

電子商務行銷企劃人員 職能基準表

職能基準代碼			
職能基準項目 (擇一填寫)	依職類別		職類別代碼
	依職業別		職業別代碼
所屬行業別			行業別代碼
工作描述	分析銷售數據，進行網路行銷活動規劃與執行。		
入門水準	大學以上畢業，具備工作經歷 2 年以上。		
基準級別			

工作任務	工作活動	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 規劃並執行網路行銷活動	T1.1 發展商品(服務)知識	O1.1.1 商品特色與訂價分析 O1.1.2 競品分析	P1.1.1 辨識商品(服務)功能、定價、用途、優劣勢 P1.1.2 辨識具有潛在吸引力的商品(服務)特色 P1.1.3 蒐集資訊以建立公司商品(服務)與競爭者間的相對優劣勢，並有效向消費者傳達其差異		K1 公司商品與競品的特性、效益、優劣勢相關知識 K2 產業趨勢及發展 K3 公司政策與流程 K4 商品標示與說明 K5 公司的行銷計畫、結構、產品和服務 K6 行銷和行銷組合的原則 K7 評估行銷機會的統計方法和技術 K8 視覺效果和文字整合原則 K9 以具創意且通俗易懂的文字撰寫文案 K10 行業標準和相關法規	S1 彙整口頭與非口頭資訊的資訊管理技能 S2 解釋銷售數據及彙整來自各種口頭與非口頭資訊的書寫與計算技能與團隊合作，產出溝通素材 S3 依目的和結構撰寫材料 S4 以提高產品的品質為目標，協商並修改書面材料 S5 有效運用文書處理及其他工具之軟體 S6 溝通和讀寫技能： ■ 解釋和闡明書面或口頭指引 ■ 撰寫時應用正確的語法，拼寫和標點 ■ 依聽眾或讀者的需求和期望撰寫溝通材料
	T1.2 規劃網路行銷活動	O1.2.1 網路行銷活動方案 O1.2.2 網路行銷計畫期程表 O1.2.3 網路行銷計畫預算表	P1.2.1 分析過去行銷活動相關資訊 P1.2.2 根據組織需求規劃網路行銷活動方案 P1.2.3 規劃行銷活動期程、預算與所需資源 P1.2.4 發展網路行銷計畫，完成提案各項細節執行方案 P1.2.5 確認行銷計畫獲得公司主管的核准同意			

工作任務	工作活動	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)
			P1.2.6 協調相關部門完成發包，並與各部門負責人員協調上線測試期程		範： ■ 智慧財產權法 ■ 個資法 ■ 編輯標準 ■ 性別平等原則 K11 熟悉 SEO 搜尋引擎優化的監測方法與評估步驟 K12 熟悉 FB 廣告優化知識，包括貼文、素材、受眾分析及 ROI 計算 K13 SEO 文案撰寫 K14 網路廣告投放步驟與流程 K15 各種網路工具的應用 (如 LINE, FB 粉絲頁、Youtube、IG 等) K16 GA 分析與 Facebook 後台的解讀知識	■ 應用校對技巧 ■ 採用合宜的出版和展示形式 ■ 採用非歧視性的語言 S1 自我管理和規劃能力： ■ 安排工作任務優先性 ■ 如期交件 S7 必要時尋求專家援助，例如面臨與法律相關之問題
T1.3 準備網路廣告	O1.3.1 商品(服務)文案 O1.3.2 產品攝影 O1.3.3 網路廣告視覺設計圖檔 O1.3.4 公關新聞稿 O1.3.5 部落格置入行銷文稿	P1.3.1 發展文案與視覺設計，以清楚傳達產品(服務)的形象、特色和優勢 P1.3.2 衡量網路廣告(如關鍵字、FB 社群、行動裝置、各式入口網站) 各項要素與相對位置能達到視覺聚焦與平衡 P1.3.3 確認廣告字體、排版與視覺風格符合商品(服務)需求 P1.3.4 確定網路廣告之音效、動畫能強化廣告效果，避免使訊息失焦 P1.3.5 撰寫媒體公關新聞稿 P1.3.6 部落格試用心得文發稿 P1.3.7 確保網路廣告符合行銷策略要求，並不違背法律和道德規範				
T1.4 測試網路行銷活動	O1.4.1 網路活動測試頁面	P1.5.1 針對設計製作完成的網路行銷活動頁面進行各項功能測試，如：網頁內容與文字正確、連結指引與按鈕正確性、資料記錄有效性、金流與物流服務之				

工作任務	工作活動	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)
			串聯流暢度等 P1.5.2 針對缺失項目協調相關部門於規定時間內完成改善 P1.5.3 獲得主管核准並完成上線			
	T1.5 選擇網路行銷工具與平台	O1.5.1 網路各項行銷平台工具估價表 O1.5.2 網路關鍵字清單 O1.5.3 網路投放規劃書 O1.5.4 社群媒體廣告 Banner O1.5.5 網路廣告文案	P1.5.1 確認所選擇網路行銷工具(如關鍵字、FB 社群、行動裝置、各式入口網站)符合行銷目標並傳達出正確的企業形象、商品(服務)特色與優勢 P1.5.2 確認行銷工具(平台)之內容、指引、連結按鈕和頁面等皆與行銷計畫一致 P1.5.3 確保行銷工具(平台)之資料紀錄、聯絡與回覆等功能，足以成為可供後續行銷成果評估之資訊來源 P1.5.4 確認網路廣告所使用的行銷工具、平台和媒體載具，符合行銷策略、預算、法規與道德規範			
	T1.5 執行網路行銷活動	O1.5.1 銷售額、PV、會員參與度、網站瀏覽數等	P1.5.1 確保支援行銷活動之各項資源 P1.5.2 使用網路行銷工具與平台協助行銷活動執行 P1.5.3 協助指定相關人員執行特定行			

