

顧問式銷售——分享 隱形眼鏡與保養液

王定康
2019.3.17 

大綱

- › 市場通路變革
 - › ☆名店☆觀察(商業模式)
- › 顧問式銷售
- › 隱形眼鏡保養液成分與功能
- › 隱性眼鏡與保養液相容性
- › 結語
- › 附錄

市場通路變革

過去30年消費品(FMCG)通路發生極大的變化, 大型通路快速崛起壓縮原有銷售管道, 主要銷售占比由GT(傳統零售) 迅速移轉至KA(地區與全國性連鎖); 國外連鎖通路以先進技術(商物流及管理)與雄厚資金來拓展市場, 本土企業迅速取經、挖掘人才, 發展本土型態的現代化通路; 激烈的市場競爭由通路至廠商無一倖免, 且必須面對的生存淘汰賽.

據統計一量販店設立, 方圓半徑20公里內一半傳統零售商會歇業, 能於商圈存活僅存連鎖超市、CVS、大型平價商店; 通路變革不僅影響消費品行業, 藥局通路競爭也非常地激烈: Watsons / (Manning) / Cosmed / 量販店附屬藥局 / 地區連鎖.

大型通路有全國行銷與豐富資源的優勢, 小型通路與單店面臨極大挑戰, 但仍有許多優秀的店家不僅能在這場風暴中存活, 還能持續發展、走出自己的一片天, 有甚麼條件、如何經營? 連鎖體系店家於商圈(戰區)如何善用資源、營造差異化, 建立屬於自己的品牌?

“名店”觀察（商業模式）

眼鏡業為例

名店	寶島天母店	小林大安店	得恩堂民權店	日昌	前衛	四季
通路別	全國連鎖	全國連鎖	全國連鎖	單店	單店	單店/(小型)連鎖
商圈	天母	東區/大安	民權/捷運	大直	南京	仁愛
定位	連鎖體系/精品	專業服務	時尚精品	專業、便利、服務	精品☆	精品☆
主要客層	天母社區/商圈	大安社區/商圈	民權商圈	大直社區/商圈	南(京)西商圈、 金字塔頂端	仁愛商圈、 金字塔頂端
經營理念(官方)	中心思想:誠實服務;專業、親切、可靠;成為業界典範	現代、專業、親切;關心視力健康,愛心回饋社會	信譽、技術、品質、服務;維護國人視力健康為使命	平實、便利、專業服務	國際精品的品味職人,融合頂尖光學技術全面配適感	設計、創意、生活、美學和時尚,「四季長青」服務態度、品牌精神

資訊來源: 觀察、官網及相關網路

銷售層次



孫先生提點：



Business Partner / Trust



Top of mind



Build relationship

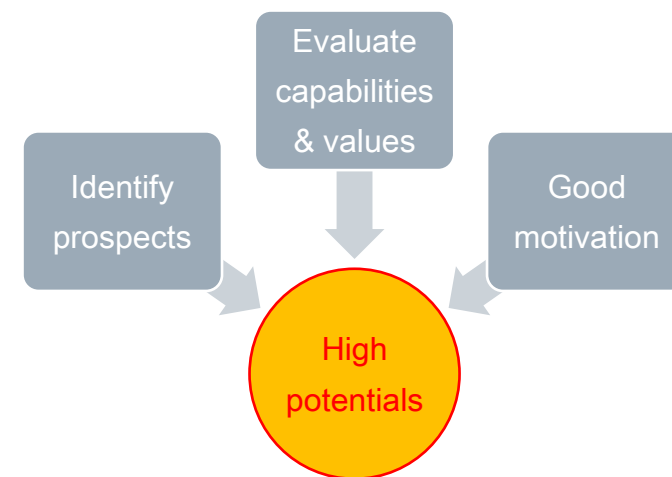


顧問式銷售

目的: 依據消費者“真正”需求提供客製化服務,創造愉快、良好的消費體驗,建立客戶信賴、促成長期的合作關係.

