

营销员

国家职业标准

（征求意见稿）

1. 职业概况

1.1 职业名称

营销员

1.2 职业编码

4-01-02-01

1.3 职业定义

从事市场调研、市场分析、营销策划、商品与服务推广等工作的人员。

1.4 职业技能等级

本职业共设五个等级，分别为：五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师。

1.5 职业环境条件

室内、外，常温。

1.6 职业能力特征

思维敏捷，口齿清楚；具有较强的学习、观察、计算、理解、表达、应变及人际交往能力。

1.7 普通受教育程度

高中毕业(或同等学历)。

1.8 职业培训要求

1.8.1 培训参考时长

五级/初级工不少于 120 标准学时；四级/中级工不少于 104 标准学时；三级/高级工不少于 88 标准学时；二级/技师、一级/高级技师不少于 72 标准学时。

1.8.2 培训教师

培训五级/初级工、四级/中级工的教师应具有本职业三级/高级工及以上职业资格（技能等级）证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格；培训三级/高级工的教师应具有本职业二级/技师及以上职业资格（技能等级）证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格；培训二级/技师的教师应具有本职业

一级/高级技师职业资格（技能等级）证书或相关专业高级专业技术职务任职资格；培训一级/高级技师的教师应具有本职业一级/高级技师职业资格（技能等级）证书 2 年以上或相关专业高级专业技术职务任职资格 2 年以上。

1.8.3 培训场所设备

理论知识培训和操作技能培训需在标准教室或者机房进行，应具备网络环境、电子设备等软、硬件条件。

1.9 职业技能评价要求

1.9.1 申报条件

1. 具备以下条件之一者，可申报五级/初级工：

- (1) 年满 16 周岁，拟从事本职业或相关职业^①工作。
- (2) 年满 16 周岁，从事本职业或相关职业工作。

2. 具备以下条件之一者，可申报四级/中级工：

- (1) 累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。
- (2) 取得本职业或相关职业五级/初级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。

(3) 取得本专业或相关专业^②的技工院校或中等及以上职业院校、专科及以上普通高等学校毕业证书（含在读应届毕业生）。

3. 具备以下条件之一者，可申报三级/高级工：

- (1) 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年。
- (2) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。

(3) 取得符合专业对应关系的初级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满 1 年。

①相关职业：营销员、外贸营销员、商品营业员、摊商、电子商务师、市场营销专业人员、市场营销服务人员、外贸营销专业人员、商务策划专业人员、品牌专业人员、文化经纪人、经济与代理专业人员、管理咨询专业人员、经济贸易服务人员等职业，下同。

② 本专业或相关专业：市场营销、营销策划、市场开发与营销、电子商务、跨境电子商务、移动商务、直播电商服务、农村电子商务、商务数据分析与应用、工商管理、国际商务、网络与新媒体、国际经济与贸易、贸易经济、连锁经营与管理、汽车技术服务与营销、客户信息服务、物流服务与管理、旅游服务与管理、旅游管理、酒店管理与数字化运营、文化产业管理、供应链管理、现代物流管理、数据科学与大数据技术、计算机应用、软件技术、新媒体技术、电子科学与技术、大数据技术、计算机科学与技术、房地产经营与管理等专业，下同。

(4) 取得本专业或相关专业的技工院校高级工班及以上毕业证书(含在读应届毕业生)。

(5) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格(职业技能等级)证书,并取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校本专业或相关专业毕业证书(含在读应届毕业生)。

(6) 取得经评估论证的高等职业学校、专科及以上普通高等学校本专业或相关专业的毕业证书(含在读应届毕业生)。

4. 具备以下条件之一者,可申报二级/技师:

(1) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格(职业技能等级)证书后,累计从事本职业或相关职业工作满5年。

(2) 取得符合专业对应关系的初级职称(专业技术人员职业资格)后,累计从事本职业或相关职业工作满5年,并在取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格(职业技能等级)证书后,从事本职业或相关职业工作满1年。

