

最新品牌推广演讲稿(精选5篇)

演讲稿也叫演讲词，它是在较为隆重的仪式上和某些公众场合发表的讲话文稿。我们想要好好写一篇演讲稿，可是却无从下手吗？下面是小编为大家整理的演讲稿，欢迎大家分享阅读。

品牌推广演讲稿篇一

今天能站到这个荣耀的舞台上。首先，我要感谢xx公司的创始人xx□是因为她的大爱和智慧给全世界有想法和想要改变的女性创办了这么一家家有文化有梦想有生命力的公司，让我一个平凡普通的女孩也能来到这里实现我的人生梦想和我想要的生活。接下来我要感谢的是我事业的领路人，我的资深经销商高永平，她和我同岁。一路上是她乐此不疲的给我分享她的人生经历鼓励我前进，这一路上她用了比我们同龄人更大的心胸包容我相信我，和不知期限的等待和爱心温暖这我，还有我要感谢我生命中的第二个老师我的乐施领养经销商刘晓奇，她用和对她美容顾问一样的用心，关爱着我；包容这我；等待着我，期盼着我，还要感谢我们的区域领头雁锦花督导用榜样和远见引领着我，还要感谢我的爸爸妈妈在背后一直默默的支持着我，让我一路畅行。还要感谢我们一路走来相伴相随的其他姐妹顾问和经销商给予我的帮助，亲爱的谢谢你们！最后我要感谢我自己，感谢自己的一路坚持与不放弃和愿意改变自己的决心和勇气。

在我走进xx之前是一名刚毕业，只有多半年会计工作经验的会计人员，每天过着重复两点一线没有一丝乐趣的'平淡生活，从此知道了世界上还有这么一家有文化和有爱的化妆品公司，起初走进xx是因为想便宜用用产品改善一下形象，重要的是可以免费培训学习销售能力。因为在当时自己的思维意识里，销售可以全方面的提高一个人的综合素质能力。要在这个社会上很好的生存，能力是最靠谱的。再说退一万步讲产品用

在我脸上皮肤保养了，能力学到了，说不定也可以像她们一样优秀和成功，是个机会就一定要抓住，不然错过会后悔的。这些其实，就是我当时的心态，大不了就xxxx块钱，我这么年轻还不了xxx块钱。所以就这样不顾身边所有人的反对，借钱加入了xx□当深入了解xx后再和外边的工作比对过后，就决定留在xx发展并且为自己人生的第一个选择是对的而庆幸。

谢谢大家的支持

品牌推广演讲稿篇二

作为一名区域经理，刚刚上时往往会遇到很多的阻碍，导致工作很难开展，稍有不慎还会在“众口铄金”中落得一败涂地，最后耿耿于怀的唱着“怀才不遇”的悲歌而离开岗位，那么作为一名区域经理，如何在最短的时间内成功就职，摆脱层层障碍呢？个人认为应从以下几方面入手：

一、充分学习企业的制度、文化、战略规划、产品知识，详细了解公司高层对市场的建议，领略其中的意图。

一名优秀的区域经理，在上岗之前，必须对公司的营销模式、管理制度、产品知识、企业文化等进行充分的学习，有高度的认识，然后融入自己的思想，和公司高层取得一致的意见。据调查得知，在进企业之前，一般企业都会安排培训，但是此类培训一般受训者都很少在意，导致工作过程中因认识不够而经常犯错。其次，上岗之前应充分领略公司高层对市场的建议。在我刚上任区域经理的时候，无意间也犯了同样的错误。当时因公司高层对上海区域的经销商有一定的成见，须在我就职期间给予处理，因考虑到各种因素，表达时比较委婉。导致没有充分领略到这一消息。上任期间，虽然超额完成了任务量，但因迟迟没有更换经销商而受到了公司领导对工作的否定。

