

# 2023年店铺运营工作计划(模板6篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

## 店铺运营工作计划篇一

营销推广:推广策略店内推广站内推广站外推广

### 一 推广策略

第一步，以提高店铺的流量及其访客为主

第二步以提高转化率为目标

工作重点□a 提高店铺的核心优势

b 整点及其部分产品的优惠政策。

第三部提高品牌知名度

第1篇：天猫运营工作计划天猫运营年度工作计划【篇1：淘宝商城年度运营计划,天猫店铺全年运营规划,电子商务项目年度经营计划】年度运营方案一、概述推动力家居生活馆，家居用品一.....

店铺直通车和钻展 全店操作流程一般来说，我接手一个店铺都会有一个操作流程，把这些梳理一遍，一个店铺的方向也就清晰了：1. 先分析店铺，有足够的把握才接手；2. 正式操作前要与店主有足.....

## 店铺运营工作计划篇二

快手电商相对于传统电商的软肋在于：

第一，快手电商卖货的种类偏向于新奇特。因为直播或短视频带货需要抓人眼球才能有更多的流量进入到下单一环，因此导致了这一结果；而用户购物的主流需求是大众品牌的商品。因此需要完善快手电商的分类，跟大众品牌进行官方合作，完善供应链。

第二，自有电商（区别于部分外跳其他电商平台）卖货的氛围较差，快手小店的功能相比电商app用户的信赖感较差，从而导致无法下单，因此需要完善商品的详情页和店铺的主页。

增加商品分类板块完善商品详情页和店铺主页，从而提高用户在快手电商的下单量，提高电商的gmv

增加商品分类板块-快手店铺

完善商品详情页和店铺主页

产品上的设计只是快手电商完善的起点和框架，更多的是靠运营的力量去推动，在此做三点思考：

## 店铺运营工作计划篇三

快手小店跟卖货相关的四个板块其功能定位分别为：“百万福利0元购”——裂变老带新，“限时秒杀”和“猜你想买”——商品的直播展示，“猜你想买”——低客单价商品新人专区。

其中对于提高用户的活跃度，和优惠券领取相关的功能板块缺失，而“快手月卡”解决的就是这一问题。快手的用户画

像和拼多多的用户画像较为相符因此可参考拼多多“省钱月卡”的功能设计。

通过设定“快手月卡”板块，提高商城用户的活跃度，并提高用户在商城的下单量，提高商城的gmv

快手月卡-入口和介绍页

快手月卡-每日领券板块

快手月卡-免费试用板块

快手月卡-月卡好物板块

第一，因为此功能设计包含了大量的优惠券（通用券、满减券、店铺专享券），免费试用商品和折扣销售行为。所以需要资金上的支持，以及要求主播的小店推出和快手月卡对接的优惠券和降价合作，才有实施的可能性。

第二，可以在快手电商“1106购物狂欢节”推出类似淘宝、京东在双十一推出的盖楼、叠蛋糕等类似的活动，以游戏的方式引导老带新，或提高店铺的下单量。

方案二：在首页feed流增加“购物”标签 在短视频页增加购物车按钮

前文讨论过，快手电商的拉新，应该思考如何从大流量的页面开放入口，把站内流量转化到商城中来。

第一，能够进入购物专栏的位置有三个：一是侧边栏-快手小店，二是搜索页面的发现频道-小店精选，三是直播页面-更多直播-购物专栏；但在主页的feed流分类里没有“购物”标签，因此增加这一标签，创建购物垂类内容，让更多的流量进入到电商直播。

## 店铺运营工作计划篇四

20xx年成为尘封的一页已被翻过去了，在这将近一年的工作时间内我通过努力工作，有了一些收获和心得。一年过去了，真的有必要对自己的工作做个总结，目的在于吸取教训，提升自己。以至于把工作做的更好。自己也有信心、有决心把20xx年的工作做的更好。下面我对20xx年一年的工作进行简要总结：

1. 依据公司管理制度，指定销售部管理细则，全面计划和安排本部门工作
2. 管辖本部门内与其他部门之间的合作关系
3. 主持指定销售策略及政策，协助销售顾问执行人员顺利拓展客户并进行客户管理
4. 主持指定完善的销售管理制度，严格奖惩措施
5. 负责内部人员调配和内部工作人员业绩和综合表现的评定
6. 销售部人员建设和团队建设
7. kpi的有效管理，以及促销计划执行和管理
8. 制定本部门员工培训计划、培养销售管理人员，为公司储备人才
11. 市场动态的及时了解，分析并制定应对方案，提升销量，有效完成既定任务和目标。

这段时期，公司也经历了高层领导人员小波动后，在黄总的正确指导下，有针对性的对市场开展了促销活动，人员建设

等一系列工作，取得了可喜的成绩。我对销售部阶段工作所取得的成绩，所存在的问题也做了一个简单的总结，今年实际完成销售量为 台第二季度和第三季度取得的返点，成绩不是很理想，但是与第一季度相比是有进步的。其中保险取得，精品取得，基本完成年初既定目标。销售数据表明，成绩是客观的，问题是肯定存在的，总体上，销售部是朝预定目标稳步前进的。

