# 家具销售店长工作总结（精选8篇）

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-09-07

*小编为大家整理了家具销售店长工作总结(精选8篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜...*

　　小编为大家整理了家具销售店长工作总结(精选8篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

　　家具销售店长工作总结(精选8篇)由整理。

**16家具店长销售工作总结1**

　　--- 快乐为主，但为了搞好工作，要向领导请教、向同事学习、自己摸索实践，在很短的时间内要熟悉美步的工作，明确工作的程序、方向，提高了工作能力，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路，能够顺利的开展工作并熟练圆满地完成本职工作。

　　在这一年，我本着把工作做的更好这样一个目标，积极学习完成以下本职工作：(1)协助各部门做好销售、测量、安装、反馈等工作，并把原来没有具体整理的文件按类别整理好放入贴好标签的文件夹内，给大家查阅文件提供了很大方便。(2)XX年底协助杨总顺利地完成了XX年雅戈尔工程。为了不耽误工程进度、积极联系厂部工程进度。(3)店长看上去是一份很简单的工作，但真的做起来需要认真负责，态度端正、头脑清晰。我认真学习公司的各项规章制度，理清思路，分类整理好各类规定，并认真学习，可能个人的能力有限，没有很好的完成这项工作，我会在新的一

　　2 --- 上半年中，义龙店在做人、做事、学习、团队、经营上都有了很大的进步与提升,

　　现将工作汇报如下：

　　一、上半年中取得的成绩。

　　1、营业额(省略)

　　2、创新高次数共11次，其中中厨3次，早茶2次，小吃4次，整店2次。公司特别奖”在上半年中获得了21次。

　　3、上半年竞岗比赛中，义龙店提岗了两位领班、两位部长、加入了两位大学生部长。

　　4、在总公司设立的”全勤奖”中，很多员工自我要求管理，争取每月拿到全勤奖，提高了员工纪律方面。

　　二、上半年中做了哪些工作?

　　1、提倡”人人都是经营者”进行管理工作的调整，由每个管理人员负责不同的管理任务来进行经营，由此锻炼出每个人”当家”的能力与责任，数字证明，在营业额上涨的情况下，陈娇娇领班管

　　4 --- 查，评分，不符合标准的给予处罚，取得的效果是餐厅卫生环境受到客人好评。

　　4、服务的提高，由林琼燕部长负责的”有声服务”在经过学习好的企业后，进行要求，所有员工必须开口”说”，统一”欢迎光临”的标准性、整齐度，并且在每个高峰期，由张益男部长负责落实安排每个管理人员亲自负责区域的服务接待工作，让每位顾客感受到我们态度的真诚与重视，取得的效果是一线服务过程中多次受到客人的表扬好评，看到客人为我们竖起的”拇指”，我们深感欣慰。

　　5、开源

　　⑴由冯群霞管理的小吃部在1、2、3月份中营业额不是很理想，后考察了市场，开发了甜品小吃”保健粉”，在4、5、6月份增加了很大的营业额，并连续拿了3次月创新，4次日创新奖。

　　⑵原材料进货由每月审核登记改为6 --- 真诚与重视，在上半年中为外送金额增加了许多。

　　6、节流，责任分工，明确到个人，事事专人管理

　　⑴电话费用，安排由陈梅部长负责管理，要求不能打私人电话，杜绝乱用乱打现象，一旦发现将严重处罚，取得的效果是在外送营业额上涨的情况下，电话费用反而不断下降，这是管理取得的成果。

　　(2)停车费用，陈娇娇领班管理负责的停车票，由以前的放置收银台调整为分配到每个员工身上，卡关为买单时询问—客人要求拿停车票时亲自核对是否消费—拿两张车票以上的要亲自带出停车场，取得的效果是营业额上涨的情况下，停车费用得到合理的减少控制。

　　物耗、水电费用，及时了解各店使用情况，进行对比，由负责人谢小丹部长负责查询，对比之后针对使用不合理情况进行改进，调整，要求每天按时开关、合理使用，达到”省”，取得的效果

　　8 --- 自 end#

　　1、协助王总做好”新到家”的员工招聘与培训工作。

　　2、打造”销售”团队，成立高峰期”二次推销小组”，加强销售，力争做到日营业额2万。

　　3、做好培训，每月进行培训或学习或演讲比赛，丰富员工的业余及提升(服务、销售、学习、产品)

　　4、餐饮企业的竞争下，重点抓费用使用情况，降低到最低。

　　5、打造”管理队伍的稳定”，争取在下半年的时间里再培养出两名管理人员，扩大队伍。

　　6、原材料进货的把关，做好每旬每日进货的登记，对比，发现问题及时解决，针对不合理的供货商及时更换与调解。

**2024年店长个人工作总结**

　　不知不觉间，来到xx建材已经一年

　　10 --- 性思维缺乏，不过我相信在以后的工作中，我会不断的学习和思考，从而加强对工作的认知能力从而做出工作的最优流程。

　　对人员的管理能力欠缺，对市场的调查不够，对竞争对手的了解不全面，从而未能做出最好的针对所在市场的政策方案，以后在工作中还需不断学习总结改进，从而使遇到问题都能得到很好的解决。

　　个人·

　　三、工作心得：

　　在这一年多的工作与实践当中，我参与了许多集体完成的工作，和同事的相处非常紧密和睦，在这个过程中我强化了最珍贵也是最重要的团队意识。在信任他人和自己的基础上，思想统一，行动一致，这样的团队一定会攻无不克，战无不胜。

　　这年的工作中，所有的工作都是一线二线一起完成的，在这个过程中大家互相提醒和补充，大大提高了工作效率，

　　12 --- 体现在工作技能、工作习惯和工作思维的不成熟，也是我以后在工作中不断提高和磨练自己的地方。仔细总结一下，自己在半年的店长工作中，主要有以下几方面做的不够好：

