

最新商务计划心得体会(实用8篇)

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。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会那么下面我就给大家讲一讲心得体会怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

商务计划心得体会篇一

商务计划是企业成功的关键，也是成功商业估值的技巧之一。作为一个创业者，经常需要编写商业计划来展示商业想法或争取资本支持，这使商业计划成为一个关键的实践工具。编写商业计划对一家企业来说起着至关重要的作用，所以今天我想与您分享一些我的商业计划心得。

第二段：明确目标

编写商业计划的第一步是确保您清楚明确自己的目标。这包括确定您的商业计划要完成的任务，并设定时间范围以确保您的目标得到实现。例如，在您的商业计划中，您的目标可能是通过产品销售来获得利润。您需要制定方法，以使您的产品能够吸引并留住客户，同时确保您的产品成本低于销售所得利润。明确清晰的目标有助于确保您的商业计划能够为您的公司带来实质性盈利。

第三段：了解市场需求

在编写商业计划时，了解市场需求是至关重要的步骤。您需要了解您的目标市场的需求和喜好，并开发能够吸引他们的产品。因此，在研究市场需求和竞争环境方面，花费更多的时间会使您编写的商业计划更加全面。关注您的目标市场，以及您的营销方法和产品特点如何满足客户的需求，对于编

写一个有利的商业计划是至关重要的。

第四段：制定具体的营销策略

制定具体的营销策略是商业计划的重要步骤。这对于确保您的产品获得最大的曝光度非常重要。您需要确定您的目标市场，在哪里他们能够得到您的产品，并使用一种灵活的方法，来实现这些目标。这可以包括在线广告、广告传单或者与个人和专业组织合作等各种方法，以确保您的产品在目标市场中广泛传播。

第五段：培养自信

最后，在编写商业计划时，重要的是要培养自信。您需要相信您的商业计划是成功的，同时也相信您的能力。这样的自信不仅会让您的商业计划更有说服力，而且还会启发激励您的员工和合作伙伴。同时在编写商业计划时，可以像致力于学术研究一样，多次修改并寻求他人的反馈。这可以帮助您更好地了解各方面的细节，并进一步完善您的商业计划，加强您的信心和决心。

总结：

编写一个有利的商业计划对于任何企业来说都是至关重要的。在编写过程中，确保自己清楚明确自己的目标、了解市场需求、制定具体营销策略和培养自信，都是重要的步骤。请记住，不断学习，并不懈努力，获得成功的道路总是会充满挑战。

商务计划心得体会篇二

短短5天的谈判实训很快就结束了。在此期间我和小组成员找到了“蒙牛”驻沧州办事处，与其工作人员进行了一次真正的面对面的谈判。只是一次令人难忘的经历，自己真正感受

到谈判的气氛。这次充满挑战的“旅程”，使自己把理论知识真正运用到实践中，是自己学会了更多的谈判技巧锻炼了自己的团队合作能力，应对突发状况的能力，语音表达能力。总之是自己受益匪浅。首先，这种实际模拟操作，突破了传统的理论教育方式，让我们亲身经历，更加深有体会；其次，通过这样一个过程，让我们对谈判的流程有了更进一步的了解。

通过这次的商务谈判，让我发现商务谈判是所有销售工作中不可或缺的关键一环，很多人销售工作做的很好，但一提到谈判就犹如鱼梗在喉。谈判既是矛也是盾。进，可以攻击对手。退，可保护自己。使自己的利益最大化是每一个谈判者的最终目标。但每个谈判者都应该牢记：每次谈判都有潜在的共同利益，只有围绕着共同利益，才可以使谈判顺利进行下去。

