

### 銷售代表職能基準

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	KPS3322-001v2	銷售代表	最新版本	略	2018/12/21
V1	KPS3322-001	銷售代表	歷史版本	已被《KPS3322-001v2》取代	2015/12/31

<b>職能基準代碼</b>		KPS3322-001v2			
<b>職能基準名稱</b> (擇一填寫)		<b>職類</b>			
		<b>職業</b>	銷售代表		
<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>	商業銷售代表	<b>職業別代碼</b>	3322	
	<b>行業別</b>	專業、科學及技術服務業 / 企業總管理機構	<b>行業別代碼</b>	M7020	
<b>工作描述</b>		銷售產品與服務，開發與維護客戶關係，並根據銷售成績調整銷售計畫與策略。			
<b>基準級別</b>		4			

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 發展產品知識	T1.1 獲取特定領域的產品知識		P1.1.1 辨識產品的資訊來源並評估其可信度與有效性 P1.1.2 辨識產品目的與用途 P1.1.3 辨識產品主要功能與特色 P1.1.4 辨識產品優勢與劣勢 P1.1.5 闡明產品保證與保固並確認服務支援的細節	5	K1 組織與競爭對手產品的特性、效益、優勢與劣勢 K2 產業的競爭者、趨勢及發展 K3 組織架構、角色與責任、政策、程序、產品標示與說明 K4 潛在消費市場 K5 購買與銷售產品與服務所使用的流程	S1 彙整口頭與非口頭資訊的資訊管理技能 S2 解釋銷售數據及彙整來自各種口頭與非口頭資訊的書寫與計算技能
	T1.2 轉換產品	O1.1.2 產品	P1.2.1 辨識具有潛在吸引力的產品特色			

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)
	知識為效益	簡介	P1.2.2 介紹具有吸引力的產品 P1.2.3 在符合公司需求及法令的前提下，簡介產品效益		<b>K6</b> 識別與關注影響業務經營的各級政府相關法規、工作守則以及國家標準，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 反歧視相關法律(如性別平等工作法、身心障礙者權益保障法等)</li> <li>■ 消費者保護法</li> <li>■ 公平交易法</li> <li>■ 民法中契約相關法規</li> <li>■ 道德倫理原則</li> <li>■ 個人資料保護法</li> <li>■ 貿易實務法</li> </ul>	
	T1.3.評估競爭對手的產品	O1.1.3 競品分析報告	P1.3.1 蒐集資訊以辨識競爭者產品 P1.3.2 比較自家產品與競爭對手產品間的產品特色、效益、優勢與劣勢 P1.3.3 建立公司產品與競爭對手產品間的相對地位，並向消費者傳達其差異			
T2 建立客戶關係與商業人脈	T2.1 主動與客戶開啟溝通交流		P2.1.1 辨識及採用客戶偏好的溝通風格與方法 P2.1.2 使用口語和非口語的溝通過程與客戶建立和諧關係 P2.1.3 尋找機會提供正面的回饋意見給客戶 P2.1.4 使用開放式問題來促進雙向溝通交流 P2.1.5 找出與客戶有效溝通的潛在障礙，並採取行動 P2.1.6 主動建立與客戶需求、偏好和期望相關的溝通過程	4	<b>K7</b> 行銷溝通的概念和流程 <b>K8</b> 有效溝通及建立人脈的原則和技巧 <b>K9</b> 業務相關人脈的來源管道	<b>S3</b> 主動聆聽及清楚準確地表達想法，以判定客戶需求和偏好的溝通技巧 <b>S4</b> 能與不同背景或技能的人互動，運用適當的溝通技巧 <b>S5</b> 建立和維護和諧的客戶關係與人際關係交流技巧
	T2.2 制定客戶關係管理策略	O2.2.1 客戶關係管理策	P2.2.1 以建立長期商業合作關係為重點，作為發展客戶忠誠度的目標			

