



第50屆傑出推銷員獎特刊



賀辭



營銷有策 利商惠民

香港管理專業協會市場推銷研究社

食物及衛生局局長陳肇始



科技發展為消費者行為帶來劇變，客戶可隨時隨地於網上選購最合適的產品或服務...

本年度為「傑出推銷員獎」成立50周年，獎項一直致力提升銷售界的專業水平和表彰不同行業優秀的推銷員...

香港管理專業協會 主席 詹康信



「傑出推銷員獎」今年慶祝成立50周年。作為香港管理專業協會第一個舉辦的獎項...

在過去的50年為推動銷售專業的發展貢獻甚巨。藉此盛會，本人由衷感謝評審團、市場推銷研究社執委會及獎項籌委會成員...

香港管理專業協會 總裁 李仕權博士



「傑出推銷員獎」成立50周年，致力表揚銷售精英及其傑出成就，今年的參賽人數及公司數量更是歷屆之冠...

本人謹代表市場推銷研究社衷心感謝香港特別行政區政府食物及衛生局局長陳肇始教授擔任頒獎典禮晚宴的主禮嘉賓...

市場推銷研究社 主席 梁俊傑



本人謹代表國際市場推銷研究社及全球各地的會員衷心祝賀香港市場推銷研究社成功舉辦第50屆「傑出推銷員獎」頒獎典禮...

每位獲獎者都展現了優勝者的素質。若要在當今競爭激烈的市場中突圍而出，銷售員必須具備全球化的視野...

國際市場推銷研究社主席兼行政總裁 Willis Turner



本人深感榮幸擔任第50屆「傑出推銷員獎」籌委會主席。這個國際性獎項的宗旨是讓業界及公眾鼓勵及嘉許傑出的銷售人才...

本屆「傑出推銷員獎」的參賽公司共79間，創歷屆新高。有184位傑出推銷員及61位傑出青年推銷員獲得提名...

第50屆傑出推銷員獎籌委會 主席 何思遠

藉獎項砥礪互進 承傳年輕後進

創新科技對傳統零售行業的顛覆，加上日益激烈的市場競爭，專業的服務表現對推銷員而言尤為重要...

本報記者 姚蔚真

在現今時代，推銷員不單要有良好的語言能力，亦需對不同範疇的事物有全面了解...

多元化宣傳賀50周年

「今屆獎項相比以往加入了不少創新元素，除了有更多嶄新的宣傳渠道，如電車及巴士的廣告外...

歷屆得獎者的短片分享固然能達至「承先」，而透過獎項評選，現職的推銷員能力得到認可...

持續強化專業銷售形象

現今推銷員須「樣樣皆精」，那推銷員又應如面對挑戰？梁俊傑認為傑出的推銷員須具備自強不息的態度...



梁俊傑認為科技不能取代推銷員的角色，因為推銷員能為客戶提供對產品所需的專業意見...

金禧盛典 人才匯聚

由香港管理專業協會及香港市場推銷研究社合辦的「傑出推銷員獎」今年踏入第50屆...

本報記者 姚蔚真

應屆傑出推銷員獎籌委會主席何思遠表示，今屆適逢第50周年，大會以「海納百川匯聚金禧」為主題...

對客宜多添同理心

今年「傑出推銷員獎」宣傳加入了創新元素，集合了以往的得獎者拍攝短片分享...

雖然「傑出」的風格可以很多元化，但何思遠認為，明白客戶需要是每個傑出推銷員均須具備的特質...

須涉獵更廣泛層面

科技近年顛覆商業的營運模式，網購這類新穎的銷售模式對推銷員又有何影響？

何思遠寄語得獎者，獲獎並不是終點，而是一個開始：「獲獎的推銷員可把經驗和知識帶回公司...



何思遠認為作為銷售員，希望客戶跟隨你的唯一方法，就是滿足或談及客戶的需要。

Table with 2 columns: Name and Organization for the 50th Outstanding Sales Award Nominees.

Table with 2 columns: Name and Organization for the Award Review Committee Members.

Table with 2 columns: Name and Organization for the Outstanding Young Sales Award Nominees.

Table with 2 columns: Name and Organization for the 50th Outstanding Sales Award Winners.

主辦機構：



# 第50屆 傑出推銷員獎 特刊

金澤贊助機構：



主要贊助機構：



贊助機構：



## 美聯集團專業培訓迎科技潮 成就精英事業夢

美聯集團一直堅持「求才、聚才、育才」的培訓方針，領行業之先成立「美聯大學堂」，銳意優化前綫銷售人員的銷售技巧，不斷提升服務質素及全面性，以專業成就專業，助員工達成事業騰飛的夢想。經多年的用心耕耘，美聯集團為業界培育出無數人才，於今屆「傑出推銷員獎」，更有多達30名員工脫穎而出，成功贏得獎項，反映培訓水平備受各界肯定。

