

电商工作计划

电商工作计划 1

一、电子商务项目组织架构搭建及岗位职责（第一步）

电子商务平台团队成员是关系整个项目启动推进和后续运营的关键，需要专人构建。

1、项目负责人：整体运营。

2、架构管理：的整体构架与内容优化。

3、美工：的页面设计与页面的人性化互动沟通。

4、后台程序员：实现后台的程序功能。

5、网络推广员：通过互联网和传统媒体或其他方式推广。

6、网络营销员：通过互联网营销或传统方式销售服务产品。

7、编辑/信息管理员：管理各个栏目的信息。

8、服务器维护人员：服务器的安全、相关功能提供。

结合公司现有的电子商务岗位资源进行合理的整合，欠缺的岗位需要人力资源进行岗位招聘填充，整体岗位进度在4月中旬到位。

二、电子商务项目定位（第二步）

根据公司两个系列产品的特性和电子商务项目长远发展考虑，需要摒弃现有的单系列产品的电子商务，需建立切实符合两个系列产品的新电子商务平台。电商域名定位原则——简短、易记、切题，与企业及其产品密切相关。一个成功的域名就如同一个著名的品牌，一个著名的商标，会给企业带来无形的资产价值！

此域名结合市调，联动公司全体进行公投确定。公司现有的域名，根据市场情况进行再优化，基本定义为产品宣传。

三、电子商务平台的规划设计（第三步）

1、常规网页产品设计项（注册、登陆、会员、产品系列、产品品类陈列、限时特卖、团购等）

2、商品搜索引擎。通过搜索引擎方便快捷地向用户提供商品信息，方便用户购物。

3、购物车。购物车具有向顾客提供存放购买商品的信息、计算商品的数目和价

格等功能，用户通过购物车，还可以修改商品数目、退回某商品或全部商品。

4、客户服务中心。为客户提供各种操作的说明及的各种服务，包括购物向导、服务特点、服务承诺、能否退换货、商场支持的付款方式、送货上门是否另收费、在确认收到货款后的发货时间等客户关心的信息。

5、访问计数器。访问计数器能统计上网访问者对各主题的访问频度，把握消费者对商场、商品及服务的需求，其数据是制定经营和营销策略的重要参考依据。

6、订单查询。用户可根据订单号和相应信息进入订单状态界面，该界面提供订单日期、是否已收到货款、是否已发货和发货日期等信息。

7、BBS 运用留言簿方式，记录客户在浏览或购物之后，对内容、提供的服务、产品搜索、产品对比、购物车、客服中心、产品反馈、配送站、查询中心、收银中心、热搜电子商务规划计划报告等的意见。通过留言簿，一方面可以了解客户需求，改进服务，丰富商品种类；另一方面通过答复，让用户了解商场提供的服务，增加用户对的信任度。

8、电子邮件。在的每个页面上提供相应管理员的电子信箱，使客户在访问每一页面时，将遇到的问题及意见和建议以 E2mail 形式反馈到管理员处，以便管理员能及时改进服务、处理问题。

9、电子邮件列表。每当更新商品、出台新的优惠措施或举行重大活动时，通过电子邮件列表联系客户。

10、网络支付。由于现阶段在我国实现网上实时支付还未完全实现，因此，商场在支付方面应提供多种支付方式，例如信用卡支付。

以上单项目版面设计，会结合市调以及 B2C或 O2O的类型进行窗口设计，整体版面会进行两个系列产品的综合考虑。

四、电子商务平台软硬件（第四步）

通常一个的运行好坏，硬件很重要，硬件是运行的基本保障；

1、电子商务硬件一般分两大部分：网络设备、服务器；

网络设备：路由器、交换机、防火墙

服务器：根据公司的发展可视情况而定，可自建、托管、租用。

2、电子商务软件一般三大部分：

A、操作系统（UNIX LINUX Netware）

B、web服务器软件

C、数据库软件（如 DB2 Oracle 、SyBase、Informix 、MSSQLServer 、MySQL等）

以上设备软件的选择，根据项目的定位以及公司自有的资源相结合，再进行最终确定。

五、电子商务项目的流程培训（第五步）

电商平台搭建后，协调公司两个系列产品管理人员包含工厂管理人员，进行多部门的电商运作流程对接培训，以保障电商从电商平台产品展示——价格操作——市场推广——客户关注——客户下单——到两个产品库存管理协调——财务结算——产品送货——客户售后服务，整个环节的闭环不断档，确保流程顺畅，确保公司所有人员对电商的操作流程熟悉。

