# 2024年市场营销的实训总结报告 市场营销实训总结(实用8篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-05-08

*在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？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。市场营销的实训总结报告篇一一、实践背景作为大二的学生，...*

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？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。

**市场营销的实训总结报告篇一**

一、实践背景

作为大二的学生，我们的社会实践也不能停留在大一时期的那种漫无目的的迷茫状态，社会实践应结合我们市场营销专业的实际情况，能真正从中受益匪浅，而不是为了实践而实践。我觉得我们在进行社会实践之前应该有一个明确的目标，为自己制定一个切实可行的计划。应注重实践的过程，从过程中锻炼自己、提高自己。因此，为了更好的了解社会，锻炼自己，感受社会就业的现状，体验一下工作，这学期的假期我根据时间及自己的实际情况继续在假期期间找了一份工作，进行实践锻炼。

二、实践目的及意义

本次实践的目的一方面在于锻炼自己专业知识的实践方面的能力，通过理论与实际的结合、个人与社会的衔接，进一步培养自己的业务水平、与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等，尤其是观察、分析和解决问题的实际工作能力，以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入到社会，投入到自己的工作中。另一方面我希望通过社会实践，来赚取相应的报酬来减轻家中的负担;而且从这次的社会实践中我也更加了解了超市，还学到了很多课本之外的很多东西，真的令我受益匪浅。

一般来说，大学的生活环境和社会的工作环境还是存在着很大的差距，学校主要专注于培养大学生的学习能力和专业技能，社会主要专注于员工的专业知识和业务能力。要适应社会的生存要求，除了要加强课堂上的理论知识外，还必须要亲自接触社会参加实践，通过对社会工作的了解指导课堂学习。实际体会一般公司职员的基本素质要求，以培养自己的适应能力、组织能力、协作能力和分析解决实际问题的工作能力。

实践在帮助高校毕业生从校园走向社会起到了非常重要的作用，因此要给予高度的重视。通过实实践，让自己找出自身状况与社会实际需要的差距，并在以后的学习期间及时补充相关知识，为求职与正式工作做好充分的知识、能力准备，从而缩短从校园走向社会的心理适应期。

三、实践内容

实践的内容主要是在超市销售各类奶制品，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。

四、实践经历

今年寒假从学校回来后,我就不停的在县城附近的各条商业街上找兼职。想在寒假这一个多月里锻炼一下自己，同时也能多增长些社会实践经验。因为之前初中毕业和高中毕业后我都有在饭店和汽车专卖店里打工过，有一定的经验教训，尤其是大一暑假的时候在西安市新城区的彩艺广告公司打工，在那里确实让我学到了好多的东西，更加懂得了在工作上的坚持不懈，吃苦耐劳的品质。但由于回来时已经快到年末，寒假工已经不好找了，而且不管是餐饮、服装、休闲娱乐和工厂企业等都不招聘在校大学生做兼职。理由如下：第一是没实际工作经验;第二是工作时间不长,学生在开学上学后留下空缺的岗位使公司又要重新招聘,浪费人力物力财力，所以在寒假回来后的前两个星期我去应聘都是四处碰壁。家人见我寻路无门又多次失败,建议我回家待着。当时我一笑了之，因为这次我社会实践的目标就是市场营销，这是我所学的专业，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一些产品知识,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识并能充分展示自己的能力。

由于我的坚持不懈,我很幸运的被庆城县百佳超市招聘为促销人员。我的职业范围就是为客户导购奶制品;我导购的产品包括伊利、蒙牛、银桥、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8:30就必须到超市门前集合做早操，然后练站姿,保持微笑,然后相互整理着装,这大概要花费10到20分钟。而且我们还要在9：00以前清点好自己的产品区，晚上9：00下班，在岗时期要参与超市盘点和入库整顿，有空时帮理货员看看货架的排列是否整齐和清洁、货品的齐缺并且及时加货上架。虽然这道工序是重复昨天晚上下班前的工作。但是这就是企业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6个人。我与另一位男同事是导购员,其余4人,两个负责清点销售区与仓库里的牛奶,另外两个负责搬运。我们6个人其实没有明确的职责界限,都是互相帮助。我觉得寒假里不到一个月的工作虽然挺辛苦的,但却很充实。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到1.0元之间。市场上大众喜欢的品牌是伊利、蒙牛;小孩最喜欢的是旺旺、伊利、蒙牛;老年人也有买牛奶的,一部分是买给自己的，一部分是买来给小孩。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,据我们主管说这属于正常情况。看得出人们的生活水平和重视健康程度有明显提高。据我了解,一般包装是写有饮料两字的营养价值十分低,只有像特仑苏牛奶那样,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。

