

家具销售心得体会的(优质5篇)

心得体会是我们在成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。优质的心得体会该怎么样去写呢？以下我给大家整理了一些优质的心得体会范文，希望对大家能够有所帮助。

家具销售心得体会的篇一

第一段：介绍背景和目的（200字）

在家具销售行业，提高销售技巧是非常重要的。为了增强销售团队的能力和效率，我们公司组织了一次家具销售演练活动。这次演练旨在让销售人员熟悉家具产品，了解市场需求，掌握销售技巧，提升销售水平。在演练中，我们通过角色扮演和模拟销售场景的方式，克服了自身的不足，取得了极大的成效。

第二段：产品知识与专业技巧的磨练（250字）

演练中，我们获得了宝贵的销售经验。首先，我们进行了广泛的产品知识学习。了解家具产品的材质、制造工艺、功能特点以及维护方式，是为客户提供专业服务的前提。通过演练，我们深入学习了不同类型家具的特点，更好地帮助客户选择适合他们的产品。其次，我们加强了与客户沟通的技巧。销售不仅仅是商品和金钱的交换，更重要的是建立信任和亲和力。我们通过模拟销售场景，学会了如何主动倾听客户需求，并根据客户的需求提供专业的建议。这些技巧使我们更加自信和专业。

第三段：团队协作与角色分工（250字）

家具销售是一个团队合作的过程，每个人都扮演着重要的角色。在演练中，我们分组进行角色扮演，每个人都有机会担任销售人员、顾客或观察者的角色。这有助于我们更好地理

解不同角度的需求和感受，进而提高销售技巧。在团队中，我们发现团结合作是成功的关键。通过了解彼此的优势和弱点，合理分工，共同协作，我们更好地完成了销售任务。团队的力量使我们成功地应对了各种挑战。

第四段：情感的投入与级别的提升（300字）

家具销售是需要情感投入的工作。在演练中，我们不仅学会了如何与客户建立情感共鸣，还学会了如何处理客户投诉和抱怨。通过模拟场景，我们感受到了销售成功的喜悦，也体验到了面对困难和挫折时的冷静与坚强。这种情感投入使我们对家具销售工作充满热情，提高了销售水平。演练中，我们也注意到自身的不足并进行改进。通过接受客户和同事的反馈，我们不断调整自己的表达方式和销售策略，不断提高自己的专业水平。

第五段：总结与展望（200字）

通过这次家具销售演练，我们深刻体会到了家具销售的技巧和艺术。我们不仅了解了产品知识和专业技巧，还加强了团队合作和自我调整能力。这些经验对我们今后的销售工作将产生重要的影响。我们相信，通过不断学习和实践，我们能够不断提高，为客户提供更好的家具销售服务。同时，我们也会把这些经验与同事分享，促进整个团队的发展和壮大。家具销售演练完美地展示了团队合作的力量，并让我们更加热爱并投入家具销售行业。

家具销售心得体会的篇二

宜家家居，是瑞典宜家集团在中国开设的“瑞典家俱卖场”，主营北欧风格的家俱，一般设计师的名字都是非常拗口的一长串，因为人家都属于北欧家族。回想当初，是瑞典人英格瓦·坎普拉德先生(ingvar kamprad)在瑞典南部的斯瓦兰地区创办宜家家居，时为1943年。

目前，宜家家居号称在全世界39个国家和地区设有292家门市店，据说其dm单的投放量，在西方社会要超过《圣经》的覆盖率。“不是传说中的人手一本，而是事实上的至少三本”！作为长达半个世纪多国际大财团，宜家已经在国内的大连、北京、上海、广州、深圳等八座一线城市开设了分店，且都是旗舰店级别的。但注意一点，虽然宜家最早的境内分销点，是1997年在北京设立的，但是第一家宜家旗舰店，却是在1998年的上海开设的。

宜家的销售楼层一共分三层，一层为消费结账出口与家具自提区，二层为家居用品(包括锅碗瓢盆，还有镜子、伊朗地毯、茶具等略微奢侈的物品)，三层为家具展示厅(摆的全是床柜等家具，您可是随便试用)。

