

資訊科技及通訊業 《能力標準說明》 能力單元

「營銷管理」職能範疇

名稱	制定流動營銷策略
編號	108030L5
應用範圍	本能力單元適用於所有負責為公司制定流動營銷策略的數碼媒體科技從業員。流動裝置改變了人們如何利用空閒時間的文化。這種文化轉變讓客戶間接變得可以全天候使用服務，促使公司就市場營銷進行相應的調整。為了爭奪消費者對流動領域的關注，比以往任何時候更需要良好的策略。本能力單元專注於在業務層面制定流動營銷策略的能力。
級別	5
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 制定流動營銷策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 具備良好的項目管理技能，能制定功能策略 ● 對流動技術和渠道具備廣博深入的了解 ● 了解並精通 SWOT (優勢、劣勢、機會和威脅)、PESTLE (政治、經濟、社會、技術、法律和環境) 等分析工具。 ● 了解公司的整體業務和營銷策略 ● 深入了解在流動裝置層面上吸引客戶的循環：吸引用家下載、吸引新的使用者、引導一個產品的用戶使用另一產品、吸引用戶繼續使用產品和吸引不再使用產品的用家重新使用產品 <p>2. 制定流動營銷策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 熟悉公司的主要營銷目標，並理解流動性的各種考量，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 流動營銷創新的速度 ○ 流動應用程式不是必須的 ○ 用戶體驗就是一切 ○ 流動性不是用來彌補欠缺部份的 ● 評估適合用於營銷的不同流動解決方案。解決方案包括但不限於以下各項： <ul style="list-style-type: none"> ○ 流動營銷 - 二維碼、多媒體短訊、電子郵件、流動資料庫、忠誠度計劃 ○ 流動服務 - 服務提示、客戶服務應用程式 ○ 流動體驗 - 客戶應用程式、流動商務、流動網絡 ○ 流動廣告 - AdWords、LBS 廣告展示、短訊廣告 ○ 流動銷售 - 流動支付、定價折扣、客戶關係管理整合、一對一銷售應用程式 ○ 創新流動技術 - 手提電話手錶、NFC、RFID ● 根據市場機會、商業價值、流動適用程度、競爭優勢和準備情況評估市場營銷 ● 針對流動解決方案制定業務驅動的計劃，並按順序排列關鍵計劃的優先次序。例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 業務利益 ○ 公司和技術上是否已準備好 ○ 易於推行 ○ 創新 ● 通過監察和數據收集指南，制定推行流動營銷的定向計劃 ● 記錄流動策略，並向執行團隊和其他持分者說明定向計劃，並尋求其支持

資訊科技及通訊業 《能力標準說明》 能力單元

「營銷管理」職能範疇

	<p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none">• 制定符合行業最佳實踐經驗和香港法律的流動策略• 尊重客戶隱私，確保所有營銷活動符合私隱法律
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">• 制定可推行的流動策略，以達成公司的業務和營銷目標• 利用合符不同業務目標的流動解決方案，制定不同的流動營銷計劃• 制定所有持分者都能接受的策略推行定向計劃
備註	