

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「多渠道推廣傳播」職能範疇

名稱	制定網絡廣告營銷策略
編號	107164L5
應用範圍	在互聯網營銷的過程中，發揮網絡互動性、即時性及跨媒體等優勢，並選擇適當媒體進行網絡廣告營銷。
級別	5
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 管理網絡廣告內容</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握網絡廣告概念 ● 識別不同網絡廣告類型包括文本類廣告、圖像類廣告、動畫類廣告、視頻類廣告及虛擬現實類廣告等 ● 評估以上各類型網絡廣告的特點以及應用範就 ● 分析及比較網絡廣告與傳統廣告優勢 <ul style="list-style-type: none"> ● 網絡廣告的優勢 <ul style="list-style-type: none"> ● 傳播面廣 ● 性價比高 ● 表現形式多樣及互動性 ● 良好用戶體驗 ● 精確統計效果 ● 市場細分及精準度高 ● 網絡廣告的局限性 <ul style="list-style-type: none"> ● 傳播的被動性 ● 創意的局限性 ● 有限廣告位空間 <p>2. 制定網絡廣告的應用策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 能夠考慮以下因素以提高網絡廣告營銷效果 <ul style="list-style-type: none"> ● 廣告設置位置 ● 廣告面積 ● 圖片更換速度 ● 關鍵詞設置 ● 圖像/聲音/動畫的運用 ● 對成功的網絡廣告營銷案例進行分析，並能夠說出其成敗原因 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 執行的網絡廣告營銷方案能夠符合企業發展的要求 ● 在考慮和制定網絡廣告營銷方案策略時，必須遵循政府及監管組織最新的法例如資訊、私隱及資訊安全等，確保所推行的營銷策略不違反相關條例
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"> ● 能夠掌握網絡廣告的概念、分類和優劣勢 ● 能夠制定有效的網絡廣告營銷策略 ● 能夠分析成功網絡廣告的成敗原因
備註	