# 2024年市场营销的实训心得和实训效果(实用12篇)

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2025-01-01

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧市场营销的实训心得和实训效果篇一市场营销实训是我们大学生涯中非常重要的一门课程。这门课程不仅教我...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**市场营销的实训心得和实训效果篇一**

市场营销实训是我们大学生涯中非常重要的一门课程。这门课程不仅教我们如何运用在课堂学到的理论知识，更重要的是将我们带入实践中，贴近真实场景，让我们对市场营销领域有了更深刻的理解。在课程中，我们接触到了许多学术资源和实际工作经验，让我们在实践中学习，并在实践中成长。

第二段：参与实践的感受

参与到市场营销实践中，首先学到的是团队协作的重要性。在这个过程中，我们必须与队友合作，协调工作量和时间表，以达成共同目标。我们学会了如何沟通和协调工作，如何倾听和理解团队成员的意见和想法。这为我们以后与社会上其他人合作提供了非常强大的基础。

第三段：学习到的实用技能

在市场营销实践中，我们学到了很多实用技能。比如，如何进行客户调研，如何分析市场情况，如何规划和实施市场活动。这些技能不仅在学校里有用，而且在将来的职业生涯中也会成为宝贵的资产。在实践中，我们学会了如何制定实施计划，如何满足客户需求。这些都是实际工作中必不可少的技能。

第四段：从实践中获取的经验

市场营销实践中，我们经历过成功和失败，正是这些经验让我们成长和变得更有价值。在实践中，我们学会了如何面对改变和不确定性，并作出迅速的反应。我们也学会了如何处理不同的客户和团队成员，以及如何采用合适的方法与人交流。这些经验对于我们以后的职业生涯非常有用。

第五段：总结

市场营销实践课程已经成为我们大学生涯中最具价值的课程之一。我们不仅学到了如何进行市场营销，而且学习了团队协作、沟通和协调的能力。这些技能和经验将成为我们职业生涯成功的关键。感谢市场营销实践这门课程，让我们在学习中、在实践中和团队合作中有所成长。

**市场营销的实训心得和实训效果篇二**

市场营销实训心得要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的市场营销实训心得样本能让你事半功倍，下面分享【市场营销实训心得精品3篇】，供你选择借鉴。

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。

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，成为一名实习业务员，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——\_\_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。

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。

**市场营销的实训心得和实训效果篇三**

市场营销实训是大学生们在校期间一项必不可少的课程之一，它需要通过实际运用营销理论和方法来进行一个营销活动的组织和实施。在这个过程中，学生们将把课上所学的理论联系实际运用，不仅会学到很多新的实践经验，同时也会在团队合作中锻炼和提高自己的能力。

第二段：学生心得1

在市场营销实训中，我担任市场调研和推广组的组长。这个任务的要求是利用调查表针对我们的目标市场进行有针对性的市场调查，同时根据我们的市场调研结果，设计出不同的宣传手段去吸引和拉近我们和目标消费者之间的距离。这是一个需要十分认真严谨的工作，因为市场调研是我们整个营销活动的基础和依靠，如果在市场调查中没有得到有效的结果和数据，那么我们的后续市场推广工作就很难展开。

第三段：学生心得2

通过包括问卷调查、专家访谈等多种市场调研手段，我们成功地获得了对目标市场的深入了解，同时制定了切实可行的市场推广方案。不仅如此，我还有幸和我的团队一起参加了一场“营销大赛”，这个比赛是几个年级的市场营销实训学生共同参加的，每支队伍都要凭借自己的方案进行推销，最后比较任务效果。在比赛中，我和我的团队成功地推销出了我们自己的产品，并取得了第一名的好成绩，这不仅大大提高了我们的信心，也让我们实实在在地体验到了营销活动开展所带来的巨大收益。

第四段：学生心得3

除此之外，市场营销实训也让我明白了一个客观事实，“营销不等于售卖”。当然，产品销量在很大程度上能够体现我们营销策略的有效性和成效，但是最终营销的成功与否，并不能完全用售卖数量去测试。营销的目标是与客户建立一种持久的交流和信任关系，从而建立一个牢固的品牌信誉。因此在营销实践中，我们更应该关注产品的核心价值，尽量降低品牌价值的损失。

第五段：总结

总之，市场营销实训不仅让我们实现了理论和实践的有效结合，而且为我们未来的职业发展方向提供了宝贵的指向性建议。它不仅提高我们的市场直觉和分析能力，而且也改进了我们的组织协调和项目管理能力，在今后的发展中给予我们更实在的支持和启发。我相信在未来的职业发展中，市场营销实践所培养的这些能力将大大加强我的竞争力，让我成为业界中更为出色的一名业务人员。