商务谈判能增加企业的利润，商务谈判是企业实现经济目标的手段；商务谈判是企业获取市场信息的重要途径；商务谈判是企业开拓市场的重要力量。

谈判的关键是人。谈判人员是否具有良好的思想道德素质是最重要的，其次要有比备的专业能力和相关的知识能力。除了注意谈判人员的个人素质，还应该注意其选择任用。一个项目的好坏除了其本质属性以外，基本都是由谈判人员的操作来评定和掌控的，因此，谈判人员的选择至关重要。谈判人员的性格决定了其谈判风格，首席谈判官的风格奠定了谈判小组的基调，在谈判过程中，言语腔调，表情神态，动作，技巧等细节都能影响整场谈判的趋势，只有拥有谈判主控话语权，在谈判中占有优势的团队，才能使谈判结果趋向期望值，取得成功。选对人，才能做对事。其次是商务谈判的礼仪问题。上一点谈到了人，涉及到人的问题我觉得最重要的就是礼仪。礼仪是谈判人员道德和文化素养的外在表现。不论男女人员，在谈判时的着装、言行，可能关系到一场谈判的成败。而且关系到所代表公司或企业的形象声誉，当然个

人的就更不在话下了。所以每一个谈判人员对这个商务礼仪的积累学习十分重要。

谈判策略也是至关重要的，它指导着整场的谈判。谈判人员在谈判前必须做一个周密而完善的策略，商讨各个谈判成员所扮演的角色，制订和预测在谈判中所采用的形式策略和应对方式。在一场谈判中，开场时怎样奠定基础，过程中如何随机应变，对常用的多种谈判策略如何运用，语言的使用技巧，报价及还价的策略等，都是值得先去思考注意的。企业发展讲求战略，商务谈判讲究策略，而谈判策略具有明显的阶段性和潜伏性，因为很多问题只有在谈判进行时才出现，它是潜伏的，但在谈判中又会出现。针对这种潜伏性问题，那么策略的制订就必然具有阶段性。总的说来，谈判策略终究要影响最终谈判结果，制订有效的谈判策略是很有意义的。

谈判细节决定谈判成败。在谈判桌上什么该说，要怎么讲，什么事情是可以拍板，什么时候可以妥协，甚至到穿着，会场布置，翻译人员的邀请等等都是很细节性考虑的问题，比如在谈判时的语气语速，说坚决了表示该问题不能松口，说模糊了表示对方在躲避该问题，语调低了表示准备不充足，语调高了表示他们在该问题上没有回旋的余地，当然，这些都是要在谈判的氛围中去体会的，有时表达错一个意思将会导致本场谈判失败。不论是谈判，做事也应该注重细节。

谈判的实践性和实用性极强，在这次模拟商务谈判中我学到了很多，但还是有很多的不足，最主要的是考虑问题不全面，没有经验是一个原因，但更多的没有体会到谈判人员的处境，思维不够发散，因此需要更多的实践体会，将这些实战性的东西消化于实际；再者，要细心观察生活，很多东西都是生活中我们没有注意到细节，很重要但却很容易忽视；最后，就是深刻体会到今日事，今日毕。

学习是循序渐进的一个过程，重点在于积累，而不能想着一蹴而就。这次模拟谈判实训自己有很大的收获，对自己毕业

后的工作甚至生活都会产生巨大帮助。是自己的团队合作能力，应对突发状况的能力，语音表达能力都有明显的提高。最后感谢自己的组员和自己共同的努力，感谢单老师这些天为我们的指导！

商务计划心得体会篇三

商务计划是每一位创业者不可或缺的重要工具，它可以帮助创业者规划好自己的未来，制定合理的经营策略，预估潜在风险和利润，为未来的发展奠定坚实的基础。然而，商务计划的制定并不是一件简单的事情，它需要创业者有足够的研究、分析和推理能力，更需要具备全面的思考能力。在我的创业过程中，我深刻体会到了这些，也在不断摸索中，总结出了一些商务计划的心得和体会。

商务计划是对企业经营全过程的一个系统性规划，它涵盖了企业的市场定位，产品研发，营销推广，财务预算等多个方面，是一份全面评估企业发展情况和未来的计划书。在认识商务计划的过程中，我深刻理解到商务计划的重要性。一份好的商务计划应该具备几个方面的特点，比如说要有详尽的市场研究和市场分析，包括行业分析和竞争对手分析等；要有明确的商业模式和市场定位，这可以为企业提供方向和目标；要有清晰的财务预算和可行性分析，这有助于估算资金需求和投资回报，从而为企业的融资提供依据。

