# 精选市场营销调查心得范本

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-12-04

*精选市场营销调查心得范本一概念营销是以某种有形或无形的产品为依托，借助现代传媒技术，将一种新的消费概念向消费者宣传推广，赋予企业或产品以丰富的想象内涵或特定的品位和社会定位，从而引起消费者的关注与认同，并最终唤起消费者对新产品需求的一种营销...*

**精选市场营销调查心得范本一**

概念营销是以某种有形或无形的产品为依托，借助现代传媒技术，将一种新的消费概念向消费者宣传推广，赋予企业或产品以丰富的想象内涵或特定的品位和社会定位，从而引起消费者的关注与认同，并最终唤起消费者对新产品需求的一种营销策略。

做为家装行业，如何从设计、施工、材料等方面进行概念的挖掘，就应顺应消费者需求变化趋势，推出新的消费概念，借助大众宣传媒介的大力宣传推广，使消费者最终理解这种消费概念，产生购买欲望。

1、设计

提出新的设计概念，注入新的设计原素，那么这些新概念和原素的来原就应那里得到呢？这需要设计师和市场策划人员共同去挖掘。关注国际、国内以及行业龙头企业的设计动态，进行提练。

2、施工

业主对施工的过程十分关注，如何实现业主对全过程的监控，实现放心家装。这十分值得企业思考，对过程的必要记录，有助于企业树立品牌形象以及实现销售的增长。如何记录这个消费的过程，能够采取照片的形式，也能够采取短片录制的方法。对过程的管理实现了监控，那么业主还关心另一个问题，就是工人素质，这是施工结果的重要保障。如何对公司优秀工人的宣传，这已经不是工个自己的问题，做为装饰公司，就应对自己的工人进行必要的包装和宣传，举行一些技艺比赛等项目，对工人技能的展示、宣传，提高业主对公司的信任度。

3、材料

大的装饰公司，必须具有较强的资源整合实力，如何对众多的材料商进行整合，这关系到企业装修成本和质量。企业在这个方面，要想办法放大对材料的整合潜力。企业所使用材料的可靠性。企业要对材料商的招标过程进行包装宣传，最好能让材料商做公开的支持承诺，以公司的实力和信誉。但同时也要保证材料商的合理利润，以求共益，保证长期发展。

4、环保

就目前的市场而言，环保是消费者十分关心的一个方面，但前期已经有过这方面的推广，如果想在这方面进行挖掘，务必向纵深思考，挖掘出环保资料里的核心部分，进行包装。要具有必须的前瞻性和可操作性。前瞻性保证了消费概念的先进性和理念性的拔高，能使消费者产生一种心理期盼，有利于消费者认可甚至理解，并进一步采取购买行为。还要有必须的经济性，经济性就是要有相当大的目标顾客群和适当的产品成本，这为企业的利润带给保障。

最后，进行概念营销，要求企业所提倡的消费概念要做到新、美、善。

二、服务营销

一个已经发展多年的装饰公司，必定有很多的老客户，同时也应对更多的新客户。如何做好客户服务，关系企业的站将来。

服务包括三个阶段，主要包括售前的服务、售中服务、售后服务三个阶段。

第一个阶段的服务主要是营销的资料，促成签单。第二个阶段是售中服务，也就是在施工状态，服务的目的是为了顺利的将产品进行展示。保证施工质量，同时还要对过程中出现的问题进行及时有效的处理，以提高客户的满意度。第三个阶段是售后服务，这一阶段的服务大部分企业做的并不是很好，但其重要性确是十分值得重视的。不仅仅是对老客户的关心，更是开发新客户的最好途径。宣传公司服务理念的，提升公司在客户心中的形象。

三、体验营销

体验营销在装饰公司的应用，主要体此刻以下几个方面：

1、样板房

样板房是最普遍的一种体验营销方法，但是准备不充分就会适得其反。如何才能起到好的做用，又不至于因为设计风格的原因影响了销售。推荐在设计施工过程中要求高标准，在颜色搭配和风格上要有新思想，现场要有对设计思路的解说。对风格的描述，加入知识营销的资料。

