

2023年谈一谈对营销的感想 营销心得体会 (实用7篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

谈一谈对营销的感想篇一

供、销，在任何企业都是极为关键的一环，亦是密不可分，对生产单位起到决定性影响的关键一环。

就目前来看煤炭市场稍有回暖，几年来，煤炭市场疲软，煤价不断下跌，煤矿在利润大幅缩水后，举步维艰。自然，我们供应环节，注定会受到极大影响。但是，归根结底，出现问题的是销售。

任何一家企业，不管你生产的是什么产品，服装、汽水，哪怕航空母舰，最终决定你成败的仍然是看你卖不卖得出去。供不应求时，我们可以坐等来客，可以抬高售价，可以招收大量员工，扩大生产。当竞争日益激烈，市场逐渐饱和，我们就要作出改变，或提高产品质量或压缩成本降低售价，或积极推广，将重心移至供销市场，这也正是我们神南分公司积极探索的一项重要工作。

如今，煤炭销售出现了问题。究其原因，除了国家宏观调控、新能源稳步发展、进口煤价格低廉等等，最终起到决定因素还是产能过剩。简单的说，卖煤的太多，我们的煤炭不好卖了。

煤炭行业如此，我们也是。

虽属供应环节，但与任何企业都一样，我们也有自己的供销

系统。向其他企业供应多少物资，即是销售多少产品，数量、售价、利润，都是关键因素。同样，决定我们存亡的，仍是销售。

首先，产品。

质量永远是决定产品销量的关键。暂抛开价格问题，质量越高，自然会卖的越好。对于我们来说，我们并不自己生产任何产品，那么采购即可视为我们的生产环节。我们采购的物资质量越高，就会获得越大的市场。

这里，我们就要谈到价格。

暂抛开产品质量问题，物资的采购价格越低廉，获得的市场及利润空间自然越大。但众所周知“便宜没好货，好货不便宜。”既要保证产品质量，又要控制采购成本，所以，我们要找到一个交叉点。理想的来说，又好又便宜就是我们的最终目标，想要找到这个交叉点是不容易的，但其是可控的，我们要不断的在市场中学习、总结，尽快找到一个合适的价格与质量的交叉点，一个符合现今市场的交叉点。

还有，效率。

这是我们一定要保证的。多数企业更喜欢与个体供货商打交道。抛开那些见不得人、说不出口的。利益关系，还有一点很重要，那就是快。一个电话就能送货上门，方便快捷。而若换成我们，既是繁琐的程序和较长的周期。如我们般的大公司，固然需要各样规章制度统一管理，但这是可以调整的。简化它，尽我们所能的简化它，我们完全有资本，有能力比他们还要快。

买东西，你还看重什么？

售后。我想提下三星，这个世界级的超级大公司最近很火，

因为他们生产的新款手机突然变身成了“小型手榴弹”。但三星的处理非常果断，他们立即停售并收回了已售出的手机。可能金钱上的损失对于三星并无太大影响，但我相信那个数字绝对是惊人的。

谈一谈对营销的感想篇二

20xx年6月16至6月18日，在东营宾馆，我有幸参加了王旭老师服务营销培训班。通过三天的积极参与和全心投入，通过学习，各项都取得了很大的进步和有效的收获。这一切的取得，与领导的信任和培育是分不开的。

有机会参加这样高水平、高规格、超强度、超极限的培训。在此向公司领导表示衷心的感谢！

培训的课程紧张而有序，培训的氛围严肃而又活泼。回首难忘的日日夜夜，收获良多，感慨万千，现将此次学习的心得如下：

我的学习宣言：我承诺，以感恩的心情珍视每一次机会。为此，我将全情投入，积极思考，真诚交流，乐于分享，认真总结，学以致用。我将把所学知识积极运用于工作实践当中，巩固学习效果，提高工作技能。为学习，我将全力以赴1一开始我就把它当作我的小闹钟，时刻提醒在心，把首先端正态度作为成功与收获的起步。米卢曾说过：态度决定一切1只有从心里认同了学习的必要性和重要性，才能使行动变自发为自觉，才能产生良好和积极的效果。培训班为期三天的课程也有效地证明了这一点。我觉得，首先要明确目标，树立信心，理论联系实际，严格遵守纪律。从一点一滴的小事情做起，踏踏实实朝大目标走去。不仅要以饱满的热情，专注的精神来听好每一堂课，同时也要学习讲师的授课技巧，互动的丰采，也要与各个地区的同伴多沟通，多交流，从他们身上吸取更多的营养和灵感，每位同伴都是老师，每位同伴身上都有闪光的亮点，有着非常优秀的品格值得我去欣赏和学

