

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	建立汽車品牌策略
編號	108596L6
應用範圍	此能力單元適用於機構內的高層人員或市場推廣人員。從業員能夠整合市場學及品牌策略的專門知識，運用品牌管理決策，有效地帶領團隊建立品牌及進行推廣。
級別	6
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 應具知識(消費買家及品牌的知識)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解汽車品牌之建立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 ● 掌握汽車品牌知識 ● 瞭解消費者取向，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 潮流文化對消費者行為的影響 ○ 消費模式變化及其因由 ● 瞭解品牌的價值及內涵 ● 深入瞭解汽車品牌歷史 <p>2. 應有表現(制定建立汽車品牌具體方案)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 與汽車製造商溝通，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 瞭解及制定汽車品牌代理的推廣策略 ○ 制定汽車品牌代理的銷售計劃 ● 指引下屬制定汽車品牌策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 制定品牌定位及相關策略 ○ 確立品牌自身的形象及價值 ○ 確立產品/服務的質素 ○ 與營運、行銷、產品等策略作整合 ● 指引下屬掌握品牌管理及市場推廣策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 掌握品牌管理方法 ○ 制定品牌銷售途徑 ● 掌握品牌及相關產品知識產權的法規，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 瞭解知識產權對品牌的重要性 ○ 瞭解有關品牌的法律保障 ● 品牌策略管理 <ul style="list-style-type: none"> ○ 確定品牌建立是企業發展的長遠目標 ○ 按計劃預算從機構資源撥備所需 ○ 掌握品牌本身的核心價值(core value) ○ 貫徹執行保持品牌形象及產品質素 ○ 監管執行過程中的切合度 ○ 修正執行過程中的決策問題 ○ 向機構各相關部門傳達品牌策略信息，要求全面配合及定期匯報

汽車業 《能力標準說明》 能力單元

「銷售及市場推廣」職能範疇

評核指引	此能力單元的綜合成效要求為受評人： <ul style="list-style-type: none">• 能夠整合市場學及品牌策略的專門知識，有效地制定建立汽車品牌具體方案；及• 能夠掌握品牌管理及市場推廣策略，提高品牌自身的形象及價值。
備註	