# 2025年京东双十一活动方案双十一活动方案(8篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2025-06-11

*20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案一41日(如此流程最终可以较良好运行则会固定每月1日提报当月16日-月底的品牌团及首页普通团提报;每月16日提报下月1日-15日的品牌团及首页普通团提报)。所提报产品均需标注竞价费用及预估销售额。4竞...*

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案一**

41日(如此流程最终可以较良好运行则会固定每月1日提报当月16日-月底的品牌团及首页普通团提报;每月16日提报下月1日-15日的品牌团及首页普通团提报)。

所提报产品均需标注竞价费用及预估销售额。

4竞价资源位确认：

按竞价费用由高至低选取前六名品牌团陈列于团购频道首页前六的资源位。

若出现竞价费用相同情况，则对相同出价项目进行二次竞价，直至不同为止。

此时按竞价高低选择前六名。

5首页7-15位品牌团资源位确认：

剩余品牌团项目按预估销售额由高至低进行排序，选取前九位陈列于团购首页7-15位品牌团。

若预估销售额也相同，则由部门协商。

未入选首页品牌团项目被淘汰，不再有上线机会。

团购部发出品牌团确认名单。

7首页单品团购资源位确认：

提报的首页单品团购按照预估销售额由高至低取前15名作为团购频道首页陈列的单品项目。

若预估销售额相同，则由部门协商。

未入选首页单品团项目被淘汰，不再具有首页上线资格。

后期可提报为非首页单品团项目。

团购部发出首页单品团最终确认名单。

8确认项目签署协议(如协议签署流程耗时较长，而业务方可以确保参加团购活动并完成费用缴纳，可由相关部门总监邮件说明，先行进入费用缴纳及后续的页面制作审核环节，后补协议)。

如试行阶段效果良好，则后续采取先协议后提报流程。

9费用缴纳：

确认排期且开始协议签署流程商家供应商须在规定期限内完成相关费用缴纳。

首页前六位置按实际提报竞价费用缴纳，其余首页品牌团位置按照每个资源位5000元标准缴纳，首页单品团购按照每个资源位20\_\_元标准缴纳。

10无法上线项目处理：

确认的品牌团及首页单品团购排期原则上不再接受换品。

未在规定期限内完成缴费的项目如相关部门总监邮件确认可后期补交费用，可允许上线。

如商家无法缴费或取消上线团购，则由相关部门提报替换项目。

替换项目按照原项目位置费用额度缴费，上线位置与原项目相同。

因商家原因导致无法正常上线的已缴费团购项目，将不退还所缴纳费用。

如有项目取消上线，且所属部门无法提供替换产品，则后续团购项目排序前提。

若因此带来的品牌团7-15位资源位上升至前六资源位或非首页品牌团上升至首页品牌团变化，均不再收取额外费用。

四团购商品要求

1)价格要求：

提报的团购项目，团购价为历史最低价(参考站内外价格信息)，团购产品提报表中“京东价”必须为7日内最低成交价。

2)库存要求：

参团项目必须为现货状态，所有团购项目均不可为预定销售(预定团除外)，一经发现做下线处

3)评价要求：

团购产品好评率不得低于85%，新可以为无评价状态。

4)促销限制：

团购产品需在团购期间内于商城页做直降促销，将商城页价格与团购价格保持一致。

团购产品仅可支持直降和返券促销，其他促销形式(包括但不限于满减、满赠、赠品等)将导致团购无法下单。

5)错误处理：

为保障团购频道的客户体验，各采销部门需在上线前认真核实，避免出现如图片、文字信息与商品不符，单地无货、链接错误、商品重复促销、有买赠、只在局部地区进行团购的产品未明确标注不参加的团购地区，价格错误等，易引起客户投诉的问题。

对于正在进行的团购产品被发现(包含但不限于)如上影响客户体验问题，均做下线处理，不允许替换。

普通团内容

团购期次：周1-5每1天为1期，周六日2天为1期，开始时间为早晨9点半到第二天早晨9点半

1价格要求：需保证团购价为历史最低价(站内外均为历史最低价)，团购产品原价必须为7日内最低成交价。

，和模式团购价不能低于39元，模式不限。

2团购商品建议团购价大于150元但不要硬凑，好评大于6个，好评率90%以上，商品2个颜色以

3主图要求，440\*293不要白背景不要写价格时间，可写卖点但不要字太多太小，50以内。

样例可参照团购页面。

4一旦确定团购商品，就不要再更改团购商品的颜色和尺码属性，注意关联销售商品的价格与实际价格一致。

5团购结束后，客户会陆续确认收货，这时的搜索排名会提高，善用此效果，设置促销价。

6除直降外团购与其他所有促销互斥!!!

