# 2024年双十一月工作总结

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-06-29

*双十一购物狂欢节，是指每年11月11日的网络促销日，源于淘宝商城（天猫）2024年11月11日举办的网络促销活动，当时参与的商家数量和促销力度有限，但营业额远超预想的效果，于是11月11日成为天猫举办大规模促销活动的固定日期。本站今天为大家...*

双十一购物狂欢节，是指每年11月11日的网络促销日，源于淘宝商城（天猫）2024年11月11日举办的网络促销活动，当时参与的商家数量和促销力度有限，但营业额远超预想的效果，于是11月11日成为天猫举办大规模促销活动的固定日期。本站今天为大家精心准备了2024年双十一月工作总结，希望对大家有所帮助![\_TAG\_h2]　　2024年双十一月工作总结

　　双十一商场组织了以“\_\_”为主题的购物抽大奖活动，本次活时间从20\_\_年\_月\_日到20\_\_年\_月\_日，共\_天，活动时间安排紧紧扣住双十一情况。

>　　一、活动不足之处及客观不利因素

　　活动策划宣传：

　　双十一营销活动由企划部组织在各部门的密切配合下完成。从总体的时间安排上来看，活动策划的比较晚，\_月中旬开始着手做策划案，只预留了\_个星期的时间来实施具体的工作，时间安排不够充裕。\_号DM单出来，由于企划部本身经验不足，且客观环境的不利影响，DM在制作方面有很多漏洞与不足，这点企划部负主要责任。\_号之后才开始分发工作，而\_\_此时已经开始双十一活动前的预热活动。活动宣传方式也单一，且局限在乡镇大集，人群覆盖面狭窄、且消费群体单一。LED的广告是\_号出来的，广告制作方面也比较粗糙、未能达到预期的展示效果。商场内临到\_月\_号还有许多布置没有处理好，使整个活动显得较被动。空飘和拱门的安置上存在诸多细节不足，一是空飘气球到\_号以后充气不足，给人一种疲软的感觉;二是商场活动宣传的拱门安放在了\_\_活动拱门的后面，一定程度上影响了宣传效果(\_\_拱门安放位置事前已书面通知并安排了固定的摆放位置，\_\_方面并未按照要求摆放、且未请示企划部)。而且在活动筹备阶段由于统筹不足，并未意识到商场内吊旗杆数量不足，并未及时维修与更换，致使促销氛围营造不理想。

　　活动执行阶段：

　　总体活动执行力差。一项活动，无论大小，“策占三划占七”，可见活动实施重要性，即使再好的策略，没有人去实施，它还是等与零。双十一整个活动在执行上也存在着诸多不足。

　　首先，在双十一活动的动员工作上，部门宣传与配合工作稍显滞后。DM单广告位的销售与统计做的不尽如人意，出资制作的商家仅有\_家，直接导致DM单印刷经费出现亏额。且未能体现出参与商家的实际促销力度，也未能统计出实际参与抽奖业户的店铺名称。导致DM单内容单一且缺乏诱惑力。

　　其次，在抽奖卡的销售与专用抽奖信誉卡的发放过程中监督工作稍显不足。根据企划部的调查得出以下几点原因：专用信誉卡的定价高于往期，业户对商场管理与决策的不信任，抽奖阶段专用抽奖信誉卡的发放过程中监督力度不够导致的不少业户在销售过程中不主动付与抽奖专用信誉卡。这种情况间接导致了\_天累计抽奖数量不足\_\_份，抽奖氛围不足的另一个原因是商场此次活动的主要针对客户群是\_\_居民，而双十一期间正直\_\_阶段，所以商场人流并未达到预期效果。

　　再次，因为商场工作人员数量不够，使得许多工作人员要一人兼多份工作，许多具体工作的落实与预期效果存在较大差距，影响活动的整体效果。比如吊旗的悬挂较少，商场节日气氛及活动气氛的营造不理想。

　　最后，各部门工作协调性较差。在此次的促销活动中，各部门之间的彼此协调工作做的不够理想，以至于在部门与部门的衔接工作中出现了许多细节上的纰漏。双十一促销活动广播稿因为和运营管理部的促销活动信息的衔接工作没有做好，以至于在\_\_鞋馆的活动广播宣传上出现错误，业户找到我们，也使我们显得很被动。

>　　二、活动建议

　　在今后的活动中克服种种困难，规避以上情况，每项活动都要经过周密的计划;各部门密切配合;工作人员贯彻执行。

　　1、活动筹划必须提前\_\_天进行;

　　2、宣传活动需提前一个星期进行，且宣传方式要求多样;

　　3、场内外的氛围布置提前两天完成;

　　4、活动所需物料上严格把关;

　　5、做好应急预案，让商场在各种突发事件中起到积极的作用;

