

蒙牛集团人力资源部门 蒙牛销售心得体会 (优质5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

蒙牛集团人力资源部门篇一

蒙牛作为中国乳制品行业的领导者，长期致力于不断提升产品质量，提高客户服务水平和拓展市场份额。作为一名销售人员，我有幸加入蒙牛这个大家庭，深刻感受到了蒙牛销售团队精神和团队文化给销售工作带来的积极影响。在这个过程中，我也积累了一些销售心得和体会。

第二段：营销策略的重要性

营销策略是销售工作的起点，关系到销售工作的成败。在蒙牛销售团队的管理下，我学到了“定位与细分市场，科学分类推销产品，强化品牌营销”的理念。这些战略的实施可以正确引导客户，成功推销产品。在执行策略时，我们应该进行详细的市场调研，制订具体的市场营销策略，量化和追踪销售业绩，以及及时更新和调整策略。

第三段：客户管理

客户管理是销售工作的核心，直接关系到销售工作的效果。在这个方面，蒙牛的销售团队给了我很多指导，如建立良好的客户关系，提供有效的售前和售后服务以及完善的客户反馈机制。对客户进行分析和分类，了解其需求和意愿并及时跟进，有效解决客户问题。在客户管理中，重要的是要保持耐心和细心，不断提升自己的服务水平，以赢得客户的信任

和支持。

第四段：销售技巧

销售技巧是每个销售人员所必须掌握的，对于销售工作的成败起着决定性的作用。在销售技巧方面，蒙牛的销售团队给了我很多的启示，例如让我学会了引导和控制谈话的技巧，在与客户交流中自信、给人留下深刻印象，获得客户的信任。另外，在面对竞争对手时，我们要灵活运用销售策略，从细节处挑战对方。在销售过程中，根据客户资料、从自身、产品和客户三个方面入手，正确论证产品优势，展示公司实力，提升销售业绩。

第五段：销售成功的心态

心态决定销售成败，只有内心强大，才能克服一切困难，实现顺利的销售。我认为，在销售工作中，我们应该始终保持积极乐观、勇于冒险的心态。要相信自己，相信产品，相信客户，并且不断学习和提高，拥抱变化。在积累经验的同时，也要独立思考，并积极与团队沟通交流，作为团队中坚实的一份子，为达成销售目标而努力。

结论：

总的来说，销售工作不是单枪匹马的事，销售人员需要领悟团队文化，形成一种共同的价值观和共同的目标，才能以科学、有序和高效的方式展开销售工作。蒙牛的销售团队教会了我如何通过分析市场和客户信息，制定销售策略，深入客户管理，运用销售技巧以及培养正确的心态来提高自己的销售业绩。这是我在蒙牛销售工作中所得到的重要体会，我相信，随着不断学习和实践，我也必将取得更加丰硕的成果。

蒙牛集团人力资源部门篇二

第一段：

作为蒙牛销售员，我深深地明白销售工作的重要性和难点。在日常的工作中，我不断地总结经验，也不断地尝试新的方法来提高销售能力和顾客满意度。在这篇文章中，我想介绍我的一些销售心得体会，希望能够对大家的销售工作有所帮助。

第二段：

首先要说的是，了解顾客需求是销售成功的基础。为了更好地了解顾客需求，我们可以采用多种方式，比如对顾客的问题及时回复、询问顾客的反馈意见、通过深度调研等方式来了解顾客的真实需求。只有真正了解了顾客的需求，才能给予顾客真正的帮助，从而树立起客户的信任。

第三段：

其次，要销售成功，我们需要提高自己的产品知识和销售技巧。只有了解产品的特点和优势，才能更好地向顾客介绍。在销售过程中，我们还需要掌握一些销售技巧，如如何引导顾客购买、如何完善售后服务等。这些销售技巧能够更好地拉近我们和顾客的距离，从而增加顾客的满意度，提升销售水平。

第四段：

销售工作不仅仅是一个人的事情，团队合作同样也是非常重要的。一个高效的销售团队，可以比一个人单打独斗取得更好的销售成果。在团队中，我们可以互相学习、互相帮助。通过团队合作，我们更容易达成共同的目标，也能够尽可能地发挥出每个人的优势。

