

製造科技業 《能力標準說明》 能力單元

「市場、銷售及客戶管理」職能範疇

名稱	制定市場拓展策略
編號	106564L5
應用範圍	此能力單元適用於各製造科技企業的市場及銷售部門，具此能力者，能夠配合企業發展策略和目標市場，整合各方面的資訊和數據，制定市場拓展策略，提高企業知名度及市場對產品的認識
級別	5
學分	3 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解制定市場拓展策略的相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 了解企業發展策略 • 了解企業及產品的特點 • 了解企業目標市場的環境及競爭情況 • 了解市場拓展工作的重要性，以及其對企業的影響 • 了解國際、內地、新興市場及本地政府政策對目標市場的影響 • 了解企業分析方法，如SWOT分析 • 了解企業相關產品及服務的發展趨勢 • 了解不同市場推廣媒體的特點及應用方法 <p>2. 制定市場拓展策略</p> <ul style="list-style-type: none"> • 能分析及評估市場資訊，就市場不同的層面進行分析，鎖定市場拓展方向 • 能全面分析企業情況，如企業的強項、弱項、潛在的機會，以及面臨的危機等 • 能分析企業於市場拓展上可用的資源水平，如財政，以及人力資源等 • 能制定市場拓展策略，包括產品銷售重點、不同市場推廣組合及其財政預算的比例、客源維持及拓展策略、不同部門的協調配合、市場或業界最新的發展趨勢，以及市場拓展成效指標的制定等 • 能檢討及評估市場拓展的成效，並能因應情況及需要而作出適當的調整及改善 • 能制定市場拓展報告，並向管理層作出市場拓展的相關建議 <p>3. 制定市場拓展策略的專業處理</p> <ul style="list-style-type: none"> • 確保所制定的市場拓展策略符合市場上最新的發展趨勢及具有前瞻性
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"> • 能根據目標市場的環境及企業發展策略，制定市場拓展策略並檢討、評估及改善拓展策略
備註	