

装修公司的工作计划(大全9篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

装修公司的工作计划篇一

为更好的完成领导交给我们的任务，全面做好各项接待任务，完善部内的工作责任制，提高我店的知名度和影响力，我部结合实际情况特制定计划如下：

六、督导迎送服务。贯彻执行服务程序，满足客人的合理要求；

七、参加前厅的接待工作，并把在工作中发现的问题进行记录，同时做出相应的改进方案；

十、对客人投诉的处理。客投主要分为：“当面投诉”“电话投诉”“书面投诉”三种，酒店主要以当面投诉较多。无论哪种投诉，都要站在客人的立场，首先要在感情上获得好感和信任，对于客人提出的要求，如果能当面解决的就立即解决。如果解决不了，要通知上级领导，并与领导做出相应的解决方案，在给客人解决。

装修公司的工作计划篇二

x是我们公司业务往全国发展至关重大的一年，对于一个刚刚踏入行业的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重开始的一年。因此，为了要调整工作心态、增强责任意识、充分认识并做好自己的工作。为此，在销售部的、两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分

认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名优秀员工，我订立了以下年度工作计划：

保证公司网络的正常运行，应付各种突发状况。作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于新人来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心应手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值各店开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我在做好本职工作的前提下会充分利用这段时间补充相关业务知识和装修知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；协助销售部工作；通过上网，电话，了解更多行业信息。

2、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力协助销售部的工作和x的装修工作。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的市场大战做好充分的准备。此时我会协同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的努力工作，我相信是我们销售部最热火朝天的时段。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把销售业绩做到化！

做x行业是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于员工来说至关重要，因为它直接关系到一

个员工与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据^{需要}调整我的学习方向来补充新的能量。营销知识、部门管理等相关装修的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我在做好网络维护的前提下对的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望，我会更加努力、认真负责的去对待每一份工作，也力争胜任自己的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

装修公司的工作计划篇三

一、想办法制订每日工作流程表没有工作目标和每天时间安排的人，总是很悠闲，而有了明确的目标，对自己每天时间安排得比较满的人，是没有空闲时间的，每一点时间都会过得很有意义很有价值。所以，我们要养成每天制订工作流程表的习惯。

1、对家装业务员来说，工作表要把第二天要办的事、要见的人放在第一位，比方说和某客户约好第二天见面或量房，那你一定就要结合双方约定的时间和地点来安排自己的行程。在约定地点附近开展业务。

2、工作表要学会预留出一段时间，不能把时间计算得很紧张。比方说，原定计划上午在小区做业务，下午2：00去见一个客户，中间有半个小时的车程，而你就不能将时间排到下午1：30分才行动，至少应该留出半个小时的空隙，一则防止路上有意外，二则提前到场等待客户，给客户体现出尊敬感。

3、工作表要随身携带，随时查看。你不可能每天都按照工作

一丝不变地去工作，但至少工作表能够让你抓住主要的工作。

二、一天时间安排(仅供参考))

1、早会培训学习(8:00—8:40)我们建议每个公司都举行早会培训，把业务员和设计师集中在一起，如果部门较大，也可以单开业务部门的早会。早会每天安排一个主持人，一个讲师，每人轮流做主持人和讲师，大家创造一个内部学习和培训、人人参与的平台。早会时间不能开得过长，半个小时到40分钟就行，内容可以循环推进。

2、设计跟进(8:40—9:00)

3、打电话(电话拜访、电话跟进)(9:00—9:20)

与设计师沟通以后，业务员要对客户进行电话拜访或电话跟进，一般来说，到了九点以后，客户也过了上班初的忙碌期了，打电话正是好时候。业务员在公司里打电话，一则方便电话记录，创造更好的电话沟通环境，二则如果有客户需要量房，也好及时与设计部取得联系，客户有新想法也可直接与设计师进行沟通。业务员要养成每天跟进客户的习惯。

4、到小区展开行动(9:30—17:00)

5、回公司打电话(17:00—18:00)

如果业务员搜集到了很多的客户电话号码，我建议下午早回公司，在公司给客户打业务电话，这一段时间打电话的效果最理想。

6、晚上要进行客户分析;su!

