

網路行銷企劃人員職能基準

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	KMC2431-005V2	網路行銷企劃人員	最新版本	名稱修改為「網路行銷企劃人員」；刪除原 T3「提供網路與平台資訊更新」，非屬此人員之主要職責。	2019/04/12
V1	KMC2431-005	電商行銷企劃人員	歷史版本	已被《KMC2431-005V2》取代	2016/03/22

職能基準代碼		KMC2431-005V2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類	行銷與銷售/行銷傳播		
		職業	網路行銷企劃人員		
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		分析相關數據，依據資源及預算，進行網路行銷活動規劃與執行。			
基準級別		3			

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 規劃與執行網路行銷活動	T1.1 規劃網路行銷活動	O1.1.1 網路行銷活動方案 ^{【註1】}	<p>P1.1.1 確認行銷標的物，並蒐集與分析行銷活動歷史資訊(如進銷存貨表、現金流量表)與市場資訊。</p> <p>P1.1.2 依組織需求規劃網路行銷活動方案。</p> <p>P1.1.3 確認所選擇的網路行銷平台(工具)^{【註2】}符合行銷目標，並傳達企業形象、商品特色與優勢。</p> <p>P1.1.4 協調相關部門完成發包，並與各部門負責人員協調上線測試期程。</p>	3	<p>K01 產業現況與發展趨勢</p> <p>K02 組織政策與流程</p> <p>K03 公司商品與競品的特性、效益、優劣勢等知識</p> <p>K04 消費者行為原理</p> <p>K05 網路行銷策略^{【註5】}</p> <p>K06 活動經費概念</p> <p>K07 視覺美感</p> <p>K08 網路版面設計概念</p> <p>K09 網路廣告媒體生態與數位廣告策略</p> <p>K10 網路行銷平台概念^{【註6】}</p>	<p>S01 外語閱讀、表達與溝通能力</p> <p>S02 資訊平台操作與管理能力</p> <p>S03 數據統計與分析技能</p> <p>S04 提案技巧</p> <p>S05 簡報技巧</p> <p>S06 文書處理技巧</p> <p>S07 統計分析軟體運用技巧</p> <p>S08 文案撰寫技巧</p> <p>S09 時間管理能力</p> <p>S10 溝通協調技能</p> <p>S11 團隊合作技能</p> <p>S12 網路社群經營與維運技能</p> <p>S13 活動規劃能力</p>
	T1.2 規劃網路廣告	O1.2.1 廣告文案	<p>P1.2.1 發展文案與視覺設計，以清楚傳達產品的形象、特色和優勢。</p> <p>P1.2.2 確認網路廣告各項要素與相對</p>	3	<p>K11 廣告優化知識^{【註7】}</p> <p>K12 網路投放技術知識</p> <p>K13 財務報表概念</p>	<p>S14 創意導向</p> <p>S15 預算規劃能力</p>

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)
			<p>位置能達到視覺聚焦與平衡。</p> <p>P1.2.3 確認廣告字體、排版與視覺風格符合商品需求定位。</p> <p>P1.2.4 確定網路廣告之音效、動畫能強化廣告效果，避免訊息失焦。</p> <p>P1.2.5 確認行銷工具(平台)之內容、指引、連結按鈕和頁面等皆與行銷計畫一致。</p> <p>P1.2.6 確保行銷工具(平台)之資料紀錄、聯絡與回覆等功能，足以成為可供後續行銷成果評估之資訊來源。</p> <p>P1.2.7 確認網路廣告內容與所使用的行銷工具、平台和媒體載具，符合組織目標、網路行銷方案與網路行銷相關規範^{【註3】}。</p>		<p>K14 大數據資訊概念</p> <p>K15 網路行銷相關規範</p>	
	T1.3 測試網路行銷活動	<p>O1.3.1 網路活動測試頁面</p> <p>O1.3.2 測試結果紀錄</p>	<p>P1.3.1 針對設計製作完成的網路行銷活動頁面進行功能測試^{【註4】}</p> <p>P1.3.2 針對缺失項目協調相關部門於規定時間內完成改善。</p> <p>P1.3.3 獲得主管核准並完成上線。</p>	3		
	T1.4 執行網路行銷活動	O1.4.1 行銷數據統計報表 ^{【註8】}	<p>P1.4.1 依據所規劃期程、預算與資源，執行行銷活動。</p> <p>P1.4.2 依執行結果，記錄相關數據與活動成果。</p>	3		
	T1.5 監控與評量行銷成果	O1.5.1 行銷成果報告	<p>P1.5.1 監控網路廣告或其他網路行銷成果，並修正錯誤或遺漏值。</p> <p>P1.5.2 監控媒體報導、社群與討論群組口碑與討論度。</p> <p>P1.5.3 蒐集回饋數據資料並提供給主管(相關部門)。</p> <p>P1.5.4 分析行銷成本與評估行銷方案</p>	3		

