# 最新市场营销实训总结报告(模板10篇)

来源：网络 作者：海棠云影 更新时间：2024-07-21

*随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的格式和要求是什么样的呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。市场营销实训总结报告篇一四月是我校的科技文化月，...*

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的格式和要求是什么样的呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**市场营销实训总结报告篇一**

四月是我校的科技文化月，按照学校的计划，4月27日—29日进行市场营销实训大赛。通过三天的市场营销实训大赛使我们真正的了解到作为一个营销工作者的艰辛，有颇多的心得和感触，也得到了一些经验和教训。

我们组的名称食全食美，顾名思义是卖食品的，我们组主要经营水果（夏橙，青剑，马蹄，椰子，圣女果，苹果）、彭山真空包装的甜皮鸭、订餐服务（炒菜，炒饭，盖饭等）。这次我们选择三种产品的原因如下：

1、首先吃的东西是每个人每天都必须的，而我们的产品也是平时在校学生购买率很高的。

2、夏天的到来，使得同学对水果的需求量增加，而且学校没有水果店，在校外有一些卖水果的摊贩，我们进的水果有一定的选择性，一是校外没有的一些品种，而是比校外相同水果价钱便宜，对于我们在学校销售具备一定优势。在选择水果是都是选择新鲜易留的水果，保证水果的质量。

3、甜皮鸭的选择：我们组有同学在彭山首先是有较好的货源，在选择甜皮鸭之前我们做了调查和对身边的同学进行宣传，能够确定要货的同学就有十多个，甜皮鸭也是彭山的一个特点味道很好，受到大众的喜爱，所以我们选择销售甜皮鸭。

4、订餐的选择：首先是没有成本，降低销售成本。我们的目标客户

主要是市场营销实训大赛的参赛团队，经过调查有很多学生对食堂的饭菜都不满意，同时在参赛的团队在吃饭时间正是忙碌的时间也许没时间去打饭，我们以为他们提供吃饭方便的服务，肯定会受到很多同学的认可，同时市场潜力也很大，竞争小只有我们一家独经营。5、团队名称食全食美选择的原因：首先这个名字很好记只要有很多人能记住我们团队的名称是迈向成功的第一步，品牌效应。这个名字也很符合我们卖的产品，食全食美让人一看就知道是卖吃的，很突出主题，食全代表食品品种多，选择空间大。食美代表食品的新鲜和美味，激发顾客的购买欲望。

总结：在选择产品时我们团队的每个人都给出了自己的想法卖什么产品及原因，刚开始有很多备选产品，大家一起商讨从进货成本到销售风险考虑最后大家一致同意选择水果、甜皮鸭、订餐三种产品，在这个过程中我们都展现出团队合作默契，同时将一些课堂上的理论用于实践。做到学以致用，这次大赛的成功关键是抓住了在校大学生的需求来选择产品。在两天的时间将产品全部售出。

二、赛前的准备工作

1、市场调查：通过对身边的朋友和同学进行调查，了解他们对我们产品的需求量和价格调查便于活动时定价。

2、了解市场：在学校外面调查了那些摊贩水果的卖价，镇上和温江都做了调查，为了更好的给我们的产品定价。

3、道具准备：店招的制作，现场用的展台的设计和寻找，现场宣传

道具：鼓、海报、宣传牌、溜冰鞋，还有是称水果的称。

4、拉赞助：我们学校的避风塘：为我们提供冰块和泡沫箱，还提供避风塘的柠檬水和双皮奶可以让我们在没有成本的前提下可以增加收入。我们学校的美其乐炸鸡坊：为我们提供桌子。

几家餐厅，选择了德清因为我们经常在他那吃饭，关系熟一点，有些条件好谈一些最后德清老板愿意和我们合作。

总结：在大赛前的准备我们团队是分工合作的这样效率较高：赛前由（徐文烈、王涛、何强）借道具，市场调查和寻找渠道：（谢敬一、曾美、杨利、冉丽利），宣传材料由徐文烈和冉丽利购买，（曾美和杨利）制作pop海报和店招进货：水果由（曾美、何强、杨利、王涛）进购，甜皮鸭由（谢敬一）进购，每个人都认真去完成自己的任务到大赛前一天就全部把准备工作做好。大赛前的准备凝聚了每个人的心，大家都非常有信心做好这次市场营销大赛，·lifeistobeprepared.生活需要提前准备这是保罗.杰尼亚的一句名言，机会是留给有准备的人，事前准备，让人信心百倍。这是我们食全食美所有成员的共同努力。

4月27日是市场营销大赛的第一天是我们产品生命周期的导入期由于所选的商品是吃的而且是第一天，很多同学都怀着一种好奇心参观，我们抓住学生的好奇心在人流量大的时候做一些特别的宣传，吸引他们的注意，有很多同学都会过来看看。只要他走到我们店子前面，我们就有50%的机会把产品卖出去，这个时候我们就是学以致用的时候，促成购买。我们主要应用了店铺经营+上门推销方式相结合的营销方式，在铺面大量张贴pop广告阐述我们的经营宗旨、具体产品，使广大同学都对我们的产品有所了解并激发他们的购买欲望，取得了比较好的效果；此外我们重点选择了教师作为我们推销的重点（由于教师的购买力较强、并对学生有重特殊的情怀）；并取得了很好的效果，在这一阶段我组的出货量和利润都较高，销售量增长明显。我们每个人都做了具体分工，财会人员：冉丽利，外部宣传人员：徐文烈、王涛，外部订餐人员：杨利、何强，摊位销售人员：曾美、谢敬一，这样的分工是根据每个人的性格，对产品的熟悉程度和每个人的特长。具体的经营状况如下：

**市场营销实训总结报告篇二**

这个学期开设了国际市场营销的课程，跟以前所有开设的课程有很大的区别，这门课程的灵活性很强，充分发挥自己的潜力；在学习的过程当中可以学到很多东西，国际市场营销实训总结。尤其是可以让我们学会怎样运用课本的知识进行营销，怎样运用发散性思维。

此次的实训以班级为主体，以小组为单位而开展的一次综合的实践，老师也给予我们足够的空间让我们完成此次的实训，这让我觉得压力减轻很多。

实训开始的三天我们进行了软件的模拟。进行这个软件模拟是以2到3个人为一组，组合成一个公司。然后对于这个公司进行模拟经营。我们小组的公司名是s.h.o.w，我们小组模拟经营的电话机的介绍是u call i call。一开始的时候我们要对我们的市场进行选择，要抉择我们要进入的市场，对于这一点，我和我的partner想了很久，在网上查找了打量的资料，最后我们选择了华东地区。我们选择华东地区的原因是我们觉得华东地区是很有市场潜力的。

当我们做完市场选择以后我们就要开始进行市场调研，做这次的市场调研我们想了很久，因为每一次的市场调研就意味着我们要用大笔费用，实习报告《国际市场营销实训总结》。对于我们公司而言降低成本很重要，所以我们考虑了很久，同时我们也利用了网络查找相关的资料，尽量的而使我们的公司变得更加的优秀。当我们公司花费了一定的资金购买了资料以后，我们开始分析我们获得的资料。

