# 电商客服工作计划和目标 电商客服工作计划电商客服工作计划(优质13篇)

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-12-04

*计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。电商客服工作计划和目标篇一从了一年的淘宝客服，之前...*

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

**电商客服工作计划和目标篇一**

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：“亲在我们已下了订单^^，系统会为亲把订单保留3天的时间，建议亲方便时付下款呵，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：“亲，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，欢迎亲来选购呵!”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“先和亲说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给亲换的，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。“已加亲为好友了，亲的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为亲提供服务的，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。

**电商客服工作计划和目标篇二**

另一种对电子商务的看法，是将其看成通过一组中介者，将数字式输入转换成增值alueadded)输出的过程见图1)。例如，在线父易6n-linetrading)的情形下，处理过程可以把更有价值的处理如趋势分析）加进提供给消费者的原始资料如股票报价）中，以增加其价值。其他的增值做法还包括用各种图表、分类产业的绩效分析以及其他可以帮助做出更好决策的信息处理。

在本文中，我们认为应该这样认识电子商务的定义：电子商务是一种“见代信息技术在企业运作过程中的系统运用，并由此带来的企业管理模式的变革，以及由此导致的企业市场地位的重塑”。

从企业管理的角度来看，我们认为可以从以下两个方面来理解电子商务：

如前所述，电子商务在生产、流通等领域最直接的体现就是采用以计算机为基础的自动信息处理方式，包括原材料管理、资金转移与支付、产品的营销、产品的交易、市场信息的搜集处理等等，几乎可以涉及生活的各个方面。

正因为it，尤其是edi，internet/intranet等现代it在企业管理中得到了广泛的应用，ec才得到在现代企业运作中占据了重要的地位。从另一个方面来说，信息技术的运用使得传统的企业以及供应链运作模式变得不合时宜，如电话、传真等落后的库存信息传递方式在实时数据收集、数据仓库及智能数据分析等技术面前变得黯然失色，传真等业务往来手段也远不如电子邮件来的方便。所以我们认为，ec是建立在现代it的基础之上，而不是凭空产生的商业运作模式。

二）ec是建立在上述it技术基础之上的企业管理模式及思想的变革

ec不仅带给企业和消费者冰冷的设备、技术，更重要的是它使企业的管理模式，或者说企业经营者的经营模式发生了深刻的变革。这种转变不是偶然的，它有其必然的变化规率。在20世纪的40~60年代，企业处于相对稳定的市场环境中，这时的纵向一体化”模式是有效的，但是在90年代科技迅速发展、世界竞争日益激烈、顾客需求不断变化的形式下，上述模式暴露出了种种缺陷，如增加企业投资负担，要承担丧失市场的风险，迫使企业从事自己不擅长的业务等。从企业的经营目标来说，以往企业的经营目标经历了以产品为导向、以销售为导向、以利润为导向等阶段，但这些战略目标随着时间的推移已不再适应时展的需要。同时，迅速发展的现代信息技术以惊人的速度渗入到企业采购、生产、库存、销售等各个方面中。市场的变迁以及信息技术的普及使得企业的管理者们开始思考各种全新的经营管理模式来适应内外部环境的变革。管理者们认识到，大而全的企业扩张战略永远不可能赶上瞬息万千的市场变化速度，企业只能专注于自身的核心业务才能‘以静制动”，而不是陷入那种为了控制整个生产链而进行的低效扩张漩涡中。而又是现代信息技术的出现以及广泛使用使得这种战略管理模式的转变有了技术上的基础，而不致沦为空谈。电子商务正是在这样的背景下产生的全新的企业管理与经营模式。

三、以满足顾客需求为导向的运作模式——电子商务环境下企业经营管理的核心

从前面的分析可见，从企业管理的角度来看，我们认为电子商务实际是与企业经营管理相关的信息技术，以及由此带来的各种全新的企业经营管理模式的一个总称。而纵观大多数基于当代信息技术的经营管理方法，它们的实质都是一种面向顾客的经营模式，或者是以满足顾客需求为导向的运作模式。这可以从以下几个方面来理解。

(一）信息技术的发展使得传统市场信息不对称的情况发生了很大的改变，以往生产者总委托——机制中扮演着方的角色，对产品来说他们掌握着比顾客多得多的信息，然而信息技术的发展使得顾客在上述机制中的地位发生了巨大的改观，在很大程度上他们已不再是信息的被动接收方。像internet等全新信息获取/交流模式的出现使得顾客有能力认识、比较和选择不同生产者的产品，‘生动”地去购买消费。在这种情况下，以往那种信息不对称给生产者带来的优势已消失无几，生产者不得不改变整个企业的运营目标，转移到供应链的末端——顾客身上。另一方面信息的充斥使得顾客的需求比以往任何时候都更难以琢磨和易变，任何单调和迟钝的经营方式都不可避免的会被市场淘汰，企业和它的陈旧产品也将被顾客所抛弃。由此产生了以顾客为导向的经营理念，其中的代表就是客户关系管理c；m)的出现。在这种理念中，顾客不再是末端”，而应该是供应链的起始端。

二）技术的发展使得企业必须围绕顾客的需求来开展各种经营活动。然而如何对传统的以产品、销售或者利润为目标的企业经营战略做出彻底的转变，将是一个十分复杂和庞大的问题。因为这意味着要重新构建企业内部的生产、销售环节，更不用说整个供应链系统。幸运的是日趋成熟的信息技术尤其是计算机技术给这种变革提供了极好的基础。如果没有这些技术，很难想象如何在全球化的市场中进行客户信息的搜集、存储和分析，如何在相隔万里的企业之间即时交换生产、库存等重要信息。

