

最新销售行业演讲稿(实用9篇)

演讲属于现实活动范畴。它是演讲家通过对社会现实的判断和评价，直接向广大听众公开陈述自己主张和看法的现实活动。那么演讲稿怎么写才恰当呢？下面是小编为大家整理的演讲稿，欢迎大家分享阅读。

销售行业演讲稿篇一

今天我怀着无比激动的心情，参加这次岗位竞聘，不管是否成功，我觉得都是我最大的幸运和机遇，这充分表明了公司及各位领导对我的期望、支持和关心，这种机会对我来说是第一次也许是最后一次，我会通过我的努力为公司创造更高的价值！

1、学习能力的优势。我在工作后仍然坚持学习，积极参加各类学习和培训，不断提高自己的管理水平和专业水平。长期的学习养成了我较强的自学能力，并能把学到的东西灵活运用于日常管理工作之中，真正做到了学用结合。在抓好个人学习的同时，我以实际行动及带领全体员工参加各类学习、培训，即使工作再忙，只要是公司组织的培训，我都要求员工参加。

2、自身综合素质的优势。我有一颗忠于销售事业激情燃烧的心，鼓舞着我始终保持奋发有为的精神状态，多年来，我一直从事着团队管理工作，无论是在任何地方，我都能以高度的事业心和责任感来严格要求自己，本分做人，踏实做事，服从于工作、服从于全局，在不同的工作岗位上都做出了自己应有的贡献。任职以来，公司无论从管理还是到业务发展，年年都有新高，结构调整非常合理，几年来综合竞争实力都在全省前列。

3、有较强的协调能力。不管是内部或外部出现的各种问题都

能很快的得到解决并有很好的结果，公关协调能力较强，与其他部门和卖场之间的关系密切。几年来，我个人负责区域销售业绩都排在公司前列，每年都能不折不扣的完成公司下达的业绩和利润目标。

4、有丰富的工作经历。长期工作在销售一线，对销售工作有较深的了解和管理经验，并能处理好各种实际问题，同时本着“以制度约束人，以思想激励人”的宗旨，公司制定了一系列规章制度。任职几年来，未发生任何违规和责任事故。

如果这次我未能竞聘成功，说明我在某些方面还没有达到公司和领导的要求，但我将继续为公司发展做出自己应有的贡献。如果我能竞聘成功，不仅是我人身追求、自我提高的体现，也是我有机会进一步奉献公司销售事业，为员工提供各方面需求。

我的具体工作设想是：

1、摆正位置，当好大家的助手，积极推进观念创新和机制创新，从方方面面想细做细，关心下属员工的疾苦，帮助他们解决工作问题和生活问题，做到经常交心、谈心，促进他们全身心的投入工作。

2、认真学习，努力工作，快速适应新的岗位。走上新的工作岗位，首先开展部门各项业务，结合目前部门现状，迅速开展工作，要想当好一位领导，首先是要学会先做人后做事，虚心向公司有工作经验的同事学习，打开工作局面，提高工作的准确性，减少盲目性。

3、关注员工，严格要求自己。在新的工作岗位上，我要不断加强学习，牢固树立正确的人生观、价值观和权利观，依靠团队，尽职尽责，视权利为责任，视职位为服务，将公司的各项工作不断推向前进。

4、当前在公司内部，要积极推进观念创新和机制创新，树立“以人为本”的管理思想和“以市场为导向，以客户为中心”的经营理念。作为来自销售一线的负责人，更要充分认识到人才的重要性，要提请总经理室关注员工的合理要求，为员工设计职业生涯，能让员工根据自身特点选择发展道路，要引导员工树立正确的市场观念和竞争观念，有市场才有繁荣，有竞争才有进步，但市场不相信眼泪，竞争不同情弱者。要将以产品为中心的推销观念转变到以客户为中心的营销观念上来，充分满足客户需求。要积极建立高效有序的运作机制、规范严格的监督约束机制和符合公司发展的激励机制，提高公司运行效率，降低公司运营成本。

以上是我的竞聘演讲，不当之处，请批评指正。

销售行业演讲稿篇二

大家好！

我叫xxx是中国邮政储蓄银行xx分（支）行的一名普通员工。值此三八妇女节来临之际，我非常荣幸今天能参与此次“巾帼邮政展风采”主题演讲活动。此时此刻我最想说的是：作为邮政储蓄的一员，我们是幸福的。在中国邮政储蓄这片沃土上，我们与男同胞一起并肩奋斗，播撒汗水，拥有同样的广阔天地，拥有同样的尽情施展才华的平台，我们还得到了比男同胞更多的关爱与支持，这一切极大丰富了我们的生活和事业。

从解放前经营邮政储汇业务的“邮政储金汇业局”算起，中国邮政储蓄事业已历经百年沧桑；从1986年邮政储蓄恢复开办以来，中国邮政储蓄事业已经经历了一个世纪的跨越。总结邮政储蓄事业的发展，它就是一部艰苦创业、勇于实践，经受考验而不断进取的史诗，它从无到有、从小到大、从大到强的发展历程也倾注了广大职工的热血与汗水。特别值得一提的是，在中国邮政储蓄事业发展的过程中，广大女性职

工团结一致，开拓进取，在抓组织、建队伍、强素质，在服务一线，树立企业良好对外形象等方面充分发挥自身优势，促进了邮政储蓄事业的不断发展。

为他们推荐金融产品，设路合理的储种、存期，为他们做恰当的家庭理财，让客户时刻都有一种宾至如归的感觉。面对乡镇网点规模不大，客户群体整体素质不高，开展服务难度大，拓展业务困难多的实际，我们依然用最饱满的热情对待每一个人，年复一年，日复一日的默默奉献，通过优质的服务真正抓住客户的心，将细致的服务贯穿于工作的全过程，让客户在享受服务的过程中提高对邮政储蓄银行及业务工作人员的信任度。可以说，正是有了广大女职工对邮政储蓄银行多年来形成的“艰苦奋斗、无私奉献”优良传统的认同，正是有了广大女职工勇于进取、不懈追求的拼搏精神，才促进了邮政储蓄事业的不断发展。

