

最新营销副行长竞聘演讲稿(精选5篇)

演讲稿是演讲者根据几条原则性的提纲进行演讲，比较灵活，便于临场发挥，真实感强，又具有照读式演讲和背诵式演讲的长处。那么我们写演讲稿要注意的内容有什么呢？以下是我帮大家整理的演讲稿模板范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

营销副行长竞聘演讲稿篇一

大家好！

首先感谢领导们给我这次机会让我站在这里，来进行竞聘演讲。相信这次竞聘将是我未来人生中的一大转折。同时，十分的感谢各位同事对我的大力支持和帮助，让我在工作中能够不断的提升，让我有勇气和信心站在这里。

做为领导，必须先要做好人。我在为人上，胸怀坦荡，公正正派，不搞小动作。在个人修养上，注重学习，努力使自己成为一个有高尚情操有修养的人。在工作作风中，能吃苦耐劳，认真负责，从不揽功诿过，假公济私，领导布置的工作总是尽力去做，从不无故推诿。

参加工作二十余年来，由于党的教育、领导的培养、同志们的帮助及个人的努力，在从事移动通信技术、业务管理和综合管理的过程中，不断学习，积累知识和经验，增长了才干，提高了水平。同时，有了明确的政治方向，比较扎实的业务知识，踏实奉献的敬业精神以及较好的人际亲和力和团队合作意识。

自去年6月进入中国移动分公司以来，我一直秉承“在学习中工作，在工作中学习！”的工作作风，现已基本掌握公司主要业务流程，并且在营销工作中做出了不错的成绩：7月至12

月底，担任第一营销中心区域经理一职，积极学习移动各项业务，坚决执行公司领导及营销中心主任的工作指示，并根据区域情况将所属片区内的各级渠道资源合理整合，勤于上访培训，任职期内忠于职守，各项工作不分大小均无失误或投诉记录。在代理商年度评优大会上，我片区6个一级代办点，2个评为市优秀，3个评为县级优秀，获得上级领导的屡次褒奖。1月，任市场部小区营销组长，成功与3个小区物业公司签约，并配合广告商完成横幅、海报及单页等宣传资料的入驻，销售创业卡300余张，中国移动g3手机2台及其他移动增值产品若干；1月底至3月初，应返乡市场营销工作的急迫需求，被紧急抽调至市场部精准营销小组，任职该小组组长，在3个月的返乡市场“阻击战”中，我带领我的团队克服重重困难，在公司领导的密切关注与大力支持下，取得了精准营销的辉煌胜利，营销成功率位居全区第二；4月至今，任职于市场部工程集团营销小组，担任小组组长，我们通过半个月的摸排筛选，取得了近百个重点工程的建设信息，并将信息与区域营销中心共享以加强工程市场辐射能力，掌控市场格局。到目前为止，经过筛选已经取得城区内15个重点工程单位资料，成功与其中12个单位达成协议并取得了入驻营销资格，悬挂宣传横幅15条，销售创业卡75张，组建工地集团3个，完成现场营销1次，协助工程市场中高端客户办理预存与数据业务等若干次。

中国移动通信的服务理念是“沟通从心开始”。我认为：要切实做好“沟通从心开始”，必须要做到“沟通从‘新’开始”和“沟通从‘行’开始”。也就是说我们每一位员工不仅仅要有服务创新的意思，而且更重要的是要将这种服务创新的意思应用到实际工作中去。在目前，移动通信市场的竞争中，服务已成为企业竞争的绝对因素。对手同我们的竞争已经从原来简单的价格竞争全面转移到服务竞争上来。谁的服务内涵丰富，谁的就是市场的赢家，服务创新将成为开拓客户市场的有力武器。公司已由成立之初的手机用户只有通话服务和来电显示服务发展到如今的语音信箱、手机银行，移动办公等二十余种具有附加值的服务功能。在基层营业部，

目前仅仅局限于业务技术的创新是远远不够的，最主要的是我们企业的管理者和员工怎样在具体的实践工作中来做到“沟通从‘新’开始”和“沟通从‘行’开始”呢？我认为：目前实施“零距离服务”；推行“首问负责制”就是很好的措施。