二、多做，少说，先取得经销商的信任和支持，再图改变，

很多区域经理一上岗就对经销商提出很多的想法、作出很多的规划，或是提出很问题，把经销商的成绩完全否定。其一，无非想证明自己想在市场上大干一番；其二，想给经销商杀出个下马威。无论哪一种，个人觉得都觉得欠妥。首先，一个区域经理刚刚上任，哪怕你再有能力、再有经验，毕竟刚刚到市场，对市场基于二手信息的了解的前提下，不可能有充分的了解。在这样的前提下，唯有多做，少说，先取得经销商的信任和支持。尤其是在做大的变革过程中，更要充分了解市场以后再做规划。

三、从感性认识市场上升到理性分析市场。

“实践才是检验真理的唯一标准”。到一个新市场，哪怕你有再好的方案，哪怕你原来有过再大的成绩，哪怕你在同行业中拼打了多少年。首先不要多说话，下市场，了解市场才是关键。首当其冲应转变的就是观念。必须在原有对市场感性认识的基础上进行质的变化。不但要看到总体的销量，还要看到每一小个区域的销量、每个客户的销量，为什么有的区域销量好，有的区域销量差；为什么有的区域销量稳定、有的区域销量波动较大；为什么有的客户积极性高、有的客户拼死拼活就是不接受产品；竞品在市场上是怎么操作、投入的业务员是多少？薪资是多少？业务员的能力怎么样？竞品的卖点主要集中在什么地方？公司的产品主要流向哪些消费者？市场潜力还有多大？原有的操作模式怎么样？如果变更会有些什么优势和劣势？下一步应该以什么为主？什么为辅等等。一个区域经理往往应对自己的市场了如指掌的前提下再做相应的决策。但是我们有些区域经理，往往在没有下市场之前就把市场蓝图划归得无可挑剔，可在执行中寸步难行。这样往往会“自搬石头自砸脚”，我公司曾有一省区经理，一到市场并痛骂经销商和业务员，“看看整个市场一塌糊涂，太浪了，太浪了。”可是当业务员问到“浪在什么地方？应该怎么样来做”时却是哑口无言。

品牌推广演讲稿篇三

尊贵的来宾，亲爱的家人们：

大家下午好。

非常感谢大家能够在百忙之中抽出你们宝贵的时间，来见证我梦想成真的时刻。此时此刻的这个场景，这个舞台，这身漂亮的礼服，台下这么多的来宾和姐妹们，这个画面我曾经想过无数次，每次想着，想着，我都会特别感动。曾经，我也只是坐在台下看着别人就职，梦想成真，我都在默默流眼泪，都在想象台上的人是我该有多好。如今，它终于成真了。此时的我，感动，激动，也让我更加坚定的相信，在今后的日子里，我还会实现更多更美好的梦想。

感谢xx女士，在50年前创办了这家伟大的帮助女性实现梦想的公司，可以让如此平凡普通的我的生命如此的丰富多彩。

感谢我远在家乡的爸爸妈妈，如此坚强，付出，把我们姐弟四个抚养成成人。从小，因为我们家女儿多，我大姐，二姐，还有个弟弟。家里老是被人欺负，被人家瞧不起，我永远都记得每一次在山上砍柴，在田里和我爸妈一起干农活的时候，我妈妈，我很勤劳善良的妈妈跟我讲我们家的地又被谁霸占了，因为我爸老实，老是被人拿去开玩笑。这么朴实的爸妈，小学都没有毕业的爸妈，都不认几个字的爸妈，根本就没有改变的机会，只能靠我们。不过我妈妈学得很快，特别愿意学，去年过年回家我和我弟教她怎么样拼音写字，今年已经发过两次短信给我了。所以呢在很小的时候，我就种下了一颗梦想的种子，我就告诉自己，我要努力读书考上大学，我要替我爸妈争口气，因为在那个时候在我们农村上了大学人家就不太敢欺负你了。感谢我爸爸妈妈，那么智慧，没有因为我是女儿不让我多读书，而是把我们都送进大学，如今我的弟弟今年也大学毕业，因为综合成绩特别优秀，被直接保送研究生，本来是会过来的，临时考试所以会迟一点到。我

