

業務管理及策略 > 制定銷售策略及執行計劃

名稱	進行研究，以瞭解和預測客戶的不同細分市場的需要
編號	106829L6
應用範圍	進行消費者研究去找出客戶的需要。此職能適用於採用各種方法和研究不同客戶細分市場的消費者研究。
級別	6
學分	5 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 展露在消費者研究方面的專門知識 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 展露在消費者研究方面的全面和專門知識，以制訂合適的研究計劃去準確地從客戶處收集資料 嚴謹地評估宏觀經濟環境、銀行業的發展和這兩者對於銀行的客戶組合的推動力，以為研究項目制訂一個合適的框架 制訂研究框架 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 清晰地訂定研究的目標和範圍，並評估研究項目成功推展所需的資源 進行研究，以找出影響客戶對銀行服務需求的因素 (如政治、經濟、社會或科技發展) 訂定研究框架的潛在假設 分析客戶的行為模式，制訂研究的題目和假設，以及指出有待研究 / 控制的變數，並界定不同變數之間的關係，從而決定研究項目的範圍 設定適當的研究格式 (如實驗、神秘顧客、品牌資產研究等) 進行數據分析 能夠： <ul style="list-style-type: none"> 制訂研究的分析框架，促進數據的解讀 合併和整合收集自不同來源的數據，以識別各個衡量因素的趨勢 進行複函數分析，找出不同變數之間的關係 嚴謹地評估分析結果，並提供客戶需求的預測 把研究結果轉化成可行動的條目
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"> 制定研究客戶需要和行為的研究框架。此研究框架應根據銀行面對的宏觀環境和現有客戶的行為模式的嚴謹評估。 通過整合和評估來自不同來源的研究結果，預測客戶的需求。
備註	