

最新广告工作年终总结(优秀7篇)

总结是指对某一阶段的工作、学习或思想中的经验或情况加以总结和概括的书面材料，它可以明确下一步的工作方向，少走弯路，少犯错误，提高工作效益，因此，让我们写一份总结吧。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

广告工作年终总结篇一

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

四、今年对自己有以下要求：

1、每周要增加10个以上的新客户，还要有5到6个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户，在有些问题上你和客户是一致的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务每月我要努力完成10到20万元的任任务额，为公司创造更多利润。

回首20xx年的销售历程，我经历许多没有接触的事物和事情；见识了很多从未见识过新鲜；似乎从一开始，新年带来的一切都是新发展、新要求，摆在我的眼前，昂首只能选择前进。

总体观察，这一年对我取得长足进步；不论与客户的谈判，还是销售经验与新客户的接洽工作，都在不断进步中。

下面是我对公司的品牌推广提出一些个人见解；

理想中我的品牌战略：首先，我司是专业生产汽车制动泵类配件，制动泵是我们的最强的一项，因此在制动泵方面，尽量使用自己的品牌；其次，一些大型经销商会坚持用他们自己的品牌结合我们的产品打入市场，但是我方仍应想方设法将"xx"品牌进入产品中；再者，品牌的打响是靠稳定的质量

在市场的推广而建立的，就好比国内大多数消费者认识的优质品牌仍以国外品牌为主导，人们知道喝饮料首选什么、什么牌子，买运动鞋看的更多是什么牌子，手机要买那个牌子，电器产品还是这个牌子的质量更好些，就连买本土轿车都得先看看厂商的国际合作伙伴是日本的还是欧美的，由于那些名牌的质量优越，人们就会潜意识的相互之间宣传；另外，我们公司如今外协采购外销的规模在逐渐增大，针对外协产品我们应该杜绝用自己的品牌而影响自己"xx"品牌专业制造制动汽车配件的形象，我们考虑的是长远的战略眼光；最后，对企业的不断宣传可以提高品牌的知名度以及品牌的长远效益。

随着公司规模的不不断壮大、市场格局的深化稳定和产品技术含量的节节提升，如何有效拓展世界各地的市场份额应是我们的首要问题；如今我们在美国设立分公司，紧接着我们在伊朗成立分公司的想法，其一切都是为了赢取更多的市场份额和对当地以及周边市场的有效管理；我们也不能忘记crm（客户关系管理）的推动，有效地管理好每个区域的客户与我们之间的友好和长期合作的关系炙手可热，我们要掌握产品优势的主动权去获取市场而非等客户来找我们！

广告工作年终总结篇二

广告文案是由标题、广告正文、广告口号和随文组成的。它是广告内容地文字化表现。在广告设计中，文案与图案图形同等重要，图形具有前期地冲击力，广告文案具有较深地影响力。

明确目的之后，致诚广告公司又分析国产冰箱现状，了解该产品特点：

第二，产品价位属高档耐用消费品；

第三，产品卖点银色外看+数字变频技术

了解了产品，熟知市场状况，但消费者状况是如何呢策划小组选取了120位即将购买冰箱者，通过家庭讨论、购买过程、购买决定三次调查后发现，每一个消费购买行为都经历了由消费心理向购买心理的转变过程，并且有以下特点：第一，未来消费者购买冰箱的需求趋势为乔迁、婚嫁和产品更新换代；第二，多数购买者已将冰箱作为整体家庭环境的一部分进行考虑；第三，购买的焦点已偏向产品外看(直观属性)

在以上分析的基础上，广告策划小组觉得应以产品直看属性为主、信任属性为辅进行整合推广，创造一个有记忆度，能和产品完美契合的载体，使银色变频冰箱脱颖而出从而确定了此次系列广告诉求点：高格调的品位产品高档品性与目标消费群的高雅生活品位共同决定了海尔冰箱的高格调的品位强化产品的直看属性(银色外观)，以此涵盖产品信任属性(数字变频技术)

