

主辦機構：



第49屆傑出推銷員獎 前奏特刊

首席贊助機構：



以「與眾不同」為題 參賽者明年春季互相切磋

銷售人員要突圍而出，贏得客戶的信任，對產品及服務的了解和市場趨向的觸角均是不可或缺的元素。為了嘉許這批能為顧客帶來與眾不同購物體驗的銷售人員，香港管理專業協會市場推銷研究社將主辦由《JobMarket求職廣場》擔任媒體夥伴的第四十九屆傑出推銷員獎（DSA），並以「與眾不同」為主題，讓各行各業的銷售人員在來年的春季互相切磋、借鏡學習。《JobMarket求職廣場》將一連四期訪問今屆DSA的籌委、評審以及贊助機構代表，讓大家進一步了解這項被譽為業界「奧斯卡」的盛事，同時亦讓一眾有意參賽的銷售人員從中取經學習，為日後有出色的比賽表現注入養分。

「與眾不同」銷售風格 助顧客作出適當購買

近年銷售市場競爭激烈，再加上產品漸趨一致，銷售人員的與眾不同銷售風格，遂成為銷售過程中致勝的關鍵。市場推銷研究社主席梁俊傑表示，「今屆大會以『與眾不同』為主題，『與眾不同』可詮釋為銷售人員在銷售過程中運用內功外功，發揮個人銷售特色，為顧客帶來不一樣的體驗。透過這個度身訂造的個人化銷售過程，讓顧客在更深切了解產品及自己的需要後，作出適當的購買決定。此外，參加者亦可在比賽時按個人的看法，對『與眾不同』作出不同的演繹。」他補充道，成功銷售人員必須內外兼備，內功包括良好語文及溝通能力、誠信、耐性、觀察力等，外功則指得體的外觀、切合工作需要的行為舉止等。

吸引不同行業的銷售人員參賽

擔任市場推銷研究社主席多年，梁俊傑帶領舉辦多年DSA比賽，嘉許業內的優秀銷售人員，目睹比賽在歲月中的現象變化。他指出，「比賽舉行至今49年，吸引愈來愈多不同行業的本地及海外公司參加比賽。除了參賽企業由以往以金融行業為主，到近年逐漸擴至電訊、物流及汽車、地產、旅遊及展覽、零售及快速消費品（FMCG）類型企業等，參賽地方亦不再只是局限香港，更有來自中國內地、台灣、東南亞等亞洲地區的銷售人員專程來港參加。」比賽屹立至今近半個世紀，已為銷售業建立一套銷售文化及專業標準，梁俊傑期望日後比賽能再進一步提升銷售人員的專業形象。



市場推銷研究社主席
梁俊傑

梁俊傑指今屆大會以「與眾不同」為主題，可詮釋為銷售人員在銷售過程中運用內功外功，發揮個人銷售特色，為顧客帶來不一樣的體驗。

帶領銷售人員邁向專業化

美聯集團作為地產代理業的翹楚，一直以培育傑出的銷售前線人員為己任，今年更擔任DSA的首席贊助機構，為提升業界的專業水平盡一分力。美聯集團副主席黃靜怡表示，「每年的DSA得獎者的質素均不斷提升，參賽者無論是表達技巧、產品知識、專業形象上均達到極高水平，由此反映香港銷售人員的整體質素有不斷上升的趨勢，DSA對帶領行業邁向專業化及規範化方面，起着重要的作用。」

成功銷售員須代入客戶角色

雖然本地銷售人員的專業水平不斷提升，但是面對千變萬化的市場，黃靜怡建議銷售人員切勿安於現狀，必須「以變取變」。她解釋道，「新舊共融時代，銷售人員除了掌握政經及樓市走勢、樓盤知識外，更須順應數碼年代，全天候裝備自己，提升網上放盤技術。客戶的要求亦日漸提高，對貼身及個人化服務趨之若鶩，推銷員必須更緊貼客人需要，方可取得成功。」

除了「以變取變」外，成功的銷售人員更應照顧到客人的需要。她強調，「銷售員必須懂得代入客戶角色，以顧客的利益為大前提，提供最貼心的服務。此外，誠信亦是銷售人員的必備品德，地產代理行業尤須留意操守，因置業是不少客戶人生中的重大決定。同時，從業員必須保持誠懇態度，立場不偏不倚，掌握顧客真正需要，才能為顧客提供最合適的產品，建立互信的關係。」



首席贊助機構
美聯集團副主席
黃靜怡

黃靜怡認為銷售人員提供的服務不但要「以變取變」，同時亦必須更緊貼客人需要，方可取得成功。

主要贊助機構：



贊助機構：



www.hkma.org.hk/sme-dsa



肯定銷售員成就貢獻 提升業界水平

推動本地銷售行業質素不遺餘力的保誠保險有限公司，今屆繼續擔任DSA的首席贊助機構。行政總裁容佳明表示，「公司一直非常支持DSA的理念。此獎項不但對成功銷售人員作出的貢獻給予充分認許，更能提升香港銷售行業的水平，並在各行各業樹立市場銷售的專業指標，同時助從業員以專業及積極的態度去面對市場挑戰。」他補充道，就保誠而言，前線銷售人員的銷售技巧獲得肯定及提升，從而帶動保險行業不斷增長及發展，無論是對客戶、前線銷售人員及公司都是好事。

