

# 最新浙江千万工程心得体会(优秀6篇)

心得体会是我们在生活中不断成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。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。

## 浙江千万工程心得体会篇一

其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势(目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻，因此我们决定以高科技，多功能为主导开发自己的新产品。)

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internet遨游网络，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，揣摸市场的潮流走向，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。

在板报设计与外包装制作过程中，我们由于是分工合作，而我主要是负责营销计划撰写中的几部分内容，因此也不能说太多了。只是见着了同学们的辛劳，利用课余时间都在马不停蹄的赶工，构思排版制作，步步坚实的，最终我们的产品模型诞生了。以绿为主色调，代表我们倡导生命在于运动的传统理念。以银色为核心，代表我们新产品的新生力量以及高科技的利用。新旧结合，体现出我们对眼镜市场用户群体的独特分析角度以及新型的产品理念。同时，在制作过程中还学会了废品的利用。兴许，我们的组长是个板报能手，通过与我们产品品牌策略的结合，以新颖、流畅的线条与色彩为新产品打造出一份独特的宣传作品。

上面提到了，我在此期间主要是撰写营销计划的内容内容，瞎掰也好，篡改也罢，让我感觉奇迹般地发觉自己居然涉及到了商务领域。不仅让我对市场营销专业知识的掌握和巩固，更是让处世不深的我以学习的方式在涉足社会的表层，开始对所谓的商业行当有了个大概的轮廓。

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’。期间采取的策略主要有：通路激励、免费试用、附送赠品、退费优待。

在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应以建立品牌偏好为主。其中促销策略有：公关赞助、竞技、联合促销、抽奖、有奖竞赛等。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。此时的促销方式有：集点换物、促销游戏等。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。此类产品的策略有：凭证优惠促销、会员俱乐部营销等。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更有利可图，这期间可使用通路奖励策略提高产品的铺货率和产品的流通力。

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。消费需求已不在限于温饱，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！

## 浙江千万工程心得体会篇二

自从加入市场稽查部门以来，我深深地感受到市场稽查工作是一项极其重要的工作。市场稽查员在严密的任务中，承担着保障市场秩序、保护消费者合法权益的重要职责。在此过程中，我不断地积累心得，让我更好地适应工作、自我提升。

### 第二段：工作的具体内容

市场稽查员的工作是检查营业场所、产品和服务是否存在食品安全、消费欺诈、知识产权侵权等违法行为。稽查过程中，我们不仅需要查出问题，还需要查出问题根据。同时，我们还发现一些企业之所以违法，是因为他们不清楚法规。

### 第三段：提高素质、更好完成任务

市场稽查员不仅要具备一定的知识，更需要有良好的心态和素质。每次出勤前，我们都要做好准备工作，事先了解要去检查的企业的情况，了解法规和行业的相关政策，这样才能更有效地完成工作。同时，在稽查中，我们要做到执法严明，执法公正，保持利索，但同时也要在和谐的氛围下，与企业面对面接触，让他们理解我们的工作是为了维护市场秩序，而非针对企业。

#### 第四段：合理使用复检制度

市场监管部门对企业的处罚不是一步到位的，除了直接下罚款之外，还会使用复检制度。这是一个很好的制度，能够更彻底地检查企业的违法行为。我们在检查时及时向企业提出问题，而企业一般情况下都会积极配合。但有些企业可能会采取行贿等手段，这时监管部门必须坚守执法底线，维护平等公正的执法环境。

#### 第五段：总结

通过市场稽查员一线工作的经历，我认识了市场监管的重要性，也体会到了行业情况和法规的重要性。同时，这份工作也锻炼了我的沟通与协商能力，让我更成熟、更自信。我们将继续以稽查员的身份，依法维护市场秩序，保障人民生命财产安全，积极地为社会和谐发展做出贡献。

## 浙江千万工程心得体会篇三

市场营销是现代企业中重要的一环，营销策划的好坏决定了企业的成败。在我的工作中，我也深深地感受到了市场营销的重要性，以下是我的一些心得体会，希望对其他正在从事市场营销的同仁们有所帮助。

#### 第二段：打造品牌形象

市场营销的核心是打造一个强大的品牌形象。我的公司在初期推广时，首要任务就是拓展品牌知名度。我们积极地制作宣传册、广告视频等物料，加强品牌的形象建设。此外，我们在社交媒体上持续发布有价值的信息，引导用户形成良好的品牌印象。随着品牌知名度的提高，我们的合作伙伴和用户数量逐步增加。

