# 最新电商新年工作计划(7篇)

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-09-12

*电商新年工作计划一1、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...*

**电商新年工作计划一**

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资料要求，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!

**电商新年工作计划二**

一、人员确定及职责：

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。后期根据销售情况适当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。

推广：负责不定期策划淘宝商城营销活动；负责公司淘宝交易平台推广工作；策划并制定网络店铺及产品推广方案（包括淘宝推广、seo、论坛推广、博客营销、旺旺推广等）等营销工作；研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果；负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

二、引流工作五步走

第一步：

方法：宝贝上架，自然浏览和钻石展位观察宝贝受欢迎程度，进行初选流量级别：30--50uv

交易量：每天1单左右交易

策略：观察店铺流量情况，为下一步运作打好基础

第二步：

方法：分时段宝贝上架，获得基础流量。（建议宝贝200以上）

流量级别：100uv—300uv交易量：每天1—10单交易

策略：开源节流，一周左右集中流量打造1-3款爆款，销量10--20

第三步：

方法：直通车、淘宝活动（试用中心等）（日消耗50-100元)

流量级别：基础流量+（70uv—180uv）交易量：每天3—20单交易

策略：流量持续攀高，集中流量打造1-3款爆款，销量:30--60

第四步：

方法：直通车加大、钻石展位加大、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）。

流量级别：300uv—1000uv交易量：每天5—50单交易

策略：流量继续攀高，集中流量打造1-3款爆款、销量200--300

第五步：

方法：直通车、钻石展位、淘宝活动申报（天天特价、淘满意、聚划算等）

流量级别：500uv—20\_\_uv交易量：每天10—100单交易

策略：1-3个爆款基本成形，开始关联营销，会员营销，获得长尾流量

三、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x减x，满x+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！长期优化老顾客。同时保证好评率在98。5%以上

四、活动计划：

五、具体工作执行及目标

六、销售目标

**电商新年工作计划三**

1、明确电商运营都包含哪些

现在做电商运营，记住一点：传统电商+新媒体电商结合，熟练传统电商的操作，并掌握新媒体抖音商城运营 。电商运营是一个综合岗，不仅会电商推广(包括直通车，千川等推广工具)，也要会内容营销(包括小红书笔记，抖音短视频的制作)，同时还要有一定的品牌策划能力和视觉审美和摄影常识 。看着是不是很难，其实任何行业入门简单，做精很难!电商入门基础的运营工作大家都懂，如果学习力强，半年就可以做运营，但是真正懂得数据背后的决策能力，得需要大量的数据实操支撑的 。我的主页介绍了我从电商小白开始一路走来的经历，可以给你参考看下 。

2、现在的电商市场现状任何

电商的风口依旧是直播短视频，但是20\_\_年国家会对直播达人网红等进行严格的规范，包括依法纳税，坚决打击偷税漏税，最近薇娅雪梨等头部主播纷纷被爆，表达了决心，你想想啊，现在实体被电商直播打压的都干不下去了，国家肯定得扶持实体，所以不规范电商直播，就会出现更多的直播暴利!慢慢就滋生太多的不良风气!只薇娅偷税漏税就罚13亿，可见她一年要赚多少钱!!相比那些认真纳税交税，而且交的很多的企业，是不是太不公平了!所以风口还是不变，依旧坚挺!但是法律会更加规范它!说到短视频直播风口，当然还是抖音了，包括抖音账号和抖音小店一体 。

而且抖音已经开始图文测试，明显打压小红书平台，把后者的达人吸引到抖音平台创作，抖音不仅做了电商闭环，把传统电商打压到极致，下面又要从内容端把图文霸主—小红书也打压!这就是内容平台电商化!