根据所获得的资料运用4p策略，和swot分析法进行分析，最后我们公司决定了我们的目标市场是城镇的中青年，我们的定位是多功能的装饰电话。

当对市场分析完以后我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，老师让我们每个小组介绍自己的公司，我们小组把握了这次的机会，对于每个公司的信息进行了分析，我们发现选择进入华南地区的公司比较多，同样的大家选择的目标市场大部分都是城镇人口，大家选择的策略基本上就是低成本领先和集中性目标市场策略。因此通过每个公司的简介我们公司知道了，我们选择的华东地区市场竞争不大。我们公司要好好的把握华东地区的这块大蛋糕。当我们进行了广告设计，打广告，生产商品，还有选择销售方式等一系列环节之后我们的公司渐渐的强大起来。最后我们的公司拿了不错的成绩。

在这三天的软件模拟里，我不仅学习到了很多东西，而且也意识到我们公司的不足，第一，我们公司的速度没有别的公司快。

第二，我们在选择销售的时候总是先生成了产品，然后再下订单的，这种做法无疑给我们公司带了滞留产品的风险，因为一旦我们的产品生产了出来，而订单被别的公司拿走了，那么我们就将承担损失。

第三，我们公司没有意识到购买别的公司产品的好处，没有利用这个有利的条件。购买别的公司的产品看起来盈利不多，实质并不是这样的，购买别的公司的产品，可以使我们节省了打广告，技术研发等一系列的费用。是利润最大化。

第四，我们公司经营到了最后，乱了阵脚，只是一味的追求高档产品，一味的进行技术的研发，从而忽略了，我们公司坚持的目标市场以及目标定位。

最后的两天我们进行了kj的沙盘模拟。这个实训是以原来的公司为单位，组成人员6-8人。每个人负责不同的职位。一开始我们小组进行了任务的分工，使得我们的公司运行有条理且简单化。其中我负责的是间谍同时兼顾协助决策的职务。对于这个模拟游戏我觉得熟读规则是十分重要的，对于规则的了解会影响我们小组的运行和成败。

**市场营销实训总结报告篇三**

年龄段的人用；这个东西不新奇，如果这种东西新奇的话，根据年轻人喜好新鲜东西的心理，可能还可以销售出去，但是这种产品早在几年前就看到过了；不实用，学校给每个宿舍的学生都配了风扇，教室也有风扇和空调，所以这种东西根本派不上用场。第二件是手链，那种手链是可以根据自己的爱好来配的，但是那种东西以前有人在校门口卖过，实际上市场就已经很小了，配一条这样的手链也很不实惠。第三件是太阳伞，虽说太阳伞对学生来说需求量比较大但是这种产品的价格比较高，更换的速度也不是很快，不适合我们这种只搞几天的短期销售，那么9号下午贴海报，设计不是很令人满意，因为上面只写了我们在搞市场营销实训，但没有写清楚实训到底是搞什么到底在哪个地方搞。

10号下午就正式进入了营销阶段，那么在其中有一件事是感触很深的，老师交给了我们一批货物需要我们自己来定价，由于考虑到学生买东西可能会还价，所以决定定得高一点，可是谁知道货物一摆出去，别人一看到这个价格就直接走了。后来想一下也是，作为一个学生经济能力有限，价格太高一般人接受不了，而且这种产品并非品牌，只是摆在小摊子，所以无论从包装还是本身的价值来说，定价确实不合理。其实从这里也可以看出我们的专业知识学的还是很不扎实的，市场营销书里面有一个章节就是讲产品的定价的，书里面说定价要由市场的供需、产品成本、市场竞争、消费者心理来决定的，很明显在这个里面我们没有考虑到市场孤供需况状和消费者的心理因素。其次，摆摊的地点也很重要，开始主要是摆在7栋公寓前，那样一来2、3栋的同学就很难了解我们的这个活动，第二天我们把摊点分了一个摆到下面去了销售成果比第一天的要好了好多。

12号由于进的一批货物，在校内销售的话市场过小，所以需要在外面销售，这样绝对没有在校内那样轻松，你得在早晨7点赶到那里因为那个时候是家庭主妇们出来买菜的时候。而过了那个时间段就不会再有很多人出来；在外面这样子摆地摊有的时候连一张像样的桌子都没有的，你只能随便地搞一个东西铺在地上然后把产品铺在上面，在学校里面还有老师可以帮你解决一下这方面的问题但是在外面一切都得你自己想办法；这一次碰到了一件比较有味的事，就在我们快走了的时候碰到了一个收卫生费的.，说真的要不是这次的在外面的实习我还真不知道有收卫生费这一档子的事，到社会上还是能够多了解到许多在学校里面看不到的事情。虽说这次的销售成绩并不是很理想，但是想到我们是初次外出推销，还能卖出几件我就很高兴了，享受的过程要远比享受结果要快乐的多。

这几天实训真的很累，但有一句话是这么说的累并快乐着，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中支，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们班的凝聚力，我在这一次的实训中，对我们班的同学有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，我交了几个好朋友，在人生的道路上我又多了几笔财富。

**市场营销实训总结报告篇四**

四月是我校的科技文化月，按照学校的计划，4月27日—29日进行市场营销实训大赛。通过三天的市场营销实训大赛使我们真正的了解到作为一个营销工作者的艰辛，有颇多的心得和感触，也得到了一些经验和教训。

我们组的名称食全食美，顾名思义是卖食品的，我们组主要经营水果（夏橙，青剑，马蹄，椰子，圣女果，苹果）、彭山真空包装的甜皮鸭、订餐服务（炒菜，炒饭，盖饭等）。这次我们选择三种产品的原因如下：

1、首先吃的东西是每个人每天都必须的，而我们的产品也是平时在校学生购买率很高的。

2、夏天的到来，使得同学对水果的需求量增加，而且学校没有水果店，在校外有一些卖水果的摊贩，我们进的水果有一定的选择性，一是校外没有的一些品种，而是比校外相同水果价钱便宜，对于我们在学校销售具备一定优势。在选择水果是都是选择新鲜易留的水果，保证水果的质量。

3、甜皮鸭的选择：我们组有同学在彭山首先是有较好的货源，在选择甜皮鸭之前我们做了调查和对身边的同学进行宣传，能够确定要货的同学就有十多个，甜皮鸭也是彭山的一个特点味道很好，受到大众的喜爱，所以我们选择销售甜皮鸭。

4、订餐的选择：首先是没有成本，降低销售成本。我们的目标客户要是市场营销实训大赛的参赛团队，经过调查有很多学生对食堂的饭菜都不满意，同时在参赛的团队在吃饭时间正是忙碌的时间也许没时间去打饭，我们以为他们提供吃饭方便的服务，肯定会受到很多同学的认可，同时市场潜力也很大，竞争小只有我们一家独经营。

5、团队名称食全食美选择的原因：首先这个名字很好记只要有很多人能记住我们团队的名称是迈向成功的第一步，品牌效应。这个名字也很符合我们卖的产品，食全食美让人一看就知道是卖吃的，很突出主题，食全代表食品品种多，选择空间大。食美代表食品的新鲜和美味，激发顾客的购买欲望。

总结：在选择产品时我们团队的每个人都给出了自己的想法卖什么产品及原因，刚开始有很多备选产品，大家一起商讨从进货成本到销售风险考虑最后大家一致同意选择水果、甜皮鸭、订餐三种产品，在这个过程中我们都展现出团队合作默契，同时将一些课堂上的理论用于实践。做到学以致用，这次大赛的成功关键是抓住了在校大学生的需求来选择产品。在两天的时间将产品全部售出。

