

微信营销心得体会 营销学习心得体会 (模板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。那么心得体会怎么写才恰当呢？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。

微信营销心得体会篇一

为期十天的省行培训转眼即逝，这里留下了我们静静聆听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最灿烂的笑容。暮然回首，这样欢聚一堂的机会已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心欢喜和期待。

如果有人问我，培训期间给你留下印象最深刻的是什么？我想说，是榜样的力量。每一位为我们授课的省行领导，他们的做人准则、工作经历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们经历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢省行提供的培训机会，带给我们全新的精神洗礼。

如果有人问我，培训期间你最大的收获是什么？我想说，是实现了由菁菁校园的学生走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了中国农业银行的发展历程、基本概况、业务模块、风险管理、公文规范、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培养和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业发展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值”，依法合规的观念已经深入人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业逐渐发展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的风险管理体系能够为商业银行创造附加价值，在市场上获取盈利机会的风险承担能力，是现代商业银行核心竞争力之所在，风险存在于商业银行的每一个业务环节，全面的风险管理体系为每一个员工的习惯行为，因此，作为一名银行从业人员，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。

“欢迎加入行大家庭！”这句温馨的话语不断地在每一位前辈的发言中得以重复，确实如此，培训期间，培训班通过组织各种文体活动，增进学员之间的沟通交流，其乐融融。

每天的行程都安排得很充实，上课学习，体育比赛，演讲比赛，文艺汇演排练等丰富多彩的活动，为新学员提供了一个展现自我，融入农行大家庭的舞台。特别是文艺汇演的排练，加深了学员们彼此的了解，我们肆意的挥洒青春的汗水，绽放最炫丽的青春，在文艺汇演这个活跃的大舞台上，充分地展现农行新一代员工的亮丽风采！在此，预祝20xx年中国xx银行分行第三期新员工培训班文艺汇演取得圆满成功！

中国农业银行在成功上市之后，以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标，努力把农业银行建设成一家面向“三农”、城乡联动、融入国际、综合经营、致力为最广大客户提供优质金融服务的现代化全能型银行。我们作为农行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌！

最后，谨以下文与各位同事共勉：知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

微信营销心得体会篇二

20xx年x月x日~~20xx年x月x日

二、小组介绍

小组名称□h

小组成员□ceo□

财务总监：

财务助理：

生产总监：

营销总监：

采购总监：

本人担任：财务总监

三、实训目的

erp是最前沿的企业管理模式，通过各模板之间数据的相互传递，把对企业的管理上升到系统。学校组织这次模拟实习，是希望通过模拟公司仿真环境，让我们熟悉公司的运作，身临竞争环境，直接参与公司的运作过程和生产流程，模拟生产经营决策，及时处理公司发生的经济业务等。实训以小组为单位，要我们认识到现实中做企业也不简简单单就是赚钱，建立良好的企业间的关系，建立良好的人际间关系都至为重要，做企业要有战略长远规划，不能到处树敌，成为众矢之的，只有这样企业才能做的长远。我在实训模拟中担任财务总监的角色，主要的工作是主持公司的财务管理工作。

四、财务总监任务

我在实训模拟中担任财务总监的角色，主要的工作是主持公司的财务管理工作。为期两周的沙盘模拟虽然我们并不是最后的胜利者，但是，有开心、郁闷，有感悟，有收获。短短两周时间，短短6个财政年度，我却觉得获益匪浅。团队合作、整体规划、产销预测、产品研发、市场开发、广告投资、贷款和还款是书本上学来的知识第一次综合运用，在和团队成员的交流中也相互切磋，相互学习。我们班共51人，分成8组，我们这组共有6人，相比较平时的上课我们都觉得沙盘模拟更有意思。在此之前我们曾学习过基础会计和财务管理课程，自认为可以胜任财务总监一职，财务总监不就是算算账嘛！可是当上财务总监才发现一切都是“我以为”，财务总监可不是一个好差事啊！

我的日常工作就是在企业每年年末我做好下一年的预算，为企业的整体计划提供资金方面的参考；跟随企业经营的进行，监督ceo的日常业务登记活动，支付企业的各项费用，并及时地核对帐目，审核企业新项目投资的可性，对企业将要进行的战略规划，提出意见，并给予财务预计支持，规划企业的贷款业务；总体平衡企业的各项指标，年终作出企业年度利润表、现金流量表、资产负债表，同时在每年各季度的流程表上做好资金的核算，防止错账。以及按规则交纳税费，计提生产线折旧，付出设备维护费和管理费，计量销售收入并核算其成本利润。最后，算出综合费用、净利润、所有者权益。