2、工地参观

工地是装饰企业的车间，做好对车间的包装宣传，有利于大众对企业的现场管理，增强大众对企业的了解和信任度。了解企业规范严格的现场操作及管理，定期向大众公布企业的优秀施工现场，以大众媒体的形式邀请客户参观工地，做好工地营销。

3、材料展示

很多消费者对企业全包及半包所使用的材料都有必须的怀疑，如何打消这些疑虑，企业只有向消费者带给全过程的材料配送和验收，以及施工现场使用状况。再配套老客户的评论，十分有利于企业形象的提升，扩大企业的影响力。要到达材料体验营销的目的，不只是在材料展厅的宣传，更就应深入到施工现场，增强可信度。

四、情感营销

中国是一个情感浓厚的国家，人们十分注重情感，如何将情感营销引入装饰公司，其实是需要公司投入相当的感情，这就要求公司的每一位员工都把顾客当成朋友，把每一个单子都当成自己的家。

那么如何进行营销、包装，这需要我们的策划人员深入市场，了解市场。最终能够找到亮点，要实现情感营销的目的，企业务必负起自己的社会职责，“用心”去做好每一个工程，服务好每一位客户。要给客户实实在在的优惠，让顾客体会到企业的情感和优质服务。

企业能够做一些情感活动，将企业的情感营销表达出来，实现情感营销的目的，为创造幸福的家而努力。我们装修的是一种幸福感，是一种温馨感和节奏感。倡导的是一种人与房子的和谐相处。

五、知识营销

企业在这方面的功能是务必的，而且是容易实现的。装饰公司不只是为顾客装饰装修房子，而且要传授给顾客必须的装修知识与理念，定期举办装修课堂，把装修大学向社会推广，而且不能太商业化，无形中去提高企业的形象。不论是户形解析也好，还是装修明白讲座，都就应全心全意的为客房着想，如此以来，客户才会相信企业，让企业赚取合理的利润。

六、差异化营销

差异化营销是十分重要，而且操作也难度比较大的营销模式，要想找到自己与别人的不同是很难的，但这种差异化事实是存在的，这要求我们的市场营销人员用心去挖掘，深入市场去体会，否则是无法寻找到自己的优势，寻找到与别人不同的地方。做为一个家装企业，无论你是打设计还是打施工，这都体现不出你的差异化，只能说明你在这个环节上比较有优势，但别人很快就能够去模仿，去超越你，无法持续长久的竞争优势，体现不出企业的差异化。

如何才能在设计，施工或是材料上寻找差异化，这是有必须难度的工作。大家都在搞设计，大家都有很强的设计团队，都有优秀的设计师，唯一不同的就是每个公司的设计理念是不同的，这可能也是我们寻找差异化的一个重要方向。就1234公司目前的状况而言，为生活而设计没有错，但还不够接近生活，比如我们一个设计师以前说的，我们所设计的、创造的是一种幸福感，为追求营造幸福、和谐的生活而设计，这样的理念就是对我们现有的设计理念进行深入的解析。就是分析这其中的细节。

对于施工的差异化，我们追求的也是细节的完美，对施工的每一个细节进行剖析，寻找我们的强项，进行包装宣传。无论是进驻小区活动还是广场活动，仅仅对设计师及其效果图的展示已经远远不够，无法适应客户的需求，对施工现场的展示更能引起客户的注意，更能给客户带来收益，了解到核心资料。因为设计师只是产品研发人员，施工现场是车间，是出产品的地方，这决定了产品的核心品质。

