

橱柜总结报告(模板7篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

橱柜总结报告篇一

2016年，橱柜城招商工作与去年有本质的区别，随着红星美凯龙、华南城开始招商及同类业态的开业，都给橱柜城招商工作带来了很大的难度。截止2016年底，在场部分商户由于亏损严重，难以生存，已陆续出场。一部分品牌撤场进驻红星等市场，甚至有部分已缴定金、押金商户，缴费后没进场，给橱柜城的稳定造成了很大的影响。尽管如此，本人通过对南昌几大市场的充分调研，详细分析了各大市场的品类，商户的内在关系，确认了橱柜城新的定位。一年来本人逢周六、日、节假日就不断走访南昌各建材市场，家装公司，搜集意向客户，以短讯电话邀约客户到场考察、签约。一年来，在万总，熊总的正确指导下，本人想方设法，采取各种有效措施加大了招商力度。经过相关部门的密切配合。使橱柜城现有商户91户，全年招商进驻商户38户，进场面积6581m²，但全年撤场商户32户，面积5420m²，已收定金13家未进场，现三、四楼出租率达80%以上（四楼100%，三楼58%）。

一、2016年工作总结：

在招商过程中，本人始终坚持以引进有自我营销能力的思路，逐步引进一批代表本地区最具竞争力的建材、家装品牌（华浔装饰、家多多装饰、雅安居装饰、鑫牌装饰、英格雷斯整木家居、依莱亚衣柜、橱柜、鸿基定制、美国约克空调、松下电器、杨子系列建材、海螺型材、朝阳卫浴、美的厨电等，1、2线建材家装品牌），通过品牌的带动及自我营销的开展，

效果明显。周六、日、节假日人气上升，特别是各装饰公司，邀约客户较多，签单率很高，最大化的保证了橱柜城业态的丰富性、独特性和延续性，提高了市场知名度，有效地稳定了橱柜城，增强了在场商户的信心。橱柜城自开业以来，面对市场带来的竞争，面对消费行为日趋理性，本人通过对家居建材行业发展趋势的综合分析，针对竞争对手，制定橱柜城的发展规划。经过业态定位，探索出适合橱柜城的核心竞争力。以2线建材品牌、橱柜形象馆、建材超市、装饰设计公司为主开展招商工作，实现真正的一站式服务。

1. 家装、橱柜、建材超市各自形成相对独立的区域，家装由于消费目标比较确定，一般放在4楼或较偏的位置。
2. 橱柜、装饰材料进行逐步调整归类，品类相同的产品在同一区域，主通道或一流位置要逐步调整以品牌为主，其它区域逐步调高进驻品牌档次。

三、2017年工作计划：

招商工作是一项长期性、复杂性、效果不确定性的工作，各种因素可制约和改变招商效果，预计明年橱柜城面临的问题还是很多，对于处于一线的我来说，工作的难度和挑战性不言而喻，为了更好的完成招商工作，计划如下：

1. “稳商”，跟进在场商户的经营状况，通过与商户经常性的联络沟通，及时了解行业的相关动态。积极引导商户参与增值服务，创收盈利，整合市场有效资源，利用卖场的整体优势，配合企划部为商户提供团购、家装、小区有效信息，发挥卖场的领军地位。
2. 深度调研南昌同类市场，寻找突破口，提升橱柜城出租率，稳固现有品牌，同时加大招商力度，引进其它品牌。
3. 关注全年团购活动和各品牌联盟活动，引导商户参与，采

取走出去，请进来的方式开展促销活动，从而达到商户盈利，宣传卖场的目的。

橱柜总结报告篇二

【范文一】

“诚信赢客户，创新竞未来”这是基鸿给我的第一个理念。20xx年11月19日，我到基鸿总公司办理入职手续，并参加了企业文化的培训，到今天算下来时间不足两个月，大的总结没有很多，只能简单地根据这段时间总结一下。