除此之外，为了满足企业运营和发展有足够的资金，决定公司要在什么时候贷款，贷什么样的款，贷多少款，贷多长的期限；控制权益合理范围，保证资金链的连续不断，资本要如何运营才能提高企业的经济效益；资金要如何安排，才能提高现金的利用率、资产负债率、生产规模、所有者权益等等。

五、实训过程

起始年的时候老师领着我们做，等到第一年时候就让我们自己做了。首先是投广告，抢销售订单，大家一起讨论，为拿到第一批订单我们投了8m广告投入高于所有的小组，我们就是第一个选单了，选了一个本地，7个p1产品的订单，这样我们只能获得18m的毛利。由于订单数量有限，我们剩了2个成品和3个在制品，并且开始了p3产品研发、亚洲市场开拓和iso9000资格认证，由于投入的综合管理费用过多净利润也有起始年的2m变成了-14m即我们第亏损了，但是第一年大家都在亏损了。不过要说明的是，我们预测到亚洲产品p3系列产品需求量较大而且价格也具有较大的优势，第一年我们就投入1m市场准备开拓。而且其他小组肯定先进入区域市场，后进入国内市场，这样我们也就避开了区域市场的竞争对手，这就为我们三年以后成功进入亚洲市场做好了充分的准备。

第二年，由于我们第一年是市场老大，我们只需投了1m的广告就可以很轻松拿到订单，但是考虑到我们的生产能力有限和资金不足，为了尽快收回现金我们这次放弃了最多的订单，只拿了2个账期4p1的订单，但是我们的p1产品就有库存积压而p3又没有生产出来，这一年陷入了比较尴尬的境地。净利润亏损-14m这时ceo鼓励大家不要沮丧，相信第三年一定是我们的丰收年。为了下一年生产p3做准备，我们将两条手工生产线换成了半自动生产线，但是大量资金投入而且又一直处于亏损状态，在第二年的第四周期我们就申请了40m的长期贷款。

第三年，资金虽还剩48m但是上一年的长期贷款今年就要到期，而且应收账款也没有收回，所以我们的资金很紧张，只能用1m投入广告了。这次我们只拿到3个数量p1本地市场的订单和2个数量p3的区域市场的订单，而且应收款今年也不能

到账。由于我们没有研发p2□在很多市场上就不能接受p2的订单，这是我们在第一年的一个重大的失误。为了扩大生产p3我们从第二季度开始投入一条全自动生产线，这样明年第二季度就能生产了，但在第一年就可以少折旧5m了。在第四季度初，扣除购买的原料、生产线投入和其它的一些费用，现金只剩下24m了，为了在第四季度还长期贷款和利息，我们只好借40m的短期贷款，还完长期贷款和利息后，我们又买了一些原料，最后到期末现金还有17m□但是我们的贷款又增加了。由于我们订单拿得少，扣除综合管理费用、利息和折旧等，我们又没有盈利，净利润—6m□

第四年，我们资金还有17m□为了第一季度有钱买原料生产，我们广告费直投了4m□由于其它组在p2上投入比较多，我们就很容易拿到了两张p3的订单和两张p1的订单，订单拿到了我们就开始买原料生产了。但是到了第四季度初，我们的长期和短期贷款一共60m都到期了，我们又借了40m的短期贷款还了到期的短贷。考虑到我们还剩32m的现金，最后我们又买了18m的原料为下一年的生产做准备，幸好在第四季度收回来了48m□这样我们就有钱还长贷了，在交了所有的费用以后现金还有19m□最后在第四年我们盈利5m□所有者权益也增加到了34m□但是我们的长期和短期贷款总共还有80m□不知道我们下一年会怎样度过。

第五年，由于我们现金不足，广告费只投了3m□订单只拿了3张。幸好我们在年初的时候生产线全满了，原材料准备充分，再加上库存，三张订单很快就交货了。因为投入的费用和折旧也在不断地减少，原材料也买了，这一年我们又盈利了7m□所有者权益增加到了41m□看到生产线又全满了，库存也还有很多，应收款还有20m□照着这样的形势下去，我们下一年将会大赚一笔的。

