# 营销培训的心得体会500字(21篇)

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2024-08-26

*学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧...*

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？以下是我帮大家整理的最新心得体会范文大全，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**营销培训的心得体会500字篇一**

在这次营销活动中我认识到几点：

1、知识越多，你在客户面前就越强大。

要做一个优秀的销售，必须充分理解公司的开发理念、策划思想、产品特色，熟悉的掌握网络技术方面的基础知识、网络结构知识、同行业销售价格、营销法则。

2、认真实践培训的内容，实践到实际工作中。

就像培训中说的一样，现在已经进入大客户2.0时代，作为政企大客户部的一员;一定要认真区分好政府单位和企业大客户的性质区别，谈业务时一定抓住重点、从细节入手。 3、让每个客户成为你终身的朋友。

作为销售，要了解你接待的每一个客户，他的需求是什么?他的承受能力有多少?他最关心的利益点是什么?只有真心地关心和重视，有针对性的推销，才能彼此双赢。 4、平庸和杰出的最大区别就是你是否掌握了销售的本质。

作为销售，要培养自己各方面的技巧，推销、谈判、应变、说服„„没有哪一项不在销售活动中起至关重要的作用。

5、人的潜力是无限的。人的潜力需要不断的挖掘，珍惜每一次挑战自己的机会，不要把自己局限在一定的范围内，认为好多事情办不到。论文写作要勇于冒险，敢于尝试自己从来不敢做的事情。你会发现，你不比别人差!你也很优秀!

回到前方，强者愈强，弱者恒弱，人最大的敌人是自己。态度积极主动执着，那么就赢得了物质或者精神财富，获得财富后，你的态度更加强化了你的积极主动性，如此循环，成功不远矣。我相信，一定可以，全心以赴，做好自己。“活的老，学的老”不断的用知识来武装自己。删除昨天的失败，确定今天的成功，设计明天的辉煌。在今后，我会左手抓起素质，右手抓起技巧，气沉丹田，奋力向上举起双手，合二为一，散布周身耀眼光环，成就大辉煌。

**营销培训的心得体会500字篇二**

怀着期待的心情，我有幸参加了xx20xx年营销培训班。通过一周的积极参与和全心投入，我在管理才能发展、基层财务核算及相关制度、合规经营与法律环境以及如何提升农险、财险的服务能力等各个方面的学习中都取得了长足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，如果没有领导的肯定，我就没有

机会参加这样高水平、高规格、超强度、超极限的提升班。在此向领导表示衷心的感谢!

培训班的课程紧张而有序，培训班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向领导汇报如下：

一、态度决定一切，理念产生力量。从培训班的学习手册上我注意到了四个字——学习宣言。上面这样写着：“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!”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!”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。培训班为期一周的课程也有效地证明了这一点。培训课上老师曾要求我们认真思考这样的一个问题：在培训班过程中如何学习，想学到什么，学习后对自己有哪些期望?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。

二、养成良好习惯，体现培训风范。

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，因为在这里有来自全辖伙伴们的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、充实知识教育，提升专业技能

国内外多家公司的不断入驻，带给我公司全新的机遇，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，提升一线主管的综合素质，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，提升各险种专业技能的培训，学习和吸收国内外先进的营销和服务理念是本次培训班的核心要求，也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，可以体会到是经过公司领导和老师认真考虑，周到安排和精心设计的。尤其是对mtp管理才能发展的培训，我真是受益匪浅。通过董栗序讲师的精彩讲演，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，弥补管理方面的不足。

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。保险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。作为一名保险基层的管理者，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度。

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，以持之恒的精神、认真严谨的作风，立志为中国人保财险的光辉事业奋斗终身!

**营销培训的心得体会500字篇三**

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

通过培训，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，可以采取“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，而必须结合我们的国情、民情以及企业的实际情况加以融会贯通地创造出适合自己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，其实味不同。所以然者何?水土异也。”(《晏子春秋》)。

下面仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自己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，以确保能够达到目的。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，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，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同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情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、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己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，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以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”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、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己。既然销售人员代表着公司，他就应该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非常高，客户所希望的不仅是送货及时，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、销售人员必须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，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、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、一定要有核心目标。

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，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，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”，我们就应该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意义更为深远，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、销售人员一定要勤奋。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，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，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面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，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!

通过一双慧眼，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判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自己的创造天赋，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同的人际网络，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，主动开拓自己的人际关系，你就可以通过这些人获得更大的人际网络。

1、可以利用一些时间，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，还可以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。我们都知道“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，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，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，使客户与销售人员保持长久的关系呢?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必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，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，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。

“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，不但要保持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 !

**营销培训的心得体会500字篇四**

今天又去参加公司组织的营销培训和个人强化训练。参加这种培训以经不是第一次了，以前在哈药上班时也经常参加。每次参加后的感觉就是整个人又补充了一次新鲜的血液........

每次参加这种培训主要是培训个人的心态与专业知识的提升，起到调整工作中的积极性与 个人能力(说白了就是增加销售的业绩)。这种培训的确能让你从中学到不少你平时所没有体会和你所了解到而没运用的专业东西派上用场，通过互动和交流再到实践从而提高销售过程中更好的应对客户提出的问题，达到成交的目地提高销售的业绩。所以这种营销强化训练对个人能力的提升有很大的帮助，如果有机会参加这种培训的同仁请不要放弃机会，好好学习一下。

其实我觉得之所以很多公司及企业花重金请一些知名的培训师来培训公司的管理层和公司员工，一大部分是为了提高公司的的业务与产值，从而达到最大化的收益。(这里我想讲的是不管公司出于什么目地来培训大家，都只有一个结果是想让公司发展，让为公司效力的人拥有超过其它同行的能力，也是我们大家学习的一个机会) 同时也是提高管理层与员工的个人对人生观和价值关的看法，不断增加工作中积极性与能力，提升个人素质与企业文化品牌形象的概念等等......做销售的几年来，我对此深有体会，而且还在不断探索学习过程中，我想成功只是时间的问题。

其实这个很重要，因为一个公司的命脉是什么?是人才与产品，为什么这么讲呢?如果一个公司能力再大，有再好的产品，如果他没有一个好的，受过专业训练和具有很好个人休养与充满激情积极向上的管理人员，工作人员，销售人员去管理，开发，创新去推广产品的话，那么他们公司只有两个结果，一是破产，二是让其他公司吞并(个人的一小点心德观点，不代表众人看法)。人才是怎么来的，是通过后天学习和培训与实践创新得来的。没有人是天生人才的都是通过后天学习而得来的。对吗?答案是yes!因为只有过硬的人才，才能创造出过硬的产品，才能不断创新创造适应变化莫测的市场，比尔盖茨好像是讲过。这也正是为什么那么多的大公司与集团愿意花钱来培训职工的原因......

我觉得不管从事什么行业的销售只有一个目的：“那就是业绩!就是走出去，说出来，把钞票拿回来。因为在这个现实的社会和激烈的市场中，没有人去管你的过程只有人去管你成果(结果)”。

为什么这样说呢：因为业绩代表什么，代表能力，代表公司的产值增长，代表你今天成功了，代表你能把公司推广出去，能为公司打出品牌等等(个人看法哦).........

就举个例说吧：如果今天老板让你把产品买出去，而你也很认真的，去做，去找客户，拜访客户走了很多路，还受了很多气，而且受到不少的挫折，但结果是你一个单也没成交，当你向老板交代的时候，你跟他讲你今天是怎么怎么去努力的，用心的.....我想老板绝对不会听的，而且还会感到很烦，你很没能，没用，为什么呀?!因为老板要的是结果而不是你买不产品后所讲的理由与借口，因为商场如战场没有成交就意味着失败(个人看法不代表所有人观点)俗话说：“成者英雄败者寇，失败就没有理由与借口，只有什么?只有反思，思考那里做的不对，那个知识点没有用好，为什么失败，然后再去努力改进，去学习，在以后的工作中再有这样的问题要怎么样去处理，怎么样的应对。对吗?我想答案是yes!ok(个人观点，不代表众人看法)

我想说的不是批评失败，批评失败的人，而是想告诉失败要找到原因，找到为什么你不能完成业绩，为什么人家能完成，而我不能?问题出在那儿! 所以也突出了学习与培训对于个人的成长与能力的重要性。还有做销售这个行业的人一定要有一个目标方向与理想。因为只要你有了人生目标理想方向，你才会向这个方向去努力去奋斗，才能不断告诉自己自己的人生目标理想该向那个方向走。就像你要到某个地方去一样，不管你是用什么方法，坐车，走路，坐飞机，火车等等方法，你最终的目的只有一个就是到达目的地。对吗?

既然这样，那么就没有不可能的事与做不到的事。只是时间的问题。只有不努力的人，而没有做不成的事。而且你要有一个坚定的信念：我必须成功，我必须成功。

**营销培训的心得体会500字篇五**

动物世界里面有着各种各样的动物，每一种动物都有它的特性，而有一种动物始终吸引着我。它不是凭借体形庞大，也不是凭借力大无穷，更不是凭借狡黠伪装来生存，它有着独特的特性，它有三大特性：一是敏锐的嗅觉;二是有不屈不挠、奋不顾身的进攻精神;三是有出色的团队作战能力————它就是狼。狼没有体形的优势也没有力量的优势，比起狐狸、变色龙这些动物它也没有那么擅长狡黠伪装。但它的三大特性已经足以令其笑傲整个动物世界。

三年前，我曾经有机会在广州的一个大型的营销培训活动中听到中国著名营销学专家卞维林的演讲，他的演讲主题就是《狼型营销》。他的演讲非常精彩，一堂演讲下来我深深感到获益良多，至今我仍铭记在心。他演讲的核心就是要求我们要像狼一样做营销。其实自然界有很多种动物，为什么卞老师就唯独以狼作为其学说的形象代表呢?