7、晚上要列出当天名单(客户、人际关系)希望你每天都能在自己的名单上增加新的人员，将客户信息和新结将近朋友的信息，完整地进行登记，每天增长的名单，就是你业绩持续

增长的法门。

装修公司的工作计划篇四

时间如流水，不经意间我们就在忙碌的工作中迎来了崭新的20_年。在新的一年里，我们公司的总体工作目标为：以20周年庆典为契机，树立全新的形象，争创一流质量，打造专业服务团队，培育核心竞争优势，进一步实现公司的可持续发展。

1. 大力推行《生产管理操作守则》、《质量管理操作守则》等一系列管理制度，加强对质量的流程控制，保证产品质量和对客户的服务质量。

2. 鼓励技术创新和技术研究，形成技术优势。要努力把公司具有比较竞争优势的产品做得更好，同时，要不断的创新和探索，在其它产品上延伸与扩展公司的比较竞争优势。

3. 树立并落实“__出品”的概念，进一步提升品牌的美誉度。加强团队协作，提升整体的设计质量和水准，让“__出品”成为市场上真正一流的品牌。

1. 细分客户群。经营部门要加强客户群的细分工作，要开动脑筋，在服务上不断推陈出新，维护老客户，发展新客户，做好客户关系工作。

2. 建立服务质量投诉机制。经营生产部门应制订并落实客户投诉的处理程序，客户对于设计和服务的意见和投诉，要及时的沟通和响应，给予客户满意的答复。

1. 保持经营、管理、文化理念的高度统一。进一步完善分支机构的管理，确保华森文化和理念的延续和扩展。

2. 推行《经营操作守则》，拓宽经营渠道，构建经营网络。

继续加强各项管理制度建设，进一步构建和完善经营、生产、质量、财务、人力资源等管理体系，使之真正形成配套，为生产服务。

装饰业务是今年公司业务拓展的重点，装饰设计部已经成立，要利用现有优势，积极拓展业务。各分支机构要了解公司装饰业务的现状，积极承接装饰业务。

要加强学习，互相交流，相互促进，提升整个团队的知识水平和知识结构。要开动脑筋，从不同的角度、不同的工作岗位中寻求更好的途径与更好的解决方案，提高管理和服务效率，适应市场与客户日益增长的要求。

装修公司的工作计划篇五

我们公司的客户主要来源于两点，一个是广告招募来的客户，一个是我们自己联系的客户，对这两大类客户，都必须要有良好的态度，在这过程中，要利用的工作有手机，微信等聊天联系工具，客户是我们的来源对于客户我们都会热情介绍我们公司装修的特色，但是在这之前我们必须要对我们的装修价格和种类充分了解清楚，在客户询问的时候我们可以给客户更多的回应，专业的回答，让客户知道我们的装修是专业且合理的是值得所有人信赖的，把我们公司的服务特色展示给客户才能获得更多的客户信任，才能够得到更多人的认可。

在工作中如果只靠着一腔热血是不可能获得多少成就的，还需要我们自己努力如何努力怎么去努力，这就成为了一个关键因素，不可能光靠着我们自己去积累，因为我们部门有专门给我们的培训和一些话术可以让我们收到更多的成长经验，对我们的工作非常重要，虽然说不需要把这些资料背下来，但是如果自己不把他背下来如何与客户沟通，如何让客户信任，所以对于这些重要的沟通方式我从来就不会轻易的放弃而是珍而重之的把他们背下来。之有学会的才会是自己的，

之有学的好，学的全才能够让我们有更大的发展空间。

在联系之后为了展示自己的诚意我会主动的去带领自己的客户去参观我们的装修风格样式，如果客户有什么意见问题，也能够第一时间了解，这样也能够及时挽回自己的客户，同时这样也更能够得到客户的认可和新人，当然在这些都必须诚恳做到实在而不是欺骗，对客户更多的是一种真诚，才会收获客户的认同，如果为了一时的利益放弃长远的收获这是目光短浅的标志。

装修公司的工作计划篇六

根据南京装饰行业客户信息将装饰公司分为高中低档三类公司，以科勒洁具作为敲门砖，重点发展中高档装饰公司！

在已经对目标公司初步了解的基础上，进行上门拜访，找到关键负责人例如材料部经理，洽谈合作的可能性！对于无法合作的装饰公司，主要精力放在设计师身上！

3、对已经有的设计师名单，进行地毯式的电话、短信□qq□飞信和微信等拜访，确定有意向与科勒合作的设计师！

4、对于设计师进行差别化分析：个性，爱好，设计和接单能力等，筛选有能力的设计师，再根据不同的特点，有针对性的与其接触，尽快的建立起合作关系！

5、通过已经其他品类的建材业务员介绍他们认识和熟悉的设计

6、将设计师进行分类：

1、注重返点；

2、注重设计效果；

3、以上两者兼顾的!