在宜家购物是有独特的规矩的，除了凭会员卡享受折扣之外，还得会填自己的购物清单，特别是在入手大件的时候。这个跟给您的“送货上门”服务关系很大。会员卡是可随时办理的，顺便说一下：现在“晚上逛宜家延长至23点”。

宜家的便利辅助设施也不错，三层有饭厅，一层有bristo便利店。但截至目前，人山人海很难挤得上去。而且宜家的结账也是非常费时的，请做好心里准备。

宜家的日常用品，包括镜子、保温壶、挂毯、调料瓶、小桌椅等，被公认为最划算。譬如下图中的调味瓶，是近年来一款成功的设计，并且经常被主推打折。我们可以用它来代替那些陈旧的厨房附件了。

是否购买宜家，如何选好宜家，还是“仁者见仁，智者见智”吧。

家具销售心得体会的篇三

作为一名新手销售人员，能够参加家具销售演练的机会是非

常难得的。在这次演练中，我从中学到了许多关于销售和服务的技巧和知识，让我更加自信和有能力地为客户提供服务。下面是我对这次演练的心得体会。

第一段：了解客户需求，建立信任

在销售家具产品前，了解客户的需求是十分重要的。这次演练，我们在接待顾客时，从问候客户到了解客户需求，再到介绍产品，一步步建立了信任和感情。通过与客户的沟通，我们知道了顾客的偏好和需求，才能够更准确地为客户做出推荐。

第二段：掌握产品特点，为客户提供详细的介绍

了解了客户的需求之后，我们要能够详细地介绍产品的特点和优势。我们需要熟练掌握每一款家具产品的细节和特点，让客户能够更加信任我们的专业知识。相信客户只有在了解到产品的具体性能后，才会决定是否购买。因此，学习和熟记产品的特点是我们必须掌握的技能之一。

第三段：善于沟通，妥善处理客户的异议

在与客户沟通时，我们难免会遇到一些客户的异议，例如产品价格过高或产品功能不够强大等。要妥善处理客户的异议，需要善于沟通。我们应该先了解客户的想法和感受，然后再给出解释和建议。秉持着“以客户为中心”的原则，我们可以给顾客更加合理的建议，增加购买的可能性。

第四段：注重服务体验，提供完善的售后服务

不仅仅是销售，售后服务也是客户最为关心和在意的。因此，我们要注重服务体验，提供完善的售后服务。哪怕是一点小小的服务细节问题，都会影响到客户对您的印象。对于售后服务，我们要及时响应客户的反馈，解决问题并关注客户的

感受。这样，客户就会感受到我们的贴心和用心，从而提高客户满意度。

第五段：分享和学习，不断提升自身能力

合作是向前的动力，这次家具销售演练中，我们不仅仅是独立工作，还要与同事合作完成任务。在交流合作时，我们能够相互倾听和理解，共同解决工作中出现的问题。分享课程和交流经验是提高销售团队业绩的关键，它允许团队成员共享在工作中学到的佳作和新技术的最佳方法，从而不断提升自己的能力和团队的声誉。

总之，家具销售演练是一次难得的学习和提高机会。通过了解客户需求，掌握产品特点，善于沟通，注重服务体验和分享学习经验，我深刻地领略到了解决问题、熟记产品、关注客户是销售成功的关键所在，这些经验和知识将成为我日后工作中掌握的重要技巧，我相信真正的合作是在共同学习和发展中实现的。

家具销售心得体会的篇四

中国现代家具业的销售模式从自产自销，到在百货商店里找代销点，到发展经销商分销，走到今天，企业又在重新梳理渠道，根据各自企业的发展特点在找寻新的营销模式。接下来就跟着本站小编的脚步一起去看一下关于家具导购销售心得体会吧。

工作日去了一趟宜家，很久以前就听别人提起，而且觉得它的服务理念和服务方式都很新颖，作为家具销售行业的巨头，他们的销售技巧有很多是其他行业可以借鉴的，所以我在闲暇的时候对宜家进行了亲身体验。

