

学习市场营销心得体会【优秀3篇】

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/3036f75b00ad4426ac0379a780a2ae76.html>

范文网，为你加油喝彩！

心中有不少心得体会时，写心得体会是一个不错的选择，这样可以不断更新自己的想法。应该怎么写才合适呢？为您精心收集了3篇《学习市场营销心得体会》，希望可以启发、帮助到大朋友、小朋友们。

营销心得体会 篇一

1推销保险，必须对保险 [s://www.niubb.net/](http://www.niubb.net/) 条款吃透。

条款能否吃透，关系到您对保险好处能否说清楚的大问题。比方一个人存钱5年定期利息有多少，买保险的收益是多少，买保险的优势在哪，如果这都不清楚，人家也很难购买你推销的保险。所以一定要把条款弄懂弄通，磨刀不误砍柴工。

2、推销保险，语言的技巧更为重要。

同样是一张嘴，人家几句话就说到客户的心坎上。同样是讲保险好处，人家几句话就说得一清二楚。有的人不研究语言的技巧，话没少说，却把人家说烦了，哪还谈得上推销保险。推销保险就是全靠嘴，因此，当你在推销之前，除了选准对象、选准突破口之外，还要捉摸语言的技巧，对象不同，表达的语言也不同。应该先说什么、后说什么，从哪儿说起。可千万注意，险种的条款那么多，也不要面面俱到。要把条款的话，变成自己的话，通俗易懂、简单明了。

3推销保险，如何选择营销对象，如何找准突破口，也至关重要

当人们保险意识还不那么强烈，当人们的经济收入没有那么高的情况下，选择投保对象很重要。很简单，当人们吃穿住行都解决挺好，资金有剩余，肯定考虑是剩余的钱在尽量低的风险下获得最大的收益。一般情况下，定期的以及活期存折里面的钱取款次数不多并有剩余的可以作为销售对象。当然，有的有钱也不买，这没关系，帮助对方提高风险意识，加深对保险的了解，好事多磨，客户最终会买的。

4推销保险，必须学会做人。

推销保险时，往往有些人不是站在客户的利益上去做工作，不按条款规定说话，动员客户有随意性，对客户不负责任。请大家记住，保险保障是有范围的，不能为了佣金见利忘义。即使动员人家购买了，当人家一旦明了，回过头来找你算帐。我们有些人为了提取佣金，误导宣传，不顾客户利益，那么最后的结果如何呢？退保率很高。这里，我提醒大家，推销保险，实际是交朋友的

过程，买也好，不买也好，都没关系，咱们交个朋友总算可以吧！那么如何交朋友呢？与朋友交往，就得说点真话、说点实话。我们交朋友就得实实在在，以诚相见，心诚则灵。

一流业务员推销理念、思想，二流的推销方案，三流的推销商品，末流的什么都卖不出去。我们要给客户推销保险，就应该时时刻刻在想这些目标客户在想什么，怎样让他认识到你是在帮他。让客户非常高兴地把口袋里的钱拿出来并给你，还要说声谢谢你。其中最重要的是让客户在短时间内信任你，让彼此成为朋友，做到诚恳待人不误导。另外，每个人都有自己的性格特点，推销保险也注重察言观色和随机应变，了解客户的需要才能更好地迎合客户。

5推销保险，要有失败是成功之母的思想。

大家都知道，世界上成功的事情，并非一帆风顺。没有失败，不可能有成功，成功总是在失败中产生的。我们多数是在失败中成长起来的，每个人都有自己的难处，每个人都有自己的苦衷。所以做任何事情最重要的是要持之以恒，勇敢地面对挫折，向着自己的理想目标奋发，这样才能获得成功。相信自己，决不放弃~

