2023年虾皮广告心得体会范文(大全5篇)

我们得到了一些心得体会以后，应该马上记录下来，写一篇心得体会，这样能够给人努力向前的动力。优质的心得体会该怎么样去写呢？接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇心得体会吧，我们一起来看一看吧。

虾皮广告心得体会范文篇一

做广告,特别是房地产广告,有一招特别厉害,那就是解构楼盘名.中国自古来便非常重视名称,对于自己的称乎,不但有姓,有名,还有字有号.孔子历来重视正名,有"名不正则言不顺",而老子更重视名字本身之上的含义,有"道可道,非常道;名可名,非常名".一个好的名字首先是有利于区别于其他相似性质的东西,同时也代表着自身的个性特色,以及人们对其期待的发展理念和方向,再赋予文化,经久流传,则可以代表一个地域甚或一个时代的特色.

如果用这招来套广告,那么做广告似乎很简单,因为解构"广告",拆开合拢就是"广而告之",即把一个东西(这个东西或理念,或功能,或夸张了的虚假的言辞.....)广泛地传播开来,让世人知道.过程简单明了,中间只需要充实那些宣传的内容.将这招套在地产上那就成了"地产广告",而过程就是广告地产.

地产广告和广告地产究竟有否区别,就好比一个是"王婆卖瓜,自卖自夸",一个是李婆卖瓜,好瓜众人夸;一个是产品主义,一个既重视产品品质,亦注意"卖瓜技巧".如果说在产品短缺时代,二者难分高低,那么在市场经济时代,市场主导者从企业为主到以消费群体为主,二者孰好孰将淘汰,是很快就可见晓的.

很明显,地产广告着重后者,只将自我优势特色传播开来,依葫芦画瓢,不注意传播技巧,不注重与目标群体的互动沟通,更没有从行业本身的特点以及结合自身楼盘的优势进行整合传播,

以为只要持续轰击,到处撒网,密不可透风,总会烘到鱼儿的.

这种广告方式是一种很不重视广告效果的广告作战策略,是只能在产品短缺时代或者目标群体"愚昧"的情况下可能获得成功的.以前在中央电视台出过标王的昙花一现,而在改革开放不久或者再前面一段时间中国有过凭票才能买东西的时段,也许在那个时候产品主义是可以立即成功的,特别是科技产品,到现在都以产品质量和功能形式领先为成功首要条件;可是到现在,产品丰富了,同类产品顺手可数出好几十种品牌来,随便走到一家超市,看看货架上的方便面的种类就可得到证明.同时我们的观念也改变了许多,从早先的重洋到支持民族工业,从封闭走向开放,走向接受和拿来,走进新时代,信息时代和读图时代,我们的观念也在现代化,我们的时代地位也因和平公平竞争而得到尊敬,我们开始被称为"上帝",我们开始有话语权,我们享受时代.....物质的丰富伴随着竞争的加剧,我们的营销方式也从产品主义走向了营销时代,我们开始注重双向沟通,注重合作共赢,我们的营销手段也从4p走向了4c.....

我们要广告地产.广告地产,顾名思义,即为地产这个行业量身定做广告.既注重行业和楼盘本身的特点,同时又根据专业广告的原则,从专业广告推广的角度进而将二者整合起来,形成1+13的聚合效应.这和地产广告是很不同的,首先是观念的区别:别人问你是干什么的,如果说地产广告,那么你可能对地产有很多了解,但对广告可能就不那么神通了,但如果是广告地产,那么你既有核心优势,又有行业特色,两者是不同的.前者注重产品和地产行业特色,地产知识是大范围的,而广告只是一个小小的分支,后者注重广告专业和地产结合,广告是大范围的,地产是广告的核心.作为一个广告公司,一个为地产而广告的公司,是要以广告地产为核心观念的,而不是个地产广告.

