

2023年花卉心得体会总结 营销心得体会 (实用5篇)

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。通过记录心得体会，我们可以更好地认识自己，借鉴他人的经验，规划自己的未来，为社会的进步做出贡献。下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

花卉心得体会总结篇一

4月22日星期天一大早，我来到陈武营业厅，重点督导业务营销工作。在此之前，陈武厅新办手机业务开展的情况不是很好，因为在大家的潜意识里，现在每个家庭该办的手机和电话都办了，在新办手机方面很少去努力，因此这也成为大家在营销工作中最容易缺失的一部分。在当天的督导工作中，我特意向营业员强调，“营销只是一句话的事情”，在客户接待和营销工作中要将这个业务讲出来。就在这个时候，营业厅来了一个年纪比较大的客户，我上前一看，原来是来交电话月租费的，我觉得营销的机会来了。

“师傅，您是来交月租费的啊？”我上前问道。

“是啊，怎么了？”师傅抬起头，诧异地问着我。

“您家怎么还需要交月租费啊？我们电信公司现在早就推出了免月租、送手机，互打免费的业务，您看我就办了 this 业务，用了很划算！”我乘机向老师傅介绍。

“你们还有这个业务啊？我儿子刚给我办了移动的手机，可家里还是你们的固定电话，又不能不用，每个月交话费都得两头跑，真是累！”老师傅明显是动心了，但是由于刚办了移动的手机，好像又有点不舍。

“是啊，您这样，用个移动手机，确实比较麻烦，现在办一个我

“嗯，这个还真是不错，这样吧，办一个吧！”老师傅重新坐了下来，掏出了自己的身份证。

就这样，经过营销，当天陈武厅共办了5笔送手机的业务，虽然不多，但经过大家的努力，单日办理量却是近一个月来最高的。

通过这一天的营销督导工作，我深刻体会到，其实“营销就是一句话的事情”，如果去向客户介绍了，不一定会有结果，但如果不向客户介绍，那是肯定不会有结果的。这是一个最简单的道理，但是要运用到实际工作中去，确实不是一件容易的事。我想，要想成功营销公司的业务，自己首先就要对业务有信心，也不要自以为是地认为“客户不需要了，不需要营销了”，否则，营销之前你就被自己打败，不敢去“动嘴”了。

以上报告，不足之处，请批评指正！

花卉心得体会总结篇二

非常感谢市行中间业务部、个人银行部与保险公司的举办的这次保险业务知识培训课，也非常荣幸能够给我与大家共同研讨如何作好保险代理业务的这个机会，我十分珍惜这次能与在座的各位领导、同事以及保险公司的朋友们进行近距离的交流和沟通。谈不上什么经验，只是作为一名一线员工在代理银行保险业务的时候，所感受到的一点点体会和想法。希望借此机会阐述一下个人的观点，也希望能够起个抛砖引玉的作用。最主要的目的是想：能通过我的这种形式，能够充分调动和发挥我行广大员工的聪明才智，集思广益、广开言路，多提宝贵意见和合理化建议，以促进我行保险代销工作能够迅速开展。

一、分析一下我行保险代销工作的现状：

我个人认为：我行尚处于银行保险营销的初级阶段。为什么是初级阶段，而不是发展阶段或加速阶段呢？我们来分析一下我行现阶段的表现就知道了。

表现一：销售额度小，市场占比小。

引用市行有关资料显示：代理保险业务开展几年来，在我行虽然得到大力发展，已成为我行中间业务中最具发展空间和发展潜力的业务品种之一。但是在xx年###市各家商业银行及邮政储蓄代理保险保费总额近1.7亿元，其中：工商银行销售7652万元；农业银行销售1536万元；中国银行销售1683万元；邮政储蓄销售5600万元，而我行只销售了407万元。占比还不到2.4%，连人家的零头都不够，今年的形势仍不乐观，上面这组数据足以说明我行代理保险业务存在的差距非常巨大。

表现二：保险代销的投入力度不够，专业客户经理的队伍尚未建成。根据我的了解，工行和农行的网点都专设了一个柜台，由专人进行保险业务的营销，而且是开放式的营销模式，即在柜台外面增设个柜台，可与客户近距离、手把手的接触，当面交流和沟通。而反观我行，则多是由前台储蓄人员，隔着厚重的防弹玻璃、通过对讲机与客户讲解，连具备保险代理人资格的营销员都凤毛麟角。这样，无论服务水平还是营销效果上看，都明显落后，很难取得客户的信任。并且由于营销的专业人才极其匮乏和缺乏专门的营销队伍，而造成因人力不足而导致需要投保的客户资源流失的现象，在我行屡见不鲜。前面提到的与其他专业行的销售情况所显示的数据进行比较，就说明了这个问题。

