

赢在细节读后感(优秀5篇)

写读后感绝不是对原文的抄录或简单地复述，不能脱离原文任意发挥，应以写“体会”为主。读后感书写有哪些格式要求呢？怎样才能写一篇优秀的读后感呢？以下是小编为大家搜集的读后感范文，仅供参考，一起来看看吧

赢在细节读后感篇一

今天，我在上播音员班时，怀着好奇的心情读了《吃饭时要保持良好的礼仪》，《主动帮他人捡起掉下的东西》，《餐后负责清理自己的垃圾》，《接到别人递的东西要说“谢谢”》，《与人相碰应主动说“对不起”》等文章。宅主要讲了作者的银行卡和驾驶证掉了，还没等他弯下要去捡时，一个小男孩已经跑过来帮我捡了起来。而正是那小男孩的妈妈教育孩子要做一个乐于助人的人。于是作者也经常教育他的学生要主动帮他人捡起掉下的东西。当一个女士把一个空香烟盒扔在地上时，一个叫乔斯林的女孩把它捡起来并还给了她，那为女士起初像疯子一样看了她一眼，后来，她把空香烟盒放进了口袋，离开了。读到这儿，我突然想起了有一次我看见有一个同学的尺掉了，不但没帮他捡起来，还没有告诉她，顿时，感到很羞愧。“主动帮他人捡起掉下的东西”，这是一个良好的习惯，我们都应该养成。

赢在细节读后感篇二

本书作者罗翔偶然成为网红，但他觉得那不是成就，只是被命运所砸中。运气并非成就，命运之手把他托举到不配有的高度。让人飘飘然、让人晕眩，最终让人诚惶诚恐。

这是一本适合所有人阅读的法学随笔，罗翔老师用法律的思维与视角去自省，去看待这个世界，理性的探讨之余不乏人文关怀的温暖。

除了对法治的思考，书中还收录了罗老师从少年时期到教师生涯的个人经历：少年时曾请乞丐吃饭、大学时对求助者施以援手、第一次意识到所学法律可以影响他人的一生，以及求学时挥之不去的遗憾……正是那些戳中内心的记忆，让他认识到真正的知识要从书本走向现实，真正的法律并不仅仅是抽象的逻辑，而是每一个人鲜活的故事。

赢在细节读后感篇三

最近阅读了《细节营销》一书，感觉书中有较为新颖的观点和一些看法，尤其是较为系统分析了营销中的研发、客户、市场和定价策略的特性。

这里的研发，指市场如何开拓和规划，包括从产品、营销、管理策略研发。说白了，就是产品离开工厂后，何去何从？这里就需要专家进行规划，所谓专家就是对行业、地域、政治经济、宏观等等都应该有一定敏感性和前瞻性的高手。书中提到“一个公司至少要有几个真正的市场营销经理”，究竟谁是真正的营销经理？如何做好一名营销专家？首先关于产品，应该有先经过调研和分析，制定整个公司的产品规划，接下来就是根据每个区域、每个细分市场的产品规划，明确客户，对每个区域的客户进行分类和管理，这样一来保证产品规划的通畅性和一致性。每个区域可以把产品规则汇总一起，编成总的产品规划，这样可以形成统一“被规划”，可以非常准确知道产品在各个区域销售的销售情况。研发就是做好市场的根基所在，这点非常明确。

其次，此书对客户做了简单阐述，明确客户质量、分类管理及开拓新客户的方法。关于客户的流失率和客户导向，作者做了较为深刻的剖析。客户是如何流失？客户的流失是无形的，不被重视的。如果你回家，发现自己桌子上的电脑不见了，你肯定会报警，公安会到你房间不调查，问你最后一次看到那个电脑是什么时候，门有没有锁，贼是从窗户进来的还是别的什么地方进来的。公安会向整栋楼的租客出个通知，提

醒大家小心，出远门需要把贵重东西带在身上，而且要关好门、窗，等等。但是如果一个客户离开会怎样呢？谁会报警？再想想如何一个客户离开时给我们发来愤怒的投诉信，我们又给予几分关注？这个是需要我们反思的。客户的流失率有一定传染性，客户流失率降低一半，公司价值翻一番，这个数据没有做详细数据证明，但我觉得降低客户流失率可以提升业绩的强有力证明。

