# 电商商品ogsm工作计划(通用38篇)

来源：网络 作者：暖阳如梦 更新时间：2024-01-16

*电商商品ogsm工作计划1>一、 电子商务项目组织架构搭建及岗位职责（第一步）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。4、后台程序员：实现后台的程序功能。结合公司现有的电子商务岗位...*

**电商商品ogsm工作计划1**

>一、 电子商务项目组织架构搭建及岗位职责（第一步）

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。

4、后台程序员：实现后台的程序功能。

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。

>二、 电子商务项目定位（第二步）

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，需要摈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！

**电商商品ogsm工作计划2**

>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xx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。

xx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。

xx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。

**电商商品ogsm工作计划3**

采购部是传统制造业订单生产的服务性部门。采购价格，对公司订单产品的成本有着直接的\'影响；其中采购物料成本所占生产总成本的比例较大，采购价格的高低不仅关系到公司的销售额和利润额的多少，而且将会直接影响到公司产品的品质和市场竞争力。

综合分析我们采购所存在的问题，由于没有遵循皮具行业的客观标准和市场实际而进行采购作业，所以面对客人不同材质和工艺的产品在生产和出货后所出现的异常状况，不能做到实事求是，常以强制性的观念附加到产品原材料品质方面。故而，在部分产品的加工过程中出现了不少“疑难杂症”，如路易威登、gucci等十大国际奢侈品牌在五金选材和品质方面可以说是世界皮具制造业的顶级代表，如果专业人士按照这样的质量标准判定这类品牌的五金材质品质是ok的，但在我们公司品质判定却是ng。这说明了什么呢？不难找出原因所在，这说明了我们的判定不符合市场实际而偏离事实。在五金产品方面反复退货、重复验收，不仅影响订单的交期，还会事倍功半而直接影响到公司的经营利润。因为五金的重点工艺是人工为主，机械设备为辅；俗话说：“金无足赤，人无完人。”何况五金是以人工为主的制作工艺？我们公司品质严格自然是优势也是好事，但仍然必须符合客观事实，否则从长远来看在信用方面公司会打折扣，不可太急功近利，一线生产员工“用工荒”及薪资差异等综合因素影响未来珠三角传统制造业产能。所以，业务、生管、采购和品保等部门都应该去了解产品的原材料实际生产工艺和行业国际水平。

为了优化公司采购部现有工作，逐步改变目前所存在的不足之处和薄弱环节，根据公司订单生产需求现状的实际，提高采购效率、降低成本，使公司利益最大化；同时，为实现品质保障、价格合理和供应及时的采购目标，客观地寻找供应商，做到货比三家，严格按照公司质量检验标准进行采购作业，并合理有效地使用公司采购资金，确保良好的周转率。自20xx年8月份开始，针对本部门所负责采购工作目前的状态，现制定采购部门工作计划如下：

>一、供应商管理：

时间：8月份-10月份

1、供应商管理存在的主要问题：

（1）缺少实力的一手供应商——直接生产厂商；

（2）没有比价环节，行政指令性下达；

（3）未签订《采购合同》及约束协议；

（4）采购被动，受供应商牵制。

2、解决方法：

（1考核评估工作。 对现有供应商进行综合评估，以满足公司现阶段的生产需求。对这些供应商进行筛选，符合评估标准的厂商可继续后续的合作和问题的改善，反之则淘汰不符合公司采购需求的不合格供应商。采购部门向着每种物料有3家以上的供应商努力，争取各种产品逐步达到此要求。为公司后期的大批量生产做好准备，以获得最理想的采购价格和品质。新开发供应商初次合作，根据实际情况须组织由总经理室、采购、品保和工程部等人员组成安排对确认样板ok的厂商进行验厂程序。

（2节后交总经理室核准确认，相同材质的物料返单，原则以初次比价表核准的单价为准向合作愉快的供应商进行采购，同时该采购物料的《检验记录报告》判定结果须交付总经理室并对应《供应商报价比价表》各备案一份。

（3）原有供应商须补签《采购合同》和相关约束协议，新供应商一律在初次合作时签订《采购合同》。重点培养主要供应商，争取和一些重要的供应商达成长期合作协议（合作方式的业务洽谈等，需要上级主管领导组织执行）。

（4）做好异常情况的妥善处理：因供应商生产能力的不足，或其它原因引发采购异常时，采购部第一时间知会相关部门并积极应对。同时，对异常情况的发生原因进行分析处理，记录在案；如有必要，将采取法律程序进行公司利益的维护工作。

>二、各部门的配合及采购流程：

1、各部门采购计划及采购流程存在的主要问题：

（1）采购清单请购物料名称不规范，同种产品写法多样，不能一次性提供准确的规格型号及样板参照，概念模糊不清；

（2）没有计划性进行所需物料的计划请购，同一事情不能一次性说明清楚而耽误或打乱采购部作业计划；

（3）经常受到上级先联络的资料送达到采购部行政指令性采购，采购部无法知晓对方情况如何；

（4）同一物料跟催过程多人联络，不能准确传达供应商交期进度状况，导致跟催异常时有发生；

（5）采购流程没有形成规定，导致账目处理流程混乱无章，单据不统一；

（6）人员被动追踪、无从着手，这是皮具企业的关键环节流程，在我们公司一直缺失。

2、解决方法：

（1）在接到会签的物料清单指令后进行采购作业，并跟催物料进度（做订单采购物料跟催时间表，利用白板统计异常物料）；

（2）如果需要报价，新产品须在三个工作日内提供报价，不需要报价直接列入采购物料跟催时间表；

（3）采购部以陈先生主导采购全面工作，唐先生负责采购开发并配合采购部工作；所有业务订单的各种原物料均须提供样品让工程部、业务部和品保部共同签板确认（设变请及时以书面形式通知采购部以免造成不必要的失误和浪费）；

（4）每次厂商选定以三家或三家以上作为比较，同种品名及型号、同种质量情况下优先选择前期和新准入合作愉快的供应商；

（5）制定采购合同，除现货市场现金外的订单原物料采购均须签订《采购合同》（采购合同及订购单必须带有原物料确认样板或图片）；

（6）供应商提供的物料在备货完毕后按照确认样品验货；

（7）供应商送货到仓库须按公司规定要求带送货相关的清单，以清单送检验货，合格会签后返还到采购部；

（8）拿到签字清单做账，规范对账单据：现金采购物料【讨论】除工程部和板房请购的样品材料及各部门代购产品之外，其它均须交仓库入仓后及时做账报销，月结对账单相关清单也需要逐步规范；