第六年，已经到了最后决胜负的时候了，为了拿到订单，我

们彻底改变了前几年少投广告的做法，这一次我们共投了10m的广告。这一年加上库存我们能产13个p3和5个p1，但遗憾的是p3的订单没有那么多，我们只拿到12个p3的订单和3个p1的订单。由于我们的库存已有8个p3和两个p1，在第三季的时候我们基本上已经提交完了订单，第三、四季度也没有开始下一批生产，更新生产完了以后就已经足够订单交货了。由于这一年我们的费用交的比较少购买的材料也少，订单也多而且没有库存，盈利一下子上升到了30m。

根据所有者权益为71，我们在八个小组中最后好像是第二，结果还是比较满意的。但是我觉得结果不是最重要的，重要的是我们在实训的过程中学到了很多的东西，我们几个人一起认真地投入做完了一件事。其实在沙盘实习中由于市场容量巨大，产品种类多，如果各企业都能做好在战略规划分清市场范围，在广告费上理性一点，应该都能得到很好的成长发展，但遗憾的是我们做的并不很理想。

六、实训心得和体会

回顾我们团队在物理沙盘中的表现，与这个财务总监有很大责任，财务是最关键的环节。不同企业经营成果的差异是由决策决定的，而决策需要以准确、集成的数据为支持。财务是企业全局信息的集合地，是数据的主要提供者，全面反映企业一个时期内的经营状况。首先，必须清楚钱从哪里来，怎样开源节流，实现利润最大。具体到细节可以是：减少生产成本，优化生产流程，优化广告投入等等，不能一一讲清楚了，但是必须意识到这个问题：没有利润，公司最终还是要破产。我之前就忽略了这个问题，广告费上面没有优化，固定资产购置没有优化，所以导致了比较大的生产成本，导致一开始就非常的被动。还有所有者权益=资产-负债。也是简单的道理，但是等到实现的时候，发现总是力不从心。因为最后评价成绩主要还是看所有者权益。减少负债是重要，不要以为银行的钱是白给的，不需要的时候绝对不要向银行贷款。

连自己的钱都要用到最恰当的地方，银行的钱更是没有理由乱用了。

由于刚开始我没有做财务预算，前期投资过少，没有合理安排长期贷款金额和贷款时间，筹集的资金不够，直接导致企业后期运营资金严重不足，加之经营管理不善，权益越来越低，不得不靠应收账款变现和对企业来说压力很大的短贷维持，甚至到最后的变卖厂房。还有一点就是，在整个实训中，没有很好的遵守规则，每期完了之后没有进行现金核对，导致最后结算的时候，资产负债表总是平不了，不但浪费了时间，而且直接影响到企业下一年度的资金运营。所以，在电子沙盘中，吸取原来在物理沙盘中的教训，我首先做好财务预算，利用前期的高权益，筹集到足够的资金，并根据本团队其他的成员对市场需求的预测分析，合理地进行固定资产、生产线、产品、开拓市场、质量认证等方面的投资。因此，在电子沙盘模拟实训中，企业的整体资金运营几乎没有脱节。

这次沙盘模拟实训，让我受益匪浅。俗话说：“万事开头难。”首先，作为一名管理者，必须有战略意识。意见公司的生存和发展必须有方向、有目标，管理者的决策很大程度上决定了公司的方向和目标。战略是基于对未来的预期，因此，管理者应培养起战略意识，包括敏锐的眼光和洞察力，及时有效的作出正确的预期，为公司的生存与发展指明方向。如：我们要在开始年就要规划好整个六年的战略部署，要在哪一年生产什么产品，哪一年占领哪个市场，是做时常老大还是跟随其他企业。erp是一个竞争性很强的比赛，每一个战略的错误都影响着整个局势的走向。所以作为决策者一定要认真仔细地做好战略规划。同时，要制定科学的企业经营战略和合理的企业整体运营规划，并根据企业面临的不同环境，对他们进行调整，以达到企业整体目标。其次，团队精神已越来越被当代企业所重视，团队的作用也日益显现。这一点在我们这一组体现得淋漓尽致，本公司有6个成员，大家各有所长，我们经常一起开会，总结经验和讨论一步计划，这是其他组所不能相比的，和谐的团队，是确保我们成功的关键。

