

批發業務人員職能基準

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	KPS3322-002v2	批發業務人員	最新版本	名稱修改為「批發業務人員」；新增工作任務 T2.5「落實業務管理指標」，將原主要職責 T3「自我管理與持續精進」內涵整併至 T2.5 及其對應之工作產出、行為指標與職能內涵。	2019/04/19
V1	KPS3322-002v1	零售與批發業務人員	歷史版本	已被《KPS3322-002V2》取代	2016/03/22

職能基準代碼		KPS3322-002v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	批發業務人員		
所屬 類別	職類別	行銷與銷售 / 專業銷售	職類別代碼	KPS	
	職業別	商業銷售代表	職業別代碼	3322	
	行業別	批發與零售業 / 批發業	行業別代碼	G45-46	
工作描述		從事批發產品之國內外銷售、業務推廣、客戶維繫與市場分析及開發等工作。			
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 維護與開發市場商機	T1.1 分析市場與終端目標客群	O1.1.1 市場分析報告	P1.1.1 收集與彙整產業市場資訊 ^{【註1】} ，以分析終端目標客群需求。 P1.1.2 與產品經理(PM)保持互動與溝通，掌握市場、產品的最新資訊。 P1.1.3 針對終端目標客群的背景與需求資訊、客戶與 PM 對市場及產品的看法，規劃及提出市場開發與維護建議。	3	K01 消費者心理學概念 K02 行銷學概念 K03 產品專業知識 K04 產業背景資訊 K05 商業禮儀 K06 專案管理概念 K07 市場商機資訊	S01 資料彙整技巧 S02 統計分析技巧 S03 訪談技巧 S04 專案管理能力 S05 基本企劃書撰寫技巧 S06 社交能力 S07 外語閱讀、表達與溝通能力
	T1.2 客戶風險管理	O1.2.1 過往銷售紀錄表(包含退票與	P1.2.1 遵循組織內控程序，針對客戶進行信用評等調查，預防可能的合作風險發生。	3	K08 信用評等資訊 K09 財務報表概念 K10 組織相關規範	S03 訪談技巧 S07 外語閱讀、表達與溝通能力

