

2023年营销主管演讲稿(优秀7篇)

要写好演讲稿，首先必须要了解听众对象，了解他们的心理、愿望和要求是什么，使演讲有针对性，能解决实际问题。那么我们写演讲稿要注意的内容有什么呢？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。

营销主管演讲稿篇一

我叫，今年32岁，毕业于财经大学。我竞聘的岗位是县支公司个险销售副经理。今天参加这次竞聘，不仅仅是我的荣幸，更是我事业路、人生路上一次极为重要的机遇和挑战。为此，我精神振奋，信心百倍，严阵以待。

站在这个演讲台上，我首先要表达的是蕴藏在内心深处的感恩之情。感谢寿险营销这个行业，圆了我的创业之梦；感谢中国人寿，对我的哺育与成长；感谢公司领导的潜心栽培及引导；感谢全体伙伴的帮助与支持。今天特别要感谢的是自己恰逢人生的机遇之春，成长在一家好的公司和好的团队。

我是一个完完全全的寿险营销人。还记得年的月的一天，刚出大学校门的我怀着对未来的美好向往一脚踏上了寿险营销之路，一走便是近九年。年初夏的月我加盟了中国人寿抚州分公司，由此走上了事业发展新的起点与新的征程。年至年，我在分公司营业部担任组训工作，并在年被评为全市优秀组训。年受聘为中国人寿东乡县支公司营销部经理，在公司领导和全体员工的共同努力下，公司勇夺“全市营销霸主”和“全市培训工作先进单位”两项殊荣。同年，我还同时受聘为中国人寿省分公司教育培训部讲师。年月，由于怀孕而调回市分公司个人业务部担任讲师一职。年月，受分公司的委派，我和姜荣和两人到上顿渡营业部，协助管理个险业务，在“奋战60天，突破1000万”的活动中，上顿渡出色地达成了目标，获得了本次业务竞赛的第一名。年月，乘中国人寿

人事改革的东风，受总经理室信任与重托，我担任了南城县支公司营销部经理。

在公司参加的各种培训是帮助我成长的催化剂。年月，我参加了中国人寿省公司首期组训培训；此后多次参加组训讲师提高班；年参加了“保险中国风全国讲师组训培训班”；年月参加“全省县支公司经理培训班”；年月，参加了“行者无疆，宇雷增员”培训。

这些年的经历都说明，是中国人寿发现了，是中国人寿培育了，是中国人寿成就了。“滴水之恩当涌泉相报”，我将与公司共命运，继续为公司的发展尽个人的绵薄之力！

其一、我对寿险信仰，对公司忠诚，对事业执着。

我深知寿险对于国家、对于社会、对于家庭的意义。因此，我不把寿险当作产品，而是把它当作一种信仰。我相信寿体现了人类向真、向善、向美的愿望，和崇高的道德情操。

忠诚大于能力。员工需要公司的帮助，公司更需要员工的忠诚。作为中国人寿的一员，我感到自豪，更感到责任，中国人寿培育了我，我就应该回馈中国人寿，我愿意用我的所学，所长为公司的发展尽职尽责。

对于事业的执着和对于工作的负责是我的作风。当我撇下不满周岁的孩子，服从组织的安排来到南城时就足以说明我对工作的态度与决心。

其二、多年的营销管理积累了丰富的实战经验。由于一直在一线从事营销管理，我能把握市场的脉搏；由于在团队中每天与业务员在一起，我了解他们的想法及心愿。因此，对于如何启动一个市场，如何扩展团队，如何按营销规律做事，有着丰富的实战经验，能够理论联系实际开拓性地开展工作。

其三、我累计授课达到2000课时，丰富的授课经历，让我不但能承担一个营销管理者的责任，还可以成为一个培训者和训练者。当前营销团队的培训是一项非常重要而又缺乏的工作。多年的讲师经历使我能及时发现培训需求，并且及时组织相关的培训，做到化教育培训于日常的工作中，从而不断地提高营销员的技能及主管的管理能力。

其四、年轻的我激情奔放，对未来所要从事的工作充满信心。营销需要理性的思维，还需要激情的带动。年青我擅于学习，有更大的成长空间。可以在学习中不断地提高管理的水平，做到与公司个险业务共同进步。

