



第50屆傑出推銷員獎 前奏特刊

主辦機構：



提升整體銷售水平 迎接數碼營銷挑戰

市場推銷研究社主席 梁俊傑

參賽企業趨廣泛證獎項認受性

在香港管理專業協會市場推銷研究社全力支持下，今屆「傑出推銷員獎」終於歷史性地踏入第50個年頭。業界三方包括推銷員、公司和客戶，均隨着獎項踏入新里程而得到更為周全的發展。

「『傑出推銷員獎』能夠獲大眾認可，出色的評審團和歷屆選出的精英得獎推銷員實在功不可沒。」市場推銷研究社主席梁俊傑表示，這兩個元素是比賽獲得成功的關鍵。「每一年賽制也會與時並進地作出微調，加上透過公平公正的評審方式，務求挑選出成績有目共睹的優秀推銷員，從而增加了獎項的認受性，吸引更多各行各業的推銷員參與。」

見證比賽舉辦多年的梁俊傑，喜見參賽的企業種類愈來愈廣泛。與以往相比，金融、地產、物業投資、電訊、資產管理、公用事業、物流、餐飲、酒店，甚至建築及工程行業，也開始積極參與，可見愈來愈多企業注意到品牌形象的影響，除了企業對顧客（B2C）的考慮，亦漸趨關注企業對企業（B2B）之間的銷售網絡關係。

資訊數碼化為業界帶來挑戰

隨着近年互聯網、大數據和數碼營銷的掘起，客戶比以往更容易獲取不同產品的資訊，對於推銷員而言絕對是一項新挑戰。梁俊傑表示，在這個大趨勢下，更驅使推銷員持續增值，與時並進。

「在應對客戶時，要締造優勝之處，就必須更進一步了解客戶和產品之間的關係，要比網絡更針對性和全面地為客戶提供最度身訂造的優良方案和選擇。」



☑ 梁俊傑表示，獎項提升推銷員的專業和能力，令公司具備更專業形象，實踐銷售行業等同專業的理念。

評審 香港廣告客戶協會（HK2A）會長 何偉榮

展示公司與品牌文化及價值觀

銷售人員站在最前線接觸客戶，其一言一行均代表着該公司與品牌的形象與文化。香港廣告客戶協會（HK2A）會長何偉榮認為，他們必須能全面「吸收」公司與品牌的文化或價值觀，並在銷售過程中向客戶展現。

銷售人員一直被視為企業與客戶之間的重要橋樑，但何偉榮指出，他們的工作其實不只是滿足客戶需要，「做到客戶至上只是基本要求。」他續指，銷售人員必須清楚了解自己的角色，盡力在銷售過程中向客戶展示公司或品牌的文化和理念。

「另外，隨着資訊科技應用日益普及，企業必須認真思考如何把創新科技與銷售共融，實現O2O（Online To Offline）的營銷模式。」何偉榮表示，在此期間，銷售人員亦應思考如何配合公司作出轉變，透過新科技與數碼渠道，為客戶提供更貼心的消費體驗。

貼身服務過猶不及

不過，由於市場上的數碼渠道為數不少，如社交媒體往往包含客戶的個人資料如通訊方法，故何偉榮提醒，銷售人員須因時制宜，在提供貼身服務和給予客戶空間之間取得平衡。

問到首次擔任獎項評審的感受，何偉榮直言「傑出推銷員獎」是一個要求很高的專業獎項，參加者來自不同行業，期望能夠從他們身上獲得啟發。「我希望各界銷售人員能夠踴躍參與，透過獎項持續提升，令本港的銷售服務邁向更專業水平。」



☑ 何偉榮指出，銷售人員必須清楚了解自己的角色，盡力在銷售過程中向客戶展示公司或品牌的文化和理念。

評審 香港貨運物流業協會主席 胡百濤

完善售後服務可令客戶加分

怎樣才算得上是出色的銷售員？口才了得？以客為尊？香港貨運物流業協會主席胡百濤認為，銷售過程並非貨物出門便告完結，從業員除具備上述條件外，完善的售後服務亦不可缺少，如此方能令客戶稱心滿意，進而維持長期合作關係，達成客戶、從業員與公司共同獲益的三贏局面。

各行業的競爭日趨激烈，客戶對銷售服務的要求亦相應提高。首次擔任「傑出推銷員獎」評審的胡百濤指出，投身銷售行業，從業員理所當然要具備良好的表達及溝通能力，藉此與客戶及各部門同事保持緊密聯繫；如加上熟悉公司的產品或服務，便能盡應客戶所需。而售出產品後，尚要作出妥善跟進，才是稱職的銷售員應有的服務態度。

