

新媒体分享会心得 会计分享自媒体心得 体会(精选8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

新媒体分享会心得篇一

会计分享自媒体是指以会计为主题，通过自媒体平台进行传播、分享相关知识和经验的一种形式。随着互联网和社交媒体的飞速发展，会计分享自媒体在过去几年中逐渐兴起，并获得了广大会计从业者的关注和参与。在这个自媒体时代，会计分享自媒体成为了一种重要的信息传播和学习的平台，也为会计人员提供了一个展示自己专业能力并吸引潜在客户的途径。在这篇文章中，我将分享我在会计分享自媒体上的心得体会。

第二段：自媒体的优势

会计分享自媒体相对于传统的传播方式，具有一些独特的优势。首先，自媒体平台上的内容可以随时随地被用户获取，使得传播效果更加广泛、及时。其次，会计分享自媒体能够借助互动功能与用户进行实时的互动交流，增加用户的参与感和粘性。此外，自媒体平台上的内容多样化，不仅可以通过文字传递知识，还可以通过图片、视频等多媒体形式进行传播，更便于信息的理解和消化。

第三段：自媒体的挑战

尽管会计分享自媒体具有许多优势，但也面临着一些挑战。首先，自媒体平台上的内容庞杂，导致会计从业者需要花费更多的时间和精力去筛选有价值的信息。其次，自媒体平台

的竞争激烈，很多人都加入了分享自媒体行列，导致同质化内容的增加，降低了会计分享自媒体的认可度和粘性。此外，自媒体平台对内容的要求较高，需要会计从业者拥有较强的写作和传播能力，这对于不具备相关专业背景的人来说是一项难题。

第四段：成功的关键因素

在会计分享自媒体取得成功的过程中，有几个关键因素是不可忽视的。首先，独特的创意和有吸引力的内容是吸引用户关注的重要途径。会计从业者应该根据自身的专业特长和经验，找到独特的切入点，为用户提供有价值的内容。其次，与用户建立良好的互动关系，及时回复用户的提问和评论，提供给用户更贴心的服务体验，增强用户粘性。此外，积极参与行业活动和持续学习，不断提升自身的专业水平，为自己在会计分享自媒体上的发展提供更坚实的基础。

第五段：对未来的展望

会计分享自媒体的兴起为会计行业带来了许多新的机遇和挑战。未来，随着技术的进步和社交媒体的不断发展，会计分享自媒体有望在传播方式和内容形式上实现更多的创新。同时，随着用户对内容质量要求的提高，会计分享自媒体从业者需要不断提升自己的专业能力和传播能力，以保持竞争力。在这个过程中，与其他会计分享自媒体从业者的合作和交流也显得尤为重要，通过互相学习和借鉴，共同促进行业的进步和发展。

总结：会计分享自媒体具有广泛的传播效果和互动的特点，成为了会计人员展示自己个人能力和吸引潜在客户的重要途径。然而，成功的分享自媒体需要具备独特的创意和优质的内容，与用户建立良好的互动关系，以及持续学习和提升自身的专业能力。我相信，只有通过不断努力和 innovation，才能在会计分享自媒体的领域中取得长远的发展和成功。

新媒体分享会心得篇二

核心提示：销售，英文名sales[]以前的老国有企业叫业务员或者跑业务的[]mba课程里比较含蓄的说法叫市场营销，而我，作为一个战斗在销售一线9年的老业务员来说，销售对我的含义就是一个字：卖！我的任务就是把东西卖出去，然后我拿我该拿的奖金或者提成。

无论你是卖彩电的还是茶叶蛋的，卖汽车洋房还是卖内裤袜子，我们因为是销售，所以我们有共同的语言。我们都要面对挑剔的客户，我们都背着沉重的指标，我们都计算着苛刻的费用，烈日炎炎下有我们，狂风暴雨中有我们，冰天雪地中有我们，吹着空调喝着咖啡在高楼大厦内看风景是和我们没关的。

有很多不做销售的朋友同事，都会和我说：你们做销售的真爽，想来公司来公司，想出去玩就出去玩，高档饭店和娱乐场所你们都去过，大好河山你们都看过，讲起话来滔滔不绝，收入却是公司所有员工里最高的。

