# 2024年电商运营年终工作总结(精选8篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2024-02-13

*当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是...*

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么我们该如何写一篇较为完美的总结呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**电商运营年终工作总结篇一**

2024年，是中国电子商务市场的飞速发展的一年。数据显示，仅进入斯凯莱特其实还没到一年的时间，但却要总结这一年的所得所获，感觉还是不知如何忆起。往事重现，发觉一些美好的事物还是在历历在目，不管它是曾困扰着我亦或是阻止我前进的一些障碍。

在这份工作之前，我曾经接触过淘宝店铺，它让我对发布产品信息不是很陌生。可以说电子商务是我真正的第一份工作，从刚踏入社会至今，很庆幸自己选择了电子商务。一开始就能遇到自己喜欢的职业是非常难得的一件事情。

刚开始涉及这个领域什么都不懂，只觉得一切都是枯燥乏味，每天都重演着几件相同的事情，不停得做，反复得做，不间断得做，感觉生活已经像是被定制好了，所以做起事来根本已经没有所谓的冲劲与干劲。而且当初对斯凯莱特的产品一直不够了解，觉得放到网上销售真得是一件不容易的事情。直到自己无缘无故接到了第一个单子，虽然说出来可能会被同行耻笑，100元的订单，可以说是忽略不计，但是却带给我前所未有的信心。以前一直觉得这个行业在网上做交易实在是一件难事，不仅价格高而且组装完的成品在专业问题上更是让我打了退堂鼓。我想这100元的订单不仅仅是100元，也是对我工作的一个肯定。从这次开始我明白自己应该要往哪方面去重点突破。既然对成品没有十足的把握那就先从型材开始做起，简单的管材不仅容易跟客户介绍也可以减少发货期限，降低工人所耗废时间。

如果仅仅靠自己去学习电子商务，我想可能到现在都不能正常得看待这份工作。这中间不仅得到韩总帮助，通过参加上海商盟的学习，电子商务的培训以及阿里巴巴课程的教授…起初对电子商务的印象只有“简单”二字可以形容，但是现在不再是单纯的发布产品信息，而是包括了许多深层意义的网络因素，有些专业问题甚至我到现在都不能完全掌握。

我觉得做电子商务最重要的前提即是对产品有一个足够的了解，如果当面对客人不能解释专业的问题，有可能面对潜在客人的流失。用自信而权威的口吻来谈论产品，相信有优势的产品一定能够吸引到客户。推销产品也就是推销自己，推销自己远比推销产品更为重要。面对你所要推销的对象要分清它是不是真的决策人，要清楚它是不是真得想买你的产品，或是竞争对手想套价格还是仅仅想让我们给他画设计图等等。

第二合理按排8小时工作时间也是一个非常关键的步骤，虽然现在我常常会觉得时间不够用并且遗漏的东西可能还不少，但是每天都感觉非常充实。每天虽然有些询盘是跟我们行业是无关的，但是每个客户我都认真对待，并且每个旺旺上都会介绍我们的氟碳木纹产品，因为我觉得现在对于我们这个领域的产品知识，还是鲜有客户知道的。我觉得电子商务真的是一个循序渐进的过程，可能刚进接触网站后，没有相关的询盘，甚至于没有其它领域的询盘，但是长久以往，踏实认真的走好每一步，我相信每一个都可以接到属于自己的订单。

第三做拥有乐观开朗，积极向上的心态，心态决定行为，这是营销的前提。做一件事情如果把它当成自己热爱的一项事业来看待，而不是觉得自己被逼迫着做不喜欢的事情。带着愉悦的心情做事真得可以事半功倍，全身心的投入。电子商务是一个长期见成效的过程，短期的努力和坚持并不可能达到预期的目标。只有坚定自己的目标，一步一个脚印，每一天完成自己须要完成的任务，那么即使真得没有得到实际的成效，内心也不会感到枯燥乏味，充实的满足感即会油然而升。

最后一点，不停的电子商务学习和知识的累积也是非常重要。从踏入斯凯莱特开始，我就跟着韩总进行电子商务培训和学习，从上海商盟的活动中得到了很多平时在办公室所学不到的知识。在商盟学习中认识了许多在电子商务领域非常成功的名人，包括张有为老师的网络推广及b2b的营销途径。b2b免费会员地毯式轰炸为我在发布产品信息上提供了很多帮助;论坛博客及社区，多注意品牌口啤的线上线下传播让我又多了一个方法与途径宣传自己公司产品;关键词的密度分布同样让我在产品描述中注重了些技巧性的地方。黄伟老师的搜索引擎优化也让我对网络更多了些兴趣。除了这些课程学习还参加了上海千人网商大会的召开，这算是发生的一件大事了。很荣幸能够参加如此盛大的会议。除了借助外力进行学习，自己也会经常去阿里巴巴论坛，博客，阿里旺旺群进行各方面的学习，虽然这些工作比较花费时间，但是每天能得到一些可以为己所用的知识也算是非常值得了。比如百度的一些功能就是从群里面的商友开课中，论坛文章中以及自己进行百度的搜索中才明白了解。

电子商务真得没有太多技术性的东西，只要多加尝试多加学习，所有的难题都不再是问题。明年的计划还会是跟今年一样不断把看似简单的事情重复做用心做。把原本潜在客户慢慢都转化为实际的订单。所有的努力即是为了最终的成交量而做的基础。总而言之一句话：看似微小的东西要做的细致做至极致也会有它发光发热的那一天。

前三季度，我国电子商务整体交易规模已达到5万亿，预计全年交易规模将达7万亿。xx年也是中国电子商务市场的开始转型的一年，其中b2c领域发展最为迅速，京东、凡客、当当、卓越等巨头的规模效应也更加的明显，而中小电商企业的生存却更加的困难;团购市场则是从“百团大战”，进入寒冬期，倒闭、裁员大量出现。不过，热闹的中国电子商务背后，却是电商企业激烈的价格竞争导致的高投入、低盈利现状的出现。xx年的电子商务市场出现了以下几种情况：

1、传统企业纷纷介入电子商务。

苏宁、国美等传统企业纷纷加大了对电子商务领域的拓展力度。不得不说，现在“火爆”的电商市场状况，是绝大多数传统企业没有预料到的，虽然他们错失了主导电子商务市场的良好时机，但是凭借他们自身丰厚的实力，在未来的电商市场分一杯羹，是没有任何问题的。在即将到来的xx年传统企业在电商领域拓展趋势也一定会更加明显起来。

2、电商企业业务扩张。

过去的xx年里京东、凡客、卓越等电商巨头都纷纷转向多元化经营策略。以起家于电子产品的京东来说，其业务范围已经从电子产品，拓展到图书、服装、鞋类、箱包等等各种渠道，各个领域，其产品也越来越丰富起来。而卓越亚马逊也从单纯的图书销售，转向尝试销售各种产品。以服装类著名的凡客诚品，也开始拓展到更多品类的商品销售。当当就跟不用说了。不仅如此，各大电商巨头更加是极力拓展自己的业务覆盖范围。

3、价格大战持续高涨。

“便宜才是硬道理”，现在电子商务市场正印证着这句话的正确性。无论是b2c还是b2b、c2c领域，也不管是垂直电商还是综合平台，价格优势才是目前确定其生存的最大优势。xx年电商领域的价格大战可谓是激烈异常，但是即使到了2024年这种趋势也还是无法避免的。

4、中小企业及个人的经营更加困难。

随着，淘宝商城宣布涨价，激烈的\'市场竞争，导致了电商市场运营成本的上升，中小企业及个人的电子商务道路更加地难以前行。各大电商巨头的融资的纷纷成功，进一步增强了他们的实力和市场竞争力，越来越疯狂的价格战，让资金本就紧张的中小型电商企业和个人企业根本就难以参与竞争，处于越来越恶劣的境地中。

从中国电子商务发展趋势看，xx年的电商企业想要在激烈的竞争中获得一份优势地位，首先必须做好产品和服务的质量，其中物流不畅则成为一大难关。物流不畅带来的巨大问题，在以往的交易活动中已经有了充分的体现。解决了物流问题的企业，必定能在未来的竞争中握有更大的优势。未来电商行业也必将向着专业型和细分型发展。专业性更强的企业能够针对所在行业类型领域，提高服务能力和质量，并能够降低交易成本，因此在获得更好利润的同时，也能够给消费者带来可观的回报。例如，针对箱包行业实行专业运作的麦包包，就取得了很大的成功。再如，定位于服务家居行业的居品氏商城，针对家居领域提供时尚、有创意的专业家居用品服务，其引领的行业规范性和先进性，一定能够在未来的电商领域赢得很大的影响力。麦包包和居品氏等的出现，正说明了中国的电子商务市场开始向着理性和规范的方向发展。

相信中国未来的电子商务市场一定能够向着更加规范和良性的方向发展。

**电商运营年终工作总结篇二**

xx年，是中国电子商务市场的飞速发展的一年。数据显示，仅进入公司特其实还没到一年的时间，但却要总结这一年的所得所获，感觉还是不知如何忆起。往事重现，发觉一些美好的事物还是在历历在目，不管它是曾困扰着我亦或是阻止我前进的一些障碍。

