# 地板工作总结（精选5篇）

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-03-08

*小编为大家整理了地板工作总结(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!!!...*

小编为大家整理了地板工作总结(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!!!

地板工作总结(精选5篇)由整理。

第1篇：地板销售员工作总结

地板专卖店营销工作手册

第一章 专卖店的营销管理

一.加强专卖店建设 专卖店是产品销售的场所，是连接产品和消费者的纽带，是产品流通过程中最后的环节，也是最重要的环节。在地板市场竞争日趋激烈的今天，谁做好了专卖店，谁就掌握了市场的主动权——

联丰地板销售专卖店主要包括家装建材市场(大卖场)专卖店、超市专卖店等。专卖店主要靠店面陈列、包装、pop等宣传品的刺激和营业员导购实现产品的销售;专卖店工作是基础工作中的重中之重。

1.为什么一定要做好专卖店?

专卖店是地板的出口，也是市场反馈意见的信息源，透过专卖店，我们可以了解消费者对企业产品的意见、建议，可以从营业员那里了解销售工作需要做哪些改进或努力、同类竞争产品有哪些地方值得借鉴，还可以收集到典型案例，为进一步做好市场工作起着巨大的帮助作用。

专卖店将销售和宣传结为一体，专卖店内的产品样板铺设和陈列、pop、宣传品是无声推销员，是产品推销的主要工具和有力的竞争手段，良好的包装和陈列，能引起消费者和用户的关注和兴趣，从而激发其购买欲望。

营业员对产品较具煽动性的宣传、推荐，可以引导消费者产生购买行为。因专卖店直接面对消费者，通过专卖店宣传及产品包装摆放，能引起消费者的认同，从而直接在消费者面前构筑和树立企业形象。

重视专卖店的建设工作，优化专卖店的陈列、包装、宣传，提升营业人员工作的主动性，意义非常重大。做好专卖店，就是抢占了地板流通的制高点，建立稳定的专卖店网络体系，能有序地推动市场，促进销售，完善服务，从而达到稳定价格，抵制冲货，抑制竞品的目的。 2.划分专卖店

联丰地板专卖店依据销量、规模、客流量、位置、以及性质等因素可划分为a、b、c三类专卖店。

a类店是指设在那些销售额巨大、人气兴旺的超大型家装建材市场中的专卖店(也称为旗舰店);

b类专卖店指设在那些店面大，客流量大，销量在当地平均销量以上的家装建材市场、超市中的专卖店; c类专卖店是指店面较小，经营品系少，客流量小的小型专卖店。 3.专卖店基础建设

专卖店工作依其性质可以分为软、硬两部分。

硬性工作指店面的包装、产品陈列、pop设置、促销等。

软性工作就是让营业员能全面、正确、积极了解联丰地板和推荐产品，建立完善的客户档案等。

? 专卖店的销售人员培训(软终端)

通过培训，使营业员更全面、准确地了解产品的基本知识和特性，增进营业员对产品良好功效的认识，同时，丰富营业员推销产品的技巧和能力。 培训内容包括有关产品的资料、产品特性、销售技巧等。 培训形式包括书面、座谈、口头、演习等培训形式。 ? 专卖店包装(硬终端) a.专卖店的选址：在家装建材城、超市等市场里，明亮的、客流量大的位置才有好的销量，所以，我们一定要把专卖店开在好位置，选址跟买房子一样，排在第一位的永远是位置，位置，位置。 b.专卖店的装修：严格按照公司提供的统一vi、装修标准、效果来进行装修。销售是一门科学，也是一门艺术，但最基本的一条原则就是：货卖一层皮，我们的专卖店就是我们公司、我们产品的“皮”——简洁、明朗、鲜明、统一的店面形象本身就在告诉消费者联丰地板的价值。 c.店内包装陈列(卖场生动化)：

卖场生动化，是能够刺激消费需求，促进购买，从而提升销量的一种销售手段。它属于一种无形的销售，专卖店的卖点生动化主要指专卖店的包装、陈列与维护的工作。

样板的铺设：样板花色的选择和铺设质量都是关键，铺设的面积越大，效果越好。我们应该牢牢记住：好地板自己会说话。

光照：如果专卖店里的照明条件不好，要及时与建材城的管理部门沟通，尽可能的让专卖店明亮起来，否则，将使地板的展示效果大打折扣。

样板陈列位置要醒目，尽量丰富联丰品系、扩大样板陈列面。

样板要随时擦拭，不得有灰尘等沉积，不得将有污损的板子陈列在店内。 样板的价格标签要采用联丰统一的标签，标签内的文字要工整规范。 宣传品的摆放要位置醒目，不被遮挡。

海报、pop应点缀在店内显眼的地方，要取得画龙点睛的作用。 总之，店面的包装陈列要有序、清洁，方便消费者接触和了解。

专卖店工作是一项系统工程，是实现产品到商品转化的重要一步，是营销制胜的关键。要倾注热情与汗水，才可能结出累累硕果。

要注意每一个细节。细节决定成败。不要以为把产品放进专卖店就万事大吉了，要知道这只取得了市场的入场券，如何演出精彩，还要看我们经营者与营销人员的市场意识、竞争意识与危机意识。

我们不妨经常问问自己：我们专卖店做透了吗?