在接下来的日子里，根据现代市场营销学的理论知识所得，我已经了解了各个产品市场占有率、产品的功能特性以及消费者心理需求。我努力地寻找自己的不足，我也慢慢地开始敢于向顾客推荐适合他们的奶制品，我用我热情和耐心的服务态度感动着他们，于是我的销量慢慢的升高了;我不仅知道该如何去服务，更加努力地运用我们课本上的理论知识，比如，现代市场营销学的促销行为，这样一来，我的销售成绩越来越好，也得到了超市主管的和表扬肯定。

五、实践体会

第一、服务是关键

做为一个服务行业，顾客就是上帝的服务态度是必须的，要想获得更多的利润就必须提高销售量。这就要求我们要想顾客之所想，急顾客之所急，提高服务质量，语言要礼貌文明，待客要热情周到，要尽可能满足顾客的要求。提高超市服务水平。超市服务员的服务态度直接影响到顾客购物心情。顾客是来买东西的，不能让他来受气，要做到微笑服务、宾至如归。如果对顾客耐心、关心，能让顾客倍感温馨，下次顾客真的会再次光临，这样做能留得住客，而且顾客也会产生广告效应，为你们的服务宣传，会有更多的人光临。

第二、诚信是根本

不管我们做人还是做事，诚信是我们是根本，是我们成功的根基。所以说提高超市的诚信度是很重要的。俗话说“诚招天下客，誉从信中来。经商信为本，买卖礼在先。”优质的产品加上优质的服务才能诞生优质的超市。经济效益固然是根本，但是社会效益也是超市发展的助推器。要兼收两个效益，需要经营者与职工共同努力的。作为经营管理着要招具有较高素质的职工，但招高学历的还不太现实，但最起码要有较好的职业道德。有了诚信的员工，就会有诚信的企业，生意也会越做越红火。

第三、提高经营管理水平

经营管理者是一个企业的领头人，对企业起决定性作用。就像一个形象的比喻说的——由一只老虎率领的山羊部队，能够战胜一只山羊率领的老虎部队，足见领导者的重要角色。提高老板的素质是提高他本人管理水平的重要途径，而素质包括思想政治素质、职业道德、业务素质等。只有领头人素质高，才能树立起良好的信誉素质和企业形象，有利于超市的生存发展。

六、总结销售技巧：

第一点：真诚

你的真诚会直接打动顾客。真诚待人不仅能从心灵上获取对方的信任，更是让顾客发自内心的感受到我们对他的重视。凡是要用发展的眼光看问题，金碑银碑，不如消费者的口碑，顾客对我们的许可,那才称得上是一笔巨大的无以比拟的巨大的精神财富。

第二点：沟通

沟通可以使很多事情变得顺利;沟通可以使关系更加和谐,因此,我们便要主动的与顾客之间构造出一座沟通的桥梁,让我们能够更加清晰的知道,顾客到底需要什么,又或者在言语中,我们可以推论出什么衣服才更加适合他,让他们能够买到称心如意的货物,从而另我们的商品交易能够更加顺利的进行.