工作任務	工作活動	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)
		統計報告及活動成果報告	銷功能的職責和功能 P1.5.4 監控行銷活動，確保相關數據有效紀錄以修正後續活動計畫			
	T1.6 監控與評量行銷成果	O1.6.1 媒體報導等曝光度統計 O1.6.2 社群討論度分析 O1.6.3 網路廣告成果分析報告	P1.6.1 監控網路廣告或其他網路行銷成果，並修正錯誤或遺漏值 P1.6.2 監控媒體報導、社群與討論群組口碑與討論度 P1.6.3 蒐集回饋數據資料並提供給相關部門和人員 P1.6.4 分析成本和時程以評估行銷策略之效益 P1.6.5 運用回饋資料改善行銷策略 P1.6.6 針對網路上負面評價或突發事件進行危機處理與風險控管			
T2 數據分析與市場研究	T2.1 蒐集數據和資訊		P2.1.1 協調準備蒐集數據所需的軟體資源 P2.1.2 使用或維護適當的網站分析工具(如 Google Analytics)來進行網站流量紀錄與分析 P2.1.3 依照組織程序記錄所蒐集的數據和資訊 P2.1.4 按照組織程序，儲存並保護調查資訊和數據		K1 損益表(P/L)、資產負債表(B/S)以及現金流量表	S8
	T2.2 訪客流量分	O2.2.1 各網	P2.2.1 分析流量的來源特點，包括搜			

工作任務	工作活動	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)
	析	路廣告連結之 GA 分析	<p>尋引擎、關鍵字、外部連結和直接訪問等</p> <p>P2.2.2 分析訪客的時空屬性與商品(服務)屬性之關連度</p> <p>P2.2.3 分析訪客的人群屬性，包括年齡、性別、學歷、收入、興趣等，以精準化商品(服務)之推送</p> <p>P2.2.4 製作符合組織程序與規範之分析報告</p>			
	T2.3 銷售數據分析	<p>O2.3.1 銷售額、銷售差異、市場占有率分析報告</p> <p>O2.3.2 損益表、現金流量表、資產負債表分析</p>	<p>P2.3.1 在一定時期內(日/週)，進行各商品總銷售額分析</p> <p>P2.3.2 在一定時期內(日/週)，進行銷售差異分析，以分析不同因素(氣候、新聞事件、流行趨勢、時事影響等)對銷售績效的不同作用</p> <p>P2.3.3 在一定時期內(日/週)，進行市場占有率的變動趨勢分析與競品銷售分析</p> <p>P2.3.4 財務報表分析與彙整</p>			
	T2.4 提升轉換率	O2.4.1 銷售額、銷售差異、市場占有率分析報告	<p>P2.4.1 計算分析網路廣告、關鍵字之轉換率(CRO)成效</p> <p>P2.4.2 改善網頁設計，以吸引網頁訪客注意力，包含：標題吸睛程</p>			

工作任務	工作活動	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)
		O2.4.2 損益表、現金流量表、資產負債表分析	度、購買按鈕醒目度、明確標價、網頁字體大小、圖片配置等			
	T2.5 網站訪客、會員、購買者分析與評估	O2.5.1 會員資料庫	P2.3.1 藉由數據資料分析，研究訪客、會員、購買者對於商品(服務)需求與喜好 P2.3.2 評量商品(服務)之吸引力、行銷活動有效性與市場定位 P2.3.3 評估、測試並預測個人、社經地位和生活方式對於商品(服務)的消費者行為之影響			
T3 網路與平台管理	T3.1 依據行銷目的更新網站內容	O3.1.1 新商品上架與網頁更新	P3.1.1 於網站上更新商品(服務)上架 P3.1.2 更新產品內容、文案、價格等資訊以取代過時與錯誤的訊息，並依照組織要求增加額外的資料 P3.1.3 確保資訊準確度與真實性 P3.1.3 依照安全程序更新網路		K2	S9
	T3.2 與網路顧客建立與維繫關係	O3.2.1 網路顧客意見統計 O3.2.2 網路顧客滿意度	P3.2.1 處理與回覆網路顧客(可區分為：網站訪客、會員、購買者)之留言訊息並管理線上關係 P3.2.2 管理線上銷售與服務策略以強化與網路顧客的關係			

工作任務	工作活動	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)
		分析 O3.2.3 有效會員參與率分析	P3.2.3 蒐集並分析質化與量化資料以提供符合網路顧客期待的服務 P3.2.4 優化網路顧客忠誠度			
	T3.3 實體與線上活動之整合行銷	O3.3.1 活動EDM	P3.3.1 配合各期實體與網路行銷活動，針對網站會員發送 EDM P3.3.2 透過網路顧客之互動，提升實體行銷活動辦理成效			

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 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。

A02 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。

A03 應對不明狀況：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，完成任務。

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。

A01 冒險挑戰：在成敗後果不能確定的情境下，對成功機會少但成功後報酬高的事情勇於嘗試的傾向。

抗壓性

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

說明與補充事項

●