位极其成功的商业大亨，他为准学徒们规定了一系列的命题，将他们分为两组进行竞赛，并在竞争过程中逐一淘汰失败者，从而选出最后的接班人。

每一轮竞赛后，失败一方的领队便要选出两个应该承担过失者与自己一同进入大班室，由大亨为首的智囊团决定谁是这一轮的淘汰者。比赛进行到第五轮时，题目是“买进卖出”：比赛双方各自利用手中的种子基金选购商品，然后售出，这一天的收支差距便是唯一的胜负准则。美丽的克丽丝汀是这一轮失败方的领队，她在比赛过程中犯了一系列的错误，从而出现了80美元不翼而飞却不能说明丢在何时何处的尴尬境况。

在过失检讨会上，几乎所有队员都将矛头指向了克丽丝汀，认为她是最该被淘汰的人。但是按照游戏规则，她仍然必须选出两个与自己一起承担过失者，并和她们同时面临智囊团的最后问询。她选择了丢失80美元的财务主管和另一个不停在抱怨的多嘴女人。她们一起坐在了大班桌前，换言之，她们同时面临了被开除的威胁。这是最后的审讯。财务主管拒不承认自己该为丢钱负责，她说这全是领队的错，因为她当时并没有提出要查账；多嘴女人更是不遗余力地攻击自己的队长，说她做错了每一个决定，全然无视自己的意见；而克丽丝汀呢，她一直在沉默，用沉默承担了队友们激烈而尖锐的指责。大亨很遗憾地对智囊团的同仁说：“多么可惜，此前的比赛中，克丽丝汀一直是个当之无愧的明星，非常出色。她是个很好的战士，但不是好的领导人。她很有潜质，很好的潜质。”比赛过程中，我也一直认为这轮的淘汰者应该是克丽丝汀，因为她在领导决策上的确犯了很多错误。但到她们进入大班室的一刻，我却改变了看法，认为她应该留下：因为她如此沉默而坦然地承认了自己的错误，毫不推诿，绝无争辩。而我认为，这是一个领导者应有的风度与德行。

然而结果是多么令我意外。大亨做出了最后的结案陈词：“克丽丝汀，我很惊讶于整个过程中，你没有对自己做出任何辩解。我看到她们俩一直在为自己的生活战斗，不懈地战斗。我却看不到你的斗志。你一下子失去了斗志，你不反击，根本没有为自己辩护过一句。你放弃了为自己争辩的权利，你放弃了坚持己见，因此，我们也只有放弃你。你被解雇了。”

实践：

伙伴们，在我们从事销售的路上，有很多时候都需要拿出这种精神，学会反击，但这并不意味着

我们与客户为敌、与伙伴为敌，而是要学会保护自己，为自己争取更多的成功的机会。

当你面对拒绝、面对困难时，如果你就此放弃，那你就永远失去了成功的机会，甚至有一些伙伴在几次遇到困难和拒绝后黯然离开了这个充满机遇与挑战、前途无限光明的朝阳行业。更使自己以往的种种努力付之东流，白白浪费了时间和机会，等到别的伙伴获得成功时，只能悔不当初。

而有些意志坚强的伙伴在困难面前从没想过放弃，而是不停地寻找新的解决办法和新的出路，他们知道如何反击去保存自己，他们知道销售路上的难题总会有个答案等在前方，关键就是看你能否坚持，能否笑到最后。其实，销售行业的魅力就在于它的答案不像数学或其他自然科学那么唯一，而又像很多自然科学那样有不同的方式找到答案。看看我们周围那些取得成功的伙伴，他们总是那样充满激情与梦想，在困难面前没有一个人选择了退出，所以伙伴们在困难面前一定要锻炼自己的毅力和精神，学会不被打倒，学会反击，保存并积累力量，记住：只有作为、只有坚持，才能看到成功的曙光。

