

## 數位行銷企劃主管職能基準

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
V3	KMC2431-008v3	數位行銷企劃主管	最新版本	略	2025/06/15
V2	KMC2431-008v2	網路行銷企劃主管	歷史版本	已被《KMC2431-008v3》取代	2021/12/31
V1	KMC2431-008v1	網路行銷企劃主管	歷史版本	已被《KMC2431-008v2》取代	2019/12/19

職能基準代碼		KMC2431-008v3			
職能基準名稱 ( 擇一填寫 )	職類				
	職業	數位行銷企劃主管			
所屬 類別	職類別	行銷與銷售 / 行銷傳播		職類別代碼	KMC
	職業別	廣告及行銷專業人員		職業別代碼	2431
	行業別	批發及零售業 / 電子購物及郵購業		行業別代碼	G4871
工作描述		依組織品牌定位，擬訂行銷目標與規劃推動年度數位行銷計畫，並進行成效分析。			
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 執行數位行銷市場分析	T1.1 確定市場分析範疇		P1.1.1 確認蒐集市場資訊的目的、需求及數據途徑。  P1.1.2 依組織產品定位與分析需求，蒐集市場資訊與符合數位行銷相關法規，並判別所蒐集的資訊其適當性與可用性。  P1.1.3 蒐集數位行銷活動歷史資訊。	4	K01 產業現況與發展趨勢 K02 組織政策與流程 K03 市場分析範疇與架構 K04 市場分析方法 K05 數位行銷相關法規 K06 數位行銷概論 K07 財務報表概念	S01 資料蒐集與判斷能力 S02 資訊科技工具應用能力
	T1.2 定位市場與客	O1.2.1 分析報告	P1.2.1 使用適切的分析方法，進行資料的統計及分析。	4	K02 組織政策與流程 K06 數位行銷概論	S03 資料分析能力 S04 數據統計與分析能力

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 )
	群		P1.2.2 盤點與分析組織內部經營的優勢與劣勢，以決定行銷標的物之市場定位。 P1.2.3 歸納組織優勢與劣勢及所面對之機會與威脅，確認競爭策略並找出相對優勢之行銷標的物。 P1.2.4 依產品市場定位，找出潛在客群並確認其偏好與需求。		K08 統計方法 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式	S05 市場定位能力 S06 客群分析能力
	T1.3 分析競爭對手	O1.3.1 競爭對手分析比較表	P1.3.1 使用適切的方法，蒐集競爭對手的相關資料，並進行統計及分析。 P1.3.2 盤點競爭對手的優勢與劣勢，找出潛在客群，完成競爭對手分析比較表。	4	K06 數位行銷概論 K08 統計方法 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式	S01 資料蒐集與判斷能力 S04 數據統計與分析能力
T2 規劃與發展數位行銷計畫	T2.1 規劃行銷目標與策略		P2.1.1 依組織政策及優勢產品之市場定位與客戶需求，訂定年度行銷目標。 P2.1.2 依年度行銷目標，盤點與分析組織內外部可用資源，確認資源分配的優先順序。 P2.1.3 依年度行銷目標，編列年度預算，遵守數位行銷相關法規，規劃數位行銷策略。	4	K02 組織政策與流程 K05 數位行銷相關法規 K06 數位行銷概論 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式 K11 成本概念	S03 資料分析能力 S07 資源盤點與分析能力 S08 預算規劃能力 S09 計畫撰寫能力 S10 內容策展能力
	T2.2 發展行銷計畫	O2.2.1 年度計畫 O2.2.2 數位行銷活動方案	P2.2.1 依可用資源與行銷策略，發展行銷計畫。 P2.2.2 協調組織相關人員，規劃符合行銷策略之數位行銷活動方案，並督導相關人員依規劃執行。	4	K02 組織政策與流程 K05 數位行銷相關法規 K06 數位行銷概論 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式 K11 成本概念 K12 策略分析方法 K13 數位行銷平台	S10 內容策展能力 S11 規劃能力 S12 溝通協調能力 S13 問題解決能力 S14 領導管理能力 S15 輿情分析能力 S17 社群經營能力

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 )
T3 進行數位行銷成效分析	T3.1 分析數據	O3.1.1 流量分析報告 O3.1.2 商品分析報告 O3.1.3 會員分析報告 O3.1.4 銷售數據分析報告	P3.1.1 運用數位分析工具，記錄與彙整相關數據。 P3.1.2 分析流量來源特點、訪客人群屬性、造訪時間與興趣屬性，並完成流量分析報告。 P3.1.3 彙整與分析各項行銷標的物之總銷售額及銷售差異，並完成銷售數據分析報告。	4	K07 財務報表概念 K14 流量分析工具使用知識 K15 大數據資訊概念	S03 資料分析能力 S04 數據統計與分析能力 S18 流量分析工具應用能力 S19 文書處理能力 S20 廣告投放能力
	T3.2 產出分析報告與簡報	O3.2.1 績效報告	P3.2.1 依相關數據分析結果，並完成績效報告。 P3.2.2 將數據分析結果向相關人員進行簡報，並提出檢討改善方案。 P3.2.3 依檢討改善方案，持續優化數位行銷計畫。	4	K02 組織政策與流程 K07 財務報表概念	S02 資訊科技工具應用能力 S12 溝通協調能力 S13 問題解決能力 S19 文書處理能力 S21 簡報技巧 S22 簡報製作能力

#### 職能內涵 ( A=attitude 態度 )

A01 持續學習：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技能，並能有效應用在特定任務。

A02 自信心：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。

A03 追求卓越：會為自己設定具挑戰性的工作目標並全力以赴，願意主動投注心力達成或超越既定目標，不斷尋求突破。

A04 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。

### 職能內涵 ( A=attitude 態度 )

A05 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。

A06 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。

A07 好奇開放：容易受到複雜新穎的事物吸引，且易於接受新觀念的傾向。

### 說明與補充事項

- **建議擔任此職類 / 職業之學歷 / 經驗 / 或能力條件：**

- - 大專以上畢業，且具 3 年以上相關工作經驗。

- **其他補充說明：**

- - 數位行銷相關法規：如公平交易法、廣告物管理辦法、消費者保護法、個人資料保護法、反歧視相關法規（如身心障礙者權益保障法）及智慧財產權相關法規（如著作權法、商標法、專利法、營業秘密法）等。
  - 可用資源：如財務、人力、材料及設備等。
  - 數位行銷活動方案：如期程、預算表、執行人員、網路各項行銷平台工具估價表、預期效益分析及網路投放規劃書（如關鍵字清單）等。
  - 策略分析方法：如政治、經濟、社會和科技分析以及優勢、劣勢、機會和威脅分析（SWOT）等。
  - 數位行銷平台：如關鍵字、社群平台、行動 APP 及第三方網路平台等。
  - 流量的來源：含推薦流量（如透過社群平台、部落格、官方網站）、自然搜尋流量（如透過搜尋引擎）、廣告流量（如廣告 banner、關鍵詞購買）、直接流量（如外部連結和直接訪問）及線下活動引流（O2O）等。
  - 訪客人群屬性：如年齡、性別、學歷、居住地及收入等。
  - 銷售數據分析報告：如訂單、銷售額、客單價、銷售差異、消費者購買熱點、市場占有率等。