

2023 装修公司工作计划(通用 15 篇)

装修公司工作计划 1

新年伊始，感谢集团董事会给我这个机会组建装饰分公司，根据公司目前条件及资源以及市场情况，我计划分公司主营业务目标定在工装以及会展特装工装以及

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，工作计划《装饰工程集团分公司年度工作计划》。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，对设计能力与施工经验非常看重，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；

e、对海南市场比较熟悉，且有一定品牌知名度；

2、劣势：

a、公司缺乏成功装饰装修施工的丰富经验；

b、公司缺乏成功的工程案例；

c、公司缺乏装饰装修施工的完整团队；

d、公司缺乏技术人才；

e、集团项目运营不规范；

f、我司缺乏客户资源；

g、我司没有品牌知名度；

3、机会：

a、海南正处于大发展阶段；

b、海南基础建设投入大；

装修公司工作计划 2

一、工作重点阐述

吉祥如意装饰工程有限公司市场部正在全面组建,目前公司业务_____主要为广告客户;鉴于市场上的主流营销模式为小区设点、活动促销以及电话营销的现状,我提出以下部门规划:市场部职能部门暂为三块:电话营销部门,市场销售部门,网络营销部门。

电话营销部门:暂定6人,采用组长负责制,每日讲评制度;市场销售部门:暂定10人,市场部经理直接负责,每日讲评制度;主要负责日常小区驻点任务及公司促销活动策划,实施;网络营销部门:待定;

另市场部根据主流装饰企业的业务特点以及主要竞争对手的销售情况,拟定本年度工作目标如下:

①吉祥如意装饰公司市场占有率达到900万,进入行业前10强;②市场部业务量提升至公司总业务量的80%;③提升公司品牌形象和号召力。

二、支持与辅助工作

为了弥补年度工作中的不足,并更好地完成本年度工作目标,近期应做好如下工作。

（一）充实成员，完善组织

本年度市场部计划增强如下岗位的人员配备。市场部人员需求计划表

岗位名称	需求人员	主要工作内容	需求时间
------	------	--------	------

电话营销人员	2	主要负责日常电话营销工作以及辅助各类现场促销活动	5月~12月
--------	---	--------------------------	--------

市场销售人员	10	负责终端市场开发，小区设点，促销活动以及信息的整理与分析工作	5月~12月
--------	----	--------------------------------	--------

网络营销策划人员	1	待定	
----------	---	----	--

（二）制度规范、专业技能培训

市场部计划于5月20日~25日组织岗位技能和制度规范培训，主要目的如下：

①使市场部业务人员明确企业总体市场策略，统一思想认识；②让市场人员掌握适合装饰行业的业务专业技能，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、客户深开发等基本的岗位职能；③心态培训；

（三）电话营销部门驻点营销、贴近市场

从6月份开始电话营销人员将分批、分阶段到个营销点驻点，以便于贴近市场，更好地完成市场拓展工作。

三、重点工作安排

1 市场销售部门业绩提升

市场销售部门作为市场部的拳头部门，为实现市场部战略目标和销售计划，我认为应该通过“开拓、挖掘、管理、协调”四个方面来实现市场销售部门的业务提升：

开拓：

市场部在完成充分的市场调研以后，定期确立重点攻克的小区或住宅片区，制定一个较长期的开拓计划，其中包括：前期业务员小区蹲点并采集信息，第现场集中促销活动（时间在楼盘完工后，交房前的一个周末），日常设点宣传，第二次现场集中促销活动（交房期间），后期现场集中促销活动（时间视情况而定），现场营销人员在交房后3个月撤出。

挖掘：

挖掘重点小区的更深层次消费能力，寻求与小区管理处，招商中心，房屋中介公司的合作，并视情况举办业主家装讲坛等活动。并且在日常工作中，派出一名业务人员实行扫街式营销活动，目标客户为铺面，中小型娱乐消费场所，餐馆等公装项目。

管理：

市场部管理按照业务日报，早间讲评的形式进行，并不定期开展学习和心态激励活动。

协调：

市场部经理的日常工作还包括协调公司内部资源及市场销售部门、电话营销部门、网络营销部门之间的工作配合。

2 品牌推广

公司品牌经过多年的市场运作，已具备了一定竞争优势，为了能够迅速有效的扩大我们的市场份额，并使公司品牌获得长久的发展，我们将以公司的发展战略为核心，从产品的品牌形象、装修市场定位、市场网络建设、市场推广等四个方面系统规划品牌推广策略。

(1) 品牌形象

为了树立吉祥如意装饰品牌在业界和消费者心目中的“彰显不凡气质，缔造经典空间”品牌形象，公司采用“明星设计师+明星工程”的双线品牌战略，通过对于品牌的强调和宣传，完成开拓市场的目标。