了解客戶需求 與時並進迎挑戰

本地推銷員的水平日益提升，帶動銷售行業成為一門專業而備受認可行業。另一方面，客戶對銷售服務的要求亦愈來愈高，推銷員除了抱着一貫了解客戶需求、產品服務特色的工作態度外，亦必須與時並重持續學習，不斷提升自己的專業水準，才能面對各式各樣的挑戰。容佳明續以保險業的從業員為例，「面對客戶的獨特性、不斷攀升的個人化服務及產品需求，銷售員必須用心了解每一位客戶的獨特需求，作出深入透徹的認識，方能為客戶提供最合適的產品及服務。另外，由於要為客戶提供一個全面而客觀的分析，推銷員必須非常了解所有產品的特性及優劣之處，並與時並進，了解市場及監管機構的趨勢及變化，故必須非常努力下一番苦功。」



首席贊助機構
保誠保險有限公司行政總裁
容佳明

容佳明表示，為向客戶提供一個全面而客觀的分析，推銷員必須非常了解所有產品的特性及優劣之處，並與時並進，了解市場及監管機構的趨勢及變化。

以望聞問切銷售技巧 贏得網購商客戶信賴

銷售過程就像中醫診症一樣，銷售人員必須先向客戶進行望聞問切，才能根據客戶的需要，推薦適合的產品或服務。去年榮獲第四十八屆傑出青年推銷員獎最佳表現大獎的曾嘉恩，雖然投身銷售工作只有短短年多的時間，但一直堅守望聞問切四個銷售技巧，再配合現職公司的在職培訓，令她不斷提升其專業水平，成功贏得客戶的信賴和認同。

銷售技巧茅塞頓開

在冠庭國際物流（香港）有限公司任職客戶主任的曾嘉恩，將中醫的「望聞問切」技巧應用在物流銷售的工作上，為網購商提供包裹派送服務，讓他們能夠更省時、省力、省錢地把貨品送到客戶手上。她指，「在銷售中的『望』，是指了解客戶的包裹包裝、派送的營運；『聞』是指緊貼網購物流的市場資訊；『問』是透過與網購商的溝通期間，掌握更多的客戶資訊；『切』則是指綜合之前的觀察和了解，進行綜合的分析和判斷，從而向客戶提供最適合的服務。」

能在投身不及兩年的時間，於去年取得傑出青年推銷員獎最佳表現大獎，曾嘉恩不諱言，公司的在職培訓功不可沒。她指，「在參賽期間，香港區副總裁鄭鐘江親自每星期兩次為我們參賽者進行培訓練習，其中不少實用的建議更令我在銷售技巧方面開竅。以比賽的其中一個環節Effective Selling為例，參賽者需即時抽出銷售物件及對象，在毫無準備下即時進行銷售，最初在練習時，我只會盡數銷售產品的所有賣點，但Ken卻教懂我只有將其其中一個產品賣點聯繫至銷售對象身上，才能成功打動對方的購買慾。」

冠庭國際物流（香港）有限公司
第48屆傑出青年推銷員獎
最佳表現大獎得主
曾嘉恩

曾嘉恩認為可把中醫的「望聞問切」技巧，應用在物流銷售的工作上，為網購商提供包裹派送服務，更省時。



與眾不同
Be Different
Be Outstanding

請即提名你的員工！
截止日期
2017年1月11日(星期三)
www.hkma.org.hk/sme-dsa

「傑出推銷員獎」是銷售人員的最高榮譽，代表公眾和業界對他們的認同和嘉許。得獎者和參賽公司均可藉此建立可靠穩信的形象，不僅提高公司的名譽，員工亦獲得應有的讚揚和獎勵，鼓勵從業員奉行最高水平守則，發揮潛能並堅持卓越表現。

過往曾有百多間來自不同行業的公司參加比賽，其中包括：友邦保險、美國運通、亞洲國際博覽館、卓悅、中原地產、周大福、皇冠汽車、中國銀行、大昌行、DHL、G2000、協成行、香港郵政、康泰、香港上海滙豐銀行、工銀亞洲、美聯物業、新世界電訊、昂坪360、電訊盈科、飛利浦、寶德、保誠保險、莎莎、太子珠寶鐘錶、生力啤酒、太平地產、香港中華煤氣、邵夢思、鴻星集團、UPS、維他奶及W酒店等等。

今年，大會以「與眾不同」為主題。
有興趣參加「第四十九屆傑出推銷員獎」簡介講座，請傳真報名表格回秘書處。名額有限，欲報從速！
日期：2016年11月14日(星期一) 時間：6:30PM - 7:30PM
地點：香港中環紅棉路8號東昌大廈十四字樓黃克銳管理發展中心

傳真號碼：28684387

姓名：_____ 職位：_____
公司名稱：_____
地址：_____
電話：_____ 電郵：_____ (請用英文正楷填寫)

主辦機構 HKMA 主要贊助機構 sme.hk 主要贊助機構 贊助機構 美聯集團 PRUDENTIAL CONVEY 中國建設銀行(亞洲)