

最新广告公司年终工作总结个人发言(通用5篇)

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

广告公司年终工作总结个人发言篇一

以上这些工作的完成，直接促进了我们公司各项经济指标的完成，获得了利润。然而我个人认为，我们目前做得还很不够。公司是我们的事业平台，所以我希望真正做些能推动事业发展的事。找出我们目前存在的问题和弊端，然后我们大家一起端掉这些绊脚石，让公司站稳，把公司做大！下面我就来谈谈自己的想法！

一，问题：我们目前在专业技术上与营销服务方面，都还只能算是门外汉。由于我公司没有一个员工曾从事过广告行业、也没有人具有发展业务经验，有些单我们不敢做，因为我们水平不够，有些单我们做不下来，同样因为我们水平不够！我想，这就是束缚企业发展的最大弊端！

解决方案：强化业务学习！在许多大企业里，建设学习型组织，培养学习型员工，已经成了促进企业持续发展的目标。既然我们把广告业作为我们的安身立命之本，希望在这一行干出点成绩来，那么我们就不能满足本现在状态，而是要积极学习相关技术知识，营销知识等等，具体学什么，怎么学！我认为，学习的途径可以通过以下几种：1，自学。根据自己的业务分工，自学业务知识；2，集体学。我们可以找出一些营销知识，大家每周共同学习一两次；3，培训。公司请讲师

给大家集体培训。

二，问题：目前，我们公司存在着工作疲沓、行动散漫、做事懒惰的现象。工作积极性不高，主动性也比较差，都抱着等靠要思想。尤其是对自己要求不严，不注意小节。工作中满足于在家等着业务上门，不能主动走出门去找业务，缺乏主动性和创造性，在实际工作中表现为习惯于单凭老方式老办法想问题，习惯于凭主观意志去办事，工作毫无主动性和创造性。工作效率不高，工作效果不佳。

解决方案：提高执行力！克服懒散的问题，解决懒于学习、懒于思考的毛病，拿出求真务实、锐意进取的热情，勤于思考、敢于创新，对工作不推诿、不怠慢、不摆架子，对问题不推、不拒、不压。力求以奋发有为的精神状态高质量、高效率的完成工作！

三，目前公司存在一些制度执行不力，有制度不执行的问题。

解决方案：认真研究制度的可行性及可操作性。使其能充分起到约束、管理、规范和帮组企业经营的功能。下一步狠抓制度和工作的贯彻和落实。要做到有关制度和工作在制订时简单、明了、易于操作、便于监督，同时工作流程、责任人等明确清晰。

以上是我的肺腑之言，希望在下一阶段工作中，我们依然同心同德，努力学习，认真工作，把我们的公司做大做强！

广告公司年终工作总结个人发言篇二

(一)加强对有价值客户的重点分析，开拓营销策略。

通过仔细梳理，按照贡献度对本行有价值的大客户进行排名，并定时深入了解各层次客户的个人爱好，采取“锁定

高端客户，提供贵宾式服务；针对中端客户，提供特别服务；对低端客户，提供大众化便民服务”的营销策略。

(二)加大贷款营销力度，扩大贷款规模，不断优化信贷结构。

为增强长期发展潜力，我们从年初开始就非常重视加快贷款营销工作，积极争取扩大贷款规模，带动对公存款业务和结算业务。一是优良客户的贷款营销，针重点企业，加大授信额度，主动营销贷款。二是加大项目贷款的营销，三是加大了按揭贷款和个人消费贷款等低风险贷款的投放力度。通过扩大增量，把更多的贷款投向双优客户，从而带动存量的优化，实现贷款结构的有效调整。

在贷款管理的基础工作中，支行以严格实施预警预报制度为核心，全面提高信贷资产管理水平。首先，严把贷款准入关，贷款发放坚持双优战略，对可贷可不贷的坚决不贷；其次，坚持贷款客户的分类管理，实行主动退出，逐步压缩一般客户，主动淘汰劣质客户。三是严格实施信贷管理的预警预报制度，使这项工作成为信贷管理最有力的工具和每个客户经理的日常工作，加大对此项工作的考核与奖惩。

(三)客户维护活动形式多样化

以答谢客户为目的，结合不同客户的特征，采取不同的维护方式。比如，在代发工资方面，通过与重点代发工资户开展联谊会、座谈会、回访等形式，一方面了解客户的实际需求，一方面向客户介绍我行的服务渠道和理财产品，对重点代发户每月至少访问一次，了解其对于我行的服务是否满意，对我行的金融产品或者服务是否有新的建议。

