

面包销售工作心得体会(通用7篇)

我们得到了一些心得体会以后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样能够给人努力向前的动力。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

面包销售工作心得体会篇一

一、背景

目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

二、前景

目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

三、主要产品

- 1、面包、蛋挞、冻品类(慕斯)、月饼、西饼蛋糕、生日蛋糕。
- 2、一般产品。
- 3、diy产品。

四、服务计划

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

五、竞争性分析

目前市场上面包店的不足：

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

六、我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

七、风险与防范措施

风险：

1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。

2、蛋糕等产品属于高热量，与如今减肥当道的女性审美观念相冲突。

3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。

4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。

2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛；diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

面包销售工作心得体会篇二

妈妈，什么时候才能够不吃这淡淡的面包呀？

有这面包吃已经算好了！还挑这挑那的！我们吃什么你也吃什么，哪来那么多废话！像你妈妈我小时候，能吃上块面包就算很不错啦！妈妈严肃地对我说。

妈妈您就别提这老黄历了

不好，老妈要发火了，我手忙脚乱地拿起已经吃了一半的面包，说了声：兴趣班要迟到了，我先走了，再见，妈妈！我出门就往外跑，见有一只垃圾桶，我随手把面包投入垃圾桶，口中念叨：2分！扔了面包，我整个人舒爽了许多。可是，我怎么也想不到，面包风波马上来临。

放学回家，我走进家门一看，家里的空气似乎要凝固了。爸爸看了我很长时间，才明知故问：回来了？我应了一声，看见茶几上放着一块被咬过的面包，看起来还挺眼熟的。爸爸

说：看到了吧，说说吧。我小声嘀咕道：不就是半块面包嘛，有什么可以大惊小怪的呀！我吃不下。虽然我说的声音很小，但还是被妈妈听到了，她呵斥道：黄若辉，你吃不下，就别吃了！今天中饭开始，饿两天试试。

到了傍晚，我饿得肚皮贴着背，实在难受，只好向妈妈道歉！妈妈似乎还没消气，酸酸地说：还吃不下吗？我垂头丧气地说：吃得下，不浪费了！说完，我快速走向餐桌，狼吞虎咽地吃起饭来。

从那以后，我一次也没有浪费过粮食。

面包销售工作心得体会篇三

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

我们的目标是先开一家旗舰店，立足本地市场，根据客户需求和意见不断改进，然后在此基础上逐渐在本地发展直营店，最后成立公司，以直营和连锁加盟相结合的形式把面包店开到全国甚至世界各地，建立属于我们中国人自己的本土面包店品牌。

我们主要经营面包、甜品、糕点、精品饮料等，在此基础上，我们会联合科研机构与学校根据各地的特色食品和特产，开

发新的适合老百姓食用的健康、美味的食物。

- 1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们一定会使用最安全、健康的食材。
- 2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。
- 3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。
- 4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

- 1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。
- 2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。
- 3、产品种类单一，口味单调。
- 4、广告宣传不足，客户认知度不高。
- 5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场
- 6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算明年针对比较重要的原材料，与人合作建立自己的基地，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

5、目前市场远远没有饱和，针对市场上的弱势竞争者，我们的加入会加快市场洗牌，提升行业整体水平，市场前景非常广泛。

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

资金需求：资金以单店计算：1、店面租金：2万/年(30平方米)2、装修：1万3、设备：2万4、证件执照□20xx左右5、工资：1名店长2万每年;3名店员共3万每年，总计5万/年。装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在10万左右。

收入分析：根据旗舰店目前的销量，每日平均销售额1000左右，月销售额2万，年销售额24万。

效益分析：24万收入减去固定成本10万，年纯入14万，由于面包行业利润率相对较高，扣除面包的原材料成本，单店年利润基本能超过8万。

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

- 1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。
- 2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品;对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包;对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出

了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。

3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。

4、新店开业我们准备了不少的活动：例如diy蛋糕大赛;diy巧克力拼图;新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大和其他分店的开张，我们的品牌影响力将会不断增强。