没有丰富多彩的工作内容，没有奢华的工作环境，没有随遇而安的工作态度，广大基层邮储的女性员工凭借高度的敬业奉献精神、精湛的业务知识和废寝忘食的忘我工作态度，却铸造了工作中一个又一个的辉煌。但在这些辉煌的背后，也有我们鲜为人知的泪水、艰辛，也饱含着我们对家人的愧疚。多少个夜晚，我们为了工作，舍弃了与家人的温馨而投身夜幕；多少个节庆，我们为了工作，舍弃了与家人的团聚，坚守岗位；多少个日日夜夜，我们为了工作，甘愿把对父母的孝心、对亲人的怀念、对孩子的牵挂藏在心底！

学习业务，学习科学知识，提高个人综合素质，为创建学习型的企业而努力，在实践中锻炼成长为勇于创新、敢挑重担的智能型、知识型、学习型的新时代女职工。

取得的成绩仅代表过去，不断的进步才代表未来，姐妹们，让我们把今天的成绩和荣誉作为我们再踏征程的战鼓，作为我们继续阔步前进的号角，与男同胞们共同努力，在邮政储蓄这个平凡而光荣的岗位上，用满腔的执着书写对事业的珍

爱，用敬业奉献诠释责任的内涵，团结全体同事，为xx分（支行）的发展做出应有的贡献，为创造中国邮政储蓄事业更加辉煌的明天发挥“半边天”的作用，用更为优良的经营业绩回报领导和同事们对我们的关心和支持。最后，衷心祝愿各位女性同事“三八节”快乐，祝愿各位领导和同事们在20xx年的工作中取得新的，更大的成绩，谢谢大家！

销售行业演讲稿篇三

各位同学,晚上好!很高兴有机会与大家一起分享我的学习心得。我以前也没干过销售工作,所以,我非常想通过学习尽快融入这个温馨的大家庭,以适应我的角色转换。

最近我读了两本与营销有关的书,对营销人员的自我塑造有了一些感触。在销售这个挫折感相当强的行业里,对于新入行的销售人员来说,如果长时间看不到自己的进步,也许真的会彻底丧失信心而放弃销售工作。如何把自己培养成一个成功的营销员?成功营销人员应具备哪些条件?作为一名新营销人员,我希望和大家共同学习与分享我的几点感触。

任何企业只要存在,都离不开销售人员,无论你卖出的是产品还是知识,都离不开营销,离不开成功的营销员。很多企业前期的成功,大都是企业营销的成功。有人说:没有权利和财富就去做营销人,那是白手起家的最好途径。这话不假,许多职业营销经理通过自己的努力获得了成功,改变了命运。那么如何通过自我学习和提高而成为一名合格的营销人员呢?我认为以下8条会对我们共同打造自己实力与魅力的平台、成为一名出色的营销人有所帮助。

一、 正确的思维方法与角度

中国有句古话:当局者迷,旁观者清。作为营销人员,往往因为工作中的琐事和困难,乱了阵脚,丢了方寸。找不出解

决问题的方法和技巧。想一想，在我们的工作中，哪些是我们可以影响的，哪些是我们影响不了的？找到了正确的思维方法，学会换角度思考问题，也许就找到了解决问题的办法。在工作中，许多营销人员爱犯的毛病：总是抱怨领导的不公平、不公正，抱怨自己公司的种种弊端和问题。从而丧失了信心，失去了动力。这都是缺乏正确思维和思考角度不对造成的。己不信何以信人？不相信自己，不相信自己的公司，不相信自己所推销的产品，客户肯定也不买你的账！如果你站在领导和公司的角度换位思考，或许并不是这样。我们不能让公平、公正成为你前进的障碍，你不能改变客户，也不能改变领导和同事，能改变的只能是你自己，通过塑造自己影响别人，获得成功。凡事只要找到正确的思维方法和思考角度，都能找到自己成功的道路。

二、诚信、务实、机变

古代，徽州商人名满天下。生意遍布大江南北，甚至到国外。成为商人的楷模。其实徽商的成功就是讲诚信、务实、灵活变化。从古代先人的身上，我们意识到诚信对经商办企业的极端重要性，曾经有过这样的故事：一家钢琴店因服务员工作疏忽，把10000多元的钢琴错标成了1000多元，当顾客要求购买这架钢琴时，商店老板毅然按1000多元，卖给了顾客。树立了商店诚信的企业形象。可见诚信对于一家企业来说是多么重要。我们集团企业文化强调的“三诚”，其中一条就是对客户要讲诚信。所以，成功营销人员最应具备的就是诚信、务实和机变的能力。

三、良好的职业操守和立场

无论多成功的营销人都是为企业服务，为股东和老板服务，要为企业创造价值，遵守自己的职业道德和操守。很多营销人在这方面搞不清楚，一旦与公司或领导有过节，就不顾自己的职业操守，作出与企业相背离的'事情，给企业带来损失和伤害。当一名营销员不能坚守自己的职业操守和立场时，

就会降低自己的职业价值，降低自己的人格魅力，影响自己的发展。在日本，一个中国留学生勤工俭学时，因为在刷碗时少刷了几遍，便被看做不讲职业道德和诚信的人，从而也失去了留学的机会和工作。可见，职业操守和立场对于营销人来说多么重要。

四、广博的知识面及语言表达能力

成功的营销人员，需要有广博的知识和语言表达能力。营销本身就是和客户沟通和推销的过程，要想说服客户签约或成交，必须有广博的知识，来适应不同类型客户的需求。有了广博的知识，才能有良好的口头表达能力和书面汇报能力。营销本身就是一门学问和技巧，它没有固定的方法和捷径。营销的知识不是仅限于书本专业的课程，营销人员必须广泛涉猎不同的知识。有道是功夫在诗外。

学习营销的知识，我们不能光学营销学，还要学它的母学科，比如经济学和管理学。并且，如果你不懂数学，不学消费者行为，不学社会学，不学心理学，不学财务，不学战略，理解也依然是肤浅的。因为知识的学习是个渐进的厚积薄发的过程，而知识的运用又是融会贯通的。

