# 主管年会5分钟演讲稿范文

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2025-05-10

*回首往昔，峥嵘岁月，我们深感创业的艰辛，成功的不易。满载收获的202\_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，共同庆祝。为大家整理的《主管年会5分钟演讲稿范...*

回首往昔，峥嵘岁月，我们深感创业的艰辛，成功的不易。满载收获的202\_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，共同庆祝。为大家整理的《主管年会5分钟演讲稿范文》，希望对大家有所帮助！

篇一

　　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20xx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、20xx年车辆集中到期的问题，其中，20xx年1929辆，20xx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20xx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。

　　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。

篇二

　　各位销售主任、销售代表：

　　随着我们覆盖全市的深度分销管理、消费者近距离服务的网络已经基本构筑成熟。在硬件差别日趋于零的情况下，每个公司的员工都像浮出水面的冰山，要直接面对市场的风风雨雨。

　　由于地域、时间、环境等因素的限制，我很难和每一位同事都有同样等质等量的沟通，今天，利用经验交流会，我想和大家共同探讨一下“我们这个队伍”以及“我们的服务”，这涉及到当前几个要引起我们注意的问题。

　　一，市场有没有捷径

　　还记得一篇小学课文吧，两个和尚一穷一富，都想到遥远的南海“进修”，富和尚惰性十足，终没去成，而穷和尚却克服障碍，修成正果。最近在行业报看到这样一则消息，讲广东的综合市场长势强劲，越大越赢人；关于北京的一则消息说，摊点式的却一天不如一天，越大越冷清，几个区还不一样，有的大卖场红，有的专卖店火，等等，说不上原因。市场的多样性决定了我们必须沉在一线，春种夏收，一脉相承。等“捷径”走，等“模式”套，我想我们公司只会被市场牵着鼻子走。

　　前段时间，办事处搬家，整理柜子时，我看到一摞厚厚的纸堆。每张纸上密密麻麻的记着市内三百多家零售店及店主的资料，从联络方式、营业面积、品种结构、店面状况到经营特色、市场份额、分期评价，事无俱细。这是我们早期办事处栗强经理、刘云、段海燕等几位早年跑市场所得。三百多家店，多少个工作日；几千个数据，多少串脚迎…

　　市场没有捷径走。

　　二，服务能不能量化

　　该怎样对办事处某一时期的绩效进行评估？服务虽非销售，但同样要量化，我想，某一时期，市场的增量就应是最直接的证明。是的，也许增长的原因里还有行业宏观的因素，还有公司的投入，经销商的配合，等等，但我觉得这些，这和同类竞品比都有共性，寻求差异，就是我们的两大优势：品牌和服务。

　　今年三月，公司给市办事处下属各个经销商重新划了责任区，给每个经销店落实了责任人和检查人。成效如何呢？上星期，他们用打“直观量化卡”的方法，对80多家商店进行了门检。使用六档量具（很差-差-一般-较好-优良-优秀），进行六项大类（店堂建设、产品陈列、辅助品状况、客情状况、促销适合度、商店发展潜力）的六十小项的检查。通过人员交\*打分，销售代表近期的工作成果一目了然，更重要的是，它不仅是考评某一个人，更指导着我们日后对具体某一个店的服务重点和支持方向。当然，“直观量化卡”现在看还有不少问题，还要充实。在以后的工作中，想出更多更好的办法，持续改进我们做市场的方法，增进服务的绩效，给自己加压！

　　三，添一双眼睛看市场

　　办事处是公司在市内的销售支持、品牌阵地，为了明天的市场，我们服务好今天的经销商，结果是双赢。

　　在我们这个队伍里，有很多是刚过实习期的“新兵”，周经理常常教导我们：争取一切机会，向有经验的前人请教。埋头拉车，也要抬头看路，方向不清时，还要请人指路。一段时间后，经常扪心自问：在工作中，我们所做的是不是流于形式，过于简单，究竟有没有打动服务对象的心，又有没有偏离公司本来的要旨。

