

銀行業 - 零售銀行門類 《 能力標準說明 》

營銷及客戶關係管理 > 8.3 營銷周期管理

名稱	管理及協調各銷售和服務管道的營銷及宣傳活動
編號	107525L5
應用範圍	與不同的管道，如：分行、網上銀行、信用咭中心及熱線中心合作，設計及推行銷售或宣傳活動。此職能適用於不同種類及以不同客戶為對象的活動
級別	5
學分	4
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 理解不同銷售和服務管道的特性 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 評估各銷售和服務管道的容量及功能，以設計銷售及宣傳活動 在舉行銷售活動時，檢討不同銷售和服務管道的長處及短處，並揀選適合所推廣產品/服務的渠道 為不同管道制訂年度銷售目標 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 分析不同客戶的財務行為及需求，包括：不同管道的使用紀錄、客戶分類資料、個人資料、調查及模型等等 分析銀行的銷售計劃，根據不同銷售與服務管道的特性，以及產品和服務的特性，分配銷售的責任和目標 為不同的銷售與服務管道訂立業務及表現指標，以增加營業額 為不同管道設計銷售及宣傳活動 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 協助設計及推行新管道和新產品 根據客戶的財務行為，建立加強目標營銷策略及客戶關係的計劃 在各銷售及宣傳活動上，決定與不同管道的合作方式及所需支援 識別不同管道的銷售團隊所需的資源，並進行分配 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 分配培訓、宣傳的物資和行銷資金給不同管道的銷售和服務隊伍 提供資料來確定銷售的障礙和其他具體問題，並協助解決 設計特製的工具，量度不同銷售和服務管道的銷售表現 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 為個別銷售和服務管道進行績效評估，找出其優勢、劣勢、改善策略，並提供其他建議 為銷售和服務管道提供必要的工具和技術，以衡量表現和潛力
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"> 分析不同管道的特性和功能，為不同銷售及服務管道，設計銷售及宣傳計劃，包括：年度銷售目標、銷售及宣傳活動、資源分配，及評核工具
備註	