# 如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)(6篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2025-04-27

*如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)一1、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潜力。2、锻炼自己的实习工作潜力，适应社会潜力和自我管理的潜力。3、透过实习接触认识社会，提高社会交往潜力，学习优秀员工的优秀品质和敬...*

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)一**

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潜力。

2、锻炼自己的实习工作潜力，适应社会潜力和自我管理的潜力。

3、透过实习接触认识社会，提高社会交往潜力，学习优秀员工的优秀品质和敬业精神，培养素质，明确自己的社会职责。

：xxx

：xx农化产品市场

xx农用化学品有限职责公司

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推荐定单，并及时的向经销商讲解公司的运动和销售政策，能够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，还能够帮忙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信息，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这天，应对多个厂家的激烈竞争，越来越需要客户对我们的认可。透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，此刻我对市场有了一个也许的了解，逐渐的能够清晰。流利的应对客户所提到的各种问题，对市场的认识也有了必须的掌握。

在不断的学习专业知识和积累经验的同时，自己的潜力，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，在与客户的沟透过程中，缺乏经验。

几天的实习使我对销售有了必须的了解，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务必的，要想获得更多的利润就务必提高销售量。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礼貌，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）透过客户需求调查，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，透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潜力。实习中不仅仅要应对客户，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忙及关爱下取得了必须的进步，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、业务知识方面个性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用心性和效率不高。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，这也造成超多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，造成超多的资金浪费，公司就应在库存管理方面，就应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，构成完整的库存现状，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潜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，教会我怎样待人接物，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，但这些对于我是十分重要的。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，对工作负职责的人！

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)二**

公司设置专门机构负责新产品的市场销售策划方案调研、开发、制定营销策略、销售方案，用市场销售方案经济观念全面打造白酒第一终端网络。配备市场销售方案管理和财务人员，打破传统的用人机制，从社会上招聘若干名业务精英。确定区域市场销售方案业务代表、业务主管、业务主任、业务经理，组成专业的营销团队，建立重点市场销售方案销售分队，对客户实行专人管理，对单品实行承包销售，在新产品上市前完成营销团队的组合。

由于老产品的价格透明、结构老化，难以满足消费者的需求，也难以支撑高昂的营销费用，产品无法形成市场销售方案优势，因此，需要开发组合产品。

1、按白酒的香型来开发，力求产品个性化明显，使其成为主打品牌。

2、按白酒的度酒开发产品，形成高中低度系列产品。

3、有针对性的开发产品，在销售过程中不断进行市场销售方案调查，跟进产品，达到产品结构的最佳组合。

4、按市场销售方案价格来开发产品，建立合理的产品价格体系。

对原有的经销商网络进行有效的整合，先帮助原有的经销商进行助销，掌握第一手资料，摸清市场销售方案底细。为下一步营销工作打好基础。新产品上市工作可按下列销售方案策划步骤向市场销售方案推进。

1、确立主攻市场销售方案，建立可行的县级目标市场销售策划方案，制定市场销售方案开发规划。销售人员直接为一级商服务，由一级商对业务人员进行考核，在销售区域市场销售方案选择信誉良好的酒店、商超、商店，对产品进行全面集中铺市。打造样板市场销售方案，力争市场销售方案的铺货率达到80%以上。通过一个月的铺市后，强化和筛选客户，确定一、二级客户，建立和完善客户的档案。

2、对一级经销商管理的下线客户由业务人员协助管理，实行一、二级客户供货卡管理制度；对一、二级客户印制并发放供货卡。目的是掌握与控制市场销售策划方案货物流向，有效的控制市场销售方案砸价、窜货，彻底杜绝假货的出现。

3、对一、二级经销商的奖励政策进行合理的区分，保护一级经销商，扶植和支持二级客户。视业绩大小奖励二级客户。

4、对客户采取晋级管理的办法。当二级客户业绩达到或超过一级经销商时，二级客户可以直接晋升为一级经销商，享受的待遇随之变化。最终形成强大的、具有拓展能力的销售一、二级网络。