(3) 取得符合专业对应关系的中级职称(专业技术人员职业资格)后,累计从事本职业或相关职业工作满1年。

(4) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格(职业技能等级)证书的高级技工学校、技师学院毕业生,累计从事本职业或相关职业工作满2年。

(5) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格(职业技能等级)证书满2年的技师学院预备技师班、技师班学生。

5. 具备以下条件之一者,可申报一级/高级技师:

(1) 取得本职业或相关职业二级/技师职业资格(职业技能等级)证书后,累计从事本职业或相关职业工作满5年。

(2) 取得符合专业对应关系的中级职称后,累计从事本职业或相关职业工作满5年,并在取得本职业或相关职业二级/技师职业资格(职业技能等级)证书后,从事本职业或相关职业工作满1年。

(3) 取得符合专业对应关系的高级职称(专业技术人员职业资格)后,累计从事本职业或相关职业工作满1年。

1.9.2 评价方式

评价方式包含理论知识考试、操作技能考核以及综合评审。理论知识考试以

笔试、机考等方式为主，主要考核从业人员从事本职业应掌握的基本要求和相关知识要求；操作技能考核主要以情景案例分析、模拟操作等方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的技能水平；综合评审主要针对技师和高级技师，通常采取审阅申报材料、答辩等方式进行全面评议和审查。理论知识考试、技能考核和综合评审均实行百分制，成绩皆达 60 分（含）以上者为合格。

1.9.3 监考人员、考评人员与考生配比

理论知识考试监考人员与考生配比为 1:15，每个标准教室不少于 2 名监考人员；操作技能考核中的考评人员与考生配比为 1:10，且考评人员为 3 人（含）以上单数；综合评审委员为 3 人（含）以上单数。

1.9.4 评价时长

各等级理论知识考试时间不少于 90 分钟；操作技能操作考核时间不少于 90 分钟；综合评审时间不少于 20 分钟。

1.9.5 评价场所设备

理论知识考试、操作技能考核及综合评审均在标准教室或者机房进行，应具备网络环境、电子设备等软、硬件条件。

2. 基本要求

2.1 职业道德

2.1.1 职业道德基本知识

2.1.2 职业守则

- (1) 遵纪守法，诚实守信。
- (2) 爱岗敬业，恪尽职守。
- (3) 公平竞争，热情服务。
- (4) 团队协作，善于创新。

2.2 基础知识

2.2.1 市场营销基本概念

- (1) 市场、市场营销的含义。
- (2) 市场营销管理的核心概念与任务。
- (3) 市场营销理论的发展。
- (4) 市场营销体系的构成。

2.2.2 市场营销组合

- (1) 市场营销组合的含义。
- (2) 营销组合理论。

2.2.3 数智化营销基础

- (1) 数智化营销含义。
- (2) 智能化设备使用。
- (3) 数智化营销素材收集。

2.2.4 沟通的基本知识

- (1) 沟通含义与沟通风格。
- (2) 沟通策略与沟通技巧。
- (3) 跨文化沟通与谈判。

2.2.5 商务礼仪基本知识

- (1) 社交的基本原则。
- (2) 基本社交礼仪。
- (3) 基本商务礼仪。

(4) 国际商务礼仪

2.2.6 相关法律、法规知识

- (1) 《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识。
- (2) 《中华人民共和国反不正当竞争法》相关知识。
- (3) 《中华人民共和国广告法》相关知识。
- (4) 《中华人民共和国商标法》相关知识。
- (5) 《中华人民共和国个人信息保护法》相关知识。
- (6) 《中华人民共和国数据安全法》相关知识。
- (7) 《中华人民共和国进出口商品检验法》相关知识。
- (8) 《中华人民共和国对外贸易法》
- (9) 《禁止传销条例》相关知识。
- (10) 《互联网广告管理办法》相关知识。
- (11) 《互联网直播营销管理办法》相关知识。
- (12) 《中华人民共和国技术进出口管理条例》相关知识。

