

营销心得体会才最好(大全5篇)

心得体会是指个人在经历某种事物、活动或事件后，通过思考、总结和反思，从中获得的经验和感悟。那么你知道心得体会如何写吗？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

营销心得体会才最好篇一

对于初次接触关于营销的专业性课程的我来说，市场营销这门学科就是为了我们更深入的去了解我们每天都处于的环境—市场。而市场营销学是一门建立在经济科学·管理科学·行为科学和现代信息技术为基础，研究以满足顾客需求为中心的营销活动及其规律的综合性应用科学。作为一门应用科学，其研究是以整体性、全方位、多视角的角度来适应并满足市场需求的。市场营销学具有综合性和边缘性的特点。它不仅是一门微观管理学科，还是知道企业经营活动的艺术。随着社会经济的发展和人类知识的深化，市场营销的内涵和外延已经极大地丰富和发展。西方市场营销学者从不同角度及发展观点对市场营销下了不同的定义，概括起来有以下几个方面的特征：

(1) 市场营销是一种企业的整体活动，是企业有目的·有意识的行为。营销不同于推销也离不开推销，但是仅靠广告，也树立不起一流的品牌，仅靠推销也实现不了营销的目的。著名的管理学大师德鲁克先生说：“市场营销的目标是使推销成为多余。”也就是说，如果能够重视营销工作，科学地做好营销管理工作，就可以使我们的推销压力变得越来越小。不过，它不可能变成零，原因就在于营销过程的第一步是营销调研，通过市场营销调研，搞清楚该做什么，所以市场营销实际上是以当前环境为基础对未来市场环境的一种推测，在对未来环境推测的基础上设定营销目标，构筑营销方案，营销方案的实施是在未来环境下进行的。预测不可能百分之

百的正确，因此，处于营销过程末端的推销不可能没有压力。

(2) 满足和引导消费者的需求是市场营销活动的出发点和中心。企业必须以消费者为中心，面对不断变化的环境，作出正确的反应，以适应消费者不断变换的需求。满足消费者的需求不仅包括现在的需求，还包括未来潜在的需求。现在的需求表现为对已有产品的购买倾向，潜在的需求则表现为对尚未问世产品的某种功能的愿望。

(3) 分析环境，选择目标市场，确定和开发产品，对产品定价、分销、促销和提供服务以及它们间的协调配合，进行最佳组合，是市场营销活动的主要内容。

(4) 实现企业目标是市场营销活动的目的。不同的企业有不同的经营环境，不同的企业也会处在不同的发展时期，不同的产品所处生命周期里的阶段亦不同，因此，企业的目标是多种多样的，利润、产值、产量、销售额、市场份额、生产增长率、社会责任等均可能成为企业的目标，但无论是什么样的目标，都必须通过有效的市场营销活动完成交换，与顾客达成交易方能实现。

营销存在于生活的方方面面。当你面试的时候，你在向企业营销你自己。当你相亲的时候，你在向对方营销你自己。各行各业都存在营销，银行是把理财服务营销给顾客，地产是把房子营销给顾客，只要你想得到的地方都存在营销。市场营销经历很长的演变与发展，从生产到销售，每一种都决定它的成败，在此提出六个方便。即生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、客户观念和社会市场营销观念。在实际的营销工作中，它们相互促进，共同发展。一种观念的养成是需要时间和精心培养的。以下简要地介绍六种营销观念，它们之间不是独立分隔的，而是相互紧密联系、相互促进的。欲学好市场营销，不光要学好各种营销策略、市场细分、价格竞争及促销策略还要重塑先进的营销观念，并将其融入营销实践之中。因为它是营销的灵魂和内核。

(1) 生产观念是指导销售者行为的最古老的观念之一。消费者喜欢那些可以随处买得到而且价格低廉的产品，企业应致力于提高生产效率和分销效率，扩大生产，降低成本以扩展市场。

(2) 产品观念，消费者最喜欢高质量、多功能和具有某种特色的产品，企业应致力于生产高值产品，并不断加以改进。除了物资短缺、产品供不应求的情况之外，有些企业在产品成本高的条件下，其市场营销管理也受产品观念支配。

