

最新广告年度工作报告总结 广告公司年度工作报告(大全8篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。那么什么样的报告才是有效的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

广告年度工作报告总结篇一

一、 回顾20__年

一个人的成功与否，其对自身的认知是很重要的。我于20__年11月26日来到公司至今也有一个月时间了，对公司的业务结构，能力方面也有了大致的了解，并参与了部分工作。如：银川媒介资源信息调查，中海地产开盘，区灾害实验室揭牌仪式，超市收银纸背面小票业务，国电英力特年度团拜会活动等。总体来说，这一个月过的很充实，学到了不少东西。同时也发现了自己身上的不足之处。下面我将一些已经比较熟悉，参与时间比较长的业务进行分析，也是对我自身工作的评价。

二、 中海地产开盘仪式

这是我第一次参加方案执行，真的学到了很多东西，我了解了开盘流程，了解了我们的业务该如何实施，此次活动对我影响特别大的问题是当时我的业务能力不够熟练，也许是我初次不够了解。但是有了此次的活动经验，我相信下次我会做的很好。

三、 超市收银纸背面广告

这个业务是学习其他公司的经验，通过自己改良，自己构思，

自己去尝试实施的业务。前期做了大量分析。招商，制作方面都已经可以进行，但是导致失败的是我的市场渠道信息没有把握好，超市方面没有及时沟通，使得本来到手的可以运作的业务不得不停止。但是在于客户良好的沟通下，也得到了客户的谅解，并且累计了客户资源(丰田万易丰)。后来由于小票改制发票，这个方案宣告失败。从中我明白，创新是很重要的，借来别人的东西加上自己的想法就是一种创新。

四、国电英力特年度团拜会活动

这次活动是由杨经理介绍，由我来负责策划，布场，竞标方案等工作。这次我也学得了特别多的东西，比如谈案子，这是我第一次向客户介绍方案，这个案子客户寻找了三家同行广告公司，逐一进行比较，当时在谈案子的时候我还是稍有紧张的，但是我对我的创意还是很有信心，在谈论的过程中我将案子的亮点重点都介绍出来，让国电企划部的领导十分感兴趣。可是就在我以为可以选上的时候客户却告诉我没有选择我们的方案，比较失望。

总结原因如下：

一、其中的一家广告公司与国电有过合作，国电方面比较放心。

二、我们的方案构思不错，但是具体实施方面有些不足。

三、客户对新构思的方案有些不信任。通过以上三点，我明白一句话，新奇的不一定是最好的，用过的才是更稳妥的。但是我觉得创新是发展必不可缺的因素，所以我会继续努力，发扬自己的风格。

以上是我这一个月来的工作内容，也是我的工作心得。随着工作时间的积累，我会做到越来越熟练，越来越稳妥。

这里除了工作以外，我还要做出检讨，这一个月上班，请假的次数较多，今后会多多注意!这是一个态度问题，我会尽量做好。

回顾完20__，我想展望一下20__年。龙年即将到来，在这个寓意飞黄腾达的年度，我将会更好的做好自己的工作。在服从安排的同时，也为公司新业务的拓展出一份力。20__年计划向公关策划媒介方面拓展，我现阶段的构想有：分众媒体(框架广告)、户外拓展、人民网栏目承包、公益旅游这几个板块。

分众媒体框架广告主要思路是在广告页面上做一部分公益宣传信息作为噱头(比如119防火知识)进行推广。特点是成本低，分布广。

户外拓展主要思路是于会展相结合，做银川市企业文化培训，也可向旅游方面考虑发展别的类型。

公益旅游初步想法是由部分慈善机构和企业以及西吉县相关资源进行整合。达到为企业，政府树立形象的目的。西吉这块资源有旅游，特产，矿产等未开发完全的项目，通过公益活动进行开发，是一个新型的手段。同时可以利用人民网的舆论能力，将业务进行开展。

构想了这么多，如何验证甚至实施将是一个巨大的问题。以上大部分想法都是借助于其他城市同行业的经验，在银川的可行性还有待调查。但是我已经再做准备，因为如果不尝试，谁又能知道这会不会是个生财之道呢?同时，也希望领导能予以支持，在此感谢。

以上是我20__年度工作总结报告，有不足之处还请领导指示。我希望在思源可以实现自我认识价值，我相信付出就会有回报。让我们展望20__的到来吧。

广告年度工作报告总结篇二

一、主动学习发达地区同行业公司的发展经验，考察、探索户外广告设施建设新模式，积极推进户外广告设施建设技术创新。

二、积极实施长途汽车西站绿地广场LED电子屏广告牌建设，完成前期审批等准备工作。

三、合理统筹安排中心城区道路指示牌（二期）项目，共建设完成灯箱式道路指示牌50座、单立柱道路指示牌12座。

四、在政府主管部门不予批准开挖道路的情况下，不等不靠，结合人行道铺装改造，统筹兼顾、见缝插针，组织完成中心城区灯箱式道路指示牌，30座灯箱的通电亮化工作。

五、在建设广告牌10座（共30面）的年度目标上，超额完成中心城区户外立柱广告牌9座（共69面），为20xx年广告经营工作奠定了良好的物质基础；剩余1座因与区水务局省属项目用地冲突，暂缓建设。

