# 最新网络营销实训总结报告 网络营销策划实训个人总结(通用8篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-12-04

*报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。网...*

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

**网络营销实训总结报告篇一**

大家应该在网络上开设自己的博客，刚开始的时候，多看看别人的博客，特别是某互联网知名认识和活跃在网络评论前沿的行业人士的博客。看得多了，就会慢慢形成自己的一些观点和想法。接着可以就互联网的某个热点问题或正在学习的某个知识点发表自己的想法和看法，或者做一些行业动态的评论，当然也可以写生活中的一些小事情，只要是自己的感受和想法都可以，不管写得怎么样写得多么外行，要坚持原创，坚持写一些。这对于学习专业知识和了解前沿动态以及自己各方面能力提升都有很有效的帮助。

打几个比方，在学习电子商务概论的时候，学到网络支付时，可以自己开通网上银行和开通支付宝或者财付通或者快钱这样的第三方独立支付工具，尝试性得用着来进行小金额的购物；在学习网络营销的时候，可以多就自己建立的博客空间或者自己运营的独立网站进行推广；在学习物流时，可以多去了解线下的申通快递等各种物流通道。反正只要能在把书本上或者网络上接触到的知识和实践联系起来，就要尝试这动手去实践。这种学习的方法是非常有效的，也能在很大程度上培养起你的兴趣。

一般大家所说的交际是现实中的交际或交往。这里的网络交际圈包括现实和虚拟两方面的交际，现实中的朋友可以在你的qq好友或者msn好友或者博客空间好友或者社交网站空间好友中等等，当然更多的是不认识的、没有见过面的、有共同兴趣爱好的、多以互动交流为基础的陌生人。因为是有这共同的爱好，甚至是相似的背景成为交往对象，所以，你能从“他”、“她”身上学到很多很有用的，可能现实交往中学不到的东西。并且随着时间的推移和交流的加深，虚拟网友成为现实中的朋友是很有可能的。

学习是无止境的，虽然已经接触电子商务与网页设计者门课程一个学期了，但大多都是理论上的学习，缺少实践操作。在接下来的学习中我会积极寻求实践操作的机会，把实践经验与理论心得相结合，我相信会有更大的提升。

**网络营销实训总结报告篇二**

营销专业实习是市场营销专业教学计划的。重要的实践性教学环节。通过实习是学生深入理解和掌握已学过的市场营销基本理论、基本方法和基本技能；进一步缩小理论教学与企业营销实践的差距；提高学生的独立动手能力与分析问题和解决问题的能力，为后续课程的学习提供更多的感性知识和打下良好的实践基础。

期末考试的结束暗示着大三的结束，伴随而来的还有实习的开始。结合实习目的，同学们纷纷走出校门去找工作，我也就是其中的一员。由于电脑出了故障，考完后就开始在工商联人才市场搜寻招聘启事。那天我们看到了很多招聘启事，其中大部分是要招收技术人员，而对于我们就只能考虑到销售。招销售人员的招聘启事不多，对于我们来说最大的问题是各公司店只要全职的并要求要有一定的销售经验。逛了许久还是没有发现好的机会，最终和同学只能是失望而归。

最终放弃了出去寻找招聘启事转向通过网络的帮助，其中我们查看很多人才网最终选了智联人才网，在智联人才网中我们主要是搜寻一些关于营销的工作，如销售等。最终，我在智联人才网找到了德尔合肥物流中心，其正好在招收若干销售人员而且学历不限更重要的是其要的是兼职。通过招聘信息里的电话和联系人我们很快地联系上了负责此次招聘工作的孔经理，通过在电话上的简单沟通我很快获得面试的机会。

首先，孔经理要求我简单地介绍一下自己，我稍微思索了一下很快地就介绍了自己；其二，他还问我为何要来德尔，我简单地说明一方面是学习任务另一方面是德尔能为我提供良好的发挥自己的平台。面试完后，孔经理叫我先回去过几天就会通知结果，没想到第二天就打电话过来说明天就可前去报到。

