

# 2023年超市演讲比赛 超市开业演讲稿(精选5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

## 超市演讲比赛篇一

大家好！

金秋时节，清风送爽、丹桂飘香。在这阳光明媚的日子，我们迎来了家用超市的开业庆典。在此，我谨代表家用超市全体员工向参加庆典仪式的各级领导、各位来宾和各界人士表示热烈地欢迎和衷心地感谢！（鞠躬）

家用超市的开业，标志着家用超市正式进入营业状态。家用超市共投资近200万元，占地面积600多平方米，经营品种达1种万以上，它的落成开业，对于完善石羊古镇商场布局为消费者服务将起到很好的补充作用，我们立志将为石羊古镇人民提供价廉、质优的商品和超值、满意、便利的服务，为了这一天的早日到来，家用超市的全体员工们，夜以继日，呕心沥血，在此期间，大姚县、石羊镇各相关部门领导及社会各界人士也给予了家用超市大力的支持与关怀。

在家用超市开业后，希望相关部门和广大干部群众，能够给予家用超市更多的支持和关注，同时请大家相信，我们将能够严格遵循诚信双赢，共同发展的经营理念，科学管理，守法经营，实现经济效益和社会效益双丰收！我们将在科学的决策和先进的管理手段推动下逐步形成一个布局科学，顾客满意的销售体系，促进石羊镇超市业的经济效益和社会效益

有一个较大的飞跃和发展。

诚然家用超市创业伊始，各项基础设施还不尽完善，服务措施和服务质量还有待进一步改进和提高。在此，我真诚的希望政府各部门领导继续给予关怀和支持，也希望社会各界人士能够给予更多的关心和帮助。我坚信在未来的日子里，我们一定会在创新中求发展，在竞争中显优势再创佳绩续写辉煌！

最后，祝家用超市超市，鸿业竣开，生意兴隆，事业蒸蒸日上，祝各位领导、各位来宾身体健康，万事如意！

谢谢大家！

## 超市演讲比赛篇二

市场形势

### （一）、销烟弥漫的零售业市场

随着我国零售业市场的进一步开放，全球连锁零售大鳄们都加快了进军中国的步伐，各行各业都抢占市场的份额，整个市场销烟弥漫。

专业市场层出不穷

批发市场更加规范

超市竞争更国际化

### （二）、复杂善变的消费群体

随着买方市场的日益成熟，消费者的心理逐渐地在发生改变，需要在改变，追求在上升，因此我们必须进行不断的将需细

化及研究，针对物质消费理念与情感消费理念之间的不同，正确地去理解随机消费者、固定消费者及潜在消费者三者间的区别，改变我们的营销手段。

### (三)、歧途险境的营销道路

时代的进步与开放，使竞争对手日益增多，苏宁、百安居等专业品类大型卖场也不断地扩建，这些“品类杀手”造成我们很多品类的销售分流；另外目前市场上同行间的营销诉求点基本类同，例如服装促销活动始终是满送之类，消费者早已司空见惯。上述种种状况给我们的营销带来更大的难题，如果我们没有适合新形势的先进营销手段，那公司的领先优势将很难始终保持；另外，微利时代、价格弹性减弱及变化空间缩小等等局面，真正宣告了大众营销时代已经结束，靠一个点子或一个策划就能打开市场的日子已一去不返。

形势的严峻，告诉我们必须改变营销的手段，加强营销创新，树立新的营销理念，正确理解“关注顾客为中心”的内涵，这才能真正适应市场需要，满足消费者日益变化的需求，从而不断提升企业效益。区域营销及单店营销，正是目前超市营销的两种新手段和新趋势，在目前的形势下，加强开展区域营销及单店营销势在必行。

首先，我认为目前联华的营销方式应由当前的“粗放营销”向“精细营销”过渡，改变以往“固定模版”的营销方式。

当前，我们已经彻底告别了“杭州家友”，变成了更广的“浙江联华”，公司规模不断扩展，消费群体总量也随之不断膨胀，由于地域及环境的不同，也使消费群体出现很大的不同，例如城西的华商店主要消费群体以中高档收入家庭、白领为主，城南的江城店则以普通市民及打工者为主力军，那怎样留住不同类型的现有顾客，又怎样来吸引我们潜在的新顾客呢？这都需我们进行具体深入的分析，根据单店的不同特征，具体问题具体分析，来为其制定相应的“个性化”

