# 年度电商运营总结报告7篇

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-05-16

*年度电商运营总结报告7篇参考怎么写自己的年度电商运营总结报告呢?我们又要开始进行本部门本岗位的岗位年度工作总结了,作好年度总结,才能超越梦想一起飞!下面是小编为大家整理的关于年度电商运营总结报告，如果喜欢可以分享给身边的朋友喔!年度电商运营...*

年度电商运营总结报告7篇参考

怎么写自己的年度电商运营总结报告呢?我们又要开始进行本部门本岗位的岗位年度工作总结了,作好年度总结,才能超越梦想一起飞!下面是小编为大家整理的关于年度电商运营总结报告，如果喜欢可以分享给身边的朋友喔!

**年度电商运营总结报告（精选篇1）**

在这个经济高速发展的时代，传统的购物方式、消费习惯，将会慢慢的被时代所淘汰，取而代之的是网上购物。网上购物是以后发展的趋势，然而网上购物必须依托发达的电子商务平台。电子商务是指利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务过程中的电子化、数字化和网络化。人们不再是面对面的、看着实实在在的货物、靠现金进行买卖交易，而是通过网络，通过网上琳琅满目的商品信息、完善的物流配送系统和方便安全的资金结算系统进行交易。非常荣幸，能够进入学校电商培训团队，在寒假期间进行了线上培训，聆听各个学院电子商务专家的讲授，让我受益匪浅。

20\_年1月12日，参加了《国家职业技能标准与职业教育专业教学标准联动开发机制》培训，主要学习了国家职业分类（主要从目的性、社会性、技术性、稳定性、规范性、群体性六个方面了解职业基本特征）、职业技能标准、专业技能标准（职业标准与专业教学标准之间，各自独立，服务于不同主体；目标指向和开发路径一致；适用对象的区别与连续；反应与被反应，是一种互动关系）以及标准联动开发探索。

连续三天的培训，让我了解了电商专业职业教育发展现状，电子商务专业变成电子商务类，贯穿职业教育中高本；构建了电子商务专业中高本衔接的人才培养框架，打通了电子商务职业教育上升通道；通过老师对大量数据的分析，了解到电子商务专业体量已经很大，各类职业教育集团像成立，电子商务装也建设实践产教融合。由于国家政策导向、现实社会的需求、学校发展需要，所以需要实现课程体系与职业岗位对接、课程内容与工作任务对接、教学过程与工作过程对接、课程评价与社会评价对接。

陈道志老师通过某零售B2C电商运营项目的分析，了解到在一个电商运用项目中包含商品信息编辑、网页设计与制作、网络营销实务、网店运营实务、网络客服与管理、电商数据分析六个方面。商品信息采集中又包含文字资料采编、图片拍摄与处理、视频拍摄与处理、产品及服务品类信息管理等方面的工作内容。网页设计与制作中又包含装修元素制作、用户页面装修、整体风格设计、装修元素设计、用户页面设计等方面工作内容。网络营销中包括网店促销、电商平台活动实施、网络直播推广、搜索引擎推广、信息流推广、等方面工作内容。网店运营中包括商品管理、订单管理、采购管理、销售管理等方面工作内容。客户服务与管理中包括客户接待与沟通、客户交易促成、客户问题处理、智能客服训练、客户关系维护、社群管理、客户关系管理等方面的工作内容。电商数据分析中包括电子商务数据加载、电子商务数据报表设计制作、电子商务数据统计分析等方面工作内容。

一网络营销实务为例，讲解了项目引领下，学生以小组为单位，选择大项目背景下的单一产品，进行网络策划与实施，并最终完成购买并引导客户评价。要完成这个任务，首先需要网络营销定位，然后通过网店形象展示、网店流量导入、网店销售转化、引导购后评价完成整个项目，从这个过程中，需要具备网络市场调研能力、网络产品定位能力、网络客户定位能力、网店装修能力、网络推广能力、订单处理能力、运用数据分析能力、岗位KPI设定能力、商品文案编辑能力、常见问题解答能力、在线解答客户问题能力、引导客户购买能力、售后服务和引导评价能力。