除了对施工工艺本身的展示以外，对工人宣传以及对施工管理过程的每一个细节的包装宣传都十分重要，只有这样才能解除客户的疑虑。

七、如何做好上述各种营销模式

每一种营销不是孤立的，在实际的操作过程当中，企业务必把各种营销模式进行整合，合理的确定每一次项营销活动的重点项目，重点不是一个，而是一个组合，就目前本公司活动对设计师和效果图的展示已经过于单调，不能引起客户足够的关注。

1、环节控制

每一项营销活动，每一项活动的每一个五一节都要100%的努力，要求争取完美，虽然不可能，但努力是务必的。因为只有努力的做好每一件事，我们每一个活动才能接近完美，员工要努力，组织者更要努力，因为组织者的半点不努力，就会造成几倍的反面影响，员工个人不努力，影响的只是他个人，对同事的影响毕竟是有限的。所以组织者务必对每一个环节尽心尽力的去做。公司本身也要全力的支持，比如做为本地的龙头公司，要体现的是我们的实力，小公司做不到的，我们要做到，比如进小区活动，一万两万的进场费小公司能够出，但是十几万的包场费出不起。大公司能够做到，因为大公司有很强的资源整合潜力，就目前的情而言，可操作的楼盘数量本身就有献，大公司务必全力的去对每一个目标楼盘进行营销，保证原始资本的积累，为以后的发展奠定基础。

2、配套服务

所有的活动，要求公司所有的部分都了解，并力所能及，全力支持，不能因为个别部门的不作为而影响了整个活动计划。活动必然要有花费，企业务必对每个活动提出要求，并给予相应的资金支持，以保障活动的有序开展。对于每一个楼盘的操作，公司务必有自己的目标，根据目标做投资预算。比如某个小区，准备完成500万的销售，那么本小区的投资按规定如果是3%，那么就应是15万的投资。也许只有50%的可能，但企业也就应做，只有这样才能保证目标的实现。

3、人员调配

人员调配有几个方面的要求：

首先，就是要确定人数，安排好时间。其次要求针对性的培训。要求所有参与营销的工作人员了解楼盘的每一个户型及价位，以及对周边环境的了解。最后就是具体的实施，为了保证活动高质量的完成，务必有负责人对现场进行管理协调。

4、活动现场布置

现场布置十分重要，这不仅仅仅是一个帐篷，几张桌子的问题。要对现场布置的进行详细的规划，每一个细节都要注意，对于一个家装公司而言，就目前的状况，现场布置有些东西是绝对不能缺少的。那里列出一些主要的元素：

户型图如果是广场活动，要对目前正在交付的和近期要交付的楼盘户型进行整理，并装订成册。如果是小区活动，要对小区的每一种户型，按照不同的风格进行设计，而且每一个户型设计方案不得少于三种。）

作品集推荐公司定期将设计的作品进行分级，并出效果图，分区、分格调进行装订。在量和质上都到达一个高度，一方面进行展示，一方面是公司的资源收集。

工艺标准图示对水、电、墙体处理、顶、墙地砖等各个细节进行展示，展示的是公司的标准和规范。务必要加文字说明

材料展示为了方便客户了解公司，在一些大型的活动时，有必要对一些材料进行展示，一方面证明公司所用材料的质量，另一方面体现公司的实力。

管理展示以恰当的方法展示公司的管理，体现公司的规范和管理的科学以及管理的先进理念。

工人队伍展示因为只有高素质的工人队伍，才会有高品质的施工质量，工人是设计理念的实现者，是精美工艺的铸造者。

销售服务展示售前、售中、售后连续的服务。服务理念及实施十分重要，1234公司十年到此刻，已经服务过十分多的客户，有没有每年都去回访，持续了良好的关系，十年后的这天，1234已经有很多老客户买了新的房子，准备新的装修工程，还是否会选1234，这就要看1234的售后服务。因为十年后的这天，老客户的消费已经成为公司业务的重要组成部分。

