## 鐘錶業 《 能力標準說明 》 能力單元

## 「品牌管理」職能範疇

<ul> <li>名稛 評估品牌定位與品牌個性的關係</li> <li>編號 104946L4</li> <li>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。</li> <li>級別 4</li> <li>學分 6(僅供參考)</li> <li>裁理要求 1.股解組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和品牌定位的元素,例如: - 原解機構的整體品牌和營銷策略 - 跨解品牌定位的重要性和品牌定位的元素,例如: - 過期實書的的服務 - 經學對手的強弱項 - 過期實書的地區 - 消費者的磨好 / 心理 - 瞭解品牌值性的關係,協助建立成功品牌 - 對品牌定位與品牌個性的關係,協助建立成功品牌 - 對品牌定位與品牌個性的關係,協助建立成功品牌 - 對品牌定位與品牌目標的定位、並能與獲勝的營銷策略目標一致 - 協助確定品牌的個性和企工 其個性要素,例如: 司</li></ul>		
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) 表現要求 1.順解品牌定位與品牌個性 ・ 瞭解品牌定位的重要性和品牌定位的元素,例如: ・ 品牌屬性 ・ 消費者的期望 ・ 治療者的期望 ・ 治療者的惠好 / 心理 ・ 瞭解品牌個性的好處,並能為有關時計品牌定立個性 ・ 瞭解品牌個性的好處,並能為有關時計品牌定立個性 ・ 瞭解品牌個性的好處,並能為有關時計品牌定立個性 ・ 瞭解品牌位的要素,例如:真誠、實用、複雜 耐用等 2.評估品牌定位與品牌個性的關係,協助建立成功品牌 ・ 對品牌定位的元素推行市場分析及資料評估,以瞭解其市場地位 ・ 協助確立品牌自標的定位,並能與機構的營銷策略目標一致 ・ 協助確立品牌自標的定位,並能與機構的營銷策略目標一致 ・ 以已確立的品牌個性要素、次與工利益因素、實用性、自我滿足、社會地位等 ・ 以已確立的品牌個性要素大突顯品牌的形象,並協助確定市場營銷和推銷的目標和方向 3.展示專業能力 ・ 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  此能力單元的綜合成效要求為: ()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 (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 (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。	名稱	評估品牌定位與品牌個性的關係
像、以協助建立一個成功的品牌。  級別 4  學分 6(僅供參考)  能力 表現要求 1.瞭解品牌定位與品牌個性	編號	104946L4
學分 6(僅供參考) 表現要求 1.瞭解品牌定位與品牌個性	應用範圍	
表現要求 1.瞭解品牌定位與品牌個性	級別	4
1.瞭解品牌定位與品牌個性	學分	6(僅供參考)
<ul> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>以已確立的品牌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</li> <li>3.展示專業能力</li> <li>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</li> <li>評核指引</li> <li>此能力單元的綜合成效要求為:         <ul> <li>(i)能夠評估市場資料,並協助為品牌定位;</li> <li>(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</li> <li>(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。</li> </ul> </li> </ul>	能力	1.瞭解品牌定位與品牌個性
(i)能夠評估市場資料·並協助為品牌定位; (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 (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。		<ul> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>以已確立的品牌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</li> <li>3.展示專業能力</li> </ul>
備註	評核指引	(i)能夠評估市場資料·並協助為品牌定位; (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
	備註	