# 电子商务分销工作总结(汇总39篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-09-08

*电子商务分销工作总结1\_省\_中专学校创建于1998年9月，是经\_省教育厅审批备案的一所面向全省招生的全日制普通中等专业学校。\_中专学校，原名\_计算机学校，先后经历培训中心和全日制学校两个阶段。20\_年初，学校各方面条件成熟，开始由短期培训向...*

**电子商务分销工作总结1**

\_省\_中专学校创建于1998年9月，是经\_省教育厅审批备案的一所面向全省招生的全日制普通中等专业学校。\_中专学校，原名\_计算机学校，先后经历培训中心和全日制学校两个阶段。20\_年初，学校各方面条件成熟，开始由短期培训向学历教育过渡。并且向\_市教育局提出申办职业高中的书面申请，经市教育局批准，\_计算机学校成为\_市较早的一所全日制职业高中。

20\_年，\_学校向\_省教育厅申报中等专业学校，至20\_年8月，学校正式成为经\_省教育厅审批的一所面向全省招生的全日制中等专业学校\_省\_中专学校。

学校创办十年来，一直坚持专业技能与综合素质两手抓的教育理念，培养学生学会做人、学会做事、学会求知、学会发展。已为社会培养、输送8600余名各级各类优秀专业人才，并得到用人单位的一致好评。

目前，该校先进的办学理念、严谨的治学态度、严格的教学管理、完善的就业保障得到社会各界的认可，受到中央电视台风采栏目组、《中国企业报》、《\_日报》、《\_科技报教育周刊》、\_电视台、《\_日报》、\_网等各大媒体的关注，正如教育部门有关领导对该校的评价：\_中专学校是\_职业教育的一朵奇葩，是\_职业教育的品牌与窗口。

二、实习内容

(一)实习目的

本次实习是学习了三年多的电子商务专业后进行的一次全面的实践性练习。其目的在于加深对电子商务基础理论和基本知识的理解，将课堂知识与现实工作进行结合，达到理论与实践相结合的目的，想通过亲身体验社会实践让自己更进一步了解社会，在实践中增长见识，锻炼自己的才干，培养自己的韧性，更重要的是检验一下自己所学的东西能否被社会所用，找出自己的不足之处，以便更好的取长补短，提高个人素养，为即将进入社会做好准备和进行必要的热身及适应。

(二)实习过程

对于一个大学生而言，敢于接受挑战是一种基本的素质。虽寒风凛冽，冰天雪地，我毅然踏上了社会实践的道路。20\_年2月4号，我带着忐忑与兴奋来到了\_学校，一进学校大门，两栋教学楼映入眼帘，整齐的宿舍楼，干净的教学环境让我对未来的工作产生了好奇与憧憬。我带着行李走进人资处，人资处的两位老师热情的接待了我，填表格、报到、安排住宿，参观学校。这里老师的热情让我没有一点陌生感，刚来时的忐忑也随之烟消云散。

从2月5号到2月22号，学校对我们几个新来的实习生进行了半个多月的培训，第一周让我们了解学校的大概情况，学校的文化理念、经营理念、管理理念、教育理念、工作作风等等。第二周就对我们进行了专业培训，师德师风培训、教育教学理论的学习与考核，经过多重考核，我顺利上岗，在平面组当网页设计课的老师，还兼职在企划处担任实习干事一职。

在平面组担任教师期间，先是听老教师讲课，听了一周的课之后，我开始走上讲台，开始了自己的第一篇作。当然，刚开始心情特别紧张，由于经验不足和应变能力不强，课堂出现了讲课重点不突出，讲课顺序不清，师生配合不够默契等问题。针对出现的问题，指导老师要求我多听课，多向经验丰富的教师学习，并且面对面地指出教案的不足以及上课时存在的缺点。

**电子商务分销工作总结2**

淘宝分销工作总结‎

‎篇一:‎

网络分销总结‎网络分销‎

一、‎分销渠道有哪些，个人把他们分为‎b类分销和‎c类分销b类分销包括:‎

淘宝、拍拍等平台上的商城，‎京东、乐淘等\*商城‎c‎类分销包括:

‎淘宝、拍拍等平台上的集市店，个人运作‎的淘宝客‎当然还不只这‎些，团购、社区、\*等也算是分销渠道，‎但大家用的会比较少，‎在‎此放下不谈。而在这些分销渠道中，淘宝上‎的分销是最靠谱的，独‎立‎商城的分销要三思而后行。‎

二、为什么要做分销，‎

1‎、对小企业而言，一个是走销量，一个是‎树品牌。当然树品牌是‎对‎那些品牌意识还不突出的行业而言的，切入‎点一定要找好，早已一‎片‎红海的行业就不要想了。‎

2、对大企业而言，做分销就是‎在跑马圈地。网络资源‎总是有限的，‎淘宝上做得好的分销商无非就那‎几家，而随着竞争的加‎剧，获取客户‎的成本越来越高，要成就一个好‎的分销商也就越来越难‎。而你能抢占‎到这些好的分销商，并且让他们‎死心塌地跟你走的时候‎，那么你的产‎品在同类目中就占据着主导的地‎位。‎

三、做分销要具备什么，‎

1‎、合适的产品。适合做分销的产品一般是‎标准化程度高的快速消‎费‎品，而且这类产品的利润要在‎30%左右，为什么呢，分销商‎10%‎--20%左右的抽成总要给吧，工人的工‎资、办公费用总要付吧‎，还有自己的‎赚头呢，总不能白忙吧，‎

2‎、充足的货源。要保持一定的宽度和深度‎。简单来说，宽度就是‎我‎这个季有多少个新款，深度就是这其中一款‎有多少件。宽度不够，‎市‎场上同质化严重，分销到最后就是比价格;‎深度不够，会出现卖断‎货‎

的悲剧。

3、强大的分销处理系统‎。虚拟仓库里有货，卖‎出去后确认时你却‎

说没货了、做场聚划算，货‎品发了一个月才发完、‎订单是‎a产品，到顾客手上却是‎b产品、退换货花了‎15天才弄好等等，要是频频出现‎

这种情况，做分销，谁跟你‎玩，强大的分销处理系‎统就要包括你的分‎

销软件系统、仓储物流系统‎以及客户服务系统，分‎销软件系统要做到‎

实时数据更新，仓储物流系‎统就是要快而且不能出‎错，客户服务系统‎

是对为分销商服务的系统而‎言的。‎

四、该怎么做分销，‎

1‎、分销商的招募。设置准入门槛，门槛多高‎由自身实力和自己想‎

要什么样的分销商决定。‎门槛设好后就可以在自‎有旗舰店或者在淘宝‎

分销平台上发布招募信息‎，与一些\*的商‎城进行商务洽谈等等。‎‎

2、分销商的管理。对于不同类型的分‎销商给出不同的分销政‎策，‎同时要制衡分销商，不能出现一家独大的‎现象。优胜劣汰，对于‎做得‎比较差的要及时淘汰。‎

3、对分销商的支持。谨记一点‎，分销商的成功才是我‎们的成功。‎要对分销商进行培训，好的分销商‎是靠培育出来的。鼓励‎分销商开展‎各类促销活动，只要方案上报后合‎理可行的就给予全力支‎持。打造部‎分专\*品给不同分销商，避免产‎品同质化的同时也给分‎销商更多的‎利润空间。‎

五、做分销中遇到的一些问题。‎

‎1、产品控制。给每个分销商一个\*‎的虚拟仓库，同时开放‎一个‎公共仓库。\*仓库的产品由分销商自主‎控制销售，公共仓放一‎些库‎存量低的产品，大家一起销售，先销先得‎，当然这就要靠强大的‎分销‎管理系统来实现。‎

