

職能單元代碼	KPS5R1569v2
職能單元名稱	談判及管理銷售將其完銷或交屋
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、客戶資格</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據代銷公司要求，與客戶建立合宜的關係，並及時處理其疑問，以確保給予高品質服務 2. 善用人際溝通技巧，釐清並評估客戶要求 3. 提供潛在客戶期望資訊，並協助尋找最符合需求的產品 <p>二、提供客戶資訊</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與客戶討論文件預備及呈現，以利不動產銷售推廣 2. 鼓勵客戶說明其需求，並協助其作出明智的選擇 <p>三、主持談判</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 於談判中與客戶說明可能影響銷售成功與否的要素 2. 根據代銷公司要求，維護客戶雙方當事人關係 3. 執行動計畫，以協助談判順利成功完銷 4. 處理客戶雙方的潛在衝突，並以客戶雙方雙贏方式解決問題，以利完銷 5. 適當參考法律及產業要求以及客戶雙方要求，完成銷售文件 <p>四、執行合約</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供出價的完整資訊，並依據銷售選擇，協助做出明智決定 2. 收好訂金並做出合宜的安排，便於結算時的管理工作 3. 依據法律及代銷公司要求，完成合約交換工作 4. 依據法律要求，蒐集客戶回饋，並交予參與銷售的職員及代銷業務員依據有利的證據，提出未來銷售流程走向及成交率的建議 <p>五、合約管理直至交屋</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據代銷公司及法律要求的方式完成標準及特殊情況 2. 依據代銷公司實務監控合約進度 3. 根據代銷公司實務監督提供專業人士協助及管理進度
職能內涵 (K=knowledg 知識)	<p>一、代銷業務的不動產架構</p> <p>二、與銷售流程相關的衝突解決技術</p>

	<p>三、人際溝通及談判技巧</p> <p>四、取得並分析客戶或客戶意見及回饋的機制</p> <p>五、客戶服務及銷售的組織政策及流程，包括道德行為及行銷流程</p> <p>六、與買賣雙方溝通疑慮的原則及技術</p> <p>七、不動產銷售的原則及技術</p> <p>八、瞭解相關的中央政府法律、地方政府規章，包含：兩性平等就業法、不動產經紀業管理條例、消保法環境議題、公平法、預售屋履約保證機制、勞基法、透過不動產代銷業出售不動產、不動產經紀業管理條例</p> <p>九、與各項交易相關的風險要素</p> <p>十、服務標準及最佳實務典範</p> <p>十一、面對不同客戶緊急情況的銷售技術種類及利益、限制</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、評估有關不動產銷售的各種資訊</p> <p>二、判定最適合的銷售方法</p> <p>三、確認當前市場趨勢及產品定位談判及執行合約的人際溝通技巧談判技巧</p> <p>四、理解並遵守相關法律要求</p> <p>五、與客戶及其代理人及其他人員聯繫</p> <p>六、取得與不動產銷售相關的資訊，並提供銷售流程及進度資訊</p> <p>七、與社會、文化、國籍背景，不同的身心素質的群體建立人際關係技巧</p> <p>八、解決潛在的談判困難、客戶雙方疑慮和問題、以及銷售過程中產生的衝突</p> <p>九、選擇、使用適合的技術</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵證據</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 運用規則及方法，正確理解會影響不動產業務的法規 2. 運用方法即時追蹤法律修訂 3. 運用策略即時向適當人士傳達法規和修正案 4. 確認會影響機代銷公司運作之法律及行業行為準則變更 5. 影響不動產業務的一般原則，如法規及行業行為準則 <p>二、評量情境與具體資源</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與他人互動，進行開發過程的合作性質

	<p>2. 取得所需資源</p> <p>3. 適當情境與模擬環境</p> <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 獲得合適模擬或真實機會和資源，以展現能力 2. 可能包括個人計劃和評量記錄簿的評量工具 3. 獲得認證機構的評量服務 <p>四、其他</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能力展現需經長時間觀察，能否勝任該角色的工作範疇，能否遵循工作場域的實務標準 2. 若評量屬結構式學習經驗的一部份，證據必須包含不同時間點的表現，並與進一步的學習及實務分開評量。唯有評量者對該人員的能力深具信心，才能評斷其能力 3. 所有屬於結構式學習經驗的評量皆須包含直接、間接與補充證據
說明與補充事項	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客戶關係，包含：產生、建立信心並相信代銷公司和代銷公司代表，使客戶或客戶感到被重視，促進並維持與客戶或客戶間的良好關係 2. 代銷公司要求，包括：公平原則及實務方針，經營及執行計畫，道德標準目標、目的、計畫、系統及流程，合法及道德要求及實務守則，任務陳述及策略計畫，職業衛生全實務、流程及企劃，隱私及保密要求，品質及持續改進流程及標準，品保及程序手冊（包括業務及客戶連絡流程手冊） 3. 人際溝通技巧包括：主動聆聽，提供客戶或客戶機會釐清對銷售流程的理解，委婉提問並取得買客戶或客戶回饋確認自身對其需求及期望的理解，概述或引述確認理解客戶或客戶的訊息，善用肢體語言 4. 資訊包括：各種購買及購買選項的益處、客戶對不動產銷售或租賃的看法、不動產檔案夾、對不動產感興趣的程度、向潛在客戶包裝展示銷售方案 5. 因素包括：預約安排、客戶能力、客戶社會地位、客戶本質、客戶需求、保密協議、第三方當事人介入談判過程、與銷售相關的法律文件及協議、客戶動機及要求 6. 行動計畫包括：安排收取押金、安排合適的視察時間、保障

	<p>客戶初始權益的安排、安排並協助盤點注意法律要求（準備及交換法律文件）、應變計畫以因應變異及解決問題、制定合約條款、在直接或透過第三方/仲介的談判過程中維持當事人關係的技巧、時間安排的策略、潛在衝突（存貨、配件及設備、估價及判定友好程度）、其他代銷公司或其他當事人介入、價格、價格結構、員工未來權益的責任、銷售流程、時間安排、讓渡及過渡期安排</p> <p>7. 法律及產業要求包括：公平原則及實務方針，經營及執行計畫（組織目標及目的），產業及機構行為及實務守則、道德守則，不動產銷售或提供不動產銷售經紀服務的法律及法定要求，職業衛生安全守則、指南及計畫，組織守則、指南及計畫，與自身職責、責任、授權相關的流程，記錄及資訊系統，回報及溝通架構，雇用條款及條件</p> <p>8. 客戶雙方要求包括：闡釋不動產結構，迅速出售的需求，作業透明度需求，判斷所有權；具體說明設施、裝備、配備和設備的需求，加盟讓渡協議，變更安排，不動產名稱使用</p> <p>9. 回饋來自：與現有及過往客戶正式及非正式討論，潛在客戶提供的資訊，組織內部或外部參與評估過程的當事人所提供的資訊，行銷收益數據，銷售及最後結果</p> <p>10. 標準及特殊狀況包括：額外選項，分配新租約、選項、執照，執照及許可證更新或轉移，智慧財產（不動產名稱、專利和版權），商標，網域名稱及電子郵件地址，電話及傳真號碼</p> <p>11. 專業人士包括：會計師、資助人及金融機構、地主及管理人、法律顧問、執照代辦、不動產轉移</p>
--	---