



# 第51屆傑出推銷員獎 前奏特刊

## 緊貼科技潮流發展 創新銷售手法突破框框

首席贊助機構 保誠保險有限公司

### 了解並滿足顧客個人化要求

「傑出推銷員獎」已踏入第51屆，過去一直對出色的推銷員作出的貢獻給予充分肯定，令保險以至香港各銷售行業的質素日益提高，更為各行各業樹立了市場銷售的專業指標。為此，保誠保險有限公司首席業務總監林忠成博士代表保誠向「傑出推銷員獎」及香港管理專業協會作出的努力深表謝意。

獎項獲得全世界銷售精英的認同，成為推銷員至高榮譽的標準，而保誠前線銷售人員均踴躍參與比賽。今年的主題為「成己達人」，意指藉由幫助他人以成就自己。林博士認為這句說話正好體現了保險業的精神，「我們一直致力研發創新產品並不斷提升服務質素，助客戶實現理想的同時，亦成就自己的夢想。」

若要成為傑出推銷員，林博士認為須具備多方面的條件，「就保險行業而言，前線銷售人員必須對其銷售的產品有透徹了解，亦要熟知各項法規並嚴格遵守。」

林博士深信，前線銷售人員是客戶面對保誠的第一個接觸點，亦直接影響客戶對保誠的第一印象。故此，傑出的前線銷售人員能協助客戶體現保誠「以客為先」的卓越服務，同時為優質客戶體驗奠定了穩固的基礎。

#### 走出舒適區突破自我

綜觀本港前線銷售人員的專業水平及服務質素均日益提升，林博士指他們無論於產品知識、銷售技巧以至服務

態度均令人滿意，且帶動銷售行業成為一門專業而備受認可的行業。然而，隨着顧客對個人化服務及產品需求逐漸增加，銷售人員必須用心聆聽、了解及掌握顧客的獨特需求，從而作出全面客觀的分析，才能為顧客提供最合適的產品及服務。

林博士勉勵銷售人員踏出自己的舒適區（Comfort zone），並突破自己，「市場不斷發展及進步，無論任何行業的推銷員也必須與時並進。勇敢面對挑戰及了解行業和競爭對手的趨勢，才能知己知彼，令事業更上一層樓。」



林忠成博士勉勵銷售人員踏出自己的舒適區，並突破自己。

評審 香港菁英會主席 莊家彬

### 學懂「被拒絕」邁成功第一步

銷售的標準作業程序（Standard Operating Procedures, SOP）到底是甚麼，一直很想找出一個捷徑，讓接觸過的顧客都願意下定單。事實上，這個「SOP」，就是要自我培養面對「被拒絕」的勇氣，接受別人的意見，這就是邁向成功推銷員的第一步。

香港菁英會主席莊家彬曾任職某公司的管理層，其後經營房地產的開發、金融投資、工業等項目。莊家彬說：「沒有推銷員不曾經歷挫折，面對被拒絕，更要懂得自我調整。顧客永遠是對的，就算他們拒絕了你，也只是暫時的不需要，繼續保持良好的待客態度，當他們有需要的時候，就會來找你了。」

莊家彬指出，成功的推銷員會把失敗看作是成功的養分，不會計較眼前的得失，反而感謝曾經拒絕過自己的人，讓他們有機會去改善自身的不足，積極地去了解不同顧客的需求。因此，傑出的推銷員需要有樂觀正面的心態，把每一次挫折都化為成功的契機，成功自然離你不遠。

#### 緊貼潮流拉近顧客距離

時常抱持一顆愛學習的心，也是加分的關鍵。莊家彬認為，現在的科技發展一日千里，資訊網絡變化萬千，緊貼潮流脈搏，才能與顧客拉近距離。

「凡走過的，必留下痕迹」，失敗只是個過程，把握每一次的失敗，它們將會變為成功的碎片。為此莊家彬寄語所有推銷員：「時間能證明一切，但你要先相信自己，讓自己成為顧客的口碑，靠着口耳相傳，顧客自然將你推介給其他人。」

莊家彬最後提到一點：堅持做好誠信的守門人，關於產品或服務的細則一定要對顧客如實相告，才可避免不必要的誤會與紛爭，他坦言，身為香港一分子，有責任為香港維持一個良好營商環境，帶動更多的零售商機。



莊家彬認為，成功的推銷員會把失敗看作是成功的養分，不會計較眼前的得失，反而感謝曾經拒絕過自己的人。

評審 香港青年聯會主席 蔡德昇

### 資訊科技助銷售事半功倍

資訊科技的進步為市民帶來便利，也為推銷員帶來挑戰。首次擔任評委的香港青年聯會主席蔡德昇認為：「資訊科技有助了解顧客的背景，令他們感受到推銷員的誠意，並對相關行業、公司有一定的認識，銷售的產品能夠為他們帶來很大的幫助。」

蔡德昇認為，很多時候顧客不清楚自己的需要，所以作為推銷員最重要的是了解顧客究竟需要甚麼產品。「推銷員應該花時間和顧客溝通，聆聽他們的需要。除此以外，傑出的推銷員更應具備很強的分析和觀察能力，才能為顧客推介切合需要的產品。」

現時顧客很容易就能從網絡中獲得各種資訊，並且能找到其他消費者對產品的使用評價。蔡德昇補充指，推銷員除了要很熟悉自己的產品優點外，更要認識市面上其他同類型產品及替代品。「現今社會，顧客對推銷員的要求愈來愈高，除希望獲得產品資訊外，更期望能夠有完善的售後及其他相關服務，所以推銷員需要十八般武藝兼備，為顧客提供增值或貼心的服務，才能在競爭中脫穎而出。」

