

主辦機構：



第46屆傑出推銷員獎特刊

首席贊助機構：



周大福 誠意與專業迎合顧客心意

璀璨奪目的珠寶是不少喜慶日子的送禮之選。來自周大福的屈建中、黃學誠、謝敏珊和歐禮強，不約而同被珠寶的魅力深深吸引，且樂於與客人分享生命中的喜悅，因而愛上珠寶零售行業。其熱誠和出色表現，令他們勇奪傑出推銷員獎殊榮，為業界樹立了銷售員的典範。

中外文化均有相似的傳統，就是以珠寶首飾紀念特別日子。屈建中表示，只要產品富有情感意義，能代表心意，客人就會願意購買。「很多客人買珠寶不是為了一時三刻的快樂，而是看重其長遠的意義和價值，他們所買的首飾可能紀念着結婚、滿月等人生重大日子，更可能會代代相傳，所以特別講求獨一無二。當然，客人的喜好會隨時代改變，上一代人較喜歡金飾，以前公司也以賣金為主；現在很多客人喜歡鑽石和其他寶石，所以產品類別要更多元化。年輕一代喜歡藉着珠寶點綴令外形更時尚，所以對設計要求更高，產品要更有特色和個人化。」



屈建中表示，很多客人會買珠寶紀念特別日子，看重其長遠意義和價值。

加強知識增客人信心

珠寶產品對客人意義重大，甚至有保值和投資作用，因此從事珠寶銷售不能單以折扣吸引客人，具備專業知識、銷售技巧和服務均相當重要。黃學誠說：「不同的寶石本身蘊含不同意義，加上很多人會買珠寶首飾作投資，因此我們需要了解很多專業技術和知識，而公司的培訓有很大幫助。客人來選購前可能已經搜集了一些資料，可能看3、4次才決定購買。我們更加要具備深厚的知識，銷售時清晰講解產品特點，以加強客人對我們品牌的信心。另外也要提供賓至如歸的服務，例如有些客人拿了其他品牌的首飾來修理，我們也會盡量幫忙處理，這樣才能令客人留下良好印象。」



黃學誠認為公司的培訓加強了自己的專業知識，服務客人時便更有信心。

由於珠寶是奢侈品，社會經濟好壞對業界影響特別大。謝敏珊指出，生意淡薄的時候，銷售員要懂得調節心理，認清自己的優勢，且更要有出色的服務和銷售技巧，累積了熟客，就可以克服經濟不景的挑戰。「向客人推介昂貴首飾，一定要膽大心細。有次看見一位衣着毫不光鮮的客人，我主動上前接觸，又替對方清洗身上的首飾，言談間了解到其喜好，便大膽介紹貨品。結果該客人最後買了超過100萬元貨品，我們更成了好朋友。前綫人員只要不介意多走一步，主動了解客人多一點，

等巴士散客豪花3萬元

面對外地客和本地客，服務方式也有一些區別。歐禮強表示，外地客在港逗留時間有限，通常是鎖定購買目標而來，故此銷售員要在短時間內做到盡善盡美。「我會向他們建議遊覽和吃東西的好地方。有些外地客每次來香港也會找我，甚至拜託我訂酒店，能夠幫他們解決疑難，我特別開心。」至於本地客人就傾向慢慢逛慢慢看，服務時要與他們打開話匣子，建立關係，讓他們發現心儀的貨品。「曾有位本地客因為等巴士而進店逛一逛，我跟她閒話家常一番，繼而介紹了一些貨品，最後竟也做了3萬多元生意。」

談到這次比賽，四人都很感謝公司上下全力支持。屈建中坦言：「公司邀請專業人士提供培訓，同事又不辭勞苦為我們製作比賽道具，實在很感動。更難得的是，公司特別借出貨品讓我們作賽時使用。看到貴重首飾實物時，評判也很驚訝，感受到貨品的真實感，這讓我們表現銷售技巧時更有信心，我相信這提升了出綫機會。」

