

進出口業 《能力標準說明》 能力單元

「銷售和採購」職能範疇

| | |
|------|---|
| 名稱 | 作出品牌決策 |
| 編號 | 105318L5 |
| 應用範圍 | 本能力單元適用於在進出口業任職，負責辨認品牌所面對的挑戰，並為品牌作出適當決策的從業員。 |
| 級別 | 5 |
| 學分 | 7 (僅供參考) |
| 能力 | <p>表現要求</p> <p>1. 具備品牌知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 審慎地評估品牌概念，如使用六層次含義：屬性、利益、價值、文化、個性及使用者 • 使用相關工具為品牌作出關鍵決定，例如：決定品牌贊助商、品牌名稱、品牌策略及為品牌重新定位等 <p>2.1. 辨認品牌所面對的挑戰</p> <ul style="list-style-type: none"> • 辨認品牌的成效 (例如：令產品與別不同並突出產品，吸引並保留客戶) • 辨認產品的屬性，如質量、功能、款式及設計，給產品創造獨特形象 • 使用名字、術語、標記、符號和/或設計等，給產品訂出與別不同的名稱 <p>2.2. 評估品牌價值</p> <ul style="list-style-type: none"> • 評估品牌價值 (例如：對品牌的忠誠度、知名度、感知品質) • 評估與品牌相關的資產 (如專利、商標及與分銷渠道的關係) <p>2.3. 為產品創造獨特的形象及名稱</p> <ul style="list-style-type: none"> • 檢討品牌名稱及產品功能之間的聯繫 • 檢討品牌名稱的發音及認受性 • 檢討品牌名稱的可延伸性 • 選擇品牌名稱時，考慮可令品牌成功的關鍵因素，如易於翻譯成外國語言、獨特性及未有侵犯現有品牌 <p>3. 有效地作出品牌決策</p> <ul style="list-style-type: none"> • 為產品創造獨特形象及名稱 • 作出有效的品牌決定，突顯產品優勢 • 作出有效的品牌決定，吸引新客戶並保留忠實客戶 |
| 評核指引 | <p>本能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 能夠辨認品牌所面對的挑戰 • 能夠評估品牌價值 • 能夠作出品牌決策 |
| 備註 | |