# 家具跟单的工作总结(合集31篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-05-07

*家具跟单的工作总结1这一年自己在完成工作的同时也是学到了很多的东西的，本来在去年的时候觉得自己已经掌握好了自己的工作内容，今年只要努力的去做熟练就可以了，但现在我发现每年其实都是有新的东西要学的，要与时俱进也要努力的让自己做到符合公司和社会...*

**家具跟单的工作总结1**

这一年自己在完成工作的同时也是学到了很多的东西的，本来在去年的时候觉得自己已经掌握好了自己的工作内容，今年只要努力的去做熟练就可以了，但现在我发现每年其实都是有新的东西要学的，要与时俱进也要努力的让自己做到符合公司和社会对销售助理这个岗位的一些要求。虽然说想要把工作做到很优秀的地步是有一些难度的，但我觉得只要我坚持不放弃的去学习也是能够做到这样的。

这一年自己在工作的过程中是很努力的，也因为自己的努力让我有了一些收获，我想新的一年自己也应该要保持住这样的工作状态，才能够把自己的工作完成得越来越好，自己的工作能力才能够有进步。这个岗位是有晋升的空间的，只要我能够不断的去提高自己的工作能力，在机会来临的时候就一定能够抓住机会让自己有更上一步的发展。

**家具跟单的工作总结2**

转眼间辉煌的20xx年即将离我们而去，盼望已久的20xx带着神秘的微笑正向我们招手！光阴似箭，岁月匆匆，时间伴随着我们的脚步急驰而去，穆然回首，才发现过去的一年并不能画上圆满的句号，内心不仅感慨万千，新的一年又开始了，在我们昂首期待未来的时候，有必要对过去一年的工作做一个回顾，总结以往的经验教训，以待在新的一年有所改进。

首先感谢公司的各位领导和同事给与我的信任和支持，在公司领导的指引部门领导带领下，在各位同事的大力协助下，工作上取得满意得成果。设计工作是痛苦与快乐的炼狱，每当面临重大的设计任务时充满了压力，开始搜集各种资料（包括艺术形式、色彩搭配、各种风格的设计图片等），接下来寻找设计灵感，沉思、焦灼，经过痛苦煎熬，终于有了满意的创意时倍感轻松。每当经过艰苦的磨砺，自己的劳动成果得到大家的肯定时，便是工作中最大的快乐！充满了快意。

当然，工作中的痛苦与快乐首先要求有坚定的政治信念与立场，遵纪守法，爱岗敬业的强烈责任感和事业心。

因为热爱自己的工作，所以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。

下面是我过去一年来工作回顾：考试大厦、平面方案及立面、修改样板房的平面方案、办公楼、电影院……还有几个小项目任务大小不一，处理时间长短不同但是，我都是认认真真保质保量，按时完成，尽我最大的努力做好每一份工作。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业务能力，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。争取在20xx再创佳绩，迈上一个新台阶。

**家具跟单的工作总结3**

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。要加强认真学习销售员的规范。

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XX,展望XX!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!

总之，今年我将更加努力做好自己份内的事情，并积极帮助他人。也希望公司存在的一些问题能够妥善解决。不断的开发新品，不断开发新的区域，相信公司一定会走得更远，市场占有率更高，楚天人都会洋溢着幸福的笑容。

2、总之20xx年的功也好过也好，都已成为历史，迎接我们的将是崭新的20xx年，站在20xx年的门槛上，我们看到的是希望、是丰收和硕果累累！

3、现在，门店的管理正在逐步走向数据化、科学化，管理手段的提升，对店长提出了新的工作要求，熟练的业务将帮助我们实现各项营运指标。新的一年开始了，成绩只能代表过去。我将以更精湛熟练的业务治理好我们x店。

4、总之，这一年以来，我们有得也有失，有苦也有甜，但是不论欢笑或泪水，都将会是我们每个人在xx弥足珍贵的珍藏。相信爱心社的明天会更好！

5、“人生伟业的建立，不在能知，乃在能行。”我也深信不疑，在此提出与大家共勉，共同进步！

作为一名新人销售，其实我在很多的地方都算不上上成熟。在一年末的时候，也没能做出多么出色的成绩。在业绩方面，只能算是平平淡淡。但是作为一名员工，我也在积极的跟进公司的发展，一年中我积极的提高自己的销售能力，提升自己的能力。针对自己的客户群，我也一直在维护。虽然没能赶上旺季销售，但是在后面却有了不少的提升。

现在，反观这一年的工作，自己在过去的时候能做的其实还有很多，可惜自己当时没有这样的经验和能力。现在，虽然自己的能力有所上升，但是为了防止下一次再次出现这样的情况，我还是要努力的做好准备，让自己处于完全的`准备状态。做好准备，才能抓住机会。现在，我对这一年自己的工作做总结如下：

一、工作的情况

自己是在x月的时候加入公司的，在一开始对公司和产品都没有什么了解。自己的销售渠道和人脉也非常的少。

为了改善自己的情况，我积极的去记忆和了解公司以及产品，对产品做深入的了解。手机版在有空的时候，也会去请教前辈们的销售经历，提高自己的的经验。在对自己的能力做储备的时候，我也在努力的做好自己的工作，去努力的推销，去调查，根据情况一步步的改进自己的销售策略，补足自己的客户群。

在工作中，我明白自己现在最缺乏的就是能力，自己过去没有从事过家具的销售，对其中很多的重点都不是很明白，尽管有听同事们说过，但是要在实践中运用，还需要很多的锻炼。

所以在工作中我专注于这这点，找到自己不足的地方不断的改进和尝试，作为新人的我倒是不怕失败，在努力过后，自己得到的提升和经验才是现在最重要的。

二、个人的学习情况

三、总结

一年的工作尽管没有多么的突出，但是自己的成长和准备是非常的充足的，这些在下半年的业绩中也体现了出来，相信在今后的销售中，我能更加做好自己的工作，给公司带来更多的利益！

(一)不做作，以诚相待，客户分辩的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

(二)了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

(三)推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

(四)保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

(五) 确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

从入行到现在已经快一年了，下面介绍下这段时间的所得经验供大家分享：

1月份：事在人为

有老代表带了半天就开始自己去^v^扫街^v^了，经过了大半个月的跌摸爬滚，胆子大了，脸皮也厚了，但是心也开始急了。已经有2个同学成功跟公司签了协议，可以作为员工留在公司工作了，而自己呢，似乎还没有引起经理的一丝注意。就在那时候，正好遇上了公司开一个产品发布会，我被指派了两个任务：

1、会前协助经理助理购买会议用品；

2、会时负责宴席酒水的供应，却没有机会面对客户。但我并没有抱怨，每件事都跟到了点子上，没有出任何的差错。会后第二天，经理把我单独叫进了办公室，让我去体检并愿意与我签协议，原因是他认为我是有一个有责任心的人。