三）由于市场的竞争越来越激烈，顾客的需求瞬息万变，企业认识到只有保留自己的核心业务如研发），而把其他的非核心业务外包给别的企业做，这样才能把企业所有的资源都集中投入到顾客需求为导向的经营活动中。由此产生了供应链管理、动态联盟等等横向一体化”的思想。

四、企业资源计划——电子商务环境下的企业资源管理技术

一）企业资源计划的定义

企业资源计划enterpriseresourceplanning，简称e)p)是gartnergroup1990年初提出的，他用来描述新一代的制造商业系统和制造资源计划5rp!)模式。它包含客户/服务架构，使用图形用户接口，应用开放系统制作。除了己有的标准功能，它还包括其它特性，如品质、过程运作管理、以及调整报告等。特别是，erp采用的基础技术将同时给用户软件和硬件两方面的独立性，从而更加容易升级。erp的关键在于所有用户能够裁剪其应用，因而具有天然的易用性。

二）企业资源计划的内容

gartnergroup提出erp具备的功能标准应包括四个方面：

1. 超越mrp !范围的集成功能。包括质量管理、试验室管理、流程作业管理、配方管理、产品数据管理、维护管理、管制报告和仓库管理等。

2. 支持混合方式的制造环境。包括既可支持离散又可支持流程的制造环境和按照面向对象的业务模型组合业务过程的能力和国际范围内的应用。

3. 支持能动的监控能力，提高业务绩效。包括在整个企业内采用控制和工程方法、模拟功能、决策支持和用于生产及分析的图形能力。

4. 支持开放的客户机/服务器计算环境。包括客户机/服务器体系结构、图形用户界面gui)、计算机辅助设计工程caes)、面向对象技术、使用sql对关系数据库查询、内部集成的工程及商业系统、数据采集和外部集成。

erp是对mrp!的超越，本质上erp仍然是以mrp!为核心，但在功能和技术上却超越了传统的mrp!，它是以顾客驱动的、基于时间的、面向整个供应链管理的企业资源计划。

三）erp系统的管理思想

erp的核心管理思想就是实现对整个供应链资源的有效管理，主要体现以在以下三个方面：

**电商客服工作计划和目标篇三**

本文是电商客服工作计划，仅供参考，希望对您有所帮助。

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：“亲在我们已下了订单^^，系统会为亲把订单保留3天的时间，建议亲方便时付下款呵，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：“亲，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，欢迎亲来选购呵!”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“先和亲说清楚呵，我们这些特价都清仓货品来的，在换的范围会尽量给亲换的，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。“已加亲为好友了，亲的身高/体重和穿着信息都登记好了，下次咨询时记得联系小青呵，会很贴心地为亲提供服务的,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。

淘宝每天生意，贵在坚持。不要抱怨，不要心急。做好客服工作，要脚踏实地。心态要好。要有信心。”生意不好不是你的错，你闲着就是你的不对“，一下是自己的一点点建议，呵，不要被说自己工作没有做好就瞎折腾。

网店客服每天工作计划1、早起(1小时)

坚持每天早上8点起床，9点准时上线。古话说一日之际在于晨。早起的鸟儿有虫吃。早上一定要给自己准备一份营养又可口的早餐，身体是革命的本钱，不要为了淘宝夜以继日而伤害自己的身体。

吃过后可以坚持做十分钟的锻炼，为淘宝做持久之战而巩固。因为做网店客服每天跟上班要同等对侍，不能说早上生意不怎么好就可以晚一点起来，这样久而久之就会养成一个贪睡的习惯。以后就算有单你也不想起来了。做淘宝最缺的是什么，最需要的是什么，你知道吗?就是时间。

网店客服每天工作计划2、整理检查自己的店铺(1小时)

网店客服每天工作计划3、多逛逛，多看看，多露面(1小时)

每天至少花一个半的时候去淘宝社区看看，学习学习，交流交流心得，用心回复淘友的帖子，学习人家精华帖是怎么样写出来的，参考参考，社区内有什么活动一定要要马上报名参加，人气始终是你店铺火暴的主要推手，这人啊，只要一出名，那就不一样啦!什么好事都会找上你的。呵呵!

网店客服每天工作计划4、原创帖精华帖(2个半小时)

网店客服每天工作计划5、同行学习取经(1小时)

网店客服每天工作计划6、主动寻找客户(2个半小时)

这就是上一帖提到的广撒网原则。客户不是等上门的，要主去寻找，而且要有针对对性去找，这一点前面有详细讲述，就不再重复。淘宝打听也是一个必去的地方，哪里有很多人在求购东西，如果有求购你经营的相关产品哪就知道该怎么做啦!

网店客服每天工作计划7、广告时间(2小时)

要想把淘宝做大做强，光靠淘宝是远远不够的，必须走去大山，在外面寻找更多的客户，去各大论坛，搜索引擎百度谷歌都去宣传，让你的广告遍地开花，时间长了效果也是相当明显的,而且这是一次投入终生享用，这将为你以后的生意打下坚实的基础!

