

市场工作心得体会感悟

心得体会对个人的成长和发展具有重要意义，可以帮助个人更好地理解 and 领悟所经历的事物，发现自身的不足和问题，提高实践能力和解决问题的能力，促进与他人的交流和分享。心得体会可以帮助我们更好地认识自己，了解自己的优点和不足，从而不断提升自己。下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

市场工作心得体会感悟篇一

您好！

一年时间迅速就过去了，做了一年的汽车的市场经理，也是体验到销售这行有多难做。如今进入年终总结的时候，我也来讲我本年度的工作做个简单的总结。

本年度，我作为整个汽车行业的市场经理，对自己的员工，我是很严格的进行管理的，在员工的行为上，我是严格制止在工作期间睡觉打瞌睡的行为，还有上班绝对不能迟到，否则处罚很重。一年内，全部销售员在这样的管理下，开始还会有那么几个不服从管理和规定的，到后面全部都按照规定做事，认真的上班，认真做着销售。上班是再也不敢去打岔插诨了，都尽个人的努力遵守各项工作规定，把汽车销售做好。

这一年，我们车行举办了x场销售会，全部皆有我进行策划，我接下这个工作，就在助理的帮助下调查市场，进行汽车销售市场分析，把每场销售会都策划好，让我们的汽车能够被客户选中，为我们汽车的大卖做很多的准备。每一场销售会我都会极尽努力，让我们的汽车在会场里售卖，因此我们今年的收入比往年的收入要高出x%[]这是一大进步。当然今年能够把这几场销售会办好，也是我吸取往年的教训和经验，

在做出不少的改变之后才有今日的成绩。

虽然自己已经坐上市场经理这个位置，但是自身的学习力度还不够，对于整个汽车销售市场还是不够了解。虽然这一年中的工作并没有出现差错，并且还获得较好的成绩，但是我知道自身能力方面还是要去提升的。比如在与客户进行交涉时，我与客户之间的沟通还有欠缺。另外与员工之间的联系也不够密切，虽然他们都服从我的管理，但是在工作上不能很好的合作，这也是一个要解决的问题。身为经理，是所有销售人员的上级，我必须要做好表率，才能服众，也才能让我们的汽车销售业绩再度得到提高。

随着旧年的过去，也预示着我将面临新年新的工作，我就一定要把过去的不足改正，并且带领好整个部门销售好汽车，让我们的汽车受到更多人的喜欢，服务好前来看车的客户，给予优质的销售服务。明年的我会更好，我们这个团队也会有进一步的发展的。

此致

敬礼！

市场工作心得体会感悟篇二

**市燃气管理管理办公室针对城市燃气市场不断出现泄露和爆炸事件及潜伏的严重安全隐患，为强化安全管理，确保国家财产和人民群众的生命安全，本着全面检查、重点突出的原则，近期对全市18个经营液化石油气公司（站）、市区56个经营网点进行了联合检查，查处了存在问题的经营网点15家，违规操作3家，没收转充石油液化器具2套，50公斤重钢瓶8个，小钢瓶32个予以收缴，下达限期整改通知10家。

通过清理整顿、检查，使**市燃气市场有了明显好转。

这次清理、整顿检查燃气市场，市政府高度重视，市政府副秘书长陈忠轶亲自主持召开了由市建委、市技术监督局、市安全监督管理局、市消防队、市工商局、市交通局、市公安局、城管监察支队共八部门和单位领导参加的清理、整顿、检查专项会议。研究制定专项整治方案，成立了以8家为成员单位的**市清理整顿燃气市场领导小组。坚持“安全第一、预防为主”的方针，增强责任感，落实监管职责，强化燃气安全管理的法律意识，遏制和杜绝各类燃气事故的发生。

为搞好这次城镇燃气市场的清理整顿工作，明确了清理整顿检查工作的重点，对有下列行为的，依法进行查处。

- 1、燃气供应企业向无证经营企业和个人提供经营性气源的；
- 2、擅自设立的液化石油气经营网点的；
- 5、使用不合格钢瓶充装液化石油气的；
- 6、未取得《燃气经营许可证》擅自经营燃气的；
- 7、非燃气经营企业销售充有液化石油气钢瓶的；
- 8、已充气但无标识的液化石油气钢瓶进入市场的。

为使燃气经营企业明确目标，依法经营，使燃气市场逐步走向规范化、法制化轨道，**市明确了燃气市场的具体规定。

- 1、设立的各项燃气经营企业必须经当地建设行政主管部门初审，并取得省建设行政管理部门核发的《燃气企业经营许可证》，质量技术监督部门核发的《充装许可证》和当地公安消防部门出具的《消防建筑审核验收意见书》，工商行政管理部门颁发的《营业执照》，方可从事燃气经营活动。