在这份工作之前，我曾经接触过淘宝店铺，它让我对发布产品信息不是很陌生。可以说电子商务是我真正的第一份工作，从刚踏入社会至今，很庆幸自己选择了电子商务。一开始就能遇到自己喜欢的职业是非常难得的一件事情。

刚开始涉及这个领域什么都不懂，只觉得一切都是枯燥乏味，每天都重演着几件相同的事情，不停得做，反复得做，不间断得做，感觉生活已经像是被定制好了，所以做起事来根本已经没有所谓的冲劲与干劲。而且当初对斯凯莱特的产品一直不够了解，觉得放到网上销售真得是一件不容易的事情。直到自己无缘无故接到了第一个单子，虽然说出来可能会被同行耻笑，100元的订单，可以说是忽略不计，但是却带给我前所未有的信心。以前一直觉得这个行业在网上做交易实在是一件难事，不仅价格高而且组装完的成品在专业问题上更是让我打了退堂鼓。我想这100元的订单不仅仅是100元，也是对我工作的一个肯定。从这次开始我明白自己应该要往哪方面去重点突破。既然对成品没有十足的把握那就先从型材开始做起，简单的管材不仅容易跟客户介绍也可以减少发货期限，降低工人所耗废时间。

如果仅仅靠自己去学习电子商务，我想可能到现在都不能正常得看待这份工作。这中间不仅得到韩总帮助，通过参加上海商盟的学习，电子商务的培训以及阿里巴巴课程的教授…起初对电子商务的印象只有“简单”二字可以形容，但是现在不再是单纯的发布产品信息，而是包括了许多深层意义的网络因素，有些专业问题甚至我到现在都不能完全掌握。

我觉得做电子商务最重要的前提即是对产品有一个足够的了解，如果当面对客人不能解释专业的问题，有可能面对潜在客人的流失。用自信而权威的口吻来谈论产品，相信有优势的产品一定能够吸引到客户。推销产品也就是推销自己，推销自己远比推销产品更为重要。面对你所要推销的对象要分清它是不是真的决策人，要清楚它是不是真得想买你的产品，或是竞争对手想套价格还是仅仅想让我们给他画设计图等等。

第二合理按排8小时工作时间也是一个非常关键的步骤，虽然现在我常常会觉得时间不够用并且遗漏的东西可能还不少，但是每天都感觉非常充实。每天虽然有些询盘是跟我们行业是无关的，但是每个客户我都认真对待，并且每个旺旺上都会介绍我们的氟碳木纹产品，因为我觉得现在对于我们这个领域的产品知识，还是鲜有客户知道的我觉得电子商务真的是一个循序渐进的过程，可能刚进接触网站后，没有相关的询盘，甚至于没有其它领域的询盘，但是长久以往，踏实认真的走好每一步，我相信每一个都可以接到属于自己的订单。

第三做拥有乐观开朗，积极向上的心态，心态决定行为，这是营销的前提。做一件事情如果把它当成自己热爱的一项事业来看待，而不是觉得自己被逼迫着做不喜欢的事情。带着愉悦的心情做事真得可以事半功倍，全身心的投入。电子商务是一个长期见成效的过程，短期的努力和坚持并不可能达到预期的目标。只有坚定自己的目标，一步一个脚印，每一天完成自己须要完成的任务，那么即使真得没有得到实际的成效，内心也不会感到枯燥乏味，充实的满足感即会油然而升。

最后一点，不停的电子商务学习和知识的累积也是非常重要。从踏入斯凯莱特开始，我就跟着韩总进行电子商务培训和学习，从上海商盟的活动中得到了很多平时在办公室所学不到的知识。在商盟学习中认识了许多在电子商务领域非常成功的名人，包括张有为老师的网络推广及b2b的营销途径。b2b免费会员地毯式轰炸为我在发布产品信息上提供了很多帮助；论坛博客及社区，多注意品牌口啤的线上线下传播让我又多了一个方法与途径宣传自己公司产品；关键词的密度分布同样让我在产品描述中注重了些技巧性的.地方。黄伟老师的搜索引擎优化也让我对网络更多了些兴趣。除了这些课程学习还参加了上海千人网商大会的召开，这算是xxxx年发生的一件大事了。很荣幸能够参加如此盛大的会议。除了借助外力进行学习，自己也会经常去阿里巴巴论坛，博客，阿里旺旺群进行各方面的学习，虽然这些工作比较花费时间，但是每天能得到一些可以为己所用的知识也算是非常值得了。比如百度的一些功能就是从群里面的商友开课中，论坛文章中以及自己进行百度的搜索中才明白了解。

电子商务真得没有太多技术性的东西，只要多加尝试多加学习，所有的难题都不再是问题。明年的计划还会是跟今年一样不断把看似简单的事情重复做用心做。把原本潜在客户慢慢都转化为实际的订单。所有的努力即是为了最终的成交量而做的基础。总而言之一句话：看似微小的东西要做的细致做至极致也会有它发光发热的那一天。

前三季度，我国电子商务整体交易规模已达到5万亿，预计全年交易规模将达7万亿。xx年也是中国电子商务市场的开始转型的一年，其中b2c领域发展最为迅速，京东、凡客、当当、卓越等巨头的规模效应也更加的明显，而中小电商企业的生存却更加的困难；团购市场则是从“百团大战”，进入寒冬期，倒闭、裁员大量出现。不过，热闹的中国电子商务背后，却是电商企业激烈的价格竞争导致的高投入、低盈利现状的出现。xx年的电子商务市场出现了以下几种情况：

1、传统企业纷纷介入电子商务。

苏宁、国美等传统企业纷纷加大了对电子商务领域的拓展力度。不得不说，现在“火爆”的电商市场状况，是绝大多数传统企业没有预料到的，虽然他们错失了主导电子商务市场的良好时机，但是凭借他们自身丰厚的实力，在未来的电商市场分一杯羹，是没有任何问题的。在即将到来的xx年传统企业在电商领域拓展趋势也一定会更加明显起来。

2、电商企业业务扩张。

过去的xx年里京东、凡客、卓越等电商巨头都纷纷转向多元化经营策略。以起家于电子产品的京东来说，其业务范围已经从电子产品，拓展到图书、服装、鞋类、箱包等等各种渠道，各个领域，其产品也越来越丰富起来。而卓越亚马逊也从单纯的图书销售，转向尝试销售各种产品。以服装类著名的凡客诚品，也开始拓展到更多品类的商品销售。当当就跟不用说了。不仅如此，各大电商巨头更加是极力拓展自己的业务覆盖范围。

3、价格大战持续高涨。

“便宜才是硬道理”，现在电子商务市场正印证着这句话的正确性。无论是b2c还是b2b、c2c领域，也不管是垂直电商还是综合平台，价格优势才是目前确定其生存的最大优势。xx年电商领域的价格大战可谓是激烈异常，但是即使到了xxxx年这种趋势也还是无法避免的。

4、中小企业及个人的经营更加困难。

随着，淘宝商城宣布涨价，激烈的市场竞争，导致了电商市场运营成本的上升，中小企业及个人的电子商务道路更加地难以前行。各大电商巨头的融资的纷纷成功，进一步增强了他们的实力和市场竞争力，越来越疯狂的价格战，让资金本就紧张的中小型电商企业和个人企业根本就难以参与竞争，处于越来越恶劣的境地中。

从中国电子商务发展趋势看，xx年的电商企业想要在激烈的竞争中获得一份优势地位，首先必须做好产品和服务的质量，其中物流不畅则成为一大难关。物流不畅带来的巨大问题，在以往的交易活动中已经有了充分的体现。解决了物流问题的企业，必定能在未来的竞争中握有更大的优势。未来电商行业也必将向着专业型和细分型发展。专业性更强的企业能够针对所在行业类型领域，提高服务能力和质量，并能够降低交易成本，因此在获得更好利润的同时，也能够给消费者带来可观的回报。例如，针对箱包行业实行专业运作的麦包包，就取得了很大的成功。再如，定位于服务家居行业的居品氏商城，针对家居领域提供时尚、有创意的专业家居用品服务，其引领的行业规范性和先进性，一定能够在未来的电商领域赢得很大的影响力。麦包包和居品氏等的出现，正说明了中国的电子商务市场开始向着理性和规范的方向发展。

相信中国未来的电子商务市场一定能够向着更加规范和良性的方向发展。

**电商运营年终工作总结篇三**

经过这次培训，让我对电商这个专业词语有了深入的了解。

对于刚刚步入这一行业的我，基本上是头一次听说。

短短两周的学习，不能说能完全理解网商的重要性，但对于网商的概念、目的以及他的意义有了一定的了解。

第一天的时候，裴总对我们进行了分组，采取小组比赛的形式来学习电商。

一方面能培

养我们的团队精神，另一方面能增加我们学习积极性。

接着对电商做出了专业介绍;

所谓电商是指通过互联网上销售产品而进行的商业活动，是把现实生活中的商业活动，搬到虚拟的世界当中来进行的。

这种交易的方式非常的便利和快捷，打破了时间和空间的界限，是对传统商业形式的一个巨大的变革，目前电商在我国的经济中占有越来越重要的地位。

而全城电商主要做的简单点可以分为四个板块 如：网商孵化、产品换市、平台合作、

渠道建设。

网商孵化：是指挖掘有意向群体来公司进行全方位培训辅导其开设网店。

产品换市：是指把线下的产品搬到线上(让实体业主转换为网商)

