

# 销售经理获奖感言(精选9篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

## 销售经理获奖感言篇一

尊敬的公司领导、同志们：

大家好!对公司而言创造了历史最辉煌成就的20xx年静静地过去了，充满挑战和希望的20xx年已经开始。今天，我们在这里组织召开公司20xx年销售动员大会，是因为我们要放下过去的成绩，凝心聚力，重新开始又一个对公司发展富有光辉意义的新的一年。

20xx年公司经营方针和目标已经下达，公司精心组织传统产品营销策略、大力打造新产业的可持续发展战略，已经从各个渠道传递到全体员工，为公司发展明确了方向，为员工和公司共同发展提供了内在动力，形成了生机勃勃的工作氛围。对作为经营龙头的销售工作，各单位主管领导已经做好了精心的布置，销售人员们也已经开始摩拳擦掌，公司销售运营活动已经按计划顺利展开。在这里，我将就市场部对公司市场销售活动的宏观管理工作计划向大家做出汇报：

管理是我们今年的基础工作：我们将在去年工作的基础上，进一步加强销售活动的宏观管理，这些管理涉及合同管理、价格管理、客户信用及应收货款回收管理、人员行为规范管理、库房管理、驻外办事处管理、与顾客有关的过程程序管理等。

20xx年我们建立、健全了与销售工作有关的制度和规定，但是，因为个别单位制度意识淡漠、学习培训跟不上、市场部检查力度不够，导致有些销售人员到现在对这些制度还不熟悉，不能领会、掌握和有效执行。为改善这方面的不足，我们特别编制了《20xx年销售人员工作手册》，将上述所有制度汇编成册，其中包含了销售人员可能在工作中需要的各种表格的模板，同时我们还加入了公司产品基础知识简表，以及销售人员通讯录。这个手册一会儿将由公司领导发放给各销售单位，人手一册，一册一个登记编号，希望大家好好保存，好好学习，能够把公司的营销管理制度真正贯彻落实到具体工作当中。

20xx年我们将继续作好销售队伍的建设工作：我们将发布全年培训计划，每月向销售单位提供一个学习主题和相关的学习素材，要求各销售单位组织专题学习、讨论学习心得，建设学习型组织；全年争取组织两次水平较高的集中培训和团队活动，营造优秀卓越的团队精神；同时我们还将根据需要组织各类业务竞赛，为年轻和优秀的销售人员提供表现的舞台，为公司业务水平的不断提高集思广益。另一方面，我们还要持续地进行销售人员职业道德建设，销售是涉及公司利益、经济利益的岗位，如果不打造一个有人格、有职业道德的销售团队，就会诱使销售人员为了个人利益牺牲公司利益，为公司带来潜在的经济损失和长远的精神损失，最高的管理是自我管理，任何死的制度都不能完全战胜一颗想要投机取巧的活人的心，所以，我们希望各销售单位从上到下注重销售人员职业道德的学习和渗透，把清白做事、健康做人的理念落实到业务当中，打造一个真正有竞争力的销售团队，这个真正的竞争力是什么，就是对自我的管理，对健康人格的追求。20xx年我们还要持续关注销售业务的宏观管理，做好统计工作的分类和程序优化，通过合理的统计分类，确保统计结果更准确、更有针对性、更适合于销售分析；同时提高销售数据分析能力和水平，提高销售工作的自我诊断能力；将价格管理更好地与市场调研相结合，对新产业价格行情给予更多

的关注和学习，力争在20xx年年底形成较为成熟的、覆盖全公司产品价格管理流程；对客户信用及应收货款回收管理、退换货管理、库房管理制度要更加严格执行，从制度上杜绝管理漏洞，把好发货关和安全关，做好服务和监督工作。在汲取去年考核实践经验的基础上，今年我们还将进一步优化考核激励工作。

