

最新家具销售年度总结(大全10篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。什么样的总结才是有效的呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

家具销售年度总结篇一

20xx年，我主要负责迪赛男装的销售工作，并于3月份接管“索菲娅”鞋柜。在工作中，我认真贯彻公司的经营方针，团结好店内员工，充分调动和发挥员工的积极性，了解顾客的购物心理，使我们的工作更具针对性，不断强化服务意识，从而给顾客创造一个良好的购物环境。在员工的积极支持与共同努力下，我柜库存大量减少，于上半年取得如下业绩：

一月份共计售出36件，销售金额45917元，；

二月份共计售出32件，销售金额31365元；

三月份共计售出29件，销售金额23858元；

四月份共计售出60件，销售金额43625元；

五月份共计售出106件，销售金额84210元；

六月份共计售出56件，销售金额37025元；

上半年迪赛男装总计销售319件，销售金额266000元，月平均销售额为44334元，日平均销售额为1478元。迪赛男装销售额总体呈上升趋势，业绩效果较好。品牌知名度也在顾客中不断提高，同时积累了一些固定客户，带来较为可观的后续效益。在对服装导购员的管理上，注重其服务态度方面与顾客

的良性沟通、微笑服务以及耐心介绍。

我于今年3月份接管“索菲娅”鞋柜，接管时库存1059双，3月份至6月份共计销售900双，销售金额元。

迪赛服装全体销售人员本着一切以公司利益为基本出发点的态度，在店铺和导购人员的管理方面，一贯保持认真严谨的态度，账目无误差，同时做了大量的服装品牌宣传工作，以不断提高销售量为宗旨，竭力做好店铺以及服务等诸方面管理工作，上半年销售状况良好。

1、迪赛男装现库存服装689件，因下半年撤柜，不再续货，计划清仓处理。

2、“索菲娅”鞋柜现库存159双，为非应季商品，全部收入库房，计划秋冬季节清仓。我将认真负责做好本职工作，争取做到货物无积压，为公司减少不必要的损失。

以上便是迪赛男装20xx上半年的工作总结及下半年计划，今后，我将以更精湛熟练的业务做好管理及销售工作，继续努力，不断提高销售业绩，为公司的发展尽自己的微薄之力。

务实求进的恒安销售同仁在刚刚奋战“上半场”中留下不少足痕：直面市场、积极思考、冷静分析、迅速行动、沉着应战，取得许多可喜的成绩。也存在不少的问题，为了在下半年市场竞争的进攻与防守中把握主动权。我们要认真总结上半年得与失，备战下半年，让我们能够在20xx年“下半场”再多进“球”，再创销售佳绩。

20xx年国家继续实行积极的财政政策和稳健的货币政策，投资继续保持较快增长，整个宏观经济形势良好，国内消费继续保持较高水平的稳定增长，1-5月份累计社会消费品零售总额16289.6亿，比上年同期增长8.6%。城镇居民需求新一轮消费热点初步显现。

经济的持续增长，致使对消费品的需求亦有强劲增长，对高品质产品的需求亦有增加。但同时快速消费品市场竞争在20xx年尤为激烈，表现在：

1、卫生巾市场进入成熟期，生产能力迅速增长，需求相对不足，价格竞争白热化。品质提升、技术创新、降低成本成为竞争的焦点。中、高档产品市场份额扩大，从ac尼尔森近期数据显示□20xx年中、高档卫生巾产品零售市场份额比同期增长2%。特别是在城镇市场消费基本饱和，消费量增长放慢，消费档次提高，护翼卫生巾逐渐取代直条型卫生巾；而中高档卫生巾市场从护翼型卫生巾向超薄型、功能型、概念型产品发展。

2、卫生护垫市场处于成长期和成熟期之间，消费量和市场渗透率提高较快。但是更多新的制造商的加入，产量迅速增长，促销价格战层出不穷，利润率下降□ac尼尔森近期数据表明：护垫零售市场份额比同期增长40%，而零售价格小于0.20元/片占卫生护垫总体零售市场份额的48%。

3、婴儿纸尿裤市场发展较快，但因今年二、三月份天气早热，而且随着外资的进入和国内原有企业扩大再生产以及新的制造商加入，新上生产线较多，在部分地区出现供大于求的局面，市场竞争十分激烈。特别是价格较高的高档产品市场销售不畅，相关制造商采取的营销策略是降低售价，推出各种经济型尿裤，简易包装和大包装，比较前一年降价的幅度大约10%。

面对日益激烈的市场环境，面对你争我抢、品牌战、概念战、价格战、促销战的综合竞争行为，在销售部、市场部与各附属公司（经营部）紧密配合，共同努力下，恒安20xx年上半年取得不俗的销售业绩：集团上市产品的销售整体因品类不一，有升有降，非上市产品则继续保持上扬势头。1-6月份，上市产品销58182.20万元，比去年同期63106.8万元下降7.8%，