六、电子商务的推广运营（第六步）

1、统一公司全体的QQ以及公众QQ群、个人微信及公众微信、微博、邮箱等对外公共软件的电商平台口径出口，进行自媒体宣传推广营销。

2、统一公司两个系列产品包装以及对外广告的电商平台推广。

3、对高人气的论坛、搜索引擎（百度、搜搜、谷歌等）进行关键字以及窗口推广营销。

4、借助传统推广方式试点一个区进行推广，提供某一群体的便民服务（有偿或无偿）来归集线下客户资源到线上，通过便民服务和商品活动来吸引客户关注公司电商和手机客户端，增加两个系统的客户点击量和会员注册，从而增加电子商务的附加值，试点成功后再进行其他区的复制。

电商工作计划 2

，电子商务产业园紧紧围绕年初制定目标，立足内培外引，狠抓招商引资，培育重点企业，推动产业实现“三量”再上新台阶。现将工作情况汇报如下：

一、招商引资

今年，电子商务产业园独立引进企业19家，帮办市直项目3个。其中电子商务企业4家，呼叫中心企业5家，总部经济企业3家。企业注册资金达9300

万元，从业人数超 300 人。5 家企业通过市级软件与服务外包企业认定；开工备案项目 2 个；2 家企业通过双软认证，其中祥天网络还通过了 CMME 级和 ISO27001 认证，实现税收超 25 万元；程曦资讯从业人员将达 200 人，实际到账外资 40 万美元，离岸外包合同执行额 31 万美金，纳税超 30 万元。

二、产业发展

1、总量再上新台阶。

——全区引进呼叫企业 5 家（程曦、摩时、沸点、乐嘉、天语通），企业总数达到 9 家，新建卡座近 100 个，实际坐席人员从去年底的不到 100 人，增长到目前的 350 余人，累计实现税收 1000 余万元，其中 8 家企业达到“三有”标准。

——全区新引进电子商务企业 10 家（淘园茗、因特利、顺应、爱彼此、福网等），企业总数达到 15 家，从业人员近 100 人，全年交易额突破 1 亿元，“双 11”当天我区电商企业定单量超 40 万，累计销售额超过 5000 万元。

2、质量再有新提升。

呼叫中心企业发展十分稳定，接包呈现业务逐步优化、层次渐进提高、管理更加规范的良好势头。程曦承接华硕电脑、平板等客户技术支持项目，乐嘉和联动分别承接北京国际旅游汇和风景网在线旅游订票业务，摩时、沸点、耀升、天语通也由过去的二、三手包向一手包和自有业务转型。

电子商务企业发展势头强劲，深圳淘宝天猫商家集聚园区，充分利用经验和优势，规模增长迅速，其中优衣美全年交易额突破 5000 万，从业人员近 80 人，优维特拿到了奔腾电器多样产品的代理权。线上线下结合电商也有新的突破，淘园茗、爱彼此都将自有电商平台后台转移到园区，明年预计交易额不低于万元。

三、存在不足

今年以来，我部门立足电商及呼叫产业，瞄准长三角区域，积极主动出击，狠抓企业培育，取得了部分成果。但离党工委、管委会的要求还有一定的差距，

主要表现在：行业领军企业还不多，年收入超 1000 万或用工超百人的旗舰型、带动型企业少；企业质量还需再提高，部分企业在园区没有实体，后台业务转移需要进一步挖潜；部门载体建设项目线索多，但至今未落地，招引企业税收贡献少，招商实绩落后。

工作计划

，电子商务产业园将以创建国家级电子商务产业园为目标，以新规划建设电子商务产业园为载体，以企业数、人员数、税收数为抓手，全力推动电商产业做大做强。

一是坚持招商引资不动摇。依托淘宝商会、电商协会等各地行业协会，主攻深圳、上海、杭州等淘宝电商集聚地，争取招引不低于 2 家交易规模超亿元的领军网络销售电商企业；整合全市资源，以我市木材加工、纺织服装、轻工食品等优势产业，力争引进不低于 1 家行业前十的行业平台运营类电商企业；吸引搜狐、新浪、百度等全国知名行业门户的城市品牌推广商，以及宿迁房产、社区服务等同城门户企业向我区集中，确保全区集聚电子商务企业总数达到 30 家，其中引进电商服务商 5 家，我部门独立引进 5 家电商企业。