的弟弟是我的骄傲，我很放心有这样一位理性，有想法，懂事的弟弟，其实在他身上，我也见证了他从初二的差生到中考高考大学研究生一路突飞猛进的奇迹般的过程。我也感谢我爸爸妈妈身体力行，教会我们独立，我们的看家本领就是吃苦耐劳，愿意付出，所以我姐姐，我，我弟弟我们上大学的费用都靠自己去赚，否则我爸妈根本就不可能供得起我们上大学的。所以我特别感谢我爸妈把最好的特质都教会给我们。让我们现在都非常独立。现在，村里的每一个人提起我爸妈，见到我们，说得最多的就是某某家很厉害，都是大学生，真得很不容易。

感谢我xx的引路人，我的经销商，我最想感谢的，最智慧的，最有爱心的，也是xx公司非常优秀的粉车经销商，的精英执行经销商xc老师。源自于一封邮件，一通电话，一堂美容课，让我认识了她。第一次见到她，如此的高贵，美丽，精致，优雅，我深深被她吸引，我很想成为她这样的女性。虽然那个时候的我真得不咋滴。在往后的时间里，我有了更多的机会和她接触交流，我非常非常喜欢听她讲话，总是那么智慧，让人听了还想继续听，就想成为她一样优秀的女性。如果有机会，亲爱的们也会听到我老师xx老师的分享。感谢她对我一路的关爱，包容，不离不弃，相信，鼓励和支持。我不记得有多少个夜晚，多少通电话，多少条信息，为了我，曾经那么那么普通不怎么起眼的我，就是因为xx的文化，她没有放弃我，她付出了非常多的时间精力。所以，我很想借助大家的贵手给我老师一个感恩的掌声[]xx老师，我知道你一定为我操了不少心，虽然有时我也感觉自己怎么老是长不大，怎么老是让你操心。可尽管这样，无论在顺境还是逆境，你依然是那么相信我，鼓励我。我都记在心里，无比感恩感动，感谢遇到了你，这么智慧可以有能力引领那么多人渴望成为你一样。

感谢每一个在背后默默支持我帮助我的朋友们，你们的祝福和帮助都印在我的心里，有一天会有更多的祝福会回报到你

们。谢谢你们，不管你们此刻在哪里，请接受我的祝福和感谢。

感谢工作室的每一位督导每一位姐妹们作出这么好的榜样，就是听着你们的故事，看着你们的成长，让我一次又一次坚定信心，勇敢的来到这个舞台成为和你们一样的人。

感谢在我还没有成功还不是非常优秀的时候愿意跟随我的姐妹们，和一起成长的姐妹们，我们在一起，你们选择和我在一起，这些陪伴是这一生中最宝贵的财富，爱就是在一起不分离，互相鼓励和进步。谢谢你们让我有机会收获感受爱的幸福。

最后，我还要特别感谢自己，作出明智的选择，勇敢地做自己。上帝创造每一个人都不是偶然，每个人心中的梦想总是会有一个实现的机会，就像一颗充满希望的种子在合适的温度中在正确的环境中生根发芽。当我看懂xx的时候，我有机会来到这家500强的企业实现自己的梦想，如果不是这样的相识，我可能还在迷茫，根本不知道自己的未来在哪里，也不会知道这一生自己能有什么价值。

接下去跟大家分享一下我在xx的成长收获，我相信听完我的分享你会对我更了解，也对你自己更有信心的。我在来xx之前，皮肤非常不好，长满脸痘痘，大颗的小颗的，又黑，皮肤非常容易敏感，红红的。所以我经常会说感谢曾经的我是这样的形象认识xx，可是因为这样的形象，让我变得极其自卑，我变得不爱跟人讲话，不爱去玩，不爱去逛街，不爱去人多的地方，因为我不想抬头就让别人看到我这么多痘痘。我时常在想痘痘为什么不长在别人脸上，偏偏长在我脸上。有一件事直接刺激我让我发誓这辈子一定要让自己变漂亮。因为长痘实在不好看，所以我就跟一位同学说好去剪头发，用刘海把痘痘盖住。我还特意去网上下载了很多我认为很漂亮的短发，去到店里面跟发型师说我要剪这种发型。我同学也说这个发型好看。可是发型师看了看我，又看了看图片，直接说

