

## 服裝業 《能力標準說明》 能力單元

### 「銷售和市場營銷」職能範疇

名稱	分析和解讀消費者行為
編號	108165L5
應用範圍	分析和解讀消費者行為數據，以瞭解指定消費群體對服裝產品的興趣或消費模式。此能力單元適用於相關從業員通過處理消費者行為數據，為銷售和市場營銷工作提供建議。
級別	5
學分	4
能力	<p>表現要求</p> <p>1.相關領域的知識</p> <p style="padding-left: 20px;">能夠</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 說明消費者行為分析的常用方式</li> <li>• 瞭解不同數據收集方法的限制和偏差</li> <li>• 應用一系列專門的技巧，分析服裝消費者行為數據，以便對服裝產品進行銷售和市場營銷</li> </ul> <p>2.應用和過程</p> <p style="padding-left: 20px;">能夠</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 審查消費者行為數據，研究消費者對服裝產品感興趣的原因</li> <li>• 評估人口特徵和生活方式對服裝產品消費行為的影響</li> <li>• 分析過往市場營銷工作對消費者行為的影響</li> <li>• 評估機構吸引目標消費群體的能力，對銷售和市場行銷工作提出可行方向</li> </ul> <p>3.展示專業性</p> <p style="padding-left: 20px;">能夠</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 綜合各類消費者數據，為決策制定提供堅實基礎</li> </ul>
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為有能力達成：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 對消費者行為數據進行詳細分析和解讀，以此為基礎來促進對特定消費群的服裝產品消費模式有深刻見解。</li> </ul>
備註	