

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	制定實時營銷策略
編號	107174L5
應用範圍	在市場營銷的過程中，利用實時營銷策略，根據特定消費者當前的個性需要，為其提供商品或服務。
級別	5
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 掌握實時營銷的概念</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解以消費者為中心，以消費者需要為出發點，以消費者滿足為終點 ● 瞭解“需要”概念定義: 既包括當前需要，又包括未來發展變化的需要 ● 瞭解實時營銷的特點: <ul style="list-style-type: none"> ● 有利於培育顧客品牌忠誠 ● 滿足特定消費者當前的個性需要,適應客戶需要的多樣化和個性化 ● 企業提供的產品或服務能夠在消費過程中追蹤消費者需要，偏好與習慣的變化，自動調整服務功能以滿足其未來需要 ● 收集消費信息反饋: 顧客把反饋信息傳遞給公司，公司據此對相關產品進行改進,再向顧客提供改進後的產品 <p>2. 訂立實時營銷策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 採用合適的軟件對顧客行為實行電子記錄,有規律地記錄顧客的活動,接著分析信息數據 ● 保持與消費群通訊內容的相關性和和適當性: 把消費者分類，優先考慮最重要消費群的實際需要，並針對消費群設定合適的目標及活動 ● 維持內容不需要太複雜，重要是能保持實時營銷活動簡單和有創意 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 執行的實時營銷方案能夠符合企業發展的要求 ● 在考慮和制定實時營銷方案策略時，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"> ● 能夠掌握實時營銷的特點 ● 能夠分析實時營銷數據，並採用適當策略提高營銷效果
備註	