

家具销售每个工作计划 家具销售工作计划 (优质5篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

家具销售每个工作计划篇一

根据公司20__上半年度__地区总家具销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司20__下半年度的渠道策略做出以下工作计划：

一、市场分析

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。20__上半年度内销总量达到__万套，较20__年度增长11.4%。20__下半年度预计可达到__x万套。根据行业数据显示全球市场容量在__x万套。中国市场容量约为__x万套，根据区域市场份额容量的划分，__空调市场的容量约为__万套左右，5万套的家具销售目标约占市场份额的13%。

二、工作规划

1、据以上情况在20__下半年度计划主抓六项工作

根据公司下达的下半年销任务，月家具销售任务。根据市场具体情况分解。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__、__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20__下半年度的新产品传播。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定期进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在20__上半年至20__下半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“__x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)

根据公司的下半年度的家具销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况

再适时调整)

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在下半年x月—x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。

家具销售每个工作计划篇二

主要是对20xx年整体工作做统筹安排，计划书的制定旨在为20xx年冲刺1000万销售，完成基本目标800万，为此，我们的根本方针是分品牌宣传与推广；基本战术是小区团购为重点，小规模、多批次、深挖掘□20xx年度经营工作计划书 品牌轮流的方式；同时需要不断优化组织结构，简化流程弱点，销售更加快速化，需要对导购员不断强化，提高其专业知识，丰富其销售技巧，最大提高销售率！

目前的形势与我们的任务

目前的形势是什么呢？

我们的任务是什么呢？

20xx战略指标

销售指标

其他目标：

3、必须要完成对20xx年入住的小区进行宣传布点，主要宣传家具城；

组织架构的调整与工作流程优化

(一) 组织结构图

(二) 组织结构说明

3、营销人员主要是协助店长处理有关促销、商场形象管理、培训等工作；

(三) 岗位说明

1、主持公司大政方针工作，主持召开管理者会议，商讨战略方针和工作安排；

2、设置公司各项职能机构，制定各职能工作职责，设定工作指标；

3、全面监督指导财务、店长、营销工作，监督有关销售任务达成情况；

4、负责对公司各项事宜进行裁决，处理日常事务，员工培训、指导、激励等工作；

6、处理公司与外部环境的的关系；

总助理工作职责：

1、处理公司相关文档与制度起草工作；

2、协助总经理完善企业文化；

店长工作职责：

7、全权负责客户定金、退货、换货处理、异议等客户问题，严重问题报总经办处理；

9、负责店内日常与活动时的后勤工作安排、紧急时候迅速召集人员进行解决；

营销主管工作职责：

1、制定全年营销工作计划(宣传方案、促销方案、销售达成措施等)；

2、负责具体营销工作执行(组织活动、协调公司资源)；

3、研究促销方案，并进行制定，调动人员进行宣传工作；

4、协助店长处理相关管理流程与导购员培训等工作；

店长权利说明：

2、店长有权对导购员工作进行分配，并监督执行；

3、店长有权对组装工作进行送货分配，并监督执行；

4、店长有权批准送货、换货、退货、以及售后等服务工作；

5、店长有权对临时性工作进行分配调整；

6、店长有权对所有员工进行效绩考核；

7、店长有权对公司整体运作提出建议并参与讨论和参与品牌建设与管理讨论；

8、店长有权决定员工去留；

(一)中低端家具调整计划

中低端产品区指家具赶集超市，主要是针对乡镇市场(新民居)和县城低消费群体，该群体的消费特点有以下情况：

(二) 中高档家具调整计划

1、这部分人群占比稍小，但购买力大，一般的大单都出现在这部分人群中；

4、这部分消费者对于推销式的方式一般比较抵触，自我性比较强；

产品策略

1、在产品方面，样品管理非常重要，详情见《卖场分区样品管理》；

2、考察市场后，应该增加竞争对手没有的系列，增强家具城的利润点；

3、对于比较畅销的款式一定要放到最显眼的位置；

5、应该充实赶集超市的小件，选价位比较低的产品；

6、增加家具附属品(如：地毯、饰品等)

价格策略

2、对于赶集超市里的普货，统一按照定价销售，全场常年特价；

销售策略

3、重点拓宽办公家具渠道，寻找销售突破口；

活动策略

3、以一次大型活动品牌宣传促销为爆破点，将市场销售推向高潮；

4、对于长期性活动(劳动节、国庆节)，以周末促销为基础，进行月销售促销；

20xx年度营销行动计划

三、对于比较好的小区可以在装修高峰期借以租两个月车库来推广品牌；

一、街道的喷绘，像国庆拦截活动那样，成本低；

二、锁定超市发、当代商城这样的大商场人流多的地方来做kt板或者易拉宝做宣传，锁定小区附近的小超市便利店进行宣传。

家具销售每个工作计划篇三

下半年，我将一如既往地按照公司的要求，在上半年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作的”指导思想，确立工作目标，全面开展20xx下半年度的工作。现制定工作划如下：