在此次的培训，公司采用了实践型培训法也叫作实践法。实践法是通过让新员工在实际岗位或真实的工作环境中，亲身操作、体验，掌握工作中所需的知识、技能的培训方法，在员工培训中应用最为普遍。实践法主要适用于以掌握技能为目的的培训。

本次的培训就是使用实践法中的个别指导法，其和以前的“师傅带徒弟”相类似。在老员工的指导下，我认识到实践法中的个别培训有其很多优点：

1、新员工在老员工的指导下开展工作，可以避免盲目摸索；

2、有利于新员工尽快融入团队；

3、可以消除刚从高校毕业的受训者出现开始工作时的紧张感；

虽然个别指导法有其优越处，但仍有缺点存在；

2、指导者本身水平对于新员工的学习效果有极大的影响；

3、指导者不良的工作习惯会影响到新员工；

4、不利于新员工的工作创新。

个别指导法存在者一定的缺点，但其很是适合销售岗位新员工的培训，特别是对高 校的毕业生和在校生。掌握销售过程中的一些技巧还是远远不够，正所谓做事要“知己知彼，方能百战不殆”，为此我们空闲时间就要了解公司的情况和主要从事的业务及其关系到的产品。

德尔地板合肥物流中心（下称“德尔地板”）是一家主要从事地板批发兼零售的私营企业，其员工规模为50余人。虽然主要从事的是瓷砖批发兼零售。

由于工作的需要，我们也被要求对德尔地板进行了解： der德尔集团是全球领先的专业木地板制造商，多年来致力于为全球消费者提供绿色环保、科技领先的家居产品和最前沿的家居体验。集团总注册资金1.6亿元，产业涵盖地板、研发、地产、连锁、传播、物流、教育、投资等领域，集团总部位于历史文化名城苏州。

德尔国际地板有限公司为中国林产工业协会地板专业委员会副理事长单位、中国质量万里行理事单位，其在吴江建成的生产基地是全国最大规模的木地板生产基地之一，拥有德国homag豪迈、荷兰砂霸等国际一流生产线，在地板原料加工、外观处理等方面拥有多项关键性产品专利技术。

der德尔销售网络已覆盖国内32个省市及欧美、东南亚、中东等地区的20多个国家和地区，成为具有全球竞争力的优势企业之一。主要客户包括阿迪达斯、哈根达斯等跨国企业以及万科、中海等国内优秀房地产集团。

der德尔已经逐步实现设计、生产、销售的国际化运作。企业先后通过“iso9001-2024国际质量管理体系认证”、“中国环境标志产品认证”，产品荣获“国家免检产品”、“der中国驰名商标”，“中国名牌产品”荣誉。

经过了几天的培训，最终合格通过并正式上岗。一开始我就询问顾客要购买的地板主要铺设在大厅还是卧室，顾客只是说刚买了房子还没装修先来看看地板的市场情况。了解到这我心想这可能与事实不符——应该是要来买的，也知道这至少是潜在的顾客，就介绍了一些店里销售情况较好的几款地板并简单地说明了一下公司的服务标准。经过短短不到两天的正式上岗，我比较好地掌握了一些销售技术并很好地进行了有效的推销。在销售的过程中，我也结合了一些《现在推销学》里的理论知识进行了有效的实践活动，在实践中认识到理论积累的重要性。

在短暂的实习工作中，我获得了一些认识：

1. 工作中要始终以一种谦虚、真诚的心态向同事和领导学习，不怕吃苦，不斤斤计较，要和同事和睦相处，以阔达的心胸面对你身边的每一个人。

2. 领导安排的工作一定要按时高质量地完成，要有一种高度的责任感，今日事今日毕，要培养一种好的工作习惯，将会终身受益。

3. 工作中要充分利用身边的资源提高效率。

**网络营销实训总结报告篇三**

数的中国企业并没有意识到网络营销在企业中的重要性，同时大部分的中国企业也不具备网络营销的基本条件。网络营销可视为一种新兴的营销渠道，它并非一定要取代传统的渠道，而是利用信息技术的发展，来创新与重组营销渠道。营销的目标是使顾客的需要和欲望得到满足和满意，网络营销只不过是借助互联网络、电脑通讯和数字交互式媒体的威力来实现这一目标。