根据年初全保会上吴定富主席提出的“发展县域保险市潮的精神，大力发展农村网点是当前的必须。其一，农村市场对养老险、健康险的需求远远超过对分红险的需求，发展农村保险不仅市场潜力巨大，而且对于我们调整险种结构，提高经济效益非常有利。谁放弃了农村市场，谁就放弃了未来生存的机会。其二、对于同业竞争而言，城区的竞争日趋激烈，各公司在城区业务间的差别也将越来越校对于其他公司而言，在最近一、两年时间内，他们无人力，更无财力向农村迅速渗透。而这正是我们公司的优势，我们应该抓住现在的有利时机为未来的公司发展打下良好的基矗其三、农村网点是我们业务当前的有效增长点。城区业务经过这么多年及多家公司的共同开发，要追求更大的发展已经难度很大，因此，我们抓住这个当前业务的薄弱环节，下大力气，以推动农村业务发展作为当前业务发展的有力的增长点。

二、精心培育，抓好人才梯队的建设。公司的发展需要有一批忠诚于公司，热爱公司高素质的员工队伍。人才对于公司未来的发展居于一种战略的位置。县区公司的发展需要一群能既能上战场立功，又能带兵打仗人才。因此，作为公司一级营销管理者，我应该立足现在，面向未来培育一批优秀的，忠诚的人才。为此在基层公司，我将立足加强主管管理能力，提高业务员的市场开拓能力，积极培养组训人员的综合能力，

为公司未来的发展培育人才，储存人才。

三、以“强我国寿，富我员工”为主导思想，进行市场目标的设定与调整。员工只有收入稳定才能心态稳定。现在我们的员的平均收入处于一个偏低的状态。以南城为例，业务员在年平均月收入为350元，其中月均收入在1000元以上的有10人，在600元以上有18人，在400元以上的有21人，在200元以上的有18人，每月低于200元的有10人。根据当前的市场情况，员工月均收入在500元，才能解决员工的基本生活。也就是人均收入提高40%，就必须每年业务收入在上年的基础上提高40%。当然这40%的业绩的提升，一方要靠我们断地提高现有业务人员的业务能，提高人均的产能。另一方面靠不断地扩张队伍，从人力地发展来促进业务地发展。

配合以上三大策略，我将从以下几个方面来开展工作：

其一、从人心工程入手，盘活团队，增强团队的战斗力。

其二、强化各项基础管理工作，从而推动营销业务的稳定发展；

其三、一手抓业绩，一手抓增员，为业务的持续健康发展打下基础；

其四、强化教育培训的功能，通过培训增强主管的管理能力，业务员的开拓能力，和各级人员对公司的忠诚度。

行路难，行路难，

多歧途，今安在？

长风破浪会有时，

直挂云帆济沧海！

(二则)

几天来，我一直在衡量自己，回顾自己的经历，审视自己的能力。大专文凭，南京邮电学院毕业，7年的工作经验，助理工程师职称，中共-党员。面对着众多对手，我明白，这将又是一次内含契机的挑战。像每一位广东移动的员工一样，我不断的经历并直面着许多的挑战，6年前，刚毕业的的我满怀激情分配到了云浮移动公司从事机务员工作，一年多艰苦而又充实的无线网优工作，巩固了我的业务技能，成为云浮公司的“技术中坚骨干”很快，我迎来了我的第一个转折性挑战，在公司第一次举办的公开职位竞聘上，我击败了学历、工龄都比我高许多的同事，获得了综合部管理员的职务，负责公司的文秘及采购工作，由此，我也明白一个道理：挑战就是机遇，要想获得更大的契机，就必须不断的挑战自己！于是，一年后我又向自己发起了挑战：调到市场部从事业务推广、营销策划等工作。通过一系列的促销活动，有效的遏制了云浮联通以及电信小灵通的发展势头，保证了我公司在移动市场的市场占有率。这，更有力的证实了挑战自我带来的奇迹。由于具有较强的创新精神以及动手能力，公司领导先后安排我负责难度较大的新业务的开发、推广以及集团整体解决方案的实施工作。

其间，负责的“云浮无线石材网”、“易数人生”、“云浮wap本地化应用”等项目相继开发完成并投入商用，其中“云浮无线石材网”获得年省公司创新服务二等奖；“易数人生”项目获得省公司一致好评，作为第一批wap收费项目全省推广；“云浮wap本地化应用”项目被评为年省公司重点科技项目在从事集团整体服务工作期间，分别完成了云浮医保无线pos业务；云浮市政府、温氏集团、云浮办公系统短信改造；等一系列项目，在大力推广了我公司业务的同时，也获得了用户的一致好评，建立了牢固的客户关系。

