# 最新电子商务工作总结(精选12篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-05-03

*总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学...*

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

**电子商务工作总结篇一**

认真贯彻落实市里关于发展电子商务工作的要求，我镇党委、政府对此高度重视，扎实推进镇级电子商务工作的开展，现将情况汇报如下：

为进一步加大电子商务工作力度，xx镇成立了由镇长任组长、分管副镇长为副组长的xx镇电子商务工作领导小组，下设专门办公室，安排2名干部专职负责，并为每个村(居)配备1名兼职工作人员，明确具体工作任务，确保电子商务工作正常运行。

今年以来，xx镇将培育电商从业人员作为发展电子商务工作的重点，鼓励和支持广大群众从事电子商务工作。通过发放摸底调查表，具体掌握全镇各村具体从事电子商务的人员情况，做好登记，及时与个体网商沟通，传达上级各项政策，了解他们的需求，协调解决存在困难。目前有以柳树店村杨永胜为代表的涉农电子商务从业者20多人，以及xx镇特色渔家乐经营者李小波为代表的旅游电子商务从业者10多人，初步形成了本镇电子商务产业的从业人员队伍。

积极宣传发展农村电子商务的政策和措施，引导更多的个人和企业从事电商工作。镇电商办印发了《xx镇关于鼓励发展电子商务工作的公告》，传达了市委、市政府的政策，明确了镇党委政府的支持方式，通过向全镇农家乐、渔家乐经营者、各村(居)种养殖大户进行有针对性的宣传发动，鼓励有创业梦想的有志之士积极参与电商事业，在全镇形成了发展电子商务的浓厚氛围。组织全镇8个村(居)委、在镇单位领导和机关职工召开大会，宣传政策，鼓励所有人参与，并规定开会的村书记、主任回村必须组织召开大会，政策必须宣传到位。

利用自然资源，招商引资，做大旅游电子商务。xx镇辖区有景色优美的xx湖，旅游资源丰富，但交通、游客承载力还有短板，我镇拟引进多家有实力的大型业主参与开发，进一步做大、做强我镇旅游电子商务。

**电子商务工作总结篇二**

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。

[2024电子商务工作总结]

**电子商务工作总结篇三**

我专业部在20xx年下期努力实现了教育教学的制度化、科学化、精细化，并继续坚持了以“质量、安全、课改、示范”为主题，在管理上有了长足的进步。现将本期相关工作总结如下：

做好了安全预警预报工作；做好了学生常见病、传染病预防工作；做好了学生防溺水工作；做好了学生活动的安全管理（包括教学工作）；做好了学生宿舍安全教育；抓好了财产安全教育等，做到了安全责任零事故。

营造了富有浓厚电商、会计等浓厚文化氛围的学生生活及学习环境。精心组织各类体育及文艺活动，树立了环保和节约意识，从节约每一滴水、每一度电、每一张纸开始，为将我校打造成花园式校园出了自己的一份力。

本期电话营销班第一期电商11春学生55人，由袁权、赵春涛、余思影、袁冬梅、张丽梅负责，引进成都北斗医疗科技有限公司电话营销专家4人，进行专项培训，进一步做到岗位技能的对接，管理做出亮点，做出特色。用企业的竞争理念分期分批地更新教师和学生的思想意识。

总之，在20xx年下期我专业部各项工作都在按计划良好的运行，并取得了优异的成绩，放眼未来，为适应本专业部创“国示”的需要，我们还要继续全面提升教师的水平，提高教书育人、服务育人的水平；同时紧紧围绕“学校以教师为中心，教师以学生为中心”的理念，以“目标管理、项目管理、周到服务”为服务理念，培养品牌学生，以“创新机制、转变观念、提供平台”为理念塑造品牌教师，努力创建一个优秀的财会、电商团队。

**电子商务工作总结篇四**

周一：老师为我们开了实训的动员大会。

周二：老师带我们去参观国家物联网应用展示中心等一系列的关于电子商务的一些企业。

周四：老师们请来08级的学长学姐们为我们讲述她们的成功心得，以及和我们交流，解答一些我们关于电子商务这一科目的疑问。

就这样一个星期的实训不知不觉的就这样过去了，在这里不敢说自己学到很多的东西，但我真的在其中明白了很多。学校给我们提供的这次实训，是一个很好的学习机会，可以摸索自己的兴趣和以后发展的方向，可以让自己提前认识到自己想得到的东西是什么，“不知不知，先行后知”。这一个星期的实习生活，使我受益匪浅，回味无穷，实习所感历历在目。

虽然这次实训只是以参观为主，但是我接触到了很多新的东西，这些东西给我带来新的体验和新的体会。学校给我们这次实训的机会，从理论和操作这两方面融会我们的知识，为我们的学习和以后的工作铺垫了精彩的一幕，因此，我坚信，只要我用心去发掘，勇敢的去尝试，一定会有更大的收获和启发，也许只有这样才能为自己以后的工作和生活积累更多的丰富的知识和宝贵的经验，我会慢慢成长、成熟，我相信不远的未来定会有属于我们自己一片美好的天空。

