

市场营销实训心得体会 12 篇

市场营销实训心得体会 1

本人对于这学期开设的市场营销实训总体感觉是从开始的好奇心态到后来的又爱又恨。所谓好的开始是成功一半，而坏的开始就是失败的全部。实训操作到最后才发现，资本就是一切，人脉才是正道。像我这种没摸清门道的人，投资广告的钱是利润的几倍，拼命抢市场找合作，以为销售量上去了便万事大吉了，结果才发现弱智原来是可以原谅的，因为那迷茫和无奈的表情已经够自嘲一阵子了。市场营销是门复杂的学科，市场选择市场开拓，市场调查，市场生产，市场竞争，再到产品销售。整个产品生产线的安排，品牌知名度，产品宣传，销售渠道等等，每个环节都能影响整个营销的结果。下面我将从 4P 中的三个角度来说我个人的心得体会。产品方面

首先要进入一个市场，要进入市场调查，看看进入这个市场成功的机率多大，了解竞争对手要多少，竞争程度怎样，有没有出现垄断如果竞争过大则不宜选择。在我们第一次进行的模拟的时候，那个时候的西北市场因为各方面思维的惯性，很少同学选择这块市场，所以选择开拓这个市场的同学们得到了很大的利润，而在华南这块市场历来是商家必争之地，因此，只有不断的投入广告费用，品牌知名度达到别人无法超越的地步，你才有资本去

跟人抢市场。经过几次模拟过后，有些同学才发现到开拓西北地区的好处，等到想要去开拓进入里，发现那里早已有人垄断了这个地区。其次，这次我们模拟的是手机市场的生产，我们要投资时要考虑选择哪个档次，低档，中档，高档，不然这个不同的档次不是说你想要哪个就有哪个的，低档是必要的，若想要向上一级，我们则进行产品升级，产品升级无非就是投入资金，购买一些技术。从不同的档次来说，低档产品的利润率是最低的，高档是最高的。眼尖的同学发现了这一点，所以他的利润也不得了了。我也是后来才发现这一点的，不过这个利润的获取还得有个品牌知名度的支撑，不然，你没有这个你跟别人抢市场就是痴人说梦。

最后一点，也是非常重要的一点，就是品牌知名度方面，跟现实中的一样，别人会购买某种品牌一般会选信誉，品牌，性能各方面比较好的一个。在模拟中，品牌知名度就是商场，超市各个商家考虑与你合作与否的关键因素。在这个模拟中，品牌知名度则是通过打广告来提升的，你的广告费用越多，品牌知名度也就大，这是个正相关的关系。而在广告投放中，要选择不同的投放渠道，有电视，网络，户外，报纸等等，在选择某个媒介中，我们要考虑下传播率，也即有效的受众率。通过模拟中，我们发现户外中高速公路段的三面体广告宣传是最有效的，当然它的费用也是高的惊人。广告说到底还是资金的运作，你只有肯下重本，

品牌知名度也会有提升。价格方面

对不同档次的产品，它们价格当然不同，而这个价格选择方面，我们考虑各个不同商场对价格的接受程度。比如说，有些商场规定高档的产品入场价格是 1230。若是你高于这个价格，你在竞标时就会错失这个项目。因此，在制定这个价格时要制定各个商家中价格接受度最小的那个，这样一来，你就可以吃起所有商家的竞标。而在每年中可以有一次的调价行为，这也方便了我们与商场、超市的合作。销售渠道方面

销售渠道主要有两个商场与超市，其中，商场的利润明显高于超市，从价格接受度和可销售数量可以看到。商场都是大批量的接受数量的，单单从数量上就占了优势，因此，我们都挤破了想要在商场抢占订单。促销策略方面

在促销这一块上，有一个指标需要我们要提前做好工作的，那就是进入某个市场时有个市场开拓度，这个市场开拓度决定了你以后这个市场的可销售量，如果你没有了解到这一点，仅仅是凭促销手段来打开你的销售数量的话是非常局限的。所以，我们得先别人一步，因为在可销售数量方面有些是需要较长的年限的，你的产品经营的越久，开拓度也就越大。可销售量上去了，你今年的销售额也就增加了。

