# 最新家具厂生产车间个人工作总结大全(12篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2025-07-04

*家具厂生产车间个人工作总结一另市场部根据主流装饰企业的业务特点以及主要竞争对手的销售情况，拟定本年度工作目标如下：①吉祥如意装饰公司市场占有率达到900万，进入行业前10强; ②市场部业务量提升至公司总业务量的80%; ③提升公司品牌形象和...*

**家具厂生产车间个人工作总结一**

另市场部根据主流装饰企业的业务特点以及主要竞争对手的销售情况，拟定本年度工作目标如下：

①吉祥如意装饰公司市场占有率达到900万，进入行业前10强; ②市场部业务量提升至公司总业务量的80%; ③提升公司品牌形象和号召力。

二、支持与辅助工作

为了弥补年度工作中的不足，并更好地完成本年度工作目标，近期应做好如下工作。

(一)充实成员，完善组织

本年度市场部计划增强如下岗位的人员配备(见下表)。 市场部人员需求计划表岗位名称 需求人员 主要工作内容 需求时间

电话营销人员 2 主要负责日常电话营销工作以及辅助各类现场促销活动 5月～12月

市场销售人员 10 负责终端市场开发，小区设点，促销活动以及信息的整理于分析工作 5月～12月

网络营销策划人员 1 待定

(二)制度规范、专业技能培训

市场部计划于5月20日～25日组织岗位技能和制度规范培训，主要目的如下：

①使市场部业务人员明确企业总体市场策略，统一思想认识; ②让市场人员掌握适合装饰行业的业务专业技能，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、客户深开发等基本的岗位职能; ③心态培训;

(三)电话营销部门驻点营销、贴近市场

从6月份开始电话营销人员将分批、分阶段到个营销点驻点，以便于贴近市场，更好地完成市场拓展工作。

三、重点工作安排

1.市场销售部门业绩提升

市场销售部门作为市场部的拳头部门，为实现市场部20\_年战略目标和销售计划，我认为应该通过“开拓、挖掘、管理、协调”四个方面来实现市场销售部门的业务提升：

开拓：

市场部在完成充分的市场调研以后，定期确立重点攻克的小区或住宅片区，制定一个较长期的开拓计划,

其中包括：前期业务员小区蹲点并采集信息，第一次现场集中促销活动(时间在楼盘完工后，交房前的一个周末)，日常设点宣传，第二次现场集中促销活动(交房期间)，后期现场集中促销活动(时间视情况而定)，现场营销人员在交房后3个月撤出。

挖掘：

挖掘重点小区的更深层次消费能力，寻求与小区管理处，招商中心，房屋中介公司的合作，并视情况举办业主家装讲坛等活动。并且在日常工作中，派出一名业务人员实行扫街式营销活动，目标客户为铺面，中小型娱乐消费场所，餐馆等公装项目。

管理：

市场部管理按照业务日报，早间讲评的形式经行，并不定期开展学习和心态激励活动。

协调：

**家具厂生产车间个人工作总结二**

现在的家具市场都是大的商场处于垄断地位，红星美凯龙等大型家具商场，特别是在一，二，三线城市，这些商场无论是在产品、资源、资金、品牌等都占有不可悍动的地位，而且产品准入门槛高，这些商场的产品也为大多数消费者所接受。一般中低端家具不容易进入，即始进入了当我们的产品没有品牌优势的情况下，要达到一定的销售额是很难的。所以我觉得，中低端家具在没有形成品牌效应之前是不宜在一、二、三线城市跟其它高端家具竞争的。那么，中低端家具怎样在千军万马中杀出一片血路呢?我们的战略是“农村包围城市”。

二.消费分析及市场预测

1.消费分析。商品经济时代，消费者不但关注产品的质量，而且更注重产品的性价比。不可否认一、二、三线城市的消费所占整个行业消费的百分比很高，而且也代表了主流的消费方向，大有引领潮流之势。但是，在如今的高房价、房贷、车贷、医疗、物价飞涨等因素的情况下，大城市的消费者还要继续大手大脚的去追求品牌的话，也会有一定的经济压力的。家具得放在房子里，房子得住上人才能把家具放进去，而一、二、三线城市的房子是用来投资的，基本不住人。而一些县级市等中小城市的房子基本上是住人的，这些人就是中国的城市化进程中的进城农民，他们买了房子是用来住的，像这样在城市化进程中进城的农民他们的第一站就是县城或是地级市，我们看一个地方的房价或是房屋消售额就能确定我们的产品会有多少客户。而在大城市这些是看不到的，因为大多数人把房子买来是等升值连装修都省了，怎么会买家具呢?

