

職能單元代碼	KMC4R2758v3
職能單元名稱	執行數位行銷市場分析
領域類別	行銷與銷售 / 行銷傳播
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、確定市場分析範疇</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認蒐集市場資訊的目的、需求及數據途徑。</li> <li>2. 依組織產品定位與分析需求，蒐集市場資訊與符合數位行銷相關法規，並判別所蒐集的資訊其適當性與可用性。</li> <li>3. 蒐集數位行銷活動歷史資訊。</li> </ol> <p>二、定位市場與客群</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使用適切的分析方法，進行資料的統計及分析。</li> <li>2. 盤點與分析組織內部經營的優勢與劣勢，以決定行銷標的物之市場定位。</li> <li>3. 歸納組織優勢與劣勢及所面對之機會與威脅，確認競爭策略並找出相對優勢之行銷標的物。</li> <li>4. 依產品市場定位，找出潛在客群並確認其偏好與需求。</li> </ol> <p>三、分析競爭對手</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使用適切的方法，蒐集競爭對手的相關資料，並進行統計及分析。</li> <li>2. 盤點競爭對手的優勢與劣勢，找出潛在客群，完成競爭對手分析比較表。</li> </ol>
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 分析報告</li> <li>• 競爭對手分析比較表</li> </ul>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 產業現況與發展趨勢</li> <li>• 組織政策與流程</li> <li>• 市場分析範疇與架構</li> <li>• 市場分析方法</li> <li>• 數位行銷相關法規</li> <li>• 數位行銷概論</li> <li>• 財務報表概念</li> <li>• 統計方法</li> <li>• 組織產品與競品分析</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者行為模式</li> </ul>
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 資料蒐集與判斷能力</li> <li>• 資訊科技工具應用能力</li> <li>• 資料分析能力</li> <li>• 數據統計與分析能力</li> <li>• 市場定位能力</li> <li>• 客群分析能力</li> </ul>
說明與補充事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 數位行銷相關法規：如公平交易法、廣告物管理辦法、消費者保護法、個人資料保護法、反歧視相關法規（如身心障礙者權益保障法）及智慧財產權相關法規（如著作權法、商標法、專利法、營業秘密法）等。</li> </ul>