制定一份好的商务计划需要考虑多个因素，需要综合考虑各方面的情况，包括市场因素、产品因素、财务因素和管理因素等。我建议制定商务计划的时候，要有一个具体的步骤和流程，可以分为几个阶段，如市场研究、商业模式和竞争优势的定义、财务预算等，这样可以确保商务计划的全面性和可操作性。同时，商务计划的制定还需要考虑到时间和成本的限制，以及企业的资源和能力，这样才能确保商务计划的可行性和可操作性。

第四段：商务计划的执行和监控

商务计划的执行和监控是商务计划的关键环节，它不仅可以帮助企业更好的掌控经营情况，还可以及时纠正发展方向，确保商务计划的实施效果。在商务计划执行和监控过程中，要建立完善的运营机制，以确保经营情况的及时反馈和精准纠错。此外，还需要依据商务计划的目标和指标，借助信息化工具，对企业的经营情况进行定期审核和评估，这有助于为企业的战略调整提供依据。

第五段：总结和展望

商务计划是企业发展的重要工具，一份好的商务计划可以引领企业发展，提高企业的效益和竞争力。在商务计划的制定和实施过程中，需要全面考虑不同方面的情况，制定具体可行的目标和计划，并在执行和监控过程中及时进行调整和纠错。未来，商务计划的制定和执行将更加重要，将需要通过信息化等手段实现更加精准的目标和指标的制定和监控，为企业的发展保驾护航。

商务计划心得体会篇四

记得初中的时候迷一部电视剧《谈判专家》，第一次接触这个神秘、玄妙的词——谈判。在那种映像中，“谈判”需要丰富的知识，果断的性格甚至需要独特的人格魅力。直到上完这门课才真正了解谈判的真实含义。

谈判就是人们为了协调彼此之间的关系，满足各自的需求，通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。其实我们每个人每天都会接触到有关谈判的内容，只是我们没有明确地意识到而已。人与人之间的关系千万种，需求无处不在因此分歧也无处不在，所以谈判也就无处不在。比如我们上街购物，会很自然地与货主讨价还价。如果说谈判真有什么玄妙之处的话，那么就在于它是一项既充满智慧、勇敢，又充满

艺术和技巧的人类活动。

谈判是由人来实现的，人的心理对谈判具有强烈的影响。商务谈判心理是指在商务谈判中谈判者的各种心理活动，它是商务谈判者在谈判活动中对各种情况、条件等客观现实的主观能动的反映。譬如，当谈判人员在商务谈判中第一次与谈判对手会晤时，对方彬彬有礼，态度诚恳，易于沟通，就会对对方有好的印象，对谈判取得成功抱有希望和信心。反之，就会对其留下坏的印象，从而对谈判的顺利开展存有忧虑。

根据马斯洛的需要层次理论，谈判也可以分成五个层次的需要。

一。谈判中的生理需要。谈判是一项要消耗大量体力、脑力，劳动强度很大的活动。如果这些方面的需要得不到满足和保证，就会极大地影响谈判人员的精力、情绪，影响谈判艺术和技巧的发挥，难以完成谈判的任务。

二。谈判中的安全和寻求保障的需要。这在谈判活动中体现了人身安全和地位安全两个方面。人都希望处在一个相对安全的环境里，这样才没有后顾之忧地处理其他的事情；地位上的安全是指谈判者总是把谈判看做一项任务，能否顺利的实现谈判的目标，完成任务，往往会影响谈判者原有职位的保持和晋升，因此，有时会签订一个坏的协议总比没有签订协议空手而归要强的情况，所以安全的保障尤为重要。

三。谈判中的爱与归属的需要。谈判从一定意义上讲是要对双方利益进行划分，因而常常使谈判双方的关系处于紧张或对立的状态之中。但是，人们追求友情，希望在友好合作的气氛中共事。爱能维系长期友好的关系，让物质味道增添一丝香味。