- 2、对有垄断经营行为的，将依法进行严厉查处。

3、设置的液化石油气经营网点应本着布局合理、方便群众的原则，经建设行政主管部门批准，由取得《燃气企业经营许可证》的企业分设。

4、经营网点的从业人员应隶属于有资格的燃气经营企业，利害关系与相应企业挂钩。各燃气经营企业必须对经营网点的安全负责。

5、经批准设置的经营岗点，必须当天收罐，当天充装，当天送出。已充气的重钢瓶，不允许集中存放在经营网点内，夜间不允许存留已充气的钢瓶。

6、城市燃气以发展管道燃气为主，今后不再批准新的石油液化气站。

为使城镇燃气市场的管理工作有法可依，有章可循，建立长效管理机制，就各部门在燃气市场管理工作中的职责做出了明确规定。

1、市建设行政主管部门负责《吉林省燃气管理条例》的贯彻、落实和宣传工作；负责对经营网点的规划布局和行业管理的指导，以及对经营网点的审查。对违反《吉林省燃气管理条例》有关规定的依法予以查处。

2、市安全生产监督管理局会同市建设行政主管部门依据相关法律、法规负责全市行业的日常监督检查工作。

3、工商行政管理部门负责对本地取得经营燃气条件的企业核发《营业执照》及年检工作，对未取得《营业执照》而擅自经营的单位依法进行查处。

4、市质量技术监督局依据《特种设备安全监察条例》的规定做好气瓶的普查和气瓶充装使用的安全管理工作。负责对全市充装非自有产权气瓶、不合格气瓶以及不按规定粘贴充装

标识的非法转充液化石油气行为，依法进行查处。

5、市交通局要严厉整治使用不符合国家、省有关规定的专用运输车辆和无《危险品运输许可证》的车辆，对违法行为依据相关法律、法规严肃查处。

6、公安部门要协助当地相关部门做好执法保护工作，对拒不接受依法查处，又不及时整改或扰乱整顿燃气市场秩序的行为，依据相关法律、法规坚决制止，情节严重的依法实行治安拘留。

7、公安消防支队负责对燃气经营企业消防安全的监督检查，对不符合消防安全的燃气企业，依法限期停业整改，情节严重的要予以查封。

8、市城管监察支队要严格按照《市容市貌管理条例》，对沿街和在市区内叫卖的收集液化石油气的行为，坚决予以制止，情节严重的，依据相关法律、法规予以处罚。

1、抓好培训，聘请专业人士讲解燃气安全管理知识，认真学习《吉林省燃气管理条例》，增强责任感，强化燃气安全管理的法律意识。

2、针对燃气安全管理问题，各相关部门与各燃气企业签订安全生产包保责任状，燃气企业与下设燃气销售服务站签订包保责任书。

3、建立“联查”、“互查”、“自查”有效机制。进行定期或不定期联合检查，各燃气站互相进行监督检查，各燃气站内部进行自查，实行长效多层次检查制约机制。

4、实行气瓶产权改革，全面实现气瓶充装单位拥有气瓶产权，并向用户提供包装气瓶，气瓶用户租赁使用，充装单位负责气瓶建档登记，并对气瓶安全使用和维护全面负责，从而彻

底解决长期以来存在气瓶数量不清、安全状况不明、事故率高、检验率低、气瓶安全无人管理等问题。

在清理整顿检查燃气市场中，取得了一定成绩，但也暴露一定不足，有待今后工作中不断钻研探索，总结完善，在城镇燃气市场的管理中，真正做到“安全第一，预防为主”，使燃气行业的管理真正走向法制化、规范化的轨道。

市场工作心得体会感悟篇三

1、市场调研开发工作

5月初在公司安排下带领部门员工对以新区热源建设拟用地为中心周边6公里范围内进行了热用户及热负荷调查，为新区热源建设打好坚实的基础。为了扩大我公司的供热市场，保证热源的最大利用，满足公司的资金链的使用，在分管领导王经理的带领下，对开发工作做了详尽的计划和安排，与部门全体人员在计划时间内，在公司现有供热区域进行了一次拉网式供热市场普查，对区域内的新建房产、旧改小区等热用户做了一次详尽的市场调研。根据用户调研情况，我们进行了重点划分，针对今年房地产市场比较萧条，资金链比较紧张，热用户开发难度较大的实际情况，联系实际加大开发力度，多次走访频繁与用户沟通，讲解、洽谈，最终圆满完成了领导交给的任务，开发新用户500万平方左右，收取配套费约37500万元。

2、表计校验

每年的表计校验拆装工作都是本部门工作的重点，表计的准确度，是保证公司利益的前提，为了保证今年表计拆装、校验、及时、无误，我提早安排了工作计划，加强监督与监管力度。在安装过程中一丝不苟，严格按照表计安装规范要求安装，共完成表计校验拆装块。对53家表计原来安装不规范不合格的用户，通过多次走访、讲解、分析利害使其同意进

