

# 最新家具年末工作总结(优质10篇)

总结，是对前一阶段工作的经验、教训的分析研究，借此上升到理论的高度，并从中提炼出有规律性的东西，从而提高认识，以正确的认识来把握客观事物，更好地指导今后的实际工作。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

## 家具年末工作总结篇一

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。20xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然16年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

1、年度总现金回款166万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

a]上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性（地方保护）和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b]新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）；

2、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年16月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司领导和各位同事关心和支持下□xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整能力增强了；
- 2、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；
- 3、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；
- 4、对整体市场认识的高度有待提升；
- 5、团队的管理经验和整体区域市场的运作能力有待提升。

## 1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再

加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

## 2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的（无地方强势品牌，无地方保护———）且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

## 3、滕州市场

(2) 没有在适当的时候寻找合适的其他潜在优质客户作补充；

4、整个xx年我走访的新客户中，有16多个意向都很强烈，且有大部分都来公司考察了。但最终落实很少，其原因在于后期跟踪不到位，自己信心也不足，浪费了大好的资源！

由于以前我们对市场的把握和费用的管控不力，导致16年以前的市场都遗留有费用矛盾的问题。经同公司领导协商，以“和谐发展”为原则，采取“一地一策”的方针，针对不同市场各个解决。

2、微山：自己做包装和瓶子，公司的费用作为酒水款使用，自行销

3、泗水：同滕州

4、峯城：尚未解决

通过以上方式对各市场问题逐一解决，虽然前期有些阻力，后来也都接受了且运行较平稳，彻底解决了以前那种对厂家过于依赖的心理。

2、经销商的质量一定要好，比如“实力、网络、配送、配合度”等；

办事处运作的具体事宜：

1、管理办事处化，人员本土化；

2、产品大众化，主要定位为中档消费人群；

3、运作渠道化、个性化，以流通渠道为主，重点操作大客户；

4、重点扶持一级商，办事处真正体现到协销的作用；

2、完善各种规章制度和薪酬体制，使之更能充分发挥人员的主观能动性；

3、集中优势资源聚焦样板市场；

4、注重品牌形象的塑造。总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在16年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

## 家具年末工作总结篇二

加入家具公司也有十个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从x公司到现在本公司感觉两个公司的工作模式有蛮大差异. 不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别。来本公司的前三个月都感觉自己没有进入状态，找不到方向，但是我每天都会拿着公司的产品画册去拜访陌生的客户，拜访的客户多了总有需要我们的产品，一开始做了不少的方案

总是一次次的失败，不过在领导的多次单独谈话和会议中，经过相互讨论与仔细的听取讲解，针对具体细节问题找出解决方案。通过公司对专业知识的培训与操作，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每天都过得很充实，几乎每天拜访客户是陆续不断，虽然有时付出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的，努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望. 成功是给有准备的人。

销售心得：

- 1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。
- 2、向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。
- 3、实事求是。针对不同的客户才能实事求是。
- 4、知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势；才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户

去分析判断，建议客户通过实地考察。

5、勤奋与自信；与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

11、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

12、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

## 一、认真学习，努力提高

因为我毕业就是在家具行业基层工作，所以在工作初期我也比较了解家具的机构，这样对我现在的工作有很大的帮助。我必须还要大量学习行业的相关知识，及销售人员的知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，的方式就是加强学习。

## 二、脚踏实地，努力工作

作为一名家具销售员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是销售员不可推卸的职责。要做一名合格的直销业务员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

### 三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过不断学习和不断摸索，收获非常大，但是也有点的小遗憾，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首20xx[]展望20xx[]祝家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚！也祝我自己在在新的一年里业绩飚升！

## 家具年末工作总结篇三

光阴似箭，转眼20xx年已接近尾声，回顾这一年来的工作，心里颇有几分感触，首先感谢xx家具给了我机遇和发展的平台，让我的销售技巧和谈判能力的有了提高，感谢我们xx家具销售部精英团队的相互鼓励和默契配合，这些都是我知识、财富的积累。现将一年的工作总结如下。

