

保健食品產業行銷企劃師職能基準

| 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 | HBR2431-001v3 | 保健食品產業行銷企劃師 | 最新版本 | 因應產業需求，檢視更新職能基準內容。 | 2021/01/18 |
| V1 | HBR2431-001v2 | 保健食品產業行銷企劃師 | 歷史版本 | 已被《HBR2431-001v3》取代 | 2017/12/31 |
| V1 | HBR2431-001 | 保健食品產業行銷企劃師 | 歷史版本 | 已被《HBR2431-001v2》取代 | 2012/06/30 |

| | | | | | |
|------------------|-----|---|-------------|-------|-----------------|
| 職能基準代碼 | | HBR2431-001v3 | | | |
| 職能基準名稱 (擇一填寫) | | 職類 | | | |
| | | 職業 | 保健食品產業行銷企劃師 | | |
| 所屬 類別 | 職類別 | 醫療保健 / 生技研發 | | 職類別代碼 | HBR |
| | 職業別 | 廣告及行銷專業人員 | | 職業別代碼 | 2431 |
| | 行業別 | 未分類其他食品製造業; 其他食品及飲料、菸草製品零售業(含保健食品零售) | | 行業別代碼 | C0899; G4729 |
| 工作描述 | | 掌握保健食品市場與法規動態，對內根據下游顧客之需求，規劃新產品開發及擬定行銷策略，對外落實顧客關係管理並擴展業務市場。 | | | |
| 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保健食品產品市場研究與開發企劃 | T1.1收集保健食品產業動態資訊 | O1.1.1保健食品產業分析資料 | P1.1.1 能夠善用市場資訊，著重於目標市場資料的取得、分析與預測，剖析保健食品在原料、法規及市場等層面之概況，以提供公司相關人員作新產品開發或決策時之參 | 4 | K01 市場研究 K02 保健食品產業市場分析 K03 保健與營養相關新知 | S01 分析與解讀能力 S02 邏輯思考能力 S03 SWOT 分析 S04 五力分析 |

| 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) |
|--------------|------------------|--|---|------|--|---------------------------------------|
| | | | 考建議。 | | | |
| | T1.2了解保健食品法規 | O1.2.1保健食品相關法規資料 | P1.2.1 能夠收集目標市場法令公告，與保健食品相關法規資料的取得，剖析保健食品法規之概況，提供公司相關人員之參考。 | 3 | K04 保健食品相關法規 K05 營養保健食品 GMP 指引 | S01 分析與解讀能力 |
| | T1.3產品開發企劃 | O1.3.1新產品開發建議書 O1.3.2可行性評估報告 O1.3.3保健食品產業市場競爭者分析報告 | P1.3.1 能夠善用目標市場資訊進行市場研究分析，剖析保健食品在原料、法規、品牌、商標及市場等層面之概況，以提供公司相關人員作新產品開發或決策時之參考建議。 | 4 | K06 產品定位與策略 K07 市場調查分析 K08 商標法 K09 食品科學概論 K10 食品營養學概論 | S05 可行性分析與評估能力 S06 企劃簡報技巧 |
| T2保健食品推廣策略規劃 | T2.1規劃產品推動策略 | O2.1.1 產品/品牌行銷策略資料 O2.1.2消費者需求分析報告 O2.1.3品牌定位分析報告 | P2.1.1 規劃行銷策略專案，針對客戶進行適切的行銷方案與活動，可支援或執行業務部門企劃廣告相關活動。 | 5 | K11 企業管理學 K02 保健食品產業市場分析 K12 產品規劃與提案 K13 預算規劃 K03 保健與營養相關新知 K14 行銷策略管理 K15 專案規劃與管理 | S07 文書撰寫能力 S06 企劃簡報技巧 S08 策略性思考 |
| | T2.2推動保健食品行銷專案管理 | O2.2.1年度行銷預算規劃書 O2.2.2行銷專案規畫報告 O2.2.3保健食品產 | P2.2.1 有效分配行銷專案資源，確實掌握執行進度與績效。 | 5 | K16 定價策略 K17 客戶價值分析 K18 銷售預測 K19 品牌學 K20 經營策略 | S07 文書撰寫能力 S06 企劃簡報技巧 |

| 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) |
|----------------|--------------------------|-------------------------------------|--|------|---|------------------------|
| | | 品目標市場報告 | | | K21 策略管理與規劃 K03 保健與營養相關新知 | |
| T3 保健食品產品及品牌教育 | T3.1 協助(或執行)公司內部產品知識傳達推廣 | O3.1.1 產品教育訓練課程 O3.1.2 教育訓練追蹤及檢核 | P3.1.1 能夠將產品資訊內容與推廣技巧系統化，有效傳達給公司受訓者，提升受訓者對產品的了解，以增進工作效能與目標。 | 3 | K04 保健食品相關法規 K22 行銷溝通 | S09 溝通能力 S06 企劃簡報技巧 |
| | T3.2 協助(或執行)對外品牌溝通 | O3.2.1 保健食品產品廣宣執行報告 | P3.2.1 能將公司理念與產品特色有效傳達致下游顧客，強化下游顧客對產品的認同感，以提升銷售金額與品牌形象。 P3.2.2 規劃有效的產品教育訓練課程與改善方案，以達成工作績效與產品發展目標。 | 3 | K23 品牌經營策略 K24 行銷學 K03 保健與營養相關新知 K09 食品科學概論 K10 食品營養學概論 | S09 溝通能力 |
| T4 保健食品行銷推廣 | T4.1 協助(或經營)顧客關係 | O4.1.1 顧客資料 O4.2.1 產品展覽企劃書 | P4.1.1 能夠洞察顧客需求並掌握動態資訊，建立長期良好的顧客關係。 | 4 | K25 客戶關係管理 K26 心理學 | S10 客戶導向 |