1、经营品种：面包店经营面包、蛋挞及牛奶、饮料。

2、产品定位：定位于白领，小区居住人员，月收入3500元以上的消费人群。

3、产品价格：单个面包平均价格在3、5元/个左右。

4、经营方式：现烤现卖，性价比高，有一定的竞争力。

5、优势分析：现烤现卖，色香味俱全，能吸引消费者。可自主开发一些拳头产品、特色产品，增加销售量。

6、劣势：面包师傅流动性大，稳定性不强，会导致产品质量不稳定;选址在白领多的地方，上下班集中的地方，房租较高。

1、市场总量：当地(广州)面包市场占早餐市场20%左右，我们能在面包市场占30%左右。

2、需求分析：白领，小学生。

3、市场定位：中端。

4、当地经济水平能接受产品。

5、竞争对手有高价格高品质产品，应对方法：加强产品品质及口感，推出几个招牌产品，并且性价比要高。

1、个人具备创业相关知识和销售知识。

2、个人有7年面包从业经验，可努力打造产品的核心竞争力。

3、熟悉进出货渠道，有一定的人脉，有成本优势。

1、长期目标：一个连锁面包店。

2、中期目标：开三家店有赢利并能控制好的面包店，实行标准化、模式化。

3、短期目标：开一家自己品牌的面包店。

1、好的营销策略。

2、特色服务，特定拳头产品实行定时免费品尝。

3、售后服务。

1、客人来时始终保持微笑。

2、给客人提供多种选择。

一、投资费用：1、设备费4万元；2、租金3000-8000元左右；3、装修费3万元左右；4、进货额2万元；5、流动资金2万元左右。共计：10万元左右。

二、成本核算

以每月计算：门店租金3000-8000元，水电费1500元，工商税收500元，工资6000-8000元，运费500元/月，共计：11500-18500元。

利润预估(以月计算)

1、成本总额：15500元左右。

2、销售毛利：21000元左右。

3、纯利润：5500元左右。

1、针对可能在中途营运中出现师傅跳槽现象，设计其报酬为工资+提成，提成的50%下月发放，余下的半年后发放。

2、让员工稳定下来，采取工资+提成+绩效奖+全勤奖，表现最佳奖等方式，让员工有归属感。

3、如果出现亏损，想方设法提高销售额。

在想尽各种方法不能止损的情况下，就赶紧把店转让，把设备转移到其他店或变卖以减少损失。

面包销售工作心得体会篇四

美国某州发生了水灾，面包紧缺。凯瑟琳面包公司的外勤人员由于没有接到特别的指示，照常按循环表出外到各经销店送刚烘制出来的新鲜面包和回收超过期限的面包。

一天，运货员乘车从几家偏僻商店回收了一批过期面包。返程途中，停在人口稠密区的一家经销店前，便立刻被一群抢购面包者包围住了，提出要购买车上的面包。人越围越多，几个记者也加入其中。运货员被逼得无奈，只得解释道：“请原谅，不是我不卖，而是公司规定超过三天的面包为不新鲜食品，一律不准出售，请大家放我过去吧！”饥民们哪里同意，面包过了三天又没有变质，还是可以吃的。

记者愕然：“这不成‘抢劫’了吗？”

“不是‘抢’，是‘强买’。”运货员解释道，“他们把面包拿走，凭良心随便丢几个钱，不就不算抢了吗？反正公司也不会在乎一车过期面包的。”于是，一车面包很快被抢购一空。

记者将获得的这一独家新闻，着力渲染，登在报上，成了轰动一时的新闻。凯瑟琳面包公司因此名声大振，公司面包销量成倍增长。那名运货员也因将此事处理妥当，被破格提拔为公司业务经理。

面包销售工作心得体会篇五

有一间破旧、丑陋的小房子里，住着穷人强强一家。他们天天靠拾废品生活。

一天强强出去拾废品的时候，看见一只小灰狗都奄奄一息了，小强不忍心小灰狗无辜失去生命，便把小灰狗抱回家了。

强强看小灰狗又累又饿，于是就把家里剩下的食物给小灰狗吃了。小灰狗吃完饭菜后，发出一阵阵光芒，说：善良的强强你好！我原来是玉帝的宠物，可因为触犯了天条，被玉帝打下了人间。我本以为我会死，可是你救了我，谢谢你！话音刚落，小灰狗就闭上了眼睛，从嘴里吐出一颗种子，又说：“这是一颗神奇的种子，只要你精心照顾着它，那么它也会好好地报答你的。”说完后，小灰狗就化作了一条飞龙飞走了。

强强小心地捧起种子，跑到房子旁边，把种子种到了地里。

日子一天一天过去了，种子长成了一棵大树。风儿吹过，它的枝叶也随风飘荡。更神奇的是，树上居然结出一只面包。

从此，强强一家过上了富裕的生活。再也不要靠拾废品来换

食物填饱肚子了。有时，强强也会分一些面包给其他穷人吃。有了这棵树，强强的生活变得更加丰富多彩。

面包销售工作心得体会篇六

一、时间：月日—一月日

二、地点：大酒店

三、活动目标及活动宗旨：

- 1、让顾客了解大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

四、公众对象：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位：“融融端午情；团圆家万兴”在酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

六、促销活动组合

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，金开房1间送20元餐饮消费卷。

2、餐饮部以“融融端午情；团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。

1)、美食城的菜价10元，纯啤买一送一。

2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费券20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团园宴，预定团园宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