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)
		略規劃書	P2.2.2 評估客戶檔案資料來決定客戶關係管理方法 P2.2.3 發展客戶忠誠度策略，並根據商業策略來吸引及留住客戶			
	T2.3 持續維護與改善客戶關係	O2.3.1 客戶回饋紀錄分析	P2.3.1 制定策略以取得客戶回饋意見，來追蹤客戶的滿意度 P2.3.2 發展策略以取得有助於改善客戶關係的資訊 P2.3.3 獲取回饋意見並制定和執行策略，以維持並改善和客戶的關係			
	T2.4 建立與維護人脈關係	O2.4.1 業務聯繫名冊	P2.4.1 分配時間建立和維護業務聯絡人名冊與相關有助於業務發展事項 P2.4.2 參加商業組織或專業發展活動，以建立及維護有助於業務的人脈，且提昇個人對市場的了解 P2.4.3 建立溝通管道，增進資訊和想法意見的交流 P2.4.4 提供和尋找資料給人脈，提供資料前需先驗證			
T3 確認與規劃潛在銷售機	T3.1 運用潛在銷售機會預測方法，並量化		P3.1.1 辨識、考量並評估各種初級與次級預測潛在銷售機會方法的優勢與限制性 P3.1.2 選擇符合產品或服務的目標市場的潛在	5	K10 管理潛在銷售機會與銷售資訊的資訊管理策略 K11 自我管理的關鍵原則	S6 評估銷售計畫的有效性，以有助於改善公司營運成果

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)
會	潛在銷售機會		<p>銷售機會預測方法</p> <p>P3.1.3 藉由所選擇的預測潛在銷售機會方法，以鎖定過去與現在的客戶與新客戶</p> <p>P3.1.4 根據採購者可取得性、採購者動機、產品可供性、採購授權、法規與銷售者回饋，以研究並量化潛在銷售機會的標準</p> <p>P3.1.5 確認已建立的標準能夠代表個人和團體的購買潛力</p>		<p>K12 用於銷售流程中的潛在銷售機會預估方法</p> <p>K13 採購動機的原理</p> <p>K14 預防與管理壓力的策略與技術</p>	<p>S7 收集、記錄並組織數據的讀寫與資訊管理技能，如：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 建立銷售計畫</li> <li>■ 完成銷售報告</li> </ul> <p>S8 建立、監督並調整所需銷售計畫的規劃能力</p> <p>S9 確定潛在銷售機會需求的研究與數據分析能力</p> <p>S10 識別負面壓力表徵的自我監控能力</p> <p>S11 使用軟體與業務設備的能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 收集並記錄潛在銷售機會與銷售資訊</li> <li>■ 資訊存放與回復的格式</li> </ul> <p>S12 工作績效及設定工作優先順序的自我管理能力</p> <p>S13 時間管理技能</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 達成銷售時間表</li> </ul>
	T3.2 管理潛在銷售機會資訊	O3.2.1 潛在銷售機會紀錄	<p>P3.2.1 發展並實施記錄潛在銷售機會資訊的系統</p> <p>P3.2.2 監督並評估記錄潛在銷售機會資訊系統的效能</p> <p>P3.2.3 根據評估結果來改善記錄潛在銷售機會資訊的系統</p>			
	T3.3 建立個人的銷售計畫	O3.3.1 個人銷售計畫書 (包含銷售目標、時間表、行動計畫等)	<p>P3.3.1 根據組織之銷售與行銷目標，建立並達成個人銷售目標與配額</p> <p>P3.3.2 建立與客戶和主管協商與溝通的架構</p> <p>P3.3.3 在清楚的時間框架下，規劃並記錄個人銷售計畫以達成目標與配額</p> <p>P3.3.4 監控銷售計畫並依照既定的目標與配額調整計畫</p> <p>P3.3.5 評估銷售計畫並視需要調整</p>			
	T3.4 完成銷售	O3.4.1 產品	P3.4.1 建立系統以蒐集、記錄和組織有關銷售流			

