

主辦機構：



第49屆傑出推銷員獎 前奏特刊

首席贊助機構：



持續提升深化專業形象 公司協助培訓事半功倍

首席贊助機構 美聯集團

秉持誠信 滿足客戶真正需要

「傑出推銷員獎」（下稱獎項）被譽為業界「奧斯卡」，旨在肯定成功銷售員的貢獻、提升業界的銷售技巧，並建立市場推廣的專業形象。美聯集團作為獎項首席贊助機構之一，為培育業界精英、提升整體地產代理專業素質貢獻心力。

美聯集團副主席黃靜怡表示，獎項除了是對表現出色的銷售員的嘉許，比賽過程亦可提升參加者的銷售技巧。「美聯與不少參與機構，均為參加者度身訂造培訓計劃，強化銷售技巧、表達能力及產品知識，透過反覆的鍛鍊，大幅提升整體服務素質。」

事實上，每年的參賽者無論在表達技巧、產品知識、專業形象等各方面，都展現出愈來愈高的水平。黃靜怡認為，傑出的銷售員必須代入客戶的角色，以客戶利益為依歸，提供最貼心的服務。「誠信更是銷售員必備的品德。」以地產代理為例，置業是不少客戶人生中的重要決定，因此銷售人員必須保持誠懇的態度，不偏不倚的立場，根據客戶真正需要，提供最合適的產品，從而建立互信關係。

獎項推動行業專業化

此外，獎項對帶動銷售行業邁向專業化及規範化亦起着重要作用。「專業服務建基於對產品的認識，傑出的銷售員亦須把握市場脈搏，確保為客戶提供最準確的產品及市場資訊。」黃靜怡指出，物業市場發展千變萬化，法例、政策及經濟表現等因素亦會對市場造成衝擊。「因此，地產代理服務也要『以變馭變』。現今客戶對貼身及個人化服務趨之若鶩，地產代理與其他行業的銷售員一樣，必須緊貼客戶所需，方可取得成功。」



黃靜怡表示，多年來參與競逐的公司多不勝數，充分突顯各界對獎項的重視，地位備受各界推崇。

贊助機構 中國建設銀行（亞洲）

知己知彼 突出自家優勢

全球化令資訊瞬間互通，配合高科技提升生產力，縮短新產品與服務的周期。贊助今屆「傑出推銷員獎」（下稱獎項）的中國建設銀行（亞洲）（下稱建行（亞洲））常務副行長兼執行董事郭珮芳認為，企業着重推陳出新吸引客戶，推銷員亦要不斷吸收最新產品資訊，方能以專業態度贏得客戶信任，在競爭激烈的零售市場中突圍而出。

現今社會資訊發達，社交媒體大行其道，網購愈來愈受歡迎。郭珮芳指出，不少客戶前往網點前，對產品或服務已有一定認識，甚至曾比較同類的項目，故推銷員除了須對所售產品瞭如指掌，也要熟悉對手資訊，才可在客戶面前突出自家產品及服務的優勢。

「銷售技巧因應不同行業而存在差異，惟要成為傑出推銷員，尚有一些必備條件，如良好的表達能力、溝通技巧和



郭珮芳指出，從事銀行銷售，務必耐心聆聽及了解客戶所需，推介合適的產品及服務，才可成就長遠互信關係。

自我情緒管理，而且要有責任感，時刻表現出自信、細心及具遠見。」郭珮芳補充，以銀行業為例，對於高端客戶一般採用顧問形式。身為協助管理資產的客戶經理，應耐心聆聽客戶需求，了解其短期及長期的理財目標，為他們安排合適的產品及服務，建立長期互信關係。

加強主動學習 企業配合培訓

在種種挑戰下，郭珮芳強調，推銷員須加強主動性及不斷自我增值，掌握更多環球趨勢及行業動向，提升營銷技巧；企業亦應為他們帶來更多針對不同產品及服務的資訊，以及營銷技巧的在職培訓，並提供進修補貼，鼓勵他們在公餘時間深造。「本行為此積極支持『傑出推銷員獎』，期望藉此嚴謹且具公信力的獎項，有效推動銷售員持續提升，促進銷售行業的良性競爭，令同業力求進步，精益求精。」

