

# 高级营销演讲稿 营销竞聘演讲稿(汇总9篇)

演讲稿是一种实用性比较强的文稿，是为演讲准备的书面材料。在现在的社会生活中，用到演讲稿的地方越来越多。那么演讲稿该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的演讲稿模板范文，我们一起来看看吧。

## 高级营销演讲稿篇一

大家好！

首先感谢领导们过去对我的培养以及给我这次机会，站在这里进行竞聘演讲！同时借此感谢和我一起工作的各位兄弟姐妹在工作中对我的关心和支持！我十分珍惜这次的竞聘机会，无论竞聘结果如何，我认为能够参与竞聘的整个过程其本身就意义重大，并希望能通过这次竞聘得到锻炼，使自己的工作能力和综合素质得到提高。相信这次竞聘将是我今后人生中的又一个大的转折点。

我叫张\_，今年20岁，毕业于毕郭二中，于20\_\_年8月进入公司，现在在链厂链部从事项链焊接工作，我竞聘的是营销这个岗位。

第一，我有一颗热爱公司、热爱销售工作的强烈的事业心和责任感。

因为干好任何一项工作的前提和基础就是要有一颗爱心。我有这样一颗爱心，所以我相信自己能够把营销工作做好。

第二，我有一定的销售经验，在来我们公司之前我在达芙妮做过一年的销售员，能跟同事打成一片，有一定的处理顾客

投诉等的方法和经验。我除了干好自己工作的同时，在闲谈中常和有经验的同事一起探讨营销方面的业务，常在工作中向营销很有经验的同志学习，默默地把他们成功的经验记在心里。

第三，我比较年轻，精力充沛，处于人生的黄金阶段，并具有较高的办事效率，对于工作有雷厉风行的作风。我敢于创新、思想敏锐，善于接受新事物。

我对人热情，办事耐心。这一点，对一个营销人员来说是不容忽视的素养。营销本身就是服务。对自己的顾客我会用微笑向他们展示移动服务窗口的热情。耐心倾听他们的要求，细心处理他们的每一件事，用心解决他们的疑问。

以上这些优势，恰恰是我竞聘营销这个岗位人员应该具备的素质和要求。而这些我都基本具备了。

如果竞聘成功，在今后的工作中，我会更进一步加强自身业务学习，不断提高自身素质。我想，只要有强烈的工作责任心和事业心，我会很快适应这个工作岗位的。我竞聘上这个岗位以后，我的工作宗旨是：“以人为本，注重效益，热情服务。”希望各位领导、各位评委能给我一次机会，我一定不会让你们失望的！

以上就是我演讲的所有内容，谢谢各位！

## 高级营销演讲稿篇二

竞聘演讲稿的时间设定，一般是3-15分钟。当然，有些领导职位时间上会30-60分钟，这些是比较特殊的。对于竞聘演讲稿，每分钟的演讲语速应该是200-280字之间，3分钟就是600-840字之间，5分钟是1000-1400字，15分钟3000-4200字，竞聘演讲稿规定了时间之后，字数上应该根据个人的语速来定，一般都是240字左右。

## 2、竞聘演讲的内容

竞聘演讲稿的内容，一般是个人工作经历、岗位的看法、竞聘的优势、竞聘的思路，这四部分里面，有很多道理，如果不注意就预示着竞聘的失败。我们应该怎么注意竞聘演讲稿的写作呢，在这里有很多看法。而众多看法中，重要的一点就是竞聘者演讲时的表现。具体的写法可以咨询竞聘网客服。

## 3、竞聘演讲的演讲

竞聘演讲者在演讲时，需要注意很多。

首先，要注意演讲的态势语。比如那些语句要加重，那些语句要轻轻带过，这些都需要竞聘者深入的研究，毕竟这个职位对于你是决定你前途的。

其次，要注意特有的“特色”。如果领导喜欢听恭维的话、实际的内容，详实的工作思路。那么我们就应该对症下药，起到投其所好的作用。

再次，要注意收场。竞聘演讲完毕，收场也是至关重要的，因为这场竞聘的分数高低，竞聘收场是关键。

## 4、竞聘演讲稿的写作

这个时候是否会注意竞聘演讲稿写作技巧呢？

## 高级营销演讲稿篇三

大家晚上好！

感谢各位董事会成员、各位同事对我的信任以及市场营销实训室对我的培养，给了我担任市场营销实训室副总经理这个机会。在知道自己成为市场营销实训室副总经理之时，我感

到这不仅是上级领导和各位同事对我的信任，更是赋予了我巨大的责任。今天我面对上级领导、面对股东们以及面对实训室的各位同事，我心情很激动，同时也很有信心带领市场营销实训室的管理团队，打造“学习型、创新型、和谐型”的实训室品牌！建立“严格高效，善于思考，团结互助，沟通理解，积极主动，乐观向上”的团队优良作风！达到“提高素质，提升技能。我们的实训我做主”的宗旨！共同把实训室管理好、发展好。