二是全力培育企业不懈怠。利用园区获批江苏省电子商务示范基地的契机，积极争取国家和省政策，着力打造仓储物流、财税金融、人才培养、政策支持“四大”电子商务发展平台，重点确保出台专项政策支持电商发展，物流仓储当年具备较强竞争优势。做好电子商务产业规划，立足招培并举、两条腿走路的思路，重点培育优维特、优衣美等已落户项目，确保当年电商交易额达到 2 亿元，税收收入达到 200 万元，其中交易额 1000 万元以上企业 5 家，从业人员达到 200 人。

三是强化产业宣传不放松。用好、用足微博、微信等电子商务产业园官方网络平台，宣传园区政策和重点企业，精塑发展优势和产业形象，吸引行业领军人物和全国各地企业关注，扩大影响，吸引来宿，确保官方微博当年原创微博不少于 1000 条，新增粉丝不低于 5000 人，涵盖主要行业领军人物。积极发挥电商行

业协会和呼叫中心行业协会职能，全年组织企业交流活动不低于 2 次，参加全国各类行业会议活动不少于 5 次，积极推介，宣传园区。

电商工作计划 3

时光终于翻到年了，细细回味梳理着已经送走的年，感慨万千，收益颇多！在过去的一年里，总的来说自己成长了不少，认识了很多新朋友，带给了我很多新观念，新的启发！在这一年里，也经历了很多坎坷！我想人生的路就是这样吧，当你经历过了，自己的思想才有新的境界，才能更快的成熟！

首先非常感谢__为我提供了一次发展的机会。步入__已半年多，接手采购部主任也已经 3 个多月，在各位领导及同事的关心与互助下，逐步对公司有了新的认识，年公司总的方向调整，开发的方向是特技遥控车、圣诞礼品、万圣节产品及对讲机，平时收集资料时，多注意收集此四类项目的资料。让我在新的环境中开始了新的起点。

这几个月以来，渐渐了解公司一些作业流程、规章制度，慢慢融入了__这个大家庭。一直喜欢用家来形容公司，或许有家的感觉是比较温暖，而个人又容易对家产生依恋和赋予责任感。突然想引用一句话“__是我家，成功靠大家”。公司是一个团队，只有依靠大家的力量，公司的各项制度才能得以实施，从而走向更高的境界。现将主要工作计划如下：

一、组织实施“将被动采购改成主动采购”——公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务及其他部门监督。

年我们进一步强调采购工作透明，在采购工作中做到公开、公平、公正。不论是大宗材料、设备还是零星采购，都尽量货比三家。即使在时间紧，任务重的时候，也始终坚持这个原则，采购部相关人员一起询比议价，采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务监督。即确保工作的透明，同时保证了工作进度。

1、完善制度，职责明确，按章办事：

年重新制定《采购管理程序书》和通过组织学习公司 ISO9000 质量管理体系文件，通过换版之机完善了更具操作性的《采购控制流程》、《供应商管理程序书》等采购管理制度。制度清楚，操作有据可查，为日后的采购工作奠定了理论基础。

2、公开公正透明，实现公开寻价：

采购部按生产计划部下单，询比议价都在三家以上，真正做到降低成本、保护公司利益。

3、采购效益：

实施公开透明的采购策略后，年现有纸张原材料一直在上涨，我部门提议将现有常规产品纸箱不再用，每平方价格为 45 元，只要能达到出口标准即可，现提议使用 D=H 材质，每平

方价格为元，公司可节约 9% 的成本；为了节约成本，彩盒也在材质方面做一点变动，将克数减少，现正在打样确认，于 3/1 前完成。

4、评估价格及品质要求：

做好价格和品质和职能定位工作，价格必须经总经理以上审批，品质必须经工程部和工艺部确认。建立材料价格信息库和材料价格监管机制，提高采购人员的自身素质和业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

二、围绕控制成本、采购性价比最优的产品等方面开展工作

年采供部继续围绕“控制成本、采购性价比最优的产品”的工作目标，要求采购人员在充分了解市场信息的基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。要求各长期合作供应商等的原价位的基础上下浮 5 个百分点（当然针对部分价格

较高而又不降价的供货商我们也做了局部调整，寻找新的供货商)。同时调整了部份工作程序，增加了采购复核环节，采取由采供部副经理在采购人员对材料、设备询比价的基础上进行复核，再由总经理以上进一步复核，实行了“采购部的两级价格复核机制”，然后再传送财务部。力求最大限度的控制成本，为公司节约每一分钱。采购人员也在每一项具体工作和每一个工作细节中得到煅练。