行了改造，确保了表计安装的合格率和使用中的准确率。为今冬供暖做好了充分的准备。在此同时还见缝插针的进行了新用户表计的校验和安装工作。

3□gsm远程监控模块安装

根据部门工作安排在11月初开始gsm远程监控模块安装及gprs信号测试工作，共完成模块安装378块，处理问题模块47块。

4、在线监控安装工作，此工作由于设备到货时间较晚，上级部门规定结束的时间近在眼前，给安装带来了巨大的困难，在此情况下我带领部门职工分组施工加班加点，每天工作至深夜，在保证质量的同时与时间赛跑，在天时间内完成安装套较好的完成了领导交给的任务。

6、加强表计的管理，有效降低管损。

为了降低20xx—20xx年度采暖季的管网蒸汽损耗，我与部门员工自供暖以来一直不间断的对直供区域内的近400家换热站进行检查监督，经常加班加点对不规范用汽和表计异常的用户单位进行24小时监督、监控和突击检查。对有问题的用户及时解决整改，针对偷气现象我与部门员工还加强了表计技术学习，在7月份邀请表计厂家的专家来公司讲解、学习。

一是认真参与本部门各项工作，实际操作了解各个环节。在工作中和工作结束后积极分析总结，改正不足提高效率。为明年的工作提供参考和经验。

二是落实部门工作实名制，各项工作落实到人，每项工作专人负责落实到位，有效避免了工作分工不明确、进度慢、相互推诿情况的发生，提高了工作效率。

三是加强个人组织协调能力的锻炼。先后在公司组织的拓展

训练中担任队长、在公司组织的歌唱比赛中进行组织协调工作。通过参加这些活动锻炼了自身，也为成为领导合格的助手打下了坚实的基础。四是加强部门之间的协调与沟通，通过相关部门间的良好沟通更快更好的完成工作，并通过沟通随时了解掌握相关信息，以及学习兄弟部门工作中更好的工作方式与经验。

1、优点及不足。

优点：

- (1) 爱学习，肯钻研；
- (2) 能吃苦，能奉献；
- (3) 责任心和敬业精神较强，对工作认真负责。

不足：

- (1) 协调与组织能力相对不足；
- (2) 综合分析、思考问题的能力还有些欠缺；
- (3) 管理水平需要进一步提高。

2、今后努力方向。

一、是要围绕主要工作，突出重点，做出成绩。

二、是要加强学习，注重实践，不断提高自身素质，消除自身不足。三是要扎实工作，求真务实，树立良好的形象，绝不辜负领导和同事们的期望。

最后，我要真心地表示我的感谢之情。感谢一年来公司领导及公司同事的指导和帮助，感谢分公司同事的关心和信任。

在新的一年里，我会与大家一起更加努力的工作。

市场工作心得体会感悟篇四

中秋节快要到了，上海金笔达庆典策划公司提供一个商场超市中秋促销活动策划方案共朋友参考。

商场超市中秋促销方案

一、活动目的：同比提升30%，提升商场美誉度、增加店堂活动气氛，突出家文化带给消费者的温馨感觉。

二、活动主题：月舞中秋、缘聚大商

三、广告词：

月圆金色中秋、佳节好礼相赠

花好月圆、大商情深

月明如水、大商如家

佳节共赏月如水、大商献礼表真情

四、活动时间□x月日周日周二

五、商场超市中秋促销活动内容：

1。大厦盛宴山城、尽享中秋美味

请食品业种全力联系供应商主推知名月饼如、好利来、阿美莉卡、康富月饼等著名品种，全力推出各种风格的月饼包括京式、广式、苏式、台式、滇式、港式、潮式、徽式、桂花等月饼；口味要含盖甜味、咸味、咸甜味、麻辣味等；五仁、

豆沙、冰糖、黑芝麻、火腿等馅料要齐备。同时对月饼礼盒、名烟名酒名茶进行强力推荐(建议各品类中找出一款做超低价,吸引消费)。中秋也有吃桂花糕、饮桂花酒、吃桂花鸭的习俗,食品业种可考虑引入此类特色食品满足不同需求。

同时建议公司发动全员广泛联系大宗团购,团购额在5000元以上、或两个以上单位购买且超过4000元的设立逐级奖励办法。食品业种务必将中秋节气氛强势烘托出来,建议形成中秋食品一条街。商品要琳琅满目、选择要多种多样,要与竞争店形成鲜明对比,使消费者对我店的商品产生新颖、特别、全面的购物新感觉。