在市场经济的大环境下，各家家居品牌的竞争已经越来越白热化。在产品普遍相同或类似的情况下，价格的竞争，也成为了销售上的一个大关口。同行的其他企业的产品价格压低很多，以致形成比较悬殊的价格对比这种悬殊的价格之差，同样造成了创利方面的压力。个人还存在很多不足，要不断学习，提高销售业绩，加强服务意识，要有急迫感和危机感。

除常规工作外，熟识所售商品名称、型号规格、价格、功能、质量、用材、保养、展示位置、目标顾客及与其它同类的差异、卖点清晰，商品设计特点及组合、搭配原则，体会顾客购物心理，提高自身综合素质，为成功导购打好基础。

落实订单货源，抽出到期送货单据，落实送货时间，根据有关规定开出送货单。送货前检查产品(如包装有损坏需开包检查)，如存在质量问题不得送出。与跟单人员保持日常沟通、协调、衔接，并了解有关生产厂家的情况;热情对待，耐心倾听顾客意见，按规定售后服务流程式操作。

尽全力超额完成销售指标;做好订单的售前、售中工作，并跟踪售后服务;无论多么忙碌顾客第一，没有任何工作比接待顾客更重要。加强熟悉办公家具产品的生产工艺和材料特点、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间。了解产品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况;了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理单据;有效运用身体语言传递信息是获得信任的有效方式。

认真贯彻执行、遵守公司的各项规章制度。了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及产品的基本要求。了解家具市场的动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场分析进一步了解与家具有关的其他方面的工艺技术知识，方便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流。

以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。不仅要单子多，



服务也要做到面面周到。加强自我认识，自我分析、客户分析、签单技巧等的一系列基本素质培养；韧性能力和业务技巧还有待突破，希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好提高销售业绩。

新的一年快来到，意味着新的起点、新的机遇、新的挑战、“决心再接再厉，更上一层楼”，一定努力打开一个工作新局面。加强自身思想修养，努力提高综合素质，严格遵守各项规章制度，积极和增强做好本职工作的经验与能力，以强烈的事业心，饱满的热情，高度的责任感努力工作。

## 家具年末工作总结篇四

一个优秀的店长必须具备强烈的敬业精神，热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓。

2) 企业知识要掌握本公司的背景、经营理念、生产能力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。了解公司的销售情况及在各地区的销售网络。

3) 用户知识了解家具购买者（包括潜在客户）的消费心理、消费层次、及对其家居环境布置的基本要求。

4) 市场知识

a了解家具市场的环境变化、顾客购买理满足。

b如实提供顾客所需了解的相关产品知识。

c在与顾客交流时，有效运用身体语言（如眼神、表情等）传递你的诚意。

d介绍商品时，以攻击其他同类产品的方式获取顾客对我们商品的信任，其结果只会适得其反，甚至使顾客产生反感的情

绪。

e谈问题时，尽量站在其他人的角度设身处地考虑具有很强的说服力。

店长在与顾客交谈时，可以其购买动机、房屋居住面积、家庭风格、个人颜色喜好、大概经济情况等方面着手了解客人的选择意向，从而有针对性的介绍商品。

根据顾客不同的来意，采取不同的接待方式，对于目的性极强的顾客，接待要主动、迅速，利用对方的提问，不失时机地动手认真演示商品；对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客，店长要耐心地为他们讲解本商品的特点，不要急于求成，容顾客比较、考虑再作决定；对于已成为商品购买者的顾客，要继续与客人保持交往，可以重点介绍公司的服务和其他配套商品，以不致其产生被冷落的感觉。

在顾客已对其较喜欢的产品有所了解，但尚在考虑时，店长可根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择，告知此商品可以达到怎样的效果，还可以无意的谈起此类商品的消费群体的层次都比较高，以有效促成最终的成交。引导消费最重要的一点是店长以较深的专业知识对产品进行介绍，给顾客消费提供专业水平的建议。

在销售工作中，经常会听到顾客的意见，一个优秀的店长是不应被顾客的不同意见所干扰的，店长首先要尽力为购买者提供他们中意的商品，避免反对意见的出现或反对意见降低至最小程度，对于已出现的反对意见，店长应耐心地倾听，如顾客所提出的意见不正确，应有礼貌的解释；反之，应有诚恳的态度表示感谢。

