



**认证备考指南**

202101 版本

Copyright © EXIN Holding B.V., 2021. All rights reserved.  
EXIN® is a registered trademark.  
VeriSM™ is a registered trademark of IFDC.  
SIAM™ is a registered trademark.

No part of this publication may be reproduced, stored, utilized or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, or otherwise, without the prior written permission from EXIN.



# 内容

1. 概述	4
2. 考试要求	7
3. 考试术语表	9
4. 文献	13

# 1. 概述

VeriSM™ Professional (VERISMP.CH)

## 范围

VeriSM™ Professional 认证证明一个专业人士对下列知识的掌握情况：

- 数字世界
- 数字化领导力与结构
- 治理与战略
- 应用 VeriSM™模型。

## 总结

VeriSM™是面向数字时代的企业服务管理方法，专注于端到端的服务管理。VeriSM™模型允许各组织在正确的时间向消费者生产并交付正确的产品或服务，同时允许对业务类型、组织规模、业务优先级、组织文化甚至是单个项目或服务的性质进行定制和调整。

在 VeriSM™模型中，治理和服务管理原则是相对稳定的元素，只会随着组织需求的变化而变化。管理网格非常灵活，可根据产品和服务要求进行调整，例如融合新的管理实践或新的技术。四个阶段分别进行产品或服务定义、生产、提供和支持（定义、生产、提供和响应）。

VeriSM™ Professional 认证测试考生对在组织中应用 VeriSM™的了解及相关技能。通过认证的 VeriSM™专业人士能够清楚数字化转型对组织以及人类、消费者和员工的影响。他们可以将战略方向转化为成功的运营环境。通过认证的 VeriSM™专业人士已经证明了自己的能力，能够创建和使用基于组织的产品组合、原则和治理需求的管理网格。根据新要求创建或调整管理网格后，VeriSM™专业人士可以通过定义、生产、提供和响应四个阶段管理产品或服务。

## 背景

VeriSM™ Professional 认证是 VeriSM™ 认证项目的一部分。



## 目标群体

VeriSM™ Professional 证书适合服务于特定组织的职业人士，此类组织有志于对产品和/或服务开发与交付进行数字化或进一步数字化。目标群体包括但不限于：

- 负责将战略转化为运营的各组织学科的专业人员、中层、基层经理。
- 参与通过企业价值链指导产品或服务的职业人士。
- 参与实施数字化转型计划的职业人士。
- 协助组织规划、构建和运行 VeriSM™ 模型，以满足数字化转型目标的顾问和教练
- 希望履行上述任何角色或职责的初级职业人士。

## 认证要求

- 为顺利通过 VeriSM™ Professional 考试。
- 通过自学或经认证的培训环节，完成 VeriSM™ Professional 实战作业的人员。

强烈建议通过完成 VeriSM™ Foundation 考试了解 VeriSM™。同时，强烈建议接受认证培训机构的培训。

## 考试细节

考试类型:	单选题
题目数量:	30
通过分数:	65% (19/30 题)
开卷考试:	在考试过程中可以参阅考试文献。机考时以附录形式提供这份文本。但笔试时考生须自行携带打印件参加考试。
注意:	否
是否允许携带电子设备/辅助设备:	否
考试时间:	90 分钟

EXIN 的考试规则 and 规定适用于本次考试。

## 布鲁姆级别

VeriSM™ Professional 认证根据修订版布鲁姆教育目标分类，按布鲁姆 2 类、3 类和 4 类测试考生：

- 布鲁姆 2 级：理解——记忆（1 级）之上的级别。理解表明考生能够理解呈现的内容，并能够评估如何将学习资料应用到实际的环境中。这类题目旨在证明考生能够整理、对比、说明并选择有关事实和想法的正确描述。
- 布鲁姆 3 级：应用——表明考生有能力在与学习环境不同的背景下使用所学信息。这类题目旨在证明考生能够以不同的方式或新的方式应用所掌握的知识、实例、方法和规则，在新的情况下解决问题。这类题目通常包含一个简短的场景。
- 布鲁姆 4 级：分析——表明考生有能力将所学信息拆分并加以理解。布鲁姆级别主要通过实践作业进行测试。实践作业是为了证明考生能够辨明动机或原因，作出推断并找到支持归纳的证据，从而检查并拆分信息。

