# 如何做好营销跟进心得体会如何写 如何做好营销工作心得体会(大全9篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-11-26

*如何做好营销跟进心得体会如何写一电话营销绝不等于随机地打出大量电话，靠碰运气去推销出几样产品。要想让客户轻松地体会到电话营销的价值，我觉得沟通的技巧十分重要。由于参加工作时间不长，我的营销技巧还很不成熟，在以后的工作中，我将更加努力，更加虚...*

**如何做好营销跟进心得体会如何写一**

电话营销绝不等于随机地打出大量电话，靠碰运气去推销出几样产品。要想让客户轻松地体会到电话营销的价值，我觉得沟通的技巧十分重要。由于参加工作时间不长，我的营销技巧还很不成熟，在以后的工作中，我将更加努力，更加虚心地向同事学习。路漫漫其修远兮，吾将上下而求索，听完老师的课，感受颇多！小事成就大事，细节成就完美！对待客户，我们用八个字来形容：微笑，热情，激情，自信！特别是在和客户的沟通，要注意诸多细节，还有最基本的话术！我们都要有一个充分的准备，所谓：“知己知彼，百战不殆“。王家荣老师说：“问题是我们最好的老师。”

销售是个很有趣的工作，每天都会面临许许多多的挑战，客户说“我考虑考虑、考虑一下”，是我们销售人经常会听到的一句话。面对这句话，有的人会非常的泄气或沮丧，觉得又碰到了一个非常困难的问题；有的人会非常的积极和自信，觉得又增加了挑战和提升自我的机会。是问题？还是机会？取决于我们自己的选择和定义。而我们对事件的定义，往往就是我们会得到的结果。

客户说我考虑考虑，其实内含的意思有很多种，所以请不要着急寻找什么话术答案，当客户说考虑时，或许他真的需要考虑，也或许他只是一个虚假的借口，也或许他隐藏了某些其它的东西。所以我们销售人需要深入分析，客户到底是属于哪一种类型，然后我们根据具体情况再做出适当的处理，这并没有一个固定的答案，需要的是我们销售人灵活的应变。小小的一句话，内含却千变万化，所以需要我们销售人细心聆听，积极探询，多了解客户真实的感受，然后帮助客户做出明智的决定。

要想在电话营销方面取得更大的成就，就必须具备专业、熟练的技能！电话，是一个无处不在的沟通工具。对于从事销售工作的专业人员来说，电话也是最棒的最有效的最便利的沟通工具之一。我们都接听过无数个电话，但对于在电话中需要掌控的一些事项，我们真的注意到了吗？一个电话的通话时间可能有三五分钟，也可能十多分钟，也可能有短短的不到一分钟。无论通话的时间长与短，也无论是何种的沟通电话，在电话中沟通的过程和要注意的事项，基本都是相同的。如何打好我们的电话？如何利用好我们的电话？对电话销售人员来说是非常重要的。

总之，电话营销绝不等于随机地打出大量电话，靠碰运气去推销出几样产品。要想让客户轻松地体会到电话营销的价值，虽然我还没亲身体会过，但我觉得沟通的技巧十分重要。这就是我学了电话营销之后所得的体会。

让我们拥有足够的自信来做好自己的工作，创造一个自己的舞台！

**如何做好营销跟进心得体会如何写二**

第一段：引言和背景介绍（200字）

在当今竞争激烈的市场环境中，营销跟进是销售和营销团队的重要部分。通过跟进，可以建立客户关系、加深信任感、提高转化率，并最终促成销售。然而，许多营销人员在跟进客户时面临许多挑战，比如如何保持客户的兴趣和参与度，以及如何及时提供有价值的内容和信息。在本文中，将分享一些我在营销跟进过程中的心得和体会，希望对广大营销人员有所帮助。

第二段：确立目标和计划（250字）

在开始进行营销跟进之前，首先要确立明确的目标和计划。明确的目标能帮助我们更好地衡量跟进的效果和成效，而计划则能帮助我们分配时间和资源。首先，我们需要了解客户的需求和兴趣，这样才能针对性地提供信息和产品推荐。其次，我们需要制定跟进的时间表和频率，以确保跟进的连续性和及时性。最后，我们还需要设定销售和转化的具体指标，以便评估跟进的效果和成果。