### 第三段：定位精准化

在打造品牌形象的同时，我们也不断优化市场定位。精准的市场定位对于销售来说至关重要，因为它可以确保你的推广方式得到最大的回报。我的公司是一家提供工具租赁服务的企业，我们通过市场调研获知目标受众的需求，然后针对这些需求进行精准的市场定位。这种方法让我们得到了比较好的销售成果。

### 第四段：营销策略精益求精

成功的营销策略并不是一成不变的，它需要不断地更新和优化。在我的工作中，我们会根据实际销售情况和市场变化，不断地调整营销策略。我们还会采取不同的营销渠道，从广告代理到社交媒体，以扩大品牌影响力，吸引更多合适的客户。精益求精的态度，让我们的营销策划变得更加有效。

### 第五段：数据分析与反馈

市场营销成功与否，最终的评判标准在于效果。因此，数据分析和反馈是市场营销工作中不可或缺的环节。我们会定期收集销售和市场数据，进行分析和评估。通过数据反馈，我们可以快速掌握市场趋势，进一步优化营销策略和市场定位，使市场营销工作可以做到持续优化。

结语：

总之，市场营销需要我们始终保持创新的精神并愿意不断实践和思考。通过不断地优化营销策略和决策，并贴合市场需求、调整企业目标，才能做到正确的市场定位和制定正确的营销策略，进而达到市场营销的最终目标。

## 浙江千万工程心得体会篇四

当今，市场营销已经成为企业发展中不可缺少的一部分。人们在生活中要面对的各种广告、营销手段已经成为家常便饭，这也带动了市场竞争的激烈程度。因此，如何通过营销策略直接和潜在客户建立联系，促进销售增加，成为了市场营销的核心目标。在这样的大背景下，笔者通过自身的实践经验，总结了一些市场营销的心得与体会。

### 第二段：理论基础

要想进行市场营销，应当先对于市场营销的理论有一定的了解。其中，营销组合[marketing mix]理论是最为基本的理论之一。它指的是4P理论，即产品[Product]、价格[Price]、推广[Promotion]、渠道[Place]和人[People]、过程[Process]、环境[Physical evidence]。要对这些因素进行综合运用，制定出最合适的营销策略并为之付诸行动，在企业发展中积累经验的同时取得最佳效益。

### 第三段：策略制定

在市场营销中，策略制定是非常重要的一环。首先，要对目标客户进行确定，对目标客户的需求进行了解，然后调整产品定位并制定合适的推广策略，使得消费者能够对产品形成正确的认知。同时，在价格方面，也要考虑到同类产品的价格定位以及目标客户的承受能力，最终形成具有竞争力的定价策略。在推广方面，要考虑到合适的媒介选择、宣传语言的准确性、广告宣传的方式、时间和效果的掌控等因素。最后，通过渠道的选择，使产品能够顺利进入目标市场，并对

渠道进行管理，提高效益。

#### 第四段：执行方案

在制定完营销策略之后，就需要开始执行方案。在执行过程中，应当根据市场变化及时进行调整，并定期进行市场营销数据分析，总结经验并对策略进行调整。同时，与合作方进行有效沟通，建立合法、公平、公正和互助共赢的伙伴关系。在执行方案的过程中，还要考虑企业的声誉和品牌形象，避免过分追求销售而出现失误。

#### 第五段：结论

综上所述，市场营销的成功需要结合市场营销理论的学习和日常实践的积累，对于企业来说是非常重要的。在制定营销策略上，目标客户分析、产品定位、定价策略选择、推广策略的制定和渠道建设，是企业成功的关键。在执行方案上，要不断调整策略、与合作方良好沟通、保护企业品牌形象和声誉，才能够在市场上获得更多的优势和机会。

## 浙江千万工程心得体会篇五

转瞬间，一周的市场营销实训完毕了，给我留下的是无穷的回味和深刻的体会。这次的实训宗旨是“引领环保潮流，缔造绿色家园”。

随着社会的开展，科学的进步，人们的生活水平也不断提高，买车的人也日趋增加，所排放的尾气也越来越多，随之而来的是我们的环境也变得越来越暗淡，其中夹杂着越来越多对人体有害的物质，如固体悬浮微粒、一氧化碳、二氧化碳、碳氢化合物、氮氧化合物、铅及硫氧化合物等。一辆轿车一年排出的有害废气比自身重量大3倍。近1xx年来，气候变暖已成为人类的一大祸害。冰川溶化、水位上涨、厄尔尼诺现象、拉尼娜现象等都对人类的生存带来了严峻的挑战。而二