三.市场营销

我们的产品会被这中小城市的消费者接受吗?我从以下几点来说明：

1.中小城市，特别是县级市的家具市场主要是以散户商家为主，因为没有商场，租一个门面放上几个家具在里面就等顾客来看货然后订货，一般一个星期之内可以把货拿到顾客手中，而我们有自己的仓库。

2.中小城市的一线家具品牌很多，像全友、喜临门、双虎等什么品牌都有，当然这其中也也有很多中低端的家具产品，而县级城市的消费者对一线品牌的家具消费也是很理性的，他们更看重的是性价比，对于一些个性化，精致的家具很是情有独衷。我们要做的就是将这些杂乱的市场进形整合。

3.我们和散户相比我们有更为雄厚的资金实力。如物流、成本、社会资源等。

4.我们以地级市为依托，以地级市下面的县城为发展方向，由地级市的总店撑管物流、管理、营销，直接对公司负责经营方法为县级分店采取参股、合资、承包的方法，以提高县级分店员工的业务主动性。其次是以县级分店为依托把县以下的城镇顾客都吸引过过，以形成对某一地级市的城市和农村全区域覆盖。

四.广告投入

不得不承认如果在省会城市投入1万元的广告跟没有投一样，而县(市)这些中小城市就不一样了，每月将营业额的1%作为广告投入都会达到意想不到的效果。其次是乡镇，我们只需要让顾客知道我们的店在哪儿，卖什么产品，给一些小优惠，如来去有班车接送，自己来店看货可以报销来去车费，或规定每周一来店看货有班车定时接送，这样比大范围的广告投入实效多了。久而久之让乡镇的农民都知道我们卖什么产品和店铺地址在哪儿，也就是让大家都知道我们。

五.总结

综上所述，我们的战略就是“农村包围城市，以我们优势占领广大中小城市。”地级市总店作为公司直销店，撑管着至少三个县级分店，可以做为公司的一个分公司，将拥有公司部分的权力对分店的经营、管理等方面进行直接决策。

**家具厂生产车间个人工作总结三**

篇1：家具厂厂长岗位职责

1、依据公司运营方针,协助上司设定部门目标并努力达成；

2、监控生产机器的运作和日常维护与保养情况；

3、配合新产品开发阶段产品试做工作的进行及评估；

4、控制部门生产原物料与辅料的用量；

5、部门之间的技术协作与沟通；

6、审核部门的文件数据、报表及申请报告；

7、主导部门人员的教育训练和考核的落实；

8、督导生产现场的环境管理与生产纪律的管控；

9、完成上级分派的其它工作任务；

10、开展本部门内部的日常管理与团队建设工作。

篇2：家具厂厂长岗位职责

1、熟悉板式家具自动化生产工艺流程，生产工艺和设备、生产流程、成本控制及质量检查，熟悉家具生产制造各个环节的管理流程统筹；

2、熟悉生产运作体系的布局和规划，熟悉生产成本控制，生产质量控制，熟悉iso9001：20\_质量管理体系的运用，3、具备极强的均衡生产和生产进度控制能力，能制定有效的生产绩效评定方案；

4、具有较强的协调和管理能力，能组织、领导精干、务实、高效的管理团队，生产国际一流的的家具产品；

5、质量、成本、生产、现场管控能力强，沟通、协调、执行能力强，良好的职业道德，能看懂设计图纸；

6.统筹生产部门各项日常工作安排，负责产品质量、产量、进度的跟进.开发筹备和核算成本，评估生产部的生产能力和安排生产计划。明确各岗位职能，协调各部门的工作，完成工作生产任务，包括开发工厂创新能力，通过工厂的自主创新，提高公司产品质量，生产效能来配合公司产品的不断提高。