电视系列广告文案第一则广告文案：自动控冷；

第二则广告文案：变频节能；

第三则广告文案：变频静音；

第四则广告文案：银色变频

报纸系列广告文案第一则广告文案：百变的月亮银色变频；

第二则广告文案：默默的月亮银色变频；

第三则广告文案：心灰意冷冷的月亮银色变频；

第四则广告文案：静静的月亮银色变频

广告工作年终总结篇三

这是我在广告公司工作过程中对于广告的一些琐碎思考，在这里将广告公司工作总结记录下来，以期看到自己的进步，在广告创意，人文素质等方面。

广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。在针对哈佛大学生所做的实验录像带中我们可以发现，其实我们所做的广告，有75%的人是忽略的，所以如何运用技巧唤醒人们对广告的关注，是广告人必须要注意的。

广告有基本必须的元素

1. 由美术构成并且有一定的水准。
2. 文字方面朗朗上口，简洁有利。
3. 必须要能表达出来，并在恰好的时间点上。

要做一个的salesman□ad绝对不是一个艺术，它是一门生意，只是用比较美术的方式呈现。而这其中也包含了：要有策略；要有系统结构；要有风格。而这也是令广告人最兴奋的地方。像nike的风格相当强烈而吸引人；目前手机广告风格只能说是一个简单的销售讯息。

可口可乐案例

1. 可口可乐在1960年该做的广告都做了，然后开始进行推广通路：如何让每一个地方，想喝可乐时就有可乐喝。
2. 可口可乐根据不同的渠道去调整配送方法。当渠道都有了，该如何去做和消费者有意义的相关广告活动或节目。像是在圣诞节时，可口可乐把圣诞老公公的衣服从原来的黄色，转变成大家熟悉的红色，这才是品牌创意在生活上所带来的意

义。

之前奥美作飞利浦刮胡刀的广告，便将刮胡刀和父亲节联想在一起，以至于现在的父亲节便和刮胡刀结合在一起。所以作广告时，不是在说明其产品的特性，而是在做一个策略，并赋予一个style□也就是品牌在生活上的感觉。

1. 最重要的是获得注意。否则，75%的广告没有人会去注意。而且，这也是广告最原始的意义。
2. 邀请阅听人进入广告世界。在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。
3. 要有结构内容，否则无法成立。

投入广告，它所带来的超乎你的想象。广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的行销伙伴。广告在为一个目的工作，讯息要引人入胜，内容要可信。当然，品牌为基本考量。75%的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90%所以我们要如何能beoutstanding□

广告的目标

1. 消费者：解决消费者问题
2. 产品本身：消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。
3. 竞争对手：在市场上的同类竞争。

要多和消费者沟通和调查，做好广告工作计划，了解市场状况，广告是个问题产业，要解决问题建知名度、个性、价格、通路…等。人是广告最重要的因素，分析问题、原因，针对问题并且响应，要做一个广告。广告要说服谁（目标消费

群)，产品将给你什么好处，赋予style而在作广告，最难的便是赋予brandstyle在广告影片中我们发现，杀虫剂广告都有小孩在旁边以显示产品的安全性，而在卫生纸广告方面，则以小狗的形象讨好观众。而日本帮提卫生纸广告则是以一个男人为主轴，在妻子离开身边后的七支一系列广告，说卫生纸和男人间细腻的关系，显示商品特色，一方面也增加使用时机及用量等。如何让商品有感情的呈现是相当重要的，这来自于如何找到和消费者相关的地方。

在kgi银行的广告里，我们看到了不同以往的表现风貌。泰国广告多专业，其创意也较受肯定，亚洲广告就属新加坡及泰国潜力，天真、幽默而且毫无禁忌。相较之下，大陆的广告则受到许多限制，担心及顾忌太多，不该用现在的观念，去限制广告未来的发展。广告是在反映人生，而许多不可能的现象，在以后回头来看，都是非常巧妙创意。一个好的创意去激发人对环境的热情与幽默，一个产品所带来的广告，绝对超越你的想象。在国外作公益广告是要强调效果的，要让更多人拿出钱来支持此公益事业，这才是重要的。因此主讲人表示，它不愿在大陆作公益广告，因为有太多道德观的束缚若是在表现创意，或是达不到真正实质的广告效益，则浪费了纳税人做公益广告的钱。

