

最新家具店实践报告 电话销售家具实践 报告(精选5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

家具店实践报告篇一

实习地点：山东省淄博市高青县

实习单位

实习时间20xx年3月22日—20xx年5月9日

一实习概况

一年前,我期盼着早日完成毕业实习,走进社会,以为这样不用每天对着课本,过着简单而重复的校园生活肯定会轻松多了,可如今真正实习了,才深深地体会到它并不是想象中那么简单,现实社会比起校园生活那是复杂多了,因为有了比较,才使我感觉到校园生活是那么的美好,那么的令人回味呀!也由此感到一种紧迫感。

今年我开始实习,不仅学到了很多课本上学不到的知识,还从中体验到人生的苦与乐。

我在家乡的一个有限公司上班,该公司主要销售家具,套房系列,办公系列(包括办公台、会议台、电脑台、大班椅、办公沙发、茶几等)礼堂椅等产品。

刚到公司我被分到销售部工作,为该公司联系销售业务,推

销该公司的主要产品。

因为刚开始工作的缘故，真的不太适应，对于我这个毫无实际工作经验又没有业务联系初出茅庐的人来说推销一种商品确实很难的。

所以刚开始那两天真的无从下手，只能跟着单位的同事跑那些有业务联系的老顾客去学学看看，从他们身上学点东西。

通过一个星期的学习观察和老同事的分析我总结出了自己的销售策略，学到了不少东西。

而且通过自己的努力也成功做成了几笔生意，而且以后越来越熟练了，虽然很辛苦很累，但真的很开心!因为我做到了!

二实习总结

通过这次实习我对这个行业有了更深刻的认识，目前中国大约有5万多家家具企业，全国家具生产总值达3400亿元，显示了强劲的发展势头。

根据不完全统计，全国新增的1万平方米以上的家具大卖场就在60家以上。

十一五期间我国家具产业将保持15%的增速。

从数字上看我国家具产业的发展还是很迅速的。

但“品牌观念不强，设计能力不足，产品档次不高”是我国家具企业的现状。

全国著名的家具品牌很少，国际著名的家具品牌几乎没有。

中国家具出口在国际上很有竞争力，但只有量没有品牌。

家具业的产业本质是民生产业，所谓民生产业是解决人民的衣食住行的产业。

家具是人们生活中必不可少的器具，在现代社会中更成为生活方式的载体。

我们生产的家具怎样满足生活水平不断提高的人民的需求，它应包括物质和精神两个方面。

前者要求有更完备的功能，有更环保的性能；后者要求有符合现代中国人审美需求的特征。

因此，产品的开发要从这个基本点出发。

根据中国国情，另一个十分重要的问题是，对中低端产品来说，产品开发的核心应是性价比，它是扩大内需的最主要的策略之一。

而对中国这样一个现代化进程中的人口大国，由于城市化进程的加快，我国的消费层次出现了巨大的分层。

如何适应不同经济发展水平地区、不同规模城市居民、小城镇和农村居民的需求，出现了更为复杂的情况。

这些都是我们要进行重新定位的问题。

家具是直接面对公共消费和个人消费的终端工业产品，因此从整个行业来说，它构成了一条从原料采购到营销的产业链，包括产品开发、原料采购、订单处理、生产制造、物流配送、终端销售及服务。

现代产业间的竞争已不再是产业链中单个环节的竞争，而是整个产业链的竞争。

中国家具业从技术和生产能力已基本接近世界发达国家的水

平，但是在产业链的其他环节仍有较大的差距，这使我们仍处于国际分工的中低端。

因此，我们必须进行整个产业链的建设，特别在产品开发上如何掌握自主知识产权；在原料采购上，以国际的环保规则实施“产业链监管”；在订单处理上，采用个性化的设计服务和售前、售中和售后服务，提高外包的能力；在物流配送上采用信息技术，实施低成本、高效的配送方式；在终端销售及服务上，拥有自有品牌、实现快速及便捷的供货和负责任的售后服务等等。

三十年来，中国的家具流通业，这里指的是家具的批发和零售业取得了巨大的发展。

这种发展在一定意义上说，是独享了“行业发展的红利”，也就是说，在家具制造业极为快速的扩张过程中，由于销售渠道的短缺，而为专业市场的生存和发展提供了机会，但是以专业市场进行批发和零售的现行运营模式存在着根本性的缺陷：

“经营模式以物业管理租赁和商业管理为主，销售手段以价格竞争为主”。

一方面，由于经营者并不直接参与家具的销售，缺乏家具营销创新机制和动力；另一方面，由于城市商务成本的提高，经营者把这部分成本转嫁给经销商和制造商，促使交易成本上升，正面临着越来越大的风险，变革势在必行。