关于市场，最主要是对市场的分类和管理。在现在龙头企业在此市场占有率较为多，想进行这市场就需要细分市场。如今选对市场细分显得前所未有的重要。有个较为经典的例子：克莱斯勒在美国生产出第一批家庭微型面包车，这个微型面包车的设计对象是妈妈们，目的在于生产出一种安全、灵活、实用，能帮助妈妈将小孩、书包、体育用品和柴米油盐集于一车的运输工具。克莱斯勒在微型面包车独立先占领市场，使当时克莱斯勒市场份额越来越多。也证明书中所说非常经典一句“竞争并不发生在行业层面，而是在于细分市场层面”，同样的市场，同质化的产品，谁的管理更科学，谁得的市场份额就越多。

营销中关键的一环是4p中的price就是价格。营销的重要规则：价格是市场营销4p中的最后一个p而不是第一个p。市场营销做得好的人会尽量推迟价格的时间。有个较为经典例子：美国的彩虹吸尘器公司，在卖吸尘器时卖到1000美元一台的天价，普通的吸尘器只50美元，贵的也就300美元。首先向客户介绍彩虹吸尘与其他吸尘器相比，彩虹吸尘器灰尘不会被吸到一个纸袋里，而是被吸到一个装水的容器里，吸尘后，就可把脏水倒掉，如果这灰尘留在空气里面的话，会伤害你的肺、加重呼吸问题，等等。感兴趣的客户自然想知道价格是多少，销售代表知道一提到价格，这话就结束了，他们会说：“我不再想告诉价格是多少，我不希望你是因为价格低才买这个产品，我要确保你是的确需要这个产品才来买。”销售代表做多次演示这个产品的所有价值，不用买普通的吸尘器纸袋省下的钱、不用看医生买药省下的钱、不请假少扣

工资省下的钱等等。这账一算，可以省下一大笔钱。这样一来，不到这客户差不多要跪下来求这位销售代表告诉他价格，销售代表是不会告诉他价格的。情人眼里出西施，客户眼里出价值，但是你不跟客户解释价值，他未必看得到价值，所以，对于你的产品能给客户提供的价值了如指掌，对产品价值进行研发，然后把这价值放到客户眼中上、心中，然后再谈价格。这样，看起来不可能的事情就变得可能了。

以上，是我读此书后对工作的一些想法，仅此而已。

赢在细节读后感篇四

今天孙老师给我们读了美国一位教师罗恩·克拉克写的《教育的55个细节》一书。起初我想：孙老师怎么会叫我们读这本书呢？这应该是老师看的呀！于是我带着好奇的心情读了其中的5个片段：《吃饭时保持良好的礼仪》、《主动帮他人捡起掉下的东西》、《餐后要负责清理自己的垃圾》、《接到别人递到的东西要说谢谢》和《与人相碰因主动说对不起》，感受颇深。

我最喜欢的是《餐后要负责清理自己的垃圾》一文。主要讲了我们用餐完毕后，要把自己应该清理的东西收拾干净。可想想平时，我们用餐完毕后，都是让学校的食堂工作人员收拾桌面的。现在想想，我感到很惭愧。我想，今后用餐完毕后，我一定要自己收拾桌上的垃圾，并且要保持周围环境的整洁。

同学们，我建议你们也去看看罗恩·克拉克写的《教育的55个细节》，它会让你成为一个讲文明礼仪的好少年。

赢在细节读后感篇五

今天，孙老师急匆匆地走进来，对我们说：“今天，我们来读《教育的55个细节》！它的作者是美国教师罗恩·克拉

克……”孙老师说着，说着，我就陷入了沉思：咦！今天怎么要读书？我回过神来，带着好奇的心情看起了当中的一篇《吃饭时保持礼仪》。之后，我又阅读了《与人相碰应主动说：“对不起”》、《餐后要负责清理自己的垃圾》、《主动帮别人拣起掉下的东西》和《接到别人递的东西应主动说：“谢谢”》。它们写的都是与生活紧密相关的文明礼仪的养成。

其中，我最喜欢的要数《与人相碰应主动说：“对不起”》了！我认为说“对不起”这三个字非常简单，为什么有好多同学不会说呢？在生活中经常出现这种情况：下课时，两位同学相撞了，可他们不会说对不起，而互相打斗起来。我想，如果他们各自说声“对不起！”那不就大事变小，小事变没了了吗？看来“对不起”这三个字还真能看出一个人的文明教养。伙伴们，我们不小心碰撞了别人真应及时说“对不起”哦，那才能养成礼貌、懂规矩的好习惯，才能成为一名礼仪好少年！