二.专卖店的销售管理

专卖店的销售管理，包括五个部分： 店面销售人员的招聘与培训; 店面销售人员的考勤; 店面销售人员日常管理; 店面销售人员的激励 店面销售人员的考核 1.建立专卖店促销管理体系

专卖店的销售工作由联丰经销商机构管理，由专卖店的店面经理或主管具体负责，主要工作包括：

负责专卖店日常销售管理工作; 负责对销售人员培训、督导;

对专卖店销售人员的工作进行考核 ，并对销量统计;

负责组织召开周工作总结、培训例会，并总结、上报各类材料; 负责组织召开月工作总结培训例会，并总结、上报各类材料;

负责对销售人员销量的核查、考勤的统计和工资、奖金、提成提供原始数据，并对营业员的工作进行评估，提出奖惩; 2.销售人员的招聘与培训

销售人员要求性格开朗、言谈容貌可亲可信、身体健康、面色好，有丰富的销售经验。

对销售人员的培训要系统、定期、要有很强的针对性和时效性。 ? 系统培训：联丰公司介绍、联丰各品系的产品知识讲座、顾客心理学、推销

技巧问答、问题讨论、实战演习等。新的销售人员上岗必须进行系统培训。 ? 定期培训：每周定期组织例会，让销售人员交流经验、相互学习，取长补短。

每月还要定期总结工作，改正销售过程中的问题，完善、提高专业技能。 ? 有针对性和即时性的培训：根据市场的变化、举办促销活动、地板行业的发

展动向、销售过程中发现的问题、竞争品牌的新动作等情况，随时对销售人

员员进行培训。 销售人员的培训主要分为产品部分和推销技巧部分。 ? 产品知识培训：以产品手册为主，明确联丰产品主要特性、优势，了解

当地主要竞争产品的优点和劣势，明确联丰地板的目标人群。 ? 推销技巧培训：推销技巧包括如何引起消费者的注意、如何与消费者达成

共识并宣传产品、如何促成销售、如何待人接物等。在工作总结例会上，应以促销技巧为主要内容，强化训练。 3.销售人员的考勤

出勤：可根据当地作息习惯，具体进行安排。应尽量安排在人流高峰时间出勤，周

六、周日每天出勤不得低于10小时/日，可安排其余时间串休，例会时间均安排在周一或周二进行。

考勤：销售人员每天按时上班，必须在日报表上签字，主管应每天督查，月末时将考勤表上报。

4.销售人员的日常管理

日报表制度：销售人员每日必须填写日报表(见附表一)，定时上交主管，主管要认真填写专卖店周报表和月报表，并于每周、每月工作总结会后上报上级营销部们。

周例会制度：每周一上午为周例会时间。会议由主管主持，会议结束后主管应及时地把周销量统计表及周例会纪要上报联丰经销商机构。

周例会内容主要分为：收集日报表归档，统计周销量并汇总;进行周工作总结，交流经验;调整培训内容，明确下阶段的工作内容(见附。

主管应将按时销售人员工作报表、销售人员月考勤表、销售人员工资发放表、

销售人员月销量统计表、月工作总结报告以及有关材料上报。 5.销售人员激励机制

激励方法可通过调整薪资来实行。将薪资分为基本工资、补助、奖金、提成与罚金五个部分，按照多劳多得的政策，进行酬劳分配，提高营业员的积极性，努力达成销售目标。 基本工资、补助、误餐补助由各联丰经销商机构根据当地实际情况确定。 奖金根据专卖店月销量来确定其基本销量，基本销量应以当地实际销售情况计算。每月贡献值较多的营业员给予一定的物质奖励。

提成，按超过基本量的部份进行提成。

罚金主要针对未能完成基本量者，可按其任务完成率发放基本工资。对于迟到、早退、中途离岗、服装不合要求、言语不合要求、无故违纪、旷工、与顾客发生冲突、受市场管理部门处罚等现象，按比例扣除其奖金及工资。

附表一.联丰地板专卖店销售人员日报表

联丰地板专卖店

年 月 日 填 表人： 附表二.联丰地板专卖店周/月报表 联丰地板专卖店

年 月 日 填 表人：篇2：202\_地板经销商经验总结：一切以消费者为中心 202\_地板经销商经验总结：一切以消费者

为中心

经销商对于地板企业而言，是全国网络布局的核心，在地板企业发展过程中起到举足轻重的作用。地板经销商作为直接面对广大市场的“先锋力量”，也是一个企业产品能否获得人心的直接信息反馈者，在经过202\_年的前线作战后，对于202\_年错

综复杂的市场情况，各大地板经销商更加有发言权。

品牌选择重潜力

坚定信念共发展

和邦盛世木艺商梁淑敏：特色民族品牌触动人心 发展至202\_年，目前行业内，同质化非常严重，竞争也十分激烈。因此，在地板商梁淑敏看来选择具有差异化，有特色的品牌尤其重要。早前国人大多推崇洋文化，木地板产品风格以欧式为主。如今

国内社会发展得到了飞跃，人们崇洋媚外的心态逐渐开始淡化，而具有民族文化底色的产品更能触动国人的内心。

国林地板加盟商周奇：品牌选择跟随大众步伐篇3：化妆品销售个人工作总结

卖化妆品六年多了，学习别人经验精髓的同时，自己也在不断总结经验，改进不足。我觉得只要用心的做好了每天必做的工作，我们就不愁没生意的。那么每天必须做的工作是什么呢?我大概的总结了以下几点. 一:店面的整体形象就是店铺的脸面，要让它每天给顾客干净整洁得体吸引的感觉，从它的前面路过就不想错过的感觉;具体的工作是:开门的第一件事是先站在店铺的外面仔细观察一下整体的感觉和卫生，包括门两侧和门玻璃，自己如果看着舒服了，顾客才会舒服。

二：店铺内部的卫生很重要，展示品和货柜决不能有灰尘，地板要光洁。具体的工作就是每天坚持仔细搞好清洁卫生，让顾客从哪个角度看展示品都有舒心的感觉。擦好地面，给顾客整体的整洁感。 三：产品的摆放要美观，这样会不知觉的提高了产品的档次，还会让顾客一目了然。具体的工作是每天调换产品间的位置和颜色的搭配，品系的搭配。

四：店员的个人形象妆容要得体，因为好的形象妆容销售的过程中更有说服力。尤其是漂亮的彩妆更能助彩妆品的销售。具体的工作是大家精致妆容，相互检查仪表妆容。

五:我们热情的服务加上专业语言都很重要。没有什么人会拒绝你的热情的，即使她们今天不买，因为你很热情，很专业，相信有一天她还再来。具体的工作是微笑服务每一位顾客，用最专业的知识去讲解销售，给顾客宾至如归的感觉。

六：做好每天的顾客档案，坚持每天都办新会员，每天都回店老顾客。具体工作是:每天的新顾客都要仔细记录联系电话，年龄肤质和工作行业以便搞大型活动时准确通知，准确再次销售。每天联系几位老顾客，约她们回店派发新品试用装以便再次销售。

