

销售演讲稿(优质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。那么演讲稿怎么写才恰当呢？下面我给大家整理了一些演讲稿模板范文，希望能够帮助到大家。

销售演讲稿篇一

大家好！

回想起来，当有识之士将安全工作提升到企业发展的战略层面时，当责任感使命感推动安全教育越来越受到重视时，我们公司也顺应时代的召唤，公司领导登高一呼，提出了“科学发展，安全发展”的主题活动，将提高广大职工安全生产法制意识、责任意识和事故防范意识、应急救援作为了本次活动的重点对象，它如一面猎猎的旗帜，指引方向、凝聚人心；它似一声嘹亮的号角，鼓舞士气，催人奋进！作为一名员工置身在这安全工作的滚滚热潮中，感受到我公司对安全工作的重视程度，这些无不使我感到万分荣幸，而更让我为之动容的是我身边每一位员工用自己的力量为安全工作添砖加瓦。要做好安全工作，对我们每一个人而言其实就意味着责任、奉献、律己，是大智慧的象征！

责任！古语有云：“心生而言立，言立而文明”。古人认为万物自有天地之道，人能够靠自己的内心去感知这个世界。当我们的内心感悟到了一定的程度时，所展现的行为、言语也就不再统一而论。说起责任，它并不是一个甜美的字眼，它仅有的是岩石般的冷峻。人来到世间，在享受多彩生活的同时，还要背负起一个字轻意重的行囊，那就是责任！作为一名销售人员我们时常追赶在拜访客户的路上，为了一份责任我坚持每周在巢湖和合肥两地来回奔走，不畏惧舟车劳顿，更不畏惧风雨阻挡。身为安全工作潮流中的一员，我们清楚，这份责任不是空洞的口号，不是华丽的装饰，而是爱岗敬业

的实际行动，是无怨无悔的拼搏付出，是汗水辉映出的无限执着！

奉献！销售的岗位是平凡的，这里没有灿烂的鲜花，没有欢声雷动的掌声，也看不到惊天动地的业绩。每天面对的只有风里雨里，拜访客户，不厌其烦的解释；有的只是夜以继日，团结作战，努力提高销售业绩；有的只是主动积极、耐心细致，宣传产品维护形象的不遗余力；有的只是面对不法者的无理纠缠的义无反顾和大义凛然！我们勤奋敬业、无私无畏，销售业绩快速上升；我们披星戴月、忍辱负重，品牌形象名誉广播！记得一位世界冠军曾说过：我举得起世界上最重的杠铃，却举不起自己曾经流过的汗水。这句话用在我们身上，非常贴切。作为销售人员，我们能够清楚掌握客户的思想动态，却掌握不了自己曾经付出的心血和汗水。可是为了肩负的重责大任，再苦再累我们都无怨无悔！可以说奉献是我们队伍中一道最靓丽的风景，是我们贯彻“科学发展”的有力保障。

律己！虽然我们的工作很平凡，但不可否认，要做好安全工作，还得靠大家的努力。安全工作只有满分，没有及格，我们应当深深地知道，一个工程的十项措施我们做了九项，我们不能说安全工作及格了，往往剩下的那项措施就可能是我们安全工作的隐患，就是发生事故的原因。我们销售工作需要长期在不同的地区回来，经常乘坐各种交通工具也是在所难免，我们深知要保证业绩的前提是要保证我们自身的安全，为此，当我们在行车周转的过程中，也同样加倍小心，时刻谨记公司的安全要求，面对恶劣天气时，我们也均是小心翼翼地注意生命安全，同时不断补充自己的安全知识，尽可能地避免因为不安全事故给公司带来不必要的损失，给自己带来危害。安全教育我们时时学，社会事故案例我们常常看，但事故一出，还是因为“违章”。究其原因，就是抱着及格就行的思想，怀着侥幸心理，心里头少了安全生产这根弦，导致了事故的发生，轻则设备受损，重则人身伤亡。如果每个安全责任人能够树立“安全是生命之本，违章是事故之源”的思想。100%严格按规办事，检查到位，不漏过一个细节；措施到位，

不漏过一个疑点，许许多多的事故都是可以避免的。

在经济快速发展的当下，安全生产地位可谓是日渐上升，唯有居安思危，才能未雨绸缪；唯有高瞻远瞩，才能创新发展；时刻牢记“安全第一，预防为主，综合治理”的安全生产方针，持之以恒，挑战安全生产工作至高境界，以安全快速的发展促进我公司的快速发展。