六、配合中惠通信公司完成城区地下弱电管网建设24公里，完成投资1200万元。

七、完成中心城区大型户外立柱广告牌和灯箱式道路指示牌租赁经营工作：

1、超额完成中心城区户外立柱广告牌产值93.33万元的工作目标，实现经营收入97.54万元、利润53.78万元。

2、超额完成中心城区灯箱式道路指示牌产值105万元的工作目标，实现经营收入117.2万元、利润50.04万元。

八、完成中心城区大型户外立柱广告牌和灯箱式道路指示牌

维护管理工作：

1、完成已投产经营的6座户外立柱广告牌，维护管理工作，完好率达到100%。

2、完成已投产经营的300座灯箱式道路指示牌，维护管理工作，完好率达到95%，破损率控制在5%以内。

九、编制完成惠民广告传媒公司管理制度，规范了员工行为、维护了企业和员工的共同利益。

一是尚未建设形成制度管理和流程管理机制，企业管理靠经营者亲力亲为，企业内部的行为缺乏标准，甚至员工会陷入“推一下才动一下”的无序状态。

二是对工期计划的编制缺乏前瞻性，对影响计划执行的气候、施工企业水平等因素考虑不周，对于计划的确定没有及时有效的进行分析讨论，造成工期滞后严重，计划时间与实际完成时间偏差较大。

三是施工单位不能正确对待质量、安全、工期和效益的关系。为片面追求经济利益，牺牲工程的质量和安安全，工作任性随意，力求造成既成事实来逼迫建设单位接受。

一是明确战略构想，做好三篇文章、强化三种意识、实现三大目标：

做好三篇文章，即：探索企业转型方向，为企业发展准确定位；搞好市场开发，拓展生存空间；加强企业文化建设，提高员工队伍整体素质。

强化三种意识，即：强化市场意识；强化创新意识；强化忧患意识。

实现三大目标，即：严格管理，讲求效益，创建一流企业；面向市场，严格管理，培育一流队伍；站稳本地市场，盯住周边市场，开发国内市场。

二是进一步健全和完善制度，不断提高企业管理水平。积极推进各项工作迈向规范化管理，竭力为公司持续发展、科学发展提供有力的制度保障，初步形成具有自身特色的横向配套、纵向贯通的制度体系。

三是注重企业文化建设，推动团队健康发展。把企业文化融入到企业经营管理各个环节，延伸到员工工作、生活各个领域，针对企业基础管理、民主管理以及领导班子建设、员工队伍建设等重点工作开展文化创建活动，以此来提升企业的管理水平。

四是强化企业内部管理，只有做到工作内容指标化、工作要求标准化、工作步骤程序化、工作考核数据化、工作管理系统化，才能夯实企业扎实的发展基础。

五是注重培训，结合公司员工队伍的实际，立足当前，着眼长远，采取有力措施，有针对性的开展各种培训教育，逐步形成和完善员工教育培训体系，不断提高员工综合素质，为广告传媒公司的可持续健康发展，提供人才保证和智力支持。

广告年度工作报告总结篇三

xx年的工作时间xx年3月-xx年1月，10个月的工作时间涉及的行业：投资担保40余家、食品30余家、婴儿用品40余家、汽配大世界、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界、国际茶城、豫州电动车批发市场、国产汽车配件、名优汽配广场，投入时间最长的为投资担保(6月-12月)，合作的客户：亿诺担保、瑞远担保、369担保、商都妇产医院、一鸣出国教育、国际茶城、北环汽配车饰广场、陈砦花卉大世界，中原花木城、经济视点报、海瑞制药、云梦服饰、新成汽车贸易公司，但真

正了解这些公司内部详细情况和决策者的兴趣爱好，几乎没有，以往工作中有一种错误的观念，始终认为发展向导或发展多个向导是浪费时间和给自己签约时会造成麻烦，只知道公司名称和联系电话就开始和客户联系推荐自己的产品，所以和客户的关系一直也都不是特别理想。

二、对照上年工作总结和计划的总结：

2、没找对人、没说对话，2012年每次拜访客户先通过向导或外部了解客户的基本架构授权，好好想想设想拜见时客户给与好的回复，在心里自己鼓励自己，想好要说的话和想要了解的事。

3、心太急，没去见客户以前联想的太多，而提前基本很少去考虑客户真正的需求点和目标宣传是个什么样子，就去拜访客户，造成不能说服客户，反而自己自信心下降，所以在2017年的途中避免发生盲目的追求和盲目的和客户谈判，一定要做好准备。

三、顾问式营销的六大步骤和基本要求对照分析自己的执行情况：

摧龙六式的第一式客户分析：

第一步在客户分析和客户资料收集、客户资料分析判断上要改变以前的单一形式，比方说客户资料收集方面是做业务最基本、最基础的东西，其实以往的方式方法有很多种如上网、看报、114、12580、户外、电视□dm□行业周刊，这些最基本我都能做到并且自己在这方面做的还不错。

