

## 產品及服務生命週期之能力單元

1.名稱	準備「進入市場」工作
2.編號	ITCSPL413A
3.應用範圍	本能力單元應用於整合和突顯將產品／服務推出市場的所有事項和工作。這步驟通常是產品／服務開展計劃的重要和第一個構成要素。
4.級別	4
5.學分	2
6.能力	<p><b>能力要求</b></p> <p>6.1 具備有關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 充分理解這是決定新產品／服務成敗與否的重要一步</li> <li>● 充分掌握公司整體的市場推廣策略</li> <li>● 理解新產品／服務引入後對整體的市場推廣策略的影響</li> <li>● 需察覺新產品／服務對市場推廣支出和整體預算的衝擊</li> <li>● 需察覺對包括人力投入在內的資源調撥的衝擊</li> </ul> <p>6.2 準備“進入市場”工作</p> <p>能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 了解和利用公司現有的分工合作模式</li> <li>● 有效編輯名冊來臚列關於“進入市場”工作的主要推廣活動</li> <li>● 確保提供清晰和絕不含糊的簡報予產品團隊的員工</li> <li>● 確保提供清晰和絕不含糊的簡報予市場推廣／銷售團隊的員工</li> <li>● 確保提供清晰和絕不含糊的簡報予在此階段屬最重要的前線員工</li> <li>● 監察和估計投入市場推廣的力度與新產品／服務銷售表現的相互關係</li> <li>● 有效抓緊推出進入市場活動後第一手的回應</li> <li>● 建基於回應以及時和有反應的方式評估，檢討和調節市場推廣活動</li> </ul> <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 經常確保各階層員工充分明白市場推廣工作的重要性和帶來的衝擊</li> <li>● 經常全力以赴以確保成功執行進入市場的工作</li> <li>● 經常考慮和努力以赴要在科技，政治，社會和法律等因素間作出合適的平衡</li> </ul>
7.評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>i. 創作一系列可行和有效的活動供新產品／服務的市場推廣之用</p> <p>ii. 安排在有秩序和合乎時間範圍的情況下執行市場推廣活動</p>
備註	