2、线上线下‎的冲突问题。做一个\*品牌或者线上的产‎品与线下‎的完全不同，就不会对线下的经销商‎产生冲突。‎线上价格低于线下‎价格时，以线上活动促进线下的销售‎，如部分商品网上卖‎6折，而线‎下卖4折;以高于拿货价的价格帮线‎下经销商回收销售库存‎等。‎线上价格与线下持平或者略高于线下价‎格，就不会与线下造成‎冲突，然‎后通过提供增值服务来吸引线上客户‎。‎对于线下经销商线上拿货的‎

现象，采取预\*机制，当单件产品单‎人订单超过‎x件时，由客服沟通，‎进行劝退。线下经销商窜货到线上‎的问题，可以考虑指导‎成为线上分‎销商。

3‎、仓储问题。优化拣货流程，能并行‎的尽量并行，节约时间‎成本。‎设置整仓和货架，货架的货品供拣货员‎日常拣货，当货架上的‎货品不‎足时从整仓调入货架，避免拣货员在整‎个仓库中跑。‎

4‎、旗舰店与分销商的冲突问题。‎允许分销商以低于旗舰店百分之‎‎几的价格范围内进行销售;对分销商的促销活‎动的支持;专供品的支‎‎持;对于重复购买率较高的产品，旗舰店可以‎用低价单品聚人气，活‎‎动完后立马恢复原价，顾客二次购买时基本上‎都会到分销商处购买。‎‎

**电子商务分销工作总结3**

时刻飞逝，转眼间。xx年已悄然完毕了，在这一年的时刻里,通过对电子务的知道,联系作业实践，对作业做如下总结:

一.存在的短少

1.作业的条理\*不行明晰，天天上班都没有必定的组织，看到短少哪种才干就学习哪种，如今，一边推行，一边做客服，一边写写文章，一边作作图弄弄网站，没有详实而主次的方案，但至少仍是知道哪方面需求马上完结，哪方面需求缓期完结，做多了就慢慢地有所领会，慢慢地加大前进，也期望在下一年会得到更好的优化空间。

2.在作业期间,对作业知道不行,特别是刚来的时分，彻底短少自动才干，对鞋业行情短少了解和剖析，再一个即是对作业的定位短少，逻辑才干短缺。

3.短少作业经验

对于电子商务这块，曾经的我真的一点也不明白，也即是刘总的培养和认可，让我学会了许多，尽管在全部进程中遇到了许多疑问，不知道怎样推行，怎样去优化关链字，但使用身边资本和网络课程的一起，知道推行是一件持久的坚持做才干到达作用的事，贵在坚持。

4.为何咱们的鞋子没有构成出售：

由于流程的疑问不知道怎么下手的状况有点多，包括过错与缺漏，还有其时的规划，思考不到位，不知道开taobao店仍是taobao商城，如今挑选了开taobao店，对我来说是一件好事也是一件烦事，开taobao店的意图是为了今后开商城打个根底，但凭如今的\*控力度显然是不行的，如今的作业间隔不行精细化，(仍是流程疑问)。

再一个即是开taobao店啥利诱都有，一人客户不满意，给个差评，全部店都跨下了，一个当地出错了，就扣分，比起商城没有啥优势，最抑郁的事——写了好几篇稿都给删了，我又没有打广告，接连接。。。。。

5.在阿里巴巴上，作业短少一个随时反省随时更新修正的进程，尽管作业回头看，可是短少规律\*，比方：在阿里巴巴上，许多功用都有修正更新的内容，就能够直接推行(诚信效劳，专场报名，跟帖，活动报名，优质产品，回帖，发帖等等)，曾经却啥也不知道，只要发现，才干完结精细化。

总归，用一段话归纳：

作业条理不行明晰。对流程不行熟悉

作业不行精细化

作业方式不行灵敏

短少作业经验

短少平常作业的常识总结

二.本年公司要开辟大范畴

鞋子要构成大规模出售，本年货也会许多，作业压力会比较大，要吃苦耐劳，勤勤垦垦，踏踏实实做好每一项作业，处理好每一个细节，努力进步自个的\*技能，赶快的得到前进。

以下是我本年进步：

作业的自动\*

作业要重视成果

本年作业要定方针，全部围绕着方针来完结

掌握全部学习的时机，平常要做总结多看，多学习，多做

xx年的作业方针：

本年咱们要定一个鞋子出售的方针，taobao上到达一个冠，年出售也即是1xxxx件货，人件赢利xx元，年收入xx万，但必需得开商城，而且至少两个taobao店，还要有\*的规划人才，在本钱方面，必定要到达月出售量，可免房租，尽能够有是在两个月内完结，(月出售额到达xxx件)这是我对本年公司的动营方针，尽管做起来压力大，但有压力才有动力，只要朝着这个方针走，有信仰就必定会完结，咱们必定能做好的，也必定会做到。

**电子商务分销工作总结4**

>一、认识电商

1、电子商务非是传统认为的拍拍照片，然后上传到网上就等着卖的销售模式。

2、线下5年、线上1年的发展速度看试光彩、辉煌，但压力、责任、过程一样不对少，将5年变成1年。

3、电子商务不是网上销售，不是网上打折，不以物喜不以已悲，不单纯以短期内成败论英雄，追求的是在新媒体，新渠道下的电子商务战略转型。

4、成功的电子商务考验强大的供应链，一切看市场数据反馈。线上需要尝试性投放，线下先备货后销售(当然不排除线下做强大后也是这样)，线上是个需要快速反应的市场，最后一定是供应链决定成败。

5、电子商务是个整体以图片形式存在的虚拟化市场，顾客不认识你，不了解你，为什么要在你家买呢，而且淘宝也并非还是个低价市场，最终决定顾客购买的重要原因是，1形象、2口碑、3体验、4专业市场，价格并非最终决定是否购买的重要因素，一个新店，最缺少的就是口碑和购物体验。

6、淘宝是电子商务渠道中的一块市场，和传统的销售模式一样，是个以零售为主的渠道。

7、电子商务不是1个、2个、3个人能做起来的。传统品牌进入电商必定先要完成团队组建，这个团队并非是客服团队，而是核心团队。目前我们线下的很多问题或者在人员都不具备的情况下，而我们线上是最基本的人。如活动策划，文案，优质美工，商品组织企划。

8、线上和线下一样同样需要产品的组合，产品的规划，产品文案，卖点的整理。而线下可能不需要将产品的卖点以文案或者图片的形式展现，但网上需要将所有的卖点用图片的形式展现出来，产品策划也是关键。

>二、运营定位

1、建立品牌建立口碑是必然之路。提高顾客粘性才能对将来的发展有益。只有这样电子商务才能健康快速的发展。才能赚钱。

**电子商务分销工作总结5**

时间飞逝，转眼间。XX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:

一.存在的不足

1.工作的条理\*不够清晰，每天上班都没有一定的安排，看到缺乏哪种能力就学习哪种，目前，一边推广，一边做客服，一边写写文章，一边作作图弄弄网站，没有详实而主次的计划，但至少还是知道哪方面需要立刻完成，哪方面需要缓期完成，做多了就慢慢地有所体会，慢慢地加大进步，也希望在明年会得到更好的优化空间。

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。

3.缺乏工作经验

对于电子商务这块，以前的我真的一点也不懂，也就是刘总的栽培和认可，让我学会了很多，虽然在整个过程中遇到了许多问题，不知道怎么推广，怎么去优化关链字，但利用身边资源和网络课程的同时，知道推广是一件长久的坚持做才能达到效果的事，贵在坚持。

4．为什么我们的鞋子没有形成销售：

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，（还是流程问题）。

再一个就是开淘宝店什么迷惑都有，一人客户不满意，给个差评，整个店都跨下了，一个地方出错了，就扣分，比起商城没有什么优势，最郁闷的事——写了好几篇稿都给删了，我又没有打广告，接链接。。。。。

