
带货主播工作总结 1

直播运营一天的感受：

1、工作事项较多，需要安排主播工作时间，督促所有主播稳定开。

2、还需要帮助主播活跃房间气氛，解决主播遇到的问题，对主播提出宝贵意见帮助提升。

3、直播运营要有强大的内心和抗压能力，其次就是寻找途径，一定要各方面途径都去尝试。

直播运营的工作重点：

1、直播运营什么都要会，要懂直播规则与流程，要有选品分析能力，还要有团队管理与培训经验，最好还要有电商从业经验。

2、运营要全程监控直播间，关注主播直播动态。特别是在主播懈怠，偷懒的时候要进行及时提醒。还要重点关注主播的体态、表情，并进行指点。

3、进行后台数据监控。每天、每个月都要进行数据对比，重点关注直播间的观看人数、关注人数、打赏人数、流水总额的变化。除了关注自己的主播，还要将自己的主播与同时期主播进

行对比，差在哪里，好在哪里要进行归纳总结。带货主播工作总结 2

开学已经一周了，我也成功的由一名老师转行成为一名网络主播。作为一名新主播，本周的工作总结如下：

1. 钉钉平台的使用，开始直播前选择连麦，在讲课过程中就可以提问学生了，不过提问时必须要求学生申请连麦才可以，老师不能主动连麦学生，这点不太好，不想回答问题的学生发一句老师我网卡了就可躲过一劫。

2. 用电脑比使用手机方便，提前把课件还有作业准备好，讲课过程中随时切换就好，备课要花更多的时间和心思，备好课才能在直播中从容应对一切，毕竟一次课一个半小时，也是个不小的挑战了。

3. 看自己的直播回放，发现自己在讲课过程中有很多小动作，要改，还有就是口头禅和语气词，要改，要刻意练习改掉自己的坏毛病，向专业主播迈进。

今天看到消息，开学时间又延迟了，那我的网络主播课就还要继续了，是挑战也是机遇，我就当成是给自己的成长机会，好好练习，不断改进了，奥利给带货主播工作总结 3

今年因为受到疫情的影响，培训的业务一直处于低谷期，今年直播非常火，而教育界的三大难题之一——线上线下相结合，

所以我也尝试了直播，截止目前，做直播两个多月。

先总结下昨晚的直播情况，在这之前，直播相对来说是做的比较熟悉，流程等也是很很熟悉，但做着做着，就会遇到瓶颈，所以就会想往更高的一个层次，水平发展，进步。主播做的好不好，除了自己看回放之外呢，还得听听观众给你的评价，打分，从观众的角度看主播的水平，优点，待改进的地方，更加客观真实。

在这里先不说合作方人数邀约的情况，本次总结只说一个点——直播问卷调研。直播前的兴趣需求调研，直播后的满意度调研，只有知道观众的喜好，才能改进直播的流程，内容包括奖项设置等。在做直播前的问卷调研，要先把问题归类好，比如客户信息，合作商信息，产品方面，直播方面（内容，奖项等），站在观众的角度，他们作答的时候就不会东一类西一类，这点很重要。

在昨晚直播的时候，问题来了，在直播前，跟观众打完招呼后，我把链接发到公屏上，发现根本无法点击，换句话说，点击了没反应了，没反应意味着问卷根本做不了，此时离开播时间只有三分钟的时间，很巧，手机出现 **bug**，所以昨晚问卷内容就终止了。后来师父说可以发二维码图片，虽然因这乌龙时间，状态多少会受点影响，不过好在时间不长，后面马上把自己的状态调

整回来。带货主播工作总结 4

一、工作总结

时间过得真快，转眼来到公司已经近两个月了，我的工作岗位是电商运营专员。在这期间我学习了很多东西，积极配合协助部门其他同事完成日常工作。

因为以前是做跨境电商的，没有接触过抖音电商，所以对这块还有很多不了解的地方，在领导和同事的帮助下，我不断的学习和提升自己的工作能力，本着对工作认真负责精益求精的态度。