三、进一步加强对供应商的管理协调

年采购部进一步加强对供应商管理，本着对每一位来访的供应商负责的态度，制定了《供应商管理体制程序书》，对每一位来访的供应商进行分类登记，确保了每一个供应商资料不会流失。同时也利于采购对供应商信息的掌握，从而进一步扩大了市场信息空间。建立了合格供方名录，在进行报价之前，对商家进行评估、评价和分析（注：对于厦门市内的需进行现场评估），合格者才能进入合格供方名录、才具有报价资格。

根据公司管理层的最新思维，公司新一代的供应商也应建立在真正的战略伙伴关系上来，甚至拿他们当自己公司的部门来看待。因为公司的成本核心竞争力的体现最主要的来自于公司所有供应商的支持力度，供应商对每家客户不同的政策特别给予我司的竞争对手的政策的好坏将直接影响到我司的成本核心竞争力的高低。在年人民币贬值加上国内政府对玩具行业要求的检测的项目也越来越严格，加上纸张原材料及辅料锡涨幅也在20--30%左右，今年的玩具行业如果没有价格优势根本无法生存。因此采供部必须考虑怎样既能使供应商始终至终、一如既往的给予我们最优政策，又能更好的为公司营造良好的外部合作环境，使供应商能真正全心全意的为__服务，抛弃双方的短期利益，谋求共同长期的健康发展。从而抢占市场、节约成本、降低价格的制高点，为公司的持续健康发展奠定基础。

四、加强对材料、设备价格信息的管理

年采购部进一步加强对材料、设备信息的管理，每一次材料设备的计划、询比价都进行了留底，保持了信息资料的完整，同时输入电脑保存，建立采供部

使用合同》。

五、提高部门工作员工的业务素质和责任感

年采购部特别注重，除组织部门人员进行培训外，还注重在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，同时反复强调采购人员的责任感，强调每个人对自己采购的材料设备负责到底，保证了材料、设备有效的追踪并每周提交《周工作计划报告》于每周的星期一提交采购部经理。

4

年工作总结

不知不觉中来到公司已经大半年了，在这里我学习到了很多，不过这段时间中也感觉到了自己的不足。开始来公司时，我从没有接触过天猫，对它充满了好奇，就这样怀着担心和紧张开始了这份工作，在这半年中，学习到了很多东西。我知道了天猫的作图习惯，天猫的一些规则，也了解了天猫的宝贝，每天忙碌于做详情和装修店铺，自己的能力也在不断的提高，每天都在不断的学习，很充实，很快乐。但是自己从来没有关注过结果，对于天猫业来说，每天去辛苦的作图，做详情却没有对平台带来流量，我们自己认为对宝贝很了解，但是真正接触到客户时，发现自己什么都答不出来，自己做的东西和客户想知道的差了很多，没有从客户的角度考虑。而且在工作中也发现自己忽略了一个很重要的问题那就是集体荣誉观，在双十一双十二对于电商来说特别的日子，我似乎没有任何感觉，对于我来说，完成了领导给的工作这就是我的任务，却忽略了我们是一个整体。

即将迈入新的一年，在以后的工作中自己需要学习更多的东西，多思考，做出客户满意的东西，而且自己每天也要更加用心的对待工作，希望天猫这个团队更加的团结，每个人都朝着一个目标进步。

