

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	制定市場策略
編號	LOCUSM505B
應用範圍	此能力單元適用於海運、空運及快遞的公司。具此能力者，能按照公司的營運方針、發展方向，制定合適的市場策略。
級別	5
學分	9 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解市場策略的相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 物流業運作、市場整體現況及未來趨勢 ● 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 ● 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 ● 商業法及與市場推廣相關的法律條例 ● 基本市場學元素及概念，如推廣、市場研究、產品組合、銷售管理 ● 物流與市場策略的界面，如客戶服務、價格、形象 ● 不同類別的市場策略，如主動/被動、出擊/防禦等 ● 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 ● 市場分析資料，包括顧問報告，以及如何使用這些資料為公司協助和制定最合適的行銷策略 ● 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 ● 市務營銷的最新動態和發展趨勢 <p>2. 制定市場策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 評估公司發展的潛在風險及利益 ● 利用不同市場研究模型、外在及內在因素等，進行市場研究 ● 建議進入市場的發展策略，如投資、專營及聯營等 ● 選擇適合公司發展的市場策略 ● 選擇適合的市場推廣渠道 ● 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 ● 掌握一切推廣計劃後的結果及資訊，從而分析及訂定將來之市場推廣策略 ● 利用物流與市場策略的界面，加強有關方面的優勢，如客戶服務、產品組合等 ● 配合現有及未來的服務，設計推廣方案 ● 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

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

	<ul style="list-style-type: none">• 定期收集內部和外部客戶的意見重新制定市場策略，包括臨時的、短期的、中期的和長期的基礎• 使用新推廣渠道，如應用媒體
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none">• 能進行市場研究，按公司營運方針、發展方向，制定合適的市場策略• 能夠對整體市場環境作出檢討及分析，發展出一套有系統的整體市場推廣及銷售方法
備註	