

## 珠寶業 《能力標準說明》 能力單元

### 「市場推廣」職能範疇

名稱	建立珠寶首飾品牌策略
編號	108844L7
應用範圍	此能力單元適用於珠寶業內的決策者。能夠配合所屬機構整體營運目標及銷售策略，掌握珠寶設計潮流趨勢，以批判性的角度提出創新及獨特之見解，為新推出的首飾產品市場定位，並能整合市場學及品牌策略的專門知識，運用品牌管理決策，有效地確立新首飾產品的品牌形象，並達致銷售目的。
級別	7
學分	9
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解消費買家及品牌</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 掌握品牌策略相關知識 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 瞭解建立品牌對整個機構之重要性</li> <li>○ 業績及利潤</li> <li>○ 其他相關業務之發展</li> <li>○ 機構之整體形象</li> </ul> </li> <li>● 瞭解消費者取向，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 潮流文化對消費者行為的影響</li> <li>○ 消費模式變化及其因由</li> <li>○ 產品設計及價格的影響</li> </ul> </li> <li>● 瞭解品牌的價值及內涵</li> <li>● 深入瞭解國際珠寶首飾產品品牌歷史，文化及潮流趨勢</li> </ul> <p>2. 制定建立珠寶首飾品牌具體方案</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 與海外珠寶首飾品牌代理溝通，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 制定海外珠寶首飾品牌代理的推廣策略</li> <li>○ 制定海外珠寶首飾品牌代理的銷售計劃</li> </ul> </li> <li>● 制定原創珠寶品牌策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 制定品牌定位及相關策略</li> <li>○ 確立品牌自身的形象、價值及定位</li> <li>○ 分析零售市場的發展趨勢及經濟環境狀況</li> <li>○ 收集及分析市場環境資料，以確定機構品牌於目標市場的佔有率</li> <li>○ 評估及分析顧客對產品品牌的態度及觀念</li> <li>○ 確立產品/服務的質素</li> <li>○ 與營運、行銷、產品等策略作整合</li> </ul> </li> <li>● 掌握品牌管理及市場推廣策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 掌握品牌管理方法</li> <li>○ 制定品牌銷售途徑</li> </ul> </li> <li>● 掌握品牌及相關產品知識產權的法規，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 瞭解知識產權對品牌的重要性</li> <li>○ 瞭解有關品牌的法律保障</li> </ul> </li> </ul>

## 珠寶業 《能力標準說明》 能力單元

### 「市場推廣」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none"><li>● 品牌策略管理<ul style="list-style-type: none"><li>○ 確定品牌建立是機構發展的長遠目標</li><li>○ 掌握品牌本身的核心價值</li><li>○ 貫徹執行保持品牌形象及產品質素</li><li>○ 監管執行過程中的切合度</li><li>○ 修正執行過程中的決策問題</li></ul></li></ul> <p>3. 專業精神</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 於建立珠寶首飾品牌策略時，要尊重知識產權，避免發生侵權行為及觸犯有關品牌的法律條例</li></ul>
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none"><li>● 能夠整合市場學及品牌策略的專門知識，有效地制定建立珠寶首飾品牌（原創珠寶首飾品牌或引進外國品牌）具體方案；及</li><li>● 能夠建立品牌管理及市場推廣策略，提高品牌自身的形象及價值。</li></ul>
備註	