成绩：成功^v^卖身^v^给公司

2月份：万事开头难

成为员工后，被分到了公司的总部所在地——佛山，负责100家终端和4家医药公司。之前负责这个市场的人由于做得太差了，已经离职了。那么等待着我的是什么呢？以下是我的SWOT分析（把自己当作产品了，呵呵）：

S（优势）：无经验说明我是一张白纸，没做起来的市场也可以看作是有个空白的市场。由开始，因此存在着无限的可能。

W（劣势）：无工作经验，专业是药学，无市场营销知识。

O（机会）：新来的主管是公司去年的销售冠军，有着丰富的实战经验，我将在他那学习到最有用的销售知识；股市跌到了谷底，说明它有机会反弹了，且区域位于公司总部，只要做得好就会有发展。

T（威胁）：这个区域的市场供货渠道乱，价格不稳定，为终端工作带来更大的困难。

成绩：开始计算任务指标的第一个月，铺货店数比前人半年铺的还多，但只是因为他们懒，并非我有多厉害。

3月份：干一行爱一行

经过了一个多月的铺货，大部分的药店都已经开始经营我们的产品了，只剩下极少数的^v^顽固分子^v^依然雷打不动，而这些药店正是当地较大型且生意较哈破的店。为了把货铺进去，我只有更加频繁的拜访，不断地向他们陈述我们产品的优势。^v^皇天不负有心人^v^，终于在后来的一次拜访中发现其中一个^v^顽固分子^v^开始经营我们的品种了。回到家我把这个好消息告诉我主管，当时我主管说了一句话：^v^你会成功的，因为你已经把工作和情感连在了一起。^v^

成绩：铺货工作基本完成了，铺货率为全公司前三。由下月开始进行上量工作。

4月份：有了自信就成功了一半

拿到了三月份的奖金了，是一笔不小的钱啊，第一个月就能拿到怎么多奖金，对自己越来越有信心了。

开始要纯销了，之前的代表月销量才200多，我铺货阶段的销量也才700多，指标却要1200，要怎么才能完成指标呢？

由于我们的产品在本地来说是该领域的No。1，但好卖的产品通常都没有什么利润可赚，加上我们没有什么促销活动，首推率是达不到的了。只能在其它方面寻求突破，于是我有了以下的想法：1、我们的产品有两个规格，我们做的是大的规格，而小的规格是消费者主动购买的产品，于是我便让店员每次都先把大的包装拿给消费者，增加购买率；2、我们的产品是西药，价格便宜，能与其它中成药联合使用。于是我便做其它中成药促销员的工作，送点小礼品什么的，让她们在介绍自己的品种时搭配我们的产品联合用药。

成绩：主打产品销量急速上升，达到指标任务的150%以上，全公司该产品销量排名第二。其它产品的销量也有了不同程度的上升。

5月份：失败，一个新的起点

在上个月的销量增长的刺激下，正当我在满怀信心打算再创高峰时，突然发现我的目标门店里的货都塞得满满的。原来，虽然当时的我根本不懂得什么叫压货，但却不自觉地在月底时使用了压货的技能，却没能很好地销出去，以至现在终端这么多货。没办法，只有老老实实继续做店员的工作，店员教育，做陈列。但同时也对自己上个月的压货做了个人总结：压货对短期的销量冲刺有一定的帮助，但却会影响到后面的销售。

成绩：由于受到上月存货的影响，本月销量只有800左右，完成指标的60%而已。但两个月的\*均销量还是有所上升，因此也知道了适当的利用压货可以增加销量的技巧。

6月份：去做，而不是去讨论

由于6月份的销量统计还没出来，经理按4、5月份的销量制定第三季度的任务指标，再加上工作细分，我开始做重点产出，目标药店由原来的100家减少到60家。我的指标却无可避免的大幅度增长，达到以前的166。6%—200%。但是，积累了之前的经验，再加上终端的存货基本已经销出去了，我却有信心完成。

就在其他人都在抱怨指标太高，无法完成时，我根据我的60家药店的大小分别给它们下达了它们绝对有可能完成的任务，然后再根据月底的完成情况，把没完成任务的药店的量转交给超额完成任务的药店，最后再适当的压了点货，就这样，指标完成了。

成绩：全公司能完成任务的三人里的一个，在别人讨论指标是否太高的时候，我选择了去做，所以，我有了不同于别人的成绩。

7月份：OTC三要素，缺一不可

在完成了上个月的任务后，我的终端不可避免的有一部分存货，幸好我从6月份已经开始注意到OTC三要素（客情、陈列、店员教育）的同等重要性，在每个方面都尽量做足功夫，我的存货也在短期内销出。然后，还是按上个月的方法，把指标分解到每个药店上，于是，我再一次的完成了任务。而上个月同样能完成任务的两位同事，却由于没有计划地压货，获得了和我6月份相似的成绩。

成绩：首次成为公司月销售冠军，而且是全公司连续两月完成任务的人。而且，公司的一个一直销不动的新产品我也创下了一个销售新高。

8月份：适应一切的变化，使自己变得更强

在知道我成为上月销售冠军的喜讯的同时，也传来了一个坏消息，我的主管由于家庭的原因辞职了。我在我主管身上学习到了很多，而且也是他一直在鼓励着我，他离职了，是否会影响到我的表现呢？

后来自己想了想，能教我的，他都已经教了，剩下的，也都该由我自己去领悟了。而且，只有离开了他的光芒，我的光芒才能显露出来。那么这个月开始，就是我发挥的时候了。

成绩：主打产品基本保住了第一，但其它产品由于费用兑付不及时等原因销量普遍下滑。

9月份：Noexcuse，执行力是关键

新一季度的任务指标又下来了，而且这次的还明显不合理，按上季度的销量来分，做得好的做多点，差的做少点，但奖金却和完成率挂钩。我的指标再次上升。经理却还放出话来，由于主打产品离年度任务还差挺远的，现在可以有促销活动，但所有人的任务都要100%完成，就算压货也得完成。没办法，还得干。既然经理都把话说死了，那就没有任何借口了，只有去执行咯。反正我也已经有了压货的经验，这点儿量我还是有办法的。

