# 双十一横幅标语

来源：网络 作者：深巷幽兰 更新时间：2024-07-04

*第一篇：双十一横幅标语双十一横幅标语双十一横幅标语1、疯狂双十一提前开打。2、双11百亿元品牌优惠券，11月11日折后再优惠，马上就抢。3、双十一“没门”?怎么能没门!买xx，我放心，没门变有门!4、双11来临，你脱光了吗，双11来了，双...*

**第一篇：双十一横幅标语**

双十一横幅标语

双十一横幅标语

1、疯狂双十一提前开打。

2、双11百亿元品牌优惠券，11月11日折后再优惠，马上就抢。

3、双十一“没门”?怎么能没门!买xx，我放心，没门变有门!

4、双11来临，你脱光了吗，双11来了，双十二还会远吗，双11来了，你还在等神马?

5、双11预热活动，全场3折起，送温暖满。

6、关羽就是骑着赤兔马穿越到双11这天拍我这宝贝，居然提示下架了!

7、人民币证明是真爱。

8、奋战旺季促生产，安全意识记

心中

9、提高安全生产意识，打响双十一战役

10、保质保量迎战双十一，安全责任事关你我他

11、把包裹送到千家万户，把安全留在你我心中

12、众志成城，决战旺季，安全生产，重于泰山

13、为了证明真爱，我买了二十片面膜。

14、现在最幸福的时刻就是接到快递的电话，三歩并两步捧回包裹。

15、在家休息的宝贵时间，换来比实体价便宜商品。感觉比上班更有价值。

16、双十一，给自己1000块的预算。

17、团结合作迎双十一，上下一心促生产力

19、决战旺季，安全第一，预防为主，综合治理

20、全力服务双十一，安全系着千

万家

21、双十一已成为历史，双十二才是经典!服务不会因价格改变，质量不会因活动缩水!

22、你是我的衣，带我领略四季的变幻。

23、锄禾月当午，汗滴键盘土。谁知支付中，分分辛辛苦。

24、支持喜爱品牌赢千元大奖，购物狂欢节活动启动。

25、即日起全场双11进店就赠抵价券，全民疯抢，亲，还等什么!

26、手机双11价冰点价，买立返红包。

27、比双十一还要优惠，还要给力，还等什么，赶快来吧

28、双11商品五折再现。

29、让性感的衣服投进您温柔的怀抱!从上到下，抚摸您的每一寸肌肤

30、话说xxx要把1111当天的纯利润全部捐于贫困山区。

**第二篇：双十一总结**

双十一总结

一、本次双11大促主要重点工作

1、×××双11活动页文案，活动页相关细节文案；

2、×××（大件产品、热卖产品、精品）卖点文案；

3、老客户系列激活短信；

4、双11大促期间，微淘/微信系列宣传文案。

主要收获/感悟：

不断地尝试与坚持，体现在：采用多种形式，多种方法与顾客进行全方位的接触，如：电话沟通、短信发送等；运用多重利益点吸粉，如：免费领红包、免费鉴别真假等。

二、个人不足之处/嘉许方面

1、不足之处：参与了各种头脑风暴，但是亮点，出彩的地方仍有不足；

2、值得嘉许：各项任务分配，执行、跟进到位。

努力方向： 多点借鉴；发挥专长，大胆表达；顺应变化，释放自我。

落地执行：

1）每周例会上分享各行业创意案例，一是打破思维，二是博取众长，化为己用；

2）头脑风暴创意会，各项策划等，敢于提出观点，勇于表达创意。

三、关于促进销售，以下几点可以优化

1、部门间通力合作，全员参与；

2、多维打通渠道，形成裂变，一场大战，不可能只有一个战场，各战场应是互动的，连通的，全局的；如：微信顾客既可以拉到天猫平台，同理天猫顾客亦可以拉到微信；

3、上兵伐谋，攻心为上，只有占据顾客的心智，了解客群的心理，了解客群的诉求，方能事倍功半。

四、备战双十一的过程中，建议改进：

1、备战期间店铺的基础细节，还可以更完善，如：产品标题、产品分类、产品卖点等；建议日常列为重点工作，重视起来，执行起来，监督起来；

2、双11大促预热时间过短，产品与顾客没有形成有效的关联和关注度；建议：上架期间即可预热，有利于顾客接收信息；

3、整场大促缺乏温度，降价打折已不适合今日的市场，我们一直在说感恩回馈，个人认为感恩应该有更深度的内容来承载，鉴于此点，客群维护、对接应该放在日常去执行，去借鉴，博观而约取，厚积而薄发。

