# 民航市场营销心得体会(优秀11篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-08-03

*我们在一些事情上受到启发后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样我们可以养成良好的总结方法。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。民航市...*

我们在一些事情上受到启发后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样我们可以养成良好的总结方法。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**民航市场营销心得体会篇一**

作为一名市场营销人，我认为市场营销是一门既艺术又科学的学科，需要在日常工作中锤炼自己的实践能力，不断总结经验，掌握市场预测以及各种市场营销工具和技能。在市场营销的工作中，我有着许多的体会和经验，以下是我对于市场营销的心得体会。

第一段：创新营销策略

在市场营销中，创新是最重要的标准之一，市场变化的速度越来越快，不断的出现各种新产品和新品牌，我们如果要在激烈的市场竞争中占据一席之地，就必须要有创新的思维和全新的营销策略。我们需要充分了解市场，掌握用户需求，和竞争对手进行比较，从而确定适合的营销策略。例如，在网络营销方面，我们可以采用贴近用户的营销方法，比如社交媒体的营销方式，互动果断的黑客营销方式等，创造更有效的广告推广效果。

第二段：品牌定位重要性

品牌定位是市场营销中的基础，它是一个品牌在消费者心中的形象和特征。一个成功的品牌定位可以让消费者对该品牌形成有利心态，从而提高销售量。我们需要制定一套适合的品牌定位，包括品牌特色，品牌目标，品牌文化等等，以此来实现产品或服务的区别化，从而提高产品在市场中的竞争力。例如，苹果公司定位它的产品为高端市场，以高品质，创新，自由等特点来形象化它的定位，从而赢得了全球消费者的青睐。

第三段：识别目标客户

市场营销中最重要的事情之一是识别目标客户。一个成功的营销策略需要对消费者有深入的了解，了解他们的需求和各种习惯。我们需要了解客户的心理，购买行为，年龄，性别，职业等特征，以此来确定适当的市场策略，能够提高销售和用户忠诚度。例如，你不会为环保费心，却会购买更环保，品质更好的产品。因此，了解消费者的购买心理，并为其量身定制营销计划，是事半功倍的市场营销之道。

第四段：正确选择营销渠道

市场营销中的营销渠道选择是非常重要的。营销渠道包括网站、微信公众号、微博、广告等各种平台。不同的营销渠道有不同的效果，我们不能纠结于某一种渠道，而是应该选择最适合我们产品的营销渠道。例如，社交网络适合年轻群体，电视广告适合覆盖面广泛的品牌。正确选择营销渠道可以帮助我们更快地传达产品的信息，提高销售量。

第五段：客户服务质量

在市场营销过程中，客户服务非常重要。如果一个客户购买了我们的产品或服务之后，没有得到及时有效的售后服务，那么他将不会再次购买我们的产品或推荐给他的朋友。因此，我们需要在客户服务环节上更加用心，要时刻关注客户的反馈，并尽我们的最大努力解决他们的问题。我们不能忽视客户信任和满意度的重要性。

总之，市场营销是一项艰巨的工作，需要市场营销人不断地总结经验，不断探索创新的方式和策略，以适应不断变化的市场环境。以上几点市场营销人的心得体会是我在工作经验中总结的，希望能对大家有所帮助。作为市场营销人，我们需要不断地提高自己的实践能力和总结经验，以提高我们的市场预测和经营管理能力，为企业和消费者创造最大的价值。

**民航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!

**民航市场营销心得体会篇三**

在当今全球化的背景下，国际市场营销学已成为企业发展的重要手段之一。通过学习国际市场营销学，我深刻认识到了营销和国际化的重要性，同时也收获了很多关于国际市场营销的心得体会。

一、了解全球市场变化

世界是如此大，市场是如此广阔。在国际市场营销学的课程中，我学习了各个国家和地区的市场特点，了解了国际市场上的一些趋势和变化。我发现，只有深入了解不同市场，才能针对性地开展营销工作。在这个全球化的时代，要想开拓新市场或巩固老市场，就必须要掌握国际市场营销的知识。

二、突出品牌价值

品牌是企业的生命线，是企业打开市场的一把钥匙。在国际市场营销学的学习中，我认识到品牌价值随着不同国家和地区的文化差异而不同。如何在全球市场突出品牌价值，是国际营销的关键点之一。企业需注重对品牌的宣传和定位，根据市场的需求和消费者的口味调整品牌策略，让品牌更好地获得认可度、忠诚度和竞争优势。

三、提升客户体验

在竞争激烈的国际市场中，如何吸引和留住客户是每个企业都需要思考的问题。客户体验的好坏直接影响着客户的购买行为和反复购买率。在国际市场营销学的学习中，我学到了提升客户体验的关键点。企业需要做到细致入微的预判和服务，让客户感到温馨和舒适；同时，需要建设完善的售后服务和沟通机制，让客户在使用过程中产生信任感和满意度。