(2) 产品定位

通过细分若干套餐形式，可以根据每个套餐市场定位的不同，分别进行套餐市场定位，进而确定有竞争力的价格策略。例如，我们的“598套餐产品的定位是高端消费者，那么在价格上就必须能够体现其与众不同的“身份”；而“298”品牌产品的定位是追求一般性舒适工薪阶层，在价格定位上就要考虑在保证质量的前提下市场偏高定价+打折优惠来吸引消费者眼球。

(3) 市场网络建设

虽然家装市场不是以渠道销售为主，但是整合市场资源，建立市场销售网络始终是各种市场营销手法当中非常重要的一种手段。目前我考虑和市场上一一些一流的纯设计公司合作，整合双方的资源：设计公司一般不做家装设计和施工，如果双方达成了合作，这部分的家装业务交由我公司来做，并返还设计公司应得的业务提成；作为回报，我公司开发高端家装项目，在设计力量上与设计公司合作，以满足高端客户的需要，从而达到双赢的目的。

3 市场推广

(1) 积极利用公司内部宣传及各种招聘宣传企业及品牌。

(2) 在省市级的专业报刊、杂志或电视媒体上刊登广告和软文，扩大品牌知名度。

(3) 积极参加全省性行业展览会、社会公益活动及与各地产公司、管理公司、招商中心、中介公司联合举办多种形式的讲座、产品推广等会议，宣传展示公司与家装产品。

(4) 利用多种形式与材料商开展促销活动，促进签约量。

四、资源配置

1 完成市场推广活动需要准备的物品如下。

(待定)

五、市场费用预算 (略)

装修公司工作计划 3

一、做好内部人员管，在管。上做到制度严明，分工明确。

二、在现有的例会基础上进一步深化例会的内容，提升研讨的深度和广度，把服务质量研讨会建设成为所有服务人员的沟通平台，相互学习，相互借鉴，分享服务经验，激发思想。

三、将在现有服务水准的基础上对服务进行创新提升，主抓服务细节和人性化服务，提高服务人员的入职资格，提升服务员的薪酬考核待遇标准，加强日常服务，树立优质服务窗口，制造服务亮点，在品牌的基础上再创新的服务品牌。

四、在物品管。上责任到人，有章可循，有据可查，有人执行，有人监督。

五、加大力度对会员客户的维护。

六、严格管。制度、用工培训制度，划分明确岗位考核等级，增强员工竞争意识，提高个人素质及工作效率。

七、增强员工效益意识，加强成本控制，节约费用开支。培训员工养成良好的节约习惯，合。用水用电等，发现浪费现象，及时制止并严格执行相关处罚制度。

八、加强部门之间协调关系。

九、重食品安全卫生，抓好各项安全管理。

装修公司工作计划 4

通过今年装修公司的营业额让我明白没有规划性的工作方式存在着不少漏洞,至少我得提前预知装修工作中会出现哪些困难才能够提前做好准备,否则的话匆匆应对意外事故的发生只会延缓公司的装修进程罢了,关键是不能因为自身在工作中的疏忽导致装修公司的声誉受到严重的损失,本着提升装修工作中的绩效的目的让我选择制定了这份明年的工作计划。

尽管往年的装修工作表现得还算不错却在时间的流逝中沦为平庸的员工,当其他同事都在努力进取的时候无动于衷自然会令自身的发展受到阻碍,所幸的是意识到这点的时候还不算晚从而能够针对装修工作中的不足进行规划,在我看来较差的工作效率是阻碍装修进程的主要因素,尤其是对业主的房屋状况不够了解的情况下贸然装修自然会产生不少麻烦,纵然过去这般的装修方式没出现过问题不代表业主要求不会得到相应的提升,正如装修的质量是自身获得绩效的前提自然要用心对待才能得到业主的认可。

对于装修类型的认识程度不够才是现如今的自己在思想上过于落伍的原因所在,尤其是近年新型的装修款式没有去进行学习导致工作的结果得不到业主的认同,所以明年应该学习更多装修的知识才能够逐渐追赶上同事的步伐,只不过我得承认装修能力不弱的自己在思想认知方面的确存在着落伍的嫌疑,为了不影响到原本的装修进程还是得利用闲暇时间进行学习才能够产生稳中求进的效果,而且对于装修工作中产生的困惑也要及时请教同事才能从不同的角度认清自身的不足。

为了加深对装修工作的认知程度还需对相应的工具有着更多的了解才行,无论是灯具的安装还是墙面的粉饰都要达到业主理想的程度才行,所以对于市面上的装修产品也要有着足够的了解才不会在工作中落后于人,只不过为了公司的利益考虑仍需在选择方面留有余地才能够有着较多的发展空间,而且还要兼顾业主的感受便意味着自己在装修的过程中需要花费更多的精力才行,对于当前阶段的自己来说根据业主的需求从而装修出令人满意的效果才是自己在工作中需要做到的。