7团购页面无法显示关联板式，团购页面730宽，商品描述页面宽740，编辑商品时请按照730宽编辑

品牌团

1团购期次：24小时为一期，早晨9点半到第二天早晨9点半，包括六日也是24小时一期

2团购形式：一个入口坑位，入口链接一个活动页面，活动页面链接10个团购单品

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案二**

“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。京东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。20xx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!

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。

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：20xx.11.11凌晨一点至24点。

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。

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。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案三**

淘宝、天猫：

#11.11购物狂欢节# 国际品牌专场，3折起全场包邮!别说小猫没提醒，这里一定有你喜欢的品牌。11月11日零点整，谢谢各位，五折先生登场。

国美：

#史无前例价格战# 但愿人长久，光棍不再有!国美网上商城史无前例，狂享超值\"\"价!大家电满立减，百货满减+返券，3c现金券大派送，生活厨卫、五金体育裸价出击，抢个够!11.11购物狂欢，做个精明的光棍儿吧!

苏宁：

#苏宁易购双十一超级0元购#超级0元购成功登顶百度双11折扣最狠活动top1,领先全网!百万件300元以下商品0元购!买多少返多少全场通用券。全场包邮!还不过瘾?11月11日，smart汽车大奖等着你!来苏宁易购，一次爽个购!

京东：

超低价，真实惠!京东11.11专场来啦! 阿迪、耐克、联想、索尼、魅族、gucci、惠氏……想要么?①超低价②买满99送1010礼券③满4件减免1件④奢侈品大牌满1000返20xx⑤11元抢购数码产品……心动么?

易迅网：

#飓风行动#飓风行动第二季!全网底价狂欢周!活动页面商品挑战全网底价，贵就赔!更可凭订单抽iphone5,敬请期待!

亚马逊：

#亚马逊z省周 双十一预告#【11月11日上午11:11起】，亚马逊每个小时开始隔11分钟就会推出一轮劲爆秒杀!微博上的#猜价格赢大奖#活动也会从每天3次频增为#每小时一次#哦，早11:11至晚上21:11大奖送不停!总而言之一句话：光棍节跟@亚马逊 黏在一起就够啦!

当当网：

#当当店庆月#双十一，当当冬装新品1折起，满300减150元，满600还送100元，满1000元送200元还当当通用现金券啦。多买多送，上不封顶哦~小当这次当真要被折了又折再折还折使劲折了!小当等着各位来反馈，你来当当折了多少?

衣联网：

#衣联双十一男装促销盛典#眼看明天就双十一了，衣联双十一活动也迎来了最高潮。如果您还为了买两件衣服守着电脑过光棍节就太不划算啦。为了明天的\"自由\",今天您就可以秒杀衣联男装啦!衣联裸批狂欢季，全场低至5.5折!

一号店：

#万券齐发，千款五折#光棍节什么礼物最懂你?当然是把购物车中的物品全部买下!而且必须是最低价!1号店万券齐发送低价，千款五折最懂你，还有限时抢购送福利，独享商品助,20xx光棍节的幸福，上了1号店就懂了!

凡客：

#双十一裸到底#凡客光棍节促销，全场满300元直减60元，11月11日0时—24时，仅此一天!!年度最疯狂促销，请狂戳。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案四**

“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。京东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。20\_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!

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。

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：20\_.11.11凌晨一点至24点。

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。

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。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案五**

伴随着双十一的临近，今冬用户也开始了准备备战，如何才能在双十一购买到心仪而又实惠的商品呢?在这里，只要拥有京东“双十一”抢购攻略，你就能做到!

作为精明的消费者，最重要的就是平时要做好准备，什么福袋啊、优惠券啊、免单福利啊，统统都要抓到手中，做到能省就省。

在今年的“双十一”网购狂欢节中，京东为大家准备了哪些省钱道具?

