

2023年家具渠道策略 家具工作计划(精选5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

家具渠道策略篇一

新乡市家具卖场分布全景

[nextpage]

新乡家具卖场分布图(一)

1、盛联国际(新乡)家具城a馆

地址：胜利路与健康路交叉口胖东来生活广场负一层四层

2、优越家居

卖场简介：位于市中心商圈繁华地段，面积3000平方米，经营现代、儿童、韩式、古典等家具及五金、家居饰品，是独立经营，整体运作、推广及服务的卖场。

地址：平原路新天地购物广场二楼 电话： 传真：2829857

入驻品牌：欧的、纯真岁月、华伦蒂诗、斯曼克、中至信、尊典

3、荣森欧美家具

卖场简介：位于平原路中段大商电器三、四楼，主营欧美高档家具，独立经营整体运作的卖场。

地址：新乡市平原路中段

4、月星欧美家居生活馆

卖场简介：位于平原路中段，是集家装设计、精品家具、家居配饰为一体的一站式家居馆。

地址：新乡市平原路饮马口西500米路南

新乡家具卖场分布图(二)

5、盛联国际(新乡)家具城b馆

6、豫北家具大世界

地址：新飞大道与金穗大道路口南100米

7、红太阳家私城

地址：金穗大道与牧野路口东100米

8、金海马家居

地址：化工路与和平路交叉口

家具渠道策略篇二

一、综述：作为任何一个以营利为目的的单位来说——只有销售部才是唯一的赢利单位，其它的都部门均为成本单位。

二、销售队伍的建设：用人所长无不用之人，用人所短无可用之人。将现有员工进行重组，老员工是我们的财富，他们

对客户熟悉、对本厂的运作流程熟悉、对市场也有一定的了解，能较好的减少架构改革对客户的影响，只需按照公司计划的架构重组、划分各职权即可。

三、销售部门的职能：

1、进行市场一线、工作；

2、分析市场状况、，正确作出市场，为库存生产提供科学的依据；

3、制定月、季、年度，计划的参考依据为今年和去年的同期销售统计数据；

4、汇总市场信息，提报产品改善或产品开发建议

5、把握重点客户，控制产品的销售动态；

6、营销网络的开拓与合理布局；

7、建立、完善各级客户资料档案，保持与客户之间的；

8、潜在客户以及现有客户的管理与维护；

9、配合本系统内相关部门作好推广促销活动；

10、按照推广计划的要求进行货物陈列、宣传品的设计、发放；

四、关于品牌□“x**”品牌建立时间较久，有一定的先入为主的优势。这个优势将继续扩大。另外的独立品牌要做出差异化，在产品风格、装修氛围和受众方面要有准确的定位。

五、渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，

从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。

六、信息管理和利用：现在有两千多家（外商八百多家）经销商、家具卖场、商场的联系信息，因职权不明，还没能好好的划分利用。另有全国各区域人口、经济资料统计、全国百强县排名等。还有网上收集的卖场招商信息、主动联系有专卖意向的客户资料等。这些都是做市场的珍贵资料，由于销售部被动等客的惯性思维和领导层的决策等原因，这些东西都被放在抽屉里了，很可惜。

七、关于传播：报刊媒体方面目前非常弱，只有xx城市家具报一家在做，而且可以赠送的软文也没有做，浪费。另外，通过博客的推广，有些家具类报社近期有一些文章见报，对品牌的建设有一定的推动。网络上的传播由于近段时间一直持续的做推广，起到了较好的效果，**有四个广告位在宣传，该论坛注册人数二十多万。

家具渠道策略篇三

1010拆单员1、从设计师手上接到单后认真查看图纸，看清楚所拆单的项目名称以及产品名称、型号、饰面材料、板材材质、数量是否与项目所需一致。2、根据本公司生产工艺的实际情况，来确定订单是否可以生产。

3、根据生产线实际情况来修改图纸中无法完成的设计，并与相关人员沟通确认。4、修改设计图纸不合理的地方，并与设计人员沟通修改图纸。

5、积极主动咨询各相关部门关于图纸的各类问题，保障设计图到生产环节的控制。

6、根据可行性的订单图纸来进行分解和拆卸，要注意每一个细节。

7、确保分解和拆卸的数据准确，符合产品生产工艺标准要求，节点合理。拆出来的数据要清楚明了，对待特殊工艺要求，注意事项要在备注栏标注清楚。8、所有订单均必须在接单24小时内拆单完毕。

