# 公司新入职装修员工年终个人工作总结【三篇】

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-01-07

*&nbsp公司是指企业的组织形式。营利性的公司协会。它在资本主义社会得到了高度发展。中华人民共和国成立后，中国对私营公司进行了社会主义改造。中国工商、建设、交通等部门实行独立经济核算的经营管理机构和一些城市按行业划分的专业管理机构也通称为公...*

&nbsp公司是指企业的组织形式。营利性的公司协会。它在资本主义社会得到了高度发展。中华人民共和国成立后，中国对私营公司进行了社会主义改造。中国工商、建设、交通等部门实行独立经济核算的经营管理机构和一些城市按行业划分的专业管理机构也通称为公司。 以下是为大家整理的关于公司新入职装修员工年终个人工作总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！

**【篇1】公司新入职装修员工年终个人工作总结**

　　时间过得真快，不知不觉中已经已经工作了几个年头了，回首过去几年工作，平下心来，总结自己工作成绩和收获，找出工作中的不足和失误，以在今后的工作中再接再厉或汲取教训总结经验，下面是我的工作总结：

　　>一、协助做好信息收集工作

　　在实际工作中资料的搜集和管理是一项非常琐碎的工作，尤其是在施工单位提供资料不及时、不完整的情况下，催促施工单位完善施工资料并上报监理部是每一个监理人员应尽的职责。

　　为了更全面的编写会议纪要，在出席监理例会的情况下，都认真做好会议记录。会议纪要是会议内容的精辟阐述和高度概括，高于会议纪录，这中间涉及至口头用语向专业术语的转化问题和必须全面的概括，因此认真做好记录更好的查漏补缺，更有利于会议纪要的精辟阐述和全面高度概括。

　　监理月报的大部分数据来源于施工当月各方面实际情况，其中包括：工程进度过程中各种工、料、机动态情况;工程质量方面检验批质量验收及分部工程验收情况;安全文明方面当月施工安全存在问题及对存在的问题采取的措施和预控等。在做月报之前，我都会认真的总结当月各种实际情况，反馈给资料员，只有这样监理月报才能更准确无误的反映工程实际情况。

　　>二、对工程施工建设的质量控制

　　做好充足的事前控制工作。认真熟悉工程图纸，了解设计意图，明了施工过程的主要工艺流程、工程特点，以在各种验收过程中做到未雨绸缪，能够及时的发现并纠正工程中存在的问题，尤其是工程的总体概念，要多方对照建施图和结构图才能全面的把握施工状态，才能少出或不出纰漏，才能真正的做好事前控制工作。

　　在事中控制中所做的工作。针对所有进场材料、半成品等，我除了做好对照标准和设计要求核查由施工方提交的相关报验资料进行核查外，还做好对材料进场时进行必需的其外观质量目测检查，对有在外观质量上不符合要求杜绝用入工程中。

　　针对在工程关键部位的施工时，做到提前到达旁站位置，检查施工准备工作，并旁站施工全过程，及时、完全真实地作好书面的旁站记录;对一般施工的各道工序作业，做好日常的巡视、巡检、检查工作。工程监理个人工作总结对各施工过程中的巡视、巡检、检查所发现的问题，及时采用口头形式或书面形式通知施工单位工程项目管理部，做到发现问题及时向总监代表汇报，并督促施工单位落实整改及进行再次的复核检查，尽自己努力做好质量的事前与事中的控制，尽职尽责地做好我应该做的工作。

　　>三、对安全文明施工控制方面的工作

　　在安全管理过程中，我深深地体会到安全要以预防为主的观点，就是要工作做在前，因为事故是不可预测的，但是是可以预防的。建立相应的健全的检查制度，发现隐患及时整改。监理人员在施工现场对于安全有不可推卸的职责，我除了做好日常的安全检查工作及监督和管理(相关资料记录存档整理)工作外，坚持对施工单位的安全管理人员要求做好日常安全教育、技术工种的安全技术教育和岗位安全技术交底工作的检查，每月进行定期或不定期的形式进行现场施工安全状况全方位检查，并做好安全检查记录台帐存档，并在每季度组织做好安全大检查工作。