其实,沟通不仅在商业上能够另我们获利,但对于我这为学生而言,这更是一次难得的学习机会,另我的口才与交流能力有了一次质的飞跃,真可谓是实现了一次”双赢”。

第三点：热情与耐心

热情与耐心,就像火与冰,看似两种完全不同的东西,却能碰撞出最美丽的火花.的确,每一个顾客的思想,喜好都是不一样的,面对各式各样的衣服,便会不由自主的挑剔起来,这便会令你既是烦躁不安又是一份无奈,面对如此烦琐的活儿,我们是否可以坚持下去,靠的便是那份来自心灵最深处的热情。

第四点：主动

当我们用该的主动去请缨,能为自己赢得更多的机会,只要是勤问、勤学、勤做,就会有意想不到的收获。在此期间,自己接触其他人,和他们的交流机会也增多了,而正因为这样,我在工作中也逐渐变得勇敢,虽然开始也会有所顾顾忌,怕主动请缨会招来不必要的乱子,更怕那种另类的眼神会围绕着自己打转,但事实告诉我应该对自己有信心,应该有勇气去尝试,即便在尝试中失败,也能让自己成长,没有锻炼机会,谈何积累和成长?而这一切,只能靠自己去争取,等待只能让你在沉默中灭亡。只有主动,才能为自己创造良机。

总而言之,这次的社会实践让我过得很充实,收获很大,也让我认清了如今大学生就业也很困难,尤其是在校大学生更是难上加难,这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,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,更或者是在今后的生活中都是一笔宝贵的财富。

作为一名业务员，如何在推销产品的过程中，使顾客感受到愉快的气氛，如何顾客感受到公司文化，如何使自己的工作被顾客认同，如何很好的组织自己的团队都是很关键的问题，而重中之重则是怎样让自己的产品更有吸引力，顾客有意愿购买并根据实力购买。因此我选择作为销售员进行实习。通过在实际工作中接触客人，提高业务能力，积累销售经验，学习销售的技巧与语言表达的方式。

一、成果，(营销要确定以顾客为本的服务理念)

首先，要懂得市场营销的观念的核心是：了解消费者的需求，运用合适的产品、定价、渠道、促销和服务等方法来满足消费者需要。它包括以下四个方面的含义：第一、认清消费的需求。第二、激起和满足消费者的欲望。第三、制造所能销售的产品并有效地组织实施销售活动。第四、以顾客为主体，一切为了满足消费者。市场营销不等同于销售，它不只是流通阶段的经济活动。市场营销观念与推销观念也有本质的区别。市场营销观念是以消费者需求为中心，通过分析把握者需求，开发产品满足需求，使消费得在满足需求的同时企业获得利润。市场营销的手段是开展综合性的营销活动，即整体营销，在市场上把产品策略、定价策略、销售渠道策略、促销策略等四大要素在时间与空间上协调一致，实现最佳的营销组合，以达到综合最优的效果。在企业内部，实行全员营销管理，在增进整体利益的前提下积极配合营销计划，很好地服务于市场，服务于顾客，以实现整体营销，从而创出品牌效应，达到企业长远利益。为谁服务(消费者是谁)：产品定位。进行正确的产品定位：解决为谁服务的问题。很多方面决定的，如产品差异(质量、功能)、形象差异(名牌、大公司)、价格差异、位置差异等，总而言之，产品定位反映了公司或产品的竞争能力。如劳力表总裁的回答。

其次，营销要准确进行公司定位，公司应在进行产品定位时，通过一切言行表明自己选择的市司的定位印象模糊，看不出与其他公司有什么差别。第二、定位过高：如果市场定位过高，使消费者对公司的某一种特定的产品产生强烈的印象，而忽略了对其他产品的关注，这时，就有可能失去许多潜在的客户。第三、定位混乱：如果定位发生混乱，就会使消费者以公司的形象和产品产生模梭两可的认识，这时，就会使消费者产生一种无所适从的感觉，从而丧失其购买欲望。

然后，正确的市场分析确定目标客户，准确的产品定位离不开正确的市场分析。通过各种手段进行市场调研作出的市场分析必须能够回答以下5个问题：第一、谁是消费者;第二、消费者买什么(样);第三、消费者何时购买;第四、消费者购买的目的是什么;第五、消费者如何购买;第六、产品组合与优化。

