

营销员国家职业技能标准(2006)

1. 职业概况

1.2 职业定义

从事市场调研、市场分析、营销策划、市场开拓、直接销售、客户管理等营销活动的人员。

1.3 职业等级

本职业共设五个等级,分别为:营销员(国家职业资格五级)、高级营销员(国家职业资格四级)、助理营销师(国家职业资格三级)、营销师(国家职业资格二级)、高级营销师(国家职业资格一级)。

1.4 职业环境

室内、外。

1.5 职业能力特征

思维敏捷,口齿清晰,具有一定的观察、判断、表达、应变及人际交往能力。

1.6 基本文化程度

高中毕业(或同等学历)。

1.7 培训要求

1.7.1 培训期限

全日制职业学校教育,根据其培养目标和教学计划确定。各级别晋级培训期限均不少于160标准学时。

1.7.2 培训教师

培训教师应熟练掌握系统的市场营销知识,具有一定的实际管理经验和丰富的教学经验,同时具有良好的语言表达能力和知识传授能力。

培训营销员、高级营销员的教师应具有营销师及以上职业资格证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格;培训助理营销师、营销师的教师应具有高级营销师职业资格证书或相关专业高级专业技术职务任职资格;培训高级营销师的教师应具有本职业高级营销师职业资格证书3年以上或相关专业高级专业技术职务任职资格。

1.7.3 培训场地设备

配备必要的教学设备、设施,室内光线充足、通风、卫生条件良好的标准教室;能够满足教学要求的模拟或实际培训场地。

1.8 鉴定要求

1.8.1 适用对象

从事或准备从事本职业的人员。

1.8.2 申报条件

——营销员(具备以下条件之一者)

- (1)连续从事本职业工作1年以上。
- (2)具有中等职业学校本专业(职业)或相关专业毕业证书。
- (3)经营销员正规培训达规定标准学时数,并取得结业证书。

——高级营销员(具备以下条件之一者)

- (1) 连续从事本职业工作 3 年以上。
- (2) 连续从事本职业工作 2 年以上, 经高级营销员正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。
- (3) 取得营销员职业资格证书后, 连续从事本职业工作 2 年以上。
- (4) 取得营销员职业资格证书后, 连续从事本职业工作 1 年以上, 经高级营销员正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。

——助理营销师(具备以下条件之一者)

- (1) 连续从事本职业工作 6 年以上。
- (2) 具有以高级技能为培养目标的技工学校、技师学院和职业技术学院本专业或相关专业毕业证书。^[1]
- (3) 取得高级营销员职业资格证书后, 连续从事本职业工作 4 年以上。
- (4) 取得高级营销员职业资格证书后, 连续从事本职业工作 3 年以上, 经助理营销师正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。
- (5) 具有本专业或相关专业大学专科及以上学历。
- (6) 取得其他专业大学专科及以上学历证书后, 连续从事本职业工作 1 年以上。
- (7) 取得其他专业大学专科及以上学历证书后, 经助理营销师正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。

——营销师(具备以下条件之一者)

- (1) 连续从事本职业工作 13 年以上。
- (2) 取得助理营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 5 年以上。
- (3) 取得助理营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 4 年以上, 经本职业营销师正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。
- (4) 取得本专业或相关专业大学本科学历证书后, 连续从事本职业工作 5 年以上。

(5) 具有本专业或相关专业大学本科学历, 取得助理营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 4 年以上。

(6) 具有本专业或相关专业大学本科学历, 取得助理营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 3 年以上, 经营销师正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。

(7) 取得硕士研究生及以上学历证书后, 连续从事本职业工作 2 年以上。

——高级营销师(具备以下条件之一者)

(1) 连续从事本职业工作 19 年以上。

(2) 取得营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 4 年以上。

(3) 取得营销师职业资格证书后, 连续从事本职业工作 3 年以上, 经高级营销师正规培训达规定标准学时数, 并取得结业证书。

1.8.3 鉴定方式

分为理论知识考试和专业能力考核。理论知识考试和专业能力考核均采用闭卷笔试或者上机考试等方式。理论知识考试和专业能力考核均实行百分制, 成绩皆达 60 分及以上者为合格。营销师、高级营销师还须进行综合评审。