在这里我向董事会成员，股东以及在座各位同事郑重承诺：

在担任副总经理期间，我将协助总经理在新的岗位上，积极努力工作，认真履行副总经理的职责，认真学习专业知识让管理走上规范化的轨道，建立能有效按上级要求完成好工作和达成目标的团队，做好“用心服务，平价周到”的经营理念，以三米微笑服务服务广大师生。以上的这两句话是我谨代表两位总经理对全体同事的一点要求。

在此，我向股东们说，在全球出现金融危机时，我们实训室的股值不贬反升，这是一个非常高的消息！我相信，我们的合作与交流是我们共同进步的源泉，让我们伸出合作的手，把我们实训室的事业推上一个新的台阶。

最后，祝实训室欣欣向荣，大家身体健康，并通过你们传达，祝你们家人健康、快乐、万事如意。

谢谢大家！

## 高级营销演讲稿篇四

你们好，我叫，感谢公司能够给予我这次竞选营销经理的机会，我来到本公司已经有半月了，虽然现在我还在学习期间，但拿破仑曾经说过：不想当将军的士兵不是好兵，所以我特此申请竞选营销经理！

我认为做为一个营销经理，他与普通的营销员是不一样的，他不但自己要有好的业绩，很强的责任感外，他还要具备很好的素质，因为他不但要对公司负责，对领导负责，更为重要的是还要为自己所带领的团队负责！

大家都知道没有完美的个人，但有完美的团队，在营销的队伍当中，自己业绩好不能代表整个团队，只有整个团队的业绩都好，才能体现出营销经理的价值！

而作为一个营销经理他必须要具有很强的市场洞察能力，能够清晰明确的分析市场，做好营销的策略与方针；制定好团队目标，各营销员目标，合理的分配好任务计划，做好年、月、周、日的工作计划，除此之外，必须还要有很强的协调和沟通能力，充分的发挥每位营销员的特长，取长补短，互相学习，互相帮助，互相合作！只有这样有目标的带领团队，才能做好营销经理。

我认为我竞选营销经理的优势有：

- 1、四年的工作管理经验。
- 2、很强的责任感。
- 3、积极向上的良好心态。
- 4、能够清晰明确的分析并部署市场。

而我的不足之处是：

- 1、对目前公司所销售钢材的市场状态不够了解。
- 2、营销经验不足。
- 3、财务知识掌握不全面。

但面对与我的不足之处，在以后的工作当中，日常生活中我会不断的改善，积极的，努力的去学习，以实际的业绩来证明自己！

无论这次竞选我是否能成功，我都认为，做为一个营销员必须要学会不断的挑战自我，只有不断的挑战自己，才能在挑战的过程当中，得到锻炼，得到自我提升的机会！

最后再次真诚的感谢公司的各位领导给予我这次难得的学习机会！

## 高级营销演讲稿篇五

大家好！

我今天竞聘的是营销经理，营销人员首先就要做好自我推销，只有客户相信自己，才会相信自己的产品，才能更好的将产品推入市场。我认为作为一名营销经理，除了应该具备专业知识外，还要有良好的沟通、协调能力，和有良好的团队合作精神。

身为班长的我，在大学三年的时间里，组织了班级各种各样的活动。通过组织这些活动，提高了自己的组织协调能力，加强了团队合作意识。同时也让我充分认识到，个人的能力毕竟很有限，只有通过团队合作，集思广益，取长补短，才能更好的完成工作。如果我有幸竞聘上营销经理，我想打造一个高效率的团队，什么是一个团队呢？团队就是不要让另外一个人失败，不要让团队任何一个人失败。

我认为，营销工作应该做到具有工作激情在加上具有挑战自我的意识，我相信我能胜任这份工作。

## 高级营销演讲稿篇六

（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xx送xx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。

