

# 2023年康师傅业务员心得体会(模板5篇)

当我们经历一段特殊的时刻，或者完成一项重要的任务时，我们会通过反思和总结来获取心得体会。优质的心得体会该怎么样去写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来了解一下吧。

## 康师傅业务员心得体会篇一

做过促销的可能都知道，做促销的时候经常会发生这样那样的事故，比如有的人想多拿赠品，比如有的人对你的冷眼色，比如有的小孩很想喝，可是大人偏偏不让！不过几天下来几乎也就习惯了！有时候我也会想想自己如果作为一个顾客，可能也会这样对待这些促销员吧！

工作中一直都是站着的，从上午八点到晚上九点。站在促销台旁边，代表的不仅是超市的形象，也是促销公司的形象。上班期间不能破坏超市的规矩，不能串岗，不能和同事随便聊天，不能玩弄手机，其实要在主管顾客眼里留下一个好的印象不算什么简单的事情，而且在其他同类商品的竞技下自己的优势还得去靠努力。凡事都要自己安排，决不能马马虎虎、随随便便。要主动的接近顾客，拉近与顾客的距离，然后耐心的推销产品。这不知不觉锻炼了我们的胆量、语言交流能力和心理洞察能力。实践我觉得就是通过自己把厂商的产品推销给消费者，对于一个促销员来说，促销产品的同时也是向别人推销自己，同自己言语、形态让他人了解自己。因此对于一个优秀的促销员来说必须具备以下素质：一，要有良好的专业素质，当我们促销一种产品时，首先我们必须对产品的相关知识及厂商的具体情况要有一个明确的认识！大量的相关知识的贮备可以使我们能在促销过程中面对顾客的一系列问题，通过自己的介绍可以使顾客了解产品的一些具体问题，能使客明明白白的消费！二、要有良好的语言表达能力及与陌生人交流的能力促销是促销员跟顾客以产品为媒介的

一种陌生的交流，所以语言表达必须合理得当，说话要有条理同时应让他人感觉你的亲和力。要通过自己层次清醒的说明，把产品介绍给顾客。同时要用自己的魅力吸引顾客，让他们通过自己来了解产品。。另外在面对具体问题时我们应保持良好的心态，不能语无伦次！

## 康师傅业务员心得体会篇二

首先我很感恩，我很感谢领导给我的. 机会，我也很感激前辈们给予我的引导和鼓励，康师傅工作心得报告。我相信人生的抉择很多，机遇却有限。我更坚信机遇永远垂青于有准备的人！每个人从每段经历中的收获都不一样，自从加入康师傅的大家庭，我窃喜，窃喜这次的受益比以前的任何一段经历都要激情澎湃和充实。

自从踏上前往广州总部的汽车的那一刻，我就一直在揣摩康师傅是什么样的平台，这道风景是否是自己所欣赏的，我将要如何挥洒自己的精力和发挥自己的优势。我很感谢邹凯老师的专业训练，揭开了康师傅神秘的面纱。随着专业知识不断的渗透，我对康师傅的盲区荡然无存，仅剩逐渐的深刻和敬仰。

### 一、顶津的经营理念：诚实务实创新

我对它的诠释：万事诚为本脚踏实地一步一个脚印才能威震八方21世纪只有创新才发展唯有创新才能生存。诚实做人，踏实做事并且灵活变通和运用。简单6个字浓缩着做事与做人的方法。务实产生力量诚信、创新促进发展。

### 二、顶津的企业文化：勤. 廉. 能

企业文化是企业的灵魂, 是推动企业发展的不竭动力。它包含着非常丰富的内容, 其核心是企业的精神和价值观, 是企业或企业中的员工在从事商品生产与经营中所持有的价值观念。

这三个字正是我所寻觅的，我所向往的，也是被社会所认可和弘扬的。在这样的企业中，有这样的企业文化，我想在不久的将来，当我完全融入顶津的骨髓中，我就已经具备了勤.廉.能。到那时，回首一幕，那必定是激动与收获。

