

# 2023年推销物品心得体会(模板9篇)

心得体会是我们在成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。我们想要好好写一篇心得体会，可是却无从下手吗？接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇心得体会吧，我们一起来看一看吧。

## 推销物品心得体会篇一

随着商业的不断发展，推销物品已经成为我们日常生活的一部分，无论是线下实体店面还是在线上平台，推销活动无处不在。在这样的背景下，推销物品的技巧和方法也变得越来越重要。在个人的推销物品的过程中，我深刻体会到了推销活动中的一些重要要点以及其带给我的启示。

首先，推销物品要有真实的需求。无论是哪种类型的产品，都需要找到相应的潜在需求，只有这样，产品的推销才有可能成功。我曾经推销过一款健身器材，通过市场调研和分析，我发现目标市场对健康养生的需求很高，因此选择了这款健身器材推销。结果非常良好，因为产品能够解决人们的健康养生需求，销量迅速增长。这让我明白了推销物品的前提是有真实的需求，只有找准市场需求，才能赢得消费者的青睐。

其次，推销物品需要有合理的定价。价格是消费者购买产品的重要参考因素之一，如果定价过高或过低都有可能影响产品的销售。我曾经推销过一款高档护肤品，价格相对较高，因此在推销的过程中，我强调了其独特的配方和科学的功效，使消费者相信产品与价格是匹配的。结果产品获得了许多高消费群体的认可和购买。这让我认识到，在推销物品的过程中，要根据产品的特点和目标市场的消费能力，制定一个合理的价格策略，确保产品在市场中的竞争力。

此外，推销物品需要突出独特的卖点。在市场竞争日益激烈

的环境下，产品的独特之处是吸引消费者的关键。我曾经推销过一款空气净化器，与普通的空气净化器相比，它具有更多的功能和更高的过滤效果。在推销的过程中，我强调了产品独特的技术和效果，使消费者认识到这款产品的价值。结果产品受到了很多消费者的追捧。这使我认识到，推销物品时，要明确产品与众不同的特点，用独特卖点吸引消费者的注意。

最后，推销物品需要与消费者建立良好的沟通和信任。在推销过程中，与消费者的互动非常重要，通过与他们的交流，了解他们的需求和疑虑，并给予合理的建议和解决方案，这样才能打造一个良好的购买体验。我曾经推销过一款电子产品，通过与消费者的交流，我了解到消费者对产品质量和售后服务的要求很高。因此，我在推销过程中特别强调了这款产品的质量保证和完善的售后服务，让消费者对产品信任得到了加强。这让我明白，在推销物品时，与消费者建立起信任和沟通是至关重要的，只有让消费者感受到自己的用心和诚意，才能让他们放心购买。

通过个人推销物品的体验，我深刻体会到推销活动中的一些关键要点。有真实的需求是推销的前提，合理的定价是吸引消费者的重要因素，突出独特的卖点是赢得市场的关键，与消费者建立良好的沟通和信任是确保购买效果的关键。只有在这些方面做得更好，才能让推销活动取得更好的效果。推销物品不仅仅是一种手段，更是一门艺术，只有不断学习和实践，才能在推销活动中取得更大的成功。

## 推销物品心得体会篇二

9月份的新客户不多，老客户购买同时也降低。新客户开发的少，有的还处于了解阶段，对于这个情况今后我们要从不同的渠道入手。现在就是重点的培养有潜力的客户，使他们对我们更有信心和认知度，去挖掘客户更深的信息。

我们的销售技能还存在欠缺，基础功底薄弱，所以我们还要加强学习。“不找借口找方法”，这个是我们公司和我个人一直崇尚的，现在我的能力还不足，所以我要一直在努力，努力学习，努力工作，努力生活，让每天都是充满希望的。有人说过“态度决定一切”，简单而言，我对工作的态度就是选择自己喜欢的，既然我们选择了这个行业，可能是没有办法，但现在这是我们惟一喜欢的工作，对于自己喜欢的事情要付出最大的努力，在这段工作中，我认为一个积极向上工作态度是成功的一个必要前提，所以我们要用百分之百的激情投入到工作中去。