成绩：成功完成了本月任务，同时也为逐步确定了年度销售冠军的位置。

10月份：想得比别人更多更远

由于上个月主打产品货都压得很死了，所以这个月把重点转为终端建设和其他产品的销售。

由于我负责的地区销量做得好，公司愿意拨出一笔钱给我做卖场的陈列。于是，我抓住了这个机会。让公司对我感到满意，期间我运用了GROW思考模式：

G（目的）：公司要求为两个指定产品做好端架陈列，为公司增加品牌知名度。

R（现在有什么）：主打产品由于我一直工作做得不差，已经陈列得非常好，其他产品由于有OTC产品但还没有OTC标志，以及保健品没有上促销员等原因，一直陈列得不太好。

O（有什么选择）：

1、可以按照公司的要求，买一个端架，专门陈列指定的两个产品。但对我的销量没什么帮助，而且一个端架有四层，只做两个产品太浪费了。

2、利用这笔费用同时做好原先陈列得不好的产品，但由于有OTC和保健品，内服药和外用药，无法陈列在同一个端架上，不过可以分开陈列，每个产品占一层端架，只是对建立品牌的效果没集中陈列那么大，但对各产品的销量增长都有帮助。

W（要做什么）：经过思考，认为第二个选择能获得效果，并尽量争取更多的利益。

最后，我除了按照第二个选择，一共做了5个产品，每个产品都争取到的位置外，还为我们的主打产品争取到了一个堆头陈列。

成绩：主打产品销量下滑，但达到公司要求的最低完成标准。其他产品普遍少量增长。陈列和堆头虽然与公司原意不同，但却获得众领导的一致好评。

11月份：做销售，没有不可能做到的事

又接到了一个新的任务：由于我们的某一个新产品在某连锁销量一直不理想，面临着退场的尴尬。这个连锁在广州，以\*价卖场为主，因为我的卖场都做得不错，经理要求我做出一个样板店来，避免退场。我这只有一家门店。之前由于他们的配送一直不稳定，老是无原因断货，我一直没有把它当作重点来做。这家连锁是出了名的不合作，广州同事做不好的原因也无非就是因为费用分配不合理，要么全给了采购，货都压在门店买不出去，要么全给了店员，却因为老是断货而影响了销量。

既然接到了任务，那我也没有任何借口，我把费用合理地安排了一下，以2：3的比例分给了采购和店员，既保证了我的药品不断货，又让店员有了帮我推荐的动力。然后我再额外申请了促销活动（经理既然让我做样板店来避免退场，自然也要答应），这样，三管齐下的情况下，我这家难缠的店也被我摆\*了。

成绩：该卖场该产品的销量增加了100%，连带着其它产品的销量也有所增加。总体成绩还没做最后的统计。

总结：

入行的第一年，以学习和积累经验为主，有幸跟在一个好主管和好经理下面学习，主管很无私地把他懂的都教我，而经理也很信任我，有很多事情都愿意放手让我去干。所以也取得了较为可喜的成绩：如果没什么意外将会是公司年度销售冠军。

展望：接下来将是以带新人为主了，因为又有一批我们的师弟进来公司实习了，他们也将是接下来的培养对象。另外16年我的岗位也将发生调整，将调回广州专门负责\*价大卖场，我将向重点客户管理的方向努力了！

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：

**家具跟单的工作总结4**

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性（地方保护）和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）；

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

很庆幸自己能够有机会加入xxxxx，在这样一支充满活力，充满自信，充满浓厚感性文化的大家庭里，让自己拥有良好\*台来展现自己；发挥自己的长处，弥补自己的缺失；不断的积累自己的业务经验与做人道理，为xxxxx添砖加瓦！至此，心里充满无限感激与期盼！

自20xx年x月x日加入xxx至今已有半年之久，侄此年度结束之时，对自己半年来的工作总结如下几个方面：

一、系统产品知识积累

由于自己刚刚加入建材销售这个行业，对于公司产品项的认识与了解有一个基本过程，从管材管件，到水暖挂件，以及地暖的发展趋势，更到沃菲尔德卫浴产品项的拓展，都在不断的说明一个问题：公司的良性发展与发展壮大！

二、业务渠道的摸索与建设：我所负责的销售区域为

迁安，古冶，开\*三个区域，从开始的初次进店拜访，到二次进货渠道店，共累计有效客户27家，其中a类店面8家，其余为b类客户。a类店面里有一家为大客户，总共半年进货额为xx余元，以温控阀单项为主，计划年底或明年初做水暖系列。27家客户的客情建设相对稳定，更会在明年的产品销售中增加产品项。

三、品牌的建设尤其重要

xxx的系列产品中，“我们只做高品质”的产品定位无论是对客户的承诺还是对产品质量的保证，都充分说明公司在向前看向远看，对此，客户也给予了较高的评价，每一款地漏，每一条软管，每一个角阀，每一米管材都体现了公司从生产到销售再到售后服务每一个环节的自我监督与对客户的保障。当然品牌不是朝夕就能建立的，靠的是执行，靠的是口碑，靠的是我们xxx团队的拼搏与努力！

四、客户永远是上帝

在保证公司利益的前题条件下，每一个客户所提出来的每一个问题我们都侍为金子，弥足珍贵！无论是产品改进，还是市场推广，客户都会帮助我们提供宝贵意见，因此，在遇到问题的时候我都会站在客户的角度去试想一下问题的解决办法，当然客户会感激，同时也更增加了与客户之间的客情关系，自然进货是必然的。

五、销售数据统计

截止到20xx年XX月XX日，我所负责的区域累计销售回款余万元，同时所销售产品在当地区域也得到了一定的市场份额，得到了经销商的满意。

综上所述为我本人近半年来对公司的认识，对市场的了解，对客户的开发等方面的工作总结。诚然，自己在工作当中有着很多的不足之处，在公司企业文化的积极影响之下，在同事们的帮助中使得自己都有所改进，不断的将自己更好的融入到xxxxx大家庭中，成为一位合格的家庭成员。

自从我来到公司，我学到了许多学校里学不到的知识。例如：产品销售技巧，销售过程中顾客的心理呀!还有公司独特的营销模式等。

每当我来到上班场所的时候，我才真正感受到了做为一名xx床垫销售人员是多么的自豪，但是我也同样有着很大的压力，因为我要为公司添砖加瓦,和其他同事一起和公司共同进步,共同创造辉煌!

当我每销售公司一样产品的时候，心里真是充满了成功的喜悦。在不断对顾客热情、耐心的服务中，也建立了一批自己的顾客群，这使我更增加了对工作热情的.信心。同样，我也和其他同事一样，在工作中也遇到过困难和压力。但是我知道在种种困难中，只有把压力变成动力，才能获得真正的成功。

通过上司的细心教导使我丰富了专业知识、产品知识、如何分辨潜在顾客和潜在购买行为，如何通过转移产品来满足顾客的需要因为只有顾客认识到我们好的产品质量和好的服务质量才会有下一次销售机会。所以我们一定要赢得顾客的信任，掌握好工作技能才能和顾客沟通自如，让顾客买到自己所需要的产品。

在我出来工作的这些年里，我深深的体会到找一份有前途的工作不容易，但自从我进了本公司，让我觉得这是一份有前途、有挑战的工作，但是作为一名好的销售人员不仅自己的销售水平要过硬，更应该注重整个团队在销售过程中的分工合作!我深深的知道没有一流的个人!只有一流的团队!因此我打算在我以后的工作过程中，虚心向各位同事学习，全力以赴的去完成公司下达的销售指标，为这个团队贡献自己的一份力量!