今年的《销售目标责任书》已经编制并经过审核，一会儿将由公司领导与各单位领导签字生效。鉴于各单位考核指标都比去年有较大提高，今年人均考核奖金标准也比去年有相应增长；另外一个最重要的情况是，我们改变了公司以往奖金上封底的传统作法，对超过考核指标的完成情况也做出了明确的奖励规定，其中包括销售额超额奖、回款率超额奖、利润超额奖、重大管理贡献奖、新产品增额奖，这些新增奖金的设计意图是将销售人员个人收入更好地与其对公司的贡献联系在一起，更好地激励销售人员和公司的共同进步；为树立优秀销售人员的标杆，我们还将在条件适当的情况下，开展金牌销售人员评比和奖励活动。总之，在公司领导的大力支持下，我们希望通过不断地改进，逐步建立起一套更加科学的激励体系，奖勤罚懒，奖优罚劣，形成有效激励、正向激励、长远激励。

作为管理部门，我们很感谢公司领导对销售工作重要性的理解和支持，我们一定会慎重用好考核的权力，使考核更好地发挥积极有效的作用，成为公司快速发展的润滑剂；对工作在一线的销售单位，我们希望通过自己的公正合理，使你们所滴下的每一滴辛勤的汗水和所付出的每一份智慧的心血，都通过公正的考核得到认可和赞赏，每个人都在乎钱，但钱不是万能的，比钱更重要的财富是信任、是理解、是同心同德、是一个有共同目标并愿意为实现目标而付出努力的卓越团队。

随着新产业逐步走向市场，产品宣传推广工作突现出其重要性和紧迫性。在这方面我们的主要工作计划包括以下几个方面：

## (一) 宣传资料的制作

首先是公司新的宣传光盘(加入了对新产业的内容介绍),已由宣传部和进出口公司为主,完成了母板的制作。目前经由我们审核完毕,将在二月底前批量刻制并发放至各销售单位。其次是公司宣传册的制作,其中包括一个总册和四个分册。此项工作历经了几个月的时间,是因为我们对这次制作提出了较高的标准和要求,所以从组稿、修改、技术审核、翻译、设计、校正,先后反复经过了好几个轮次,工作量非常大。目前小样已经出来,经过各销售单位终审后将付梓印刷,预计最晚三月份底就可以发放使用。

公司电子版(ppt)宣传资料的优化。去年年底我们在销售人员中搞了一个ppt水平提高的讲座,之后组织了公司ppt宣传资料比赛活动,在收到的参赛作品中发现了很多优秀的设计;为使这些作品在内容上更加完整和全面,我们又为这些作者提供了更多的素材和资料,要求他们进行进一步的修改,我们计划在近期收集第二轮修改后的作品,综合各方优点,形成几个高水平的公司电子宣传模板,将其提供给广大销售人员使用。这种不断的改进将是持续的,没有最好,只有更好。

## 销售经理获奖感言篇二

各位领导、各位同事:

大家好!设计部20xx年上半年,对各个项目的稿件设计及目标计划,总体完成较好。当然,在取得一定成绩的同时,我们也认识到工作中存在的种种问题和需要提高的地方,一部分是来自外界的因素,造成我们工作的消极状态,还有一些是我们自身原因。我相信,通过我们共同的努力和学习,一定会在某个月明星稀的夜晚豁然开朗,因为这些对我们来说都不是问题。

设计是一种带有创意性的工作,需要天马行空的想象力和具

有震撼性的创造力，最重要的是我一定要摆脱形式主义，解放传统思想的束缚。

综上所述，对上半年工作总结如下：

1、首先对各个项目推广工作做了系统的调整，以及项目的整体调性和客户对项目视觉上的认知度，更好地展示出了项目在当地市场的独特性。

2、设计部资料库的整理和收集越来越趋于完善，加上设计理论的不断学习，才能促使我们做出更好的，具有时效性的广告和促进销售力的广告。

基于以上种种，我们更加需要发散思维，紧扣公司新的发展理念，“创新”与“突破”，来审视自己，在工作中追求完美，摒弃教条化、机械化的工作模式，创造良好的设计氛围，用积极的态度，快速完成各项工作。