通过培训还了解了一场真实的直播前准备的内容有哪些，比如市场调研、团队搭建、选品准备、促销设计、场地准备、流程设计、话术设计、直播后台设置、短视频推广等。这些知识点和技能点都是完成某一岗位任务做需要的。而一场优秀的直播要通过短视频预热、直播间封面和标题引导、抖音等视频APP宣传等方式进行流量的获取；在直播中主播要具备引导力、感染力，把握节奏、提炼卖点、运用优秀的话术；其中要通过系统的培训进行脚本和话术的学习，学会控制节奏、带动氛围的能力，并能够在互动中活跃粉丝的氛围，带动抢购促单。

网络直播作为学校20\_年的一项重要任务，我很荣幸能参与其中，在院领导的带领下，我会努力学习所需技能，为这项工作的顺利开展和实施添砖加瓦。通过德州网络直播研究中心发布的建设方案安排，我在短视频编辑与运营项目组，负责创造内容新颖的短视频，用视频表达商品核心卖点。主要包括：打造直播宣传视频，利用短视频内容引流，发布直播预告，引导粉丝关注，增加直播间人气；制作新媒体平台短视频，撰写产品宣传脚本，对产品进行拍摄、剪辑短视频；短视频投放与宣传，打造爆款短视频。虽然个人对视频拍摄及编辑并不太了解，但会根据学校安排认真学习拍摄、编辑技术，根据电商直播的需求，制作出高质量的短视频。同时因为本科、研究生学习音乐表演专业，有一定的演出经验，网络直播研究中心后续运营中，如果有需要，可以尝试互联网直播项目组的工作。无论负责那一块内容，我都一定会竭尽全力，学习好需要具备的技能和理论知识，在实践中巩固所学，跟随学校领导的带领，听从网络直播研究中心的工作安排，在完成学校教学任务、干好自己的本职工作的同时，努力将我院的这项工作开展好，在此也预祝我院网络直播工作顺利开展，并取得圆满成功！

**年度电商运营总结报告（精选篇2）**

3月20日上午，公司组织对副处以上干部开展电商知识培训，从衣明老师的一上午培训，总结一下自己的心得体会：

衣明老师围绕如何做电商开始，问客从何处来，使人深受教育。

通过这次学习，我对电子商务有了一定的认识，如何做电商，如何选择市场客户，如何定位选择商品的重要性，根据衣明老师以各公司的讲解，我提议公司依照现有的站务大厅。速递公司大厅。公交车车厢为销售产品展览平台，以公司全员发动及车体。厢广告为宣传平台，以交运物流配送为服务，做线下销售市场，推销单位交运品牌产品（啤酒。黄酒。白酒），促使我们单位产品市场化发展大局。

结合公司现有人员+车厢平台优势做好线下+线上的旅游及速递业务奠定基础，旅游线路要按照老师课程的以人为本，以客户需求为核心，围绕客户群定制数条精准线路，以各条精准线路主导宣传吸引客户，发动全员沟通业务，增效旅游业务。物流业务要以线路车辆精准的平台，重点围绕客户需求为中心，大力宣传引导寻求客户合作，以良好的服务，建立长期合作有效业务的机制，促使公司业务提升发展取得成效。

**年度电商运营总结报告（精选篇3）**

从2月23日这一天开始，我和本班另一个同学进入同一家单位实习，实习单位是一家自主创业的电子商务外贸公司，跟别的同学实习不一样的地方就是，他们是去到企业单位上班，而我们是去另外一个学校上班，因为公司是在一个外贸学校里面办公的，环境还不错，所以我们上班的地方依然充满校园学生时代的气息。

这份实习，我们在过年之前就已经在联系了，所以经过了很长时间的斟酌，反复的面试才最终确定下来，真是因为工作的来之不易，才让我们更加珍惜这个机会好好表现自己，借助这个平台检验自己各方面的能力。

我们是一家电子商务公司，属于电子商务、互联网行业，跟我们所学的专业非常对口，而且主要国际业务，可以说是很专业的实习。我的工作职位是英文产品编辑，主要的工作内容是电子商务平台、阿里巴巴的操作，处理订单，对产品进行编辑描述等等。这个工作职位需要很灵活地变通处理日常的工作，挑战性挺大。而我自己本身愿意去尝试比较有挑战性的工作，加上这里的工作氛围很好，因为它的团队都是由年青一代带领的，大部分同事都是跟我们年龄差不多的，一个年轻的团队以为这潜在的发展是无限的。因为年轻无敌。