这段时间主要参加了两个活动，“1215建材狂欢节”和“大榭青岛”。我深知无论我在之前的公司有多辉煌，到新的地方一切都是零，我希望在基鸿的每一步都是脚踏实地的。“1215”开始前我简单的了解了一下产品知识，起初是想我并不是一个没有经验的设计，橱柜行业各个品牌大同小异，设计百变不离其宗，注意一下设计尺寸的基本规格就可以做自己的本职工作，但是一个新的员工被接纳和被信任并不是很简单的事情。我没有在短期内参与公司的设计。活动结束后，我被安排到电销，电话组的20天是最难熬的日子，每天做着自己不喜欢的工作，而且没有办法创造业绩，我接受这种安排，并当做这是对我的考验，没有成果不代表我没有努力，联盟的时候我们是一家人，我为联盟服务，我的职位同样重要。

“大榭青岛”的活动，从前期电话邀约，中间小区活动、上门服务，最后现场布置，每个环节我都参加了，最后活动结果，所有人都不满意，尽管不理想，但是这是我们大家的第一次合作，磨合期总不会非常完美，在失败中吸取教训，为了下一次更好的合作。

短短的几十天，不能代表我一年的总结，我对基鸿有了初步的感受，这是一个凝聚力比较强的团体，尽管员工与领导之

间有着隔阂，但员工们确实在互相帮助，为了一个共同的目标，没个人分工合作，无论哪个岗位需求，无论本职工作是什么，都可以接受新的工作安排。我喜欢这个团队，我选择基鸿，就会在这稳步发展。

20xx接近尾声就意味着20xx年的开始，无论20xx年是收获还是失去，也不计公司是亏损还是盈利，对所有人来讲都已经过去了，我们只有总结失误，在新的一年里保证不犯同样的错误。基鸿的20xx年，我满怀信心，对自己也有准确的定位。

首先，我的定位是橱柜设计师，因为原先就一直在这个职位上工作，刚来到基鸿，还是想在本职工作做到成熟，再去涉及到别的领域□20xx年我应该注意以下几点：

- 1、熟练掌握2020，之前公司没有接触过这个软件，这是我应该学习的新东西，也是基鸿设计必备的软件。第一步先把硬件设施掌握熟练，有了一个强大的后盾，才能保证自己不犯低级错误，提升cad制图速度和准确性，尽量缩短完成方案的时间，尽早呈给客户，这体现的是一种态度，在方案上不让客户挑出问题，体现的是专业，用我们的技术来体现我们的档次。

- 2、提高自己的沟通能力，公司重新调整，对员工要求更加严格，设计师不再是单纯的设计，兼顾着接单、测量、设计、报价、签单、下单各个环节的任务，既然公司再向国际大品牌发展，我自身的素质也要提高，努力让自己成为一个全方位的橱柜行业的人才。学习一下销售技巧，理解客户的主要想法，根据他们的消费特点、心里，进行介绍，争取不放走任何一个过手的客户，保证业绩。

- 3、了解产品的基本知识、板材结构、价格体系、生产工艺，每一种板材的参数，包括台面等分类，做到客户问的都以能对答如流，没问到的准备到，针对每个活动时间的套餐，了解清楚，积极配合每次活动安排，不脱离岗位，完成计划。

4、每个季度合理安排工作任务，定期给自己做一下工作总结，在失误中提取可取点，既然公司要培养多方面人才，那么基鸿就给了我更大的吸引力。20xx年我会各方面攻破，扩大自己的活动范围，走出店面，扩宽客户源，参与到每一期的活动策划，将自己的的一些想法付诸行动，只要公司给我机会，我就会实践。现在橱柜行业竞争非常激烈，店面周围各大品牌如此集中，基鸿不是什么大品牌，走出青岛几乎无人知晓，我们拿什么和全国性品牌竞争。所以20xx年，不只是小区业务要走出店面，设计师也应该走进小区，和客户交流，通过惠民活动带动客户消费。

5、服务打动客户，各个品牌质量与设计大同小异，我们有的别人也有，甚至我们没有的别人也会有，我们比的就是服务，所以我会总结一套属于自己的服务体系，用行动和语言去告诉客户，我们的品牌值得信赖，克服自己的缺点。