### 三、黄埔军训

早操，饭前一首歌，跑步，军体拳，紧急集合...一切的一切都那么让我怀念。从没有这么真实的接近部队，好像年少的橄榄梦已经实现了一样的雀跃。

短短的7天让我知道：黄埔精神——服从命令，我知道黄埔精神也就是黄埔执行力。我们要把这种执行力带走，不怕苦不怕累不抛弃不放弃。真的很感谢自己能有这样一次黄埔经历，我相信在以后的人生中，这些都必是我的财富。

### 四、广直部东直所

xx所长带领的三个业务小组，他营造的工作氛围：开心工作、挑战自我、全力以赴、力争第一。他倡导的重在规划、赢在执行、落实管理、有效追踪。从第一天开始，我就完全被征服了。

跟着游健康前辈东征西伐了一个礼拜，从他身上我学到了很多，这不仅仅是工作职责和 workflows，更重要的是顶津人的勤.廉.能的完美体现。真想说句游前辈，谢谢你！

### 五、关于我自己

我迫不及待地带着满腔的激情投入到充实的工作中。当然我清楚，刚开始的不专业会给公司带来或多或少的损失，但同时，我也深知只有务实的经历过这一段菜鸟期，才能真正成为对公司有用的人。我严格要求自己：把我认为的损失和陌生降到最低，一定要用最快速度成为‘老鸟’，为公司

带来利润的同时，成长自己。我想它不会超过一个月。

## 康师傅业务员心得体会篇三

最近随州的天气，甚至可以说南方大部分城市都很炎热，不过热归热，我们的工作还得继续！看起来做促销比较容易，就是站在那吆喝几句就行了，不用在意卖了多少，没有很高要求，每天照样有工资！不过实际做起来却远远不如我想的那么轻松！

首先需要搭好促销台，换好工作服，然后到超市找酒水区的主管提货！原本很简单的事，可是还是遇到了麻烦，超市的工作人员都是一副事不关己，高高挂起的样子，问话的时候也爱理不理，这让我很受伤！提完货后就要去超市的碎冰机里弄碎冰，把饮料冰镇起来！然后就是搭好促销台，最后就是戴上耳麦大声的喊康师傅饮料的宣传语！这个也是最难的一项工作，想要喊得大声，让人心动，让人过来买饮料也是需要胆量和技巧的！刚开始还是精神抖擞，越到中午天气越热，出来逛超市的人也越来越少，但是我们还得来一个人就叫卖！渐渐的，腰酸了，腿疼了，嗓子也疼了！但是还是得咬咬牙，跺跺脚，接着喊！中午有两个小时的吃饭时间，但是也必须要有两个人轮换着去吃！可是原来的十二点到两点的吃饭时间，我的搭档硬是一点半了才回来！这确实让我挺生气的！不过后来想想也就算了，我告诉自己要学会宽容！

## 康师傅业务员心得体会篇四

通过对这几天学习内容的总结，使我意识到，要在以后得工作中有好的发展，必须做好以下几个方面：一，认同公司的企业文化和核心理念。公司的企业文化一直秉承着公开的原则，我认为这将是我们的发展壮大的前提。二，尽快完成角色转换。对刚刚踏上工作岗位的大学生来说，如何更快的完成角色转换是非常重要的和迫切的问题，特别是进入证券行业，务必要更加严格的要求自己，在角色转换的过程中要谨记行

业的特性。

三，有责任心和好的执行力。

四，要有扎实认真的工作态度，换句话说，就是踏踏实实的去做事，端正自己的态度。

五，要时刻学习，证券行业的特点就是在不断变化，这就要求我们要时刻保持学习的积极性。记得李学琦总裁最后回答我们的问题的时候说过一句话，我印象尤为深刻，他说，人前显贵，人后遭罪。我觉得很有道理，每个人的身份与权力都不是与生俱来的，都是靠自己辛辛苦苦打拼出来的，天上不会掉馅饼的，一个人做到某一个位置，拥有一定的权利，必定他会有你未知的能力或者本领，存在即合理的。当然得排除那些官二代，富二代，他们是靠老一辈的付出才有伸手即来的富贵。所以我们不能埋怨别人怎么样，关键是我们自己要踏踏实实的去做，去拼搏，才有机会寻找自己的出路。

