

电商工作计划

电商工作计划(15 篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，很快就要开展新的工作了，是时候开始制定计划了。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编整理的电商工作计划，希望能够帮助到大家。

电商工作计划 1

为认真贯彻《自治区人民政府办公厅关于转发全区千村电商工程实施方案通知》（X 发〔20xx〕X 号）和自治区商务厅、财政厅《关于申报 20xx 年电子商务进农村综合示范县通知》（X 发〔20xx〕X 号）精神，为实现 XX 镇农村电子商务平台建设，使农民能够享受城市居民同等网上购物环境，同时搞活农产品流通，扶持农村青年创业，促进农业增效和农民增收，为统筹城乡发展作出贡献，特制定本实施方案。

一、总体思路

依托 XX 镇特色优势产业和产品，着力培育和壮大农村电子商务经营主体，支持搭建 XX 特色农村电子商务平台，加快农村电子商务支撑保障体系建设，积极探索建立促进农村电子商务发展体制机制，不断提升 XX 镇农村电子商务应用水平，拓宽我镇农特产品网络销售渠道，促进农村流通现代化水平全面提升。

二、基本原则

（一）因地制宜、突出特色。发挥 XX 镇独特地理和特色优势，突出品牌、品种、品质，以农产品流通、优质水稻、制种玉米、蔬菜、华泰农特色农产品、锁阳酒、清真牛羊肉、庙庙湖旅游等为重点，拓展品牌宣传和网络营销，提升产品附加值。

（二）政府推动，市场运作。按照“企业主体、政府推动、市场运作”原则，充分发挥电子商务优势，突破农村网络基础设施、电子商务操作和物流配送、人才等瓶颈制约，充分调动流通、物流、邮政、通信，建设完善农村电子商务配送及综合服务网络，促进农村流通现代化水平全面提升。

（三）整合资源，完善功能。坚持与便民服务、产业发展、农产

品流通、美丽乡村建设相结合，本着便民、务实、高效原则，整合农村种养殖大户、农产品合作社、家庭农场等各类资源，构建我镇电子商务代购代销服务体系，降低农民购物成本，拓展农产品销售渠道。

三、建设内容

引导、支持电商落地农村，提高电商在我镇农村应用范围，培育开发农村电商企业，充分发挥电商综合服务功能，加快发展电子交易、网上购物、在线支付、快递配送等协同发展居民生活类电子商务生态链。

（一）建设主体

结合 XX 镇实际情况，在全镇范围内建设五个村级（社区）电子商务服务站点，其中 XX 村、XX 庄村、XX 街社区合建一个，XX 村、XX 村合建一个，XX 村、XX 开发有限公司、XX 农农业有限公司各建一个。

（二）建设标准

各电商按照县人民政府《电子商务进农村工作方案》（XX 发〔20xx〕XX 号）“十个一”要求进行建设，即：统一门头尺寸及标示、一张办公桌、一把椅子、一台电脑、一台电视机、一部 POS 机、一款系统软件、一台打印机、一组储物柜、一组展示架。

（三）功能设置

建设具有网络配寄送服务、农产品网络销售服务、农村青年创业服务、农村基础生活用品网上购买、货物收发、电子支付、水电费缴纳及农村金融等各类惠民服务。进行本村农产品价格、数量以及其他与农产品市场有关需求信息收集，对接县级电子商务公共服务中心，获取满足农村（社区）村（居）民需求资源。

四、实施步骤

（一）情况摸底（x 月 xx 日—x 月 xx 日）

抽调人员，组织开展全镇基本情况大摸底。一是全镇经济发展情况，主要包括 20xx 年地区生产总值、财政收入、固定资产投资、规模以上工业增加值、农民人均纯收入等基本情况。二是全镇产业基础情况，包括当地特色农产品、手工艺品、工业品、旅游等产业发展规模及特色产业市场覆盖面、市场占有率等情况。三是全镇电商基础情况，

