

2023年营销员心得体会 电网营销员工心得体会(大全5篇)

心得体会是指一种读书、实践后所写的感受性文字。心得体会可以帮助我们更好地认识自己，通过总结和反思，我们可以更清楚地了解自己的优点和不足，找到自己的定位和方向。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。

营销员心得体会篇一

在电力市场竞争日益激烈的今天，电网公司的营销人员扮演着重要的角色。他们经常接触到客户，了解顾客需求，提供解决方案，并为他们选取合适的用电方案。但在这个过程中，营销员也面临着种种困难和挑战。如何实现个人目标和公司目标的交汇，以及如何提高客户满意度，成为了许多电网营销员的难点。本文将从多个角度分析个人经验，旨在为其他电网营销员提供帮助和启示。

二、快速建立良好的关系

面对顾客，建立良好的关系是非常重要的。作为一名优秀的电网营销员，不能忽视沟通的艺术。在与顾客进行交流时，需要用心倾听，理解他们的需要和意愿，并回答他们的问题。只有通过有效的沟通，才能真正了解顾客，并在专业知识和经验的基础上提供最佳解决方案。与此同时，也要注意在沟通中掌握好分寸，不要让顾客感觉到压迫。

三、主动了解顾客需求

在电网营销工作中，探索 and 了解顾客的需求是不可或缺的一环。不同实际情况要求不同的解决方案，良好的顾客关系必须建立在与客户需求的有效对接上。最简单的方法是向客户

询问问题，但还可以从已经购买的或者需要升级的设备信息中，获取有关客户需求的信息。当然，对于某些特定行业的顾客，我们也需要对市场现状、客户的发展方向、行业趋势等加强了解以应对。关注顾客的需求、持续的对话以及深入分析背后的诉求，将是电网营销员不断向前发展的支点。

四、处理突发事件

在电网营销过程中，总有一些突发事件。这其中包括天气、自然灾害、设备故障、舆论风波等，这些都可能对顾客的用电情况带来一些不便和痛苦。说到底，这需要营销员拥有危机意识，及时、有效地应对。一方面，应与顾客保持紧密联系进行沟通，并传达适当的信息和安排。另一方面是各种协调。回溯问题，查找原因，对故障进行处理并协助重建设备，都是营销员所要解决的问题。必须能够协调和处理这些问题，以确保最终的解决方案和方案的执行满足客户的要求。

五、不断学习，进一步提高

如何成为一名成功的电网营销员？关键是保持学习的态度，精益求精并不断提高自己的技能，深入了解市场和客户，钻研业务知识，学习解决问题的能力 and 有效地厘清复杂问题的方法。成为一名成功的营销人员并不是一夜之间的事情，必须通过自我学习、学习与其他同行的交流、拜访老师和身边的高手、实践、观察和回顾等多种方法，才能获得更多的经验和知识。因此，保持开放、谦虚、好奇的态度，关注行业动态和替客户值得借鉴的解决方案，不断学习，提高个人的能力，适应不断变化的电力市场，是一名成功的电网营销员所需的必要素质。

六、结论

总之，成功的电网营销人员是通过一系列职业技能提升和良好的沟通技巧来增强与客户的关系的。在处理顾客提出的需

求时，一定要积极主动、拥有强大的协调能力，并在业务方面保持不断学习意识。通过不断努力追求职业成就才能充分发挥电网营销者这一职业的价值。同时，将经验分享和团队合作需要积极推动。

营销员心得体会篇二

营销是现代商业中不可或缺的一环，优秀的营销员能够带来丰厚的收益和持续的发展。然而，要成为一名优秀的营销员并不容易，需要不断学习和提升自己的技能。通过学习优秀营销员的心得体会，我们可以获得宝贵的经验和启示，提高自己在营销领域的能力。

第二段：策略和规划的重要性

一位优秀的营销员在工作前往往会制定详细的策略和规划。首先，他们对市场进行全面的分析和研究，了解目标客户的需求和竞争对手的情况。其次，他们会制定切实可行的销售目标，并制定相应的营销计划。在实施过程中，他们时刻关注市场的变化，并根据实际情况进行及时调整。通过策略和规划，营销员可以更好地把握市场机会，提高销售效果。

