

最新烟的心得体会(优秀7篇)

当在某些事情上我们有很深的体会时，就很有必要写一篇心得体会，通过写心得体会，可以帮助我们总结积累经验。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。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。

烟的心得体会篇一

襄城烟草局（营销部）负责襄城区2镇（欧庙、卧龙）5个办事处（庞公、隆中、王府、昭明、檀溪）29个行政村、32个居委会，47.69万人口的卷烟供应和市场管理工作，襄城卷烟销售网络建设经营户总户数896户，其中：入网经营户有379户（电话访销户366户，无证挂靠9户、中心户4户），网外经营户共有57户（有证停歇业户95户、无证拟取缔户422户），占总人口的0.32，城关、乡镇府所在地区入网户总数有994户，年均销量9224箱；农村（村组）所在地区入网户总数有385户，年均销量452箱；卷烟年均单箱结构为7469元箱。

1、卷烟市场零售户存在二低一高现象，即：零售户数量低、持证率低，无证经营户高。

持证率偏低，全区现有896户卷烟零售户，但有证户，仅有（465户）占77.43。

零售户数量低，全区现有人口47万人，但卷烟经营户只有896户，仅占总人口的0.32。

无证经营户偏高，占总户数的22.73，再加上零售户分布不尽合理等因素，导致市场占领上零售户数量严重不足，并为卷烟非法经营提供了空间。

2、二员队伍建设存在的问题

客户经理各市场管理员对客户基础信息掌握不牢，不能为经营户提供个性化的服务、服务方式单一。客户经理、市管员对辖区内的经营户缺乏深入了解，底子不够清楚、辖区内具体有多少经营户，有多少持证户，不是心中特别有数，对零售户的个性化要求还不清楚、服务方式单一，缺乏对零售户的分析研究，指导和个性化的服务。

其次为了完成卷烟销售任务，在部分客户经理中还存在重大户、轻小户的思想。

其三激励机制还有待完善，“三员”的积极性没充分调动起来，对数量上有明确要求，但对结构新品牌的推介要求不具体，力度还要进一步加大。

其四客户经理工资待遇低，劳动强度大，因此情绪低落，工作缺乏热情。

3、品牌置换市场准备不足

置换品牌过快，经营户库存大量卷烟，疏导的难度加大，经营户意见很大，经营户订购货的积极性一定程度上受到影响，及时疏导经营户卷烟库存已成为营销部目前急需解决的问题。货源供应不足也是影响当前客户关系的主要矛盾，客户关系和销售渠道再好，没有适销对路的产品就好比没有水的空渠，货源的供应不足，加之超量的工作压力造成了一些客户经理对大、小户不一视同仁，重大户，轻小户货源分配不均的现象，为此不少中、小经营户对客户经理充满了不理解和埋怨，使销售工作进展困难。

另外，行业外的激烈竞争对烟草业也造成一定的威胁，许多经营户被盐商、酒商、副食商的高额促销方式吸引，并投入大量资金，造成经营户无资金定货，使卷烟销售上量造成很大难度。

1、转变观念，统一思想。把客户满意作为网建工作的出发点和立足点，一切从客户利益出发、一切为客户利益着想，与客户建立长期稳固的合作关系。

2、继续求实做好各项基础工作，对零售户、对市场的调查工作做精做细，对当地经营户的分布情况、销售状况、守法情况、经营场所、电话安装等情况做到心中有数，与客户保持密切联系，我们已为客户印制了《客户经理、市管员联系卡》发放给经营户，为客户提供更优质的服务奠定了基础。另外，襄城局（营销部）已采取相应措施，对客户经理工作走访不到位，建立健全了检查考核制度，严格考核到位，兑现到人。

3、适度扩网、对符合办证条件的零售户纳入网内，对不符合办证的经营户，分步清理整顿，并对挂靠户跟踪服务和管理，切实做好“两个维护”。

4、做好定位服务，限制大户，保护中户，扶持小户，实现规范经营销售，对因客观因素限制货源不能满足零售户的需求时，多跟客户沟通，争取他们的理解，努力保证货源分配公开、合理、透明，确保销售工作正常运作。

5、全员上阵促销售，拉网清查净市场。把保销售上结构作为第一要务。积极做好品牌置换工作中的宣传引导，加强客户经理目标、责任管理，加强对客户经理的考核，加强客户经理的培训工作，建设好一支优秀的团队，真正使客户经理的职能发挥到位。