那么□20xx年下半年，我对自己和部门人员提出了更高的要求：

1、首先人员分工更加的细化，即本职工作和其它相关工作的参与，使自己的各项技能快速成长。在以后的工作中，加大业务学习及培训，由设计部经理、资深美术指导，对设计部成员做一对一的探讨与指导，尽快提升设计部整体的专业水平和技能。

2、定期组织创意类活动与设计作品的赏析和评选，尤其是前期的项目，要以纯推广方案和小组创意讨论会来形成，同时建立设计部规范条例，形成有效的工作流程与健全的工作机制。

在以后的工作中，欢迎各位领导、同事对设计部的工作提出宝贵的意见和建议。俗话说“谦虚使人进步”，但我们更想通过自身努力来赢取别人的掌声和赞扬。

通过这次年中会重返“井冈山”，很高兴有机会看到公司开创之初的第一个项目——鑫源花园，感触颇深。还有两个月，就是z地产机构成立九周年的日子，与此同时祝愿公司及所有同事能够“借当年星星之火，乘燎原之势”，希望公司发展的越来越强大。

最后，再次感谢公司领导和各兄弟部门对本部工作的支持，谢谢大家！

## 销售经理获奖感言篇三

尊敬的各位领导，各位同事：

大家好！

转眼之间，已经是20xx年，首先在这里祝大家新年快乐！现在，我将我20xx年的工作和20xx年的计划做一个简要的汇报：

去年，我在公司上级领导的指导下，严格遵守公司各项规章制度，并结合本职工作积极带领销售团队在激烈的市场竞争中奋发向上，但是因为受外地水泥的影响、市场经济、水泥价格的调整等多方面的问题，导致我们销售部门的总体业绩有所下降。在20xx年，我部门完成了26.6万吨的销售业绩，离年初制定的30万吨的目标还有所距离。

虽然，在去年，我们取得了一定的成绩，但是这个成绩并不是令人欣慰的。纵观20xx年，我们也确实存在一些问题，比如市场协调工作不到位，缺乏深入的市场调研，与外来水泥的竞争意识也有待加强。

所以在今年，身为水泥有限公司销售经理的我，更因积极的根据当前的市场形式，在我公司领导下从以下几方面代表我公司行使营销职权，并逐步培育我公司的核心竞争力，使企

业在激烈的市场竞争中不断创新业绩，获得长足发展：

一是要继续深入开展调研本地水泥产品市场情况的行动，并整合本公司产品优势，逐步构建以市场为导向。在营销过程中，要切实的做到以客户为中心、以效益为目标的营销体系。

二是要逐步优化销售流程，加大内部管理机制。在明年，我会充分研究各职能模块的工作流程，并制订更加科学的销售计划，进行合理的销售分工，以此有效的控制各个销售环节。

三是要充分调动人力资源优势，并建立起良好的销售团队及团队文化。

四是要强化基础管理，进一步加强制度建设，坚实的做到凡事有据可查，凡事有章可循，凡事有人监督，凡事有人负责。

我相信以我们齐心协力的合作力，和坚实无比的凝聚力，一定会在今年切实的完成工作目标，让我们大家拿出更多的激情为壮大我公司发展做出更多的努力。最后再次祝大家新年快乐，健康幸福！

## **销售经理获奖感言篇四**

尊敬的总经理，同事们：

大家好！

春节即将来临，借此机会向诸位拜个早年，祝大家新春愉快！身体健康！合家幸福！

在这里我代表销售部全体员工感谢公司提供的平台！感谢总经理！感谢全体同仁对销售工作的鼎力支持！

过去的一年，我们努力过、奋斗过，有欢笑、有痛苦，有失

意、也有成绩，对今天来说都已成为过去，成为公司发展道路上的一个里程碑。刚刚参加的集团年终会议给我很大的触动，我们一个总人数占集团公司三分之一的数量的实业公司，竟然靠他们输血支持我们。心里真不是个滋味，当时我就在想，是我们比他们傻吗？不是，是我们努力的程度和工作方法与武汉业绩优良的公司还有一定的差距。特别是我们的销售部人员，没能给公司带来丰厚的订单。得过且过，混日子思想还是存在的。