卞老师认为，狼族的智慧值得我们每个人，特别是做营销的人去学习。

首先，敏锐的嗅觉是基础。狼对于血腥味有着天生的敏感，就算在很远的地方有动物受伤流血了，它也会很快根据这细微的气味找到猎物。营销人员作为全公司业绩的创造者，当然也必须要像狼一样，用自己的职业敏感嗅到我们的客户到底在哪里。狼与其它动物的区别就是它能更准确、更迅速地感觉到它的猎物在哪里。当知道客户的所在后，下一步就是如何转化为销售了?狼的敏锐遇到猎物的时候同样会显现出来，它会用它过人的观察力发现猎物的弱点在哪里，然后想尽办法去进攻。当猎物有好几只的时候，它还会去观察哪只才是关键的，一旦发现，它会集中力量攻击这个关键点。细想一下，这样与我们日常做营销是不是很相似呀?我们同样要用狼一样的敏锐去寻找我们的客户，同样要用狼一样的敏锐去分析客户并了解他们的需求所在，同样要用狼一样的敏锐去发现客户真正能在我们业务范围内做决策的关键人，一旦弄清楚，我们就需要集中资源去做他的工作。

第二，不屈不挠、奋不顾身的进攻精神是狼的灵魂所在。狼是一种有很强个性的动物，它遇到困难或猎物相当难对付时，它能展现出来一种志在必得、视死如归和不达目的绝不罢休的狠劲。这个特点我觉得就是我们作为营销人员最重要的一种素质，因为我们在面对客户的时候，无数困难与阻挠在不断缠绕着我们，没有不屈不挠、奋不顾身的进攻精神是不可能支撑着我们挑战这一切的。没有这种精神，我们很容易就会退缩、逃避甚至放弃。狼所处的大自然到处都充满了危机与不测，为了生存它们必须要练成一种比其它动物都要狠的性格，为了获得猎物无惧任何困难与危险，不达目的绝不罢休，因为退缩、逃避或者放弃意味的不单是没有获得某一个猎物，更有可能意味着失去它的生存机会。我们营销人员在残酷的商战环境中何尝不是充满了竞争与压力，如果选择退缩、逃避甚至放弃，我们一定会面临被淘汰的命运，只要我们选择像狼一样的不屈不扰、奋不顾身的进攻精神，那么我们就会有赢的机会。所以，为了生存我们也必须要练成一种比其他职业更加坚强、更加拼的性格，无惧任何阻挠与困难，尽自己最大能力把客户争取过来，这才是具有狼性的营销人员。

第三，出色的团队作战能力是令狼发挥最强战斗力的关键。狼最具特色的个性就是它的群体精神了，它们每次出击都不会是一匹狼的，通常都是一群出动的，我们称为狼群。狼群不会贸然进攻，一旦出击时，每一匹会分工合作，发挥每一匹的优势和最大的能力，所以狼群经常可以捕获体形比它们大的猎物。倘若有一匹受伤了它们也不会抛弃同伴，它们反而会召唤更多的同伴来救援的，这就是为什么狼在自然界没有体形也没有力量的优势却比其他动物更能生存在这个世界上。在我们实际工作中，我们和狼一样，也不能单独一个人在工作，无论你的能力有多强，你也需要你的同伴的帮助，营销是一个团队在共同运作的。所以，我们如果要在商场上也能像狼一样生存，就要懂得运用团队的力量，一个人的力量毕竟是有限的，而且在现代化生产大分工时代，每个人都有自己的不同的岗位，要把一件事做好通常是需要几个人甚至几个部门联合一起操作的。因此团队的作战能力就直接关系到业务成功与否，在团队中我们与其他同事要像狼群一样分工合作，发挥每个人的长处，形成最佳的向心力为实现团队的目标一同努力，当有同事因为某些原因暂时发挥得不理想时，我们不应看不起他或者抛弃他，应该努力去帮助他支持他，令他也能为团队尽自己的一份力量。这样的团队才是最有战斗力的团队，才是经得起风浪的团队，才是最有狼群特性的团队。

综上所述，“狼型营销”主题就是——营销人员要令自己具有狼性，有敏锐的嗅觉、不屈不挠和奋不顾身的进攻精神，还有有出色的团队作战能力。一群“狼性”十足的营销人员组成的营销团队会得到公司赞赏、让竞争对手惧怕、使客户满意的，是一个与众不同的“狼群”。

**营销培训的心得体会500字篇六**

经营为先，市场为大。20\_年12月28日，我有幸参加了山西建投建筑产业化办公室组织的市场营销培训。催人奋进的开班讲话，严谨教学又认真负责的授课老师，满满干货的授课内容和每一位勤奋好学的各大园区市场营销人员就是这次培训课程的主要组成元素，处处都彰显着专业。

一、专业的开班仪式

建筑产业化办公室主任越淼做开班讲话。他强调：市场营销团队是一个作战团队，是企业拿下项目的保障，只有市场营销团队具备强战斗力、强执行力、能打硬仗、敢闯敢拼，才能支持企业在如此复杂的环境下得以生存和发展。他讲到，兵者，国之大事也;商者，企之要事也。每一位营销人员必须创新营销思路，全面提升自我综合能力，时刻备战，适应瞬息万变的市场环境，确保取得胜利。园区办组织这场培训就是要大家提高认识，提升自我，为园区建设发光发热。大家要珍惜每一次培训，练好内功，成为企业发展的“点睛笔”，助推企业高质量发展。

二、专业的师资教学

靓丽的李文娟老师又一次站到了讲台上，如果非要说个业余和专业，那么相比上次的商务礼仪培训，这次的市场营销当属专业。授课教师拥有从事市场工作多年的实战经验;授课内容从“营销之父”科特勒的营销的未来讲起，什么是营销，如何创新营销，再讲到我们现在的装配式建筑市场营销。用实例讲述抽象的营销概念，用发人深省的营销效果解释营销对企业发展的巨大作用。顾客导向化从始至终贯穿全教材，让我们体会到顾客是上帝的深刻内涵。李老师对招投标内容的讲述更是专业，从周边区域到全国各地，无不体现了专业二字。她的专业更要求每一位学员的专业，现在不专业，以后必须专业，这就是培训的价值所在。

三、专业的训后考试

本次培训为期一天，培训内容当堂消化，分小组复习，并向全班进行学习内容分享，强化自身的同时，帮助每一位学员将所学内容进行梳理总结，做到学有所得。培训的最后一个环节是考试，当堂检测每一位学员的学习效果，“课堂表现+考试得分”进行综合评比，让每一位学员不能掉以轻心，而是加倍努力。

四、征程万里风正劲，快马加鞭启新程

感谢园区办组织的培训，感谢老师结合园区市场营销当下的痛点和难点精心设计的课程，作为一名营销人员，我很庆幸，更感自身不足。我将以此次培训为起点，努力提升自我，向专业奋进，再树目标，成长不停歇。

**营销培训的心得体会500字篇七**

我的性格也许有“创新”、“尝试”的因子，喜好尝试新的投资方式。所以，在人群里，我几乎总是最早投资股票、债券的，也是最早购买外汇、投资连结保险的，好与不好自己买了以后才会知道。

在我看来，利用短暂的业余时间做一些家庭投资好处多多，首先当然是经济上有所得，也对本职工作有间接好处，一个从来没有做过自身实践的经济学教授是做不好研究工作的。

所以，我偏好亲力亲为的投资方式，技术性越强越好，自己从尝试中获得经验，学会思索，利于家庭理财的“长期发展”。通过上世纪90年代初期的股票实践，我建立了买绩优股、做中长线的原则，后来就没有在大的波动中吃过亏。而上世纪90年代中期，为数不多的几次炒汇、做期货的经历使我深深感受到了风险投资的刺激性，之后这里的投资就一直控制在5万元以下。而对于别人代理的投资方式我就不感兴趣了，比如我从来就不买基金，因为觉得学不到什么知识，赚不到钱倒还在其次了。

但近期最让我自豪的一次投资却并不在资本市场上，而是我亲自挑选的一套商品房。在我看来，房产投资只要选的地点恰当，投资价值胜过所有金融投资，因为是一次性交易，机会成本最低。以我们国家目前的状况来看，人口流动量大、二手房市场活跃的城市最有投资潜力。所以，虽然不少朋友提醒我大都市的房地产有“泡沫”，要买房不如到旅游区去买，我们学校也在珠海圈出不少地来，鼓励教师集资建房，上次提到的陈广汉教授就在那里买了一套大的。而我思索后还是看好广州，尤其是发展迅速的海珠区，因为巨大的人流量决定了它永远比其他中小城市有更大的需求量。

为此，xx年初，我就开始将钱投资到广州的房地产市场上，由于当时广州房产已经跌到了底部，所以到了xx年初，房地产市场全面上升，我的房子就更值钱了。

虽然经常尝新，我却从来不冒险，这一点对我这样一个依旧属于“工薪阶层”的家庭非常重要，不能期望通过“冒险”来改变命运。因此，我一方面投资，一方面也重视家庭内部理财。每年，我们全家都会花1万多元购买保险，医疗、人身、财产险都比较齐全。我买保险的态度与整个投资理财的态度一致，别人的话要多听，报纸新闻要多看，但最后要自己有主见，而且要根据家庭的变化来决定购买方向，只买可以预见的3年的保险，而无论业务员如何吹嘘，都不买5年以上的保险。

**营销培训的心得体会500字篇八**

我十分有幸参加了公司组织的《顾问式营销技巧―销售潜力核心》课程培训。透过这次课程的学习，学习了顾问式销售技巧培训的概念原理，学习了“客户建立关系“制定销售拜访计划”“确定优先思考的问题”“阐述并强化产品利益”“获得反馈并作出回应”“获得承诺”等销售流程、步骤等。透过学习，我认识

