

主辦機構：



第49屆傑出推銷員獎 前奏特刊

首席贊助機構：



以「與眾不同」為題 參賽者明年春季互相切磋

銷售人員要突圍而出，贏得客戶的信任，對產品及服務的了解和市場趨向的觸覺均是不可或缺的元素。為了嘉許這些能為顧客帶來與眾不同購物體驗的銷售人員，香港管理專業協會市場推銷研究社將主辦由《JobMarket求職廣場》擔任媒體夥伴的第四十九屆傑出推銷員獎 (DSA)，並以「與眾不同」為主題，讓各行各業的銷售人員在來年的春季互相切磋、借鏡學習。《JobMarket求職廣場》將一連四期訪問今屆DSA的籌委、評審以及贊助機構代表，讓大家進一步了解這項被譽為業界「奧斯卡」的盛事，同時亦讓一眾有意參賽的銷售人員從中取經學習，為日後出色的比賽表現注入養分。

促進銷售人員良性競爭 提升業界專業水平

多年來竭力提升銷售業界專業水平的中國建設銀行 (亞洲)，今年繼續在DSA擔任贊助機構的角色。常務副行長兼執行董事郭珮芳表示，「DSA已舉辦多年，一直深受社會以至業界認同。本行積極支持DSA是希望有效推動銷售員不斷提升自己；同時，有效促進銷售行業的良性競爭，推動各銷售界努力求進步。」

具備良好品格 與顧客建互信關係

在現今資訊發達的社會，資訊傳播迅速，不少顧客在購買前已對產品有一定了解，故對銷售人員的服務要求日漸提升。郭珮芳表示，「近年消費者傾向網購，客戶更注重的是消費體驗，在光顧前很可能已收集了一些資訊，並且自行比較類似的產品及服務，故對產品有一定認識，推銷員必須洞悉市場上相關的對手資訊，在客戶面前才能突出自身的產品及服務優勢。」她強調，銷售人員不止要將服務或產品向目標客戶成功推銷，而且還要根據客戶的個人需要，向他們介紹合適的服務或產品，並且作出詳細的講解。

除了要掌握市場對手的資訊外，郭珮芳認為，成功的推銷人員亦須擁有良好的個人品格，「雖然銷售技巧不能一概而論，會因應不同行業而有差異，但是要成為成功的推銷員卻有一些必備的條件，就是要具備良好的表達、溝通能力，還有良好的自我情緒管理，而且要有責任感，在客戶面前表現出自信、細心及遠見。此外，耐性及觀察力更是必須的，要細心聆聽，仔細觀察客戶需要，才能為顧客提供合適的產品及服務予以選擇，建立長遠互信的關係。」



中國建設銀行 (亞洲)
常務副行長兼執行董事
郭珮芳

郭珮芳表示，銷售人員需要根據客戶的個人需要，向他們介紹合適的服務或產品，並且作出詳細的講解。



雅麗氏何妙齡那打素
慈善基金會副主席
莫裕生

莫裕生表示，本地銷售人員切忌急功近利，必須與顧客建立長遠的關係，才能提升自己在職場的競爭力。

跨行業跨地區平台 讓中港銷售人員互相學習

近年本地經濟增長逐漸放緩，蠶食消費者的購買力，銷售人員要達成一宗交易，相比在消費市場暢旺時，更講求向顧客提供與眾不同的購物體驗。在今屆擔任評判工作的雅麗氏何妙齡那打素慈善基金會副主席莫裕生認為，「今年大會主題為『與眾不同』，『與眾不同』是指銷售人員必須根據自己的性格、不同的服務對象，在不同的銷售情況下隨機應變，善用最適合的銷售技巧，切勿以千篇一律的模式待客。」他又向今年有意參賽的銷售人員教路，相信今年評判會在比賽的問答環節中，向參賽者提問如何利用自己的與眾不同，在經濟低迷時化危為機，參賽者不妨在賽前深思一下。

切忌急功近利 與顧客建立長遠關係

在本地擁有將近半個世紀歷史的DSA比賽，多年來不但備受各行各業的重視，而且更獲業界對相關得獎者的貢獻予以肯定。在DSA比賽擔任評判工作逾10年的莫裕生，見證着比賽的演變及參賽者的水準不斷提升，他指，「比賽由最初只有本地的參賽者，至近10年開始愈來愈多內地參賽者專程來港參加，部分內地參賽者的水準更高於本地的銷售人員，令DSA成為一個跨行業、跨地區的學習平台，讓兩地的銷售人員能互相觀摩學習。」他語帶關心地提醒一眾本地銷售人員，除了要在比賽中迎接內地從業員的挑戰外，在日常工作崗位上亦有機會與他們分一杯羹，所以本地銷售人員切忌急功近利，必須與顧客建立長遠的關係，才能提升自己在職場的競爭力。

