

电商工作计划和目标模板19篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/147260.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

电商工作计划和目标篇一

电子商务平台团体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产品。
- 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。

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的电子商务平台。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，会给你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，基本定义为产品宣传网站。

- 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顾客提供商品信息, 方便顾客购物.
- 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, 顾客通过购物车, 还可以修改商品数目、退回某商品或全部商品.
- 4、顾客服务中心. 为顾客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顾客关心的信息.
- 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. 顾客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, 记录顾客在浏览网站或购物之后, 对网站内容、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、热搜电子商务网站规划计划报告等的意见. 通过留言簿, 一方面可以了解顾客需求, 改进服务, 丰富商品种类; 另一方面通过答复, 让顾客了解商场提供的服务, 增加顾客对网站的信任度.
- 8、电子邮件. 在网站的每个页面上提供相应管理员的电子信箱, 使顾客在访问每一页面时, 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顾客.
- 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。

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、操作软件系统(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。

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——顾客关注——顾客下单——到两个产品库存管理协调——财务结算——产品送货——顾客售后服务，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。

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)来归集线下顾客资源到线上，通过便民服务和商品活动来吸引顾客关注公司电商和手机顾客端，增加两个系统的顾客点击量和会员注册，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。

电商工作计划和目标篇二

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：

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。

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。

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，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。

电商工作计划和目标篇三

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。

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。

（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。

（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。

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。

（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。

电商工作计划和目标篇四

使学生从整体上了解电子商务研究的基本内容，认识电子商务的发展趋势、电子商务运作的社会环境和技术环境，掌握电子商务的基本理论、电子商务信息的收集与整理方法、网络营销策略与促销方法，掌握电子支付的理论与流程、网络交易安全基本思路与方法、物流基本原理等内容。通过本课程的学习，应当使学生树立牢固的专业思想，坚信电子商务代表着未来商务活动的发展方向，并通过相关实验培养学生独立从事电子商务活动的综合能力。

- 1、知道电子商务这门课程的性质、地位和存在价值。知道这门学科的研究范围、学习目的、体系结构、历史沿革及未来发展趋势。
- 2、理解这门学科的基本原理、基本概念、基本方法和基本技能。
- 3、掌握各种方法在实际工作中的运用。
- 4、学会利用所学的方法、原理、概念、技能实际进行实际操作，处理一些基本的业务，提高学生分析问题，解决问题的能力。

1、本课程以管理视角展现给学生一个完整、系统的电子商务知识体系，体现商务应用，强调商业模式分析，学生通过本课程的学习，能够将企业电子商务模式介绍给用户，并将用户需求转化为企业电子商务模式。

2、强调案例教学，创新性地运用“五大模式”对电子商务案例进行系统、全面地分析，并将案例分析与讨论纳入课内实践教学。

3、强调创新意识和创业意识，鼓励学生创新电子商务商业模式，鼓励学生创业。

课堂讲授为主，48课时中，讲课28学时，实验16学时，课堂讨论2学时，习题2学时，复习机动2学时。

本课程全部采用多媒体教学，充分利用动画、录像、软件等资源，让学生身临其境，使学生易于接受。

电商工作计划和目标篇五

- 1、店铺自检：每天查看店铺提醒区，及时处理投诉维权举报等，确保店铺无违规隐患。
- 2、活动报名：争取活动资源，查看活动群，后台报名活动，以及活动跟进等。
- 4、页面查看：检查店铺首页，确保店铺装修，活动，折扣，分类，图片，描述，搭配，链接等都正常。
- 5、宝贝库存：确保宝贝数量库存等正常，重复铺货的宝贝自检好，对于过季的和30天无销量的宝贝可以下架。
- 6、广告推广：各店铺的分工不同，做好相关的推广工作，比如拍拍店铺运营需做好直通车推广。

的中差评，评分低的一定要一条条的查找差评原因。对于相似的差评问题想办法解决掉或者反馈给上级。

8、活动分析：每次活动完了之后，需要和上级反馈一下活动效果，同时找出做的不足的地方，加以改进。

9、熟悉规则：了解和学习各平台的最新规则以及相关的工具，对于最新的公告需做相应的调整以及培训给相关人员。

10、提出方案：对于店铺在不同时期的发展方向提出发展策略，能够独立完成店铺活动的策划和执行。比如：提升店铺dsr，好评率，提升客服服务，提升买家售后服务体验等的切实可行的方案。