第三段：沟通和人际关系的重要性

在销售过程中，良好的沟通和人际关系是非常重要的。优秀的营销员懂得倾听客户和团队成员的需求和反馈，能够有效地与他们进行沟通和协作。他们善于发现客户的潜在需求并给出合理的建议，以此建立长久的合作关系。同时，他们也能够与团队成员密切配合，共同实现销售目标。通过良好的沟通和人际关系，营销员可以提高销售额和客户满意度。

第四段：自我管理和自我激励的重要性

营销工作的压力通常很大，优秀的营销员能够很好地管理自

己的情绪和时间，保持高效的工作状态。他们会给自己制定明确的工作目标和计划，并按照计划有序地执行。在面对困难和挑战时，他们能够保持积极的心态和高昂的斗志，找到解决问题的办法并迅速调整策略。通过自我管理和自我激励，营销员可以更好地应对各种困难和挑战，保持持续的工作动力。

第五段：持续学习和创新的重要性

市场环境不断变化，优秀的营销员需要不断学习和创新，才能保持竞争力。他们会关注市场动态和行业趋势，学习新的营销理论和技巧，并将其应用到实际工作中。同时，他们也会不断尝试新的销售方法和策略，寻找创新的机会。通过持续学习和创新，营销员可以不断提高自己的能力和水平，并在激烈的市场竞争中立于不败之地。

结论：

学习优秀营销员的心得体会，对于提高自己在营销领域的能力具有重要的意义。通过制定策略和规划，建立良好的沟通和人际关系，良好的自我管理和自我激励，以及持续学习和创新，我们可以不断提高自己的营销能力，取得更好的销售业绩。因此，我们应该向优秀的营销员学习，不断提升自己，成为一个出色的营销专家。

营销员心得体会篇三

实习是每一位中专生必须拥有的一段经历，下面是带来的饲料实习营销心得体会，希望可以帮到大家。

篇一：饲料实习营销心得体会

通过一段时间的市场实习，使我受益匪浅，在销售方面我不敢说有了深刻的了解，但通过是实习使我理清了思路，市场

营销对于原本的我很陌生。所谓陌生，是在这之前我从没有真正意义上学习和研究过它，对它的认识仅仅是表面而已。

实习是个人综合能力的检验。要想胜任这份工作除了理论上知识外，更需有一定的实践能力，操作能力。此次的实习，我也深深体会到了积累知识的重要性。通过这次实习，我真正领会了邵明栋送给我的一句话：“在市场上要多看多听，自己真正到了市场总有用到的时候。”此次实习还增强了我对本行业的信心和勇气。

在这次实习过程中，我有如下深刻的体会：首先，营销的本质是人的营销。在与经销商沟通的过程中，发现很多时候，同样的产品和价格，但是不同的人去操作，方法和结果往往是不同的，很多做的好的经销商就是依靠自己的人格魅力去打动消费者的。要想让别人接受你的产品，第一步是要让他接受你这个人。其次，做好销售必须把每件事情落到实处，并且不断跟踪跟进。做好销售是一件系统工程，对于每一个环节来说，都非常重要，任何一个环节操作不好，都难以达成销售的目标。

对于我这样的实习业代来说，虽然销售这工作看似简单，其实却没办法很好的掌控，因为我们缺乏足够的经验。销售十分依赖于销售人员的个人魅力，另外，团队精神也十分重要，销售不是自己一个人的工作，而是整个团队共同的目标，只有做到团结在一起，发扬每个人的优势，才能高质量地完成任务。

这次实习，我还总结出要做好销售就应该做好如下准备：第一，精神状态的准备。在销售的过程中，业代要有一个好的精神状态，就会给客户一种积极的、有活力的氛围，那么这种积极的情绪总会影响到每一个客户，因为在看产品的时候，我们业代就是直接体现我们品牌形象的，所以销售人员素质的提升也是产品提升的一个重要标志。精神状态好的业代，成交的机会也会比较大。第二，知识的准备。在接触客户的

