

2023年家具销售工作心得体会感悟(优质7篇)

心得体会是我们在生活中不断成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。那么你知道心得体会如何写吗？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

家具销售工作心得体会感悟篇一

透过前期的公司简单培训以及对老员工的观摩、自己的'亲身实践、师傅王经理的时常教导，我对汽车销售的流程很快就有了一个基本的了解。再之后，每一个环节我都亲身参与其中，对流程的基本形式、目的和要求了然于胸。

接待客户一般说的是展厅接待，有两种状况。一是完全陌生的客户拜访，而是已经预约的客户拜访。对于陌生的客户拜访，注重的是第一印象。为客户树立一个好的第一印象，由于客户通常对购车经历抱有负面的想法，因此殷勤有礼的专业人员的接待会消除客户的负面情绪，为购买过程奠定愉快和谐的基调。二对于已经预约好的客户，则根据流程来走就可。当然，也要在接待过程呈现出专业、礼貌的精神面貌。

咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问务必耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。这一阶段应让客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

要点是针对客户的个性化需求进行产品介绍，以获得客户的信任感。销售人员务必向客户传达与其需求有关的相关产品特性，帮忙客户了解公司的产品是如何满足其需求的，只有这样客户才会认识产品的价值。直至销售人员获得客户认可，挑选到了合意的车，这一步骤才算完成。

这是客户获得有关车的第一手材料的机会。在试车过程中，销售人员应让客户集中精神对车进行体检，避免过多讲话。销售人员应针对客户的需求和购买动机进行解释说明，以建立客户的信任感。

为了避免在协商阶段引起客户的疑虑，对销售人员来说，重要的是要使客户感到他已了解到所有必要的信息并控制着这个重要步骤。如果销售人员已明了客户在价格和其他条件上的要求，然后提出销售议案，那么客户将会感到他是在和一位诚实和值得信赖的销售人员打交道，会全盘思考到他的财务需求和关心的问题。

在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间思考和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造简单的签约气氛。

家具销售工作心得体会感悟篇二

传统意义上的销售，是通过一切手段把东西卖出去，把钱收回来，这里的一切手段包括坑蒙拐骗，所销售的业绩是短暂和偶然的，当然没有战术，没有方法的销售也是低效率的销售。如同拿挺机枪在马路上乱突，倒下的战利品，没倒下的也不知其所以然。

现实中，销售精英们往往是精准销售，有战术，有体系，有制度，有方法，如同战争里面的狙击手，往往是一颗子弹干掉一个敌人。

通过这次培训让我对销售有了更深的认识，首先是一个企业的销售由三个部分组成，老板营销力，团队营销力，和个人营销力，老板负责营销系统，团队负责营销管理，个人讲的是沟通技巧，一个企业的销售应该按照这个大方向来执行，这样销售才会进入良性循环，产品销得好，企业有生命力。

作为个人应该在遵守公司营销系统和营销流程外，努力提高个人沟通技巧，其中沟通技巧主要有两点需要注意，第一就是在销售沟通初期，能够把销售目标模糊化，客户信息清晰化；第二点是献殷勤，其中有个词语叫做感动，尽量多的给客户制造意料之外的事情。老师提到，营销有98%是经营人性，只有2%经营商品。

如何提高客户满意度这一点老师也有全面阐述，服务好坏，满意与期望值有关，客户的期望值与承诺有关，所有要尽可能少的可以给承诺太多。结合到现实中，许多客户对我们公司的仪器设备挑三拣四，服务如何如何不好，仔细回想一下和当初的承诺就不难找到原因。

在介绍产品时，应该把加一些负面信息和数字信息，这样能够快速提高客户的兴趣，比如某某厂因为环保超标罚款xx万，某厂在海关被查等等。

x老师讲的销售翻番的秘诀中，主要是对一些实际个案进行分析讲解，个人形象问题，基本礼仪问题，站坐行姿势等，种种细节其实是更是我们应该注意到的，在孤岛逃生的游戏中，我学到了在分析客户心态中，客户所想的其实我们很多并不清楚，很多时候我们都以为客户明白，其实客户并不明白。在我们现实业务中这样的案子太多了，行行行，其实什么都不懂，如歌了解客户真是心态，是一门很大的学问。

x老师认为每个业务都应该有自己独特的魅力，不管是正派还是歪门邪派，做业务最怕没个性，这点我认为很对，现实中个性业务太少，普通业务太多，太平凡，太普通，很难独树

一帜，这样就容易引起客户视觉疲劳。在个性培养中我觉得还有很多地方需要提高。

x老师说人要弄清楚为何而生，才能明白人生的价值，这个问题是在是个很大的问题，我常思索这个问题的答案，而我们又是为什么而生活呢，希望做一个对社会有用的人，能够帮助更多需要帮助的人我想应该是我的梦想。