心相印销售27697.19万元，比去年同期220xx.64万元增长25.82%。

其中：

安乐销售11668.53万元，比去年同期14617.95万元下降20.18%；

安乐护翼销售2897.14万元，比去年同期1960.27万元增长47.79%；

安尔乐销售20783.03万元，比去年同期21823.28万元下降4.77%；

安尔乐护垫销售7339.53万元，比去年同期7216.98万元增长1.7%；

安儿乐纸尿裤销售8131.13万元，比去年同期9366.4万元下降13.19%；

安儿乐纸尿片销售3107.08万元，比去年同期3158.31万元下降1.62%；

安而康销售579.3万元，比去年同期439.37万元增长31.85%。

实力是胜利的保证，要想取得成功，必须迅速打造新的竞争优势，因为真正的竞争优势是不断创造新的竞争优势。根据集团20xx年工作会议精神，集团销售部在各附属公司、闽粤分部、北京、上海、昆明经营部的紧密配合下，为实现打造销售竞争优势与提升销售业绩并重开展如下工作：

- 1、加强培训、片区整合、强化武装，提升销售队伍自身管理与建设水平

“工欲善其事、必先利其器”，现代市场竞争讲究的不再仅仅是人海战术的销售网络，更需装备精良的复合人才及最佳的资源配置。

(1) 为了打造新竞争优势，集团销售部联合人事部于20xx年12月底-20xx年1月底举办全国经营部经理、办事处主任培训，于5月19日~21日举办全国销售经理零售重点客户管理培训，并取得非常好的效果。此期培训使大家更新了销售经营理念、掌握新的销售管理技能，提升零售终端的经营能力，为销售骨干武装充电的同时也为公司的可持续发展打下坚固的基石。

(2) 为储备及培育人才，与华侨大学联办的恒安集团营销班第二期41名学员已完成学业并奔赴销售第一线，为恒安全国销售网络注入新鲜血液。

(3) 片区整合，优化资源，提升销售。1+12的能量来自于资源整合的威力，根据集团公司的要求，按市场特点、地理因素、团队管理等因素，年初对山西、呼和浩特、包头、海南、茂名等片区进行整合优化了公司的销售网络，现已初显效果。

2、改进b&c类市场的铺货与分销

根据“变革与进攻”的销售思路，以及swot战略分析，结合销售与分销cft销售排障程序，销售部确定：改进b□c类市场铺货分销，提高b□c类市场出样率、布点率和占有率。并相应制定《改进b&c类市场铺货分销运作方案》，于三月十九日至三月二十六日分别完成对湖南、广西、四川、孝感、江西、安徽、河南、天津、抚顺、陕西、潍坊、浙江附属公司b&c类市场铺货分销的部署。抵制跨国品牌及区域品牌进一步向b&c类市场渗透，大部分销售片区积极响应，确定了基础状况，因地制宜地制定投入与产出运作方案，确定目标状况，分阶段实施、落实责任人，层层推进。尤其是孝感、天津、

湖南附属公司，通过制定详细的运作方案，使得b&c类市场铺货分销初见成效，孝感附属公司五月销售比四月份销售增长44%，天津附属公司1-6月份销售比同期增长37.13%。

3、加快零售重点客户运作，提升经营绩效

“在未来的3至5年内，中国零售业60%的零售市场将由3至5家世界级零售巨头控制，30%的市场将由国家级零售巨头控制，剩下不到10%的市场零头则掌握在区域性零售商场手中。”这是著名的咨询公司麦肯锡在广州扔给中国零售业的一番盛世危言。不管这是醒世名言、还是有点言之过早，零售重点客户重要性已不可忽视。为此集团销售部及销售cft在上半年重点收集20家零售重点客户基础数据和档案；确定《零售重点客户运作方案》；初选终端管理专员；对全国业务经理及零售终端管理专员进行培训；要求各销售片区建立相应的当地重点客户管理；并全面接触零售重点客户谈判工作。目前零售重点客户中签订全国合同的有家乐福、大润发及北京华联。而上海华联、上海世纪联华、麦德龙、欧尚、沃尔玛（南区）也在商谈之中。相信通过对零售重点客户的专业化管理，将大幅度提升我司在该市场的经营绩效，打造出新的渠道竞争优势。

4、加快外贸市场拓展

随着中国加入wto及欧美和东南亚经济的逐步恢复，出口环境有所改善。据统计，今年1-5月我国外贸进出口同比增长12.10%。其中，出口1159.9亿美元，增长13.2%。

恒安系列产品在出口销售取得较大进步□20xx年上半年完成出口业务额761390.80美元，比去年同期329397.62美元增长131%。主要强化内部管理机制，建立外贸管理小组。在上半年业务持续发展的基础上积极拓展新业务。目前在洽谈的客户包括韩国、澳大利亚、尼日利亚、德国等新市场的客户。改变单一产品销售格局，从纸尿裤业务拓展到纸巾、卫生巾