2、奢华秋品、时尚绽放

穿品业种:包括靴鞋、女装、男装、4楼运动休闲、针纺。本次活动集中推出展示国内外知名品牌的秋款新品。要求以上穿品业种各自至少推出20个知名品种的上市新品,作为本次活动的主打商品。针纺业种为即将到来的旺季作好铺垫,重点推出羊绒、羊毛等知名品牌的火爆上市,同时针对夏季内衣开展底价特卖会,全场劲甩,营销部将在dm广告重点宣传。会员持会员卡购物在原有折扣上再优惠2折,各专柜的商品都要有会员优惠。不参加商品上报营销部个别明示,营业员要将会员卡卡号标明在购物小票上。无会员卡消费不予打折。

同时作好9月中旬家电节的备货准备,将家电节做成全城轰动的大活动。如考虑一起做中秋促销方案另附。

4、家居、床品业种:床品业种主推秋冬款品牌床品,全场开展时尚床品购物节、针对十月结婚的情侣提供附加服务。如婚纱照、定婚车、婚庆礼仪、典礼酒店、出行旅游都可享受超低折扣。同时与新进供应商洽谈有无做打品牌、占市场的意向,可推出特价商品用以吸引消费者,营销给予重点宣传。同时夏季商品开始特价销售,也可考虑推出品牌的特卖会或

几家联合的大型特卖会。

5、会员活动：(1)教师凭教师证免费领取大商会员卡。(2)教师凭教师证持会员卡购物双倍积分。(3)活动期间累计购物前20名且卡内积分超过200分的会员赠 奥运珍品挂件一个。

6、浓情大厦、礼献中秋

活动期间累计购穿品满300元送品牌特制月饼一份，以此类推多买多送。持教师证加送红酒一瓶。

六、商场超市中秋促销活动要求：

1。本次活动迎合中秋主题，以食品业种为主，请食品业种落实好商品。紧抓今年月饼类食品的趋势，引进各种品牌、各种口味的月饼，同时关注相关商品作成 大规模、大声势的促销活动。

2。各穿品业种认真落实商品。折度必须落实到位，参加的商品必须为主品牌、颜色款式务必新颖。

3、商品信息请于8月28日14：00前上报，上报商品突出重点，有针对性。

七、中秋促销广告宣传：

1、《日报》9月1日-3日、8日-10日每天名片大

2、《晚报》9月11日13日每天彩色封底名片大广告。

3、《广播电视报》9月3日、10日彩色通栏。

4、《日报》9月8日黑白通栏。

5、电台、电视台9月月1日连续播出。

6、正门小幅商品信息喷绘。

7、商场天棚吊旗1000张(建议购买宫灯，每年都可以用且商场气氛突出)。

8、将食品业种美食kt板门加以改动，制作成中秋食品一条街

9、正门led9月1日播放。

市场工作心得体会感悟篇五

生活中，我们每个人都面临许许多多选择，我们可以选择自己的职业，也可以规划自己的未来。由于每个人的阅历不尽相同，所以大家对生活的理解也不同，彼此的思想观念也有很大的差异。人就这么一辈子!因此有人选择了索取与享受，而有人则选择了给予与奉献，还有大量非常善良但心态与行动却一直在摇摆的寻常百姓。这也就形成了日常的文化。

一个企业如何建立自己的企业文化，我认为没有固定的模式，我们要通过工作的实践来不断的学习，积极地注意吸纳其它企业的先进思想，结合公司的实际和自己的员工来共同建立的一种文化。如经营理念、管理理念、服务理念、风险理念、人才理念等等一系列形成企业文化的一个组成部分。

一个拥有优秀文化的企业，在今后的市场竞争中，才可能得以生存和发展，其资本才可能不断增加，而且成为真正有价值的资本，否则，再多的资本也不过是一堆废纸，因为它会在今后的市场竞争中逐渐丧失。

一个月的培训期期已经过去了。这段我人生中弥足珍贵的经历，给我留下了精彩而美好的回忆。在这段时间里您们给予了我足够的宽容、支持和帮助，让我充分感受到了领导们海纳百川的胸襟，在对您们肃然起敬的同时，也为我有机会成为冠华天视的一份子而惊喜万分。

怀着自己美好的希望和从零开始的心态，开始了自己人生的新征程。

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已。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。

市场工作心得体会感悟篇六

我们实习的单位是郑州盛煌经贸有限公司，我们的实习主要是在它的营销部进行的。在人们消费水平逐渐提高，生活质量要求越来越高的今天，装修污染却困扰着人们。而这家公司正是以改善人类居室环境为己任，为消费者提供有效的空气治理方案，以优秀的产品、专业的施工、合理的价位，为消费者打造一个无污染的家。治理装修污染是这家公司的主要工作，其主打产品是光触媒。

