

電商平台招商企劃人員職能基準

職能基準代碼		KRM2431-003v1			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	電商平台招商企劃人員		
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	G4871	
工作描述		招募商品具競爭力與潛力的廠商進駐平台，協助營運，以提高平台營收和市場競爭力。			
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 分析網路消費趨勢	T1.1 市場調查及分析	O1.1.1 競品研究報告	<p>P1.1.1 蒐集電商平台網路購物及實體通路相關之趨勢分析資料【註1】。</p> <p>P1.1.2 使用數據分析工具取得網站流量及分佈、網站商品的轉化，用戶瀏覽網頁流程等以瞭解網路消費趨勢。且追蹤網站搜尋關鍵字的變化及趨勢。</p> <p>P1.1.3 分析競爭平台及商品組合的優勢和劣勢，撰寫競品研究報告。</p>	3	K01 國際電商市場趨勢 K02 網路數據分析 K03 行銷技術知識 K04 目標市場定位學 K05 品牌管理 K06 消費者行為學 K07 個體經濟學 K08 電商平台營運 K09 新零售 OMO 跨通路商業模式	S01 資訊檢索與蒐集 S02 網站指標數據分析 S03 數據分析工具操作能力 S04 資訊評估與篩選能力 S05 工作報告撰寫 S06 組織與分析能力

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)
T2 電商平台招商入駐	T2.1 制定招商策略	O2.1.1 招商計畫	P2.1.1 根據電商平台定位和發展目標，制定招商策略，並參考市場調查結果擬定招商計畫。 P2.1.2 瞭解目標市場供應商及品牌情形，找到合作夥伴優勢、劣勢與潛在機會。	3	K10 商業相關法規知識【註2】 K11 電子商務法律和倫理 K12 數字營銷和廣告學 K13 電子商務 K14 產業及產品相關法規 K15 跨境電商商業模式	S06 組織與分析能力 S07 業務溝通技巧 S08 計畫撰寫能力 S09 行銷與企劃能力
	T2.2 開發潛在商家	O2.2.1 合作廠商清單	P2.2.1 通過市場調查、網絡搜索、參加商展及實際走訪店家等方式，找尋與潛在供應商或商家洽談合作的機會。 P2.2.2 依組織規範需求，配合行銷部門辦理營運行銷和宣傳活動，提升電商平台品牌知名度，形象與進駐平台的商業機會，包括：平台的行銷資源挹注、網絡廣告、社交媒體、廣告交換及優惠促銷等方式，吸引優質商家（目標廠商）主動洽談合作。	3	K01 國際電商市場趨勢 K02 網路數據分析 K03 行銷技術知識 K04 目標市場定位學 K05 品牌管理 K08 電商平台營運 K15 跨境電商商業模式	S06 組織與分析能力 S07 業務溝通技巧 S09 行銷與企劃能力 S10 業務開發能力 S11 談判協商技巧 S12 客訴及危機處理能力
	T2.3 招商說明【註3】與簽約事宜	O2.3.1 意向書 O2.3.2 合作契約	P2.3.1 依組織規範需求，辦理/參加相關主題展覽會、論壇及招商說明會，邀請有機會合作之廠商參加，說明電商平台之目標市場及市場優勢。 P2.3.2 向有興趣進駐平台之廠商進行招商說明，針對有意願進駐之廠商，協助完成簽定合	3	K08 電商平台營運 K10 商業相關法規知識 K11 電子商務法律和倫理	S06 組織與分析能力 S07 業務溝通技巧 S09 行銷與企劃能力 S10 業務開發能力 S11 談判協商技巧 S12 客訴及危機處理能力

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)
			約。			S13 合約管理能力 S14 簡報技巧
T3 輔導廠商營運	T3.1 商家培訓和輔導	O3.1.1 電商平台操作手冊	<p>P3.1.1 協助廠商取得<u>電商平台上架相關資訊</u>【註4】。</p> <p>P3.1.2 協助進駐廠商制定明確<u>營銷策略</u>【註5】和計畫，包括產品定位、目標市場、競爭優勢、商品組合、促銷組合等，協助廠商實現共同商業目標。</p> <p>P3.1.3 視需要協助廠商選擇適合產品類別，建立有效的供應鏈管理和庫存控制機制。</p>	3	K01 國際電商市場趨勢 K02 網路數據分析 K03 行銷技術知識 K04 目標市場定位學 K05 品牌管理 K06 消費者行為學 K07 個體經濟學 K08 電商平台營運 K10 商業相關法規知識 K11 電子商務法律和倫理 K12 數字營銷和廣告學 K13 電子商務 K14 產業及產品相關法規 K15 跨境電商商業模式 K16 社群媒體特點 K17 物流相關知識	S01 資訊檢索與蒐集 S02 網站指標數據分析 S03 數據分析工具操作能力 S04 資訊評估與篩選能力 S05 工作報告撰寫 S06 組織與分析能力 S07 業務溝通技巧 S09 行銷與企劃能力 S10 業務開發能力 S11 談判協商技巧 S12 客訴及危機處理能力 S15 電商系統功能操作

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 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。

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 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。

A05 彈性：能夠敞開心胸，調整行為或工作方法以適應新資訊、變化的外在環境或突如其來的阻礙。

A06 親和力：對他人表現理解、友善、同理心、關心和禮貌，並能與不同背景的人發展及維持良好關係。

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：**

- 大專以上畢業且具 1 年以上電商相關經驗；或具 2 年以上零售批發相關工作經驗。

- **其他補充說明：**

- 【註 1】趨勢分析資料：檢索專業市場研究機構、行業協會和顧問公司所提供的詳細行業數據、消費者行為和趨勢預測等資訊。
- 【註 2】商業相關法規知識：包含公司法規、個人資料保護法、消費者保護法、公平交易法規、定型化契約等。
- 【註 3】招商說明：包含電商平台之目標市場、行銷策略、招商對象之資格及適用條件、商家申請和審核、平台衍生費用和合約、產品上架流程與規範、促銷合作、售後服務、爭議解決、資訊安全和隱私保護、貨款結算、退款政策等。
- 【註 4】電商平台上架相關資訊：如處理訂單、進倉出貨、退換貨、對帳、平台行銷資源及客戶諮詢等。
- 【註 5】營銷策略：如 SEM 優化、社交媒體營銷、內容營銷、線上廣告等，以增加品牌曝光和吸引目標顧客