习。这样的机会，人生能有几回？有什么理由不去珍惜和努力呢？积极向上的态度是进步的根本保障，良好的心态本身就是一笔宝贵的财富。总比别人多付出一点，总比别人多努力一些，总比别人多学习一分，离成功总会近些再近些。这是培训班给我的感受之一。

所谓成功，就是功到自然成。成功就是从不习惯到习惯的过程。所以，良好习惯的养成对成功是至关重要的。一个人的辉煌，决不是偶然，决不是一朝一夕的事情，而是经过岁月的千锤百炼和人生的坎坎坷坷。而即形成的好习惯，可以陪伴其一生，一流培训的风范，要从培养良好习惯开始。在培训班里有许多细节上的规定，比如，为保证培训效果，请将手机铃声设计为振动或无声状态；课程期间，请严格遵守课程公约。保持四周整洁卫生，学员不得在休息室以外的公共区域内吸烟；着装整齐讲究，严格履行请假手续等，这些都充分体现了老师们的良苦用心。一支招之即来，来之能战，战之能胜的部队必然是一支习惯良好，纪律严明，作风过硬的部队。培训班全封闭的学习和训练是紧张而又愉快的，大家都以追求竞争、追求卓越、追求挑战的全新精神来投入，整合旧知识，学习新技能是目标，同时，我认为，良好习惯的培养也是不可缺少的内容之一。良好习惯的养成是个漫长而又艰辛的过程，培训班是个很好的提升机会和修正的基地，因为在这里有来自各县区和市区本部的同事们友情提示和无私帮助，也有各位讲师的严格监督和热忱关心。浓厚的学习氛围和环境，无疑会使学习进步得快些再快些。

三网融合，带给我公司全新的发展机遇，同时也让我们面临更高的挑战。如何加强营销管理，如何迅速有效地拓展市场，如何健全和完善基层管理体系，如何提高营销员队伍的整体素质，如何突破思维有所创新等等一系列的问题已成为摆在我们面前刻不容缓亟待解决的课题。事实和实践证明，只有通过专业培训和规范教育，提升一线人员的综合素质，从而提高公司营销业务的核心竞争力，才能从根本上保证业务的持续健康稳定发展。从公司的生存和发展的战略高度上讲，

充实营销知识教育，提升各种专业技能的培训，学习和吸收先进的营销和服务理念是我参加本次培训班对自己的根本要求。

培训班的课程由浅入深，深入浅出，可以体会到是经过老师认真考虑，周到安排和精心设计的。我真是受益匪浅。通过王旭讲师的精彩讲演，我深刻意识到了自己在日常管理上的弱点与原则间的差距，在管理技巧和沟通技巧的学习中，弥补自己的不足。

竞争的结果无非就是优胜劣汰，市场如战场，要想赢得战争，光有勇气和胆识是不够的。广电的营销正处于扬帆启航的大好时期，同时，营销市场也将狼烟四起，烽火连天。作为一名基层的工作者，全员营销时代已经来了，除了自己本身要掌握丰富的知识，持有端正的态度，良好的习惯以外，实用的技巧是必不可少的。而技巧的提升，必须通过大量的实践和演练，最后让市场来检验可行性。

本次培训班虽然课程上已经结束了，但新的征程刚刚开始。我将以从培训班中学到的知识、态度、习惯、技巧等投入到紧张有序的实际工作中去，以持之以恒的精神、认真严谨的作风，立志为山东广电网络的事业奋斗终身！

谈一谈对营销的感想篇三

本人是枕水人家的一名销售，现在为提升自己能力，开始学习《市场营销学》，把个人觉得是精髓的部分和个人感悟分享给每一位朋友，因为是为了运用，所以所有名人以及时间部分全部剔除，只留下应用部分。

今天写的是第一章：市场营销与市场营销学 中第一节：市场和市场营销。下面开始就是我的分享了。

在写相关内容前我先写下我对本节的看法，本节只是对市场

和市场营销做了概念上的阐述，没什么有实际应用的，主要强调了顾客是市场的主导者，顾客决定了企业的走向，顺则生，逆则亡。要站在顾客的位置上去做规划，去营销，不能一味的说“我们”，“我们的产品”。

市场营销可以理解为与市场有关的人类活动，而哪有有社会分工和商品生产，哪里就有“市场”。从企业的立场看，市场是外在的，无法控制的(尽管可以影响)，它是交换的场所和发展增值关系的场所。都是一些基本定义，自己看看大概了解下就行了。

市场存在的基本条件：

就是销售中man法则□m是钱□a是决策人□n是需求，用以判断是否是目标客户。

2. 存在生产者(供给者)一方，他们能提供满足消费者(用户)需求的产品。

3. 有促成交换双方达成交易的各种条件，基本上都是法律

行业(卖者总汇)通过促销(沟通)把商品或者服务交换到市场(买者总汇)

