# 销售年会发言稿怎么写

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-06-25

*发言稿的写法比较灵活，结构形式要求也不像演讲稿那么严格，可以根据会议的内容、一件事事后的感想、需要等情况而有所区别。为大家整理的《销售年会发言稿怎么写》，希望对大家有所帮助！销售年会发言稿怎么写　　一、发言稿的基本格式　　(一)开场白　　1...*

发言稿的写法比较灵活，结构形式要求也不像演讲稿那么严格，可以根据会议的内容、一件事事后的感想、需要等情况而有所区别。为大家整理的《销售年会发言稿怎么写》，希望对大家有所帮助！

销售年会发言稿怎么写

　　一、发言稿的基本格式

　　(一)开场白

　　1.设问法(能与听众交流)

　　2.情境法(引导听众进入既定的境界)或开宗明义等

　　(二)抒情化议论主题。

　　分成几个层次

　　每层次前有主句(还可以反复)

　　(三)主干

　　材料作主干

　　联系现实和自身(作者和听众):要求三者浑然

　　一体使演讲现场成为整个社会的一个聚焦点

　　(四)进入高潮。

　　运用排比、反复和比喻

　　向听众呼吁手势动感强引人进入一种创造境界仰视上空

　　(五)结尾

　　抒发感情，与听众融为一体。或重申主题，发出号召。

　　(六)格式模板

　　1.题目，如：“在国旗下讲话的发言稿”“月总汇报发言稿”。

　　2.称呼，如：“敬爱的老师”“尊敬的领导与敬爱的同事们”。

　　3.问候，如：“大家好!”。

　　4.正文。

　　5.祝福语，如：“祝：大家工作顺利!”

　　6.致谢。

　　7.名字。

　　8.日期。

范文一

　　销售部全体同事们，大家好！

　　20XX年是公司大发展、大前进的一年，我们要实现销售业绩翻一番，就要坚定公司诚信、责任、勤奋的销售理念，坚持对上攻坚、对下铺垫、全员销售的思路，做到人人尽职尽责、务实工作、勇于开拓，一季度你们呈现出了紧张、有序、团结、向上的良好氛围，特别是新的精英团队初具规模，这些离不开公司领导的英明决策、离不开新销售总监的及时加入、离不开全体销售人员的齐心协力。

　　由于公司叫我协助管理公司的一个团队建设工作，我感到担子很重，现在你们的总监来了，我觉得对我、对大家、对公司都是一件好事儿。这段时间，我们经常听到新来的总监说：请你记住，你不是一个人在战斗的哟！我们的印象都很深，这句话诠释了一个道理：什么才叫团队，即一个有战斗力的集体，像狼一样的生存。而我们的销售团队就是这样一个典型的团队。史总来了公司这一段时间，我总是在想一个问题，那么就是我今天想要讲的主题。

　　第一个问题：和优秀的人在一起真的很重要

　　因为我们跟什么样的人就会成为什么样的人。大道理，咱们都懂，可是具体到现实中却情况各异了。普通人的圈子，谈论的是闲事，赚的是工资，想的只是明天干什么；生意人的圈子，谈论的是项目，赚的是利润，想的是下一步投资；事业人的圈子，谈论的是机会，赚的是财富，想到的是未来与保障；智慧人的圈子，谈论的是给予，交流的是奉献，结果一切将会自然满足了。因此，现实社会生活中，就看你和谁在一起，这将改变你的成长轨迹，也将决定你的人生成败！

　　和什么样的人在一起，就会有什么样的人生。比如，和勤奋的人在一起，你就不会懒惰；和积极的人在一起，你就不会消沉；与智者同行，你将会不同凡响；与高人为伍，你也能登上高峰。我们从事销售行业的人，就是要与能人、与高人在一起，不仅自己能够学习成长，还可以不断创造更大业绩，还可以不断挑战自己的极限。总之，态度决定一切！你有什么样的态度，就会有什么样的未来，加油吧，我们的销售精英们。