## 培训

### 培训时长

本培训课程时长建议 21 小时。该时长包括学员实践作业、考试准备和短暂休息。该时长不包括家庭作业、备考的准备工作和午餐休息时间。

### 建议个人学习时间

60 小时，根据现有知识的掌握情况可能有所不同。

### 培训机构

您可通过 EXIN 官网 [www.exin.com](http://www.exin.com) 查找该认证的授权培训机构。

## 2. 考试要求

考试要求详见考试说明。下表列出模块主题（考试要求）和副主题（考试明细）。

考试要求	考试规范	权重
<b>1. 数字世界</b>		<b>13,3%</b>
	1.1 数字世界中的概念	6,7%
	1.2 在数字环境中工作	6,7%
<b>2. 数字化领导力与结构</b>		<b>13,3%</b>
	2.1 数字化领导者	6,7%
	2.2 组织结构与文化	6,7%
<b>3. 治理与战略</b>		<b>20%</b>
	3.1 VeriSM™模型中的治理和服务管理原则	20%
<b>4. 应用 VeriSM™模型</b>		<b>53,3%</b>
	4.1 使用 VeriSM™模型	30%
	4.2 在定义阶段制定解决方案	16,7%
	4.3 在生产、提供和响应阶段引导解决方案	6,7%
	<b>合计</b>	<b>100%</b>

## 考试规范

### 1. 数字世界

#### 1.1 数字世界中的概念

考生能够...

1.1.1 定义 VeriSM™如何阐释数字实践、数字时代和数字组织。

1.1.2 指出记录式系统 (SoR) 与交互式系统 (SoE) 之间的差异。

1.1.3 利用 VeriSM™的“数字化”概念解释结果的重要性及结果如何制作 (价值流程图)。

#### 1.2 在数字环境中工作

考生能够...

1.2.1 定义三种数字化转型方法。

1.2.2 识别成功的数字化转型计划的特征。

1.2.3 根据组织要求确认数字化转型方案。

### 2. 数字化领导力与结构

#### 2.1 数字化领导者

考生能够...

2.1.1 概述数字化领导力特征、数字技能和数字感知。

2.1.2 识别数字计划的可持续性。

#### 2.2 组织结构与文化

考生能够...

2.2.1 区分传统的组织层次结构和不断变化的组织层次结构。

2.2.2 发展各项组织能力间的协作。

2.2.3 说明知识管理如何促进数字化转型。

2.2.4 识别哪些行为有助于以消费者为中心的方针。

### 3. 治理与战略

#### 3.1 VeriSM™模型中的治理和服务管理原则

考生能够...

3.1.1 执行 EDM (评估、指导、监督) 活动, 以将数字化转型战略转化为运营。

3.1.2 确保遵循服务管理原则。

### 4. 应用 VeriSM™模型

#### 4.1 使用 VeriSM™模型

考生能够...

4.1.1 应用 VeriSM™模型阐释新型或改善的产品或服务。

4.1.2 在管理网格中捕获当前状态。

4.1.3 识别支持新型或改善的产品或服务的资源、环境、管理实践和技术。

4.1.4 在管理网格中捕获理想状态。

#### 4.2 在定义阶段制定解决方案

考生能够...

4.2.1 区分传统和迭代需求收集技术 (用户故事; 卡片、会话、确认)。

4.2.2 分析当前状态和理想状态之间的差距。

4.2.3 提出反映组织战略和消费者需求的采购政策。

#### 4.3 在生产、提供和响应阶段引导解决方案

考生能够...

4.3.1 分析生产、提供和响应活动, 以符合组织战略和消费者需求。



### 3. 考试术语表

本章节包含了考生应熟知的术语和缩写。

请注意单独学习术语并不能满足考试要求。学员必须了解其概念，并且能够举例说明。

英文	中文
autonomy	自主权
behavior	行为
Burke-Litwin model	Burke-Litwin 模型
business information plan	商业信息计划
business model canvas	商业模式画布
capability	能力
CAPEX	资本性支出
case response	案例响应
collaboration	协作
collaborative approach	协同论方法
competence, competencies	技能
consumer	消费者
consumer centric (consumer centricity)	以消费者为中心
culture	文化
customer experience (CX)	消费者体验 (CX)
customer experience management (CEM)	消费者体验管理 (CEM)
Define	定义
design thinking	设计思维
DevOps	DevOps
digital awareness	数字感知
digital capabilities	数字化能力
digital center of excellence	数字化卓越中心
digital channel	数字通道
digital experience (DX)	数字化体验 (DX)
digital leader	数字化领导者
digital mindset	数字化思维
digital native	数字原生代
digital optimization	数字化优化
digital organization	数字化组织
digital service	数字化服务
digital transformation	数字化转型

