

工行旺季营销表态发言(实用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。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

工行旺季营销表态发言篇一

20xx年1月份至6月份（止6月30日）10kv电力线路第一种工作票执行6份，合格率100%。

2、两措完成情况

反措项目完成了新增隔离开关；新增分支令克；更换电杆。

安措项目完成了表箱防腐、拉线防护等。

3、10kv线路运行情况

市场营销部针对影响线路正常运行的树障问题，开展了10kv线路通道专项治理行动，共清理树障563余处，违章构筑物5处。今年“五一”期间，所有线路运行正常；专项治理行动取得了良好效果。

4、设备被盗情况

20xx年市场营销部会同有关部门加大了线路保护力度，设备、线路被盗现象明显下降，取得了明显的效果。

5、春季安全大检查及落实情况。

20xx年的春季安全大检查，市场营销部市场营销部从宣传发

动到制定计划，按照公司的要求严格落实。结合安全知识、安全措施、自查范围、检查方法，实施步骤等措施，对所属13个供电所进行了认真细致的检查，发现问题及时整改、在今年的春季安全大检查自查中，共发现6项问题，目前除树线矛盾、三线搭挂部分未整改到位，其他已全部整改到位。

6、防汛、防火

根据公司《防汛预案》及部门《防汛应急预案》，在汛期来临前，我部开展了防汛专项检查整改活动，对水库、沿河线路及特殊地段进行了认真的检查，对不能满足防汛要求的一些杆基、配变台架、拉线等进行了加固处理，同时又对供电所的抢险物资进行了补充。

在防火方面，部门及各所、班组均设一名兼职消防员，所有消防设备、器材建档立卡，由消防员负责保管与检查。我们还按照《危险源辨识》，对各所室内电气进行检查，消除电气火灾隐患，确保人员财产安全。

7、现场标准化作业指导卡

工行旺季营销表态发言篇二

满载丰收与喜悦的20xx年已悄然离去□20xx年旺季营销的帷幕已经拉开!冲锋的号角又一次吹响，催人的战鼓再一次擂起。在这鼓舞人心的时刻，正是广大青年员工施展才华、展示风采、提升素质、展现青春正能量的有利契机。在此，市分行团委向全行青年员工发出以下倡议：

一、凝心聚力，坚定信念，勇担旺季营销的先锋之责

旺季营销是全年工作的重头戏，是全行拓展市场、赢得主动的重要举措。作为建设银行改革和发展的先锋队，虽然每位青年的力量是有限的，但只要大家心手相牵，就会汇聚成一

股不可战胜的强大洪流。全行青年员工要充分发扬敢打敢拼、勇于胜利的精神，在激烈的市场竞争中迎难而上、寸土必争，以高昂的斗志和饱满的热情，积极投身全行旺季营销热潮，用百倍的勇气和辛勤的汗水，续写建设银行新的光荣。

二、开拓创新，锐意进取，化作旺季营销的突击之刃

旺季营销活动时间虽短，但创意无限、营销无限！作为充满智慧、勇于创新的群体，广大青年员工要牢牢把握新春旺季这一有利时期，充分发挥在客户拓展和维护中的突击队作用，积极拓展营销渠道、创新营销方式、提高营销技巧，最大限度挖掘客户潜在需求，扩大营销成果，在旺季营销的舞台上以新的形象、新的激情、新的斗志，展现青春激情，展现青年风采。

三、立足岗位，争做标兵，共筑旺季营销的生力之军

旺季营销是一场激烈的市场竞争战役，各项工作任务地完成具有极大挑战性。全行青年员工要以本次旺季营销活动为契机，在营销中锻炼自己、在服务中提升自己、在竞赛中成就自己，立足岗位、比学赶超、释放激情、争做标兵，市分行团委将通过各种渠道，发掘、提炼、宣传优秀青年员工的先进经验，渲染旺季营销的火红氛围，让青年员工在无悔的青春奉献中，实现自己的人生价值，筑就一支所向披靡的营销生力军。