在大赛之前我们团队做了如下准备工作：

1、市场调查：通过对身边的朋友和同学进行调查，了解他们对我们产品的需求量和价格调查便于活动时定价。

2、了解市场：在学校外面调查了那些摊贩水果的卖价，镇上和温江都做了调查，为了更好的给我们的产品定价。

3、道具准备：店招的制作，现场用的展台的设计和寻找现场宣传道具：鼓、海报、宣传牌、溜冰鞋，还有是称水果的称。

4、拉赞助：

我们学校的避风塘：为我们提供冰块和泡沫箱，还提供避风塘的柠檬水和双皮奶可以让我们在没有成本的前提下可以增加收入。

我们学校的美其乐炸鸡坊：为我们提供桌子。

5、宣传：主要是利用我们团队的人际关系向身边的同学和朋友宣传我们市场营销大赛卖的产品，让他们有需要的到我们团队来购买。在食堂外的报刊栏粘贴海报宣传。活动现场宣传策略的策划。

6、寻找进货渠道：到温江水果批发市场找货源和了解价格，在彭山找卖甜皮鸭的店，和老板商讨价格，我们尽最大能力为自己争取更大利润空间。

订餐的渠道：我们在学校外面找了

几家餐厅，选择了德清因为我们经常在他那吃饭，关系熟一点，有些条件好谈一些最后德清老板愿意和我们合作。

总结：在大赛前的准备我们团队是分工合作的这样效率较高：赛前由（徐文烈、王涛、何强）借道具，市场调查和寻找渠道：（谢敬一、曾美、杨利、冉丽利），宣传材料由徐文烈和冉丽利购买，（曾美和杨利）制作pop海报和店招进货：水果由（曾美、何强、杨利、王涛）进购，甜皮鸭由（谢敬一）进购，每个人都认真去完成自己的任务到大赛前一天就全部把准备工作做好。大赛前的准备凝聚了每个人的心，大家都非常有信心做好这次市场营销大赛，·life is to be prepared.生活需要提前准备这是保罗.杰尼亚的一句名言，机会是留给有准备的人，事前准备，让人信心百倍。这是我们食全食美所有成员的共同努力。

4月27日是市场营销大赛的第一天是我们产品生命周期的导入期由于所选的商品是吃的而且是第一天，很多同学都怀着一种好奇心参观，我们抓住学生的好奇心在人流量大的时候做一些特别的宣传，吸引他们的注意，有很多同学都会过来看看。只要他走到我们店子前面，我们就有50%的机会把产品卖出去，这个时候我们就是学以致用的时候，促成购买。我们主要应用了店铺经营+上门推销方式相结合的营销方式，在铺面大量张贴pop广告阐述我们的经营宗旨、具体产品，使广大同学都对我们的产品有所了解并激发他们的购买欲望，取得了比较好的效果；此外我们重点选择了教师作为我们推销的重点（由于教师的购买力较强、并对学生有重特殊的情怀）；并取得了很好的效果，在这一阶段我组的出货量和利润都较高，销售量增长明显。

**市场营销实训总结报告篇五**

按照学校的计划，16周是我们的市场营销实训周。这次的市场营销就是对市场进行调查，然后根据调查结果，选择要销售的产品，最后制定价格及销售策略开展校内产品销售。

6月9号到10号上午主要是营销的前期准备，货物是9号之前就已经批了回来的，我觉得那些货物里面有几种产品是没有进好的。第一件是那种玩具式的电动风扇。像这种风扇是肯定难以销售出去的，这是因为：

（一）我们都是大学生了，那种东西不太适合我们这个年龄段的人用；

（三）不实用，学校给每个宿舍的学生都配了风扇，教室也有风扇和空调，所以这种东西根本派不上用场。第二件是手链，那种手链是可以根据自己的爱好来配的，但是那种东西以前有人在校门口卖过，实际上市场就已经很小了，配一条这样的手链也很不实惠。第三件是太阳伞，虽说太阳伞对学生来说需求量比较大但是这种产品的价格比较高，更换的速度也不是很快，不适合我们这种只搞几天的短期销售，那么9号下午贴海报，设计不是很令人满意，因为上面只写了我们在搞市场营销实训，但没有写清楚实训到底是搞什么到底在哪个地方搞。

10号下午就正式进入了营销阶段，那么在其中有一件事是感触很深的，老师交给了我们一批货物需要我们自己来定价，由于考虑到学生买东西可能会还价，所以决定定得高一点，可是谁知道货物一摆出去，别人一看到这个价格就直接走了。后来想一下也是，作为一个学生经济能力有限，价格太高一般人接受不了，而且这种产品并非品牌，只是摆在小摊子，所以无论从包装还是本身的价值来说，定价确实不合理。其实从这里也可以看出我们的专业知识学的还是很不扎实的，市场营销书里面有一个章节就是讲产品的定价的，书里面说定价要由市场的供需、产品成本、市场竞争、消费者心理来决定的，很明显在这个里面我们没有考虑到市场孤供需况状和消费者的心理因素。其次，摆摊的地点也很重要，开始主要是摆在7栋公寓前，那样一来2、3栋的同学就很难了解我们的这个活动，第二天我们把摊点分了一个摆到下面去了销售成果比第一天的要好了好多。

12号由于进的一批货物，在校内销售的话市场过小，所以需要在外面销售，这样绝对没有在校内那样轻松，你得在早晨7点赶到那里因为那个时候是家庭主妇们出来买菜的时候。而过了那个时间段就不会再有很多人出来；在外面这样子摆地摊有的时候连一张像样的桌子都没有的，你只能随便地搞一个东西铺在地上然后把产品铺在上面，在学校里面还有老师可以帮你解决一下这方面的问题但是在外面一切都得你自己想办法；这一次碰到了一件比较有味的事，就在我们快走了的时候碰到了一个收卫生费的，说真的要不是这次的在外面的实习我还真不知道有收卫生费这一档子的事，到社会上还是能够多了解到许多在学校里面看不到的事情。虽说这次的销售成绩并不是很理想，但是想到我们是初次外出推销，还能卖出几件我就很高兴了，享受的过程要远比享受结果要快乐的多。

**市场营销实训总结报告篇六**

实习时间：20xx年6月21日—6月25日

公司名称：福瑞喜环保设备有限公司

公司职位：市场部经理

具体工作：分析市场营销环境

转眼间，一周的市场营销实训结束了，给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训宗旨是“引领环保潮流，创造绿色家园”。 随着社会的发展，科学的进步，人们的生活水平也不断提高，买车的人也日趋增加，所排放的尾气也越来越多，随之而来的是我们的环境也变得越来越暗淡，其中夹杂着越来越多对人体有害的物质，如固体悬浮微粒、一氧化碳、二氧化碳、碳氢化合物、氮氧化合物、铅及硫氧化合物等。一辆轿车一年排出的有害废气比自身重量大3倍。近120xx年来，气候变暖已成为人类的一大祸患。冰川融化、水位上涨、厄尔尼诺现象、拉尼娜现象等都对人类的生存带来了严峻的挑战。而二氧化碳则是地球变暖的罪魁祸首。所以保护环境是我们当前的首要任务，只有提高人们的环保意识，我们的家园才会得以保存，而我们公司经过研发，生产出一种新型的能进化尾气的环保净化器，把排放出的有害尾气经过净化设备的过滤后将有害气体及汽车排放的固体悬浮颗粒进行分解及吸收，大大降低了汽车尾气对环境的危害。为我们创造一个绿色家园。