銷售階段

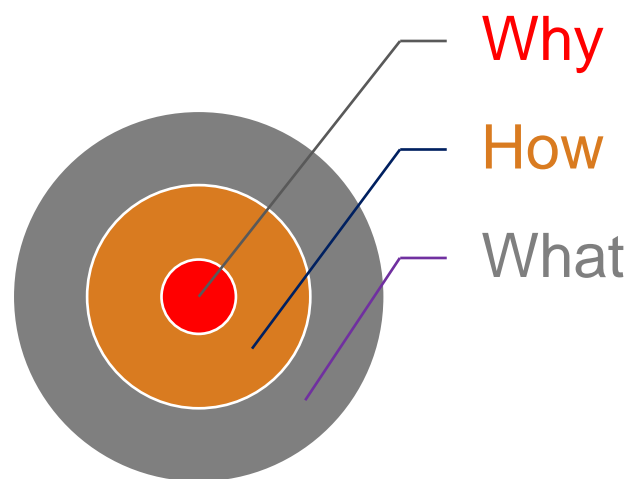
- ✓ 觀察 / 篩選 / 分類
- ✓ 探詢需求 / 傾聽 / 確認 / 評估 – 再確認
- ✓ 提供解決方案 (視力矯正、美感、其他)
- ✓ 結案 / 收尾 / 售服 / 記錄重點



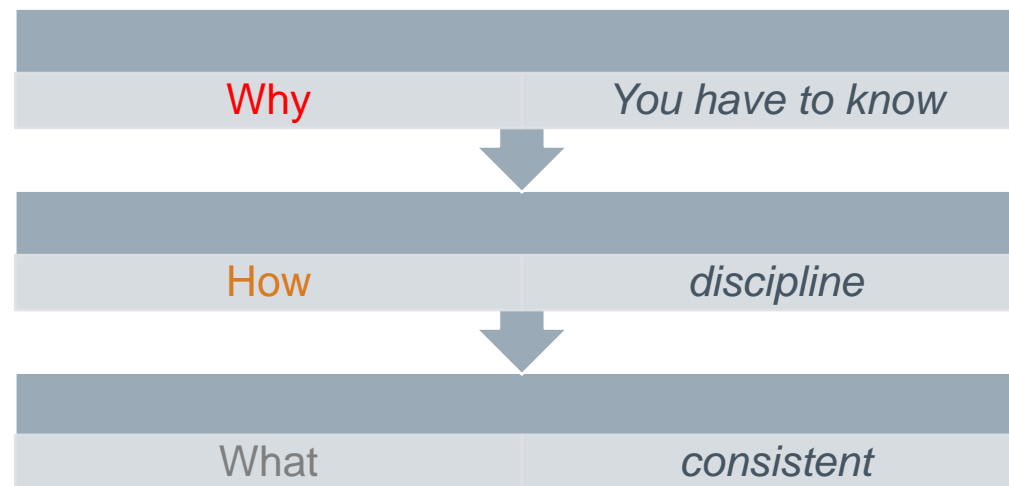
顧問式銷售

定義:

TED: Golden Circle(by Simon Sinek)的啟發



From inside to outside!



- Start with **Why**
- Everything you do prove what you believe
- Perspective matters!

☆名店☆觀察（商業模式）

眼鏡業為例

名店	寶島天母店	小林大安店	得恩堂民權店	日昌	前衛	四季
核心價值	以消費者角度思考與全方位服務	親切、專業、服務	專業服務、品牌專家	平實、專業、便利、服務	頂級客層的最佳選擇	頂級客層的時尚生活夥伴
具體展現	服務要無微不至感動消費者	三道品管、嚴格把關	提升專業、聚焦品牌經營（品牌週）	用心、務實、以消費者利益為前提	精品眼鏡職人（品牌、選擇性）	時尚-品味、生活型態
Why/How/What	Why: KNOW; Believe their belief/ Vision (ultimate goal) How: The ROAD to success / discipline (self and their team) What: Consistent w/ everything they do which prove what they believe					
特質/心理素質	<ul style="list-style-type: none"> - 有願景，此刻與目標的定位，保持熱情(個人與團隊) - 慧眼(見識-形勢、產業動態、消費趨勢)、洞察力（通曉人情;交易流程-關鍵-成效) - 凡事用心（柔軟、細膩）、換位思考（消費者角度） - 態度誠懇、負責 					

顧問式銷售

孫先生提點：

貨賣識家!



顧問式銷售關鍵: 人(團隊)、見識、能力及專業、用心程度!

