

銀行業 - 零售銀行門類 《 能力標準說明 》

產品開發及品牌推廣 > 6.5 產品推廣

名稱	開發新產品和服務的推廣活動，以提高市場注視
編號	107483L5
應用範圍	參與開發新產品和服務的促銷活動。這是指不同類型的促銷活動，可以應用於不同類型的產品
級別	5
學分	4
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估影響新產品推廣活動的因素 能夠: <ul style="list-style-type: none"> ● 評估產品功能以設計促銷活動 ● 評估目標客戶的特點，選擇最合適的促銷方式 ● 評估銀行的現有資源，盡可能開放新的資源 2. 與銷售和營銷團隊協調開發產品推廣計劃 能夠: <ul style="list-style-type: none"> ● 對當地區域和全球市場的新產品和服務進行適當的優先排序和計劃 ● 就營銷目標和策略達成一致，全面介紹關鍵客戶目標，渠道策略，產品策略，銷售策略和營銷傳播策略 ● 計劃人力支持，準備和執行產品推廣活動，以確定銷售線索，產生對企業品牌和產品的認識，發展網絡機會和行業/貿易活動，以及跟踪/分析營銷計劃 通過提供專家意見來確定目標客戶群體，分銷渠道和定價等，準備個別產品的營銷計劃細節。 3. 設計教育活動，為相關方提供所需的產品知識 能夠: <ul style="list-style-type: none"> ● 分析不同方面的知識水平和作用，確定需要的產品知識培訓的數量和種類 ● 教練營銷團隊的產品知識，以最大限度地為銀行業務做出貢獻 ● 通過提供專業的產品知識來協助銷售產品目錄，產品培訓，活動，展會，直郵等不同活動，實現最大限度的生產力和績效支持銷售團隊，策略聯盟和渠道合作夥伴。
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"> ● 推廣計劃能明確界定各方在推廣活動中的作用和作用。該計劃應基於目標客戶要求的產品信息的識別和銀行資源分析而制訂的 ● 提供教育活動，以確保所有相關方都具備所需的產品知識。教育活動應以對各方作用和知識水平的分析為基礎
備註	