这个发型你剪了不好看，你看你皮肤那么不好，长那么多痘痘。又不像人家皮肤那么好。听完真想当场消失，我告诉自己一定会比她漂亮，从此以后再也不去那家店剪头发。后面那家店也倒了。所以在大学图书馆成为了我最常去的地方，我每天五点半起床，晚上九点二十图书馆关门回宿舍。因为很想改善皮肤，用尽各种方法无效后依然不放弃希望，终于在有一天，我在图书馆看到了xx女士写的书。第一次听说xx三个字。我被书中的内容深深打动，她给到所有女性一个比化妆更美丽的改变，比成功更精彩的创造，比自信更丰富的提升。这是我想要实现的。就这样一个简单的相信，我联系到了我老师，上了美容课，参加了跟今天一样的`就职典礼，成为了美容顾问。今天的我在xx收获很多，我的皮肤虽然还没有全好，却是得到了很大的改善，我的整个形象都改变了，变美丽了，变自信了。这种感觉特别好。以前没有人说我漂亮，可是现在经常会有人说我长得好看，很漂亮。也让我时常都怀疑自己我真得有那么漂亮吗？哈哈。不过我一定会越来越漂亮的。在xx不漂亮都不可能，因为身边都是很精致的女性。除了外在形象的改变，在xx我的思维，沟通能力，朋友圈都不一样。我越来越喜欢和人交流，听他人故事成长自己。也因为在xx有非常多非常优秀的女性做榜样，让我非常幸运能够有机会听他们分享见到她们，更加明白我的未来会跟她们一样是如此的丰富多彩。有爱，有生活，有美丽，她们可以把事业和家庭平衡地这么好，先生是如此爱她，家人对她是如此放心和骄傲，孩子以她为榜样，这样的女性是幸福的。

所以我很愿意在xx努力，只要我爸妈开心，一切付出都值得。

2：我要回报我的老师，我的老师在不能预见我的未来会是怎样的时候就选择相信我，这需要很大一份勇气。我要成为我老师一样优秀的人，和她成为一辈子的朋友，除了我爸妈，我老师是最希望我可以变得更加优秀的人。

3：我要做一个榜样型的领袖，有能力去带领每一位来到我身边的女性，让她们在我身上看到希望，可以因为认识了我而给她的生活带去

更多的精彩和幸福。4：我要做个好姐姐，给家族的弟弟妹妹做表率，我要用xx给我的能力去改变我们家族的生活。5：我是个对自己有要求的人，同样是女性，我希望我的未来可以因为我的努力变得不一样。我希望我高贵优雅的举止让你们不敢相信我原来是那么的平凡和普通，我也希望成为一个永远目标清晰永远梦想飞扬的女人，站在人群当中可以像一颗钻石在发光，但比钻石多了一颗宁静的心。所以我很珍惜生命中所有的一切，感谢命运对我如此厚爱 and 款待，我将追逐我的梦想和卓远，永无止境地幸福生活下去。梦想需要行动，在xx所有的梦想都能成真，所有的付出都有回报，所有的问题都有办法解决，所有的奋斗最终都能成功。

