# 加强品牌培育工作总结范文(共20篇)

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2024-07-04

*加强品牌培育工作总结范文1学生三分之二的时间生活在宿舍，宿舍是学生思想交流、人际交往的重要场所，是学生文明习惯培养、人际交往能力锻炼、思想道德水平提高的主要阵地。学生宿舍已成为学生素质培养的重要载体。我院对宿舍的管理十分重视，不断创新工作机...*

**加强品牌培育工作总结范文1**

学生三分之二的时间生活在宿舍，宿舍是学生思想交流、人际交往的重要场所，是学生文明习惯培养、人际交往能力锻炼、思想道德水平提高的主要阵地。学生宿舍已成为学生素质培养的重要载体。我院对宿舍的管理十分重视，不断创新工作机制，形成了文明宿舍管理品牌。

>一、活动宗旨

发挥辅导员的教育管理作用和学生骨干模范带头作用，培养学生良好的文明行为习惯，提高学生的集体荣誉感，促进校园文化建设，营造整洁、和谐的校园环境，促进学生健康成长。

>二、实施过程

为做好宿舍管理工作，我们采取了以下几项措施：

1、坚持辅导员常进宿舍制度

我们要求辅导员要经常深入宿舍检查和了解情况，并由值班室进行登记。经过师生长时间的接触，特别是辅导员老师进宿舍与学生拉家常、谈心得，学生自然而然就觉得亲近，从而拉近了师生之间距离。辅导员及时了解学生情况，帮助解决问题，让学生感受到“家”的温暖。这一 “以学生为本”的举措，受到学生的欢迎，老师们也赢得了学生的尊敬。从而激发了同学们服从学校的管理的自觉性，增强了同学们以文明宿舍建设为载体提高自身素质的积极性。

2、长期坚持让学生出早操制度和早晨内务整理检查制度

集体出早操是增强学生体质、提高学生纪律性、培养学生良好生活习惯的重要途径之一。多年来，我院一直坚持让全体学生出早操，近几年，由于招生规模扩大，场地受限，全体出早操改为分年级出早操和上课间操。早操纠正了部分学生起床晚、顾不上整理内务的现象，各班生活委员在早操结束后督促同学们进行宿舍内务卫生的整理和打扫。上早操制度有力地促进了文明宿舍建设。

3、坚持卫生大扫除和检查制度

一是坚持每周三早晨进行宿舍卫生大扫除，学院党委副书记、副院长郭淑华亲自带领全体辅导员于每周三上午7：00深入到学生宿舍指导督促学生整理内务，检查大扫除效果，提出改进意见。二是每周由宿管部门安排人员对全部宿舍进行不定期检查一次并进行打分。在每月的全校联查前夕对宿舍进行检查，查找不足并督促改进。将每月的卫生成绩进行汇总和通报，对卫生较差的宿舍进行重点指导。

4、发挥学生骨干的模范作用，实施了“学生党员、学生干部宿舍明示卡”制度

学生干部、学生党员占全院学生总人数的三分之一以上，这些学生上进心强，具有强烈的集体荣誉感，而且生活在学生中间，他们的一言一行影响着其他同学。为充分发挥他们的模范作用，我们实施了“学生党员宿舍明示卡”、“学生干部宿舍明示卡”制度，在他们所在的学生宿舍门口贴上他们的姓名和职务，强化对学生党员、学生干部的外部监督，从而使其时刻牢记自己的党员、学生干部身份，规范自己的行为，为宿舍和班级同学带好头。院团委、各党支部定期根据他们所在宿舍的情况与他们座谈，给他们下任务、压担子，鼓励他们积极工作，通过文明宿舍建设锻炼工作能力，促进他们所在宿舍以及整个年级的宿舍卫生上台阶。

5、开展丰富多彩的宿舍文化、文艺比赛，提高学生参与文明宿舍创建的积极性

每学期都举办“宿舍是我家”宿舍文艺大赛，以宿舍为参赛单位，通过知识竞答、才艺展示等活动，提高宿舍成员的凝聚力，树立良好的宿舍风气。

每学期举办“宿舍文化周”活动，开展宿舍文化评比，要求学生在宿舍布置以书法、照片、小制作等为主要内容的宿舍文化，并定期更换。通过宿舍文化评比活动，增强了学生热爱宿舍的情感，从而营造“团结向上、安全文明、卫生整洁、和谐愉快”的宿舍环境。

