# 202\_公司销售总监年会发言稿

来源：网络 作者：梦回江南 更新时间：2024-06-07

*下面是范文网小编为大家整理的销售总监年会发言稿，希望对大家有所帮助。>>篇一：销售总监年会发言稿各位领导，各位来宾，各位同仁，大家下午好!今天是华清技科公司20XX年年会，我作为优秀新员工代表发言感到很大压力，当然有压力也未必是件坏事，有压...*

下面是范文网小编为大家整理的销售总监年会发言稿，希望对大家有所帮助。

>

>篇一：销售总监年会发言稿

各位领导，各位来宾，各位同仁，大家下午好!

今天是华清技科公司20XX年年会，我作为优秀新员工代表发言感到很大压力，当然有压力也未必是件坏事，有压力才会有动力。有动力，人才会有发展!有提高!有将来!就这个意义上讲，我衷心地感谢公司给予我这个荣誉!

我的名字叫方旭，来自江苏扬州。1974年12月，来到总参管理局当兵，202\_年在中国新兴保信公司，年满55周岁，内部退休。今年我已经度过了59周岁生日。就年龄来讲，我已经不占什么优势。但是我决定以质取胜。我可以在8小时以内多干点，8小时以外再干点。保证工作的质量和数量。用工作的质量来保证生命的质量;用工作的数量来延续我生命的长度。

每天在工作8小时以后，我一般都要工作到晚上10点。完善当天的工作，做好明天的计划，如同教师提前备课，写好教案。再则，上级领导布置给我的所有文件、文稿，我都要字斟句酌，保证质量，认真完成。我就是这样，试图用勤奋工作的质量和数量延长我的工作年限和奋斗生涯。我的座右铭是：自信人生二百年，会当水击三千里。

我在QQ空间里写有一篇日志，题目是：希望拥有一个与众不同的人生我在这里念一念，算是与大家分享：我是一个不服老、不服输、永不言败的人。只要我的心脏还在跳动，只要我的大脑还在思考，我就会坚定地说：我行!我很行!我很不希望在病榻走完我的人生!我更希望自己消失在追求梦想的奋斗中、工作中、岗位上!即使我的生命不能流光溢彩，我也宁愿享受其创造过程的美丽!

在我漫长的人生旅程中，我生活得不是很快乐。早期在事业单位、在国企，由于我不懂所谓的人情世故，不会处理各种复杂的人际关系，孤芳自赏的性格，使得我欲干不成，欲罢不能。

内退以后，我先后进入两家监理公司工作过。对这两家公司的企业文化我都不太认同：一是他们缺乏诚信，签约以后变脸，竞聘的岗位迟迟不能落实，期望的薪酬不给如数兑现;二是领导素质太差，缺少亲民意识，不能平等待人。他们有的表现为高高在上，盛气凌人;有的表现为颐指气使，训人骂人。在这样的文化氛围中工作，我的心情是沉重的，郁闷的。所以在这两家公司，我干的时间都不长。尽管两家公司一再挽留，但我还是义无反顾离开了。

去年，我来到华清技科。凭心而论，华清技科使我眼睛为之一亮，精神为之一振。公司的确有良好的企业文化，有深厚的文化底蕴。公司领导平易近人，礼贤下士。公司员工热情主动，古道热肠。公司守信用、重承诺、有担当。正是由于这个重要的原因，所以，我决定加盟华清技科。与华清技科人一道，去创造华清技科明天的辉煌!明天的传奇!