这点可以不用看的，因为品类的规划我们是老k负责的，需要报名活动宝贝可以问他就可以了。

但作为一个运营，你也可以看看，在我们服装行业里。一款宝贝是有新生期、成长期、爆款期、稳定期、衰退期。这几个状态的。

而这几个时间段当中宝贝必然是有的规律、有节奏的，除了和季节以及流行相关之外。反应到数据上来说就是“流量周期性变化”。

一般是以周为时间段，按照类目排序，就能寻找到有价值的单品。打开量子，销售分析—宝贝销售排行。

比如，在裤子类目中寻找，在量子里一周宝贝页浏览量大于一定的平均水平，而且转化率排前，跳失率较低的。可以拿来主推。好吧，我的截图只给你看数据在哪里，没什么参考意义，因为已经是爆款了。

但，要注意有些单品在某一个流量级别会有高转化率，这是应为长尾的因素，或者在店铺首页占据了有利的位置，并非这款产品真的会受欢迎。所以数据需要找一个较长时间段（一周左右），uv量在一定水平上（3000uv以上），转化率较高（3.%以上）。看自己店铺的平均数据好了。

店铺的宝贝大致分为三类：

1、引流款一般款式较为大众，转换不错，评价也非常的好，但利润较低，可以持续引进流量的。

2、推广款也就是利润款，不断货，并且利润较高，可以着重点宝贝，爆款，不管是活动或者直通车，都是最大程度的引进流量，但必须图片优化到极致，提高转换率。才能最大程度的带来利润和流量。

3、形象款卖不了多少件，但也不能缺少的款，否则sku单调。

详情页的描述优化其实远比店铺装修更为重要。

因为进我们店铺的买家，基本都是从单品进店，有了兴趣再去首页的。

量子里有个很好的功能，就是装修分析—装修热力图，还有装修趋势。

在这里你可以清晰的看到，美工水平，以及每次更换新的装修或者海报图的效果等。

我们不会做图，但平常要经常看广告位的广告图，还有淘宝上经常有一些点击率较好的图片分享，对于自己看图是有一定的帮助的。

在买家的思维里，买东西不是为了买便宜，而是为了占便宜。

营销活动大致分为以下的思路：

- 1、参加平台的各种促销活动，需要关注平台活动。
- 2、策划店铺内的创意各种主题活动。

常规营销活动：比如常年满多少包邮之类的，收藏送红包，送优惠券之类的店铺活动。

主题系列活动：例如周末购，每周秒杀，新品抢先购之类。通过第一季，第二季，第三季这样的持续形式来促使新用户的回头，老用户的积累。相当于每周给客户一点盼头。

3、节点促销活动：例如情人节，感恩节，国庆节，暑假等等，都可以包装成活动。活动形式灵活多变，满减，满送等。噱头促销活动：比如说冲冠特价，掌柜搬家清仓等等。

- 5、直通车，钻展等付费广告。

这几种促销活动相互联系，并且下面又有很多种形式，这些手段也可以组合使用。

电商工作计划和目标篇六

1、销售工作目标要有好业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把产品知识与淘宝客服技能相结合运用。

2、心理定位要好，明白自己的工作性质，对待客户的态度要好，具备良好的沟通能力，有一定的谈判能力。

3、要非常熟悉本店的'宝贝'，这样才能很好地跟顾客交流，回答顾客的问题。

4、勤快、细心，养成做笔记的习惯。

5、对网店的经营管理各个环节要清楚(宝贝编辑，下架，图片美化，店铺装修，物流等)。

6、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，节日可以送上祝福。

7、在拥有老客户的同时还要不断的通过各种渠道开发新客户。

- 1、要做事先做人，踏实做人踏实做事，对工作负责，每天进步一点点。
- 2、和同事有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。
- 3、执行力，增强按质按量地完成工作任务的能力。
- 4、养成勤于学习、善于思考的良好习惯。
- 5、自信也是非常重要的，拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

目标调整的原则：坚持大的方向不变，适当改变小的方向。

最后，计划固然好，但更重要的，在于其具体实践并取得成效。任何目标，只说不做到头来都会是一场空。然而，现实是未知多变的，写出的目标计划随时都可能遭遇问题，要求有清醒的头脑。其实，每个人心中都有一座山峰，雕刻着理想、信念、追求、抱负;每个人心中都有一片森林，承载着收获、芬芳、失意、磨砺。一个人，若要获得成功，必须拿出勇气，付出努力、拼搏、奋斗。成功，不相信眼泪;成功，不相信颓废;成功不相信幻影，未来，要靠自己去打拼!