8月26日，我们最终选定了郑州盛煌经贸有限公司；

8月27日，休息一天；

8月30、31日，

9月4、5日，我们休息两天；

9月6、7、8、9日，根据老师的安排，我们在校内写实习报告，

9月9日实习报告的上交，标志着这次为期三周的专业认识实习结束。

我们组的实习内容主要是在围绕专业认识主题的前提下参加郑州盛煌经贸有限公司的业务经营工作。我们在接触顾客时，主要了解顾客的消费需求及消费心理；在与业务员相处时，主要学习其洽谈业务的语言和技巧；同时，我们也注意观察周围的一切，进一步了解我们的营销环境。我们以营销人的身份去参加真枪实弹的演练，在这个过程中，我们初步对营

销专业有了感性的认识，同时也培养了我们的专业兴趣。

营销环境是存在于企业营销部门外部的不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业营销活动及其目标实现的外部条件。任何企业的营销活动都不可能脱离周围的环境而孤立存在进行。所以任何一次的企业活动都要以环境为依据，主动地去适应环境，同时透过营销努力去影响外部环境，使环境有利于企业的生存和发展，有利于提高企业营销活动的有效性。

分析微观环境是指与企业紧密相连，直接影响企业营销能力的各种参与者，包括企业本身、市场营销渠道企业、顾客、竞争者以及社会公众。微观环境直接影响与制约企业的营销活动，多半与企业具有或多或少的经济关系。该企业的微观环境对企业本身的发展有很多不利。

企业本身实力不强，资金不富，影响力不强，这直接影响其营销策略和营销投入。该企业的顾客却是那些有钱的主，因此这一点对公司来说是有利的营销环境。该企业的竞争对手很多，但这是无法改变的市场竞争规律。企业所面对的社会公众都是一群思想观念落后的中国人，使其很难在社会公众中树立良好的形象。这些微观环境直接影响企业的营销活动。

分析宏观环境是指影响微观环境的一系列巨大的社会力量，主要有：人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然生态等因素。宏观环境一般以微观环境为媒介去影响和制约企业的营销活动，在特定场合，也会直接影响企业的营销活动。

该企业位于郑州市区，郑州市是一个省会城市，人口集中，政治法律等都比较完善，但该企业面对的一个瓶颈问题是无法生产及引进真正能够消除污染的产品与设备，这也是目前的科技所不能达到的，这直接关系到公司的营销策略。不完美的产品，肯定得不到顾客的十分满意，从而影响企业的销售

额。

市场工作心得体会感悟篇七

孩子是每个家庭的希望，孩子的成长更是牵动每位家长的心，他们会倾注一切为孩子成长创造条件。为了不让孩子输在起跑线上，家长们都尽可能早地送孩子上各种辅导班，有的孩子要上几个班，每天最忙的是孩子，教育支出占了家庭支出的主体。这样就催生了日益火爆的校外培训市场。从某个角度来说，校外培训已经成为了市民生活不可或缺的一部分了。

而培训市场的暴利更是吸引了无数人闻风而动，他们开办了遍布大街小巷的家教中心、育儿中心、各种类型的辅导班、大大小小的画室、艺术辅导学校……。这些形形色色培训机构在旷日持久的竞争中，出现了许多乱象，如乱收费、师资以次充好、办学条件简陋、教学环境缺乏安全保障等。

据我们调查，近年来，校外培训市场存在的主要问题是：

- 1、 缺乏有效和统一管理。除了在职教师家教有教育主管部门严格禁止外，其他各种形式的家教几乎处于放任状态。有的任何办学证照都没有，只是随便找个场地就办班，且打一枪换一个地方。相关管理部门也没有常态化的管理制度。不反对社会力量办学，但必须满足一定条件和法定手续，否则学生的利益就没法得到保障。
- 2、 存在严重的安全隐患。大部分学习班都是临时租来的场地，为了节约成本，也不对教室进行维护和检查，电线乱布、用电负荷大小也不测量，极易引发事故。缺少专门的管理人员、学生缺乏安全意识、在狭小的空间里追逐打闹。也没配备任何消防设备（有利于消防检查之外），教室里面有许多易燃物品（特别是画室）。
- 3、 收费没有标准。校外培训市场最乱的是收费，随着家教行

情看涨，培训收费既高且乱，各收各的，没有统一的标准。如美术培训一个周期，学生少则几百元多则上千元甚至几千元，特别是针对高考的培训，一个周期学费近万元。器乐如钢琴收费更令人咂舌，一般按每小时四百至八百收费，为了孩子家长也无可奈何。此外，舞蹈、播音主持……都各有各的行情。

我们认为校外培训市场亟待规范，为此提出以下建议：

培训市场的形成当然有它的社会需要，所以不能因为乱象而一取了之。而是要规范管理，使之有序发展，更好满足社会需要，成为学校教育的有益补充。孩子成长的需求是多元化的，当下的学校教育有点力不从心。