　　针对公司对工程安全控制所提出的要求，加大了监督管理的力度，对存在的问题及时下达整改通知书，要求施工单位进行整改，并督促整改，及时进行再检查。

　　总之，对于工程施工建设监理过程中的质量控制尤其是对安全文明生产控制的具体工作做法，我的体会是必须做到“四勤”制：眼勤，要能提前发现问题;脚勤，多在现场转、巡、查;嘴勤，对发现问题要多讲;手勤，及时做好相关记录下达书面监理工程师通知单。加强巡视工作，加强过程中的控制，才能更好地保证工程的安全生产。

**【篇2】公司新入职装修员工年终个人工作总结**

　　入职已有二个多月，通过这段时间对各部门、各分店的深入了解、沟通,对我司的发展创业史、企业文化、管理架构、制度、运营模式等基本上有一定的了解，最重要是对公司以前大型促销活动方案及卖场管理资料的阅读，对现阶段区域市场内竞争对手的调研，并亲身参与一系列促销活动的策划、监督及执行，基本上认清我司现阶段市场竞争所处的环境及优劣势。现就本人入职以来的工作进行总结，同时对职内工作提出个人意见和建议：

　　>一、工作回顾

　　1、继续阅读公司的各类文件和操作规程，对公司的企业文化、组织架构、规章制度、运营管理等进行学习及领会;并对本职工作的工作范围、操作流程等进行深入了解。

　　2、在短时间内溶入本部门团队中，并成功的参与了本部门各类促销活动的策划、监督及执行工作，如：创维以旧换新;家家乐颂师恩、贺中秋活动;贺司庆、庆国庆活动;新塘店新装启航;国美重开应对活动等。

　　3、在活动执行期间，深入各分店了解活动进程及效果，对区域竞争对手进行调查分析，针对对手同期内的促销策略，及时反馈信息;并参与了汤总为首的营销部、采购部、分店负责人的应对会议，提出个人建议。

　　4、整理各分店国庆期间促销活动的各项数据、图片及在执行中的亮点与不足等相关资料，对贺司庆、庆国庆活动从筹备——执行——后段跟进等事项进行全面、具体、形象化的总结，得到相关领导及同事的认可。

　　5、在促销活动期间字幕广告制作上，我建议极大的采用三维动画效果，生动的体现我司的促销内容及优势，给予了观众及消费者对家家乐一种新的认知观;在各项宣传物资设计上，我也给予不少的创新及建议，使画面更加美观、生动，吸人眼球，更好的传达我司的企业形象及活动内容。

　　6、通过对公司以前各项广告制作费用的查看，并对现阶段广告制作市场调查及取证，重新制定宣传广告及促销物资制作价格，极大的控制了宣传制作成本，在一定程度上为公司节省开支。

　　7、对卖场内外气氛营造及导购员形象塑造提出相关建议。如：对于日新新的场外舞台布局进行调整，使其更能抢眼，吸引人流;建议新塘店卖场内五个旧的形象牌进行翻新制作，提高卖场环境，更能传达新塘店重整装修后的“全新形象、全新定位、全心服务”的定位。

　　8、整理我司原有企业专题片(约10分钟)及30秒形象广告片题材，结合我司现阶段广告诉求，重新修改调整，在尽可能传达我司的经营理念及员工精神面貌，强化我司的优质服务、全程无忧的前提下制定了新的提案，而且在原有价格下降低制作成本。

　　9、为了进一步更好、更有效、更低成本的宣传我司企业形象及各项促销政策，提升我司知名度及商品销量，优化市场竞争力，通过对区域市场各项宣传推广途经调查分析，在汤总的指导下，撰写了《公交媒体投放提案》，并积极的与公交车公司协调，降低投放成本。