第三段：建立有效的沟通和关系（300字）

在进行营销跟进时，建立有效的沟通和关系至关重要。首先，我们应该尽量个性化和定制化跟进的内容和信息。通过了解客户的需求和兴趣，我们可以给予他们更有针对性的建议和推荐，增强客户的参与度和信任感。其次，我们应该积极主动地与客户保持联系。可以通过电话、邮件、社交媒体等方式与客户保持互动，及时回复他们的问题和咨询，让他们感受到我们的关心和重视。此外，我们还可以利用营销自动化工具来跟进客户，方便高效地管理和追踪整个跟进过程。

第四段：提供有价值的内容和信息（300字）

在跟进客户的过程中，我们需要提供有价值的内容和信息，以吸引客户的注意和兴趣。这些内容可以是行业资讯、产品介绍、案例分析、用户评价等。我们可以通过博客、白皮书、电子书、报告等方式来分享这些内容。此外，我们还可以定期举办在线研讨会、讲座或提供免费的咨询服务，为客户提供更深入的行业洞察和解决方案。重要的是，我们应该把客户的需求和利益放在首位，提供他们真正需要的内容和信息，而不是简单地进行推销和宣传。

第五段：分析和优化跟进过程（250字）

最后，我们应该不断分析和优化跟进过程，以提高效率和效果。我们可以利用数据分析工具来了解客户的行为和反馈，以此评估跟进的效果和成果。如果发现某些环节存在问题或瓶颈，我们应该及时调整和优化。除了定期的客户满意度调查和反馈收集，我们还可以借助客户关系管理系统（CRM）来管理和追踪跟进记录，及时了解客户的接受程度和购买意向。通过这些分析和优化，我们可以不断改进我们的营销跟进策略，提高客户满意度和忠诚度，最终实现销售和业绩的增长。

结尾（100字）

通过以上的经验和体会，我认识到做好营销跟进不仅要有明确的目标和计划，更需要与客户建立真正的沟通和关系，并提供有价值的内容和信息。同时，我们还应该不断分析和优化跟进的过程，以提高效率和效果。希望以上的分享能对广大营销人员有所启发和帮助，使他们能够更好地应对营销跟进的挑战，取得更好的业绩和成果。

**如何做好营销跟进心得体会如何写三**

谁都可以做好营销/销售?

假如你随便安排一个人去做营销或者销售，这就好比你随便安排一个人上战场一样.......

如果对手是正规军，拥有良好的素质和优良的装备，结果可想而知，你就会死的很惨......

这也就是大部分公司营销做不好的根本原因。

其实，营销/销售并不是一个普通岗位，而是一个技术岗位.

大部分公司的大部分营销人员都不合格，主要是公司的老板或者销售部门负责人都还没有意识到这个问题(销售是技术岗位)，在他们眼里，努力，勤奋，态度好就算是一名合格的销售员了.

事实上并非如此.......

销售是一门技术，销售是一个技术岗位.

他需要你知道.......

如何选择客户，

如何辨别客户，

如何筛选过滤客户，

如何接触客户，

如何获得客户信任，

如何了解需求并满足需求，

如何塑造产品价值，

如何展示，演示产品的.价值，

如何进行价格谈判，

如何撰写方案，

如何促成交易，

如何进行二次交易，

如何服务好客户，

如何让客户转介绍，

.......

其实我还可以列举更多关于营销方面技术的问题，

但我想就上面的问题，能够回答出来的人都不多....

你能全部回答出来吗?

如果你能回答出来，

恭喜你，合格了!!!

**如何做好营销跟进心得体会如何写四**

营销跟进是指在营销过程中与客户保持有效的沟通，以了解客户需求，解答疑惑，传递产品信息，促进销售。在竞争激烈的市场中，做好营销跟进对于企业的销售业绩和客户满意度都至关重要。在长期的实践中，我积累了一些营销跟进的心得体会，并将在下文中进行分享。

首先，建立明确的跟进目标是做好营销跟进的重要前提。在跟进之前，我会首先制定明确的目标，明确我的跟进目的是什么，例如是了解客户的需求、解答客户的疑问还是促成销售等。通过明确目标，我能够更加专注地进行跟进工作，提高效率同时也能为跟进后续工作提供具体的方向。

其次，建立良好的沟通渠道对于营销跟进至关重要。在跟进客户之前，我会明确选择何种沟通方式，包括电话、短信、邮件、面谈等，并选择适当的时间。同时，我也会根据客户的特点和偏好来选择合适的沟通渠道，以提高沟通效果。在跟进过程中，我会耐心倾听客户的需求和意见，并及时回复客户提出的问题，避免让客户等待过久。