7.有责任心;有团结精神，勇于创新；沟通能力强.有较强的管理和协调能力.有过硬的技术和丰富的经验。

8、能组建生产运营管理团队，配合总经理带领团队完成公司的下达的产能、交期、质量、成本指标及经营赢利指标。

篇3：家具厂厂长职责

1、根据年度发展计划，全面负责工厂的生产运营、行政及人事管理；

2、负责组织、建立工厂生产运营体系、质保体系、成本控制体系、考核体系以及各项制度流程，并监督、保证高效正常运行；

3、组织落实、监督调控生产过程各项工艺、质量、设备、成本、产量指标等；

篇4：家具厂厂长职责

1.贯彻执行公司政策指令及公司各项标准。

2.组织全厂员工努力完成公司下达的各项经济指标和生产任务。

3.督促检查各部门、车间对各项任务的执行情况，及时解决各车间生产过程中出现的各种问题。

4.加强质量管理工作，坚持质量第一思想，积极采用国际标准建立

**家具厂生产车间个人工作总结四**

家具厂木工岗位职责

【篇1：家具厂生产管理岗位职责】

家具厂生产管理岗位职责

【篇2：木工车间岗位职责】

木工车间岗位职责

一、总则

1、为了确保工作的顺利进行，促使公司产品木工加工过程中优质、安全，制定本制度。

2、本职责包含工作内容、质检要求、安全职责以及事故处理方法。

二、工作内容 1、在公司相关职能管理机构的领导下，严格遵守“操

作规程”，服从统一指挥与调度，认真执行其“工作任务单”指令。按计划完成每月生产任务，并对所加工的木制品质量负责；

2、对所承担的木制品任务认真核对图纸、选取好各档木材，落实加工方案和各工序完成期限；

3、在确保完成生产任务前提下，逐步过渡实现流水线作业，发挥最大工作效率。

4、落实有丰富经验的人员，按工作任务单和加工图纸尺寸，统一向仓库领用相应各档木材，并负责木材下料工作，要求做到合理选材，分类堆放，杜绝浪费现象。

5、各生产班组（实木门、家具、复合门挂板等）按各自下达的生产命令，进行加工制作，按期保质完成任务。

6、机械操作工作须每天对自己所使用的设备设施做好 日常保养工作，使用过程中发生故障应及时排除。

7、机器在运转中或设备有压力的情况下，不得再进行任何修理工作，以确保安全。

8、各类机械应保持清洁，安全防护装置齐全可靠，各部连接紧固，工作台上不得放置杂物。工作间隔超过20分钟时应切断电源开关。9、完成加工任务后的半成品，必须分类堆放，及时通知车间质检员进行质检，合格后由车间向公司品质管理部门申请验收，办理转下道工序加工移交手续。

10、工作场所的木料应分类堆放整齐，保持消防通道畅通。

11、上班期间禁止打与工作无关的私人聊天电话，接待或会见客人要事先办妥请假手续。12、下班前要存放好工具，清理加工机械，清扫工作场地，做到“工完，料清，场地净”。

三、安全职责

1、木工车间作业场所严禁各类明火，严禁存放易燃易爆物品，严禁吸烟，定期检查消防器械和用具；

2、执行“安全第一，预防为主，综合治理”的方针，及时消除事故隐患，保证生产顺利进行。

3、操作机械前，操作人员必须检查润滑油是否充足，工作台上是否杂物，开动设备后，观察是否运转正常，确认 后放可投入加工。

4、加工机械设备防护装置必须安全可靠，任何人不得开动有安全缺陷的设备。

5、要严格执行操作规程，遵守规章制度和安全技术操作规程，遵守劳动纪律，不违章作业。

6、要熟练掌握岗位操作技能和故障排除方法，做好日常检查，及时发现和消除事故隐患，自己不能解决的应立即报告综合车间或设备供应商请求维修。

7、进入生产车间必须按规定穿戴好劳动用品。不准穿脚趾与脚跟外露的凉鞋、拖鞋、拖鞋皮、汗背心、短裤、裙子上班。

四、事故处理方法

1、轻微伤事故：如发生轻微伤事故，在旁工友应及时帮助处理，进行消毒，以防发炎。并通知公司有关部门迅速查找事故原因，采取有效的预防措施。

本岗位职责如有未尽事宜，可随时补充或修正。

本岗位职责经总经理室核准后实施，修改时亦同。

宁波海茂木业有限公司 20\_年1月 日

【篇3：家具公司木工质检员岗位职责】

一、严格遵守公司制定的各项规章制度；

二、贯彻执行公司质量方针、目标，严格按照检验有关的技术标准、规程、规范、设计（质量计划）、作业文件、图纸等，进行质量检验工作。

三、熟悉分管产品的工作原理，结构和生产工艺及流程，熟知所检验产品的标准、图纸、工艺、检验文件要求； 四、对各种采购物资、外协配件、加工工序产品、半成品进行检验签收，并填写检验记录。

五、对产品不合格原因、纠正和改善措施提出自己的建议；

六、按照要求进行检验作业，对规定的检验项目要逐一进行100%检验，对检验不合格品和不合格描叙都必须分清楚；

七、对检验出的不合格品进行标识，按规定放置不良品区域内或隔离，并填写数据表上交，每检验一组产品必须填写“返工/返修单”及时通知相关人员进行返工/返修，并进行跟踪检验；

八、在检验过程中若出现批量质量事故或质量异常情况，要及时反馈给厂长与相关部门负责人，以便及时发现问题，及时处理；同时对不良原因进行分析总结，提出自己的见解，共同参与品质管理；

九、协助做好公司有关质量保证体系、质量档案建立以及质量工作计划的编制；

十、协助完成对生产人员的质量培训工作以及推行5s现场管理工作；

十一、积极努力完成上级交办的其他各项工作任务。

**家具厂生产车间个人工作总结五**

根据公司20\_\_年度上海地区总家具销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司20\_\_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。2\_\_年度内销总量达到1950万套，较2\_\_年度增长。20\_\_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，\_\_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20\_\_年度的产品线，公司20\_\_年度家具销售目标完全有可能实现.20\_年中国空调品牌约有400个，到2\_\_年下降到140个左右，年均淘汰率32%.到2\_\_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%。20\_\_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20\_\_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。

二、工作规划

1、据以上情况在2\_\_年度计划主抓六项工作： 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20\_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20\_年至20\_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)