第五段：

最后，一个好的销售员不仅要有良好的销售技巧，还要具备良好的心态。在面对销售困难和挑战时，我们不能轻易放弃，要保持一颗乐观的心态。在工作日常中，我们还要注意规划和调整自己的时间，保持身心健康。只有身体健康、心态平衡的销售员，才能在销售工作中更好地发展自己，同时给顾客带来更好的体验。

总结：

以上是我在销售工作中总结出的一些心得体会。我相信只要大家在工作中踏实努力，不断学习提高自己，就一定能够成为一个优秀的销售员。同时，我也希望这些心得能对大家的销售工作有所帮助。

蒙牛集团人力资源部门篇三

天辅乳业有限公司位于乌兰察布市集宁区，已经发展成一家具有专业规模的冰淇淋加工厂，在当地也小有名气。走进厂区，只见洁净整齐的环境和次序井然的工作程序。虽然是国内的制造厂家，但是，到了车间，看过那些先进的流水线，那些熟练的技术水平，我们感觉到现代化的技术生产。工厂有自己的作息时间，并且都会严格遵守。就连中午休息间隙，每个工人都会把自己的工作交接的井然有序，毫不慌乱务工。在用餐问题上，工厂也有自己的特色。那就是上至高层主管下至普通工人，吃的饭菜一律相同，没有任何的特殊化。

蒙牛集团人力资源部门篇四

8月，《当代经理人》发表了一篇题为《潘刚的底牌》（以下简称《底牌》）的长篇报道，报道发表后，蒙牛员工反应强烈，认为文中一些记述与事实严重不符，容易在广大读者中造成误解，特委托我作一些澄清。

1. 关于纳税问题

在《底牌》一文中，伊利负责人好几次强调“我们每年上缴的税收是第2名的4倍”。

不清楚这里的“第2名”是指谁？因为从20上半年的乳业年报来看，蒙牛实现销售收入100.2亿元，伊利实现销售收入93.5亿元，蒙牛超过伊利近7亿元——乳业“第2名”不是别人，恰恰正是伊利自己。

再从年上半年的纳税情况来看，如果加上个人所得税，蒙牛比伊利多纳税239万元（详见下表）。

2007年上半年税金缴纳情况（单位：万元）

但从写《底牌》的记者在某一处不小心所露的“是蒙牛的4倍”的字样来看，这“第2名”主观的本意就是想指蒙牛。只是，已与事实严重脱节了。

一是从“同比”角度看。每个新生企业几乎都曾经历过政策优惠期（可以把这个时期比作企业的“吃奶期”）。拿伊利来说，前8个年头连公司的躯体都是国家投资的，更别说税收方面的优惠了，而且那时多为针对伊利一家企业的“个别优惠”。而蒙牛在前8岁里所享受到的主要税收优惠，就是合资企业的“两免三减半”，并且这是国家针对所有合资企业的“共同优惠”，并非“个别照顾”。

从至20，蒙牛销售收入年均递增率为138.2%，而税收的年均递增率则高达158.2%。预计到2007年底，蒙牛累计纳税额将突破30亿元——在企业成长的前9岁里实现这个数，无论在乳品行业还是在其他产业，都是罕见的；伊利在最初9年里，总纳税额连3千万元都不到（当然，这里有一定的物价变动因素）。

二是从“细比”角度看。蒙牛与伊利的产品结构不同，因此所享受的税收优惠也不同。蒙牛产品结构中，低利润的纯牛奶比例大；伊利的产品结构中，高利润的乳饮料和奶粉的比例大。纯牛奶相当于用一斤原奶做一斤鲜奶，乳饮料相当于用一斤原奶做三斤饮料；而国家为了鼓励企业为奶农多卖原奶、为消费者多产纯奶，对纯牛奶实行税收优惠政策——国家为什么进行税收优惠？就是因为愿意这样做的企业不多，所以才需要鼓励。蒙牛响应国家号召难道也错了吗？做别人不愿做而对广大农民有利的事难道也错了吗？伊利口口声声说自己产品结构多么合理，说白了，其本质就是在少收奶的情况下还可以多做产品、多赚利润。

事实上，在剔除不可比因素后，蒙牛的各项税负率均高于伊利（见税务部门的报告：增值税负率，蒙牛高于伊利；液态奶税负率，蒙牛也高于伊利）。

【资料】蒙牛集团与伊利集团年税负对比分析报告

以下材料根据税务部门的有关报告摘编，

一、集团整体税负对比分析

蒙牛集团实现主营业务收入1,624,636.78万元；共缴纳各种税金78,809.49万元。

20伊利集团实现收入1,633,898.58万元；共缴纳各种税金103,209万元。

蒙牛集团比伊利集团税金少缴纳24,340万元的主要原因是：

- （1）2006年伊利集团应认证而未认证的待抵进项税1.84亿元；
- （2）在奶粉这一品类中，伊利公司比蒙牛多销售约20亿元，因奶粉的产品结构造成的不可比税收差异是1.1亿元，两项不可比因素合计2.94亿元。剔除两项不可比因素，蒙牛比伊利多交税收5060万元。

二、本部增值税税负对比情况分析

2006年蒙牛集团本部纳税总额41,504.69万元,其中:增值税25,901.3万元,所得税845.55万元、其他税金14,757.84; 2006年度伊利集团本部纳税总额48,378万元,其中:增值税27,691万元、所得税11,669万元、其他税金9,018。

1. 所得税对比分析

蒙牛集团本部2006年度的利润总额79,080.08万元(其中:权益法下投资收益63,376.9万元),所得税845.55万元。

伊利集团本部2006年度的利润总额45,972万元(其中权益法核算投资收益34,992.92万元),所得税11,669万元。

蒙牛的所得税较低主要是由于享受外商投资企业所得税“两免三减半”减免政策,液态奶四期工程从开始“两免三减半”减免政策,2006年享受所得税免税965.09万元、非四期所得税减半免税1,297.79万元、国产设备抵免所得税452.24万元所致。

2. 增值税对比分析

经核实蒙牛集团本部的增值税税负率为1.85%,2006年交纳增值税2.59亿元。

伊利集团本部待摊费用较期初增加8,730万元,主要是由于未认证增值税专用发票的进项税,而蒙牛集团本部的进项税全部认证,剔除此项因素后,伊利集团缴纳增值税为18,961万元,税负率为1.42%,较蒙牛增值税负率低0.43%。

三、液体奶事业部税负分析

2006年度蒙牛集团本部液体奶收入1,304,994.43万元，在总收入中占93.21%，实现增值税21,497.20，税负率1.61%。

2006年度伊利集团本部液体奶收入1,039,254万元，在总收入中占77.62%，实现增值税24,399.79，税负率2.35%。其中本部回购销售子公司产品收入900,439.71万元，实现增值税17,441.79万元，自产产品的增值税税负率为5.02%，回购产品的税负率为1.94%。蒙牛液态奶本部税负率比伊利低0.74%，主要是由于伊利总部的留抵税金8,637.12在汇总纳税时抵扣导致税负虚高，剔除此项因素液体奶纳税为15,762.67万元，伊利集团液态奶事业部本部税负率实际为1.51%。低于蒙牛0.1%。

这里有一个特殊现象，不管2006年，还是2007年，伊利都存在“应认证而未认证的待抵进项税”——我们第一不清楚它为什么不及时认证？第二不清楚它是否还会补认？作为香港上市公司的蒙牛是及时认证了的，因为香港上市公司规则之严厉在全世界都是闻名的，表现在纳税问题上，就是“少缴不行，多缴也不行”，没有任何“弹性”——蒙牛如果少缴税，老板会坐牢；如果多缴税，公众股东会起诉。

蒙牛集团人力资源部门篇五

蒙牛是一家总部位于中华人民共和国内蒙古的乳制品生产企业，蒙牛是中国大陆生产牛奶、酸奶和乳制品的领头企业之一，1999年成立，至时已成为中国奶制品营业额第二大的公司，其中液态奶和冰淇淋的产量都居全中国第一。控股公司的中国蒙牛乳业有限公司(港交所:2319)是一家在香港交易所上市的工业公司。蒙牛主要业务是制造液体奶、冰激凌和其他乳制品。蒙牛公司在开曼群岛注册，主席为宁高宁。

集团简介

2006年8月，内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司(简称蒙牛乳业

集团)成立，总部设在中国乳都核心区——内蒙古和林格尔经济开发区，拥有总资产100多亿元，职工近3万人，乳制品年生产能力达600万吨。

到目前为止，包括和林基地在内，蒙牛乳业集团已经在全国16个省区市建立生产基地20多个，拥有液态奶、酸奶、冰淇淋、奶品、奶酪五大系列400多个品项，产品以其优良的品质覆盖国内市场，并出口到美国、加拿大、蒙古、东南亚及港澳等多个国家和地区。

蒙牛乳业，是“蒙牛乳业集团”的简称。其总部，设在呼和浩特市和林格尔盛乐经济园区。前后四期工程占地面积55万平方米。公司董事长、总裁牛根生担任中国奶业协会副理事长，近年来被评为：“第八届内蒙古优秀企业家”；“第四届全国优秀乡镇企业家”；“全国奶业优秀工作者”；“20中国十大创业风云人物(之一)”；“年中国经济最有价值封面人物”；“中国民营工业行业领袖”；在“中国企业领袖年会”上，和张瑞敏、柳传志等商业泰斗同时成为25位企业“新领袖”；2003cctv“中国经济年度人物”。20第二届中国策划大会暨著名策划评选活动中，与张瑞敏、魏家福等8人获“中国策划最高奖”。

收购雅士利

6月18日，中国蒙牛乳业有限公司() (简称“蒙牛乳业”)与雅士利国际控股有限公司() (简称“雅士利”)18日联合宣布，蒙牛将发出全面收购要约收购雅士利全部发行股票。目标公司全部已发行股本估值约为124.57亿港元。这是迄今为止，中国乳业最大规模的一次并购。中商流通生产力促进中心乳业分析师宋亮在接受国际在线记者独家专访时分析称，蒙牛可以补齐自己在婴幼儿奶粉业的短板，雅士利大股东也能功成身退，不再为食品安全、真假洋奶粉等烦恼费心伤神，而蒙牛此举也将揭开中国奶粉行业重组、并购的序幕。

根据公告，蒙牛乳业将向所有雅士利股东发出要约，雅士利的股东将就每股股票获得以下两种选择：现金方案为，蒙牛以每股3.50港元的现金收购全部85363.124万股股份，总代价为124.57095777亿港元；而若按照现金加股权方案为，蒙牛以每股股份2.82港元现金加0.681股蒙牛乳业股份，蒙牛方面则需付出113.50410155亿港元及12.44056766亿股股份。

根据蒙牛公告，雅士利大股东张氏国际已接纳现金加股份方案，而凯雷亚洲已接受现金收购方案。其中，现金收购方案相对于在最后交易日在联交所报出的每股股份3.20港元收盘价大约溢价9.4%。

蒙牛乳业分别与张氏国际和cadairy签订不可撤销承诺，以上两家公司承诺接受要约出售其持有的雅士利51.3%和24.0%的股份。交易完成后，雅士利原股东张氏国际将持有雅士利应占权利10%的股份。

蒙牛总裁孙伊萍表示，国内婴幼儿配方奶粉市场空间巨大，蒙牛与雅士利合作能加强双方的业务平台，为更多消费者提供安全、健康、优质的乳制品选择。合作还将为两家公司的发展带来显著的协同效应，从而捕捉中国奶粉市场的快速增长商机。她进一步指出，雅士利的团队在婴幼儿配方奶粉行业有着非常丰富和成功的管理经验，并购后将保留雅士利的独立运营平台。未来还将通过引进蒙牛及国际产业合作伙伴的专业知识，让雅士利成为更加国际化的婴幼儿配方奶粉品牌。