

跨境電商企劃人員職能基準

職能基準代碼		KMM2431-007v1			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	跨境電商企劃人員		
所屬 類別	職類別	行銷與銷售 / 行銷管理		職類別代碼	KMM
	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	G4719
工作描述		從事跨境電子商務購物平台之行銷活動規劃執行、通路數據分析及新產品開發等工作。			
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蒐集及分析市場資訊	T1.1界定目標市場		P1.1.1 能找出組織內部經營的優勢及劣勢，以決定行銷標的產品之市場定位。	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 組織政策及流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力
	T1.2標的產品實體、網路通路資料蒐集		P1.2.1 評估及選擇適當之通路(實體、網路)，蒐集標的產品相關資訊。 P1.2.2 瞭解目標市場，社群媒體運作現況	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 組織政策及流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K05 當地宗教、文化及消費行為 K06 跨境電商平台應用 K07 跨境電商相關法規	S01 資料蒐集、分析及判斷能力
	T1.3標的產	O1.3.1分析	P1.3.1 依標的產品定位與所蒐集的資訊，進	4	K01 產業現況及發展趨勢	S01 資料蒐集、分析及判斷能力

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)
	品競品分析	報告	行優劣勢之競品分析，完成分析報告。		K02 組織政策與流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎	S02 報告撰寫能力
T2行銷活動 規劃及執行	T2.1行銷活動 規劃	O2.1.1行銷 活動規畫書	P2.1.1 依組織政策及優勢產品之市場定位與客戶需求，規劃適當的產品組合，並訂定年度行銷目標。 P2.1.2 依年度行銷目標，編列年度預算及規劃行銷計畫。	4	K02 組織政策及流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K09 消費者心理學基礎 K10 廣告學基礎 K11 大眾傳播理論基礎 K12 財務報表概念	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 計畫撰寫能力 S04 視覺化簡報製作能力 S05 簡報技巧
	T2.2行銷活 動執行與管 控	O2.2.1廣告 績效監測報 告	P2.2.1 檢視競品之行銷活動與市場狀況，必要時須作適當之調整。 P2.2.2 依行銷活動計畫投放廣告至跨境電商平台。 P2.2.3 配合跨境電商平台之活動進行廣告績效監測。	4	K02 組織政策與流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K09 消費者心理學基礎 K10 廣告學基礎 K11 大眾傳播理論基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S02 報告撰寫能力
	T2.3行銷活 動結案與檢 討	O2.3.1行銷 活動結案報 告	P2.3.1 行銷活動結束後，依活動成果撰寫結案報告，以作為下次行銷活動規劃之參考。	4	K02 組織政策與流程 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K09 消費者心理學基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S02 報告撰寫能力

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)
					K10 廣告學基礎 K11 大眾傳播理論基礎	
T3協助完成廣告素材	T3.1廣告素材蒐集及定稿	O3.1.1廣告稿	P3.1.1 依組織政策與市場定位蒐集相關的廣告素材。 P3.1.2 依相關法規與跨境電商平台之規範，確立標的產品內容之廣告內容。 P3.1.3 運用適當的方式與設計人員溝通，以完成廣告之初稿與定稿。	4	K02 組織政策與流程 K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K09 消費者心理學基礎 K13 跨境電商平台規範	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S06 溝通協調能力
T4分析通路數據	T4.1蒐集線上及線下通路數據		P4.1.1 定期蒐集主要跨境電商平台上，競品之銷售數據、評價分數與留言，以分析推論可能的市場變化。 P4.1.2 選定交易量較大的線下賣場，透過適當的管道與方式，蒐集相關資料，以掌握標的產品與競品的銷售狀況。	4	K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K14 行銷數據分析基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力
	T4.2進行數據分析	O4.2.1分析報告	P4.2.1 依據跨境電商平台與相關網站所提供之數據，分析消費者之停留時間、瀏覽數、曝光數與轉換率等。 P4.2.2 整合線上與線下通路數據，完成分析報告，以作為相關行銷策略調整之參考。	4	K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K14 行銷數據分析基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S02 報告撰寫能力
T5開發新產品	T5.1新產品創意探索	O5.1.1新產品開發計畫	P5.1.1 透過適當的方法，探索消費者的需求與意見，進行歸納和分析，以發現市場機會，尋求新產品或商品組合的創	4	K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K15 市場調查與分析方法	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 計畫撰寫能力

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)
			意。		K16 產品/市場發展矩陣 K17 商品組合的原則與方法	
	T5.2擬定產品發展策略		P5.2.1 分析標的產品與競品之優勢與劣勢，並按產品開發的新穎程度，擬定產品發展策略。	4	K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K16 產品/市場發展矩陣 K17 商品組合的原則及方法	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 計畫撰寫能力
	T5.3產品試用與價格訂定		P5.3.1 與產品供應商洽談，取得樣品交付意見領袖試用，並獲取對產品的評價。 P5.3.2 依相關資料分析的結果，透過與供應商之談判，以決定產品或商品組合的價格。	4	K04 行銷管理基礎 K08 產業及產品相關法規 K16 產品/市場發展矩陣 K17 商品組合的原則與方法 K18 商業談判原則	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 計畫撰寫能力 S07 商業談判能力

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。
- A03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。
- A04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。
- A05好奇開放：容易受到複雜新穎的事物吸引，且易於接受新觀念的傾向。
- A06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。
- A07持續學習：能夠展現自我提升的企圖心，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。

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：
 - 大專以上畢業，或具3年以上行銷企劃相關經歷。