所以管理者应有团队合作的精神。独断专行是危险的。团队之前信任是一大法宝，我们不要因为其他成员的决策错误就对他责骂，相反我们应该给予更多的是鼓励。这一点我是有感触的。我们也很好地处理公司成员的意见分歧并取得了成功。在企业的运营过程中，每一个职能部门都是必不可少的，只有财务、生产、采购、市场营销各部门的完美配合和协调，只有每个人相互配合，各尽其职，共同努力才能将企业经营好，企业的整体运营才会保持在一个健康的道路上。最后，我认为市场营销是企业的中心，企业需要通过市场的调查，弄清楚谁是企业的潜在客户，他们需要什么样的产品，需要多少等基本市场信息，然后制定市场策略，指导生产，协调好与顾客的各种关系，以最终实现顾客的价值和企业的效益。市场就是一个没有硝烟的战场，非常残酷，在企业经营中，我们没有重来的机会，“一着不慎，满盘皆输”，我们要走好每一步。因此，企业要想从营销角度提高竞争力，必须具有强有力的市场营销团队，建立高效的市场营销系统，以把握市场机会并加以利用。

实验中的具体的步骤虽然都比较明确，但也有些地方不够统一，特别是在做的过程中大家的理解不是十分一致，也导致不同的组之间的结果差异很大。另外，从实验过程中发现企业有时会为了财务报表的平衡而可意的去进行一些活动，有的甚至违背时序。由此可知财务对于企业来说的重要性。同时也可看出企业经营过程中决策的重要性，一个库存的移动都会对企业的财务报表产生很大的影响。总之，在整个的经营过程中，无论是做为什么角色，都应该积极的参与企业经营的各项决策，同时大家应该互相的帮忙，团结合作，把企业的整体利益放在各自部门的利益之上，从企业的全局角度出发。做沙盘模拟使我对企业的日常经营活动有了具体的了解，而且也使平时学的理论知识具体地与实践进行了一次综合，加深了对理论的认识，提高了自己分析问题的能力。相信如果有下次的机会，我一定会做的更好。

学校给我们开设沙盘模拟课程是非常有必要的。沙盘模拟课

程不但让我们了解到企业整体的运营过程，而且让我们了解到我们所学的市场营销专业在企业的运营中的地位和作用。更重要的是培养我们要企业家的经营思想、统筹全局的观念以及团队协作精神。erp沙盘模拟是对传统教学方法的一种创新，它一定程度上模拟了企业的经营活动，为学生提供了一个实战的平台。在erp课程中，学生能运用各种知识，学会团队合作，培养危机意识、创新精神和提高抗压能力，体会企业经营的艰辛，更重要的是使学生们看到自己知识结构的缺陷，能在剩下的时间内扬长补短，增强自身的素质和竞争力。

微信营销心得体会篇三

做为一名在广发银行信用卡从事营销工作近一年多的营销人员，一直以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应能力、懂得拿捏揣测客户心理变化、对产品的认知与诠释、语言表达技巧、良好的心理素质。

经过一年半载的努力与奋斗，在这一年多营销工作时间里，有喜、有悲，有笑声、又有泪水，有成功，也有失败。不过在短短时间里，让我深深体会到，无论做任何事情，都要对自己充满信心。

从事营销行业除了对自己要有足够信心，有经验之外，更重要的是自己的一种心态。我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给予我推动力，在这里我也想与大家分享下，相信很多在公司工作的同事，他们也有独特的见地。博众长而用之，这样才能为自己在打开一片天地！

一、对自己要有信心。

在我刚开始从事营销工作的时候，出国留学要拜访客户时犹豫再三不敢进门，好不容易鼓起勇气进门，却又紧张得不知

说什么，刚刚开口介绍产品，就被客户三言两语打发出来。一次又一次的拜访失败，我开始为自己在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。消极的情绪给我工作带来很大影响，后来领导得知此事，他找我聊了许多，他告诉我：“一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能消除面对客户是的恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户”。这番话深深的刻入我的脑海中，每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要对自己有信心、对产品有信心，那我已成功了一半。

二、给自己在不同时期制定一个力所能及的目标

每个人都要合理安排每一天的工作，都要有计划性、目的性，出国留学为了避免一种盲目性的积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，还要带领组员，既然带领了一支小团队，那要有周详的工作计划、合理时间安排、充分调配人员、良好的团队精神等等。给自己、组员制定一个力所能及的目标！