七：虚心听取每个顾客的意见或者建议，那样有助于我们更好的完善店面。具体工作是：每天顾客的意见和建议要分类记录清楚，那是我们最宝贵的改进方案，而且还会给顾客很重视她的感觉。

八：尽量每天多销售些。具体的工作是：向更多的顾客去销售产品，和向每个顾客销售更多的产品，积少成多。这点是提高销售的两种方法，如果你细心耐心的做了，顾客会感觉得到很细心周到的服务了。 九：每晚工作结束前要补全所缺产品。具体的工作是：清点账目上一天的销售品系，销售区所缺的就能及时补全，以方便第二天的销售工作正常顺利。

暂时就总结这些一天应做的正常工作，觉得还有很多不足，等待学习进步在更进。用心去做每件事，去工作，就会成功的。

化妆品销售工作总结(2)：

时光转瞬即逝，不知不觉地度过了xx年。但是我依然清晰的记得，当初思娇产品刚刚打入海南市场，要让思娇在海南扎根落脚，经历了多么艰辛的过程。压力空前的大，要克服很多问题，需要付出比以往更多的劳动。公司安排我在海口最大的\*\*超市，面对激烈的挑战，我

有些彷徨，自已是否有能力挑起这幅重担?看到思娇产品包装新颖，品种齐全等特点，心想既来之则安之。放下包袱，一心投入工作中，尽自已所能完成公司所交给的任务。就这样拼搏完成了一个月，又接着挑战新的一个月。半年后，看到越来越多的顾客认可了思娇，使我特别开心。让我看到了思娇会有很好的发展前景，使我对未来有了更大的目标。

这一年来，经过坚持不懈地努力工作，成绩突出有两个月，在一月和十月份分别完成了一万元销量。除五月份外，其它月份销量均在4500~8500元之间。 要做好促销工作，我体会深刻有三点： 第

一、始终保持良好的心态。比如说，工作中会碰到顾客流量少或者一连向几个顾客介绍产品均没有成功，我们很容易泄气，情绪不好，老想着今天太倒霉等等。这样注意力会不集中，再看到顾客也会反映慢，信心不足，影响销售。反过来，稍微想一下为什么一连推荐失败，即刻调整心态，如去超市外边呼吸几口新鲜空气等，再继续努力。 第

二、察言观色，因人而异，对不同顾客使用不同促销技巧。例如，学生类顾客比较喜欢潮流的广告性强的名牌产品。所以让其很快接受我们所推荐的产品较为困难，我们则需要有耐心。可先简单介绍一下产品，然后可对她讲学生为什么容易长痘痘和黑头，需要注意些什么问题等。讲这些使她觉得你比较专业。再着询问她学什么专业

等，可增强她对你的信任度。最后快速针对其推荐产品，如此成功率较高。

第三、抓到顾客后，切记不要一味的说产品。现在品牌多，促销员更多，促销语言大同小异。所以介绍产品时一味说产品如何好，容易让顾客觉得我们就想着单单推销产品出去，使自己不能很快被顾客信任。事实上，顾客只有信任了你，接受了你这个人，才会接受你所介绍的产品。如果简单扼要针对性介绍完产品，在顾客考虑时可将产品话题引入人的话题，比如赞美顾客两句或问问顾客平时是怎样护理的. 在工作中我发现自己也有不少缺点，如耐心不够，销售技巧和美容知识欠佳等。在以后的工作中，不断学习，取长补短，做出更好的成绩。 xx年让我有点依依不舍，曾流过辛勤的汗水，也流过激动的泪水，正因为经历了这点点滴滴的酸与甜，才让我不断成长着，进步着。所以，我热爱这份工作，希望自己今后能快乐着工作，同时也能在工作中找到更多的快乐篇4：202\_年工作总结 202\_年工作总结

不经意间，202\_年已悄然离去。时间的步伐带走了这一年的忙碌、烦恼、郁闷、挣扎、沉淀在心底的那份执着令我依然义无反顾。 寿县圣象在202\_年的整个年度里，销售业绩并不理想，全年共计完成6500平方，与202\_年销售基本持平。销售不理想的原因有很多，但是我不想给自己找借口;譬如新的建材市场的地理位置比较偏僻，国家对楼市的调控等，都或多或少的对地板销售造成了影响。虽然在202\_年度的工作中，寿县圣象为本地地板销售投入了历年来前所未有的资金，然而却还是收效甚微。在全年的工作中，寿县圣象共计做活动20余场次，其中大型活动5次，包括砍价会、地板节以及惠动中国等大型促销活动，累计投入销售资金约10万余元。 虽然在202\_年度的销售工作总业绩不理想，但是值得欣慰的是，寿县市场强化了团队的建设和管理，加强销售队伍的目标管理，做到服务流程标准化、销售指标细分化、晨会、培训例会化。售后服务是窗口，是我们地板销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求。并为此专门设立了售后服务部门，并安排专人负责，细化了工作结构，稳定了销售团队。

寿县圣象决心在202\_年度的工作中，继续加强团队管理，我们深信，没有优秀的领导，只有优秀的团队。继续加大市场投入，力争在新一年度的销售中达到公司的要求。

寿县圣象地板

202\_/1/4篇5：赛维纳地板202\_年度营销计划书

目 录

前言???02 第一部分 202\_年度工作总结 03 第二部分 品牌营销整合思路描述???06 第三部分 赛维纳地板202\_年销售目标描述 ??08 第四部分 营销部岗位设置说明书 ??11 第五部分 营销部薪酬体系描述 ???16 第六部分 202\_年营销策略描述

???23 第七部分 品牌整合推广计划 27 第八部分 202\_年营销费用预算 ???36 前言

赛维纳品牌地板作为赛维纳地板厂的主打品牌在工厂的发展战略中所处的位置是非常重要的，经过5年的市场运作，我们也应看到赛维纳品牌营销思路的逐渐清晰，营销团队的基础建设已完成，这是董事长陈先生英明决策的结果，感谢陈先生一如既往的理解和支持。

