# 家装销售工作总结（精选5篇）

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-06-21

*小编为大家整理了家装销售工作总结(精选5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!...*

小编为大家整理了家装销售工作总结(精选5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!!!

家装销售工作总结(精选5篇)由整理。

第1篇：公司家装销售工作总结

公司家装销售工作总结

营销学里讲过这样一段话，思路决定一个的出路，心志决定一个人的动态行为可以看出一个为人处事的风格，勤奋能给一个人带来财富。下面是小编收集整理的文章，希望对大家有所帮助，欢迎阅读。

第一篇：家装工作总结

通过这几个月我认识到作为一名公司总监，我的工作中心就是带领所辖部门和人员完成公司目标任务，为公司实现目标利润奠定基础。

对于任何一个企业来说，利润是核心，产值是基础，品牌是目标。要保证利润，创建品牌，前提是保证产值。那么产值如何才能保证?就如我自己常说的产值公式：产值=合格设计人员数量\*意向客户数\*签单率\*转单率\*单单值，那么我认为，产值仅仅是一个结果，作为一名总监要保证产值，就要配合公司抓好人员的数量跟质量。

要抓好人员的数量，我将从以下几个方面着手：

1、抓好人员招聘工作。督促、协助人事部做好人员的筛选工作，

加大邀约的成功率。(补充沉淀问题)

2、抓好新进员工的培训工作。对新进人员进行公司介绍，岗位介

绍并进行理论知识的培训和实操模拟。目的是让他们对东阁装饰有一个全面的了解，从而增加他对企业的认同感;明白自己的工作的中心、工作的内容、工作的流程与方法、工作的任务及工作性质;实操模拟，旨在将基础知识融会贯通于实际工作中。(保证每天工作)

3、抓好人员的考核工作。对其进行品德考核，主要是观察新员工

是否符合我们东阁装饰的要求。再对其进行理论、实操考核，目的是看其是否消化和理解，并达到熟悉和掌握理论知识的内容，是否使理论知识灵活应用的实际工作中。( 保证业绩任务)

4、抓好人员沉淀工作。人员招聘是保证人员数量的前提，那么，

人员沉淀就是保证人员数量的基础。没有人员的沉淀，招聘再多的人员，也等于零。那么，如何才能提高人员的沉淀率呢?对新进员工制定相应的融入计划。同时提供对其相应的条件与保障，在工作中给予足够的帮助与支持。对相关部门和人员按照沉淀人数进行考核，是一个很好的办法。有压力才有动力。(团队人员建设)

要抓好人员的质量，我必须执行并贯彻相应的机制：

1、日常培训机制。培训内容一是《岗位工作手册》;二是《谈单技

巧》;三是日常工作中，客户常见问题的解答;四是语速、语调和语气;日常培训以实操演练为主，公共培训为辅;最终目的是提高员工准确、灵活应对客户的工作技能。组织大家开一些分享会或团队游戏，降低工作的枯燥感的同时增加团队凝聚力。提高优秀员工的成长速度和沉淀率。

2、未达标原因分析机制。每天按时查看每位员工《客户信息登记

表》，上班前、下班后查看《信息管理系统》。根据《意向客户量未达标原因的分析表》，采取先易后难、先高后低的方式，逐项排除存在的问题，找到问题的根源。及时汇报给副总，找出解决办法并落实，从而完成所辖人员的既定目标任务。

3、检查与指导的机制。对所辖人员的工作质量、工作态度是主要

检查的方面。分析产生问题的原因，及时总结经验，避免犯同样的错误，提供必要的帮助与支持，让员工明确具体的奋斗目

标。

4、落实与考核的机制。为所辖人员提供必要的条件与保障是完成

既定目标任务的基础，其具体内容是：(1)采集及时准确的楼盘信息，申请保障用于提供优质的初级客户信息与活动开展的物质保障。(2)根据邀约客户的情况，结合公司活动的内容，确定邀约客户的由头，要有针对性更要有吸引力。(3)提高公司营销销氛围，完成促销政策培训。给客户一个良好的环境，提高邀约率与签单率。(5)做到良好的沟通，为团队维持一个良好的工作氛围。考核内容包括：工作的态度、学习的精神、业务熟悉的程度和工作的业绩。考核的宗旨是净化人员，解决干多干少一个样。具体体现在意向客户数、到店客户数、定金数。

第二篇：家装产品销售心得

平时我们去买一样东西的时候，产品虽然相中了，但还是想砍砍价格找找心里平衡!这时，我就会想方设法挑产品的弱点去攻击或者拿另一个店里的价格来做对比，把价格杀下去。相同，客户进我们店里，只要愿意和我们深入的谈价格就已经说明对我们的东西感兴趣了，大部分不过是想找一下心里平衡。(也有很多例外的客户，具体的就要自己甄别了)客户进店后最好在半个小时内拿下，即交付定金。在这段时间内我们首先要展示我们专业的一面：

一、专业橱柜公司： 在商丘市场上，很多用户对xx做橱柜都表示怀疑，认为xx就是专业做家电其他的都不行。我们第一步要做的工作就是给用户释疑，数字化生产基地展示图、中国首批橱柜名牌证书、橱柜专业委员会会长证书、首批“十环”认证证书、国家住宅产业化基地证书等等，这些都是最能证明xx是中国最专业的集橱柜设计、加工、制造、经销商之一。

二、专业设计师： 从厨房开始，旁征博引以诚恳客观的角度介绍一下整体厨房的设计，给客户一种很专业的感觉，以取得用户的信任。先从厨房里的施工步骤说起，贴瓷砖之前应该先改造厨房水电布局。水电改造应该有专业橱柜公司设计好整体橱柜后，再按照设计方案改造水电路，以达到最理想的水电布局。因为厨房里的电器比较多，有油烟机、消毒柜、电磁炉、电饭煲、微波炉、豆浆机、电饼铛、电热水壶等等电器，除此之外还有垃圾处理器、净水机、燃气热水器很多东西。以前厨房里都是用插线盘接出来，那样不但不美观，而且还留下了很多的安全隐患。

xx整体厨房是从实用—美观—舒适 的角度出发，把橱柜与电器有序的结合，再配合人体工程学进行合理的开发和设计，从而能够为您量身定做一套舒适—实用—美观的整体厨房。

打消用户的疑虑之后，紧接着再把xx的十大竞比点给用户讲解一番。讲解的时候最好有可以对比的实际物品，比如找一些其他厂家的pvc踢脚板、柜体截面板、水盆铝箔样本等。

做销售就是做人，只有让客户认可你这个人，下一步才好销售给他你的产品。在讲解的时候要站在用户的立场上，去解决她以前厨房里的出现各种问题，说明xx橱柜是如何规避(在这里我没有用“解决”这个词，是为了下一步给用户说明xx已经替用户考虑到了这些问题，并且在设计和加工的时候采取了规避这些厨房中常见问题的措施与工艺)这些问题的。然后寻找一个切入点进一步讲解厨房订购和使用中需要注意的细节。即使一个插座我们也要从使用中的舒适度来分析，为什么这个插座需要离地这么高，美观还是实用?(引入人体工程学的概念)。