　　多一双眼睛就多一种角度。

　　有一个搞家具设计的人问我：你知道，吃饭时，小孩子为什么总喜欢往餐桌下钻？我说：因为贪玩。他说，不是，他问过小孩。在小孩眼里，餐桌太高，够不着，被大人抱着又不舒服，而餐桌下面正好，是他的世界，餐桌上的世界是大人的，就这么简单。因此，好的设计师在设计餐桌时，会在那个成人不注意的地方多动点脑子。

　　我们的产品，不是玩具，不好玩，但受用者都一样，是一个个鲜活的人（包括中间商和终端消费者）。所以，在日复一日的服务中，我们真的要多动一点脑子，多添一双眼睛。

　　四，创造好你的“小气候”

　　一个人新进一个群体，起初处处新鲜，活力四射。随着时间的推移，却有了“成长的烦恼”。因为感到大环境里的不和-谐，变得缩手缩脚；因为自身的职责不清，变得浑身惰性。

　　有一则寓言，讲一个房间里有两盏灯，都管用，但每到晚上，还是漆黑一片。起先的原因是两只灯谁都不肯先亮，都在想：干吗要我先亮，我亮了，照亮了房间也照亮它，我神经！（当然，也缺少一个规则要求他们谁先亮、谁后亮或一起亮）天长日久，两只灯天天不亮，成了习惯，于是那个房间成了夜色里最黑暗的所在。寓言到此为止，聪明的你，还可以往下编，一直编到两只灯泡钨丝上了锈，微风一吹，玻璃壳一片片往下掉为止……

　　我们这个团队，是一支“青年近卫军”，有理想，有冲劲，都深知：要进步，就必须比别人快半拍！

　　人虽有差异，但基本观念是相通的。在周经理的领导下，就像一个家庭，每个成员都勇于并且坦然地接受一些“无情的管理”，我们面对的是一个“有情的管理者”。只有这样，才能齐心协力，创造一个彼此共同分享的有助于工作的“小气候”。

　　五，下面是些很散的问题，我想请销售代表们留心并和我一起做，好吗：

　　在走访市场时，你会留心同类厂家的一张不起眼的说明书、宣传画吗？

　　新开发网点中，你的份额占多少？店主对你的付出认同吗？

　　不知道你有没有养成随时走访商店的习惯，例如：有一天你乘公共汽车，下错了站，恰好路边有一家业内店，不管别的，你走了进去。

　　节日期间，是否给你认识的那些小店主问候了？虽然那之前，他不一定会想起你，但那以后我相信，他会熟记。有人讲过，越是小人物，越看重别人的尊重，我们常常疏忽。

　　能清楚地知道你所服务的那家商店，一周里竞争品牌分类产品的销量和市场份额吗，精确性是多少？

　　有时候，几天的功夫，好好的店，突然关门歇店，或者转改门面，哪里热闹到哪去了。这些变故，真的是你不可预知的吗？还是你事前沟通不力呢？

　　顾客走进服务中心，第一个起身迎上的人是你吗？在顾客说第一句话之前，你的目光以及不可少的“你好”到了吗？

　　给两分钟的时间，你能把朝夕相处的每个同事的优点概括一下吗？（如果你平时留意过的话，很容易做到）

　　我们的技术人员上门处理投诉时，正好你有时间，你会主动要求“见习”吗？也许专司市场服务的你，一辈子不用干“技术”，其实，你的一切所见所学，在你的工作中都会无意的应用。

　　公司的促销计划我们执行了，该做的都做了，但有没有考察过真实效果呢？我这个地区的增长量究竟是多少？什么样的活动才真正有效于你所在的这个区？不同规模的商店、不同类型的店主，他们又希望我们有怎样的促销支持呢？

　　市场上的问题太多了。我们要一起想！

　　销售服务的事，看似简单，实际烦得很。写毛笔行书的人，你问他“心”字怎么写，他会告诉你：关键三个“点”。左边一“点”要“认真”，中间一“点”要“周到”，右边一“点”要“快速”。销售服务的事，也要这么做——用“心”去做！

　　谢谢。

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！