

主辦機構：



第49屆傑出推銷員獎 前奏特刊

首席贊助機構：



以心待客建立長遠關係 專業服務滿足不同需求

第49屆傑出推銷員獎籌委會主席 唐曉君

參賽磨練發揮潛能

常言道：玉不琢，不成器。在應屆籌委會主席唐曉君（Christy）心目中，每名傑出的銷售員也有如一塊瑰寶，皆有其與眾不同之處，正如原石經雕琢切割後，才可成為獨一無二的寶石，他們透過參與傑出推銷員獎（下稱獎項），同樣能散發耀眼光芒。

曾參與並獲得獎項的唐曉君，6年前加入籌委會。她直言，過程中最高興是見證各行業人才輩出，無數參賽者在這個被譽為銷售界奧斯卡的平台中發揮潛能，獲益良多。「企業推薦員工參與比賽，不但有助他們提升銷售技巧，更可藉此對員工的個人能力給予肯定，因而令他們更感激公司的栽培及重視，日後亦會提升工作動力和熱誠。」



唐曉君深信，出色的推銷員應想客戶所想，再透過專業知識，助他們找到合適的產品和服務。

以心待客 提供專業意見

今年首次擔任籌委會主席的唐曉君形容心情既興奮又緊張，特別感謝各委員和香港管理專業協會秘書處大力幫忙，加上各界企業和贊助商的支持，以及專業而具分量的評審嚴選得獎者，令獎項順利推進。籌委會每年均會檢討賽制，並因應評審和參賽公司的意見，作出適當調整。一如以往，獎項分短文及面試兩個階段，今年短文有關主題部分的得分比重，將由15%加重至40%，讓評審可加深了解參賽者對主題的見解。

要成為出色的推銷員，唐曉君認為，從業員應不斷接收社會資訊，了解市場動向，並代入客戶角色，了解其所需，自能以心待客，再以專業知識向客戶介紹合適的產品和服務。而期間遭遇的挫折及前人的經驗分享，更是銷售員的寶典，有助促進他們在事業上取得成功。

主要贊助機構 香港中華煤氣有限公司

優秀銷售員須具「三心兩意」

為提升本港銷售行業的專業形象和士氣，香港中華煤氣有限公司（下稱煤氣公司）再次成為「傑出推銷員獎」（下稱獎項）的主要贊助機構，期望透過獎項建設的平台，讓業界能夠互相觀摩、交流，強化從業員的銷售技巧和服務水平，令各行業秉持「好客之道」。

作為本港歷史最悠久的公用事業機構，煤氣公司一直堅守「以客為尊」的服務理念，致力為客戶提供優質及多元化的服務和產品。「因為『以客為尊』是銷售人員必備的條件。」香港中華煤氣有限公司高級零售事務及營業經理王佩兒表示，優秀的銷售人員必須從客戶的利益出發，並具備「三心兩意」，即對客戶有關心、專心及同理心，了解客戶心意，令客人滿意。「當然還要有專業的產品知識，以及良好的溝通技巧，藉此取得客戶的信任。」

善用親身接觸客戶優勢

王佩兒解釋，基於資訊科技普及，現今的客戶能輕易獲取所需的資訊，甚至透過電子平台選購所需的產品和服務。因應這種轉變，她認為銷售人員應善用與客戶親身接觸的優勢，除了用「心」待客，更要提升待客技巧，如配合電子設備快速為客戶提供所需資訊，以軟性手法為客戶提供貼心的增值服務，令客戶與品牌的關係進一步加深。

今年獎項已舉辦至第49屆，王佩兒形容，獎項已成為國際公認的銷售員大獎。「它代表了公眾對優秀銷售人員的認同，地位猶如銷售行業的奧斯卡。」她期望業界從業員可透過參與獎項，加強自身裝備，並改善銷售技巧，同時與其他公司交流經驗，借鏡其他參賽者的強項，日後為客戶提供更高質素、富創意和專業的銷售服務，從而有效建立品牌形象，增加客戶對品牌的信心，成為品牌的長期客戶。



王佩兒期望，透過獎項建設的平台，讓業界能夠互相觀摩、交流，強化從業員的銷售技巧和服務水平。

評判 雅麗氏何妙齡那打素慈善基金會副主席 莫裕生

善用網上平台提升銷售水平

近半個世紀以來，「傑出推銷員獎」（下稱獎項）一直見證着銷售業界的發展。為獎項出任多年評審的雅麗氏何妙齡那打素慈善基金會副主席莫裕生喜見，香港銷售員整體水平不俗，若要再向前邁進，可考慮善用網上平台，掌握市場資訊之餘，亦可與客戶建立良好關係。

莫裕生認為，要成為傑出的銷售員，必需要有誠信，而且能為客戶提供物超所值的產品或服務。「這正正與今年的主題『與眾不同』一樣，銷售員要Think Out of the Box，以不同角度思考，為客戶提供增值或額外服務，便能真正做到出類拔萃。」

