

鐘錶業 《能力標準說明》 能力單元

「推廣銷售」職能範疇

名稱	制定顧客關係管理策略
編號	104927L6
應用範圍	此能力單元適用於時計機構。具此能力者，能夠制定顧客關係管理（CRM）策略，以維持現有顧客和吸引新客源，發掘潛在顧客，以拓展業務。
級別	6
學分	6（僅供參考）
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解顧客關係管理相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解顧客關係管理在鐘錶行業的最新發展 • 瞭解影響顧客關係管理策略的資訊，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 顧客關係管理的基本原則、常用的方法和工具 • 鐘錶行業的顧客關係管理策略 • 鐘錶行業顧客資料的分佈 • 瞭解顧客關係管理理論 <ul style="list-style-type: none"> • 鐘錶行業的市場定向、顧客定向 • 顧客關係之利益 • 顧客關係之目的 <ul style="list-style-type: none"> • 顧客保留 • 顧客爭取 • 顧客利潤 • 鐘錶行業顧客關係之特性 • 瞭解鐘錶行業之顧客關係管理策略 <ul style="list-style-type: none"> • 交易管理策略 • 關係管理策略 • 供應商與顧客推廣 • 瞭解顧客資料庫系統管理策略 <p>2. 制定顧客關係管理策略</p> <ul style="list-style-type: none"> • 找出現行顧客關係管理措施的弱點和長處，以釐定合適的措施 • 因應所屬機構的整體目標，制定顧客關係管理策略 <ul style="list-style-type: none"> • 訂立顧客關係管理的結構組織 • 訂立維持顧客關係管理的方法、步驟及工作流程，例如： <ul style="list-style-type: none"> • 顧客篩選準則 • 發掘新客源的方法 • 顧客分類 • 顧客流失的評估及補救 • 顧客投訴的處理及跟進程序 • 利用顧客關係優勢，創造及維持長久顧客關係，保持市場慣性 • 掌握顧客關係的組織革新策略 <ul style="list-style-type: none"> • 顧客關係的探討及強化 • 市場發展 • 顧客關係的承諾及回饋 • 補救顧客關係的方法 • 運用顧客資料庫，推行顧客關係策略 <ul style="list-style-type: none"> • 訂立系統程序 • 關係及商機分析 • 商業聯繫網絡 • 電子市場推廣 • 硬件發展、更新 • 計劃及領導顧客關係管理策略的部署，確保它們與既定的顧客關係管理之使命及目標保持一致 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 建立和維持優質的顧客服務關係 • 在考慮和制定顧客服務關係管理策略時，以顧客的利益為最優先，並遵循《個人資料(私隱)條例》

鐘錶業 《能力標準說明》 能力單元

「推廣銷售」職能範疇

評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： (i)能夠掌握顧客關係管理的專業知識；及 (ii)能夠制定顧客關係管理策略，以擴大時計產品銷售市場的佔有率，拓展機構的業務。
備註	