評判 英國特許市務學會（香港）榮譽顧問 張淑儀博士

自我增值 建立長遠銷售關係

有人說，銷售關係不過是一買一賣，但今屆「傑出推銷員獎」（下稱獎項）的新任評審英國特許市務學會（香港）榮譽顧問張淑儀認為，這種想法已不合時宜，現今的銷售人員必須與時並進，透過自我增值，並善用創新思維與資訊科技，與客戶建立長遠的銷售關係。

近年，各行業的銷售人員無論在銷售知識和技巧上均不斷提升，張淑儀直言，期望能透過參與獎項的評審工作，向銷售員表達欣賞和予以鼓勵。「由於參與獎項以至獲獎的銷售員均為業內精英中的精英，相信透過他們在比賽中的分享，對一眾參加者，以至評判均有所裨益。」

三心兩意 配合公司支援

談及心目中傑出推銷員的必備條件時，張淑儀笑言必須具備「三心兩意」。「『關心』顧客乃銷售員的必備條件，因為關心是建立長遠關係之本。另外，銷售員又必須能『洞悉客戶心意』並有『同理心』，這樣才能明白客戶的需要，並理解客戶的感受。」至於「兩意」，張淑儀則解釋當中代表「意見」和「意義」。「『意見』是指銷售

員需為客戶提供適切的意見；而『意義』則是指銷售員應發掘工作的意義，藉此推動自己不斷向前。」

不過，張淑儀在寄語銷售員自我增值的同時，亦鼓勵企業為員工提供更多支援，包括合適的培訓、最新的市場資訊，以及深入的個案分析，助他們精益求精。「當然，銷售員亦要主動踏出第一步，向公司反映其想法和需要，一同尋找提升銷售表現的方法。彼此相輔相成，自然能取得更好成效。」

張淑儀勉勵銷售員要不斷自我增值，不要因成功而自滿，因為不進則退，總有他人會比自己做得更好。



評判 香港鐘表業總會主席 黃麗嫦

內外兼備 加深顧客印象

市場上的產品五花八門，卻又大同小異，如何能發現自家產品的「與眾不同」並將之推銷給客戶，是考驗現今推銷員功力的一大挑戰。所謂「知己知彼，百戰不殆」，只要做足功課，便能易如反掌地突圍而出。

踏入第49屆，「傑出推銷員獎」（下稱獎項）已成為眾多來自不同行業的推銷員共同切磋專業技能的平台。香港鐘表業總會主席黃麗嫦自去年起擔任評判，直言選手表現精采，極富創意的推銷手法更令她印象深刻。

成為傑出推銷員有甚麼秘訣？黃麗嫦提出幾點建議：「首先是外形，這並非指樣貌，而是整個人應乾淨整潔，才能讓顧客留下良好的第一印象。」其次，她認為推銷員應了解產品及所處行

黃麗嫦認為，推銷員應時刻不忘提升自我，以專業服人。



業的專業知識和最新動向以令顧客信服。最後則是輔以相應的推銷技巧，有助工作事半功倍。「以銀行推銷員為例，在市場競爭的作用下，各間銀行的產品及服務其實大同小異，惟有發掘自家銀行與眾不同之處，才能成為吸引客戶的亮點。」

自我增值增顧客信任

黃麗嫦指出，提升推銷員質素有賴多方面的共同努力，包括政府推出的資歷架構認證、公司提供的各項培訓和持續進修支援，以及推銷員個人主動性等。尤其在高品質鐘錶等涉及精密科技的行業，推銷員更應注重自我增值，以免失去顧客信任而錯失良機。「如今獲取資訊的渠道發達，即使無時間上課，亦能自行透過網絡利用空閒時間學習，關鍵在於個人是否有進取之心。」

49th
DISTINGUISHED SALESPERSON AWARD PROGRAMME
第四十九屆傑出推銷員獎

與眾不同

Be Different

Be Outstanding

「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誠信的形像，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、香港上海匯豐銀行、工銀亞洲、美聯物業、新世界電訊、昂坪360、電訊盈科、飛利浦、寶惠、保誠保險、莎莎、太子珠寶鐘錶、生力啤酒、太平地產、香港中華煙氣、諾夢思、鴻星集團、UPS、維他奶及W酒店等等。

請即提名你的員工！

截止報名日期

2017年1月11日(星期三)

www.hkma.org.hk/sme-dsa

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鏡管理發展中心

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)

主要贊助機構：



贊助機構：

