

產品及服務生命週期之能力單元

1.名稱	規劃產品／服務定價策略
2.編號	ITCSPL506A
3.應用範圍	本能力單元應用於所有的考慮，政策和行動來為相關產品／服務規劃產品／服務定價策略。建立產品定價策略對產品生命週轉所有的後續活動有著深遠的影響。
4.級別	5
5.學分	6
6.能力	<p style="text-align: center;"><u>能力要求</u></p> <p>6.1 具備有關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 充分理解建立產品／服務定價策略的重要性 ● 充分察覺必須依從既定的定價策略來維持產品／服務的市場地位 ● 抓緊有一套妥善建立的策略，對公司整體能暢順運作的需要性 ● 充分了解有廣泛可供選擇的方法和參考資料來建立定價策略 ● 需察覺要為確立了的定價策略細節來培訓各階層員工 <p>6.2 規劃產品／服務定價策略</p> <p>能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 清楚識別特定產品／服務的不同客戶組群，和為這些組群建立合適的價格結構 ● 為不同的定價結構（如有的話）訂立標準，可建基於不同的客戶組群，使用量，質素要求，特別服務要求等 ● 有效和客戶協商，向他們對服務水平的選擇和相應價格結構作出建議 ● 指導和培訓各階層員工以確保他們理解公司產品／服務的價格結構，並與客戶達成前後一致的連繫 ● 確保清楚和絕不含糊地紀錄既定的價格結構，並在有需要時進行定期的檢討和更改 <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在建立產品定價策略過程中全心全力地工作以確保長遠的盈利 ● 經常維持以客戶為中心的信念，亦同時考慮公司的利益 ● 經常顧及和在科技，政治，社會和法律等相關因素間達成恰當的平衡
7.評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>i. 提出一套合適的定價策略，包括所有相關事宜的考慮如盈利，市場佔有率，市場競爭等</p> <p>ii. 進一步提出為日後實施既定定價策略的跟進活動</p>
備註	