

鐘錶業推廣銷售

教材套快速應用全攻略



資歷架構
Qualifications
Framework

鐘錶業推廣銷售

教材套快速應用全攻略



目錄

前言	3
教材套是甚麼？	4
第 1 課 新手入門從何學起？	6
第 1 課 課堂動起來	10
第 2 課 香港鐘錶市場有多大？	12
第 2 課 課堂動起來	16
第 3 課 推廣銷售第一步	18
第 4 課 如何提升顧客服務技巧？	22
第 3、4 課 課堂動起來	26
第 5 課 保安防盜怎樣做？	28
第 5 課 課堂動起來	32
參考篇：豐富課堂有法	34
資歷架構是甚麼？	35

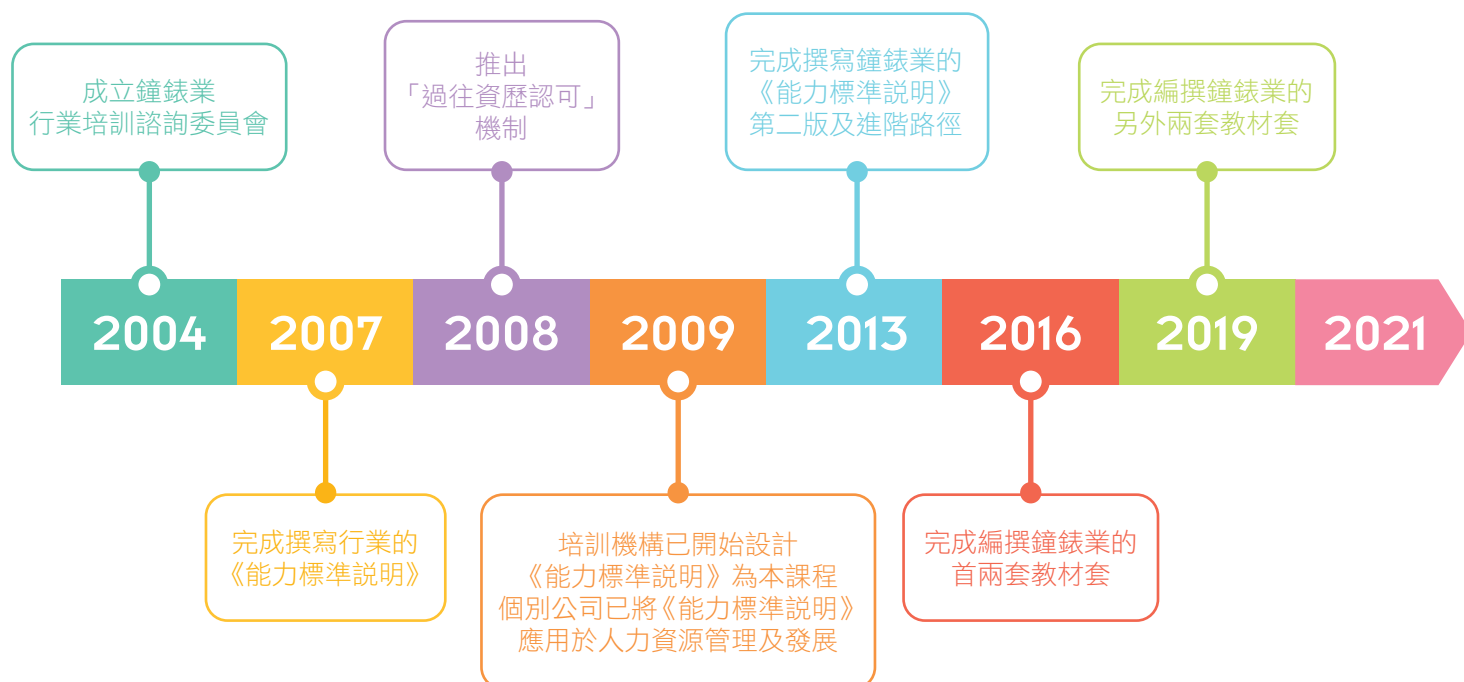
前言

根據香港貿易發展局數據，以價值計算，香港於2018年是全球最大的完整手錶進口地。雖然近年受到各種因素影響，香港鐘錶業面臨不少挑戰，但在艱難的時候，銷售從業員更要裝備好自己，迎難而上。

為協助業界進一步提升從業員的服務質素及專業形象，鐘錶業行業培訓諮詢委員會特別製作了推廣銷售範疇《能力標準說明》為本教材套，方便企業及培訓機構發展更切合業界需要的課程，亦鼓勵從業員更瞭解工作崗位需具備的知識及能力，提升工作技巧，自我增值。

本書將簡介兩套教材套的內容及教學示例，以便讀者參考。

鐘錶業行業培訓諮詢委員會 推行資歷架構（QF）歷程



教材套是甚麼？

鍾彪是一家鐘錶零售商的銷售經理。公司為了培訓人才，指派他為公司開辦內部培訓課程，他以《鐘錶業推廣銷售教材套》（下稱教材套）為素材設計了五節課堂。

學員包括見習銷售助理石瑛和已任職銷售助理兩年的游獅，兩位學員對教材套有連串疑問：

- 教材套設立的目的是甚麼？
- 適合哪些人參考？
- 內容大概是甚麼？



鍾彪

鐘錶銷售經理
內部培訓課程導師



石瑛

見習鐘錶銷售助理
內部培訓課程學員

推銷一般時計產品
(104906L1)

9 資歷學分

瞭解鐘錶市場
基本知識
(104907L1)

3 資歷學分

掌握不同檔次時計
產品的主要品牌
(104941L2)

6 資歷學分



教材套（一級）

涉及的級別程度包括資歷架構 1 級及 2 級，
包括 3 個能力單元，共 **18** 資歷學分。



下載教材套
（一級）

目標與用途

教材套針對時計機構人力資源管理而設計，提供教學框架及基本內容，有助機構瞭解各能力單元的教學內容和評核要求，並確保所規劃的內容與評核達至認可資歷架構第二級水平，為時計機構人員提供知識和實務培訓。時計機構及其從業員也可以利用教材套所提供資料作為日常實務的參考。

教授對象

教材套適用於企業、機構開辦內部培訓，提高在職從業員的技能水平；或培訓機構開辦職前培訓，教授行業相關知識予非在職人士。

內容概要

教材套分為一級及二級，教材套（一級）適合**非在職人士**或**新入職人士**參考，瞭解基礎行業知識；教材套（二級）適合**在職從業員**參考，瞭解進階行業知識。兩教材套內容各分為三個單元，見下圖：



游獅

鐘錶銷售助理
內部培訓課程學員

接待顧客
(104908L1)

3 資歷學分

處理顧客關係技巧
(104910L2)

3 資歷學分

提防鐘錶店舖盜竊
(104909L2)

3 資歷學分



教材套（二級）

涉及的級別程度包括資歷架構 1 級及 2 級，
包括 3 個能力單元，共 9 資歷學分。



下載教材套
(二級)

第1課



新手入門從何學起？



我們應該怎樣學起？

新手入門首先要知己知彼：

1. 瞭解鐘錶的種類和功能
2. 瞭解不同品牌及其檔次
3. 瞭解銷售服務及保證
4. 瞭解不同的消費群組

首先，我們一起看看鐘錶的基本組成，以及機械錶和電子錶的分別吧！



1.1 鐘錶的種類



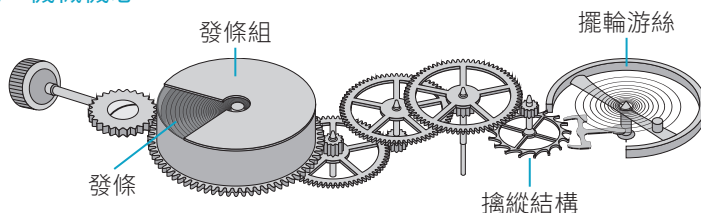
時鐘的種類可按計時原理、外觀及功能等分類；手錶一般可按機芯動力來源分為機械及電子兩大類型。