(3) 推销观念。消费者通常表现出一种购买惰性或抗衡心理，因而企业必须积极推销和大力促销，以刺激消费者大量购买本企业产品。推销观念在现代市场经济条件下大量用于推销那些非渴求物品，即购买者一般不会想到要去购买的产品或服务。

(4) 市场营销观念是作为对上述诸观念的挑战而出现的一种新型的企业经营哲学。认为实现企业各项目标的关键，在于正确确定目标市场的需要和欲望，并且比竞争者更有效地传送目标市场所期望的物品或服务，进而比竞争者更有效地满足目标市场的需要和欲望。

(5) 客户观念。随着现代营销战略由产品导向转变为客户导向，客户需求及其满意度逐渐成为营销战略成功的关键所在。各个行业都试图通过卓有成效的方式，准确地了解和满足客户需求，进而实现企业目标。为了适应不断变化的市场需求，企业的营销战略应以客户为中心，并必须及时调整。

(6) 社会市场营销观念是对市场营销观念的修改和补充。认为企业的任务是确定各个目标市场的需要、欲望和利益，并以保护或提高消费者和社会福利的方式，比竞争者更有效、更有利地向目标市场提供能够满足其需要、欲望和利益的物品或服务。社会市场营销观念要求市场营销者在制定市场营销政策时，要统筹兼顾三方面的利益，即企业利润、消费者

需要的满足和社会利益。

作为一个成功的营销人，不仅具备专业的知识技能和心理素质，而且还要更多的去了解所推销商品的性质和特点，下面通过几个方面介绍推销了解的各种知识：

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唯一吗？我看未必，真正有实力，下工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病患人群，从而形成强大的终端购买力。

1、做好时间的统筹与管理。必须珍惜时间，讲究效率，学习要有计划，有重点。

2、做事要有目标，不能光凭感觉走。对实现目标要有期限，不能今天拖明天，明天拖后天，以至使目标被无限期的耽搁。

总之，这次的学习不仅加深我们对营销的理解，巩固了所学的理论知识，而且增强了我们的营销能力。在以后的学习过程中，我会更加注重自己的操作能力和应变能力，多与这个社会进行接触，让自己更早适应这个陌生的环境，相信在不久的将来，可以打造一片属于自己的天地。

营销的开题报告范文

服装营销的策划方案范文

微营销培训心得体会

营销会议总结范文

营销会议总结范文

营销顾问简历范文

市场营销专业论文的范文

营销总监辞职信的范文

营销策划方案范文

营销心得体会才最好篇二

第一段：引言（200字）

营销节作为一个巨大的购物狂欢节，每年都吸引着数以亿计的消费者参与其中。对于我个人来说，今年的营销节是一个令人难忘的经历。在这段时间里，我感受到了消费力的巨大能量，同时也意识到了企业需要不断创新来吸引消费者的重要性。以下，我将分享一些我在今年营销节中得到的心得体会。

第二段：顾客至上（200字）

在这个消费者为王的时代，企业要想吸引更多的消费者，就必须把顾客需求放在首位。据我观察，今年营销节中一些备受关注的企业，如阿里巴巴和京东等，都致力于提供更好的购物体验。他们通过优惠券、折扣等手段吸引消费者，同时也推出更多的便利措施，如快递配送服务等，以迎合现代消费者的需求。对我来说，顾客至上的原则不仅适用于企业，也适用于个人。在购物过程中，我始终把自己放在消费者的角度，从他人的购买经验中吸取教训，以便为自己选择到高质量、实惠的商品。

第三段：创新与市场营销（200字）

在营销这场竞争激烈的战场上，只有不断创新才能生存下去。今年的营销节中，我看到许多企业通过创新的市场营销策略吸引了大量的消费者。例如，一些企业通过利用网络平台和社交媒体的力量，制作创意广告，推出营销活动，吸引了无数眼球。这些企业不仅仅关注产品本身，他们更关注如何将产品信息传递给目标消费者，并激发他们的购买欲望。作为消费者，我也从中得到了启示，意识到创新和市场营销的重

要性。当我购物时，我会选择那些有创意、有吸引力的产品，并广泛传播给其他人。

第四段：品牌价值（200字）

在这个信息爆炸的时代，品牌对于企业来说显得尤为重要。今年的营销节中，一些知名品牌通过提供高品质的产品和良好的售后服务，赢得了消费者的信赖。消费者愿意购买这些品牌的产品，是因为他们相信品牌能够提供可靠的质量和服務。作为消费者，我也学到了选择那些有良好声誉、可靠的品牌的重要性。购物时，我会优先选择那些被广泛认可和好评的品牌，因为我相信他们的产品和服务质量。

