

### 貿易經理職能基準

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
V2	KPS1420-001v2	貿易經理	最新版本	略	2018/12/21
V1	KPS1420-001	貿易經理	歷史版本	已被《KPS1420-001v2》取代	2015/12/31

<b>職能基準代碼</b>		KPS1420-001v2			
<b>職能基準名稱</b> (擇一填寫)		<b>職類</b>			
		<b>職業</b>	貿易經理		
<b>所屬類別</b>	<b>職類別</b>	行銷與銷售 / 專業銷售	<b>職類別代碼</b>	KPS	
	<b>職業別</b>	國際貿易經理人員	<b>職業別代碼</b>	1420	
	<b>行業別</b>	運輸及倉儲業 / 運輸輔助業	<b>行業別代碼</b>	H5210	
<b>工作描述</b>		進行國際市場資料蒐集與分析，拓展與開發國際市場，並管理客戶服務品質。			
<b>基準級別</b>		5			

工作任務	工作活動	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 管理客戶服務品質	T1.1 確保規劃達成內部和外部客戶要求		P1.1.1 規劃時應調查、確認並評估客戶的需求 P1.1.2 確保計畫滿足客戶期望的品質、時間和成本規格	5	K1 各級政府針對企業營運相關的工作守則和標準的相關法律規定，如： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 反歧視相關法規(如性別平等工作法、身心障礙者權益保障法等)</li> <li>• 道德倫理原則</li> <li>• 相關工作守則(如消費者保護</li> </ul>	S1 對所提供產品及服務之趨勢與定位分析能力  S2 溝通技能： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 輔導、教導員工和同事</li> <li>• 監控並建議客戶服務策略</li> </ul> S3 讀寫技能：
	T1.2 確保交付產品和服務的品質		P1.2.1 依組織業績計畫，交付符合客戶規格的产品和服務 P1.2.2 監控團隊表現，以求穩定地符合組織的品質和交付標準			

工作任務	工作活動	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)
	T1.3 監控、調整並評量客戶服務	O1.3.1 客戶服務檢討報告	<p>P1.2.3 協助同事克服客戶服務困難點</p> <p>P1.3.1 構思並運用方法來監控客戶服務過程，以達成產品或服務的目標和標準</p> <p>P1.3.2 構思並運用方法來獲得客戶回饋，以改善提供的產品和服務</p> <p>P1.3.3. 構思、取得並有效運用資源以提供客戶高品質的產品和服務</p> <p>P1.3.4 依據與適當的個人和團體諮詢結果，制定決策以排解問題，並調整提供給客戶的產品和服務</p> <p>P1.3.5 運用系統和流程管理各類紀錄、報告和建議</p>		<p>法、公平交易法)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 個人資料保護法</li> <li>• 財金法規</li> <li>• 職業安全衛生法規</li> </ul> <p>K2 處理客戶服務和客戶抱怨的組織政策和流程</p> <p>K3 服務標準和最佳實務典範</p> <p>K4 公共關係和產品推廣</p> <p>K5 客戶服務技巧</p> <p>K6 解決抱怨的技巧：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶關係</li> <li>• 產品/或服務品質</li> <li>• 問題確認和解決方案</li> <li>• 提供客戶優質服務</li> </ul> <p>K7 記錄和管理方法</p> <p>K8 追蹤、管理和引進方法以改善客戶服務關係的策略</p> <p>K9 獲得客戶回饋的策略</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 編輯並校對內容以確保意義被釐清，文法及標點符號的準確性</li> <li>• 根據目標對象準備資訊和報告</li> <li>• 閱讀並理解各種文字內容</li> </ul> <p>S4 問題解決能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 處理客戶詢問或抱怨</li> <li>• 處理複雜和非常規性的問題</li> <li>• 選擇並使用適合任務的技術技能</li> </ul> <p>S5 自我管理技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵守政策和程序</li> <li>• 持續追蹤並評估自身績效</li> <li>• 尋求學習機會</li> </ul>
T2 預測國際市場和企業需求	T2.1 蒐集市場情報	O2.1.1 市場情報資料	<p>P2.1.1 透過人脈網絡交流和參加活動，(貿易展覽會、研討會、專業發展活動)來蒐集並記錄市場情報</p> <p>P2.1.2 確認並取得市場情報的來源管道</p>	6	<p>K10 對於可能影響國際商業活動的國際事件，具備文化、歷史、政治、經濟與整體層面的知識</p> <p>K11 市場分析工具</p>	<p>S6 評估現有企業績效的分析技能</p> <p>S7 適時適地和不同背景及不同技能的人交流</p>