年月，公司领导又把我调到竞争最激烈的县分公司担任市场

部经理一职，我明白，我又要面对挑战了，而这一次的挑战，是最直接的。在公司全体员工的努力下，我们克服了一个又一个的困难，粉碎了对手一次又一次的进攻，取得了市场占有率、运营收入、客户净增等指标的大幅上升，在年的县分公司经营绩效考核中，获得了上半年第一名、全年第三名的好成绩，年上半年模拟考核kpi指标全部达标。我认为，作为一名县分公司市场部经理的工作职责是：制定分公司市场部工作计划；对经营活动的全面过程管理，结合本地市场的特征进行市场分析研究，制定新业务推广及营销计划，要求他就像足球比赛时的场上队长一样，赛前要与教练一起根据对手的情况制定比赛方案，在比赛时要以身作则，冲锋陷阵，调动起全体队员的积极性，并根据赛场的实时情况进行调整，灵活应变。

要求他具有较强的执行能力、敏锐的市场触角、良好的沟通能力、较强的团队观念及无私奉献的精神。在努力工作的同时，我没有放弃对自己兴趣的挑战，曾经代表云浮移动参加过第一届文艺汇演、第一届员工运动会、第一、二届足球比赛，所写的论文连续两届获得“广东移动思想政治论文大赛”三等奖，我的摄影作品获得了第二届员工才艺大赛一、二等奖在不断向工作发起挑战的同时我也向自身的知识结构发起了挑战，不但参加了公司组织的各项培训，而且用三年时间完成了北京邮电大学通信工程系的本科函授学习，目前正在就读华中科技大学的mba课程。

挑战，不仅有契机，也获取了真诚的认可。我先后获得了先进工作者、工会积极分子称号，带领的项目小组也获得了优秀团队的荣誉，……回望身后一串串坚实的脚步，我也深深懂得：处在这个瞬息万变、经济浪潮汹涌澎湃的时代里个人的成就是微不足道的，世间的一切荣耀与成功都是短暂的、只有思想、道德和精神才是永恒持久的，前面还有更多的挑战在等着我……在不断的人生挑战中，我积累了自己独有的优势：高度认同公司企业文化、2年技术、4年市场和多年管理经验、心理素质强，不因心情而影响工作、强烈的事业心

和责任感、干净干事、具有一定的创新能力。

说到这里，或许有人要问：你讲的这些不是自吹自擂吗？不！我也有缺点，我的不足在于管理经验的不足，以及不拘小节的性格。我只是想通过一次又一次的挑战，发现、改进我的不足，只是想通过一名普通得不能再普通的年轻人的经历向大家证明：广东移动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，我会更加努力的磨练自己，提高自己。各位同事们让我们用全部的赤诚和智慧，去迎接改革路上方方面面的挑战，去迎接时代暴风骤雨的挑战，让我们云浮移动在挑战中去拥抱时代的辉煌。

1.银行营销主任竞岗演讲稿

2.竞岗演讲稿

3.竞岗 演讲稿

4.股级竞岗演讲稿

5.副科竞岗演讲稿

6.办公室竞岗演讲稿

7.如何写好竞岗演讲稿

8.科级干部竞岗演讲稿

营销主管演讲稿篇二

大家好！

首先，衷心感谢领导为我提供这样一个公平的竞争机会，使我有幸参与今天的竞争答辩。

我叫xxx[]是名刚出社会的大学生，入党积极分子，大专学历，在大学暑假期间曾在两所电子厂实习，所学专业是工商企业管理。

站在这里，面对在座的各位领导，我的心里充满感激和希望。同时又或多或少有丝紧张，感激各位给我提供了这样一个难的机会，使我有机会实现自己的人生理想；希望通过我的演讲，使各位领导更多地了解我。

我今天竞聘的岗位是人力资源部营销经理职务，之所以竞聘这一职位，我具有以下优势。

首先，我具备良好的思想品质和爱岗敬业、甘于奉献的精神。在校多年的工作经历，无论是在哪个部门、哪个职位，我都十分注重加强政治思想修养，思想上积极向党靠拢，行动上自觉服从党的利益，牢固树立正确的人生观、价值观。特别是进入院学生会后，面对全新的模式和繁杂的工作，我没有退缩，积极抓住各种机会努力学习，不仅在最短的时间内适应了工作的需要，而且在工作中发挥了一名共产党员的先锋模范作用。

其次，我具备担任人力资源部营销经理的素质和能力。我虽只是一名大专生，但是我具备《人力资源管理二级证》、《计算机证》、《驾驶证》、《普通话证》、《营销师证》，具备了营销经理所需的硬件条件；在实习期间，我一直在办公室从事文秘工作，大到工作报告的起草，小到电话通知开会，公文的起草和核稿，简报信息的撰写与编发，行报的编辑和供稿，对外宣传材料的撰写，无论大事小事我均认真对待，圆满完成，对营销行业的整体情况比较熟悉。累积的工作实践，使我对营销的工作由陌生到熟悉、由熟悉到熟练，而且能够提出创新工作、促进发展的建议和主张，特别是在