最后，促销策略，产品促销的目的是通过详细的介绍、生动的描述来塑造产品的形象，刺激顾客的购买欲。目前我国常用的促销方法有三种：一是广告。广告是促销手段中用得最多、富有成效的一种方法。一般产品广告要求长期且实效方式，因而实施广告策略时可考虑路牌广告、电视广告、报刊杂志广告等同时传播或轮番出现，以加强效果。广告从内容上分有三种：其一是商誉广告。它强调树立生产产品的厂家的形象。其二是产品广告。它树立厂家信誉和产品质量。其三是单项产品广告。它是为某类型产品的推销而做的广告。二是参加产品展销会。这也是一种促销手段。它通过商品的模型展览，设计图纸的介绍，散发宣传小册子等方法，引起客户的兴趣，刺激客户的购买欲。三是人员推销。这能使推销员面对面地了解客户的需求，解答客户的问题，有针对性地是行推销。此时销售人员的经验和服务就成为决定性因素。另外，优秀的管理和周到的服务是一种无形的广告，对销售一定会起到促进作用。

二、认识

第一是交际能力。善于与他人交往是销售专业服务人员应具备的首要能力，专业销售人员必须懂得怎样与顾客接触，建立和维持关系，学会倾听别人的意见，表达自己的想法，注重交往艺术，能够区别不同性格、不同场合、不同年龄、不同文化背景的人应采取的 交往方式，有正确的服务意识和服务态度，才能为顾客提供优质的服务。

第二是合作能力。作为销售人员必须与上司、下属、同事、顾客、供应商等进行合作。专业服务人员应有全局的观念，较强的协调、沟通意识，学会与供应商协商，与同事合作，充分 发挥不同角色的作用，利用现有各种因素，为顾客提供满意的服务，真正发挥销售工作在公司的“前锋”。

第三是学习能力。销售人员为顾客提供服务的过程，也是一个学习的过程，必须根据顾客的具体需要确立服务方式。越了解顾客的期望，就越能在工作中体现个性化的工作特点，从而更好的抓住顾客心理。

第四是个人能力。这里我想说的个人能力既包括技术性的能力还包括管理能力。技术性能力是就无法为顾客提供优质的服务。技巧、功底都是必须经过努力、积累和总结得到的。只有具备这些，才能向客人提供优质的服务。管理能力不再是高层管理人员的“专利”。销售人员自己在服务过程中，需要与别人建立联系，管理自己、激励别人、处理冲突、控制情绪等等，这一切都与管理才能有关。

三、总结

人与人交往很难按一种统一的模式去做，每个人的个性都不一样，处理问题的方式也就自然不一样。对于一个刚踏进销售行业的新人来说，别人的销售技巧只可供参考，除了学习别人的做法以外，更多的是在每一次与客户打交道的过程中，总结出合适自己的商谈方式、方法，这样你就具有了自己个人独特销售技巧。只要多加留意、多加练习，每个人都可以具备自己独特的销售技巧，有自己的“绝招”。所以说，销售技巧更多的是用心学习、用心体会、用心做事。

**市场营销的实训总结报告篇二**

我是一名学习市场营销专业的xx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xx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。

20xx年暑假，我来到了甘肃省宁县人民法院实习。经过了一个月的实习生活，不仅巩固了我所学的专业知识，还锻炼了我的法律实践能力，而且还与法院的各位老师建立起了良好的关系，大大增强了我的人际交往能力，丰富了社会经验，开阔了眼界，受益匪浅。

毕业实习是每个大学生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益匪浅，也打开了视野，增长了见识，使我认识到将所学的知识具体应用到工作中去，为以后进一步走向社会打下坚实的基。

**市场营销的实训总结报告篇三**

一周的实训终于结束了。但这一周的时间，却给了我往后人生的启示。社会是残酷的，社会是现实的，弱肉强食就是这个社会的规则，想要生存，必须要有实力，学会变通，与时俱进，利用优势发展自己才能更好生存下来。

