

2023年广告业年终总结(汇总9篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

广告业年终总结篇一

xx年自己的年度目标是69万，平均每个月8万，每周2万左右，要完成此目标额自己将要准备：

1□xx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

最新广告业务员年度范文在新年带来祝福啦，新年迎新春，在迎春花开的日子里，希望你的生活也像花儿一样美丽！

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。

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，从根本上解决盲目拜访客户、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。

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。

（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体中，避免盲目拜访。

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

□□xx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

□□xx年2月—xx年3月学习《余世维—有效沟通

□xx年3月1日—20日《曾仕强—人际关系学

□xx年3月21日—4月15日《尚致胜—nlp致胜行销学

□xx年4月16日—5月1日《曾仕强—情绪管理》。

广告业年终总结篇二

2、信用是业务员成功的关键据估计，有50%的推销之所以完成，是由于交情关系。这就是说，由于业务员没有与客户交朋友，你就等于把50%的市场拱手让人。交情是超级推销法宝。如果你完成一笔推销，你得到的是佣金；如果你交到朋友，你可以赚到一笔财富。忠诚于客户比忠诚上帝更重要。你可以欺骗上帝一百次，但你绝对不可以欺骗客户一次。记住：客户总是喜欢那些令人喜欢的人，尊重那些值得尊重的人。在销售活动中，人品和产品同等重要。优质的产品只有在具备优秀人品的业务员手中，才能赢得长远的市场。业务员赞美客户的话应当像铃铛一样摇得叮当响。你会以过分热情而失去某一笔交易，但会因热情不够而失去一百次交易。热情远比花言巧语更有感染力。你的生意做的越大，你就要越关

心客户服务。成功的业务员是先和客户当朋友再谈生意。开始的一段时间是我主动在电话里和网上和客户打招呼问好，后来就变成我一上网是客户在主动跟我打招呼。有时还会有客户主动打电话过来问候聊天，虽然目前生意是没有做到，但对业务员来说，这些客户资源是日后最大的潜在力。

3、信念，坚持到底是获得成功的最终

棘手的客户是业务员最好的老师。客户的抱怨应当被视为神圣的语言，任何批评意见都应当乐于接受。正确处理客户的抱怨一提高客户的满意度，二增加客户对公司的好感，三丰厚的利润。成交并非是业务工作的结束，而是下次业务活动的开始。业务工作不会有完结篇，它只会一再“从头开始”。成功的人是那些从失败上汲取教训，而不为失败所吓倒的人，有一点业务员不可忘记，那就是从失败中获得的教训，远比从成功中获得的经验更容易牢记在心。不能命中靶子决不归咎于靶子。买卖不成也决不是客户的过错。问一问任何一个专业业务员成功的秘诀，他一定回答：坚持到底。世界上什么也不能代替执着。天份不能，有天份但一事无成的人到处都是；聪明不能，人们对一贫如洗的聪明人司空见惯；教育不能，世界上有教养但到处碰壁的人多的是。唯有执着和决心才是最重要的。记住：最先亮的灯最先灭。不要做一日之星。执着才能长久。一个人到了年老的时候，又穷又苦，那并不是那个人以前做错了什么，而是他什么都没有做。

五、最后总结

通过这三周的实习，使我感觉到在剩下的时间里不应该浪费时间，应该好好学习，并且多多到社会上去锻炼，积累经验，并且知道了学营销的要有良好的口才能力，动过这次实习是我知道了自己的不足，所以我决定要努力弥补不足，争取在毕业时成为比较不错的营销人才。

广告业年终总结篇三

一、实习单位及岗位简介

唐山纵横广告有限公司位于河北省唐山市路北区建设路北口南北电子城六层6030、6031室，交通便利，为广告制作、媒体发布、印刷包装一体化公司。媒体主要包括市内高新技术开发区的电子显示屏以及古冶的大部分媒体，站牌、小区指示牌、路名牌、村名牌、车身广告等等都是我们公司的广告发布载体。更有集品牌整合营销、广告创意、专业广告制作及公关策划于一体的综合性广告公司。包括居然之家、南北电子城等在内的大商场均是该公司的长期合作商。“客户的满意是我们永恒的追求”是该公司的格言。

