# 市场营销心得体会(通用12篇)

来源：网络 作者：独影花开 更新时间：2024-08-19

*我们得到了一些心得体会以后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样能够给人努力向前的动力。记录心得体会对于我们的成长和发展具有重要的意义。那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。市场营销心得体会篇一保险市场营销是...*

我们得到了一些心得体会以后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样能够给人努力向前的动力。记录心得体会对于我们的成长和发展具有重要的意义。那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**市场营销心得体会篇一**

保险市场营销是指在保险行业中，通过采用各种市场营销策略和手段来推广、宣传和销售保险产品，从而获得更多的客户以及提高产品的市场占有率的一种行业行为。在当今的市场经济中，保险市场营销已成为保险公司不可或缺的一部分。保险公司通过营销策略来推出更加适合消费者需求的产品，同时还可以提高品牌知名度，进而获得更多的利润和声誉。

第二段：谈论如何制定一个有效的保险产品推广策略

保险公司推销保险产品的第一步是制定一份有效的保险产品推广策略。这需要公司首先考虑到目标客户的需求及购买习惯等因素。在这个过程中，了解客户需求的方式多种多样，可以通过市场调查、分析竞争对手、观察市场趋势以及针对目标客户制定专门的调查问卷等方式来了解更多客户信息。

第三段：如何找到适合的销售渠道和营销方法

寻找适合的销售渠道和营销方法是推广保险产品的重要步骤之一。选择最优秀的销售平台和渠道可以大幅度提高公司的产品销售量以及知名度。例如，保险公司可以选择在社交媒体上发表相关内容以及在网页上开展线上销售活动，也可以通过传统的方式，如电视广告或直接销售等途径来推广产品。

第四段：如何在保险营销中注意法律合规性问题

在保险营销中必须注重法律合规性问题。保险公司应该完全理解并遵守有关保险产品推广的法律法规，以避免违法行为。例如，保险公司在推广产品时，应该尽量避免使用夸张言辞，这可能被认为是误导消费者。此外，保险公司还应该遵循指导性的行业标准和法规，透明地向客户宣传产品细节和潜在风险。

第五段：简要总结保险市场营销的关键点

保险市场营销的关键在于了解目标客户需求、选定合适的销售渠道和营销方法、重视法律合规性以及持续不断地推出和改进各种产品，同时利用市场调查和数据分析提高销售效率。通过这些操作，就可以提高保险公司的营销策略和表达，赢得客户信心，提高知名度，从而进一步扩大业务规模和市场份额。以此为目标，持续发展是保险市场营销的重要目标。

**市场营销心得体会篇二**

市场营销,是现在社会的必修课,是很多人的生存需要,也是人们需要学习的,现在社会竞争大,挑战大,风险大,这就要求我们要把市场营销学好,市场营销是我们这个行业最为需要实用的。

第一次接触到这门课程。老师走进教室，给我讲了为什么要学这门课程，学好这门课程的实用性。

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现管理理论基础上的应用科学。在这个充满机会和竞争风险的时代，全面、系统地学习和掌握现代市场营销的理论、方法对于我们今后从事营销工作和开拓更为广阔的市场，实在是太重要了。这位老师讲课讲得非常的激情，让我这个不怎么爱学习的人，听得都津津有味，感觉到这门课程对我以后的工作有很大帮助。不但用故事讲解实例，而且还用我们生活中常遇到的问题做实例提问。听完这课我感觉我从中学到的知识是无法用语言就能道得清的，我为自己今后工作重新设定了全新目标…… 总之，这次的学习，把书面上的知识运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。在以后的学习工作过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与社会各个层面的人进行接触、沟通相信在不久的将来，可以总结一套适合自己的营销方式。

锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”这句话说明了成功是需要一种精神的。

销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要保持冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利上市场营销课很有趣,老师也有趣儿,给我们举了很多实例,了解了许多,我喜欢灵活的课程,大家都喜欢,所以同事们都很积极努力,我也要更加努力的为美好的明天努力奋斗,奋斗!

**市场营销心得体会篇三**

xx之行的学习，让我挑战了自己的极限，跨越了自我最低的心理防线。通过这次“我是市场营销冠军”深圳之行的培训，使我树立了正确的从业观念，具备了我成为一名过硬的市场营销人员的意志和端正了我的工作态度。

这次“我是市场营销冠军”学习是由深圳xx公司举办的一次难得的学习机会，学习由主教练xx老师主讲，总教练是xx公司老总xx先生。

学习第一天晚上就布置作业给我们，要求策划好“野人市场营销”的活动，那天晚上我顶着疲惫和我们二组成员在一起策划这次活动{因为没买到硬座火车票，我和同事是站在火车车厢17小时由安庆到深圳的}，策划、排练到凌晨五点才回房休息，清早七点钟就聚到一起整装，我担任小组的化妆师，把小组八名成员化妆成野人部落的男女，每个人身穿泳装，头上戴上夜晚采来的树叶编制的花环，用橡树叶绑在身上，越凌乱越出彩，脸上画满浓烈的油彩，每个人的样子都很惊人，很炫！五个小组的每个人都这样“盛装待发”了，这样不带分文，只带上爱慕公司的邀请函和文化衫在深圳街头发放和市场营销，凭借自己的能力售出文化衫换得饭吃和水喝，发出的邀请函多、售出的文化衫件数多，小组加分。对于我从没穿过泳装有点内向的人来说，如此这般市场营销真的挑战了极限、跨越了自己的心理底线。