五、持续学习的能力

如何保证你的知识不被淘汰，你的思想不被淘汰，在当今学习成为终身的趋势下，我们必须要保持不断持续学习的能力。就像一桶水，如果每天舀去一碗，迟早都会舀干的，相反，如果每天都添一碗水，日积月累，就能累计很多桶水，就会取之不尽，用之不竭。一个人的知识和经验也会随着时间的推移逐步消失和退化，如果我们不养成持续学习的习惯，提高持续学习的能力，我们早晚也要被淘汰。公司领导提出的创建学习型企业，意义正在于此。

但是，光学习还是不够的，学习的目的在于运用，学习的威

力在于学以致用。这是一个循环的过程，在学习中思考，在工作中运用，并且再把新的疑问带入学习中。在知识经济的年代，知识被不断地更新，学习的重要性也日益地明显，而不断地掌握新知，不断地实践，这才是成功者的不二法门。

六、善于总结、改善、提高

在营销的工作中，不仅是把自己的工作做完就万事大吉，要想比别人出类拔萃，就要学会在工作中，不断总结、改善、提高。也就是对工作中遇到的问题进行总结和分析。生意谈成了，是因为哪几点做的到位促成了这次成功；生意未谈成，是因为哪些方面做的还不够导致了失败。每天晚上拿出一点时间把当天做业务的情况象过电影一样在脑子里过一遍，不要漏过任何一个细节，看看哪些地方做的不好，原因是什么，下次应该怎样去解决；哪些地方还做的不错，但还是要想一想是否有更好的办法；甚至有哪些话说出后引起了客户的不悦等等。不断把自己的经验和教训记录下来，下次在工作中，可能就会少犯一些类似的错误。这样，你不断总结，营销的水平才能不断改善和提高，才能不断超越对手和自己，才能在未来的竞争中立于不败之地。

古人说，吾日三省吾身，总结的目的就是为了改善和提高。我想，如果我们每个销售人员都能把反省和总结当做自己每天工作必不可少的一部分，何愁不能进步呢？实际上，销售就是从不断的失败走向成功的过程，每一次失败，都应该成为我们攀登成功高峰的垫脚石。失败并不可怕，可怕的是每次我们都以同样的错误而失败。没有哪个人不认为被同一块石头绊倒两次是最愚蠢的行为，可在我们现实的工作中，被同一块石头绊倒两次的事情还少吗？所以，思考、反省和总结的习惯应该是促使我们不断进步的一个法宝。

七、较强的组织执行力

以上我们谈到了正确的思维方法、职业操守、诚信、以及学

习能力，当你都具备了以上修炼的功夫，还要有较强的组织执行能力。我们不要总是因为害怕失败而缺乏执行的信心，影响执行的效果。执行力是检验一个营销人员的实际工作能力，没有执行力，再多的理论都是枉然。组织执行力是企业营销的最重要保证。强化执行力才能强化战斗力。

八、平和与积极的心态

作为企业人，人与人的差别不是能力高低的差别，而是心态修炼的区别，更重要的是对工作态度的差别。以积极心态工作的人，每天都充满激情与热情，以消极心态工作的人总是找问题。找借口。陷入烦琐的泥潭不能自拔。

心态决定行为，行为决定习惯，习惯决定未来。一两个好习惯在社会上就能立脚。积极的心态和消极的心态是不一样的。积极的心态，可以变不利为有利，有了积极的心态，我们干任何事情都会比较主动积极，我们的工作中就会少了抱怨和牢骚，就会忽略环境带给我们的痛苦和不满，就会思考如何改善我们的工作和计划，就会产生与以往不同的效果；消极的心态往往是把有利的变不利。福祸之间，互相转化，古人比我们认识得更深刻。营销人员的成长也是如此。

谢谢大家！

尊敬各位领导、同事、朋友们：

你们好！

我是20xx年11月入司的，算算到现在已经3年了，在公司也算是老员工了。这三年我见证了公司成长的风风雨雨，自身也在不断地变化着，成长着。

我刚入司时，公司刚开业5个月，只有十几家店面，月营业额只有几万元，有的单店营业额只有几千元。说实话，那时候，

真没敢想过公司会有今天这样的规模：有33家连锁店，月销售收入达到近200万元。而且那时候我们在南京一没有知名度，二没有经验，只有一切靠自己：到处扒房源，打电话约房东客户，带看约看，到马路上散发传单，到小区去扫楼，跟小区保安套近乎捞房源，每天跑下来一身臭汗不说，还没什么效果，那时候，很多人坚持不下来，离开了，但也有人留了下来，因为当时我们都憋着一股劲儿：要做南京最有价值的不动产商，同时要为公司为自己创造财富。在这样的理想信念驱动下，我们坚持到了今天。

理想是什么？理想是人生的奋斗目标，是对美好未来的设想，也是人们前进的动力源泉。我们都有自己的理想，有了理想，我们的生活才有方向，奋斗才有目标。人类有了理想，才使世界不断向前发展。实现理想，需要执行力。包括行动和行动的能力。为了实现理想，我们要付诸行动，身体力行，如果不实施于行动，那就是幻想，空想和妄想。是在虚度光阴，浪费生命，因为时间就是生命。实现理想，还要借助软环境，那就是一个好的平台。它可以是你成功的铺垫，也可以是你成功的一个跳板，充分发挥光与热的舞台。为你展示自我才能，实现自身价值创造必备条件。

如今我们公司□xxx有限公司，就是我们发挥自我才能的平台。我们企业口号是：没有任何人任何事，能够阻挡我们。这句话让我们坚持到了现在，让我们从弱小走向壮大，从幼稚走向沉稳。我们一路走来，始终走着稳扎稳打的步伐，保持着敢想敢做的作风，开拓着南京市场。现在1+2联合不动产这个品牌已经逐步深入南京市民的内心，这是离不开在公司工作的每一位同事同仁的贡献，是由我们的优质服务与专业水平创造出来的。当然还有以往的工作前辈。

现在，公司正处在一个发展的阶段，在发展的过程中会有这样那样的问题产生，这是一个企业在发展过程中必须要经历的，面对问题，我们要积极地应对，去解决，去坚持。质变是要靠量变的积累的。

我们来到公司的目的无非有两个：第一是赚取更多的money；第二是锻炼提升自己的能力。我想，在坐的每一位同事同仁，应该都有此两目的，包括我本人。为了此两目的，以及在公司同事间激励和融洽的工作氛围下，我工作到现在。