1、配置送货车辆，制作车体形象广告。

2、业务人员统一服装、名片，佩带胸卡。

3、任命业务代表、业务主管、业务主任、业务经理。

4、公司可以掌控的资源统一调度，统一管理。

（一）产品利润分配销售策划方案

合理的分配各个环节的利益关系，做到资源的最大利用，对此，将按照产品价格的空间关系予以层层分配。

1、制定统一的市场销售策划方案销售价，包括酒店价、商超价、零售店价等，合理分配利润空间，按月返利和年奖励两种形式对经销商进行嘉奖。

2、销售产品进行的有机组合，制定单品的市场销售方案操作办法。

3、对于阶段性的促销活动按出货的总量设置奖励标准。

4、随着市场销售方案逐步成熟，各个环节上的费用相应的予以减少或者取消。

（二）销售策划方案营销费用的管理；

1、对销售产品采用费用包干的办法，公司承担业务人员的基本工资、出差费用、电话费用等。

2、车辆费用、办公费用、库房费用。

3、业务人员的待遇采取底薪+提成+奖励的办法予以发放，基本任务保基本工资，业务提成上不封顶。

4、易拉宝、招贴画、公益性广告等宣传费用。

5、铺市阶段的宣传和造势活动以及阶段性的销售活动产生的费用。

（三）销售策划方案直销工作的步骤；

1、计直销操作办法（一品一策）；

2、公开招聘业务人员，进行短期培训，安排具体岗位；

3、制定直销产品上市造势活动方案；

通过直销运营可以有效的对市场销售策划方案进行掌控，对市场销售方案的进行不断的补充和完善，达到太白酒网络的扁平化，为运作大市场销售方案打下坚实的基础。

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)三**

这个学期开设了国际市场营销的课程，跟以前所有开设的课程有很大的区别，这门课程的灵活性很强，充分发挥自己的潜力；在学习的过程当中可以学到很多东西。尤其是可以让我们学会怎样运用课本的知识进行营销，怎样运用发散性思维。

此次的实训以班级为主体，以小组为单位而开展的一次综合的实践，老师也给予我们足够的空间让我们完成此次的实训，这让我觉得压力减轻很多。

实训开始的三天我们进行了软件的模拟。进行这个软件模拟是以2到3个人为一组，组合成一个公司。然后对于这个公司进行模拟经营。我们小组的公司名是s.h.o.w，我们小组模拟经营的电话机的介绍是ucallicall。一开始的时候我们要对我们的市场进行选择，要抉择我们要进入的市场，对于这一点，我和我的partner想了很久，在网上查找了打量的资料，最后我们选择了华东地区。我们选择华东地区的原因是我们觉得华东地区是很有市场潜力的。

当我们做完市场选择以后我们就要开始进行市场调研，做这次的市场调研我们想了很久，因为每一次的市场调研就意味着我们要用大笔费用。对于我们公司而言降低成本很重要，所以我们考虑了很久，同时我们也利用了网络查找相关的资料，尽量的而使我们的公司变得更加的优秀。当我们公司花费了一定的资金购买了资料以后，我们开始分析我们获得的资料。

根据所获得的资料运用4p策略，和swot分析法进行分析，最后我们公司决定了我们的目标市场是城镇的中青年，我们的定位是多功能的装饰电话。

当对市场分析完以后我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，老师让我们每个小组介绍自己的公司，我们小组把握了这次的机会，对于每个公司的信息进行了分析，我们发现选择进入华南地区的公司比较多，同样的大家选择的目标市场大部分都是城镇人口，大家选择的策略基本上就是低成本领先和集中性目标市场策略。因此通过每个公司的简介我们公司知道了，我们选择的华东地区市场竞争不大。我们公司要好好的把握华东地区的这块大蛋糕。当我们进行了广告设计，打广告，生产商品，还有选择销售方式等一系列环节之后我们的公司渐渐的强大起来。最后我们的公司拿了不错的成绩。

在这三天的软件模拟里，我不仅学习到了很多东西，而且也意识到我们公司的不足，第一，我们公司的速度没有别的公司快。

第二，我们在选择销售的时候总是先生成了产品，然后再下订单的，这种做法无疑给我们公司带了滞留产品的风险，因为一旦我们的产品生产了出来，而订单被别的公司拿走了，那么我们就将承担损失。

第三，我们公司没有意识到购买别的公司产品的好处，没有利用这个有利的条件。购买别的公司的产品看起来盈利不多，实质并不是这样的，购买别的公司的产品，可以使我们节省了打广告，技术研发等一系列的费用。是利润最大化。