3. 工作要求

本标准对五级/初级工、四级/中级工、三级 /高级工、二级/技师、一级/高级技师的技能能力要求依次递进，高级别涵盖低级别的要求。

3.1 五级/初级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能采集商品及服务的市场信息 1.1.2 能发布并收集市场调研问卷 1.1.3 能初步筛选市场信息	1.1.1 市场调研的概念与方法 1.1.2 发布并收集调研数据的步骤 1.1.3 客户信息系统的录入与梳理方法
	1.2 市场分析	1.2.1 能识别客户的类型 1.2.2 能识别影响客户购买的因素 1.2.3 能识别目标客户的营销机会与威胁	1.2.1 客户的消费行为特征区分 1.2.2 营销机会与威胁分析方法
2. 营销策划与实施	2.1 产品策划	2.1.1 能识别产品的差异 2.1.2 能为客户匹配产品 2.1.3 能执行产品组合策略	2.1.1 产品差异化分析方法 2.1.2 目标客户潜在需求与产品偏好 2.1.3 产品组合策略
	2.2 价格策划	2.2.1 能选择报价的时机 2.2.2 能针对客户需求进行报价 2.2.3 能收集同类产品价格信息	2.2.1 报价的原则 2.2.2 基于客户需求的报价方法 2.2.3 收集价格的方法
	2.3 渠道策划	2.3.1 能辨识传统渠道与数字化营销渠道 2.3.2 能针对不同年龄客户选择匹配营销渠道 2.3.3 能管理不同类型渠道客户	2.3.1 传统渠道与数字化渠道的异同 2.3.2 营销渠道的类型与特点 2.3.3 渠道客户信息管理方法
	2.4 促销策划	2.4.1 能实施促销方案 2.4.2 能根据营销目标选择折扣优惠、满减活动、免费试用、会员制度、限时抢购等促销工具 2.4.3 能建立意向客户群组	2.4.1 促销方案实施方法 2.4.2 促销工具选择方法 2.4.3 与意向客户建立连接方法

	2.5 产品销售	2.5.1 能寻找潜在客户名单 2.5.2 能准确介绍产品并运用常见商务谈判沟通技巧 2.5.3 能识别与处理常见客户异议 2.5.4 选择物流运输方式，做好发退货管理	2.5.1 潜在客户寻找方法 2.5.2 产品介绍方法及商务沟通、谈判的方式与流程 2.5.3 异议处理方法及销售促成方法 2.5.4 订货、发货管理、商品运输管理及退货管理方法
3. 客户管理	3.1 客户分类管理	3.1.1 能收集客户满意度 3.1.2 能对客户进行分类 3.1.3 能提供客户服务	3.1.1 收集客户满意度方法 3.1.2 客户分类方法 3.1.3 客户服务知识
	3.2 客户关系管理	3.2.1 能建立客户档案 3.2.2 能进行客户筛选 3.2.3 能运用客户信息数据库管理和维护客户	3.2.1 客户档案收集及管理流程 3.2.2 客户服务的种类 3.2.3 客户信息数据库与售前、售中、售后服务知识

3.2 四级/中级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能根据客户选择市场信息收集的方式和方法 1.1.2 能使用数字化工具实施市场调研 1.1.3 能汇总和分类收集的市场信息	1.1.1 客户信息的获取方法 1.1.2 市场调研主要方法与实施 1.1.3 数据的收集、整理、筛选与分类方法
	1.2 市场分析	1.2.1 能使用用户画像归纳客户购买特征 1.2.2 能识别客户的购买行为模式 1.2.3 能根据客户购买行为模式匹配营销对策	1.2.1 客户行为模式分类和特征 1.2.2 用户画像及其分析方法 1.2.3 客户行为模式与营销策略
2. 营销策划与实施	2.1 产品策划	2.1.1 能介绍不同产品组合 2.1.2 能判断产品所处生命周期阶段 2.1.3 能按产品所处生命周期提出相应的营销对策	2.1.1 产品组合策略的相关概念 2.1.2 产品生命周期的相关概念 2.1.3 产品生命周期的营销策略
	2.2 价格策划	2.2.1 能解释报价 2.2.2 能进行竞品比价分析 2.2.3 能开展价格谈判	2.2.1 报价解释原则 2.2.2 竞品比价分析方法 2.2.3 价格谈判技巧
	2.3 渠道策划	2.3.1 能选择渠道模式 2.3.2 能实施营销渠道管理方案 2.3.3 能执行渠道管理流程	2.3.1 渠道模式分类方法 2.3.2 渠道的全流程管理方法 2.3.3 渠道关系的管理方法
	2.4 促销策划	2.4.1 能执行广告策略 2.4.2 能选择促销方案 2.4.3 能进行意向客户转化	2.4.1 广告策略执行方法 2.4.2 数智化营销方式 2.4.3 意向客户的转化与留存