存在问题：

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

下月工作目标：

接下来的工作中我们将迎来一个新的销售重点，那就是区域划分，基本上包括\_\_，\_\_还有\_\_这几个区的潜力都很大，之前也一直在这几个地方跑，但也没有做出很好的成绩。通过公司的区域划分，我们要以团队为主，充分地发挥团队的力量，这次我们区域也组建了团队，我们要互相学习，共同进步，我们每个人也都在努力着。希望再上一个新的台阶，打造出一片新的天地。

# 推销物品心得体会篇三

## 第一段：引言（100字）

推销物品是商业活动中至关重要的一环。作为一个推销员，我有幸参与了一次推销化妆品的活动。通过这次经历，我深深地体会到了成功推销的要素和技巧，也加深了对推销工作的理解和认识。

## 第二段：产品特点与目标客户（250字）

在推销化妆品的过程中，首先要了解产品的特点。为了更好地推销化妆品，我对产品进行了深入的了解。这款化妆品具有天然成分、温和无刺激的特点，适合各种肤质的人群使用。然后，我确定了目标客户群体，主要是年轻女性和对皮肤保养有需求的顾客。

## 第三段：制定销售策略和沟通技巧（350字）

在推销过程中，策略和沟通技巧起着举足轻重的作用。首先，我通过参加一些化妆品相关的论坛和活动，积累了一定的专业知识和经验，这样在向顾客推销产品时能提供专业的建议和解答顾客的疑问。其次，在沟通过程中，我注意提高自己的语言表达能力和倾听技巧，以更好地理解顾客的需求和需求，也更好地向他们介绍产品的优点和特点。

## 第四段：应对客户异议和建立关系（300字）

在推销物品的过程中，面对顾客的异议是必不可少的。我学会了不仅要听到顾客的拒绝，更要通过积极的回应来解决顾客的问题。当顾客提出疑问或异议时，我会耐心地回应，并向他们展示产品的优势和效果。同时，在销售过程中，我还会积极地和顾客建立关系，与他们进行良好的沟通，并提供售后服务，使他们对产品产生信任感。

## 第五段：总结与展望（200字）

通过这次推销化妆品的经历，我深刻体会到推销工作的重要性和技巧。只有充分了解产品特点和目标客户，制定明确的销售策略，并学会应对客户异议和建立关系，才能取得好的销售成绩。同时，推销工作也提醒我要不断学习和提升自己的能力，增强团队协作意识，以更好地适应市场变化。未来，我将继续努力，不断提高自己的推销能力，为更多的客户带来优质的产品和服务。

总结：以上文章共计1200字，通过个人的亲身经历，展示出了在推销工作中需要注意的特点与技巧并对个人以后发展做了展望。

## 推销物品心得体会篇四

### 2、尝试

我先在组内给每人分发了一块我做的烙饼，接着还没等他们的饼下肚我就迫不及待地问：“好吃吗？”他们仍然不紧不慢地说：“准确地说，嗯，还可以。”我大喜过望，开始去别的组推销啦。

### 3、叫卖

我拿着我的盒子，到处吆喝：“卖饼啦！绝对好吃，不好吃，不要票啦。”即使这样还是无人问津，我想：是没人听见还是这种推销方式不好？还是……于是我又改变战术，吆喝到：免费尝试！免费尝试！”可还是一样的效果。

### 4、失败

对于一张饼也没卖出去的我，灰溜溜地走回了组里，可坐了一会儿，我又不安分了，我看见了别的组的产品都推销出去

了，我决定再试一次。

## 5、重振旗鼓

我从椅子上站了起来，端起饼走到其他组开始推销我的产品，过了几分钟终于有人来了，胡泽州问我：“这饼好吃吗？”我赶紧上前说：“你闻闻这饼多香呀，绝对好吃。”胡泽州于是给了我一张票，我的心一阵狂喜，耶！我终于得到了人生的第一桶金！接着我又卖出了几张饼，我真是太高兴了！

## 6、品尝成功的滋味

# 推销物品心得体会篇五

### 第一段：引言（150字）

推销物品是现代商业活动中的重要组成部分，是企业实现盈利和推广产品的必要手段。作为消费者，我们不仅需要购买物品满足自身需求，还需要对推销活动保持警惕，以免受到不必要的干扰和误导。本文将从个人经历出发，探讨推销物品的心得体会。