时候，由于我对产品的知识的不熟悉，在客户询问性能和产品的有关事项时我总是不能很好的介绍，客户就会对你的产品产生怀疑。第三，对客户的准备。当我们了解了相关的产品知识的时候，就是我们掌握销售的第一步，精神状态的表现也能从我们的仪容仪表表现出来，要具备一定礼仪素养知识，只有让客户接受我们，我们才能对顾客掌握的越多，我们就能更能把握顾客的心理，和顾客建立一种和谐的关系，创造一种轻松营销环境，善于倾听顾客的每一句话，然后分析顾客是否有购买的意向，推荐适合他的产品。

几天的实习生活结束了，在这几天里我的感触颇深。以前总将自己的眼光局限在很小的空间里，总认为市场营销就是将产品推销出去，从来没有去想推销的方法与策略，现在才知道要想做好这份工作，自己还是差了很多。通过这次实习使我深深明白到销售的重要性和艰难性，根本不是想象的那样简单。更重要的是，它使我初步培养了营销的兴趣，初步设想未来发展的方向，为今后的工作打下了良好的基础。

篇二：饲料实习营销心得体会

首先介绍一下我的实习单位，贵阳恒晨饲料有限公司，改涉足水产研究，水产养殖及动物保健领域的大型农业科技型上市公司。目前公司有近四十家分子公司，年生产能力逾300万吨，是国内最大的水产饲料及主要畜禽饲料被四川省工商局评为四川省著名商标，被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标。通威饲料是中国十大名牌饲料之一，产品的各项技术指标处于国内领先并达到国际先进水平。我所实习的通威股份揭阳通威饲料有限公司，是广东省粤东地区最大的水产饲料生产企业，年生产能力30万吨，在粤东地区销量位居同类产品之首。

自到恒晨饲料公司实习以来，我参加了公司的生产实践与销售工作两个阶段的锻炼。第一个阶段我被公司安排到农村做最基本的终端工作下乡。做示范，开养殖交流会等等加实践工

作，主要是公司考虑刚出学校的我们实践经验还不够，理论和实践总有一些差距，在这个过程中学习和找自己的不足，加以完善，并在实践生产当中提高自己的综合能力以及实际动手能力。在同类养殖场相比较，具有相当强的实力和业内较好的口碑。通过这一阶段的实习和学习，让我更直观的了解饲料养殖的基本情况和发展趋势，培养了我的实际动手能力和兴趣，对我以后从事养殖行业奠定了坚实的实践基础，同时让我更看好中国养殖发展的前景和未来，增加了我以后从事养殖事业的信心。

接下来的第二个阶段，我被安排到市场部工作，为公司做宣传和联系业务，推销公司的水产饲料产品。虽然自己认为很适合做推销工作，但实际上这并不是件好差事，对于我这个毫无饲料行业实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说，推销一种商品确实很难，人地两生，风俗习惯，口音等等各反面对我来说都是难题。所以刚开始那段时间，我真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看。通过这一段时间的学习观察和老同事的分析。我总结如下：我公司产品主要负责销贵州东部地区，市西部地区场容量大，但饲料生产企业众多，场竞争激烈，我公司又是新建厂不久，对这一地区开发较迟，虽为中国贵州重点饲料龙头企业，但时常形势不容乐观，必须充分发挥养殖饲料龙头企业的优势[强大的实力，专业的技术，优良的品质，完善的售后服务等等]来赢得市场，才能在日益激烈的市场竞争中站稳脚跟。

我的信心。同时也让我明白，真正好的销售不单只是把产品卖出去把钱收回来，还应该在厂家和商家之间形成稳固，诚信的合作关系，共同为社会和消费者创造财富，只有多赢生意才会做长久，如果不懂得保障他人的利益，最后必然自己的利益也会失去。同样也使我深刻体会到学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。在实习工作里，我像一名真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是学生了，每天7点起床，然后像一个

