

綜合零售業數位行銷專員職能基準

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
V3	KRM2431-001v3	綜合零售業數位行銷專員	最新版本	略	2023/08/29
V2	KRM2431-001v2	綜合零售業數位行銷專員	歷史版本	已被《KRM2431-001v3》取代	2020/09/01
V1	KRM2431-001v1	綜合零售業數位行銷專員	歷史版本	已被《KRM2431-001v2》取代	2017/11/13

職能基準代碼		KRM2431-001v3			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	綜合零售業數位行銷專員		
所屬 類別	職類別	行銷與銷售/零售與通路管理		職類別代碼	KRM
	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/零售業		行業別代碼	G471
工作描述		能依據公司對年度行銷計畫之目標，針對目標消費客群 (TA) 規劃、執行與管理線上線下整合行銷推廣之專案 (含平面、看板、廣播、電視、新媒體、店鋪、market-tech 等)；並能依據數位思維邏輯，予以解讀、分析或理解各項資料欄位所代表的意義，跨域共組行銷專案團隊，滿足消費者需求及協助公司創造最佳獲利。			
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 熟悉產業屬性	T1.1 蒐集產業動態資訊	O1.1.1 市場競爭資訊分析	P1.1.1 能利用新技術工具與方法來蒐集市場趨勢、競爭資訊、消費者行為等來協助制訂行銷策略。	3	K01 市場研究原則與實務 K02 質化與量化分析知識 K03 報告撰寫知識	S01 蒐集市場資訊技能 S02 整理與分析報告技能 S03 訪談技能

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)
		O1.1.2 通路行銷資訊蒐集 O1.1.3 行銷策略建議			K04 產業法規知識 K05 創新應用理解概念	S04 企畫及文案撰寫能力 S05 電腦文書處理能力 (如 Office 系列) S06 新媒體操作技能
	T1.2 撰寫數位行銷企畫	O1.2.1 線上線下整合數位行銷企畫	P1.2.1 能依據公司政策與年度目標，撰寫年、季、月等數位行銷企畫。	4		
T2 目標客群分析	T2.1 客群數據分析	O2.1.1 客群分析報告	P2.1.1 能依據數據或資料有效解讀暨分析客群行為資料，並提出客群分析報告。	4	K01 市場研究原則與實務 K03 報告撰寫知識 K06 行銷溝通知識	S07 客群分析技能 S08 目標市場選擇技能 S09 跨部門溝通技能 S10 資料分析與管理能力
	T2.2 分群策略擬定	O2.2.1 客群分析報告 (含策略建議)	P2.2.1 能利用結構查詢語言整理數據，找出有用的資料集。	4	K07 消費者行為常識	
T3 數位廣告投放規劃與操作	T3.1 數位廣告投放規劃	O3.1.1 數位廣告投放規劃	P3.1.1 能依據公司整體品牌行銷策略與營運目標，進行數位廣告投放規劃。	3	K07 消費者行為常識 K08 電子商務相關法律常識 K09 消費者保護法律常識	S10 資料分析與管理能力 S11 多媒體應用技能 S12 網路廣告使用技能

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)
	T3.2 網站流量數據與消費者行為分析	O3.2.1 網站流量數據與消費者行為分析報告	P3.2.1 能熟悉及利用 GoogleAnalytics、其他網頁分析工具，進行網站流量數據與消費者行為分析。	4	K10 行銷廣告知識 K11 網站流量分析工具知識 K12 著作權與肖像權知識	S13 網路行銷廣告投放技能
	T3.3 數位廣告投放監控與分析應用管理	O3.3.1 數位廣告投放分析應用管理	P3.3.1 能利用數位廣告聯播網系統投放工具、觀察網路消費者行為與網路行銷效果，執行廣告投放分析、監控與動態修正。	4		
T4 操作資料分析與呈現	T4.1 定義商業問題	O4.1.1 定義商業問題	P4.1.1 能清楚定義商業問題，進而定義資料欄位之需求。	4	K07 消費者行為常識 K13 資料庫結構知識 K14 數據分析知識 K15 資料安全與個資法	S14 消費者行為分析技能 S15 數據分析技能
	T4.2 分辨重要資料	O4.2.1 分辨與篩選重要資料	P4.2.1 能依據資料庫欄位消費資料，管理與有效利用重要的資料。	4		
	T4.3 數據分析解讀	O4.3.1 數據分析解讀與分析報告 (含應用價值	P4.3.1 能依據重要資料欄位或消費資料解讀與分析數據分析，並說明應用價值與策略。	4		

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)
		與策略)				
T5 籌組數位行銷專案團隊	T5.1 籌組與執行數位行銷專案團隊	O5.1.1 數位行銷專案分工	P5.1.1 能依據目標籌組數位行銷專案團隊。	3	K03 報告撰寫知識 K14 數據分析知識 K16 專案管理知識 K17 產業知識	S10 資料分析與管理能力 S15 數據分析技能 S16 專案管理技能 S17 行銷策略建議技能 S18 產業知識的理解能力
	T5.2 數位行銷專案執行	O5.2.1 數位行銷專案執行	P5.2.1 能依公司訂定之行銷規畫與行銷需求，與專案團隊共同執行數位行銷專案，並有效掌控品質。	3		
	T5.3 數位行銷專案檢討	O5.3.1 數位行銷專案檢討報告與建議	P5.3.1 能依據數位行銷專案之執行情形，提出檢討報告與建議。	4		

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 主動積極、A02 正直誠實、A03 自我提升、A04 壓力容忍、A05 謹慎細心、A06 團隊意識、A07 彈性、A08 應對不明狀況、A09 服務熱忱、A10 溝通協調、A11 目標導向、A12 樂於嘗試

說明與補充事項

- 擔任此職業之必要學經歷與能力條件：

說明與補充事項

- 行銷系、統計系、企管系、資管系、大傳系、心理系、數位行銷系畢業尤佳（至少修過行銷、統計相關課程）。
- 至少半年以上零售業行銷管理或電子商務平台工作經驗為佳。
- 至少會一項行銷工具（如社群網站使用、網路行銷工具、GA 分析等）並要有一定的熟悉度。