即当前电子商务发展现状，包括从事电商企业、人员、重点网销产品、交易额以及本地网购金额等。四是全镇电子商务进农村物流快递情况。

（二）制定方案（xx月8日—xx月xx日）

制定《XX镇电子商务进农村工作实施方案》，成立电子商务进农村示范镇创建工作领导小组。进一步修订完善项目实施方案，报县商务局、县财政局备案。

（三）宣传带动（xx月xx日—xx月xx日）

继县之后我镇组织召开“电子商务进农村工程”动员大会，充分发挥广播、报纸、电视台等多种媒体宣传、鼓动作用，承办企业务求做到早准备、早宣传、早落实。

（四）推动实施（xx月xx日—xx月xx日）

拟搭建XX镇电子商务平台及流通信息公共服务平台，按照《招标法》及有关规定及时开展招投标相关工作，有序推进实施。镇电子商务领导小组在实施电子商务进农村过程中，确保各项安全、合法要求，根据情况发展做出相应工作计划，推动工作实施进程。

五、成立领导小组

成立xx镇电子商务进农村建设工作领导小组，组成人员如下：

xxx

领导小组下设办公室，办公室设在民生服务中心，xxx任办公室主任，具体负责日常工作，协调解决电子商务平台工作建设具体问题。

六、要求

（一）加大宣传力度。加强对乡村干部宣传、教育、培训，提升他们开展电子商务进农村工作能力和业务素质。利用微信、微博、条幅等方式大力宣传开展电子商务进农村各项举措，增强企业投资和应用电子商务信心。举办形式多样培训班、讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电子商务发展良好氛围。

（二）加大政策配套和支持力度。研究制定促进通信、金融与农村流通信息化、电子商务互相扶持、协同发展政策措施，建立健全适应农村流通信息化、电子商务发展多元化、多渠道融资机制。

（三）加强农村电子商务行业监管。建立健全管理制度，加强建

设我镇电子商务标准和统计体系，加强对网上涉及行政许可商品和服务监管，引导电子商务规范有序发展。配合公安、市场监管、税务、商务、文化等部门进行电子商务活动监管，促进网络交易主体守法经营，大力打击网络售假和网络诈骗等违法行为，完善电子商务消费者权益保护机制。定期考核评价电子商务建设和应用情况，及时报送工程进展情况和年度工作总结，确保工作取得实效，促进农村电子商务健康发展。

电商工作计划 2

20xx 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、网站建设

电子商务部在网站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的进一步完善起来。

2.公司网站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 20xx 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.网站建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

2.1.网站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.网站完成以后，实施网站推广项目。

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，现在开发与网站、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 3

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、网站架构管理：网站的整体构架与内容优化。

3、美工：网站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网站。

6、网络营销员：通过互联网营销或传统方式销售网站服务商品。

7、网站编辑/信息管理员：管理网站各个栏目的信息。

8、服务器维护人员：服务器的安全、网站相关功能提供。

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）

根据公司两个系列商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商品的电子商务，需建立切实符合两个系列商品的新电子商务平台。 电商域名定位原则——简短、易记、切题，与企业及其商品密切相关。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。公司现有的域名网站，根据市场情况进行再优化，基本定义为商品宣传网站。

三、 电子商务平台的规划设计（第三步）

1、常规网页商品设计项（注册、登陆、会员、商品系列、商品品类陈列、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网站的各种服务， 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网站各主题的访问频度， 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， 记录客户在浏览网站或购物之后，对网站内容、提供的服务、商品搜索 、商品对比、 购物车 、客服中心 、商品反馈 、配送站、 查询中心、 收银中心、 热搜电子商务网站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，增加用户对网站的信任度。

8、电子邮件。在网站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商品的综合考虑。

四、电子商务平台软硬件（第四步）

通常一个网站的运行好坏，硬件很重要，硬件是网站运行的基本保障；

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、MS SQL Server、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，协调公司两个系列商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商品展示——价格操作——市场推广——客户关注——客户下单——到两个商品库存管理协调——财务结算——商品送货——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、统一公司两个系列商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 4

