

最新读营销书籍心得体会 市场营销书籍 读后感(模板6篇)

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。那么心得体会该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来看看吧。

读营销书籍心得体会篇一

作为一名经管系的学生，不仅要学好专业还要开阔视野，我便想对市场营销稍作了解，随后便从图书馆借来了这本书。该书由杨永杰主编，首都经济贸易大学出版社出版。通过读书学习，我们便能够开阔我们的视野，提高自身素质及修养。

一、市场营销学产生于20世纪初的美国，市场营销是指在以消费者需求为中心的思想指导下企业所进行的有关产品生产、流通和售后服务的一系列经营活动，旨在满足社会需求，实现企业的经营目标。

二、1、市场营销管理是规划和实施的理念、商品和服务的设计、定价分销和促销，为满足客户需求和组织目标而创造交换机会的过程。

2、市场营销管理包括以下五个步骤：树立并贯彻正确的营销观念；分析企业市场机会；选择目标市场；制定市场营销组合策略；管理与控制市场营销活动。市场营销的最根本任务是提高企业产品的占有率，取得经济效益。

三、1、企业的生存和发展离不开环境，一个企业的全部营销活动，实质上是在其所生存的社会“生态环境”中进行的。企业营销环境的变化决定着企业的发展方向及采取的措施。

企业营销环境指的是对企业的市场营销活动发生影响的各种因素的总和。

2、企业的宏观环境因素主要由人口环境、经济环境、政治法律环境、自然环境、科学技术环境和社会文化环境等构成，企业的微观环境因素主要由企业的资源供应者、营销中间商、顾客、竞争者、社会公众、企业内部环境等构成。企业必须对市场营销环境进行分析，把握机会，分析威胁程度，并结合企业自身的长处和弱点采取不同的措施。

四、1、市场购买行为分析。通过这一章我了解到，企业必须根据市场需要，配置资源，安排供应。因此，必须注重市场的分析研究，包括消费者市场购买行为分析和组织市场购买行为分析等。只有这样，企业才能赢得市场，维系顾客，进而在激烈的市场和竞争中立于不败之地。成功的消费者是那些能够有效的发展对消费者有价值的产品，并运用富有吸引力和说服力地方法将产品有效的呈现给消费者的企业和个人。因而研究市场购买行为的主要因素及其购买决策过程，对于开展有效的市场营销活动至关重要。

2、消费者不可能在真空中做出自己的购买决策，其购买决策在很大程度上受到文化和行为、社会、个人和心理等因素的影响。文化是人类欲望和行为最基本的决策因素，人类大部分是通过学习而得来的。因此作为一名学生，一名消费者，我们要更好的学习知识。

五、价格策略是市场营销组合策略中的一个极其重要的组成部分企业必须重视定价工作。定价目标是指企业给其生产的产品制定某种水平的价格，通过价格的实现来达到预期的目的和标准。在激烈的市场竞争中，正确选择定价策略是企业取得市场竞争优势地位的重要手段。常用的定价策略有：新产品定价策略、折扣定价策略、心理定价策略、产品组合定价策略和地理定价策略。定价策略对于一个企业来说是必不可少的，没有定价策略就意味着没有了利益，就意味着企业

的失败。只有学好定价策略才能运筹帷幄，灵活的变动产品的价格来适应市场的需求和消费者的利益。

六、市场营销管理过程的最后一个步骤，即市场营销组织、计划和控制。企业市场营销部门的组织形式主要有职能型、地区型、产品型、品牌型、市场型和矩阵式五种。市场营销计划的内容一般包括八个部分，即内容提要、当前营销状况、机会和威胁、目标、营销战略、行动方案、营销预算和营销控制。市场营销计划的实施过程包括制定行动方案、调整组织结构、健全绩效考评制度、开发人力资源和建设企业文化五个方面。市场营销控制有四种主要类型，即年度计划、盈利能力、效率和战略控制。

以上所说是我读完此书留下的较为深刻的部分。作为一名大学生除了要学好自己的专业外还应该博览群书，增强自身素质、提高文化修养，设略多方面的知识使自己能更好的融入社会之中，适应社会。真正成为社会上有用的人力资本。

读营销书籍心得体会篇二

作为一名销售人员，不仅要学好专业还要开阔视野，那么就要对市场营销的技巧有所了解。想通过读书学习，开阔我的视野，提高自身素质及修养。阅读了《市场营销学》之后感触颇深，学到了很多东西。