开始的前3天我们进行的是因纳特市场营销的模拟实，它是根据市场营销4ps理论设计的。以产品策略，定价策略和营销策略确定市场份额，渠道策略确定产品是否能销售出去。我和蒋勇分为一组，分别扮演了厂商市场总监和分销商总经理。厂商市场总监负责经营一种品牌，确定该产品的产品策略，定价策略，营销策略，渠道策略和其它策略。分销商总经理负责与超市，零售商等建立合作关系。利用系统提供的交易洽谈功能，把握交易洽谈的技巧和实际销售策略。 我们通过分工合作制订了一系列的策略和订购了大量订单，最后才发现我们定价太低，亏损了大量资金。我们并没有灰心，立刻投入资金生产中高档产品。从中寻求最合理的组合，最合适的价格，找到最有效的营销策略。并以第一个生产出高档产品的公司牢牢抓住了市场份额，让我们的销售额越来越大，资金也越来越雄厚，形成了良性循环。最后我们以势如破竹的姿态扫荡了其他市场，赢得了这次比赛。

从中让我明白了，失败并不可怕，只要你有信心有决心，及时改正，努力发现规律，并把握好时机，赢家往往是从失败中成长的。

接下来的3天，我们进行了erp沙盘模拟。在这段实训的日子里，感觉收获还是挺多的：

1、起始我们做的很不理想，主要是因为大家对沙盘的规则还不完全了解，都被大客户的优势迷惑住了。致使有的组破产。所以应该提前了解客户信息和自己资金。

2、选择比价还是非比价客户，选择怎样的客户最合适，如何分配大中小客户的量。这需要留意对手的选择和资金的分配。要以最低的价格选择最好的客户，这需要大量的经验和实践才能做到。

3、懂得放弃和竞争客户，一般非比价大客户赚钱最多。但要求比较多资金时间浪费比较大。这时就要做好估算，学会抛售客户和死守客户。

4、比赛中唯一不变的就是规则。能不能在这场\"战役\"中存活，就要看自己的应变能力了。

时常竞争是激烈的，也是不可避免。但竞争并不意味着你死我活！这就要求企业知己知彼，在竞争中寻求合作。同时，通过erp沙盘实训，我深刻认识到全局观念和团队合作的重要性。每一个角色都要以企业总体最优为出发点，各司其责，相互协作，共同实现目标。

**市场营销的实训总结报告篇四**

我是一名学习市场营销专业的20-届毕业生，在今年12月25日很有幸被金星啤酒集团录用，成为一名实训业务员，经过培训合格后，我进入了\_\_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，实训业务员做起，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;在实训工作中，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2024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，我的实训期已经结束了，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——\_\_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。

**市场营销的实训总结报告篇五**

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市场营销学习心得体会市场营销学习心得体会。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市场营销学习心得体会心得体会。