四。谈判中的获得尊重的需要。获得尊重的需要在谈判中具体体现为：不仅要在人格上得到尊重，而且在地位、身份、

学识与能力上得到尊重和欣赏。

五。谈判中的自我实现的需要。自我实现的需要是人类最高层次的需要，也是最难满足的需要。人们的自我实现也就是要体现自己的价值，而价值是否得到体现，取决于他人和社会对其价值的认识和评价。对谈判来讲，企业或上司对谈判人员的评价不仅要看他通过谈判争取到多少利益，还要看他在什么情况下，如何争取到的。

人与人的交往最害怕的莫过于冷场、尴尬、僵局的出现，在这些时候我们往往不懂得如何去圆场，或者说造成这些状况的原因很难准确地把握并避免。谈判中也会出现僵局，也会进展不顺以致无法继续，而造成僵局出现的原因也有很多。如立场观点的争辩、有意无意的强迫、人员素质的低下、信息沟通的障碍、合理要求的差距等。

一。符合人之常情。僵局形成后，谈判气氛随之紧张，这时双方都不可失去理智，任意冲动。必须明确冲突是双方利益的矛盾，而不是谈判者个人之间的矛盾。

二。努力做到双方不丢面子。面子就是得到尊重，人皆重面子。谈判没有绝对的胜利或失败，因此任何一方都必须尊重对方的人格，不可让对方下不了台。

三。尽可能实现双方的正真意图。僵局的解决，最终表现为双方各自利益的实现。做不到这一点，双方利益完全不保证，就不会有僵局的结束。

谈判既然无处不在，在谈判中遇到的问题 and 解决问题的方法对我们的生活也是深刻的启示，就像老师曾经说过，“学习不是让人记住什么，而是当你需要的时候可以轻易的找到。”将有限的知识放入无限的生活与问题中，触类总会旁通，学习的精神也许大于学习的内容吧！

商务计划心得体会篇五

商业计划是一项独特和重要的工作，要求投资者从各个方面考虑和分析经济可能面临的风险和机会。通过商业计划我们可以评估一个商业想法的可行性、盈利潜力和成本，以便在实际操作中成功。在我的职业生涯中，我经常需要从事商业计划的编写，在此，我希望可以分享我在这些计划编写过程中的体验和心得。

二、明确的目标

每个商务计划的第一个目标是在市场上建立起竞争优势。这意味着我们的计划需要非常详细地说明产品或服务是如何满足需求，并展现如何为客户提供诉求，以满足他们的需求和期望。此外，我们还需要强调其他方面，例如制造、营销、成本、人才或经营战略。总之，成功的商业计划必须清晰地表明目标，并详细说明如何实现它们。

三、细致的分析

在编写商业计划的过程中，细致的分析非常关键。我们需要仔细定义商业模式，并评估我们的竞争环境以及经济和行业的趋势。这使我们能够明确我们的优势、我们的劣势以及市场机会的真实性。最后，我们需要进行详细的财务分析，以明确我们的盈利潜力、成本和投资回报等指标。总之，对客户、市场和财务目标进行细致的分析是商业计划编写过程中不可或缺的一部分。

四、透彻的执行方案

商业计划是一份有关如何实现经营目标的详细执行计划。为了使您的商业计划成为商业实践的框架，您需要提供清晰、详细和实现方案的具体步骤和时间安排。这意味着您需要制定具体、可执行和量化的目标，例如市场份额、销售额或人

才发展指标等。此外，您还应该考虑可能的时间点、资源和其他限制因素，以确保您的计划是透彻的和可实施的。

五、有条不紊的监控和更新

商业计划是一个商业实践的指南，但是它需要及时监控和更新。这意味着您需要定期进行评估，查看您的计划是否正在按照预期实施，以及需要根据市场环境或实际表现调整您的计划。此外，您还可以准备一份风险管理计划，以及满足需求的紧急计划，这些计划可以在某些意外或突发情况下提供支持。总之，有条不紊的监控和更新是实现成功商业计划的关键。

