

## 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	規劃直接數碼營銷
編號	108041L4
應用範圍	本能力單元適用於所有負責計劃推行數碼營銷的數碼營銷從業員。直接數碼營銷是一種透過電子郵件、網絡和流動裝置渠道，向個人進行營銷傳訊的方法。許多公司都認為這種銷售產品的方法最具成本效益，是最佳的方法。本能力單元專注探討規劃直接數碼營銷活動的能力。
級別	4
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 規劃直接數碼營銷的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 具良好的項目管理和規劃能力</li> <li>• 具良好的溝通和人際交往能力，能夠與各級人員溝通和交流</li> <li>• 對直接數碼營銷技術有深入的了解</li> <li>• 非常了解規劃數碼營銷傳訊工具</li> <li>• 了解推行數碼營銷活動</li> <li>• 具良好的有關私隱和《非應邀電子訊息條例》(UEMO)的知識</li> </ul> <p>2. 規劃直接數碼營銷</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 熟悉營銷活動的目標和所有為活動而設的關鍵績效指標。如果沒有定下關鍵績效指標，便與負責市場營銷的同事一起制定可用於監控活動表現的關鍵績效指標</li> <li>• 收集有關營銷活動的其他詳細資訊，例如但不限於以下各項： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 營銷產品/品牌</li> <li>○ 目標受眾</li> <li>○ 預算</li> </ul> </li> <li>• 確定哪些直接數碼營銷最適合用於營銷活動，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 網絡</li> <li>○ 電子郵件</li> <li>○ 流動裝置</li> </ul> </li> <li>• 檢視公司的數據庫，以確定當中有沒有所需目標受眾的聯繫訊息（例如電子郵件地址、手機號碼等），或需從第三方數據庫收集（購買或租用）</li> <li>• 確定使用哪些工具，以及如何將直接數碼營銷通訊訊息傳遞給可能產生「AIDA」效應（請參閱第八節）的目標受眾。在選擇工具時，可能需要考慮某些因素，包括但不限於以下各項： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 考慮活動預算的限制</li> <li>○ 用戶註冊/控制加入/退出</li> <li>○ 可為個人或用戶群定制宣傳材料，以配合其需求</li> <li>○ 可收集用戶反饋和用戶資料</li> </ul> </li> <li>• 確定推進行直接數碼營銷傳訊所需的資源</li> <li>• 在營銷日曆上標示營銷活動日程表，確保傳達的直接數碼營銷資訊不會因為過度氾濫而令用戶感到抗拒</li> <li>• 確定合適的監測和數據收集工具，以衡量營銷活動是否有效，並收集統計數據作進一步銷售/營銷</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>將計劃與推行計劃的日程表記錄成案，以補充營銷時日程表，並提交予適當的持分者給予意見和認可</li></ul> <p>3. 展現專業精神</p> <ul style="list-style-type: none"><li>時刻關注最新的數碼營銷趨勢並與之接軌</li><li>完全遵守香港的私隱條例和《非應邀電子訊息條例》( UEMO )</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>充份掌握直接數碼營銷活動的所有目標，並制定持分者認可的 DDM 活動計劃</li><li>能夠識別含目標受眾詳細資訊的數據庫作直接數碼營銷活動之用</li><li>確定適用於進行直接數碼營銷活動的工具，以監控活動是否有效，並收集其他可用於銷售產品的用戶數據</li></ul>
備註	AIDA 定律 - 注意、關心、欲求、行動