1) 联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，店长应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，店长还要充分履行组装、维修和

服务等方面的保证，对于顾客的意见，店长应表示愉快接受，并及时采取改进。

2) 记录、保存信息资料。企业销售部门通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料。店长应保存、记录的信息包括：客户的姓名、住址、联系方式、所购买的产品的名称、型号、规格、购买量、成交金额及顾客交谈的过程中其他有价值的信息（竞争对手投放市场的产品及其特点等），销售过程中顾客购买和不购买和原因，对企业的产品提出了何种意见。

3) 分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，店长在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一种重要的营销手段；根据，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起店长注意。

## 家具年末工作总结篇五

2. 执行公司营销策略并对门店覆盖区域市场开拓进行策划；
3. 制定本门店营销计划、分解销售目标；量化到人，到每月，每周，每日。
4. 提供市场趋势、需求变化、竞争对手和客户反馈方面的准确信息；
5. 督导公司的销售政策的落实、各项制度的贯彻执行；
6. 建立大客户数据库，维系良好的客情关系，提高回头率。

7. 直接参与重要客户的业务谈判并促其成交；
8. 处理重大问题的. 客户投诉；协助导购员解决疑难的售后问题。
9. 对下属的工作进行评价，并协助制定和实施员工全年成长计划；
10. 对导购人员进行业务知识培训、指导和训练，不断提高整体员工素质。
11. 负责召开门店内的早会，息会，周、月、季等各种总结会议。
12. 负责门店内各类报表、总结计划等的收集、汇总、并上报部门总监。
13. 负责对门店内人员的日常考勤、业绩考核、监督、评估工作。
14. 严格保密工作，保守公司商业信息机密。
15. 完成上级领导交办的其它任务。

## 家具年末工作总结篇六

### 一、精神

一个优秀的店长必须具备强烈的敬业精神，热爱本职工作、精力充沛、勇于开拓。

### 二、知识

2、企业知识。要掌握本公司的历史背景、经营理念、生产能

力、产品结构、品种系列、技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。了解公司的销售情况及在各地区的销售网络。

3、用户知识。了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及其家居环境布置的基本要求。

4、市场知识。了解家具市场的环境变化、顾客购买理满足。因为你在与顾客交流时，有效运用身体语言(如眼神、表情等)传递你的诚意。而且在介绍商品时，以攻击其他同类产品的方式获取顾客对我们商品的信任，其结果只会适得其反，甚至使顾客产生反感的情绪。最后在谈问题时，尽量站在其他人的角度设身处地考虑具有很强的说服力。

### 三、了解顾客

店长在与顾客交谈时，可以其购买动机、房屋居住面积、家庭装修风格、个人颜色喜好、大概经济情况等方面着手了解客人的选择意向，从而有针对性的介绍商品。

### 四、抓住时机

根据顾客不同的来意，采取不同的接待方式，对于目的性极强的顾客，接待要主动、迅速，利用对方的提问，不失时机地动手认真演示商品;对于踌躇不定、正在“货比三家”的顾客，店长要耐心地为他们讲解本商品的特点，不要急于求成，容顾客比较、考虑再作决定;对于已成为商品购买者的顾客，要继续与客人保持交往，可以重点介绍公司的服务和其他配套商品，以不致其产生被冷落的感觉。

### 五、引导消费

在顾客已对其较喜欢的产品有所了解，但尚在考虑时，店长可根据了解的家居装饰知识帮助客人进行选择，告知此商品可以达到怎样的效果，还可以无意的谈起此类商品的消费群

体的层次都比较高，以有效促成最终的成交。引导消费最重要的一点是店长以较深的专业知识对产品进行介绍，给顾客消费提供专业水平的建议。

## 六、处理意见

在销售工作中，经常会听到顾客的意见，一个优秀的店长是不应被顾客的不同意见所干扰的，店长首先要尽力为购买者提供他们中意的商品，避免反对意见的出现或反对意见降低至最小程度，对于已出现的反对意见，店长应耐心地倾听，如顾客所提出的意见不正确，应有礼貌的解释；反之，应有诚恳的态度表示感谢。

