

|                          |  |
|--------------------------|--|
| 職能單元代碼                   | KMC3R0135v2  |
| 職能單元名稱                   | 產品與服務促銷  |
| 領域類別                     | 行銷與銷售/行銷傳播   |
| 職能單元級別                   | 3  |
| 工作任務與行為指標                | <p>一、規劃促銷活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認並評估促銷活動【註1】，確保與公司政策要求【註2】一致</li> <li>2. 根據組織行銷需求，規劃並排定促銷活動的時間表</li> <li>3. 向指定的個人和團體【註3】諮詢，決定整體促銷活動</li> <li>4. 確保時間表和促銷活動成本與預算投入資源一致</li> <li>5. 發展行動計畫，提供促銷服務和產品的細節</li> </ol> <p>二、協調促銷性活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確保人員和資源【註4】能支援促銷活動，以幫助達成促銷目標</li> <li>2. 確認促銷服務的角色職責和責任【註5】，並分配給相關人員</li> <li>3. 建立提升組織正面形象方式，與目標團體進行關係聯繫</li> <li>4. 使用網絡【註6】協助促銷活動的執行</li> </ol> <p>三、評量並報告促銷活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分析目標對象的回饋和數據判定提供產品和服務促銷活動的影響</li> <li>2. 評估規劃流程的有效性以確認在未來活動的可能改善方向</li> <li>3. 蒐集回饋【註7】並提供給牽涉促銷活動的人員和機構</li> <li>4. 分析成本和時間表以評估從促銷活動產生的效益</li> <li>5. 準備證據以對未來促銷活動的方向提供建設性建議</li> </ol> |
| 職能內涵<br>(K=knowledge 知識) | <p>一、來自政府各種形式影響企業營運面向的法律、工作守則和國家標準的關鍵規定</p> <p>二、組織宣傳活動的規劃流程</p> <p>三、組織行銷計畫和有關的預算</p>   |
| 職能內涵<br>(S=skills 技能)    | <p>一、閱讀各種文本、準備一般資訊和文件、和根據目標受撰寫正式和非正式信函的讀寫技能</p> <p>二、針對任務選擇並使用適當技術的技術技能</p> <p>三、管理宣傳活動的意外事故的問題解決技能</p>  |

|         |   |
|---------|---|
|         | 四、分析數據並比較時間表和針對預算的宣傳成本的計算技能   |
| 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"> <li>1. 設計並提供宣傳簡報</li> <li>2. 評估宣傳性影響</li> <li>3. 在組織內簡介並推廣宣傳性策略</li> <li>4. 評估並簡報客戶滿意度</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 進入實際工作場所或模擬環境</li> <li>2. 取得辦公室設備和資源</li> <li>3. 產品/服務和宣傳性策略的案例</li> </ol> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 直接詢問由受評者工作績效證明和第三方工作場所報告文件所組合而成的評量</li> <li>2. 對於個案研究和情境回應的分析</li> <li>3. 技術的證明</li> <li>4. 簡介的觀察</li> <li>5. 書面報告的評估</li> </ol> |
| 說明與補充事項 | <p>【註1】促銷活動可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 廣告</li> <li>● 媒體發表會</li> <li>● 產品發表會</li> <li>● 網頁</li> </ul> <p>【註2】公司政策要求可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 平等原則及實務</li> <li>● 保密性和安全性要求</li> <li>● 定義資源參數</li> <li>● 倫理道德標準</li> <li>● 歸檔和文件儲存流程</li> <li>● 目標、目的、計畫、系統和流程</li> <li>● 法律和組織政策、指導方針和要求</li> <li>● 職業安全衛生政策、程序和方案</li> <li>● 價格和折扣政策</li> <li>● 品質和持續改善流程和標準</li> <li>● 品質保證和/或程序手冊</li> </ul>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 更換和退款政策和程序</li></ul> <p>【註3】指定的個人和團體可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 同事</li><li>● 委員會</li><li>● 客戶</li><li>● 外部組織</li><li>● 產品線管理</li><li>● 監督者</li></ul> <p>【註4】人員和資源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 管理</li><li>● 行銷基金</li><li>● 組織人員</li><li>● 宣傳產品</li><li>● 樣本</li><li>● 技術</li><li>● 時間</li><li>● 地點</li></ul> <p>【註5】角色職責和責任可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 工作守則</li><li>● 工作描述和就業安排</li><li>● 行銷計畫</li><li>● 與工作職責有關的組織政策</li><li>● 技能、訓練和能力</li><li>● 監督和責任要求，包括職業安全衛生</li><li>● 團隊結構</li></ul> <p>【註6】網絡可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 公司</li><li>● 客戶</li><li>● 內部</li><li>● 媒體宣傳</li><li>● 專業機構</li><li>● 社會團體</li></ul> <p>【註7】回饋可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 客戶/顧客回應</li></ul> |
|--|--|

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 員工資料</li><li>● 銷售訂單</li><li>● 市場佔有率數據</li><li>● 焦點團體</li></ul> |
|--|--|