**家具厂生产车间个人工作总结六**

家具厂厂长岗位职责一、家具厂厂长岗位职责

1、依据公司运营方针,协助上司设定部门目标并努力达成； 2、监控生产机器的运作和日常维护与保养情况； 3、配合新产品开发阶段产品试做工作的进行及评估； 4、控制部门生产原物料与辅料的用量； 5、部门之间的技术协作与沟通； 6、审核部门的文件数据、报表及申请报告； 7、主导部门人员的教育训练和考核的落实； 8、督导生产现场的环境管理与生产纪律的管控； 9、完成上级分派的其它工作任务；

10、开展本部门内部的日常管理与团队建设工作。二：家具厂厂长岗位职责

1、熟悉家具生产工艺流程，生产工艺和设备、生产流程、成本控制及质量检查，熟悉家具生产制造各个环节的管理流程统筹；

2、熟悉生产运作体系的布局和规划，熟悉生产成本控制，生产质量控制，熟悉iso9001：20\_质量管理体系的运用，3、具备极强的均衡生产和生产进度控制能力，能制定有效的生产绩效评定方案； 4、具有较强的协调和管理能力，能组织、领导精干、务实、高效的管理团队，生产国际一流的的家具产品；

5、质量、成本、生产、现场管控能力强，沟通、协调、执行能力强，良好的职业道德，能看懂设计图纸； 6.统筹生产部门各项日常工作安排，负责产品质量、产量、进度的跟进.开发筹备和核算成本，评估生产部的生产能力和安排生产计划。明确各岗位职能，协调各部门的工作，完成工作生产任务，包括开发工厂创新能力，通过工厂的自主创新，提高公司产品质量，生产效能来配合公司产品的不断提高。

7.有责任心;有团结精神，勇于创新；沟通能力强.有较强的管理和协调能力.有过硬的技术和丰富的经验。

8、能组建生产运营管理团队，配合总经理带领团队完成公司的下达的产能、交期、质量、成本指标及经营赢利指标。三：家具厂厂长职责

1、根据年度发展计划，全面负责工厂的生产运营。

2、负责组织、建立工厂生产运营体系、质保体系、成本控制体系、考核体系以及各项制度流程，并监督、保证高效正常运行；

3、组织落实、监督调控生产过程各项工艺、质量、设备、成本、产量指标等； 四：家具厂厂长职责

1.贯彻执行公司政策指令及公司各项标准。

2.组织全厂员工努力完成公司下达的各项经济指标和生产任务。

3.督促检查各部门、车间对各项任务的执行情况，及时解决各车间生产过程中出现的各种问题。

4.加强质量管理工作，坚持“质量第一”思想，积极采用国际标准建立质量体系，控制工序质量，努力提高产品质量。

5.组织编制合理工时定额，合理调配劳力，搞好均衡生产，保证生产按质按量按时完成。6.健全生产经营管理工作，严格工艺纪律及劳动纪律，保证各项奖惩制度的执行，做到奖惩分明。

7.加强对生产设备管理的领导，保证设备运行良好。

8.强化安全文明生产，实行定置管理，监督工人严格执行安全操作规程。9.搞好员工岗位培训，质量管理及安全生产制度教育，严格考核工作，努力提高员工素质，坚持先培训后上岗。

10.关心员工工作、生活，搞好精神文明建设，努力改善工人的生产条件，丰富员工文化生活。

五：家具厂厂长岗位职责

1、领导执行、实施总经理的各项决议，完成总经理下达的年度经营目标； 2、领导制定、实施公司总体战略，带领公司健康发展； 3、领导公司各部门建立健全良好的沟通渠道；

4、负责建设高效的组织团队，领导直接所属部门的工作。

1、贯彻各项生产管理规章制度，对违章指挥，违章生产以及由全事故负责，直接向总经理负责；

2、编制生产计划和生产作业计划，按时完成各项生产制造任务，对完不成生产计划和生产作业计划负责；

3、依据生产实际情况和客户需求变化，制定临时生产作业计划； 4、负责安排生产分工、工序进度、生产工调配；对计划漏项、生产安排不均衡，工时利用率低，生产管理混乱负责； 5、负责领导贯彻生产现场管理，落实5s管理标准（见5s管理手册），实施目视管理，对5s管理不达标负责；

6、负责临时用工（计时）管理，确定临时用工任务和工时； 7、负责工序生产质量管理（见质量手册）；

8、负责生产劳动纪律管理，保证准时开工、按时下工，督导员工遵守劳动纪律；

9、承担生产工作过程中的安全生产和安全防火工作，对违章作业、违章生产负责；

10、负责设备状态、检测、维护、保养管理工作，对设备管理不好负责；

11、负责直接下属人员的业绩考评和业务指导，对下属人员的工作业绩完成情况负责。

**家具厂生产车间个人工作总结七**

我个人认为首先做一下产品定位和市场分析，来确定可能的潜在客户有哪些。您代理的是一大品牌家具，价位属中高档，其消费群体必然有可观的收入和一定的经济基础。从整个家具市场来说，主要购买者包括以下几个群体：