工作任務	工作活動	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)
			<p>P2.1.3 評估提供市場情報的商業組織是否具參考價值，並評估市場情報的重要性，以視需要取得所需情報</p> <p>P2.1.4 整理和分析目標市場與組織的國際商業活動之相關性和適用性，並進行行銷績效評估</p>		<p>K12 可能影響商業運作的各種政府、標準和規範的相關法規。 例如：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 職業安全衛生法規</li> <li>• 個人資料保護法</li> <li>• 國際貿易相關法規</li> <li>• 雙邊或區域貿易協定</li> <li>• 世界貿易組織裁定</li> </ul> <p>K13 預測所使用的軟體程式和電子媒介</p> <p>K14 國際市場資料的外部 and 內部來源管道</p> <p>K15 企業在國際市場中所銷售的產品或服務範圍</p>	<p>的溝通技能</p> <p>S8 進行市場預測時，蒐集和分析國際市場和企業需求的評估與評量技能</p> <p>S9 預測技能</p> <p>S10 撰寫具務實構想和概念的報告的讀寫技能</p> <p>S11 市場分析技能</p> <p>S12 使用各種軟體來進行預測的科技技能</p>
	T2.2 評量企業目前的績效和能力		<p>P2.2.1 確認核心活動、客戶群、企業價值和現有營運方向</p> <p>P2.2.2 確認目前和過往國際行銷績效、市場定位之成效</p> <p>P2.2.3 評量績效數據，以確認與國際商業活動有關的優弱勢和關鍵成功因素</p> <p>P2.2.4 確認並評量目前的資本和資源，以確認在國際市場中的改善或開發空間</p> <p>P2.2.5 檢討在國際市場中表現欠佳的产品或服務，以進行重新開發規畫或退出</p> <p>P2.2.6 確認企業在國際市場的優勢與目前與未來競爭地位</p>			
	T2.3 評估特定市場	O2.3.1 市場評估報告	<p>P2.3.1 確認並分析會影響國際商業活動的趨勢與發展，及其對企業的可能影響</p> <p>P2.3.2 蒐集並分析比較國際市場資訊，以作為評量企業績效的基礎</p> <p>P2.3.3 分析現有和潛在競爭對象、競爭產品或服務的國際市場績效，以確認在國際商業市場</p>			

工作任務	工作活動	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)
			<p>中的潛在機會或威脅</p> <p>P2.3.4 確認及取得情報來源管道，提前發現新產品、服務、科技或國際新市場</p> <p>P2.3.5 確認並分析國際市場的法規、道德規範和環境限制，及其對國際商業活動的影響</p>			
	T2.4 記錄企業如何滿足目標市場的現有和新興需求	<p>O2.4.1 競爭廠商情報資料分析</p> <p>O2.4.2 企業競爭優勢分析報告</p>	<p>P2.4.1 確認、分析並記錄組織和競爭對手目前未達到國際市場需求的服務</p> <p>P2.4.2 確認對組織優勢或能力有正面連動的國際市場變動</p> <p>P2.4.3 根據組織需求，比較成果預測方法的優缺點並挑選適當方法</p> <p>P2.4.4 根據適用的資訊來預期和確認新興國際市場的需求與變化</p> <p>P2.4.5 根據所需變革，確認企業需求以改善績效或因應國際市場機會</p>			
T3 將產品和服務推銷到國際市場	T3.1 規劃推廣活動	<p>O3.1.1 產品/服務國際行銷規劃書</p> <p>O3.1.2 預算規劃書</p>	<p>P3.1.1 取得國際商業活動的行銷計畫，以規劃推廣活動</p> <p>P3.1.2 取得相關的資訊來源管道，以規劃推廣活動</p> <p>P3.1.3 確認並評估推廣活動，以確保符合組織規定和文化適當性</p> <p>P3.1.4 根據組織的行銷需求來規劃和安排推廣活動</p>	5	<p>K16 現有的海外媒介</p> <p>K17 目標市場客群文化特徵</p> <p>K18 國際商業網絡</p> <p>K19 行銷策略和推廣活動</p>	<p>S13 外語表達與溝通能力</p> <p>S14 和不同文化背景及不同技能的人合宜交流的溝通技能</p> <p>S15 與客戶建並鞏固關係的人際交流技能</p> <p>S16 排序任務並符合時程表的組織和時間管理</p>