	2.5 产品销售	2.5.1 能拟定拜访计划 2.5.2 能分析客户提出异议的原因，并建议客户签订购销合同 2.5.3 能进行客户订单的全流程管理	2.5.1 拜访计划制定方法 2.5.2 客户异议原因分析及销售促成方法 2.5.3 订单的流程管理方法
3. 客户管理	3.1 客户价值管理	3.1.1 能评价客户服务质量 3.1.2 能实施客户忠诚计划 3.1.3 能提出提高服务质量的措施	3.1.1 客户满意度 3.1.2 客户忠诚计划实施方法. 3.1.3 服务质量提高方法
	3.2 客户关系管理	3.2.1 能提供客户支持与服务 3.2.2 能做好销售全流程的客户服务 3.2.3 能进行客户投诉的分级处理	3.2.1 客户经营理念 3.2.2 客户关系分析方法 3.2.3 客户投诉处理方法

3.3 三级/高级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能设计制作市场调研问卷 1.1.2 能针对客户信息和调研数据确定筛选标准 1.1.3 能制作调研数据可视化报表	1.1.1 调研问卷的设计方法 1.1.2 数据的筛选与清洗方法 1.1.3 市场定性分析方法
	1.2 市场分析	1.2.1 能建立用户画像和分析购买特征 1.2.2 能分析客户购买决策过程 1.2.3 能针对客户购买决策过程，确定特定营销对策	1.2.1 客户购买决策过程 1.2.2 用户画像及购买决策分析 1.2.3 客户行为模式与营销对策
2. 营销策划与实施	2.1 营销计划制定	2.1.1 能分解营销计划的目标任务 2.1.2 能执行营销计划 2.1.3 能运用数字化工具编制销售预算	2.1.1 营销计划的分类方法 2.1.2 营销计划的制定方法 2.1.3 数字化工具编制销售预算编制方法
	2.2 产品策划	2.2.1 能确定产品及服务定位 2.2.2 能提出产品线扩展建议 2.2.3 能分析新产品购买者类型	2.2.1 产品定位的步骤和方法 2.2.2 产品线扩展策略 2.2.3 新产品购买者分类方法
	2.3 价格策划	2.3.1 能提出调整产品价格建议 2.3.2 能确定价格定位和定价原则 2.3.3 能根据市场分析和产品定位，协助制定初步的价格方案	2.3.1 价格调整的方法与策略 2.3.2 价格体系设计的影响因素
	2.4 渠道策划	2.4.1 能管理不同的渠道分销客户 2.4.2 能选择不同的渠道合作方式 2.4.3 能设计和运作连锁经营体系	2.4.1 渠道分销客户的选择方法 2.4.2 渠道合作方式 2.4.3 渠道绩效评估方法