1.8.4 考评人员与考生配比

理论知识考试和专业能力考核的考评人员与考生配比均为 1:20, 每个考场不少于 2 名考评人员; 综合评审委员不少于 3 人。

1.8.5 鉴定时间

理论知识考试时间为 90 min; 专业能力考核时间为 120 min; 综合评审时间不少于 30 min。

1.8.6 鉴定场所设备

理论知识考试和专业能力考核均在标准教室进行, 应配备必要的计算机及投影设备等。

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) 热爱岗位, 遵纪守法。
- (2) 讲求信誉, 公平竞争。
- (3) 善待顾客, 热情服务。
- (4) 注重调研, 善于创新。

2.2 市场营销基础知识

2.2.1 市场营销基本理念

- (1) 市场与市场营销的含义。
- (2) 市场营销管理的实质与任务。
- (3) 市场营销管理哲学。

2.2.2 市场营销组合

- (1) 市场营销组合的内容。

- (2) 产品决策。
- (3) 定价决策。
- (4) 渠道决策。
- (5) 促销决策。

2.2.3 商务谈判基本知识

- (1) 商务谈判的成功模式。
- (2) 商务谈判心理。
- (3) 商务谈判思维。
- (4) 不同的谈判风格。

2.2.4 商务礼仪与营销道德

- (1) 社交的基本原则。
- (2) 基本社交礼仪。
- (3) 商务谈判礼仪。
- (4) 国际商务礼俗。
- (5) 营销道德的基本原则。
- (6) 市场营销道德与实践。

2.2.5 市场营销理论的新发展

- (1) 顾客让渡价值与顾客满意。
- (2) 关系营销。
- (3) 文化营销。
- (4) 服务营销。
- (5) 绿色营销。
- (6) 全球营销。
- (7) 电子商务。
- (8) 客户关系管理。
- (9) 交叉销售。
- (10) 数字化整合营销。

2.2.6 相关法律、法规知识

- (1) 《中华人民共和国合同法》相关知识。

- (2) 《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识。
- (3) 《中华人民共和国产品质量法》相关知识。
- (4) 《中华人民共和国票据法》相关知识。
- (5) 《中华人民共和国反不正当竞争法》相关知识。
- (6) 《中华人民共和国广告法》相关知识。
- (7) 《中华人民共和国价格法》相关知识。
- (8) 《中华人民共和国担保法》相关知识。
- (9) 《中华人民共和国商标法》相关知识。
- (10) 《中华人民共和国劳动法》相关知识。
- (11) 《直销管理条例》相关知识。
- (12) 《禁止传销条例》相关知识。

3. 工作要求

★ 营销员			
职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
一、市场分析	(一) 市场调研	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够采集商品、市场价格信息 2. 能够发放和回收调查问卷 3. 能够识读调研计划 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市场调查的种类 2. 市场调查的内容 3. 市场调查的步骤 4. 直接调查的方法
	(二) 市场购买行为分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够识别不同的购买者 2. 能够分析消费者购买行为的特征 3. 能够分析组织购买行为的特征 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 购买者的类别 2. 消费者购买行为的特征 3. 组织购买行为的特征
	(三) 销售机会与威胁分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够识别销售机会与销售威胁 2. 能够分析销售机会的种类 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 销售机会与销售威胁的种类 2. 捕捉销售机会的技巧
二、营销策划	(一) 制订销售计划	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够确定自己的销售目标 2. 能够进行简单的销售预测 3. 能够进行市场细分 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 销售计划的内涵 2. 简单的销售预测方法 3. 确定销售目标的主要方法

			4. 市场细分知识
	(二) 产品策划	1. 能够分析和评价产品组合 2. 能够进行企业产品的展示策划	1. 分析和评价产品组合的方法 2. 企业产品的展示策划知识
	(三) 渠道策划	1. 能够选择经销商 2. 能够管理批发商和零售商	1. 如何选择经销商 2. 批发商和零售商管理
	(四) 市场推广策划	1. 能够实施销售促进方案 2. 能够利用优待券、折价优待、集点优待、赠送样品和 POP 广告促销 3. 能够确定人际交往策略 4. 能够协助组织公关活动	1. 销售促进知识 2. 优待券促销知识 3. 折价优待促销知识 4. 集点优待促销知识 5. 赠送样品促销知识 6. POP 广告促销知识 7. 人际交往策略知识 8. 组织公关活动知识
三、产品销售	(一) 寻找与访问客户	1. 能够寻找潜在顾客名单 2. 能够合适地拜访客户 3. 能够恰当地介绍产品	1. 寻找潜在顾客的方法 2. 约见顾客的方法 3. 介绍产品的方法
	(二) 商务洽谈	1. 能够选择报价的时机 2. 能够正确报价 3. 能够与顾客友好沟通 4. 能够正确运用常见谈判技巧	1. 报价的原则 2. 报价的技巧与方法 3. 常见谈判技巧