赛维纳品牌的文化底蕴和产品结构的不断优化也足以能支撑起中高端市场的营销运作。在未来的经营过程中赛维纳品牌的支撑力、营销力以及产品的赢利能力在工厂将处于非常重要的战略要位，赛维纳品牌的发展能够走多远，将直接影响着工厂的战略规划和部署。“牵一发而动全身”，品牌的规划思路带给我们思考的核心问题是：如何使赛维纳品牌快速正确地发展空白市场和巩固现有市场，如何确保品牌的专店系统输出的营销模式培植成功，如何使我们的营销动作快速地进入良性循环的轨道?解决这些问题需要我们要站在一个全局的角度来考量，“不谋全局者，不足谋一域;不谋万世者，不足谋一时。”，在拟订此202\_年营销计划方案时，将尽量本着全面周到、翔实客观、公正、操作性强的原则，整合各种营销资源，使我们的品牌“不鸣则已，一鸣惊人;不飞则已，一飞冲天”。

在倾听中不断思考，在沟通中不断创新，在改进中不断完善„„

第一部分 赛维纳地板营销部202\_年工作总结

一、市场分析：

1、市场容量迅速扩大：随着国民经济水平的进一步提升、木地板的家居装修风

格的深化和消费趋势的流行，木地板的

一、二消费市场迅速升温，同时目前已由

一、二级市场扩展到三级市场，市场需求逐渐扩大，销售渠道广度加宽和渠道深度加深;

2、精装修商品房激增：国家政令要求国内大都市房产商提供精装修成品房，带

动了其他城市房地产商的统筹跟进，促进了对木地板的需求，并且集团采购将会成为木地板的销售的重要渠道;

3、地板品牌竞争加剧：随着全国木地板厂家的产品线不断扩充和新工厂的加

入，国内木地板产能已经过剩国内需求将近有半，202\_年7月1日国家对强化木地板的退税降低8个百分点及最近一年来人民币对美金升值，这些重大因素完全改变了国内木地板出口的格局，特别是江浙一带的品牌出口将受到严重影响，从而再次扩大对内销的攻势，再度加剧国内市场的竞争;

4、国外品牌星星之火：目前国外品牌大部分已经中外合资，产品国内加工占大

部分，如瑞嘉、金鹰爱格等品牌，市场占有量非同小可，一部分品牌仍然坚持纯进口，在国内走高端市场，如得高、彩蝶、柏丽、卢森堡、必美等，其通过产品的高质量和个性花色取得了不扉的业绩，

5、一线品牌遥遥领先：一线品牌以其强大的品牌知名度、高质量产品和完善的

售前、售中、售后服务取得了相当大市场份额，促销效果明显，同时通过对上游原材料生产的整合，产品质量和供应量稳定，生产规模也不断扩大，此类品牌有圣象、科诺、菲林格尔、升达、吉象、德尔等品牌，他们是国内品牌的标杆，占据了国内品牌地板市场份额的五分之一以上;

6、二线品牌稳中求胜：一部分知名品牌由于企业管理层的变动和产品的创新等

原因目前只是利用以前的知名度吃老本，此类品牌有柏高、福人、蓝豹、宏耐、汇丽、双凤、四合、万宝龙、巨宁、红塔等，另一部分后起之秀品牌肯帝亚、卡尔玛、科利达、洛基、凯莱、杨子、润杨、东方玉兰、傲胜、景生、莱茵阳光、惠尔、圣罗娜、贝亚克、德威等以规模及优越的代理政策迅速强占市场，有部分花重金请国际明星代言，这些品牌取得了迅速崛起，接下来的重点是稳固现有市场，全方位进行渠道渗透而扩大战果，但这些品牌的产品和推广主题都比较雷同，后劲不会很强;

7、三线品牌穷途末日：目前获得国家免检是国内品牌的基本门槛，通过 202\_-202\_年请形象代言人风潮后，大部分企业逐渐清醒，市场并非请代言人就可以解决，目前转向高薪养才策略，但绝大多数品牌产品千篇1律，并无突出的差异，而企业规模属于中小企业，品牌运作道路相当坎坷，进而大部分此类型的国家免检产品品牌只能靠拼杀价格来谋取一席之地，以优惠的

经销政策大肆扩张经销渠道，但价格战又无法与中低档产品(不达国标)进行竞争，品牌优势、产品优势、价格优势、营销优势都不具备，靠短期的经销商扩张无法满足工厂的利益需求，只能步入尴尬局面，此类品牌有欧圣、贝尔、欧运、森尼、伊普莱斯、好佳好、欧象、欧家、格林思宝、嘉宝利、国林、升佳、海帝等，部分品牌采取人员精简的方式降低营销成本方式，市场拓展更加难于施展，昔日辛苦打造的品牌基础只带给今日的揪心回忆，此类品牌有爱弗林、亚马王、富丽等;

8、垃圾产品价格拼杀：目前仍然延续90年末垃圾地板冲击市场的状况，但目

前低价板的质量随着原材料质量的提升也得到了很大的改善，价格仍然是取得销售业绩的最佳武器，流通服务的加强是取得销量稳定的最佳保障，纷杂的中国市场造就了此类工厂的稳定，但其想要提高产品质量来造就品牌的可能性几乎为零，否则同样陷入上面所描述的三线品牌的窘境;

9、区域品牌优势集中：一部分品牌已经对全国市场失去信心，同时也确实不具 备全国拓展的资源，为了保全工厂的健康运作，将战线进行收拢集中优势资源进行区域品牌的打造，由于有破釜沉舟的决心目前已经初见成效，此类品牌有爱诺法赛、圣保罗、地宝龙等。

10、后国家免检品牌诸多雷同：木地板产品同质化的时期已经延续将近5年，

11、三级市场兵家必争：由于国民经济水平的提升造就消费力的增强，木地板

也成为居家卧室装修首选地面材料，目前很多县级市场虽然没有成型的建材市场，但不少品牌木地板专卖店已经进驻，造就了一批品牌的稳定崛起，而此市场能消费高端产品的消费者普遍为有地位、有经济实力的人士，因而低价产品因量少无法形成大的气候，此类市场的经销商只要社会关系好其业绩自然优异，其传播力也强，品牌塑造比较简单，因此许多品牌已经大肆进行地毯式的发掘，以前期优异的经销政策来拉动规模效应。