- 1、教育主管部门对各种形式的补习班和办学机构进行常态管理。首先要登记造册，防止各种骗局的发生，有效保护家长和学生的合法权益，同时严厉打击无证办学行为。其次，规定一定的办学门槛，实行准入制。对办学场所、师资配备、教学管理人员的配备等给出刚性规定。最后，相关部门联动，加强办学安全监管，防患于未然。
- 2、教育主管部门要加强校外培训机构进行严格的质量监管，定期发布监管报告并公之于众，让那些信誉差、质量差的办学机构无处遁形自然淘汰。
- 3、物价部门应对家教市场价格进行监管，防止乱收费。对无证收费，收费无据者实行必要处罚。
- 4、消防、安监部门要定期对校外培训场所进行消防、安全检查，发现问题及时整改，将安全隐患消除在萌芽状态。
- 5、完善相关协会组织，强化办学主体行为自律，整合教育资源，凝聚合力，提升校外培训能力、质量、信誉。

市场工作心得体会感悟篇八

创立光牛科技固定客户群体、建立完善的客户服务体系及平台、扩大光牛科技知名度、全面提升全体商圈战略合作伙伴的整体经营效益、为企业自有及潜在的客户群体带来极大的消费便利以及优惠。

二、推广操作流程

光牛科技营销推广工作统一由市场营销部管理、规划、执行，根据阶段实际情况，制定对应的促销活动，由市场部负责整体对外的推广营销工作。

三、目标群体

作为集团化发展的企业我们将目标锁定于中高端客户群体如：

- (1)、政府部门、金融机构
- (2)、国企、外企、军工企事业单位
- (3)、国家二一一类学校
- (4)、行业协会、商会
- (5)、公寓、高档住宅小区
- (6)、各餐饮娱乐行业

1. 为消费者提供更为庞大便捷的服务品质；
2. 为战略合作伙伴相互品牌知名度迅速提升；
3. 更能为我司稳固及拉动企业自身经营效益及扩大固定客户群体。

四、推广配备

进行整体市场推广营销需具备如下工具：

- 1、公司整体宣传册；
- 2、公司app二维码；公司微信号二维码
- 3、各单次活动宣传x展架；易拉宝
- 4、会员卡储值卡销售手册；
- 5、各产业链相互搭配礼券礼包；
- 6、推广销售员统一文件夹、名片、名片夹等。

五、人员配备

- 1、市场经理 市场助理各1名，外销推广人员4名(由合作伙伴提供)；

六、媒体邀请（暂定）

1、央广视讯

a)□通过现场拍摄客户下载光牛科技app二维码，对外宣传；

b)□现场采访客人体验光牛科技购物“有机生活光速度” 2、部分网络媒体（腾讯大申网 新浪网 凤凰网等）

3、上海本地电视台 行业媒体

市场工作心得体会感悟篇九

一、市场的基本情况玉林市建材市场，原名玉林建材家具市场，由玉林市市场开发服务中心于一九xx年五月投资兴建，并负责管理。市场是集建筑材料、摩托车销售于一体大型综合性市场，是玉林市人民政府规划建设的重点项目之一。

(一)市场发展定位不够高，不适应当前社会经济发展的需要。作为中南地区的商贸集散地，玉林有着悠久的商贸历史和较好的商业发展前景。而建材市场的建立和发展，由于认识上的局限性，其发展战略定位不是很高。表现在二个方面：一是市场建设档次不高，大部分建材经销商虽能够归行入市，但是经营方式仍停留在摊位式经营，商品以低、劣居多；二是市场销售覆盖面不广，目前市场上的商品多销在本地，及周边一些县城，知名度低，辐射范围不广，销售量有限，影响力低下。

(二)政策法规配套跟不上，进一步发展受阻。表现为：一是行政引导不力，造致了市场分散。当前玉林市区内还有很多建筑材料店铺未能归行入市。如公园路上的建筑涂料店和其它各种装修材料店，工业品市场附近的管材店和灯饰店，清宁路上的铝合金(不锈钢)窗(门)店等等。市场的分散既不利于市场的管理，也不利于市场的良性发展，更不利于市场品位的提升。二是征费政策过紧，各种征费过高。行内业主普遍反映，本市场与广东的佛山、东莞、顺德、珠海、湛江、茂名以及区内百色、钦州等地的同类市场相比，同类征费偏高，这无疑会打击业主的投资信心，很大程度上阻碍了市场的进一步发展。

(三)市场设施不配套，服务质量不高。主要表现在：一是门店(货位)面积大小不一，不合适。业主普遍反映是小户不够用，大户用不完。二是钢材货位场地没有硬化，场地沆洼不平，积水疏排不畅，雨天一身泥，晴天一身灰。三是无地磅设施。四是仓储设施不配套，仓库容量远不能满足业主的需要。五