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
三、产品销售	(三) 试行订约	1. 能够识别客户异议 2. 能够正确处理常见顾客异议 3. 能够识别购买信号	1. 顾客异议的类型 2. 处理异议的方法 3. 购买信号类型

	(四) 货品管理	1. 能够进行商品分类 2. 能够做好订货管理、发货管理与退货管理 3. 能够正确选择运输方式与工具 4. 能够进行销售终端陈列管理	1. 商品分类知识 2. 订货管理知识 3. 发货管理知识 4. 退货管理知识 5. 商品运输管理知识 6. 销售终端陈列管理知识
四、客户管理	(一) 客户服务管理	1. 能够对客户服务进行分类 2. 能够提供周到的客户服务	1. 客户服务的种类 2. 售前、售中、售后服务知识
	(二) 客户信用管理	1. 能够计算应收账款 2. 能够催收应收账款 3. 能够运用讨债策略进行讨债	1. 信用管理的相关概念 2. 应收账款统计知识 3. 应收账款管理知识 4. 讨债策略
	(三) 客户关系管理	1. 能够建立客户档案 2. 能够进行客户筛选 3. 能够运用 ABC 法管理客户	1. 客户档案知识 2. 客户筛选知识 3. ABC 分析法

★ 高级营销员

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
一、市场分析	(一) 市场调研	1. 能够进行实地调查 2. 能够汇总市场调查资料 3. 能够对调查资料进行简单的分类	1. 实地调查的基本方法 2. 资料的简单归类 3. 资料的简单分析
	(二) 市场购买行为分析	1. 能够归纳不同类购买者的购买行为类型 2. 能够针对不同类购买者的购买行为类型提出不同的营销对策	1. 消费者购买行为类型 2. 产业购买行为类型 3. 中间商购买行为类型
二、营销策划	(一) 制订区域市场计划	1. 能够选择目标市场 2. 能够划分销售区域 3. 能够设计销售组织结构 4. 能够拟订销售区域作战方略 5. 能够进行销售区域的时间管理	1. 目标市场选择知识 2. 划分销售区域的步骤 3. 销售组织

			结构类型 4. 销售区域 作战方略 5. 销售区域 的时间管理
--	--	--	---

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
二、营 销 策 划	(二) 产品策划	1. 能够判断产品所处的 生命周期阶段 2. 能够提出相应的营销 对策	1. 产品生命周期的知识 2. 产品生命周期各阶段 的营销对策
	(三) 渠道策划	1. 能够选择渠道模式 2. 能够管理渠道流程	1. 渠道模式知识 2. 渠道流程知识
	(四) 市场推广 策划	1. 能够协助制定销售促 进策略 2. 能够实施销售促进策 略 3. 能够协助制定公共关 系策略 4. 能够选择公共关系活 动模式 5. 能够确定公关的对象	1. 销售促进策略 2. 公共关系策略 3. 公共关系活动模式 4. 公关对象选择的知识
三、产 品 销 售	(一) 拜访与接 近顾客	1. 能够拟订拜访计划 2. 能够接近潜在顾客 3. 能够认定顾客资格	1. 拜访计划的内容 2. 接近顾客的方法 3. MAN 法则
	(二) 商务洽谈	1. 能够对报价做出解释 2. 能够判断对方的报价 意图 3. 能够运用让步策略进 行讨价还价 4. 能够分析谈判僵局的原 因 5. 能够制定突破谈判僵 局的策略 6. 能够正确运用常见谈 判策略	1. 报价解释的原则 2. 对待对方报价的策略 3. 常见的理想让步策略 4. 僵局的成因分析知识 5. 突破僵局的策略与技 巧 6. 常见谈判策略
	(三) 试行订约	1. 能够分析客户异议的 原因 2. 能够正确把握与创造 成交机会 3. 能够建议客户签订购 买合同	1. 客户异议的原因 2. 建议成交的策略

