

**零售業能力標準說明**  
**能力單元**

1.名稱	制定廣告宣傳策略
2.編號	105057L4
3.應用範圍	此能力單元適用於零售行業內負責市場推廣的員工。這能力的應用涉及判斷及分析能力，並具創意思維。能夠按照機構的銷售策略、市場計劃及宣傳目標等，制定廣告宣傳策略，以增強貨品及服務的銷售表現，及提升機構及品牌的形象。
4.級別	4
5.學分	3（僅供參考）
6.能力	<p>表現要求</p> <p>6.1 廣告宣傳策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 瞭解機構的整體銷售及市場策略計劃</li> <li>◆ 瞭解當前零售行業狀況，及機構貨品的市場定位</li> <li>◆ 瞭解機構貨品及服務的特色及性質</li> <li>◆ 瞭解廣告宣傳的目的及理論</li> <li>◆ 掌握不同顧客群的消費行為及消費模式</li> <li>◆ 瞭解不同顧客群的廣告宣傳方式</li> <li>◆ 瞭解政府及相關監管機構對廣告宣傳及營商手法的規定，如： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 反歧視法例</li> <li>• 保障消費者法例</li> <li>• 版權法例</li> <li>• 公平貿易條例</li> <li>• 保障私隱條例等，包括網上交易的安全</li> </ul> </li> <li>◆ 瞭解成功的廣告宣傳的元素和結果評估</li> </ul> <p>6.2 制定廣告宣傳策略</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 定立目標和商業的關鍵效益指標</li> <li>◆ 根據機構銷售計劃、目標及產品特性，確定廣告宣傳的目的、要求及定位</li> <li>◆ 與相關部門確定廣告宣傳所需的資源或預算</li> <li>◆ 制定廣告宣傳策略及相關細節，例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 宣傳目的、目標</li> <li>• 目標受眾</li> <li>• 績效指標</li> <li>• 所需資源</li> <li>• 工作時間表</li> <li>• 宣傳媒體</li> <li>• 相關法例要求</li> <li>• 各部門的協助</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 制定廣告宣傳的內容概要，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 貨品特色、賣點及資訊</li> <li>• 貨品、機構的品牌形象</li> <li>• 機構簡介、目標陳述及宣傳渠道等</li> </ul> </li> <li>◆ 與廣告製作商磋商合作，並能發揮廣告宣傳的創意，例如：表現手法、形式、鋪排、電腦科技的應用等，令消費者對廣告留下深刻的印象</li> </ul> <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 確保制定廣告宣傳策略能遵守相關法例及監管規定</li> </ul>
7.評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i) 能夠按照機構的銷售及市場策略，制定一套具成本效益及市場推廣成效的廣告宣傳策略，以提升貨品及服務的銷售表現和宣傳的效益(如市場和競爭對手的反應以及生意方面帶來的衝擊等)。</p>
8.備註	