所以作为一名一线销售人员，对于公司，我个人想提出几点意见：第一，店面团队的稳定性是要尽快解决，个别员工的提升，是要在保证店面整体发力的前提下的。第二，在公司盈利的前提下，每年的年底，公司应该给予全年销售的优秀员工奖励，并通过各种渠道来表彰先进，激励员工。激励的力量是不可估量的，这会促使其他的员工更加努力地工作，也会激发全体员工的荣誉感。物质和精神的双满足，才会使我们与公司一起携手并进，实现双赢。我想，这也是大家的心声，全体销售员工的呼声。

最后，祝愿我们的公司业绩蒸蒸日上，创造一个又一个辉煌；也祝愿每一位同事同仁，在人生的理想道路上获得成功，走得更远。

谢谢大家！

销售行业演讲稿篇四

我今天的演讲题目是“谁能让客户满意——我为营销做什么”。大家都知道今天的演讲主题是全员营销，简单片面地理解就是公司从上到下都去参与营销。但是如何参与到营销中去是我们要思考的问题。我一个做人事的能去兼做营销吗？他一个做生产的也去兼做销售？那这就要乱套了，管理也会变得很混乱，我认为专业的人做专业的事，更用心、细心地做好自己的本职工作也就是间接地为营销做了自己该做的。这里我们不可能所有人都去做销售，而是强调我们所有人都要树立全员营销的观念和意识，为营销中心的对外营销提供强

有力的后盾和保障。

今天我们聚集在一起召开员工大会和演讲活动，大家想想，我们为什么会聚到一起？因为这是一个企业，我们来到企业工作。而企业是什么？简单来说，企业就是一群人聚到了一起，贡献自己的价值，为一个共同的目标奋斗，不断推进企业的发展和进步，获得利润，实现员工与企业的共赢。

利润从哪里来？从产品中来？我们传统的销售为企业生产产品，通过推销、促销的方式来销售产品，从而创造利润。但随着市场的竞争，市场的发展，客户的需求也在不断的变化中。有了优质的产品还不够，产品再好，你酒香也还是怕巷子深的。要获得市场的肯定，获得客户的认同，就必须提供好的服务，满足客户的需求，以销定产产销结合，让客户满意，通过顾客的满意创造利润。谁能让客户满意？我们每一个人！所以我们倡导全员营销！

如同我刚才所讲到的，随着市场竞争日趋激烈及市场需求的不断变化，我们需要全员营销。同时随着公司的不断发展，从刚开始公司成立初期的以开拓市场，营销为主要职能到公司不断发展进入规模化运作，营销观念融入其中，顾客处于支配地位再到顾客成为核心，成为共同的对象，营销逐步转化为综合职能，营销与其余部门是相互协作的关系。而这也是我们公司的发展趋势。随着公司的发展，全员营销也是必然的。

另外不知道大家有没有听说过关于营销的1-3-11原则，在这里和大家共同分享一下。营销中有一个1-3-11的原则，即保持顾客的关键是使顾客满意，一个满意的顾客会：1、再次购买；2、较少注意竞争的品牌和广告；3、购买公司新加入产品的其他产品；4、向至少3个人说公司的好话。与之相反，一个不满意的顾客会对11个人抱怨所买到的产品。全员营销我们能做什么呢？我们要做好自己的工作，服务好周围的每一个客户，不要因为自己一个人的言行举止影响到11个人抱怨公司、

抱怨公司的产品。我们要让自己成为一个让客户可以至少向3个人说公司的好话的人，让客户不会去对11个人抱怨我们公司，抱怨我们公司的产品。所以我们需要全员营销。

那么什么是全员营销呢?全员营销的主要含义为：人人营销；事事营销；时时营销；处处营销；内部营销；外部营销。

人人营销也就是说企业中的每个人，都要有“营销意识”，都有“服务意识”，都结合自己的工作，参与营销活动，为客户服务，包括内部客户和外部客户。事事营销即我们要把每件事情，都与营销联系起来，每件事情，都力争对营销起到积极促进作用，做每件事情，都想着营销。每件事情都与营销挂钩。每件事情，都注入“营销”的灵魂。时时营销则是指我们在任何时间，都要想着营销，思考营销，研究营销，学习营销，都做一些力所能及的有利于营销的事。处处营销也就是我们大家去任何地方，都想着营销，思考营销，都能根据实际情况，进行适当的宣传推广活动。把营销深入到脑海之中，成为我们的潜意识。内部营销即在企业内部，要利用一切事件、一切机会、一切场合、一切可能持续宣传企业文化，持续宣传“服务意识”、“营销理念”，加强沟通。就如我们本次举行的全员营销演讲比赛和我现在所做的，也就是加强公司的内部营销。我们本月完成的工业园基地各部门相关标识的制作也都是在做内部营销。外部营销则是我们工作人员面对外界，都要积极宣传公司的形象、公司的产品和服务，宣传文化，宣传企业。

那么各部门都能为营销做什么呢?比如生产部和质保部以最快的速度，保质保量做好生产；营业部以最好的服务和引导做好开票发货工作和客户接待工作，这些都是为营销服务；技质中心积极研发、引进、改善合适的产品，积极解决客户的难题，积极配合生产和营销的工作，也是营销；营销中心，更是需要积极“寻找潜在客户，转化准客户，培养新客户，维护老客户，复活旧客户”，积极为客户服务，积极创造“客户好感”，都是营销。行政后勤人员，积极做好自己的本职工作，积极

从正面影响客户，都是营销活动。

而我所在的部门又与全员营销有什么关系呢？我所在的部门能为全员营销做些什么呢？大家都知道，无论企业间的产品质量竞争，还是销售市场的竞争，其背后都是人的竞争。有个故事说，一位母亲让自己年幼的儿子拼一幅世界地图，没想到儿子的速度快得让人吃惊。母亲后来发现，原来世界地图的背面是一个人的照片。故事很简单，寓意却很深刻：“人对了，世界就对了”。