三、要瞬间获得客户的信赖

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

四、在营销失败中学到新知识

常言道：“失败乃是成功之母”！在营销过程中，很多时候我们都会遇到形形色色的客户，也许你幸运，遇到很好说的客

户，但也有倒霉的时候，客户专门刁难你。所以很多时候失败了，不要气馁。要从事情的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希望下次不要常犯同样错误。

以上几点是我从事营销员到营销小分组长一职的一些心得体会，如果我们能做到：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今天就做些事情使之成真。明确你的目标，发掘让你的工作和生活更有意义的方法，你会更快乐，更成功！”

微信营销心得体会篇四

我来中国x寿有一段时间了，有了一点微不足道的小成绩，本来不值得赞扬，但领导希望我和大家分享一下自己的经验，经验谈不上，我就聊聊我对保险的一点体会吧！这仅仅是我个人体会，仅供大家参考，不对的地方，希望大家谅解！

一、用真心融化客户

这次客户来源主要是一次偶然的机会去亲戚家喝酒，了解到客户有一定的经济实力，但是对资金的规划和投资的安排很迷茫，我从客户聊天的过程中抓住客户的心态，了解到客户当前需要买房和买车，但是还有部分余额不知道怎么投资，客户向我咨询怎么投资收益大又稳当。我的建议是：考虑到家里有七十高龄父母，父母百年之后需要花费一笔资金，可以买一份__，缴费更短，三年投入，幸福一生，回报更多，双重大礼，积累生息，理财更活，安全无忧，理财灵活。第一次上门服务，客户对保险不信任，对保险的意识淡薄。

我告诉客户中国__是全国最大的一家保险公司，是全国500强企业之一，并拿出__保险公司的__的规划书，具体讲解了这份保险的投资与收益详情，客户听了之后说考虑下并和自己的家人商量之后再决定，我了解到客户有些心动，但是还是

不太信任保险。后来我经常跑到客户家拜访，每次带点礼品，和他们家父母儿子交谈，最后我用自己真心融化了客户心理的障碍，客户主动提出要买这份保险，并请教我办理的相关手续。首先我让客户填写一份幸运邮天下的卡，并衷心地祝福客户能中大奖，客户听了心理很舒服，然后签单，复印账户和身份证，最后在我的努力下终于完成这份保险签单。

二、用信心感动客户

在这次签单过程中，我一直信奉一句格言“信心比黄金更重要，相信自己永远是最棒的”。保险业是一个全新的事业，我们可能会被别人拒绝，我们也可能遭人冷眼，唯一能支撑我们继续坚持下去的只有我们的信心，对行业的信心、对公司的信心、对自己的信心。通过这段时间的学习和实践，我也体会到公司和同事们的用心良苦，特别是y经理□j经理和hf的耐心指导，让我加深对业务的了解、对市场的了解、对保险业务员的了解；另一方面可以通过实践，磨练意志，增强抗压能力，让我们学会如何在逆境中保持信心、保持自己高昂的斗志。

真诚希望我们的伙伴们都可以正确的对待这个让人恐惧的市场实践，端正自己心态，在自己勤奋下实现目标，达到公司的要求，最终留在__保险公司成就自己的辉煌人生！

在做销售的过程中是在与消费者进行如何更好的理财的一种培训，也是更好的解决购买银保产品和理财之间的关系的过程。所以银行保险销售人员的身份基本上就是以理财师的角度与客户进行沟通，了解，建议，进行理财营销。

保险营销学习心得2

微信营销心得体会篇五

20××年3月4日到3月8日，为期五天的营销软件上机实践课稍纵即逝，短短的五天学习时间却让我们更加了解营销的整体过程，更加宏观的看到了生产和销售的关系，更是纠正了我们以往一些销售中的一些固有思想上的错误，让我们更加深刻的理解了营销这个概念。

大家选择以十五亿的注册资本进入汽车销售市场。我们将要在之后的同样的时间中完成包括市场调查、新产品开发、生产线购置安排、生产计划安排、定价、推销等多项任务，进而通过销售额、注册资本等多项评价指标进行在线用户的排名评价。