到顾问式销售技巧培训是目前广泛受到销售人员认可的一种销售方式，是指销售人员以专业销售技巧进行产品介绍的同时，运用分析潜力、综合潜力、实践潜力、创造潜力、

说服潜力完成客户的要求，并预见客户的未来需求，提出用心推荐的销售方法。

透过学习，让我认识到：做想做一名好的销售人员，个性是金融行业的销售人员，务必要树立以客户为中心，帮忙客户解决问题的顾问式销售理念，将销售的重点，放在解决客户问题的方案上，而不是放在产品上。其二在探讨拜访客户前，要做好充分的分析和准备。在应对客户时，各个环节的注意要点，需要注意的各个细节。其三、务必要以客户为中心，展示给客户带来的好处。挖掘客户的难题，体现我们方案的价值。其四、提升服务品质，让客户感受到后续服务带来的价值，进而锁定客户，让客户持续购买。其五，应对不不同的客户群体，我们有必要透过人格类型分析，针对不同的客户类型制定销售对策等等。在学习中，让我体会最深的有一下几点：

1.“用头脑做销售、用真心做服务”

用头脑做销售技巧培训，是让我们在销售之时，要动脑经，想办法，做市场调查，开发设计创新型的产品，建设行之有效的销售渠道，做好独特的宣传攻势，网络对口的目标群体，高效的将我们的产品推销出去;而用心做服务，即是让我们在做销售的同时不仅仅仅是要我们把产品买出去，更多是要在售前、售中、售后阶段做好客户的服务和维护工作，让客户充分体会到我们销售的专业性、职业性，真让客户享受到满足感、安全感和舒适感。而我们作为金融行业金融产品的销售人员，就更应遵循“用头脑做销售，用真心做服务”的理念，踏踏实实的做好金融产品销售服务工作。

2.“信服力、可信度”

信念的力量是无穷的，有什么样的信念就有什么样的结果导向。

透过学习，我认识到作为一个销售顾问，其信念的作用要远远大于其技能。要想做好销售务必具备坚定的信念，相信自己所服务的公司是的公司，相信自己所销售的产品是的产品。相信就将得到，怀疑即为失去。心在哪里财富就在哪里!

3、“商品+服务”/价格=价值

透过学习，我充分的认识到，商品的价格的高低取决与商品本身的价值与其销售过程中所带给服务的品质，因此，我们在金融产品的销售技巧培训过程中，销售的是什么?是金融产品本身，或是银行服务本身，或是金融产品加银行服务?显而易见，我们销售必然是我们的金融产品与金融服务本身，而客户购买的不仅仅仅是金融产品，银行服务，更是购买是一种感觉。因为大多数人是理性思维，感性购买，此刻的人越来越重视他所购买的产品所能给他的一种感官和心理上的感觉。在竞争异常激烈、金融产品同质性异常突出的金融市场里，怎样让客户认同理解自己的产品呢?这就需要去迎合客户的感觉，感觉是一种看不到摸不着的载体，但在销售技巧培训的过程中，必须要营造好的感觉，包括客户所了解关注到的企业、产品、人和环境都要去注重和加强。

4、“逃避痛苦”大于“追求快乐”

透过学习，我认识到客户的行为的动机即是：追求快乐，逃避痛苦。客户在买卖过程中卖的是什么?客户永远不会买产品，买的是产品所能带给他的好处，所能让他逃避的痛苦。客户不会只关心产品本身，客户关心的是产品的利益、好处、价值。他购买你的产品能够拥有什么样的利益与快乐，避免什么样的麻烦与痛苦。一流的销售顾问卖的是结果好处，二流的销售顾问卖的是成份，三流的销售顾问卖的是价格。这也让我充分学习到，在日后的金融产品销售中，要针对客户的痛处对症下药，阐述其所拥有的价值与利益，能让客户消除的苦痛与带来的诸多利益，透过“痛苦、快率”规律，有效的销售我行金融产品。

5.“f.a.b法则”

透过学习，让认识到fab法则是指推销员运用产品的特征f(feature)和优势a(advantage)作为支持，把产品的利益b(benefit)和潜在顾客的需求联系起来，详细介绍所销售的产品如何满足潜在顾客的需求。特征f是产品的固有属性，它描述的是产品的事实或特点;优势a是解释了特征的作用，证明产品如何使用或帮忙潜在顾客;而利益b则说明产品能给潜在顾客带来的好处是什么，证明产品如何满足客户表达出的明确需求。

透过学习，我也充分了解到，在日后我行金融产品销售技巧培训中，我们务必灵活运用fab法则，将我行金融产品的利益与顾客的需求相匹配，强调潜在顾客将如何从购买中受益，才能激发顾客的购买\_，让其做出购买的决定。

**营销培训的心得体会500字篇九**

20\_年12月27日，我有幸参加了由山西建投建筑产业化办公室组织的市场营销培训。

来自山西建投各园区的20位市场管理人员聚集在一起学习、分享。通过园区培训工作组组长授课、学员总结复习等形式进行，重点培训了《营销的未来》、《招投标管理》等市场营销相关知识。为期一天的培训，时间不长，但是丰富的内容、有趣的形式，使我学到了很多知识。

一、丰富的培训内容

这次培训对我们以后的市场工作开展有很强的指导性。

1、找准定位，为企业保驾护航。

开班前，越总别开生面的开班寄语，给我们明确了自我定位。越总强调了市场部对于企业的重要性，市场人员肩负重任;而后，越总举了《西游记》的生动案例，指出市场人员要做企业和领导身边的“孙悟空”，要为企业保驾护航。

正如越总所言，市场部作为企业的主导部门，对企业发展肩负着责无旁贷的重任，是企业发展的“龙头”，而市场工作人员是市场部的核心。在今后的工作和学习中，我们要明确自我定位，加强自身学习，为公司领导独当一面、为企业保驾护航。

2、强化理论，为市场开发助力。

培训中，李文娟老师的理论培训，使我们受益匪浅。《营销的未来》系统地讲解了营销的过去、现状以及未来的发展方向;同时，结合装配式建筑市场的情况，从装配式建筑市场的发展、策划、管理等角度分析，完善了我们的理论架构。《招投标管理》从工作开展的角度，系统地讲解了招投标基本知识、法律体制、应标策略等内容，丰富了我们的知识体系。

市场营销是近年来的热门课题，随着市场的成熟、竞争的激烈，市场营销理论体系的建立将越发重要，我们要从思想上重视，从理论上完善，从实践中总结，为园区贡献出符合我们装配式建筑的市场开发理论体系和经验。

3、循序渐进，从改变自己开始。

培训后，白总语重心长的鼓励和分享，给我们以启示。培训考试结束后，最终成绩没有达到自己的理想结果。白总鼓励我们：学习是一个循序渐进的过程，要稳扎稳打，要多下功夫，不断提高自身水平。同时，白总分享了自己从一个内向的技术人员到能够千人讲课泰然自若的成长经历，启示我们：改变自我，要尊重规律，循序渐进，不断挑战，最终我们将收获成长。

市场人员就是企业的“外交部”，由于工作的需要，我们会面对不同的客户、不同的甲方，同时，我们还需要主动介绍自己、主动介绍企业。这就要求市场人员自身文化素质要过硬，学会改变自己。我们要不畏困难，不断努力;学会适应，改变自己。

二、多样的培训形式

同时，这次培训方式，也使我印象深刻，值得我们自身开展培训工作借鉴。

1、方式新颖。这次培训采用微信扫码报到、扫码签退、扫码考试等新兴的培训方式，极大地减少现场培训的组织工作量，提高了培训的组织效率。这值得我们各个园区在今后的培训活动中借鉴。

2、准备充分。这次培训从培训手册的编写、培训学员的分组、培训考核的办法等细节上，都可以感受到这次培训工作组的细心和用心。“台上一分钟、台下十年功”，感谢为这次培训付出的所有领导和同事。

三、建议

1、培训形式的一点想法。

线下培训，培训效果好，但是投入的人力、物力也不少，进而限制了培训的频次。

2、培训内容的一点建议。

三人行，必有我师。可以让每个市场人员都用心写一些培训课件，分享和培训给大家。我们可以从中优选一批好的课件集体推广。这样既快又省，又能全员参与、集思广益。

**营销培训的心得体会500字篇十**

动物世界里面有着各种各样的动物，每一种动物都有它的特性，而有一种动物始终吸引着我。它不是凭借体形庞大，也不是凭借力大无穷，更不是凭借狡黠伪装来生存，它有着独特的特性，它有三大特性：一是敏锐的嗅觉;二是有不屈不挠、奋不顾身的进攻精神;三是有出色的团队作战能力————它就是狼。狼没有体形的优势也没有力量的优势，比起狐狸、变色龙这些动物它也没有那么擅长狡黠伪装。但它的三大特性已经足以令其笑傲整个动物世界。

三年前，我曾经有机会在广州的一个大型的营销培训活动中听到中国著名营销学专家卞维林的演讲，他的演讲主题就是《狼型营销》。他的演讲非常精彩，一堂演讲下来我深深感到获益良多，至今我仍铭记在心。他演讲的核心就是要求我们要像狼一样做营销。其实自然界有很多种动物，为什么卞老师就唯独以狼作为其学说的形象代表呢?