digital twin	数字孪生
digital use case	数字用例
digitize / digitalization	数字化
disruptive innovation	颠覆性创新
EDM model	EDM 模型
efficiency innovation	效率创新
enterprise governance	企业治理
fail fast strategy or approach	快速试错策略或方法
flatter organization / flatter structure	扁平化组织/扁平结构
framework	框架
gap analysis	差距分析
governance	治理
governance structures	治理结构
hackathon	黑客马拉松
heuristics	启发法
holacracy	合弄制
hypothesis testing	假设检验
information radiator	信息辐射体
innovation space	创新空间
issue	问题
iterative requirement gathering	迭代需求收集
journey map	旅行地图
Kaizen	持续改善
knowledge management	知识管理
knowledge-centered service (KCS)	以知识为中心的服务
Lean management cascade	精益管理级联
Management Mesh	管理网格
management practices	管理实践
McKinsey 7S framework	麦肯锡 7S 框架
mission	使命
Nadler-Tushman model (congruence model)	Nadler-Tushman 模型 (一致性模型)
necessary but non-value adding (NNVA)	必要但非增值 (NNVA)
network effect	网络效应
non-value adding (NVA)	非增值 (NVA)
operating model canvas	运营模型画布
OPEX	营运资本
opportunity portfolio	机会组合

Option space	选择空间
organizational behavior management (OBM)	组织行为管理
organizational capabilities	组织能力
organizational change management (OCM)	组织变更管理
organizational culture profile (OCP)	组织文化概况
organizational portfolio	组织组合
outcome	成果
output	产出/输出
Pareto analysis	帕雷托分析
PDCA (Deming's Quality Circle)	PDCA (戴明环)
PESTLE (or PESTEL)	PESTEL / 大环境分析模型, 包括政治因素 (Political)、经济因素(Economic)、社会因素 (Social)、技术要素(Technological)、环境因素 (Environmental)和法律因素(Legal)
Porter's 5 Forces	波特五力模型
Produce	生产
product	产品
Provide	提供
quality	质量
request	请求
requirement	要求
Respond	响应
risk	风险
Run-grow-transform (RGT)	运行-增长-变革
service	服务
service blueprint	服务蓝图
Service Integration and Management (SIAM™)	服务集成与管理 (SIAM)
service management	服务管理
service management principles	服务管理原则
SIPOC	SIPOC 模型
solution	解决方案
source event	源事件
stakeholder map	利益相关者地图
stakeholder value chain	利益相关者价值链
standard response	标准响应
strategic sourcing	战略性采购

sustainable development	可持续发展
sustaining innovation	持续创新
SWOT analysis	SWOT 分析
systems	系统
systems of differentiation	微分系统
systems of engagement (SoE)	交互式系统 (SoE)
systems of innovation	创新系统
systems of record (SoR)	记录式系统 (SoR)
tacit knowledge	隐性知识
technical debt	技术债
technology business management (TBM)	技术业务管理 (TBM)
total quality management (TQM)	全面质量管理 (TQM)
T-shaped professional	T 形人才
use case	用例
user	用户
user experience (UX)	用户体验 (UX)
user journey	用户旅程
user story	用户故事
value	价值
value proposition	价值主张
value stream	价值流
Value Stream Mapping (VSM)	价值流图 (VSM)
value-adding (VA)	增值 (VA)
value-to-cost metric	成本计量
VeriSM™	VeriSM™
VeriSM™ model	VeriSM™模型
vision	愿景
volatility metric	波动性度量