手錶的組成

外觀

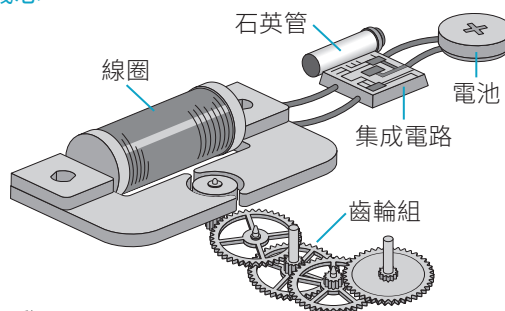


機械機芯



以手動或擺陀上緊發條驅動。

電子機芯



以電池驅動。

1.2 鐘錶常見功能



除了顯示時間外，鐘錶還有很多附加功能：

我見到有些手錶的錶盤十分複雜，那是甚麼功能？



- **日曆錶**
以數字或以指針式顯示日期。
- **月相錶**
設有指示月亮圓缺的小視窗，亦即陰曆。
- **萬年曆錶**
毋須人手調校、調整，就可以根據曆法顯示正確的日期。



- **世界時區錶**
以格林威治標準時間為基準，世界各地的時刻一覽無遺。
- **雙時區錶**
可以顯示第二時區的手錶（通常稱為「GMT」腕錶）。



- **響鬧錶**
是能獨立設置鬧鈴的腕錶。
- **間錶**
具有打響裝置，分為三間錶、兩間錶和五分間錶。
- **自鳴錶**
可自動報時的手錶。



- **陀飛輪**
為了校正地心引力造成的機件誤差，而發明的一種旋轉式擒縱調速結構，屬於機械式複雜手錶的豪華配備。



- **其他**
例如動能儲存指示、計時錶 (Chronograph)、雙秒針分段計時錶、時間等式 (平均時差)、航空錶、天文臺錶、防水錶、潛水錶、智慧型手錶 (Smartwatch)、太空手錶、語音報時、軍用手錶、登山錶、護士錶或醫生錶、點字手錶等。

2.1 認識不同品牌

不同品牌均有其獨特設計及款式，當中不乏有過百年歷史的品牌，學員應認識各**品牌歷史**。

而且時計產品推陳出新，學員可通過以下途徑**搜羅最新時計產品的資訊**：

不同品牌的鐘錶產品眾多，有甚麼途徑可以瞭解相關資訊？



P.11-15,
63-67

P.91-92,
99-105

世界各地的鐘錶展

- 鐘錶與奇蹟 (Watches and Wonders)
- 香港貿發局香港鐘表展

商會為會員提供活動

- 舉辦、協辦及贊助不同類型之鐘錶展覽會，協助會員推銷產品；
- 舉辦各項鐘錶研討會、課程和講座，協助提高會員對管理、控制、品質、技術及科技等的認識；
- 舉辦海外考察團，以促進及聯繫香港與海外同業的關係，互相交流鐘錶業市場情況及經驗等。

本地鐘錶業商會

- 香港鐘表業總會
- 香港表廠商會

瑞士鐘錶工業聯合會

培訓課程

品牌官方網頁

腕錶網站

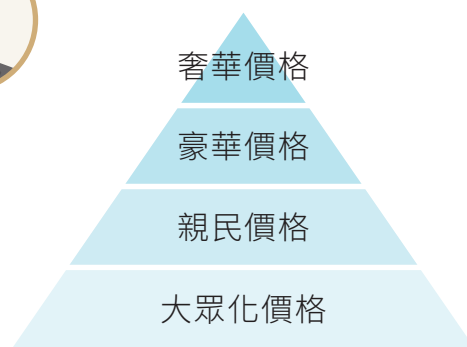
網上雜誌

除了品牌歷史和產品資訊，配合公司代理品牌發展策略，也要掌握不同產品系列的檔次，才能推薦適合顧客需求的产品。



2.2 不同品牌的檔次

時計產品包羅萬有，再加上品牌、功能、品質等不同因素的差異，價格可低至十數元，或高至過千萬，根據價格可大致劃分為**四個檔次**：



P.16-17

3 銷售服務及保證

一般銷售服務包括保養及購物保證，學員應瞭解**保養服務範圍及質素保證**方面的知識：



銷售服務方面，有甚麼基礎知識需要瞭解？

免費維修保養

- 一般在鐘錶店（代理／分銷商）購買的時計產品都會享有 12 至 24 個月的免費維修及保養期。
- 享用服務時須出示有效的文件，如購物單據正本、保用證或保修卡等。

收費維修及修飾服務

- 在保養期後，代理／分銷商一般也會提供收費維修及修飾服務。
- 服務包括：檢查後會提供報價清單；修理或更換機芯部件；機芯抹油；更換電池、指針；修復防水功能；更換鏡面、錶圈、錶冠及按鈕；錶面除塵、清潔錶殼及金屬錶鏈；打磨錶殼及金屬錶帶。
- 維修後保養期一般有 12 個月。

質素的保證

- 香港旅遊發展局推行「優質旅遊服務」計劃（QTS），被認可商家貼有計劃之「優」字標誌，確保明碼實價、資料清晰及提供優質服務。
- 香港知識產權署推行「正版正貨承諾」計劃，參與商家貼有計劃之「正」字標誌，保證商品為正版正貨。



圖片來源：香港旅遊發展局



圖片來源：香港知識產權署

© 香港特別行政區政府，版權所有。

購買黃金的保證

- 香港法例規定黃金及黃金合金製品必須有適當的標記，成色 8K 以上才可稱為金的製品，必須達到 990 成色以上才能稱為足金，所有黃金飾物必須在產品上註明成色（例如 750 / 18K、585 / 14K），而單據上也必須標註產品的成色和店名。



瑞士於 1995 年統一以「聖伯納狗頭印記」（圖左一，圖片來源：瑞士聯邦海關總署）及國際統一的「天平印記」（圖左起二至四，圖片來源：《貴金屬物品純度與純度標記維也納公約》）標示手錶的貴金屬材質和成色。

Chronometer 認證

- 獲得「瑞士官方精密時計測試中心（COSC）」Chronometer 認證代表手錶通過符合 ISO3159 標準的嚴格測試——連續 15 個晝夜在三個不同溫度及五個不同環境位置下，記錄手錶的運行資料。
- 所有資料均需要符合七個獨立條件，其中包括機械手錶的每日誤差率，必須少於 -4 至 +6 秒。通過這項測試，便說明手錶的準確度已達到 99.99%，為機械手錶的最高標準。

第 1 課



新手入門從何學起？

4 八大消費者群體

鐘錶市場有很多品牌，不同的品牌均有其獨特性，以迎合擁有某種**價值觀**和**生活方式**的消費者，消費者可分為**八大群體**，包括：

顧客可以分為哪幾種類型？他們分別有甚麼特徵？



現代者 (Actualizers)

- 擁有豐富資源，受過高等教育，有足夠的消費能力。
- 對尖端科技有興趣，並對變化抱持開放的心態。
- 購物決定會受同輩影響，喜歡與同輩比較。

信任者 (Believers)

- 資源較少。
- 相信自己的選擇，原則和對事物的看法都很嚴格。
- 較留意成熟的品牌。

實現者 (Fulfillers)

- 追求實際及性價比高的產品。
- 有足夠的資源，教育水平也相當不錯，社會地位通常較高。
- 並無銀根問題，一切考慮只在物有所值。

奮鬥者 (Strivers)

- 與成就者相似，但資源更少。
- 購物前非常關注同輩的意見。
- 傾向購買一些簡單而廉價的鐘錶產品。
- 大多數的產品信息都由朋友告知，故只是被動瞭解新的東西。

成就者 (Achievers)

- 這類顧客追求有地位及可靠性高的品牌和產品。
- 他們喜歡專注自己的事業，喜歡研究或預測風險。

休閒者 (Makers)

- 有自給自足的精神，不被奢侈所動，僅購買基本需要的東西。
- 在休閒時間裏喜歡做一些消耗體力的活動。

享樂者 (Experiencers)

- 多數是剛投身社會工作數年的年輕人。
- 年輕、有學歷、比較衝動、愛標新立異、願意體驗新事物。
- 喜歡找尋新產品及令自己有使用新產品的經驗。
- 力求緊貼潮流，以免落後於同輩或其他人。

掙扎者 (Strugglers)