电子商务是发展的大趋势，而我们又是第一届电商毕业生，本来就面临很大的考验，因为时代的发展大趋势，未必就是你自己的发展方向，在选择和决定这事上要特别慎重。刚进公司那些天，我们就必须试着去适应一个由学校到公司的环境转换，以及角色的转换，尽管我们还是在一个校园的环境下工作，但是公司毕竟是公司，也要遵守规定，所以我们必须从心态上转变，以一个社会人、一个员工的身份，慢慢融入这个公司，幸好，公司的同事都很友好地欢迎我们加入这个团队。

我们都被分给两个老同事带，先慢慢跟着学习，带我的那个同事，人超好，很耐心地教我这个，教我那个，还带我去认识其他部门的同事，所以全部的部门都知道我们这两个实习生了。

第二天的时候，我们就正式进入工作中了。学习平台操作，了解产品编辑这个岗位所需要的技能和知识，了解我们所在岗位需要做的事情。为了能使我们更快地了解公司的大概，公司不仅指定了指导老师教我们，还安排我们参加入职培训已经进行相应工作的谈话，使得我们更快地进入状态，公司人不多，所以每个人所要做的事情比较多，需要我们尽快理清思路，掌握对的方法，才能把事情做好。

**年度电商运营总结报告（精选篇4）**

\_\_年是蜂献公司电子商务工作的开局之年，在汪总的亲自指导和刘经理的直接领导下，按照公司确立的经营方针，通过部门员工的共同努力，基本实现预定目标，但是与其他部分网店相比，还有很大差距，为了更好的汲取过去一年的经验教训，推动\_\_年电子商务工作的跨越式发展，现将\_\_年电子商务工作总结如下：

一、主要工作情况。

1、通过大家共同努力，基本实现了预定的销售目标。 经统计，\_\_年网络总销售额为31.51万元，其中直销店9.56万元，旗舰店9.72万元，经销批发12.23万元。成功招募了2家实体专卖店，培育了2家较好的网络代销店。

2、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）经过调研并由领导批准，在元月份和8月份分别开通了淘宝直销店和商城旗舰店，现已成功运营，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，在10月份先后招聘了客服人员，形成了电子商务的销售团队，尽管人数不多，但是内部分工合作，注重发挥个人专长，并多次开会交流思想和经验，随着电子商务的不断发展，今后团队成员的数量、结构、分工、素质等将不断加以提高和完善。

（3）随着蜂产品网店的增加，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，例如原蜜的促销使得直销店的信用有了很大提高，节日的促销对实现全年的销售目标发挥了关键性的作用。另外，我们也尝试性的进行了广告投入，包括直通车及淘宝客等，尽管发挥的效果有限，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）按照汪总的要求，并通过市场情况的对比，我们多次对品种和价格进行了调整，一方面完善传统类目产品，另一方面不断增加高附加值产品，形成了较为齐全的品种体系。另外在价格上，我们按照网络市场的实际情况和自身的长远发展考虑，逐步淘汰了散装产品，包括原蜜等，并适当提高了部分产品的价格，使整体价格保持在中等偏上的水平，这符合大多数消费者的心理价格承受范围。

3、品牌推广和招商加盟有所拓展，但尚未取得明显的阶段性效果。

（1）年初由于直销店的实际需要，我们分别在全国各地级市的相关论坛上进行了最简单的发帖和回帖，在当时为直销店的信用增长和销量提升发挥了一定的作用，但是帖子的影响力有限，所以品牌推广尚处在最初级的阶段。

（2）招商加盟方面，在3月份和11月份，安庆和融安的两位老板分别来公司进行了考察，之后签订了加盟协议，分别在安庆市区和融安县城，开设了蜂献蜂产品专卖店，这为我们今后发展加盟商，以及如何成功运营县市级专卖店，提供了很多有效的尝试和经验。

（3）网络代销方面，我们分别组织了两次集中招募，第一次以个人店为主，大约招募了20家网店，其中有10家左右直接进货，但是由于很多因素的影响，个人店大部分没能实现持续经营。第二次我们以商城店为主，其中招募的安徽特产专营店和群航食品专营店，发展势头不错，\_\_年将重点扶持。