妥善利用时间来增强自己的装修能力才是今后发展的重点,所以我会逐渐适应业主的需求从而在装修工作中逐渐跟上时代的节奏,这样的话就能够在不影响原本效率的情况下提升装修工作技巧的熟练程度并为公司带来更多的利益。

装修公司工作计划 5

集团下属子公司-装饰工程有限公司建立并逐步完善制定并完成公司业务定额;培养客户树立形象,为下一个财年公司发展做准备。新年伊始,感谢集团董事会给我这个机会组建装饰分公司,根据公司目前条件及资源以及市场情况,我计划分公司主营业务目标定在工装以及会展特装工装以及

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。综上所述分析,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。

装修公司工作计划 6

在__装修公司这里我一直都非常在乎自己的能力，现在一年的时间已经结束了，我还是很希望能够在下一阶段的工作当中继续保持认真，我相信我只有不断的提高自己能力才能进一步的成长，在下一阶段的工作当中我还是想去保持好端正的态度的，我知道不管是在什么时候都应该有一个好的状态，就的工作我也做一番规划。

我是本专业出生，做装修设计工作一直都是我的喜欢的事情，保持着好的工作状态，做自己喜欢的事情是很有动力的，我也相信我会在下一阶段的工作当中继续落实好相关的工作制度，现在对自己还是抱有很大信心的，作为一名装修工作人员，我对自已抱有很大的信心，我愿意把自己往好的方面去想，未来在工作当中我会继续做好自己的本职工作，做一名合格的装修设计人员，我愿意花时间去做好这些，的工作已经开始了，首先第一步我会纠正自己现有的缺点，不管是自己认为的，还是别人提出来的缺点我都需要纠正，迎接新一年的工作需要有一个全新的状态，在新的一年里这是我需要迈出的第一步。

再有就是学习提高自己专业知识，我在装修设计方面还是有很多不足，个人缺乏一些创新，大多都是按照图纸，都是按照原有的装修风格在设计，所以说我还是需要不断的学习，要有自己的思维方式，在新的一年里这会是是我的一个突破口，对我来讲意义很大，需要我付出更多的精力，也需要我对工作进一步的加深，做一名优秀的装修设计人员，我要走的路还长，现在只是第一步，接下来我还会有更多的工作要去完善好，我会创新自己的工作，这个前提就是学习提高自己的专业只是，的工作依然是充满着未知，可是我已经时刻的准备好了。

工作没有办法快速的提高，我知道欲速不达这个道理，往往有些时候太过于重视了对自己的工作提高，忽视了这个过程，这未必是一件好事，所以我会接下来的工作当中珍惜好没一天，保持好的心态，好好的去体会自己的工作，让工作变得更加有意义，在未来回想的时候能够很自豪的说自己努力了，是充满挑战的一年，对我来讲意义很不一般，我一定不辜负了公司的期待，积极的处理好本职的工作，遵守公司的各项规定，保持稳定心态，可持续的进步。

装修公司工作计划 7

一、以经营为核心，整合资源，推行区域营销模式根据公司“经营年”的战略定位，我们采取更加灵活有效、更加务实的措施、更科学的运营管理、更优质的服务，转换经营机制，优化工作流程，强化服务意识，拓宽经营范围，装饰公司月工作计划。

1、全面推行区域营销模式，实行区域市场责任营销根据公司历史经营数据和市场发展潜力将全国市场划分为四个经营区域，其中重点、成熟市场划分为一、二、三区，由区域经理对其进行责任经营，明确责任与考核指标，按产值指标每季度对区域经理进行绩效考评，在广大项目经理的支持和信任下，视困难为考验，化挑战为机遇，在经营业绩、企业管理、品牌建设等方面均取得了喜人的成绩。

一、以经营为核心，整合资源，推行区域营销模式根据公司“经营年”的战略定位，我们采取更加灵活有效、更加务实的措施、更科学的运营管理、更优质的服务，转换经营机制，优化工作流程，强化服务意识，拓宽经营范围。

1、全面推行区域营销模式，实行区域市场责任营销根据公司历史经营数据和市场发展潜力将全国市场划分为四个经营区域，其中重点、成熟市场划分为一、二、三区，由区域经理对其进行责任经营，明确责任与考核指标，按产值指标每季度对区域经理进行绩效考评，区域经理的绩效工资、奖金与工程产值直接挂钩，激发了区域经理的主观能动性，提高员工责任心和服务意识。