第四，我们公司经营到了最后，乱了阵脚，只是一味的追求高档产品，一味的进行技术的研发，从而忽略了，我们公司坚持的目标市场以及目标定位。

最后的两天我们进行了kj的沙盘模拟。这个实训是以原来的公司为单位，组成人员6-8人。每个人负责不同的职位。一开始我们小组进行了任务的分工，使得我们的公司运行有条理且简单化。其中我负责的是间谍同时兼顾协助决策的职务。对于这个模拟游戏我觉得熟读规则是十分重要的，对于规则的了解会影响我们小组的运行和成败。

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)四**

市场营销学是一门理论与实践紧密结合的专业，在课堂上学到的理论并不能完全适应在实际的工作中，这就是所谓的“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”的道理。身为市场营销学专业的一名学生，有必要在步入社会之前，用具体的实践来完善和锤炼所学理论。实习工作就是一个很好的锻炼平台。在实习的过程中，只要肯用心，虚心学习，都会学到步入社会的宝贵经验。

根据学校的具体安排和实习单位的意见，我的实习时间定在20xx的9月1号，具体的实习期是一个月，实习单位是联想公司驻长沙的销售网点。实习分三个阶段，首先是进行系统的培训与学习；其次是具体的销售；最后是售后服务工作。每一个阶段的实习都有具体的老师指导。

第一阶段的培训工作很是无聊，当然这是我的第一感觉。听着老师重复理论问题，人整个都要昏睡过去了。但后来我昏睡的代价来了，正式开始销售时我几乎成了哑巴。原因很简单，我对我所要销售的产品几乎一点儿都不知晓，面对客户的问题，我支支吾吾言不成句，要不是一旁有老师帮助，一整天的生意都会被我搞砸掉。我才明白培训的重要，后来在我恶补电脑知识和本公司的销售策略后，销售工作才开始慢慢走上了正路。

最后的内容是售后服务，刚上手时也倍感无趣，每天都对着一部话机，只要铃声一响，就抓起话筒，重复说过了几百遍的“喂，你好，这里是联想电脑售后服务”。然后听到的就是各种各样的抱怨，询问，甚至无理取闹。客户是上帝，我开始压制自己的怒火，逐一向他们解释，并提供他们有价值的信息，后来我甚至喜欢上了这门工作。

（一）在这进一个月的实习时间中，我收获到了很多东西。我对联想电脑公司有了一个从陌生到熟悉的过程，我深切体会到一个大公司的运作并不全是精英们在前面拉动的，是要靠全体的员工共同努力。每一个员工都是这个庞大机器的一个零部件，任何零部件的运作出现了问题都会导致机器的整体功能出现问题。

（二）学习是一个永不间断的过程，而每一个顾客都是你的导师，面对各种各样的顾客，你需要各种各样的技能和应变能力。做事情难免有挫折，挫折也是我们的老师，尽管这个老师的脾气不是很好，而且总会给我们深深的打击。

（三）了解你的竞争对手。竞争是无处不在的，而只有知彼知己才能站住自己的脚跟，有时候学习和了解透你的竞争对手比吃透自己都来的迫切。

（四）质量与诚信是永恒的保障。我们不能被眼前的蝇头小利所诱惑，坚定地走质量与诚信的道路才是正道。很多人想弄虚作假，甚至自欺欺人地想，搞一次没事的，殊不知“一失足成千古恨”啊。

我非常感谢学校和实习单位的教导，让我在短短的时间里无论从知识层面还是精神层面都有了一个质的飞跃。

我的实习报告分为以下几部分：

迪信通是全国最大手机专业连锁企业，1993年创立于北京，经过十几年的创业与发展，目前已经发展成为覆盖华北、华东、华中、华南和西北、东北、西南等地区，拥有800多个连锁直营店。1999年迪信通开始了全国连锁的经营模式，并率先提出了“大卖场”。年销售手机500万部，年销售额50多亿元。在短短的三年时间内，迪信通的店面已经基本覆盖全国省会城市，并且所到之去都刮起一阵价格与促销的旋风。如今，迪信通作为惟一一家真正意义上的手机专业连锁企业，产品、相关配件一应俱全，而且在手机功能应用上也取得了不错的成绩。