所以，请坐在空调前对着电脑工作的朋友，请不要羡慕我们工作的自由和收入。我们有着和你们一样的工作烦恼，生活烦恼，我们不是没心没肺玩世不恭的人。

物流同志们，你们辛苦了，是你们无私的付出和兢兢业业的工作态度，才是我们后方最强大的保障，巧妇难为无米之炊，所以我们永远都爱你们！

售后服务部门的同志们，我只能用无语来形容你们。我并不是说所有企业的售后服务都不好，我也碰到过售后服务做得非常好的公司。可是但凡做过销售的，都或多或少被售后服务部门或者是售后服务部门理的那几个人气的吐过血。当我们在前方杀敌冲锋的时候，你们把我们攻下的堡垒一个又一个的献给了敌人，你们用各种各样的理由解释着产品的问题

或者是服务的问题，而唯独你们从不解释你们的问题。我真诚的希望售后服务部门，你们也应该对待客户像对待你们老板那样的尊重！

最后，前台，秘书，助理等等同志们，我真诚的感谢你们，你们永远拿着公司里最低的收入，干着公司里最杂的活，受着公司老板发出的最多的气，但是却是我们销售最好的伙伴，因为销售平时不在公司，所以到了公司接触最多的就是你们了，谢谢你们的付出！

言归正传，本人2000年6月我大学毕业到现在，从踏出校门那一刻起，我已经坚持在1线跑销售9年了，说实在的，我没有什么大抱负，也没什么野心和过人的本领，所以当领导和我没有关系，我仅仅是一个一线跑业务的。而且，为了养家糊口，为了生存，我在销售这条不归路上将继续走下去。

一、我只想谈谈我的销售之路和个人经验，不想炫耀什么，本身做了9年一线销售没升官没发财，也没什么值得炫耀的。

二、所有涉及人名公司名的，我尽量以字母简称代替。

三、所有事件均为原创和真实，大家砸砖的时候挑小一点的。谢谢！

1999年11月5日，我终生难忘的日子，那一天，我拿着老师给我的毕业生就业协议，盖上了广东一家知名的医药公司I集团的公章，那意味着我的人生轨迹开始向着一个崭新的方向而去。

我是浙江人，高考考入上海的一所医学类大学的本科，最初的人生梦想是做一名白衣使者，可是现实很惨酷，外地考入上海的孩子，在上海想进大医院并不容易，曾经面试过几家医院，但是几乎都以你不适合留在医院工作为由，拒绝了我，而且理由出奇的一致：你的心思太活，我们肯定留不住你。

当时面对的几种选择：考研；出国；回老家；转行做销售。考研和出国，我是毫无兴趣的，回老家，对于我们这样考到上海的人来说，丢不起那个人，于是，只有转行做销售了。也就是大家非常熟悉的一个名词：医药代表！

要说一点心理挣扎都没有，那是骗人的。虽然这个行业当时的名声还没有现在那么臭，可是要真做起来，心理负担还是有一些的。现在也有不少学弟学妹问过我，他（她）想做销售，可是老是下不了决心，瞻前顾后的。我说没有关系，没有几个**学毕业会那么主动的投靠销售的，毕竟这并不是有一份有多么体面的工作。大多数人都希望大学毕业在政府机关做个公务员，在事业单位挂个好职位，或者靠着老爸老妈就直接开个公司呢？大多数的销售，都是从踏入这个行业起，就是被社会硬逼到那一步的。那就是——如果你不做销售，也许你就没有工作，你就没有饭吃！所以，我也选择了这一行。从99年11月5日拿到就业协议书一直到00年6月28日离校，一直都在纠结中度过，想象着自己迷茫的未来。

新媒体分享会心得篇三

第一段：引言（100字）

自媒体是一个高成本、高回报的行业，是当今社会中不可或缺的因素。作为一名自媒体从业者，在挑战中成长，在失败中坚定信心，一路走来，留下了无数的心酸与感悟。今天，我想和大家分享我一个月自媒体的心得体会，希望对有志于此的朋友们有所帮助。

第二段：经验总结（300字）

首先讲一下自媒体初创过程中的经验，首先，精细化拆分大类别方案是一个非常好的创新模式。通过此模式可以有效地将由多种分类组成大类别，方便覆盖更多的受众人群。而且，自媒体的传播速度很快，因此在应对突发情况时，自媒

