

職能單元代碼	KPS5R0870v2
職能單元名稱	建立零售關係和維持客戶忠誠度
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、審查客戶關係管理系統</p> <ol style="list-style-type: none"> 確定和溝通審查組織的客戶關係管理 (CRM) 系統的目標，並讓員工參與過程 評價組織客戶關係數據收集和分析程序，以評估當前業務需求 研究 CRM 系統和程序創新，以及評估對組織需求的適用性 研究和選擇客戶分析數據，以幫助組織建立可持續性競爭優勢 考慮和記錄提案以增強當前組織 CRM 能力並分發給相關人員 根據職責範圍選擇和實施提案 <p>二、監測和分析客戶行為</p> <ol style="list-style-type: none"> 辨識客戶行為分析目標，並讓員工參與過程 監控客戶關係數據蒐集，以確保加強 CRM 系統和程序實施，並提供價值 查看當前客戶關係和忠誠度，並為增強結果設定目標 研究客戶對新興產品、服務和戰略需求，並評估對業務目標的適用性 分析內部和外部數據，以識別客戶行為趨勢並預測未來的偏好 與員工團隊和其他相關人員討論調查結果，以確定短期和長期要解決趨勢和偏好 <p>三、選擇和計劃活動和優惠方案</p> <ol style="list-style-type: none"> 識別和交流活動，優惠和目標，並讓相關工作人員參與選擇規劃的過程 回顧客戶參與和回應過去活動的優惠和計劃，以確定改進方向和新想法 查看 CRM 和外部客戶數據資料，以確定不同客戶目標

	<p>群體的潛在關係</p> <p>4. 研究建立客戶關係和忠誠度的新興戰略，評估業務目標的適用性</p> <p>5. 與工作人員團隊和其他相關人員協商，選擇具有成本效益的活動，優惠和實施計劃</p> <p>6. 引導團隊員工規劃和調度事件，優惠和計劃</p> <p>四、宣傳活動、優惠方案</p> <p>1. 準備活動報價和計劃的設備和材料</p> <p>2. 協調每次活動報價或計劃相關事宜</p> <p>3. 管理推廣活動，優惠和計劃</p> <p>4. 了解客戶對事件，優惠和計劃的反應，根據實際需求改進</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通技能</p> <p>二、識字和算術技能</p> <p>三、規劃和組織技能</p> <p>四、解決問題技能</p> <p>五、技術技能操作訊息和通信技術系統軟體（包括社交媒體）</p> <p>六、研究技能，定位和分析相關訊息</p> <p>七、團隊領導技能</p>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、為客戶銷售和服務分析報告戰略需求</p> <p>二、客戶關係管理系統（包括社交媒體）</p> <p>三、客戶類型和需求</p> <p>四、數據收集和處理技術</p> <p>五、有關客戶關係管理的法定要求，包括工作場域衛生與安全（WHS）要求</p> <p>六、零售行業資訊網絡和資源</p> <p>七、存儲和程序策略</p> <p>八、存儲和區域商品和服務範圍</p> <p>九、不同客戶類型需求，包括功能性和心理</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據</p> <p>1. 引導員工積極參與 CRM 系統和審查程序</p> <p>2. 諮詢選擇並實施改進 CRM 功能</p> <p>3. 引導員工積極參與：</p>

	<p>(1) 客戶關係和忠誠度審核 (2) 計劃和安排活動，優惠和計劃</p> <p>4. 制定目標，提高忠誠度 5. 識別客戶趨勢和喜好 6. 管理推廣活動優惠 7. 審查客戶對事件，優惠和計劃反應</p> <p>二、評量所需情境與特定資源</p> <p>1. 零售工作環境 2. 客戶分析數據 3. 新客戶和回顧客戶 4. 客戶關係管理系統，包括書面程序 5. 零售客戶服務和銷售團隊</p> <p>三、評量方法</p> <p>1. 工作場域的表現觀察 2. 角色扮演 3. 客戶的回饋意見 4. 回答有關具體的技能和知識的問題 5. 審查證據組合和第三方工作場所績效表現報告</p>
說明與補充事項	無