系列的出口工作也在洽谈之中。希望能将系列产品带进出口业务。这些新的举措，使我司外贸市场拓展迈向新的台阶。

5、协同市场部贯彻、落实产品研发、整合、推广实施进程

因应市场变化，真正将公司打造“以市场、消费者为导向”的企业，把握消费者消费需求，销售部协同市场部在产品进行整合、推广、实施方面做了如下工作：

（1）根据市场变化及安尔乐卫生巾销售表现，3月份以来对安尔乐卫生巾产品、价格进行整合，删除a99110□a99210□e9105□e9205等品种；整合a8□a9系列卫生巾，将a8□a9系列卫生巾“十送二”中包袋改换成十片中包袋，并调整了价格；调整安尔乐护垫系列产品的价格，推广大包装，针对竞争对手在终端促销情况，及时进行跟进。为了提升安尔乐护垫品牌形象及满足个性化需求，适时推出定位为高端纯棉护垫，认真贯彻执行市场部推广方案，整体提高安尔乐品牌的核心竞争力。

（2）大力推广卫生巾中低端产品，丰满及延长安乐系列产品，提升安乐品牌的品质。陆续推出安乐护翼标准干爽型及超薄型，部分销售区域已初见成绩。如：山东、广西附属公司于四月份推出安乐护翼标准干爽型卫生巾，现平均每月销售分别为20xx箱和10000箱；四川附属公司于四月份推出安乐护翼超薄，平均每月销售10000箱。该产品的推广，有利于b□c类市场铺货，提高安乐系列产品向农村市场渗透及出样率；有利抑制安乐产品销售下滑的局面，从而提升市场份额。

（3）随着越来越多新的纸尿裤制造商加入，纸尿裤市场竞争进一步加剧，出现纸尿裤销售增长乏力，部分片区出现被动局面，高端产品销售不畅，新品推广不力。面对这种现状，集团销售部与市场部及时做出市场与销售策略调整决定，调整安儿乐系列产品的价格。对纸尿裤发展方向进行再定位，加快真正高品质产品研发，改善产品质量，加强和提升安儿

乐品牌核心竞争力。

（4）加强零售终端销售促进，打击竞争品牌：以安尔乐柔爽超薄、七度空间卫生巾、护垫、安儿乐纸尿裤为主导，结合各销售区域的主打品项，抓住元旦、春节、三八、五一等节日销售有利时机，在全国范围内以大卖场、商场、连锁超市为主、士多店、食杂店为辅，因地制宜地开展各种促销活动。特别是推出适应卖场需要安尔乐组合装及安儿乐“买二送一”等促销活动有利地打击了其它竞争品牌。如：1-6月份共调拨3a8105□5+1□+a8210+b8020计23020实际箱。

6、加强改进履行客户订单合格率

根据年初工作会议精神指示：加强物流管理。销售与分销cft及销售部共同制定改进履行客户订单合格率低排障方案，初步制定产成品的安全库存，完善仓库管理员的管理制度，加强货物的管理，落实责任人。实行运价动态管理，降低物流成本，坚持先联运（水陆联运）后铁运，再汽运的原则。运价按市场价格，制定基本运价，具体价格随行就市。今年集团1-6月份的运费比同期下降25%。

7、在销售管理中贯彻、学习tct管理方法

没有一成不变的事物，同样也没有一成不变的管理。通过将tct行之有效的管理方法内部化，提高销售管理水平。在集团销售部内部实行“80/20原则及aip管理”的工作方法，并将aip管理原则转化为适合于各销售区域对销售团队进行管理的一种管理方法，编制了并统一印制《销售跟踪报告手册》，用于指导销售人员做到每周工作计划、客户走访报告、每周小结，运用时间管理、计划管理来检查销售工作完成情况，并及时发现问题、解决问题。

同样建立高效的销售网络需全体销售人员长期不断的努力。奋斗无止境，成功的关键在于及时的发现问题和马上解决问

题。以便于更上一层楼□20xx年上半年归纳起来主要存在如下问题：

1、销售人员观念、意识有待于进一步的提高：市场以前所未有的变化及速度发展着，面对这样的变化，一些片区销售人员还在“以经验谈经验”，没有意识到市场已发生了变化应相应调整自己，提升自己，转换思维。使自己思维方式能够适应市场变化速度，特别是能够推动改革的进程。

2、分销商的管理方面：面对传统渠道仍占公司一半多的销售份额，分销商管理就显得特别重要，但是我们这一方面不是加强而是削弱。分销商档案、销售历史数据等资料不全，对分销商引导、规范管理、发展方向没有系统指导策略，分销商管理水平有待进一步加强。

3、产品线缺损，应变慢：面对市场的变化和“安乐”卫生巾□a8□a9系列安尔乐卫生巾销售下降，我们反应能力太差，产品创新速度乏力。面对消费者新的消费行为，我们应对太慢。政府官员慢半拍尚可检讨，推托交学费，企业慢半拍一就要变被动，被动就会在竞争中挨打。

4、对终端建设不重视，产品表现力不佳：零售终端建设越来越重要，对于这一点，大家基本认同，但实际操作中差距太大：品种越来越少、陈列展示不好、实际运作老套、终端活动不搞，这就是有些片区的真实写照。一方面销售增长乏力，一方面终端拉动没有跟进。面对护舒宝、苏菲、娇爽终端环节上的超常进攻，我们的终端活动频率太低，导致中高档产品表现力不佳。