通过这次实训，使我从中体会到学习国际市场营销这门课程，

理论上听懂的内容，在实际操作起来是有很大的难度的，而且要想做好营销工作，不仅要懂得其中的学问，而且也还要许多营销技巧。

我的公司名叫_O_O_电子公司。我们卖的商品是手机，我们的□□□□□“GossipGirl”□□□□□□□□ 3 千万，信用等级为 AA 开始的时候，要对市场进行选择，对于这一点，我对市场进行了分析，最后我们选择了西南地区，这个市场虽然产品需求量较小，但是竞争少。

然后，我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，我对每个公司的信息进行了分析，发现果然不出我所料，选择华东、华南、华中地区的公司比较多，大家选择销售的产品基本同质。因此，我所选择的西南地区市场竞争不大，要好好的把握我选中的'市场。

销售第一年结束，我们公司最终盈利。这一年，竞争较少，而我又研发中档产品，市场份额较大，因此订单较多，足够生产和盈利。我从中了解到，整个市场竞争是很激烈的，我们在选择目标市场时，要想在这竞争较激烈的市场上站稳脚，就要根据自己产品来定位目标市场，动作要快，产品也要更新快，只要落后自己竞争者一步就意味着市场占有率要少许多，所以自己的产品要尽快进入市场从而达到占市场的目的。

第二年. 由于第一年的成功经营, 我的信用升到 AAA 于是, 我研发了高档产品, 主要市场投入都在高档产品这一块。营销前半段, 由于资金充足, 生产、投标、抢单都很顺利。但在后半段, 由于没有估清自己的资金, 接了一个较大的订单, 而无法生产出相应数量的产品, 无法交货, 导致亏损。我从中了解到, 有多大面就做多大饼。在经营过程中, 正确的市场估计和资金估计是至关重要的, 不能盲目的接订单, 这样容易造成产品不够, 无法交单的局面。这样会直接影响下一年的信用等级。

在严峻的竞争中, 大家都训练得非常投入。从训练中我们得知, 在企业在产品投入销售时。它是需要做大量的前期工作的准备与资金投入, 如产品市场调查、市场分析、产品战略的使用到产品最终销售过程等, 这些程序看似复杂, 但它确实产品经营成功与否的关键之一; 再而, 就是成本的控制, 企业的经营的目标就是盈利, 如何取得最大利润, 成本则是其途径之一。还有企业的决策者, 必须对市场够敏感, 眼快手快, 能跟着市场的步伐走, 至少不能是落后, 这样你才能保持自身的竞争优势。若别人都在努力奋斗, 你却还是一个蠢蠢欲动的蜗牛, 那么你则会被竞争激烈的对手狠狠的抛到九霄云外。从中我体会到学习不仅要懂得理论上的知识点, 还要和实践结合起来学, 一步一个脚印的去做, 弄懂每一个知识点, 哪些做得好与不好的, 都要进行总结, 做得

不好的要分析为什么没做好的原因。争取下次做好，只要长期这样做下去，自己会得到充实的同时，也让自己在学习实践中成长。

市场营销实训心得体会 2

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。

在经过了整整两天的摸索、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天地。市场营销实训心得体会 3

我们每一个大学生需要的不仅仅是理论层面的知识，还需要更多的实战经验才行，这是检验我们学习到知识是否有欠缺的地方的非常好的机会，还是增加我们对于工作认识的一个机会，所以学校对我们是有专门开展了各自专业的实训课的。我们市场营销专业的实训课就是在这个学期，主要的内容就是销售实战，而实训的'地点就开设在我们校园里面。

在校园里面开设销售点做促销活动是我们校园里面的传统了，我们校园里面每年都会开展两次，以前也看到过学长学姐们在那里销售东西，不过我都这段时间自己参与进去了才知道这原来是