本報記者 劉詠芯

美聯集團副主席黃靜怡指出，集團秉持「以人為本」精神，一直高度重視人才培訓，不斷為行業輸入新血，並提供全方位的悉心栽培。近年，嶄新科技正衝擊銷售行業，美聯因應客戶需要，推出連串嶄新的課程，助員工掌握科技潮流，以優化客戶的置業體驗。黃靜怡表示：「是次得獎高度肯定集團推行的專業培訓策略，也鼓勵員工為事業及夢想勇往直前。」

地產代理行業競爭激烈，美聯商業客戶董事李美霞卻視競爭為進步的最大動力。「我們有不少上市公司客戶，對服務質素有更高的要求，因此我們必須完善處理人際關係，同時不斷吸收新知識，以應付客戶的需要。」前綫銷售人員亦需要即時應變的能力，性格外向的往往更具優勢，獲得「傑出青年推銷員」榮譽的美聯物業客戶主任俞偉恒指出，物業代理工作是對膽量的絕佳訓練：「晉身物業代理3年，我進步良多，由內向及表達能力差，變得口齒伶俐，亦更容易和人親近。」

### 視客為友 聆聽所需

銷售過程中不時會遇上深刻的經歷，美聯物業首席高級客戶經理袁佳靚難忘幫助一對夫婦尋找上車盤的經過。「碰巧那時有

電視節目介紹金獅花園，幾乎每個買家都立即因為怕平賣而封盤。客戶心急置業，與我一起漏夜打電話給多個業主求售，一直到凌晨，才找到有賣家願意放盤，我們立刻『飛的』到業主處簽訂臨時買賣合約，絕對是分秒必爭。」

事實上，由於物業銷售涉及的金額龐大，銷售時間也較長，建立良好客戶關係於銷售過程中更形重要。香港置業客戶主任譚浩智指出，住屋是每個人的必需品及重要資產，因此地產代理須清楚了解客戶需要，為他們介紹最適合的物業。他表示：「工作的滿足感來自達成客戶的置業夢，為他們找到滿意的物業，提升生活質素，減少置業上的煩惱。」港置工商客戶經理歐宇倫亦認為，銷售技巧與親和力同樣重要，要視客戶為朋友，用心感受他們的需要，盡心為客戶尋求安居之所。

### 悉心栽培 全力備戰

能夠代表美聯集團參賽及獲獎，眾位得獎者也十分感謝集團



美聯集團副主席黃靜怡（前右9）、董事總經理黃子華（前右10）及美聯物業住宅部行政總裁布少明（前右8）表揚一眾精英於第50屆「傑出推銷員獎」中勇奪佳績。

提供的專業完善培訓，亦感激同事的熱心協助，才能攜手完成賽事。香港置業一手盤客戶經理陸潔欣表示，集團設立的「傑出營銷人才學院（MDSA）」，滙聚歷屆DSA得獎者，無私分享過往參賽經驗，助她更了解爭取獎項的竅門，加強信心。「MDSA更舉辦外展活動，透過眾多的挑戰，培養團結精神，助我們以最佳狀態參賽。」

經絡按揭轉介主任毛依豐亦感謝「美聯大學堂」，特別因應每個參賽者個人特質風格而設計參賽講稿，處處細心妥善照顧。「集團為同事考慮周全，不但管理層全力支持我們參賽，主管為了方便我們備戰，亦重新分配工作安排，好讓我們能無後顧之憂地參與培訓。」

## 工銀亞洲觀察入微 用心感受客戶需要

面對瞬息萬變的市場環境，以及琳瑯滿目的投資理財產品，客戶要從中揀選適合自己的財務方案並不容易。對此，每日身在前綫接觸客戶的銀行銷售員便擔當着重要角色，因應客戶的獨特需要，提供最佳的建議。而在今屆獎項中，工銀亞洲便有5名銷售員獲頒「傑出推銷員獎」，反映其團隊的專業態度深得客戶及業界認可。

本報記者 田淑珍

現職個人金融客戶經理的魏昕認為，銷售員就如一家銀行的「廣告牌」，因每當客戶踏入分行時，首先接觸到的人就是銷售員，所以她堅信一名傑出銷售員必須懂得聆聽、觀察入微和有耐性：「銷售員與客戶溝通時應多聆聽，讓客戶充分表達自己的想法；過程中也要細心了解他們的需求，以至潛在需要，從而提供最全面的方案和最好的服務體驗予客戶。」

同為個人金融客戶經理的馮秀芳也深有同感，指只有耐心、細心才能使客戶真正感到放心滿意。她憶述，曾有一位客戶向她表示想找到符合其個人需求的金融產品，然而他比較過多間銀行後，仍未能作出決定，「那時我耐心向他分析我行不同產品的特點，以助他揀選出合適的方案。最後，他接受我提出的建議方向，決定購買一份既能增值財富，又能轉移財富的儲蓄人壽保險。」基於對產品的深入認識和對客戶的充分了解，馮秀芳因而贏得了客戶的信任。

### 協助客戶及早作好規劃

不斷裝備自己，期望把最好一面帶給客戶的還有高級個人金融客戶經理沈俊星。他認為銀行業銷售員同時也扮演着「理財輔導員」的角色，「除需要以專業的產品及市場知識去為客戶作出