工作任務	工作活動	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)
			<p>P3.1.5 諮詢國際和國內市場的指定人員或團體，以確定整體的推廣目標</p> <p>P3.1.6 確保推廣活動的時間表和成本實際可行並符合預算資源</p> <p>P3.1.7 發展行動計畫，以提供推廣產品和/或服務的細節</p>			<p>技能</p> <p>S17 判定適合國際市場的推廣活動的調查研究、資料收集、評量和評估技能</p> <p>S18 記錄和使用所蒐集之推廣活動相關資訊的科技運用技能</p>
	T3.2 協調推廣活動		<p>P3.2.1 確認並準備人力與資源，以協助國際和國內推廣活動，達成推廣目標</p> <p>P3.2.2 確認和分配海外和當地人員在執行推廣活動的角色與職責</p> <p>P3.2.3 建立並進行與海外目標客群的關係，以提昇組織正面形象</p> <p>P3.2.4 監督和協助參與推廣活動的海外人員的角色與職責</p> <p>P3.2.5 運用國際商業人際網絡以協助執行推廣活動</p>			
	T3.3 評量並報告推廣活動	O3.3.1 產品/服務國際行銷推廣成果報告	<p>P3.3.1 分析客群的回饋意見和數據，以確定產品或服務推廣活動影響程度</p> <p>P3.3.2 評量規劃流程的成效，確認未來國際推廣活動可能改善空間</p> <p>P3.3.3 收集並提供回饋意見給參與國際和國內推廣活動人員與合作廠商</p> <p>P3.3.4 分析成本和時間以評估國際推廣活動的效</p>			

工作任務	工作活動	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)
			益 P3.3.5 根據可檢驗的證據來準備結論和建議，對國際推廣活動未來方向提供建設性的建議			
T4 描繪國際市場的概況	T4.1 挑選具有潛力的國際市場，以進一步調查	O4.1.1 重點國際市場分析報告	P4.1.1 判定將產品或服務推廣至國際市場的相關資訊完備程度 P4.1.2 列出有潛力的國際市場進行深入調查 P4.1.3 確認資訊來源價值度以挑選國際市場 P4.1.4 決定並記錄用來判定產品或服務對應國際市場適合度的指標 P4.1.5 取得並運用資訊來源管道以確認行銷產品或服務在國際市場的適合度 P4.1.6 挑選國際市場以描繪概況	6	K20 與目標國際市場相關的文化因素 K21 建立市場輪廓的技術方法和相關軟體程式 K22 組織對於呈現完整市場輪廓的需求 K23 分析評估國際市場資料的外部 and 內部來源管道	S19 描述國際市場、客群和區隔概況的分析技能 S20 調查國際商業機會的評估和評量技能 S21 撰寫具多元構想和概念之報告的讀寫技能 S22 獲得關於預期的國際市場、客群和市場區隔之資訊的調查研究和資訊蒐集技能 S23 使用各種軟體來進行市場概況描繪的科技運用技能
	T4.2 確認目標市場		P4.2.1 評估並選擇用來決定及描述選定國家之整體市場的方法 P4.2.2 以預期使用者、消費者、選定市場區隔及文化適當性等面向，來定義產品或服務的目標市場 P4.2.3 使用市場區隔描述(segment descriptors)變數來描述目標市場 P4.2.4 確認適用的行銷策略選擇，並挑選最符合行銷計畫需求的目標市場策略 P4.2.5 使用適當資訊來源管道來檢驗選定之目標市場策略的文化適切性			

