

# 广告年度工作总结个人 广告公司工作总结 (模板10篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 广告年度工作总结个人 广告公司工作总结篇一

1、肇庆新世界·伴月湾尾货包装，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

2、东方新世界5号地比稿跟进工作。

及服务款项的催收工作。

作，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

5、6-8月天津生态城项目以月费服务，一份合同包括该集团旗下三大项目的广告工作，7-8月份为美林园及创意大厦两个项目的开盘前期准备工作，主要负责项目的全程广告跟进工作，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

6、6-11月为佳大集团旗下萌芽创意园华糖创意园石井创意园及红钻226等项目作单项服务的广告，主要涉及到各项目的vi现场包装及销售物料的设计广告跟进工作，以及服务款项的催收工作。

本人坚持以积极向上，细心严谨的心态对待工作。工作态度端正且主动，能够独立承担组织布置各项任务，在项目工作要求加班加点时也毫无怨言，并且积极配合。在项目跟进的过程中，得到了领导的大力支持及同事们热心帮助，也不

断提升了与客户的沟通能力，使自身的综合能力得以更进一步的提高，同时注重与客户保持良好的合作关系。

在工作过程中我深刻体会到了团队精神的力量与专业知识的重要性。我向蓝光的领导以及全体同事表示衷心的感谢，有你们的协助才能使我在工作中更加的得心应手，我也会不断学习，不断进步，让我们继续努力，为蓝光的发展做出更多贡献。

2经过一年的工作后，我已经基本上适应了公司的工作流程，协助跟进过xx等项目，当中包括图文贴设计自媒体推广h5程序开发广告投放等工作内容，熟悉了公司的运作程序，对公司的业务也有了初步的了解。

同时，通过一年的工作对ae的工作有了更深的体会，作为客服人员要第一个把关客户的问题，学会帮助客户解决问题。将客户提出的意见简单化，具体化，甚至能够直接解决客户的问题，否则会增加设计和文案的工作量。发送给项目组同事的工作单清晰明确有效，工作任务合理分配及时调整及时跟进沟通。从基本的项目服务，到后期的项目执行，积极参与创意讨论，虽然我对整体的推广思路没有提出建设性的意见。但是我至少能了解到基本操作流程丰富了专业知识学会了调节时间。

1、工作的条理性不够清晰，要分清主次和轻重缓急，合理调配时间。

2、工作不够细致，思考问题不够全面，应该要注重并加强工作中的细节部分，形成一种习惯。对工作的每一步都要力求精细化，重细节，减少重复的工作。

3、有效沟通有效度不够，在与客户和同事沟通中，应该要不断总结反思有效的沟通方法。

4、知识储备量不够，多与具有丰富知识和经验的同事请教，才能形成自己的一套做事方式，提升自己的工作能力。

5、在整个项目的操作过程中，偶有信息传递偏差的现象，信息传递的不准确不及时，容易造成客户不满意，工作效率降低，成本增高。无论是客户沟通还是与项目组同事沟通，及时性很关键：及时反馈及时沟通及时行动，把每一个问题处理得及时有效，才能获得客户的满意。信息及时准确的传递，所以要提高对客户需求的理解和消化的能力。

6、按时完成安排的工作，执行工作中及完成工作后及时主动反馈。严格按照公司流程项目时间规划表执行相关工作，发稿件前后充分沟通。

### （一）客户市场方面

客户是企业生存的根本，广告本身就是一个服务性很强的行业，在行业竞争日趋激烈的环境下，客户服务越加凸显出其非凡的重要性。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。虽然有些时候存在客户要求过于苛刻的原因，但是这些不应当成为推卸责任的借口。

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。切实的做好从客户提出需求我们帮忙解决问题的角色，转变为我们为客户提出需求，然后主动为他们提出方案的模式。

### （二）内部运作方面

- 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。

### （三）成绩与提高

在市场大环境下本年度的工作进展顺利，每项开展的工程都能体现出我们海骏的风格与实力，在温泉沿街改造的项目中以我们的优秀品质拿下了今年的最大订单，成功挤掉的竞争对手。

在绩效改革的前提下我们广告部的整体回款率较去年有很一定的提高，重要的是广告部回款这个环节慢慢的深入人心，每个人从项目的开始就考虑的回款的问题这是很重要的改变。

设计部的人员对于公司的自我宣传与设计作品的自我保护也有提高，目前给客户的方案都会配合公司的出稿模板，设计作品也在不断的精益求精，虽然由于个人能力的局限性不能完全满足客户的要求但进步还是有的。

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。广告部需要引进一批优秀的员工，通过我们的制度流程磨合，精简出一个高效的团队。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。人员通过制度这个漏斗筛选出目标统一，积极向上的队伍。

在广告市场的竞争日趋激烈，价格战白热化，的环境下。我们要进一步强化海骏的自我宣传，以期赢得客户和市场的最

大认同。稳步做好目前工作，围绕标识产品拓展市场，稳中求变，完善我们的服务，控制好工程质量把海骏的优秀做到客户的心里。

20xx年我们有成绩，有进步，也有不足。进步和不足让我们更加明确我们的目标。逆水行舟，不进则退所以要不断的调整与优化，在变化莫测的市场环境下要抓住机遇，看清目标□20xx要最大化我们的长处，稳步扎实的做好目前的工作，然后寻求新的机遇与契机！

## 广告年度工作总结个人 广告公司工作总结篇二

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某银行与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。

- 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，都应瞭解清楚，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。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

## 广告年度工作总结个人 广告公司工作总结篇三

光阴似箭，充满机遇与挑战的20xx年已经过去，我们迎来了崭新的20xx年。在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到：作为“金鹏人”、“广告人”有种深厚而浓烈的感情。

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元；实际完成176194.4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。

20xx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。

“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”——【自有媒体】去撬动市场，打造“势能”——【活动组织执行】以便放大营销惯性，进行整合——【对内服务兄弟公司】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！

## 广告年度工作总结个人 广告公司工作总结篇四

光阴似箭，充满机遇与挑战的20\_\_年已经过去，我们迎来了崭新的20\_\_年。在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到：作为“金鹏人”、“广告人”有种深厚而浓烈的感情。

一、计划完成情况：

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元；实际完



成176194.4元，未完成全年销售计划。

二、加强自身的业务素质和管理能力，在不断的学习、实践中做好一个部门经理的基本知识和技巧。

20\_\_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。

20\_\_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。

三、坚持“为客户创造价值”的理念，不断更新服务手段；巩固老客户，吸纳新客源。

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。

20\_\_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。

四、形成“总结问题，提高自己”的内部沟通机制。以市场需求为导向，提高工作效率。

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。

五、存在的问题及下步工作打算

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”——【自有媒体】去撬动市场，打造“势能”——【活动组织执行】以便放大营销惯性，进行整合——【对内服务兄弟公司】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！