

最新以品牌为题做一个演讲(大全5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

以品牌为题做一个演讲篇一

先和大家一起回忆几个故事：一个大公司招聘人才，尽管面试的人都很自信地回答了问题，但是没有人通过，这时有一个人走进来，发现干净的地毯上有一张纸团，就随手捡起来准备扔进垃圾桶，这时主考官说请你把纸团打开，他打开一看上面清楚地写着“热忱欢迎你来我们公司任职”。这位应聘者后来成为这家公司的总裁。

国内有一家药厂，准备引进外资，扩大生产规模，他们邀请德国拜尔公司派代表来药厂考察。在进行了短暂的室内会谈之后，药厂厂长便陪同这位代表参观工厂，就在参观制药车间的过程中，药厂厂长随地吐了一口痰，拜尔公司的代表清楚地看到了这个场景，便马上拒绝继续参观，也终止了与这家药厂的谈判。

“一张纸团成就了一个人才”，“一口痰吐掉一个联营药厂”这些故事反映了细节的重要性：成也细节，败也细节。

俗话说：“千里之堤，溃于蚁穴”。任何宏大的计划、壮伟的工程、都依赖于每个细节与步骤的正确实施和准确到位，否则，“失之毫厘，谬以千里”。

美国宇航航天局的哥伦比亚号航天飞机胜利完成任务，在返回地面过程中，接近地面前十八分钟时所发生的爆炸空难也

许大家还记忆犹新，为何会产生那次空难？这也许是每位地球人都希望知道的。但遗憾的是经科学家的多年研究和最终分析结果，却是因为飞机左翼与机身连接处的一颗铆钉铆固不牢所引起，就是因为这一小小的细节最终导致了那次空难的发生！我想如果他们检测维护人员在飞机进行那次航天飞行前能端正工作态度把每项工作做得更精细一些，也许可以避免那次空难。

细节之所以重要，还在于小的细节往往决定了事物发展的方向，说到这里我们大家一定早就注意到，我们国家在年度经济工作会议中提出：要努力实现国民经济“又好又快发展”，与过去“又快又好发展”的提法有所改变，“好”字排在了当头，为什么会这样呢？我们先来看看下面这些数据：全国1/3的城市人口呼吸着严重污染的空气，有1/3的国土被酸雨侵蚀，经济发达的浙江省，酸雨侵蚀率已达到100，酸雨发生的频率，上海达11，江苏大概达12，华中地区及部分南方城市，如宜宾，怀化，绍兴，遵义，宁波，温州等，酸雨频率超过90。中国经济的快速发展已经呈现出与社会效益极不和谐的状况。

因此，从“又快又好”到“又好又快”，这一小小的文字细节变化，反映的是国家经济发展理念的一大转变，这表明我们党更加重视经济发展的质量和效益。

那么一个城市一个细节的改变，也能充分体现一种创新精神，一种反思精神。大家都知道，马路两边的人行道一般都高出路面一个台阶，但大家是否注意到，我们__马路两边的人行道，却在不久前将人行道上的盲道与各出入路口交界的地方重新铺设，使之与各出入路口平行。这一细节的改变，使我们具体而又实实在在地感受到了市委、市政府正在从细节入手打造我们的“宜居城市”。

莫以善小而不为。良好的习惯、严谨的风格、务实的作风都可以在细节中体现。我们机关事务管理局，是机关后勤服务

单位，工作琐碎、繁杂，细节更能彰显它独特的魅力。如送上一句您好、请坐，端上一杯热茶；维修人员穿着一一次性鞋套走进居民家为其提供服务等等，这许多的细节使我们的服务承诺落到了实处，受到了广大机关干部、职工的一致好评，由此可见，关注服务细节，做好细节服务，是我们实现优质服务，打造服务品牌的法宝。