第2篇：地板调查总结

地板调查总结

这次调查中我对地板行业各品牌的观察，掌握了一些地板行业的知识，并且知道了国内现今的知名地板品牌，如今市场上涌现了许多参差不齐的地板品牌，“张、王、李、赵”各颂千秋。让大家眼花缭乱,有一点可以肯定 随着我国经济的发展和居民生活水平的日益提高，地板越来越成为人们居室地面装饰的首选材料，其市场需求也呈直线上升趋势。在这我从”行业主导核心，店铺体制规范，店铺营销策略“三大方面做一个浅谈总结。 (行业主导核心)：

地板行业是一个新兴的产业，起源于上世纪80年代初。在琳琅满目的地板装饰材料中，木地板是人们首选的地板材，由于木地板是由天然的木质材料加工而成的，它具有独特的质感跟纹理，迎合了人们回归自然、追求质朴的心理。结构和材料区分在行业PPT做了一个专门区分，这里重点自我认识的是介于独体实木和强化地板之间的新实木多层地板异军突起，凭性能稳定、款式新颖、风格多样等特点已在各大地板店普及化推广。 (店铺营销策略)：

”我们卖什么,就让人们买什么”。个人觉得，市场缺的不是“名牌”更多需要“民牌”我们分成”零售 社区 设计公司“三个版块来总结： 先谈下调查中三家印象深刻的地板品牌分析：

大卫地板的老板 16岁接触木材行业

有着丰富的行业经验

介绍时表达专业性通俗易懂 店铺整体性价比高 走批发路线 对于同行大品牌

他以一种地板自身的分析与树种的描述 很好打消客人对品牌的顾忌 归属专业范畴的营销 圣象地板在抚州及网络的知名度高，这几年的势头比较快速，店铺装修整体效果地面展示到地板类型分区醒目，值得一提是圣象的活动促销有层次感,分为直接性折扣促销和层次性大优惠2种

直接性折扣：在于性价比高直接打折性标价

进店很容易看到在复合地板 出现醒目的 88 99元多款和实木多层地板 188 单款

层次性大优惠：谈及大优惠中的”大“源于在满多少现金减多少和满多少平米减多少 活动时间段内全额支付返多少 等多重性相加的活动带来的购买心里觉得”优惠大“另外老客人购买优惠政策，也成为后期电话回访的销售人员帮客人申请优惠政策一种回旋方式。 大自然地板：言多必失，值得一提的是导购的热情方式体现价值高，没有一味只灌输客人大自然地板的优势，客人进店后更多先陪同客人巡视一圈，冷静的观察客人举动，随后安排客人坐下闲聊家常里短中更准确了解客人的真实需求，同时以自身装修和亲戚装修等案例形式来引导客人，我作为顾客，很好感受到了亲和力和真诚的热情度。客观来讲，如果我自身要选择实木或者实木三层板 大自然会成为一个重要选择，归属导购的销售技巧。

个人想法：关于零售,不能靠坐店经营来应对这个竞争寄来的市场，只有通过不断创新的营销方式才能让自己的品牌立于不败之地，取得更大的市场份额和更多的利益：

成功做好零售市场，必先把自己当成顾客来制定方案，以个人经历来说明，地板是一个典型的偏关注行业，在没有需求时，很少对其关注和了解，一旦有需求时，就开始集中式的关注、市场竞争是一场认知战

，从顾客心理的品牌 产品

价格 服务 环保 时尚等参数结合分析 以差异化营销,用平民价格,标准质量,高端形象,心贴心服务。 三大核心：培训权威的专业知识(打消客人顾忌和购买犹豫)

加强人性化亲民的销售技巧(拉近与客人距离 让客人打心里愿意听你讲话)

做好多元化的活动布局 (不同品牌不同的价格 客人觉得值才是真值)

对于老顾客要做好售后和贴心服务工作 参照记录时间定时回访电话安排客人来店领取回馈礼品等吸引形式 以朋友式沟通方式 争取老顾客带新顾客的寻机

关于小区，做建材都知道要做小区，缺乏核心的策略指导，做到哪是哪，所以市场运作起来如同瞎子摸象，多走了许多弯路。

小区推广渠道策略：

1 收集区域市场小区按照消费层次找到自己品牌潜在客户所在小区名单，按照小区的位置，档次，居民层次进行等级划分，找到能够在当地产生影响力的重点小区，这些小区的大多是意见的领袖，消费潮流的引导者，代表当地消费的领先层次。活动开展类型(团购 店庆)

2 对这些小区进行持久有序的宣传展示，在其上房之日起，一直到装修结束，不断的做现场展示和宣传，对老小区则开展服务便民的方面活动，如售后主动回访等附有亲和力和美誉度，在开展这些小区时，集中宣传还是一定要做足。

3 通过这些小区集聚的品牌效应及这些居民区的上层人士和潜在客户的口碑传播，能够在短时间内来建立品牌知名度，解决消费者认知问题，引导消费倾向，快递启动市场。

(店铺体制规范)： 一棵树的枝叶出现各种毛病甚至死亡，缘由便在于根系不够茁壮，制度好可以使人事多还不累，制度不好可以使人事轻还压人，甚至走向反面”、制度重要性带有根本性、全局性、稳定性和长期性。制度执行分为：”店铺管理制度 员工规范制度及奖罚制度“ 。制度执行不是纸上谈兵，对店铺管理人员的工作指令必须做到坚决服从，不得顶撞、曲解、解释、找借口，发现问题或有异议，应事后与其沟通，并说明理由和发表个人见解。 浅谈店铺管理制度： 1.营业前

(1)当班人员须提前15分钟入店，并进行签到，进行区域的卫生打扫清洁及货架等的整理(按照管理制定的轮班执勤表)