体能第一时间给出反馈，给读者以实际的帮助，并且可以促进用户的社交参与。同时，自媒体运营也应该有个性，因为它是基于个人兴趣和爱好的，在内容方面可以多方位展示自己的想法。这样才能不断加深用户与自媒体之间的沟通，建立起更好的亲切感与信任感。

第三段：思考和总结（300字）

自媒体的优势更多地在于关注领域内的感性和专业，这也是自媒体得以壮大且稳健发展的重要因素。自媒体在运营的过程中思考也是非常重要的一环，必须要有意识地了解从而改善自己的全局思考，了解市场的发展方向，并寻找更好的创新点。例如，让更多技术人员来写一个关于不同方向的技术的讨论文章，通过行业分析和语言推理等探讨，为读者提供更好的价值信息。

第四段：共鸣交流（300字）

当然，在实际操作过程中，还存在许多不断挑战的困惑和问题，例如内容的维护，与内容的策划，以及如何提高与读者的互动性，如何提高专题的同步效果等。各种困扰与问题都需要大家彼此学习和交流来解决，共鸣才能发展壮大。分享经验和思路，秉持共创共享的态度，才能使得自媒体行业在发展中更加卓有成效。

第五段：总结（200字）

自媒体是一个充满着可能的行业，光是创新的思路，优秀的内容和专业的技巧还不足以支持自媒体更好的发展。坚定的信念，敏锐的触觉和不断的反思精神也是非常重要的。即便表现尚未如人所愿，也要百折不回地坚持下去，用更积极的态度和方法去从容对待自媒体经营中的一切挑战。这样，才能建立出自己的品牌和专业性，真正成为自媒体行业的一种文化形态。

新媒体分享会心得篇四

文中的思嘉是一个很与众不同的女孩，独立、自我、有想法有作为，但是她的爱情观却让许多人不认同。起初，活泼美丽的她爱上了艾希礼，艾希礼在她的心目当中可以说是十分完美的，可是生活就是这么不尽如人意，她没能和自己所爱的人在一起，不知是什么原因，她选择了十分喜欢自己的查尔斯，可是不久查尔斯在战争中去世了，同时一个名为瑞德的男人向思嘉表达了爱意，后来思嘉又因为钱，陆续嫁给过两个男人，一个是妹妹的未婚夫，还有一个是瑞德，原以为会一直爱艾希礼的思嘉最终爱上了瑞德，可是最后瑞德却没有了信心在维持婚姻，与她分手。

在这本书中，我最喜欢的人物是瑞德，他“放荡不羁”但又不失自我，一身的痞子气但又不失男子汉的爱国豪情，而且居然他还出身名门(美国西点军校炮兵专业毕业生)。瑞德看起来像个玩世不恭、唯利是图的老痞子，但是从华贝儿口中我们可以知道，其实瑞德是个心地善良，乐于助人的人。

他对思嘉的爱是十分真切的。他对思嘉可以算得上是一见钟情，在那场舞会后他就再也没有忘记过那个较小倔强的身影。他想保护思嘉，宠爱思嘉，照料思嘉，让她事事称心，而思嘉却一次次地拒绝了。他说过，再永恒的爱也会有磨光的时候，而他的爱，是被思嘉愚蠢的固执磨光的。他的心，死了。当他女儿离开他时，他的心，再也回不来了。他爱思嘉，但他更了解思嘉，所以他从不说，只是通过行动表达，而思嘉却从来不想去了解他。最后，他绝望了，一次又一次的失望使他再也没有勇气再去尝试，他累了，他最终还是选择放弃了这段短暂的婚姻。

新媒体分享会心得篇五

随着网络媒体的快速发展和普及，越来越多的人开始关注和使用的个人自媒体平台，用于分享自己的观点、经验和作品。

作为一个长期从事个人自媒体创作的人，我深刻地体会到了个人自媒体的魅力和好处。在这篇文章中，我将与读者分享一些个人自媒体的心得体会，希望能给其他对个人自媒体感兴趣的人一些启示和帮助。

