

職能單元代碼	KRM4R0864v2
職能單元名稱	保持企業客戶間良好的商務關係
領域類別	行銷與銷售/零售與通路管理
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、與企業客戶保持密切聯繫</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認每個企業客戶的關鍵聯繫人員</li> <li>2. 與團隊為企業客戶服務共同努力並做出貢獻</li> <li>3. 建立外部關係，提高供應鏈效率</li> <li>4. 確保企業客戶的聯繫符合公司業務政策和程序</li> </ol> <p>二、確定企業客戶的需求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認業務客戶需求的方法</li> <li>2. 諮詢相關客戶聯繫窗口，以檢視業務需求</li> <li>3. 分析當前的業務和宣傳活動，並確定未來的方向</li> <li>4. 概述並確認特定客戶的交易條款</li> <li>5. 確認定價政策和程序</li> <li>6. 運用對當前和未來趨勢的最新預測，來檢視業務發展</li> </ol> <p>三、提高企業客戶的效益和業務關係</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 報告、促進和倡議企業客戶和組織終端消費者的需求</li> <li>2. 制定並使用品質保證和合法程序，來質化和量化業務客戶的需求</li> <li>3. 判斷用以滿足商業客戶服務需求和期望所需的品質標準</li> <li>4. 預期未來的企業客戶需求和因素，並納入管理活動</li> <li>5. 定期針對所提供的服務，向企業客戶提供有效和目標導向的回饋</li> </ol>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、溝通和人際互動技巧</p> <p>二、讀寫能力</p> <p>三、計劃和組織的技能</p> <p>四、解決問題的技能，以預測未來企業客戶的需求</p> <p>五、自我管理技能</p>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、與企業客戶建立關係的相關業務政策和程序</p> <p>二、為客戶提供產品和供應源的資訊來源</p> <p>三、相關法律和法定要求，包括職業健康與安全 ( WHS )</p> <p>四、定價政策</p>

	五、交易條件
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/職能證明之證據</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與企業客戶建立可持續的關係，提供議定的業務成果</li> <li>2. 在給定的區域或企業客戶內，識別關鍵的聯繫人員</li> <li>3. 描述和使用各種手法，來識別企業客戶的具體需求</li> <li>4. 根據業務政策和程序，確認客戶的交易條款</li> </ol> <p>二、評量之情境與評量所需之特定資源</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 一個真實或模擬的銷售工作環境</li> <li>2. 產品資訊的相關來源</li> <li>3. 有關文件，如政策和程序手冊</li> <li>4. 預測當前和未來市場的發展趨勢</li> <li>5. 具有不同要求的各類客戶</li> <li>6. 適當範圍的產品或服務</li> <li>7. 客戶資訊</li> </ol> <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在工作場所中的表現觀察</li> <li>2. 主管的第三方報告</li> <li>3. 客戶的回饋意見</li> <li>4. 書面或口頭詢問，以評估其認識和了解</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】 關鍵聯繫人員可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 內部和外部人員</li> <li>2. 新成員或既有成員</li> <li>3. 來自不同社會，文化和種族背景的人</li> <li>4. 具不同的生理和心理能力的人</li> </ol> <p>【註2】 團隊成員可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 全職人員、兼職人員、臨時人員或承包商</li> <li>2. 來自不同社會，文化和種族背景的人</li> <li>3. 不同職責和職務的人</li> <li>4. 不同語言和閱讀水準的人</li> </ol> <p>【註3】 供應鏈效率可能受到各種因素的影響，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 帳戶管理</li> <li>2. 產品或服務供應的有效性和及時性</li> <li>3. 供應安排和分配系統的效力</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"><li>4. 產品管理</li><li>5. 訊息提供和溝通的品質、準確性和及時性</li></ol> <p>【註4】 可能涉及的業務政策和程序包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 客戶關係管理</li><li>2. 與客戶互動</li><li>3. 定價安排</li><li>4. 銷售及分銷產品和服務</li><li>5. 交易條件</li></ol> <p>【註5】 識別業務客戶需求的方法可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 適當的提問和積極傾聽</li><li>2. 觀察</li><li>3. 檢視銷售記錄</li><li>4. 與下列的口頭或用非語言的交流：<ul style="list-style-type: none"><li>● 客戶聯繫人</li><li>● 工作人員</li><li>● 督導和管理層</li><li>● 供應商</li></ul></li></ol> <p>【註6】 宣傳活動可能包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 廣告</li><li>2. 目錄</li><li>3. 企業或地方活動</li><li>4. 與廣告代理商和顧問合作</li><li>5. 內部和外部的活動</li><li>6. 網路</li><li>7. 報紙</li><li>8. 海報</li><li>9. 廣播或電視</li><li>10. 供應商</li><li>11. 網站</li></ol> <p>【註7】 交易條款可能會受到下列因素影響：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 持續改善</li><li>2. 盡職調查的要求</li><li>3. 基礎設施和資本支出的要求</li></ol>
--	---

	<div>4. 知識產權和技術權利</div> <div>5. 市場地位</div> <div>6. 組織系統的整合性和兼容性</div> <div>7. 計劃週期和時間安排</div> <div>8. 風險分擔</div> <div>9. 供應鏈管理</div> <div>10. 議定的條款和條件</div>
--	--