# 家具展半年工作总结(优选5篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-06-11

*家具展半年工作总结1一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。进取对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇20--年会展工作情景和20--年工作思路...*

**家具展半年工作总结1**

一年来，全镇广大干部职工认真贯彻市经济工作会议和全镇工作经济会议精神，继续推进“工业立镇、商贸活镇”战略。进取对外招商，拓展会展市场，同时鼓励本镇企业“走出去”参加布展。现将我镇20--年会展工作情景和20--年工作思路总结如下：

>一、20xx年度会展工作总结

一是加强组织领导，构成工作合力。会展工作是一项具有蓬勃发展潜力的新型工作，同时这项工作又涉及各个职能办公室，为此我镇于年初就把会展工作纳入重要议事日程，并系统列入镇年度目标考核资料，成立了镇会展工作领导小组和会展办公室，配备了联络员，进一步加强了领导，明确了分工、落实了工作职责，构成了线上工作分头抓，中心工作共同抓的局面，确保工作顺利展开。

二是理清工作思路，制定会展计划。镇会展工作领导小组在认真分析我镇会展经济发展现状，在年初，召开了会展工作会议，经仔细研究，并结合任务要求，研究制定了切实可行的会展工作计划，以办好一节(杨梅节)、配合好二会、组织好三展为工作目标，细化职能，使会展工作有章可循。

三是加大宣传力度，营造良好氛围。为进一步做大做强会展产业，提高知名度，镇专门召开专项工作会议，研究部署会展工作。经过召开企业老总座谈会、各类会展推介活动等形式宣传办展环境，充分利用广播、有线电视、宣传窗、黑板报等手段加大会展工作宣传力度。例如在杨梅节期间，我镇各主要道口均设置醒目宣传标语、标牌，极大地展示了马渚镇特有的西山白杨梅文化。

四是找准自身定位，积极配合参展。我镇进取响应市委、市的号召，根据会展办的总体安排部署，充分挖掘自身潜力，不断鼓励辖区内贴合要求的企业参展。其中，积极配合市组织的“二展”，今年我们共有二家企业参加会展，共有126平米的展览面积，取得了较好的效果，得到上级一致的好评。组织好本地企业参加二期广交会，20--年，全镇共有48家次企业参加广交会，用有展出摊位60只。积极组织参加了第十二届浙洽会和市洽会。同时积极组织参加第10届中国国际日用消费品博览会。同时，积极配合市级的各种会展工作，有宁波汽车零部件展，中小企业对接会，20--中韩设计对接会，20---年小家电设计大赛等等。

>二、20xx年会展工作思路

一是加大引导，不断调动企业参展的进取性。20--年我镇将定期召开规模企业负责人座谈会，深入研究会展工作，逐步提高企业参展的意识，促使企业深刻理解展会是市场与企业互相了解的重要途径和发展手段，经过产品的展示能吸引客户，拓展和建立市场，展会也是企业走持续发展的重要平台。此外，积极组织好塑博会、小家电博览会、宁波汽车零件展等参展活动。

二是进取调研，以展会助推产品产业转型升级。深入调研马渚镇各行业及块状经济的发展动态，把握发展趋势。同时密切关注国内外知名展览机构在新兴产业领域开办新展的动向，从而做好双向互通工作，引导企业与之对接，自愿配对，进取参展，实现马渚企业在产品产业转型升级的新突破。

三是整合资源，进一步挖掘会展潜力。进一步整合展览资源，充分利用现有的工作资源。同时更加重视系统外展览工作资源的整合，进一步加强与市会展办和其他展览机构的交流与合作。高度重视专业队伍建设，以为人本，探索建立展览业务人才的培养与发展机制。