第一段：选择适合的平台

在个人自媒体的创作过程中，选择适合自己的平台是至关重要的第一步。不同的平台有着不同的特色和受众群体，因此我们需要根据自己的兴趣和目标去选择。例如，如果你善于文字表达，可以选择写作类平台，如微博、公众号等；如果你擅长摄影或视频制作，可以选择专门展示图片和视频的平台，如Instagram、YouTube等。选择适合自己的平台可以更好地展示和推广自己的作品，吸引更多的读者和观众。

第二段：坚持原创内容

个人自媒体的核心是内容创作，因此坚持原创内容非常重要。原创内容既能展示个人的独特思考和创造力，也能吸引更多读者和观众的关注。在创作内容时，我们要关注当前的热点话题和各种趋势，但也要保持自己的独特性和个性风格。此外，我们要善于观察和思考身边的事物，从中汲取灵感和素材，用自己的独到视角去呈现和解读。

第三段：与读者互动

个人自媒体并不只是单向的传播，与读者的互动是个人自媒体的另一个重要环节。与读者的互动可以增加读者的黏性和参与感，也能及时获得读者的反馈和建议，帮助我们不断地改进和提升自己的创作水平。在创作内容后，我们可以在文章或视频中引导读者评论和讨论，主动回复读者的问题和留言，也可以通过问答形式或互动活动与读者进行更深入的交流。与读者的互动不仅能够提高自媒体平台的影响力和知名度，也能建立起一个稳定的读者群体和粉丝基础。

第四段：规划合理的更新频率

在个人自媒体创作过程中，规划合理的更新频率是非常重要的。根据自己的时间和资源情况，我们要制定一个可行的更新计划，保持一定的稳定性和连贯性。在选择更新频率时，要兼顾数量和质量平衡，既不能过分追求数量而忽略了内容的质量，也不能因为追求完美而导致更新频率过低。定期更新能够增加读者和观众的粘性和忠诚度，也能够增加平台在网络上的曝光度，从而扩大影响力和知名度。

第五段：持之以恒，不忘初心

个人自媒体创作是一个需要持之以恒的过程，因此不忘初心非常重要。在创作过程中，我们会遇到各种挑战和困难，可能会感到厌倦或迷失方向，但是只有坚持下去，才能够不断积累经验，提高自己的创作水平。同时，我们要保持初心和热情，始终坚持自己的真实和独立性，不被外界的声音和利益所左右，才能够保持自己的个性和独特魅力。

总结：

个人自媒体是一个开放和自由的平台，任何人都可以在这里发表自己的观点和创作。通过选择适合的平台、坚持原创内容、与读者互动、规划合理的更新频率以及持之以恒不忘初心，我们可以充分利用个人自媒体平台，展示自己的才华和创意，影响更多的人。希望我的个人自媒体心得体会对其他对个人自媒体感兴趣的人有所帮助。

新媒体分享会心得篇六

对于房地产销售工作的认识首先让我们从认识置业顾问开始。房地产销售工作看似简单其实不然，我理解的置业顾问应该是这样的。

置业顾问要绝对是专家：购房涉及很多专业知识，如地段的考察、区位价值的判断、同类楼盘的比较、户型格局的评价、建筑结构的识别、住宅品质的检测、价值的推算、面积的丈量、付款按揭的计算及合同的签署、产权办理等。凡此种种，对于一个缺乏经验的消费者来说，想从一个门外汉变成一个专业的购买者并非易事。所以，你不但是一名销售人员，还必需是一位资深的置业顾问。即使你是刚入行的，也起码要接受过公司的系统培训或通过自我学习而比客户具备了更多的置业方面的专业知识，你必须能为客户提供一些参考性的置业建议，从而引导客户购房。

置业顾问还是桥梁：

置业顾问所从事的工作，就是作为开发商与客户沟通的桥梁，既要帮助开发商将他们生产出的商品—房子推介给客户，又要帮助客户将他们的需求信息反馈给开发商，让开发商开发出最适合他们需求的房子来。

置业顾问就是企业形象：

作为销售人员，你是企业对客户的最前线，直接与客户进行接触，而且更多是面对面的接触，你所呈现给客户的工作作风、专业技能和服务意识，无不充分体现出企业的经营理念、价值取向及企业文化。因此，你的一举一动、一言一行，在客户的眼中就代表着企业的形象。