有人说过：“上帝关闭了所有的门，他会给您留一扇窗。”

我们曾经失败，我们曾经痛苦，我们曾经迷惘，我们曾经羡慕……最重要的，我一直在奋斗。

电商工作计划和目标篇七

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xx为我提供了一次发展的机会。步入xx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xx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“xx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:

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：

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。

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，寻找新的供应商）。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锻炼。

年采购部进一步加强了对供应商管理，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。

根据企业管理层的最新思维，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xx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。

年采购部进一步加强了对材料、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，建立采供部材料、设备信息库，以备随时查阅、对比。涉及到需付模具费的，需签订《模具使用合同》。

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，保证了对材料、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。

电商工作计划和目标篇八

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，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。

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。

- 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。

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。

电商述职报告三篇。

跨境电商开题报告范文。

电商管理求职个人简历。

电商网站宣传广告语。

电商工作计划和目标篇九

一. 关于店铺运营：

1.运营要点：产品质量在消费者心中无形建立一种信任，产品的质量是关键，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，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、成熟期三个阶段，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三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，以免出现客人的投诉等情况，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的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，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!

电商工作计划和目标篇十

xx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：

- 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。

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。

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。

- 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。

- 1.在xx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

电商工作计划和目标篇十一

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。

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。

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。

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。

1.在xx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

3.网站建设、办公自动化软件、邮箱系统、客户管理系统的建设

4.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。

5.网站完成以后，实施网站推广项目。

6.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。

7.客服热线系统

电商工作计划和目标篇十二

为了更好的推动xx市电子商务行业的信息交流和发展，实现政府与企业、企业与企业之间桥梁和纽带的作用。协助政府保证行业有序、规范的发展，为我市商业的繁荣和经济建设快速发展作出我们应有的贡献，特制定以下工作计划，请各位理事审议。

- 1、培养电商企业50家，确保成功30家，重点帮扶传统知名企业转型电子商务。
- 2、组织电商人才培养5场，培训人数300人以上。
- 3、组织企业招商3场，对接项目超10个以上。
- 4、组织中小企业电商发展高峰论坛。
- 5、组织开展青年电子商务创业创新大赛。
- 6、联合相关部门开展“20xx年度xx市十大电子商务明星企业”评选。
- 7、组织专家对会员单位进行诊断和创业帮扶。
- 8、组织理事单位到先进地市进行参观学习，以及参加各地组织电子商务高峰论坛。

主要工作思路：搭好协会平台 积极申请经费 会员内生价值 内联整合资源 外联接轨世界 社会经济双收具体措施。

（一）搭好协会平台，提高协会服务水平。

- 1、健全协会组织，建一流管理队伍，一流管理运营模式。鼓励各理事单位推荐管理人员参与协会运营。
- 2、加大宣传力度，建立协会网站、微站、易站，定期编辑协会动态，及时向各级领导汇报。同时，加强与各媒体的互惠合作，做到信息互通、资源共享。鼓励有能力会员单位可主动帮助协会建设网站、微站、易站。
- 3、做好会员服务，编印发行《xx市电子商务行业协会通讯录》，畅通会员内外联系与沟通，建立会员数据库，qq、微博、微信、短信平台。延伸宣传触角，加强互联交流，拓宽服务领域，提高服务效率。
- 4、帮助政府部门，推进xx市电子商务产业发展规划和促进电子商务发展举措宣贯，以及传递政府各种政策信息。
- 5、密切关注会员企业的发展状况，组织调研考察会员企业，针对会员企业成长发展过程中出现的问题进行诊断，并积极的协助会员企业解决问题，帮助协会成员，及时获取政府各种优惠政府。
- 6、定期组织各种沙龙活动，聚集人气，提高知名度。