办公室综合工作岗位上做出了应有成绩。秘书工作经验使我具备了较强的综合管理能力。既有一定的文字能力，又有一定的人事管理经验。我还具有求实认真的工作态度。工作责任心强、适应能力强、肯钻研是我的一大特点，在做任何事情时，我都力求完美，碰到难题会想方设法解决。秘书工作和曾担任团支书、寝室长、课代表、院学生会干部的工作经历还培养了我一定的组织、管理、综合、协调能力，具备了所聘职位要求的素质和能力。

一是强化一个观念：就是强化发展的观念，用发展的思路想问题、用发展的眼光看问题、用发展的措施解问题，紧跟当今世界营销策略的发展潮流，不断学习新观点，注入新思维，创造新方法，实现新突破。

由之路。只有通过科学先进管理手段，才能建立起廉洁高效、勤政务实、勇于进取的员工队伍，才能实现降低管理成本，向管理要效益的目标。提升三个水平：第一个水平是理想信念水平。带头树立正确的人生观和价值观，树立明远的发展就是个人的发展，明远的明天就是个人明天的新观念，把为明远奉献作为一种职责、一种骄傲、一种追求，不断激发员工的凝聚力和创造力。第二个水平是工作水平。作为一名领导者，任何工作都要思考在前，计划在前，既要立足当前，又要着眼长远，分清轻重缓急，有的放矢，努力以最小的投入获取最大的效益。第三个水平是业务水平。要紧跟时代的发展，应对日益激烈的市场竞争，就必须不断努力学习新知识，掌握新技能，适应新需求，以过硬的业务，为明远发展服务。

因此，不管我的竞聘能否成功，我都将不改初衷，锲而不舍，一如既往地虚心学习，一如既往地扎实工作，一如既往地追求进步。我真诚地期望各位领导给我一个展示才能、实现理想的机会。最后，请允许我邀请在座的各位评委、领导一起，用最真诚、最热烈的掌声，为即将脱颖而出的青年干部祝福，为所有参加竞聘的人员祝福，为明远电子厂的美好未来祝福。

我的演讲完了，谢谢大家。

营销主管演讲稿篇三

大家下午好！

走上这个演讲台，心情激动，我们应该感谢酒店领导为培养人才的良苦用心，竞聘上岗演讲使我又获得了一次锻炼的机会，使我成长很快，对我个人的胆量、口才、气质提高都有很好的帮助，我希望每一位员工都能珍惜机会，勇敢的站在台上来参加竞聘，不论成败，都会收获很多。

本人王伟，我想大家对我已有了一个大概的了解，如果我还滔滔不绝的再来介绍自己，就浪费大家的宝贵时间了，如果你还不认识我，不了解我，我们私下多沟通，好，言归正传，今天我竞聘的岗位是餐饮部经理。

一、端正工作态度、树立行业新风

过去有的经营者认为菜品质量第一，服务质量第二，而实践证明：服务第一、菜品次之。假如，一桌非常丰盛可口的菜肴，让一位积极性不高的餐厅工作人员去服务，她板着面孔，一言不发，一副你爱吃不吃的姿态，酒杯中的酒没了又不及添加，骨碟中的残渣已满又不去更换，您想那会是什么气氛，就是素质再高的客人也不想再来第二次了。只有厨房与楼面配合好，相互弥补工作中的不足，才能发挥整个餐饮的优势，所以，要求我们一定不能将生活中的个人情绪带入工作中来，一走进工作场所，我们就要全心全意的用心为顾客服务，也就是要有一个好的工作态度。

热情、主动、微笑是我们对客应具有的工作态度，微笑的魅力——它是世界上最廉价的投资，却能获得丰厚的回报。微笑是自信的象征，微笑是礼仪修养的充分展现，微笑是和睦相处的反映，微笑是心理健康的标志。我们可每天在班前

会上讲一个笑话，调整大家的心态，每天对着镜子微笑一分钟，微笑是我们服务人员所具备的基本素质，我们需把微笑带给客户与同事。

良好的工作态度与服务意识，需要平时不断的对员工进行培训及员工之间交流经验，对员工服务意识教育必须做到及时，随时随地展开教育，在部门评选先进，学习先进，提倡互帮互助，共同提高的团队意识，使餐饮部员工更好的对客服务。只有一流的员工才能提供一流的服务，客人在酒店餐厅用餐在意的是员工能提供怎样的优质服务，不会在乎餐饮部经理是谁，我们的观念应该是员工服务顾客，经理服务员工，所以真正让顾客留下深刻印象的全部都是员工，并不是经理人，经理的工作主要是经管和协调员工，使员工更好的对顾客去表现，相信我能带好这个团队。

