# 电信公司校园客户部副经理就职竞聘演讲稿范文

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-06-10

*本文是为大家整理的关于电信公司校园客户部副经理就职竞聘演讲稿范文的文章，希望大家能够喜欢!电信公司校园客户部副经理就职竞聘演讲稿范文1尊敬的各位领导、评委：　　大家好!　　感谢市公司能上能下、能进能出的岗位机制给了我这次机会，非常荣幸地...*

　　本文是为大家整理的关于电信公司校园客户部副经理就职竞聘演讲稿范文的文章，希望大家能够喜欢!

**电信公司校园客户部副经理就职竞聘演讲稿范文1**

尊敬的各位领导、评委：

　　大家好!

　　感谢市公司能上能下、能进能出的岗位机制给了我这次机会，非常荣幸地走上这演讲台，与这么多优秀的同事一起展示才华，证明能力，阐述观点。我竞聘的岗位是分公司校园客户部副经理。我将客观地说明我自己所具备的应聘能力，全面地论述我对于做好分公司校园客户部工作的总体思路和具体措施，并且心悦诚服地接受各位领导和评委的评判。

　　二.XX年本人开展工作情况及具体业绩

　　发展是抓手、收入是目的，XX年本人在从事政企客户部经理期间较好的完成了分公司下达政企部的各项指标，截止XX年11月份，政企客户部完成年收入1023万，完成年计划87.75%，完成移动业务1099部，完成年计划110.5%，完成端口宽带871部，完成年计划84.9%，完成数字电视652部，完成年计划186%，完成3g手机749部，其中智能机390部，智能机占3g手机占比52.07%。

　　XX年政企部紧紧围绕上级公司及分公司分解各项任务指标及各波次开展的营销活动，早谋划、快启动、勤通报、抓考核，具体举措如下：

　　1.根据公司下达XX年部门各项任务指标第一时间分解到渠道每个包区、客户经理，明确个人发展指标;

　　2.根据部门区域市场不同客户群、不同政策、不同产品、不同营

　　销方式特性，每月组织部门客户经理开展针对性产品、营销政策培训，提升客户经理营销能力，增加客户经理营销手段;

　　3.坚持每周、月部门营销发展总结会议，通报当周、月个人各项业务发展情况，分析现状，找差距、找原因、找办法，明确下周、月部门、个人营销计划、途径、方法;

　　4.每日坚持实时开展当日营销通报，及时掌握实时发展动态，针对发展落后个人及时了解原因，督促、鞭策个人，精确掌握每日营销动态;

　　5.在抓自有渠道建设同时同步帮扶已有代理队伍及发展资源型代理队伍建设，在各类已发展业务客户单位建立个人代理，维系现有发展业务，提供他网竞争信息;对未发展业务客户单位通过代理人员促进业务发展;建立驻地网、物业小区代理，XX年政企部代理队伍共发展移动业务357部，宽带业务192部，代理队伍业务发展成效明显;

　　6.狠抓欠费回收及非正常收入流失

　　部门每周进行各包区欠费回收通报，督促到人开展欠费回收工作;专人每月针对政企交叉补贴用户进行审核，规避非正常收入流失;

　　7.关注有效益发展、提升发展效率

　　每月开展分期代收欠费用户、当月预警离网、上月新发展沉默用户开展清单级派单维系、激活工作，督促到人、考核到人，将发展与成本使用做到效益化;

　　8.强化考核

　　根据包区增量收入承包考核方式，强化各包区客户经理考核，以考核为抓手，引导、督促客户经理良性发展。

　　三.竞聘岗位认识及工作思路

　　工作意识层面：

　　一、首先，作为副职，必须了解正职的主要工作思路和部门整体目标。并注意摆正位置，做好配角、当好参谋。副职的主要职责，对部门的全面工作，要尽其所能，收集各种信息供领导参考，及时提供各种建议和主张，帮助领导顺利作出决策。其次，要有统筹兼顾的思想，当好协调人，使做出的决策能符合部门实际和大多数员工的意愿。在工作中我将尊重正职的核心地位，多请示汇报，多交心通气。辩证的看待自己的长处和短处、扬长避短，团结协作，做到：尽职不越权，帮忙不添乱，补台不拆台。

　　二、进入角色要“快”。校园客户部是一个精诚团结、配合默契的团队，进入这个部门我一定要尽快地转换角色，更新观念，调整好自己的心态和工作方式，以一种崭新的视觉看待问题，解决问题，使自己的所作所为能够从体现部门的工作性质出发，从适应部门的人文环境出发，从彰显部门的办事风格出发。

