

職能單元代碼	KPS4R1574v2
職能單元名稱	制定不動產銷售策略
領域類別	行銷與銷售/專業銷售
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、確立銷售目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分析銷售的可行性及可能為組織與客戶目標帶來的貢獻</li> <li>2. 根據組織要求和相關人士在諮詢過程中確認銷售要求</li> <li>3. 確認不動產市場資訊來源，並根據組織要求蒐集資訊</li> <li>4. 使用現有數據和公認的研究技術評估客戶群和目標市場的特徵</li> <li>5. 根據組織要求使用商務設備和科技取得、分析及整理資訊</li> </ol> <p>二、制定銷售策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據組織要求和相關人員進行商議，制定銷售目標及策略</li> <li>2. 銷售策略必須符合組織要求，並詳列準確反映客戶需求和法律倫理規範的活動</li> <li>3. 在適當的預算和時間範圍內，開發銷售策略所需的資訊</li> <li>4. 選擇最適合潛在市場的銷售策略，以最大化在特定市場內的影響力</li> <li>5. 根據組織要求確認並籌備支援銷售策略所需的人力和資源</li> </ol> <p>三、檢視及報告銷售活動</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據銷售策略的目標，檢視銷售活動</li> <li>2. 和相關人士在商議過程中，評估需要做的變動及其他替代方案</li> <li>3. 根據組織要求使用可靠的方法和數據，取得銷售策略結果的意見回饋</li> <li>4. 根據可靠的證據提供結論和建議，並針對未來的銷售策略計畫提供有建設性的想法</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledg 知識)	<p>一、熟悉業務規劃流程</p> <p>二、瞭解客戶關係政策</p> <p>三、瞭解市場基準</p> <p>四、瞭解市場競爭對手</p>

	<p>五、瞭解市場情況和市場佔有率</p> <p>六、熟悉銷售的原則及作法</p> <p>七、熟悉績效評估方法</p> <p>八、熟悉相關的中央當地政府法規：</p> <p>兩性工作平等法、原民法、身障者保護法、消費者保護法、綠建築標章、開放空間容積獎勵、貸款成數、利率諮詢服務、預售屋買賣信託（預售屋買賣定型化契約七條之一）、稅務服務（遺產及贈與稅條例 / 土地稅條例）勞基法、個資法、不動產經紀業管理條例、公寓大廈管理條例</p>
<b>職能內涵 (S=skills 技能)</b>	<p>一、分析及讀寫技能：能研究產業基準及分析數據和預算需求，並理解書面及口頭資訊。</p> <p>二、溝通技能：能與來自不同社會文化種族背景及具備不同身心素質的人共事。</p> <p>三、電腦技能：上網、造訪網頁、準備並完成線上表格、提交電子文件、線上資料搜集及維護資料庫並取得相關資訊。</p> <p>四、計畫、籌備及排程技能：提供客戶行銷及銷售資訊，規劃安排銷售活動。</p> <p>五、決策技能及解決問題技能：制定應變計畫、選擇替代銷售方案及與客戶協商策略。</p>
<b>評量設計參考</b>	<p>一、評量證據</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 運用規則及方法，正確理解會影響不動產業務的法規</li> <li>2. 運用方法即時追蹤法律修訂</li> <li>3. 運用策略即時向適當人士傳達法規之要求和修正</li> <li>4. 確認會影響機代銷公司運作之法規及行業行為準則變更</li> <li>5. 影響不動產業務的一般原則知識，如法規及行業行為準則</li> </ol> <p>二、評量情境與資源</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與他人互動，進行開發過程的合作性質</li> <li>2. 取得所需資源</li> <li>3. 適當情境與模擬環境</li> </ol> <p>三、評量方法</p>

	<p>1. 獲得合適模擬或真實機會和資源，以展現能力</p> <p>2. 可能包括個人計劃和評量紀錄的評量工具</p> <p>3. 獲得認證機構的評量</p> <p><b>四、其他</b></p> <p>1. 能力展現需經長時間觀察，能否勝任該角色的工作範疇，能否遵循工作場域的實務標準。</p> <p>2. 若評量屬結構式學習經驗的一部份，證據必須包含不同時間點的表現，並將學習與實務分開評量。唯有執行評量者對該人員的能力深具信心，才能評斷其能力。</p> <p>3. 所有屬於結構式學習經驗的評量皆須包含直接、間接與補充證據。</p>
<b>說明與補充事項</b>	<p>1. 銷售涉及：企業對企業的銷售、直接銷售、概念行銷、商品行銷、公共部門銷售、服務銷售、電話銷售。</p> <p>2. 相關人員：廣告主管、企業顧問、客戶、平面設計師、利害關係人、負責人、產業協會成員、公關顧問、不動產仲介、律師、稅務及會計從業人員。</p> <p>3. 組織要求：平等參與原則和實踐指南，業務和績效計畫，投訴及爭議解決程序，目標、計畫、系統和流程，法律、倫理規範及實踐準則，任務陳述及策略計畫，職業衛生安全政策、程序及課程，與客戶服務相關的政策和程序，品質及持續改進流程和標準，品質保證文件及程序手冊。</p> <p>4. 利用各種方法蒐集市場資訊，如：和同事及客戶進行討論、閱讀文件和報告、參加團隊工作坊集思廣益、透過產業協會蒐集資訊、進行訪談及問卷調查、透過報紙、廣播、電視及產業雜誌蒐集資訊、透過組織或以產業為基礎的考察蒐集資訊。</p> <p>5. 須納入潛在客戶群的評估包括：態度、業務特徵、消費者需求、人口統計、預期利益、生活型態、服務使用、社會及文化因素。</p> <p>6. 商務設備及科技包括：電腦，資料儲存設備，電子郵件，網路、內外部網路，傳真機，影印機，印表機，掃描器，軟體資料庫或文字處理程式。</p> <p>7. 銷售目標涉及當地、地區性及全國性業務。</p>

- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>8. 銷售活動包括：企業對企業的銷售、直接銷售、廣告訊息、根據服務類型確定目標市場、使用網路及電子郵件。</li><li>9. 促銷策略：廣告、遊說、圖像及展示、訂定價格、公關。</li><li>10. 法規及倫理規範包括：對客戶的一般謹慎義務、公寓大廈管理條例、個資法、性平法、不動產經紀業管理條例、勞基法、職業安全衛生法、土地法、都市計畫法、階層、社區及公司名稱。</li><li>11. 意見回饋可能來自於：客戶及同事、競爭對手、文件及報告、品質保證數據、問卷、例行會議、考察。</li></ul> |
|--|--|