关键词：网络营销营销策略搜索引擎

概念：

网络营销就是以国际互联网络为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助营销目标实现的一种新型的市场营销方式。简单的说，网络营销就是以互联网为主要手段进行的，为达到一定营销目的的营销活动。网络营销与传统的市场营销并没有根本的区别，它们都要实现其营销的目标，即将潜在的交换转化为现实的交换。2.特征：

具有鲜明的理论市场的全球性资源的整合性明显的经济性市场的冲击性

1.产品策略

企业可以在网上销售商品、服务或广告。它可以采取某种电子商务模式(例如，网上拍卖)来获取收入。企业可以在在线市场创建新的品牌，也可以依然售离线市场正在销售的某些产品，或者对现有产品进行一些改进。很显然，前期的市场分析意味着，企业可以有多种选择。如果企业在网上提供现有的品牌，就要设法解决许多问题。例如，显示在计算机屏幕上的颜色与印刷品上的颜色是不同的。很多精明的企业利用信息技术来改变它们在网上提供的产品的方式。

2.价格策略

企业应该判断在线产品价格与离线产品价格的差异。要做到这一点，企业需要了解通过在线渠道进行产品分拣和配送会发生哪些成本，还要考虑竞争性因素和市场因素，在线定价主要有两种趋势：

〃差别定价：这种策略主要是指针对不同的客户或不同的情况，应用不同的价格水平。例如，初次购买者或数月未购买者享受比经常购买者低一点的价格，或者在销售淡季降价。

〃在线竞价：这种方式为优化库存管理提供了一种方法。例如，西雅图的一些旅馆在淡季时允许旅客对旅馆房间进行竞价。它们指示承接房间预定的代理人根据当天的房间占有率来接受不同的最低竞价水平。

3.分销策略

很多企业利用互联网递送产品，或者利用互联网提高供应链成员的工作效率，例如：

〃直复营销：很多公司跳过传统销售渠道中的中间商，直接把一些产品销售给顾客。在b2b市场中，很多公司使用互联网开展销售活动，使成本大幅降低。

〃电子商务代理模式：一些企业把买卖双方撮合在一起开展交易，从中收取中介费。

4.营销沟通策略

互联网产生了许多新的营销沟通方式，企业既可以用来把客户吸引到网络站点，也可以加强与传统企业客户的交流。一些公司利用互联网网页和电子邮件与目标市场以及业务伙伴进行沟通。通过这样的途径，它们还可以创建品牌形象，提高新产品的知晓度，对产品进行定位。企业利用数据库营销的形式来存储客户需求、消费者偏好和消费行业等信息。依据这些信息，它们可以在有利的时机发送相关的个性化信息，开展有针对性的沟通。

（一）我国网络营销所出现的问题

1.认识问题

网络营销是未来营销发展的一个必然趋势，大工业的规模集约和全球市场一体化的趋势，都迫切要求以现代计算机技术装备起来的新的商品流转方式的配合。在新一轮经济增长周期开始的关键时刻，掌握最新技术和管理方法的国家、企业和个人将处于竞争的有利地位，而认识落后的竞争者，将会被市场无情地淘汰。因此，提高人们对网络营销的认识应当成为当前的一项紧迫任务。