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：

销售心得：

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。

做为一名合格的销售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，销售产品先要销售自己，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，唯一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：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。要加强认真学习销售员的规范。

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xx，展望xx!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!

20xx年是一个充满机遇与挑战的一年，20xx年也是xx汽车销售公司重要的战略转折期。

国内轿车市场的日益激烈的价格战、国家宏观调控的整体经济环境，给xx公司的日常经营和发展造成很大的困难。在全体员工的共同努力下，xxxx汽车销售公司取得了历史性的突破，整车销量、利润等多项指标创历史新高。作为xx汽车分公司的总经理，同时也很荣幸的被评为“杰出领导贡献奖”。回顾全年的工作，我感到在以下几个方面的总结，愿意和业界同仁分享。

一、加强面对市场竞争不依靠价格战细分用户群体实行差异化营销

针对今年公司总部下达的经营指标，结合邢总经理在商务大会上的指示精神，分公司将全年销售工作的重点立足在差异化营销和提升营销服务质量两个方面。面对市场愈演愈烈的价格竞争，我们汉阳分公司没有一味地走入“价格战”的误区。我常说“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是有帮助的，可是无限制的价格战却无异于。对于淡季的汽车销售该采用什么样的策略呢？我们摸索了一套对策：

对策一：加强销售队伍的目标管理

1、服务流程标准化；

2、日常工作表格化；

3、检查工作规律化；

4、销售指标细分化；

5、晨会、培训例会化；

6、服务指标进考核。

对策二：细分市场，建立差异化营销

1、细致的市场分析。我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据xx年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市尝零散用户等四大市常对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。

对\*采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了企业用车单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传xx品牌政策。\*时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。

针对近两年xx市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。

针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展xx的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和xx市高校后勤集团强强联手，先后和xx理工大后勤车队联合，成立校区xx维修服务点，将xx的服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。

同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在当地市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成总部任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额xx万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，今年分公司又迎来了自20xx年成立以来的售后维修高峰。为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，在售后全员中，展开了广泛的服务意识宣传活动，以及各班组之间的自查互查工作；

建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；用户进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。

为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从xx月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1：00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车xx台次，工时净收入xx万元。

二、强化服务意识，提升营销服务质量

今年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。

每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；

20xx年即将过去，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，临近年终，我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。下面我对今年的工作进行简要的总结。

我是20xx年2月份到公司的，20xx年4月份，我调到了国内部当销售助理，在没有负责市场部工作以前，我是没有销售经验的，仅凭对销售工作的\'热情，而缺乏行业销售经验和行业知识。

为了迅速融入到这个行业中来，到国内部之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边尽我本职，担任期间，我学到了许多产品知识，从接单到发完货，认真监督检验货物。确保货物数量正确，不受损！但我也有做得不好的地方，比如在与客户的沟通中，我不能很快的回复客户的问题，不过请教了经理跟同事后，后来慢慢的我可以清楚、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力都比以前有了一个较大幅度的提高！

自20xx年5月份月底到现在，承蒙公司上级领导的厚爱，我调动到了北京办事处担任后勤！

这几个月我完成的情况大概如下：

（1）财务方面，我天天都做好日记账，将天天的每一笔进出帐具体做好记录！上交总公司，应收账款，我把好关，督促销售员及时收回账款！财务方面，因为之前没接触过，还是有很多地方不懂，但是我会虚心讨教，把工作做得更出色！

（2）至于仓库的治理，天天认真登记出库情况，铺货登记！库存方面一般都是最低库存订货，但有时因为疏忽，零库存订货，造成断货的现象，这点我会细心，避免再有零库存订货的发生！

（3）帮销售员分担一些销售上的问题，销售员不在的时候，跟客户洽谈，接下订单！（当然，价格方面是咨询过销售员的！）这方面主要表现在电话，还有上！因为之前在国内部担任助理时，与客户的沟通得到了锻炼，现在跟客户交流已经不成问题了！不过前几天因为我粗心，客户要货，我忘记跟销售员说，导致送货不及时，客户不满足！接下来的日子，我会尽量避免此类事情的发生。

认真负责自己的本职工作，协助上司交代完成的工作！

以下是存在的问题：

（1）总公司仓库希望能把严点，自办事处开办以来，那边发货频频出现差错，已经提议多次了，后来稍微了有了好转，但是这几次又出现了以前同样的错误，产品经常发错型号！

（2）返修货不及时，给客户留下不好的印象，感觉我们的售后服务做得不到位！

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，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。北京办事处是今年六月份开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有105个，加上没有记录的概括为20个，6个月的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量20个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

以上是我的总结，有不对之处，还望上级领导指点！

导购员自我培训三则

气质感染法

气质感染法对于现阶段的导购员而言，更容易操作和实施。据一份全国抽样调查数据显示：国内从事导购员工作的人员平均年龄在岁，其中女性职业者占据了75%以上的份额。对于这种年龄层次的人而言：一方面，容易接受新鲜事务，特别是对一些新知识、新技巧能够迅速理解并吸收；另一方面，也能够清晰地进行自我定位，培养职业道德和操守。

气质感染法的关键就是从人本意识入手，通过个性魅力和风采的展现，吸引消费者。打个比方，如果你天生就有一种贵族的气质，那你就必须要确定一类富人群为你的潜在消费者。而一旦你过分的注重工薪阶层这类消费群，反而会给他们造成一种傲慢的印象；如果你与生俱来就跟普通大众有一种默契沟通的缘分，那你就应该把握住广大的普通消费者群，成为你的顾客。气质感染法就是要充分展示这种与生俱来的优势，并有意识的将这种优势扩大化。

对于每一位导购员，需要经过三个阶段的磨合：

a阶段：蕴育期

先根据自身实际情况，发挖自身存在的个性化气质，并搜索适合自己的消费群体。然后注意观察这一类人群的说话方式、举止投足、面部表情、外在着装等一系列细节。接着，从细节之处调整自己的语言表达方式等不足的地方。

一般而言，区域消费群体可以从经济富裕程度、年龄层次、性别、性格等方面划分。但是这种区分的主动权掌握在导购员手中。需要注意的是，这一过程中，尽可能的是多看、多思考，千万不能理解为简单模仿。而要在模仿的基础之上进行创新，从而把握这类群体的鲜明个性。

b阶段：冲突期

在经历了初期的观察与思考后，导购员就应该开始大敢地尝试。除了日常生活中的细节调整外，融入这种意识后有针对性选择不同的消费群体进行尝试。

伊始，受到调整的陌生性和不协调性影响，导购业绩会有所下降，同时也会遭受到同行批评和奇怪的眼光。但必须要挺住，并且要能够及时走出调整初期的心理压力、批评声音等阴影中。