这就是风口，千万要信!最近一直沉迷于知乎，哈哈，知乎上电商运营最近话题特别多的就是传统电商运营如何转型?说白了 就是抓紧转型新媒体，转型短视频直播电商 。

上面说了这么多，大家会问是不是传统电商就废了，别做了呢!想错了!!!听我细说

传统电商，如果做过的老手，完全上手抖音电商会非常容易，电商逻辑是相通的，只需要在抖音创作者学习中心学习短视频和直播知识(当然你做到总监级别可以熟练操作，一般公司团队抖音团队都是分工明确的，比如你去做抖商运营，那就先专注干这个岗位，其他的短视频策划，拍摄，制作以及直播的主播，主播，场控和直播运营都是分工明确的) 。另外就是利用你的传统电商的思维和知识架构，带着这种已有的知识框架去抖音电商学习中心，学习抖商相关的知识，重点是了解规则，千川还有体验分，和口碑分的相关知识!

传统电商领域内，如果你还是新手，那你完全可以直接转型到新媒体、抖商运营了 。因为你一张白纸，完全可以重新塑造!后面的操作就同理上面说的操作就可以了

3、做好电商运营应该具备哪些技能

①活动策划能力，具备的能力比较综合，举例做新鲜蛋糕甜品类目，如果是情人节七夕节活动，主题取名：“为爱保鲜”

②数据分析决策能力，店铺诊断，流量渠道分析，单品的老品和新品数据分别分析，通过后台数据分析下滑、上涨原因，总结梳理后，执行解决下滑的方案，或者上升的成功经验整理分享 。

③新媒体的运营能力，这也是电商运营的一部分，因为电商环境瞬息万变，电商人也要不断学习变化和升级自己，其中新媒体就是一个很好的例证 。当图文种草、短视频拍摄和直播带货成为新的趋势后，新媒体运营就成为了电商运营者必须具备的一项新技能 。追热点，懂用户，会创意成为了更多电商运营转型的三把尖刀!这也是知乎问答里面经常被提到的“电商运营如何转型”话题 。

④品牌营销能力，也是一个在任何行业都要具备的能力 。之前文章中也提到了品牌定位的四步法，但是真正理解品牌营销，是需要自己不断在工作中举一反三，实操得真知的 。

⑤vi视觉审美能力，这个点可以和品牌营销挂钩，

⑥人人都是产品经理的 思维模式 。最关心产品的电商运营，可能每天第一件事情就是看评价!!中差评的分析整理汇总，包括好评的分析 。和客服的沟通，都是对产品最直观的熟悉了解 。评价问大家的实时每天维护;新品运营提升 达到5星满分

**电商新年工作计划四**

一、电商平台上线推广

目前我们只有京东商城、淘宝商城、名品汇、微店等4个电商平台刚刚完成建设。其中亚马逊商城我们的合同日期已经到了。所以，我建议申请天猫商城做为我们开店的另一个接口。

天猫商城

揭由旺已经在申请了，估计一个月的时间所有手续就可以成功。我们就可以付保证金，然后我们开始店铺装修。预计年后3月中旬我们正式开始正式上线做活动，养店铺数据。

京东商城

京东商城我们目前产品详情页预计在1月30日内完成。以后我们所有平台的产品都按照京东产品做为标准上传。

京东目前流量每天保持300人左右。历史最高纪录月访问量4747人，成单82件。由于我们目前产品链条单一性，其中主线产品没有明显的促销力度。活动产品也没有较好的政策。

虽然，我们几次大的活动都及时上线了。但是还是暴露出我们明显人力配置方面太少，电脑配置跟不上我们做图的需求。时间又太赶等诸多因素。

团购方面：我们因为，没有好的店铺数据所以无法参加京东的活动，同时前期我们的刷单也属于没有为店铺做好引流工作，只是徒增了销售数据。

商务舱方面：由于对方公司对我们的产品并不是很了解，所以在关键词搜索方面和展现方面做的不够精准。同时没有掌控好促销的时间段。单价消费过高，整体预算不足。

在此关于京东商城，我们就不过多做详细的分析了。我建议\_\_年京东商城，优化产品的关键词。多做几款爆款产品，并在外部引流方面增加促销力度。丰富我们的主流产品。其中增加白酒的数量，因为目前白酒才有5款。

