

職能單元代碼	BGM3R0175v2
職能單元名稱	維護與開發市場商機
領域類別	企業經營管理/一般管理
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、分析市場與目標客群</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>收集與彙整產業市場資訊，以分析目標客群需求。</li> <li>與採購部門保持互動與溝通，掌握市場及產品的最新資訊。</li> <li>掌握目標客群的背景與需求資訊，蒐集客戶與採購部門對市場及產品的看法，規劃及提出市場開發與維護建議。</li> </ol> <p>二、客戶關係管理</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>透過定期聯繫或實地訪查的互動方式，確認既有客戶的近況與需求。</li> <li>檢視客戶的庫存、淡旺季銷售規劃及應付帳款等狀況，進行備貨、催款或收款等。</li> <li>協助調解及處理客訴問題，並視需要陳報相關主管。</li> </ol> <p>三、客戶風險管理</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>遵循組織內控程序，進行客戶信用評等調查，預防可能發生的合作風險。</li> <li>進行客戶訪談，瞭解其現有經營實績與未來銷售計劃。</li> <li>視銷售落差回報異常狀況，並於必要時進行危機處理。</li> <li>透過與同業或異業關係，掌握同一合作客戶的訂貨或付款狀況，以預防可能發生的合作風險。</li> </ol> <p>四、開發新客戶</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>分析新客戶需求以確認產品組。</li> <li>運用多元行銷方式，開發潛在客戶。</li> <li>定期追蹤新客戶開發進度，並視需求調整開發策略。</li> <li>建立新客戶資料庫並定期更新。</li> </ol>
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場分析報告</li> <li>客戶資訊維護表</li> <li>顧客滿意度調查紀錄</li> <li>過往銷售紀錄表（包含退票與退貨紀錄）</li> <li>潛在客戶追蹤表</li> </ul>

<b>職能內涵 (K=knowledge 知識)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 理學概念</li> <li>• 行銷學概念</li> <li>• 產品專業知識</li> <li>• 產業市場資訊與趨勢</li> <li>• 商業禮儀</li> <li>• 專案管理概念</li> <li>• 市場商機資訊</li> <li>• 組織相關規範</li> <li>• 顧客管理概念</li> <li>• 銷售話術</li> <li>• 信用評等資訊</li> <li>• 財務報表概念</li> <li>• 相關法規知識</li> <li>• 危機處理概念</li> <li>• 網路行銷概念</li> </ul>
<b>職能內涵 (S=skills 技能)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 資料彙整能力</li> <li>• 統計分析能力</li> <li>• 訪談能力</li> <li>• 專案管理能力</li> <li>• 企劃書撰寫能力</li> <li>• 社交能力</li> <li>• 外語閱讀、表達與溝通能力</li> <li>• 資訊科技應用能力</li> <li>• 溝通協調能力</li> <li>• 行銷活動規劃能力</li> <li>• 銷售能力</li> <li>• 市場資訊解讀與分析能力</li> <li>• 陌生開發能力</li> <li>• 簡報能力</li> </ul>
<b>說明與補充事項</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 市場資訊：如從網路、報章雜誌、組織內部、實地問卷調查或訪談客戶等管道取得之資訊。</li> <li>• 多元行銷方式：如陌生拜訪、異業結合、研討會、社團、商展及網路行銷等。</li> </ul>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• 相關法規知識：如勞動法令、消費者保護法、公平交易法、產品標示法、其他產業特定管制法規等。</li></ul> |
|--|--|