20xx年就在眼前，我的职位虽小，但同样能发挥着很重要的作用，我会做好本职工作。我到基鸿时间不久，但我选择了这里，就是这里的一份子，我会一步一个脚印，脚踏实地，稳步向前，听从领导安排，配合同事的工作，争取新的一年创造新的突破。

【范文二】

20xx年是变革的一年，集团明确了事业部发展战略，根据组织安排由工程部转入*事业部担任空间设计师。在13年这段时光里，有得有失，“失去”是当前阶段能力不够导致，或者是自身内在升华的要求，“得到”是成长的必然。所幸的是有那么多朋友不离不弃，领导的关怀备至，正是我蓄势待发的源泉。13年已成过往，对这年的工作的总结是拉开14年新篇章的序曲。以下是对全年的工作总结：

一、对集团多个品牌的掌握，提升综合设计能力

1. 掌握多个品牌形象规范，拓宽设计知识面。

通过工程部组织对各品牌形象知识培训，结合实际经验，对品牌的道具结构、施工工艺、品牌形象有了深入了解，这能拓展专业视野，为将来应对复杂的品牌环境提供有利条件。

掌握了xxx的品牌规范，共完成103家铺设计，30家设计图纸审核，20家*橱窗设计，保证集团品牌开店需求。

2. 掌握综合店设计技巧，提升综合设计能力与创新能力。

参与集团总部与全国各地区关于综合店发展研讨会，对综合店发展的必要性、可行性有了深刻认识，关于综合店发展历程与发展方向有了全面了解，认真学习了20xx年综合店发展战略和 workflow。通过会后对各区综合店现有状况及原因进行了分析，为综合店工作的开展指明了方式方法。

积极参与综合店项目工作，协助完成了10家综合店项目，通过实际工作，掌握了综合店的设计规范、设计理论。这个过程是艰辛的，对于一个新型理念的接收完全是从零开始，只有通过自身在实际工作中不断的与理念磨合才能了解其中的奥义，同时对自身能力有了较清晰的认识。

二、“优四跟五”，协助处理好*新旧形象各阶段工作任务

1. “新环境，新要求。” 树立全局意识。

小组在分析了新 workflow 与形式后，结合相关工作经验，整理出一套适合事业部开展工作的方法。首先整理各区相关工程跟进人员、品牌负责人、各道具供应商通讯录，建立专业通讯通道。其次根据市场反馈对*各工程资料实行规范管理，包括道具规格标准化、货架陈列空间优化、增加道具元素满足市场需求、加强供应商管理力度、改良道具工艺结构、规范制图要求提高图纸质量，保证工作优质高效。最后将相关

内容整理为“关于进一步规范和优化*四代形象推广工作的通知”发送相关领导、地区、供应商及工程部门，同步各方资讯。通过参与这些工作，了解工作方式方法的重要性，对全局观与统筹性有了进一步认识。

2. 参与新形象设计过程，掌握项目开展流程。

五代形象由设计公司负责设计，部门根据设计流程提供相关协助及跟进，主要工作情况：

第一、根据设计进度统筹安排，协助上级完成“*五代新形象开发项目责任表”；

第二、协助上级完成“*五代新形象市场调研分析表”，配合设计调研；

第三、参与跟进设计进度工作，协助相关交流会议的召开；

第四、协助设计方完成设计提案，提供相关资料；

第五、配合深化设计方案，制定“设计系统si设计明细表”，明确设计项目内容。通过对项目全程跟进，了解市场调研的重要性，脱离了市场的设计方案是没用的方案，需以终为始，结合“五位一体”全面考虑。与设计方交流沟通，拓宽专业知识面，提升对项目分析能力。

三、组织相关工程会议，协调系统内部资源

为更好开展*事业部工作，按照上级领导指示与要求，组织召开：

1. 男鞋形象推广工作会议：加强各合作部门工作交流，落实*男鞋推广流程。会议达成完善si形象规范、明确工作职责、优化管理流程，实现高效优质的工作共识。

2. 与虎门道具部工作交流会议：第一，对*事业部与虎门道具部现阶段工作合作进行了分析总结。也是各区意见在四代形象优化得到解决的见证；第二，对20xx年以往投诉分析表明道具部在管理和监督上有了新的提升；第三，双方就工作存在的细节问题进行了交流。第四，对*五代新形象推广工作合作意见初步沟通。