（二）积极申请经费，落实人才孵化机制。

八大中心任务重要目标就是人才培养和企业孵化。为此，协会将积极主动向市政府相关部门申请30—50万经费，用于孵化电商企业和人才培养。

- 1、重点培养传统知名品牌企业转型为电商企业，特别是xx农林特产和重型加工生产企业，在国内有一定知名度，要加大扶持力度。各位理事可以积极推荐。
- 2、联合学校及相关部门开展青年学生通过电子商务进行创业帮扶计划，通过零门槛的方式，让青年学生低成本创业实践。
- 3、坚持多渠道培养和高起点引进并举，依托现有各类教育培训机构，拓展一批电子商务人才培养项目，多渠道强化电子商务继续教育及在职培训。20xx年将重点邀请有操作经验、有实力的淘宝大学老师进行定期免费培训，培训对象为会员的员工及社会上想参与电商经营的人员。同时，依托网络大学，每月定期组织会员参加网络培训机构举办的学习活动。打造电子商务高素质的队伍。

（三）发挥会员作用，内生价值增收节支。

目前协会会员已有80家，涉及生产企业、流通企业、平台企业、金融企业、支付企业、支撑服务企业等，会员之间就已经形成一条产业链，内部可产生较大价值，同时也可大大降低成本。

- 1、鼓励各会员，特别是支撑服务会员，提供相对优惠服务，给予电商企业提供一揽子的服务。比如：金融创新服务、网页装修服务、电商运营策划服务等，有意愿的企业可以在5月30日前提供具体方案，6月份将安排会员间的对接。
- 2、优化会员结构，重点吸收引进电子商务产业链上的企业（独立电商平台、网络平台技术支持、实业公司、金融单位、物流平台等企业）到协会中来，控制会员增加数量速度，坚持会员单位有进有出原则。
- 3、帮助做好项目对接，当前很多有实力企业想进入电子商务，但苦于找不到好电商项目投入。协会定期收集会员内或者社会上的好项目，通过项目招商方式，寻找投资商和运营商。

（四）内整各行资源，组织活动传递能量。

目前全社会都在关注电商企业发展，各行业都积极探索并加大资金投入。协会将发挥桥梁和纽带的作用，整合各行各业资源，多频次组织开展活动，传递正能量。

- 1、利用xx林博会影响力，以协会名义申请组织召开xx市中小企业电商发展高峰论坛，邀请了当下中国具有影响力的政府领导、经济学家和优秀企业家齐聚一堂，建言献策，深度探讨新形势下xx中小企业健康发展之道。
- 2、联合政府相关部门或青年创业基金开展青年电子商务创业创新大赛，激发广大青年通过创新实现创业的蓬勃热情，铺设有志青年实现创业理想的桥梁，搭建优秀青年施展创新才华的扶持平台，实现青年有为。
- 3、发挥xx当地著名电商成功企业的标杆作用，通过沙龙方式，邀请xx电商领军人物进行成功经

验分享和对当前xx电商发展探索。

（五） 外接电商专家，帮扶转型提升能力。

- 1、拟组织协会人员和理事单位参加20xx年中国电商大会、及福州、莆田、厦门、义乌组织各类电商大会活动，了解电子商务发展趋势，分析xx当前电子商务发展时机。并将大会的信息及时传递协会会员单位。
- 2、组织副会长以上单位参加国家商务部主办的电子商务发展的讲座和考察学习。
- 3、组织会员及特邀嘉宾参观考察福州、泉州、厦门等地著名电子商务。
- 4、组织国内外的知名专家对有需要会员单位进行诊断，指导企业发展方向和制定提升企业的措施。

（六） 主动对接政府，实现社会和经济效益双丰收

- 1、配合政府相关部门对xx市电子商务企业进行评比、表彰和奖励政策的落实。计划开展20xx年度xx市十大电子商务明星企业 ” 评选活动。
- 2、为xx市政府大力发展电子商务科技园做好招商引资的桥梁和帮助外地电商落地，并产生效益。
- 3、主动参与淘宝特色xx馆建设，帮助特色馆的宣传和招商项目推荐。
- 4、积极的向外界推荐和展示协会会员企业中优秀的企业，组织参与各类会展和评比，树立xx电商品牌企业形象。