只有这样，我才能够强化自己的沟通责任，了解客户的真实想法和需求，从而做有效的沟通，完成积极的沟通目标。而不是漫无边际地浪费客户的时间，这更是对客户的尊重。

这样我才能够亮明自己的身份，营销自己的产品和服务，使客户理解和接受，不同的客户成长经历都是一段故事。只有把握了客户的内心感受，才能够更好地采取有针对性的服务。

只有这样，我才能够树立自己的威信，强化自己的职责，树立营销员良好的形象，从而得到客户的认同。在不了解客户需求的情况下，过度的包装或者宣传往往适得其反，达不到应有的效果。因此，宣传产品和服务要有一定的目的性，尤其是适应的环境。

这样才能够找出影响客户的情感因素，满足客户需求的外部条件，尤其是增强客户吸引力的强有力的措施。可以说，任何一位客户都有不同的个性化需求，而不能将其一概而论。这也是珍惜资源的关键所在。

只有这样，我才能够将客户的思想和情绪进行正确的判断和引导，并产生积极的影响。尤其是应当学会运用欣赏的态度和目光，对待客户背后的故事。这是走进客户心中的前提。

只有这样，我才会少言论，多调查；少提问，多倾听；少否定，多认可。从而正确把握客户的心理，把握其认识事物规律的方式和方法，了解其思想动态，更重要的是，了解客户接受新事物的习惯和风格。

只有这样，才能够提升自己的价值，彰显自己的专业能力和修养。因为这是在量身定做的基础上开展的个性化营销，而不是想当然地进行盲目猜测。也只有这样，才能够增强客户对自己的信任度。

只有这样，才是站在客户的立场上考虑问题，才是对自己的营销行为负责，尤其是对自己营销精神的传播，营销信念的传递，而不是做表面的营销文章。这样才能显现自己对营销的忠诚。

只有这样，我才能够获得客户的第一手资料，而观察和了解客户的需求，从而增强制定方案的针对性、可行性和操作性。也只有这样，才能够体现出客户方案制作的权威性和影响力，才能够受到客户的欢迎。

只有这样，我才能够做到高效营销，充分合理地利用营销资源，了解客户的实际需求。其实，这也是一个进行客户信息调查的过程

市场营销学习心得体会 篇二

这个学期我有幸学习了市场营销这门课程，在没有学习之前，我对市场营销的理解就是买卖东西而已，直到老师为我讲解市场营销学的含义后，我才发现我对市场营销学的理解是多么的肤浅，特别是对畜产品的营销方面，不只是买卖东西这么简单，他是创造、沟通与传递信息服务给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。他包括市场机会分析，市场细分，目标市场选择，市场定位，营销组合，确定营销计划，产品生产，营销活动管理及售后服务，信息反馈等。

在我们这个星期的学习中，我们着重学习了畜产品市场商机把握能力的培养，市场细分、选择、定位的培养，营销组合能力、营销策略与整合营销能力的培养，通过这个学期的学习及老师的讲解案例的分析，我发现畜产品的营销是很有意思的，也知道我们熟悉的品牌是怎样为人所知的，学习了很多专业的知识及专业术语，其中的策略和能力的培养使我受益匪浅，有产品策略、品牌策略、定价策略、分销渠道策略，以及推销能力、公关能力、广告能力及销售促进能力，这些知识让我了解到怎样发现市场、分析市场、怎样对产品进行定位、定价，怎样为产品介绍，怎样让产品为人所熟知，怎样进行有效的销售方式。虽然在理论上学习了这么多知识，但如果要做一名合格的市场营销人员，还需要具备很多自身的必要条件。一是强烈的自信心；二是勇敢；三是强烈的企图心；四是对产品有十足的信息和相关知识；五是着重个人的成长，不断的学习和反复的学习，可以大幅度的减少错误和缩短时间；六是高度的热情和服务心；七是非凡的亲和力；八是对后果自我负责，对自己负责；九是明确的目标和计划；十是善于利用潜意识力量。通过这些了解，我发现我对畜产品的市场和营销方式还不是十分的了解和掌握，还有很多很长的距离要走。