的营销策略。让我们来看看我们的竞争对手欧尚大关店，正因为其对单店操作的灵活性，及对营销定位思路正确的理解，例如在打出了“杭州最低价超市”的口号，而且他的一切营销活动也都始终迎合这个定位，最终该超市的经营达到了理想的目标，2019年销售额达到4个多亿，仅次于我们的庆春店。

其次，必须将“顾客第一，唯一的第一”的经营理念贯彻到营销活动中去。

我们白尔曼先生提出：“必须切身的去关注顾客”，说得很对，营销策略一直都是以消费者为对象，他的本质也就是根据不同的消费群体制定不同的策略，消费者的利益与需求始终都是放在第一位的。因此根据消费群体的消费心理而制定的，并能随着消费者心理的变化而变化的营销方式才是真正行之有效而又经久耐用的。

第一转变：营销概念的转变，由“单纯的售货模式营销”转变为“组合营销”。

其实质也是为了创造需求，增加潜在消费者的购买欲。例如我们加强卖场的关联陈列及购物指导，来引导顾客的消费观念，又方便顾客的购买。如我们可以设立营养早餐区，这样就可以让顾客避免为了准备明天的早餐而满卖场的跑，顾客的满意必将带来销售额的提升，同时集中销售相关产品也会带来关联消费的增长。

第二转变：营销目标的改变：由“单纯的刺激消费”转变为“引导与刺激消费并重”的模式。

我们企划组对这方面正不断进行研讨，如在二期区域营销方案内，就尝试对dm进行功能整合与改善。以前的dm纯粹以低价打动顾客，属于单纯的刺激消费，所以很难坚定我们消费者的购物信念及激发更深的购物需求，因此我们以增加dm“引导消费”功能为前提，将dm的使命提升到生活顾问

的层面上来，让顾客拿到我们的dm马上能体会到现在该买什么了？买这东西后应该配套买些什了么？关于dm的相关事件，呆会我们组另外一位同事将会作更深一步的介绍。

以上几点，都是从营销角度出发，根据消费心理，贯彻“顾客第一，唯一的第一”，从而培育“单店营销”方式多种多样。原创文章，尽在cnfla网。

其实在我们实践操作中，充分利用区域及单店的自身特点及优势，最大限度地发挥营销功能，及时抓住机会，准确把握特点，就能使我们的营销真正起到最大的作用。这一方面，华商店的一些经验，值得我们借鉴。

### 一、单店营销的机遇把握。——清仓活动

这个实例告诉我们，门店才是对自己的相关事物反应最敏捷，最能产生正确的、有效的信息，加上自己精细化的动作及规模性的思考，借助供应商这个拉力，化不利为有利，最大限度地发挥营销的功能，最终实现双赢。

二、单店营销的经典理念定位。——会展与超市相结合，华商店在2019年会展开始流行的时代，在夏总的带领下，在超市开展了第一次超大规模展销会，首次提出“把会展经济作为华商店的有效经济增长点”，在当时，事实上这一营销理念相当新颖，也结合了华商店的场地优势，从而取得相当好的营销效果。当时众多省级领导都莅临华商店，各大媒体都大篇幅的报道此事，华商店的声誉也节节上升。

市场同质化不断的发生交集及重合，营销理念怎样借势造势，怎样才能有自己的特点，我们能做的是结合各种特点及优势，利用潮流，才能脱颖而出。

三、人性化服务：无需存包：顾客第一，唯一的第一理念的首次单店尝试。

华商店整改后开张，首次实践“无需存包”的人性化服务，这点在超市业行中跨出了重要的一步，尽管很艰难，也增加了超市的难度，但它所带来的观念是更贴近人心，以顾客为中心，在杭城引来了区大反响，在带来了效益之时也营销了“世纪联华”这个品牌。提高了企业的竞争力。

营销是我们21世纪“软战争”的重要武器，只要懂得其中的精髓，充分发挥它的作用，相信一定能为我们带来满意的结果。最后用一句话结束我的演讲：只有饱和的思路，没有饱和的产品。谢谢大家！