这真的是我所体验的家居行业最舒适的购物环境，没有导购

员向我喋喋不休的介绍产品的性能，也没有挂着“不可触摸的”的警示牌子，每一种商品都可以亲身体验，而且宜家人性化的为每位参观的顾客准备了拍照的地方，这不仅在家居行业很少有提供这样的服务，而且在其他部分零售业中拍照这种行为是被禁止的，这样人性化的服务拉近了顾客与商家的距离，树立了自己的品牌形象与品牌特色，初步的认识就让我对宜家一家居业的巨头产生了很好的印象。

宜家的经营理念是“提供种类繁多、美观实用、老百姓买得起的家居用品。”对宜家的这次参观让我更深刻的体会到，宜家真正把自己的经营理念付诸在实践中去了，进入宜家商场就可以看到很多精心布置的家居，不同平米的房屋装修都可看到。家具的精心摆放不仅方便顾客对商品的挑选，而且给了顾客一个房屋装修的借鉴，如果顾客满意，完全可以按照宜家商场中的布置来装修自己的家，给顾客提供了更多的便捷，宜家也提高了自己的销售量，做到了双赢，这也是一家的成功之处。

宜家的商品摆放很有特色，它的主通道属于迂回式的，要想走出商场必须一直沿着主通道向前走，这样的通道设计，可以让顾客全场都参观到，返回浪费时间。迂回式的主通道顾客不易辨别方向，但宜家会在商场入口处发放一张商场地图，让第一次来的顾客也完全可以自由参观、购物，这也是宜家的另一人性化设计理念。

宜家还有一项很好的服务行为，如果顾客对全场的商品都不满意，可以自行设计，宜家作为供货商进行加工，但这项的费用应该会高点，我们没有对这点进行深入调查，所以也就不是很清楚了，但是这种服务方式提高了宜家的品牌影响力。

参观到最后，我们都很疲劳了，没关系，宜家的展示家居你可以随便休息，不会有服务人员来赶你，其他顾客也不会在意你的行为，因为宜家的体验式购物，可以让你无限体验，你开心休息多久都可以，我们就是在宜家的展示床上借了疲

倦才离开的，真的是一种享受型的购物环境。

一个多小时的宜家参观活动结束了，我们直奔宜家的进餐区而去，总体来看宜家的饭菜还是不错的，价格也合理，饮料属于自助，随便饮用，我们吃饭的同时也对周围的顾客进行了仔细的观察，有很多顾客玩的时间久了口渴都会在那多喝些水，这些也给顾客提供了方便。

应邀参加云南建材家居行业营销高峰论坛暨新春联谊会，组委会领导要求我谈谈有关澳都这十个年头取得的一些成绩发表自己的心得，分享与会代表，我就即兴发表了澳都十年的创业感想。

我一直认为，过去十年我们做建材行业的，不管是大小老板，基本上都捞了一桶金，取得了一些成绩，这不是在座的各位起到多少作用，而是得益于房地产及相关项目配套的蓬勃发展，换言之，如果房地产项目增长30%，在座各位销售额只有29%，那我认为这是在走下坡路，我们不希望每年翻一番，但每年平均增长30%确实不为过，这是市场发展的客观规律，水涨船高的原理。

与会代表还与我谈到了这些年来做定制类家居业的辛酸，要想累，做橱柜！诚然，可能行业的特殊性确实让咱们这些橱柜、衣柜人有些抱怨情绪，但纵观市场大潮中，哪一个行业又是省油的灯？馅饼有一半是从天上掉下来的，但还要你伸手去接，所说我就此认为，干一行爱一行，并且是十年爱一行，而非一年爱十行的观点。如果你觉得你做的事业不能给你带来快乐，让你产生兴趣，那快乐营销就无从谈起，老板都不快乐，员工会从中找到快乐吗？结果显而易见。