第二天是各小组准备节目演练如何疯狂市场营销床垫，主题是吸引人气，营造氛围，各小组为单元，全员参与表演，我们二组表演的是“美女与野兽”一见钟情后选中爱慕床垫结婚，突出的是夸张、搞笑，带动全场人员上台参与尝试床垫的舒适性和弹力，整个节目贯穿了激情的音乐，这个节目也是在晚间利用休息时间去准备的，尽管只休息了两三小时，但成绩是令人欣慰的，我们二组猎鹰队在这一环节取得294分，满分为三百分，仅氛围分就拿了个满分100、这中间离不开小组团队分工、合作和凝聚力，尽管小组成员相识很短，准备策划活动很辛苦，牺牲了睡眠时间，但都很开心。学习最后一天，我们在庾总的率队下参观了爱慕公司生产床垫的整个流程，在洁净的车间，我们看到了很多细微之处，值得我们学习和借鉴。在最后一天学习的晚间，我们的毕业晚会上，我们看到了很多我们着泳装在深圳街头邀请来的顾客参与我们的毕业典礼，晚会上有授奖、有现场签单、有相互学习、有激情共舞，气氛很高昂。两天三夜的学习很短促，临别时有太多的感动，有太多的收获的喜悦。

通过回顾学习的每个细节镜头，我总结了以下几点心得与同事们共同学习：

1、热爱自己的工作，你就会快乐地更容易做好你的工作，热情、真诚地接待每一个到我们馀庆家家居的每一位顾客。

2、迅速熟悉工作方法，在日益激烈，市场不好的竞争中获胜，我们必须尽快投入工作并胜任工作，做好售前、售中、售后的每一个细节工作，提高工作效率。

3、积极参与各种培训学习，只有进一步加强学习，强化自身素质，才能立足于市场。

4、要有勤奋的精神，只有主动地工作，成功大门才能为你敞开。作为市场营销人员，不要畏惧每一次的调查市场、每一次的小区推广，只有打开市场，我们才能成功市场营销。

5、要有自信心，“相信我能”。自信是最重要的东西，相信自己是最优秀的。

6、责任，责任就是以公司利益为重，对自己的工作岗位负责，就是为顾客负责，给顾客提供优质的产品与服务。就是“敬无处不在”。即使没有人监督我们，我们也会认真地做好工作————这就是责任的表现。

7、团队。这次学习分了五个组，小组在学习中有竞争，但体现更多的是团队精神，哪怕是任何一小组出现任何状况，大家都将心拧在一起共同完成培训。馀庆家公司也会需要具有优秀团队意识的员工共创辉煌。

**市场营销心得体会篇四**

俗话说：纸上得来终觉浅，欲知此事需躬行。虽然我们学习有关市场营销专业的基础理论知识已经两年多了，但是我们还不怎么了解一个企业是怎样进行营销工作，怎样进行生产的。通过学校组织我们到茂名铁路运输公司，茂名石化物质供应中心，众和化塑集团有限公司等三家企业进行实地考察，参观，听取企业工作人员讲课，学习讨论，我不仅开拓了我的视野，而且还认识了市场营销专业知识在实际工作中的作用。

二、实习时间和过程

本次实习的时间是：20xx年1月4日到20xx年1月6日。

本次实习的过程是这样的：20xx年1月4日，学校组织我们到茂名铁路运输公司进行了参观和学习。20xx年1月5日，学校组织我们到茂名石化物质供应中心进行了实地考察和听取该公司的李主任讲课。20xx年1月6日，学校组织我们到众和化塑集团有限公司进行了参观和学习讨论。

三、实习内容

通过本次的实习，我了解了铁路运输公司的运输系统及操作和日常工作和管理的情况;了解了茂名石化的原材料是怎样供应，怎样采购，怎样储存和管理;了解了该公司的生产原材料的化学装置，生产原材料的运作和制成成品——塑料编织袋的生产流水线。通过这次的实地见习，我还了解到了各种营销手段是怎样被运用到企业的生产经营当中和各企业的营销管理特色。

四、实习体会

这次的实习虽然只有短短的三天时间，可是，我已经收获良多。以下几点是我这次实习的心得体会。

(一)深刻了解茂石化

虽然来到茂名读书已经有三年多了，可是对于茂石化的了解说起来真的很少。平时，只是听别人说茂石化很厉害，有了茂石化才有了茂名，自己并没有主动积极地去了解茂石化。但是，听了茂名石化物质供应中心李主任的详细讲解之后，我对于茂名和茂石化终于有了一个全面而又深刻的了解。听了李主任的课之后，我不仅对于茂石化的起源历史有了深刻的了解，而且对于茂石化生产的产品、产品的特点、产品的用途都有了一定的了解。听了李主任的课之后，我对于石油在一个国家的重要性又有了深刻了解。这次的见习，给了一个让我深刻了解茂石化的机会。我也充分地利用了这次机会，好好地学习了茂石化的历史和生产过程。

