

職能單元代碼	KPS5R0865v2
職能單元名稱	執行廣告和商品促銷活動
領域類別	行銷與銷售/專業銷售
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、分析以往的促銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 分析以往的廣告和促銷活動的歷史數據 2. 評估設定廣告和促銷計劃所需的相關預測和趨勢 <p>二、整理廣告和促銷</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據業務政策和程序，管理並實施廣告和促銷活動 2. 整理符合預期或客戶需求的促銷活動 3. 與供應商就特殊促銷活動進行協調安排 4. 最大限度地協調推廣活動，達到互惠互利 5. 制定評價程序和工具來衡量促銷的有效性（包括計劃和客戶反應） 6. 紀錄促銷活動，供將來參考 7. 設定廣告活動的目標 <p>三、協調執行廣告活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 協調參與廣告活動的人員 2. 確認廣告活動的時間 3. 開發廣告和行銷的設計簡介 4. 規劃支持的材料和資源 5. 確定廣告和行銷的資源限制 6. 協調廣告材料的製作，並根據設計大綱檢視樣張 7. 根據業務計畫，及時啟動廣告宣傳 8. 建立記錄和報告系統，使內部和外部人員能夠評估廣告活動的進展 <p>四、協調聯合促銷計劃</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 聯繫相關業務的客戶，為促銷計劃建立共同目標和內容 2. 確定聯合促銷方案的季節或特殊的機會 3. 在規定的時間內，確定聯合促銷計劃所需的輔助材料和資源 4. 分析和報告促銷活動對於存庫量的影響 5. 及時向供應商和客戶提供促銷活動和目標

	<p>五、評估廣告和聯合促銷活動的成果</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估和報告聯合促銷的成果 2. 根據目標，評估廣告活動的成果 3. 透過支持促銷活動，達到對客戶的最大影響
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通技能</p> <p>二、研究和分析的技能</p> <p>三、讀寫和算術技能</p> <p>四、管理技巧</p>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、對廣告事件和相關客戶的聯繫意識</p> <p>二、廣告和促銷計畫</p> <p>三、促銷方案的歷史數據</p> <p>四、先前對活動，促銷和廣告活動的協調要求</p> <p>五、目標評量和評價技術</p> <p>六、決定聯合廣告和促銷計劃成功的因素</p> <p>七、相關業務政策和程序</p> <p>八、識別，正確的使用和維護工作場所的技能</p> <p>九、工作場所衛生與安全 (WHS) 方面知識</p> <p>十、物流</p> <p>十一、與廣告和促銷活動的相關商業法律和法規</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/職能證明之證據</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據業務政策和程序，實現成功的廣告和促銷活動 2. 對產品和服務先前的促銷活動進行分析和評估，以作為規劃未來促銷活動的參考 3. 以令人滿意和及時的方式，組織和協調個人和聯合廣告和促銷計劃，以達到預定的績效目標 4. 正確地確認促銷計劃對庫存水準的影響 <p>二、評量之情境與評量所需之特定資源</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 一個真實或模擬的工作環境 2. 有關文件，如： <ol style="list-style-type: none"> (1) 企業政策和程序 (2) 銷售和服務的目標和計劃 (3) 以前的促銷活動的記錄 (4) 市場研究

	<p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none">1. 在工作場所中的表現觀察2. 主管的第三方報告3. 客戶的回饋意見4. 證據作品集的檢閱5. 書面或口頭詢問，以評估其認識和了解
說明與補充事項	<p>【註1】 歷史數據可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 特定區域的購買行為2. 人口統計3. 市場特點4. 社會因素5. 行為因素6. 心理因素，如生活方式 <p>【註2】 廣告和促銷計畫可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 原廠產品或服務活動2. 顧客忠誠度計劃3. 目錄優惠4. 禮券5. 季節性活動6. 事件7. 新產品線8. 新據點9. 銷售折扣10. 主題展示 <p>【註3】 預測與趨勢可能透過以下方式收集：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 資料庫或網路查詢2. 電話3. 傳真4. 電子郵件5. 會議 <p>【註4】 業務政策和程序可能涉及到：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 市場預測和研究2. 維護和利用客戶記錄

	<ul style="list-style-type: none">3. 促銷和行銷方案4. 評估促銷和行銷方案5. 產品和服務的銷售和供應6. 人際溝通7. 與客戶的互動 <p>【註5】 客戶需求可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">1. 品牌2. 保固3. 儲存4. 庫存情況5. 產品種類6. 產品功能和優勢資訊7. 物超所值8. 交付的方法9. 訂單進度追蹤 <p>【註6】 互惠互利可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">1. 聯合促銷2. 特殊活動3. 價錢4. 毛利率5. 合作規劃6. 聯合品牌7. 改善交易條件 <p>【註7】 評價程序和衡量促銷的有效性的工具可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">1. 利害相關人諮詢2. 模擬結果3. 成本效益分析4. 數據分析 <p>【註8】 人員可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">1. 內部或外部人員2. 來自不同社會、文化和種族背景的人3. 具不同的生理和心理能力的人4. 不同職責和職務的人
--	---

	<p>5. 專業技術人員</p> <p>【註9】 設計大綱可能包括：</p> <p> 使用手寫和電腦軟體製作的計劃或文件</p> <p>【註10】 輔助材料和資源可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 行銷和宣傳材料2. 人員3. 制服4. 款項5. 耗材6. 交通7. 禮品或禮券 <p>【註11】 廣告材料可能會依據以下有所不同，以適應地區差異：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 人口特性2. 經濟狀況3. 競爭4. 社會和文化因素5. 政治影響6. 法律因素7. 自然因素8. 技術因素 <p>【註12】 記錄和報告系統可以是：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 人工作業2. 電子化3. 自動化4. 定期化 <p>【註13】 共同目標將取決於：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 產品、範圍、產品線，或類型的表現要求2. 目標，如價格、利潤、品牌佔有率、市場佔有率 <p>【註14】 成果評估指標可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 關鍵績效指標2. 策略目標3. 價格4. 市場和銷售指標
--	--

	<ul style="list-style-type: none">5. 品牌價值6. 品質標準和規範7. 性能基準8. 里程碑
--	---