9、负责积极主动配合和协助生产部，完成设计图纸的各项要求生产。 10、完成上级领导安排的其它临时性工作。

家具渠道策略篇四

职位名称：店面导购 所属部门：销售部 直属上级：店长 薪金标准： 职位概要：

在店长带领下完成店面日常事务工作及销售目标。

工作要求：

1 工作态度： 忠诚度：

（一）有积极自我确认的人生目标或职业生涯规划，并努力为之奋斗；

（三）努力耕耘，与企业共同发展；

（四）具有企业主人翁的工作姿态；

（五）明确自己对公司的期望，并要尽可能具体化、数量化，与公司的要求和期望相比较，相互承诺，建立忠诚的基础和条件。

执行力：

(一) 执行力是企业的核心竞争力，也是团队和个人能力的完美体现；

(二) 无条件服从领导的安排；

(三) 工作中不找任何借口；

(四) 严格遵守公司各项规章制度；

(五) 提升主观能动性，提高工作效率；

(六) 按质、按量完成自己的工作任务；

(七) 日事日毕，日清日高；

自我控制

(一) 尊重所有人的人权和人格尊严；

(二) 对自己有清醒的认识，能承受压力；

(三) 自信而不自满；

(四) 人际关系良好，与朋友和同事能友好相处；

(五) 善于处理工作和生活中的各方面问题；

(六) 认真对待每一件事。 2 工作能力： 仪容仪表

(二) 女生：

(2) 发型：头发需清香无屑向后盘起，其余碎发前不覆额，侧不附耳，后不盖颈（必要时用4枚卡子别起），不能有夸张的染色（粉色、蓝色、红色）

(6) 饰件：双手佩戴的戒指不能超过1个，耳饰不能超过1副，项链不能超过1条，饰品风格应保持小巧简单，走动时不能产生摆动和噪音。

男生：

(1) 头发：头发前不覆额，侧不附耳，后不盖颈；(2) 胡须：不蓄须；

(三) 口气清新，身上无异味怪味；

(四) 微笑：

(五) 站姿：

(1) 待客时，双腿自然垂直站立，不倚靠、俯趴柜台；

(六) 礼貌用语：

(2) 在顾客离开店面送顾客走时一定要使用“再见”、“欢迎您下次光临”；

(七) 电话礼仪原则：

(1) 电话铃声在3声之内接起；(2) 电话机旁准备好纸笔进行记录；

(3) 记录下确认的时间、地点、对象和事件等重要事项；

(4) 告知对方自己的姓名。接听方法：

(1) 拿起听筒，告知对方自己的姓名：“您好，我乐橱柜专卖店，有什么能为您效劳的吗？”电话铃响应3声以上时，“让您久等了，我是xxx”
□□注意事项：接电话时，不使用“喂-”回答；音量适度，不要过高)

(2) 确认对方□“x先生，您好！”

(4) 进行确认：“请您再重复一遍”、“那么您刚才说的是xx日x时订xx型号的橱柜，是这样么？”等等。如是传言必须记录下电话时间和留言人。

(6) 放回电话听筒。注意：等对方放下电话后再轻轻放回电话机上。 环境卫生

(一) 门头：门头不能有布置物遮挡或者部分遮挡；

(五) 柜内/抽屉：不能存放与展出无关的其他物品，且柜内、抽屉内不留卫生死角；

(六) 价签/价牌：摆放张贴到相对应产品的上面或者侧面，醒目、视感好、不零乱；

(八) 购物通道：无垃圾桶等遮拦物；

(九) 盆栽：叶面擦拭干净，无腐叶、无虫害；

(十) 库房/其他储存空间：无易燃易爆或有毒物品，且不零乱堆放；无异味；

(一) 工作时间：9:00—9:05，上班打卡、换工装；

(二) 9:08—9:20, 由店长召开例会，明确个人的日工作计划；

(四) 10:20—12:00，轮流接待客户，完成日工作计划；

(六) 14:00—17:50, 继续轮流接待顾客；

(八) 参加公司安排的各种例会和培训，并做好会议记录及培训笔记。 产品知识

（一）准确记住店面内每套样柜的名称、材质、风格、配置、价格；

（二）准确记住店面内每块门板样板的名称、材质、色号、特性、价格、差价；

（三）准确记住店面内每块台面样板的名称、材质、色号、特性、价格、差价；

（四）准确记住每套样柜柜体的名称、材质、色号、价格、差价；

（五）准确记住五金、抽屉、拉篮的名称、材质、特性、价格、差价；

（六）准确记住电器、水槽的名称、材质、特性、价格、差价；

（七）准确说出以上内容与欧派的区别。 3 工作技能 接待技能

（一）接待客户必须使用普通话；

（二）看见客户准备进店时，面带微笑并用洪亮的声音说出“欢迎光临，我乐橱柜”；

（三）手中拿着计算器、笔、笔记本，走到与客户60厘米处，面带微笑并用清晰地声音询问“您好，有什么我可以帮助您吗？”