一、得民心者得天下。

就澳都而言，这一点是重中之重。没有人，企业发展无从谈起，这就是“人”的文化。我一开始在研究产品，随后在研

究营销，现在我在研究人，要聚人，就要得民心。蒙牛乳业牛根生所说：财聚人散，人散财聚，小商靠智，大商靠德就是这个道理。老板就应该向雷锋同志学习，这就是最无私的，但从长远看绝对是最自私的哲学：人的生命是有限的，我要把有限的生命投入到无限的为人民服务中去。雷锋日记里写的人民，我们在座的企业家朋友可以理解为消费者、员工、股东，我们要做好分配，这是大家最关心的“需求理论”。在舍与得的界限上怎么去掌握好分寸，减少团队流失率，让老板与股东、消费者、员工形成共赢团队。一句话：“看上去最无私的老板，实际上是最自私的。”

二. 得渠道者得天下。

纵观世界财富排名第一的沃尔玛家族，还是国内的国美黄光裕家族，他们的共同点有惊人的相似之处：渠道为主，终端为主。一种标准开店，可以很快复制粘贴。我们应该向欧派学习，向行业巨头欧派致敬。澳都走农村包围城市路线就是在历史条件下被迫走出来的。我们把有限的资源放在渠道建设及维护上，只是在西部落后的城市形成一定竞争力。我们的行业是一个朝阳的行业，也是一个生命力很强的行业。在《论持久战》里我也提过，路很长，我们只是暂时领先，我们还必须在渠道上花大力气。

三. 得模式者的天下。

现在企业的竞争不是产品的竞争，而是一种商业模式的竞争。不管是蓝海战略、红海战略，自己的战略就是战略，适合自己的才是最好的。我们澳都橱柜为什么会在云南同行业遥遥领先？可能我们海比家居品牌也会用同一种商业模式，通过复制粘贴成为云南衣柜第一名。这不是理想，这很快就会成为事实，请大家拭目以待。我也希望在座的同行朋友能够不找经销加盟商，用直营、半直营入股份方式来完成店面扩张；并通过有效的分配方式及管理来完成大家的创业梦想。

四. 目标一致方可得天下。

看准目标，往死里整，不轻易改变目标，想办法去完成目标。

《西游记》里唐僧永远说一句话：徒弟，往西走；八仙过海，大家往东游；毛泽东革命往北上；邓小平向南下。这就是从上到下目标一致，可能一辈子只能做好一件事，如果看到别人衣柜赚钱去做，装修木门赚钱也去做，结果可想而知。东吸点二氧化碳，西边喝点西北风，再搞一杯国产二锅头，结果肯定是要拉肚子，换句话：出来混，迟早要还！这是做事业的根本。

以上几点，随着城市化进程的日益推广，旧房改造是对建材家居的需求，建材下乡等大好历史机遇，坚持住，好日子要来了！

宜家家居，是瑞典宜家集团在中国开设的“瑞典家俱卖场”，主营北欧风格的家俱，一般设计师的名字都是非常拗口的一长串，因为人家都属于北欧家族。回想当初，是瑞典人英格瓦·坎普拉德先生(ingvar kamprad)在瑞典南部的斯瓦兰地区创办宜家家居，时为1943年。

目前，宜家家居号称在全世界39个国家和地区设有292家门市店，据说其dm单的投放量，在西方社会要超过《圣经》的覆盖率。“不是传说中的人手一本，而是事实上的至少三本”！作为长达半个世纪多国际大财团，宜家已经在国内的大连、北京、上海、广州、深圳等八座一线城市开设了分店，且都是旗舰店级别的。但注意一点，虽然宜家最早的境内分销点，是1997年在北京设立的，但是第一家宜家旗舰店，却是在1998年的上海开设的。

宜家的销售楼层一共分三层，一层为消费结账出口与家具自提区，二层为家居用品(包括锅碗瓢盆，还有镜子、伊朗地毯、茶具等略微奢侈的物品)，三层为家具展示厅(摆的全是床柜等家具，您可是随便试用)。