6、做好宿舍建设的传、帮、带

每一届新生入学，学院都从各系选拔出32间文明宿舍作为样板宿舍让全体新生参观学习，并开展文明宿舍建设经验交流会，由高年级学生给新生传授搞好宿舍卫生、宿舍文化的方法，促使新生了解模范宿舍的标准和要求，认清文明宿舍建设的重要性，了解文明宿舍建设中容易出现的问题，明确努力方向。

7、加强安全教育和安全检查

安全问题是关系到学生的生命财产安全的头等大事，学院每学期都请保卫处的同志和派出所干警到学院给全体宿舍长、学生干部做安全知识讲座，从而提高同学们的安全意识和处理突发事故的能力。学院不定期地进行安全检查，严查酒精炉、电热器以及其他违禁物品，严肃处理和耐心教育违纪学生，保证了宿舍的安全。一年来，我院未发生一起安全事故。

>三、活动成效

通过深入细致的工作，我院文明宿舍建设取得了喜人的成果，整洁、文明、温馨、团结的宿舍环境有力地促进了同学们的健康成长，广大同学热爱宿舍、热爱班集体、热爱学校，自觉遵守校规校纪，积极投身于校园文化活动中和学习中，形成了良好的校风和班风。多年来，我院文明宿舍建设成绩一直在全校名列前茅。多次荣获校级“文明宿舍建设先进集体”称号。

>四、工作体会

在文明宿舍建设工作中，我们有以下体会：

1、高度重视文明宿舍建设是做好工作的前提

为了提高广大师生对文明宿舍建设的认识，学院在每周的辅导员例会上讲文明宿舍建设，辅导员在每次班会上讲文明宿舍建设，在团校、党校培训中讲文明宿舍建设，对一年级讲，对四年级也要讲，并且将文明宿舍建设情况作为辅导员考核、学生评优和入党的重要参考指标。从思想上、制度上激发了广大师生创建文明宿舍的积极性。

2、发挥辅导员日常教育和管理作用是做好工作的关键

辅导员经常进宿舍与同学们沟通，能够提高辅导员的亲和力，而且有利于发现问题、解决问题。可以说辅导员的工作力度直接影响着文明宿舍建设的效果。为此，学院常给辅导员压担子，要求辅导员每周要经常深入宿舍检查和了解情况。在每周例会前全体辅导员在学院副书记的带领下检查一次宿舍卫生，在会上指出各个年级宿舍存在的问题和取得成绩，表扬先进，批评落后，督促改进。

3、加强校园文化建设是做好工作的有效途径

整洁、文明、和谐、团结、有序的的校园文化对文明宿舍建设工作具有潜移默化的促进作用，能调动学生创建文明宿舍的主动性。如：坚持集体上早操能够促使学生按时起床，有充足的时间整理宿舍内务卫生；举办新老生文明宿舍建设交流会能够做好文明宿舍建设的传、帮、带；加强安全教育和安全检查能够增强学生的安全意识和处理突发事故的能力；开展丰富多彩的宿舍文化、文艺比赛，能够提高学生参与文明宿舍创建的积极性等。

>五、发挥学生骨干的模范作用是文明宿舍建设工作的有力补充

充分发挥学生干部、学生党员的模范带头作用、组织管理作用，以他们的一言一行影响其他同学，以他们组织的活动带动其他同学。如实施 “学生党员宿舍明示卡”、“学生干部宿舍明示卡”制度，让他们在同学们的监督中努力表现自己，给他们下任务、压担子，鼓励他们与落后学生和落后宿舍结对帮扶。利用学生会定期检查宿舍卫生，开展宿舍文化评比等是文明宿舍建设工作的有力补充。

一年来，虽然取得了一些成绩，但是与学校的要求还有一定的差距，我们将再接再厉，虚心听取意见和建议，积极探索新形势下文明宿舍建设的新方法、新举措，决心以优异的成绩为新校区建设贡献力量。