(二)深刻认识到机械化在生产中的作用和管理

我平时都是生活在学校的象牙塔里面，很少有机会出去见习，就算寒暑假出去兼职工作，也是在劳动密集型的工厂里面做些手工活。在没有去见习之前，我对于生产机械化这一词真的没有什么概念。虽然通过教材的学习也知道现在的社会已经很发达了，很多的生产已经进入机械化生产，苦力已经渐渐退出生产环节了。可是，没有亲眼看到，亲身经历，我不能深刻体会到机械化在生产中的作用。来到茂名铁路运输公司，看到来来往往的火车在运输着各种各样的产品，可是，却看不到有很多很多的工人在现场指挥操作。一走进他们的信息楼，看到有几个工作人员在一个很大的电子屏幕面前进行着各种各样的操作，我才明白到他们的这些运作是靠系统指挥操作的，已经进入半自动化了，所以并不需要很多的工人在现场进行指挥。而在现场的工作人员也不是去指挥工作的，而是通过系统了解到下面的机械出现了故障，下去维修的。再来到众和化塑集团有限公司，一个做编织袋的厂，年产3千万吨，我以为会有很多很多的工人在车间工作。可是，一来到车间，我知道我原先的想法是错的了。倘若大的车间，一排排机械有序的排放着，高速运转地工作着，只是有一两个工人在工作。看着这些高速运转的机器，我终于明白到3千万吨的产能是怎么来的了。现在的生产已经是机械化地生产，再也不是传统的人力劳动了。

**市场营销心得体会篇五**

化工行业是一个充满竞争的行业，市场营销对于企业的发展至关重要。通过对化工市场营销的实践，我获得了一些心得体会。在这篇文章中，我将分享我对于化工市场营销的一些见解和体悟。

第二段：营销策略的重要性

在化工行业，市场竞争激烈，产品同质化严重。因此，制定合适的营销策略是非常重要的。首先，我认识到了市场定位的重要性。一个企业要有一个明确的市场定位，找准自己的目标客户。其次，我发现市场细分是非常关键的。通过细分市场，我们可以更好地满足不同客户的需求，提供个性化的产品和服务。最后，市场营销还需要跟上时代的步伐，积极利用互联网和社交媒体等新兴渠道，扩大品牌的影响力。

第三段：品牌建设的重要性

在化工行业，品牌建设是非常重要的。品牌可以提升产品的附加值，增加消费者对产品的信任和忠诚度。通过市场营销经验，我了解到品牌建设是一项长期的投资，需要时间和精力的积累。首先，一个强大的品牌需要有独特的产品特点和优势，以及出色的品质和服务。其次，品牌传播需要整合各种渠道和媒体，如广告、公关活动和线上推广等。最后，企业还可以通过与合作伙伴共同打造品牌，通过合作达到共赢的目标。

第四段：建立客户关系的重要性

在市场营销中，建立良好的客户关系是至关重要的。通过与客户保持良好的沟通和互动，企业可以更好地了解客户的需求和意见，及时作出调整和改善。通过市场营销实践，我发现了几个重要的因素。首先，企业需要倾听客户的声音，了解他们的需求和痛点。其次，及时处理客户的投诉和问题，提供专业的解决方案。最后，建立长期的合作关系，提供持续的售后服务，保持客户的忠诚度和满意度。

第五段：不断学习和创新的重要性

化工行业在不断发展和变化，市场营销也需要与时俱进。通过市场营销实践，我深刻体会到不断学习和创新的重要性。首先，要关注市场的变化和趋势，及时调整和改进营销策略。其次，要加强自身的学习和提升，不断提高自己的专业知识和技能。最后，要鼓励员工的创新思维，打破传统的思维模式，做出与众不同的营销方案。

总结：

在化工市场营销的实践中，我认识到了营销策略、品牌建设、客户关系和学习创新的重要性。在市场竞争激烈的背景下，企业需要制定有针对性的营销策略，建立有影响力的品牌，与客户保持良好的关系，不断学习和创新，才能在市场中立于不败之地。通过这些心得体会，我相信我将在化工行业的市场营销中取得更好的成绩。

**市场营销心得体会篇六**

这学期市场营销学，学了不少内容与知识，使曾经匮乏的知识面扩展了很多，如营销战略规划过程，市场营销环境分析，以及各种市场营销策略等。经过王趁荣老师的详细解说以及其它相关书籍的介绍之后让我感到真是受益匪浅。让我我更加深刻的了解了市场营销学的真正的概念以及营销技巧。同时也让我明白了市场营销学不仅是一门应用型学科,同时它的哲理已渗透到我们的各项活动之中,包括经济活动与非经济活动.在人们经济生活,社会生活中得到广泛的应用.而市场营销学本身理念也是呈现出动态发展,不断创新的,以适应知识经济,信息经济和经济全球化的全面挑战.