第二步通过人脉关系自己的朋友同事介绍客户资料这个问题还不大，但是通过老客户去转介绍的很少，因为总觉得自己对老客户的服务根本就不能让其满意，从做业务到现在只有5个老客户给我进行转介绍，所以这数字是非常可悲的，不管

什么原因，自己没做到让客户满意那就是自己的原因，以后在这方面还得加大自己的人际关系力度，比如说：通过行业聚会，和朋友约会多了解，另外多学习一点人际关系相关的课程。

第三步最关键的一点内部资料审核是非常欠缺的，在这个上面自己只能给自己打10分，所以以后要全面地了解客户的个人资料包括爱好和兴趣、家庭情况、喜欢的运动和饮食习惯、行程，所有的一切都要一清二楚。第四步收集完了资料后就应该对客户的组织结构进行分析，行业内部信息进行判断分析，包括从客户的级别、职能以及在采购中的角色将与采购相关的客户都挑出来，从中找到入手的线索，这是以后需要重点运用和练习的。

第五步内部资料审核通过这段时间的培训过后，了解到也就是说得到了他的资讯和信息过后自己首先要对客户的内部基本资料有所了解，包括他的营销状况、和客群定位、客户的实力这些是最起码知道的，这其中我认为是一缺不可，而以前这些我认为都没做到，所以以后要仔细观察和体验这方面的技能。

第六步判断销售机会，也是关键的步骤之一，它就立刻决定了你的销售是否能进入下一个阶段，如果连销售机会都没有的话就不要进入下一步，免得将时间和资源花在不会产生签约的客户身上。经过公司的培训过后也意味到自己身上存在这很多的不足，我认为自己以后应该在如何发展人脉和人脉的维护以及发展向导上面加大自己的学习力度(和公司做的前两名和广告行业的精英学习)，现在这个社会不是单打独斗的个人了，个人再能干不如团队一起干轻松，所以团结协作尤为重要，改变要从现在、要从自己开始，所以我相信学习也是我现在的首要任务，为了更好的发展自己的人脉建设，这段时间也在从网上去研究一些如何发展人际关系(曾仕强的人际关系学)，现在认为良好的人脉关系需要具备：首先要做到打开自己真正去理解、包容和接受别人、真心的为对方着

想、不撒谎、不欺骗、多参加社交活动。

摧龙六式的第二式建立信任亲和感：

我认为做销售就要搞关系，关系搞好了自然而然业绩就好起来了。

第一步得事先了解客户结构的授权和管理结构，并且我认为还应该了解客户的个人资讯性格爱好和兴趣、家庭情况、喜欢的运动和饮食习惯、行程，这样的话自己就知道了如何去相处，我觉得这些内容我以前的做法只能打5分，可见自己这一方面是非常非常薄弱的，所以首先要加强自己的兴趣爱好，以免到时不能与客户共达统一频道，从而避免不能达到预先的亲和效果。

第二步在拜见当中给与对方好感，这些我认为自己能打30分，因为我的优势给客户的第一面是很诚恳的、客户一般不会有特别的戒备之心，在拜访前我也会在脑海中进行话语组织，也能在客户面前打开自己，进行下一步的梳理和定位客户当下的一些情况，但在兴趣互动和建立同盟中自己觉得只能给自己10分，所以前两个阶段是建立好感和约会阶段，所以以后应加强客户的信赖感，和客户进行家庭活动，吃饭聚餐，卡拉ok

第三步建立同盟因为客户的架构一般不是那么简单的，在决策中影响判断的往往有好几个人，所一就要通过这个信赖你的人想自己提供透漏第一手资料，帮你穿针引线，所以建立向导和接触发起人的关系得加强运用，只有对客户了如指掌，才能找到正确的时机和方法去推进关系，所以无论以后的生活或工作中要更加注意运用兴趣互动。

摧龙六式的第三式需求审核、发现需求：

第一步审核当前客户的主要方向和问题：

这一点以前工作中根本就没注意过的事，自己打分也是0分，所以要想尽一切办法从侧面的了解决策者的思路 and 一贯作风，如果决策者有了新的问题和挑战就要联合向导(影响层)寻找解决方案，关注决策这所想的所关注的，自己也尽量与决策者直接面谈，所以要换位思考决策者的想法和理解影响层最关心的话题进行深入。

这一点自己的分数也是0分，因为以前即使找到了决策层也不会这么细的进行分析和判断，所以对决策者的思路总觉得一头雾水，当然这里面的因素很多，但这一点我觉得也是最重要的原因之一。

摧龙六式的第四式价值的呈现：

里面看到了要想取得一个客户的信任和签约仅仅提供媒体价值是远远不够的，更重要的是对客户的本人爱好和公司最根本的目标需求和需要解决的问题，这些问题不解决即使签约的客户，没有一定得成就感，也觉得可能是运气比较好。