一年下来，由于订单少，利润低，回款期过长是导致公司亏损的重要因素，尽管有种种客观理由和原因，但我们不想推卸责任，我们也不能推卸责任。因为公司要我们是来克服困难，提高效益的，否则，要我们销售队伍干吗呢？任何企业检验销售成绩的惟一标准就是看业绩增长与否，这始终是硬道理。

不蒸馒头蒸口气，新的一年，我们一定认真汲取经验教训，好好总结想方设法提升销售业绩。争取打个翻身战让公司走向盈利的轨道。

在过去的20xx年，我们的销售队伍是以新兵为主，大家在摸爬滚打中经历了种种考验，遇到这样或那样的问题，在种种困难中锻炼了我们的销售队伍，更重要的是我们的销售队伍成长起来了。又一年的实战锻炼，提高了销售部每一位员工的工作能力，销售部制度化、规范化的管理也更加合理。

今天开始，我们的销售队伍已不再是新兵，而是一批经过一场又一场战争洗礼的老兵，积累了丰富的客户资源和人脉，业绩的提升必定指日可待。我们还将继续补充新鲜血液，不断的培养壮大销售队伍。

多年来我一直认为，人要学会感恩，特别是在这个浮躁的时代，有许多企业关门倒闭，职工连工资都难以拿到，所以，今天，我们每个人都应该感谢公司提供这样一个良好的、稳



定的工作平台让我们一起奋斗，因此，我希望销售部每一位员工从现在起，将自己本职工作做好、做到位，特别是客情关系处理上关注细节，粗放的结果是被市场淘汰。所以，我们销售人员多拿订单、提高利润、及时回款，做好嘉一品牌的宣传就是对公司的最好回报！

xx开年之际我们已喜迎我们公司产品中的新成员3d打印机，样机已经陆续送达到客户手中，产品的测试改良也将有条不紊的进行着。相信不久会有丰厚订单像雪花一样飘来。

俗话说，芝麻开花节节高。去年销售业绩比前年有所提升，经过一年的铺垫、布局，我们有理由相信xx年销售业绩会有很大的突破！

xx年在总经理的带领下，各位同仁的支持下，相信大家一定能完成950万的销售任务，冲击1100万的销售目标。

在此我代表销售部全体成员向在座的领导、同事们表个态□xx年销售部一定会给大家一个满意的答卷！谢谢大家！

## 销售经理获奖感言篇五

尊敬的各位领导、可爱的同事们：

大家上午好！

今天阳光灿烂，今天群英荟萃，作为东台国际大酒店的一名普通员工，能以“微笑大使”的形象站在这蓬荜生辉的舞台上发言，我非常荣幸。喜欢微笑，向往微笑，常常微笑的我在此向在座的各位领导、同事们再次献上一个我最真诚的微笑吧！请记住我的名字，来自前厅部的杨亚桂。

在经历了初赛、复赛、决赛的比拼下，我脱颖而出，我成功了，并在本次演讲大赛中获得了第一名的称号，这于我而言

是无比自豪的。可今日的成功，今日的辉煌，今日的成就总会过去，我要继续努力，继续学习，继续奋斗，把我的所学、所知、所能，传寄给我身边的每个人，没有你们的支持，没有你们的教导，没有你们的鼓励，就没有今日站在舞台上的我。

作为工作才两年的我来说，企业文化的熏陶、优质服务理念的感召，使我在勤奋与好学中不断成长，超越自我、服务水平、理论知识和综合素养不断提升，我为我是“东台国际大酒店”（国贸集团一员）的一员而倍感自豪。