四、合理运用数字化工具

随着信息时代的到来，数字化营销已成为企业发展的不可忽视的重要环节。在国际市场营销学的学习中，我深刻认识到了数字化工具在营销中的重要性。企业应该根据市场需求和消费者群体，选择不同的数字化工具进行营销。例如通过社交媒体、搜索引擎等平台进行推广，更好地挖掘潜在客户；同时，通过大数据分析，更好地掌握市场信息和客户群体，在推销过程中取得更好的效果。

五、践行社会责任

作为国际市场营销学的重点之一，社会责任营销已经成为企业发展的新趋势。在国际市场营销学的学习中，我意识到企业的发展不能仅仅以经济效益为目的，更要以社会责任为前提。践行社会责任营销可以让企业获得消费者和社会的认可，进而提高品牌忠诚度和声誉度。例如在产品设计和推销上考虑环保因素，积极开展公益事业等，都是践行社会责任营销的重要举措。

总之，国际市场营销学的学习让我深刻认识到了营销与国际化的重要性，更让我体会到了营销工作的复杂性。在实践中，我们需要不断总结，积极探索，努力实现营销和国际化的双赢。

**民航市场营销心得体会篇四**

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。

**民航市场营销心得体会篇五**

口腔市场营销作为一项重要的手段，对口腔医疗机构的发展起到了至关重要的作用。市场营销不仅可以帮助口腔医疗机构吸引更多的患者，在激烈的竞争中立于不败之地，还可以提高患者的满意度，并帮助机构树立良好的品牌形象。因此，掌握市场营销的核心要素，是每个口腔医疗从业者应该具备的必备能力之一。

第二段：了解目标患者

在开展口腔市场营销之前，首先我们需要了解目标患者的特点和需求。这样可以更精准地制定市场营销策略，提高其针对性。通过调查分析，了解患者的年龄、性别、职业、收入水平等特点，可以更好地了解他们对口腔医疗服务的需求。此外，还要善于利用现代科技手段，如大数据分析、社交媒体等，来汇集信息并找到患者的隐性需求。只有对目标患者有深入的了解，我们才能更好地针对他们的需求开展市场营销活动。

第三段：建立品牌形象

品牌形象的建立是市场营销的核心要素之一。一个好的品牌形象可以给患者留下深刻的印象，并增加他们对口腔医疗机构的信任度。要建立一个良好的品牌形象，我们需要有核心价值观和独特的服务理念。通过在服务过程中注重细节，提供个性化的治疗方案和优质的医疗服务，可以逐渐树立起自己的品牌形象。与此同时，还要善于利用口碑和网络宣传，提高机构知名度，吸引更多的患者。

第四段：创新营销策略

在进行口腔市场营销时，要善于创新营销策略，不断提高市场竞争力。作为一项服务型行业，口腔医疗机构可以通过提供一流的医疗技术和设备，以及优质的服务体验来吸引患者。与此同时，还可以结合互联网和移动互联网的发展趋势，开展线上营销活动。比如，利用社交媒体平台和网络新闻媒体进行宣传推广，提高机构的曝光度。此外，还可以与周边企业进行合作，开展联合营销，争取更多的合作资源和市场份额。

第五段：培养良好的客户关系

良好的客户关系是实现长期可持续发展的关键。口腔市场营销活动不仅仅是为了吸引新患者，更重要的是要保持老患者的忠诚度和满意度。只有不断培养和维护良好的客户关系，才能使患者成为长期信任和支持口腔医疗机构的消费群体。在日常工作中，我们要注重与患者的沟通和互动，回应他们的意见和建议，并为患者提供个性化的服务。通过建立良好的客户关系，可以为机构的可持续发展提供强有力的支持。

总结：

市场营销是口腔医疗机构发展的重要手段，通过了解目标患者、建立品牌形象、创新营销策略以及培养良好的客户关系，可以为机构的可持续发展提供强有力的支持。在实际工作中，我们要不断总结经验，不断适应市场变化，不断完善营销策略，从而不断提高市场竞争力和患者满意度，实现机构的可持续发展。

**民航市场营销心得体会篇六**

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。

**民航市场营销心得体会篇七**

第一段：引言（200字）

近年来，随着全球经济的发展和国际贸易的不断增加，国际市场营销学已成为研究和应用的热点之一。我在学习中，对于国际市场营销学的概念、原理、方法、策略等方面进行了深入学习和研究。在这个过程中，我深刻认识到，国际市场营销学是企业在国际市场上实现生存和发展的关键所在。