尽管目前国外的饲料企业还没有全面进军国内市场，但饲料企业间的竞争将会越来越激烈，人才的问题也逐渐显露出来。目前，公司发展的速度远远超过了人力资源开发的速度。没有资金可以贷，没有技术可以买，没有设备可以进，没有厂房可以盖，但没有人才却不能干事！

尊敬的各位领导亲爱的同事：

大家上午好！

在美国一个农村，住着一个老头， he 有三个儿子。大儿子、二儿子都在城里工作，小儿子和他在一起，父子相依为命。突然有一天，一个叫a的人找到老头，对他说：尊敬的老人家，让我把您的小儿子带到城里去工作吧 老头气愤地说：不行，绝对不行，你给我出去！a说：如果我在城里给您的儿子找个对象，可以吗 老头摇摇头：仍然不行，快给我出去！a又说：如果我给您的儿子找的对象是石油大亨洛克菲勒的女儿呢 老头一听很高兴，成为亿万富翁洛克菲勒的女婿，那再好不过了。很快答应了。

第二天，这个叫a的人找到了石油大亨洛克菲勒，对他说：尊敬的洛克菲勒先生，我想给您的女儿找个对象 洛克菲勒说：不需要，快给我出去！a又说：如果我给您女儿找的对象，也就是您未来的女婿是世界银行的副总裁，可以吗 洛克菲勒想

了想，同意了。

又过了几天，a找到了世界银行总裁，对他说：尊敬的总裁先生，你应该马上任命一个副总裁！总裁先生说：不可能，这里这么多副总裁，我为什么还要任命一个副总裁呢，而且必须马上。a说：如果您任命的这个副总裁是石油大亨-洛克菲勒的女婿，可以吗？总裁先生于是同意了。

于是，这个农村小伙子马上变成了洛克菲勒的女婿，加上世界银行的副总裁！

这个故事的寓意深刻，他告诉我们没有什么是不可能的，关键是怎样去运用我们所掌握的知识进行有效地协调、沟通。

在一个企业的正常运营中，如我们公司，销售主管协调、沟通的作用是举足轻重的。沟通、协调是销售主管的必备技能，可以说，没有沟通就没有销售；没有沟通，就没有销售管理。事实上，销售主管每天都需要做大量的沟通工作，他与上级、下属、客户、公众之间的交流几乎无处不在，无时不在。

我非常重视沟通的重要性，进入公司三年的时间里，不断的提升自己的沟通水平，工作业绩不断提升，20xx年年度排名前三名。

如果我当了销售主管，我将从以下两点着手：

内部沟通：横向和纵向

(1) 横向沟通

与兄弟部门之间做好沟通。

其次，与财务部保持良好的沟通，及时了解回款额度，利于做好后期的指标分配工作。

再次，及时与权证客服部沟通，准确的将办证问题客户的信息给予反馈，快速解决问题。

还有后勤部，工程部等部门的协调工作也是举足轻重的。

(2) 纵向沟通

纵向沟通上下级之间的沟通，对上及时、准确上报公司的现行状况，便于领导把握大局，作出决策。

对下，传达并贯彻落实公司的任务与目标。销售主管要做上下级沟通的桥梁与纽带。

外部沟通

如与金融部门的沟通，了解银行的信贷政策，等为后期贷款客户分配做好准备工作。

当然沟通的渠道方式是多种多样的，竞争日益激烈的房地产市场对销售主管的沟通能力提出了很高的要求，事实上，只有具备了卓越的对内、对外沟通能力，销售经理才能胜任本岗位的管理工作，才有可能整合本企业的资源来顺利达成既定的目标。沟通很重要，但不是最终目的，只是渠道，我们的目的就是通过沟通这个桥梁和纽带，将公司内部、外部资源进行合理的整合与运用，为公司开拓出一条条的财源之路！

尊敬的各位领导！请你们相信，我是完全可以胜任销售主管这个岗位的，请大家审查！

谢谢！

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

今天我非常荣幸地在这里参加销售员的竞聘演讲，首先感谢领导们对我的培养，并给与我这次竞聘机会，也感谢同事们在工作中对我的支持和帮助。我十分珍惜这次竞聘机会，我本着锻炼自己，为枕梁厂服务的宗旨，希望能得到大家的支持。

1:要跟踪市场、寻找发现市场、随时收集了解市场动态和市场信息、组织建立客户档案、发掘潜在客户对其进行定期拜访与联系。2:了解客户需求。3:完善每一次合同签署工作。4:控制资金回笼。5:搞好售后服务。6:做出品牌。

对胜任销售员一职，我具有以下几方面优势：

2、对工作有强烈的责任感与事业心，听从上级领导安排，并能认真积极完成各项工作任务。

3、我还具有销售员必备的基本素质——口才佳、心思缜密。我现在对销售还没有深入的认识与了解，还需要加强学习，希望能通过这次机会在以后的工作中提升自己。

尊敬的各位领导、各位同事，无论这次竞聘成功与否，对我来说，都是一次锻炼和考验。如果我今天能得到您们的认可，给我以信任和支持。我定不会辜负您们的期望。我将尽心尽力、全力以赴做好销售工作。如果不能如愿，我也将一如既往地踏实工作，服从组织安排，尽职尽责地做好本职工作。

我的竞聘演讲到此结束，谢谢大家！

各位领导，同事们下午好！今天我能作为艺陶的一位先进个人站在这儿，是多么的激动。

俗话说：“环境造英雄”。是谁给了我这个环境？是艺陶！艺陶是由在坐的各位组成的，没有各位就没有艺陶。也就是说是在坐的各位给了我这个环境和机会。在这我首先应该感谢

各位一年来对我的支持和帮助。我特别要感激的是各位领导对我经常的教导!在此我说声：“谢谢”!

下面我说一说一年来工作中的几点体会!