平台合作: 是指淘宝、京东、一号店、微信等

渠道建设：是指招商外包机构、为企业招优质经销商(具体这块我还是有些没有听清楚 而后的两天里公司邀请徐全老师为我们讲课，这两天的课程让我受益良多。

如：

影响排名的重要因素：成交量、复购率、转化率、上下架、收藏量、dsr评分(物流、星级评分等)

类目优化：完整、丰满、精准。

店铺定位：人群、风格、价格定位。

选择好自己的消费群体、服装风格及买家消费水平定价。

关键词三宗罪：(标题)重复、(符号、品牌、)滥用、(敏感词、触犯高压线)违规。

如何打造网店热销页面如下：

商品展示：须从色彩、细节、优点、卖点、包装、搭配、效果上来完善，

实力展示：品牌、荣誉、资质、销量、生产、仓储。

吸引购买：卖点打动、情感打动、买家评价、热销盛况。

促销：促销商品、搭配商品、促销活动、优惠方式。

在线客服推荐：在线客服做好销售推荐工作，让买家在一个商品咨询上推荐买家买更多商品，如推荐搭配商品、推荐促销活动、推荐优惠方式。

根据目前工作分工，我被划分到网商部门。

前期主要工作任务是，负责招生工作;通过完成上述工作，使我认识到一个称职的招生人员应当具有良好的语言表达能力、较强的组织领导能力、灵活的处理问题能力、有效的对外联系能力。

之前从来没有接触过招生这一行业，现在亲手做，发现很多看似简单的工作，其实里面还有很多技巧。

总结人：××

一、 专业改革背景

电子商务作为全球经济发展的趋势，将成为21世纪贸易活动的基本经济形态，我国的电子商务也正在蓬勃发展。

然而，电子商务迅猛发展的市场需求与人才培养的严重滞后，已经阻碍了我国电子商务的发展。

我们一方面通过互联网等手段多方查询;另一方面，在本市范围内对五星商厦、柳工、两面针和海深软件公司等多家公司进行调研，并向各种商贸企业、银行证券类单位咨询了解到电子商务发展的如下特征：

1.电子商务专业人才市场需求旺盛。

随着中国电子商务的发展，众多的工业和商贸企业已经充分认识到电子商务带来的机遇与挑战，积极采用电子商务方式，电子商务将在商务活动中扮演主要角色。

据有关专家预测，我国在未来10年大约还需要200万名电子商务专业人才。

这都为电子商务人才市场提供了更为广阔的施展空间。

2.发展电子商务专业教育时机已基本成熟。

中国电子商务的快速发展，投资者的快速增加，特别是复合型电子商务人才的严重短缺，将导致中国电子商务界在新世纪初面临白热化的人才竞争。

电子商务人才的稀缺为中国电子商务教育发展提供了很好的契机。

3. 电子商务在广西各地、各行各业蓬勃开展起来。

柳州是广西的经济重镇，电子商务人材已经成为柳州市与世贸有关的紧缺人才之一。

电子商务是降低企业成本的最有效的办法，但我市目前推动这一业务发展的人才很不足。

有关专家最近指出，北京、上海、广州和深圳等地在加入wto后，与世贸相关的管理人才、复合型人才、电子商务人才、合作型人才明显不足，要构筑国际人才资源高地，必须加大培养力度。

柳州市“十五”发展规划中明确提出，要大力发展电子商务、中介服务等现代服务业： 大力发展各种类型的网上信息服务和信息咨询服务，不断开拓信息服务的新领域，积极开展电子邮件、远程教育、远程医疗、电子购物、网络广告、家庭娱乐等信息服务，推进电子商务和网络贸易的发展。

加快发展科技、信息、金融、会计、法律、咨询服务等中介服务行业，形成高水平、高技术含量的服务网络。

鼓励、扶持各种中介服务行业的发展，为企业、政府及公众提供项目策划、投资管理及法律咨询等服务，带动服务业整体水平的提高。

随着我市大量的传统企业和it企业向电子商务的转型，未来几年电子商务专业的人才需求将会有较快的增长。

电子商务专业近年来也已经成为考生报考的热门专业。

可以预见，未来若干年内， 集计算机网络技术与商务技能于一身的新型的电子商务人才将是我市热门抢手的技术力量。

因此，本专业的开办迎合着柳州市十分现实的社会发展需求，并具有不可估量的发展前景。

此外，社会和企业对电子商务人才的要求越来越趋向于全面化和操作化，要求电子商务从业人员不仅能够具备良好的职业技能，而且具备全面的知识，不仅要掌握商务知识，还要掌握网页设计与网站制作等知识。

我院自20xx年首次开设电子商务专业以来，招生情况良好。

在制订教学计划、设计课程教学方式和考试、实训教学等都下了不少工夫，基本能够满足企业对电子商务人才的需要。

但是，电子商务的发展日新月异，要求我们也要不断调整教学计划及相应的教学方法、考试手段等，以顺应社会的发展，满足企业对人才的需求。

二、改革的指导思想和基本思路

(一)专业指导思想

以邓小平同志“三个面向”和江领导人同志“三个代表”重要思想为指导，以《高等教育法》和教育部〈关于加强高职高专教育人才培养工作的意见〉为依据，深入学习全面贯彻党的十六届五中全会通过的《中共中央关于“十一五”规划的建议》、《国务院关于大力发展职业教育的决定》的精神，树立新时期的科学人才观、全面质量教育观和现代教学观，坚持以服务为宗旨、以就业为导向。

1、总体设想：以科研带建设，与企业共建设，以培训促建设。

2、具体设想：专业定位以高职教育理论、市场预测和企业需求为本;教学计划以学生为本;教学管理以教师为本。

(二)专业改革思路

1、紧扣高等技术应用性人才的培养目标。

本专业立足于为生产、建设、服务第一线培养具有综合职业能力与专业素质，能熟练运用现代化经济理论、电子商务技术，独立进行电子商务软件应用、网络经营与管理、网站建设与规划的高等技术应用型专门人才。

2、突出专业的针对性和应用性。

按照高职教育人才培养的目标和质量标准，在教学改革中突破传统思想的束缚，根据社会生产、服务、建设、管理等第一线对人才的实际需要，以及电子商务岗位的技术要求进行专业建设，切实突出专业的针对性和应用性。

3、教学过程始终围绕技术应用能力和基本素质培养来进行。

专业基础理论教学以必需、够用为度，以应用为目的，实践教学的目的是为培养技术应用能力和职业服务能力。

4、兼顾技术应用能力和基本职业素质培养来设计教学方案和教学内容体系，对教学内容体系设计一方面要理论教学与实践教学彼此独立设置，自成体系;另一方面要让两个体系能通过具体的课程或环节互相延伸与渗透，理论与实践有机结合，相辅相成。

2

5、教师队伍建设以“双师型”为目标。

对专业课教师进行卓有成效的实际业务知识培训，安排从事具体电子商务工作的实践。

6、积极探索产学结合、校企合作的人才培养模式，逐步形成科学的产学研合作教学机制。

三、教学改革的基本内容

(一)紧跟电子商务经济发展的步伐,结合高等职业教育的特点，改进教学内容。

我们在电子商务系列课程的教学过程中，紧密跟踪经济改革实际，及时更新、及时配置更新软件，丰富教学内容，使部分教学内容超前于教材，为培养电子商务专业人才打下扎实的基础。

1.利用电子商务软件及互联网，加大电子商务实训练习。

根据高等职业技术教育的培养目标，突出培养应用型人才，在专业课程教学中，我们将强化对学生专业技能的实训练习。

按照《电子商务概论》、《网络营销》实训课程教学大纲的要求，利用德意电子商务实验室和互联网，完成教学计划要求的实训内容，掌握电子商务人才的基本职业技能。

2.加强复合型人才的培养。

电子商务专业培养的目标是复合型人才，不仅要掌握商务知识，还具备计算机网络相关技能。

电子商务专业不仅要求掌握经济学、管理学、经济应用文写作等商务基础理论知识，及市场营销、大众消费心理和人际关系等商务专业知识。

同时要求掌握计算机的一般理论知识并具有计算机的实际操作能力，掌握网络营销的基本概念和基本原理，具有初步的利用因特网进行商务活动的能力;掌握网页设计与网络安全的基本知识与基本技能，具有网页制作与维护网络安全能力。

(二)采用灵活多样的教学方法，增强学生的学习兴趣，提高教学质量。

职业技术教育在教学方法上应体现以下特点：灵活多样的学习形式，重视 实践教学和技能培训，以学生为中心，注重培养学生的创造力。

在教学过程 中，我们将遵循“以学生为中心，以教师掌握自动权”的原则，针对教学目的， 采用多种形式、多种渠道，课堂讲授，提出问题，组织讨论，实际技能训练、课题训练等，使学生更清楚地理解所学课程的理论原则与特征，引导学生对所学内容产生浓厚的兴趣，使学生真正自己动脑又动手，从而意识到“我要学” 。