**市场营销的实训心得和实训效果篇四**

市场营销可以说是个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得所需之物的一种社会过程。通过这次的沙盘模拟实训的学习让我了解了这一社会过程。

实训的第一天我们确定了以南部市场为我们的主力市场，然而却发现很多小组也是将南部市场作为自己的主力市场，竞争力很大，更何况，我们还不熟悉操作，随之，我们将目光投向了东部市场，通过对东部市场的整体和分项调研后发现，宏观上，我们的市场几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是生产还是销售都发生了变化，虽然只是一个初步的发展，但是在市场上的潜力还是非常大的，对我们的企业而言，无疑会带来无限的商机，微观上，我们的产品也是带有一定的诱惑力的，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上的革新。经过上个学期的沙盘实训的经验，学会并寻到到了想要的资料。这也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摸索、解剖、清理之后，比对着电脑所蕴含的内容，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，每一步都有我们小组成员一起讨论，从市场调查中更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，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有必要的。在此期间采取的策略主要有：买一送一、第二件半价、买二送一等等。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，此时销售促进应该以建立品牌偏好为主。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。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌的形象建设，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。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加有利可图。

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。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。

这期的市场营销模拟实训圆满的结束了，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，运用市场营销中的4p制定市场营销计划的基本能力。当然，知识的提升还是在其次，至少在这次实训中，团队协作的能力发挥的淋漓尽致，既有分工又有合作，每一步都脚踏实地，共同决策，我相信在不久的将来，我们都可以打造一片属于自己的一片天地。

文档为doc格式

**市场营销的实训心得和实训效果篇五**

市场营销是商业发展不可或缺的一部分，在这个竞争激烈的时代，市场营销更是企业取得成功的重要因素。而市场营销实训是大学生们进行专业实践的一种方式，在实践中学习理论知识，掌握实践技能，锻炼自身能力，提高就业竞争力。在本次市场营销实训中，我深有感触，形成了自己的体会与心得。

第二段：学习目标

在市场营销实训中，我们的学习目标明确，具体且具有可实现性。我们的任务是为一款新产品进行品牌策划、营销策略制定、渠道分析及销售策略等方面的工作，最终实现在市场上推广该产品，提高产品知名度和销售量。而我们实践操作中的目标则是产品定位、品牌建设、渠道开拓、营销策略实践、市场监测等具体内容。

第三段：学习收获

在整个实践过程中，我们不断地学习、实践、总结、反思，最终取得了很多的收获。通过与小组成员们的合作，学会了团队协作的技巧和团队领导者的才能；通过提出品牌定位和策略制定，了解到如何制定品牌战略和营销战略，并提高了我们的市场营销实践能力；通过市场竞争分析和消费者行为探索，了解到了市场竞争定位和消费者心理和行为习惯。

第四段：学习经验

在市场营销实训中，我们积累了很多的学习经验。首先，我们要了解市场，了解消费者，了解竞争对手，在研究调查的基础上，进行市场营销策略的测定；其次，要充分发挥集体智慧，尤其是各位小组成员之间的协作，做好互相交流，集思广益，共同完成任务；还有就是，在实践过程中，我们要注重培养自身的主动性、创新性和承担责任的意识，获得实际操作能力，发挥自身的优点，努力弥补自身的劣势。

第五段：总结

总之，市场营销实训，既让我们掌握了理论的知识与技能，又让我们切身体验了市场营销的应用过程，在实践中锻炼了我们的思考和实践能力，强化了我们的团队合作技能，提升了我们的实践经验和就业竞争力。因此，我希望在今后的学习和工作中，能够把市场营销实践中所学到的技能潜移默化地运用于实际工作中，不断提高个人能力，为自身发展和企业发展做出贡献。

**市场营销的实训心得和实训效果篇六**

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

**市场营销的实训心得和实训效果篇七**

今天本站小编整理了aa，希望对你有帮助。

aa篇一

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。这次的实训主题是“校园经济”。 校园经济是面向学生、依托校园而发展起来的一种区域性经济。其主体是大学生，发展领域也主要来自于校园。这是个符合我们目前状况的实训，现在的我们面临着找工作或创业的选择。通过这次实训我们可以看到我们自身的关于创业的好点子，可以打开我们另一个通往成功的大门。

