# 最新抖音运营年度工作计划(5篇)

来源：网络 作者：心旷神怡 更新时间：2024-10-18

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。抖音运营年度工作计划篇一自身素质是督导员工作的向导和后盾...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

**抖音运营年度工作计划篇一**

自身素质是督导员工作的向导和后盾，因此我会做到：

一、在市场督导中，始终以良好的思想道德完成工作，树立诚信形象，维护公司名誉。

二、深刻了解企业文化，通过了解企业的发长历史，树立企业品牌信心，使自身更加具有权威。

三、做销售也就是做人，不管面对的是促销员态度、产品问题甚至客诉，用合适的沟通方式提出实事有效的解决方案，来保证公司的利益，尽好客户的义务。

四、掌握熟知好企业产品品项结构、价差体系、销售网络结构、工作操作流程等知识，进一步为自身的督导树立更大的权威。

五、以积极良好的的工作态度，完成好工作计划，加强自身额外知识学习，提高随机应变能力。

工作思路：

一、市场管理：

1、巩固现有市场：通过合理有效的方式（活动）巩固现有市场对公司的认可度，调动现有市场的积极性。

2、融入市场：了解市场信息，为公司掌握市场情况提供最真实的资料，也为公司的下一

步战略定位提供依据。

3、指导市场：正确指导各种工作流程、原则以及执行公司各项管理制度。

4、监督市场：维护公司和市场合作者的权益，团结市场，时时刻刻记得向公司汇报最新的市场动向。

二、促销员管理：

1、通过培训，增强促销员的专注与自豪企业文化是一个公司的灵魂，作为企业的一员也有义务了解，对促销员角度来说，我们是通过对促销员进行企业文化培训，系统地介绍公司的创业历史、发展概况、荣誉奖项和战略规划等，以此来增强促销员的归属感和荣誉感。

归属感可以给促销员一种全情投入的专注，荣誉感可以使导购员在向顾客介绍产品时具有更强的说服力，而且可以使他们拥有与企业共同的自豪。这种“专注”与“自豪”的增强，无形当中就大大提升了促销员对企业的忠诚度，从而对销售业绩树立了更大的信心。

2、多点沟通多点关心，让员工感觉温暖巡场时，与促销员建立适合事宜的沟通，通过交流了解他们的工作处境，需要什么，什么需要帮助等等。同时，做为一个承上启下的督导来说，必要时考虑向公司申请为促销员专门开展的一些活动，以体现企业对员工的关心、关爱之情，让员工以一颗感恩的心更加努力的工作。

3、提高激励，突破完成工作计划在与促销员建立良好沟通的基础上，以合理的晋升、精神/物质奖励（公司申请允许情况）带动工作积极性，在完成工作计划基础上更进一步突破。

三、巡场管理1、场周边的巡查了解消费人流去向，确定销售状况较好的竞争对手，分析与对手相比我们存在的问题（是不是陈列摆设问题？是不是卫生清洁问题？等）决定有效处理方式，马上改善。

2、观察促销员在促销员无发现情况下，选择合适地点观察其着装规范，待客礼貌礼仪以及销售技巧等情况。

3、场内检查检查产品陈列规范以及相关卫生状况，同时留意并记录顾客的建议，主要是我们的产品方面。查阅销售记录和库存数量，以做好备货准备。

4、现场指导根据以上几点的巡查情况，结合公司实际给促销员提出合理可施的方案并要求及时改善。

5、沟通协调针对以上巡查的问题点，与商场相关人员进行相关问题的沟通协调，保证销售开展顺利。

6、记录、报告对每次巡场做好问题点的汇总，对照结果与目标，分析做好和需要提高的方面并呈报上级。

通过对市场销售环境的监督、发现、反映、解决，进一步加强企业产品品牌效应，赢得顾客的忠诚，最终达到企业的经营绩效。

**抖音运营年度工作计划篇二**

工作方面

在运营部，我负责的是微博微信内容的日常及维护，而微博微信是当代新媒体，对于信息的传播速度也是相当快的。

1）微博。微博作为中国互联网最火的新媒介平台，微博受到越来越多的关注，据不完全统计目前微博用户有3亿，日均以一亿条微博，6000万活跃用户在线。微博营销的效果日益显著，而作为微博负责专员，

