

銀行業 - 零售銀行門類 《 能力標準說明 》

營銷及客戶關係管理 > 8.1 制訂營銷策略及推行計劃

名稱	尋找商機，以擴大產品及服務的銷售
編號	107511L6
應用範圍	找出市場中不同客戶細分市場內，銀行所提供的產品和服務，與客戶需求的差距
級別	6
學分	4
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 研究影響零售銀行產品和服務需求的因素 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 分析過去的銷售活動，找出影響未來銷售潛力的因素，並進行研究，找出欠缺資料 分析客戶的資料，如他們的需求以及他們對銀行產品和服務的看法，以理解不同細分市場的客戶需求 深入分析不同產品和服務的供應 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 研究零售銀行及其他金融機構在不同產品和服務的供應，以決定客戶的需求是否能被滿足 綜合不同分析的結論，評估各細分市場的潛力 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 預測不同產品和服務的邊際利潤及銷售潛力，以確定商機 找出在不同細分市場內，投資價值最高的產品和服務 比較不同方案，建議如何把資源集中在利潤豐厚的細分市場及產品 評估銀行獲取商機的能力，並提出改善方法 能夠: <ul style="list-style-type: none"> 列出個別商機所需的能力，並檢討銀行在有關方面的表現 為不同細分市場的行銷及推廣計劃訂下改善的目標，並將任務分割成易於處理的小份，引用已驗證的思維及最佳範例來縮短差距
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，分析市場供應、客戶要求、銀行能力及不同方案的比較，然後為業務發展機會，提出可行的建議，並提供強而有力的理據及原因。此外，建議需要包含足夠的資料，以協助制訂策略及業務計劃的工作
備註	