来到华清技科以后，我在怀柔中科院工程担任两个项目的执行总监。在建的工程项目是一座研究生院，是当今中国著名的高等学府，监理工作意义重大，任务光荣而又艰巨。在执行总监的岗位上，我始终牢记公司领导的重托，每天都在充满激情地工作。严格监理，热情服务，恪尽职守，不辱使命。我工作的业绩与表现赢得了参建各方的认可。目前公司与甲方都已正式批准我为总监理工程师。这是对我的最好的鞭策、鼓励与褒奖，我会万分珍惜这份荣誉。

在项目监理部的内部管理上，我始终坚持为人师表，身先士卒。我要求别人做到的事情，我自己必须首先要做到;我不让别人做的事情，我自己坚决不做。对别人、对部属我更多地注重身教。我一直记着马克思的一句名言：一个行动胜过一打纲领。只要我在时间、精力、技能上可以胜任的大事小情，我都全部自己上手。包括每天擦桌、扫地、倒垃圾。我不相信一屋不扫的人，他可以扫天下!

有时候，我真的感到自己很傻，从来不会投机取巧，吃尽了苦头，但我始终无怨无悔。有时候，我又觉得自己很聪明，因为我记住了大诗人李白的名句：长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。为了我的光荣与梦想，我一直在奋斗着!今天我能老有所为，被周围的人们所认同，我感到莫大的满足!

王国维先生曾经说过：人生要经历三种境界：第一种境界，昨夜西风凋碧树，独上高楼，望断天涯路。我的执着和追求，很少被人们理解。第二种境界，衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴。我对自己的理想信念从来没有动摇过，我坚信，我能赢。第三种境界，梦里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处!今天，现在，我要说，那个人就是华清技科!就是华清技科的朋友们，同事们!

谢谢大家!

>

>篇二：销售总监年会发言稿

各位领导、各位同事：

大家好!

满载收获的20XX年已经挥手别去，充满生机的202\_年迎春而来，新年的钟声已经敲响，历史又翻开了新的一页，在这辞旧迎新之际，我们大家欢聚一堂，共同总结。

实现管理职能是对出租企业的常规理解，其它方面应该很少涉及，其实不然，出租企业的经营中，营销理念的贯彻及开展始终处于相当重要的地位。研究行业、研究对手、研究驾驶员、研究乘客是我们的必备功课，从中不断发现契机，甚至创造契机是企业良好经营的必需;20XX年，公司实行了车辆续签、置换、有偿更新计划，取得很大成功，直接效果就是企业效益得以提升;公司推行车辆商业保险计划，驾驶员、公司实现双受益;

在下面我就20XX年的主要工作向大家作一个汇报，主要有以下几个方面：

一、机构整合取得阶段性成果。

整合是北方北创最大的一件事。今年年初，原北方由原来十一个分公司精简为十个，原北创由原来七个分公司和一个旅游分公司精简为六个分公司和一个旅游分公司。对原分公司经理和部分队长进行轮岗，力求分公司管理工作公平合理的同时，又提高了分公司经理对公司全局情况的了解。整合以后，对北方、北创所有分公司进行了一分至十六分的统一编号，并迅速统一了两家公司原来对分公司的考核标准，把整合过度期降到最短。

整合之后，分公司管理车辆的规模再次扩大，职能部门如运营部、安全部、人力资源部、综合办公室也实现了人力和资源的优化与共享。各职能部门做到了精简高效。可以说，除了对外还是两块牌子之外，北方北创已经融为一体。截至目前，整合的优势明显显现，最直接的回报是工作效率、企业效益的提升。

二、加强管理队伍建设，做到人尽其才。

伴随着企业的整合，管理队伍建设是全年工作的重心，在整合过程中，我们欣喜的看到管理队伍中不断有新人涌现，更令人鼓舞的是每一位员工在为企业做出贡献的同时，也实现了自身的价值。

20XX年针对管理人员队伍中存在的问题，除财务部由于工作特性需要，只进行了局部调整，暂基本维持原有结构外，其它部门调整力 度、范围都很大，人员数量大幅减少，结构优化，岗位职能得到扩大或深化。通过调整，人员结构基本上得到优化，根据日常工作需要，人力资源部通过开展招聘会和网上招聘又吸纳新员工(含内调人员)28人次，并在不影响部门正常运转情况下，因岗位设置变化和公司整合共精简或调离员工45人次。充分保证了公司人力资源的整合和优化。