我将做如下学习计划及安排：

1、熟练微博相关工具的操作。微博应用中有大量的微博工具，包括统计数据的微数据，该工具能计算出微博活跃度、传播率及覆盖率，对于今后项目活动数量统计是相当有帮助的。互动工具，查询该微博与好友互动率，为后期调整微博内容亦有帮助。除了这些数据相关的工具，当然还有协助微博发送的微博定时发送器，如时光机、皮皮时光机等，还有微吧、微话题等对于微博的内容及数据分析都有很大帮组，当然这一部分，还得自己去学习，应用及摸索。

2、微博广告推送软件的学习及应用。目前微博价值被越来越多的人发掘，微博广告推送这样一个全新的营销方式产生了。通过年龄，地区，关键字等，删选出项目受众人群，精准的送达项目信息。目前为止，我们所做的广告推送有晟通城项目及vvvvv新站上线活动推送，结果并没有达到预期效果。晟通项目产生仅一笔成交量。其中原因有我对于软件的不熟悉，以及对数据分析的不到位，后期，应加强对软件的应用，且与客服的联系，向其学习更多，更专业知识，以提升自身能力

3、培养对新闻热点敏感度。微博发送同样包括热点话题的推荐，在热点话题上加上自己的项目精华传达给客户，这就是我们要做的。目前我负责的工作包括网站地产八卦类的天房夜谈。而这个专栏便要求对热点事实新闻有一定的灵敏度，及对事情的个人看法。而我本人需要学习的正是这一点，除了在空闲时间多看新闻之后还需要多看知名网站编辑点评。

4、微信内容处理。微信是在继微博之后又一新媒体，而各大企业也争相注册微信公众平台，作为微信维护员，在做好日常维护的同时应该多学习相关的知识及软件。

学习方面

1、除了本身工作的之时，更应该好好充实自己。在之前每天负责楼评，但是写的却不是那么有吸引力，作为购房者，可读性并不大，这有很大一部分是源于对项目的不了解，后期，应该了解网站没有楼盘项目的信息，项目位置，项目的优势，项目卖点，多读楼书，多看其它网站相关文章，加强学习，提升自己的能力。

2、尽快建成用户数据库。数据成为我们运营的必要资源，在完成工作之后抽时间做好数据库。包括在新浪认证微博获取客户信息；微博关注栏中相关关注中以及qq群内寻找客户资料，这都需要后期一点一滴落实。

3、多多参加学习讲堂等培训课。抓住机会多多参与培训课堂，向他人多学习。

以上是我近期工作安排及学习计划，在新的一年里，需要多看资料提升自己且多向他人学习，加强锻炼，提升个人能力。

**抖音运营年度工作计划篇三**

一、 店铺运营：

1、运营要点：产品质量无疑在消费者心中无形建立一种信任，对于产品质量当然是关键，还需要有美观的形象出现消费者眼前，对于页面设计需要更加美观大方。需要练好内功的基础上，把握住有利的资源，更为重要，现在买家越来越成熟理性，我们应该在拥有流量的前提下精心做好店铺的内功，再以多渠道的方式引入更多优质的流量，从而提高转化率。跟踪客户会员信息，尽可能多做客户回访，建立会员关系信息。建立口碑回头客。做大型活动前的预告信息通知。

2、营销手法：整体营销策略：集中利用淘宝系统推广方式，发掘潜力热销产品并大力推广，利用热销品拉动整体销售，优化销售各个环节，树立公司形象，尽量避免客服沟通成本，逐渐建立口碑。产品营销设计：产品在整体营销中要有两类，分别是销售拉动型和利润贡献型，销售拉动型要考虑产品购买量，在产品利润上可以做到微利；利润贡献型要考虑到产品品牌、竞争情况等因素，保证整体营销的利润。利用八二原则来说，我们的80%流量是由20%的拉动型产品带来的，而我们的80%的销售业绩是有20%的利润贡献型产品带来的。产品营销分为培育期，成长期、成熟期三个阶段，充分考虑羊群效用，寻找一切可以快速拉动新品销售热度的推广方式，在不同时期实现不同的价值。