(2)出席晨会：自我仪容仪表着装检查，认真听取店长所讲的晨会内容，明确今日店长分配的各项工作，学习公司下发的文件、促 销活动的操作手法，检视前日交班单内容是否有未完成工作事项及其余工作事项。

(3)备好当日所需各类票据，如小票、收据等;

(4)了解当天新上产品及其价格;

2.营业中

(1)我们从内心感谢顾客光临本店，要热情接待任何类型的顾客，一视同仁。要提醒顾客注意自己的货品安全，关心顾客。严禁态度冷、硬、横、不得东张西望;

(2)接待顾客应认真分析顾客的购物心理和需求，适时热情介绍商品，激发顾客购买欲，注意观察，少说多问。如耐心介绍商品特性、工艺、卖点等，推荐合适的商品给顾客，运用所学的销售技巧，增强顾客的消费心理，在与顾客的交谈中收集相关的反馈信息，并记录在(顾客反馈信息表上)

(3)及时处理营业中顾客的投诉和突发情况：a、端正自己的心态、认真听取顾客投诉情况 b、不与顾客抵触、始终保持微 笑并认真讲解 c、不要轻易向顾客做出任何承诺 (4)点货应按照发货清单，逐一点货，如发现缺货脏货及时通知店长。

(5)待机工作。所谓待机，就是商店已经营业但暂时没有顾客光临之前，员工边做销售准备，边等待接触顾客的机会:

1 做好顾客资料登记工作; 2柜台空缺产品及时申补; 3 维护营业区卫生; 4 将工作日志记录完整;

5对销售中遇到的问题及时讨论总结，以便为下一个顾客做好更完善的服务。

3.营业后

(1)整理当日各类票据及促销物品;与财务当日盘点，财货必须当面核对清楚，财务报表应及时收妥归档，店长每日应填写店长日志，将纯净及人员异动状况记载于内，并每日报告营业状况。

(2)如第二天休息，应及时安排助理代理店内一切事务，做好相应的交接工作。 (3)当天执勤安排， 在关门前三十分钟由里到外清扫店，检查防火防盗措施，关闭店铺所有电器设备，商品陈列数量是否适度、美观、整齐、稳固、安全。 店内清扫要等顾客全部走后方可进行。

(4)如遇月盘点日，应组织好店员的盘点工作，只有在盘点无误后方可下班。

4.营业高峰期工作

(1)及时查看销售额：

a、关注目前为止的销售情况，关注分析目前销售离今日销售目标还有多少差距，并积极寻找方案解决。

b、将目前销售情况通知店员、激励员工为目标冲刺而努力，同时以身作则积极参与到销售工作中。

(2)为高峰期做准备，店长应及时了解店铺每日高峰时间段：

a、为空缺商品再次检查并及时补货上架

b、零钱的及时检查和兑换

c、促销活动资料的分发，促销活动情况的宣传和店员总动员

d、营业服务用语和服务标准的时刻监督和提醒。

(3)顾客反馈信息的收集并及时加以记录整理(登记在顾客反馈登记表上)。

(4)如有时间应及时的对周边竞争品牌情况进行收集(包括竞品货品构成、价格带、促销活动内容等)。

(5)促销活动的执行和跟踪。

浅谈员工规范制度 ：

上下时间规定：

公司员工上班工作时间

夏季上午8点至下午6点

冬季上午8点半至下午6点半

1、门店销售人员星期

六、星期天不得休假; (每月要合理安排休息 天数，不得三天连续休息),

2、元旦、五

一、国庆各休假一天(带薪)，春节休假公司另 行以书面形式通知。(不带薪);

3、事假：员工单次请事假不得超过3天，连续请事假总天 数不得超过5天，并须提前办理请假手续，获批准后方可离开工作岗位休假。凡请事假天数超过两天以上的，须经店长批准方能有效。

4、病假：必须以医生的证明为准，严禁开具假病假证明， 发现此类情况一经查实不予批准并罚款100-500元。

5、事假、病假批条手续须及时交至内务部，任何人严禁未书面批准擅离工作岗位。否则，一律以旷工处理。

6、除后勤及及门市人员外，业务人员每月出勤天数超过 当月满勤天数的按满勤天数计算，出勤天数不足当月应出勤天数的以实际出勤天数计算。

第三条：迟到、早退、旷工及处理

1、员工超过指定上班时间5分钟以上30分钟以内到岗的视为迟到，迟到每次罚款20元。

2、员工未达指定下班时间离岗在30分钟以内的视为早退，早退每次罚款20元。

3、当月迟到、早退合并累计超过10次的给予通报批评，并扣除当月全部绩效工资。

4、下列情况视为旷工：

1)超过30分钟以上到岗或离岗; 2)未经批准擅离工作岗位。

5、对上班时间怠工、不服从工作分配者，经批评教育一 次仍不改者每次扣50元，月累积4次者以自动辞职论

(连续旷工7天以上(含7天)，或累计旷工达10天以上(含10天)予以开除处理。公司不给予任何补偿并扣发当月工资) 员工行为准则：

1、严格执行公司相关考勤制度，遵守作息时间，做到不迟到，不早退，不旷工;

2、工作之前必须把分担区卫生打扫干净，包括地面、卫生间、展柜、产品、玻璃，如检查发现分担区卫生不合格， 罚款20元;

3、工作前必须穿着统一制服，脚穿工作鞋，店长事先安排，不听警告者，罚款10元;

4、工作时应精神抖擞，除收银外不要倚靠墙壁或者桌椅，除培训、整理、填写资料外不坐咨询台，违者罚款20元;

5、员工禁止在工作时间发信息，在工作期间尤其是接待顾客时接听或拨打与工作无关的电话，或者吃零食，一经发 现罚款50元，连续发现3次取消晋级资格。

6、员工在接待顾客时，必须使用标准礼貌用语讲普通话，违者罚款30元;

7、当班时不接受店长(店长助理)的工作安排，不与同事协作、合作共事者，一经核实缴纳罚款50元，因工作之事顶撞店长，一次给予严重警告，罚款50元，二次开除;意怠慢工作或者工作不努力，不认真负责，没有完成店长分配的工作任务，将负面情绪带到工作中降低服务标准，引起顾客流失或投诉，视情节严重，罚款50元，一次警告，二次开除;

8、对工作中存在的问题，每个员工都有权反映到店长那里，如私自说一些不利于团结的话，做一些不利于团结的事， 一经核实罚款50元。

9、有损直营店形象利益，泄漏直营店机密，按情节轻重罚款100元，严重者开除。

10、仓储检查：商品存放是否整齐、安全，存货量是否适度， 商品是否妥善保管，仓储商品是否物账相符.

