

鐘錶業 《 能力標準說明 》 能力單元

「品牌管理」職能範疇

名稱	評估品牌定位與品牌個性的關係
編號	104946L4
應用範圍	此能力單元適用於時計產品的品牌建立或營銷相關工作。具此能力者，能夠掌握品牌定位和品牌個性的關係，以協助建立一個成功的品牌。
級別	4
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1.瞭解品牌定位與品牌個性</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解機構的整體品牌和營銷策略 • 瞭解品牌定位的目的 • 瞭解品牌定位的重要性的品牌定位的元素，例如： <ul style="list-style-type: none"> • 品牌屬性 • 消費者的期望 • 競爭對手的強弱項 • 價格 • 消費者的喜好 / 心理 • 瞭解品牌個性的好處，並能為有關時計品牌定立個性 • 瞭解品牌個性要素，例如：真誠、實用、複雜、耐用等 <p>2.評估品牌定位與品牌個性的關係，協助建立成功品牌</p> <ul style="list-style-type: none"> • 對品牌定位的元素進行市場分析及資料評估，以瞭解其市場地位 • 協助確立品牌目標的定位，並能與機構的營銷策略目標一致 • 協助確定品牌的個性和確立其個性要素，例如：利益因素、實用性、自我滿足、社會地位等 • 以已確立的個性要素去突顯品牌的形象，並協助確定市場營銷和推銷的目標和方向 <p>3.展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 能夠將品牌定位於滿足消費者需求的立場上，並能確立目標消費群
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i)能夠評估市場資料，並協助為品牌定位；</p> <p>(ii)能夠評估品牌個性，協助為品牌個性要素與品牌市場定位配對；及</p> <p>(iii)能夠掌握品牌定位與品牌個性的關係，協助建立一個成功的品牌。</p>
備註	