7、在合作中，与设计师深入沟通，及时报备客户信息，避免因为一些主观原因而照成伤害设计师推单的积极性。

9、对于注重设计效果的设计师，在上门拜访以及后期沟通过程中，重点放在我们产品的文化，设计理念、风格等，确保他们在推荐产品时优先考虑我们!

11、与所有店面沟通好，在零售中发现中高端小区，以及对应的领袖人物，这一点在小区团购中非常重要(在服务好前几户业主之后，对于发展该小区后期团购活动非常有帮助)

12、装饰公司有自己的小区开发团队，可以在跑家装的时候，顺带了解装饰。

1、按家装签单产值800万元计算，每单按半包性质5.5万计算，设计部全年签单146个，每月签单12个。

3、按开工率为65.5%、家装产值800元万计算，公司全年签单产值为1221.37万元，如果设计部与市场部一起配合，把开工率提高到85%，公司全年家装产值为941.2万元，净产值为800.02万元，比目标净产值还要超出120.02万元。

按公司计划每个业务员每人每月完成6位有效的准客户流量，明年市场部人员安排7人就可以完成目标。据行业分析表明常德的装饰行业销售人员流动性比较大，行业比较专业的销售人员少，为了顺利完成来年公司的工作目标，明年公司市场部要建立人力资源储备机制，每月确保7位稳定的业务员，市场部还要储备3位定向业务员作备用，随时可以补充的。

1、建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好

的销售团队，建立一支具有凝聚力，合作精神强的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有狼性的团队作为一项主要的工作来抓。

2、完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

业务人员出工地，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。

3、培养业务人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

4。努力培养业务人员与设计师的协调沟通能力，协助业务员在十五天内掌握量房技巧，三个月内熟练掌握cad平面设计方案，能够做到在楼盘与现场业主沟通方案的能力。（业务员的学习计划在业余时间完成）

5、充分发挥业务员的潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

1、电话营销明年的目标200万元，市场部电话营销员、业务员接待的客户。

2、工程实地营销明年的目标150万元，工程部工程监理在工地接待的客户。

3、终端销售明年的目标250万元，市场部业务员在蹲楼盘和在楼盘里搞活动接待的客户，包括家协、房地产开发商、材料商举行的活动接待的客户。

4、网络销售明年的目标50万元，全体员工采用电子商务营销接待的客户。

5、回头客户明年的目标150万元，客服部接待的上门客户。

1、根据__市房地产分布示意图，各个楼盘的具体位置，楼盘动态，交房的具体情况；把__市场划分为三个片区，业务员分三个小组，两人一组负责一个片区，把明年的目标转化计划，按全年时间分配落实到每一个片区，每一个楼盘，每一个小组，每一个人。

2、市场部建立楼盘档案，楼盘动态表，交房记录表，业务员跟进进度表，业主房子动态表。各个楼盘产生业绩评定分析，市场部要及时到楼盘物业了解。

3、市场部业务员每天有日志，周周有计划，月月有总结，季度有市场评审分析。

4。市场部明年的具体思路细节、操作办法的实施还需公司领导鼎力支持，各个部门紧密配合，各位同事的协助，相信市场部明年是有能力完成目标的。

装修公司的工作计划篇七

是我们公司业务往全国发展至关重大的一年，对于一个刚刚踏入行业的新人来说，也是一个充满挑战，机遇与压力并重开始的一年。因此，为了要调整工作心态、增强责任意识、充分认识并做好自己的工作。为此，在销售部的、两位同事的热心帮助下，我逐步认识本部门的基本业务工作，也充分认识到自己目前各方面的不足，为了尽快的成长为一名优秀员工，我订立了以下年度工作计划：