| 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) |
|------|-------------------|--|--|------|---|--|
| | T4.2協助(或執行)業務推廣工作 | O4.2.2活動目標表 O4.2.3行銷活動計畫書 O4.2.4廣告文案 O4.2.5活動成果報告 | P4.2.1 需具備一定程度之保健食品專業知識，能夠針對市場變化與顧客需求，訂定適切的產品行銷推廣方案，達成公司營業額目標。 P4.2.2 能夠瞭解保健食品相關法規，在符合科學證據下，能使行銷文案，不逾越規範受罰，能讓消費者瞭解產品價值。 | 4 | K27 行銷學 K03 保健與營養相關新知 K04 保健食品相關法規 K10 食品營養學概論 K09 食品科學概論 | S09 溝通能力 S11 人脈拓展 S12 創意文案 S13 團隊合作 |
| | T4.3協助(或執行)通路管理 | O4.3.1廣告投放與媒體曝光 O4.3.2多媒體/社群廣告成果分析報告 | P4.3.1 能夠結合評估結果和行銷通路之回饋反應，運用於規劃行銷策略與產品發展。 P4.3.2 能夠結合多方資源，靈活運用談判技巧爭取公司最大績效，有效掌握合作利基與成功機率。 | 4 | K28 供應鏈管理學 K29 通路管理學 | S14 談判溝通技巧 S11 人脈拓展 |
| | T4.4多媒體行銷 | O4.4.1媒體文案 | P4.4.1 運用目標市場區隔與社群媒體投放廣告，達到提升銷售目標。 P4.4.2 能夠運用行銷媒體通路，有效投遞行銷文案。 | 4 | K29 通路管理學 K27 行銷學 | S13 創意文案 |
| | T4.5監控和評估行銷效益 | O4.5.1業績達成報告 | P4.5.1 能夠以數字量化行銷活動成本，反應活動衍生的公司品牌形象提升或增加營業績效的效益。 | | K27 行銷學 | S16 規劃組織能力 |

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 顧客導向、A02 策略性思考、A03 創新、A04 追求卓越、A05 分析推理、A06 彈性、A07 問題解決、A08 溝通、A09 自我學習發展、A10 主動積極、A11 團隊合作

說明與補充事項

● **建議擔任此職類/職業之學歷/經歷/或能力條件：**

- 大專(含)以上學歷商業或管理相關科系(企業管理、管理學科類、市場行銷相關、大眾傳播學科類)、食品營養相關科系(食品科學、營養學相關、藥學相關、自然科學學科)。

● **其他補充說明：**

- 職能級別之主要目的，在於透過級別標示，區分能力層次以做為培訓規劃的參考。本項職能基準發展之初並未訂定職能級別。

- 工作任務詳述：

T1.1 收集保健食品產業動態資訊：分析目標市場變化趨勢、分析保健食品策略、分析通路與品牌概況。

T1.2 了解保健食品法規：收集目標市場保健食品相關法規資料、分析目標市場保健食品法規變化。

T1.3 產品開發企劃：規劃新產品定位與設計研究、檢索品牌/商標概況、提供新產品開發概念建議。

T2.1 規劃產品推動策略：定訂目標市場銷售總目標、界定目標客戶市場及品牌定位、 規劃保健產品的市場區隔、產品定價策略規劃。

T2.2 推動保健食品行銷專案管理：統籌產品資源分配、評估推廣預算之規畫、掌握行銷專案執行進度與成效。

T3.1 協助(或執行)公司內部產品知識傳達推廣：協助(或執行)保健食品知識教育訓練課程、協助(或執行)保健食品行銷推廣教育課程。

T3.2 協助(或執行)對外品牌溝通：協助(或執行)保健食品通路端推廣活動、協助(或執行)保健食品消費者溝通。

T4.1 協助(或經營)顧客關係：協助(或執行)客戶服務、協助(或負責)管理客戶資料。

T4.2 協助(或執行)業務推廣工作：協助(或執行)新客戶開發、協助(或執行)市場考察與評估、協助(或負責)統籌產品行銷推廣活動、協助(或負責)舉辦產品推廣與媒體宣傳活動。

T4.3 協助(或執行)通路管理：協助(或負責)開發與管理通路業務(報價、上架等)、協助(或負責)執行通路活動與售後服務作業。