市场营销是指在以消费者需求为中心的思想指导下企业所进行的有关产品生产、流通和售后服务的一系列经营活动，旨在满足社会需求，实现企业的经营目标。我们要有切实可行的销售规划以及新鲜的销售理念并且还要用无微不至的关怀来满足我们的顾客的需求，这样才能实现自己的自身价值，并且完成公司的销售目的。

从我们百草的门店出发，想要达到预期的销售目标，首先是公司为我们创造的广阔的销售平台，就是我们的电台讲师所

讲的课程，还有售后指导老师会根据打电话咨询的人数以及身体情况预计出我们的市场能达到什么样的程度，在对我们的会员进行维护。然后我们在门店的工作人员最需要做到的就是努力的增加自己的专业知识量，自身学习各种简单有效的养生方法，让每一位来到门店的叔叔阿姨都能够得到满意的解答，能够得到贴心的关爱，让他们在于百草携手的日子里身体情况能一天比一天好，这样才能增加会员的黏性，让老会员再介绍新会员的加入，来完成我们成功的营销。

当然学习不是一蹴而就的，每一本书的精髓都不能读一次就能够完全领会。我会在以后的时间里反复推敲书中所说的道理，在日常的实践当中进行运用。不断增强自身素质、提高文化修养，设略多方面的知识使自己能更好的融入社会之中，适应社会。真正成为社会上有用的人力资本。

读营销书籍心得体会篇三

读了“如何让你的营销团队更具有狼性”的文章之后，感触颇深。不禁想起蒙古草原上那钢锥一样的目光。。。。。

从贾平凹的《怀念狼》开始，中国揭开了狼文化研究狂热的序幕，姜戎的《狼图腾》就把这种狂热掀到了顶峰，并把狼上升为一种膜拜的图腾。狼的坚韧，顽强，忍耐和团结以及所有的优良品性足以让人类为之汗颜。

对于狼的精神来说，非常值得我们学习。

- 1、嗅觉敏捷：善于抓住任何的机会，瞬间出击！
- 2、强攻击性：崇尚进攻，进攻就是最好的防守！
- 3、团队协作：狼群是最讲究群体生存的，它们任何一次猎食

都是分工合作，各司其职！

4、锁定目标：专注目标、坚守目标！

5、适者生存：通过自身与环境的竞争，不断淘汰队伍中的弱者，使强者得以生存下来！

6、永不放弃：虽然捕食的成功率不足10%，但它们决不会放弃，因为放弃意味着死亡！

7、纪律严明：狼群的纪律性是最严格的，所以它们的执行力也是最强的！

8、永不言败：忍耐与执著！坚信没有失败，只有暂时停止成功！

现今有一些产品也以它为名，像“天狼”证卷软件，“七匹狼”服饰等等，营销团队或营销组织以狼为名的更是数不胜数。人们将狼视为崇拜对象，推崇“狼性”、“狼精神”。

狼的团队精神真是不可估量，很多地方值得的我们学习和借鉴。学习狼坚韧不拔的顽强毅力，学习狼群狼一心的团队意识，学习狼敏锐多变的生存智慧，学习狼永不言败的进取精神，唤醒我们沉睡在心底的狼性，在商场这个大草原中奋力拼杀，勇往直前！

读了“如何让你的营销团队更具有狼性”的文章之后，感触颇深。不禁想起蒙古草原上那钢锥一样的目光。。。。。

从贾平凹的《怀念狼》开始，中国揭开了狼文化研究狂热的序幕，姜戎的《狼图腾》就把这种狂热掀到了顶峰，并把狼上升为一种膜拜的图腾。狼的坚韧，顽强，忍耐和团结以及所有的优良品性足以让人类为之汗颜。

对于狼的精神来说，非常值得我们学习。

- 1、嗅觉敏捷：善于抓住任何的机会，瞬间出击！
- 2、强攻击性：崇尚进攻，进攻就是最好的防守！
- 3、团队协作：狼群是最讲究群体生存的，它们任何一次猎食都是分工合作，各司其职！
- 4、锁定目标：专注目标、坚守目标！
- 5、适者生存：通过自身与环境的竞争，不断淘汰队伍中的弱者，使强者得以生存下来！
- 6、永不放弃：虽然捕食的成功率不足10%，但它们决不会放弃，因为放弃意味着死亡！
- 7、纪律严明：狼群的纪律性是最严格的，所以它们的执行力也是最强的！
- 8、永不言败：忍耐与执著！坚信没有失败，只有暂时停止成功！