做

策划书

之前，我们计划好了实训每天的任务，根据计划，我们在努力，每天都认真完成任务。首先我们分析了这次营销的环境，只有先分析好营销环境，才能制定好营销战略与策略。分析营销环境时，我们8个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，并且每人都要单独写一份自己的意见，不管正确与否，然后统一意见。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。接下来就是第二天的目标市场战略策划，由我们公司股东成员参与讨论，然后由我们公司目标市场部经理总结出了一份适合我们公司的策略，我们对我们的市场充满了信心，这样才能更好的根据市场确定下一步。紧接着就是营销策略组合，这步是最关键的，需要从产品、价格、分销渠道、促销这些方面分析，每一个分析都要从实际出发，才能更好地把我们的产品推向市场。在进行“4p\'s”分析时，我们团体的8个人都在尽自己的努力，想尽办法努力开拓我们的市场。只有大家齐心协力才能发挥更好。当然，要做好一个策划，还需要对我们的创业进行预算，虽然我们没有真正接触过企业的创业，没有看过企业的财务报表、财务分析等等，但是我们还是根据我们已有的市场，对我们的资金进行了一个预算。最后就是总结，通过总结，可以看到我们面对市场该从哪里入手，我们还有哪些不足的地方。

我是负责市场分析的，说实在的在我们这一组压力挺大的，因为我们公司股东实力都很雄厚，要是我的市场分析做的不好就意味着我们公司的信誉度以及下面的工作该如何继续，毕竟下面的那些部门全都是依附于市场分析去展开的，都是环环相扣的。所以我的任务很重，还记得第一天实训时，老师给我们布置好了任务后，我们公司成员很积极的还留下来一起讨论了我们的

工作计划

，我们还单独为我们建立了一个qq群，以便交流，并且还统一时间一起上网在网上讨论第二天要做的任务，我们这组的工作任务都是提前一天准备好的，我们这组的工作人员都很负责，我做的那份分析报告还得多亏各位股东的参与，我们那组可有意思了，在做市场分析的时候，全部股东成员在我耳边给我说怎么怎么写，我就在那里沉思，他们就觉得给我说了这么多我也记不得，于是他们很有人情的就把自己的意见全都各自写了一份让我总结，我说好啊，然后又给我讲解我们公司是干什么的，然后给我说了让我对我们公司有了了解之后才一起离开，因为我们这组第一次在网上参加讨论的时候我没参与到，由于没加上我们公司的qq群，所以还一直都觉得挺不够意思的，不过后来我都按时参与了讨论，记得等我把市场分析总结出来了之后还让公司成员到网吧把分析报告打在桌面上，然后把分析报告在发给公司成员看，看了之后再提建议，大家都参与了讨论，我就等他们给我修改，然后再做总结，在这次实习中，过程是辛苦的但结果是幸福的，我很欣慰的是能和这么一组有责任感的人共事。

这几天实训虽没都在教室上但真的很累，但有一句话是这么说的“累并快乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充实，而且我有机会将我在书本上学到的东西应用到实践中去，同时也学到了许多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们公司股东的凝聚力，我在这一次的实训中，对我们班的股东有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，在人生的道路上我又多了几笔财富。

总之，这次的实训，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。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去配合一个团体，这为我们以后面对社会打下了基础。这次的实践经历使我们终身受益，给我们积累了经验，能够让我们更好地面对未来。并且这次的实训给予了我不同的学习方法和体验，让我深切的认识到实践的重要性。在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

我虽工作多年，但对市场营销管理、策划工作还是知之甚少，所以非常感谢集团领导给我们提供了培训学习的机会，让我对市场营销有了更深一层的认识，也非常感谢培训老师毫无保留的倾囊相授的无私精神。

通过培训，学习到了一些新的营销管理知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。在自然科学与技术科学领域，可以采取“拿来主义”把国际上最先进成果拿来“为我所用”，但在市场营销管理方面，却不能把国外的那一套体系生搬硬套地直接移植过来，而必须结合我们的国情、民情以及企业的实际情况加以融会贯通地创造出适合自己的市场营销管理体系做到 “洋为中用”才能奏效。

正如古人所说“桔生淮南则为桔，生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不同。所以然者何?水土异也。”(《晏子春秋》)。

下面仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自己的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗

记得孙子兵法里讲过“多算胜，少算不胜”。不打无准备之仗，“凡事预则立，不预则废”。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够达到目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步接近客户的工作具有较强的针对性，能够有计划有步骤地展开，避免失误，争取主动高效地完成销售。

1、物质准备

物质准备工作做得好，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，以整洁大方、干净利落、庄重有气质的仪表给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应根据访问目的的不同准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、

合同

纸、笔记本、笔等等。物质准备应当认真仔细，不能丢三落四，以防访问中因此而误事或给客户留下不好的印象。行装不要过于累赘。风尘仆仆的模样会给人留下“过路人”的印象，就会影响洽谈的效果。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自己的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。所谓的“知己”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、指标、价格等知识。

对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而己。既然销售人员代表着公司，他就应该对企业有一个全面的了解，包括经营目标、经营方针、历史业绩、企业及所销售产品的优势等等。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就非常高，客户所希望的不仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标客户来源

1、一定要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作中设定一个核心的目标。记得销售之神乔•吉拉德曾说过，“不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，是你销售成功的前提，我初见一个客人时，我都认定他是我的客户”，我们就应该以这种信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。提高市场占有率比提高赢利率意义更为深远，以提高市场占有率作为定价的目标，以低价打入市场，开拓销路，逐步占领市场。

2、销售人员一定要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者;而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。为了获得更多的客户，更快速地提升销售业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，随时做好向客户推荐产品的准备。

销售工作是一项很辛苦的工作，有许多困难和挫折需要克服，有许多冷酷的回绝需要面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，既要勤跑腿，还要多张嘴，只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终会赢得万紫千红。3、销售人员要有一双慧眼。销售人员需要具备狼一样敏锐的目光时刻调查市场动向，具备狼一样坚忍不拔的意志始终追逐目标不放松，具备狼一样机敏的谋略，这样才能保证销售工作节节攀升，不断创造新的辉煌!

通过一双慧眼，从客户的行为中能发现许多反映客户内心活动的信息，它是销售人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自己的创造天赋，要有一种“别出心裁”的创新精神;其次要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的销售活动才能引起未来客户的注意，俗话说 “处处留心皆学问”，用销售界的话来讲就是“处处留心有商机”，销售人员要能突出问题的重点，抓住问题的本质，看问题有步骤，主次分明，同时注意多积累知识和技能，知识经验越丰富越熟练，对事物的洞察性也就越强。

三、建立起与客户沟通的信息网络平台

每个人都有两个彼此不同的人际网络，一个是你自然得来的，一个是你创造的。自然得来的人际网络包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果你具有良好的个人魅力，主动开拓自己的人际关系，你就可以通过这些人获得更大的人际网络。

1、可以利用一些时间，选出重要的客户集合组织起来，举办一些看戏、听演讲等活动，借此机会，还可以创造公司高级干部和客户联络感情，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生感恩回报的心理，从而更忠实于你，甚至帮你去开发新客户。

2、与客户成为知心朋友。我们都知道“朋友间是无话不说的”。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现，那么如何才能打动客户、感染客户，使客户与销售人员保持长久的关系呢?那就是人格和个人魅力得到充分发挥，在销售的全过程中就必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。