**加强品牌培育工作总结范文2**

目前部门工作在同事和领导的共同努力下较20xx年有长足的进展。主要表现在确定品牌VI，设计能力上基本满足终端的平面设计需求，三个季度的终端橱窗推广数量呈上升趋势，活动和会议能较好的策划和执行实施。

尽管有一些工作上的突破，但部门的工作重点零散，人员配置不能部门工作正常运转的需要，品牌管理思维与终端的想法存在差异，这些都是阻止品牌推广部工作向前发展的重要原因。

在人员管理方面，两位设计师得到了技能和心态上的指导和培训，技能上有提升。工作心态也一直保持良好。20xx年5月新入员一名策划，正处于融入公司文化阶段，尚待进一步培养。

>遇到的问题：

>A、管理方面：

1、项目多，任务不明确。

在战略规划缺失的情况下，月度的临时项目较多，任务分配与岗位不明确和不匹配导致整体工作效能下降，有些项目则不是部门能完成的工作，勉强接下任务，结果不是流产就是达不到要求，严重耗费部门的时间和精力。

2、工作量大。

单广告设计平均每月有200多份，非标准设计有二十份以上，还有临时分配的项目，会议的策划和执行，远远超过前期三个人的工作量，工作积压成常态的，代理商投诉不断，上级领导催促不断，而三个人的工作精力也消耗殆尽，近三四个月虽增加了一名策划，却仍无法降低工作积压数量。

3、一人多用。

一人能同时担当几个角色的任务的确是部门之福，这需要这个人具备相当的实力才能完成多项不同的任务。反之，不仅不能完成任务，反而会让任务失败，团队信心倍受打击，成员没有上进心。

>B、业务方面：

1、品牌管理原则性强。

代理商不愿意受控制，想要按自己的想法进行广告宣传，这与品牌管理方式相冲突。

2、橱窗推进困难。

终端要求低成本制作橱窗，一般控制在500元以内是能接受的范围，而这个成本区间对我们的橱窗设计来讲是非常困难的。橱窗能出效果、有创新与资金和新材料的运用有巨大的关系。

3、广告设计时间达不到终端的时间要求。

代理商要求的设计时间一般都是“马上要”，目前部门很难一一满足“马上要”，这导致代理商的投诉和区域经理的不满。

>建议解决方案：

1、根据运营计划合理配置岗位，用人所长，优化和调配岗位以提高部门的效能，解决工作积压的问题。

2、必须马上建立企业文化，让员工有奔头、有梦想，促使员工自我潜能的发挥，提升工作效率，阳光健康的在企业发展。

3、制定和实施有效的品牌管理制度，部分广告设计有限授权给代理商。在减少沟通环节和部门工作量的同时，更有效的进行远程品牌管理和监督。

4、正确地做事，制定更合理的工作流程，减少无效率的沟通环节，阻止本位主义的部门沟通情绪滋生。

5、增加地方广告投入，提升品牌知名度，用实际行动帮忙代理商进行业务拓展和经营。

6、线上充分利用B2C平台，建立品牌商城，进行品牌知名度幅射，线下利用百货商场的品牌终端，进行品牌美誉度的传播。

**加强品牌培育工作总结范文3**

>（一）指标完成情况

20xx年，分部品牌传播工作主要以党的群众路线教育实践活动为中心，以安全生产和队伍稳定为基本点，紧紧围绕改革发展、安全生产、队伍建设、党群管理等中心工作和任务，大力开展全方位、立体化的新闻宣传，为分部稳步发展营造了良好的舆论宣传氛围。