2.安全问题

安全问题是网络营销最担心的问题，也是网络营销的核心研究领域。具体包括操作系统的安全：操作系统本身不是绝对可靠的，而且源代码不对我国公开。因此，从保障网络及信息安全的角度考虑，发展我国的网络营销必须发展自己的操作系统；网络体系的安全：包括网络的物理层、数据链路层、网络层、运输层、会话层、表示层、应用层可能受到来自于计算机病毒、拒绝性服务攻击等；数据的安全：主要是防止敏感、机要数据被窃取和非法复制使用，并保证数据的完整性，目前的加密技术并不能保障从根本解决类似的安全问题；企业内部信息的安全：提高内部员工的素质特别重要，即熟悉内部业务流程又熟悉技术的人对信息安全是最大威胁；安全产品本身的安全：安全产品本身往往放在系统的关键部位，如果自身出问题，将会更具破坏性；安全问题的动态性：信息技术的不断发展使安全问题具有一定的动态性。

3．消费者权益保护问题

由于因特网的虚拟性和开放性、消费者权益保护以成为突出的问题。在目前我国商业信用不高的情况下，网上出售的商品一旦出现质量问题，退赔、修理或使用其他方式的救济又很难。因此，保证网上广告信息的真实性和有效性，保障网上商品的质量，解决由于交易双方信誉不实或信息无效发生的交易纠纷，切实维护消费者权益的问题，也急需通过立法来解决。

4．信用问题

供需双方的网上交易，相互信任是成交的根本保证。目前我国的社会化信用体系还不健全，信用心理不健康。由于市场体系还不健全、不规范，假冒伪劣商品禁不止，坑蒙拐骗时有发生，市场行为缺乏必要的\'自律和严厉的社会监督。这一问题的解决要通过设合理的运行机制和运行标准，确保供需双方建立商业信用，并通过某些监督机构，保证交易各方按合同支付货物和货款。

5.电子支付问题

网络营销的重要内容和标志是资金支付的电子化，即资金流在网络上的实现。目前我国公民大多还不习惯持卡消费，网上支付又比较落后。我国电子支付发展缓慢的根本原因是全国银行卡管理部门缺乏统一的规划、协调和法律法规指导，缺乏全国性的统一标准，各个银行封闭发展自己的银行卡业务和自助银行系统。这就必然导致全国的银行卡和自助银行系统，长期处于低水平建设、业务不规范、资源不能共享等状态，严重地阻碍了我国银行卡及自助银行业务的健康发展。

（二）网络营销解决方案

1.顾客服务增加与顾客的关系留住顾客增加销售现代营销学认为保留一个老顾客相当争取五个新顾客。而网络双向互动、信息量大、成本低、联系方便等特点，决定了它是一种优越于其它媒体的顾客服务工具。通过网络影响可以达到更好的服务于顾客的目的，从而增强与顾客的关系，建立顾客忠诚度，永远留住顾客。使顾客总是可以购买公司的产品，这样便自然而然地提高了公司的销售量。

2.有用信息刺激消费增加购买

这模型适用于通过零售渠道销售的企业，他们可通过网络向顾客连续的提供有用的信息，包括新产品信息、产品的新用途等。而且可根据情况适时的变化，保持消费者对产品的新鲜感和吸引力，刺激顾客的消费欲望，从而增加了购买。

3.提高品牌知名度获取顾客忠诚更高的利润

品牌作为管理重点的企业可通过网页的设计来增强整个企业的品牌形象，像cocacola、nike、levistrauss等著名品牌都采用网络作为增强自身品牌形象的工具。

4．提高网络支付的安全度

要加强立法力度，通过法律程序来保证电子签名和电子合同的法律效应，以降低客户在网上进行金融交易的麻烦和风险。同时还要加大开发更加安全便捷的网上付款工具的力度，切实保护公民的资金支付安全。

5．物流业方面

针对我国物流业存在的问题，我们应当进行大规模的基础建设，也就是基础物流平台系统和与电子商务配套的配送服务系统的建设。同时也要大力发展第三方物流，完善物流的增值功能。另外，要加强对物流人才的培养和教育，从而更好地指导现代化物流的实践。