　　10、积极、认真的参予了公司组织的余世维老师的《职业经理人》、周嵘老师的《面对面顾问式销售》等课程培训。并从中学习了不少管理及销售知识，领悟出不少的道理，更明白企业的竞争力有一大部分来自知识的竞争、团队协作的竞争。

　　>二、公司现阶段市场环境分析

　　(一)区域外围环境分析：外围的家电连锁大鳄步步逼近，在不断的蚕食二、三级市场。国美、苏宁、永乐在广州、东莞等地区不断扩张，几大巨头的促销、降价、打造星级服务的炒作一浪高过一浪，掀起了一场又一场家电行业恶战，对我司区域市场造成了很大的冲击，对我司的运营模式及市场竞争力掀起了新挑战，迫使我们不断优化商品结构、调整价格定位和改善服务，在一定的程度上降低我司的毛利率，及分割了我司部分原有的市场份额。

　　(二)区域市场环境分析：

　　1、荔城片区好万家：取代银精灵后，面对激烈的市场竞争，一开始采取在电视广告、报纸、单张上投入较大的宣传力度，虽对我司造成一定的冲击，抢占了一部分市场份额，但随着市场竞争的白日化，总体情况也不容乐观，知名度、商品结构、同类商品价格、促销策略、地理位置等系列负面原因导致好万家人流量少，销量也不见起色，预计未来阶段很难打开市场与我司抗衡。金天地：重新进行布局和调整商品结构定位后，提升了店面形象、改善了卖场气氛，增强了小家电、影音商品等系列优势，并加大在广告方面的投放及制作，在一定程度上抢占了华农批附近市场及部分农村市场。

　　亚伟华帝专卖店：以专营专业厨卫定位，以较丰富、时尚的厨卫商品和较合理、新颖的布局，借助强势的厨卫品牌和厂家资源，以快捷、完善的售后服务及亚伟燃气的品牌积蓄打开市场，获得了部分消费者的认同，抢占了一部分厨卫商品及其他小家电的占有率。其他：人人乐利用超市的人流量及舒适的购物环境抢走了部分客源;新泰新空调则在工程机方面继续发挥它的优势。

　　2、新塘片区国美：十月一日进驻新塘，国美电器开业前期虽投入了大量的电视广告宣传，但最终由于装修进度跟不上，开业伧促，加之期间促销力度又不大，导致国美又于15日重开，重开业当天在人气方面取得了较大的突破，也得到了不少厂家的支持，但总体销售情况也不高;卖场内商品结构与商品价格与我司基本接近，国内连锁的优势体现得不很突出。开业后期，销售量也是持低，形式也不容乐观。不管在今后面对面的竞争如何进行，也不管国美的商品结构、商品价格、促销手法、服务内容是否与我司相同，但是国内连锁毕竟有强大的厂家资源做后盾，是不容我们忽视的。

　　我们要时时警惕国美，跟进国美，在适当的时候发挥我司本土企业的资源优势打击他。永乐：一方面，做为我司新塘店面对面的竞争对手——永乐电器，今年来在促销方面显得有点有气无力，疲惫不堪。基本上看不到较大的促销动作。连国庆促销黄金期间，也只在场外展示几套家庭影院产品，没有进行文艺表演，场内气氛也与往常没有什么区别;再由于我司超低价热卖、文艺表演及其它促销活动抢了先机，导致永乐人流量极少，爆冷门。另外一方面，永乐虽然是我司面对面的竞争对手，但由于与我司地理位置接近，便形成了新塘家电业最大卖场的所在地，容易聚集目标消费，为打击国美创造了无形优势。其他：传统批发商“荣丰、新智华”则凭借在新塘十多年的经营经验和一定的顾客群及销售网络，也抢占了部分市场份额;新客隆则利用超市人流量及舒适的购物环境抢走了部分客源。备注：由于本人没有接触河源市场，暂没有进行调查分析。