	(四) 货品管理	1. 能够正确运用订单的报价方式 2. 能够进行订单的流程管理 3. 能够选择与确定商品包装种类 4. 能够管理销售终端业务	1. 订单的报价方式 2. 订单的管理流程 3. 商品包装知识 4. 销售终端业务管理知识
四、客户管理	(一) 客户服务管理	1. 能够做好售前、售中、售后服务 2. 能够评价服务质量 3. 能够采取提高服务质量的措施	1. 客户服务的内容 2. 影响服务质量的差距分析 3. 提高服务质量的方法
	(二) 客户信用管理	1. 能够调查客户信用情况 2. 能够制定讨债策略	1. 客户信用调查分析的方法 2. 讨债策略与技巧

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
四、客户管理	(三) 客户关系管理	1. 能够进行客户分析与组合 2. 能够区分不同的客户投诉 3. 能够提出处理客户投诉的建议	1. 客户分析与组合策略 2. 客户投诉的内容 3. 处理客户投诉的方法

★ 助理营销师

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
一、市场分析	(一) 市场调研	1. 能够收集二手资料 2. 能够设计市场调查问卷 3. 能够进行抽样调查	1. 间接资料调查方法 2. 市场调查问卷设计方法 3. 抽样调查知识
	(二) 市场购买行为分析	1. 能够分析消费者与产业购买决策过程 2. 能够针对不同购买决策过程阶段提出不同的营销对策	1. 消费者购买决策过程 2. 产业购买决策过程

			3. 中间商和政府购买决策
二、营 销 策 划	(一)制订销售计划	1. 能够编制销售计划 2. 能够确定与分配销售配额 3. 能够编制销售预算 4. 能够进行销售活动分析	1. 销售计划体系的内容 2. 销售配额知识 3. 销售预算知识 4. 销售活动分析的方法
	(二) 产品策划	1. 能够提出新产品开发建议 2. 能够分析新产品采用者类型 3. 能够提出调整产品价格的建议	1. 新产品的类型 2. 新产品采用者类型 3. 新产品扩散知识 4. 定价策略与技巧的知识
	(三) 渠道策划	1. 能够选择不同的销售代理方式 2. 能够根据要求选择、管理代理商 3. 能够设计和运作连锁经营体系	1. 销售代理的选择知识 2. 销售代理商的管理 3. 连锁经营管理知识
	(四)市场推广策划	1. 能够策划销售促进活动 2. 能够制定广告策略 3. 能够策划公共宣传活动 4. 能够建立与媒体的联系	1. 销售促进策划知识 2. 广告策略 3. 公共宣传活动策划知识 4. 与媒体保持联系的原则
	(五)网络营销策划	1. 能够在互联网上与客户进行交流 2. 能够利用电子邮件进行营销 3. 能够利用互联网收集信息	1. 网络客户监控知识 2. 电子邮件营销知识 3. 互联网络调研知识

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
三、产 品 销 售	(一) 访问顾客	1. 能够分析顾客购买心理 2. 能够根据顾客心态进行推销	1. 顾客心理类型 2. 销售方格与顾客方格

		<ul style="list-style-type: none"> 3. 能够接近潜在顾客 4. 能够引起顾客兴趣 5. 能够激发顾客购买欲望 	<ul style="list-style-type: none"> 3. 拜访顾客的方法 4. 产品介绍知识 5. 激发购买欲望知识
	(二) 商务洽谈	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够制定让步策略 2. 能够分析各种商务风险 3. 能够控制谈判进程 4. 能够分析合同纠纷产生的原因 5. 能够进行合同纠纷的谈判 6. 能够正确运用常见谈判策略与技巧 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 让步策略 2. 阻止对方进攻的策略 3. 商务风险的预测与控制知识 4. 回避商务风险的措施 5. 驾驭谈判进程的知识 6. 合同纠纷谈判的知识 7. 常见谈判策略与技巧
	(三) 试行订约	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够处理客户异议 2. 能够寻找合适的时机提出成交建议 3. 能够增减或修改合同条款 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 处理客户异议的程序 2. 提出成交建议的方法 3. 签订合同的知识
	(四) 货品管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够制定订购决策 2. 能够选择商品检验的方法 3. 能够做好销售终端管理 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 订购决策知识 2. 商品检验的方法 3. 销售终端管理知识
四、客户管理	(一) 客户服务管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够评价服务质量 2. 能够采取措施提高服务质量 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 服务质量的评价标准 2. 提高服务质量的方法
	(二) 客户信用管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够确定信用管理的目标 2. 能够制定信用政策 3. 能够选择追账策略 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 信用管理的目标 2. 信用政策的主要内容 3. 追账策略
	(三) 客户关系管理	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够选择分销商 2. 能够激励中间商客户 3. 能够处理窜货问题 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 选择分销商的知识 2. 激励中间商客户知识 3. 窜货管理知识
五、团队建设	(一) 界定销售人员	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够明确销售人员的职责 2. 能够制定人员销售决策 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 销售人员的职责 2. 人员销售决策的内容
	(二) 招聘销售人员	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够选择企业招聘的途径 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 企业招聘的途径 2. 网络招聘知识