淘宝商城

淘宝商城，从开店至今，一直因为多种原因。所以我们店铺没有稳定的流量，甚至没有长期的客户进行二次购买。

\_\_年我建议淘宝商城设置专职店长，进行线上维护。因为淘宝的.门槛很低，没有太多手续方面的限制。所以，我建议我们把一些名品，例如：茅台、五粮液、国窖等名品也都可以拿到线上进行线上促销。

外部引流方面，我已经做好了详细账号和密码。方便店长的操作。

微店、名品汇

微店、名品汇这是属于手机端的促销店面。其中名品汇我们的店铺已经装修完毕。

\_\_年建议名品汇和微店增加推广力度，活动促销。做好线上线下相结合。力求线上做成品牌，线下也做成品牌。

线上我们通过网络推广，利用网络产品推广名品汇。增加其曝光率提高线上粉丝量。店铺本身做好日常活动促销，产品上架。从而有销量，做出名品世家特色020另一服务品牌。

二、电商平台年度销售任务150万

我一直很欣赏一句话，厚积薄发，我相信我们名品世家就是这样一个团队。

\_\_年我们的全平台任务是150万。虽然种种因素我们看来150万还只是梦想。

但是没有梦想的人是没有希望的人。没有梦想的团队，毕竟不能走的很远。所以，\_\_年我们给全体团队定下150万的销售目标。希望领导同志和全体同仁我们相互配合，不计荣辱。把名品世家当做我们终身奋斗的目标努力努力再努力。

三、公司相关产品网络推广例如(葡萄园)

我们公司是一个综合性的发展型公司，我们的领导者高瞻远瞩，是一个有智慧、有超静界的人。所以，我们公司未来会有很多主营项目。葡萄园就是我们\_\_年发展的新项目之一。

\_\_年我将结合自己的网络推广的优势，配合公司的企业发展。利用网络的曝光率推广我们公司旗下的项目。为我们公司在新项目上多做些贡献，多带来些好的经济收益。

四、q酒、手机店铺、微商城功能完善并上线推广

我们的q酒商城pc端、手机端都还没有建设完善，甚至没有上线运营。 \_\_年我建议，我们应该在pc端和手机端有新的方向和发展目标。如果我们立足于发展自己特有商城，我将和同事们一起配合王总(王洪娟)的工作把我们的q酒商城建设好，并争取上线。

微商城是我们公司今年又一个新的电商举措。我会配合王总(王洪娟)争取把微商城建设和运营好。做出有名品世家特色的服务品牌。

五、跨界合作

跨界合作，是我们整合资源，拓展资金流，共同进步一个很好主流方向。对我们\_\_年名品世家在新三板上市有很好开拓性的帮助。

\_\_年，我将利用我自身在电商行业所认识的相关企业进行引荐对接。我们以保证金和提点的方式互相引流，相互合作，互帮互助。

六、人员建设

由于我们公司是多平台，多项目的公司所以我希望2120\_\_年我们能增加新的人员进入我们的公司。壮大我们的电商团队。为我们公司的电商发展多进一些人才。人员建设如下：

运营12人

\_\_年，我们有很多同事实习后会相继离开工作岗位，回到学校当中。所以我们需要新的电商人才来运营我们的电商平台。

程序员1-2人

\_\_年我们的q酒商城和微商城都需要这样人才来建设我们的网站。我们都知道建设一个q酒商城和手机app端需要很专业的人才来完成我们的工作 。微商城也同样需要这样的人才。

