

產品及服務生命週期之能力單元

1.名稱	為新產品／服務確立市場策略
2.編號	ITCSPL509A
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新產品／服務建立市場策略。一經確立，其執行將牽涉廣泛階層和職務範圍的員工，尤其是前線人員。
4.級別	5
5.學分	5
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"> ● 充分理解為新產品／服務引進市場建立合適策略的重要性 ● 充分了解以具吸引力的市場推廣計劃和活動引起客戶注意力和興趣之重要性 ● 識別因選擇不同市場策略引起的可能結果和隨後影響 ● 需察覺通訊與訊息產品／服務市場競爭之激烈，及其對選擇市場策略的相關性 ● 在考慮不同市場策略時需察覺通訊與訊息產品／服務較短的生命週期和較明顯的價格彈性 <p>6.2 為新產品／服務確立市場策略</p> <p>能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在為新產品／服務考慮市場策略時要判決所有可行的選擇 ● 運用準確預測以判決市場和客戶對那些市場推廣計劃和活動的反應 ● 確保能非常準確計算不同市場策略的財務要求 ● 有效和高層管理溝通和對最後選擇作出建議 ● 確保持續追蹤市場反應，競爭環境和客戶喜好等的最新發展，並及時和恰當地改變市場策略 <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在尋找和建立市場策略的過程中要依從既定政策和緊隨敲定了的程序 ● 經常全心全力地去工作 ● 經常在最大回報和客戶滿意之間維持恰當的平衡 ● 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. 提出一套包括經考慮所有相關因素如資源和回報的合適市場策略</p> <p>ii. 進一步提出一套為日後實施／運用經選定市場策略的可行和有效活動</p>
備註	