然而现在很多广告公司做地产广告都仅仅停留在地产上,停留在产品主义上,以行话套话,用那些不知道已经有多少次了的陈词滥调在努力的宣传,好象世界上就这些词语,而这些词语

就是专为房地产而生, 如果不是这样也就不是地产广告似的. 有人说, 房地产是一个扼杀广告创意的行业, 而任何一个人都可以进地产广告行业. 可见这个行业的门槛之低. 同时这个行业之间的竞争也是那么的不透明, 许多的不规范造成整个行业的混乱和服务水准的低下.

其实, 地产广告也需要很多创意, 只是人们被地产这个行业的现实上的游戏规则蒙蔽了, 一个真正的以地产作为核心业务的广告公司, 是应该以广告地产做为公司经营和服务理念的, 这样才能体现规模和标准. 将专业广告做为自己的核心竞争力, 将地产做为自己的饭碗来源, 专业加实力, 必然将赢得市场, 因为这首先在理念上就赢得了胜利.

虾皮广告心得体会范文篇二

近年来，随着互联网的快速发展，电商平台成为人们购物的首选。而虾皮广告作为互联网广告的一种形式，以其独特的风格和创意，深受广大用户的喜爱。下面我将从广告设计、产品展示、用户体验、销售成果以及未来发展等方面，谈谈我对虾皮广告的心得与体会。

广告设计是吸引用户关注的第一步，虾皮广告在设计上独具匠心。它以简洁、明了的文字和鲜明的配色，吸引了人们的目光。广告创意独特，能够让人们一眼就记住。例如，在某款手机的广告中，虾皮运用了卡通形象和幽默的对白，让人忍俊不禁。这种别致的设计让广告脱颖而出，引起潜在用户的兴趣。同时，虾皮广告的设计也考虑到了用户的视觉体验，不仅在排版、颜色、字体等方面注重细节，还注重与用户之间的互动性。

在产品展示方面，虾皮广告以简洁清晰的方式呈现商品特色。广告中的商品照片清晰明了，能够清晰展示商品的细节和特点，给用户一个直观的感受。同时，广告对产品的描述也非常详细，让用户了解到商品的各种优势和功能。例如，在一

则关于餐具的广告中，虾皮详细介绍了餐具的材质、款式和用途，让人对该商品有了更全面的了解。这种清晰的展示方式，让用户在不去实体店的情况下，也能充分了解到商品的特点。

用户体验是电商平台吸引用户的重要因素，虾皮广告在用户体验方面也下了很多功夫。广告中一般都会附带一些用户评价，这些评价多是正面的，能够让用户对商品的质量和效果产生信任感。同时，广告中也会有一些明确的购买链接，让用户可以直接跳转到购买页面，提高购买的便捷性。除此之外，虾皮广告还通过推荐相似商品的方式，提供更多选择，满足用户的个性需求。这样的用户体验，让用户在购物的过程中感到更加愉快和舒适。

虾皮广告不仅在设计和用户体验方面有所突破，更为重要的是，它能够取得良好的销售成果。广告通过吸引用户的关注、呈现商品的各种特点并提供便捷的购买渠道，有效地促成了用户购买行为。在某款电器的广告中，虾皮广告在一个月内就实现了数十万的销售额，这个数字令人瞠目结舌。这也充分说明了虾皮广告在销售方面的成就，它能够有效提升产品的销售量，并帮助商家获得更高的收益。

最后，虾皮广告未来还有更大的发展空间。随着互联网的时代的发展，电商平台的竞争越来越激烈，广告也成为了商家推广的重要手段。虾皮作为一家致力于用广告帮助商家获得更多销售成果的公司，将不断通过改进设计、提升用户体验和优化销售方式，为商家创造更多商机。

综上所述，虾皮广告以其独特的设计和风格，吸引了广大用户的关注。广告设计独特，产品展示清晰明了，用户体验舒适愉快，销售成果喜人。未来，虾皮广告还会继续发展，为商家创造更多的商机。虾皮广告的崛起，将为电商平台带来更多的创新和发展。

虾皮广告心得体会范文篇三

实习目的：通过生产实习了解设计管理和企业生产营销情况，在这个基础上把所学的商务专业理论知识与实习紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用的目的。