（四）其他导购人员要及时为客户倒水，面带微笑并清晰地对客户说“请您喝水”；

（八）在导购人员给客户引荐设计师的时候，应该说“x先生

（女士），这位是我公司的优秀橱柜设计师xxx”□

（九）客户走出店门时，用洪亮的声音说出“欢迎您下次光临”；

（一）问问题的步骤：

（二）顾客异议的通常表现：

(3)成功型：喜欢与众不同，凡事都追求最好和卓越，以高级白领和事业成功的人为主；

(5)生存型：追求实惠和实际，以便宜和省钱为导向。说服这类人，强调我们的产品的质量过硬，用的时间长，为此省不少钱。

(6)自命不凡型：这类型人无论对什么产品，总表现出一副很懂的样子，总用一种不以为然的神情对待，这类型人一般经济条件优越，以知识分子居多。这类人喜欢听恭维的话，你得多多赞美他（她），迎合其自尊心，千万别嘲笑或批评他（她）。

(7)脾气暴躁，唱反调型：脾气暴躁，怀疑一切，耐心特别差，喜欢教训人，常常旁无道理地发脾气，有时喜欢跟你“唱反调”。面带微笑，博其好感，先承认对方有道理，并多倾听，不要受对方的“威胁”而再“拍马屁”，宜以不卑不亢的言语去感动他（她），博其好感。当对方在你面前自觉有优越感，又了解了产品的好处时，通常会购买。

诱导的方法。

(9)小心谨慎型：这种类型的人有经济实力，在现场有时保持

沉默观察，有时有问不完的问题，说话语气或动作都较为缓慢小心，一般在现场呆的时间比较长。要迎合他（她）的速度，说话尽量慢下来，才能使他（她）感到可信，并且在解说产品的功能时，最好用专家的话或真实的事实，并同时强调产品的安全性和优越性。

(10) 贪小便宜型：希望你给他（她）多多的优惠，才想购买，喜欢讨价还价。多谈产品的独到之处，给他（她）赠产品或开免费检查单，突出售后服务，让他（她）觉得接受这种产品是合算的。以女性多见。

(11) 经济不足型：这种类型的人想购买，但没有多余的钱，找一大堆理由，就是不想买。只要能够确让他（她）对产品感兴趣或想治疗，又拿不出现钱，要想法刺激他（她）的购买欲望，和同其他人做比较，使其产生不平衡的心理，也可以让他（她）分批购买。

（三）常见回答异议的方法：（1）多少钱？

多少钱并不是最重要的，这套家居您喜欢吗？如果这套家居不适合您，价钱再便宜您也会选择吗？您有听说过xxx牌吗？所以我们看看这个适不适合，如果适合我会给您最优惠的价格，除了尺寸，您还有什么要求没有，我先帮您记下来，一起算，一定给您一个最满意的价格。

（2）太贵了。

d□您知道便宜家居和贵家具的便宜家居和贵家具的差别在哪里吗？（从价值、生产流程上讲）

c□您有没有买了便宜东西后悔的经历？一分价格一分货，我们没有办法给您最便宜的价钱，但会给您最合适的价钱。

（四）肯定认同的技巧：

(1)您说的很有道理；(2)我理解您的心情；(3)我了解您的意思；(4)感谢您的建议；(5)我认同您的观点；(6)您这个问题问的很好；(7)我知道您这样做是为我好。

