

職能單元代碼	KPS3R0845v2
職能單元名稱	建立銷售關係
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、制定有效銷售技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定在 B to B 流程中，銷售功能的重要性</li> <li>2. 通過與上司和團隊成員的溝通，發展良好的工作方法和銷售技巧</li> <li>3. 尋求直線經理或團隊成員的回饋和指導，以提高個人銷售能力</li> <li>4. 透過直屬經理，確認個人銷售培訓和發展需求</li> <li>5. 在商定的時間內，展開個人銷售能力培訓與發展</li> <li>6. 在特定區域內，發展與企業客戶和終端消費者相關的改進銷售技巧</li> </ol> <p>二、與他人合作，改善銷售技巧</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與團隊成員、管理人員和企業客戶，一起討論如何改善銷售、服務和績效策略</li> <li>2. 與管理團隊確認取得和使用資源的程序</li> <li>3. 建立監控的機制，在每個人的績效目標中，找出影響或可改善銷售的因素</li> </ol> <p>三、業務關係的銷售優勢</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認長期業務關係的優勢和好處</li> <li>2. 發展和實施陌生客戶的拜訪戰略，加強與客戶關係的建立，深入了解他們的需求，並建立信任和忠誠</li> <li>3. 對商業客戶發展獨特的工作關係</li> <li>4. 向終端消費者宣傳企業對企業的利益</li> <li>5. 確認不同產品和服務的特色，以及商品的分類</li> <li>6. 通過高效的產品交付、有效的資訊提供和及時的問題解決，探索強化業務關係並為客戶提供改進的服務的機會</li> <li>7. 確認與每位客戶不同的產品和服務的交易條款</li> </ol>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通和人際交往技能</p> <p>二、主動性和企業技能，以使用完整的銷售方法和技術</p> <p>三、讀寫和計算技能</p>

	<p>四、規劃和組織技能，以與團隊和主管合作規劃個人培訓計劃</p> <p>五、自我管理能力的，以確定自己的學習需求</p> <p>六、團隊合作技能，以在工作場所合作</p> <p>七、使用各種企業技術的技術技能，包括數據輸入</p>
<p><b>職能內涵</b> (K=knowledge 知識)</p>	<p>一、保持長期客戶關係優勢</p> <p>二、各種情況下替代銷售方法</p> <p>三、各種銷售結案的策略</p> <p>四、企業政策和程序</p> <p>五、企業客戶關係和當前服務範圍</p> <p>六、影響客戶決策的因素</p> <p>七、客戶的生命週期價值</p> <p>八、與零售業有關的有關法律、法規及業務守則</p> <p>九、產品知識</p>
<p><b>評量設計參考</b></p>	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過使用有效的銷售技術、應用產品知識和使用適當的銷售方法來促銷產品的優點，克服反對和完成銷售，從而最大限度地提高銷售機會</li> <li>2. 根據企業政策和程序，有效地向團隊成員和資深同仁傳達績效摘要信息</li> <li>3. 參與個人和團隊銷售績效評估，以最大化提高未來銷售額</li> <li>4. 積極尋求同事和主管的回饋，以確定個人技能缺口</li> <li>5. 在銷售的過程中與主管保持溝通，在必要的工作活動範圍內，取得培訓和發展需求</li> <li>6. 構建長期客戶關係所需的基礎</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 一個商業的銷售工作環境</li> <li>2. 產品資訊的相關來源</li> <li>3. 有關文件，如： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 業務政策和程序手冊</li> <li>(2) 行業行為準則和相關立法</li> <li>(3) 職業健康安全立法和實務守則</li> </ol> </li> <li>4. 各種具有不同要求的企業客戶</li> </ol>

	<p>5. 適當範圍的產品或設備</p> <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在工作場所中的表現觀察</li> <li>2. 客戶的回饋意見</li> <li>3. 書面或口頭詢問，以評估其認識和了解</li> <li>4. 檢視第三方提供之個人工作績效表現報告</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】溝通可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 肢體語言，包括面部表情</li> <li>2. 電子媒體，如電子郵件</li> <li>3. 閱讀，寫作，口語和聽力</li> <li>4. 電話</li> <li>5. 輔助技術，如電話打字機（TTY）</li> <li>6. 視覺傳達形式，如手語</li> <li>7. 當地語言和方言</li> <li>8. 使用開放性和包容性的語言</li> </ol> <p>【註2】上司和團隊成員可能：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 負責不同的工作職能</li> <li>2. 來自不同社會，文化和種族背景的人</li> <li>3. 能力各不相同</li> <li>4. 讀寫和計算能力各不相同</li> </ol> <p>【註3】回饋可能的方式包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在團隊中</li> <li>2. 個別</li> <li>3. 書面</li> <li>4. 口頭</li> </ol> <p>【註4】培訓和發展可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 輔導和指導</li> <li>2. 會議</li> <li>3. 正規培訓或教育</li> <li>4. 非正式學習</li> <li>5. 研討會</li> <li>6. 輪調</li> <li>7. 數位學習</li> </ol>

	<p>【註5】 銷售技巧可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 完成銷售</li><li>2. 銷售的介入</li><li>3. 贏得客戶</li><li>4. 談判技巧</li><li>5. 電話中的溝通聯繫</li><li>6. 銷售介入</li><li>7. 支付安全</li><li>8. 搭配銷售</li><li>9. 以舊換新</li><li>10. 交易</li></ol> <p>【註6】 企業客戶可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 商業公司</li><li>2. 社區和非營利組織</li><li>3. 有一般或特別需求的</li><li>4. 政府</li><li>5. 內部業務單位和部門</li><li>6. 新客戶或老客戶</li><li>7. 不同社會，文化和種族背景的</li><li>8. 不同的生理和心理能力</li><li>9. 公共機構或組織</li></ol> <p>【註7】 區域可以依下列面向定義：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 客戶數</li><li>2. 人口結構</li><li>3. 企業規模，類型和地點</li><li>4. 區域大小、地理位置和地理分佈</li></ol> <p>【註8】 銷售、服務和績效的策略可以根據下列變化：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 產品或服務</li><li>2. 推廣策略：</li><li>3. 持續時間</li><li>4. 循環</li><li>5. 區域或地區覆蓋</li><li>6. 產品</li></ol>
--	--

	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. 服務重點銷售</li> <li>8. 目的</li> <li>9. 目標，如： <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 價錢</li> <li>■ 利潤</li> <li>■ 品牌佔有率</li> <li>■ 市場佔有率</li> <li>■ 銷售結果</li> </ul> </li> </ol> <p>【註9】 資源可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 相關資訊</li> <li>2. 培訓資料</li> <li>3. 工作場域的設備和技術</li> </ol> <p>【註10】 優勢和好處可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 相關促銷</li> <li>2. 關聯銷售</li> <li>3. 市場占有率</li> <li>4. 展示或銷售的作品</li> <li>5. 價錢</li> <li>6. 促銷搭售</li> <li>7. 品質</li> <li>8. 銷售量</li> </ol> <p>【註11】 交易條款可能受下列因素影響：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持續改進</li> <li>2. 成本和價格分析</li> <li>3. 勞務要求</li> <li>4. 基礎設施和資本支出的要求</li> <li>5. 知識產權和技術的權利</li> <li>6. 市場地位</li> <li>7. 組織系統的集權或分權性</li> <li>8. 計畫週期</li> <li>9. 風險分擔</li> <li>10. 供應鏈管理</li> <li>11. 商定條款和條件</li> </ol>
--	---

	12. 價值管理
--	----------