首席贊助機構

百席贊助機構

主辦機構:





## 第48屆傑出推銷員獎

PRUDENTIAL

# 銷售界奧斯卡

## 脱穎而出提升水平

## 獎項享負盛名 傳遍亞洲多地

「傑出推銷員獎」(DSA) 素有銷售界奧斯卡之稱,舉辦至今已有48年 歷史。市場推銷研究社主席梁俊傑多年來見證獎項獲得業內不同人士的支 持與認同,而去年的參賽企業與人數更打破過往的紀錄,令他倍感鼓舞。

賽人數增加固然教人欣喜,同時亦使參賽行業變得更多元化,從而吸引到 來自內地、馬來西亞、台灣等跨地域的企業參賽,證明獎項的影響力無遠 弗屆。梁俊傑認為,這與企業愈來愈重視提升銷售質素有關。他進一步解釋: 「獎項舉辦的最大目的,就是為了提升銷售界在社會的專業地位,以及銷售從業 員的水平。」

#### 提升個人修為 事半功倍

近年來,不少企業均投入大量資源培訓員工,以及鼓勵員工參加DSA比賽。 梁俊傑觀察到有企業更度身訂造訓練計劃,或將參賽作為嘉許優秀員工的獎勵計 劃。他說:「因為他們認同誘過參賽,既可提高員工的銷售水平及滿足感;企業 亦能建立良好的形象、達到銷售目標;顧客又感到滿意,可謂是三贏的局面。」

每年的DSA比賽都會帶出一個信息讓從業員深思。梁俊 傑説:「今年的主題是『修為致勝』。所謂『修為』, 涵蓋層面廣泛,包括學識水平、待人處事的技巧、國 際視野等等。而『勝』,不一定是指贏得獎項,更可 視為要達成一種目標。大會希望藉着今屆比賽讓從 業員重新思考,如何透過提升自己的『修為』達致 目標,令銷售變得事半功倍。」他認為比賽中的每一 個環節,都能展現出推銷員的修為,故寄語大家好好

> 市場推銷研究社主席梁俊傑認為,從業員提 升自己的「修為」,能令銷售事半功倍。



電郵:

CONVEY ( 集氣

主要贊助機構

首席贊助機構

PRUDENTIAL

(請用英文正楷填寫)

贊助機構

日中原集團 < 中国建设银行(3290)

電話:

主辦單位

### 服務以客為本 專業與時並進

「傑出推銷員獎」舉辦至今已踏入第48屆,保誠保險有限公司(下稱保誠)今年繼續 成為獎項的首席贊助機構。保誠認為獎項除了能嘉許傑出的推銷員外,亦可提升推銷員 的銷售技巧,帶動行業不斷進步及發展。

水平,「整體而言,本港推銷員無論在產品知 識、銷售技巧以至服務態度均表現理想,每 年的傑出推銷員獎得主的水平不斷提升,實 有效帶領推銷行業邁向更專業及更規範的發

#### 踏出舒適區 面對挑戰

隨着市場環境急速轉變,任何行業的推 銷員亦需要與時並進,容佳明表示:「優秀的

> ⑤ 每年保誠的推銷員均踴躍參與DSA,容佳明認為獲獎是對推 銷員本人及公司的一種肯定及榮譽。

推銷員必須與時並進,勇於面對挑戰,積極 了解行業的趨勢,才能知己知彼,令事業更 上一層樓。」他以保險業為例,指業界法規 日新月異,銷售人員必須熟知並遵守各項法 規,才能應對市場的走勢與變化。

容佳明又指,現時理財投資 產品眾多,推銷員必須小心分 析,並作出全面解釋,「保險是 非常個人化的產品,推銷員必 須以誠待客,用心聆聽客戶所 需,才能為其設計出最合適的 理財方案。」



## 須具專業誠懇 保持正向思維

怎樣才算得上是傑出推銷員?待客以誠?口才出眾?熟悉產品?今年第四度為 傑出推銷員獎擔任評判的香港通訊業聯會主席何偉中認為,銷售人員首要是取信於 顧客,當中專業知識與誠懇態度缺一不可,故業界精英必須兼具以上特質,同時不 斷與時並進,才可在同業競爭以至比賽中脱穎而出。

全片 售行業受經濟影響甚深,加上業內競爭愈趨激烈,為從業員帶來不少挑戰。何偉中指出,港人一向擅於靈活應變,置身任何境況皆應付自如,這項優勢在銷售行業同樣可 見。「面對逆境,除有賴企業構思獨到的銷售『奇招』外,前線人員的快速應變與正向思 維亦很重要。惟有時刻保持實力與信心,才有能力與企業共度難關,甚至轉危為機。」

#### 把握短促時機贏顧客信任

「從事銷售工作,特別是零售崗位,顧客逗留在櫃台以至店舖的時間不會太長,銷售 人員最多只有10分鐘時間推介相關產品或服務。」何偉中補充,要在如此短促的時間贏得 顧客信任,從業員務必把握時機,所需的不僅是良好的説話技巧和溝通能

力,更要對產品及市場瞭如指掌,並具備誠懇、積極的態度,緊記事事以

足夠。何偉中強調,今屆賽事以「修為致勝」為主題,正正反映銷售人員在 專業水平與經驗以外,尚須具有一定修為,如性格不會急燥、從容應對壓 處事絕不偏頗、熱愛個人工作等,配合對市場環境及行業前景加深 解,在事業發展上才可更上一層樓。

◎ 何偉中深信,銷售人員理應兼具專業知識與誠懇態度,並不 斷與時並進,才可在愈趨激烈的同業競爭中脱穎而出。

## 從失敗中成長 心繫客戶需要

獲得第47屆「傑出推銷員獎」最佳表現大獎的林潤通,現為聯合包裹運送服務 公司(下稱UPS)的客戶經理。他認為比賽對以往工作經驗的一個測試,需要有充分 的準備及穩定的發揮。

学 於2012年,加入UPS約一年的林潤通便知道公司會選派優秀的推銷員參加 DSA比賽,當時的他希望有朝一日亦能獲 得參賽機會。自此,他便開始不斷裝備自 己,深入了解公司的產品及服務,更積極 參加公司內部舉辦的選拔賽。「每年我都 會為自己安排一些課程或參與義工司儀服 務,提升自己的溝通技巧及待人接物的水 平。」他指出,義工服務能夠提醒自己待人 以誠,不計回報,是一個與陌生人建立互 信關係的鍛練。

### 失敗中反思不足

憑着一份對成功的渴求, 林潤通在銷 售中不斷反思,深入了解客戶及公司的資 訊,定立清晰明確的目標,從而一步一步 向前邁進。回憶自己剛入行的經歷,他笑 言自己第一次拜訪客戶時,因經驗不足, 顯得幼嫩生硬,令會議很快便結束,更遑

論取得好成果了,當時的他感到非常挫 敗。如今回想起來,卻認為挫折能令人明 白自己的不足,正是透過深思自省,才能 持續進步。

「很多時候推銷員都會因專注業績而忽 略客戶需要,其實客戶會感覺到的。」他強 調,業績固然重要,但一個優秀的 推銷員應不斷反思,提醒自己 時刻將客戶放在心上,不僅

了解客戶的需要,甚至願意 為客戶分析不同服務供應商 的強弱項,令客戶有一個全 面的了解。惟有將心比心才 能促成愉快溝通,贏得客戶 的信賴,推銷員自身的得益

亦能更加長遠。

林潤通認為推銷員應從客戶角度出發,將心比心。

主要贊助機構: 贊助機構:











47屆傑出推銷員獎最佳表現大獎得主