网店客服每天工作计划8、帮派、群(1小时)

那么多的帮派、群，有时候自己看上去都觉得眼花，不管怎样多加没坏处，你的帮派加多了。活动范围也变大了。宣传自然更到位。

**电商客服工作计划和目标篇四**

同时，电子商务和通信行业格局正在发生深刻地变化。主要体现在：一是社会电子商务快速发展引发用户消费习惯变化;二是电子渠道是运营商全程掌控的销售服务渠道，销售效率高，服务规范，品牌控制力强;三是电子商务成为运营商取得差异化竞争优势的手段;四是移动业务转售将对运营商渠道能力提出新挑战。这些变化将对联通电子商务提出更高的要求。

二、目标和思路

目标：能力上台阶，服务上水\*，销售上规模，品牌入人心，打造营销服务主渠道。

思路：强化产品销售、营销推广、集中运营、服务管理、it支撑五个关键环节，完善配套机制体制，优化前后端业务和服务全流程，实施线上线下一体化协同，逐步打造高效的、覆盖全业务、全渠道的电子商务运营体系，全方位提升客户体验。

三、工作规划

以构建和完善电子商务运营体系为核心，加速推进电子化销售体系、运营体系、客户服务与管理体系、it支撑体系等四个子体系建设，理顺与之配套的机制体制，促进电子商务服务与营销各项能力提升。

(一)电子化销售体系

1、线上产品体系与销售政策

研究明确线上销售政策。以公司产品政策为指导,结合线上销售特点，进行成本收益测算，建立科学合理、可量化的线上销售政策评价模型。

**电商客服工作计划和目标篇五**

现代企业越来越重视客户服务，这是一种趋势，也是市场经济发展的必然过程。而xx呼叫中心客户服务部作为呼叫中心新成立的工作组，在大家的支持帮助及指正下，做出了一系列的成绩，也发现了一系列的问题。为了更好的开展下一阶段工作，平稳度过年后的销售断层，根据部门相关规定，制定计划如下：

一、明确指导思想

以提高服务质量为宗旨，以客户满意度为标准。

顾名思义，作为客户服务部门，我们所做的一切都是为了满足客户的需求，也就是说我们所有的工作都应以客户为中心来开展。现代企业的竞争已经由产品竞争转变为服务竞争，谁的服务更到位谁的客户就更稳定，市场也更具发展潜力。因此，我们要树立一种大客户服务意识，并且以此来带动全部门员工，使我们的服务更具专业性、有效性、针对性与责任感，使得呼叫中心的全员服务意识得到体现。

二、制定工作计划目标

在大客服意识指导下来看客服部的工作，可以将我们的主要工作目标分为两个阶段：短期目标和长期目标。

首先是短期目标：

i.巩固并维护现有客户关系。

ii.发现新客户（潜在客户、潜在需求）。

完成目标i可以通过以下途径：

1.通过电话和信函与老客户沟通，收集客户的反馈信息及了解客户最新的出游动向。

2.定期选择客户群，进行有针对性的上门回访及促销。

完成目标ii可以通过以下途径：

1.在受理客户来电咨询时记录下客户的基本资料和咨询内容，列为我们的潜在客户，在适当的时机将其发展为既有客户。

2.在接待来访客户时详细记录来访客户的基本资料及出游动向，提供新客户。

**电商客服工作计划和目标篇六**

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。

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。

瞬息间，对于我来说不平凡的xx即将过去，加入济南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xx年的工作中能有好的表现，和大家一起服务于公司，也祝济南凯诺新型建材有限公司的明天会更好！

在过去的半年中很有幸加入到xxx公司来，在领导的悉心关怀下，在同事们的帮助下，通过自身的努力，各方面都取得了一定的进步，较好地完成了自己的本职工作。现将工作情况作简要总结：

一、不断加强学习，素质进一步提高。

具备良好的产品知识和业务素质是做好本职工作的前提和必要条件。半年以来，始终把学习放在重要位置，努力在提高自身综合素质上下功夫。一是重点学习了产品知识；二是学习了与电子商务部门相关的规章制度；三是在前辈指导下联系实际学习电子商务的工作技巧，注意收集相关信息。对公司领导各次会议中的讲话总是认真聆听，汲取养分，收获颇丰；四是尽可能地向周围理论水平高、业务能力强的同事学习，努力丰富自己、充实自己、提高自己。可以说在这半年中，由起初的凭借兴趣入门逐渐过渡到现在能独立处理部分事物并对这项工作始终持有浓厚兴趣。

二、踏实肯干、做好本质工作

我的主要工作内容是客户服务，完整的工作流程可以体现为熟悉店铺情况了解上架产品信息—客户接待—订单处理—售后处理和评价管理。前期在淘宝平台运用，收集商品网络信息做得比较充分。客户接待可以说是比较重要的一个环节，是我们产品信息输出的直接窗口，在这半年的是实际操作里，我秉持着巨细靡遗的态度，在不断总结日常工作提升交流技巧的同时，参看一些优秀的实例和经验分享，逐步形成了日常工作体系，对工作技巧进行不断的更新和查漏补缺。订单的达成以及售后处理过程，现阶段已经掌握比较高效的订单处理、统计的方法，在售后问题中，能有效解决普遍问题，对于少有的复杂的难以处理的问题，做到第一次看、问，看前辈同事怎么处理，问与之相关的生产、销售等各环节明细，再次遇到同类问题可以独立解决。

三、不足待改进之处

我在学习和工作中逐步成长、成熟，但我清楚自身还有很多不足，也将成为新年伊始需要完善的重点。1、善于沟通交流，强于协助协调，逐步提高自己的理论水平和业务能力。

2、克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性、提高时间利用率，不怕多做事，不怕做小事，在点滴实践中提高自己。3、精于专业技能，勤于观察总结，尽量将工作总结规范化、数据化、直观化。

四、岁首年终，一年之计在于春

1、能力学习和素质提升是一个推陈出新的过程。随着公司发展和电商部规模的扩大，可预见更多的产品会面世，会接触到更广的客户层面，所以产品知识的更新、学习，客服经验的总结、完善，是需要始终坚持的过程。对于新产品的网络推广，结合已有案例，配合部门各位同事共同努力将是下一阶段的工作重点。