**家具展半年工作总结2**

家具销售工作总结篇一

作为xx家具的店长，就今年店内的工作情况作如下总结：

1、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。

2、知识

这方面的条件决定了店长的销售能力，是做好销售工作的基础。包括以下几个方面：

1)商品知识要熟悉商场所有商品的生产工艺、质量特点(包括面料、材料、油漆等)功能(适合在何种环境和条件下使用)、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间、库存情况：了解商品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况;

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1.了解家具市场的环境变化、顾客购买理满足。2.如实提供顾客所需了解的相关产品知识。3.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。4.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。5.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。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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。

7、抓好售后

售后服务是一个比售货还重要环节，是企业与顾客处理好买家关系的很重要一环，他能建立消费者对企业的信任感，不但可以加强商家与已购买物品的顾客间的联系，促使他们成为“回头客”，同时老顾客也能影响到顾客，开拓更广市场，抓好售后服务可从以下几方面着手。

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。

家具销售工作总结篇二

伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的20\_年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激-情的20\_年。

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。让我学到了很多的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。

通过今年来不断与公司销售管理模式进行磨合，我也更加的认识到了，一个做销售店长的知识面、社交能力和熟悉产品知识技巧决定了一个店长及销售人员的销售能力。为此，通过这么久的工作积累。我认识到自己现有的不足和长处。现将全年来的工作和感受总结如下：

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

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20\_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20\_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。

家具销售工作总结篇三

销售是一个过程，得到一个客户联系方式，意味着客户愿意把你纳入到他的选择计划之中，这样就增加了成功销售的可能。卖场是收集客户信息最重要的单位，要加强卖场信息的收集工作。现总结如下：

1)产品知识方面：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;

2)公司知识方面：深入了解本公司和其他家具生产厂家的合作背景、产品生产能力、生产技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

3)客户需要方面：了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及对生产产品的基本要求。

4)市场知识方面：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。

5)专业知识方面：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，了解不同装饰设计公司在新的一年里的设计思维的转变，以便更好的合作。

6)服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节(注意国外客人的忌讳和有关民族、宗教等社会知识)细心、认真、迅速地处理单据;有效运用身体语言(包括姿态、语言、动作等)传递信息是获得信任的有效方式。

家具销售工作总结篇四

首先我先总结一下20xx年我看到的关于公司一些方面的不足，都是我的个人看法，稍显幼稚，若有不妥之处请原谅。经销商为盈利影响我司销售

1、价格差在终端零点对于销售的影响

2、广告劣势。

我在工作中逐渐了解到经销商为了赢取高额利润而截留政策，直接放弃二批直做三批，而经销商自己又没有能力全面铺货到终端，结果经销商是轻松了，工作做得少反而钱赚得多了，但是我们的终端市场都丢失了，经销商用我司的利益换来了自己的经济收入，而且公司认为这种情况还不是少数!这也是有时候二批空仓而不愿接货、去接便宜倒货甚至宁愿做其他产品的重要原因，若不加以纠正，我司的市场占有率将无法得到提升(甚至下降)，影响我们的竞争优势。

**家具展半年工作总结3**

家具工作总结篇一

20XX年快结束了，回首20XX年的工作，有硕果累累的喜悦，有与同事协同攻关的艰辛，也有遇到困难和挫折时的惆怅。时间过得飞快，不知不觉中，充满梦想和激情的20XX年随着新年伊始即将临近，本人自加入到西安银泰店，做了一名导购，融为这个集体的一份之以来，本着对工作的热爱，抱以积极，认真学习的态度，用心做好每件事，干好这个导购工作，充分利用这一平台提升自身的各方面能力，回顾历程，收获和感触颇多，主要有一下几方面;

第一、认认真真，做好本职工作。

1、要么不做，做就做好。每个人的经历和知识水平都不相同，这决定了每个人在做事情的能力上也会存在差别，但很多时候，工作能否做好，起决定作用的并不是能力。在实际工作中，有相当大的一部份工作不是靠能力来完成来做好的，而是靠对公司对部门对自己的一种强烈的责任心来完成来做好的。奉献源自责任，一个没有责任心的人，就不可能是一个有奉献精神的人。可以说，强烈的责任感和责任心是做好导购工作的第一要求，也是导购员应该具备的最基本的素质

