

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
V4	HBR2431-001v4	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。	2023/12/31
V3	HBR2431-001v3	保健食品產業行銷企劃師	歷史版本	已被《HBR2431-001v4》取代	2021/01/18
V2	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	HBR2431-001v1	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		HBR2431-001v4			
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	製造業 / 食品及飼品製造業 批發及零售業 / 零售業		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	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 K29 機能性素材新知	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)
			司相關人員作新產品開發或決策時之參考建議。		K30 預防保健新知	
	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 保健營養食品 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

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)
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	K02 保健食品產業市場分析 K03 保健與營養相關新知 K11 企業管理學 K12 產品規劃與提案 K13 預算規劃與成本分析 K14 行銷策略管理 K15 專案規劃與管理	S06 企劃簡報技巧 S07 文書撰寫能力 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 保健食品產品目標市場報告	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	K03 保健與營養相關新知 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 K21 策略管理與規劃	S06 企劃簡報技巧 S07 文書撰寫能力

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 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 行銷溝通與銷售技能	S06 企劃簡報技巧 S09 溝通能力
	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	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 K23 品牌經營策略 K24 行銷學 K26 顧客心理學 K29 機能性素材新知 K30 預防保健新知	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	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 顧客心理學	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	O4.2.1 產品曝光企劃書 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	K03 保健與營養相關新知 K04 保健食品相關法規 K09 食品科學概論 K10 食品營養學概論 K24 行銷學	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	K27 供應鏈管理學 K28 通路管理學	S11 人脈拓展 S14 談判溝通技巧
	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。	4	K24 行銷學 K28 通路管理學	S12 創意文案

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)
			P4.4.2 能夠運用行銷媒體通路，有效投遞行銷文案。		K31 媒體溝通	
	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。	3	K24 行銷學	S15 規劃組織能力 S16 資訊科技運用能力

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:食品營養相關科系、生物醫學相關科系、商業或管理相關科系。