第一步结合客户的需求点和待解决的问题内容进行价值呈报：

这一点自己只能给以前的工作打20分，因为以前总觉得自己的价值自己的优势说的越多可能越能打动顾客的心理，现在知道了客户决定采购时决不可能只看某一个指标，应该将采购指标引导到对我们有利的方面来，自己领悟到无论你将的产品特点说的再好、讲的再诱人，只要竞争对手只要比你好一点，比你心细一点，那我就失败了。所以在以后业务的过程中一定要围绕客户的需求找到优势和劣势，去巩固优势消除威胁。

第二步与影响层的互动和介入：

这一点只能给自己打20分，因为以前如果和发起人联系的话，我会把所有的希望寄托与这个发起人，然后就一直和发起人

打太极，缺少及时的与决策者影响层互动和介入，所以以后要善于跨越联系人发起人到影响人拍板人，要做到先去接触再和向导仔细研究和分析，从而达到签约的目的。

第三步说辞的准备：

这一点自己的得分也是0分，以前只要前期达到了，拿到这一步就是等待还是等待，因为经常觉得到了这个阶段已经是非常成熟了，没有必要顾虑太多了，但是往往好消息的开始也是悲剧的发生时段，不知道这其中还是有很多待解决的潜在问题，重新站在决策者、影响者、使用者、评估者的角度上进行重新思考、重新排列，列出可能会存在的问题和疑虑，先自己进行分析和解决，多余朋友、同事、领导沟通自己列出的这些问题进行分析，当然准备的多了到了客户那底气就多了一份自信。

五式赢取承诺、成交签约：

第一步确认意愿和审核疑虑：

往往一般到了这个地步就是很单纯的认为只要收到钱就是最好的，所以更多的时候忘了应该要确认客户的意愿、解决客户的疑虑从而进行互动谈判，所以在从中失去了不少的客户，这点只能也给自己0分，我认为谈判中最重要的一步就是了解对方的谈判角度和立场还有待解决的问题，从而围绕着这些困惑和疑虑进行逐一攻破。

第二步互动谈判和如何推动签约：

第一步签约了之后还要继续与客户之间的关系：

我认为这一项只能得20分，因为签约前态度都非常热情，总想把所有知道的事情全部都告诉他，总想把产品的特性和特点全部说出来，可一旦签订了协议交了钱，态度就没有以前

那么好了，只是可能会问一些最近的生活状况或是公司运营状况，所以从心里感觉签约前和签约之后感觉是很不一样的，我觉得这一项也需要公司的大力配合，以前我们的公司一次性的买卖非常多。

第二步强化关系和信息回馈：

我认为即使客户和你签约了合作了，这个时候才是你真正服务的开始，所以我很反对以前的一锤子买卖，所以在以后的工作中要加强重视客户的信息回馈，不好该如何调整，好的应当保持，我希望这一点公司也能给予足够的支持。

第三步决策互动和人脉转介绍：

得到了客户的认可转介绍非常容易，我认为在这一点xx做的尤为不好，因为很多客户都是因为合作了之后提出一些异议没解决或不能解决，才导致的客户再次死亡，所以人际关系学我要在三月份之前认知努力的学完并能领会其真正含义，要经常和自己的客户互动谈心，聚会、吃饭、娱乐。

四、2017年个人的目标额度(1、全年的目标额度2. 月份的目标额度)

1、2017年自己准备涉足的行业为：服务业、酒店、餐饮、娱乐、教育培训、金融、证券、银行、食品。

2、最少200个符合我们媒体的客户资料教育培训50个、酒店餐饮50个、休闲娱乐50、银行、证券、投资担保60个、食品10个、医院20个、白酒、装饰及其他60个，2月8号以前全部列出来进行初步筛选。

