

物流業 《 能力標準說明 》 能力單元

「 營銷、市場推廣及客戶服務 」 職能範疇

名稱	制定快遞市場策略
編號	LOAFSM502B
應用範圍	此能力單元適用於快遞公司及提供快遞服務的海運、空運物流公司。具此能力，能根據公司的快遞營運方針、發展方向，制定合適的快遞市場策略。
級別	5
學分	9 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解快遞市場策略的相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 不同公司的快遞市場策略 ● 影響公司服務要求的主要環境因素和心理因素，如：社會經濟狀況、幣值變動、消費者需求、市場結構、競爭者行為及未來趨勢 ● 市場推廣的概念，並掌握公司的現況及未來發展 ● 不同類型的快遞客戶，包括其業務的狀況、未來的變動與發展、業務的特性、對服務的需求、人事關係所帶來的營業額等 ● 快遞市場競爭者，包括其業務的狀況、未來的變動與發展、所提供的服務、人事關係、市場的佔有率等 ● 快遞相關的商業法及與市場推廣相關的法規要求 ● 基本市場學元素及概念，如推廣、市場研究、產品組合及銷售管理 ● 快遞市場策略的界面，如客戶服務、價格、形象 ● 主要市場參與者、市場領導者、關鍵分包商和客戶在短期、中長期基礎上的未來趨勢和發展計劃 ● 如何運用市場資料，包括顧問報告，為公司制定合適的快遞市場策略 ● 服務產品策略、市場分析技巧、市場營銷策略、公共關係技巧、消費者行為、經濟學、會計和金融概念等 <p>2. 制定快遞市場策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 按快遞市場對服務的供求量、公司的市場定位及其他因素，評估公司發展的潛在風險及利益 ● 選擇適合公司發展的市場策略及市場推廣渠道 ● 列出整體市場的推廣策略，包括清晰的目標、詳細完備的市場調查、迎合市場需要的服務發展、宣傳活動、完善分銷渠道、妥善的行政及準確的成效評估 ● 分析一切推廣計劃後的結果及資訊，從而分析及制定將來之市場推廣策略，加入地區性元素 ● 設計適合公司發展的宣傳形象、口號及方向 ● 撰寫報告，闡釋市場策略的制定 ● 與相關協會和政府機構及其他相關方協調，通過現有產品和行銷策略的組合或多樣化來開發新的市場商機 ● 定期收集內部和外部客戶的意見重新制定行銷策略，包括臨時的、短期的、中期的和長期的基礎 ● 應用新的技術(如應用媒體)推廣新的行銷工具

物流業 《能力標準說明》 能力單元

「營銷、市場推廣及客戶服務」職能範疇

評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none">• 能夠進行市場研究，按公司快遞營運方針、發展方向，制定合適的快遞市場策略• 能夠分析及運用市場分析資料數據去建議進入市場的市場策略
備註	