一、熟悉公司的规章制度和基本业务工作。

保证公司网络的正常运行，应付各种突发状况。作为一位新员工，本人通过对此业务的接触，使我对公司的业务有了更好地了解，但距离还差得很远。这对于新人来讲是一大缺陷，希望公司以后有时间能定期为新员工组织学习和培训，以便于工作起来更加得心顺手。

1、在第一季度，以业务学习为主，由于我们公司正值各店开张期间，部门的计划制定还未完成，节后还会处于一个市场低潮期，我在做好本职工作的前提下会充分利用这段时间补充相关业务知识和装修知识，认真学习公司得规章制度，与公司人员充分认识合作；协助销售部工作；通过上网，电话，了解更多行业信息。

2、在第二季度的时候，公司已正式走上轨道，市场会迎来一个小小的高峰期，在对业务有了一定了解熟悉得情况下，我会努力协助销售部的工作和装修工作。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，市场会给后半年带来一个良好的开端。并且，随着我公司铺设数量的增加，一些规模较大的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的市场大战做好充分的准备。此时我会协同公司其他员工竭尽全力为公司进一步发展做出努力。

4、年底的工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的努力工作，我相信是我们销售部最热火朝天的时段。我们部门会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我部的工作思路。争取把销售业绩做到化！

二、制订学习计划。

做行业是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于员工来说至关重要，因为它直接关系到一个员工与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。营销知识、部门管理等相关装修的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我的能力减轻领导的压力。

以上，是我在做好网络维护的前提下对的一些设想，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望，我会更加努力、认真负责的去对待每一份工作，也力争胜任自己的工作。相信自己会完成新的任务，能迎接新的挑战。

装修公司的工作计划篇八

会展特装方面;年营业额定在rmb300万元;具体人员构成以短小精悍为主，在项目方面正式立项后在申请公司其他部门抽调人员组成项目组共同完成任务。下面我进行具体阐述：

(一)主营业务：工装以及会展特装方面。根据之前与总的多次沟通，目前我装饰分公司(我司)主要面临的业务大概有以下几种：活动、家装、工装、会展。而集团目前涉及到施工的业务主要以活动为主，这部分业务同时也是客户部目前较大的收入支撑，而且活动项目集团各部门已经运做的很成熟了，并不急需额外增加一个分公司专门去进行设计施工。

家装工程在目前激烈的市场竞争条件下利润低而且恶性竞争激烈，而且集团也不具备相关的业务经验与资源，我司也不打算进入该领域。工装我集团有相当一部分政府资源可以利用，工装也适合锻炼专业的工程施工队伍，适合我司开展业务，但工装尤其是大型工装，这是我司所欠缺的。会展特装方面是我的强项，但竞争非常激烈而且业务发生阶段性很强。综上分析，我认为主营方向应该放在工装(办公空间、厂房、场馆、酒店、娱乐场所)以及会展特装方面(娱乐场所以及会展特装方面)。

(二)swot分析1、优势优势

a□集团具有丰富的社会资源；

b□集团客户有很多项目可以深入挖掘；

c□集团具有较强的资金实力；

d□我司为刚组建部门，起点高；

2、劣势：

a□公司缺乏成功装饰装修施工的丰富经验；

b□公司缺乏成功的的工程案例；

c□公司缺乏装饰装修施工的的完整团队；

d□公司缺乏技术人才；

3、机会：

a□海南正处于大发展阶段；

b□海南基础建设投入大；

c□海南本土装修公司水平不高；

d□各级政府项目专业人才不多，规划较为盲目；

4、威胁：

a□行业利润大，进入此行业人员及公司众多；

b□各家同业公司逐渐打造自己的团队和品牌；

c□各家同业公司逐渐形成丰富的操作经验;

d□各家同业公司拥有较多的商家资源;

(三)工作开展思路及推广策略分析, 我司应该善加利用集团雄厚的资金、根据swot分析, 我司应该善加利用集团雄厚的资金、良好的政府关系、众多的潜在客户这一优势条件;并认真做好内功, 踏踏实实做几件众多的潜在客户这一优势条件;并认真做好内功, 标杆工程, 弥补先天不足, 并积极联合岛外同业公司, 成立联合舰队借标杆工程, 弥补先天不足, 并积极联合岛外同业公司, 鸡生蛋共同发展;同时逐步建立起自己的专业形象, 向行业标杆迈进!