6、明确责任，狠抓落实，网建工作中，认真分析市场，做好每天的工作日志，做好月旬市场情况分析，从中找出市场潜在的卷烟需求，对目前黄鹤楼、火之舞短缺的情况及时调整经营思路，结合辖区消费水平，选择适合市场的卷烟投放，积极寻求替代品牌，加大对价位相近替代产品宣传来弥补市场的供应不足，使市场潜力最大限度的转化为效益。

7、继续通过客户经理寻访、协访来提高访销成交率，缩短电访时间，弥补电话交流时间过短，从而争取订单最大化，合理利用电话访销员的拉力与客户经理的推力，推动每天的卷烟计划完成。

1、组织适销对路的产品；

2、销售任务过重，客户经理精力达不到，服务质量上不去；

3、单项工资、费用核定不合理，建议领导调整；

4、连续作战，工作人员过于疲劳，建议星期六、星期日休息。

在“黄鹤楼”、“红金龙”、“黄金龙”、三个卷烟系列中，我们预测辖区主导品牌（规格）有：“全包黄鹤楼”、“硬红金龙”（盛世腾龙。火之舞）、“软精品红金龙”、“佳品红金龙”四个品牌。

烟的心得体会篇二

第一段：引入

卷烟作为一种常见的消费品，其争议与讨论从未停息。然而，作为一个长期烟民，我也有着自己的一些心得体会。卷烟虽然被认为有害健康，确实也存在一些风险，但它同时也给人带来了一种享受和轻松的感觉。下面，我将从身体健康、情绪放松以及社交互动等方面，谈一谈自己对卷烟的体会和感受。

第二段：身体健康

卷烟对身体健康的影响是众所周知的。吸烟与许多疾病的发病风险密切相关，包括肺癌、心脏病和呼吸道疾病等。而且吸烟者的寿命一般要比非吸烟者缩短。然而，对于喜欢抽烟

的人来说，这种享受也是和生活紧密相连的一部分。当然，我始终认识到吸烟对身体健康的不良影响，但在我看来，每个人都有权利选择自己的生活方式，并承担相应的后果。

第三段：情绪放松

抽烟对于许多人来说，是一种缓解压力和放松情绪的方式。在压力巨大的生活中，卷烟可以帮助人们暂时抛开困扰，放松身心。抽烟时，烟雾缓缓升起，仿佛将所有烦恼带走，让人感到一种平静和宁静。而且，悠闲地啜饮烟草的时间，可以让人暂时远离喧嚣和忙碌，静下来思考和回顾自己的生活。

第四段：社交互动

卷烟在社交场合中起到了重要的作用。在许多文化中，抽烟被视为一种社交仪式。人们可以通过与异性分享烟盒而拉近彼此的距离，或者在与朋友一起抽烟时交流彼此思想和情感。我曾经在一次聚会上结识了许多有趣的人，其中很大程度上得益于抽烟这一共同的爱好。卷烟不仅在一定程度上加强了人际关系，还提供了交流和互动的机会。

第五段：充实生活

尽管卷烟在许多方面引起争议，但它也是部分人生活中不可或缺的一部分。尤其是对于一些长期抽烟的人来说，卷烟已经成为一种习惯和享受。它们有着特殊的气味和口感，给人带来了独特的感受。抽烟时，我常常可以享受到一种独处的愉悦，思考和思考自己的生活。虽然有人认为这是一种恶习，但对我而言，它是我生活中的一部分，为我提供了一种充实和满足的感觉。

总结：

虽然卷烟在健康、家庭和社会等方面存在风险和争议，但它

仍然是一种可以带来享受和放松的消费品。抽烟的人们往往能从中找到一种平静和宁静的感觉，与朋友和伴侣建立更深入的联系。当然，每个人在决定是否吸烟时，都应明智地权衡其风险和益处。最重要的是保持一个健康的生活方式，同时尊重他人的选择。

烟的心得体会篇三

二. 实习的时间□20xx年7月7日—20xx年7月8日

三. 实习的目的

为了适应社会的需要个以后的工作打下基础，深入了解物流行业的发展，结合理论学习与 实际操作的联系，提高自身的操作能力，并能灵活应用，使自己的专业知识，专业技能及实践能力得到全面的提升。

