

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「營運企劃及營銷策略」職能範疇

名稱	製定網絡整合營銷方案
編號	107159L6
應用範圍	在市場推廣的過程中，批判性地分析各種網絡媒體資源的定位、用戶行為和投入成本，根據企業的客觀實際情況為企業提供最佳網絡營銷解決方案。
級別	6
學分	12 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 分析市場，為網絡營銷活動定位，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 分析企業情況 <ul style="list-style-type: none"> • 分析企業情況包括：背景、銷售/市場份額、推廣支出/廣告份額、產品紀錄分析、品牌與定位形象 • 分析用戶需求 <ul style="list-style-type: none"> • 分析用戶的消費模式、行為及影響因素 • 判斷市場發展規模和用戶需求趨勢，包括：起步期、成長期、成熟期 • 細分及定位目標市場 <ul style="list-style-type: none"> • 細分現有用戶及潛在用戶 <ul style="list-style-type: none"> • 分析現有用戶對產品種類的行為/心態、購買紀錄等 • 分析潛在用戶對產品種類的的需求趨勢、消費心態等 • 訂立營銷目標，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 一級目標市場 <ul style="list-style-type: none"> • 維持現有用戶份額 • 提高現有用戶忠誠度 • 建立品牌忠誠 • 二級目標市場 <ul style="list-style-type: none"> • 吸引搖擺不定的用戶 • 擴大宣傳，把企業信息及時有效地傳給用戶 • 建立品牌網絡，吸引搖擺不定的用戶嘗試企業產品，觸發和觸動用戶的潛在需求，就有可能產生購買動機或購買欲望 • 三級目標市場 <ul style="list-style-type: none"> • 吸引競爭對手的用戶 • 引發競爭對手的用戶嘗試企業產品

零售業 《 能力標準說明 》 能力單元

「營運企劃及營銷策略」職能範疇

能力	<p>2. 分析營銷方案階段</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 從用戶角度分析 <ul style="list-style-type: none"> ● 觸達階段 <ul style="list-style-type: none"> ● 觸達是用戶消費行為產生的基礎，是企業分析用戶行為的第一步 ● 觸達用戶的途徑可以通過企業網站、產品換量、軟文推廣、市場營銷等 ● 觸發用戶階段 <ul style="list-style-type: none"> ● 目的是為了讓用戶能把消費行為觸發點和企業產品連結起來 ● 可以通過企業網站、移動設備應用軟件等定期提醒用戶企業相關產品信息 ● 觸動用戶階段 <ul style="list-style-type: none"> ● 目的是為了讓用戶能記得企業產品能解決用戶問題 ● 從企業品牌角度分析 <ul style="list-style-type: none"> ● 知曉度 <ul style="list-style-type: none"> ● 通過廣泛傳播建立企業品牌基礎，無論在品牌建立的初始階段還是成熟階段，傳播的支持都尤為的重要 ● 現代媒體僅靠視覺傳播、口碑傳播、廣告傳播是不夠的，而是要進行整合傳播，將品牌傳播出去 ● 美譽度 <ul style="list-style-type: none"> ● 美譽度指用戶心目中認為的最好的企業品牌，是源於用戶自身的感覺 ● 品牌的美譽度不是通過廣告的吹捧所能建立，而是經過逐步累積而成的 ● 當品牌擁美譽度時，要無時無刻地以消費者為核心，維護並提高品牌的美譽度 ● 忠誠度 <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌忠誠是指用戶對企業品牌的偏好而在長時間內產生的重覆購買傾向，是品牌資產中的最重要部分 ● 用戶的忠誠一旦形成，就很難受到其他競爭品牌產品的影響 ● 需要建立符合用戶利益、欲望、情趣、愛好的品牌，與用戶溝通交流，培養品牌的忠誠度 <p>3. 建立營銷方案的傳播目標與戰略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 根據目標訂立戰略 <ul style="list-style-type: none"> ● 確定主要目標受眾 ● 確定整體產品定位與個性 ● 確定現有顧客和潛在顧客發生相互作用的最佳接觸點 ● 識別目標市場及其需求 ● 為各目標市場製定最佳營銷組合 ● 廣告目標 ● 媒介計劃（根據接觸點分析） ● 根據傳播主題訂立戰略 <ul style="list-style-type: none"> ● 確定關鍵顧客利益與主要銷售訊息 ● 制定公共關係方案 ● 監督與控制 ● 顧客反饋/數據庫建立評核 ● 創意戰略 ● 制定廣告方案 ● 根據傳播階段訂立戰略 <ul style="list-style-type: none"> ● 訂立財務計劃和分析預算 ● 實施細節和監控 ● 啟動評估與控制 ● 事先測試 <p>4. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 確保所制定的網絡整合營銷方案符合政府的法例
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"> ● 瞭解整合營銷策劃的整體流程 ● 能夠根據不同營銷環境訂立網絡整合營銷方案
備註	