我们市场营销专业的实训课。我们班级的各个同学在老师的的指挥下，自己找人组成一个小组，我们每个人负责不同的东西销售这些都是需要我们去想去准备的，学校会给我们提供谈摊点的桌椅和帐篷等等东西。因为这段时间正好是一个国外节日，所以我小组的几个人商量着就是准备销售苹果。我们小组拉了一个族群，商量了这一次的销售计划，我们准备从网络上购买包装的盒子，因为网络上可选择性多一点，所以更好的迎合大家的喜欢，然后我们的苹果则是去本市的水果批发市场购买，因为这样能够尽可能的保证产品的新鲜和外观，这些都是促进我们销售的必要条件。我们在实训开始的前一天加班加点的将所有的苹果包装好，并且我们已经提前在网络上各大群里面做好了宣传的工作，所以在实训课开始的那一天我们的销售额还是不错的，毕竟装上了热点。但是跟我们一样有这样的想法同样有一组，所以分担了我们的市场，第一天销售结束的之后，哦我们商量做一下促销活动，就是团购或者买的多的话可以优惠，然后我们包送到制定的地点，因为这段时间班级和部门订购并不少，所以我们这一个方法果然获得了许多的成功，销售额一下子就上去了。

这一次的实训课只有短暂的四天，但是让我们小组的每一个人都有了非常大的收获，这些都是我们光读书体会不到的。我们通过这一次销售实训课有了更大的自信心，能够在非常多人在场

的情况下进行叫卖吆喝，同时我们还学习到了我们销售的一些方法，比如销售可以结合当下的流行趋势和热点，再就是要做出一定的促销手段，吸引注意力等等。总的来说，这次销售实训给予我很大的帮助。市场营销实训心得体会 4

我不是营销专业的，初涉市场营销是在我大一下学期。本人到图书馆借了一本市场营销学的书，看过了之后略有所悟，这学期真的很高兴学校给我们安排了《市场营销学》这门课。很庆幸的是我的市场营销学的导师是一位经验丰富、美丽、专业的一位女士。

刚开始的时候我的导师并没有直接上书本知识，她从很多例子和她自己的亲身经历给我们讲述了市场营销，“王老吉凉茶”广告词：怕上火、喝王老吉的营销成功史等等。之后还从她自身着手讲述了她的.美容院、她环行中国所经历的好多有趣之事。同学们都听得入了神，没有一个人睡觉的，这种状态在我们班那是很少见的。

所谓市场营销就是个人或集体通过创造，提供并同他人交换有价值的产品，以满足其需求和欲望的一种社会和管理的过程，在这个核心概念中包含了：需要、欲望、和需求，产品或提供物，价值和满意，交换和交易，关系和网络，市场、营销和营销者等一系列的概念。

市场营销的观念的最终目标是要达到社会市场营销，所谓社会市场营销观念：对市场营销观念的修改和补充。它产生于 20 世纪 70 年代西方资本主义出现能源短缺、通货膨胀、失业增加、环境污染严重、消费者保护运动盛行的新形势下。因为市场营销观念回避了消费者需要、消费者利益和长期社会福利之间隐含着冲突的现实。社会市场营销观念认为，企业的任务是确定各个目标市场的需要、欲望和利益，并以保护或提高消费者和社会福利的方式，比竞争者更有效、更有利地向目标市场提供能够满足其需要、欲望和利益的物品或服务。社会市场营销观念要求市场营销者在制定市场营销政策时，要统筹兼顾三方面的利益，即企业利润、消费者需要的满足和社会利益。

中国现在还处在市场营销的前几个阶段，要想达到社会市场营销观念可能还需要走很长的一段路。

营销是生产能销售出去的产品，它不等同于推销，推销时销售能够生产出来的产品。

通过对这门学科的学习，我相信我会在以后的成功之路上受用。

导师的这种教学方式方法我很喜欢，若能多收集些最新案例或多从自身经历授课，我相信这会更能使很多同学感兴趣，十分感谢。市场营销实训心得体会 5

通过这次实训，使我从中体会到学习国际市场营销这门课程，理论上听懂的内容，在实际操作起来是有很大的难度的，而且要想做好营销工作，不仅要懂得其中的学问，而且也还要许多营销技巧。

我的公司名叫_O_O_电子公司。我们卖的商品是手机，我们的□□□□□“GossipGirl”□□□□□□□□□ 3 千万，信用等级为 AA 开始的时候，要对市场进行选择，对于这一点，我对市场进行了分析，最后我们选择了西南地区，这个市场虽然产品需求量较小，但是竞争少。