6.营销方法创新搜索引擎广告无非是“关键词+描述”，消费者在搜索结果只能看到公司名和文字简介，企业独特的品牌形象和产品优势得不到突出，也无法给客户留下深刻印象，一旦搜索引擎广告停止，客户就记不起企业名称。中小企业需要更具创新的营销方法，抓住客户眼球并留住客户。整合网络广告、许可email营销、博客营销、bbs营销、活动营销等多种营销方法，突出品牌个性及企业优势，让客户记住你。

7．主体的“粘性”

中小企业往往不重视企业网站的规划和建设，网站设计粗糙，网站内容不具备吸引力，网站的互动性差，使得网站的“粘性”非常弱。即使目标客户通过搜索引擎访问了网站，停留的时间也非常短，多数用户只访问了首页就离开了，根本没有浏览网站里面的内容，更谈不上咨询。寻找专业网络营销公司，为网站把脉，针对目标用户需求，重新架构及建设网站，让用户乐于在网站停留。

8.营销渠道的宽广

搜索引擎只针对有明确需求的用户，而且用户通常只浏览前两页。随着企业投放搜索引擎的增加，搜索引擎排名竞争趋于同质化。即使付出高昂代价换到的搜索排名，能够带来的目标客户也十分有限，中小企业亟需拓宽网络营销渠道，将品牌和产品展现给更多的潜在客户。寻找目标消费群所关注的网站，拓宽与目标客户的接触面，配合创新的网络营销方法，吸引潜在客户眼球。

的传播

email已成为大众的信息传播工具，是用户与企业（网站）之间传递信息的手段。企业可以建立自己的邮件列表，或利用第三方提供的邮件列表服务来获取顾客资料。让潜在顾客有兴趣并感觉到可以获得某些价值或服务，从而加深印象和注意力，自愿加入到许可的列表中去。利用顾客的注意，为顾客提供演示资料或教程，让顾客充分了解公司产品或服务。为顾客提供更多的激励从而获得更大范围的许可，这些仅仅是将潜在客户变为真正客户的开始，将顾客变为忠诚客户甚至终生客户，才是最终目标。

**网络营销实训总结报告篇四**

实习本来就是这样，我相信随着时间的流逝，我一定还会做到更好，因为在实习中我感受到了很多，我在实习中的感受和我在学校中的感受是完全的不一样的，在实习中的体验真的是我一直以来不断的成长得到的巨大的进步，我相信我会在实习中得到更大的进步的。曾经很多的现实情况是这样的。，我会随着时间的推移慢慢的成长的。

为了更好的锻炼营销能力，实践提高我们的业务水平，在公司领导的安排下，李老师带我进行了维系2周的实习之行，7月31日到8月12日，历经了胆怯、茫然、快乐、沮丧、充实的过程，短短的两周，无数的磨练，发现了自己的不足，也学到了很多东西，在离开返程的火车，踏上西安的土地之时，我知道，我成长了。

出差之前一周的时间内，我都在做准备工作，学习公司各项财务报销、出差管理的相关制度，并在李国坡老师的建议下，对自己的穿着、带物、生活用品等进行整理，力求做到万无一失。当然，计划永远跟不上不变化，出行的第一步我们就遇到过不大不小的问题。

身为一个营销人员，出差可以说是家常便饭，在路途上什么情况都可能发生，能够随机应变也是对能力的一种提升。甚至包括购票都是一门学问，这里让我想到了我们出行的一件趣事，由于全国范围大面积降水，导致铁路多处阻塞，火车站内大规模晚点未定，售票点停止出售通往新疆的任何车票，这使我和李师傅焦急万分，但此时另一则消息出炉，晚点车票可全额退票，这一点提醒了李师傅，他立刻向退票人群走去，在耐心的寻找与说服之下，居然买到了两张欲退的卧铺车票，于是，我们终于坐上了去往新疆的火车。