随着网络的全面普及，电商部的设立已经是我们公司的必然趋势，所以公司也计划在今年中将完成电子商务部的设立工作。

一、电商部成立的原因

1、电子商务的成本低，省去了很多销售的中间环节；

2、电子商务直接面向消费者，信息反馈及时；

3、接触群体广，网络的发达使公司产品接触全国各地的消费者；

4、提升公司知名度，增加公司产品的曝光率；

5、分销渠道广，销量容易提升；（蜀信茶业 600 多万，竹叶青不做促销 200 多万，思普茶叶 1000 万）京东

6、淘宝天猫、京东商城、拍拍网、当当网等网购平台已经深入人心。

7、公司网站、微博都需要专人管理维护，各大门户网站也需要专业人员进行推广。

二、电商部职责

1、优化公司网络形象，负责对公司网站进行管理维护，及时更新，并提供技术支持。

2、建设、运营、管理京东商城、淘宝、天猫等第三方分销平台。

3、拓展线上分销平台，完成网络销售渠道建设工作。

4、管理维护好各个企业微博，增加微博的人气，做到天天更新。

在各大论坛、门户网站发软文、公司新闻等，扩大企业的曝光率。

5、配合市场部完成产品的设计、广告图片的修改等工作。

三、 部门建设：

电商部的基本框架分为以下几部分：

电子商务部

技术组

物流组

主管

客服组

采编组

电子商务部

岗位

经理

人数

1 名

部门

任职要求

要求对公司忠诚，热爱网络工作，能掌控整个部门的运作。

岗位职责

1、负责统筹本部门各岗位（网站编辑、网站美工、网站文案、客服、物流配送等）的整体工作；

2、负责公司电子商务（包括 B2C 、C2C 等业务）平台的运营管理，协调各部门工作；

3、制定网络市场计划，提出市场推广、产品分析、网络广告等方面的实施方案并执行；

4、进行市场调研与分析，研究竞争对手和同行发展状况，并对电子商务市场进行预测和分析，为公司决策提供依据。

电子商务部

岗位

发货员

人数

1 名

部门

物流组

任职要求

要求吃苦耐劳，工作细心，责任感较强。

岗位职责

- 1、负责电子商务库房管理及日常进出库工作；
- 2、保证商品进出、库存控制和及时准确发货，保证产品外包装的采购、打包符合公司规定；
- 3、负责筛选物流公司，为公司节约物流成本，提高货物的物流安全。

电子商务部

新增岗位

美工设计

新增人数

1 名

部门

技术组

任职要求

- 1、专科以上学历，视觉设计类专业，美术和电脑功底扎实，
- 2、对电子商务类网站的界面及用户交互设计有一定的经验和理解；
- 3、精通平面设计，熟练掌握操作 CorelDraw 、 Photoshop 、 flash、 Dreamweaver 等平面设计软件；
- 4、具备网页制作及设计经验、设计流程；

岗位职责

- 1、负责公司网站创意、设计、页面制作；

- 2、完成各类产品包装设计、美化处理；
- 3、处理公司各类活动广告推广图片的设计；
- 4、淘宝店铺、京东商城等电商平台页面的设计、维护和管理；

电商工作计划 5

20xx 年，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 CMMI 三级和 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 20xx 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。

20xx 年工作计划

20xx 年，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网站的城市品牌推广商，以及宿迁房产、社区服务等同城门户网站企业向我区集中，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 6

一、关于店铺运营：

1、运营要点：产品质量无疑在消费者心中无形建立一种信任，对于产品质量当然是关键，还需要有美观的形象出现消费者眼前，对于页面设计需要更加美观大方。需要练好内功的基础上，把握住有利的资源，更为重要，现在买家越来越成熟理性，我们应该在拥有流量的前提下精心做好店铺的内功，再以多渠道的方式引入更多优质的流量，从而提高转化率。跟踪客户会员信息，尽可能多做客户回访，建立会员关系信息。建立口碑回头客。做大型活动前的预告信息通知。

2、营销手法：整体营销策略：集中利用淘宝系统推广方式，发掘潜力热销产品并大力推广，利用热销品拉动整体销售，逐步优化销售各个环节，树立公司形象，尽量避免客服沟通成本，逐渐建立口碑。产品营销设计：产品在整体营销中要有两类，分别是销售拉动型和利润贡献型，销售拉动型要考虑产品购买量，在产品利润上可以做到微利；利润贡献型要考虑到产品品牌、竞争情况等因素，保证整体营销的利润。利用八二原则来说，我们的 80% 流量是由 20% 的拉动型产品带来的，而我们的 80% 的销售业绩是有 20% 的利润贡献型产品带来的。产品营销分为培育期，成长期、成熟期每个阶段，充分考虑羊群效用，寻找一切可以快速拉动新品销售热度的推广方式，在不同时期实现不