（9）剩余物料退回公司仓库入库暂存以备用；

（10）按照订单需求，及时完成采购工作，确保满足订单的生产需要。

>三、部门管理：

1、管理制度和流程存在的主要问题：

（1）管理制度不完善，流程不统一，配合协作团队未形成；

（2）部门界限不明确，职责分工不协调；

（3）缺乏采购资料档案的归档分类，部门组织架构不完善。

2、解决方法：

（1）加强本部门的沟通和学习，完善部门的管理流程和管理制度：重点是现金采购和月结采购流程

（2）收集供应商资料（厂家资质、营业执照及税务登记证等相关资质）作为长期合作厂商；

（3）收集产品资料备做产品色卡；

（4）会议室或办公室开会（总结工作）。

>四、采购成本控制及采购效率：

1、采购成本控制及采购效率存在的主要问题：

（1）不考虑比价环节而直接下单，事先没有告知供应商按照签板ok的常规品质标准落单而发生扯皮的现象，甚至增加了正常成本采购；

（2）品保部异常《检验记录报告》比例较高的供应商仍然被批量下单：条件接受，而配合的供应商却没能续单，并且以往的品保《检验记录报告》均有据可查；

（3）采购交期和品质抵对，导致采购效率不高，影响生产上线进度。

2、解决方法：

根据原有供应商采购单价资料，进行性价比分析，从中找出价格差异，并比照之前的品保异常《检验记录报告》做好与筛选淘汰后的合格供应商进行价格优惠的洽谈和实施落实。采购周转率，是反映资金的使用效率，故而合理的采购数量和适当的采购时机，既能避免车间生产停工待料，又能降低物料库存，从而减少资金积压。

采购相关人员须经常前往车间了解相关物料的使用状况并进行跟踪，尽可能地减少采购周期，提高采购效率和及时性，并且对订单各种物料的采购周期进行统计，提供给各请购单位作为制定请购计划时的参考依据。

>五、交期及品质：

根据订单生产周期，客观合理地确认采购周期；区分不同的客人需求和产品要求，从而客观地认识和判定品质。

1、交期

（1）采购部交期跟催存在的主要问题：

1）使用msn转发信息，物料采购清单未完成签单就主观要求确定交期以及订购单未回签落实准确交期，导致交期误差；

2）没有根据产品材料的实际生产状况统计采购周期而进行交期确认，采购没有合理掌控供应商运输过程异常，确认交期与实际偏差；生管部门没有根据产品材料的工艺特点（材料难度）和生产周期科学安排并确认回复合理的出货日期，业务部门缺乏生产常识和专业说服力以及专业的业务能力；

3）业务部、生管部、品保部和工程部没有对产品的质量等级和价格层次进行有效区分，导致材料采购品质标准不明确，延误材料入仓或退货处理时间，从而直接影响采购交期的跟催完成；

4）生管部门和物控做库存采购的lst/lpst订单和业务订单采购没有进行有效区分，即常用材料安全库存采购和现货或起订量采购。二者的采购周期是明显不同的，采购周期不能以不符合实际的交期跟催进度以及知会相关部门。例如：某订单所需荔枝纹pu 1000码，皮革供应商正常生产周期为7天，但不包括运输环节的周期1-5天，所以皮革的实际生产周期是7-12天，但也存在5天可完成的生产周期事实，不过这种情况其中多数是自行批量生产做库存现货的常用纹路，可提前安排送货。若我们根据5天确定交期就是不符合实际的，

以这样的概念就是主观且不现实的，则交期误差异常自然也不足为奇。尤其是五金配件的实际生产周期为10-15天，但却不包括设计和开模打样周期7-10天在内，因而新产品五金件的采购周期为20-25天；其它小五金也存在3-7天的生产周期，但也不包括设计和开模打样周期等等。

（2）解决方法：

1）重新制定《采购周期统计表》；

2）《生产计划排程表》：生管部门必须第一时间提供更新的《生产计划排程表》给采购部一份，采购部门相关人员根据此排程表跟催物料进度，第一时间将异常知会生管、物控和仓库；

3）《联络单》式送达到各相关部门人员，采购部不接受任何口头通知的请购物料采购订单处理方式，从而明确和约束各环节的职责，做到各尽其责、责任到人和有理有据，避免推卸责任和不担当。

2、品质

（1）品质异常的主要问题：

1）产品订单材料存在部分行政指令要求指定供应商的现象，导致控制品质及跟催沟通被动：没有开发丰富的供应商资源，但有开发的新供应商却被转单到不配合的供应商进行采购；

2）部分业务未能与生管、品保（重点）部门达成品质方面的共识，常主观想象而没有概念；

3）部分产品不符合行业生产工艺品质标准的客观事实，跟客人就品质问题不能客观协调，导致品质标准高于市场实际能够做到的行业水平“瓶颈”，因此而延误交期。

（2）解决方法：

寻找多家供应商打样确认品质，产品订单的所有采购皮料样板或大货首件，均第一时间送业务部对应客人的业务跟单人员，转交品保部进行常规测试和色差判定；其它辅料配件的首件交业务确认结果。凡属业务客人指定的供应商所提供的原色卡或产品样，若客人能够接受，品质均按照该供应商的原有相同材质采购，主要责任由客人和业务负责承担，而且业务和厂务协理、物控经理必须以《联络单》的书面形式会签ok后通知下达到采购部。否则，采购部有权拒绝执行。

>六、采购权限：

（1）接到采购清单必须有总经理室签字确认，上级认可生效后方可进行下一步采购动作；

（2）采购不干涉其他部门的采购工作，但也不承担其他部门采购中出现的任何问题及过失。如有需要采购部处理的请以书面形式经上级签字后下达，采购部接到指令后开始正式作业。采购部拒绝执行高于市场同种同质产品材质均价的任何非客人指定供应商作为物料采购订单的准供应商，除总经理室知晓或批准的已合作供应商之外；

（3）采购部通过《供应商报价比价表》确定供应商，并且《供应商报价比价表》须交总经理室签核最终确认ok，而且在供应商送货验收入仓后由采购部呈送iqc《检验记录报告》报总经理室备案一份，做到公开透明。

**电商商品ogsm工作计划4**

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于责任感。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：

>一、组织实施“将被动采购改成主动采购”—公开透明的按采购制度程序办事

在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受财务及其他部门监督。

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：

实施公开透明的采购策略后，年现有纸张原材料一直在上涨，我部门提议将现有常规产品纸箱不再用，每平方价格为45元,只要能达到出口标准即可，现提议使用D=H材质，每平

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。

>二、围绕控制成本、采购性价比最优的产品等方面开展工作

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煅练。

>三、进一步加强对供应商的管理协调

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。

根据公司管理层的最新思维，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。

>四、加强对材料、设备价格信息的管理

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》。

>五、提高部门工作员工的业务素质和责任感

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。

**电商商品ogsm工作计划5**

>一、工作目标

1、销售目标要有高业绩就得加强产品知识和淘宝客服的学习，开拓更宽的视野，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、定位要准，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。

6、对于老客户，和固定客户，要经常保护联系，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。

>二、自我方面目标

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!