中国是一个幅员极为辽阔，经济发展水平极不均衡的发展中国家，在今后一段较长的时期内，由于东部经济发达地区与中西部经济欠发达地区民众的可支配收入水平及消费水准仍然相差甚大，即使在同一地区，中心城市和二、三级中、小城市及乡镇也相差较大。

因此，家具消费呈现出一个呈垂直方向的多元化分布；此外，由于贫富不均，消费水准的较大差异，家具消费还呈现出一个水平方向的多元化分布；加上顾客需求个性化需求增长，使家具市场出现一个较为复杂的、多元化格局。

中国经济的发展特点决定了中国的家具零售模式必然采取多元的形式，但是无论采取何种方式，必须适应这个急剧变化世界的要求。

我们热切地期待着流通业的创新。

家具店实践报告篇二

市场调查实习报告

——与“沁园”的合作

广学071王洁

实习对于大学生来说是很重要的与社会接触的机会，它能让我们把平时学的理论知识运用到实践中，做到学以致用。还能增强我们的“团队合作”意识。另一方面，让我们切身感受社会竞争之激烈以激励我们认真学习。

大一第二学期的十三、十四、十五周，我们在老师的指导下经历了第一次实习——市场调查实习。我们自由结组，需要先找到调查对象，针对其经营中出现的问题和她想要了解的市场信息做一份调查问卷，然后再对目标市场进行问卷调查，最后把问卷经分析交给公司，助公司做出科学决策。

就在我们近乎绝望的时候发现了“沁园”，那是个新销售点，牌子还很新，应该需要市场信息，我们抱着试试看想法推开了门。服务人员态度很好，而且表示对我们赞同，他给我们售后服务中心的地址，具体的跟他们谈。终于又有了希望。

到了售后服务中心，我们找到经理助理，她很看好我们的调查，在提到费用问题时，我们怕失去合作机会便作了让步，只让他们付打印费，其它等结束后公司决定给与不给。初步工作谈妥了，她约梁裕超和我下午来讨论问卷问题与设计，以了解公司希望通过调研想获得什么。

我们开始讨论问卷。“沁园”最近提出“全屋净化”观念，就是要让所有用水都经过净化后再使用，向人们灌输用水健康的重要性；还有还未上市的“冰川水”11元300毫升，要宣传他的“质优而洁”…这本是陈述性话题，要转为提问式的，难度很大。我们想了好多问法但自己就否了。

后来助理要求的关于用户满意度的问题，我们还感觉“轻车熟路”很快就提好了。回去后再编排就好。

经老师的指导，最后决定删去“冰川水”部分，“全屋净化”只留一小部分作为宣传。问卷告为段落。

摩擦。在我们满怀信心地送问卷时出现了状况。梁在去谈费用时谈崩了。我们以为拿着问卷再去谈钱会有底气，也好让他们抉择我们的成果到底值多少钱。但助理只抓住我们之前说的“只收打印费”不放。

午休时，助理给我打电话，告诉我他们不让我们做了。说我们不讲信用。我极力解释费用问题只是我们调查时需要的车费、水费，问卷在我们能力范围内是不收钱的。公司如要求多做就再另收费。助理听清我的解释答应再面谈一次。

家具店实践报告篇三

调研目的：对建筑公司采购员工作有了解。

调研意义：学习专业以外的知识，学习更多的宝贵工作经验和待人处事的方法。

2、调研单位及岗位简介

实习单位□xx聚铭鑫建筑工程有限公司。

后期合成：采购员该岗位，主要是为公司承包工程采购所用建筑材料。

3、调研的方法、内容

调研方法：去该公司参观公司环境，和公司负责人沟通了解公司构架。

调研内容：采购员在公司处于什么地位，所做的事情要怎样跟上级报告。

4、调研过程

1、接受采购申购单或采购指示

2、选择和管理供应商。一个好的供应商是确保供应材料的质量、价格和交货期的关键。

3、订货。订货的同时确立双方合同关系。

4、订货跟进。指订单发出后的进度检查、跟踪、联系等日常工作，目的是为防止到货延误或出现数量、质量上的差错，避免公司赔偿损失。

5、货到验收。验收后跟进材料的不良情况并且进行处理。

5、调研结果与分析

调研结果：这次社会实践证实了我能否在恶劣的环境中依靠自己的能力去克服困难，同时，也通过亲身体会让自己更进一步的了解社会。

调研分析：采购员可以让我认识到人际关系的重要，特别是公司与工厂之间的供应和销售关系，认识到管理材料对合理的采购具有重要的作用。认识到采购材料的各方面和不同材料的采购管理。

心态的转变：学校的生活无需我们担忧某些问题，学习跟上就可以，而在工作当中就不是，要考虑如何提高工作效率，怎样处理与上级领导、同事的关系，还有在工作当中的不尽人意等事情，这些都要以一颗平常心去对待，及时的转变心态会让工作更加顺利。实习期间让我学会了有计划的做事，有了明确的计划，目标才清晰，以至于在工作中不会茫然。更重要的是这次实习也是我理论与实践的一次尝试，为以后工作打下了基础。