同的价值。

3、培育期：包含产品选择、产品设计和产品推广布局三部分。产品选择是利用数据分析、客户反馈和市场寻访每个方面来确定产品范围，确定合适的产品后，产品拍照和产品描述设计然后发布；产品推广布局是设计并实施培养期产品的推广业务，通过热销产品搭配、网站其他产品描述推广、直通车推广、淘宝帮派推广、站外推广等全方位的推广方式推动。

4、成长期：是指产品销量稳定并利用客户搜索和直通车可以自然带动销售时，这时期主要工作是巩固产品的推广，并冲击淘宝人气搜索的前十名。

5、成熟期：是指产品处于同类产品的销量前五名，搜索在前五位可以看到，通过搜索的自然流量就可以稳定产品销售，这个时期的主要工作就是改为通过搭配和描述中产品推广来拉动下一拨热销品的销售。提高产品连带，提升客单价。

6、客户维护策略：对于客户细分为钢丝客户和一般客户，钢丝客户要通过 QQ 群或者旺旺群等紧密绑定，让他们成为我们新品的首批购买推动者和口碑推广者，一般客户通过定期的邮件或者短信进行营销，吸引客户二次消费。（需要客服人员完成）

7、产品价格营销策略：尽量不进行价格战营销，老客户的打折优惠可使用 VIP 制度，对所有人价格公平，商城正常销售最低折扣不低于 7 折（淘金币、双 11 大促除外）

店铺装修方面，先解决内部视觉设计为先，页面设计相当重要，应该给予消费者一个清晰明了的页面设计效果，再给予铺垫式的推广手法，短时间内提升知名度，增加收藏量，提升转化率。

二、关于参加团购网：

可才考虑参与各个团购网的合作，重点对象为拉手网、窝窝团、美团等重大团购网站，关于团购合作产品应根据工厂实质性库存需跟店铺安排，通过往期数据估算库存供应。更种公司资料备存，以应对各个团购网站的要求，与团购网站收录人员建立关系，长期合作。库存充足情况下可考虑参加组团。部分小团购网站可能因人气不足销

量十分不理想，可继续维护关系，以备后期连续性合作，谨记，商家是以盈利为主，卖得出才是王道。不忽略任何一个拓展的机会，哪怕销量很少。

三、关于产品与库存问题：

专供网上销售的库存：一般而言一间常规的店铺大致需要 50 个产品填充整间店铺。考虑到自身的库存压货因素，我们可以压缩至 40-45 个款式，（后期关于客户维护设置店铺 VIP 需要 50 个产品才能设置）部分款式可以无需拥有库存，按照二八法则，需要定位选择 2 个款式作为主推款式，平时库存应该保证控制在现货 30-50 个以上，以免出现客人投诉等情况，在后期筹备活动等其他因素我们再重新估算实际需要的库存数量，以备工厂下单生产，活动前一个星期内必须有决定。冲信誉等产品应考虑更多的因素。考虑是否压货以免加重工厂的压力。如主推款式需要报名团购网，则应纳入团购预售出数量考虑。

四、人员安排：

人员配备方面前期需要美工和客服另外两个重要的工作岗位，人员不足需要建立弹性团队。基本稳定后可以考虑招聘推广专员辅助店铺推广。

客服：前期人员不足单一客服任务比较繁重，部分任务运营会给予帮助，工作如下：1、需要以良好的态度完成常规的客户信息回复，引导客人完成订单销售客人收货后不定期进行客户的回访，引导二次销售或者分享等工作。坚决做好有呼必应，有求必助。2、关于论坛发帖等部分需要在客服有空闲时间后完成，保证每天发 2 篇以上，内容需要是论坛关注度较高的内容，以及旺旺群，QQ 群客服的关系维护，辅助店铺宣传推广。3、负责每天的订单打印以及审核，配货等工作。增加人员后实行轮班制度。