高明迪信通是佛山分公司开的分店，在每个月初分公司就会根据地区的实际情况制定出该月的计划完成销售量和计划达到的毛利，以及规定出积压手机。在由分公司制定这些任务之后，我们店在月初时就会相应给员工分配工作任务，在分配工作时会运用到“萝卜与大棒”的激励方法。比如：这个月的积压机是moto的w208、c261、l71和联想的e320、e303、v350。一共有15台，平均每个营业员要卖出3台，卖出一台当晚结算就有15元现返，到发工资时就每台奖金3元，一个月下来没卖出的话每台就扣3元，这个月每个营业员的任务是20台达到毛利3000元，意思是在这个月营业员卖出的手机要有20台而且毛利要达到3000元，在工资提成中才有每台机8元，如果达不到就每台2元。这是一个不错的管理方法。

企业要想组织起有效的市场营销活动就要制定合理的市场营销策略，在这里我主要是用4p（产品、定价、渠道、促销）来分析我所在的实习单位的市场营销策略。

（1）、产品组合策略。产品是指能提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括实物、服务、场所、组织、观察、主意等。在消费者要买你的手机时他不单单是要手机这个物品，手机的主要作用是打电话，而科技日新月异现在手机不只停留在打电话了，还考虑到其它的附加功能，有没有mp3、mp4、像素多大、可不可以上网、有没有内存卡、支不支持蓝牙、红外、是不是智能手机、音质、画质是否清晰……所以消费者还会考虑到手机的配置，有多少块电池、几个充电器、有没有耳塞、数据线、有没有送蓝牙耳机……现代消费者都是精明的消费者在买产品时他们都会关心到售后服务这个问题上，这是产品的一个保证每次顾客问到这个时，我们都会说“我们这里都是严格执行国家规定的三包政策：7天包退换，15天包换，一年保修，全国联保，在一年两次检测仍有问题，还不能正常使用，凭第三次的检测报告单可以更换一台新的同一型号的手机。”

产品组合策略包括以下几种：

①、扩大产品组合。

②、缩减产品组合、

③、产品线延伸策略，包括向下延伸、向上延伸、双向延伸。

④、产品线现代化决策。

⑤、产品线号召决策。

厂家在推出某一产品经过投入期、成长期、成熟期再到了衰退期或者在生命的某个周期出现竞争对手或者……厂家就会细分这个市场，比如：手机夏新m330就是m3与m300的结合版，nokia的5700就是3250与5300的结合版，这两款都是结合了其他两款的优点；很多手机都有划分高、中、低三个档次的，只有细分市场才能拥有更多的消费者。

（2）、定价策略。价格是市场营销组合是最复杂的一个因素，企业价格的确定要以需求为导向，以成本费用为基础，竞争价格为参照。迪信通是全国最大的手机连锁店，它与多个品牌手机厂家实现了全面直供，在进货价这个方面占了优势，所以价格都比同行的要低。在对产品定价时我们还要考虑多方面的因素，其中包括产品成本费用、竞争者定价、选择的定价方法等，在我们这店里我发现我们所用的定价方法都是“尾数定价法”很多价格都是以“8”或“9”结尾的。而且经过到竞争对手那里调查发现我们这里的价格普遍比他们的低。

（3）、渠道策略。经过多年的拼搏努力，创造的“迪信通”这一品牌已经成为具有相当知名度和美誉度的零售品牌。公司的销售渠道也已经从三尺柜台拓展到覆盖了中国二十五个省市近七十余个城市的八百余家零售店，取得了与运营商、厂商、代理商的巨大支持，在通信行业地位举足轻重，迪信通其下属的各地分公司都已在当地成为规模最大的手机零售商。与厂商、代理商保持着长期紧密的战略合作伙伴关系，是国内多个手机品牌的指定经销商和售后服务商。同时，迪信通公司凭借遍布全国的庞大零售网络资源优势，采取全国集团采购配送，与诺基亚、摩托罗拉等多个品牌的手机厂商实现了全面直供。迪信通还与电信运营商强强联手，合建营业厅，介入虚拟运营，是电信运营商的首选深度合作伙伴。公司与xx年与oracle合作开发了erp（企业资源计划）系统，该系统的成功上线，使企业即时就可获得任何一个零售点地销售数据，从而真正意义上实现了“知己”。

