

《 服裝業 能力標準說明 》 能力單元

「銷售和市場營銷」職能範疇

名稱	協調和推行社交媒體行銷活動
編號	111533L4
應用範圍	此能力單元適用於負責協調和執行機構的社交媒體行銷活動從業員。
級別	4
學分	3（僅供參考）
能力	表現要求 1. 相關領域的知識 能夠 - 比較主要社交媒體行銷原則，包括目標受眾、內容策略和平台選擇 - 瞭解消費者行為和社交媒體參與趨勢，並說明其對內容規劃和發佈活動的影響 - 審視網紅行銷和數位合作在提升觸及人數和可信度的作用 - 說明與數位內容和廣告相關的機構內部指引和法律要求 - 評估社交媒體行銷活動中的資源分配及其對行銷策略的影響 2. 應用和過程 能夠 - 撰寫符合機構目標和目標受眾偏好的行銷活動簡報和內容指引 - 按不同社交媒體平台的特性、目標受眾及潛在客戶分析結果，選擇合適的平台及內容形式 - 審核及批准發佈內容，確保內容準確、合適和一致，並符合機構指引及目標 - 評估網紅和相關合作夥伴的相關性及效益，並作出選擇和協調合作安排，以擴大活動觸及人數 - 根據數據分析和受眾回饋，優化內容格式和發佈時間表，以提高觸及人數和轉換率 - 分析基本參與數據，並製作條理清晰的報告，以支持行銷成效評估及後續決策 - 根據活動目標、預算限制及預期成效，分配資源及預算於不同社交媒體平台、內容製作及推廣活動，並作出適當調整 3. 展示專業性 能夠 - 確保所有媒體平台上的內容一致性，並符合機構指引和法律標準 - 與內部團隊及外部利害關係人溝通及協調工作安排，確保社交媒體行銷活動按計劃進行並達到既定目標
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為有能力達成： - 運用對目標受眾、消費者行為及社交媒體使用趨勢的分析，作出合適判斷，以規劃、協調及實施符合機構目標的社交媒體行銷活動，並選擇合適的平台及內容策略 - 於實施社交媒體行銷活動過程中，審核及發佈符合機構指引及相關法規的內容，並確保不同平台上的訊息一致及適切 - 根據活動目標及預算限制，並運用數據分析及邏輯推理方法，對不同社交媒體平台、內容製作及推廣活動作出資源及預算分配，並就其成效作出判斷
備註	