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。

**市场营销的实训总结报告篇六**

通过本阶段的实训，培养我们的具体营销策划能力。 主要培养以下能力：

1、培养企业运作与管理的理念与运用营销策划理论的能力；

2、培养创新精神与创新管理能力；

3、培养观察环境，配置资源，制定计划的能力；

4、培养分析界定问题，科学决策的能力；

5、培养分析组织结构，协调职权关系，制定组织规范的能力；

6、培养树立权威，有效指挥的能力；

7、培养协调关系和与他人沟通的能力；

8、培养对工作有效控制的能力；

9、培养搜集与处理信息的能力，特别是利用网上资源的能力；

10、总结与评价的能力。

1、学生必须高度重视营销策划实训的重要作用，明确实训要达到的目的。

2、在实训前要熟悉市场营销的基本理论，掌握市场营销的基本方法。

3、严格按照营销策划的基本程序、技巧和方法独立完成每一个实训项目。

4、实训一般分组进行，每组 4—5 人，在教师指导下开展策划活动，完成规定任务，提交营销资料和策划ppt并进行演讲。

5、在每个实训项目完成后，学生必须提交工作情况、营销资料和策划报告书。

本学期9到18周

商学院营销实验室

在9周实训中，我们共完成3项大任务

1、化妆品的包装和其他竞争对手之间的突出卖点、差异化、品牌全称；

2、主要客户，例如女性用户的专业美容人士；

3、主要消费渠道

4、消费行为适用的场合

5、产品的机会点。利润点在哪？

我们组的成果：在阿荣娜主要构思下，我们设计了一款专门为孕妇提供的护肤产品——依孕美，并用以ppt形式根据老师要求进行了产品介绍。

1、特别关注或者商界书上的招商广告找一个

2、设计某一个产品的招商广告

我们组的成果：在蔡忠亮主要构思下，我们成功的以ppt进行了旅游卫视媒体优势广告招商，并以 “大中国、泛旅游”的传播理念为主要招商亮点。

为一个产品做一份策划书。

这是本次实训最后一项任务，我们全组一起分工协作，给这次实训完美的划上了句号。

在实训的过程中我们整个组感受最深有以下几点：

其一，实训是让每个同学检验自己的综合能力。要想做好任何事，除了自己平时要有一定的功底外，我们还需要一定的实践动手能力，操作能力，因此，每个同学都应该多在实践中提高自己的能力。

其二，此次实训，我深深体会到了积累知识的重要性。在这个竞争如此激烈的社会中， 只有努力充实自己才能够站得住不被淘汰。

其三，实训中，让我们明白“创新”在营销策划过程中是非常重要的，但是这同时也需要我们在生活中重视发现细节并进行相应的思考，在可以培养出来的。

其四，实训是让每个同学有机会确定自己的未来方向。以前缺乏实践，虽然我们心中认为自己有能力完成自己理想的职务。但由于缺乏实践经验，所以对自己的未来也十分迷茫， 但通过这次实训我们体会到了任何看似简单的工作都充满艰辛， 这次实训使我们认识到做相应的工作所需要必备怎样的能力， 只有我们确定了自己未来的方向， 定下目标才能给自己定位，并努力提升自己来让自己适任职位。 \"千里之行，始于足下\" ，这是一个短暂而又充实的实训，我认为对我们将来走向社会 起到了一个桥梁的作用，过渡的作用，是人生的一段重要的经历，也是一个重要步骤，对将来走上工作岗位也有着很大帮助。

最后，非常感谢王老师在此次试训过程中予以同学们的指导和帮助。这次实训对于我们以后的学习和工作都是很有帮助的，也使我们也更加有信心迎接即将到来的各种考验。

**市场营销的实训总结报告篇七**

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\*\*\*的很锻炼人。

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。

经典的市场营销实训心得体会(三)

转眼间，三周的市场营销实训已经结束了，三周时间虽然不长可是也不短，可是在我看来确实如此的短暂。三周的实训虽然结束了，但是却给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训我们主要是以小组的形式进行展开的，老师的目的主要是想培养我们的团队精神。同时我们这次展示成果时是以个人为代表展示及讲解小组的成果。这样大大的培养了我们个人的自我展示能力及说话能力。

我们团体一共有五个人，可是因为有一名成员生病回家没有能够参加。可是我们并没有气馁，我们依然是认真的去完成这次实训中的每一次任务，并且力争做得做好。

我们的第一次的实训主要是进行行业分析。我们小组选择的是互联网电视。当我我们确定主题后就行了相应的分工，我们有的收集资料，有的整理资料，有的开始做着相应的市场竞争者的分析，有的作报告，有的做幻灯片等等。总之，在我们的有效的分工合作下，第一次的成果呈现了出来，当时我们每一个人的脸上都露出了笑容，并且还充满了希望。

第二天，我们的成果上台展示，并且我们都觉得还不错，可是哪相应的也发现了不少的缺点。当我听着接下来的小组的展示时，我突然觉得他们的有些方面是值得我们借鉴和学习的。当然相应的我们也发现了他们的不足之处。我想这就是让我们看见了彼此的优缺点，而促使我们各小组间的取长补短吧!可当老师点评时，在她的眼里我们好像没有了任何的优点，完全都是我们的不足，怎么说我当时的心情呢?就像是我高高兴兴的出门却被别人迎面泼了一盆冷水。心里还的真不是滋味。不过越听越觉得老师说的有道理，特别是在点评自己小组时听的是更加的仔细，害怕错过一点。