四. 红河卷烟厂集团简介

红河烟草(集团)有限责任公司位于云南省东南部，地处素称红河州“北大门”的弥勒县城;北距省会昆明 143 公里，南至州府蒙自 140 公里;通往东南亚的 326 国道经弥勒县城纵贯全州南北抵国家级开放口岸河口;红河州属典型的亚热带季风气候，北回归线穿越中部，具有得天独厚的烤烟生产自然条件，有“烤烟之乡”的美誉，拥有优越的自然地理环境和良好的区位、交通优势。

红河卷烟厂于 1985 年筹建，1987 年试产，1988 年正式取得国家烟草生产经营许可证，并上划云南省烟草公司，现企业法定代表人毕凤林，现有在岗员工 1029 人，平均年龄 33 岁，资产总额 98.73 亿元，是国内装备配套、技术先进的卷烟企业之一。目前，集团年生产能力达到 160 万箱，日创税金上千万元，人均实物劳动生产率居行业前列，且连续 12 年实现了产销规模和效益的同步增长。

1993年起，红河卷烟厂实现单品牌生产，是全国唯一一只生产单一品牌的烟草工业企业。目前形成一个品牌(红河)，15个品种，兼顾高、中、低档次，满足不同层次消费需求的品种结构。“红河”品牌深受消费者喜爱，先后被评为“全国名优卷烟”、“中国最具竞争力的民族品牌”、“中国名牌产品”、“中国十大梦想品牌”等□20xx年品牌产量161.5万箱，品牌销售收入160.2亿元，实现税利99.8亿元。

红河卷烟厂创业之初，工厂生产水平低下，产品质次价低、入市困难，1991年前连年亏损。企业处于极度困难乃至困境之中，1992至1993年两年间，通过整合品牌，实现了全嘴单品牌生产，产品质量有所提升，同时企业确立了“不求最大，但求最好”的发展理念，系统实施了原料、技改、人才、管理、名牌“五项工程”，重视技术发展，完成了从拿来主义到局部创新，进而到以企业为主体的全面技术创新，多项科技成果获省部级科技进步奖；多项新型实用技术获国家专利。1992年扭亏为盈，1993年起对企业内部的各种资源多次重组、定位；1997年始企业转入全面的软件建设发展阶段，优化人力资源配置，进入以人本管理为主体的智力时代；1998年开始为实现企业高度的信息自动化启动cims信息系统工程。经过红烟人的艰苦探索和努力，逐步建立了市场化程度极高的有效运行机制，企业不断发展壮大，取得了良好的社会效益和经济效益，对满足市场需求、解决劳动就业、拉动相关产业发展、促进地方经济建设等方面做出了重大贡献。

20xx年，红河卷烟厂紧紧围绕国家局提出的“深化改革、推动重组、走向联合、共同发展”的行业主要任务，推进企业间的联合重组，与昭通卷烟厂重组，成立红河卷烟总厂□20xx年，又完成了与新疆卷烟厂的联合重组工作，进一步增强了企业的综合竞争能力□20xx年5月18日，红河卷烟总厂改制为“红河烟草(集团)有限责任公司”，迈出了公

司化进程的重要步伐。

五. 实习的内容

(一)了解红河卷烟厂的五个子系统。自动化系统、卷烟辅料系统、配方系统、成品系统和箱品系统这五个子系统。并且这五个子系统是相互联系、共同合作、保证整个物流、生产、运输的正常运行。

(二)了解决策、管理、设备三个层次系统。决策系统是控制中心控制，它将出现的问题分析后做出的决策，传递给决策主体或其他子系统。管理系统实施了“管理”。人才、技设、原料、名牌、五项工程，实现“优质、高效、低耗”的管理目标，全面推进硬件设备，企业获得了长足的发展。在红河卷烟厂的见学习过程中我初步认识了相关设备。这些设备是从德。意。英。荷兰等国家进口的，技术水平相当先进，整个配套系统具有当今国际先进水平。

(三)物流实现了全自动化操作。该自动化操作包括空中自动化小车、自动化货柜、多端点高速穿车、自动化控制系统agv系统。该厂实行的自动化系统，降低成本，提高作业效率，改变了传统的物流观念方式，让我了解到现代自动化的生产设备及信息自动化的先进性。红河卷烟厂的信息自动化系统涵盖产、供、人、财、物等细完整的信息、实现物流、资金流、信息流的有效集成。