认真的完成自己所承担的各项工作的，工作能力得到了提升，为今后更好的工作打下了基础，以下是我对个人工作的总结

（一）工作内容及完成情况

了解公司概况

__月__日我正式进入公司上班，在公司领导和同事的指导下了解了公司的概况以及本部门的主要职能，通过系统的了解，对MCN新媒体部门的发展及规划有了更深入的了解。

对接店铺

现目前手中运营 3 个店铺，两个抖店（主），一个淘宝店（辅），接手店铺后对店铺进行了简单的装修设置，对店铺基本信息进行了设置优化。

产品上传

将所有的目前我们有资源的能上架的产品全部上架，并参考其他销量好、评分高的店铺产品的相关设置对上架产品的主图、标题、属性、详情进行了相应的优化。

对接供应商

将领导对接给我的供应商进行整理对接，定时与他们联系交流，实时把控产品品质，实时掌握产品市场成本价，将爆款产品的成本与供应商洽谈减少成本，其中将肆只猫咖啡的成本价降低（一罐的成本由 7 元将至 6.2 元）。

现只要我们的单量上去了，单品的价格就能与供应商洽谈，但现目前我们的产品品类比较杂，供应商也比较多，目前没有形成一个完整的供应体系，基本是一个供应商供应一款产品，不便与供应商洽谈价格，所以后期我们必须考虑整合供应链。

管理产品

将所有的产品建立完整的产品信息表，将每一个单品的成本、物流、包材、售价、平台服务费、主播佣金、利润以及利润率做了一个完整的产品表，并根据供应商所提供的价格、店铺活动售价、物流成本的变化及时对产品信息表进行更新优化，以便实时掌控产品的利润及利润率。

店铺资质信息优化更新

抖店店铺不同于淘宝店铺，抖店的平台规则更加繁多和严格，上传加工过的产品必须要有相关资质（品牌商标注册证、品牌授权书、生产经营许可证等），所以给我们上传产品增加了难度。

因为每个品我们基本都要找相关资质认证，通过领导及我们的努力，现目前我们已获得 10 个品牌授权。并且 10 个品质资质均已通过审核。

单品测试，打造爆款

电商人都知道，一个店铺不可能所有的产品都能出单，也不是所有的产品都能盈利，一个店铺必须有一两款引流低价款也必须有几款盈利爆款，但直播电商又不同于传统电商，直播电商以直播为主，所以对此我用了一款咖啡进行测试。

第一周将咖啡基础 sku 的价格设置为 9.9 元，后一周将 sku 作调整，舍去低价 sku 提高客单价，并通过抖老板的机构进行推广，我们报名的是天天爆品的全品类招商和圣诞活动选品活动。

就目前测试来看参与此类活动是有效的，虽然减去佣金和服务费单品是不赚钱的，但是其带来的自然流量已完全能使产品盈利。

每日订单处理

每天主播下播以后，在各供应商要求的接收订单的时效内将

对应的产品整理好发给供应商发货，督促他们及时回传单号，并将单号上传至平台系统后台。

账号直播运营

对账号的直播时间进行把控，直播结束以后对后台数据进行整理分析，前期我们选择的是晚上室内垂直直播，经过几天的测试，发现没有流量进入。

然后调整策略，在白天到室外进行直播，先目前直播间已有自然流量进入，而且停留的时间也比之前长了，说明我们选择室外播的策略是有效的，后期将继续走此策略。

店铺异常处理

每天上午定时查看店铺是否有异常需要处理，主要包括物流揽件异常、物流中转异常、物流签收异常、产品违规、单品评分异常，其处理方式如下

物流揽件异常

及时联系供应商，看是否有及时将货品发出，如没有要及时督促供应商发货。

物流中转异常

联系物流官方客服查询相关情况，并根据情况及时作出相应处理。例如：丢件要及时联系供应商补发货品

物流签收异常

如遇超时客户未签收，要及时联系客户提前客户及时签收。

产品违规

查看违规原因，并及时解决，加工产品的违规主要是以下几点：资质问题、产品详情不够清晰、平台禁售类目。遇到资质不全而被下架的产品要及时补充相关资质；遇到产品详情不够清晰的要及时调整详情内容，一定要能清晰的展现产品的生产信息；

遇到平台禁售类目的产品要及时下架，不能抱有侥幸心理，因为一旦平台检测到就会被处以罚款严重的可能会封店。

单品评分异常

平台规则单品评分如果低于 70%则该单品将可能会被禁封，所以一定要实时监测产品的评分，如果看到单品评分低于 70%且该产品是我们店铺主推产品就一定要及时的联系已确认收货客户邀评。现目前店铺所有产品的评分均高于 70%。