2、树立全局观，加强兼容性发展。电子商务部门的日常工作与生产销售各个部门都紧密相关，客户服务工作也与部门内策划、运营、推广等等分不开，所以在做好本职工作的同时，个人需要加强各方面信息的涉猎，对各个职责岗位有所了解，加强沟通，互相进步。3、危机公关和关键点控制。尤其在活动期间工作内容增加，许多电子商务工作中的细节问题逐渐显现出来。客服事务中的应变、处理是最直接最有效解决方法，所以在历次活动中注重并总结这些关键部分会使工作开展更加效率；历次活动中存在的不足也积累了经验教训，预先的判断、危机意识的培养会使工作的开展更加游刃有余。

半年时间里，公司氛围、人文气息、工作状态都深深吸引着我，崭新的一年相信我会与xxx共同成长！

随着互联网的发展,电商逐渐崛起,它作为销售企业发展的蓝海领域,有着广阔的发展前景。电商的发展模式,是电商的具体运作形态,与电商的兴衰息息相关,为了更好地发现及解决电商在发展中遇到的各种问题,实现更佳发展模式,本文将对电商的经营理念、产品、物流、服务等方面进行对比研究,探析其中各种模式的利弊、适应性及相应的发展前景。本文是小编为大家整理的电商年终总结范文，仅供参考。

电商年终总结范文一：

时间一晃而过，弹指之间，20xx年已接近尾声。新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战，我一定努力打开一个工作新局面。在20xx年，为更好地完成工作，现总结如下：

一.企业自媒体运营(德雨品牌宣传平台运营情况)1.微信

微信订阅号.服务号认证，申请微信微信企业号。其中微信订阅号.服务号的建设完善，微信官网的制作。

3.博客新浪博客开通，装修完善。博文发布1以上。3.百度百度帐号注册，百度贴吧开通发贴。百度空间申请，发布文章，上传产品图片。百度直达号申请。二.电商平台(运营情况)阿里巴巴平台入住，实名认证，店铺简单装修。德雨企业支付宝账户申请。拍拍微店账户申请。

小结：电商推进第一阶段基本建设已完成(免费推广)年后计划(1季度)年后进入电商第二阶段(付费运营)一.企业自媒体运营(免费推广)招聘专门的软文编辑专员负责企业自媒体的品牌宣传。(微信.微博.博客.百度)二.电商平台(网店运营)网络分销平台合作.招商。(如大众点评百度糯米美团窝窝团等其他团购网站)微信小店开通，商品上架，小店运营。阿里巴巴店铺诚信通的开通。德雨系列产品的美工描述和商品上架。

淘宝店铺入驻，商品上架，店铺运营。

拍拍微店入驻运营。

三.人员招聘(前期)

软文编辑专员

网店运营

在将迎来的一年中，我会继续努力，将我的工作能力提高到一个新的档次，不辜负大家对我的期望，我会尽我所能的工作，帮助公司实现发展，相信公司的明天会更好!

电商年终总结范文二：

在过去的一年中很有幸加入到xxx公司来，在领导的悉心关怀下，在同事们的帮助下，通过自身的努力，各方面都取得了一定的进步，较好地完成了自己的本职工作。现将工作情况作简要总结：

一、不断加强学习，素质进一步提高。

具备良好的产品知识和业务素质是做好本职工作的前提和必要条件。一年以来，始终把学习放在重要位置，努力在提高自身综合素质上下功夫。一是重点学习了产品知识;二是学习了与电子商务部门相关的规章制度;三是在前辈指导下联系实际学习电子商务的工作技巧，注意收集相关信息。对公司领导各次会议中的讲话总是认真聆听，汲取养分，收获颇丰;四是尽可能地向周围理论水平高、业务能力强的同事学习，努力丰富自己、充实自己、提高自己。可以说在这一年中，由起初的凭借兴趣入门逐渐过渡到现在能独立处理部分事物并对这项工作始终持有浓厚兴趣。

二、踏实肯干、做好本质工作

我的主要工作内容是客户服务，完整的工作流程可以体现为熟悉店铺情况了解上架产品信息—客户接待—订单处理—售后处理和评价管理。前期在淘宝平台运用，收集商品网络信息做得比较充分。客户接待可以说是比较重要的一个环节，是我们产品信息输出的直接窗口，在这一年的是实际操作里，我秉持着巨细靡遗的态度，在不断总结日常工作提升交流技巧的同时，参看一些优秀的实例和经验分享，逐步形成了日常工作体系，对工作技巧进行不断的更新和查漏补缺。订单的达成以及售后处理过程，现阶段已经掌握比较高效的订单处理、统计的方法，在售后问题中，能有效解决普遍问题，对于少有的复杂的难以处理的问题，做到第一次看、问，看前辈同事怎么处理，问与之相关的生产、销售等各环节明细，再次遇到同类问题可以独立解决。

三、不足待改进之处

我在学习和工作中逐步成长、成熟，但我清楚自身还有很多不足，也将成为新年伊始需要完善的重点。1、善于沟通交流，强于协助协调，逐步提高自己的理论水平和业务能力。

2、克服年轻气躁，做到脚踏实地，提高工作主动性、提高时间利用率，不怕多做事，不怕做小事，在点滴实践中提高自己。3、精于专业技能，勤于观察总结，尽量将工作总结规范化、数据化、直观化。

**电商客服工作计划和目标篇七**

时光转瞬即逝，不知不觉来到公司已经大半年，忙忙碌碌中时光已近年末。回顾过去工作中的点点滴滴，才发现自己真的收益良多，作为公司的一名售后客服，我也深知自己所肩负的责任。售后服务工作作为产品售出后的一种服务，而这种服务关系到公司的产品后续的维护和改进，也是增强与客户之间交流的一个重要平台。售后服务的优劣，直接关系到公司的形象和根本利益，也间接的影响销售的业绩。

