

職能單元代碼	KPS2R0830v2
職能單元名稱	推薦保健食品（適用：保健食品銷售諮詢人員）
領域類別	行銷與銷售/專業銷售
職能單元級別	2
工作任務與行為指標	<p>一、研究和瞭解商品知識</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過取得相關資訊來源瞭解商品知識</li> <li>2. 研究和應用比較商品</li> </ol> <p>二、確認健康和營養商品</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據相關商品訊息確認保健商品系列</li> </ol> <p>三、推薦保健和營養商品</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 應用商品知識，建議客戶和其他可拿到商品的工作人員</li> <li>2. 根據法律要求，以協助客戶購買決定以及傳達商品資訊</li> <li>3. 根據商店的策略和程序推銷特價和新的生產線給客戶</li> <li>4. 根據商店策略推薦搭配的商品給客戶</li> </ol> <p>四、對健康和營養服務的建議</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在適用情況下，根據商店策略和程序商品，服務和輔助療法諮詢服務給客戶提供建議</li> <li>2. 問客戶根據問題性質，提供商品資訊和商店策略確定問題並提供解決方案性質</li> <li>3. 在適用情況下，根據顧問可用性，安排輔助療法諮詢服務</li> </ol>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、人際溝通技巧</p> <p>二、商品標籤判別能力</p>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、商店政策和程序方面</p> <p>二、店內的健康和營養商品和服務範圍，包括季節性促銷</p> <p>三、適應症及健康和營養商品適應症禁忌</p> <p>四、實踐相關的行業規範</p> <p>五、相關法律和法定要求，包括消費者保護法</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"> <li>1. 採用商店策略和程序與消費者保護法，和有關健康和營養商品和服務銷售的立法要求</li> <li>2. 對於目前店內健康商品和服務應用於商品知識不斷地更新，為客戶和員工提供全面諮詢</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 建議客戶並告知保健品適用範圍，包括商品類型、用途、特性和優勢、價格，基本的生產方式</li> <li>4. 建議客戶，提供並安排相關治療諮詢</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 零售工作環境</li> <li>2. 商品資訊有關來源</li> <li>3. 相關文件，如： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 商店策略和程序手冊</li> <li>(2) 實踐和相關立法行業規範</li> <li>(3) 健康和營養商品和服務</li> </ol> </li> <li>4. 具有不同需求的客戶群</li> </ol> <p>三、評量方法</p> <p>應使用一系列的評量方法來評量實務技能和知識。適用本單元的範例如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在工作場域的表現觀察</li> <li>2. 從主管的第三方報告</li> <li>3. 角色扮演</li> <li>4. 客戶的回饋意見</li> <li>5. 書面或口頭回答有關具體的技能和知識的問題</li> <li>6. 檢閱證明文件和第三方在職表現的職場報告</li> </ol> <p>四、評量輔助資訊</p> <p>建議整體評量與產業部門、職場、職位相關的其他單位</p>
說明與補充事項	<p>【註1】 商品知識可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 類型</li> <li>2. 目的</li> <li>3. 基本製作方法</li> <li>4. 特性和優點</li> <li>5. 價錢</li> <li>6. 儲存需求</li> <li>7. 保存期</li> <li>8. 商品使用指徵</li> <li>9. 禁忌症對傳統和替代藥物和治療</li> </ol> <p>【註2】 資訊來源可能包括：</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商店或供應商商品手冊</li> <li>2. 小冊子</li> <li>3. 商品標籤</li> <li>4. 網際網路</li> <li>5. 指定員工</li> <li>6. 商品研討會</li> </ol> <p>【註3】 商品間比較可能涉及到：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 特性和優點</li> <li>2. 製作方法</li> <li>3. 價錢</li> <li>4. 儲存需求和保存期</li> </ol> <p>【註4】 商品範圍包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有機食品和遺傳修飾生物體 ( GMO ) 自由</li> <li>2. 營養補充劑如： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 維生素，礦物質，氨基酸等的營養補充</li> <li>(2) 草藥和順勢療法商品</li> <li>(3) 細胞鹽</li> <li>(4) 食品補充劑</li> <li>(5) 運動補劑和飲料</li> <li>(6) 特殊膳食食品</li> </ol> </li> <li>3. 輔助藥品和治療方法</li> <li>4. 天然化妝品</li> <li>5. 健康設備，如： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 濾水器</li> <li>(2) 磁性商品</li> <li>(3) 水晶</li> </ol> </li> <li>6. 散裝，預包裝，冷凍或新鮮農商品</li> <li>7. 糖果，點心和飲料</li> <li>8. 書籍</li> <li>9. 音樂</li> </ol> <p>【註5】 客戶可以包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 那些常規或特殊要求，包括飲食要求</li> <li>2. 經常和新客戶</li> </ol>
--	---

	<p>3. 一系列社會，文化和種族背景，並具有不同的生理和心理能力的人</p> <p>【註6】工作人員可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 新的或現有的工作人員</li><li>2. 全職，兼職或臨時</li><li>3. 語言和文化不同級別的人</li><li>4. 一系列文化，社會和種族背景的人</li></ol> <p>【註7】法律要求可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 消費者法</li><li>2. 食品安全法規</li><li>3. 貿易慣例和公平交易行為</li><li>4. 廢物處理</li><li>5. 有害物質及危險品</li><li>6. 環保</li><li>7. 定價程序，包括 GST 要求</li><li>8. WHS</li><li>9. 隱私法</li><li>10. 習俗規定</li></ol> <p>【註8】政策和程序，在以下方面：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 銷售健康和營養商品和服務</li><li>2. 與客戶互動</li><li>3. 安排約談時間</li></ol> <p>【註9】補充商品可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 草藥，順勢療法和芳香療法商品</li><li>2. 其他自然和傳統療法（如中國，印度草藥，巴赫花精）</li><li>3. 按摩油</li><li>4. 個人衛生用品</li><li>5. 自然彩妝商品</li></ol>
--	--