十五亿，事实上我和身边的同学对这么大的一个数字压根没有一个概念。所以，一开始投入研发非常保守，以至于当第一轮订单卖出后，查询销售额我被一些男生一气儿卖了20xx多辆的战绩吓到了，也一下子意识到两件事：第一、有那么多的注册资本就要充分利用，更充分的利用资本，也有可能更大的回报。第二、一定要注意即产即销这个概念，尽量做到当月产车尽量销售空，如果存在大量滞销就要调整生产计划、适时推出促销计划；而如果发现卖得太快，不到半月就卖完了，就要相应提价，增加下月产量。此时，看着自己的波士顿矩阵图里面第一种中高档汽车处于瘦狗类产品的状况，我及时调整了思路，开始重新布阵，在投入新车型的同时，调整中高档汽车的销售策略。由于及时调整了整体思路，截止到第三月末时我已经惊喜的发现我生产的三个档次的汽车（中档、中高档、环保型）销售量总和已经升到800多辆，三类产品均跃入明星类产品，仍具有销售增长潜力。我的总体名次也一下子跃升至中上层，心情无比的好。

古人曰：千军易得，一将难求。万事讲求策略，何况在当下商业竞争激烈的社会。各种企业和各种品牌都运用市场营销策划来探索和设计企业、品牌打开市场合适快速的道路。营

销策划是对企业未来营销行为的超前决策，是企业开展营销活动的前提。通过营销策划，企业可以对营销环境作出具体分析，根据要达到的营销目标，制定具体的营销方案，从而有效地完成任务。营销策划按市场营销内容可划分为：产品、价格、分销、促销策划等。在本次实践中，我们就深刻的认识到了营销策略的重要性。对于市场营销人员，应具备观察力，灵感，构成力，情报力，实现力和感召力。我们不要墨守成规，尽量提出一些奇怪的点子，爱因斯坦说过：“一个想法的提出之初不是荒唐的话就不要对它抱有希望。”其次，广泛阅读，随时做笔记也很重要。多参加讨论性活动，增大可行性。同时要放松自己，并树立正确积极的消费观念。

文档为doc格式

微信营销心得体会篇六

当今时代，是一个充满竞争的时代；是一个沧海横流方显英雄本色的时代；是一个狭路相逢勇者胜的时代。随着科技的不断发展，社会的不断进步，人们的生活水平不断提高，不在满足于解决温饱问题，而是在此基础上需要更好的服务。

在这个社会条件下，企业面临的竞争也是不言而喻的。优胜劣汰、适者生存、强者发展、不进则退是企业竞争的普遍结果。面对惨烈的竞争，企业大多都在提升自己的综合实力，从而赢得顾客的青睐。而顾客忠诚度的高低，取决于企业服务质量的高低。

我学的是市场营销专业，很幸运地学习了《服务营销学》这门课程，通过《服务营销学》的学习，我认识到了服务是一名营销人员必不可少的技能。

在二十一世纪，人们公认的买方市场上，企业能否站稳脚跟并取得更好的发展，关键在于服务。这是什么原因呢？众所周知，20_年毕业大学生630万，而现在大学生普遍趋于同质化。

企业的产品也如此，同样的产品，同样的价格，能打动顾客的就只有服务。二十一世纪的服务是人性化的服务，在营销界中有这么一句话，顾客满意他会告诉8个人，而顾客不满意他会告诉22个人。可见提高服务质量是多么的重要，这一点，沃尔玛就做的很好。沃尔玛的“顾客至上”原则可谓是家喻户晓，它的两条规定更是人尽皆知“顾客永远是对的”；“如果顾客恰好错了，请参照第一条。”更为与众不同是沃尔玛的顾客关系哲学是——顾客是员工的“老板”和“上司”。每一个沃尔玛的员工都被告诫：你不是在为主管或经理工作，其实你们和他们没什么区别，你们之共同拥有一个“老板”，那就是顾客。

为了使顾客在购物中至始至终感到愉快，沃尔玛要求自己的员工的服务要超过顾客的期望值，永远要把顾客带到他们需要的商品前，而不是只指给顾客或是只告诉他们商品在哪里。对常来的顾客招呼要特别的热情，让他们有被重视的感觉。

沃尔玛毫不犹豫的退款政策，确保每一个顾客没有后顾之忧。沃尔玛有四条退货准则：

1. 如果顾客没有收据——微笑，给顾客退货或退款。
2. 如果你拿不准沃尔玛是否出售过这商品——微笑，给顾客退货或退款。
3. 如果商品出售超过一个月——微笑，给顾客退货或退款。
4. 如果你怀疑商品被不适当地使用过——微笑，给顾客退货或退款。