通过这个学期的学习让我认识到倘若做为一名市场营销人员，做市场营销其实就是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会，诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户角度去考虑问题，产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人可以赋予产品于生命力，一定要注意自己的言行，营销者的一言一行，时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能使你的成功或者全盘皆输，做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘一分收获，真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力与脑力的共同结合。守时对营销者至关重要，与客户约好时间一定要提前时间到达，无论是多么的风雨交加电闪雷鸣，都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，对自己微笑，对客户微笑，对困难微笑，微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候，对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定成功率会大很多。持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的是需要营销者日积月累起来的，如果因为一丝困难而放弃，那么永远就别想成功，阳光总在风雨后，会看见曙光的。

市场营销即满足顾客需求还涉及到何种产品来满足顾客需求，满足顾客需求，使我更加认真学习书中营销策略，其中竞争性市场营销策略，目标市场营销策略，品牌策略，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，服务市场营销策略等，以备充分满足顾客需要。

我一直觉得菲利普科特勒的一句话很有道理:\"优秀的企业满足需求,杰出的企业创造市场\".我相信学习市场营销学的更多理念会有利于我在实践上的成功。

学习市场营销，目前我的这些心得似乎有些浅薄，但是我希望在学习中不断充实使自己越来越完善。

**市场营销心得体会篇七**

化工是一门复杂、多样化的产业，市场竞争激烈。作为一名从事化工市场营销的从业者，我深感需要不断学习和总结经验，以适应不断变化的市场环境。在这里，我将分享一些个人的心得体会。

第二段：加强市场调研

市场调研是化工市场营销的基础工作，我深刻认识到其重要性。通过实地考察和分析数据，可以了解客户需求和竞争对手动态，有利于确定营销策略和产品定位。因此，在市场推广之前，充分了解目标市场的市场规模、行业关键人物、竞争对手等信息，是非常必要的。

第三段：树立品牌形象

品牌形象对化工企业来说至关重要。在市场中树立一个可信、可靠的品牌形象，对于产品的销售和推广至关重要。因此，我始终坚持以客户为中心，提供高质量的产品和优质的售后服务，从而建立了一定的良好品牌口碑。此外，利用网络和社交媒体等平台，建立企业形象和品牌认知的传播，也是现代化工市场营销不可或缺的手段。

第四段：注重创新

在快速变化的市场环境下，化工企业必须不断创新才能立于不败之地。创新产品和技术将成为企业获得竞争优势的重要手段。作为一名市场营销人员，我时刻关注市场动态和技术发展趋势，积极与研发部门合作，推出具有创新性和差异化的产品，不断提升企业在市场中的竞争力。

第五段：建立长期合作关系

在化工市场营销中，建立长期合作关系是至关重要的。通过与客户建立紧密的合作关系，可以实现共赢，促进可持续发展。为此，在与客户接触时，始终坚持诚实守信、信守承诺的原则，注重与客户建立互信和互利的关系。同时，定期进行客户满意度调查和客户关系管理，及时解决问题，满足客户需求，提供与众不同的价值，巩固和拓展市场份额。

总结

化工市场营销是一门复杂而有挑战的工作，但也充满了机遇和发展。通过加强市场调研、树立品牌形象、注重创新和建立长期合作关系，我在实践中逐渐积累了经验和心得。未来，我会继续不断学习和进步，不断适应和应对市场的变化，以推动企业的发展和进步。

**市场营销心得体会篇八**

在没有接触市场营销这门课程之前，我们都不知道什麽是营销学，自从选修市场营销后，才开始对营销学有所了解。营销是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。

1、什么是市场营销

2市场营销理论发展的四个阶段

初创阶段（1900年1920年），功能研究阶段（1921年1945年），现代市场营销学形成和发展阶段（1945年1980年），营销扩展阶段（1980年以后）

3市场与需求

市场营销学中的市场可以等同于需求，即研究消费者的现实需求和潜在需求。

市场从不同角度，可以划分为不同的类型。其中按商品的基本属性可划分为一般商品市场和特殊商品市场。一般商品市场指狭义的商品市场，即货物市场，包括消费品市场和工业品市场；特殊商品市场指为满足消费者的资金需要和服务需要而形成的市场，包括资本市场，劳动力市场和技术信息市场。对以上两种市场作分析时一般要研究消费者市场，产业市场和政府市场。市场营销环境分析常用的方法为swot分析方法，它是英文strength（优势）、weakness（劣势）、opportunity（机会）、threaten（威胁）的意思。从内部环境分析优劣势，从外部环境分析机会与威胁。

5市场营销策略

包括服务供给得以顺利传送的服务环境，有形商品承载和表达服务的能力，当前消费者的无形消费体验，以及向潜在顾客传递消费满足感的能力。

4c包括：顾客，成本，沟通，便利。加上机会chance，市场变化change为6c。不销售制造的产品，而要将满足消费者需求的产品售出；不要依竞争者或者自我的盈利策略定价，而是要通过一系列测试手段了解消费者为满足需求愿付出的成本；不要以自身为出发点，想着网点怎么布置，采用什么样的通路策略，而要关注消费者购买产品的便利性；不是想着如何通过媒体传播来提升销量，而要和消费者互动沟通。

在营销课上老师给我们讲到营销人应具备的能力、营销人的心理素质、市场营销与企业职能、市场营销环境、市场营销调研与预测等模块。

营销人应具备的能力有：学习能力、宣讲沟通能力、销售能力等。而且学习能力还包括公司的自料学习、公司的各项培训、收集知识的能力、捕捉信息的能力等。营销人员的心理因素包括：高度的热情、坚强的意志、良好的心态、强烈的责任等。市场营销与企业职能：企业的基本职能有市场营销与创新，市场营销并等于推销，市场营销的目标是减少推销，甚至使推销成为多余。市场营销环境是企业营销职能外部的不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业活力及其目标事项的外部条件。市场营销环境包括：微观环境和宏观环境。微观营销环境指与企业紧密相联，直接影响企业营销能力的各种参与者与企业营销形成协助、竞争、服务、监督的关系；宏观营销环境包括：人口环境、经济环境、自然资源环境、科学技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。市场营销调研与预测是指运用科学的方法系统地、客观地辨别、收集、分析和传递有关市场营销活动的各方面的信息，为企业营销管理者制定有效的市场营销决策提供重要的依据。与狭义的市场调查不同，它是对市场营销活动全过程的分析和研究。