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\*，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（诚信服务，专场报名，跟帖，活动报名，优质产品，回帖，发帖等等），以前却什么也不知道，只有发现，才能实现精细化。

总之，用一段话概括：

工作条理不够清晰。

对流程不够熟悉

工作不够精细化

工作方式不够灵活

缺乏工作经验

缺乏平时工作的知识总结

二．今年公司要开拓大领域，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\*技能，尽快的得到进步。

以下是我今年提高地方：

要提高工作的主动\*

工作要注重结果

今年工作要定目标，一切围绕着目标来完成

把握一切学习的机会，平时要做总结

多看，多学习，多做

XX年的工作目标：

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1xxxx件货，人件利润xx元，年收入xx万，但必需得开商城，而且至少两个淘宝店，还要有\*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，（月销售额达到xxx件）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。

**电子商务分销工作总结6**

在公司领导及各部室支持下，客户服务部较好的完成了上半年各项工作，取得了一定成绩。回顾半年来的工作，我们主要做了以下几点：

>一、管理精细化

理赔工作在保险业务中具有举足轻重的地位，它不仅事关保险公司自身的经济效益和发展，也影响到保险职能作用的发挥及社会效益的实现，对保障社会稳定和人民的安居乐业发挥着积极的作用。为此我们在理赔管理中，本着各自的工作岗位和分工，认真履行职责，努力学习有关理论和规定。随着公司‘精’‘细’‘微’管理的深入，制定了本部一系列规章制度，岗位到人，职责到人，奖罚到人。在理赔数据管理中，严抓落实，保证了数据的真实性、一致性、正确性、及时性和规范性，使理赔管理工作，达到了上级公司的要求。

>二、工作标准化

理赔工作中我们坚持实事求是、“迅速、及时、准确、合理”的原则，狠抓理赔和防灾防损质量的提高，工作讲究高标准严要求。首先从抓第一现场的查勘率入手。只要接到报案，无论事故大小，无论白天黑夜，始终坚持赶到第一现场，掌握第一手资料，严格按照快速赔付流程，为客户提供力所能及的方便。坚持双人查勘，双人定损，赔付，不断提高服务质量;坚持24小时值班制度，积极参与“三个中心”建设，进一步提高了服务水平;加大了考核力度;积极做好防灾防损工作，及时拟订了重大客户防灾防损工作预案、夏季防汛安全检查办法、冬季防火防爆安全检查办法，始终做到提前把握，提前介入，增强了防范风险的能力，收到了良好的社会效果。我们狠抓理赔管理，加快理赔速度，加强队伍建设，提高服务水平，改善服务形象，切实挤压理赔水分，实现有效降赔，较好的完成了各项理赔指标。

>三、服务规范化

保险市场竞争不外乎是价格竞争、品牌竞争、服务竞争，而服务竞争在保险市场竞争中具有十分重要的作用。作为客户服务部来说，服务的好坏直接关系到公司的发展与生存。因此，我们部把理赔服务工作放在了重要位置。组织大家学习，充分认识客户服务的重要性，扎扎实实抓好客户服务工作，建立健全了服务制度，服务措施，规范了服务行为，于细微处见精神。比如客户随时随地上门办理业务，我们都能提供周到的服务;能一次办好的业务，不让客户跑第二次，每理算好一件赔案都会及时的电话通知保户前来领款。半年来我们不断改进工作作风，提高了服务质量，提高了客户满意度，尽职尽责的完成了工作。

流火的七月，屡屡攀升的气温，象征着我们人保公司的各项工作水平，正在发生着一天天的变化和提高，令人欣喜、振奋。是的，成就代表过去，辉煌铸就未来。今后我们要加强学习，努力提高业务技能，精诚团结、扎实工作、奋力拼。

**电子商务分销工作总结7**

>一、业务收入完成情况

20xx年1-11月份，完成邮储短信业务收入万元，全年预计可完成万元，完成全年计划数的；1-11月份，分销业务收入万元（其中万元划速递，8万元划代理速递），全年预计可完成万元，完成全年计划数的。

重点项目：短信业务未能完成全年163万元的跨越式指标，完成率为；电费充值卡未能完成950万的销售额指标，完成率为；自邮一族未能完成11万的收入指标，完成率为。商旅业务收入、中邮快购卡销售收入、产业集群项目收入等重点项目均已提前完成全年指标。

>二、突出重点业务、优化业务结构、促进电子商务类业务快速发展。

1、短信业务

短信业务是一项长效的木本业务，在20xx年底，部门就将短信业务作为20xx年的重点业务推广，在通过调查、分析的基础上，制订了切实可行的《短信业务劳动竞赛方案》，通过开展劳动竞赛，使短信业务规模快速跃上了一个台阶；平时安排专人与所有的支局相关人员进行沟通、指导，了解、掌握网点开办短信业务的进展情况及遇到的一些问题，针对网点开展业务中遇到的操作和业务上的问题及时给予解决，同时通过对网点的走访，收集、整理出一些好的网点的经验、做法，进行推广。主动为网点做好服务、支撑、指导工作。通过采取一系列行之有效的措施，短信这一新业务取得了快速的发展，截止到11月底邮储短信有效用户累计46056户，短信业务共形成业务收入万元。

2、票务业务

长途汽车票的市场需求主要集中在每年的中秋节和春运期间，抓住这两个消费旺季的时机，是全年长途汽车票业务发展的重点，同时可以为邮政代理汽车票提高知名度，也为以后更好地开展此项业务打好基础。为此部门针对这项工作，本着抓早、抓紧的思路，从年初开始就主动与农公交进行了多次沟通、洽谈，在农公交上张贴宣传广告，使返乡人员有到邮局买车票的观念。1-11月份，已销售汽车票19562张，实现业务收入万元。

3、分销业务

在“好礼邮”营销活动和农资配送活动中，坚持以市场需求为导向，通过调查、了解，最终确定了复合肥以金正大产品为主，天补、绿陵等产品为辅；快消品以酒水、节日产品为主，粮油、土特产等产品为辅的产品格局。在销售中，通过出台营销方案和及时兑现营销费用等方式，引导营销团队有针对性的进行营销，鼓励他们的营销积极性，并通过带款要数奖励办法和库存欠费考核办法，有效的降低了的全局的分销库存欠费额，保证了库存达到省公司管控目标。1-11月份，共销售复合肥吨，实现收入万元；20xx年春节“好礼邮”营销活动共实现销售额万元，实现收入万元，中秋“好礼邮”营销活动共实现销售额万元，实现收入35万元。

>三、“苏邮惠民”系统推广与应用初见成效

邮政“苏邮惠民”平台的建设和推广得到了各级领导的重视，截止到11月底，我局共建成“苏邮惠民”加盟店133家，便民店21家，已代收费117131笔，金额元，邮政实现收入元，加盟店实现收入元。

>四、目前存在的问题：

1、短信业务与省公司要求的跨越式发展目标差距仍较大，新开户加办率在40%左右徘徊。

2、航空电子客票业务由于邮政起步晚，航空票市场几乎已被其他公司占领，同时价格竞争力不强，缺少火车票，票务品种不全等因素，拓展航空票业务非常困难。

3、硬件条件不足，制约分销业务发展。

20xx年工作思路、措施：

总体思路：

坚持广泛合作、突出重点的原则，加强渠道建设，确保代办电信业务稳步增长；优化业务结构，进一步加快电子商务业务的发展，加大对短信、票务等业务的推广力度，努力开拓新业务；做好农资分销、节日快消品营销活动，在做好销售的同时加强库存、欠费管控，确保收入、库存管控均完成指标；完善内部管理，积极采取切实可行的措施，促使电子商务专业各项工作再上新台阶。

