# 报社相关职位就职竞聘上岗演讲稿

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2025-03-15

*本文是为大家整理的关于报社相关职位就职竞聘上岗演讲稿的文章，希望大家能够喜欢！报社相关职位就职竞聘上岗演讲稿尊敬的各位领导，各位同仁们： 　　大家好！ 　　我觉得自己挺荣幸的：一是有幸加入报社这个大家庭;二是有机会与各位同仁同呼吸、共命运为...*

本文是为大家整理的关于报社相关职位就职竞聘上岗演讲稿的文章，希望大家能够喜欢！

报社相关职位就职竞聘上岗演讲稿

尊敬的各位领导，各位同仁们：

　　大家好！

　　我觉得自己挺荣幸的：一是有幸加入报社这个大家庭;二是有机会与各位同仁同呼吸、共命运为导报的事业献计献策。我没有辉煌的过去，但只求把握好现在和未来。这次，我本着锻炼自己、提高自己的目的而走上讲台，展现自我，接受各位同仁的评判。

　　今天，我来参加副主任职位的竞聘，主要基于以下三个原因：

　　一、 我认为我具备担任副主任的素质：

　　1、 吃苦耐劳，默默无闻的敬业精神：昔日发行站治理，靠的是坚韧不拔、埋头苦干的精神，今日的发行培训工作，靠的也是自强不息，埋头苦干的精神。

　　2、 虚心好学，开拓进取的创新意识：常利用周末时间自费参加培训公司的一些公开课和认证学习，对市场拓展、业务技巧、售后服务、行政治理和团队建设等课题都有一定的研究，并在发行队伍和治理人员中做过时间治理、情绪治理等课题的讲授。

　　3、 严于律己，诚信为本的优良品质。不论是在发行站当站长还是在发行部当主管，都处处以身作则起表率作用，处理事情本着“公平、公正、对事不对人”的原则进行。

　　二、 我认为自己具备担任副主任的条件：

　　1、 有一定的政治素养：“踏踏实实做人、认认真真做事”这是我为人处事的态度，树立高尚的道德情操，多学习、多实践、勤思维、勤动手，这是我从德、能、勤三个方面严格要求自己的行动指南。

　　2、 有一定的文字功底：曾做过发行内刊的编务，对一些新的想法和意见能以书面的形式呈报给领导，连续三年主写“发行部年度工作报告”。

　　3、 对发行治理工作有了较为深入的了解：报纸的订阅，投递和零售构成了发行的主抓工作;队伍的建设，订单的开展和售后服务的完善成为发行站的主要流程;扩大市场占有额并维护好零售市场是零售工作的重中之重。协调和纠正三者之间的偏差是发行部的主要工作。

　　三、 我认为自己具备担任副主任的治理能力：

　　对发行团队建设有清楚的熟悉

　　1、 发行团队建设不仅仅要考虑目标、定位、职权、计划和人员，更重要的是确定一个核心的治理层。因为这个核心治理层的能力将直接决定了这个团队整体的执行能力。“兵随将领草随风”讲的就是这个道理。它必须要有计划能力、分析能力、执行能力和控制能力，这四个能力缺一不可。此外，还要求这个核心同时具备驾御发行营销队伍的能力;具备实战力，用经验来归纳总结理论，从而进一步指导发行营销战略、战术的规划和执行;只有这样，你的站点、你的团队才会在报业竞争的道路上走的更远。今后，我们在团队的建设中，非凡应该注重核心骨干的培养和选拔，同时也要建立一种储备机制，在发行队伍中注重选拔和培养一批帅才，以致不会因组织人力的变故而使团队陷于被动。

　　2、 发行团队建设必须有强盾的支撑体系：这里支撑体应包括：执行层(站点)、政策、激励机制及考核机制等。政策、激励机制及考核机制是业务执行层最关注的问题。它的执行有效与否是稳定发行团队的最直接的因素。这两个机制对于业务执行层的人员来讲也是一个利益保障的问题。所以我们在构筑团队的支撑体系时，应该考虑所运行的机制是否能够保障你的团队健康运行;发行执行团队是否把保障机制与自己的事业生涯规划联系在一起;发行执行团队的学习力是否具备，是否能把报社和个人的愿景的实现靠强大的学习力来推动他向前发展;发行执行团队的素质结构是否与核心治理层的需求相吻合。