在泛亚和东方博宜我了解到我们并不能把电子商务只理解成网上交易，从现在的理论和实践来看，网上交易对于商品交易的作用，获得了广泛的肯定，然而，网上交易只是电子商务的一个局部，作为一个完整的电子商务过程，正如一个完整的商品流，通过程一样，如果进行细分，可以分解成商流、物流、信息流、货币流等4个主要组成部分。任何一次商品流通过程，包括完整的电子商务，也都是这“四流”实现的过程。现在看来，商流、信息流、货币流可以有效地通过互联网络来实现，在网上可以轻而易举完成商品所有权的转移。但是这毕竟是“虚拟”的经济过程，最终的资源配置，还需要通过商品实体的转移来实现，也就是说，尽管网上可以解决商品流通的大部分问题，但是却无法解决“物流”的问题。在一个时期内，人们对电子商务的认识有一些偏差，以为网上交易就是电子商务。这个认识的偏差在于：网上交易并没有完成商品实际转移，只完成了商品“所有权证书”的转移，更重要的转移，是伴随商品“所有权证书”转移而出现的商品的实体转移，这个转移完成，才使商品所有权最终发生了变化。在计划经济时期，这个转移要靠取货，在市场经济条件下，在实现市场由卖方市场向买方市场的转变之后，这个转移则就要靠配送，这是网络上面无法解决的。所以，网上交易就等同于电子商务，这是一种认识上的偏颇，这种认识上的偏颇很容易把电子商务引上歧途。按照这种偏颇的认识指导实践，必然出现现在大部分电子商务网站所面临的困难，甚至反过来对电子商务进行自我否定。现在我们即将步入大二，经过一年的在校学习，对电子商务已经有了比较全面的认识和理解，但在校期间，我们一直忙于理论知识的学习，没能有机会走出校园，真正切身感受电子商务，所以在实训之前，网络尤其是电子商务这一行业对我们来说是比较抽象的，但通过这次实训，我们掀起了她神秘的面纱，使它离我们不再遥远！据我了解，大多数同学都有网购经验，也接触过不少从事电子商务这一专业的工作者，但那一系列的经验只限于皮毛的边缘，对于我们所学的电子商务这个专业渗透较少，实践的都是表面，重点则被忽略。此次实训就不同了，我们都作了充分准备，在活动中我们都认真的跟着老师，和我们一同参与实训的还有电子商务专业老师，在实训中也分别给予了我们指导，并且做了示范讲解，这次实训活动十分成功。通过这次实训，我们对电子商务有了更深刻的认识，做一名电子商务人员不但要有过硬的专业技术，良好的心理素质，健康的体魄，更要有扎实的专业知识。马上大二的我们，再过不到一年，就要出去实习了，面临是继续深造，还是就业的压力，我想我们更应该把握住最后的一段时间，充实、完善自我，攻破专业知识，争取做一名出色的电子商务专员！

**电子商务工作总结篇五**

学期初，为繁荣我校电子商务的教学活动，鼓励学生学习电子商务的积极性，经学校领导研究决定成立了我校首届电子商务兴趣小组。一学期来，小组能够按照学校的要求，认真规范开展各项活动，达到了预期的目的，完成了预定的各项任务。现总结如下：

本次活动内容不是仅仅局限于书本知识的传授，而是让学生亲身参与，主动实践，在实践中运用所学知识解决各种实际问题，提高解决实际问题的能力。在活动中实践的内容是丰富的，实践的方式也是多样的。更重要的是为学生营造了实践情景，通过引导和指导，让学生自己能够发现问题，提出问题，解决问题。特别是让学生能够面对各种实施方案，综合运用所学知识，主动去探索、发现、体验，获得解决现实问题的真实经验，从中培养实践能力，为今后更好地走上工作岗位打下坚实基础。一学期来，小组的活动始终是遵循这一基本活动原则的。

在活动中能够基于小组成员的需要、动机、兴趣和直接经验来设计、实施相关实践内容，充分关注学习者的兴趣和直接经验，并以此为基础实现对所学知识结构与逻辑体系的超越，建立了一个更接近学生真实学习世界的创新实践领域。

一学期来，本小组的活动一直能够着眼于学生的创新意识、创新精神和创新能力的培养。与电子商务相关学科课程相比，本实践活动为学生创新品质的形成提供了更为宽松、自由的空间。它不受学科知识体系和逻辑结构的限制，在活动过程中，学生始终处于主体地位，自己发现问题，自己设计方案，自己收集资料，自己解决问题。让学生在积极探索、主动实际的过程中，不断有所发现，有所思考，有所创新，具备初步的怀疑精神和批判精神，具有独立思考问题的能力和解决问题的能力，为将来成为创新人才奠定基础。在完成教师指定任务后，由老师适时根据情况提出具体情景创设问题，进一步引导、激发学生的创新意识和热情，增加科技含量，进一步提高研究项目的工作效率，赋予劳动更多发明创造的内容，培养学生的劳动观念，给学生留出创造的空间。

在活动初期，先组织引导小组成员根据个人特点进行自我分工，领取各自任务，然后再集中汇总，共同调试，圆满完成综合任务，培养他们团结协作的意识。但是学生毕竟还年轻，在具体执行过程中有时会出现这样或那样的予盾，因而在活动进行过程中经常对他们提出要求，进行合作性教育，有时也要根据实际情况对他们进行一定的优化组合，培养他们的合作意识。