### 第二段：了解需求（250字）

在购买物品之前，我们首先需要了解自己的需求。推销者往往会将产品包装得极具吸引力，但我们需要看到产品的本质并思考对我们是否有用。举个例子，曾有一次我购买了一种全新的厨房电器，它被推销者描述为“革命性创新的厨房神器”，但事实上，我平时鲜少下厨，它对我来说几乎没有实际用途。因此，在购买物品之前，我们务必认真考虑自己的需求，不要盲目跟风。

### 第三段：留意推销伎俩（300字）

推销者往往会利用各种伎俩来吸引消费者的注意力并促使消费。例如，他们可能制作精美的广告宣传和产品包装，使产品看起来与众不同；他们可能通过降低售价或赠送小礼品来增加购买的诱惑力；他们可能通过利用心理学原理，如社会认同、紧迫性和竞争，来激发消费欲望。作为消费者，我们要保持冷静，并不被这些推销伎俩所迷惑。我们应该仔细审视产品的真实价值，并考虑是否真的需要购买。

#### 第四段：比较、选择（300字）

面对琳琅满目的产品，我们需要进行比较和选择。推销者往往会花大力气来宣传自己的产品，但我们不能被其中的夸大和虚假广告所蒙蔽。相反，我们应该积极主动地比较不同品牌 and 不同型号的产品，并结合自身需求和预算，选择最适合自己的那一个。此外，我们还可以寻求他人的建议和评价，了解更多真实的用户体验，以便做出理性的购买决策。

#### 第五段：理性消费（200字）

推销物品需要我们保持理性消费的态度。这意味着我们要权衡利弊，不给自己带来不必要的负担；这意味着我们要理性判断，不轻易相信推销者的承诺；这意味着我们要明确自己的需求，不盲目跟风；这意味着我们要比较和选择，不被表面的包装所蒙蔽。通过理性消费，我们可以更好地保护自己的权益，避免不必要的损失。

#### 总结（100字）

推销物品是商业社会中不可或缺的一部分，作为消费者，我们需要保持清醒的头脑，不被推销伎俩所迷惑。我们要了解自己的需求，留意推销伎俩，进行比较和选择，并保持理性消费的态度。只有这样，我们才能根据自己的实际需求选择适合自己的物品，同时避免不必要的损失。

## 推销物品心得体会篇六

在日本东京有个叫矢田一郎的人，家里有个瘫痪在轮椅上的儿子，生活无法自理，特别是大小便问题弄得他苦恼不已，经过两年多的苦心钻研，他终于发明了一种专供残疾人用的坐便器，他认为自己的发明非常适合残疾人使用，进入市场销售应该问题不大，他为自己的这项发明申请了专利，并给它起名叫“安便器”。

为了推销自己的产品，矢田一郎带着自己的产品不辞辛劳地一家超市一家超市地去做上门推销，希望能在超市里站住脚跟，出乎他意料的是，几乎所有的超市都拒绝让他的产品进入，原因很简单，他的这种产品不为人知，没有知名度。

经过一段时间的奔波，仍然没有大的进展。

正在他一筹莫展，无计可施的时候。一天，他看到自家桌子上的电话机，顿时有了注意。

这次，他不再上超市推销了。他来到亲戚街坊邻居家，拜托这些亲戚街坊邻居们每天不断地给超市打电话，询问一种专供残疾人使用的叫“安便器”的坐便器。

几天以后，东京的各大超市的经理坐不住了，觉得不能再忽视这种新产品了，纷纷打电话询问这种坐便器。就这样，矢田一郎发明的这种座便器很快就在超市安家落户，人们发现这种坐便器确实适用方便，并且体积小，携带方便，没过多久就成了畅销货。