现今有一些产品也以它为名，像“天狼”证卷软件，“七匹狼”服饰等等，营销团队或营销组织以狼为名的更是数不胜数。人们将狼视为崇拜对象，推崇“狼性”、“狼精神”。

狼的团队精神真是不可估量，很多地方值得的我们学习和借鉴。学习狼坚韧不拔的顽强毅力，学习狼群狼一心的团队意识，学习狼敏锐多变的生存智慧，学习狼永不言败的进取精神，唤醒我们沉睡在心底的狼性，在商场这个大草原中奋力拼杀，勇往直前！

读营销书籍心得体会篇四

其实，一开始我并没有注意到爆品营销这本书。

但是，当我几次在机场书店看到这本书的时候，还是拿起来读，然后顺便买了一本，我很喜欢在机场买书，有没有跟我一样的。

咋一看，还真以为是跟爆品战略差不多呢。

但是，仔细一看，作者有近20年的营销策划经验，是真枪实战的历练。

翻开书的序言，没有名人的推荐，作者介绍了自己的经验。

他讲了得爆品者得天下，讲了爆品思维是多种思维的集合体等内容。

我觉得，这本书的中心思想也就这个了，跟另一本有影响力的《爆品战略》有着巨大的区别，他此前还写过《logo企业的`□`第一张脸》，他是真正策划与实践过很多的爆品的，很赞。

我觉得这本书，我还要看十篇左右，到时候好好写出我的心得。

读营销书籍心得体会篇五

从公司创办开始到现在拥有几百家加盟连锁店，彭经理就一直在该企业工作，以前“俏丽”公司的扩展顺风顺水，基本上是到一个地区就成功一个地区。但几年过去，特别是从去年开始，加盟店都出现了大比例的经营不善，不但是新开的加盟店生意不好，有些原来公司的“黄金网点”竟也出现了亏损。

这个情况已经出现了一段时间，彭经理也去各个加盟店实地调研，得知生意下滑最直接的原因是原来的“老会员”都流失了，留下来的老会员也没有以前消费积极，而新会员由于竞争激烈也开发困难。

看到加盟店大面积的营业额下降，彭经理异常头痛，老板也给他下达了命令，让他在两个月内搞清楚问题并提出有效的解决方案。彭经理发现自己的思维无法从原来的框架中突破，他觉得需要从外部请一个咨询公司来帮助他。

咨询公司的发现

咨询顾问到来后，首先对总部以及加盟店做了大量的调查与研究，从营销战略到人力资源到生产管理，最后把研究的重点放在“俏丽”公司发家致富的会员制营销上。

这种方式通过产品与服务价格捆绑、会员卡预售，降低了销售的成本与单次客户沟通的时间，短期内销售额和利润稳定上升，给经营带来非常好的现金流，在一定时期内留住了一定数量的稳定顾客群体，从短期销售来看起到了较好的效果。

咨询公司在研究了类似企业以及“俏丽”本身的会员制后，认为这种会员制营销模式一旦放到长期会产生两个主要问题：一是会籍有效期后会员流失的比率往往占正常经营的60%以上，老客户留不住，企业常常都为开发新的会员而发愁；二是大部分高级会员预留大量消费，很难再次续费形成新的销售，部分会员要求退出并退还未消费部分的金额（会员协议对退费有严格的约定），为此常常引发一些矛盾。

也就是说，这种会员制的本身设计是存在缺陷的，在短期内可以通过会员级别区隔不同消费层次，通过价格捆绑降低消费价格，早期会起到非常好的促销效果，然而当目前全行业所有美容院的经营者的基本都在采取这一模式，其营销的效力越来越有限。

再说了，如果就这样去对老板汇报，那老板作为这个制度的设计者及推动者，在没有更多的论据的支持下，那岂不是在找死！

彭经理将自己的想法与咨询公司进行交流，咨询公司也认为彭经理说的有道理，他们现阶段的发现仅仅是一个现象，还没有抓住最根本的原因，需要进一步的访谈与调研。他们承诺一个星期后再给彭经理更深入的报告。