在宜家购物是有独特的规矩的，除了凭会员卡享受折扣之外，还得会填自己的购物清单，特别是在入手大件的时候。这个跟您的“送货上门”服务关系很大。会员卡是可随时办理的，顺便说一下：现在“晚上逛宜家延长至23点”。

宜家的便利辅助设施也不错，三层有饭厅，一层有bristo便利店。但截至目前，人山人海很难挤得上去。而且宜家的结账也是非常费时的，请做好心里准备。

宜家的日常用品，包括镜子、保温壶、挂毯、调料瓶、小桌椅等，被公认为最划算。譬如下图中的调味瓶，是近年来一款成功的设计，并且经常被主推打折。我们可以用它来代替那些陈旧的厨房附件了。

是否购买宜家，如何选好宜家，还是“仁者见仁，智者见智”吧。

家具销售心得体会的篇五

家具是一种大众化的消费品,其销售成本直接关系到生产企业的效益。家具销售工作职责是什么?接下来就跟着本站小编的脚步一起去看一下关于家具销售工作心得体会吧。

赞美重要性这里不再重复罗嗦了，。赞美是很好的开场技巧之一。

以下是我们认为正确的话术：

“先生，您真有眼光，您看到的是刚刚推出的最新款式家具…”（正确）

“小姐,您气质真好，……”（正确）

“小姐，您身材真好，我在商场干这么长时间，有您这样身材不多……”（正确）

到位的赞美必将让那些爱美的女士心花怒放，关注尖峰实现了解更多行业信息她想：钱给谁都是给，给就给的开心。

二、开场技巧：唯一性开场

物以稀为贵，对于客人喜欢的货品，你都要表达出机会难得的效果，促使客人当下决定购买，因为走出了你店的客人，关注尖峰实现了解更多行业信息就不再受你的影响，消失在茫茫人海，我们没有她(他)的电话，没有她(他)的手机，没有她(他)的mail也没有她(他)的，所以所能做的就是当下买单。

以下的话术是正确地制造“唯一性”的话术：

“我们促销的时间就是这2天，过了就没有优惠了，所以现在买是最划算的时候……”

不然您得多花好几百元，那些钱拿来多买点别的东西多好……”（正确，制造促销时间的唯一性，机会难得，同时要注意重音的表达）

“小姐，我们的这款家具是法国设计师设计的最新款式，为了保证款式的唯一性，这款是国内限量生产、限量发售的款式，在我们店这个款已经不多了，建议赶快购买。”（正确，款式的唯一性，机会难得）

开场技巧：热销开场

当客人表现出对某款家具好感时，我们应该趁热打铁，渲染热销的气氛。

下面的话术是我们建议采纳的：

“某款系列产品迄今在全球的销量已逾5000套，其中 19 型突破1000个。”

“这款家具一上市卖的特别好，已经销售5万多个了，成为单品销量冠军，现在库存已经不多了！”

“这是我们品牌今年上市最新款家具，在我们深圳的其他店铺，这款家具已经没有货了，在我们店只有几个了，我给您介绍下！”

“这是我们品牌重点推出的最新款家具，在我们广州的店铺，这个款早已经卖空了，在我们店只有2个了，建议您看看，我帮您看看有没有您合适您品味的。”（正确）

三、开场技巧：功能卖点

一。比如下面的例子：

“除了省空间，这款家具的最大特点就是具备自洁功能。”

“小姐，这件家具正好是我们品牌今夏特别设计的款式，而且是采用特殊木料和制作工艺……，对于电脑、电视等具备特别防辐射的功能！上下班都能保护您身体的健康。”（正确，突出功能）

1、 开场技巧中国家具零售终端门店的服务足够可以用在天南海北，开场经常可以组合运用：新款加赞美，新款加促销，促销加热销，促销加唯一性，功能加促销等等不一而足，看现场服务客人的需要，随时烂熟于心，脱口就出。