总之，xx市电子商务行业协会将发挥协会桥梁和纽带作用，搭建政府与会员企业沟通的平台，及时传递最新的行业资讯，落实政府的相关帮扶政策，协调政府相关职能部门与会员企业之间的关系，对会员企业进行点对点的支持。依照国家和政府相关政策，争取市政府的政策支持和资金扶助。

电商工作计划和目标篇十三

20xx年，我们将坚持“稳中求进”主基调，统筹国内国际两种资源，不断扩大对外开放，深入拓展利用外资领域，促进社会消费持续增长，力争商务经济各项指标达到以下目标：保持外贸进出口平稳增长，实际利用外资7.2亿元，境外实际投资到位资金1000万美元，社会消费品零售总额230亿元、增长10%。

一是加强骨干企业调度督促。开展外贸企业进出口情况调研，摸清底子，对孚日、豪迈、新春油脂等骨干企业一月一调度，协调解决影响进出口工作中存在的困难和问题。

二是挖掘外贸增长潜力。推动有资质无实绩企业“开壶”，争取新增外贸实绩企业30家以上。积极推进高密市国际贸易中心发展，力争每年吸引市外贸易型企业回流入驻10家以上。

三是抓好国际市场开拓。深入推进“百展开拓”计划，组织50个以上企业参加广交会、巴西劳保展、美国拉斯维加斯汽配展等重点境内外展会，大力开拓“一带一路”沿线市场和自贸区市场以及俄罗斯、非洲、拉美等新兴市场。

四是加快发展外贸新业态。推进新型贸易方式，落实“互联网+外贸”行动计划，以晟绮港储公司为龙头，建设外贸综合服务平台和跨境电商综合服务平台，鼓励企业借助阿里国际通、敦煌网、易贝网等跨境电商平台扩大进出口规模。

五是积极扩大进口。利用国家进口贴息等优惠政策，鼓励豪迈集团、永和金属等企业扩大高端设备和关键零部件进口；推动孚日集团、锦昉棉业、新春油脂等企业加大棉花、棉纱、大豆等大宗商品进口。

六是加大政策服务力度。积极宣传、贯彻各级促外贸稳增长政策，尤其是我市出台的《关于促进外贸进出口稳定增长的十条意见》，落实展位费补贴、出口信保补助等扶持政策，切实为外贸企业减负助力。

一是深化高端合作。继续发挥孚日集团、豪迈集团、科乐收金亿等龙头企业带动作用，推进传统优势企业与世界500强和行业领军企业合作，定点定向引进500强大项目和全球行业创新领军项目，引进外来资金和技术。

二是实施多渠道引进。创新利用外资方式，积极探索境内外上市、私募基金、融资租赁、创业投资等多种外资引进渠道，支持外资以并购、参股等形式参与企业发展，实施嫁接招商和零地招商。

三是鼓励现有外资企业增资扩股。对外资企业进行走访调研，推动清静食品、中意德精密铸造、科乐收金亿等企业继续增资扩股、利润再投资。

四是进一步优化外商投资企业服务环境。畅通大项目绿色通道，强化公共服务，确保重点项目及时落地，打造以规则为基础的投资环境，营造“零障碍、低成本、高效率”的服务环境。

五是不断深化外经合作。积极跟进国家“一带一路”战略，以锦昉棉业、豪迈科技、永和金属等企业为示范，支持纺织服装、劳保制鞋等富余产能境外转移，支持装备、技术、标准、服务走出去融入全球产业链，培育发展本土跨国经营企业。

一是推动社会消费增长。深入开展“满意消费惠万家”活动，大力发展品牌消费，扩大大众消费，推动传统消费方式转型升级。组织金孚隆、维客、潍坊百货等企业开展特色促销活动，应用微信、支付宝等新型支付方式，加大促销力度，激活消费潜力。依托餐饮协会，举办餐饮服务技能大赛及评比活动，提升餐饮业水平和档次。

二是加快电子商务发展。继续开展电子商务人才培训，加强对农业企业、农村四职干部、农村创业者的培训，为发展电子商务提供人力支撑。扶持壮大电商孵化中心、柏城电子商务创业园、中科智谷创业园等电子商务聚集区，健全园区配套服务，提升综合竞争力。助推阿里巴巴、京东等知名电商延伸网络，引导泰华食品、思美尔服饰等重点电商企业实施全方位营销，培育一批运营规范的电子商务、网络销售平台和企业。认真落实各级电商扶持政策，为我市电子商务发展创造良好发展环境。