- 特別缺乏資源。
- 只留意基本需要的商品，以低消費為原則。
- 基本上只購買生活必需品，購買鐘錶時，未必考慮品牌。



課堂活動 1 介紹世界各地的鐘錶展

A. 預計時間

- 60 分鐘
- 預備時間 25 分鐘
- 每組介紹時間 5 至 10 分鐘

B. 活動內容

- 學員分為四組，每組負責介紹一個鐘錶展
- 內容包括舉行時間、地點、參展商、入場資格等等

C. 評分標準

- 根據展覽會網站資料
- 資料組織、表達能力



課堂活動 2 時計產品資訊大比拼

A. 預計時間

- 45 分鐘

B. 活動內容

- 將全班學員分四組
- 學員可在網站尋找資料以講述最新的時計產品資訊

C. 評分標準

- 根據品牌網站資料
- 資料組織、表達能力

(一) 選擇題類型題目



1. 世界各地的鐘錶展中，過往四個大型錶展不包括下列哪一個？
 - a) 鐘錶與奇蹟 (Watches and Wonders)
 - b) 日內瓦高級腕錶展 (SIHH)
 - c) 巴塞爾高級腕錶展 (Baselworld)
 - d) 瑞士鐘錶工業展覽
2. 在不同檔次的時計產品主要品牌中，以下哪一組配對是錯誤的？
 - a) 時裝名牌鐘錶系列－Hermes 愛馬仕
 - b) 瑞士名牌鐘錶系列－Rolex 勞力士
 - c) 珠寶名牌鐘錶系列－Van Cleef & Arpels 梵克雅寶
 - d) 鐘錶名牌系列－Longines 浪琴錶

(二) 短問題類型題目

3. 根據 AIOs (common Activities, Interests and Opinions) 類別的做法，鐘錶市場的消費者可分為八大群體。試寫出其中五個群體的名稱，並簡述其特點。



備註：以上課堂活動及筆試題目只作為參考，使用機構可按學員的技能水平及其實際需要而作出調整。



香港鐘錶市場大嗎？我可以從甚麼方面瞭解？

想認識香港鐘錶市場，可以從以下四方面入手：

1. 香港鐘錶業的世界地位
2. 本地市場
3. 出口市場
4. 市場趨勢

我們可以從產業角色及產品出口值瞭解到香港鐘錶業的世界地位。

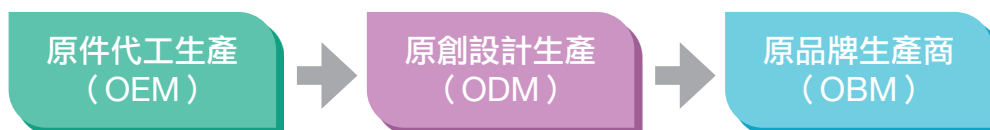


1 香港鐘錶業的世界地位



香港鐘錶業是本地四大出口輕工業之一，在國際間的地位更是**僅次於瑞士之外的一大鐘錶業王國**；香港鐘錶入口在國際間佔據很重要的地位，更是**瑞士鐘錶主要的輸出地方**。

香港鐘錶業角色蛻變



香港鐘錶業早於1930年開始發展，早年主要以鐘錶維修及生產簡單的零部件為主。時至今日，經過一連串的創新及蛻變，香港鐘錶業已從原件代工生產（OEM），發展出原創設計生產（ODM），部分公司更轉型至原品牌生產商（OBM），於國際舞台站穩地位。

香港鐘錶業產品出口值

香港鐘錶商業及工業得以平衡發展，有賴業界多年來的艱辛打造，目前每年業界的出、入口量均高踞全球，總出口及入口價值均以百億港元計。

- 香港是全球主要的鐘錶出口地，主要產品包括以電池驅動的腕錶。
- 本港出口的腕錶種類繁多，由指針錶到電子錶、金屬錶到塑料錶，時尚錶到經典錶、實用錶到首飾錶，還有運動錶及其他錶類，不勝枚舉。
- 此外，香港出口多種鐘錶零部件，例如已經組合的鐘錶芯、鐘錶殼、鐘錶面、錶扣帶、錶帶和錶殼零件。
- 以價值計算，完整手錶進出口，以及完整時鐘出口，香港於全球中均位居前列。

資料來源：香港貿易發展局網頁（2021年8月）



2 認識本地市場

香港鐘錶業的**本地銷售市場繁盛**，產品種類包括大部分名錶品牌及潮流手錶，銷售地點遍佈旅客旺區及本地市民生活區域。

本地市場的
現況如何？



本地市場現況

- 香港錶行林立，各國品牌款式琳琅滿目。在香港購買手錶，毋須繳付關稅和銷售稅，選擇多，而且價格相宜。
- 售賣主要品牌的錶行多集中在香港銅鑼灣的軒尼詩道及怡和街、中環，以及九龍尖沙咀至旺角的彌敦道一帶。除上述地點外，眾多的大型商場和百貨公司都可以找到品牌手錶的專櫃，而不少珠寶金行也同時是品牌手錶的代理商。
- 至於款式多樣的潮流手錶，可以在銅鑼灣、尖沙咀和旺角等地區的潮流商場找到。

主要品牌代理

各大全球性品牌代理多在香港設立駐港辦事處，其中世界四大集團代理了大部分名錶品牌。四大集團通過有計劃的兼併收購行動，在鐘錶業生產中佔據主導地位，它們分別是瑞士的斯沃琪集團、勞力士集團、歷峰集團和法國的路威酩軒集團。



斯沃琪集團 (Swatch Group Ltd.)

- 世界最大鐘錶集團
- 在 50 個國家擁有 18 個品牌
- 擁有裝配系統、ETA 機芯及鈕扣電池等多家配套生產企業

勞力士集團 (Rolex S.A.)

- 瑞士第二大鐘錶企業
- 集團構成「精銳」，只生產勞力士手錶及其兄弟品牌帝舵錶
- 瑞士最大的奢侈錶生產者

歷峰集團 (Richemont)

- 擁有一系列世界奢侈品名牌
- 躋身於世界三大鐘錶生產企業之列
- 手錶年銷售額達 20 億瑞士法郎

路威酩軒集團 (LVMH)

- 當今世界頭號奢侈品集團
- 20 世紀末購入豪華及真力時兩個瑞士手錶品牌後躍居世界第四大手錶生產企業

分銷商

各大集團，除了在旅客消費重點區域，如銅鑼灣及尖沙咀設專門店，以吸引 VIP 客戶；其他著名錶行均在旺區，如中環、銅鑼灣及旺角等設立分店，為本地客戶及旅客提供服務。





香港鐘錶產品主要出口到甚麼國家？

香港的鐘錶產品多元化，能滿足不同地區的市場需求，以下是兩大生產形式及部分品牌現時的主要出口地區。



3 出口市場現況

香港鐘錶業的出口地區廣泛，涵蓋中國內地、歐美、中東、俄羅斯及東南亞多個國家，並積極開拓新市場。

生產形式與主要出口地區



香港以 OEM 形式生產的鐘錶

- 主要銷售予美國、歐盟和日本的進口商及分銷商。少數生產商直接與連鎖店及時裝品牌訂立 OEM 安排，為他們生產款式獨特的產品，以配合其品牌形象。

香港公司擁有設計的 ODM 產品

- 其銷售渠道大致相同，但特別受小型分銷商歡迎，原因是小型分銷商受財力所限，不能在設計及生產設備上作較大投資，而若干低價產品則會直接售予大公司用作宣傳贈品。市場方面，主要出口到中國內地、東南亞國家以及其他新興經濟體。

鐘錶品牌與主要出口地區



根據《香港鐘錶業的發展與創新》一書，列舉出香港鐘錶廠商出口概況，現歸納如下：

品牌	主要出口地區
情美錶 J.win	歐美及中國內地城市
英納格 Enicar	中國、日本、印度、中東及歐洲
澎馬 Buler、珍達斐 Jeand'eve、時添雅 Sultana	中東、南美及俄羅斯
天普時 Temporis	歐洲、中東及中國
Zerone 電子錶、Charles Hubert Paris	美國、英國及中國
Caterpillar 羅馬	中國
E-PAPER 電紙手錶、Mysterious V 手錶	中國、墨西哥及星馬地區