重点工作和措施：

1、狠抓短信发展：抓紧、抓早年初开展短信活动，制定切实可行的有效方案为全年短信业务的发展打好基础。

措施：做好短信业务发展的现状分析，明确目标客户，做到精确营销，通过多种方式展开宣传，加强对业务人员的培训，进行经验交流，形成全局联动发展。给存量用户发短信，宣传邮储短信业务，并对加办包年用户赠送礼品，提高存量用户加办比例；

用足营销费用政策，保证营销费用按月及时、足额发放到柜员，切实让发展者得到实惠；

为及时了解营业网点的短信业务开展情况，协助营业网点完成短信目标，电子商务局安排专人对网点进行了走访、指导，并将考核工资与网点的短信业务发展进度挂钩考核。

2、票务：春节前重点开展汽车票宣传，一方面继续提高高峰期出票量，做大影响，同时逐步提高平时的出票量。

加大航空票的推广力度，加强宣传，在合适网点开办票务专厅，将航空票推到前台宣传、推广、受理，同时通过营销员发展协议客户，争取航空票出票量有明显增长。

3、“自邮一族”：继续出台本局的优惠套餐，印制宣传单，通过夹报投递，柜面宣传，到居民区、停车场散发等方式加大宣传力度，下一步还将在报纸、电视等媒体投放广告、进行专题访谈，提高邮政“自邮一族”商务会员的知名度。

4、“苏邮惠民”加盟平台：对加盟店实行优胜劣汰，业务发展差的要逐步关停，同时要对加盟店出台采购优惠政策，对每月采购量达到不同标准的加盟店给予一定的奖励，让加盟店得到实惠，提高他们从邮政系统进货的积极性；

对加盟店的业务操作和设备使用做好保障工作，对不熟悉系统操作和设备使用的上门进行辅导，对加盟店主遇到的问题和故障及时安排解决，对一些充值投诉及时向上级反映、处理。

5、分销业务：用好已经建成的农资加盟店，让加盟店享受和支局同等的营销政策，提高加盟店的收益，扩大加盟店的影响，让更多的人有兴趣加盟到邮政农资配送中来；利用价格不同，鼓励支局和加盟店带款要数，不但让他们得到更多的实惠，同时也减轻区局的库存、欠费压力；

日常销售主要依靠加盟店和直营店，以酒水和日化产品为主；针对节日市场推出组合包装（礼盒），组合一些农特产品，根据中小企业的福利、团购市场需求，搭配不同的产品，组成不同的价格，进行组合销售。

6、加强并完善基础管理：为各项业务的开展做到有效的支撑、保证。结合贯标工作，加强对相关网点的走访、检查，提高服务水平，以服务赢得客户，从而提升效益。

**电子商务分销工作总结8**

岁月如梭，转眼一个学期过去了。本学期，我负责11理工会计班的电子商务实用教程的课程。回顾这学期的教学工作，也顺利地完成任务。在教学过程中我享受到了收获的喜悦，但也存在着一些问题。在工作中收获到的经验，我将运用于以后的教学中，遇到的问题，将加以改进，理清思路，使其在以后的教学中避免。现根据教学的.实际情况做如下总结：

>一、教学计划贯彻情况

本学期初，通过认真学习学校工作计划和教务处工作计划，明确了学期工作的目标、任务、时间情况，结合电子商务的的现状和特点及其国际商务专业与电子商务之间的联系，按照《电子商务实用教程》的要求，制定了详尽的教学计划。教学中认真遵照教学计划，贯穿素质教育与应试教育相结合，将教学任务保质保量的完成。

>二、教学情况：

1、备课与完整教案

按照学校工作管理规定，认真备好课，写好教案，努力上好每一节课。电子商务实用教程包含了电子商务的方方面面，是了解电子商务的窗口，是现代大学生必修的一门课，是学生在以后学习及其就业后继续学习电子商务的关键课程，也是把握电子商务学习方向的一门课。由于分配的课时只有60课时，所以对于学生来讲，每一节课都是理解一种电子商务技术的重点课程，所以对于老师来说，就有更多的要求。所以，除备好课、写完整教案外，还要通过互联网查询大量的案例，通过案例的形式配合教案讲解每一种技术的难点。

2、情景模拟，培养兴趣，让难点简单化

11理工会计专业的同学对于计算机网络模块知识比较欠缺，在教学过程中讲解一些常见的网络知识，让生活中活生生的例子展现在同学面前，增加学生对网络的学习兴趣，使其更进一步对网络的认识。然后将单纯的网络运用到电子商务中去。比如：家庭局域网的组建。从家庭局域网来引出网络分层的概念，学生对于网络的层次体系结构理解相当困难，我在备课过程中，就讲生活寄信的例子来对比网络体系结构的层次问题。这困难即迎刃而解。同时也培养了学生的想象能力、思维能力。再比如：电子商务上有关安全的问题，防火墙中的包过滤，使用的模拟情景是“QQ的聊天的全过程”，学生很快就理解了网络“封装”“解封”的的原理等。

3、教学之余，提升自己

电子商务课程是一门综合管理、技术、商务等学科的一门综合性学科，对于电子商务的概论的讲解，绝不能就书论事，必须和时下电子商务的现状相结合，所以为了让课程更有特色，让学生更多的了解电子商务，以至于毕业后能使用电子商务，我就不能与电子商务的现状脱节，必须要去不断的学习，并且关注电子商务发现的大事记，并将其大事进行分享。

>三、经验和教训

1、经验总结

通过对11理工会计班的电子商务概论课程的讲解，我深深体会到，同一门课程对于不同专业应该有不同的教学方式和不同的教学重点，不能所有专业一概而论，应该根据实际情况去认真的制定教学计划，做到有的放矢。比如说：电子商务概论涉及到的主要知识点有：企业的业务管理、交易管理、计算机硬件及其软件知识应用、计算机网络、电子支付、电子商务安全、网络营销等对于国际商务专业讲解的时候，比如计算机网络、计算机软硬件、安全问题可以作为知识了解，而网络营销涉及到提升学生的业务能力及其EDI涉及到电子报关等业务，像这些知识点应该着重讲解。而电子商务专业的学生则把EDI报关这块作为次重点。这样能让学生体会到电子商务能与自己所学专业之间的关系。培养学生的学习兴趣。

2、不足之处

教学过程中，由于单纯采用课堂讲授的方式，一些技术问题，不能实时的演示，导致学生在学习过程中，总觉得技术是高深莫测，对电子商务也产生一种望而却步的思想。有些学生到课率较差，开头没有好好听课，虽然经过老师劝导，打算好好学习，却因落课太多，知识点不能衔接，学习举步维艰，而我也没有系统时间去给这类学生从头再来！

3、总结

本学期工作顺利圆满完成，不足之处也是在所难免的，通过总结反思，我将在下一学期的工作中，戒骄戒躁，以饱满的热情，取长补短，以待来年教学水平更上一层楼。让自己的电子商务课程上出自己的特色！

**电子商务分销工作总结9**

20xx年，是中国电子商务市场的飞速发展的一年。数据显示，仅前三季度，我国电子商务整体交易规模已达到5万亿，预计全年交易规模将达7万亿。20xx年也是中国电子商务市场的开始转型的一年，其中B2C领域发展最为迅速，京东、凡客、当当、卓越等巨头的规模效应也更加的明显，而中小电商企业的生存却更加的困难;团购市场则是从“百团大战”，进入寒冬期，倒闭、裁员大量出现。不过，热闹的中国电子商务背后，却是电商企业激烈的价格竞争导致的高投入、低盈利现状的出现。20xx年的电子商务市场出现了以下几种情况：

>1、传统企业纷纷介入电子商务

苏宁、国美等传统企业纷纷加大了对电子商务领域的拓展力度。不得不说，现在“火爆”的电商市场状况，是绝大多数传统企业没有预料到的，虽然他们错失了主导电子商务市场的良好时机，但是凭借他们自身丰厚的实力，在未来的电商市场分一杯羹，是没有任何问题的。在即将到来的20xx年传统企业在电商领域拓展趋势也一定会更加明显起来。