推薦外，我們更應盡力協助客戶清楚了解其理財狀況及真正需要，以讓他們及早為自己，以至家庭作好規劃。」「由心出發」的服務態度，更使他與不少客戶成為可以深交的朋友。

對於是次參與競逐獎項，各得獎銷售員皆表示獲益良多，不但有機會與許多業界精英相互切磋，更得到公司全力支持培訓，令銷售技巧及口才都有所提升。其中，現職高級銀行業務經理的涂凱欣更表示，今屆主題「海納百川 匯聚金禧」令她有所啟發，「『海納百川』出自《莊子·秋水篇》，用以比喻服務他人的心。我們要虛懷若谷，謙虛向友儕學習、努力改進，才會成功！這正正是我們日常工作的寫照。我們也要像海綿一樣，從多方面接收市場最新資訊，再經消化後與客戶分享。」

高級銀行業務經理葛家豪對主題亦有其詮釋，「我們會遇見具備不同需求、處於不同階段的客戶，因此我們應抱持不斷創新的態度，去為他們提供個性化的服務；另外，各行業的銷售精英『傑出推銷員』及『傑出青年推銷員』也因這次獎項聚集起來，各自使出渾身解數、相互切磋，提升專業水平。」他又表示很榮



（左起）葛家豪、馮秀芳、魏昕、涂凱欣及沈俊星代表工銀亞洲參加「傑出推銷員獎」，並一同獲獎。

幸能代表工銀亞洲參賽及獲獎，特別感謝公司一直提供內培訓及各項工作上的支援，帶領及勉勵他們努力向前。故此，他希望將之回饋公司，努力做好銷售及客戶服務工作，協助公司變得「更大更強」。

## 香港寬頻靈活安排 提供最合適選擇

「成就香港更美好家園」是香港寬頻的使命，無論是負責家居固網、寬頻，還是企業方案的銷售人員，都不難看到他們用心服務，以客為先的一面。香港寬頻的陳家家、郭詠俊、梁嘉輝和鄭志豪，笑容親切、態度誠懇、談吐得宜，不難理解他們為何在銷售工作上取得成功。

本報記者 劉麗麗

「我跟很多客戶都變成了朋友，有時坊間出現了一些新的電訊產品，他們也會問問我的意見。這種信任和認同，是我最大的成功感，也是他們對我的肯定。」企業方案高級客戶關係經理陳家家認為，銷售工作並非單純的一盤生意、一張單，更重要的是和客戶成為朋友，這樣子才能更了解客戶的需要，提供貼心的服務，與客戶建立長遠的合作關係。

入職僅半年的企業方案客戶關係實習生郭詠俊補充：「公司提供給客戶的方案不是固定的，我可以靈活地為客戶度身訂造他們所需的方案。除此以外，每當收到客戶的電話和查詢我也會及時處理和回覆。」香港寬頻在接待企業客戶時，即使是中小企也會有專人負責，讓客戶可以享有更貼心服務。

### 度身設計 給予客戶最佳方案

任職住宅服務助理電話客戶督導的梁嘉輝分享其中一個印象深刻的經歷：「曾經有位客戶，我幫她續了4次約，一共8年的時間。每次她也是指明要找我，我幫她續約。記得最初和她談簽約時，當時的推廣是100MB家居寬頻，價格248元，然後有遊戲機做贈品。因為客戶的兒子很想要遊戲機和100MB寬頻，所以她想選這個計劃。但是她在財政上有些困難，所以我為她推介了另一個157

元的寬頻計劃。雖然沒有遊戲機贈品，但我替她分析，這個計劃既減輕了她的經濟負擔，又讓她可以將省下來的錢為兒子買遊戲機，最貼合她的需求。我希望既可以站在客戶的立場去幫助她，又長遠地為公司留住這個客戶。最後她選擇了157元的計劃。」

在梁嘉輝看來，客人對他的信任是他最大的滿足感。無獨有偶，負責處理住宅服務新客戶推廣的電話客戶主任鄭志豪同樣認為銷售員最需要具備的特質是，站在客戶的角度，身同感受，想客戶所想，甚至預計客戶沒有想到的情況，介紹最適合的計劃給客戶。

鄭志豪又指：「下班以後，我自己也是消費者，所以站在客人的角度去想，我介紹的計劃是否真的適合他、會不會有更適合的計劃並不難。這樣子客戶亦會感受到我的關心，令客戶認同選擇公司的產品是明智的選擇。」

### 參賽助認清標準 提升技巧

幾位得獎者都是主動報名競逐這次獎項的，在公司的遴選中脫穎而出，代表香港寬頻參賽。郭詠俊分享最初面試香港寬頻實



（左起）鄭志豪、梁嘉輝、陳家家、郭詠俊，不約而同地認為電訊業競爭激烈，富有挑戰。

習生時，面試題目正正是這次比賽的「有效銷售」環節。他謙稱自己當時甚麼也不懂，但半年工作的時間令他對自己有點信心，是次參賽原意也是希望鍛煉自己的膽量，在工作上能夠更專業。「這次得獎是對自己的肯定，讓我知道一個好的銷售人員標準在哪裏，日後可以朝著這個方向繼續努力。」