	2.5 促销策划	2.5.1 能策划促销活动 2.5.2 能提出新媒体的广告设计要求 2.5.3 能建立与各类型媒体的联系	2.5.1 促销策划方法 2.5.2 广告策略方法 2.5.3 公共宣传活动策划方法
	2.6 产品销售	2.6.1 能根据客户购买心理进行销售 2.6.2 能控制商务谈判进程 2.6.3 能针对客户异议提出综合解决方案 2.6.4 能修改客户合同并设计合同纠纷谈判策略 2.6.5 能管理销售终端业务	2.6.1 销售方格与客户方格 2.6.2 驾驭谈判进程方法 2.6.3 合同签订策略及合同常见谈判策略与技巧 2.6.4 销售终端管理方法
3. 客户管理	3.1 客户价值管理	3.1.1 能识别影响客户满意度和忠诚度的因素 3.1.2 能收集并分析客户价值数据 3.1.3 能设计客户忠诚计划	3.1.1 客户让渡价值分析方法 3.1.2 顾客满意分析方法 3.1.3 客户忠诚计划设计方法
	3.2 客户关系管理	3.2.1 制定客户开发计划 3.2.2 能对客户进行行为定向 3.2.3 能制定全球客户管理战略方案	3.2.1 客户全生命周期经营理念 3.2.2 行为定向方法
4. 品牌管理	4.1 品牌推广	4.1.1 能实施品牌调研计划 4.1.2 能运用数字化工具收集并分析品牌竞争动态 4.1.3 能跟踪品牌推广效果	4.1.1 品牌调研实施方法 4.1.2 实施品牌推广计划方法 4.1.3 监测品牌推广效果方法
	4.2 品牌维护	4.2.1 能协助进行品牌维护 4.2.2 能设计品牌运营方案 4.2.3 能检测品牌舆情并分类汇总	4.2.1 品牌维护策略 4.2.2 品牌运营方案执行方法

3.4 二级/技师

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能制定数字化的市场调研方案 1.1.2 能组织市场调研活动 1.1.3 能撰写市场调研报告	1.1.1 市场调研方案制定方法 1.1.2 市场调研活动组织方法 1.1.3 市场定量分析方法 1.1.4 市场调研报告撰写方法
	1.2 市场分析	1.2.1 能综合分析国内市场行情 1.2.2 能依据客户画像提出营销策略 1.2.3 能分析国际市场宏观环境	1.2.1 市场营销宏观环境及微观环境分析 1.2.2 基于用户画像进行市场策略分析 1.2.3 竞争优势分析方法
2. 营销策划与实施	2.1 营销计划制定	2.1.1 能根据营销战略目标制定营销计划 2.1.2 能制定国际市场发展规划 2.1.3 能管控营销计划实施	2.1.1 传统营销和数智化营销 2.1.2 营销计划的制定方法 2.1.3 营销计划控制工具及方法
	2.2 产品策划	2.2.1 能提出新产品创意 2.2.2 能提出新产品包装策略 2.2.3 能提出新产品组合建议	2.2.1 新产品开发程序 2.2.2 新产品开发与包装策略 2.2.3 产品组合策略
	2.3 价格策划	2.3.1 能制定产品定价区间 2.3.2 能提出产品组合价格建议 2.3.3 能设计并管控价格体系	2.3.1 价格制定方法 2.3.2 价格体系设计方法
	2.4 渠道策划	2.4.1 能制定基本渠道政策 2.4.2 能选择国际市场的进入方式 2.4.3 能构建渠道网络矩阵	2.4.1 渠道管理方案 2.4.3 渠道关系的数字化管理方法
	2.5 促销策划	2.5.1 能制定广告促销方案 2.5.2 能组织跨文化的商务活动 2.5.3 能进行危机公关	2.5.1 数字时代广告促销策划方法 2.5.2 公共宣传活动策划方法 2.5.3 跨文化沟通方法
3. 客户	3.1 客户价值管理	3.1.1 能创建客户满意度数据库 3.1.2 能制定忠诚客户奖励计	3.1.1 客户满意度数据库创建方法 3.1.2 开发客户忠诚计划