(三)根据高职教育的培养目标，设计合理规范的电子商务课程体系。

1、电子商务课程体系设置的合理性 。

电子商务专业的课程体系包括必修课、任意选修课两大类课程。

其中，必修课包括“两课”与体育、公共文化基础课、公共专业理论课、公共技能实训课。

“两课”与体育保证了学生德育与体育的发展。

公共文化基础课涵盖了语文、英语、计算机等，保证了学生的文化基础得到加强和提高。

专业课包括电子商务数据库应用、网络技术与应用、网页制作基础、网站设计技术、电子商务英语、国际贸易理论与实务、电子商务概论、网络营销、物流学基础、电子商务案例分析、配送与配送中心管理、电子商务安全技术、供应链管理等课程。

重点掌握网络营销、网页制作和网站设计等技能。

总之，课程结构的设计强调了理论性与实务性结合、全面性与通用性兼顾、现实性与超前性并存、继承性与开拓性同在。

2、理论联系实际，注重实训教学。

在教学过程中，学生掌握电子商务的基本理论知识，形成解决实际问题的一些基本策略、体验解决市场问题策略的多样性，发展实践能力和创新精神。

通过学习商务实验室软件操作和在互联网上开展商务实践活动，使学生基本掌握一般商务软件的使用。

并组织学生到企业进行参观实习，理解电子商务活动的特点。

增强学生对职业岗位的感性认识，为其就业做好思想及认识的充分准备。

并通过实训锻炼，培养学生实际工作能力。

3、课程体系体现职业素质和全面素质。

职业知识与职业技能是构成职业技术素质的两大组成部分，是学生毕业后从事专业工作的基础。

为了培养学生掌握电子商务的职业知识和职业技能，我们在课程体系中主要设置了体育专项、人文素质综合课、中国经济地理、国际贸易地理、西方经济学、管理心理学、消费心理学、投资与理财、推销策略与技巧、流通学概论等课程供学生选修。

为培养学生全面的综合素质，在课程体系中，设置了思想品德、马克思主义哲学、法律基础、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想、就业指导等课程，以培养学生正确的思想观念和职业道德。

4、课程设置以能力为本位。

课程设置以能力为本位，在专业课程体系中设有两课与体育模块、公共文化基础模块、公共专业理论模块、公共技能实训模块、电子商务模块、院级任选课、系级任选课。

教学过程中，采用理论讲授、课堂讨论、案例分析、实际操作、实地观摩、影像观看相结合，教学方式灵活。

5、以科目课程改革为基础，进行课程整合。

科目课程改革方面我们注重了如下内容：一是加大实践课的.比例，增加实训课，减少理论性强的课 。

二是注重课程内容的更新，即去掉现有课程中脱离实际的、过时老化的知识，补充现实需要的新知识。

我国电子商务尚处初期阶段，于是，我们在课程设计上从实际出发，根据社会改革的形势变化，结合国家职业资格考试要求，对教材内容进行更新，让学生掌握最新的知识、最新的技能。

三是适当开设新的课程，对知识体系进行整合。

如新增电子商务英语、国际贸易理论与实务、电子商务案例分析、配送与配送中心管理、电子商务安全技术、供应链管理等课程。

四是与计算机技术的结合。

我们开设了计算机应用基础、电子商务数据库应用、网络技术与应用、电子商务网站建设与网页制作等实训课程。

6、科学规范的专业教学计划。

本专业的教学计划，包括专业培养目标、专业基本要求、招生对象和修业年限、毕业学分要求、专业主干课程与主要教学内容、主要实践教学环节六个方面的内容。

对学生毕业时应达到的基本素质作出了可操作性的描述，规定了德智体美诸方面应该达到的层次。

对主要课程的关键内容提出了具体要求。

既保证了人才培养的专业要求，又照顾到学生的全面发展。

7、重视技能培养，要求学生毕业必须有“双证”。

由于电子商务专业要求学生毕业时必须有双证。

所以我们将本专业的“双证书”定为毕业证和“助理电子商务师”或“办公自动化中级操作员证书”，为此，我们开设或即将开设《大学计算机基础》、《办公自动化中级操作员考证培训》、《电子商务概论》和《网络营销》、《电子商务网站建设与网页制作基础》等课程，以让学生增加更多的就业机会。

四、专业建设和教学改革的成果

1、从职业分析入手制定培养方案，率先制定“双证书”制度

根据社会需要，进行职业分析，参与培养方案的制定。

依照“职业能力分析——综合能力分析——专项技能分析——拟定最终绩效目标——描绘职业能力模块——分解出能力要求——确定理论教学与实践教学模块”的程序编制本专业的培养方案(教学计划)。

因此，培养方案中的知识、能力和基本素质结构以及理论教学和实践教学体系都更加符合毕业生任职岗位的实际需要。

重视职业资格证考试，将教学与职业技能和职业资格证考试有机结合起来，于20xx级教学计划中率先引入“双证书”制度。

20xx级电子商务教学计划中，在全院率先设置了《助理电子商务师考证培训》课程;2024级教学计划中，该课程课时由72学时增至90学时;在2024级教学计划中除了继续开设《助理电子商务师考证培训》课程外，还开设了《办公自动化中级操作员考证培训》课程，以拓宽学生的就业面。

通过实行“双证书”制度，使教学内容与职业素质和职业技能紧密结合，使培养的学生到职业岗位“零距离”“零适应”，不仅方便学生就业，而且使他们很快能够适应企业和社会的需要。

2、根据市场需求变化调整课程设置，不断优化培养方案

电子商务专业编制了符合高职高专培养目标和专业特点的学分制教学计划;每门课程均编制了详细的大纲，教学过程严格按大纲执行;根据教育部面向21世纪专业课程建设要求，狠抓专业和课程建设，逐步完善课程体系。

主干课程有：市场营销学、消费心理学、国际贸易、经济法、统计学、管理学基础、电子商务与数据库应用、网站建设与网页设计制作、网络安全技术、网络技术与应用、电子商务法规、物流配送基础、电子支付与电子交易等。

近年来，随着产业结构的调整和科技水平的提高，特别是迅速发展的电子商务的广泛应用，使企业对电子商务人才的类型、知识与能力结构等要求都发生了明显的变化。

为了及时准确地了解和掌握电子商务人才的需求变化，使其培养的电子商务人才更加符合市场需求，为此，在教学计划执行过程中，坚持对人才市场进行调研，并根据人才类型的需求变化进行一定的调整，不断优化培养方案，使其较好地贴近毕业生岗位需求实际。

为了满足未来电子商务人才需求量与层次，充分调动学生学习的主动性和积极性，合理构建学生的知识、能力结构，使学生得到适合自身特点的最佳教育和全面发展，做到因材施教，从2024级开始增加了选修课，制定了实行学分制管理的培养方案。

20xx年开始，电子商务专业招收了一批职业高中、中专后二年制高职生，我们将培养目标确定为培养应用型的电子商务高级人才，并制定了二年制(学分制管理)培养方案。

3、改革理论教学和实践教学体系

按照高职人才培养目标的要求，以培养技术应用能力和操作技能为主线，对课程内容进行整合，减少了一些理论性较强且实际工作中基本不用的内容，成功实行了“融、并、删、减”的“课程综合化”的改革，成效十分显著。

如《国际贸易与实务》、《电子商务网站建设与网页设计》、《网络技术与应用》、《网络营销》等均为综合化课程。

这些课程综合性强，对实践操作能力要求高。

为此我们采取案例教学、多媒体教学、计算机实验实训等教学方法和教学手段完成教学任务。

由于目前柳州的电子商务企业普遍规模较小，招聘的员工往往希望可以身兼数职，要求员工不仅可开展网络营销，进行后台管理，还要会设计网页，和进行简单的网站开发和维护。

原来开设的《电子商务网站建设与网页设计制作》课程，学时数为72课时，对学生在网页设计与网站开发的技能培养上，显然不能满足企业对人才的要求。

经过调研和反复论证，该课程现调整为三门课程：《网页设计基础》(72课时)、《网站开发技术》(60课时)和《网页设计与网站开发实训》(30课时)，目的是通过这三门课的教学，充分培养学生在网页设计与网站开发方面的技能，满足企业的需要，为学生就业提供方便。

为突出技能培养与训练，增加了技能训练项目，在过去开设《计算机强训》、《电子商务概论》、《网络营销》等实训课程的基础上增加了 《办公自动化中级操作员考证培训》、《助理电子商务师考证培训》等实训课程。

经过近几年的教改实践，我院电子商务专业的理论和实践教学体系已逐步形成了综合化的理论与实践教学相融合的课程体系，并在实践中不断完善。

4、改革考试手段，专业主干课程增加技能的考核，使考试手段灵活、多样化。

《电子商务概论》和《网络营销》等主干课程，考试方式由传统的笔试，改为“机试+笔试”，增加了技能操作考试，强调了技能学习的重要性;此外，一些课程还增加了口试，如《电子商务案例分析》，通过口试的方式，既能促使学生对去了解电子商务有关案例，而且还使学生对相关案例进行归纳总结，同时还锻炼了学生的口头表达能力。