工作计划

(1) 定期对天猫进行装修，详情页多参考口碑好销量高的产品，不断更新。

(2) 每周定期登千牛，总结聊天过程中遇到的问题，将详情优化。

(3) 每天不断学习，学习天猫整个的流程的操作，不断充实自己，让自己真正的融入电商这个大阵营里。

(4) 对于宝贝要充分的了解，多和产品中心的人进行交流。

(5) 自身技能的提高，每天不断学习，提高自己的技能。

建议

(1) 工作有计划，不要一会让做这个一会又让做那个，没有时间去思考做的是什么。

(2) 做东西要填写单子，这样一天才能安排好时间。

(3) 书快出来前，希望编辑可以提前告诉我们。

(4) 做出来的东西不要一改再改了，费时又费力。

(5) 部门之间要多交流，我们也从中了解客户的需求。

5

一、电子商务部上半年工作总结

上半年，电子商务部注重发挥电子商务部承上启下、联系左右、协调各方的枢纽作用。下面，我代表电子商务部将半年来的工作情况汇报如下：

一、网络平台建设

1. 购置天融信，使企业的内外网更加的安全，同时能够有效的与各个子企业方便联系。

2. 配置高端客户机，使各个部门的工作效率提高。

3. 优化企业网络线路。

二、建设

电子商务部在建设进入设计初步阶段，通过这一平台，使企业能够充分利用网络资源，开展电子商务活动，与客户方便沟通，树立企业形象，主动抢占市场等方面起了积极的作用。

三、企业 400 客服热线

企业为了方便与各子企业、各部门和客户之间有效的联系，开通了 400 客服热线电话，通过这一方式，提升了企业形象，扩大了企业业务应用范围，提高了办公效率，使企业集团统一化发展进入一个新的时代。

二、存在的不足及问题

1. 企业的网络平台建设目前还不完善，要利用现有的网络设备和先进技术进一步完善起来。

2. 企业建设现在不能达到企业的要求，要尽快的达到企业的目标要求。

3. 企业的客服电话目前处于简单使用阶段，要开发出所有的功能模块，使工作效率提高。

三、电子商务部下半年的工作计划

1. 在下半年，继续优化现有网络设备和线路。

2. 计划购买 UPS 不间断电源，确保服务器的正常使用，预算在 1 万元左右

2. 建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

2.1. 建设现在进入到设计阶段，很快进入实施阶段，预算在 2.5 万/5 年左右。

2.2. 完成以后，实施推广项目。

2.3. 办公自动化软件、邮箱系统、客户管理平台系统现在进入项目考察阶段，下一步进入试用阶段，预算在 30 万元左右。

3. 客服热线系统

客服热线 400-0516-661 已经开始启用，现在开发与、客户服务平台互通的业务，并在下半年进入试用阶段，预算在 1 万元左右。

6

一、电子商务部上半年工作总结

上半年，电子商务部注重发挥电子商务部承上启下、联系左右、协调各方的枢纽作用。下面，我代表电子商务部将半年来的工作情况汇报如下：

一、网络平台建设

1. 购置天融信，使公司的内外网更加的安全，同时能够有效的与各个子公司方便联系。

2. 配置高端客户机，使各个部门的工作效率提高。

3. 优化公司网络线路。

二、建设

电子商务部在建设进入设计初步阶段，通过这一平台，使公司能够充分利用网络资源，开展电子商务活动，与客户方便沟通，树立企业形象，主动抢占市场等方面起了积极的作用。

三、公司 400 客服热线

公司为了方便与各子公司、各部门和客户之间有效的联系，开通了 400 客服热线电话，通过这一方式，提升了公司形象，扩大了公司业务应用范围，提高了办公效率，使公司集团统一化发展进入一个新的时代。

二、存在的不足及问题

1. 公司的网络平台建设目前还不完善，要利用现有的网络设备和技术进一步完善起来。

2. 公司建设现在不能达到公司的要求，要尽快的达到公司的目标要求。

3. 公司的客服电话目前处于简单使用阶段，要开发出所有的功能模块，使工作效率提高。

三、电子商务部下半年的工作计划

1. 在下半年，继续优化现有网络设备和线路。

2. 计划购买 UPS 不间断电源，确保服务器的正常使用，预算在 1 万元左右

2. 建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

2.1. 建设现在进入到设计阶段，很快进入实施阶段，预算在 2.5 万/5 年左右。

2.2. 完成以后，实施推广项目。

2.3. 办公自动化软件、邮箱系统、客户管理平台系统现在进入项目考察阶段，下一步进入试用阶段，预算在 30 万元左右。

3. 客服热线系统

客服热线 400-0516-661 已经开始启用，现在开发与、客户服务平台互通的业务，并在下半年进入试用阶段，预算在 1 万元左右。

7

部门职责：

1、公司电商运营与销售计划执行，对销售额与 **roi** 负责；围绕销售目标制定可执行的运营方案

2、维持公司在天猫等电商平台的正常运营；按照运营计划实施各个岗位的工作；推广、活动策划、营销等

3、以客户为中心，通过运营带进销售驱动，同时提升产品与品牌影响力、用户与服务体验等

4、数据分析与挖掘，市场行情与用户、竞品分析；为公司新品开发和战略布局提供有效参考

5、建立运营部门内工作流程与制度管理体系、与其它部门协作流程，实现标准化流程管理，以及 **kpi** 考核

6、负责网络分销渠道体系的拓展与管理；以及后期其它电商平台开店计划实施与管理

部门目标：

1、销售额：300w/下半年；w/。(9/10/11/12 月销售目标：20w/40w/90w/150w)

