

鐘錶業 《 能力標準說明 》 能力單元

「品牌管理」職能範疇

名稱	建立時計產品的品牌形象
編號	104951L5
應用範圍	此能力單元適用於時計產品銷售管理或市場推廣相關工作。具此能力者，能夠配合機構整體目標及經營策略，為時計產品建立品牌形象，從而達致銷售目標及建立顧客對機構時計產品的忠誠。
級別	5
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1.瞭解時計產品品牌形象相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解時計產品營銷和品牌的基本原則 • 瞭解品牌形象設計的定義 <ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象設計是根據消費者的感覺以及機構自身的審美和追求而建立的 • 品牌是地位及實力的象徵 • 良好的品牌形象能使顧客產生主觀印象，使消費者在選擇商品時產生購買偏好 • 品牌是顧客選擇商品的重要依據 • 瞭解機構的時計產品品牌之獨特性及與同類產品的區別 <p>2.建立時計產品的品牌形象</p> <ul style="list-style-type: none"> • 分析、協助研究及發展時計產品品牌的競爭策略，包括機構結構、市場狀況、競爭價格等 • 為時計產品品牌建立專業的營銷團隊，能執行和跟進營銷策略及計劃 • 使用4 P s營銷策略和手法 (即產品、價格、推銷和渠道) 來分析、協助研究和建立時計產品品牌形象 • 能通過時計品牌的屬性，如：包裝、名稱、歷史、信譽等，刺激潛在顧客的偏好，在顧客心中建立機構時計品牌產品的形象 • 安排各種方式的宣傳，讓顧客在潛移默化中逐漸對機構的品牌產生偏好 • 建立、開發、檢討和提高機構和時計產品的形象 <p>3.展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 尊重知識產權，不可抄襲，避免個人及機構墮入侵權陷阱
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i)能以營銷策略，成功建立機構時計產品的品牌形象，從而達致銷售目標及確立顧客對機構時計產品的信心。</p>
備註	