实习的内容主要是销售奶制品，学习超市的经营文化、销售技巧、团队协作精神、礼仪等各方面的知识。凭着对该超市营业额和产品的了解和与其它超市的对比，突出该超市产品的优点和超市的良好信誉，积极开拓消费源，向顾客推销各种优质奶制品，完成超市分配的任务。

这个职业不仅能提高我的团队合作能力、沟通能力、语言表达能力、普通话等，更能够让我在与人交流沟通中学会如何与人打交道，而且还可以从中学到某些产品知识，让自己的文化修养、知识素养、社会涵养深入到生活中的实际里。使自己在面对大众、面对社会的时候能有胆量并能充分展示自己的能力。

在第三个星期开始的时候，由于我的坚持不懈，我很幸运的被万德隆招聘为营销人员。我的职业范围就是为客户导购乳制品；我导购的产品包括伊利、蒙牛、天友、牛奶梦工厂、光明等十几个比较知名的品牌。我的职业责任就是诚信的为客户本人及其家人介绍适合他们的奶饮，时刻做到微笑服务，把最优质的服务献给每一位客户。

每天我们早上8：00就必须到超市集合做早操，然后练站姿，保持微笑，然后相互整理着装，这大概要花费15~20分钟。而且我们还要在8：30以前清点好自己的产品区，虽然这道工序是重复昨天晚上下班前的工作。但是这就是公司管理的一道必要程序万无一失的工作守则。它体现了精益求精，追求完美的工作态度。一个企业要想取得好的业绩，就要保证有好的服务。

在超市奶制品区里加上我一共有5个人。我与另一位伙伴是导购员，其余3人，一个负责清点销售区与仓库里的牛奶，另外2个负责搬运。我们5人其实没有明确的职责界限，都是相互帮助。我觉得暑假里的后1个多月里工作虽然挺辛苦的，但却很快乐充实。而且，我明显调查出众多奶制品中伊利，蒙牛的价格差最大，完全包含了高中低档的消费者，但同一级别的价格相较于其他产品略高一点，也就在0、5~1、0元之间。市场上大众喜欢的品牌是伊利、蒙牛、天友；小孩最喜欢的是旺旺、伊利、蒙牛；老年人也有买牛奶的，可是大多数是买来给小孩。但，从整个超市营业额各个物品区销售所占比例来看，奶制品销售占前3名，据经理说属正常。看得出人们的生活水平和重视健康程度有明显提高，不知道这是不是“建设健康重庆”的政策产生了影响。

据我了解，一般包装是写有饮料两字的营养价值十分低，只有像纯牛奶那样，或者产品介绍上写明所含营养成分及其比例多少的牛奶作为早晚餐食用的营养高一些，对人的身体更好些、而且据营养学家说：小孩每天喝牛奶在500~800ml，成人1000~1500ml，老年人600~1000ml才能满足人体对牛奶的营养需求、总之，这次的实践我过得很充实，收获很大，让我认清了大学生就业也很困难，尤其是在校大学生更是难上加难，就激励我要更加充实自己，锻炼自己好适应社会的需求，真真正正的成为人才，而不是人材、也学到了一些销售技巧，感悟到了与人交流的艺术，提升了我的综合素质、这段经历无论是在今后的学习上，还是在公司任职，更或者实在今后的生活中都是一笔宝贵的财富，感谢用问题解决问题市场营销课的老师。

**市场营销心得体会篇九**

我是一名高中生，但我对工程市场营销有一些自己的心得体会，希望分享给大家。

首先，市场调研是非常重要的。在了解市场上的竞争者、消费者需求等信息之前，我们无法对自己的产品或服务做出恰当的定位，并且也无法制定好 营销策略。市场研究不仅要了解同类产品的现状、流通渠道和价格，还要了解目标消费者的购买习惯、心理和需求等，这样才能研究出有针对性的 营销方案。

其次，突出自己的产品特点非常关键。在众多竞争者中，只有优秀而独特的产品才能在市场上立足。因此，我们需要充分了解自己的产品特点，结 合目标消费者的需求加以突出，例如在定价、包装、销售环节等方面下功夫。要让消费者了解产品的独特之处，也就需要做好产品宣传。

第三，选择合适的销售渠道也是至关重要的。目前市场上销售渠道非常多，有实体店、电商平台、社交媒体等，我们需要根据自己的产品和目标消费者的属性选择合适的渠道。一款高端化妆品，基本上不会在地摊上销售；而一款价格便宜且质量过硬的文具，可能在超市等实体店内销售更合适。