首先是赠品及红包。10月20日，主题为“脱光”的女神评选活动将在京东手机qq购物启动，女生只要敢秀美照，男生只要鼎力支持，都有机会赢得千元购物券及iphone6大奖;从10月25日起，京东微信购物和手机qq购物还将启动“亿元合体红包”活动，用户在领取红包后，可以主动与小伙伴发起“红包合体”。只要抓来好友“合体”，红包就会变大!最多可赢取1111元的至尊红包。

第二个道具是福袋。这次京东的“福袋”有的类似于游戏道具，通过游戏获取，有的则是专区赠送福袋，可以在购买不同品类产品时获取。福袋提供的满减力度为同类优惠券之最，从20\_年10月25日到10月31日一周内限时抢购，分为大家电、小家电、个护化妆、酒、钟表、手机、图书等不同品类及店铺通用券等。

第三个道具是优惠券。神秘的“joy打假pk战”九宫格游戏中，隐藏了京东的正品以及邪恶的假货，拿起“雷神之锤”把万恶的假货打扁，就能获得“正义值”，兑换丰富的优惠券，包括限品类东券、品牌券、店铺优惠券等，抢券时间和福袋一样。

最后的道具，就是你的大腿了。用你自己的“11路”豪华车，自提免运费，这样的好处就是不用凑单了，适用于家离京东自提点比较近的朋友。

从10月25日到31日，网友们可以在京东城市广场抢先看到5折秒杀品牌，方便圈定重点。从11月1日到9日，大戏正式上演，京东将再次组织起正品联盟，在近万家大品牌的倾力支持下，为您奉献数千万种优质商品。在此期间，各种优惠尽数奉上：家居家装全场低至9.9元、家电服装全部5折起售、电脑数码低至5折、家电全年最大力度促销、八大名酒直供京东、个护化妆满199减100、自营腕表满5000减600、4g四核手机499起、户外装备2折起、黄金饰品每克255元、多品类图书一折起售……

此外，还有三个特殊形式的专场值得参与。一个是“智能生活馆”，从10月25日一直持续到11月12日，可穿戴设备、智能家居、移动医疗等最前沿的智能硬件产品将汇聚在这里，让你一站检阅最齐全的智能电子新宠;第二个是“小编的精品铺”，“京东内线”为你贴身陪同导购;最后则是“清场大甩卖”，从11月1日到12日，大家可以趁着反季、断码限时秒杀的机会，将平时可望而不可即的正品大牌揽入怀中。

“双十一”捡便宜，最重要的还是不能睡过头，因为很多秒杀从0点就开始了。为了方便大家，京东制作了排期表，方便大家把握好节奏，抢购到心仪的优质商品。

这其中，还有不少亮点促销活动，具体包括：“智能家电、高端大牌家电专场”、11月1日-3日的“奶粉爆品5折抢购”、11月4日-5日的“腊味囤货2折起”、11月10日-12日的“汽车爆品5折”、11月10日的“图书全场满200减100，满300减120”等等。

而在jdphone专场，热销的jdphone明星产品将轮番登场。从11月1日开始每天都有抢购活动，11月11日当天，所有有货的产品将全部开放抢购。手机频道则有11款京东独家热门手机参与厂商特供的放量销售，购买手机的消费者还可享受“售后到家”一站式服务。

相关

京东倡导“新消费主义”

伴随着“双十一”的临近，10月21日，京东正式发布“新消费主义”宣言，成为“新消费主义”倡导者。

京东除了将为消费者提供大力度优惠外，还将向消费者提供包含优质商品、便捷物流、贴心售后服务等在内的网购全流程体验。京东凭借对用户体验的高度关注和强大的供应链优势，主张让消费者“主权”最大化，并借助消费者互动、消费者体验创新等理念，让消费者享受360度的全流程优质网购体验。此举也意味着传统集市式的网购模式距离主流消费群体的需求将越来越远，并终将成为过去。

业界人士表示，京东提出“新消费主义”的概念，凸显其差异化优势，不仅符合当下主流消费群体的需求，也契合消费行为变迁的未来趋势。“重体验”时代已经到来，京东“用户体验至上”的信仰和为此而形成的战略正在一一落地，“消费者主权时代”也随即到来。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案六**