主要贊助機構：



贊助機構：



www.hkma.org.hk/sme-dsa



跳出罐頭式培訓 銷售人員凸顯與眾不同風格

即使是向同一個顧客銷售同一件產品，不同的銷售人員在銷售過程也有不同的表現，今屆大會評判之一的國際青年商會香港總會會長關德仁認為，銷售人員在銷售過程與眾不同的表現，正正成為擄獲顧客芳心達成交易的關鍵。他指，「今年大會以『與眾不同』為主題，不同的銷售人員在銷售同一件產品時，在介紹產品的特點內容相信都是大同小異的，要取得顧客的信任做成一單生意，便要在產品以外的地方，花心思做到與其他銷售人員不同，如與客人的溝通、熟落的程度；衣著談吐；為客人帶來前瞻性的觀點等，藉此提升成功銷售的機會。」

最重要從心而發 切忌死背

在整個銷售過程中，產品的資訊固然重要，但亦不要忽略向顧客銷售自己與眾不同的銷售風格。曾以參賽者、籌委會成員、籌委會主席等不同身分參與DSA盛事的關德仁不諱言，相較於內地來港參賽的銷售人員，本地參賽者一般只向顧客銷售產品，卻忘記銷售個人風格，所以他提醒今年有意參加的銷售人員，「要凸顯自己與眾不同的風格，最重要的是跳出罐頭式的培訓，從心而發，切忌死背，活出真我。」他續解釋道，每年都有不少企業參加，由於同一間企業的參賽者由同一位培訓導師訓練出來，令到他們的銷售方法一式一樣，缺乏個人的銷售特色，參賽者最重要懂得在相同的培訓之上，凸顯自己與同企業參賽者的不同之處。



國際青年商會
香港總會會長
關德仁

關德仁不諱言，相較於內地來港參賽的銷售人員，本地參賽者一般只向顧客銷售產品，卻忘記銷售個人風格。

49th
DISTINGUISHED
SALESPERSON
AWARD PROGRAMME
第四十九屆傑出推銷員獎

與眾不同
Be Different
Be Outstanding

「傑出推銷員獎」是銷售人員的最高榮譽，代表公眾和業界對他們的認同和嘉許。得獎者和參賽公司均可藉此建立可靠誠信的形像，不僅提高公司的名譽，員工亦獲得應有的讚揚和獎勵，鼓勵從業員奉行最高水平守則，發揮潛能並堅持卓越表現。

過往曾有百多間來自不同行業的公司參加比賽，其中包括：友邦保險、美國運通、亞洲國際博覽館、卓悅、中原地產、周大福、皇冠汽車、中國銀行、大昌行、DHL、G2000、協成行、香港郵政、康泰、香港上海匯豐銀行、工銀亞洲、美聯物業、新世界電訊、昂坪360、電訊盈科、飛利浦、寶惠、保誠保險、莎莎、太子珠寶鐘錶、生力啤酒、太平地氈、香港中華煤氣、蔚夢思、鴻星集團、UPS、維他奶及W酒店等等。

請即提名你的員工！
截止報名日期
2017年1月11日(星期三)
www.hkma.org.hk/sme-dsa

主辦機構: **HKMA** 香港貿易發展局
首席贊助機構: **smei** 中小企業發展局
主要贊助機構: **美聯集團** 美聯地產, **PRUDENTIAL** 英國保誠, **CONVEY**, **匯豐** HSBC, **中國建設銀行** China Construction Bank

比賽勝負其次 最重要 了解自己提升銷售力

本地消費市道疲弱，要尋求突破，推銷員必需放下守舊作風、追求創新，為顧客帶來「與眾不同」的客戶服務，才能創出機遇。大會今年便以「與眾不同」為主題，作為今屆評判之一的中華電力有限公司發電業務部高級總監盧柏昌認為，「為了讓顧客留下鮮明的印象，『與眾不同』的推銷員必須有決心做別人認為不能做的事，同時敢於推銷創新的產品或新服務，才能為客戶提供貼心的產品或服務，令他們喜出望外。另外，銷售完畢並不表示結束，銷售人員應繼續跟進，讓客戶感到你與其他推銷員的不同。」他又提醒今屆有意參加比賽的銷售人員，比賽勝負只是其次，過程反而重要，透過比賽了解自己最強及最弱的一面，藉此提升銷售各方面的能力和自信心。

自我增值 應付市場需要

隨着顧客對銷售服務的要求愈來愈高，銷售人員必須與時並進，除可通過比賽平台與不同行業的參賽者互相交流及分享心得外，亦可藉其他方法裝備自己，迎接相關的挑戰。盧柏昌續稱，「銷售人員既可透過參加業界舉辦的講座及研討會，從而獲得更多成功人士的分享及心得；亦可多參與市場推銷行業的聯誼活動，擴闊自己在業界的人際網絡，令自己的事業更上一層樓。」



中華電力有限公司
發電業務部高級總監
盧柏昌

盧柏昌提醒今屆有意參加比賽的銷售人員，比賽勝負只是其次，最重要在過程中了解自己最強及最弱的一面，藉此提升銷售各方面的能力和自信心。