工作任務	工作活動	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)
	T4.3 描繪目標客群的概況	O4.3.1 目標市場分析報告	<p>P4.3.1 以消費者輪廓來描述整體和選定之目標市場區隔</p> <p>P4.3.2 確保能以標準術語來描繪消費者的特徵做評估分析</p> <p>P4.3.3 按照行銷計畫需求，運用目標市場地區的人口統計數據或心理描述來建立消費者概況</p> <p>P4.3.4 確保消費者概況的內容、格式和細節程度符合目標市場需求</p>			
	T4.4 發展市場定位策略	O4.4.1 市場定位規劃報告	<p>P4.4.1 確認適用的定位策略，以符合行銷需求、消費者概況和客群文化</p> <p>P4.4.2 使用適用的資訊來源管道來檢驗選定之定位策略的文化適當性</p> <p>P4.4.3 按照組織需求撰寫目標市場定位實施計畫</p>			
T5 分析國際市場的資料	T5.1 解讀趨勢和市場發展	O5.1.1 國內與國際市場資料統計分析報告	<p>P5.1.1 使用國內和國際市場的統計分析來解讀推估國際市場趨勢和發展</p> <p>P5.1.2 分析國內和相關國際環境的趨勢與發展，對於在目標市場中之國際商業活動的潛在影響與機會</p> <p>P5.1.3 確認可能影響目標市場之國際商業活動文化因素</p> <p>P5.1.4 運用數據之集中趨勢、離散性和相關性的衡量結果，比較國際市場數據的定量分析</p>	6	<p>K24 對於可能影響國際商業活動的國際事件，具備文化、歷史、政治、經濟與整體層面的知識</p> <p>K25 可能影響商業運作的各種政府、標準和規範的相關法規。例如：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 關稅法規</li> <li>• 危險物品法案</li> <li>• 國際商業條款(International</li> </ul>	<p>S24 分析國際市場、客群和市場區隔的分析技能</p> <p>S25 調查國際商業機會的評估與評量技能</p> <p>S26 撰寫具創新與創意構想和概念之報告的讀寫技能</p> <p>S27 使用各種軟體來蒐集和分析國際市場數據</p>

工作任務	工作活動	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)
			P5.1.5 進行比較國際市場資訊的定性分析，以作為評量國際環境中的商業績效的基礎		<b>Commercial Terms, INCOTERMS)</b> • 貿易相關法規 • 世界貿易組織裁定 <b>K26</b> 國際市場資料的外部 and 內部來源管道 <b>K27</b> 與市場數據有關的研究、數據分析和統計分析技術 <b>K28</b> 分析市場數據所使用的各種統計技術	的科技運用技能
	T5.2 解讀競爭對手的市場績效	O5.2.1 競爭對手資料分析報告	P5.2.1 分析現有和潛在競爭對手及其產品和服務的國際市場績效，以了解潛在機會或威脅 P5.2.2 比較自己和競爭對手的國際商業績效，以判定市場地位與進入時機			
	T5.3 報告市場資料	O5.3.1 市場分析簡報(圖表、數據)	P5.3.1 準備、繪製並解讀數據以製作簡報 P5.3.2 評估簡報的可能問題，必要時採取停整措施 P5.3.3 確保報告的內容、格式和詳細程度符合組織要求 P5.3.4 在要求時限內提交報告			

#### 職能內涵 (A=attitude 態度)

- A01 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。
- A02 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。
- A03 應對不明狀況：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。
- A04 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。
- A05 冒險挑戰：在成敗後果不能確定的情境下，對成功機會少但成功後報酬高的事情勇於嘗試的傾向。

#### 說明與補充事項

- 此項職能基準乃參考國外職能資料發展並經國內專家本土化及檢視完成。
- 建議擔任此職類/職業之學歷/經驗/或能力條件：

#### 說明與補充事項

- 大專以上畢業，且具 3 年以上觀光產業相關業務經驗。
- 本項職業所需之外語表達與溝通能力，可依個別企業之需求訂定外語能力檢定標準。