有位智者说过：“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。

**电商商品ogsm工作计划6**

一、 跨境电商企业对战略应有的认知

1、企业对战略认知的模式

1）资源投入

2）经营活动

3）竞争优势

4）生存利基

2、知觉：对企业本身所处环境之变化趋势的认识

3、规划：企业面对环境变化的基本因应构想

4、实践：实现战略之高度行动力（资源）。

5、回馈：关键差距与修正

二、 战略规划与战略解码的逻辑

1、战略意图-公司对持续发展的基本设想

2、市场洞察-对外部环境变化的敏锐观察

3、战略焦点-因应环境的有效举措

4、描述战略-战略澄清-战略地图形成

5、衡量战略-指标与重点-平衡计分卡

6、功能战略-部门职责与价值链-结构型KPI

7、管理战略-责任分解-个人PBC

三、 如何精进战略-找到真正的差距

1、什么是业绩差距

2、什么是机会差距

3、选出关键差距

实战讨论-面向未来3-5年的业务发展，识别目前业务上存在的关键的业绩或机会差距

**电商商品ogsm工作计划7**

时间总是在悄无声息的流逝，20xx年渐渐离我们远去，为了20xx年工作开展的有条不紊，现特做如下工作计划：

3.因季节不同，有针对性的发布产品

1)2到4月份主要以促销品为主，广告笔到笔类，广告军刀，修容组，钥匙扣，收纳袋，杯子，摆件，广告鼠标垫，调味瓶等。

2)5到7月份，主要以，广告瓶起子，扇子，野餐包，野餐垫，沙滩休闲椅，户外餐具，防暑降温礼盒等为主。

3)8到10月份乐扣杯子，保鲜盒，旅行餐具，花瓶摆件，丝绸画，钢化玻璃碗等。11月到明年1月，被子，羊绒围巾，效率手册，笔记本，健身用品，干货礼盒等

4)针对特殊的节日，有针对性的发一些帖子

**电商商品ogsm工作计划8**

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。

>一、20xx年八大中心任务

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、组织电商人才培训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。

>二、主要工作思路和措施

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。

**电商商品ogsm工作计划9**

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：“顾客你在我们已下了订单^^，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。

**电商商品ogsm工作计划10**

一、品质达成策略和改善经营目标

回顾经营品质亏损原因、QCD达成低的因素，有机台设备、人工、治具影响分析，为20需逐步改善目标。

二、年品质核心经营目标

(1)改善方案(第一季度)

1、将老化机台及维修费用偏高设备转卖出，引进新设备。

2、二次加工投入PLC自动化削边设备，节省人力及品质稳定。

3、喷砂粗度检测仪、涂装膜厚仪分阶段性导入达到各工序的品质要求。

4、工序间品管岗位配置补充，计划分日、周、月、季，全员做品质教育训练宣导及并做考核鉴定。

(2)改善方案(第二季度)

1、车间环保、5S点检整顿计划，创造员工良好的工作环境。

2、压铸车间地板凹坑整修平坦。

3、喷砂车间粉尘，引进吸尘设备改善。

4、压铸熔铝炉目前使用颗粒燃料，评估导入天然气及自动熔炼炉设备，以提升出汤量及环保。

5、品质教育训练学员考问评鉴。

(3)改善方案(第三季度)

1、涂装设备评估引进更新半自动化设备，改善手工喷涂操作弊端。

2、评鉴第一、二季度各方案落实状况。

3、教育训练终期各干部验收考试成果。

(4)改善方案(第四季度)

1、机台设备大修、项修、检修年检编列安排。

2、PLC自动化设备，依订单结构及产品需求增编列购入新机数量。

3、针对品质未达标的干部及作业员工，进行岗位调整至次要岗位。

4、综合年度经营状况做QCD评鉴、考核，对有达标的干部依考核进行奖励，对未达标的人员惩处。

三、经营目标表

(一)产品策略

市场策略需要品牌策略和价格策略的强力支撑和支持。

年公司的整体经营策略即：在确保品牌的基础上，在设计、质量、服务和价格上，始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，降低单位产品的毛利润，提升并稳定总销量，实现利润总量最大化。为此，应采取下列措施：

1.手工砖产品以陶瓷马赛克为主，辅助100与150规格手工砖，加大配套产品的设计与开发(主要指配件及个性化产品)。以“立足国内，推动出口，稳固OEM”为策略，保障常规产品生产;以“依据需求，适当投入，量力开发”为策略，满足部分客户来样定制的需求。

2.陶瓷酒瓶以市场为导向，稳定重点客户大批量产品的生产，开拓小订单高利润的高端酒瓶。推行“抓住重点，整合资源，完善细节，降低成本”为目标，保障重点客户批量产品的交货及时，主要泥釉料自我开发，降低花纸、包材等外购物料的采购成本，保证酒瓶项目对公司利润的贡献。

(二)品牌与渠道建设

经过近三年的经营，“赛德陶瓷马赛克与手工砖”已经成为行业内的优势品牌，具有较强的号召力;在市场上和消费群中具有良好的美誉度。因此，20\_ 年，公司必须集合品牌资源，区分目标客户群，综合运用展会、旗舰店、工程等通路，集中力量向海外市场和中国区市场推广赛德陶瓷产品。为此，相应措施如下：