2、加大区域市场开发力度，完善分支机构经营管理。

公司进一步加大区域市场开发力度，根据公司的战略布局，进一步完善公司市场营销网络，为下一步公司经营规模再上台阶打下了坚实的基矗与此同时，公司注重对各分支机构的支持、服务和管理，制定实施了《分支机构管理手册》。《管理手册》的实施对构建公司与各分支机构之间的良性运行机制、明确各分支机构的经营责任、增强各分支机构的经营效能等方面起到了巨大的推动作用。

3、合理利用经营资源，加强经营配套服务意识，为了更好地服务项目经理，提高工程中标率，我们制定了《客户管理制度》，针对项目经理的实际情况和工程的特点，从设计方案、标书评审、投标组织、预算报价、财务支持等方面给予专业的建议和相应的'服务。

，公司合同总产值 50261 万元，其中设计合同 1376 万元，实际完成产值 39646 万元，较好地完成了公司的经营目标，取得了良好的经营效益。在公司同仁以及广大项目经理的共同努力下，，公司精心打造了潮流前线地铁商尝__沃尔玛购物广尝__SM广场等商城装饰装修工程；奥运帆船中心、__白海豚大酒店、____国际酒店等高标准宾馆装修工程；通过不懈努力，公司在高档商城和酒店等装饰装修细分市场形成了一定的竞争优势，为公司的品牌建设打下了良好的基础；打开了建筑幕墙工程市场，形成了公司新的业务增长点，调整组织架构，改革薪酬体系，全面推行绩效考核制度。

1、今年我们合理设置部门和岗位，对每个岗位进行清晰的岗位描述和责任要求，明确了每个员工的岗位职责，并签订了岗位目标责任书，设定考核指标，并且与员工的工资挂钩，每季度根据工作目标完成情况进行考评，分为 A、B、C 级，奖罚有据。

2、加强公司管理成本控制，实行费用预测、控制制度，实现了可控费用比预算总费用下降 5%的指标要求。

3、加强项目管理，建立规范的项目管理体系通过总结项目管理经验，编制了《工程项目管理手册》，实行项目责任经营，明确了项目部是成本中心的定位。

《项目管理手册》的实施，规范、制度化项目管理工作流程；清晰岗位职责；量化、细化考核指标；明确项目管理成本任务，人性化、合理化项目考核激励机制。

三、企划工作取得重大突破，全面提升公司品牌影响力为更好地为经营创造条件，我们花大力气做好公司企划工作。通过努力，__年公司先后荣获度“全国装饰百强企业”、“AAA信用企业”、“全国信息化先进单位”、“__室内设计企业”称号，共获得1项鲁班奖、2项全国装饰奖、4项省优、3项市优装饰工程奖，5个设计项目分别获得、省级、市级的设计大赛的设计大奖，__获“全国优秀项目经理”、__荣获度“全国杰出青年室内建筑师”、__和__荣获度“__市优秀项目经理”荣誉称号；完成了建筑幕墙工程专业承包壹级资质升级、建筑幕墙和建筑外窗产品生产许可证的申报工作并且通过政府有关部门审核。提高了公司市场竞争力，从而为09年公司品牌建设奠下了坚实的基矗。

四、注重企业人才建设，增强企业竞争力公司建立健全薪酬和绩效考核体系，编制完善《员工手册》，初步形成激励机制，努力形成“公平公正、广纳群贤、人尽其才、能上能下、充满活力”的用人机制。__年公司共吸引各类人才近30名，初步实现“吸引人才、留住人才”的人才战略，逐步增加企业竞争力。

五、加强企业文化建设，提升企业凝聚力良好的企业文化才是推动企业发展的真正动力，通过企业、企业内刊《空间》的改版，文化宣传栏的及时更新，拓展游，摄影、诗歌、征文、羽毛球比赛等一系列活动，宣传、推广了企业文化建设，增加了员工对企业的认同感，提升了企业凝聚力。10年工作展望经营业绩的扩展有赖于企业品牌的提升，而品牌提升的基础是我们优秀的设计方案和精细的项目管理及良好的沟通渠道。为此，我们要通过提升__装饰的品牌为经营服务，以良好的经营业绩充实__装饰的品牌内涵。我们将__年定为__装饰的“品牌年”，我们的口号是“品牌、使命、追梦；竞争、沟通、执行”。我们的市场定位是：专业的室内、外装饰工程整体解决方案服务商。我们的使命是：以功能性和实用性为前提，以创造空间美学和升华人类生活为已任，专业提供室内、外装饰工程整体解决方案，致力为客户、投资者、合作伙伴、员工及社会创造价值。

一、分析装饰公司

根据__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！

二、准备好资料和名片

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！

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/417201006061006114>