管理		划 3.1.3 能建立客户满意度和忠诚度评价体系	3.1.3 客户满意度和忠诚度评价体系
	3.2 客户关系管理	3.2.1 能制定客户消费旅程地图 3.2.2 能制定大客户关系管理方案 3.2.3 能制定客户异议处理方案	3.2.1 客户消费旅程地图方法 3.2.2 大客户管理方法 3.2.3 客户异议处理方法
4. 品牌管理	4.1 品牌推广	4.1.1 能管理实施品牌推广计划和整合传播方案 4.1.2 能组织品牌推广活动 4.1.3 能监测并进行效果数据分析	4.1.1 品牌推广计划实施方法 4.1.2 整合传播方案实施方法 4.1.3 品牌推广方案分析方法
	4.2 品牌维护	4.2.1 能实施品牌维护管理 4.2.2 能分析品牌价值信息并提出品牌保护建议 4.2.3 能分析品牌舆情并研判预警	4.2.1 品牌维护策略 4.2.2 品牌运维方案设计与维护方法 4.2.3 品牌舆情监测及预警方法
5. 团队管理	5.1 团队建设	5.1.1 能制定团队人员职责及岗位要求 5.1.2 能进行营销人员招聘 5.1.3 能宣传贯彻企业文化	5.1.1 职务规范、职务说明 5.1.2 人员招聘和流程 5.1.3 团队文化宣贯方法
	5.2 团队激励	5.2.1 能进行团队测评与反馈 5.2.2 能实施团队激励方案 5.2.3 能进行团队绩效考核	5.2.1 管理沟通分类方法 5.2.2 绩效考核方法 5.2.3 团队激励方法
6. 培训与指导	6.1 培训	6.1.1 能制定培训计划 6.1.2 能编写培训教案 6.1.3 能讲授产品知识和专业销售技能	6.1.1 培训计划制定方法 6.1.2 培训师技能与方法 6.1.3 培训讲义编写方法
	6.2 指导	6.2.1 能辅导三级及以下人员工作 6.2.2 能制定培训指导规范 6.2.3 能评估培训效果	6.2.1 有效辅导方法 6.2.2 培训规范编制方法 6.2.3 培训评估模型与方法

3.5 一级/高级技师

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能收集国际市场信息 1.1.2 能对市场调研活动进行评审和指导 1.1.3 能撰写市场调研活动评估报告	1.1.1 客户触达路径优化方法 1.1.2 市场决策方法 1.1.3 市场调研方案评价原则和方法 1.1.4 市场调研报告的评价原则和方法
	1.2 市场分析	1.2.1 能根据市场分析做出市场趋势预测 1.2.2 能根据市场趋势提出应对策略 1.2.3 能依据市场分析结果对营销方案进行反馈优化	1.2.1 市场分析方法 1.2.2 市场预测方法 1.2.3 营销管理方法
2. 营销策划与实施	2.1 营销战略制定	2.1.1 能制定数智化的营销战略 2.1.2 能进行营销战略分解细化 2.1.3 能运用数据分析工具进行营销战略审核与评价	2.1.1 营销战略制定方法 2.1.2 营销战略控制方法 2.1.3 营销战略控制方法
	2.2 产品策划	2.2.1 能制定整合营销方案 2.2.2 能结合数据分析结果制定新产品开发规划 2.2.3 能进行新产品上市营销策划	2.2.1 产品组合策略方法 2.2.2 新产品开发方法 2.2.3 新产品上市策划及推广方法
	2.3 价格策划	2.3.1 能结合数据分析结果确定产品定价目标 2.3.2 能根据定价目标制定价格策略 2.3.3 能评估定价目标的达成效果	2.3.1 定价目标与企业目标 2.3.2 定价目标与策略选择方法 2.3.3 定价目标评估方法
	2.4 渠道策划	2.4.1 能制定营销渠道策略 2.4.2 能进行分销渠道体系的评估与优化 2.4.3 能提出渠道管理方案的优化建议	2.4.1 渠道策略的制定方法 2.4.2 渠道整合策略方法 2.4.3 优化方案制定方法