5、编写实训教材，建立校内实训基地。

学院一直注重校内实训实习基地建设，建成体现高职特色的校内实训实习基地，以提高实践教学质量。

在本专业成立之初，学院就购买了德意电子商务实验室软件，并拨出设备最好的机房建立电子商务实训室。

电子商务实训室的成立，使学生亲自参与电子商务的各种交易模式，扮演交易中的各种角色，在实训中掌握专业技能，为今后从事相应的工作打下坚实的基础。

本专业以 “宽口径、厚基础、重能力”为人才培养目标，重视培养学生多方面的能力。

电子商务和现代物流密不可分，所以，建立物流实训室也是很必要的。

学院还购买了企业物流模拟软件，建立了物流模拟实训室。

此外，与专业教学相关的会计模拟实训室也在教学中使用。

学院已批准再增加投入47万元，建设一个多媒体物流模拟实训室和一个物流场地实训室，购进目前国内具有领先水平的北京络捷斯特科技发展有限公司提供的一套核心物流教学系统作为模拟教学软件以及相应的物流技术设备。

另外，外贸单证制作软件也即将投入使用。

为了更好地开展实训教学，取得更好的教学效果，我们组织教师编写了3门课的实训指导校内教材，分别是《电子商务概论实训教程》、《网络营销实训教程》、《助理电子商务师实训指导》和《企业物流软件操作指导书》，这些教材均针对高职院校学生的特点，以及社会、行业的需要编写而成，不仅改变了目前缺乏相应实训指导教材的窘境，而且经过数次修改，已经达到了相当的水平，即将作为正式教材出版使用。

6、开展校企合作，建立校外实习基地，尝试“订单式”教学。

开展校企合作力度，建立了长期稳定的实训基地，为学生社会实践，毕业实习提供了便利。

告公司等企业达成了初步的合作意向。

学生在实习基地的见习和实习过程中，进一步加深了对所学专业知识的理解、掌握和运用，更加紧密地贴近市场、贴紧企业。

本专业拟通过与企业合作，充分发挥教学资源与学生优势，一方面加强专业建设研究，另一方面与企业合作进行应用性课题研究，在实践中提高学生的职业能力，实现学生到工作岗位的“零距离”、“零适应”。

20xx年与广西海浪生物乳业公司合作，试行“订单式”培养教学。

20xx级电子商务1班学生，参加由该公司主办、为期两个月的培训。

培训过程中学生参与到该公司的经营活动中去，一方面学生学以致用，锻炼自己的能力;另一方面，海浪公司也从中发现人才，为公司招聘人才做准备。

通过校企合作，不仅锻炼了学生的职业能力，而且也给企业带来了一定的利益，实现了校企的“双赢”，产生了一定的社会效益。

7、重视课程建设，建设了精品课程和重点课程。

本专业拥有院级精品课程1门，本课程拟申报20xx年自治区级精品课程;院级重点课程1门，正在申报的院级重点课程1门。

精品课程和重点课程的建设，为专业课程的发展起了模范带头作用，为进一步提高教学水平打下基础。

院级精品课程《市场营销》和院级重点课程《电子商务概论》的建设基本完成。

建成了《市场营销》、《电子商务概论》教学网站，网站内包罗了该课程的大纲、教案、课件、案例库、习题库、试题库和实训指导教程等，能够充分满足该课程的教学需要。

电子商务概论教学网站在《电子商务概论》教学中试运行了一个学期，教学效果良好。

本教研室所属课程《国际贸易理论与实务》已申报第二批院级重点课程，建设的初期工作已准备就绪。

8、引进高职称人才， 派出老师进修、挂职，进一步加强师资带队伍建设。

为适应高职教学要求和本专业教学规模需求，经过近几年的培养和建设，目前的教师数量和结构基本合理，能够满足教学要求。

为快速提高教师的教学业务水平，紧跟电子商务的发展步伐，多年来不断派出教师外出进修培训。

20xx年12月王冬云老师赴北京参加电子商务师资培训，获获“电子商务师培训教师”资格证书，20xx-20xx年苏红霞老师在华中师范大学电子商务专业进修，并参加了国家劳动与社会保障部组织的助理电子商务师考证，并获“助理电子商务师”从业资格证书。

冯雪萍老师在20xx年暑假还到上海参加了电子商务教学培训，她和王冬云老师还于20xx年4月到北京参加电子商务师资培训，获“电子商务师培训教师”资格证书。

通过培训拓展了教师的知识面，学到了先进的技术和技能，“双师”素质大大提高。

8

为了提高教师的职业技能，本专业派出教师到企业挂职锻炼。

苏红霞老师于20xx年3月至9月在柳州市旭达贸易有限公司信息部挂职，韩丹老师还于20xx年9月至12月到柳州市海生科技有限责任公司挂职锻炼。

通过挂职，一方面可以将理论用于实践中，锻炼教师的职业技能，另一方面可以了解企业的需要，明确今后学生的培养方向。

教研室于20xx年引进了夏汉坤和陈海两位高级职称的教师，20xx年继续引进高职称教师2人，即廖奕和侯雁，充实了教师队伍。

9、实训教学，初见成效。

本专业的毕业生，由于熟练掌握电子商务相关知识及操作技能，且具有商务公关能力、传统营销能力、网页制作和网站建设能力、办公软件、硬件使用能力，属于的“一专多能”的人才，所以深受社会的欢迎，毕业生的就业率较高。

20xx年11月，我系突然接到通知：要派学生参加一星期后举行的20xx年柳州市职业院校学生职业技能大赛电子商务专业的比赛。

时间这么紧，根本不可能对学生进行全面系统的培训，靠的基本是学生平时学习的积累，这正是检验我院电子商务专业教学质量的好机会。

我院派出的三名选手，由王冬云、苏红霞两位老师进行了短期的培训，为学院赢回了“20xx年柳州市职业院校学生职业技能大赛电子商务专业”的一等奖，其中，两人获得一等奖，一人获得二等奖，两位老师也荣获优秀指导教师的光荣称号。

能够在职业技能大赛中取得这么好的成绩，这是与我们开展实训教学，狠抓技能训练分不开的。

通过参加20xx年柳州市职业院校学生职业技能大赛锻炼了教师队伍，积累了教学经验，检验了教学水平，极大地促进了我院电子商务专业整体教学水平的提高。

10、学生就业率高，社会声誉好。

由于电子商务的迅猛发展，形成了巨大的人才需求，加上社会对本专业学生认可度高，因此电子商务专业的毕业生就业率一直保持较高的水平。

学生就业方向主要分布在柳州市各大中型企业、民营企业及广西区内其他市县，同时也有少部分学生外出广东等沿海地区就业，有力地促进了本地经济乃至区域经济的发展。

通过对毕业生的跟踪调查了解到企业对我院电子商务专业毕业生的评价：

三是知识面宽，新知识接受能力较强，能不断适应新变化”。

由于我院电子商务毕业生素质高、实力强、企业评价好，所以20xx年电子商务专业毕业生就业率达到95%以上。

五、存在的问题

经过几年的教学改革，取得了较大的成绩，但是也存在着一些不足。

1、教学软件还不能完全满足教学的需要。

德意电子商务实验室的功能仍显单一，不能完全反应电子商务企业的实际流程，与现实的要求仍有一定的差距。

2、没有申请助理电子商务师的考点，学生的考证培训有较大的困难，很大程度上影响了考证的成绩。

3、校外实习基地数量仍有待增加。

由于柳州市电子商务企业规模相对较小，接待大量的学生参观学习和实训实习上有困难，所以仍需进一步建立校外的实训基地。

4、学生学习的目的性不够明确，主动性还不能够令人满意。

六、整改措施

1、进一步完善教学软件，同时还购买或开发其他课程的教学软件，使教学设施更加完备。

2、申请助理电子商务师考点，为学生获取职业资格证提供方便。

3、进一步建立校外实训基地，并尽量争取与电子商务企业合作，一方面方便学生职业技能的培养和锻炼，另一方面也方便学生就业。

4、在教学中注重树立学生的专业思想，进一步调动学生的学习积极性，培养学生的求知欲望。

经济管理系商务教研室

二〇xx年八月十三日

**电商运营年终工作总结篇四**

。

我自20\_\_年5月到广东省深圳市场任医药代表以来，经历了深圳市场启动、受挫、再启动上量的整个过程，现将两年来的工作情况总结如下：

一、市场情况。

1、现时药价不断下降、下调，没有多在利润，空间越来越小、客户难以操作。

2、即使有的产品中标了，但在中标当地的种种原因阻滞了产品的销售，如某某省属某某药品中标，价格为：某某元，没有大的客源，只是一些小的，而且有些医院因不是医保、公费医疗产品，没销量，客户不愿操作，其它医院有几家不进新药也停了下来，也许再加上可能找不对真正能操作这类品种的客户，所以一拖就拖到现在。相比在别的省、市，这个品种也中标，而且价钱比省属的少，虽说情况差不多，但却可以进几家医院，每月也有销量，究其原因，我觉得要找就找一个网络全，这样的供货平台更有利于产品的销售和推广。

3、在各地的投标报价中，由于医药经验上不足，导致落标的情况时常发生，在这点上，我需做深刻的检讨，以后多学一些医药知识，投标报价时会尽量做足工课，提高自已的报价水平，来确保顺利完成。

4、在电话招商方面，一些谈判技巧也需着重加强，只要我们用心去观察和发掘，话题的切入点是很容易找到，争取每个电话招商过程都能够流畅顺利，必竟在没有中标的情况下，电话招商是主要的销售模式，公司的形象也是在电话中被客户所了解，所以在这方面也要提高，给客户一个好的印象。