在公司实习期间，我从事的岗位是在业务室工作，工作是广告业务员，在开始的几天里和公司人不太熟，只是尽可能多的了解公司、了解自己的工作。相比不少人来说我是幸运的，因为我找到一家广告公司实习，而且是带薪的。后来在经理的几次培训下，我才知道自己的任务以及该如何去完成任务，就是要尽可能的招揽客户来我们公司做广告。而我们业务员从中获得一部分的利润作为提成。

二、实习过程概述

在实习的开始头两个星期里，我主要是熟悉公司的媒体，包括：记住各种媒体的价格、向客户详细介绍各种媒体的优势等。纸上得来终觉浅，要知此事要躬行。课本上早已学过的东西，因为没有实践过，使得在向客户介绍时有“心有余而力不足”的感觉。一种媒体，看起来很简单几句话就概括完了，可要真正能熟练介绍，我甚至用了比预期多一整天的时间才能熟练各种说法，但还不能和超市里的营业员们比。因为这是我第一次做业务员，成绩如此不济，也激起了的兴趣和好学的愿望。因此在以后的向客户介绍媒体的过程中，我倍加用功，专心致志，却也收到了事半功倍的效果。自己熟

悉产品，还不算难的，真正要下功夫学的是怎样向客户全面、生动，而又要简明、扼要、有所侧重要地介绍出自己的产品。这里面的关键是要会说，不仅要说对，还要说得能引起客户的兴趣，从而能成功地作成一庄生意。这也是对我一个巨大挑战，因为我本就不善言语，就更没有什么说话技巧和口才了，这也就是我就克服的困难。先是自己对着空气练，再是对着同事小强练，让他帮我纠正，然后再找经理帮忙，要他装成客户，我找他练，嘴皮子磨破了的时候，我也终于看到了经理脸上露出来的. 笑容。

接下来的一个星期里是实习业务阶段，就是通俗上说的“跑业务”。“跑业务”关键是要“跑”，要求我们能吃苦，能坚持，有韧力。因为业务技巧有过培训，公司的媒体自己也能了然于胸，但怎样正确地向客户表达出来，还需要经理和同事们实际指点。和我一起的是业务部的小强，他比我早来二个月这里，但他的业务能力比我强多了，我也要向这位只比我还小一岁的“老”业务员表示感谢，因为他不仅教会了我怎样和客户沟通、怎样从客户处获得对自己有用的信息，还教会了我怎样排除困难、战胜自我。第一次接触生人，开始正式交谈，未免有些局促、放不开，话语的表达也不是很通顺、清楚、扼要，在跟着小强实际学习和模仿了3次以后，我基本上克服了第一次的毛病，心里也不再那么紧张了。

广告业年终总结篇四

xx年自己的年度目标是69万，平均每个月7万，每周2万左右，要完成此目标额自己将要准备：

1□xx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，所以在春节期间尽量多的了解医院资讯，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

最新广告业务员年度范文在新年带来祝福啦，新年迎新春，在迎春花开的日子里，希望你的生活也像花儿一样美丽！

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。

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，从根本上解决盲目拜访客户、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个，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。

（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。

（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体中，避免盲目拜访。

（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述；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）
xx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
xx年2月—xx年3月学习《余世维—有效沟通》
xx年3月1日—20日《曾仕强—人际关系学》
xx年3月21