陳家家表示公司為他們提供了很多訓練，邀請了不少嘉賓分享銷售心得，令到她的銷售技巧有所提升。「以前我一直沒有注意到自己介紹產品服務時的小動作，原來會影響客戶的觀感。在公司的訓練中，導師對我這些小動作加以提點，令我以後與客人會面交談時更有自信。」

主辦機構：



# 第50屆 傑出推銷員獎 特刊

金禧贊助機構：



主要贊助機構：



贊助機構：



## 周大福為顧客挑選最好 製造難忘快樂時刻

提到珠寶銷售，不少人第一時間就會想起周大福珠寶集團有限公司（下稱周大福）這個歷史悠久的品牌，因其以產品設計、質素與價值而聞名，品牌信譽亦素有保證。今年，周大福共有4名代表，包括張嘉兆、謝寶盈、張倩敏及黃家欣獲頒「傑出推銷員獎」（DSA），以及1名年輕代表歐思敏獲頒「傑出青年推銷員獎」（OYSA），其傑出表現備受業界肯定。

本報記者 劉詠芯

**要**在一個行業發光發亮，興趣是一個十分重要的因素，5名得獎者均對珠寶情有獨鍾，因此投身這個行業。於周大福工作逾7年的張倩敏（Jessica）自小經常跟著母親出入珠寶店，每次看見她戴上首飾後展露的笑容都感到難忘，「我認為每件產品都是顧客快樂的印記，因此很想將對珠寶的熱誠感染其他人，為顧客找到合適的產品，留下美好回憶。」而謝寶盈（Kat）亦是受到媽媽影響，對鑽石有一份情意結。她認為這份工作能接觸不同的人，自己亦很享受與人傾談、分享珠寶資訊的過程，覺得是一件有趣的事。

### 深入了解需要 以專業提升信任度

珠寶銷售作為一個相對高端的零售行業，所需的專業知識及銷售技巧更多更廣。張嘉兆（Billy）加入周大福已有5年，他認同這份工作富有挑戰性，能考驗推銷員的實力，「由於珠寶的價格普遍較高，顧客購買相關產品時會貨比三家，再消費的意慾亦較低，因此與顧客的對談便顯得尤其重要。我們要向他們提供專業及最新資訊，以獲得其信任及賞識，建立自己的熟客群。」



張嘉兆



謝寶盈

Kat也覺得這個行業很注重銷售員的靈活應變能力，顧客很多時候會問有關珠寶的資訊，所以銷售員要熟悉行情，平時也多留意相關新聞。「最大的挑戰是要避免給予客人一個『Hard Sell』的印象，我會將心比己，用一顆真誠的心與顧客溝通。即使最後他決定不購買產品，也會得到專業意見，可能之後有機會再光臨呢。」

### 視珠寶為心意 把愛傳出去

談到工作上的難忘經歷，Billy猶記得曾為一名男顧客挑選結婚30周年禮物予太太，當時他推介了一款顏色D級、淨度為IF級（內部無瑕級）的白色鑽石戒指，象徵潔白無瑕的愛情。「顧客很滿意我的介紹，丈夫更即場單膝下跪，重演求婚的一幕，場面十分甜蜜感人。」

每件珠寶都承載着一份心意，曾經有位婆婆到Jessica的分行為10個孫子挑選福字吊墜，並要求逐一刻字，工序需時約一個月。當Jessica打給婆婆通知她可以取貨時，才發現她已離開人世了。「雖然婆婆不在人世，但能夠在她人生的最後階段幫助她完成心願，將她的心意傳達給家人，也是一件很溫暖的事。」

歐思敏（Jenny）亦曾經為一位聾啞人士揀選一條白金頸鍊。由於無法用言語溝通，所以要很有耐性地以文字及圖畫交流，提供專業意見，最終成功為他選購合適的產品，Jenny自己也很滿足。

### 匯聚各方精英 鞏固零售業地位

為配合今屆獎項的主題「海納百川 匯聚金禧」，周大福的代表均使出渾身解數，於賽前做足準備。公司預備了舒適的排練室及固定培訓，並安排富有經驗的導師，為參加者度身訂造講稿，又提出了很多假設性問題，提升他們應付評判提問時的信心。黃家欣（Carol）認為今年的主題十分貼切，因為大海有無限的包容量及強大的治療人心的能力，如零售業一般，百川匯聚各方的銷售精英，鞏固零售業在香港的地位。「該獎項起了承前啟後的作用，讓眾參加者在舞台上發光發亮，為零售業再創輝煌。」