**第三篇：双十一体会**

跨越双11，共同成长

—双十一心得体会

当apec的余热还未退去。那个熟悉而又亲切的双11就到来了。在这期间，小营营投部做为集散营投部经受住了巨大的考验。尽管进口量在安定门区域分公司最高，又是需要处理分检。困难重重，但经过我们小营员工的一致努力，真正做到了按时投递不积压邮件。让客户体验到了属于我们小营营投部的优质服务。

真正到了双十一这天。看到营投部的现场真的被吓了一跳。成山的邮件数也数不过来。库房、办公室全是邮政袋子的红色海洋。就连营投部门两旁都被大包占满。对着这成堆的邮件。初来乍到的我震撼之余还多了一些茫然及无措。

双十一活动开始小营全体员工都参与了投递。我分配的工作是和几位老师傅一起送大包。由双十一投递一直到结束。给我的感触和体会真的太多太多。司机开车很辛苦，需要在意的事情真的很多。但是为了双十一投递的速度，都会主动联系下一个邮件的收件人。遇到一家很多件或者邮件很重的时候。都会搭把手，帮着开门或者一起推着车参与投递，加快了投递的效率。让人感觉特别暖心。我们的老师傅责任心特别强、有时收件人不在，哪怕是时间已经很晚，错过了吃饭时间，他们仍然会想尽一切办法把邮件送到客户手中。真正做到了今日事今日毕的精神„„

正是这些正能量的事迹激励着我们全体更加积极更加主动。让新一代的我们愿意用我们的汗水与满腔热血为小营营投部添砖加瓦。

同时双十一的邮件激增，道段投递压力过大。势必会有道段有邮件积存的情况。我们小营营投部为了让客户满意。没有让这些邮件积压。所有的二线挺身而出。专门清理了包括金泉家园，嘉铭桐城，慧忠北里，紫薇天悦等几个重点的区

域。

晚上的时侯。刚完成一天机车投递的二线员工更是重点投递当天堆积的小区邮件。时间过晚，楼号路标已经无法看清。不熟悉的地方只能靠问路。而我们投递的邮件更是得打着灯才能看见面单。就连许多小区物业都已经下班。我们依旧在第一线奋斗着。连客户都觉得我们辛苦，让我们早点休息。而我们依旧在第一线咬牙坚持的挨家挨户的清理邮件。就算辛苦工作到九、十点也没有一句怨言。

更让人敬佩的是我们小营的女员工巾帼不让须眉。把所有学校，研究所的邮件全部包下。不畏寒冷的天气，不惧地理陌生。更不怕邮件繁多。把这些地方的邮件一一送到客户手中。为我们营投部做出了巨大贡献。正是因为这些人和事。让我感受到了每个小营员工的凝聚力。只要大家都能团结一心共同努力。就算来再多的邮件，遇到再大的挑战。有我们小营的大家庭在，一切的困难都能迎刃而解。

宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。经过双十一的洗礼。我们小营的未来必将越来越好。

司奕龙 2024.12.7篇二：淘宝学习心得体会

淘宝学习心得体会

双十一刚过，576亿的销售额再次创造了历史，再加上之前的阿里巴巴上市，马云成为中国首富，淘宝这个大家熟悉的名词又一次成为人们话题的焦点，那么淘宝是如何在10多年的时间里一跃成为中国第一电商，那么它的盈利模式又是如何的？这次的学习我们一起来探讨这个话题。

