

職能單元代碼	PIC5R0523
職能單元名稱	推廣個人服務業務
領域類別	個人及社會服務/個人照護服務
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、發展行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 分析業務及其主要的服務和產品，判定有助業務目標的行銷活動焦點 評估業務的顧客人口統計【註 1】和目標市場【註 2】，做為行銷策略【註 3】基礎 根據商業計畫並諮詢相關人員【註 4】以判定行銷目標和策略 <p>二、決定業務的行銷組合</p> <ol style="list-style-type: none"> 在服務和產品組合的量與定價之間取得平衡，達到最大的營業額和利潤 評估提供不同服務【註 5】和產品種類【註 6】的成本效益，並考慮行銷組合之結果 根據市場和業務需求、以及工作場域相關的法規、規範與國家標準【註 7】來決定行銷組合 <p>三、執行行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 向行銷參與人員【註 8】簡述他們的角色職責，以確保行銷策略成功執行 根據行銷目標和預算條件來規劃與執行宣傳活動【註 9】 <p>四、監督與改善行銷績效</p> <ol style="list-style-type: none"> 定期監督行銷活動，並評估業務績效是否達到目標 分析績效落差【註 10】，並採取修正措施或設定新目標 鼓勵相關人員提議改善行銷績效的方法 尋求顧客對行銷組合所有面向的反應【註 11】，並進行分析來改善目標與成果 執行持續的顧客需求調查，來找出改變或改善的機會 監督市場機會的變化，並調查有助業務發展的新機會
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、目前和理想的業務人口統計</p> <p>二、業務的目標市場</p> <p>三、在特定的業務情境中的行銷策略的風險和效益</p> <p>四、新產品和服務的種類和可取得性</p>

	<p>五、產品供應來源</p> <p>六、在特定的業務情境中，衡量與評估顧客對行銷和宣傳策略的反應的有效方法</p>
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、展現溝通技巧時同時考量供應商、職員和客戶的文化、背景與能力的溝通技能，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 聆聽和提問技巧 2. 口語和非口語溝通技能 3. 協商技巧 <p>二、讀寫技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 研究、分析和理解行銷資訊 2. 準備報告 3. 紀錄結果 <p>三、計算技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 計算固定和變動成本 2. 計算團隊和個別員工的業績目標 3. 判定和監督庫存量成本和營業額 4. 評估業務的營業額和利潤 5. 解讀和維護數據 6. 設定並管理行銷和宣傳預算 <p>四、辨識績效落差並採取修正措施的問題解決技能</p> <p>五、使用美容業的商業和行銷軟體做為規劃和評估的工具的科技運用技能</p> <p>六、紀錄保存技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 進行行銷研究 2. 追蹤行銷目標達成的進度
<p>評量設計參考</p>	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 發展增加業務的行銷和宣傳策略組合 2. 執行並定期監督及調整行銷和宣傳策略，以最大化業務成功的機會 3. 維持、監督及評估服務和銷售的提供 4. 定期準確地保存紀錄，並解讀服務和銷售提供的數據 5. 應用研究技能來調查及評估業務的市場機會 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在工作場域或模擬工作場域環境中的各種情況下進行評量

	<p>量，可能包括客戶打擾或是工作場域中可能發生的其它相關活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 美容美髮業的相關商業軟體 3. 適當的文書和網路研究資源 4. 相關商業網絡和專家的資訊 5. 個人服務業中通常會使用到的適當行銷宣傳文件和資源，包括組織策略和市銷計畫樣本 6. 先前相關的個人服務業市場研究活動的模擬數據和資料紀錄 7. 直銷活動數據 8. 相關的產業工作守則 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 直接觀察受評者在實際和模擬個人服務業環境下執行各種工作任務，在足夠時間內展示對各種突發事件的處理，包括： 2. 發展並整合完整的行銷策略來擴展多樣化的客群 3. 維持及改善顧客回流 4. 增加客戶的平均消費額 5. 評估策略成果 6. 展示改善業績的行銷宣傳策略的規劃、實施和評估的證據作品集，包括對顧客回饋的分析與評估 7. 與特定美容美髮業行銷宣傳情境相關的案例研究 8. 技術專家的第三方報告 9. 使用適合受評者語言和讀寫程度的書面和口頭提問，以評量本職能單元的所需技能與知識
說明與補充事項	<p>【註 1】顧客人口統計可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 業務相關的居住和營業場所 ● 年齡組別，包括： <ul style="list-style-type: none"> ■ 18-25 歲 ■ 25-35 歲 ■ 35-45 歲 ■ 45 歲以上 ● 性別 ● 社經族群

【註 2】目標市場可能包括：

- 受限於：
 - 特定的年齡層
 - 特定的社經族群
- 低績效年齡層的業績成長
- 零售產品的消費者
- 服務項目的消費者
- 團體和/或個人

【註 3】行銷策略可能包括：

- 利用員工獎勵來增加客戶的消費額度
- 吸引新客戶的優惠措施
- 離峰時段的促銷
- 鼓勵客戶回流預約的優惠措施
- 產品和服務的定價、展示和陳列
- 宣傳和廣告
- 改變服務和專業產品種類，零售產品種類和/或組合
- 在專家市場區塊中，追求成本優勢地位和/或產品差異
- 創造非常不同的產品線或服務，讓業務成為產業中的領導者

【註 4】相關人員可能包括：

- 業主/合夥人
- 財務資助者
- 會計師或其他專家服務
- 家庭成員
- 團隊成員
- 監管機構
- 供應商

【註 5】服務可能包括：

- 全方位的美髮服務
- 專業美髮服務領域
- 全方位的美容服務
- 專業化美容服務領域
- 相同業務中可得的配套服務

【註 6】產品種類可能包括：

- 專業美髮產品
- 專業美容產品
- 零售護髮產品
- 零售美容保養產品
- 各項美髮或美容保養設備
- 其它商家有備貨的零售產品

【註 7】工作場域相關的法規、規範與國家標準可能包括：

- 裁決和企業協議以及相關的勞資文件
- 影響業務運作的法規，尤其是關於：
- 職業安全衛生與環境問題
- 平等就業機會
- 勞資關係
- 反歧視法
- 相關的產業工作守則

【註 8】行銷參與人員可能包括：

- 團隊成員
- 合夥人
- 廣告專家
- 宣傳專家
- 平面設計師
- 攝影師
- 印刷人員
- 產品供應商

【註 9】宣傳活動可能包括：

- 網站
- 口碑、介紹和推薦
- 專業和產業期刊
- 報紙廣告、電台廣告或電視廣告
- 郵件投遞
- 展示海報
- 電話開發
- 展覽和店內推廣
- 贊助
- 人脈網絡和策略聯盟的建立

- 以提昇顧客服務為導向的職員發展計畫
- 職員獎勵
- 客戶獎勵，包括忠誠度計畫和優惠折扣

【註 10】績效落差可能包括：

- 團隊或個別員工所提供的顧客服務水準低於規定標準
- 每個客戶的平均消費額度低於要求程度
- 個別員工的停工時間
- 療程時間管理不當
- 某些團隊成員沒有達到業績目標
- 利潤空間設得太低
- 行銷預算分配不當

【註 11】顧客反應可能透過以下而判定：

- 調查或其它回饋機制
- 非正式的談話
- 顧客會面和焦點座談會
- 接觸到銷售的比例
- 趨勢分析