二、所负责相关省份的总体情况：

随着中国医药市场的大力整顿逐渐加强，医药招商面对国家药品监管力度逐渐增强，药品医院配送模式及药品价格管理的进一步控制，许多限制性药品销售的政策落实到位，报价\_\_元，\_\_\_\_报价\_\_元，有的客户拿货在当地销售，但销量不大，据了解，在某某省的某某市，大部份医院入药时首先会考虑是否是今年又中标的产品，加上今年当地的政策是，凡属挂网限价品种，只要所报的价在所限价钱之内都可入围，这样一来，大部份的市场已被之前做开的产品所占据，再加上每家医院，每个品种只能进两个规格(一品两规)，所以目前能操作的市场也不是很大，可以操作的空间是小之又小。

省内，我所负责的\_\_地区中标产品的销售情况也不尽人意，真正客户能操作的品种不多，分析主要原因有几点：

1、当地的市场需求决定产品的总体销量。

2、药品的利润空间不够，导致客户在销售上没有了极积性。

3、公司中标品种不是该客户的销售专长。

**电商运营年终工作总结篇五**

1、对大学生们进行培训、分工，近而安排他们的相关工作。大学生不管是人生阅历还是工作经验，可以说都是几乎为零，刚出学校，立马出入公司与社会也有很多的不适应，这份不适应最主要的是不知道他们的工作应该从哪里着手，怎么去做好电子商务相关工作?对大学的培训工作是我与大学生们共创佳绩的第一步，让他们充分的熟悉公司的企业文化，人文文化，最重要的是慢慢熟悉要销售的产品，基本的业务流程，明白公司主要是做什么的?市场定位在何处?我们的市场目标应该投向哪里?针对的市场个体与群体是谁?当大学生们对公司整体有了全新深刻的认识之后，因人而异，分别安排每个成员的日常工作内容，每个成员有了自己的目标，做起来就比较有目的，从而达到人力资源的充分利用。

2、建立淘宝商城平台，包括产品的上架、图片处理、网页美工、装修模板的制定等。在淘宝我的日常工作内容是：店铺装修、数据分析、软件应用、配合淘宝进行活动报名和在线听课等，包括一些淘宝商城的推广，例如淘宝客、淘掌柜、相关论坛和淘宝帮派内的发贴。

初步建立了网络营销的基本框架，但尚未形成真正的规模效益：

(1)经过几个月的时间，成功开通了淘宝商城和xx商城平台，现已开始成功运营，并逐步进入正轨，两店的开通运营，为后期的宣传推广及招商加盟，特别是市场动态掌握及消费者的信息反馈，提供了重要的平台和渠道；经营过程中积累的经验和教训也将为以后的工作提供很多值得借鉴和发扬的方式方法。

(2)基于电子商务工作的实际情况，以及公司人才储备等多方面考虑，计划在下个月我们将把xx商城平台交给大学生团队来策划，形成了电子商务的销售团队，尽管人数不多，但是内部分工明确，注重发挥个人专长，并多次开会交流思想和经验。随着以后电子商务的不断发展，我们储备团队成员的数量、结构、分工、素质等将不断提高并加以完善。

(3)随着网络市场的竞争日趋激烈，为了顺应形势，我们组织了多次促销，包括品种促销和节日促销，但效果并不明显。开拓市场是一件令人头疼的事情，寻找潜在的客户也是一门颇深的学问，要下一番苦功夫才行，深究原因，所以我想在明年计划性的尝试广告的投入，包括直通车及阿里妈妈等，尽管达到的效果可能有限，但是这为我们摸清淘宝广告的特点，以及如何更好的发挥广告的作用，提供了很多值得深入研究的经验和教训。

(4)按照陶总的要求，并通过市场情况的对比，懂得怎么去定价，怎么去分析价格的组成，懂得关于价格的问题怎么与客户去沟通，价格怎么波动，成本费怎么算包含哪些东西等，最后，经过多次的\'对产品和价格进行了调整，我们定位并调整了消费者能接受的心理价格范围。

(1)淘宝网内竞争极其激烈。

透过竞争市场的分析，显而易见，淘宝的市场虽还未饱和，但市场的竞争已经是相当激烈。竞争的条件是很多面的，我们有我们的优势，但是我们也有劣势，像我们的价格定位不明确，市场关系不如别人成熟，人脉没有别人广阔，专业营销队伍的缺乏，技术人员的缺乏等，其实对于营销团队是不光要技术上很精通，对待每一个客户怎么走进他们的圈子，怎么去交谈，怎么去建立关系都是应该去深刻研究学习的，我想这一系列都是我们要考虑的问题，所以怎么用我们的优势去抵抗别人的劣势，去捕捉市场这很重要。

(2)受淘宝各种规则影响，网店信用、人气、单品销量等陷入恶性循环。

恶性循环主要表现在搜索排名上，在首页展示的机会太少，若按剩余时间排名，每个单品每周循环到首页的时间不足3分钟；若按人气排名，首页展示的是信用高、单品销量大、人气旺的店铺，如此则信用越低、销量越少的店铺如果凭借正常发展几乎无翻身机会，因为展示的越少，就卖的越少，卖的越少、人气就越差、排名就越靠后，如此陷入恶性循环，周而复始。

从地方专卖店的持续经营来说，我们过去或者将来面对的加盟商有可能都是“半路出家”，所以对行业认知、专业程度、产品熟悉、经营技巧、促销策略等等这些方面都是先天不足、有所欠缺的，所以如何在这些方面有效并且灵活的对加盟商进行指导和培训，也是后期要面临的一个重要问题。

三、xx商城平台商城平台的搭建。

xx商城平台商城中主要负责网络营销和宣传推广，包括问答平台、论坛、百度谷歌贴吧、百度谷歌百科、网站、博客的信息监看以及网站日常维护、根据网站或产品写出推广方案、seo搜索引擎优化技术和广告投放、利用网站推广的常用方法进行推广等工作。结合本公司情况，电子商务工作如下：

(1)导航网站链接；

(2)搜索引擎登陆入口的提交，大概有30个，需要审核；

(3)seo搜索引擎优化，关键词的设置；

(4)公司网站内容更新，友情链接优化；

(5)定时在百度、谷歌搜索等大型门户和行业网站发布企业网站。

**电商运营年终工作总结篇六**

最重要的是慢慢熟悉要销售的产品，基本的业务流程，明白公司主要是做什么的?市场定位在何处?我们的市场目标应该投向哪里?针对的市场个体与群体是谁?这些都是我需要学习的，了解公司的产品价格、每一个产品型号、各个产品的大类、产品的组成成分与产品的性能，产品的优势，了解墙体保温与我们所做产品的关联性。对产品的从底到面是怎么做成的，如何施工，等等一系列的问题经过公司的培训与同事们的帮助慢慢的做到心里有数。慢慢的懂得如何更有效的去了解产品知识，通过excel对公司的产品全面做出一个梳理，产品的价格，类别，型号，企业文化，型号对应的产品，各个型号的英文描述，公司的产品的英文翻译，等做出这一系列的归档之后对产品又有了全新的认识，这样为以后去各个网站发布信息就奠定了基础，节省了时间。

刚开始我完全不知道怎么去报价格，一下子就被客户问住了，不了解价格怎么构成，也与自己的业务不熟悉有关系，这样子总感觉与客户之间找不到话说，经过公司的技术人员指导，懂得怎么去报价，怎么去分析价格的组成，懂得关于价格的问题怎么与客户去沟通，价格怎么波动，施工费怎么算包含哪些东西，怎么根据excel做一个很正式的报价。

现在是个信息化的时代，如何通过这个平台去寻找潜在的客户却是一门颇深的学问，要下一门苦功夫才行，运气好的话就另当别论，这个工作本来考验的就是个人的耐力与毅力问题，工作开始都是一个由浅入深的过程，首先谈谈自己如何通过网络去寻找我们的潜在市场与客户：

2.通过搜索引擎找客户，具体的操作方法，产品的关键词语+经销商/买家。产品的名称+产品的价格。产品名称+行业里面着名买家的公司的简称或者全称。寻找行业展览网站。观察搜索引擎右侧的广告。寻找有链接到大客户的网站的网页。

3.论坛法，去有关的商业论坛，那些里面有很多谈论关于有关类似产品的提问，去那里介绍公司，从而推销自己的公司，通过自己的博客，聊天工具去宣传自己的公司。

4.逆向法，我们是做建材市场的，想想用我们这个产品的行业，与他们建立关系，也是迈向市场的一步，像一些保温公司，房地产公司，建筑公司，或者施工的个人，都是我们产品的适用对象，从这里着手，从而有机会寻找我们的经销商，像他们推销应该也是个不错的选择。

5.通过信息平台，有很多工程的网站，我们可以从中获得很多项目的信息，根据提供的信息，我们去核实项目的真实性，让业务员去跟进。

6.建立自己的网站也是个很重要的工作，怎么合理规划自己的网站，怎么去合理布局都是我应该学习的，经过一年的努力，也获得很多的项目信息，做了些工程，像银川，山西妇幼保健院，辽宁厂房等。但是事情总有好有坏，确实这一年的有用的信息还是很多的，不知道怎么回事，后期交给技术或者业务员去跟进的同时，成交的几率是很小的，这样下去提供再好的信息也是问题，怎样突破这个障碍下面再仔细谈论。