四、换位思考，当好引路人

如何带好新员工是组织交给的责任与信任，也是一种考验。作为一个在本岗有着丰富经验的设计师来说这是一次很好提升个人能力的机会。

1. 制定新员工入司指引工作计划表，有计划、有目标完成工作安排；

根据实际情况分月制定计划表，按照岗位具体需求引导新人，提供相关专业资料与介绍提升新人专业素养。

2. 树立新员工企业认同感，尊重企业文化，融入团队生活；

新员工对企业文化、品牌文化的认可是工作开展的前提，通过组织新员工培训与团队文化生活增加认同感与归宿感。

3. 针对新员工本岗技能的不足，有方向的提供指导，完善专业技能；

根据试用期间对新员工专业技能与业务能力的深入了解，结合实际工作需求，制定分阶段有目标性的任务安排，达到在工作中提升目的。

4. 发扬“比、学、赶、帮、超”的优良传统，认真对待，虚心接受。

引导人只是某些方面超前，充分认识到这点才能不断进步，发扬“学、帮、带”的同时也要能虚心接受新人意见，这是成为一名合格引导人的素养。

工作上的不足

回想20xx年经历的大小事，现在太多的是对过往不足的认识。第一性格上不温不火，遇事没有时间概念，多次会议的召开将这一陋习暴露无疑。正所谓态度决定结果，今后的工作中树立正确的责任感与时间观是要努力的方向；第二工作方法上缺乏全局观念，计划性不强，做事之前欠缺思考，错误容易出现反复，导致效率无法提升。应加强计划与统筹能力的锻炼，培养遇事冷静思考和解决突发问题的能力，培养系统思考问题和逻辑分析能力。掌握审时度势，培养判断力与决策力；第三创新思维不足，知识陈旧单一，应增加相关专业知识学习积累。

2019年工作计划

14年是一个沉甸甸的年份，太多的希望与愿景将在今年实现。为更好开展工作，顺应集团、部门、个人发展，不断加强学习，拓宽眼界，提高职业道德修养和专业技术技能，做到完善、更新自身知识结构。找出自身不足，提升自身高度。

一、理清思路，加强自身能力锻炼

思想水平是一个人综合素质和能力的集中体现，在一个人的成长进步中具有根本性、长远性的作用。

1. 工作态度决定高度。

端正工作态度，遵守公司、部门各项规章制度与纪律，贯彻“服务中服务部门”、“责任赢得信赖”的指导思想，坚持“事无大小，认真完成。”的积极工作态度。保持一颗空杯

心，善于学习与总结。

2. 合作赢得辉煌。

严格遵守工作流程，注意工作时效性，确保高质优效完成本职工作。“众人拾材火焰高”，大力协助同事工作，提供有价值的帮助，促进团队发展。加强与地区沟通协调，强化自身责任，提高工作质量，保证地区有效业绩。贯彻上级领导思想，加强设计制作、道具安装、物流运输、造价核算、营销策划间的合作沟通，实现五位一体高效运作体系。

3. 审时度势，善于解决问题。

不管是生活还是工作中，经常遇到“是什么”“为什么”“怎么办”。通过表面现象看到内部原因，从了解原因到解决问题再到找到规律，这是一个我们要学习的过程。这个过程要求保持冷静的头脑和清晰的思路，找出问题的特征，抓大放小，先解决急需要解决的问题保证结果良好性，再解决难度较小的问题达到结果最佳性，最终对相似问题能找到规律加以解决。审时度势，培养善于解决问题的方法与能力。

二、敢于提升“领导意识”，承上启下只有明白领导战略意图办事才能得心应手，换位思考决定要做好上级交代的工作就必须“思领导之所思”。

1. 分析领导以往工作处事方式方法;2. 查阅相关书籍，积累自己的管理办法;