在这一过程中，要不断的调整和平衡自身的心态，增强对外界的抗风险、抗压力能力，从而提升导购工作的内涵。

c阶段：成型期

进入成型期后，导购员自身的压力在减小、经营业绩也开始稳中求升，这并非证明这种方法

已获成功。应该还需要进行扩展式定位。

你所定位的气质感染法则所涉及的区域范围还有必要进一步扩大。如果定位过于单一和狭窄，不符合现阶段的导购工作实情，容易形成专业化后的单边化。因此，还需要寻找气质感染法的边缘辐射。如果你定位是富人群体，那就可以关联到中产阶段和小资情调者。

如此，就可以发挥成型期后的辐射力优势。需要注意的是这种辐射要有力度，而不是广度，更不能沦为大众化。否则，你的气质感染法就会沦落成一种普通导购手段。

需要申明的是，这种气质感染法对于每一个人而言都是同等机会的，而不会因为你的丑与美、高与矮、胖与瘦会有所不同。唯一的区别就在于性别不同所带来的提升方式和途径的差异化。通过试验，我们发现女性的气质感染力更大。

?消费者定位法

很多时候，导购培训者都会告诉导购员：不放过每一位从展台前走过的顾客。这一点提法并没有错。什么叫顾客，这里有一个概念的误差。另外，不放过每一位顾客的提法过于理想，究竟有多少导购员能够达到这种境界？又有谁测算过每一位导购员的终端成交率是多少？这种思想有没有意义？

解决这类问题，是消费者定位法的最大优势。所有逛商场的人都可以称之为顾客，但这并不代表就是你的顾客。所以，你必须寻找适合自身的消费者。因此，第一步，要明确自身的定位，你到底针对哪一类人群更具亲和力，使其成为你的顾客。

第二步，就是要能够对众多消费者群体进行分析。按照贫富程度区分：刚过温饱线、广大工薪阶层、具有一定品位的中产阶级、少数富人群；按照自然人属性区分：妇女、男士；按照社会人属性区分：市井女性、事业型女性、年轻小伙子、成功男士、老年人等。

第三步，要迅速对号入座。在明确区分不同消费者所属类型后，导购员就应该立即寻找到适应自身的消费群，然后再针对性地调整相关促销语言和介绍方式。针对市井妇女，侧重点于她们关心价格、注意细节；针对中产阶级，他们并不是简单的关心价格，而是注意生活品位，强调产品所带来的享受；针对部分富裕阶层，他们注重是身份和地位；而针对年轻小伙子，他们有梦想，能够接受新鲜事物等。

因此，导购员在介绍产品的过程中，不建议你们一定要抓住所有的顾客。这样容易造成“吃着碗里、想着锅里，却空着手里”的结局，而是要牢牢把握属于自己的每一位顾客。

接着，就谈到了第二个问题，如果提高导购员的成交率。高成交率能够提高导购员的积极性。但许多导购员却为抓住每一位消费者而累，陷入“又苦又累”边缘化境地：开始会努力抓住每一位消费者，后来遭遇到挫折后就造成导购员恐惧心理，一旦遇到让导购员尝试失败感的同类人群后，就形成导购员想去抓住又怕遭受失败结局的尴尬心理。

因此，导购员一定要注重导购过程中的质量，提升导购结果的含金量。可以通过以下几个方面来实施：

一、死盯：强调导购员的耐心和恒心。任凭消费者一开始如何不认同，都要将消费者能够牢牢的盯着，将其留在你的柜台前。一旦消费者离开，也要远远的跟在他的背后，观察他的动向，直到他没有任何收获后离开卖场。

二、软磨：需要导购员能够培养平衡性心理。无论消费者通过何种方式提出对产品的不认可之处，都要能够及时化解，采取“兵来降挡、水来土掩”的方式，最终能磨练到“打不还手、骂不还口、一定让他买”的境界。

三、硬泡：适当强调导购员的霸气。在一些必要的时候可以直接截留消费者，通过手拉、身体挡，或者直接用语言提出让消费者再想想，再看看。

上述方法并不是最终手段，导购员完全可以延伸开，在实际工作中及时调整。

?战略合作法

许多厂家都各自的导购员都会有明确要求，并向导购员灌输独立性思想：不仅要销售产品，还要起到收集信息、关注其它品牌动态等任务；同行是冤家，要能够注意保证我品牌信息不流传到他人手中。

这种思想的传输，站在单一企业的角度是非常正确的，但是站在导购员的角度却犯了大忌。实际上，从导购工作实情出发，应该要增强自身的团队精神，特别是在同一领域不同厂家之间的导购员不能成为死对头，非要拼个你死我活。而能够成为朋友，建立长期地友好合作关系。

因此，我们要求各个导购员之间都应该建立一种相互合作、交流的关系。这种关系的建立对于单个导购员而言，是比较困难的，毕竟要面临着别人异样的眼光和不理解。但是，你可以试着从以下二个方面入手：

第一、培养日常^v^流与交往的习惯。就是说，从早上大家见面，要主动问候左右的同事，给他们形成一种你很有礼貌、容易相处的印象；到了中午可以主动提议大家一起去某个地方就餐（餐费则采用aa制的形式，即不增加你的负担，也不让别人感觉没有面子），或者一起去商场的食堂就餐，增加你与他们交流的机会。平时有什么比较新的信息和资讯，都可以让大家分享。如此一来，就会形成以你为中心的导购员业余生活圈，形成以你为主的领袖意见。

这样，你就容易从不同品牌的导购员手中获取相关的信息和资讯，而且是他们主动的沟通，不会让别人感觉你是去刺探信息的。同时更方便实施下一步的方案。

第二、有意识地形成差异化介绍。当你在某一商场中建立比较好的人际关系后，还需要在日常的导购工作中将这种优势进一步维持下去。一般而言，某一领域的商品都在聚集在一个区域内，而你作为某一个产品的导购员，你的产品并不能够满足所有消费者的需求。因此，这

种产品的差异化和个性化就提高了导购员自身操作的便利性。

当一名消费者走到你的柜台前，需要买一台带氧吧功能空调，或者买一台带远程遥控技术的电饭煲，但是你所在的厂家并无此类商品。经过你努力改变消费者的选购倾向后，消费者仍然坚持购买具有这一功能的产品后，这时候你就可以做一个“顺水人情”，推荐一个拥有此功能产品的厂家，向那一品牌的导购员表明你的大度。在以后的导购过程中遇到此类状况，他必然也会有意识的向消费者进行同样的引导，回报你的付出。

