

主辦機構：



第49屆傑出推銷員獎 前奏特刊

首席贊助機構：



銷售技巧推陳出新 服務之道以心為本

市場推銷研究社主席 梁俊傑

把握機會表現專業知識

由香港管理專業協會市場推銷研究社主辦，被譽為業界奧斯卡的「傑出推銷員獎」(下稱獎項)，發展至今已踏入第49個年頭，多年來協助提升銷售業界的水平和專業形象，並對傑出的推銷員給予表揚和肯定。

「獎項於40多年前成立，可謂銷售界的先驅。」市場推銷研究社主席梁俊傑表示，獎項於過去多年的發展中，不單為業界建立銷售標準，更不斷強化銷售員的質素。「獎項的評審標準嚴謹，而且評審團成員的社會地位崇高，能公平、公正地選出得獎者，令獎項獲各界的認同。」事實上，愈來愈多企業派員參加獎項，近年更吸引不少海外和內地企業參與，「這足證獎項已

成功衝出香港，其評審標準和所頒發的獎項，廣為各地銷售業界接受。」

個人化銷售 更見專業

曾參與獎項籌備工作多年的梁俊傑，喜見業界從業員的質素不斷提升，不僅學歷水平愈來愈高，銷售技巧更見專業和成熟。「現今市場要求個人化的銷售方法，銷售員必須了解客戶需要，靈活變通地把合適的產品或服務推介予客戶。」對此，銷售員必須擁有基本功之餘，亦要把握機會，在有限的時間內，把產品和服務的知識，專業地呈現於客戶眼前。他形容，過程可能只有3數分鐘，銷售員如能把握這短短時間展示自己的專業，便是令他成為出色銷售員的原因之一。

獎項已發展近半個世紀，梁俊傑期望，比賽能提醒銷售員朝質量並重的目標前進，「不單追求營業額，還要兼顧銷售技巧的質素，走向專業化。」

梁俊傑表示，獎項於過去多年的發展中，不單為銷售業界建立銷售標準，更不斷強化銷售員的質素。



首席贊助機構 保誠保險有限公司

提升前綫銷售技巧多方受益

出色的銷售團隊可令客戶獲得愉快的服務體驗，並為企業帶來良好的品牌形象，創造雙贏。一貫堅持提供卓越服務的保誠保險有限公司(下稱保誠)，致力透過全方位的专业培訓，助理財顧問及員工不斷增值；更鼓勵前綫精英參與傑出推銷員獎，在良性競爭下與同業共同進步，帶動團隊持續提升銷售水平。

歷史悠久的「傑出推銷員獎」，素有銷售界奧斯卡之稱，早被行內公認為評核優質銷售的專業指標。作為新一屆獎項贊助機構的保誠保險有限公司行政總裁容佳明表示，傑出推銷員獎不但肯定成功銷售人員的貢獻，更能提高本港銷售行業的水平，故保誠非常支持這個獎項的理念。「事實上，前綫銷售人員的銷售技巧得到肯定和提升，有助帶動保誠以至保險業不斷增長及發展，令客戶、前綫銷售人員、公司及業界同樣受益。」

因應業界變化 與時並進

就保險業而言，容佳明認為，傑出的銷售人員理所當然要對相關產品具透徹的了解和認識。而因應保險業法規日新月異，他們更須與時並進，熟知各項法規並嚴格遵守。「與此同時，保險屬個人化產品，銷售人員務必以誠待客，用心聆聽不同客戶所需，深入了解其財務狀況、保障需求及風險承擔能力等，才能為他們設計最合適的理財方案。」

以保誠為例，容佳明指出，秉承「用心聆聽 更知你心」的企業理念，保誠致力從文化、人才及科技3方面，支援前綫銷售人員提供優質服務。「今年我們特意推出『從心就是誠』卓越服務活動，透過短片、理財顧問嘉許計劃等活動，鼓勵前綫銷售人員身體力行實踐卓越服務。由心出發，自然事半功倍。」



容佳明指出，保險屬個人化產品，出色的銷售員務必用心了解客戶所需，給予專業服務。

評判 香港公共關係專業人員協會執行委員會會長 梁綺蓮

個人特色服務增正面印象

在競爭激烈的市場環境下，銷售人員怎樣才能突圍而出，贏得顧客的青睞？首次擔任獎項評判的香港公共關係專業人員協會執行委員會會長梁綺蓮認為，除了良好的銷售技巧和以客為先的態度外，銷售人員還須做到今屆獎項主題強調的「與別不同」，嘗試發展具有個人特色的銷售服務，藉此令顧客對其個人及公司留下深刻而正面的印象。

銷售人員作為企業與顧客之間的橋樑，其服務表現對企業的發展有着舉足輕重的影響，故梁綺蓮直言，銷售人員的角色就如企業的「公關」。「他們除須具備應有的銷售知識，如熟悉公司的產品和服務，以及目標顧客群的需要和習慣外，更要有良好的溝通技巧，並以誠懇、有耐性的態度，與顧客建立長遠的關係。」

