

经销商会议领导发言稿(汇总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。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

经销商会议领导发言稿篇一

大家好！先自我介绍一下：我是负责华东及中南区域的销售的负责人□xxx□

1、今天我们在xx国际大酒店举办全国的20xx年冬季订货会。首先我向前来参加本次会议的厂方领导、各位来宾、经销商、朋友们表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

2、承蒙各位经销商家电老总的关爱与支持□xx电器有限公司经过建立10来年的发展壮大，保持了在同行中推出两季产品的主流地位，其产品品质优良，在市场有强大的竞争力。至真至诚、精益求精”的经营理念，该公司投资3千万元，建起了进5000平方米的标准、合理的现代化的厂房，建立了科学的设计、生产和检验管理系统，完善了质量保证体系，我们已经制定了切实可行的新产品开发计划，经过近年来的培育和发展，中南及华东地区销售网络逐渐扩大和完善，形成一支稳定的销售队伍，后期肯定能大大提高了品牌的知名度、美誉度。在广大经销朋友的支持下，销售业绩节节攀升，前景喜人。这些成绩的取得，离不开广大经销的支持，是与广大经销商的辛勤劳动和业务员的忠诚敬业分不开的，我们用智慧和汗水共铸了今天的辉煌。在此，我向大家再一次表示衷心的感谢！

3、我公司经过精心准备举办全国20xx年冬季订货会，并最大限度地让利于客户。经过此次会议增进双方交流与合作，让

经销商更加深入地了解了两季产品，增强开发市场的信心与决心，进一步加强经销商之间的相互交流与沟通，进一步完善市场销售网络，进一步抢占市场份额和优秀客户资源，进一步加大宣传提高产品的知名度和市场美誉度，提升品牌形象，不断将市场做大做强。

4、本次会议主要展示的产品有；十四大系列五十多个型号。其产品外型美观，做工精细加之人性化操作机界面，及精巧造型而倍受消费者喜爱，欢迎大家根据市场需求订购。

5、我们将会一如既往地为广大经销商朋友提供售前、售中、售后等方面的服务，解除大家的后顾之忧。让我们团结协作，同舟共济，奋力开拓，共同创造美好的明天！

6、最后，祝各位财源广进，生意兴隆，万事如意。

经销商会议领导发言稿篇二

三年多来，在**领导的关怀和呵护下，我公司与**同频共振，奋力开拓，一年一个新台阶，在**区域市场上创出了经营**精品的特色。

一、发展直供用户，专营**产品我公司成立伊始，就确定了忠实地履行**特约经销商的职责，专营**精品的发展方向。合肥是全国机械制造业及汽车制造业最大的生产基地之一，拥有众多国内乃至世界级的知名企业，各种板材需求量巨大。我公司背靠**这棵大树，发扬蚂蚁啃骨头的精神，一点一滴地开拓市场，一步一个脚印地发展终端用户。精诚所至，金石为开，有**高质量精品作强有力的支撑，我公司在经销中努力追求高起点、高档次、高品位，先后选择了合力叉车集团、合肥abb公司、合肥日立公司、江淮汽车集团等在同行业里有影响的龙头企业，采取直供方式，以真诚周到的服务、较低的采购成本，将**的精品给这些龙头企业送货上门，保证了这些“美食家”对“美味佳肴”的需要，使他

们大饱了“口福”。由于我公司在与这些企业合作中坚信诚信为本，高效快捷，一切为顾客着想，不断完善各种服务，得到了他们的交口称赞，共同建起了长期稳固的供求合作关系。在今年上半年曾经一度出现钢材市场降势时，他们向我公司的采购量不但没减，反而继续增加，有力地支持了我公司的发展，为实现三方共赢形成了强大的支撑。

二、积极参与**新产品开发，大力推广**精品近年来我公司根据**产品结构调整的总体目标，竭尽全力扩大品种钢的经销比重，在当地市场上努力扩展品种钢的经销份额，特别是把推广**的新产品当作我公司经销的第一要务去落实。