学习是快乐的，收获是愉悦的！再次感谢公司给予我这次学习的机会，我将在今后的生活中学以致用，不断提高业务技能，提升业务方法，真正发挥出学习的用处！

家具销售工作心得体会感悟篇三

进入公司已经快2年了，不仅学习到了很多手机方面的知识和销售技巧，而且还积累了一些销售经验，为了能与大家一起进步，我把我在销售中的一些做法整理为以下几点：

好的开场白能够很好地促成顾客开单。顾客在进入一家卖场后，销售人员是整个营业厅各个部门的代言人，为达到成功交易，销售人员应该掌握好开场白的技巧。开场需要直接，快速切入正题。

开场的第一个技巧是销售“新”的产品或特色，对于新产品顾客会产生好奇心，会有较强倾听的愿望，销售人员要不断将卖场的产品表达出“新”来，将所有表达的东西呈现出来，和顾客一起欣赏，促使顾客对新产品的认知。销售人员可为顾客设想，帮助顾客去想象自己所需的外观和内在功能。这点对于开单帮助很大。

营造热销的气氛是因为人都有趋向热闹的特点，对于热销都有充分的好奇心，这就是良好的销售时机，因此销售人员需要适当营造热销气氛。如何营造热销气氛？除了接待的顾客以外，销售还应利用好正在拍照、摄像、开单的顾客来制造

话题，通过你的语言表达来实现热闹气氛。例如：这个价格是全县最低的价格的，质量很稳定，每天都有多少人来订够，并且反映都很好，有很多人购买之后还带朋友来买，等等。要通过语言设计开场白，突出卖点，好的开始是成功的一半，精心准备的开场语言可以成功地促成更多销售。

优秀的销售人员要善于寻找自己卖场的优点，寻找会给顾客带来的好处，不成功的营销员往往会找到自己卖场的缺点来安慰自己，允许自己不断失败。进入卖场的每位顾客，都是销售人员的潜在顾客，都存在成交的可能性。有数据统计：每位消费者都有消费的潜能。如果顾客预算是1000元购买一部手机，当他的消费潜能被激发出来后，最后可能花费到1500元以上。销售人员如果能够把握住机会，除了正常销售外，完全有可能开发出顾客的消费潜能，购买部分配件，无形中产生附加利润。

绝大部分人希望多赚，少花钱，还有一些人喜欢与众不同等等。聪明的销售人员要学会运用人性的弱点促成销售。多嫌的心态表现为希望花相同的钱赚取更多的利益。这样的顾客，在销售工作中随处可见，赠品可以很好地满足这种顾客多赚的心态。但在赠送之前，一定要清楚顾客喜欢何种赠品，不然顾客往往会要求很多。销售人员要把握住一个尺度。尽管赠品的价格不一定很高，但是顾客并不愿意另外花钱购买。这就是赠品的魅力，人的弱点会认为获得的赠品是“不要白不要”，获得赠品就是多赚了。同时要尽量体现出赠品的价值感。

少花与多赠的心态是相互对应的，少花也是人性的弱点，利用促销、打折、免费都可以使顾客少花钱，从而极大地刺激顾客的消费欲望。

尽量先询问容易的问题，在一般的销售过程中，价格是最困难的问题，也是促成开单的关键之一，销售人员一定要从询问比较容易的问题开始，而将价格询问留在最后。当顾客对

这部手机的所有价值充分认可了，再谈价格，就会减少很多很多阻力。过早的问及顾客的预算，还容易令顾客产生抵触心理。问到的预算往往都不是真话。

门市人员应学会在沟通中判断顾客的消费能力，然后为顾客设计预算。如果顾客及早地介入到价格中，门市人员可以运用一些像“没关系，价格一定会让您满意，先看看喜不喜欢这部手机，如果不喜欢的话，再便宜，你也不会购买的，是不是？”然后继续讲产品或与顾客沟通，刺激顾客的购买欲望。若顾客刚进门就询问价格，此时，顾客的购买欲望并不足，只是在参考各个卖场的销售，价格很难让顾客满意。遇到这样的顾客可以充分把握好，让我们的服务把顾客留下，而不是夸夸其谈的把价格挂在嘴边，这样很容易流失成交机会。

销售人员很多都很头疼顾客的陪同者，你若忽略了这个人“第三者”的存在，成交就有了一定难度，销售人员要利用好“第三者”，关心得当。让“他”、“她”先认可你的态度，知道没有不一样的对待他们，他们得到同样的重视和关心。