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)
			效益，並完成行銷成果報告。 P1.5.5 依活動成果，與主管(相關部門)進行必要性檢討與修正。 P1.5.6 針對網路負面評價或突發事件，記錄並提報主管(相關部門)。			
T2 蒐集與分析數據	T2.1 蒐集數據和資訊	O2.1.1 數據分析報表	P2.1.1 與相關部門協調蒐集數據所需的軟硬體資源。 P2.1.2 使用或維護適當的 <u>流量分析工具</u> ^{【註8】} ，分析並記錄網站流量。 P2.1.3 依照組織程序記錄、儲存並維護所蒐集的數據和資訊。	3	K04 消費者行為原理 K13 財務報表概念 K15 網路行銷相關規範 K16 流量分析工具使用知識	S02 資訊平台操作與管理能力 S03 數據統計與分析技能 S16 財務與銷售數字報告製作的解讀與統計技能 S17 簡報統計結果的報告技能 S18 閱讀及分析資訊關聯性與充分性的技能 S19 網路使用技能應用與報表製作 S20 流量分析工具應用 S21 解讀分析能力網路廣告投放技術
	T2.2 分析訪客流量	O2.2.1 流量分析報表	P2.2.1 分析 <u>流量的來源</u> ^{【註9】} 特點。 P2.2.2 分析訪客的人群屬性 ^{【註10】} 、時空屬性與興趣屬性。 P2.2.3 依組織規範完成流量分析報告。	3		
	T2.3 分析銷售數據	O2.3.1 <u>銷售數據分析報告</u> ^{【註11】}	P2.3.1 依規定期限進行各商品總銷售額分析及銷售差異分析，以掌握不同因素(氣候、新聞事件、流行趨勢、時事影響等)對銷售績效的影響。 P2.3.2 依組織規範完成銷售數據分析報告。	3		
	T2.4 提升轉換率	O2.4.1 轉換率提升優化報告	P2.4.1 依據流量分析報表，提出訪客的行為 <u>流程改善建議</u> ^{【註12】} 。 P2.4.2 依組織規範製作轉換率提升優化報告。	3		

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 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。

A02 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。

職能內涵 (A=attitude 態度)

A03 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。

A04 彈性：能夠敞開心胸，調整行為或工作方法以適應新資訊、變化的外在環境或突如其來的阻礙。

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 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。

說明與補充事項

- 此為電商領域跨業共通職能建議擔任此職類/職業之學歷/經歷/或能力條件：

大專以上相關科系畢業，或具1年以上相關工作經驗。

其他補充說明：

【註1】網路行銷活動方案：如計畫期程、計畫預算表、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。

【註2】網路行銷平台（工具）：如關鍵字、社群平台、行動APP及第三方網路平台等。

【註3】網路行銷相關規範：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）、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）。

【註4】功能測試：如網頁內容與文字正確、連結指引與按鈕正確性、資料記錄有效性、金流與物流服務之串聯流暢度等。

【註5】網路行銷策略：如會員行銷、社群經營與口碑行銷等。

【註6】網路行銷平台概念：網路廣告平台特性、排程規劃方法、預算、資源要求等知識。

【註7】廣告優化知識：如貼文、素材、受眾分析、ROI計算、SEO（搜尋引擎優化）的監測方法與步驟等。

【註8】流量分析工具：如GA、FB、百度、DMP等。

【註9】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）等。

【註10】訪客的人群屬性：如年齡、性別、學歷及收入等。

【註11】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。

【註12】改善建議：如改善網頁設計（包含：標題吸睛程度、網頁字體大小、圖片配置、顏色設計等）、網站商品更新效率等。