2、健康合理的运营结构：投入产出比 roi 控制在 1: 3——1: 5；营销 10—15%、人员 10%、运营 25%、毛利 50%；转化 1%；目标完成率在 50—80%；复购率 30%；

3、运营体系流程清晰，团队磨合与维稳；打造营销型运营团队；kpi 考核合理。

运营链思路：天猫+整合流量渠道—全网分销—自建商城或平台+o2o+品牌营销；

培育成长期：下半年；主抓天猫网店运营以活动策划为主、直通车和钻展、推广开始运作，搭建梳理运营团队，制定并优化工作流程标准化 sop 规范+kpi 考核制度、梳理岗位协作，销售驱动支撑运营；官网建设与初期运营与品牌推广；微博微信微淘构建改造、创造用户需求炒作概念，侧重活动策划与事件营销、公益营销等；网店运营初期以美工和客服优先；详情页视觉与文案策划和标题关键字优化为关键；当然前期可能产品和上线进度，天猫审核、以及申报活动都可能会延缓计划进度；主要以实际情况进行预案与应变。

网店运营计划核心（）：

1、运营规划和计划、目标与成本控制预算；组建运营团队、管岗管人、任务落实到人；岗位工作流程标准化 sop 规范制定、kpi 考核定制；准备工作：仓储物流体系设计、包装等；客服体系；营销推广资源共享与分工；

2、产品定位、风格定位、拍摄图片、天猫上线上新、详情页制作、店铺管理与内功、装修与视觉营销、策划文案；

3、网店推广引流（主抓站内直通车、钻展、淘宝客等持续性）、养词；基础排名优化；关联搭配与套餐优化

4、活动策划、大促策划（开业大促、中秋活动、重阳活动、双 11 限时购、双 12 秒杀大促）；其它活动：满减/优惠券/+1 元换购/新品 0 元购等

5、站内帮派淘江湖微淘等传播推广体系构建；引流与提升转化率，内容营销为主，主推生态排毒和肠道营养健康

6、站外 sns 与微博品牌推广引流体系；与品牌营销部合作完成品牌传播进度

7、会员等级与积分制方案；会员关怀；用户体验提升；老客户优惠活动

8、分销体系建立与拓展；计划在 12 月开始构建拓展分销渠道体系

9、网店上线计划：/news9 月初天猫上线；11 月底铺设淘宝 c 店 1 家；12 月底分销渠道计划初期 10 家 c 店。

10、日常维护管理、网店优化、数据监控分析来调整运营方向（店铺、行业、用户、活动数据等）；

11、团队统筹协作与部门协调沟通、供应链的管理梳理（产品、市场、仓储、物流等）

12、电商核心要素：柔性链与价格、用户体验、运营推广

第一阶段：准备孕育期（8 月）

1、运营团队准备（运营、美工、客服、仓管、推广、策划）；初期美工和客服优先；计划在 8 月 10 日前完成；预算人员成本 2w/月/6 人。岗位工作流程标准化 sop 规范制定、kpi 考核定制

2、仓储物流准备（制定公司内部的仓储发货流程规范，选择价格服务合适的快递公司，制定全国物流价格表）

3、经营商品准备（根据淘宝指数与巴巴哈卖家工具数据分析；考察市场针对同行竞品分析，做出热销爆品的价格战略方案，初步制定有竞争力的引流款、主推款、活动促销款、利润款等产品方案）；选品计划在 8 月 15 日前完成

4、根据每个季度的 sku 数进行全年的销售目标分解；主推款、促销款与当季的 sku 数配比；pv、uv、转化率、客单价目标分解；广告投入与其他活动资源的配比。计划在 8 月 18 日前完成。

5、运营与营销计划细化（制定店铺开业促销计划，进行站内和站外相结合的推广）；计划在 8 月 20 日前完成。

6、基础人员的产品知识学习及服务话术培训（目前主要针对客服及仓储物流）

7、天猫上线准备：准备拍摄产品、美工图片处理、产品上传、宝贝标题关键词优化、描述页策划、广告文案、店铺装修等；店铺风格定位与选品；计划在 8 月 28 日前完成

8、天猫上线开业准备、预热（制造行业热点话题，通过软文或者其它植入点形式进行品牌宣传以及开业促销宣传，发布平台如微博、网易、新浪、搜狐等）

第二阶段：开张期、试运营（9 月）

1、店铺装修、描述页优化，塑造品牌形象（从店铺装修、品牌介绍及殊荣、设计理念、顾客需求上着手，给消费者留下深刻的印象；统一设计包装盒、包装袋、品牌形象小礼品等）；正式上线；计划 9 月 3 日前上线。