在最后要订单的时候，门市人员的心态是很重要的，要实现成功的销售，态度比技巧更重要，不要害怕被拒绝，被拒绝是很正常的。当顾客犹豫不决时，门市人员切记不能失去耐心，帮助客户做决定是很好的一种技巧。

在销售法则中有一个二选一法则，销售人员可以给顾客价格套系，让顾客决定1或者2，适当的强迫顾客从1或2中作决定。

数量有限或限期是销售行业经常采用的方式，当门销售人员明确、诚恳地告知顾客时，会增加顾客在时间以及限量方面的销售，紧迫感使顾客明确若现在不购买，就会错过极好的机会。销售人员要记住，不要轻易放走顾客，顾客出了这个门就不一定会是你的顾客。在谈判过程中，给顾客强大的压

力。此时（今天）就是最好的机会。

销售人员需要清晰的知道，无论怎样降低价格，顾客也永远认为你在赚钱，而不会赔本。无论怎样强调打折、特价、没有利润，顾客永远不会相信这是事实。当顾客把最后的决定建立在价格上时，没有门市能够通过价格把握住所有顾客。

常见顾客提出的异议是“太贵”了，“用不起”，“比预算高”，针对这些价格异议，门市人员要真正了解顾客的原因。对于顾客提出“太贵了”通常一般卖场会有一种错误的方式：“这样子还嫌贵呀”、“我们是最低的价格”、“多少钱你才肯买”，这一类的话好像暗示顾客嫌贵，就不要买了，如果想讨价还价就请走开，不要浪费时间，或者没有商谈余地，这些都是错误的说法。这样的方式很容易让顾客产生质量没有保证的想法。正确的回答方式应该是：“是的，只要我跟你说明我们贵的原因，其实我们贵得很值得，再就是对这个价格看您跟哪个档次的卖场比了。”通过这样的回答，门市人员可以再次包装营业厅的产品、服务，提升自己卖场的价值，刺激顾客的决定。

此外，销售人员也可以借机讲一些顾客选择我们的故事，以此来引导顾客，达到成功的目的。可以讲述别人盲目选择价格低的手机以后带来的烦恼，可以再次提醒顾客购买一部手机，质量和服务的重要性，让顾客启发自己。加上沉默的压力，这个时候就要再讲话了，任何话都是多余的，微笑看着顾客，让顾客做出回答，这样可以有效解决“太贵了”的问题。

综合以上问题，门市人员可以通过观察顾客的谈吐、穿衣打扮、职业类型来判断顾客的收入水平，判断他所说的是借口还是事实，然后灵活地进行处理。

家具销售工作心得体会感悟篇四

说说这几天卖xx的一点心得体会吧，我此刻的这个柜台位置安排的不是很醒目，不像以前的格力空调，位置就在电梯口，别人一上电梯就能看得到。位置的不醒目使得这些天来的顾客很少，顾客来的第一反应基本是“xx是什么品牌，没听说过”之类的，其实这也不能怪顾客，xx进入国内市场本身就晚一些，对于广告这一块也没投入太大的力度去进行宣传，相对来说明白的人必然就要少一些。

其实我本来也不是很清楚这个品牌，原先在南京的威孚金宁公司工作时，拖运的泵体上用带字胶带封着，胶带上就标着“bosch”的字样，先也没太在意，之后才经过网上查到是叫做“xx”的品牌，但也没去具体了解。

刚刚在威孚金宁公司工作没几个月，正好学校在办招聘会，我就抽空去了。在招聘会上，我看到了西门子公司在招聘会的现场，我就特地去看了一下，一看单位名字写着“博西华(南京)有限公司”，当时心中还有些疑问，心想为何不叫西门子，而叫做博西华。

自从卖了xx才明白，原先xx和西门子合并为一家，名字就叫做博西华，这才解开了我心中的疑问。俗话说的好：“酒香不怕巷子深”，此刻就冰箱洗衣机这一块，xx和西门子是排行第一的。我相信，只要明白了解的多了，人自然而然会多起来的，我也会努力加油的！

家具销售工作心得体会感悟篇五

1. 各大品牌同区域竞争、扩大产品市场迫在眉睫

安顺市内不缺乏优势家具品牌。然而随着不同品牌的相继加入，安顺市的家具市场上出现了邂逅消费。市区的市场逐渐

不能满足各个商家对市场的需求。面对同行业的不断竞争，每个品牌商家的市场占有率在逐渐的缩小。除此之外，各大品牌的相继进入安顺市场，给各个商家造成不小压力的同时也抢占了大部分的市场。面对日益激烈的同行业的竞争和资金雄厚各大品牌，扩大安顺市的家具市场迫在眉睫。