5□b□c类市场分销通路堵塞：相关资料显示，一批中小企业的产品在b□c类市场表现活跃，侵蚀我们的市场。恒安附属公司有些片区的分销网络不断萎缩，县级市场份额丢失不少。这里有产品策略、价格策略、渠道策略的问题，更有我们各级业务领导的认识问题。

6、新品推广方面：部分新品推广不力，缺乏明确的市场卖点及足够的市场支持，使得上市后销售业绩不佳。例如：安儿乐舒薄棉柔纸尿裤由于市场定位不清、卖点不明、市场支持不足，使得上市后劲不足、市场拉升不力，在相当程度上影响高端纸尿裤市场份额的提升。

“千里之行，始于足下”，明天的百年伟业得靠今日的日积月累。改革是振奋人心，因为改革给公司注入新的活力、带来了新的希望；同时改革又是任重道远，因为世上没有一个改革是一帆风顺的。20xx年底中国加入wto，中国在5年内将放宽对外资公司的种种限制，各大跨国公司在中国也将从尝试性投资转变成战略性投资，中国与全球一体化步伐已经来临。今年上半年竞争表明，中国快速消费品行业的竞争已开始重新洗牌，谁能在新的市场环境里拥有竞争优势，谁将主导整个市场。

面对难得的变革机遇及日新月异的市场竞争，为了提升恒安集团整体营销水平、不断的创造出新的竞争优势，集团领导要求各大片区、各部门之间转变思维、响应变革、抓住机遇、迎接挑战，树立整体作战观念，对传统通路与现代通路两手都要抓，两手都要硬。

总之，在下半年的时间里，销售部着重抓好：

（5）搭建外贸工作流程，拓展外贸客户群，充实外贸人员。加强与市场部沟通，提升核心竞争力及市场应变速度；将tct管理方法及销售与分销的工作成果内部化等。

各附属公司、闽粤分部、上海、北京、昆明经营部务必认真洞察、分析、总结市场发生的变化，在实战中群策群力、勇于拼搏、勇于变革，扎扎实实地落实集团战略、战术布置，出色地打好20xx年“下半场”，力争完成本年度的销售指标，共同创造恒安集团更辉煌的明天。

家具销售年度总结篇二

回顾这半年的工作历程，作为xx企业的每一名员工，我们深深感到xx企业之蓬勃发展的热气□xx人之拼搏的精神。下面就是本人的工作总结：

我是销售部门的一名普通员工，刚到xx房产时，对房地产方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我很快了解到公司的'性质及其房地产市场。作为销售部中的一员，深深觉到自己身肩重任。

作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象。所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己。在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个房地产市场的'动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已成为一名合格的销售人员，并且努力做好自己的本职工作。

房地产市场的起伏动荡，公司于xx年与xx公司进行合资，共同完成销售工作。在这段时间，我积极配合__公司的员工，以销售为目的，在公司领导的指导下，完成经营价格的制定，在春节前策划完成了广告宣传，为_月份的销售高潮奠定了基础。最后以_个月完成合同额__万元的好成绩而告终。经过这次企业的洗礼，我从中得到了不少专业知识，使自己各方面都所有提高。

下旬公司与xx公司合作，这又是公司的一次重大变革和质的飞跃。在此期间主要是针对房屋的销售。经过之前销售部对房屋执行内部认购等手段的铺垫制造出火爆场面。在销售部，我担任销售内业及会计两种职务。面对工作量的增加以及销售工作的系统化和正规化，工作显得繁重和其中。在开盘之际，该同志基本上每天都要加班加点完成工作。经过一个多月时间的熟悉和了解，我立刻进入角色并且娴熟的完成了自

己的本职工作。

由于房款数额巨大，在收款的过程中做到谨慎认真，现已收取了上千万的房款，每一笔帐目都相得益彰，无一差错。此外在此销售过程中每月的工作总结和每周例会，不断总结自己的工作经验，及时找出弊端并及时改善。销售部在短短的三个月的时间将二期房屋全部清盘，而且一期余房也一并售罄，这其中与我和其他销售部成员的努力是分不开的。

这半年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在下半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。

家具销售年度总结篇三

转眼间20xx年已过去一半，我现在已是_酒业的正式员工。回首近半年来的工作，我已逐渐融入到这个大集体之中。自20xx年1月份开始在办事处实习，3月份在总厂培训，至4月份分配到xx部工作，这段时间内我一直履行业务职责和义务，并在办事处领导带领下积极开展各项业务工作，现根据近半年来的工作实践、经验和教训，秉承实事求是的原则，回顾这段时间的工作总结如下：

首先要感谢办事处领导对我个人工作能力的信任，在总厂分配销售人员去往各大办事处时将我留在呼办继续担任业务工作，并分配到旗县部担任驻xx业务员，这使我对在呼办实习期间的工作表现给予充分的肯定，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报办事处领导的信任。再次是感谢旗县部经理在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。在工作上遇到困难的时候，经理会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使

我的业务工作能更顺利的开展。当我们针对某些事情的处理想法上执不同看法时，他也很少以身份自居将事情直接强制执行，而是通过讲道理并联系工作实际案例让我从中明白原由，从而使我放弃固执的想法，让我减少了许多的工作弯路和工作细节失误。在生活上，部门经理主动帮我联系住房，联系取暖用的火炉子，由于xx气候较冷风又大，高经理也经常打电话叮嘱我注意生火安全，这些都对我今后的工作和生活给予很大的帮助。