做一个广告最基本的是知道它的目的是什么，不是让自己的公司出名，这是最后的步骤。更重要的是把商品卖掉，要做一个专业的广告人，要寻找的应该是这个东西。

广告工作年终总结篇四

工作总结

时间过的很快，来公司已经四个月了，回望过去，内心还是有不少感受。首先感谢公司给我这个工作的平台，让我有机会在这里完善自己，锻炼自己。

公司虽然忙碌，现在气氛愉快，同事及老板之间相处融洽，但是一开始的我并没有良好的工作状态，我没有摆正自己的位置，放不开自己，没有真正的把自己融入工作，好像是为了工作而工作的想法，没有真正的领略到工作的意义，工作始终不尽人意。

为人处事方面y总一直告诉我要放的开，始终记住自己是做广告的，要有气场，其实我也不是怕，或许是自己性格方面的原因吧，表面上看起来就是这样。

公司管理方面有张有弛、又严有松，我觉得是十分合理有效的。做错事情有批评，做得好有表扬，既有针对性，又恰到好处，让员工感到尊重并乐于接受，并且改正错误。公司每月举行的活动是大家融洽关系，增进沟通的机会，每个月优秀员工的评比更是大家看齐的目标。

我自己在这段工作中的不足之处主要体现在两个方面，一是与人的沟通不足，无论是与客户还是同事之间，导致工作出现许多错误；二是态度的问题，拿到事情思考不多，会出现方向性的错误，导致工作基本相当于没有做，浪费了时间，降低了效率，还会打乱整体的工作进度安排，相当于浪费了大家的时间。

对公司的期望，我觉得2012年将是公司发展壮大的一年，希望公司既要保持现有的优势，也要在一些方面做的更完善更规范。同时还要加强员工的学习，项目越来越高端，以我们现有的水平或许做起来会很吃力。现在各方面原因共同作用下房地产行业竞争变得越来越激烈，广告的作用显得愈加明显，没有好的广告，根本不谈什么上门看房。

个人工作总结

xxxx年x月，我与xxx公司结下了缘分，工作的x个月里，我不断的学习，不断的进步，学中干，干中学，使我对xx工作有

了更多的了解。

1、严格遵守公司的各项规章制度，不迟到、不早退，认认真真做

好本职工作。2、坚持完成领导交办的各项任务，尽量做到领导满意

3、协助xxx做好办公室内的日常工作

4、对公司的客户做到了及时沟通和维护，避免公司客户的流失

5、由于工作的内容比较杂乱，坚持对待每一项工作都会一丝不苟、任劳任怨

1、摆正自己的位置，端正自己的工作态度，努力熟悉公司各项业

2、工作内容比较多，有的工作还有很多不足，新的一年要开阔

现在从几个方面总结一下本年度广告部的工作和问题

（一）客户市场方面

在本年的工作我们对客户的服务有所改观，基本可以做到想客户之所想，急客户之所急。虽然面对高难度的任务都能够以最大的努力去实现客户的要求，但是也要意识到，在客户服务方面也存在着一定的不足。主要体现在某些工程的报价不及时、客户回访不到位。

因此在客户服务方面要有所改进，首先要招入合适的客户服务人员（业务员）其次在人员不到位的情况下切实的完善内部流程体系，以制度来升级客户服务的品质。

（二）内部运作方面

经历了一年的流程管理摸索，相对于去年在工作上的契合度有一定的提高。

（三）成绩与提高

（四）计划与改进 目前的广告部流程虽然有所成效，但还不够成熟，下一年度广告部的发展重点为“三个一”，一批人、一个制度、一个团队。

一批人，主要要包含客户服务与营销职能的人员与优秀的设计人员；一个制度，主要完善、执行、监管现有的流程体系，使之行之有效；一个团队，就是最终的优化结果也是目标。

2013年我们有成绩，有进步，也有不足。

转眼新的一年又来了，感觉时间过得真快，2005年所做的一切都还历历在目，这当中，有成功、有失误、有喜悦也有沮丧，但不管是喜是悲，是好是坏，都让我学到了很多的东西，从失误中去总结教训，在成功中去吸取经验……这都成为了我个人在2005年中的一段最深层的记忆、最丰富的人生阅历。

2005年的工作重心差不多集中在下半年，这半年真的让我难以忘怀，6月至10月我们为四川移动策划并全程执行了情系三农·畅享移动新生活——四川移动川蜀大地科普、文化巡展活动，历时4个多月，所到全省共计81个地市州县，不仅为当地的老百姓送去了丰富精彩的文艺表演，更主要的是送去了更多发财致富的新方法，新途径，所到之处都受到了当地领导和群众的交口称赞……！10月回来，我们又马不停蹄的走进全省30多所高