回来之后，不知怎么的虽然老师全是说的我们的不足，没有一点的赞赏，可是我们的兴致更加浓厚。说也奇怪，这时我们每一个人在自己的心中都已立志，并且都是要做好下一次的实训任务，好让老师对我们刮目相看。

我们的第二次的任务就是××行业的营销环境分析，这次主要围绕的是swot分析。因为我们在第一个任务时就已经对该行业进行了简单的swot分析了，加上这次的任务我们都觉得不是特别的多，我们就相信我们一定可以做的更好。在进行分析营销环境时，我们一起思量，每个人都说出自己的看法，不管不错与否，然后统一意见。当然的我们也针对其相应的营销环境作出了小组的营销战略。

在展示的时候当然还是存在着不足，可是我们似乎已经明白和了解的更多了，在面对老师点评时我们也是集中了十二分的精神，认真的听，好做修改。

第三次我们的任务时制作问卷调查，当然我们的第一点还是确定我们所选行业。经过我们的问卷设计，以及老师的讲解与点评我了解到问卷大设计的注意事项。如：要注意礼物，格式必须正规。问卷的内容就是要特别注意对象的甄别，因为我们这次主要针对的是长江师范学院大学生的问卷调查。还有就是他是否有着一消费习惯。如果没有将终止调查。还有就是问题的设计必须精简等一些列的问题。要让受调查者有一种轻松愉悦的感觉。

经过这一次的问卷设计，的确，我们还是存在着一些列的问题，可是我们这次所有的人好像都是专门去听老师讲解和分析我们的不足之处。

第四次的任务比较重，我们这次做的就是了解涪陵一些超市所采取的价格策略，要了解他们所采取的价格策略当然就要进行实地的考察，我们首先去的是新世纪，我们选择的是洗发水行业。我们首先自己观察他们的容量及价格，特称等。还有向导购员了解他们的畅销情况，还有就是问问他们主要采取的那些相应的价格策略。然后我们就去了重百超市。也是去做了相同的事。

虽然我们这次的市场调查比较顺利，可是听说我们班其他小组就不是那么顺利啦。不管怎样我们都顺利的完成啦，这次的实地调查，让我了解到与人打交道也是一门学问，要注意自己的语气和说话方式，在外面的市场上，他们不是你的老师、同学，他们是很介意你的说话用语的，还有也很介意你的说哈方式。不会给你任何面子。所以，与人交往也是一门学问!

最后一次的任务是综合性的，就是我们学校周边的某一行业的营销设计方案。我们首先就是对其行业的了解、分析、最后得出相应的营销设计方案。这次的营销设计方案，要求的是新颖、并且具有特色。我记得在其我们上台展示前我们前一天的晚上凌晨的12点还在想我们该其行业在元旦期间做什么营销设计方案。这一次的努力让我明白知识产权的问题。要设计出一份具有意义又具有新颖和企业接受的设计方案是需要多么大的努力和时间。同时设计也是需要灵感的，要具有新颖与创新就必须突破传统。不能按部就班。要有自己的特色。

在最后，我们结合了所有学营销的班级体，在实验楼挑选了部分优秀作品做了相应的展示，在他们的展示的同时也让我看到了他们的优点，是值得学习的。同时也举行了相应的颁奖仪式。算是为我们这次试训的圆满结束画上完美的句号!

为期三周的实训在我们的努力与成长中结束了，可是在这次的实训的精神却永远的留在了我们的心里。这次实训中让我们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，在这次的实训中我们的团队精神可以说也是发挥的淋漓尽致。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。的确，实训是结束了，可是实训中的种.种确实在我们的心中牢牢记住。也让我们在以后的生活中更够更好的发挥。这次实训，让我受益匪浅!