三是加强市场运行监测，逐步增加监测企业与商品品类，更加全面、及时地把握市场信息，加大对再生资源回收、二手车市场、典当行业、单用途商业预付卡的管理力度，保障市场平稳有序发展。

四是促进物流业提档升级。加快晟绮、开发区临港、柴沟散货等物流园区建设，继续助推物流企业申报国家“a级”、省“ ”物流企业，实现规范化、标准化发展。

电商工作计划和目标篇十四

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：

- 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。

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。

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。

- 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。

- 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。

电商工作计划和目标篇十五

从了一年的淘宝客服，之前是负责市场销售的工作，后来转回从事淘宝这行业，就从此清晰了自己的人生目标，像我学历和资历不高的人来说，选择这行业是很明确的。同样作为一位客服，时不时也会和其他人都有一种枯燥和繁琐的感觉，身同感受，但每次能获得顾客们的服务质量认可和夸张时，前期有的那种枯燥和繁琐已经被转化为价值了。要做好一个合格或成功的客服要耐心、细心和团结，做到精学到精，相信会提升自身的价值。现在转学推广，同时也在负责这方面的工作，希望能与有经验者共同交流一下，以下是我在工作上的计划：

1、【接待】

真诚的面对每一位前来咨询的客户，用和善友好的态度及笑脸表情让顾客感受你的真诚。

对客户提出的问题要快速，准确地进行解答，尽量不让客户等太久，对自己不明白的问题，别妄下结论，要询问内部确定后再回答客户！也不可自大夸大产品功能等信，以免让顾客收到货后心里有落差。

2、【通知付款】建议a编写信息通知：“顾客你在我已下了订单^^，系统会为顾客你把订单保留3天的时间，建议顾客你方便时付下款呵，如有什么有问题可以随时联系我们在线的客服。”b电话通知：礼貌用语一定要到位，以免给误导成骚扰电话，先了解未付款的原因，然后再知道付款。可以适当地推介我们的品牌，一来巩固付款、二来加深对品牌印象。如“难得能光临我们家，很感谢您的支持，现在购买的价格是我们试营/特价价格，但我们质量也一样有保障的…”

3、【回访/留言】交易成功后的订单我是建议以旺旺编写针对性的一些留言，比如这次我们清仓：“顾客你，现在我们店铺清仓大活动中，3折起的优惠，除开特价以为，其他商品都是满100即减20的活动，欢迎顾客你来选购呵！”实在没有动静再采取其他措施：如老顾客电话回访！售后问题建议电话回访了解。还有每售出一件特价清仓的商品我会给一些温馨提示“先和顾客你说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给顾客你换的，但不宜退货的哦”尽量减少售后些工作。

4、【登记好友的信息】为更快捷完成订单和更贴心服务，凡是加为好友的客户们，我都会在好友的备注处或后台的订单登记顾客的信息：身高、体重和购买信息。“已加顾客你为好友了，顾客你的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为顾客你提供服务的，另外，可以在咨询中可以随便了解顾客平时穿哪家的品牌，分析的消费档次，以便推荐！”

5、【登记每天的日记】

a 遇到暂时缺货和新款上架需要通知的客户，建一个文档登记：id、需要通知的款号、码数等相关的信息，等来货后第一时间电话通知客户们选购，新款可以编写简洁语统一通知顾客们选购。

b 平时有需要跟踪的订单，如物流信息不明，或缺货没发而又联系不上已留言的。

6、【检查】

每天会计划在后天刷新一下，了解一下销售情况。及检查哪些需要转发其他快递，给顾客联系顾客或留言。

7、空闲时我会尽量去获取其他店铺的信息，尤其是些知名度的品牌。巩固一下自己对外以及对内的知识。

电商工作计划和目标篇十六

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。

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。

- 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、计算商品的数量和价。

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、顾客服务中心.为顾客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顾客关心的信息。

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,记录顾客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,一方面可以了解顾客需求,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.在网站的每个页面上提供相应管理员的电子信箱,使顾客在访问每一页面时,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顾客。

