

代銷企劃文案職能基準

版本	職能基準代碼	職能基準名稱	狀態	更新說明	發展更新日期
V4	KPS3334-008v4	代銷企劃文案	最新版本	略	2025/06/15
V3	KPS3334-008v3	代銷企劃文案	歷史版本	已被《KPS3334-008v4》取代	2022/12/13
V2	KPS3334-008v2	代銷企劃文案	歷史版本	已被《KPS3334-008v3》取代	2019/12/30
V1	KPS3334-008v1	代銷企劃文案	歷史版本	已被《KPS3334-008v2》取代	2017/10/31

職能基準代碼		KPS3334-008v4			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	代銷企劃文案		
所屬 類別	職類別	行銷與銷售 / 專業銷售		職類別代碼	KPS
	職業別	不動產經紀人		職業別代碼	3334
	行業別	不動產業 / 不動產經營及相關服務業		行業別代碼	L6812
工作描述		不動產代銷個案廣告企劃及文案策略擬定執行。			
基準級別		4			

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能 級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
T1 確認建 案目標市 場	T1.1 區隔 市場	O1.1.1 計 劃草案	<p>P1.1.1 按照行銷計畫，確認區隔市場的原則，並能依此原則取得區隔市場的資訊以區隔市場。</p> <p>P1.1.2 根據行銷目標，檢視市場區隔相關要素，例如規模、潛力、明顯需求、目標對象及媒體使用模式。</p>	4	K01 不動產產業發展基本知識 K02 不動產行銷理論與實務 K03 行銷溝通策略與技巧 K04 產品和服務標準及最佳實踐 K05 市場區隔方法 K06 多媒體的偏好與趨勢	S01 資料蒐集能力 S02 問題分析能力 S03 溝通協調能力 S04 組織及規劃能力 S05 資訊科技應用能力 S06 外部環境認知與評估能力
	T1.2 辨識		P1.2.1 以業主及客戶的需求，並考量環境發展趨	4	K01 不動產產業發展基本知識	S01 資料蒐集能力

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
	與確認目標市場及對象		<p>勢及市場可行性，提出產品或服務之預期使用者的行銷文案與素材偏好。</p> <p>P1.2.2 依據產品或服務的預期使用者，擬定市場區隔變數，以辨識與確認目標市場及（潛在）目標對象。</p>		<p>K02 不動產行銷理論與實務</p> <p>K03 行銷溝通策略與技巧</p> <p>K04 產品和服務標準及最佳實踐</p> <p>K05 市場區隔方法</p> <p>K06 多媒體的偏好與趨勢</p>	<p>S02 問題分析能力</p> <p>S04 組織及規劃能力</p> <p>S05 資訊科技應用能力</p> <p>S06 外部環境認知與評估能力</p> <p>S07 調查與分析能力</p>
	T1.3 文案發展定位策略	O1.3.1 行銷文案執行計畫	<p>P1.3.1 協助確認可行的市場定位策略及方案，以符合客戶及行銷需求。</p> <p>P1.3.2 在特定時間內，依照公司規定，提交一個以上的執行計畫給主管或業主，並能依業主的回饋調整計畫。</p>	4	<p>K03 行銷溝通策略與技巧</p> <p>K04 產品和服務標準及最佳實踐</p> <p>K05 市場區隔方法</p> <p>K06 多媒體的偏好與趨勢</p> <p>K07 專案管理</p>	<p>S02 問題分析能力</p> <p>S04 組織及規劃能力</p> <p>S08 商業文書軟體應用能力</p> <p>S09 創意思考能力</p>
T2 撰寫提案行銷文案	T2.1 分析創意綱要及評估創意選擇	O2.1.1 文案稿件草稿	<p>P2.1.1 根據行銷計畫的要求，分析並確認表達核心構思或創意概念。</p> <p>P2.1.2 評估設計文案的不同選項，確認並檢查文案內容和資訊。</p> <p>P2.1.3 確認創作文案的時間和預算要求。</p> <p>P2.1.4 選定可在特定時間和預算內，讓所需資訊有效傳遞的選項。</p> <p>P2.1.5 確認文稿開發有關的法律和道德倫理限制。</p>	4	<p>K06 多媒體的偏好與趨勢</p> <p>K07 專案管理</p> <p>K08 國內相關法規</p> <p>K09 公司營運策略及方針</p> <p>K10 創意寫作概念</p> <p>K11 創意思考與設計</p>	<p>S01 資料蒐集能力</p> <p>S02 問題分析能力</p> <p>S03 溝通協調能力</p> <p>S04 組織及規劃能力</p> <p>S08 商業文書軟體應用能力</p> <p>S09 創意思考能力</p> <p>S10 文案撰寫能力</p> <p>S11 預算管理能力</p>
	T2.2 準備具說服力的稿件	O2.2.1 文案稿件	<p>P2.2.1 創造設計有異於競爭對手之產品、服務或概念的原創文案。</p> <p>P2.2.2 創造傳達所需影像、產品、服務或概念的特色/益處文案。</p> <p>P2.2.3 按照行銷計畫，創造符合要求的文案。</p>	4	<p>K06 多媒體的偏好與趨勢</p> <p>K08 國內相關法規</p> <p>K10 創意寫作概念</p> <p>K11 創意思考與設計</p>	<p>S04 組織及規劃能力</p> <p>S08 商業文書軟體應用能力</p> <p>S09 創意思考能力</p> <p>S10 文案撰寫能力</p>