	2.5 促销策划	2.5.1 能确定促销组合策略 2.5.2 能制定数智化的定制促销方案 2.5.3 能指导促销决策的实施	2.5.1 销售促进决策方法 2.5.2 定制促销策略方法 2.5.3 促销组合决策方法
3. 客户管理	3.1 客户价值管理	3.1.1 能管理口碑传播 3.1.2 能制定不同客群的价值创造策略 3.1.3 能制定客户满意度和忠诚度管理策略	3.1.1 口碑传播的管理方法 3.1.2 忠诚客户奖励计划 3.1.3 客户满意度和客户忠诚度管理策略
	3.2 客户关系管理	3.2.1 能评估优化客户经营方案 3.2.2 能沟通各国客户，了解客户需求 3.2.3 能设计客户关系管理系统关键要素图	3.2.1 客户全生命周期优化方法 3.2.2 客户的支持与服务方法 3.2.3 客户关系管理系统设计方法
4. 品牌管理	4.1 品牌推广	4.1.1 能进行品牌定位，制定市场细分方案 4.1.2 能进行品牌核心价值的提炼与传播 4.1.3 能制定品牌推广计划和整合传播方案 4.1.4 能根据品牌定位设计品牌组合方案	4.1.1 细分市场和目标市场识别 4.1.2 品牌资产构建方法 4.1.3 整合传播策略 4.1.4 品牌组合方法
	4.2 品牌维护	4.2.1 能制定品牌竞争战略方案 4.2.2 能制定品牌保护方案 4.2.3 能制定品牌资产管理方案	4.2.1 应对竞争和驱动资产方法 4.2.2 品牌管理方法 4.2.3 品牌资产管理方法
5. 团队管理	5.1 团队建设	5.1.1 能制定团队人力战略规划 5.1.2 能搭建营销人力体系 5.1.3 能构建团队文化	5.1.1 战略人力资源规划 5.1.2 组织与组织设计方法 5.1.3 团队文化搭建方法
	5.2 团队激励	5.2.1 能构建营销绩效管理体系 5.2.2 能制定团队激励方案 5.2.3 能应用绩效考核结果	5.2.1 营销绩效管理体系优化方法 5.2.2 团队激励方法 5.2.3 绩效管理方法
6. 培训与指导	6.1 培训	6.1.1 能搭建分层培训体系 6.1.2 能组织编写体系化培训教案 6.1.3 能培训师资团队	6.1.1 培训需求分析 6.1.2 学习理论与教学设计 6.1.3 TTT 培训方法
	6.2 指导	6.2.1 能辅导二级人员工作 6.2.2 能编写培训指导规范教材	6.2.1 教练式领导方法 6.2.2 项目管理与流程优化

		6.2.3 能撰写培训情况分析总结报告	6.2.3 培训体系设计与评估
--	--	---------------------	-----------------

4. 权重表

4.1 理论知识权重表

项目 \ 技能等级		五级/ 初级工 (%)	四级/ 中级工 (%)	三级/ 高级工 (%)	二级/ 技师 (%)	一级/ 高级技 师 (%)
基本 要求	职业道德	10	10	10	10	10
	基础知识	25	20	15	15	10
相关 知识 要求	市场调研与分析	10	15	15	15	15
	营销策划与实施	45	40	35	15	15
	客户管理	10	15	15	15	15
	品牌管理	—	—	10	10	10
	团队管理	—	—	—	10	15
	培训与指导				10	10
合计		100	100	100	100	100

4.2 技能要求权重表

项目 \ 技能等级		五级/ 初级工 (%)	四级/ 中级工 (%)	三级/ 高级工 (%)	二级/ 技师 (%)	一级/ 高级技 师 (%)
技能 要求	市场调研与分析	20	20	20	20	15
	营销策划与实施	70	65	60	25	25
	客户管理	10	15	15	20	15
	品牌管理	—	—	5	10	15
	团队管理	—	—	—	15	15
	培训与指导	—	—	—	10	15
合计		100	100	100	100	100