3、培育期：包含产品选择、产品设计和产品推广布局三部分。产品选择是利用数据分析、客户反馈和市场寻访三个方面来确定产品范围，确定合适的产品后，产品拍照和产品描述设计然后发布；产品推广布局是设计并实施培养期产品的推广业务，通过热销产品搭配、网站其他产品描述推广、直通车推广、淘宝帮派推广、站外推广等全方位的推广方式推动。

4、成长期：是指产品销量稳定并利用客户搜索和直通车可以自然带动销售时，这时期主要工作是巩固产品的推广，并冲击淘宝人气搜索的前十名。

5、成熟期：是指产品处于同类产品的销量前五名，搜索在前五位可以看到，通过搜索的自然流量就可以稳定产品销售，这个时期的主要工作就是改为通过搭配和描述中产品推广来拉动下一拨热销品的销售。提高产品连带，提升客单价。

6、 客户维护策略：对于客户细分为钢丝客户和一般客户，钢丝客户要通过qq群或者旺旺群等紧密绑定，让他们成为我们新品的首批购买推动者和口碑推广者，一般客户通过定期的邮件或者短信进行营销，吸引客户二次消费。（需要客服人员完成）

7、产品价格营销策略：尽量不进行价格战营销，老客户的打折优惠可使用vip制度，对所有人价格公平，商城正常销售最低折扣不低于7折 （淘金币、双11大促除外）

店铺装修方面，先解决内部视觉设计为先，页面设计相当重要，应该给予消费者一个清晰明了的页面设计效果，再给予铺垫式的推广手法，短时间内提升知名度，增加收藏量，提升转化率。

二、参加团购网：

可才考虑参与各个团购网的合作，重点对象为拉手网、窝窝团、美团等重大团购网站，团购合作产品应根据工厂实质性库存需跟店铺安排，通过往期数据估算库存供应。更种公司资料备存，以应对各个团购网站的资料要求，与团购网站收录人员建立关系，长期合作。库存充足情况下可考虑参加组团。部分小团购网站可能因人气不足销量十分不理想，可继续维护关系，以备后期连续性合作，谨记，商家是以盈利为主，卖得出才是王道。不忽略任何一个拓展的机会，哪怕销量很少。

三、产品与库存问题：

专供网上销售的库存：一般而言一间常规的店铺大致需要50个产品填充整间店铺。考虑到自身的库存压货因素，我们可以压缩至40—45个款式，（后期客户维护设置店铺vip需要50个产品才能设置）部分款式可以无需拥有库存，按照二八法则，需要定位选择2个款式作为主推款式，平时库存应该保证控制在现货30—50个以上，以免出现客人投诉等情况，在后期筹备活动等其他因素我们再重新估算实际需要的库存数量，以备工厂下单生产，活动前一个星期内必须有决定。冲信誉等产品应考虑更多的因素。考虑是否压货以免加重工厂的压力。如主推款式需要报名团购网，则应纳入团购预售出数量考虑。

四、人员安排：

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、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。增加人员后实行轮班制度。

**抖音运营年度工作计划篇四**

上半年来我部门一直处于紧张工作状态，一直保持到了现在，工作是严谨的我们部门每一个员工都需要有这种工作紧张意识，上半年的工作是充实的，我部门积极为公司做好分内工作，配合各部门完成上半年工作指标，这半年来也有很多进步，就像人一样大家都想着前进，不会想着让自己退步，这半年的工作就是这么一个写照，我部门积极发扬公司努力奋斗的精神，但是上半年的工作已经过去，这是一个胜利的里程碑，我们部门一向都是非常努力，用心，上半年是这样，我们每一个运营部人员都在用自己最努力的状态工作着，我们下半年一定也会继续保持，运营部的脚步一定是一直前进的，运营部也一定会表现的越来越好，上半年的时间整的很快，现在已经是过完了，总之这是一个好的兆头，工作也做得比较顺利，对下半年也该做一个计划。

一、明确工作方向

做好一个工作前提就是知道自己要去做什么，我们部门一直以来都有着这为后面工作考虑的优秀精神，有着一个行动的方向，不管是在什么部门，不管是在做什么工作，其实只要自己明确一个方向，就有着动力，有着这个动力我们前进的脚步才会更加通畅，下半年的依然是一个未知的，我们公司的整体方针是没有问题的，部门的工作方向也是没有问题的，下半年还会继续保持下去，做好相关的运营管理工作，一切按照公司的要求来开展工作，我们部门不会背离公司的战略方针，跟随着公司的脚步我们一定会更加用心，更加的努力。

