# 市场营销的实习报告参考

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-10-17

*为了更好地理解和掌握市场营销学知识，在社会实践中综合运用所学的营销的理论与技能，提高自己分析问题,解决问题的能力所以我们进行了为期3周的市场营销实训.　　一 实习目的　　此次实习的主要目的在于使学生在学完市场营销这门课程之后把所学的知识...*

　　为了更好地理解和掌握市场营销学知识，在社会实践中综合运用所学的营销的理论与技能，提高自己分析问题,解决问题的能力所以我们进行了为期3周的市场营销实训.

　　一 实习目的

　　此次实习的主要目的在于使学生在学完市场营销这门课程之后把所学的知识运用并领会所学理论的适用性,能更好地理论联系实际深入到各个部门,了解市场营销工作的规律性,找出其中存在的问题及今后发展的主要趋势.

　　二 实习内容

　　在老师的领导下,我们5个喜爱组在一起共同讨论了此次实习的内容.首先,老师组织了我们集体观看了宜家家居产品体验式营销策略的纪录片,决定价格体验式营销作为其中的一部分,其次了解到企业文化对一个企业的长远发展与壮大起至关重要的作用.例如,海尔,小红帽等,这就是内容的第二个部分:最后,在现代营销中,促销策略多种多样,各具特色,值此圣诞元旦之际,各商家都会使出绝活进行促销,以增加销售额.总结下来,我们的实习报告内容包括三部分:一体验式营销;二 促销策略; 三 企业文化因此,我们三周的实习调查工作主要是围绕这三方面进行.

　　(一)体验式营销

　　看过宜家家居促销策略之后,我们了解到宜家在欧洲进行营销并没用采用折扣,优惠券等促销方式,而是一种创新营销-----体验式营销.它突破了传统的\"理性消费\"的假设,认为消费者是理性与感性兼具,消费者在消费前,消费中,消费后的体验,才是研究消费者行为与企业品牌经营的关键.

　　体验式营销的应用,其目的是为消费者提供全方位的体验服务.正如宜家专卖店里所做的那样,一体验式营销帮助消费者选择产品和服务,提升产品和服务的附加值,让消费者占据主导地位而不是被动地接受产品和服务.在宜家的体验式营销里,通过听,,看,,触,,嗅等感官刺激,消费者可以体验自己\"未来的家\"而正是这种\"所见即所得\"的效果,促进消费者的潜在需求向现实需求转变,最终达到提高签单量,提升企业经营业绩的目的.

　　此外,不仅是宜家应用体验式营销,全球更多的家装企业已看好此路并已经运用.例如现在的\"华耐美家\"整体家居体验管也采用了体验式营销,华耐美家整体家居体验管提供了现实场景,以便业主身临其境地体验家装成果,对自己家装修后的效果有直观认识.

　　过去传统意义上家装质量是指施工所能达到的技术水平,但随着消费者需求的提高,家装质量的定义现已扩展到更广的层面,涵盖了先进的产品技术,消费者希望最大限度的满足其物质需求和精神追求,宜家产品包括厨房,,卫生间,,卧室,,客厅等必不可少的家具,样品上千种,无处不体现着自由,,个性化,,简单的风格,不会让顾客有雷同的感觉.在宜家卖店里购物,顾客会有轻松随意的感觉,是一种娱乐性购物.宜家的diy产品让顾客享受体验知识的过程,个呢更多的了解产品的性能与保养之道.

　　在家装行业里,日趋激烈的竞争迫使个各企业寻求差异化服务以提高自己的竞争力,于是体验式营销成了家装行业的主流.因此我们小组来到了唐山市鹏达家具广场,鹏大家具广场涉及枫叶、汇丰、圣洛克、自由人等多种品牌,其整体构造是不同的样板间,侧重于展示整体家居的搭配,让顾客对所购产品有一个整体概念,每个样板间都有自己的独特风格,让顾客应接不暇,这是由单一的装修服务递进到全过程的家装、家居、家饰甚至是家电的整体服务,非常直观，方便.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找