前厅是酒店的窗口，是整个酒店营运的核心。在对客服务上我们总是严格要求自己，客人的刁难、客人的抱怨、客人的无理总得忍着；可热情的服务，灿烂的微笑，让我们得到了顾客的满意，顾客的认可。由此更加激发了我们服务的激情。正是因为有了这些，本次大赛的前三名都在我们前厅部脱颖而出，这是我们前厅部的光荣，是东台国际大酒店的光荣，也是我们整个国贸集团的光荣。

## 销售经理获奖感言篇六

尊敬的老师亲爱的同学们，大家早上好！我是五年二班的xx□很荣幸今天能站在这里。

我酷爱看书，特别是有关历史、天文地理方面的，在班上我有“小博士”的美称。我也爱好体育，虽然我的体育成绩不太好。奥运期间，我关注着每一场赛事，看到有些项目我们中国的运动健儿成绩不够理想，我很遗憾也很不甘心。想到《水浒传》里的108个好汉，个个身怀绝技，如果让他们来参加奥运会，那结果会怎样呢？在妈妈的鼓励下，我把这个奇妙的想法交给纸笔，再加上当时的一些小灵感，就写出了□xxxx□这篇文章。

很幸运□xxxx□居然获得了长沙市“创作杯”迎奥运征文活动

特等奖。

在这里我要感谢我的学校，他给我提供了这么好的学习环境，我更要感谢我的班主任郑老师，如果没有她每天要求我们阅读摘抄，我就没有这样的积累，也就写不出这篇好文章。

我的演讲完了。谢谢大家。

## 销售经理获奖感言篇七

各位同仁、各位商界朋友：

大家下午好！

很荣幸，很高兴能有这样的机会，和大家一起分享一年来公司所经历的点点滴滴；刚才陈列总经理已经给我们很生动、很深刻的总结了这一年来公司的成败和得失，我非常荣幸、非常骄傲公司有这样英明的领导者，我来公司时间不长，但是我却时时刻刻、真真切切的感受到在陈宰臣董事长和陈列总经理的指示和关怀下，公司发生的巨大变化和进步！我在这里代表销售部向他们和公司的用心良苦表示感谢！

下面我做为营销总监和大家一起分享下有关营销的方方面面，关于营销这块，在在座的各位的鼎力支持下，我们可以说，今年打了个非常漂亮的战役！大家都知道，今年4月份，我们现在的工厂才有雏形，真可以说是百废待兴、百业待举。短短的几个月，我们不光在销售业绩上给公司交个满意的成绩单，而且在销售模式和公司未来的营销方向上做了重大的变动和明确，为公司未来的发展做了很好的规划和铺垫，下面我就以下三个方面和大家分享下：

2) 营销模式：由于我们的销售产品比较多元化，营销模式也是比较多样性，为了大家便于理解，那么在这里我重点阐述下国内销售的营销模式，国内销售也分为两大块：以批发为

主的营销二部和以凯信品牌为品牌推广的营销一部，很显然，营销二部主要是以批发为主，追求的是量的变化，从而达到质的变化；也就是说二部追求的是客户的数量和出货的数量，从而提高利润的数量，用六个字简言之，也就是“深挖洞、广积粮”，没有粮食人会饿死，在现阶段，没有大量利润的保证，公司就会出现饥荒和危机。但是，一味的“深挖洞、广积粮”不是我们的最终目标，我们的目的是为了称王，成就一番霸业；我们通过什么来实现我们的霸业，总的有个媒介，我们的媒介就是凯信品牌，所以我们成立了营销一部，一部的营销模式三个字“品牌化”或者说“图霸业”。