要分析淘宝网的盈利模式，先要分析其有什么独特的特点。淘宝网创办于2024年，是阿里巴巴的旗下网站，当时创办淘宝网主要是开辟一个新的领域，从而为母 公司阿里巴巴获取更多的利润。但在这之前，已有一家公司在做这方面的业务，这就是易趣，而且其规模也不小。为了在市场上能有一席之地，淘宝网必需要有自己的一套竞争体制。1 淘宝网的优势与特点

（1）易趣的赢利模式是向用户收取店铺费、商品登录费、交易服务费等费用。而且根据其店铺的不同，商品的不同，价格的不同，所收取的费用也有所不同。淘宝网是典型的c2c模式。淘宝网却向用户做出承诺：三年免费。这是一个很大的诱惑，对于中国网民来说，没有比免费更欢心鼓舞的了。这在很大的程度上刺激了淘宝用户的增长。

（3）电子商务在发展初期, 曾被信用问题困扰了很长时间。支付宝的出现使这一切问题迎刃而解。直接交易变为中介交易, 卖家的个人信用与支付宝的企业信用紧密地捆在了一起, 从而使骗子的活动空间几乎被压缩为零。随着支付宝规则的不断改进, 现在已经成为国内事实上的网络支付标准, 几乎所有的跳蚤论坛都提供有支付宝交易的接口。可以说, 支付宝的诞生不仅仅是淘宝网的一个里程碑, 也是中国电子商务的里程碑, 它解决了困扰电子商务的一个最大的障碍———支付。淘宝网首先在技术开发, 市场和销售、服务, 信誉等等这些互不相同但又相互关联的经营活动, 构成了一个创造价值的动态过程, 为其最终获利打下基础。

（4）淘宝网一直在开发新的功能;同时也在不断地根据实际情况修改架构。目前淘宝平台的销售产品类型已经从手机、笔记本、化妆品为主逐步扩展到话费充值卡、衣服、食品、宠物食品等日常生活用品等。淘宝在2024年初开始的话费充值服务和机票等旅行产品销售平台的搭建，不仅有效整合了很多线上线下的分散资源，同时抓住了消费者需求，给与了更多便捷的选择。市场拓展上，淘宝网加强了与知名企业的联合，仅2024年上半年就有7827家品牌企业申请在淘宝网上开设自己的旗舰店。同时，淘宝网同支付宝的合作也为客户提供了更多的便利。再说说物流,淘宝网创始人马云想到了以淘宝网的名义把大家联合起来一起跟速递公司谈。面对如此大的蛋糕, 哪家速递不动心呢? 于是, 全国速递费用就从当初的15 元一下跌到了8 元, 还免费享受保价服务。

由以上的这些优势，淘宝无疑的成为中国乃至亚洲最大的购物网站。据相关数据显示，2024 年, 淘宝网用户数达到5300 万人, 与2024 年的3000 万相比, 增幅达76.7%;淘宝网在线交易商品达到1.16 亿件, 日独立用户数突破900 万。如今淘宝的支付宝会员已达到一亿之多，令同行们也望尘莫及。2024年上半年的总成交额突破157亿人民币，接近2024年淘宝网全年成交额；和2024年上半年相比，淘宝成交额增长了近200%。2.淘宝网盈利模式的发展方向 当然，任何一家企业起最终的目标都是盈利。淘宝网在承诺的3年免费期结束后，也开始寻

找自己的盈利模式。2024年7月26日，淘宝网对外宣称进行网络营销尝试被认为是赢利行动的开始。淘宝网副总裁邵晓锋对外宣布，淘宝正式启动网络广告业务，将网站重要的banner广告位和搜索结果的右侧广告位对外销售。另外，还向广告客户推出了增值的服务计划。包括品牌推广，市场研究，消费者研究，社区活动等。帮助客户促进销售包括主要指开拓网络营销渠道，包括品牌旗舰店建设，代理商招募等。

