

跨境電商商品企劃人員職能基準

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	KMM2431-007v2	跨境電商商品企劃人員	最新版本	略	2023/12/15
V1	KMM2431-007v1	跨境電商企劃人員	歷史版本	已被《KMM2431-007v2》取代	2020/11/25

職能基準代碼		KMM2431-007v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	跨境電商 <sup>[註1]</sup> 商品企劃人員		
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商品行銷活動規劃執行、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，界定跨境目標市場。	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 組織政策與規範 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 S02 外語能力

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 蒐集標的通路相關資訊		<p>P1.2.1 評估及選擇標的產品適當之通路 ( 實體、跨境電子商務網路平台 )，蒐集標的產品相關資訊。</p> <p>P1.2.2 瞭解目標市場之跨境電子商務平台、其交易法規、入境關稅、金物流串接及處理、訂單管理、資訊流整合、據點出貨、實體配送、安全跨境支付、平台費用及廣告投放等商業模式。</p>	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 組織政策與規範 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K05 跨文化消費者行為 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 S02 外語能力
	T1.3 執行標的產品市場競品分析	O1.3.1 分析報告	P1.3.1 依標的產品定位與所蒐集的資訊，進行優劣勢之競品分析，找出產品利基及機會點，完成分析報告。	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 組織政策與規範 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K08 財務管理基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S02 外語能力 S03 報告撰寫能力
T2 分析目標市場通路數據	T2.1 蒐集目標市場線上及線下通路數據		<p>P2.1.1 定期蒐集主要跨境電商平台上，競品之流量、點閱率、轉換率、銷售數據、評價分數、意見反應與留言、廣告投放等，以分析推論可能的市場變化。</p> <p>P2.1.2 選定交易量較大的線下通路，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及數據。</p>	4	K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K10 行銷數據分析基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S04 網路指標數據統計分析

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 )
	T2.2 進行數據分析	O2.2.1 分析報告	P2.2.1 依據跨境電商平台與相關網站所提供之數據，分析跨境市場目標消費者輪廓、消費趨勢、網購消費型態等消費者數據【註2】。 P2.2.2 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	K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K10 行銷數據分析基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 報告撰寫能力 S04 網路指標數據統計分析
T3 規劃及執行行銷活動	T3.1 規劃行銷活動	O3.1.1 行銷活動規劃書	P3.1.1 依組織政策及優勢、標的產品之市場定位與目標客戶需求，規劃不同跨境電商平台之適當的產品組合，並訂定年度行銷目標。 P3.1.2 依年度行銷目標，編列年度預算及規劃行銷活動，撰寫活動規劃書。	4	K02 組織政策與規範 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K08 財務管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K11 產業及產品相關法規 K12 廣告學基礎 K13 大眾傳播理論基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S05 計畫撰寫能力 S06 簡報技巧 S07 視覺化簡報製作能力
	T3.2 執行與管控行銷活動	O3.2.1 廣告績效監測報告	P3.2.1 檢視競品在跨境電商平台上之行銷活動與市場狀況，必要時須作適當之調整。 P3.2.2 依行銷活動計畫投放廣告至跨境電商平台。 P3.2.3 配合跨境電商平台之活動進行廣告績效監測。	4	K02 組織政策與規範 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K11 產業及產品相關法規 K12 廣告學基礎 K13 大眾傳播理論基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 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 )
	T3.3 執行行銷活動結案與檢討	O3.3.1 行銷活動結案報告	P3.3.1 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 組織政策與規範 K03 市場分析方法 K04 行銷管理基礎 K09 消費者心理學基礎 K11 產業及產品相關法規 K12 廣告學基礎 K13 大眾傳播理論基礎	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S03 報告撰寫能力
T4 制定境外版廣告素材	T4.1 制定跨境廣告素材	O4.1.1 廣告稿	P4.1.1 依組織政策與市場定位蒐集相關的廣告素材。 P4.1.2 依相關法規與跨境電商平台之規範，確立標的產品內容之境外投放廣告內容。 P4.1.3 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 組織政策與規範 K04 行銷管理基礎 K05 跨文化消費者行為 K09 消費者心理學基礎 K11 產業及產品相關法規 K14 跨境電商平台規範	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S02 外語能力 S08 溝通協調能力
T5 協助開發新產品	T5.1 協助擬訂新產品發展策略		P5.1.1 透過適當的方法，蒐集目標市場消費者的需求與意見，發現市場機會。 P5.1.2 尋求開發新產品、產品改良或商品組合的創意，協助擬訂新產品發展策略。	4	K04 行銷管理基礎 K11 產業及產品相關法規 K15 市場調查與分析方法 K16 產品/市場發展矩陣 K17 商品組合的原則與方法	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S05 計畫撰寫能力
	T5.2 協助產品訂價策略		P5.2.1 與產品供應商洽談，取得試用樣品交付目標對象試用，並獲取對產品的評價。 P5.2.2 依相關資料分析的結果，透過與供應商溝	4	K04 行銷管理基礎 K11 產業及產品相關法規 K16 產品/市場發展矩陣	S01 資料蒐集、分析及判斷能力 S05 計畫撰寫能力 S08 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 )
			通，以協助決定產品訂價策略。			S09 產品訂價能力

#### 職能內涵 ( A=attitude 態度 )

- A01 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。
- A02 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。
- 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 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。
- A05 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。
- 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。
- 其他補充說明：
  - 【註 1】跨境電商：買賣雙方從訂單、金流到物流的處理，透過電子商務（網路平台）的方式，完成不同區域貿易且跨越關境的商業模式。
  - 【註 2】消費者數據：消費者輪廓、消費趨勢、網購消費型態、網購契機、網購評估、網購次數、集中時段、交易金額、支付方式、取貨方式、在電商平台之足跡、加入會員、停留時間、瀏覽數、曝光數與轉換率等。