



第51屆傑出推銷員獎 前奏特刊

堅守崗位持續提升 為業界發展作出更大貢獻

第51屆傑出推銷員獎籌委會主席 吳志立

成己達人彰顯推銷員重要性

有說「五十而知天命」！被譽為業界奧斯卡的「傑出推銷員獎」踏入第51屆，籌委會主席吳志立指出，經多年推廣與改進，獎項在本港已確立高度認受性。今屆期望更進一步，促使各界深思推銷員在社會上產生的紐帶和齒輪作用，連結不同範疇，以推動經濟進步和持續發展，冀同業繼續力求進步，在各自的崗位上作出更大貢獻。

今屆獎項特別以「成己達人」為主題，吳志立稱，正為展現推銷員的角色在業界以至社會皆舉足輕重。「原文來自『成人為己，成己達人』，意指幫助他人使對方有所成就，也是對自己的幫助；而自己成功了，就得以幫助他人。傑出推銷員事業有成，不但可為個人賺取財富和榮耀，更能促成商業活動暢旺，使社會更見繁榮，從而令不少人的生活得到改善，故今年大會選用『成己達人』，以彰顯推銷員在商業社會的重要性。」

提到獎項廣受社會不同界別認同，吳志立相信，其成功關鍵繫於健全而嚴謹的評審制度，加上評審均由社會各行業的精英擔任，確保公平公正地進行評選，使獲選的傑出推銷員皆屬實至名歸。「籌委會歷年鼓勵各行業具代表性的公司推薦優秀員工參賽，使比賽廣泛涵蓋各個銷售範疇，近年更開始有內地企業參賽，匯聚愈來愈多銷售精英，預期獎項在未來會更受重視，並持續增進參賽同業的經驗交流，全面提升業界整體的銷售水平。」

持續增值求變克服挑戰

「現時業界面對的最大挑戰主要來自高科技及人工智能，令舊有行之有效的銷



吳志立指今屆獎項以「成己達人」為主題，藉此彰顯推銷員在推動業界及社會持續發展方面，皆發揮重要作用。

售方式，變得失能失效。」吳志立建議，現今推銷員應不斷進修求變，擁抱新思維，以配合新科技帶來的便捷及市場轉變，才可迎合消費者所需，繼續拓展業務。

「台上一分鐘，台下十年功」，吳志立直言，參賽者比賽時的表現，其實是日常工作的寫照，故他同時寄語參賽者在勤於演練之餘，也可邀請客戶或同事給予意見，精益求精，並抱着「平常心」角逐獎項，定能以最佳表現展示人前。

第51屆傑出推銷員獎市場推銷研究社主席 梁俊傑

成就他人達致真正成功

「傑出推銷員獎」已邁進51年，參賽公司及人數持續增加，涵蓋地區包括香港、中國內地，以及其他東南亞國家，不但有大企業，亦有中小型企业參賽。市場推銷研究社主席梁俊傑認為，獎項的認受性及影響不斷擴大，而公司也更重視員工的服務水平。

梁俊傑指，比賽對員工、公司和客戶三方都有好處。「除了公司的內部訓練，大會亦設有一系列活動，員工可透過參賽得到學習機會，與不同企業交流，以提升他們的信心和服務水平。而積極正面的氣氛又可以帶回公司，為公司帶來新衝擊。公司整體的服務水平隨之提高，則有助帶動業績，提升客戶的滿意度。」而今年的主題為「成己達人」，梁俊傑認為，主題焦點在於「達人」，推銷員若能成就他人，如幫助客戶選取合適的產品、幫助公司及同事取得好業績等，則更為成功。

「傑出推銷員獎」能在業界及社會獲得極高認受性，梁俊傑認為極高透明度的賽制及籌委會不斷求進的態度最為關鍵，「籌委會每年持續優化比賽，如近年隨着科技進步，已改為線上提交申請表及評審，進一步保障參賽者的私隱，同時提升效率及支持環保。另外，大會近年亦為新參賽公司新設『新手包講座』，使新參賽公司同事能更容易掌握比賽細節。」他又讚賞籌委會一直以來擁有共同信念，出心出力，熱心籌劃比賽。提到評審人選，可謂星級陣容，他們均是社會的知名人士，地位崇高，對提升比賽認受性有莫大幫助。

擴闊眼界建立人際網絡

「我認為本港推銷人員的整體水平很高，他們擁有國際視野、學習能力及應變



梁俊傑認為，推銷員若能成就他人則更為成功。

能力強、懂多種語言、學歷高……可說是『周身刀，張張利』。」然而現時全球經濟動盪，消費者在選購產品時更為謹慎，因此梁俊傑提醒推銷員須更深入掌握顧客的需要。此外，愈來愈多消費者在網上平台購物、格價、觀看評價，推銷員如何掌握顧客的特定要求、提供專業客觀的意見、為他們帶來額外增值，均是值得深思的問題。