（資料更新日：2016 年 4 月 30 日）



未來市場有甚麼發展趨勢？



未來市場的發展趨勢可參考以下取材自香港貿易發展局網頁的資料。

4 市場趨勢

香港的鐘錶業**產品質素及生產技術均不斷提升**，未來將積極邁向高檔市場發展；而推廣及銷售方面，**電子商貿已成為行業常態**；產品方面，**運動手錶、智能手錶及時尚手錶現時均大有市場**，產品日趨多元。

業界趨勢

產品質素

- 積極邁向高檔市場發展，銳意進行研發，在本地生產自行設計的機械機芯，甚至大量生產精密時計。
- 很多企業在鐘錶進行裝配前，會先把自行製造或從經銷商採購的產品送交獨立測試實驗室進行檢測，以確保產品質素。

生產技術

- 使用電腦輔助設計（CAD）改善完整鐘錶、鐘錶面、錶殼以及相關部件的設計質素，減省時間及成本。
- 3D 電腦輔助工業設計（CAID）及快速原型製造技術的應用，有助香港公司提高設計能力。
- 部分港商投資研發機芯，以減少依賴進口及克服標準機芯限制產品設計的問題。
- 增加對現代生產技術的投資，以改善產品質素及提升生產力，例如不斷改良壓鑄、製模、塑料生產、金屬衝壓、鐘錶面處理及電鍍等技術。

電子商貿

- 互聯網已經成為鐘錶業者不可或缺的產品推廣及銷售渠道。愈來愈多品牌擁有人、零售商及經銷商設立電子商貿網站，或於網購平台開設網店。
- 對於在網上售賣產品的奢侈品牌而言，優質配送服務及線下售後服務已迅速成為行業常態。

產品趨勢

運動手錶

- 隨着健身和體育活動愈來愈受歡迎，一些具備超輕、超薄、佩戴舒適、100 至 500 米防水、防刮、防反光物料及高清晰度等特點的運動手錶現時大有市場。
- 較高檔的產品方面，一些動力儲能長達 80 小時的自動機芯型號，可滿足活躍好動人士的需要。

智能手錶

- 智能裝置及數碼潮流產品大行其道，智能手錶也日益普及，持續帶動業界增長。
- 手錶業者致力為智能手錶研發各種獨特功能，例如身體動作及生命體徵監測、全球定位系統、測溫及天氣預報等。

時尚手錶

- 手錶的設計及舒適度對日益龐大的女性市場來說也愈趨重要。因此一些知名時裝品牌也推出了手錶系列，希望在市場分一杯羹。
- 特大錶面設計獲年輕一輩垂青，而顏色鮮豔的款式，如粉紅及白色手錶則很受女性消費者歡迎。
- 首飾、手鏈及手鐲型手錶則適合於出席隆重場合時佩戴。
- 男裝手錶方面，配備計時功能及有錶圈的設計十分流行。

資料來源：香港貿易發展局網頁（2021 年 8 月）

**課堂活動 1 鐘錶展簡介會推廣****A. 預計時間**

- 60 分鐘

B. 活動內容

- 以 3 位學員為一組
- 每組以 5 至 10 分鐘介紹一款腕錶，必須包括類型、特色及銷售對象

C. 評分標準

- 內容涵蓋鐘錶產品類別，例如石英錶 (Quartz Watch)、機械錶 (Mechanical Watch) 等
- 內容涵蓋主要及有潛力的消費者對鐘錶產品喜好和需求，例如現代者 (Actualizers)、實現者 (Fulfillers) 等

**課堂活動 2 名錶大比拼****A. 預計時間**

- 45 分鐘

B. 活動內容

- 將全班學員分三組
- 學員需根據導師提出的要求，例如檔次、產地、功能等，鬥快找出適合的腕錶作推介
- 學員可在網站尋找資料
- 題目例子：約三至四萬港幣的飛行員腕錶

C. 評分標準

- 推介腕錶與導師要求配合
- 以愈準愈快者為勝

(一) 選擇題類型題目



1. 香港是全球主要的鐘錶出口地，主要產品包括以電池驅動的腕錶，佔總出口的百分比？
 - a) 46%
 - b) 56%
 - c) 66%
 - d) 76%

2. 以下哪項是香港主要鐘錶產品？
 - i. 電子跳字錶
 - ii. 石英錶 (Quartz Watch)
 - iii. 機械錶 (Mechanical Watch)
 - iv. 智能手錶
 - v. 時裝手錶
 - a) i、ii、iii
 - b) ii、iii、iv
 - c) iii、iv、v
 - d) 以上各項皆是

(二) 短問題類型題目



3. 試列出四大集團所銷售的名錶品牌。

備註：以上課堂活動及筆試題目只作為參考，使用機構可按學員的技能水平及其實際需要而作出調整。

第3課



推廣銷售第一步



應該如何向顧客推廣銷售產品？

推廣銷售簡單歸納為以下四個步驟：

1. 分析顧客類型
2. 介紹產品特點
3. 引導顧客購買產品
4. 處理交易

首先，我們一起看看顧客可分為哪四大類型吧！



1 四大顧客類型

不同類型顧客有不同消費心態，銷售員需要瞭解顧客的喜好，透過細心觀察顧客說話的特徵，理解他們選購時計產品的心理與消費心態，投其所好，才能推介適合顧客需求的產品，以下是四大顧客類型的特徵：