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高第一次接触什么是爱岗敬业，什么是要有强烈的责任感和事业心，怎样积极主动认真的学习专业知识，工作态度要端正，要认真负责。我作为xx县部的业务员，深深地感到肩负的重任，作为河套酒业以及呼市办事处在xx的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象。热爱本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，认真遵守劳动纪律，保证按时出勤，坚守岗位都是必须做到的！所以提高自身的素质就变的尤为重要，必须高标准、高规格的要求自己，加强自己的业务技能。

2、销售知识、工作能力和业务水平的锻炼我今年4月份来到办事处实习，系分到餐饮部担任部门基本业务工作，协助部门经理做好一些琐碎工作。为了更好的完成基本工作，我不断向领导请教、向同事学习，并从中自己摸索实践，尽量在短的时间内理清部门工作，熟悉了业务流程，明确工作的程序、方向，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路。在4月份正式来办事处工作后，我本着“超越自我，追求完美。”这一高目标，开拓创新意识，积极圆满的完成领导分配的各项任务，并在余限的时间里，通过武川客户引荐和部分政府、各企事业单位的领导、职工接触洽谈，为下一步工作打好基础。由于心里对酒量的抵触，在招待时总不能游刃有余，随每次酒桌上都不断的学习酒中的文化和学问，并强制自己练酒量，在酒桌上向同事、向经理学习说话办事的方法与技巧！这也是我今后的必修课，一定要在这方面加强锻

炼!

3、认真、按时、高效率地完成办事处领导分配的其它工作为了办事处工作更全面更顺利的进行，以及部门之间的工作协调关系，除了做好本职工作之外，还积极配合其他同事做好工作。工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面也积极考虑尽力将工作做的更加完善。并在开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，并达到预期的效果，保质保量的完成业务工作，同时在工作中学习各个方面的知识，努力锻炼自己，经过不懈的努力，使工作水平有了较长足的进步。

自身心态的不成熟性情很不够稳重。不管有点什么小事情、小状况，都把当时的反应都表现在脸上，当工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态就会有点跳，不够稳重，有点忘乎所以。也许是刚毕业自身阅历的欠缺，做起事情来总是有点慌张，不够稳，但刚毕业绝对不是理由，在日后的工作中我会努力克服自己的弱点，让自己更适合干这份工作！心态的耐性还不够。作为xx县业务员相对而言比较孤单，环境、工作流程都显的有点单调和循规蹈矩，有些时候就“座”不住了，总想回呼市转转，整个人也显得有点颓废，不够精神，然而经过一段时间的磨练和调整，我现完全可以应对现有的工作任务和工作环境。将自己的年少轻狂抛掉，平淡的对待事情的发展，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这样才能在工作中给自己带来更大的挑战，才能在工作中给自己到来更大的工作刺激，只有这样才能在工作中给自己带来更大的工作兴趣。

家具销售年度总结篇四

20xx年上半年的`时间接近结束，作为一名化妆品销售人员，

上半年这个阶段是非常具有挑战的一个阶段，不管对于各行各业，都是充满了艰险的，但也是充满了各类契机的。在这里，我也想就上半年的工作好好的总结一次，为下半年工作的展开也进行一次计划和总结。

今年对于我们销售行业来说，无疑是一次巨大的挑战。尤其是上半年刚开始的时候，我们步步艰难，但是好在还有一个网络平台可以去发展。当时公司拨下来的计划是，前几个月主要是通过网络进行销售，这是我们从未有过的冒险，所以我自己也是有一些害怕的。随着社会环境逐渐好了起来，我们公司也开始做一些推广活动，处理掉了一些低价商品，让公司得到了一些缓和。在这个过程中，我自己思想上是有了很大一部分的进步的，以前总想着一种工作方式，而现在，各类工作方式都是迎合这个社会的。所以作为一名销售，我们不能只看眼前，更要去多探索一些新的方式，开辟一些新的道路。

随着局势慢慢的变好了，我们在销售上也得到了一些提升。这半年总的来说非常的忙碌，有时候也比较匆忙，一天一下子就过去了。所以在这样的日子里，把握好时间算是一件比较重要的事情了。而怎么去把握住自己的时间，也是提升我们行动能力的一个重要的阶段了。我再这样的历练中，也终于明白，一个对时间有严格把控的人，他的生活一定也是非常一丝不苟的，更不用说在工作上了。这样的人是值得我去学习的，而我也会继续做好时间管理，提高工作效率。

在销售这份工作上，细节也是一个比较严谨的部分。很多人在做销售工作的时候都比较粗枝大叶。其实客户一般的心理都是比较细腻的，她喜欢通过你的表情你的肢体你的语气去判断你的真诚度，从而决定是否购买这一款产品。我们面对的大部分都是女性客户，所以对于这些细节上的把控，是一定要多多注意的。想要真正的成长起来，则需要付出更多的努力和代价。这是我一直期待的方向，也是我一直不断努力前行的方向。所以面对接下来的这半年，我一定会拼尽全