4、3月份以医院、白酒为主打，所以在春节期间尽可能的多了解医院资讯，这一点以前的同事可以帮我，在一点在网上多留意一点这些内容。

5、4月已投资担保、婚纱摄影、奶制品为主，3月份每天抽出半小时了解婚纱摄影及奶制品行业资讯，在网上也留意次讯息。

7、6月份保险、金融、银行证券和饮料，应以饮料为主打，因为再过一个月是饮料和啤酒销售的高峰期。

8、7月教育培训(瑜伽、乐器、艺术培训学校)、食品饮料为主

9、8月饮料、啤酒、出国留学为主

10、9月啤酒饮料、红酒、月饼茶叶茶具为主

11、10月以礼品、家具、花卉市场为主

12、11月以白酒、投资担保为主

13、12月以白酒、装修装饰及材料为主

1、为了提高工作效率应减少业务人员填写公司单据的时间，会议期间应严格执行会议几率，达到简单高效，加长会议中的客户分析时间。

2、晨会宣读完毕后应紧跟着部门会议，会议结束后应部门的全体人员做个小游戏，激发业务人员的斗志之后再出去拜访客户或电话约访。

3、多分享团队成员成功和失败的经历经验，加强对新员工的一对一帮带工作(最好责任到人)。

4、建议公司能够增加公司员工的外部培训次数，建立一种学习型团队。5、应多组织员工的集体活动，彼此增加之间的情感，让我们真正的体现出团队凝聚力的价值所在。

6、注重员工的个人情绪，必要时一对一沟通。

六、个人的职业规划和成长目标上具体计划为：

1、自己2017年全年的目标计划设定为：2017年6月之前最少完成里面的三分全部内容(信息获取的技能运用，要从多种公开资源获取;营销前的事先准备工作，有行业和客户营销和传播的待解疑问;客户筛选技能运用效率，客户市场阶段评估分析合理;回访客户的介入理由策略选择和陈诉;情绪与行为之间关系(工作中)的觉察和体验;有区分客户观点和反应的实际表述;客户的基本状况及需求关注点;结合客户市场媒体价值表述;知道其真实行业、客户媒体选择理由、媒体观;有节奏好、提问回应好;有个人学习得知识在客户沟通中的应用);2017年6-12月完成初日考核内容评分标准的全部内容(对现有的媒体运用(执行)出色，能将媒体价值和客户需求紧密的相结合;客户的资料通过多方获取比如：人脉介绍获取、特殊渠道获取;明晰媒体的推广目的和了解客户的媒体投放有关工作流程;和客户之间的沟通应达到互动探讨和引导客户的购买需求，在沟通中要换位体察对方感受)要达到以上内容自己必须严格的要求自己。

2[xx年3月通过自己两年的努力，拥有一辆马自达6自动旗舰版(红色)、个人存款10万元、累计个人财产30万(每天看着自己xx年的目标来对比自己每天的工作总结计划，不断的反省和询问自己照这样下去自己的目标能不能在这个期限完成，如果完不成我将如何改动我的工作方式?为什么完不成?)。

3、积极配合公司的各项指标落实情况，做好时间的合理安排，通过一年的时间[xx做到公司的中高层管理人员、做到对金融、教育、食品行业清晰三个行业，能在这个行业做到轻车熟路，能给新员工讲解这三个行业信息的搜集和学习办法，领导有事不在时做到积极努力的争取召开公司的业务部门会议，能够对新员工学习公司的业务项目进行指导性作用。

4、通过两年的努力2017年之后，自己要往职业经理人道路上发展，做到本公司的高层管理人员，配合公司制定相应的制度，严格准确无误的执行下去，在公司的高层领导不在时做到积极努力的争取召开公司的全员会议，能够对公司各个部门的整体发展和整体工作战略业务项目进行指导性作用。

5、2017年1月23日—2017年每天抽出一个小时学习行业知识、半个小时分析当天所遇到的客户情况，做到熟悉客户个人信息，熟悉客户公司和行业(xx年1月-xx年12月通过书籍、网络和参加课程学习主要对人际关系和时间管理学习，并能熟练地运用人际关系技巧和熟练地将自己的时间合理的规划;xx年1月-12月通过书籍和网络、参加课程学习学习管理思维方式方面和时间管理知识，掌握有效地管理技巧，达到能灵活的运用管理的方式和执行能力，熟练地将自己的时间合理的规划;2017年1月-12月通过书籍和网络、参加课程学习如何成为一个卓越的职业经理人，有效地管理技巧、带领团队和管理团队的要领、营造优秀的企业文化要领、增强逆境抵抗力和逆境中解压的方法并能够熟练地将自己的时间合理的规划)。

七、对照初级日考核内容标准在xx年的学习和准备涉足行业的计划和目标:经过上述情况自己也清晰的认识到了在xx年自己的工作方法和个人计划目标，自己准备涉足的行业：服务业、酒店、餐饮、娱乐、教育培训、金融证券。

1、加强自己的时间管理□xx年1月21日—xx年7月改变自己以往的思维模式和销售模式，一定得转变让自己变成顾问式营销，使自己慢慢变强，从根本解决盲目拜访客户、盲目销售自己的产品，定期维护回访客户每天坚持打电话20个、至少回访老客户保持在2—5，多向公司的老员工和公司领导多沟通多学习，在工作中遇到的问题多请教，每天晚上总结思考当天在工作中的不足(那些事是今天做的特别不好的?导致不好结果的原因是什么?下次我该如何避免类似情况再次发生?那些是今天做的不错的?达成了都很么结果?以后我该如何持

续下去?)详细的明天工作计划视情况每天晚上完成(我要电话拜访多少个新客户?邀约多少?拜访几个?达到什么程度?)。

2、1月21日—2月8日学习公司内的知识(销售流程、产品介绍、广告媒体的优劣势、客户分析眼光)，多向公司内部的销售前两名同事或向领导请教，行业内的知识，另一部分通过网络对广告销售学习，了解咱们现有的媒体优势和劣势，如何将媒体的优势发挥到最大的成效。