　　缺少对平时工作于业绩状况的总结，从开业到现在只七月份的活动”清凉一夏，低价a风暴”业绩还算可以，跟活动有很大的关系，全场六折加上特价中的特价产品，很是吸引眼球，之后价格回升，就再也没达到理想的额度。针对市场我应该主动向公司申请特惠政策，应该把被动变主动，用我们大品牌的产品低价攻击其他品牌，占据一定的市场份额。

　　跟员工的关系好是应该的，但缺少领导的气势，陈总一直教导我们”尊重自己就是尊重别人，别拿自己不当干粮”跟员工好的前提下，也要让员工听你的，尊重你还是他们的领导。有什么对公司不满的可以直接向你反映，再着重考虑怎么安抚、怎么汇报，平稳军心。此项

　　14 ---

　　具体归纳为以下几点：

　　1、认真贯彻公司的经营方针，同时将公司的经营策略正确并及时的传达给每个员工，起好承上启下的桥梁作用。

　　2、做好员工的思想工作，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解每一位员工的优点所在，并发挥其特长，做到量才适用。增强本店的凝聚力，使之成为一个团结的集体 。

　　3、通过各种渠道了解同业信息，了解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

　　4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

　　5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的“让我干”到积极的“我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带

　　16 ---

　　1.加强日常管理，特别是抓好基础工作的管理;

　　2.对内加大员工的培训力度，全面提高员工的整体素质;

　　3.树立对公司高度忠诚，爱岗敬业，顾全大局，一切为公司着想，为公司全面提升经济效益增砖添瓦。

　　4.加强和各部门、各兄弟公司的团结协作，创造最良好、无间的工作环境，去掉不和谐的音符，发挥员工最大的工作热情，逐步成为一个最优秀的团队。

**2024年服装店长工作总结2**

　　能作为迪图服装店的店长在这里总结本年的工作，首先感谢老板对我的信任，各位同仁对我的支持。本人5月份被聘为兴隆大家庭迪图服装店店长，由于精通业务，熟练销售技巧和老板的信任，月份被提拔为青冈望奎绥化三店的销售。一年来，本着迪图公司的经营理念，能认真的履行好自己的岗位职责，为迪图在青冈的销售奠定了良好的基础。

　　18 ---

　　对于本年度的经营我做如下总结：

　　1、销售额完成xx，较去年同期增长xx，经常变换店铺的陈列，吸引顾客，在顾客在店前停留的时候，要把握好时机，想办法把顾客请进店里来，保持微笑，让顾客觉得你很

　　亲切，在顾客进店后，注意顾客的一举一动，观察顾客的微表情变化，当顾客用手接触某件服装时，说明对这件服装感兴趣，那就要简单介绍该件服装产品。介绍完后，可以叫顾客试穿，突出产品的卖点，当顾客试穿的时候发现服装适合自己，就要适当地附和着并加些赞美之词。当顾客对产品更加感兴趣的时候，就会考虑购买。另外还依仗兴隆大家庭对我店的宣传以及老板的精心策划、科学管理以及合理宣传。

　　2、培养员工3名，达到对迪图企业理解、熟练掌握销售技巧的水平，平时让她们多学习理论知识，然后将理论知识转化为实践，结合自己的工作经验，借鉴优秀员工的服务经验。

　　20 ---

　　6、配合好望奎，绥化店销售工作，及时做好服装的号码调配，加大员工的培训力度，让他们知道只有多学习才能适应迪图的经营理念，只有认真对待每一位顾客，才能使自己和店主双双受益。

　　在努力做好管理与销售的同时，工作中也存在不足：

　　1、用于学习销售经验的书籍时间不充足。应该多学习销售技巧类的书籍，多向优秀的同行学习。

　　2、有时候把微小的负面情绪带到工作中，降低了自己的工作热情。

　　3、没做到与店员经常沟通，不能及时调动店员的积极性。

　　成绩只能代表过去，在未来的一年里我会更加努力做好自己的本职工作，使销售额比去年同期增长5个百分点。我要带领全体员工做到以下几点：

　　1、加强管理，完善制度执行，学习并制定科学合理的管理制度，加强制度的执行力度，做到奖惩分明，使销售业绩稳步提升。

　　22 --- 都熟悉会员的职业、爱好及衣服尺码，使会员感受到店员的用心良苦，让他们体会到迪图的销售理念，爱上迪图服饰。

**2024年店长年终工作总结**

　　伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的xx年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激情的xx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最好的，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30%，销售单价虽然比去年是上升了40%，但整体条数只上升了

　　24 --- 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626个，其中有389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100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。

　　26 --- 都学习到很多以前不知道的东西，这段工作期间

　　虽然还存在很多问题，但还是总结了很多经验，希望对自己工作上的不足能够得以早日改正：

　　一、观念的转变

　　观念可以说是一种较为固定性的东西，一个人要改变自己原有的观念，必须要经过长时间的思想斗争。我当初既然有勇气选择了离开三尺讲台，就要改变在学校时的一些观念，由原来的被动学习转变为现在的主动学习等很多观念。

　　二、做好自己的本质工作

　　一个人要做好自己的本质工作，就必须全面的认识自己，了解自己的职责是什么。我对自己的工作职责作了几方面的认识。

　　1、了解工作流程

　　篇3：店长工作总结

　　店长工作总结

　　店长工作总结

　　28 --- 解顾客的购物心理，做到知己知彼，心中有数，有的放矢，使我们的工作更具针对性，从而避免因此而带来的不必要的损失。

　　4、以身作则，做员工的表帅。不断的向员工灌输企业文化，教育员工有全局意识，做事情要从公司整体利益出发。

　　5、靠周到而细致的服务去吸引顾客。发挥所有员工的主动性和创作性，使员工从被动的”让我干”到积极的”我要干”。为了给顾客创造一个良好的购物环境，为公司创作更多的销售业绩，带领员工在以下几方面做好本职工作。