在我所从事的工作中涉及到聊售后旺旺和处理各种售后交接问题，在过去一年里我学到了很多，对于旺旺回复话术和电话沟通技巧都有了一定的积累，对于很多工作都能有效的去完成。在十月份的时候处理的交接数据是我们小组中最高的，双十一的当月处理的交接数据达到了xx多个，平时也都能尽职尽责的去完成自己的本职工作，算是没有辜负公司领导的期望。为了更好的完成本职工作，为公司创造更多的效益，特将今年的工作经验作工作总结如下：

一、塑造店铺良好形象

顾客进入店铺第一个接触的人是客服，客服的一言一行都代表着公司的形象，客服是顾客拿来评论这个店铺的第一要素。作为售后客服，我们要本着为顾客解决问题的心理来对待，不要把自己的情绪带到工作中，遇到无理的顾客要包容，也不要与顾客发生冲突，要把顾客当朋友一样对待，而不是工作对象。作为网店客服我们多数时间是在用旺旺文字与顾客交流，面对电脑顾客也看不到我们的表情，在与顾客交流的时候我们一定要保持良好的态度，言辞要委婉，多用礼貌用语和生动的语句，最好搭配一些动态诙谐的图片，这样可能带给顾客的就是另外一种体验了。

二、学会换位思考

当顾客来联系售后时，可能是因为收到商品不合适，商品出现质量问题等因素需要退货或者换货，当我们在为顾客处理问题时，我们要思考如何更好的为顾客解决问题，或者将心比心，当我们自己遭遇到类似顾客这样的情况时我们希望得到怎样的处理结果，然后在有效的去实施。

售后工作也是锻炼我们心理素质的一个良好平台，我们每天会遭遇各种各样的顾客，其中不乏有无理取闹的，对待顾客时我们要持一颗平常心，认真回答顾客的问题。遇到顾客不懂的，我们则需要更多的耐心去服务，我们应该耐心倾听顾客的意见，让顾客感受到我们很重视她的看法并且我们在努力满足她的要求，让顾客有一个良好的购物体验，以带来更多潜在的成交机会。

三、熟悉公司产品和产品相关知识

公司作为一个从事服装的企业，产品的更新换代是非常快的，作为公司客服，熟悉自己的产品是最基本的要求，当有顾客问到产品的一些情况，我们也能及时回复顾客。对于产品的了解也并不能局限于产品本身，关于产品的相关搭配，也是我们都要了解的。公司几乎每周都有定期的新款培训，对此培训我也是比较热衷的，新款培训可以让我们结合实物和网页产品介绍对产品有更深层次的了解，在处理售后时我们也能熟知自己产品的优劣势，进而更好的为顾客解决问题。

四、有效的完成本职工作

旺旺是我们与顾客沟通的工具之一，在旺旺上与顾客沟通时我们要注意回复速度，只有及时回复才能让顾客第一时间感受到我们的热情，为此我们设置了各类快捷短语。在保证回复速度的基础上，我们也要注意沟通技巧，热情的态度往往是决定成功的一半。通过电话联系处理顾客的退换货也是我们的职责之一，在电话联系时我们也要注意最基本的电话礼仪。

通常我们所处理的工作都是主动与顾客联系，拨打电话时要注意时间不宜太早或太晚，也不适宜在午休时间去电顾客；其次我们要注意电话沟通技巧，通话之前我们要了解去电的目的，在通话途中要吐词清晰，注意倾听顾客的要求，不要随意打断顾客，同时要注意控制通话时长，避免占用太多的工作时间；打电话时的一定要态度友善，语调温和，讲究礼貌，从而有利于双方的沟通。通话结束时应礼貌的回复顾客再挂断电话。

对于顾客的一些问题我们要持一个专业的态度去对待，在保持专业水准的基础上我们也要让顾客看到我们诚恳的态度，如果凭自己的专业产品知识还是不能解决问题，这时我们就要从顾客的回复中洞悉顾客的心理，努力快速解决顾客的问题，并将售后成本降到最低。如果处理得当，久而久之公司的信誉评价等都会有所提升，这也是体现我们售后价值的所在。

在过去的一年中我收获了很多，但是我知道自己还有不足之处。给我印象较深的是一次小组式的模拟培训演练，通过模拟顾客与客服沟通买卖的场景，将产品推销给顾客。如果客服熟知了自己产品，理解一些穿衣搭配知识，在分分析一下顾客的购买心理，然后找出有效的推销手段，这样成交的机会就大的多。公司的培训也让我看到了自身的不足，在这以后，我也是在努力改进，平时工作闲暇之余，我会多关注店铺新款和店铺各类活动，在每次活动前我也会花时间去了解活动规则，做到心中有数。

公司也组织过各种各样的培训，在年中闲暇之际，我申请过到售前岗位去学习，虽然学习时间不长，但也收获了很多，对他们的工作也有了大致的了解。售前虽然只需要通过旺旺与顾客打交道，但是旺旺沟通也是需要很多技巧的，让买家下单关键是客服在交谈过程中能不能打动顾客，如何让顾客买到自己想要的产品，并非一味的推销而是让顾客享受购物的过程。也使我明白金牌客服不是一天练成的，当接触了不用的岗位后我才发现自己其实还有很多需要去学习和改进的，在以后的工作中我也期待有更多的培训机会，拓展自己的综合实力。

在新的一年里我会吸取过去的教训，积极参加公司的培训。

**电商客服工作计划和目标篇八**

运营就是对直播打破次元闭环如何获得用户，如何让个人销售时代到来的坚定基础。

而电商直播运营成功应具备四要素：

1.主播——选择人设适宜、画风匹配的主播至关重要;

4.剧本——主播、用户、货品三者是基于场景交互的，需要按照既定剧本控制的剧情形成“场域”，促成大量成交 。

光生传媒打造垂类电商账号，通过短视频/直播等丰富的内容形式，引入精准粉丝用户，建立粉丝认知、沉淀粉丝价值，为用户提供更个性化、更生动、更高效的消费体验，共同打造优价好货电商带货生态。

**电商客服工作计划和目标篇九**

20\*\*年，在公司各位领导的正确指导下，在同事们的鼓励和帮助下，我能够严格要求自己，较好地融入岗位并增强服务意识，总结起来收获颇多!