当然，由于此次活动在我校尚属首次，没在现成的经验可供借鉴，因而在实验的过程中也可能存在这样或那样的问题。例如，实验场地问题，实验设施配备问题以及具体的实验管理问题。所有这些都是今后需要重点解决的问题。相信只要有学校领导的大力支持，我想再大的困难也是可以克服的。

**电子商务工作总结篇六**

5月19日，通过淘宝服务商实地验证；

6月23日，特色中国·绍兴馆试运行上线。8月7日，绍兴馆正式开馆。近三年来，通过“绍兴馆”运营为本地区农产品上行，促进农产品销售，助力提升企业品牌价值做出了自己的贡献。

（一）丰富上线商品，提高平台销售额

新增产品30余款，如会稽山纯正五年、大越2.51十年陈、望海云雾茶等。同时，绍兴馆还与绍兴大越酒业有限公司合作，打造两款绍兴馆定制酒，助推绍兴农产品销售。现绍兴馆已有合作商180家，产品300余款，涵盖了绍兴的6个区、县（市）。20xx年以来，截止12月底，绍兴馆实现平台销售额12520.27万元，较上年增长13.7%。

（二）紧扣节日效应，主动参与网销活动

20xx年以来，绍兴馆配合中秋、国庆、双十一、双十二、网络年货节等节日，推出丰富多样的线上活动，吸引流量，进一步打响绍兴馆知名度。20xx年8月7日，绍兴馆开展2周年庆活动，线上优惠活动与线下首届互联网。此外，绍兴馆还通过两个公众号推送、手机短信、钻展、直通车等方式宣传绍兴馆上架新品及各种活动。

（三）创新营销方式，提升“绍兴馆”品牌度

开设“绍兴馆o2o体验店”。公司为进一步提升“绍兴馆”品牌知名度，结合线上线下的融合发展新趋势，主动出击，公司在解放北路344号商业传统地段，成立特色中国绍兴馆城市广场o2o体验店。该体验店集“绍兴馆”线上商品的展示、销售于一体，平时同步开展线上促销活动，以线下传统商业客流来促进线上平台发展，以平台知名度带动门店销售，以线下销售提升平台知晓度，以达到线上平台与线下市场的互动、协同发展。

体验店内销售的均为绍兴各区县市的名特优农产品，包括绍兴黄酒、越州茗茶、绍兴特色早餐下饭菜、休闲零食、越窑青瓷以及援疆产品等。体验店采用电子支付模式，支持线上线下体验、购买、配送一条龙服务。

将更加注重平台上线的引流款、形象款、利润款选择，进一步突出“农、特、优”属性，稳步提升平台知名度。

（二）创新销售模式还有空间。互联网发展日新月异，电子商务营销方式层出不穷，网络购物逐渐从pc端向移动端倾斜。淘宝直播、网红经济等新版块、新概念不断冲击传统购物市场。公司将进一步发挥创新力，以开放的思想、融合的态度、创新的模式接轨这些新生事物，将“绍兴馆”打造成代表绍兴、代表浙江的`网销知名品牌。

（三）产品结构有待调整。绍兴农产品资源较为丰富，但各区、县（市）农产品分布不均匀，产品季节性强。如黄酒，秋冬销量涨势显著，夏季回落明显。计划进一步突出季节性、时令性，增加地域性商品的收集与储备，以短平快的特色农产品来增加平台点击量，提高点击成交率。

（一）继续开展改造提升工作。在前一阶段运作的基础上，持续开展改造提升工作，深入研究农产品标准化、保鲜、冷链物流、质量安全追溯等领域。发挥绍兴馆平台优势，积极探索产品创新、模式创新、服务创新，努力打造成真正具有绍兴特色的、与众不同的地方特色馆，争取实现浏览量、访客数、转化率和销售额的稳步增加。

（二）试点建设“供销淘”城乡电商服务站。结合商务系统“推动社区电子商务新发展”工作新要求，20xx年公司将整合现有资源，促进传统产业与电子商务深度融合，应用电子商务的生产生活方式，通过线上线下融合发展，进一步健全“绍兴馆”农产品销售网络体系建设，创新农产品上行实践方式，扩大农产品销售规模。

计划发挥公司现有平台、网店、移动电商的运营基础与经验，通过优选地址与商品，充分发挥电子商务的优势，开展精准营销，创新商品流通方式，服务城乡居民。探索建设以供销系统现有“新网工程”网点（农业生产资料现代经营服务网络、日用消费品现代经营网络、农副产品现代购销网络、再生资源回收利用网络）为载体建设具有供销特色的电商服务站模式。初期在越城区范围内，以城市社区、农贸市场、城乡结合部、现有020线下体验店为服务站载体，在现有越城区6个街道34个社区、2家农贸市场、2家o2o体验店、2家基层供销社开展前期试点建设，第一批计划筹建20—30家，探索确立实践模式。