(五) 判断成交的信号： 语言：

(3)如果顾客征求同伴意见，都是有意购买的信号；

(5)开始关心售后工作、总是反复问包装、送货、售后等问题，是达成交易的信号。行为：

(1)顾客看到某件产品，突然眼睛发亮，面露喜色；

(2)顾客对某件产品东摸西看，问来问去，突然中断略有所思，是在考略是否购买；(3)一边看产品，一边点头微笑，表示对产品比较满意；(4)第二次来看同一产品。

(六) 成交方法：

(1)直接要求成交法：导购员发现顾客的购买欲望很强烈时，可以直截了当地向顾客提出成交要求。

(2)假设成交法：聪明的导购员总是假设顾客肯定会买，然后向顾客询问一些如何包装、付款、保修及保管产品等方面的问题，或是着手开票来结束销售。

(3)选择成交法：导购员向顾客提出两个或两个以上的购买方案让顾客选择。不管顾客做出何种选择，都意味着销售成功。

(4)推荐法：导购员仔细观察顾客喜好的产品，如顾客多次触摸、特别注意或多次提

到，就向顾客大力推荐这种商品。

(5)消去法：导购员从候选的商品中排除不符合顾客爱好的商

品，间接促使顾客下决心。

(6)动作诉求法：用某种动作对犹豫不决的顾客做工作，让其下定决心，如“您再看一下——”（把顾客再次引导过去）。

(7)感情诉求法：用感人的语言使顾客下定购买决心，如“您买了这套橱柜每天做饭一定会很高兴的，做饭的心情和情绪一定很高涨……”

(8)最后机会成交法：导购员告诉顾客即将取消优惠条件。
回访技能

（一）回访内容：

（二）回访时间：

目标客户按照1天、3天、5天、7天进行回访，成交客户按照30天回访一次进行回访；

（三）回访记录：

（一）每天完整填写《客流登记表》；

（二）每个月最后一天完成本月的工作总结和下月的工作计划，并在次月的1号交与店长。

任职资格：

教育背景：

1年以上专卖店或相关零售行业工作经验。

家具渠道策略篇五

新的一年又在展开，作为一名服装导购员，现将自己20__年

的工作计划及心得展开如下，期望大家能够予以指导推荐。

1、_精通_产品卖点：

2、抓住现场_机会_：

作为一名导购员，每一天面临的竞争是很激烈的，在一些品牌众多的大卖场更是如此。所以，如何在过客匆匆的卖场中_慧眼识真金_。迅速识别哪些人这天必须要买，哪些是潜在顾客，哪些只是随便看看，哪些是其他厂家或经销商的_卧底线人_，都需要导购员日积月累，练就一身好功夫，然后果断地抓住机会，雷霆出击，针对不同的_顾客_采取不同的应对措施，最终实现_既卖了货，又做了宣传。

3、找准顾客_需求_：

抓住了恰当的机会之后，接下来就是，针对真正的顾客，如何尽快地摸清他们的需求。同样是一种商品，就拿电饭煲来说吧，有人喜欢方便、图省事，就可能要电脑模糊控制的；有人喜欢实惠耐用、操作简单的，可能就要普通机械型的；还有人干脆就觉得大一点好，蒸馒头方便，于是就选取直筒锅；更有人追求时尚、享受生活，则选用液晶显示的。

4、触动心灵_情感_：

找准了顾客的真正需求之后，下一步要对顾客_动之以情，晓之以理_。一般来讲，除非是某个品牌的_拥戴者_或_回头客_，普通的顾客在刚刚接触一个品牌的时候往往会不自觉地带着一种_批判性的怀疑_，这时候如果导购员_不识时宜_或_不知趣_地走到跟前_胡吹海喝_，极有可能会遭遇顾客立马表示_没什么，我只是随便看看_的搪塞，这恐怕是我们每个人都不期望出现的结局。因此，我们不妨先从简单的问候入手，逐步深入，循序渐进，用最为有效的方式首先博得顾客的认同。

在推荐服装时，我们能够运用以下几点：

- 1、推荐时要有信心。向顾客推荐服装时，导购员本身要有信心，才能让顾客对服装有信任感。
- 2、适合于顾客推荐。对顾客提示商品和进行说明时，应根据顾客的实际客观条件推荐适合的服装。
- 3、配合手势向顾客推荐。
- 4、配合商品的特征。每类服装有不同的特征，如功能、设计、品质等方面的特征，向顾客推荐时，要着重强调服装的不同特征。
- 5、把话题集中在商品上。向顾客推荐服装时，要想方设法把话题引到服装上，同时注意观察顾客对服装的反映，以便适时地促成销售。
- 6、准确地说出各类服装的优点，对顾客进行服装的说明与推荐时，要比较各类服装的不同，准确地说出各类服装的优点。