



傑出推銷員獎 前奏特刊

主辦機構：



首席贊助機構：



尊貴贊助機構：



卓越贊助機構：



主要贊助機構：



照片拍攝贊助機構：



保誠人才培訓及發展成就獲肯定 銷售界奧斯卡綻放光芒

保誠保險有限公司（下稱保誠）一直致力提升營業團隊的專業質素，讓理財顧問在工作不斷精進，並透過立體化培訓生態系統，精準對焦業務發展，培養具專業深度及營銷管理思維的優秀人才。作為人才發展的領航者，保誠全力支持旗下理財顧問角逐本地及國際業界比賽，去年更有三位精英勇闖「傑出推銷員獎」兩個組別的最後五強，展現在業界具領導地位。

「傑出推銷員獎」至今已舉辦逾半世紀，堪稱全球銷售人才的模範標準，亦象徵外界對推銷行業專業形象的肯定及認同。保誠首席業務總監蔡川艾認為，今年主題「無懼」為去屆「行者無疆」的延伸。「臨事而懼，好謀而成，『無懼』並不代表事事無所畏懼，更多是正視恐懼的存在，以勇氣、智慧及魄力迎難而上。」

新冠疫情對全球各地均造成不同程度的影響，然而一體兩面，事件亦喚醒了大眾的危機意識，願意了解潛在風險，同時更珍惜自身及家人的防護與保障，故可預期疫情過後，保險行業必將開啟一個新的時代。

全方位人才培訓 創造事業新高度

保誠深信透過推動理財顧問出戰銷售界「奧斯卡」，縱向能深化其理財策劃及客戶服務才能，建構營銷品牌及形象，橫向可予其機會與同業交流切磋，擴闊行業及市場視野，為理財顧問個人成長乃至業界發展帶來莫大裨益。

保誠精英揚威「傑出推銷員獎」，除了自身努力，幕後團隊亦居功至偉。保誠理財培訓學院為參賽者提供全方位支援，包括邀請專業演講導師和形象顧問指導演說技巧、個人形象等。由歷屆得獎者組成的專業培訓導師團隊，更為參賽者度身訂造為期近兩個月的高強度訓練，傳承比賽心得及成功竅門，令參賽者獲益匪淺。

秉持以誠待客初心 新常態下續領航

疫情後，運用數碼工具提升客戶體驗成為了行業發展的趨勢。蔡川艾強調，理財顧問必須時刻以客戶需求為本（Matching）、與客戶保持有溫度及有深度聯繫（Deepening）、透過公司產品及服務的優勢為客戶創造價值（Representing）及運用數碼工具提升工作效能（Tooling）。「只有迅速回應市場變化，才可於新常態下保持競爭優勢。然而無論行業環境經歷何等變化，理財顧問也應秉持以誠待客的初心，緊握心中的專業舵盤，帶領客戶乘風破浪，實現不同人生目標。」

保誠首席業務總監蔡川艾。



零售機遇無疆界 全方位綫上綫下行銷

推銷員應當「以客為尊」，從顧客角度出發，以專業的產品知識、優秀的溝通技巧取得顧客信任，為他們提供合適的銷售服務。第54屆「傑出推銷員獎」以「無懼」（Fearless）為主題，鼓勵銷售人員以無懼精神突破界限，抱持好奇心學習與構思方案，為客戶帶來極致的體驗。向來注重為客戶提供親切、專業銷售服務的香港中華煤氣有限公司（以下稱煤氣公司），期望透過贊助「傑出推銷員獎」，進一步提升業界的專業形象和士氣，改善前綫人員的銷售技巧及顧客服務質素。

善用O2O行銷 以心加強待客服務

作為國際都會的香港，推銷員需接待來自不同國家的顧客，亦要時刻增值專業的知識水平及溝通技巧，與時並進。香港中華煤氣有限公司零售市務及營業總經理王佩兒認為：「零售行業受到全球疫情的影響，雖然今年大氣候不佳，但銷售人員只要抱持堅毅精神和信心，靈活運用電子工具及網絡行銷模式用心待客，銷售機會是無疆界的。」尤其疫情底下，顧客轉趨網上瀏覽產品資訊及購物，煤氣公司因而推行創新的O2O行銷，以綫上行銷及購物帶動綫下經營及消費，另外亦推出網上會員購物平台「好氣FUN」及煤氣爐具電子優惠券，吸引會員前往煤氣客戶中心選購爐具，藉推銷員把握與客人親身接觸的優勢，用心聆聽顧客需要，加強待客服務，加深顧客與品牌的連繫。

