

# 地推工作总结(优秀9篇)

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 地推工作总结篇一

我在分公司从事广告销售业务工作，原先负责地区，今年增加了地区，销售业务范围为两个地区的酒企业、药业及旅游业与旅游政府机关等。我深知广告销售业务工作的重要性，始终刻苦勤奋工作，努力扩大广告销售业务范围，增加广告销售业务量，在分公司的正确领导与大力支持下□xx年，我全部完成了广告销售目标任务，取得良好成绩，全年累计广告销售收入万元，完成任务%，比20xx年增加万元。

我深刻知道，要做好广告销售工作，完成分公司下达的广告销售任务，必须具有良好的业务工作技能。为此，我始终注重学习，认真学习分公司的各项制度规定与工作纪律，认真学习广告销售业务知识，切实提高自己的业务工作技能，做到刻苦勤奋，认真努力工作，确保完成分公司下达我的广告销售任务。同时，我培养自己吃苦耐劳、善于钻研的敬业精神和求真务实、开拓创新的工作作风，服从分公司的工作安排，紧密结合广告销售岗位实际，坚持“精益求精，一丝不苟”的原则，认真对待每一个客户，认真对待每一项工作，坚持把工作做完做好，确保获得客户的满意，为分公司的发展壮大，作出自己的贡献。

作为一名广告销售工作人员，根本任务是拓展广告销售市场，为分公司争取尽可能多的客户，促进分公司广告销量增加，提高分公司的经济效益。我积极学习广告销售知识，掌握广

告销售的技能技巧，用自己丰富的广告销售业务知识，指导客户做好广告宣传工作，增强客户对我们分公司广告销售能力的信任，以此扩大分公司的广告销售业务量，尽可能地增加分公司的广告业务收入，提升分公司的经济效益，着重做好三方面工作。

### 1、不辞辛劳艰苦，努力拓展市场

拓展广告市场是一项很辛劳艰苦的工作，需要有锲而不舍、永不放弃的精神。我以顽强的毅力、不屈的精神跑市场，深入到两个地区，走访每一个客户，向客户介绍我们分公司的基本情况，介绍我们分公司的广告业务的特征与优势，努力取得客户的信任。同时，认真听取客户的意见，解答客户提出的问题，与客户建立互信，为分公司取得广告业务。

### 2、真诚服务客户，建立良好关系

要拓展广告销售市场，扩大广告销售业务，必须树立服务意识，为客户提供细致、周到、满意的服务。我在广告销售业务中，始终想客户所想，急客户所急，以客户的需求作为自己的工作方向，以客户的满意作为自己的工作标准，认真办好客户每一项业务。在真诚服务客户中，与客户建立良好关系，做客户的贴心人与知心人，使客户愿意在我们分公司做广告业务，并与我们分公司建立起长期良好的合作关系。

### 3、做好新老客户工作，巩固扩大销售市场

要做好广告销售业务工作，关键在于有众多的客户，既要有老客户，更要有新客户。我努力做好新老客户工作，巩固扩大广告销售市场。对待老客户，我保持与他们的良好个人关系，为他们提供周到细致的售后服务，力争取得他们的满意。在平时有时间多走访，了解他们在我们分公司做广告后的反响，寻找新的广告销售机会。碰到节假日，打个电话、发个短信表示问候，增强他们对我们分公司的好感，进一步维护

合作关系。我利用老客户介绍新客户，用老客户的事例打动新客户，以此证明我们分公司足可以信赖，可以放心在我们分公司做广告业务，并说明在我们分公司做与不做广告业务，效果大不一样。由于自己始终重视做好新老客户工作，确保自己从事广告销售工作来，广告销售量得到逐年增长。

### 1、加强学习，提高销售技能技巧

我要加强学习，提高自己的广告业务销售技能技巧，尽量做到自己的每一句话能够打动客户的心，自己的每一个销售行动能够获得客户的共鸣，为分公司争取更多的客户，提高广告业务销量，增加分公司的经济收益。