第二段：国际市场营销学的概念和特点（200字）

国际市场营销学是指企业在国内市场基础上，将经营业务扩展到国际市场，进行商品和服务的推广和销售的一种学科。国际市场营销学相较于国内营销学更为复杂，其主要表现在文化差异，法律制度，市场环境，货币制度等方面。因此，企业要想在国际市场上取得成功，必须具备更加高超的营销水平和更加敏锐的市场洞察力。

第三段：国际市场营销学的重要性（400字）

国际市场营销不仅是企业在国际化进程中最重要的一环，而且对于企业的生存和发展至关重要。首先，国际市场营销可以帮助企业开拓新市场，寻找新的商机。其次，国际市场营销可以帮助企业与消费者建立良好的沟通和合作，推广企业品牌知名度。最后，国际市场营销可以帮助企业提高产品和服务的质量和效率，增强企业核心竞争力，保障企业的盈利和发展。

第四段：国际市场营销思维的培养（300字）

国际市场营销的成功离不开专业的市场营销人才和不断创新的营销策略。因此，企业应该注重对人才的培养和提升。对于市场营销人才而言，他们需要具备良好的沟通能力、独立思考能力、团队合作能力、创新能力、全球化视野、系统化思考能力等。此外，企业也应该注重在研究和应用新的国际市场营销策略，比如数字化营销、个性化营销等，不断提升企业在国际市场上的竞争力。

第五段：结论（200字）

在全球化经济的背景下，国际市场营销学已成为企业拓展化进程中的重要学科。企业要想在国际市场上获得成功，必须具备更为高超的营销水平，并注重培养专业的市场营销人才。希望广大企业重视国际市场营销的研究和应用，以更好的方式推广自己的企业品牌，获取更为丰厚的商机和收益。

**民航市场营销心得体会篇八**

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。

**民航市场营销心得体会篇九**

市场营销是一门敏捷性比拟强的课程，能够使我们充分的发挥自我的潜力，许多人认为营销就是卖东西，其实不然，营销在我们的生活当中无处不在，包括交友，为人处事等，不仅仅只是买卖关系的发生。

学习了一个学期的市场营销，接触后才发觉市场营销是一门很有开展前景，很搞笑的课程，首先我们须要调查目标市场，了解消费者的需求，依据消费者的需求选购商品，制定销售打算并胜利的销售出去，这一过程其实很不简单，假如前一天少了几分钟的打算，销售当天就多了几小时的麻烦，通过此次实训，感受颇多，市场营销要注意实践认知，驾驭技能，有些方法和心得是书本上学不来的，我们也明白了无论做什么事都要经过自我亲身体验后，感受才会更深，下一次也才会做得更好，还有就是在销售过程中我们要抱交挚友、暖人心的`看法，而不是只为赚钱。

“营”者，“筹划、谋划”也，详细包括市场调查、市场细分、市场预料、销售筹划及建立客户资料等。“销”即“销售”，即通过专业培训的营销员遵照筹划好的方案深化市场销售产品。由此可见，是先“营”后“销”，作为整个营销活动的起先，“营”往往是营销成败的关键。

“营”须要发挥市场营销人员的专心性和缔造性，是一种高层次的智力劳动。营销人员应对整个市场的开发、引导以及用户需求具有敏锐的感悟力。而“营”的职责主要在管理者。各级经营管理人员应开阔视野、翻开思路，多探究现代知名企业的营销实例及竞争对手的市场策略，加以借鉴、消化并汲取，真正造就一支善“营”的精兵。同时通过优胜劣汰机制，鼓励各级营销人员勤于谋划，多出点子，出好点子，能适时推出操作性强、效果好的营销筹划方案。

须要指出的是，重“营”并不意味着能够轻“销”。“营”、“销”作为一个整体，如鸟之双翼、车之双轮，缺一不行。在“营”的同时，广阔的邮政营销队伍只有深化市场去“销”，“营”才有好处，方能产生效果。光“营”不“销”只会是纸上谈兵，重“销”轻“营”那么会事倍功半。只有专心去“营”，有效去“销”，才是营销的真谛，才可真正收到实效。

在竞争日趋剧烈的这天，高速开展的各行各业须要新型营销人才，须要具有创新意识。专业学问和富有团队作业潜力的市场营销新人。

我们都很喜爱市场营销这门课程，我们能够从这么多课程中学到许多，不仅仅学到了课内学问，也学会了如何运用所学的学问去规划我们的人生。

**民航市场营销心得体会篇十**

当今时代，随着旅游行业的飞速发展，学旅游也成为许多学生们尤为关注的话题。学旅游不仅可以丰富学生的知识视野，拓展阅历，还可以增强学生的实践经验和交际能力。然而，如何通过有效的公司市场营销手段，吸引更多的学生参与到学旅游活动中来，成为了学生事业部的一项重要任务。经过前几年的工作的积累和不断实践，我逐渐总结了一些学旅游市场营销的心得体会，今天我就来分享一下。

