

**零售業《能力標準說明》能力單元
「銷售、市場推廣及多渠道銷售管理」職能範疇**

1. 名稱	制定廣告宣傳策略
2. 編號	111255L4
3. 應用範圍	此能力單元適用於零售業內負責市場推廣的員工。從業員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 瞭解廣告宣傳策略的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 瞭解機構的整體銷售及市場策略計劃 ◆ 瞭解當前零售行業狀況，及機構貨品的市場定位 ◆ 瞭解機構貨品及服務的特色及性質 ◆ 瞭解廣告宣傳的目的及理論 ◆ 掌握不同顧客群的消費行為及消費模式 ◆ 瞭解不同顧客群的廣告宣傳方式 ◆ 瞭解政府及相關監管機構對廣告宣傳及營商手法的規定，例如： <ul style="list-style-type: none"> ● 反歧視法例 ● 保障消費者法例 ● 《版權條例》 ● 《競爭條例》 ● 公平貿易條例 ● 保障私隱條例等，包括網上交易的安全 ◆ 瞭解成功的廣告宣傳的元素和結果評估 <p>6.2 制定廣告宣傳策略</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 定立目標和商業的關鍵效益指標 ◆ 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 ◆ 與相關部門確定廣告宣傳所需的資源或預算 ◆ 制定廣告宣傳策略及相關細節，例如： <ul style="list-style-type: none"> ● 宣傳目的、目標 ● 目標受眾 ● 績效指標 ● 所需資源 ● 工作時間表 ● 宣傳媒體 ● 相關法例要求 ● 各部門的協助 ◆ 制定廣告宣傳的內容概要，包括： <ul style="list-style-type: none"> ● 貨品特色、賣點及資訊 ● 貨品、機構的品牌形象 ● 機構簡介、目標陳述及宣傳渠道等 ◆ 與廣告製作商磋商合作，並能發揮廣告宣傳的創意（如：表現手法、形式、舖排、電腦科

	<p>技的應用), 令消費者對廣告留下深刻的印象</p> <p>6.3 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 確保制定廣告宣傳策略能遵守相關法例及監管規定 ◆ 處理工作細節, 並主動找出改進的機會
7. 評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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)。
8. 備註	此乃能力單元 105057L4 的更新版