网上找业务，我自认为我的工作上手还比较快，有条理，我制定了图片说明的报价文档，这样子发给客户的时候比较方便，对于客户，我把联系过的客户集中归纳在excel文档，作为客户管理系统，对产品的分析，不同的报价，客户的类型与需求，客户的来历与电话，项目的情况等做出登记，因为我们是做工程的不同于别的行业，说不定这次打过电话之后很久就不联系了，也说不定突然那一天再联系，这样子也算对客户的尊重，等再打电话的时候自己知道这是哪个客户等，我想对于客户归档是件很重要的事情，就像一些代理商的档案也一样，对于代理商的协议价格等，每个代理商出货的情况，出货的\'价格，运费，汇款情况都要做好档案登记，做到心中有数。

怎么样与工厂的员工配合与工地上的施工员配合都是件很重要的事情，从合同-备货单-生产单-出库单-物流-收货人收货，等等这些环节都要注意链接，注意出货的数量，生产出货的型号，按时按质按量把货送到收货人手里，出过多少货，每个项目用过多少货，每种产品用过多少，都应该建立档案归档，做到心中有数。对于山西那个客户就是因为彼此之间的衔接出现了问题，最后弄的大家都挺不愉快，所以过程与流程配合都是需要我们注意的。

1.市场需求分析，现在做我们这个行业这个产品的也不是一家两家了，但是对于市场还是没有饱和，从原来的瓷砖到现在的仿砖应该是市场的一个重大转变因为瓷砖劣势的出现，保温的兴起，国家节能的倡导，为我们的产品提供了较好的市场竞争机会，所以市场的力量还是很大的，怎么样去开拓这个市场，我们全体员工不管从自己的自身问题与公司的问题都应该全面着手。

2.竞争对手与价格分析，现在市场上做这个东西一般人们熟知的也就是久诺、skk、立邦、中德瓦克、华石等等，所以市场的竞争是相当激烈的，可能别人的工艺不如咱们成熟，但是竞争的条件是很多面的，我们有我们的优势，但是我们也有劣势，像我们的价格可能比别人家的高，市场关系不如别人成熟，人脉没有别人广阔，队伍不全，技术人员缺乏，其实技术人员不光要技术上很精通，对待每一个客户怎么走进他们的圈子，怎么去交谈，怎么去建立关系都是我们应该学习的，我想都是我们要考虑的问题。所以怎么用我们的优势去抵抗别人的劣势，去捕捉市场这很重要。

**电商运营年终工作总结篇七**

回望过去，时光飞逝，弹指之间，20xx年已接近尾声，回睨过去的一年，内心不禁升起感慨万千……时间如梭，又将跨过一个年度之坎。

作为医疗行业，销售额是公司的关键之一，医疗的网络营销在这几年处于火热状态，加上很多网民是通过网络来了解疾病知识，想要占领医疗市场份额，在于良好的营销模式。回顾即将过去的这一年，在公司领导全力协助下，我们的工作着重于公司的经营方针、宗旨和效益目标上，紧紧围绕公司提出各个目标展开工作，紧跟项目组各项工作部署。在网络推广方面做了应尽的责任。

收藏昨天，把握今日，工作的风风雨雨时时在眼前隐现，但我们却必须面对现实，不仅仅要能做的到工作及时做好，要落实到位，还要能在回过头的时候，对工作的每一个细节进行反思，不断地对工作的经验进行总结分析，从怎样引入有效流量，如何提高转化率，尽量使整个项目组的各个工作程序化、规范化、系统化、条理化、！从而在百尺杆头，更进一步，达到新层次，进入新境界，只有不断地对自己进行反思，这样的开创新篇章为了更好地做好今后的工作，总结经验、吸取教训，必将有利于自己更好的前行。

回首过去，是为了更好地面向未来。为了总结经验，发扬成绩，克服不足，现将20xx年的工作做如下简要回顾和总结：

回首20xx。

1、我们正生活在电子商务经济时代。电子商务在新世纪里为我们提供良好的服务，如今已渗透到生活中的各个细节，每个人既是享受服务的“客户”，又是为“客户”提供服务的个体。正因如此，我们的工作也应该更完善以为服务顾客为中心，来为顾客提供更快捷、高效、优质的服务。实实在在做人做事，是我们秉承的理念，尽我们的全力去满足每一个服务细节的要求，给我们一个机会还公司一份满意！我们会一如既往，无微不至地做的更多更好。

不足之处：没有和项目组各成员保持良好的沟通。

2、能严格执行公司网络部门制度。今年的电子商务的比较火热的时代，各个行业想在电商市场大捞一把，作为医疗行业的电商人员，网络推广作为企业网站宣传的先锋，不断地关注搜索引擎的变化，不断地调整策略，以适应搜索引擎市场的变化，与同部门其他人员同舟共济，为整个项目组的月目标不断努力。

不足之处：对于网站的品牌宣传不是很到位，有一定的滞后性，很好的理念没有及时落实到实践中，争取xx年改进这一现状。

3、站内优化。自从搜索引擎变化之后，项目组几个站被降权之后，开始着手开始做新站，新站在上线之前，进行关键词的选择和网站框架的选择，在这种过程，网站的排名不断地的波动，所以不断地加强站内优化小细节的维护。

不足之处：网站首页经常变动，站内内容质量不高。

4、站外推广。站外推广是作为网站与外界进行交流的窗口之一，去年的下半年，整个外推市场就开始紧缩，此时就开始找平台，比如最近的新闻源、全球网等平台，作为宣传的手段。

不足之处：很多外推的文章没办法得到良好的质量控制，就不知道发外链能不能产生转化率，寻找高质量的平台还是很重要。

5、推广策略：

（1）、分散流量是网站推广的重要事情之一。

seo是网络营销方式之一，只有与sem、edm、事件营销等相结合，项目组主要靠360、百度、搜狗等搜索引擎，至于其他搜索引擎引流不是很多，根据去年的一年的时间的关注，目前爱民网站日pv：1000—20xx之间，ip：700—1000，这样的流量属于偏少阶段，同期相比下降很多，这说明我们现在推广宣传力度还不够，进而影响产生咨询量。

（2）、注重用户体会。

在上年里，搜索引擎不断地变化，对于网站运营，我们有时候要从用户者角度来考虑事情，只有用户体验做好，把用户当做顾客，始终坚持“顾客是上帝”，做好服务，这样对于网站才具有生命活力，才能获得源源不断的流量。

（3）、推广方式。

在做外推的时候，要坚持以多样性为主，这样才能获得更多的流量，比如：多样性你的锚点文字链接、多样性的页面连结、多样性你的流量来源、多样性你的网络营销方式等，不断地引进新的营销方式，最终应用营销整合，才能使网站处于搜索引擎界不败之地。

（4）、seo优化。

如今seo优化不在是靠技术可以打天下，seo优化的网站运营的核心，也是网站运营长久的灵魂，seo优化与网站策划是相同的，只不过优化是一个长久马拉松赛，要根据不同阶段来进行调整，现在考虑的事是使用者到底在想什么？使用者到底需要什么？不再是指针对搜索引擎的算法的分析，而是去分析用户者的需求，这好比是计划经济和市场经济的转变。只有找到精准的关键词，这样你才能获得最高的流量，最终产生咨询。

（5）、网络推广新群体。

随着电子商务的高速发展，移动客户端用户将是未来的新生力量，如何做好的这个领域，有待于我们的考验，如今是移动seo将是网站很重要的议题，面对现在的市场，只有善于去挖掘，这能获得源源不断的财富，移动seo将会在新的一年里刮起一个新的潮流。

在恪守以往取得的成绩和好的工作方法外，争取在20xx年能改善去年的不足，使工作再上一个新的台阶。

网络推广能在现实情况中不断的改善是离不开各位领导的悉心关怀和指导及各位同事的大力支持和配合，在告别昨天的时刻，我们将迎来新的一年，对过去取得的成绩，我将不骄不躁，脚踏实地一步一个脚印走下去，对过去的不足，将不懈的努力争取做到最好，我们将会用行动来证明我们的努力，我们更加清楚获取不是靠辉煌的方式，而是靠不断的努力。

为了公司发展得更加壮大，并跻身于国内先进企业行列，让我们携手合作，创造出辉煌的明天！20xx年，是全新的一年，也是自我挑战的一年，我们将努力改正过去一年工作中的不足，把新一年的工作做的更好，为公司的发展前景尽一份力。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印。

**电商运营年终工作总结篇八**

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，也让我收获很多，还记得刚刚离开学校步入社会的时候，怀着无比激动与些许忐忑的心情走出我人生的第一步。这一步往往也是最重要的一步，像许多人一样，我们在职场中摸索着前进，让自己充实让自己去学习，没有任何经验的我们比别人更多了一份艰难，但是路往往是自己走出来的，凭着自己对生活的热情与对工作的向往最后成为济南凯诺新型建材有限公司的一名新员工。

这一年可能是我步入社会最艰难的一年，因为不管人生阅历与工作经验，可以说我几乎是零，但是公司对我始终不放弃，而是给予更多的鼓励与支持，让我自己学会前进，刚出学校，立马出入公司与社会也有很多的不适应，这份不适应最主要的是不知道自己的工作应该从哪里着手，整天过着令人担忧的生活，但是经过公司对我的帮助慢慢学会了从哪里着手，怎么去做好电子商务，对于怎么做，如何做也有了全新的解释，下面把这一年的工作做出总结：