经过大半年的磨合，销售部已经融合成一支精干，团结，上进的队伍。团队有分工，有合作。销售人员掌握一定的销售技巧，并增强了为客户服务的思想，相关部门的协作也能相互理解和支持。目前总体来看，销售部目前还存在很多问题，也是要迫切需要改进的1组织纪律意识个人同事还是浅薄，上班迟到，个人不算紧急的事情导致早退的现象还是存在，针对这种现象，个人认为公司除了有适当的考勤制度，有部门领导管理，公司的高层领导也要出面制止。

虽然销售部已实行了管理制度和办法，每月工作也有布置和要求，但是销售顾问没有形成按时回报的习惯，仅仅是口头汇报，间接转述，销售部不能全面，及时的统计，规划和协调，从而导致部分制度的执行和结果打折扣。3销售流程执行不彻底监督不到位，销售组长的管理职能没能最大化的发挥，服务意识没能更好的提升，导致部分销售顾问形成固化模式。销售部目前组员，组长，内勤，主管的互动沟通不及时，任何知情不报，片面汇报的行为还是存在的而且也不利于整体发展，更不能保证及时，全面了解状况，以便随时调整策略。

## 店铺运营工作计划篇五

通过合理的场景、入口，和裂变活动，让更多的用户进到商城来；并通过完善的电商功能和丰富的商品种类，提高用户的留存，这两者是快手电商用户增长的核心。

图为用户观看短视频场景下购物的入口示意

图为用户观看直播场景下购物的入口示意

图为购物直播垂类广场的入口

## 店铺运营工作计划篇六

### 1、店铺的上线及基本管理

- 1) 确定店铺的整体风格,做好各个区域各个商品的美工工作。
- 2) 细化买家须知内容,尽量做到顾客可以自主购物。

### 2、营销主体

- 1) 首先确定 3-5 款主打产品,以后历次活动优先考虑这几款产品的报名,以此吸引客户,做好关联销售。
- 2) 配合京东的新店铺的推广活动,做好庆开店营销活动,全场折扣,设置后 vip 折扣价格。
- 3) 设置京挑客,精准通快车等活动,以此引进流量。
- 4) 不定期经常性的进行小促销,在节假日可以进行相应活动的大促销

### 3、配送及仓库管理

- 1) 发货周期为一天一次;除有活动订单较多的情况外,订单一般要在 12 小时内发出,最迟不超过 48 小时;如果遇到缺货或其他问题不能及时发货的,及时通知客服,联系客户沟通,做好换货或退款事宜,极力避免缺货没有及时和客户沟通导致客户严重不满的情况的出现。

第 1 阶段:店铺开张期

- 1) 打造品牌形象(从店铺装修、品牌介绍及殊荣、设计理念、顾客需求上着手,给消费者留下一个深刻的印象)。
- 2) 制定独特且适合产品的营销方式,培养顾客粘性。
- 3) 制定会员管理机制,培养会员的消费习惯。
- 4) 根据每个季度的 sku 数进行全年的销售目标分解,目标分解至每季度材质每个类目的数量配比以及金额配比;主推款、促销款,与当季的 sku 数配比;pv、uv、转化率、客单价目标分解;广告投入与其他活动资源的配比。
- 5) 基础人员的学习及培训(目前主要针对客服及仓储物流)。
- 6) 利用软件记录每天商城的各项数据并进行分析(此项工作须长期持久)(如 uv、pv、转化率、跳失率等)。

## 第 2 阶段:店铺成长期。

- 1) 制定周期性的推广计划,分阶段的完成目标并分解指标。
- 2) 根据店铺 pv、uv、转化率、客单价等数据分析店铺可能存在的问题并及时改善,周期性的进行店铺诊断。
- 3) 根据商城销售情况,以及京东同类目销售情况进行分析,适当的调整主推货品,做出自己的爆款。
- 4) 成长期的推广以参加商城活动为主,折扣活动,满减活动,团购、拼购、秒杀等(站内站外sns的推广)。
- 5) 策划有针对性的活动,商讨后优化方案并执行,引进流量打造爆款。
- 6) 根据工作情况,适当扩充团队成员(增加专职推广、文案策

划、数据分析、客服美工等)。

## 1、创意拍摄和图片处理

都说卖产品，都说卖的图片，从购买者的角度来看，好的图片从感官上肯定能提升对商品的好感，根据产品特性、产品定位，每款产品拍摄不少于八张照片。包括但不限于街拍棚拍、环境内拍摄、领口、袖口、吊牌、细节等照片。

图片处理符合京东对图片尺寸、像素、大小的要求，根据产品特性以及用户浏览习惯进行图片处理。上传至京东服务器之后，按产品特性进行分门别类的更新、维护。

## 2、产品文案优化

颜色、尺寸、数量等销售属性外，产品描述将延伸至消费者利益点的突出、产品使用人群的生活态度、产品精工细作的流程等多个方面，以提升产品购买转化率、进一步传播品牌文化。

## 3、京东平台基础排名规则优化

优化宝贝描述关键词、上下架时间、橱窗位推荐等。

## 4、关联销售优化

每件单品按照质地、颜色、相关搭配、穿着场合、其他同类产品等属性关联 10 件以上。

其他产品，以提升其他关联产品的购买。

## 5、商城装修、优化