

揭密高端精品獨到的銷售心法

# 前蒂芬妮臺灣業務總監 帶領團隊創下翻倍業績 陳紅玉

陳紅玉

香港商 - 臺灣點睛品北區業務督導

美商 Tiffany & Co. - 臺灣業務總監

珠寶菁英學院 - 創辦人

MANI 曼尼設計工作室 - 設計總監

選鑽鑑賞指南 - 《擁有人生第一顆鑽石》作者

繳了百萬學費到美國最頂尖的 GIA 寶石學院留學，回臺後竟當起掃廁所的小妹！難道又是一個「讀書無用論」的印證嗎？看美商 Tiffany & Co. 前臺灣業務總監陳紅玉如何蛻變，帶領團隊創下翻倍業績，更成為高端精品業務員趨之若鶩、起而效尤的指標。

文・葉怡君 圖・陳紅玉提供

**美**商 Tiffany & Co. (以下稱：蒂芬妮) 前臺灣業務總監、珠寶菁英

學院創辦人、MANI 曼尼設計工作室設計總監、選鑽鑑賞指南《擁有人生第一顆鑽石》作者，身具多重職務的陳紅玉，名字和寶石很相關，看來注定一輩子要在珠寶界闖蕩，「這個名字是外公取的，源自於中國古代四大巾幗英雄之一，」陳紅玉笑說，「可能他對我有極高的期待。」



## 前進美國 GIA 寶石學院

說自己誤打誤撞進入實踐大學的服裝設計系就讀，誰能想到因為畢業展的需求接觸到手工飾品，進而成為陳紅玉人生的轉捩點。完成學業後，

陳紅玉學以致用當起服裝設計助理，之後也曾到天下雜誌的讀者服務中心任職，工作五年，難以忘懷對珠寶飾品的熱情，與此同時，收到申請已久，來自美國 GIA 寶石學院的入學通知，陳紅玉便立即啟程展開留學生涯。

「留學是我一直以來的夢想，我不可能會放棄」回想當年，陳紅玉仍斬釘截鐵地說。對自己要求很高，在美國主要學習鑽石與寶石鑑定，但看好亞洲市場，尤其是大陸人的消費能力，陳紅玉認為「翡

翠」定會在未來佔有一席之地，因此，畢業前特地召集有相同興趣的同學到香港，邀請國際知名的翡翠專家歐陽秋眉老師開班授課。



陳紅玉以蒂芬妮業務團隊培訓講師身份，傳承過去銷售經驗。

## 百萬留學生成洗廁小妹

在美國留學時，陳紅玉早將蒂芬妮設為預定目標，期許自己未來一定要成為該品牌的高階管理階層，一窺國際精品內部的運作奧秘。但想像比現實要來得美好，回臺後，面對尚未有國際精品珠寶進駐的臺灣，所學無用武之地，茫然之餘，偶然在誠品書店翻閱《珠寶界》雜誌時，靈光一閃；或許廣告上已有兩家店的珠寶店，會願意錄用珠寶專業人員？陳紅玉拿起電話尋找具規模的商家毛遂自薦，一腳跨入珠寶領域。

專業知識有了，但缺乏行銷經驗的她還算是業界菜鳥，舉凡掃地、倒茶、擦桌椅、掃廁所都得由業務員打理，老闆甚至曾酸她說，「會讀書沒用啦，會做生意才重要。」當時的她也曾質疑過自己，花了百萬到美國留學，即使隨便找家外商公司，坐領高薪不是問題，為什麼要在這裡受委屈？

