

2024年服务营销实训心得体会四篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/172008.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

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。那么你知道心得体会如何写吗？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

服务营销实训心得体会篇一

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向，然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台，作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况，开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之，我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现，宏观上，眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是框架上、包装上都起了变化，但只是一个初步的发展，所以市场潜力是巨大的，对我们的产品而言，无疑会带来商机。微观上，我们的新产品是带有一定技术含量的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用网络，学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论；从市场调查中更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不再限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量；八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成；八十年代末、九十年代初，随着科技

水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略；进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理已渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工—合作—完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊！为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值！

服务营销实训心得体会篇二

为期两个星期的销售实训结束了，我在这两个星期的实训中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，受益非浅。现在我就对这两个星期的实训做一个工作小结。但接到企业实训的消息时候，第一感觉是让人兴奋的，因为对于一个在校学生来说，第一次以班级为单位进入的企业参加真正的工作实训，真正接触社会上的工作，真正与客户打交道，实属不容易，机会难得。

为了能够更好地适应外面、社会上的工作，在出去实训的时候，在学校参加了一个简短的培训，虽然这个简短的培训没有涉及多少工作技巧，工作要求，但是却培养了我们的团队协作能力，这次的培训让我们迅速组建成一个个小组，体现出了我们小组里的空前团结、班级同学们的反应能力和应急能力。

仅用一个晚上和一个上午的时间，我们在老师和企业的负责人的指导和安排下，我们就迅速做好了分组、各个卖场的人员安排和进入卖场工作的前期工作。接下来的就是正式进入到工作岗位，开始为期两个星期的实训主要部分工作。

经安排，我被分配到xx大学附近的xx卖点。在这里我们将进行为期七天的工作，我们的工作是为了保证xx公司这次的购机签售活动能够圆满成功，我们负责协助xx卖场帮助xx附近的居民了解这次的活动，并且引领他们到xx专卖店购机，参加这次活动。

在这次工作中，我们的具体工作就是到xx专卖店附近发传单、贴海报、设咨询台为客户讲解和拦截客户。

在这几天的工作中，让我知道了实际的工作中和在学校学习的理论知识有如此大的差距，很多理论知识只是一个基础，现实的行动中需要的理论知识却很少。在现实的工作中，除了理论知识，更多的是需要实践能力和技巧，如：如何讲解，用怎么样的词语、语气和顾客讲解、沟通；怎么

样去一边发传单一边讲解，如何对待路人的眼神和语言等。

在这个实训过程中我学会了如何和顾客接触、如何去了解顾客的需求，如何把这次活动的目的传达给消费者以及适应社会的一些能力，对这次的活动流程有了一个比较详细的了解，对现实的社会有更进一步的了解。当然，这次实训也让自己对学到的理论知识有了一个时间认证，不再是以前盲目的以为跟着理论走，死记硬背，懂得如何运用理论结合实际，理论和实际相结合。

这次的实训，让我对自己本专业有更进一步的了解，为自己以后真正参加工作做好准备，能够指导自己接下来的学习和生活，让自己不再盲目地学习和探索。

服务营销实训心得体会篇三

为期两周的销售实训课在本周拉下帷幕。作为一名经济与工商管理学院市场营销专业的学生，我十分重视这次的实训课程，并且在此次的销售实训中获得了许多在课本及生活中不易得到的宝贵知识。虽然上课期间从老师那里学习到了不少成功企业的营销方法，但是透过这次实训后，深深的感悟到自身目光短浅，并透过实训课程开拓视野，提高营销潜力。

第一节课时，x老师就对本次的实训做了简单的介绍以及本次实训的课程的安排，全班同学五人一组，每组完成6个专题项目。我们的第一个专题项目资料是行业市场分析，在进行分析时我们需要搜集超多相关资料按照行业市场现状、竞争格局、消费者行为分析等方面依次剖析行业市场，在规定时间内我们需要撰写本次调查报告并将分析成果透过ppt演示的形式诠释给全班同学。在听过第一课时的任务安排后，全班都沸腾了，每个小组都聚在一齐讨论起选取哪个行业市场，个个摩拳擦掌，相信在此次的实训课中每位同学都能够大展身手，展示自己的潜力。

转眼第一次的成果汇报会来临了，每个小组依次上台演示。台上同学做的ppt画面新颖，讲解到位，选取的行业分析也各不相同，有火锅、女鞋、面包、通信等行业，不胜枚举，十分精彩；台下同学认真吸取经验并提出疑问，整个场面热火朝天，像极了一场别开生面的辩论赛，每个人都是乐在其中，受益匪浅。

透过第一次的成果汇报及调查报告的撰写，同学们能够轻车熟路的完成以后的专题项目。在这其中我充分感受到了团队的力量，由于任务量比较大，小组成员都能够服从组长的分工，认认真真、保质保量的完成小组合作，这也保证了我们成果汇报的高质量。

接下来的项目是swot分析，这要求我们对某企业的内外部优劣势营销环境进行统筹分析，在我们女鞋行业的基础上，我们选取了十大品牌之一的xx，xx在年轻时尚人群中颇具盛名，于是我们对这个成功品牌进行了swot分析，对我们也是有着不小的挑战。