一、在对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三；我们要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

四；下半年对自己有以下要求：

1：要每月要增加1个以上的新客户，还要有到个潜在客户。

- 2: 要一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。
- 3: 见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。
- 4: 对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。
- 5: 要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 6: 对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 7: 客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 8: 自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。
- 9: 和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
- 10: 为了下半年的销售任务我要努力完成xxx台的任务额，为公司创造更多利润。

以上就是我这下半年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

家具销售每个工作计划篇四

家具导购员是家具销售一线人员，在不考虑家具品牌、质量与款式的情况下，导购员对于家具销售起着至关重要的催化因素。

我从____年10月进入商场工作，两年半的家具导购员工作经历当中，接触过许多顾客。渐渐意识到只有充分地做好家具导购员工作计划，才能够做好家具导购员这份工作。现在，20__年上半年工作即将结束，我们家具导购员即将步入____下半年的工作当中。特此，制定家具导购员的____年下半年工作计划：

第一，热忱服务。要以饱满的热情面对每位顾客。注意与客户的沟通技巧，抓住客户的购买心理，全心全意为顾客服务。

第二，熟悉家具。了解我们商店每款服饰的特点，对于衣服的款型，模型，颜色，价格，面料，适合穿着场合，适合人群做充分了解。

第三，树立严谨工作作风。不断完善商店家具导购员工作纪律，规范家具导购员工作行为，严防工作组织涣散、凝聚力不强、各顾各工作的情况发生。

第四，加强销售能力。定期对于全店20名家具导购员进行销售培训，锻炼培养大家的销售能力。

第五，扩大销售网络。逐步建立商店的品牌声誉，定期安排兼职人员发放商店家具促销传单。进一步拓展商店电子商务环境，建立起商店的网络营销阵地。

家具销售每个工作计划篇五

自觉做好教学各项常规工作，按质按量完成备课、上课、改

作业、单元测验等常规教学任务，尤其认真实施课堂目标教学法。

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%。

目前格兰仕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年在格力、美的、海尔等一线品牌的“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；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑，日资品牌如松下、三菱等品牌在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。而格兰仕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。

深刻学习贯彻党的十八大精神。在全校教师中掀起学习宣传贯彻党的十八大精神的热潮，开展形式多样、内容丰富的“中国梦”的宣传教育。做好资料(照片、录像等)积累，推进党的十八大精神进教材、进课堂、进头脑。充分发挥品德课的作用。全面领会十八大对“努力办好人民满意的教育”的部

署，着眼武装头脑、指导实践、推动工作，做到学以致用、用以促学，切实把学习的过程转化为提高认识、统一思想的过程，转化为完善工作思路、解决实际问题的过程，转化为深化教育改革、推进教育现代化建设的进程，努力为人民群众提供更好的教育。

在xx年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些食品行业，但这些企业往往对标签的价格是非常注重的。所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户。没有要求的客户不是好客户。

根据以上情况在20xx年度计划主抓六项工作：

1、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、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

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处，并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

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“格兰仕空调健康、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)

根据公司的08年度的家具销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。(特殊情况再适时调整)

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在08年04月—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。

针对枣阳光彩产业城一期标铺、家居大卖场、小商品城20xx年需回款3亿元的销售目标，制定如下市场分析及销售计划。

重视家庭、社会与学校教育的配合，利用校外德育教育基地，进一步形成德育教育的合力，举办家长学校讲座，定期召开形式多样的家长会。通过家教征文等活动，开展家教交流。班主任要做好家访工作，和家长一道做好学生深入细致的思想工作。利用不同形式，沟通学生在校和家庭情况，提出学生在家、在校的学习常规要求，使学生在教师、家长的指导下，利用一切资源对学生进行全方位的素质教育。

加大青少年维权工作力度。深入贯彻落实《中华人民共和国未成年人保护法》和《预防未成年人犯罪法》，协助有关部门进一步加大保护青少年法律法规的执法和宣传力度，着力解决影响青少年健康成长的突出问题，优化青少年成长的社会环境，加大对服刑人员子女、外出务工人员子女、孤儿、未升学初中毕业生等无业、辍学、失管的闲散未成年人的教育管理，探索建立和实行有效的动态管理工作联动机制。做好青少年违法犯罪预防工作，继续深入开展“崇尚科学，抵制xx”“珍爱生命，远离毒品”、“健康上网”活动以及“改陋习，树新风”主题活动，提高青少年自我保护意识和自我保护能力，巩固民族团结，维护社会稳定。

应提供关于所服务的市场的资料，市场的规模与增长取决于过去几年的总额，并按市场细分与地区细分来分别列出，而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

6、组织庆“三八”文艺演出活动。

举办“巾帼和谐花盛开——鼓楼区‘庆三八妇女节?迎国庆60周年’大型文艺汇演”；六是认真做好来访接待工作。认真接待并处理好来信来访，为广大妇女提供法律咨询、纠纷调

解、法律援助等服务，力争结案率达100%。