#### 活用網絡平台建立目標客群

資訊科技為傳統銷售行業帶來的挑戰，但蔡德昇認為同時亦為企業帶來新的商機：「企業應要與時並進，利用資訊科技，建立完善的客戶關係系統，記錄顧客的背景資

料，為建立長遠的顧客關係做好準備。」蔡德昇舉例指，仔細的顧客紀錄能夠讓推銷員在合適的時間為顧客提供更貼心的優惠或服務，如提供母校晚宴門票等，與他們保持良好的關係。

與此同時，蔡德昇強調推銷員應善用網絡平台建立目標客戶群，因為有時消費者會在社交媒體填寫自己的興趣和愛好，所以推銷員能夠更具針對性地了解顧客的喜好，從而提供合適的產品。「如果不是目標顧客群，推銷員即使做更多的準備也是徒然。所以對顧客進行研究是很重要的。」



蔡德昇期待能夠從參賽者身上看到他們獨特的一面，以及如何利用資訊科技去幫助銷售。

評審 香港貨運物流業協會主席 胡百滄

### 破格銷售手法突圍而出

談及傑出推銷員應具備的條件，你會想起甚麼？香港貨運物流業協會主席胡百滄認為，除了健談、主動，更重要的是「不硬銷」。他認為優秀的推銷員能以「軟銷」策略打動顧客，向顧客展示到產品的優勝之處。

「其實銷售市場已趨飽和，市場上有很多同類型的產品，加上現時資訊十分透明，消費者對各類產品都不會陌生。」胡百滄直言銷售行業挑戰很大，除非是售賣嶄新的產品及服務，否則的確難以突圍而出。因此他鼓勵推銷員不妨想一些合法合理而又破格的銷售手法。

「例如先為產品作超低定價。」胡百滄指價錢多是吸引顧客的第一要素，可先以低價吸引顧客眼球，再深入了解顧客的需要，繼而向他們推介其他服務。雖然行業挑戰大，但他強調推銷員應該「Think out of the box」（跳出框架去思考），以不同破格的市場營銷策略捕捉商機。

#### 提升自信可加強評審印象

各行業的競爭日趨激烈，顧客對銷售服務的要求亦相應提高，胡百滄鼓勵推銷員積極提升自身水平。去年首次擔任「傑出推銷員獎」評審，胡百滄對參賽者的質素大表讚賞，直言遇到很多表現出色的參賽者。今年再任評審，他期望參賽者保持學習的心態，不要太着重比賽成敗，要當作累積經驗。

談及參賽者在比賽中如何突出自己？胡百滄給予的「貼士」是：提升自己的自信，給評審留下良好的第一印象。「去年我觀察到，內地的參賽者普遍較有自信，他們穿着端莊、挺起胸膛，予人印象十分精神、自信，又敢於表達自己。香港的參賽者可向他們學習這方面的優點。」此外，胡百滄又提醒參賽者要對自己的產品抱有信心，「如果連自己都不認同自己銷售的產品，又怎能說服消費者購買呢？」



胡百滄勉勵參賽者要對自己的產品抱有信心，才能說服消費者購買。

評審 香港貿易服務業協會主席 陳婉珊

### 提升專業助建立顧客信心

隨着香港經濟變遷，服務業迅速發展，擔任「傑出的推銷員」評審的香港貿易服務業協會主席陳婉珊認為：「傑出推銷員必須具備四大條件，包括自信、同理心、形象和專業。」她解釋，推銷員要有自信才能吸引顧客細聽產品推介；而同理心是指透過聆聽顧客的需要而取得其信任，以建立長遠的關係，達至雙贏；形象則是指推銷員的表現代表着公司或品牌，是整體素質的體現，表現專業才會令顧客有信心；最後，推銷員必須做足準備，對推銷的產品或服務有深入的認識。

現今消費者對推銷員的質素要求不斷提升，陳婉珊說：「以往的推銷方法較單一，反應時間亦較長，但隨着科技發展，消費者希望得到即時的回應，故此我們的推銷方式要變得即時及多元化。例如優化網上平台、善用不同通訊科技等，為顧客提供即時及有效的服務，甚至應針對客戶制定個人化服務，從云云產品中脫穎而出。」

網上資訊繁雜，當中不乏「搶手」推銷自己商品或貶低競爭對手商品的留言，對業界人士造成一定的困難。因此，推銷員必須更多下苦功，要令角色定位由推銷員變成顧問，將推銷服務行業推向專業化；推銷員亦要深入認識自己的產品，並了解市場趨勢，當顧客作出諮詢時，便能立刻作出專業的回應。

#### 推銷員應尊重自己職業

「推銷員要不斷學習，勤於思考，亦要多接觸新事物。因為具備廣博的知識，才有機會與不同層面的顧客建立友好關係。而推銷員亦應把握不同的機會去觀察和學習，即使在外遊期間，亦可參考不同國家的推銷手法，為自己做好準備。」陳婉珊續說，公司或企業亦應多鼓勵員工，並提供合適的培訓，建立員工自信的一面。她寄語推銷員應尊重自己的職業，為顧客作出合適和稱心的決定，才會為自己的專業服務感到驕傲。



陳婉珊期望推銷員有堅持不懈的韌性之餘，亦要不斷調節自己，以積極的態度面對工作。

主辦機構：

首席贊助機構：

尊貴贊助機構：

主要贊助機構：