3、从现在开始每天用1个小时的时间学习金融(投资担保、保险)、教育培训(私人培训、职业训练、职业学习)、食品行业、酒店餐饮的行业情况(1月25日—2月1日每天2个酒店餐饮、教育培训(私人培训、职业训练、职业教育)行业知识学习;2月1日—2月7日每天两个小时对食品行业)，达到自己能熟悉行业的内部资讯，了解行业的优劣势，如何在谈判中切入客户感兴趣的主题中，避免盲目拜访。

4、2017年6月之前最少完成里面的三分全部内容(信息获取的技能运用，要从多种公开资源获取;营销前的事先准备工作，有行业和客户营销和传播的待解疑问;客户筛选技能运用效率，客户市场阶段评估分析合理;回访客户的介入理由策略选择和陈诉;情绪与行为之间关系(工作中)的觉察和体验;有区分客户观点和反应的实际表述;客户的基本状况及需求关注点;结合客户市场媒体价值表述;知道其真实行业、客户媒体选择理由、媒体观;有节奏好、提问回应好;有个人学习得知识在客户沟通中的应用);2017年6-12月完成初日考核内容评分标准的全部内容(对现有的媒体运用(执行)出色，能将媒体价值和客户需求紧密的相结合;客户的资料通过多方获取比如：人脉介绍获取、特殊渠道获取;明晰媒体的推广目的和了解客户的媒体投放有关工作流程;和客户之间的沟通应达到互动探讨和引导客户的购买需求，在沟通中要换位体察对方感受)要达到以上内容自己必须严格的要求自己);2017年2月-2017年3月学习《余世维-有效沟通》2017年3月1日-20日《曾仕强-人际关系学》2017年3月21日-4月15日《尚致胜-nlp致胜行销学》2017

年4月16日-5月1日《曾仕强-情绪管理》。

广告年度工作报告总结篇四

光阴似箭，转眼间又进入了新的一年20__年，新的一年是一个新的机遇与挑战！

虽然我来公司时间还不长，但我真的很庆幸！刚来公司就参与了报社举办的年会，使我见证了公司09年的辉煌！而对公司未来的发展充满了信心！虽然我来公司还不久，但我已完全感受到博闻大家庭般的温暖！大家庭里，大家团结且都极富朝气！虽年轻，但是都经验丰富！所以我坚信09年的辉煌只是一个新的开始，博闻的明天定会蒸蒸日上！

一、第一个月重点：主要熟悉西部车城客户，为后期接手车城工作做好有利铺垫。俗话说：隔行如山，每个行业都存在着不同的潜规则，通过对车城客户不断的服务及拜访，再次特别感谢同事的不断帮助与指导以及他对工作的认真负责才有可能使我快速掌握行业的基本业务知识和与客户交谈时注意的事项，察言观色，如何去了解客户的真正意愿！

二、第二个月公司领导经过协商给我划分了东郊及西郊的部分客户。为避免由于服务换人对客户有可能造成的不便，本月工作重点主要是多拜访，多熟悉从而尽可能减少不便，拉近与客户之间的距离及陌生感！，天气这么冷，却不辞辛苦！使我能顺利的见到唐都集团、彤立江、景泰比亚迪等等的各部门领导层及主要负责人！

回首近二月来的工作，尽管我为公司的贡献微薄，但总算迈出了新区域，跨行业发展的第一步。在领导及各部门同事的帮助下通过工作学习和与同事之间的相互沟通，我已逐渐容入到这个集体当中。个人的工作技能也在学习之余不断提高。虽然工作中还存在这样那样的不足，但应该说这个月也付出了不少，收获了很多。无论是在思想认识上还是工作能力上

都有了较大的进步，初来本公司时，由于行业的区别，确有过束手无策，好在有同事的耐心帮助，在这短暂的近两月时间里，通过对客户的拜访，回收款等工作使我对本行业工作及业务操作流程有了足够的认识和了解。

一、制定每周、每月的工作计划。小划到每日。利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场。每日拜访客户不低于6家，“量变才能质变”！

二、制订学习计划。学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接影响到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时根据需要调整自己的学习方向来补充新的能量。业务知识、营销知识、了解行业客户的具体情况！

三、面对竞争激烈的市场，而对于我们汽车行业客户来说，目前市场情况就是服务和价格战，因此服务就显得格外重要了！如何取悦于客户？同等的市场条件下我相信更加专业的技能和优质的服务，将是决定性的因素！因此，我将努力提升自己的专业知识和服务理念！

四、增强自身信心，积极主动地把工作做到点上、落到实处。

以上，就是我对20__年的一些计划，可能不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。

20__崭新的一年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作效率！

广告年度工作报告总结篇五

1、继续优化员工工作流程，深化特别是专业方面的掌握度。

解决方法：比如可以有本员工常规业务手册。本人客服人员，业务人员可随身备有本“常规物料对外协议价-特别准对移动的项目”。从而能第一时间解决客户的需要，快速解决工作，提高效率。当然，优化工作流程的方法很多，宗旨是工作要做到快速反应。