（4）、促销策略（实习单位的各种促销方法）。促销的基本方式可分为广告、人员推销、销售促进、公共关系、直复营销。

广告，在每半个月都会有宣传单回来，宣传单的设计是每个月都会有不同的宣传主题，宣传一些新品上市以及一些特价的手机，比如7月上甸的主题是“广东迪信通与国同庆香港回归十周年”；7月下甸的主题是“快乐假期欢乐一夏”；8月上甸的主题是“送新生一路温情相伴”。而在物业广场的门口放有一个免费取阅宣传单的架子和一些宣传海报而在物业广场的上面还有一个大大的迪信通的广告牌。

①人员促销，在我们这种零售手机店里是最主要的环节。推销人员在向顾客推销手机时是非常讲求销售方法与技巧。首先顾客走进来时就要温柔地说“你好，欢迎光临迪信通！”要给顾客一种服务周到的感觉，这缘于我们公司的经营宗旨：“服务创造未来”。接着就要对顾客进行察言观色了解他的需求，选择合适的产品来向顾客介绍，并技巧地将产品的种种特性介绍人给顾客引起顾客的兴趣，在销售的过程中要让顾客觉得这次交易自己获得了利益、占了便宜、是值得的，要让顾客觉得是以朋友的形式为顾客着想。

销售人员在与顾客接触过程中要判定顾客的类型，结合自己对产品的了解快速针对顾客的兴趣集中点，围绕一至两个兴趣集中点来展开销售，做到有的放矢。在发现了面前顾客的兴趣集中点后，可以重点示范给他们看，以证明你的产品可以解决他们的问题，适合他们的需求。但在示范的时候要注意，大部分顾客都不喜欢你占用他们过多的时间，所以有选择、有重点地示范产品还是很有必要的，在示范过程中，销售人员一定要做到动作训练、自然，给顾客留下利落、能干的印象，同时也会对自己驾驭产品产生信心。

在做了一系列的努力去引发顾客的兴趣之后，下一步就是激发顾客的购买欲望。在这一阶段，总体来说是销售人员和顾客进行的是一场心里战。开动脑筋，迅速而准确地把握住顾客的心理，在适当的时机点破顾客的疑虑都是相当重要的。

②公共关系，使企业在促销中塑造一个完美的自我。良好的企业及产品形象可以引起顾客的好感和兴趣，赢得公众的信任和支持，从而促进企业产品销售。今年广东省的文科状元严俏华花落高明一中，迪信通正是抓住这个机会，通过多个途径来联系她，免费送一台手机。以在公众心中塑造一个形象。

③销售促进，是指企业运用各种短期诱因，鼓励购买或销售企业产品或服务的促销方式。它的范围比较广。有一次跟一位顾客的谈话中获知到中国移动的促销策略。她说她现在用的手机是在中国移动营业厅里一元购机买到的，当时我很惊讶表示怀疑。因为她用的那台机是nokia5300，我们这里的考核价是1500多元的，怎么可能一元可以买到呢？再看看她那台，是有中国移动的标志的，发现她那台机是中国移动跟nokia厂家订作的，主要功能都跟我们店里卖的一样的，但是即使是中国移动跟厂家订作的也不至于这么便宜。接着她告诉我，她是以1990元卖电话卡充话费再加1元来获得这台机的，这电话里面现在有1990元话费，不过她要使用这张电话卡12年，现在这台机是归她本人所有的。我在想其实中国移动用的这种促销方法也是很有效的。我也有向店长提意过，搞一个买手机送话费的活动，但这个是需要公司拔款下来才可以搞的。

在我进这间实习单位的第一个星期，在沧江路开了一家“亚太手机城”的分店叫“俊宁手机连锁店”，在开张之前就不停地搞宣传，不停地发宣传单，他们选择在星期六开张，开张的第一天人山人海，也搞了许多优惠活动，有本店自己搞的手机优惠，也有厂家过来支持搞的，第一天99元购机就吸引了不少人早早就来排长队，这就应了那句“人聚财聚，人散财亦散”。之后我也过去了好几次做调查，都感觉人流量好多，交易率也挺高，据一位在里面做的朋友说他第一个星期就有现返（一种工资方式，现金返回）160元。