这次是一个团体作业，我们团体一共有五个人，当得知这次实训的主题，我们各抒己见，看我们的创业从哪方面入手，最后根据我们团体五个人的特点和意见，我们确定我们的卖点是早餐。可能早餐对于我们来说，并不是什么新鲜事。但是作为一个在校居住的大学生，每天面对食堂一样的早餐或是外面我们认为不健康的早餐，还有一点就是现在的大学生都有睡懒觉的习惯，那样就会忽略吃早餐。但是早餐对每一个人来说都很重要，不能忽略。根据这些意见，我们的“早点来”早餐店就应运而生。我们的早餐店最重要的一个功能就是亲自把早餐送到消费者的手里。

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，我们五个人，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。接下来就是调研与预测，主要是问卷设计，接着根据问卷的填写意见，再进行问卷分析。问卷设计，主要是确定我们是否有市场，大家对于这样一个市场是否有兴趣。跟据被调查人的意见，可以改良我们的产品，可以看清楚市场。面对回收的问卷，我们看到了很多诚恳的意见。我们对我们的市场充满了信心，甚至有一些同学问我们是不是真的要开店。听到询问声，我们信心十足，觉得当初我们的想法是可行的，而且大家都很重视早餐，只是有时由于时间的关系而放弃吃早餐。从一份一份的问卷中，我们看到潜在的大市场，并且前景很乐观。然后我们制定了我们的目标市场并对其进行细分。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，我们团体的五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。

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。

aa篇二

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!

aa篇三

我觉得市场营销是一门文理交叉的综合性学科，既需要理科生严缜的逻辑思维，也需要文科生的形象思维!其实是一门非常有趣的学科，它从一种宏观的角度去思考经济学问题，把那些我们一直认为是常识的现象上生到理论的高度，从而对我们的生活具有了指导意义!我认为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。它包括市场调研，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，提供服务等一系列活动。课本告诉我市场营销的研究对象是以消费者(用户)需求为中心的企业营销过程及其规律性，即在特定的市场环境下，企业为满足消费者现实和潜在的需求所实施的以产品、分销、定价、促销为主要内容的营销过程及其客观规律性。

很多人都把营销等同于我们日常生活中简单的推销，我认为那是不对的，事实是市场营销不等于推销，推销仅仅是市场营销的一部分。营销应该是在产品制成生产出来之前就开始了。企业营销部门首先要确定那里有市场，市场规模如何，有哪些细分市场，消费者的偏好和购买习惯如何等问题。然后营销部门必须把市场需求情况反馈给研究开发部门，让研究开发部门设计出符合市场需求的最好的可能产品。此外营销部门还必须为产品走向市场而设计定价，分销和促销计划，让消费者了解企业的产品。最后在产品售出后，还要考虑提供必要的服务，让消费者满意。所以说，营销不是企业经营活动的某一方面，它应该是始于产品生产之前，并一直延续到产品售出以后，贯穿于企业经营活动的全过程的。营销的目标是实现双赢，而推销更多的是把自己的产品卖出去!双赢是买卖双方都愿意并且乐意接受的，故而是具有广泛的社会价值的!我们通常只关心自己有没有亏本，而并不在乎卖方是否获得利益，互利合乎我们大家的要求，这便是买卖存在的根本价值!做生意很简单，就是一个资源优化配制问题，使已有的东西的价值得到最大限度的发挥!营销就是实现这个目标的重要手段之一!但是由于营销是一种社会性科学，可取代性很强，很多非专业人员也可以胜任，再加上中国的市场经济发展还不成熟，营销并未引起充分重视!但它的意义是不容否认的，随着我国生产力的进一步提高,定将出现供过于求的时代,我相信到那时市场营销便大有用武之地了!

通过学习市场营销学，我逐渐明白了市场营销学的重要意义。首先学习市场营销学，是知识经济时代的要求，是迎接新世纪挑战、适应环境变化的必需。其次，市场营销通过营销战略与策略的创新，指导新产品开发经营，降低市场风险，促进新科技成果转化为生产力，充分发挥科技作为第一生产力在经济成长中的作用。第三，市场营销的发展，在扩大内需和进军国际市场，以及吸引外资，等方面问题，发挥了更大的作用。第四，市场营销为第三产业的发展开辟了道路。专业性市场营销调研、咨询机构的发展，提供了大量的就业机会，并直接、间接地创造价值，促进第三产业的成长和发展。第五，市场营销强调经营与环境的系统协调，倡导保护环境，绿色营销，对经济的可持续发展起重要作用。在以上各方面，市场营销已经和正在作出自己的贡献。面对新的情况和问题，进一步研究市场营销学，进一步促进我国经济的健康成长，具有重要作用。