十一、整体营销

整体营销需要把各种营销模式进行整合，就是把设计、施工、材料、工人、服务、管理进行整合，进行整体营销，单纯的去对设计或是施工，或是材料进行包装，已经无法满足客户的需要，因为客户需要的是一个性价比较高的产品，要的是综合品质。小公司无法实现整体营销的模式，因为整体营销需要较大的投资以较强的社会影响力。

十二、对活动的组织推荐

现场活动不只要对场地布置有较高的要求，而且在人员配备比例以及对活动资料针对培训方面做足够的准备。在整体营销模式的支持下，现场人员配备以设计师或施工技术人员为主、材料解说、营销人员为为辅。实际状况能够根据活动的要求进行调整。

**精选市场营销调查心得范本二**

做到“走在前面，面对才能”。市场变化像电子更新周期那样快，一步小心就被新产品给替换。如果我们不学习，不接受新知识，不自我审视，那么就会被新环境下的市场所替换。所以我们在自我认识上要跟着时代步伐走，甚至要超越时代的步伐，只有在自我认识的基础上明白我做什么。为什么而做，要怎么做才能做到最好，而这些认识必须体现到工作中去，在每一个店面里，我们面对经销商，面对营业员，面对消费者，必须在自我认识清楚的条件下，去满足他们及他们的的需求，才能解决问题，才能提高业绩，提高自己。

做到“四心”。哲人说:“你的心态就是你真正的主人”。伟人说：“要么你去驾驭生命，要么是生命驾驭你。你的心态决定谁是坐骑，谁是骑师”。所以心态的层次高度决定了命运发展的方向。在工作中面对自己，我们必须拥有一颗乐于工作和解决问题的心;面对经销商，我们必须拥有一颗乐于协助开展市场工作的心;面对店员，我们必须拥有一颗善于引导和培养的耐心;面对消费者，我们必须拥有一颗不厌其烦的心。

做到“把握重点，产生销售”。记得有这么一个故事说：“一天一位女士到店里买鞋，在试穿了很多双以后还是不满意，其服务店员发现该女士的一只脚比另一只脚大，于是就对该女士说，你的一只脚比另外一只脚大些，因而穿起来不是很舒服，所以......没等店员说完话，该女士就走了。同样，该女士进了另外一家鞋店，在同样的问题下，服务店员对该女士说，你的一只脚比另外一只脚要小些，可能穿起来会有感不适。随后该女士在这家店买走了两双鞋子。这个故事告诉我们，只有把话说到点子上了，成功销售的机会才会更大。这就要求我们必须不停的在工作中去学习，去锻炼口才，掌握与人打交道的方法。只有在积累了的技巧的基础上，我们才能在每一次工作中面对经销商，店员，消费者圆满的实现营销价值。

在市场中，我们的品牌在某些地方由于跟经销商合作原因致使被排挤，失掉优势，使得公司直营后一时半会无法赢得市常所以这就得要求我们在该地区多考虑，多下功夫，把市场做活起来。怎样做好市场，我们必须做好客观市场调查，市场分析，利用市场策略，改变现有促销手段，通过对店址，门面，装潢，图像效果，背景音乐，公关广告手段带活市常例如需要这些方法的市场有福泉等。

“极度推崇5s理论”。销售导购的5s，就是微笑(smile)、迅速(s peed)、诚恳(sincerity)、灵巧(smart)、研究(study)。

5s的具体内容

1、微笑(smile)、

微笑是指适度的笑容，微笑可体现感谢的心与心灵上的宽容，表现开朗、健康和体贴，导购员要对顾客有体贴的心，才有可能发出出自内心的真正的微笑。

2、迅速(s peed)

迅速是指动作快速，在此有两层含义：①指物理上的速度，工作时要做的每件事都应尽量地快些，不要让顾客久等;②“演出”上的速度，导购员诚意十足的动作会引起顾客的满足感，使他们相应地也不觉得等待的时间过长。不让顾客等待是服务好环的重要衡量标准。

3、诚恳(sincerity)