我公司经常主动了解**新产品研发的信息，努力学习**新产品技术特性的有关资料，在对加工制造企业的走访调查中，通过各种方式，大力宣传**新产品的优势所在，从为终端用户节约成本、易于加工出发，在帮助用户选材时极力推介**的新产品。例如在与合力叉车集团合作过程中，我公司了解到该企业长期以来为解决其主导产品的门架承载问题，一直不断探索改进，但效果始终不甚理想。我公司立即将此信息反馈给**，同时大力向该企业推介**正在研制的高技术含量的高强度板。**领导对此给予了高度重视，先后三次派技术人员到达现场，我公司从中积极协调，给予密切配合，与该企业面对面进行研究，最终由**反复试验，开发出完全满足该企业使用要求的jg590高强度板，一举解决了该企业多年的困惑，使他们非常称心，并且极为钦佩**执着追求顾客完全满意的精神，为**与合力叉车集团架起了长期合作的桥梁。我公司通过该企业使用**精品的实例，借机进行大力宣传推广，迅速打开了jg590高强度板的销售局面，目前该品种板在我公司销售板材的比例中占到了10%以上。

我们特约经销商的重要职责之一，就是要为最好的产品找到最优秀的用户。为了能将**精品板材打入世界一流企业，展示**“国内一流、国际先进的板材精品基地”形象，在**总公司及销售公司领导的支持下，我公司竭力向世界500强企业排

行第23位的合肥日立公司推介宣传**产品，先后两次陪同合肥日立公司高、中层领导组团到**考察，期间受到了**总公司高层领导的极大关注。从今年三月份开始，**总公司领导、销售公司以及相关部门领导、技术专家在短短的半年内6次不辞辛苦，深入到合肥日立公司听取意见，积极改进不足之处，以卓越的品质满足了合肥日立公司极高的质量要求。通过不懈努力，使得对产品品质和售后服务一向苛刻的日立人，终被**的经营理念、质量意识和我公司的竭诚服务所打动，对**的产品和我公司的服务竖起了大拇指，并决定选择我公司以**产品作为该公司的供应商，常年向其供应**精品板材。目前我们正酝酿实施建立三方战略合作关系，共同培育品种板研发销售基地，进行长期战略合作。

通过经销**精品和参与**新产品开发与推广，使我公司实现了由过去经销普碳板，向主要经销高技术含量、高附加值品种板的转变，今年更是上了一个大台阶，品种板的经销量占到了板材经销总量的80%以上，与此同时我公司的经济效益也有了大幅提高，和**一样实现了跨越式发展，为我公司今后更快更大的发展奠定了坚实的基础。经销实践让我们创造了效益，也使我们深切地感到了：跟着**的脉搏一起跳永远不会错！

经销商会议领导发言稿篇三

三年多来，在**领导的关怀和呵护下，我公司与**同频共振，奋力开拓，一年一个新台阶，在**区域市场上创出了经营**精品的特色。

合肥是全国机械制造业及汽车制造业最大的生产基地之一，拥有众多国内乃至世界级的知名企业，各种板材需求量巨大。我公司背靠这棵大树，发扬蚂蚁啃骨头的精神，一点一滴地开拓市场，一步一个脚印地发展终端用户。精诚所至，金石为开，有**高质量精品作强有力的支撑，我公司在经销中努力追求高起点、高档次、高品位，先后选择了合力叉车集

团、合肥abb公司、合肥日立公司、江淮汽车集团等在同行业里有影响的龙头企业，采取直供方式，以真诚周到的服务、较低的. 采购成本，将**的精品给这些龙头企业送货上门，保证了这些“美食家”对“美味佳肴”的需要，使他们大饱了“口福”。由于我公司在与这些企业合作中坚信诚信为本，高效快捷，一切为顾客着想，不断完善各种服务，得到了他们的交口称赞，共同建起了长期稳固的供求合作关系。在今年上半年曾经一度出现钢材市场降势时，他们向我公司的采购量不但没减，反而继续增加，有力地支持了我公司的发展，为实现三方共赢形成了强大的支撑。