### 2、勤勉工作，扩大广告业务销售面

广告业务销售要采取主动出击的办法，绝不能在家守株待兔，等待客户上门。我要更加刻苦勤勉工作，深入、两个地区，积极做好老客户的维护工作，努力扩展新客户，力争在广告业务销售上，做到全覆盖，为增加广告业务销量，打下深厚扎实的基础。

### 3、坚定意志，努力争取客户

做广告业务销售，我要坚定意志，不怕吃闭门羹，不怕受人冷落，具有顽强拼搏、锲而不舍的精神，凡是哪里有广告销售业务，都要努力去争取，做到不争取到广告销售业务，决不罢休。

荣誉属于过去，销售艺术永无止境，明天任重而道远。面对新的20xx年，我要进一步振奋工作精神，鼓足工作干劲，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚克难，把各项广告销售工作提高到一个新的水平，为分公司健康持续发展做出应有的努力与贡献。

在房地产行业工作也已经半年多了，在销售方面还有待提高。虽然自己的水平有限，但还是想把自己的一些东西写出来，即从中发现得到提高，也可以从中找到自己需要学习的地方，完善自己的销售水平。

经历了上次开盘，从前期的续水到后期的成功销售，整个的销售过程都开始熟悉了。在接待客户当中，自己的销售能力有所提高，慢慢的.对于销售这个概念有所认识。从自己那些已经购房的客户中，在对他们进行销售的过程里，我也体会到了许多销售心得。在这里拿出来给大家看看，也许我还不是做的很好，但是希望拿出来跟大家分享一下。

第一、最基本的就是在接待当中，始终要保持热情。

第二、做好客户的登记，及进行回访跟踪。做好销售的前期工作，有于后期的销售工作，方便展开。

第三、经常性约客户过来看看房，了解我们楼盘的动态。加强客户的购买信心，做好沟通工作，并针对客户的一些要求，为客户做好几种方案，便于客户考虑及开盘的销售，使客户的选择性大一些，避免在集中在同一个户型。这样也方便了自己的销售。

第四、提高自己的业务水平，加强房地产相关知识及最新的动态。在面对客户的时候就能游刃有余，树立自己的专业性，同时也让客户更加的想信自己。从而促进销售。

第五、多从客户的角度想问题，这样自己就可以针对性的进行化解，为客户提供最适合他的房子，解决他的疑虑，让客户可以放心的购房。

第六、学会运用销售技巧，营造一种购买的欲望及氛围，适当的逼客户尽快下定。

第八、找出并认清自己的目标，不断坚定自己勇往直前、坚持到底的信心，这个永远是最重要的。龟兔赛跑的寓言，不断地出现在现实生活当中，兔子倾向于机会导向，乌龟总是坚持核心竞争力。现实生活中，也像龟兔赛跑的结局一样，不断积累核心竞争力的人，最终会赢过追逐机会的人。人生有时候像爬山，当你年轻力壮的时候，总是像兔子一样活蹦乱跳，一有机会就想跳槽、抄捷径；一遇挫折就想放弃，想休息。人生是需要积累的，有经验的人，像是乌龟一般，懂得匀速徐行的道理，我坚信只要方向正确，方法正确，一步一个脚印，每个脚步都结结实实地踏在前进的道路上，反而可以早点抵达终点。如果领先靠的是机会，运气总有用尽的一天。

对工作保持长久的热情和积极性，更需要有“不待扬鞭自奋蹄”的精神。所以这半年来我一直坚持做好自己能做好的事，一直做积累，一步一个脚印坚定的向着我的目标前行。

## 地推工作总结篇二

从加入公司成为公司的成员已经整整两个月的时间，虽然只是试用期，但心态总是以公司的一名正式员工来对待，使得自己尽快的融入到公司这个大家庭。在各位领导和同事们的悉心关怀和指导下，现将我的情况作如下总结。

这两个月的时间里，一方面是适应xx的环境，适应公司的状态，另一方面也是我自己心态不断调整、成熟的过程。相比于刚参加，现在对自己的定位以及发展方向相对比较明了，在此，非常感谢公司给予这个继续从事房地产行业的机会。除了公司对于个人的要求以外，自己的理想与公司的发展同步也是非常重要的，基于此我想最好的表现就是充分的发挥自己的特长，把自己的才能以及知识充分的应用到上。