　　首先，做好每天的清洁工作，为顾客营造一个舒心的购物环境;

　　其次，积极主动的为顾客服务，尽可能的满足消费者需求;要不断强化服务意识，并以发自内心的微笑和礼貌的文明用语，使顾客满意的离开本店。

　　6、处理好部门间的合作、上下级之间的工作协作，少一些牢骚，多一些热情，客观的去看待工作中的问题，并以

　　30 --- 注：

　　32

　　第2篇：家具销售店长年终工作总结

　　新年伊始，又到了做年终总结的时候，现代企业的店长是开拓市场的先锋力量，是企业形象的重要代表，必须具备良好的素质。下面是由小编整理的“家具销售店长年终工作总结2024”，欢迎大家浏览阅读，希望对大家有所帮助!

　　家具销售店长年终工作总结2024(一)

　　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

　　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。

　　家具销售店长年终工作总结2024(二)

　　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;

　　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。

　　家具销售店长年终工作总结2024(三)

　　伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的2024年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激-情的2024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最好的，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。

　　2024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2024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，每个月都是店里的最高销售人员。所以2024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。

**家具销售店长工作计划**

　　工作总结

　　店长对一个店里面的工作起着至关重要的作用，市场的分析、销量的提高、客诉的处理、店员的培养与管理都是一个店长所直接接触到的工作，没有一个店长是十全十美的。 2024年直营店店长工作总结范文 2024年转眼过去，2024年接着到来。在一年年首接岁末，对20\_年作为地区的负责人一年来的工作做个总结，酸甜苦辣、失误与成长、分析与共享自己的经验与教训，希望在20\_年能有更多的收获与进步，对公司及自己都有个好的交代。

　　一、人员方面

　　1、目前直营店在职人员有31人，储备9人。

　　(1)区域人员情况 11年区域总入职68人，现在职31人。有30人先后离开工作岗位，包括7人被辞退(不符合公司要求3人;不符合工作岗位要求4人)，外派到其它片区12人，辞职18人。(10年1月-4月期间的记录不全，会稍有出入)

　　店长对一个店里面的工作起着至关重要的作用，市场的分析、销量的提高、客诉的处理、店员的培养与管理都是一个店长所直接接触到的工作，没有一个店长是十全十美的。七个店长中各有长短、只要服从管理、不掩饰自己的缺点就可以相互提高共同进步。对一个店长的成长要有耐心。帮助与培养是管理工作的重点，如果有更优秀的来取代不合格的，要做到以事论事，不可以无缘由的几顶帽子给扔过去。

　　绝大部分员工跟顾客都是很好的，如果在员工间出现了这样那样不和谐的问题，我宁愿相信是管理方面出了问题。所以只要解决好管理方面的问题员工方面是不会出什么问题的。

　　(2)区域人员流动情况：

　　通过图3，的人员流动量是很大的，当然一个主要的原因与今年7月份的验证学历有关。

　　在员工辞职方面主要有以下几个原因： a、心态原因：当领导给了某个员工很大的工作信心，给了她一个比较不错的承诺让她相当的有成就感，但是某一天她发现这份承诺无法得到兑现，巨大的成就感及信心变成了失落，心理上的失衡会造成其主动辞职。 b、经济原因：无积蓄。缺乏在生活下去的勇气，辞职回家。 c、休息原因：工作无双休日、节假日，一部分员工会在此方面无法做出让步造成辞职。

　　d、环境原因：宁愿去办公室做文员不想到店里面去。 e、工资原因：有员工会反映无保险无节假日我们的工资不占优势。 f、地域原因：店面位置距离员工租房地点太远，也会造成辞职。

　　每个辞职的员工都有自己辞职的不同原因，但是留下来的员工却有留下来的相同原因，爱公司珍惜这份工作的机会。

　　所以结合以上辞职原因，我们的招聘工作的重点主要放在应届毕业生上，但是如果不重视在员工对公司的感情方面的培训的话，员工的离职率会比较大。

　　(3)员工的流失是否会对销售造成很大的影响

　　结合区域的情况，人员流失对销售情况的影响并不明显，7月份左右因学历等问题上海离职人员11人其中包括3个店长，当时我们的压力前所未有的大，办公室人员像救火一样从这个店跑到那个店，但是七月份的销量同期相比销的还算可以，一个店里面能够保证有一个比较稳定的店长或老店员应该不存在什么问题。

　　小结:人员的相对流动会给店里面不断补充新鲜的血液，会让店长及老员工有一种想要表现的欲望，不但不利于懒散气氛的形成反而会对工作积极性起到一定的作用。但是一定要

　　做好员工的储备工作，这样管理方面才不会显得被动。

　　二、销售、店铺方面 (一)销售情况总分析

　　10年各店总销量为：一千三百九十六万八千四百三十九元 1、销售情况总分析

　　图表1本年度总销量为13968439元，销售最好的月份为10月份，其次为11月份、9月及7月份，所以区域今年的销售旺季基本上就是在10月份的前后，与去年相比少了一段时间，去年的销售旺季是集中在5月份前后及10月份的前后有两段销售旺季期;5月份拿销售比较稳定及突出的来看，这个月均是两店年度销售最差的月，再结合的实际情况在五月份前后我们的销量一度萎靡不是偶然的，应该是与的举行有着直接的联系，因为在这一段时间里各店有一个共同的反应那就是客流量突然少了很多，尤其是店这个问题非常的突出。而且在这个时间段上不仅我们红木其它的现代家居销售情况也不理想。 2、各直营店销售情况分析