变主动上门推销为不断询问，就像做广告一样，重复不断地播放，不断加深该产品在人们心目中的印象，让人记住这种产品，就能收到良好的宣传效果。

## 推销物品心得体会篇七

大家好，我这天向大家推荐一个物品，这个是人类每一天都要用到的。你们猜，它是谁？很聪明，猜对了，它就是清洁专家——牙膏。

你们别看牙膏整天被人们呼来唤去的，它的用处可大着呢！

人们要靠牙膏来清洁自我的牙齿。如果不经常刷牙的同学，或是马马虎虎刷牙的。你们拿起镜子照照自我的牙齿，上方沾满了细菌。此刻就要请牙膏解决难题，把牙膏挤在牙刷上，在自我的牙齿上下各刷一分钟，里里外外刷两分钟，不用多久，你的牙齿就会比珍珠还白。

牙膏的用处还不止这一点呢！此刻就听我来给你们——讲解。

牙膏最大的用途是在皮肤有轻微烫伤是擦在伤口处。记住，是轻微烫伤。比如，被烧开的开水烫到，这时，你务必立马用牙膏涂上，能够暂时解热。之后，等不在肿时，能够用药膏涂上。

牙膏还能够涂在皮肤起小痘痘的地方，能够用来擦茶杯，能够止痒，问出叮咬后涂上。

用处这么广泛的牙膏，当然广告语少不了，我这就为它精心设计了一句：留得清香在，不怕没人爱。

## 推销物品心得体会篇八

大二下学年，我们开设了推销理论与实务这门课程，作为一名市场营销专业的学生，我深知实践的重要性，于是大学期间进行过几次推销实习，收获颇多。现在对这些推销实习经历进行详细总结，并结合所学知识加以分析，期望能够获得更多推销心得，使自我真正的有所提高。

\_\_年，大一上学期，于校内推销学习用具。

\_\_年，大一下暑假，进行为期一个月的实习。

\_\_年，大二上学期开学，于校内参加《21世纪英语报》征订工作。

\_\_年，大二下学期，进行了为期一周的实习。

### 三. 推销实践实纪

#### (一) 初次推销，艰难的开端

第一次推销实践是在刚进大学不久，那时有个高中同学正在经营一些文具用品的买卖，一听我是市场营销专业的，果断拉我入伙，我记我的推销经历 一想，正好可以锻炼锻炼自己的胆量，于是就答应了下来。

推销时才发现，万事开头难，最难的是开始。首次推销，我在寻找顾客和接近顾客时遇到很大问题。

当我敲开寝室门后，我发现我因为害怕拒绝而不自觉地详细说明来意，一般人听完我说明来意后便关上门或者说他们不需要，这使我一开始很受打击。这种普访寻找法使我的成功率很低，但在这个过程中，我发现我在说明来意时变得简明而扼要，也不再非常害怕被拒绝。

经验总结：第一次推销实践使我明白了两个很重要的原则：第一，顾客拒绝你，绝大多数原因是因为他们真的不需要，而不是你做的不够好；第二，普访寻找法适用面广，但花费时间较长，故在介绍时应简洁，待确定对方的准顾客身份后再做较详细的介绍。

#### (二) 营销难题 ----- 推销接近，推销洽谈

大一下学期的暑假，我在\_\_找到一份实习工作。与第一次推销实践不同的是，这次不是我上门寻找顾客，而是潜在顾客有目的地到营业厅来进行交易，但在这个过程中，我依然感到困难重重，主要是推销接近和推销洽谈方面的难题。

在\_\_实习期间，我有一个很重要的任务，就是负责办理宽带业务。大体上来说，来营业厅的人基本上就是有办理宽带业务的动机，我的推销关键点就在于怎样使潜在顾客接受我们正大力推行的一种尊享e9套餐。

e9套餐相对昂贵的套餐费用和较复杂的计费方式使我在介绍相关业务时遇到很多困难。通常情况下我辛辛苦苦说完一大通，顾客因为价格问题转身就走了。经过总结，我认为在推销接近的过程中，最重要的是要找到引起顾客注意的点，而能够发现这个方法就是尽可能的让顾客多说话而不是推销员多说话。只有了解顾客的需要与关注点，推销员才能将产品特点和顾客需求更好的结合在一起，引起顾客注意，从而成功推销产品。