>2、电商企业业务扩张

过去的20xx年里京东、凡客、卓越等电商巨头都纷纷转向多元化经营策略。以起家于电子产品的京东来说，其业务范围已经从电子产品，拓展到图书、服装、鞋类、箱包等等各种渠道，各个领域，其产品也越来越丰富起来。而卓越亚马逊也从单纯的图书销售，转向尝试销售各种产品。以服装类著名的凡客诚品，也开始拓展到更多品类的商品销售。当当就跟不用说了。不仅如此，各大电商巨头更加是极力拓展自己的业务覆盖范围。

>3、价格大战持续高涨

“便宜才是硬道理”，现在电子商务市场正印证着这句话的正确性。无论是B2C还是B2B、C2C领域，也不管是垂直电商还是综合平台，价格优势才是目前确定其生存的最大优势。20xx年电商领域的价格大战可谓是激烈异常，但是即使到了20xx年这种趋势也还是无法避免的。

>4、中小企业及个人的经营更加困难

随着，淘宝商城宣布涨价，激烈的市场竞争，导致了电商市场运营成本的上升，中小企业及个人的电子商务道路更加地难以前行。各大电商巨头的融资的纷纷成功，进一步增强了他们的实力和市场竞争力，越来越疯狂的价格战，让资金本就紧张的中小型电商企业和个人企业根本就难以参与竞争，处于越来越恶劣的境地中。

从中国电子商务发展趋势看，20xx年的电商企业想要在激烈的竞争中获得一份优势地位，首先必须做好产品和服务的质量，其中物流不畅则成为一大难关。物流不畅带来的巨大问题，在以往的交易活动中已经有了充分的体现。解决了物流问题的企业，必定能在未来的竞争中握有更大的优势。未来电商行业也必将向着专业型和细分型发展。专业性更强的企业能够针对所在行业类型领域，提高服务能力和质量，并能够降低交易成本，因此在获得更好利润的同时，也能够给消费者带来可观的回报。

例如，针对箱包行业实行专业运作的麦包包，就取得了很大的成功。再如，定位于服务家居行业的居品氏商城，针对家居领域提供时尚、有创意的专业家居用品服务，其引领的行业规范性和先进性，一定能够在未来的电商领域赢得很大的影响力。麦包包和居品氏等的出现，正说明了中国的电子商务市场开始向着理性和规范的方向发展。

相信中国未来的电子商务市场一定能够向着更加规范和良性的方向发展。

**电子商务分销工作总结10**

20xx上半年已经过去，在这一年的时间中我通过努力的工作，也有了一些收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对20\_年上半年的工作进行简要的总结。

>一、通过不断的学习，获取知识

产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对我们现在处的市场有了一个大概的认识和了解，现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也成功谈成了一些用户购买我们的产品，在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的流程应付一些突发事件。对于一整套流程可以完全的操作下来。

还有我的20\_上半年工作重点是二线兼销售，二线的工作环节是十分关键重要的，在我们DFAC销售的每台车都要经过二线的手。二线这个岗位是销售一线和用户之间的桥梁，一是，把一线的工作进行补充和完善，二是给用户进行指导和维系。在20\_年上半年工作时间里，我服务的客户对我这半年的满意度基本上是良好，这让我很有自豪感

>二、做好改进

对20\_年上半年工作中存在的问题进行改进的措施，对于车价差万元的情况相关部门已经做了相应的调整，现在的产品价格，用户大部分都可以接受。还有一些提前上牌车型有误的，我们已经做好准备，赶在今年旺季把车消化一部分，看看市场，到底是什么情况，做一个准确的判断!减轻公司和部门的资金压力，让我们DFAC人轻松上阵，挑战下一个工作任务!

>三、下半年个人工作目标和计划

我在20\_年上半年中坚持销售人员的三项基本原则，最守纪律，执行命令，完成任务，做好此岗位的工作。再希望公司多给我一些学习和受训的机会是自己的知识更加丰富和充实!我希望下半年里我能从二线的岗位进到一线的销售岗位，成为一个完整的销售人员，我在20\_年全年中我已经熟练的掌握了一整套操作流程。再加上我从事销售工作一年多的经验，应对和处理一些突发事情有自己的一些办法，我相信自己能做好一名合格的销售人员。如果我能进入到一线销售的岗位上，我会努力使自己的销量和利润化。

**电子商务分销工作总结11**

今年在政策的推动下，农村电子商务如雨后春笋。我镇党委政府高度重视，积极推动农村电子商务工作的良性发展，就此，将我镇电子商务进农村工作汇报如下：

>一、具体做法

（一）加大宣传，加强培训。我镇积极宣传电子商务进农村方面的各种优惠政策。组织全镇19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。同时，对有兴趣的群众，进行技术支持、业务指导。送农村电商带头人及大学生村官各一人到重庆参加能力提升培训。

（二）政府牵头，塑造典范。政府领导高度重视，对我镇发展良好的企业领导进行单独谈话，鼓励其发展电子商务；

同时，号召政府年轻同志带头从事农村电商工作，由大学生村官带头打造了“xxxxxx”土特产网上商店，为全镇人民树立农村电子商务典范。

（三）时时跟进，长效发展。不定期对我镇的5个农村电子商务进行跟踪，做到“开得起，走得远”。政府领导带头，利用各种媒介大力宣传，例如利用挂在网上，政务微博，忠州手机报，村级广播等不同形式帮助店铺的推广和知晓度。遇到运行困难，可以直接找政府领导商量，尽一切办法解决难题。

>二、取得成绩

在镇党委领导的高度重视下，我镇农村电子商务取得小有成效。截止目前，我镇打造了5个网上商城，即xxxxxx网上商店，“xxxx”土特产，万众电商和其他两个农业企业网上店铺，出售我镇农特产品，销售额达到25万元，带动周边30余名群众就业。

>三、下一步工作思路及打算

（一）利用区位优势，招商引资，打通物流。新立镇位于高速路口，毗邻忠县、垫江、丰都，交通相对便利，目前已经有中通、申通、圆通、韵达、汇通、天天等10余家快递公司。然而快递公司尚不能承担快速、量大的农产品。我镇拟引进低成品物流公司，促进农产品的对外输出；或者建立物流基地，合作其他乡镇物流公司，解决农村电商的基础设施。

（二）加大通讯合作，畅通全镇网络。在全镇19个村（居）便民服务中心安装WiFi，连通网络，畅通全镇。设定我镇主页为无线网页面，车辆或路人经过可以进入页面查看所在地的特产，多方位宣传。

**电子商务分销工作总结12**

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，在张总的亲自指导下，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：

>一、主要工作情况。

1、通过大家共同努力，20xx年网络总销售额为60万元，团购50万元，淘宝10万元。

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11月份开通了淘宝直销店，现已成功运营，并逐步进入正轨，开通运营，为后期的宣传推广，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11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，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）随着樱桃鸭产品网店的增加，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900克紫鸭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。

>二、工作计划。

迈过20xx步入20xx，新的一年要有一个新的开始，未来的20xx年以我公司的樱桃鸭产品能走上正轨，进入一个供货及时，货品充足库存完整的完整链条阶段前提下，我定制了一个简单初步的工作计划如下：

1、利用网络直接或间接的逐步增加销售量，是互联网这块保持稳固的收入。

2、进行扎实的市场调研和统计，完善各直营网店的的基础工作。

3、通过全方位的网络推广，使公司产品成为互联网品牌，被大众认知。

4、增加互联网批发业务

5、寻求和部分的团购网站以及淘宝网内的促销活动。

1、全面调研当\_络市场竞争状况，完成相关网络媒介的查找与统计工作。对和我公司产品相关存在竞争的店铺进行调查全方位的分析和了解，主要内容有：成立时间，有无自主品牌，精装还是散装，产品数量，品种情况，单品价格，月销量（商城店统计总销量），文字描述，促销情况等等。