我相信通过对畜产品市场的了解和营销方式方法的学习，对我以后工作有很大的帮助和支持，我会利用我学到的知识运用在我的日常生活及工作中，把知识应用与实践才是真正的硬道理。

学习市场营销心得 篇三

我虽工作多年，但对市场营销管理、策划工作还是知之甚少，所以十分感谢集团领导给我们带来了培训学习的机会，让我对市场营销有了更深一层的认识，也十分感谢培训老师毫无保留的倾囊相授的无私精神。

透过培训，学习到了一些新的营销管理知识，懂得了在实践中锻炼出一个高绩效的营销队伍对企业来说是多么的重要。在自然科学与技术科学领域，能够采取“拿来主义”把国际上最先进成果拿来“为我所用”，但在市场营销管理方面，却不能把国外的那一套体系生搬硬套地直接移植过来，而务必结合我们的国情、民情以及企业的实际状况加以融会贯通地创造出适合自我的市场营销管理体系做到“洋为中用”才能奏效。

正如古人所说“桔生淮南则为桔，生于淮北则为枳，叶徒相似，其实味不一样。所以然者何？水土异也。”（《晏子春秋》）。

下方仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自我的工作实际和一些思考，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅认识，以便共同学习和交流。

一、策划合理，准备充分，把握商机，不打无准备之仗

记得孙子兵法里讲过“多算胜，少算不胜”。不打无准备之仗，“凡事预则立，不预则废”。任何一件重要的事情，都需要事先作必要的准备和周密的策划，以确保能够到达目的。销售是一项复杂的工作，要使得销售成功，它需要销售人员做必要的准备。

准备工作的主旨，就是要做到胸有成竹，使下一步接近客户的工作具有较强的针对性，能够有计划有步骤地展开，避免失误，争取主动高效地完成销售。

1、物质准备

物质准备工作做得好，能够让客户感到销售人员的诚意，能够帮忙销售人员树立良好的洽谈形象，构成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自我的仪表气质，以整洁大方、干净利落、庄重有气质的仪表给客户留下其道德品质、工作作风、生活情调等方面良好的第一印象。其次销售人员应根据访问目的的不一样准备随身必备的物品，通常有客户的资料、样品、价目表、合同纸、笔记本、笔等等。物质准备应当认真仔细，不能丢三落四，以防访问中因此而误事或给客户留下不好的印象。行装不要过于累赘。风尘仆仆的模样会给人留下“过路人”的印象，就会影响洽谈的效果。

2、增强自信，对于销售人员取得成功至关重要。销售人员在毫无准备的状况下贸然访问客户，往往因为状况不明、底数不清总担心出差错，造成言词模棱两可，而客户看到这种对推销自我的产品都信心不足的销售人员时，首先会感到担心和失望，进而不能信任销售人员所推销的产品，当然更不会理解。因此，充分的前期准备工作，能够使销售人员底气十足，充满信心，销售起来态度从容不迫，言语举止得当，容易取得客户信任。

3、销售人员要做到“知己”，才能提高销售的成功率。所谓的“知己”就是需要掌握自我公司多方面的生产、经营、规模等状况以及自我负责的产品的性能、指标、价格等知识。

对于客户来说，销售人员就是公司。但事实上销售人员只是代表公司而已。既然销售人员代表着公司，他就就应对企业有一个全面的了解，包括经营目标、经营方针、历史业绩、企业及所销售产品的优势等等。

4、掌握公司服务的敏捷度。需采用运送方式送到客户手中的产品，客户对公司的服务的敏捷度要求就十分高，客户所期望的不仅仅是送货及时，而且要准确无误，如果送货有差错，就可能影响公司的形象，甚至使客户愤然离开，使销售工作无法进行下去。

5、销售人员务必熟悉本公司有关价格、信用条件、产品运送程序以及在销售过程中不可缺少的其他任何情报。在销售过程中，公司要有良好的信用条件，公司务必守信用、守合同，产品运送务必准确、及时，销售人员只有熟知这些知识，才能在销售的过程中及时地利用优惠条件来吸引客户，引发客户的购买欲。