“长路奉献给远方，江河奉献给海洋。和谐奉献暖人心，积极奉献干劲增。”回首我们走过的每一步，曾经艰难跋涉，曾经风雨兼程，奉献国家，回报社会，敬业爱岗，无愧时代。唯有我们始终用甘洒热血写春秋的激情忘我工作，用舍小家顾大家的精神高歌奉献，用真诚、真心、真情的服务对待每一项工作。乘风破浪正当时，挥楫击流为明天。在未来的征程中，我相信我们心中将永燃争创“科学发展，安全发展”的激情，任由时间消磨永不熄灭，循着坚实的足迹，书写壮美的人生，用火一样的激情去谱写事业的光辉诗篇！

销售演讲稿篇二

所谓表象系统，分为五大类。每一个人在接受外界讯息时，都是通过五种感官来传达及接收的，他们分别是视觉、听觉、触觉、嗅觉及味觉。而在沟通上，最主要的乃是通过视、听、触三种渠道。由于受到环境、背景及先天条件的影响，每一个人都会特别偏重于使用某一种感官要素来作为头脑接收处理讯息的主要渠道。

1、视觉型的人

这种人的头脑在处理讯息的时候，大部分通过视觉画面的储存来处理。所以，视觉型的人特别容易回忆起图像或在头脑里看到的画面。因为视觉图像的变化速度一般较说话速度快，所以视觉型的人说话为了能跟上头脑的图像变化速度就会比较快。视觉型的人第一个特征是说话速度快；第二个特征是

音调比较高。因为，通常当一个人说话速度越快，相对的音调也就比较高一些了；第三个特征是胸腔起伏比较明显；第四个特征是形体语言比较丰富。

2、听觉型的人

这种人的头脑在处理讯息的时候，大部分通过声音来处理，声音变化没有视觉画面变化快。相对来讲，听觉型的人比视觉型的人讲话速度慢，比较适中，音调有高有低，比较生动。听觉型的人对声音特别敏感。另外听觉型的人在听别人说话时，眼睛并不是专注地看对方，而是耳朵偏向对方的说话方向。

3、感觉型的人

与以上两种人都不同。感觉型的人第一个特征是讲话速度比较慢；第二个特征是音调比较低沉、有磁性；第三个特征是讲话有停顿，若有所思；第四个特征是听人讲话时，视线总喜欢往下看。

对不同表象系统的人，优秀的推销员会使用不同的速度、语调来说话，换句话说，就是用客户的频率来和他沟通。以听觉型的人为例，如果你想和他沟通或说服他去做某件事，但是却用视觉型极快的速度向他描述恐怕收效不大。相反，你得和他一样用听觉型的说话方式，不急不缓，用和他一样的说话速度和语调，他才能听得真切：否则你说得再好，他也是听而不懂。再以视觉型的人为例，若你以感觉型的方式对他说话，慢吞吞而且不时停顿地说出你的想法，不把他急死才怪。

所以优秀的推销员对不同的客户会用不同的说话方式，对方说话速度快，就跟他一样快；对方说话声调高，就和他一样高；对方讲话时常停顿，就和他告诉也时常停顿，这样才不会出现“各说各话”的尴尬情景。因为能做到这一点，所以

优秀的推销员很容易和客户之间形成极强的亲和力，对各种客户应付自如。

销售演讲稿篇三

五月的第二个星期日，是一年一度的母亲节。每当母亲节的到来，感恩这个字眼就会跃入我们的视野中。我们将感恩母爱变成一个节日来度过，就是提醒自己要心怀感激，体谅父母，肩负责任。

十多年前的某一天，父母用泪水和幸福的笑容迎接了我们的到来。也就在那一刻起，父母们多了一项繁重的工作——照顾我们。尽管这是一种沉重的负担，但他们却毫无怨言。为了给我们一个舒适的生活环境，他们是那么辛苦，那么努力。安德鲁·杰克逊(美国总统)曾说过，有一个女人，她温柔的时候就像一只鸽子，她勇敢的时候，就像一头威猛的狮子，每个人在迈出自己第一步的时候，都要接受她的教育，以此来奠定自己的人生之路，这个人就是我们的母亲。她给予我们生命，陪伴我们成长，教会我们做人。她爱我们胜过爱自己，对我们宽容胜过任何人。我们应时刻铭记感恩，感谢我们母亲的养育之恩。

同学们，我们可能曾经嫌母亲唠叨，对母亲发脾气，不如让我们当下开始，从孝顺母亲开始，学会感恩，让我们记住天下母亲共同的节日——母亲节。在家中，做力所能及的家务，为我们的母亲分担一些家务，肩负起自己的一份责任。