读营销书籍心得体会篇六

我的营销心得作者史玉柱是充满争议的传奇人物，他的人生也充满颠簸，他经历了成功到失败又到成功。下面是本站小编为大家整理的我的营销心得读后感，欢迎参考！

成功学创业史方面的书可以说汗牛充栋，但成功的人仍然寥寥，知易行难，一看都明白，一做各种错，史玉柱在这本书里总结了他从商20多年的各种得失，看过之后有几点收获，希望能对以后的工作有所帮助，不再走错。

1. 产品是1营销是0
2. 社区四要素：荣耀、目标、互动、惊喜

史玉柱用一个章节来讲述他总结出的网游玩家需求八字方针，我觉得同样适用于所有有social功能的app产品。

“没有随机性，网游就没有耐玩性，没有随机性，就没有游戏。”在看到这本书之前，我从来没有把随机惊喜放在社区运营工作中非常重要的位置，看过之后，我觉得有必要仔细考虑如何给社区用户带来游戏一样的惊喜体验，有了未知，才有探索的欲望，有用和好玩一定是评判一个好产品的重要因素。UGC社区的游戏性通常会很弱，也许这也是时间长了用

户会觉得无聊的一个原因之一吧。

3. 疗效和副作用

史玉柱在谈到如何处理玩家反馈时举了个例子：“如果感冒了吃药，但是副作用是掉头发，这个药应该不能吃吧；如果得了癌症吃药，副作用还是掉头发，我想大部分人还是会吃。“社区产品的很多功能，总会有用户提出各种意见，如何能让多数玩家满意，这其实比例子中选择吃不吃药要难，因为你很难判断这个意见的背后到底代表了多少用户，唯一的解决办法可能就是多花时间泡在社区里，观察用户言行，从全局的角度来做出判断。

这本书连皮带毛总共256页，带页码的总252页。封面上有史玉柱的一个面部写真照，光头，耳朵左高右低，双眼皮，微笑，呲牙，照片中暴露的上牙8只，下牙6只，共14只，其中上牙8只中包括最正面两颗门牙在内。总的来说这张照片传达的能量比较积极，眼神中史玉柱有一种释然，至于是真的，还是面对镜头的pose[]只有其本人知道了。用佛的话说，每个人根器不同，慧根不同，史玉柱有他的上天赋予的一些优势，并发挥了一些，做了几件事情，有成有败，巨人汉卡成了，巨人大厦败了。保健品和网游很难说成败，不能单纯从经济学考量，社会评价是从“立德、立功、立言”几个角度看的，没有“立财”一说，民生的投资可算成。因为中国评价系统太厉害了，保健品在中国环境下各种政策和意识的有形无影的管制，网游产业被多少人诟病危害青少年等，这些不去谈了。

如果谈总体的评价和感觉，可八个字：其人坦诚，其言辩证。言语中史玉柱很坦诚。但是不是所有的观点都对，每个读者根据自己实际辩证参考，有一两点能用，就功德无量了。

中国人盖棺定论的评价模式，世界一绝。对任何人才，都可以把你说的塌糊涂，也可以把你说的成一朵花。如果按某个

时代身份社会的评价标准说，三等人才看才能，看经济创收本事；二等人才看修养，看道德与和谐能力；一等人才看格局，看大局和整体宏观。至于史玉柱是那个等级，让时间和历史，以及后来人去评论。我们这里，要感谢史玉柱的坦诚。

大概四五年前，笔者曾经请下属一个经理去协调，想到上海白玉兰广场史玉柱办公室去拜会，结果听说史玉柱天天上班打游戏，最终未能成行。四五年后的现在，他出了书，我想，这也是一种机缘。希望后来者能从中学到适合自己的某一点或某几点。毕竟，史玉柱就是史玉柱，不可复制。

前天上网买来《史玉柱自述-我的营销心得》这本新书。刚用了两个晚上读完了。的确是好书！没想到，史玉柱在书中很多东西表达相当真诚和直率！特别是谈到他尤其擅长的营销策划方面。涉及他对广告公司的不客气看法。单刀直入，直击人心！社会上某些人若读之，可能不认同甚至出于职业性的不舒服感都有可能。但不可否认，史玉柱先生的话是真诚的，这是他的人生真实经验。真实就是力量！这亦缘于他够阅历、够资格、够真实、够个性。读者我可以理解这是应了无欲则刚的人情。

