

# 最新个人广告公司年终总结(精选5篇)

当工作或学习进行到一定阶段或告一段落时，需要回过头来对所做的工作认真地分析研究一下，肯定成绩，找出问题，归纳出经验教训，提高认识，明确方向，以便进一步做好工作，并把这些用文字表述出来，就叫做总结。那么，我们该怎么写总结呢？以下是小编精心整理的总结范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 个人广告公司年终总结篇一

第一次在广告公司工作，已经有一个星期了，来的第一天就接手做xx银行与xx电器的合作活动，真的很累，这几天我整个人都晒黑了很多，比以前的销售工作还要累，但是这份工作到目前为止，我还不反感，因为，我可以学会整理资料，可以学到其他的很多事情，很好。

这次的活动我做的'很不好，有很多我这边的工作我都没有做好，很乱。

针对这次活动，为了能让我在下一次工作中有一个很好的开始，我做出了一个简单的总结：

- 1、首先应该熟悉这次活动的活动规则，例如刷卡满多少钱送什麼礼品，是分期付款，还是一次性付款等等，都应了解清楚，不然后面出的问题可就是很麻烦的问题了。
- 2、其次就是这次活动礼品怎麼发放，有什麼要求都应了如指掌，不然自己都会觉得头脑一片混乱，而且，对自己在活动结束后结算这块都会有很大的影响，会很麻烦。
- 3、再接著就是活动结束后，去回收礼品的同时，应带上笔及笔记本，把回收回来的礼品都记录下来，哪个点回收了什麼

礼品，多少个，都因详细的记清楚，过后没有人会帮你去对账的。

4、对于合作单位给活动单位营业员的奖励礼品应在活动结束后，给拿过去，不然根本没有办法实数回收。

以上就是我的工作总结，可以说是我的工作经验吧。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

你在做什么的同时，我也在做什么，你在努力工作，我也在努力工作，我们一起努力，一起加油，我们是最棒的。加油！

## 个人广告公司年终总结篇二

通过对财务管理细则的学习、讨论，把各项条款逐一与实际业务联系在一起，找问题找漏洞，并反复消化、严格把关。在出纳环节中，坚持原则、不讲人情，把一些不合理的借款和费用报销拒之门外，严格执行财务人员应遵守的`职业道德，在凭证审核环节中，认真审核每一张凭证，不把问题带到下个环节。

依照检查标准按时、认真、客观公正地对各处室彻底地进行了清查，在资产清查中存在的问题，及时向有关部门负责人进行了反馈；以物对账、以账查物，查清资产来源、去向和管理情况，并登记资产的完好程度，做到见物就点，是账就清，不重不漏，对有账无物、有物无账的`资产分别登记，汇总分类。

为了更好的与部门沟通，在完成本职工作的同时，我积极配合xx顺利完成了20xx年xx的工作，为随后20xx年审做好了铺垫。为了配合xx部门的录入费用，及时、准确地编制会计凭证并做好凭证传递、汇总工作，以便更好地核算公司的盈亏，

为公司完成年度计划提供依据。

- 1、圆满完成x年度财务决算工作，实施报表年报的审计；
- 2、完成20xx年度广告公司所得税的汇缴工作；
- 4、根据公司管理要求，进行成本测算，并编报相关报表及分析材料；
- 5、按时并准确填报各类对外统计月报表；
- 6、积极办理其他各项涉税事务；
- 7、进一步加强了财务工作内容安全性的管理；
- 8、进一步加强了会计基础工作的建设力。

针对当前的经济环境，积极推动公司内控管理工作，加强内部审计工作□20xx年工作重点：积极推进内控制度建设；积极开展以经济责任、基建及设备引进等为审计对象的内部专项审计工作。

## 个人广告公司年终总结篇三

生活是残酷的，生存是重要的，竞争是激烈的。今天本站小编给大家为您整理了广告公司个人年终总结，希望对大家有所帮助。

第一次在广告公司工作，已经有一个星期了，来的第一天就接手做中信银行与苏宁电器的合作活动，真的很累，这几天我整个人都晒黑了很多，比以前的销售工作还要累，但是这份工作到目前為止，我还不反感，因為，我可以学会整理资料，可以学到其他的很多事情，很好。

这次中信与苏宁的活动我做的很不好，有很多我这边的工作我都没有做好，很乱。。。

针对这次活动，为了能让我在下一次工作中有一个很好的开始，我做出了一个简单的总结：

1、首先应该熟悉这次活动的活动规则，例如刷卡满多少钱送什么礼品，是分期付款，还是一次性付款等等，都应了解清楚，不然后面出的问题可就是很麻烦的问题了。

2、其次就是这次活动礼品怎么发放，有什么要求都应了如指掌，不然自己都会觉得头脑一片混乱，而且，对自己在活动结束后结算这块都会有很大的影响，会很麻烦。

3、再接著就是活动结束后，去回收礼品的同时，应带上笔及笔记本，把回收回来的礼品都记录下来，哪个点回收了什么礼品，多少个，都因详细的记清楚，过后没有人会帮你去对账的。