1. 销售公司“赛德马赛克”为主打品牌，以展会、经销商等通路为手段，以海外建材商、采购商和经销商为目标大力开展招商活动。

2. 以“精细营销”为手段，优化客户资源，规范专卖店建设与产品硬软件一体化展示，加强客户分类管理，完善价格体系监控。

3. 提升与设计师、设计院的合作，抢占星级酒店、高级会所等高端市场。

4.陶瓷酒瓶采用以商招商、广告招商、专员招商、展会招商等手段，稳定老客户，开发新客户，保障大客户，使酒瓶产销实现飞跃式发展。

四、实现目标的保障措施

(一)经营资源保障

1.公司新增投资200万元，建立酒瓶新仓库及陶瓷设备的搬迁，确保生产场地周转顺畅。

2.酒瓶销售部必须始终围绕客户要求做好样品打样、接单、收款及售后服务等工作，必须按照公司年度经营目标和客户需求，主动、高效组织销售活动。

3.按时交付合格产品，始终是生产管理的不容置疑的核心任务。生产部应订立适宜的品质目标，采取适宜的控制措施，规范生产工艺流程，以最优的品质成本，为销售一线准时提供合格产品。

4.生产成本特别是材料成本的控制，将是考验生产中心各级干部的关键所在，必须列入各级干部的首要议事日程，必须以非常手段克服和消化各类涨价因素(合同审核、质量验收、交货及时)，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量、采用计件计酬方式为基本点，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，使主营业务的材料成本控制在50%以内。

(二)办公室

“服务、支持、指导”是人力资源管理永恒的宗旨，保障供、产、销等部门的后勤供给，构建体系、理顺管理，指导核心部门改善人力资源管理，是行政人事部的三大任务。为此，必须从以下四个方面做好人力资源管理工作：

1.加快人才引进：以《20\_ 年人力配置标准计划》为基础，加快新增人员中的关键职位的引进和流失人力的补充，确保生产、营销、技术等部门的用人需求;建立人员淘汰和人才储备机制和计划，在20\_ 年1月31 日前将应淘汰人员全部淘汰完毕，将储备人才全部引进到位。

2.加强教育训练：建立培训体系，以素质培训为核心，提升员工的职业和经营素质。

3.建立合理的分配体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、待遇在内的分配体系;并在施行中不断地加以检讨和完善。

4.建立合理的绩效管理体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由行政人事部牵头，以目标管理为基础，建立起工作绩效管理体系，按照分级管理、分层考核的原则，20\_ 年3月1 日起，总经理对公司经营团队实施考核;于 年3 月1 日起，董事会对公司核心领导层施行考核;绩效管理必须与分配体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

(三)综合管理保障

市场竞争特别是陶瓷产品竞争的加剧，必然在公司支持力度上体现，客户必将更加关注价格、服务、媒体宣传活动上的措施;公司将定义成为未来3—5 年的经营发展奠定基础的“管理基础年”，高效顺畅的管理是公司核心竞争力的一个核心。

1.由办公室行政总监主导，其他业务部门积极参与，集合内外资源，自201 月1 日起，公司推展“建构管理体系，增强公司体质”活动，用3个月时间，建立起包括人才管理、营销管理、现场生产工艺流程管理、经济责任奖惩等在内的顺畅的、高效的管理体系。管理体系的建构，必须以“理顺脉络、提升效率”为目标，注重先进性与实用性、阶段性与前瞻性的有机结合，为必要时的体系打好基础。

2.按照分权管理的原则，由经营团队成员负责，大力推进管理团队建设、骨干队伍建设、经营目标落实检讨等工作。

(四)财务资源保障

20\_ 年，公司将为一线部门提供优势财务资源，在成本核算、收入、费用、收益分配等各项投入上向一线倾斜。与此同时，财务部必须从下列四个方面加大监测和监控力度：

1.逐步下放费用审批：财务部按“责任部门”和“成本部门”的思路，将各类费用的初审权下放给各部门经理，以便形成权责对等机制;财务部在费用流向的合理性等方面加强监测。

2.主导成本降低活动：在设定成本降低目标的基础上，财务人员必须更多地“走

出去”，直接参与市场调研，或组织各类专项活动，协助、指导相关部门降低成本。

3.整合公司资源：由财务部主导，对公司资源的工商、银行、税务、资源进行整合，为一线部门提供便捷的财务交流和结算通道。

4.健全财务监测体系：财务部必须积极参与“建构管理体系，增强管理体质”活动，理顺、健全财务监测体系，重点关注经营、广告活动背后的财务信息流。

(五)组织管理保障

1.由总经理负责，与经营团队签定《目标经营责任书》，明确各责任中心的目标、责任和相应的权利。

2.由常务副总经理负责，20\_年1月31日前，以总经理为授权方，与生产副总经理、技术部、采购部签订《部门责任书》，对订单完成率、合格率、工艺流程管理及采购管理等事项量化落实。

3. 由生产副总经理负责，20\_ 年1月31日前，以常务总经理为授权方，与生产部各主管签定《安全生产责任书》，明确年度安全生产特别是工伤事故，确保年度重大工伤事故控制为零。

4.由各部门经理负责，20\_年1月31日前，对各项目标进行层层分解，并与各级领导签定《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级领导的《目标管理责任书》统一汇集于办公室，实施归口管理。

5.由财务经理负责，20\_年1月31日前，出台《财务预算和成本责任控制办法》，明确各类责任人的成本控制项目、目标、责任和奖惩事项，并每月组织检讨和通报等工作。

6.由营销副总经理负责，组织每月/季 “销售成果与经营目标达成检讨会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

五、总体要求

公司高层清醒地认识到：20\_ 年的经营目标，是在全面权衡和全面分析的基础上制定的，是一个充满机遇和机会的计划，也是一个具有挑战和风险的计划;要将这一理想变为现实，需要全体员工的共同努力。

(一)更新观念，创新管理

公司认为，要达成20\_ 年的经营目标，首先要更新观念，各级领导和全体员工

必须彻底摈弃“因循守旧、得过且过、小步前进、作坊经营”的思想观念，以宏观的立场，树立“行业洗牌、不进则退”的危机意识和“发展公司，分享成果”的捆绑意识，在公司日常生产管理、销售管理、技术开发及后勤保障的服务品质、财务监测的深入一线等等各方面，创新经营思维、创新管理模式，为公司经营向现代企业的彻底转型奠定良好的基础。

(二)切实负责，重在行动

行动，是一切计划得以实现的首要;执行，是一切目标得以达成的关键。没有行动和执行，一切都是空谈。公司要求，各级领导和全体员工以“负责任”的态度做好各项工作，特别是经营团队和中层干部，必须以“责任”主管的立场开展各项工作，不得仍有“功在我，责在他”的遇事推委的恶习和恶行。