所谓的“零距离服务”也就是让每一位员工对客户进行贴心服务和贴身服务。即从服务意识、服务提供上同客户的需求保持“零距离”。用心、诚心、真心为客户服务，强化“客户就是我们衣食父母”的服务理念，达到思想认识上的“零距离”。人性化、人情化、人文化服务，打破时间、空间的概念，以客户满意为标准达到全方位服务的“零距离”。加强企业与客户之间的交流、沟通。改变服务方式，强化被动式服务向主动式服务转变，营业向营销转变，等客户上门向上门服务转变，满足型服务向满意型服务转变。从而全面提高客户对中国移动的认知度、信任度和满意度，最终使客户与企业融为一体，达到企业与客户“零距离”。推行“首问负责制”，也就是客户到营业部来办理或处理移动业务所接触、询问的第一人，这个人就负责解答客户的提问或帮助指导客户处理完业务直到客户满意离开。他不得以任何理由推托，让客户耗费更多的时间和精力。推行“首问负责制”是通过建立一个全员、全程、全方位的服务体系的方式，倡导全员服务，树立客户至上，杜绝在接待客户方面推诿、扯皮现象的发生，以提高办事效率来改善服务质量。既增强员工了的主人翁意识，树立了企业良好形象，同时也锻炼了员工解决问题的能力。

首先，要强化员工服务意识，认识到做好服务，不仅关系到企业的生死存亡和发展，更容量的多少不取决于最长的木板或全部木板长度的平均值，而取决于最短那块木板。因此企业内部一定要加强业务学习，提高整体业务水平，这也是改善服务具体工作的实施。

企业管理要以人为本，尊重人的自身价值和创造价值，以完

善的机制激励人。制定出“天天有学习、月月有主题、月末有评比、季度有分析、半年有总结、年年有佳绩”的激励机制。通过实施行之有效的激励机制不但可以充分调动了员工的主观能动性和创造性而且也可以增强企业的凝聚力和向心力，最终营造出一种人人有前途、个个有干头、领导关心员工，员工关心企业，和谐温馨的企业氛围。

在基层营业部不但要激励有余而且要约束充分，有了完善的激励机制后，还应健全约束制度。在激励中体现约束。这也是保证企业持续稳定发展；加强对权力的监督；防止个人滥用权力而侵犯企业和其他员工权益的需要。我认为基层管理者首先应该是一名劳动者，是为企业、为员工、为客户的服务者。所以说在制度面前要人人平等，管理者要带头遵守各项制度，自觉接受制度的约束，率先垂范。要求员工做到的管理者自己应该首先作到。另外管理者要敢于承担责任，要为其管理范围内员工的行为和结果负责，要为企业负责。只有这样才能树立起管理者的威信，员工才能和您心往一处想、劲往一处使，抛弃个人得失，追求着企业的追求，幸福着企业的幸福，做到“金杯银杯不如客户的口碑，金奖银奖不如客户的夸奖”。最终达到客户完全满意的宗旨。

总之，只要我们挥动创新的指挥棒，齐奏市场的乐章，合唱服务的主旋律，中国移动的音乐一定会更加美妙动听。

营销副行长竞聘演讲稿篇二

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！

营销副行长竞聘演讲稿篇三

回顾过去的一年，有得有失，但在业务拓展方面个人觉得还是小有收获的。今天很高兴能在这里和乡站的朋友们分享我的营销心得，下面我就简单的谈谈自己在营销方面的一些想法，我说的都是一些实实在在的道理和方法，语言虽然不华丽但很实在，如有不对的地方，望大家能提出宝贵意见，以便改正。

感觉到有高飞的冲动时，他将再也不满足于在地上爬。”我们要树立“今天的努力，明天的能力”的学习理念，在学习和生活中不断的蓄积自己的能量，要胸怀壮志，投身实践，不断创新，我们就一定能向小鹰那样展翅高飞。