### 超市演讲比赛篇三

第二是要抓住机遇不断提升品牌质量。我们要抓住物资集团快速发展的大好时机，努力发展完善自我，要加快多种经营企业的技术更新改造步伐。工欲善其事，必先利其器，先进的技术设备、工艺是生产优质名牌产品的基本条件。这方面我们已经有了良好的开端，例如新建的益朗司特生产线及老企业的改造等。

要加快人才的培养。生产力中人是最活跃、最重要的因素，当今社会人才是最重要的，拥有了人才就拥有了未来，具有一流的技术、管理人才是办好企业的关键。这方面既要建立适合人才成长的机制培养自己的人才队伍，又要树立“为我所用”的观念。技术改造要与员工素质的提高同步推进，通过提高员工素质，进而生产出名牌产品。

提高创新能力。为了适应不断变化的市场应对市场竞争，就要提高企业的创新能力。用更新、更好的产品去满足用户，并且在这个领域有比较好的投资回报，这正是“第一桶金”的道理，也是企业发展的前提。宏启抽油杆公司近年来走过了从生产普通d级杆，到hl级高强杆，再到抗扭杆、空心杆和加强杆的过程，是新产品和专利产品使我们摆脱了低水平产

品的竞争，带来了比较大的利润空间。我们尝到了创新现的甜头，新产品开发已经得到了管理层的高度重视，成为了公司年度工作目标的重要内容，目前又把目光方到了油田开发几十年来所产生的废旧抽油杆上，想让这些费旧抽油杆起死回生，这将给企业带来更广阔的发展空间。

不断提高产品质量。从国内品牌产品的发展历程可以看出，在品牌创建初期，先把产品做精做好，从小而全到小而专，再到专而大、大而好。品牌的培育过程是一个自我规范的过程，因为品牌的运作同时也是一种市场运作的重要方式。同时，品牌的竞争又和产品的竞争有所不同，品牌更多的是形象上的，文化上的竞争，更是企业实力上的竞争。产品的市场是固定的，而品牌的市场是无形的，潜在的。所以，在品牌的竞争过程中，没有其他品牌可以打败另一个品牌，对于一个品牌来说，更多的是自我发展，自我消亡。品牌能够建立和发展是由于其产品适应市场需求，品牌的消亡也同样是其产品得不到市场的认可。我们的企业产品大多已经经历了小而全到小而专，向专而范文先生版权所有大、大而好的方向发展。产品质量受人、机、料、法、环五种因素共同影响，这五大因素任何一方面都不可忽视，努力把产品做精做好。在过去宏启抽油杆公司所走过漫长的发展道路中，也曾经有过急功近利的思想，使用过低品质的原材料造成很严重的产品质量问题，这给了我们深刻的教训，也使我们的品牌形象受到了严重的影响。近年来我们宏启抽油杆公司十分重视企业形象，产品质量稳定提高，先后通过了iso9000质量体系认证和api产品质量认证，取得了通向国际市场的通行证。

第三要靠诚信树品牌。企业只有讲诚信，重信誉，才能树品牌，才能发展壮大，长久不衰。诚信不是口头上的事，诚信是持之以恒的过程。对用户的承诺，不只是停留在过去讲的“三包”，而是要给用户提供增值的服务，带给用户更多的附加价值，努力做好优质的品质服务、全方位的品种服务、零距离的配送服务、快捷的信息咨询服务、同步的产品开发服务、合理的价格服务、诚挚的信用服务、全程的营销网络

服务、个性化的差异服务和一流的品牌服务等等。要以规范合法的经营行为树立诚实守信的良好企业形象。

## 超市演讲比赛篇四

首先，我非常感谢公司给我们新进员工的集体培训，我也很荣幸参加了这次培训，作为公司的第一批员工，我深感荣幸与骄傲……这说明公司对我们员工岗前培训的重视，反映了公司“重视人才，培养人才”的战略方针；对于刚介入服务行业的我，也非常珍惜这次机会。

经过半个月的培训，完全打破了我没培训之前认为这是个很枯燥乏味的过程的那种想法，让原本对服务行业不感兴趣的我，渐渐对服务充满浓厚的兴趣，服务作为一个大众化消费群体，我个人认为最主要的是，它是一个具有挑战性、完善自我的行业，而且与生活紧密联系。