　　(1)、由图1可以看出在这一年里，销售比较突出的是店，在销售旺季期每个店都有比较好的表现的时候它会有更好的表现，但是它的销量与商场的一些活动直接挂钩，因为它地处比较偏僻，在销售旺季期商场的活动会带来很多的客流，所以它的销量也会明显的上去。

　　(2)、在图1中销售比较平稳的是店，因为它的位置在市中心，客流量相对来说比较稳定，所以除了五月份的突然下降及11、12月份的商铺撤场来看它一年的销量都很稳定。

　　(3)、图1中显示区域最有规律及代表性的直营店应该算店，店虽然很小，只有90平米。但是从图1来看它一年的销售情况非常符合市场规律。它5月份前后的销售旺季期及10月份前后的销售旺季期都很明显。也就是说在本年度中店还是有两段销售旺季期的。这与它所在商场及商场的位置有很大关系。所以我们在这边的店面如果面积大一点的话，一年里应该会有不错的销量。

　　(4)、店7月份开业以后，销量稳步提高，整个销售趋势来看都很不错，在来年的销售中应该会有很大的潜力及不错的表现。

　　(5)、在图1中年度表现较弱的为店，刚开业但是它开业前两个月的销量不亚于店，所以后期的销售情况还有待观察。 3、3、各店租金情况分析

　　(1)、本年度在面积最大，租金最高。年销量为4773466元，年租金为1087800元。年销量租金比为：4.39;09年度的总销量为4017736元，年租金为865800元，年销量租金比为4.64。虽然今年年度销售提高11.88个百分点，但是在租金、材质价格及员工工资都同时提高的基础上销量提高度所占的比例非常的小，可以说今年的销量很不理想。(本年度3月份装修，影响了一个月的销量)。

　　(2)、店7月份二楼撤的场，没撤场前面积有1346平米，租金 117720元;7月份撤场后面积506元，租金65974元。10年总销量为3592722元，年租金为1153910元(略有出入)年销量租金比为3.11。

　　(3)、店本年度总销量为844826元，年度总租金为160050元。年销量租金比为：5.28。

　　(4)、店本年度总销量为1473202元，年度总租金为327600元。年销量租金比为：4.50。

　　(5)、店本年度总销量为1051778元，年度总租金为921456元。年销量租金比为：1.14。

　　(6)、开业均不到半年时间，在此不做分析。。 (二)影响销售的原因分析 产品及店面等原因影响销售情况分析 1、材质原因影响销售情况分析

　　(1)、各材质年销量占年总销量的百分比

　　红酸枝：45.13%;鸡翅木：31.33%;紫檀：6.315%;越黄：1.765%;布艺：0.87%;工艺品：1.17%;螺钿：0.06%;花梨木：13.03%;围屏：0.33%。 (2)、各材质销售情况分析

　　全年红酸枝的销量虽然占主体，但是主体地位不明显。因为酸枝每公斤的价格均在鸡翅木的两倍以上，但是销售比例上只是略高于鸡翅木。并且在全年中有六个月的鸡翅木的月销售总额远远的高于红酸枝的月销售总额分别为2、4、5、6、7、8月，鸡翅木的销量占如此高的比例，也会直接影响到我们单月及全年的总销售额。

　　花梨木从六月份开始上市，在 8.10.11月份也有不错的表现;紫檀的销量也占据了一定的比例比越黄销的要好，但是总额也不突出。

　　除家具外，工艺品的销量在布艺、挂屏、围屏里所占的比例最高。

　　(3)、影响材质销售方面的主要原因及建议

　　制约酸枝销售情况不理想的原因主要集中在： a、不能写学名，让一部分顾客在购买时产生心理抗拒。 b、订货时不能满足顾客拼板的要求，让部分顾客不放心购买。 c、红酸枝产品出样过少。

　　这三方面的原因之所以比较突出主要是因为在同商场的其它的红木品牌，他们基本上都能写学名，订货方面的操作也比较灵活。以红酸枝的出样为主，年年红花梨较多，酸枝会在学名上写基材、辅料，显得专业一点。友联(代理商)店里面的产品材质会乱，一律学名标识。但是装修及摆设方面会显得高档。倒是元亨利同样拒绝学名，但是可以承诺顾客的拼板要求，以酸枝产品出样为主。

　　建议:克服这方面主要措施是提高店内的档次感，现在开的新店整体档次已经上去了很多，而且现在广告推广我们也已经很占优势了。但是在产品布置方面还是存在很多不足。零零散散的不配套产品;新店开张配套过来的鸡翅木与花梨木，首先产品档次感上不去，其次鸡翅木较暗的灰色与花梨木较暗的黄色搭在一起出不来红木那种稳重感觉。

　　过乱的布艺搭配，不仅无法提高档次反而在视觉上会显乱。布艺配套不宜多，更忌不配套的乱。主打产品上要全要配套，通过陪衬我们的家具而让家具、布艺及店面三者在档次感上有一个提升，而现在最大的问题是店面与家具及布艺的凝聚感不强，还有挂屏也有点杂乱。希望能够在发货方面尤其新店的发货方面加强备货方面的沟通。 2、店面原因与销售情况分析