第五段：积极消费与社会责任（200字）

营销节是一个让人兴奋的购物季，但我们不能忽视作为消费者的社会责任。在购物过程中，消费者应该明智消费，遵循绿色环保原则，减少浪费。此外，我们也应该支持那些践行社会责任的企业，如慈善捐赠和参与公益活动。今年的营销节中，我看到一些企业推出了慈善活动，并承诺将销售额的一部分捐赠给慈善机构。作为消费者，我的选择不仅仅关乎自己的利益，也关乎整个社会的发展。因此，我会选择那些有社会责任感的企业的产品和服务。

结语：（100字）

通过今年的营销节，我深刻意识到顾客至上、创新与市场营销、品牌价值以及积极消费与社会责任对于企业和消费者的重要性。我希望我在今后的购物中能够身体力行地应用这些心得体会，同时也期待企业能够更加关注消费者需求，提供更好的购物体验。只有企业与消费者共同努力，才能够让营销节焕发出更加绚丽的光彩，同时也为社会的繁荣做出贡献。

营销心得体会才最好篇三

1) 别在名字前加“a”也别再名字中加字符。

大家都知道微信名是我们的商标，这里面也是很有学问的，我发现很多人都喜欢把自己的微信名前面加上“a000或微信营销a”大家知道这是为什么吗？因为很多人认为以字母a开头能排在通讯录的前面，会增加曝光率可以让更多人来关注你，但是很多人都这么干，这种现象多了就会引起别人的不肖和反感，不信现在你把通讯录打开看看，你会发现a开头的名字应该不下二三十个，你会有什么样的感受呢？会让人一看就知道是卖货的，而且多了就让人看的麻木了，那这个时候就失去了它原有的意义，其实任何一种技巧都是有时效性的，原来行得通的方法如今不见得好用，而且对于新朋友大家都心知肚明很容易被人删除。

2) 名字不要太萌，要响亮，要好听，要简单。

最好不超过7个汉字，多了不好显示。名字中有“代购”、“面膜”、“代理”“特卖”之类字眼的，最好改掉。试想一下有多少人愿意加一个企图赚自己钱的商人呢？所以太商业化的名字会让人对你产生距离。最好的名字：实名或绰号，最多再加个单位或品牌，就足够了。

3) 要避免没头像、动画头像、头像是商标、头像人物模糊人物很小。

还有一点我发现有些人喜欢跟风，在自己的头像右上角上设上带红色数字的标志，让人误以为有消息就会去点她，其实你忽悠别人一次，下次看见你就会很反感你了，会考虑拉黑删除你的。最经典的头像：真实、清楚的本人头像，符合高大上。头像用真人头像会更真实、让人可信，获得粉丝的快速信任，最好让人一看到这张照片马上就能感到你的'高价值，很多人用自己跟名车、名人的合影，这也是展示自己高

价值的方式，如果你是一个行业里的专家、讲师，那么你的头像也可以用适合于演讲的照片。名字和头像的重要性，很多人都知道了，它是我们做微商的品牌和商标。

4) 个性签名里可以说明你是做什么的或优势点，大家都该知道，个性签名就是我们自己的广告语，它能体现我们思想的价值观和理念，如果说头像和名字是我们的外表的象征，那么个性签名就是通向我們内心的窗口。所以大家不要忽略了个性签名的这个重要窗口。切记卖的意味别太重，能介绍自己可以突出自己的个性和特点就好。

5) 相册封面。

我认为我们的店铺形象，打开朋友圈它就是最为醒目的一个部分，完全可以把它当成我们的一个虚拟店铺的小橱窗，一个展台，很多专职微商会把自己产品的图片和信息放在上面，或者是支付信息、购买细则，但大多数人还是愿意去展示属于自己内心的东西。我的观点是在这里可以尽情展示自己，但是一定要注意要与你的产品信息定位风格一致，个性突出，雅致。