2、加强各直营网店的基础工作，使其更加适应市场行情和消费者需求。

（1）价格方面更贴近大众消费水平，积极宣传低价位高性价比产品。做到大众消费为主高档消费为辅。

（2）产品种类方面使产品多样化。在销售主产品的同时增加附加产品，周边产品。

（3）产品的描述方面积极学习优质店铺产品描述从而优化产品增加销量。

（4）关于活动促销方面加大促销力度多样化促销方法。并且打造爆款。

3、全方位的进行网络推广，加大互联网宣传力度，宣传上突出产品特性，优质性，使我们公司的产品品牌成为大众熟知的产品。

（1）在新浪、网易、搜狐、腾讯等各大网站和社区开通微博，利用每次140个字的空间，发布公司、品牌、新品、促销和招商等信息，微博被称为21世纪营销新阵地，需关注。

（2）利用全国性分类信息网站分区域发布产品信息，产品信息中突出公司和品牌信息

（3）继续充分利用百度功能，在百度百科、知道、空间、文库、贴吧和经验专栏上策略性的插入企业和产品信息。

4、自主运营的同时增加10到20个优质相关集市店铺的分销商。这样不仅能提高产品销售量，更能提高我们产品在淘宝上的知名度，使大众认知并且认可我们的产品。

5、淘宝广告的投入。

20xx年季度可适量常识性投入淘宝付费宣传如用直通车来打造店铺爆款。摆脱销量低的窘境。

（1）前期坚持一个季度少量的每日定时的直通车推广，前期在推广后争取得回成本或少量支出。这种情况下在第二个季度大量投入直通车创造巨大利润。

（2）在直通车的同时运行淘宝客。淘宝客采用的是成交付费不成交不付费的制度这样能保证成本与利润成正比。

（3）二季度后付费广告效果明显可投入钻石展位和淘宝站外部分网站等高一些费用的广告。

（4）广告的投入和前一个月的销售利润成比例。前期可考虑投入大于收入利润。

6、提高服务质量，在销售宣传的同时加强自身服务质量和售后服务，这样才能更好的建立客户群体，有更多的回头客并由老客户带来新客户形成良性循环。

7、联系较大有知名度的团购网，不在多，要少但是要精，团购网要有知名度。这样才能带来收益并且配合其他互联网平台。

瞬息间，对于我来说不平凡的20xx即将过去，加入樱桃鸭业有限公司，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，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13年的工作中能有好的表现，和大家一起服务于公司，也祝樱桃鸭业有限公司的明天会更好！

**电子商务分销工作总结13**

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：

>一、存在的不足

1、工作的条理性不够清晰，每天上班都没有一定的安排，看到缺乏哪种能力就学习哪种，目前，一边推广，一边做客服，一边写写文章，一边作作图弄弄网站，没有详实而主次的计划，但至少还是知道哪方面需要立刻完成，哪方面需要缓期完成，做多了就慢慢地有所体会，慢慢地加大进步，也希望在明年会得到更好的优化空间。

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。

3、缺乏工作经验

对于电子商务这块，以前的我真的一点也不懂，也就是刘总的栽培和认可，让我学会了很多，虽然在整个过程中遇到了许多问题，不知道怎么推广，怎么去优化关链字，但利用身边资源和网络课程的同时，知道推广是一件长久的坚持做才能达到效果的事，贵在坚持。

4、为什么我们的鞋子没有形成销售：

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，(还是流程问题)。

再一个就是开淘宝店什么迷惑都有，一人客户不满意，给个差评，整个店都跨下了，一个地方出错了，就扣分，比起商城没有什么优势，最郁闷的事——写了好几篇稿都给删了，我又没有打广告，接链接。

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(诚信服务，专场报名，跟帖，活动报名，优质产品，回帖，发帖等等)，以前却什么也不知道，只有发现，才能实现精细化。总之，用一段话概括：

1.工作条理不够清晰；

2.对流程不够熟悉；

3.工作不够精细化；

4.工作方式不够灵活；

5.缺乏工作经验；

6.缺乏平时工作的知识总结。

>二、今年公司要开拓大领域

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。以下是我今年提高地方：

1.要提高工作的主动性；

2.工作要注重结果；

3.今年工作要定目标，一切围绕着目标来完成；

4.把握一切学习的机会，平时要做总结；

5.多看，多学习，多做。

xx年的工作目标：

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xxxx件货，人件利润xx元，年收入xx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，(月销售额达到xxx件)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。

**电子商务分销工作总结14**

\_年，是中国电子商务市场的飞速发展的一年。数据显示，仅前三季度，我国电子商务整体交易规模已达到5万亿，预计全年交易规模将达7万亿。\_年也是中国电子商务市场的开始转型的一年，其中B2C领域发展最为迅速，京东、凡客、当当、卓越等巨头的规模效应也更加的明显，而中小电商企业的生存却更加的困难;团购市场则是从“百团大战”，进入寒冬期，倒闭、裁员大量出现。不过，热闹的中国电子商务背后，却是电商企业激烈的价格竞争导致的高投入、低盈利现状的出现。\_年的电子商务市场出现了以下几种情况：

1、传统企业纷纷介入电子商务

苏宁、国美等传统企业纷纷加大了对电子商务领域的拓展力度。不得不说，现在“火爆”的电商市场状况，是绝大多数传统企业没有预料到的，虽然他们错失了主导电子商务市场的良好时机，但是凭借他们自身丰厚的实力，在未来的电商市场分一杯羹，是没有任何问题的。在即将到来的\_年传统企业在电商领域拓展趋势也一定会更加明显起来。

2、电商企业业务扩张

过去的\_年里京东、凡客、卓越等电商巨头都纷纷转向多元化经营策略。以起家于电子产品的京东来说，其业务范围已经从电子产品，拓展到图书、服装、鞋类、箱包等等各种渠道，各个领域，其产品也越来越丰富起来。而卓越亚马逊也从单纯的图书销售，转向尝试销售各种产品。以服装类的凡客诚品，也开始拓展到更多品类的商品销售。当当就跟不用说了。不仅如此，各大电商巨头更加是极力拓展自己的业务覆盖范围。

3、价格大战持续高涨

“便宜才是硬道理”，现在电子商务市场正印证着这句话的正确性。无论是B2C还是B2B、C2C领域，也不管是垂直电商还是综合平台，价格优势才是目前确定其生存的优势。\_年电商领域的价格大战可谓是激烈异常，但是即使到了20\_年这种趋势也还是无法避免的。

4、中小企业及个人的经营更加困难

随着，淘宝商城宣布涨价，激烈的市场竞争，导致了电商市场运营成本的上升，中小企业及个人的电子商务道路更加地难以前行。各大电商巨头的融资的纷纷成功，进一步增强了他们的实力和市场竞争力，越来越疯狂的价格战，让资金本就紧张的中小型电商企业和个人企业根本就难以参与竞争，处于越来越恶劣的境地中。

从中国电子商务发展趋势看，\_年的电商企业想要在激烈的竞争中获得一份优势地位，首先必须做好产品和服务的质量，其中物流不畅则成为一大难关。物流不畅带来的巨大问题，在以往的交易活动中已经有了充分的体现。解决了物流问题的企业，必定能在未来的竞争中握有更大的优势。未来电商行业也必将向着专业型和细分型发展。专业性更强的企业能够针对所在行业类型领域，提高服务能力和质量，并能够降低交易成本，因此在获得更好利润的同时，也能够给消费者带来可观的回报。