三、提前做好续签、置换和更新工作，稳定驾驶员队伍。

回顾一年的工作，大家印象最深刻的就是、有偿更新。几年前，北方北创集中进行过一次大规模续签行动，数量巨大、效益巨大，作为一个副产品，也形成了20XX、202\_年车辆集中到期的问题，其中，20XX年1929辆，202\_年2237辆，怎么解决这个问题呢 经过认真思考，公司决定，把握时机，强化续签、置换工作，克服各种困难，再次实现了效益的提升。并且，在第四季度，提前续签了202\_年到期车辆的50%。

今年我公司共完成更新车516辆，其中：退出捷达269辆、退出爱丽舍237辆，退出伊兰特10辆，在办理车辆退出转出手续后，第一时间完成新车更新工作，并全部按时完成新车承包工作。

四、安全与运营工作。

20XX年北方北创安全管理工作始终坚持安全第一、预防为主、综合治理的原则紧紧围绕安全教育和车辆检查、交通事故及处理、保险和车辆年检、安全保卫及相关工作、法务工作、安全财务工作、车辆维修与保养等七个方面开展工作。

从整体效果上看，严重交通违法行为发生率明显回落，已从高峰时的300起/月下降到目前的不足60起/月。

通过宣传治安防范常识，传播治安群防群治的责任意识，我公司20XX年涌现出像3分公司寇雷见义勇为、配合公安机关抓获犯罪嫌疑人的优秀驾驶员共6名。

20XX年北方北创联合北创修理厂引入利宝、安邦、天平等保险公司，并建立直赔点。商险引入不仅为公司积极创收，同时也降低了公司的经营风险。保费支出继续保持在可控范围内。

今年，北方北创运营部优加快整合进程、化资源，建立优秀的工作团队。他们建立了公司内部信息共享，使司机、车辆的基础信息能够及时变更，提高了信息准确率;再者，公司对不良司机的信息记录建立了共享，对因长期扰序、严重违章违纪和不利于公司管理而被清除的司机进行记录，为严格控制这部分司机的进入提供了可靠的信息资源。

在开源节流方面，今年运营部与北创修理厂进行了工作协调，配合完成了颜色变更工作，变更费用从理论上1800元/辆降低至200元/辆。公司内部稽查查处违纪1480起，违纪罚款34万余元。

五、企业文化及精神文明建设

①围绕集团提出的品牌战略，在做好制度建设的基础上，北方北创在加强驾驶员教育方面做了大量工作，本着从源头抓起的思路，安全部、运营部将业务例会制度常规化，不仅培养了管理人员的业务能力，也可以随时根据需要第一时间开展工作。统计20XX年数据，重大运营违纪率、交通违法率都有相应的下降。

(1)、完善制度建设和对分公司的考核体系，出台对职能部门考核的新政策，提高团队凝聚力。

先后出台了《关于营运车辆内部维修加分的规定》、《20XX年分公司月度综合指标评比办法的规定》等管理制度。

②、为了进一步提高管理人员的服务意识。出台了(《办公系统管理制度及考评办法》)。把提高职能部门的服务意识、服务水平放在首位。

20XX年，北方北创规模较大的活动就开展了15次，这些活动都是围绕着经营管理工作进行，其中影响最大的当属北方的士艺术团，作为一个系列活动，不仅得到了包括中央电视台等媒体的报道、行业主管部门的关注，而且直接促进了市总工会北京的士艺术团的成立。

其次，今年北方北创历时三个月开展了分公司管理人员讲课评比，活动公分三个组六个阶段，囊括了分公司除内勤外的所有管理人员，这次活动有力的提高了分公司管理人员例会组织、授课、管理水平，使分公司管理人员能够更好、及时的向出租车驾驶员传达公司各项政策方针。

回首往昔，峥嵘岁月，我们深感创业的艰辛，成功的不易。他饱含着在座各位的团结拼搏和无私奉献，就在今天，还有一部分同志仍旧坚守在岗位上。在这里我代表企业向你们以及给予我们最多支持的家人亲属们，表示最衷心的祝福：祝在新的一年里，工作顺利、生活美满、万事如意。

在肯定成绩的同时，我们也要正视现实，城镇化已经直接导致了驾驶员供给的减少，劳动力就业的逐步高端化也开始显现不利影响，作为一个劳动密集型企业，我们该怎么做?