1、购买新房者。新的房子自然要配新的家具，这是中国人的传统习惯。

2、新婚夫妇。很多新婚夫妇仍然是主要的购买力量。

3、因家具款式过于陈旧想更换家具款式的消费者。

宣传是提高家具销售量的第一步也是非常重要的一步。做好宣传后，会吸引足够的人气和潜在客户的到来，还会为下一步消费者的购买打下良好的基础。

明确宣传对象，尽可能缩小范围，不但会降低宣传成本，而且提高了广告的效率和精准度。您不希望在广告方面作过多投入，因此电视广告这种需要投入过多，受众范围非常大的宣传方式首先被否定。结合受众目标和产品特性，建议以传单和海报的宣传方式为主，如果您经济条件允许的话还可以采用电台广播的方式。

宣传时有以下几点需注意：

1、宣传时，产品定位首先要清楚，欧式品牌，中高档产品，因此不要轻言降价促销，自损身段，不到万不得已，绝不打价格战。宣传口号，我推荐的是“家具，打造高品质生活”，定位是追求高品质生活的高收入人群。是采用哪种高级进口木材作为原材料，哪种风格设计，产品有何与众不同之处，品牌地位如何，这些最好都讲清楚，一定要突出产品的差异性、

2、传单的制作。传单的制作需要下大本钱，决不能草草了事，您需要将这种欧式家具的最美一面通过传单展示出来，各种精美的家具款式要在传单上尽量都有，要通过这份传单充分调动消费者的好奇心和购买欲，要让消费者忍不住来看看这传单上的家具到底什么样。当然了，这说的可能有点夸张，不过要尽量通过这份传单展示店家的实力。

**家具厂生产车间个人工作总结八**

为了在20xx年的工作更加顺利，我做了如下计划：

1、加强家具设计专业的学习与研究，了解本行业市场信息，从而慢慢创新新的设计理念。

2、业余学习绘画、多看相关书籍，努力以不断更新的知识理论武装自己，以期能不断以新的方式和理念适应工作中遇到的每一个问题，能够真正做到与时俱进。

1、拥有持之以恒的毅力。

2、对自己有足够的自信，善待他人。

3、能够学以致用。

4、每天自我反省。

5、更加勤奋，勤能补拙，勤奋出真知。

6、坚持，一定要坚持，坚持往往就是机遇，坚持就是胜利。

5、了解熟悉各类产品的材料。

1、清楚本厂的家具设计风格及现有产品的风格。

2、参考市场信息，掌握行业现有的设计风格。

3、在工作中多于与领导沟通与交流。

4、加强自我专业技能，多去熟悉印刷后期制作及印刷工艺。

**家具厂生产车间个人工作总结九**

1.购买新房者。新的房子自然要配新的家具，这是中国人的传统习惯。

2.新婚夫妇。很多新婚夫妇仍然是主要的购买力量。

3.因家具款式过于陈旧想更换家具款式的消费者。

宣传是提高家具销售量的第一步也是非常重要的一步。做好宣传后，会吸引足够的人气和潜在客户的到来，还会为下一步消费者的购买打下良好的基础。

明确宣传对象，尽可能缩小范围，不但会降低宣传成本，而且提高了广告的效率和精准度。您不希望在广告方面作过多投入，因此电视广告这种需要投入过多，受众范围非常大的宣传方式首先被否定。结合受众目标和产品特性，建议以传单和海报的宣传方式为主，如果您经济条件允许的话还可以采用电台广播的方式。 宣传时有以下几点需注意：

1.宣传时，产品定位首先要清楚，欧式品牌，中高档产品，因此不要轻言降价促销，自损身段，不到万不得已，绝不打价格战。宣传口号，我推荐的是“〃〃〃〃〃家具，打造高品质生活”，定位是追求高品质生活的高收入人群。是采用哪种高级进口木材作为原材料，哪种

风格设计，产品有何与众不同之处，品牌地位如何，这些最好都讲清楚，一定要突出产品的差异性、

2.传单的制作。传单的制作需要下大本钱，决不能草草了事，您需要将这种欧式家具的最美一面通过传单展示出来，各种精美的家具款式要在传单上尽量都有，要通过这份传单充分调动消费者的好奇心和购买欲，要让消费者忍不住来看看这传单上的家具到底什么样。当然了，这说的可能有点夸张，不过要尽量通过这份传单展示店家的实力。