3 ktv

a)开晚场消费送餐饮消费券20元。

b)消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

c)餐饮消费达到400元以上者送ktv下午场包厢一间(中包，提供茶水一壶)。

4、桑拿中心

全套300元送餐饮消费券20元。

七、营销活动效果分析

1、这次策划体现大酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲

朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

1)酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

2)此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对大酒店的认识。

3)通过此次营销计划，应实现目标：客房1.2万元/天，餐饮1万元/天，ktv3千元/天，休闲中心1.2万元/天。总计3.7万元/天。

八、经费预算及广告策划：

1、县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由总负责。

2、县所有的手机尾数带6、8、9用户地毯式短信覆盖。预计发5000条，共500元。由经理负责。

3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用20__元。由总负责。

4、县所有的出租车车张贴广告。费用1000元。由部长负责。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。费用300元。由经理、经理负责。

6、消费卷制作400张，费用50元。由负责。

附：广告词

1、新(酒店名称)新娱乐新消费端午节全场赠送惊喜多多

2、新(酒店名称)新口味美食城?款菜价10元，啤酒买一送一

- 3、(酒店名称)ktv全新砚修改版，倾情推出唱歌送餐饮
- 4、(酒店名称)桑拿中心让您感受夏日冰与火的较量
- 5、“开心唱歌、畅心用餐”大酒店高贵而不昂贵
- 6、“天籁之音，魅力互动”来(酒店名称)ktv有意外惊喜
- 7、“融融端午情;团圆家万兴”(酒店名称)预定酒宴送ktv下午场

九、其它在月日前应完善和配套的工作

- 1、所有部门的工作服发放到位。由负责。
- 2□ktv及餐饮改造完工。由总负责。
- 3□ktv小姐服制作完毕。由负责。
- 4、消费卷发放的管理由财务部制定完善。由会计负责。
- 5、所有部门的宣传鼓动及准备工作完成完成。由各部经理负责。

面包销售工作心得体会篇七

这次营销策划也大大提高了我们整个小组的凝聚力，让我们更加的注重的团队精神。当然我们队员间除了默契的配合外，当然也有为一点的问题而吵得面红耳赤，总是想让对方理解自己的见解，并且同意自己的想法。虽然对问题的看法有不同的观点，但是很快也能达成共识，为了答上一份满意的作业，大家都努力着。策划的过程虽然任务很重，但我们也很开心，当遇到问题时，我们都会相互帮助，当有困难时，大家一起解决，那种破解困难后的成功的喜悦无法用言语来

形容。其实，不管最后的结果会怎样，我们都是成功的，因为我们更看中过程而不是结果，在策划活动的过程中，我们不但学到了市场营销策划课程方面的知识，而且还收获了团队协作的快乐！

课堂上我学会了怎样做市场营销策划书：首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求制定销售计划并成功的施行并成功的达到目标，这一过程其实很不容易，如果在事前少了充分的准备，实地考察的过程中就会出现很多的麻烦，很难找到对应的解决办法。并且市场营销策划要注重实践认知和掌握技能，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。我也更感受到了集体的重要性，单靠着一个人的努力，是不能把事情做好的，大家只有相互协作，才可以取得成功。

关于产品销售

进行顾客关系管理，意思就是与顾客保持良好的关系，从而有利于随时与新老顾客进行交流、沟通。如果对于有实力的顾客没有进行有效的跟进维护，就会导致顾客把你忘记，同时就会忘记你所销售的产品。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注、关心顾客的各个细节，与他们成为朋友，建立信赖感。在销售领域，彼此没有信赖感是无法达成任何销售的，要以诚待人，以你最优质最独特的服务感动顾客。在实际工作中我是这样做的：当顾客在专柜成交后，我会留下他的顾客资料，当遇到天气转变、商场活动、或者新品到货，我都会第一时间给他们发送温馨短信及祝福，而且对于那些经常逛商场的顾客，我会细心地记下他们的姓名及特征，好能第一时间给他们打招呼，让他觉得你就像是朋友一样惦记他。

二、用积极的情绪来感染顾客

三、寻找准客户

大街上所有的人都有可能成为我们的顾客，但很大一部分最后不会成为你的顾客。顾客总是存在的，问题是你如何寻找这些顾客，方法是要求先求质后求量的。

了解顾客的需求

顾客只要来逛商场绝大部分都是有需求的，要通过察颜观色，以及语言沟通来了解顾客的真实想法。然后用你的产品独一无二的特点，无微不至的服务让顾客产生购买的欲望，从而成交。二流销售员是满足顾客的需求。一流销售员是创造顾客的需求，既所谓“攻心为上”。

四、勤快，脸皮要够厚

第一要素就是要勤快。这就我们常说的要献殷勤，经常打个电话联络一下感情，增加顾客对你的印象。（当然不可以直奔主题，要先问候，关心他，在慢慢聊到产品，记得一定要把握好回访的技巧）