网络推广1-2人

我们毕竟不是纯电商公司，我们电商平台是为了线下门店做为服务的一个窗口。所以，我们在促销费用上和力求专业度方面我们都不可能投入巨大的精力和经济消费。

而我们公司的发展有很多的新项目，电商平台也需要巨大的流量。所以我建议出于对葡萄园和名品汇等主要项目的考虑。还有希望能有销量的可能。

\_\_年我们招聘一到两名有经验的网络推广。因为一个人的精力是有限的，就算有合理的时间去分配。但是网络推广是需要一个长期的积累和专注的精力。

七、总结

\_\_年名品世家是发展的一年，也是开拓的一年。\_\_年我们充满了期待，\_\_年我们渴望进取。\_\_年名品世家必然电商平台全部上线运营，\_\_年我们毕竟成为专属酒行业o2o先驱者。

我们将在王总(王洪娟)和全体同仁共同努力下，为\_\_年名品世家的上市。贡献我们的一份力量。

**电商新年工作计划五**

一、电商平台上线推广

目前我们公司只有京东商城、淘宝商城、名品汇、微店等4个电商平台刚刚完成建设。其中亚马逊商城我们公司的合同日期已经到了。所以，我建议申请天猫商城做为我们公司开店的另一个接口。

天猫商城:

揭由旺已经在申请了，估计一个月的时间所有手续就可以成功。我们公司就可以付保证金，然后我们公司开始店铺装修。预计年后3月中旬我们公司正式开始正式上线做活动，养店铺数据。

京东商城:

京东商城我们公司目前产品详情页预计在1月30日内完成。以后我们公司所有平台的产品都按照京东产品做为标准上传。

京东目前流量每天保持300人左右。历史最高纪录月访问量4747人，成单82件。由于我们公司目前产品链条单一性，其中主线产品没有明显的促销力度。活动产品也没有较好的政策。

虽然，我们公司几次大的活动都及时上线了。但是还是暴露出我们公司明显人力配置方面太少，电脑配置跟不上我们公司做图的需求。时间又太赶等诸多因素。

团购方面：我们公司因为，没有好的店铺数据所以无法参加京东的活动，同时前期我们公司的刷单也属于没有为店铺做好引流工作，只是徒增了销售数据。

商务舱方面：由于对方公司对我们公司的产品并不是很了解，所以在关键词搜索方面和展现方面做的不够精准。同时没有掌控好促销的时间段。单价消费过高，整体预算不足。

在此关于京东商城，我们公司就不过多做详细的分析了。我建议\_\_年京东商城，优化产品的关键词。多做几款爆款产品，并在外部引流方面增加促销力度。丰富我们公司的主流产品。其中增加白酒的数量，因为目前白酒才有5款。

淘宝商城:

淘宝商城，从开店至今，一直因为多种原因。所以我们公司店铺没有稳定的流量，甚至没有长期的客户进行二次购买。

\_\_年我建议淘宝商城设置专职店长，进行线上维护。因为淘宝的门槛很低，没有太多手续方面的限制。所以，我建议我们公司把一些名品，例如：茅台、五粮液、国窖等名品也都可以拿到线上进行线上促销。

外部引流方面，我已经做好了详细账号和密码。方便店长的操作。

微店、名品汇:

微店、名品汇这是属于手机端的促销店面。其中名品汇我们公司的店铺已经装修完毕。

\_\_年建议名品汇和微店增加推广力度，活动促销。做好线上线下相结合。力求线上做成品牌，线下也做成品牌。

线上我们公司通过网络推广，利用网络产品推广名品汇。增加其曝光率提高线上粉丝量。店铺本身做好日常活动促销，产品上架。从而有销量，做出名品世家特色020另一服务品牌。

二、电商平台年度销售任务150万

我一直很欣赏一句话，厚积薄发，我相信我们公司名品世家就是这样一个团队。

\_\_年我们公司的全平台任务是150万。虽然种种因素我们公司看来150万还只是梦想。

但是没有梦想的人是没有希望的人。没有梦想的团队，毕竟不能走的很远。所以，\_\_年我们公司给全体团队定下150万的销售目标。希望领导同志和全体同仁我们公司相互配合，不计荣辱。把名品世家当做我们公司终身奋斗的目标努力努力再努力。