诚恳是以真诚、不虚伪的态度努力地认真工作，这是导购员的基本原则。导购员如果心中怀有尽心尽力地为顾客服务的诚意，顾客一定能体会得到。

4、灵巧(smart)

灵巧是指“精明、整洁、利落”，以干净利落的方式来接待顾客，即是所谓灵巧的服务。导购员要做到以灵活、敏捷的动作来包装商品，以优雅、巧妙的工作态度来获得顾客的信赖。

5、研究(study)

研究是指平时努力认真地研究顾客的购物心理、销售服务技巧，以及学习商品专业知识，不仅能有效地提高接待顾客的能力，而且能卓有成效地提高销售业绩。

导购员在销售过程中坚持 5s原则，不但使顾客感到满意，而且使导购员得到成长，同时使企业也势必获得了利润，而所谓的5s原则的三赢作用(客户、自己、企业)。

5s企业内员工的理想，莫过于想拥有良好的工作环境，和谐融洽的管理气氛。5s管理籍造就安全、舒适、明亮的工作环境，提升员工真、善、美的品质，从而塑造企业良好的形象，赢得良好正面的社会形象，得到客户的认同实现共同的梦想。

个人的成就离不开一个有智有谋敢战敢拼的团队。所以要彰显个人价值，首先我们要对我们这个团队报有绝对信心，再者能为团队作战贡献个人力量，最后能和团队一路走下去。当回过头来，我们会发现自己和团队紧密联系在一起时，价值就体现出来了。所以个人价值不是自我感觉，而是团队是通过是否离得开你、是否需要你等标志来衡量的。所以我自己一定或者无条件融入这支拥生命力的团队中去，创作自己和团队的辉煌。

新年新气象，龙年或许更是一个丰收年，我相信在这一年里，只要我们跟着公司营销战略走，结合自己的计划，紧紧围绕并团结在以颜总为核心领导层，务实工作在各部门领导下，踏实智慧工作在自己的岗位中，一定能龙腾虎跃。

**精选市场营销调查心得范本三**

市场部主要负责中心商务、产品销售、市场调查、市场开发市场渗透、反馈客户情况、采购信息提供、采购活动实施供应商管理等工作。

一、负责市场推广、宣传。

1、在公司发展战略规划的指导下，制定产品的市场推广计划和宣传计划及工程项目的推广计划，积极在\_x区各个单位推广信息化建设解决方案;

2、积极开拓市场，并加强市场渗透，运用各种有效促销方式或商务手段，确保市场的占有率。

3、制定市场宣传策略，监督广告投放，实施媒体传播计划，制定并实施活动方案。负责商品广告的费用预算，主持制作、策划、委托设计、发布公司产品简介，并对公司广告品等宣传材料进行审查，并及时评估广告效果，并及时做出调整;

4、开展对外与业务和产品相关的宣传、公关活动，及时准确掌握社会公众对公司的意见，并反馈到公司，进而提出对策。

二、负责在区内建立、健全营销网络。

1、负责公司客户资料的建立、保存和分类管理。负责客户情况收集，客户应用情况的调查，协助质量部门进行客户满意度的调查;

2、负责市场调研与市场预测工作，及时掌握市场行情动态、价格趋势，监控竞争对手，对重大市场变动和政策变动情况及时上报公司主管领导，并负责将市场分析情况及销售情况总结提交决策层;

3、负责将市场调研与市场预测结果反馈到相关部门，相互沟通、探讨，并协助研发部对新产品的研制、开发、包装，提供基于行业的定制开发服务需求，以及时限度地满足客户需求;

4、负责客户关系的建立，签定合同，以及合同执行中业务部门或项目组所需要提供的客户方资源协调。

\_x区信息中心市场部\_\_\_\_年利润指标，完成\_x万合同金额，利润完成\_x万。实施目标及计划：

一、区内市场方面：详细调查、了解区内各委、办、局的信息化建设现状，认真了解客户需求，对已经建立局域网等设施的单位了解其应用情况，听取客户意见，建立客户档案;与其他部门合作，针对不同的行业、针对客户单位的不同情况，提出适宜的信息化建设解决方案;与其它部门合作积极推广我们的新技术、新产品;