銷售階段

✓ 觀察 / 篩選 / 分類

慧眼、洞察力、換位思考 / 客戶定位(關係vs.信任)

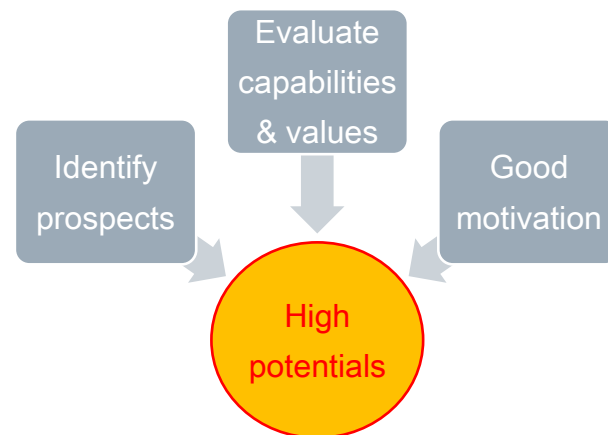
✓ 探詢需求 / 傾聽 / 確認 / 評估 – 再確認

開場白 / 開放、封閉式問句 / 主動傾聽 / 釐清真正需求

✓ 提供解決方案 (視力矯正、美感、其他)

在客戶立場思考,整合可行方案提供建議與推薦

✓ 結案 / 收尾 / 售服 / 記錄重點



隱性眼鏡與保養液

隱形眼鏡產品發展：

- 使用週期：長戴式-季拋-月拋-雙周拋-日拋(便利與健康)
- 變色與否：透明/水藍, 角膜變色片、 放大片(美觀)
- 材料：水凝膠-矽水凝膠(透氧量-角膜健康)

重複使用鏡片的清潔與保養對眼睛健康與配戴舒適有絕對相關性！
大多消費者傾向延長配戴, 及未依仿單說明做清潔與保養！

- 保養液主成分與功能：清潔、殺菌、保濕等
- 隱性眼鏡與保養液相容性：
 - <http://www.staininggrid.com/legal.aspx>
 - <https://www.clspectrum.com/issues/2008/august-2008/practical-applications-of-the-staining-studies>

結語

零售通路的巨變影響著各行各業，法規趕不上市場變化(遑論高瞻遠矚)，面對環境改變唯有自我提升與調適，眼光有多遠規劃就到哪裡-見識，如何鑑往知來，善用組織與他人資訊與知識整合為自己智慧，把資源做最佳化規劃與運用。

●專才→通才→將才(孫立德先生名言)

●勿忘初心！

附錄

- › 孫立德先生五敬哲學與經營順口溜

經營順口溜 MBC

市場無限大
競爭永遠在
若要永經營
若不重研發
資源實有限
親舊雖優秀
位不能久占
若要享權利
公司無大小
珍惜共事緣
雖係老生談
常思此箴言

開拓要盡早
退縮沒得了
改革不可少
淘汰免不了
利用慎思考
少用免煩惱
接班早培好
責任須盡好
不慎皆可倒
工作樂陶陶
背離災禍到
幸福必然到

MBC(Manage By Common Sense)

五敬哲學



孫立德先生簡介

孫立德先生，號有容，1920年出生，湖南省長沙人，廣西大學機械系，空軍機械學校高級班，抗戰時期服務於中美聯隊專門修護B-25轟炸機，1946年至美國空軍機校發動機科研習航空發動機。隨政府遷台後，曾服務於台灣煤球、中國電器、建台水泥、美商Venneel公司、台華汽車等民間企業，並於行政院外匯貿易審議委員會任職12年，主管機械類外匯申請之審核，期間並獲選至世界銀行經濟研究院研讀工業計畫。公職後受三陽公司張國安總經理之邀任技術部門協理3年，之後GM聘為駐台代表15年。

除豐富產、官經歷外，其間並於當時台北工專、運輸學校兼任副教授。此外，以其獨到眼光、見識以及因緣際會情況下，創立多家企業：輝慶公司、安大公司、駿翰工業、進輪汽車、耐落螺絲、銳步貿易、台灣超冷、有容超冷等公司，輝慶公司於當時為國內最大腳踏車貿易商，並帶動產業發展；而創立的許多公司以其獨特性及特色於各產業有其地位，雖然部分公司未能繼續營運，而孫先生總不吝於分享失敗的經驗，因為“成功的條件未必能複製，而失敗的原因往往重複”，就事業本身而言他的眼光並無誤判，往往是人的因素所導致。

孫先生博聞好學並積極參與工程學會：SAE(會齡40年以上並為永久會員)、中國工程師學會、機械工程學會、美國機械工程學會、台灣自動機工程學會(顧問及永久會員)。孫先生樂於分享其多年累積的學識、經驗、人生哲學等智慧結晶(如後附觀察雜誌的專訪;另可參考今周刊攝製之短片:YouTube搜尋99歲爺爺孫立德的不退休哲學)，並希望能提攜後進與傳承。

謹就以上簡略說明與您分享!



龍馬精密與寶嘉誠共同舉辦「企業興衰與傳承講座」，主講人孫立德先生和工具機業者合影。