二、存在的主要问题

1、受主客观因素制约，网络销售收入增长缓慢。

（1）淘宝网内竞争极其激烈。

一方面数十家老店凭借超高的客户积累、大量的广告投入、不断攀升的人气排名及开店时间的沉淀，占有50%以上的市场份额。另一方面至少有100家新店凭借低水平的价格竞争，迅速的抢占市场份额。另外还有上千家网店经销蜂产品，虽未形成较大规模，但是也在无形中或多或少的瓜分了市场份额。据不完全统计，目前在淘宝商城有180家品牌旗舰店经营蜂产品，在淘宝集市有约4000家经营蜂产品。在淘宝首页搜索“蜂蜜”，单品展现数量达15万个，王浆、花粉、蜂胶略少。

（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。

主要表现在搜索排名上，在首页展示的机会太少太少，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。

2、网络营销的基础工作还不够扎实，品种增减、价格制定、数量规格等等的设置还不够成熟和完善，尤其是文字表述上过于正规，没有设计平时化的语言，也没能够找到打动买家的关键性语言。

我们之前以散装产品拉动信用增长，以较低价格吸引买家，在散装的同时又兼有精装，层次分明，确实给买家提供了很多选择的机会，但是从另一方面，也造成了买家对产品质量的怀疑，后来由于为了顺应整体的发展趋势和成本费用实际，我们果断的将散装的全部删除后，导致了直销店生意日渐惨淡，至今还未走出这个怪圈。价格制定上，由于我们当时对市场分析比较盲目，部分价格制定的过低或者过高，未能成功吻合买家心理，因为过低和过高都能够导致买家望而却步。文字表述上绝大部分还是人云亦云，模仿性太大，未能在吸取别人经验的基础上形成自己的文字特色。

3、招商加盟进展缓慢，品牌推广的难度较大。

网络招商方面，呈现招商容易，持续经营难，有效的经营的过少。合作的店家不积极推介，地域的差异也导致代销的利润少，发货麻烦等，这可能也是影响代销商激情的重要因素。另外代销商由于对蜂产品行业比较陌生，在回复买家咨询、文字表述、经验技巧等方面都有着很多欠缺。实体加盟方面，由于目前在该方面我们还处在探索和尝试阶段，加之目前我们的网络广告投入的渠道较为单一，仅限淘宝网，所以无论是加盟商招募还是地方专卖店的持续经营，都还没有完全展开，更没有完全成熟。从加盟商招募来说，一方面是潜在的加盟商在寻找好项目创业，另一方面我们有好项目但潜在加盟商却不知情，所以如何使我们的项目与潜在加盟商相对接，这是一个需要重点研究的课题。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，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。

4、广告宣传的有效方式过于单一，淘宝的免费资源也未能充分利用。

目前我们的广告宣传主要靠直通车和各类论坛，直通车流量大，效果很直接，但是近年直通车的性价比下降，成交转化率过低，费用却越来越高。各类论坛发帖是免费的，但是效果不是很好，带来的全部流量极其有限，有效流量就更少。所以这两种方式已经越来越不受人们重视了，作为我们新店来说，急需开拓更加划算的广告投入渠道。由于种种原因，淘宝的很多免费活动我们无法参加，如聚划算、天天特卖、淘宝天下x淘上瘾等等，一方面是申请店家太多，审核极为严格；另一方面受成本、费用等影响，部分活动也不适宜参加。值得关注的是11x12月份我们开通了淘宝客并且加大了佣金比例，效果明显，后期应重点投入。另外淘宝站外广告也未进行有效尝试，这里面因为关系到浏览量与成交量的比重问题，所以一直比较慎重，11年对于地域性的站外广告要有针对性的尝试性的投放。

5、品牌及产品很难精确定位，常规产品没有完成销量的较大积累，新品推广能力不足，特色产品的核心竞争力没有重点培育。

经过一年实践，发现蜂产品行业比较特殊，品牌及产品的定位问题不同于一般的食品企业，因为不同企业之间、不同企业产品之间，具有差异的主要还是规模，其次是概念差异，基于品牌价值和产品特点的核心差异不是很明显，这就使得本企业的产品无法较为完整的与其他企业的产品进行切割和区别，虽然说目前总的行业现状还是“集中分蛋糕”的模式，但是也要注意到部分企业已经开始寻找自己的核心差异了，作为我们这样一个拥有完备的企业竞争能力的品牌和产品，应该走在别人前面。由于种种原因，我们的常规产品还没有成功打造爆款，单品销量急需较大幅度的提高和积累，至少每个品种有一个人气宝贝，否则很难在同质化产品泛滥的网络市场中竞争。