2、开业大促活动策划优化与实施，聚划算，0 元购（满 100 送 100 优惠券）；活动总结。

3、中秋大促：提前 10 天准备。9 月 9 日前完成。

4、网店推广引流开始运作（主抓站内直通车、钻展、淘宝客等持续性）、养词；基础排名优化；关联搭配优化

5、站内帮派淘江湖微淘等传播推广体系构建；引流与提升转化率，内容营销为主，主推生态排毒和肠道营养健康；计划在9月20日前完成人员分工安排和推广计划。

6、数据记录每天商城的各项数据并进行分析（此项工作须长期持久；如uv、pv、转化率、跳失率等）；月度运营计划和总结报表流程；运营表格计划在9月20日前完成。

7、活动小结，总结试运营阶段销售与产品、用户等数据，分析得失，分析不足并优化后期推广和活动计划。

第三阶段：运营成长期（第四季度）

1、制定成长期内周期性网店推广计划，分阶段的完成目标并分解指标；直通车和钻展为主；开拓淘客渠道。（开始站内站外sns的推广）；计划在10月初完成

2、活动策划、大促策划（开业大促、中秋活动？、重阳活动、双11大促、双12大促）；其它活动：满减/优惠券/+1元换购/新品0元购等；各个活动准备期7—10天。

3、钻展10月开始测试，活动海报，并计划在双11前10天完成计划，优化并预案测试；双11主投预算 15—20w。

4、根据销售情况，以及淘宝同类目销售情况进行分析，适当的调整主推货品，开始打造爆款计划，选品测试。策划有针对性的活动与关联搭配、特惠套餐，商讨后优化方案并执行，引进流量打造爆款。计划在10月20日前完成。

5、直通车养词计划50个；调整优化质量得分、点击与转化率；定向与大词培养，计划在10月中旬完成。

6、站内推广与优化；站外sns推广计划实施达到引流和品牌提升。计划在10月中旬完成。

7、根据店铺 pv、uv、转化率、客单价等数据分析店铺可能存在的问题并及时改善，周期性做店铺诊断

8、制定会员等级与积分管理机制，遵循 80:20 定理，提升 vip 会员复购率。计划 11 月 10 日前完成。

9、开设或购买一家淘宝 c 店（待议）；店铺定位、人员安排准备、上线、运营计划等；计划在 11 月 22 日前完成。

10、淘宝内部分销—建立庞大的淘宝分销网络体系，提升品牌的影响力；计划在 12 月 10 日前完成。

11、团队维稳，适当扩充团队成员（增加专职推广、文案策划、数据分析等）；运营流程和团队分工流程在实践中检验，优化流程和考核 kpi，计划在 11 月 25 日前完成。

电商工作计划 8

上半年，电子商务部注重发挥电子商务部承上启下、联系左右、协调各方的枢纽作用。下面，我代表电子商务部将半年来的工作情况汇报如下：

一、网络平台建设

1. 购置天融信防火墙，使公司的内外网更加的安全，同时能够有效的与各个子公司方便联系。

2. 配置高端客户机，使各个部门的工作效率提高。

3. 优化公司网络线路。

二、建设

电子商务部在建设进入设计初步阶段，通过这一平台，使公司能够充分利用网络资源，开展电子商务活动，与客户方便沟通，树立企业形象，主动抢占市场等方面起了积极的作用。

四、公司 400 客服热线

公司为了方便与各子公司、各部门和客户之间有效的联系，开通了 400 客服热线电话，通过这一方式，提升了公司形象，扩大了公司业务应用范围，提高了办公效率，使公司集团统一化发展进入一个新的时代。