2. 占领广大乡镇、农村市场势在必行

从我们现有客户资源进行分析，乡镇以及农村在家具市场的需求量也越来越大，目前这一市场尚有很大的可开发空间，各大乡镇以及农村市场的客户在采购家具用品时，大多都是到周边的市区以及县城进行采购，然而；县城的家具市场不成熟，而市区离农村和乡镇有太远，造成了这部分客户群在采购过程中的极为不便和价格偏高等一系列的不利因素。为了达到扩大产品市场，并形成一种全新、积极的多赢式营销理念。投入地方市场的开发，并以“5.1献爱心，家具送下乡”为主题的活动，进军安顺市周边各县、乡镇以及农村市场。抢先占领各县、乡镇以及农村市场的主导权。

3. 家具明码标价的趋势化经营

随着消费者消费水平的提高和对品质生活的迫切追求，家具消费渐渐成为继居民购房之后的第二大家庭投资项目，但是消费者在购买家具时不耗几天时间好像也下不了单！造成这种结果的原因除了品牌众多、消费者产品辨别能力差等特点，还有就是在家具商场等大型零售卖场都有两个价格，一个是自定标价，一个是厂的“最低价格”，于是所有商品的的成交价格几乎就在这两个价格之间进行成交。导致消费者在家具市场里看看这个好，那个也好，回家开始算价格，老是感觉价格还能降，这就使消费者在购买家具的过程中，防备心理较强，时常保持谨慎的心态，防止被商家欺骗。如何改变目前这一消费状态呢？那就是家具产品实行明码标价经营。

4. 展望未来家具市场

家具产品去开发农村以及乡镇市场，目的只有一个，就是掌控地方家具市场的主导权。让公司在农村以及乡镇市场上形成一个讲诚信、提供优质产品和服务的家具产业品。更好的在农村以及乡镇市场上站稳脚跟，并结合市区家具市场，实行家具明码标价经营，整合成一个庞大的家具市场，只有这样，我们的家具市场才能有更大的发展空间。

二、活动主题：劳动节感恩回报

兴伟家具下乡、明码标价惠市民

三、活动时间□20xx年4月20日至5月20日

四、活动地点：兴伟国际家具城

五、市场分析

综合安顺市周边县、乡镇以及农村家具市场的整体分析有以下几点情况：

- (1)各县区，家具市场不完善，价格偏高。
- (2)各乡镇以及农村市场家具市场基本上处于空白状态。
- (3)各县、乡镇以及农村的客户群到市区采购不方便。
- (4)市区各家具卖场价格不完善，存在价格差异。
- (5)再者地方消费者对于产品和品牌的信息来源较少。

由此可见，各县、乡镇以及农村市场具有极高的开发价值。

六、客户分析

消费者主要有如下特点：

(1)消费者对产品价格持怀疑态度，对产品质量不放心。

(2)县、乡镇以及农村的广告宣传不杂乱，在宣传的时候容易取得效果。

(3)县、乡镇以及农村需要一个方便实惠的购物环境。

(4)县、乡镇以及农村对市区的产品信任度较高。

七、创意方案

针对前面我们所分析商家和消费者的特点和问题，我们从两者的角度出发，从双赢的角度出发，特提出如下敢为人先的创意方案：

(1)家具送下乡，让地方消费者能享受到方便实惠的统一消费。

(2)实行部分商品明码标价式经营，让消费者不再为价格烦恼。

(3)抽取现金大奖，刺激消费者消费。

八、运作方式

1. 五. 一家具下乡真情回馈活动

(a).进店有礼活动

凡在活动期间光顾兴伟家具城的顾客都有由兴伟提供的精美礼品一份，数量有限，赠完为止。（凭农村身份证件领取）

(b).家具下乡补贴

买家具享受家具下乡补贴：所有乡镇、以及农村户口可凭有效证件最高可享受家具下乡补贴10%，以最终成交价为基础。（补贴10%的含义：活动期间所以家具上浮7个百分点，真

正让利3个百分点，共计让利10个百分点)

(c).你购物，我买单

五.一活动期间，特设立两个厅进行商品明码标价、平价惠市民，分别是儿童及休闲专厅。

3. 抽奖活动

抽奖可设为每3000元以上抽一次;8000元两次;13000三次,以此类推。活动设有：一等奖一名：现金奖5188元。

二等奖两名：送价值3188元的休闲沙发一套(按20xx元每套成本计算)。

三等奖五名：送价值588精美衣帽架一个(按100元每套成本计算)。

幸运奖一百名：送公司提供的精美礼品一份。

九、活动宣传

单页的发放。

2. 黔中早报的宣传。

3. 车身广告。

4. 乡镇张挂布标。

十、经费预算

家具销售工作心得体会感悟篇六

销售工作的基本法则是，制定销售计划和按计划销售。销售计划管理既包括如何制定一个切实可行的销售目标，也包括实施这一目标的方法。每个人都有各自的特点，都有各自的方法，关键是要找到最适合自身的一套方式和方法。