　　3、 发行团队建设和业务拓展是紧密相连的：因为只有用业务的进展才能出判定团队的价值，否则，团队就成了空中楼阁。团队的发展需要一个过程 ，而且应该在动态的市场中去评估团队的进展，然后用一些指标来衡量团队建设的预期目标(如团队的人数，团队的业绩，团队成员自我目标的实现等)。显然，无论哪一项业务的开展都必须借助于团队，所以我们也可以把团队建设看作是业务战略的一个组成部分。

　　4、 发行团队的核心竞争力创建及团队主管作用：

　　变个人英雄主义为团队英雄主义 在竞争激烈的发行领域，涌现出不少优秀发行员，例如某发行员完成站点总业绩的50%左右等等的事例，这个时候站长经常把这个人树成榜样，激励大家学习。但从销售团队的角度来看，这种做法是不可取的，因为一个人的销售量突出，尽管和他的个人努力有关，也与很多客观因素有关，例如销售区域、个人外部关系等等。另外即使业务上有能力的差别，共同提高大家的能力也是必须的。比如加油站订单，这当然同莲前站员工的个人客户公关能力有关，但更重要的是厦门市主要加油战都集中在莲前站四周。先天的环境造成了加油站的订单量一直。假如此时便批评其他各区的销售人员不努力是不公平的。此时如何做好整个团队的协调工作就非常重要了，这就需要变个人英雄主义为团队英雄主义。今后我们可否采取这种做法：将个人的销售奖金同整个团队的任务完成状况挂钩。当整个团队的任务完成率不高的时候，个人的奖金也只能兑现一部分。要害的一点是让大家了解销售是整个团队的工作，必须每个人都努力才能将事情做好。只有当整个团队成为报社的主力，个人的空间才能有更好的发挥。

建立学习互助型团队 我发现：有些站点根本不注重培训，只是让下面的员工去拼命订单。站长只会向发行员压任务，然后采取末尾淘汰制。这样的站点人人自危，每个人都有很大的压力。只是为了完成任务而工作，根本不考虑学习和合作，甚至还在站点内互相抢单。试问这样的发行团队核心竞争力何在? 还有一些站点，尽管也做一些培训，但都流于表现。我们都知道，很多销售的技巧和常识都来自老员工的传、帮、带。假如没有这种经历，新员工的成长就会很慢。在新老员工参差不齐的情况下片面开展销量定命运的政策，只会适得其反。就象让80公斤级的举重运动员去和52公斤级的举重运动员比赛一样，是比不出想要的结果的。一个有竞争力的销售团队应该是个学习互助型团队，团队成员间互相学习、互相帮助。作为站长应该把这种精神贯彻成团队的主流。只有大家共同进步，团队的核心竞争力才会提高。

　　建立站长的个人向心力 作为一个团队，站长的个人向心力非常重要。一个有向心力的站长能把发行团队有效的凝聚在一起，没有向心力也会让一个本来可以很出色的团队成为一团散沙。 虽然有句俗话说：“兵熊熊一个，将熊熊一窝”。但出色的站长不一定要什么都比部下强。优秀的站长大都是能发掘部下潜力并能让大家与之一起奋斗的。在站长中有两个明显的误区，一是把自己当老大，什么都随着自己性子来。他们生怕失去自己的权威，不管哪方面都要压部下一头。这样的站长自然不会有什么向心力，只会让员工的心离自己越来越远，一旦有其他更好的工作，那么剩下的很可能是站长孤家寡人。另一种是什么事情都迁就员工，做一个老好人。自以为这样大家就会为自己卖命，殊不知到了一定阶段的时候，他们就会想办法取而代之或者利用站长的包庇做一些违反报社规定的事，这时候，实际这些站长自己成了自己的掘墓人。那么有向心力的站长是什么样的呢?首先他应该是一个正直、赏罚分明的人;其次他要能带领团队创造更好的业绩。另外他也要能体恤民情，真正把部下当成自己的合作伙伴，只有这样才能真正建立销售主管的向心力，创造销售团队的核心竞争力。

　　当然，创造销售团队的核心竞争力还有很多工作去做，每个销售团队的具体情况也有不同，这就需要我们的站长能发动自己的头脑去解决。发现问题、解决问题并预见问题，是每个站长都应该具备的素质，当然假如不具备，就需要学习。学习是让人进步的根本途径。 创造销售团队的核心竞争力也许很漫长，但只要你去做了，那你就会离成功越来越近。