公司强调：干部和员工的价值在于行动和执行，公司将以行动力和执行力考察所有干部，对于那些纸上谈兵、不尚作为的干部和员工，将列入员工淘汰计划的首选，首先予以淘汰。

(三)业绩优先，奖惩落实

追求利润最大化，永远是企业经营的灵魂;任何企业的首要社会责任，都是赢得市场，扩大经营，收获利润。

利润是20\_ 年公司经营指标的“核心之重”，销售是实现利润的载体性指标。在这一思想指导下，“业绩定酬，指标量化，逐级捆绑，分层考核”是公司的基本政策取向，也就是，经营团队以利润为核心指标与公司实施紧密捆绑，中/基层干部和员工以工作业绩指标与上级主管实施紧密捆绑，采用自上而下逐级考核的办法，充分调动全体员工的工作积极性。同时，对于不能胜任本职的干部(包括团队成员)和员工，采取主动让贤、组织调整、公司劝退、末位淘汰等措施，增强造血功能，提升管理体质。总之，公司希望并要求：所有赛德员工，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，投身“行动成就梦想”的伟大征程中，为公司的跳跃发展作出更大的贡献!

**电商商品ogsm工作计划11**

>一、电子商务部上半年工作总结

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：

2.配置高端客户机，使各个部门的工作效率提高。

>三、企业400客服热线

企业为了方便与各子企业、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，提升了企业形象，扩大了企业业务应用范围，提高了办公效率，使企业集团统一化发展进入一个新的时代。

>二、存在的不足及问题

**电商商品ogsm工作计划12**

XX是新的开始，随着中国经济的迅猛发展以及公司规模的日益壮大，增强公司市场竞争力和业内影响力，最终实现公司全年经济指标(XX万工程签约额)是今年业务部工作的主要指导思想，因此，我们作为业务部门的主要负责人，如何顺应公司的发展潮流?如何完成今年的任务?如何制度化经营管理业务部门?实现这些目标需要投入的工作热情以及更加精细的个人工作计划。

1、开拓

公司业务部经过历次变迁，XX年最终确定总监模式，这使得业务部业务能力得以加强，但相对来看开拓力度就有所滞后，这一点应该在XX年的业务工作中需要重点改善，及时掌握第一手信息，是决定业务的成败的主要因素之一。

再者，没有敏锐的市场洞察力，就容易丧失目标，迷失方向，市场地位也得不到提升，一直是跟随市场步伐，而不是结合自身实力去引导市场走向。

“内外结合”是改善此现象的一项计划，所谓“内”，一、就是增加信息搜索人员(2人)，有一定的市场销售经验，能作到对公司重点服务的行业掌握第一手信息资料的能力。

通过建立如金融、政府、外资企业等系统的工程档案。

从而使业务部信息真正能作到点到面的控制能力。

二、把项目信息分成重点项目及一般项目两大类，技术部门的配合力度也可由级别的不同而不同，这样工程项目就可以分主次，以便集中优势争取重点项目的成功率。

这样分类首先可以避免由于频繁的投标，成功比率不高影响技术部的军心，其次又可以使业务部门不至于感到有信息公司不重视，从而丧失搜索信息的信心。

业务大多情况下是广种薄收的，这就开始指“外”，

**电商商品ogsm工作计划13**

一、企业概况

重庆进出口信用担保有限公司成立于20xx年1月15日，是在重庆市政府与中国进出口银行签署《战略合作协议》的背景下，为加快区域性金融中心建设、大力发展内陆开放型经济、深入推动统筹城乡改革、缓解中小企业融资困难，由重庆渝富资产经营管理有限公司代表市政府与中国进出口银行合资组建的一家全国性国有担保公司。目前以?一体两翼?（即以担保业务为主体，以投资理财、委贷为两翼）的市场和业务定位，沿着?在学习中发展，在发展中创新，在创新中领先，在领先中做强做大?的路径，分步推进，逐步实现规模、特色、质量和效益的协调与快速发展，成为机构集团化、布局全国化、业务多元化的新型金融服务集团。

目前，公司注册资本20亿元，资本规模居全国前列；主体长期信用评级达到AA+，具备企业债、公司债、中期票据、中小企业集合票据、中小企业集合债等金融产品的发行担保资质。主要从事法律法规允许的各类担保业务，利用自有资金从事投资业务，并为企业提供营销策划、咨询及企业财务顾问服务。

成立以来，公司以?促进对外开放、支持城乡统筹、推动科技创新、服务中小企业?为宗旨，秉持?诚信、高效、创新、共赢?的经营理念，致力于打造成为?全国一流的新型金融控股集团?。两年来，公司开发创新了全面合作、企业互保、中小企业集合券担保、过渡性担保等产品，建立了以平行作业、流程控制为特点的风险管控模式，在积极推动经济社会发展的同时，实现了国有资产保值增值。截至20xx年10月末，公司在保余额达91亿元，迄今为止未发生一例代偿或损失。奇迹来自于55名员工的专业技能和忘我努力，两年来已有若干名员工凭借出色的工作能力和经验成长为独当一面的部门领导，为公司做出贡献的员工也凭业绩得到了高于市场平均值的回报。

谋求发展的同时，公司积极履行社会责任，成立至今累计向社会捐款72万余元。其中向重庆教育发展基金捐款20万元，并在?绿化长江，重庆行动?捐资造林大型公益活动中捐款50万元，为绿化长江，美化家园贡献力量。

二、企业文化

（一）发展愿景：打造成为全国一流的与国际接轨的新型金融控股集团

（二）宗旨使命：促进对外开放、支持城乡统筹、推动科技创新、服务中小企业

（三）经营理念：诚信、高效、创新、共赢

三、企业荣誉

公司先后获得全国万亿担保规模上榜机构30强、中国担保成长先锋、重庆市融资担保机构10强、应对金融危机支持中小企业发展成绩突出的担保机构、20xx年度重庆十大金融事件、‘十一五’期间支持中小企业发展贡献突出担保机构?等多项荣誉，并连续两年荣获重庆国企贡献奖先进集体称号。

四、精英团队

公司现有正式员工55人（党员30人），均为本科以上学历，其中博士2人，硕士21人（2人为英国留学归来），硕士以上学历员工比率为42%。部分员工毕业于北京大学、清华大学、中国人民大学、南开大学、重庆大学、西南大学、中央财经大学、对外经济贸易大学、西南财经大学、西南政法大学等国内一流高等院校。公司致力于打造一个诚信、开发，高效、务实， 富有创新精神和活力的专业化精英团队，为广大客户提供融资性担保、司法担保、履约担保、企业营销策划及企业财务等各项专业化金融服务。