接下来谈一谈我对销售的理解。

销售的实质不光是房子产权的转移，而且还是价值的转移，我们卖掉的不光是房子，而且还是房子背后的功能、使用价值、以及企业品牌带给消费者的自豪感。我们对于楼盘销售的理解，要超越房子本身的层面。

对于房地产销售我总结了以下几个的特点。

系统性：房地产销售涉及建筑，景观绿化、法律、智能安防、装修、居家风水、营销策划、广告设计、媒体发布、消费心理等诸多方面，是一项需要多部门配合高度集成的系统工程。

规律性：市场营销作为一门学科经过几十年的发展，到今天已非常成熟。从市场调查、市场细分、确定目标客户、到产品定位、消费心理都有系统的理论及分析工具。我们在具体的操作中一定要尊重其规律性和科学性。

重要性：房地产销售是地产开发中最重要的组成部分，没有了销售收入所有的事情都无从谈起，因此房地产销售是一个项目能否盈利的基本保证，是项目开发的核心所在。

不可逆转及连续性：一个项目的销售从开始到结束，少则一年多则三到四年，销售贯穿了项目的整个开发过程。一个项目从形象推出，诚意登记、到产品面试、前期排号、集中选房，是一系列不间断的操作，一旦开始就无法停止，对于操作水平有着较高的要求。

创新性：随着市场竞争不断激烈，消费者逐步成熟，政府的市场法规越来越健全，房地产销售所面对的市场环境不断变化，因此要求销售工作也要不断创新，与时俱进，做到人无我有、人有我精，出奇制胜、创造性地开展工作，只有这样才能在市场上处于不败之地。

其次我再谈一谈在销售工作中普遍存在的三个误区

1、在销售不好时才重视销售工作：

项目部平时对于销售关注不多，营销工作没有系统和可持续性的计划，等到销售业绩不好时，才加大广告投入，为增加销量随意加大优惠力度、采取极端手段，希望能够马上见效，这样做往往是欲速则不达，即花钱还使企业及楼盘形象受到损害。广告效果有滞后性，投入一定要有前置量，营销活动

要连贯，要和销售节点配合好，按营销计划投放广告，充分利用广告的积累效应，使广告和销售形成良性循环。

2、销售仅仅是销售部的事情：有一种普遍观念，认为卖房子只是销售部的事情，和项目其他部门没有关系。这种局限的观念，会对项目的销售工作，造成非常大的负面影响。销售工作需要多部门的配合，客户在购房决策时对于外围环境非常敏感，不论是收款的财务人员，还是开楼车的司机、门卫他们的态度及言行都会对客户产生影响，进而影响销售。楼盘信息的传递是多样性和持续性的，不光仅仅是依靠广告，项目部的每个人都有自己的社会关系，每个员工都可以是售楼员。蓝郡3期推行员工推销房子给与奖励的政策，取得了很好的效果，即节约了广告投入，又增加了员工收入同时还增强了员工主人翁意识。

3、重视广告轻视事件营销投入：项目在推广预算时普遍重视事件营销的投入。一个楼盘的硬广告投入过多反而会在消费者层面形成抵触情绪，一个楼盘形象的打造，是需要全方位、点面结合才能完成的。事件营销具有时效长，影响面广、抗性弱，可以和消费者形成良性互动的特性。如果和广告搭配合理，对于提高楼盘关注度，丰富楼盘形象，提高楼盘美誉度、增加消费者的忠实度，营造良好口碑能起到事半功倍的效果。

1、不重视市场调研和研究工作；现有市场后又产品，这是市场营销的基本定律。市场调研通过专业的工具可以对市场容量、竞争楼盘、消费者居住习惯、产品分类等相关数据进行分析研究，为项目决策、建筑设计、制定营销方案提供科学依据。房地产是高投入、高风险行业，一旦决策失误纠错成本非常高，加之市场竞争日益激烈，对于市场的把握准确与否，直接关系到开发企业的生死存亡。华宇公司大多数项目前期，都没有做过专业系统的市场调研工作，这一点应引起大家的高度重视，在今后的工作中要逐步完善。

2、销售管理及操作不规范；

华宇目前各项目的销售管理没有统一的作业规范及管理制度，没有专业的销售报表体系，各个售楼部的业务水平参差不齐，自成一体，这样的现状不利于华宇企业品牌形象的推广，不利于华宇综合实力的提高。华宇要做精做强就，必须改变目前的现状，要求各项目严格按照总公司统一制定的管理制度进行管理。