卞老师认为，狼族的智慧值得我们每个人，特别是做营销的人去学习。

首先，敏锐的嗅觉是基础。狼对于血腥味有着天生的敏感，就算在很远的地方有动物受伤流血了，它也会很快根据这细微的气味找到猎物。营销人员作为全公司业绩的创造者，当然也必须要像狼一样，用自己的职业敏感嗅到我们的客户到底在哪里。狼与其它动物的区别就是它能更准确、更迅速地感觉到它的猎物在哪里。当知道客户的所在后，下一步就是如何转化为销售了?狼的敏锐遇到猎物的时候同样会显现出来，它会用它过人的观察力发现猎物的弱点在哪里，然后想尽办法去进攻。当猎物有好几只的时候，它还会去观察哪只才是关键的，一旦发现，它会集中力量攻击这个关键点。细想一下，这样与我们日常做营销是不是很相似呀?我们同样要用狼一样的敏锐去寻找我们的客户，同样要用狼一样的敏锐去分析客户并了解他们的需求所在，同样要用狼一样的敏锐去发现客户真正能在我们业务范围内做决策的关键人，一旦弄清楚，我们就需要集中资源去做他的工作。

第二，不屈不挠、奋不顾身的进攻精神是狼的灵魂所在。狼是一种有很强个性的动物，它遇到困难或猎物相当难对付时，它能展现出来一种志在必得、视死如归和不达目的绝不罢休的狠劲。这个特点我觉得就是我们作为营销人员最重要的一种素质，因为我们在面对客户的时候，无数困难与阻挠在不断缠绕着我们，没有不屈不挠、奋不顾身的进攻精神是不可能支撑着我们挑战这一切的。没有这种精神，我们很容易就会退缩、逃避甚至放弃。狼所处的大自然到处都充满了危机与不测，为了生存它们必须要练成一种比其它动物都要狠的性格，为了获得猎物无惧任何困难与危险，不达目的绝不罢休，因为退缩、逃避或者放弃意味的不单是没有获得某一个猎物，更有可能意味着失去它的生存机会。我们营销人员在残酷的商战环境中何尝不是充满了竞争与压力，如果选择退缩、逃避甚至放弃，我们一定会面临被淘汰的命运，只要我们选择像狼一样的不屈不扰、奋不顾身的进攻精神，那么我们就会有赢的机会。所以，为了生存我们也必须要练成一种比其他职业更加坚强、更加拼的性格，无惧任何阻挠与困难，尽自己最大能力把客户争取过来，这才是具有狼性的营销人员。

第三，出色的团队作战能力是令狼发挥最强战斗力的关键。狼最具特色的个性就是它的群体精神了，它们每次出击都不会是一匹狼的，通常都是一群出动的，我们称为狼群。狼群不会贸然进攻，一旦出击时，每一匹会分工合作，发挥每一匹的优势和最大的能力，所以狼群经常可以捕获体形比它们大的猎物。倘若有一匹受伤了它们也不会抛弃同伴，它们反而会召唤更多的同伴来救援的，这就是为什么狼在自然界没有体形也没有力量的优势却比其他动物更能生存在这个世界上。在我们实际工作中，我们和狼一样，也不能单独一个人在工作，无论你的能力有多强，你也需要你的同伴的帮助，营销是一个团队在共同运作的。所以，我们如果要在商场上也能像狼一样生存，就要懂得运用团队的力量，一个人的力量毕竟是有限的，而且在现代化生产大分工时代，每个人都有自己的不同的岗位，要把一件事做好通常是需要几个人甚至几个部门联合一起操作的。因此团队的作战能力就直接关系到业务成功与否，在团队中我们与其他同事要像狼群一样分工合作，发挥每个人的长处，形成最佳的向心力为实现团队的目标一同努力，当有同事因为某些原因暂时发挥得不理想时，我们不应看不起他或者抛弃他，应该努力去帮助他支持他，令他也能为团队尽自己的一份力量。这样的团队才是最有战斗力的团队，才是经得起风浪的团队，才是最有狼群特性的团队。

综上所述，“狼型营销”主题就是——营销人员要令自己具有狼性，有敏锐的嗅觉、不屈不挠和奋不顾身的进攻精神，还有有出色的团队作战能力。一群“狼性”十足的营销人员组成的营销团队会得到公司赞赏、让竞争对手惧怕、使客户满意的，是一个与众不同的“狼群”。

**营销培训的心得体会500字篇十一**

短短的几天训练时间结束了，马上就要回到各自的工作岗位，一路上脑海中浮现这几天的一幕一幕、在这几天当中给我的感触很深，又一次得到锻炼和成长。本来是在国庆放假期间，说心里话是不想去，抱着既来之则安之的态度来了。江老师说起，年轻人应该做自己该做的事而不是自己想做的事。学习，成长，锻炼自己是我们应该做的事，虽然很累很疲惫，还要忍受皮肉之苦，但感觉收获很大。所以，这是个非常有意义的国庆节。

下面我给大家分享一下我的感悟：

1、沟通很重要，是交际的开始。如何做到有效沟通---主动出击!

人与人的交流很关键，在我们营销的道路上更为重要。做销售的首先要把自己推销出去，陌生的队友们从四面八方走到一起，需要我们主动交流，尽快在短时间内融入团队，让大家记住你，记住你所做的行业，给大家留下深刻的印象，所以，结交需要主动出击。

2、要学会适应环境。在最短的时间内适应一切，融入集体，融入你的团队。我们平时也一样，要适应大的社会环境，环境不可能来适应你!把自己的个性化极强的一面，主观意识太强的一面收敛一下，顾全大局，适者生存，不适者淘汰!

3、最大的敌人是自己。这是两个高空训练后给我的感触。有些困难是自己给自己制定的，其实，真正做起来并没那么难，只要战胜自己，相信自己能行，你就一定行!如果连尝试都没尝试怎么就知道自己不行呢?

4、人的潜力是无限的。人的潜力需要不断的挖掘，珍惜每一次挑战自己的机会，不要把自己局限在一定的范围内，认为好多事情办不到。论文写作要勇于冒险，敢于尝试自己从来不敢做的事情。你会发现，你不比别人差!你也很优秀!

5、重新认识销售。会说话，说对话才是关键。

销售是帮助你成长最快的方式。

销售是未来最黄金的职业。

销售是高雅和高品质生活的象征。

销----自己，售----价值观。

说话的艺术在于会说话，说对话。我们的客户有不同的类型，处事方式也不同，所以，我们要学会变通，不能一成不变。首先分析客户是什么样儿的性格类型，然后使用合适的应对方式。

6、要学会换位思考。这是“领袖风采”模拟给我的感触，自己也亲身体会了作为领导肩上的担子有多重，所要承担的责任和那么多无形的压力!站的高度不同，看问题的角度也就不同。其实我们应该相互理解，作为员工应该站在领导的角度上多替她想想，多为公司想想。公司发展好了，员工待遇自然也就好了。

所以：我们要把个人的目标上升到公司的目标;

我们要把个人的理想上升到公司的理想;

我们要把个人的价值上升到公司的价值;

我们要把个人的意义上升到公司的意义!

7、思想汇报目标要明确。为什么执行力不强，是因为目标不明确，要确立明确的目标，长期，短期，近期。要具体，量化。写在纸上，脑子里要不断的重复想这个数字，要超越它，目标是用来超越的，不是用来完成的。

8、执行力的重要性。执行就是把“思考”转变为“现实”的过程。想的再好，说的再好，不执行(行动)就没有任何结果。只会产生思想的垃圾。在一个团队里，谁先动起来，谁的执行力就比较强，谁就可能成为领导者。执行的快慢，直接关系到企业效益的高低。所以我们还要高效执行。

结果提前，自我退后;结果第一，理由第二;

速度第一，完美第二;认真第一，聪明第二;

决定第一，成败第二;锁定目标，专注重复。

9、八小时之内求生存，八小时之外求发展。说到这里感觉很惭愧，好多时间都没有好好珍惜。老天给每个人的时间都是一样的，为什么有的人很卓越，有的人却很平庸，在短短几年内差距就很大，是我们的大脑实在太懒惰了。所以一定要珍惜时光，做一些有意义的事，年轻的时候苦点儿累点儿没什么，等我们老的时候才能有个安逸幸福的晚年。

10、要积极乐观的面对困难，勇于挑战!把每一个困难都作为锻炼自己的好机会。如果我们每个人都能这样想，所有的问题都不是问题，自然就迎刃而解了。所以我们要毫不畏惧，范文参考网勇往直前!要这样看待困难：

挫折=存折压力=动力障碍=最爱，一分耕耘，一分收获。当你能梦的时候，就不要放弃梦。

总之，这次培训让我学到了很多，感悟到了很多，成长了很多。希望我能把以上的这些理论都用于工作和生活当中，时刻提醒自己，激励自己!不断前进!

**营销培训的心得体会500字篇十二**

记得有人说过，只有亲身经历的才是最难忘的,只有亲身体验的才是最真实的,只有在这种经历和体验中,我们才会思考那些看似简单平凡的小问题,由此启迪我们的思维。而人生又何尝不是由无数的经历与体验组成，正是这无数的经历与体验教会了我们如何做人、如何做事，如何寻找人生的支点，如何实现自我的价值……这次博来拓展之旅，又一次新的体验，在体验式的拓展培训中我受益良多。总结如下：

一、加深了对“拓展培训”的理解

以活动为舞台，以项目为道具，以学员实操为推动，以培训师为导演，以学员体验后的感悟为精华。”这是教练在本次培训的第一堂课上所讲的一番话，给我留下了深刻的印象。作为一名正在学习人力资源管理专业的学生，对于其基本职能活动之一的培训的认识也仅仅停留在书本中所介绍的相关内容。而对于体验式培训即拓展培训，更是刚刚接触，知之甚少。通过这次亲身参与体验，我加深了对“拓展培训”的理解。

理论上讲，所谓“体验式的拓展培训”就是充分利用各种室外的自然环境或者是创造的假设情境，从情感上、体能上、智慧和社交上对学员提出挑战，在参与者解决问题和应对挑战的活动过程中，实现“磨练意志、陶冶情操、完善自我、融炼团队”的培训宗旨。通过这次培训，我更加深刻地体会到，每一个培训项目的设计都不是随机的、盲目的，都有一定的针对性和目的性。我们的很多项目都是在游戏中完成的，但是游戏的最终目的不是为了娱乐，游戏本身就是培训。以游戏的形式让学员受训正是拓展培训的亮点之一，某种意义上来讲，更有助于培训效果的发挥。

通过这次受训，我对培训的主体和客体也有了更清晰的认识。一般来讲，受训人员在整个培训过程中是被动的，一切行动听指挥，整个过程是在培训师的安排下逐步进行的。在这种情况下，容易产生一种误解，认为整个培训中，培训师起着主导作用。而事实上，培训师在培训过程中只是起着指导和引导的作用，培训的主角是我们这些参与受训的人员，我们的体验和感受是最重要的，培训的出发点和落脚点也是为了让学员们有所感、有所悟，在思想上有所改变进而在行动上有所改观。所以，作为受训者更应该积极配合，全情投入，持着开放和负责任的心态，积极分享每次体验的感受。