三、公司相关产品网络推广例如(葡萄园)

我们公司公司是一个综合性的发展型公司，我们公司的领导者高瞻远瞩，是一个有智慧、有超静界的人。所以，我们公司公司未来会有很多主营项目。葡萄园就是我们公司\_\_年发展的新项目之一。

\_\_年我将结合自己的网络推广的优势，配合公司的企业发展。利用网络的曝光率推广我们公司公司旗下的项目。为我们公司公司在新项目上多做些贡献，多带来些好的经济收益。

四、q酒、手机店铺、微商城功能完善并上线推广

我们公司的q酒商城pc端、手机端都还没有建设完善，甚至没有上线运营。\_\_年我建议，我们公司应该在pc端和手机端有新的方向和发展目标。如果我们公司立足于发展自己特有商城，我将和同事们一起配合王总(王洪娟)的工作把我们公司的q酒商城建设好，并争取上线。

微商城是我们公司公司今年又一个新的电商举措。我会配合王总(王洪娟)争取把微商城建设和运营好。做出有名品世家特色的服务品牌。

五、跨界合作

跨界合作，是我们公司整合资源，拓展资金流，共同进步一个很好主流方向。对我们公司\_\_年名品世家在新三板上市有很好开拓性的帮助。

\_\_年，我将利用我自身在电商行业所认识的相关企业进行引荐对接。我们公司以保证金和提点的方式互相引流，相互合作，互帮互助。

六、人员建设

由于我们公司公司是多平台，多项目的公司所以我希望2105年我们公司能增加新的人员进入我们公司的公司。壮大我们公司的电商团队。为我们公司公司的电商发展多进一些人才。人员建设如下：

运营12人:

\_\_年，我们公司有很多同事实习后会相继离开工作岗位，回到学校当中。所以我们公司需要新的电商人才来运营我们公司的电商平台。

程序员1-2人:

\_\_年我们公司的q酒商城和微商城都需要这样人才来建设我们公司的网站。我们公司都知道建设一个q酒商城和手机app端需要很专业的人才来完成我们公司的工作。微商城也同样需要这样的人才。

网络推广1-2人:

我们公司毕竟不是纯电商公司，我们公司电商平台是为了线下门店做为服务的一个窗口。所以，我们公司在促销费用上和力求专业度方面我们公司都不可能投入巨大的精力和经济消费。

而我们公司公司的发展有很多的新项目，电商平台也需要巨大的流量。所以我建议出于对葡萄园和名品汇等主要项目的考虑。还有希望能有销量的可能。

\_\_年我们公司招聘一到两名有经验的网络推广。因为一个人的精力是有限的，就算有合理的时间去分配。但是网络推广是需要一个长期的积累和专注的精力。

七、总结

20\_\_年名品世家是发展的一年，也是开拓的一年。\_\_年我们公司充满了期待，\_\_年我们公司渴望进取。\_\_年名品世家必然电商平台全部上线运营，\_\_年我们公司毕竟成为专属酒行业o2o先驱者。

我们公司将在王总(王洪娟)和全体同仁共同努力下，为\_\_年名品世家的上市。贡献我们公司的一份力量。

**电商新年工作计划六**

一.人员确定及职责：

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。后期根据销售情况适当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。

推广：负责不定期策划淘宝商城营销活动;负责公司淘宝交易平台推广工作;策划并制定网络店铺及产品推广方案(包括淘宝推广、seo、论坛推广、博客营销、旺旺推广等)等营销工作;研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议;对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果;负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