二、客户关系管理

对客户管理有方，客户就会有销售热情，会积极地配合。如果对客户没有进行有效的管理，或者客户关系管理粗糙，结果，既无法调动客户的销售热情，也无法有效地控制销售风险。所以必须想尽方法维护好客户关系，关注客户的各个细节，随时让客户感觉到你与他同在。

三、信息反馈

信息是企业决策的生命。业务员身处市场一线，最了解市场动向，消费者的需求特点、竞争对手的变化等等，这些信息及时地反馈给公司，对决策有着重要的意义，另一方面，销售活动中存在的问题，也要迅速及时地反馈给公司，以便管理层及时做出对策。业务员的工作成果包括两个方面：一是销售额，二是市场信息。对企业的发展而言，更重要的是市场信息。因为销售额是昨天的，是已经实现的，已经变成现实的东西是不可改变的；有意义的市场信息，它决定着企业明天的销售业绩、明天的市场。

四、团队战斗力

发挥团队的整体效应很重要。充满凝聚力的团队，她的战斗力是最强大的，势不可挡。所以每一个人，不管自己是哪个部门或哪块业务，都必须时刻记得自己是团队中的一分子，是积极向上的一分子，记得我的行动离不开团队，我的行动会影响到团队。团队为了不断巩固和增强其战斗力，也会义不容辞地支持每一位销售人员的积极行动。共同努力，共同进步，共同收获。

五、“销售当中无小事”

“管理当中无小事”，一位出色的经理同时也是一位细心的领导者。同样，“销售当中无小事”。销售更应慎重、谨慎，去寻找一个双赢的法则。在学习、总结、实践、摸索、尝试中提高。

销售工作个人体会

家具销售工作心得体会感悟篇七

时间一晃而过□20xx年已渐渐离我们远去。过去的一年里我专柜历经了不平凡的一年，年初的人员变动.大型特卖活动.还有本人的《弟子规》演讲等等，一路数来有辛酸，有汗水，有泪水，但更多的是喜悦。

20xx年也是大丰收的一年，在8月份的大型特卖活动取得了圆满成功，在一次次的业绩突破记录中是充分发挥着我们的团队力量，很骄傲也很荣幸有这么个团队。

在过去的一年里客诉也时有发生，如前几天发生的“羽绒服”客诉事件，虽然事情已经圆满解决，但做为导购的我们也得深思，在工作中是否有不足的地方，将在以后的工作中更加细心多提醒顾客仔细检查货品，尽可能的少发生类似客诉，也要在以后的客诉处理上多一些冷静.理解，将事情解决在萌芽中，这也是我们需要改进的。

非常荣幸本人能代表我们营运二部参加公司举行的《弟子规》演讲比赛。在此活动中我学习到了很多，也发现人的潜能是无限的，只要你肯努力，肯付出一定会有回报的。在一次次的登台演讲中，能够突破了自己，战胜了自己也是我一年来取得的最大的成绩。

更值得高兴的是我专柜被评为“杭州地区业绩年增长率”最高的一家店，是荣誉，是对我们工作的一个肯定。在高兴和兴奋之余我感受最深的是压力，在__年里我们将如何取得更好的成绩呢?针对未来的__，我专柜将重点放在以下几个方面：

a:积极配合商场促销活动，提高销售业绩。

b:充足的货品，争取做好货品的供应，以满足顾客的需求。

c:提高服务质量，用心服务，尽量减少客诉的发生，保持品牌形象。

d:完善顾客资料，重点培养新的顾客群，完善顾客资料，让新的顾客转变为忠实顾客;针对老顾客要付出更多的耐心和细心，并让其带新的顾客进行消费。

f:提高销售技巧,定期让公司对导购进行专业知识培训，增强自身素质并提升个人销售业绩。

我相信在今后的工作中，我会继续不断的努力下去，虽然有时也会在纪律中偶犯小错误，因人无完人，出错在所难免的，所以我不会过分的苛求自己。不过我相信只要我在岗位上一天，我就会付出自己最大的努力，将自己所有的精力和能力都用在工作上，再接再厉争取在20xx年里取得更好的成绩。我相信自己一定能做好!