要实现盈利仅仅依靠这些传统的模式也是不够。2024年12月26日，淘宝网宣布正式进军b2c市场，目前内部正在进行最后阶段的筹备工作。实际上淘宝网的管理人士也意识到，要突破盈利瓶颈，就必须寻求新的增长方式。淘宝依靠自己建立起来的品牌优势，及时进军b2c市场，也进一步表明了其寻找盈利形式的决心。同时，淘宝网内部管理人士也表明，进军b2c市场，也是为淘宝的上市扫除最大的障碍。淘宝网无疑的开创了网购的一个新时期，在其已具备这么多的先天的良好的条件下，其发展将会更加迅速，之前投入进去的资金将会很快赚回来。因为生活在这信息 化的时代，人们已经习惯于网购。当网购已成为现代人的一种生活习惯是时，也就离不开淘宝时，其潜在的巨大的赢利是毋庸质疑的。

附淘宝业务流程图： 篇三：关于双11淘宝天猫购物的心得体会

双11购物总结

这次双十一各个网购网站都卯足了劲，不管是天猫还是京东商城，还是苏宁易购，商家都退出了大量的优惠活动，大大吸引了买家们的眼球。这样大场面、大让利的活动一年也没有几次，但是这其中也存在一些利弊：

大型网络团购的优点： 1.为消费者省钱：这次的团购活动非常给力，商家都打出了5折或者一下的优惠，虽然有的没有那么多，但比平时还是便宜了一些，如果买大件电器什么的，多的能省到一千左右的哦，还是给消费者省了不少钱。2.促进消费：价格一优惠，本来不是很想的买的顾客也就蠢蠢欲动啦，又或者以后才需要买的也就那天买了，促进了消费者的消费热潮 3.提高营业额；虽然价格优惠，但是薄利多销，910个亿的营业额就说明了这一点。4.带动相关产业的发展：与网购息息相关的就是快递公司了，网购的数量大，快递公司的运单自然就很多，变相的促进了快递公司的发展。

大型网络团购的缺点： 1.网络设备跟不上：这个主要指商品页面、购买页面、支付页面，双十一那天零点，就有二十多万的的消费者开始抢购自己看中的物品，这就造成了网络瘫痪，有的人试了一个多小时都没能成功支付款项买到自己心仪的东西，原因就是买的人太多，系统运转不过来。2.产品质量是否保证：由于买的数量太多，有的商家货物不足，就有可能以次充好、或者把以往的陈年旧货拿出来买，这就对产品质量失去了保证，是对消费者不负责任的做法。3.是否存在虚假优惠：有的商家为了吸引消费者眼球，虚假提高原价，再以折扣的形式标出价格，这就是虚假优惠，骗取了消费者的信任。4.派送是否及时：大量的运单造成了物流的爆仓，大大增加了物流压力，造成发货时间长、运送期限长的不利景象，有的消费者甚至于半个月才能收到货物。

建议：虽然一年一次的网络团购活动非常难得、价格也非常诱人，但是在这种情况下更要注意一些细节哦 1.买的东西实用性要强：买的东西最好是需要用的，而不是因为价格低，一个忍不住就买了，买回来后又不实用，放在家里成了垃圾，就算买的时候价格不高，那也是亏的。2.时间问题：如果你急需这件商品，那么一定要考虑物流爆仓这一环节，如果不能及时运到又该怎么办，可不能以自己最好的打算去算，否则会带来不必要的麻烦哦。3.商家售后问题：买的时候一定要和商家咨询好后期服务问题，是否可以退货换啊，出了质量问题怎么赔偿啊，双十一货流量大，运送的时间慢，一定要强调只要收到手才算时间。篇四：2024年双十一活动总结大全 2024年双十一活动总结大全 2024年双十一活动总结大全

篇一：双十一活动总结

为迎接双十一，我店举行了小型的促销活动，在公司领导的正确部署和支持下，本次活动取得了较好的成绩，并一定程度上扩大了 2688 商城在沁源的人气，但还有一定的不足。现将本次促销活动总结如下：