二、区外市场：整合信息中心已有产品和资源信息，进行同类产品比较、优劣式分析，制定推广计划，推动现有软件产品和工程产品的销售，了解市场动向，向开发部门提出方向性建议;积极和其他it企业建立联系，争取建立优势互补的合作关系，借助他们的渠道销售我们的产品和服务;把握现有的客户，随时跟踪客户对产品的使用情况，做好客户跟踪、反馈工作。

蜜奶茶店就是一个资金投入低，消费人群广，回收成本快，并且门面十分好找的创业项目，一般除了人工和日常开销外，蜜奶茶加盟店经营管理不用太多的周转金，十分适合小本自主创业。一般一家蜜奶茶店都能在几个月收回成本，最快的两三个月收回成本，可是蜜奶茶店重要的还是靠的是口味，靠的是经营策略，靠的是独特的蜜奶茶文化。

近两年，蜜奶茶在我国大江南北遍地开花，不论城市大小，不论男女老少，消费水平高低，蜜奶茶称谓日常街头的一个时常显现的亮点，走在繁华的闹市街头，很容易寻找到。手里拿着一杯蜜奶茶，男女青年的身影，口感新鲜、味美。都是现做现卖，由多种可口的原料配成。随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品的质量越来越高。原材料价格一涨再涨。加上一些商家为保证利润，不断降低原料品质，导致此刻蜜奶茶市场一片混乱。蜜奶茶已经成为近一段时间来垃圾食品的代名词，经过我们对消费者的调查了解，真正的原因还是在于蜜奶茶口味的问题。口味不断推陈出新、变化多、构成众多系列，消费者选择广。

此刻我们最大的竞争对手就是学校外的蜜奶茶，我们要从价格上与他们竞争。

由于我们不是加盟别人的店，所以一切东西都要自我亲自采购。由于我们做的是小本生意，所以我们要努力寻找物美价廉的货源。具体使用过程中的注意事项：

1、封口盖必须与杯口直径大小一致，并且购买时要检查一下封口盖，是否有十字花刀，这样能够给顾客带来方便。我们会一大包的卖，这样能够节俭成本。

2、杯子的价格相差不大，质量却相差不少，并且杯子很重要，必须要多跑几家，认真选购。

3、吸管选购的时候要注意用料的厚薄。

1、卫生是第一的。你的东西能够不好吃，可是必须要让人放心。

2、一些学生会问我们有关色素、原料、质量等等方面的为题，我们必须要想好怎样回答。

创业中的挫折是难免的。生意好不免会引起同行的竞争。虽然在短期上，顾客会到他的店里消费，可是顾客是会比较的。他们终究会觉得我们的产品口感要更好些。我们要不断进行创新。

：

1、日常消耗开办一家蜜奶茶店是避免不了其他的日常消耗的，如水电费等。在用上电，我们会采取购置技能电灯泡，这样既环保又节俭。在用水方面，我们也做到了一水多用。水和电尽可能的做到回收利用。

2、货物进出所有工作人员必须用有效凭证来到出纳处报销，此外，由出纳管理财务，会计每日一次对账，店长一星期一次查账。

:

由于主要消费是学生，而此刻的学生又比较早熟，所以，店面风格能够比较中性、温馨和浪漫。至于店面内的设计，则选择室内精美壁纸，营造出一种童趣、浪漫、休闲的环境，同样以花草作为主要装点工具。桌椅以红色为主，能够引起顾客的食欲。