小事成就大事，细节成就完美。蒸汽推动锅盖再常见不过，可瓦特却抓住这一细节，不断地思考、创造，制成了第一台蒸汽机，终于引来了人类的第一次工业革命。

联系到幼教工作，我认为细节就是责任心。作为幼儿教师，我对自己的要求是做幼儿的好朋友、好妈妈和好老师。做好朋友，要学会用幼儿的眼光看待事物，了解幼儿的需求，和幼儿融在一起；做好妈妈，要用爱来包容幼儿的一切，关心幼儿的吃、喝、拉、撒、睡等；做好老师，我们不但要对幼儿负责，对家长负责，对幼儿园负责，对自己负责，更要对国家负责。对幼儿负责，就是要平等地欣赏、对待身边的每一位幼儿，注重幼儿的个体差异，因人施教，促进幼儿富有个性的发展。对家长负责，就是要担负起培养幼儿良好习惯的责任，切实为家长解决后顾之忧；对幼儿园负责，就是要把幼儿园的发展看成是我的责任，始终如一的以主人翁的精神去关心幼儿园，热爱幼儿园，为幼儿园的发展献计、献策、献力；对自己负责，就是要在面对建设“经济大市、商贸强市、宜居城市、文化名市”这样好的发展机遇，牢固树立赶超意识，养成勤奋学习、终身学习、善于思考、勇于探索的良好作风，在本职工作上不断取得优异成绩；对国家负责，就是要牢记《幼儿园教育指导纲要》宗旨，从实际出发，因地制宜地实施素质教育，为幼儿一生的发展打好基础。

我们大家知道，把每一件

以品牌为题做一个演讲篇二

大家好！我叫***，来自***营销部，今天我演讲的题目是《真诚服务赢得市场 成就品牌建功立业》。

20xx年全国烟草工作会议明确提出，全行业要以“卷烟上水平”为基本方针和战略任务，品牌发展力争到20xx年实现“532、461”品牌战略目标。其目的在于通过市场化改革，提高中国烟草整体竞争力，将中国烟草企业和品牌做大做强。

面对“532、461”的品牌发展战略，作为一名服务于营销第一线的客户经理，如何在这品牌培育的最好时期，圆满地完成品牌培育的各项工作任务，促进品牌健康成长呢？我认为，以真诚服务为本，以品牌培育为根，要先赢得客户的真心认同，提高客户对品牌培育的配合度和主动性，赢在终端，占有市场，才能培育出生命力强大的品牌。

虽然每个客户的经营情况都有所不同，但是客户对品牌培育最大的兴趣就是该品牌能为他带来多大的利润。利润越高，客户销售该品牌的积极性和主动性就越强。而“532 461”的知名品牌结构相对较高，批零差价有一定优势，客户销售能获得更高的利润。

针对这点，我会结合客户的经营环境、经营能力等信息，以“532 461”的知名品牌为培育对象，将提升客户的盈利水平作为第一服务需求，为客户制定好品牌培育指导计划。

首先我要端正自己的工作态度，以一颗真诚的心开展客户服务工作，加强与客户联系和沟通，将心比心，用心去分析客户的需求，细心为客户的方便和利益着想，与客户形成良好的客我关系，赢得客户对品牌培育工作的真心认同。

对于品牌宣传，我是将品牌基本特征、销售亮点及文化内涵等基础信息进行汇总整理，形成自己的并具有地方语言特色

的品牌培育推介语，这样就能让客户更加容易接受和理解品牌的内涵，达到提高品牌知名度的效果。

品牌上柜后，我会帮助客户进行卷烟陈列和明码标价维护，将品牌放在容易看到，容易与同类比较，方便拿到的地方，这样能增强品牌的视觉效果，提高消费者的购买欲望。

跟踪服务是品牌持续发展的保障，首先要继续加强对客户进行品牌的宣传引导，提高品牌的知名度；第二要加大对客户的品牌销售技巧培训，提高客户向消费者推荐和销售品牌的能力；第三是要指导客户建立合理的库存管理，避免出现品牌脱销或滞销情况，给客户造成损失；第四要及时跟踪品牌培育过程中存在的问题，并及时解决。这样才能保障客户卷烟经营的盈利水平，最终提升品牌培育工作效果，达到品牌培育的最终目标。