自从我来到公司，我学到了许多学校里学不到的知识。例如：产品销售技巧，销售过程中顾客的心理呀！还有公司独特的营

销模式等。

每当我来到上班场所的时候，我才真正感受到了作为一名床垫销售人员是多么的自豪，但是我也同样有着很大的压力，因为我要为公司添砖加瓦，和其他同事一起和公司共同进步，共同创造辉煌！

当我每销售公司一样产品的时候，心里真是充满了成功的喜悦。在不断对顾客热情、耐心的服务中，也建立了一批自己的顾客群，这使我更增加了对工作热情的信心。同样，我也和其他同事一样，在工作中也遇到过困难和压力。但是我知道在种种困难中，只有把压力变成动力，才能获得真正的成功。

通过上司的细心教导使我丰富了专业知识、产品知识、如何分辨潜在顾客和潜在购买行为，如何通过转移产品来满足顾客的需要因为只有顾客认识到我们好的产品质量和好的服务质量才会有下一次销售机会。所以我们一定要赢得顾客的信任，掌握好工作技能才能和顾客沟通自如，让顾客买到自己所需要的产品。

在我出来工作的这些年里，我深深的体会到找一份有前途的工作不容易，但自从我进了本公司，让我觉得这是一份有前途、有挑战的工作，但是作为一名好的销售人员不仅自己的销售水平要过硬，更应该注重整个团队在销售过程中的分工合作！我深深的知道没有一流的个人！只有一流的团队！因此我打算在我以后的工作过程中，虚心向各位同事学习，全力以赴的去完成公司下达的销售指标，为这个团队贡献自己的一份力量！

问：

我是做家具销售的，请传授一下家具销售的经验？家具销售心得？

答：

一、明确告诉顾客你产品或品牌最大的优势及主要特点；

实际上，只要你善于发现和思考，为自己的产品找出优势和特点不是很困难的事。任何的产品都可以做到的，不要给自己找理由。请注意，在你公司产品定位的目标顾客的观念中，你的产品一定有你的相对优势。

举例：如何你是卖实木家具的，你可以这样告诉顾客：“我们产品最大的优势在于百分百真材实料，这是大家所认同的。另外，我们家具还有一个特点，它是绝对环保的产品，完全可以保障您家人的健康。”

像这样来介绍产品就非常简单有力，并且几句话就把你的优势和特点告诉了顾客，只要注意表达的技巧，顾客很容易产生深刻的印象。

二、销售家具的过程中要善于利用顾客发问的机会；

顾客自己观察家具的时候，通常难以听进你所说的话，即使听到也不会产生深刻的印象。销售高手知道什么时候应该闭嘴。而当顾客问你某一个问題，你回答他的时候，他一定会把耳朵竖起来听你讲话，这时候你说的每一句话都会让他产生对你产品的印象，包括好的和不好的。

顾客通常会问你“这你是什么牌子？”“哪里产的？”“为什么这么贵啊？”“是什么材料做的？”等等这些问題，实际上这都是你说服顾客的好机会。平时就把顾客常问到的问題写出来并给出简单的答案，并把它他记熟，这很重要。

三、要察颜观色，把话说进顾客心里去。

顾客用手摸产品的时候，你就不要说你的服务好；顾客用手敲

产品的时候，你就不要说你的价格很优惠；顾客用鼻子闻有没有气味的时候，你就不要说你是哪里产的……也就是说，你要根据顾客的行为或心理，来说他现在想要知道的。

问：

答：

我在深圳做了两年多的家具销售呢

看万卷书不如行万里路，我觉得你在困惑不知道该怎么做的时候，就应该从最基本的做起，因为经验是你自己不段总结出来的。

我在深圳扫楼就扫了快一年，每天就是各个写字楼去拜访，看哪里有装修的办公室，然后在那里等他们的老板什么时候来看，就跟他给名片，告诉他愿意提供一些方案供他们选择，希望给个机会什么的。

刚刚开始工作的时候，不要去想怎么走捷径，怎么快速成功，按照最原始的方法做先，一步一步你一定会总结出很多自己的经验自己的方法来的。

祝福你……！