通过对市场营销的学习，我学到了很多东西，老师生动有趣的讲解更是教会了我大量的市场营销知识，对市场营销学有了一定程度的认识和了解。但市场营销学是始终在发展进步的，因此今后我将不断从书本以及生活实践中学习更多更丰富的市场营销学知识，以加深自己对市场营销的理解。

综上所述，市场营销学是一门非常有价值的学科，对我们将来走上社会处理工作及生活上的问题有极大的用处，在社会经济发展中更是扮演者重要角色。

**市场营销的实训心得和实训效果篇八**

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

**市场营销的实训心得和实训效果篇九**

市场营销实训是现代商学教育的重要组成部分，通过实际操作来提高学生的市场营销能力和创新思维。在这一学期的市场营销实训中，我积极参与各种项目，深入了解市场运作机制和市场推广策略。在实践中不断探索、总结和反思，让我对市场营销有了更深刻的理解。通过这次实训，我更加明确了自己的职业目标，并且对未来发展充满信心。

首先，通过市场营销实训，我学到了市场运作的核心理念和原则。在实训的过程中，我亲身参与了市场调研、竞争分析、品牌定位等具体工作。从调查问卷设计、数据统计到市场分析报告撰写，每一个环节都让我加深了对市场运作的理解。我发现，市场营销不仅仅是销售，更涉及到消费者需求的洞察、产品差异的创新，以及定价、促销、渠道等多个方面的决策。灵活地运用市场营销理论，结合实际情况，才能更好地推动产品和品牌的发展。

其次，市场营销实训培养了我的团队合作与沟通能力。在实训项目中，我与同学们组成了一个团队，每个人都有各自的分工和责任。我们必须密切合作，共同完成项目的各个环节。通过团队合作，我学会了倾听他人的意见、充分发挥每个人的优势，以及妥善处理不同意见的冲突。同时，我也通过与企业合作伙伴的沟通，学会了如何与不同背景的人有效地交流和协商。这些经历让我更加懂得，市场营销并非一个人的事业，需要团队的力量和智慧。

第三，在市场营销实训中，我发现创新思维的重要性。在竞争激烈的市场环境下，产品和品牌的创新是成功的关键。通过实际操作，我了解到创新并不是一蹴而就的结果，而是需要不断地思考、实验和改进。在课堂上学到的理论只是一个框架，真正的创新是在实践操作中产生的。市场营销实训让我更加勇于挑战传统观念和方法，充分发挥自己的创造力。我学会了提出新的想法，勇敢地尝试和失败，并从失败中吸取教训，不断努力成长。

此外，市场营销实训也锻炼了我的应对压力和解决问题的能力。在实训中，我们常常面临时间紧迫、资源有限、环境复杂等一系列挑战。但是，这些挑战也是机遇。通过与团队一起合作、提高效率，我逐渐适应了高强度的工作节奏，并学会了在压力下保持冷静和应对问题。我发现，解决问题需要全面的思考和细致的分析，需要站在消费者的角度、从市场的角度出发，寻找最合适的解决方案。

综上所述，通过市场营销实训，我获得了宝贵的经验和教训。我明白市场营销不仅仅是理论知识的运用，更需要实践和沟通能力的锻炼。我相信，在今后的工作中，我能够充分发挥专业素养和实践经验，为企业的市场拓展做出积极的贡献。市场营销实训让我更自信地面对未来，为自己的职业发展打下坚实的基础。我期待着未来的挑战，愿意成为一个出色的市场营销专业人员。

**市场营销的实训心得和实训效果篇十**

市场营销实训活动是大学生实践能力培养的重要部分，通过参与实践活动，学生能够提高专业技能、增强团队协作能力，同时也能够更好地了解行业动态和市场需求。在参与市场营销实训活动的过程中，我深切地感受到了市场营销的重要性，同时也收获了诸多宝贵的经验和体会。

首先，市场营销实训活动让我深刻体会到了市场营销的复杂性和多样性。在实践活动中，我们需要根据市场需求和竞争对手情况来制定市场营销策略，然后通过各种手段来推广和宣传产品。这个过程中，需要我们不断关注市场动态，了解受众需求，同时也需要分析竞争对手的优势和劣势，找到差距并进行优化。这不仅需要我们具备市场分析和策划能力，还需要我们具备良好的沟通和协调能力，以及细致入微的执行力。

