

鐘錶業 《 能力標準說明 》 能力單元

「品牌管理」職能範疇

名稱	制定建立時計品牌策略
編號	104955L6
應用範圍	此能力單元適用於時計產品品牌建立或營銷相關工作。具此能力者，能夠運用建立品牌策略專門知識及品牌管理決策，帶領團隊，制定建立時計品牌策略。
級別	6
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1.瞭解時計品牌策略相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解建立時計品牌對整個機構之重要性 • 業績及利潤 • 其他相關業務之發展 • 機構之整體形象 • 掌握時計產品品牌知識 • 瞭解消費者取向，包括： • 潮流文化對消費者行為的影響 • 消費模式變化及其原因 • 瞭解品牌的價值及內涵 • 瞭解國際時計產品品牌的潮流趨勢 <p>2.制定建立時計品牌策略</p> <ul style="list-style-type: none"> • 分析時計產品市場的不同層面，制定銷售策略 • 能與海外時計產品品牌代理溝通，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 制定時計產品品牌代理的推廣策略 • 制定海外時計產品品牌代理的銷售計劃 • 制定原創時計產品品牌策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 制定品牌定位及相關策略 • 確立品牌自身的形象及價值 • 確立產品 / 服務的質素 • 與營運、行銷、產品等策略作整合 • 制定品牌管理及市場推廣策略，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 掌握品牌管理方法 • 制定品牌銷售途徑 • 應用品牌及相關產品知識產權的法規，包括： <ul style="list-style-type: none"> • 瞭解知識產權對品牌的重要性 • 瞭解有關品牌的法律保障 • 品牌策略管理 <ul style="list-style-type: none"> • 確定品牌的建立是機構發展的長遠目標 • 掌握品牌本身的核心價值 • 貫徹執行保持品牌形象及產品質素 • 監管執行過程中的切合程度 • 修正執行過程中的決策問題 • 所建立的時計品牌策略能夠突顯機構品牌的競爭優勢，吸引潛在顧客購買 <p>3.展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 在建立時計產品品牌策略，要尊重知識產權，避免發生侵權行為
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i)能夠運用建立品牌策略專門知識及品牌管理決策，制定時計品牌策略（原創時計品牌或引進外國品牌）的具體方案；及</p> <p>(ii)能夠建立品牌管理及市場推廣策略，提高品牌自身的形象及價值。</p>
備註	