货品款项核对

按照之前与供应商约定的账期及时与供应商核对时效内货款并及时与财务对接给供应商打款。具体流程：

（1）与供应商核对账款；

（2）钉钉提交付款申请，提交相关的发票以及销售清单和发货明细；

（3）审核通过打款。

售前售中售后客服工作

每天实时关注飞鸽信息，有客户咨询产品信息及时回复，要求必须对店铺的产品十分了解，要迅速准确的回答客户。如有客户咨询售中物流问题要及时联系物流公司出来，有客户反馈售后问题要及时给客户处理。

对接 ERP 订单处理系统

ERP系统是电商公司必备的订单处理系统，它能高效且智能的为我们处理部分订单环节，能有效的节省人力物力，所以对接一个适合公司的 ERP也是至关重要的，目前我了解了三个公司系统：旺店通、金蝶管易云、网店管家。

部门组织结构策划编写

一个部门必须有一个比较完善的组织架构，明确每个人的职能分工，这样才能更有效的开展工作，12月4日开会讨论以后，我开始构思并编写，现已基本完成（详情见电商部门组织架构及职能要求），还有一些需要和领导沟通修改。

工作中存在的问题及改进措施

解决问题方面

有时处理问题不够全面，使得有些工作开展起来比较被动，协调能力也有待提高，面对问题过于急躁，一心想干点事情，做点成绩，但缺少全盘筹划，工作方式有待领导和同事进一步指导

改进。

业务方面

因为之前没有做过抖音电商，所以刚接触这块还是有很多不了解的地方，对于这块在今后的工作中一定要多研究、多学习，把平台的规则摸透，以便在今后的工作中更加得心应手。

专业度方面

由于抖音是一个新兴的平台，很多规则不够完善，一直处在优化的阶段，而我们由于对传统电商的认知根深蒂固，导致没有及时察觉到平台整改规则的变动，导致其中一个店铺被封。

作为一个运营人员没有及时的发现问题是我的工作专业度的问题，在今后的工作中要改变脑海中传统电商的思维，用直播电商的思维去思考问题，发现问题，要实时关注平台规则动态，及时对店铺作出调整避免不必要的损失。

二、20__年工作计划与展望

不管做什么都一定要先制定一个整体项目策略规划“凡事预则立，不预则废”。提前制定一个计划有助于我们后期工作的开展以及发展方向的`确立。以下是对来年工作的计划，有不足的地方将在后期的工作中不断调整和改进。

店铺整体运营计划

分析市场和竞争对手

利用 stow 分析对现目前的平台市场以及整个电商市场做一个精准的分析，包括市场刚需品类、相关产品市场均价、相关产品好评率、竞争对手的优势和劣势、目标消费者等相关信息的分析。

合理的利用大数据

电商时代是一个建立在大数据基础上的时代，有效的利用大数据才能使我们的店铺更快、更准的进入市场，所以要尽可能的找到一些有效的数据分析工具对店铺的各项数据进行分析，比如：行业总规模、热销产品、竞争对手预测。

通过对这些数据分析并结合自身产品优势就能确立方向、清理思路、明确定位，并且制定店铺整体销售目标、店铺发展等。

页面改版，定时优化

店铺宝贝排版定时优化，要把卖出记录多、评价好的产品放最前面；

要做宝贝关联，主要应用到新品上新的时候，利用老品促进新品出单；

整体版面及时调整，主要为以天气变化、节假日促销变化，根据每期主题制定相应海报。

店内活动组织

店内活动主要有赠品制、满减、优惠券、包邮、晒单好评

等，要经常做一些此类活动。

产品更新计划

要定期的对店铺的产品进行更新，其中包括

销量不好且评价不好的产品要及时下架，防止因为此产品导致店铺评分降低；

根据市场消费数据，及时上架一些应时应景款产品；

爆款要随时根据销售参数调整 sku，积极参加活动。

爆款引流计划

打造爆款为店铺引流，前期每月至少打造一款，后期根据店铺运营数据增加，具体操作（后期如发现有不合理的及时调整）如下：

标题优化

首先选定产品所属主类目，然后从主类目发散到相应的组合词。其次增加功效等词组对标题进行补充；

根据上述词，在数据库中寻找流量比较高的组合词添加进去；

添加产品型号或者容量等特性词汇；

第一天改词完毕，根据两到三天的流量变化适时调整词汇。

主图和详情页优化

主图要表现出优惠活动、赠品、产品信息；

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/368056062061006061>