

銀行業 《能力標準說明》 能力單元

職能範疇- 7. 產品開發及品牌推廣

(主要職能 – 7.2 產品組合管理)

名稱	為不同的產品制訂產品策略和定位
編號	109411L6
應用範圍	制訂產品策略以訂定產品的銷售方案 (產品特色、分銷渠道、定價和宣傳)。這適用於跨越不同客戶市場板塊及地區的產品銷售。
級別	6
學分	4 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 職務範圍的知識</p> <p>能夠:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 展示在產品開發方面的全面和專門知識，為銀行制訂合適的產品策略; • 運用產品銷售策略開發知識進行研究，識別影響客戶需求的因素 (例如: 客戶概況、宏觀經濟條件等) 的發展趨勢，以預測產品的市場需求。 <p>2. 應用</p> <p>能夠:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 決定產品的價值定位、目標客戶市場板塊和定價策略; • 確定不同產品的分銷渠道，從而利用有效手段進行適當的產品交付; • 進行市場研究，識別客戶對產品的認知; • 分析產品的特色和比較市場上類似的產品，以決定獨特的賣點; • 進行研究，識別不同市場板塊的客戶特徵，以制定一個合適的銷售方式。 <p>3. 專業行為及態度</p> <p>能夠:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 評估管理產品生命週期的各種方法和表現指標，根據銀行活動的性質、規模和複雜程度，設計一套合適的方式; • 進行產品的成本 / 回報分析，例如:有需要，更新產品策略; • 留意客戶剖析和競爭對手的策略的變化，使產品策略能夠適應市場環境; • 分析銀行對整體業務和其他產品的策略，以確定與銀行整體形象相符的產品定位。
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"> • 制訂不同產品的銷售策略，以訂定產品的定位和在不同市場的優先程度。這應根據不同領域的綜合研究結果，例如:銀行業的宏觀環境、銀行的策略、客戶的剖析、競爭對手的分析等因素而訂立。
備註	