校,举办了2005橙色联盟动感地带校园巡展活动,新鲜的资讯,精彩的表演,有趣的游戏,丰富的奖品。。所到之处,气氛都格外的热烈,12月中旬,我们又联合四川省政府,四川省文化厅,四川移动有限责任公司举行了:家乡为你喝彩情系川籍劳务工大型跨省慰问演出,我们准备了很多极具四川风味的优秀节目和大家非常喜欢的川籍明星,途径福建,广州. 杭州三个川籍劳务工较多的省,为他们带来家乡的问候.....,这几次活动都受到了外界的高度关注和好评.....在下半年的工作中,有一个活动是对我蛮有意义的,那就是12月初举行的全球通网求联谊赛虽然他看起来是一个规模很小的活动,但对我却有特殊的意义,因为当时公司有很多案子要做,人手很难分配,公司就决定这个活动就由我一个人负责,这是我进公司第一次从头到尾一个人抗下来的案子(从最初的打价,看场地,量尺寸,与客户沟通,到后来的设计稿,选材,现场搭建,到最后的现场执行),我真的是一根弦蹦的紧紧的,到最后这个活动完全结束后,才深深的松了一口气,但这是我必须要面对的经历,我从中学到了很多.此外,这一年中我们还做了包括动感地带范逸臣歌友会全球通商务论坛,全球通摄影讲座,全球通健康讲座,全球通冬季沙龙等等....都很圆满的完成了任务。

当然,在成功的背后,也存在很多的不足和需要改进的地方,也提醒我们在做任何案子的时候,不管他是大是小,都要从各方面考虑,细致的总结出有可能出现的问题及解决方案。

一、上半年

(2) 地铁公司:对于东京地铁公司要求地铁所有媒体(城通颜欢、日金有大、高德越高)每周三到地铁广告事业部开会,报告各媒体公司一周的工作情况,传达东京地铁公司要求及文件。

(3) 客服工作:上半年,我们部门将拍摄设备进行了购置,添加了一台照相机,对于现有的六十四型设备,相机拍摄出来的效果非常好,交给客户也得到了客户的认可,但对于老设备我们还是采取了摄像机拍摄。

二、下半年

离开线还有几天的时间京港地铁又有24小时的时间可以给我们用,各部门协商,充分利用此时间进行最后的检查和调试,此时距48小时抢攻后只有一天时间,公司领导对大家说:实在顶不住的同事就在家里在休息一下稍后再去顶替第一批的人员结果此次的24小时安检工作,公司可去员工无一人在家休息,全部赶赴一线。

岁末年终东京地铁十四号线又开通了:西四—平安里;平安里—新街口;西直门—动物园。三个区间4套系统。港京京地铁开线后对于我们运营工作量来说确实加大了许多,为此公司在10年11月底也给我部门配备一名设计人员。

10年十月份嘉欣部门办公地点也有了变化,将原有的运营部门(总部)和销售部门(现代城)集中到了东三环统一办公。对于此次的搬家工作,各部门同事给予了大力的支持和协助。

业务量也大大的增加了许多,我的审批工作,上刊量也相应增加了许多。但为此我确尚感欣慰因为无论是搬家工作还是我们业务审批上刊等等工作均可以做到忙中有序,没有出现过误差。而且大家工作起来也很团结,能过做到相互沟通,相互支持。

(2)地铁公司:下半年东京地铁公司的审批由原来的侯耀华换成了郭德纲,沟通顺畅。没有耽误一期客户上刊。10年我们在二号线又增加了三个区间6套系统,但由于种种原因我们在10年底只完成了一个区间2套系统。

