

客服双十二活动总结

篇1：客服双十二活动总结

不知不觉天猫旗舰店已经运营了半年，从最初的产品规划、品牌定位。期间的团队架构、后期的战略规划，实属不易。原因主要是小城市人才少，招不到稍微对口的岗位。

产品规划经验篇，产品设计要整合品牌的现有资源去做大局规划在细分到具体的。大局规划分为：常规款(平民大众)罐装系列(办公室人群)礼盒系列(节假日送长辈送领导)定制限量款(特殊人群)，产品确定了就可以根据市场竞争对手及淘宝的热卖指数来确定你的价格体系。每个产品系列所呈现给买家的视觉，价格敏感度，卖点都是不相同的，所以主图、宝贝详情、都要根据产品的特性去打造。

品牌定位：确定了整个产品线，这样才能给品牌定位，一个品牌都是由一个个爆款组成的。就如同apple的产品线，纵观iphone、ipad、mac、ipod。哪个不是重点打造成为爆款。所以前期中小卖家不要太注重品牌，毕竟销量好，赚到钱才是硬道理。但从整体规划而言，这个环节不可忽视，要想将品牌之印深深的烙印在买家的心中，咱必须从店铺所涉及到的方方面面部署，譬如：品牌文化品牌责任感最重要的要属品牌logo，你的logo能不能让消费者一目了然，老客户能不能过目不忘?这些都需要从产品主图、店铺装修、包装设计、客服话术、宣传单页(售后服务卡)等细节入手，xx我觉得应该是细节赢得回头客。还有个重要的是slogan咱中国人俗称：标语，作为淘宝卖家不说语不惊人死不休，但最起码要让买家知道你是做哪行的，在细分下你是具体做什么的。逐字优化，根据不同阶段企业的发展推成出新!

团队架构：

客服：大方向抓稳了，就该踏踏实实的一步一个脚印前进了，团队核心要属客服，为什么好的客服难寻?这是我之前一直所困惑的问题，其实到后来我才发现，一个再好的客服也是需要时间的磨练的，从产品知识培训，沟通技巧，打字速度，服务态度慢慢的循序渐进的考核，只有基础打牢了，做掌柜的你才能说考核kpi，转化率。因为在起点相当的水平上，客服转化率就是在对客服的个性化服务及服务跟踪在做比较。这里需要特别提一下售后客服，这不是每个客服都能够胜任这个角色的，每天面对的是一些麻烦，诸如：产品质量丢件，漏发发票事件等等，这些问题的出现及应对措施是售后客服需要提前想到准备的，如何缓和微机，将事件大事化小，小事化了是需要售后客服对淘宝规则，产品质量监督反馈、处理方式等等的学习。

设计：设计是电商的竞争力，这是未来的一个趋势，不光是大卖家也是中小卖家所必须重视起来的一个岗位，为什么这么说呢?你想想买家的购物路径是什么?展现给买家的第一印象是什么?大部分都是从淘宝搜索单品看到主图后点击进入店铺，是否能让买家激发起点击查看一看的欲望?不是说设计需要将图片处理的和科幻片一样的虚幻美化，而是要将你的卖点，和别家产品的主图区分开来;达到醒目并点击的作用，只有买家进单品来看之后才会产生购买的行为，才能以点带面让更多的产品曝光在买家的屏幕前。所以掌柜一定要明确告诉设计咱家产品的

卖点是什么，近期有哪些促销方式和别家的区别在哪里?宝贝详情如同主图一样，挖掘卖点，想客户之所想，去客户之疑虑。最终展现品牌文化，适当的关联产品。良好的购物页面体验也是促成成交的关键之处。

财务：可能对于中小卖家这个岗位还是很陌生，现在卖家中心，基本每天都能看到多少销售额，但对于一个店铺的敏感环节，必须要重视起来，一个店铺的财务涉及到水电人员成本，广告费用，物流费用核算，只有确保每个支出和收入环节的明细报表后才能有效的控制好成本预算，确定下个月的目标，各团队一起朝着目标奋进，根据数据的反馈去发现问题，找到问题的根源，去优化，慢慢的让店铺成长。

物管：主管发货，对于这个行业最重要的是需要有责任心，也就是要管的事情太多了，从前台客服引进的订单，到拣货包装，物品的管理采购，及下月的预估采购报表等等，这个岗位是个苦差事，但如果懂得安排和灵活调整还是相对比较轻松的一个岗位。

最后想说的是领导层的战略部署，从市场的大环境出发，洞察整个行业的趋势动向，到细节成败的关键，都需要有敏感的嗅觉和快速的执行力。一个团队的管理从岗位考核到人文关怀，都是领导需要操心的事情，我提议掌柜的每天晚上抽个两小时学习一下诸如：《卖家刊》《电商精英系列教程》网商在线阿里学院派代等报刊及网站，多和其他卖家交流分享，哪怕有些观点不一定对，至少前辈们会帮你指出来，这样你也能得到一些经验避免少走弯路。最后提醒各位像我一样的卖家(颈椎病困扰者)，合理安排时间，多多锻炼身体，劳逸结合，这样身体有了，革命咱还怕不成功?