实习时间：

实习地点：____广告公司

总结报告：

为期1个月的实习结束了，我在这一个月的实习中学到了很多在课堂上根本就学不到的知识,受益非浅。现在我就对这一个月的实习做一个工作小结。首先介绍一下我的实习单位：____广告公司。公司是一家专业的设计公司，本着诚实做人，真心做事的原则为客户服务，现在我公司所服务的公司都已经取得了良好的效益。业务相当广泛，包括设计、制作国内路牌、灯箱、印刷品、展示广告，代理自制广告业务;承接包装设计、装饰装璜设计、环境艺术装饰设计;提供庆典、企业形象策划等。公司坚持以市场营销为导向，运用的营销方式及推广思路，帮助企业在市场中取得先机和优势。由于拥有强大的技术力量、专业的设计理念，独特的设计风格、精益求精的设计制作人员、尽善尽美的售后服务人员，从而为客户公司塑造更完美的企业形象。自4月23日起，在一个月的工作中我参加了该公司的营销部实习工作。我认为该公司超群的售前推广以公司ci形象系统、产品配套直观展示给予宣传推介：由于拥有一批长期从事广告设计印刷精英组成，擅长把握客户的需求，有着丰富实施项目管理经验。他们本着为客户思考与服务的宗旨不断的自我完善与提高。进入公司后，我明白了：以质量求生存，以信誉求发展，以价格求信心，以时间求放心，一切努力求见客户的微笑。优秀的设计一定程度能降低企业运营的风险。联客本着务实有效的设计思想，坚持原创设计，站在最终客户的角度，通过细致的

调研和严谨的分析，为客户创作出准确的、极具商业价值的形象设计。我们的目的是通过对企业品牌视觉形象的定位、创造、提升、推广、应用、维护、管理等一系列活动，从而协助企业提高品牌价值，提高竞争力。

积极的售中过程及我们精干业务、技术支持;走特色营销之路，快速、优质的售后服务，让客户充分感受我们公司不断追求完善的服务宗旨。公司致力于强化内部质量管理，倡导一丝不苟的工作作风。酒香不怕巷子深的时代早已一去不复返，即使是好的产品也需要好的方法和思路去完成销售，如今的消费者是不会自己找上门来买你产品的，这一点早已被不断变化的市场所证明;包装的概念也不再是用传统的印刷工艺、材质加工、版面设计等等所能概括;厂商有好的产品要销售，那么如何有效的将产品核心价值和概念准确传达给消费者呢?我们提倡的是策略性的包装概念，是以消费者为导向，市场为依据，调研为支持的高端策略包装之道，我们觉得包装的基本功能除了能够包裹物品和运输之外还应加上能够为厂商带来市场价值，这是符合整体营销战略方向，能够为企业带来销售业绩的销售利器。而这一切都需要充分的沟通和缜密的思考。这使我深刻体会到在学校学好专业知识固然很重要，但更重要的是把学到的知识灵活运用到实习中去。在为期1个月的实习里，我象一个真正的员工一样拥有自己的工作卡，感觉自己已经不是一个学生了，每天7点起床，然后象个真正的上班族一样上班。实习过程中遵守该厂的各项制度，虚心向有经验的同事学习，一个月的实习使我懂得了很多以前不知道的东西，对____广告公司也有了更深的了解，通过了解也发现了该公司存在一些问题：

由于受市场竞争的客观因素和主观努力不够，业务成功率不够稳定，销售业务工作管理还不够完善，资金回笼有时不够及时，直接影响公司的正常运转;市场信息反馈较慢，对发展新客户的工作作得不够细。在实习中，要求我们不仅要有专业的知识和工作的热情，同时也要有独到的见解和灵活的创意。我们不是推销设计的说客，也不是孤芳自赏的艺术家，

我们是顾问，是参谋，我们将阶段性的帮助客户建立和改善形象，为客户提供意见和帮助。诚信同样是我们工作的原则，利润不是我们的目标。调查研究是我们的重要工作，任何设计都需要细致的观察和缜密的思考。我们要为企业或是其它客户解决品牌定位、创造、提升、推广、应用、维护、管理等的视觉设计与策略顾问。实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实习中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识,也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实习中的一次尝试。我想，作为一名即将毕业的大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫，不是吗?信奉在哈佛广为流传的一句话：

ifyoucandreamit,youcanmakeit!最后衷心感谢____广告公司给我提供实习机会!