加强与客户之间的沟通与交流，积极巧妙地将各种有利的情报提供给客户，包括最新的行业信息和政府信息等，增强客户对本行的了解。邀请客户参加多种形式有意义的活动，

借此把握营销机会。

(四) 善于反思和总结，积累经验

总结在一定程度上是工作前进的助推器。对每一次的工作进展情况及其完成情况都要做好总结，积累经验，为以后的工作奠定良好的基础，也便于及时发现问题，弥补不足。只有不断的总结才能把有益的东西积累起来，融会贯通，形成一种强大的工作手段和营销体系。这一年，我们市场部的工作取得了一定的成绩，但面对复杂多变的宏观经济形势和激烈竞争的金融形势，我们还存在许多不足，一是存款结构不合理，部分存款过于集中与大户，容易产生大起大落，纯负债客户资源比较匮乏。二是信贷投放较慢，手续过于复杂，制约了信贷规模的进一步扩张和效益的有利提升。这些都是我们今后要加以克服和解决的。

明年的工作目标和措施

广告公司年终工作总结个人发言篇三

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。但是由于人员的流失对于高效团队的建设还是有较大的影响。

怎样维持设计人员的稳定性，完善合理的流程制度，提高设计部的整体运作效率，打造出海骏的广告部团队，是一个需要长期摸索的任务。

设计部依然存在如下几个方面的问题

1、人员专业素质暂时还无法满足设计部正常运作的需要，缺乏创新意识。

2、方案设计与图纸绘制水平与公司整体发展还有一定差

距。

3、工作积极性不够高，缺乏自我管理与完善能力。

广告公司年终工作总结个人发言篇四

时光流逝，转眼又到年底了，又到了我们写年终工作总结的时候，这样的年终工作总结怎么写呢?下面是小编搜集整理的广告公司个人年终工作总结格式模板，欢迎阅读。更多资讯请继续关注工作总结格式栏目!

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be outstanding.

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最具潜力，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。

工作总结是对一定时期内的工作加以总结,分析和研究,肯定成绩,找出问题,得出经验教训,摸索事物的发展规律,用于指导下一阶段工作的一种书面文体.它所要解决和回答的中心问

题,不是某一时期要做什么,如何去做,做到什么程度的问题,而是对某种工作实施结果的总鉴定和总结论,是对以往工作实践的一种理性认识.工作总结是做好各项工作的重要环节.通过它,可以全面地,系统地了解以往的工作情况,可以正确认识以往工作中的优缺点;可以明确下一步工作的方向,少走弯路,少犯错误,提高工作效益.

工作总结还是认识世界的重要手段,是由感性认识上升到理性认识的必经之路.通过工作总结,使零星的,肤浅的,表面的感性认识上升到全面的,系统的,本质的理性认识上来,寻找出工作和事物发展的规律,从而掌握并运用这些规律.毛泽东同志曾指出:领导者的责任,就是不断指出斗争的方向,规定斗争的任务,而且必须总结具体的经验,向群众传播这个经验,使正确的获得推广,错误的致重犯.

写好工作总结,须勤于思索,善于总结.这样可以提高领导的管理水平,培养出理论与实践相结合,具有工作能力的干部.总结中,须对工作的失误等有个正确的认识,勇于承认错误,可以形成批评与自我批评的良好作风.写好总结,须从以往的工作实际出发,可养成调查研究之风.总之,写好工作总结是非常重要的,但也要非常困难的.难度主要表现在两方面;一是总(过去的工作),二是结(工作的经验,教训,规律).要正确处理好两者关系:总是结的依据,结是总的概括.

1. 按内容划分

(1) 思想工作总结

(2) 经济工作总结

2. 按范围划分

(1) 地区工作总结

(2) 部门工作总结

(3) 单位工作总结

(4) 个人工作总结

3. 按时间划分

(1) 月份工作总结

(2) 季度工作总结

(3) 年度工作总结.

(4) 三年以上工作总结

4. 按性质划分

(1) 综合性总结

(2) 专题性总结

1. 客观性

总结是对过去工作的回顾和评价, 因而要尊重客观事实, 以事实为依据.

2. 典型性

总结出的经验教训是基本的, 突出的, 本质的, 有规律性的东西, 在日常学习, 工作, 生活中很有现实意义, 具有鼓舞, 针砭等作用.

3. 指导性

通过工作总结,深知过去工作的成绩与失误及其原因,吸取经验教训,指导将来的工作,使今后少犯错误,取得更大的成绩.

4. 证明性

这是说总结的基本表达手段是被动的(严格地说是证明),它要用自身实践活动中的真实的,典型的材料来证明它所指出的各个判断的正确性.

工作情况不同,总结的内容也就不同,总的来说,一般包括以下几个方面:

1. 基本情况

包括工作的有关条件,工作经过情况和一些数据等等.

2. 成绩, 缺点

这是工作总结的中心重点. 总结的目的就是要肯定成绩,找出缺点.

3. 经验教训

在写总结时,须注意发掘事物的本质及规律,使感性认识上升为理性认识,以指导将来的工作.

广告公司年终工作总结个人发言篇五

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。

在今后的工作中，我将努力提高自身素质，克服不足，朝着以下几个方向努力：