2、综合能力的培养。

解决方法：根据员工的业务需要，综合处理能力了解，的比如说，提高全部员工，对工作中涉及基础知识和软件的了解，至少能做到，一个物料，涉及什么文件格式，什么精度要求，什么材料输出，不需熟悉但要做到了解，从而能做到简单工作的处理，避免工作的重复性，减少因为综合处理的缺失导致工作的延缓。

3、绩效制度的执行对工作积极度产生正面的作用。

解决方法：员工的积极工作，开心工作，是每个公司发展的软实力基础，提高员工对绩效激励的了解并对工作充满激情及热爱，无论公司，个人，做到有钱一起赚。

4、公司活动的多样性

解决方法：员工活动，是提高员工了解，配合，从而为工作中团队合作打下基础，有益于公司发展。九域的活动一直是良好的，健康的，如果再丰富一点，更能让员工对公司有归属感。比如上次活动中的野战和温泉，就是我比较喜欢的活动，最好有些体育休闲方面的，比如高尔夫、羽毛球、乒乓球，最好是几个兄弟公司，或者合作关系的公司进行联谊活动等等，也有益于公司和其他相关公司的了解，对工作的执行也有好处。

希望公司在未来几年能快速发展。

广告年度工作报告总结篇六

经过这半年的广告营销一线工作的总结，我仿佛拨开云雾见月明。自己之前也总结了一些做业务的'简单流程何方法，这让我感觉到无论做什么工作，都是有章可循的，掌握一定的方法流程，做起事来会收到事半功倍的效果。

作为一个营销战场上的新兵，我意识到多见客户、多跑，善于和客户做朋友——这是我认识到自己的不足之处。往往有些客户和我谈起想做些宣传计划，我常常都是觉得对方只是想了解了解，并无实质性合作意识，怕被客户拒绝，所以很少与客户见面交流。在找到一些信息后，总是心动而不行动。也正如我在上次交流会中总结出来的做业务必须做到的三点：闻、思、行。

闻一朝闻天下的“闻”，就是多听、多看、多学，只要能被我们“闻”到的都是值得我们学习借鉴。只有博学善学，处处留心，多听、多看，才能使自己触类旁通，从而产生创新思维。

思—奇思妙想的“思”。学而不思则罔，仅有“闻”是不够的，一个勤于思考、善于思考的头脑永远是我们创造性工作的必要条件。看过了、听过了，就要琢磨思考别人是怎么做到的，我们的策划工作要求不断创新，直接的照搬照套是不可取的，而且有时候我们听到的，看到的太多，思路也会容易混乱，因此更需要思考，来理清思路，找出出路。今天的总结也就好比一个头脑风暴室，在这里我们将自己的所见所闻与大家分享，然后天马行空，奇思妙想，常常能碰撞出创新的火花，并立竿见影的解决一些燃眉之急。

行——快速行动的“行”，就是立刻去做。学习本身并非目的，目的在于实践。我们要把学到的知识和技能运用到工作中，转化成生产力，才能不断提高自己的能力。

通过这次总结之后，让我明白要想做好业务，除了拥有永不放弃的信心之外，必须不断完善自我。专业的媒介营销人员在做业务的过程，是不断总结学习的过程，以自身的业务素质获得客户的信任，从而提高客户对频道的依赖度。客户的信任很大程度上依赖于业务人员的业务素质。从现在起，我给自己再次规划工作计划，下任务，也给自己加油，希望用好的业绩来报答我敬爱的领导。

广告年度工作报告总结篇七

工作总结

2011年是“十二”五规划开局之年，在公司的正确领导下，我们不断解放思想，更新观念，改善服务意识，提高公司员工的整体素质，提升团队的综合实力。今年以来，经过大家的共同努力，创造了一定的成绩，截止至12月底，共完成业务收入 486 万余元，其中工程款额379万余元、广告合同款额107.45万元。这是全体员工团结拼搏，精诚合作，全心投入，付出心血和汗水取得的成绩，尤其的是公司有一支锐意进取，着力开拓的销售团队，对公司高速发展作出了不可磨灭的贡献。

一、加强学习，提高思想认识

公司在培养提高员工的职业素质以及道德观念上下了很大的力气。我们知道，不学习就会落伍，不思进取就会被社会淘汰。每周我们都会抽出时间学习，力求使员工们能认识到：怎样做才能成为一名优秀的员工，曾经有伟人说，有德有才者称其为精英，有德无才者称其为人才，有才无德者称其为小人，所以说做事先做人，选人用人要以德为先。

凝心聚力，共谋发展。

二、加强管理，提高经济效益

由于人工费及物价飞速提高，使我们的成本不断增加，利润空间急剧缩水，公司认真的分析了市场现状，为了更好的完成公司下达的销售任务及指标，我们以业绩为导向，以按劳分配为原则，以销售业绩和能力拉开收入水平，制定了业务销售提成办法，充分调动了员工的工作积极性，创造了更大的业绩。