沃尔玛不愧是世界500强之首，永远顾客至上，永远

把顾客放在第一位。顾客想要的就是这样的服务。服务也有层次的不同，第一层次则是分内服务，是一种被动的服务；第

二层次是边缘的服务，也就是可做可不做的服务，是一种主动的服务。

借用刘加来教授在课上引用的例子。有两家公司，生产同样规格同样价格的空调。顾客在a公司买了一台空调，公司派工作人员帮助客人安装好空调就走了。而b公司的工作人员安装好空调以后对顾客说：“我刚才在安装空调的时候听见您的冰箱声音有点问题，我刚好有工具，我帮您看看吧。”在解决了冰箱的问题以后，顾客说抽油烟机有点问题，工作人员又帮助顾客解决了抽油烟机的问题，这让顾客十分的感动。从此以后就认准了b公司的产品，而且还告诉了他的亲朋好友□ b公司赢得了良好的口碑。

显然a公司只是做到了分内的服务，顾客会觉得这是理所应当的，并不会感激。而b公司还做到了第二层即边缘服务，让顾客享受到了超值服务，这让顾客产生了感激，从而提高了顾客的忠诚度。

刘加来教授给我们讲过十大市场策略，即创新、专注、低价、理念、差异化、模仿拓展、替代品、速度、专业、服务。其中排在第一的就是创新。产品要创新，服务也要创新。

随着社会经济的发展和人们消费水平的不断提高，顾客对商品质量和服务的需求越来越高，它们除了要求厂商不断提高产品质量和产品技术含量外，还要厂商不断创新服务水平，不断推出新、特、奇的服务举措来满足他们对服务的求新求异的需求。

企业要想在激烈的竞争中有自己的立足之地，那就要树立服务创新意识，只有不断地创新，才能吸引顾客，留住顾客。服务是一条漫长没有尽头的道路，做服务就要做到：“服务细节人性化，服务态度优质化，服务技能专业化，服务方式灵活化，服务效率高效化。”

微信营销心得体会篇七

时间过得真快，教育学课程即将结束，市场营销的课程也接近尾声。通过学习市场营销课程我学到了许多关于市场营销方面的知识，同时在李老师的精心讲授下让我了解到了市场营销人的那种独特的魅力，了解到了市场营销是一门用途很广的学科，我们生活随时随地都能感受到市场营销的气息。

在没有接触市场营销这门课程之前，我们都没有知道什么是营销学，自从选修项目管理后，才开始对营销学有所了解。营销是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便组织与其利益关系人受益的一种组织产品销售功能与程序。菲利普·盖基一再强调下的定义强调了营销的价值导向：市场营销是个人和集体打造出通过创造，提供出售，并同别人交换和价值，以获得其所需所欲之物的一种一个社会和管理过程。而格隆罗斯给的定义强调了营销的目的：营销是在一种利益之上下所，通过相互交换和承诺，建立、维持、巩固与消费者及其他参与者的关系，实现各方的目的。

在营销课上李老师给我们讲到本领营销人应具备的能力、营销手段人的心理素质、市场营销与企业职能、市场营销环境、市场营销调研与预测等分析模块。

营销人应具备的能力有：学习能力、宣讲沟通能力、销售能力等。而且学习灵活性还包括公司的自料学习、公司的各项培训、收集知识的能力、捕捉信息的能力等。营销人员的心理因素包括：高度的热情、坚强的意志、良好的心态、强烈的责任等。市场营销与企业职能：金融机构企业的基本职能有市场营销与创新，市场营销并等于推销，市场营销的目标是减少推销，甚至使推销成为多余。市场营销环境是企业营销职能外部不可控制的因素和力量，这些因素和力量是影响企业活力及其目标事项的外部条件。产品服务环境包括：微观环境和宏观环境。数学模型营销环境指紧密相联与企业紧密相联，直接影响企业营销能力的各种参与者与企业替营销

形成协助、竞争、服务、监督的关系；宏观政策营销环境包括：人口环境、经济环境、自然资源环境、科学技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。市场营销调研与预测是指运用科学的方法系统地、客观地辨别、收集、分析和传递有关市场营销活动的各方面的，为企业市场营销管理者制定有效的市场营销决策提供重要的依据。与狭义的整个市场调查不同，它是对市场营销判断活动全过程的分析和研究成果。