经过天猫、京东等电商平台不断的宣传造势，“双11”现在已经成为了众多网民的一个网购狂欢节，而在今年，传统的房地产业内也掀起了一股电商风暴。

电商凶猛。冷不防，“双11”的风暴也刮到了房地产界。

假如比之于人，地产商的形象应当是一位中年土豪叔，财大气粗，心思深沉，不过有那么一点儿老土，手机还用着“按键”系。对花样翻新、小打小闹的电商，地产商从骨子里是看不起的。地产界以往只有“黄金周”的传统，买房子需要三姑八婆齐齐参与，是看一遍两遍三四遍还下不了决心的大事，在网上点一点便购房始终是不现实的。因此，尽管这两年，“剁手季”的收成令人眼红，地产商也只是跷脚在看热闹，并没有太多跟进的欲望。

不过，今年形势变了。叔也彻底告别了“按键时代”，拿起了时髦的电子配置，满口是时尚的网络语言，到哪儿都摆出最in的架势来。地产商也有模有样地傍上了“双11”，看大象跳舞，看叔唱“小苹果”，成了今年“双11”楼市的大看点。

其实，好事者细细考究起来，在楼市的“双11”中，所谓的线上、线下区别并不大，你在网上能“秒杀”的折扣，到楼盘现场基本也会有的。然而，对地产商来说，“双11”简直就是猴子派来的救兵，简直就是瞌睡遇到了枕头。“双11”来得不早不晚恰恰好。所以，今年地产商对于“双11”的投入与热爱，不会比电商少，只会更多。

说起来都是泪啊，房地产的天亮得太晚!广州市国土房管局发布的数据显示，今年前三个季度，广州月均成交量比去年同期下降24.3%，创下自20\_年以来同期新低。在拍了十个月的乌蝇之后(粤语，指今年前十个月销售不畅)，终于盼到了天明。9月30日，房贷新政如久旱甘霖，大大提振楼市信心。在刚刚过去的10月份，全国42个城市的成交量环比增长12.6%，创下今年内的最高水平。一线城市成交量全线上涨，广州成交面积增幅最大，为58%。读完这一系列数据，笔者突然想起一个让人昏昏欲睡的午后，某别墅盘操盘手百感交集地感慨：“今年前六个月，一套房都卖不出去，愁得头发都白了。9月份后，突然卖出了几亿元。”笔者清楚地记得，该操盘手说完，眼眶微微红了。

总之，过去的十个月，日子多难过，谁熬谁知道。巨大的业绩压力与库存压力，让地产商在收成见好转的10月份后，必须选择继续“裸奔”。光棍节“脱光”的祈祷，在地产商面前变成“光盘”的热切期盼。

今年“双11”，中年土豪叔开唱“小苹果”，很有噱头，也颇具诚意，对购房者来说，这一场盛宴，还是很值得围观的。

巨大的业绩压力与库存压力，让地产商在收成见好转的10月份后，必须选择继续“裸奔”。光棍节“脱光”的祈祷，在地产商面前变成“光盘”的热切期盼。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案七**

经过天猫、京东等电商平台不断的宣传造势，“双11”现在已经成为了众多网民的一个网购狂欢节，而在今年，传统的房地产业内也掀起了一股电商风暴。

电商凶猛。冷不防，“双11”的风暴也刮到了房地产界。

假如比之于人，地产商的形象应当是一位中年土豪叔，财大气粗，心思深沉，不过有那么一点儿老土，手机还用着“按键”系。对花样翻新、小打小闹的电商，地产商从骨子里是看不起的。地产界以往只有“黄金周”的传统，买房子需要三姑八婆齐齐参与，是看一遍两遍三四遍还下不了决心的大事，在网上点一点便购房始终是不现实的。因此，尽管这两年，“剁手季”的收成令人眼红，地产商也只是跷脚在看热闹，并没有太多跟进的欲望。

不过，今年形势变了。叔也彻底告别了“按键时代”，拿起了时髦的电子配置，满口是时尚的网络语言，到哪儿都摆出最in的架势来。地产商也有模有样地傍上了“双11”，看大象跳舞，看叔唱“小苹果”，成了今年“双11”楼市的大看点。