是缺乏对装运队的有效管理。六是生活设施不配套。

(四)地理位置已不相适应城市发展要求。市场建成之初，其地理位置尚属城郊。随着二环路的建成以及城区的扩展，目前市场已进入市区之中。承载建材商品的重(大)型货运车辆将不再适宜进出市区内的市场，在市区内设置建材市场，一方面对其自身发展是一个限制，另一方面影响到城区居民的正常生活，影响到城市的品位和档次。

1、市场定位。新建市场应按照立足现在，着眼未来的要求，建设成为玉林城区范围内唯一的综合性建材经营地，成为专门、集中、门类广泛、品种齐全、管理统一、服务优质的专业市场，成为凭借玉林传统的区位优势，充分展现岭南商贸都会魅力，有品位、上档次、有影响力的专业建材市场；进一步建设成为两广及中南地区以建筑材料为主，集展示、交易、信息、仓储、服务为一体的建材贸易集散中心。

2、新建市场选址。建议选择设置在二环路北流路口至秀水收费站之间路段的北侧或在苗园路石子岭附近。主要是因为建材产品多属体重量大产品，对运输条件要求较高，而该地段铁路和公路运输交通方便，空地较多，便于建设和使用，同时也可拉动该地段的经济繁荣和劳动就业。此外，新建市场近邻的新体育馆，对今后组织开展商品会展活动也相当有利。

3、建设规模。新建建材市场占地15万平方米，其中营业面积4.5万平方米，仓库面积3万平方米，营业门店设计为二层，上面为办公室、住房，下层为经营门店，仓库设计为单层。新市场经营门店为1500个，年销售额为5亿元人民币，产品主要销往桂南及粤西地区。

4、新建市场投资。新市场预计总投资4500万元，其中置地费用约1100万元，建筑费用约3400万元，建设资金可由市场服务中心独立投资兴建，也可通过招商引资，实行股分制进行经营。

5、市场的管理和经营。市场的管理既可保持原有模式，继续由市场服务部负责，或是实行股份制，由股东董事会负责实施经营管理。经营方式采取先进的敞开式、超市式经营，里面经营商品齐全，基础设施配套齐备，实现“一站式”采购，提供细致周到的售后服务。

市场工作心得体会感悟篇十

充分发挥旅游市场综合治理机制和联合执法体系优势，在县旅游市场综合治理领导小组的领导下，按照“全民参与，全域覆盖，分工明确，综合管理，执法为民”的工作要求，开展旅游市场综合治理行动。一是结合《旅游法》实施后旅游市场的新变化、出现的新问题，根据我县实际，重点围绕涉旅安全、旅游客运、旅游环境、乡村旅游等方面加大日常监管和专项治理力度，制定并下发《20xx年旅游市场综合治理总体方案》，确定整治重点，维护我县旅游市场持续健康发展。二是建立健全《旅游投诉统一受理机制》和《旅游投诉应对处理应急工作机制》，对外公布统一投诉电话，坚持24小时值守，合理调配整合各类旅游投诉应对和处理资源，快速、有序、高效地进行各类旅游投诉的处理工作，杜绝互相、推诿、拖延拒绝受理等现象，维护旅游者和旅游经营者合法权益；三是制定《涉旅企业及从业人员违法违规行为公示制度》，进一步加强对涉旅违法违规行为的惩戒力度，以案释法，以曝光促整改，在涉旅行业中起到警示作用，优化整体旅游环境。

着力解决旅游市场中出现的新问题、新情况，根据我县实际，确定旅游市场价格秩序、导游和旅行社、旅游客运市场、旅游商品质量、旅游安全等内容为专项整治重点，制定了

《县20xx年旅游市场价格秩序专项治理工作实施方案》
《20xx年导游、旅行社专项治理实施方案》
《20xx年零负团费专项治理方案》
《20xx年客运市场专项整治方案》
《20xx年旅游商品质量专项治理工作方案》和《20xx年旅游市场食品药品

安全专项整治方案》和《20xx年旅游景区及周边环境综合整治实施方案》，并按照方案分步实施。

（1）“零负团费”综合治理和旅行社及导游专项整治工作

我局今年将“零负团费”综合治理和旅行社、导游专项治理工作作为重点工作来抓。按照“整体联动、属地管理、标本兼治，着力治本”的原则，严厉打击“黑社”、“黑导”，重点检查旅游团队运行情况 and 导游带团情况，旅行社使用团队电子行程单情况，采取集中专项治理和日常突击检查相结合，在乡峰场和映秀等主要景点设立检查点和在乡各副食品销售点循环突击检查的方式开展团队检查工作。今年共开展3次集中整治和10次突击检查，共检查旅游团队和导游1547人次，对58名带团相关手续填写不规范、未佩戴导游证的导游人员进行口头批评教育和50元罚款的行政处罚；对4名违法违规导游进行了1000-8000的行政处罚。