　　>三、相关工作开展建议

　　(一)市场推广

　　1、宣传推广：如今家电市场竞争越演越烈，我们在宣传推广方面也应当以新、奇、好的画面、声音(电视、报纸、dm单张、广告语、广告画、海报等一系列宣传媒介)来吸引消费者眼球，拉近与消费者距离。对于现阶段我司的宣传方面，我建议如下：

　　a、电视广告。广告词尽量多加锤炼，以煽情、简洁、明了、顺口为原则，字幕广告以三维动画形式出现，色彩丰富，视觉冲击力大，尽量区别于竞争对手的生硬宣传手法，形成一种家家乐特有的宣传方式，生动、形象的传达我司的形象及促销内容，引起消费者关注及共鸣。

　　b、平面广告。平面类如舞台背景画、车身广告、报纸、海报、dm单张、横幅等宣传物资的设计及取材，我们应增加了新的元素和创意，使画面更加美观、吸人眼球;而dm单张、报纸、现金券等在此基础上设计相关卖点使消费有保留价值，这样不但更好形象化了我司活动内容，更而美化我司形象，提升企业的知名度。

　　c、形象片及专题片。加快我司企业专题片和30秒形象片的拍摄制作工作，尽快在区域内各电视台投放我司的形象广告，宣传我司的经营理念和优质服务等内容，强化我司的大众认知度、服务形象及美誉度，抢在各大家电卖场前，提前造势、提前以服务理念奠定客户的忠诚度。在卖场及其他公众场播放我司的企业专题片，让消费者零距离的了解家家乐的创业史、公司实力、企业文化、运营模式、厂家资源等信息，进而关注本土企业的家家乐的成长和发展。

　　d、公交广告。针对公交车媒体广告有针对性强、流动性强、视觉冲击力大、到达率高、覆盖面广、直观性及可信度高等诸多优势，建议开展公交车媒体投放，进一步更好、有效、低成本的宣传我司企业形象及各项促销政策，提升我司知名度及商品销量，优化市场竞争力。

　　2、促销推广：

　　a、促销策略。因为家电业促销策略基本上都是限量销售、争相抢购;限时购买、创造高潮;赠送牵制、销量倍增;广告前置、提前造势;歌舞互动、拉动高潮等方式，而消费者对此都熟耳能背，产生不了太大的吸引力。我们不如在此前提下，尝试性开展出位创意、烘托节日氛围;文化营销、传达品牌内涵;互动营销、增强品牌亲和力;差异促销、激发售卖潜力等方法以一种另类或比较新鲜的手法来赢取消费者的关注。

　　b、卖场内外气氛的营造。搞促销先要聚人气才会有商机，首先我们要根据活动规模的大小搞好拱门、汽球、舞台、彩旗、赠品堆头、特价堆头等场外气氛营造，以最抢眼位置、最抢眼的布局来吸起过路人的逗留。卖场内气氛要靠特价机、热卖机与赠品等优势商品的合理展示体现出来，吸引他们的注意力，再以超值、附加值的手法打动消费者的心;场内装饰也要根据季节或节日的不同有所调整，让顾客一入店就有节日喜庆的感觉，很快激发他们假日消费欲望、促成消费;卖场人员形象也有待提高，可以加强礼仪及导购能力的培训力度，提高整体素质。

　　c、加强执行力。各分店对方案的执行不够到位，有待加强各分店人员对总部促销方案的理解能力及自身的促销策略的技能。最好的方案，假如执行不到位，那促销的力度就大打折扣，效果也很难发挥出来。

　　d、异业联盟。根据不同的节日，可以联盟区域内电信、汽车、家居、报社、电视台等行业伙伴进行整合促销，借助各行业积累的固有客户群体和宣传、场地、企业形象等其他资源开展一系列互动促销活动，让利消费者，引起大众关注。