美工：主要负责店铺的视觉效果，以店铺次重逐步优化页面，配合促销改良整店铺提高访问深度，做好宝贝的详情描述以提高店铺整体转化率。产品摄影需要美工独立完成，可边做边学。活动期间辅助每天发货的包裹打包完成。

运营：主要负责整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经

营性工作日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理
工作收集市场和行业信息，提供有效应对方案制定销售计划，带领团
队完成销售业绩目标，解决客户纠纷问题。维系活动资源以及团购网
关系。安排活动的筹备工作以及策划。

推广：前期暂行由运营负责完成，后期人员到再行安排。

五、店铺活动安排：

跟踪各大活动，如：双 12、淘金币，天天特价，等其他节日活动
等详情需要参考淘宝活动的安排。

六、整体目标：

前一个月，主推款需要确定，以较低价格引入流量，服务好顾客，
争取高评分，进行直通车推广，达一定销售数量要求参加淘金币活动，
利用淘金币提升店铺品牌知名度，树立良好顾客印象，集中精力打造
单一爆款带动店内其他产品，定期设计店铺活动，作引流作用，如：
一元拍，满*减*，满*+1 元换购，店铺 VIP，单品包邮，全年包邮卡，
等累积人气活动。定期参加一定的付费推广：钻石展位、淘客、超级
麦霸、阿里妈妈推广、帮派广告位(直通车长期固定推广)等。以特殊手
法引流但不可以做高虚高价格，再打低折扣销售，部分单品折扣不低
于 7 折，除大促等淘宝大型活动外。2 月后每天发单不少于 30 件。双
12 活动后通过各种逐步优化以及引流作用目标定于每天 50 单以上!终
极目标日单 200!长期逐步优化老顾客。同时保证好评率在 98、5% 以
上，按照转化 2% 的目标来计算，进步人数为 UV1 万!计划虽完美但执
行很重要!

电商工作计划 7

20xx 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，我似乎并没有任何感觉，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。

20xx 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。

20xx 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，我们也可以从中了解客户的需要。

电商工作计划 8

采购部是传统制造业订单生产的服务性部门。采购价格，对公司订单产品的成本有着直接的影响；其中采购物料成本所占生产总成本

的比例较大，采购价格的高低不仅关系到公司的销售额和利润额的多少，而且将会直接影响到公司产品的品质和市场竞争力。

综合分析我们采购所存在的问题，由于没有遵循皮具行业的客观标准和市场实际而进行采购作业，所以面对客人不同材质和工艺的产品在生产和出货后所出现的异常状况，不能做到实事求是，常以强制性的观念附加到产品原材料品质方面。故而，在部分产品的加工过程中出现了不少“疑难杂症”，如路易威登、gucci 等十大国际奢侈品牌在五金选材和品质方面可以说是世界皮具制造业的顶级代表，如果专业人士按照这样的质量标准判定这类品牌的五金材质品质是 ok 的，但在我们公司品质判定却是 ng。这说明了什么呢？不难找出原因所在，这说明了我们的判定不符合市场实际而偏离事实。在五金产品方面反复退货、重复验收，不仅影响订单的交期，还会事倍功半而直接影响到公司的经营利润。因为五金的重点工艺是人工为主，机械设备为辅；俗话说：“金无足赤，人无完人。”何况五金是以人工为主的制作工艺？我们公司品质严格自然是优势也是好事，但仍然必须符合客观事实，否则从长远来看在信用方面公司会打折扣，不可太急功近利，一线生产员工“用工荒”及薪资差异等综合因素影响未来珠三角传统制造业产能。所以，业务、生管、采购和品保等部门都应该去了解产品的原材料实际生产工艺和行业国际水平。

为了优化公司采购部现有工作，逐步改变目前所存在的不足之处和薄弱环节，根据公司订单生产需求现状的实际，提高采购效率、降低成本，使公司利益最大化；同时，为实现品质保障、价格合理和供应及时的采购目标，客观地寻找供应商，做到货比三家，严格按照公司质量检验标准进行采购作业，并合理有效地使用公司采购资金，确保良好的周转率。自 20xx 年 8 月份开始，针对本部门所负责采购工作目前的状态，现制定采购部门工作计划如下：