二、引流工作五步走

第一步：

方法 ： 宝贝上架，自然浏览观察宝贝受欢迎程度，进行初选 流量级别 ： 30--50uv

交易量 ：每天1单左右交易

策略：观察店铺流量情况，为下一步运作打好基础

第二步：

方法：分时段宝贝上架，获得基础流量。(建议宝贝200以上) 流量级别 ：100uv—300uv 交易量 ：每天1—10单交易

策略：开源节流，一周左右集中流量打造1-3款爆款，销量10--20

第三步：

方法：直通车、淘宝活动(试用中心等)(日消耗50-100元) 流量级别：基础流量+(70uv—180uv) 交易量：每天3—20单交易

策略：流量持续攀高，集中流量打造1-3款爆款，销量:30--60

第四步：

方法：直通车加大、钻石展位加大、淘宝活动申报(天天特价、淘满意、聚划算等)。 流量级别：300uv—1000uv 交易量：每天5—50单交易

策略：流量继续攀高，集中流量打造1-3款爆款、销量200--300

第五步：

方法：直通车、钻石展位、淘宝活动申报(天天特价、淘满意、聚划算等)

流量级别：500uv—20\_\_uv 交易量：每天10—100单交易

策略：1-3个爆款基本成形，开始关联营销，会员营销，获得长尾流量。

三、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!长期优化老顾客。同时保证好评率在98.5%以上

四、活动计划：

五、具体工作执行及目标

六、销售目标

备注：天猫专卖店因没有销售数据不好做销售业绩预测。

**电商新年工作计划七**

20\_\_年是电商部规范发展年，重组部门团队进行老店新来，摆脱线下产品束缚，重新规划网络销售产品。重心以销售产品为主，进行集中网销平台销售。以天猫店为核心销售平台，全力运营天猫店。京东店可考虑关闭或只销售和实体店一样的产品，与天猫店所销售的产品完全区分开来。在网络款未上架前，主要对原有仓库产品重新进行组合包装和设计上架销售，以促销为主保本清仓。

20\_\_年主要工作内容主要涉及以下各方面：

1、团队组成

前期基本组成：运营主管1名，页面设计1-2名(高级美工1名)，营销推广专员2名，刷单专员1名，客服2名。

中后期：根据店铺发展规模逐步增加岗位与人数。

2、产品定位

新产品：风格、面向人群、价位区间、产品卖点、产品编号与属性等。库存产品：价格调整与寻找卖点重新整体包装促销。

运营主管带头，参考天猫同类目竞争对手产品并结合自身产品特点与团队研究一起决定产品定位。

3、网店整改

店铺模板、首页、产品列表页、产品详情页、文案策划、产品拍摄等。

大幅提升店铺视觉效果，提高浏览转化，由运营主管、页面设计、策划、负责编辑的同事合作完成，重做装修店铺。

4、促销方案

日常促销方案与大型促销如聚划算促销方案。新品上市促销方案、库存产品促销方案。由运营主管、营销推广制定并与部门其他同事研讨，参考大家意见。

5、营销推广方案

主要营销推广以稳定刷单任务+活动营销推广。辅助以日常营销推广方案包含直通车营销推广、淘宝客。新品上市、销售旺季、大型促销节日如增加钻展营销推广、聚划算。

前期营销推广方式如果人员不足暂时由运营主管操作，后期招聘营销推广专员。淘宝客佣金比例由运营主管提交公司决定。

营销推广中用到的图片等由运营主管提出与页面设计完成。

6、营销推广费用

前期：每个月营销推广费用平均2到5万，包含直通车营销推广、钻石展位、其他营销推广费用。每年上聚划算两次，双十一1次，其他根据销售旺季、新品上市等择机上一次。

7、服务

售前服务、售后服务。

后期招聘资深客服人员，主要负责客服培训，天猫规则培训、日常客服团队工作等，客服主管直接对运营主管负责。

8、奖励制度

前期以奖为主，后期随着店铺销量增加，奖惩结合。由公司制定奖励制度并部门讨论参考意见，发挥每个人的优点和主动性，激励整个团队为了实现销售目标一起努力。

9、具体工作内容以及完成时间

10、运营全年工作规划

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！