日—4月15日《尚致胜—nlp致胜行销学》xx年4月16日—5月1日
《曾仕强—情绪管理》。

广告业年终总结篇五

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。

以前的做法很单纯然后自然地推动签约；最后一式更是销售中的最核心部分，而这么重要的部分自己重视的程度又有几分呢？所以这一点也职能给自己打20分，现在认为谈判就是双方相互妥协和交换并达成一致的过程。谈判过程的第一步是了解对方的谈判立场，第二步是进行妥协、交换并让步。然后在根据这些核心再去推动签约，谈判中无非是谈到的就是价格、服务、付款条件和上刊时间等等，这些归根结底都是由客户的需求决定的。只要掌握了客户的需求进行妥协和交换，就可以得到满意的价格了，所以这一点也得加强练习。

我认为这一项只能得20份，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。

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。

得到了客户的认可转介绍非常容易，我认为在这一点20xx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。

20xx年自己的年度目标是69万，平均每个月7.6万，每周1.8万左右，要完成此目标额自己将要准备：

1□20xx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xx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

、9月啤酒饮料、红酒、月饼茶叶茶具为主

□xx月以礼品、家具、花卉市场为主

□xx月以白酒、投资担保为主

13□xx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。

1、自己20xx年全年的目标计划设定为□20xx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□□20xx年6—xx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□20xx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xx万元、累计个人财产30万（每天看着自己20xx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□20xx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20xx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□20xx年1月23日—20xx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□20xx年1月—20xx年xx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□20xx年1月—xx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□20xx年1月—xx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）。

经过上述情况自己也清晰的认识到了在20xx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□20xx年1月21日—20xx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体中，避免盲目拜访。

4□20xx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□□20xx年6—xx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□□20xx年2月—20xx年3月学习《余世维—有效沟通》□20xx年3月1日—20日《曾仕强—人际关系学》□20xx年3月21日—4月15日《尚致胜—nlp致胜行销学》□20xx年4月16日—5月1日《曾仕强—情绪管理》。

广告业年终总结篇六

一、20xx年个人全年工作业绩汇总及分析：

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、陈碧花卉大世界、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的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：

xx年全年的工作计划完成的情况非常不乐观，主要由于自己一直想的比较多，行动的比较少，并一直以量为主导，在新客户开发和老客户关系维护上面欠缺的太多，一直在进行着简单销售，觉得自己做了这么多年的销售和团队带领，工作中也经常有学习的习惯，但实际提高的技能非常不明显。总结以前的工作有以下几点：

2、没找对人、没说对话□20xx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20xx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：

经过摧龙六式的培训之后，自己收获的东西非常多，回头看看自己以往的思考模式和销售模式觉得自己欠缺的东西还有很多，根据自己的以往的情况进行对照分析，自己的感悟如下：

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该如何去相处，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、客户一般不会有什麼特别的戒备之心，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麼简单的，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：

建立了良好的信赖的关系之后，接下来这一步了解客户的根本目标 and 需求就比较容易了，然后进行分析他企业现有的情况和状况，当客户有了目标和愿望的时候，就会发现达到目标的问题和障碍，很惭愧的是以往的工作中根本就没有达到这一地步，所以这个里面的得分应该0分，人脉人际关系一定要处理好是最关键的事，这种改变不是轻而易举的事，所以多听一些人际关系的讲座和多多与身边的朋友、同事勤加练习，先改变自己的想法和观念。

第二步理解客户的背景和原因：

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。

第三步理解完了决策者的思路和媒体选择后应紧接着进行决策者的需求分析和判断：

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：

以前的做法很单纯然后自然地推动签约；最后一式更是销售中的最核心部分，而这么重要的部分自己重视的程度又有几分呢？所以这一点也职能给自己打20分，现在认为谈判就是双方相互妥协和交换并达成一致的过程。谈判过程的第一步是了解对方的谈判立场，第二步是进行妥协、交换并让步。然后在根据这些核心再去推动签约，谈判中无非是谈到的就是价