二、服务要个性化、服务不是口号

我们酒店业不能把服务停留在口号阶段，顾客是上帝，是一句口号、顾客永远是对的，也是一句口号，顾客是上帝，，我们能把顾客当兄弟就不错了，要重视顾客，真正把顾客摆在心上，用心的为顾客服务，不断推陈出新，引客回头，我们才能顾客盈门。

我们国内的餐饮服务就是缺乏主观能动性，注重每一个服务细节，在员工中提倡互帮互助，共同进步的行为，使新老员工具备同样的对客服务水平，主动引导客人消费，介绍某些特色菜品告知客人最佳的食用方法，比如某些菜需趁热吃、饮料加冰块更可口等，介绍菜品时退后一步，避免唾沫星溅在菜肴上，客人结账时，如果某个菜没有动筷，我们就需询问客人是不是不合口味，让客人提出意见并表示欢迎下次再来品尝之类的话，有些商务客人碍于面子，不好意思提出打包，我们员工应该主动提倡客人打包，杜绝浪费。

下面我举几个优质服务的例子：

上次去广州出差，我一帮老同学请我去吃饭，那个餐厅的生意非常好，大概是服务员忙不过来，就看到他们的老板走过来为我们点菜，就向我们推荐招牌菜：鹅肉，我差点说我不喜欢吃那个鹅肉，就听那个老板说，这个世界上有两种动物是不会得癌的，一个是海里游的鲨鱼，一个就是陆地上跑的鹅，我的朋友一听，好，来盘鹅肉，要半只还是一只？一只，那天我吃了不少鹅肉，原来来这里吃鹅肉就是冲着它不得癌，老板能这样引导顾客消费，我不知他的员工是不是也能说出这句话，如果每一个员都能这样做，生意肯定很好。

在北海现在有了麦当劳与肯德基，麦当劳与肯德基讲究的就是速度与服务，麦当劳为了使顾客喝到口感最佳的可乐，做了一个几十万份的调查，调查发现可乐保持4摄氏度的温度口感最佳，马上使所有的麦当劳连锁店按这个温度贮藏可乐，如果有一边的队排得太长，服务员会喊一声，那边的客人请到这边来点餐，主动引导客人，最让人感动的是，麦当劳与肯德基有那么多小孩子喜欢上那吃，就表示这是重要客户，所以当小孩拉着那些员工的裙子跟裤子讲话的时候，阿姨、阿姨，叔叔，你会怎么回答，我们的习惯顶多就是弯一下腰，问什么事？麦当劳与肯德基规定是蹲下，因为这个是未来的客户，今天跟爸爸妈妈来，长大了就会自己来或跟女朋友来，结婚了又会带小孩子来，所以他们的员工都是蹲下，眼睛与小孩保持平行的距离，他们对企业的未来想的比较长远，你只要在北海的餐馆吃个饭，再到麦当劳与肯德基点个餐，就会发现他们的员工与其它餐厅的员工不一样，不都是北海人吗？为什么他们看起来就是不一样，那就是文化教育熏陶出来的。

上海的必胜客经常都是客满的，有时候需要等待，客人一进去发现排了一条长长的队，有点想走的意思，就看到后面看来是个主管的人在说，快到了、快到了，接着咚咚咚，楼上跑下来一个女服务员，手上提个装满冰淇淋的篮子，免费冰淇淋，然后一人发一个，让客人边吃边等，其实就是缓解客人的焦急心态，吃了这个冰淇淋你就不好意思走了吧，就是

因为这种补偿，让客人心甘情愿排队等待，就是因为从老板到员工都能保持对客服务的一贯性，所以必胜客生意非常好。

企业的发展壮大离不开企业文化，我们因硬件满足不了客人的要求而失去客户是没办法的事，我们如果因为软件的服务不到位而失去客户，就不可原谅。

三、菜品要口味化、吃出餐饮文化

文化营销不一定需要很大的投入，一些细微之处的巧妙设计也会尽显酒店人的匠心。国外流行的菜单文学，就是一个绝佳的例子，通过菜单更好的宣传了酒店的经营理念 and 特色。在细小的地方显示出酒店的与众不同，首先从设计漂亮有特色的菜单入手，将我们的菜单制作的个性化一些，印上彩色海鲜的图案或一些招牌菜的图案，给客人的感觉菜单都如此精美漂亮，那菜品肯定可口美味了。