## 七、抓好售后

1、联系客户、保证服务。产品售出后，并不意味着买卖关系的中断，店长应继续定期与顾客接触，保持联系并为其服务。如果顾客对产品表示满意，店长还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，店长应表示愉快接受，并及时采取改进措施。

2、记录、保存信息资料。企业销售部门通过建立客户档案，做工作记录来了解产品销售市场的变化，为分析和开拓市场提供有益的借鉴和参考，为完善售后服务提供宝贵的资料。店长应保存、记录的信息包括：客户的姓名、住址、联系方式、所购买的产品的名称、型号、规格、购买量、成交金额及顾客交谈的过程中其他有价值的信息(竞争对手投放市场的产品及其市场营销特点等)，销售过程中顾客购买和不购买和原因，对企业的产品提出了何种意见。

3、分析、管理关键客户。关键客户是所有顾客的核心部分，是那些在商场全部销售利润中占较大比例，在一定社会层面中具有代表性和影响力，在家居选择方面具有品味、崇尚潮流的客户，这些客户可从工作记录和客户档案中选出，店长

在售后工作中将这类客户作为重点公共关系对象，是一种重要的营销手段；根据经验，有些在将来某一时间可能成为的客户，且具有关键客户的特征，可认为是潜在关键客户，这类客户也必须引起店长注意。

## 家具年末工作总结篇七

一转眼，一年马上就过去了，在今年的工作中，付出了很多努力，在自己的工作岗位上也取得过好成绩。像6店的断码销量条数一直都是几个店当中的，22店的断码销量条数也在不断的上升，对与每个月的断品种更是非常的关注，每个月都能完成任务。对与店面的一日工作流程及公司基本规章制度都在严格的执行中，店面的员工稳定性也比较强，平均都在公司工作了一年以上了，对公司也是比较认可的。但还是没有用100%的心去工作，所以感到非常惭愧，今年整体来说店面业绩没有完成xx%□销售单价虽然比去年是上升了xx%□但整体条数只上升了xx%□

回顾这一年以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的的时间里，首先感谢公司给予我这样一个发展的平台，和用心培养；感谢领导给予工作上的鼓励和督促。让我学到了很多销售和沟通管理技巧，并顺利的为下一步的公司发展迈出了第一步。其次感谢我的这个团队，感谢同事们在工作上的相互鼓励和配合。他们所有人都有值得我去学习地方，我从他/她们身上学到了不少知识，让自己更加的成熟。

1、销售工作最基本的顾客维护量太少。记载的贵宾顾客有xxx个，其中有xxx个老贵宾今年一年没消费过，加上办过贵宾就来消费一次的概括为xxx个，从上面的数字上看我们基本的维护工作没有做好。没能及时的了解贵宾不来的原因。导致销售量也不是太理想。

2、沟通不够深入。员工销售在与顾客沟通的过程中，没能把

我们产品的价值十分清晰的介绍给顾客，只是意味的在纠结价位提升，没能说出产品的价值。也没了解顾客的真正想法和购买意图;对顾客提出的疑义没能及时给予完美的解答。

3、工作每天/每月没有一个明确的目标和详细的计划。没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4、对店面要求也不严格，特别是门岗这块，站岗不及时，在员工面前缺少说服力，没有起到号召力的作用。工作责任心和工作计划性不强，这些问题都是下一步需要尽快改进的。

5、因为个人不够勤快、没有严格要求自己，所以没有好好的关注库存销量。22店从x月x日开业---x月份女裤一直占比都比较高xx%男裤只占xx%后来意味的要求提高男裤比例，这样想着同样也在提高销量，结果在这后来的几个月男裤是提上去了女裤却在一直下降，这是自己不关注库存销售导致的，现在就开始改进这一系列的问题。以上是自己做的好的及不好的和需要改进的问题，望领导给予监督，帮助和提宝贵意见。

## 20xx年工作计划

### 1、销售目标:

今年的销售目标最基本的是做到月月完成去年的同期实际完成条数。然后把任务分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到每个员工身上，要求店长要统计完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

### 2、提高团队团结和配合:

提高团队团结及配合和团队的建设是分不开的。建立一个良



好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是店面的根本。所以20xx年工作中我要建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。并计划建立人员的稳定性及人员工作的稳定性。