五、存在的不足及问题

1. 公司的网络平台建设目前还不完善，要利用现有的网络设备和技术进一步完善起来。

2. 公司建设现在不能达到公司的要求，要尽快的达到公司的目标要求。

3. 公司的客服电话目前处于简单使用阶段，要开发出所有的功能模块，使工作效率提高。

六、电子商务部下半年的工作计划

1. 在下半年，继续优化现有网络设备和线路。

2. 计划购买 UPS 不间断电源，确保服务器的正常使用，预算在 1 万元左右

2. 建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

2.1. 建设现在进入到设计阶段，很快进入实施阶段，预算在 2.5 万/5 年左右。

2.2. 完成以后，实施推广项目。

2.3. 办公自动化软件、邮箱系统、客户管理平台系统现在进入项目考察阶段，下一步进入试用阶段，预算在 30 万元左右。

3. 客服热线系统

客服热线 400-0516-661 已经开始启用，现在开发与、客户服务平台互通的业务，并在下半年进入试用阶段，预算在 1 万元左右。

电商工作计划 9

新的一年，平舆县电商协会要充分认识新形势下电子商务工作的重要性和紧迫性，把电子商务的应用和推广作为协会的职能所在，与此同时，积极配合政府相关部门，紧紧围绕电商运营服务中心的建设与启动工程开展调研、宣传、推广等工作，推进电子商务在各个产业和行业中的应用。度主要做好以下几个方面的工作。

（一）做好会员服务，加强与会员单位沟通和联系。协会为更好发挥与会员单位的作用，将按年度、季度定期召开全体会员代表大会、理事会和各类型专题会议。为协会工作出谋献策，解决协会工作遇到的实际问题。同时，不定期召开不同类型的专题会议，加强与会员单位的联谊和沟通，收集会员的需求和建议，以更好为会员服务。为扩大电子商务协会的服务范围和影响力，今年将继续发展新会员，扩大会员队伍。度的会员发展任务是，新增企业会员不少于 10 家，新增普通个人会员不少于 50 名。

（二）协助县商务局工作，建设和启动平舆县电商运营服务中心项目。按照县政府要求，力争在三月底以前，初步完成平舆县电商运营服务中心的装修工作并展开运营，为我县商业企业、工业企业、农业专业合作社、商家店铺等，提供电商人才培养、网络营销、信息交流、产品展示等相关服务，并发挥创业孵化功能。产生一个巨大的孵化点，对以后的生产也有所帮助。

（三）组织开展各种电子商务培训和讲座活动。协会结合会员单位的实际需要，依托炎黄职业技术学院等协会成员单位的优势资源，通过开展各种不同

层次项目和专题培训，主办公益性的会议和论坛，推动我县信息化及电子商务工作的宣传、推广和普及。

度协会将积极建议召开平舆县电子商务论坛，组织全县范围内的电子商务公益讲座及小型公益性电商沙龙，组织电子商务专家学者进企业现场服务，并促使炎黄职业技术培训学校成为县电子商务人才培训基地。同时，协会将联合县劳动就业服务中心、玉川村镇银行等单位，举办创业大赛或电子商务人才对接交流活动，促进我县企业能在本地遴选到优秀的电商人才，倡导创客文化，发掘和培养创新人才。

（四）组织参观考察和学习，加强同行业的交流。度协会将继续不定期组织会员单位及相关企业到电子商务应用比较好的企业、单位及产业园区进行参观学习。同时我们将继续紧扣电子商务发展趋势，根据会员需求和行业发展需要，组织各会员单位及相关企业参加国内各类电子商务研讨及专题会议及培训活动。

（五）在平舆县商务中心管理办公室的领导下，参与建设平舆县商务信息网。平舆县商务信息网开通后，将成为我县的电子商务公共信息服务平台，支持电子商务企业和创业项目。协会将主动协调配合县有关部门，协助电商企业免费入驻，聚焦我县电展发展趋势，展示特色产品，为我县商业服务业打造一张亮丽的网络名片。

（六）建立平舆县电子商务人才储备库。为加快我县企业信息化基础建设，全面提升企业管理水平和竞争力，协会计划按行业分类集合平舆县各行各业信息化领域有突出成绩的企业，挖掘平舆县籍优秀电子商务人才，建设平舆人才信息网，组建平舆县电子商务人才储备库。与平舆县炎黄职业培训学校联合，推动电商实训中心建设。我们在县劳动就业服务中心的指导下，对入驻企业提供免费的电商人才培训，帮助企业快速了解互联网经济下的经营理念和方法，获得强大的人力资源支持。学员们既能在此学习知识和技能，又能根据企业需要进行电商实战运营，或者自主创业学以致用。我们提供工作机会和办公场所，使培训中心同时成为创业孵化中心。

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/108034101143006127>