

職能單元代碼	IDC3R2524
職能單元名稱	透過社群媒體媒合客戶
領域類別	資訊科技 / 數位內容與傳播
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、準備使用社群媒體</p> <ol style="list-style-type: none">1. 審核組織社群媒體需求、方針與程序。2. 研究不同的社群媒體平台並辨別與比較其受眾、功能性與觸及率。3. 研究在社群媒體平台使用的新興趨勢。4. 選擇能符合品牌需求與觸及目標消費者的社群媒體平台。5. 透過外部與內部的資源，尋求能使用在社群媒體平台相關資訊與內容。6. 發展能符合目標對象、品牌文化與社群媒體需求的內容。7. 尋求或創造社群媒體行事曆。 <p>二、使用社群媒體來增加消費者的參與度</p> <ol style="list-style-type: none">1. 創造出能吸引與推廣消費者使用率的原創內容之機會。2. 能及時回覆並以引導方式使消費者能容易取得到所需要的訊息。3. 辨別潛在品牌的危機並採取行動以避免傷害擴大。4. 依照社群媒體的方針與程序及時回覆客訴與相關問題。5. 堅守使用社群媒體的法律與道德規範。 <p>三、提升產品與服務</p> <ol style="list-style-type: none">1. 確認社群媒體市場的營銷機會、過濾發表內容以提升產品與服務品質。2. 視使用社群媒體之目標消費者的需求提供特惠、活動與促銷訊息。3. 發表的內容需符合社群媒體方針與程序。 <p>四、評估社群媒體使用狀況</p> <ol style="list-style-type: none">1. 利用監控工具追蹤社群媒體的活動。

	<ol style="list-style-type: none">2. 確認改善消費者體驗的機會並將其體驗的成果提供建議給相關人員進行改善。3. 改良社群媒體帳戶的使用者體驗以獲得最好的效果。4. 對相關人員報告社群媒體的參與度與觸及率。
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、對於社群媒體使用的組織方針與程序</p> <p>二、使用特定社群媒體平台的規則、規範與條款，包含隱私、垃圾郵件、版權、創作共用...等。</p> <p>三、社群媒體趨勢，包含趨勢平台、消費者行為、趨勢內容...等。</p> <p>四、各種不同的社群媒體平台，包含主要用戶數量統計、主要功能與使用、與商業活動結合、使用性、隱私與安全功能、成本...等。</p> <p>五、使用社群媒體的法律與道德規範，包含使用平台的責任、行銷實務的責任、公平競爭準則、謹慎義務、霸凌與騷擾方針...等。</p> <p>六、社群媒體用戶類別與所帶來的影響，包含網路酸民、憤怒的消費者、被誤導的消費者、不愉快的消費者、恭維的消費者、品牌擁護者...等。</p> <p>七、促銷手法，包含使用社群媒體平台來行銷、推廣產品、推廣特別活動、創造品牌知名度...等。</p> <p>八、回覆消費者在社群媒體發表的內容，包含消費者評論、使用者原創內容、問題、客訴、網路酸民...等。</p> <p>九、社群媒體工具與使用，包含監控、安排社群媒體內容進度、獲取參與及觸及率資料...等。</p> <p>十、社群媒體平台對商業層面所產生深遠的影響，包含消費者評論與使用者原創內容的重要性、在社群媒體建立社群擁護者的價值、可能在當地、國內或國際上的社群媒體產生的危機問題或衝突...等。</p> <p>十一、社群媒體內容的來源與種類，包含產品訊息、影像與照片、連結到其他網站、影片、文字與圖片、最新趨勢、網際網路...等。</p>

職能內涵 (S=skills 技能)	一、使用以下兩個社群媒體平台來吸引消費者：包含過濾與發表適合目標消費者的文字與視覺內容、推廣組織行銷活動、回覆以下兩種消費者在社群媒體所發表的訊息（消費者評論、使用者原創內容、問題、客訴、網路酸民）。 二、評估社群媒體平台在為期一個月時間內的使用效果，包含報告社群媒體的活躍度、針對使用社群媒體的使用改良至少提供一項建議。
評量設計參考	一、評量條件 1. 技能需展現出於產業的工作場所、模擬的產業工作環境。 2. 評量須確保符合相關紀錄（包含對於社群媒體使用的組織方針與程序、使用社群媒體的法律與道德規範）、社群媒體行事曆內容細則（包含主要活動與推廣、重要事件與相關日期、欲發布的內容）、在跨社群媒體平台使用的檔案（包含影像檔案、文字檔案、PDF 檔案、語音檔案、影像檔案、關聯連結檔案）、電腦或手機裝置與網路連結、社群媒體監控工具、社群媒體平台、消費者在社群媒體平台發表訊息、評量活動讓個人能跟上商業速度、掌握時機與產能效益。 3. 評量人員需符合註冊訓練機構的標準條件。
說明與補充事項	無。