对一个消息迅速的判断并且付出行动，使得我们没有耽误计划行程，节约了珍贵的时间，虽然是一件小事，却也使我感触颇深。

**网络营销实训总结报告篇五**

通过1个学期的学习，我对电子商务与网络营销有了初步的认识，也深刻的认识到它是一门走在时代前沿的学科。而我们能够在学校里就接触到这门课程并进行学习，我感到十分幸运，也很用心的在学习。

随着信息技术与it 产业的迅猛发展， 电子商务将成为人类信息世界的核心和网络经济发展的驱动力。所谓电子商务是指实现整个贸易活动的电子化。

作为一种新的商务活动方式，全球电子商务发展的热潮使得网络营销已经成为一个不可回避的商业命题。电子商务将带来一场史无前例的革命，其影响将远远超出商务活动本身，它将引发人类社会的政治、经济、生产、生活以及文化教育的巨大改革， 把人类带入以网络经济为发展特征的信息社会。

这里利用网络学习特意提一些建议

1、 利用博客学习。

大家应该在网络上开设自己的博客，刚开始的时候，多看看别人的博客，特别是某互联网知名认识和活跃在网络评论前沿的行业人士的博客。看得多了，就会慢慢形成自己的一些观点和想法。接着可以就互联网的某个热点问题或正在学习的某个知识点发表自己的想法和看法，或者做一些行业动态的评论，当然也可以写生活中的一些小事情，只要是自己的感受和想法都可以，不管写得怎么样写得多么外行，要坚持原创，坚持写一些。这对于学习专业知识和了解前沿动态以及自己各方面能力提升都有很有效的帮助。

2、把课本上的知识和网络操作实践结合起来。

3、 在网络上形成自己的交际圈，在和网友互动交流中学习。

一般大家所说的交际是现实中的交际或交往。这里的网络交际圈包括现实和虚拟两方面的交际，现实中的朋友可以在你的qq好友或者msn好友或者博客空间好友或者社交网站空间好友中等等，当然更多的是不认识的、没有见过面的、有共同兴趣爱好的、多以互动交流为基础的陌生人。因为是有这共同的爱好，甚至是相似的背景成为交往对象，所以，你能从“他”、“她”身上学到很多很有用的，可能现实交往中学不到的东西。并且随着时间的推移和交流的加深，虚拟网友成为现实中的朋友是很有可能的。

学习是无止境的，虽然已经接触电子商务与网页设计者门课程一个学期了，但大多都是理论上的学习，缺少实践操作。在接下来的学习中我会积极寻求实践操作的机会，把实践经验与理论心得相结合，我相信会有更大的提升。

**网络营销实训总结报告篇六**

一个学期的网络营销课程已临近尾声，我收益颇多，期间老师更是为我们提供了一个很好的电子商务公共服务平台，让我们在上面开店，进行实训体验。其实我也是个淘宝的常客，没事就在家里蹲着上淘宝，淘漂亮的衣服，它是个不设墙的大商场，有更多的选择性，可以说是货比天下店，让你足不出户就能买到物美价廉的各种单品，不止我，连我身边的朋友都依赖上了它的方便快捷，并极大的满足了自己的需求。

这次的实训项目，终于让我有了属于自己的网店，兴奋之余开始着手筹措开店事宜，但期间遇到的困难，让我知道，开好店并非易事。

首先，网店定位。

我同组员一起商讨本小店的销售商品定位。这个电子商务平台，其实是可以代销亚马逊的商品，但是，仔细观察了一下亚马逊的主营业务(包括书籍、音像制品、消费电子、家居用品等)，发现这些领域并不是我们所熟悉的，经营起来自然就会有一定的难度。再观察一下，现在，女生网够的增量市场非常大，消费比例也很高，我一个在淘宝上开店的朋友，当初就是卖男装，但一直门庭冷落，后又转战女装市场，才逐渐的有了收入来源，于是，我听取了这位朋友的建议，还有我多年来在淘宝上“血拼”的经验，就决定把我们小店的主营商品定位为中低端女装，选择性的代理淘宝上的女装品牌。