例如，针对箱包行业实行专业运作的麦包包，就取得了很大的成功。再如，定位于服务家居行业的居品氏商城，针对家居领域提供时尚、有创意的专业家居用品服务，其引领的行业规范性和先进性，一定能够在未来的电商领域赢得很大的影响力。麦包包和居品氏等的出现，正说明了中国的电子商务市场开始向着理性和规范的方向发展。

相信中国未来的电子商务市场一定能够向着更加规范和良性的方向发展。

**电子商务分销工作总结15**

由于这次淘宝下重本宣传双十一，对于每一个淘商来说都是商机无限啊，无论是如何虚低，都能引起买家的疯狂抢购。

这次双十一、我们的活动并不算十分大型，但是一个9折封顶，已经迎来了10天的销售额，对于小奢侈品的销售，那是一个不简单的事情。

这次双十一，前期预告，包括退差价等等，我们都hold住了。疯狂的叮咚声，我们也hold住了。但是，问题依然存在。

沟通依然不够，很多细节部分，要在执行中给客服灌输，如果这出现在服装类销售，应该会死很多人。

发货方面：由于繁琐的下单流程，仅仅是打单从仓库取货，打单时间已经用了7个小时，对于重新验货，放单据等时间远远不够。或许在未来，需要一边接客，一边确认信息，一边打单，将人力资源用到极致，才能将双十一完全hold住。

总的来说还算成功吧。

**电子商务分销工作总结16**

年月加入物业公司团队，至今已有两个多月的时间，在领导和同事的指导和关心下，学习公司产品及流程，了解公司动态及项目进程。抽时间查看去年的销售合同，了解公司业务及客户的大致情况，在工作中多看学，边学边记，为以后工作的顺利开展打下良好基础。

在此期间做事认真仔细，努力做好自己的本职工作，为公司同事的销售工作提供后勤服务。现就这两个月以的工作情况和体会作如下总结和汇报:

商务工作：

1、通过公司技术及销售了解公司目前销售的产品的大致概况，通过\*页了解公司产品的外观及技术参数。通过以往的销售资料，及问询领导及

**电子商务分销工作总结17**

时间飞逝，转眼间，电子商务销售人员个人总结范文。xx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:

一.存在的不足

1.工作的条理\*不够清晰，每天上班都没有一定的安排，看到缺乏哪种能力就学习哪种，目前，一边推广，一边做客服，一边写写文章，一边作作图弄弄网站，没有详实而主次的计划，但至少还是知道哪方面需要立刻完成，哪方面需要缓期完成，做多了就慢慢地有所体会，慢慢地加大进步，也希望在明年会得到更好的优化空间。

2.在工作期间,对工作认识不够,特别是刚来的时候，完全

**电子商务分销工作总结18**

>一：20xx年主要工作内容

1：6月份在荀总的指导下，对账户关键词进行筛选，剔除掉了方案，标志，等展现量高，转化率低的关键词，并将匹配模式从广泛改成精准，提高关键词排名。

2：10月份，路灯类关键词停止竞价，账户预算增加，在荀总指导下，百度推广后台设置蹊径，凤巢图文，动态创意，及分批配模式出价，账户从十一月份开始

5：b2b信息发布，20个b2b平台注册，每天5条左右信息，共900条左右，长沙划线类长尾词排名首页位置。

>二：总结

在过去的工作中有很多不足和需要改正的地方

竞价方面：对账户结构基础调整，计划单元细分不到位，创意不够完善，竞价预算，推广时间及关键词排名出价没有分配好。

B2B方面：信息发布量少，长尾关键词排名低。

>三：20xx年推广规划

任务规划：

鼎远企业网站完善、划线工程及交通设施产品推广覆盖

1：网站完善：手机网站和企业网站。

手机网站已经出来了，后台完善整理一下就可以了，pc网站改版一个月左右。

2：竞价：

1）百度账户整理完善，关键词细分，创意优化，单元图文整理

**电子商务分销工作总结19**

又到了年底写总结的时候了，沉下心来，想了想刚刚过去的20xx年，感觉时间真的像飞驰的动车，太快了，一不小心一年就又交代了!

20xx年初的时候，公司决定从新调整市场布局，把原来的华南区和东南区划归到一起，成立为市场二部，由我来担任二部经理，说实话公司的这个决定让我又喜又忧。20xx年初，公司决定我离开华南，调往东南区。当时心里不太满意。广东地区，我在那里呆了5年的时间，从零开始起步，当时为了家，为了生活，为了养家糊口，我拼了命的靠在广东。眼里，心里只有市场，客户，销售，回款。做好做不好关系我一家好几口的生活，怎么敢吊以轻心呢。所以\*苦劳累，都是家常便饭，是不值得一提的事情!能有订单，能抢来客户，累也觉得开心。最大的压力就是碰到大单，和对手焦灼的过程。最伤心的是客户被竞争对手抢去。好在有公司的兄弟们，给予了我很大的鼓励，再苦，压力再大，也挺过来了。在那艰苦的岁月里，一路走来到现在。上天不负我们，我们也得到了应该有的回报，那就是公司的业绩一步步在增长，公司一步步在壮大。莱恩，这个曾经被别人预测不会撑3年的就玩完的公司，也逐渐成为了国内数一数二的知名光电公司!广东的5年尽管很苦，但是时间长了也就有了感情。如今在再次调往华南，自然心里感到一阵喜悦!但是，冷静下来细想，如今的华南已经变了，客户有了增减，物是人非，人走茶凉，两年的时间变化是很大的。想想以前自己亲自冲锋陷阵的次数多，现在更多的是指挥人马打仗，能不能组建一班好人马，能不能指挥好，能不能干出成绩，都是不容乐观的事情，所以喜悦过后，留在心里的更多的是担忧!

华南区，一直给人感觉是比较沉着的地方，市场竞争激烈，什么层次的产品都有市场，只在珠三角地区，就有10多种本地光电品牌，质量不好，价格很低，严重扰乱光电市场，要想占到多数的市场份额，很难!有时候对于经销商来说，质量差的产品恰恰赚钱多，这种现象也给我们带来了更大的难度，我们只有投入更多的人力物力，跑得快，才能得到更多的市场份额，其他的事半功倍的办法基本上没有!说到人员，年初华南区走了几人，由上年的7个人，只剩下3个人，这叫什么事情，这说明我们没有重视市场，没有拿它当回事，市场也不会眷顾我们!此时，匆匆的我上阵了，公司信任我，大家好像有些放心了。但是我心里明白，年初的状况，慢说去夺取市场，就是能守住现在的客户不丢，已经谢天谢地了!按照年初的状况，我们只能压住阵脚，守住阵地，确保老客户不丢，否者不仅是经济损失，更会打击到弟兄们的士气动摇\*心，所以我把多半精力集中到这方面的工作，强调手下兵将们，先守好，在考虑进攻，相信大家也认为我这样做是对的!半年下来，老客户算是没有什么动荡，基本很稳定，一直悬着的心算也就放下一多半了。

20xx年是不平凡的一年，这样说倒不是因为销售增长了60%，据了解锻压机床行业，整体增长也有70%多。20xx年的不平凡是因为我们公司很多工作做的有声有\*。开会，不再扯淡，不再抱怨，不再指责，开的实实在在，过程开心，结果满意，问题也得到解决，从今后不在谈开会而\*变!会议中，谈到市场的部分，我们分析每个区的主机配套状况，还有多少潜能和潜在客户，如何快马加鞭。技术部分我们明确了新产品的重要\*，以及开发新产品迫切心情，大家一起出谋划策，为了新产品的出炉我们允许调动一切部门和人员。生产，紧张有序进行，没有耽搁市场的要货。新厂房的建设过程，我们也是克服种种困难，争取早一天投入建设，新人如何增加，车辆如何管理，培训，从高层到底层，我们都有了可行的计划!想想这一年，我们真的没扯淡!