一、思想工作

把学习转变干部作风,加强机关行政效能建设活动和推进城乡清洁工程、规范我市广告发布行为,净化广告市场环境有机地结合起来,不断改进自身工作作风、增强服务意识。不

断规范行政执法行为，把为企业服务作为业务工作开展的最高宗旨。

二、业务工作

2. 进一步提高商标执法水平，加大对注册商标专用权的保护力度。以保护驰名商标和闻名商标、涉外商标、农产品商标为核心内容。

3. 结合“城乡清洁工程”建设活动，进一步规范我市广告发布行为，净化广告环境，促进广告市场健康发展，我科起草制定了《贺州市工商行政管理局关于规范全市广告活动的通知》。对全市的户外广告进行了全面清理整顿，充分发挥基层工商所的作用，从相关所抽调人员，汇同电视台对全市的户外广告进行集中整治。通过综合执法，增强监管合力，收到良好效果，并得到市委、市政府的充分肯定和市民的好评。建立广告监测制度和预警机制，对本市4个媒体加强了日常监管，随时把握违法医疗广告产生的苗头和重点区域，并对发布违法医疗、药品、保健食品和保健用品、化妆品、美容服务广告的媒体、企业、个体工商户发出行政建议书和行政指导书。对一些虚假广告和严重违法广告，及时立案查处。

4. 切实做好商标战略促农村经济发展工作及保护注册商标专用权行动。

6. 通过各种方式向社会宣传商标广告法律知识，宣传工商部门在商标、广告治理方面所作的努力和取得的成绩，公开曝光典型案例，提高公众尊重爱护商标的意识和识别抵制虚假违法广告的能力。配合相关部门在3.15活动和4月27日组织开展知识产权宣传周活动，张贴横幅、条幅、标语60余幅，发放宣传资料3000多份，组织各媒体发布“4.26世界知识产权日”公益广告，公开曝光国内十大商标侵权案例，提高了全社会商标广告意识和观念。

三、存在的问题

四、今后工作计划

上世纪80年代至今，中国的广告业在社会经济发展的驱动下，取得了快速发展。一些小型的广告公司如雨后春笋，层出不穷。

4. 以制作印刷为主的广告公司，喷绘写真等

人员。基本上没有广告主主动找上门的，所以支持这类小型广告公司发展的主要支撑点就是把握好已有广告业务。

其次，客户服务

2. 策划，策划是对一个项目首先的工作，根据客户的需求，有针对性的去设计。

然后，留住员工

分析员工工作的主要2个目的：1，挣钱为生活；2，学习东西

最有效的留住员工方法：

1. 合理的薪资分配

2. 培训带来新知识

合理的经济分配，可以有效的减少企业员工之间的摩擦，及员工本人的不满情绪，小型广告公司的出路是：留住员工，真诚有效的服务客户，严格执行自己的定位路线。

一、正确定位找准市场位置

广告公司深谙于定位理论，为其他企业、品牌、产品进行成

功的定位，帮助它们在竞争激烈的市场上脱颖而出。但很多广告公司却忽视了自身定位的重要性，广告公司不知道自己的市场位置，客户就更无法了解广告公司，造成客户的无端流失。广告公司之间同质化程度高，不仅造成客户选择代理的困难，而且加剧市场竞争，增加经营难度。

二、调整定位应对市场与企业的变化

广告公司的定位不是一劳永逸的，要随着市场的变化和公司自身的变化而相应地做出调整。如今正值广告业的成长期和广告市场的全面开放期，经济的快速发展、社会消费观念的改变和人们消费水平的提高，新兴媒体技术的应用、快速的信息传播、广告主的营销传播创新要求、受众群体的不断变化等等，这些都将带动广告业的发展，促进广告市场的细分和广告业分工的细化，从而拉长广告业的产业链，开启广告经营的新领域。

三、以核心竞争力形成竞争优势

构筑核心竞争力，就有了占据市场制高点的优势。那么，什么样的力量能够成为核心竞争力？广告公司的多样性决定了核心竞争力的多样化，主要是以媒体、创意、制作、特殊人士、服务、信息这六种资源建构核心竞争力的盈利模式。竞争力的提升，核心竞争力的有效发挥，有助于缩小本土广告公司与国际广告公司的差距，同时促进了公司之间的合作、优势资源的整合。在今天的市场环境下，绝大部分的中国企业，不管是中小企业，还是大企业，从层面来看，它的成功光靠广告是做不到的。

但今天，几乎所有产品都了过剩时代，广告的威力不那么大了，企业和广告公司都很认可的广告，对消费者却没那么大的销售拉动力。

企业家们在这种情况下，开始怀疑广告，并进而怀疑广告公

司的价值，而广告公司也觉得已经尽了全力，内心喊冤，到底是哪里出了问题？我们要理解企业对广告价值的怀疑以及抱怨。事实上，0年前那种“广告一放、黄金万两”的现象，本身就是不正常的。而今天的现状，则是对正常现状的回归。由于0年前，广告超乎寻常的作用，加上经常流传的“一条广告成就一个产品”的神话，使很多中国企业家过高地评估了广告的价值，也掩盖了企业在非广告方面的诸多不足。