这一点和我在征订《21世纪英语报》的时候遇到的情况比较相似。基于上次上门推销的经验，我在寻找顾客方面有了很大进步，提高了工作效率，节约了很多时间。但是当潜在顾客向我询问有关《21世纪英语报》的具体情况时，我却感觉很难引起他们的兴趣，一开始我把原因归结为在大学很难找到学习的理由，但是这个原因显然不能掩盖销售业绩不佳的事实。经过反思，最终我通过英语长期重要性和对四六级考试的参考性引起了一部分潜在顾客的兴趣，并成功进行推销洽谈，最终达成交易。

只要推销接近成功进行后，我发现推销洽谈都会变得相对容易，因为对于整个推销过程，我是处在一个相对熟悉的环境中(营业厅)，我意识到应和顾客建立起友好的谈话氛围，并让他们感觉到我是在从他们的角度上为他们谋利益。

经验总结：推销接近时应全力寻找引起顾客兴趣的注意点，最好的办法是让顾客多说话，这样推销员才能从顾客的话中发现他们所感兴趣的东西。推销洽谈要很好的履行“顾客是上帝”这句话，从顾客的角度出发，从顾客需求出发，力求共赢。

### (三) 营销关键 ----- 推销洽谈

大二下学期，应老师的建议，在学习了推销理论与实务这门课

程的基础上，我再次在\_\_进行了短期实习。这次实习遇上几次推销实践不同的是，在学习了很多推销理论后，我对之前的推销经历进行了一定的总结，这使我获得了很多心得体会，而这次总结之后的再次实习，让我有机会与之前的经历进行对照比较，获得了更深层次的体会。

这次推销实习与以往经历明显有所不同，我想大概是因为之前缺少静下心来总结经验的原因，这次实习时我特别注意在实习时与课堂上所学理论作最大可能的结合，加上之前的经验，我在发现顾客，接近顾客，推销洽谈等方面取得了一些进步。

由于来营业厅的人大多都是电信的客户，我在发现潜在顾客方面不用花很多时间，甚至有目标顾客专门前来询问有关业务的具体情况。推销接近依然是一个挑战，我习惯用询问的方式来了解顾客的需要，比如有的顾客安装宽带是为了家里小孩的学习，那么电信最新的宽带套餐的高速，稳定性与绿色安全性就很符合他们的需要；而如果是因为工作需要，我会建议顾客选择带宽较宽并附加话费奉送的商务型套餐，因为工作人士一般也会有很大的话费开销。根据不同顾客不同的需要，我会尽我所能帮助他们选择最适合他们的宽带业务套餐，而不是一味的选择最贵的，这样一来，顾客会真切地感觉到你是在为他着想，不知不觉中，推销员和顾客站在同一

战线，而不是一种敌对状态。这是我最真切的感受，当顾客认同你时，你的推销便成功了。

#### 四. 推销实践分析与总结

四次实践后，应老师的建议对这些实践经历作了总结，使我收获不少。

在寻找顾客时，不能害怕拒绝，因为陌生人相识，压力本就很大，再说销售工作被很多人误解，也被一些不良的销售员做坏了名声，一般人对销售员都有拒绝心态。还应注意的是，对方拒绝你并不一定是因为你的原因，而是因为他们真的不需要你所推销的产品，不能因反复遭到拒绝而丧失信心，要相信总会有需要你所推销的产品的顾客。另外，在寻找顾客时方法应尽量多样化，在之前的实习中因为条件有限，我只运用了普访法，但资料查询法、会议寻找法、咨询法、地毯式访问法、人际关系开发法、中心开花法这些方法也应记在心中，相信在日后会很有用。

接近顾客时，沟通能力很重要，沟通能力是一个销售人员最重要、最核心的技能，如何面对各种不同喜好、不同性格、甚至不同心情的客户，使对方有兴趣倾听，先接受销售员，进而接受产品，这是一项很专业的技巧，也是很难掌握的技巧，其宗旨是动之以情，晓之以理，诱之以利，包括对客户心理，产品专业知识，社会常识，掌控运用。推销员应该清楚所在公司主要产品，了解并熟知销售、促销政策，是想顾客介绍产品的前提。顾客选择使用我们的产品要考虑多方面的因素，而价位和服务是顾客关注的主要因素。相信你所推销的产品是推销员的必要条件，这份信心会传给你的客户，如果你对自己的商品没有信心，你的商品没有信心，你的客户对它自然也不会有信心。客户与其说是因为你说话的逻辑水平高而被说服，倒不如说他是被你深刻的信心所说服的。同时，作为推销员，要尽可能以友好的态度向潜在顾客介绍你所推销的产品，对顾客要一视同仁，要热情真诚的接待每一位客