二、寻找目标客户来源

1、必须要有核心目标。

目标是指导一切行动的根本，我们的问题是如何在销售工作中设定一个核心的目标。记得销售之

神乔？吉拉德曾说过，“不管你所遇见的是怎样的人，你都务必将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种用心的心态，是你销售成功的前提，我初见一个客人时，我都认定他是我的客户”，我们就应以这种信念和精神去寻找我们身边的每一个可能的客户，努力去开拓并占领市场。提高市场占有率比提高赢利率好处更为深远，以提高市场占有率作为定价的目标，以低价打入市场，开拓销路，逐步占领市场。

2、销售人员必须要勤奋。有句话说，只用双手工作的是劳动者；而用双手、大脑、心脑和双腿工作的是销售人员。为了获得更多的客户，更快速地提升销售业绩，除了精心维护老客户，同时还务必勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新状况，随时做好向客户推荐产品的准备。

销售工作是一项很辛苦的工作，有许多困难和挫折需要克服，有许多冷酷的回绝需要应对，这就要求销售人员务必具有强烈的事业心和高度的责任感把自我看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，用心向上的劲头，既要勤跑腿，还要多张嘴，只有走进千家万户，说尽千言万语，历尽千辛万苦，想尽千方百计，最终会赢得万紫千红。3、销售人员要有一双慧眼。销售人员需要具备狼一样敏锐的目光时刻调查市场动向，具备狼一样坚忍不拔的意志始终追逐目标不放松，具备狼一样机敏的谋略，这样才能保证销售工作节节攀升，不断创造新的辉煌！

透过一双慧眼，从客户的行为中能发现许多反映客户内心活动的信息，它是销售人员深入了解客户心理活动和准确决定客户的必要前提。

4、销售人员必须要具备创造性。销售人员应具有很强的创造潜力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自我的创造天赋，要有一种“别出心裁”的创新精神；其次要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的销售活动才能引起未来客户的注意，俗话说“处处留心皆学问”，用销售界的话来讲就是“处处留心有商机”，销售人员要能突出问题的重点，抓住问题的本质，看问题有步骤，主次分明，同时注意多积累知识和技能，知识经验越丰富越熟练，对事物的洞察性也就越强。

三、建立起与客户沟通的信息网络平台

每个人都有两个彼此不一样的人际网络，一个是你自然得来的，一个是你创造的。自然得来的人际网络包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果你具有良好的个人魅力，主动开拓自我的人际关系，你就能够透过这些人获得更大的人际网络。

1、能够利用一些时光，选出重要的客户集合组织起来，举办一些看戏、听演讲等活动，借此机会，还能够创造公司高级干部和客户联络感情，引进贵宾服务的项目，客户受到特殊礼遇，就会产生感恩回报的心理，从而更忠实于你，甚至帮你去开发新客户。

2、与客户成为知心朋友。我们都明白“朋友间是无话不说的”。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你无所顾忌地高谈阔论，这种高谈阔论中，有他的忧郁、有他的失落，同时也有他的高兴，这时都应与他一齐分担，他就可能和你一齐谈他的朋友，他的客户，甚至让你去找他们或者帮你电话预约，这样将又会有新的客户出现，那么如何才能打动客户、感染客户，使客户与销售持续长久的关系呢？那就是人格和个人魅力得到充分发挥，在销售的全过程中就务必完全释放自我，充分发挥自我的特长和优势，同时也不掩饰自我的弱点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久持续这份信任和默契，持续长久的合作。

“锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”这句话说明了成功是需要一种精神的。销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要持续冲劲十足的业务精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能坚持到底，渡过重重难关，走向最终的胜利

它山之石可以攻玉，以上就是为大家整理的3篇《学习市场营销心得体会》，能够给予您一定的参考与启发，是的价值所在。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发