　　5、 团队建设的步骤和方法：团队的形成阶段，主要招聘并挑选员工——解释团队的目的——制定具体的计划和目标——加强培训——任务跟踪;团队的动荡阶段，鼓励头脑风暴——引导集中精力与目标上——寻求一些成功作为模范——个别员工单独练习——解决大的冲突问题：团队的规范化阶段，从指导、教导转移到支持、鼓励——让员工分担责任(有主人翁的感觉)——利用好资源和工具——坚持目标和计划;团队的执行阶段，答应团队制定自己的活动目标——定期召开例会——经常进行交流研讨——祥自我治理的团队发展。

　　对发行营销团队的治理有一定的经验

　　1、明确岗位职责，制定工作流程：职、责、权的统一与明确有利于治理的清楚化，增强责任感，减少内耗，杜绝相互推卸责任的现象;职责的交叉与职权无畏的插入与干预，轻易造成治理的混乱。虽然目前已制定出相应的岗位责任，但仅限于一些笼统的提法，非凡是没有对责权进行明确的界定。其实岗位责任不仅应该让各岗位清楚地知道该做些什么工作，还应该让其知道该如何做好工作及如何做得更好，应对其工作的成果有一衡量的标准，这样才能够及时发现、纠正和控制偏差。另外，责权应该对等，有责无权与有权无责同样糟糕，各岗位应在授权范围内全权处理并担当责任，更不该让有权无责的人来处理，否则有权无责轻易造成不负责任、滥用职权，其不良后果则由责任人承当，最终导致责任的推卸及治理的混乱。工作流程的制定从理论上为员工的工作指引了一个具体的行进路程。知道每个环节与员工个人之间的关联性，在很大程度上，既减少了无序的工作所带来的混乱也提高了工作上的效能。

　　2、注重协调沟通：协调亦即理顺各岗位、各站点之间的关系。发行部的各站点都是报社大整体不可分割的一部分(而现在却人为地亦或是无意识地把这一整体分割成几个各自为政的分体)，相互之间应相互理解、相互沟通、相互支持、相互配合，节奏、方向应该一致，都以报社的整体利益为中心，树立全局观念，从报社全局出发。节奏与方向不同会产生抗力，从而引起内部矛盾，拖住前进的步伐。所以发行部应加强各站点之间的协调工作，各站点也应从全局出发，相互支持，而不该相互抢单、挖人，因为此举不但对发行部整体利益没有任何促进作用，反而会影响站点之间的关系，影响报社的形象。

　　3、加大培训指导，提高服务质量：万事以人为本，因为人是所有生产因素中能动的活跃因素，所以人员培训工作是征订业绩好坏的要害。目前由于发行人员流动性大且素质参差不齐，从而在读者心目中的出现各种各样的形象。每招一批新人都要对这些人进行规范化的培训，让他们对导报有所了解并把握一定的订报技巧，所以员工培训仍是一项任重而道远的工作。

　4、加大小区开发、注重现场征订：现场征订的效果及影响大家是有目共睹的，但有些站点还缺乏重视，要么不进行，要么走马观花、流于形式。其实，现场征订应有统一的安排与布置，并配合必要的宣传，可由社区部统一组织较有规模和影响的现场征订活动，以造出一定的影响，并为平时零星的现场征订做铺垫。不然，总是征订员单独行动，零散、不固定且不统一，给人打一抢换一炮的感觉，缺乏可信任度，影响导报的整体形象，况且还要受城管等各部门的干涉。当然，也可以与要害路段的商店、小区及大楼的物业部门进行联合征订或宣传，这样既可避免进不了小区或办公大楼的局面，又可起到必要的宣传作用。

　　5、实行绩效考核、完善激励机制：考核机制合理及完善与否，是发行部整体利益的要害，直接影响了各站点的操作方法及全体发行人员的积极性和主动性。单一以业绩考核或单一以增单量考核都是不可取得，而应综合两个量综合指标或更多的指标，因为业绩高的站点不见得能完成任务数，而业绩不是很高的站点反而会完成任务数。赏罚分明能起到鼓励促进及控制鞭策的作用，而赏罚应基于完善的考核制度上。考核应设立一个综合的绩效指标，如对站点的考核，应由证订业绩、投递数量与质量、投诉率、征订费率、内部治理等各项目标的完成情况来设定一个综合考核指标，假如仅以单一的指标考核，则轻易造成站点为争取某项指标而忽略甚至放弃对其他指标的追求和要求。