6) 地址位置，不要忽略。

地址位置可以说是黄金广告位，没有比这更好的广告位了，字数能写不少，还可以写上联系电话，关键是不占地方，每一条微信都可以是一条广告，所以一定要好好利用。

有些人每天疯狂的刷几十条广告，硬是把朋友圈刷成她自己的卖场，这个大家都已经知道它的利弊，但朋友圈最好发几条信息才好呢，我个人认为3条最好，最多不要超过5条。而且不要只发产品广告。想一下进入你的朋友圈，全部是产品广告图片，请问谁愿意每天打开电视台电台全部是播放广告呢？认识你、信赖你的，根本就不需要刷很多广告；不认识你的，你刷多了肯定会反感，朋友圈是个交心的地方，多分享

有价值的东西，做生活化的微营销。

想买东西先卖自己。把自己推销出去胜过所有。展现你的人格，让人关注你，和你共鸣，再考虑怎么推销产品，这样卖东西不是卖，是分享，是给朋友带来价值，是真心真意帮朋友省钱。有这样的立足，即使你在朋友圈一分钱不卖，朋友也会惦记住你，在有需要的时候关顾你。

微信朋友圈里的内容，负能量的不要有，自己心情不好不要影响别人，没人愿意在自己的朋友圈看别人的抱怨、唠叨。政治、色情、不确定的社会事件更别提，提多了，点击过500的，都看俗了。正能量是必须的，但天天正能量，一二十条，会严重让人消化不良。不管发什么，每天2-3条为宜，最多不超过5条。

打开微信，我们会经常遇到有些人不管是认不认识就发来一些：诸如“早上好”、“某某节日好”、“求点赞”、还有分享链接的。我想说这种打扰很不好，我会认为是群发的，没有多大的价值，我们已经看得疲惫了，经常这样打扰别人会被删除的。

无法保证品质、真假、售后，看不到资质、信用、评价，人家凭什么要买你的产品呢？品牌太多，人家选哪个牌子好呢？所以最好重点打造一个品牌的形象。

只会不停地发产品信息。内容跟白开水似的，我们虽是在微信上卖东西，但不建议只有产品广告，还要穿插一些其他的微信内容，即使是要发产品的广告，也不要那么直接、赤裸的宣传，可以通过采用不同的语句，组词的方式表现。

互动的作用就是增加彼此的好感，快速提升你们之间的信任值。可以经常性的给自己朋友圈人士点赞、评论呀，还可以在朋友圈里做做活动，比如有奖转发。

微信朋友圈看不到能帮助粉丝成长的内容，没有价值一点吸引人都没有。

微信朋友圈里没有一张自己真实生活照片，为什么你不敢分享是因为你不够自信。

上面的这些原因都是你不能吸引粉丝的主动原因，因为谁都不愿意跟一个没有价值的人交往。

人都是驱利的，都想在你身上获得好处，如果现在获得不到，将来也可以，为什么大家看到乞丐都会躲开，因为你在乞丐身上获得不到任何的价值反而要向你索取价值，看到那些大明星会有无数的人找他合影，因为他是名人，名人代表价值，这个社会就这样的现实。

