

旅遊業 《能力標準說明》 能力單元

「公共關係、市場推廣及內部通訊」職能範疇

名稱	構思市場推廣策略
編號	110719L5
應用範圍	該能力的應用涉及規劃及項目管理能力。具此能力者，能夠按旅遊產品市場、旅遊產品特質及公司的市場發展目標，規劃及設計對應的營銷組合策略，以加強業務的銷售及發展。
級別	5
學分	6（僅供參考）
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 掌握營銷組合策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 認識營銷組合的七大元素，包括：產品、價格、地點、促銷、人員、過程及有形的展示 ● 認識旅遊市場劃分的概念 ● 瞭解旅遊產品的設計及特點 <p>2. 設計營銷組合策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 設定營銷組合的旅遊產品及目標，包括：提高銷售額、擴大市場佔有率等 ● 選擇營銷組合銷售網絡 ● 按旅遊產品成本、需求及競爭，制定旅遊產品價格策略 ● 制定促銷方法及組合，包括：媒體廣告、直接營銷、公關活動、促銷、網紅宣傳、旅遊顧問推銷等 ● 管理不同有形展示，包括：旅遊產品宣傳冊子或單張、紀念品等，以傳達旅遊產品資訊及品牌形象 ● 選擇合適的旅遊顧問、導遊及領隊負責旅遊服務 ● 確保整體旅程的質素，以滿足顧客的要求及期望 ● 評估不同促銷方法和策略的成本效益 <p>3. 展示專業能力及態度</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在設計市場推廣策略時，遵守相關的監管條例及法規，包括：《商品說明條例》、《性別歧視條例》、《殘疾歧視條例》及《種族歧視條例》
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為能夠：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 分析不同的市場調查資訊，制定相關的營銷組合的目標；及 ● 按營銷組合的目標，制定營銷策略組合
備註	