这本书里多有金玉良言、妙语如珠。比如：“营销没有教科书，要靠自己摸索，体会。”，“最好的策划导师就是消费者。”，“教科书里的理论，有的有用的，但很多是没有用的，比如科学理论，教科书里面肯定是对的，但是像营销，这个东西它是没有标准的，它是很难验证的东西。那些理论，尤其是早期的时候，都是一些广告公司瞎编的，美誉度这个度那个度，一大堆衡量指标，都是骗客户、骗厂家多掏广告费的，这种我觉得没什么用。还是要实事求是，实践是检验真理的唯一标准。”。

此外，“我的用人心得，你要把他放在那个位置上，还要授权给他，然后就培养他。”，“你先带他带一段，送一段，然后充分授权，因为他只有在充分授权之后，成长才能更快一

点。要允许他犯一些错误。”，“用人，他可能是70分，我可能是90分，我授权的时候，我就要忍受这个20分的差距。必须忍受，我也能忍受。”“只要有团队和产品，摔倒也能再起来。”“让最了解情况的人有决策权。”。“一个企业付出最大成本，最大的浪费并不在于他的实际操作，实际上决策失误所付出的代价是最高的。”，“你看着别人成功好像很容易，但别人一定是靠着心血浇灌出来的，就别指望有太多的捷径要走。”

纵观全书，特别喜欢下面这几句：”首先我作为公司核心人物，对我有一个考验，首先他们会观察你，第一你是不是斤斤计较的一个人，你大不大度，如果是一个小肚鸡肠的人，一有风吹草动，肯定就会离你而去。第二点你对人真诚不真诚。如果你对你的部下内心不真诚，你会在你的言行上表现出来。我自我感觉，我的缺点很多，但我对我的部下很真诚，这样彼此容易建立一种信任”，“成功的时候总结的经验是扭曲的，失败的时候总结的教训才是真实的”，“大成功是靠大痛苦浇灌的。大挫折是为大成功作准备的。中大奖者，其后生活往往并不快乐。纵观一生，总快乐=总痛苦。我们需要一颗平常心。得到快乐时候，别忘形，后面有同样大的痛苦等着你呢”，“何为富贵？勿需向别人折腰，则为贵。勿需向别人伸手，则为富。因此，不能以地位高低论贵。不能以财富多少论富。真正的富贵之人往往在平民百姓中。媒体上的常客往往是不富不贵、富而不贵、贵而不富的三种人。”

尤其是这里，我从史玉柱先生论何为富贵？可窥见他内心明白了什么才是真正的贵族精神。什么才是富贵。在他的自述文字里，我看到他骨子里藏着中国传统文化人的那些闪光的德性。如今，他没有生存问题。金钱已经不再是他的真正的目的了。史玉柱先生他是个儒商，我以为，他正努力在成为一个真正的士。一个带侠客气息有社会担当的士，且带着一屡远古侠者之风。其实，他的价值观是很传统的。不论是风光如今日，或是发不出工资的当初落魄时。诚然，他对下属的真诚和充分的授权及领悟与团队众人利益分享。尤其是对市场调研的

高度重视和亲力亲为。对营销策划的天赋与本能性的独立思考习惯。不迷信权威!还有他对人性特点的通透观察力和领悟力。这些，使得他在人生最落魄的时候起到了最为关键支撑与回报。

常言说得好，玩营销者，首先其实在玩为人的格局气度和悟性高度。玩做人的学习能力和可塑性与调整能力。我们从此不难理解为什么他在最落魄的时期，团队没有散，一大帮人连工资都领不到还如此忠心耿耿跟着老大干，没有一个背叛。这个团队的人没有傻子，不会傻到拿自己前途和家庭经济未来做赌博。这是史老板一路以来的人格感召能力，更是他们有一种洞察力加上信心亦包含者彼此的侠气和感情纽带。这也是史玉柱他能起死回生的最关键的基础条件。因为生意是人做的，人才是最关键的资产的!史玉柱这稳定的团队，在商海风浪中不离不弃的精神特质，在如今这个所谓功利现实的年代，几乎就是个传奇。

读这本书之前，我对史玉柱先生商海沉浮，佩服之余更有好奇和迷惑。今天，我觉得我找到答案了，不再迷惑好奇，理解了。我突然意识到一道理，其实很简单：“你如何对待别人，别人就如何对待你”。此或就是佛家说的：因果报应。基督教谈的：种什么树结什么果。亦不禁想起高人王阳明，他的《传习录》某兄弟推荐给我。买好长时间了，然一直未静心好好学习。“知行合一”。不容易啊。因为知易行难啊。且自加油吧~~今夜随性感怀一番。且即兴小诗一首以自娱娱人吧。