如果你想利用微信开展你的生意，你必需做出改变，必需让自己变的有价值

销售人员必须知道销售禁忌，才能不触及销售禁忌。销售禁忌主要涉及人际交往，所以大家可以在销售禁忌中学到知识。下面给大家总结一下销售禁忌。

销售禁忌一：

忘记客户姓名不论与谁交往，忘记对方的名字始终是不礼貌的，销售亦然。与顾客交往，合适的称呼能拉近双方的距离，促成销售的实现。

销售禁忌二：

叫错姓名、弄错身份忘记客户姓名不该，叫错姓名更加不可。将客户的职务、身份搞错，容易使得气氛尴尬。

销售禁忌三：

仪表过于随便会客的礼仪之一就是要注重仪表，与客户洽谈也是一样的道理。一个好的姿态可以给人很好的印象，促进销售的顺利进行，反之则导致销售变得困难。

销售禁忌四：

销售禁忌五：

区别对待

做好销售一定要会察言观色，在与客户交谈时，要懂得观察客户的言谈举止，从中获取相关信息，掌握主动权。

销售禁忌六：

忽视客户信息俗话说，知己知彼、百战不殆。从事销售工作也要注重客户信息的搜集。掌握客户的一些信息，可以更好地与客户交谈，也能更敏锐地抓取客户的心理。

销售禁忌七：

销售禁忌八：

忽视客户的需求常说顾客就是上帝，顾客的需求当然是销售工作的出发点，只有了解了客户的需求，才能满足他，最终实现交易。

销售禁忌九：

不懂倾听倾听客户说话是很重要的。这样可以给客户留下好印象，也能摸索客户的内心。

销售禁忌十：

随意推销我们面对的客户当然有其真正需求，所以不能随意

推销，必须有针对性。

从销售心理学来讲，很多客户都怕你质疑他们的理解力。如果针对一个事情，你一直跟客户抬杠，让客户产生了逆反心理，这样即使是马上要成交的单子也会被跑掉。除了说话的方式，销售员还需要注意什么呢！下面跟大家一起来分享下，销售心理学之销售员的八大禁忌。

禁忌1、不说主观性很强的议题

在商言商，与你推销没有什么关系的话题，你最好不要参与去议论，比如政治、宗教等涉及主观意识，无论你说是对是错，这对于你的推销都没有什么实质意义。

然而，有经验的老推销员，在处理这类主观性的议题中，起先会随着客户的观点，一起展开一些议论，但争论中适时立马将话题引向推销的产品上来。总之，我觉得，与销售无关的东西，销售人员要尽量放下，因为主观性的议题对我们的销售起不到太大的作用。记住一点你要牵着客户的鼻子走，不要被客户把你带走。

禁忌2、不说夸大不实之词

不要夸大产品的功能！因为客户在以后的日子里，终究会明白你所说的话是真是假。销售人员不能为了一时的销售业绩而去夸大产品的功能和价值，这样的结果就像一颗“定时炸弹”，一旦爆炸，后果将不堪设想！

任何产品都存在着不足的一面，销售员要客观清晰地帮助客户分析自己产品的优势和劣势，帮助客户熟悉产品和市场，让客户心服口服。要知道，任何的欺骗和谎言都是销售的天敌！

禁忌3、不说批评性话语

这是许多业务人员的通病，尤其是业务新人，有时讲话不经过大脑，脱口而出伤了别人，自己还不觉得。常见的例子，见了客户第一句话便说，“你家这楼真难爬！”“这件衣服不好看，一点都不适合你。”“这个茶真难喝。”再不就是“你这张名片真老土！”“活着不如死了值钱！”这些脱口而出的话语里包含批评，虽然我们是无心去批评指责，只是想打一个圆场、有一个开场白，而在客户听起来，感觉就不太舒服了。

人们常说，“好话一句作牛做马都愿意”，也就是说，人人都希望得到对方的肯定，人人都喜欢听好话。不然，怎么会有“赞美与鼓励让白痴变天才，批评与抱怨让天才变白痴”，这一句话呢，在这个世界上，又有谁愿意受人批评？业务人员从事推销，每天都是与人打交道，赞美性话语应多说，但也要注意适量，否则，让人有种虚伪造作、缺乏真诚之感。与客户交谈中的赞美性用语，要出自你的内心，不能不着边际地瞎赞美，要知道，不卑不亢自然表达，更能获取人心，让人信服。

禁忌4、禁用攻击性话语

我们可以经常看到这样的场面，同业里的业务人员带有攻击性色彩的话语，攻击竞争对手，甚至有的人把对方说得一钱不值，致使整个行业形象在人心目中不理想。我们多数的推销员在说出这些攻击性话题时，缺乏理性思考，却不知，无论是对人、对事、对物的攻击词句，都会造成准客户的反感，因为你说的时是站在一个角度看问题，不见得每一个人都与你站在同一个角度，你表现得太过于主观，反而会适得其反，对你的销售也只能是有害无益。这种不讲商业道德的行为，相信随着时代的发展，各个公司企业文化的加强，攻击性色彩的话语，绝不可能大行其道的。

禁忌5、不谈隐私问题

我们要体会客户的心理，而不是去了解客户的隐私，更不是把自己的隐私作为和客户谈话的资本！大谈隐私也是很多推销员常犯的一个错误，“我谈的都是自己的隐私问题，这有什么关系”错！就算你只谈自己的隐私，把你的婚姻、生活、财务等和盘托出，这些对你的销售有什么实质性的意义吗？没有！这种“八卦式”的谈论毫无意义，浪费时间，更浪费你推销的商机！最终客户也不一定买单！