六. 红河卷烟厂实习的总结

红河卷烟厂设有四大中心(行政、销售、物资、技术)，三大总部(制造、机械、电气)。各中心(总部)经营范围内的业务自主决策，体现“扁平化”的管理构想。打叶复烤、制丝、卷接包、物流自动化配套系统具有当今国际先进水平。

“八五”以来，红烟以“不求最大，但求最好”的创新理念，

围绕唯有发展人才能发展企业这一根本，按照“优质、高效、低耗”的管理目标，强化企业管理，深化企业改革，系统地实施了“管理、人才、技改、原料、名牌”五项工程，全面推进软硬件建设，企业获得了长足发展。

红烟十分重视技术发展，完成了从拿来主义到局部创新，进而到以企业为主体的全面技术创新。当前正全力推进企业信息化工程建设，此工程的目标是使企业实现高度的信息及自动化——信息驱动运行、运行产生信息。

红烟较早确立了变产品生产为品牌生产的意识，努力做最好的产品，努力塑造最好的形象，努力与客户真诚合作。目前形成一个品牌(红河)，五个品种(“红河99”、“红河88”、“甲硬”、“甲软”、“乙级”)，兼顾高、中、低档次，满足不同层次消费需求的品种结构。当前，红河卷烟市场走势良好，覆盖全国，实现零库存通过这次的实习，我了解到了红河烟厂花园式的生产产区，严格的管理制度，严谨的工作作风和先进的信息自动化系统。我认识到物流方面的知识，对物流现代化有所了解，在这次的参观认知实习过程中，不但对所学习的知识加深了解，更加重要的是更正我们的对物流的观点和提高了对现代物流的认识。

烟的心得体会篇四

近日，我参加了一场关于卷烟营销的讲座，从而了解了卷烟行业目前的现状与未来的发展方向。在这场讲座中，我收获颇丰，对卷烟营销有了更加深入的了解，与大家分享与交流。在此，我将针对讲座内容进行总结和分析，并提出一些建议，以希望给卷烟营销行业发展带来一些思考。

首先，讲座对卷烟行业的现状进行了全面的介绍。现今社会，卷烟行业面临着严峻的挑战，包括各地法规的限制、健康意识的抬头以及对含烟草产品的厌恶等。营销人员需要清楚认识到这些挑战，思考如何在竞争激烈的市场中站稳脚跟。此

外，讲座还详细介绍了卷烟产品的特点、品牌定位和市场占有率等方面的数据，让我对卷烟行业有了更加直观的认识。

其次，讲座特别强调了营销策略的重要性。一款优秀的卷烟产品离不开精准的市场定位和创新的营销方法。讲座中分享了许多成功案例，从中我学到了许多宝贵的经验。例如，通过提供高质量的产品和个性化的服务，能够吸引更多的消费者；通过与社交媒体和大数据的结合，可以实现更精确的市场定位；通过与其他产品的联动，可以扩大品牌影响力等。这些营销策略都给我留下了深刻的印象，我相信只有不断创新，卷烟行业才能在竞争中保持领先地位。

除了理论知识，讲座还提供了实践经验的分享。一位与会嘉宾是一家知名卷烟品牌的市场总监，他以自己的成长经历为例，讲解了卷烟营销的策略和实施过程。他强调了团队的重要性，团队成员之间要保持良好的沟通和协作，共同推动品牌的发展。他还分享了遇到的困难和挑战，并提出了应对之道。通过他的分享，我更加深刻地认识到卷烟营销需要跨团队协作，各个环节要密切配合才能取得成功。

讲座最后提到了未来卷烟行业的发展趋势。随着人们健康意识的提高和法规的加强，卷烟行业面临着巨大的变革。讲座中指出，未来卷烟行业的发展将更加注重健康因素和可持续发展。因此，企业需要积极研发低焦低害的卷烟产品，并探索其他非烟草相关的市场机会。此外，也需要通过广告宣传等手段，改善卷烟形象，提高消费者对卷烟产品的认可度。

在结尾，我想指出的是，卷烟营销虽面临着巨大的挑战，但也有着巨大的机遇。只要我们密切关注市场动态，积极创新，适应行业变革，才能在这个竞争激烈的市场中获得成功。我相信，通过参加这次卷烟营销讲座，我的理论知识和实践经验都得到了大幅度的提升，这对于我的个人职业发展和行业发展都将起到积极的推动作用。