活动前期宣传准备工作不足，参与当天活动产品数量及品种少，进货数量少、资金有限。没有达到预期效果，对畅销产品的进货估量不足，有的产品已售完，再加上选址没有选好，我个人认为有这样好的政策，初次活动应该选择人多繁华地段，搞稍大的活动，产品明显分类、划分。在视觉和心态上给予消费者很大的冲击力，一炮打响。给我们以后的活动留下很好的借鉴。季节性产品比较热销，有一些商品没有及时到位，导致损失了一部分销售，这是值的我们去深思和检讨的，本店在人力方面不足，也是活动没有得到充分发挥的原因，此次活动人气有了，但还是没有达到预想的效果。销售情况

这次活动店里进货大概在一万元左右，还有以前店里不到 4000 元的存货。活动中飞科剃须刀 , 温碧泉的套盒 , 冬季的自发热用品都销售的不错.活动第一天的销售 1723 元，第二天销量达到 3341 元，是活动中销量最好的一天，第三天由于中午接到通知说有工商检查，下午不得不收拾了外面的帐篷，但总体还是不错的，当天的销量也达到了 2585 元。三天活动下来也有 7649 元的现场销量。

总之，任何工作要不断进行总结和检讨，才能把下一次的工作做好，我们希望以后公司能够给予我们代购点更多帮助和支持，再加上我们的不断努力，我相信 2688 的未来会更上一层楼，成为电商中的龙头老大。

篇二：双十一活动总结

一、工作内容:在双十一，我在cdd担任售前客服，在经过前期的培训，大概了解了天猫的规则，和客服人员需要注意的一些事项后。我们开始了自己的工作，主管人员把我们分成好几个小组，并且各自有相应的组长负责。我在第七组，组员有8个，在一组当然是要互帮互组的，在分流时，有的客服接到的客户多，我们其他组员忙的过来也会相应的分担。我们主要的工作就是解答客户关于商品的各类信息，客户问的最多的就是尺码以及快递的问题，当然也不乏有刁钻的问题，这时就考验我们的耐心和忍耐力了。

二、心得体会：客服是服务人员，那就应该有顾客至上的理念。尊重顾客，尽量满足顾客的要求。我认为做客服是一次很好的锻炼，首先，作为客服要有亲切感，那么这就考验了我们的表达能力，说话方式要委婉亲切，这一点很重要。然后要有好的忍耐力，因为不乏有一些不讲理的顾客，这种时候就要有耐心，有好的忍耐力，保持作为客服的良好素质，不能顾客不讲理，我们就和顾客吵。最后，作为客服要有好的口才，用适当的语言向顾客讲解商品的优点，以便销售出更多的商品。

三、建议：因为之前也有过网上购物的经历，再加上这次客服的体验。我认为当好天猫客服要对每一位顾客购买的商品负责，保证顾客买到满意的商品，得到好的服务。让顾客有一个愉快的购物过程，我认为这是很重要的篇三：双十一活动总结

当小编在今天终于收到双十一买的宝贝，觉得是时候来总结一下今年的天猫双十一了。此次双十一从前期筹备，开始后的心里激励，一直到结束后的相关客服物流等关键环节的情感营销，都做得足够到位，让我们一起盘点此次双十一的精彩过程!前期筹备：

1、预售

今年双十一的一个创举就是早在10月15号就开始预售，天猫官方并没有给出对于此次预售的具体数据，可能是因为数据并不如191亿这么好看，不过，预售为双十一前期的选品规划做出了有意义的指导，对备货，系统，仓储的效率实现了很大程度的提升，当卖家能偶清晰地知道热销产品，更快和更有信心的筹备双十一时，带来的巨大效果将是无法量化的;

2、天时

今年的双十一恰好是周末，单这一个条件就可以在同等情况下让去年的销售额翻一翻。购物的狂欢放在周末再合适不过了，当整个周末街上的人都明显减少时，我们就应该知道，多少人将近期的消费一股脑的涌向了天猫!