青年朋友们，有一种力量叫团结，有一种时尚叫拼搏，有一种付出叫奉献，有一种幸福叫奋斗。全行青年员工要有舍我其谁、勇挑重担的魄力，要有开拓创新、勇往直前的朝气，要有顽强拼搏、永不言败的锐气，比起来、学起来、炫起来、干起来，让火红的团旗在旺季营销的热潮里高高飘扬，让耀眼的团徽在飞扬的青春岁月中永远熠熠生辉！

工行旺季营销表态发言篇三

20xx年是我区飞速发展的一年。一年来，在市委、市政府的正确领导下，在市各部门单位的关心支持下，在我区广大干群的团结拼搏下，从资源保护到综合整治、从基础设施到景点开发、从宣传推介到管理服务，无论是硬件建设还是软件建设，我们各个方面均取得长足进展，重点工作全面完成。20xx年，我区共接待游客近万人次，实现旅游收入多万元，分别比上年同期增长%、%。

（一）开发建设不断加快

20xx年，我们以举办节暨'20xx中国xx节为契机，全面加快项目开发建设进程，争时间、抢速度、保质量，按序时进度完成各项建设任务。

——项目建设全面完成。今年累计投入资金多万元完成了公园一期工程建设，建成了科普影视厅、古农具展示厅、竹制茶楼、柿子林等景点，开通了风光水上游览线；对景区大门进行了改造，增设了土特产品商店、古寿圣寺码头、售票房以及其他综合用房。

——生态环境逐步美化。遵循“在开发中保护，在保护中开发”的原则，完成了古寿圣寺大雄宝殿、寿圣寺院内亮化工程及东侧景观绿化工程，景区四期绿化工程以及亩成片林栽植工程，对景区环湖路部分地段进行了绿化补植工作，累计栽种香樟、合欢、杨柳等各类树木多万株，栽植水生植物多万株，种植草坪近万平方米，景区绿化覆盖率达%以上。

过去的一年，酒店在探索中前进，在开拓中进取，积累了丰富的经验，取得了一定的成绩。现对今年工作总结如下。

工行旺季营销表态发言篇四

时光飞逝□20xx年已接近尾声，过去的一年是充满梦想和激情的一年，是记载着我们过去一点一滴的一年。也是公司不平凡的一年。回顾20xx楼市，龙年伊始出现成交量“小阳春”，3-5月份开发商以价换量助推楼市回暖，随后6-8月，成交量不仅创年内新高，更创历年同期新高，9-10楼市进入观望期，成交量萎缩，销售放缓□20xx年楼市最终在*淡中接近尾声。

20xx年，公司根据集团公司经营目标的总体要求，贯彻落实服务营销年的理念，在集团公司的领导下，各职能部门积及配合与指导下，公司全体员工团结一致，积极开展本年度工作。全年超额完成了销售亿元的经济指标。

在此，我们要感谢集团的正确指导，感谢公司领导的正确带领，感谢相关部门的大力支持。

为更好地总结一年来的工作，制定明年的工作思路，我司现将20xx年度的工作做如下汇报：

(一)超额完成任务，再创效益新高

1-11月，销售商品房资金回笼亿元。其中，公司代理销售项目商品房实现资金回笼亿元（含2#，4#楼商铺销售的资金回笼万元），占资金回笼总额的81%；超过全年回笼目标总额（亿元）的45%。共销售商品房套，销售面积约为*方米，销售额亿元。超过全年销售目标总额（亿元）的39%。共完成江南春城商品房签约套，签约面积万*方米，签约额亿元。

1、项目。在区域楼盘涨跌互现态势下，以价换量是今年上半年楼市的主旋律，而灵活定价随行就市论证了价格是促进成交的关键。2月份，针对组团，通过价格调整进行了促销，前期并配合了当月白云深处剩余房源的销售，当月超额完成了