一、应提高网点员工代销保险业务的思想认识和工作积极性

提高网点员工代销保险业务的思想认识，首先应使网点员工在思想上充分认识到营销保险业务是利国、利民、兴行的优

质业务品种。可以使客户获得较好的投资收益、意外保障和新的投资渠道;可以使银行网点获得低成本、高收益的中间业务收入,增加效益;还可以使保险公司获得资金,使之投入到资本市场,促进国家经济繁荣。其次是应克服员工普遍存在的畏难情绪。很多网点保险业务营销开展的不好的一个重要因素就是员工有畏难情绪。应使员工要树立信心,银行精选的代理保险业务品种是针对银行客户的需求特别推出的,首要的就是保障客户的利益;自己也应该喜欢上自己营销的产品。连自己都说服不了的产品,如何去说服别人。在做保险业务的时候,要给自己树立三心:即对自己营销的产品要有信心,对客户推销的时候要有耐心,对任务指标的完成要有决心。

二、应改善目前代销保险业务的运作方式

由于银行在收费和出具正式保单,收费和入账,入账和资金划拨之间存在时间滞后的问题,这一系统环节均容易出现差错,带来风险,易引起客户、银行、保险公司三方面的不必要的风险损失和责任纠纷。应开发出一套完善、,像在办理正常银行业务一般的方便与快捷,包括退保、理赔等各个环节。充分考虑到客户的各种需求,不能等出现问题就把客户当“皮球”踢给保险公司。这样既不利于业务的开展也有损银行的形象和信誉。

四、应建立一只高素质的客户经理队伍

由于我国的银行保险市场正处于高速增长阶段,保险正成为银行中间业务收入的重要来源,随着保险市场规模的不断扩大,效益的客观,银行需要成立专职的保险代销客服部门,建立一只高素质的客户经理队伍,解决目前营销人员专业性不强,不能协助客户做好理财的问题。要知道,我们前台的工作人员给客户提供的是标准式的服务,而保险业务是属于差别式服务的范畴。所以前台人员很难、也没时间去为客户提供更全面的服务,更不可能为客户去量身制作保单,而做不到这点就无法真正使银行成为客户金融服务的中心,这是

今后建行有待解决的战略问题。

当前的分红型保险产品对客户来讲不具有足够的吸引力。大多是储蓄替代型产品，应根据不同投保客户的需求，开发出真正属于银行客户需要的险种是抢占客户资源、占领银行保险市场的战略需求。

以上，是我个人作为一名一线员工对代理银行保险业务时候，所感受到的一点点体会和想法。如有不当之处，还请各位领导、同志们批评指正。

花卉心得体会总结篇三

纵观史玉柱的经历，开始编写程序，发明了汉卡取代了四通打字机，由巨人汉卡起家，后来的投资了保健品脑白金，投资保健品的同时，开启了巨人大厦，然而巨人大厦使得史玉柱成为了“首负”，也正是由于有了“首负”的教训才造就了最终的“首富”。

通过解读《史玉柱自述》，我认为他很具有商业头脑，能发现商机，汉卡的发明足以说明。脑白金也为史玉柱带来了丰厚的效益。决策失误是一个企业代价最高的成本。巨人大厦烂尾成为史玉柱一生的痛，前期脑白金的成功让史玉柱好大喜功，将原计划18层的建筑加到72层，资金仅有1亿，而实际上需要资金12亿，无疑是一场赌博。最终正是由于资金链的断裂，导致惨败。给我们的启示是，人不能得意忘形，时刻保持清醒的头脑，不能被欲望冲昏头脑。

人在成功的时候，在顺利的时候，其实是学不到东西的，失败的教训往往更深刻受用。惨痛的教训使得史玉柱的投资风格变得稳健，或者说是保守。李嘉诚曾说过，投资首先是要看退出机制通畅不通畅，其次才是看收益高不高。基于这种认识，寻找的风险不大、变现能力强的行业，他投资了银行，除了保健品、银行和互联网，其他行业他基本不碰。原因就

是，这三个行业都具有非常清晰的盈利模式。

有了巨人大厦的惨痛教训，接下来的投资，史玉柱就显得格外谨慎。史玉柱投资银行就对民生银行做了全面深入的了解，通过了解民生银行是唯一一家真正的民营银行，同时他有一种狼性，哪一块最赚钱风险又小，就主攻哪一块；他的产品都是经过测试的。这与史玉柱选择投资可能有很大原因。民生银行的核心竞争力就是产业链。集中兵力各个击破。