二、对“培训师”角色有了更全面的认识

培训师是教练，是导演，是整个培训过程中的促进者和推动者。相对于每一个项目而言，一名合格的培训师在培训中既要能够置身其中，又要能够置身其外。作为培训师，要对整个培训的流程和环节有充分的了解和把握，某种程度上而言，要把自己视为旁观者，这样才能游刃有余地从宏观上指导完成整个培训活动。以此同时，培训师的另外一个重要任务就是引导学员感悟和思考，这就需要培训师一方面仔细观察每位学员在游戏当中的表现，另一方面

从学员的角度理解每个培训项目，这样才能在分享与点评中有的放矢，找到关键的问题。

另外，作为培训师，需要具备很高的综合素质，语言表达要坚定有力、语速适中、声音洪亮，又不失风趣幽默;肢体语言要丰富灵活;面部表情要亲切、平和，让学员感受到放松与鼓励。还有最重要的两点，一是培训师自身要有充分的自信心，这样才能很好的掌控整个培训过程，也更容易让学员们产生信赖感;二是培训师一定要有广博的知识面，大量的案例和管理理论要能够举一反三、灵活运用，并在适当的时机信手拈来。以上的这些都是从本次我们的培训师的表现中所感受和体会到的，我想如果今后自己要成为一名合格的培训师，还差的很远，还需要在很多方面学习和提高。

三、体验感悟

两天的培训不包括团队建设在内，我们一共参与了8个项目——领导与部属的沟通训练、背摔、过电网、七巧板、空中单杠、扑克牌、齐眉棒以及断壁求生，这其中有顺利完成任务的，也有没完成的。但我想，不论任务完成的结果如何，每个项目设计的目的是达到了的。思想与思想的碰撞产生的智慧的火花让我们每个人都成为了受益者。每次体验过后，自己的切身体会，队友们的感悟，教练的点评，所有这些交汇在一起，成为了参加这次受训最大的也是最宝贵的收获。

“沟通训练”使我明白，在解决问题的过程中，沟通是很必要的，但我们需要的不仅仅是沟通，更重要的是关注沟通是否“有效”，明确有着不同经历、不同背景的人对同一事物的认识是否一致，在沟通的过程中是否有充分的“信息反馈”。

“背摔”让我对“信任”、“责任”、“承诺”、“规则”这些词语有了更真切的理解。教练说，信任是一种智慧。的确，体会信任，在信任他人的同时也赢得他人对自己的信任，当可以信任的时候选择了拒绝，也许会不经意间与很多机会擦肩而过。当然，信任也是建立在一定的基础之上的，信任的建立也需要一个过程。能得到他人的信任是一种幸福，所以，对给予我们信任的人，我们也应当心怀感恩。而当我们被信任时，也意味着一种责任，不要请许诺言，但是一旦做出承诺，就要“一言九鼎”，承担起自己应负的那份责任。整个“背摔”项目的顺利完成还得益于完善的制度规范，从组织的角度考虑，组织目标的实现得益于组织系统的规范与科学、完善的制度。

“过电网”这个项目培养了我们全体成员同心协力、共同战胜困难的决心与信心，也让我深切感受到团队目标的实现需要每位团队成员的共同努力。让我更加懂得了为什么“细节决定成败”，懂得了管理过程中分工、协调、控制的重要作用。

“扑克牌”的游戏，让我切身体会了做领导者的不易，也强化了自己的决策意识。原来很多时候真的是如管理大师西蒙所言，“管理就是决策”。此外，我还懂得了管理中不同层次员工有着不同的分工角色，应当尽其所能，各司其职。

“求生”是最让人紧张，也最令人振奋和激动的一个项目。如果没有我们的团结一致，没有战胜困难的决心和信心，没有周密的计划、组织和协调，是不可能成功完成这个任务的。当我们全力以赴将最后一个队友拉上断壁的那一刻，大家欢呼雀跃，心中充满了激动与感动。那一刻，我有想哭的冲动，我看到了团队的力量是无穷的，我也看到了齐心协力完成任务后我们整个团队所受到的鼓舞。这可谓是培训中的一次高潮，如果这不是我们此次培训的最后一个项目，我想这一定能够让我们的团队更加团结，让我们拥有更强的凝聚力。

在两天的培训过程中，“断桥”和“空中单杠”是唯一的两个个人项目。至今仍然记得每次队友们真诚的鼓励和自己在某个瞬间闪过的内心的恐惧，但是越是在困难和恐惧面前，我们越是要更加的果决与坚强，不能因为环境的改变而让自己原本具备的能力被淹没，真的是“断桥一小步，人生一大步”，空中的一跃既是对自我的超越也是对自己的鼓舞，面对困难，面对压力，我没有退缩，我可以和别人一样，做到更好。分享体验时，教练谈到“心里暗示”，举了很多例子，讲了很多道理，给我的启发很大。我在心里问自己，是不是总是在给自己成功的暗示，是不是面对任何情况都对自己信心百倍，对于这个问题的回答我没有十足的自信，我犹豫了。在同龄人中，我自认为自己还算得上是一个有自信、有实力、肯吃苦、求上进的年轻人，但是也难免会有灰心、沮丧的时候，从前每每这样的时候，也许自己的表现总是被动的，但是通过这次的培训，我感觉自己内心的那股不怕苦、不怕累、敢打敢拼的干劲儿更足了，我相信，我行!

人生充满了无数的第一次，每个“第一次”都是一个新的开始，每一次的体验都是一笔宝贵的财富，都值得我们认真体味，用心珍藏。在体验中学习与成长，踏实做人，认真做事，一步一个脚印。超越，让每一天的自己都是一个崭新的自己。感谢博来，给了我这样一个体验培训的机会;感谢教练与我的队友们，与我共度这短暂但却又充满启迪和激情的两天。我还年轻，还需要不断地学习与成长;未来充满变数，但相信有了这两天的培训经历，未来的路，我会更加用心地走下去，走得更稳、更坚实。

**营销培训的心得体会500字篇十三**

集团为迅速提升营销系统整体作战能力，让团队从以前更多的单兵作战顺利转型到高效能的团队作战。在短短的两、三个月内，连续组织学习了两次由臧其超老师主讲的课程。本次学习的主要内容将对我们带领营销团队更好的适应未来竞争环境，实现更大的进步!

管理也好，营销也罢!表面上都是技巧，都是工具;深层次上看却是人的心智，是气场;本质上更是人的修身，修心，修为!培训中老师讲到“销售表面是技巧，内在是关系，更是心智和心境”和“管理表面是技巧，内在是能量，更是磁场和气场”，一针见血地阐明了我们在销售和管理过程中更应关注的点和修炼方向。所谓技巧性的东西，麦肯锡管理咨询机构为我们提供了很完善的工具，如：标杆法，矩阵法等;本次培训中也讲到很多关于提升销售团队效率的方法和技巧，如：管理销售团队的四钩一罩法。具体讲，四钩指的是：管理表单、销售例会、随访随查沟通辅导、述职谈话;一罩指的是销售团队的颠峰文化氛围，文化很大程度上都折射出老板或团队领导的性格和价值观。看似虚的组织文化，从长远的角度看却对团队带来本质的影响和改变。而对管理销售团队的四把钢钩讲得最详细的要数销售例会这一钩。以前我们也开过很多会，知道开会是组织沟通的最高形式，开会的主要目的是统一思想，但如何把会开得更有效率却思考较少。培训中提到的组织开会的九大原则(：1、提前通知，事先安排，形成惯例;2、坚持会议准时开始，准时结束;3、参会者需带着方案来开会;4、领导一定要后讲;5、开会是通过方案的;6、让每个参会者完全表达自己的意见;7、会议应有个相对的结论;8、会议应明确安排执行人和监督人;9、执行人(监督人)要定期或不定期汇报工作进程。)让我进一步清晰了完善高效会议的组织原则。

我们这次培训的主题是打造狼性营销团队。那么，团队和团体、团伙之间最本质的区别是什么呢?有人说是有明确的目标、严明的组织纪律、领导、分工明确等。其实，我认为三者最大区别在于成员之间是否相互信任。团队成员是以团队利益至上，而团伙和团体成员则是以个人利益至上。这又让我脑海中清晰的浮现出薛总在《打造服务体系，构建价值链优势》一文中，曾告诫“我们必须牢记一点：公司的目标是成就客户而不是自身，我们的目标是成就下属而不是自己。”我们海大能成就如此大业，对外是有一批海大成就客户的支撑;对内是有一大批务实、激情、专注的团队在默默奉献。要建设和管理好我们的销售团队，就需要我们有意识地去细细琢磨我们团队中的每一个成员，琢磨成员的性格、优点、弱点、心态等。销售也好，管理也罢，其工作的重点都是人的工作。选人、育人、用人、留人的前提和基础应该是识人，识人不是靠感觉，更不是靠运气，而是靠仔细的观察和系统的了解。培训中臧其超老师向我们介绍了正确识人的十大方面：

1、是否有清晰的人生或工作目标;

2、是否结果导向;

3、主动性;

4、主控性;

5、自我负责;

6、团队精神;

7、服从;

8、追求完美;

9、超强行动力和执行力;

10、不得目的不罢休，执着和专注。培训结束后，我结合自己的工作经验，反复思考，感觉当我们的团队成员都具备如上十条的特质，那么这支团队就一定是狼性营销团队，就必定能无敌于行业!我们培养和引导团队的重点和方向就一目了然。