做任何事情都要有动力的来源，我们在自己营销的战役中也要为自己找到一个让自己做的'理由，一个让自己拼命的理由，一个让自己无论碰到什么困难都不放弃的理由。我的理由就是一个“命”字，大家都知道这是一个“拼爹”，的社会，你如果没有一个好爹，至少应该有个富裕的家，没有一个富裕的家至少应该有个好亲戚，倘若以上你都没有，如果自己还不努力，那你还能有什么，你还指望社会能给你什么。去年我老丈人生病住院，母亲眼睛又有问题要住院做激光手术，小孩又要报兴趣班和交学费，当时单位绩效又没发，我真恨不得把自己剁了卖了，没办法我只能从银行卡里套了7000元出来给老人看眼睛，当母亲推进手术室的那一刻，我突然觉得母亲真的老了，家里的重担从此要落到我们小辈的肩上了，我不敢想象自己是否有这个能力，然而我别无选择，作为一个男人我必须要有这样的担当。来到广电我想大多数人和我

一样都是冲着这个名来的，没找对象的在这样的单位女朋友都比在工厂的好找一点，但我觉得我们不能单单图个名，我想只要我们工作更努力一点，更吃苦一些，我们的收入还是会有提升的空间的，到时候不但自己受益，家人受益，我们部门在别的部门面前也有光，我们部门领导在上级领导面前腰板也更硬，也更能为我们争取一些福利。

我从毕业后，就一直在与销售行业打交道，我觉得每一份工作对我以后的成长都有很大的帮助，在美丽华大酒店我做过高端vip卡的电话营销，因为电话营销是完全靠语言的交流促成销售，所以在那段时间我学到了很多销售的语言技巧，后来我在保险公司做过部门企划和业绩管理，在那儿我学会了怎么去为用户设计消费套餐，后来我又到深圳宝安区一个人在外面卖了一年的数控机床，在那儿我锻炼了自己的胆识，又学到很多关于人际交往的技巧，也增强了自己面对面与人沟通谈判的能力。

一个优质用户就好比一颗钻石，我们都要弯腰把他们捡起来，珍藏起来，日积月累你的财富自然而然就多了。记得我有一个稻河湾的用户，他家经常把机顶盒从在客厅和房间之间移来移，每次搬得没信号就打电话报修，时间长了我也嫌烦，在以后的攀谈中我才得知她家里很困难，老公中风卧床多年，小孩又有点智障。后来我就把我的电话留给她，让她有问题就直接打我电话，有时候我发现她好久没给我打电话了，我也会主动打电话关心一下。慢慢地她觉得我服务不错，就给我介绍了鹏欣丽都的一个用户，后来鹏欣丽都的这个用户又帮我介绍了东方名邸的两个用户，就这样一个普通的维修让我收获了三个高清和一个宽带不光如此，如果你和用户相处得很好，很多用户在生活中都还能帮你的忙。记得上回李玉刚到泰州来开演唱会，我老婆很想去，可是票价也不便宜，所以就决定不去看了，一天在我京都花园的一个相处得很好的用户家维修的时候，我无意中说了这件事，谁知第二天他就打电话让我过去拿了两张演唱会的票，当时我真的很感动，觉得你如果平时对用户好用户一定会记在心里的。

其次是“速度”，在我们给用户推销时好多业务一定要一气呵成，千万不能耽搁，因为在未来的几个小时可能发生得事情太多了，比如她的家人可能会不同意换高清，碰到朋友时，朋友说换高清没意义，建议不要换，以及用户第二天临时有事出差了，这样的耽搁都有可能导致业务的流失。当然我们在追求速度时，切不可露出太多的“功利心”，让用户一看就知道你迫切的想让他消费，越是如此，越办不成事情，用户会觉得你给他设了一个圈套。而这样温而不火的尺度就需要我们根据当时的情况自己把握了。千万不要小看这些细节，因为用户是要掏钱买单的，你的任何一句不适合的话或者感觉都会影响结果。记住：细节决定成败！

是帮你把两台都换成高清还是只换客厅这一台呢？。2、激将法，“你看你楼上楼下现在几乎都换了，普通数字电视现在都没多少人看了”。3、利益驱动法，“我们这是这几天刚搞的活动，以前光高清机顶盒就1380而且里面还不含任何的費用，现在你充312里面就有312的互动点播費一次性打到你账户上，等于机顶盒免費配给你的，你还犹豫什么！其实营销中还有很多技巧，只是要我们去慢慢总结，不断的实践，才能把它发挥得淋漓尽致。希望大家有时间多多交流，多多互相学习。