岁月流逝，我们已经渐渐长大，应该渐渐理解生活和奋斗的真谛，理解父母的不易和师长的苦心；不要辜负他们热烈的期盼，全身心地投入到学习当中，提高自身素质，加强修养，成为一个全面发展的少年。

父母的养育、师长的教诲、亲人的关爱、他人的服务、大自然的慷慨赐予都是我们值得感恩的。

假如这个世界没有阳光、水源、没有父母，没有亲情友情，那么会变成什么样子呢？没有阳光，就没有温暖；没有水源，就没有生命；没有父母，当然就没有我们自己。让我们从当下开始享受阳光，爱护水源，关爱父母，珍视亲情，呵护友情！

销售演讲稿篇四

大家好！非常感谢分行党委为我们提供这样一个展示自我、检验自我的舞台。我竞聘的职位是党委宣传部部长。前面几位竞聘者都做了非常精彩的演讲，使我在为他们喝彩的同时也倍感压力。不过，竞聘这个岗位我也有自己的特点和优势。

我叫xxx，今年xx岁（……简介与工作经历）。本人有良好的组织协调和文字综合能力，有基层宣传教育和群团组织管理工作经验，觉得自己可以胜任党委宣传部部长这个岗位。

党委宣传部是党委的喉舌、是党委联系群众的桥梁和纽带，是xx银行精神文明建设的排头兵和方向舵。能在这个岗位上发挥自己的作用，做出自己的贡献，是我很久以来的愿望。

推行“人性化”的教育和管理机制，组织形式多样的主题活动，培养和激发员工蓬勃向上的朝气，使职工聚精会神地投入工作、享受工作，保持良好的精神状态和工作热情，保持强烈的忠诚度和敬业精神，不是把xx银行工作作为一种“职业”，而是把它作为一种“事业”。

强化企业文化理念的感性植入和推广普及，企业文化理念的教育，重点放在增进员工对xx银行的归属感、亲和力上，使xx银行企业文化特色深入人心，并成为员工的自觉行动。规范和统一cis形象识别系统的制作和宣传展示，使得xx银行的招牌、行名、行徽、行服、柜台内外形象标识、宣传牌、宣传栏、展板等等与xx银行形象有关的硬件设施，整合成一个有视觉冲击力的整体，体现xx银行独特的特色文化。

即品牌化、专业化、市场化。要在市场竞争中脱颖而出，我们必须树立xx银行自己的品牌，除了打造品牌金融产品，我们要花大气力培养自己的“品牌员工”、“品牌服务”，将其进行大力宣传和形象包装后，向社会推出这些特色品牌，使这些品牌成为公众心目中的首选。

在服务的专业化上，突出抓员工素质和服务水平的提高，使职工成为“行家里手”、“多面手”，面对复杂的客户需求，培养复合型的人才。面向客户市场的需求，大力推广和完善服务手段。

引导员工改变“以我为中心”的服务意识，开展“换位思考”，把方便让给客户；延伸“一米线”后续服务，扩大代理理财范围；让“客服热线”真正热起来、使“投诉热线”真正起到亮丑的作用；开展“行长接待日制度”，拉近管理层与客户之间的距离；切实推行“首问负责制”，提高办事效率，杜绝推诿拖拉。

在党组织活动和党员教育中，发动党组织和党员找准自己的“位子”，使他们认识到“党员”不仅仅是一张标签，不仅仅是一年收一次党费，促使党员在各自的岗位上发挥自己的先锋模范作用，并接受群众和客户的监督。

切实发挥共青团组织的积极作用，在系统内创建更多、更高层次的“青年文明号”和“青年岗位能手”；创造条件，及时发现和总结、推荐“十佳杰出青年”人选；发挥短期合同制职工在团组织活动中的主力军作用。

不仅要发现、总结推荐团组织和团员青年创建“青年文明号”和“青年岗位能手”，而且要让他们克服评选后“船到码头车到站”的思想，让他们充分发挥典型示范作用，并且务必使自己向更高的目标迈进。

着眼于“先解决心情，再去做事情”，弄清员工所思所想，

引导他们正确认识自己、正确对待困难，帮助员工确定人生目标。深入基层，调查研究，摸清动态，建立档案，进行个案分析和归纳总结，对症下药，有针对性地进行思想工作。

销售演讲稿篇五

大家好！

首先要感谢公司给我们提供这样一个突破自己、展示自己的机会。一直以来我都非常羡慕和佩服那些在台上可以滔滔不绝、妙语连珠、引经据典、神态自如的人们，当我听说公司要举办这次活动，我犹豫过、胆怯过、也激动过，但最终我勇敢的选择，我要突破自己、提升自己，不管最后的结果怎样，重要的是我敢走上讲台。