使用各种贝壳装盘来盛装菜肴就很有海滨特色，如果把这些菜肴再和海洋文化挂起钩来，起一个好听的名字，编一段动人的故事，再融入天湖，这个名字的传说，在餐厅挂上一幅幅海洋生物画，并详细介绍他的品名、特色、观赏价值，充分体现我海滨酒店的文化特色。展现酒店餐饮文化，也是我酒店的自主知识产权呢。

北海市商务单位每个月在接待方面餐饮的花费是酒店客房花费的2-4倍甚至更多，一餐饭加酒水都是消费千元以上，通过提高餐饮的菜品及服务，改变我们在顾客心目中餐饮差的印象，我们需推出特色菜肴吸引客户消费。

1. 坚持质量上乘的原则，即要求严格控制餐饮的各个环节，保证质量的稳定性，使菜品和服务质量不输于其它餐馆，同时狠抓成本管理，节约费用，在餐饮经营过程中，无疑其中仍存在相当的利润空间，这是提高餐饮经营效益的必要条件，把好采购关降低成本从而降低菜价吸引顾客，菜价在整体上

下降，某些高档菜可以价高，大部分菜优质低价，菜价在整体上是低的，但也照顾了高消费顾客的要求。

2. 坚持面向社会大众的原则，绝不能固步自封、自以为是，盲目提高自身企业定位，一定要摆正心态，放下星级饭店的架子(价位)，从消费实际出发，多多地开发出一些适应大众消费的产品，特别是要抓住节假日消费的高峰时节，不惜时机大力推广婚宴、团队、会议用餐，利用自身资源优势，增加服务项目，为消费者提供更多的选择。

3. 为普通出游的家庭提供低价优质的套餐和快餐。套餐分不同的档次，但主要是根据人数，如4人套餐、6人套餐、8人套餐，人数越多价格相对越低，这样可以吸引更多的人来消费。主要目的是以实惠取胜。

二十一世纪讲的是健康营养饮食，还需要绿色环保。所以客人需要什么样的菜，我们就去做什么样的菜，菜品不断的推陈出新，跟着市场脉搏走。厨师应施展个人技艺方面的拿手绝活，做一些有特色和创新菜式，可以当着客人的面进行某些菜品的艺术表演。积极利用新型食品原、辅料不断推出一些新菜品。在原辅材料的选用上取材恰当，做到物尽其用、节约成本。菜品的主、辅料搭配得当、主题明了、调味考究。突出菜品的色、香、味、型。适时推出特色菜，每周一款特价菜，用差异化吸引客人。

我们酒店远离市区，与市区酒店餐饮经营不同，我们有自身的特色与优势，海景餐厅、可口的菜品及优质的服务会吸引客人来，旺季做好会议餐、团队餐，淡季做好婚宴，现在的客人不会在乎酒店距离的远近，而更注重菜品与服务，吸引更多的北海市及侨港客人来酒店用餐，使酒店餐饮人气旺起来，做出有特色的天湖美食品牌。

四、做好餐饮营销工作，加强安全与卫生管理

注重营销工作的开展，积极配合酒店营销部策划制定餐饮特色促销方案，使营销人员每一次出外促销在餐饮方面都有创新，把餐饮营销与酒店客房、娱乐、会议等项目结合起来，采取多种促销宣传手段，利用现有的客源网络开发新的市场。

安全与卫生是餐饮的头等大事，餐厅卫生、厨房卫生，要给客人一个干净舒适的用餐环境，还特别应注意的是洗手间的卫生。为什么这样说呢？假若洗手间的卫生都搞得非常好，那么酒店餐厅的其它卫生可想而知会更好！整洁的卫生会给顾客留下良好的印象。

理论与实践犹如一个人两条腿走路，我已经不断的在学习国内外先进的酒店餐饮管理知识及先进的服务理念，有理论没实践如一条腿走路，希望大家给我另一条腿——实践，让我两条腿一起跑起来为酒店的发展贡献一份力量，请相信我的能力。我的演讲到此结束，谢谢大家。

营销主管演讲稿篇四

大家好！从事保险营销行业这么多年来，我渐渐明白，诚信是保险的灵魂，诚信营销、诚信服务也让我的事业变得精彩。

曾有一位客户主动提出要投保10万元保额的保险，20年缴费。但我了解到客户所在企业效益不好、又有孩子需要抚养，客户可能会面临较大的经济压力。我想，做保险不是收的保费越多越好，而要看客户真正需要什么。于是，我劝他选择了5万元保额的保险。

不久，这位客户下岗了，整天呆在家里打牌，原本和睦的家庭关系蒙上一层阴影。我看在眼里急在心里，积极帮这位客户想办法，一个星期后，我帮他在长宁区一个小区找了一份物业管理的工作，上下班都很方便，客户一家顿感惊喜和感动。