虽然每一个厂家都给导购员严格的规定，但每一位导购员都能够对竞争品牌手中获取相关的资料。这是为什么，就是因为私底下导购员之间的沟通还是很频繁的，导购员之间也是乐于相互交流与帮助。

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。家具店长应具备的素质概括起来包括以下四个方面：

**家具跟单的工作总结5**

服务竞争在各大商场竞争中具有十分重要的作用。作为客户服务部来说，服务的好坏直接关系到公司的发展与生存。因此，我们部把顾客服务工作放在了重要位置。组织大家学习，充分认识客户服务的重要性，扎扎实实抓好客户服务工作，建立健全了服务制度，服务措施，规范了服务行为，于细微处见精神。比如客户随时随地上门咨询，我们都能提供周到的服务;能一次办好的业务，不让客户跑第二次。一年来我们不断改进工作作风，提高了服务质量，提高了客户满意度，尽职尽责的完成了工作。

20xx年悄然离开，我们的工作水\*在这一年发生着一天天的变化和提高，令人欣喜、振奋。是的，成就代表过去，辉煌铸就未来。今后我们要加强学习，努力提高业务技能，精诚团结、扎实工作、奋力拼搏，为确保全年目标顺利完成而努力奋斗。

现代企业的销售人员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。家具销售人员应具备的素质概括起来包括以下四个方面：

1、精神

一个优秀的销售人员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销售人员的销售能力，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 了解家具市场的环境变化、顾客购买力情况，根据销售过程中所搜集的信息及顾客反馈信息进行市场分析。

5)专业知识 了解与家具有关的工艺技术知识;懂得家居文化、家具流行趋势，以根据与顾客交流中获得的信息了解其文化修养和审美情趣，有针对性介绍商品。

6)服务知识 了解接待的基本礼节(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。

3、修养

由于销售人员直接与顾客接触，只有首先赢得顾客的信任，才能成功地开展工作，所以销售人员必须具备良好的修养：仪表大方、衣着得体、举止端庄、态度谦恭、谈吐有理、不卑不亢、使顾客乐于与之交流。

4、技巧

销售人员要根据本商场家具的特点，熟练运用各种技巧。要熟知顾客的购买动机，善于掌握展示与介绍产品的时机以接近和说服顾客，创造成交机会，甚至与客户成为朋友，促进潜在客户的形成。

销售人员对销售手段的运用和技巧的把握，是提高成交率、树立公司良好形象的关键。销售技巧包括以下几个方面：

1、引发兴趣

向预计购买者说明本商场商品能够满足他们的需要以及满足的程度使唤起注意。引发兴趣的主要方法;对商场的货品经常性地作一些调整并不断的补充的货品，使顾客每次进店都有鲜感;营造颖、有品味的小环境吸引顾客;当店内顾客较多时，选择其中的一位作为重点工作对象，并对其提问进行耐心、细致地解说，以引发店内其他客户的兴趣。

2、获取信任

对企业的产品和信任可进一步导致购买者作出购买的决策，销售人员为限得顾客的信任，应从以下几方面入手：

1)尊重顾客;把握其消费心理，运用良好的服务知识和专业使顾客在尽短的时间内获得作为消费者的心理满足。

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

销售人员在与顾客交谈时，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，销售人员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，销售人员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销售人员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，一个优秀的销售人员是不应被顾客的不同意见所干扰的，销售人员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，销售人员应耐心地倾听，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，销售人员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，销售人员还要充分履行组装、维修和服务等方面的保证，对于顾客的意见，销售人员应表示愉快接受，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。销售人员应保存、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，销售人员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销售人员注意。

4)产品售后问题的处理。企业应尽量保证产品质量，避免发生售后的质量问题，但如有此类问题出现，销售人员接到投诉后，首先应诚恳的向顾客表示歉意，在最短的时间内至顾客家中了解情况后，及时与有关部门联系协商解决问题，并征求客户意见，直至客户满意，最后应对客户的投诉表示感谢。处理这类问题也应做详细的工作记录，以作为改善产品、提高质量的重要资料;同时妥善处理售后问题也是开拓市场、开发群体客户、树立企业良好形象的难得机会。

8、家具销售的10种开场白

推销员与顾客交涉之前，需要适当的开场白，开场白的好坏，可以决定这一次销售的成败。推销高手常用以下几种创造性的开场白：

1)金钱 几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣，如推荐特价、促销产品和参与活动。

2)真诚的赞美 每个人都喜欢听到好听的话，客户也不例外，因此，赞美不失为接近顾客的好方法。赞美顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而且要让顾客感觉你的话是真诚的，赞美的话若不真诚，就成为虚伪逢迎的拍马屁，这样效果当然不会好。

3)利用好奇心 推销员制造神秘的气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

4)举著名的公司或人为例 人们的购买行为常常受到他人的影响。推销员若能把握住顾客的这层心理，一定会收到很好的效果。

5)提出问题 推销员直接向顾客提出问题，利用所提出的问题来引起顾客的注意和兴趣。

6)向顾客提供信息 推销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，往往会引起顾客的注意。关心顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

7)表演展示 利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意的。

8)向顾客请教 现在是个专业社会，推销员可以有意就顾客职业方面一些自己不懂的问题去向顾客请教，一般顾客不是会拒绝虚心讨教的推销员的。而在讨教与传授之间，融洽的气氛自然容易建立。

9)换位方式 站在客户的角度，向顾客提出申请中出肯的建议能得到意想不到的效果。

10)利用赠品 很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用

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

一、在家具专业知识方面：

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。

二、自身销售修养方面：

1)工作中的心里感言。在庞总和耿乐二位领导的带领下，进行加强自我认识，自我分析、客户分析、签单技巧等的一系列基本素质培养，和后背支持，为我在以后的销售中认清和面对不同客户的不同谈判技巧的培养做了个更全面的准备。在我拿高薪的时候我肯定会想到你们，我一定会用行动感谢你们。都是你们给了我机遇，给了我一个发展的平台，正因为在你们身上学了不少的销售技巧和谈判能力的提高，有了前期这些经验做铺垫，相信在以后的工作当中我才能更顺利的在岗位中独立成长起来。在工作过程中，二位领导的悉心培养和言传身教让我成长了很多，感谢你们在工作中的帮助。这些都是我知识财富的积累。

2)职业心态的调整。销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比诚信;如果我没有别人单子多，那么我和别人比服务。

3)重点客户的开展。我在这里想说一下：我把客户都已分类;有AB等客户，我要把B类的客户当成A类来接待，就这样我们才比其他人多一个A类，多一个A类就多一个机会。拜访，对客户做到每周至少三次的拜访。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

4)签单技巧的培养。“怎么拿到客户→跟踪客户→业务谈判→方案设计→成功签单→售后安装→售后维护→人际维护”等这一系列的流程，虽然来了公司三个月了，但很遗憾的没有签过一单。对这样的一个流程需要加强认知。