实习生培养计划介绍

公司一直重视优秀毕业生的引进和培训，并将?自主培养，内部提拔?作为选人用人的基本政策，一批批优秀大学生的加入，为公司的快速发展积蓄了力量。为实现?新型金融控股集团?的发展战略，加快组织机构集团化、投资业务多元化的步伐，公司计划储备大量优秀人才。

如果你是20xx年全日制应届毕业研究生，具备良好的政治思想素质、遵纪守法、品行端正、身体健康，金融、经济、国际贸易、法律、市场营销等专业毕业，大学英语六级考试成绩450分以上，你将有可能得到我公司的实习机会。实习期发放实习补助，按照正式员工管理要求进行统一管理，实习期内表现优异者，公司与其签订正式劳动合同，聘为公司正式员工。

实习岗位

报名方式：

1、，并在标题上注明20xx应届毕业研究生+姓名+应聘职位。

**电商商品ogsm工作计划14**

1、经营管理计划书编制的目的。

1) 通过检查各部门对各项工作任务的执行和实施，来对各部门的管理和服务的品质进行督导;

2) 通过对园区公共区域和各部门内部区域的巡查，确保各个区域的经营、管理、服务能有秩序的进行;

3)通过对员工的仪容仪表、礼节礼貌、劳动纪律、工作情况的检查，及时发现问题并进行整改;

4)通过对各管理人员和员工的考核，合理地配置各部人员，确定管理人员和员工教育培训方向。

2、年度经营目标和管理目标概述。

1)确保各项工作任务能顺利完成;

2)防治事故的发生;

3)从而使zz能成为一个高尚住宅小区;

4)为公司以后的发展培养后备的人才。

3、为完成经营目标和管理目标所需要的资源。

包括人、财、物等(主要内容可在附件填写)

1)需要招聘一个督导员，协助完成各项督导工作;

2)需要领用一些巡查用的劳保用品。

4、影响经营和管理目标完成的主要因素以及因素分析。

1)各部门之间的沟通不顺畅。

需要各部门及时沟通，以便尽快解决问题，提高工作效率。

2)工作人员的工作不细致，责任心不强。

需要不断的加强培训，提高员工和管理人员的素质。

5、各项计划目标完成情况的考核方法奖惩措施及建议。

各项计划目标完成情况的考核方法见四份附件。

奖惩措施将按照公司规定的奖惩措施来执行。

6、其它计划内容

备注：本计划填写可根据内容扩展页数

编制： z 审核： 审批：

**电商商品ogsm工作计划15**

年度经营计划及预算

年度经营计划及预算， 又到年底了，该对一年的工作进行总结及对明年的年度经营计划做一个重要规划的时候了。下面就请看看年度经营计划怎么写吧!

“年度经营计划”应该如何写

总代理管理重点

总代理管理有哪些重点?如何抓?抓哪些方面?卡丹路商务时尚男装认为可以从二个层面，1、内部管理重点有哪些:战略层面：品牌作战室、战略目视板、三年战略规划;计划层面：年度运营计划、推广计划、工作看板;策略层面：运营平台，竞争对手调研、区域诊断、店铺红黄绿分析;目标层面：年、季、月度、团队、个人、区域、部门目标的制定;销售层面：销售走势、业绩汇报系统打造、销售快报;士气层面：工作总结、超强执行力目视板、品牌战报、服务承诺、形象工程的打造;考核层面：学习规划、工作指标考核等。

2、终端店铺管理：人员管理：关键工作指标、每日20项、工作承诺、服务标准、师傅带徒弟、职业生涯规划等;货品管理：销售走势、销售规划、目标分解、品类结构;卖场管理：一分钟行动卡、照片上传、店铺检查100项;技术管理：管理看板、超强执行力目视板、资讯动态、经营指标、月度PK等，策略管理：十二字战略承诺、百强店铺形象工程等。

年度经营计划核心要素

1、现状分析

市场分析：从全省、地级市、县市场信息收集，整理并进行分析，区别哪些是重点市场、次要市场、哪些是主要商圈、次要商圈，受众群体是否明确，消费者意见反馈情况如何，市场份额占多少、品牌的知名度如何?行业在整个市场的表现力如何?公司产品在市场的竞争优势有哪些?等宏观、微观方面做深层次分析。

竞争对手分析：主要竞争对手、潜在竞争对手、替代品分别有哪些?他们一年的销量是多少，竞争对手已做了什么，竞争优势在哪里，如管理、产品、款式、价格、渠道、广告等，他们的弱势在哪里，找到突破口，接下来他们想做什么，进行深度分析。

空白市场分析：找出所有的空白市场，对空白市场进行细分，哪些是有效空白市场，哪些是无效空白市场，哪些是主要空白市场，哪些次要空白市场，哪些空白市场同业品牌做得好，该用什么最有效快速方式进行招商?

**电商商品ogsm工作计划16**

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。

>一、20\*\*年八大中心任务

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、组织电商人才培训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“20\*\*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。

>二、主要工作思路和措施

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。

**电商商品ogsm工作计划17**

20XX年是我公司长期规划的起始之年，我们应发挥优势，抢抓市场机遇，在机遇与挑战并存的形势下，我们必须要练好内功，

以科学发展观统领各项工作，以彭阳县加快城镇化建设、中卫美利工业园区的跨越式发展、银川商业街改造为契机，以经济效益最大化和可持续发展为目标，以“理性经营、科学决策、细化管理、服务至上”为经营理念，全面提升公司综合实力的总体目标。

一、量化目标管理。

按照公司五年发展规划和当年工作计划，20XX年主要经济指标和经营成果将在20XX年基础上稳步全面提升。计划完成监理产值500万元，计划成本万元，计划利润万元。监理费回收率70%。

(一)中卫项目部。

1、经济指标

(1)宁夏锦城建设集团已开工建设6万平米，监理取费元/平米，管理费估算元，人工费估算元，办公费估算元，业务招待费估算元，交通费估算元，实现利润元。

(2)美利工业园区

(3)银川众一集团计划6月份山水城开工建设6万平米，监理取费计划18元/平米，管理费估算元，人工费估算元，办公费估算元，业务招待费估算元，交通费估算元，实现利润元。