亲爱的们，我能做到，相信你们一定也可以做到！祝愿在坐的每一位都梦想成真。谢谢你们，我爱你们！

品牌推广演讲稿篇四

化妆品经销商就职演说稿

尊贵的来宾，亲爱的xx姐妹大家下午好！我是荣耀家族xx首席区域xx管理区域的第二位延伸经销商，我的名字叫xxx

今天能站到这个荣耀的舞台上。首先，我要感谢xx公司的创始人xx是因为她的大爱和智慧给全世界有想法和想要改变的女性创办了这么一家家有文化有梦想有生命力的公司，让我一个平凡普通的女孩也能来到这里实现我的人生梦想和我想要的生活。接下来我要感谢的是我事业的`领路人，我的资深经销商高永平，她和我同岁。一路上是她乐此不疲的给我分享她的人生经历鼓励我前进，这一路上她用了比我们同龄人更大的心胸包容我相信我，和不知期限的等待和爱心温暖这我，还有我要感谢我生命中的第二个老师我的乐施领养经销商刘晓奇，她用和对她美容顾问一样的用心，关爱着我；包容这我；等待着我，期盼着我。还要感谢我们的区域领头雁

锦花督导用榜样和远见引领着我，还要感谢我的爸爸妈妈在背后一直默默的支持着我，让我一路畅行。还要感谢我们一路走来相伴相随的其他姐妹顾问和经销商给予我的帮助，亲爱的谢谢你们！最后我要感谢我自己，感谢自己的一路坚持与不放弃和愿意改变自己的决心和勇气。

在我走进xx之前是一名刚毕业，只有多半年会计工作经验的会计人员，每天过着重复两点一线没有一丝乐趣的平淡生活，从此知道了世界上还有这么一家有文化和有爱的化妆品公司，起初走进xx是因为想便宜用用产品改善一下形象，重要的是可以免费培训学习销售能力。因为在当时自己的思维意识里，销售可以全方面的提高一个人的综合素质能力。要在这个社会上很好的生存，能力是最靠谱的。再说退一万步讲产品用在我脸上皮肤保养了，能力学到了，说不定也可以像她们一样优秀和成功，是个机会就一定要抓住，不然错过会后后悔的。这些其实，就是我当时的心态，大不了就xxxx块钱，我这么年轻还不了xxx块钱。所以就这样不顾身边所有人的反对，借钱加入了xx。当深入了解xx后再和外边的工作比对过后，就决定留在xx发展并且为自己人生的第一个选择是对的而庆幸。

品牌推广演讲稿篇五

一、设计精美的产品包装！

这个前面讲了，这里不重复了。

二、提炼独特的核心卖点！

我们先看一下什么是产品卖点：卖点也就是我们营销学里通常所说的usp，即产品的独特销售主张。它由20世纪50年代著名的广告人r·雷斯提出，是一种具有广泛影响力的广告创意策略，其基本要点为每一则广告必须向消费者“说一个主张”，必须让消费者明白购买广告中的产品可以获得什么具

体利益，而这种利益是竞争产品所不具备的，所夸大的主张必须强有力，必须聚集到一个点上，集中感动、感动和吸引消费者来购买相应的产品。

经过半个世纪的实践和完善，usp理论已经远远地超出了原来产品的范畴，如今已经从产品层面延伸至品牌层面以及观念层面。从某种意义上说，usp已经从一种广告策略范畴上升到一种方法论和思维模式的高度，成为企业屡试不爽的利器。

如何提炼出独特的、核心的、有效的产品卖点呢？提炼卖点主要抓住从产品的材质、工艺、功能、细节、颜色、造型、质量、环保、人性化等从产品本身提炼卖点是最常用的，也是顾客关注最多的，毕竟产品本身是所有价值的“载体”。

第一可以从产品的新技术开发出来的元素有关里找：相信大家对于“维他命原b5”这个名词已不再陌生。它最大的特点就是渗透性极佳，可以深入到毛发及皮肤深层。另外，维他命原b5可以促进胶原蛋白再生，还有抗氧化，所以让潘婷曾经风靡一时。第二是再细分，再定位：在所有洗发水都在诉求“去屑”时，飘影提出了“去屑不伤发”的卖点，独树一帜；索芙特在诉求防脱发时，霸王则提出了重要不仅防脱，而在于养，深度不言而喻；第三想别人没有想到的特性（也可以是大家共有但都没有说过的产品特性），潘婷第一个提出了除螨的洗面奶，独特新颖；第四从消费者的迫切利益去寻找：比如洗涤的不伤手到超强三倍去污，就是消费者对普通去污的满足。