用户进店以后要想方设法的留住客户，拖延用户在店里停留的时间。不要总是与用户商谈厨房中的事情，在大多数用户的眼里，厨房就是几个柜子而已，没有什么可深入探讨的。这时我们可以引导用户到休闲区,(没有休闲区的店面引导用户到接待桌)给用户倒杯水好好的聊一聊。从厨房到餐厅、客厅、卧室、洗手间的设计风格如何界定，色彩与材料的选择和甄别;然后再从水路如何改造、强电和弱电如何布置到隐蔽工程的重要性等等。聊天的过程中套出用户的职业和基本收入、房子地址，具体户型等，然后让设计师按照用户给的基本户型快速出一套方案(5、6分钟)。利用设计师出图的5、6分钟的时间与用户聊聊，如果客户是位中年男士(分清楚客户类型公务员、官员、公司经理、职员、商人等)，一般除用户本人的职业和喜好外，多聊一些股票、地产、本地或国际政治总是没有错的。最近又出什么利好的消息了，现阶段和以后的股票走势如何?本地房地产业和国内房地产业的差异、美国金融危机对我国金融和实体经济的影响等等。不要认为和用户聊这些是浪费时间，我们的目标就是让用户订购你的东西，而这些都是前提。如果用户有时间也有兴趣和你唠叨这么多，只能说明你是幸运的，他已经认可了你!甚至是欣赏你!

第三篇：家装公司销售

一、什么是提前营销

1、家装营销的三个

阶段我们把家装公司针对具体小区的业务营销分成三个阶段第一阶段是我们即将论述的提前营销阶段一般是在小区还没有正式建成之前就开始进行家装业务推广第二阶段是交房前开始准备营销或进行营销活动一般在小区交房前1个月开始活动在小区正式交房前几天结束第三阶段就是在小区正式交房时或交房后开始营销活动目前大部分家装公司都是第三阶段营销。

2、第三阶段竞争最激烈由于小区交房时大部分公司都开始采取活动或者在小区做广告牌或者让业务员在小区定点守候客户所以第三阶段是家装公司之间竞争最激烈的时候。由于没有前期的铺垫所以一般第三阶段的营销成功的公司不太多。主要是由于在交房时没有样板间多数公司都是在交房后才打样板间这就使得等样板间打好了小区分房已经过去半个月了而且这时候的样板间还是施工工地看不出完工后的效果。并且由于不少客户已经在交房前联系了家装公司使得家装公司的准客户量在交房以后大大地减少。而且如果天气良好交房后一般就进入装修旺季等你有了样板间部分家庭已经装修上了所以第三阶段家装公司不可能抓到很多的客户量。

3、有不少家装公司在小区还没建成时就着手开始与房产商联系。或者为房产商做样板间或者在开发商处放置公司宣传资料。这其实就是在进行“提前营销”。但大部分家装公司的提前营销做得并不完整只是点到即止所以即使提前营销也没有取得很好的营销效果。这主要是因为多数家装公司还没有形成提前营销”的理念前期的工作只是“宣传”而没有进入“营销角色”。202\_年春天本人通过某次活动提出“提前营销”的理念相信这一营销理念的出台必将将家装竞争推向更高的境界。

4、提前营销理念利用小区建成前那段“竞争空白时期”进行企业形象、样板间工程、客户资源搜集、小区人际关系建立、小区广告资源最大限度利用等营销工作其目的是推动小区交房时的后续营销工作取得更好的效果。

二、提前营销的优势

1、有利于营造“先入为主”的家装公司形象由于在小区建成前进行提前营销没有其它的公司营销行为或企业形象宣传的干扰就比较容易在客户心中形成“先入为主”的家装公司形象这样客户无论今后与哪个家装公司洽谈无形当中都会将该公司拿来与你进行对比如果你的形象确实比较好那么客户最终都选择你来签单。

2、好大一块蛋糕任你切做第一个切蛋糕的人就自然有权利想切多大就切多大因为多数人都等到交房以后才开始营销所以这一段时间就可以任由家装公司好好地发挥。

3、打造更多的样板工程通过提前营销家装公司可以在小区交房前做更多的家装样板间便于为小区交房后做更好的宣传。

4、交房时就能形成签单规模效应如果你在交房前就在小区做了五六个工程那么在小区正式交房时就已经形成了签单的规模效应。所谓“签单规模效应”是指很多家装客户看到别人都在这个公司签单那么就比较容易形成一种跟风心理这样就会导致家装公司的单越签越多签单越多前去公司咨询的客户就更多了。一般要达到“签单规模效应”家装公司至少要在小区签到十个单以上。

三、提前营销的具体操作

1、提前营销的工作是困难的但相比较第二阶段和第三阶段的竞争格局提前营销的困难还是小的。所以家装公司应该有克服一切困难把工作做在别人前面的勇气和决心。

2、将营销提前到什么时候我建议家装公司要将营销提前到小区立项的时候也就是小区刚进行规划楼房还没盖的时候。这个时候去做什么工作呢帮开发商卖楼。家装公司可以与房产公司答成合作协议由家装公司为房产公司每一套户型都做出精美的家装效果图这样以效果图配合平面图帮助房产商进行售楼同时要求房产商为家装公司的经营提供一些方便比如允许家装公司在楼书上、售楼处等地做广告。

3、将广告做到楼书上、售楼处。家装公司可以承包房产商的楼书房产商既不用花钱做楼书家装公司也可以利用这个媒体联合一些材料商共同出资印刷比较精美的楼书将家装公司的广告篇幅做到最大化这样

客户在买楼的时候就能接触到家装公司的广告。同时也可以在售楼处做一些宣传展牌。

4、在售楼处设立家装展厅。如果条件允许家装公司可以在售楼大厅做一个家装公司的小展厅比如在客户休息的地方设计一个半封闭的小房子里面放上家装公司的各种宣传资料与售楼员处理好关系由售楼员代为看管这些宣传材料。宣传材料应以相册型的设计图片展、套餐书、家装实景、客户留言册等为主。

5、与买房客户进行一对一沟通。当客户买完房子以后家装公司应第一时间就取得客户的联系方式从而可以利用这等待交房的很长时间与客户进行一对一的沟通。家装公司可以以电话营销的方式与客户进行沟通也可以与客户约见商量做样板间的事情。由于这个时间会很长所以家装公司怎么与客户建立关系都行。

团队作战不要采用业务员单个人散跑散跑的效果都不会太好还是小区操作为重点。

第四篇：家装公司市场部员工年终工作总结

时间一晃而过，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首这一年，虽没有很好的业绩，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺，我是今年九月底来到公司的，虽在公司工作时间不长，但是也有一定收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结，目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做到更好，自己也有信心，有决心把明年的工作做的更好，下面对我的工作进行总结：

我是今年九月底到本公司工作的，之前从事的是工装工作，因为对家装的热爱使我选择了xx，在没有来xx工作以前，我是没有家装装修经验的，仅凭对家装的热爱，而缺乏家装装修设计施工经验和行业知识，为了迅速融入到这个行业中来，到了公司以后，一切从零开始，一边学习沟通技巧，一边去工地现场看施工，遇到沟通上的问题，我经常请教史主管和其他经验丰富的同事，在同事的帮助下，取得了良好的效果，也使我感到受益匪浅，这三个月来，业绩虽不出色，但是这段时间我学习了解到了如何更好的与团队相处、合作并进，学到了如何开展业务，也相应的进行了实践，也对xx的文化、使命有了深刻的共鸣，对家装行业有了初步的认识。

通过不断地学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对家装市场有了一个初步的认识和了解，虽然我的成绩远不如其他同事那么卓越，但我有信心，有决心做好，现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的问题，准确的把握客户的信息，良好的与客户沟通，因此取得了一些客户的信任，这对以后成为设计师打下了扎实的基础。

这三个月虽有进步，但是也有不足的地方需改进，对于家装市场了解的还不够深入，对公司产品的技术问题掌握过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释工艺要求，业务上，电话营销的技巧还不是很到位，针对市场上的工艺，做法，xx本公司的工艺、产品了解还远远不够，这些还需要继续学习。

总结下来，在公司工作的这段时间，接触到了许多事物，产生了许多新问题，也学习到了许多新知识，新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善，在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、严要求，力求做到业务素质和道德素质双提高。

展望新的工作年度，希望能够再接再厉，同时也需要加强锻炼自身的设计水平，在以后的工作中与同事多沟通、多探讨，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，不断完善自己，当然在工作当中也存在着不足，争取早日改正以往的缺点，总结经验，吸取精华，分析失败原因和工作当中的不足，为明年的工作做好准备!

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战!我将不断总结与反省，不断鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与业务水平，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长!

转眼间，一年的时间又悄然离去，回首过去，展望未来， 202\_ 年即将到来，以下是我明年的工作计划：

目标：加强家装设计专业的学习与研究，了解本行业市场信息，从而顺利实现从市场部向设计部过度。

设计师是我一直的梦想，成为精英设计师更是以后的奋斗目标，作为实习设计师，能否成为合格的家装设计师，首先要有扎实的专业知识以及良好的业务水平，专业知识主要是靠平时的积累，包括施工工艺，材料等，知己知彼百战不殆，只有扎实的专业功底，对于设计师来说才能更加得心应手。

好的业务水平同时也是一个合格设计师必备的基本功，一个好的设计师不光设计能力要好，更重要的是要有出色的沟通能力，所以在没有转成设计师之前，还需在市场部好好锻炼。

第：家装公司市场部员工年度个人工作总结

1、俗话说，“三人行，必有我师焉”在空余时间，与同行之间进行沟通，从而更好的了解沟通技巧以及获得更多的客户信息。

2、通过对设计师、工长、监理的沟通与学习，已达到对材料、施工工艺等专业知识的深入了解。

3、一个成功者的成功不在于 8 小时之内在干什么，而在于 8 小时之外的时间在做什么，通过空余的时间不断学习，不断充电，这样才能使自己永远立于不败之地。

2% 的引导 +98% 的个人努力 = 合格的设计师 在学习工作中，遇到不懂的地方及时去请教设计师，过硬的绘图功底是靠炼出来的，而不是看出来的，所以在空余时间要努力画图，扎实基本功。

营销学里讲过这样一段话，思路决定一个的出路，心志决定一个人的动态行为可以看出一个为人处事的风格，勤奋能给一个人带来财富。

对意向买房客户进行一对一长期服务。同时也有一些客户到房产商处咨询房屋但不一定会在此买房一般房产公司都会记录下来访客户的电话号码家装公司如果也能得到这些意向客户的电话号码那么就可以进行更长时间的营销我们常说没有客户资源其实是我们没有这种长时间的业务发展规划。与意向客户建立好关系以后无论他在哪里买房都可以成为我们的家装客户这样就为我们一年或两年以后的经营打下了很好的基础。

打样板间牌。这是提前营销的重中之重。家装公司必须要在新小区打下三到五个样板间也要看小区的大小而定最好是在小区交房前这些样板间就已经装修完毕。当然房产公司也会做样板间如果你有这个实力的话也可以为房产公司做样板间从而能更大程度上提升自己的影响力。有了一定数量的样板间那么小区分房时家装公司就可形成“签单规模效应”。

想办法与物业公司合作印刷业主手册。通过房产公司引荐物业公司并及早地与物业公司建立关系想办法在物业发行的业主手册上做广告采用的方式也可以免费帮物业印刷也可以交一部分钱总之要让公司的宣传渗透到业主的心里。

充分利用小区的广告资源。可以推荐的有房门保护套家装公司可以设计与房门大小相适应的进户门保护套然后帖在门上这样既能有效地保护装修时对各楼层进户门的磕磕碰碰同时广告力度是惊人的每一层的门上都帖着你的保护套其影响力可想而知、楼层提示牌、小区宣传栏、物业办公大厅内的展牌、物业交房时发给业主装材料时的手提袋、小区保安站岗时的太阳伞、小区内最好的广告位置等。 相关文章：

1.2019it公司业务员工作总结【】 2.外贸公司业务员个人工作总结 3.公司人员个人工作总结 4.公司人员个人工作总结范文

5.公司老员工个人年终工作总结模板

第2篇：家装公司销售

网上看到这篇文章举得很好

家装公司如何去销售】

家装营销的几种方法 提前营销模式

一、什么是提前营销

1、家装营销的三个

阶段我们把家装公司针对具体小区的业务营销分成三个阶段第一阶段是我们即将论述的提前营销阶段一般是在小区还没有正式建成之前就开始进行家装业务推广第二阶段是交房前开始准备营销或进行营销活动一般在小区交房前1个月开始活动在小区正式交房前几天结束第三阶段就是在小区正式交房时或交房后开始营销活动目前大部分家装公司都是第三阶段营销。

2、第三阶段竞争最激烈由于小区交房时大部分公司都开始采取活动或者在小区做广告牌或者让业务员在小区定点守候客户所以第三阶段是家装公司之间竞争最激烈的时候。由于没有前期的铺垫所以一般第三阶段的营销成功的公司不太多。主要是由于在交房时没有样板间多数公司都是在交房后才打样板间这就使得等样板间打好了小区分房已经过去半个月了而且这时候的样板间还是施工工地看不出完工后的效果。并且由于不少客户已经在交房前联系了家装公司使得家装公司的准客户量在交房以后大大地减少。而且如果天气良好交房后一般就进入装修旺季等你有了样板间部分家庭已经装修上了所以第三阶段家装公司不可能抓到很多的客户量。

3、有不少家装公司在小区还没建成时就着手开始与房产商联系。或者为房产商做样板间或者在开发商处放置公司宣传资料。这其实就是在进行“提前营销”。但大部分家装公司的提前营销做得并不完整只是点到即止所以即使提前营销也没有取得很好的营销效果。这主要是因为多数家装公司还没有形成“提前营销”的理念前期的工作只是“宣传”而没有进入“营销角色”。202\_年春天本人通过某次活动提出“提前营销”的理念相信这一营销理念的出台必将将家装竞争推向更高的境界。

4、提前营销理念利用小区建成前那段“竞争空白时期”进行企业形象、样板间工程、客户资源搜集、小区人际关系建立、小区广告资源最大限度利用等营销工作其目的是推动小区交房时的后续营销工作取得更好的效果。

二、提前营销的优势

1、有利于营造“先入为主”的家装公司形象由于在小区建成前进行提前营销没有其它的公司营销行为或企业形象宣传的干扰就比较容易在客户心中形成“先入为主”的家装公司形象这样客户无论今后与哪个家装公司洽谈无形当中都会将该公司拿来与你进行对比如果你的形象确实比较好那么客户最终都选择你来签单。

2、好大一块蛋糕任你切做第一个切蛋糕的人就自然有权利想切多大就切多大因为多数人都等到交房以后才开始营销所以这一段时间就可以任由家装公司好好地发挥。

3、打造更多的样板工程通过提前营销家装公司可以在小区交房前做更多的家装样板间便于为小区交房后做更好的宣传。

4、交房时就能形成签单规模效应如果你在交房前就在小区做了五六个工程那么在小区正式交房时就已经形成了签单的规模效应。所谓“签单规模效应”是指很多家装客户看到别人都在这个公司签单那么就比较容易形成一种跟风心理这样就会导致家装公司的单越签越多签单越多前去公司咨询的客户就更多了。一般要达到“签单规模效应”家装公司至少要在小区签到十个单以上。

三、提前营销的具体操作

1、提前营销的工作是困难的但相比较第二阶段和第三阶段的竞争格局提前营销的困难还是小的。所以家装公司应该有克服一切困难把工作做在别人前面的勇气和决心。

2、将营销提前到什么时候我建议家装公司要将营销提前到小区立项的时候也就是小区刚进行规划楼房还没盖的时候。这个时候去做什么工作呢帮开发商卖楼。家装公司可以与房产公司答成合作协议由家装公司为房产公司每一套户型都做出精美的家装效果图这样以效果图配合平面图帮助房产商进行售楼同时要求房产商为家装公司的经营提供一些方便比如允许家装公司在楼书上、售楼处等地做广告。

3、将广告做到楼书上、售楼处。家装公司可以承包房产商的楼书房产商既不用花钱做楼书家装公司也可以利用这个媒体联合一些材料商共同出资印刷比较精美的楼书将家装公司的广告篇幅做到最大化这样

客户在买楼的时候就能接触到家装公司的广告。同时也可以在售楼处做一些宣传展牌。

4、在售楼处设立家装展厅。如果条件允许家装公司可以在售楼大厅做一个家装公司的小展厅比如在客户休息的地方设计一个半封闭的小房子里面放上家装公司的各种宣传资料与售楼员处理好关系由售楼员代为看管这些宣传材料。宣传材料应以相册型的设计图片展、套餐书、家装实景、客户留言册等为主。

5、与买房客户进行一对一沟通。当客户买完房子以后家装公司应第一时间就取得客户的联系方式从而可以利用这等待交房的很长时间与客户进行一对一的沟通。家装公司可以以电话营销的方式与客户进行沟通也可以与客户约见商量做样板间的事情。由于这个时间会很长所以家装公司怎么与客户建立关系都行。

6、对意向买房客户进行一对一长期服务。同时也有一些客户到房产商处咨询房屋但不一定会在此买房一般房产公司都会记录下来访客户的电话号码家装公司如果也能得到这些意向客户的电话号码那么就可以进行更长时间的营销我们常说没有客户资源其实是我们没有这种长时间的业务发展规划。与意向客户建立好关系以后无论他在哪里买房都可以成为我们的家装客户这样就为我们一年或两年以后的经营打下了很好的基础。

7、打样板间牌。这是提前营销的重中之重。家装公司必须要在新小区打下三到五个样板间也要看小区的大小而定最好是在小区交房前这些样板间就已经装修完毕。当然房产公司也会做样板间如果你有这个实力的话也可以为房产公司做样板间从而能更大程度上提升自己的影响力。有了一定数量的样板间那么小区分房时家装公司就可形成“签单规模效应”。

8、想办法与物业公司合作印刷业主手册。通过房产公司引荐物业公司并及早地与物业公司建立关系想办法在物业发行的业主手册上做广告采用的方式也可以免费帮物业印刷也可以交一部分钱总之要让公司的宣传渗透到业主的心里。

9、充分利用小区的广告资源。可以推荐的有房门保护套家装公司可以设计与房门大小相适应的进户门保护套然后帖在门上这样既能有效地保护装修时对各楼层进户门的磕磕碰碰同时广告力度是惊人的每一层的门上都帖着你的保护套其影响力可想而知、楼层提示牌、小区宣传栏、物业办公大厅内的展牌、物业交房时发给业主装材料时的手提袋、小区保安站岗时的太阳伞、小区内最好的广告位置等。

10、提前营销如果操作得比较到位那么在一个小区做上几十户乃至上百户都是极有可能的关键是你提前营销操作的深度和广度了。 【家装公司的营销策略。。。成功开一家装饰公司】 其实每一个公司都是从小做起来的很少有人一次性投入几百万、上千万来做家装。 据我了解大部分目前做大的家装公司都是从小做起来的当然有的能做大可能是因为他们做得比较早占了天时的光。但是也是有很多起步较早的公司却未能做起来是什么原因造成如此大的差距呢不是能力、不是关系而是老板的观念。 一个能够做大的公司至少要具备以下几个条件

1、公司能够不断培育自己的竞争力与其它公司相比有自己的优势至少有不同的地方。或者在公司实力上或者在公司设计能力上或者在公司工程质量上或者在公司的品牌宣传上只有形成优势才能很好地打动客户。

2、公司有足够的人才有人才优势家装是人做的行业先不说工程施工人员仅从业务上讲我们要具备优秀的市场开拓人员其目的是保证公司保证设计师有足够的客户可以谈当然做广告宣传也是可以吸引客户的我们要有能够打动客户、促成客户签单的优秀设计师他们能够抓住前来咨询的客户。同时我们还要有能够进行广告宣传策划的策划人员他要能够为公司设计出能充分打动客户的广告词媒体广告词和宣传单页、网站等。

3、公司要敢于在宣传上投资一个不做宣传的公司是不可能做大的。就象脑白金凭的是产品好吗我觉得不完全是而是凭借其从中央台到地方台强大的密集的广告宣传。我们做家装也一定要做宣传做宣传的目的有三方面一是让客户知道我们的存在如果客户连我们的公司名字都不知道他怎么敢轻易地把家装交给我们做呢第二是让客户知道我们的优势只要这样客户才会为我们的优势所吸引从而很轻易地主动上门。如果我们的优势足够明显那么签单率就会提高别人谈10个客户只能签2个而我们谈10个客户就能签4个。 其实做好了这三点我们就可以迅速地在当地做大。当然公司做大的条件还不止这么多但对于前期发展型的家装公司来说做好了这三点就可以产生很好的业绩。 你们

理想的目标是40万元/每月那么40万元是什么概念呢 每单25000元需要16个单每个设计师每个月签3个单需要6个设计师每三个准客户签一个单需要48个准客户每五个客户当中产生一个准客户需要240个潜在客户每个业务员每月谈5个准客户需要8个业务员店面来8个

1、目前对于你们来说应该说公司的优势也不是很明显所以马上要做的就是形成自己的优势。如果目前在资金、人才上不是很有优势那么就从小区户型集、设计方案集、工程施工档案、工程管理等方面去形成我们的优势往往不在大的方面把一些别人都在做但却没做好的细节做好就比别人更有优势。

2、结合你们的现实情况建议你们采取“小区营销”的方式这样资金要求不是很大产生的效果往往也不错一个重点小区地去做在每个小区形成“签单规模效应”就会很好请仔细阅读《团队训练教程》中的小区营销章节和《家装之星》中的相关章节。目前你们真正做的家装还很少相当于没有开始所以在做小区营销时一定要有序进行不要想着一开始就能赚很多依照“零突破不赚——小规模少赚——大规模真正赚钱”的顺序去做。

3、至于人员方面业务员是不可能一下子就能招聘完备的要有一个长期的准备。建议先招聘业务主管由他来负责招聘会更好他可能会挖来一两个人来支持自己的工作。如果业务团队做起来了至少要达到5个人以上才可以否则零星的几个业务员会形成不了公司内的气氛业务员也会感到底气不足就要想办法采取团队作战不要采用业务员单个人散跑散跑的效果都不会太好还是小区操作为重点。

第3篇：家装销售活动总结报告

家装销售活动总结报告

随着当下人们生活水平的提高，对家装的要求也越来越高。下面是xx为大家提供的关于家装销售的活动总结报告，内容如下：

在上一年的工作和生活中，获得了一生受用的宝贵财富“思考力”，我开始了为一生去思考去规划，在我看来这就是xx年最大的成就。

xx年，胜达武装了思维，强化了对自己和对社会的认知。初步确定了生涯规划，有了明确的生命导向，也找到了真正想要的生活道路，看到希望的同时也建立了自信。

在公司这段时间，在工作中不断修练自己，我学习到思维是可控的，无论别人的还是自己的。所以，我的工作和生活都突然有了转变。从疲惫的强制性的“思绪”到随心的使用“思考”去发现问题，解决问题。正视生活中的问题就是正视生命的提问。所以我更热爱生活享受生命。

这几个月，我还明确了要以“身体健康，家庭和睦，修增智慧，和谐共赢”为生命导向。然而在来公司之前我一直都以赚钱回家给爹妈长脸为人生最大的目标。在人生态度上更又上升了一个格局。

我还深刻认识到一定要与身边有前途的有志之士结盟，身边的同事朋友就是我未来最好的社会资源，有前途的朋友

远比有钱的朋友更重要。真正能成就我的正是他们。我可以不优秀，只要我的朋友每个人在共同成长的道路上都比我更优秀我就成功了。把力量和方向都集中在一起，组织成钢筋铁网无懈可击。

这些是我在居众收获到的智慧。

xx年9月21日有幸能加入居众装饰，追随严主管至今。居众是我接触到最适合发展的一家工作单位。这几个月来，业绩虽然并不出色，但是这段时间我学习了解到了如何更好的与团队相处，合作并进。学到了业务拓展技能，运用各种渠道。也相应的进行了实践。也对居众装饰的文化，使命有了深刻的共鸣。对家装行业有了初步的认识。

介入居众是我第一次进行完全业务性工作，相比较销售型业务工作居众更适合我。因为我的优势在于团队组建和操作中的协调统一，还有人脉拓展以及对心态的把握带动。所以，我更适合生存在团队之中。我们的“扒皮会”已经让部分同事和我个人有所进步了。

现在的成绩远不如其他同事那么卓越。但我有信心做到更好。现在也有若干楼盘正在沟通中，期待可以更深一步的交流合作。创造更多的业绩。

在业务上，电话营销是我的弱势，很多客户都是因为专业知识和语言沟通不到位而在电话里流失掉。语言是我需要加强的地方。在面对客户的拒绝时我的心态会受到影响，这

也是要加强的地方。

在团队中，我还要继续改正的毛病还有很多，比如经常打断别人的谈话不顾及别人的感受，过于霸气外露容易起冲突，过度表现自我不谦虚等等。

对这个行业到现在也是认识初浅，还有很多需要去学习的方。在电话沟通中让双方都有所收获才是最佳的状态。针对市场上的工艺，做法，居众本公司的工艺，产品了解还远远不够。这些需要去学习。

公司的制度，运作，文化，都非常适合我们。公正，公开，公平。每个人都有机会，只要勇于把握。

对生命的思考是不能停歇的。对工作的总结是不能疏忽的。

在过去的一年里，进步和碰壁总是相伴一路的，庆幸的是能遇到严雪，遇到这帮兄弟姐妹。

总结：装修业务员个人工作总结报告到这里就全部结束了。

20xx年刚刚过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，11年初，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年四月份到公司工作的，来了实习一个月才正式

工作的，在没有来装饰部工作以前，我是没有过相关的装修经验的，仅凭对装修工作的热情，而缺乏装修设计施工经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习设计理论知识，一边去工地现场看着施工，遇到现场施工方面的难点和问题，我经常请教李经理和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案，取得了良好的效果，也使我感觉到受益匪浅。

在过去的一年里，主要做了以下的事情：

1.云海香都会所装修的后期现场监工，现场监工最主要的就是现场协调，因为会所的装修面积比较大，所以有很多需要协调的，虽然是第一次监工这么大的工地，刚开始没有什么头绪，但是在李经理的指导和同事的帮助下，还是顺利的完成了此项任务，于5月30日将会所交付使用。

2.云海香都会所的地下室装修工作，地下室装修是在会所都装完以后才开始装修的，主要参与的还是现场监工，处理一些现场的问题，协调下施工方的工期，对施工方的不足提出要求给予改正。

3.东海城售楼处装修的后期监工和收尾工作，主要是后期成品安装和软装修部分和两个样板房的装饰、室外的路面、洗车房的安装，以及交付使用以后的现场协调工作。

4、云海香都会所和东海城售楼处使用后的维修工作，主要对后期使用出现的一些装修问题和人为破坏，协调施工

方过来进行维修和调换。

5、东海城小公寓4个户型的CAD施工图和效果图的工作。主要对4个户型的方案设计，方案定下来后的CAD施工图绘画，还有每个户型2张效果图。由于毕业以后很少做效果图，所以起初做的图很不理想，但是通过一段时间的练习和同事的帮助，后期做的效果图还可以，虽然不是很好，但是还是比较理想吧，以后会更加努力，争取做的更好。

6.东海城小公寓大厅的效果图和CAD施工图，主要对小公寓大厅的方案设计和4张效果图的制作、施工图的绘画。

7.云海香都新物业前期的CAD施工图、效果图，还有前期的隐蔽工程，主要对物业办公室的方案设计，安排工人进场施工，协调现场的工期，完成了前面的隐蔽工程。

8.金海城高层、别墅的CAD水电图的绘制，前期把高层所有户型的插座、弱电、照明图都做了出来，主要是把插座和照明都按照装修的尺寸来做，这样在进去施工装修的时候就方便了很多，后来又到文登金海城的工地现场，去了做水电图，一边和张工交流着一边做CAD施工图，这样在有些问题上就很方便的解决了。

总结下来：在这一年的工作中接触到了许多新事物、产生了许多新问题，也学习到了许多新知识、新经验，使自己在思想认识和工作能力上有了新的提高和进一步的完善。在日常的工作中，我时刻要求自己从实际出发，坚持高标准、

严要求，力求做到业务素质和道德素质双提高。

因为热爱自己的工作，所以必须要保持精通本岗位的专业知识和业务技能，熟悉有关行业规范，关注行业的发展趋势。时刻保持强烈的创新意识。

钢铁纪律预示着非凡的成绩，遵守规章制度，坚守工作岗位，以极高的工作热情主动全身心地投入到自己的工作当中去，加班加点，毫无怨言。很好的理解自己工作和责任，履行了岗位职责，能够高质、高效的完成本职工作。为本部门的工作做出了应有的贡献

过去的一年的整体上是紧张的、忙碌的、充实的，也是充满责任心的一年。展望新的工作年度，希望能够再接再砺，同时也需要再加强锻炼自身的设计水平和现场协调能力，在以后的工作中与同事多沟通，多探讨。多关心了解其他部门的工作性质，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，要继续在自己的工作岗位上踏踏实实做事，老老实实做人，争取做出更大的成绩来，为公司带来更大的效益!

在以后的工作中要保持着良好的心态，不怕苦不怕累，任劳任怨。

多付出少抱怨，做好自己的本职工作。在以往的工作当中也存在着不足，争取改正以往的缺点，总结经验吸取精华，分析失败原因和工作当中的不足，为明年的工作做好战前的

准备!

新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战!我将不断地总结与反省，不断地鞭策自己并充实能量，提高自身设计水平与现场协调能力，以适应时代和企业的发展，与各位共同进步，与公司共同成长。

相关文章：

1.家装市场活动总结报告

2.商场活动总结报告保安

3.团活动总结报告

4.读书月活动总结报告

5.商场五一活动总结报告

6.车展活动总结报告20XX

7.活动总结报告4篇

8.社区服务活动总结报告

活动总结报告怎么写

年会活动总结报告

第4篇：家装产品销售心得

用户之所以能够订购我们的产品，首先是认可我们的产品以及信任接待自己的人员。

平时我们去买一样东西的时候，产品虽然相中了，但还是想砍砍价格找找心里平衡!这时，我就会想方设法挑产品的弱点去攻击或者拿另一个店里的价格来做对比，把价格杀下去。相同，客户进我们店里，只要愿意和我们深入的谈价格就已经说明对我们的东西感兴趣了，大部分不过是想找一下心里平衡。(也有很多例外的客户，具体的就要自己甄别了)客户进店后最好在半个小时内拿下，即交付定金。在这段时间内我们首先要展示我们专业的一面：

一、专业橱柜公司： 在商丘市场上，很多用户对xx做橱柜都表示怀疑，认为xx就是专业做家电其他的都不行。我们第一步要做的工作就是给用户释疑，数字化生产基地展示图、中国首批橱柜名牌证书、橱柜专业委员会会长证书、首批“十环”认证证书、国家住宅产业化基地证书等等，这些都是最能证明xx是中国最专业的集橱柜设计、加工、制造、经销商之一。

二、专业设计师： 从厨房开始，旁征博引以诚恳客观的角度介绍一下整体厨房的设计，给客户一种很专业的感觉，以取得用户的信任。先从厨房里的施工步骤说起，贴瓷砖之前应该先改造厨房水电布局。水电改造应该有专业橱柜公司设计好整体橱柜后，再按照设计方案改造水电路，以达到最理想的水电布局。因为厨房里的电器比较多，有油烟机、消毒柜、电磁炉、电饭煲、微波炉、豆浆机、电饼铛、电热水壶等等电器，除此之外还有垃圾处理器、净水机、燃气热水器很多东西。以前厨房里都是用插线盘接出来，那样不但不美观，而且还留下了很多的安全隐患。

xx整体厨房是从实用—美观—舒适 的角度出发，把橱柜与电器有序的结合，再配合人体工程学进行合理的开发和设计，从而能够为您量身定做一套舒适—实用—美观的整体厨房。

打消用户的疑虑之后，紧接着再把xx的十大竞比点给用户讲解一番。讲解的时候最好有可以对比的实际物品，比如找一些其他厂家的pVC踢脚板、柜体截面板、水盆铝箔样本等。

做销售就是做人，只有让客户认可你这个人，下一步才好销售给他你的产品。在讲解的时候要站在用户的立场上，去解决她以前厨房里的出现各种问题，说明xx橱柜是如何规避(在这里我没有用“解决”这个词，是为了下一步给用户说明xx已经替用户考虑到了这些问题，并且在设计和加工的时候采取了规避这些厨房中常见问题的措施与工艺)这些问题的。然后寻找一个切入点进一步讲解厨房订购和使用中需要注意的细节。即使一个插座我们也要从使用中的舒适度来分析，为什么这个插座需要离地这么高，美观还是实用?(引入人体工程学的概念)。

用户进店以后要想方设法的留住客户，拖延用户在店里停留的时间。不要总是与用户商谈厨房中的事情，在大多数用户的眼里，厨房就是几个柜子而已，没有什么可深入探讨的。这时我们可以引导用户到休闲区,(没有休闲区的店面引导用户到接待桌)给用户倒杯水好好的聊一聊。从厨房到餐厅、客厅、卧室、洗手间的设计风格如何界定，色彩与材料的选择和甄别;然后再从水路如何改造、强电和弱电如何布置到隐蔽工程的重要性等等。聊天的过程中套出用户的职业和基本收入、房子地址，具体户型等，然后让设计师按照用户给的基本户型快速出一套方案(

5、6分钟)。利用设计师出图的

5、6分钟的时间与用户聊聊，如果客户是位中年男士(分清楚客户类型公务员、官员、公司经理、职员、商人等)，一般除用户本人的职业和喜好外，多聊一些股票、地产、本地或国际政治总是没有错的。最近又出什么利好的消息了，现阶段和以后的股票走势如何?本地房地产业和国内房地产业的差异、美国金融危机对我国金融和实体经济的影响等等。不要认为和用户聊这些是浪费时间，我们的目标就是让用户订购你的东西，而这些都是前提。如果用户有时间也有兴趣和你唠叨这么多，只能说明你是幸运的，他已经认可了你!甚至是欣赏你!

如果客户是位女士，除了分清楚客户的类型外，还要从用户的着装和化妆方面去分析用户的喜好、品味、审美观等。这样在讲解的时候就知道了从什么方面入手，实用性、可观赏性还是体现高品味等。重复上述话题，在闲聊的时候，如果客户是亲自下厨，我们就从使用的舒适性，色彩带给人的心情和愉悦性等开始;如果用户对流行的元素比较感兴趣，我们就从客户身上的着装作为切入点，市场上流行的服饰、本届法国时装周上有什么新颖和创意的作品、瑞丽的那一期有好东东等等…

第5篇：家装销售岗位职责

家装销售岗位职责

【篇1：家装业务员岗位职责】

万工装饰市场部拓展员岗位职责：

1、认真遵守执行公司制定的各项管理规定及制度。

2、保持良好的职业道德，努力维护公司形象，保护万工装饰这个品牌。

3、站好万工对外宣传的第一把岗，积极对外发放万工宣传资料，提高万工装饰的知名度与影响力。

4、熟悉江阴市场上各新楼盘的基本信息，包括小区位置、小区规模、户型特点、交房时间。

5、努力配合设计师对业务信息的反馈与跟进，做好设计师与客户之间的沟通桥梁，积极参与谈单，提高签单率。 6、积极完成公司下达的各项业绩指标。

7、充分利用好现有客户资源，依靠小区样板房展示进行口碑营销。 8、准确定位万工的客户群体，锁定目标市场，通过售楼员、物业、开发商等多种渠道开拓和建立新的客户信息。

9、及时了解客户需求、行业趋势，并积极做出合理的回应。

10、积极主动的完成上级领导交办的各项工作，并且及时汇报结果。

【篇2：家装部岗位职责】

一、工作原则

1、以公司信誉、利益为出发点，市场为导向、客户为中心。

2、诚实守信、品德高尚、热诚服务、勤奋努力、团队精神、开拓创新。

二、工作范围

1、公司市场开拓。 2、客户信息管理。

3、市场调研，开发方案的制定，安排实施。

三、管理范围

1、完善市场管理制度。

2、业务员日常业务活动的指导、招聘、培训。 3、营销网络的维系，拓展。

4、业务员业务行为与业绩的考核。

◆市场部人员岗位职责

一、部门经理岗位职责：1、守国家法律及公司的各项规章制度;2、管理部门，协同全体员工完成公司下达的各项任务;3、按期对员工进行培训、案例分析;4、指导监督市场部主管抓好小区管理;5、巩固已开发小区的同时开发新小区使工作有延续性;6、重点落实团购装修合作事宜;7、重点落实大型房产公司楼盘的样板房合作事宜;8、准确掌握市场动向、分析市场发展及时定位市场的航向;9、分析竞争公司优势并及时总结出应对方案，及时反馈给公司;10、逐步建立房产、建材、装修等市场部门共同合作的网络;11、协调设计师、施工队、企划公司各职能部门共同发展名门世家品牌12、监督促进协调各小区施工队及工程部的关系，坚守第二营销阵地;13、管理部门同时协助市场部主管、开发项目负责人同业主洽谈，扩大市场的整体业绩;14、以名门世家品牌为核心发展开拓加盟店及直营店发挥品牌效益;

二、市场部主管岗位职责：1、遵守法律制度及公司的各项规章制度;2、协助部门经理完成公司下达的各项任务;3、各小区合作方式的起草协议书的落实;

三、市场部经理助理岗位职责：1、遵守国家法律及公司的各项规章制度;2、协调部门经理、市场部主管、开发项目负责人开展工作并为其提供服务;3、日常工作管理;

四、营销人员管理办法：1、家装顾问每日下午应将当日业务情况以日报表方式向上级主管汇报，并根据情况提出合理化建议。2、高级家装顾问(开发项目负责人)每周日应整理本星期区域业务进展和完成情况。分析原因，以书面方式向上级主管汇报，并根据情况调整业务战略。3、家装顾问不得回答客户的专业性

问题。4、家装顾问不得随意答应客户任何的实质性要求。5、家装顾问对公司及保障性应实事求是，不得夸大。6、员工应遵纪守法。7、根据上级指定分配的工作与职责，接受上级指导。8、尊重同事的职责，本着分工合作精神，互为联系，力求配合。9、公司的宣传资料除正常运用外，不可另作它用。10、应保持个人仪表，衣着。11、在外进行业务期间，不得私自利用公司名义从事其它工作。12、确保业务机密。13、不得积压任务。14、善尽职责，防止一切可能发生的有损公司的危险及损害。15、对每一问题多思考、努力贡献智能。16、维护公司权益与信誉。17、根据平时实际情况，提供合理化建设。18、反馈信息应力求称谓、数字准确无误。

五、营销人员职责：1、认真遵守执行上级主管制定的各项管理规定及制度，按时报到，接受上级主管当天的工作安排。2、保持良好的职业道德，热情礼貌地与客户沟通，不得兼做其他公司的业务。如有发现者扣除全部工资，同时给予开除处理。3、积极完成公司下达的个人经营指标，保证信息的有效。4、努力配合设计师对业务信息的反馈与跟进，参与谈单，提高签单率。5、负责公司对外广告宣传，对外发放公司宣传资料，提高公司知名度。6、不得用任何方式购买业主电话单，不得用电话或其它形式骚扰业主，一经发现罚款100元—200元(暂不实行)。7、积极帮助客户做力所能及的事。

六、项目开发负责人(高级家装顾问)岗位职责：1、严格遵守国家法律及公司的规章制度;2、每一位高级家装顾问都应具有高度的职业道德及敬业精神，在小区内时刻维护公司利益和公司形象，不得泄露公司机密;3、每一位高级家装顾问必须把每日搜集到的客户名单及客户与设计师沟通的情况如实上报给市场区主管。

◆日常工作管理：为了加大管理力度，保证日常工作的正常开展，完善市场部内部管理制度的规范化，使制度更加明朗化，特制定以下条例，以此来约束并提醒全体员工自觉遵守。

一、日常行为准则：1、每日按时上班报到，迟到者罚款10元/次，连续3次以上者，扣除当月底薪;2、有事需向部门经理请假，无故不到岗者，视旷工处理，10元/次，连续累积3次以上者给予500元处罚;3、衣装整洁，保证以良好的精神面貌及精神状态上岗，违者5元/次;4、每星期五上午业务人员自觉准时返