真正的上班族上班，实习过程中严格遵守公司的各项制度，虚心向有经验的同事学习，这一年的实习工作使我懂得了很多以前不知道的东西，对饲料行业也有了更深的了解，对自己将来的发展有和更明确的目标，同时对养殖行业的发展充满了信心。

实习是每一位中专生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本学不到的知识，丰富了我们的知识层面，打开了我们的视野，长了见识，为我们走向社会打下了坚实的基础，实习我们我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试，实习是我们从以前的幼稚走向成熟，是我们从走事卤莽走向理性，让我们真真实实感到自己在成熟，在进步，在不段的提高这都是我们今后人生道路的宝贵财富。

最后衷心的感谢学校，感谢贵阳恒晨饲料公司给我们提供实习的机会。

篇三：饲料实习营销心得体会

刚来公司我就知道了铁骑力士集团是国家级农业产业化重点龙头企业，创建二十年来从3.5万元、6个人发展成为在全国建有51家分(子)公司、员工6000余人的高科技企业集团，包括饲料、食品、牧业三大事业部和一个国家认定的企业技术中心(冯光德实验室)、一个培训中心(铁骑力士大学)，并构建起“饲料——畜禽养殖——食品加工”一条龙的产业链结构。

饲料产业是铁骑力士集团的主产业，集团在全国建有20多家饲料分(子)公司，年生产能力300万吨，公司秉承以“人类健康为己任，领航绿色新生活”的企业理念，坚持走产业化道路，切实推行精益生产，大力发展高效、安全、绿色饲料产业，率先在行业内通过了haccp认证、绿色生产资料认证，“母猪系统营养技术与应用”获得国家科技进步二等奖，

“肉鸭的营养需要与饲料高效利用研究”项目获中国饲料行业重大技术进步项目奖，“肉鸭饲料高效利用技术的示范与推广”成为科技部农业科技成果转化重点项目，“高效安全肉鸭饲料的研发”项目获四川省科技进步三等奖。

“铁骑力士”牌系列饲料先后荣获“中国饲料行业最具竞争力十大品牌”、“国家免检产品”、“四川省名牌产品”，为畜禽健康养殖和食品安全提供了有力保障。同时，坚持以“质量+感情+服务”的模式，并通过召开“西部论坛”、实行“全国万村帮扶大行动”、在梓潼建立万亩绿色玉米种植基地等方式，带动农民种植户、饲料经销商和养殖户增收致富。集团相继荣获“中国驰名商标”、“中国饲料行业具有竞争力十大品牌”、“全国优秀畜牧企业”、“全国食品工业优秀龙头企业”等荣誉，被省政府列为“十二五大企业大集团重点培育企业”。集团董事长雷文勇荣获“全国劳动模范”，并当选为中国饲料工业协会副会长、中国畜牧业协会副会长、四川省政协委员。面向未来，铁骑力士将继续发挥产业和龙头优势，以冯光德实验室为技术支撑，打造百亿企业，成为优质安全食品的一流供应商。

在铁骑力士实习期间，我们首先参加了公司的培训，在公司统一的培训后，各小组由公司指派的各攻坚队队长分别针对自己的团队介绍相关情况，接下来我们在领队的指导下开始下市场为公司做宣传，搞调查，最后几天我们便开始了自己开发新业务的历程，并获得了不同程度的收获。

下了市场才真正体会到销售的酸甜苦辣，人地两生、风俗习惯、口音等各方面对我来说都是难题，在经历它们之后，继续坚持下去的人就是成功的人。其实我们每个人的心里都是一样的，市场上的困难要比想象的多，而我们解决困难的能力比想象的要少，在这个时候公司的领导和领队给了我们很大的帮助，我们在一起交流，我们将市场上遇到的困难提出来向他们请教，在交流当中，他们都毫不保留的将自己多年来销售的一些心得体会及一些宝贵的销售技巧与我们分享。