第二段：了解目标客户群体

在市场营销中，了解目标客户群体是非常重要的。学旅游活动的参与者主要是学生，因此，我们必须认真了解他们的兴趣和需求，以此为依据进行活动的策划和宣传。针对不同的学生群体，我们可以开展针对性的市场活动，以吸引更多的学生参与。比如，对于文艺青年，可以开展文化旅游；对于体育爱好者，可以开展户外探险等活动。只有充分了解目标客户群体，我们才能有的放矢，取得良好的市场宣传效果。

第三段：创新宣传手段

市场宣传是推动学旅游活动开展的关键。与传统的宣传手段相比，如海报、传单、宣传栏等，现代数字化宣传手段更加地时尚、醒目、个性化。比如，我们可以在多个平台进行宣传：如校园公告栏、各大社交软件、线上宣传平台等，以此将活动信息传递给更多的人群，提高信息触达率和信息阅读率，让更多的学生参与到学旅游活动中来。同时，在宣传手段上，我们也应该注重创新，采用新颖、有趣的宣传方式，吸引更多的眼球。

第四段：提高服务质量

在进行学旅游市场营销时，市场宣传并不是万能的，更关键的是如何提升参与学生的满意度，这直接关系到市场营销效果。经过多年的实践，我们了解到，学生在选择学旅游活动时，除了关注目的地和旅行路线，更加关注活动服务的质量。针对这种现象，我们应该注重增强学旅游服务质量，实现服务的全程可视、及时响应、及时解决问题。同时，我们也应该拓展活动内容、丰富服务项目、提高服务质量，使学生在参与学旅游活动中，充分感受到我们的用心。

第五段：强化售后服务

学旅游活动的售后服务同样是极其重要的一部分。作为公司的客服信使，我们必须在最短的时间内响应学生的需求和反馈，及时解决学生提出的问题，从而达到促销的效果。另外，考虑到学生具有年龄较小、经验不丰富等情况，我们还需要针对学生的特殊需求，提供更加细致入微的服务，增强售后服务的质量和效果。只有在售后服务上足够用心，我们才能实现优质的市场宣传和用户口碑，从而在学旅游市场占据更大的份额。

第六段：总结

作为学旅游市场营销人员，我们要不断总结经验，提高市场营销的效果，促进学旅游的持续发展。我们需要了解目标客户群体，创新宣传手段，提高服务质量以及强化售后服务等措施。唯有通过有效的运作，才能吸引更多的学生参与到学旅游活动中来，丰富学生的生活经验，推动学生身心健康成长，为社会的发展贡献一份力量。

**民航市场营销心得体会篇十一**

市场营销是现代企业得以发展的关键，因此，市场营销专家在企业的成功过程中扮演着重要的角色。今天，我想分享我的实践项目，探讨如何通过实战型市场营销来提高企业的收益。

第二段：市场营销先驱

我们都知道，市场营销是一个必不可少的行业，企业需要市场营销专家的支持来推动企业的发展。作为市场营销的先驱之一，我认为成功不仅仅取决于您的知识和专业技能，同时还要具备对市场的理解、大胆的决策以及坚持不懈的意志力。

第三段：实战经验

在我的职业生涯中，我曾独立开发和实施过数个市场营销策略，包括了社交媒体广告、电子邮件营销、内容营销、以及SEO等策略。这些营销策略的成功，源于我的深入研究市场的精神以及针对特定目标群体精细的定位和决策。

第四段：市场营销的关键因素

在我实践市场营销的过程中，有几个关键因素是我经常运用的：

首先是销售目标的设定。销售目标需要与企业策略和经济目标相一致。通过分析数据，跟踪销售进程，并设立可衡量的销售目标，才能让企业团队更加清晰地了解市场需求。

其次是针对特定客户制定计划。如果您定位得对，那么您的市场营销策略就有可能成功。所以，针对特定客户，您需要制定个性化的解决方案，提供客户需要的关键信息和优惠活动等，从而提高客户的满意度。

最后，是数据的分析和优化。市场营销一定要建立在数据分析的基础之上。通过分析数据，并建立系统的数据跟踪机制，才能更好地优化市场营销策略，以获得更好的市场回报。

第五段：总结

总之，市场营销是一个充满挑战和机会的领域，随着行业的不断发展，企业需要通过实战型的市场营销来扩大市场份额，提高产品销售，以及增加收益。在实践市场营销的过程中，需要精通市场的基本规则，建立可衡量的销售目标，品牌价值和质量要求，同时把握市场变化趋势。只有通过不断学习和总结的方式，才能使市场营销专家在商业领域的成功并不断推动企业的发展。

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