康师傅心得体会篇二：康师傅公司实习心得

尊敬的领导：

我很抱歉现在才呈上自己的实习心得。

首先我很感恩有幸成为顶津人，我很感谢领导给我的机会，我也很感激前辈们给予我的引导和鼓励。我相信人生的抉择很多，机遇却有限。我更坚信机遇永远垂青于有准备的人！每个人从每段经历中的收获都不一样，自从加入顶津的大家庭，我窃喜，窃喜这次的受益比以前的任何一段经历都要激情澎湃和充实。

自从踏上前往广州总部的汽车的那一刻，我就一直在揣摩康师傅是什么样的平台，这道风景是否是自己所欣赏的，我将要如何挥洒自己的精力和发挥自己的优势。我很感谢邹凯老

师的专业训练，揭开了康师傅神秘的面纱。随着专业知识不断的渗透，我对康师傅的盲区荡然无存，仅剩逐渐的深刻和敬仰。

## 一、顶津的经营理念：诚实务实创新

我对它的诠释：万事诚为本脚踏实地一步一个脚印才能威震八方21世纪只有创新才发展唯有创新才能生存。诚实做人，踏实做事并且灵活变通和运用。简单6个字浓缩着做事与做人的方法。务实产生力量诚信、创新促进发展。

## 二、顶津的企业文化：勤.廉.能

企业文化是企业的灵魂,是推动企业发展的不竭动力。它包含着非常丰富的内容,其核心是企业的精神和价值观,是企业或企业中的员工在从事商品生产与经营中所持有的价值观念。

这三个字正是我所寻觅的,我所向往的,也是被社会所认和弘扬的。在这样的企业中,有这样的企业文化,我想在不久的将来,当我完全溶入顶津的骨髓中,我就已经具备了勤.廉.能。到那时,回首一幕,那必定是激动与收获。

## 三、黄埔军训

早操,饭前一首歌,跑步,军体拳,紧急集合...一切的一切都那么让我怀念。从没有这么真实的接近部队,好像年少的橄榄梦已经实现了一样的雀跃。短短的7天让我知道:黄埔精神——服从命令,我知道黄埔精神也就是黄埔执行力。我们要把这种执行力带走,不怕苦不怕累不抛弃不放弃。真的很感谢自己能有这样一次黄埔经历,我相信在以后的人生中,这些都必是我的财富。

## 四、广直部东直所

徐景川所长带领的三个业务小组，他营造的工作氛围：开心工作、挑战自我、全力以赴、力争第一。他倡导的重在规划、赢在执行、落实管理、有效追踪。从第一天开始，我就完全被征服了。

跟着游健康前辈东征西伐了一个礼拜，从他身上我学到了很多，这不仅仅是工作职责和 workflows，更重要的是顶津人的勤.廉.能的完美体现。真想说句游前辈，谢谢你！

## 五、关于我自己

我迫不及待地带着满腔的激情投入到充实的工作中。当然我清楚，刚开始的不专业会给公司带来或多或少的损失，但同时，我也深知只有务实的经历过这一段菜鸟期，才能真正成为对公司有用的人。我严格要求自己：把我认为的损失和陌生降到最低，一定要用最快的速度成为‘老鸟’，为公司带来利润的同时，成长自己。我想它不会超过一个月。