氧化碳那么是地球变暖的罪魁祸首。所以爱护环境是我们当前的首要任务，只有提高人们的环保意识，我们的家园才会得以保存，而我们公司经过研发，生产出一种新型的能进化尾气的环保净化器，把排放出的有害尾气经过净化设备的过滤后将有害气体及汽车排放的固体悬浮颗粒进展分解及汲取，大大降低了汽车尾气对环境的危害。为我们缔造一个绿色家园。

做筹划书之前，我们打算好了实训每天的任务，依据打算，我们在努力，每天都谨慎完成任务。首先我们分析了这次营销的环境，只有先分析好营销环境，才能制定好营销战略与策略。分析营销环境时，我们8个人，一起考虑，每个人都说出自己的看法，并且每人都要单独写一份自己的看法，不管正确与否，然后统一看法。环境分析完，我们也对这次确定的市场有了进一步的了解。接下来就是其次天的目标市场战略筹划，由我们公司股东成员参加探讨，然后由我们公司目标市场部经理总结出了一份适合我们公司的策略，我们对我们的市场充溢了信念，这样才能更好的依据市场确定下一步。紧接着就是营销策略组合，这步是最关键的，须要从产品、价格、分销渠道、促销这些方面分析，每一个分析都要从实际启程，才能更好地把我们的产品推向市场。在进展“4ps”分析时，我们团体的8个人都在尽自己的努力，想尽方法努力开拓我们的市场。只有大家同心协力才能发挥更好。当然，要做好一个筹划，还须要对我们的创业进展预算，虽然我们并没有真正接触过企业的创业，没有看过企业的财务报表、财务分析等等，但是我们还是依据我们已有的市场，对我们的资金进展了一个预算。最终就是总结，通过总结，可以看到我们面对市场该从哪里入手，我们还有哪些缺乏的地方。

我是负责市场分析的，说实在的在我们这一组压力挺大的，因为我们公司股东实力都很雄厚，要是我的市场分析做的不好就意味着我们公司的信誉度以及下面的工作该如何接着，终归下面的那些部门全都是依附于市场分析去绽开的，都是环环相扣的。所以我的任务很重，还记得第一天实训时，教

师给我们布置好了任务后，我们公司成员很踊跃的还留下来一起探讨了我们的工作打算，我们还单独为我们建立了一个qq群，以便沟通，并且还统一时间一起上网在网上探讨其次天要做的任务，我们这组的工作任务都是提前一天打算好的，我们这组的工作人员都很负责，我做的那份分析报告还得多亏各位股东的参加，我们那组可有意思了，在做市场分析的时候，全部股东成员在我耳边给我说怎么怎么写，我就在那里深思，他们就觉得给我说了这么多我也记不得，于是他们很有人情的就把自己的看法全都各自写了一份让我总结，我说好啊，然后又给我讲解我们公司是干什么的，然后给我说了让我对我们公司有了了解之后才一起离开，因为我们这组第一次在网上参与探讨的时候我没参加到，由于没加上我们公司的qq群，所以还始终都觉得挺不够意思的，不过后来我都按时参加了探讨，记得等我把市场分析总结出来了之后还让公司成员到网吧把分析报告打在桌面上，然后把分析报告在发给公司成员看，看了之后再提建议，大家都参加了探讨，我就等他们给我修改，然后再做总结，在这次实习中，过程是辛苦的但结果是华蜜的，我很欣慰的是能和这么一组有责任感的人共事。

这几天实训虽没都在教室上但真的很累，但有一句话是这么说的“累并欢乐着”，虽然说很苦，但是这几天我过得很充溢，而且我有时机将我在书本上学到的东西应用到实践中去，同时也学到了很多书本上学不到的东西。这次实训也大大提高了我们公司股东的凝合力，我在这一次的实训中，对我们班的股东有了进一步的了解，同时也拉近了我和一些同学的关系，在人生的道路上我又多了几笔财产。

总之，这次的实训，把书面上的学问运用到了实际，这样不仅加深我们对营销的理解，稳固了所学的理论学问，而且增加了我们的营销实力。通过团体合作，我们懂得了合作的重要性以及懂得了怎样去协作一个团体，这为我们以后面对社会打下了根底。这次的实践经验使我们终身受益，给我们积累了经历，能够让我们更好地面对将来。并且这次的实训赐