卖点一定可以找出来，而且要符合消费者的利益和目的，看看宝洁旗下的潘婷、飘柔、海飞丝、沙宣、伊卡璐，虽然都是洗发水，但各自都有独立的卖点。

原则一：抓人眼球的终端形象！

终端，对于现在无数的销售人员来讲，是一个充满诱惑的名

词，因为终端的销量决定着市场的产量。

不管是专业线还是日化线，还是专营店，化妆品的终端的pop海报、易拉宝、灯箱、立牌、促销海报、包括陈列专柜、堆头、端架等这些终端的所有物料对销售非常关键，这一点很很化妆品企业认识到了，但真正能做好的没有几个。

终端是产品流通过程中的最后一个环节、同时也是最重要的环节之一。据统计：到商场购买化妆品的顾客，指定品牌的比例小于50%，另外过半的顾客并没有明确的购买目标，只有需求意愿，甚至只是潜在的需求意愿。这部分消费者主要靠终端的品牌形象、产品包装、促销道具等宣传物料的刺激和销售人员的导购，以及各式的终端促销活动的刺激而实现购买的；而指定品牌购买的消费者，经过销售人员的有效推荐和终端形象的配合，会有25%左右的人改变原意，从而购买了推荐品种或品牌。

能不能让自己的终端形象在众多包围中脱颖而出，决定了在新顾客购买决策时能不能更多的想我们的产品，以及能不能给予老顾客更多的信心。而要在这种激烈的竞争情况下使自己的终端形象能够入心三分，那就得在助销道具上下一番功夫。

在今天的化妆品行业内，能将终端助销道具发挥的淋漓尽致，当属宝洁公司了。宝洁旗下各品牌的助销道具从设计、制作到使用都是非常完美的。对于终端的深刻了解并能付之行动，宝洁做到了一个很高的高度，这一点甚至是欧莱雅都要稍逊于他。最起码在中国市场上是这样。

品牌形象决不是几个漂亮的柜台和道具就能树起来。统一高雅的终端形象。必将协助品牌对顾客凝聚力，影响力的积聚和提升，也必定为品牌的成长起到积极推动的作。

原则二：新颖实效的促销活动！

促销在化妆品销售中非常常见，面对激烈的市场竞争，新品上市、提升销量、排空库存、应对降价、增进老顾客感情等都需要搞促销。众多化妆品企业围绕促销各展手段、各施招术，想尽快获取主动赢得先机，走进终端卖场或者美容院，首先进入我们视线的往往是促销广告。

促销按对象可分为消费者促销，经销商促销和内部员工促销，常用的促销工具有：针对消费者的优惠券、赠品、折价、奖金、现金返还、免费试用、光顾奖励、产品陈列和示范；针对经销商的促销有购买折让、广告和展示折让、免费产品、现金返还、实物奖励、培训及旅游等，针对员工促销、销售竞赛、达标奖励等。折价促销是一把双刃剑，在杀伤敌人的同进也往往伤害了自己，这一点不少企业已有深切体验。折扣优惠的含义就是调低商品售价，即降低利润以优惠顾客。此种促销方式因其最能与竞争品牌的价格相抗衡深受大多数厂商的喜爱。

所以促销活动的设计就显得非常重要，由于促销占终端资金投入相当大的比例，促销资金的无效使用是“终端黑洞”形成的重要原因。

如果企业对消费者的需求关注不够，不能保证促销的生动化，调动消费者日益更新的兴趣，必然造成促销的无效性，陷入“促销黑洞”的陷阱。“有促销有销量，没促销没销量”是目前许多化妆品在终端销售上面临的严峻问题。对促销品项、促销品项的销售价格、促销方式等各个促销环节加以总体协调把控，将促销品生动化，以保证促销的有效性而非单纯销量获得。