

|                          |  |
|--------------------------|--|
| 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"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ol> <p>二、決定企業的行銷組合</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 權衡最佳銷售和利潤的產品組合、數量和價格</li> <li>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</li> <li>3. 決定適合目標市場的宣傳活動</li> <li>4. 考量客戶需求和偏好以決定行銷組合</li> <li>5. 根據市場和企業需求，決定行銷組合</li> </ol> <p>三、執行行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. 按照行銷目標和預算要求，規劃和執行促銷活動【註7】</li> </ol> <p>四、監測並改善行銷績效</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據事業計畫之目標，監測行銷活動並評估企業績效</li> <li>2. 分析績效差距【註8】並採取改正行動或設定新目標</li> <li>3. 鼓勵所有相關人員提出改善行銷績效的方法</li> <li>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</li> <li>5. 進行客戶需求的持續研究以確認改革和改善的機會</li> <li>6. 監控並調查市場變化的新機會以幫助企業發展</li> </ol> |
| 職能內涵<br>(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>   |
| <b>職能內涵<br/>(S=skills 技能)</b> | <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>  |
| <b>評量設計參考</b>                 | <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. 發展行銷策略並選擇適當的小型企業行銷組合</li> <li>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</li> <li>3. 相關行銷概念和方法的知識</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 相關文件</li> <li>2. 在小型企業脈絡下的工作情境</li> </ol> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 行銷策略和行銷績效的監測</li> <li>2. 口頭或書面詢問，以評估產業市場趨勢的知識</li> <li>3. 績效差距和已採取改正行動或新設立目標的分析</li> <li>4. 已執行之宣傳活動的評量</li> </ol>  |
| <b>說明與補充事項</b>                | <p><b>【註1】</b>小型企業：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本單元所稱之小型企業，建議為規模在30人以下之企業</li> </ul> <p><b>【註2】</b>行銷目標和策略可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 相較於競爭者，達到更低的生產和配銷成本</li> <li>● 創造不同的產品線或服務，讓企業成為產業中的領導者</li> <li>● 配銷</li> <li>● 產品或系列的定價、簡報和展示</li> <li>● 產品設計和包裝</li> <li>● 產品種類和組合</li> <li>● 促銷和廣告</li> <li>● 在特別的市場區隔中追求成本領先或產品差異化</li> </ul> <p><b>【註3】</b>相關人員可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 會計師或其他專業服務</li> <li>● 家庭成員、工作團隊成員、分包商、社區成員</li> <li>● 加盟事業代理人</li> <li>● 融資人、客戶</li> <li>● 所有者/經營者、合夥人、董事、股東</li> </ul> |

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

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