2、勤快，团结互助。导购工作是一件很琐碎和繁琐的工作，辅件多，工序烦，稍微偷懒就可能给错误的出现留下隐患。一个订单往往是由很多部门来共同完成，一个人的力量在整个工作中显得非常渺小，只有大家团结互助精心合作才能保证订单的顺利完成。

3、认真细心，做事用心。这样才能避免自己犯错误，才能发现客户可能存在的错误，把一些错误杜绝在源头上，减少人工和财物的浪费。如果这些错误能及时发现并处理的话，就不会造成什么样的严重后果。可想而知。我觉得作为我们导购只有从内心深处清醒的认识到：任何人都可能犯错误，但只要你认真工作，对每个细节都特别注意就会避免这些错误的发生。

4、吃苦精神。

做导购员一定要有吃苦精神，销售是一件容易的事更是一件困难的事，想做好它就是一件不容易的事。所以我们要做的不仅是接待客户学好产品知识这么简单。要根据客户的要求和自己的经验为客户做出完美的计划和完美的产品，如果有可能的话，我们应该去厂里参观学习，了解生产过程，便于自己工作更好的开展。

第二、处理好跟客户和外部协作单位的关系。学会做人，处理好关系，做好事情。就像国家跟国家之间的关系一样：没有永久的朋友和敌人，只有永久的利益。从本质上来讲，跟客户和外部协作单位的关系也是如此。正是由于合作能够跟双方带来各自需要的利益，才会产生双方的合作关系。作为商人，追求的最直接的东西就是利益，没有钱可以赚的话，你对他再好也没有用。如果有钱赚的话，其他方面要求可以适当降低。认清了这一点，在处理与相关主体的时候，就可以以拿捏好分寸，嬉笑怒骂，收放自如。

回首过去，自我认为还算取得了一些微不足道的成绩——当然，这些成绩的取得无不包含着领导的不懈关怀和同事的鼎力协助——但同时我也深刻地认识到自己在工作中也还有很多不足之处，需要在下一阶段的工作中进一步的学习和改进。

第一、进一步加强向领导、向同事、向客户学习的力度，不断完善自己。学无止境，特别是对于我们年轻人，要时刻保持着一颗虚心上前的心。

第二、加强订单资料的整理，理顺文件夹中的订单资料。这点在过去的一直都做得不好，主要是没有从心底上彻底认识到其重要性和没有养成良好的习惯。

第三、加强生产工艺、加工过程知识上的学习。这是目前我们导购员普遍欠缺的一块儿，也是非常重要的一块儿知识。作为一名导购，如果缺乏这方面的知识，那么其知识结构是不完整的，操作起订单来心里也不够踏实。公司如果能够组织和加强这方面知识的培训，那是再好不过。

第四、进一步规范自己的工作流程，加强工作的计划性。规范的工作流程可以大大减少出错的几率。在新的一年里要严格按照规范的流程操作订单，避免一些低级性的错误出现，减少混乱，养成良好的工作习惯。增强自己工作的计划性，这样可以避免遗忘该做的事情，减少丢三落四现象的出现，并改变自己急性子的性格。

第五、如果有机会，要多出去开发客户，在销售上增强自己的能力，进一步的发展和完善各方面的能力。

第六、争取更多的机会，发挥更大的作用，为公司各方面的发展做出自己应有的贡献。总之，我要从自身的实际情况出发，发挥自身优势，有针对性的采取各种措施弥补自身存在的不足，不断完善自己各方面的能力，抓住我们部门阔步大发展的大好机遇，努力工作，积极进取，与部门同事团队作战，通力合作，尽我自己的努力做好本职工作，为我们公司业务目标的完成和飞速发展作出自己应有的贡献。