**精选市场营销调查心得范本六**

1、加强和巩固理论知识，发现问题并运用所学知识分析问题和解决问题的能力。

2、锻炼自己的实习工作能力，适应社会能力和自我管理的能力。

3、通过实习接触认识社会，提高社会交往能力，学习优秀员工的优秀品质和敬业精神，培养素质，明确自己的社会责任。

20xx年x月x日——20xx年x月x日

xx农化产品市场

xxxx农用化学品有限责任公司

实习部门：市场营销部

在市场部实习期间，我多学、多看、多听、多想，认真学习各种新鲜知识，并了解公司的运作流程，以及电话营销方式。我也学到了各种调价函的写法，以及与客户谈判的技巧。

我做的事情就是根据店内的实际库存量和平时的销售量向经销商建议定单，并及时的向经销商讲解公司的运动和销售政策，可以使客户在正常的经营状态下不至于产生缺货或断货的现象，避免造成生意上的损失，还可以帮助客户有效地利用空间和资金，不产生货物积存、资金无效占用的缺失。最后，在访问结束后，再次跟订货人员确认一下定单的正确性，然后用手机按照固有的格式向公司发送定货短信，在收到公司的确认回执之后，再核对一下定单的正确性，结束定货。最后，再次很有礼貌的感谢客户，并告诉下次的访问时间。

在中国的农化产品市场日益成熟的今天，面对多个厂家的激烈竞争，越来越需要客户对我们的认可。通过不断的学习专业知识，收取同行业之间的资讯和积累市场经验，现在我对市场有了一个也许的了解，逐渐的可以清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了一定的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。但是自己对于市场的了解还是不够深入，对专业知识掌握的还是不够充分，对一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的办法，在与客户的沟通过程中，缺乏经验。

几天的实习使我对销售有了一定的了解，掌握了一些基本的销售技巧：

1、良好的服务态度是销售成功进行的前提

做为一个销售行业，我们的目的就是把东西卖出去以换取利润，客户就是上帝良好的服务态度是必须的，要想获得更多的利润就必须提高销售量。这就要求我们想客户之所想，急客户之所急，提高服务质量语言要礼貌文明，待客要热情周到，要尽可能满足客户的要求。

2、沟通技术的应用

（1）通过客户需求调查，触及客户的购买问题。客户的问题才是客户的需求之母，需求是客户自己对问题的解决要求，很多问题是需要营业员发掘出来展示给客户的；

（2）了解客户购买心理，通过对客户问题原因专业化的表达，使客户产生信任；既而进一步表述出客户问题所引发的不良性后果，使客户产生强烈关注，最终造成客户的购买兴趣；

（3）掌握对从众型客户的沟通制约，即提前说出客户要说的话，以此制约客户的潜在思维方向，让销售朝对卖方有利的方向发展；

（4）应对主动提问的客户时，要合理运用先去评价一下客户问题，然后寻找客户提问原因，再找一个“垫子”引导客户说出其真实需求的方法。

在实习过程中我也遇到各种不同的客户，他们会用各种各样的态度来对待你，这就要求你有很强的应变能力。实习中不仅要面对客户，还要搞好和同事与上级的关系，要自己自动自觉的去做事，才能得到大家的肯定。

一个多月来，我在公司部门领导和同事们的热心帮助及关爱下取得了一定的进步，综合看来，我觉得自己还有以下的不足之处：

1、思想上个人主义较强，随意性较大；

2、有时候办事不够干练；

3、工作主动性发挥的还是不够，对工作的预见性和创造性不够；

4、业务知识方面特别是与客户接触沟通方面没有足够的经验，所掌握的沟通技巧还不够扎实等等。

由于公司规模较小，正处于发展阶段，我也发现了公司存在的一些问题如：员工管理上较为混乱，职责不够明确，公司没有一个有效地激励机制，造成一些员工的工作积极性和效率不高。工作公司产品库存繁杂，很多配件没有明确的数据，更没有销售预测和较为合理的库存管理，这也造成大量的产品积压和库存成本，由于产品更新较快，一些产品甚至积压后成为淘汰品，造成大量的资金浪费，公司应该在库存管理方面，应该用较为明确合理的库存管理，精确记录每件产品和配件，包括产品的品种、数量和日期，形成完整的库存现状，这也省去繁杂的人工作业，节省人力，提高效率，也降低库存风险和库存成本。