最后一点就是服务，具体怎么服务我就不细说了，总之服务好用户就是服务好我们自己。我们的销售如果离开了优质及时的服务就犹如无根之木，我们的销售之路就会越走越窄，越走越茫然。

大河涨水小河满，只有公司好了，我们才会更好，人有了墙就会靠着，没了墙人就只能站着希望大家为早日完成公司今年的目标任务而努力。千言万语汇成一句话：一切一切的努力，为公司更为我们自己！。最后送大家一句话与大家共勉：“一勤天下无难事，双脚踏出亿万金”！

营销副行长竞聘演讲稿篇四

今年以来，在省分公司的正确领导下，普洱分公司新班子带领全市系统以重要思想为指导，牢固树立和实践科学发展观，认真贯彻落实全省系统工作会议精神和省分公司的各项工作部署，积极应对激烈的市场竞争的挑战，围绕“开门红”、“6.30”任务目标，努力克服内部和外部的各种困难，艰苦奋斗，以崭新的精神风貌和工作姿态大力推动业务发展，取得了积极成效。

一、主要经营指标执行情况

(一)在困境中求发展，业务规模保持行业首位。目前普洱市场寿险主体6家(人保寿险已批设筹建)。截止6月30日，全市寿险行业的营销人力约1600人，较年初下降11%。

泰康人寿：人力约470人，保费收入2991.98万元(主要收入来自万能险和投联险)同比负增长3.6%市场份额19%。

太平洋人寿：人力约250人保费收入1901.57万元(主要收入来自投联险和传统寿险、意外险)同比负增长23.03%市场份额12%。
新华人寿：人力约150人保费收入1141.16万元(主要收入来自传统寿险和银保业务)同比增长347.13%市场份额7.3%。
中国人寿全市系统：人力734人，较年初增长5%，总保费规模8679.12万元，同比负增长12.05%，占市场份额的55%，业务规模居行业首位。

(二)调整结构，规模效益齐头并进。截止6月30日，全市系统实现首年保费规模3698.56万元，同比负增长37.61%占总保费的比重为42.61%与去年同期的比较占比降低了17.46%。实现首年期交保费902.72万元(其中银保渠道168.60万元)，同比下降48.00%占总保费的比重为10.40%与去年同期相比下降了7.08个百分点。实现5~9年期个险首年期交保费和十年期及以上期交保费的规模608.12万元，同比下降45.19%。实现

续期保费4262.15万元续收率57.65%同比增长43.82%占比49.11%与去年同期相比提高了19.08个百分点。

(三)半年目标完成情况。截止6月30日个险渠道实现734.12万元，完成率58.50%。其中3~9年期186.09万元完成率43.28%;xx年期及以上548.03万元完成率66.43%;实现短险保费443.56万元，完成率68.24%;银保渠道实现保费2957.40万元完成率70.58%其中趸交2788.80万元完成率69.72%期交168.60万元完成率38.32%。一季度保险先进村入围17个，完成率40.5%。

(四)人力稳步增长，队伍规模居行业首位。截止6月30日，全市寿险行业的营销人力约1600人，较年初下降11%。

件均保费为2447元。我公司银保签约网点数96个，出单率36%，拥有客户经理21人，人均网点数为4.6个，在当地行业中处于领先地位。

(五)赔付率大幅度下降。截止6月30日，我公司的赔付支出为376.46万元，赔付率为84.87%同比减少247.12万元同比下降65.64%。赔付率较高的主要是健康险。

(六)费用结余，效益增强。截止6月30日，公司可提费用为690.28万元，可用费用为491.56万元费用支出为486.54万元，结余5万元。可提佣金为476.33万元，可用佣金为476.33万元佣金支出为393.76万元，结余80万元。