力，抓紧每个机会，努力往前，争取最大的胜利！

家具销售年度总结篇五

我来自湖南，是典型的生于农村长于农村的青年。xx年毕业于四中普通高中，由于高考的失利和家庭经济原因，放弃了专科学习的机会。两年中我走过很多地方：去过广东进过外贸企业做生产，那时候刚毕业，不懂得人生观和价值观，也没去想过自己的未来。那份工作我只做了四个月，就给自己找了一个冠冕堂皇的理由(我要去实现自己的理想)就辞职了。事实上我是由于工作时间太长工作太累，自己吃不了苦的缘故。现在想想当时辞职的动机是那么的滑稽。辞职后，我求父亲帮忙托关系去了武汉，寄篱在父亲的朋友那儿。考到驾照后，便在父亲朋友开的家具厂做起了货运司机，专门从事售货服务(送货上门、搬运、安装家具、维修家具)、进购原材料、进购成品家具、收货款等工作。

同时也兼职老板的专职司机，跟他出去谈过业务，自然也少不了应酬。然而后者我做的很不到位，原因是老板在的缘故，过分依赖于他，而忽视了表现自己舞台的存在。这份工作让我从顾客那里学到了不同年龄阶层、不同性格、不同性别的人聊天的内容更偏向于哪些话题。按理说，这份工作可以学到很多，我个人也对这份工作很喜欢，但是由于老板开的工资太低，工作时间又极不规律化而辞职。辞职后，我盲目的独自去了福州，又进了一家知名的外贸生产企业，每天人就同机器一般12小时运转，有时候甚至工作14个小时。而管理者每次都吹嘘员工一月至少可以拿四五千快工资，事实上拿四五千或者更高工资的人工作一般都在16小时以上，那时候我就觉得中国的劳动力就是一个“贱”字形容。但是这不是我最终离开的原因，事实上那家外贸生产厂家的管理制度问题层出不穷，我们所提的建议被置之不理，还被车间主任嘲笑为“多管闲事”。从那时候，我就想着为自己开辟一条新路，可以改变自己，让自己得到更多历练的工作岗位。亦是那时候开始，我每天会在下班后看20来页书，以此来充实

自己狭隘的大脑。

今年7月初我离开了亚洲知名企业--xx集团。离职后我直接到株洲，通过网络我看到了招聘启事，很幸运我通过了面试，但是我也心存疑虑，因为电视新闻上曾报道过很多关于保健品的负面新闻，再者我对公司销售的产品不了解，心里一直怀疑公司产品的质量，也犹豫是否该参加公司的培训。纠结过后，我做出了去的决定，不好再退出。然而在经过周部长和左老师一天的授课后，我对公司有了进一步的了解：公司对顾客无微不至的服务，公司对社会的无私回报，公司员工团结合作的精神，公司因材施教的育人理念，公司严明的纪律风范，公司丰富的业余生活……让我觉得作为公司的一名员工而倍感荣幸。课程中，周部长还讲到了公司的成长和王总创业的经历，这无疑是激发我们年轻人努力奋斗的典范楷模。当轻松愉悦的课程快结束的时候，周部长叫我们作总结的时候，我只说了一句话：“我对有感兴趣了，我会努力做好！”

明天就是最后一天培训，培训完我们就要正式进入到工作岗位了。我想我能够在两个月转正，但是也不会放弃一个月转正的机会：第一，我敢做，敢于挑战自己；第二，看过一些营销方面的书，也算有涉及营销过这个行业；第三，我做过家具销售售后服务，接触客户很多；第四，我对销售这行很感兴趣；第五，我有一颗不安分的心。

最后我想谈一下销售员的成功之道，总结归纳为知识、方法、经验。

知识：每个人与生俱来就是一张白纸，在经过后天的学校培养和社会历练，纸上的字迹就会越来越多，懂得的道理、知识、专业技能自然而然的就会越来越丰富，那些理所当然的会成为你实践的理论依据。

方法：众所周知，学生时代的我们成绩有好有坏，最主要的

原因就是学习方法不同造成的，销售员也是一样。一位卓越的销售员会考虑到如何让客户接受自己的产品：第一他会了解竞争对手的产品，知己知彼，百战不殆；第二，真心的从客户的利益角度考虑。从表面上来看，第二点会损害公司的利益，但是从长远来看，可能你的举动打动了那位客户，从而为公司也为自己赢得了更多的客源。

经验：每一次的失败，每一次的成功我们应该归纳总结一下经验，不断努力完善自己。

家具销售年度总结篇六

时间在忙碌的时候总是过的特别的快，尤其是在年末的时候，添置新衣总是少不了的。这段时间也正是我们为自己的业绩努力冲刺的时候。虽然这段时间真的非常的忙碌，但是看着自己的成绩比去年又有了不少的增长，我依旧感到非常的欣慰。现在过去一年的工作也差不多结束了，新的工作很快也会展开，为了更好的在下一年展开自己的销售工作，我对这一年工作中的一些问题进行了分析和总结。