历史上每一次挑战对于北方北创都意味着一次机遇，我们有理由相信，有我们这个集体，有我们战无不胜的精神，我们一定能够再次迎来新的契机，一定能用我们的共同努力去再次创造新的辉煌。

>

>篇三：销售总监年会发言稿

各位同仁、各位商界朋友，很荣幸、大家下午好!很高兴能有这样的机会，和大家一起分享一年来公司所经历的点点滴滴;刚才xx已经给我们很生动、很深刻的总结了这一年来公司的成败和得失，我非常荣幸、非常骄傲公司有这样英明的领导者，我来公司时间不长，但是我却时时刻刻、真真切切的感受到在xx董事长和xx的指示和关怀下，公司发生的巨大变化和进步!我在这里代表销售部总经理向他们和公司的用心良苦表示感谢!

下面我做为营销总经理和大家一起分享下有关营销的方方面面，关于营销这块，在在座的各位的鼎立支持下，我们可以说，今年打了个非常漂亮的战役!大家都知道，今年4月份，我们现在的工厂才有雏形，真可以说是百废待兴、百业待举。短短的几个月，我们不光在销售业绩上给公司交个满意的成绩单，而且在销售模式和公司未来的营销方向上做了重大的变动和明确，为公司未来的发展做了很好的规划和铺垫，下面我就以下三个方面和大家分享下：

一、公司目前的营销模式和构成：1)销售构成：目前公司的销售主要有四大块：半成品(箱体、玻璃、外壳等)、国际贸易(燃气热水器、烤炉等)、oem(电压力锅等)、国内销售。其中半成品占20%、出口占10%、oem占10%、国内销售占50%;2)营销模式：由于我们的销售产品比较多元化，营销模式也是比较多样性，为了大家便于理解，那么在这里我重点阐述下国内销售的营销模式，国内销售也分为两大块：以批发为主的营销二部和以xx品牌为品牌推广的营销一部，很显然，营销二部主要是以批发为主，追求的是量的变化，从而达到质的变化;也就是说二部追求的是客户的数量和出货的数量，从而提高利润的数量，用六个字简言之，也就是深挖洞、广积粮，没有粮食人会饿死，在现阶段，没有大量利润的保证，公司就会出现饥荒和危机。但是，一味的深挖洞、广积粮不是我们的最终目标，我们的目的是为了称王，成就一番霸业;我们通过什么来实现我们的霸业，总的有个媒介，我们的媒介就是xx品牌，所以我们成立了营销一部，一部的营销模式三个字品牌化或者说图霸业。

二、一年来营销方面的工作总结;在这里，我借xx董事长的一句话销售是一个企业的龙头，龙头如果不能发挥它该承担的责任，就会牵一发而动全身，让整个工厂失去活力、战斗力、以及生存的本钱在这一年里，公司的所有销售人员都克己敬业、始终把公司的利益放在第一位，我们的半成品销售比去年提高了50%;我们的oem客户在去年的基础上又增加20%;而我们的出口更是朝气勃勃、大放异彩，不但在业绩上取得辉煌成就，而且成功的和国际上的一些大经销商实现完美对接;我们的国内销售也是百尺竿头、更进一步，我们的网络已经遍及全国各地，其中我们的电压力锅产品销售从每月的几百台到现在每月2万台，这是一个什么速度，这离不开销售人员的努力，当然也离不开在座各位的支持和关怀;我们自己的品牌也实现了零的突破，目前网络有10多家，我们取得了一些成绩，同时也存在很多不如意和困难，但是公司品牌化路程已经迈出了坚实的第一步，虽然比较艰辛，但已经有了很好的开端。如果说今年是我们向品牌化进军吹响的第一声号角，那么明年就是进入冲刺和真正的战争时代，都说商场如战场，一点不假，我们就是在进行一场没有硝烟的战争!