在这里，我借陈宰臣董事长的一句话“销售是一个企业的龙头，龙头如果不能发挥它该承担的责任，就会牵一发而动全身，让整个工厂失去活力、战斗力、以及生存的本钱”；在这一年里，公司的所有销售人员都克己敬业、始终把公司的利益放在第一位，我们的半成品销售比去年提高了50%；我们的oem客户在去年的基础上又增加20%；而我们的出口更是朝气蓬勃、大放异彩，不但在业绩上取得辉煌成就，而且成功的和国际上的一些大经销商实现完美对接；我们的国内销售也是百尺竿头、更进一步，我们的网络已经遍及全国各地，其中我们的电压力锅产品销售从每月的几百台到现在每月2万台，这是一个什么速度，这离不开销售人员的努力，当然也离不开在座各位的支持和关怀；我们自己的品牌也实现了零的突破，目前网络有10多家，我们取得了一些成绩，同时也存在很多不如意和困难，但是公司品牌化路程已经迈出了坚实的第一步，虽然比较艰辛，但已经有了很好的开端。如果说今年是我们向品牌化进军吹响的第一声号角，那么明年就是进入冲刺和真正的战争时代，都说商场如战场，一点不假，我们就是在进行一场没有硝烟的战争！

我们取得这些业绩，虽然谈不上骄傲，但是我们却在脚踏实地的在走，不积跬步，无以成千里。今天的一小步也就是以后的一大步！在这里，请允许我，允许我代表全体销售人员对在座的各位、以及公司的领导、各位商业朋友，对你们的支

持和配合表示感谢!

谈到营销也许每个人都明白是怎么回事，但是营销其实是个非常复杂的系统工程，包括市场营销、财务、售后、运营平台、物流、产品等诸多大板块组成，任何一个板块运作不畅都会带来致命的伤害，其中最重要就是销售和市场，市场就是经营品牌、销售就是销售产品，两者的结合就是营销这个名词的来源，简单的说营销就是经营品牌和销售产品。刚才陈列总经理也明确了，公司未来的发展方向是品牌化，品牌化不是口头上说说的，我们首先要了解市场谁都知道厨房电器是块大蛋糕，而且随着中国经济的发展，农村的城市化，需求量会越来越大，这是好的一面；但是我们有没有深思和调查？目前国内传统的厨房电器知名品牌（方太、老板、帅康、樱花、华帝、万和、万家乐、樱雪、欧意、万喜、美的等）和二线品牌差不多20家；我们可以撇开这些传统品牌不说，就是今年就有长虹、新飞、格兰士等向厨卫电器进军，而且投入和市场推广的力度也相当的大，长虹、格兰士光一个营销团队都接近50人，投入资金都是成百万的去运作，以上这些能说明什么呢？给我们的只有深思：厨卫的品牌还有没有的做？我们怎么去做？我在这里想说明几点：

其三、市场也同时给我们敲响了警钟，给我们的时间不多了，在未来3年内，如果我们品牌化还不成功，形势将是极其严重的，我们的生存空间在哪里？幸运的是，通过前期的试运行，我们找到了一条属于自己的路。

刚才陈总已经说了公司的战略规划，我在这里重点说说未来凯信品牌品牌化的营销思路：公司走品牌化之路，实现由公司规模大到实力强的一个转变，争取在3年内达到厨房电器行业品牌知名度和市场占有率前15名的战略目标，把凯信的“用爱创造生活”的设立理念变为现实，让凯信的“爱”理念走进千家万户，最终实现公司的终极目标：走向上市和国内厨房电器的驰名商标、以及厨房行业的前三甲。当然，我们的营销中心还是不健全的，我们的营销团队的实力还是

比较薄弱的，在明年，我们将会增加专业的售后和市场部、以及我们的销售人员，来增强营销中心的实力。不知道大家留意没有？现在全世界都在发生石油危机，中国在未来5年内将建近20座核电站，这意味着什么？未来带电的产品将是中国的销售主销产品，也就意味着我们必须对我们的产品组合和产品线做出调整，只有定位准确了，我们才可能迎头赶上，才会抓住机遇谋发展！明年我们首先是巩固我们目前的优势产品：燃气热水器，首先在外观和功能上更加完善和自主化；其次，在电热水器和电压力锅上，我们将在款式、功能等方面作出全面的调整；另一方面，在烟机和灶具上面，我们会加强大品牌的市场调研工作，保持能够跟上市场的节奏，并适当的自主化。简单的说就是三个一工程：一巩固、一重点、一保持。