然后，我们就进入了真正的营销模拟了，在进入这个环节之前，我对每个公司的信息进行了分析，发现果然不出我所料，选择华东、华南、华中地区的公司比较多，大家选择销售的产品基本同质。因此，我所选择的西南地区市场竞争不大，要好好的把握我选中的市场。

销售第一年结束，我们公司最终盈利。这一年，竞争较少，而我又研发中档产品，市场份额较大，因此订单较多，足够生产和盈利。我从中了解到，整个市场竞争是很激烈的，我们在选择目标市场时，要想在这竞争较激烈的市场上站稳脚，就要根据自己产品来定位目标市场，动作要快，产品也要更新快，只要落后自己竞争者一步就意味着市场占有率要少许多，所以自己的产品

要尽快进入市场从而达到占市场的目的。

第二年. 由于第一年的成功经营, 我的信用升到 AAA 于是, 我研发了高档产品, 主要市场投入都在高档产品这一块。营销前半段, 由于资金充足, 生产、投标、抢单都很顺利。但在后半段, 由于没有估清自己的资金, 接了一个较大的订单, 而无法生产出相应数量的产品, 无法交货, 导致亏损。我从中了解到, 有多大面就做多大饼。在经营过程中, 正确的市场估计和资金估计是至关重要的, 不能盲目的接订单, 这样容易造成产品不够, 无法交单的局面。这样会直接影响下一年的信用等级。

在严峻的竞争中, 大家都训练得非常投入。从训练中我们得知, 在企业在产品投入销售时。它是需要做大量的前期工作的准备与资金投入, 如产品市场调查、市场分析、产品战略的使用到产品最终销售过程等, 这些程序看似复杂, 但它确实产品经营成功与否的关键之一; 再而, 就是成本的控制, 企业的经营的目标就是盈利, 如何取得最大利润, 成本则是其途径之一。还有企业的决策者, 必须对市场够敏感, 眼快手快, 能跟着市场的步伐走, 至少不能是落后, 这样你才能保持自身的竞争优势。若别人都在努力奋斗, 你却还是一个蠢蠢欲动的蜗牛, 那么你则会被竞争激烈的对手狠狠的抛到九霄云外。从中我体会到学习不仅要懂得理论上的知识点, 还要和实践结合起来学, 一步一个脚印的去做,

弄懂每一个知识点，哪些做得好与不好的，都要进行总结，做得不好的要分析为什么没做好的原因。争取下次做好，只要长期这样做下去，自己会得到充实的同时，也让自己在学习实践中成长。

从 20__年 12 月 5 号~12 月 16 号，我们市场营销专业进行了为期 2 个星期的专业实习，我们实习共分为两个产品项目（护肤品和电冰箱）。虽然实习是在学校机房中进行的（与最先自己以为是在现实中进行营销实习不同），得到的却是比现实生活的营销实习更多更深刻的认识与技能。即使此次实习是通过电脑软件逼真反映市场营销的运作（不是真实的），但它让我更加明白了市场营销绝不是普罗大众认为的，那种仅仅是所谓的“卖东西”或者是“推销产品”，也不再仅仅局限于记住书本上所说的市场营销包含产品的开发设计一直到产品推向市场，最后消费者消费的一系列环节，而是真正体会到这种过程，而这种过程或许是不能通过现实中的营销实习得到的（因为没有哪个公司或企业会允许在读本科生对其面向消费市场的产品进行开发设计，而且我们也没这个能力）。

但终究而言这也只是模拟。通过这次的实习经历，我觉得它与现实还是有所出入的，并不能真正地反映真实的市场运作，即使有些组得分很高，市场占有率一直居高不下，但也仅仅只是模拟而不属于现实。虽然马克思主义教导我们客观事物（经济市场）