6、成绩评定

1、专业导师评语：

2、成绩（百分制）：

家具店实践报告篇四

家具是每个家庭必备的。而买家具的市场，品牌也有很多，大家有印象的有曲美qm[]联邦、全友、红苹果.....而我将在全友家私实习销售，全友(于1986年,中国名牌,中国驰名商标,中国规模最大的家具制造企业之一,大型民用家具企业,成都全友家私有限公司)。

一名销售首先是对于这个品牌的了解，全友家私是中国品牌，一家大型民用家具企业。全友家私有限公司创建于1986年，经过二十余年的励精图治，已发展成为中国研、产、销一体化大型民用家具龙头企业。全友家私作为中国规模最大的家具制造企业，公司拥有共计占地数千余亩的超大工业园区，30多个专业分厂、20多个驻外销售服务机构、3000多家

专卖店。公司打造了一支由中、意、德、丹麦等国200多名顶尖设计师组成的跨国研发团队，在中国成都、深圳、意大利米兰设立了3个研发中心，主要研发、生产板式套房家具、沙发、餐桌椅、床垫、软床等系列产品，涵盖50多个系列、6000多个产品款式，其中，板式、沙发两种产品被授予“中国名牌产品”称号，是中国家具行业荣获两个名牌称号的家具企业，是中国家具制造业为顾客提供“一站式家居服务”的典范，赢得了“绿色全友，应有尽有”的美誉，为顾客实现温馨家居梦想提供了最大化的满足。公司产品连续多年畅销全国，并远销欧美、东南亚多个国家和地区，产品销量在全国同行业中连续多年遥遥领先。全友以“成为世界级家居用品开发制造商与服务提供商”为企业愿景、以“提供优质家居产品和服务，创造美好家居生活”为企业使命、贯彻“客户是水，全友是鱼；员工是水，全友是鱼；社会是水，全友是鱼”的企业文化，通过持续的制度创新、技术创新、管理创新，以国际化视野，竭诚为广大客户提供高品质、多样化的家居产品和服务，引领舒适、环保、健康的家居生活方式。

刚来到全友家私家具专卖店实习时，我很紧张和兴奋，毕竟是刚踏入社会什么都不懂，对社会上的一切都充满着好奇。可是看到其他同事们都是以微笑看我的时候，我也就不紧张了。刚开始时，领班是让我对这些家具进行了解，看着一张张介绍书我的头都大了，可是没有办法，如果不记下这些家具的好处，那拿什么来向顾客介绍呢？我就在旁边一件件家具进行对比和记忆。一直连记了两天，之后才开始销售，开始就和另外一位同事搭档，有顾客上门了，她就一一向顾客介绍，而我就在旁边学习，有什么不懂的就虚心向她请教。在工作时少说话多做事，经常做卫生，那个同事需要帮助，都乐于帮助他人，与同事们打好关系。慢慢的和同事之间混熟了，对家具的了解也更深厚了，自己也已经能够独自进行销售了，对家具的讲解，对于顾客的提问也能应付自如了。

作为一名销售人员要对自己销售的产品有着更深层次的了解，

每种家具都有不同差别，不论是价格、质量档次都有这差别。而每个人都有着不同的心理，而一名销售人员就要掌握消费者的心理，那样你的销售业绩才会上升。就拿最简单的来说，一个有钱的家庭，他买的会是品牌与档次，而一个普通家庭更在乎的是价格和质量。作为销售人员此时不能表现出因价格高客户不能接受产品的意思，不然客户可能因自尊原因拒绝消费。最好的方法是向客户介绍产品的优缺点，让客户自行选择。客户分很多种，一个出色的销售人员，不但要学会揣摩客户心理，还要有足够的耐心。

不管是什么都是高投资高风险，付出的越多回报的也就越多。销售这个行业其实很辛苦，付出不仅仅是体力，还有脑力。在销售工作时，只有不断思考学习，掌握你所销售的东西，只有更了解它，你才能更好的介绍它，还要揣摩消费者的心理，更要有足够的耐心，那样才能更好的做好销售工作。

在全友家私实习的这段时间里，让我学会了很多东西，可以说是收获颇多。在教室里只能学到营销的理论知识，可这和实践中还有很大的差距，在实习过程中学到了在教室里学不到的知识，让自己提高了社会实践能力、人际关系交往能力。为自己在以后的工作中打好了基础。

家具店实践报告篇五

大一第二学期的18和19周，我们在老师的指导下经历了第一次实习——市场调查实习。我们先自由分组，讲解实习大纲，然后自己设计一个产品，该产品是在现有市场的基础上加以改进的，之后是调查问卷的制作，发放，回收，最后是市场调查数据分析，写实习报告。