首先，千里之行，始于足下。每一个人都应学会从小事做起，从点滴做起。刚进公司，我是一个什么都不懂的小丫头。于是我从小事学起，从点滴做起。比如，开始时我只是帮助打打快递单、打打清单、发票。点点滴滴中学习、体会、思考，直到现在可以独立操作业务。

第二. 不因善小而不为，不因为一件事情小就认为不值得做。从我销售的角度来说，就是不能因为一笔生意的金额少而不为。这笔小小的金额很可能是巨额的开始。就拿我正在操作的瓷条来说，刚开始只是一、两千美金，甚至几百美金一笔，客人的要求又很高，而且过程繁琐。刚开始心中真的有很多的抱怨，但到后来，我改变自己的态度，不管出口多少，我都以出口几十万美金的态度去对待，去操作。于是每次的定单量增加了，我也得到客人的夸奖和肯定。所以让我们认真的去对待每次的出口。

第三. 只有付出，才会有回报。就像播种，播下种子不一定会发芽，但若不播种，就永远没有发芽的机会。请相信是金子迟早要发光的。当你正在为你付出的诸多努力没有得到相应的回报而抱怨、叹息、停止不前时，也许机会正从你的眼前溜走。比如说寻找一个客户，也许你发了上百封的信，可没有一封回信，于是你开始抱怨、叹息、停止发信。可谁又知道你的第一百零一封信就是一个大客户，可因为你的停止不前而失去了。可见，只有坚持不懈才能成功。

最后，我想创改周恩来的一句话，周恩来在学生时代就说过“为中华的崛起而学习”我要说的是“为艺陶的辉煌而努力”，当然我们不是周恩来一样的伟人，我们没有能力为中华的崛起做多大的努力，但我们是艺陶的一份子，在坐的每

一位都有能力为艺陶的辉煌做出努力。大家知道，因为中华的崛起让亿万的中国人民从此过上了好日子。我相信艺陶的辉煌能让我们艺陶人过上更好的日子。在尚总经理的带领下，我们艺陶发展了，只要我们艺陶人齐心协力，共同努力，我相信尚总经理一定能带我们走向艺陶的辉煌！

谢谢大家！

销售行业演讲稿篇五

顾客在我心中 作为销售人员，我们应该时刻把顾客装在心中，怀着一颗感恩的心来对待我们的顾客，因为顾客给了我们生命的源泉，顾客是我们的衣食父母，顾客也是实实在在的人群，需要我们提供实实在在的服务，一声亲切的招呼，一句温暖的问候，都能赢的顾客的信赖。我曾经就有过这样的经历，我的一位顾客他病了，在他生病期间，我给他发个信息，问候他的病情，并告诉他有家私人诊所可以治疗他的病，当时顾客没有个我回信息，我也没往心里去。

但是，半年以后，顾客的病好了，只有短短两个月的时间，就在我们柜台消费了七千多，而且还带了朋友过来消费，顾客告诉我，这就是因为那条信息，他选择了我们的品牌，这一刻，也是我明白，只要你心中装着顾客，顾客心中就会有你。

面对日益激烈的市场竞争，面对不断变化的市场需求，销售已经不再是简单的买卖，优质的服务 and 专业的技巧，已经成为销售行业的重要之本，商场如战场，如何吸引顾客，留着顾客，培养顾客的忠诚度，是我们销售人员应该重复关注的问题。

如何让顾客在众多门店中选择我们的门店，如何击败我们的竞争对手，答案很简单，从细节做起，行内有句话说的非常

经典，门店无大事，做的是细节，门店无小事，细节做不好就是大事情。我们要让细节产生差异，让差异创造优势，我们要用一种挑战自我，超越自我的积极心态，使服务真正体现出个性化，人性化、差异化。

顾客为我们送来生意，我们要为顾客送去满意，顾客永远是对的，我们一定要处理好顾客投诉，每一次投诉，都是对我们工作的监督和鞭策，对投诉，我们要在规定时间内处理完毕，不躲避，不推脱，给顾客一个满意的答复。

俗话说：

“耕地靠牛，点灯靠油”。那么我们销售靠的就是顾客，实现零投诉，让每一个顾客高兴而来，满意而归。虽然，我们不能做到尽善尽美，但是我们一定要做到尽职尽责。

没有淡季的市场，只有淡季的思想，没有最好的陈列，只有更好的陈列，让我们一起努力，留着每一位顾客，让自己的业绩站在金字塔的顶峰，为销售行业写下光辉的一页！谢谢大家！

销售行业演讲稿篇六

大家好！

回顾本店以往取得的成就自然离不开诸位同事的支持，作为本店的店长让我对目前取得的销售业绩感到十分满意，但我也明白工作的不易以及销售过程中产生的压力，因此在我接手店长一职以来始终为了销售业绩的提升而努力着，在肯定过去成就的同时也要及时认清当前销售工作中的不足才行。

首先销售工作中的努力以及本店效益的提升无疑是值得肯定的，这意味我们能够认识到市场竞争带来的压力并不断改进自身的工作方式，而且对于客户开发以及新员工培训方面也

付出了不少努力，事实上这两方面的重视也让我们在销售工作中取得不小绩效，毕竟对于店面经营而言客户的感受自然是放在首位的，能够在工作中为客户着想并为对方推荐合适的商品也意味着我们抓住了重点，之前举办的促销活动也是基于提升本店客户数量的目的而进行的，事实上通过活动的效果可以得知我们的做法是十分正确的，另外对于新员工的岗前培训也能够帮助他们尽快适应销售工作从而更好地为客户服务。

其次我们也得反思销售工作中的缺陷并尽快改正才行，虽然我们能够重视客户的作用并付出了相应的努力，但是相对于同行的做法来说我们还是做得远远不够的，毕竟选择从事销售工作自然需要意识到市场竞争究竟有多么激烈，更何况我们附近也有着不少相同类型的店进行竞争，这便需要我们抢占市场份额并在不断改进自身的工作方式才行，有着这份积极进取的心态才不致于在今后的销售工作中落后于人。

为了打开目前的局面并在今后的工作中取得更好的绩效，我们应该要加强对市场的调查从而了解客户的潜在需求，平时也可以多学习其他店的做法从而改进自身存在的不足，须知想要在工作中有所成就往往需要永不满足的心态，在爱岗敬业的同时也要采取正确的工作方式才能有所成就，因此在后续的工作中应该重视对销售技巧的学习并加深对客户的理解，除此之外也要注重营销手段的运用从而取得更好的宣传效果，相信集结我们这么多人的努力定能在往后的销售工作中取得更大的成就。