（三）深入推进供销电商园区建设。进一步完善现有电商园区基础设施，多渠道开展园区招商工作，重点引进绍兴本地农产品经营企业、粮批市场经营户、园区附近电商从业者，可优选商品入驻“绍兴馆”、天猫店、服务站上架销售，以上下联动、电商园区与粮批市场协同发展的形式进一步拓展农产品销路，提升本市农业企业品牌价值，为我市农产品销售助力。电商园区为中小电商提供摄影、设计、策划、仓储、质检、物流等一站式服务，形成浓厚的电商创业氛围，成为新兴创业基地。

新年新气象，新年新计划。相信在市委市政府的关心下，在市级各部门的支持帮助下，供销电商公司将以项目建设为抓手，以线上线下融合发展为理念，充分发挥特色中国“绍兴馆”的平台建设基础，进一步服务城乡，促进商贸流通，为我市“三农”发展助力，以切实的行动践行“乡村振兴”战略。

**电子商务工作总结篇七**

不知不觉间，一学期的时间又这样结束了。这是我第二次上电子商务，但一次比一次有更多的收获。

通过一学期的上课，我对电子商务——这个眼下十分热门的词汇有了一个比较清楚的认识。就像老师所说，对它的理解可易可难，电子商务=电子+商务，这是最简单的理解。在课堂上老师总是以问题的形式带出一节课的话题，并通过引导学生讨论来解决之。这种上课模式我虽不是第一次体验，但是我这学期首次真正体会到这种模式对学习所带来的效率远胜于传统模式，它使我们能就话题展开讨论，发现它的本质所在。整个课堂是一种活跃的气氛，用很放松的心情便可以掌握知识。课堂上成为一个发现问题的地方，而不是被动的接受固定答案的场所，通过这种学习，才能真正体会到学习的乐趣。课堂上发现问题，那么课后作业便是巩固所学知识的最佳选择，而开放式的作业更能扩展学生的视野。本课程老师安排的作业均是如此，完成作业不再认为是一次任务，而是一次享受。

第一次安排的作业我写的是《中国互联网网民结构特征变化研究》，这篇作业花费的时间最长，主要精力全花在了数据选择录入和数据处理上。主要是因为各份《中国互联网络发展状况统计报告》报告所选择的数据口径不一致，每半年发表的报告都会出现不同的统计标尺，在职业分布和行业分布表现的尤为明显。在撰写报告时也发现，这份报告可以深入，也可以浅入，我写初稿时只是进行了简单的环比发展速度和环比增长速度的分析，以及相关分布百分比的分析。而这也只是进行了表面现象的揭示，要深入探究则需要将中国互联网的发展背景和国家相关政策均需考虑，对中国互联网的未来发展趋势进行预测。我也尝试以此撰写报告，但是工作量会明显加大，报告写到一半时由于种种原因停止，未能完成。

第二次的作业是关于电子商务模式与创新的讨论。初次看到这个题目时我只是在百度进行了简单的查找，对一些相关资料进行了分析，在讨论课上由于准备尚不充分没能完全投入讨论，后来在老师的引导下对资料认真分析之后才渐渐有了一个清晰的脉络。对阿里巴巴、腾讯和百度的认识也不只是简单的b2b经营模式、即时通讯软件和搜索引擎。对一个基于网络的企业多元化发展有一个比较清楚的认识。

第三次作业是对网络安全支付的了解。目前我国第三方支付处于初级发展阶段，我以前对电子商务安全技术不清楚，通过这次作业对中国金融认证中心有了初步了解。由于我没有开通开户银行网站，对网上银行的相关服务不甚了解。

1、学习心得

通过这门课程的学习，我对电子商务有了一个比较深刻的认识，在实验课反复练习中，也多了一些实际经验。电子商务是未来商务运作的必然发展趋势，也会逐步成为主流，我们中国作为世界一流的大国，在电子商务方面更要重视，因为它影响到整个社会物流的发展速度和物流运行效率，对社会的高速发展有着至关重要的影响。电子商务虽然是一门选修课，但我更希望将之作为我们统计学专业的必修课，因为它对我们专业素养的提高起着重要的作用，对我们的知识扩展也是功不可没的。了解电子商务，会对我国商业的运作形式及发展状况有个更全面的认识。学习电子商务是我的一个明智选择，不知不觉中我发现我的专业认知水平比以前有了一个很大的提高。

2、对老师的话

新年伊始，首先祝巫老师新年快乐！

我很喜欢您的教学方式，轻松中学得知识，博众家之长，讨论课让各种见解得到“伸张”，不仅让每一个人又展现自己的机会，也让每一个人对一个问题的认识有了不同层面的了解。

**电子商务工作总结篇八**

回顾20\_\_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：

(1)通过注册行业网站

搜索排名，网站更新速度，服务项目等多个角度分析。有的人说做这个很累，一天要注册几十个网站，发布几千几万个信息，很枯燥，很乏味，天天还要更新每天的信息，的确是很辛苦，看似这工作很简单似的，其实很辛苦，它锻炼的是人的耐力与个人的毅力，每一天更新我们的产品排名就靠前，被人搜到的机会就更大，能接到询盘机会就会更多，注册网站多了，公司的产品名气就上去了，你想你去搜索引擎一搜这个关键词语出来全是本公司的信息，这样子公司的宣传效果就更好，因为我们做的都是免费的，查询买家信息时看不到联系信息，对于普通会员来说可以网上直接询盘的算不错了，可是效果很差，所以在买家市场条件下供应商主动寻找买家才能获得更多的机会。注册免费的网站，就应该勤快更新，否则很快发布的信息就会被淹没。