　　第二个问题：学做一只狼吧，开创一番新业绩

　　我们作为一个社会人，一定要适应社会的发展，毕竟世界是由社会主宰每一个人，说具体点，在公司里谁也不是万能的，公司离开谁都照样运转，所以我们不要认为自己业绩如何地高了，每年给公司创造很大利润了，就有些自满、骄傲。为此，一个人无法改变公司、无法改变社会，那就改变自己吧，对于销售人员来说，要想自己生活的体面一点，就来学做一只狼。下面的10条建议，有些内容对某些人有用，有些可能你已经做到了，这里愿大家一起共勉。一是在狼的眼里，永远看不到失败与气馁，因为它们知道，不管经历多少次失败，最后的成功一定是属于它们的；二是没有捕捉不到的猎物，就看你有没有野心去捕，没有完成不了的事情，就看你有没有野心去做；三是没有猎物我们就去寻找，发现猎物我们就去追逐；四是我们绝不会花费任何多余的时间和体力在无意义的事情上，因为我们的眼睛永远只盯着猎物；五是有时候靠单纯的判断并不能确定成功的几率，与其在等待中浪费时间，不如在追求中燃烧生命；六是成功就是不懈地努力加上一点机会，努力是加法，机会是乘法，二者兼备才会得到的结果；七是没有失去就没有获得，所以在需要付出的时候，我们绝不犹豫；八是我们的对手只有自己，要想爬的更高，只应往上走，比别人更努力更勤奋一些；九是一百次心动不如一次坚决地行动；十是如果注定要承受痛苦，那么就把痛苦当作一种磨练，既然一切不可避免，就让暴风雨来得更猛烈些吧！销售就是要勇于面对困难、永葆销售激情、保持良好心态、肯于吃苦担当，让我们全体销售人员都成为一名真正像狼一样精神的人，让我们的销售团队也能展现出狼群一样的作战能力，这里祝愿大家未来三个季度业绩创新高！

　　第三个问题：销售团队当前存在的突出问题

　　这一段时间以来，总的来说：销售部的成绩、进步多于问题、不足，但有两个明显的差距，即工作规划上繁、工作程序上乱。下步我们要重点在整合、规范、简化上下功夫，比如一项投标工作来了，大家都很忙，看似每天都在不停地工作，但在实效上存在相当大的问题，一定是在流程步骤、工作布置、计划规划等方面出了问题，请销售部领导与大家一起抓紧解决；第二项重点整治的就是近期加班人员过多、审批程序有点乱、标书制作忙乱，集中反映出我们部门安排工作上存在一定问题，除了是否熟练的问题外，还有大家都忙自己的标书，缺少必要的合作与配合，工作效果很不好，有些工作没有必要天天申请加班，为什么每天都在正常工作时间内完不成？这不值得我们思考？这方面也请销售部领导好好总结分析一下，抓紧改进，否则今后大量的工作上来了，这种混乱的状态不解决就会引发其他更多的问题。最后，我代表公司再提几点希望：一是加强销售团队的执行力。执行力的保证有一项就是不打折扣地执行问题，我们现在的销售人员经常自我降低标准要求，这怎么叫执行？只能说，做了。二是加强销售团队的协作性。我们不要有这样的思想，我是销售主要负责市场开拓、创造业绩的，不做或少做内勤的工作。这样的思想能体现出团队合作与协作精神？当你不在外出差跑业务时，也应与销售内勤人员一些做相关工作，应该成为一名全面能手才行。三是加强销售团队的高效性。我们是企业一定要讲究高效工作，出高产成果，不讲效益就会被淘汰。现在的销售内勤工作效率低，已经被动了，到了最忙的时候来临，我想你们就根本应付不了了，那到时怎么办？狼捕猎的高效率来源于命令下达后立即执行，这世界上没有一只总是找借口的狼，否则它们早就饿死了。

　　虽然是一季度销售总结，在肯定成绩的同时，我们也看到了不足，但我们大家一定要有信心、有毅力，共同携手，开拓创新，把未来三个季度的工作做的更好，我祝愿你们一定会不断成长、不断创造，交上一份的答卷！

范文二

　　尊敬的各位同仁：

　　大家好!在繁忙的工作中，我们不知不觉地又迎来了新的一年，回顾来公司10个月的工作历程，从3月份进入公司从事销售工作，深得公司领导的信任与同事们的爱戴，担任销售部部长一职。销售部是公司的窗口，销售部是公司的前线，作为销售部这个团队的带头人，我深知做好这个工作的重要性。

　　首先我作为销售部部长，一定要明确自己的职责，以下是我对销售部部长这个职务的理解：

　　1、依据公司管理制度，制订销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作。

　　2、管辖本部门内与其他部门之间的合作关系。

　　3、主持制定销售策略及政策，协助业务执行人员顺利拓展客户并进行客户管理。

　　4、主持制定完善的销售管理制度，严格奖惩措施。

　　5、评定部门内工作人员的资信及业绩表现，并负责内部人员调配。

　　6、货款回收管理。

　　7、促销计划执行管理。

　　8、审定并组建销售分部。

　　9、制定销售费用预算，并进行费用使用管理。

　　10、制定部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才。

　　11、对部门工作过程、效率及业绩进行支持、服务、监控、评估、激励，并不断改进和提升。

　　近段时期，销售部在经历了一个人员小波动后，在刘总的正确指导下，撤某某大区，某某区，集中人员，有针对性对某某市场开展了市场网络建设、优势产品推广、活动拉动市场等一系列工作，取得了可喜的成绩。我对销售部这几个月来的阶段性工作所取的成绩、所存在的问题，以一句话总结：成绩是可观的，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