禁忌6、少问质疑性话题

在和客户谈话的时候，你是不是会不断地问客户一些诸如“你懂吗”、“你知道吗”、“你明白我的意思吗”这些问题。

如果你担心客户听不懂你说话，不断地以一种老师的口吻质疑他们的话，客户肯定会反感。从销售心理学来讲，总是质疑客户的理解力，客户必定会产生不满，会让客户感觉得不到最起码的尊重，进而产生逆反心理，这样的谈话可以说是销售中的一大忌！

如果你实在担心客户不太明白你的讲解，不妨用试探的口吻去了解对方：“您有没有需要我再详细说明的地方”这样说，会让客户更好地接受你。给推销员们一个忠告：不要把客户当成傻瓜，客户往往比我们聪明，不要用我们的盲点去随意取代他们的优点！

禁忌7、变通枯燥性话题

在销售中有些枯燥性的话题，也许你不得不去讲解给客户听，但这些话题可以说是人人都不爱听，甚至是听你讲就想打瞌睡。但是，出于业务所迫，建议你还是将这类话语，讲得简单一些，可用概括来一带而过。这样，客户听了才不会产生倦意，让你的销售达到有效性。如果有些相当重要的话语，非要跟你的客户讲清楚，那么，我建议你不要拼命去硬塞给

他们，在你讲解的过程中，倒不如，换一种角度，找一些他们爱听的小故事，小笑话来刺激一下，然后再回到正题上来，也许这样的效果会更佳。总之，我个人认为，这类的话题，由于枯燥无味，客户对此又不爱听，那你最好是能保留就保留起来，束之高阁，有时比和盘托出要高明一筹。

禁忌8、回避不雅之言

每个人都希望和那些有涵养、有水平的人相处，不愿意和那些“粗口成章”或者“出口成脏”的人交往。在我们的销售中，销售人员千万不能讲那些不雅之言，不雅的话对我们的销售必然会带来负面影响！

比如，你是个寿险推销人员，你和客户谈话的时候，最好回避诸如“死亡”、“没命了”“完蛋了”之类的词语。那些有经验的推销员，对这些不雅之言往往会以委婉的话来替代这些比较敏感的词，如“丧失生命”、“出门不再回来”等。不雅之言，人们不爱听，销售人员的个人形象也会大打折扣，这是销售过程中必须避免的话！我们一定要注意，也许优雅的谈吐会让你走上成功的捷径！

微信销售也同样，你和客户之间的沟通，还有如何取得客户的信任感！客户若对你不信任你的单子也会丢哦！

1、不试用，不体验，几百元都不投资，只知道转发，没有切身的感受是没有底气推销产品的。

建议：要用心做事，全勤投入，你敷衍客户的同时客户也能感觉到，你的上家也能感觉到，他不会把毕生的微商的绝学教给你，你想学到的真本事就难了。

2、从不囤货，总是有一大堆理由。

这类人缺“量”一个没有胆量的人是无法做生意的，这是一

个大鱼吃慢鱼的年代，一个连2到3千元的货都不囤的人，想日进斗金、想学到微商的精髓，那是在做梦。

3、不招代理，只会零售。

不招代理等于把自己的圈子越做越小，招代理等于做批发生意，货出的快进的也快，生意圈子会越做越大，营销网络会越来越广，这是不用说也该明白的道理。。

建议：一定要借助平台借助团队，建立自己的营销团队，要想微信做的好，没有运营团队是万万不能的。

4、三天打鱼2天晒网。

这类人缺“油”在微商界混日子，混点小钱花花，俗称倒货专家。这家的货倒到那家，随时随地倒出假货，倒来倒去就消失了，因为把顾客的脸和身体当儿戏，是对自己的信用严重挑战。

建议：要学会自己加“油”，学会自己“踩油门”自己给自己定任务，把微商当成事业来做，我要3个月做到什么程度，半年做到什么程度，每个人都会遇到机会，成功的人是机会来时抓住了，不成功的人是机会来时玩玩耍耍，最后也就被生活给玩了。

5、上家不发图片，我也不发图片。

这类人缺“伯乐”你的上家和你的经历阶段完全不一样，所以要观摩上家在你这个阶段时的文字编辑内容，把值得学习的用上，每天都有自己的定位图，自己的实拍发图，自己的反馈或客户的反馈图。