今天我演讲的题目是：《激情六月，奥康我想对你说??》

匆匆的六月，激情的六月。六月，是收获的季节；六月是幸福的日子；六月，更是难忘的日子——因为六月是你的生日。

奥康，在这忙碌却又快乐的六月里，你迎来了你25岁的生日，在这上市二周年的欢庆日子里，我深深的祝福你，愿你越走越远，梦想越来越近，因为我们坚信：“梦想是走出来的”。

还记得我刚加入奥康时候，我对奥康这一品牌还不太了解，我只是知道奥康是做真皮皮鞋的，在人们心中质量是杠杠的，经过这段时间在公司企业文化环境的熏陶下，在领导前辈们悉心教导下我慢慢蜕变成了如今熟练而又出色的推销人员。

感谢奥康给我的改变，滴水之恩当涌泉相报，我无以为报，愿我的点滴经验总结能给坚守在第一线的朋友们一点点帮助，也算是我对公司尽的一点微薄之力吧。

下面我就自己在销售技巧方面的几点经验总结一下：

首先，不打无准备之仗。

当我们推销一个新产品，我们必须对它的性能，特色、优缺点等都有所了解和掌握，以及跟竞争对手相似产品的区分，掌握了这些我们才能有自信地与顾客交流，变得能说会道。但是我们不能误认为能说会道就是一名优秀的销售人员，其实远不止那样。作为一名真正优秀的销售人员还必须做到六勤，既脑勤、眼勤、耳勤、口勤、手勤、腿勤。我很惭愧的说我远没达到这六勤，我只是做到了每次轮到自己休息的时候，我总喜欢到各个卖场去转转：一来调查一下市场，做到心中有数。因为现在的顾客总喜欢讹销售人员，说哪里哪里有多么便宜，哪里哪里又打多少折了，如果你不能清楚了解这些情况，面对顾客时将会非常被动。二来可以学习一下别的销售人员的推销技巧，因为只有博采各家之长，你才能炼就不败金身！

其次：关注细节

现在有很多介绍销售技巧的书，里面基本都会讲到销售人员待客要主动热情。但在现实中，很多销售人员不能领会到其中的精髓，以为热情就是要满面笑容，要言语主动。其实这也是错误的，什么事情都要有个度，过分的热情反而会产生消极的影响。

热情不是简单地通过外部表情就能表达出来的，关键还是要用心去做。所谓精诚所至，金石为开！随风潜入夜，润物细无声，真正的诚就是想顾客所想，用企业的产品满足他们的需求，使他们得到利益。

再次：借力打力

销售就是一个整合资源的过程，如何合理利用各种资源，对

销售业绩的帮助不可小视。作为站在销售第一线的我们，这点同样重要。我们经常在街头碰到骗子实施诈骗，其中一般都有一个角色——就是俗称的托，他的重要作用就是烘托气氛。当然，我们不能做违法的事，但是，我们是不是可以从中得到些启发呢？当我们在做促销员的时候，也可以使用类似方法，应该非常有效，那就是和同事一起演双簧。特别是对一些非常有意向购买的顾客，当我们在价格或者其他什么问题卡住的时候，假装去请出店长来帮忙。一来表明我们确实很重视他，领导都出面了，二来谈判起来比较方便，只要领导再给他一点点小实惠，顾客一般都会买单，屡试不爽！当然，如果领导不在，随便一个人也可以临时客串一下领导。关键是要满足顾客的虚荣心和爱贪小便宜的坏毛病。

然后：见好就收

难了，这也是刚入门的销售人员最容易犯的错误。

最后：送君一程

销售上有一个说法，开发一个新客户的成本是保持一个老客户成本的27倍！要知道，老客户带来的生意远比你想象中的要多的多。因此我们在做销售员的时候，应该非常注意和已成交的顾客维持良好关系，这将会给我们带来丰厚的回报。其实做起来也很简单，只要认真地帮他打好包，再带上一声真诚的告别，如果不是很忙的话，甚至可以把他送到电梯口。有时候，一些微不足道的举动，会使顾客感动万分！当然如果能在节假日、尤其顾客生日那天发去祝福短信，相信更会拉近与顾客的关系，让其成为忠诚顾客。

以上几点也算是我的一点真知拙见吧，希望对大家有帮助，我也在不断探索成为金牌销售人员所需要的各种条件，我相信只要我们大家每天多努力一点点，每天进步一点点，奥康璀璨的明天一定会伴有我们的身影！最后，在这激情澎湃的六月，我想对你说：奥康，生日快乐！

谢谢大家！

20xx年6月23日