2、人员计划：以精干高效为原则， 2月底计划锦城进场4人、美利工业园区进场X人。6月初计划山水城进场5人。后续工程按进度计划陆续进场。

3、培训计划：周五例会安排半小时学习;二月开复工准备工作;三月质量通病防治;四月平法图集及其砼结构;五月安全监理;六月雨季监理事项;七月砌体结构;八月分户验收;九月监理资料;十月冬施;十一月停工注意事项。

4、监理业务范围拓展计划：锦城二期;中卫保障性住房。

(二)银川项目部。

(三)彭阳项目部。

(四)计划完成监理产值500万元，计划成本万元，计划利润万元。监理费回收率70%;工质量合格率100%;全年无重大安全事故。

二、组织管理。

(一)建章立制，筹建监理公司初步形成。

1、以公司五年发展规划为框架，建立公司组织结构，优化配备管理层，以项目部实施扁平化管理。企业负责人一名，财务负责人一名，项目负责人三名，监理人员由项目负责人自行调配。

2、初步建立人员管理制度、工作管理制度、工资管理制度、财务管理制度。并在实施中动态调整。

3、必要进设置招标代理办公室，由财务负责人负责。 4、申请筹建监理资质早谋划、早安排，充分挖掘人际关系，落实监理工程师注册工作。

(二)实施扁平化、制度化、精细化管理。

1、以项目部为核算单位，项目负责人直接对公司负责人负责，自主开展监理工作。

2、项目负责人定期每月30日前向企业负责人书面汇报监理工作情况及下月计划，向财务负责人对帐。

3、认真落实岗位责任制，并对监理人员绩效考核。

4、强化项目部预算，进行财务精细化管理，加强财务分析水平和经营控制能力。结合经营中产生的问题，提出经营风险点控制措施。

(三)团队建设

1、优化公司管理队伍，补充老年化、专业化优秀管理人员进入高管团队，老中青结合。

2、有计划地实施人才招聘和开展培训，逐步改善、提高监理人员素质。以注册监理工程、造价工程师为重点。

3、落实工资增长机制，切实让员工分享公司的经营成果。 4、将筹建公司全称、标识规范使用，统一在公司内部运用。 5、以活动为载体，加强对员工各种文化活动的组织和引导，提高员工文化生活质量。

三、主要管理措施。

(一)安全监理。

1、建立健全安全监理保证体系，落实安全监理责任制。

2、认真履行安全监理职责，以查人、查证为突破口，以审查技术文件为方式，以安全隐患排查为手段，以旁站监理为重点，以制度落实为保障。

3、要求监理人员必须熟知DB64/680—20XX，按照《宁夏安全管理规程》实施监理。建立健全安全监理台帐，并真实有效。安全监理资料与实体管理同步，按目录装订，并动态补充完善。

(二)质量控制。

1、建立健全质量保证体系，针对工程的特点和业主方的要求、施工单位的施工技术力量等情况，确定监控目标，制定监理的各项工作制度、工作程序，做到施工质量监理工作有章可循，有法可依。

2、质量监控事前预防，施工操作事先指导。审查人员证件及能力，主要材料、构配件见证取样合格后方可作用，检查机械满足施工要求，技术交底具有可行性、可操作性，各项准备工作就绪，严把隐蔽工程的签字验收关，发现质量隐患及时向施工单位提出整改。

下一页更多精彩“公司年度经营计划”

**电商商品ogsm工作计划18**

>一、客户服务

1、维护好企业与客户的关系，尤其是与大客户的关系，不断提高企业的服务水平。

2、不断地为企业收集最新、最全的客户信息并对之进行详细分析和加工，增强企业对信息的管理能力。

3、运用客户投诉处理技巧，消除企业与客户之间的误会，达到相互谅解为企业营造最佳的运营环境。

4、做好服务质量管理工作，提升客户忠诚度，赢得客户的信赖和支持，为销售活动打下良好的基础。

5、通过建立新进的呼叫中心系统，有效地为客户提供高质量、高效率、全方位的服务，同时也进一步协调企业内部管理，提高服务工作效率。

6、积极的配合企业的销售和售后服务管理，提高客户的满意度、忠诚度。

>二、客服部的内部管理与监督

考勤管理：

1、员工须严格按照公司作息时间进行签到，不得迟到、早退。

2、任何类别的请假都须按照公司的请假流程提前申请，紧急情况必须由总经理特批。

客服服务要求的管理：

1、在为客户服务时，谨记自己代表公司形象，应注意个人言行举止，担负建立、维护公司品牌形象的重要职责，友好热情的为客户服务。

2、随时做好客户意见记录并及时反馈给部门领导。

3、上班时间保持电话震动或静音状态。

4、专业回答并解决客户的问题。

>三、客服部培训计划

1、新进员工的培训工作：公司对新进员工进行统一的岗前培训，主要目的是为了使新进员工尽快熟悉公司概况，了解公司企业文化及管理规章制度。

2、相关岗位知识的培训：为了能够提供完善、优质的服务，客服部就必须让每位新进员工了解相关岗位知识和工作技能。

3、客服人员在岗培训：主要采取内部员工工作经验交流和专业讲师讲座的方式进行培训，把一些好的方法通过交流传授给每一位员工。同时公司也会邀请一些专业人士为客服人员进行培训指导。

4、老员工指导新员工，共同进步。

5、客服例会：客服部的例会每周一次，主要会议内容是对周工作计划的制定、工作经验的总结。

>四、工作重点

1、客服部在所有部门中属于人员数量较多的部门，对于办公用品的消耗量也相对较大，所以节约成为了我们工作的重点之一。

2、招聘、培训工作，客服部属于公司与客户直接交流的重要部门，所以员工素质和业务水平成为了我们首要工作。

3、对于员工的业务水平进行不定期考核。

**电商商品ogsm工作计划19**

在很多企业中，每当我们提及到年度经营计划是企业当年经营的最重要指引的时候，很多管理人员都会大声诉苦，大意不外乎是他们也知道年度经营计划的重要性，也曾尝试过，但最终的结果并不尽如人意，要么就是执行有问题，要么就是制定有问题，要么就是更干脆的，不知道制定年度经营计划从何着手。

其实，说易不易，但说难也绝不难，根据我们的经验，轻轻松松的八个步骤，就能帮助企业制定一份行之有效的年度经营计划。

第一步：明确公司的愿景、使命及价值观

一个企业的思想越纯洁，其成员所能发挥的合力也就越大。因此，在制定年度经营计划之前，企业的愿景、使命及价值观是必须明确下来的，制定出来的年度经营计划，绝不能与企业的思想、原则有所冲突。