本次研读市场营销课程的学习收获远不止这些，以上例出讲义的只是一部分短文。通过此次的学习真的学到了不少知识，虽然时间很短但收获挺大的，在此非常感谢老师李朝春老师的精心传授。

微信营销心得体会篇八

今天又去参加公司组织的营销培训和个人强化训练。参加这种培训以经不是第一次了，以前在哈药上班时也经常参加。每次参加后的感觉就是整个人又补充了一次新鲜的血液。

每次参加这种培训主要是培训个人的心态与专业知识的提升，起到调整工作中的积极性与个人能力(说白了就是增加销售的业绩)。这种培训确实能让你从中学到不少你平时所没有体会和你所了解到而没运用的专业东西派上用场，通过互动和交流再到实践从而提高销售过程中更好的应对客户提出的问题，到达成交的目地提高销售的业绩。所以这种营销强化训练对个人能力的提升有很大的帮助，如果有时机参加这种培训的同仁请不要放弃时机，好好学习一下。

其实我觉得之所以很多公司及企业花重金请一些知名的培训师来培训公司的管理层和公司员工，一大局部是为了提高公司的业务与产值，从而到达最大化的收益。

同时也是提高管理层与员工的个人对人生观和价值关的看法，

不断增加工作中积极性与能力，提升个人素质与企业文化品牌形象的概念等等。做销售的几年来，我对此深有体会，而且还在不断探索学习过程中，我想成功只是时间的问题。

其实这个很重要，因为一个公司的命脉是什么？是人才与产品，为什么这么讲呢？如果一个公司能力再大，有再好的产品，如果他没有一个好的，受过专业训练和具有很好个人休养与充满激情积极向上的管理人员，工作人员，销售人员去管理，开发，创新去推广产品的话，那么他们公司只有两个结果，一是破产，二是让其他公司吞并。人才是怎么来的，是通过后天学习和培训与实践创新得来的。没有人是天生人才的都是通过后天学习而得来的。对吗？答案是yes！因为只有过硬的人才，才能创造出过硬的产品，才能不断创新创造适应变化莫测的市场，比尔盖茨好似是讲过。这也正是为什么那么多的大公司与集团愿意花钱来培训职工的原因。

我觉得不管从事什么行业的销售只有一个目的：“那就是业绩！就是走出去，说出来，把钞票拿回来。因为在这个现实的社会和剧烈的市场中，没有人去管你的过程只有人去管你成果（结果）”。

为什么这样说呢：因为业绩代表什么，代表能力，代表公司的`产值增长，代表你今天成功了，代表你能把公司推广出去，能为公司打出品牌等等。

就举个例说吧：如果今天老板让你把产品买出去，而你也很认真的，去做，去找客户，拜访客户走了很多路，还受了很多气，而且受到不少的挫折，但结果是你一个单也没成交，当你向老板交代的时候，你跟他讲你今天是怎么怎么去努力的，我想老板绝对不会听的，而且还会感到很烦，你很没能，没用，为什么呀？！因为老板要的是结果而不是你买不产品后所讲的理由与借口，因为商场如战场没有成交就意味着失败，俗话说：“成者英雄败者寇，失败就没有理由与借口，只有什么？只有反思，思考那里做的不对，那个知识点没有用好，

为什么失败，然后再去努力改良，去学习，在以后的工作中再有这样的问题要怎么样去处理，怎么样的应对。对吗?我想答案是yes!

我想说的不是批评失败，批评失败的人，而是想告诉失败要找到原因，找到为什么你不能完成业绩，为什么人家能完成，而我不能?问题出在那儿!所以也突出了学习与培训对于个人的成长与能力的重要性。还有做销售这个行业的人一定要有一个目标方向与理想。因为只要你有的人生目标理想方向，你才会向这个方向去努力去奋斗，才能不断告诉自己自己的人生目标理想该向那个方向走。就像你要到某个地方去一样，不管你是用什么方法，坐车，走路，坐飞机，火车等等方法，你最终的目的只有一个就是到达目的地。对吗?既然这样，那么就没有不可能的事与做不到的事。只是时间的问题。只有不努力的人，而没有做不成的事。而且你要有一个坚决的信念：我必须成功，我必须成功。