在这样的交流当中，我学到了很多，让我越发喜欢铁骑力士这个销售团队，从他们身上我看到了一种精神，一种干劲，我们作为业务人员一定要不怕苦，不怕累，在一线坚持做好自己的本职工作，处理好和经销商及养殖户的关系，帮助和服务于经销商和养殖户，以提高公司产品的占有率，深入市场，充分熟悉市场，分析市场，把握商机，扩展业务，提高和树立自己专业形象，以赢得客户至心的尊重。

通过不断地向顾客介绍推销的过程，我懂得了销售员是需要高度的激情和恒心的。这十几天的实习提高了我们的交际能力，锻炼了我们的口才，也不断地积累了我们的销售经验和技巧。从刚开始觉得销售只是运气使然，没什么技术含量，到后来真正的认识到了销售其实真的是一门伟大的艺术。经过这次实习，我对销售有了全新的认识，同时我也明白了，好的销售不单只是将产品卖出去把钱收回来，还应该在厂家和商家之间形成稳固、诚信的合作关系，共同为社会和消费者创造财富，只有多赢生意才会做长久，如果不懂得保障他人的利益，最后自己的利益也必然会失去。同样我也深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实践中去。

这段时间所学到的经验和知识大多来自公司领导和领队们的教导，这是我一生中一笔宝贵财富。这次实习让我深刻了解到，在工作中和同事保持良好的关系是很重要的。做事首先要学做人，要明白做人的道理，如何与人相处是现代社会的一个人最基本的问题。同时我明白了也真正体会到了作为一名业务员，自信是多么的重要。对于自己这样一个即将步入社会的人来说，需要学习的东西很多，他们就是最好的老师，正所谓“三人行，必有我师”，我可以向他们学习很多知识、道理。回味这次实习经历感觉自己成熟了许多，在这期间学到的很多东西，让我感触颇深，受益匪浅，回到学校我将继续努力学习，使自己的专业知识更加扎实，为以后的工作打下基础。

再次感谢铁骑力士公司给我们这样一个切身的实习机会。最后，我衷心的希望铁骑力士的未来更加辉煌，希望更多地同仁加盟铁骑力士，共享盛举。谢谢大家。

营销员心得体会篇四

转眼间x年已成为历史，但我们仍然记得去年激烈的竞争。天气虽不是个性的严寒，但大街上四处飘飘的招聘条幅足以让人体会到x年阀门行业将会又是一个大较场，竞争将更加白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上百家企业都在抢人才，抢市场，大家已经真的地感受到市场的残酷，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

今年实际完成销售量为5000万，其中一车间球阀x万，蝶阀1200万，其他1800万，基本完成年初既定目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长；但蝶阀销售不够理想（计划是在1500万左右），大口径蝶阀（dn1000以上）销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常，oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、质量状况：质量不稳定，退、换货状况较多。如xx客户的球阀，xx客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、细节注意不够：如大块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，

发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如xx□xx□xx等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，这天和昨日不一样的价。

5、技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解□xx□xx等人均有提到这类问题。问题不大，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽；销售人员已掌握了必须的销售技巧，并增强了为客户服务的思想；业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法□xx在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再厉，发扬光大，但问题方面也不少。

1、人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种状况存在公司各个部门，公司就应有适当的考勤制度，有不良现象发生时不就应仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时带给报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱职责，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门职责不清，本末倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。就说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是十分完美的。

“管理出效益”，这个准则大家都明白，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管管理不够。严格说来公司就应以制度化管管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的化。就拿考勤来说，卡天天打，但是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么

打不打卡有什么区别不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这是姑息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么这就是政令不通，执行力度不够啊。这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从那里来过程控制就是一个关键!完整的过程控制分以下四个方面：

4) 公平激励建立一只和谐的团队，调动员工的用心性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有用心性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，大环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上大家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，期望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我推荐工资还是要相应调整，毕竟失去一位员工的损失太大了。

另外一个方面就是公司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，用心性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当职责；多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误；过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出独当一面的人才。