		2. 能够进行网络招聘 3. 能够利用报纸进行招聘	3. 报纸招聘知识 4. 招聘工作要点
--	--	------------------------------	------------------------

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
五、团队建设	(三) 销售人员培训	1. 能够分析培训需求 2. 能够制订与实施培训计划 3. 能够评估培训效果 4. 能够组织销售会议	1. 分析培训需求知识 2. 制订与实施培训计划知识 3. 评估培训效果知识 4. 组织销售会议知识
	(四) 建立销售制度	1. 能够推行销售制度管理 2. 能够建立营销管理基本制度	1. 销售制度管理知识 2. 营销管理基本制度

★ 营销师

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
一、市场分析	(一) 市场调研	1. 能够拟订市场调研计划 2. 能够组织实施市场调研活动 3. 能够撰写市场调研报告 4. 能够测算总市场潜量和区域市场潜量	1. 制订调研计划的知识 2. 组织市场调研活动的知识 3. 总市场潜量与区域市场潜量的含义
	(二) 市场营销环境分析	1. 能够综合分析国内市场行情 2. 能够分析市场营销宏观环境、微观环境给企业带来的机会与威胁 3. 能够根据机会与威胁提出相应的对策	1. 市场营销环境分析的知识 2. 国内市场行情分析的知识
二、营销策划	(一) 制订营销计划	1. 能够制订市场营销计划 2. 能够对产品进行市场定位	1. 市场营销计划的内容 2. 市场定位的知识
	(二) 产品策划	1. 能够提出新产品创意 2. 能够设计包装策略 3. 能够计算与分析需求弹性	1. 新产品开发知识 2. 包装策略知识

		4. 能够制定产品价格	3. 需求弹性与定价方法的知识
	(三)渠道策划	1. 能够设计分销渠道的长度、宽度与广度 2. 能够制定基本渠道政策 3. 能够制订物流计划	1. 设计分销渠道的知识 2. 渠道政策的内容 3. 物流计划的内容
	(四)市场推广策划	1. 能够进行广告促销策划 2. 能够寻找广告代理 3. 能够策划公共宣传活动 4. 能够进行危机公关 5. 能够撰写公共宣传新闻稿	1. 广告促销策划的内容 2. 广告代理的知识 3. 公共宣传活动策划的知识 4. 危机公关的知识 5. 公共宣传新闻稿的知识

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
二、营销策划	(五)网络营销策划	1. 能够对营销网页设计提出要求 2. 能够利用互联网络进行市场推广 3. 能够确定网络营销组合策略	1. 企业站点知识 2. 网页设计知识 3. 网站推广知识 4. 网络营销组合知识
三、客户管理	(一)客户服务管理	1. 能够进行服务质量的测评 2. 能够制定服务营销策略	1. 服务质量测评的知识 2. 服务营销组合的知识
	(二)客户信用管理	1. 能够规划信用销售业务流程 2. 能够进行应收账款管理 3. 能够合理应用信用政策	1. 信用销售业务流程规划知识 2. 应收账款管理知识 3. 信用政策知识
	(三)渠道成员管理	1. 能够设计中间商客户的绩效评估指标体系 2. 能够提出渠道改进策略 3. 能够协调渠道成员之间的冲突	1. 中间商客户的绩效评估知识 2. 渠道改进策略 3. 渠道冲突管理的知识

四、团队建设	(一) 激励销售人员	1. 能够制定竞赛激励计划 2. 能够激励不同类型的销售人员	1. 竞赛激励的方式 2. 激励不同类型销售人员的方法 3. 成功销售代表的特质 4. 成功销售主管的特质
	(二) 销售人员的绩效考核	1. 能够收集考核资料、建立绩效标准、选择考核方法 2. 能够计算与分析销售效率	1. 绩效评估知识 2. 销售效率计算方法 3. 销售效率图