傾談時表現出追趕潮流、注重時尚和講究品牌

追趕潮流型

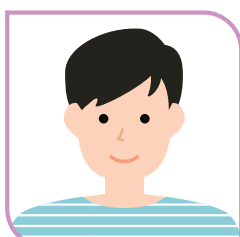
- 喜歡新貨品
- 喜歡追求潮流
- 注重時尚產品



說話時非常有主見和決斷

主導話事型

- 喜歡自己作主
- 要求其他人認同他的想法及說話
- 喜歡支配一切



說話時非常隨和及健談

容易相處型

- 喜歡得到售貨員注意及禮貌的對待
- 喜歡與人分享自己開心的事
- 容易與人熟絡



說話時非常理性

理性發問型

- 會詳細瞭解貨品的特性、優點及好處
- 要求物有所值
- 關注所付出的價錢
- 需要花多一點時間作出購買決定



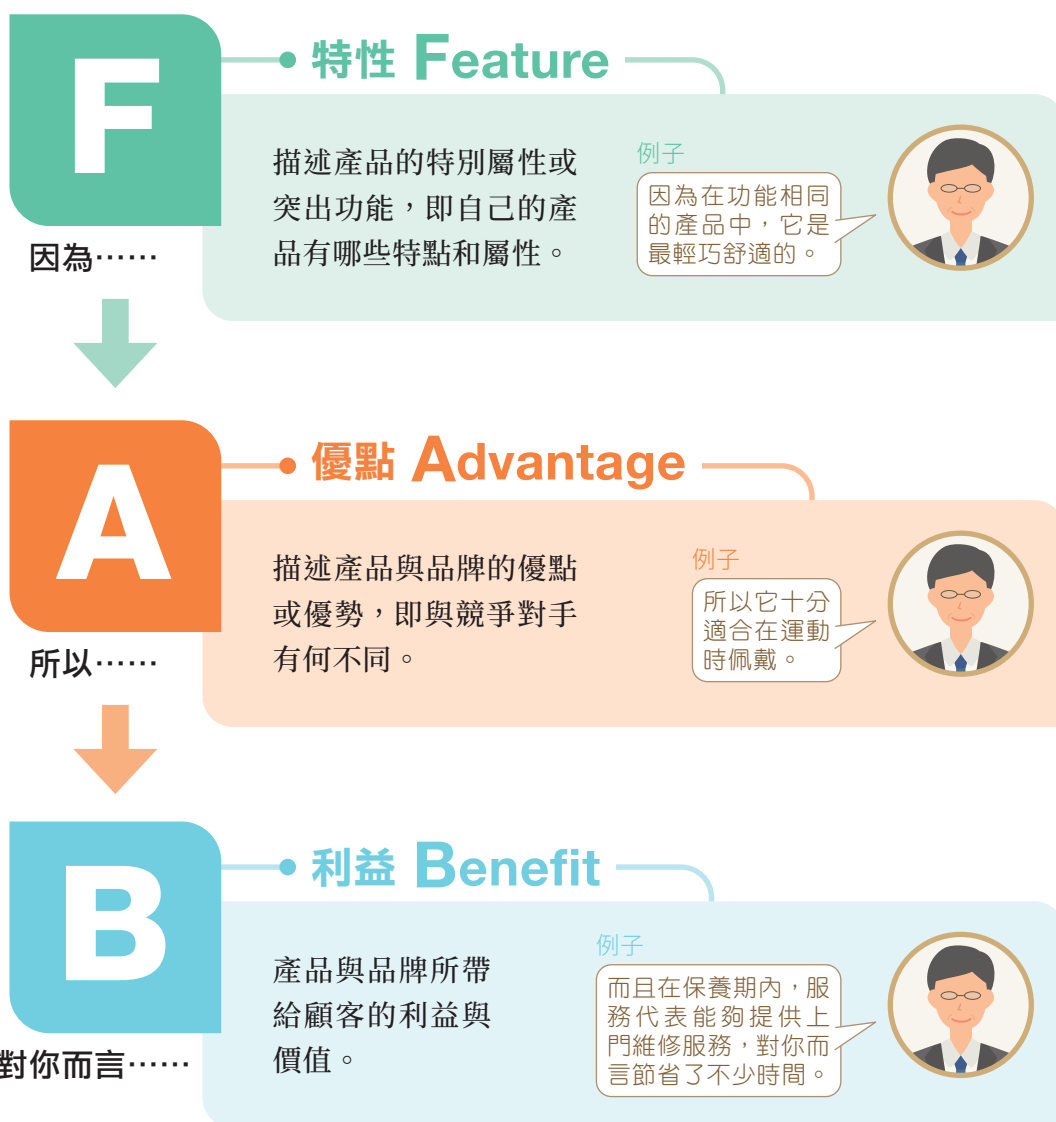
有甚麼方法可以快速和清楚地向顧客介紹產品？



這個時候，我們可以運用「FAB 利益銷售法」。

2 認識 FAB 利益銷售法

運用「FAB 利益銷售法」，可**快速陳述產品與品牌的特點和服務內容**，是銷售員向顧客分析產品利益的方法，**針對個別顧客而推銷商品的「買點」**。在進行產品介紹及銷售細節陳述的時候，針對客戶需求意向，向顧客分析產品與品牌的**特性、優點**和帶給顧客的**利益與價值**。





如何一步步引導顧客購買產品？

我們可以運用「AIDA銷售模式」引導顧客作出購買決定。



第3課



推廣銷售第一步

3 認識 AIDA 銷售模式

「AIDA 銷售模式」是指推銷員必須把顧客的注意力吸引到產品上，使顧客對推銷品產生興趣。這樣顧客的購買欲望也就隨之產生，然後再促使顧客決定購買。

「AIDA」有四個步驟，即引起顧客注意（Attention）、讓顧客產生興趣（Interest）、刺激顧客購買意欲（Desire）和引導顧客購買（Action）。



Attention

引起顧客注意

- 將全部注意力集中於顧客
- 聆聽他的情況並提出合適的問題（5W1H）
- 向顧客展示貨品／介紹小冊子
- 讓顧客觸摸貨品
- 為顧客作配搭



Interest

讓顧客產生興趣

- 積極和細心聆聽
- 表達體恤的心情和身同感受
- 表示願意接受顧客的問題／情況及讓顧客知道你會幫助他
- 簡略介紹貨品的特性、優點及好處
- 列舉其他顧客購買的例子



Desire

刺激顧客購買意欲

- 瞭解顧客想得到甚麼
- 儘量滿足／超越顧客的要求
- 強調貨品如何配合顧客的獨特需要
- 強調貨品的暢銷程度
- 強調牌子的著名程度或因暢銷而隨時售罄



Action

引導顧客購買

- 主動詢問顧客要那種貨品
- 主動介紹其他配襯產品
- 立刻行動，跟進已作出的承諾
- 如有任何事情發生，主動向顧客報告有關情況
- 測試及跟進顧客的滿意程度

說完「銷」，也要說說「售」，即處理交易的時候。



4 處理交易

處理交易也是推廣銷售中不可忽視的一環，銷售員可在處理交易的時候，提供兩類增值服務，一是**推廣銷售增值服務**，二是**顧客管理增值服務**：

推廣銷售增值服務

按顧客所選購貨物的現貨數量有以下兩種情況：

現貨付款

- 清楚說出產品件數及銀碼
- 主動介紹顧客可以或有機會享有的推廣優惠
- 主動作附加推銷，為顧客介紹有附加價值的產品
- 詢問付款方法，主動講解哪種付款方法有優惠
- 感謝顧客惠顧及歡迎顧客再次蒞臨

訂貨安排

- 若缺貨時可主動安排訂貨服務
- 清楚記錄有關資料
- 清楚向顧客講解訂貨及送貨程序

顧客管理增值服務

在顧客管理方面，零售銷售商為了與顧客保持聯絡，建立關係，都會運用不同的途徑，現舉下列項目作參考：

會員制度

- 顧客在購買後可申請成為會員
- 按消費金額設立不同級別的會員
- 按不同級別的會員身份而享有不同的優惠

尊享會員優惠

- 購物積分獎賞
- 全國維修服務
- 優先獲邀參加商戶及其合作伙伴舉辦之展覽及活動
- 定期收到商戶的最新優惠通知及手錶資訊

建立網上平台

- 透過網上平台，提供諮詢服務
- 讓顧客可在平台上互相交流
- 提供網上購物服務

第4課



如何提升顧客服務技巧？



顧客服務有甚麼要點？

想要提升顧客服務技巧，必須認識以下四個要點：

1. 瞭解顧客需求、願望及期望
2. 三個銷售服務階段
3. 兩步建立及維繫顧客關係
4. 四招化解顧客投訴

如果想增加顧客的滿意度，先要瞭解他們的需求、願望及期望。



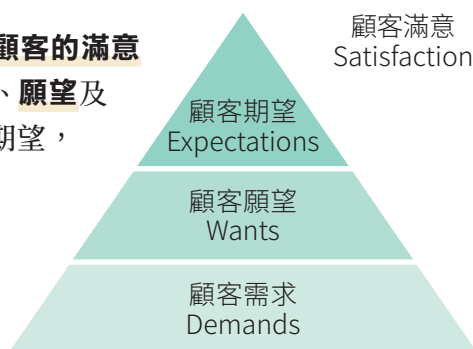
1 瞭解顧客需求、願望及期望



P.31-32

顧客服務是一系列接待顧客的活動，旨在**增加顧客的滿意程度**，令顧客感到產品或服務符合他們的**需求、願望及期望**。顧客服務最重要的第一步是知悉顧客的期望，第二步是款待顧客和提供優質服務。

要提供有效的顧客服務，關鍵在於款待顧客的服務人員要設身處地為顧客着想，瞭解顧客需求、願望和期望得到甚麼。



顧客需求 (Demands)

- 顧客擁有購買力時，「需求」會轉化成消費行為。
- 會購買他們認為最物有所值／最喜愛／最能讓他們滿意的產品。

顧客願望 (Wants)

- 顧客的願望是由其文化、個性及經歷塑造而成。
- 顧客透過購買產品或服務，滿足其願望。
- 顧客往往願意付出更高的價錢，以滿足自我的願望。

顧客期望 (Expectations)

- 期望就是顧客在滿足需求及願望，同時希望獲得最大、最多的利益。
- 滿足顧客的期望必須在公司的能力範圍之內，並要保持「合理」。

顧客滿意 (Satisfaction)

- 理解顧客的實際期望，有助達到顧客滿意的目標。
- 如果顧客的期望與實際獲得的服務之間有落差，顧客便會感到不滿。
- 要令顧客滿意，必須能滿足或超越他們的期望，最重要的是找出顧客確切的期望是甚麼。