黃家欣



（左起）歐思敏、張嘉兆、謝寶盈、張倩敏及黃家欣均對珠寶銷售充滿熱誠，成功於「傑出推銷員獎」脫穎而出。（陳智良攝）



歐思敏

她感激公司的大力支持，賽前培訓班不但提升銷售技巧及增加自信心，亦有歷屆師兄姐分享經驗，一起分析練習影片，互相鞭策，團隊士氣大增。Jenny亦感謝分行的主管為了配合她的培訓時間而作出人手調動，同事們亦十分支持她，為她打了一支強心針。

### 提供窩心體驗 推動行業發展

經過這半年的訓練，Carol很慶幸能結識一班銷售精英，互相學習，而成功的背後亦有賴一班同事的協助。她會繼續保持專業性，以親切及耐心的態度，視顧客如親人，提供窩心的客戶體驗。Jenny表示在過程中認清了自己的優點和缺點，「我學懂以積極樂觀的心態對待顧客，深信只要用心做好本份，並抱著勇於求知的精神，堅持下去，則凡事皆有可能。」

而Jessica的身份除了是銷售員外，亦是一位媽媽。她指今次獲得獎項嘉許起了身教的作用，「無論做甚麼工作，我們都要堅守『三心』——初心、熱心及同理心，並定期增值自己，以豐富經驗推動行業發展。我希望傳授自身經驗予下一屆參加者，鼓勵他們報名參加DSA比賽，一直承傳下去。」



張倩敏

## DHL Express香港從客戶角度出發

物流行業作為香港4大主要經濟支柱之一，對香港經濟貢獻舉足輕重，除了前線人員外，支援客戶業務發展的物流客戶經理，在整個物流的過程中亦佔重要地位。今年，DHL Express香港（DHL）的客戶經理鄒建峰（Ivan）和童永發（Tony）憑着傑出表現和出色的臨場應變技巧，獲得第50屆「傑出推銷員獎」，表現備受大會評判認同。

本報記者 王建聰



☑ Ivan（左1）及Tony（右1）憑着傑出表現和出色的臨場應變技巧，獲得第50屆「傑出推銷員獎」，同時亦感謝Ecila（中）和公司一直以來對他們的支持。

**得**獎者Ivan和Tony在DHL任職客戶經理分別達5年和7年。對於今年勇奪傑出推銷員，Ivan表示對獲獎感到十分高興，在未來亦會不斷推動自己進步。Ivan和Tony回想起在參賽的兩個月中，經歷了多個挑戰和付出了長時間作準備。而令他們印象最深刻的是第三項環節，他們需就即場抽出的物件和對象即時進行推銷，以考驗臨場應變和銷售技巧。Ivan表示：「我當時抽到的是救生員和高蛋白質奶粉，我從救生員體能需要出發，說服評判，最終能在他們心中留下深刻印象。」而Tony抽到的是濾水器和的士司機。「我馬上聯想到以健康為主題，因為的士司機工作忙碌，有時候可能會忘記喝水，而濾水器正正可以為的士司機提供潔淨的食水，讓他們安心飲用。」

### 投放資源 增強員工競爭力

他們在即場發揮環節之所以能冷靜應對，全因公司的支援。他們均表示在準備過程中，公司提供了一系列訓練，例如安排不同的匯報和演說機會，讓他們能更有自信地表達想法。DHL

Express香港商業副總裁陳麗榕（Ecila）表示，對公司員工的表現感到十分滿意，認為他們付出了很大努力。Ecila補充，公司一向提倡以人為本的精神，重視員工個人發展，在員工的培訓上亦投入大量資源，令他們在業界中具備競爭力，這亦是公司員工能夠脫穎而出的原因之一。

### 引進新服務 為明天而裝備

另外，針對現時電子商貿的發展，DHL引入On Demand Delivery自訂派件服務，讓派遞服務更具靈活性及滿足顧客需要，例如顧客透過流動裝置收到貨品的進度通知和自訂收件時間及地點等。正因為這股求變的公司文化，讓DHL員工能透過不斷學習和培訓，為顧客提供最合適和最滿意的服務方案。

今年獎項主題是「海納百川 匯聚金禧」。Tony表示，透過不斷學習新事物，並樂於面對不同挑戰的心態，正正便回應了今屆主題。「今天做其他人不願做的事，明天做其他人沒能力做的事。」而Ivan則認為，時刻保持正面的態度，便可做到一個令顧客滿意的客戶經理。

## 百本追求進步提升服務

服務業作為香港四大支柱行業之一，是香港經濟增長的重要原動力，而推銷員的角色對香港的發展尤為重要。百本專業護理服務有限公司對旨在嘉許成功推銷員的「傑出推銷員獎」十分支持，並成為今年的贊助商，肯定一眾推銷員的貢獻與付出。

本報記者 周宇銀

**百**本專業護理服務有限公司主席關志康認為前線推銷員面對很多挑戰，獎項固然是對得獎者的嘉許，除此之外，亦能激勵推銷員的士氣。「事實上，香港比較缺乏推銷相關的培訓，推銷員要爭取不同的機會提升自己。透過競逐這個獎項，他們能追求更多進步！」

### 獎項認受性高

「『傑出推銷員獎』的評審過程嚴格、客觀，評判的質素都很高；參加者涵蓋各行各業，而且除了香港本地，甚至有不少來自澳門和內地的參加者。」關志康強調，「傑出推銷員獎」不是虛銜，的確是一個備受認可的榮譽。他另外提及，推銷員在社會上未必有很高地位，但「傑出推銷員獎」可提升推銷員的專業形象。此外，「傑出推銷員獎」更可確立一些成功的典範，讓傑出的推銷員成為其他同業的學習楷模。