★ 高级营销师

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
一、市场分析	(一) 市场调研	1. 能够做出何时、何地、对何种产品进行市场调查的决策 2. 能够进行市场行情预测	1. 市场预测决策知识 2. 市场预测的步骤与方法
	(二) 国际市场分析	1. 能够对国际经济形势、行业状况和商品供求进行综合分析 2. 能够对生产发展趋势进行预测	1. 宏观经济与产业政策知识 2. 国际营销环境知识

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
二、营销策划	(一) 制定营销规划	1. 能够分析现有业务 2. 能够编制现有业务组合计划 3. 能够编制新业务发展计划 4. 能够设计市场营销组织 5. 能够提出市场营销活动的控制方案	1. 现有业务的分析方法 2. 新业务计划的编制方法 3. 市场营销组织的设计知识 4. 市场营销控制的方法
	(二) 产品策划	1. 能够进行品牌形象设计 2. 能够制定并实施品牌策略	1. 品牌与商标知识 2. 品牌设计的原则与方法

		3. 能够根据市场情况调整产品价格	3. 品牌策略知识 4. 主动与应对变价知识
	(三) 渠道策划	1. 能够制定分销渠道战略 2. 能够设计与管理特许经营体系 3. 能够设计国际分销渠道模式 4. 能够进行渠道整合	1. 分销渠道战略知识 2. 特许经营体系知识 3. 国际分销渠道知识 4. 渠道整合知识
	(四) 市场推广策划	1. 能够制定市场推广计划 2. 能够制定广告促销决策 3. 能够制定公共宣传决策 4. 能够制定直复营销决策	1. 市场推广计划知识 2. 广告促销决策知识 3. 公共宣传决策知识 4. 直复营销决策知识
	(五) 网络营销策划	1. 能够制定企业站点规划 2. 能够进行域名注册 3. 能够制定在线价格策略 4. 能够制定网际销售促进策略	1. 企业站点规划知识 2. 域名注册知识 3. 在线价格策略知识 4. 网际销售促进策略知识 5. 网络安全知识
三、客户管理	(一) 客户服务管理	1. 能够评价与监控服务质量 2. 能够设计顾客满意度调查表 3. 能够确定顾客忠诚度的衡量指标	1. 评价与监控服务质量的知識 2. 衡量顾客满意度的知識 3. 顾客忠诚度管理知識
	(二) 客户信用管理	1. 能够全面调查客户资信 2. 能够确定客户信用等级评估指标 3. 能够审定客户信用限度	1. 客户资信调查与分析的知識 2. 客户风险分类方法
	(三) 客户关系管理	1. 能够设计客户关系管理系统 2. 能够建立与管理战略联盟	1. 客户关系管理系统知識 2. 产销战略联盟知識 3. 战略联盟管理知識

职业功能	工作内容	能力要求	相关知识
三、客户管理	(四) 商务谈判的组织与管理	1. 能够制定切实可行的谈判方案 2. 能够组织谈判活动	1. 谈判人员组合的知識 2. 谈判现场布置的知識 3. 谈判活动管理的知識

四、团队建设	(一) 制定销售人员战略规划	能够制定销售人员战略规划	销售人员战略规划的方法
	(二) 甄选销售人员	1. 能够提出招聘销售人员的要求 2. 能够面试、选拔销售人员	1. 招聘程序 2. 面试与选拔销售人员知识
	(三) 激励销售人员	能够选择激励销售人员方式	1. 激励原理 2. 激励销售人员方式
	(四) 建立销售人员薪酬制度	能够制定合理的薪酬销售人员制度	1. 薪酬知识 2. 销售人员薪酬制度的制定方法

4. 比重表

4.1 理论知识

项目		营销员 (%)	高级营销员 (%)	助理营销师 (%)	营销师 (%)	高级营销师 (%)
基本要求	职业道德	10	10	10	10	10
	基础知识	25	25	20	20	20
相关知识	市场分析	10	10	10	15	10
	营销策划	20	20	25	25	30
	产品销售	25	25	20	—	—
	客户管理	10	10	10	20	15
	团队建设	—	—	5	10	15
合计		100	100	100	100	100

4.2 专业能力

项目		营销员 (%)	高级营销员 (%)	助理营销师 (%)	营销师 (%)	高级营销师 (%)
能力要求	市场分析	20	20	20	25	25

	营销策划	25	25	30	35	40
	产品销售	35	35	20	—	—
	客户管理	20	20	20	25	20
	团队建设	—	—	10	15	15
合 计		100	100	100	100	100