(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。

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、20xx年区域工作瞎想以及个人与公司出现的问题：

总结一年来的工作，自己的工作中也存在不少的问题，可能时间长了也会出现懒惰的习惯，有的信息没有及时更新，有的项目没有更好的去跟进，对待某些客户态度说话方面也有少些问题，这些都是有待于向其他的业务员或同行学习，20xx年计划在去年的工作基础上取长补短。

重点做好以下几个方面

(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，20xx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。

瞬息间，对于我来说不平凡的20xx即将过去，加入凯诺新型建材有限公司，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，也祝凯诺新型建材有限公司的明天会更好!

**电子商务工作总结篇九**

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企业的一名新员工。

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，但是企业对我始终不放弃，而是给予更多的鼓励与支持，让我自己学会前进，刚出学校，立马出入企业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，但是经过企业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）熟悉企业的企业文化，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，明白企业主要是做什么的？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，了解企业的产品价格、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企业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对企业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，企业的产品的英文翻译，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，经过企业的技术人员指导，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企业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：

（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企业的简称或者全称。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，去那里介绍企业，从而推销自己的企业，通过自己的博客，聊天工具去宣传自己的企业。

（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，像一些保温企业，房地产企业，建筑企业，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、与企业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企业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、20xx年区域工作瞎想以及个人与企业出现的问题：总结一年来的工作，自己的工作中也存在不少的问题，可能时间长了也会出现懒惰的习惯，有的信息没有及时更新，有的项目没有更好的去跟进，对待某些客户态度说话方面也有少些问题，这些都是有待于向其他的业务员或同行学习，11年计划在去年的工作基础上取长补短。

八、企业的问题。

（2）项目信息，这是令人头疼的一个事情，每次项目信息需要技术或者业务员去跟进的时候，我的工作对于这个项目我已经交出去了，对于后期的跟进我可能不会再跟进了，这时候不管技术与业务员从这个项目地回来，应该把你了解的项目情况与当地的情况都给企业做出汇报，让大家想想这个项目的合作的可能性，后期怎么跟进，需要哪些服务，这个项目的关键点在哪里，这个项目的关键人物是谁，他们注重哪方面的信息，这些业务员去的时候应该稍微搞明白，我们企业现在就是这个样子，不管技术与业务员去了之后回来之后没有几个人知道，然后后期也就没有什么动静了，就这样一个项目废掉了，那照这样下去，再好的信息也会死掉，我们后期根本走不进去，或许很多项目我们有可能是做陪客的，是需要关系的，但是不可能每个项目都是内部关系当陪客，10个项目总有1个项目不是陪客，可是我们在后期的工作中我觉得问题很多，不管技术与业务员与我们企业都应该想想这后期怎么样才能进的去，怎么去打通这层关系，怎么把握好项目信息，我们总是对于每个项目持消极的态度，总说这个项目是做陪客，如果这样子，去或者不去又有什么区别呢，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，等突然有一天企业问这个项目的情况，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。

对于我来说不平凡的20xx即将过去，加入济南凯诺新型建材有限企业，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，这些都是企业给予我的机会，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11年的工作中能有好的表现，和大家一起服务于企业，也祝济南凯诺新型建材有限企业的明天会更好！

**电子商务工作总结篇十**

今年以来，xx县委、县政府将农村电商作为精准扶贫的重要抓手，坚持“政府搭台、企业唱戏、个人融合”的原则，打通精准扶贫“最后一公里”，推进农村电子商务快速发展，实现了精准扶贫、精准脱贫。根据x省商务厅《关于迎接全省电商扶贫考核有关事项的通知》（xx商函xx号）文件安排，现将我县电商扶贫工作总结如下：

今年以来，我县电商扶贫工作紧紧围绕电商扶贫工程及“百日行动”，以“国家电子商务进农村示范县”项目实施为载体，多措并举，全面推进。

三是电商扶贫培训和网店孵化扎实推进。我们逐镇逐村开展电商扶贫培训xx期，培训群众xxxx多人次、贫困户xxx多人次，x户贫困户注册了网店，极大地提升了贫困户发展电子商务实现增收脱贫的积极性。

（一）精准电商扶贫方案落实，确保电商脱贫基础牢固

按照“市场为主、政府引导，把握精准、助力扶贫，强化服务、聚焦上行”的原则，我县制定印发了《xx县电子商务进农村实施方案》《xx县电子商务发展扶持奖励办法》《xx县xxxx年电商扶贫工作计划》，推动农村电子商务成为贫困户增收脱贫的新引擎。全县硬化贫困村庄道路xxx公里，xx个贫困村网络、宽带通信覆盖率达到了xxx%，xx个物流公司、xx个快递企业、xxx余个快递代收发网点，实现贫困村全覆盖。x—xx月份全县网销农产品交易额x.x亿元，比去年同期增长xx%。