市场(买者总汇)因购买商品或者服务，把货币以及调研(信息)交换到行业(卖者总汇)

注：钱物交换为内环，信息交换是外环

市场营销分三类：

将市场营销看做一种为消费者服务的理论，

强调市场营销是对社会现象的一种认识，

3. 认为市场营销是通过销售渠道把生产企业同市场联系起来的过程。

谈一谈对营销的感想篇四

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，一向以来，我认为在营销产品中都要具备：灵敏的反应潜力、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。但是在短短时间里，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我要有足够信心，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，我感到十分荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力能够给与我推动力，在那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！

在我刚开始从事营销工作的时候，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，我开始为自我在找借口，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，之后领导得知此事，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，才能消除应对客户是的恐惧，才能给自我一个清晰地思路，把产品透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，那我已经成功了一半。

每个人都要合理安排每一天的工作，都要有计划性、目的性，为了避免一种盲目性的用心，也能够说是一种没有方向性，这种状况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自我，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。给自我、组员制定一个力所能及的目标！

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自我有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞十分重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体此刻初次见面，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能够赢得客户的倾心。

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，期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：“把握此刻、向过去学习、着手创造将来。想象一个完美的将来是什么样貌的，制定一个切实可行的计划，这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好处的方法，你会更快乐，更成功！

谈一谈对营销的感想篇五

微笑，是自信的一种流露，是无声的语言，传递着友好的信息。柜台是银行的窗口，我们迎接客户时，微笑能拉近我们的距离，为我接下来的服务与营销创造了条件。

有一句话说得好：人与人之间的差别其实就是学习本事的差别。由于个人素质、经验、训练程度的差异造成服务水平的高低，所以我们要经过学习和培训，熟练掌握各种产品的特点和分析适用人群，向客户作个性化的推介，比如向中高端客户推介本外币通知存款、利得盈、信用卡等产品，向普通客户推介本外币一本通、借记卡、代理业务。掌握各项业务的操作规程，提高自身分析和处理问题的本事，提高服务质量，增强客户的满意度和忠诚度，从而留住了客户，赢得客户的信任，为进一步营销打下基础。

我们要树立“换位思维”的思想，从客户的角度出发，想客户之所想，急客户之所急，加强沟通。我们要做一个最佳听众，认真倾听客户的需求。从客户的角度出发，适时为客户提出贴合客户利益的理财提议，这样才能与客户实现真正的沟通，为客户供给全方位的服务，让客户获得超出期望值的需求。

以上几点需要在平时的工作中日积月累，需要在平时的工作中训练及培养。因为此刻的银行已向营销型转化，营销是一个过程，是我们日复一日工作的一个目标。我们柜员仅有做好了以上几个环节后，才能够更好的做好服务客户的最终一步。

营销中的“二八法则”告诉我们：企业80%的利润是由20%的客户创造的，而80%的其他消费者只创造了20%的利润。如何挖掘优质客户、留住老客户、争取新客户是当务之急。银行有着得天独厚的优越性，它掌握着很多的客户资料，我们能够根据顾客的年龄、性别、职业、收入、文化程度等情景进行市场细分，根据不一样顾客的不一样需求，供给差异化的便利性服务和支持性服务以到达优质服务的无差异性。

循，唯靠多年的工作，用心去发现，才有可能得到一些经验。

以上便是我作为一名柜台人员，经过多年的柜台工作，用心

去寻找关于银行柜台营销的一些心得。

谈一谈对营销的感想篇六

一年一度的锦江校园迎新服务已于9月1日正式开始，来自一区五县的近200多名员工都奋战在锦江一线，用实际行动诠释着“正气、志气、和气”的三气文化。

从眉职院到锦江学院，我们业务支撑中心的每一位员工都全力配合着各部门的安排。校园营销系统的支撑，数据的准确性，各种校园优惠政策，各种新资费的测试我们支撑中心废寝忘食的在自己岗位上奉献着。为了确保校园营销顺利进行，有的童鞋们加班到晚上11点，吴总也亲自慰问了我们——走到哪里都有您的身影。

几乎每年的这时候都非常热，今年也一样。在三十五六度的高温下，一线的小伙伴们仍然坚守着岗位为学子们服务，真正做到了优质、高效、诚信的服务。也体现了我们特别能奉献、特别能战斗、特别能吃苦、特别尽责任的精神。我们业务支撑中心同样也坚守阵地，对于每小时的整点时报，都要保证它的准确性，数据一香港六合彩出错所有人都很紧张，必须立即解决问题。对于系统的支撑也一样，我们的主要责任就是配合10086完成直销队员的信息登记。当然系统操作是否方便，当用户输入的数据有误时提示性的语言是否合理，系统的可扩展性，以及系统流程是否按照市场部给出的流程设计的等等，方方面面都必须考虑到。