3. 端正心态，统筹安排相关工作项目及监督工作完成情况。修身养性，厚德载物。提升职业修养同时，也注重品德修养。

三、*五代形象道具打样跟进与推广工作

五代形象的打造是*事业部20xx年工作的重中之重，工程打样

项目尤为重要，为确保及时优质完成战略部署，需做好以下几点：

1. 落实*五代新形象系统设计明细；
2. 跟进实体店铺新形象道具生产安装进度，把控好开店时间；
3. 与各供应商沟通工作流程开展情况及相关管理机制；4. 与各地区就新形象推广知识交流学习，同步资讯。

这年来，有成功也有失败，有经验也有教训，不管遇到的工作多么困难，仍然努力做到最好。这年是成长的一年，过去是今后的基石，在以后工作中以最有价值的表现做最有价值的事。真诚希望领导和同事们能多给予我帮助，多方督促，使我取得更大进步。冬去春来[]20xx的过去就让它过去，翘首以盼20xx的辉煌。

橱柜总结报告篇三

又到年底，写年终工作总结的时候，橱柜导购员也不例外，下面是出国为大家的：年橱柜导购员工作总结，欢迎大家参阅，更多资讯尽在工作总结栏目！进入**橱柜从事导购工作已经有一年多了，在这一年时间里，通过公司的培养及自己努力的学习，使自己的销售能力有了较高的提升。现在就我自身的销售经验及销售心得与大家做个分享。

我们每一天都在面对面的与消费者沟通，我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象，所以我们首先应该给自己的定位要高，我们是**橱柜品牌的代言人，只有充分地了解我们所销售的产品特点、使用方法、性能等，以此为基础，适当的为顾客提供良好的服务、建议和帮助，以优质的服务来服务顾客，才能压制竞争对手。潜在的顾客在我们的热情与微笑中诞生。同时，我们又是企业与消费者的桥梁与纽带，我们一方面要把产品信息传达给消费者，另一方面要

把消费者对产品的建议和希望反馈给企业，以便更好的服务于消费者。产品固然重要，但我们肩负的责任更重要，因为产品自身是不能与消费者沟通的，只有我们才可以和消费者之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整、准确的传达出去，把“好房子，要配好橱柜”的理念通过我们一线的销售人员更好地诠释给消费者！我比较喜欢学习和反思，我觉得一定要多学习，多了解**橱柜品牌理念和企业文化，对产品知识掌握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品知识、特性，同时，还需要了解行业内的所有产品，进行详细的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

我坚信只有多点付出，才能多点收获。只有从事自己喜欢的工作才会有热情，而做导购就是我所喜欢的一份事业，我从导购工作中获得了乐趣。当我每卖出一件**橱柜的产品时，都会有一份成就感。我会一直从事这份我热爱的工作，通过自己的努力，使**橱柜**橱柜年的销售业绩得到更好的提升，并做到“以此为乐，以此为业，以此为生”！愿与**橱柜同成长！以上是我年的工作总结。

光阴如梭，一年的工作转瞬又将成为历史，年即将过去，年即将来临。新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战、“决心再接再厉，更上一层楼”，一定努力打开一个工作新局面。在年，更好地完成工作，扬长避短，现总结如下：

一、引起顾客注意，吸引顾客到店里

销售过程开始的第一步就是吸引顾客来到我们的卖场，通过大量的实践证明，有以下常用方法：

抓住顾客的第一步就是要留住顾客，顾客在店里停留的时间越长，对产品、企业、产品优势、给他带来的利益点了解的就会越多，选择的可能性就越大，经过实践总结，通常有以

下方法引起顾客注意并留住顾客： 1、真诚的微笑，热情的态度，礼貌的接待用语，让顾客心情一下子舒畅起来。有到家的感觉；2、尤其是对于带小孩的顾客，需要准备一些小礼品、小玩具、气球等，让他们尽可能长的时间呆在店内；3、先不要着急谈销售的问题。比如：我遇到一位导购员，她的销售业绩非常好。她在店里养了几条鱼，当顾客来到店里后首先会被这些鱼所吸引，然后导购员就先从养鱼开始找到与顾客的共同话题，先解除顾客的戒备心理，与他在一种轻松的氛围下进行交流。4、温馨提示话语：可以根据时令季节张贴一些温馨的话语，如：“××整体橱柜提醒您：天冷了，请预防感冒！”等字样，体现出店内的温馨感。