然而，曾在洗手間邊洗廁所邊大哭的她，轉個念頭告訴自己「不能認輸」，

在店面能實際接觸顧客，不妨趁此機會磨練業務的實戰經驗，陳紅玉現在能笑著說，「苦熬過那段像入伍當兵的日子」，現今反而很感謝當時的老闆和老闆娘。

### 天生吃這行飯

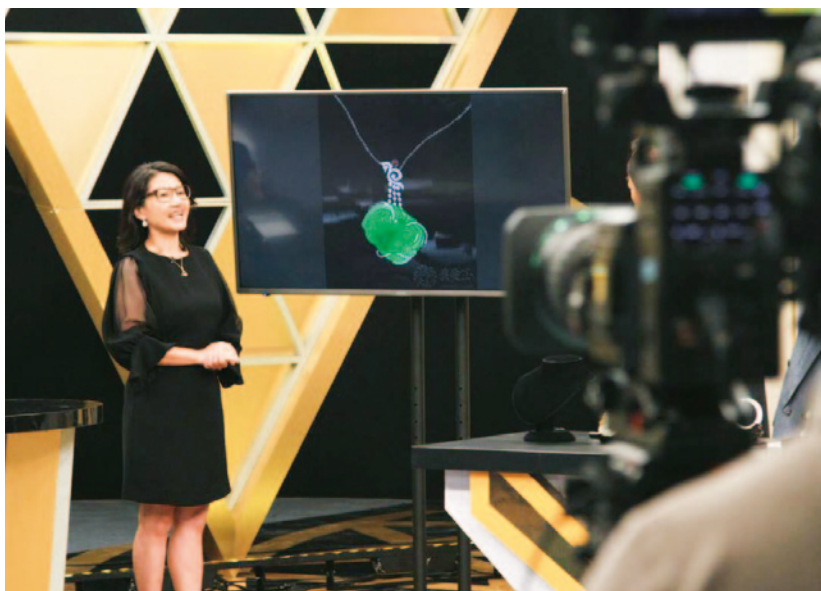
### 成蒂芬妮空降主管

做別人不願意做的，陳紅玉猶記當時，老闆娘相當要求細節與精確度，因此接洽客戶時，大女兒對於要當她的助理都避之唯恐不及，只有陳紅玉自告奮勇，站在一旁動作筆記，記下銷售方法，最後店內舉凡百萬以上的業績，不是老闆娘就是陳紅玉創下，這時老闆也才信服「原來讀書還是有用的」，甚至送他兩個小孩也到 GIA 就讀。

用實力證明自己，懂鑑定懂設計也懂銷售，但對於珠寶鑲嵌製作那塊還是相當陌生的陳紅玉，利用下班時間，買點滷味跟啤酒

到工廠，跟著老師傅們邊「搏感情」邊學習製作珠寶的技巧，直到現在，以訂製珠寶創業的陳紅玉，仍受到師傅們極大的建議與幫助。

將老闆娘視為啟蒙老師，陳紅玉說，當初要離職，老闆娘看著她感慨地說，真是「青出於藍更勝於藍」，更肯定陳



陳紅玉經常受邀上鑑價電視節目「大尋寶家」，藉由她深入淺出的講解，帶領觀眾鑑賞珠寶設計。

紅玉「天生就是吃這行飯的人」。帶著老闆娘勉勵她的兩句話，陳紅玉轉戰港商臺灣點睛品擔任北區業務督導，歷經十年淬鍊，憑藉著對珠寶的熟稔度與銷售上的實戰經驗，如願成為蒂芬妮臺灣業務總監。

### 闖進蒂芬妮

### 揭開神秘小藍盒秘密

終於打開這個帶給人滿滿幸福的神祕小藍盒，挺進世界頂級百年珠寶品牌蒂芬妮，陳紅玉回憶當時，每年兩次全球高層經理人都要回到位於紐約的總部，進行為期七至十天的業務會議，走在滿是秋葉的第五大道上，坐在中央公園的馬車上喝著啤酒，和世界最頂尖的業務菁英，談論著各國的珠寶市場景氣，「蒂芬妮打開我對品牌價值的經緯度」，回想過去，陳紅玉對蒂芬妮充滿感激。

進到戒備最森嚴的頂級珠寶訂製工作坊，親眼看著三、四十年經驗的老師傅手工打造頂級珠寶，在蒂芬妮三



原本破裂的翡翠，經過陳紅玉的巧手設計，翻新過後「破鏡重圓」，轉變成一條美麗的項鍊。



以紐約鐵橋為設計理念的珍珠鑽戒，由陳紅玉親手設計。

### 厲害的銷售員 ——不是很會講，而是懂得聆聽。

年多的時間，感受到百年企業對於品牌價值的呈現方式，賦予珠寶價值難能可貴的溫度，陳紅玉更驚嘆的是：百年企業培訓及保護員工的嚴謹制度，包含「超過五百元的禮品就不能收下」，「與顧客談生意絕對不能讓對方請客」，公司的這些做法，讓她能夠「有理由」推掉應酬也能做到大單。

在公司政策轉變下，陳紅玉離開蒂芬妮，開創自有品牌，九年前成立

「MANI 曼尼設計工作室」，以訂製珠寶為主，也成功幫助顧客，將過去設計款式老舊或歷經損傷的珠寶，成功翻新賦予新生，更成為東風衛視節目「大尋寶家」經常邀請的珠寶專家，帶領觀眾深入淺出地瞭解珠寶設計。

二〇一七年底，蒂芬妮的總經理找上陳紅玉，希望她能夠分享過去經驗，培訓旗下業務，成為蒂芬妮業務團隊的培訓講師，陳紅玉挑選有一定經驗的業務員，才能上她的課，經過培訓的業務同仁，不少人創下比原本高一倍，甚至高四倍不等的佳績。

將累積二十五年的功力，用一至兩個月的時間，將好的案例編寫成 SOP，讓學員能夠避開錯誤，更快速進入業務軌道，不過陳紅玉也說，老師只是引進門，能不能消化吸收，多少還是得憑藉著努力和一點天分。

重視 CRM（客戶關係管理），陳紅玉認為，真正厲害的銷售員，並不是很會講話，而是要會聆聽。銷售的第一步，要先掌握顧客需求，服務也要貼合顧客內心，才有機會增加客戶黏著度，某些銷售技巧很難用言語表達，而是一種感覺。

有鑑於臺灣從過去 M 轉變為 L 型市場，未來珠寶的銷售前景也變得愈加困難，陳紅玉展望未來，帶著傳承的心態，想對臺灣珠寶業界做出更大的貢獻，因而成立「珠寶菁英學院」，期望藉由菁英平台，培育種子教師，突破眼前困境，讓臺灣珠寶也能站上國際舞台發光發熱。