二、 主要工作措施

(一)统一思想，紧跟落实

及时贯彻省分公司会议精神统一思想、统一步调。为进一步落实xx年度省分公司开门红启动工作，总结分析普洱分公司开门红起步阶段排名全省落后的原因，采取切实可行的解决

措施，我们于元月8日召开全市系统“开门红”启动工作落实情况汇报视频会，对开门红工作措施进行督促落实。分公司新班子调整后，2月8~9日，分公司召开了为期一天半的全市系统xx年工作会议，进一步统一思想，坚定发展的信心。5月12日省分公司视频会议召开后，我们高度重视，狠抓落实，及时贯彻会议精神，采取多项措施，把省分公司视频会议精神和当前我市系统的业务推动工作结合起来，用会议精神指导和推动各项工作。为贯彻落实全省系统重点单位业务发展会议精神，安排布置当前和下一步业务发展的工作措施，确保“6.30”任务目标达成，分公司于5月25日召开了全市系统业务发展工作会议，进一步强调了强化执行力，紧跟上级，把执行力变成行动。在省分公司每一次召开会议后，我们都把及时贯彻会议精神，作为是否与省分公司保持一致、政令是否畅通、是否“听话照做”的具体行动。

(二)突出重点，拓展期交

加大个险期交拓展力度，确保经营成果实现。今年以来，我们在抓中介业务上规模、抓团险抢阵地占领市场的同时，突出重点打好个险渠道的“城市保卫战和农村圈地战”，着力推动个险期交业务，最大限度缩短我市系统个险期交业务与发展进度快的州市分公司的差距。

一是细化省分公司各阶段期交业务发展企划。为深入贯彻落实省分公司个险期交业务企划，我们结合普洱实际，出台了“普洱论剑”系列业务推动活动，大力推动个险期交业务发展。特别是4月2日，我们在普洱市委党校隆重召开有普洱市杨副市长参加的高规格的xx年一季度精英表彰暨“普洱论剑”高峰会，为公司的发展产生积极的、重要的影响。

三是强化措施，重点突击。首先是加强组织领导。业务企划下发后，分公司总经理室以下发《督导令》及时跟进，强化执行力。同时，总经理还通过内网平台，向各县(区)支公司经理、班子成员先后发出了《致各位经理的一封信》、

《5.20备忘录》、《6.30动员令》等，不断表明党委、总经理室对完成任务的决心和信心，并对具体工作措施进行指导。与此同时，我们对六大公司适时或派出督导组、或由分管个险的班子成员蹲点督导，加大分公司的督导力度。同时，动态重点突击。为充分利用省分公司3年期业务财务预算政策调整的机会，我们下发了《紧急通知》，要求城乡统筹兼顾，齐头并进。城区团队严格按“一周工作模式”进行运作，城区全员主打“金彩明天、美满一生”的3~5年期业务；农村团队全员以创建保险先进村为发展平台，主打“两康+顺兴卡”。六大公司成立“金彩35”和“美满35”突击队，四小公司可根据公司业务员的意愿来确定成立相应的“突击队员”，要求专人负责，确保实效，达成任务目标。为支持配合基层公司期交业务的冲刺，充分发挥机关的表率作用和生力军作用，确保全市系统半年期交目标的达成，分公司机关成立了金彩明天突击队，全力冲刺3年期交业务，全力支援一线公司。鉴于现有人力有限，达成现在的任务目标非常困难的情况，我们采取内勤人员做大、中单进行突击。同时，盘活无绩效人力和低绩效人力，推动中绩效人力向高绩效人力发展，并规定中绩效人力迅速行动在5月20日前破零；低绩效人力在5月25日前破零；无绩效人力在5月30日前破零。达到全员行动，全员举绩，全员破零，全员奋起突击期交任务。

四是全力推动银邮渠道期交业务的发展。首先，下发了《“跨越顶峰”银邮期交推动方案》，在银邮渠道主推“安享一生”期交业务。加强网点的维护和开拓，在网点以“安享一生”期交为主要推动产品，加快业务转型，全面推动费用率高的产品，创造渠道价值。同时，加大与邮政合作力度，组织召开“邮政相伴、安享一生”高端客户答谢会。在6月13日上午澜沧县邮政局成功召开“牵手邮政、安享一生”客户答谢会的基础上，通过积极准备，分公司与普洱市邮政局定于6月19日举办了高规格的“邮政相伴、安享一生”高端客户答谢会，预约保费118万元。另外，加强自营业务发展，做好美满人生的再包装与炒作，主推鸿富期交和美满人生这样容易上量的险种，强势启动自营期交的发展。