最后，售后服务也是营销的重要组成部分。一个好的售后服务能够极大地提高顾客满意度，也能为消费者树立品牌信心。而一个坏的售后服务也能彻底扼杀一个品牌。

以上就是我的一些经验和想法，当然还有很多其他方面需要我们进一步学习和探索。工程市场营销需要有全局的思维和敏锐的市场洞察力，同时也需要不断地精益求精，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

**市场营销心得体会篇十**

我是xx届中央党校经济管理专业的在职研究生，通过一年多的集中学习和强化训练，激发了我学习经济管理学科的浓厚兴趣，初步迈入了经济和管理的学术殿堂。我对宏观调控、微观经济、货币政策、国际贸易等知识有了初步了解，对西方管理理论、现代企业管理有了系统的认识。尤其是去年，通过对《市场营销学》的学习，接触到了全新的市场营销理念、营销战略、营销策略，对市场营销学的理论体系、基本框架有了更清晰的认知，我不但明白了市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学和现代管理学基础上应用科学，而且对市场营销学的具体工作方法有了进一步的拓展。在这之前，我从没想过一个简简单单的营销过程会有如此多的环节，没有想到市场营销学是建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的综合性应用科学。毫无疑问的，学习《市场营销学》这门课程着实让我受益良多。在这里，我想从以下几个方面谈谈学完市场营销学的心得体会。

在市场经济发达的今天，市场营销是涉及面很广的企业经济活动，在现代企业经济活动中处于十分重要的位置，并对企业的生存和发展起着重要的作用。

通过学习，我知道了市场营销学是市场经济高度发展的产物，是市场激烈竞争的产物。改革开放以前，在计划经济体制下，市场营销在国内的发展非常滞后。近年来，随着我国工业化、城镇化和现代化的推进，技术水平飞速发展，专业化程度日益提高，个人收入上升，日益扩大和完善的市场为市场营销理论和实践提供了良好的发展平台。

通过学习，我明白了市场营销是艺术和科学的共同体，是一门艺术性很强的应用学科，因时因地，因人而异，具有不可复制性功能。市场营销更不是促销、拉销、推销，市场营销是基于需求导向的竞争战略，是适销对路产品的开发、生产与销售。市场营销要立于谋，成于策，要以理论做为指导，按规则行动，有理论做为指导，做工作才能高瞻远瞩，胸有成竹，事半功倍。

通过学习，我明白了市场销营使企业产品使用价值和服务价值得以实现，是联结社会需要与企业的中间环节，是涉及全员、全过程。市场营销要有市场的意识和竞争观念，要树立“市场第一，顾客第一”的观念，顾客就是我们的上帝，顾客是我们的衣食父母，有这样的认识和定位，我们做起工作来更加得心应手，做人也就会更加彬彬有礼，做事会更加精于细节。另外，市场销营不只是销营部门的事，而是涉及企业技术、安全、质量、服务等各部门的事，只有各个环节齐头并进，“使推销成为多余的目的”才能实现。

通过学习，我明白了市场销营理论上讲的与实际做的有一定差距。在实践中，往往是“运用之妙，存乎一心”。比如，回扣、佣金等有一定的生存空间，是商业交往的润滑剂，屡禁不止，因而，反腐倡廉，依规办事任重道远。但从另一个角度思考，存在的便是合理的，这些问题的解决涉及社会制度、产权制度和法律法规等各个方面，非一人之力可为也。

通过学习，我发现自己在看待问题、思考问题及解决问题等方面都有了改变，自己的思路也不在想以前的狭隘，会注意到问题的本质，在解决某些问题时，更会抓重点、抓关键，喜欢用数据说话，用事实说话。

作为在职研究生学习，科目较多，学习量较大，一定要纲举目张，对课程的理论体系、基本框架和逻辑线索要有深入的理解，这样学习效果才能更加显著。《市场营销学》既然是一门实践性很强的应用科学，我们就一定要把握好教材的内在逻辑联系，达到良好的学习效果。

首先，对市场营销的概念、性质、对象和发展过程要有全面的了解，对市场营销的作用、对象有了全面的认识，尤其是对市场及市场营销的概念、市场营销理论的新发展有了更深刻的理解这样就可以站在时代和学科的前沿，从历史发展的高度进行学习。

其次，对市场营销原理、营销实务、营销管理及营销新领域等进行了深入学习。尤其是对营销管理中的营销战略有了新的理解。战略就是做正确的事，战略就是旗帜、是方向，没有方向，就无从制定办法，目标也就不可能实现。“不知山林、险阻、沼泽之形者，不能行军。”科特勒认为，市场营销必须从战略管理入手，不论投资人还是企业，战略的制定，都必须注意人口环境、社会与文化环境、经济环境、技术环境和社会环境等宏观环境要素及其发展状况。就拿我们建筑施工单位而言，市场营销，即工程任务的承揽是永恒的主题，经营战略的制定，必须与国家宏观政策、产业结构调整、企业资源现状、技术研发水平等相结合，这样才能扬长避短，在夹缝中求得生存。在当前的市场形势下，我们一定要在坚持以建筑业为核心业务的同时，强力推动结构调整。力争通过2～3年努力，真正形成工程承包主业基础地位稳固，海外经营、资本运营（含房地产）、工业制造、物流贸易、铁路运输、产品加工、矿山和能源开发等板块协同发展的产业布局，实现产业结构的优化升级。这是因为建筑施工是我们最熟悉的领域，也是我们生存和发展的根本。可以预见，在未来十年，无论是交通运输、水利水电、城市地铁，还是海外工程，都具备较好的生存和发展空间，我们必须立足主业，优势块板率先发展，努力做大做强。要依托在建，进一步深度开发铁路市场；要努力发挥多年来在路外市场积累的施工业绩和品牌优势，巩固既有市场；要结合国家“十二五”规划中颁布振兴的行业，开拓新兴市场。