其实，好事者细细考究起来，在楼市的“双11”中，所谓的线上、线下区别并不大，你在网上能“秒杀”的折扣，到楼盘现场基本也会有的。然而，对地产商来说，“双11”简直就是猴子派来的救兵，简直就是瞌睡遇到了枕头。“双11”来得不早不晚恰恰好。所以，今年地产商对于“双11”的投入与热爱，不会比电商少，只会更多。

说起来都是泪啊，房地产的天亮得太晚!广州市国土房管局发布的数据显示，今年前三个季度，广州月均成交量比去年同期下降24.3%，创下自20\_年以来同期新低。在拍了十个月的乌蝇之后(粤语，指今年前十个月销售不畅)，终于盼到了天明。9月30日，房贷新政如久旱甘霖，大大提振楼市信心。在刚刚过去的10月份，全国42个城市的成交量环比增长12.6%，创下今年内的最高水平。一线城市成交量全线上涨，广州成交面积增幅最大，为58%。读完这一系列数据，笔者突然想起一个让人昏昏欲睡的午后，某别墅盘操盘手百感交集地感慨：“今年前六个月，一套房都卖不出去，愁得头发都白了。9月份后，突然卖出了几亿元。”笔者清楚地记得，该操盘手说完，眼眶微微红了。

总之，过去的十个月，日子多难过，谁熬谁知道。巨大的业绩压力与库存压力，让地产商在收成见好转的10月份后，必须选择继续“裸奔”。光棍节“脱光”的祈祷，在地产商面前变成“光盘”的热切期盼。

今年“双11”，中年土豪叔开唱“小苹果”，很有噱头，也颇具诚意，对购房者来说，这一场盛宴，还是很值得围观的。

巨大的业绩压力与库存压力，让地产商在收成见好转的10月份后，必须选择继续“裸奔”。光棍节“脱光”的祈祷，在地产商面前变成“光盘”的热切期盼。

**20\_年京东双十一活动方案双十一活动方案八**

初来京东，一切都是陌生而新奇的。公司提供了住宿的地方，是在一所学校的寝室里，而且为我们提供了被子等生活用品，让我们的生活有了一个保障。其次它自带有食堂，所以吃饭问题也基本不用愁，中午会给每个人发放水果或酸奶或是茶叶、奶茶之类的饮品，平常的时候如果饿了，也有免费小零食提供，虽然工作起来基本没有吃东西的时间，但是这种做法挺让人感动的。公司的地理位置进行过搬迁：以前是租的场所，有两处，分为老、新职场，现在就是新盖的两栋楼。每个人一个工位、一台电脑、一部电话、一个耳机就能开始工作了，装备简单、齐全而实用。

这些外部条件都打理好了，那么就只需要个人对业务知识、对工作系统熟练就没什么问题了。新盖的两栋圆饼楼环境确实很好，虽然高度只有四层，但是很大，公司的上千人都能容纳。公司内部还放有很多盆花花草草，主要用来吸收电脑辐射，其次是起到美观的效果，同时也为现代化的职场环境增添一丝活力。之所称它为圆饼楼，是因为它呈饼状，显得很可爱。在晚上周围一片漆黑的时候，楼就会亮起来，一闪一闪的，颜色交错变化，非常漂亮。

因为这里是京东全国客服中心，所以大多数人员都是接线的，包括电话客服和在线客服，横向有行政部、人事部、运营管理部、员工关怀部等，纵向是一线客服、高级客服、主管、经理、高级经理、总监。客服里面又包括订单、售后、pop、团购、审单、投诉等，分工很明确、很详细，这就是大公司的组织构架，脉络清晰流畅。我之前所在的小公司，就不一样了：各种制度都不够完善，做一件事会牵扯到做很多其它事情，虽然能了解很多，但是做事效率很低。所以大公司、小公司，各有优缺点，就看你的性格适合什么样的环境了。

在京东除了工作外呢，还安排有其它娱乐性的活动。比如我知道的“年会”，还有类似于“我是歌手”的这种比赛，有情人节的时候选拔的大众情人，相亲等活动。虽然这些都与我无缘，但感觉公司的娱乐生活还是蛮丰富的，活动中设有抽奖等环节，同时因奖品具有很大的诱惑力，所以员工的参与度还是挺高的。公司还建有健身房、瑜伽房等场地，之后还会有ktv、羽毛球馆、篮球馆等相应组建起来。听着就觉得特别美好，让人憧憬与向往。想着以后的工作要是能轻松一些，多一点时间去锻炼锻炼身体、放松放松心情，那该件多么惬意的事情!嘿嘿，想的有点多…….