互相扶持體會團隊精神

在準備比賽期間，他們互相支持，努力為同伴出謀獻策，大家都感受到團隊精神的可貴。謝敏珊說：「記得我本來打算飾演邱比特，推銷象徵永恒愛情的鑽石，但隊員建議我讓評判拿着紅綫再把它剪斷，表達堅固的鑽石才



（左起）謝敏珊、歐禮強、屈建中和黃學誠均熱愛珠寶零售行業，樂於與客人分享生命中的喜悅。（陳智良攝）



謝敏珊指出，生意淡薄的時候，銷售員要懂得調節心理，認清自己的優勢。

能代表恒久的愛，這個主意實在好得多。準備比賽難免會緊張，但大家會給予很多鼓勵和建議，我深深感受到團結的力量。」

參與這次比賽，各人在銷售技巧上均有不少得着。黃學誠提到：「以往自己與客人對話時，表達方式較平鋪直敘，但這次比賽中我嘗試用唱歌的方式進行銷售，這些有趣經驗可以啟發創意。我亦從隊員身上學到很多銷售技巧，得到很大收穫。」歐禮強亦透過比賽，重新發現自己獨有的銷售風格。「隊員觀察到我談話總是很適合自己的銷售方式，過程獲益不淺。傑出推銷員的競選每人只能參與一次，如有機會的話必定要勇於參加。」



歐禮強曾令客人在等巴士的空檔買下3萬多元貨品。

康泰旅行社 親切服務成旅程起點

香港人喜歡出外旅遊，但假期得來不易，故在選擇旅行團或選購自遊行套票時須特別小心，以免大好假期泡湯。惟旅遊服務不是實物產品，旅行社要怎樣才能贏得顧客信任？關鍵在於親切和誠懇的服務態度，這亦是康泰旅行社兩名得獎員工的銷售理念。

康泰旅行社有限公司董事總經理黃進達表示，公司一向重視銷售服務工作，鼓勵前綫員工秉承「為您做得到」的服務精神，耐心聆聽顧客的喜好和需要，推介合適的旅遊產品。「公司還舉辦多項培訓，加強員工的產品知識和銷售技巧，協助他們進一步掌握前綫銷售工作的成功關鍵。」

態度友善 有助與顧客溝通

在康泰旅行社工作16年，現職分行經理的招文傑，便是成功例子之一。他坦言，旅遊業的銷售工作有別於其他行業，「由於沒有實質產品，前綫銷售員惟有就顧客屬意之目的地加以描述，例如分享到同一地點旅遊的經驗和見聞，令客戶對當地情況和相關旅遊產品有更深入的了解，繼而選擇套票甚或報名跟團。」

在分享旅遊體驗的過程中，前綫銷售員的服務態度和親切程度，是影響客戶決定的關鍵因素。招文傑便曾遇上一名顧客，甫入店便表明當天不會報名，但想聽他講解各個目的地的旅行團。

「雖然該顧客態度明確，但我沒有放棄，仍然



黃進達（左）喜見張繼雄（中）和招文傑（右）的銷售技巧獲得業界認同，並成功把公司的服務理念傳遞予顧客。（陳智良攝）

貫徹日常的服務態度，耐心講解各項章程。誰知他聽到一半便突然改變主意，決定目的地並即時報團。」及後該顧客向招文傑表示，他到過多間旅行社要求前綫銷售員講解旅遊章程，就只有招文傑的服務態度令他滿意，遂爽快決定行程。可見親切誠懇的前綫人員，足以影響顧客的決定。

溝通細緻 創造良好體驗

獲頒「傑出青年推銷員獎」的張繼雄對此亦深表認同。「銷售旅遊產品是非常直接且透明度高的事情，顧客不難知道旅遊產品的詳情，以及坊間對旅行社的口碑，容易作出比較。」因此，由實習生做起、現職領隊的他，會把握每個與顧客溝通的機會，並展示親切細心的態度，讓對方感受與別不同的旅遊經驗。

當帶團出國在外，張繼雄便會代入領導的角色，不僅帶領旅行團安全抵達目的地，途中還會細心照顧團員的需要。旅行途中有太多變數，身為領隊的他需要細心觀察，主動關心團員，做好溝通，並從細微處着手，適時提供支援，令團員更覺稱心。