篇2：客服双十二活动总结

一、双12战果

1.销售额。活动好不好，销售额最重要。双12当天，本店的销售额是1803932.50元，相当于平时一个月的销售额。我如果说谎，就罚我洗澡的时候断水，玩游戏的时候断电，吃饭的时候忘带钱。

2.流量。没流量，哪儿来的销量?当天的流量也是暴增，是平时流量的近10倍。怎么?不相信?那我还发截图吧，图片如假包换。如果P过，就罚我吃饭不放盐。

3.销售件数。我们主打的产品‘倾城钻戒’，一天的销售量是71件，页面的转化率高达

4.25%。当天总销售件数是341件，客单价5290元，当天全店转化率0.78%。数据没截图，嘿嘿，不过我可以保证准确。什么?我拿什么保证?我拿我手里的甜食向你保证。

二、活动前期准备

1.产品的选择。

亲们想上大活动，活动选款最重要。亲们如果选不对款式，吃不完可不让兜着走的。怎么选款呢，是选钻石产品还是黄金产品？是选多大的钻石比较合适？是选价格多少的合适呢？亲们如果不知道，就先看下数据魔方(这个东东可是法宝哦，强烈推荐，先说下，偶不是打广告的吧)。

众所周知，年底是结婚的季节。结婚钻戒肯定是主流，那如何选择分数，是30-39分的还是50-99分，还是其他的分数的钻戒呢？我们在数据魔方中找到了答案，我们选择的是35分3359元价格的钻戒作为本次活动的主打款。数据魔方很有用，有木有？

另外，活动的选款，我们也要结合直通车的点击率，收藏量，单款转化率等数据作为参考。

2.活动策划。

天猫的亲们已经给了我们最好的活动主题‘全民疯抢’。那有没有更好的主题可以融合呢？佐卡伊的同仁们结合‘开店八周年’和‘佐卡伊钻石大厦在杭州开业’，把这两个主题融合到‘全民疯抢’中，起到了很不错的效果(国家要弄三网融合，偶家弄的是三活动主题融合，响应国家号召了哦)。

3.备货。

‘亲们，我的货什么时候发呀？’‘我的货怎么还不发呀？!’‘我的货到底发不发呀’‘我的货不用发了，我现在就退款’。亲爱的卖家，如果你看到亲们发这样的话，我要告诉你，你彻底GAMEOVER了。后果很严重，好像企鹅碰上360。你的评分会降低，你的评语会很烂，你的买家忠诚度会降低，下次活动会没有你。因为你伤了亲们的心。所以大家在活动前，一定要备足货哦。

三、活动中和活动后期

1.活动中。活动当天，由于咨询量大，我们抽调了其他部门的同事到天猫C店，确保有问必答，快速亲切。

2.活动后期。这个时间段就是发货的时间了，以及定制产品的制作了。其余的细节我就不多讲了，相信其他的卖家中很多都比我家做的好。偶家的任务只有一个，不能因活动而让评分降低(不能因活动导致质量下降，不能因活动导致服务质量下降，不能因活动导致发货速度降低)。

一、工作内容：

在双十二，我在cdd担任售前客服，在经过前期的培训，大概了解了天猫的规则，和客服人员需要注意的一些事项后。我们开始了自己的工作，主管人员把我们分成好几个小组，并且各自有相应的组长负责。我在第七组，组员有8个，在一组当然是要互帮互助的，在分流

时，有的客服接到的客户多，我们其他组员忙的过来也会相应的分担。我们主要的工作就是解答客户关于商品的各类信息，客户问的最多的就是尺码以及快递的问题，当然也不乏有刁钻的问题，这时就考验我们的耐心和忍耐力了。