家具工作总结篇二

我从年月进入商场从事家具导购员工作，转眼间已经在商场工作XXX个月时间了。转眼今年的工作，我收获很大，总结如下：

第一，将所有进店客户作为我们的亲人和朋友招待。

这是我家具导购员关于心态的工作技巧。试想一下，当自己的亲戚朋友或是朋友进来购买自己的家具，我们将如何接受他们。以这样一份亲昵的态度面对顾客，顾客也会犹然感到亲切。

第二，关注客户，真诚表扬客户。

真诚表扬客户也是重要的导购工作技巧，真诚表扬客户也能够使得销售有所增加，不仅能够提升销量，也能够使得导购、商场在客户中形成良好印象。

第三，报价过程当中的计算器使用技巧。

家具导购员的报价过程需要通过反复、精确计算。在接待客户之前，要配备计算器，钢笔，纸张进行记录、计算。这些都可以证明你是一个专业的导购员。

第四，愉快的接待心情。

试图让自己成为一个热情开朗的人。在接待顾客过程当中，想一些快乐的日子，让自己的开朗心情感染给顾客，使销售达到良好效果。

第五，不断更新自己的问候方式。

很多时候，导购员一个礼貌精致的问候就有可能吸引顾客进入商店选购。最常见的问候方式是“欢迎光临，请进”，也可以适当有所改变，如“请进我们店里挑选挑选吧”，“欢迎光临，请问您有什么需要”等。

以上就是我近一年来的总结，在以后的工作中我一定会不断加强自身专业知识和导购技巧的学习，成为一名优秀的导购人员。

家具工作总结篇三

加入浙江xx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XX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,虽然有时附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。

在xx家具各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度，认真地完成了自己所承担的各项工作任务，工作能力都取得了相当大的进步，为今后的工作和生活打下了良好的基础，现将我的一些导购心得与工作情况总结如下：

导购心得：

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、知已知彼，扬长避短。

做为一名合格的导购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，导购产品先要导购自己，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，及导购人员的相关知识，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，的方式就是加强学习。

二、脚踏实地，努力工作

作为一名家具导购员，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，所有这些都是导购员不可推卸的职责。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。要加强认真学习导购员的规范。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，但是也有一点的小遗憾，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xx家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在新的一年里业绩飚升!

家具工作总结篇四

在xx家具各位领导及各位同事的支持帮助下，我不断加强工作能力，本着对工作精益求精的态度，认真地完成了自己所承担的各项工作任务，工作能力都取得了相当大的进步，为今后的工作和生活打下了良好的基础，现将我的一些销售心得与工作情况总结如下：

一、认真学习，努力提高职业素养

因为我毕业就是在xx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，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：

1、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。

2、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。

四、个人感受及心得

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、知已知彼，扬长避短。

总之，在工作中，我通过努力学习和不断摸索，收获非常大，但是也有一点的小遗憾，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xx家具在新的一年里生意兴隆，财源滚滚!也祝我自己在新的一年里业绩飚升!

家具工作总结篇五

作为xx家具的店长，就今年店内的工作情况作如下总结：

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

这方面的条件决定了店长的销售能力，是做好销售工作的基础。包括以下几个方面：

1、商品知识。要熟悉商场所有商品的生产工艺、质量特点(包括面料、材料、油漆等)功能(适合在何种环境和条件下使用)、规格型号(包括面料和产品等)、生产周期、付货时间、库存情况：了解商品的使用方法、保养及维修知识;了解本行业竞争产品的有关情况;

**家具展半年工作总结4**

时光飞逝，犹如白驹过隙！一个多月过去了，随着时间的渐渐逼近，我们的工作也开始

正式的忙碌与辛苦起来。工作状态也从一个多月前的不知所措到现在的渐入佳境，和同事的关系也渐渐的亲密熟悉了起来，在一个轻松和谐的环境里面工作是一件快乐的事儿。同时也明白真正的挑战还未到来，但是我相信在艰苦环境面前倒下的那个人一定不会是我。