5、店内若有空间，可以设计的具有文化气息，如：整体橱柜的保养使用小常识，企业的一些文化理念等。

6、先不要着急谈销售的问题，可以先从顾客感兴趣的话题谈起；7、多让顾客感觉你的产品，躺一躺、坐一坐，多体验一下。如：“先生，请您坐上去试试感觉，我再详细给您讲讲我们沙发的优点，您一定会感兴趣的。”

8、店内的精心设计，布局安排能够吸引顾客。

我们都需用心接待每一位顾客，即使他们不买整体橱柜我们也会热情对待，让顾客有一种宾至如归的感觉，一杯水、一声问候，就是我们最基本、最真挚的服务。1、微笑：真诚、热情微笑的周到服务，拉近与顾客之间的距离，不要冷冰冰的一副脸面，拒人千里之外，让人感觉好像欠你似的；2、赞美：学会赞美顾客，善于发现顾客身上的闪光点，实时进行赞扬，满足顾客的虚荣心，尤其是对女性顾客，例如服饰、皮肤、气质等；3、迅速找到与顾客共同感兴趣的话题，与顾客攀谈，由此也可以判断顾客所能承受的产品价位；销售的成功是一个客户积累的过程，只有平时多积累顾客，多在顾客的心中打下一份信任，才能最终有所收获；只要有顾客进门，我们就要有一颗感恩的心，感谢顾客的到来，用我们的热心、

诚心、耐心去对对对待顾客，在顾客心中打下一份信任，一份美好，一份记忆。

橱柜总结报告篇四

个样品小区，派一个专人去参与跑小区，只跑那一个小区，小区需要的.出入证全都配齐。

房地产商：我知道的是在万达广场开盘，签订单，团购，全都只付定

金直接享受当天优惠，然后再到店面进行选择。以优惠的产品价格，赠发礼品吸引客户下单，只要客户进入店面，就会曾加销费额，比如：更换套餐，或者加些五金、安装、运输.....的费用。

月总结会：总结一整个月销量，不按销售额按订单数量，未完成预定

目标的接受惩罚，该奖该罚；布置下个月的任务量。

四、团队组织架构

a: 主要负责促销活动

b□主要负责售后、回访、厂家联系

c□主要负责所有店面人员的考勤、店面的卫生、样品的摆放
a□b□c为老板的得力助手。

橱柜总结报告篇五

根据年初的工作认真的落实每一项，年营销部的工作重点放在商务散客和会议的营销上，由于酒店所处的地理位置所限，

散客的入住率偏低，全年的营销部散客入住率为，我们加大商务客人的营销力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的营销方案，有针对性的走访，比如旅游旺季，我们把地接较好旅行社认真的回访与，12月份至1月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体营销量做好铺垫。平时在整理顾客档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新顾客，截止年底共签署协议454份。

__x年9月份我到酒店担任营销部经理□__x年10份酒店正式挂牌三星，这对营销部提供对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的营销工作。

同时在这一年里我们接待了 长江 宗申 蛟龙 恒运多家摩托车公司，科龙电器，伟俊公司蒙牛乳业中医药大学，铁道与环球国旅等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合营销部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们营销部工作的支持。

一、对内管理

二、不足之处

对外营销需加强，现在我们散客相对比较少；对会议信息得不到及时的了解 在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确；影响了酒店整体的营销与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

三、工作计划：

最后我相信营销部在总经理的正确的领导与各部门的通力协

助下，营销部今年的工作能够再上新的台阶。

橱柜总结报告篇六

在本人担任销售经理期间，通过一年的工作与积累，现将本年度总结归纳如下：

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。

我是今年x月份到公司工作的，同时开始组建销售部，进入公司之后我通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对预付费储值卡市场有了一个深入的认识和了解。可以清晰、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，逐渐取得客户的信任。

所以经过努力，也取得了几个成功的客户资源，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

虽然之前一直在从事销售的相关工作，有一定的销售知识与经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。

本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，讨论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣

传资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事无忧德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在市场上渐渐被客户所认识。