（2）旅游市场秩序专项整治

严把市场主体准入关，加大对无照经营的查处和规范力度，进一步增强涉旅经营者的法律意识和责任意识；加强对流通环节食品、旅游商品质量安全监管，严格监督商品经营者切实履行产品质量安全责任，确保消费安全为整治重点。在整治期间共出动执法人员178人次，车辆41台次，共检查各类经营户2174户次，其中特别重点检查了食品经营户（包括前店后厂的小作坊）1021户次。

（3）旅游市场价格秩序专项整治

以价格公示、明码标价为重点，对我县各购物摊点及餐饮、旅店明码标价情况进行重点检查，制定了《县20xx年农家乐、旅游餐馆价格秩序专项治理工作实施方案》，实行价格公示制度，实现明码标价，规范旅游市场的经营行为，切实维护游客、旅游经营者和从业人员的合法权益，着力构建

长效监管机制。在专项整治行动中对145家进行价格申报的农家乐逐一认定、公示，制作价格公示牌；与公路沿线52家餐饮单位签订《诚信经营责任书》，对明码标价不规范的12家单位发出了《责令限期整改通知书》。

（4）旅游景区及周边环境综合治理

以景区管理单位和辖区乡镇为重点综合开展环境治理工作，制定各乡镇、景区《旅游景区及周边环境综合治理工作方案》，积极开展景区自查和综合检查，严厉打击旅游景区及周边占道经营、强买强卖、出售假冒伪劣商品等行为；查处和取缔旅游景区及周边各种非法经营商贩，游商浮贩、尾随兜售等影响旅游秩序的行为，加强对景区及周边零售摊点明码标价的管理；打击景区及周边拦截游客推销住宿、用餐、参加自费项目、租车等揽客行为；严厉查处旅游景区及周边各类车辆违章停放和停车场车辆停放混乱，导致交通堵塞现象；全面治理景区、景点及景区、景点周边环境卫生。通过综合整治，旅游景区及周边环境卫生得到进一步改善。

立足我县旅游旅游市场的现状，以清明、五一小长假国庆黄金周等节假日和20xx·樱红五月相约甜樱桃采摘活动、行游系列活动等重大节庆活动前的旅游市场综合检查为重要抓手，全面提升我县旅游形象。制定和完善工作方案，组织开展全方位、多部门参与的旅游市场整治工作，净化、优化旅游环境。重点加强对购物点和公路沿线旅游市场小摊点围追兜售、缺斤短两的查处力度，严厉打击强迫购物等严重欺诈、损害游客权益的违法行为。强化对驾驶员和旅行社陪同人员的安全防范教育。坚决查处和取缔无照经营行为，查处超范围及服务活动，查处旅游市场中制作发布虚假广告、制假售假、强买强卖或变相强买强卖、私授私收回扣等扰乱旅游市场秩序行为。做好食品卫生监督工作，杜绝发生食物中毒事件。通过相关部门的综合执法共同努力，确保实现了旅游“安全、健康、秩序、质量”四统一的目标。

加强对全县旅游企业、旅游从业人员，特别是讲解员、旅游景区景点的服务质量的检查监督。一是重点加强对导游、讲解员服务质量的监督检查，采取跟团检查和驻点检查相结合的方式，定期或不定期深入到各旅游企业、景区，检查、抽查、查看客人填写的服务质量跟踪单等形式，加强对旅游服务质量的跟踪检查，提高服务质量。二是加强培训，提高旅游从业人员整体素质，通过举办业务人员培训班和业务技能大赛等方式，从经营服务技能、食品卫生安全、旅游文化提升、接待服务礼仪等方面进行业务知识培训，共举行旅游从业人员培训班4期，以及成功举办“第二届旅游行业服务技能大赛”，带动了全县旅游从业人员强化了服务意识、标准意识、质量意识，提升了服务技能水平，使旅游整体水平得到了显著提升。

（一）、立足本职工作，抓好旅游市场综合整治工作，找准市场症结，明确整治重点，通过日常巡查和专项治理等手段规范旅游市场秩序，加大违法违规行为查处力度，进一步树立我县旅游良好形象。

（二）、以节假日等节庆活动为载体，进一步加强节前和重大节庆活动前的旅游市场检查力度。

（三）、加强法制宣传，引导游客理信消费、理性维权，积极为游客和旅游经营者排忧解难，全面提升我县旅游形象。

（四）、加大旅游执法区域协作机制，畅通渠道、信息共享，开展经验交流，形成工作合力，迈向无障碍旅游，全力保障旅游服务质量，旅游市场共管，旅游产业共兴，共同营造和谐、健康、安全的旅游环境。