3、针对置业顾问没有系统培训计划：华宇公司目前自己销售的楼盘数量不少，销售人员合起来是一个庞大的群体，因没有统一管理，各个项目对于置业顾问，都没有系统的培训计划。销售部处在市场的最前沿，置业顾问业务水平的高低，直接影响到销售的业绩和华宇的形象，对于置业顾问的培训是必须的也是必要的。我建议由总公司制定置业顾问管理档案，对所有置业顾问进行测评，评定出不达标、合格、优秀、出色等几级标准，每半年测评一次，根据结果对每个置业顾问，做出相应的级别调整。不达标者坚决不能上岗，针对不同级别的置业顾问，定期开展对应的培训，以帮助其提高技能，定期开展技能比赛和业务观摩活动，以激发大家学习积极性。提升华宇销售工作的整体水平。

4、卖场包装及氛围营造细节处理不到位

售楼部相当于前沿阵地，是企业展示实力和形象的舞台，华宇大多数项目不重视售楼部的包装投入，对于售楼部的设计风格、家具饰品、背景音乐的选择没有认真地研究，不重视售楼部卫生间、灯光等细节的处理，看楼现场的包装非常不到位。楼盘样板间的整体水平不高。售楼部、景观示范区，样板间是销售的三板斧，做好了对消费者有很强的杀伤力，加大这三项的投入，对于楼盘的销售会有非常直接的明显的促进。

5、客户资源没有整合和开发：

华宇目前已有适量客观的业主资源，每个售楼部都有大量的来客登记资料，因没有统一管理，客户信息不能共享，导致信息不对称，在这个楼盘没有的户型，在华宇其他楼盘就有，但因为信息没有个共享，导致客户流失，从整体上看对华宇就是损失。在信息过度、广告成本不断增加的市场背景下，充分发掘华宇的客户资源优势，建立统一的客户资料管理体系，对降低市场推广成本，增加销量，提高服务水准都有着非常积极的意义。

新媒体分享会心得篇七

第二段：认识自媒体大叔

首先，我们来认识一下自媒体大叔。这个称呼实际上是个简称，真实的称呼是“中年男性自媒体”。大叔自媒体来源很广泛，从拥有专业技能、爱好、经验的退休大叔，到在一线工作领域有所成就的中年男性，还有大叔码农、文艺大叔等等。他们基于自己的兴趣和能力的、对生活、社会、世界、人性的独特观察和思考拓展了自己的视野，并通过自己的文字创作和社交媒体平台，与更多的人分享自己的经历和故事。

第三段：自媒体之路并不容易

然而，自媒体大叔也并不是一帆风顺的，自媒体之路也并不容易。在一开始，很多大叔们只是通过自己的兴趣爱好发表一些看法和经历，但很难得到大众的重视和关注。这时候，他们需要通过不断地磨练自己，提高文章的含金量，才能真正获得读者的认可。除此之外，自媒体大叔们也需要享受自由和独立的创作空间，同时维护好自己的品牌形象和口碑，这也需要大量的时间和精力。

第四段：成功的自媒体大叔是如何做的？

不过，成功的自媒体大叔也是不少的。他们有什么共同点呢？

首先，大叔自媒体要做好精准定位。因为相较于年轻人，大叔阅历和生活经验都比较丰富，因此可以选择垂直领域的细分，将精力集中于一个小的领域，从而获得更多专业性的关注。其次，内容是关键。他们要时时关注话题热点，根据读者的需求，切入痛点和讨论话题，写出别具一格的高质量内容。除了内容，大叔们的情感表达也非常重要。他们要有自己的情感体系，并能够把情感、感性的表达与思考相结合，让读者产生共鸣，引起讨论和分享。

第五段：总结

自媒体大叔们的存在，是一种新时代下文化多元、思想自由的体现和推动。而成功的自媒体大叔们也证明了，年龄并不是硬伤，思想、创意和质量才是更为重要的。所以，对于想要进入自媒体领域、并且已经走在这条道路上的中年大叔们，我们可以更加积极地融入到这个社区，一起学习和交流，提高自己的水平，并创造更加精彩的自媒体作品。