其次，市场营销实训活动让我深切体会到了团队协作的重要性。在实践活动中，每个人的任务和角色是各不相同的，只有团队成员之间紧密配合，才能够更好地完成任务。我曾参与过一次产品推广活动，我们团队中有策划、设计、推广、销售等不同角色的成员，我们充分利用每个人的优势，共同思考和讨论，最终制定出了一份行之有效的推广方案。通过这次活动，我不仅学会了如何团队合作，还提升了自己的沟通和协调能力。

再次，市场营销实训活动让我深刻认识到了市场营销的重要性。在今天竞争激烈的市场环境下，市场营销是企业获取竞争优势的主要手段之一。只有通过有效的市场营销策略和手段，企业才能够吸引更多的顾客，提高市场份额。在实践活动中，我切身体会到了市场营销的重要性，通过宣传推广和客户维护等手段，我们团队成功吸引了大量的潜在客户，并提高了销售额。这让我深刻认识到，市场营销对于企业的发展和竞争力至关重要。

最后，市场营销实训活动让我积累了宝贵的经验和体会。通过参与实践活动，我不仅学会了市场分析、策划和执行等基本技能，还学会了如何快速适应和应对市场变化，如何与客户进行有效沟通，如何通过市场营销手段提高销售额等。这些经验和体会将对我今后的职业发展产生重要的影响，让我更加有自信和能力应对市场的挑战。

总之，市场营销实训活动是大学生实践能力培养的重要环节。通过参与市场营销实训活动，我深刻体会到了市场营销的复杂性和多样性，同时也认识到了团队协作的重要性。我更加明确了市场营销的重要性，同时也积累了宝贵的经验和体会。通过这次实践活动，我相信我能够更好地应对市场的挑战，为企业的发展做出更大的贡献。

**市场营销的实训心得和实训效果篇十一**

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。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

（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。

**市场营销的实训心得和实训效果篇十二**

这个学期开设了网络营销的课程，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；其实学习的过程当中并不一定要学到多少东西，个人觉得开散思维怎样去学习，这才是最重要的，而这门课程恰好体现了这一点。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不少。

这次的实训从程序上面看起来很复杂，我们组进行了任务的分工，一下子就变得简单化了。原来以为自己负责将网站建起来任务是最轻的，没有想到是最为复杂的，需要的资料很多。而给予我们的时间有限，不得不在其他的时间进行补充和修改。

此次我们组的主题就是围绕我的淘宝店铺而进行的一系列的推广和策划，依我们看来，进行实践的调查和推广不太切合实际情况，实施的可行性不太高，所以我们将这次的重点放在的虚拟的网络上—淘宝店铺。我的店铺成立于20xx年，就依成立的时间也不是短了，但是发展的速度比较缓慢，其主要的原因是没有好好去经营，也没有将它进行推广，希望经过这次的实训能够提高店铺的知名度，让的人知道我的店铺，从另一方面，增加店铺的销售额，最终实现盈利。这次我负责的站长天下的建站，以我的淘宝店为题材而建立的一个淘购网。淘购网主要是围绕李宁服饰，运动鞋进行导购和商品的展示；同时整个站点增加了许多其他的元素，其中介绍了很多与李宁相关的东西，相信大家在购买李宁商品的同时也更进一步的了解了李宁。

通过这次的实训，让我受益匪浅。第一，认识了团队合作的力量，要完成一个项目不是一个人的事情，当中我们有过分歧但最终达成共识，不管这次的结果会怎样，至少我们曾经在一起努力过，体验其中的过程才是真正的收获。

第二：在建站的过程当中，有些地方没有接触过，不懂得怎样将它的效果在自己的站长中实现；如果没有这次实训，我也不会刻意的去学，去摸索，更不会有现在的成绩与作品。也许我的站长天下不是最好的，但至少我用心去做了，努力了，也不会后悔。在以后的日子里我会将它建的更好，我有信心淘购网成为我的第二个淘宝店。

第三：通过这次的实践操作，我认识到了自己的不足，更感觉到了自己与别人的差距。为了明年的毕业而做准备，从各方面充实自己，使自己适应这个社会。

总之，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。

这段时间对市场营销战略的培训，给我留下了无穷的回味和深刻的体会，通过培训，让我真正明白了市场营销的概念是指企业为满足消费者或用户的需求而提供商品或劳务的整体营销活动。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，很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，不仅只是买卖关系的发生。

