汽車業《 能力標準說明 》能力單元

「零件管理」職能範疇

名稱	汽車業服務電子商貿
編號	111775L4
應用範圍	本能力單元適用於銷售及行銷部門的從業人員應能夠： 汽車銷售、零件和服務的線上活動，利用平台展示產品，透過人工智慧提供個人化體驗，並透過線上配置、融資和配送選項簡化客戶旅程。 汽車產業相關企業規劃設計可行的電商方案或改進。
級別	4
學分	6 *(僅供參考)*
能力	表現要求 1. 應具知識（汽車銷售操作知識） • 能夠闡述汽車產業（包括新車、二手車、零件和維修服務）的電商環境、趨勢、機會和挑戰。 • 識別汽車電商專案中潛在的營運、技術和財務風險，並提出應對策略。 • 能夠闡述並規劃如何將關鍵技術和數據分析應用於汽車電商場景，以提升營運效率和客戶體驗。 2. 應有表現（制定全面的電商商業計畫） • 能夠以專業表述方式向管理階層或潛在投資者展示電商解決方案。 • 能夠完成一份市場分析報告，詳細說明目標市場的客戶概況、競爭對手的電商策略以及法規（例如資料隱私和線上合約）對業務的影響。 • 能夠運用專業工具（例如 SWOT、PESTLE 和波特五力模型）進行分析並得出深刻的結論。 ◦ (SWOT：優勢、劣勢、機會、威脅） ◦ (PESTLE：政治、經濟、社會、科技、環境） • 制定全面的電商商業計畫。內容應包括：商業模式：B2C、B2B 或 O2O（企業對客戶、企業對企業、線上到線下）的選擇和設計。 • 能夠為汽車相關企業（例如4S店、零件經銷商或連鎖維修店）規劃設計可行的電商解決方案或改進方案。
評核指引	此能力單位的綜合成果要求接受評估的從業人員: • 平台功能規劃：線上維修預約、二手車估價與交易、配件銷售、會員管理系統 • 客戶旅程圖：描繪從線上觸點到線下服務體驗的無縫銜接。 • 行銷推廣策略：整合SEO/SEM（搜尋引擎行銷/搜尋引擎優化）、社群媒體、KOL（關鍵意見領袖）等數位行銷工具的具體方案。 • 制定商業計劃，闡述如何整合：CRM系統：用於客戶關係管理和精準行銷。 • 數據分析：利用線上數據優化庫存（配件）、定價（二手車）或行銷策略。 • 關鍵技術：AR（擴增實境）車輛展示、線上診斷工具以及與DMS（經銷商管理系統）整合的注意事項。
備註	此能力單元能力單元的學分值假設從業者已經具備汽車產業銷售和行銷的基本知識。 (本能力單元取代108604L2)