### 鼓勵推銷員提升自己

本港推銷員的優點在於靈活彈性，應變能力高；具備良好語言能力，能與世界各地的客戶溝通。但面對激烈的市場競爭，關志康認為推銷員仍應繼續提升自己。「以前的產品生命週期比較長，現時市場上的產品推陳出新，淘汰速度快，加上跨地區的競爭，推銷員應更深入地了解不同產品，給予客戶專業的意見。」

此外，隨著互聯網及社交媒體興起，今時今日的推銷渠道已集中於網絡營銷，過往的硬銷已被淘汰，關志康鼓勵推銷員放遠目光，着力跟客戶建立友好和長遠的關係。

談及作為傑出推銷員的最核心條件，關志康認為是同理心，「推銷員應時刻站在客戶的角度，有時客戶對產品未必很熟悉，尤其關於地產、保險、金融等方面，推銷員應盡力了解他們的需求，並為他們選取合適的產品。」



☑ 百本專業護理服務有限公司主席關志康認為推銷員能透過參賽，追求更多進步。

### 盼帶動企業關注

關志康認為本港推銷員的水平處於兩極，有非常優秀的一批，亦有利益為先、忽略客戶需要的一批，至於中間浮浮沉沉的反面不多。關志康期望推銷員能擁長遠目光，以服務質素為先，為行業建立良好聲譽、推動行業正面發展。

要提升推銷員的水平，除了靠推銷員自身的努力，關志康期望企業能推他們一把，例如多籌劃團隊培訓。他亦指出推銷員的晉升階梯較模糊，相比起其他行業，推銷員能晉見至管理層的比例較小，「通常他們都被限制於推銷範疇，希望各企業能提升他們其他方面，如管理的能力，多關注推銷員的事業發展。」

主辦機構：



## 第50屆 傑出推銷員獎 特刊

金禧贊助機構：



主要贊助機構：



贊助機構：



# 富通保險制定貼心財務計劃

保險帶來的除了是一份安心，更是一個針對人生不同階段的長期財務計劃。若想日後生活得到適當的保障，一個稱職的保險從業員是箇中關鍵。富通保險有限公司（下稱富通）首次參與「傑出推銷員獎」，便有3位銷售人才榮獲獎項，其優秀的表現獲業界認同。

本報記者 劉詠芯



（左起）宋紹浩、李偉豪及謝寶龍形容是次參與是寶貴的經驗，能為公司爭光是一件十分榮幸的事。（曾有為攝）

今次獲獎的3位財富策劃總監分別是謝寶龍（阿寶）、李偉豪（Wilson）及宋紹浩（Ivan）。曾於銀行工作20多年的Wilson眼見大眾愈來愈重視理財策劃，於是轉投保險界，「保險既可以用為資本增值，又可以保障原有資產，做到『有保險有保障』，是一名保險從業員的使命。」與其他零售業不同，保險乃是一個無形的產品，作為前綫銷售人員，Ivan認為最大挑戰在於如何得到客戶的信任，並建立良好關係，讓他們明白保險是一個長遠的願景，從而策劃一個最貼心的財務計劃。

### 為客戶建立安全感 規劃未來

加入富通逾8年的阿寶指出，代理人的角色就是要令客戶於危難時得到安全感，「保險業發展得很快，現在不再流於銷售的表面，我們要與時並進，學習不同的知識，定期增值自己，以迎合市場趨勢。」他猶記得入行初期負責一張「孤兒單」，客戶不幸地於加拿大滑雪時受傷，意外發生後第一時間通知的竟然是自己。「我很感謝客戶的信任，在他返港前我安排所有索償程序，聯絡了醫生，待他回港見面時不禁相擁而泣。」

Ivan亦憶起曾經收到客戶的電話，表示自己

中了六合彩，但不知道這一筆錢該如何處理才是最恰當的做法。「我知道她有一個小朋友，所以建議她為小孩的學業發展做儲備，策劃一個長遠的理財方案。雖然她現在的生活沒有很大改變，但長遠來說，小孩的未來則得到保障。」

### 同業互相交流 成果豐碩

今年的獎項主題為「海納百川 匯聚金禧」，3位得獎者均認為主題很有意義。Ivan認為銷售行業沒有一條成功的公式，重要的是了解各行各業的資訊，保持廣闊的胸懷，才有助保單的銷售和業績增長。Wilson也同意是次獎項正體現出銷售員透過互相交流，開闊知識層面，一起進步。今年是富通首次競逐獎項，Ivan表示同事上下一心，大家不斷反覆練習，令整個過程更順利。阿寶亦感謝富通學院的全力支援，堅持每星期2次的訓練，管理層更親自致電鼓勵，為他們打了一支強心針。