以上只是个人之见，不必须都对，但我是真心实意想公司

未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟酌。

销售目标：

初步设想x年在上一年基础上增长40%左右，其中一车间蝶阀为1700万左右，球阀2800万左右，其他2500万左右。这一具体目标的制定期望公司老板能结合实际，综合各方面条件和意见制定，并在销售人员中大张旗鼓的提出。为什么要明确的提出销售任务呢因为明确的销售目标既是公司的阶段性奋斗方向，且又能给销售人员增加压力产生动力。

营销员心得体会篇五

营销员一般指在固定地点上班，参与公司销售工作会议及销售政策制订的人员，主要负责的当然也是销售。下面是本站带来的营销员心得体会，希望对大家有帮助。

紧张的初级营销员考试终于过去了。回首考试的整个过程，我总结了自己的一些见解和心得。

一是前期备考，端正学习心态。对于任何考试，端正态度是第一位，也是前提。“学问并不难，关键在于认真、用心”，这也就意味着坚持、多思，坚持就是胜利。无论做什么，都忌一曝十寒，都忌三天打鱼两天晒网。因此，在正式开始学习时，要制定计划，规划好每天学习目标，对于在岗考试，制定学习计划，适当掌握和分配好工作与学习时间，是非常必要的。在复习期间，特别是前期，看书不能老是今天看一点，间隔几天再看一点，这样是没有效果的。复习时，难免要熟记很多知识点，此时我们不能仅靠死记硬背，要通过对知识点字面理解和掌握把考点记下来。这样，即使考试题目怎么变化，你也能上手应答。

二是复习过程，掌握科学的方法。树立信心，则全面进入复习阶段。首先，自己要熟悉考点，得知哪些知识点重要，全面阅读课本，了解大纲内容，对此次考试内容肯定要有了一定的概念。阅读书本的时候，可以做好复习笔记。复习笔记可以用于后期做简单的翻阅及快速复习。离考试还有半个月，公司组织了培训同时进行模拟考试。辅导员有多年考试经验，通过其讲解，得知此次考试的重要性及考试期间需要注意的地方，还有把握好考试时间，特别是技能考试。而模拟考试，更为重要，主要是可以查漏补缺，哪些知识点自己掌握的不好，便于在剩下的复习时间有针对性的学习及巩固。也有利于避免考生在真正考试时出现怯场心态。阅读大纲内容，对知识点熟记后，必须通过做习题集和历年真题对知识点加以巩固和消化。毕竟，熟悉考试题型也是非常重要的。通过做习题，实质上是对阅读理解能力的考查，对早前复习效果的验证，也可以进一步强化知识点，发现做错题目，可以在日后复习中重复阅读，加以注意，避免再次错误。

三是考试现场，合理安排考试时间。有了扎实的基础知识和丰富的应试技巧，一切准备就绪，我们满怀信心的来到了考试现场。发下问卷，首先是浏览全卷，对自己答题的顺序和在各个题目上的时间分配做全局性的安排，同时还应预留检查全卷的时间。这样，有助于在各题目之间产生相互联想，开阔思路，消除记忆堵塞现象。下笔答题前首先要认真审题，明确题目的要求，特别是技能考试，避免盲目答题，其中包括看清题型和题目的具体要求，审准题目所提供的信息。试卷题目的安排，一般也是从易到难，所以做题也是按题目顺序做，只要时间安排合理，最后检查试卷的时间是足够的。

以上是本人通过参加此次考试的体验和感悟，具体方法不是绝对的，也行并不适合每个人，要根据自己的时间情况，制定一个目标和可行的复习计划。还必须要有坚持不懈的精神，在日后工作、学习中不断努力，永不放弃，相信你一定能成功。

1 推销保险，必须对保险条款吃透。

条款能否吃透，关系到您对保险好处能否说清楚的大问题。比方一个人存钱5年定期利息有多少，买保险的收益是多少，买保险的优势在哪，如果这都不清楚，人家也很难购买你推销的保险。所以一定要把条款弄懂弄通，磨刀不误砍柴工。