结论

商业计划是一个很棒的工具，可以帮助我们理解并利用市场中的机会。成功创造这样一个商业计划需要细致的分析、明确的目标、透彻的执行方案和有条不紊的监控和更新。最后，实施您的商业计划是一项成功商业实践的关键，所以在实施过程中及时监控和更新计划非常重要。

商务计划心得体会篇六

通过专业实习，让我们在深入了解电子商务的基础上，掌握电子商务专业实践技能及操作流程。在专业实习的过程中，可以提高我们对实际操作经验的积累，综合运用所学专业的基本理论、基本方法、基本技能，理论联系实际，培养我们的应用能力，独立地分析问题、解决问题的能力 and 创新能力。

1、提高自身对企业电子商务的全面认识。

调查了解实习单位的实际情况，包括企业发展历史、企业目前的业务流程、产品情况、企业效益情况、企业生产系统、销售系统等，特别是企业开展电子商务的情况，从而提高对

企业管理特别是企业电子商务的全面认识。

2、培养自身电子商务专业的技术技能和商务技能。

把我们所学的基础理论、基本知识和基本技能，综合运用用于专业实践之中，培养从事商贸方面工作的独立工作能力。

3、培养创新能力、自主学习能力和职业能力。

通过专业实习，培养爱岗敬业的职业道德，增强对专业的适应性，使我们进一步加深对书本知识的理解，加强实践能力与创新能力的培养，同时，在实习过程中意识到自身的不足，更加明确下一步的努力改进方向，增强自觉学习的意识与动力。从工作中学习和锻炼职业能力，为以后开展的毕业实习及就业，打好基础。

二、实习时间

本次实习时间从20--年x月--日到20--年x月--日

三、实习地点

--市--区--工业区--鞋业

四、实习单位和岗位

实习单位：--市--鞋业有限公司

岗位：电子商务部——美工

五、岗位工作描述

应聘来这里的时候，我的岗位是电子商务部的美工，主要是负责网店的装修，在网上找一些素材，自己制作几套模板上传到网店去，然后就是制作首页广告图、宝贝广告图、促销

广告图等，还有一样就是用photoshop处理宝贝图片，再上传到宝贝详情描述里。因为部门的经理想让我多学其他东西，所以到后来还安排我负责上传新的宝贝，并一到分销平台，再有就是做推广，利用--x等为网店做推广。

六、实习心得

第一次来到公司，一眼望去感觉公司的环境也不错。公司的生产厂房跟商务办公楼是一起，电子商务部也是后来才发展的。在大门进去的右边墙上，有公司的文化栏、制度专栏、学习园地、部门的情况栏、公告栏等，并且内容详细。给我的第一印象就是这家公司非常注重公司的文化和制度。

专业实习第一天，我们部门的经理先让我熟悉一下公司和本部门的环境，然后简单地给我介绍我的工作内容，以及让我想熟悉一下基本流程。电子商务部的人并不多，加上我只有三个人，所以经理跟我说以后的工作可能比较多，范围也比较广，我自己倒认为，多接触点东西也不坏，那样我可以学到更多的东西。公司有做一商城，也有做c店和分销，在一也有注册，感觉以后要做的东西真的很多。给宝贝拍照，处理图片，上传宝贝，售前售后客服，发货，店铺推广等等，全都是我们部门三个人一手包办，每一样都要做好真的不简单。

首先就是给宝贝拍照，不做你不知道，原来这里面也有很多学问。例如怎样调节灯光才能把宝贝更细致的地方呈现出来，怎样摆放宝贝才能让宝贝的不同角度展现在买家眼前，另外背景选取也很重要，一般宝贝细节图片的背景都是白色的，真人试穿的时候就选取外景，或者拍好抠图换背景。还有，好的拍摄设备更能拍出更好的作品，这个也是让我们头痛的地方。我们做的是中高档皮鞋，需要拍出的效果是让这双鞋子看上去高贵，细腻，毫无瑕疵，但由于设备有限，我们很难做到这个程度。也只能靠后期图片处理。