一个被电信排他的学校，然而移动占有率远远大于了他们——这就是我们的服务。业务上的参谋、技术上的专家——就是我们责任。业务支撑中心加油！眉山移动加油！

谈一谈对营销的感想篇七

注重营销方法讲究营销策略——对于如何提高市场营销能力

的几点思考随着全球经济一体化的不断深入，金融业的竞争显得尤为激烈。市场营销能力的强弱直接关系到一家银行的成败与发展。笔者以为在市场营销的过程中关键是做到“整合资源配置、细化客户类别、注重营销方法、讲究营销策略”。

1、选对人、用好人。

将一批真正想干事、能干事、会干事的人充实到客户经理营销队伍中来。把那些不想干事、干不成事人请出营销队伍。业绩是衡量的最好标准。真正做到以岗定人，以人定责，进行调整，用其所长，尽其所能，突出业绩导向，更好地发挥个人潜能。

2、着力构建全员营销体系。

加强全体员工的营销理念教育。创建“人人参与营销、个个积极营销”的新型营销文化氛围。市场营销不仅仅是银行高层管理者和客户经理的工作，要使市场营销的观念成为全体员工的共识，培育全员营销意识，并转化为每位员工的自觉行动。保证上下通畅，左右协调，形成立体营销网络。

3、制定相关学习培训计划。

着力提高营销人员业务素质及营销技能，支行每周安排一个下午进行业务培训及现场演示，使其熟练掌握新兴业务，便于更好地开展营销工作。

4、充分发挥各网点为营销功能。

各网点可以利用自身优势通过进悬挂横幅、散发宣传资料和积极参与本行、地方政府的文明创建活动等形式，扩大本网点影响力。每逢节日可以举办活动，向客户赠送一些小纪念品，吸引客户。

5、网点组织进社区活动。

网点周边居民往往是分理处重要而以稳定的客户群。进社区活动可以提升网点美誉度，并可适时推出我行新产品。笔者认为这是一项重要举措，至少可以让周边老百姓知道有这么一处网点存在。

1、建立客户档案，邀请优质客户进行座谈，充分发挥以点带面的作用。

建立客户关系管理台帐，对客户信息进行搜集、积累、分析、整理，建立客户信息数据仓库，并适时对客户资源信息的价值、贡献度、成本、效益进行分析评价，为市场开拓与业务营销提供决策参考。

2、成立长期性的目标客户调研小组。

利用客户资源管理与价值分析评判机制，每月选定几个单位作为营销目标，对每一客户进行可行性分析后，找到营销的重点和难点，针对不同的客户采取灵活的营销方式，确定攻关客户经理和分管行级领导，制定了一对一的营销方案，再次是相关部门密切配合。

1、在市场营销过程中，全面整合公司与个人客户资源，加强个人金融业务与公司业务部的合作，发挥整体资源优势 and 营销功能，充分挖掘和发现个人优质客户，不断创新服务手段，建立公、私客户经理联手制，实行一揽子服务，以公司业务带动个人业务、以整合营销推动市场拓展，积极竞争优质客户，确保客户质量。

2、个人业务科努力打造我行具有特色的品牌，在前期品牌形象宣传推广的基础上，有计划地开发、策划，组织形式多样的市场活动，及时了解和满足客户需求，扩大品牌内涵，吸引优质客户，为优质客户提供全方位、高质量的服务。在服

务的过程中同样可以把优质客户后面的企业反馈给公司科，相互协调发展。

1、在开学前，积极宣传“汇款直通车、同城汇款□e时代等业务”，大力宣传教育储蓄，定期一本通业务，可以有力地促进储蓄存款和中间业务的增长。在我行网点所不能触及到的乡镇企业中，开展网上银行、电话银行等宣传。

2、展开强大的宣传营销攻势，积极抢占业务市常充分利用电视台、电台、报社等新闻媒体和印刷宣传资料，通过宣传报道、邮政广告、柜面资料、街头咨询等手段，全方位进行宣传、介绍特色业务品种，宣传我行近年来所取得的成就，有效提升我行的社会知名度和影响力，有力地推进业务市场的扩张。

总而言之，只要全行上下人人都做有心人，依托各项优势积极参与整合营销、分层营销、一体化营销的策略，想方设法做好优质客户的维护工作，营销成果一定会转化为经营结果，工行的明天一定会更辉煌。