2、推销保险，语言的技巧更为重要。

同样是一张嘴，人家几句话就说到客户的心坎上。同样是讲保险好处，人家几句话就说得一清二楚。有的人不研究语言的技巧，话没少说，却把人家说烦了，哪还谈得上推销保险。推销保险就是全靠嘴，因此，当你在推销之前，除了选准对象、选准突破口之外，还要捉摸语言的技巧，对象不同，表达的语言也不同。应该先说什么、后说什么，从哪儿说起。可千万注意，险种的条款那么多，也不要面面俱到。要把条款的话，变成自己的话，通俗易懂、简单明了。

3 推销保险，如何选择营销对象，如何找准突破口，也事关重要

当人们保险意识还不那么强烈，当人们的经济收入没有那么高的情况下，选择投保对象很重要。很简单，当人们吃穿住行都解决挺好，资金有剩余，肯定考虑是剩余的钱在尽量低的风险下获得最大的收益。一般情况下，定期的以及活期存折里面的钱取款次数不多并有剩余的可以作为销售对象。当然，有的有钱也不买，这没关系，帮助对方提高风险意识，加深对保险的了解，好事多磨，客户最终会买的。

4 推销保险，必须学会做人。

推销保险时，往往有些人不是站在客户的利益上去做工作，不按条款规定说话，动员客户有随意性，对客户不负责任。请大家记住，保险保障是有范围的，不能为了佣金见利忘义。即使动员人家购买了，当人家一旦明了，回过头来找你算帐。我们有些人为了提取佣金，误导宣传，不顾客户利益，那么

最后的结果如何呢?退保率很高。这里，我提醒大家，推销保险，实际是交朋友的过程，买也好，不买也好，都没关系，咱们交个朋友总算可以吧!那么如何交朋友呢?与朋友交往，就得说点真话、说点实话。我们交朋友就得实实在在，以诚相见，心诚则灵。

一流业务员推销理念、思想，二流的推销方案，三流的推销商品，末流的什么都卖不出去。我们要给客户推销保险，就应该时时刻刻在想这些目标客户在想什么，怎样让他认识到你是在帮他。让客户非常高兴地把口袋里的钱拿出来并给你，还要说声谢谢你。其中最重要的是让客户在短时间内信任你，让彼此成为朋友，做到诚恳待人不误导。另外，每个人都有自己的性格特点，推销保险也注重察言观色和随机应变，了解客户的需要才能更好地迎合客户。

5 推销保险，要有失败是成功之母的思想。

一位保险营销员在从业的时间内可能会与数不清的客户联络、沟通，也会与客户签订无数的保单，并会继续开发新客户。如此不停的循环服务，成为了营销员生活的常态，但怎样才能使展业工作更轻松，有所创新和突破，这仍需要营销员从保险营销生活中的点滴做起，特别是从对保单的整理和总结做起，从中发现和挖掘展业中的既得秘诀。

首先，对不同性格的客户进行整理分类，并建立标签制度。

通过对客户进行分类，将更能洞悉和了解客户的投资偏好和理财需求，并有针对性地开展后续的客户开发工作。为客户建立标签制度的过程，就是一个回顾和回忆营销员展业故事的过程。

其次，设置适用的展业语。

营销员在与客户的接触和交流过程中，根据客户不同的性格

特点和素养而采取相应灵活的营销用语是非常关键的。这就是见什么样的客户，应当说什么样的话才能够使营销员赢得客户的认可和信赖。但在展业用语的运用上，仅凭营销员的临场发挥是远远不够的，更需要营销员结合环境，合理运用营销语，进行提前设计，采取标签制度。

第三，建立客户服务标签制度，是提高客户忠诚度的重要法宝。

怎样才能让自身的服务达到客户的满意，还需要对客户服务进行分解和细化，并充分地考虑到不同客户的服务需求，在客户中树立良好的威信和形象。

最后，建立标签制度还要落实标签的执行情况。

营销员通过建立客户管理和服务的标签制度，将有助于对众多客户的精细化管理，更能从日常的客户服务和管理中积累更多的知识和经验，也能更好地为客户提供全方面的、周到的服务。作为营销员来讲，仅仅认识到建立标签制度的重要性是远远不够的，更多的应当做到坚决执行，才能使这种良好的客户服务管理制度落到实处。