格、服务、付款条件和上刊时间等等，这些归根结底都是由客户的需求决定的。只要掌握了客户的需求进行妥协和交换，就可以得到满意的价格了，所以这一点也得加强练习。

摧龙六式的第六式服务和体验：

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份，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、20xx年个人的目标额度(1、全年的目标额度2. 月份的目标额度)

20xx年自己的年度目标是69万，平均每个月7.6万，每周1.8万左右, 要完成此目标额自己将要准备：

1□20xx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

五、对公司的管理意见和团队建设意见(自己刚进入公司时间不足十个月，以下内容仅代表个人观点)：

- 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议程，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。

广告业年终总结篇七

20xx年，函件专业转变发展方式和模式，坚持函件可持续发展战略。加大专业营销体系建设力度。全市各局主动营销和项目营销相结合，取得较好佳绩，我个人也从中受益匪浅。

全市函件完成总收入656万元，完成省公司创先目标100%，在全省获得年预算和发展速度两项指标均排名第三的好成绩。

其中，数据库商函、账单业务全面完成省公司计划任务，住房公积金账单完成12万元；少儿书信完成28.76万元，招商14.4万元□20xx环保贺卡项目获全省贺卡项目一等奖；大润

发案例在全省推广。

本人带领函件局全体人员保证了全市函件专业后勤支撑工作，并带领客户经理完成数据库商函、贺卡等业务共计19万元。

（1）数据库商函开发后劲实足

仁寿局农行商函、全市少儿书信列收商函等为全年商函业务打下良好基础。

（2）账单开发效果显著

全市1-12月，账单业务实现收入51.54万元，完成全年基本目标的103%，完成全年奋斗目标的93.7%；其中□xx区邮政局5月成功开发市农行对账单业务，全年实现收入6.1万元；市函件广告局5月完成市工行回执账单开发业务，全年实现收入3.96万元。函件局开发住房公积金账单12万元□xx局医保账单等。

□3□20xx贺卡发展顺利

全市上下一条心，在贺卡定制型采取多种形式，立项目、跑关系、做特色，保存量、开新户，完成511万元，完成省公司奋斗目标任务的100%，我带领函件广告局在人员少，困难多情况下全面完成20xx年贺卡设计、发货、项目等支撑工作。

1、函件局客户经理20xx年有两个客户经理没有完成业绩，与我本人管理水平和能力有关。

3、管理工作滞后，主要是名址库管理工作；管理员工方式方法有待提高。

20xx年是邮政“解放思想，改革创新，转变方式，高位求进”的一年，在新的一年里，我本人也在工作会上对20xx年工作目标做了郑重承诺。

（1）、函件专业指导思想

转变发展方式，重点发展高效益函件业务新增有效项目，以项目带动函件持续发展

（2）、具体措施

1. 抓项目、促发展

20xx年主要项目：3.15消费权益知识宣传、3.8节妇女节宣传、中秋节宣传、旅游风光明信片、第八届少儿书信文化活动、同心圆直邮项目、完税证明账单、看电影说天下、住房公积金账单、银企账单、户外广告项目、毕业生纪念册□20xx年贺卡项目。

2. 抓管理、增效益

20xx年，加强基础管理工作，特别是名址库管理，通过各项维护工作提高名址库准确率，为数据库商函的开发，妥投奠定基础。提高账单妥投率和回执率。解决账单投递中的流程不畅、责任心不强等问题。切实提高账单的售后问题。加强贺卡设计人员培养，克服人员业务不熟，人员不足困难，保证20xx年贺卡设计等支撑工作。

