

## 零售業 《能力標準說明》 能力單元

### 「用戶關係管理」職能範疇

名稱	管理與競爭對手相關的客戶
編號	107193L6
應用範圍	建立競爭對手分析策略，估計競爭對手對企業可能採取的反應，從而有效地制定戰略及措施，以搶奪競爭對手的客戶。
級別	6
學分	6 ( 僅供參考 )
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 運用工具分析競爭對手</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 分析現在或將來對客戶可能產生重大影響的主要競爭對手，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 注意任何競爭優勢的來源</li> <li>● 收集競爭對手情報，來源包括</li> <li>● 年度報告 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 行業出版物: 瞭解財務和戰略公告、產品數據等信息</li> <li>● 銷售人員的報告。雖然這些報告可能帶有偏見性，但報告提供了有關競爭對手、消費者、價格、產品、服務、質量、配送等第一手資料</li> </ul> </li> <li>● 收集顧客評論</li> <li>● 注意供應商的報告，對調查競爭對手投資計劃、行動水平和效率等是非常有用的</li> </ul> </li> <li>● 對收集到的競爭對手資料建立完善的資料庫，以便分析。應當收集的數據包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>● 競爭對手組織和業務單位結構的詳細情況</li> <li>● 產品和服務範圍情況，包括相對質量和價格</li> <li>● 按顧客和地區細分的市場詳情</li> <li>● 顧客忠誠度的估計和相對市場形象</li> <li>● 重要顧客和供應商的詳情</li> </ul> </li> <li>● 分析競爭對手戰略 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 評價主要競爭對手的相對優勢和劣勢，包括營銷戰略、生產作業戰略、研究和開發戰略等</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 制定搶奪競爭對手客戶策略，包括</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 減少阻力 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 銷售人員高調去搶競爭對手的客戶，不但會引起競爭對手的警覺，而且也會導致客戶的不滿。因此，要低調進行營銷，不僅不會引起競爭對手的警惕，而且不會使客戶產生心理防備</li> <li>● 向客戶提供免費的服務如提供零配件、維修服務等</li> </ul> </li> <li>● 降低客戶的風險心理 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 客戶不願意購買企業的產品，可能是因為他們覺得和一個新供貨商打交道會有很多的風險。銷售人員必須要消除這種客戶的風險心理</li> </ul> </li> <li>● 當與競爭對手的客戶溝通要做到 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 不抵毀競爭對手</li> <li>● 多宣傳自身企業近期的業績</li> <li>● 體現對行業的理解</li> <li>● 多引導對方說出使用情況和潛在需求</li> </ul> </li> </ul> <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 在考慮制定顧客服務計劃時，必須保障企業的整體利益</li> <li>● 在與競爭對手的客戶溝通時，能遵守採購相關的法例要求及職業道德</li> </ul>
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"> <li>● 制定分析競爭對手相對優勢和劣勢</li> <li>● 制定搶奪競爭對手客戶策略</li> </ul>
備註	