以上就是今天我和分享的一些内容，谢谢大家。

## 销售经理获奖感言篇八

各位同仁、各位商界朋友，大家下午好！很高兴能有这样的机会，和大家一起分享一年来公司所经历的点点滴滴；刚才xx已经给我们很生动、很深刻的总结了这一年来公司的成败和得失，我非常荣幸、非常骄傲公司有这样英明的领导者，我来公司时间不长，但是我却时时刻刻、真真切切的感受到在xx董事长和xx的指示和关怀下，公司发生的巨大变化和进步！我在这里代表销售部总经理向他们和公司的用心良苦表示感谢！

下面我做为营销总经理和大家一起分享下有关营销的方方面面，关于营销这块，在在座的各位的鼎力支持下，我们可以说，今年打了个非常漂亮的战役！大家都知道，今年4月份，我们现在的工厂才有雏形，真可以说是百废待兴、百业待举。短短的几个月，我们不光在销售业绩上给公司交个满意的成绩单，而且在销售模式和公司未来的营销方向上做了重大的变动和明确，为公司未来的发展做了很好的规划和铺垫，下

面我就以下三个方面和大家分享下：

2) 营销模式：由于我们的销售产品比较多元化，营销模式也是比较多样性，为了大家便于理解，那么在这里我重点阐述下国内销售的营销模式，国内销售也分为两大块：以批发为主的营销二部和以xx品牌为品牌推广的营销一部，很显然，营销二部主要是以批发为主，追求的是量的变化，从而达到质的变化；也就是说二部追求的是客户的数量和出货的数量，从而提高利润的数量，用六个字简言之，也就是“深挖洞、广积粮”，没有粮食人会饿死，在现阶段，没有大量利润的保证，公司就会出现饥荒和危机。但是，一味的“深挖洞、广积粮”不是我们的最终目标，我们的目的是为了称王，成就一番霸业；我们通过什么来实现我们的霸业，总的有个媒介，我们的媒介就是xx品牌，所以我们成立了营销一部，一部的营销模式三个字“品牌化”或者说“图霸业”。

在这里，我借xx董事长的一句话“销售是一个企业的龙头，龙头如果不能发挥它该承担的责任，就会牵一发而动全身，让整个工厂失去活力、战斗力、以及生存的本钱”；在这一年里，公司的所有销售人员都克己敬业、始终把公司的利益放在第一位，我们的半成品销售比去年提高了50%；我们的oem客户在去年的基础上又增加20%；而我们的出口更是朝气蓬勃、大放异彩，不但在业绩上取得辉煌成就，而且成功的和国际上的一些大经销商实现完美对接；我们的国内销售也是百尺竿头、更进一步，我们的网络已经遍及全国各地，其中我们的电压力锅产品销售从每月的几百台到现在每月2万台，这是一个什么速度，这离不开销售人员的努力，当然也离不开在座各位的支持和关怀；我们自己的品牌也实现了零的突破，目前网络有10多家，我们取得了一些成绩，同时也存在很多不如意和困难，但是公司品牌化路程已经迈出了坚实的第一步，虽然比较艰辛，但已经有了很好的开端。如果说今年是我们向品牌化进军吹响的第一声号角，那么明年就是进入冲刺和真正的战争时代，都说商场如战场，一点不假，我们就是在

进行一场没有硝烟的战争！

我们取得这些业绩，虽然谈不上骄傲，但是我们却在脚踏实地的在走，不积跬步，无以成千里。今天的一小步也就是以后的一大步！在这里，请允许我，允许我代表全体销售人员对在座的各位、以及公司的领导、各位商业朋友，对你们的支持和配合表示感谢！