下面请允许我和各位同事一起来结合现状探讨一下如何改变我们现有的营销理念，加强联华的区域营销及单店营销能力首先，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，04年销售额达到4个多亿，仅次于我们的庆春店。

从欧尚大关店身上，我们了解到思考和健全更细化的营销策略，加强联华自身的区域营销及单店营销已势在必行。苦练咱们企业的基本功，强化超市的各项硬软件设施和精细化管理的同时，针对不同消费群体制定相应的营销方式，从而提高我们的竞争力。

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。

对此，我们需要尝试改变已褪色的营销思路，促使自己走在引领前线。将营销三要素进行正确转变。

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。



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。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。

清仓活动去年上半年，华商店闭店时期，销售形势不利，然而华商店在时联合各相关部门，分析各种利弊，从而策划了长达一个月之久的“清仓”营销方案，取得相当好的成绩。零售额实现同期增长93%，客单价同期增长41%，实现利润增长120万元。除整个活动的一切营销费用由供应商承担外，还实现营业额外收入达83.65万元；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。

会展与超市相结合，华商店在20xx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。

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，在杭城引来了重大反响，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。

## 高级营销演讲稿篇七

你们好！

今天我非常荣幸地在这里参加公司销售主管的竞聘演讲，心情十分激动。首先感谢领导们过去对我的培养，感谢能给我这次竞聘演讲机会！同时借此感谢和我一起工作的各位兄弟姐妹以及在工作中对我的关心和支持！我十分珍惜这次的竞聘机会，无论竞聘结果如何，我认为能够参与竞聘的整个过程其本身就意义重大，并希望能通过这次竞聘得到锻炼，使自己的工作能力和综合素质得到提高。相信这次竞聘将是我今后人生中的又一个大的转折点。

我xxxx年x月到公司参加工作，从事市场零售，负责报纸的宣传和销售。初到公司，看到先进的硬件设施、完善的市场服务、至诚的服务理念、和谐的人文氛围、广阔的个人发展空间，这些都给我留下了非常深刻的印象，公司美好的未来，

灿烂得前景，深深地震撼着我的心灵。使我坚信：选择了云南信息报就是选择了人生发展的机遇。自从进公司那天起，我就立志要把领导分给的工作任务做好，公司的兴衰系于公司每一个员工，每一个员工都要在自己的工作岗位上尽职尽责，我作为其中的一员就责无旁贷。为了把自己的工作做好，我虚心向老同志和身边的兄弟姐妹们学习，尽快熟悉业务。x年多来任劳任怨，热情服务，按时作息，从不离开工作岗位，和身边的姐妹们、同志们团结一致，和谐工作，从来没有在工作中造成任何损失。

第一、我有一颗热爱公司、热爱本职工作的事业心和责任感。干好任何一项工作的前提和基础就是要有一颗爱心。我有这样一颗爱心，我相信自己能够把本职工作做好。第二、几年来的工作锻炼了我较好的心理素质。我从不因心情而影响工作、干净干事、干练干事，具有一定的果敢决策和组织协调能力。同时具有工作积极进取的信心和勇气，就拿这次竞聘来说，我站在这里，就是在迎接挑战，从挑战中发现自我、改进自己的不足，也想通过自己的行为向大家证明：云南信息报(公司名字)的员工是开拓进取的员工，是敢于发出挑战并迎接挑战的员工，是永远的挑战者!既然是挑战，就一定会有成功会有失败，如果这一次失败了，说表明我还存在许多问题和不足，我会更加努力的磨练自己，提高自己。各位同事让我们用全部的真诚和智慧，去迎接前进道路上暴风骤雨的挑战，让我们在挑战中立于不败之地，去拥抱时代的辉煌!

第三、有几年的营销工作实践经验。熟悉报刊发行工作，特别是营销方面的各项政策和规定，有一定的客户人员网络，有一定的同事和谐相处的人际氛围，有一定的处理客户投诉等的方法和经验。同时，在工作之余常和有经验的同事一起探讨营销方面的业务，向他们学习请教，学习他们成功的经验，以便应用到实际工作中。

第四、我比较年轻，精力充沛，处于人生的黄金阶段，并具有较高的办事效率，对于工作有雷厉风行的作风。我敢于创

新、思想敏锐，善于接受新事物，并能根据实际情况，大胆设想管理方法。

第五、我对人热情，办事耐心。这一点，对一个销售主管来说是不容忽视的素养。销售本身就是服务。对自己身边的兄弟姐妹们我会对他们作认真细致的思想工作，我会关心他们的工作和生活。对自己的客户我会用微笑向他们展示我们的热情。耐心倾听他们的要求，细心处理他们的每一件事，用心解决他们的需求。

