

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「銷售、市場推廣及多渠道銷售管理」職能範疇

名稱	制定廣告宣傳策略
編號	111255L4
應用範圍	此能力單元適用於零售業內負責市場推廣的員工。從業員能夠按照機構的銷售策略、市場計劃及宣傳目標等，制定廣告宣傳策略，以增強貨品及服務的銷售表現，及提升機構及品牌的形象。
級別	4
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解廣告宣傳策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解機構的整體銷售及市場策略計劃 ● 瞭解當前零售行業狀況，及機構貨品的市場定位 ● 瞭解機構貨品及服務的特色及性質 ● 瞭解廣告宣傳的目的及理論 ● 掌握不同顧客群的消費行為及消費模式 ● 瞭解不同顧客群的廣告宣傳方式 ● 瞭解政府及相關監管機構對廣告宣傳及營商手法的規定，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 反歧視法例 ○ 保障消費者法例 ○ 《版權條例》 ○ 《競爭條例》 ○ 公平貿易條例 ○ 保障私隱條例等，包括網上交易的安全 ● 瞭解成功的廣告宣傳的元素和結果評估 <p>2. 制定廣告宣傳策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 定立目標和商業的關鍵效益指標 ● 根據機構銷售計劃、目標及產品特性，確定廣告宣傳的目的、要求及定位 ● 與相關部門確定廣告宣傳所需的資源或預算 ● 制定廣告宣傳策略及相關細節，例如： <ul style="list-style-type: none"> ○ 宣傳目的、目標 ○ 目標受眾 ○ 績效指標 ○ 所需資源 ○ 工作時間表 ○ 宣傳媒體 ○ 相關法例要求 ○ 各部門的協助 ● 制定廣告宣傳的內容概要，包括： <ul style="list-style-type: none"> ○ 貨品特色、賣點及資訊 ○ 貨品、機構的品牌形象 ○ 機構簡介、目標陳述及宣傳渠道等

零售業 《 能力標準說明 》 能力單元

「銷售、市場推廣及多渠道銷售管理」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none">與廣告製作商磋商合作，並能發揮廣告宣傳的創意（如：表現手法、形式、鋪排、電腦科技的應用），令消費者對廣告留下深刻的印象 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none">確保制定廣告宣傳策略能遵守相關法例及監管規定處理工作細節，並主動找出改進的機會
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none">能夠按照機構的銷售及市場策略，制定一套具成本效益及市場推廣成效的廣告宣傳策略，以提升貨品及服務的銷售表現和宣傳的效益（如市場和競爭對手的反應以及生意方面帶來的衝擊等）。
備註	此乃能力單元105057L4的更新版