建议：当你用心做一件事情的时候，你的上家能够感受到，他会在心里评估你这个人是否值得他用心培养，所以要经常

沟通，说出一些自己好的看法和困惑，要做到你拍的图编辑的文字上家都转载，也可以经常写一些观点鲜明的文章，她会认为你是她心中的千里马，会传授很多让你少走弯路的经验。

6、遇到一点问题，比如退单，皮肤过敏等等问题就慌神了，把一切责任推给上家。

这类人缺“炼”这是一种极度不负责任的表现，赚钱你来赚，有风险别人来担，人都不是傻子，没有一个上家会要一个什么都不能独挡一面的伙伴。

建议：遇到问题先找出问题的根源，冷静处理，遇到实在解决不了的事情再请教你的上家，共同找出解决方案，当你能有但当时，也是你能成熟了。

7、不感恩，不上进。

这类人缺“进”有了一点小成就就自以为了不起，目中无人，忘了吃水不忘挖井人的道理，这类人很容易被淘汰。

建议：永远要记住帮助过自己的人，每天为自己定目标，每天进步一点点，就是成功的开始。

8、不会沟通，不会聊天等于半个哑巴，不会圆滑等于没有销量。

这样的人缺乏信心，没有自信，总感觉不知道怎么聊？聊什么？俗话说生意是聊出来的，一定要好好的聊，有耐心，有热情的聊，大胆展示你的诚心与诚意。

建议你找出与对方的共通点，共同喜欢的话题，比如兴趣爱好等等，先沟通熟悉了再进一步引导客户达到你的目的。

9、没有格局，没有思维。

这类人缺“悟”总是跳不出自己的小思维，满足于现状不思进取，不懂的改变，微商一天的变化相当于一年，不进则退。

建议：经常与做的成功的微商聊天，参与微商团队的学习，多吸取每个人的好处，改变思维扩大格局，懂得创新和改变才能立足。

10、不是行动派。

我在做，你在看，后来，还是我在做，你在看。再后来，你想做的时候已经是光年了。这是最致命的一条就是懒惰安于现状。没有行动，没有执行力，没有斗志，容易泄气，不懂得坚持。

建议：多学习、多问、多想办法，给你很多的办法你不去实施、不去积累经验，那全成废话了！你只想急于求成，那是不可能的。不坚持的人永远也不会成功。要坚持分享，持之以恒。让它不断的积累，你自己也会不断的成长。才会有更好的收获。

伙伴们，自媒体微营销时代，想做微商三点很重要：

一，选择一家成功的微营销企业成为代理学习他的成熟营销技巧，像当初的淘宝店主一样不断听课，对自己的方向做出微调！

二：代理的产品一定是大品牌，并且经过国家权威机构认证，并且有正式的授权书，支持正品！现在有很多新人初做微商很迷茫，造成盲目跟风，在选择产品和品牌时不明就里，关于这一点，我要提醒一下大家，现在市场上很多产品都是贴牌的，大家该明白贴牌的意思，就是随便冠上个名字，那质量可想而知，没有自己的研发基地和制作工厂，靠别家厂子生

产出来再换上商标，打造一个品牌，像这样的小品牌中国每天几乎能出好几个，所以咱们本着对消费者和自己的信誉着想，也应该选择一个有实力的企业和过关的产品来运营自己的微商之道。

三：还有一点就是要把学到的知识成功落地，成为自己的影响力！如果你没有看清这三点，微营销做大很难！

营销心得体会才最好篇四

营销是一项非常关键的工作，它可以对企业的发展以及产品的推广都产生很大的影响。作为一名营销人员，我有幸经历了许多实际操作，并从中学到了很多有价值的体会和经验。下面我将分享一下自己的营销心得体会。

一、明确销售目标

在营销工作中，明确一个明确的销售目标是非常关键的。只有这样，我们才能真正去了解自己应该去做什么，该在哪里去推销产品，该在哪个地区去推广。因此，在制定目标时，我们需要考虑到客户的需求、市场的需求以及竞争对手的情况，通过调研工作获取这些信息，并逐渐明确营销目标，以便去真正面向客户去推销产品。