公司的硬件设施越来越好，内部政策也在发展与完善。从去年开始就新增了许多变化。首先是京东商城的首页多了一个“闪购”的栏目，闪购的出台，销量大大增加，虽然同样是销售，但是营销策略一变化，销量的变化也是必然的，而且闪购的突出特点是“品牌”、“限时”、“折扣”，刚好符合人们对物美价廉的追求。或许把“闪购”单独列为一个整体，就是抓住了人们的消费心理。其次是针对收货环节，开箱验货政策的调整，京东以前是不能开箱验货的，这让那些货到付款的消费者很不满，其实这就是一个信任问题。消费者不想让钱付了，结果发现商品没有保证;商家觉得客户直接拒收，让自己白白承担了运费很不值，因为客户的要求很多，有时候并不是因为商品质量的问题才导致的拒收，那客户无理由的拒收，对商家来说就是一个很大的损失。

现在实行了开箱验货，其实是网购的一个提升，客户不喜欢当场就拒收，直接退回，还能保证商品的完好无损性。当然了开箱验货是有限制的，验货只能验外观，对于电子产品，是不能进行使用之类的，而且像特殊商品也是不能打开包装的。其实只要一个平台或一个商家有了信誉，消费者是不需要有这样一个顾虑的，这么大的一个平台能不去维护消费者的权益吗?那之后怎么去立足呢?而且并不是只有京东不开箱验货，大环境就是这样，只是客户不能理解，在哪儿买的就把抱怨撒在哪儿。但随着电商的壮大，网购的各种条例、制度的完善，倾向于卖家的天平正在归于平衡，消费者的权益正在受到重视与保护，相信以后的网购会越来越让人感到安全和放心。最后就是随着315新消费者保护法的出台，各大购物平台都开始相应作出调整。

为了提高客户满意度，也为了能在新消法出来后京东可以顺利实施这个政策，京东还率先实施了新消法，以前手机、电脑等电子类产品，电视机、冰箱等家电类商品没有质量问题是不能退换货的，但现在很多东西都是可以的，只要保证商品的完好性就行，这为消费者的网购确实带来了很大的便利，而且还有了保障。所以京东的信誉不仅靠的是产品质量，而且还积极响应国家的政策，保障消费者权益。

来京东工作后，才知道什么叫高效率，以前培训的时候，主管说这边是四线的城市，二线的速度，当时还疑惑：这边是有多高效?真正工作的时候才体会这句话的真正含义，首先每天的电话量要求cph达到12以上，也就是每小时大于等于12个电话，一小时60分钟，一个电话大约5min左右，其实感觉这个还好，但是如果遇到无理取闹、蛮不讲理的客户，一个电话就能接10多分钟、半个小时，有时候你还要给客户回电告知事情处理的结果，所以这个高度还是不容易达到的。而且总量要求100个以上，每天我们9个小时的班，吃饭、上厕所、喝水算上1个小时，也就是8h的工作时间，所以基本每分钟都要得到合理的利用。

接完一个电话就要马上点击准备，去迎接下一个电话，因为你的话后也不能超标。但是你不是只接电话就可以了，您还要操作系统给客户解决问题、记录客户的问题，所以要做到同步录入，边接听电话，边打字，保证在挂完电话，你事情也做完了。所以根本没有消息时间，可能你还有疑惑哪有那么多电话呢?我想说的是电话都接不完，这么大一个平台，成千上万的客户可能在同一时间都遇到了问题，所以不用担心无电话可接，遇到高峰期的时候，比如“双十一”，客户电话根本打不进来，等很久才能打通。你的嘴要不听的说、手要不断的打字，可想而知，这是有多忙、多累，而且还要忽略自己的情绪，去安抚客户的情绪。