我公司经常主动了解**新产品研发的信息，努力学习**新产品技术特性的有关资料，在对加工制造企业的走访调查中，通过各种方式，大力宣传**新产品的优势所在，从为终端用户节约成本、易于加工出发，在帮助用户选材时极力推介**的新产品。例如在与合力叉车集团合作过程中，我公司了解到该企业长期以来为解决其主导产品的门架承载问题，一直不断探索改进，但效果始终不甚理想。我公司立即将此信息反馈给**，同时大力向该企业推介**正在研制的高技术含量的高强度板。**领导对此给予了高度重视，先后三次派技术人员到达现场，我公司从中积极协调，给予密切配合，与该企业面对面进行研究，最终由**反复试验，开发出完全满足该企业使用要求的jg590高强度板，一举解决了该企业多年的困惑，使他们非常称心，并且极为钦佩**执着追求顾客完全满意的精神，为**与合力叉车集团架起了长期合作的桥梁。我公司通过该企业使用**精品的实例，借机进行大力宣传推广，迅速打开了jg590高强度板的销售局面，目前该品种板在我公司销售板材的比例中占到了10%以上。

我们特约经销商的重要职责之一，就是要为最好的产品找到最优秀的用户。为了能将**精品板材打入世界一流企业，展示**“国内一流、国际先进的板材精品基地”形象，在**总公司及销售公司领导的支持下，我公司竭力向世界500强企业排

行第23位的合肥日立公司推介宣传**产品，先后两次陪同合肥日立公司高、中层领导组团到**考察，期间受到了**总公司高层领导的极大关注。从今年三月份开始，**总公司领导、销售公司以及相关部门领导、技术专家在短短的半年内6次不辞辛苦，深入到合肥日立公司听取意见，积极改进不足之处，以卓越的品质满足了合肥日立公司极高的质量要求。通过不懈努力，使得对产品品质和售后服务一向苛刻的日立人，终被**的经营理念、质量意识和我公司的竭诚服务所打动，对**的产品和我公司的服务竖起了大拇指，并决定选择我公司以**产品作为该公司的供应商，常年向其供应**精品板材。目前我们正酝酿实施建立三方战略合作关系，共同培育品种板研发销售基地，进行长期战略合作。

经销商会议领导发言稿篇四

各位嘉宾、朋友们：

大家好！我是利仁公司地区区域经理，今天有幸借助这块风水宝地跟各位经销商朋友在此欢聚一堂，首先感谢给我一个和大家见面的机会，再次，感谢大家百忙之中抽出宝贵的时间准时参加我们地区电器春季新品推介会，在此，我代表公司的全体同仁，对光临本次会议的各位嘉宾们表示衷心的感谢！感谢一路有你！本次新品推介会的召开，标志着电器即将展开新的飞跃。同时也关系到各位经销商全年能否挣到钱，挣大钱的关键一季。

自20xx年以来，电器在及各位经销商朋友的努力下有了较大的突破，特别是衡水地区业绩由20xx年的400万销售提升为460万同比增长了15%□20xx年销售目标为560万，虽然今年的市场难做，但是任何一个经销商想要市场最大化，必须靠人去做，靠团队去做。另外，针对当前的市场情况，我公司即将推出一系列新产品增加产品线，同时也会出台一些支持市场的政策，和各位经销商朋友来共同做大做强市场：

第一，我公司将调整加价率的政策，降低加价率，这是一方面。另一方面也需要各经销商同步公司的加价率政策，加强产品管理，稳定终端价格，切实保障经销商与消费者的利益。只有这样，我们才能将市场所带来的冲击最小化，大家才能赢得共同的市场。

第二，进一步丰富产品线，今年公司也会推出空气炸锅、电烤箱、多士炉、和面机、电饭煲等一系列新品增强产品线，而这些新品类也会很快成为我们新的盈利增长点。同时也会提高品牌的市场综合竞争能力。

第三，目前的市场展示道具很不规范。公司也从最初的大饼、包子、锅贴的展示物料也增加了韭菜盒子、羊肉串、大虾等展示物料来提升我们的品牌终端形象。

第四，作为品牌战略发展计划的一部分，也是为了迎合各经销商的共同心愿，公司收购了广东一个厂子，专门研发一些新、奇、特的亮点产品来补充增强我们的产品线。

在市场竞争激烈的今天，想要单方面去赢得市场，靠自身的力量是远远不够的。做好市场，首先要把产品风格提升上去，提高产品出样率，以多样化的产品线和新、奇、特的时尚化品类产品，来满足当前的市场需求，更好的把握市场的销售卖点，才能赢得更广阔的空间。随着利仁公司的壮大和产品线的完整化，我相信，在各位经销商朋友的努力下，电器将是大家事业走入辉煌的起点！最后预祝本次新品推介会取得圆满成功！

