

## 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	為數碼媒體產品規劃營銷
編號	108035L4
應用範圍	本能力單元適用於所有參與為數碼媒體產品規劃營銷活動的數碼營銷從業員。營銷規劃需要具備制定營銷活動的能力，按照既定的營銷策略銷售公司的數碼媒體產品。本能力單元專注於規劃此類營銷活動的知識和能力。
級別	4
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 為數碼媒體產品規劃營銷的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 理解公司數碼媒體產品的營銷策略和指引</li> <li>• 對公司產品的質量和特徵有深入的了解</li> <li>• 具備良好的項目管理和規劃能力</li> <li>• 具備良好的溝通和人際交往能力，能夠應對各級人員</li> <li>• 具備以下知識： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市場需求趨勢</li> <li>○ 顧客的消費行為</li> <li>○ 市場營銷和推廣技巧</li> <li>○ 推行營銷活動等</li> </ul> </li> <li>• 了解相關的法律，如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 私隱及非應邀電子訊息條例(UEMO)</li> <li>○ 《商品說明條例》第 362 章</li> <li>○ 《版權條例》第 528 章</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 為數碼媒體產品規劃營銷：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 將公司的營銷策略目標和要求整合到數碼媒體產品中，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 確切的產品或產品組合</li> <li>○ 目標客戶</li> <li>○ 目標市場份額</li> <li>○ 預算分配等</li> </ul> </li> <li>• 確定所需關注的數碼媒體產品的最佳營銷模式和手段，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 傳統媒體和頻道，如報紙、電視等</li> <li>○ 數碼直銷，如網絡、電子郵件、手機等</li> <li>○ 包括數碼和傳統等多種渠道</li> </ul> </li> <li>• 在制定營銷策劃過程中，突出數碼媒體產品的性質和特點，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 他們是現時娛樂、新聞、購物和社交互動不斷增長的來源</li> <li>○ 遊戲產品的版本飛速變化</li> <li>○ 應用於數碼影音產品等的新技術</li> </ul> </li> <li>• 選擇手段和工具，以便向目標客戶提供營銷資訊，建基但不限於以下考慮因素： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 讓營銷活動的支出配合預算</li> <li>○ 有效地與目標客戶接觸</li> </ul> </li> </ul>

## 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

	<ul style="list-style-type: none"><li>○ 符合個人或客戶群體的需求</li><li>○ 收集客戶檔案及其反饋資訊，以供分析和用於隨後的市場參考等</li><li>● 為營銷活動制定時間表或日程表</li><li>● 確定使用哪種合適的監測和數據收集工具，以衡量營銷活動的有效性，及收集統計數據</li><li>● 按照推行時間表制定計劃，並提交予管理高層審批</li></ul> <p>3. 展現專業精神</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 時刻關注數碼媒體產品的市場趨勢，並與其接軌</li><li>● 確保選定的營銷計劃和活動符合相關的條例和監管要求</li></ul>
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none"><li>● 為公司的數碼媒體產品制定有效的營銷活動，以幫助整體業務發展; 和</li><li>● 檢視並向管理高層報告推行營銷計劃的有效性，並提出改進建議</li></ul>
備註	