持續提升服務 建立長遠關係

配合市場發展和顧客的需求，梁綺蓮喜見本港銷售人員的服務水平一直有所提升。「他們的銷售方式由以往的硬銷，變得更以客為本。」但她認為，銷售人員若能發展具個人特色或能觸動人心的銷售服務，例如能因應顧客需要，提供適時或具彈性的服務，或提高顧客對自己需要的認知，相信有助與顧客建立長遠的銷售關係。

當問及如何助銷售人員提升表現的方法，梁綺蓮表

示，除了公餘進修及個人心態調整外，企業亦可透過不同的措施或活動，加強團隊精神。「當銷售人員的歸屬感增加，並明白自己在公司長遠發展中扮演重要角色，自然能推動他們持續進步。」

此外，梁綺蓮相信，業界的專業獎項亦有助本港銷售行業精益求精。「『傑出推銷員獎』舉辦至今已49屆，多年來深受政府及企業領袖的支持。我期望一眾業界，以及參與獎項的銷售人員，無論面對任何挑戰，都能緊守應有的價值觀，在爭取業績的同時，努力滿足顧客的需要。」

梁綺蓮認為，銷售人員若能發展具個人特色或能觸動人心的銷售服務，相信有助與顧客建立長遠的銷售關係。



評判 國際青年商會香港總會會長 關德仁

由心服務顧客贏取信任

消費者對推銷員的要求愈來愈高，更不會因為推銷員年紀較輕或資歷較淺而降低標準，為年輕推銷員的工作帶來挑戰。國際青年商會香港總會會長關德仁認為，即使經驗不足，青年推銷員仍可靠主動累積行業知識，為每一次工作做足準備。

關德仁亦是第42屆「傑出推銷員獎」(下稱獎項)的得獎者之一，事隔7年再次參與，已是評判身份。在他看來，傑出推銷員最少須具備4個條件：真誠自信、態度積極、善於隨機應變及了解顧客所需。「惟有由心而發地服務顧客，才能獲得其信任。為業績而推銷絕不可取。」

他喜見本港大多數推銷員都深明以客為先，但亦呼籲他們在工作之餘，多花時間自我增值。「要做到能與顧客無所不談，例如汽車及品酒等個人興趣類話題，才能有助於建立長久關係。」他指出，多看書讀報，了解社會新鮮事，或拓展社交圈，都不失為拓闊視野的有效方法。「市況轉淡，若能展現自己『與眾不同』的一面，便更易脫穎而出。」

擴充知識儲備 補經驗不足

參與獎項的推銷員有不少屬年輕選手，關德仁認為他們雖然經驗較淺，但勤能補拙，年輕一輩仍可透過資料蒐集以擴充知識儲備。不論面對顧客的任何疑問，都能即時解答。「其實每個顧客的需要都有相似之處，設身處地地想想自己作為消費者時最關心的是甚麼，便能對顧客的需要有基本概念。」

他感歎近年投身推銷行業的人愈來愈少，令行業專業人才匱乏。一來因為持高學歷的人增多，二來是因為現代人家家庭條件普遍提升，許多父母都支持子女追求理想。他希望業界能加強宣傳，令青年認同行業價值，令推銷行業成為他們實現理想的選擇。

關德仁認為，青年推銷員即使經驗不足，亦能透過擴充知識儲備加以彌補。



第48屆傑出青年推銷員獎最佳表現大獎得主 曾嘉恩

建立專業形象予客戶信心

年輕人初出茅廬，不單要積極學習或進修，更需努力汲取工作經驗，裝備自己。前綫銷售員需要與客戶溝通，更須豐富自己的專業知識和技能，建立專業形象，給予客戶信心。而參加認可性高的業界獎項，便是增值途徑之一。

去年參加「傑出推銷員獎」(下稱獎項)，並在「傑出青年推銷員」類別中獲得「最佳表現獎」的冠庭國際物流(香港)有限公司客戶主任曾嘉恩形容，獎項有如銷售界的奧斯卡，匯聚業界精英，透過與他們的交流和觀摩，可豐富眼界，對銷售工作帶來莫大啟發。

回顧去年的參賽經驗，曾嘉恩表示，能夠獲得「最佳表現獎」的成功關鍵在於4個字——「臨危不亂」。「特別在隨機抽取題目，要在即場向評審示範推銷過程的環節中保持水準，在短時間

曾嘉恩表示，去年能夠獲得「最佳表現獎」的成功關鍵在於「臨危不亂」4字。

內構思銷售重點，流暢地向評審講解產品特點，以及如何適用於銷售對象等，均需令評審留下深刻印象。」

主動與客分享 建立長遠互信

能夠從芸芸對手突圍而出，除了臨場表現發揮水準外，專業知識和工作態度亦是成功關鍵之一。曾嘉恩的工作是推介合適的物流方案予跨境電商(網購商)，例如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。

「作為一個成功的推銷員，必須主動汲取更多資訊，以解答客戶提問。例如曾有客戶打算開拓內地市場，我不僅向他提供物流資訊，還把對當地市場的認知如市場趨勢一份享，希望盡力協助他們進軍內地。」她坦言，客戶相當欣賞這些分享，而透過一點一滴的累積，更能建立長遠和互信的關係，可謂雙贏方案。



主要贊助機構：



贊助機構：