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
			P2.2.4 製作符合法律和道德倫理要求的文案。			
T3 規劃建築行銷相關活動	T3.1 規劃準備行銷資料	O3.1.1 行銷素材 (含文字、影片等多媒體腳本)	P3.1.1 與相關不動產銷售人員確認有關業主及客戶對行銷資料的需求。 P3.1.2 協助相關不動產銷售人員依據業主及客戶需求和代銷經驗，準備行銷素材。	3	K06 多媒體的偏好與趨勢 K08 國內相關法規 K12 行銷策略與方式 K13 流行行銷文字及素材	S01 資料蒐集能力 S02 問題分析能力 S05 資訊科技應用能力 S10 文案撰寫能力
	T3.2 創作行銷素材	O3.2.1 行銷素材 (含文字、影片等多媒體腳本)	P3.2.1 行銷素材應能反映議定的不動產行銷計畫及目的。 P3.2.2 確認行銷素材的精確性，且應符合法律的規定。	4	K06 多媒體的偏好與趨勢 K08 國內相關法規 K13 流行行銷文字及素材	S04 組織及規劃能力 S10 文案撰寫能力
	T3.3 規劃行銷活動	O3.3.1 行銷文案簡報	P3.3.1 協助銷售人員在符合法規要求下，規劃和開展行銷活動，並記錄執行過程。 P3.3.2 與潛在業主建立與維繫良好關係。 P3.3.3 妥善且如實回覆潛在業主之疑問，或轉由專人協助。 P3.3.4 代表組織發言及回覆潛在業主疑慮時，應具備有效溝通與簡報能力。	3	K02 不動產行銷理論與實務 K03 行銷溝通策略與技巧 K14 顧客關係經營與管理 K15 簡報製作知識及技巧	S03 溝通協調能力 S12 團隊合作能力 S13 顧客導向能力
	T3.4 協助發展行銷計畫	O3.4.1 不動產行銷計畫	P3.4.1 和業主討論潛在的客戶，及行銷不動產的策略、時間及可行的行銷活動。 P3.4.2 在符合公司規定下，準備並提交不動產行銷計畫給業主。	4	K02 不動產行銷理論與實務 K03 行銷溝通策略與技巧 K07 專案管理 K14 顧客關係經營與管理	S04 組織及規劃能力 S08 商業文書軟體應用能力 S10 文案撰寫能力 S11 預算管理能力