部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣传资料三千余封，不畏严寒，在税务大厅，各个写字楼进行陌生拜访，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了准备。

团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。

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：

销售部是今年x月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有xxx个，加上没有记录的概括为2xxx个，几个月的时间，总体计算x个销售人员一天拜访的客户量x个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

橱柜总结报告篇七

进入xx橱柜公司从事导购工作已经有两年多了，在这两年时间里，通过公司的培养及自己努力的学习，使自己的销售能力有了较高的提升。现在就我自身在销售橱柜方面的销售经验及销售心得与大家做个分享。

我们每一天都在面对面的与消费者沟通，我们的一言一行在消费者的眼中都代表着企业的形象，所以我们首先应该给自己的定位要高，我们是xx品牌的代言人，只有充分地了解我

们所销售的产品的特点、使用方法、性能等，以此为基础，适当的为顾客提供良好的服务、建议和帮助，以优质的服务来服务顾客，才能压制竞争对手。

潜在的顾客在我们的热情与微笑中诞生。同时，我们又是企业与消费者的桥梁与纽带，我们一方面要把产品信息传达给消费者，另一方面要把消费者对产品的建议和希望反馈给企业，以便更好的服务于消费者。

产品固然重要，但我们肩负的责任更重要，因为产品自身是不能与消费者沟通的，只有我们才可以和消费者之间建立良好的沟通关系，把企业的信息完整、准确的传达出去，把“好房子，要配好厨电”的理念通过我们一线的销售人员更好地诠释给消费者！

就经验方面来说，我个人的总结有以下几点：

对产品及自己强大的自信心，将我与顾客之间的关系建立得更加美好。用自信及热情去感染顾客，热情、执着是我能在导购这个岗位取得一些成绩的内因。更重要的是我能依托xx这个平台来发挥自己的专长，让自己的工作成为自己的事业，是我最骄傲的地方。同时要用充满激情的心态对待每一位顾客。

我个人觉得了解顾客的需求是导购的关键，针对不同的客户，为他们提供适合的xx产品是我一直坚持的。我觉得做导购是有技巧的，首先你要观察消费者的需求是什么，然后找机会向顾客推荐自己的产品，突出自己产品的特点，在此过程中要细心，耐心，不要急于求成，从心理上赢得顾客信任，让顾客接受并信赖我们的产品。

因为作为导购员就是要引导消费者进行消费，我们必须对我们的产品的外观、功能、技术参数烂熟于心，让顾客在比较不同款式，不同功能的产品中选择我们的产品。作为一名导

购，除了要有较强的专业知识外，还要把顾客当朋友，跟他们谈心，在融洽的氛围中完成每一笔销售。

作为导购员，保持好心态，永远用最真诚的态度去面对工作和顾客，抓住每一次机会，全力付出，努力过了，就不会后悔，同时快乐地营销！心态决定成败，时刻保持一种积极向上的心态，设定阶段性目标，并为达成目标努力。

我们要具备良好的学习能力，只有不断坚持学习熟悉产品知识、不断创新，并能够掌握现代营销技能，才能树立品牌形象，提升品牌服务价值，我们要珍惜每一次公司提供的培训机会。家电行业里竞争激烈，我所在的xx家电卖场里，厨电品牌多达十多种，两年多的一线导购工作让我受益匪浅。

我比较喜欢学习和反思，我觉得一定要多学习，多了解xx品牌理念和企业文化，对产品知识掌握的越多就能让顾客更信任你，也能使自己的工作干得更好。对于学习，我们不仅要学习自己品牌的产品知识、特性，同时，还需要了解行业内的所有产品，进行详细的市场分析，对核心的竞争对手做出策略性的应对方式，这样在导购过程中就能够知己知彼，开展工作。

我坚信只有多点付出，才能多点收获。只有从事自己喜欢的工作才会有热情，而做导购就是我所喜欢的一份事业，我从导购工作中获得了乐趣。当我每卖出一件xx的产品时，都会有一份成就感。我会一直从事这份我热爱的工作，通过自己的努力，使xxxx年的销售业绩得到更好的提升，并做到“以此为乐，以此为业，以此为生”！