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)
	的文件與報告	銷售紀錄 O3.4.2 銷售報告	程的資料 P3.4.2 根據公司要求，定期完成報告 P3.4.3 運用可用的技術完成銷售報告			<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 任務排序並設定優先順序</li> </ul>
	T3.5 有效地安排工作量	O3.5.1 工作流程規劃 O3.5.2 銷售團隊成員工作分配表	P3.5.1 建立日常事務工作流程並管理工作量 P3.5.2 分配時間於特定專案與突發的事件及活動 P3.5.3 進行工作相關活動所花費時間的分析，並在必要時調整任務所花費的時間 P3.5.4 應用時間管理策略以減少無生產力的銷售活動 P3.5.5 在適當情況下，指派任務給個人或銷售團隊成員，以分擔工作量 P3.5.6 檢視壓力表徵並建立紓壓計畫			
T4 提出、獲取與支援銷售解決方案	T4.1 準備銷售簡報	O4.1.1 銷售簡報檔案 O4.1.2 銷售訂單、合約書等格式檔案	P4.1.1 獲取產品、構思和服務的資訊，使用在銷售簡報內容 P4.1.2 重新檢視產品資訊以確保熟悉產品 P4.1.3 辨識銷售策略選項，並評估與選擇能滿足潛在銷售對象需求與偏好的選項 P4.1.4 考量各種銷售解決方案並準備以滿足採購者需求 P4.1.5 辨識並選擇銷售輔助工具 P4.1.6 確認替代方案並評估是否符合預期的購買需求	4	<p>K15 詳盡的產品知識，包括產品之：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 優勢和劣勢</li> <li>■ 特色</li> <li>■ 服務的效益</li> </ul> <p>K16 支援銷售簡報的素材和輔助工具</p> <p>K17 有關訂單和客戶服務的組織政策和程序</p> <p>K18 有效銷售簡報組合的原則</p>	<p>S14 運用銷售簡報所需之產品、構思及服務相關知識</p> <p>S15 讀寫和計算技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 準備銷售文件</li> <li>■ 處理銷售業務</li> <li>■ 計算付款資訊</li> <li>■ 保留客戶的銷售紀錄</li> <li>■ 銷售數據之佐證</li> </ul> <p>S16 組織和時間管理能</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)
	T4.2 介紹銷售解決方案		<p>P4.2.1 使用手勢、姿勢、肢體語言、臉部表情和聲音與有助益的資訊工具，創造有利的銷售環境</p> <p>P4.2.2 透過聆聽和開放式問答，以辨識採購者需求、偏好、動機和反對的理由</p> <p>P4.2.3 調整介紹方式以符合採購者需求與喜好</p> <p>P4.2.4 使用具有說服力的溝通技巧，以確保採購者維持採購興趣</p> <p>P4.2.5 確保簡報能充分向採購者展現與溝通產品特色及強調效益</p> <p>P4.2.6 藉由產品採購，取得並證明產品效益</p> <p>P4.2.7 使用銷售輔助工具以協助採購者理解產品與需求一致</p>		<p>K19 呈現銷售業績的統計方法</p> <p>K20 管理客戶的策略，以建立客戶友好關係並培養客戶忠誠度</p>	<p>力，以利安排後續的接觸</p> <p>S17 語言溝通技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 簡報產品效益及主要特色，以滿足採購者需求</li> <li>■ 建立與維繫客戶關係</li> <li>■ 管理衝突和客戶的不滿</li> <li>■ 協調管理採購者的阻礙</li> <li>■ 詢問客戶以決定客戶需求和偏好</li> <li>■ 使用具說服力和肯定的語言以宣傳產品特色和效益</li> </ul> <p>S18 使用設備輔助呈現銷售資訊的科技應用能力</p>
	T4.3 回應採購者	<p>O4.3.1 採購者拒絕原因紀錄</p> <p>O4.3.2 銷售成功與失敗原因分析報告</p>	<p>P4.3.1 辨識並評估口頭和非口頭的購買信號</p> <p>P4.3.2 調查採購者拒絕的原因</p> <p>P4.3.3 辨識採購者拒絕策略(如直接/間接拒絕、提出更多的要求與資訊等)的優勢和限制性</p> <p>P4.3.4 執行處理採購者拒絕的管理策略</p>			
	T4.4 協商並完成銷售	<p>O4.4.1 合約書/訂單</p> <p>O4.4.2 付款</p>	<p>P4.4.1 選擇策略並使用支持性和確認的語言來輔助成交過程</p> <p>P4.4.2 商談交易協議的條件，對採購者的成交協</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)
		方式說明文件 O4.4.3 交貨文件	議條件進行總結，並確認購買者的決定 P4.4.3 視需要提供付款建議方式 P4.4.4 準備並完成銷售文件，並處理和監督客戶訂單 P4.4.5 辨識並向採購者提出交叉銷售的機會			
	T4.5 支援售後服務	O4.5.1 售後服務滿意度調查	P4.5.1 售後與採購者接觸，以確保商議的期望得到滿足 P4.5.2 提供技術援助和諮詢，並協助客戶獲得適當的售後服務 P4.5.3 進行銷售與產品滿意度調查 P4.5.4 關注並解決藉由回饋發現的服務問題和困難 P4.5.5 發展與實施客戶忠誠度策略以確保採購者忠誠度，並促進持續接觸 P4.5.6 當有機會時，提供客戶更多的銷售解決方案和效益			
T5 簡報	T5.1 準備簡報		P5.1.1 規劃和記錄簡報作法及預期成果 P5.1.2 根據目標對象的特質、地點、資源和人力需求來選擇簡報策略、格式和呈現方式 P5.1.3 選擇能夠有助觀眾了解主要概念與核心想法，並符合簡報格式與目的的簡報輔助工具、材料和技巧 P5.1.4 向參與人員簡要說明他們在簡報中的角	4	K21 有助於檢視簡報的數據蒐集方法 K22 產業、產品/服務知識 K23 有效溝通的原則	S19 使用資訊豐富和引人入勝的方式溝通訊息，並使用口語和非口語技巧來維持與會者的注意力 S20 針對不同目標對象使用不同的撰寫風格並