我们的工作方向一直在每一个运营部人员的心中，所以我们在工作的时候不会有什么迷失的，我们很明确自己的要去做什么，一定会是有着很清晰的工作目标，就像是上半年来我们取得的成绩一样，大家不会应为这一点成绩迷失了自己，因为我们都知道按照公司的战略方针，我们还是能够做到更好的，就比如即将到来的下半年。

二、内部管理工作

我们运营部门工作任务繁多，在做好工作的时候，一定是有着一个良好的管理制度，上半年的工作中其实还是能够看出一些管理上的问题的，但是这不是我们的停止脚步的理由，有问题就纠正，我们部门内部管理制度只会一步步的完善好，管理好了部门内部，明确每一个运营人员的工作目标，做好相关的工作安排，我们一定会越来越好，这是也是一个前提，一个实现公司全年目标的前提，下半年的工作现在是未知的，但是我们的方向依然不变。

**抖音运营年度工作计划篇五**

一、商城组织结构

客服人员 1名

推广人员 1名

物流人员 1名

运营主管 1名

财务人员 1名

二、工作内容

（一）运营主管

1、负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；

2、负责网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作；

3、负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名；

4、负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案；

5、负责收集市场和行业信息，提供有效应对方案；

6、制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标；

7、客户关系维护，处理相关客户投诉及纠纷问题。

(二)客服人员

1、通过在线聊天工具，负责在淘宝上和顾客沟通，解答顾客对产品和购买服务的疑问；

2、产品数据在线维护管理，登陆销售系统内部处理定单的完成，制作快递单，整理货物等；

3、客户关系维护工作，在线沟通解答顾客咨询，引导用户在商城上顺利的购买，促成交易；

4、负责客户疑难订单的追踪和查件，处理评价、投诉等。

店铺的售后服务：

主要是关于商品在邮寄过程中发生的磨损,丢失,还有就是产品包装方面出现问题导致的一些问题。作为买卖双方都不希望看到这样的事情发生.但是问题摆在面前，作为卖家首先要第一时间查找出现事故的原因。如果真正是自己的或邮局方面的问题,一定要在第一时间给予买家解决方案。这是作为卖家必须要遵循的原则.这样的卖家买家怎么会不信任呢?这无形中提升了自己的\'人气。有时即使自己会失去利润,但是长久的利润也正因此而积累了。

做好发货后的跟踪服务，发快递的时候帮着了解货物的运送情况及时反馈给买家信息。让买家感受到我们是在用心的为他们服务。这样不仅可以随时了解发货情况，还可以拉近和买家朋友之间的距离。及时中间出现了什么问题，想来买家也会因为我们的服务态度而忽略不计了。

(三)配送人员

1、负责网店备货和物资的验收、入库、码放、保管、盘点、对账等工作；

2、负责保持仓库内货品和环境的清洁、整齐和卫生工作；

3、按发货单正确执行商品包装工作，准时准确完成包装任务；

4、准确在网店后台输入发货单号，更改发货状态，对问题件能及时处理。

选择的物流：

1、善保管好发货凭据。

2、在店铺里注明电话服务时间。

3、e-mail在8小时内回复。

4、避免顾客查询订单，主动把底单/流水号发给顾客。

5、对于货到付款，请尽量先致电给顾客。

6、接到顾客投诉电话后，应给顾客以放心答复。

(四)网店美工

1、负责网店产品上传宝贝的文字编辑及上传宝贝的相关工作，图片拍摄制作。

2、根据主题需要完成店铺进行整体的美化(公告栏和促销栏图片设计)。

3、根据文字需求完成网页平面设计，完成网页html编辑。

4、产品拍摄图片的美化、编辑排版；

(五)网店财务员

1、负责网店销售与资金到账的管理；

2、负责网店与快递公司业务费用的管理；

3、负责网店日常运营财务方面的处理；

(六)网店推广员

1、负责不定期策划淘宝商城营销活动；

1、负责公司淘宝交易平台推广工作；

2、策划并制定网络店铺及产品推广方案（包括淘宝推广、seo、论坛推广、博客营销、旺旺推广等）等营销工作；

3、研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；

4、对数据进行分析和挖掘，向运营经理汇报推广效果；

5、负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找