平时，我一直默默地尽我所能帮客户排忧解难，为他们客户孩子请家教、办转学，帮着他们介绍工作、甚至搬家。我渐渐成为客户心中值得信赖的朋友。

我觉得，保险服务不在一时，而在一世，只有客户满意，我的展业路才会越走越宽敞。

善待客户的真情深深打动了他们的心。这件事很快在部队医院传开了，不少人专门找我来投保。

一位女客户不到半个月就将临产，她丈夫因工作关系出差。我很惦记着她，来到了她家。见到客户后，直觉告诉我，她应该马上进医院。我把她送到医院，医生诊断需立即生产。大约过了2个多小时，顺利产下一个女婴。

事后，有人惊讶地问我，她在你这里买了多少保险？我平静地答道：“关键不在于她买了多少保险，而是她买了保险(虽然只有700多元)，我就要全心全意为她服务，我这样做很值得。”我自己多了一些不便，却换回了她们母女二人的平安，有什么不好呢？作为她们保险代理人，对客户不但需要诚心，更需要细心。

是客户真正造就了一个全新的我，是保险事业造就一个全新的我，是销售中的经历造就了一个今天的我。诚信，就像“钻石”一样，散发着永恒的光芒，一路伴随我开创更美好的人生！

营销主管演讲稿篇五

各位亲爱的朋友们：大家好！

首先，我要感谢一直以来支持我的朋友，同时也要感谢指责

我的朋友!感谢你们!真诚的感谢!(弯腰行礼)

有了你们的支持,我赢得了自信!有了你们的指责,赢得了自己!认识了自己!世事是相对的,有优点也就存在着缺点,有缺点呢?当然也就存在着优点。你们说是不是?恩,然后我们要怎么样啊?亲爱的朋友们?你们说,呵呵 恩,我们要用智慧的眼光去发现人家的优点和缺点,要用真诚的眼光去看待别人的缺点,同时呢?朋友们,你们说还要怎么样呢?恩,对了,还要真诚的帮助别人改进缺点,更重要的是要怎么样啊?呵呵对了,要扬长避短,学习人家的优点,改进自己的缺点。

那么,在坐的各位,有谁知道我接下来的这份工作是份什么工作呢?呵呵 对了,是保险营销工作!是份慈善工作,是份光荣的工作,是份神圣的工作,是国家大力推广的保险事业,是受法律约束和保护的工作,以《中华人民共和国保险法》为营销规范,以《中华人民共和国消费者权益保护-法》为营销基本,以《中华人民共和国民法通则》为营销法则。

那么,在坐的各位亲爱的朋友们,有谁知道,保险的意义呢?有知道的朋友请举手回答。呵呵 对了,保险就是为风险上好保险,任何的事物都有其特定的或不定的风险,风险是很难保证很难把握很难避免的危险,亲爱的朋友们,你们说是吗?一个人从出生那天起,要面对什么啊?亲爱的朋友们,你们说,呵呵 对了,人从出世的那天起,要面对现实,是吧?现实中的生老病死,有人会真的避免得了吗?当然不可能避免啦,是不是?呵呵 所以,你们说,人的一切风险要怎么样才能保证好,怎么样把风险降到最低呢?对了,就是为自己做好预防准备,不怕一万,就怕什么啊?对了,不怕一万,就怕万一。

而要怎么样去为自己上好保险呢?亲爱的朋友们,请你们看《保险法》上的条款,就会知道,《保险法》第十八条规定的,保险公司的净资产不能低于多少人民币啊?对了,不能低于两亿元人民币!所以说,保险公司可以说是人们的第二家银行!功能与性质基本一样,但是,相比之下,保险公司的作用

要大些，为什么呢?呵呵 亲爱的朋友们，金钱是用来干什么的?是的，谁都知道，钱是用来买东西的，是交换等价商品的等价物，是种货币。如果你把钱放进银行存起来，你只能是需要时去取，而如果你把钱投入到保险公司，那么你的钱的作用要大得多，因为，在保险公司的钱可以为你买到平安，买到安稳，买到保障，亲爱的朋友们你们说是不是?而且，保险公司也具有投资理财的功能，根据目前我国发展的形势和对货币政策的调整，人民币有被贬被升的风险，通货膨胀或者商品过剩，你们想人民币的价值会怎么样?当然会遭到影响，比如说在九几年前的人民币和现在的人民币同样面值的现金价值相差多远?九几年的100元和现在的100元的价值或者说交换的商品区别多大?大家可想而知了。

那么，亲爱的朋友们，有谁知道营销和传销的区别吗?有谁知道，请举手回答。呵呵 恩，营销和传销的区别有这么几点。请各位亲爱的朋友们注意听好。

第一，从法律角度来说

营销是以法律程序和法律规定的条款来进行销售和推销的合法销售活动。

而传销，是不按照法律程序和法律规定的条款来进行的非法销售和推销的活动。

所以说，营销是受到法律保护 and 调解的合法的销售活动!而传销是用欺骗和敲诈的违法犯罪的的手段来向客户骗取钱财的. 推销活动，传销是违反刑法的诈骗罪，是要判刑的，要受到法律制裁的!