予了我不同的学习方法和体验，让我深切的相识到实践的重要性。在以后的学习过程中，我会更加注意自己的操作实力和应变实力，多与这个社会进展接触，让自己更早适应这个生疏的环境，坚信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

## 浙江千万工程心得体会篇六

我们在11年继续坚持“学习无止境”的精神，牢固树立培训是长期投入的思想，推动公司员工向更高的目标看齐，下面介绍一下今年的工作情况：

20xx年共举行内训24项，分别质量管理意识培训占46%，专业技能培训占50%，规章制度与职业道德培训占4%，共计57：85课时，参训27人次。培训课程主要集中为以下几类：

- 1、员工必修类：企业文化培训、职业道德规范、管理制度；
- 2、重点培训：软件测试、开发及管理□cmmi3□3□新员工岗前培训

20xx年培训费用总计为22397.50元，费用均为下半年，因上半年没有做培训成本这一项。

### （一）取得的成绩：

1□20xx年度的培训与20xx年度相比，从培训项目数、举办培训课程次数、接受训练的人次等方面，取得了一定的增长。

2、建立制度性培训体系。以往，公司培训工作缺乏系统性制度，培训管理幅度和力度很弱，培训资金无保证，员工培训意识差，培训工作开展十分困难。今年质量管理部投入大量精力，在总结了以往公司培训经验的基础上，优化培训管理流

程，完善教育培训制度。重点加强了培训需求分析和培训项目审批流程，在多次征求各单位意见后，全面提升公司培训工作的制度化、规范化、精细化管理。

3、在20xx年公司通过iso9002□xx标准认证和cmm认证的基础上，引入iso10025□gb/t19035-xx和mqms体系知识，逐步掌握与国际接轨的培训管理制度和工作程序，建立和完善职工培训教育的质量保证和效果评价体系。

4、不断改进培训方式，积极探索新的培训模式。

## （二）存在的问题和不足

1、培训工作考核少，造成培训“参加与不参加一个样，学好学孬一个样”的消极局面，导致培训工作的被动。

2、培训形式缺乏创新。只是一味的采用“上面讲、下面听”的形式，呆板、枯燥，提不起学员的兴趣，导致学员注意力不集中，影响了培训效果。

3、原则性不强。不能严格执行培训纪律和有关规定，对违反者睁一只眼闭一只眼，不能按章办事，这是导致培训纪律松懈、秩序较乱的主要原因。

4、在年中所做培训中我们还不难发现，一部分人员感觉培训过于频繁，另外一部分员工则反应得不到相应培训，这是一个不容回避的问题，作为致力于学习型组织的企业，首要的培训任务是要使全员树立培训意识，为企业发展和自我发展充电。而培训层面的不均衡，更是需要20xx年去大力改善。

内部讲师授课水平，推行内部讲师认证，真正打造一支合格称职的内训师队伍。

## （一）有利条件

1、公司改制后，改制企业的机构、人员做完调整后，改制企业员工的综合素质和工作技能的提高，以及企业文化的再建，必然是下一阶段的工作重点，培训工作的任务必将增加，良好的培训效果和质量也会越来越得到公司领导的重视。

2、随着mqms体系《培训管理程序文件》的发布，公司教育培训体系正在初步建立，培训工作有了制度的指导和约束，将大大的有利于以后工作的展开。

## （二）具体措施

### 1、作好培训基础工作

《培训管理程序文件》虽已发布，在具体执行过程中一定还会遇到各种困难，还需要我们的不断总结和及时调整。在具体工作流程上还需要进一步理顺，在管理制度上还需要多方面补充。还要进一步加强培训资料的收集和培训器材的配置，加强相关工作人员的专业素质培训。

### 2、建立培训资源网络，进一步丰富企业培训资源。

这段时间对市场营销战略的培训，给我留下了无穷的回味和深刻的体会，通过培训，让我真正明白了市场营销的概念是指企业为满足消费者或用户的需求而提供商品或劳务的整体营销活动。市场营销是一门灵活性比较强的课程，可以使我们充分的发挥自己的潜力，很多人认为营销就是卖东西，其实不然，营销在我们的生活当中无处不在，包括交友，为人处事等，不仅只是买卖关系的发生。

培训了一段时间的市场营销，接触后才发现市场营销是一门很有发展前景，很有趣的课程，首先我们需要调查目标市场，了解消费者的需求，根据消费者的需求采购商品，制定销售计划并成功的销售出去，这一过程其实很不容易，如果前一天少了几分钟的准备，销售当天就多了几小时的麻烦，通过