收获：1、如果是自己选择投资，考虑市场风险评估、变现能力，选择自己熟悉的领域。

2、并不断的进行总结，时刻保持清醒的头脑，做好决策。

3、走进消费者，分析消费者，根据消费者特点，来设计产品。

4、广告宣传的小窍门，从消费者出发，采取长期脉冲式宣传，资金不足可以隔日加大宣传，宣传的最关键还是的还是宣传产品。

5、管理，搞清被人为什么愿意跟着你做。除了要有一定的收入，还有就是要体现一个人的价值。创业初期股权一定不能分离，当上了一定规模，股权一定要分离；对干部要充分授权；允许下面的人犯错误；说到做到。

6、失败了不灰心，总结经验教训登山再起。

7、扩充知识面，先前对只是头脑中有“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”，不曾想过一个成功广告中的奥秘。对于广告行业、保健品、银行、网游都不曾关心过。平日里见到别人夸夸奇谈，与之相比，感觉所知甚少。

8、进行试销

9、一个时间段主抓一件事情。

花卉心得体会总结篇四

有人说过：要总结写得好，必须总结作得好；要总结作得好，必须工作做得好，立场观点对头。这应该是写总结的经验之谈。好的总结是在做好总结工作的基础上写出来的，更是人民群众在实际中干出来的。在现实生活中，有的单位干得不怎么样，但总结时却“喷香水”，这对本单位的工作失去实际意义，不应该提倡。也有的单位工作有成绩却形成不了典型经验，这种情况说明总结工作没做好。上述两种情况都是应该避免的。搞好总结，是企业管理的一项重要工作，是增强干部、职工凝聚力的一种重要手段，需要认真对待。

总结究竟应该怎样做呢？从总体上说要发动群众，自下而上做总结。工作是群众做的，总结也应该由他们来做。不应撇开群众凑集政绩，绞尽脑汁制作观点。总结过程中能量化的要量化，把定性分析和定量分析结合起来考察，从客观事实出发，防止感情用事，以免总结流于形式。

此外，搞好总结还要注意以下几点：

1、重视调查研究，熟悉情况

总结的对象是过去做过的工作或完成的某项任务，进行总结时，要通过调查研究，努力掌握全面情况和了解整个工作过程，只有这样，才能进行全面总结，避免以偏概全。

2、热爱本职工作，熟悉业务

热爱本职工作，事业心强，是做好工作的前提，也是搞好总结的基础。写总结涉及本职业务，如果对业务不熟悉，就难免言不及义。

3、坚持实事求是的原则

总结是对以往工作的评价，必须坚持实事求是的原则，“是成绩就写成绩，是错误就写错误；是大错误就写大错误，是小错误就写小错误”。这样才能有益于现在，有益于将来。夸大成绩，报喜不报忧，违反作总结的目的，是应该摒弃的。

4、重点在出经验，找规律

总结的最终目的是得出经验，吸取教训，找出做好工作的规律。因此，总结不能停留在表面现象的认识和客观事例的罗列上，必须从实践中归纳出规律性的结论来。

花卉心得体会总结篇五

虽然工作多年，但我对市场营销知识还是知之甚微，所以非常感谢公司领导给我们提供了这次培训学习的机会，让我对市场营销有了更深一层的认识，也非常感谢培训老师的精心讲解。

通过学习营销管理知识，使我懂得：一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。下面仅就我参加“市场营销”培训班学习后，结合自己的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗“凡事预则立，不预则废”。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够达到目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

1、物质准备

物质准备工作做得好，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。首先是销售人员的仪表气质给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、合同纸、笔记本等等。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。充分的准备工作可以使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品性能、指标、价格等知识。对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而已。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就非常高，客户所希望的不仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员必须熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序等情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司必须守信用、守合同。

销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标

1、一定要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作

中设定一个核心的目标。我们应该有信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。

2、销售人员一定要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者；而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。必须具有强烈的事业心和高度的责任感，既要勤跑腿，还要多张嘴。只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终获得成功。

3、销售人员要有一双慧眼。销售人员需要具备狼一样敏锐的目光时刻调查市场动向。通过一双慧眼，从客户的行为中能发现许多反映客户内心活动的信息，它是销售人员深入了解客户心理活动和准确判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。俗话说“处处留心皆学问”，用销售界的话来讲就是“处处留心有商机”。

三、建立起与客户沟通的信息网络平台

每个人都有两个人际网络，一个是你自然得来的，包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。一个是你创造的，可以利用一些时间或与客户成为知心朋友。推进销售进程，保持长久的合作。

“锲而不舍，金石可镂；锲而舍之，朽木不折。”这句话说明了成功是需要一种精神的。销售人员就需要这种意志，要有不达目的不罢休的信念，才有机会走向成功，走向最终的胜利。