第三，要掌握营销实务有了深刻的认识。市场营销实务主要包括目标市场策略、产品策略、价格策略、分销策略、促销策略等。所谓策略，就是选择各种各样的最佳路径，通过最佳路径更快的到到目地的，核心是有效性和效率问题。企业在实际营销过程，必须先根据市场特点和自身的优势，确定目标市场。比如，受国际金融危机和国内宏观调控影响，我国铁路建设市场“急刹车”，进入“寒冬”季节，面对日益萎缩的铁路建筑市场，我们“中国铁建”适时调整产品策略，注重加强市场形势研判，适时调整工作思路和经营布局，实现了“从铁路到路外的转移”“从东部到西部的转移”、“、从地上到地下的转移”、“从国内到海外的转移”、“多单一经营到多元经营的转移”，抓好重点行业、重点项目、重点区域和重点客户的经营承揽，继续紧跟铁路、公路市场，保持优势；重点抓好房建、市政、水利电力和城市轨道交通等投资热点领域的承揽，积极拓展能源矿业、疏浚填海、环境保护等新兴市场，提高市场份额。

对《市场营销学》理论体系和框架的掌握，更我进一步提高了学习效率，为其他学科的学习打下了坚实的基础。

经营承揽是施工企业市场营销的最主要内容，是企业生存的基础，经营人员的素质、工作能力决定企业的可持续发展。我认为，经营人员应该具备以下素质，具备优秀的工作技能。

**市场营销心得体会篇十一**

随着经济的发展，化工行业在我国的地位越来越重要。作为一个化工销售人员，我有着多年的实战经验，积累了一些关于化工市场营销的心得体会。通过不断学习和实践，我逐渐认识到了市场营销的重要性，并得出了一些有效的方法和策略，能够帮助我在激烈的市场竞争中取得成功。

首先，了解市场需求是决定销售策略的关键。在化工产品销售中，客户需求是指导销售工作的重要因素。了解市场需求，了解客户的需求变化和应对策略，是化工销售人员的必备素质。这需要我们与客户保持密切的联系，定期进行调研和沟通，及时了解客户对产品的需求和反馈。只有通过不断了解市场需求，才能够针对性地设计销售策略，提供更好的产品和服务，满足客户的需求。

其次，建立与客户的良好关系是化工市场营销的关键。客户是市场的核心，他们的满意度直接影响着销售额。因此，我们要与客户建立起互信和合作的关系，树立良好的企业形象。这需要我们耐心倾听客户的需求，及时回应客户的反馈，解决客户的问题。与此同时，我们还应该通过定期的客户拜访和活动，加强与客户的沟通，了解客户的现状和发展需求，以便能够为客户提供更加贴心的服务，并根据客户的反馈进行产品和服务的改进。

此外，制定市场推广策略是化工市场营销的核心。市场推广是化工企业扩大市场份额、提高销售额的重要手段。在制定市场推广策略时，我们首先要明确市场定位和目标客户，并针对客户需求制定相应的营销计划。同时，我们还需要利用各种媒体和渠道进行宣传，提高产品的知名度和美誉度。通过组织参加展会、举办技术交流会和发放宣传资料等方式，将产品的技术特点和优势展示给客户，促进销售额的增长。此外，我们还要密切关注竞争对手的动态，调整销售策略，以保持市场竞争力。

最后，化工市场营销要注重售后服务。售后服务是保持客户忠诚度和促进再购买的关键。在化工行业，一些产品的销售周期很长，所以提供好的售后服务至关重要。我们要及时回应客户的咨询和投诉，并根据客户的需求提供技术支持和解决方案。此外，我们还可以通过定期走访客户，了解产品使用情况和客户的满意度，向客户提供相关的技术培训和检验报告，提高客户对产品的信任度。

总之，市场营销是化工行业发展的重要环节。通过了解市场需求、建立良好的客户关系、制定市场推广策略和提供优质的售后服务，我们能够更好地满足客户需求，提高销售额，推动企业的持续发展。未来，我将继续不断学习和实践，提升自己的市场营销能力，更好地应对市场挑战，为化工行业的繁荣做出更大的贡献。

**市场营销心得体会篇十二**

品是好商品？赢得市场的商品就是好商品.如果把这句话套用在教学中，就可以是：什么样的课堂是好课堂？赢得学生的就是好课堂！把这句话套用在学生的就业问题上，就可以是：什么样的学生是好学生？赢得企业的就是好学生.所以，在陕职院工作的八年里，作为营销专业的一线教师，我深知探索和尝试新的教学方式的重要性和紧迫性.当然，教无定法，教学经验更是涉及多方面、多角度，何况又有学科间的差异，每个人都有自己的体会.我的观点是：对于营销这门课，应该以营销基础知识为起点、以营销实际背景为依托，整合教学内容、综合运用多种教学方法，形成一种“开放式”的教学模式.在这里想就三种教学方法的使用和各位老师分享.还请批评、指正.

