

職能單元代碼	PIC5R2123
職能單元名稱	行銷小型企業
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"> 1. 按照企業計畫的目標，分析關鍵產品或服務，以決定行銷活動的重點 2. 評估消費群和目標市場，作為小型企業<u>行銷目標和策略</u>^{【註 1】}的基礎 3. 按照事業計畫與諮詢<u>相關人員</u>^{【註 2】}，決定符合道德與文化的適當行銷目標和策略 <p>二、決定企業的行銷組合</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 權衡最佳銷售和利潤的產品組合、數量和價格 2. 評估使用不同銷售通路^{【註 3】}或提供不同客戶服務水準^{【註 4】}的成本和效益，並考量<u>行銷組合</u>^{【註 5】}的結果 3. 決定目標市場的宣傳活動 4. 考量客戶需求和偏好，來決定行銷組合 5. 根據市場和企業需求，決定行銷組合 <p>三、執行行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 向參與行銷事務的人員說明其角色和責任，以確保行銷策略的成功 2. 按照行銷目標和預算要求，規劃和執行<u>促銷活動</u>^{【註 6】} <p>四、監測並改善行銷績效</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據事業計畫的目標，監測行銷活動並評估企業績效 2. 分析<u>績效差距</u>^{【註 7】}，採取修正行動或設定新目標 3. 鼓勵相關人員提出改善行銷績效的方法 4. 使用組織文化上適合的流程，尋求並分析行銷組合所有面向的<u>顧客反應</u>^{【註 8】}，以改善目標和結果 5. 持續進行客戶需求研究，以確認改善的機會 6. 監控並調查市場變化的新機會，以幫助企業發展
職能內涵	一、產業市場趨勢

(K=knowledge 知識)	<p>二、分析行銷策略成本和收益的方法</p> <p>三、發展行銷目標和行銷組合的方法</p> <p>四、監控客戶滿意度的方法</p> <p>五、相關市場分析和研究</p> <p>六、相關行銷概念和方法</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通技能，以提問、闡明和報告</p> <p>二、讀寫和計算技能，以研究資訊、分析資料和詮釋市場數據</p>
評量設計參考	<p>一、評量證據</p> <ol style="list-style-type: none"> 發展行銷策略並選擇適當的小型企業行銷組合 執行並監測行銷策略/計畫，以最佳化小型企業成功的機會 相關行銷概念和方法的知識 <p>二、評量情境與資源</p> <ol style="list-style-type: none"> 取得相關文件 在小型企業脈絡下的工作情境 <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 行銷策略和行銷績效的監測 口頭或書面詢問，以評量產業市場的趨勢知識 績效差距和已採取改正行動或新設立目標的檢視分析 已執行之宣傳活動的檢視
說明與補充事項	<p>【註1】 行銷目標和策略：如相較於競爭者，達到更低的生產和配銷成本；創造不同的產品線或服務，讓企業成為產業中的領導者；配銷；產品或系列的定價、簡報和展示；產品設計和包裝；產品種類和組合；促銷和廣告；在市場區隔中追求成本領先或產品差異化等。</p> <p>【註2】 相關人員：如會計師或其他專業服務者；家庭成員、工作團隊成員、分包商、社區成員；加盟事業代理人；融資人、客戶；所有者/經營者、合夥人、董事、股東；監管機構；貿易或產業協會等。</p>

	<p>【註3】 銷售通路：如經銷商、轉售商、加盟授權；分銷商、配送服務、郵購、電話銷售；自助、批發、零售等。</p> <p>【註4】 客戶服務水準：如售後服務；一對一個人服務；針對問題/查詢的銷售協助等。</p> <p>【註5】 行銷組合：如通路；服務水準；定價；促銷；品質、範圍；安全特色；技術特色、設計等。</p> <p>【註6】 促銷活動：如在全國、郊區或地方新聞報紙的廣告；電台或電視廣告；拜訪遊說；網絡和策略聯盟的發展；展示海報；展覽、店內促銷；參與社區專案；郵件；專業/產業期刊；贊助；員工培養計畫以提升客戶服務導向；網站；口碑、推薦、證明書等。</p> <p>【註7】 績效差距：如成果超過績效目標；成果未達績效目標等。</p> <p>【註8】 顧客反應：透過以下方式確定客戶會議、焦點團體訪談；新業務機會的辨識；座談會；銷售聯繫比率；調查/其他回饋機制；趨勢分析等。</p>
--	---