基础知识到提升品牌培育技巧，从卷烟陈列到店面布置，从指导经营管理到科学库存管理。我步步为营，持之以恒，怀着一颗真诚的心，开展“情感”营销，用诚心打动客户，努力提升客户的卷烟经营综合能力，提高销售卷烟的积极性，特别是让他体会到卷烟经营利润的提升。

在我的指导下，他丰富了卷烟品种，由原来的43种增加到84种，合理规划每次的订货量，严格执行明码标价□20xx年上半年该客户的卷烟月均销量为453条，月均购货金额为5万多元，月均毛利7234元。卷烟销售结构有很大提升，200元每条的卷烟品种有26个。特别是黄鹤楼品牌，由4个牌号增加到8个牌号□20xx年上半年销量由19条上升到20xx年的132条，双喜品牌由6个牌号增加到8个牌号□20xx年上半年销量由46条上升到20xx年的212条。现在吴老板是一名片区零售终端品牌培育示范户，每次有新品牌上市时都会主动跟我联系，要求向他提供品牌培育基础信息和营销技巧等。

“532、461”知名品牌卷烟的培育任重而道远，新的目标，

赋予我们新的使命，作为一名品牌培育第一线的客户经理，我牢牢树立“品牌培育是第一要务”的工作理念，增强品牌培育意识，强化责任，以“满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新”的精神状态做好品牌培育各项工作；努力学习市场营销知识，敢于创新，全面提升自己的品牌培育能力。为“532、461”知名品牌的培育和成长贡献自己的力量，在客户经理的岗位上为品牌培育建功立业。

我的演讲完了，谢谢大家！

以品牌为题做一个演讲篇三

尊敬的各位领导，各位同仁：

大家好！我叫？，来自？，今天我演讲的题目是《品牌培育—从点滴做起》。

往日的辉煌早已刻入历史的丰碑，唯有那奋进的脚步还频频敲响于我们耳际。今天，我们欢聚一堂，不是为了沉醉于过去的辉煌止步不前，而是要接过前辈的重担做太行山上开创未来的愚公；今天，我们激情昂扬，不是为了重温一个个洋溢着誓言与汗水的镜头，而是要接过历史的绳索，做黄河口顽强拼搏的纤夫！在新的历史起点，面对“532”“461”所带来的巨大挑战，我们将从基层抓起，从点滴做起。

品牌培育是实现零售户满意的基础，是实现消费者满意的保证，是烟草客户经理的重要职责之一，更是烟草全体干部职工脚踏实地、默默无闻的实际行动。

在我们的身边有这样一个人，工作中他“把客户当亲人、视客户如上帝”，在工作岗位上散发着自己的“光”和“热”，他就是我们的客户经理—李长收。记得，去年冬天的一个早晨，他正常在管辖区内走访，走到客户赵大娘店里时，发现大娘蜷缩在床上，浑身瑟瑟发抖，咳嗽的厉害，他二话没说，

抱起大娘转身向医院奔去，陪她拍片子，做检查，直到中午陪大娘打完点滴，把大娘送回家，他才放下那颗忐忑不安的心。赵大娘老伴去世的早，儿女都在外打工，无人照顾。李经理临走时，赵大娘用颤抖的双手拉着他说：“亲人哪，你就是我亲人。”话语不多，但大娘早已是满脸泪花。在海港还有一位客户，名叫赵云河，是一位手拄双拐，腿脚不便的残疾人，妻子又是哑巴，对于这个特殊家庭，在走访过程中，李经理都有意增加服务时间，指导其经营，了解其需求，给他详细介绍卷烟新品牌，悉心地指导他如何根据品牌来摆烟，在他的细心指导下，赵云河科学规范的建立了烟草购销规划，营业收入也从原来的500元逐渐上升到了现在的1000元，小两口也慢慢过上了幸福的生活。中国移动有句广告词：“沟通从心开始”，他就是这样怀着“一切从客户出发，一切为客户着想，一切对客户负责，一切让客户满意”的理念，用真情打动客户，用热情感染客户，在普通、平凡的岗位上，为提结构，促销量谱写着烟草人“爱”的篇章。