11、执行制度中所罚的所有款项都开具罚款单，设立台账，所有款项用于奖励各方面成绩优异者;

12.财务制度：

●专卖店要建立财务账簿，各种费用收入、支出要记录清楚，并要求相关人员签字确认;

● 票据管理：熟悉运用各种票据的正确使用方法并按规定认真填写开具有关票证，妥善保管好各种票据，不得遗失缺损;核对当日销售票据日报，保证账款相符，并将票据装订成册、

● 用以支付各种款项的原始凭证必须保存原件，复印件不得作为原始凭证。如遇特殊情况须经门 店主管领导批准;所有款项的支付，须经批准。

● 对当日收取的营业现金超过202\_元以上的，应在当日下班前上缴到店铺财务或打到店铺账号并通店铺财务，并做好收讫记录

●任何项目的货币资金支出，必须做到收入有凭证，所有收入凭证(发票和收据)上必须有收缴人与收款人签章。

●原单据底单对不上的不予对账;所有原欠款支付时，必须要签字原单和底单一起做支付凭证。

●任何项目的货币资金支出，均必须取得原始凭证，否则不予支付。

●任何人不得以任何形式和借口挪用款项。一经发现有挪用公款行为，立即做开除处理

第3篇：地板销售总结

--- 众的争相参与，现场热闹非凡。

篇2：云南省地板商会202\_年度工作总结

云南省地板商会202\_年度工作总结

伴随着科学技术和生活水平的进一步提高，除了质量是消费者恒古不变的追求外，环保、健康也愈来愈成为炙手可热的话题。202\_年，全球的地板行业大打环保牌，而云南的地板行业也向着环保的新方向，为云南消费者提供了更优质、思想汇报专题健康的选择。

云南省地板商会于202\_年10月在云南省民政厅注册至今，有企业会员141家，今年新增企业会员3家，新力量的注入更见得了云南省地板商会以团体的形式在云南地板行业的影响。经过几年的努力，并在我们的业务主管单位云南省工商联，特别的会员处全体的监督和指导下，我们不断地成熟。我们秉着服务于会员的宗旨，做了大量工作。

一.由云南省地板商会主办，且有着自己创刊号的《云南地板》专刊的发

2 --- 建校68年来，学生首次有了校服。

四.7月份，由于云南省部分地州地板市场得不到相关规范，范文TOP100在与云南省地板商会取得联系后，商讨筹备成立“云南省地板商会昭通分会”、“云南省地板商会红河分会”事宜。

五.9月份，商会不断接到一些消费者、地板经销商及地板铺装工投诉争议事件，为此，决定成立“昆明市仲裁委地板仲裁中心”，以解决地板行业在投诉、争议方面的问题。

六.11月份，本着“消费者对行业有信心，商家才有发展”的道理，经会长会议研究决定，我们开展今年商会内会员产品的抽样检验工作，共抽取商会内25个品牌地板，当场封存，以不记名的方式统一送往云南省产品质量监督检验研究院进行检验，以质检中心的检验结果，合格率达99%，对个别不合格产品，秘书处也认真帮助企业整改，并顺利通过复检。此次抽检活动将在都市时报等相关媒体公告，提高了商会以及地板行业

4 ---

2.为会员服务是商会永恒不变的主题，我们将一如继往的遵循服务第一的宗旨，为商会会员做好各项服务工作。

云南省地板商会

二O一O年十二月八日

篇3：202\_地板经销商经验总结：一切以消费者为中心

202\_地板经销商经验总结：一切以消费者

为中心

经销商对于地板企业而言，是全国网络布局的核心，在地板企业发展过程中起到举足轻重的作用。地板经销商作为直接面对广大市场的“先锋力量”，也是一个企业产品能否获得人心的直接信息反馈者，在经过202\_年的前线作战后，对于202\_年错

综复杂的市场情况，各大地板经销商更加有发言权。

品牌选择重潜力

坚定信念共发展

和邦盛世木艺商梁淑敏：特色民族

6 ----

7

第4篇：云南省地板商会工作总结

云南省地板商会202\_年度工作总结

伴随着科学技术和生活水平的进一步提高，除了质量是消费者恒古不变的追求外，环保、健康也愈来愈成为炙手可热的话题。202\_年，全球的地板行业大打环保牌，而云南的地板行业也向着环保的新方向，为云南消费者提供了更优质、健康的选择。

云南省地板商会于202\_年10月在云南省民政厅注册至今，有企业会员141家，今年新增企业会员3家，新力量的注入更见得了云南省地板商会以团体的形式在云南地板行业的影响。经过几年的努力，并在我们的业务主管单位云南省工商联，特别的会员处全体的监督和指导下，我们不断地成熟。我们秉着服务于会员的宗旨，做了大量工作。

一.由云南省地板商会主办，且有着自己创刊号的《云南地板》专刊的发行，为消费者选择地板提供参考的同时，也为会员单位提高品牌知名度奠定了基础。

二.202\_年4月，由云南省工商业联合会、云南省地板商会共同主办的第四届云南地板节正式拉开帷幕，本届地板节以“品牌展示•消费服务”为主题，地板爱心义卖仍是本届地板节最大亮点之一。在为时3天的时间里，地板商会会员单位，30多个参展品牌，共签单300余个，销售地板4万多平方，得到了广大消费者和参展商的一致好评。一年一度的地板节，已经成为一种品牌，搭起了消费者与地

板经销商之间互惠互利的桥梁。

三.5月份，在了解石林县长湖镇豆黑小学由于学校地处山区，村民的生活状况很差，学校自1642年建校，68年来从没有为学生统一校服的情况后，云南省地板商会决定捐出第四届地板节爱心义卖款，为这些孩子捐赠校服，这是该校建校68年来，学生首次有了校服。