>一、工作总结

1、统计核对特装展位报馆的数量。

2、在组委会对接楣板信息及食博会其他相关的工作。

>二、在工作中存在的问题

1、前期的的培训运用到实际中来了，但是计划赶不上变化对于出现的突发情况及时向领导请示，对于不懂的地方多向公司同事、领导请教。每一项自己不确定的问题应该向同事或者领导询问一下在确认，不能盲目的回答任何问题。

2、通过在组委会工作的几天里，发现在自己在工作中还存在许多的不足之处，在和除公司同事以外的人讨论问题时，始终站在为公司争取最大利益和维护公司良好形象的原则上思考问题。

3、对于工作中的细节处理的还不够完善，需要学习的东西比较多。

>三、工作教训

1、在实际的工作中正确处理每一件事，三人行必有我师，保持学习的心态来工作。

2、多学习，多练习以提高工作效率。

3、对于不确定的事儿不要盲目答应。

>四、工作心得

总结在一个多月的工作中，自己真的改变了很多，和同事一起聚会的感觉比较是开心的，工作中大大小小的事儿同事、领导给了我许多的帮助，非常的感谢！从而我也适应现在的工作环境，喜欢上了现在的工作状态。但是工作中还存在许多的不足之处，正学习着去改正。

**家具展半年工作总结5**

家具月工作总结

20XX年家具销售月总结范文[1]

在当今严峻的房地产调控下，穿梭于复杂的高端家居市场，挑战和探索是我工作的主题，在领导的支持帮助下，我不断加强自己的学习，认真地对待自己的工作，工作能力和方法取得了一定的进步，为今后打下了良好的基础。现总结如下：一、专业知识方面：

1)产品知识：加强熟悉后现代家具的生产工艺、和部分材料特点、生产周期。了解产品的使用方法、保养及维修知识;初步了解本行业竞争产品的有关情况;

3)客户需求：了解家具购买者(包括潜在客户)的消费心理、消费层次、及对生产产品的造型、功能要求。

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。二、自身修养方面：

1)工作中的感言。在领导的带领下，进行加强自我认识、分析、客户分析、合作单位分析基本素质培养，为我在以后的工作中做更全面的准备。我一定用行动来作为感谢。

领导给了我机遇和一个发展的平台，在您身上学了不少的为人处事和谈判技巧。相信在以后的工作当中，我定能在岗位中独立成长起来。这些都是我个人无形财富的积累。

2)职业心态调整。每天，我都会从欢快激进的闹铃声中

醒来，以精神

充沛、快乐的心态去迎接工作。三、本月份的具体工作计划

1、落实三折页的制作及发放的方法。原则：发放精确定位，不能浪费资源。

2、紧跟高铁候车厅模特位的推进进度，寻求差异化的展示方法。3、国际家居展览会，与会经销商的资料整理，细致地传递我公司的最近动态。详细记录每一位经销商的心理想法，和经销商的背景需求情况。

4、出租车车体广告的落实，价格谈判等。5、地区电影院设立模特展示位的谈判

6、模块化小区活动物资准备及方案的落地。试谈判个别物业、广场、商场等人流密集场所，研究此方案的可行性。

7、电视、媒体作为备选投放媒体。8、IPAD券抵活动方案的落实和推进。9、慈善义卖活动的研究。10、外商客户地保持跟进和联系。

11、积极去家居卖场熏陶自己的高端家居心态，进一步融入本行业的深层次领域去。与行业内竞争对手建立信息接收方案，包括人力资源信息、产品信息、营销方案信息、加盟管理信息等等。一句话--在不影响手头工作的前提下，多跑跑卖场，多发现发现问题，多学习学习竞争对手的处事方法和优秀案例。