3、无处不在的天猫 当爷爷奶奶都打电话过来问双十一要不要买点东西时，你就知道这次天猫在广告上投入了多大的规模，算上硬广和相关资源置换，估计天猫在此次双十一至少投入了10个亿的广告，4、预充值

今年支付宝的预充值类宣传的出现频率大大增加，从派友在相关帖子中提到的情况来看，今年支付宝预充值的比例应该是非常高的，由此带来的快捷的支付体验不仅让买家消费的欲望更加不可抑制，更是锁定了大部分想在此刻消费的人群，大大提高了支付成功率。24小时狂欢

当2亿多用户涌向天猫，在30分钟左右的时间将10亿元人民币通过鼠标汇聚到支付宝的另一端时，你就可以知道这次注定是一个创造历史的时刻： 70分钟——20亿;8小时16分——50亿!13小时18分——超过100亿!24小时结束——最终定格在，191亿。

其中，销售额破亿的商家有3家 5000万以上销售额——18家;1000万以上销售额——227家;500万，100万——501家，2580家。。

当零点过后，兴奋的香槟在不同城市的写字楼里相机迸发的时候，当淘品牌，传统品牌和国际品牌携手跳起江南style的时候，可以认为，我们已经走到了网络购物时代的深处，新的商业力量将依靠网联网崛起!篇五：2024淘宝天猫双十一\_分享购物心得及技巧

双十一来临，我和伙伴都要换新了

淘宝天猫双十一，对我们这些购物控来说，是个盛大的购物狂欢盛宴！2024即将过去的一年中，下馆子——我们单身一族狂欢的时刻，还有一个更让我们购物控疯狂的——就是上淘宝天猫去血拼：有用的，没用的都淘了一大堆，玩的就是刺激，玩的就是心跳。

今年，双十一也就快到了，这让我们这些购物控伙伴们好期待，好心急，默默的数着日子一天天过。现在我们唯一的休闲时间也有了必做的事，那就是上天猫去“物色”好的宝贝，先收藏，因为一到了双十一当天，我们就可以打开淘个痛快，而不用再去迷茫的找了。但今年有点小小的改变，就是我不再下馆子去庆祝单身了，因为有个傻男生说双十一要送我好多好多东西。还有一点改变，就是我不再买一些没用的东西回去了，我决定，我要买更多的有用东西回去。

今年，我想换掉的东西太多了，身上的从上到下全都想换掉，还有用的都换掉，所以一直在找宝贝收藏。手机、衣服、鞋子、抱枕等等，找了好几天，对比了好几天，手机、衣服等都已确定下来了，也收藏了，就是鞋子还有几样东西没有确定下来。日子越近，心就越急，急买不到好的，急买不到更优惠的，也着急错过了优惠和更好的礼物。

还好，就在前天，那个傻男孩和我的小伙伴向我推荐了一家，我马上就收藏了，这让我和我的小伙伴都惊呆了：低至3折，还有抵金券，还有礼送还有2024年的优惠券派发??我真的傻眼了，白送的都不要，那难道要花钱去买吗？所以我也不用去对比了，就这个吧。最近这牌子也挺火的。

**第四篇：双十一方案**

双十一店内活动方案

一，活动背景： “双十一”即指每年的11月11日，由于日期特殊，因此又被称为光棍节。淘宝商城利用这一天来进行一些大规模的打折促销活动，以提高销售额度。2024年11月11日前后，在淘宝上，众多商家推出5折优惠促销活动，2100万人的集体疯抢，150多家知名品牌参与。单日成交额9.36亿！

二，活动目的：

由于“双十一”活动主会场分会场的展示位有限，我们旗舰店开业才1个多月，还无法得到淘宝商城展示位支持。但是我们可以利用这次高流量高成交的机会，在店铺内推出相应活动，在这次疯狂网购中分一杯羹。

三，活动内容：

全场满2元减1元（相当于全场五折）拍下即减！还全场包邮哦！

宣传语：陈慧琳告诉您:全场五折还包邮！

活动时间：2024.11.11凌晨一点至24点。

四，活动分析：

目前我们店铺共79款商品，其中55款是出厂价的2.5倍，22款式出厂价的2倍，2个特价款是出厂价的1.76倍。五折后只有两个特价款会亏损，但是特价款图片效果很差，基本不会带来销量。所以预计“双十一”五折活动只会有不超过5%的佣金亏损。