（二）精准农村电商人才培训，确保造血脱贫能力提升

一是开展电商专题讲座，助力观念转变。x月份，邀请x省电商协同创新研究中心首席专家、省经济学会会长、x邮电大学经管学院院长xx教授作为全县xxx余名扶贫干部开展了“互联网+创新思维与xx县电子商务突破发展”专题讲座。通过培训，进一步转变了大家的思想观念，激发了工作热情，明确了工作思路和举措，为实施电商扶贫奠定了坚实的基础。

二是开展电商技能培训，助力创业脱贫。依托人社、妇联、团委等就业创业项目，召集大学生村官、返乡农民工和有意向开办网店的贫困户开展电商技能培训，加速电商创客由虚拟走向现实，不断做大xx电商总量。今年x—x月份，全县新开办电商企业xx户，其中贫困户开办电商企业x户。

三是开展电商产品培训，助力产业脱贫。县电商办组织召开全县电商产品资源对接会x次，邀请县域内食品生产企业、电商经营企业、电商运营平台面对面交流、推广，实现线下生产和线上销售的有序互通；县农技中心组织对天度、召公等苹果生产大镇实施电商农特产品专题培训，指导农民实施规模化、标准化和农产品追溯生产，通过农产品分等定级、品牌包装、物流配送等专业化运作，确保了产品质量；各镇、各村大力推行一镇一特色、一村一品牌，引导贫困户种植电商热销产品，发展产业脱贫。全县约xxxx余户贫困户种植苹果xxxx亩、xxx余户贫困户种植猕猴桃xxxx亩、xxx余户贫困户种植黄桃xxx亩、xx余户贫困户种植布朗李子xxx亩，有力的推动了产业脱贫政策的落实。

（三）精准电商助残扶贫行动，确保残疾人脱贫不掉队

四是助推销售。积极联系将残疾人贫困户权宽勋开办的“挂面权大叔”网店与秦花电子商务、“xx印象”等平台进行资源连接，增加其网店访问量，使其日发货量达到xxx件，预计年可增收x.x万元。

xx商贸公司、xx商务公司等xx户县域电商企业已吸纳受培训贫困户就业xxx人。

（四）精准电商扶贫体系建设，确保电商脱贫持续发力

紧紧围绕精准扶贫电商支持计划“三有一能”的目标，聚力电商扶贫体系建设。目前投资xxx万元的县电子商务运营中心即将建成，投用后可为贫困户提供就业岗位xx个；投资xxx万元的集网络销售、仓储物流、信息服务为一体的阿里巴巴农村淘宝xx服务中心已建成，带动贫困户就业xx人；投资xxx万的京东集团xx服务中心已建成，带动贫困会就业xx人；在x个镇（街）建成镇级电子商务服务中心x个，直接带动贫困人员就业xx人；在xx个贫困村建成村级电商扶贫点xx个，直接带动贫困人员xxx人就业，辐射带动xxxx名贫困户实现就业。未来三年内，计划将再扶持xxx名贫困户开办网店、微店xxx个。

（五）精准凝聚电商扶贫力量，确保电商脱贫取得实效

积极组织成立xx县电商协会，鼓励协会义务承担脱贫攻坚重任，凝聚电商企业扶贫力量。xx有限公司在各贫困村收购蔬菜、红薯等xx万多公斤，帮助贫困户解决农产品卖难问题；xx有限公司与xx户贫困户开展苹果、猕猴桃、李子订单种植，解决贫困户农产品销售后顾之忧；xx有限责任公司指导天度镇晁留村xx户贫困户开展绿色无公害苹果种植，并负责产品包销。据统计，目前全县xx户电商企业已帮助贫困户销售农产品xxx万元。

对照本次检查内容，我县以下工作的进展与省市要求还有一定差距。

五是国家电子商务进农村项目实施进度缓慢。国家电子商务进农村综合示范项目考核标准高，要求严，对于有些政策的把握意见还不统一，比如标段划分、供应链奖补等具体问题省市文件还不明确，限制了项目的实施决策，影响了项目实施进度。

xxxx年，是国家电子商务进农村综合示范县项目实施的关键年，也是我县电子商务产业起航发展的关键年，我县电子商务发展工作将以“国家电子商务进农村综合示范县”项目实施为依托，聚焦“农产品上行、农业机构调整、农民增收致富”三个目标，着重抓好以下工作：

（一）建成县级电子商务公共服务中心。

争取市县编制管理部门的支持，尽快落实县电商办的机构编制，成立专门的电商管理机构；依托xx县“互联网+”创业大厦，建成xx县电子商务公共服务中心，达到科学规划、功能完善、管理规范的建设目标，力争早日投入运营。

（二）镇村电商服务站点全覆盖。

科学规划、有序整合，在全县x个镇（街）、xxx个行政村建设电子商务服务站点，实现站点建设全覆盖；制定严格的站点工作规范、跟踪考核、奖惩并举的日常管理工作制度，实现镇村服务站点的良性运作。