12、研究同行业加盟整套管理运营办法，根据自身的优势和劣

势，进行逐一节点论证。形成初步加盟办法，和内部管理控制系统。

自己在个月的工作中。感觉，行业经验远远不够，细致观察能力和业务谈判技巧有待突破。希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好的为自己以后的工作夯实基础，提高自己的自信心和工作技巧、工作方法。

我坚信在以后的工作中不断实践和总结，并积极学习。敬请多多指导教诲！家具展会工作总结

紧张而忙碌的家具展览会即将结束，由于次参加展销会，内心颇有感触。看着周围的领导和同事个个都瘦了一圈，虽然没人叫嚷但我知道大家共同的感觉都是“累”，因为我也深有同感。每个人在尽力做好本职工作的同时，都在积极配合团队的工作，虽然不够尽善尽美，依旧展现出一个富有凝聚力且高效能的团队。作为其中的一员，我感觉很开心。功夫不负有心人，相信一直以来大家的努力一定会有丰硕的成果。

在此期间，我主要作为一名后勤保障人员，负责客户酒店入住及接待工作。看似容易，实则繁琐。在最大限度满足客户需求的同时，又要坚守节约原则不浪费酒店资源。16号

东莞家具展正式开始，在此之前一两天已又零散的客户来厂参观考察，刚开始两天有点丈二和尚摸不着头脑。我就提前拜访木兰酒店何经理询问一些细节，以便更合理的安排客户酒店入住问题。最初感觉整天紧张兮兮的就怕出错，渐渐的熟悉整个流程后才感觉轻松许多。但让我清楚的明白“台上一分钟，台下十年功”的道理。不管多么简单的工作，做到极致就是不简单。在自己努力付出完成工作的同时，也让我更加懂得团队协作的重要性，更好的理解尊重与支持同事的劳动成果。我认为这些是我工作过程最大的收获，并将受益终生。

20xx年3月16号对我们来说是个不平凡的日子，一批精明能干的业务冲锋前线，我们在后方积极配合，结果晚上聚集五十多位新老经销商。公司董事工作人员及客户聚集一堂，大家开心的吃着聊着，希望今后可以合作愉快，每个人脸上洋溢着灿烂的微笑。我们展现在客户面前的是一支精良有素且得到充分认可的团队，虽然最终结果还不能预测，我们问心无愧，因为我们做到了最好的自己。

现在还清楚的记得，在家具展的前一天晚上，林总召集大家开了一个很严肃的紧急会议。实际上有点类似动员大会，只不过气氛有点压抑，因为他是老大远比我们承载更大的压力。紧张的接待工作过后，即将可以看到丰收的喜悦。希望大家都可以休息几天，好好放松一下身心。

家具展会工作总结

20XX年办公家具展会呈现出诸多亮点，由于市场竞争的逐步开展，有部分企业被竞争淘汰，有部分优秀企业脱颖而出，希望此次的办公潮流趋势分享能给业内同仁带来新的思考和启发，让我们共同关注办公行业的发展及动向。

20XX年是办公家具行业理性务实的一年。

对于职员区家具：

诸多知名品牌开始摒弃浮夸的外观造型设计和高科技智能带来的“过度设计”，而是聚焦到控制成本、完善功能、提升品质、节省空间等的深层次功能设计上，在新材料新工艺的应用领域大放光彩；另外一方面，对环保的追求也逐步深化，企业开始逐步由追求小环保（材料的环保），上升到办公理念的大环保（关注健康的办公形态及办公家具的循环利用）。

对于主管区家具：

诸多品牌开始探索非物质层面的设计，再逐步尝试完成完全复制——风格符号——内涵神韵的设计升级，虽维持在与前两年相近的水平，但已经有部分企业脱颖而出。

对于公共区家具：

办公企业开始探索设计的本土化，而非直接照搬国外的造型设计，取得一定突破。

重新审视整个办公行业的激烈竞争，一方面办公企业开始寻求新的发展路径，如销售渠道的拓展，开发B2C市场，开发设计师市场等，另一方面办公企业开始向横向领域拓展如：酒店行业和民用行业等。