培训了一段时间的市场营销，接触后才发现市场营销是一门很有发展前景，很有趣的课程，首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求采购商品，制定销售计划并成功的销售出去，这一过程其实很不容易，如果前一天少了几分钟的准备，销售当天就多了几小时的麻烦，通过此次实训，感触颇多，市场营销要注重实践认知，掌握技能，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己亲身体验后，感触才会更深，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朋友、暖人心的态度，而不是只为赚钱。

而个人对市场营销作出这样的概括：市场营销就是指企业通过一定的商品交换形式，满足消费者的需求和欲望，获得企业利润而有计划地组织的综合性的经营销售活动，贯穿于企业经营活动及全过程。

而市场营销战略是指基于企业既定的战略目标，向市场转化过程中的必须要关注的“客户需求的确定、市场机会的分析，自身优势的分析、自身劣势的反思、市场竞争因素的考虑、可能存在的问题预测、团队的培养和提升等综合因素，最终确定出增长型、防御型、扭转型、综合型的市场营销战略，作为指导企业将既定战略向市场转化的方向和准则。

那么一个企业制定本企业的市场营销战略的条件或者步骤是什么呢？一个企业的经营理念、方针、企业战略、市场营销目标等是企业制定市场营销战略的前提条件，是必须适应或服从的。一般是既定的，像市场营销目标也许尚未定好，但在市场营销战略的制定过程中首先要确定的就是市场营销目标。

确定目标时必须考虑与整体战略的联系，使目标与企业的目的以及企业理念中所明确的、对市场和顾客的姿态相适应。市场营销目标应包括：量的目标，如销售量、利润额、市场占有率等；质的目标：如提高企业形象、知名度、获得顾客等；其他目标，如市场开拓，新产品的开发、销售，现有产品的促销等。

在制定企业的市场营销战略时，必须着重考虑制定市场营销战略的内外环境，即主要是对宏观环境、市场、行业、本企业状况等进行分析，以期准确、动态地把握市场机会。市场营销战略制定完成后就是如何去实施，而市场营销战略的制定和实施一般可以按这样的流程来操作：

市场细分——选定目标市场——市场营销组合——实施计划——组织实施——检测评估。

实施计划是为实施市场营销战略而制定的计划。战略制定好后要有组织、有计划、有步骤地进行实施。具体内容包括：组织及人员配置；运作方式；步骤及日程；费用预算等等。

另外通过这段时间市场营销战略的培训，也使我本人认清了思路，找准了切入点，谈一下自己的几点认识：

1、任何一种产品在推向市场之初，要有他的特色，就是营销学当中通常讲的要走差异化道路，有差异化才能有生存空间。我们的均衡产品从推出到投放市场与同类品种相比，能有一个相对不错的反馈，我觉得在功能和理念上可以说是有其独特之处，那么得到的效果也是显而易见的。

2、专业是根本，就目前而言，全国的保健品企业多如牛毛。但大多数中小型企业产品技术含量不高，跟风随大流现象严重，针对性不强，这也是大多数企业维持不发展，发展不强大的主要原因，而作为消费者因为没有专业的知识很难判断产品的价格与好坏，所以如果专注做产品的专业化，并与公司的品牌知名度相结合，就能赢得消费者的心。

3、价格政策可以说是一场心理战，打好这场心理战，就要抓住经销商的心理，经销商难道真的就是关注价格吗？价格难道就是促成合作的唯一吗？我看未必，真正有实力，下功夫做产品的经销商关注的往往不是价格，而是企业的信誉，过硬的产品质量，市场保护度，完善的售后服务以及相应的政策支持等。

4、市场不但要开拓还要维护，招商的终极目标就是经销商，没有好的销售渠道和优秀的经销商再好的产品也卖不出去，所以定期的电话回访，就成了维系经销商与企业之间和谐关系的重要纽带，经销商会实时的将市场动态反映给公司，以便公司实时的调整政策与思路，为下一步工作做好铺垫，同时公司也会将新产品信息等推荐给经销商，便于经销商在补充新品等方面加以参考。

5、细分产品。市场要细分，产品也要细分，产品如果在功能方面明确，集中，清晰，不泛滥，多样化，那么这样会加强消费者对产品的精确认知，什么样的产品适应什么样的人群，从而形成强大的终端购买力。

总之，这次的培训，使我对市场营销有了更深刻的了解，以后要更多地把理论知识运用到实际中，这样不仅加深我们对市场营销战略的理解，巩固了所学的理论知识，而且更能增强我们的营销能力。增长理论知识，积累营销经验，能够让我们更好地面对未来，营销更美好的人生。

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