**营销培训的心得体会500字篇十四**

在发展保险业务中我们有以下几点体会：

一、提高思想认识、干部职工齐心协力

从邮政自身角度讲，代理保险业务的开办进一步拓宽了邮政的服务种类，

从20xx年至今我局保险代理业务从无到有一直保持稳步增长的态势，在州局的正确领导和相关部门大力支持下，通过与保险公司的紧密联合，借用“品牌”创品牌，“办保险找邮政”的无形资产逐步在全县形成，初步探索出了一条在农村发展邮政代理保险业务的成功之路。今年截至7月21日已经实现代理保费1009万元，完成了年初州局下达我局1462万元代理保费全年目标计划的69%，实现了时间、任务双过半。在发展保险业务中我们有以下几点体会：

一、提高思想认识、干部职工齐心协力

从邮政自身角度讲，代理保险业务的开办进一步拓宽了邮政的服务种类，实现了邮政网络的增值，从业务收益来分析，除手续费收入外，保险沉淀资金形成的收益也非常可观。局领导多次专门召开全局职工动员大会，提高了大家的思想认识，使全局广大职工充分认识到代理保险通过强强联手，共拓市场，提高邮政的知名度和综合服务能力，创建邮政储蓄连锁式的金融服务体系，从整体上增强邮政储蓄的竞争能力。形势告诉我们，商机无所不在，竞争日趋激烈，唯有不断创新，提升核心竞争力，才能立于不败之地!年初工作会上，我局把保险业务确定为全年工作重中之重的一项重点业务来抓，全局干部职工齐心协力，奋力拼搏，顺利实现了一季度“开门红”。

二、采取多种形式、加强业务培训

一项新业务的起步，必须有专业人才做指导。保险业务专业性强、营销策略复杂、对人才素质的要求更高。邮政代理保险业务能否健康、持续、稳定发展，最终决定于邮政自身能否培养出一大批高素质的保险人才。为此，我局将人才培养和队伍建设作为一项关系邮政保险业务长远发展的大事来抓。我局与保险公司联合制定了培训方案，多次组织全局职工参加保险知识培训会，由保险专业讲师具体培训保险业务知识和营销技巧。同时，开展“一帮一”活动，由保险公司派驻的资深保险营销员分别带队入户营销，以师带徒的方式，使在培训中学到的知识转化为营销能力。开展潜在客户的“双挖掘”，即首先在办理储蓄或其他业务时积极向客户宣传保险，力争促成当时签单，实现“首次挖掘”;其次对于有投保意向但有疑虑情绪的客户进行记录，积累客户资料，利用轮班的时间上门营销，实现“二次挖掘”。这种做法的普遍应用起到了良好的作用。

三、制定激励措施、推进经营创新

首先是在利用邮政网点进行柜台营销的同时，将上门营销定位为发展保险业务的主要方式。其次是将全局邮政职工及营销员全部按经营业绩予以考核，上不封顶，下不保底，多揽保者多收入，完全按险种的佣金比例计提报酬。对营销业绩进行排名，对业务发展优秀的营销员给予各种形式的奖励。三是严格落实《代理保险业务操作规程》、《保险管理制度》等规章办法，实行钱、账分离，岗位制约，严格事后监督和审计稽核，从而为代理保险业务的规范发展打好基础。

四、真诚服务、优质理赔

服务是邮政的永恒主题，也是保险的应有之义。为此，我局将“创优质服务、树邮政品牌”始终放在一切工作的首位。树立“视用户为朋友”的观念，真正从客户出发，首先，为用户“量体裁衣”设计最合适的险种。例如，向身体素质较差的人重点推荐重大疾病保险，向有车辆的家庭和经常出差的人重点推荐意外伤害保险等;其次，本着“宁可自己麻烦决不让用户麻烦”的宗旨，邮政营销员宁可自己辛苦一万次，也决不让用户不满意一次。为了加强情感联络，邮政营销员对保户和群众的困难也总是尽力帮助解决，病了去探视、农忙当帮手，靠真诚赢得信任，靠服务树立形象。

为了取信于民、早日创出邮政的保险品牌，我局将理赔视作最大的服务和最有说服力的宣传。凡理赔案件，一经查证属实，立即落实赔付。凡是通过邮政投保的客户出险，市场部得知情况后立即派人赶赴现场了解情况，并提供“一条龙”服务，包括协助家属办理死亡证明等相关手续及前往县人寿保险公司索赔等。

及时周到的理赔往往会在当地产生轰动，使群众从事实中受到教育，深刻认识到保险的益处，从而对邮政代理保险的进一步发展产生积极影响，同时也树立了邮政办保险说到做到、负责高效的良好形象。

虽然近几年我局发展保险业务呈稳步增长的态势，但仍然面临着压力与挑战，我们将坚定不移地执行州局营销体系建设的指导方针，树立发展信心不动摇，一是继续保险客户二次开发力度，根据分类整理出来的客户档案，通过电话回访等形式，对广大老客户进行回访，带动新险种的销售。二是深入挖掘邮政多年来积累的客户资源，上门拜访客户，拓宽业务发展渠道。三是开展各班组、支局间的业务对抗赛，促进整体业绩的上升。四是继续调整险种结构，提高期交的业务占比。

**营销培训的心得体会500字篇十五**

5月8日至6月3日，我有幸参加了总行在山东举办的第7期金融理财师(afp)培训班的学习。通过本次培训，我开阔了眼界，学到了新的知识和本领，收益菲浅。

一、学习基本情况

总行将本次培训安排在山东省分行培训中心，共有来自山东、河北、山西、陕西、湖南、湖北、安徽、四川等省分行的67名学员参加本次培训。湖北行安排了荆州、襄樊、黄石分行、洪山及宝丰支行各一位理财专职人员参加学习。培训课程主要有：个人理财规划理论、个人风险管理与保险规划、投资规划、员工福利与退休规划、个人税务与遗产筹划、房产及教育金规划等内容，最后是综合案例制作及展示。授课老师具备相当的背景，其中有财政部、人民银行金融研究中心的主管，有大学教授，还有“海归”和中国台湾资深保险、理财主管。

整个学习过程相当紧张，除星期天可以稍微喘一口气以外，其他时间基本上是“三点一线”——即寝室、教室、食堂。学习压力特别大，学习的内容绝大部分是以前未接触过的知识，通常是大学或研究生一、两年的课程，我们一天、两天拉完，而且要求当天消化、吸收，因为第二天又会有新的课程等着我们。我们每天六点多钟起床，预习，晚上自觉到教室预习、复习，请老师答疑，基本上凌晨一点多钟才休息，在最后制作案例的时候，连续熬了两个通宵。经过20多天的紧张的学习、考试，我拿到了afp培训合格证书，案例的制作和展示也得到了授课老师的高度评价。在全班展示的十份案例当中，湖北分行的案例制作与展示是最吸引老师和同学们眼球的。

下一步，就是要认真准备、精心备考，争取在6月23日举行的afp水平考试中，一路绿灯，顺利过关。

二、学习感受

1、要想成为一名合格的afp，不容易。第一，各分、支行花大价钱让大家出去学习，一是说明各行都充分认识到了理财业务的重要性，各行都想通过抢抓理财业务来逐步提升个金业务对全行的贡献度，二是对于各位学员来说，无疑是得到了一个提高自身业务素质和整体综合实力的大好机会，来之不易;第二，就学习的过程来说，学员们全情投入，深感压力巨大，脑细胞牺牲了很多，白头发添了不少;第三，afp从业人员要求的素质高，不仅要求理财师具备很高的专业知识，而且要求知识全面，善于沟通，注重信誉;既要对国家的宏观、微观经济有所了解，更需要了解我们的客户、我们的产品;要根据客户的家庭、财务状况和规划目标，结合客户的风险承受能力，为客户的一生量身定制合理的理财方案，满足客户人生不同阶段的需求。这要求我们不断的积累，不断的提高。

2、通过学习，了解到，现阶段中国将cfp的教育分为两个阶段，即基础的afp阶段和高级的cfp阶段。我们在今后的学习和工作当中，既要理论结合实际，又要注重知识的积累，要通过不断地积累，不断地提高，为荆州分行的理财事业、个人金融事业尽一份力。

3、今后荆州分行要安排人员参加总行的类似培训，要打“有准备之战”，要让有志之士尽快熟悉、学习金融理财标准委员会制定的书籍和课件。这对于学员的学习和考试的通过率的提高是有很大帮助的。

三、几点想法

结合荆州分行实际，我认为

1、组建服务、营销网络。要迅速组建分行理财中心，构建包括分行理财中心、支行理财室及网点理财专柜在内的三级服务、营销体系。作为总行级的理财中心，按照上级行的管理要求和优质大客户的分布，分行理财中心应配备8-12人，并且应尽快配齐人员，尽早投入运营，沙市支行也应迅速组建理财室，争取在xx年底之前开业运营，各县市支行及有条件的城区支行、分理处也要设立理财专柜，这样形成至上而下的网络体系，让中行的理财服务触角延伸到荆州各个辖区、每个角落。

**营销培训的心得体会500字篇十六**

我从本次培训中的所感，所想：

1.热血沸腾的目标要拟定远期目标，并分别拟定近期的小目标。我的远期目标是充实自己的专业知识，认真学习完成公司每个部门的工作流程。近期目标是认真完成营销秘书的每一项工作，精益求精，无纰漏。

2.积极阳光的心态永远保持乐观向上的心态，不消极不抱怨，不传播负能量，正面的接受领导的批评与教导，相信自己可以做到更好。

3.超人般的行动力从思想上根本改变自己的惰性，只要列入计划的必须要按时完成，不拖延不推脱。第一时间认真完成领导布置的任务。

4.持续不断地学习不仅要学习专业知识，还要多读书充实自己，提高个人修养;学习方总的细心与细致认，真工作的态度;多与身边的同事学习每个人的优点，处处留心皆学问。

5.计划时间管理坚持完成“日事日清”工作，是很有效的时间管理，每天都对自己进行一次自省，总结一天的工作时间是否合理分配，并时时提醒自己完成前一天未完成的工作。

6.高效的团队协作我们营销部是一个团队，我必须要积极配合方总以及部门全体人员完成工作。

7.坚持不懈永不放弃在接触到某个未做过的工作难免会觉得困难，想要退缩逃避，但这样无法实现自我突破与提高，越困难约要坚持。每次坚持完成一项困难的工作，都会看到自己的成长。