产品：

实习的第一天，在老师召开动员大会之后，我们小组就聚在一起讨论我们的调查对象。最后在一番唇枪舌战之后我们决

定调查热水壶。原因如下：现在的热水壶保温时间不够长，且易爆易碎，容易造成人身伤害。我们设计我们的新型热水壶就弥补了这些缺陷，保温时间长，壶分成三个部分，中间是高分子材料，能够有效的吸收水分，所以就算热水壶碎了也不会使沸水溢出把人烫伤。其次它的外壳具有一定的软塑性，不会小小的碰撞就爆破。

调查问卷：

在确定了热水壶是我们的调研对象后，我们就积极开始设计调查问卷，首先是了解它的格式，包括的内容。在老师的指导下，我了解到调查问卷的几个必要的设计原则：完整性，必要性，可行性，便于整理，非诱导性原则和准确性。调查问卷包括标题，问卷说明和题目。此后，我们就开始讨论如何设计。题目是选择开放性的还是封闭式的？封闭式中是单选还是多选亦或是是否判断题？最后我负责表头部分，它包括调查者的自我介绍，调查目的和中心内容，选样方法和保密承诺最后是感谢词。又经过一番讨论，我们把各自的想法写出来，汇总综合并加以整理，一份比较完整的市场调研问卷就展现在我们面前。

参观可口可乐公司：

理论最终是要归结于实践，在实习的第四天，学校组织我们去参观西安中萃可口可乐公司，让我们去见见世面，了解市场。结果也不负众望，可口可乐不愧是国际知名品牌，无论是它的博物馆还是生产线，都让我们大开眼界，增长了许多见识。

市场调查：

万事俱备，准备了这么久，终于要开始真正的去社会实践了。在实习的第五天，我们就开始去市场上发放调查问卷。我们的调查地点是大小吊，临潼还有学校。我们一共发放了110份

调查，调查的对象有学生，教师，职工还有其他。我总共发放了十几份调查问卷，发现现实比想象要难做的多。

实习的最后工作是编写实习报告，它是根据实习日记加以整理写的。实习日记记录了我们每天所经历过的事情，在此基础上的报告真实性比较大。

发现的问题

这是我的第一次实习，磕磕碰碰的遇到许多问题。首先是市场调查问卷题目的设计，题目设计肯定逻辑性和严密性要求很高。我们组就想了很久，那些问题总是不能尽如人意，比较我们的见识有限，我们刚开始的时候是各自回去查资料，最后才向老师请教，完善了我们的调查问卷。

其次是与陌生人搭话很困难，有些人戒心比较重，有些人很匆忙，还有些人就直接拒绝。在都让我们很尴尬。由此可见，要一个陌生人认真的填一份问卷还真的需要许多本事才行。后来，我们就先选择目标人群，看看哪些人比较面善，可能性较高，我们上前去请求。而且我们语气很好，俗话说：伸手不打笑脸人，就两分钟的事，也不会拒绝。渐渐的我们越来越有经验，成功率颇高。我想说，经过这次实习，我的脸皮越来越厚了。

如何让一个团队最有效率的合作是一个值得深思的问题，我们分了组，每组6人，要让每一个人都能实践自己，并且配合组内，确实有点难度。毕竟每个人都有各自的想法和意见。基于此，我们一般是把任务分配下去，然后集合讨论做最后的敲定。这样那就是我们整体的观点而不是某一个的功劳。

实习心得：

经过二周的实习，我学到了很多。有书本的，也有书本外的。之前学的纯理论知识，让我感觉很乏味，甚至觉得没什么用。

实践中，发现自己做的原本是书本的映射，再回去翻书，理论就很容易理解了。比如我们这学期学的是市场营销，我们参照书本许多东西就很好解释了，像4ps组合，营销策划等等。但也有需变通的，就像问卷设计，老师将要多样化，表格清晰，一目了然。但在实际调查中，被访者往往不愿意填觉得麻烦。这跟理论很冲突，提醒我们以后要巧用。要灵活。

此外，我学会了与人交流、交谈。学会微笑的向对方解释误会，学会守时，而且要提前。学会主动承认错误，也许不是自己的错也要。学会说“您好”说“谢谢”说“对不起，打扰了”更深刻的体会到“团对精神”的重要性。

小结：

这次实习对我来说意义很大，我跨出了社会的第一步，这让我有勇气面对以后的风风雨雨。同时我也学到了许多东西，如市场调查，礼貌的与人交谈等等。凡是有苦有甜，虽然这两个星期很累很累，那种收获到自己成果的喜悦真的是无法言说。在这次实习过程中的艰苦奋斗，不屈不挠的精神对我来说影响深刻。