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)
		退貨紀錄)	<p>P1.2.2 針對客戶進行訪談，了解其現有經營實績與未來銷售預測。</p> <p>P1.2.3 依據組織分配給客戶的額度銷售狀況，視需要回報異常狀況，並於必要時進行危機處理。</p> <p>P1.2.4 透過與同業或異業關係，掌握同一合作客戶的訂貨或付款狀況，以預防可能的合作風險發生。</p>		<p>K11 產業法規知識^{【註2】}</p> <p>K12 危機處理概念</p>	
	T1.3 客戶關係管理	<p>O1.3.1 客戶資訊維護表^{【註3】}</p> <p>O1.3.2 顧客滿意度調查紀錄</p>	<p>P1.3.1 透過定期聯繫或實地訪查的互動方式，確認既有客戶的近況與所需支援。</p> <p>P1.3.2 針對客戶的庫存、淡旺季銷售規劃與應付帳款等狀況，進行備貨或催款、收款等動作。</p> <p>P1.3.3 邀請客戶參加組織或原廠舉辦的客戶交流聚會、商展活動。</p> <p>P1.3.4 協助協調與解決客訴問題，並視需要陳報相關主管。</p>	3	<p>K04 產業背景資訊</p> <p>K07 市場商機資訊</p> <p>K10 組織相關規範</p> <p>K13 研討會、社團與商展資訊</p> <p>K14 顧客管理概念</p> <p>K15 銷售話術</p> <p>K16 參展實務概念</p>	<p>S03 訪談技巧</p> <p>S06 社交能力</p> <p>S07 外語閱讀、表達與溝通能力</p> <p>S08 溝通協調技巧</p> <p>S09 陌生開發技巧</p> <p>S10 基本行銷活動規劃能力</p> <p>S11 銷售技巧</p> <p>S12 參展技巧</p>
	T1.4 開發新客戶	O1.4.1 潛在客戶追蹤表	<p>P1.4.1 運用多元行銷^{【註4】}，開發潛在客戶。</p>	3	<p>K04 產業背景資訊</p> <p>K07 市場商機資訊</p> <p>K10 組織相關規範</p> <p>K13 研討會、社團與商展資訊</p> <p>K14 顧客管理概念</p> <p>K15 銷售話術</p> <p>K16 參展實務概念</p> <p>K17 網路行銷概念</p>	<p>S03 訪談技巧</p> <p>S06 社交能力</p> <p>S07 外語閱讀、表達與溝通能力</p> <p>S08 溝通協調技巧</p> <p>S09 陌生開發技巧</p> <p>S10 基本行銷活動規劃能力</p> <p>S11 銷售技巧</p> <p>S12 參展技巧</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)
T2 達成組織設定業績目標	T2.1 競品分析	O2.1.1 競品分析報告	<p>P2.1.1 定期參加組織或原廠舉辦的產品訓練，以提升自身在產品的專業度。</p> <p>P2.1.2 運用組織所彙整的「競品比較資訊」，或收集市場上競爭對手的產品資訊，進行競品分析並建議產品的業務推廣方式。</p>	3	<p>K02 行銷學概念</p> <p>K03 產品專業知識</p>	<p>S01 資料彙整技巧</p> <p>S07 外語閱讀、表達與溝通能力</p>
	T2.2 善用產品的行銷資源	<p>O2.2.1 行銷歷史數據分析報表</p> <p>O2.2.2 行銷後之銷售成交數據分析報表</p>	<p>P2.2.1 運用組織或原廠所提供行銷資源，協助客戶舉辦行銷活動。</p> <p>P2.2.2 彙整客戶需求，向組織或原廠提出所需行銷資源。</p> <p>P2.2.3 依據該商圈地域特性提出與當地異業合作的行銷方案，藉以擴大客戶商機。</p> <p>P2.2.4 承接組織或原廠所規劃的全國性或跨國性的行銷計畫，監督與回報客戶的執行狀況。</p> <p>P2.2.5 檢視客戶使用行銷資源或舉辦行銷活動的成效，必要時提出調整建議。</p>	3	<p>K02 行銷學概念</p> <p>K06 專案管理概念</p> <p>K10 組織相關規範</p> <p>K15 銷售話術</p>	<p>S04 專案管理能力</p> <p>S05 基本企劃書撰寫能力</p> <p>S07 外語閱讀、表達與溝通能力</p> <p>S08 溝通協調技巧</p> <p>S10 基本行銷活動規劃能力</p>
	T2.3 輔導客戶熟悉產品	<p>O2.3.1 輔導時程規劃表</p> <p>O2.3.2 輔導與訓練方案</p>	<p>P2.3.1 邀請客戶參加組織或原廠舉辦之課程或講座，讓客戶瞭解產品的最新資訊。</p> <p>P2.3.2 針對客戶遇到的終端客戶異議或疑問，給予適當的問題解決協助。</p> <p>P2.3.3 針對業績目標落後的客戶，了解落後原因，並爭取組織或原廠的協助，提供建議或規劃改善方案。</p>	3	<p>K10 組織相關規範</p> <p>K18 輔導與訓練概念</p>	<p>S07 外語閱讀、表達與溝通能力</p> <p>S13 基本訓練規劃能力</p> <p>S14 基本輔導能力</p> <p>S15 問題解決能力</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)
	T2.4 報價議價與締結成交	O2.4.1 報價單 O2.4.2 合約	P2.4.1 確認客戶的經營期望與銷售模式，提供客戶報價單，並進行議價。 P2.4.2 持續掌握客戶的合作意向，釐清客戶的關切點、磋商條件與議價談判，進行續約或簽立新約。	4	K01 消費者心理學概念 K10 組織相關規範	S07 外語閱讀、表達與溝通能力 S08 溝通協調技巧 S16 談判與議價技巧 S11 銷售技巧
	T2.5 落實業務管理指標	O2.5.1 業務管理報表	P2.5.1 依據組織規範撰寫相關管理報表，並回報報表資訊與提出建議。 P2.5.2 依據所設定的業務活動期程，確實執行各項活動，並取得業務推廣成果。	3	K06 專案管理概念 K10 組織相關規範	S04 專案管理能力 S05 基本企劃書撰寫能力

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 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。
- A03 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。
- A04 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。
- A05 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。
- A06 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。

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：無。

其他補充說明：

- 【註 1】市場資訊：如從網路、報章雜誌、組織內部、實地問卷調查或訪談客戶等管道取得之資訊。
- 【註 2】產業法規知識：如消費者保護法、公平交易法、產品標示法、其他產業特定管制法規等。
- 【註 3】客戶資料維護表：如通訊聯繫次數（如電話、電郵、通訊APP等）、實地拜訪數等執行資訊，並按日/周/月之頻率定期維護。
- 【註 4】多元行銷：如陌生拜訪、異業結合、研討會、社團、商展、或網路行銷等。