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)
			色/責任 P5.1.5 選擇評估簡報效果的方法			準備簡報資料
	T5.2 做簡報	O5.2.1 簡報文件	P5.2.1 向目標對象解釋和討論簡報的預期成果 P5.2.2 使用簡報輔助工具、材料和範例來協助目標對象了解主要概念與核心想法 P5.2.3 注意與會者的非口語和口語溝通，以促成簡報成果 P5.2.4 使用有說服力的溝通技巧來確保聽眾的興趣 P5.2.5 讓與會者有機會對主要概念與核心想法發問釐清，並調整簡報以符合與會者的需求和喜好 P5.2.6 有策略地在特定時間點總結主要概念和想法，以幫助觀眾理解簡報			
	T5.3 檢視簡報內容		P5.3.1 執行檢視簡報成效的方法 P5.3.2 向與會者或參與簡報的主要人員詢問對簡報的反應，並進行討論 P5.3.3 善用與會者或參與簡報主要人員的回饋意見，修改簡報的核心想法			
T6 協調執行顧客服務策略	T6.1 為顧客服務需求提供建議	O6.1.1 顧客服務需求分析 O6.1.2 顧客	P6.1.1 運用適當溝通技巧釐清並正確評估顧客需求 P6.1.2 在符合組織要求下，發展改善服務的選擇方案	4	K24 顧客服務原則 K25 組織的企業架構、產品與服務 K26 產品與服務的標準及最佳典範	S21 溝通技能： ■ 能夠有效與各層級人員及客戶溝通 ■ 清楚說明顧客服務策



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)
		需求回饋紀錄	P6.1.3 提供相關且有建設性的建議，促進顧客服務改善 P6.1.4 以商業科技或線上服務，建構並提供顧客服務需求的資訊			略 S22 人際技能： ■ 與顧客建立關係 ■ 使關係融洽 S23 讀寫技能： ■ 準備一般資訊與研究報告 ■ 閱讀各種文案 ■ 根據目標讀者撰寫正式與非正式信函 S24 發展執行時間表的規劃技能 S25 診斷顧客服務相關之組織問題的問題解決技能 S26 管理技能： ■ 遵守政策與程序 ■ 評估並監控自身績效 ■ 尋求學習機會
	T6.2 為執行顧客服務策略提供支援	O6.2.1 顧客服務預算規劃書	P6.2.1 確保向指定的個體及團體推銷顧客服務策略與機會 P6.2.2 辨識並分配預算資源，以達成顧客服務目標 P6.2.3 在組織要求下，採取化解顧客困難與投訴的程序 P6.2.4 執行策略時先諮詢指定個人及團體			
	T6.3 評量顧客服務並予以回報	O6.3.1 顧客服務提供紀錄 O6.3.2 顧客服務滿意度分析報告	P6.3.1 運用符合組織要求的資料來審查客戶對服務的滿意度 P6.3.2 辨識並回報指定個體及團體的服務標準需求變化 P6.3.3 針對客戶服務策略的未來方向提供有建設性的建議 P6.3.4 維護系統、紀錄與回報程序，以比較顧客滿意度之變化			
T7 解決客戶需求	T7.1 協助客戶表達需求	O7.1.1 客戶需求紀錄	P7.1.1 確保客戶需求被完整開發、理解與同意 P7.1.2 解釋並依照客戶需求尋找可提供的服務和產品 P7.1.3 適切的與客戶溝通，以確保客戶的權利和	4	K27 客戶服務關係的組織程序和標準 K28 詳細的產品和服務知識	S27 歸納口頭和非口頭資訊的資訊管理技能 S28 讀寫技能： ■ 詮釋產品和服務特色