(三) 打开缺口，夺回阵地

今年以来，我们从解决自身生存问题出发，向意外险阵地特别是痛失的“口子”业务，展开强势的公共攻势。在今天的团险渠道，我们不仅提出“不丢老客户，抢抓新客户”的目标，同时也把目标瞄准曾经失去的“口子”业务作为新的业务增长点。我们在个险和县域渠道大力推行卡折式业务、积极拓展法人团体客户业务的同时，把工作的突破点放在交运集团上。经过我们多次沟通协调，联络感情，于3月7日与普洱市交通运输集团公司签署了乘意险业务合作协议，在全市全面准入乘意险市场，并在乡镇以下线路作为主体公司进入，夺回了失去多年的乘意险阵地。截止6月30日，全市系统乘意险保费收入42万元。

通过积极的公关协调，与思茅民航站增进了友谊，密切了关系，巩固并占据了航意险市场的主导地位。

积极做好学平险的前期准备工作，与各级政府分管领导及教育局主要领导沟通协调，争取到市场份额的支持。

着力加大与银邮代理单位的合作力度，融洽感情，改善和加深了合作关系，在巩固原有的代理网点的基础上，新的渠道网点不断增加。

(四) 借势推动，抢占两乡

积极争取政府发文，市县乡村四级联动，大力开展中国人寿“保险先进村”建设活动，打好农村“圈地战”。在分公司取得普洱市政府发文支持开展“保险先进村”的文件后，九县一区支公司也先后争取当地政府发文，支持中国人寿在当地开展“保险先进村”建设，有效地抢占了农村保险市场，取得了可喜成绩。今年以来，我们以普洱市政府表彰15个首批达标的中国人寿“保险先进村”为契机，加大创建工作力度，把创建目标落实到村社。在各级地方党委、政府的大

力支持下，我市“保险先进村”建设得到了全面推进。截止6月30日共创建达成17个，达成率为41%，为达成全年创建目标打下了坚实的基础。

(五) 强化培训，增强素质

鉴于普洱分公司队伍基础建设薄弱，整体素质不高，今年以来，我们加大了队伍的培训力度。分公司先后进行了会议培训2次，新人培训班2次，班子和组训培训班1次，周工作模式培训班1次，银保培训班1次，主管培训班1次，参训人数440余人次，队伍整体的素质的得到了提高。个险队伍留存率73%，人力规模734余人，有效人力60%以上，举绩率51%以上。

(六) 强化管理，确保效益

三、存在问题

上半年，我们做了大量艰苦的工作，取得了来之不易的成绩，但也还存在着不容忽视并有待于在今后的工作中加以克服和改进的问题。

一是业务发展滞后。全市系统总保费出现负增长，10个经营单位，只有宁洱、景谷县支公司是正增长，其余的均为负增长，而占全系统业务近三分之一的思茅区支公司，负增长高达29%。

二是队伍的基础建设薄弱，对团队的培训欠账太多，整体素质不高。基础工作不扎实，队伍建设薄弱，教育培训跟进不足，整体素质有待提高。

三是期交业务发展缓慢，低于全省发展水平。一方面反映在“开门红”，部分县支公司没有按照分公司的要求、步骤、方法按时完成；另一方面反映在二季度期交业务的启动、推动上没有及时跟上分公司的步伐，贻误战机，影响进度。

四是执行力不到位，有的支公司对完成任务目标的决心不坚定，态度不积极，甘于落后。

五是人力规模不足，增员难增员的问题始终是困扰着普洱公司一大难题。个险队伍开单人力和举绩人力严重不足，城区队伍规模小、活动量低。

以上是上半年的工作总结，相信在下半年我们会越做越好。

营销副行长竞聘演讲稿篇五

演讲稿可以帮助发言者更好的表达。在社会发展不断提速的今天，我们可以使用演讲稿的机会越来越多，演讲稿的注意事项有许多，你确定会写吗？下面是小编收集整理的竞选营销经理演讲稿，仅供参考，大家一起来看看吧。

尊敬的各位公司领导：

你们好，我叫穆森，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。

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。

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！