办公行业的发展何去何从，笔者愿还原真实的20XX年办公家具展会现状及潮流信号，供业内人士参考交流。

职员区家具潮流趋势:

A。摒弃浮夸设计，更加重视实用性和功能性设计

20XX年以前，办公企业为展示企业实力，多从高科技角度出发，推出“自动开关”、“升降技术”、“智能插座”等，市场的适用性不强；20XX年本届展会开始，企业开始摒弃浮夸设计，重视实用性和功能性主要在“控制成本，完善功能”、“注重品质”、“解决走线问题”、“节省空间”、“回收利用”上下功夫。

a1。控制成本，完善功能

20XX年圣奥EHALF系列I代以低成本、高弹性组合性面市，时隔3年，圣奥推出升级版EHALF系列II，在售价不变的同时，提升产品品质、稳固性及配色方案。

a2。注重品质

以厚屏风为主，科派将给世界品牌hermanmiller代工的优良品质变成自身品牌的实力，转换思维开始结合中国市场需求进行开发产品、经营品牌。其厚屏风隔断产品品质得到行业一致认可。

a3。解决走线问题

桌上屏风系统走线问题一直是业内没有攻克的难题之一，高梵以控制成本、方便快捷、大容量设计、强弱电分离功能化为指导原则，新推出了桌上屏风的走线系统解决方案。

a4。节省空间

秉承“赢在空间”设计理念，通过360°通透开放、持久耐用、可灵活定制、可升级、可重复利用的钢木组合办公家具，为企事业集团提供现代极简、独具特色的商务空间系统解决方案。

a5。回收利用

百利重新审视办公市场竞争格局，主动转型为上市公司企业集团提供办公环境整体解决方案，并获得业内认可：今年展会百利首次大规模推出互联智能办公系统，100%可带走的工业化装潢备受关注，百利回归理性设计，主动响应企业群体采购办公家具的需求，实现完美转型。

B。新材料、新工艺呈现多元化

b1。新材料多元化

屏风材料的多元化：刨花板+玻璃、胶合板+布艺、亚克力、静电喷粉中纤板、毛毡、钢板等被广泛应用。

b2。新工艺多元化

材质混搭，挑战超薄18mm屏风系统设计：

在产品造型设计上突出小巧、纤细但稳固的特征（面板采用45度切削工艺、推出超薄屏风）

产品功能上与钢板进行结合，利用钢板的支撑功能，满足稳定性需求的同时尽可能增加收纳空间

C。办公家具更加生活化、趣味化

兆生办公空间融入大量的绿植，以及屏风进行仿生，从色彩到造型都展现出办公家具更加生活化、趣味化的一面

D。系统性办公理念逐步深化

办公家具不仅仅是家具，而是对办公环境的一整套人性化系统设计，诸多知名品牌已经在逐步探索系统性办公理念，并围绕着办公理念表现出百花齐放的盛宴。其中典型品牌是雅轩，雅轩追本溯源的从办公心态研究出发，将作业心态以及工作关系进行了全面系统的研究，雅轩认为：

一个兼容感性与理性、具有品质感的现代化办公室，需

强调一个工程项目中

谁在“设计”、谁在实现“设计”、谁在享用“设计”至关重要，完美的设计与务实的装潢结合高品质的办公家具谓之亮点工程，三者无主次且互为一体，三者有先后但步调一致。可见系统办公理念的设计已经深入人心。