在消费者的定位方面。

身为80年代的我们，对自己的消费特征也有着大致的了解，我想可以解读为“酷”，即有着更强的自我和个性，在购买的决策中独立特行，已逐渐成为新一代的消费主力大军。所以，我决定本小店销售的商品主要面向80年代的年轻消费一族。另外，我们其实对时尚信息的洞察力也极为敏锐，韩风逐渐停息，日风正起，vivi，米娜等日本杂志逐渐成为我们的时尚风向标，所以小店的风格主要是销售一些时下正热的日本杂志款单品，而且每款衣服、饰品、鞋靴等都尽量只卖一件，做到独此一家，独上其身。

在价格定位方面。

我在网上看到很多实体和网店同步开的店都在店铺里公告里注明实体店售价会比网店售价高15-20%。毕竟实体店要付房租，网上不用付房租，实体店可以试穿，网上不可以试穿，如果实体店和网上售价一样，价格没有竞争力，网店就很难生存的。所以，我们的小店的女装售价是在对现在中低端女装市场行情进行了研究的基础上，衡量了服装的材质和货源等因素，做出了相对合理的定价。

网店定位后，我们就开始上传商品图片。

对每件宝贝进行了图片、文字的\'描述，并设置了商品分类，推荐了“时尚解码”小店的人气商品及镇店之宝，能让顾客一目了然的看到本店的特色和风格，也能很好的帮助他们挑选购买商品。就以往我在淘宝上购物的经历来说，一般我购买商品都要求卖家能提供完整的商品信息，包括质料、颜色、大小尺寸的描述，而且必要时，还要求他们尽量能提供宝贝的细节展示，只有在保证质量的基础上，我才能买的开心购得放心。所以，我们经营的网店能够很好的满足顾客的这些要求，让顾客安心的购买放心产品。

总结：在经营了几周的网店后，我觉得，店铺定位是开网店前期最重要的一步，即自己店铺中的产品以及这些产品的卖点，综合起来就是店铺定位。虽然小店经营了数周，却没有做成一笔生意，我想其中一点最重要的原因就是，我们“时尚解码”这个网店，其实是有点落入了“人云亦云，跟风模仿，缺乏创意”的老套路，这就是缺乏经验的表现，所以我们在以后的经营中，应该以目标客户为导向适时的进行调整来定位我们的店铺。其次是价格，我们“时尚解码”应该灵活的调整价格，做到一种高流量保利润的价格结构，即可以用一些热门商品低价出售，来进行店铺推广，提高流量、点击率，另外的大多数商品仍能保有利润。

**网络营销实训总结报告篇七**

这学期在老师的带领下参加了网络营销能力秀，有很多的感想，想要与大家分享。

因为是电子商务专业，所以不能避免的有了《网络营销》这门课程，当然，理论的东西不足以让同学们得到锻炼，所以我们亲爱的王老师就在9月份的时候让我们全班参加了网络营销能力秀的比赛，并且最终的ar值会影响期末的实验成绩，也就直接地影响期末成绩。所以，从此走上了网络营销比赛的道路。

刚开始的时候不知所措，一片茫然，也不知道该到哪里去看任务，该如何去提升ar值，特别是在同伴同学的ar值比自己刚出一倍的时候，更加慌张了。也走过错误的道路，以为留言会提升ar值，所以在才开始的时候，就在别人的主页里面去留言，去刷留言。还把自己的主页地址放上让别人也来给自己留言。过了一段时间发现其实这样是没有用的。于是便各处取经，问同学，问百度，提升ar指的方法。于是在我为家乡代言出来后终于知道要发文章，发观点等东西了，于是我就写了几篇，感觉还不错。