經過這次獎項競逐，3人均表示獲益良多，並認清一個傑出推銷員所需的條件。Ivan認為保險從業員必須主動，並具備隨機應變的能力；阿寶覺得要保持對工作的熱誠，以心待人，對公司產品有深入的認識；Wilson則指出誠信是關鍵之處，要取得客戶信任，並建立長遠的關係。

# 宏星集團為客戶與員工圓夢

對宏星集團而言，保險是成就夢想的行業，既透過全方位理財策劃為客戶圓夢，也助轄下理財精英的事業夢成真。首度參與角逐「傑出推銷員獎」即獲獎的宏星集團分組經理暨行政理財策劃經理彭遠智（Shelly），以零經驗投身業界，入職半年即晉身MDRT會員行列，時至今天更擁有個人團隊，踏上事業成功路，以行動展現宏星「敢夢·敢不同」的精神。

本報記者 何詠儀

原為家庭主婦的Shelly，因投保而對這個為客戶提供多元保險的行業漸感興趣，最終決定入行，更遇上人生的伯樂——貴為保險天后的上司王玉環（Agassi），在她的悉心指導下，除掌握保險專業知識外，更學到很多待人處世之道，使她在面對客戶時信心倍增，也得以為個人事業發展定立明確方向，並逐一實現各項目標，如加入宏星首半年已成為MDRT會員，1年後更獲TOT會員資格，更上一層樓。

### 憑誠信與專業獲信任

成功非僥倖，Shelly指出，良好的人際關係是她在業界屢創佳績的致勝關鍵，當中誠信與專業這兩大元素最為重要。「保險屬以人為本的行業，無論是對客戶或合作夥伴，我都會將心比己，並視他們如同家人，充分了解及關心他們的需要，配合專業態度與優質服務，使他們透過保險獲得最全面的保障以至周全妥善的財務規劃，如此不但簽得保單，更贏得無數客戶的信賴和友誼。」

「我曾在朋友介紹下認識了一位經濟條件很好的內地客戶，他對接觸陌生人較為謹慎。但隨着每次來港，我也為他和家人悉心安排行程及交通接送；而我面對他與其他客戶一樣以朋友相待，既不問回報，也不會計較付出。」Shelly憶述，很開心對方逐漸對她留下良好印象，日後一家人購買保險產品，均由她一手包辦，此後每次來香港也會找她，更感動是聽到對方說：「很安心在香港有了一個親人。」令她更深切明白到只要付出真誠，客戶自然會感受得到。

### 參賽獲益遠超預期

去年在宏星的業績取得第一名，讓Shelly獲推薦參賽。她笑言這是莫大榮幸，對獲獎更感欣喜萬分，特別是一同爭逐獎項的不僅有優秀的保

險同業，更廣及各行業的銷售良才，可從中脫穎而出，絕對是對她在行業發展至今的一大鼓勵和認同。「更難得是藉這個比賽平台與不同行業的精英互相交流銷售心得，擴闊了我的視野，也讓我表達能力、溝通技巧，以至銷售水平等各方面，有了更大提升，獲益遠比預期為多。」



彭遠智指出，良好的人際關係是她在保險業卓有所成的致勝關鍵，當中真誠與專業缺一不可。

# 瑞士寶寶熟悉產品帶出信心

新一代的父母都非常緊張孩子的起居生活，揀選嬰兒產品時會格外留意成分及功效。瑞士寶寶業務經理廖嘉麗表示，作為嬰兒產品銷售員，必須要對產品十分熟悉，能夠一一解答父母的提問，才能給予他們充足的信心，使用其公司的產品。

本報記者 鄭志珩

首次參選「傑出推銷員獎」便獲獎的廖嘉麗，認為得獎原因源於她對公司產品的熟悉，「嬰兒產品的結構與成分是十分複雜的，我在短短的匯報環節中深入淺出地將它簡介給評判認識，殊不容易。」多得公司經常提供產品及銷售培訓，讓她在參賽時滿懷信心地完成各個環節，最終能夠脫穎而出，勇奪殊榮。

### 化身「教練」幫助客戶

廖嘉麗認為，熟悉產品特點也是銷售員所需要具備的條件，「銷售員除了要具備良好銷售技巧之外，也要熟悉及了解公司的產品或服務，才能清晰地向客戶介紹，給予對方信心去光顧。」出色的銷售員就像一位教練，引導客戶了解自己的需要，從而提供相應的產品配合所需，才是真正幫到客戶。

廖嘉麗入行約十年，她認為銷售嬰兒產品最困難之處，是客戶對產品的要求非常高，並會細心研究每樣產品的成分及功效，「父母都很緊張嬰兒產品的成分，擔心當中或會有令孩子敏感的元素。故此，他們會詢問一些很專業的學術問題，而作為銷售員，必需要深入了解公司的產品，才能化解他們的疑惑，使他們有信心使用公司的產品。」