作为集体的一员自然明白每名员工在销售工作中的努力都是缺一不可的，因此大家要谨记自身职责的重要性并保持积极进取的心态，也请大家在工作日期间为了店面的经营而努力从而获得更好的销售业绩。

谢谢大家！

销售行业演讲稿篇七

大家好！

首先要感谢公司给我们提供这样一个突破自己、展示自己的机会。一直以来我都非常羡慕和佩服那些在台上可以滔滔不绝、妙语连珠、引经据典、神态自如的人们，当我听说公司要举办这次活动，我犹豫过、胆怯过、也激动过，但最终我勇敢的选择，我要突破自己、提升自己，不管最后的结果怎样，重要的是我敢走上讲台。

今天我演讲的题目是：《六月，奥康我想对你说？？》

匆匆的六月，六月，是收获的季节；六月是幸福的日子；六月，更是难忘的日子——因为六月是你的生日。

奥康，在这忙碌却又快乐的六月里，你迎来了你25岁的生日，在这上市二周年的欢庆日子里，我深深的祝福你，愿你越走越远，梦想越来越近，因为我们坚信：“梦想是走出来的”。

还记得我刚加入奥康时候，我对奥康这一品牌还不太了解，我只是知道奥康是做真皮皮鞋的，在人们心中质量是杠杠的，经过这段时间在公司企业文化环境的熏陶下，在领导前辈们悉心教导下我慢慢蜕变成了如今熟练而又出色的推销人员。

感谢奥康给我的改变，滴水之恩当涌泉相报，我无以为报，愿我的点滴经验总结能给坚守在第一线的朋友们一点点帮助，也算是我对公司尽的一点微薄之力吧。

下面我就自己在销售技巧方面的几点经验总结一下：

首先，不打无准备之仗。

当我们推销一个新产品，我们必须对它的性能，特色、优缺

点等都有所了解和掌握，以及跟竞争对手相似产品的区分，掌握了这些我们才能有自信地与顾客交流，变得能说会道。但是我们不能误认为能说会道就是一名优秀的销售人员，其实远不止那样。作为一名真正优秀的销售人员还必须做到六勤，既脑勤、眼勤、耳勤、口勤、手勤、腿勤。我很惭愧的说我远没达到这六勤，我只是做到了每次轮到自己休息的时候，我总喜欢到各个卖场去转转：一来调查一下市场，做到心中有数。因为现在的顾客总喜欢讹销售人员，说哪里哪里有多么便宜，哪里哪里又打多少折了，如果你不能清楚了解这些情况，面对顾客时将会非常被动。二来可以学习一下别的销售人员的推销技巧，因为只有博采各家之长，你才能炼就不败金身！

其次：关注细节

现在有很多介绍销售技巧的书，里面基本都会讲到销售人员待客要主动热情。但在现实中，很多销售人员不能领会到其中的精髓，以为热情就是要满面笑容，要言语主动。其实这也是错误的，什么事情都要有个度，过分的热情反而会产生消极的影响。

热情不是简单地通过外部表情就能表达出来的，关键还是要用心去做。所谓精诚所至，金石为开！随风潜入夜，润物细无声，真正的诚就是想顾客所想，用企业的产品满足他们的需求，使他们得到利益。

再次：借力打力

销售就是一个整合资源的过程，如何合理利用各种资源，对销售业绩的帮助不可小视。作为站在销售第一线的我们，这点同样重要。我们经常在街头碰到骗子实施诈骗，其中一般都有一个角色——就是俗称的托，他的重要作用就是烘托气氛。当然，我们不能做违法的事，但是，我们是不是可以从中得到些启发呢？当我们在做促销员的时候，也可以使用类

似方法，应该非常有效，那就是和同事一起演双簧。特别是对一些非常有意向购买的顾客，当我们在价格或者其他什么问题上卡住的时候，假装去请出店长来帮忙。一来表明我们确实很重视他，领导都出面了，二来谈判起来比较方便，只要领导再给他一点点小实惠，顾客一般都会买单，屡试不爽！当然，如果领导不在，随便一个人也可以临时客串一下领导。关键是要满足顾客的虚荣心和爱贪小便宜的坏毛病。

然后：见好就收

销售最惧的就是拖泥带水，不当机立断。根据经验，在销售现场，顾客逗留的时间在5—7分钟为！有些销售人员不善于察言观色，在顾客已有购买意愿时不能抓住机会促成销售，仍然在喋喋不休地介绍产品，结果导致了销售的失败。所以，一定要牢记我们的使命，就是促成销售！不管你是介绍产品也好，还是做别的什么努力，最终都为了销售产品。所以，只要到了销售的边缘，一定要马上调整思路，紧急刹车，尝试缔约。要很客气却很自然的对顾客说：“那我给你包起来，好吗？”如果一旦错失良机，要再度钩起顾客的就比较困难了，这也是刚入门的销售人员最容易犯的错误。

最后：送君一程

销售上有一个说法，开发一个新客户的成本是保持一个老客户成本的27倍！要知道，老客户带来的生意远比你想象的要多的多。因此我们在做销售员的时候，应该非常注意和已成交的顾客维持良好关系，这将会给我们带来丰厚的回报。其实做起来也很简单，只要认真地帮他打好包，再带上一声真诚的告别，如果不是很忙的话，甚至可以把他送到电梯口。有时候，一些微不足道的举动，会使顾客感动万分！当然如果能在节假日、尤其顾客生日那天发去祝福短信，相信更会拉近与顾客的关系，让其成为忠诚顾客。

以上几点也算是我的一点真知拙见吧，希望对大家有帮助，

我也在不断探索成为金牌销售人员所需要的各种条件，我相信只要我们大家每天多努力一点点，每天进步一点点，奥康璀璨的明天一定会伴有我们的身影！

谢谢大家！

时间：

销售行业演讲稿篇八

大家好！

由衷地感谢领导和同志们为我搭建了这样一个展示才干，首先。公平竞争的舞台。面对这样一场强者之间的角逐，曾反复地问过自己，什么样的力量支持我走上这个圆梦的讲台？深思良久，觉得今天给予我最大力量的对工作的强烈热爱以及由此而迸发出的激情与自信！这里我以年轻人的坦诚，用“心”回答以下问题并真诚地接受大家的审视与评价：金融专业本科学历。今天我竞聘的岗位是支行市场营销部副经理。