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
			P3.4.3 協助讓業主同意行銷計畫，包含行銷活動和預算。		K15 簡報製作知識及技巧	S13 顧客導向能力
	T3.5 檢討行銷計畫	O3.5.1 行銷計畫檢討報告	P3.5.1 對照行銷計畫的目的和目標，檢討行銷活動過程，並和相關人員商議調整替代計畫和方案。 P3.5.2 依代銷公司規定，提出可信且如實的行銷活動結果檢討。 P3.5.3 檢討行銷計畫和過程及結果 (含經費與時間)，評估可能改善之處，並提出改善行銷提案的具體建議。	4	K02 不動產行銷理論與實務 K07 專案管理 K16 品質管理	S02 問題分析能力 S03 溝通協調能力 S12 團隊合作能力 S14 問題解決能力
T4 規劃提案行銷溝通計畫	T4.1 確認行銷傳播的需求	O4.1.1 行銷需求確認紀錄	P4.1.1 與業主確認行銷目標。 P4.1.2 獲得業主和產品的資訊。 P4.1.3 與業主評估行銷傳播的可能結果。 P4.1.4 依據預算，與業主確認行銷傳播操作之分配。	4	K14 顧客關係經營與管理 K17 多媒體行銷及應用 K18 媒體企劃與購買 K19 消費者行為心理學	S01 資料蒐集能力 S02 問題分析能力 S03 溝通協調能力 S05 資訊科技應用能力 S15 估價計算能力
	T4.2 設計整合行銷溝通策略	O4.2.1 創意提案內容	P4.2.1 依據行銷計畫，選擇適合的行銷傳播方式。 P4.2.2 分析比較各種行銷傳播方式與媒體的優劣勢。 P4.2.3 評估媒體風格，確認其符合提案產品或服務的品牌特色。	4	K14 顧客關係經營與管理 K17 多媒體行銷及應用 K18 媒體企劃與購買 K19 消費者行為心理學 K20 整合行銷傳播 K21 策略品牌管理	S01 資料蒐集能力 S02 問題分析能力 S04 組織及規劃能力 S05 資訊科技應用能力 S06 外部環境認知與評估能力 S16 數位行銷能力
	T4.3 規劃行銷媒體	O4.3.1 創意提案內容	P4.3.1 選擇符合產品或服務行銷計畫需求的媒體載具。 P4.3.2 規劃符合目標對象的主要和次要行銷媒	4	K14 顧客關係經營與管理 K17 多媒體行銷及應用 K18 媒體企劃與購買	S02 問題分析能力 S04 組織及規劃能力 S08 商業文書軟體應用能力

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
			體。 P4.3.3 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。		K19 消費者行為心理學 K22 廣告與傳播倫理	S16 數位行銷能力
	T4.4 開發 創意提案	O4.4.1 創 意提案內 容	P4.4.1 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。 P4.4.2 向業主及客戶說明提案內容及相關資訊，並視需求調整。	4	K11 創意思考與設計 K14 顧客關係經營與管理 K15 簡報製作知識及技巧 K19 消費者行為心理學	S02 問題分析能力 S03 溝通協調能力 S04 組織及規劃能力 S08 商業文書軟體應用能力

職能內涵 (A=attitude 態度)
<p>A01 自我管理：設立定義明確且實際可行的個人目標；對於及時完成任務展現高度進取、努力、承諾及負責任的行為。</p> <p>A02 自我提升：能夠展現持續學習的企圖心，利用且積極參與各種機會，學習任務所需的新知識與能力，並能有效應用在特定任務。</p> <p>A03 自信心：在表達意見、做決定、面對挑戰或挫折時，相信自己有足夠的能力去應付；面對他人反對意見時，能獨自站穩自己的立場。</p> <p>A04 謹慎細心：對於任務的執行過程，能謹慎考量及處理所有細節，精確地檢視每個程序，並持續對其保持高度關注。</p> <p>A05 應對不確定性：當狀況不明或問題不夠具體的情況下，能在必要時採取行動，以有效釐清模糊不清的態勢，完成任務。</p> <p>A06 團隊意識：積極參與並支持團隊，能彼此鼓勵共同達成團隊目標。</p> <p>A07 壓力容忍：冷靜且有效地應對及處理高度緊張的情況或壓力，如緊迫的時間、不友善的人、各類突發事件及危急狀況，並能以適當的方式紓解自身壓力。</p>

說明與補充事項
<ul style="list-style-type: none"> ● 建議擔任此職類/職業之學歷/經歷/或能力條件： <ul style="list-style-type: none"> • 大專以上新聞、大傳、中文、行銷、建築、廣告、影視等相關科系畢業，且具 3 年以上廣告、行銷或企劃相關工作經驗。 ● 其他補充說明： <ul style="list-style-type: none"> • 業主：如建商、開發商、地主及起造人等。 • 客戶：如購屋者、一般消費大眾等。 • 國內相關法規：包括性別工作平等法、消費者保護法、公平交易法、勞動基準法、職業衛生安全法、個人資料保護法、民法概要、洗錢防制法、不動產

說明與補充事項

經紀業管理條例與施行細則及相關規範、不動產說明書及買賣定型化契約等應記載及不得記載事項等相關規範、土地法、平均地權條例與施行細則、不動產相關稅法、公寓大廈管理條例與施行細則、內政部指定地政類非公務機關個人資料檔案安全維護管理辦法、不動產代銷經紀業倫理規範、廣播電視法暨施行細則、著作權法、專利法、商標法等相關智慧財產權法等。