隨着資訊愈來愈發達，父母更容易獲取到嬰兒產品的各種資料，銷售員需要不斷地充實自己，才能應對他們的提問。即使接到客戶的投訴，也要保持冷靜，站在客戶立場解決問題。她補充：「客戶未必清楚問題所在，可能就先歸咎於我們的產品，所以銷售員必須要對產品認識夠深，才有能力找出問題的根源。」



廖嘉麗認為出色的銷售員好比一位教練，能夠引導客人了解自己的需要，從而提供相應的產品配合所需。（陳偉能攝）

### 豐富知識打穩根基

瑞士寶寶擁有「BDIH德國有機認證」，產品品質具保證，廖嘉麗認為這令她更有信心向客戶銷售產品，「良好的銷售技巧固然重要，但客戶最終還是會挑選具質素的產品及服務。」故此，她寄語有意加入銷售工作的年輕人，要豐富行業知識，熟悉所銷售的產品，打穩了根基，面對客戶的提問時就能應付自如，然後累積銷售經驗，改善銷售技巧，成為一位出色的銷售員。

展望將來，廖嘉麗認為這行業常有新知識要學習，充滿挑戰性，「公司不斷研發新產品，銷售員也得與公司同步前行，認識新產品的功效，才能為客戶挑選適合他們孩子使用的產品。」她又認為銷售員可多行一步，為研發部提供寶貴意見，「擔任前綫工作的銷售員，更了解客戶的需要與喜好，我們可將相關資訊與研發部分享，既可幫助公司，又可讓客戶得益，相得益彰。」

# Pricerite以同理心關懷顧客

實惠家居有限公司（下稱Pricerite）作為本港最具規模的家居用品專門店，一直致力為香港家庭提供富有「生活智慧」的一站式家居解決方案，為顧客創造生活空間，提升生活質素。憑着「以人為本·以客為先」的理念，Pricerite今年有2名銷售代表——李定國及蔡家齊，分別獲得「傑出推銷員獎」及「傑出青年推銷員獎」，足見其服務得到顧客肯定。

本報記者 田淑珍

同樣已於Pricerite工作4年的李定國及蔡家齊，現職家居優化專員，日常職責除負責產品銷售，更為顧客提供優化及善用家居空間的解決方案。對此，李定國表示，這與一般的銷售略有不同，「要提升顧客的生活環境及質素，不能單靠簡單的買賣。我們希望為每個家庭帶來歡樂，故此必定會細心了解眼前的顧客，以至其家人的獨特需要，從而更加全面地照顧每個家庭。」

李定國憶述，曾有顧客來到店舖表示想購買一張摺椅給兒子，希望可讓他更舒適地讀書、學習。那時，他想到坐姿問題會影響小孩子的腰脊發育，故此特地為顧客介紹了可以照顧腰脊健康的「兒童人體工學升降成長桌」。感受到李定國的關懷，這位顧客不單欣然接受了他的建議，其後更特意帶同兒子前來店舖感謝他。將心比心，並用朋友的角度去關心顧客，是李定國成為傑出銷售員的關鍵。

### 利用科技輔助銷售

深信傑出銷售員必須具備同理心的蔡家齊也有相似的經歷。曾有女士向他表明想購買暖風機，但又擔心發熱元件會危及家中孩子的安全。了解到她的疑慮，蔡家齊向她介紹有自動斷電功能的暖風機，讓她更易掌握使用時間，以便照顧兒女的安全。「他們真摯的笑容，令我特別難忘。這件事也啟發到我，良好的銷售服務必須先經過雙向溝通，而最好的溝通比例應是7比3，即顧客佔7分、銷售員佔3分，銷售員應藉着聆聽深入理解顧客所需。」

科技為人的生活帶來便利，愈來愈多顧客



李定國感激公司栽培，期望日後能不斷自我提升，回饋公司。

秉持Pricerite「以人為本·以客為先」的服務理念，蔡家齊獲得「傑出青年推銷員獎」。

會經網上渠道購物，而銷售員的角色也隨之而產生變化，「許多人認為科技會為銷售員帶來挑戰，但我卻相信這是機遇。我們可透過新零售概念，利用科技作為銷售員的輔助工具，使銷售過程更有效率。例如，Pricerite與家匠TMF推出Pricerite X TMF App，讓顧客可透過擴增實景（AR）技術，利用手機或平板電腦即時看到3D立體傢俬，加深對每件產品的了解，以及家居空間的概念。」蔡家齊相信，科技的方便加上銷售員的人性化，大大提升了顧客的服務體驗。

是次獲獎，兩人特別感謝公司提供培訓，讓他們於工作上有所成長。與此同時，他們也不忘感謝上司及同事們所給予的支持及鼓勵，令他們能更有信心面對比賽。

李定國期望，日後能繼續自我增值，提升銷售技巧，以真誠的心去服務更多不同的顧客，回饋公司。蔡家齊又指，比賽期間遇見許多充滿活力的參賽者，讓他銘記於心，未來也會將這份活力帶入銷售服務當中。