　　6、活动完后所有场内布置在保存三四天，让更多的人了解我们商场，让他们知道我们商场经常在做活动，从而更加关注我们商场。

**2024年双十一月工作总结**

　　在前期准备中，我们提前对一楼面员工进行了培训和动员，要求各品牌及时上架适销单品、全员下载\_\_，同时详细培训\_\_下单流程，使一线员工都能独立操作线上交易，并与相关部门沟通沟通，统一了开单格式、积分要求和发票开具流程，最大程度做好事前准备。

　　在活动组织上，我们吸取去年活动的经验，明确分工，优化流程，将下单区和兑卡区划分开，下单区由营业员及顾客自主操作网上下单，另有工作人员从旁协助，指导不熟悉操作的顾客完成下单流程，而兑卡区则独立出来只做兑卡工作，通过区域划分极大提高了兑卡的工作效率，活动当天未出现顾客长时间排队等候的情况。

　　在氛围营造上，我们将下单区和兑卡区的电脑做了统一样式的陈列，充分营造了良好的活动氛围。

　　但是通过活动也反映出来一些存在的不足：

　　一是员工专业度不够，虽然在活动之前我们组织促销班的员工进行了事前培训，但是在实际操作过程中还是存在员工网上操作不熟练、兑卡不规范等问题。

　　二是营业员开单不规范，未按要求开具销售单或商品编码、价格填写错误等问题均有发生，影响单据核对、输机效率。

　　三是\_\_手机客户端不完善，选取商品时不能直观判断所属店铺，造成顾客下单错误，购买了其他店铺的化妆品，后期又需要办理退款手续。

　　四是商品自提问题仍未得到解决，本次活动赠送的\'线上\_\_元电子券使用要求是\_\_减\_\_，因此很多顾客都是在柜台下单直接取货，且购买的商品价格在\_\_出头，但我们店内快递是\_\_包邮，金额不够要收取邮费，对此很多顾客有意见，为此我部临时将包邮政策调整为\_\_包邮，以满足顾客需求。

　　针对上述问题，我部会在后期活动操作中不断完善工作流程，并积极联系\_\_公司解决后台设置问题，以期为顾客提供更好的购物体验。

**2024年双十一月工作总结**

　　对于网店来说，一年中总有几个时期是销售的旺季。这不仅仅是“双十一”，更是“双十二”再次与广大买家见面。在这方面，作为\_卖家，我们真的应该感谢马云先生，他不仅开创了\_这个最受欢迎的在线商业平台，也让很多想创业的人和我一样。他还创新了网络营销模式，在国内掀起了“双十一”“双十二”购物狂潮，让众多卖家和买家成为受益者。

　　我是卖茶的，正宗武夷山茶。我的\_店开业以来，也见证了很多“双十一”的火爆场面。所以今年在很多茶友的建议下，经过和家人商量，我也参加了今年的“双十一”活动。第一次参加这个活动，也遇到了很多问题。最直接的问题是发货问题。面对全国各地茶友的订单，我和客服完全不知所措，只能动员全家。还好忙碌的双十一过去了。经过“双十一”推广的洗礼，我也对接下来的“双十二”充满信心，决定用最大的努力回馈广大爱喝茶的朋友。商店里的大多数产品第一次都会有20%的折扣。这项活动一经启动，就受到了朋友们的赞助，赢得了他们的支持。同时也吸取了“双十一”投递慢的教训，给很多远方的客户贴钱，选择最快的顺丰快递。顺丰快递是快递行业的龙头，也难怪比其他快递贵。周二打包发货，没几天就收到了茶友的好评。

　　客户的称赞无疑是对我们真诚努力的最大肯定，督促我们更好地为朋友服务，绝不因活动而降低产品质量和服务质量。相反，我们应该在这个特殊的季节竭诚为您提供最好的服务，因为这个季节是真正考验商家的时候。为什么这么说?因为在和来我\_店买茶叶的买家沟通中，听到这样一件事：去年双十一，买家在一家店买了一件衣服，卖家因为双十一快递缺货而延迟发货。原来卖方缺货，等待购买后将货物交付给买方。后来买家给了一个中评，再也没去店里买过东西。所以事件越重要，对店家考验的时间就越多。如果这个时候店家还是很不错的，这样的店家在日常销售上绝对不会逊色。

　　所以面对忙碌的双十一和双十二，我提前做了充分的准备，不仅精心挑选了一批好茶满足茶友的需求，在服务方面也一如既往的周到。在双十二，我甚至贴钱让远方茶友发顺丰快递，大家都支持。经过两次事件，我店的表现也不错，尤其是“双十二”事件。活动结束后，我发现活动期间在我们店里买茶的老客户明显比新客户多。对此我由衷地感到高兴。老客户比新客户多，说明我的茶和服务得到了大家的认可，这将是我坚持卖好茶的最大动力。谢谢你。

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