二、了解市场环境

在营销工作中，了解市场环境也是至关重要的。只有真正了解行业，了解用户，我们才能重新评估自己的销售策略，从而更好地推广产品。所以，我们可以通过了解行业动态、竞争对手情况、用户需求等等来完善自己的市场环境了解和分析，真正实现了解市场环境，了解客户需求，将所处环境转化成营销机会。

三、制定营销策略

一旦明确了销售目标并了解了市场环境，接下来的工作就是制定营销策略，其中包括了定位、分析、产品功能、创意、渠道等方面。首先，我们要在市场中确立自己的切入点，找到适合自己的市场定位；接着针对不同客户群体分析其需求，形成区分渠道与推广方式的定价策略；根据客户的需求创意，提供有针对性的解决方案；最后，充分利用不同的媒体渠道，包括广告、微博、微信等等，进行广泛推广。

四、执行计划并跟踪结果

在制定好营销策略后，我们需要执行计划，并跟踪结果。因为在我们的营销过程中，总有不確定因素的存在，这就要求我们时刻把握好实时市场的变化，并能及时反应和调整。同时，跟踪结果不仅能及时了解到优缺点，看到自己的不足，分享自己的成功经验，还能不断优化、改进自己的营销计划。

五、总结营销路线

最后，我们需要总结营销路线，回顾自己的经验和体会，并及时地将优点进行沉淀，避免重复劳动，提高自己的工作效率。这样一来，能不断积累经验，归纳经验，从而更好地配合公司的业务拓展。并且建立规整、简洁、可行的营销计划。

结语：

营销是一个持续变化、不断创新的过程，需要不断总结经验、完善技能，才能更好地推动产品销售和企业的发展。所以说，一个好的营销人员，需要具备的不仅仅是经验和技巧，更需要耐心和精神。只有在实际的营销活动中发现问题，总结经验，做到不断优化、改进，才能实现高效率的营销工作，进一步推动企业的发展。

营销心得体会才最好篇五

武汉微信营销专家汪亮老师为武汉大学做微信营销培训20xx年5月15日，资深微信营销专家和武汉同享广告有限公司总监汪亮老师应邀到武汉大学新金融总裁班做微信营销培训。

针对新金融发展过程中的高级人才短缺问题，武汉大学经济与管理学院edp中心充分发挥学科和专业优势，开办了武汉大学“新金融高级人才培养项目”，密切关注当前国际国内金融市场动态，甄选最有现实价值的研究课题与最新成果，特邀金融界、实业界、学术界的领军人物授课与研讨，培养高级金融创新人才，为中国金融行业提供智力支持。

微信等互联网新产品的日益流行对传统运营商的业务带来了巨大的挑战。如何对这些新兴产业的挑战加以应对，甚至通过互联网成为市场上的领头羊，对微信的了解与应用成为一个战略性的步骤。如何运用微信与营销，打赢市场竞争在互联网领域的战争，成为现代金融领域必须要解决的难题。带着这样的想法，汪亮老师与学员们进行了面对面的交流与讨论，如何让给粉丝找到你并保持粉丝数，怎样做好企业微信，本次培训进行了详细的面对面交流。学员们的积极性高涨。事后，同学们听后感叹：“微信还有这么多功能我们还不知道？服务号和订阅号的区别今天我总算弄清楚了！希望以后这类培训多举办，移动互联网已经不是趋势，已经正在再改变我们现在的生活方式，不学习就落后了。”（汪亮老师同享广告有限公司ceo合创世纪投资公司董事长；华中科技大学公司管理硕士；师从现华科大管理学院院长；11年媒体营销策划经验；武汉本土新媒体营销实战专家；新媒体营销对赌商业模式首创者；他是80后创业者；11年传统媒体+新媒体营销策划执行实战经验；横跨教育、医疗、地产、餐饮、建材家居等8大行业；128家新媒体营销成功案例与战略合作伙伴关系；用新媒体为湖北企业高效提升业绩累计近2.7亿元）

随着信息技术的高速发展，qq给公众留下的用户群低端的顽固烙印，被微信一步步甩掉，接触人群逐渐延伸至高端商务人群。而在各个领域，微信营销的重要性已经不容忽视，怎样增加你的粉丝并且维持你的粉丝数，怎样更好的运营好企业微信公众账号，都将成为市场营销领域的重要一环。