任何一个环节出了问题，都不可能达到理想销量。卖一个产品的重担，只压在广告上，不仅是不公平的，也是不现实的。于是，问题就出来了。

广告工作年终总结篇五

作总结

2018年广告公司试用期工作总结

即将过去的xx年,是汪氏广告公司成立的 的氛围。记得刚来的时候公司正在进行创意竞赛,将大家分成不同的小组来做方案,最后在一起共同学习,有专业的老师做点评,为大家指正,让每个组的方案更完善。公司还会不定时的请专业的老师来给大家培训,组织我们共同学习弟子规等等,公司所做的这一切都是为了我们每一个人,我为自己能身处这样的工作环境中而感恩。同时,工作之中我深深的意识到公司每一个部门的重要性,以及团队协作的重要性。在刚开始从事这份工作的时候,自己也是满怀信心的。但是,真正进入到工作当中,我才意识到自己有那么多的不足之处。因为与以往的工作经历有所不同,而且自己对这份新的工作流程还不是很熟悉,所以工作之初很多问题便一下子都出来了,同时也暴露了自身的很多问题,比如说表达沟通的能力太欠缺了,做事情太心急等等,甚至曾有一段时间开始对自己的能力进行怀疑,但是我并没有因此而放弃和退缩。在平时的工作中,我珍惜每个与媒体沟通的机会,每次沟通的内容都进

行记载，有不对的地方领导帮我指正，这个电话问题出在哪，以后遇到此类情况我该如何应对等等。并且在工作生活中向工作时间长、经验丰富的同事学习，他们也很有耐心的对我进行指导。经过一段时间的锻炼，我的沟通水平有了很大的进步，能够独立的与媒体人沟通，能够自己独立的进行媒介方案的撰写，自身的问题也在渐渐改正，尽管还存在一些问题，但我相信用心一切都有可能！而我所有的进步与我身边同事的深切帮助是分不开的，感谢我的领导媛媛，感谢我的同事小路，是他们带着我一步步走进媒介这一行！是他们对我工作当中存在的问题进行一一指正。在此我深深的感谢他们！当然工作能力有进步并不能代表停滞，在以后的工作中，我会更加严格的要求自己，争取更大的进步。心态决定一切，当一个人处于一种高度紧张的状态的时候就算很用心那也是白搭，这是我一开始的工作状态。我没有摆正自己的位置，放不开自己，没有真正的把自己融入汪氏，当一个人从事一份工作的时候是为了工作而工作那是很可怕的，因为，没有用心，没有真正的领略到工作的意义。当把自己和所从事的行业融合在一起，真正的干一行爱一行，这样才会有所成就。也许，现在的我还不敢说自己真正的就做的够好了，但是我会尽心尽力去做到更好。这两个月以来，作为公司一员，我能够做到的就是在最短的时间里，转变工作思路，适应新的工作方式。工作中，我们要给各个事业部、业务部的同事提供媒体价格，我们得与媒体沟通协调价格，这需要很严谨的面对。因为我们要为公司利益最大化而努力，价格方面就一定要准确无误！不能出一丁点的错，因为这会涉及到公司的利益！同时我们得提供媒体监测报告，媒体评估方案，而一开始对那个领域完全陌生的我，通过不断的摸索慢慢的熟悉了如何更好的写好一份完整的监测报告，一份完整的评估方案，每一次的改正都用心的去做，争取能为同事的工作进展尽自己一份力量。

1 2有时觉得很累，甚至有些彷徨，但是我始终坚持了下来，看到不断改正的方案得到同事们的认可，我知道我们做的工作是非常有意义的，因为我的辛苦没有白费，我所监测的报

告内容能够给各个事业拓展部和业务部的同事带来更多的实用信息。“有付出就会有回报”，我们的劳动得到了大家的认可，这就是我们的收获和动力。四年大学，我学的是影视专业，可以说从事这份工作具备一定的优势，但是四年大学更多的是学习理论，对于实践接触的却很少，进入汪氏广告后，我对媒体这一行有了更加深入的了解和认识。