当到创建wiki词条的时候我又误解了，我在百度百科上去创建了一个自己的词条，但最终结果是可想而知的，没有通过，后来偶然的一次机会让我知道原来是在能力秀的某夜页面里面创建，于是，我前前后后一共创建了两个词条。在一个任务就是帮老师上头条。这个任务我也做了，但是因为做了两个，所以在提交数据的时候提交错了，把写的不是很好的文章提交上去了，又不知道该怎么删，所以也就那样子了。后来是在家乡的网页上宣传链接，合作。但是由于难度系数比较大，再加上不知道该怎么去和家乡网站上人谈，所以一直拖到最后都没有完成这个任务。病毒营销出来后我就完成了这个任务，因为觉得比较贴近生活。在这一期间，我不断的写文章，发微博，更新博客等等，但数量上来了，质量却没有上来。通过参加这个能力秀我也学到了很多的东西。下面我总结一下。

学到的东西：

1、能记得两个网站以上的网址了。

2、通过实战，才发现其实网络营销不是那么简单。

3、懂得了其实网络营销和文笔有很大的关系。

4、学会了在学习中实践，在实践中寻得真理。

5、有了困难不再一直拖，会找各种解决办法。

最后，感谢网络营销这个平台，让我亲身体验了一场网络营销的实战，让我更好的从理论中获得真理，让我学会了更多。也感谢王老师的倾心，谢谢所有的人。

**网络营销实训总结报告篇八**

经过前面两个岗位的学习，有了一定的收获，销售部开票岗是我的第三个实习岗位，这个岗位感觉和医院营销部开票岗差不多，不过服务的对象不同，一个是面对终端连锁药店以及一些分销商，另一个是医院，由于服务对象不同，医院营销部相对比较轻松，不像营销部频繁的接电话，这就对营销部的开票员要求更高了，所以我要学习的也更多了。

由于来营销部开票岗已经接近年末了，所以每天早上开会听到的都是清零的事，听到师父与客户交谈的时候也不停的提到这个事，可见清零对于公司上上下下是多么重要，我很欣赏公司将责任细化追究到个人，一步一步的去落实、盘查有哪些欠款是有困难收回，哪些是可以收回的，这样大家就可以早做准备，以免到最后事情没法收拾。

在学习的过程中，我也自己尝试着做了一回开票员，结果以失败告终，看来还得多加学习、多加练习。有一次，师父出去找领导签字，电话响了起来，我忐忑的接了电话，喂了一声，对方在知道不是我师父的情况下还是让我查一下有没有某某药品，心里又激动又紧张，也许是我太紧张，又或许是对方不是很标准的普通话让我不适应，总之我当时只听清楚了药名前面两个字，为了避免出错，我马上将电话给了旁边的开票员。事后想想还是可能因为自己对药名还不是很熟悉，所以当客户说的稍微不是很清楚，我就没法马上反应过来，看来以后得恶补这方面的\'知识了。在旁边电脑上练习的时候我还发现我每次开药时，会出现很多药，找起来要花费很长的时间，自己也感觉眼睛很累，但是一观察周围就会发现差距了，他们每次就只会出现很少了几个药来选择，这样会节约很多时间和精力，要是每个开票员都是我这种速度，会耽误很多事情。究其原因，不难发现，我每次开的时候都是在商品名称中输入，而师父他们则是在商品编码中输入，在商品名之前会加界定药品是片剂或是胶囊等的字母，这样会缩小范围，节省时间。突然感觉虽然自己貌似很多都懂，但是细节上的问题自己真正碰到了就束手无策，让我体会到了学知识不能只求皮毛，要思考的更细、更全面，把各个环节需要注意的细节都记住，自己真正上手的时候才不会手忙脚乱。

虽然说这个岗位和医院开票岗差不多，但是却让我进一步巩固了开票的操作流程，学到了开票岗更细节方面的东西，知道了如何提高客户的满意度，如何让客户更信任我们公司，愿意与我们长期合作，虽然说这些或许说起来很容易，但是要时时刻刻让客户有切身的感受却不是很容易，这些也是需要我们去不断地学习和追求的目标。

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