（三）建设电子商务物流体系。

（四）建设农产品电子商务供应链体系。

明确供应链体系建设资金使用标准及考评标准，围绕农产品流通标准化、品牌化和质量品控，开展农产品地理标志、无公害、绿色、有机食品认证以及qs认证；开展农特产品分级、初深加工、包装、商标注册、品牌打造等；构建农特产品追溯平台数据库，解决农特产品上线销售的前置障碍；支持县政府加强本地网商守法诚信教育，建立诚信档案，推进农村电子商务诚信体系建设。

（五）建设农村电子商务培训体系。

支持有实力和培训体系完善的各类电商企业、培训机构、行业组织，对县镇村基层干部、农村电子商务从业人员、创业人员、涉农企业工作人员，开展电子商务政策、理论、运营、操作等方面的培训。

**电子商务工作总结篇十一**

20xx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20xx年电子商务工作的跨越式发展，现将20xx年电子商务工作总结如下：

1、通过大家共同努力，基本实现了预定的销售目标。

经统计，20xx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xx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xx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xx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，20xx年将重点扶持。

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xx0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。

（3）主观上网络销售的主管人员营销策划能力较差、行业特殊的经营技巧欠缺。一是未能找到适合行业和企业实际的的营销方式，如现在比较通行的服务营销、体验营销、知识营销、情感营销、教育营销、能使这些营销方式与网络营销相结合。二是促销方案水平低，策划的竞争手段单一差异化营销、整合营销、联合营销等等，买赠、换赠、退赠、折价、炒作等促销的方式方法未能灵活掌握和运用。另外促销方案只顾当前，未考虑长远。有时频繁过密，让消费者失去了紧迫性购买的心结。有时受成本、运费影响，幅度过大没有缓冲空间，幅度太小对消费者利诱性不大。最后促销搭配上，买a送b、买a送a、a+b搭配减价等没能从消费者实际考虑，甚至未能从自身的成本和费用的承受能力上考虑。三是未能制定并且贯穿整个经营过程的发展策略，众所周知，经营发展策略的整体性和前瞻性，有时可以决定一个项目的成败。一年来我们的眼光仅仅盯在销量提高上，决策随意性、市场分析较盲目、计划周期短、执行力不够彻底等等都是发展过程中较为忌讳的。

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-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xx-12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，xx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，20xx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。

**电子商务工作总结篇十二**

二、存在问题

三、今后下一步打算

一、新派淘淘乐

为了让新派会员实践商务技能，让同学们参与二手书籍交易的全过程，并在活动中得到锻炼，同时为外国语学院同学提供售卖二手书籍的平台，特举办新派淘淘乐活动进行二手书现场展卖。

我们首先进行二手书收集整理工作，将收集到的二手书籍按照具体情况分为免费、五元、十元、十五元、二十元以及自定义价格几个档次。书籍所有人及相关信息登记归档。方面日后进行统计和核实。书籍统一存放保管。之后两天在超市门前进行摆台销售，将收集来的书籍按照价格分区进行售卖。每天展卖两小时。书籍展卖结束后，将销售所得进行统计、核实无误后将所得款项交由相应书籍所有者。将未能售出的书籍进行整理后加以妥善处理。（交还所有者或经所有者同意后自行处理）。所有参加新派淘淘乐的书籍所有者须明确本次活动的免责声明。该声明对此次活动参与者及组织者的责任与义务有详细规定。

二、新派电子商务社团“微小说”大赛

为丰富同学们的课余生活，为了让大学生更轻松的了解社会新事，也为发掘培养喜爱微小说的同学，有地方发展他们的特长，表现自己，同时激发同学使用电子商务平台的热情。本比赛通过网络平台，希望能引导同学们用善于发现的眼睛，用属于自己的语言表达自己的思想感情，一展自我风采，并让更多同学了解并喜欢上微小说，能投身与创作中，给大家贡献出更多更好的作品，更能提高同学们的写作能力，想象能力。

我们新派电子商务社团是一个利用网络技术平台展现当代大学生风采，丰富大学生活的团体组织。为了将网络技术与同学们的学习生活紧密相连，活跃校园文化，同时让跟多的人了解与使用新派网站，特举办新派微小说大赛。

创作网络微小说，字数在140字以内，作品要求原创，不得剽窃，分类：言情、搞笑、励志。要求短小精悍，语言简洁，结局出乎意料或引人深思。展现生活的苦乐，展现睿智的幽默。

三、校园寻宝活动

为感谢新老用户的支持，东北师范大学新派信息服务网在圣诞节推出校园寻宝活动。登陆我们的新派网站后，点击新派网上随机出现的圣诞老人闪图，答对问题均有机会获奖。这样的活动能够充分调动同学们的积极性，受到了同学们的热烈响应。

新派除了以上特色活动与优势之外，同许多社团一样，也存在着诸多问题，例如：在社团内部“打酱油”现在严重，也即很过干事挂名却不参与活动的组织与策划；个人主义盛行、集体荣誉感缺失同学认为社团的服务意识差，有的甚至毫无服务的理念.社团外部，同学们在大一时加入社团的热情很高，而且对在社团中能够获得的乐趣与知识也抱有较高的期望。但现实中的社团组织在发展过程中出现了种种意料之外的问题，造成了社团发展的瓶颈以及社团口碑的破坏。以下是社团问题的详细阐述：