“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 。

共

2

页，当前第

2

页

1

2

**市场营销实训总结报告篇七**

1、模拟公司的成立：我们小组熟悉了一个公司成立的各个程序及步骤。

小组成立的公司是上海潮人管服饰有限公司，我担任行政一职，小宝是ceo，俊洁是总经理，俞枫和赵江缙是营销企化总监，我协助公司的日常运作及记录相关资料。各组同学成立不同的服装公司，相互切磋相互竞争，我们感受了市场的竞争的刺激！这种相互竞争相互学习的体验整个模拟公司的运程。体验式学习互动了我们，相互协作竞争，学习，有了拼劲，并学会了如何以团队的方式工作。在模拟过程中，我们体验到了决策及分工的重要性，并看到了一些结果。结合现实，决策重要的地位凸显，领导人必须果断亦然，而分工必须明确，各咎其职。而且现实企业经营活动中的任何决策都有相当风险，我们面临的巨大挑战就是如何预知、判断、控制风险，分工的不明确，各人没有做好自己的一部分事后果是多么的严重。所以这次实训给我们充分提供了机会，让我们感觉了这些。从错误中吸取教训，做好自己的事，团队第一！

2、团队操作模拟公司及公司的发展

3、个人运作模拟公司

这部分我由于学车，参加的比较少。

概要：从方便面，我们单人开始着手做手机产品。公司及相关流程按原先一样。市场广告投放量明显减少，有些公司ceo还是面临破产的风险，一开始我的库存也很多，没销售完，使我了解到渠道的重要性，生产能力及销售量的协调性，最好库存慢慢销掉。在定价方面，我产品定价没有优势，也导致了前期资金流入不多，后开始转政策，渠道拓展等，开始订单多了，收人也可观了。这使我学到了相关市场开拓及资金的分配模拟公司经验。

4、蓝星电子商务公司

由于我个人外出已经工作，对于这部分，主体了解是：b2c的模式，公司生产然后发货给顾客，或是代理其他厂商的产品代销，代理模式，公司本身可拓展产品销售渠道，可以找分代，加盟商等。

**市场营销实训总结报告篇八**

市场营销是个复杂的过程，进行市场营销实训，有利于你提升自身的营销能力。下面是本站带来的市场营销实训的心得体会，仅供参考。

一、

实习目的

市场营销

实习心得体会

。实习生应端正态度，克服实习过程中出现的困难和挫折，真正做到理论与实际相结合。同时，实习是学生从学校到社会的一个良好的过渡。

二、实习内容

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业采取集中实习和分散实习两种形式，分散实习学生自己联系实习单位，集中实习学生的实习单位由系里联系，集中实习的单位有专业教师指导。我选择的是自主实习也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的时候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂。缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。在实习过程中有几件事让我感触极深。

第一件事是有次陪客户去吃饭，虽然说是饭局其实就是酒局。一群人在一起喝酒吹牛然后生意不知不觉就谈成了。那次是有一个所谓的女强人在场，她有自己的公司，而她老公只是一个普通的打工仔。人家常说一个成功的男人背后有一个默默支持的女人，而一个成功的女人背后有一个窝囊的男人和一群追逐的色狼。话说这女人酒量那是海量啊，陪酒技术是一流的，我以为她的业务就是从酒桌来的。

通过一段时间的市场营销专业技能培训学习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过学习使我理清了思路，找准了切入市场营销对于原本的我既陌生又熟悉。所谓陌生，是在这之前我从没有真正意义上学习和研究过它，对它的认识仅仅是表面而已;所谓熟悉，是说市场营销从来都一直伴随在我们身边，我们去超市购物，去逛街，去商店的遇到它，市场营销出现在我们生活的各个角落!自从开始实习后便开始选择适合的题目，想了一天后决定选择秦皇岛市市中心的一家不错的形象设计中心，“羽”形象设计中心，他的地理位置是秦皇岛陶乐成斜对面的二楼上，这个形象设计中心具有先进的设备以及高水平的设计人员，每个店员都有自己的特色并且积极创新，经过进一步的了解，其主要业务有，美发美发设计全身设计，而且陪同逛街买衣服等等，服务态度很亲切，而且会达到不让顾客多话一分冤枉钱的良好效果。很多顾客都是回头客。经过对其他类似行业的调查研究，这所形象设计中心还是很具有竞争实力的，经过将近两个星期的调查研究以及实施和设计中心的人达到了良好的默契，并且完成了自己的策划案。对此有一些心得和总结一、做好科学的时间管理。在营销工作中做好时间管理是很重要的。我的日常工作是在办公室进行的，必须珍惜时间，讲究效率，在每一个单元时间内，办尽可能多的事，充分利用每一分钟。时间这种资源公平地分给每一个人，但各人在相同时间里所产生的效益是不同的，这就要求我们有意识地利用时间，那么怎样才能有效地利用时间呢?首先，树立科学时间管理的概念。其次，工作有计划，有重点，既要总结当天的工作，又要提前一天安排好第二天的计划，有日计划、周计划、月计划，办公桌上备有工作

日记

，把重要的事情记录在本子上，办公物品摆放要有规律，文件资料不乱丢，用时才不会手忙脚乱。再次，禁止闲谈，办公室人员多，客人多，不能东拉西扯，说长道短，漫无目的，这种谈话要适可而止。例如有人看报，一份报纸从头条新闻到边角广告，一看半天。打开电视机，新闻广告、电视剧，样样都看，问他到底看到了什么，却说不出个所以然。最后，充分利用移动时间。二、做时间的主人，做好目标管理。做事最忌无目标，凭感觉走，设定目标是成功的第一步，可以增加动力，明确工作生活的方向，对目标的实现要设有一定期限，不能今天拖明天，明天拖后天，以致目标被无限期地搁置。三、我平时负责销售三部的帐目及日常计划等工作，通过学习与近半年来的工作，我感触最深的是帐目方面不能混乱，对每一笔钱的来源去向都要清楚。

市场营销是指企业以满足顾客需要，创造顾客价值和满意为中心所进行的一系列活动。顾客的需要是市场营销的起点，顾客需要的满足并感到满足则是市场营销的最终目的。

市场营销是一项整体性的经营活动，它与“推销”、“销售”具有不同的含义。

市场营销是一门科学，而企业实际的市场营销活动则不仅要讲究科学性，还要讲究艺术性。 市场营销就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要，实现企业目标的商务活动过程。包括市场调研，选择目标市场，产品开发，产品订价，渠道选择，产品促销，产品储存和运输，产品销售，提供服务等一系列与市场有关的企业的企业业务经营活动。元祖食品是中国大陆第一个同时推行erp、通过iso9001国际标准认证以及haccp食品卫生安全控制的企业，秉承“不断创新、引导市场、打造需求、创造流行”的经营理念，从礼俗文化中取材，以产品的高质量和新品的不断研发，再造美食文化的精致内涵。 随着生活水平的提高及人们对食品安全意识的提升，消费者需求方面改变了很多，营销环境既能提供机遇，也能创造威胁。成功的公司都知道持续不断地观察并适应变化着的环境。 当需要制定一个计划之前要目标确立、资料齐全无误之后，才可以制订计划。在这一步骤中，先介绍\"工作包(wbs)\"的概念。所谓工作包，就是把工作分解成几个块，分清各块的先后次序、各块的工作之间的相互关系、各块的工作由谁负责。工作包的方式实现了分工协作、合理配置资源的目的。\"甘特图\"是一种直观表现工作包的工具，它用图示的方法表现各个阶段的工作进度。无论做哪种产品的市场营销首先就是了解这个产品，了解产品的性能和优缺点，了解产品的所有信息;尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景，做到知己知彼。