此外，建立客户档案是做好营销跟进的重要手段。客户档案是对客户进行全面了解和记录的重要工具，它包括客户的基本信息、历史交易记录、沟通内容等。通过建立客户档案，我能够更好地理解客户需求，推动销售。同时，客户档案也能帮助我在跟进过程中更好地回顾沟通内容，及时掌握客户的反馈和要求。

另外，及时回馈客户是做好营销跟进的有效策略之一。客户对于营销跟进通常期望能够在合理的时间内得到反馈和答复。因此，我在跟进过程中常常会将客户的问题和需求及时反馈给相关部门，并及时向客户做出回应。及时回馈客户能够增加客户的信任度，提升客户的满意度，进而促成销售。

最后，建立良好的客户关系是做好营销跟进的终极目标。在跟进过程中，我注重与客户建立长期稳定的关系，做到持续沟通、关心客户。与客户建立好的关系能够增加客户对企业的忠诚度，提高二次购买率以及客户的传播力。因此，在营销跟进工作中，我会积极主动地向客户传递有价值的信息，提供贴心的服务，通过关怀客户的方式来建立良好的客户关系。

综上所述，做好营销跟进需要建立明确的目标，选择合适的沟通渠道，建立客户档案，及时回馈客户，并建立良好的客户关系。这些都是我在长期的实践中总结出的心得体会，相信在今后的工作中，这些经验将会继续发挥重要的作用，帮助我更好地完成营销跟进工作，实现销售目标。

**如何做好营销跟进心得体会如何写五**

《如何做好营销计划》是计划网营销计划栏目为您精心准备的，更多精彩内容请收藏本站(ctrl+d即可)!

一、市场分析。年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，采用的工具是目前企业经常使用的swot分析法，即企业的优劣势分析以及竞争威胁和存在的机会，通过swot分析，从中了解市场竞争的格局及态势，并结合企业的缺陷和机会，整合和优化资源配置，使其利用最大化。

比如，通过市场分析，清晰地知道市场现状和未来趋势：产品(档次)向上走，渠道向下移(通路精耕和深度分销)，寡头竞争初露端倪，营销组合策略将成为下一轮竞争的热点等等。

二、营销思路。营销思路是根据市场分析而做出的指导全年销售计划的\"精神\"纲领，是营销工作的方向和\"灵魂\",也是销售部需要经常灌输 和贯彻的营销操作理念。针对这一点，制定具体的营销思路，其中涵盖了如下几方面的内容：

1、树立全员营销观念，真正体现\"营销生活化，生活营销化\".

2、实施深度分销，树立决战在终端的思想，有计划、有重点地指导经销商直接运作末端市场。

3、综合利用产品、价格、通路、促销、 传播、服务等营销组合策略，形成强大的营销合力。

4、在市场操作层面，体现\"两高一差\",即要坚持\"运作差异化，高价位、高促销\"的原则，扬长避短，体现独有的操作特色等等。营销思路的确定，充分结合了企业的实际，不仅翔实、有可操作性，而且还与时俱进，体现了创新的营销精神，因此，在以往的`年度销 售计划中，都曾发挥了很好的指引效果。

三、销售目标。销售目标是一切营销工作的出发点和落脚点，因此，科学、合理的销售目标制定也是年度销售计划的最重要和最核心的部 分。

那么，李经理是如何制定销售目标的呢?

1、根据上一年度的销售数额，按照一定增长比例，比如20%或30%,确定当前年度的销售数量。

2、销售目标不仅体现在具体的每一个月度，而且还责任到人，量化到人，并细分到具体市场。

3、权衡销售目标与利润目标的关系，做一个经营型的营销人才， 具体表现就是合理产品结构，将产品销售目标具体细分到各层次产品。比如，根据企业产品abc分类，将产品结构比例定位在a(高价、形象利润产 品)：b(平价、微利上量产品)c(低价：战略性炮灰产品)=2:3:1,从而更好地控制产品销量和利润的关系。销售目标的确认，使其销售目标的跟踪有了基础，从而有利于销售目标的顺利达成。

四、营销策略。营销策略是营销战略的战术分解，是顺利实现企业销售目标的有力保障。根据行业运作形势，结合市场运做经验，制定如下的营销策略：

1、产品策略，坚持差异化，走特色发展之路，产品进入市场，要充分体现集群特点，发挥产品核心竞争力， 形成一个强大的产品组合战斗群，避免单兵作战。

2、价格策略，高质、高价，产品价格向行业标兵看齐，同时，强调产品运输半径，以600公里为限，实行\"一套价格体系，两种返利模式\",即价格相同，但返利标准根据距离远近不同而有所不同的定价策略。