如果企业提倡诚信，那在削减成本的时候就要小心了；如果企业提倡忠诚，那在进行绩效考核的时候就要注意了；如果企业是结果导向，那过程监控就应该尽可能少；如果企业是客户导向，那在制定年度经营计划的时候，消费者调研就必不可少。

打个比方说，一个人在广州，要到北京去，当然有无数的道路可以选择，但归概究底，总是要往北走的，总不至于一直往南走绕大半个地球然后才到北京吧？企业制定年度经营计划时，其计划绝不能与企业的远期目标背道而驰。

第二步：明确公司发展远景及未来三年战略目标

之前提到的企业的愿景、使命及价值观，都属于精神层面的内容，是企业在极长的未来所要达到的目标，更多的是在精神层面对年度经营计划进行指导。而企业未来三年的战略目标，则是在操作层面对年度经营计划予以指导。

精神层面的指导，会是指导一个人的终极目标就是从广州到北京去，但是，路途千万，这个人究竟是要乘飞机去，还是坐船去，还是坐火车去，还是自己开车去，而每一段，应该走什么样的路，选择什么样的交通工具，则是企业的发展远景及三年战略目标所要做的事情了。

年度经营计划虽然不能简单理解为战略规划的分解，但实际上，它是战略目标实现的一个重要步骤，因此，年度经营计划更加不可能与战略规划背道而驰了。

第三步：明确公司年度经营目标

在明确企业发展远景及三年战略目标的前提下，很容易就能分解出企业当年的年度经营目标了。

第四步：内外部环境分析

企业在制定战略规划的时候，必须是要进行内外部环境分析的，不过，市场瞬息万变，企业内部也会跟着市场的变化而变化，因此，企业在制定年度经营计划的时候，也必须重新根据最新情况进行内外部环境分析。

只有在知己知彼的情况下，企业制定出来的年度经营计划，才可能是符合实际情况的年度经营计划，才可能是可执行的年度经营计划。

第五步：今年主要经营策略

确定了企业的经营目标，在进行了内外部环境分析的情况下，那就应当制定相应的经营策略了。

一般情况下，我们可以将所有的策略分为四大类。

1.市场类。

这一类，包括市场推广、研发、销售等方面的策略。

2.生产类。

这一类，主要是跟生产相关的策略。

3.组织类。

这一类，主要是企业内部管理相关的策略，如组织建设，人力资源，行政管理，后勤管理，等等。

4.财务类。

这一类，主要是跟财务相关的策略，如投资、融资、财务信息化建设等。

在这一步，我们给出的建议是，千万不能过于空泛，这些策略必须是可以具体执行的而不是指导性的。

第六步：经营策略的推进计划

在前一步确定了经营策略后，我们建议采用项目化管理的方式，将第五步所提到的每一个策略，都包装成为一个完整的项目，确定项目的负责人及策划书，明确时间节点及完成的衡量标准，这样才方便管理层进行过程监控及结果评估。

**电商商品ogsm工作计划20**

3、动态控制，事中认真检查。通过旁站监理、平行检验、现场巡视，改静态检查变为动态控制。

4、事后验收，及时处理质量问题。当分项、分部工程或单项工程施工完毕后，及时按施工质量验收标准和方法，对所完工的工程质量进行验收。不合格检验批、分项工程坚决要求整改。

(三)进度控制。

1、进度控制由专监兼任，审查施工单位上报的总进度计划、月进度计划、周进度计划(工期紧迫时)可行性、前瞻性。

2、定期检查实际形象进度与计划进度是否相符，如有拖延，及时分析产生的原因。如是施工单位责任，用《监理通知单》督促其采取措施加快进度;若是业主原因，用《工作联系单》告知。

3、注意材料没有按计划进场和工序安排不当造成的工期延误。

(四)投资控制。

1、投资控制由专监或项目负责人兼任，审查工程量计量、工程款支付应认真，不可凭空估算。

2、投资控制必须依据工程量清单、预算定额、图纸、招投标文、现场施工记录或凭证件等。

3、工程量签证应依据前期施工凭证，征得业主方同意。

(五)合同管理。

1、由专监或项目负责人兼任。

2、建立合同管理档案，尤其是监理费标准和回收情况明细。

3、合理规避经营风险，工期延期、工作量增大时就及时向业主提出追加监理费用申请。

(六)信息管理。

1、加强信息管理，拓宽监理业务范围。

**电商商品ogsm工作计划21**

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。

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—2000UV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。同时保证好评率在以上

**电商商品ogsm工作计划22**

近年来，我市把加快发展电子商务作为助推经济转型发展和产业升级的重要抓手，不断推出新举措，大力促进电子商务普及应用，全市电子商务发展驶入快车道，

一、全市电子商务发展总体情况

（一）电子商务发展氛围更加浓厚

（二）电子商务交易总额加速增长

据省商务厅《20\_\_年湖南省电子商务报告》显示，20\_\_年我市电子商务交易总额亿元，同比增长，超出全省平均增幅18个百分点，其中企业间电子商务（B2B）交易总额亿元，同比增长，超出全省平均增幅个百分点。

（三）电子商务企业发展势头迅猛

（四）农村电商平台建设初具规模

（五）农村电商综合服务体系初步建立

**电商商品ogsm工作计划23**

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：“顾客你在我们已下了订单，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。

**电商商品ogsm工作计划24**

新的一年，平舆县电商协会要充分认识新形势下电子商务工作的重要性和紧迫性，把电子商务的应用和推广作为协会的职能所在，与此同时，积极配合政府相关部门，紧紧围绕电商运营服务中心的建设与启动工程开展调研、宣传、推广等工作，推进电子商务在各个产业和行业中的应用。20xx年度主要做好以下几个方面的工作。

（一）做好会员服务，加强与会员单位沟通和联系。协会为更好发挥与会员单位的作用，将按年度、季度定期召开全体会员代表大会、理事会和各类型专门会议。为协会工作出谋献策，解决协会工作遇到的实际问题。同时，不定期召开不同类型的专题会议，加强与会员单位的联谊和沟通，收集会员的需求和建议，以更好为会员服务。为扩大电子商务协会的服务范围和影响力，今年将继续发展新会员，扩大会员队伍。20xx年度的会员发展任务是，新增企业会员不少于10家，新增

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！