　　下面我对销售部的工作做一个小结：

　　1、培养并建立了一支熟悉市场运作流程而且相对稳定的营销团队：

　　目前，销售部员工共33人，其中销售人员25人，管理人员3人，后勤人员5人。各人员初到公司时，营销经历参差不同，经过部门多次系统地培训和实际工作的历练后，各人员已完全熟悉了本岗位，甚至相关岗位的运作的相关流程。

　　对销售人员，销售部按业务对象和业务层次进行了层级划分，分为片区经理和销售助理两个层级，各层级之间分工协作，相互监督，既突出了工作的重点，又能及时防止市场随时出现的问题，体现出协作和互补的初衷。

　　这支营销队伍，工作虽然繁琐和辛苦，却有着坚定的为公司尽职尽责和为客户贴心服务的思想和行为。你们是农机、通机行业市场精细化运作的生力军，是能够顺利启动市场并进行深度分销的人力资源保证，是能让公司逐步走向强大的资本。

　　我们起步虽晚，但我们要跑在前面!我代表公司感谢你们!

　　2、团队凝聚力的增强，团队作战能力的提高：

　　新员工的逐步增加，随着公司市场活动和拉练的开展，使我们由陌生变为熟悉，熟悉之间转换为亲密无隙的战友，紧密协作，同甘共苦，伴随着公司的发展共同发展成长。

　　局部市场销售小团队的组建，使销售人员与主管之间在生活上彼此照应，工作中相互协作，配合默契，利用小团队的优势，有针对性的扶植新老客户，不断的开拓，为公司开疆拓土。

　　由于大家来自五湖四海，初到公司的那种小思想，小意识还是存在的，但是随着逐步的溶入团队，小思想、小意识也在逐渐消退，大家只有一个目标：尽我所能，让公司强大起来!

　　3、敢于摸索，大胆尝试，不断改进新的营销模式，并且程序化：

　　大家来自于不同的企业，固有的营销理念在个人的脑海中根深蒂固，行情疲软，做市场只体现了一个字：难!在这样的情况下，销售部在刘总的大力支持下，营销模式尝试改革，通过几次市场活动的拉动，总结出宝贵的经验，摸索出了一套集开发新客户，维护老客户，市场造势于一体的全新拓展思路，取得了令整个销售部甚至整个公司振奋的骄人战绩。

　　硬件设施的完善(工业园、办公大楼、技研大楼、实验室、车间等)、营销政策的出台目标经销商的大力拜访市场造势邀请目标经销商参加活动活动开展开发出了目标经销商、维护了老客户、市场知名度提高、市场占有率提高、行业影响加大。

　　一系列的成功，离不开销售部全体员工的努力，不断改进新的营销模式，使竞争对手无法模仿，让我们在市场上所向披靡!众人捧柴火焰高嘛!

　　4、有法可依、有法必依、执法必严、违法必究!随着工作进程的不断深入，我们已经初步地建立了一套适合于公司营销队伍及销售规划的管理办法，各项办法正在试运行之中，我们会不断更新，逐步完善：

　　执行力是销售部各项政策和规章制度能顺利执行的保障。销售部已经出台的销售部管理制度，是检验销售人员平时工作的天平，是衡量销售人员平时工作的标准。在这个基础上，首先，销售部将出台《销售人员考核办法》，对不同级别的销售人员的工作重点和对象作出明确的规范;对每一项具体的工作内容也作出具体的要求。

　　销售部将出台《销售部业务管理办法》，该办法在对销售部进行定位的基础上，进一步对订购、配货、促销、赠品发放以及业务开展的基本思路等作出细化标准。奖惩分明，销售部还将出台《销售部奖惩条例》，争取在以后的工作中，做到事事有标准，事事有保障。

　　形成了总结问题，提高自己的内部沟通机制。及时找出工作中存在的问题，并调整营销策略，尊重销售人员的意见，以市场需求为导向，大大地提高了工作效率。

　　制度是标准，执行力是保障!华世丹大船已经起航，为了它的安全，华世丹人已经行动起来!