一：(产品化)。

熟悉公司的企业文化，人文文化，最重要的是慢慢熟悉要销售的产品，基本的业务流程，明白公司主要是做什么的?市场定位在何处?我们的市场目标应该投向哪里?针对的市场个体与群体是谁?这些都是我需要学习的，了解公司的产品价格、每一个产品型号、各个产品的大类、产品的组成成分与产品的性能，产品的优势，了解墙体保温与我们所做产品的关联性。

对产品的从底到面是怎么做成的，如何施工，等等一系列的问题经过公司的培训与同事们的帮助慢慢的做到心里有数。慢慢的懂得如何更有效的去了解产品知识，通过excel对公司的产品全面做出一个梳理，产品的价格，类别，型号，企业文化，型号对应的产品，各个型号的英文描述，公司的产品的英文翻译，等做出这一系列的归档之后对产品又有了全新的认识，这样为以后去各个网站发布信息就奠定了基础，节省了时间。

二：(产品报价的灵活性)。

等熟悉了产品本身的性能之后，其实报价看似简单，其实里面学问很多，刚开始我完全不知道怎么去报价格，一下子就被客户问住了，不了解价格怎么构成，也与自己的业务不熟悉有关系，这样子总感觉与客户之间找不到话说，经过公司的技术人员指导，懂得怎么去报价，怎么去分析价格的组成，懂得关于价格的问题怎么与客户去沟通，价格怎么波动，施工费怎么算包含哪些东西，怎么根据excel做一个很正式的报价。

三：(网络与市场)。

作为电子商务，网络销售，如何去找客户，如何通过互联网打开公司的市场却是令人头疼的一件事情，现在是个信息化的时代，如何通过这个平台去寻找潜在的客户却是一门颇深的学问，要下一门苦功夫才行，运气好的话就另当别论，这个工作本来考验的就是个人的耐力与毅力问题，工作开始都是一个由浅入深的过程，首先谈谈自己如何通过网络去寻找我们的潜在市场与客户：

在同类的产品所搜之间才会更靠前，慢慢的通过网站的的相关链接发现其他更多的商务网站，自己注册会员，发布信息，慢慢的注册网站多了，也学会了怎么去鉴别哪些网站的实效性大，尤其对我们靠完全免费获取买家信息的来说就显得尤为重要了，以后就会针对性地经常管理某些网站，判断网站的好坏的一个重要标准就看能否得到询盘了，判断网站好坏的标准，理论上说注册网站越多越好，但是有的效果也很不明显，要懂得择优处理网站，需要从浏览量，搜索排名，网站更新速度，服务项目等多个角度分析。

(2)通过搜索引擎找客户，具体的操作方法，产品的关键词语+经销商/买家。产品的名称+产品的价格。产品名称+行业里面著名买家的公司的简称或者全称。寻找行业展览网站。观察搜索引擎右侧的广告。寻找有链接到大客户的网站的网页。

(3)论坛法，去有关的商业论坛，那些里面有很多谈论关于有关类似产品的提问，去那里介绍公司，从而推销自己的公司，通过自己的博客，聊天工具去宣传自己的公司。

(4)逆向法，我们是做建材市场的，想想用我们这个产品的行业，与他们建立关系，也是迈向市场的一步，像一些保温公司，房地产公司，建筑公司，或者施工的个人，都是我们产品的适用对象，从这里着手，从而有机会寻找我们的经销商，像他们推销应该也是个不错的选择。

(5)通过信息平台，有很多工程的网站，我们可以从中获得很多项目的信息，根据提供的信息，我们去核实项目的真实性，让业务员去跟进。

(6)建立自己的网站也是个很重要的工作，怎么合理规划自己的网站，怎么去合理布局都是我应该学习的，经过一年的努力，也获得很多的项目信息，做了些工程，像银川，山西妇幼保健院，辽宁厂房等。但是事情总有好有坏，确实这一年的有用的信息还是很多的，不知道怎么回事，后期交给技术或者业务员去跟进的同时，成交的几率是很小的，这样下去提供再好的信息也是问题，怎样突破这个障碍下面再仔细谈论。

四：工作中处理客户的条理性：

网上找业务，我自认为我的工作上手还比较快，有条理，我制定了图片说明的报价文档，这样子发给客户的时候比较方便，对于客户，我把联系过的客户集中归纳在excel文档，作为客户管理系统，对产品的分析，不同的报价，客户的类型与需求，客户的来历与电话，项目的情况等做出登记，因为我们是做工程的不同于别的行业，说不定这次打过电话之后很久就不联系了，也说不定突然那一天再联系，这样子也算对客户的尊重，等再打电话的时候自己知道这是哪个客户等，我想对于客户归档是件很重要的事情，就像一些代理商的档案也一样，对于代理商的协议价格等，每个代理商出货的情况，出货的价格，运费，汇款情况都要做好档案登记，做到心中有数。

五：与公司内部人员合作的重要性。

怎么样与工厂的员工配合与工地上的施工员配合都是件很重要的事情，从合同-备货单-生产单-出库单-物流-收货人收货，等等这些环节都要注意链接，注意出货的数量，生产出货的型号，按时按质按量把货送到收货人手里，出过多少货，每个项目用过多少货，每种产品用过多少，都应该建立档案归档，做到心中有数。对于山西那个客户就是因为彼此之间的衔接出现了问题，最后弄的大家都挺不愉快，所以过程与流程配合都是需要我们注意的。

六：产品的市场分析：

(1)市场需求分析，现在做我们这个行业这个产品的也不是一家两家了，但是对于市场还是没有饱和，从原来的瓷砖到现在的仿砖应该是市场的一个重大转变因为瓷砖劣势的出现，保温的兴起，国家节能的倡导，为我们的产品提供了较好的市场竞争机会，所以市场的力量还是很大的，怎么样去开拓这个市场，我们全体员工不管从自己的自身问题与公司的问题都应该全面着手。

(2)竞争对手与价格分析，现在市场上做这个东西一般人们熟知的也就是久诺、skk、立邦、中德瓦克、华石等等，所以市场的竞争是相当激烈的，可能别人的工艺不如咱们成熟，但是竞争的条件是很多面的，我们有我们的优势，但是我们也有劣势，像我们的价格可能比别人家的高，市场关系不如别人成熟，人脉没有别人广阔，队伍不全，技术人员缺乏，其实技术人员不光要技术上很精通，对待每一个客户怎么走进他们的圈子，怎么去交谈，怎么去建立关系都是我们应该学习的，我想都是我们要考虑的问题。所以怎么用我们的优势去抵抗别人的劣势，去捕捉市场这很重要。

七：20\_\_年区域工作瞎想以及个人与公司出现的问题：

(1)依据区域销售情况与市场的情况，自己将计划主要放在了北方与沿海的沿边城市。

(2)怎么通过网络找些我们产品相关的项目信息，有质量的信息，怎么去拓展网络，为公司提供更多的质量好的项目信息，这是我的责任。

(3)积极配合代理商销售，服务好代理商的各项工作，与他们建立良好的合作关系。

(4)自己在搞好业务的同时认真学习业务知识、技能及销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，为企业的再发展奠定人力资源基础。

(5)为确保完成公司的任务，自己平时积极搜集信息并及时汇总，争取明年的市场我们能做好。

(6)由于同行竞争激烈价格下滑，\_\_年领导应该认真考察并综合市场行情及业务员的信息反馈，制定出合乎行情，市场行情的出厂价格。

八：公司的问题。

(1)公司从一开始管理上就存在很多的问题，但是经过这一年的大家共同努力很多问题都得到很好的解决，就像我们是施工与销售并重的企业，对于施工怎么管理，光卖材料怎么管理，都应该做出相应的规定，款怎么回，工地开工做出预决算，材料应该要多少，各项费用，应该先做出汇报，施工管理人员定期对于工程的情况应该随时向公司说明，用了多少料，出了多少平方要做到心中有数，怎么与工地上的与我们相关的人建立关系等都是需要学习以及改进的，不要到了最后都来问我用了多少料，项目经理在管工程，每次料出货签收自己都要做出登记，这样不用问大概用了多少自己也能稍微明白，也不会到了最后乱七八糟的，这也是项目经理应该做到的。

所以项目拿到手我们人员应该好好分析这个项目的质量，还有项目的及时性，很多时候汇报一个项目，没人管也没人告诉怎么处理，等突然有一天公司问这个项目的情况，时间拖得这么长，说不定人家早就定了，这样子再去找机会我们就显得更加被动，所以我们的态度应该改变一些。

瞬息间，对于我来说不平凡的20\_\_即将过去，加入济南建材有限公司，对于我来说是一种成长与进步的的历程，从头开始学习我完全陌生的一种工作方式、工作内容、以及工作程序、第一次独立的处理客户的咨询问题，独立的做出一份很好的报价，第一次给客户讲解这个产品的运用，这些都是公司给予我的机会，以上是我对这一年对自己工作的总结，既有对自己工作的肯定也有对自己工作的批评，希望在20\_\_年的工作中能有好的表现，和大家一起服务于公司，也祝济南建材有限公司的明天会更好!

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！