每种产品都有不同的消费群体，一个优秀的市场营销者一定会认清自己产品的消费群体的特点，例如你的产品主要针对于个人还是公司，如果针对于公司那麽针对的公司是什么类型、针对于个人是老年人或是儿童等等，不同的行业有不同的模式我不能一一列举，也不会一一列举，请勿见怪。这主要依靠自己的摸索和实践，只要能细心的观察市场就一定会有所收获，实践出真知。

尊重你的竞争对手，很多业务员把其它公司的业务员看成敌人，这个想法是错的。如果你刚好在客户那边见到其它厂家的推销员，可礼貌地发张名片给他，他一般也会回张给你，说不定还有意外的收获。

这次实习还是我了解到如何定价，策略(1)地区性定价策略：有按在特定的交通工具上的交货的方式定价，统一交货定价，分区定价，基点定价;(2)心理定价策略：同价定价，分割定价，声望定价，整数定价，尾数定价，吉祥数字定价，习惯定价，招徕定价(将产品价格调整到低于价目标价格，甚至低于成本费用，以招徕顾客促进其它产品的销售);( 3)折扣定价策略：现金折扣，数量折扣，职能价格折扣，季节折扣等;(4)竞争导向定价策略：随行就市定价，限制定价策略，投标竞争定价;(5)需求歧视定价策略：应顾客而意，应时间而意，应场合而;(6)产品组合定价策略：系列产品定价，互补产品定价，互替产品定价等。这些想必你以前都没有听过吧，除此之外你还能简单的了解到一些定价方法，如有成本加成定价法，变动陈本定价法，盈亏平衡点定价法，认知价值定价法，等等。在定价的实践活动中，定价方法和定价策略应互相匹配，以期最大限度的增强产品的市场竞争力，结合产品的特点，针对市场的现实状况，再结合有关学过的内容就能把自己的产品给推销出去。

做营销一定要有敏锐的洞察力，在接触市场的过程中，随时留意市场的变化，要推断下一步这个市场的需求，而主动提前做好推广计划，什么事都要快对手一步。。

做市场营销其实就是也是在营销自己，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，多站在客户的角度去考虑问题。产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人也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会使你成功或者全牌皆输。

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，是体力和脑力的共同结合。守时对于营销者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是多么的风雨交加、电伞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你的成功率会大很多。在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓你的客户，多利用现有的网络资源等，多给自己争取一些机会，勤奋和得法的市场营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。

最后一点就是持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要营销者长时间的努力日积月累起来的。如果你因为惧怕困难而放弃那么就永远不会成功，坚持到底就有见到曙光的那一天。

共

2

页，当前第

1

页

1

2

**市场营销实训总结报告篇九**

市场营销是一门灵活性比较强的课程，可以使我们充分的发挥自己的潜力，营销在我们的生活当中无处不在。通过这次实训，主要有以下几点体会。下面是市场营销实训

心得体会

，希望对大家有帮助。

我们第二小组联系的是苏宁电器，为其自主品牌惠而浦热水器进行了市场调查。整个过程这样安排：1、各项工作进行之前，写一份具体的计划书，包括小组成员的分工，任务进程，时间安排等。2、目标确定为惠而浦热水器后，写一份调查的计划书。3、设计和修改调查问卷。4、进行调查。5、分析所得资料，撰写

调查报告

。

通过跟苏宁电器负责人反复沟通与协商，终极得到他们的认可。这一步比我们想象的难很多，由于企业考虑到我们是在校大学生，社会接触沟通能力不足，所以刚开始忌讳我们给人家做调查，经过我们的坚持和努力终极达成共叫：我们以一份固定问卷的方式，采取职员调查法，与被调查者采取面对面的沟通询问，我们做笔记，然后将所得资料进行回纳总结。这样加大了调查的难度，做起来真的很麻烦、很累。说到问卷部分的设计和修改，真是有点盲目，原本以为就是出几个题目凑份问卷，没啥技术含量的事儿，但真正做起来的时候才感觉无从下手。由于以前没接触过问卷调查，再加上对热水器的了解甚少，小组成员通过上网调查，研究商讨，紧密分工与合作才使第一份问卷初稿完成。之后在单老师和王老师的帮助下，对问卷进行了的细心指导，才使我们加强了问卷设计方面的知识，终极完整的一份问卷出来了。接下来开始了紧张的调查部分，在这里有几点心得要跟大家分享一下：

一、要给被调查者留下美好的第一印象。由于这关系着访问的成功与否。着装要大方得体，干净整洁彬彬有礼，面带微笑，真诚与对方沟通，让他感受你的诚恳和热情，大方接受你的访问调查。

二、访问要具有较好的灵活性。

由于我们与被调查者是面对面交流，交流的主题可以突破时间限制，同时对于一些新发现的题目，尤其是争议比较大的题目，我们可以采取灵活委婉的方式，引导调查者的思路，迂回提问，逐层深进。

三、对调查者的要求较高。

调查结果质量的好坏很大程度上取决于调查者本人的访问技巧和应变能力，所以我们在除了克服调查本身的困难，吃苦刻苦以外，还要加强自身的访问技巧。整个过很锻炼人。

四、获得高质量的调查资料。

在访问过程中由于调查者在场，因而既可以对访问的环境和被调查者的表情、态度进行观察，又可以对被调查者回答题目的质量加以控制，从而使调查资料的真实性和正确性大大进步。这要求我们秉着认真细心的态度往对待调查，不可马虎。

接下来进进到了swot分析。这一环节我们采取了实地考察的方式，对苏宁、国美、同天、华北等卖场进行走访和考察，在面对面与销售职员沟通的基础之上，又从网上了解竞争品牌的信息，牢牢围绕产品、价格、渠道、促销的模式，完善了知识储备，为小组调查报告的撰写打写了坚实的基础。在自身长见识的基础之上，圆满完成了任务。

通过这些天的实训生活，是我比较全面的了解了热水器的相关知识，开阔了视野，锻炼了胆量。另外通过实训活动，我也发现了自己不足的一面，比如：第一次接触市场调查与分析，没有头绪，感觉无从下手，多亏了小组其他成员的帮助;做事有时过于热情，没有做到不卑不亢;有时比较粗心爱忘事，这些都是我以后应该改进的地方。

最后，非常感谢学校及我们的指导老师在我们毕业进进社会前，给了我们这次锻炼自己，开阔视野的难得机会，这将对我以后的工作和生活产生积极而深刻的影响。

我是一名学习市场营销专业的20xx届毕业生，在今年12月25日很有幸被金星啤酒集团录用，成为一名实习业务员，经过培训合格后，我进入了xx金星啤酒销售总公司;于是我被派往豫东的太康销售分公司，我从基层的访销员，实习业务员做起，时至今日已有三个月了。

在这段时间里，我不仅学到了很多在书本中学不到的营销知识，也让我个人更加的成熟和坚强;在实习工作中，当我遇到工作中的困难时，曾夜不能寐的思考解决方法，因为我始终相信方法总比困难多;在具体的市场上，曾受到无数次的拒绝和嘲讽，有多少次在深夜里独自一个人哭泣，有多少次已经决定卷铺盖离开;可是第二天又早早的投入到了新的工作当中，因为我始终相信：生命在于坚持，我可以接受失败，但我却拒绝放弃。