以上这些优势，使我具备了竞聘销售主管这个岗位人员应该具备的政治上、思想上、业务上、个性上、管理上的素质和要求。

1、继续加大市场开发力度，征订与零售齐抓共管。零售工作的目的是为了征订工作营造声势，并最终引导读者进行征订，而征订工作又从侧面促进零售市场的发展，因此要注重征订与零售的齐头并进，同步发展。进一步加强零售网点的开发，并对网点做统一的安排与布路，让其成为本报长期而固定的现场征订点、宣传点。同时，抓好大客户，建好客户档案并随时跟踪回访。

2、加强学习，提高素质。进一步加强理论学习，以其提高自己的素质和治理水平；在业务治理方面多向领导、同事们学习，以期使自己更加胜任本职工作。同时，注重团队整体素质的提升，强化团队业务人员专业技能水平，同大家一道努力把销售部建成团结合作、亲密无间、所向披靡的团队。

3、制定详细的工作计划。在平日的工作中，事前要制定一个详细的工作计划，把任务分解到每个季度、每个月份、每一天，不断进行激励自我前进。每日工作结束后，要对一天的工作进行一个系统的总结，梳理经验和教训。

4、加强客户关系，完善客户档案。在xx年里，我会把大部分

的时间留在客户那里，了解客户的切实需求，将信息回馈给策划部门。深入到每一个小区、单位，了解市场状况。加强对客户档案的管理，将客户分类，区别对待，和客户保持良好的联系。

5、扎实工作，与时俱进。由于报业竞争的日趋激烈，对如何吸纳和维系优秀的员工，应予以足够的重视，关注员工的职业生涯和职业发展，不断研究职业阶梯，给员工提供富有挑战性的工作，通过高效率和合理性的人力资源治理，给他们创造良好的工作环境和自我发展的空间。把从社会上招聘来的发行员当作报社职工对待，给他们一定的社会保障，开展发行员评选等，从发行员满足进而达到读者满足、领导满足。

拿破仑曾说过：不想当将军的士兵不是好士兵，这句话激励我斗胆一试，响应组织号召，积极参与竞争。借这个机会只想让大家更进一步的熟悉我、了解我、帮助我、甚至喜欢我，当然更重要的是支持我！

谢谢大家！

## 高级营销演讲稿篇八

市场营销是工商企业管理专业的专业核心课程。在毕业生所从事的众多岗位中，市场营销员、市场调研员、推销员、营销主管所占比例非常大。根据专业人才培养方案中的培养目标，要求学生熟悉企业生产管理、人力资源管理、营销管理等业务，课程符合专业主要面向为中小型工商企业基层的行政事务管理、人力资源管理、营销管理等岗位的要求。

本课程通过完整的`介绍市场营销学的知识体系与技能训练，使学生能够掌握现代市场营销的基础知识、基本理论和基本技能，牢固树立以顾客为中心的营销观念，培养学生的市场分析的能力、市场细分、目标市场选择的能力和营销组合的制定及实施、控制能力，对学生职业能力培养和职

业素质养成起明显的促进作用。

（一）知识目标：了解市场营销学的基本概况，认识到学习这门

课程的重要性和必要性；以及市场营销学的形成和发展；熟悉市场营销学的研究内容和方法；正确理解市场营销学的基础理论，基本方法。

（二）能力目标：能够准确进行市场营销环境分析；能够进行市场调查和预测；能够进行市场细分、确定目标市场与进行市场定位；能够正确运用营销组合策略；能够进行营销策划。

（三）职业素质养成目标：塑造学生的诚信品质、敬业精神、社会责任感；提高学生的人际沟通、团队协调及社会适应能力；强化学生自信心及创新能力。

教材选用了韩燕雄、赵立义主编的《市场营销理论与实务》，这本教材的优点是符合高职高专教育要求，知识面宽、理论够用、内容浅显易懂，具有较强的系统性、实用性和可操作性，但职业技能训练环节安排较少。为了完善实践技能体系，选用张卫东主编的《市场营销理论与实训》作为主要教学参考书。