在做调查的过程中发现他们的手机价格都比我们门店的贵，而店面比我们的大，品种也比我们的多，店面的摆设比较光亮，产品宣传重点突出，而且“俊宁手机连锁店”所在的地理位置是一段主干道，是一条手机街，周围都开有比较大型的手机店，比如中国移动、中国联通、苏宁电器、亚太手机城……消费者要买手机首先想到的就应该是来这条街看看。而我们的门店位置也有好有坏，首先，它是在物业广场里面，物业广场在高明处于一个什么位置呢？

物业广场处在文昌路这一条商业黄金地段，在文昌路里的都是中高档店面，“文昌路”和“物业广场”在整个高明来说都是比较出名的商业区，在高明人们的口中提到这两个词会想到“购物”和“消费”。而人流量比较多，但是迪信通是在物业广场，店面不是很大，少留意的人都不知道，少逛街的人都不知道在物业广场里面，这又跟迪信通在高明开业时间不长、品牌宣传力度还不够深入有关。

（1）、为了更好的服务客户和拓展业务，迪信通将电子商务与传统零售业结合起来，建立了自己的电子商务网站，利用其覆盖广阔的物理优势，推出“四小时送货”制度，并与新浪、搜狐等大型门户网站合作，合作建立了网上商城。与此同时，迪信通的无线增值业务也迅速发展起来，覆盖了全国31个省市的接入服务，使之成为了国内最大的sp企业。从而增加了企业的盈利增长点，提高了企业的竞争力。

迪信通公司长期建立的会员俱乐部则保留了我们每一位客户的资料，至今已有近1000万的会员用户，针对他们定期进行回访，还提供了全国联保，免费保修的服务，同时还提供许多知识性、娱乐性的客户活动，以建立忠诚的客户群。在高明店里，每销售出一样物品，我们现在都会送出一张“锋尚卡”这张卡不仅可以保留客户的资料；还可以在我们店搞活动送礼品时通知客户来拿礼品；有促销优惠的时候通知客户；这张卡还不限于客户本人使用，可以借给客户朋友使用，客户的亲戚朋友来迪信通消费时这张卡同样可以有优惠和积分的作用。

（2）、本着服务创造未来的理念，本着顾客满意、员工满足的宗旨以及快速、热情的经营风格，迪信通为消费者提供了富有价值的数码通信产品，迅速成为供应商信赖的合作伙伴和市场推崇的分销企业。经过十年不懈的努力，现已发展成为全国最大的移动通信与数码产品连锁零售企业。时至今日，海纳百川的迪信通已接纳诸多从事通讯终端零售的企业加盟至旗下。风正劲，帆已张。胸怀大志，以促进人类信息沟通为己任的迪信通，宛如勇立潮头的一支联合舰队，在二十一世纪里，正扬帆破浪，驶向新的航程。迪信通的经营理念：经营宗旨：服务创造未来顾客满意员工满足。经营风格：快速、热情。使命陈述：构筑经营与发展的平台，吸纳优秀人才，使公司成为供应商信赖的合作伙伴，为消费者提供极具价值的产品与服务，实现公司的社会价值和财务目标。

市场营销专业在近几年是很热门的专业，这对于我们来说是很幸运的，但也向我们提出了更高的要求与挑战。这次的实习告诉我什么叫做真正的市场营销，怎样才能做好市场营销，我们必须不断朝着这个方向努力，装备好自己，做一名成功的市场营销人员！

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)五**

一、对销售工作的认识

1.市场分析，根据目前西北市场的需求量和和国务院出台的对本产业的扶持政策，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额500万元。

2.适时作出工作计划，制定出月计划和周计划，及每日的工作量。并定期与业务相关人员进行沟通，确保对目标客户的及时跟进。

3.注重绩效管理，对绩效计划、绩效执行、绩效评估进行全程的关注与跟踪。

4.目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

5.不断学习行业新知识，新产品，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务，同时积极接触其他业界精英，搜集更多有用的信息，并可以和他们分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

6.先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

7.对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

8.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保同事之间在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、量化销售

1.制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打18个电话，每周至少拜访10位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

