

職能單元代碼	KPS5R0282v2
職能單元名稱	發展產品知識
領域類別	行銷與銷售/專業銷售
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、獲取特定領域的產品知識：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辨識產品【註1】的資訊來源【註2】並評估其可信度與有效性 2. 辨識產品目的與用途 3. 辨識產品主要功能與特色【註3】 4. 辨識產品優勢與劣勢 5. 闡明保證與保固，並確認服務支援細節 <p>二、轉換產品知識為效益：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辨識具有潛在吸引力的產品特色 2. 介紹具有吸引力的產品 3. 在符合組織需求【註4】及法令的前提下，簡介產品效益 <p>三、評估競爭對手的產品</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 蒐集資訊以辨識競爭者產品 2. 比較自家產品與競爭對手產品間的產品特色、效益、優勢與劣勢 3. 建立公司產品與競爭對手產品間的相對地位，並向消費者傳達
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、組織與競爭對手產品的特性、效益、優勢與劣勢</p> <p>二、產業競爭者、趨勢及發展</p> <p>三、組織架構、角色與責任、政策、程序、產品標示與說明</p> <p>四、潛在消費市場</p> <p>五、購買與銷售產品與服務所使用的流程</p> <p>六、識別與綜覽影響業務經營的各級政府相關法規、工作守則以及國家標準</p> <p>七、道德原則</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、彙整口頭與非口頭資訊的資訊管理技能。</p> <p>二、解釋銷售數據及彙整來自各種口頭與非口頭資訊的書寫與計算技能</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 比較競爭者所提供之產品的主要功能/特色和效益

	<p>2. 公司所展現的產品知識 3. 介紹自家產品的主要功能和效益</p> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 真實的工作場所或模擬的環境2. 公司及競爭者產品、服務與構想的相關資訊3. 辦公設備與資源 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 綜合審查受評者提供的績效證據及第三方提供的工作表現報告2. 觀察對於顧客或模擬顧客展示的主要功能與效益3. 口頭或書面詢問組織與競爭者產品的特色、效益、優勢與劣勢4. 特定領域中有關產品的訊息來源的鑑定與評估5. 評估所界定的競爭者產品優勢與劣勢
說明與補充事項	<p>【註1】產品可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 商品● 構想● 服務 <p>【註2】訊息來源可能包括：</p>

	<ul style="list-style-type: none">● 協會● 產品目錄● 競爭者銷售人員的主張● 競爭者網站● 競爭者銷售資料● 外部銷售資訊來源，如倉庫提貨● 內部銷售資訊紀錄● 其他公司人員● 銷售會議● 貿易協會雜誌● 貿易展示會 <p>【註3】特色可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 品牌● 顏色● 原產國● 契約● 製造商● 產品保養細節● 安全面向● 保存期限● 尺寸● 風格、規格、式樣● 注意事項 <p>【註4】組織需求可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 所需顧客服務水準● 工作場所中可參考有關政策與程序的正式文件
--	--