在不用出團的日子，張繼雄便會在門市負責前綫銷售工作。「我會把顧客當成朋友，透過發問和交流了解他們的需要。現今資訊發達，顧客可從不同渠道得知旅遊資訊，多數人都會先想清楚才作決定。我親切、耐心的服務態度，能給客人深刻印象，到他們決訂購買旅遊產品時，便會找我了。」

黃進達喜見張繼雄和招文傑雙雙獲獎。他認為，張繼雄充滿幹勁，能把公司的服務理念傳遞予顧客；招文傑則成熟穩重，並擁有豐富的前綫銷售和帶團經驗，能向中港兩地員工分享管理知識和理念。黃進達寄語2人繼續努力，裝備自己並作多方面嘗試，服務更多旅遊愛好者。

中原地產（中國大陸區） 面對業界挑戰自強不息

現今社會，地產界銷售人員正扮演著專業置業顧問的角色，套用中原集團創始人施永青的比喻，即「地產媒人」——了解買賣雙方的需求，幫他們進行配對，找尋合適的「另一半」。90年代初，更將業務拓展至中國大陸區，並於國內成功實踐「地產媒人」的職責，至2013年中原集團佣金收入逾113億港元，員工人數達56,000人。

97年金融危機爆發，香港經濟急轉直下；而國內隨着房屋分配制度改革，居民收入水平迅速增長等因素影響，地產成為拉動經濟、發展最快的行業之一。廣州中原三級市場物業部區域營業經理周志鵬表示，99年大學畢業後，因機緣巧合加入地產業，在業界找到自信和認同，十幾年間也實現了買車買樓結婚生子的目標，但他仍然不斷追求進步：「這個行業競爭激烈，無論你之前的業績多麼輝煌，每月、每年都是由零開始，但這種模式反而一直激勵我前進！」

「困難」成常態從容解決

地產界不但競爭激烈，也常常遇到大量挑戰。廣州中原二級市場專案部項目經理高美容舉例時指出，如何與客戶交流時成功爭取對方的信任，以及和發展商就折扣、付款、現場操作等問題進行協商等，全都富有挑戰性，「困難是可以打破的，關鍵是要有肯堅持、突破自我的信心，有困難才有進步。」周志鵬補充說，這行業所遇的困難與挑戰實在太多，當「困難」成為常態時，也不過是要解決的問題而已。

客戶突然「退房」的決定，亦是銷售人員經常遇到的挑戰，深圳中原二級市場事業部銷售經理金燦指，面對這種情況，她不會生氣，也不會氣餒，「先安撫客戶的情緒，了解他放棄購買的真正原因，盡量幫他消除停止購買的障礙，動之以情，曉之以理。」事實上，清楚了解客戶的背景、喜好、購買用途及需求原因等十分重要，這樣才能站在客戶的角度，以專業的分析助他們選擇最合適的物業，從而建立長久而良好的關係。」

誠心贏得客戶信任

銷售人員作為前綫工作者，心態和素質十分重要，只要用心去做，再大的難題也能迎刃而解。深圳中原工商舖客戶經理李藝敏坦言：「心

在哪，成功就在哪。」深圳中原住宅部華僑城區高級經理謝東方則認為，現在的客戶大多經歷多次買樓賣樓，對樓宇的品質和銷售人員的素質要求愈來愈高，「因此，不能為成交而成交，而要讓客戶確實喜歡這個物業。眼光要放得長遠一點，誠心對待每個客戶；客戶信任你，自然會再回頭，還會替你介紹其他客戶。」

中原地產（中國大陸區）的銷售人員皆以微笑面對工作、客戶和生活，金燦笑言：「一名傑出的推銷員一定有一顆正能量的心，無論何時何地、任何情況下都能微笑勇敢面對，這也呼應了本次DSA大賽的主題——笑容可掬。」



中原地產（中國大陸）的獲獎銷售人員：（前排左起）周志鵬、謝東方；（後排左起）李藝敏、高美容、金燦，以微笑面對工作、客戶和生活。