P.32-33

常見情況：顧客個別的折扣優惠要求

- 銷售員要注意，顧客落實購買行動時，為求得到最大利益，會跟銷售員糾纏及討價還價。
- 最常見的要求包括提供更多折扣優惠、免費禮品、維修事宜等。
- 銷售員要懂得運用同理心，切勿與顧客就訂價及折扣優惠爭論。
- 銷售員要令顧客明白不同地區的銷售稅制和匯率皆有不同，產品的價格及折扣優惠也不可能完全相同。
- 就顧客個別優惠要求，於適當時候請示上司或相關同事。
- 銷售員儘可能提供不同折扣優惠的條件及資訊給顧客。
- 讓顧客清楚折扣優惠，務求令顧客結帳付款時和之後，帶着開心的體驗和滿足感。

銷售服務的三個階段中，有甚麼地方需要特別注意？



2 三個銷售服務階段

銷售員要珍惜機構的顧客資源，秉持「**以客為尊、視客如親**」的服務理念，以「**誠心、用心、真心、耐心、貼心**」的優質服務態度，在**銷售前、銷售中、銷售後**的過程，提供顧客優質的服務。



銷售前服務

步驟 1 銷售前的準備 → 步驟 2 和客人打招呼 and 溝通

接近顧客的最佳時機

- 當顧客剛進門，尚未細看產品時，勿過於急切招呼。
- 給顧客一些空間瞭解陳列的產品及品牌。
- 留意顧客最關注或有興趣的產品及品牌。
- 當顧客在某件產品及品牌前停留細看，或顯示想用手觸摸產品時，是接近顧客的最佳時機。

銷售中服務

步驟 3 瞭解顧客需要 → 步驟 4 介紹和推薦產品給顧客 →

步驟 5 讓顧客試戴產品 → 步驟 6 進行附加推銷

要顯得有專業能力及有信心

- 接待顧客時，要有系統地推介產品及品牌。
- 要突出貨品及品牌的主題，方便更容易吸引顧客。
- 要對展示的產品及品牌有深入認識。
- 介紹和推銷產品及品牌時要顯得有專業能力，可以加深顧客的信心。

銷售後服務

步驟 7 完成交易 → 步驟 8 銷售後的服務

建立信任關係

- 建立顧客記錄（包括姓名、聯繫電話、喜好、顏色、提出的問題等）。
- 定期發訊息給顧客，保持聯繫。

3 兩步建立及維繫顧客關係

建立及維持顧客關係時，有甚麼技巧？



銷售員應提供優質服務，幫助顧客解決問題，為顧客提供愉快的消費體驗，**給顧客留下良好的印象**。

在建立顧客關係方面，應按機構的既定程序收集顧客的資料，為顧客提供鐘錶資訊及護理的**專業知識**，也可關心顧客**佩戴手錶的情況**，甚至閒聊大家的**生活情況**，**建立長遠的顧客關係**。

第一步：給顧客留下良好的印象

把握第一次接觸，給顧客留下良好的印象，並且在極短的時間內建立信任度。

要點

行動

給顧客專業、敬業的感覺。

穿着整潔制服、外觀端好，注意個人衛生。

讓顧客感到受關注和友善。

精神及面帶笑容地說第一句話「歡迎光臨」。

提高顧客對你的專業認同感。

銷售過程中不時提供鐘錶及佩戴小知識。

令銷售過程融洽和諧，讓顧客感覺愉快和放鬆。

銷售過程中在適當時機讚美顧客，可以是顧客本身或談話中提及的人物或事情。

讓顧客感受到你用心協助他挑選最適合的款式。

提供個人意見，有時不需要只附和顧客，甚至可以不同意顧客觀點，但必須有合理解釋。

給顧客親和感。

順應顧客性格、說話語氣及聲線，而改變說話內容和方式。

第二步：建立長遠的顧客關係

按機構的既定程序，收集顧客的資料，建立長遠的顧客關係，增加銷售機會。

要點

行動

懂得把握不同顧客的心理需求與情緒。

讚美顧客，建立信任度和關係。

主動維繫顧客和溝通，讓顧客記起你和感到受重視。

在節日及顧客一些特別日子送上祝賀字句。

增加雙方的友好度。

主動關心顧客的佩戴情況，或閒聊大家生活情況。

增加顧客對你的信心和信任度。

當顧客聯絡你時，要耐心跟進，幫助顧客解決疑難。

使顧客變成熟客和朋友。

尋找共同話題或興趣，並一同參與。

增加熟客的友好度，並帶旺店舖的人氣。

多邀請熟客到店舖閒聊，可只談風花說月，不一定要推銷手錶。

第4課



如何提升顧客服務技巧？

處理顧客投訴時，有甚麼需要注意的地方？



4 四招化解顧客投訴

顧客的**訴求一般是為得到最大利益**，若未如願，最惡劣情況下，會變成「投訴」。

顧客的投訴或訴求是「危」也是「機」，**處理恰當和有效處理顧客的訴求或者投訴，能轉化「危」為「機」**，可增加銷售成功率，顧客很有可能會因此成為忠實的熟客，以下四點是處理顧客投訴或訴求過程中，接待同事需要注意的地方：



冷靜有禮

- 應保持冷靜及保持微笑，不可受顧客負面情緒影響而急躁。
- 安撫顧客情緒，緩和整體氣氛。
- 要令顧客感覺受尊重，緩和顧客的負面情緒。
- 顧客離開時必須有禮地歡送，保持笑容，並邀請再次光臨。

減低影響

- 嘗試邀請投訴顧客到店舖 VIP 位置或較少其他顧客聚集地方，儘量將其影響減低。

耐心瞭解

- 必須專心聆聽，有不明白地方要問清楚。
- 切忌急於回應、否認或反駁顧客，先耐心聆聽事情始末及顧客的要求。
- 顧客把事情始末交代後，需將事情重點重複及再次確認顧客的要求。

尋求支援

- 可先尋求店舖經理或主管意見，然後有禮地回覆顧客及提供解決方法。
- 如果未能自行解決，可尋求店舖經理或主管直接跟顧客對話，以表示尊重，並盡力為顧客解決問題。

**課堂活動 1 認識顧客的心理****A. 預計時間**

- 45 分鐘

B. 活動內容

- 以 4 至 6 位學員為一組
- 每組以 5 至 10 分鐘介紹其中一種顧客類型（追趕潮流型、主導話事型、容易相處型或理性發問型）的特徵及向其推銷的要點

C. 評分標準

- 對顧客類型的特徵及相應推銷要點的認識程度

**課堂活動 2 模擬銷售服務過程****A. 預計時間**

- 60 分鐘

B. 活動內容

- 以 4 至 6 位學員為一組
- 每組討論後，派出 2 位學員分別扮演顧客及銷售員
- 顧客特徵可參考顧客類型其中一類為藍本

C. 評分標準

- 「AIDA」的運用
- 人際溝通技巧的運用
- 在銷售前、銷售中和銷售後過程，對服務顧客的重點事項和良好做法的運用



(一) 選擇題類型題目

1. 下列哪項是理性發問型顧客之特徵？
 - a) 要物有所值
 - b) 自己作主
 - c) 喜歡與人分享開心事
 - d) 注重時尚牌子
2. 在「AIDA」銷售模式中，首個「A」是代表甚麼？
 - a) 讓顧客產生興趣
 - b) 引導顧客購買
 - c) 引起顧客注意
 - d) 刺激顧客購買意欲