4、对于合作单位给活动单位营业员的奖励礼品应在活动结束后，给拿过去，不然根本没有办法实数回收。

以上就是我的工作总结，可以说是我的工作经验吧，呵呵

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

你在做什么的同时，我也在做什么，你在努力工作，我也在努力工作，我们一起努力，一起加油，我们是最棒的。加油！

光阴似箭，转眼在某某广告公司工作一个月有多了！翻看一个月的工作日志，回忆这忙碌充实而又紧张、愉快的一个多月。

今年对我具有特别的意义，因为今年是我从学校踏上社会工

作的一年，也是我踏上这个行业的第一个月。这是我职业生涯的一个转折点，我对此特别难忘的一年，尽我最大的努力去做好我的工作。通过一个月来的不断的学习，以及和上级领导及同事的帮助，我已经基本可以融入了公司这个大家庭中，个人的工作技能也在学习之余和提高。虽然工作中还存在这样那样的不足之处，但应该说这个月也付出了不少，也收获了很多，我自己感到成长了，也逐渐成熟稳重了。这一个月的工作情况总结如下：

一、以踏实的工作态度，按部就班的做好公司的检查工作

二、尽心尽职，做好公司的各项的工作。

三、本着以质量为主，客户为上，高效的工作思想精神。

一个月以来，无论是在思想认识上还是工作能力上都有了较大的进步，但差距和不足还是存在的。面对新的任务新的压力，我也应该以新的面貌，更加积极主动的态度去迎接新的挑战，在岗位上发挥更大的作用，取得更大的进步。

明天总是充满着希望，我们这个朝气蓬勃的团队同年轻的同事一起成长，共同奋斗，一定能实现公司的目标和个人理想。

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。

要做一个最好的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，它是客户重要的营销伙伴。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。

## 个人广告公司年终总结篇四

有人说，这个世界上最难的事情有两件：一是把自己的思想装进别人的脑袋；二是把别人的金钱装进自己的口袋。从这个角度来看，广告这个行业的确让人疯狂，因为他们在做着这个世界上最难的两件事。

中国加入wto组织已三年有余，“过渡期”已经结束，诸如零售等行业都已经逐渐全面放开，而广告业也位列其中。面对进入中国的国际广告巨头，本土的广告公司应该如何应对——探讨、争执、实践——你方唱罢我登场。

在本文中，我们试图总结本土广告公司在困惑中的思索、在迷途中的探索、在现实中的摸索，分成四个篇章分别论述：本土广告的困境、本土广告的理论探索总结、本土广告的经典发展案例和本土广告的未来发展模式。期望能够从中得出某些有益的线索和角度，起到抛砖引玉的作用。

中国的广告经过了青涩和逐步发展阶段，目前已经进入了快速发展期，从广告额度的快速增长和中央电视台广告招标的火热就可见端倪。

但是，宏观上来讲：来自国际4a媒体、专业化的执行公司等压力，已经使本土广告公司的发展腹背受敌；同时，中国的几个广告快速发展的城市，如上海、北京和广州等地，广告已经接近饱和，而广告公司、广告人才和资本却都积聚在这几个地方，因此具有很大的投资风险；另外，国家经济大环境的政策影响，也使本土广告的发展变得扑朔迷离。

而且，进一步分析本土广告公司在微观上的现实困境，可以总结为以下七个方面：

### 1、广告公司竞争中受到来自广告主和媒体的双重压力。

本土广告公司日益面临边缘化的处境，受到来自广告主和媒介的双重压力。由于广告主自身广告意识的觉醒，以及自身执行力的增强，对广告公司的要求也就越加苛刻。在从创意到制作、到执行、到发表，再到最后的效果评估，广告主会盯住整个流程，在广告公司制作的专业性、执行的科学性以及评估的收效性等方面提出更高要求。

另外，由于门槛较低，一些广告公司的发展还处于低水平扩张阶段，无论在社会地位、人才素质和资源整合利用方面，与部分“越俎代庖”的媒介相比都处于劣势。尤其是一些中小广告公司，由于资金较少、媒体代理总量较小等原因，在与媒体合作过程常常遇到各种问题，例如，没有足够周转资金为客户垫付广告费用，由于媒体购买总量较小而不能获得较好的价格政策。种种情况导致这些广告公司在竞争中处于劣势。

### 2、服务理念和服务水平亟待提升，服务内容有待深化。



# 个人广告公司年终总结篇五

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。

要做一个最好的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，它是客户重要的营销伙伴。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。