3.个人认为传单的发放地点有讲究，建议要覆盖这几个地方：

1 房地产销售中心

2 婚姻登记所

3 婚庆公司

4 你所在商场半径一公里内人流较大的地方

**家具厂生产车间个人工作总结篇十**

xxx家具城管理工作计划书（以下简称计划书），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！

（一）全国家具液态面临着洗牌，是行业的阵痛期，故销量下滑，利润缩减，20xx年的家具市场环境还会有进一步恶化的可能；

（二）在各地的市场萎缩情况下，各品牌正在竭力力保原有市场，在这种情况下，各厂家的资源下放到终端的可能性会进一步增强；

（三）因为市场萎缩，各家具商家一定会使出浑身数解，最大可能的划分蛋糕，而抢夺蛋糕最直接的手段无非两种：一是多频率、高幅度的各种促销活动；二是强势的品牌宣传；

（四）在各商家的抢夺市场蛋糕的手段作用下，消费者的购买心理将发生更急剧的变化，集中活动购买代替平时购买的现象会进一步增强；

（五）在不同行业，各个区间，在激烈的竞争当中，做为固定的宣传资源显得尤为夺目，各商家一定会竭力抢夺，所以宣传成本将会被非正常增高；

（六）总之：整体销量缩减，集中购买性明显增强，利润竞相抢低，宣传点的抢夺与成本的增加等现象会是整个20xx年家具市场的基本特点；

我们的任务是什么呢？

（一）销量的整体缩减是一定的，在这种情况下，xxx组织销售与利润突围非常关键，最大限度的调动有利因素，在不影响整体的民用家具经营的情况下，发起向办公家具市场的抢夺；

（二）集中性的购买一直是困扰家具城的问题，行业中间有句话：“不做活动等于等死，做活动等于找死”，而长期的活动设计，会将顾客拖疲，从而不敢平时购买，故要改变以往的活动思路，针对xxx品牌多这一特点来进行设计，要让消费者先认识品牌，了解品牌个性，认可品牌产品，然后再认识家具城，按照现代液态的经营思路，进行单品牌推广，以来分解全友的品牌影响力，如此，我们就可以搞品牌轮番攻坚战略；同时应该用以组织小范围的团购等方式，进行隐性的活动，这样不容易扩散高频率活动的负面影响；

（三）竞争的首要，首先是对资源的抢夺，特别是战略资源的抢夺，宣传点的抢夺是开春之后的重中之重，此项工作应该从年前就要开始跟目标小区的物业进行洽谈，年后既定实行；

（四）利润下降，是不可以抗拒的，也是可以抗拒的；利润下降的原因是因为各商家的活动与竞相降价造成的，整体上不可抗拒，但策略上可行；第一，要尽可能的避免正面价格战，而把做活动的方式更加隐性化（只有专场团购才能实现），第二，由低价的宣传促销向推广品牌个性促销转变（只有单品牌促销和两个到三个品牌的组合促销才能实现），第三，要重点地做好小区广告宣传与人员推广的以及活动节点的有效结合，总之：要将单纯的价格竞争向品牌竞争转变；

（五）要做好以上工作，第一，需要对现有组织架构进行调整以及工作流程的简化；第二，要设立制度并坚定执行到位；第三，要做好企业文化建设；

（六）工作的重点要解决两个问题：一个是增加人流的问题；另一个是抓住人流的问题；如何增加人流与宣传有关，如何抓住人流跟店长的工作有关；这两项工作共同构成了家具城的能量框架，其力量不容忽视；

20xx战略指标

销售指标

其他目标：

1、要确立并完成核心品牌（掌上明珠、新悦、梦丽莎、新红阳、依丽兰、穗宝）的个性打造与宣传推广，以及双品牌组合（依丽兰与穗宝睡眠系列组合、梦丽莎与新红阳客厅系列组合）推广，通过一年的时间，将重点品牌打造出来，最终目标是要让消费者先认可品牌的个性特点，进行有针对性的选择，而将xxx家具城推到一个品牌家具卖场的地位，从而与全友避开正面的竞争；

2、需要花大的气力，重点完成组织建设和人员的专业性管理，要制度明朗化、行为规范化、操作表格化，从而形成简单的管理模式，制度要分批次执行，确保执行力度；

3、必须要完成对20xx年入住的小区进行宣传布点，主要宣传xxx家具城；

组织架构的调整与工作流程优化

关于组织架构，主要思想是要将扁平化的组织建设向纵深化转向，这样有利于高层从具体的事物中解脱出来；

（一）组织结构图

（二）组织结构说明

1、组织结构图是按照执行20xx年战略目标而制定的，总体思想是在总经理统筹下的店长负责制，将扁平性组织结构纵向化，确立店长负责制，明确责权机制；

2、设立办公推广版块，单独划分办公推广平台，与民用家具分开，由总经理直接管理并推广；

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；

5、丰富员工精神文化生活，组织员工精神层面学习与生活，了解员工心态，随时跟员工谈心；

6、处理公司与外部环境的的关系；

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；

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；

1、参与家具城各项管理与营销谋划，对家具城制定的销售目标负责，并对目标进行分解；

2、对导购员工作任务的安排与完成监督，处理好日常客户销售达成工作，并对小区推广进行任务分配和具体安排，以及过程监督和任务完成统计；

3、负责日常的导购员管理工作（晨会、晚会、卖场分区管理），导购员请假、缺勤、早退等事宜，负责员工的考核，新员工的招聘，以及不合格员工的辞退；

4、组织导购员进行学习，并负责培训新员工，及时了解员工心理状态和与员工谈心工作；

5、处理补件问题，对于不可维修的产品补件，及时将单子下订单交给财务，由财务对补件进行订单；

6、负责样品管理，带领导购员摆场、饰品摆放、灯光调试等卖场基础氛围工作，经常检查价格标签、宣传资料、产品卫生等情况，具体分工要公正、明确，责任落实到人，方便管理；