处理图片基本都是由另一个人负责，而我就负责上传宝贝，

因为没有数据包，所以都是一个一个的上传，每一处信息填写都要很小心，要了解鞋子的特性、有什么颜色和码数、库存情况等，宝贝标题也很重要，要抓住关键词，尽量体现你卖的产品，有没有促销等吸引买家眼球。

客服我也做过，每当他们两个都出差的时候我就帮忙做客服，总结出来就是，我还不是很适合做客服，因为做客服的一些技巧我还没掌握，还有我回复顾客的语气有点强硬，我发现，就是一句简单句也要变长句，例如顾客问你有没有这款鞋，没有的话不能只说“没有”，要亲切的说“亲，不好意思，我们这款鞋子现在没货哦，要不看看其他的。”有些顾客指定一定要这款鞋，但我们没有货了，先承认错误给他解释清楚，再给他推荐其他款式，所以说一定要清楚宝贝情况，及时把信息改正过来以免误导买家。遇到再麻烦的顾客也要耐心为他们解答，这需要好好练习我们的忍耐力。

推广方面我是负责博客推广。一开始做的时候无从下手，不知道该怎么做，后来请教了经理和一个推广比较在行的同学，我慢慢也掌握到一点技巧。

经验和教训：

- 1、要善于学习。面对大量在学校从未接触过的东西，要快速掌握方法，这就要提高学习能力。还有，不仅要学习技术，还要学习别人身上的优势，吸取别人的经验，少走弯路。只有提高自己的学习能力才能在竞争激烈的社会中比别人学得快、学得好，才能让自己更快的适应任何一份工作。

- 2、提高人际交往能力。在一个地方工作，每一个人都有自己的思想和个性，跟他们处理好关系则需要很多技巧，有好的人际关系为你日后的工作提供便利，还有要学会待人接物，人与人之间的相处是一门很大的学问，我们踏入社会，该怎么待人接物？处人处事？这个我们只能一边学一边做。

3、掌握专业知识很重要。在学校接受理论教育，在社会就要实践，不能掉以轻心的认为自己学到的东西足以应付企业的需求，在企业中并没有想象中的容易，要严格要求自己熟练掌握好专业知识技能，并与实际相结合。缺乏专业知识技能，很快就会被社会淘汰掉，所以，要珍惜在学校学习时光，好好利用学校给我们的资源。

4、要善于自我总结。孔子说：“人非圣贤，孰能无过？过而改之，善莫大焉。”这说明了自我总结、改过的重要性。总结是一面镜子，没有总结就没有进步，通过总结可以全面剖析自身存在的问题，从中找出经验，完善自我。

我认为我们专业实践是很重要的，可以开展多些实践，因为理论跟实践总有不同的地方，学的东西跟做起来的感觉是不一样的，日后的工作需要我们有强硬的专业知识技能还有实践能力，这样才能让我们跟好的胜任一份工作。

实习结束，回到学校，我们要总结在此次实习过程中遇到的问题，不断学习，不断改进，不仅要学好专业知识，还要综合学习，提高自己的综合素质，为自己将来出社会工作打好基础。

商务计划心得体会篇七

为期两天的《高端国际商务礼仪》课程在一片欢声、笑声、掌声中结束了，课程虽短，却给我留下了深刻的印象。礼仪专家万老师不仅从“术”也从“道”方面给了我们很多分享及启发，术易学，但修道却是一个漫长的过程。

从“术”的方面来说。着装要求遵循t.p.o原则，t.p.o是time(时间)、place(地点)、occasion(场合)的单词缩写，他要求我们在选择服装、考虑其具体款式时，首先应力求使自己的着装及其具体款式与着装的时间、地点、场合协调一致，和谐般配。

在商务活动中，男士应着正装西服，一般以黑色、藏青色、咖啡色、灰色为主，男士出门时要注意检查自身仪表是否有三异——异物、异响、异味。异物指是否有眼屎等；异响指腰间是否有挂钥匙等，腰带上不要有多余配件；异味顾名思义就是不好闻的味道了。同时在商务活动中，男士皮带、皮鞋及携带的公文包三样物品应保持同色。