我们取得这些业绩，虽然谈不上骄傲，但是我们却在脚踏实地的在走，不积跬步，无以成千里。今天的一小步也就是以后的一大步!在这里，请允许我，允许我代表全体销售人员对在座的各位、以及公司的领导、各位商业朋友，对你们的支持和配合表示感谢!

三、公司未来的营销方向和重点：

谈到营销也许每个人都明白是怎么回事，但是营销其实是个非常复杂的系统工程，包括市场、销售、财务、售后、运营平台、物流、产品等诸多大板块组成，任何一个板块运作不畅都会带来致命的伤害，其中最重要就是销售和市场，市场就是经营品牌、销售就是销售产品，两者的结合就是营销这个名词的来源，简单的说营销就是经营品牌和销售产品。刚才xx经理也明确了，公司未来的发展方向是品牌化，品牌化不是口头上说说的，我们首先要了解市场。谁都知道厨房电器是块大蛋糕，而且随着中国经济的发展，农村的城市化，需求量会越来越大，这是好的一面;但是我们有没有深思和调查?目前国内传统的厨房电器知名品牌(方太、老板、帅康、樱花、华帝、万和、万家乐、樱雪、欧意、万喜、美的等)和二线品牌差不多20家;我们可以撇开这些传统品牌不说，就是今年就有长虹、新飞、格兰士等向厨卫电器进军，而且投入和市场推广的力度也相当的大，长虹、格兰士光一个营销团队都接近50人，投入资金都是成百万的去运作，以上这些能说明什么呢?给我们的只有深思：厨卫的品牌还有没有的做?我们怎么去做?我在这里想说明几点：一、肯定有的做，没的做的话大家不可能都往这方面想，而且非常值得去做!因为市场的需求是非常巨大的，市场对品牌的要求也是分高、中低的，每年都会有品牌的升和落，这就给我们留了足够的空间;其二、我们并不一定非要采取其他品牌运作的模式，但是可以借鉴，适合自己的模式才是最重要;其三、市场也同时给我们敲响了警钟，给我们的时间不多了，在未来3年内，如果我们品牌化还不成功，形势将是极其严重的，我们的生存空间在哪里?幸运的是，通过前期的试运行，我们找到了一条属于自己的路。

刚才陈总已经说了公司的战略规划，我在这里重点说说未来xx品牌品牌化的营销思路：公司走品牌化之路，实现由公司规模大到实力强的一个转变，争取在3年内达到厨房电器行业品牌知名度和市场占有率前15名的战略目标，把xx的用爱创造生活的设立理念变为现实，让xx的爱理念走进千家万户，最终实现公司的终极目标：走向上市和国内厨房电器的驰名商标、以及厨房行业的前三甲。

当然，我们的营销中心还是不健全的，我们的营销团队的实力还是比较薄弱的，在明年，我们将会增加专业的售后和市场部、以及我们的销售人员，来增强营销中心的实力。不知道大家留意没有?现在全世界都在发生石油危机，中国在未来5年内将建近20座核电站，这意味着什么?未来带电的产品将是中国的销售主销产品，也就意味着我们必须对我们的产品组合和产品线做出调整，只有定位准确了，我们才可能迎头赶上，才会抓住机遇谋发展!明年我们首先是巩固我们目前的优势产品：燃气热水器，首先在外观和功能上更加完善和自主化;其次，在热水器和电压力锅上，我们将在款式、功能等方面作出全面的调整;另一方面，在烟机和灶具上面，我们会加强大品牌的市场调研工作，保持能够跟上市场的节奏，并适当的自主化。简单的说就是三个一工程：一巩固、一重点、一保持。

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！