第二，从销售模式角度来说

营销是连锁销售，比如分公司，支公司经营销售，而且还有固定经营场所和相关合法资格证，是可以查询的。

而传销，一般是没有连锁的分支机构的，只有空无虚有的公司（有些也是借用或者盗用别人公司的名义来欺诈），也没有相关的合法资格证，也查询不了的。

第三，从产品的角度来说

营销的产品是有很多种类供客户选择和查询的，而且，产品都有相关的售后服务和服务免费电话查询的，有专人来处理相关事宜的，有由国家颁发的证书的精算师和理财师来为产品计算和规划的。

而传销，是没有很多产品种类供客户选择和查询的，是单一的产品，是样板而已，而且没有相关的售后服务和服务免费查询电话的，也没有由国家颁发的证书的精算师和理财师来计算和规划的。

所以，各位亲爱的朋友们，你们觉得保险营销是怎么样工作呢？呵呵

而实际上，保险是一种相当于慈善事业的事业。因为，人们通过买保险的形式，把风险转嫁给了保险公司，交给保险公司承担人们的风险。如果有朋友不明白保险意义的，就去书店看看有关保险知识的书籍吧。

ok!最后，我真诚感谢在坐的各位朋友，耐心听完了我的演说，也感谢各位朋友诚恳地与我互动和交流，真诚的感谢，各位亲爱的朋友们!!(弯腰行礼)。

营销主管演讲稿篇六

市场营销是工商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市场营销观念，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市场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。

营销主管演讲稿篇七

你们好！我展示的是市场营销基础课本第五章第三节——市场定位。下面，我将从教材分析、学情分析、教学目标、教学方法、教学过程几个方面来展示我的说课内容。

（一）教材

本教材由高等教育出版社出版，由张润琴教授主编，教育部职业教育与成人教育司推荐教材。本书按主教材各章的顺序编写。本书内容全面、题型多样、实践性强，不仅有助于学生掌握营销基本理论和基本方法，而且对培养学生的营销意识极为有利。

随着我国市场经济的不断深入及国际互联网的日益普及，传统的营销发生了很大的变化。为适应这一新的经济发展形势对人才的需求，必须给中等职业学校市场营销专业教材赋予新的内容。

本教材具有以下特点：

- 1、体系新颖，内容丰富，涉及面广
- 2、内容新，知识、技能点简单明了
- 3、实践性与实用性强

（二）市场定位在本教材中的地位与作用

目标市场营销由市场细分、目标市场选择和市场定位三个步骤组成，企业选择了目标市场，并确定了目标市场营销战略，也就明确了企业的服务对象和经营范围。市场定位是企业最终取得竞争优势的关键一步，是整章内容的最终落脚点。

学生通过前面章节的学习已掌握了市场营销的基础知识，并对市场环境有了初步了解，同时按学习要求学生已尝试着用基本的营销思维来思考问题。但由于学生初次接受专业的市场营销学习，专业水平不高，大部分学生还不能灵活全面地思考问题，分析问题解决问题的能力还有待提高。

2、能力目标：培养学生对市场细分、市场定位进行实际分析的能力。

3、情感目标：提高学生协作互助的精神。提高学生主动观察与自主分析问题的能力、语言表达能力。

课程结束后：网络教学法、反思教学

1、教学准备：备课、制作课件、学生预习

2、复习巩固：（3分钟）通过提问法帮助学生回顾上讲内容（目标市场细分的因素，如何进行目标市场策略选择）

5、课堂总结：5分钟（市场定位的前提是企业营销的差异化，通过学习要能为企业进行准确的市场定位及目标市场选择，将市场机会变成有利可图的企业机会）

6、布置任务：2分钟（如果课后实践题可操作性强，且适合学生的实际情况，就选择课后实践题作为课后作业，否则应该选取接近学生水平，有利于学生巩固专业知识，同时开拓市场营销视野的课题进行作业布置：例如如何提升张裕葡萄酒公司的品牌形象）

短、精益求精，把自己的教学水平提高到一个新的境界和高度。

以上就是我对本教材市场定位一节课程进行的说课内容，由于本人能力有限，说课过程中出现的不足，还请各位领导、

老师给予指导，谢谢！