半个月的培训内容主要是：军训、相关的企业文化以及公司的基本运作情况介绍，特别是听了汪总的讲解，让我们大家都受益匪浅，课程内容生动有趣，讲解企业文化的同时，还掺杂了许多广泛性知识，都与我们的工作和生活息息相关，使我们在短时间里了解到公司的基本运作流程以及公司的企业文化，企业现状等等、让我们对公司有了更深刻的认识与了解，从而能更快地适应自己的工作岗位，更了解自己的职责，让我们对未来的工作充满信心，充分发挥自己的主动性，利用好公司的优势资源最大效果为公司创造效益，公司的快速发展也是我们个人发展。

通过培训，我才真正地了解到什么是服务？什么是价值观？什么是职业化？以及很多为人处事的原则与方法，从而和之前的自己进行对照，认识到自己的不足，及时改进，对以后的工作开展以及个人的发展都是非常有好处的。

超市是个大众化服务行业，之前的我只认为只要能把商品销

售出去，那么就好ok[]经过培训强化了我们的服务意识，因为现在的超市竞争不再是商品价格之间的竞争，而是看你的服务态度，服务现在也是一门学问，其中也有许多技巧与方法，怎样服务好顾客呢？尤其是汪总所讲到微笑服务，我们一定要落实下去，我们公司员工要有团队精神，我们处事的一举一动都是代表着公司的文化与形象而不是个人。在职业态度方面，让我们明确：我们不是在公司工作，更不是在为老板工作，我们每个人都是在为自己工作。

## 超市演讲比赛篇五

每个人都有梦想，我也不例外。今天，我在这里梦想了一回：假如我是店长。

假如我是店长，我要让自己有渊博的学识和不断拼搏进取的意识。因为这些是事业起步的基石。然而，要把这些幻想变为现实，任何人，无论是凡夫俗子，还是社会精英，是离不开与他人的真诚合作的，离开了与他人的合作，一切梦想都是无法实现的。因此，如何正确引导和带动你的下属员工，使之成为一个有朝气锐意进取的团队，是很重要的。

首先，要让员工形成一种以集体智慧和企业发展为己任的意识。作为一个职业经理人，不论多么聪明和富于创新，远没有一个团结锐意进取的团队有活力和发展空间，而团队的智慧是取之不尽、用之不竭的。在制定计划时，向每一个参与者灌输己任意识。这样才能使他们感觉自己也是公司的主人，司荣我荣，司损我损。才能真正为公司出谋划策。一个胜任的领导者必须适应一个生机勃勃的团队，而不是用行政手段压制它。

一支可以打硬仗的团队，才可以在市场经济的大潮中去品味和享受冲浪的激情。

再次，一分钟表扬是很重要的一环。假如你的员工工作干得

非常好，但作为上司的你一定不要吝啬表扬，要树立一个锐意进取模范，不要对他的成绩熟视无睹。不然他将会怎样认为？也许他们会想“我干吗这么卖力？没人关心我工作干得好坏，没人注意我，而我是多么勤奋和卓有成绩；而整天无所事事的人竟和我挣得一样多！我这么卖命还有什么意思！”所以，对员工定期表扬是极好的动力源。当表扬显示出对成功的理解时，尤为如此。同样，如果由于员工出现了差错而必须申斥的话，那么作为团队领头人的我会单独约他面谈。因为，绝大多数人都很忌讳在自己同行面前“受到责备”。甚至完全不习惯在自己的下级在场的情况下“申斥”他。那样他会觉得很丢面子。也许还会对上司产生一种不满情绪，甚至敌对心理。这样对工作的开展会很不利。

世界上没有完美的个人，只有完美的团体，一个人的力量是渺小的，只有依靠团体的精神才能将一个企业做大做强。因此，要以情感人、以理动人、以心用人、以诚留人，充分调动所有员工的积极性和主观能动性，凝聚人的价值取向使之形成合力，在合力最大化中取得企业最大效益。

难，难在发展市场并坚守市场。市场得到了开发，我们如何去发展？关于发展市场我们要作出合理的市场分析并给予一种发展方案和种种措施，宁听万人抒而不可一人断。做事不能只依靠自己的思想。俗话说：三个臭皮匠赛过诸葛亮，多听意见多接受并给予采纳，并给予明确的奖惩制度。那样更有利于调动积极性更有利于公司或部门的发展。

不管怎样。一个好的店长必须要知道：天时地利人和！因为只有那样才可能迸发出一种力量！