以上就是我的实习心得，谢谢！

### xx.3.31

1. 实习心得体会
2. 推荐实习护士实习心得体会
3. 狱警实习心得体会
4. 车间实习心得体会
5. 化工毕业实习心得体会
6. 钳工实习心得体会

## 7. 顶岗实习心得体会

### 康师傅业务员心得体会篇五

康师傅控股有限公司及其附属公司主要在中国从事生产和销售方便面、饮品及糕饼。接下来就跟着本站小编的脚步一起去看一下关于康师傅业务员心得体会吧。

作为一名业务员，个人觉得最大的特征就是长着厚脸皮、铁嘴巴、铁脚板。他们就是成天寻找买家与卖家扣链的经纪人。

顶尖级的业务员形象就是有侦察兵的脑袋、相声演员的口才、将军的风范及登山运动员百折不挠的精神的综合体。有强烈自我价值实现的欲望。有百折不挠拼搏精神以及敏捷、灵活的才智是跨入业务员职业的门槛。

业务员的工作就是从成千上万吨矿石中淘取闪闪发光的黄金；就是从成千上万名客户筛出真正的买家；就是在强者如林的同行竞争中击败对手，获得客户的宠幸。陶瓷圈子很小，走到哪里无外都是在几个大品牌转，所以做人做事要谨慎，人品最关键，口碑是生存之道。

业务员推销产品，实际上就是先推销自己——业务水平、谈判技巧、为人品德等综合素质。如果客人不接受业务员，也就无法接受其产品。

素质高的业务精英，应时时检查自己工作中的不足，并不断提升自己的推销技巧；而水平低业务员才会不断埋怨客户如何刁难自己或者抱怨产品不能占领市场等。从而把自己推向低层次的位置，而被同行业的竞争强者淘汰出局。

信心是灯，毅力是发动机；如果业务员没有强劲不息的毅力，就不会让信心之灯永远明亮，从而就不可能有更丰富的成果。



高超的业务手段就是让客人心甘情愿的掏出腰包付给其报酬，并在心里钦佩不已。否则客户不但不付款，还会一脸的鄙视。

业务员的动力不是靠上司的逼迫、老板的诱惑、同事的嘲讽而产生的，而是自发产生的一股旺盛的激情，即“不到长城非好汉”行动。这样其每天的计划、行勤及收获都会在有条不紊中进行。

转眼间，入职康师傅饮品公司已经四月有余，虽说是在外阜任职，但这里的工作环境跟大城市没什么两样。从入职到现在，从天津到介休，我从对康师傅的懵懂无知到熟悉，甚至有某种家的依赖和归属。因为这里给了我砺炼的机会，给我成长的空间和养分，俗话说宝剑锋从磨厉出，梅花香自苦寒来。

人情往来，说话办事到到业务水平使我总结了不少经验，吸取了很多教训，增了见识长了本事。四个月的成长真是使我受益非浅。入职上岗前，公司组织岗前培训十天，无论是通识训还是军训以及业务培训都给了我不少启发。随后几天的跟线实践更让我了解了康饮的品牌价值和业务人员应尽的职责。我随业务员刘跃荣跑线，他教给我不少基础工作的开展方式。帖广宣，写定单，插价签，整冰箱等索碎小的角度开始，给我认真的指导。业代郭敏从思想上鼓励我这个新手，并解决一些棘手的问题这些对于我前期入门起到很大的作用。候朝飞组长在精神和思想上给予我极大帮扶，并亲自领我实地指导。他以自己的心得体会业务技能从说话方式，据理力争，管控客户，谈判技巧等各方面细致入微的指导。尤其是每天晨会，我都会提一些自己不会的或市场存在的问题，他都能从各角度分析问题原因，找出对策，并考虑还会出现的问题，对症下药。

从四个月的学习实践中，我总结了三点责任心脑精腿勤。责任心是事情成败的关键所在。无论是对客户还是对公司都要有较高的责任意识。事无大小都要放在心底责任心是保证客

情的重要条件。脑精是指要有敏锐的洞察力超好的反应思维缜密的逻辑性和良好的记忆能力。作为业务，具备脑精的品质需要我们多走市场，多跟客户交流，多掌握竞品动态。腿勤是业务必备的品质，也是达成交易的有效途径。