5)自己工作中的不足。业务经验不够丰富，业务员的韧性能力和业务技巧有待突破，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销售业务和开展打好基础，提高自己的自信心和业务销售技巧。我想在以后的工作中不断实践和总结，并积极学习、请教老销售员业务知识，尽快提高自己的销售技能。

1、感谢公司给我搭建了述职的\*台，我将把这次述职作为认识自我和自我批评的一次极好契机，进一步总结经验，发扬优点，克服不足，以更加饱满的工作热情，团结并带领同志们按照上级工作要求，开拓进取，求真务实，为销售工作尽力尽为，为公司发展做出积极贡献！

2、过去一年，我们走过了展望计划、艰辛起步到共创成功的历程，我们也体会到了这一过程带来的快乐。今天，新的一年，我们站在一个新的起点，面对未来更严峻的挑战和更期待的机遇。依靠我们上级的信任和指导，依靠领先的优秀产品，先进的营销理念，良好的服务意识，团结的协作氛围，优秀的干部、员工队伍，我们整装待发。也许，未来的路也是充满曲折的，甚至比过去所要承受的压力更大，但我们坚信，这条路注定是充满机遇、充满挑战、充满希望的。

3、20xx年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

4、我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设，个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作习惯是我们工作的关键。

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：

**家具跟单的工作总结6**

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\*、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。

**家具跟单的工作总结7**

店长要根据本商场家具的特点，熟练运用各种技巧。要熟知顾客的购买动机，善于掌握展示与介绍产品的时机以接近和说服顾客，创造成交机会，甚至与客户成为朋友，促进潜在客户的形成。店长对销售手段的运用和技巧的把握，是提高成交率、树立公司良好形象的关键。销售技巧包括以下几个方面：

1、引发兴趣

向预计购买者说明本商场商品能够满足他们的需要以及满足的程度使唤起注意。引发兴趣的主要方法；对商场的货品经常性地作一些调整并不断的补充的货品，使顾客每次进店都有鲜感；营造颖、有品味的小环境吸引顾客；当店内顾客较多时，选择其中的一位作为重点工作对象，并对其提问进行耐心、细致地解说，以引发店内其他客户的兴趣。

2、获取信任

对企业的产品和信任可进一步导致购买者作出购买的决策，店长为限得顾客的信任，应从以下几方面入手：

①、尊重顾客；把握其消费心理，运用良好的服务知识和专业使顾客在尽短的时间内获得作为消费者的心理满足。

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。

⑤、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。

⑥、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\*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。

④、产品售后问题的处理。企业应尽量保证产品质量，避免发生售后的质量问题，但如有此类问题出现，店长接到投诉后，首先应诚恳的向顾客表示歉意，在最短的时间内至顾客家中了解情况后，及时与有关部门联系协商解决问题，并征求客户意见，直至客户满意，最后应对客户的投诉表示感谢。处理这类问题也应做详细的工作记录，以作为改善产品、提高质量的重要资料；同时妥善处理售后问题也是开拓市场、开发群体客户、树立企业良好形象的难得机会。

8、家具销售的10种开场白

推销员与顾客交涉之前，需要适当的开场白，开场白的好坏，可以决定这一次销售的成败。推销高手常用以下几种创造性的\'开场白：

①、金钱：几乎所有的人都对钱感兴趣，省钱和赚钱的方法很容易引起客户的兴趣，如推荐特价、促销产品和参与活动。

②、真诚的赞美：每个人都喜欢听到好听的话，客户也不例外，因此，赞美不失为接近顾客的好方法。赞美顾客必须要找出别人可能忽略的特点，而且要让顾客感觉你的话是真诚的，赞美的话若不真诚，就成为虚伪逢迎的拍马屁，这样效果当然不会好。

③、利用好奇心：推销员制造神秘的气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

④、举著名的公司或人为例：人们的购买行为常常受到他人的影响。推销员若能把握住顾客的这层心理，一定会收到很好的效果。

⑤、提出问题：推销员直接向顾客提出问题，利用所提出的问题来引起顾客的注意和兴趣。

⑥、向顾客提供信息：推销员向顾客提供一些对顾客有帮助的信息，往往会引起顾客的注意。关心顾客的利益，也获得了顾客的尊敬与好感。

⑦、表演展示：利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意的。

⑧、向顾客请教：现在是个专业社会，推销员可以有意就顾客职业方面一些自己不懂的问题去向顾客请教，一般顾客不是会拒绝虚心讨教的推销员的。而在讨教与传授之间，融洽的气氛自然容易建立。

⑨、换位方式：站在客户的角度，向顾客提出申请中出肯的建议能得到意想不到的效果。

⑩、利用赠品：很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用。

在公司主要负责市场开发和销售业务方面的工作x个月来，我已经完全的融入到了这个集体里。在x个月里虽然存在着这样或者那样的问题，我们都尽量的解决了，以下是x个月以来，我的x销售工作总结：

首先要降低成本，应该采取的主要措施有：进一步拓宽进货渠道，寻找多个供货商，进行价格、质量比较，选择质量好价格低的供货商供货；勤俭节约，节省开支、避免浪费，工程方案设计要合理；内部消耗降低，日常费用开支、水、电、日常办公耗材尤其是纸张、车辆开支要节俭等问题。

其次也是最重要的部分——培养意识，服务意识的加强、竞争意识的树立、市场创造意识的培养。我们是以服务为主的公司，可以借助服务去赢得市场，赢得用户的信任。同事之间，企业之间时时刻刻竞争都存在，自己业务水\*不提高会被公司淘汰，企业不发展将会被社会淘汰。近几年，耗材市场竞争比较激烈，今年形势将更加严峻。

业务水\*和员工素质的提高至关重要，关系到整个企业的发展与命运。业务水\*的高低影响到办事的工作效率；员工素质的高低直接影响到企业的社会地位和社会形象。只有具有一支高素质、技术水\*过硬的队伍，有着良好的工作计划及习惯，这样的企业才会有进步、有发展。加大宣传力度也是市场开发一种重要手段和措施。

一、销售部获得利润的途径和措施

销售部利润主要来源有：计算机销售、电脑耗材等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

二、客户服务部获得的利润途径和措施

三、在管理上下大力度

严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

四、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

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：

**家具跟单的工作总结8**

转瞬间，已近年关。回顾这9个多月的工作历程，在领导和同事的指导与帮忙下，我从一名刚接触商场管理的门外汉成长为一名基本熟悉各项业务的管理员。在这段时间里，我认真的履行岗位职责，努力的做好本职工作，现已基本熟悉业务流程，但自身仍存在着众多不足，在此将这9个月的工作做一个总结与汇报。