(二) 短問題類型題目

3. 請列出收集顧客資料，以建立長遠顧客關係的其中五個要點。

備註：以上課堂活動及筆試題目只作為參考，使用機構可按學員的技能水平及其實際需要而作出調整。



第5課



保安防盜怎樣做？



應該怎樣加強店舖的保安防盜？

保安防盜必須認識以下四個方面：

1. 保安防盜設備及措施
2. 開舖、營業及關舖程序
3. 三大保安防盜指引
4. 正確展示及存放產品

我們先從基本的保安防盜設備及措施說起。



1 保安防盜設備及措施



香港警務處的防止罪案網頁，提供了一些簡單的店舖保安防盜指引，當中包括不同的**建議設備**和**措施安排**，可有效防止店舖盜竊、爆竊及搶劫事件。

設備



- 玻璃門必須採用夾層防盜玻璃。
- 必須確保後門堅固穩妥，最好選用鋼門，且門內上下裝有門栓，並安裝防盜插心梗鎖。



- 安裝閉路電視提高阻嚇性及加強保安。
- 裝設室內廣角鏡，有助店員觀察店內情況。



- 安裝卷閘或鐵枝。
- 每晚把櫥窗內的貴重物品移走。



- 委托信譽良好的公司妥善安裝防盜警鐘系統。



- 如必須將現金存放於店內，則要選購可以穩固鑲嵌於地上或牆身的夾萬。



- 安裝防範店舖盜竊的高科技系統，如電子監察 (EAS) 或無線射頻辨識 (RFID)，並使用「防盜磁扣」。

措施



- 每天把現金存入銀行，不要儲存在店舖內。



- 指導店員時刻提高警覺，同時可考慮增聘保安員。



- 張貼警告標語告示，例如「如發現店舖盜竊，本店依法追究」、「店員嚴密監察，切勿以身試法」。



- 如發現疑似盜竊活動，立即通知警方。



- 高價貨品只陳列樣本，或混合其他低價貨品陳列。
- 將高價貨品擺放於保安較妥善的飾櫃內。



- 提高員工的默契呼應和補位，包括及時以暗語提醒同事。



- 確保送抵的貨物立即轉送到安全的地方儲存，並經常檢查存貨。



- 加強員工的職業道德教導和培訓工作。

2 開舖、營業及關舖程序

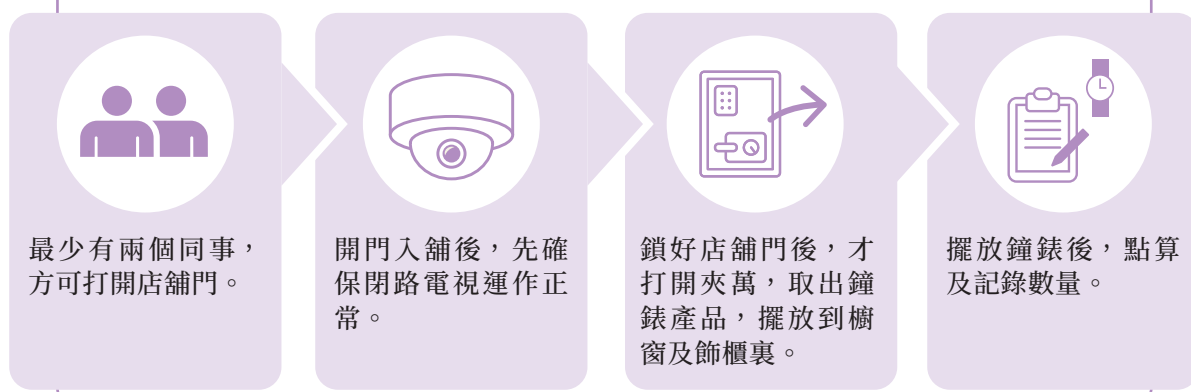
開舖、營業及關舖均有不少注意事項，例如鐘錶零售店舖員工在每天開店前及營業時間過後，均需要

盤點該店舖內的所有產品，以確保實際庫存數量與電腦系統顯示的數量相符；營業時間過後，一般會**收起所有或大部分陳列在櫥窗及飾櫃的貴重鐘錶**，存放至店舖內的夾萬；部分店舖更會在櫥窗位置拉下簾子，避免招引賊人爆竊。以下是加強店舖保安的一般開舖、營業及關舖程序：

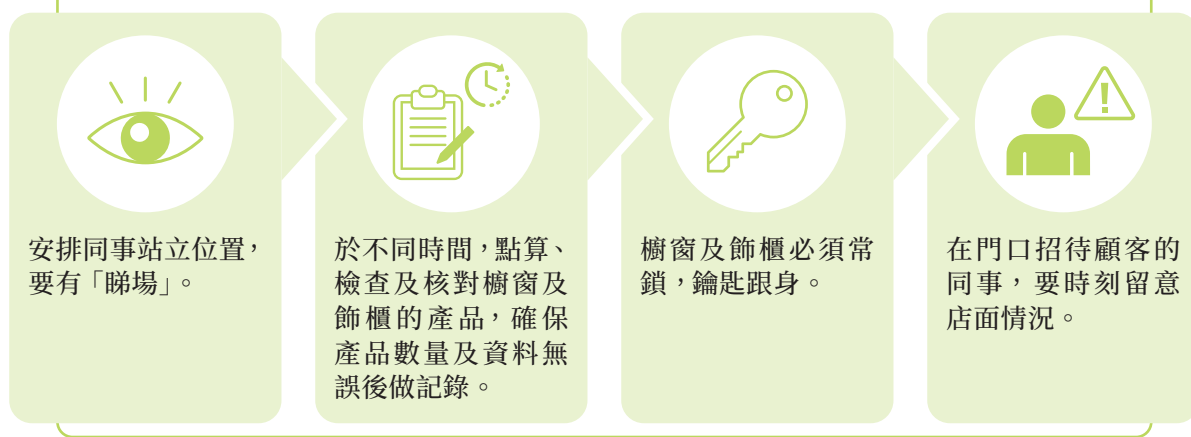
開舖、營業及關舖時有甚麼程序可以加強店舖的保安防盜？



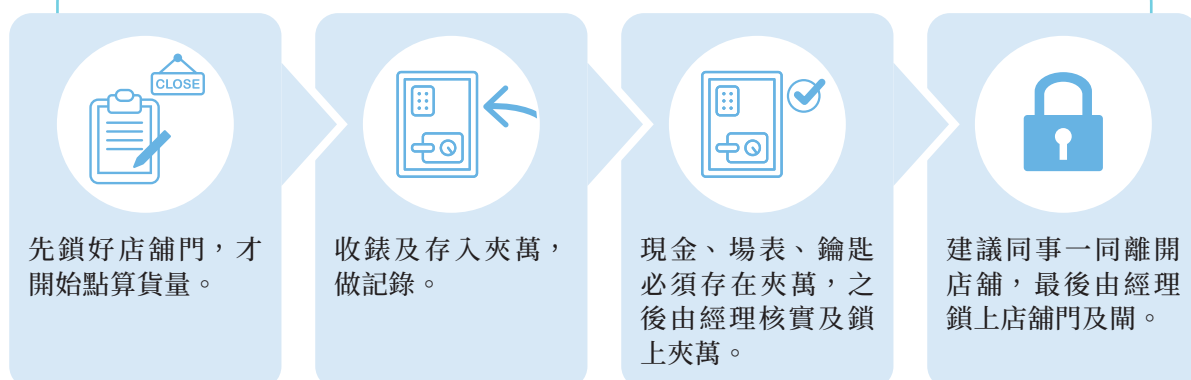
開舖



營業



關舖



3 三大保安防盜指引

想進一步加強店鋪的保安防盜，可以參考以下三方面的指引。



為了加強保安防盜，不少公司都訂立了相關的員工指引，鐘錶店舖員工除了一般店舖保安，

還要遵守**涉及陳列櫥窗及飾櫃鑰匙**及**檢查手袋及錢包**兩方面的指引，以減低鐘錶產品失竊的風險。



一般店舖保安

- 最少要有兩個員工在場，才可以打開店舖門。
- 在安全系統關閉之前，不得打開夾萬。
- 任何未經授權的人員嚴禁打開夾萬、櫥窗及飾櫃。
- 所有櫥窗及飾櫃必須保持上鎖狀態。
- 所有進入經理室和倉庫的通道必須保持關閉。
- 切勿讓任何手錶無人看管。
- 如果對顧客的誠信有任何疑問，或客戶可能存在安全風險，應立即通過預定的話語告知店長或經理／主管。
- 由於不知道顧客的袋裏存有甚麼貴重物件，員工不可同意幫顧客看管屬於他的袋或物件。
- 在顧客離開店舖之前，務必小心檢查櫥窗及飾櫃的物件數目及內容。