第三个项目是市场调研，这次的项目要求我们制作调查问卷。以前在其他课程中我也是接触过设计问卷的，但是透过老师的讲解发现自己的认识实在肤浅。作为市场营销专业的学生，对于这种专业性的调查问卷必须要做到高质量，其中表头、表体及表尾都需要我们根据调查目的仔细分析确定，且对于问题的排序、形式都是十分有讲究的。这更让我认识到了市场营销这门课程的魅力所在，看起来简单的事情其实蕴含着深意。

第四和第五项目是定价策略和定位策略，这其中我们需要任选其一做报告，我们组选取了关于xx与xx女鞋商品定位策略。这一次的实训课时需要我们走上真正的市场进行调研，我们抛弃了自己的象牙塔，走进了现实。在调研的过程中，也切身体会到了定位策略对企业来说的重要性，就xx

与xx两家商场来说，由于目标市场定位不同，造成产品品牌、价格、格局布置、优惠方案各有不同，从而针对的消费人群产生了差异，自然经营状况、知名度等方方面面出现了差距。最后的项目是进行综合分析，一个行业、一个品牌都需要进行全方面的剖析，这也算是我们对两周以来做的工作的一次汇总报告。

此次实训课就要告一段落，我似乎还有意犹未尽的感觉，实践时虽然有些困难，但是收获成功的感觉是令人十分愉悦的。平常沉默寡言的同学们也在此次实训课程中表现了出色的潜力，说明实训课对我们是好处非凡的。两周真的很短暂，在这段时间内每一天我都能学到不同的营销知识，还能够与组员沟通合作，培养自己的团队合作精神，让我获益良多。

服务营销实训心得体会篇四

实训是市场营销专业学生在完成课程之后进行的综合实训，是贯彻理论联系实际的教育原则，实现院校培养目标不可缺少的教学模块，其目的是让学生学习了解市场营销的实际操作模式，熟悉一般的业务手段和方法；了解市场现状，应用所学理论知识，提出改进建议；在真实的工作环境下，认识自我，磨砺意志，锻炼心态，考虑就业方向的选择。实训生应端正态度，克服实训过程中出现的困难和挫折，真正做到理论与实际相结合。同时，实训是学生从学校到社会的一个良好的过渡。

根据学院教务处的要求，我们市场营销专业采取集中实训和分散实训两种形式。分散实训学生自己联系实训单位，集中实训学生的实训单位由系里联系，集中实训的单位有专业教师指导。我选择的是自主实训也就是自己联系工作单位。从事的是与自己专业相关的工作，销售和市场推广。

刚接触这份工作的时候，是充满信心的，只是后来慢慢地发现一次次被现实打败。顶着市场营销专业大学生的光环，一开始瞧不起身边一些学历低的人。但销售人员是靠业绩吃饭的，当他们的业绩一路飙升而自己仍在原地的時候，才真的是羞愧难当。大学生带来的不是荣誉而是一种耻辱，所以我从此不再说自己是混过大学的人。也知道了外界对大学生的一些看法，每天只是恋爱、游戏、用父母的钱挥霍着自己的青春。所以时下流传一句话：高学历有能力的是打工一簇，低学历的都当老板去了。虽然有点夸张，却有一定的道理。学历高的人由于知识太多思维被禁锢，有时连基本常识都不懂，缺乏冒险精神和创新意识。

销售人员的职责就是把自己的产品卖给别人，把别人的钱财收为己用。每次都要自觉主动的联系客户，拉拢关系，然后推销自己的产品。也就是主动出击，广泛撒网，重点培养。

我思考大学读的到底是什么呢？我们收获了什么？为什么有些用人单位不愿意招大学生？仅仅是因为薪金的原因吗？我认为大学至少要学会一种思维方式，不同于别人的思维方式，因为我们接触的人群都是接受过高等教育的。可有些人养成一种优越感，这不是说其自信，而是他们总觉得自己是千里马却没有伯乐来赏识，于是频繁跳槽，眼高手低最后抱怨这个社会的不公平。

在实训的过程中，其实也是一个学做人的过程。要懂得低调做人，比自己厉害的人大把大把的是，虽然做人非常重要，但专业知识也不可或缺。每天过得一样却又一样，有人在成长有人在死亡。时间长了，如果没有目标，会陷入无聊的漩涡。每次我都如此鼓励着自己：今天是我们这一生里最年轻的一天，我们没有理由不活得精彩，过得充实。

关于实训的收获主要有以下几个方面。一是通过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实

践任务。二是提高了实际工作能力，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是我在实训单位受到领导的认可并促成就业。四是为我的毕业论文设计积累了大量的素材和资料。

同时也让我明白了许多的人生道理，看清了许多的社会现实。在当今社会，能力并不是最重要的。首先要在社会立足必须拥有强大的人际交圈，雄厚的资金和一个好的项目，最后才是个人的能力。懂得了失意时不要气馁，得意时不要忘形。在市场营销工作当中，失败者总是找理由借口，成功者找方式方法。做销售的时候，心态远比能力重要，积极乐观的心态，自信的心态，包容的心态和平常的心态可以助你走向成功。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发