一、供应商管理：

时间：8 月份-10 月份

1、供应商管理存在的主要问题：

（1）缺少实力的一手供应商——直接生产厂商；

- (2) 没有比价环节，行政指令性下达；
- (3) 未签订《采购合同》及约束协议；
- (4) 采购被动，受供应商牵制。

2、解决方法：

(1) 考核评估工作。对现有供应商进行综合评估，以满足公司现阶段的生产需求。对这些供应商进行筛选，符合评估标准的厂商可继续后续的合作和问题的改善，反之则淘汰不符合公司采购需求的不合格供应商。采购部门向着每种物料有 3 家以上的供应商努力，争取各种产品逐步达到此要求。为公司后期的大批量生产做好准备，以获得最理想的采购价格和品质。新开发供应商初次合作，根据实际情况须组织由总经理室、采购、品保和工程部等人员组成安排对确认样板 ok 的厂商进行验厂程序。

(2) 节后交总经理室核准确认，相同材质的物料返单，原则以初次比价表核准的单价为准向合作愉快的供应商进行采购，同时该采购物料的《检验记录报告》判定结果须交付总经理室并对应《供应商报价比价表》各备案一份。

(3) 原有供应商须补签《采购合同》和相关约束协议，新供应商一律在初次合作时签订《采购合同》。重点培养主要供应商，争取和一些重要的供应商达成长期合作协议（合作方式的业务洽谈等，需要上级主管领导组织执行）。

(4) 做好异常情况的妥善处理：因供应商生产能力的不足，或其它原因引发采购异常时，采购部第一时间知会相关部门并积极应对。同时，对异常情况的发生原因进行分析处理，记录在案；如有必要，将采取法律程序进行公司利益的维护工作。

二、各部门的配合及采购流程：

1、各部门采购计划及采购流程存在的主要问题：

(1) 采购清单请购物料名称不规范，同种产品写法多样，不能一次性提供准确的规格型号及样板参照，概念模糊不清；

(2) 没有计划性进行所需物料的计划请购，同一事情不能一次性说明清楚而耽误或打乱采购部作业计划；

（3）经常受到上级先联络的资料送达到采购部行政指令性采购，采购部无法知晓对方情况如何；

（4）同一物料跟催过程多人联络，不能准确传达供应商交期进度状况，导致跟催异常时有发生；

（5）采购流程没有形成规定，导致账目处理流程混乱无章，单据不统一；

（6）人员被动追踪、无从着手，这是皮具企业的关键环节流程，在我们公司一直缺失。

2、解决方法：

（1）在接到会签的物料清单指令后进行采购作业，并跟催物料进度（做订单采购物料跟催时间表，利用白板统计异常物料）；

（2）如果需要报价，新产品须在三个工作日内提供报价，不需要报价直接列入采购物料跟催时间表；

（3）采购部以陈先生主导采购全面工作，唐先生负责采购开发并配合采购部工作；所有业务订单的各种原物料均须提供样品让工程部、业务部和品保部共同签板确认（设变请及时以书面形式通知采购部以免造成不必要的失误和浪费）；

（4）每次厂商选定以三家或三家以上作为比较，同种品名及型号、同种质量情况下优先选择前期和新准入合作愉快的供应商；

（5）制定采购合同，除现货市场现金外的订单原物料采购均须签订《采购合同》（采购合同及订购单必须带有原物料确认样板或图片）；

（6）供应商提供的物料在备货完毕后按照确认样品验货；

（7）供应商送货到仓库须按公司规定要求带送货相关的清单，以清单送检验货，合格会签后返还到采购部；

（8）拿到签字清单做账，规范对账单据：现金采购物料【讨论】除工程部和板房请购的样品材料及各部门代购产品之外，其它均须交仓库入仓后及时做账报销，月结对账单相关清单也需要逐步规范；

（9）剩余物料退回公司仓库入库暂存以备；

（10）按照订单需求，及时完成采购工作，确保满足订单的生产

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/366135004241011005>