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、今年对自己有以下要求：

1、每周要增加10个以上的新客户，还要有5到6个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户，在有些问题上你和客户是一致的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务每月我要努力完成10到20万元的任务额，为公司创造利润。

以上就是我这一年的工作总结，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，为公司做出自己最大的贡献。

工作总结（含综合性总结）或专题总结，其标题通常采用两种写法，一种是发文单位名称+时间+文种，如《铜仁地区烟草专卖局xx年工作总结》；另一种是采用新闻标题的形式，如松桃县大兴访送部的卷烟零售户诚信等级管理专题总结：《客户争等级，诚信稳销量》。

正文一般分为如下三部分表述：1、情况回顾 这是总结的开头部分，叫前言或小引，用来交代总结的缘由，或对总结的内容、范围、目的作限定，对所做的工作或过程作扼要的概述、评估。这部分文字篇幅不宜过长，只作概括说明，不展开分析、评议。2、经验体会 这部分是总结的主体，在第一部分概述情况之后展开分述。有的用小标题分别阐明成绩与问题、做法与体会或者成绩与缺点。如果不是这样，就无法让人抓住要领。专题性的总结，也可以提炼出几条经验，以起到醒目、明了。运用这种方法要注意各部分之间的关系。各部分既有相对的独立性，又有密切的内在联系，使之形成

合力，共同说明基本经验。3、今后打算 这是总结的结尾部分。它是在上一部分总结出经验教训之后，根据已经取得的成绩和新形势、新任务的要求，提出今后的设法、打算，成为新一年制订计划的依据。内容包括应如何发扬成绩，克服存在问题及明确今后的努力方向。也可以展望未来，得出新的奋斗目标。

广告工作年终总结篇六

来到公司已经x年多了，感谢公司领导和同事对我的关心、帮助、支持与信任。回首一年的工作，还有许多不足之处，今后在工作中还需不断地努力不断地学习。

新的一年又开始了，在我们昂首期待未来的时候，有必要对过去一年的工作做一个回顾，总结以往的教训，虚心求教，不断学习，以待在新的一年有所改进。

- 1、空闲时提高对软件的熟练度，和提高设计水准。
- 2、培养自身的良好“习惯”和执行力。
- 3、提高对工艺以及材料的认识。
- 4、培养团队意识。稿件设计完成后需要制作才会形成一件成品，是需要我们这个整体团队完成。
- 5、培养沟通能力。设计部作为和客户直接交谈整体设计理念和构思的一个职位，如果没有一个良好的沟通能力的话你很难和客户沟通设计稿件的各个事项。

新的一年我们设计部不仅需要做到这些改变，而作为一名出色的平面设计人员，工作能力的提高还是重中之重。在接下来的工作中还需要不断的学习，提高自身的设计创意水平，同时我们也会以全新的面貌全新的精神去投入到工作中，为

鑫珑洋的明天奠定更坚实的基础。

最后，祝xxx广告蒸蒸日上!也祝每一位同事身体健康，快快乐乐。

广告工作年终总结篇七

金鹏图语广告全年计划完成销售额xx元；实际完成xx元，未完成全年销售计划。

20xx年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德·克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿10年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。同时积极参加集团及公司组织的培训，对管理大纲、公司规章制度、房地产基本知识、电话营销、媒介营销、商务礼仪等有了较深刻的理解和掌握，从而提升了工作能力，丰富了经验，开阔了视野，对公司的企业文化及经营理念有了更进一步的认识。

20xx年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生

了较大影响。

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。

作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

回顾这半年的工作中自己发现还有很多的不足与缺憾：首先，在工作中由于经验不足，工作方法过于简单，在处理一些问题上不够冷静、沉着。其次，在业务理论水平和管理能力上还有待于进一步提高。再次，广告专业知识方面，需要大量的学习的充实完善自己的知识库。这些不足，有待于下步的工作中加以改进和学习。

在20xx年的工作中，我决心做到：首先，我要加强学习专业知识，学习工作和管理经验，不断提高业务素质和管理水平，使自己的全面素质上升一个新的层次。其次，加强责任与危机意识，提高完成工作的标准。为公司的新年度的工作再上新台阶，更上一层楼贡献自己的力量。再次，广告公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是09年工作的重中之重。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技

能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。