一、个人的`发展

在这一年的工作中，其实大部分的时间中我都是在提升和锻炼自己。我在20__年的_月加入的公司，作为一名新人，其实对公司和工作的很多地方都不怎么熟悉。这也导致了我还有很多要学习和体验的地方。

首先是在产品上，作为一名销售，我们对产品的了解不能仅仅是在款式和颜色上，必须更加深入且透彻的了解。在销售的过程中，我们必须知道的多，了解的全面，这样才能在面对客户的时候能答上客户的各种问题。为了更加的了解我们的产品，我在培训期间不断的查找和询问，获得了比较全面的知识，在之后与客户的问答中回答的比较流利和全面，充分的准备给了我很大的自信，也让工作变得更加的顺利。

其次就是礼仪上的培养，销售除了技巧和知识储备，礼仪也是必不可少关键点，对我个人来说，我更更加倾向有一个好的接待礼仪，当然，这也是在空余的时候自我练习的结果。

二、工作情况

一年来的工作情况变化也是非常的大，一开始新手阶段的时候，如果客户意向不重那基本上起不了什么作用，但是在学习其他同事的工作的时候，我通过模仿和请教，慢慢的掌握了服装销售的技巧和关键。

加上自己累积的知识和经验，我很快进入了状态。工作中我偏向观察客户，对客户的要求和情况进行分析，在仔细的考虑后再为客户推荐产品。对我推荐的产品，大部分的客户都比较满意，但是也有并不怎么看好的客户，这就说明我还要不断的学习来应对。

家具销售年度总结篇七

x年是x公司在全体员工的共同努力下[x专用汽车公司取得了历史性的`突破，年销售额、利润等多项指标创历史新高。现将x年上半年工作xx一番。

针对今年公司总部下达的经营指标，结合公司总经理在x年商务大会上的指示xx[]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，我们没有一味地走入“价格战”的误区。“价格是一把双刃剑”，适度的价格促销对销售是xxx的，可是无限制的价格战却无异于自杀。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x年的销售形势，我们确定了油罐车、化工车、洒水车、散装水泥车等车型的集团用户、瞄准政府采购市场、零散用户等市场。对于这些市场我们采取了相应的营销策略。对相关专用车市场，我们加大了投入力度，专门成立了大宗用户组，销售公司采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。在市场上树立了良好的品牌形象，从而带动了我x公司的专用汽车销售量。

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，一有需求立即做出反应。同时和生产部等相关部门保持密切沟通，保证高质高效、按时出产。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。我们把公司产品市场的占有率作为销售部门主要考核目标，顺利完成总部下达的全年销售目标。

售后服务是窗口，是我们整车销售的后盾和保障，为此，我们对售后服务部门，提出了更高的要求，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。

对于内部管理，作到请进来、走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的专用汽车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的管理提出全新的xx和建议；组织综合部和相关业务部门，利用业余时间学习。

公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能使公司得到好的发展。年初以来，我们建立健全了每周经理例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。

在加强自身管理的同时，我们也借助外界的专业培训，做好销售xxxx□做好个人工作xx报告，提升团队的凝聚力和专业知识。通过聘请专业的企业管理人才对员工进行了团队xx的培训，进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

上半年，通过全体员工的共同努力，公司各项工作取得了全面胜利，各项经营指标均创历史新高。在面对成绩欢欣鼓舞的同时，我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足，尤其在市场开拓的创新上，精品服务的理念上，还大有潜力可挖。同时还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此，面对下半年，公司xx团体，一定会充分发挥团队合作xx□群策群力，紧紧围绕“服务管理”这个主旨，将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合，

确保公司x年公司各项工作的顺利完成。

家具销售年度总结篇八

转眼半年过去的，尽管在上半年工作的一路来算不上顺风顺水，但在各位同事的努力拼搏下，最终还是顺利的达到了我们年初定下的销售目标。在上半年来，我作为销售的一员，在工作中也一直努力的奋斗，让自己能在工作中不断的进步，给公司做出贡献。

半年过去，我不仅完成了自己的工作，还在工作中有了很多的收获和成长。现下半年工作将至，我在此对上半年来自身的工作情况做如下总结：

作为销售员，上半年来我的主要任务还是在开发新客户上，通过在网络以及电话的中的不断沟通交流以及实际的走动，我在新客户的开发上完成的还算顺利。

在这段时间的工作中，我更加注重客户的维护工作。总会在第一时间去做做好客户的拜访工作，及时的处理好客户的要求。半年来，不仅在销售方面取得了不错的成绩，客户那边也得到了不少的良好评价。

除了在客户方面的努力，我也一直在对上半年来市场的情况进行分析。不仅通过网络和数据去分析和安排，更通过自己的双脚去市场中积极走动，通过与各方面的分析和了解，不仅加深了我对市场的了解，也让我在工作中，更能找准方向，加强了自己的工作技巧。

在上半年里，我除了在工作中的锻炼，也一直在工作外加强自己的学习。除了一直在于前辈们交流学习外，我还通过市场的圈子和其他同仁讨论市场情况，加强自己的工作认识。此外，日常的空闲中，我也会去加强自身的学习，通过移动设备学习学习销售技巧等。此外，我还在x月左右的空闲中认