综上所述，这次卷烟营销讲座给我带来了许多收获。我对卷烟行业的现状有了更深入的了解，也了解到了卷烟营销所面临的挑战和机遇。我也学到了很多卷烟营销的方法和策略，这将对我未来的职业发展起到积极的帮助。我深信，只要我们不断学习和创新，卷烟行业绝对能够蓬勃发展。

烟的心得体会篇五

- 1、强化客户经理拜访力度，加强对客户的经营指导。通过强化客户经理的拜访力度，加强对客户的销售指导，根据不同客户的实际库存量、销售特点，结合市场分析结果，帮助客户合理安排卷烟订购，对于脱销品牌增加订购量，滞留品牌帮助客户出谋划策，消化滞销品牌。
- 2、加强省外重点品牌的推介。通过销售数据分析，了解到红金龙是近期省外烟下降幅度最大的品牌，以红金龙为突破口，引导客户做好上柜及销售。
- 3、做好新品牌的上市宣传。新品牌上市无疑是销售促进的良机，对此，以泰山、庐山、小熊猫等新品上市为契机，以上柜增量为目标，加强引导上柜。
- 4、及时做好限量调整。及时跟踪客户的限量情况，对于限量不能满足应及时做好调整，特别要关注月限量在3件的小户，节后星级提升，紧俏货源增加，提高了他们的购买能力。
- 5、加强市场清理。加大对市场的清理力度，减少乱渠道卷烟对市场的冲击，重点清查重点销售户，为卷烟销售扫清障碍。
- 6、保证订货成功率。受到节后销售淡季的影响，卷烟周转较慢，客户库存增多，容易忘记或忽视卷烟订货，对此，加强对客户的提醒，以下午电话提醒为主进行重点跟踪提醒，保证客户的订货成功率。

7、继续加强对销售异常户的跟踪和加大对卷烟市场信息的收集，对存在问题，及时反馈。

烟的心得体会篇六

卷烟整肃是我们党自创立以来，从理论到实践中推行的一项重要工作，其目的是加强对卷烟生产和销售的监管，整治卷烟市场，防控各种烟草危害，并且以积极的态度去应对社会对吸烟危害的认识提高。我参与了这项工作，在过程中我有所思考，有所感悟，并得到了不少启示。

第二段：了解工作内容的重要性

在正式开始卷烟整肃之前，我们首先需要清楚的了解工作的具体内容。在整肃过程中，我们需要了解生产、销售和使用三个环节的情况，掌握市场信息以及打击非法卷烟的方法。同时，我们也需要了解卷烟的各个参数、分析技术以及非法烟品的特点等，这些知识对于我们在实际工作中能够更好地把握情况，提高效率，非常必要。

第三段：认识到问题

在卷烟整肃工作中，我所见所闻开始让我意识到吸烟危害以及卷烟产业的腐败。很多小商贩都在卖着非法烟草制品，甚至在公共场所的商家也有出售假烟的问题。在我调研过程中，我发现这些非法行为使得市场秩序失调，而一些假冒伪劣的卷烟对于人们的身体健康也构成严重的威胁。这让我认识到，卷烟的整肃工作是十分必要的，也是我们应该积极投入的事业。

第四段：从工作中得到的体验和启示

在卷烟整肃工作中，我得到了不少的体验和启示。首先，健康是第一位的，无论是在工作上还是生活中，烟草等危害健

康的行为都应该被坚定抵制。其次，市场的规范化和卫生安全也非常重要，作为工作人员，我们需要积极参与卷烟的整肃工作，并在实际工作中更加注重适当引导市场发展，以维护公共卫生和安全为己任。最后，卓越的团队精神和积极的态度是我们成功完成卷烟整肃工作的关键，我们需要互相理解和支持，在协作中不断提升我们的实际能力和技巧。

第五段：结论

卷烟的整肃工作是必要的，并且需要重视，因为它涉及到公众的健康、市场的规范和秩序。本次卷烟整肃工作让我学习到了知识和技能，更加坚定了让人们更加关注身体健康的信念。同时，我们也应该在今后的工作中，更加注重市场管理，督促企业合法经营，促进市场健康、有序和稳定地发展，为社会和人民健康贡献一份力量。

烟的心得体会篇七

上个月，按照市局的统一安排，___局在的带领下，一共卷烟营销培训班，此次培训学习为期___天，这是我加入营销队伍后参加的第一次集中学习，也是我工作以来参加的最为系统、全面、周期最长的一次学习。所以印象尤为深刻。