是有规律的（这套软件或许就是通过这种规律进行运作），但客观现实也是有所出乎意料的。比如说，我以前在一本介绍史玉柱的书中得知，曾经他开发出汉卡软件是通过花费巨额广告支出来推广产品的知名度，提升产品的竞争力，包括后来被人一直所诟病的脑白金广告，但依然无法阻止他的成功。此次在电冰箱产品项目的运作上，我也试图效仿这种运作方式来打开市场，但结果却是失败的，仅仅一季度的试验就使公司一蹶不振。可我并不否认它对于电冰箱的产品知名度和市场占有率的提高有帮助，但结果证明终究是完全不同于史玉柱通过广告打响市场而得到的那种漂亮而近乎完美的结果。这或许也是模拟与现实的差别所在。另外我觉得这套实习软件没能体现出消费者消费过程的心理状态，也是一种不足之处吧。市场营销实训心得体会 6

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖

掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了 I 选择了东北地区作为我的目标市场结合了 3000 万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析，swot 分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了总结。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生

产或盲目的销售，只会适得其反。

1、在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。

2、注重市场调研，收集并分析大量的'信息，只有这样才能在环境和市场的变化有很大不确实性的情况下做出正确的决策。

3、要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，利于不败之地。

4、既要制定较长期的战略计划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。

5、企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的心得体会。

一周的实训虽然困难重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。市场营销实训心得体会 7

经过将近半个月的销售实训，我本人有很深的体会。从我们分组、领任务到一起进行市场调查，让我深刻的体会到一个团队的重要作用。

在做市场调查时，由于时间和我们本身实力的关系，我们的

问卷做得不够完善，主体上没有错误，但是细节上优缺点；有的问题前后不是很符合逻辑，在为顾客调查时，一个不是本专业的。人可以对本专业学生做的问卷品头论足，让我觉得很羞愧，同时也很泄气，但是，也有人惊讶的说“这是你们做的吗？”听到这样的话又有了信心，这次实训给了我们很多书本上学不到的知识，做市场营销的利益为先，有哪些消费者会成为我们最终客户是我们调查的目的。

在销售产品时，我们销售的是面包、U盘和读卡器，根据我们的销售计划，晚间在自习之后去各个寝室走访销售，白天有定点代购销售点，也有同学们自发地去外面向路人推销。当我在五舍二楼推销时，几乎一半的同学已经听说或是看到传单，甚至有些人已经买完了，我深深地感觉到我推销无望了，后来又走了几个寝室后更觉得失望，同学们不是推脱就是买完了，要么就是爱答不理的。也许是老天爷看我太可怜了吧，跟同学又走了几个屋后，我有了收获，寝室的同学很热情，洋溢着青春的气息，跟我们谈了很久的话，最后还买了一些我们的产品，虽然钱没有多少，但是它代表的价值和意义却很大，就因为这几个面包让我信心倍增，因为它所以消费者的需求得到满足，看着他们满足的笑脸，终于感觉到自己又有信心了，感觉到自己的价值了，

也正因为如此，在接下来的时间里我在销售产品时也很有奔

头，很有冲劲。

其实，无论做什么事，只要肯努力、肯尝试、相信自己就会有收获，相信经过这次拓展训练，我会有更多地认识，在以后走进社会也会记得在这次销售中所积累的经验教训！市场营销实训心得体会 8

我们第四项营销实训是接待方面的实训，我们抽到的题目是“北京的重要客户来访，经理安排你所在的部门中午陪同吃饭你该怎么做？”这是一个非常贴近现实的题目，当我们拿到这个题目时我们小组立刻进行了任务分配，经过这段时间的小组磨合，我们的小组已经真正的成为了一个可以很好完成任务的小组了。

首先，接到这个题目我们的大脑开始高速旋转，我们已经完全不把它当做实训了，而是真正在一个公司了。我首先明确了，来的是北京的大客户，绝对不能怠慢，而且要让这个大客户爱上我们的公司，我们应该在午饭上吃出名堂来。要十分注意公司的形象，我们首先预定了中汇国际会议中心的饭菜，这里有很多徐州的特色菜，还有一些比较高档次的菜。接下来就是我们安排接送的车，以及客户所要下榻的酒店，一定要舒适。

其次，我们要合理的选择陪同人员，要事先了解好要来的人员的性格特点，然后相应的安排陪同人员，这样才不会有失我们公司的形象。作为公司的一员要时刻关注公司的形象，所以我们

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/166143203112010045>