预计“双十一”当天10亿的成交，80%的销量集中在20%的大店铺，我们属于80%的中小店铺范畴，共同分担剩余的2亿成交，平均到每个店铺基本成交在5000元。我们的目标是达到平均值5000元。

五，团队配合：

美工：设计以“双十一”为主题的首页，以及活动广告图片。

文案：提炼活动广告宣传语。

推广：删除搭配减价以及删除第三方打折软件设置的折扣，互联网上关于泰丰家纺的网页做好回帖和店铺双十一活动宣传。

客服：做好活动内容细节解释的快捷回复语。修改部分商品价格，发货员：备货以及快递公司提前联系准备。

**第五篇：双十一总结**

双十一总结

双十一是电商行业最大的节日，对于我们菜鸟物流也是一件非常重要的事情，主要表现在货物单量的增加上，为了更好的做好双十一运营，以最快的速度把货物安全送到客户手中是我们的宗旨，下面我就今年的双十一运营情况做一个反思总结。

一、准备工作一定要做实、做细，包括备用场地、备用车辆、备用人员、备用电脑、备用扫描枪等，一定要落实到位，责任到人。备用车辆一定要选择合法的无发生过交通事故的车辆提前做好车辆的检查工作。对备用人员一定要提前做好培训，上手就能用，司机一定要有相应的驾驶执照。其他备用设备都要做的能正常使用的情况。我这里有一个司机当时已经谈好做备用司机，也进行过培训，可是双十一的时候他家中有事突然来不了，当时很着急，只能临时又找的司机，所以我觉得在人员备用这方面平时可以多储备几个，最好能随叫随到，这样就不会耽误我们的正常工作。

二、双十一的工作量大，在收、验包裹时一定要仔细，尤其是一些包装大的，易破损的物品一定要做到开箱验货，没有发现异常的情况再做签收，有一些液体的比如洗衣液、洗头膏之类一定要仔细查验，有时候当时看到没问题，送到合伙人手里才发现液体渗漏出来了，这样的弄的责任不明确了。我就遇到过这种情况，当时想着一个小包装不可能破损的，可是过了半天洗衣液渗漏出来了，最后只能自己掏钱买下了。

三、在货物分拣配送中一定要准确、仔细，因为一件货找不到再把所有仓库里的货全部查一遍也是经常有的事，这样做太浪费时间，影响到出库时间和送至合伙人处时间，太晚了还会影响签收率，所以，平时多认真一点就会给后面的工作省下很多的事情。

四、在指标考核方面T日入库率是我的硬伤，我这里的件本来就少，只要每天有一两单不是当天到货的就会不达标，为了这个指标我想了很多办法也不管用，因为一段物流他们也不是故意不送的，有时候他们也是事情太多给漏掉了。后来实在没办法，我就每天关门前再开车去各家快递公司跑一遍，问问有没有遗留下的快件，自己上门取回来，这样每天都得专门有个人去做这个工作也得一两个小时，及时这样做还偶尔还有遗漏的，真是难啊。除了T日入库率这个指标，其他的我们都能按指标完成。

五、对于人员的管理和县仓的管理方面，完全按照县仓标准化建设来做，基本都能符合菜鸟的要求。

六、提点建议，一是非线下收3元的问题，能不能在线上完成，这个合伙人基本都不愿意支付，而且合伙人问客户也不好要，还导致客户的流失；二是合伙人的异常件（换货、商家补货等）不能入库，咱们给合伙人全部送下去了，可是过段时间合伙人说是没有收到，这个事情就说不清了，闹不好还得自己买单。咱们系统能不能增加一个异常件功能，手工把这个订单输入系统，可以不算单量，但是能体现在出库单上，到时候合伙人签收单上签字，这样就可以避免了说不清的情况了。三是系统应该增加拦截功能，合伙人有拒收的件，入库时系统自动提醒，因为每天量大签收了以后就不好再给快递拒收回去了。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！