谢谢大家！

下面有请看大屏幕，请允许我为大家做20xx年的新品介绍。

经销商会议领导发言稿篇五

每到夏末秋初，是家电营销领域的淡季，但是后台工作却很热闹，空调刚打完收官之战，按照惯例，各大空调厂家要开会，对表现优秀的客户进行奖励，同时推出一些淡季打款的政策吸引经销商的眼球；彩电、冰箱、洗衣机等厂家的年度营销计划执行了三分之二的时间，对于计划的完成情况会有一个检讨，在剩下的几个月里也会有相应的对策出台，或者新品上市，或者价格调整，或者年终奖励政策变化等，这些调整或者变化也需要开会宣灌给经销商。于是，开会就成了家电圈子的主话题。

提到开会，厂家的惯性思维往往想到的就是“高档饭店包了房、下午开会走一趟、晚上吃饭打麻将、第二天迷迷糊糊走在回家的路上”，或者直接拉到国外旅游。这样开会的方式，开会和参会的双方都感到厌倦，年复一年，觉得没有新意。这种会议方式只是考虑了开会方单方面的需要，参会方只是被动的、单纯的来接受厂家传达的信息。除了极少数的经销商由于经营上的需要，必须要和厂家的上层建立关系，大多数的参会经销商对参加会议真是在两可之间。经销商会议的内容到了做一些调整的时候了。

增加培训的内容会是一个不错的选择。因为：

- 1、家电零售竞争环境越来越恶劣，经销商需要找到应对的策略。

经销商队伍中有大部分是直接经营零售卖场的，随着家电连锁企业的扩张，地方零售单店和家电连锁之间的距离正在拉近，这些家电连锁的威名使得地方零售单店感到空前的压力。怎样在狭窄的市场里和家电巨头竞争？这些家电巨头是怎样管理门店的？采购业务怎样管理？业务策略是什么？等等。竞争需要知己知彼，对手就要来了，自己却不太能看清对方的模样。

这些经销商关心的问题，作为经营伙伴的厂家却熟视无睹。

2、实施“长尾理论”，培训散户经销商，实现战略制衡

渠道散户道的经营者大多没有受过专业的训练，也没有专业的经营人才，通过培训提高经营人员的专业素质，从而提高经营质量，不但能够帮助本品牌经营者在和其它品牌的经营者的竞争中胜出，还能够提高散户整体销售水平，实现渠道结构上的战略制衡。

3、增值服务，被遗忘的合作利器

长期以来，厂家激励渠道经销商的手段没有太大的变化，但是培训这种提供给客户的增值服务却很少被厂家实践。“授人以鱼，不如授人以渔”。每年终了大把的给经销商现金，反倒激起了经销商的贪欲，不如拿出一少部分预算，给经销商提供其所需要的培训，带给经销商的满足感可能更加深刻。

4、差异化会议内容，凸显品牌的品位，巩固经销商忠诚度

“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同”，这是经销商对参加的会议的感觉。物质奖励和玩乐等俗套的会议内容并不能给与会人员带来满足，根据马斯洛的需求层次论，这些内容经销商经历过太多，起不到激励作用，因为经销商的早已经跨越这些层次的需求，转向更高的尊重和自我实现的需求了。培训不但尊重了经销商的现实需求，更关注了经销商提高经营水平，实现自我的需要。相比较全部采用物质奖励的厂家，实施培训的厂家在经销商心中的品牌形象一定会得到提升，客户的忠诚度也会得到巩固。

应该向提供些什么培训内容呢？

不妨先做一个经销商培训需求调查，调查可以是开放式的，让经销商根据需要自由填写；也可以是封闭式的，列一个培

训目录让经销商选择，便于聚焦。我认为，培训的内容应该非常具体，这样经销商会觉得学了有用，价值感明显。比如家电零售店的陈列、布局等店面营运方面的内容；家电零售店的促销、采购、品类管理等业务管理方面的内容；家电零售店的人员招聘、培养、绩效考核等人力资源方面的内容。公共的战略、领导力、组织、励志类课程可以稍稍放后。