　　三、基础工作要“实”。校园客户部的部门性质决定了一切工作的出发点始于市场，最后的归宿也是落脚于市场，为此我一定会报着不怕遭白眼、不怕吃闭门羹的态度，多深入市场，贴近用户，采集和整理第一手有用资料，尽可能多地掌握分类别、分层次的情况，便于科学地分析、研究和预测。

　　四、坚持“发展是硬道理”，创新工作思路和方法。企业要壮大，必须靠发展，市场在变化，我们的工作思路和方法也要发展。如随着竞争的加剧，我们就要有办法来不断提升我们的竞争能力，首先要号召部门全员，正确引导竞争，要求每位部门员工都要关心部门经营活动，既懂得自身的权利和义务，又要懂得自身在企业中的责任和要求同时，注重细分用户市场，利用我们多业务的特点，确实打好捆绑营销牌。

　　营销思路层面：

　　校园市场作为一个独特的细分市场，是各通信运营商重要战略阵地：一方面，校园用户具有巨大的现实消费潜力，也是现在和未来社会生活的中坚力量和意见领袖，更是未来市场的主力消费群。现根据六个维度，针对校园市场提出以下营销思路：

　　渠道层面

　　自有渠道建设：建立市、县公司自有渠道专项营销团队、制定常态化营销计划;建立社会渠道帮扶、管理团队，帮助社会代理队伍能力提升，管理社会代理队伍日常营销、解决代理渠道存在困难、问题;

　　校园个人代理：针对大、中、小学校区域，拓展对电信产品及各类新业务感兴趣3g达人、教师、勤工俭学学生为个人代理，填充校园内部发展途径，以学生、教师经营学生;

　　校园专营店建设：大学校园内100%建立卖场化专营店，中小学学校周边内100%建立可话费充值、主流智能机购买、即买即通卡的便利店及以上销售网点，全面覆盖校园及周边客户市场，满足客户需求提供，提升电信网点宣传。

　　客户维度

　　学校及教师市场：以数字校园建设为切入点，以总机服务+教师团购为抓手，通过学校网络无忧提质提价实施教师交叉补贴，实现学校固话、网络价值提升及抗竞争稳定性，规模拉动教师个人及家庭移动、宽带业务发展;

　　学生市场：以阳光教育切入点，紧扣学校与学生教学因素;以智能机为卖点，吸引对新事物有较高兴趣青少年的感知;

　　学生家长、家庭：以一体化套餐中高额话费及光速宽带超高网速及数字电视为卖点，结合学生家庭团购，开展全业务拓展;

　　营销时间维度：

　　开学前：中小学市场做好与学校具体负责人员及班级主任接洽，了解生源动态，调动校方具体人员发展兴趣，在第一时间做好营销前置准备;高校市场在与校方相关部门、人员接洽后，调动一切自有渠道、社会代理人力资源，制定详细营销计划、产品政策、激励标准，全力备战开学营销工作。

　　学期中：中小学市场常态化做好对校方走访工作，对校方负责人、班主任长期开展营销攻势，借力发展综合业务;高校市场以校内专营店、3g达人、教师、学生代理为主，常态化开展现场、个人营销活动。

　　假期中：对在读已办理业务学生开展与家庭融合迁转营销，在读未办理业务学生逐一开展目标客户上门营销方式。

　　终端维度：

　　价格适中、功能齐全： 智能手机价格太贵也是大学生不愿意使用的原因之一。虽然大多数学生对3g智能手机高速浏览网页和各类应用等功能十分有兴趣，但谈价格时却又望而却步。可以对学生的手机需求进行调研，推行适合学生使用的定制机，以团购、家庭融合的形式带动销售。

　　产品维度

　　套餐全、价格优惠：制定适合各类消费群体的系列套餐，满足不同层级学生消费能力

　　客户关系维系

　　校园市场竞争巨大、变化多样，良好的客户关系是必不可少的。常态化的客户单位走访是增进客户关系的前提，校园客户部必须制定常态化客户走访制度，维持、增进客户关系的同时及时掌握各类竞争信息;

　　个人客户层面的费用动态跟踪、欠费预警机制、沉默预警机制、重要节日、生日祝福等精细化管控工作在确保了发展效率的同时也增进了客户的感知。

　　再次感谢市公司给我这个机会介绍自己，推销自己。“不想当将军的士兵不是好士兵”，不论此次是否能够竞聘上岗，都是我职业生涯过程中的一个历练，一个突破自己的过程，无论成功与否我将继续一如既往地在现在工作岗位上做好本职工作，为电信的发展作出自己的贡献。

竞聘人：xx

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！