　　3、人力资源：加强营销管理部市场推广人员技能的提高，有必要招聘一个市场促销人员下驻新塘，及时了解行业动态，配合新塘店促销活动的开展;平面设计水平也有待提高，情况允许下，也可以招聘一名有专业水平的设计师，重新对我司平面类广告进行梳理，制定一套家家乐符合自身需求的设计风格。

　　(二)服务方面当今家电业的市场竞争中，商品种类、质量、价格雷同，透明度也越来越大，价格优势、规模优势、商品结构优势也很难体现出来，而服务就是今后竞争中可塑性较强的一把利剑，服务的优劣，最终决定消费者的购买动机。优质的服务和灵活的销售技巧在一定程度上，还可以弥补商品的不足。而优质服务不止是一个员工，一个分店、一个售后网点可以体现出来的，而是靠企业不断提高全员素质，不断的植入服务理念，以优质的售前、售中、售后服务来体现出来，提升企业整体素质，打造团队的竞争力及美誉度。商品结构、财务管理、人事管理、售后服务等其他方面由于本涉足较浅，暂保留看法。以上拙见是本人的工作的一点感想，由于所站的位置、角度不同，难免有些出入，请领导给批示和指导。

**【篇3】公司新入职装修员工年终个人工作总结**

　　XX年转眼间就这样过去了，在过去的一年中，\*\*装饰公司的业绩较往年业绩出现了较大的增长，公司的发展也越来越被看好。虽然受金融危机的影响，全国楼市普遍不景气，售房量较往年并没有大的增长。不过我们\*\*装饰公司在经过数年的发展之后，在业界已经有了一定的名气，在加上我们的工作态度以及质量，我们公司取得大的发展并不奇怪。

　　XX年是\*\*装饰公司三年发展战略的第一年，公司全体同仁围绕企业的战略目标，按照\"思想观念创新、经营思路创新、运营管理创新\"的要求，努力拼搏，在广大项目经理的支持和信任下，视困难为考验，化挑战为机遇，在经营业绩、企业管理、品牌建设等方面均取得了喜人的成绩。

　　>一、注重企业人才建设，增强企业竞争力

　　公司建立健全薪酬和绩效考核体系，编制完善《员工手册》，初步形成激励机制，努力形成\"公平公正、广纳群贤、人尽其才、能上能下、充满活力\"的用人机制。XX年公司共吸引各类人才近30名，初步实现\"吸引人才、留住人才\"的人才战略，逐步增加企业竞争力。

　　>二、加强企业文化建设，提升企业凝聚力

　　良好的企业文化才是推动企业发展的真正动力，通过企业网站、企业内刊《空间》的改版，文化宣传栏的及时更新，拓展游，摄影、诗歌、征文、羽毛球比赛等一系列活动，宣传、推广了企业文化建设，增加了员工对企业的认同感，提升了企业凝聚力。

　　>三、以经营为核心，整合资源，推行区域营销模式

　　根据公司XX\"经营年\"的战略定位，我们采取更加灵活有效、更加务实的措施、更科学的运营管理、更优质的服务，转换经营机制，优化工作流程，强化服务意识，拓宽经营范围。

　　1、全面推行区域营销模式，实行区域市场责任营销

　　根据公司历史经营数据和市场发展潜力将全国市场划分为四个经营区域，其中重点、成熟市场划分为一、>二、三区，由区域经理对其进行责任经营，明确责任与考核指标，按产值指标每季度对区域经理进行绩效考评，区域经理的绩效工资、奖金与工程产值直接挂钩，激发了区域经理的主观能动性，提高员工责任心和服务意识。

　　2、加大区域市场开发力度，完善分支机构经营管理。

　　公司进一步加大区域市场开发力度，根据公司的战略布局，XX年先后在江苏南京、无锡，山东青岛，湖北武汉，江西南昌、天津等地设立了分公司，进一步完善公司市场营销网络，为下一步公司经营规模再上台阶打下了坚实的基础。与此同时，公司注重对各分支机构的支持、服务和管理，制定实施了《分支机构管理手册》。根据《管理手册》，公司先后与北京、上海、江苏、湖北、无锡、青岛、江西等分支机构签定了经营责任书。《管理手册》的实施对构建公司与各分支机构之间的良性运行机制、明确各分支机构的经营责任、增强各分支机构的经营效能等方面起到了巨大的推动作用。