社交媒體增互動 助擴闊客源

他認為企業可在培訓方面多下功夫，協助提升銷售員的專業知識和技巧，「是次獎項便促成企業更積極培訓銷售員。」莫裕生表示，除了積極做好培訓工作外，銷售員亦應善用網上平台，「特別是現今客戶已充能分利用互聯網搜集資料，他們對產品的知識已緊貼市場走勢，故銷售員亦應運用網上平台豐富專業知識。」此外，網上平台如社交媒體，亦可增加與客戶之間的接觸和互動，藉以建立良好關係，甚至擴闊客源。

作為多年評審，他樂見參賽的銷售員水平愈來愈高，「特別是近10多年，獎項吸引海外及內地參賽者參加，在有競爭便有進步的情況下，香港銷售員的水平亦見進步，對推動業界的整體水平來說，實屬好事。」他寄語來屆有意參賽的業界從業員，不要千篇一律地背誦講稿，反而可以生活化的方式，把銷售知識和技巧演繹出來，達至「與眾不同」的目標。



莫裕生喜見，香港銷售員整體水平不俗，可考慮善用網上平台，進一步提升銷售水平。

評判 香港貨運物流業協會主席 蘇立夫

掌握專業知識技能精益求精

提到推銷行業，很多人仍抱持入行門檻低及專業要求不高的固有印象。其實推銷員亦和任何工作一樣，若想做出成績，必須具備大量的專業知識與技能，才能令工作精益求精。

自去年起開始擔任「傑出推銷員獎」（下稱獎項）評判的香港貨運物流業協會主席蘇立夫（Cliff Sullivan）指出，推銷行業與物流行業相類似，總被人誤解為不需要專業，只需出「力」便可。惟不論是一個得以降低營運成本的物流方案，抑或一次令人稱心如意的服務，均需經過深思熟慮。「獎項的舉辦有助提升行業形象，增加消費者的信心，長遠促進行業的良性發展。」

他讚賞參賽的推銷員表現專業。「他們總是願意與客戶分享經驗，更耐心做一個『傾聽者』。」他表示，近年營商環境日漸艱難，行業競爭激烈，不少推銷員為達成績績而過分推銷，忽略消費者需要。「他們雖然技巧熟練，但傑出的推銷員更要具備對工作的熱誠和對客戶的誠懇，『搵快錢』只能帶來短暫的收益。」

提供支援服務 吸引回頭客

蘇立夫強調，推銷員需要思考如何令工作更進一步，並與客戶建立長久關係，因他們是公司與客戶之間的橋樑。「成功將產品推銷給消費者僅是開始，若之後能繼續為客戶提供支援服務，才能更表現出推銷員的與眾不同，帶來『回頭客』。」

踏入第49屆，「傑出推銷員獎」已成為國際認可的獎項，享有推銷界「奧斯卡」的美譽，蘇立夫冀更多推銷員參與評選，並透過比賽的磨練與同業的切磋，不斷提升個人專業水準，為事業的進一步發展鋪路。



蘇立夫認為，在成功推銷產品後，仍繼續為客戶提供支援服務，能令推銷員顯得「與眾不同」。

第48屆傑出推銷員獎最佳表現大獎得主 陳振龍

與客溝通了解真正所需

有說「心態決定一切」，這不單適用於前綫銷售工作，還可應用於比賽之中。去年在「傑出推銷員」獎中，獲得「最佳表現大獎」的G2000資深顧客助理陳振龍，便作出了最佳示範。

在日常工作中作為「西裝顧問」的陳振龍認為，在銷售過程中，須與顧客建立友好關係，加上現時不少顧客均是有目的地購物，故應先了解其需要，再適時給予專業意見。「有時更需與顧客交流西裝的潮流趨勢、最新的比例要求等，既可與他們建立關係，亦能精準地為他們找到所需西裝。」

他提到一名年輕顧客的例子。該顧客最初

想選購西裝作見工之用，惟年輕人對西裝的認知或質素未有詳盡概念，難以入手選購。「這時候我便透過對談交流，了解他購買西裝的目的和喜好，再按其身形作出建議，如剪裁比例、衫長及褲長等細節。」最後該顧客成功選購西裝，之後每季皆會找她幫忙添置西裝。陳振龍坦言，能把對西裝的認知與顧客分享是一件樂事，故一直抱持這心態進行銷售工作。

抱學習心態 輕鬆發揮所長

這種正面積極的心態，應用於比賽之中，正正是其致勝關鍵。參賽固然有一定壓力，但她抱着學習的心態，放鬆心情，把培訓所學得的知識和技巧發揮出來，最終奪獎而回。「參賽讓我學到如何表達自己，把最真實的銷售技巧和知識呈現於評審眼前。同時，比賽亦提供了交流平台，匯聚各行業的銷售員，讓我們了解不同產品或服務的銷售技巧，大眼開界。」



陳振龍認為，在銷售過程中，須與客戶建立友好關係，適時給予專業意見。

主要贊助機構：



贊助機構：