3、要时刻关注好库存，并熟悉每个品种的产品工艺，并把控好应季及过季产品的结点，要求员工每天做好产品分析及产品介绍。

4、人员的培养：

6店xxx,xxx已逐渐成熟，准备培养她们俩望店长方面发展，她们俩对工作也比较认真负责对这方面的也有较大意愿。22店xxx对22店所有工作及其付责任各个方面表现都比较优秀，每个月都是店里的销售人员。所以20xx年我强力推荐xxx担任22店店长已职。望领导考察并给这个发展的机会。

对公司的提议：

公司应该多开总结大会，一个公司的思维一定是活跃的，如果要想保持一个高度激情的气氛，那么就多开总结大会吧。公司要想店长提升，我认为员工素质有待提高，员工的培训时间不够，与工作相关的培训不够。普通员工需要培训，店长更需要培训，店长不提高管理水平，怎么领导好员工?以上是我对公司的提议，如那个方面说的不妥，敬请领导谅解。

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。

20xx年度内销总量达到1950万套，较20xx年度增

长11.4%□20xx年度预计可达到2500万-3000万套。根据行业数据显示全球市场容量在5500万套-6000万套。中国市场容量约为3800万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为40万套左右，5万套的家具销售目标约占市场份额的13%。

目前xx在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及20xx年度的产品线，公司20xx年度家具销售目标完全有可能实现.20xx年中国空调品牌约有400个，到20xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。

到20xx年在xx等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%□20xx年度lg受到美国指责倾销;xx遇到财务问题，市场份额急剧下滑□xx也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如xx等品牌在20xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而xx空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

## 1、根据以上情况在20xx年度计划主抓工作：

家具销售业绩：根据公司下达的年销任务，月家具销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的家具销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的家具销售任务。并在完成任务的基础上，提高家具销售业绩。

主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行、此项工作不分淡旺季时时主抓。在家具销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的家具销

售促进活动，强势推进大型终端。

## 2□k/a□代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期家具销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司20xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

## 3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20xx年至20xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“xx空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

## 4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展、

## 5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在xx年8月家具销售旺季进行，第一严格执行公司的家具销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的家具销售促进活动，灵活策划一些家具销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

## 家具年末工作总结篇八

其实很早就知道今年家园要开业，也早就知道会提拔一大批管理人员。可当需要的时候，直接入职还是会出现岗位与经验衔接不上的问题，特别是调换部门的管理者，适应需要时间，这对于销售肯定是有损失的。我感觉，以后这项工作要主动，提前入手，应该提前2个月，开放一个管理人员培训班，从专业，语言表达，公司理念，甚至具体事务处理等各个方面，虽然前期有些长，但是入职后损失是小的。2个月毕业后，根据成绩，安排入职顺序，其他合格者等待下一次的机会。

目标制定出来后，不能先分析完成的可行性，而是要分析怎样去完成。今年一年有些安逸，缺乏狼性。没有对最终销售起到引导，带领的作用。对不起团队的兄弟姐妹们，大家对我非常信任，要向团队有狼性，领头人必须首先具备狼性。今年，我会把全年任务分解到各部门，再分解到每一天每一个人。每一天对应销售的问题，让大家随时随地的提出，只要是有利于销售的，必须第一时间解决。

，其实经常提起，但是具体的办法没有落实到其他部门。今年，物流，财务已经有了返单，这是好的现象，我一定会坚持下去，让公司，员工都受益，一定会有很大的收获。

优秀团队的标准是：有激情，相互信任，服务型，学习型。在这一个环节上，我平时很少考虑怎样去带，怎样去考核。基本上是有问题谈一谈，苗头不对沟通一下，不能彻底的解决团队整体的问题。今年年初，我彻底的思考了这个问题，特别是对于现在团队新人比较多，正是树标杆，讲标准的好时候，等到养成习惯，就更难了。关于这个问题，我是有所考虑的，标杆就是完成业绩，标准就是顾客满意。

今年的销售有很多失误的地方，比如说小区推广，小区服务，老顾客跟踪等，这些直接与顾客沟通的机会，今年有所忽略，更是让周边的家具城趁虚而入。今年我们单独拿出2个人专门