二、心得体会：

客服是服务人员，那就应该有顾客至上的理念。尊重顾客，尽量满足顾客的要求。我认为做客服是一次很好的锻炼，首先，作为客服要有亲切感，那么这就考验了我们的表达能力，说话方式要委婉亲切，这一点很重要。然后要有好的忍耐力，因为不乏有一些不讲理的顾客，这种时候就要有耐心，有好的忍耐力，保持作为客服的良好素质，不能顾客不讲理，我们就和顾客吵。最后，作为客服要有好的口才，用适当的语言向顾客讲解商品的优点，以便销售出更多的商品。

三、建议：

因为之前也有过网上购物的经历，再加上这次客服的体验。我认为当好天猫客服要对每一位顾客购买的商品负责，保证顾客买到满意的商品，得到好的服务。让顾客有一个愉快的购物过程，我认为这是很重要的。

篇3：客服双十二活动总结

xxxx已悄然离去，回想起来，风风火火的这一年或许可以算的上是自己经历的最大转变的一年，在xxxx的开始，我仍在校园中晃悠悠，每天过的没心没肺，从未考虑过将来，如今，一年未到，我却转型为正式的一名员工，能够坚持着早起晚归，朝九晚五，和每一个上班族一样过着很有规律的生活，真的自己都很难想象，尤其结合自己工作任务，以一个完全门外汉的身份接触着淘宝，经历了曾经让我掏空钱包的双十一、双十二，每天乐此不疲的搜罗着天猫红包的藏身之处，每一样都可以称之为不可思议。

犹记得当初被通知来面试时，自己的心情依然记得，那时候自己也没有什么职业规划，什么工作，面试什么也全然不顾，只知道傻傻的抱着简历来了，东哥问我会玩微博吗，平时淘宝吗，内心疑惑着到底是什么神秘的工作，可以这么愉快，既能逛淘宝，还能玩微博，如今，终于解开了这个面具，以一个电商执行者熟悉着淘宝，接触者它的世界，也适应着它的规则。

执行，顾名思义是贯彻实行的意思，电商的运营执行也符合着它的字面意思，4月份加入电商部，也正是开始了执行的工作，每天熟悉着淘宝后台，接触着产品的上下架，各类工具的操作执行，我也总结为是最基本的执行工作，忙着唯路易每周三的定时上新，忙着它的每款产品新的促销，新的折扣，接近大半个月时间，就是我每天的工作任务，其实现在回想起来，那时候其实才是生活中最忙碌的一段时间，白天几个小时的工作，晚上回家还需要忙着毕业设计与论文，对比请假回校的同学，自己竟然坚持了下来，那一段时间也是自己面对完全陌生的淘宝，自己最快熟悉成长起来的阶段，执行的工作也很快变成了自己的擅长熟悉的领域，因而在后

面的餐中王、萨雷以及目前的利兹马项目，虽然仍然做着执行的工作，但是因为是自己熟悉的一块，内心也会变得很有自信。每一次使用自己熟悉而简单的后台操作就能够帮助解决掉顾客的各种麻烦时，心情自然感到很开心。

接触推广工作其实自己也很意外，从最初的免费推广，到现在实战中的付费推广，每一项都是一种新的体验，第一次投放使用推广费用，那时双手或许都有冒冷汗吧，简单的一个投放计划都需要再三确认里面数据是否精准，是否还有遗漏，兢兢战战的点击完成按钮后，每时每刻都关注着后台数据，反馈的每一张报表都尝试分析，即使很多数据都不太明白，如今回顾才发现，再神秘再高深的世界，接触了、尝试了才能揭开它的面纱，一探究竟，才能知道自己是不是也可以做到。

在过去的一年，每一项任务都是自己面对的一种尝试，一种挑战，有失败，有成功，这其中都必须感谢着主管所给与的督促与机会，让自己能够有实战的机会，被允许犯错，其中每一次的失误更好的让自己认识到不足之处，同时自己也时刻进行着反思，在执行前更是进行着多次的检查核实，以便及时发现和减少错误的发生，告诫自己同一个错误控制着不能犯第二次。

目前的职业规划制定的是在自己的岗位上朝着店长的方向迈进，但是也清楚的认识到自己目前所拥有的仅仅是对于执行推广所涵盖的工作内容，但是同样的，成为一名店长，掌管着手中多个项目，自己所欠缺的漏洞非常巨大，首先便是对于整个项目的把控能力就很薄弱，自己经常从自己的角度出发，因而洞察问题的能力也非常局限。其次便是必备的沟通协调能力非常欠缺，或许也是性格使然，克服起来难度很大，也是在后面的工作中自己必须加强训。