此次实训，感触颇多，市场营销要注重实践认知，掌握技能，有些方法和心得是书本上学不来的，我们也明白了无论做什么事都要经过自己亲身体会后，感触才会更深，下一次也才会做得更好，还有就是销售过程中我们要抱交朋友、暖人心的态度，而不是只为赚钱。

而个人对市场营销作出这样的概括：市场营销就是指企业通过一定的商品交换形式，满足消费者的需求，获得企业利润而有计划地组织的综合性的经营销售活动，贯穿于企业经营活动及全过程。

而市场营销战略是指基于企业既定的战略目标，向市场转化过程中的必须要关注的“客户需求的确定的、市场机会的分析，自身优势的分析、自身劣势的反思、市场竞争因素的考虑、可能存在的问题预测、团队的培养和提升等综合因素，最终确定出增长型、防御型、扭转型、综合型的市场营销战略，作为指导企业将既定战略向市场转化的方向和准则。

那么一个企业制定本企业的市场营销战略的条件或者步骤是什么呢？一个企业的经营理念、方针、企业战略、市场营销目标等是企业制定市场营销战略的前提条件，是必须适应或服从的。一般是既定的，像市场营销目标也许尚未定好，但在市场营销战略的制定过程中首先要确定的就是市场营销目标。

确定目标时必须考虑与整体战略的联系，使目标与企业的'目的以及企业理念中所明确的、对市场和顾客的姿态相适应。市场营销目标应包括：量的目标，如销售量、利润额、市场占有率等；质的目标：如提高企业形象、知名度、获得顾客等；其他目标，如市场开拓，新产品的开发、销售，现有产品的促销等。

在制定企业的市场营销战略时，必须着重考虑制定市场营销战略的内外环境，即主要是对宏观环境、市场、行业、本企

业状况等进行分析，以期准确、动态地把握市场机会。

市场营销战略制定完成后就是如何去实施，而市场营销战略的制定和实施一般可以按这样的流程来操作：

市场细分——选定目标市场——市场营销组合——实施计划——组织实施——检测评估。

实施计划是为实施市场营销战略而制定的计划。战略制定好后要有组织、有计划、有步骤地进行实施。具体内容包括：组织及人员配置；运作方式；步骤及日程；费用预算等等。

另外通过这段时间市场营销战略的培训，也使我本人认清了思路，找准了切入点，谈一下自己的几点认识：

1、任何一种产品在推向市场之初，要有他的特色，就是营销学当中通常讲的要走差异化道路，有差异化才能有生存空间。我们的均衡产品从推出到投放市场与同类品种相比，能有一个相对不错的反馈，我觉得在功能和理念上可以说是有其独特之处，那么得到的效果也是显而易见的。

2、专业是根本，就目前而言，全国的保健品企业多如牛毛。但大多数中小型企业产品技术含量不高，跟风随大流现象严重，针对性不强，这也是大多数企业维持不发展，发展不强大的主要原因，而作为消费者因为没有专业的知识很难判断产品的价格与好坏，所以如果专注做产品的专业化，并与公司的品牌知名度相结合，就能赢得消费者的心。

3、价格政策可以说是一场心理战，打好这场心理战，就要抓住经销商的心理，经销商难道真的就是关注价格吗？价格难道就是促成合作的吗？我看未必，真正有实力，下功夫做产品的经销商关注的往往不是价格，而是企业的信誉，过硬的产品质量，市场保护度，完善的售后服务以及相应的政策支持等。

4、市场不但要开拓还要维护，招商的终极目标就是经销商，没有好的销售渠道和优秀的经销商再好的产品也卖不出去，所以定期的电话回访，就成了维系经销商与企业之间和谐关系的重要纽带，经销商会实时的将市场动态反映给公司，以便公司实时的调整政策与思路，为下一步工作做好铺垫，同时公司也会将新产品信息等推荐给经销商，便于经销商在补充新品等方面加以参考。

5、细分产品。市场要细分，产品也要细分，产品如果在功能方面明确，集中，清晰，不泛滥，多样化，那么这样会加强消费者对产品的精确认知，什么样的产品适应什么样的人群，从而形成强大的终端购买力。

总之，这次的培训，使我对市场营销有了更深刻的了解，以后要更多地把理论知识运用到实际中，这样不仅加深我们对市场营销战略的理解，巩固了所学的理论知识，而且更能增强我们的营销能力。增长理论知识，积累营销经验，能够让我们更好地面对未来，营销更美好的人生。