

網路行銷企劃主管職能基準

職能基準代碼		KMC2431-008v1			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	網路行銷企劃主管		
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 / 零售業	行業別代碼	G4871	
工作描述		依組織品牌定位，擬訂行銷目標與規劃年度網路行銷計畫，並進行成效分析。			
基準級別		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)
T1 市場分析	T1.1 釐訂市場分析範疇		P1.1.1 確認蒐集市場資訊的目的、需求及數據途徑。 P1.1.2 依組織產品定位與分析需求，蒐集市場資訊與符合網路行銷相關法規 ^{【註1】} ，並判別所獲得資訊的適當性與可用性。 P1.1.3 蒐集網路行銷活動歷史資訊（如網站流量與銷售數據等）。	4	K01 產業現況與發展趨勢 K02 組織政策與流程 K03 市場分析範疇與架構 K04 市場分析方法 K05 網路行銷相關法規 K06 網路行銷概論 K07 財務報表概念	S01 資料蒐集與判斷能力

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 定位市場與客群	O1.2.1 分析報告	<p>P1.2.1 使用適切的分析方法，進行資料的統計及分析。</p> <p>P1.2.2 找出組織內部經營的優勢與劣勢，以決定行銷標的物之市場定位。</p> <p>P1.2.3 歸納組織優勢與劣勢及所面對之機會與威脅，確認競爭策略並找出相對優勢行銷標的物。</p> <p>P1.2.4 依產品市場定位，找出潛在客群並確認其偏好與需求。</p>	4	K02 組織政策與流程 K06 網路行銷概論 K08 統計方法 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式	S02 資料分析能力 S03 數據統計與分析能力 S04 市場定位能力 S05 客群分析能力
T2 策略規劃	T2.1 規劃行銷目標與計畫	O2.1.1 年度計畫	<p>P2.1.1 依組織政策及優勢產品之市場定位與客戶需求，訂定年度行銷目標。</p> <p>P2.1.2 依年度行銷目標，盤點與分析組織內外部<u>可用的資源</u>^{【註2】}，確認資源分配的優先順序。</p> <p>P2.1.3 依年度行銷目標，編列年度預算，並遵守網路行銷相關法規，規劃網路行銷計畫。</p>	4	K02 組織政策與流程 K05 網路行銷相關法規 K06 網路行銷概論 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式 K11 成本概念	S02 資料分析能力 S06 計畫撰寫能力 S07 資源盤點與分析能力 S08 預算規劃能力
	T2.2 發展行銷策略		<p>P2.2.1 依可用資源與行銷計畫，發展行銷策略，並選定符合行銷目標之<u>網路行銷平台 (工具)</u>^{【註3】}。</p> <p>P2.2.2 協調組織相關人員，運用<u>策略分析方法</u>^{【註4】}，規劃符合行銷策略之<u>網路行銷活動方案</u>^{【註5】}，並督導相關人員依規劃執行。</p>	4	K02 組織政策與流程 K05 網路行銷相關法規 K06 網路行銷概論 K09 組織產品與競品分析 K10 消費者行為模式 K11 成本概念 K12 策略分析方法 K13 網路行銷平台 (工具)	S09 策略規劃能力 S10 方案規劃能力 S11 溝通協調能力

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)
T3 成效分析	T3.1 分析數據	O3.1.1 流量分析報告 O3.1.2 銷售數據分析報告	P3.1.1 運用 <u>流量分析工具</u> ^{【註6】} ，記錄與彙整網站流量與相關數據。 P3.1.2 分析 <u>流量來源</u> ^{【註7】} 特點、 <u>訪客的人群屬性</u> ^{【8】} 、時空屬性與興趣屬性，並完成流量分析報告。 P3.1.3 依規定期限，彙整與分析各項行銷標的物之總銷售額及銷售差異，並完成 <u>銷售數據分析報告</u> ^{【9】} 。	4	K07 財務報表概念 K14 流量分析工具使用知識 K15 大數據資訊概念	S02 資料分析能力 S03 數據統計與分析能力 S12 流量分析工具應用能力 S13 報告撰寫能力
	T3.2 產出分析報告與簡報	O3.2.1 市場分析報告	P3.2.1 依相關數據分析結果，撰寫成效分析報告。 P3.2.2 將數據分析結果向相關人員進行簡報，並提出檢討改善方案。	4	K02 組織政策與流程 K07 財務報表概念	S13 報告撰寫能力 S14 視覺化簡報製作能力 S15 簡報技巧 S16 問題解決能力

職能內涵 (A=attitude 態度)

- A01 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。
- A02 自信心：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。
- A03 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。
- A04 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。
- 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 應對不確定性：當狀況不明或問題不夠具體的情況下，能在必要時採取行動，以有效釐清模糊不清的態勢。

說明與補充事項

- 建議擔任此職類/職業之學歷/經驗/或能力條件：

說明與補充事項

- 大專以上相關科系畢業，且具 3 年以上相關工作經驗。
- **其他補充說明：**
 - 【註1】網路行銷相關法規：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2】可用資源：如財務、人力、材料、設備等。
 - 【註3】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4】策略分析方法：如政治、經濟、社會和科技分析以及優勢、劣勢、機會和威脅分析（SWOT）等。
 - 【註5】網路行銷活動方案：如期程、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6】流量分析工具：如 GA、FB、百度、DMP 等。
 - 【註7】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）、線下活動引流（O2O）等。
 - 【註8】訪客的人群屬性：如年齡、性別、學歷及收入等。
 - 【註9】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。