这短短的两个月时间是紧张的，忙碌的，充实的。公司里举办了一次大型的周年庆活动，这个活生生的案例让我切身体

会到了这个团队的凝聚力，同事们的热情、积极的状态，刘总的执着，精益求精，让我真正理解了公司理念的涵义。除了周年庆活动以外，我庆幸在年前能有一次参与提案的机会，这次的提案集体的展现了我们公司的状态，不仅仅是对甲方的一次提案。也是对公司每个员工的一次提案，同事们对待的认真态度让我明白所有员工之所以执着的理由，公司有这样一个平台，让每个人都展示自己才华横溢的一面，除了自己的分内以外，还可以学习房地产其他相关的知识，加强个人的综合素质，提高专业技能，并能和公司一同彰显一个专业的姿态。通过这段时间也意识到了公司在兰州房地产行业举足轻重的地位，公司的发展对于推动整个兰州房地产策划代理行业的发展有着巨大作用。同时，公司拥有比较系统的管理体制和企业化标准运作的行政机构。这一切都让我对公司的发展充满了信心和憧憬。

根据岗位职责的要求，我的主要任务是：

(1) 负责完成组长分配下来的设计指令；

(2) 根据项目推广的需要，及时完成设计。

(3) 参与相关项目的讨论；通过完成上述，使我认识到一个称职的设计师应当在具有相当的美术功底、熟悉的设计软件操作能力的同时，要具备良好的设计心态，并且要敢于多提出自己的想法和方案，敢于创新！当然，良好的语言表达能力是向领导和同事提出自己创意想法的必不可少的。目前我在专业上存在个别不足之处，还需要多向设计团队及其他部门的各位资深领导和同事多求教、多学习。为了让自己做一个更专业的房地产设计师，除了在网上看一些专业的广告以外，也不会放过每一个参与讨论方案的机会，争取在中学习更多的知识，并应用于。

在多次的会议讨论上或者是培训课上，明显的意识到自己的语言表达能力的这个弱点，尤其是对自己不专业的地方，应

该通过学习，和大家的交流和沟通，通过自己的分析和判断，准确的表达自己想要表达的意思。

创意是设计的灵魂，创意也是设计师用来最直白的表达自己能力的方式，各个项目都有它自身的特点和项目优势，准确的表达项目所要传达给受众的信息是设计至关重要的，所以设计最重要的就是设计对象本身的功能性，这个功能性要通过我们新颖的、有创意的、并且准确的传达给受众是我们经常会考虑的问题，同时这点也是在设计领域里一个围绕产品不变的准则，在这点上，我想也是我今年要继续坚持学习的重点，大胆创意，大胆的表现。

都说知识学得越多越好，就像刘总说的，策划行业是个杂的行业，博学多才，懂的越多思考问题的时候就可以面面俱到，更能做到准确性及专业性，虽然只是设计人员，但是设计也是来源于生活，看的多，想的多，悟的多了，创意的来源也就更广，发散思维就更不用说了！

快速的有效的完成任务是每个公司都希望员工能够做到的，也是我个人认为比较重要的，两个小时能完成的如果可以在一个半小时内完成，剩余出来的时间就可以自己支配用来学习自己没有时间学习的相关知识了。应该都是认真负责，速战速决！在战场上，生命攸关，自己一点忽视有可能造成不可预料的结果，每一个任务都应该像一个战士对待战争一样。

展望20xx年的，希望能够再接再厉，我将以公司的经营理念为坐标，将自己的知识背景和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛、接受能力强的优势努力学习业务知识和创意思想，为公司的发展尽我绵薄之力，争取做出更大的成绩来。的沟通不够准确，所以这又是一次很好的经历，虽然夏装没出多少款，但我是在一点点去完善，一点点努力中去体现，我知道我现在不能去达到量的飞跃，但我要抓住质的积累。

