

銀行業 - 零售銀行門類 《 能力標準說明 》

產品開發及品牌推廣 > 6.2 規劃產品開發架構及市場策略

名稱	根據銀行的業務目標，制訂在不同客戶細分市場的產品策略
編號	107458L6
應用範圍	為個別業務範圍內的不同客戶群，制訂產品策略，以帶領整個業務範圍的產品開發及市場推廣活動。此職能適用於不同的產品和服務
級別	6
學分	4
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 研究不同客戶群的需求 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 在欠缺完整的資料下，分析不同客戶群的行為及特性，以決定他們的財政需要、購買行為及喜愛的推廣策略 比較現時的產品和服務組合，並評估是否能滿足客戶的需要，以識別滿足客戶需求方面的漏洞 識別合適的產品，以滿足不同客戶群的需要 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 為滿足客戶的財務需求設計不同的方案，並選擇最佳的產品方案 透過初步研究、驗證假設的準確性和識別各市場的規模，以制訂產品開發的戰略方向，並爭取新的收入來源 根據業務要求，制訂高層次的產品策略建議 檢視現行的產品開發的法規和程式 為產品設計營銷策略 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 估計產品在不同客戶群的潛力，並找出回報率最高的市場 在欠缺完整的資料下，估計不同客戶群對各類行銷策略的反應，以設計合適的市場推廣方案
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> 在欠缺完整的資料下，詳細分析客戶的財務需要，以建議產品應有的元素，來滿足客戶群的需要。此外，需要對不同的方案，進行比較 提供產品開發的執行計劃，詳細說明所建議的產品元素、合適的開發步驟及營銷策略。此外，還需提供研究結果或有效的數據，以支持所提出的建議
備註	