在商务活动中，女士不应穿长筒靴、毛衣、牛仔裤。首饰的佩带不应超过三件，并且为同色系的，其中耳环不适合佩戴，应佩戴耳钉。女士在这些场合的服饰切忌露、透、紧。在商务活动中，女性应尽量淡化其性别特征，这样更加有利于双方的注意力在业务问题上。

在课程中老师让我们现场模拟了乘车做次礼仪，再开车者身份不同的情况下，车内的座次尊位也会发生变化。可见礼仪不是一尘不变的，不同情况下要进行不同的应对。同时老师也现场为我们展示了在商务接待时引见和引导礼仪，如何使用规范的介绍手势、准确的介绍顺序。在行进中的位次礼仪，走廊一般遵循内侧高于外侧，中央高于两侧，前方高于后方，右侧高于左侧的原则。楼梯则为前方为上。如果是穿着裙装的女士，则应该走在一侧为好，电梯无人值守时，客人后进先出。在会客时，座次的礼宾次序一般遵循以右为上，内高于外，面门为上，居中为上，远门为上，前排为上的原则。

在两天的课程中，最吸引我的部分就是西餐礼仪了。无论是中国还是国外，餐桌往往是人们商务交流的重要场所。西餐有着一套纷繁复杂的礼仪标准，从入座、到坐姿、到点餐、到餐具的使用等等，无不透露着优雅和从容。西餐的整个过程与中餐不同，他的重点不是在吃，而是在面对面的沟通，就像老师所说的，当餐桌上有人说话时，所有人都会停下手中的刀叉，聚精会神的听他说。西餐有很多道菜组成，往往是吃完了前一道，后一道才会上来，而餐桌上的每一个人基本都保持着同样的用餐速度。可见西餐不是为了吃，而是为了交际。

从“道”的方面来说，礼仪就是要尊重自己、尊重他人、尊重差异。我们往往很会尊重自己，但却忽略了尊重他人、尊重差异，学会这两样是需要有胸怀的，需要有同理心的，需要站在对方的角度去思考问题。礼仪最难学的不是标准的站姿、坐姿、鞠躬的角度、交换名片的方式等，而是在学习的过程中学会常思己过，学会宽容，理解，倾听，懂得感恩和奉献，从而让自己的内心世界趋于平和。

比尔盖茨曾讲过，企业竞争，是员工素质的竞争，进而到企业，就是企业形象的竞争，教养体现细节，细节展示素质，可见一个人的素养高低对企业的发展是多么重要啊！而商务礼仪的学习就是在提高个人的素养。我们超日的主要客户在欧美地区，虽然我不是市场营销部的一员，不用直接面对我们的客户进行语言交流，但是当客户来公司参观或是在国外参观时，相比起语言的交流，良好的商务礼仪素养可能给客户留下更加深刻而美好的印象。

商务计划心得体会篇八

首先，何为电子商务。初期的电子商务认识阶段，已让我深深着迷，原来商务可以这样做，原来网络不只是玩，这是刚上大学时候的想法！

最后实施管理与执行。有了好的方法做指导是必要的，但是一个好的过程管理和执行也是必须的，很多企业做电子商务就是停在了执行力上，正常的渠道运营的很好，如果再花钱去投资电子商务，心里没底，短期看不到效果时，就容易产生退缩行为。

四、效果评估，转化率问题。企业做电子商务为了什么？最终还是赢利，效果如何，在实施过程中要有一个精准的评估数据，这样才能更好的进行下一步的计划。转化率如何？能否最终实现赢利，这些都是必须的，如果不能有效的转化为利润，电子商务也将成为一场空谈。

企业电子商务化，大势所趋!借用阿里巴巴董事局主席马云20xx年三月率领集团10位高管赴美国时主题演讲时的一句话说，现在大家都说是危机，其实是机会，大家都在说机会时，反而是危机要来了。现阶段，将是电子商务在中国发展的高速生长期。