既然是参加了学习，那就必然有所收获，特别是像我这样的营销新兵感受更是颇多，这次培训学习的内容比较全面，也比较多，由于时间的关系，加上我本人的能力有限，在此我不能一一向大家汇报，我就挑我认为印象比较深的一段课程，将我学习前后的感想在此与大家共同进行分享，如有不妥之处请领导和同志们批评指正。

今天，我主要和大家交流的课程是品牌培育，在没有学习之前，对于品牌培育我简单地认为：在现在卷烟控量投放到大环境下，投放什么烟经营户就卖什么烟，我们只要将货源信息告诉经营户就行了，并嘱咐将有效的货源访回来就行了，

至于品牌培育好像不是很重要。但是通过学习，老师将烟草未来的发展趋势向我们做了系统的讲解，目前烟草还在不断深化改革和整合，其最终工业企业要达到“两个十多个”所以我们商业企业更要迎合改革的步伐，在经营发展的过程中，不断地调整和优化卷烟的投放结构，引进新品牌向市场推荐，使市场逐步接受，从而使新品牌成长为畅销品牌和主打品牌。这也就是为什么国家局局长姜成康说：“品牌培育是卷烟流通企业的第一要务”的原因。

一、做好准备工作，我们在品牌培育工作前，作为专业的营销人员，一定首先自己要掌握你要培育品牌的类型、档次、价位、质量、包装、吸食口味、产地、焦油量、烟碱量、品牌的知名度以及品牌文化等方面，只有你对这些了如指掌，才能显示你的专业，你所说的客户才会相信。

二、按照年龄、业态对经营户进行划分。掌握各个不同年龄层卷烟经营户的特点和需求侧重，针对不同年龄、不同业态的经营户采取不同的方法和技巧，譬如：青年客户，他们易接受新生事物，对产品的外观十分注重；中年客户比较理智，相信自己的判断，喜欢新品种能够带来大的利润；老年客户喜欢卖惯了的老品牌，对新品种常持怀疑态度，我们只有掌握了这些客户的心理，才能对症下药，在宣传推介新品种时有所侧重，切忌泛泛而谈，在品牌推介过程中还要注意四个避免，即避免缺乏真诚和热情，避免无技巧性的沟通，避免无目的性的闲谈，避免急于说“不”。对大、中、小户提供不同的引导。总的来说我们推荐新品牌的主要的方法有：对比推介法、立标杆法、加鸡蛋法、挖客户痛处法、催眠式销售法等等。

三、不要回避经营户提出的各种问题，要善于进行合理而适当的解答。在品牌培育工作中，最大的障碍就是经营户不接受，而最常见的表现就是面对面经营户提出的各种问题和疑惑。这也是是让我们营销人员最感到头疼的地方，哪有这么多为什么？哪有这么多的疑虑？为什么我说了这么多他就是听

不进去?往往这个时候，我们觉得无言以对，解释多了就觉得反感、甚至有些急躁，给客户的回答粗矿、含糊、甚至有的十分不负责。通过学习后，给我最大的感受就是原来人与人之间的沟通有这么大的学问，我知道了“移情倾听”，同样的一句话换一种说法就会让听者赏心悦目;同样的问题不一样的回答就会取得截然不同的效果。在和客户沟通的时候一定要时刻站在他的立场上说话，为什么客户有那么多的疑虑，就是因为我们在沟通的时候始终站在自己的立场上说话，不太顾及客户的感受，所以很多时候我们自认为话说得很清楚很明白，其实客户并没有听清楚甚至很模糊，不经意就造成相互沟通的障碍，而往往我们还不知不觉。所以我觉得我们营销人员在与客户沟通的时候要善于发现问题，善于提出问题，更要有及时解决和应变问题的能力。

作为专业的营销人员一定要有专业的素质，虽然这些都是理论上的一些东西，但是我们知道理论是实际的先导，我们只有从理论上理解这些，才能为我们今后的工作做好指引，为我们今后的工作奠定良好的基础。

以上是我这次学习后的一点感受，希望大家听完后多提宝贵意见。但愿能给大家今后的工作带来一点帮助。在此我也祝愿即将参加第二批学习的同志能学有所成，满载而归，能够带回更多更好的经验与我们共同分享，谢谢大家!

卷烟销售培训心得