四.7月份，由于云南省部分地州地板市场得不到相关规范，在与云南省地板商会取得联系后，商讨筹备成立“云南省地板商会昭通分会”、“云南省地板商会红河分会”事宜。

五.9月份，商会不断接到一些消费者、地板经销商及地板铺装工投诉争议事件，为此，决定成立“昆明市仲裁委地板仲裁中心”，以解决地板行业在投诉、争议方面的问题。

六.11月份，本着“消费者对行业有信心，商家才有发展”的道理，经会长会议研究决定，我们开展今年商会内会员产品的抽样检验工作，共抽取商会内25个品牌地板，当场封存，以不记名的方式统一送往云南省产品质量监督检验研究院进行检验，以质检中心的检验结果，合格率达99%，对个别不合格产品，秘书处也认真帮助企业整改，并顺利通过复检。此次抽检活动将在都市时报等相关媒体公告，提高了商会以及地板行业在社会上的诚信度。

七.商会正筹备“中国· 昆明第四届地板经销商高峰论坛”及“202\_年迎春联谊会”。

八.省地板商会工作人员还参加了省工商联组织的行业商会负责

人培训班等一些培训、学习，提高了商会工作人员的自身素质，为商会的建设发展起了很大作用。

九.今年，我们地板商会会长赵金才当选为“云南省光彩事业促进会第二届理事”、“云南省关工委副主任”。秘书长钟健当选为“云南省关工委委员”。

十.商会在不断的工作和学习中，我们深刻体会到：

1.商会自成立以来，积极开展工作，并取得一定成绩，但离业务主管单位省工商联的要求还有距离，也存在许多不足之处，在以后的工作中，我们将紧紧依靠省工商联，积极开展工作，克服存在的不足，更好的发挥商会的作用。

2.为会员服务是商会永恒不变的主题，我们将一如继往的遵循服务第一的宗旨，为商会会员做好各项服务工作。

云南省地板商会

二O一O年十二月八日

第5篇：地板界企划工作总结

时尚艺术·地热首选·菲尔豪林地板

近几年中，市场上涌现了许多参差不齐的地板品牌，“张、王、李、赵”各颂千秋。让大家眼花缭乱。但是没有几个品牌真正的能够造出属于我们中国人的地板。菲尔豪林地板距面世已经11载，致力于技术研发和战略创新，贵族般的档次、坚固的质量保证、在地板行业率显锋芒，并一路领航。

它以独特的花色、及其惠民的价位迅速占领市场。先后研发出强化复合地板界4TS工艺：“蓝盾防水工艺、圆弧倒角工艺、手工镂铣工艺、UV喷淋工艺”;多层实木复合领域更显卓越，推出6S工艺：“纯手工手刮、拉丝浮雕技术、纯手工着色，彩绘技术、环保型原生态斑结植入法、水溶性植物蛋白胶、面层德国坚弗紫外光水晶，高保真高美观高耐磨、基材生物灭菌软化工艺”。

菲尔豪林地板先后被评为：中国地板十大品牌、中国品牌500强、全国30家市场放心品牌、中国地板行业低碳环保领先品牌、中国著名品牌、中国优质产品、中国十环认证产品。它不仅仅与圣象、德尔、大自然、扬子、安信等品牌位居十大品牌的行列，为地板界带来阳光。并且历时2年耗资百万，成功研发出蓝盾防水技术，应用该技术制造的菲尔豪林系列地板，拥有目前行业中最为领先的木地板防潮、防水、灭醛抗菌优势。新一代菲尔豪林地板企口处使用原生植物精油(生物蜡树脂)为主的自然防水封闭涂层，经立体静电喷涂，附着力极强，且能使涂层自然渗入地板基材纤维，从而有效隔绝外部水份对木地板的侵害，全面抑制了有害细菌的滋长，同事起到锁住基材内微量游离甲醛逃逸的显著作用。

购买过木地板的业主有所感受，一线品牌和二线品牌相比较，一线品牌最显著的特点是环保、耐用、花色清晰度高、服务优质;低端木地板的特点是：基材像纸浆、外观浑浊、甲醛超标、一次性服务;价位方面：低端木地板活动价、非活动价毫无差别、都是100元以下、由于总代或厂家实力问题，从而导致价位很难统一。高端的出国活动促销特惠期间，厂家会直接规定一些特惠事项，从而才有了真正意义上的特惠;高端品牌木地板：以新颖、时尚、高端的花色及品牌实力和优质的售前、售中、售后服务，成为行业领航及标兵;目前市场上的一线品牌不断的开拓创新技术研发，出现一系列先进的工艺革命如：相比之下如今市面上的圆弧倒角比以往市场的V型槽口更为科学，不仅杜绝了地板边角磨白的现象，而且更易打理。以高美观、高立体效果，应得了广大消费者的亲睐。

面对一个品牌，有的人盲目、有的人理性。选择一个品牌也是选择一种生活方式，也就是一种生活态度。选择品牌首先要看厂家的实力„„是否是大厂家、大集团。现在市面上的地板品牌不计其数，但是有实力、高品质产品的品牌屈指可数。小作坊、小渠道的品牌也是五花八门。国内知名的木地板生产基地武汉、常州等生产的木地板是我们可靠的选择，不仅因为它们拥有悠久的木地板文化历史，更为显著的特点是它们品质一流品牌实力雄厚。它们针对下级代理的选择也相当严格，选择拥有雄厚综合实力的代理商是它们的唯一选择。这样为一个品牌在空白区域的注入及发展做出了一个明智的选择。任何一个大品牌的标志不仅仅是因为它拥有多少知名的荣誉证书，最重要的是它拥有完善的管理制度、优质的物品品质及完善的售前、售中、售后服务。

菲尔豪林地板为了您的明天，我们一如既往、坚守诚信，精益求精;为了我们的明天，我们一丝不苟、认真做事，本分做人;为了永葆至尊至上的品质，我们策马扬鞭，勇攀高峰。

网址：.cn

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！