2.见客户之前要多了解客户的详细状况和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3、从招标网或其他渠道多搜集些项目信息供公司投标参考，并为公司出谋划策，配合公司其他工作人员顺利进行项目运作。

4、做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

5.填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、投标、深化设计、备货执行、并完成各阶段工作。

6、前期设计的项目重点跟进，至少一周回访一次客户，必要时进行预约拜访，其他阶段跟踪的项目至少二周回访一次。投标日期及项目进展重要日期需谨记，并及时跟进和回访。

7、前期设计阶段主动争取参与项目绘图和方案设计，以便熟悉和了解客户的详细需求。

8.投标过程中，提前两天整理好相应的投标文件，按照客户要求递交给客户，以防止有任何遗漏和错误。

9.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动与客户进行深入沟通，以便及时准备施工所需图纸(设备安装图等)和其他的协调工作。

10.争取早日与客户签订供货合同，并收取预付款，提前安排备货，以最快的供应时间响应客户的需求，争取早日回款。

11.货到现场，等工程安装完设备，申请技术部安排调试人员到现场调试。

12.提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、营销目标

1.体育工程应以长远发展为目的，力求扎根甘肃，辐射西北。20\_\_-20\_\_年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为500万元;

2.挤身一流的体育产业供应商;成为快速成长的成功品牌;

3.以公司自己的主打产品带动整个体育产业的销售和发展。

4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，争取短期内使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

5.致力于发展分销市场，考虑发展有广泛人脉的朋友一起开拓西北市场

6.无论精神,体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展;

四、营销策略

如果我公司体育工程项目要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选择必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着西北经济的不断发展、城市化规模的不断扩大，体育工程市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以采取的具体战术策略包括：市场集中策略、器材和工程项目分开策略、发展分销精英销售策略。为此，我们需要将西北市场做如下划分：

战略核心型市场---兰州，酒泉，白银

培育型市场-----嘉峪关，张掖，金昌，武威，天水，庆阳，平凉等

等待开发型市场----陕西，青海，宁夏，新疆

总的营销策略：全员营销和其他营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程,大力发展重点区域，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并在各大小城市都有成功的案例，由此带动所有产品的销售。大小互动：器材的销售带动体育工程的销售，以工程项目促进健身器材的销售。

3、市场策略

实行器械与工程分开的原则，市场开拓坚持区域划分，责任到位的原则。

4、渠道策略：

(1)分销合作伙伴分为二类：一是直接客户，是我们的重点合作伙伴。二是有广泛人脉的朋友或精英，是我们的基础客户。

(2)渠道的建立模式：a.采取逐步深入的方式，先交朋友，再做市场，进而促使正式签定协议，订购产品。做好维护与保养，期待引荐其他客户;b.采取寻找直接决策人的办法，深入接触，争取订单;c.在朋友之间沉入挖掘客户资源，必要时可以资源共享或双方合作促成订单d.

(3)市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓重点工程项目上，另外安排销售人员主攻各行业市场和零星市场，力争完成几项样板工程，给每位销售人员树立信心。完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念： a.开放心胸;b. 战胜自我;c.专业精神;

(1)业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

(2)内部人员的报告制度和销售奖励制度

(3)以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

五、营销方案

1、公司应好好利用动之美品牌，走品牌发展战略;

2、整合西北各地各种资源，建立完善的销售网络;

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网;

4、建设一支好的营销团队;

5、选择一套适合办事处的市场运作模式;

**如何写市场营销毕业生实习报告范文(精)六**

由于系领导的高度重视、实习单位的进取支持和实习师生的共同努力，20xx届本科毕业生实习进行得很顺利，取得了较好的成绩，同时也反映出一些问题。本届毕业实习全面落实了实习计划，使实习管理得到了规范，实习教学质量得到了提高，并得出一些建设性的提议。

