

物流業能力標準說明
能力單元

1. 名稱	制定市場策略
2. 編號	LOCUSM505A
3. 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，制定合適的市場及推廣策略。
4. 級別	5
5. 學分	9（僅供參考）
6. 能力	<p style="text-align: right;"><u>表現要求</u></p> <p>6.1 市場策略相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 瞭解物流業運作、市場整體現況及未來趨勢 ◆ 瞭解市場推廣的概念，並掌握公司的現況及未來發展 ◆ 瞭解不同類型的客戶，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 ◆ 瞭解市場競爭者，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 ◆ 掌握服務產品策略、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 ◆ 掌握市務營銷的最新動態和發展趨勢 ◆ 瞭解商業法及與市場推廣相關的法律條例 ◆ 掌握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 ◆ 瞭解物流與市場策略的界面，如客戶服務、價格、形象 ◆ 瞭解不同類別的市場策略，如主動／被動；出擊／防禦等

	<p>6.2 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
7. 評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i) 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；及</p> <p>(ii) 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。</p>
8. 備註	