　　(1)、家具商场情况分析

　　(2)、红木品牌市场情况

　　(3)、所在家具商场的情况 a、地处，郊区偏远。07年开业新商场。商场面积位于家具行业之首，商场品牌加上广告宣传力度再加上国际家具村的卖点后期市场应该会不错。 b、店地处普陀区市中心，地段繁华、客流量大;商场07年开业，管理及广告力度都不行。现各商家已开始撤场，楼上只剩下1家楼下有3家。我们现在应该计划撤场时间。 c、店地处普陀区澳门路，此地段人流量也很大，99年开业已有12的时间，商场比较成熟，商场品牌、广告力度地段都很好。应该会有稳定的销量。建议此商场换一个较大的店面。 d、店地处闵行区吴中路，商场地段也不错。99年开业已有12年的时间，商场成熟，品牌方面也不错。只是在商场比较侧重布艺在家具方面会弱一点。 e、地处浦东杨高南路，郊区偏远。商场02年开业已有9年时间，商场成熟，但是档次不高，美联进驻时间最长有3年的时间。销售情况还不错，后期的销售情况有待观察。 f、地处普陀区真北路，新商场10年7月份开业，边上的老商场 2024年开业，在上海

　　四家红星美凯龙里算最好的，明年的销售情况应该会有不错的表现。 g、地处浦东沪太路，店面较小，位置郊区偏远。10年5月份开业，新商场。 (4)、所在商场中竞争品牌的市场情况 虽然每家商场都有总结出一家跟我们竞争最为密切的店铺来进行分析，但是在目前的情况下并不是每家商场都存在密切的竞争对手。就拿真北红星来说，半年的销售过程中，只有一个顾客是通过商场过来成交的。其它的都是老顾客及老顾客介绍或通过网站及广告等形式达成成交的。也就是说在成交顾客中基本不存在什么竞争，因为他们是直奔连天红的牌子来的。这与我了解的情况基本相符，真北红星的店长反映的是，在她们的销售过程中除一例在艺尊轩购买好后褪单到我们店里重新购买的顾客外，没有遇到顾客在购买时拿我们的品牌与其它的品牌做比较的情况出现。这也说明我们在竞争中已经形成了一部分自己特定的顾客群、竞争原因影响销售情况分析

　　(1)、同商场内其它品牌的竞争情况

　　由连天红所在本商场所占的市场情况中可以看出上海的7家直营店，在7家商场中都不是销售最好的品牌，每家商场中销售最好的品牌年销售额都在我们的两倍以上，元亨利、大家之家一家店的年销售比我们七家店在上海的年销售额还要高出很多。这说明我们品牌在上海的市场竞争中只占据了很小的比例。

　　广告效用让我们的订单数增加了，对于来说销售额却没有增加多少。各店在一年的销售中超过30万的单子一共接了3个，无一单超过40万的。订单数额多数都集中在10万左右，所以要提高我们的市场份额，必须在大顾客的竞争方面增加力度。

　　(2)、不同区域间的竞争情况

　　在销售中区域经常会遇到外地的顾客，在09年的顾客中有陕西、东北、昆山、浙江、合肥的等，但今年这种情况已经很少了。所以其它区域我们本品牌也存在竞争的情况，今年的订单中只有两笔外地单一笔是宁波的我们老顾客介绍的，一部分是在宁波成交，一部分我们通过电话在上海成交。一笔是昆山的，顾客在我们店了解的产品。最后成交是店里面的店员与师傅坐车去昆山签的合同。这两笔也是可以在外地成交的但是为了增加上海的营业额最后还是在落单了，当然还有几笔是顾客直接到外地成交的。因此随着直营店不断在其它城市陆续的开业，这边会转介绍到其它区域一部分顾客，但是其它区域转介绍到的顾客微乎其微。

　　质量原因影响销售情况

　　在商品质量方面通过跟店里面师傅的沟通及对其他品牌的了解及观察，我们一直处在一个比上不足比下有余的的情况。主要是在细节方面的处理上不到位，一年中所表现出来的主要方面有： 1)、高低脚的情况较严重，如果是普通的桌椅店里面的师傅可以解决。但是出现在铜件包脚的家具上面就很难解决。一批货里面会出现多件家具存在高低脚的情况。 3)、拼板，桌面多次出现5厘米左右的拼板。已有因此情况造成顾客退货的情况出现。 4)、色差，较大的色差现象依然存在。 5)、过大的收缩缝影响产品的美观。

　　总之，产品的质量在不断的提高，大家有目共睹。但是在细节方面的处理上还有待加强，从整体来看我们的家具质量让大部分的顾客都很满意，尤其是雕刻方面。加强产品的质量，把好产品的出厂关同时降低售出产品出现质量问题的情况。会让顾客对我们的产品更有信心，从而不断的提高销量。

　　小结：

　　通过以上分析，影响年销售额在这方面的主要原因有以下几点： 1)、由于部分商场偏僻及无广告投入影响到了我们的销售。在五月份显得非常明显，月星店在五月份时通过图1可以看到有个明显的上冲，这是因为月星商场的位置不偏而且商场有自己的活动、广告推广。 3)、在上海同商场的红木品牌竞争中我们不占优势，面对上海的本土品牌及其它品牌的竞争，我们的优势不突出。尤其是在大顾客的竞争上就更显被动。在年销售过千的店面中，她们都有自己过百万的大订单，而我们过40万的订单都绝迹，这是我们提高销量的一个突破点，也是一个值得思考的问题。 4)、产品的配套不全、店内样品不全、订货时间的过长以及过多的鸡翅木、花梨木的出样也是影响到我们销售的一方面原因。 5)、连天红其它区域直营店的增多分解掉了我们一部分顾客。 6)、产品质量问题的出现降低顾客对我们产品的信心，影响再次购买及介绍朋友过来购买。

　　、顾客原因影响销售情况

　　(1)、成交顾客总分析

　　由图表四可以得出我们成交的顾客中所占比例最大的一部分是通过广告及网站成交的，这部分顾客在一年成交的顾客总数中占了31.97%，仅次于这部分的是我们的老顾客，老顾客的比例占了一年中成交顾客比例的30.15%，其次是通过所在商场找来的顾客达成成交的，这一部分的比例为24.09%;当然通过老顾客、朋友介绍达成成交的比例虽然排在最后，但是这块比例也不可小看，它也占了12.73%，那么随着我们顾客的不断积累及店面开业时间的增长，相信这个比例也会相应的增长。篇2：家具店长工作职责