就这样，一个月，两个月过去了，我坚持了下来;如今的我已经变的老练和成熟了，在工作中积极向上，善于发现问题，并及时的解决，曾多次受到主管经理和副总的表扬;在具体的市场上，能很好的处理同客户的关系，同时维护好同终端的客情关系，从而让我感受到了营销给我带来的乐趣。

首先，我介绍一下所在市场的基本情况，我所在的太康市场是豫东深度分销的楷模，实行的是大客户与小客户相结合的乡镇代理体制，除了县城的几位大客户外，在每一个乡镇设一个一级经销商，是完全的市场精耕。

其次，我很有幸能够参加20xx年啤酒大战，感受啤酒营销，在我们区域市场的主要竞争对手是流通领域的维雪啤酒，餐饮渠道的雪花啤酒，当然了还有其他品牌的啤酒，如青岛啤酒，燕京啤酒等等。

在抢占市场的时刻，在流通领域里铺货时，作为总公司的主打产品金星新一代的促销政策是10带2加1.8升的大豆油，展示两个月，27元/箱;维雪20带3，28元/箱;雪花10带2，28元/箱;竞争是相当的激烈。在县城的每一个终端店都是必争之地，各个厂家都在抢，真是一场没有硝烟的战争!

在餐饮领域的竞争，更是在比拼实力，都在买店，你出3000，我出5000，经过较量我们金星买断了大部分饭店，但也付出了沉重的代价，花费了将近200万买店费。

时止今天，我的实习期已经结束了，在这三个月当中，我付出了很多的辛劳，同时也收获了硕果;由于我在这段时间里表现出色，已成为集团公司的一名正式销售人员，享受国家统筹及优厚的薪酬待遇。

最后，感谢我的母校——xx商业高等专科学校，一直以来对我的培养，感谢市场营销系全体老师传授给我的营销知识，感谢三年以来教育过我的所有老师，学生在此向你们敬礼了，你们辛苦了。

感谢当初录用我的集团人力资源总部的段部长和唐部长，同时再次感谢营销部长唐文广先生对我营销知识的指导和教诲。

感谢销售总公司张占波副总对我的关心，感谢主管孙经理对我的培养，感谢太康销售分公司我的同事们一直以来对我的关照，再次向你们致谢。

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会过程。通过一周的学习我了解了这一社会过程。

其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势(目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻，因此我们决定以高科技，多功能为主导开发自己的新产品。)

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向，然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台，作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况，开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之，我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现，宏观上，眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是框架上、包装上都起了变化，但只是一个初步的发展，所以市场潜力是巨大的，对我们的产品而言，无疑会带来商机。微观上，我们的新产品是带有一定技术含量的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用internet 遨游网络，学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论;从市场调查中更新自己的理念，揣摸市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

在板报设计与外包装制作过程中，我们由于是分工合作，而我主要是负责营销计划撰写中的几部分内容，因此也不能说太多了。只是见着了同学们的辛劳，利用课余时间都在马不停蹄的赶工，构思 — 排版 — 制作，步步坚实的，最终我们的产品模型“诞生”了。以绿为主色调，代表我们倡导“生命在于运动”的传统理念。以银色为核心，代表我们新产品的新生力量以及高科技的利用。新旧结合，体现出我们对眼镜市场用户群体的独特分析角度以及新型的产品理念。同时，在制作过程中还学会了废品的利用。兴许，我们的组长是个板报能手，通过与我们产品品牌策略的结合，以新颖、流畅的线条与色彩为新产品打造出一份独特的宣传作品。

上面提到了，我在此期间主要是撰写营销计划的内容内容，瞎掰也好，篡改也罢，让我感觉奇迹般地发觉自己居然涉及到了商务领域。不仅让我对市场营销专业知识的掌握和巩固，更是让处世不深的我以学习的方式在涉足社会的表层，开始对所谓的商业行当有了个大概的轮廓。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。期间采取的策略主要有：通路激励、免费试用、附送赠品、退费优待。在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应以建立品牌偏好为主。其中促销策略有：公关赞助、竞技、联合促销、抽奖、有奖竞赛等。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。此时的促销方式有：集点换物、促销游戏等。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。此类产品的策略有：凭证优惠促销、会员俱乐部营销等。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更有利可图，这期间可使用“通路奖励”策略提高产品的铺货率和产品的流通力。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不在限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量;八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成;八十年代末、九十年代初，随着科技水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略;进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理己渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工 — 合作 — 完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊!为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值!

**市场营销实训总结报告篇十**

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会过程。市场营销实训是营销专业的必修课。本文是市场营销实训

心得体会

，希望对大家有帮助。

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会过程。通过一周的学习我了解了这一社会过程。

其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势(目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻，因此我们决定以高科技，多功能为主导开发自己的新产品。)

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向，然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台，作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况，开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之，我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现，宏观上，眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是框架上、包装上都起了变化，但只是一个初步的发展，所以市场潜力是巨大的，对我们的产品而言，无疑会带来商机。微观上，我们的新产品是带有一定技术含量的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用internet 遨游网络，学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论;从市场调查中更新自己的理念，揣摸市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

在板报设计与外包装制作过程中，我们由于是分工合作，而我主要是负责营销计划撰写中的几部分内容，因此也不能说太多了。只是见着了同学们的辛劳，利用课余时间都在马不停蹄的赶工，构思 — 排版 — 制作，步步坚实的，最终我们的产品模型“诞生”了。以绿为主色调，代表我们倡导“生命在于运动”的传统理念。以银色为核心，代表我们新产品的新生力量以及高科技的利用。新旧结合，体现出我们对眼镜市场用户群体的独特分析角度以及新型的产品理念。同时，在制作过程中还学会了废品的利用。兴许，我们的组长是个板报能手，通过与我们产品品牌策略的结合，以新颖、流畅的线条与色彩为新产品打造出一份独特的宣传作品。

上面提到了，我在此期间主要是撰写营销计划的内容内容，瞎掰也好，篡改也罢，让我感觉奇迹般地发觉自己居然涉及到了商务领域。不仅让我对市场营销专业知识的掌握和巩固，更是让处世不深的我以学习的方式在涉足社会的表层，开始对所谓的商业行当有了个大概的轮廓。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。

期间采取的策略主要有：通路激励、免费试用、附送赠品、退费优待。在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应以建立品牌偏好为主。其中促销策略有：公关赞助、竞技、联合促销、抽奖、有奖竞赛等。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。此时的促销方式有：集点换物、促销游戏等。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。此类产品的策略有：凭证优惠促销、会员俱乐部营销等。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更有利可图，这期间可使用“通路奖励”策略提高产品的铺货率和产品的流通力。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不在限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量;八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成;八十年代末、九十年代初，随着科技水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略;进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理己渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工 — 合作 — 完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊!为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值!