（一）启发式教学：为了让学生更好地理解课本中的理论知识，在授课中不断设问，引导学生开动脑筋，寻找问题的可能答案。

（二）案例教学方法：精选大量的案例，给学生模拟一个真实的环境，逐步引导学生思考，培养学生发现问题、分析问题、解决问题的能力以及创新能力。

（三）情境教学法：在学校的教学环境中模拟实际的工作情

境，让学生在模拟环境中扮演相关的工作人员并完成与所学知识对应的工作任务，不仅丰富了课堂形式，还可以提高学生的积极性，取得理想的教学效果。

（四）讨论式教学法：讨论式教学可以有效的激发学生学习的主动性，达到变“要我学”为“我要学”的目的。同学之间还可以相互启迪，相互交流。同时，还可以培养与发展学生的资料检索、分析、整理、运用能力以及语言表达能力。

（五）使用现代教学手段：多媒体课件教学、录像、视频、互联网。

通过课程的学习，学生能够掌握营销管理的基本知识和技能，具备基本的营销管理和应用能力，并养成职业素养。

基于工作过程的教学模块安排，使学生通过完成任务和设计方案掌握营销管理的整个过程和形成职业能力。每个教学模块首先安排案例激发学生兴趣，通过布置任务鼓励学生参与教学，主动查寻与课程内容相关的资料，在完成任务的过程中培养、提高学生组织能力、团结意识、分析问题、解决问题的能力。实践证明，此方法很受学生欢迎，教学效果非常好。

## 高级营销演讲稿篇九

我自从xxxx年10月起从事个人客户经理，至今只有半年左右的时间，在这短短的半年里，我的观念从原来的“我等客户”变为现在的“我找客户”，根据“二八定律”，20%的客户创造80%的利润，如何去找这20%的客户，于是我利用以前积累的个人业务知识以及在培训班所学的知识，慢慢地摸索，同时向公司客户经理及其他同事请教，现就柜面营销的一些体会，与大家共享。作为一名个人客户经理，主要的工作就是寻找客户资源、营销产品以及为客户服务。寻找客户资源，就意味着不仅仅与熟识的客户联系，还包括许多陌生的客户

需要去开拓。在与陌生客户接触时，在坐姿、保持的距离、说话的语气、语速等方面有不同的处理方法。刚开始打陌生电话发展客户时，我感到有点怕，怕客户拒绝我，每次打电话之前先深呼吸几次，电话通了以后，噤里啪啦一口气把话说完，语速很快，然后客户说等等，等等，你在说些什么，我再把话重复一遍，有些成功了，也有些失败了，每打一次电话，我就自我反省一下，下次再改进。

经过一段时间的实践，我在给客户打电话的时间、语速、语气等方面也稍微有了一点了解，每次打电话之前设想好几种方案：如果客户拒绝的话，该怎么讲；如果客户正在忙，那么又应该怎么与他预约下次联系时间；如果与该客户联系过几次了未成功，又该如何开口。要做到不怕拒绝，不怕失败，调整好心态。不能因为前一个电话遭到拒绝，就不敢打下一个电话，说不定下一个电话你就会遇到一个转折点。有时在柜面咨询，面对新的客户，我就根据客户的坐姿、穿着、谈吐等先大概的估计一下客户的性格，然后再通过交流来营销合适的产品。有时向客户介绍vip的优先优惠政策后，会觉得无话可谈，那么在客户填写资料时，就要特别关注一些，如兴趣爱好、需要提供信息方面等，先是无话找话，然后找出其感兴趣的话题，再多谈些。

我觉得在向客户营销产品时，交流和沟通是非常关键的。只有通过交流和沟通，才能知道客户需要什么，才能发现有时连客户自己都未发觉的需求，才能去向客户推荐产品。客户其实就是你最大的财富和无形资产，有了客户，就要对客户进行分类。在客户填写申请表以及与客户平时交流时，你要细心观察，根据客户的具体资料编制客户档案，对客户群进行分类，通过细分，明确定位。除了按照客户的要求分别提供信息，比如国债、基金、外汇等以外，另外针对每位客户对风险的承受能力，根据产品的特点，区别对待。