在短短一个多月的实习中，确实让自己成长了许多。在实习期间，我学到了许多东西，遇到了一些困难，也看到了自己本身存在着许多问题。虽然开始认为电脑的组装和销售不是一个太难的职业，但是亲临其境才意识到自己能力的欠缺和知识的匮乏。实习期间，我拓宽了视野，增长了见识，也体验到社会竞争的残酷。

实习，是大学生活的结束，也是自己步入社会努力工作的开始。实习是我步入社会的前奏，教会我怎么待人接物，如何处理各种事情。虽然在短短的一个多月里看到的只能是工作的一个侧面，学习的只能是一些初步的方法，但这些对于我是非常重要的。这次实习告诉我，我还需要努力努力再努力，规划好自己的蓝图。在这短暂的实习期间，我深深感到了自己的不足，专业理论知识和实践应用上的差距。在以后的工作学习中，我会更加努力，取长补短，虚心求教，不断提升自我，在社会上贡献出自己的一份力量。将来无论在什么岗位上，都会努力上进，都会做一个对自己，对工作负责任的人！

**精选市场营销调查心得范本七**

转眼一年又过去了，对于本人来说，又积累了一年的经验。在这短暂的一年中，由于领导，各位同事以及其他部门的协助，圆满地完成了自己的本职工作，使本人在组织协调能力等方面有了更深层次的认识与提高。总结过去，展望未来，现将20\_\_年工作简要总结如下：

一、主要工作

综合营销部是在适应公司快速发展的过程中诞生的，它包含了之前的市场部、编辑部、推广部、车源采编等部门。综合营销部相对于线上业务和寄卖中心来说，是一个比较繁杂的部门。主要的工作包括：

(1)市场：市场的主要工作是地面的推广，是目前宣传最直接的部门;

(2)编辑：主要是网站内容的更新，保证网站新闻的及时性;

(3)推广：采用各种推广方式进行推广，常规性线上线下媒体、合作方活动联系筹备洽谈、关键词的统筹，网站数据的分析等等;

(4)车源采编：主要是为业务部门提供车源信息，是一个基础而又重要的部分。

二、20\_\_年工作规划

\_\_电视台有一句名言：相信品牌的力量。的确，品牌是一种力量，正如中央电视台对这句话的诠释：品牌的力量，让我们前行，让我们起飞，让我们辉煌，成就我们的梦想。明年还要继续加大对品牌的推广，在继续推广品牌的同时，综合营销部在新的一年里，还将有重大的改变和调整：

(1)推广将向拓展思路，抓住用户，灵活运用客户资源推广品牌方向转变;

(2)如何实现实现自驾游客户和线上资源客户的相互转换;

(3)如何对现有资源和媒介资源的整合，实现资源的相互共享相互利用;

(4)财富徽商俱乐部车友会要进一步发展壮大，要将这个车友会打造成一个让车友有成就感和归属感的车友会。

三、回首20\_\_，展望20\_\_

在恪守以往取得的成绩和好的工作方法外，争取在20\_\_年能改善去年的不足，使工作再上一个新的台阶。不管如何，我们的工作都离不开领导的悉心关怀和指导及各位同仁的大力支持和配合。对过去取得的成绩，将不骄不躁，脚踏实地一步一个脚印走下去，对过去的不足，将不懈的努力争取做到最好。我们将会用行动来证明我们的努力，我们更加清楚获取不是靠辉煌的方式，而是靠不断的努力。20\_\_年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我们将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做得更好。为了公司的发展壮大，让我们携手合作，创造出辉煌的明天!

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！