涉及陳列櫥窗及飾櫃鑰匙

- 只能在早上店舖開門前，或晚上店舖關門後，才能清潔櫥窗或飾櫃，清潔時嚴禁任何未經許可人員進入或離開店舖。
- 打開櫥窗及飾櫃的鑰匙於每天早上分發，每天晚上收集點算後，鎖於夾萬中，任何鑰匙必須有專責員工或經理／主管負責看管。
- 於營業時間內，店舖經理／主管為每個店員分配帶有姓名識別的櫥窗及飾櫃的鑰匙。
- 工作時，店員必須小心保管他們的櫥窗及飾櫃鑰匙。
- 下班時，店員必須將鑰匙歸還給負責看管鑰匙的經理／主管。
- 店舖關門後及下班之前，負責的經理／主管必須確保已經收集所有員工的櫥窗及飾櫃鑰匙。



涉及檢查手袋及錢包

- 設立有關檢查手袋及錢包的一般守則及檢查程序。
- 下班時，所有員工所攜帶的任何容器，即錢包、背包、手袋或購物袋，均會被要求打開，讓負責保安監督工作的人員或經理／主管進行檢查。
- 當進行該項檢查時，員工有責任打開袋口，展示袋內的物品。
- 任何拒絕遵守上述守則的員工會受到紀律處分或終止僱傭合約。

第5課



保安防盜怎樣做？



展示及存放鐘錶產品時，還有甚麼地方需要注意？

展示及存放鐘錶產品時，最重要的是嚴格遵守機構的展示指引，以及小心保管櫥窗及飾櫃的鑰匙。



4 正確展示及存放鐘錶產品

鐘錶店舖員工必須**瞭解機構有關展示手錶的程序**，嚴格遵照展示手錶數量的指引，並**妥善存放展示過後的鐘錶產品**，以下是有關的一般操作守則和需要注意的地方：



展示



- 由櫥窗或飾櫃取出手錶展示時，不要同一時間取出太多枚。
- 要嚴格遵照機構的同一時間最多展示手錶數量的指引。
- 避免產生混亂，制訂由飾櫃取出手錶的數量，一般來說最多四枚。
- 給顧客觀看或試戴時，必須使用錶盤放置手錶給顧客選擇，讓取出的錶款及數量一目瞭然，避免出錯或出現混亂的情況。



- 在沒有看管的情況下，手錶不能獨自放在顧客的手上。
- 在任何情況下，手錶不可離開同事的視線範圍，尤其是顧客正在看名貴的錶款產品。

存放



- 營業時間內，於不同的時間點算櫥窗及飾櫃內的手錶，並作記錄。
- 每次展示手錶和用布抹乾淨手錶之後，必須把手錶放回櫥窗或飾櫃內，並馬上鎖上。
- 顧客暫時不合適的手錶，必須馬上放入飾櫃內鎖上。



- 在任何情況下，櫥窗及飾櫃必須鎖上，鑰匙必須保存在身上。
- 櫥窗及飾櫃的鑰匙必須跟身及小心存放，不可放在銷售桌上或抽屜內。



課堂活動 1

店舖保安指引及安全準則分組報告

A. 預計時間

- 45 分鐘

B. 活動內容

- 學員在課前先行瀏覽與零售盜竊資訊相關的網頁及視頻
- 以 4 至 6 位學員為一組
- 每組以 5 至 10 分鐘簡介按着使用及管理陳列櫥窗及飾櫃鑰匙操作守則執行工作時，要注意的地方
- 可以使用搜集到的店舖盜竊的相關資料及影片作為例子

C. 評分標準

- 能夠指出有關學習主題的重點及意思，並清楚複述
- 能夠運用學習得來的資料進行討論及作出回應
- 對店舖保安指引和使用及管理陳列櫥窗及飾櫃鑰匙操作守則的認識程度



課堂活動 2

店舖展示和存放鐘錶產品考察報告

A. 預計時間

- 60 分鐘

B. 活動內容

- 瞭解店舖的展示和存放鐘錶產品的操作守則
- 到零售店舖考察員工執行工作的情況，進行筆記紀錄
- 根據考察紀錄作課堂討論和課後習作的材料

C. 評分標準

- 能夠指出有關學習主題的重點及意思，並清楚複述
- 能夠運用學習得來的資料進行討論及作出回應
- 對展示和存放鐘錶產品一般操作守則及程序的認識程度

(一) 選擇題類型題目

1. 工作程序中，以下哪個處理手法要改進？
 - a) 櫥窗飾櫃必須常鎖，櫥窗飾櫃鑰匙要跟身
 - b) 開門入舖後，先要確保閉路電視運作正常
 - c) 若顧客突然有急事，例如要去洗手間，會幫顧客暫時看管屬於他的袋或物件
 - d) 顧客離開店舖之前，會再小心檢查櫥窗飾櫃的內容

2. 以下哪一項展示和存放鐘錶產品處理手法要改進？
 - a) 顧客想看或想試戴手錶時，使用錶盤來放置手錶
 - b) 同一時間儘量展示最多產品款式，推介多些手錶款式給顧客選擇
 - c) 手錶在顧客手上時，不可離開視線範圍
 - d) 每次展示手錶後，立即放入飾櫃內鎖上

(二) 短問題類型題目

3. 請說明展示和存放鐘錶產品一般操作守則和程序。

備註：以上課堂活動及筆試題目只作為參考，使用機構可按學員的技能水平及其實際需要而作出調整。

參考篇：豐富課堂有法

教材套參考資料快速索引

第 1 課 至 第 3 課	- 鐘錶知識 - 市場概況 - 銷售技巧	 P.126-128
---------------------	--	---

第 3 課 至 第 4 課	儀容注意事項	 P.14
	零售溝通技巧	 P.19
	顧客類型與消費心態	 P.26
	銷售技巧及顧客服務程序	 P.28
	顧客接待技巧	 P.37
	收集顧客資料及處理投訴	 P.41
	處理顧客關係	 P.44

第 5 課	店舖保安防盜	 P.51, 55, 58, 61
-------	--------	--

資歷架構是甚麼？

- 由香港特別行政區政府教育局於2008年推出，以鼓勵市民持續進修、終身學習。
- 是一個七級的資歷制度，為學術、職業專才和持續教育界別的資歷釐定明確和客觀的標準。
- 確保資歷具質素保證。



多元資歷

鐘錶業從業員可從以下兩個途徑獲取資歷架構認可資歷：



資歷名冊

修讀
資歷架構認可課程



資歷架構認可資歷

申請
過往資歷認可



申請詳情

資歷架構秘書處

電話：3793 3955（一般查詢） 3793 3957（發還評估費用）

傳真：3106 2035

網頁：www.hkqf.gov.hk

鐘錶業行業專頁：www.hkqf.gov.hk/wc

電郵：hkqf@edb.gov.hk

第七屆鐘錶業行業培訓諮詢委員會（2019-2021）成員名單

主席 梁輝文先生

副主席 黃麗嫦女士

委員 陳偉先生 陳裕華先生
許健偉先生 洪莉麗女士
高鼎國先生 林偉雄先生
劉榮濤先生 李永安先生
梁仲元先生 梁嘉威先生
莫慕潔女士 商浩帆先生
孫大豪先生 鄧偉雄先生
徐永群先生 黃佐華先生
教育局代表

書名 鐘錶業推廣銷售教材套快速應用全攻略

編撰設計及承印 明報教育出版有限公司

電話：2515 5600 傳真：2595 1115

地址：香港柴灣嘉業街18號明報工業中心A座15樓

網頁：www.mpep.com.hk

電郵：marketing@mpep.com.hk

出版 香港特別行政區政府教育局

鐘錶業行業培訓諮詢委員會及資歷架構秘書處

電話：3793 3955 傳真：3106 2035

網頁：www.hkqf.gov.hk

電郵：hkqf@edb.gov.hk

2021年8月初版

© 2021 香港特別行政區政府

非賣品

若須引用或翻印本書內容，務請註明出處

本書以鐘錶業行業培訓諮詢委員會製作的兩套「推廣銷售範疇《能力標準說明》為本教材套」(下稱教材套)為素材，設計了五節鐘錶業推廣銷售課堂，簡介兩套教材套的內容及教學示例，方便企業及培訓機構發展更切合業界需要的課程。書中更標示了教材套的相關參考頁數，以便讀者快速應用教材套，吸收專業知識，自我增值。

香港特別行政區政府教育局

鐘錶業行業培訓諮詢委員會 資歷架構秘書處

www.hkqf.gov.hk

ISBN 978-988-8581-07-8



9 789888 581078

Published in Hong Kong

