

客戶關係管理之能力單元

1.名稱	設計公司的產品和服務並將之與公司選定提供服務的市場組群作出配對
2.編號	ITCSCR402A
3.應用範圍	本能力單元應用在所有的考慮和行動步驟來設計公司的產品和服務並將之與公司服務的市場組群作出配對。這是整體客戶關係管理設計相關活動的重要一步。
4.級別	4
5.學分	3
6.能力	<p>能力要求</p> <p>6.1 具備有關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 充分理解一個基本性質，就是公司一系列產品／服務非打算祇供應單一客戶／組群，而是在不同市場組群的大批客戶 ● 理解在另一方面產品和客戶的配對受影響／受制於公司對特定產品或特別客戶組群的政策或喜好 ● 充分認識公司一系列的產品和服務有著不同的表現和特色，故將之與不同市場組別客戶作出配對是公司一項非常重要的工作 ● 清楚察覺將產品和客戶作出配對不是簡單的工作，可能需要進行密集的研究活動 ● 需察覺客戶的滿意和投放於產品／服務力量之間的緊密關係，不論是對那個客戶組群而言 ● 需察覺產品和客戶配對活動對公司財政狀況和挽留客戶的表現有重大的影響 <p>6.2 設計公司的產品和服務並將之與公司選定提供服務的市場組群作出配對</p> <p>能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 運用良好知識和準確度來了解公司所提供一系列的產品／服務，特別在它們的相對表現和獨有特色 ● 正確掌握有關公司不同市場組別客戶情況和喜好的最新消息 ● 運用資料收集和分析技巧來積聚廣闊範圍的市場／己方公司產品與客戶需求準確和及時的訊息 ● 有效地將上述結果落實，通過所需人力和財務資源的安排將已建立的產品客戶配對連繫起來 ● 與客戶建立有效溝通渠道，以及時獲得他們對新產品特色之需求和喜好的轉變 ● 緊密監察資訊與通訊科技產品最新市況和競爭對手的行動，並隨時準備改變既有的產品客戶配對 ● 與參與本步驟工作員工／外判商建立有效溝通渠道，使可及時取得新產品／服務的資訊，而新決定／指示亦可及時向他們發放 <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 經常確保所有參與員工在進行有關產品和客戶配對工作時都盡了最大努力和忠誠 ● 經常在客戶，員工和公司整體利益之間維持恰當的平衡
7.評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 成功識字公司產品和服務的主要特色和功能 有效將公司客戶分成不同的組群以方便客戶關係管理的活動 在既定市場組別裡安排最理想的公司產品和客戶配對
備註	