3. 抓作为、创一流

20xx年函件专业将从以下三个方面体现抓作为、创一流工作。

□1□□20xx年本部门项目创新作为□20xx年函件专业确立2个以上新项目并实施见成效，为全市函件业务发展出谋划策、尽心尽力。

□2□□20xx年本部门业绩创新作为：本人尽全力在保证全市函件业务支撑前提下，带头营销，带领全体客户经理上门营销，

争取部门全部客户经理营销业绩在20xx实绩基础上翻番。

□3□□20xx年本部门管理创新作为：本部门管理人员工作严格按函件局制定kpi指标按月进行考核，按月公布考核结果并作为全年评先和市局末位调整依据。

4、强学习、提素质

20xx年本人决心加强管理和营销相关知识的学习，通过自学、培训，在管理知识和管理技巧上强化培训和学习，学习先进的管理经验，多向领导和同事请教，在管理工作中将奖励和处罚有机结合起来，建立有章可循的规章并认真逗硬执行。克服20xx年自身存在的问题，发扬自身优点，以崭新的姿态，昂扬的斗志，拼搏的精神，团结带领函件广告局全体员工，立项目、抓落实、促进度、强管理、增效益，为企业的发展，专业的发展贡献自己绵薄之力。

广告业年终总结篇八

辞旧迎新，转眼间告别了20xx年，我们即将迎接20xx年的到来。作为思源的员工，企业的一份子，在20xx年度到来之际，为了更好地完成明年的工作，提高自己的'工作能力，现将工作情况总结：

一个人的成功与否，其对自身的认知是很重要的。我于20xx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。

这是我第一次参加方案执行，真的学到了很多，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。

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。

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20xx[]我想展望一下20xx年。兔年即将到来，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[]20xx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。

人民网栏目承包已与日报社初步沟通，人民网是与政府沟通的特殊平台，人民网是党政性质，地方文化。我们承包栏目可以就具有了信息发布的能力，可以做到与政府及时沟通，以及接下来的公益旅游做准备，是树立品牌形象的手段之一。

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。

广告业年终总结篇九

一、工作业绩汇总及分析：

2017年的工作时间2017年3月-2017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，2017年广告业务员年终总结报告。

二、对照上年工作总结和计划的总结：

工作计划完成的情况非常不乐观，主要由于自己一直想的比较多，行动的比较少，并一直以量为主导，在新客户开发和老客户关系维护上面欠缺的太多，一直在进行着简单销售，觉得自己做了这么多年的销售和团队带领，工作中也经常有学习的习惯，但实际提高的技能非常不明显。总结以前的工作有以下几点：

2、没找对人、没说对话，2017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：

经过摧龙六式的培训之后，自己收获的东西非常多，回头看看自己以往的思考模式和销售模式觉得自己欠缺的东西还有很多，根据自己的以往的情况进行对照分析，自己的感悟如下：

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，这其中我认为是缺一不可，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p&g%*wftg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该如何去相处，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有效果。

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：

建立了良好的信赖的关系之后，接下来这一步了解客户的根本目标和需求就比较容易了，然后进行分析他企业现有的情况和状况，当客户有了目标和愿望的时候，就会发现达到目标的问题和障碍，很惭愧的是以往的工作中根本就没有达到这一地步，所以这个里面的得分应该0分，人脉人际关系一定要处理好是最关键的事，这种改变不是轻而易举的事，所以多听一些人际关系的讲座和多多与身边的朋友、同事勤加练习，先改变自己的想法和观念。

第二步理解客户的背景和原因：

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。第三步理解完了决策者的思路和媒体选择后应紧接着进行决策者的需求分析和判断：

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。

摧龙六式的第[;vl:]=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：

以前的做法很单纯然后自然地推动签约；最后一式更是销售中的最核心部分，而这么重要的部分自己重视的程度又有几分呢？所以这一点也职能给自己打20分，现在认为谈判就是双方相互妥协和交换并达成一致的过程。谈判过程的第一步是了解对方的谈判立场，第二步是进行妥协、交换并让步。然后在根据这些核心再去推动签约，谈判中无非是谈到的就是价

格、服务、付款条件和上刊时间等等，这些归根结底都是由客户的需求决定的。只要掌握了客户的需求进行妥协和交换，就可以得到满意的价格了，所以这一点也得加强练习。摧龙六式的第六式服务和体验：

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份，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2017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。