

市場策劃獎項 評審準則

評分指標

1. 實行市場推廣計劃的理念及目標	15
1.1 市場、消費者／顧客需要及市場競爭分析	
1.2 市場推廣策劃背後的消費者洞察	
1.3 確立目標和待解決的問題	
2. 市場推廣計劃之及策略效應及原創性	15
2.1 本地產品或服務：推廣計劃中富高度原創性及創意的原素	
2.2 國際產品或服務：為迎合本地市場需要而作出的改變及當中富高度創意的原素	
2.3 市場推廣策劃如何為業界帶來革新並為公司奠下獨特定位	
3. 市場推廣策略	45
3.1 產品或服務的發展及定位	
— 本地市場需要的適切性	
— 國際產品或服務為迎合本地市場而作出的改變（例如從新配制、包裝、設計及應用）	
3.2 定價	
— 配合市場環境及盈利和銷售目標	
3.3 分銷渠道	
— 市場目標、資源，以及目標顧客的互相配合	
— 接觸目標顧客所採用的渠道的成效	
3.4 推廣及宣傳	
— 對消費者／顧客意識、態度及使用的影響	
3.5 人的因素	
— 如何為員工提供適當的培訓及推動力，令這項市場策劃達到目的？	
— 有否適切考慮與人有關之問題？	
— 如何運用人的因素替這項市場策劃增值？	
3.6 整體市場推廣策略原素的整合，以及在執行過程中遇到的挑戰	
4. 成效	20
4.1 市場推廣成效	12
— 市場推廣目標達到的程度	
— 量度數據（銷售量、市場佔有率、形象改善、消費者／顧客喜好的轉變及消費者／顧客滿足感等）	
4.2 財務成效	8
— 財務目標達到的程度	
— 量度數據（盈利、投資回報率等）	
— 市場推廣開支的成本效益	
5. 市場推廣計劃的特別優勝之處	5
5.1 對於公司及行內未來發展的影響及好處	
5.2 公司從中得到的經驗累積	
5.3 利用使命為本的營運模式及 / 或營銷策略來加強品牌地位	

總分：100