

職能單元代碼	KMA4R2134v2
職能單元名稱	分析直接行銷資料庫
領域類別	行銷與銷售 / 市場分析研究
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、 搜集資料</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 決定取得資料之目的 2. 確認並分析資料要求 3. 評估並選擇適當<u>資料庫系統</u>【註1】或資料庫管理服務 4. 利用<u>適當途徑</u>【註2】，自外部供應商收集 5. 根據組織程序與<u>法令道德要求</u>【註3】，正確輸入儲存資料 <p>二、 增強、<u>清除與更新</u>【註4】資料</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據組織要求，存取資料 2. 檢查「不打電話」、「不發郵件」清單 3. 移除資料庫內重覆項目 4. 定期清除並更新資料檔案，以維持準確性 5. 決定是否將資料加強工作外包 <p>三、 分析並運用資料於直接行銷資料</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據<u>人口統計特性</u>【註5】、<u>心理變數特性</u>【註6】與行為特性【註7】剖析資料 2. 檢核資料品質 3. 以交叉銷售、增值機會與消費者行為改變確認資料庫欄位 4. 利用資料分析結果，就新直接行銷提議或其他直接行銷目的進行設計或測試 5. 根據分析發現結果，修改現行直接行銷提議或其他行銷活動
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、 來自可能影響業務運作之所有政府與國家的相關法令條款；例如：臺灣有關行銷的相關組織之直接行銷行為守則、隱私權法、貿易實務法</p> <p>二、 組織政策、程序、產品、服務及結構</p> <p>三、 資料記錄、歸檔與分類之原則與技術</p> <p>四、 用於直接行銷的資料庫軟體應用範圍</p>

職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none">一、 於直接行銷資料庫內儲存、記錄、收回與更新消費者資訊之資訊管理技能二、 以消費者資料進行數據分析之技能三、 時間管理技能四、 取得清單與消費者資訊之研究和資料搜集技能五、 使用電話系統與電腦等系列辦公室設備、以及系列軟體（例如試算表、文字處理套件、資料庫）之科技技能
評量設計參考	<ul style="list-style-type: none">一、 評量證據<ul style="list-style-type: none">1. 搜集、儲存及正確維護用於直接行銷活動中之客戶或潛在客戶資料2. 根據指定特性區隔剖析客戶資料3. 分析資料，以便確認直接行銷機會與資料品質4. 利用資料設計或修改行銷活動5. 相關法令、守則與標準等知識二、 評量情境與資源<ul style="list-style-type: none">1. 取得現有客戶清單與資料庫之使用權2. 取得辦公室設備與資源之使用權三、 評量方法<ul style="list-style-type: none">1. 資料分析活動之書面報告評量2. 直接提問結合證據卷宗之檢視，以及第三方提供受評者工作績效之工作場域報告3. 觀察分析、區隔及剖析結果之展示，或確認取自資料之行銷機會4. 觀察資料庫維運情形5. 口頭或書面提問6. 檢視來自工作場域或培訓環境之認證文件7. 檢視團隊成員、工作同仁、主管或經理之見證8. 建議以產業類別、工作場域及工作角色相關之其他單元進行完整評量

說明與補充事項	<p>【註1】 資料庫系統：如微軟資料庫管理系統（Access）；微軟試算表軟體（Excel）；公司內部客製化資料庫等。</p> <p>【註2】 適當途徑：如取得客戶清單；會議、貿易集會與展覽期間所得名片；競爭狀況表；自名單仲介處取得清單；維護表格等。</p> <p>【註3】 法令道德要求：如實務守則，臺灣有關行銷的相關組織之實務守則；文化期待與影響；道德原則；相關立法，例如：(著作權、隱私權)；政策指南；法規；社會責任；社會期待等。</p> <p>【註4】 清除與更新：如處理無法投遞信函；處理退訂；輸入聯絡資料與付款明細之變更；管理退回郵件；移除重覆資料；信函退回至寄件人等。</p> <p>【註5】 人口統計特性：如年齡；出生日期及地點；身心障礙者；教育；母語；性別；家庭收入；婚姻狀態；國籍；子女人數及年齡；職業等。</p> <p>【註6】 心理變數特性：如活動；關聯；態度；興趣；生活方式；意見；政治觀點；價值等。</p> <p>【註7】 行為特性：如買方利潤導向；買方忠誠度；買方準備程度；買方使用狀態等。</p>
---------	---