年中，我们自主开发的新品也未能成功推广出去，从开发到消费者认知再到完全接受是一个渐进式的过程，需要不断的推介和宣传，然而我们无论是推介和宣传上都明显不足，后期在这两个方面将会加大力度。关于特色产品的核心竞争力方面，简单来说，就是低成本、高售价和难模仿，我们的很多产品满足第一个条件，但是对于第二和第三个条件常常是心有余而力不足，售价方面来说，消费者不会关心产品成本问题，他只关注你的产品价格是否具有足够的吸引力，所以价格如何既高又合理，是需要我们在充分市场调研的基础上进行重点研究的问题。难模仿就更加不容易，这里面就是产品差异化的问题，前面已经提及，不再赘述。

总之，发现和提出问题不是目的，\_\_年我们将针对以上问题，重点攻关，优先解决，逐步理顺各个因素的关系，扫清阻碍网络销售正常发展的“拦路虎”，随着网购的流行，使网络销售和传统渠道进行成功对接，真正成为企业的重要支柱之一。

**年度电商运营总结报告（精选篇5）**

通过为期一周的电子商务师二级培训，对电子商务的发展方向以及电子商务的职业定位有了更深刻的认识，二级电子商务师在电子商务职业定位中处于承上启下的作用。当今时代，电子商务不断的发展，如同一场风云，变幻莫测，跌宕起伏，竞争激烈。电子商务的教学不能是一层不变的，电子商务知识不同于其他学科，推陈出新非常快，这就要求从事电子商务教学的老师必须找准自己的位置，明确自己的责任。

整个培训从电子商务系统规划与建设、电子商务安全、网络营销实战解密、电子商务网站评估等方面对当今的电子商务做了阐述，还补充了最新的电子商务新概念（大数据、互联网思维、云概念、粉丝经济等），并介绍了如今电子商务专业细分化研究与实践，电子商务在大数据时代下有怎样的前景，电子商务专业方向分为：网站运营、网络零售、网络客服、网络编辑等。在知识讲授过程中，结合各种生动的案例（阿里巴巴、小米、海尔等）特别针对20\_年的电子商务大事件（移动电商、跨境电商、余额宝、快的打车）对电子商务的各个系统知识进行了剖析。最后通过理论知识考核以及系统实操进行了考评。

总的来说，通过此次培训学习，了解到电子商务不是孤立的，它和其他专业（比如市场营销、网络营销、物流、计算机等）必

须进行渗透与融合。电子商务的核心是：运营为管理，营销为推广。作为一名电子商务老师，在电子商务教学中，必须不断学习新知识，紧跟时代的步伐，才能将顺应时代需求的电子商务知识传授给学生，电子商务教学不能一层不变，前天还是博客的时代，昨天变成了微博的时代，今天又变成了微信的时代，不知道明天又将变成谁的时代？特别是在中等职业教育中，更应该对电子商务的教学做更多的思考，掌握面对中职学生需要掌握的特点，中职学生以后面向的工作岗位不是系统性的，而是孤立、独立的工作岗位，只能从单一固定的领域开始，因此必须有足够的责任感，立足于技能的培养。特别是我们贵州地区，电子商务发展和其他发达城市比起来相对比较落后，但是这正是我们的机遇，我们的学生是未来我省电子商务技术的主力军，我们必须有足够的信心，立足培养具有我省特色的电子商务人才。

**年度电商运营总结报告（精选篇6）**

时光飞逝，转眼间已到了20\_\_年\_\_月月底了，我也已在公司十七个月了!在此期间感受颇多、收获颇多、工作、环境、领导、同事，这里的一切，对我来说，是一个很难的锻炼和提升自己各方面能力的一个机会。公司管理规范运作有序，各司其职、兢兢业业、工作愉快、亲如一家的氛围是我这一年多来的切身经感受。