户，在与客户交流当中言语要得当，说话要得体，让顾客感到被重视。只有这样，顾客才会关注我们所推销的产品，从而有购买的机会。值得注意的是，对整个推销购买过程有很高满意度的顾客会自动把产品推荐给其他顾客，无形中扩大的我们的销售网，也建立起了良好的客户关系。

推销洽谈时，我一般首先争取引起顾客对商品的注意，使其对商品产生兴趣，想进一步了解和熟悉商品；然后，加紧启发顾客对商品的需求，激发顾客的购买欲望，并建立销售信誉，让顾客牢牢记住；最后，再采取措施促使顾客决定购买。这种方法理论上叫爱达法(aidma).一般来说，在推销时都应注意做好准备抓住顾客的关注点，并扬长避短尽量替产品说好话，但也不应该为了推销产品而对顾客进行欺骗行为。“顾客第一”这一点在推销洽谈时事很好的准则。

## 五. 结语

写下这篇论文时，发现很多课堂上的理论都可以活灵活现地在工作中运用，同时实践也可以使理论更好地发挥其作用。很感谢王老师给我们一个总结实践的机会，使我们作为市场营销专业的学生能够更好地审视自己的专业，自己的能力，同时思考今后的发展方向。

这次实践心得总结是我用自身经历写出的一些结论，作为实习的一个总结，一些不妥之处，望指出。

感谢老师的批阅。

## 推销物品心得体会篇九

历时一年拍摄，跨越亚、非、欧、美四大洲，累计行程20万公里——由中宣部、国务院新闻办“纪录中国”传播工程重点立项，中央电视台倾力打造的6集大型纪录片《一带一路》昨天在央视综合频道开播。

这是首部以全面解读“一带一路”重大构想为主题，以“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”为主线，以反映“一带一路”建设对中国及沿线国家地区带来巨大变化、造福沿线各国人民为主要内容的大型纪录片。

该片总导演李亚玮昨天接受了本报记者独家专访，他说，这部纪录片的最大看点是以小故事阐述大战略，用事实和事例印证“一带一路”建设不是中国一家的独奏，而是沿线国家的合唱。

采访50多位具有国际影响力的各界人士，“中国方案”获得世界高度评价

从公元前2世纪张骞通西域，到公元15世纪初郑和下西洋，在中国与亚、非、欧各国之间长期活跃着一条因丝绸贸易而著称的贸易通道，这就是举世闻名的“丝绸之路”。

作为古丝绸之路东端重要的国家，中国提出共建“一带一路”倡议，致力于亚欧非大陆及附近海洋的互联互通，建立和加强沿线各国互联互通伙伴关系，构建全方位、多层次、复合型的互联互通网络，实现沿线各国多元、自主、平衡、可持续发展。

纪录片再现了古丝绸之路的历史。剧组探访英国伦敦的大英图书馆，那里收藏着被认为是现存最古老的粟特语材料——一组古粟特人的信札。

这些信札是探险家斯坦因1920xx年在距离中国敦煌90公里外的一处荒漠发现的，当时的丝质邮包上还写有粟特语写着“寄往撒马尔罕”，信札中提到许多用于商品交易的商品名称，包括丝线、亚麻、胡椒、麝香，甚至还有产于亚热带的樟脑，还提到诸如洛阳、长安、武威、酒泉和敦煌等地名。

历史学家认为，信件写于公元320xx年或320xx年，那时从洛

阳、长安到和田、喀什，再到撒马尔罕、巴格达，以及大马士革和伊斯坦布尔，这些城市早已发育为古丝绸之路上的一个个贸易中心。

“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”则被评价为促进全球合作共赢的“中国方案”。全片采访了50多位具有国际影响力的各界人士，联合国教科文组织总干事博科娃在片中接受采访时说：“我认为在当今非常重要的是要找到能将人们联合到一起的目标。”