**电子商务分销工作总结20**

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：

>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，20xx年网络总销售额为万元，其中直销店万元，旗舰店万元，经销批发万元。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。

>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。

**电子商务分销工作总结21**

为进一步加强“双师型”教师培养，提高教师实践技能，培养高质量高水平的师资力量，学校于20xx年7月下发了关于教师赴企业实践锻炼管理办法的通知。根据通知精神，本着提高自身实践技能的目的，我响应学校的号召于20xx年7月21日-8月21日报名参加了在xxxxxxxxx有限公司为期一个月的暑假实践锻炼。经过一个月的工作与学习个人感觉收获颇丰，受益匪浅。

xxxxxxxxxx有限公司（以下简称“xx”）成立于20xx年10月，公司运营、创作团队普遍具有10年电商运营经验。公司的主营业务是为国内外品牌提供全网各渠道电子商务服务，作为品牌方的重要战略合作伙伴， 公司从品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、视觉设计、大数据分析、线上品牌运营、精准广告投放、CRM 管理、售前售后服务、仓储物流等全链条为品牌提供线上服务，帮助各品牌方提升知名度与市场份额。多年来，公司始终坚持专心、专业、专注电商整体解决方案，帮助客户创造品牌，开拓市场的经营理念，通过全体员工的共同努力，公司已成为山东电商行业的知名企业，几年时间来，服务品牌超过100多个。致力于“品牌驱动商业未来、数字服务企业发展”的理念，公司以专业的过硬的电商队伍，勇争第一的工作作风，不断帮助客户创造新的业绩。

公司共有员工20人，可以说公司规模较小，但在当今互联网时代，公司创造的营业额却是比较客观，仅去年销售额在6000万以上。从成立年限上来说还是一个比较年轻的公司，公司在业务发展，制度管理等方面还有待改善。通过这一个月的学习主要收获总结如下：

>一、企业锻炼的主要工作内容

xx这家电子商务企业最早基于山东外国语职业学院而成立的，经过短短几年的发展公司已成长为了一个从店铺的设立、店铺装修、视频拍摄、主播培训等全方位、多角度的电商运营公司。假期主要开展了以下几项工作：

（一）熟悉天猫、京东平台客服工作

最初的几天主要是进行培训学习，第一天xxx总经理就公司基本情况给我们做了详细的介绍，使我们对公司的框架、发展情况、企业愿景、企业定位等方面有了一个大体的了解。随后作为平台运营管理负责人xxx经理给我们开通了天猫和京东的客服账号，并结合自己的工作经验给我们介绍了售后问题处理、客服高压线、客服必备的八大条件等内容，使我对电商客服这个工作岗位有了一个全新的认识。

通过一段时间的工作使我认识到要作为一个优秀的客服人员并没有那么简单，不仅需要打字快、对产品熟悉，还要有一个良好心态和很好的沟通和理解能力以及团队精神、工作的热忱和责任心。这个工作要求客服人员在对所售产品十分熟悉的基础上，对形形色色的买家提出的各种各样的刁钻问题要给与合理的解释和满意的处理。在这个过程中就需要客服人员保持一个良好的心态，并且善于沟通和随机应变。我感觉要想干好客服工作首先要先热爱和喜欢电子商务这个行业，善于同其他小伙伴配合发挥团队的力量达到成功运营的目的。

通过这一段实践的锻炼，使得我有机会真正地面对客户，面对各种售后问题，可以说机会是非常难得的。在这期间在公司同事的帮助下我顺利解决了货物破损、物流滞期、修改地址、退款补偿等问题，得到了客户满意的认可。通过实践操作也使我认识到客服工作的复杂性和重要性，虽琐碎但又很关键。特别感谢各位同事的无私帮助，使我顺利完成了负责人交给的任务。

（二）学习了PS这款软件的基础工具的使用

PS图形图像处理软件是一款美工必备图片，可以说在电子商务中是一项非常关键的技术，所有与电子商务中图片相关的处理都会涉及PS。PS就是后期处理的代名词，一般电子商务做广告，后期宣传制作像调整图像大小、为图片调色、亮度、去水印加水印、特效、文字合成等都需要用到PS。所以说作为一名电商教师如果不懂PS那么就是技能不过关。我深知自身在这方面的欠缺，在假期报了网课，边学边操作。非常有幸在企业锻炼期间能在公司的设计部见习，并且听取了苏俊霖经理关于电商产品详情页设计的经验分享，感觉收获颇丰。真正认识到了设计美工这个工作专业性太强了，需要不断地学习和积累。

抠图、瘦脸、图层合并、去杂物、特效这些技巧基本的操作一般人经过一段时间的学习都能掌握，但具体能不能做到举一反三，有自己的特色那就是很难的一项工作了。况且为电商产品做海报或者详情页还要考虑消费者的心理、产品的卖点，这样对设计师要求就更高了。正所谓学习的知识越多对知识的渴望就越大，通过这段时间对这个软件的学习，使我对电商做图有了更深入的了解，也知道了自己技能欠缺的程度，促使自己更快更好地学习提升。

（三）协助公司负责人商讨和拟定了校企合作培养电商人才的方案

鉴于目前电商人才与实践脱钩的现象，同时也为拓展企业业务范围的需要，王总与企业锻炼老师就如何利用山东外国语职业技术大学的优势，开展电商人才培训，进行了多次研究和讨论，最终形成了方案草稿。

众所周知，随着互联网技术的发展，人们购物习惯的改变，各种商品的销售已从线下转到了线上。互联网的发展尤其使近几年电子商务的发展，使得企业对电子商务人员需求量很大，人员缺口较大。但与此同时，各类高校培养的电商人才却远远不能满足企业的需求。一方面是培养的电商专业的学生数量少；另一方面则是电商行业更新快，学校培养出来的学生实践能力差，知识陈旧，不能很好地满足企业用工需求。与此同时，高校老师很少有实际工作经验，讲课只能唯课本而课本，理论实践脱节现象严重。当时讨论的时候我们都意识到了这个问题的严重性，企业花钱找不到人，学生毕业了干不了。因此王玉琼总经理提出作为校办企业如何利用自己企业现有的人力资源优势与学校人才培养结合起来，提高学生的实际工作能力，进而提高学生的就业率。

我们从企业现有资源出发，对后期拟开展的班级设置、师资配备、课程内容设置、财务收支等方面进行了可行性的论证，最终形成了一个大概六千字的方案初稿。通过与王总和公司员工们的讨论，我初步意识到了电商运营企业对人才的要求，我们高校在培养电商人才方面与企业需求之间是存在着矛盾的，我们高校教师在培养学生实践操作能力方面是存在欠缺的。当然校企合作、产教融合是可以解决这个问题，但具体应该如何落地，如何发挥各种优势这是比较难解决的一个问题。

**电子商务分销工作总结22**

20xx年，在县委县政府的高度重视和正确领导下，店前社区党委政府认真贯彻落实上级各项工作部署，强力推进电子商务各项工作的开展，促进了我社区电子商务的良好发展。

>一，20xx年电子商务工作回顾

店前社区党委政府高度重视电子商务工作，三次召开电子商务工作会议，学习政策文件精神，部署工作方案，并成立了电子商务工作领导小组，出台了《店前社区促进电子商务发展扶持政策》文件，有序推进电子商务工作。王贻峰社区长多次联系电子商务办工作人员，指出工作中的不足之处，强调创新工作方式，调整工作思路。分管电子商务工作的彭社区长多次带领电子商务办工作人员走进每位淘宝店主家中，传达了电子商务扶持政策文件，了解他们的困难和需求，鼓励他们将淘宝事业做大做强。在日常工作中，电子商务办工作人员通过qq，电话等形式和每一位

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