跑小区，负责推广，试行提成制，相信一定会有大的突破。

净利润=销售额×毛利-费用。根据今年市场竞争的情况，我感觉，今年净利润的提升，主要依赖大幅度提升销售额。毛利率有可能会在去年的基础上降低，这个因素要靠销售额大幅提升来弥补，另外，在销售额大幅提升的同时，我们的费用并不是成正比增长，反而会降低我们费用占比。因此，今年销售的关注点在销售额提升上面。

今年重新制定培训办法，增加管理人员比拼，考核，快速提升管理人员销售技能，让管理人员从基层销售做起。打造一支销售过硬的管理团队。对于带教代练，月训，内训等，严把质量关，实现提要求，缕流程，做到细致耐心，切实把培训质量提上来。每日下班后增加工作分享环节，做到当天的销售当天总结，当天的事当天提，当天的事当天解决，当天的事当天沟通。保证工作衔接顺畅。争取2014年各管理人员都有突飞猛进的发展，为公司输送更多的管理人才。

还有很多的问题需要慢慢梳理，今天就写到这里吧□20xx年的工作对自己的要求太低，留有很多遗憾□20xx年我要带领我的团队迎头赶上，努力超越，不打折扣。绝对相信：有志者，事竟成，破釜沉舟，完成销售皆大欢喜；苦心人，天不负，卧薪尝胆，佳荣家具必创佳绩。

## 家具年末工作总结篇九

今年的销售任务从年初的xx亿销售目标下达下来，就觉得确实是一个重担压了下来，为了去实现这一个目标，我全力以赴的去配合公司的每一个销售节点。我把自己的销售业绩放到了一边，重点放在了整个销售团队的销售业绩上面，我们把每一天都当成了开盘日，庆幸的是今年公司的策划部门为我们销售做出了强有力的销售宣传，保证每天我们的销售中心的人气都非常的旺。

销售部门是公司对外展示的形象窗口，代表的是一个公司外表，也是公司最赚钱的一个部门，是一个先锋部队。销售部工作也是最直接的，拿业绩说话。天天跟形形色色的人打交道也是最难的一件事情，特别有些客户不讲道理，死缠烂打。面对这些工作，为了完成任务目标，自我强化工作意识，提高工作效率，细化工作内容，冷静处理客户问题，力求达到客户的满意度，创造良好的客户口碑，力求各项工作准确，避免疏漏和差错，至今基本做的还是比较完善。

1、认真做好市场调研工作。对市场的信息掌握，对竞争对手的产品细致分析，每周调研做好记录，及时和团队分享，给公司产品定价提供依据，做到知己知彼百战不殆。

2、营造火爆的销售氛围促进销售。配合策划部门的活动作出应对调整，在销售现场做好总控，盯紧销售案场的每一组客户做出调整，应对突发情况，核对房源、价格、优惠等确保准确，避免疏漏和差错。

3、做好客户问题的处理。客户多了什么样的情况都有，要退货的、要优惠的、有对合同条款不满意的等等。在保证公司的利益不被侵犯的前提下，与客户周旋，洽谈，不但要完成签约，还需要客户满意，提高公司的美誉度，提升老客户推介率。

4、做好与其他部门的工作协调。加强与公司各个部门的沟通，向行政部申请办公用具，车辆使用计划等；与客服部做好合同备案，贷款政策信息等相关信息的及时掌握；请工程部工程师为销售人员解答专业知识等工作，提高工作效率，掌握更全面的知识。

在20xx年里，公司加大了推广力度，更新了推广方式，不同新异的推广方式让我目不暇接，在这一年里我不断加强自身的学习，专业、非专业知识不停地学习，在这一年里我看完了5本畅销书，为自己充电。向周围的领导、同事进行学习，

尤其是xx老总和xx经理的循循善诱、孜孜教诲下，感觉到了今年自己还是有点进步。

经过不断地学习充电，不断地积累，我在日常的管理能力、问题客户的处理能力、销售案场的销售氛围营造能力等等，在这一年里又有了新的提高，保证了本部门各项工作的正常运行，能够以正确的态度对待各项工作任务，热爱本职工作，认真努力贯彻到实际工作中去。积极提高自身各项业务素质，争取工作的主动性，具备较强的专业心，责任心，努力提高工作效率和工作质量。