作为客服的我们，服务意识是公司的关键之一。回顾即将过去的这一年，昨日工作的情景还历历在目，不仅仅要能做的到工作时能够一心一意的为客户解决问题，安抚客户的心情，还要能在回过头的时候，对工作的每一个细节进行检查核对，对工作的经验进行总结分析，从怎样节约时间答疑问题，如何提高回答客户效率，如何给客户提供全面的解决方案，尽快使工作程序化，系统化，条理化。从而在百尺竿头，更进一步，达到新的层次，进入新境界，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，必将有利于自己的前行。

很多人都写过总结，也许听到“总结”两个字，很多人都会想到曾经做过多少工作，可是作为一个客服人员，我觉得更多的时候是要不断的去总结你的“情绪”。

说实话，感觉总结就象是一个驿站，可以静下心来梳理疲惫的心情，燃烧美好的希望，为下一段行程养精畜锐。不管客服工作是多么的平凡，但是总能不断地接受各种挑战，不断地去寻找工作的意义和价值，而且总在不断地告诫自己：做自己值得去做的事情，走自己的路，让别人去说吧。

对于一个客服人员来说，做客服工作的感受就象是一个学会了吃辣椒的人，整个过程感受最多的只有一个字：辣。这个“辣”有来自用户的，有来自公司内部其他部门的。如果到有一天你已经习惯了这种味道，不再被这种味道呛得咳嗽或是摸鼻涕流眼泪的时候就说明你已经是一个非常有经验的老员工了。作为一个专职的客服人员，在工作中，我一直在不断地探索，企图能够找到另外一种味道，能够化解和消融因用户和公司其他部门所产生的这种“辣”味，这就是客服情绪管理。毕竟大多数的人需要对自己的情绪进行管理、控制和调节。

在每一个新员工进来之后，我会告诉她们，一个优秀的客服人员，仅有熟练的业务知识和高超的服务技巧还不够，还要不断地完善作为一个客服人员的职业心理素质，要学会把枯燥和单调的工作做得有声有色，学会把工作当成是一种享受。首先，对于用户要以诚相待，当成亲人或是朋友，真心为用户提供切实有效地咨询和帮助，这是愉快工作的前提之一。然后，在为用户提供咨询时首先要认真倾听用户的问题而不是首先就去关注用户的态度，这样才会保持冷静，细细为之分析引导，熄灭用户情绪上的怒火，防止因服务态度问题火上烧油引起用户更大的投诉。对于公司其他部门产生的矛盾，我们采取的是沟通，向部门领导请求协调，实在是沟通不了的就告诫自己：做自己应该做的。

一个人只要用一定的心胸和气魄勇敢面对和承担自己因错误而带来的后果，就没有过不去的关。俗语云：知错能改，善莫大焉。所以没有必要为自己所范下的错误长久的消沉和逃避，“风物长宜放眼量”，于工作于生活，这都是最理性的选择，同时这也是处理与员工关系最好的一种润滑剂，唯有这样，才会消除与同事的隔阂，营造一种轻松的氛围，稳定同事情绪及保持良好的服务态度。

细细回忆工作过程及目前客服中心的整个状态，虽然在我们大家的共同努力下有了较大的变化，但是仍有许多的缺点和不足等着我们去规划和改观。首先在服务质量和服务意识方面离公司与行业的要求还存在很大差距，不管成功与否，我们都将不断地摸索和尝试。充满激情和活力的团队才能让每一个身处其中的人在“逆水行舟，不进则退”的动力支持中积极地参予着这个团队的建设，希望每个在客服团队的同事能够保持学习的心态，在客服行业中做的更有活力，更具创意和更加从容。

尊敬的领导：

您好!非常感谢您给我到贵公司从事工作的机会，对此，感到无比的荣幸。工作上，我的主要岗位是客服专员。在工作中我努力做好本职工作，提高工作效率及工作质量。在本职工作做好之外，在\*\*新店铺的准备期间和部门开发新产品的过程中，配合数据专员，利用自身优势，帮助其制定了一系列的表格，总结了相关数据。归纳了行业在电商领域(\*\*)的热销产品，并且结合自身产品，对标题进行第四次标题优化。在京东平台上，对产品进行了导入等等。作为售前客服，要做到以客户为先，尽量满足客户的要求。在学习产品知识和掌握客服相关技巧期间，严格要求自己，刻苦钻研业务，就是凭着这样一种坚定的信念，争当行家里手。为我以后的工作顺利开展打下了良好的基础。

在学习上，严格要求自己，端正工作态度，作到了理论联理实际。从而提高了自身的一专多能的长处及思想文化素质，包括生活中也学到了养成良好的生活习惯，生活充实而有条理，有严谨的生活态度和良好的生活作风，为人热情大方，诚实守信，乐于助人，拥有自己的良好做事原则，能与同事们和睦相处。