>（二）亮点工作

一是在分部春秋检、迎峰度夏（冬）、安全生产月、变电设备首检等工作中，积极开展宣传工作，对分部承办及自办的重大活动做好影像留存及跟踪报道工作；

二是结合分部新建、扩建等工作，加强新闻整体策划，组织通讯员深入一线采访，报道工程建设过程中的感人事件；

三是为公司定期开辟的“劳动者风采”、“群众路线”、“用心管理”、“安全之我见”、“迎峰度冬”等专栏积极投稿，宣传分部工作亮点；

四是做好上下联动工作，积极配合公司对口部门做好份内工作；

五是为提高分部通讯员业务水平，分别在三月和十月举办通讯员座谈会、培训班及外出采风活动。

>（三）下一步打算

一是要正视不足、群策群力、主动作为，充分挖掘、广泛参与，创造品牌传播质量提升更加广阔的空间。

二是要放开眼界、拓宽视角，充分挖掘新闻宣传突破点。

三是要充分发挥人才优势，调动广大职工参与新闻宣传的热情，增加覆盖面，从而提升公司品牌传播质量。

**加强品牌培育工作总结范文4**

我是和小柴一起进的公司，她是负责公司渠道工作，我是负责市场工作，营销和市场这两个部门是非常紧密的，你中有我，我中有你吧。一个部门的建立，不是一朝一夕的，是要经过很多的细心准备。市场是走在销售的前沿，为销售工作做好前期准备工作。渠道部门的建立经过了一个较长的过程，过程是复杂艰辛的，文档的整理就不下十几份。招商计划书ppt、招商计划书文档、产品包装文档、代理商协议、代理商最终客户合作协议、渠道政策等等。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

**加强品牌培育工作总结范文5**

>一、策划核心

紧紧围绕楚湘楼努力建设一个高文化品位与高档次形象的商务酒楼，并且使之成为邵阳一处著名的人文商务酒楼，策划一系列相关的焦点事件，进行层层推进式的全方位新闻报道、促销活动和广告推广。

>二、策划目标

（1）近期：通过一系列强有力的宣传推广活动迅速提升楚湘楼知名度，并初步在邵阳市民中确立楚湘楼文化品位和服务档次高这一印象，从而带动 酒楼销售，力争在宣传开始后的三个月内达到预期目标。

（2）远期：使楚湘楼真正成为一个具有浓厚艺术氛围的人文景观和商务文化基地，牢固确立楚湘楼是邵阳高档酒楼第一品牌“人文商务酒楼”的地位，在广大市民中形成“更上一层楼，商约楚湘楼”的概念，同时由于其价值附载了巨大的知名度，酒楼的价值将大大提升，使之获得更好的经济效益。并且，楚湘楼作为一个著名的酒楼品牌，可进行具有极高经济回报的品牌输出，同时可带动、带活楚湘楼其它相关项目。

>三、优势与劣势

1、优势：

（1）随着国家宏观政策的放开和邵阳餐饮业的兴旺发达，这一项目进入的门槛越来越高。因此，转型后短期内很难出现竞争者。

（2）规划起点高，由于一开始楚湘楼就把赶超和打造邵阳餐饮业最成功的例子作为目标，因此起点要比其他的酒楼高出许多，这为最终把楚湘楼建设成为一个知名的人文景观式商务酒楼打下了良好基础。

（3）内部管理非常到位，由于楚湘楼是由长城大酒店直接投资和管理的，因此管理和服务水准上要比邵阳同行业其他酒楼成熟很多，在绝大多数已有顾客中留下了良好的形象和口碑。

2、劣势：

（1）楚湘楼原址上原有酒店几经易手，一直经营不善，服务质量低下、管理不到位等原因在市民心目中留下了极坏的印象，更由于前些年的xx老大小红包在此经营，使之在市民中的形象更加恶化。

对策：只有加强品牌形象宣传，明确告知消费者现有楚湘楼的形象，才能消除人们对楚湘楼的误解和不了解。

（2）地理位置不具备竞争优势，邵阳其他酒楼绝大多数处于交通要道旁，人气旺盛，而楚湘楼地处邵水西路，交通便利但不发达，不利于品牌形象的传播，还有就是餐饮业中的湘中人家、湘里人家、厨佬星等也近在咫尺，吸引了市民的注意力。

对策：只有实现策划目标，大大提升楚湘楼所附载的文化品牌特色等方面的附加值，提升档次，进行差异化营销，从大众餐饮转型为高档人文商务酒楼才能确立自身优势。

>四、市场分析

餐饮业是一个竞争非常激烈的行业，业内风生水起，风云激荡，进入的门槛随之越来越高，市场也越来越难以开拓，因此，业内的新起之秀如何突破重围，实现异军突起就成了困扰餐饮业老总们的最主要的难题