在这一年来，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：第一，脾气太急躁，个人心理承受能力不是很好，对某些事情个人感观较浓，说话的尺度把握有所欠缺，办事的分寸掌握的不够完美。这中性格会造成本部门和其他部门的同事造成误解，亟待改之；第二，不细心，考虑问题太少不够精细，该考虑的问题没考虑到，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位；第三，管理方式有些“粗犷”，不够细腻，管理制度的严密性与连续性没有监管到位。

- 1、加强学习，拓宽知识面。努力学习房产专业知识和相关法律常识。加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解、学习，要对公司的统筹规划、当前情况做到心中有数。
- 2、注重本部门的工作作风建设，加强管理，团结一致，勤奋工作，形成良好的部门工作氛围。
- 3、不断改进销售部团队成员工作积极性，团队凝聚力，做好部门任务分解，并全力以赴去完成年度任务指标。
- 4、遵守公司内部规章制度，维护公司利益，积极为公司创造更高价值，力争取得更大的工作成绩。

“人生伟业的建立，不在能知，乃在能行。”我也深信不疑，在此提出与大家共勉，共同进步！

## 做一行精一行很重要

家具虽然在日常生活中每天都要接触，其实对它们的了解却很少。开始做销售工作，才知道家具有实木的、板式的等，实木的从材质上又分好多种，红木的，榉木的，水曲柳的等等，红木的大多都是高端产品，一般都是用来收藏观赏。这些还只是简单的分类，细分起来，更是不胜枚举。掌握了这些家具行业的基本知识，接待客户才能应对自如，也才能更容易说服客户。如果客户问起家具知识，销售人员回答不出来，不但会让客人怀疑家具的品质，还会影响销售业绩。刚开始时，本人曾遇到过这种情况，客人询问一款核桃木餐桌，由于只知道该款家具材质是核桃木的，对核桃木品质特性，如何保养却知之甚少，让客户很是不满，幸好门店负责人对家具知识了如指掌，才让客户满意。有了此次教训，我开始留心有关家具的知识，通过各种途径学习，最终对各种家具的材质特点包括如何保养都很熟悉，再有客户来也能应付自如了。

## 了解产品

熟悉产品只是销售工作的一部分，做出好的销售业绩另一个重要因素是了解客户心理。由于所售家具分高档和中档，价格上自然也有差别，价格的差别在客户心理上会有微妙反应。在销售的过程中我发现，消费高端产品的客户很少会留意中档产品，既使观看也是浏览式的，不会细究，对高档产品却是品鉴式的，他们对产品的了解甚至比销售人员还深入，在这类客户面前切忌卖弄，否则有可能是班门弄斧，贻笑大方。中端产品的消费客户对中高端产品都会细细研究，客户对价格会很敏感，作为销售人员此时不能表现出因价格高客户不能接受产品的意思，不然客户可能因自尊原因拒绝消费。最好的方法是向客户介绍产品的优缺点，让客户自行选择。客



户分很多种，一个出色的销售人员，不但要学会揣摩客户心理，还要有足够的耐心。

## 实习体会

家具实习时间虽短，收获却颇多，都是课堂上所学不到的。营销的理论知识无论多么丰富，也比不上实际销售过程中所学。学校里的人际关系相对简单，离社会生活较远，销售工作中要面对形形色色人等，在应对过程中，大大提高了人际关系交往能力。也让本人更深切体会到，学无止境，社会才是真正大学堂。

销售是一项很辛苦的工作，不只是劳动强度大，因为一般情况下销售人员都要站立面对客户，一个工作日站下来，对行业新人来说，在体力上是一种考验，而接下来要面对各色人等，则是对心理上的考验。能够坚持下来，相信心智毅力都是出色的，日后无论从事什么工作，销售工作都会是一种值得记忆的宝贵经历。