具体工作安排如下:

针对政府: 积极配合董事会工作并把董事会项目放在工作第一位

针对现有集团相关客户: 与客户部以及傲拓分公司进行沟通, 紧密联系分析客户资源, 拟定出切实可行的客户攻关项目, 争取在年后即确定一两个潜在客户开始公关。

装修公司的工作计划篇九

一月: 传统意义上的装修淡季, 抓住能够敲定的客户, 注重方案细节, 打动客户, 多为客户着想, 注重客户满意度, 多查资料。

目标: 基础装修5万、主材5万、设计费5千

二月: 农历过大年, 抓紧剩余时间, 做好客户的跟踪工作, 合理安排客户时间以及工地的交接工作。多查资料。

目标: 基础装修3万、主材3万、设计费3千

三月：气温开始回暖，开始装修计划，回访未签单客户，抓住新接到的客户，合理安排时间。做好客户满意度。

目标：基础装修10万、主材10万、设计费一万

第二季度目标：基础装修30万、主材30万、设计费2.8万

四月：装修旺季，认真对待每一位客户，多思考，以客户的需求为己任，抓住客户心理，争取签单短平快。

目标：基础装修12万、主材12万、设计费一万

五月：装修旺季，认真对待每一位客户，争取签单短平快。

目标：基础装修10万、主材10万、设计费一万

六月：炎热夏季开始，抓住能快签的单，跟进慢单，为下半年做好辅助工作。做好对客户一站式够齐的心理攻势。

目标：基础装修8万、主材8万、设计费8千

第三季度目标：基础装修31万、主材31万、设计费2.8万

七月：继续炎热，认真对待每一位客户，多思考，以客户的需求为己任，抓住客户心理，争取签单短平快。做好对客户一站式够齐的心理攻势。（看一本书）

目标：基础装修7万、主材7万、设计费6千

八月：继续炎热，认真对待每一位客户，争取签单短平快。做好对客户一站式够齐的心理攻势。

目标：基础装修8万、主材8万、设计费7千

九月：传统意义上的装修旺季，小单短平快，抽出时间跟大

单，做好对大户型客户的服务工作。

目标：基础装修16万、主材16万、设计费1.5万

第四季度目标：基础装修35万、主材35万、设计费3.2万

十月：一年当中装修最旺的季节，气候宜人，利于客户出行，认真对待每一位客户，加快与客户沟通频率，以客户的需求为己任，抓住客户心理，争取签单短平快。加班加点争取多签单。

目标：基础装修20万、主材20万、设计费1.8千

十一月：装修旺季，认真对待每一位客户，争取签单短平快。

目标：基础装修8万、主材8万、设计费7千

十二月：进入冬季，天气开始逐渐转冷，大部分业主放弃装修想法，抓住有限并且有效单，认真做好对客户的服务工作，开始整理一年的工作心得，为下一年打下坚实基础。

目标：基础装修7万、主材7万、设计费7千

四个季度目标总产值：基础装修114万，主材114万，设计费10.6万，作为发展中的合肥，面对这个巨大的市场，这个目标产值不难达到，但同时也充满着挑战。

我相信最后在我的努力下，一定要完成目标。

20xx年是激情的一年，是迅速发展的一年，我相信也必将是xx公司收获的一年。作为x设计岗位上的一份子，首先我要苦练内功，认真贯彻xx总经理所提出的——思想统一，流程明确，绝对执行！的主导思想，以这个思想为主线，认真贯彻落实公司提出的各项要求，做到积极、主动、严谨、认

真。其次要做到加强学习，一位设计界的前辈曾经说过，讲设计即思想，设计是设计师专业知识、人生阅历、文化艺术涵养、道德品质等诸方面的综合体现。

只有内在的修炼提高了，才能做出作品、精品、上品和神品，否则，就只是处于初级的模仿阶段，流于平凡。一个人品艺德不高的设计师，他的设计品位也不会有高的境界。

总之，对xx的前景我从未动摇，也相信我有决心有能力一直追随。那么就让我们在xx总经理的带领下并肩作战，一起挑战，一起实现！