

案例示範：從行銷經理到職涯顧問的能力落差地圖

假設我們的主角叫 **Jessie**，目前在品牌行銷部工作 8 年。

最近她覺得自己想轉職，希望未來能往「教育訓練」或「顧問服務」發展，但也不排除持續在「產品策略」領域深耕。於是她依照三步驟，畫出自己的能力落差地圖。

第一步：列出三個感興趣的未來方向

方向代號	方向名稱	說明
A	行銷顧問	協助企業規劃行銷策略、品牌定位、數據分析。
B	教育培訓講師	針對企業員工或成人教育設計課程、講授軟實力與溝通主題。
C	產品策略經理	參與產品定位、市場研究、跨部門協作與決策制定。

第二步：為每個方向列出五項核心能力

Jessie 查了 104 職缺與一幾堂熱門線上課程，歸納出以下核心能力需求：

方向	五項核心能力
A 行銷顧問	1. 行銷數據分析、2. 品牌策略、3. 客戶簡報提案力、4. 專案管理、5. 顧問式溝通技巧
B 教育培訓講師	1. 教學設計、2. 口語表達與課程帶領、3. 學員互動與引導、4. 學習成效評估、5. 課程銷售與自我行銷
C 產品策略經理	1. 商業模型分析、2. 用戶研究、3. 數據決策力、4. 跨部門溝通協作、5. 項目優先級判斷

第三步：標註目前熟練度（1–5 分）並找出主場與成長曲線

Jessie 根據自己經驗、同事回饋與績效檢討，評估如下：

能力項目	A 行銷顧問	B 教育培訓	C 產品策略
能力平均分	4.2	2.8	3.4
最強能力	行銷數據分析 (5)、品牌策略 (5)	教學設計 (3)	跨部門協作 (4)
最弱能力	顧問式溝通技巧 (3)	課程銷售與自我行銷 (2)	商業模型分析 (3)

分析結果：

- 潛在主場 → 行銷顧問 (平均分最高 **4.2**): Jessie 原本的工作經驗已能直接轉化，若轉為行銷顧問，只需補強顧問式問診與提案能力。
- 成長曲線 → 教育培訓講師 (平均分最低 **2.8**): 她對教學有熱情，但經驗不足，可透過助教、線上課程或企業內訓機會累積實戰。
- 策略延伸 → 產品策略 (中間值 **3.4**): 若能加強用戶研究與商業模型分析，她未來也可朝內部產品經理方向發展。

小結：能力落差地圖幫助你釐清「可立即轉換」與「長期養成」兩條路

透過這個地圖，Jessie 不再陷入「我能不能轉職成功」的焦慮，而是具體看見：

- 現在的強項在哪裡（能立刻兌現價值）
- 未來要投入在哪裡（需要時間累積）

她接下來決定採取「雙軌策略」：

- 白天繼續累積行銷顧問案的經驗（主場路線）。
- 晚上每週固定投入 6 小時進修教學設計與簡報訓練（成長曲線）。

半年後，她已在公司內部開設第一場行銷分享課程，正式踏出從「行銷專業」轉向「教育顧問」的第一步。