3、通路策略，创新性地提出分品项、分渠道运作思想，除精耕细作，做好传统通路外，集中物力、财力、人力、运力等企业资源，大力度地开拓学校、社区、网吧、团购等一些特殊通路，实施全方位、立体式的突破。

4、促销 策略，在\"高价位、高促销\"的基础上，开创性地提出了\"连环促销\"的营销理念，它具有如下几个特征：

一、促销体现\"联动\",牵一发而动全身，其目的是大力度地牵制经销商，充分利用其资金、网络等一切可以利用的资源，有效挤压竞争对手。

二、连环的促销方式至少两个以上，比如销售累积奖和箱内设奖同时出现，以充分吸引分销商和终端消费者的眼球。三、促销品的选择原则求新、求奇、求异，即要与竞品不同，通过富有吸引力的促销品，实现市场\"动销\",以及促销激活通路、通路激活促销之目的。

5、服务策略，细节决定成败，在\"人无我有，人有我优，人优我新，人新我转\"的思路下，在服务细节上狠下工夫。提出了\"5s\" 温情服务承诺，并建立起\"贴身式\"、\"保姆式\"的服务观念，在售前、售中、售后服务上，务求热情、真诚、一站式等等。通过营销策略的制定，李经理胸有成竹，也为其目标的顺利实现做了一个良好的开端。

五、团队管理。 在这个模块，主要锁定两个方面的内容：

1、人员规划，即根据年度销售计划，合理人员配置，制定人员招聘和培养计划，比如，20\_年销售目标5 个亿，公司本部的营销员队伍要达到200人，这些人要在什么时间内到位，落实责任人是谁等等，都有一个具体的规划明细。

2、团队管理，明确提出打造\"铁鹰\"团队的口号，并根据这个目标，采取了如下几项措施：一、健全和完善规章制度，从企业的\"典章\"、条例这些\"母法 \",到营销管理制度这些\"子法\",都进行了修订和补充。比如，制定《营销人员日常行为规范及管理规定》、《营销人员\"三个一\"日监控制度》、《营销人员市场作业流程》、《营销员管理手册》等等。二、强市场分析。年度销售计划制定的依据，便是过去一年市场形势及市场现状的分析，采用的工具是目前企业经常使用的swot分析法化培训，提升团队整体素质和战斗力。比如，制定全年的培训计划，培训分为企业内训和外训两种，内训又分为潜能激发、技能提升、操作实务等。外训则是选派优秀的营销人员到一些大企业或大专院校、培训机构接受培训等等。

3、严格奖惩，建立良好的激励考核机制。通过定期晋升、破格提拔、鼓励竞争上岗、评选营销标兵等形式，激发营销人员的内在活力。旨在通过这一系列的团队整合，目地是强化团队合力，真正打造一支凝聚力、向心力、战斗力、爆发力、威慑力较强的\"铁血团队\".

六、费用预算。销售计划的最后一项，就是销售费用的预算。即在销售目标达成后，企业投入费用的产出比。比如，销售目标5个亿，其中，工资费用：500万，差旅费用：300万，管理费用：100万，培训、招待以及其他杂费等费用100万，合计1000万元，费用占比2%,通过费用预算，可以合理地进行费用控制和调配，使企业的资源\"好钢用在刀刃上\",以求企业的资金利用率达到最大化，从而不偏离市场发展轨道。

做年度销售计划时，充分利用表格这套工具，比如，销售目标的分解、人员规划、培训纲目、费用预算等等，都通过表格的形式予以体现，不仅一目了然，而且还具有对比性、参照性，使以上内容更加直观和易于理解。

年度销售计划的制定，达到如下目的：

1、明确了企业年度营销计划及其发展方向，通过营销计划的制定，不仅理清销售思路，而且还为具体操作市场指明方向，实现了年度销售计划从主观型到理性化的转变。

2、实现了数字化、制度化、流程化等等基础性营销管理。不仅量化了全年的销售目标，而且还通过销售目标的合理分解，并细化到人员和月度，为每月营销企划方案的制定做了技术性的支撑。