交“市场部周总结表”及每月月底每位员工的述职报告，不按时上交者50元/次;5、每星期五上午必须按时参加部里组织召开的周例会，无故不到岗者视旷工处理;6、有事情向部门经理请示，擅自做主造成公司利益损失后果自己承担，视情节轻重予相应的处罚，严重者给予开除处分;7、办公区域内大声喧哗，嘻笑打闹，不注意言谈举止，损坏公司形象的10元/次;

二、业务行业准则：1、爱护所在小区的宣传用品，部门固定宣传资产按时发放及回收，违者视具体情节给予100元-500元罚款，严重者给予开除处分;2、

业务人员擅自脱离岗位，无故不到所辖小区内巡视、联系业务，一经核实给予50元/次警告处分;3、与客户商定洽谈业务时间，由于我方业务人员不守时，自己的过失造成流失等，视情节轻重，部

门经理将给予相应的处罚;4、业务人员虚报业务情况，一经核实给予严重警告，100元/次;

三、办公室(市场部经理助理)的工作环境：1、负责办公室内所有表格的整理及规划;2、负责每日记录每位员工每日到岗情况并及时向经理汇报;3、负责市场部所有员工的个人档案整理及存放工作;4、负责每星期五上午催交业务员周总结表并进行汇总;5、负责每月月底整理员工的述职报告;6、每日记录经理每日或近期工作安排及计划，提醒并协助经理完成相应工作任务;

四、业务管理：1、负责发放、记录相应宣传物品的使用情况，并负责记录小区内布展物品的发放及回收工作;2、负责将已拿到手的住户名单整理并归档，有计划地进行拜访;3、将客户有层次的整理入档，并定期进行回访，征询客户意见，整理汇总后上交经理;4、各已开发、将要开发小区建档立案，重点跟踪落实;5、项目开发负责人、设计师与业主协调安排落实工作;6、洽谈后对设计师业主的回访工作进行后对项目开发负责人反馈信息工作;

五、小区管理：1、新开发的小区在入住前七天完成入住布展工作包括入住需知的印刷、布标、条幅、展板、收费等相关事宜;2、对已开发小区的项目开发负责人和小区形象的管理;3、在巩固已开发的小区的同时，开发新小区，使工作有延续性;六、随时巡查各小区解决各小区的开发问题;七、监督小区设计师到岗及出图时间;八、搜集、追踪、落实各项目开发负责人与业主、设计师洽谈情况及进解决问题(不超过两天);九、监督、管理各小区施工队，发现问题及时同施工队工程部经理协调解决;十、收集、汇总、反馈所管辖小区的竞争公司物业售楼、客户等各种信息并提出解决的方案;

工作职责：

1、负责所划分辖片区的家装公司、设计师渠道的开拓和维护工作; 2、经常性走访各家装公司，通过各种渠道与其主要设计师进行有效沟通，建立良好合作关系;

3、积极跟进各家装公司设计师的签单情况，掌握、分析客户动态，主动跟进、积极协调，提高市场占有率;

4、全面了解竞争品牌的各项推广活动、家装配合方案及签单情况，及时向上级汇报，并快速制定相应策略;

5、及时推荐公司新品，并向设计师提供产品资料，做到快捷有效的出样维护及更新。

：

1、有建材行业(卫浴或地板或瓷砖)销售工作经验者优先考虑，男女不限;

2、服从工作安排、具有很强职业道德、工作责任感和主动性强，诚信务实;

3、具有较强的人际沟通能力和团队合作能力，有良好的服务意识与敬业

工作职责：

1、完成公司下达的销售任务。 2、负责维护并开发合作装饰公司，促成销售及促进品牌宣传。 3、掌握各装饰公司的相关政策，根据市场变化，提出具体销售方案。 4、认真贯彻执行公司销售管理规定和实施细则，学习掌握产品销售技巧，不断提高自身水平。 5、熟悉市场销售特点，与装饰公司建立稳定合作关系，积极配合装饰公司的活动，积极完成销售任务。 6、负责对本区域内装饰公司进行产品品牌推广和销售。 7、负责家装公司的款项回收，减少资金风险，发现问题及时汇报。 8、负责本区域内各家装公司的销售协调工作和沟通工作，及时解决工作中出现的问题。 9、协助制定本区域内家装公司对公司产品的销售计划，并分解实施。 10、熟悉掌握公司产品知识，准确无误的向家装公司传达信息并做好家装公司销售人员的产品培训。 11、做好自身工作计划，有计划的做好各项工作。 12、建立本区域各家装公司档案。 13、定期对本区域家装公司状况进行总结和分析，提出合理的销售计划。

其他任务。

、完成领导交给的 14

【篇3：家装公司岗位职责明细】

出师表

两汉：诸葛亮

先帝创业未半而中道崩殂，今天下三分，益州疲弊，此诚危急存亡之秋也。然侍卫之臣不懈于内，忠志之士忘身于外者，盖追先帝之殊遇，欲报之于陛下也。诚宜开张圣听，以光先帝遗德，恢弘志士之气，不宜妄自菲薄，引喻失义，以塞忠谏之路也。

宫中府中，俱为一体;陟罚臧否，不宜异同。若有作奸犯科及为忠善者，宜付有司论其刑赏，以昭陛下平明之理;不宜偏私，使内外异法也。

侍中、侍郎郭攸之、费祎、董允等，此皆良实，志虑忠纯，是以先帝简拔以遗陛下：愚以为宫中之事，事无大小，悉以咨之，然后施行，必能裨补阙漏，有所广益。

将军向宠，性行淑均，晓畅军事，试用于昔日，先帝称之曰“能”，是以众议举宠为督：愚以为营中之事，悉以咨之，必能使行阵和睦，优劣得所。

亲贤臣，远小人，此先汉所以兴隆也;亲小人，远贤臣，此后汉所以倾颓也。先帝在时，每与臣论此事，未尝不叹息痛恨于桓、灵也。侍中、尚书、长史、参军，此悉贞良死节之臣，愿陛下亲之、信之，则汉室之隆，可计日而待也

。

臣本布衣，躬耕于南阳，苟全性命于乱世，不求闻达于诸侯。先帝不以臣卑鄙，猥自枉屈，三顾臣于草庐之中，咨臣以当世之事，由是感激，遂许先帝以驱驰。后值倾覆，受任于败军之际，奉命于危难之间，尔来二十有一年矣。

先帝知臣谨慎，故临崩寄臣以大事也。受命以来，夙夜忧叹，恐托付不效，以伤先帝之明;故五月渡泸，深入不毛。今南方已定，兵甲已足，当奖率三军，北定中原，庶竭驽钝，攘除奸凶，兴复汉室，还于旧都。此臣所以报先帝而忠陛下之职分也。至于斟酌损益，进尽忠言，则攸之、祎、允之任也。

愿陛下托臣以讨贼兴复之效，不效，则治臣之罪，以告先帝之灵。若无兴德之言，则责攸之、祎、允等之慢，以彰其咎;陛下亦宜自谋，以咨诹善道，察纳雅言，深追先帝遗诏。臣不胜受恩感激。

今当远离，临表涕零，不知所言。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！