梁俊傑十分期待今年的比賽。他提醒參賽者，不要單一視「傑出推銷員獎」為比賽，亦要視之為學習的好機會，捉緊機會擴闊眼界，擴展人際網絡。「要當自己是一塊棉花，盡量吸收養分，再將養分帶回公司、帶給同伴、帶給客人，做到『成己達人』。」

評審 香港跨境電子商貿總會創會會長 陳楚冠

少說話細心觀察才是致勝之道

推銷員的個人表現，往往代表着顧客對其公司的第一印象。推銷員站在企業的最前線，每一名光顧的顧客，不管當下消費與否，背後都隱藏相當大的商機，因此時刻保持顧客至上的態度，是傑出推銷員必備的條件。

香港跨境電子商貿總會創會會長陳楚冠指出，成為傑出推銷員通常具備3個條件：良好態度、目標清晰、熱愛工作。笑容和活力能發揮親切的感染力，在銷售心理學中也有提到，有笑容的員工是很受顧客歡迎的；其次，推銷員應定下銷售目標，而且切實執行每個銷售方案，並定期與主管討論銷售狀況，不斷自我突破；最後，培養對工作的熱誠也是很關鍵的元素，熱愛工作的人，不會輕易把事情變成例行公事，才能為顧客提供最真誠的服務。

推銷員和公司互惠互利的關係，公司為員工提供定期培訓，讓他們更熟悉公司的產品和服務，如此更能抓住顧客的需要之餘，也可以為公司帶來最大的效益。

經常自我調整以面對挑戰

現今的消費者對推銷員都有很高的要求，陳楚冠對此的建議是「耐心聆聽」，從顧客的話語中了解真正的需求。市面上相同的行業、服務和產品多不勝數，如何在眾多品牌中脫穎而出，全賴推銷員的「耐心聆聽」，少說話細心觀察才是致勝之道。



陳楚冠認為少說話細心觀察才是致勝之道。

目前傳統零售業正面對電子商務的衝擊，陳楚冠說：「這是一個挑戰，也是一個契機，要在零售業生存，一定要了解大局，經常自我調整。」例如傳統零售業的優勢在於與顧客接觸的機會較多；年輕人是充滿活力及無限創意，要發揮年輕人所長，可以在舉辦活動、產品體驗等方面多加互動和遊戲的元素。

最後，陳楚冠對參賽者有以下的建議：「一定要對自己有信心，勇於嘗試，主動吸收資訊，盡情發揮自己的技能。」

評審 香港鐘錶業總會當年顧問 黃麗嫦

鍥而不捨了解顧客真正需求

推銷行業近年面對不少挑戰，擔任「傑出的推銷獎」評審的香港鐘錶業總會當年顧問黃麗嫦認為，作為一個傑出的推銷員，必須抱持開放的態度，接受及了解顧客的真正需求；同時又要有「打不死」的香港精神，不怕失敗；亦要有清晰的頭腦，為自己及顧客在最短的時間內作出最合適的安排及建議，這3種條件缺一不可。

「過去數十年間，推銷產品的方式已經慢慢由硬銷轉變成軟銷。近年，消費者較重視產品的質素，不能再靠低廉的價格取勝。所指的質素，不只是產品本身的用料及外觀，更包含產品所帶來的潛在信息。消費者希望買到的不只是一件優質產品，產品的價值更在於當中所包含的理念及意識形態。」黃麗嫦說。今時今日，要成功銷售產品，必須實行更多軟性的推廣，與消費者分享作為用家的經驗，讓他們從經驗分享中感受產品的優勝之處。

多管齊下對抗市道不景

在傳統的銷售層面上，近年業內人士正面對各種挑戰，黃麗嫦指：「現時租金持續高企，市民消費力下降，甚至出現劣品驅逐良品的情况等，這些因素都正在削弱香港的零售市場。」為了克服這些難關，她認為品牌可以嘗試發展網上業務，減低租金成本；同時加強銷售人員的培訓，提升服務及加強產品的質素，從而建立客戶的忠誠度，一步步讓品牌佔領市場。



黃麗嫦期望銷售人員努力向自己的目標進發，這樣不論結果如何，過程也是值得驕傲的。

業界的發展與時並進，黃麗嫦期望銷售人員積極提升個人素養，「這不單是為了配合業界的發展，更是個人自身的修養。他們應多觀察身邊的事物，虛心學習，並保持好奇心，願意作不同方面的嘗試；再加上拼勁，這樣便會在工作上得到意想不到的收穫。」

黃麗嫦寄語參賽者：「必須用心做事，用心服務客戶！」她相信，只要以心待人，被用心對待的顧客是會感受到的。