谈到营销也许每个人都明白是怎么回事，但是营销其实是个非常复杂的系统工程，包括市场、销售、财务、售后、运营平台、物流、产品等诸多大板块组成，任何一个板块运作不畅都会带来致命的伤害，其中最重要就是销售和市场，市场就是经营品牌、销售就是销售产品，两者的结合就是营销这个名词的来源，简单的说营销就是经营品牌和销售产品。刚才xx经理也明确了，公司未来的发展方向是品牌化，品牌化不是口头上说说的，我们首先要了解市场。谁都知道厨房电器是块大蛋糕，而且随着中国经济的发展，农村的城市化，需求量会越来越大，这是好的一面；但是我们有没有深思和调查目前国内传统的厨房电器知名品牌(方太、老板、帅康、樱花、华帝、万和、万家乐、樱雪、欧意、万喜、美的等)和二线品牌差不多20家；我们可以撇开这些传统品牌不说，就是今年就有长虹、新飞、格兰士等向厨卫电器进军，而且投入和市场推广的力度也相当的大，长虹、格兰士光一个营销团队都接近50人，投入资金都是成百万的去运作，以上这些能说明什么呢给我们的只有深思：厨卫的品牌还有没有的做我们怎么去做我在这里想说明几点：

其三、市场也同时给我们敲响了警钟，给我们的时间不多了，在未来3年内，如果我们品牌化还不成功，形势将是极其严重的，我们的生存空间在哪里幸运的是，通过前期的试运行，我们找到了一条属于自己的路。

刚才陈总已经说了公司的战略规划，我在这里重点说说未来xx品牌品牌化的营销思路：公司走品牌化之路，实现由公



公司规模大到实力强的一个转变，争取在3年内达到厨房电器行业品牌知名度和市场占有率前15名的战略目标，把xx的“用爱创造生活”的设立理念变为现实，让xx的“爱”理念走进千家万户，最终实现公司的终极目标：走向上市和国内厨房电器的驰名商标、以及厨房行业的前三甲。

当然，我们的营销中心还是不健全的，我们的营销团队的实力还是比较薄弱的，在明年，我们将会增加专业的售后和市场部、以及我们的销售人员，来增强营销中心的实力。不知道大家留意没有现在全世界都在发生石油危机，中国在未来5年内将建近20座核电站，这意味着什么未来带电的产品将是中国的销售主销产品，也就意味着我们必须对我们的产品组合和产品线做出调整，只有定位准确了，我们才可能迎头赶上，才会抓住机遇谋发展！明年我们首先是巩固我们目前的优势产品：燃气热水器，首先在外观和功能上更加完善和自主化；其次，在热水器和电压力锅上，我们将在款式、功能等方面作出全面的调整；另一方面，在烟机和灶具上面，我们会加强大品牌的市场调研工作，保持能够跟上市场的节奏，并适当的自主化。简单的说就是三个一工程：一巩固、一重点、一保持。

以上就是今天我和分享的一些内容，谢谢大家！

## 销售经理获奖感言篇九

各位领导，各位同事：

首先要感谢公司及部门领导对我的厚爱与信任，感谢同事们对我的大力帮助及支持，能够得到公司“销售之星”这个荣誉称号，我感到非常的高兴与荣幸。

xx年我在任市场拓展部五华片区经理期间，在公司各级领导的大力支持下，公司各个部门的积极配合下，圆满完成了五华片区新装及增值业务的经济任务指标。在市场拓展部经理

层的积极组织带领下，在我们全体同仁的共同努力下，攻坚克难，最终夺取了市场拓展部目标任务的胜利。

取得今天的成绩我有几点感受：

第一、一份努力，一份收获。

第二、学习、学习、再学习，执行力是成功之母。

第三、坚持就是胜利。

成绩属于过去，新一年的挑战已经开始，为了完成xx年的发展目标和任务，让我们行动起来，前进、前进、向前进。