**市场营销的实训总结报告篇八**

市场营销这个词一直给我一种感觉，就是表面上看起来这门学问好像很简单，只要掌握了它的基本的理论知识就可以在现实中把它应用的如鱼得水，其实不然，通过这个学期又一次的营销实训，我明白了任何事情都是纸上谈来终觉浅的，不把它应用在实际当中我们永远不知道它真正的含义与作用。就比如说这次的营销实训案例分析，在这之前老师在课堂上给我们讲授了很多内容，我们了解了一些市场营销环境分析的方法，认识了市场营销调查的方法与技术，见识了各种神奇的营销策略是如何让应用到实际问题中并且把企业发展的那么强大的，当然我们了解了很多的书本有关市场营销的内容，但是不经过这次实训我们无法知道市场营销真正的精华所在。这次我们小组选择了案例分析这个题目，通过查找阅读大量的营销案例并分析市场营销策略这件法宝在企业运营当中所起的作用我们仿佛找到了它的精髓所在，下面就是我们这次试训的过程以及我的心得体会。

我们小组自上次的实训课开始就一直在一起，这次的实训也不例外，我们的实训的课题要求是选择一个具有代表意义的市场营销案例进行分析、陈述，了解市场营销在企业经营中的地位、作用以及市场营销活动的过程，并设计我们的实训报告。我们团体一共有七个人，当得知这次实训的主题，我们各抒己见，定好实训题目，接下来的就是大家激烈的讨论与协商。我们查找了大量的案例，并且每个人对自己所查找的案例都给出分析和自己的看法，决定我们的分析从哪方面入手，最后根据我们团体七个人的想法和意见，最终选择了奥普浴霸这个题目，我们从他的发展过程以及企业对产品的定位、环境分析、市场分析等方面着手考虑，做总结报告之前，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。分析奥普企业所处营销环境时，我们几个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，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。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。作报告书的时候我们齐心协力，通过询问，上网搜索，外出调研等等来计划我们的报告书，有困难大家都一起解决了。由于明确分工，我们的工作最后很好的完成了。我们终于有了些许成就感。

实训结束后我想很多也收获了很多，对奥普成功的起源有了深刻的触动，我们知道一个产品从投放市场，要经历认知、认可到购买，需要企业和商家花巨大的财力、精力。浴霸的推广受到了企业自身条件、收入水平、消费观念等因素的影响，但经过多年的市场培育，城市消费者对浴霸的认可度有了大幅提高。奥普做的最成功的地方就是他们的产品策略，他们根据对洗浴产品市场的分析和对竞争对手的了解，为自己的产品进行的一个定位，他们对于产品不求全不求多而求精，将最专业最高端的技术应用于一种功能上，为一个企业，必须集中所有优势，在一个专业的领域上开发经营，这样才能把工作做得系统，做得细致。奥普集中了所有的技术优势、资源优势、品牌优势，定位于卫浴电器产品的开发和推广。这就是他们成功的关键所在。另外，奥普欠缺的一点就是他们二、三级市场的推广的创意，二、三级市场往往地域广阔，目标销售网点之间距离较远，不容易控制；面对竞争对手，同样的价格同样的服务，只有注重细节，向更细的空间开拓，渗透下去。当然，渗透战术必须合理安排人力，人海战术谁都会，成本控制不住，还是吃力不讨好，总体利润会降低，人员奖金不高，久而久之，战斗力必然减弱，恶性循环随之就会到来。由于西部经济欠发达地区及城乡地区这样的二、三级市场，浴霸产品尚未全面渗透，而其市场容量又非常之大，因此，我们单独拿出来做重点策划。

这次的实训，把书面上的知识运用到了实际的案例中，这样不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的拓宽了我们的市场营销的理解。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。在这里，我想说一句：因为有你们相伴相随，所以在实训的每一天都很快乐很充实也很踏实，愿我们继续一路同行。感谢冯老师的谆谆教导，让我对市场营销这门课程产生了浓厚的兴趣并且学到了。

我最想接触的知识，也许我学到的仅仅是营销领域的冰山一角，但是我会更加努力，在这片领域有所发展，创造属于自己的一篇新天地。

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