



第50屆傑出推銷員獎 前奏特刊

主辦機構：



創新思維優化銷售 滿足愈趨嚴格要求

評審 香港中小型企業總商會會長 巢國明

多元表達方式增銷售競爭力

「傑出推銷員獎」成立50年來，嘉許過無數表現出色的銷售人員。香港中小型企業總商會會長巢國明為獎項擔任了多年評審，見證着參賽者的水平日益提高，亦喜見業界一直穩步發展。他認為獎項能夠鼓勵銷售人員不斷進步。

多年來支持「傑出推銷員獎」不遺餘力的巢國明，樂見每一次的參賽者均非常投入，比賽水平也愈來愈高，故值得繼續支持，「獎項對前線銷售人員來說是一個目標，能夠鼓勵他們力求上進。」

他認為香港作為國際商業城市，前線銷售人員的表達能力對推廣的成效非常重要，而他留意到近年銷售人員在創意思維方面的水平提高不少，表達方式更多元化，無形中增強了他們的競爭力。

銷售表現直接影響第一印象

巢國明形容，銷售人員有如足球隊的前鋒，是成敗關鍵的第一步，因為他們會最先接觸顧客，直接影響顧客對公司的第一印象，「公司的成功需要靠他們與顧客建立良好的關係，製造商機。」因此，他認為銷售人員必須對產品具備充足的知識，令顧客對他們更有信心；同一時間，銷售人員誠懇的態度也非常重要，「從顧客的角度思考，盡量滿足他們的需求，才算是一個成功的銷售人員。」

巢國明強調，培訓能夠提升銷售人員對產品的認知度，鞏固他們的專業水平，但最關鍵還是要配合殷切態度和開朗性格，才會令銷售工作事半功倍。



巢國明認為，銷售人員需兼具誠懇態度和專業知識，才能令銷售工作事半功倍。

主要贊助機構 權威廣告

提升專業水平 創三贏局面

深明優質服務是吸引客戶的必備元素，一貫重視培訓的權威廣告 (Convey Advertising Co Ltd)，着重提升員工的專業水平，因與「傑出推銷員獎」的核心理念一致而贊助這項業界盛事，冀推動更多前線銷售人員藉競逐獎項砥礪互進。

歷史悠久的「傑出推銷員獎」在業界備受推崇，權威廣告執行董事余澤銘認為，這與獎項力求培育人才息息相關，故具廣泛代表性。「獎項除嘉許參賽員工的優秀表現外，更透過參賽過程，為他們帶來互相交流學習的機會，藉此增強其銷售技巧，令專業水準再次提升，更可帶動企業的業績持續向好，達致員工、企業及客戶同時獲益的三贏局面。」

基本以外還須強化自己

隨著消費者對服務要求不斷提升，余澤銘深信，熟悉產品以了解客戶所需、良好的服務態度，以及善於溝通等對從事銷售僅屬基本條件。要成為出色的銷售人員，還須兼具敏銳的市場觸覺及多元化的知識和時事資訊，掌握潮流脈搏。「從業員亦應有同理心，代入客戶角色，關心其真正需要，為不同客戶提供合適建議，與他們建立長遠合作關係。」

面對市場競爭加劇，余澤銘強調，銷售人員需時刻裝備自己，與時並進；而企業在當中正擔當關鍵角色。「權威廣告致力提供完善培訓，確保員工的服務質素達致甚至超越客戶要求，故會定期編制與業界趨勢接軌的培訓課程，內容廣及產品知識、銷售技巧及心態調整等，再按個別員工的發展方向提供相關支援，讓他們與公司共同進步。」



余澤銘冀透過贊助獎項，推動更多從業員藉參賽提升專業水平。

評審 香港旅行社協會理事會成員 曾德健

為客戶度身訂造個人化服務

銷售成功的關鍵，往往繫於能否獲得客戶投以信心一票。香港旅行社協會 (Hong Kong Association of Travel Agents) 理事會成員曾德健 (Eddie) 深信，從事銷售工作，惟有事事以客戶為先，按他們所需推介合適的產品和服務，才可贏取信任，並讓彼此建立長遠合作關係，在事業發展路上無往而不利。

成功非僥倖，「傑出推銷員獎」每年均見證不同行業的銷售精英藉卓越表現站上頒獎台接受同業表揚。首次為獎項擔任評審的曾德健指出，本港銷售人員普遍予人專業印象，特別是置身前線崗位的從業員，日常與客戶接觸，皆讓人感到他們準備充足，對產品或服務也有一定專業知識，容易取信於人。

「當然，銷售服務總是沒有最好，只有更好，業界永遠也有改進空間。」曾德健分享自身經驗時指出，現今的客戶追求度身訂造的個人化服務，銷售人員應從他們的需求角度出發，而非單以銷售為目標。經深入了解客戶的真正需要後，再為他們選取切合所需的產品及服務，此舉不但能增加銷售成功的機會，更可讓客戶對銷售員及品牌留下良好印象，公司亦能從中獲益。