**营销培训的心得体会500字篇十七**

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

通过培训，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，可以采取“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，而必须结合我们的国情、民情以及企业的实际情况加以融会贯通地创造出适合自己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，其实味不同。所以然者何?水土异也。”(《晏子春秋》)。

下面仅就我参加集团“市场营销”培训班学习后，结合自己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，以确保能够达到目的。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，可以让客户感到销售人员的诚意，可以帮助销售人员树立良好的洽谈形象，形成友好、和谐、宽松的洽谈气氛。物质方面的准备，首先是销售人员自己的仪表气质，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同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情况下贸然访问客户，往往因为情况不明、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己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，当然更不会接受。因此，充分的前期准备工作，可以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”就是需要掌握自己公司多方面的生产、经营、规模等情况以及自己负责的产品的性能、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己。既然销售人员代表着公司，他就应该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非常高，客户所希望的不仅是送货及时，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、销售人员必须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，公司必须守信用、守合同，产品运送必须准确、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、一定要有核心目标。

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，你都必须将他们视为真的想向你购买商品的客户，这样一种积极的心态，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”，我们就应该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意义更为深远，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、销售人员一定要勤奋。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，同时还必须勤于开发新客户，时刻注意市场的变化和客户的最新情况，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面对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的责任感把自己看成是“贩卖幸福”的人，有一股勇于进取，积极向上的劲头，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!

通过一双慧眼，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判断客户的必要前提。

4、销售人员一定要具备创造性。销售人员应具有很强的创造能力，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首选要唤醒自己的创造天赋，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同的人际网络，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，主动开拓自己的人际关系，你就可以通过这些人获得更大的人际网络。

1、可以利用一些时间，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，还可以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。我们都知道“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，这时都应与他一起分担，他就可能和你一起谈他的朋友，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，使客户与销售人员保持长久的关系呢?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必须完全释放自我，充分发挥自己的特长和优势，同时也不掩饰自己的弱点，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，才会在日后长久保持这份信任和默契，保持长久的合作。

“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，不但要保持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 !

**营销培训的心得体会500字篇十八**

易方达价值精选(终于开始出现股票基金了，呵呵)

过程：6月5日，易方达公司开始发售这支基金。当时我已经看了很多关于基金收益的文章了，了解到易方达公司在过去几年的成绩和吴欣荣经理手下基金的收益，我觉得这只基金肯定能赚钱。 其实当时也是头脑发热，看见股票大赚，眼红的要死，才下定决心买股票基金的，而且新基金么，面值“便宜”啊。

于是，又去鼓我老妈，当时硬着头皮给老妈保证不会亏本(汗~)，老妈被我磨烦了，借了5k给我。(偶没那么多钱，55~ ，感谢老妈的支持，呵呵)

价值精选开始公布净值以后，我天天关注，最开始还行，1.00x的涨着，但是从7月底开始，到8月30号，净值就一直在1元以下徘徊啊~~

我也不着急，因为我知道，该基金还在建仓(百亿基金阿，哪有那么快就建仓完的)，而且我相信净值肯定会回升的(至于为什么会这么有信心，呃~~~~~~~，只能说，我相信这家公司和该经理，哈哈)。虽说不着急，但是面对我妈的闻讯我还是有点心虚的，那段时间也有想过，要是吴经理摆不平这百亿基金咋办阿?(吴经理表打我~~~ ^ ^)

还好，现在这支基金表现很好，我非常满意(截至11月30日，收益达到27%)。打算长期持有!

学习和总结：

1、选择明星公司。对于菜鸟型基民来说，不清楚股市行情、经济形势什么的，也不做波段，只打算买支基金长期持有，抵御通胀或养老什么的，就选择明星公司吧。风险相对小些。当时我买这支基金的时候，可以说对该基金也是一知半解，就是冲着这家公司和经理去的，连易方达出的风险提示我都无视，(无知者无畏，呵呵)~

2、一定要有耐心，给基金时间。基金确实是长期持有比较好，购买一支基金了，不要想着它明天就能给你赚来多少多少钱。基金不是股票。而且，这里的长期持有，还包括你要对自己的选择有信心，不要轻易赎回(做短线的除外)。

价值精选这支基金在9月中旬前净值都一直在1.01以下，收益比起别的基金来说不算出色，再加上当时外界对易方达有颇多微词，所以很多人都大呼上当。我曾在坛子里看过一篇帖子，骂易方达公司，说要赎回自己购买的价值精选，我就觉得很可惜。因为：该基金尚未建仓完毕(这在一般的财经版面就能看到相关的新闻)，你不能把它和那些早就建仓完毕，完全分享股市收益的基金相比较，这对它不公平。现在，它的收益每日见长，当时赎回的人不知道做何感想?

3、关于基金排名。风水轮流转，短期的收益排名从来都是各家轮流坐的，不要把它当回事。最优秀的学生也不可能每次考试都拿100，基金公司也一样。

真要看排名，一个月以内的不要看，从三个月以上的看起。我每次都是从网上当下晨星公司(最近又加了理柏)的排名，保存了，但不看。过一个季度了，再综合期内所有的表，看基金排名的走势。或者来搜狐论坛，坛子里已经有热心的板油做出走势图了，可以看一看。

4、关于基金公司内部问题。这个话题最近好像讨论的比较多，说实话我从来不关心，顶多只是一眼掠过，知道有这么回事就行了，不像有些板油那么紧张。我的理由很简单：一个正常人犯错误了都知道改正，何况是一个以赢利为目的的公司?毕竟他们也是靠业绩吃饭的。除非，它的错误非常严重，那么相关的报道肯定就会铺天盖地了，这个时候我才会关注。否则，那些所谓的传言，小打小闹的，一概无视!

**营销培训的心得体会500字篇十九**

营销部培训心得

时间在不知不觉中流逝，在营销部培训的日子很快就结束了。现将1个月的培训内容及心得汇报如下。 一、培训内容

第一周(4月05日至4月6日)：

1、 了解营销部sop运行手册;

2、 熟悉酒店产品(房型、包厢、会议室、宴会厅等);

3、 掌握带客参观程序。

第二周(4月09日至4月14日)

1、 熟悉网络协议的洽谈、签订程序;

2、 掌握机场院内客户的接待程序;

3、 了解酒店租凭区域商家的洽谈。

第三周(4月16日至4月21日)

1、 掌握酒店vip接待标准划分和接待程序;

2、 熟悉机组协议的洽谈与接待程序。

第四周(4月23至4月28日)

1、 熟悉客户拜访前的准备;

2、 熟悉客源的开发和陌生客户的拜访;

3、 了解客户的维护与沟通;

4、了解会议的洽谈、接待、跟进程序;

5、 了解团队客户的开发与拜访;

6、 熟悉如何担保及账款的结算;

7、 了解商务中心工作程序;

二、心得及体会

1、营销自己：做销售其实也是在销售自己，销售自己的理念。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户的角度去考虑问题。产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人也可以赋予产品于生命力。一定要注意自己的言行，销售者的一言一行时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能会使你成功或者全牌皆输。

2、吃苦耐劳：做销售一定要吃苦耐劳，一分耕耘、一分收获真的在这上面有最全面的体现，做销售是很辛苦的，是体力和脑力的共同结合。

3、守时：遵守约定的时间对于销售者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是风雨交加、电闪雷鸣都不是你迟到的借口。如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。

4、向周围同事学习：我相信一点，一个人的能力总是有限的。我们同事之间互相交流各自所拥有的丰富经验尤为重要。下次我可以用在相类似的客户身上，我们就有更多成功的把握了。我们也可以从同行那边学到知识，那样才能“知彼知己，百战不殆”，在竟争中，让自已处在一个有利的位置。我们要不断的超越自已，紧记一句话，不要与你的同事去比较长短，那样只会令你利欲熏心，而让自已精力焕散。与自已比赛吧，你在不断超越自已的同时，很可能你已经超越他人。

三、总结

通过在营销部的学习，使我对酒店的产品有了更深的了解;熟悉了销售人员的工作流程和了解酒店经营目标的制定等工作。经验是在平时工作中积累的，我会继续努力学习酒店方方面面的知识及虚心向各位的同事请教，使自己不断进步。

**营销培训的心得体会500字篇二十**

20xx年3月5日公司组织培训狼性营销团队培训，非常感谢公司能够给予我们这样一个平台，作为一名市场销售人员，我在本次培训中获益匪浅，也希望能将此次培训的精髓运用到工作上去，能让自己的工作更具激情和效率，在此分享我本次培训心得，与大家共勉，也希望大家能多多交流更好的发挥自己在团队中的作用。

作为一名销售人员在面对市场的严峻考验时更应该具备灵敏的嗅觉、环境适应能力及逆境生存发展的心态。并且要在激烈竞争的市场中主动出击寻找客户。要坚信客户不是找来的，而是抢来的。而要想能在竞争激烈的环境下抢得客户，这便要灵敏的嗅觉到客户的存在，并要了解到客户所需，对于客户所需我们需要做什么和改变什么。“找出客户、主动出击、找对方法、团队协作、不气馁、不抛弃、不放弃”面对客户要求和市场环境勇于改变自己。是我们此次培训的核心主题。

寻找客户是我们占领市场份额的第一步，客户喜欢的是积极主动的供应商，在寻找客户时销售人员要更具灵敏性，反应必须及时，一有客户资源就必须立刻分析客户资料了解客户需求，如果客户是我们合适的猎物就立刻建立联系，不能等等停停隔岸相望。不管第一步能否走成功，必须也先要给客户留下一种渴望而积极的欲望。要让客户发现我们的优点并对我们产生兴趣。