案例教学法是一种以案例为基础的教学法，是营销教学中必不可少的方法.原来以为就是在每一章节里尽可能多的给学生介绍营销案例，加深对理论的理解或记忆就行了.其实不然，我认为案例教学能否收到实效难点有三：

难点一：案例的选择

营销案例铺天盖地，但选择与主要教学内容密切相关、难度、长度都合适的案例并非易事.有些案例虽然精彩，但与内容不相关或相关性不大.我要求自己在阅读大量案例的基础上精心筛选案例.而我最爱选择的案例类型是既和讲述内容相关，又能激励学生的例子.例如，在讲企业战略的重要性时我举了巨人集团史玉柱从做脑黄金的失败到后来的脑百金胜利的事例.和学生一起分析，归纳，总结.让学生切实的感受史玉柱在战略上一个非常著名的“四不做”理论.“自己不熟悉的行业坚决不做；没有发展前景的行业坚决不做；没有好的人手坚决不做；没有足够的钱也坚决不做.”

难点二：案例的描述

我觉得案例能不能非常准确而生动的描述给学生听，尤其是在没有多媒体的教室，学生又没有相关的资料，教师的语言表达基本功就显得非常重要.生动的、幽默的、口语化的描述最能引起学生的兴趣.我做过实验，同样的案例在多媒体放给学生看远不如老师的口述，学生能有效地记忆更多的信息点.所以，平时我会留意很多老师的语言风格.好的自己也会去模仿，最终形成一个学生喜欢、自己满意的语言风格.

难点三：调动学生积极性

案例教学中最难做好的就是综合分析型案例这种类型，它涉及多方面营销理论,要让学生分析问题产生的原因,选择相对满意的决策,给出解决问题的`具体措施.如何激发学生兴趣,调动学习积极性正是难点所在.我想：首先要有意识的去转换自己的角色，把老师看成是导演或裁判员，把学生看成是演员或运动员.只有这样才可能营造轻松自由的课堂气氛，才可能充分调动学生的积极性.

情景教学法也是我很喜欢，也很常用的方法.几乎每一章开始时都会用到.比如可以从教材内容入手设置一些带有启发性和探索性的问题，目的在于集中学生注意力，发挥学生主观能动性.在讲营销策略时可以设计这样一个情景，假如我们学校外的小饭馆生意不好，怎样扭亏为盈呢？如果让你当饭馆老板，你要如何经营？我鼓励学生积极出谋划策，培养他们的实践运用能力.还可以用一些经典的营销小故事来讲述营销的大道理，例如“怎样向寺庙推销梳子”这样的故事，以轻松、诙谐、幽默的方式来创造一种愉快的课堂氛围，学生容易接受.另外，多媒体的使用也使情景更为直观、生动.在讲授“广告策略”这一知识点时，再好的语言描述也不及向学生播放几则广告，如可口可乐广告、李宁的广告，瓢柔的广告，五粮液的广告等，通过教师的评析，让学生更好地理解广告的设计.在讲授关于品牌策略这一节，解释品牌是一个集合的概念，包括品牌名称、品牌标志、商标.解释时，配合多媒体上的图片学生才会印象深刻.再有，还通过让学生分别扮演一定的角色，进行模拟表现，从而激发兴趣，引导学生深刻体会所学内容.比如推销这一节，实践性操作性都很强.可以组织学生进行一次模拟“柜台推销”或者模拟“上门推销”活动，让学生扮演“营业员”或“推销员”，利用所学的推销技巧向“顾客”推销商品.通过这些活动，不仅能激发学生兴趣，使学生的理论知识得以巩固，而且有利于学生的营销实践操作技能和应变能力的锻炼和提高.

游戏教学法是“结合教材的内容，运用游戏的手段如游戏产品、开发游戏课等，从学生的兴趣爱好出发，将所要学习的知识点转换成游戏，通过以后的感性活动，引导学生从游戏中掌握知识.”此教学法是这两年来，我才偶尔在课堂上使用的一种方法.用它，是因为看到许多企业在给员工培训时都选择了游戏的方式并且效果不错.偶尔用，是觉得在课堂上花费了大量的时间，必将减少理论教学时数，觉得有点本末倒置.所以，只在个别时候做一些尝试，用来调动一下学生的学习积极性.例如“听葫芦画瓢”的游戏，能让学生非常感性的认识沟通的重要性.这比我们老师一上课就开始说沟通有多重要的效果要好地多.

教学方法多种多样，教学效果也有不同的衡量标准.我常在想：到底什么样的老师才是好老师？衡量好老师的标准又是什么？记得在xx年青年教师培训时，我的心得体会的标题就是《多些理解，多些宽容》.其中，我写过这样一段话“对学生我们应该多些理解，多些宽容.当然，理解的基础是了解，宽容并不等于放纵.我主张：鼓励式教学.同时，我也认为：鼓励在很多时候其实也是一种压力.”不管怎样，我在践行着我自己对好老师的理解，那就是：一个能把学生的事放在首位，能站在学生的立场思考问题，了解学生，理解学生，宽容学生，尽自己所能的帮助学生，把自己的学生培养成社会需要的人.

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn