

展覽行銷企劃經理職能基準

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	BAS1219-004v2	展覽行銷企劃經理	最新版本	因應產業需求，檢視更新職能基準之工作描述與對應之工作產出與行為指標，以及從業人員所應具備之「職能內涵」。	2019/12/11
V1	BAS1219-004	展覽行銷企劃經理	歷史版本	已被《BAS1219-004v2》取代	2016/12/31

職能基準代碼		BAS1219-004v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	展覽行銷企劃經理		
所屬 類別	職類別	企業經營管理 / 行政支援		職類別代碼	BAS
	職業別	其他企業服務及行政經理人員		職業別代碼	1219
	行業別	支援服務業 / 行政支援服務業		行業別代碼	8202
工作描述		依據搜集到的市場資訊規劃與執行市場研究調查；擬定展覽行銷策略；執行展覽行銷專案活動；管理行銷團隊人員；並確保顧客滿意度。			
基準級別		5			

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研擬展覽行銷策略	T1.1市場研究	O1.1.1市場研究報告	P1.1.1監督行銷團隊人員，針對本次展覽產業進行市場調查，以得到目前產業市場的相關情報 P1.1.2監督行銷團隊人員，針對買主的行為模式進行分析 P1.1.3外部產業公協會與相關主管機關的經營	5	K04統計軟體應用 K30產業趨勢分析 K31行銷策略規劃 K32國際視野	S11資訊科技能力 S16外部意識 S17策略性思考 S18組織能力 S19邏輯思考能力

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)
	T1.2判斷展覽行銷策略	O1.2.1不同展覽的策略方案	P1.2.1根據市場調查結果，判斷市場對於展覽發展的接受程度 P1.2.2分析市面上相關展覽的行銷策略與現場活動執行績效 P1.2.3分析展覽舉辦地點的優劣勢 P1.2.4擬定本次展覽的行銷策略，並找出展覽的亮點進行宣傳			
T2管理行銷團隊	T2.1分派行銷團隊工作任務	O2.1.1工作任務分派表	P2.1.1確認此次展覽活動所需執行的行銷任務 P2.1.2選派適當人員執行不同的行銷任務	5	K28專案管理 K30產業趨勢分析 K33團隊激勵與領導技巧 K34人力資源管理	S06溝通 S18組織能力 S20衝突管理 S21領導能力 S24公關能力 S25整合能力
	T2.2訓練團隊成員具備相對能力	O2.2.1訓練課程	P2.2.1確認團隊成員是否具備相關工作能力，如不具備者，需給予相關訓練課程 P2.2.2課程結束後，需對成員能力進行檢核			
	T2.3監督行銷團隊	O2.3.1工作績效評估表	P2.3.1對行銷團隊成員進行監督管理，以確保產出水準 P2.3.2掌控團隊成員的工作進度 P2.3.3確保所有成員都能執行適當的工作，如有不適任情形要隨時進行調整 P2.3.4激勵員工達成工作任務要求			
T3執行行銷	T3.1確定展覽	O3.1.1行銷機會比	P3.1.1分析市場的需求狀況，確定可以	5	K09財務管理	S01問題分析

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)
企劃	行銷主軸與定位	較分析報告	<p>執行的行銷模式</p> <p>P3.1.2確認可應用的新科技與新方法，發展創新行銷機會</p> <p>P3.1.3根據行銷企劃專員所提報的產業趨勢分析與市場調查結果，確定展覽的行銷主軸與市場定位</p> <p>P3.1.4根據確定的行銷主軸，選定所使用的行銷媒體，以及可運用的文宣產品</p>		<p>K11整合行銷策略</p> <p>K28專案管理</p> <p>K35品牌管理</p> <p>K36簡報企劃與表達技巧</p> <p>K46談判技巧與協商策略?</p>	<p>S04合作協調</p> <p>S06溝通</p> <p>S11資訊科技能力</p> <p>S16外部意識</p> <p>S18組織能力</p>
	T3.2提出展覽行銷企劃書	O3.2.1展覽活動市場區隔與定位分析	<p>P3.2.1將確認的展覽行銷主軸、定位、進行方式與應用資源</p> <p>P3.2.2指導行銷團隊成員撰寫行銷企劃書，並檢視企劃書內容是否適當</p>			
	T3.3向個別客戶提出企劃書	O3.3.1提案企劃書	<p>P3.3.1根據客戶的需求，設計與客戶相關的企劃書</p> <p>P3.3.2將企劃書內容交由業務單位向客戶提案</p>			
	T3.4與其他部門協商可運用的資源	O3.4.1跨部門協調會議記錄	<p>P3.4.1與相關部門協調，確定可在適當時間提供可運用的行銷資源</p> <p>P3.4.2確定各項宣傳活動的進度有按照企劃時間執行，並確認行銷績效</p>			
	T3.5掌控預算並執行進度	O3.5.1預算報表進度分析表	<p>P3.5.1控制花費符合預算所需</p> <p>P3.5.2在預算限制下，達到行銷企劃所需的績效</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)
T4監督行銷策略執行	T4.1確認行銷文宣品內容	O4.1.1DM、專刊、EDM	P4.1.1確認所有行銷文宣品內容的市場區隔與定位設計 P4.1.2確認所有行銷文宣品的共同溝通理念 P4.1.3監督所有行銷文宣品在計畫時程內完成	5	K21會展相關法律知識 K23危機處理 K26情緒與衝突管理 K37媒體管理	S01問題分析 S04合作協調 S06溝通 S08品質導向 S13問題解決 S14緊急應變能力 S18組織能力 S22正確傾聽
	T4.2確定舉辦活動內容	O4.2.1現場活動 O4.2.2記者招待會 O4.2.3新聞稿	P4.2.1確認展覽現場執行的活動內容是否可以達到行銷效果 P4.2.2確認記者招待會邀約成員，並監控邀約進度 P4.2.3確認記者招待會的新聞稿內容			
	T4.3追蹤行銷宣傳效果	O4.3.1各項行銷宣傳活動報表	P4.3.1根據各項行銷宣傳成果，確認是否達成宣傳績效 P4.3.2未達到績效目標的行銷宣傳活動，要加強人力物力到達到績效目標為止			
	T4.4監督現場活動	O4.4.1開幕典禮 O4.4.2競賽活動 O4.4.3專業研討會	P4.4.1監督會場相關活動順利進行 P4.4.2處理活動現場發生的緊急應變事項			
T5分析展覽效益	T5.1評估市場趨勢	O5.1.1績效分析 O5.1.2結案報告	P5.1.1根據展覽效益分析，評估未來產業市場的發展趨勢	5	K02市場調查 K29顧客關係管理 K30產業趨勢分析 K38財務規劃	S01問題分析 S13問題解決 S15客戶服務與聯繫能力 S23有效聯結
	T5.2確定未來展覽行銷方向	O5.2.1檢討報告	P5.2.1根據結案報告，確定未來展覽行銷的改進方向			

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)
			P5.2.2根據買主(B2B)或消費者(B2C)滿意度調查結果，評估未來會展活動的走向		K39投資報酬率評估	

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01壓力容忍
 A02團隊意識
 A03謹慎細心
 A04好奇開放
 A05主動積極
 A06自我管理
 A07喜愛創新求變
 A08 EQ 管理
 A09對工作的熱忱
 A10責任感
 A11創造力
 A12樂觀
 A14冒險挑戰
 A15耐心

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：
 - 學歷：大學以上，不限科系。

說明與補充事項

- **經歷**：在展覽、活動行銷、廣告或公關公司等相關領域至少有3年以上執行之經驗。具創意之展覽行銷活動企劃與執行能力，且能掌握國際市場趨勢、產業動態，執行行銷策略規劃。
- **語文**：B2B 展覽行銷企劃經理需精熟英文(多益800分以上)，具備英文書信、口語溝通、英文提案、英文簡報等能力，若具備第二外文(德、法、日)更佳；B2C 展覽行銷企劃經理需英文說寫流利，台語精熟。
- **軟體能力**：須精熟 Word、PowerPoint、Excel 等能力；B2C 展覽行銷企劃經理需具備 Google、Facebook 投放廣告能力。
- **證照要求**：通過 CEM(國際展覽認證)，面試時予以加分。