持續學習 銷售事半功倍

面對消費者的要求持續提高，曾德健寄語從業員，這份工作除須具備堅持不懈的決心，務求增加客戶對新產品的認識外，更重要是保持不斷學習的精神，緊貼業界發展，同時吸收最新專業知識，方能展示自己專業的一面。

「企業在這方面可給予員工強而有力的支援，在提供內部培訓以外，也應鼓勵員工參與由其他機構開辦的課程，助他們掌握多元技能，以及從多角度了解社會的整體發展，令銷售工作事半功倍。」



曾德健指本港銷售人員普遍予人專業印象，如能深入體察客戶所需，提供個人化服務則更為理想。

評審 香港通訊業聯會主席 何偉中

前線傑出表現 公司成功關鍵

「傑出推銷員獎」好比推銷業的「奧斯卡」，在業界中擁有極高認受性，對前線推銷員及企業均帶來莫大鼓勵。香港通訊業聯會主席何偉中指出，推銷行業愈趨專業，產品及服務都有很高水平：「推銷業一年比一年進步。事實上，推銷並非一件簡單的事，背後包含很多因素，推銷技巧只是其中一項。」

何偉中觀察到，以往不少參賽者為應付賽事都會全力以赴，過程中獲益良多：「參賽者會花很多心機與精神作大量賽前準備，他們會積極請教有經驗的前輩，加上公司內部的專業培訓，這些得着不論對比賽還是日後的工作生涯都有很大幫助。」

吸納新思維 配合新科技

網絡世代讓公眾更容易獲取資訊，但網上資料真假難分，何偉中認為今時今日的推銷員應對自身行業充分熟悉，同時以專業知識解答顧客的疑難。「一個傑出的推銷員不單要有優秀的對答技巧及用心聆聽，更要以專業知識和態度為服務顧客的依歸。另一方面，各種新產品與服務層出不窮，推銷員要吸納創新思維，配合各種新穎的科技，為顧客提供最好的服務。」

何偉中強調，推銷員是顧客「第一手接觸」的人，代表了整個品牌或公司的形象。他解釋：「一個推銷員不只代表自己，更代表整間公司。推銷員的言行舉止都在塑造公司形象，可以說一間企業成功與否，前線推銷員是關鍵。」他鼓勵前線推銷員參與獎項，藉此增值自己；另一方面亦應積極參與公司內部及坊間的培訓，多與別人交流，以拓展視野，提升自我。



何偉中指前線推銷員是顧客「第一手接觸」的人，代表了品牌或公司的形象。

評審 創意創業會會長 關志康

藉獎項打氣推動精益求精

銷售人員每天面對不同的客戶，期間可能會遇到刁鑽的提問，又或被無情拒絕，箇中的孤獨與失落實不足為外人道。因此，創意創業會會長關志康認為，社會和業界如能透過一些如「傑出推銷員獎」般的獎項活動，對表現優秀的銷售人員加以鼓勵和嘉許，想必能為他們注入更多正能量。

關志康直言，早於廿多年前已認識該獎項。「90年代初，我在一間文儀用品公司任職暑期工，剛好該公司有多名銷售人員獲頒『傑出推銷員獎』。當時他們興奮、雀躍的表現，不只令初出茅廬的我留下深刻印象，亦令我體會到該獎項對銷售人員確實有很大的鼓舞作用。」

他續指，服務業佔香港的本地生產總值逾9成，故銷售人員的角色具有相當大的社會功能。「他們不只是推動本港經濟的重要力量，同時亦為消費者帶來各式各樣的資訊。」故期望透過獎項能為銷售人員「打氣」。

化身為「水」適應不同變化

銷售人員乃連繫企業與消費者之間的重要橋樑，因此，關志康認為，銷售人員除需具備良好的語文和社交能力，以及積極主動的性格外，更重要的是懂得與人溝通，說話時具感染力。「他們若能掌握上述各方面的技能，無論是擔任前線銷售工作或日後晉升至管理層崗位，均可無往而不利。」

關志康總結時寄語業界，期望他們能扮演「水」的角色，滋養萬物。「古語有云：『上善若水，水利萬物而不爭。』我期望本港的銷售人員亦能像水一樣，能夠因應市場的變化和不同客戶的需要而改變形態。」他補充指，如果業界自覺已具備有關能力，應考慮參與「傑出推銷員獎」，與同業分享箇中的經驗與心得。



關志康表示，「傑出推銷員獎」對表現優秀的銷售人員加以鼓勵和嘉許，能為他們注入正能量。

主要贊助機構：

贊助機構：