　　专卖店的管理要出效益 才能体现整体的管理水平 如何提高专卖店的单店销售 本人认为 必需从店长抓起 店长是一个专卖店的灵魂 是领头羊 店长的工作能力及领导能力 直接影响整个专卖店的业绩 为了抓店长管理 无论是生产家具的企业，还是销售家具的商场，对店长的认识都很明确——店长，就是一个店的管理者。

　　有许多店长对自己的角色是这样认识的：一个店就象是一个家，店长就是这个家的家长。家长要操心这个家的所有问题，人员、货品、卫生、陈列……方方面面都要照顾到，任何一个小的细节考虑不到，就有可能给工作带来不良影响。

　　更多的企业则希望店长是一名优秀的导演。店面是一个表演的舞台，店堂内的硬件设施就是布景和道具，而公司一年四季不断变化的货品构成了故事的素材。店长要把这些素材组织成吸引人的故事，讲给每一位光顾的客人。故事讲的好不好，客人爱不爱听，全凭店长的组织、策划和安排、带动。

　　无论哪种说法，都表明了一个观点，那就是店长是一个店的领导者，是企业文化信息传递的纽带，是公司销售政策的执行者和具体操作者;是企业产品的代言人，是店铺的核心。

　　因此，店长需要站在经营者的立场上，综合的、科学的分析店铺

　　运营情况，全力贯彻执行公司的经营方针。执行公司的品牌策略，全力发挥店长的职能。

　　店长包括：店长、储备店长

　　店长的工作职责:

　　1、每月一日制定并分解专卖店本月底销售计划，带领团队完成销售任务。

　　2、遵守公司各项规定，团结协助，服从上级领导的各项工作安排;

　　3、主持专卖店的每周一例会，总结上周综合情况，交流成功销售技巧，安排本周的工作及制定本周的销售任务，传达公司、工厂相关信息及政策;

　　4、监督管理维护产品陈列、饰品摆放、店面卫生、店员形象、广告布置等方面的展厅形象维护工作;

　　5、制定培训计划，并定期对店员进行培训与辅导;

　　6、协助经理处理与改善专卖店运作问题;

　　7、负责管理专卖店日常工作，监督考核店员日常工作表现，及时反 映店员动态，对违反有关规定的店员进行处理;

　　8、每月月底总结本月销售情况，分析全盘产品销售趋势;

　　9、掌握当地市场的竞争环境和消费习惯，及时反馈相关信息，提出有助于完成销售目标的建设性意见;

　　10，每月及时提供准确的最新楼盘数据，方便开展小区营销工作;

　　11、对新上市产品、滞销产品、促销产品及样板产品进行合理调整配置或进行相应处理;

　　12、与售后服务人员及跟单人员保持日常沟涌、协调、衔接，并了解有关生产厂家的情况;

　　13、对新进店员的培训及考核;

　　14、做好专卖店的防火防盗工作，处理销售现场遇到的特殊情况;

　　15、处理顾客的现场或电话投诉与抱怨，需要其它部门协调处理的投诉事件及时通知相关部门;

　　16、对店员进行业绩评估和考核。

　　17、激发店员工作热情，调节专卖店购物气氛。

　　18、整理公司公文及通知，做好促销活动的开展前准备和结束后的收尾工作。

　　人事方面

　　1、有权利参与店员的招聘、录用的初选 2、有对员工给予奖励和处罚的权利。 3、有权利辞退不符合公司要求或表现恶劣的员工。 4、有权利根据员工表现提出调动、晋升、降级、辞退的意见。 5、有权利对员工的日常工作表现进行检查和评定。 6、有权利对店内的突发事件进行裁决。

　　货品方面

　　1、有权利对公司的配货提出意见和建议。 2、有权利拒收有质量问题的货品。 3、对店内的货品调配有决定权。篇3：家具经营计划书 xxx家具城管理工作计划书(以下简称计划书)，主要是对2024年整体工作做统筹安排，计划书的制定旨在为2024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、2024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?

　　(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，2024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2024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; 2024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2024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2024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;

　　家具城年度营销策略

　　家具城卖场调整计划

　　(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2.5，另外的做为特价款进行销售，系数控制在2.5，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;篇4：家具店长工作职责

　　店长岗位职责

　　岗位名称：店长

　　直接上级：经理

　　直接下属：导购员

　　岗位描述：带领、影响、协调导购员团队，共同达成销售目标。

　　店长职责：

　　一、制定并分解专卖店月销售计划，带领团队完成销售任务。

　　二、主持专卖店例会，有效传达相关政策及信息。

　　三、监督管理产品陈列饰品摆放，店面卫生，人员形象，pop布置等方面展厅形象维护工作。

　　四、制定培训计划对导购员进行培训与辅导。

　　五、监督导购员日常工作纪律，对违反有关规定的人员进行处理。

　　六、总结本店销售情况，分析所有产品销售趋势。

　　七、及时反馈相关信息，提出有助于完成销售目标的建设性意见，发现问题及时反映。

　　八、每月月尾及时准确无误做月报表、盘点表、下月计划表、当月销售统计表。

　　九、把每月店内已销售产品进行排名统计，年底上交上级。

　　十、对新产品上市、滞销产品、促销产品及样品进行合理调整、清货。

　　十一、及时与售后、跟单人员保持沟通协调，并要了解工厂生产部情况。

　　十二、及时处理顾客现场或电话投诉事件及时通知相关部门。

　　十三、对导购员进行业绩评估和考核

　　十四、手提电话早上：8：00-晚21：00必须开机，手机铃声不可以太幼稚。

　　十五、形象店实行店长负责制，如证实员工有违法违纪行为发生，店长有权按实际情况，酌情

　　作出罚款至辞退的处理决定。 十六、合理安排日常工作、作息时间和班次，严格考勤制度(每月末将考勤记录交回公司人事部, 以便公司结算工资);