3、整合了企业的营销组合策略，通过年度销售计划，确定了新的一年营销执行的模式和手段，为市场的有效拓展提供了策略支持。

4、吹响了\"铁鹰\"团队打造的号角，通过年度销售计划的拟订，确定了\"铁鹰\"打造计划，为优秀营销团队的快速发展以及创建学习型、顾问型的营销团队打下了一个坚实的基础。

**如何做好营销跟进心得体会如何写六**

工作计划网发布如何做好酒店营销计划，更多如何做好酒店营销计划相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于如何做好酒店营销计划的文章，希望大家能够喜欢！

xx年郡琳酒店在集团公司的正确领导下，围绕年初提出的工作思路和目标，坚持以开拓经营、提升企业服务质量为重点，狠抓经营管理。在全体员工的共同努力下，实现营业收入：.。。。万元(含1-9月份物业收入。。。。万);经营利润：。。。万元(含物业公司1-9月份。。万，全年酒店大型投资。。。万);全面实现了年初集团公司下达的各项目标任务。随着市场竞争的加剧，不断有新酒店的开业，我们也将及时的调整经营思路，力争做“宣汉服务、最宾至如归的酒店”我们将不断总结xx工作的成败，为xx年经营和管理打好坚实的基础。

一、加强教育培训，强化员工队伍素质

经过三年多的运作，郡琳酒店已基本步入了成熟的发展道路。为了更好地努力打造服务品牌，进一步树立“一切以宾客为中心”的服务理念。全年酒店以文明规范活动为突破口，以“培训是酒店永垣的主题”、“质量是酒店产品的生命”“安全才是酒店的最终效益”为切入口，先后采取“请进来，走出去”的方法，狠抓酒店员工的培训教育，强化员工队伍素质，不断提高服务水准，根据酒店实际情况，结合有关火灾、治安事件、食品安全等案例，落实酒店、部门、班组三级安全生产培训教育。参加培训人次占酒店总人数95%以上，使员工真正掌握安全工作的“三懂三会”和应急预案的处置方法。为提高企业的管理水平，提高队伍的整体素质起到了积极的作用。

二、加强市场营销，不断调整客源结构

为从长远出发，酒店认真做好在经营销售中谱好经济增长和持续发展的平衡乐章;做好均衡价格、调整客源结构的文章，致力对新客户的开发，保持客源群体的稳定和扩大。并做好以下几方面工作：

1、做好旺季的合理预定，限度地提高销售额。

2、落实协议单位的回访制度。酒店根据每月销售报表的排行，设计了客户回访表，有针对性地选择协议单位进行回访。通过回访拉近了与客户之间的情感距离，有效地推动了销售业绩的提升。

3、认真做好上门散客的销售工作。实践证明，随着市场竞争的加剧，客人选择酒店余地增多，要提高酒店“营销竞争力”，首先应革新观念，及时调整经营策略和政策，优化和设计自身产品，使策略求新多变，经营政策按不同季节，不断灵活推陈出新，才能在严峻形势下继续保持较高水平。

三、细化服务措施，提高宾客满意度

服务质量的`好坏，直接关系到酒店的声誉和经济效益。为此，我们提出了服务工作要向细化、优化方向发展，不断强化服务意识，进一步提高宾客的满意度。为了更好地引导服务人员，正确树立酒店意识、服务理念，以客人的满意作为衡量我们工作的标准。我们从树立窗口形象入手，提高商务接待水平。例如：总台员工以“工作在我手中，服务在我心中”为宗旨;以特有的甜美微笑，问候、接待每一位客人;以“首问责任制”，解决客人提出的所有问题;以“关心、爱心、放心、细心、诚心”的优质服务，赢得“回头客”。呈现出争先创优，爱岗敬业的行业新风;为提升酒店的服务和管理水平,我们在抓好标准化管理和规范化服务的同时，进一步体现服务的细微、细节之处。要求员工在客人开口之前，善于通过观察把握服务时机，了解客人喜好，为客人提供超前卓越的个性化服务。例如：每当客人到店时，我们的服务员主动热情地与客人交流，以掌握更为详细的资料，便于向客人提供有针对性的服务。当有怀抱婴儿的客人入住时，无论总台还是楼层服务员看见都会主动询问是否需增加婴儿床。入住客人过生日时，服务员就会主动送上一份水果，一份衷心祝福。有的长住客人每次入住后，服务员都会记住他的生活习惯，及时为他提供服务。正是有了这些细致而又充满人性化、个性化的服务，却让客人感受到酒店提供的硬件与软件服务自然得体，使身处外地的客人感受到“家”的温暖。