## 4. 文献

### 考试文献教材

以下文献包含了考试要求掌握的知识。

- A. 作者: [英] 克莱尔·阿格特, [南非] 约翰·博塔, [美] 苏珊娜·D·范霍夫 著, 高彬, 周昕, 方华明, 高建芳, 许安琪 ... 译  
**《数字化转型与创新管理-VeriSM 揭秘与应用》(Part A - 第一部分)**  
 出版社: 清华大学出版社(北京 中国 2020 年 12 月)  
 ISBN 书号: 9787302568865  
 购书链接: <https://item.m.jd.com/product/12777511.html#main>

### 可选教材

- B. 作者: [英] 克莱尔·阿格特, [南非] 约翰·博塔, [美] 苏珊娜·D·范霍夫 著, 高彬, 周昕, 方华明, 高建芳, 许安琪 ... 译  
**《数字化转型与创新管理-VeriSM 揭秘与应用》(Part B - 第二部分)**  
 出版社: 清华大学出版社(北京 中国 2020 年 12 月)  
 ISBN 书号: 9787302568865  
 购书链接: <https://item.m.jd.com/product/12777511.html#main>

### 备注

可选教材仅作为参考和深度学习使用。可以在与主要教材相同的书中找到其他教材, 但不需要进行学习。

### 教材考点分布矩阵

考试要求	考试规范	教材参考章节
<b>1. 数字世界</b>		
	1.1 数字世界中的概念	
	1.1.1 定义 VeriSM™如何阐释数字实践、数字时代和数字组织。	A: 第 2.1、2.2、3.1 章
	1.1.2 指出记录式系统 (SoR) 与交互式系统 (SoE) 之间的差异。	A: 第 3.2 章
	1.1.3 利用 VeriSM™的“数字化”概念解释结果的重要性及结果如何制作 (价值流图)。	A: 第 8 章
	1.2 在数字环境中工作	
	1.2.1 定义三种数字化转型方法。	A: 第 3.4、3.5、3.6 章
	1.2.2. 识别成功的数字化转型计划的特征。	A: 第 3.7 章
	1.2.3 根据组织要求确认数字化转型方案。	A: 第 3.8 章
<b>2. 数字化领导力与结构</b>		
	2.1 数字化领导者	
	2.1.1 概述数字化领导力特征、数字技能和数字感知。	A: 第 4.1、4.2、4.3 章
	2.1.2 识别数字计划的可持续性。	A: 第 4.8 章

	2.2 组织结构与文化	
	2.2.1 区分传统的组织层次结构和不断变化的组织层次结构。	A: 第 5.1、5.2、5.3、5.4 章
	2.2.2 发展各项组织能力间的协作。	A: 第 6 章
	2.2.3 说明知识管理如何促进数字化转型。	A: 第 7 章
	2.2.4 识别哪些行为有助于以消费者为中心的方针。	A: 第 3.9 章
<b>3. 治理与战略</b>		
	3.1 VeriSM™模型中的治理和服务管理原则	
	3.1.1 执行 EDM (评估、指导、监督) 活动, 以将数字化转型战略转化为运营。	A: 第 10.4、10.5、10.6 章
	3.1.2 确保遵循服务管理原则。	A: 第 10.2、10.3 章
<b>4. 应用 VeriSM™模型</b>		
	4.1 使用 VeriSM™模型	
	4.1.1 应用 VeriSM™模型阐释新型或改善的产品或服务。	A: 第 11.1、11.2 章
	4.1.2 在管理网格中捕获当前状态。	A: 第 12 章
	4.1.3 识别支持新型或改善的产品或服务的资源、环境、管理实践和技术。	A: 第 12、14.5 章
	4.1.4 在管理网格中捕获理想状态。	A: 第 12 章
	4.2 在定义阶段制定解决方案	
	4.2.1 区分传统和迭代需求收集技术 (用户故事; 卡片、会话、确认) 。	A: 第 14.1、14.2、14.3 章
	4.2.2 分析当前状态和理想状态之间的差距。	A: 第 15 章
	4.2.3 提出反映组织战略和消费者需求的采购政策。	A: 第 16 章
	4.3 在生产、提供和响应阶段引导解决方案	
	4.3.1 分析生产、提供和响应活动, 以符合组织战略和消费者需求。	A: 第 17 章





Driving Professional Growth

**联系 EXIN**

[www.exinchina.cn](http://www.exinchina.cn)

info.china@exin.com

WeChat ID: EXINCH