虾皮广告心得体会范文篇四

虾皮广告是指在各大电商平台推广商品的一种广告方式。在我的购物经历中，常常会遇到各种虾皮广告。这些广告多样化的形式和精准的定位，给我带来了诸多惊喜。在实际的购物体验中，我也深刻地认识到了虾皮广告的优势和亟待解决的问题。下面我将分享我的一些心得及体会。

第二段：虾皮广告的优势

首先，虾皮广告可以精准定位消费者需求。在广告投放时，虾皮可以根据消费者的搜索行为以及历史购买记录进行数据分析，进而在相应的页面上推荐相关的商品。这种个性化的推荐能够准确满足消费者的需求，给人带来了很好的购物体验。

其次，虾皮广告的覆盖面广泛，能够让更多的消费者看到。虾皮作为电商行业龙头企业之一，将自己的广告布局在各大

电商平台，位于页面的显眼位置，让更多的用户能够关注到虾皮分享的商品信息，进而促进消费。

最后，虾皮广告还为商家提供了一个良好的推广平台。商家只需要选择合适的广告形式进行推广，就可以让商品更快地被大众所知。在如今电商盛行的时代，人们对各种商品有更多的选择， 而能够与电商平台合作就是商家与消费者之间联系的桥梁。

第三段：虾皮广告亟待解决的问题

尽管虾皮广告有诸多优势，但还是存在一些问题亟待解决。首先，在定向推广上，虾皮广告还存在着局限性。虽然虾皮可以根据用户历史数据和搜索行为进行推广，但是，很多用户的购买需求可能是难以预料的，没有达到定向推广的效果。

其次，虾皮广告在价格方面也存在较大的问题。由于虾皮广告的位置在电商平台的显眼位置，在竞争激烈的电商市场，需要商家投入更多的广告费用，以便更好地展现关键词和推广的商品。此时商家需要平衡推广成本与推广效果之间的关系。

第四段：针对问题的解决方案

为解决上述问题，虾皮广告也采取了一些对策。首先，在针对用户购买意愿的预测上，虾皮增加了自有数据预测模型，将历史数据和机器学习相结合，更加精确地进行消费预测，这样可以进一步提升细分市场广告效果。同时，虾皮广告还识别出了一些有价值的消费者，进行了粉丝运营和细致的关注。

对于价格问题，虾皮也在考虑降低推广的价格。一方面，为了鼓励更多的商家投入广告宣传，虾皮也会提供一些优惠政策，增加推广平台的竞争力；另一方面，虾皮会注重推广的

效果，提高推广的准确度，降低广告成本。

第五段：总结

虾皮广告作为当前电商行业中的一种广告方式，具有一定的优势和亟待解决的问题。尽管虾皮广告存在一些限制，但在电商市场竞争日益激烈的情况下，随着技术的不断提高和用户的需求逐渐细化，相信虾皮广告的优势将得到更好地发挥和应用。例如，通过更好地将分析数据与机器学习相结合，更好地识别新领域的广告投资机会，发掘更多广告投放场景，更好地满足用户需求。

虾皮广告心得体会范文篇五

商品采购是企业业务开展的第一环节，采购工作的好坏直接影响到企业整个业务活动的进程和质量。对商业企业来讲，采购商品的品种、质量、数量等直接影响到商业企业商品的销售工作与服务质量;对工业企业而言，采购的原材料的质量、数量，不仅影响到产成品的质量，也影响到企业经营的连续性。所以，做好采购工作意义重大。

要做好采购工作，企业必须有一支高素质、有战斗力的采购队伍。采购人员素质是指采购人员的天资、思想、品德、知识、能力的总称，即采购员应具备的基本条件。我们认为，采购人员应具有以下几方面的素质：