## 家具年末工作总结篇十

加入家具公司也有十个月时间了，回想起来时间过得还挺快的，从杭州xx公司到现在在本公司感觉两个公司的工作模式有蛮大差异. 不论是产品的专业知识还是管理与工作氛围都有很大区别. 来本公司的前三个月都感觉自己没有进入状态，找不到方向，但是我每天都会拿着公司的产品画册去拜访陌生的客户，拜访的客户多了总有需要我们的产品，一开始做了不少的方案总是一次次的失败，不过在领导的多次单独谈话和会议中，经过相互讨论与仔细的听取讲解，针对具体细节问题找出解决方案。

通过公司对专业知识的培训与操作，，这才让我找到了方向感，慢慢融入到了这种工作环境与工作模式，后面的工作时间里我每天都过得很充实，几乎每天拜访客户是陆续不断，

虽然有时付出的劳动没有得到结果，很多次对我的打击也不小，但我相信，付出总会有回报的.努力了就会有希望，不努力就一定不会有希望.成功是给有准备的人。

销售心得：

- 1、不要轻易反驳客户。先聆听客户的需求。就算有意见与自己不和也要委婉的反驳，对客户予以肯定态度，学会赞美客户。
- 2、 向客户请教。要做到不耻下问。不要不懂装懂。虚心听取客户的要求与他们所做的工艺。
- 3、 实事求是。针对不同的客户才能实事求是。
- 4、 知己知彼，扬长避短。

做为一名合格的销售人员首先要对自己所售产品非常熟悉了解，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些行业，客户群体是哪些，才能更好的向客户展示自己与产品的专业性，才能迎得客户的关注与信任。当然对竞争对手也不要忽略。要有针对性的了解对手产品的优势与劣势;才能对症下药，用我们的优势战胜客户的劣势，比如我们设备在精度与速度方面就略胜同行，这就是我们的优势所在，在与客户介绍产品时尽量多介绍自家产品的优势。

缺点方面尽量少提，但是设备本身存在的缺点与不足，也就是该设备在所有同行中必不可少的缺点与不足可以适当的向客户说清楚，毕竟没有十全十美的东西。总说自己的产品有多好，别人也不会全信。同行中存在的缺点与不足也不要恶意去攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。

- 5、 勤奋与自信;与客户交谈时声音要宏量，注意语气，语速。

6、站在客户的角度提问题，分别有渐进式与问候式。想客户之所想，急客户之所急。

7、取得客户信任，要从朋友做起，情感沟通。关心客户，学会感情投资。

8、应变能力要强，反映要敏捷，为了兴趣做事。

9、相互信任，销售产品先要销售自己，认同产品，先人品后产品。

11、注意仪表仪态，礼貌待人，文明用语。

12、心态平衡，不要急于求成，熟话说：心如波澜，面如湖水。

13、不在客户面前诋毁同行，揭同行的短。

14、学会“进退战略”。

工作总结：

## 一、认真学习，努力提高

因为我毕业就是在家具行业基层工作，所以在工作初期我也比较了解家具的机构，这样对我现在的工作有很大的帮助。我必须还要大量学习行业的相关知识，及销售人员的相关知识，才能在时代的不断发展变化中，不被淘汰，而我们所做的工作也在随时代的不断变化而变化，要适应工作需要，唯一的方式就是加强学习。

## 二、脚踏实地，努力工作

作为一名家具销售员，不论在工作安排还是在处理问题时，都得慎重考虑，做到能独挡一面，所有这些都是销售员不可

推卸的职责。要做一名合格的直销业务员，首先要熟悉业务知识，进入角色。有一定的承受压力能力，勤奋努力，一步一个脚印，注意细节问题。其次是认真对待本职工作和领导交办的每一件事。认真对待，及时办理，不拖延、不误事、不敷衍。

### 三、存在问题

通过一段时间的工作，我也清醒地看到自己还存在许多不足，主要是：

一、针对意向客户没有做到及时跟踪与回访，所以在以后的工作中要将客户的意向度分门别类，做好标记，定期回访，以防遗忘客户资料。

二、由于能力有限，对一些事情的处理还不太妥当。要加强认真学习销售员的规范。

总之，在工作中，我通过不断学习和不断摸索，收获非常大，但是也有点的小遗憾，我坚信工作只要用心努力去做，就一定能够做好。

回首20xx[]展望20xx!祝浙江家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在在新的一年里业绩飙升!