找对方法是赢得客户的关键，这个关键更需要我具备随机应变的能力和坚定不移的目标。要知道每个客户后面都会有几群狼在争抢。如果我们没有找对方法与同行一起竞争必将失去优势。与客户建立联系后，要冷静思考客户哪些项目是适合我们的，要想获得这些项目我该找谁?在寻找这个关键人物时我该准备什么，我有多少时间准备?中间可能还会经历各种困难或打击，我该如何及时调整自己的心态，在每一次打击或拒绝过后我们更应该以积极主动方式站在客户面前。真诚的面对客户，找出客户真正所需，在我们能满足客户的需求前提下竭尽所能的达到客户要求，以争取到合作的机会。

当今电子行业更新换代日新月异，并更具高科技，个性化。以后会有更多个性化电子产品展现在我们眼前并融入我们的生活，而且电子产品从不缺乏市场，任何消费电子都已成为个人生活的必须品。

pcb作为一切电子产品零件中的母体，也会随着电子产品的更新换代而带来一场技术和销售的革新。各终端品牌为占据市场规模，必将会引起一场技术、成本、时间的战争。为吸引消费群体日后的电子产品科技含量将会更高、制造成本会更低、研发时间会越短。

这对我们pcb行业将是一场严峻的考验，这将会要求我们pcb的制造厂商的工艺要不断提高，因为终端客户成本的压缩我们中间的利润会越来越低，为争抢上市时间产品的交付必将越来越快。而在这种种的压迫下，pcb厂商也将会为自己的生存和争取更多的市场份额带来前所未有的压力。面对这种压力我们应该主动改变并做出及时有效的应对。

只有团队积极的紧密合作，才能决定在这场争夺战中是否能够赢得最终的胜利!一个项目成功引进到完成交付，其中一系列的细节都是影响成败的关键因素，我们必须要在最短的时间内完成各项之配合以满足客户所需，要知道客户的时间永远比我们的时间更为珍贵!

对待客户的产品必须要具备火一样的热情，全力以赴的参与其中，主动承担自己责任。积极协调公司内部各部门之间紧密的合作，迅速明确问题、互通有无，及时有效的开展当下的工作。使团队更具凝聚力和战斗力。当我们以如此积极而又具有效率的团队站在客户眼前时，我们赢得的已不仅仅是客户订单，更是客户的尊重。当我们的团队得到客户的认可，才是我们每一位员工自身价值真正的体现。

通过此次培训，工作之中必将点滴积累，勤于思考总结。开发客户更要主动出击，制定目标，全力以赴，绝不放弃任何机会。要以坚定不移的信念和积极有效的方法来面对客户的开发和自己的工作!

**狼性营销培训心得体会篇三**

集团为迅速提升营销系统整体作战能力，让团队从以前更多的单兵作战顺利转型到高效能的团队作战。在短短的两、三个月内，连续组织学习了两次由臧其超老师主讲的课程。本次学习的主要内容将对我们带领营销团队更好的适应未来竞争环境，实现更大的进步!

管理也好，营销也罢!表面上都是技巧，都是工具;深层次上看却是人的心智，是气场;本质上更是人的修身，修心，修为!培训中老师讲到“销售表面是技巧，内在是关系，更是心智和心境”和“管理表面是技巧，内在是能量，更是磁场和气场”，一针见血地阐明了我们在销售和管理过程中更应关注的点和修炼方向。所谓技巧性的东西，麦肯锡管理咨询机构为我们提供了很完善的工具，如：标杆法，矩阵法等;本次培训中也讲到很多关于提升销售团队效率的方法和技巧，如：管理销售团队的四钩一罩法。具体讲，四钩指的是：管理表单、销售例会、随访随查沟通辅导、述职谈话;一罩指的是销售团队的颠峰文化氛围，文化很大程度上都折射出老板或团队领导的性格和价值观。看似虚的组织文化，从长远的角度看却对团队带来本质的影响和改变。而对管理销售团队的四把钢钩讲得最详细的要数销售例会这一钩。以前我们也开过很多会，知道开会是组织沟通的最高形式，开会的主要目的是统一思想，但如何把会开得更有效率却思考较少。培训中提到的组织开会的九大原则(：1、提前通知，事先安排，形成惯例;2、坚持会议准时开始，准时结束;3、参会者需带着方案来开会;4、领导一定要后讲;5、开会是通过方案的;6、让每个参会者完全表达自己的意见;7、会议应有个相对的结论;8、会议应明确安排执行人和监督人;9、执行人(监督人)要定期或不定期汇报工作进程。)让我进一步清晰了完善高效会议的组织原则。

我们这次培训的主题是打造狼性营销团队。那么，团队和团体、团伙之间最本质的区别是什么呢?有人说是有明确的目标、严明的组织纪律、领导、分工明确等。其实，我认为三者最大区别在于成员之间是否相互信任。团队成员是以团队利益至上，而团伙和团体成员则是以个人利益至上。这又让我脑海中清晰的浮现出薛总在《打造服务体系，构建价值链优势》一文中，曾告诫“我们必须牢记一点：公司的目标是成就客户而不是自身，我们的目标是成就下属而不是自己。”我们海大能成就如此大业，对外是有一批海大成就客户的支撑;对内是有一大批务实、激情、专注的团队在默默奉献。要建设和管理好我们的销售团队，就需要我们有意识地去细细琢磨我们团队中的每一个成员，琢磨成员的性格、优点、弱点、心态等。销售也好，管理也罢，其工作的重点都是人的工作。选人、育人、用人、留人的前提和基础应该是识人，识人不是靠感觉，更不是靠运气，而是靠仔细的观察和系统的了解。培训中臧其超老师向我们介绍了正确识人的十大方面：

1、是否有清晰的人生或工作目标;

2、是否结果导向;

3、主动性;

4、主控性;

5、自我负责;

6、团队精神;

7、服从;

8、追求完美;

9、超强行动力和执行力;

10、不得目的不罢休，执着和专注。培训结束后，我结合自己的工作经验，反复思考，感觉当我们的团队成员都具备如上十条的特质，那么这支团队就一定是狼性营销团队，就必定能无敌于行业!我们培养和引导团队的重点和方向就一目了然。

**营销培训的心得体会500字篇二十一**

9月14日，作为广西邮政系统的新员工的我有幸参加了区邮政公司为我们今年新入局的大学生在广西电信职工培训中心举行的为期9天的20xx年广西区邮政公司新入局大学生培训班，在这九天的培训里，经过上级领导，培训老师的淳淳教导，我受益匪浅，并就此我想谈谈我个人的心得体会。

培训期间我们只要学习了成功从优秀员工做起、广西邮政介绍、《邮政法》及邮政相关法律法规、邮政公文写作、保密基本知识、商务礼仪、邮政业务经营管理及生产作业组织、邮政企业财务管理、职业意识、职业道德、自我素质提升培养、有效沟通、薪酬福利、企业奖惩办法、邮政企业文化、执行力、邮政速递物流业务经营与管理、邮政发展简史、邮政代理业务经营与管理、邮政信息化建设、安全生产等业务知识。

在学习中，我了解到：

邮政，是国家开办并直接管理的、利用运输工具以传递实物为载体的信息为主的通信行业，是现代社会进行政治、经济、科学、文化、教育等活动和人们联系交往的公用性基础设施。中国邮政担负着传递国家政令、公文和沟通各级党政军机关之间联系的重任;是市场经济信息溜的大动脉;是市场商品流通的重要通道;是市场货币流通的重要渠道;是中国经济与世界经济联系的桥梁;是人们沟通信息，联络感情最普遍使用的一种通信方式。邮政企业是全民所有制的经营邮政业务的公用企业。

因此，我们要以邓小平理论和”三个代表“重要思想为指导，认真贯彻落实胡视察南宁邮件处理中心的讲话精神。坚持以科学发展观统领全局，推进和谐广西邮政企业建设，把握机遇、迎接挑战、加快发展、努力做到高效率、高质量服务、高效益经营，实现速度、质量、结构、安全、效益相协调，为全面完成上级交给的各项任务而努力。做到以市场为导向，以用户为中心，以服务为宗旨，以效益为目标，这样才能捉住邮政这个百年老店实施重大变革的重要战略机遇期，加快邮政主业和邮政速递物流的改革进程，在保障公民通信权利，保障通信安全的同时做到社会效益和企业效益的共同增长。

这次学习，除了让我增长、了解了有关中国邮政的业务知识外，更重要的是使我的思想觉悟得到了一定的提高，作为邮政人的历史使命感和社会责任感，王顺友和尼玛拉木是我们一生的榜样，他们的职业理想和追求值得值得我们去学习。并且认识到要想学会做事先要学会做人。要讲文明礼貌，仪表端庄、语言规范、举止得体、待人热情。爱岗敬业，树立正确的职业理想、强化职业责任、努力提高自己的职业技能。诚实守信，做到言行一致，表里如一。办事公道，坚持真理、公私分明、做到公平公正、光明磊落。发扬我们中华民族勤劳节俭的传统美德。与同事们平等尊重、相互学习、加强协作，共同为邮政事业添砖加瓦，奉献自己的力量，促进广西邮政事业又好又快的发展。

同时，认真思考并规划了自己的职业生涯：首先，我要做好规划、制定目标。服从组织的战略目标，服从于组织的安排和调整，不能只强调自我，要想到全局、大局，只有将个人的目标融合于组织的战略，服从大局才能使自己的价值得以体现、目标得以实现。其次，我要提高情商，尊重他人。注意认识自己的优缺点，调控好情绪，协调好人际关系、尊重领导、尊重同事、尊重基层，做事先做人!第三，尽心尽责，脚踏实地。从大处着眼，小处着手，把每件事都当作大事仔细圆满的完成。第四，放下架子，从零开始。让事实、让成果、让评价来证明自己。最后，遵纪守法，正派做人。以礼相待，不卑不亢，自觉抵制不正之风，凭自己的才能、业绩实现个人的价值与目标。

中国邮政速递物流是我梦想起飞的地方，我为邮政速递物流ems而骄傲!我相信通过努力就会成功!

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找