第一，我为什么自信能够胜任这一工作

我的自信首先来自于丰富的工作经验

有人说，经验是最宝贵的财富，是做好工作的前提。我到商行工作已经年了。这些年来，我的工作岗位不断变化，从营业部出纳柜柜长、信贷科副科长、个人金融业务部副经理、再到营业部副主任，在这十几年中，虽然我的岗位“终点又回到了起点”，但工作历程的轮回，却使我积累了丰富的的工作经验，无论在业务能力和管理水平和沟通协调能力上，我都取得了长足进步。

我的自信还来自于对自己的严格要求

我具有强烈的事业心，精业敬业是我对自己的要求。为此，我常年坚持学习，通过学习开阔自己的视野，增长自己的才干。这些年来，我学过文秘，还参加了经济师和注册会计师的学习。特别是近年来，我着重加强了市场营销理论与技巧的学习，掌握了扎实的理论知识，具备了一定的市场拓展能力。

我的自信更来源于对自己性格的认知

“大雪压青松，青松挺且直”是我最喜欢的两句诗，也是我性格的真实写照。我不怕吃苦，不怕承担繁重工作的压力，敢于应对挑战。我想这对于市场营销工作者来说是极其为重要的素养。面对异常惨烈的竞争，面对纷繁复杂的局面，只有坚毅的性格才能支撑我们顽强拼搏进取，奋力开拓市场。

我们敬爱的周总理有一句名言：“坐而言不如起而行”。那么我以什么来获得大家的信任呢？我的答案也是行动！

第二，如果竞聘成功我的工作设想是什么

首先，以提高服务质量为前提，协助经理做好传统业务

不可否认，存款工作目前仍然是我们主要的利润来源之一，是我们必须做好的一块传统业务。我们要创新工作方法，实现这项业务内涵上的增长。具体来说，我将积极协助经理做好人员转变观念工作，要由“主人”变“仆人”，要明确客户满意是衡量我们工作的唯一标准。要争取更多的客户，就必须打造服务品牌。为此，我们要完善服务功能，真正使客户进门有舒适感、临柜有亲切感、离柜有留恋感，留住老客户，吸引新客户；同时，对重要客户可以采取电话预约、优先办理，上门服务等方法，增加客户的信任感和忠诚度，以保有我们稳定的客户群，实现客户资源内涵上的增长，提高我们的利润水平。

其次，以强化营销为突破口，积极拓展新业务

由于加入wto以后，给我们金融业带来的严峻的形势和挑战，积极发展个人贷款和中间业务，对各个银行来说，都显得极为重要。而做好这些业务的突破口，我认为在于坚强营销队伍的建设。因而我将协助经理进一步加强对客户经理的培训工作。客户经理是银行向客户全面营销所有金融产品和服务的主力军，客户经理的工作能力和水平和我们的业绩息息相关。首先，要加大他们的营销知识的培训，以前沿的营销理念和销售方式、方法武装他们的头脑，使他们明确要向谁，以什么样的态度，怎样去营销我们的产品和服务。与此同时，要制定适合营销人员管理和激励特点的考核激励管理体系和规章制度，奖勤罚懒，以最大程度地鼓励客户经理努力拓展市场，打造一支特别能战斗的客户经理队伍，在维护现有客户的基础上，加大营销力度，争揽潜在客户，扩大市场份额，并以各种金融产品为手段，为不同的客户“量体裁衣”，实行存、贷、中间业务的捆绑式营销，增加我们的赢利能力。

第三，提高贷款质量、防范与化解信贷风险。

首先我要树立安全、效益、竞争观念，把贷款的安全性和效益性视为银行信贷工作的生命线，改变粗放式管理，实行集约化经营战略，创造最大的经济效益。其次要对信贷资产的管理上要实现由“高风险、低收益”到“低风险、高收益”的转变。为此我将充分利用目前国有企业优化资本结构的良机，支持和帮助企业实现资产重组，把风险承担的主体转移到高效低险的企业，降低风险系数，提高信贷资产的收益。我还将建立信贷风险防范预警系统，从贷前调查入手，通过确立科学的贷前调查分析指标，全面分析贷款的安全性、效益性、可偿还性等指标，提出科学的贷前预报；贷后要建立跟踪检查系统，形成信贷资金网络风险管理，及时发现问题，起到预警、报警作用。

最后，我还要以审慎的态度，在有效控制信贷风险的基础上，

做好对企业的贷款工作。当然，作为部门副经理，我还要注意协助经理做好部门的各项管理工作，。使各项工作在良好的气氛中开展，在和谐的环境中完成，从而提高我们部门的形象和竞争力。

我的演讲完毕，谢谢大家！

销售行业演讲稿篇九

“转型”大师拉里·博西迪和拉姆·查兰告诫人们，“现在，到了我们彻底改变企业思维的时候了，要么转型，要么破产”。

企业转型是指企业的重要方面在本质和模式上的彻底改变。所谓重要方面，就是事关企业的生死存亡、兴旺衰败的重大事情。所谓本质上的改变，就不仅仅是数量上的变化，而是通过量变导致的质变，或是不经过量变而出现的突变。所谓模式上的改变，就是模样和形式都已彻底改变。

ibm转型堪称最为经典的企业转型案例□20xx年底□ibm毅然决定甩掉上世纪80年代以来最富有标志性的资产，将其pc业务出售给联想集团，被广泛视为告别传统蓝色巨人的转型之举。实际上□ibm转型自上个世纪郭士纳时代就已经开始，10年间两次备受商业界关注的转型，真正原因是时代正在对高新技术的it产品及服务业做出的新游戏规则。

20xx年初□tcl集团与万通实业携手进入商业地产领域，目的在于——利用万通在地产开发、管理、运营、融资等方面的经验和优势，盘活tcl的存量工业地产，使资产轻质化、证券化，增强资产的流动性，从而加大对技术研究和产品开发的投入，实现向创造型企业转型。

未来在危机中生存发展良好的企业一定是实施“从制造到创造，从苦力到智力，从资本到知本，从价格竞争到价值竞争，从

产品到品牌,从硬实力到软实力”发展战略的企业。