　　5、虽然以上看似不错，但所存在的问题也不得摆在桌面上，这也是我的严重失职。4个无的问题有待解决。问题是突破口，问题是起跑线，问题是下一次胜仗的基础和壁垒：

　　无透明的过程：

　　虽然销售部已运行了一套系统的管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是，销售人员没有形成按时汇报的习惯，仅仅是局部人员口头汇报、间接转述，销售部不能进行全面、及时的统计、规划和协调，从而导致部分区域的工作、计划、制度的执行和结果大打折扣。

　　无互动的沟通：

　　销售部是作为一个整体进行规划和核算的，一线工作人员、后勤人员、主管领导的三向互动沟通是内在的要求和发展的保障。销售部需要及时、全面、顺畅地了解每个区域的一线状况，以便随时调整策略，任何知情不报、片面汇报的行为都是不利于整体发展的。

　　无开放的心态：

　　同舟共济，人人有责!市场供需失衡的压力，同行业风气的阻障，客观环境的不变，均对我们的营销工作产生了负动力。如果我们不能以开放豁达的心态、宽容理解的风格、积极坦荡的胸怀面对客户和同事，我们就不能更好地前进。我们知道，其他厂家内部滋生并蔓延着相互拆台、推委责任、牵制消耗、煽风点火的不良风气。我们要警惕我们的队伍建设和自身进步，不要被不需在意的人和事影响了我们的进步。两军相遇勇者胜;智者相遇，人格胜。

　　④、无规划的开发：

　　市场资源是有限的，是我们生存和发展的根本。对于目标市场，在经过调研、分析之后，根据总体发展，需要有计划、按步骤地开发，哪个客户需要及时开发，哪个客户暂时不能启动，那些客户需要互补联动，并不是单凭想象就能达到效果的，客观经济规律是不可违背的，甚至具体到某个客户在什么时间应该采取什么样的策略，什么时间应该回访，应该采用面谈还是电话，都是需要考虑的问题。盲目地、无计划地、重复地拜访行为，都有可能导致客户资源的恶性反戈甚至产生负面影响。

　　6、6条建议：

　　重塑销售部的角色职能定位：

　　在做营销网络的同时，做销量、创造利润和区域品牌。通过完善终端网络来提升产品销量和团队美誉度，坚定不移的用我们自己的方式来做市场。

　　在确保产品在终端买得到的同时，也要确保卖得动：

　　有计划、多层次地开展面向客户型推广，门店销售，赶集宣传，会议营销正在逐步形成我们营销中的固有模式。不能只保证渠道中有水，还要创造让水流出去的出口。

　　原则不能动，销售人员不能充当送货员：

　　销售人员主动出击，培养客户订货计划，以客户需求为导向，按需供货。但是由于销售人员与客户沟通不够，或者沟通不到位，经常对新老客户采取货到付款，往往第二天只能等货，送货，收款，甚至还充当搬运，为提高工作效率，降低货款风险，希望大家在以后的工作中，在适当的时候坚持原则。

　　④、经销商产品流量流向的控制：

　　很多销售人员往往注意的是经销商的买卖情况，究竟产品卖到哪去了，为什么卖不动不去追踪，不去思考，所以，今后的工作中，销售部会出相对的表格，来协助销售人员加强对经销商产品流量流向的控制，从而保障我们销售计划的准确度。

　　⑤、开发新客户的意识一定要上一个台阶：

　　某些市场，随着老客户越来越多，销售人员明显感觉维护不过来，根本就没有开新客户的想法。一个市场，想到达到一个预期销量，网络的建立是重中之重，只要该市场网络还没理想化布局，就一定要有建立健络的思想，不断的开发新客户。

　　⑥、目标达成率的提高：

　　这几个月，没有一个月能完成预定销售目标，首先是我的失职，以后在制定销售目标的时候，一定会和大家多沟通，但是，和大家沟通后，所定的销售目标一定要完成，否则，从片区经理到销售助理，连带罚款。

　　最后我对销售部的工作做一个总结：

　　市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

　　同时，市场也是的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

　　我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们共同的奋斗，架好支点撬动市场，打造势能以便放大营销惯性，进行整合，形成拳头能量，相信有一天，销售部的努力定能成为吸引更多的经销商来经营我们的产品、更多的用户来使用我们的产品!我们一定能在目前竞争激烈的行业里建功立业!我们现在的确困难，但我们决不贫穷，因为我们有可以预见的未来!

　　忙忙碌碌、收获颇丰的20XX年已经过去，我们迎来了新的机遇、新的挑战，让我们在新的202\_年并肩战斗，共同发展!

　　在新春来临之际，我借此机会向大家拜个早年，祝大家身体健康，合家幸福!

　　谢谢大家!

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！