

業務管理及策略 > 制定銷售策略及執行計劃

名稱	制訂銀行的市場分割策略
編號	106828L6
應用範圍	把客戶細分致不同組別。此職能適用於銀行的各類產品和服務的客戶。
級別	6
學分	5 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 分析客戶行為的研究結果 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 展露在消費者研究和市場分割方面的全面和專門知識，以進行客戶的市場分割 識別建構客戶剖析的重要資料，以提供數據予客戶的市場分割 進行客戶的市場分割 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 整合和評估客戶剖析的數據，為新的業務機會分辨不同細分市場對於產品和服務的具體需要和喜好 決定把有類似需要和欲望的客戶分成同一組的條件 (如人口、地理、心理、行為、行業等) 建立市場分割模型，並確定與銀行的業務策略相一致 分析客戶，並識別對於財務產品和服務有影響的變數 / 特徵 識別不同細分市場的需要 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 分析不同細分市場的客戶行為和特徵，以決定財務需要、購買行為和偏好的市場推廣計劃 分析不同細分市場的行為，為每一細分市場提供量身訂制的市場推廣戰略、定價策略和保留客戶的政策等 預計不同細分市場的規模，並決定開發市場 / 產品所要的資源 按優先順序排列不同細分市場的業務策略，與每一細分市場的潛力、競爭環境、銀行的整體策略和資源等相一致
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"> 對客戶的市場分割提出建議。這應根據對於客戶的剖析和行為模式的深入分析，以及銀行的業務策略。 為不同客戶細分市場制訂策略。這應根據客戶的剖析和嚴謹的評估。
備註	