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)
			責任			或銷售數據
	T7.2 滿足客戶需求	O7.2.1 客戶偏好紀錄與服務策略	P7.2.1 為達到客戶需求，解釋各種可能性 P7.2.2 協助客戶評估服務或產品選項，以滿足其需求 P7.2.3 制定並對其所偏好的對策排列優先順序 P7.2.4 確認在提供客戶服務時會遇到的潛在問題，並以正面態度採取適當對策			<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 閱讀各種文案來準備一般資訊和文件</li> <li>■ 從口頭及非口頭資源中得到歸納的資訊</li> <li>■ 撰寫正式和非正式文本</li> </ul>
	T7.3 管理網絡以確保客戶需求得到解決	O7.3.1 客戶互動紀錄	P7.3.1 建立與客戶有效的定期溝通 P7.3.2 為提供客戶適切之商品及服務，建立、維護並擴充內外部相關(資源)網絡 P7.3.3 確保客戶服務目標的決策程序是基於客戶、商品及服務之最新資訊 P7.3.4 確保提供和推薦之產品與服務符合客戶需求 P7.3.5 按照組織程序維護與客戶互動的紀錄			<p>S29 分析數據，並比對預算、時間和宣傳成本的計算技能</p> <p>S30 為客戶開發獨特解決方案的問題解決技能</p> <p>S31 自我管理技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 遵守政策和程序</li> <li>■ 尋找學習和發展機會</li> </ul>
T8 發展銷售計畫	T8.1 判定組織策略方向	O8.1.1 建立個人銷售市場需求評估	P8.1.1 取得並分析市場需求與策略規劃 P8.1.2 評量個人歷史銷售績效和判定影響績效的因素 P8.1.3 分析市場需求、新機會、客戶概述等資訊，並作為個人決策的基礎	4	K29 監控銷售成果的方法 K30 組織的策略方向和目標 K31 銷售原則和技術 K32 分析銷售和行銷趨勢的統計技術	S32 向相關組織人員諮詢與判定銷售需求，精進和修正銷售計畫的溝通和協商技能 S33 發展並評估新銷售方法的創意和創新技能 S34 取得資訊以發展銷售
	T8.2 建立績效目標	O8.2.1 個人銷售目標時	P8.2.1 決定可達成的個人銷售目標 P8.2.2 建立達成目標的時程表			

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)
		程表	P8.2.3 決定監控績效的措施 P8.2.4 確保個人銷售計畫的目標與組織策略目標一致			計畫的研究和收集資料的技能
	T8.3 發展產品銷售計畫	O8.3.1 個人銷售計畫(包含銷售目標、時間表、行動方案、資源分配、通路、預算等)	P8.3.1 描述達成個人銷售目標的方法 P8.3.2 根據專業資源(如媒體製作、廣告執行等)之需求，建議預算資源分配 P8.3.3 確認風險並發展風險控制措施 P8.3.4 發展產品的廣告和宣傳策略 P8.3.5 為產品確認適當的配送管道 P8.3.6 為銷售計畫準備預算 P8.3.7 向相關人員提出書面銷售計畫			
	T8.4 確認支援需求	O8.4.1 員工銷售訓練活動	P8.4.1 確認並取得銷售人力資源以執行銷售計畫 P8.4.2 發展適當的銷售方式 P8.4.3 針對選定銷售方式訓練銷售人員 P8.4.4 發展並評估產品銷售人員的知識程度			
	T8.5 監控並評量銷售計畫	O8.5.1 銷售數據紀錄 O8.5.2 銷售成果分析報告	P8.5.1 監控銷售計畫的執行 P8.5.2 記錄績效數據與銷售目標之差異 P8.5.3 視需要調整銷售計畫，以確保達成所需的成果			

**職能內涵 ( A=attitude 態度 )**

### 職能內涵 ( A=attitude 態度 )

- A01 親和力：對他人表現理解、友善、同理心、關心和禮貌，並能與不同背景的人發展及維持良好關係。
- A02 主動積極：不需他人指示或要求能自動自發做事，面臨問題立即採取行動加以解決，且為達目標願意主動承擔額外責任。
- A03 正直誠實：展現高道德標準及值得信賴的行為，且能以維持組織誠信為行事原則，瞭解違反組織、自己及他人的道德標準之影響。
- A04 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。
- A05 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。
- A06 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。
- A07 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。

### 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：**
  - 大專以上畢業。
- 本項職類可能因產業差異而需要不同之職能內涵，運用相關內容時宜參酌產業特性進行調整。