

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"> <li>1. 與業主確認行銷目標。</li> <li>2. 獲得業主和產品的資訊。</li> <li>3. 與業主評估行銷傳播的可能結果。</li> <li>4. 依據預算，與業主確認行銷傳播操作之分配。</li> </ol> <p>二、設計整合行銷溝通策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依據行銷計畫，選擇適合的行銷傳播方式。</li> <li>2. 分析比較各種行銷傳播方式與媒體的優劣勢。</li> <li>3. 評估媒體風格，確認其符合提案產品或服務的品牌特色。</li> </ol> <p>三、規劃行銷媒體</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 選擇符合產品或服務行銷計畫需求的媒體載具。</li> <li>2. 規劃符合目標對象的主要和次要行銷媒體。</li> <li>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。</li> </ol> <p>四、開發創意提案</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>2. 向業主及客戶說明提案內容及相關資訊，並視需求調整。</li> </ol>
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 行銷需求確認紀錄</li> <li>• 創意提案內容</li> </ul>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客關係經營與管理</li> <li>• 多媒體行銷及應用</li> <li>• 媒體企劃與購買</li> <li>• 消費者行為心理學</li> <li>• 整合行銷傳播</li> <li>• 策略品牌管理</li> <li>• 廣告與傳播倫理</li> <li>• 創意思考與設計</li> </ul>

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