　　十七、负责所有商品“进、销、存”的详细记录，并实时掌控商品的周转量，及时补充货源，

　　保持营业的正常运行;

　　十八、负责销售日(月)报表、财务报表及顾客记录等相关表格的填写和分析;

　　十九、负责收银工作，须当天清帐，并将每天收款，存储在公司指定帐号;

　　二十、负责配合公司财务部处理各种财务报表和资料;

　　二十一、收集顾客的不同意见并做好记录每月末统一交给业务经理;

　　二十二、不断完善店内各项流程和管理制度。篇5：家居店长岗位管理职责

　　三、家具店长岗位描述

　　(一)、岗位概述

　　岗位名称: 家具店 店长

　　直属部门：家具部

　　直属上级: 营销总监

　　直属下级: 导购员、销售内勤、接待员、保洁员。

　　适用范围: 家具门店

　　(二)、岗位职责

　　1.参与家具部门市场营销策略的调研、起草、制定;

　　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。

　　(三)、主要工作

　　1.带领全体团队人员全力完成月度、季度、年度的销售目标计划。 2.协助营销总监起草、制定每月商品促销计划。 3.组织、主持或参加公司、门店召开的各类会议。 4.撰写、上报个人、及门店每周、每月、每年度的工作总结、计划。 5.强化门店基础管理，组织开展、实施绩效考核、5s管理考核。 6.加强对车辆、办公用具、用品、商场设施，人员工作安全等的管理。 7.门店日常经营、人事管理，人员及岗位职责调整，绩效考核末位淘汰。 8.门店人员工作协调，制度、工作执行力的监督、考核、奖惩。 9.门店员工培训计划的制订与实施。 10.门店员工文化生活建设工作。

**家具店长工作总结4**

　　伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的xx年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激-情的xx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最好的，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30%，销售单价虽然比去年是上升了40%，但整体条数只上升了16%。

　　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626个，其中有389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100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5.1开业---9月份女裤一直占比都比较高73%男裤只占27%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。

　　xx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xx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店张蕊张青青以逐渐成熟，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店李美霞：对22店所有工作及其付责任各个方面表现都比较优秀，每个月都是店里的最高销售人员。所以xx年我强力推荐李美霞担任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。

　　家具店长年终工作总结 2024年，在不知不觉中就过去了，佳荣家具的业绩也又一次定格在了持平状态，连续3年的持平，与其他的团队已经拉开了距离。反思去年的工作失误，结合今年工作的整改，有以下几个方面：

　　一、对团队培养方法欠缺。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。

　　二、对团队业绩目标关注不够。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。

　　三、对于人人头上有指标这个说法，执行的不够彻底，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。

　　四、带团队想得简单。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。

　　五、对于提升销售的办法想得少。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。

　　六、业绩提升的渠道制定。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。

　　七、关于员工培训，去年有些呆板，单一，缺乏针对性。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2024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。2024年的工作对自己的要求太低，留有很多遗憾。2024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。

　　家具店长年终总结

　　20\_年转瞬过去，20\_年接着到来。在一年年首接岁末，对20\_年作为地域的负责人一年来的工作做个总结，酸甜苦辣、失误与成长、分析与共享自己的教训与教训，愿望在20\_年能有更多的播种与先进，对公司及自己都有个好的交代。

　　一、人员方面

　　1、目前直营店在职人员有31人，储备9人。 (1)区域人员情况

　　11年区域总入职68人，现在职31人。有30人先后离动工作岗位，包括7人被解雇(不吻合公司要求3人;不契合工作岗位要求4人)，外派到其它片区12人，辞职18人。(10年1月-4月期间的记载不全，会稍有出入) 店长对一个店里面的工作起着至关主要的作用，市场的分析、销量的提高、客诉的处理、店员的造就与管理都是一个店长所直接接触到的工作，没有一个店长是美中不足的。七个店长中各有是非、只要遵从管理、不粉饰自己的毛病就可以彼此提高共同提高。对一个店长的成长要有耐烦。辅助与培育是管理工作的重点，如果有更优良的来代替分歧格的，要做到以事论事，不可以无原因的几顶帽子给扔从前。

　　绝大部分员工跟顾客都是很好的，如果在员工间出现了这样那样不协调的问题，我情愿相信是管理方面出了问题。所以只有解决好管理方面的问题员工方面是不会出什么问题的。

　　(2)区域职员流动情形：

　　人员流动量是很大的，当然一个主要的原因与今年7月份的验证学历有关。

　　在员工辞职方面主要有以下几个原因： a、心态原因：当引导给了某个员工很大的工作信心，给了她一个比较不错的承诺让她相称的有造诣感，但是某一天她发明这份承诺无法得到兑现，宏大的成绩感及信心变成了失踪，心理上的失衡会造成其自动辞职。

　　b、经济原因：无积蓄。缺少在生涯下去的勇气，辞职回家。

　　c、休息原因：工作无双休日、节假日，一局部员工会在此方面无奈做出妥协造成辞职。

　　d、环境原因：宁愿去办公室做文员不想到店里面去。 e、工资原因：有员工会反映无保险无节假日我们的工资不占优势。

　　f、地区原因：店面位置间隔员工租房地点太远，也会造成辞职。

　　每个辞职的员工都有自己辞职的不同原因，但是留下来的员工却有留下来的雷同原因，爱公司爱护这份工作的机遇。

　　所以联合以上辞职原因，我们的应聘工作的重点主要放在应届毕业生上，但是如果不器重在员工对公司的情感方面的培训的话，员工的离任率会比较大。

　　(3)员工的散失是否会对销售造成很大的影响

　　结合区域的情况，人员流失对销售情况的影响并不明显，7月份左右因学历等问题上海离职人员11人其中包含3个店长，当时我们的压力前所未有的大，办公室人员像救火一样从这个店跑到那个店，但是七月份的销量同期比拟销的还算可以，一个店里面可以保障有一个比较稳定的店长或老店员应当不存在什么问题。

　　小结:人员的相对流动会给店里面不断弥补新颖的血液，会让店长及老员工有一种想要表现的愿望，岂但不利于懒惰氛围的造成反而会对工作踊跃性起到一定的作用。但是一定要做好员工的贮备工作，这样管理方面才不会显得被动。

　　二、销售、店铺方面 (一)销售情况总分析

　　\*\*年各店总销量为：一千三百九十六万八千四百三十九元 1、销售情况总分析

　　图表1本年度总销量为13968439元，销售最好的月份为10月份，其次为11月份、9月及7月份，所以区域今年的销售旺季基本上就是在10月份的前后，与去年相比少了一段时间，去年的销售旺季是集中在5月份前后及10月份的前后有两段销售旺季期;5月份拿销售比较稳定及突出的来看，这个月均是两店年度销售最差的月，再结合的实际情况在五月份前后我们的销量一度萎靡不是偶尔的，应该是与的举办有着直接的接洽，因为在这一段时间里各店有一个独特的反映那就是客流量突然少了很多，尤其是店这个问题十分的突出。而且在这个时间段上不仅我们红木其它的古代家居销售情况也不幻想。 2、各直营店销售情况分析

　　(1)、由图1可以看出在这一年里，销售比较凸起的是店，在销售旺季期每个店都有比较好的表现的时候它会有更好的表现，但是它的销量与商场的一些运动直接挂钩，因为它地处比较偏远，在销售旺季期商场的活动会带来良多的客流，所以它的销量也会明显的上去。

　　(2)、在图1中销售比较安稳的是店，由于它的地位在市核心，客流量绝对来说比拟稳定，所以除了蒲月份的忽然降落及11、12月份的商铺撤场来看它一年的销量都很稳固。 (3)、图1中显示区域最有法则及代表性的直营店应该算店，店虽然很小，只有90平米。但是从图1来看它一年的销售情况无比合乎市场规律。它5月份前后的销售旺季期及10月份前后的销售旺季期都很明显。也就是说在本年度中店还是有两段销售旺季期的。这与它所在商场及商场的位置有很大关联。所以我们在这边的店面如果面积大一点的话，一年里应该会有不错的销量。 - (4)、店7月份开业当前，销量稳步进步，全部销售趋势来看都很不错，在来年的销售中应该会有很大的潜力及不错的表现。

　　(5)、在图1中年度表现较弱的为店，刚开业但是它开业前两个月的销量不亚于店，所以后期的销售情况还有待察看。

　　3、3、各店租金情况分析

　　(1)、本年度在面积最大，租金最高。年销量为4773466元，年租金为1087800元。年销量租金比为：4.39;09年度的总销量为4017736元，年租金为865800元，年销量租金比为4.64。虽然今年年度销售提高11.88个百分点，但是在租金、材质价格及员工工资都同时提高的基本上销量提高度所占的比例非常的小建材，可以说今年的销量很不理想。(本年度3月份装修，影响了一个月的销量)。

　　(2)、店7月份二楼撤的场，没撤场前面积有1346平米，租金117720元;7月份撤场后面积506元，租金65974元。10年总销量为3592722元，年租金为1153910元(略有出入)年销量租金比为3.11。

　　(3)、店本年度总销量为844826元，年度总房钱为160050元。年销量租金比为：5.28。

　　(4)、店本年度总销量为1473202元，年度总租金为327600元。年销量租金比为：4.50。

　　(5)、店本年度总销量为1051778元，年度总租金为921456元。年销量租金比为：1.14。

　　(6)、开业均不到半年时间，在此不做分析。。 (二)影响销售的原因分析

　　(1)、各材质年销量占年总销量的百分比

　　红酸枝：45.13%;鸡翅木：31.33%;紫檀：6.315%;越黄：1.765%;布艺：0.87%;工艺品：1.17%;螺钿：0.06%;花梨木：13.03%;围屏：0.33%。 (2)、各材质销售情况分析

　　全年红酸枝的销量固然占主体，但是主体位置不显明。因为酸枝每公斤的价钱均在鸡翅木的两倍以上，然而销售比例上只是略高于鸡翅木。并且在全年中有六个月的鸡翅木的月销售总额远远的高于红酸枝的月销售总额分辨为2、4、5、6、7、8月，鸡翅木的销量占如斯高的比例，也会直接影响到咱们单月及全年的总销售额。

　　花梨木从六月份开始上市，在8.10.11月份也有不错的表现;紫檀的销量也盘踞了一定的比例比越黄销的要好，但是总额也不突出。

　　除家具外，工艺品的销量在布艺、挂屏、围屏里所占的比例最高。

　　(3)、影响材质销售方面的主要原因及提议

　　制约酸枝销售情况不理想的原因主要集中在：

　　A、不能写学名，让一部分顾客在购买时发生心理抗拒。 B、订货时不能满意顾客拼板的要求，让部分顾客不释怀购买。 C、红酸枝产品出样过少。

　　这三方面的原因之所以比较突出主要是因为在同商场的其它的红木品牌，他们根本上都能写大名，订货方面的操作也比较机动。

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