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。

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。

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——顾客关注——顾客

下单——到两个商品库存管理协调——财务结算——商品送货——顾客售后服务，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。

- 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)来归集线下顾客资源到线上，通过便民服务和商品活动来吸引顾客关注公司电商和手机顾客端，增加两个系统的顾客点击量和会员注册，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。

电商工作计划和目标篇十七

今年以来，我局认真贯彻落实电商进农村和电商扶贫工作部署，集聚和培育我县电子商务产业，优化电子商务发展环境，促进传统产业转型升级，充分发挥电子商务精准扶贫的积极作用，提升农产品商品化率，促进脱贫对象增加收入，带动本地经济加快发展，取得了显著成效。现总结如下：

20xx年电商进农村项目被列为市、县两级重点建设项目，我县通过大力发展电子商务，推动全县产业发展模式、经营方式、生产组织形势发生深刻变革，从而带动传统优势产业转型升级，促进产业集聚转移，以示范创建引领电商发展，效果显著，逐步形成电子商务发展“大众创业、万众创新”的良好格局。拥有国家级电商示范企业1家，省级电商示范企业2家，获批湖南省电子商务企业23家，其中湖南中南神箭竹木有限公司被评为国家级电子商务示范企业，湖南汇元板业有限公司被评为20xx年湖南省电子商务示范企业，植雅轩商贸有限公司获20xx年湖南省电子商务示范企业，湖南省农友农业装备股份有限公司获20xx年度跨境电子商务建设项目。新华网、光明网、人民网、凤凰网、新浪网、中国新闻网、湖南日报、新湖南网、红网、娄底日报、娄底晚报等主流媒体和xx网等本地新自媒体竞相报导xx县电商进农村示范工作情况和电商发展模式和做法，得到上级部门及社会各界的肯定与好评。

到目前为止，已建设1个占地1.5万平方米的电子商务示范基地(园区)，入驻阿里巴巴农村淘宝、惠民供销、邮政、随手购、厂家网等40多家电商平台企业，1个县级公共服务中心，1个淘宝特色馆，1个县级物流仓储配送中心。建成镇级电商服务站15个，村级电商服务站420个(其中扶贫服务站56个)，村级服务点覆盖率达80%;孵化企业网商320个，个人网商3000个;实际开展电子商务培训15660人次，直接或间接带动电商创业就业5.6万人，行政村宽带覆盖率95.92%，全年网络销售额预计突破15亿元。全县挖掘整理了永丰辣酱、青树淮山、锁石菜油、永丰香干、花门豆豉、荷叶腊肉、红薯粉丝、印塘茶油、软籽石榴等20多个优势产品进行网上销售。全县现有农民专业合作社400多家，家庭农场300余家，合作社社员达6.8万个;无公害蔬菜基地20多个;有20多个农产品通过中国绿色食品认证，20多个农产品商标。农产品上行方面也取得显著成效，“农产品进城”预计年销售额突破4600万元，帮助贫困村网销农产品预计全年突破530万元，帮助贫困户网销农产品预计全年突破450万元。

我县经过探索实践，全力推动“四进”，即电商进园、服务进村、品牌进网、思想进脑，促进了电子商务在农村的发展，为电子商务发展积累了宝贵经验，具体工作如下：

(一)强化顶层设计，加强组织保障

成立了县长任组长的县发展电子商务工作领导小组，在县商务粮食局专门设立了电子商务管理办公室，研究制定了《关于加快发展农村电子商务的实施意见》、《xx县电子商务发展扶持办法》、《xx县电商扶贫工作方案》和《20xx年xx县电商扶贫资金扶持办法》等相关政策措施，大力促进电子商务健康有序发展。

(二)培育网销产品，推进“电商扶贫”

我局按照湖南省商务厅、湖南省扶贫开发办公室下发的《关于做好20xx年我省推进电商扶贫专项行动有关工作的通知》(湘商电〔20xx〕20号)及电商扶贫考核细则的要求，我局按照县联合办和脱贫攻坚指挥部的部署安排，把发展电子商务与精准扶贫紧密结合，逐步提升农村产品商品化、标准化、规模化水平，带动本地特色农产品产供销和贫困人口脱贫致富，抓紧实施各项电商扶贫工作，取得显著成效。今年共整合网销农产品20个，建好26个贫困村电商扶贫服务站和16个扶贫示范网店，全年预计可实现“农产品进城”交易额4600万元，“工业品下乡”交易额1.84亿元。主要做好以下三个方面的工作：