思想上，自觉遵守公司的的规章制度，坚持参加公司的每次的培训。要求积极上进，爱护公司的一砖一瓦，一直严谨的态度和积极的热情投身于学习和工作中，虽然有成功的泪水，也有失败的辛酸，然而日益激烈的社会竟争也使我充分地认识到成为一名德智体全面发展的优秀工作者的重要性。

在这段时间里我虽然是学校那学习了一些理论知识，但这一现状不能满足工作的需求。为了尽快掌握电商行业和卫浴行业，每天坚持来到公司学习公司制度及理论知识等等，到了工作时间，就和那些前辈们学习实际操作及帮忙做点小事情，到了晚上和前辈们探讨工作内容，聊聊工作的不便及心中的不满加上自身不足，前辈们给予工作上的支持和精神上鼓励，经过较长时间的锻炼、克服和努力，使我慢慢成为一名合格的员工。

虽然只有短短的几个月，但中间的收获是不可磨灭的，这与单位的领导和同事们的帮助是分不开的。我始终坚信一句话一根火柴再亮，也只有豆大的光。但倘若用一根火柴去点燃一堆火柴，则会熊熊燃烧。我希望用我亮丽的青春，去点燃每一位客人，感召激励着同事们一起为我们的事业奉献、进取、创下美好明天。当然，我在工作中还在存在着缺点和做得不到位的地方，我会继续努力工作学习，今后一定尽力做到最好。工作中需要超越的精神，我相信经过努力，工作会越做越好。

在此，在对试用期的工作及心得体会做一汇报后，我想借此机会，正式向公司领导提出转正请求。希望公司领导能对我的工作态度、工作能力和表现，以正式员工的要求做一个全面考量。我愿为公司的蓬勃发展贡献我全部的力量。

**电商客服工作计划和目标篇十**

时间飞逝，转眼间。x年已悄然结束了，在这一年的时间里，通过对电子务的认识，结合工作实际，对工作做如下总结：

2、在工作期间，对工作认识不够，特别是刚来的时候，完全缺乏主动能力，对鞋业行情缺乏了解和分析，再一个就是对工作的定位不足，逻辑能力欠缺。

4、为什么我们的商品没有形成销售：因为流程的问题不知道如何下手的情况有点多，包括错误与缺漏，还有当时的设计，考虑不到位，不知道开淘宝店还是淘宝商城，现在选择了开淘宝店，对我来说是一件好事也是一件烦事，开淘宝店的目的是为了以后开商城打个基础，但凭现在的控制力度显然是不够的，现在的工作距离不够精细化。

5、在阿里巴巴上，工作缺乏一个随时反省随时更新修改的过程，虽然工作回头看，但是缺少规律性，比如：在阿里巴巴上，很多功能都有修改更新的内容，就可以直接推广，以前却什么也不知道，只有发现，才能实现精细化。

鞋子要形成大规模销售，今年货也会很多，工作压力会比较大，要吃苦耐劳，勤勤垦垦，踏踏实实做好每一项工作，处理好每一个细节，努力提高自己的专业技能，尽快的得到进步。

今年我们要定一个鞋子销售的目标，淘宝上达到一个冠，年销售也就是xx件货，人件利润x元，年收入x万，但必需得开商城，而且至少两个淘宝店，还要有专业的设计人才，在成本方面，一定要达到月销售量，可免房租，尽可以有是在两个月内实现，这是我对今年公司的动营目标，虽然做起来压力大，但有压力才有动力，只有朝着这个目标走，有信念就一定会实现，我们一定能做好的，也一定会做到。

**电商客服工作计划和目标篇十一**

职能部门，提升满意度的根本目的在于降低客户流失率，提升忠诚度，最终增加企业利润。随着中国汽车市场的持续发展，客户满意度水平与其他指标一起成为衡量企业竞争力的重要方面。

客户服务的功能，

一方面针对薄弱点提供反馈，并指导其改进，最后再对改进状况做评估和跟踪，另一方面要为厂商提供客户服务质量与满意度的状况。

2， 客服基础建设

1）7dc、3dc回访及相关各类报表仔细对每一个客户进行回访（新购车客户提车后7-10天内进行回访，维修客户3-5天内进行回访，并将回访记录以日报、周报、月报的形式进行总结分析，将需改善部分进行整改、跟踪，在回访过程中，针对各项服务内容要求顾客采取打分形式对我们的服务进行评分），客访专员在回访过程中要不断总结回访经验，并整理总结出切实可行的回访应对话术。

2）客户关怀、生日、节日问候每到客户生日前2-7天内进行多种形式的生日祝贺；每逢新年、国庆、五一、中秋、情人节等等节日进行多种形式的生日祝贺。

3）保养、年审、续保等提醒在客户车辆需要保养、年审、续保时，在一周前以电话、短信等形式提醒顾客。

4）客户档案管理（要求能按多种方式检索）一般情况下，对客户档案管理要求一车两档，即新车销售档案一车一档，维修档案一车一档（保修期外的客户档案可进行打包保存），各种档案必须要求项目、单据齐全，并且要求能按多种方式检索，比如：按日期、按车架号、按姓名、按车牌号等。

5）客户信息统计分析、客户流失分析根据客户信息，进行统计分析，比如客户群体分析、客户购买结构分析、客户流失分析、客户忠诚度分析等各类分析，并就各种分析提出建设性意见。

7）组织策划针对性的客户活动（如客户知识讲座、客户联谊会、自驾游等）客户服务的一个重要目标就是提高客户满意度，针对这一目标，做好c计划，以各种形式的活动（如客户知识讲座、客户联谊会、自驾游等）提高忠诚度，建立充分了解、充分信任的客户关系。