有人说胆大心细脸皮厚是业务人员的灵魂，我觉得它是腿勤的精髓。腿勤同时是保证客情的重要因素。拜访客户一看成功率二看次数，这两样都能达成交易。

通过四个月的工作，我在康师傅学到了许多。我会把自己的精力全身心的投入到实际工作中，我伴公司共成长。

在康师傅河南企划部实习两个半月，最大的收获是对终端情况的了解，及河南方便面市场的简单了解。也了解了大公司的情况，这是在课本上学不到的。如果细化一下，可以写出很多，可惜在公司写过的两份工作总结都不能拿回来，但我认为康师傅存在的一些“问题”，有必要说一下，尽管这不是我实习的内容。

其实，按康师傅人的风格，“不能只提问题，更要提解决问题的方法”，可惜这些问题都是战略方面的，也或是些大话、空话，又或是像在公司跟领导谈这些问题时，领导说这都是很高端的问题，不是一时半会能分析好解决好的。

有时候也在想，康师傅为什么能有那么高的市场份额，为什么能发展的那么好，我也不能理解的很清楚，单从营销方面讲，感觉康师傅在4个p上做的都非常好，产品质量好，渠道也控制的好，终端控制力强，同时，在管理、物流等其他方面也都很强，市场表现会不好吗。

有时候又在想，假如我是竞品要怎么跟康师傅竞争呢？好像在4p上都竞争不过他，他的软肋在哪儿呢？现在在河南市场，主要是白象与华龙在跟康师傅竞争，我觉得白象好好坚持他的“大骨营养”，华龙今麦郎好好坚持他的“弹面”，应该能

跟康师傅形成“三足鼎立”之势。

我觉得康师傅的品牌就是他的软肋，品牌形象“散、乱、不清晰、不鲜明”。他只是知名度非常高，但没有广为消费者所知的“利益点”。尽管他定位于“美味”，但这种定位并没有在消费者当中形成“普遍认知”（只是个人观察，没有调研数据），在到康师傅之前，我根本不知道康师傅“美味”，连他的广告语也不知道，我也问过很多人，都不知道他的广告语，康师傅要想在消费者心中占据“美味”定位，最有效的方法就是有这方面的流行的广告语，但他的广告语也很散：“就是这个味儿”“这个味儿对啦”“这个味儿好”“这个味儿精彩”“这个味儿鲜”等等，这已经有点复杂、混乱了，不便于消费者记忆，别看他都是在说“味道”，可能公司本意还是这个“味道”要上升到“生活、人生”的高度，不仅仅是“面”的味道，但我觉得不如好好提炼一句简短的、能够深层次延伸的关于“味道”的广告语（其实“就是这个味儿”也可以），进行反复传播，而且我也没发现康师傅广告有很高的媒体投放量。

不过说实话，康师傅面的味道的确相对好一点，自己吃着是，在实习时做口味测试中，发现说康师傅面的味道好的相对多一点，但现在市场是“酒香也怕巷子深”，本身好也要说的好，更重要的是得想办法让消费者认为好。

但白象“大骨营养面”、今麦郎“弹面”定位传播，都很简单清晰，简短易记，这些利益点在消费者心中有着清晰的认知，好好的坚持下去，在此利益点基础之上，不断的丰富品牌内涵，打造鲜明形象，提升品牌美誉度，应该能慢慢的提升销量，扩大市场份额。

当然，做品牌的同时肯定不能放松渠道、终端的竞争，尤其是产品的创新，前些阵子“五谷道场”不就闹了下方便面市场吗，他具体是什么原因死掉的我不清楚。尽可能的实现差异化，消费者的第一、第二需求被满足之后，还有第三、第四

需求，还可以以不同方式细分市场，比如按年龄细分，开发针对老年人的面。除了产品创新，还有渠道创新，营销模式创新，学习一些大品牌的市场运作方式，做公关，做联合营销，联合媒体，联合其他企业，有效利用网络传媒等等。