新媒体分享会心得篇八

在二十一世纪的今天，我们的教育对象——幼儿，绝大多数是独生子女，而今优越的社会条件，特殊的家庭位置，使孩子们存在着自私、孤僻、任性，独占心强、以自我为中心、不合群、合作意识差等问题。

如果你是一个有心人，幼儿园里常常能目睹这样的情景：两个孩子为了同一件玩具发生争吵甚至打斗；有的孩子宁愿自己拿着玩具不玩，也不愿把它让给别的小朋友玩。有些孩子往往毫不客气地拆掉伙伴搭建的积木，按自己的意愿设想搭建，无视别人的存在、别人的劳动成果。幼儿的这些行为都是自我中心的外在表现。由于是独生子女，是家庭中许多成人关怀、照顾的唯一对象，从而养成了他们乐意接受别人的东西，却不愿将自己的东西让与别人的行为。

《幼儿园教育指导纲要》社会领域中指出：教育孩子与人交往，学习互助、合作和分享，有同情心等。为了能使幼儿的行为适应社会需要，我们作为幼儿教师，应积极利用幼儿园的集体活动来帮助他们学会“与人分享”，消退自我中心心态，促进孩子社会性发展。通过学习分享可以使幼儿懂得有好东西大家一起分享是一种快乐的事情，教育幼儿心中有他人，愿与人分享，为其一生品德素质的形成打下了良好的基础。

“分享”是幼儿之间团结友爱，相互关心，爱别人的更高层次的品质表现，所谓分享，是指将自己喜爱的，爱别人的更高层次的品质表现，所谓分享，是指将自己喜爱的物品，美好的情感体验及劳动成果与他人共享的过程，它是幼儿个体亲近群体，克服自我中心的有力手段。要想使幼儿真正认识“分享”的意义，必须先对幼儿进行关心别人，爱别人的思想品德教育。为此，我们设计了一系列的教育活动，从教育幼儿爱身边最亲密的人开始。如：“三八”节为妈妈制作一样礼物，为妈妈做一件事，平时关心帮助比自己小的幼儿，主动向老师询问小朋友为什么没来等，并通过故事、情境表演、歌曲等形式来教育幼儿。同时还开展了亲子活动，把家长请到幼儿园和孩子一起游戏，使幼儿从感情上认识什么是分享，怎样与别人分享，懂得只有和大家共同游戏，共同分享快乐，才是真正的快乐。

日常生活中，我们教师对待生活、对待周围人的态度都会对幼儿产生影响。因此在平时，我们处处做有心人，常常有意识地把自己看到的或听到的一些较有意义的事讲给幼儿听，让他们一起快乐、一起忧伤，使幼儿在潜移默化中获得情感分享；慢慢的，幼儿也会把家中所发生的一些高兴的事、伤心的事、有时甚至会把晚上做的梦讲给大家听，让大家一起感受体验她当时的情绪。

奥特曼”，对一铭说：“这个奥特曼现在是我的了，如果你想玩，该怎么办？”“问你借呗！”他毫不犹豫的回

答。“可是，我不借你玩，你现在心里怎么样啊？”我摆出一副趾高气昂的样子，一铭想了想说：“我会很难过。”“那你们大家呢？”“我会很难过，老师……”孩子们你一句我一句。“一铭，你看，小朋友现在心里都和你一样很难过，你知道为什么吗？”一铭不说话了，他拿过“奥特曼”塞到小朋友的手中，大伙儿高兴地和他一起玩了起来。孩子们在短时间内接触到了两种角色，体验到了羡慕时地迫不及待、被人拒绝时的失望、与人分享时的满足感等多种内在的情感，从而摆脱了自我这一中心，提高了自我意识的水平，正如霍夫曼所指出的那样，移情是亲社会行为的推动力。因此，我们成人应善于抓住日常生活中所抓住的情感状态，从而来培养幼儿合作、互助、分享等一系列亲社会行为。

班上幼儿有办“生日会”的需求时，我们与家长配合把“生日会”办成一个“分享会”，在“生日会”上蛋糕、饮料、糖果等成为小朋友共同分享的物品。教师还利用“生日会”的过程有意识地为幼儿创造分享的机会，让大家唱完生日歌，说完祝词之后，请“小寿星”简要谈谈成长中值得分享的故事，然后请“小寿星”为大家分生日蛋糕，这是小朋友共同期待的时刻，在这一时刻大家分享食物，体会着过生日者快乐的心情以及由分享带来的乐趣。