3， 客服流程规范与管理、投诉处理流程客服部门的工作必须专业、规范、协调，并以积极负责的态度来协助处理客户投诉。

主要工作流程：

7dc客户档案管理流程：

1、客户提车后，销售业代应及时将相关资料交销售部车业管理员，由车业管理员整理无误后于次日（即客户提车后第2日）将资料转交客服部；车业管理员必须将客户资料分类并将统计数据填入资料交接表单，做好交接手续。

3、客服部收到资料后，填写销售档案归档，及时录入“客户管理电子档案”，填写《客户回访管理表》并按系统提示客户id号对档案进行编号并存档。

客户档案管理流程：

1、客户维修保养后，售后前台应1个工作日内将相关资料交市场客服部；

2、完整的客户资料应包括：接车单、派工单、结算单、常规项目检查表； 售后前台必须将客户资料分类并将统计数据填入资料交接表单，做好交接手续。

3、客服部收到资料后，填写售后档案归档，及时录入“客户管理电子档案”，填写《客户回访管理表》并按系统提示客户id号对档案进行编号并存档。

4、所有维修保养档案必须在1个工作日内交市场客服部，逾期者将在季效考核中给予扣分处理，如遇特殊情况需事前与市场客服部说明原因。

客户跟踪回访流程：

1、每天按客户提车时间查询出需要进行回访的客户名单，并对其一一进行回访；

**电商客服工作计划和目标篇十二**

巧合的是，这次的活动正好赶上我们店铺5周年庆典，对我们来说，这是一个难得的机会，借此东风，我们也在店庆活动上面下了一些功夫。为了保证双12活动的`顺利进行，在活动前一周我们所有活动货物入仓，所有打包物资采购完毕，参加活动产品的具体功能和信息让客服深度熟悉，保证做到顾客提出的相关产品问题对答如流。

12月7日，店铺重新装修完毕，我们利用了相互关联产品模式，努力把进入的流量不流失出去，参加活动商品详情页我们加入6个关联宝贝，然后6个关联宝贝又各自再关联12个不同的宝贝，如此一共可以关联到72个宝贝。店铺3条悬浮条分别加入不同的店铺分类页面，主打的产品加入主页各个活动区域，让买家能更多机会看到我们的不同类目的产品。

12月8日 公司开会考核所有客服的对活动产品的常识以及所有快捷回复的了解情况，物流人员和仓库人员开始准备如何打包产品，研究出打包同款产品最快速度的办法，以避免万一当天货物超售导致的物流打包跟不上问题，开完会后物流部门开始提前打包部分活动产品。

12月9日，我们将本来打算在双12当天开的5周年庆典晚宴，提前举行，特地购买了几瓶红酒，大家开怀痛饮。士气高涨，互相鼓励一定要更加努力，更要出色完成眼下的这次双12活动。第二天大家休息，只有养足精神了才可以更好的投入工作。

12月10日，公司留1客服值班，1库房人员打包，其余所有人休息等待迎接双十二。

12月11日，白天依旧留1客服值班，物流人员全部待命开始打包活动商品，所有需要提前准备的物流材料，需要如何分配全部完毕。当日10点后所主力人员全部到位，公司当晚灯火通明，我们在群里等待朝歌最后的命令，朝歌在活动即将开始之前，给所有人再次核对宝贝情况以及一些必须关注的信息，所有的准备工作到此结束，大家随时准备迎接双12的到来。

12月12日上午，全公司所有人员都进入繁忙状态，公司客服区也堆满了打包物资和需要打包的产品。

12日晚10点的统计数据，我们惨遭各大强势卖家的围剿，掉出了前十。所有客服的心情大受影响，我们一直保持将旺旺群里面积极的消息截图反馈到公司的群里，不断激发客服的`热情和信心，大家都表示有再次冲入前十的雄心。我们紧急召集美工对店面以及宝贝引流的优化，最后时刻我们再次冲入前十，证明了我们键鼠外设行业并不亚于输于任何人。最后一小时的销量是对我们为了12号辛苦了几天的所有同事最好的鼓励，我们所有付出的努力没有白费，再一次证明了我们在这个类目的地位。

12月12-13日全部物流人员加班加点打包，2位美工调用到物流帮忙打包，所有客服都照样在自己岗位做好售后服务以及正常接待买家，12-13日发走了大部分的货物。

14日凌晨2点打包完最后一个包裹，所有发货流程完毕。

本次活动的总结：

1、这次靠活动产品引流的优化手段非常有效果;

2、这次活动的效果远远优于聚划算活动，聚划算单品成交额高，这次利用全民疯抢的活动，我们销售出去了近20万其他的产品.

3、后续活动的安排继续跟进，这次准备还是有点仓促，有了这次的经验，下次一定更加充分。

**电商客服工作计划和目标篇十三**

1、监督售前转化及服务工作质量，通过赤兔及聊天记录，及时发现售前问题，收集问题，培训售前提升询单转化率及销售效率和类目专业能力。

2、把控各项dsr和店铺综合评分，以及店铺品质各项指标，监督售后接待工作质量，通过各项指标及聊天记录及时发现售后工作问题，及时培训指正，不断提升售后服务的客户存留率和满意度。

3、协助运营主管或运营及推广计划，做好配套的咨询执行，及后续的相关客户服务，共同完成团队月度目标。

4、新人(售前/售后)入职培训，新产品专业知识培训。

6、不定时根据实际需要召开会议，以及时修正问题，提升团队整理服务质量

8、负责会员管理及专属客服服务体系建设;

任职资格：

1、2年以上电子商务客服工作经验，及1年以上客服管理经验;

2、熟悉淘宝、天猫等电子商务第三方平台客服管理体系，有电子、数码行业经验优先;

4、熟练订单操作系统，操作能力较高。

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