　　3、合理利用经营资源，加强经营配套服务意识，

　　为了更好地服务项目经理，提高工程中标率，我们制定了《客户管理制度》，针对项目经理的实际情况和工程的特点，从设计方案、标书评审、投标组织、预算报价、财务支持等方面给予专业的建议和相应的服务。

　　XX年，公司合同总产值50261万元,其中设计合同1376万元，实际完成产值39646万元，较好地完成了公司的经营目标，取得了良好的经营效益。在公司同仁以及广大项目经理的共同努力下，XX年，公司精心打造了潮流前线地铁商场、大庆沃尔玛购物广场、成都sm广场等商城装饰装修工程;青岛奥运帆船中心、广西钦州白海豚大酒店、武汉珞珈山国际酒店等高标准宾馆装修工程;中国凤凰大厦、洛阳高新区火炬大厦、国务院国贸委青岛培训中心综合楼等办公楼精装修工程;集智大厦、国家体育总局湛江潜水运动员公寓等建筑幕墙工程及中国农业银行总部大楼、北京地铁五号线宋家庄站等公共建筑工程。

　　通过不懈努力，公司在高档商城和酒店等装饰装修细分市场形成了一定的竞争优势，为公司的品牌建设打下了良好的基础;打开了建筑幕墙工程市场，形成了公司新的业务增长点。

　　>四、调整组织架构，改革薪酬体系，全面推行绩效考核制度

　　1、今年我们合理设置部门和岗位，对每个岗位进行清晰的岗位描述和责任要求，明确了每个员工的岗位职责，并签订了岗位目标责任书，设定考核指标，并且与员工的工资挂钩，每季度根据工作目标完成情况进行考评，分为a、b、c级，奖罚有据。

　　2、加强公司管理成本控制，实行费用预测、控制制度，实现了可控费用比预算总费用下降5%的指标要求。

　　3、加强项目管理，建立规范的项目管理体系

　　通过总结项目管理经验，编制了《工程项目管理手册》，实行项目责任经营，明确了项目部是成本中心的定位。《项目管理手册》的实施，规范、制度化项目管理工作流程;清晰岗位职责;量化、细化考核指标;明确项目管理成本任务，人性化、合理化项目考核激励机制。

　　>五、企划工作取得重大突破，全面提升公司品牌影响力

　　为更好地为经营创造条件，我们花大力气做好公司企划工作。通过努力，XX年公司先后荣获xx年度\"全国装饰百强企业\"、\"aaa信用企业\"、\"全国信息化先进单位\"、\"XX\*\*室内设计企业\"称号，共获得1项鲁班奖、2项全国装饰奖、4项省优、3项市优装饰工程奖，5个设计项目分别获得、省级、市级的设计大赛的设计大奖，彭刚荣获\"全国优秀项目经理\"、蒋剑荣获XX年度\"全国杰出青年室内建筑师\"、吴建辉和罗宁荣获XX年度\"\*\*市优秀项目经理\"荣誉称号;完成了建筑幕墙工程专业承包壹级资质升级、建筑幕墙和建筑外窗产品生产许可证的申报工作并且通过政府有关部门审核。提高了公司市场竞争力，从而为XX年公司品牌建设奠下了坚实的基础。

　　XX年我们公司的发展速度是最快的一年，所以XX年也算是我们公司的一个转折点，从XX年开始，我们\*\*装饰公司就算是正式上了发展的轨道了。今后要如何工作，大家都心知肚明了。我们\*\*装饰公司的发展就是要不断的前进，不断的努力，在不断的发展中赢取市场占有率。只要我们重管理，重质量，给客户最满意的答案，我们的公司的发展将会一直不断的持续下去!

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！