在此，首先特别感谢公司领导和同事给予我的大力支持、关心和帮助，了解了公司的发展概况，初步掌握了一些基本技术知识，现将本人这一年多来的工作情况总结如下：

一、学习业务知识、提高专业水平

自20\_\_年7月份进公司时起，我努力学习、提高自己的专业水平和综合素质。为自己能尽力为公司工作尽一份力打好基础。

二、积极服从领导工作的安排，努力完成各项工作

早工作中，提高跟客户的对话技巧，淘宝网店的后台管理，宝贝的描述等等，以及近期做的淘宝推广。俗话说;“活到老，学到老”。在这方面，由于我的工作经验不足，工作时间短暂，任何一个问题对我来说都是一个挑战的。但是，我有信心面对，我会不断努力学习，严格要求自己，提高自己的各项业务水平。不管是份内的工作，还是份外的工作。只有多学，多做，多积累工作经验才能把工作做好。

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。

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20\_\_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。

**年度电商运营总结报告（精选篇7）**

作为电子商务组正式成立的第一年，我相信这将会是激动人心的一年，将会是收获的一年，为了做好这一年的工作我现对我们全年的工作做个简单的整体的规划，确定目标并且从过程中总结出经验让我们的工作超目标完成。具体做到搭建\_\_旗舰店和微信公众账号两个平台，维护这两个平台，并通过两个平台的建设和维护来提升公司形象以及品牌价值。

一、\_\_旗舰店营销

随着电子商务这几年来不断地快速的成长使这个社会日渐形成了一个新趋势，就是大家都开始相信电商并且依赖电商。许多企业开始利用现有的电子商务平台做为电子商务的切入点加入电商的大军，比如现在最红火的\_\_商城上就出现了很多企业的旗舰店，甚至一直被认为做电商存在很多限制的涂料行业也陆续克服那些阻碍开始了电商的建设工作。从20\_\_年开始就有很多涂料行业在\_\_上建设自己的旗舰店并且持续不间断地努力并在这两年里取得了不小的成绩，比方说立邦、华润、多乐士、嘉宝莉等等。因此巴德士集团公司做为涂料行业里的资深实力企业也必须要有一个属于自己的\_\_商城，并且成为我们这个组存在下去的真正意义所在！

1、申请\_\_旗舰店。

新年来的第一件事情就是着手申请成立属于巴德士集团公司的\_\_旗舰店，这个做为集团公司向电商跨出的第一步必须果断地快速地做出决定，因为我相信只有去做了才能有机会成功。

2、对\_\_旗舰店进行整体规划。

店铺申请下来后我们就开始对店铺的一系列事宜进行整体的规划。首先，店铺将进行产品定位以及功能定位，店里卖什么产品，该如何定价，这个将成为我们成功与否的关键；其次，店铺的装修以及布置也会成为一个大问题，需要既新颖又实用。第三，对于店铺推广和销售这块将会是重中之重，这块我们需要的是花最少的钱达到最好的效果，是所有的做电商的人最看重的东西，对于这块也是我们电子商务最核心的工作，因为这将直接关系的公司的利益所在。不管说是那一步，我们组的目标都是以最少的资源为集团公司争取最大化的利益为出发点，因为我们是巴德士人，同时也是在这里希望方总及领导们相信我们并且支持我们！

虽然我们比别人起步要晚很多，但是我们也可以将这个变成我们的优势，在他们打拼了那么久后留下了很多可以供我们用的很好的题材，比方说参加电商的产品，比方说对产品的销售推广这块将会成为我们的财富！

3、\_\_旗舰店销售模式及售后的现状及解决方式。

涂料行业进入电商存在一定的阻碍，主要包括售后的施工以及公司本身传统的销售模式。涂料企业的传统销售模式一般是以区域代理商的形式，这种形式导致全国各地对于公司的同一个产品售价不统一，并且各个区域的产品只能在所属范围内销售，如果跨区域销售将会引发经销商的抵制，如果公司成立\_\_旗舰店将会是产品将从公司卖至全国各地，而各地经销商不能理解的话就必然成为公司的阻碍。售后施工成为阻碍的原因是：涂料卖出去必定需要有油工帮忙施工，但是涂料行业一直有个不成名的规定就是油工可以在涂料销售中拿到一定的回扣，但是如果是消费者直接从网上够得涂料必然就无法给油工回扣了，那么油工可能就会对施工这块不是那么地认真负责也可能导致消费者很难找到施工人等等一系列的问题，这个自然而然将会成为我们的售后问题，并且如果处理的不好可能会对品牌产生一定的影响！

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！