

餐飲業 《 能力標準說明 》 能力單元

「營業及服務技巧」職能範疇

| | |
|------|---|
| 名稱 | 制定營銷策略 |
| 編號 | 108521L6 |
| 應用範圍 | 此能力單元適用於食肆從事管理及推廣工作的管理階層。於食肆或相關的工作地點，能夠制定有效的市場推廣策略及整體行銷組合，以利於企業未來推廣發展路向。 |
| 級別 | 6 |
| 學分 | 8 |
| 能力 | <p>表現要求</p> <p>1. 對制定營銷策略的認識：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握行銷在策略規劃中所扮演的角色 ● 掌握企業的願景、使命、目標、核心專長等 ● 掌握策略性行銷的過程，如：規劃、執行、控制等各個階段 ● 掌握及應用不同的競爭策略，例如 <ul style="list-style-type: none"> ○ 核心專長 ○ 行銷聯盟 ○ 有效策略聯盟等 ● 掌握產品規劃與服務品質，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 瞭解產品定義、產品組合特性，消費品與工業品的分類及特質 ○ 掌握產品線的決策、延伸、填補、刪減等 ○ 掌握品牌決策、意義與價值、授權、品牌延長與產品線延長的關係、品牌命名等 ○ 掌握包裝與標籤的技巧 ○ 掌握服務的特性、服務品質管理及其影響因素等 ● 掌握價格的訂定，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 掌握價格的意義、影響定價的因素、定價的程序等 ○ 掌握各種定價方法 ○ 掌握創新產品的不同定價方法 ○ 掌握產品組合的不同定價方法 ○ 掌握不同的價格調整安排和其採用的背景因素 ● 掌握銷售渠道，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 中間機構的功能、好處等 ○ 不同產品類型的行銷渠道及其特性 ○ 電子商務行銷渠道的特性、與傳統渠道的分別和相互作用、現有行銷渠道的重組等 ○ 各種影響行銷渠道的因素、行銷渠道的選擇過程、分銷渠道的密度選擇等 ○ 行銷渠道不同的整合方式 ● 掌握零售、批發的活動，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 各種零售形式的運作及好處等 ○ 各種批發商的類型、功能等 ○ 物流管理各個環節並應用在行銷活動中等 ● 掌握運用整合性行銷溝通，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 認識推廣組合內不同溝通工具的功能 ○ 掌握行銷推廣的過程、步驟等，如：設計溝通訊息、評估溝通效果等 ○ 認識廣告的分類、主要廣告決策的步驟等 |

餐飲業 《 能力標準說明 》 能力單元

「營業及服務技巧」職能範疇

| | |
|------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○ 認識促銷的類型、各主要的促銷決策等 ○ 應用各種公關工具 ● 掌握銷售人員的類型、任務、隊伍的結構、人員的管理、銷售過程等 <p>2. 制定營銷策略：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 於工作期間以相關的知識及能力來分析市場需求及發掘市場機會，制定企業整體營銷策略 ● 制定有效的市場推廣策略及整體行銷組合，配合企業未來的發展 ● 訂定行銷目標、發展行銷策略（如：定位等），擬定行銷組合方案 ● 應用網際網路及其他科技系統協助定價 ● 處理各種行銷渠道的合作與衝突，及對企業的影響 ● 運用各種方式提升營業額及利潤，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 連鎖店 ○ 特許經營 ○ 非商店零售等 ○ 充分利用各種的直效行銷的方式、好處、途徑等 ● 處理進行行銷時的社會責任，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 回應社會對行銷的批評，如：加速生態環境惡化、造成不公平競爭等 ○ 評估行銷對各相關群體的責任等 ● 掌握市場最新情況及競爭對手的營銷策略，隨即作出適當的調整 ● 定期向上級匯報營銷策略的成效 <p>3. 專業精神</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 以專業及負責任的態度來制定營銷策略，盡量平衡企業、顧客及社會各方的利益。 |
| 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"> ● 能夠透徹分析市場行銷環境及競爭對手；及 ● 能夠有效地制定市場推廣及整體行銷組合策略管理方案。 |
| 備註 | |