真向技术部同事进行了学习请教，不仅加强了对产品的了解，还提升了自己的知识面，让自己在销售的工作中也更有准备。

回顾这半年的工作，我在销售中最大的不足还是没能做好个人计划，导致自己的事情上处理的有些混乱，也影响到了不少工作中的原本的安排。但好在没有引起太大的麻烦。

如今，下半年即将到来，除了做好工作方面的计划，对于我自身行动我也要做好管理，防止出现额外的影响！下半年的工作即将到来，我在此也祝愿各位同事们的工作都能顺利的完成！我也同样会在工作中继续努力，让自己能在下半年做出更好的成绩！

家具销售年度总结篇九

x月悄悄离我们远去□x月悄悄到来，在上个月底我们公司也开了上半年的销售会议，公司领导在会议上也做了半年的工作总结，给我们更深的了解了我们公司半年来的工作情况，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半年的工作做个总结，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，从而更好的开展下半年的工作。

现在我对我这半年来的工作心得和感受总结如下：

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。

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。在这半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。

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。

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。

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。

在半年销售总结会议上，我的数据跟同部门的同事xx的数据差距很大，她半年的销售额是15万多，回款是8万多，而我只有两万多的销售额，远远的落后了，所以我要在下半年迎头赶上。虽然她比我早一段时间进公司，但是大家面对的同一个人市场，手中也是同样多的客户，这之间的差距只有人与人之间的差距，往后我要多向她和其他同事学习销售技巧，要努力提高自己的销售量，争取赶上他们。我要给自己定一个明确的目标，在后半年里争取做到15万，即每个月要做3万左右。同时要制定一个销售计划，并把任务分配到手中的客户里面，大方向从行业分，小到每一个客户。这样才能每天都明确的知道自己的任务，才能明确自己拜访客户的目的，提高拜访的质量。由于我上半年工作计划做得不详细，拜访客户比较盲目，对产品也不是特别熟悉，以至销量比较少，所有在后半年要改变办法，要努力提高销量，要努力完成公司分配的任务。

最后我要感谢我们的领导和我们同事在上半年对我工作的支持和帮助，希望往后通过大家一起努力，让我们能够在下半年再创佳绩。

家具销售年度总结篇十

这学校这么久，才知道在学校的三年也是被学校保护了三年，离开学校就是离开了这个保护。实习过程中会暴露出我们的缺点，我们的不足，我们的脆弱。离开学校后，开始担心自己的前途，担心自己的衣食起居。在学校里自己是个大学生。离开学校后自己则是社会上底层的大学毕业生，整天都可以看到毕业生就业的新闻。社会实践能让走出校园的我们更好的接触社会，了解社会，加入到社会中，它有助于我们大学生更新社会观念，吸收新的思想和知识，同时，社会实践中有许多我们在学校里无法学到的东西，比如与人的沟通交流能力。除此之外，社会实践还能够加深我们与社会各阶层人的感情，拉近了与社会的距离，也开拓了视野，增长了才干，能更好的明确自己的奋斗目标。所以在实践结束后我做了如下总结：

- 1、要善于沟通：作为一个销售的人来说，必须要学会与人沟通，不论他是什么人，其心情好与坏，必须要保证自己能够心平气和的向他解释他们所不明白的问题，同时要保证自己在解释问题的时候客户能够清楚的理解到你所说的还要他能够接受自己所推销的产品。
- 2、要有耐心和热情：在工作的时候要经常微笑，这样会让那些客户感到很舒心，同时也会对你保持一种良好的感觉。在推销过程中，可能你会遇到一些客户并不想要你所推销的产品，甚至对你恶语相加，那时你必须要有良好的耐心，并且要有对这个实践的热情，否则你将永远不可能成功。
- 3、要勤劳：机会不会自己上门来，所以要想成功就只有自己合理规划自己的时间，多出去向你觉得有可能需要这种产品的顾客推销。如果不勤劳的话，机会很有可能被你的各个竞争对手剥夺。所以必须要勤劳。
- 4、要学会寻找目标：首先我们必须明确的知道我们所推销

的产品是什么东西，在社会上有什么作用，适合哪些群体使用。然后再根据这些在自己所在地的周围寻找自己认为需要这种产品的顾客，再向其推销。

5、要有严密的逻辑思维能力：与客户谈判，技巧很重要，思维更重要，不管是当面，还是电话中，当客户抛出一句话时，我们没有太多的时间去反应，去思考，逻辑思维能力不够，反应不好，自然不能很好的回应客户，更不能套住客户的下一句话。逻辑思维能力，表现的是：我们的话语引导客户的思维，直至达到目的。目的是分阶段的，你的目的也许是约到客户见面；也许是达成合作；也许是快速打款；或者是要他购买你所推销的商品，不管目的是什么，永远记住我们的目的，思维才能跟着目的走。

当然有总结就说明同时我也意识到自己还有很多的缺点和不足。例如：有的时候不够主动，有的时候自己不想去，觉得出去也不一定成功的把产品推销出去；社会经验缺乏，有的时候思维短路，或者是因为自己紧张，亦或是其他原因，不知道如何和顾客沟通，冷场；心态不够沉稳。