

珠寶業 《 能力標準說明 》 能力單元

「科技支援」職能範疇

名稱	運用銷售策略基本知識
編號	108965L2
應用範圍	此能力單元適用於珠寶業之銷售(包括珠寶零售店舖及批發/出口)、市場推廣、營運管理、產品研發及科技支援相關的從業員。這能力的應用在日常工作環境中，從業員在指導下，能夠瞭解銷售策略基本知識，並應用於協助進行珠寶首飾銷售及市場推廣工作，以達致銷售目標。
級別	2
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解銷售策略的基本知識：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 銷售策略知識 <ul style="list-style-type: none"> ○ 策略的定義：短期與長期思維、為策略做準備、發展未來 ○ 分析所屬機構的狀況：瞭解機構現有狀況、瞭解你機構的客戶 ○ 分析競爭對手：評估你員工的技巧與能力、為形勢分析做概要 ○ 規劃策略：將流程分段、界定目標、確定競爭優勢、選擇策略重點、策略整合 ○ 執行策略：策略調整的優先排序、策略調整的規劃、風險評估、重審營運目標、監控績效 ● 銷售策略的變化 <ul style="list-style-type: none"> ○ 市場競爭策略的形成：決定市場區隔的因素、競爭型態分析 ○ 市場需求與市場區隔：估算市場需求量、需求種類與行銷、區隔市場與利基市場、發展定位 ○ 商品策略：商品的分類、商品的組成要素、新商品開發的內容與目的、新商品開發的流程、商品生命週期、商品組合管理與戰略 ○ 價格策略：價格結構、零售價格的決定要因、價格競爭力與非價格競爭力、訂價策略、價格管理的方法、折扣與回扣制度、降價的策略選擇、損益預估 ○ 通路策略：行銷通路的本質與功能、行銷通路的型態與特性、通路的設計要點、通路多樣化對應、零售通路的未來趨勢 <p>2. 操作銷售策略所涉及的技術</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 分析消費者行為 <ul style="list-style-type: none"> ○ 影響消費者行為的因素 ○ 購買決策行為類型 ○ 購買決策過程之階段 ○ 消費者購買及銷售心理 ○ 顧客類型與其應對方式 ○ 顧客購買形態及應對方式 ● 分析策略規劃態勢(優劣勢)分析法 <ul style="list-style-type: none"> ○ 態勢(優劣勢)分析的意義 ○ 態勢(優劣勢)分析的原理 ○ 態勢(優劣勢)分析的運用

珠寶業 《能力標準說明》 能力單元

「科技支援」職能範疇

	<p>3. 專業精神</p> <ul style="list-style-type: none">• 能夠瞭解銷售策略的基本知識和機構市場營銷部門運用銷售策略的考慮因素• 能夠在督導下，運用銷售策略基本知識於協助進行珠寶首飾銷售及市場推廣工作，以達致銷售目標
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none">• 能夠按照既定公司的營商環境及獲利的要求，表達出在考慮銷售策略的基本考慮因素及明白企業市場營銷部門運用銷售策略的分析方法。
備註	