1、实习时间

20xx年3月22日—20xx年5月9日，共七周。

2、实习地点

实习地点32个。在自治区内25个实习点，区外7个实习点。具体实习地点详见附件一，20xx届本科毕业生实习情景统计表。

3、实习资料

实习资料能够概括为两大类。一类是本专业范围内的工作，另外也有个别实习人数

(1)实习学生。20xx届三个毕业班的131名学生全部参加了实习。

(2)实习指导教师。共17人。由于实习点多，地点分散，系领导、教研室主任和本学期任课教师及相关行政人员全部参加了实习指导工作。

5、实习形式

根据学院教务处的要求，采取集中实习和分散实习两种形式。分散实习学生自我联系实习单位，都出具了三方签名的书面材料(个人申请书、家长同意书和实习单位理解实习的证明书)。集中实习学生的实习单位由系里联系。所有实习单位都有专业教师指导。实习类型有毕业实习和毕业设计两种，毕业实习学生107人(31个实习点)，毕业设计24人(1个实习点)。根据学生个人意愿和特点选拔毕业设计学生，其他学生参加毕业设计。

6、实习成果数据统计

(1)收到32个实习点每个点一份实习鉴定(实习单位盖章有效)。鉴定对每个实习学生做出了评价，131名学生单位实习鉴定成绩全部合格。

(2)收到学生实习报告112份。其中毕业实习学生每人一份，共107份;毕业设计每组1份，共5份。实习报告全部合格。

(3)收到实习教师每人一份实习总结报告，共17份。报告资料包括三部分。一是对学生在实习过程中的表现、本事、纪律情景和基础知识掌握程度的评价。二是结合实习单位的意见，对自我指导的每个学生给出综合实习成绩。三是就毕业实习过程中反映出来的教学存在的问题提出改善意见或提议等。全体学生综合实习成绩全部合格。

到达了毕业实习的预期目的。在学校与社会这个承前启后的实习环节，同学们对自我、对工作有了更具体的认识和客观的评价。本次实习采取分散形式。原则上以就业实习为主，同时与毕业论文选题相结合。本届实习的单位覆盖面很广，企业总体水平也比较高。实习收获主要体此刻两方面。

1、工作本事。在实习过程中，绝大多数同学进取肯干，虚心好学、工作认真负责，主动参与企业市场调查、产品销售、外贸谈判、行政管理、财务管理、生产运作管理、人力资源管理等工作，同时认真完成实习日记、撰写实习报告，成绩良好。实习单位的反馈情景证明，我们的学生具有较强的适应本事，具备了必须的组织本事和沟通本事，普遍受到实习单位的好评。大多数学生能胜任单位所交给的工作。在毕业设计单位和有些企业，实习学生提出了许多合理化提议，做了许多实际工作，为企业的效益和发展做出了贡献。

2、实习方式。实习单位指定指导人员师傅带徒弟式的带学生，指导学生的日常实习。学生在实习单位，以双重身份完成了学习与工作两重任务。他们向单位员工一样上下班，完成单位工作;又以学生身份虚心学习，努力汲取实践知识。同学们认真的工作态度、较强的工作本事和勤奋好学的精神受到了实习单位及其指导人员的一致好评。

3、实习收获。主要有四个方面。一是经过直接参与企业的运作过程，学到了实践知识，同时进一步加深了对理论知识的理解，使理论与实践知识都有所提高，圆满地完成了本科教学的实践任务。二是提高了实际工作本事，为就业和将来的工作取得了一些宝贵的实践经验。三是一些学生在实习单位受到认可并促成就业。四是为毕业论文积累了素材和资料。

4、组织管理。实习领导小组成员亲自到实习单位，检查和指导实习工作，协调解决实习中遇到的问题，总结、交流工作经验。

指导教师们在整个实习过程中尽职尽责，对保证实习质量起到了重要作用。实习开始时，教师们深入学生和实习单位，阐明实习大纲及实习计划资料，明确实习目的和要求。实习过程中，结合实习单位的具体情景，帮忙学生学会具体地分析问题、解决问题，学会深化专业知识，用专业知识指导实践，指导学生做好具体工作;在业务不多的实习点，引导学生“找事做”，挖掘他们的实践经验;检查学生实习工作日记，掌握实习情景，指导工作及时有效;督促学生认真完成实习报告。实习结束后，教师们认真做好学生的实习成绩考核及评定工作，参加实习交流会，完成实习总结报告。指导教师平均每周与每个学生交流一次。指导方式有电话、电子邮件、下点、面谈等。基本到达了及时发现问题，解决问题，提高实习质量的目的。

实习单位的指导教师认真负责。不仅仅指导具体工作，还无私的介绍自我。

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！