三、加强纪律性，步调一致

科学严格的管理是做好公司一切工作的基础，在公司工作会议上，我们让每一个员工明确了个人岗位职责，规范了公司的规章制度，在实际工作中严格把关，并把监督权交予每一位员工，确保公司各项利于发展的制度能贯彻执行。一个企业如果没有铁的纪律，想要谋求大发展是决不可能的，更谈不上好的经济效益。我们公司全体同仁必须齐心协力步调一致，在制度的监督下努力开拓创新，提高公司竞争力，增加个人收入。

四、精做业务，不断开拓资源

1、资源开发。为了进一步开拓市场，年初与临沂飞机场签订了三年的广告位承包合同，为以后的广告招商业务打下了良好的基础。

2、广告发布业务。今年以来我们充分利用本公司广告

资源，分别同临沂永同昌房地产、华派克物流、临沂永信房地产、山东宏宸房地产、临沂恒大房地产、临沂经开路业、浅深休闲酒店、临沂蓝天锅炉、山东裘源皮毛市场、四川古蔺郎酒、临沂秉承商贸公司、临沂新世纪房地产、临沂大器路业等签订广告发布业务。

3、庆典、文艺活动等业务。2月份，我公司为开发区升级为国家级经济技术开发区揭牌庆典仪式制作布路现场；承做了4

月份临沂安粮五金城项目奠基仪式；为6月份开发区慈善总会扶残济困助学暨庆祝建党90周年《难忘红色经典》文艺演唱会提供现场；9月份承办了临沂首届帆船公开赛主席台搭建及亚克力制作；11月份承办了临沂飞机场应急演练的现场布路；12月份承接了临港经济开发区办公楼奠基仪式。同时还承接了经济开发区路名牌、道路指示牌等业务。

五、工作中的不足及下一步打算

在平时的的工作中不断激发团队的工作积极性，解决业务集中于个别人身上的问题；在解决团队效率的同时，还要建立起良好的工作氛围；顺利完成工作的同时还要讲求工作的方式方法，讲究策略。

2011年的工作已告一段落，2012年我们更要同心协力，力争更好的业绩，创造更大的辉煌。

广告年度工作报告总结篇八

一、以“勤恳务实、不断进取”为信条，加强学习，提高自身思想素质。

现代社会是一个开放、竞争的时代，知识日新月异，信息高度发达。身处如此背景下，只有不断加强自身业务能力的提高，才能保持职业价值。这些警世名句，是我的座右铭。无论处在一种什么样的环境下，使始终保持乐观、积极向上的心态，努力勤奋、务实工作，不懂就问，不会就学，扎扎实实，做好本职工作。

二、以“业务精湛、客户满意”为目标，搞好服务，树立热忱服务的良好形象。

1、展览行业是一个需要耐心+细心的服务行业。电话营销是服务的重要一环：对每天的客户来电，做到有问必答，不厌

其烦，认真对待客户的每一个问题，积极高效的予以解答。力求做到使客户满意。xxxx年的口腔展，在公司全体同仁的齐心协力共同努力下，取得了圆满成功。开展的前一个月，我和口腔展项目组全体工作人员加班加点，分工合作，及时顺利的完成了展前工作。

2、策划设计xxxx年口腔展的展位安排。口腔展的展位安排、展位图的设计，在我看来是一份责任，也是一份答卷。古语云：“知彼知己，方能百战百胜”。为此我充分分析了北京、上海口腔展的规划布局和价格以及对大中小公司安排展位的优缺点，譬如：今年北京口腔展设计了1231个/9平方米展位，总收入约25976000元，参展商有549家；上海口腔展设计了1011个/9平方米展位，总收入约19626000元。参展商有429家。

在销售展位的过程中，通过对客户的分析判断可以总结出：展位图对于参展商来说，就是一份价值取向图。参展商确定的展位位置，就决定着他们的品牌定位和价值取向。根据帕累托法则，即80/20法则，可以将客户分为大客户和长期客户、中端客户和大众化客户。80/20法则告诉我们：80%的利润来自于20%的客户。这20%客户也是口腔行业的领袖和品牌价值缔造者，他们的积极参与又决定了口腔展的品牌价值。为此我们更应该关注大客户和长期客户，了解分析他们的想法和市场定位，在以展会为载体的平台上为他们赋予更大的价值。

因此在20x年招展过程中，按大客户、金牌客户优先、大面积展位优先、公司产品含金量高、公司实力强优先分批次招展，鼓励大客户拿大展位，拿好展位，例如：高露洁、宝洁、gsk这三家公司都是生产日用产品的顶尖公司，无论从消费者群体、产品定位上都有相似之处，每年他们在华南口腔展上拿展位的大小也不相仲伯，为此我们鼓励其中一家拿大展位面积，来说服其他两家也定相同面积的好展位。在这样的环比影响下，这三家都由今年的54平方米增加到72平方米或以上。

通过这些有效策略□20xx年口腔展展览面积相比今年扩大了6000平方米，总收入预计增长10%以上。截止12月30日，3口腔展的四个展馆展位已全部售罄，新增加参展商103家，占总参展商的20%。