我们第二小组联系的是苏宁电器，为其自主品牌惠而浦热水器进行了市场调查。整个过程这样安排：1、各项工作进行之前，写一份具体的计划书，包括小组成员的分工，任务进程，时间安排等。2、目标确定为惠而浦热水器后，写一份调查的计划书。3、设计和修改调查问卷。4、进行调查。5、分析所得资料，撰写

调查报告

。

通过跟苏宁电器负责人反复沟通与协商，终极得到他们的认可。这一步比我们想象的难很多，由于企业考虑到我们是在校大学生，社会接触沟通能力不足，所以刚开始忌讳我们给人家做调查，经过我们的坚持和努力终极达成共叫：我们以一份固定问卷的方式，采取职员调查法，与被调查者采取面对面的沟通询问，我们做笔记，然后将所得资料进行回纳总结。这样加大了调查的难度，做起来真的很麻烦、很累。说到问卷部分的设计和修改，真是有点盲目，原本以为就是出几个题目凑份问卷，没啥技术含量的事儿，但真正做起来的时候才感觉无从下手。由于以前没接触过问卷调查，再加上对热水器的了解甚少，小组成员通过上网调查，研究商讨，紧密分工与合作才使第一份问卷初稿完成。之后在单老师和王老师的帮助下，对问卷进行了的细心指导，才使我们加强了问卷设计方面的知识，终极完整的一份问卷出来了。接下来开始了紧张的调查部分，在这里有几点心得要跟大家分享一下：

一、要给被调查者留下美好的第一印象。由于这关系着访问的成功与否。着装要大方得体，干净整洁彬彬有礼，面带微笑，真诚与对方沟通，让他感受你的诚恳和热情，大方接受你的访问调查。

二、访问要具有较好的灵活性。

由于我们与被调查者是面对面交流，交流的主题可以突破时间限制，同时对于一些新发现的题目，尤其是争议比较大的题目，我们可以采取灵活委婉的方式，引导调查者的思路，迂回提问，逐层深进。

三、对调查者的要求较高。

调查结果质量的好坏很大程度上取决于调查者本人的访问技巧和应变能力，所以我们在除了克服调查本身的困难，吃苦刻苦以外，还要加强自身的访问技巧。整个过很锻炼人。

四、获得高质量的调查资料。

在访问过程中由于调查者在场，因而既可以对访问的环境和被调查者的表情、态度进行观察，又可以对被调查者回答题目的质量加以控制，从而使调查资料的真实性和正确性大大进步。这要求我们秉着认真细心的态度往对待调查，不可马虎。

接下来进进到了swot分析。这一环节我们采取了实地考察的方式，对苏宁、国美、同天、华北等卖场进行走访和考察，在面对面与销售职员沟通的基础之上，又从网上了解竞争品牌的信息，牢牢围绕产品、价格、渠道、促销的模式，完善了知识储备，为小组调查报告的撰写打写了坚实的基础。在自身长见识的基础之上，圆满完成了任务。

通过这些天的实训生活，是我比较全面的了解了热水器的相关知识，开阔了视野，锻炼了胆量。另外通过实训活动，我也发现了自己不足的一面，比如：第一次接触市场调查与分析，没有头绪，感觉无从下手，多亏了小组其他成员的帮助;做事有时过于热情，没有做到不卑不亢;有时比较粗心爱忘事，这些都是我以后应该改进的地方。

最后，非常感谢学校及我们的指导老师在我们毕业进进社会前，给了我们这次锻炼自己，开阔视野的难得机会，这将对我以后的工作和生活产生积极而深刻的影响。

我虽工作多年，但对市场营销管理、策划工作还是知之甚少，所以非常感谢集团领导给我们提供了培训学习的机会，让我对市场营销有了更深一层的认识，也非常感谢培训老师毫无保留的倾囊相授的无私精神。

通过培训，学习到了一些新的营销管理知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。在自然科学与技术科学领域，可以采取 拿来主义 把国际上最先进成果拿来 为我所用 ，但在市场营销管理方面，却不能把国外的那一套体系生搬硬套地直接移植过来，而必须结合我们的国情、民情以及企业的实际情况加以融会贯通地创造出适合自己的市场营销管理体系做到 洋为中用 才能奏效。

正如古人所说 桔生淮南则为桔，生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不同。所以然者何?水土异也。 (《晏子春秋》)。

下面仅就我参加集团 市场营销 培训班学习后，结合自己的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活 市场营销 工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗

记得孙子兵法里讲过 多算胜，少算不胜 。不打无准备之仗， 凡事预则立，不预则废 。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够达到目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步接近客户的工作具有较强的针对性，能够有计划有步骤地展开，避免失误，争取主动高效地完成销售。

1、物质准备

物质准备工作做得好，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，以整洁大方、干净利落、庄重有气质的仪表给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应根据访问目的的不同准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、

合同

纸、笔记本、笔等等。物质准备应当认真仔细，不能丢三落四，以防访问中因此而误事或给客户留下不好的印象。行装不要过于累赘。风尘仆仆的模样会给人留下 过路人 的印象，就会影响洽谈的效果。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自己的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到 知己 ，才能提高销售的成功率。所谓的 知己 就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、指标、价格等知识。

对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而己。既然销售人员代表着公司，他就应该对企业有一个全面的了解，包括经营目标、经营方针、历史业绩、企业及所销售产品的优势等等。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就非常高，客户所希望的不仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标客户来源

1、一定要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作中设定一个核心的目标。记得销售之神乔吉拉德曾说过， 不管你所遇见的是怎样的人，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，是你销售成功的前提，我初见一个客人时，我都认定他是我的客户 ，我们就应该以这种信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。提高市场占有率比提高赢利率意义更为深远，以提高市场占有率作为定价的目标，以低价打入市场，开拓销路，逐步占领市场。

2、销售人员一定要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者;而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。为了获得更多的客户，更快速地提升销售业绩，除了精心维护老客户，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，随时做好向客户推荐产品的准备。

销售工作是一项很辛苦的工作，有许多困难和挫折需要克服，有许多冷酷的回绝需要面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是 贩卖幸福 的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，既要勤跑腿，还要多张嘴，只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终会赢得万紫千红。3、销售人员要有一双慧眼。销售人员需要具备狼一样敏锐的目光时刻调查市场动向，具备狼一样坚忍不拔的意志始终追逐目标不放松，具备狼一样机敏的谋略，这样才能保证销售工作节节攀升，不断创造新的辉煌!

通过一双慧眼，从客户的行为中能发现许多反映客户内心活动的信息，它是销售人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自己的创造天赋，要有一种 别出心裁 的创新精神;其次要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的销售活动才能引起未来客户的注意，俗话说 处处留心皆学问 ，用销售界的话来讲就是 处处留心有商机 ，销售人员要能突出问题的重点，抓住问题的本质，看问题有步骤，主次分明，同时注意多积累知识和技能，知识经验越丰富越熟练，对事物的洞察性也就越强。

三、建立起与客户沟通的信息网络平台

每个人都有两个彼此不同的人际网络，一个是你自然得来的，一个是你创造的。自然得来的人际网络包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果你具有良好的个人魅力，主动开拓自己的人际关系，你就可以通过这些人获得更大的人际网络。

1、可以利用一些时间，选出重要的客户集合组织起来，举办一些看戏、听演讲等活动，借此机会，还可以创造公司高级干部和客户联络感情，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生感恩回报的心理，从而更忠实于你，甚至帮你去开发新客户。

2、与客户成为知心朋友。我们都知道 朋友间是无话不说的 。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现，那么如何才能打动客户、感染客户，使客户与销售人员保持长久的关系呢?那就是人格和个人魅力得到充分发挥，在销售的全过程中就必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。

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。

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