銷售忌吹噓免得不償失

「部分銷售員為贏取客戶歡心，在推介服務或產品時，或會有oversell（吹噓）的表現，作出未獲公司保證的承諾，這是錯誤的行銷方式。」胡百濤直言，一旦客戶的期望落空，甚至自覺被欺騙，反會更感憤怒，以至選擇退貨及向公司投訴，這對銷售員只會得不償失。

現時科技日新月異，除電子商貿加速發展外，行業法規亦與時並進。胡百濤深信，機會是留給有準備的人，故建議銷售員積極參與公司培訓，並善用公餘時間進修，準確掌握行業趨勢及變化。「以物流業為例，民航處就近年新興電子商貿業的空運貨物所產生的問題，向業界發放通告，提醒從業員留意付運貨物的法例要求及有關程序等，因此，置身業界銷售崗位，務必緊貼行業發展，時刻向客戶傳遞準確資訊，自能提升個人及公司的專業形象，贏得客戶信賴。」胡百濤道。



☑ 胡百濤寄語銷售員應以客戶為先，提供優質服務，切忌作出「oversell」的行為，如承諾未能兌現，只會徒添反感。

評審 英國特許市務學會榮譽顧問 張淑儀博士

由心出發 了解客戶真正需要

英國特許市務學會一直支持「傑出推銷員獎」，今年繼往開來，再次大力支持獎項。英國特許市務學會榮譽顧問張淑儀博士表示，該獎項不論對銷售行業還是前綫推銷員都富極大意義，有助提高業界水平。

張博士認為獎項能為同業提供一個互相交流的平台：「獲獎的推銷員擁有傑出的推銷表現，參賽者一方面可學習他們的技巧，提升推銷能力，另一方面亦可透過比賽檢視自己現有水平，發掘自己各方面的長短處，是一個自我提升的好機會。」除了增值自己，參賽者更可與團隊或公司分享自己的得着，大家相互激勵，共同進步。

良好心態與豐富知識須並重

近年香港整體推銷員的水平愈來愈高，張博士喜見前綫推銷員懂得由心出發。她認為傑出的推銷員不只要有優秀的推銷技巧，更要從心態與思維上作出改變：「今時今日由心出發才是推銷關鍵，推銷員要真正關心與了解客戶需要。一個成功的推銷員不是關心客戶，而是關心客戶所關心的人或事，站在他們的角度設想，理解他們的感受與煩惱。」

除了保持良好心態，充足的產品知識亦相當重要。張博士解釋，標準或規範化的服務與產品已無法滿足客戶，推銷員需要掌握充分的知識，才能為客戶提供更多選擇與方案。她勉勵推銷員在日常推銷過程中積極檢討自我，同時多接受新挑戰，遇強愈強。



☑ 張博士認為推銷員要由心出發，多與客戶溝通，了解其真正需要。

第49屆傑出青年推銷員獎最佳表現大獎得主 曾振杰

加強客戶信心增銷售優勢

任職中國建設銀行（亞洲）股份有限公司零售銀行業務部客戶服務主任的曾振杰，職場經驗雖淺，但以真誠的態度打動評審，最終獲得第49屆「傑出青年推銷員獎」最佳表現大獎。

對於工作短短兩年就能獲得獎項，曾振杰首先感謝公司的悉心栽培，「公司的培訓資源非常充裕，我們會參加不同的訓練，為比賽作最佳準備。」另一個致勝之處，是他以自己的故事出發，介紹公司一個可自行設計的個人化相片信用卡，其獨特而誠懇的演繹，成功吸引評審注目。他坦言，比賽不但讓他學到不同的演說和溝通技巧，提升工作表現，更為他帶來人脈關係，有助將來的事業發展。

盡心向客戶詳解產品細節

要在銷售工作取得成功，曾振杰認為最重要是能夠帶給客戶信心。他的日常工作主要是銷售個人銀行服務，如信用卡、保險等，十分講求對產品的專業知識。「我們要詳細了解產品資料，包括它們的所有優點和風險，並向客戶解釋每一項細節，才能讓對方對產品有全面的理解，更加信任我們。」另一方面，他又致力與客戶建立良好關係，增加客戶信心，「我會充分了解客戶需要，但同時也會讓對方清楚我的背景和實力，他們才會放心交託。」他深信憑着自己的熱誠和年輕的優勢，能緊貼未來市場和科技的轉變，繼續為客戶提供專業服務。



☑ 曾振杰認為在銷售工作中，與客戶的互信關係尤其重要。