像李经理这样的人，在我们烟草还有许许多多。面对品牌培育的需要，多少次他们顶着大雪纷飞、北风怒吼的寒冬，深一脚、浅一脚地攀行在风雪的路上；多少次他们迎着骄阳似火、酷热难耐的盛夏，奔波在车水马龙的城镇和炊烟升起的村庄；又有多少个本应合家团圆的日子，他们坚守岗位，让忙碌的身影无怨无悔的伴随着一个个春夏秋冬。

一份耕耘，就有一份希望；一份打拼，就有一分收获。基层单位作为品牌培育工作的前沿阵地，我们更要有勇于付出、乐于奉献的精神，更要有负责、创新的心态。

责任与创新，是企业永恒的需要，在责任感的驱动下，我们会积极挖掘自我潜能，更加坚韧、执著、充满激情地勤奋工作。创新有多远，我们的烟草就能走多远。全面推进“532”“461”这一基本方针和战略任务的实现，需要我们不断提高创新意识，用创新的眼光、发展的眼光解决我们前进中的问题。在观念更新与实践创新的交互推动下，促使

品牌培育工作在更高起点上取得新的突破。

“赤橙黄绿青蓝紫，谁持彩练当空舞”！同志们，作为“品牌培育”的直接践行者，让我们携起手来！从现在做起，从点滴做起，脚踏实地做好品牌培育工作，斗志昂扬地去迎接东营烟草更加美好更加灿烂的明天！

谢谢大家！

以品牌为题做一个演讲篇四

在“成就食品品牌·大农业营销峰会”上，端正品牌顾问创意总监赵振宙先生作了题为“食品品牌非常道”的讲座，提出了“大农业的诺曼底是食品”、“先有战略，再有品牌管理”等诸多观点，并且从品牌和营销的角度，深入解析了成就食品品牌的全攻略，赵振宙先生认为应该让品牌助力营销，让营销成就品牌。成就食品品牌，应该经历以下三个过程：

一、品牌定位——占领消费者的心智

杰克·特劳特认为，定位就是令你的企业和产品与众不同，形成核心竞争力；对受众而言，即鲜明地建立品牌。品牌定位，就是提炼出品牌独有的“个性”。一个产品品牌不可能在消费者心智资源中占据同类产品市场需求的所有位置，只能选其中最独特最能体现品牌独有“个性”的一点作为品牌的定位，才可能在目标消费者心中留下清晰的记忆。比如，农夫山泉的“农夫山泉有点甜”，七喜的“非可乐”，王老吉的“怕上火，喝王老吉”就是抓住了品牌独有的“个性”，从而获得成功的案例。

在品牌定位时，还应该避免定位的误区，主要有：

1. 简单以价格为定位——高档、中档、低档

2. 认为品牌定位就是单纯的提炼一句广告语
3. 没有系统的定位理论和思维
4. 频繁更换定位
5. 定位长期一成不变

二、品牌塑造——让你的品牌“与众不同”

在品牌定位的基础上，我们还要对品牌资产进行独特的管理和塑造，

以农夫山泉为例，在进行品牌定位之后，对品牌进行了一系列的塑造，在产品的包装形式上进行创新并多样化，通过公益广告“一分钱的账单”、“阳光照亮贫困”建立起有责任感的良好企业形象，赞助体育赛事，作为体育赛事专用水，提升了产品的可信任度。品牌塑造是一个长期的系统的工程，企业可以通过广告、大规模的公益和赞助等循序渐进的进行品牌塑造，通过建立品牌优势来刺激和吸引消费者的购买冲动。

三、品牌整合传播——让您的品牌“广为人知”