(一)采购人员思想品德素质

采购工作没有固定规则可循，加上采购行为稽查困难，使得采购工作是“良心工作”。因此，觉悟高、品行端正是一个采购员应有的基本素质，只有思想品德高尚，才能大公无私、克己奉公，处处为企业大局着想，不贪图个人小利。在实际工作中，我们发现有许多采购员拿回扣，要好处费，或借采购之机游山玩水，造成企业采购费用开支过大，或采购商品

质量低劣，给企业造成巨大损失。结合我国企业的实际，我们要求采购人员做到以下几点：

1、胸怀坦白，大公无私。

2、有很强的工作责任心和敬业精神。

3、树立良好的职业道德，把企业的利益放在首位，严格把好进货关。

4、承受训练的毅力。采购工作是一项重要、艰巨的工作，要与企业内、外方方面面的人打交道，经常会受到来自企业内外的“责难”，采购人员具有应付复杂情况和处理各种纠纷的能力，在工作中被误解时，能在心理上承受得住各种各样的“压力”。

(二)采购人员知识素质

在采购工作中，一方面采购人员要与不同类型的供货商打交道;另一方面，采购的商品品种繁多，规格不一，且市场上商品的供求变化快，为此，采购人员应该具备承担采购任务所需要的相关知识。政策、法律知识。政策、法律知识包括国家出台的各种相关法律、价格政策、专营方向，维护国家与企业利益。

1、市场学知识。了解消费者需要，掌握市场细分策略以及产品、价格、渠道、促销方面知识，才能合理地选择采购商品的品种，从而保证采购的商品适销对路。

2、业务基础知识。业务知识包括谈判技巧、商品知识(商品功能、用途、成本、品质)、签约的基本知识等，这是做好本职工作的关键，将有助于与供应商的沟通，能主动进行价值分析，开发新来源或替代品，有助于降低采购成本。

3、社会心理。了解客户的心理活动，把握市场消费者的心理需求，从而提高采购工作的针对性。

4、自然科学知识。自然科学知识包括自然条件、地理、气候、环境变化以及数理知识和计算机知识。将现代科技知识用于采购过程，把握市场变化规律，从而提高采购工作的效率与准确性。

5、文化基础知识。这是其他知识的基础，一个文盲是干不好采购工作的。

(三)采购人员能力素质

知识不等于能力，国外心理学家研究表明，要办好一件事，知识起的作用只有1/4而能力起的作用占3/4，可见能力更为重要。要干好采购工作，采购人员同样应具有相应的能力，我们把采购人员具备的能力归纳为：

1、分析能力。分析市场状况及发展趋势，分析消费者购买心理，分析供货商的销售心理，从而在采购工作中做到心中有数、知己知彼、百战百胜。

2、协作能力。采购过程是一个与人协作的过程，一方面采购人员要与企业内部各部门打交道，如与财务部门打交道解决采购资金、报销等问题;与仓储部门打交道，了解库存现状及变化等。另一方面采购人员要与供应商打交道，如询价、谈判等，采购人员应处理好与供应商和企业内部各方面的关系，为以后工作的开展打下基础。

3、表达能力。采购人员是用语言文字与供应商沟通的，因此，必须做到正确、清晰地表达所欲采购的各种条件，如规格、数量、价格、交货期限、付款方式等。如果口齿不清，说话口罗嗦，只会浪费时间，导致交易失败。因此采购人员的表达能力尤为重要，是采购人员必须锻炼的表达技巧。

4、成本分析和价值分析能力。采购人员必须具有成本分析能力，会精打细算。买品质太好的商品，物虽美，但价更高，加大成本，若盲目追求“价廉”，则必须支付品质低劣的代价或伤害其与供应商的关系。因此，对于供应商的报价，要结合其提供的商品的品质、功能、服务等因素综合分析，以便买到适宜的商品。

5、预测能力。在市场经济条件下，商品的价格和供求在不断变化，采购人员应根据各种产销资料及与供应商打交道中供应商的态度等方面来预测将来市场上该种商品供给情况，如商品的价格、数量等。