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；

8、负责选货、订货、停产品处理，但要结合库房情况，需要随时掌握库房情况，处理送货安排，协调人员；

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；

10、对日常管理中所出现的问题要及时向总经理汇报，汇报问题时要先拿出预案以及处理意见，以便为讨论提供依据；

店长负责制度——店长做为家具城制度的执行者，店面日常工作由店长做主，并承担相应责任；

1、店长有权对导购员日常行为进行管理，对于不配合的店员，可以施以处罚，对优秀的店员可以实施奖励；

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品牌管理的讨论；

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：

1、这个群体很庞大，占市场总量比例高，尤其是经济萧条时期，一部分中档消费者也加入了这个群体；

2、需求单一，对产品个性化与品牌品性要求不是太高，主要是注重产品价格与产品款式；

3、对高标低折扣方式不是很认可，喜欢实价，并喜欢组合购买，购买一般喜欢全套，最能接受多少钱一体购买齐，一般这样的家庭预算是做得很紧的，一般不会超过预算标准；

4、这部分群体对于品牌家具的消费方式，一般不会定做，也不喜欢通过图片购买，喜欢根据实物购买，对于送货周期长的方式难以接受，要求要立即送货的消费者较多；

所以产品对于满足这部分家具消费者的需求，我们需要在现在赶集超市部分做一些改动，要将产品的色系丰富起来，要有深色、浅色、亮光、亚光等不同色系，丰富消费者的颜色搭配；选样品的时候要注意价格统筹，一般相差不能太大； 因为赶集超市不是品牌专卖店，但我们也要做出专卖店的感觉，第一、墙面要多做点选购知识的kt板，第二、饰品应该在现在的标准上还有增加一些，第三、天花板上应该在增加一下氛围型的吊物，丰富卖场氛围；

在推销策略上，要多替顾客算账，教消费者如何省钱，如何用最少的钱来买最多最好的产品，详细的见《替顾客算经济账的相关方略》；

（二）中高档家具调整计划

中高档家具区主要指掌上明珠、新悦、梦丽莎、依丽兰、穗宝、新红阳、金虎各专卖店，购买人群主要是有一定经济的小资层人群，这部分人的消费特点有以下情况；

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；

2、这部分人有一定的文化，对购物氛围的要求是比较高的，比较关注品牌，对品牌的个性色彩与产品的文化与功能性比较感兴趣；

3、对产品的售后服务要求比较高，会关注价格，但更关注产品，一般会比较挑剔，对产品细节很看重；

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；

5、时间一般比较有计划性，对信用比较关注，一般会在需要家具前1-2个月前就出来选家具，喜欢多多比较，经常来逛家具城但不购买；

所以，我们要将专卖店的形象做出来，对家具的样品管理要求要严，梦丽莎与新红阳专卖店如果要新装的话，形象一点要到位；

在推销策略上，要提炼品牌个性点，并要让导购员有统一的品牌说辞，见《xxx代理品牌个性说辞》，在介绍产品时候，要更多地像顾客介绍产品的细节；

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；

4、增加实木床、柜，增加玻璃餐桌，增加布艺软床，增加皮款沙发并设立专卖区，处理雷同样品；

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

1、对于掌上明珠、依丽兰、新红阳、梦丽莎、新悦，应该将这些品牌中的80%产品的价格系数提到，另外的做为特价款进行销售，系数控制在，然后再打6折，保证每个品牌都有特价款，这样才能渐渐消除品牌家具”贵“的概念，从而形成口碑；

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；

3、由高标低折销售方式向定价销售转变，需要一个缓慢的过程，可以采用特价的形式，先做20%产品，视情况渐渐增加；

销售策略

1、重点推广周末特价的销售形式，将销售进行小规模集中，主要操作方式就采用周末购物送赠品的方式，基本销售方式不变；

2、进一步加强小区工作推广，要处理好与物业的关系，最好能将物业纳入到我们的销售服务体系中来；

3、重点拓宽办公家具渠道，寻找销售突破口；

活动策略

1、在以单品牌行销宣传为主，家具城宣传为辅的方针指导下，开展有声有色的品牌个性宣传与品牌组合宣传；（但要值得注意，单品牌只做行销宣传，不做广告宣传，广告宣传还是要以xxx家具城的宣传为主）；

2、坚持专场团购，进行隐性促销；（专场团购与一般团购不同，可以分为单品牌全范围的团购、全品牌小范围的团购、单品牌小范围的团购、全品牌全范围的团购）；

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。

**家具厂生产车间个人工作总结篇十一**

钟表，可以回到起点，却已不是昨天。日历，撕下一页简单，把握一天却很难。转眼间，20\_\_年只有不到一个月的时间了!感谢这一年的尚不如意，这是下一年必须努力的理由。感谢这一年的辛苦，这是成长路上不可或缺的阅历。感谢接纳我工作的企业;感谢我的领导;感谢我的同事们;感谢我的朋友;感谢我的客户因为是他们的帮助、信任、认可、鼓励才能使我更加热爱我的工作、更加努力工作!