**如何做好营销跟进心得体会如何写七**

一定要让别人知道图片里想表达的是什么，让人们一眼就可以看出这张图片里传达的信息。因此利用不同角度全方位展示产品。图片色彩要鲜明，光线柔和清晰，角度要合适，同时还要注意产品的摆放方式，在上传图片的时候还要打上公司的lgog，突显自己的风格，这样才能从众多同类风格中脱颖而出，形成推广的优势。如果风格没有市场差异化，没有自我特色，一旦竞争对手展开价格战，就会处于尴尬的局面，最终面临失败。

**如何做好营销跟进心得体会如何写八**

我们的课改又坚持了近一个月，我感到自己和孩子们都有了一定的适应。但是我总觉得自己的课上的不是那么得心应手。经过反思，我发现，我的问题主要参在于：第一，有时候还会忘记时间，讲得过多，而忽视了孩子们的自主。第二，现在的课堂我感到太没有艺术性。有的时候忽视了导入的环节。使课堂精练的只剩下讨论，讲解，讨论，再展示;课本——导学案——课本——导学案。我感觉课堂的丰富性下降了，趣味性变低了。我一时间感到很苦恼。

待到听了袁学超老师的课后，我有些明了了。我找到了自己很大的差距，每一次袁老师做示范课，都会让我震惊，这次他大胆的将课堂教给学生，自己完全退居了讲台之后，让我又一次感叹他的魅力，自愧不如。

他的学生有数个小组逐一上台充当老师，孩子们的表达之清楚思路之清晰让我惊讶，他们不像初三的孩子，感觉成熟干练。就如老师一样是那么的有范儿，这让我觉得冰冻三尺非一日之寒。我觉得若想让我们的孩子彻底得到锻炼，必须长期的进行这样的培养。袁老师一直很注重对于孩子的学习，习惯的培养，他的学生才会这么棒。我感觉我的掌控能力还不够。所以，我还不敢完全的让学生去代替老师。但今后我也会勇敢的尝试一些这样的新方法，就如袁老师所说，把课堂还给学生才是课改的基础。而且，袁老师也向我们介绍了他教学的一些“秘籍”——他几乎从不改作业，但是成绩却一直名列前茅。他告诉我们：一定要从以下方面对孩子的习惯常抓不懈。

1做题要求：单选完形一定要填入答案，这样能够让学生对文章有个整体的概念;2阅读要在原文中画出来，找到依据，标上题号;3看资料上的讲解：做题不能忽视旁边知识点的讲解，要圈圈点点，总结出重点，将自己的理解写在旁边;4订错要订具体原因，不能少于20个词;5对组长的培训，组长要有责任心，认真检查订错作业等，对不负责的组长也要进行“株连”;6鼓励大家多问问题，配以奖惩措施，但要注意杜绝为了恶意加分而提问;7不放弃任何一个孩子，尤其是薄弱生;8鼓励尖子生自己找合适的作业做(即放作业);9培养好课代表，并且学期末要进行评价。

所以我感到我的课改问题还是非常多的。这学期，我想，要想让我自己的课有质的飞跃，就一定得多听课，学习;其次，我也打算进一步提高自己的口语，这样，既是对自己的提高，也能使孩子们得到锻炼。还有，我一直都很郁闷的是在听课我总不能一针见血的发现问题，所以我也想再听课时的评课方面有大的提高。我会多看书，多向老师们学习，所以我还有很多很多需要提高的地方。

通过进行课改，我找到了自己很多的薄弱环节。虽然现在我欠缺的还有很多，但我相信：只要我能坚持努力下去，我会早日完善我的缺陷与差距，将课改进行的有起色。

总之，现在，我懂得了：课改和课堂艺术性是相辅相成的，是不矛盾的。很多课改的科学我还没有参透。但是我会进一步努力加油，将课改进行到底的!!

**如何做好营销跟进心得体会如何写九**

“口碑效应”是为提高消费者对产品的良好口碑而进行的传播法则，品牌口碑一方面取决于消费者在消费过程获得的满足感、荣誉感而形成对外逐步递增的口头宣传效应，另一方面就是由于市场教育让其不自觉地形成了一种良性舆论的氛围，增加消费者对于产品的好感。一般来说，消费者的口碑满意往往取决于同类产品的对比、他人的评价、附加增加，这些都是需要在网络营销当中去充分营造的，通过营销主题的传播，影响消费者的购买与评价决策。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！