销售额，为20xx年开了一个好头，也增加了团队在困难时期的信心。3月份，在集团的指示下，我司做了多套降价促销方案与集团领导及相关部门讨论确定。于3月底推出“千人大团购”促销活动。活动面市后，短短5天预约客户达640组，活动至今共成交认购套，认购金额亿元。通过4个月左右的消化期，基本销售完毕，整个上半年销售量在月度销量榜排名前茅。截止到目前还剩余50多套未售房源。5月份开始，我们重点对剩余车位进行促销，讨论确定了阶梯式的促销价格为万元不等。全年完成车位销售共182个，回笼资金1151万元。6月份随着楼市回暖，改善型需求悄然入市，部份房源虽有折扣，但力度开始缩小，届时我们针对及房源价格进行了小幅涨价。经过上半年的促销销售，可售房源并不多，下半年可售房源为剩余房源以跃层为主，面积基本在230方左右，再加上后续价格已回调，总价都比较高，成交滞缓。

下半年销售主要以项目为重点，包括开盘前的各项销售工作安排落实，涉及销售展厅启用，营销对接，项目销售房源定价及制订合理的开盘优惠措施等工作，自11月3日开盘成交至目前累计成交套，开盘半个月共成交27套，成交率45%成交类型大部分为业主或者员工介绍，成交总金额万元。

2、项目。今年8月受集团委托，我司派驻销售骨干前往项目开展销售工作，公司领导人负责全面的销售管理工作。期间及时推行了适宜的绩效考核政策；完善并实施了新的绩效考核制度；健全了机构设置，增设了市场开拓部；调整了销售策略及模式。年末，我们配合促销方案让项目走进杭州各高端社区，邀请意向客户参与我们的产品推荐活动，同时还借*组织的各类房展会到重点城市进行推广。8月份以来项目实现新认购56套，认购面积3849m²□认购额约4600万，实现签约44套，签约面积3019m²□签约额约3746万，实现资金回笼约3300万。其中通过窗口组织客户上岛看房35人次，成交8套；项目近两个月的销售总量在地区销售排名前列。

3、二手房公司。今年商品房办证业务主要以集中受理及为主，

据统计由我司受里代办证业务142笔, 手续费收入合计万元。成交二手房租赁业务131笔, 实现资金回笼万元。其中成交商铺租赁28个, 回笼资金106万元; 车位租赁154个, 回笼资金万元。

4、项目。自九月份起我司调配销售、内勤骨干若干名, 积极支持配合项目开展售前售后的各项工作, 把好的经验运用到各项工作中去。

(二)渠道拓展, 实现销售新突破

工行旺季营销表态发言篇五

今年年中, 公司对组织机构及管理人员进行了调整, 精减了机构, 撤消了经营部, 将采购划入, 成立了营销部, 扩大了营销队伍, 取得了一定的成效。

1、人员思想意识方面

人员思想意识的快速转变, 是决定营销管理工作顺利开展的决定性因素。因此, 营销部把与营销员的交流沟通贯穿于管理工作的始终, 通过多次召开会议与营销员们面对面进行沟通交流, 使他们认清公司当前形势, 紧密结合营销工作实际的要求, 制定并强化目标量、回款率的绩效考核制度, 有效的促进营销员从思想意识上快速进行转变。

2. 培养并建立了一支熟悉业务运作流程而且相对稳定的营销队伍。

目前, 营销部共有业务人员13人, 虽然是从不同的岗位转岗过来, 他们很快熟悉并熟练掌握了业务运作的相关流程。对这13名业务人员, 营销部按业务对象和重点进行了划分, 共分为5个业务小组。各组之间分工协作, 既突出了业务工作的重点, 又防止了市场出现空白和漏洞。

3. 完善内部管理机制，理顺管理流程

首先，出台了《营销部人员业务分组管理办法》，对业务人员的工作重点和对象范围作出了明确的规定；对每一项具体的工作内容也作出了具体的要求。

根据董事会上通过的《20xx年岗位说明书》中相关规定，进一步完善工资分配方案，对营销人员的工资分配与业绩挂钩、与回款率挂钩，杜绝岗位挂空现象。对不能胜任营销人员及时清理处理，真正做到绩效与岗位挂钩与员工挂钩，充分调动了业务人员的工作积极性。

为有效理顺部门内部管理，先后建立了合同评审流程、完善订单登记台账、发货管理台账、外协件检验登记台账和售后服务台账等业务流程细节。针对新划入的采购业务，规范采购管理，提高资金使用效率，制定了《比价采购管理办法》。