20\_\_年，愿所有的泪水与挫折，成为过往，让我们进入新的一年一20\_\_年，新的一年是一个充满挑战、机遇与压力开始的一年，出来工作已过了6个年头，家庭、生活和工作压力驱使我要努力工作和认真学习。在此，确定了工作目标，特订立了本年度工作计划，以便使自己在新的一年里有更大的进步和成绩。

一、制定学习目标

学习对于销售人员来说至关重要，因为它直接关系到一个销售人员来说至关重要，因为它直接关系到一个销售人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力，我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量、专业知识、综合能力等，都是我要掌握的内容。

二、增强责任感

增强服务意识，增强团队意识，积极主动地把工作做到点上，落实到实处，我将尽我最大的能力减轻老板的压力。

三、坚持每天做好当日计划

一周一小结，每月一大结。多了解客户状态和需求，做到忠诚对待每位客户。

四、与公司员工要有良好的沟通

有团队意识，每天多交流，多探究才能不断增长业务技能。

五、要更加自信

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!拥有健康和乐观积极向上的工作态度才能更好的完成每天的销售任务。

作为一名家具销售员，不论在工作安排还是处理问题时，都得慎重考虑，做到能独当一面，这些都是销售员不可推卸的职责。要做一名合格的销售人员：

首先，要对自己所销售的产品非常熟悉，了解自己产品的优点与缺点，适合哪些客户群体....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能忽视，要有针对性的了解对手产品的优势和劣势，在与客户介绍产品时尽量介绍自己产品的独特性，当然同行中存在的缺点与不足也不要恶意攻击与批判，要引导客户去分析判断，建议客户通过实地考察。其次，要进入角色，俗话说的好“做一-行，爱--行”，做什么事情都要有状态，更要有状态，还要有一定的承受能力，一步-一个脚印，注意细节问题，认真对待本职工作，上司交办的事--定要认真对待，及时处理。做到不拖延、不误事、不敷衍。

展望20\_\_年，我会更加努力，认真负责的对待每一笔业务，也力争赢得机会去寻求更多的客户，争取开更多的大单!20\_\_年，或许有些紧张，但我愿以百倍努力迎接你!20\_\_年。愿幸运与阳光洒满前程。

**家具厂生产车间个人工作总结篇十二**

近期的工作计划：

在近期的销售工作中，重点肯定是新春定货会的开展了。新春定货会一直都是我们公司一年的重中之重。本次新春定货会我管辖内有两个批发部：康百汇以及鑫络。其中康百汇年任务100w本次定货会任务按年任务/10\*3\*1。17的任务标准来计算即任务为35。1w元。鑫络年任务50w，定货会任务元。

虽然本次定货会任务比较有挑战，但是据公司透漏本次活动的力度价位上都是近年来最强的。而我们也已经着手准备近半个月了在公司创造出有利条件的配合下相信我们能够面对并战胜本次挑战。为了定货会的成功我认为我们应该做到以下几点。

首先是前期的铺垫问题。在新春即将到来之际囤积货物以备过年是年货的采购销售是每个店家都会做的事情。能够成功压货是一件好事，但是我们还需要注意的是不要过量。我们要保证零点在初十定货会的时候除开1。5l大快线之外其他货物基本空仓的局面。在一个需要补货的时候有，又刚刚经历过一个年前备年货的疯狂采购的销售刺激。这时有了我们这么样的一个底价位可以囤货的时机从客户的心理上来说都不会拒绝我们都能够给我们产生一笔销量。

接下来就是我们日常的积累了。首先我们对终端店家要拥有一份稳定的客勤。让底下终端能够认同我们。接下来在定货会时机能够请人去到现场。因为只要他人到了现场在我们现场的气氛营造下或多或少都会开点货的。而就算当天有事的终端不能过去我们也可以先收取他们的资金开货避免我们的销量流失。而且甚至可以把大部分的零点货款都收上来，以避免到会场时候的拥挤场面以及一些不必要的麻烦。并且对每个客户能够定款的数字作出一个客观的分析来以便自己的大局上的把握。而且切记每家店家都通知到位。

接下来就是到初十那一天我们一定要尽早连同二批商一起将终端零点请到定货会现场去。接下来由二批的人负责接待好。以保证会场上有序的进行着。

为了本次定货会的成功公司以及我们都做了长时间的准备。所以在挑战的到来时我们有信心来面对它，也有实力将其变成我们即将拥有的机遇。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找