>一、工作总结

1、日常管理，不仅仅要保“量”，更要保“质”

每一天的巡场除了保证次数外，更要对巡场中发现的问题及时记录并处理，从店面的卫生、亮照到展员的工服、纪律，我们要时刻按照商场规定严格执行，对于不贴合规定的要及时更改，不能立即更改的通知负责人限期整改，以期真正做到“眼之所及，心旷神怡”。当然，日常管理也不仅仅限于店面管理，我们更要走进店面，深入了解店面的经营情景，及时与商户负责人沟通，把握商户的思想动态，以做到“为我所用”。由于近期展员更换频繁，新老展员交接不畅，也给我们的日常管理带来了必须的不便，如工服领花不齐，对商场规定不了解以及开单不熟练等问题时有发生，我们在日常巡场及周例会上都会强调，并邀请财务部专门开展过单据填写类的培训，目前已有较大改观。

2、招商清费要“稳、准、狠”

鉴于各种原因，负一楼空租摊位较多，招商有必须的压力。可是我们在领导的支持和帮忙下，招商工作中一向坚持“看准把稳”，平时多渠道的搜集各品牌信息，看准那些有意向的商户，我们时刻跟踪，变有意向为有想法，直到最终确定进驻。由于老合同即将期满，新合同签订在即，这对我们是一个挑战，更是一个机会，我们要利用好这个契机，最大程度的解决空租问题。清费方面，对于经营确实有压力的，我们要稳住他，促销活动时给予必须的支持，平时经常与商户沟通，为其经营提出一些提议，让其了解到我们的负责，从而解决费用问题。对于那些恶意欠费的商户我们要够狠，限期结清，否则采取一些发函、断电、封门甚至状告的措施威慑他，并在合同期结束时视情景而定是否续约，以期为在场商户的稳定经营供给保障。

>二、工作计划

经过这9个多月的工作，我已基本熟悉业务流程，并经过主动与各部门同事的互相沟通，如今已融入了居然之家这个团队。但金无足赤人无完人，我仍有很多不足之处需要在今后的工作中进取改正。为此，我会在今后的工作中更加严格的要求自我认真履行自我的职责，努力做好自我的本职工作。在新的一年，我要扬长避短，进取改善：

1、要提高自身业务水平，认真学习建材业务知识，多方面了解行业动态。经常与商户负责人沟通，把握商户的心理动态。多走访同业态其他市场，深入了解各品牌实际经营状况。

2、要提高执行力，及时完成领导下达的各项任务并实时沟通、反馈。遇到自我本事无法解决的要及时向上汇报，并学习领导的处理方法与技巧，结合自身实际，消化吸收变为自我的知识。

3、要有针对性的向老员工及主管学习一些业务技能，如一些ERP系统的管理操作，与商户深入沟通的技巧，客诉处理技巧等。

4、要进取与各部门同事协调、沟通，相互学习、相互帮忙，进一步提高协作工作的办事效率。

新年新气象，期望在新的一年里经过自我与同事的共同努力，能够为居然带来一片新的繁荣景象，同时也期望自我的职业生涯能够获得一次新的发展。

**家具跟单的工作总结9**

20xx年已经快过完了，在上个月底我们公司也开了年终的销售会议，公司领导在会议上也做了一年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司一年来的工作情况，还总结了一些经验供我们分享。所以在这会议之后，领导要求我们也来给自己一年的工作做个人总结，希望通过总结我们能够更好的认识自己和向优秀的同事学习经验，从而更好的开展明年的工作。

现在我对我这一年来的工作心得和总结

>一、塌实做事，认真履行本职工作。

首先自己能从产品知识入手，在了解技术知识的同时认真分析市场信息并适时制定营销方案，及时的跟进客户并对客户资料进行分析，其次自己经常同其他业务员勤沟通、勤交流，分析市场情况、存在问题及应对方案，以求共同提高。

>二、做好客户联系工作

要经常开发新客户同时要不断的对手中的客户进行归类，把最有可能用到我们产品的客户作为重要的客户，把近期有项目的客户作为重点跟进客户，并根据他们的需求量来分配拜访次数。力求把单子促成，从而达到销售的目的。

分析客户的同时，必须建立自己的客户群。根据我们产品的特点来找对客户群体是成功的关键。在这一年来我手中所成交的客户里面，有好几个都是对该行业不是很了解，也就是在这个行业上刚刚起步，技术比较薄弱，单子也比较小，但是成功率比较高，价格也可以做得高些。像这样的客户就可以列入主要客户群体里。他们一般都是从别的相关行业转行的或者是新成立接监控项目的部门的，因为他们有这方面的客户资源，有发展的前景，所以如果能维护好这部分客户，往后他们走的量也是比较可观的。

每天主动积极的拜访客户，并确保拜访质量，回来后要认真分析信息和总结工作情况，并做好第二天的工作计划。拜访客户是销售的基础，没有拜访就没有销售，而且因为人与人都是有感情的，只有跟客户之间建立了感情基础，提高客户对我们的信任度之后方有机会销售产品给他们。

主动协助客户做工作，比如帮忙查找资料，帮忙做方案，做预算，这都是让客户对我们增加信任度的方式之一，也是推我们产品给他们的最好机会。即使当时没有能立刻成交，但是他们会一直记得你的功劳的，往后有用到的都会主动找到我们的。

>三、做好售后服务

不管是多好的产品都会有次品，都会有各种各样的问题出现，如此售后就显得尤其重要，做好售后是维护客情的重要手段，是形成再次销售的关键。当客户反应一个问题到我们这里来的时候，我们要第一时间向客户详细了解情况，并尽量找出问题的所在，如果找不出原因的，也不要着急，先稳定客户的情绪，安慰客户，然后再承诺一定能帮他解决问题，让他放心，再把问题跟公司的技术人员反应，然后再找出解决的方案。

在我成交的客户里，有反应出现问题的也不少，但是经过协调和帮忙解决以后，大多客户都对我们的服务感到很满意。很多都立刻表示要继续合作，有项目有需要采购的都立刻跟我们联系。

>四、坚持学习

人要不断的学习才能进步。首先要学习我们的新产品，我们的产品知识要过关；其次是学习沟通技巧来提高自身的业务能力；再有时间还可以学习一些同行的产品特点，并跟我们的作个比较，从而能了解到我们产品的优势，从而做到在客户面前扬长避短。

>五、多了解行业信息

了解我们的竞争对手我们的同行，了解现在市场上做得比较好的产品，了解行业里的相关政策，这些都是一个优秀的业务员必须时刻都要关心的问题。只有了解了外面的世界才不会成为坐井观天的青蛙，才能对手中掌握的信息做出正确的判断，遇到问题才能随机应变。

>六、明年的计划

在一年销售总结会议上，我的数据跟同

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！