在经历了两季的设计，我体会到了许多，设计其实并不是那么简单的把图画好，打板做好，然后生产，更主要的是在这个过程中一点点的去积累，把更好的东西慢慢坚持下来，把不足的地方去弥补完善，让自己的思维没有那么混乱，理清哪些是重要及时要去做的，哪些是可以缓解的，就是对自己思维方式的一个锻炼。还需要不断的去了解市场及客户的需求，对自己知识面的拓展，要做到走出去拿进来的想法，经常去看一些相关的资讯，了解到时尚的前沿，也要紧跟市场的潮流。还有在一些方面也是自己需要去加强的，例如在做辅料单的时候，虽然看起来简单，但是那些简单的东西中才能体现出细节，一颗扣子，一个配色线，如果在这层没有把好关，到了下一层就会出现很多麻烦，所以要更加仔细，认真。

在与板师的沟通过程中还是有许多欠缺的地方，对廓型描述的不够准确，对款式的要求不够精细，所以在以后的当中要不断的去积累，多加沟通，这样才能让款式更好的呈现。在经历了之后也有小小的收获，春装虽然没有下多少款，但也有自己的努力，夏装也有下单的款式，那些也是自己努力后的成果，我不会因为这些就满足与自己，这些只是一个开始，在慢慢的积累中会有更多的成果，因为我一直在努力，因为我会一直保持我的积极、乐观！

在临近的20xx年的开始，我对自己有了更多的要求，希望自己在新的年里能突破现在的自己，从质达到量的过渡，从简达到细的提升，从思达到做的肯定。同时也祝愿公司在新的一年里：龙腾虎跃，财运亨通，事事顺利，财源广进！

### **地推工作总结篇三**

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。

## 地推工作总结篇四

接到通知文件后，景区负责人高度重视，立即召开了旅游部门小组会议，围绕“文明健康有你有我”的主题谈论宣传标语，并就景区具体宣传工作进行部署。

1、在xx景区门口的led显示屏上，24小时不关闭，轮流滚动公益宣传标语。

2、在xx游客中心，电子显示屏轮播公益广告视频，宣传之声回荡在游客中心，吸引了不少游客驻足观望，形成了浓烈的宣传氛围。

xx景区通过此次活动服务社会群众，为景区建设做出有力贡献。

科技综合开发有限公司

20xx年5月10日

## 地推工作总结篇五

时间一晃而过，转眼间试用期已接近尾声。这是我人生中弥足珍贵的经历，也给我留下了精彩而美好的回忆。在这段时间里各位同事和领导给予了我足够的宽容、支持和帮助，让我充分感受到了领导们“海纳百川”的胸襟，感受到了作为广告人“不经历风雨，怎能见彩虹”的豪气，也体会到了重庆广告从业人员作为拓荒者的艰难和坚定。在对各位同事和领导肃然起敬的同时，也为我有机会成为今天广告的一份子而惊喜万分。

在这三个月的时间里，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过自身的不懈努力，各方面均取得了一定的进步，现将我的工作情况作如下汇报。

记得初次应聘时，我对公司的认识仅仅局限于重庆几家顶级的广告公司之一，对设计师一职的认识也仅局限于从事相对单纯的广告创意和美术执行工作。除此之外，便一无所知了。所以，试用期中如何去认识、了解并熟悉自己所从事的行业，便成了我的当务之急。

□

记得初到公司时，交到我手里的第一份工作就是一张企业贺卡的修改，然而说来惭愧的是，因为对于对方企业整体形象包装的不熟悉，导致这张小小的贺卡修改任务就让我在公司的第一天工作从下午5：00左右持续到深夜12：00以后，反复的修改和漫长的等待客户的回复对我来说，既新鲜也处处存在挑战。不懂就学，是一切进步取得的前提和基础。在这段时间里我认真学习和认识了公司各相关资料，并且对公司以前的、现在的客户的相关资料有了比较初步的了解，（这方面，小组的组长罗晖、美术指导莫剑、还有和我一样新到公司不久的美术杨泛，对我的帮助都很大，我也一直很感激他们）再加上日常工作积累使我对公司有了较为深刻的认识，也意识