一、社团内部的管理体制不完善，运作不规范。

因为社团具有自发性的特点，所以缺乏约束性的规章制度，造成社团成员成分复杂，凝聚力下降。社团对会员的管理过于松散，如会员可以随心所欲地退出等，学生干部意识淡漠，个人主义表现突出，功利主义作祟。很多学生把进入社团当学生干部看作是入党，评优的踏板。其二，忽视了社团新老成员的交替，包括社团资料、活动档案的转接，不太重视对下一任核心成员的培养，以至于不能保持工作的连续性。其三，在实际工作当中，很多学生社团骨干面临“如何管理社团，如何带动社团，如何使社团持续下去的问题”,产生这个问题的重要原因是社团骨干对社团工作性质及内涵不了解，缺乏较好领导能力，基本是在摸索中前进，这也在一定程度当中耽误了社团的发展。

二、社团受到客观因素的制约，缺乏发展空间。

第一，社团只限制在本校范围内开展有限的活动，缺少与外部的沟通和交流，即使有想法，却因缺少平台而不得不放弃；第二，社团活动空间有限，缺乏活动场地，与学生会不同，社团一般都没有自己的办公场地，举办活动时，须事先向学校有关部门租借用场地，且经常因与其它事情冲突而更改地点时间，致使社团的活动不能按时地正常进行。另外，就是经费不足，社团缴纳会费，会费缴纳多了会员不满意，少了不够维持，所以也是个棘手的问题。社团经费基本上只能勉强维持本社团的日常管理运作，难以解决实际问题。经费的不足，使社团活动常常难以正常进行。

三、社团组织的活动单调，缺乏创新精神，效率低下。

社团组织的活动缺乏创造性与新意，社团成员，尤其是大一的新生，对活动的参与更多的是简单的海报张贴、物资搬运、场地申请等工作。单调的工作和由于策划不力带来的巨大工作量不仅占用学生太多的时间而且很大程度上耗费掉了同学们对社团活动的热情与积极性。

四、繁忙的学习使社团成员无力兼顾社团工作。

从整体来看，大学的学习环境与生活环境虽比中学要自由宽松很多，但是课业的繁重与学习的压力则有增无减。很多情况下由于课程知识的困惑与课后作业的紧张会使得同学们产生焦头烂额、手忙脚乱的感觉。加之突如其来的社团工作，往往会造成首鼠两端、顾此失彼的现象。相比较而言，同学们在学习与社团工作中做取舍还是会选择学习，放弃社团工作。

针对这些不足以及新派社团独特的优势，我们社团在今后的活动中做出合理调整，让新派社团更有活力和生气。

一、充分发挥社团优势

新派社团是在许波老师的指导和带领下成立的，具有相当的优势，所以我们会多和老师交流，多多听取老师的意见和建议，在此基础上发挥社团各部门成员的优势，办好新派社团的内部和外部活动，少走弯路。同时，我们还要加强新派网站的管理，it部门组织网页设计培训，管理好网站资源，定期对网站信息进行更新，让新派成员、会员以及外部人员了解新派网站并且发挥新派网站服务同学的作用。

二、完善管理制度

管理制度还不完善这点秘书处会制定相关的管理条例，规定会议制度，划分分部门职能，使分工更为明确，并且考核其他部门在每次活动中的表现，对表现优秀的部门给予奖励，充分调动各部门的积极性。我们会定期召开部长会议，听取各部长意见，各部长要关心自己的部员，积极鼓励部员参加新派活动。秘书处要发挥好桥梁的作用，做好各项会议记录，尽量做到短小精干，将问题集中处理。部门会议纪录各部门应妥善保管，学期期末交秘书处存档。并且秘书处及时反馈信息，让社团活动有序进行。社长有机会可以和其他社团进行交流，借鉴经验，相互学习。

三、活动创新

新派社团活动较少，每年都是重复上一年的活动项目，可能让社员觉得没有新意和创造性，这也是因为专业课程比较多，大家觉得对社团活动心有余而力不足。所以，我们还要和老师、社员沟通，听取他们的意见和建议。初步想法是我们要办一些和专业课程挂钩的活动，让大家在活动中可以学到专业课程而且还锻炼了自己的能力。策划部门在每次活动前要做好精细的策划，避免在活动中出现面对突发事件不知所措的情况。除此之外，我们加大新派社团的宣传，如果有哪个同学有活动想法、意向，我们可以为这样的同学提供活动平台，人力资源，进而激发大家参与活动的热情。

新派电子商务社团以惠为新，以诚为派。目前新派社团还处于成长阶段，需要校社联，老师，和社员的支持和鼓励，在接下来的活动中新派将按照以上的计划和方案进行，如果有不周到的地方还望老师多多指教，我们有信心在指导老师的知道下，在社员和会员的努力下办得更好。

电子商务概论与电子商务论文

电子商务教学

电子商务安全

电子商务模式及中国电子商务的发展电子商务管理论文

农垦电子商务论文

新型电子商务论文

浅析电子商务论文

学年度下电子商务教学工作总结

电子商务简历封面

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn