

2023年蒙牛组织结构图 蒙牛拉练心得体会 (通用10篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

蒙牛组织结构图篇一

作为蒙牛公司的员工，我有幸参加了公司的拉练活动。这次拉练的主题是“挑战自我，迎接未来”，让我们在体验自然风光和展示自我的同时，也深刻认识到了团队合作的重要性。以下是我在蒙牛拉练中的体会和感想。

一、认识自我

拉练活动让我更好地认识了自己。我们需要在宿营地自给自足，从准备食材、搭建帐篷、点火烧水等个人任务开始，深刻体会到了自己的能力和差距。拉练中的山岭攀爬、急流险滩等挑战，让我尝试了许多平时不曾尝试的事情，发现自己的潜能与能力，也意识到自己的短板，更加清晰了未来的方向。

二、体验团队

在拉练的过程中，我学会了倾听团队的声音，了解合作的力量。每个人都有不同的优缺点，在团队中互相配合，让我们完成了不可能完成的任务。有时候为了团队的利益需要放弃自己的想法，这让我明白了团队的重要性，也让我们更加团结一致。

三、挑战极限

拉练是一次极限挑战，让我们不断超越自我，追求更高的目标。在穿越金沙江的过程中，我们遇到了很多难关。有的队员因为害怕水而担心，有的因为体力不支而累倒，但是大家始终保持着积极的心态，在互相鼓励的情况下一步步向前。这个过程让我们体会到了困难和挑战，也让我们成长并变得更强大。

四、跨界联动

拉练活动中的团队合作跨越了各部门之间的界限，成为了更紧密的合作伙伴。我们相互依赖，在解决问题时形成了一个紧密的圈子。我们在关注自己的工作同时，也更加关注整体的情况，发挥各自的优势以便更好地帮助整体前进。这种联动，也让我们意识到互相支持和帮助，是实现共同目标的必要条件。

五、开阔视野

拉练让我们跳脱日常工作的忙碌和单一，走出舒适区，认识到世界的多样性。我们看到了自然的美丽和复杂性，也看到了人与人之间的不同和差异。这样的体验让我们对未来更加有信心，也让我们在未来的工作中，更加能够应对各种不同的挑战。

通过这次拉练，我认为自我发展和成长不仅限于日常工作范围内，还需要经历不断的挑战和更多的学习。可能太过注重日常规划和刻板的工作作息已经沉睡了自己曾拥有的梦想和冒险精神，而蒙牛的拉练正好能帮助我们开启新的视野、充实自己的人生，跨出让自己进步的第一步。我希望，在未来的日子里，我们能够应用拉练所得到的经验和知识，不仅成为更优秀的蒙牛人，也成为更优秀的自己。

蒙牛组织结构图篇二

(一) 伊利发展历程

1982年公司创建，原为呼市牧工商联合企业公司；

为全国乳品行业唯一一家上市公司；

成为北京奥运会赞助商；

伊利集团正式成为上海世博会唯一乳制品高级赞助商。

(二) 蒙牛发展历程

，在租来的一间53平米的居民住宅里，蒙牛开始了艰苦的创业历程。

夏天，起步仅2年的蒙牛，借助“申奥”打响在全国市场的第一炮。

其销售额突破21亿元，在全国乳制品企业中的排名由第1116位一举跃升至第4位。

二、企业文化

(一) 伊利企业文化

1企业风格：积极主动，勤勉进取

2核心经营思想：

(1) 客户至上：消费者社会股东合作者员工

3战略定位：专注乳业，做乳品专家；立足中国，放眼世界

4产品理念：伊利向消费者奉献“精良产品”；

精良产品=人本化+精品化+天然性+健康性+创新性

三、伊利与蒙牛品牌定位分析

(一) 伊利品牌定位

伊利拥有得天独厚的绿色大草原资源，这种自然资源为其提供了丰富的、优质的奶源，地域性的自然资源也理所当然地成为伊利品牌定位的强力因素，所以在过去很长一段时期内，它品牌定位在“绿色草原”概念上。

后来由于以下原因：一是绿色草原已成为多家企业共同的品牌诉求点，已不存在差别化了；二是企业发展壮大，随着各地异地建厂、异地投资奶源基地，用地域资源优势作品牌定位的局限性暴露无遗。所以，伊利选择了新的品牌定位“为梦想创造可能”。而这个梦想，就是能够让亿万中国人都能喝上牛奶，从而强壮整个中国；而赞助20奥运会也无疑是倾企业之力来为强壮中国做自己能做的贡献。所以，伊利的“梦想”并非是一般的“梦想”，而是一种社会责任感的体现，一种企业公民的良好塑造。与之相比，任何的娱乐营销，即使传播载体再好，也会给人一种商业性和功利性的感觉。而蒙牛的营销策略一直是在旗帜鲜明地走娱乐化的道路，几乎每个产品都要挂上一个娱乐化的节目或者活动做为载体，这样的营销策略，相比较伊利一直秉持的社会公益与企业责任为主要诉求的策略来说，缺乏持久的生命力和大气。

蒙牛组织结构图篇三

“百年蒙牛，强乳兴农”是每位到蒙牛企业参观的人见到的第一句话。10月28日，有幸来到蒙牛企业马鞍山分公司参观，除了对其整洁的厂房、高大的密封贮奶罐、川流不息的生产线印象颇深外，让我感兴趣的还有无处不在的蒙牛式“标

语”。

在办公室接待人员的引领下，我们按生产顺序参观，每走几步，都可以在各个生产车间或会议室、员工培训室、活动室、阅览室的墙上能看到醒目的、内容贴切的标语。“清洗清洗再清洗，消毒消毒再消毒”出现在奶源贮存车间；“跟中央保持一致，为员工需求办事”、“产品质量的好坏就是人格品行的好坏”是在罐装车间和成品车间；“成功在于沟通”则醒目的标在管理人员办公室；“成就大业的人能在小处忍受耻辱，建树大功的人能在小处谅解他人，看别人不顺眼要调整自己的修养”被摆放在厂房门口……这样的标语还有很多，让我们目不暇接，看到每一个标语都会让我不由自主的联想到自己或者是企业或者是其他。

“蒙牛不是奇迹，他是持续学习，不断创新的’结果。”这是企业老总牛根生说的话，在员工阅览室，书架上整齐摆放着各类书籍，诸如《细节决定成败》、《创意工业改变世界》《你值得成为最优秀的》、《做事必先做人》、《提拔不是目的》等等，安静的阅览室内不时有员工翻看着这些书。

如今的“蒙牛”是全国家喻户晓的杰出品牌，从99年成立至今，它一路健康成长。从最初的900万元启动资金成为现在拥有几十亿资本的民营优秀企业，我想这些都应该是与企业文化分不开的，我见到的蒙牛标语其实也可以说是企业文化的一部分吧，蒙牛企业发展到今天，与它严格的用工制度、考核制度是分不开的，但细致入微的标语也从小处彰显了它独特的魅力，虽然它很微小，但也体现了企业管理者的观念、心胸、智慧和愿景，正如那句我们都很熟悉的话：细节决定成败。

蒙牛组织结构图篇四

每一家成功的企业都会推出自己的官方企业史，蒙牛也不例外，最近上市的由蒙牛副总裁和总裁新闻助理合著的《蒙牛

内幕》一书，正是这个企业的一部编年史。尽管这个企业只有短短6年的历史，却成就了一段中国工业史上空前绝后的成长奇迹。

作为“正史”的《蒙牛内幕》不可避免地掺杂了作者自己对企业的感情或者是他们在自己职位所必须表明价值观。但必须看到，蒙牛也并非那些需要粉饰的企业，它的各项业绩指标都非常透明，甚至企业总裁牛根生的各种言论、思想、行为也非常透明。唯一不同的地方在于，蒙牛是一家竞争对手难以模仿的卓越企业，因为成就它的绝非一两个特殊的优点，而是已经逐渐成为系统的一种核心竞争优势。

善于造势

善于造势是蒙牛的制胜法宝之一，事实上靠小打小闹的做法也绝对不可能成就这家成长冠军企业。蒙牛最近让人感觉“善于造势”的市场策划活动无疑是“蒙牛酸酸乳超级女声”了。这个活动似乎在一夜之间红遍了大江南北，从10岁到70岁一竿子打进。一时间，“凉粉”、“盒饭”、“笔迷”、“玉米”充斥全国，甚至还演变成了一场全民运动。

作为超级女声的冠名赞助商，蒙牛无疑是成功的。“酸酸甜甜就是我”和“想唱就唱”这两首歌曲把蒙牛酸酸乳的品牌定位很好地和超级女声的流行时尚紧密地联系在了一起，而超级女声的最终冠军李宇春的“玉米”fans们也正是蒙牛酸酸乳的目标消费群。这其中固然有运气的成份存在，但是谁也不能否认，蒙牛这种善于捕捉新闻事件和制造流行时尚的能力，在中国是很少有企业能比得上的。

蒙牛的成长历史也是一部策划史。他的历史上最著名的几个策划：“‘非典’时期的非常营销”、“中国乳都”、“航天员专用牛奶”，策划地一个比一个成熟，也一个比一个更具有爆炸性。非典是一场灾难，那时候我们看到的蒙牛，更多的是一种企图心的表露，尽管我们知道，蒙牛想发出一些

声音，但这些声音在事件之后也许只有他们自己才能记得，并不能给消费者留下深刻的印象。

蒙牛策划水平大幅提升的转折点应该是在航天员专用牛奶上。这场借势造势的秀的确计划得十分周详，从《蒙牛内幕》一书中我们可以看到，从4月蒙牛被确定为“中国航天员专用牛奶”到同年10月神舟5号发射成功，就算不算前期的准备工作，蒙牛也至少花了半年的时间做这个项目的策划和实施。成功总是青睐有准备的人，在神舟5号发射成功后那些举国狂欢的日子里，我们总是能在各种媒体上看到蒙牛的身影，蒙牛也借助这场精彩的策划得到了大幅度的品牌提升和业绩成长。

而蒙牛酸酸乳的策划，又显然比以上几个案例更高一筹。因为事件营销本身是需要事件的，捕捉事件的能力甚至比策划本身更重要。但是酸酸乳却是直接对着消费者去的，它本身就是流行的制造者。在2年前，有谁会认定超级女声会红透中国？有谁会知道湖南卫视这个节目的收视率会比央视的春节晚会还要高？蒙牛的成功绝不是偶然的，我们看到的是它背后的敏锐的市场感觉、对消费者的认知以及制造流行的能力。

高者在腹

本土企业的思维往往囿于“农村包围城市”的解放战争思维。却忘记了战争和市场营销毕竟是两回事情，况且中心城市本身就是市场营销中最重要战略地形，不抢占这些战略地形，品牌就不会成为主流，就注定了被边缘化的命运。

娃哈哈是和蒙牛业绩差不多的企业，做的也都是快速消费品，它成就的100亿业绩，就不会比蒙牛来的更有价值。因为娃哈哈采取的策略也是“先易后难”的“农村包围城市”的传统策略，不管业绩再大，它的产品还是得不到主流消费群的认同。在蒙牛成为香港第一品牌的时候，娃哈哈却还为着进攻上海市场而大伤脑筋。

市场营销行业在很多年前就发现了品牌至上而下传播dd蒙牛称之为“梯度转移”dd的特质，“消费领袖”一定是在中心城市而不是乡镇。大多数本土企业并不是不想做中心城市，原因在于两点，一是不敢做，二是不会做。

蒙牛在市场营销上的成功，要归功于创业初期就高瞻远瞩的战略。北京、深圳、上海、广州、香港，这些市场是一般的本土企业想都不敢想的高端市场，它们意味着高昂的分销和推广费用，也很容易让平庸的企业产生自卑心理。

蒙牛是那种喜欢毕其功于一役的企业。在进攻香港市场的时候，居然打破了“香港自有人造食品以来人员推广的最高纪录”dd103个做免费品尝的导购员。这种气概是不得不让人佩服的。蒙牛用自己的行动证明了他们所认为的一个观点：如果你能做到竞争对手做不到的事，那你就是no.1□

蒙牛在创业初期，就表现出了高于普通企业的气概，媒体，它成功地和央视组成了联盟；工厂，它建成了全球样板工厂，还有国际示范工厂；市场，也是从最难打的中心城市开始进攻。这些都是以往蒙混在“中国特色”这面幌子下的普通企业所不具备的，它既运用了跨国公司的品牌战略，又在具体战术上体现了中国式的灵活。

先易后难的另一面是越来越难，而先难后易的另一面是顺势而为。蒙牛的市场操作手段，用一句围棋术语来表达就是“高者在腹”。

关于作者：

蒙牛组织结构图篇五

在我即将毕业的时候，我有幸获得了蒙牛公司的录取通知。

我对这个毕业的打算充满期待。正如很多同学一样，我曾经拥有很多想法和期望。在大学的学习和实践中，我积累了一些经验和技能，但我知道现在是一个新的开始，我需要继续学习和成长。因此，我以积极的心态入职蒙牛，希望能在职业生涯中获得全新的启发和发展。

第二段：团队合作与学习的机会

蒙牛是一家拥有广泛的产品线和庞大的团队的公司。进入这个大家庭后，我很快就发现了团队合作的重要性。蒙牛鼓励员工之间的相互支持和协作，这种文化也使我融入其中变得更容易。我参与了多个项目，结识了许多合作伙伴。通过和他们的合作，我不仅学习到了更多关于蒙牛的业务知识，还提高了自己的沟通和协调能力。在这个大团队中，我学会了倾听他人的意见和看法，掌握了处理团队冲突和解决问题的技巧。

第三段：感受蒙牛的企业文化

在蒙牛的工作中，我也深刻感受到了蒙牛积极向上和务实的企业文化。蒙牛一直坚持质量至上的原则，对每一个细节都非常注重。在工作中，我被鼓励以高标准完成任务，并时刻保持积极主动的态度。在与同事的交流中，我也明白到了团队合作和相互支持是蒙牛成功的关键。这种企业文化的培养不仅使我成为了一个更能应对压力和挑战的人，也让我更加珍惜团队和公司的努力。

第四段：职业生涯规划指引

在蒙牛的工作经验中，我逐渐意识到了职业生涯规划的重要性。蒙牛提供了广泛的培训和晋升机会，每一个员工都有机会在职业发展中获得进一步的发展和提升。通过参与不同的项目和职位的经历，我对自己的兴趣和发展方向有了更清晰的认识。在蒙牛，我学会了制定自己的目标，并设计了相应

的计划。我也很庆幸有这样的机会，让我能在职业生涯的起点上有所准备和规划。

第五段：成长与感悟

在蒙牛的工作中，我经历了许多挑战和机遇。我逐渐成长为一个更加自信和成熟的职业人士。我学会了不怕失败和挫折，我学会了从失败中总结经验教训，并继续前进。蒙牛帮助我发掘了自己的潜力，也让我看到了自己的不足之处。这种成长的过程让我更加珍惜所拥有的一切，并热衷于不断学习和提升自己的能力。

总结：蒙牛毕业心得体会

蒙牛作为中国乳业的龙头企业，为我提供了一个宝贵的实习和毕业生涯的机会。在这里，我不仅学到了专业知识和技能，还培养了良好的团队合作精神和个人发展规划。蒙牛的企业文化也让我深受启发，使我成为了一个更加积极向上和责任心强的职业人士。整个蒙牛毕业生涯的经历使我更加确信，我们的职业道路是一条持续学习和成长的路。我衷心感谢蒙牛给予我的机会和指导，在接下来的职业生涯中，我将坚持不懈地追求进步和提高，为实现自己的职业目标不断努力。

蒙牛组织结构图篇六

一杯牛奶强壮一个民族

每天一斤奶，强壮中国人

挑战，超越

请到我们草原来

来自大草原的牛奶

自然给你更多

自然好味道

真我新声代

爱喝 爱自己

早晚搭档更营养

强健神州梦想

快乐成长好伙伴

学习航天员 一天三杯奶

绿色 你的心情

酸酸甜甜就是我

中国航天员专用牛奶

蒙牛酸酸乳广告词□

1 . 酸酸甜甜我做主

2. 我要我的滋味。

3. 挑战，超越

4 酸酸甜甜就是我

1 . 不是所有的牛奶都叫特仑苏

2. 它的产地——中国乳都核心区和林格尔，依托北纬40度左右、中温带暖湿季风性气候、世界公认的优质奶源带等一系列得天独厚的优势自然条件，提供了市场稀缺的高品质奶源。

3. 蒙牛特仑苏，一个好的选择

4 每一滴牛奶都是独一无二的特仑苏。

1、真我新时代，活出真自我。

2、蒙牛真果粒，每粒有新意。

3、蒂兰圣雪，只为特别的你。

4、自然好牛奶

5、挑战，超越

6、请到我们草原来

7、来自大草原的牛奶

8、一杯牛奶强壮一个民族

9、每天一斤奶，强壮中国人

10、自然给你更多

11、自然好味道

12、真我新声代

13、爱喝 爱自己

14、早晚搭档更营养

- 15、强健神州梦想
- 16、快乐成长好伙伴
- 17、学习航天员 一天三杯奶
- 18、绿色 你的心情
- 19、酸酸甜甜就是我

蒙牛组织结构图篇七

深入了解蒙牛雪糕沈阳市场，并且对终端客户进行拜访，进行蒙牛鞋机主推产品推广，以及终端促销工作。充实大学生生活，丰富社会阅历，锻炼我们的实践能力与团队合作能力，掌握社会技能，获取工作经验，感受企业文化，将课堂上学到的东西与社会实践结合起来。通过理论结合实际，学习专业知识。

20xx年xx月xx日-----20xx年xx月xx日

具体安排□xx月xx日，参观位于沈北的蒙牛生产基地

xx月xx日-----xx月xx日，沈阳市铁西区开展生产实习实践活动

蒙牛集团冰淇淋事业部东北市场沈阳分区

市场营销部门

蒙牛实习生

深入了解蒙牛雪糕沈阳市铁西区市场，并且对终端客户进行

拜访，进行蒙牛鞋机主推产品推广，以及终端促销工作。

本次实习主要是在熟悉蒙牛雪糕沈阳铁西区市场状况的基础上，对夏日主打的四个系列：蒙牛冰加系列，蒙牛绿色心情系列，蒙牛随便系列以及蒙牛蒂兰圣雪系列进行促销的活动。在实习过程中，我组共贴围挡米，销售蒙牛雪糕件，此外还对蒙牛专柜投放，专柜摆放，产品类型，专访程度，终端满意度以及整改都做了进一步的全面调查，并做了详细记录，协助配送点助销蒙牛产品。

蒙牛组织结构图篇八

作为一家国内知名的乳制品生产企业，蒙牛集团一直以来都以其高品质的产品和卓越的业绩在市场上占据着重要地位。作为一名蒙牛集团的实习生和毕业生，我有幸参与了这家企业的运营和发展，在这段时间里，我收获了很多宝贵的经验和体会。在今天的文章中，我将分享我在蒙牛集团的毕业心得体会。

第二段：全方位的培训

在蒙牛集团的实习期间，我参与了多种不同部门的工作，这让我全面了解了企业的运营和管理。蒙牛集团注重培训，为实习生和毕业生提供了全方位的教育和培训机会。通过参与企业内部培训课程和工作坊，我学到了许多专业知识和技能，包括市场营销、销售策略、品牌建设等等。这些知识和技能使我能够适应和应对不同的职业挑战，并为我将来的发展打下了坚实的基础。

第三段：团队合作的重要性

在蒙牛集团，我有幸参与了几个项目组的工作，与来自各个部门和不同背景的同事们一起合作。通过与团队合作的经历，我深刻体会到了团队合作的重要性。每个项目都需要不同岗

位的人才去共同完成，而只有各个团队成员充分发挥自己的优势，相互协作，才能取得最好的效果。在项目中，我学会了与他人合作并平衡个人与团队利益的重要性。这种团队合作的精神也深深地影响了我。

第四段：实践与理论的结合

蒙牛集团注重实践。在实习期间，我不仅学到了许多理论知识，还有机会将其应用于实际工作中。这种实践与理论的结合让我更好地理解 and 掌握了学到的知识。通过参与市场调研、推广活动等工作，我深刻感受到理论知识在实际工作中的作用和重要性。这个经验也让我更加自信地应对工作中的挑战，并勇于创新 and 尝试。

第五段：成长与展望

在蒙牛集团的实习和毕业期间，我不仅学到了专业知识和技能，还收获了更多。我学会了如何与人沟通和合作，如何管理时间和处理工作压力。在这个过程中，我不断成长，并且对自己的未来发展有了更明确的规划和展望。我深深地意识到，只有不断学习和实践，才能够在竞争激烈的职场中有所发展。我期待着将来能够应用我在蒙牛集团学到的知识和经验，为自己的职业生涯添砖加瓦。

总结：在蒙牛集团的实习和毕业期间，我通过全方位的培训、团队合作、实践与理论的结合等多个方面得到了极为宝贵的学习和成长机会。这段经历对我个人和职业生涯的发展产生了深远的影响。我相信，这些宝贵的经验和体会将会在我未来的职业生涯中发挥重要的作用，使我能够更好地应对不同的挑战和机遇。我将时刻铭记并运用我在蒙牛集团所学到的知识和精神，为自己的未来不断努力并取得更大的成就。

蒙牛组织结构图篇九

蒙牛作为中国最大的乳制品企业之一，备受瞩目。我很荣幸能够在蒙牛度过毕业生的最后一年，这段经历对我的职业发展和个人成长都产生了重要的影响。在这篇文章中，我将分享我在蒙牛的毕业心得和体会。

第二段：蒙牛的培训和发展机会

蒙牛给予毕业生广泛的培训和发展机会，这是我在工作中最赞赏的一点。在入职后，我参加了丰富多样的培训课程，包括职业技能培训、领导能力培养和团队合作等。这些培训不仅提高了我的专业知识，还帮助我发展了自己的领导能力和沟通技巧。此外，蒙牛也为毕业生提供了许多晋升机会和跨部门的工作机会，这有助于我们实现个人职业目标，获得更广阔的发展空间。

第三段：蒙牛的企业文化和价值观

蒙牛注重企业文化和价值观的建设，这让我深受启发。蒙牛以“做中国最好的乳制品企业”为使命，秉持着“合作共赢、求实创新、诚信守法、追求卓越”的价值观。在蒙牛的工作环境中，我学到了团队合作的重要性和追求卓越的精神。这些观念不仅在我的工作中有所体现，也渗透到我的日常生活中。我意识到一个企业的成功离不开每个员工的努力，而每个人都应该追求卓越并与他人携手合作，实现共同的目标。

第四段：蒙牛的社交和网络平台

蒙牛建立了一个积极向上的社交和网络平台，为毕业生提供了很多交流和学习的机会。通过这些平台，我可以与来自不同部门和职位的同事交流，了解他们的经验和观点。这不仅对我的工作产生了积极的影响，也拓宽了我的视野和思维方式。此外，蒙牛还积极参与社区活动和公益事业，这让我深

刻认识到企业应该承担起社会责任，回馈社会。

第五段：结尾

在蒙牛的毕业生经历中，我不仅获得了专业知识和技能，还发展了自己的领导能力和团队合作精神。蒙牛的培训和发展机会为我提供了广阔的发展空间，让我能够实现个人职业目标。蒙牛的企业文化和价值观影响了我的职业生涯和个人生活，让我在工作和生活中不断追求卓越。蒙牛的社交和网络平台为我提供了与同事交流和学习的机会，拓宽了我的视野。总的来说，我对蒙牛的毕业经历感到非常荣幸和满意，这将成为我职业生涯中的宝贵财富。

蒙牛组织结构图篇十

深入了解蒙牛雪糕沈阳市场，并且对终端客户进行拜访，进行蒙牛鞋机主推产品推广，以及终端促销工作。充实大学生生活，丰富社会阅历，锻炼我们的实践能力与团队合作能力，掌握社会技能，获取工作经验，感受企业文化，将课堂上学到的东西与社会实践结合起来。通过理论结合实际，学习专业知识。

20xx年xx月xx日-----20xx年xx月xx日

具体安排□xx月xx日，参观位于沈北的蒙牛生产基地

xx月xx日----- xx月xx日，沈阳市铁西区开展生产实习实践活动

蒙牛集团冰淇淋事业部东北市场沈阳分区

市场营销部门

蒙牛实习生

深入了解蒙牛雪糕沈阳市铁西区市场，并且对终端客户进行拜访，进行蒙牛鞋机主 推产品推广，以及终端促销工作。

本次实习主要是在熟悉蒙牛雪糕沈阳铁西区市场状况的基础上，对夏日主打的四个 系列：蒙牛冰加系列，蒙牛绿色心情系列，蒙牛随便系列以及蒙牛蒂兰圣雪系列进行促销的活动。在实习过程中，我组共贴围挡 米，销售蒙牛雪糕 件，此外还对蒙牛 专柜投放，专柜摆放，产品类型，专访程度，终端满意度以及整改都做了进一步的全面 调查，并做了详细记录，协助配送点助销蒙牛产品。