通过随机教育，幼儿在反复的教育训练中逐渐养成了乐于与他人分享的好习惯，懂得了做任何事情自己不可能永远都排在第一位，进而逐渐做到了遇事要想到别人。

在角色游戏中，幼儿根据自己的经验和意识进行游戏，以角色的身份要求自己完成游戏，角色游戏可以培养幼儿分享和谦让的行为，在小班时组织幼儿开展“大家一起玩”的游戏，在游戏中为幼儿提供一辆玩具车和若干大小不一的饼干，并向孩子们提出当有“客人”来“娃娃家”做客时，“妈妈”、“爸爸”、“宝宝”应当怎样分配这些玩具和饼干？在幼儿游戏的过程中，启发他们学习分享，把玩具车送给客人玩，把小饼干留给自己，让幼儿在语言表达的同时分享行为也能

随之产生。

在玩图书馆的游戏时，我准备了数量不多的图书，见一些幼儿拿到图书，一些幼儿没有拿到图书，我就问拿到书的孩子“别的小朋友没有书看怎么办？”让幼儿通过思考，自觉产生分享的语言和行为。有的幼儿说：“把这本书给他看吧！”并将书递给没有的孩子，有的则说：“我们一起看吧！”过后，我抓住这一教育时机问他们：“和小朋友一起看书高兴吗？”并进一步强化：“有好东西应该和小朋友一起分享才对，你看因为你把图书让给小朋友看，所以你们在一起看书才那么高兴，你真了不起”，以后类似的情景发生后，我都注意及时强化，使幼儿在今后的交往中能自觉产生分享的动机和行为，同时我还特别注意评价时的语气、语调，强化时注意重点针对行为本身而不是针对本人，这样幼儿才能产生积极的分享行为。

让幼儿在实际的生活中控制自己的情感，不是件容易的事。特别是当和个人利益发生矛盾时，就易冲动，从而做出和语言上不统一的行为，为了强化幼儿的正确行为变被动为主动自觉的行为，使其真正在任何时候都能与别人分享。我们还开展了一些具体的活动，如：元宵节我们和幼儿一起做元宵，煮元宵，当香喷喷的元宵出现在幼儿面前时，孩子们瞪着大眼睛，望着元宵，但没有一个去吃，而是请老师和阿姨先品尝，并送给其他班的小朋友吃。放学后家长来接，孩子们第一件事就是报告“我们今天吃了自己做的元宵”，那神态仿佛做了一件最了不起的事。我们结合主题，观察叔叔阿姨们的辛苦劳动，带领孩子们自己种植：施肥、松土、浇水，看着自己种的种子发芽、开花、结果，孩子们别提有多高兴呢？我们还帮助食堂剥毛豆、鹌鹑蛋，帮助小班弟弟妹妹穿衣服等等。通过开展这些活动，不仅使幼儿体会到劳动的快乐，产生劳动的愿望，学习简单的劳动技能，而且使幼儿懂得了劳动者的辛苦。并由此产生尊敬、热爱劳动人民，体谅父母、长辈的情感。分享活动是打开独生子女个性弱点的突破口，它以生动活泼的方式为幼儿所乐于接受，使幼儿对人对事产

生积极的态度和情感的体验。

实践证明：教育在幼儿身上的作用是明显的，通过教育孩子们已真正学会分享，并能用自己的语言和实际行动表达出来，我们只有通过适当的方法引导幼儿，在主观上让幼儿产生分享的内在动机与愿望，使幼儿的分享行为更加稳定、自觉；在客观上建立合理的分享规则，使幼儿的分享行为更加规范、有序，才能让幼儿最终自觉产生分享行为，为其一生品德素质的形成打下了良好的基础。

分享行为是一种综合性行为，也是社会性行为的一个重要方面。我们可以通过有目的的教育活动和日常生活内容来培养幼儿自发的分享行为，让幼儿充分体验给予及被给予带来的快乐和满足以及人与人之间的温暖和爱。这样，对于全面提高幼儿的素质，将来做一个有利于社会的人都将具有深远的意义。