

汽車業 《能力標準說明》 能力單元

「銷售及市場推廣」職能範疇

名稱	制定汽車產品銷售策略
編號	108587L6
應用範圍	於汽車產品銷售管理工作地點，從業員能夠配合機構整體目標及經營策略，對汽車產品市場競爭環境作出分析及評估，從而領導下屬制定有效及可行的銷售策略。
級別	6
學分	6（僅供參考）
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 應具知識(汽車產品市場環境及銷售策略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解汽車產品銷售在整個機構之重要性 ● 掌握汽車產品市場競爭環境 ● 瞭解汽車產品的銷售渠道及程序 ● 瞭解顧客消費心理 ● 掌握外匯風險概念 ● 掌握銷售人員的組織架構 ● 瞭解機構整體目標及經營策略 ● 瞭解政府對汽車產品所訂立的環保法規 <p>2. 應有表現(制定機構/企業的銷售策略)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握汽車產品銷售在整個機構之重要性，如影響機構的業績、利潤、維修及零件業務之發展，甚至影響機構之形像 ● 分析及評估汽車產品市場競爭環境，機會及風險，從而引導有關下屬制定有效的銷售策略 ● 分析汽車產品市場的不同層面，制定有效的機構/企業的銷售策略，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 確定目標顧客，擴大市場及吸引新顧客 ○ 掌握保留現有顧客及其好處，採用 ○ 「關係市場營銷」(Relationship Marketing) ○ 決定溝通目標 ○ 制定銷售方式 ○ 與相關其他部門之配合 ○ 提出資源要求 ● 按整個機構的資源，向有關部門提供支援 ● 要求制定銷售績效評估策略 ● 定期要求匯報，從而評估銷售策略的績效，要求改進及優化
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為受評人：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 能夠瞭解本身職級所負之責任，分析及評估汽車產品市場的不同層面及競爭環境，並能領導下屬；及 ● 能夠配合機構整體目標及經營策略，制定有效及可行的銷售策略，維護整個機構之聲譽，保障機構的業績及利潤，以利機構的長遠發展。
備註	