1、精准对接扶贫对象，加快网销农产品整合与开发

一是加快贫困村电商服务点和扶贫示范网店建设。以全县106个建档立卡贫困村为重点对象，按上级文件要求规划新建26个贫困村村级电商服务站和16个扶贫示范网店，预计11月中旬即可全部建设到位。如永丰镇松坪村蒋盛良、花门镇春山村肖应全等通过建设村级扶贫电商服务站积极为贫困村做好线上代购代销及便民服务，年均收入突破3万元;如青树坪镇归古村陈富贵、花门镇石龙村赵向民等建档立卡贫困户通过系统培训后成功开办扶贫示范网店，月均网销额1万多元，年纯收入突破8000元，成功摘掉贫困户的帽子。

二是积极组织电商公共服务中心、飞腾公司、湘滇公司等电商平台和企业采集标准化农特产品、非标准化农产品和乡村旅游资源信息，建立农产品商品化信息库，在贫困村培育建立生产基地和小作坊式加工厂10多家，制定农产品生产(准)标准10多个，新注册商标2个，为50多个贫困村提供技术、信息、网上购销等服务。同时扶持灯塔米业、江园辣酱、巡胜淮山、水封坛豆豉等10多家有发展前景的种养大户、农民专业合作社和农副产品加工企业，扩大安全优质农产品生产规模，促进农产品商品化和网上销售，加速实现永丰辣酱、青树淮山、豆豉、蛋白桑、中药材(艾叶)等特色农产品的标准化、品牌化、规模化。

2、拓宽网络销售渠道，多模式开展“电商扶贫”

一是全面开展微(电)商扶贫培训和团队建设。由县商粮局、人社局和各乡镇、经开新区负责协调指导，组织了两家电商企业在15个乡镇和经开新区全年共培训1200多人(其中参训贫困户300多人)，涉及贫困村50多个，开设个人微店或网店1200多个，培育农特微商村级负责人200多人，挖掘整理辣酱、淮山、干笋、豆豉、红薯粉、荷结皮、土豆片、小鱼仔、木瓜丝等优质农产品20多种，注册“家湘宝”、“灵妹几”、“辣外婆”、“水封坛”等本地农产品商标近10个，预计全年可实现农产品销售额1000多万元，直接或间接带动贫困对象创业就业1000多人。并督促电商企业与新型农业经营主体、农产品加工企业全面对接融合，引导农民走微商向电商发展之路，做好贫困地区农产品的挖掘整理、宣传推广、线上销售等，带动农民通过电子商务渠道增加收入，逐步走上规范化轨道。如石牛乡树山村罗改乡、沙塘乡沙塘村贺登峰、井字镇长湾村胡岳杯等20多个贫困对象在电商公司的精心培育和指导下开办个人实名微店，成功蜕变为一名名副其实的农

产品销售“微商达人”，月均纯收入1000元以上，摘掉了贫困户的帽子。

电商工作计划和目标篇十八

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。

xx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。

京东商城我们目前产品详情页预计在x月xx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20xx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，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。

20xx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。

20xx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。

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。

20xx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，20xx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。

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20xx年发展的新项目之一。

20xx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。

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。20xx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x总的工作把我们的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。”

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20xx年名品世家在“新三板”上市有很好开拓性的帮助。

20xx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。

由于我们公司是多平台，多项目的公司所以我希望20xx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：

xx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。

xx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。

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。

20xx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。

20xx年名品世家是发展的一年，也是开拓的一年。20xx年我们充满了期待，20xx年我们渴望进取

。20xx年名品世家必然电商平台全部上线运营，20xx年我们毕竟成为专属酒行业o2o先驱者。

我们将在x总和全体同仁共同努力下，为20xx年名品世家的上市。贡献我们的一份力量。

电商工作计划和目标篇十九

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。

- 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；
- 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。
- 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。

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

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

- 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

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；
- 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

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；
- 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；

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanli/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发