

職能單元代碼	KMC4R0278v3
職能單元名稱	規劃建案行銷溝通計畫
領域類別	行銷與銷售 / 專業銷售
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、確認行銷傳播的需求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與業主確認行銷目標。 2. 獲得業主和產品的資訊。 3. 與業主評估行銷傳播的可能結果。 4. 依據預算，與業主確認行銷傳播操作之分配。 <p>二、設計整合行銷溝通策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據行銷計畫，選擇適合的行銷傳播方式。 2. 分析比較各種行銷傳播方式與媒體的優劣勢。 3. 評估媒體風格，確認其符合提案產品或服務的品牌特色。 <p>三、規劃行銷媒體</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 選擇符合產品或服務行銷計畫需求的媒體載具。 2. 規劃符合目標對象的主要和次要行銷媒體。 3. 確認行銷媒體須符合行銷計畫、業主需求及相關法律道德規範。 <p>四、開發創意提案</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 偕同企劃設計等相關人員，依據業主及客戶的需求，選擇具有創意的內容及提案。 2. 向業主及客戶說明提案內容及相關資訊，並視需求調整。
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> • 行銷需求確認紀錄 • 創意提案內容
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客關係經營與管理 • 多媒體行銷及應用 • 媒體企劃與購買 • 消費者行為心理學 • 整合行銷傳播 • 策略品牌管理 • 廣告與傳播倫理 • 創意思考與設計

	<ul style="list-style-type: none"> • 簡報製作知識及技巧
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> • 資料蒐集能力 • 問題分析能力 • 溝通協調能力 • 資訊科技應用能力 • 估價計算能力 • 組織及規劃能力 • 外部環境認知與評估能力 • 數位行銷能力 • 商業文書軟體應用能力
說明與補充事項	<ul style="list-style-type: none"> • 業主：如建商、開發商、地主及起造人等。 • 客戶：如購屋者、一般消費大眾等。