參加DSA比賽 提升銷售質素

除了綫上綫下行銷方案，企業可以運用數碼及社交媒體、chatbot等為客戶提供最緊貼市場的資訊，並利用大數據分析顧客意見及消費模式，從而提供度身訂造的個人化服務，全方位加強客戶體驗。王佩兒續說：「顧客可以登入煤氣爐具網頁了解適合其單位安裝的爐具，從而選購

落單一條龍完成，方便快捷，符合現今顧客喜愛線上購物的需要。此外，同事亦善於運用公司的虛擬導覽（virtual tour），讓顧客可以24小時足不出戶於網上參觀煤氣爐具；擴增實境（AR）服務更可以讓顧客觀看煮食爐開火的情況，了解產品的實際火力及操作。除此之外，員工參加DSA比賽亦能增進他們的銷售技巧，透過『專業認真，體貼稱心』的精神為顧客提供殷勤、專業、高質及富創意的銷售服務，從而鞏固品牌形象，增加客戶對品牌的信心及銷售額。」

香港中華煤氣有限公司零售市務及營業總經理王佩兒。



第五十四屆 傑出推銷員獎（DSA）比賽簡介

此獎項發源於1950年代的美國，現已獲廣泛的認同，成為銷售人員的至高榮譽標準。「傑出推銷員獎」於1968年於香港成立，由香港管理專業協會（The Hong Kong Management Association）市場推銷研究社（Sales and Marketing Executives Club）主辦。獎項舉辦至今已超過半世紀，更被業界譽為銷售界之「奧斯卡」。獎項每年均會頒發予行業佼佼者。今年獎項踏入第五十四屆，以「無懼」（Fearless）為主題，旨在讓公眾認可出色的銷售人員。

計劃目的

- 1 對成功銷售人員作出的貢獻給予充分認可；
- 2 協助提高推銷的質素；及
- 3 建立市場推銷的形象，使其成為享有聲譽的專業。

第五十四屆「傑出推銷員獎」遴選程序：

2022年度日期	活動
4月20日（星期三）	「表達技巧」研討會
6月11日（星期六）	面試日 評判團面試參賽者。首分鐘為準備環節，之後先以自選產品作三分鐘的介紹及接受三分鐘的評判提問，另再作即時兩分鐘的有效銷售。
8月24日（星期三）	頒獎典禮

對公司的優點：

- 加強個別公司所推行的專業推銷計劃的威信和實力
- 公司獎勵計劃最有效的強心針
- 提高貴公司在同業中的聲譽及獲得社會各界的嘉許
- 藉一連串的宣传活動，為公司及其產品或服務建立合適及正面的形象

對銷售人員的好處：

- 給予機會讓銷售人員的努力得到社會各界的認同
- 讓大眾更了解銷售人員的重要性
- 獲得寶貴交流經驗的機會
- 鼓勵銷售人員繼續其出色表現
- 有趣、刺激，挑戰自己
- 得獎者可使用「傑出推銷員獎」之標誌作宣傳用途

有關第五十四屆「傑出推銷員獎」詳情

網址：<http://www.hkma.org.hk/sme-dsa/>

查詢：Ms Pattie Shi 3958 4815 / pattieshi@hkma.org.hk

Ms Grace Lau 2774 8529 / gracelau@hkma.org.hk

Mr Anthony Yu 2774 8509 / anthonyyu@hkma.org.hk



Sponsored by



SALES SUMMIT 銷售高峰論壇2022

The Future of Sales。疫轉銷售

Join SME Club for more details:



14 September 2022, Wednesday

3pm-5pm

Cantonese

Hybrid Mode (Face-to-face & Online Live)

SME Club Member: \$196 (Original at \$280)
HKMA Member: \$336 (Original at \$480)
Non-member: \$476 (Original at \$680)
Learn and Grow Subsidy - Save 30% Fee