中高管区家具潮流趋势：

中高管办公家具是最能体现领导层对办公家具非物质层面的需求，按照风格元素这部分产品分为“去风格化设计”和“风格化设计”两种类型：

没有明显符号元素的现代化、国际化设计我们称之为“去风格化设计”；

相反，侧重文化符号或意境的设计我们称之为“风格化设计”一般分为：欧式、中式、混搭（中西合璧）风格。

A。“去风格化设计”：

a1。以直线为主，摒弃浮夸设计更加轻盈、国际化

典型品牌是冠美家具，重视材料混搭的应用，充分发挥钢板的支撑作用，使得产品尽可能的轻盈化。

a2。追求环保是永恒的潮流趋势

长江推出不释放甲醛的家具定向刨花板（秸秆板）的应用。

SEO（森意欧）推出纯实木办公家具，家具主材不含其他任何非实木材料。

b。“风格化设计”

大部分企业停留在完全复制、符号设计阶段，缺乏设计章法，少部分优秀企业追求文化神韵的设计，开始脱颖而出，其中典型品牌是上海雅风。雅风推出“桥”系列：

以桥为设计元素，融合中西方知名的桥梁设计精髓（中国赵州桥和西班牙阿拉米罗大桥），高度抽象化桥的外观造型，嫁接桥“稳固坚挺，跨越障碍”的非物质层面涵义，整个系列没有具象的符号化元素，却传达出东方文化的神韵。

公共区家具潮流趋势：

公共区家具分为前台接待区和等候洽谈区，其中大部分企业不够重视前台接待的设计，设计不够大胆新颖展会未呈现太多亮点，等候洽谈区家具在模仿国外设计理念基础上，开始尝试将色彩搭配、功能设计本土化。

以新冠美美勒为典型品牌，美勒推出e45°洽谈组合沙发，其设计理念是：以45°角设计理念满足人际关系洽谈接触的尺度，充分将切角的设计元素用到产品设计中，满足大面积尺寸的无限延伸（理论上）选择较国际化色彩面料。

展示设计潮流趋势：

a。追求环保可循环是展会亮点典型品牌是以浙江荣业为代表，其展厅设计采用卡片纸为主要材料，大大降低参展成本，且便于拆装。

20XX办公家具潮流总结：

1。理性务实重视深化设计

办公企业回归到更加理性务实的时期，不再盲目追求高科技、炫智能化，本届展会企业没有推出更多的靓丽吸引眼球的产品外观设计，但更多的聚焦重新审视产品的性能和成本控制，从产品的耐久性和性价比角度进行升级换代，充分考虑办公家具的走线和收纳设计等人性化需求。

2。从小环保大环保理念逐步进化

追求环保是永恒的潮流趋势之一，企业的认识逐步深化：

小环保材料的环保，追求释放零甲醛的材料（定向刨花板、纯实木等）

大环保追求环境的友好设计，强调办公家具的100%回收利用

3。办公理念系统化

各品牌逐步追求办公理念的系统化：

建筑设计、室内设计、家具设计几方面共同承载着企业主甚至更高层次的厚望，各品牌在此背景下逐步探索系统化办公理念，更有部分企业已经开始立足本源，从根本上研究办公形态，为消费者提供人性化整体办公环境解决方案。

4。市场细分化和渠道多元化

猫王家具聚焦到高端SOHO群体办公家具；森意欧（SEO）只做纯实木商务家具；黎明定位北方最大低价零售批发家

具；中泰龙定位全国规模最大政府采购品牌等等，市场逐步细分，竞争逐步开放。

办公企业还在探索混合渠道的模式以扩大市场，实现资源最大化：由传统B2B模式转向B2C、B2D2C（设计师渠道）、B2B混合模式并存的企业有：迪欧、黎明、东港、中泰等；由办公领域逐步向民用领域拓展的品牌以猫王和圣奥为代表；由办公领域向酒店领域拓展的品牌以圣奥、百利、国林系统、冠美为代表。

20XX年办公家具展会呈现出诸多亮点，由于市场竞争的逐步开展，有部分企业被竞争淘汰，有部分优秀企业脱颖而出，希望此次的办公潮流趋势分享能给业内同仁带来新的思考和启发，让我们共同关注办公行业的发展及动向。

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