品牌的整合营销传播可以通过广告宣传、公关活动、销售促进等手段来实现。广告的形式有平面广告、户外广告、电视广告、广播广告、网络广告等，贝蒂斯橄榄油就是通过央视广告成功实现了品牌的传播；公关活动有展会营销、赞助营销、事件营销、新闻营销等，壹号土猪通过大学生卖猪肉的新闻，博得大家的眼球，从而达到了营销传播的目的。销售促进常用的手段有买赠活动、打折优惠、捆绑优惠、新品发布等。品牌整合传播，就是要让你的品牌“广为人知”并得到消费者的认可，当喝去火的饮料时首先会想到王老吉这个品牌，需要吃“非油炸”方便面时首先会想到五谷道场，需

要饮用“天然矿泉水”时首先会想到农夫山泉，想喝“非可乐”饮料时首先会想到七喜。

当今时代是品牌竞争的时代，如果没有品牌竞争优势，企业就难以稳定发展。未来食品行业的出路就在于成功打造自己的品牌，只有拥有自己的品牌，才能在竞争中占尽商机，赢得消费者的喜欢和信赖。

欢迎与作者探讨您的观点和看法，电子邮件：836438956@

以品牌为题做一个演讲篇五

面对今天的主题，使我的思绪飘到了使我为之奉献的、团结的、战斗的集体当中，说团结，是因为我们有着同样的感受，同样的梦想，点点滴滴的客运情缘把我们的心联系在一起，说战斗，是因为我们每个客运人都有昂扬的斗志，忘我的工作热诚，为了客运事业的灿烂辉煌，我们在耕耘，在奋斗。

四年前，我加入到客运公司这个连着交通命脉的队伍，记得刚来客运站的时候，有过茫然和不措，面对新的工作岗位，我困惑过，感觉离梦想似乎有些距离，但我耳闻目睹客运员工的工作热情和共同进步的良好氛围，我深深的感悟到，我们每个人都在平凡的岗位上做着平凡而又不可或缺的工作，逆境求存，志当存高远，人只有为“信仰”，才能做出流芳千古的事业来，回首那一段段客运工作场景，我们客运人的一串串脚印，一滴滴汗水乃至一滴滴心血，铸就了艰苦奋斗勇攀高峰的创业精神，志强不息奋进的拼搏精神，服务全局爱岗敬业的奉献精神，这种精神已经成为文明交通，服务百姓最直接、最具体、最鲜活的体现和展示。

我们选择了客运事业，从某种意义上来说，就已经选择了奉献，就注定我们要在这里扎根，驻足，守望，我们或许失去了一些东西，但我们没有失去对客运事业的精神信仰，在这片充满生机的土地上，我们正用汗水印证成长，用奉献丈量

价值，我们用实际行动去践行“文明交通”的'企业精神，我们的客运事业给了我们一片天，我们就站在这里为她聚光和热。

我是一名普通的客运员工，我愿把青春奉献给这片沃土，我愿用炙热的心去拥抱这份美丽，更要用我们的智慧之笔去抒写客运的辉煌与未来，我将不负众望，踏上这列没有终点的列车，承载着我的理想，在青春的站台起步，靠勤奋和敬业，去绘制最美的蓝图，去实现心中伟大的理想，愿你，愿所有热爱客运事业的人都有一个完美的人生，文明客运人正以只争朝夕的拼搏精神，勇往直前的豪迈激情，继续为我们的客运发展和社会进步做着贡献，并以良好的心态和昂扬的斗志迎接新的挑战。

作为新时代的青年人，我们即将接过前一代人的接力棒，我们将要肩负起历史与时代赋予我们的重任。那就更应该用我们的智慧和勇气扬起理想的风帆，用我们的青春和生命奏响时代的强音。当我们抛弃了迷茫，把握了航向；当我们共同努力，不懈地摇浆，和谐社会的乐章终将奏响！

看今朝，一代有志青年正在为振兴中华挥洒着青春的热血和汗水，继续着属于青年人的激情与梦想；望明日，振兴中华的猎猎战旗，正在呼唤着我们青年人！愿我们脚踏实地，奔向明天、创造辉煌！