到了公司在重庆广告业举足轻重的地位，她的发展对于推动整个重庆广告业的发展有着巨大作用。同时，公司拥有比较先进的管理体制和企业化标准运作的行政机构。这一切都让我对公司的发展充满了信心和憧憬。

□

根据岗位职责的要求，我的主要工作任务是：

(1) 负责完成组长分配下来的设计工作指令；

(2) 参与相关广告创意的讨论；

(3) 领导交办的其他工作。通过完成上述工作，使我认识到一个称职的设计师应当在具有相当的美术功底、熟悉的设计软件操作能力的同时，还一定要具备良好的设计心态，并且要敢于多提出自己的想法和方案，敢于创新！

当然，良好的语言表达能力是向领导和同事提出自己创意想法的必不可少的。目前我在创意想法方面存在不足，还需要多向组里的和其他组的各位资深领导和同事多求教、多学习。为了让自己做一个称职的广告美术设计人员，我也阅读了许多与设计相关的书籍，并争取在工作中有所帮助和提高。

1、学无止境，时代的发展瞬息万变，各种学科知识日新月异。我将坚持不懈地努力学习各种设计相关知识，并用于指导实践，大胆创意！

2、“业精于勤而荒于嬉”，在以后的工作中不断学习业务知识，通过多看、多学、多练来不断的提高自己的各项技能。

3、不断锻炼自己的胆识和毅力，提高自己解决实际问题的能力，并在工作过程中慢慢克服急躁情绪，积极、热情、细致地对待每一项工作指令。

## 地推工作总结篇六

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，总结以往的经验教训，虚心求教，不断学习，以待在新的一年里有所改进。

- 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健康康，快快乐乐。

## 地推工作总结篇七

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。

4□ad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。

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。

## 地推工作总结篇八

即将过去的20\_\_年，是汪氏广告公司成立的第十五个年头，而对于正在成长的我，是进公司的第一年，我有幸能和公司一同成长发展，相信这将是人生职业规划中最大的收益。

首先很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。自己无论是在工作方式、方法上还是在基本技能方面都有不小的进步。光阴似箭，转眼在汪氏已经工作两个月了。

如今，我也到了申请转正的时候，我也得写工作总结。当我

回忆起这两个月的工作经历的时候，忽然发现我也有那么多的感触，两个月的工作生活如同电影一样在脑海里一帧帧的浮现。此刻，我才发现，当用心去经历生活的时候，生活也同样会潜移默化的带给自己很多东西。

自从进入汪氏广告以来，就深深的被汪氏的企业精神所感染。创造可能；真诚做人，心爱客户，为目标而战，绝不找借口。话虽然很简单，可是句句都是精髓，传达给我们的是汪氏的精神风貌。并且这种精神影响着每一个人，感染着每一个人。进入到汪氏体会到的是一种别样的企业风貌，她年轻朝气，她严谨务实，她积极向上！

公司就如同一所学校，在这里感受到的是如同学校一般的氛围。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。

## 地推工作总结篇九

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元;实际完成632254元，未完成全年销售计划。

去年，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2017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。

2017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。

2017年，业务发展部在拓宽外协单位的同时，不断提升自己的专业水平及对客户服务的产品质量，并建立并执行“提醒式”服务系统，在一定的程度上，有效的遏制价格竞争的趋势。但是，在广告业业务和操作透明度越来越高的前提下，公司多次出现活动方案被“套”的现象和丢单的现场，由此我加强学习关于印刷及活动的相关知识，尽可能的了解这个领域的所有问题，完善自身的素质，在专业知识上领先于其他的广告公司，为公司树立良好的企业形象。

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。在以后的工作中，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工作的

重中之中。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。

总结：

“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。

我们已经历了足够的市场磨练，坚信通过我们共同的奋斗，找一个“支点”去撬动市场，打造“势能以便放大营销惯性，进行整合形成“拳头”能量！我们就一定能在疲软、透明度、市场混乱的广告行业里建功立业！