下班的时候，你还不能及时下班，还有很多后续的工作要做，因为你还要去解决客户的问题，比如去联系商家、快递询问物流异常的原因;问财务款项为什么客户还未收到，发票什么时候开出;问采销商品什么时候到货，如何使用，性能怎么样等一系列的问题，问好了之后还要给客户回复。同时当客户的一个订单处理完的时候，还要对客户回电进行确认：你是否收到货了啊?你是否收到款项了啊等问题，所以一天要工作好长时间。每天早出晚归的，虽然没做体力活，但感觉比体力活还累，忙的时候上厕所、喝水都没时间。有时候也想偷懒，但是各项指标都限制着你，若一有其它状态，就能立刻被发现。这就是大公司的制度所起的巨大作用，这样的制度让管理者放心、安心，让工作人员伤心、痛心!

虽然我们的主要工作是接电话，但是偶尔还要参加培训，更新、强化业务知识，防止解答有误造成投诉。同时每周还要周考，周考不过有补考，虽然我感觉意义不大，但是还是能起到加强的作用。总之公司在业务这一块儿，会从各方面对你进行考核。最开始培训的时候，每讲完一节，也都会有考试，测试我们对业务知识是否掌握牢固，很多人在培训这一阶段就坚持不住了，要离开，觉得太难、太繁琐，自己胜任不了，然后一部分人走了，一部分人留下了。到了真正接线的时候，难度就更大了，你面对的是真正的客户，你所掌握的知识也不一定用的到，那叫一个无措、焦急啊，你想为客户解决问题，但是不知道怎么解决，这种感受会让人非常难受，在这个时刻，就是大多数人做不下去的时候，会有大部分人选择离职，这也是在外人看来京东流失率高的原因，当然了，这完全是个人适应能力的一个问题，并不是公司让你离开，而且你自己选择让自己离开。

我现在已经工作近半年了，也有了想走的打算，但我的离开跟他们的离开就迥然不同了，我对公司的流程、规定及相关标准、业务知识基本都熟悉了，遇到相关问题，也基本不在话下，那做着做着就觉得没劲了，同时也发现自己好像并不适合这份工作，太稳定了，让生活没有了激情和斗志，每天就上着这样的班，拿着变化不大的薪水，日复一日，感觉就在浪费青春和生命。而且越熟悉，越有诸多不满，对公司制度、对相关规定有了很多自己的想法，就拿满意度和电话量来说，每天工作的时候就只抓工作量，但绩效考核，满意度却占了很大的比重。

满意度通过关闭事件，然后系统给客户发邮件，客户给你评价得到，然而工作的时间仅仅是用来接电话，关单就需要你抽下班的时间来做，你可以选择不做，但是没有满意度，没有满意度也就意味着工资只能拿底薪，所以这不是巨大的坑吗?严重压榨我们的剩余劳动价值。而且关于客户对我们满意度评价的问题，有些时候并不是我们能左右的，客户抱怨京东制度，也算做对我们的不满意，这都凭什么，跟我们有半毛钱的关系吗?而且评价满意或者一般的时候，客户的建议就写不了，评价不满意的时候才能填写原因。有的客户对你的服务还是很满意的，但又想写写自己的想法，那边就选择不满意了。这么明显的不公平因素要加注在我们头上，这得多冤啊!比窦娥还冤。无奈的是这种局面你又改变不了，因为不是你的问题，你想去提高也没办法。

那我们努力去提高自己的服务，结果又看不到效果，石沉大海，这种吃力不讨好的工作还做的下去吗?对于公司出的关单标准，就算严格执行了，满意度我看也不怎么样了，但你按照自己的方式来吧，公司还不行，说我们的标准都是经过管理层通过各种数据验证总结出来的，你的方式没有经过实践检验，毫无说服力。这个我承认，但是不管是用何种方式，是不是最终已获得较好的满意度为宗旨呢?结果是好的，何必在乎是怎么实现的?后来为了让这种局面有所好转，我每天多关单，就算有不满意度，但是总量多了，那不满度占的比值就小了，这一矛盾才有所缓解。但我不太喜欢这种做什么事都得按照条条框框来走的模式。这不是我的风格，因此离开，去选择适合自己性格的工作才是最好的选择。

以上就是我在公司的所见所闻，所感所悟。虽然工作没有太大的起伏，但是心理的变化还是显而易见的。在工作中走向成熟!

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！