　　6、加强统计分析：统计分析和财务治理：财务治理是各项治理的重中之重，而统计分析又是财务治理的要害，发行部统计人员与各站内勤应善于透过现象看本质，从相关的数据的背后洞察问题的存在与根源，而不是简单地罗列一些数据。同时各主管甚至到分管业务的副主任都应具备相应的洞察和分析能力，尤其是对费率的核算。在费率中治理费占去相当大的一部分，而治理费又以工资房租为主，因而治理费必然随着站点及人员的增加而增长。假如业绩没有与站点及人员的增长而同步增长，则会导致费率的上升。同时在治理费相对固定的情况下，只有提高征订业绩才是降低费率的最直接有效的办法，但目前有的站点并不是很重视业绩，因为与站点息息相关的是投递量或增单量，所以站点就想方设法向发行部多要各项优惠和支持(业务报、促销品、甚至广告版面)，而无须顾及整体发行费率。假如明年的费率由站点掌控(与任务挂钩后)，站点自支自出，那么，在费率的调控下，站点自会开源(提高业绩)与节流(控制开支)。

　　7、树立“治理与服务”并存的新观念：发行部是一个综合治理部门，其功能在于组织、协调与控制、而重点应在与控制与协调，服务与治理同在，但切不可高于治理，否则将失去控制所含的监督与纠正偏差的重要作用，服务绝不等于满足要求，假如服务只是无限度地满足各方面的有求，而没有基于治理的基础上，那么治理就失去其存在的真实意义;发行部面对的是报社各部门、各发行站及广大订户，需要协调三者之间的关系，并控制与纠正相互之间的偏差，所以发行部应树立“治理与服务并行而以治理为重”的观念，绝非仅限于服务。

　　假若我有幸竞聘成功，我将不负众望，努力工作，以微薄之力往返报组织和同仁们。

　　1、明确思想，摆正位置，当好配角：“副主任”对“主任”而言，是“配角”，但在其分管的工作中，又是“主角”;既是，又是执行者;既对分管的工作负责，又对“主任”负责。在工作中以主任为核心，维护主任的威信，多请示多汇报、多交心多通气，辩证看待自己的优点和短处，扬长避短，团结协作，全力做到：到位而不越位，授权而不越权，补台而不拆台。

　　2、加强学习，提高素质：进一步加强理论学习，以其提高自己的素质和治理水平;在业务治理方面多向领导、同事们学习，以期使自己更加胜任本职工作。

　　3、征订与零售齐抓共管：零售工作的目的是为了征订工作营造声势，并最终引导读者进行征订，而征订工作又从侧面促进零售市场的发展，因此发行部强调征订与零售的齐头并进，同步发展。零售市场是发行的终端，在广告的影响上具有积极的意义。目前的零售市场已居厦门龙头地位，发行部应时刻注重并维护好这一稳定而有序的零售市场。进一步加强零售网点的开发，并对网点做统一的安排与布置，让其成为本报长期而固定的现场征订点、宣传点。

　　4、扎实工作，与时具进：据有位专家说，在企业已进入人力资本短缺阶段的今天，企业之间治理的根本差距，并不在营销等方面，而在人力资源治理。我觉得“企业如此，报纸发行也是如此”。由于报业竞争的日趋激烈，发行员对职业的忠诚开始超过对报社的忠诚(他可以随时跳槽)。因此，对如何吸纳和维系优秀的员工，应予于足够的重视。这是因为现代企业人力资源治理开始关注员工的职业生涯和职业发展，不断研究职业阶梯，给员工提供富有挑战性的工作，通过高效率和合理性的人力资源治理，给他们创造良好的工作环境和自我发展的空间。今后，我们也应加强了这方面的工作，把从社会上招聘来的发行员当作报社职工对待，给他们一定的社会保障，开展“发行员”评选等，从“发行员满足”进而达到“读者满足”、“领导满足”。眼下，我们缺少的是专业的经营治理人才。为适应厦门报业竞争的新形势，报纸发行工作尤其需要培养懂得系统规则和职业化程度较高的职业经理人。方法可以通过培训公司介绍招聘，也可以现职系统培训。同样，市场是动态的，我们应根据实际情况随时做出相应的应对和调整。

　　因拿破仑的一句“不想当将军的士兵不是好士兵”的话激励我斗胆一试，响应组织号召，积极参与竞争。借这个机会只想让大家更进一步的熟悉我、了解我、帮助我、甚至喜欢我，当然更重要的是支持我！

　　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！