

营销实训总结万能版字(通用5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

营销实训总结万能版字汇总篇一

我们的实训是分为12个小组，其中6个小组为一个市场。在这个虚拟的市场展开内部竞争。说实话，从得知我和那几个人分为一个小组我的心就凉了。我和一个性格很古怪，让男生都“闻名色变”的一个女生分为一组。我知道，对别人有偏见，有看法，那是自己的修养不够。既来之、则安之。即使有很大的不满意也要把这次实训做下去。第一期的是我们集体讨论后做的，效果还可以。

第二、第三季度由于经营理念的分歧，为了维护班级内部团结。怕她耍小脾气只好给她做。这样前后理念的不延续。自然的我们的公司发展的不好。以后我也逐渐失去了信心。就这样，看似很平和，很团结的一个团队，做出的实训成绩当然不会让我们自己满意了。成绩不好也是在意料之中了。

这次实训下来，据我观察，那些小组做的非常棒的内部都是很团结，即使他们有分歧，但他们能够包容和理解。那些和我们一样成绩不好的团队，都是因为小坐内部至少有两人的思想看法不一样，就算有的做出来了，那也是另外一人妥协的结果。

1、指责团队。

- 2、袖手旁观。
- 3、过分的争论工作。
- 4、摇摆不定。
- 5、拒绝团队的活动。

这些行为在我身上也出现过。说了这么多的团队。我开始也不明白团队具体的含义。何为团队，何为职业精神。团队就是你能承担你不喜欢的工作并把它做好，你能跟你不喜欢的人一起工作并把它做好，因为这就是你的工作。对照以上。我真的没有做好。团队的重要性是我实训最深刻的体会。

一个企业家素质的高低直接影响着这个企业的发展和方向。我们这次实训的失败很大的原因在于我。我们没能很好的把握市场机遇，没能很好的预测到市场的发展方向。起步时就偏离了航道，基础没有打好，一步慢，步步慢。公司的业绩和产品的市场占有率被对手拉开了很大的距离。在公司处于困境的时刻我们没能放手一搏，没能作出很大的改革，眼睁睁的看着公司走向衰落。我想到了我自己。

在做的时候摇摆不定，做决策不坚决果断，没能有很大魄力破釜沉舟。实训前还没体会到企业家的艰辛和压力。通过这次模拟实训，虽然模拟，也让我感受到企业家的不易和市场需要的是能干高素质的企业家。市场经济就是那么残酷，弱肉强食。

在实训结束的时候有一个“公司老总”为了安慰另两个组员说：这次的责任在我，因为我没采纳你们好的建议。我对他说：我们这次没做好和你完全不一样，因为我采纳了全部的建议。我这次做实训完全是感性在做，很少有理性。她们两人的意见我都用了，很少坚持自己的观点。有人问我，那你怎么没有主见呀，是的，我想如果实训得罪了那个同学，以

后怎么办，不能因为几天的实训就忘了还有以后的一年呢。公司发展到最后我对内部的已经失去信心。我感觉有些方面已经不是我能够控制的。所以我们聘请了另一个老总来帮我们开拓市场，这就是所谓的外来的和尚好念经吧！

这次实训唯一让我欣慰的就是我的演讲能力提高了，以前我总是说话“断电”，不知道下一句接什么话。这次上去说自己体会的时候我看见原本很吵闹的教室一下子变安静了，从他们的目光当中我看出了他们都在认真的听我演讲。

说了这么多，不是我在抱怨我们的小组内部问题，我从来没这么想过。只是反思我们实训的过程，哪些是我收获的，哪些是我们的问题。市场是残酷的，教训是惨痛的。这次失败不是一个坏事，毕竟这是个模拟操作。再说有时候失败的教训比成功的经验让人收获的更多，失败了我们还能找到原因，成功了可能拷贝这次经验，也许这些宝贵的经验就会在下次水土不服走向失败呢！

营销实训总结万能版字汇总篇二

1、没有参加实训之前，比较迷茫，不知道如何操作，从第一天开始思路变得清晰，做网络营销注意一些细节，每天都有忙，是实实在在的学到了真东西，之前对写文章了解的也不多，通过实训对文章写作。

4、之前把网络营销想得太困难了，通过三天的学习，练习，总结，让我知道了其实网络营销没什么太难，只要认认真真的把工作做好，网络营销是个比较辛苦的工作，之前对网络认识的不多，只知道网络是玩的，这三天让我知道了其实网络是可以做很多的，给我们带来方便，生活的快乐，网络也可以帮助人，对网络了解的不多，是会害人的，只有真正的认识网络才知道网络是有限大。

这三天让我思路清晰，现在出去一进入企业都熟练操作，

在此要感谢深山老林人，是他们的热情，青春活力，相信深山老林人不管走到那里都有快乐！！

营销实训总结万能版字汇总篇三

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品 and 价值以获得其所需之物的一种社会过程。通过一周的学习我了解了这一社会过程。其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势（目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻，因此我们决定以高科技，多功能为主导开发自己的新产品。）

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向，然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台，作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况，开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之，我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现，宏观上，眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是框架上、包装上都起了变化，但只是一个初步的发展，所以市场潜力是巨大的，对我们的产品而言，无疑会带来商机。微观上，我们的新产品是带有一定技术含量的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用网络，学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论；从市场调查更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不在限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量；八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成；八十年代末、九十年代初，随着科技水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略；进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理已渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工—合作—完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊！为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值！

营销实训总结万能版字汇总篇四

市场营销可以说是个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得所需之物的一种社会过程。通过这次的沙盘模拟实训的学习让我了解了这一社会过程。

实训的第一天我们确定了以南部市场为我们的主力市场，然而却发现很多小组也是将南部市场作为自己的主力市场，竞争力很大，更何况，我们还不熟悉操作，随之，我们将目光投向了东部市场，通过对东部市场的整体和分项调研后发现，宏观上，我们的市场几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展，无论是生产还是销售都发生了变化，虽然只是一个初步的发展，但是在市场上的潜力还是非常大的，对我们的企业而言，无疑会带来无限的商机，微观上，我们的产品也是带有一定的诱惑力的，这不仅是在符合新时代人类的心理需要，也是在技术上和价格上的革新。经过上个学期的沙盘实训的经验，学会并寻到了想要的资料。这也培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过整整两天的摸索、解剖、清理之后，比对着电脑所

蕴含的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们小组成员一起讨论，从市场调查中更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限、促销、定价都做了一定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的'营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分有必要的。在此期间采取的策略主要有：买一送一、第二件半价、买二送一等等。在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应该以建立品牌偏好为主。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌的形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更加有利可图。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

这期的市场营销模拟实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销中的4p制定市场营销计划的基本能力。当然，知识的提升

还是在其次，至少在这次实训中，团队协作的能力发挥的淋漓尽致，既有分工又有合作，每一步都脚踏实地，共同决策，我相信在不久的将来，我们都可以打造一片属于自己的一片天地。

营销实训总结万能版字汇总篇五

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已。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，你就可以通过这些入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。