

職能單元代碼	KMM3R0103v2
職能單元名稱	行銷微型企業
領域類別	行銷與銷售/行銷管理
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、發展行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 按照企業計畫的目標，分析關鍵產品或服務，以決定行銷活動的重點 2. 評估消費群和目標市場作為小型企業【註1】行銷目標和策略【註2】之基礎 3. 按照事業計畫與相關人員【註3】諮詢，決定符合道德與文化的適當行銷目標和策略 <p>二、決定企業的行銷組合</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 權衡最佳銷售和利潤的產品組合、數量和價格 2. 評估使用不同銷售通路【註4】或提供不同客戶服務水準【註5】的成本和效益，並考量決定行銷組合【註6】的結果 3. 決定適合目標市場的宣傳活動 4. 考量客戶需求和偏好以決定行銷組合 5. 根據市場和企業需求，決定行銷組合 <p>三、執行行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 向參與行銷事務的人員簡介其角色和責任，以確保行銷策略的成功 2. 按照行銷目標和預算要求，規劃和執行促銷活動【註7】 <p>四、監測並改善行銷績效</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根據事業計畫之目標，監測行銷活動並評估企業績效 2. 分析績效差距【註8】並採取改正行動或設定新目標 3. 鼓勵所有相關人員提出改善行銷績效的方法 4. 使用文化上適合的流程，尋求並分析行銷組合所有面向的客戶反應【註9】，以改善目標和結果 5. 進行客戶需求的持續研究以確認改革和改善的機會 6. 監控並調查市場變化的新機會以幫助企業發展
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、產業市場趨勢</p> <p>二、分析行銷策略成本和收益的方法</p> <p>三、發展行銷目標和行銷組合的方法</p>

	<p>四、監控客戶滿意度的方法</p> <p>五、相關市場分析和研究</p> <p>六、相關行銷概念和方法</p>
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、提問、闡明和報告的溝通技能</p> <p>二、研究資訊、分析資料和詮釋市場數據的知識和計算技能</p>
<p>評量設計參考</p>	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 發展行銷策略並選擇適當的小型企業行銷組合 2. 執行並監測行銷策略/計畫以最佳化小型企業成功的機會 3. 相關行銷概念和方法的知識 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 相關文件 2. 在小型企業脈絡下的工作情境 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷策略和行銷績效的監測 2. 口頭或書面詢問，以評估產業市場趨勢的知識 3. 績效差距和已採取改正行動或新設立目標的分析 4. 已執行之宣傳活動的評量
<p>說明與補充事項</p>	<p>【註1】小型企業：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 本單元所稱之小型企業，建議為規模在30人以下之企業 <p>【註2】行銷目標和策略可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 相較於競爭者，達到更低的生產和配銷成本 ● 創造不同的產品線或服務，讓企業成為產業中的領導者 ● 配銷 ● 產品或系列的定價、簡報和展示 ● 產品設計和包裝 ● 產品種類和組合 ● 促銷和廣告 ● 在特別的市場區隔中追求成本領先或產品差異化 <p>【註3】相關人員可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 會計師或其他專業服務 ● 家庭成員、工作團隊成員、分包商、社區成員 ● 加盟事業代理人 ● 融資人、客戶 ● 所有者/經營者、合夥人、董事、股東

	<ul style="list-style-type: none">● 監管機構● 貿易或產業協會 <p>【註4】銷售通路可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 經銷商、轉售商、加盟授權● 分銷商、配送服務、郵購、電話銷售● 自助、批發、零售 <p>【註5】客戶服務水準可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 售後服務● 一對一個人服務● 針對問題/查詢的銷售協助 <p>【註6】行銷組合可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 分銷● 服務水準● 定價● 促銷● 品質、範圍● 安全特色● 技術特色、設計 <p>【註7】促銷活動可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 在國家、市郊或地方新聞報紙的廣告● 電台或電視廣告● 拜訪遊說● 網絡和策略聯盟的發展● 展示海報● 展覽、店內促銷● 參與社區專案● 郵件● 專業/產業期刊● 贊助● 員工培養計畫以提升客戶服務導向● 網站● 口碑、推薦、證明書 <p>【註8】績效差距可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 超過績效目標的成果
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 未達績效目標的成果 <p>【註9】客戶反應可以藉由以下判定：</p> <ul style="list-style-type: none">● 客戶會議、焦點團體訪談● 新業務機會的辨識● 座談會● 銷售聯繫比率● 調查/其他回饋機制● 趨勢分析
--	---