在向客户介绍产品时，我采用了多种方法，如对于老年客户，我就直接打电话；对于一些公司经理、老总，我就发手机短



信或email[]简要介绍产品要点，然后让他们有兴趣的话就与我联系，我再为他们详细介绍。在编辑短信或email时，在用词遣句上都要仔细斟酌。比如，“我再为您详细介绍”这句话中的“为”，我原先用的是“给”，“我再给您详细介绍”，但我总觉得有一种高高在上的感觉，后来改为“我再为您详细介绍”，把自己放得低一点，那么客户的感受就会比较好，营销产品成功的可能性就会高一些。还有，在营销产品时一定要诚信，不要为了完成指标而夸大其辞地去推销，该说的部分一定要说清楚，不能隐瞒风险，只有做到诚信，客户对你产生了信任，才会有事第一个想到你，买产品先到你这儿来问清楚再买，他在你这儿买觉得放心。

我有几位客户，他们购买基金一般都到我这儿买，而且，不光是自己买，还介绍同事或亲戚朋友到我这儿来买。对非vip客户，在不影响对vip客户服务的情况下，也尽量满足客户的需求，因为他们说不定就是潜在的vip客户或经过你的努力，在不久的将来也会成为你的vip客户。如有一位客户，她来办理“汇得盈”，但原来的存单密码怎么也想不起来，我就安慰她，让她慢慢地想，当时正在发售“银华保本基金”，她在旁边想，我在给其他客户讲解基金，结果这位客户在旁边听了我的讲解以后也坐了下来，让我帮她参谋一下，她的存款该如何安排，我问了她的家庭资产后，根据她的具体情况，建议她外汇购买“汇得盈”，另外10万人民币购买“银华保本基金”，另外一部分购买货币基金，以便将来股票基金发售时换成新的基金，这样就为下一次基金销售作好准备，同时她也成为我的vip客户。另外有一对老夫妇到营业室来看博时基金的净值，正好我没有其他的客户，于是我就让他们看我终端上的基金净值表，同时与他们闲话家常，结果他们告诉我，他们在美国女儿家呆了一年多，刚回来，博时基金认购好了以后就没关心过，现在回来了想了解一下情况。

于是，我就对他们说，你们的投资理念比较新，开放式基金是中长期投资的产品，我国刚刚开始起步，你们就已经跟上

脚步了。他们后来在我的推荐下，购买了“汇得盈”产品，另外，开了现金本票，从工行划了15万存入支行专柜，过了几天，购买了“银华保本基金”。也成为了我的vip客户。由于对产品的介绍比较到位，而且针对不同的客户进行不同的推荐，因此在今年的三个基金销售中，专柜的基金销售情况也都完成得比较好。其中有大概260万的资金是现金或是从其他银行划入的。为客户服务，不仅仅是微笑，也不仅仅是细心，还需要有专业的知识，而营销产品，更需要专业知识。专业知识，包括储蓄、保险、外汇、股票、基金、期货、宏观经济等各方面知识，不能想象，如果对一个产品不了解的话，如何去说服客户购买这个产品。我在每次营销产品之前，都要先熟悉产品，找出其卖点，在找出其卖点的过程中，需要先做大量的功课准备：比如产品的一些基本知识，与其相关的产品，与同行的相关产品比较，同一公司不同产品的比较等。比如现在正在发售的“华宝多策略基金”，它的卖点首先华宝兴业基金管理公司是第一批国家批准成立的中外合资基金管理公司之一，四大国有商业银行中我行是第一家与中外合资基金公司合作，其次，该产品引入国外成功的旗舰产品，另外，还有该公司的过往业绩，如宝康消费品基金成立9个月的收益达到20%左右等。

另外，由于针对的是个人客户，每个客户的兴趣爱好是不同的，因此知识面要广泛，对各种知识都要略知皮毛，尽管自己不感兴趣，但也要强迫自己去了解、去看，时间一久，也就自然而然地成为一种习惯，也感兴趣了。比如看第一财经、国际金融报、理财周刊等，了解外汇走势、股市行情、房产信息等，通过了解各类信息，一方面可以在营销产品时加以运用，另一方面以便与各类客户都有话题可聊。时代在快速发展，知识在不断更新，信息的来源渠道越来越多，产品的品种越来越丰富，涉及的领域也越来越广，客户的知识水平也正在提高，这些都促使我要去掌握更加多的知识，来更好地与客户进行交流，增进客户对我行产品的理解和认识。

“真情付出必有回报”，只要你愿意付出，那么成功和快乐

就会属于你。“爱心服务，快乐营销”。我愿意用我的真诚和专业去服务每一位客户。让我们大家共同携手，相聚建行，共创辉煌。