近几年，邵阳的餐饮业迅猛发展，老品牌如贵都、昭阳城等稳坐江山，坐拥市场；湘里人家、厨佬星、湘中人家等新兴势力也出手不凡，遍地开花。

如果对市场进行细分的话，我们不难发现贵都、湘里人家、厨佬星、湘中人家等走的都是一条平民化、大众化的路子，在这种情形下，邵阳的大众餐饮已经达到了饱和状态，昭阳城等走的又是一条专业喜庆的路子，显然，这一条路也走不通了，然而纵观邵阳餐饮业，高档商务酒楼则为数不多，其市场也大有可为。

其实，从楚湘楼餐的服务、管理、特色、设计等内功的修炼方面已经具备转型为高档商务酒楼的必备条件。因此楚湘楼只要在搞好酒楼基本建设和内功修炼的同时，能有效进行宣传（包括新闻，活动和广告）与市场营销，就能克服自身缺陷，在3个月内全面达到预期目标。

>五、营销目标

3月日销售额增长四分之一。

4月日销售额增长五分之一。

5月日销售额稳定增长50%以上。

>六、宣传模式

一个具有长远目标而又效果良好的宣传计划，仅仅靠新闻，仅仅靠广告或是仅仅靠几次推广活动都是不够的，需要的是新闻、广告与活动的有效组合，只有三者巧妙融合在一起的时候，才能产生强大的宣传力，才能达到“投入最小。宣传效果最佳”这一理想境界，因此推荐：新闻报道十活动十广告宣传模式

基本模式：新闻报道十活动十广告

1、新闻报道：主要是指能有效提高楚湘楼知名度的新闻，包括深度分析、报道，系列追踪报道、焦点新闻、小消息、新闻专题、话题探讨（专栏）、人物特写（如老总、厨师）等，登载出于日报晚报。

2、活动：如征集楚湘楼形象代言人，联手邵阳珠宝搞促销，为书法名家在楚湘楼提供书展场地，设置赠品，凡在楚湘楼消费每桌送紫砂壶一个等，但绝不打折、降价（具体体活动设计及本方案操作方案另行文本）。

3、广告：从品牌、形象、特色、服务、功能、理念六个方面入手推出六篇系列软文和画面广告，明确告知消费者今日之楚湘楼的优质形象，大致题目如下：《楚湘楼，风景这边独好》、《十四个老板后的楚湘楼》、《楚湘楼，成功人士的选择》、《营造氛围、做足品位，楚湘楼打造商务酒楼航母》、《每一位顾客都成了楚湘楼的回头客》、《一次邂逅次次选择、只因楚湘楼里服务好》。

（1）印制精美DM宣传册，定点投放于各门店，让大部分生意人知晓。

（2）发布出租车车顶或车身广告，印制楚湘楼字样座套送给的士司机，把广告做到车内。

（3）悬挂机关小区、商业小区横幅。

**加强品牌培育工作总结范文6**

4006直线通管理平台是我们公司4006产品与竞争对手的一个大的区别点，我们的管理平台在业界堪称一流。这离不开我们技术部的辛勤工作。技术研讨会开了一次又一次，多少个日日夜夜，大家加班加点赶进度。技术是公司的灵魂，没有一个过硬的技术体系，没有一个过硬的技术团队，没有一个为公司发展尽心尽力，不辞辛苦工作的技术带头人。那就没有今天在国内市场上堪称一流的4006管理平台。也就没有我们销售部今天取得的成绩。

呵呵，当然平台的上线每个人都付出了汗水，我的付出只是微不足道的一小部分。管理平台的上线，更离不开公司的大力支持。

**加强品牌培育工作总结范文7**

一年来，在部门领导的指导和同事们的帮助和支持下，我顺利完成了以下工作：

>一、品牌建设工作

1、规范制度管理。结合20xx年实际情况，对公司品牌管理流程进行优化和完善，对品牌管理的4个制度和5个流程重新进行修订和完善。分别是：浦镇公司品牌管理办法、对外新闻发布管理办法、形象识别系统管理办法、公司对外网站管理办法，制定了五个流程：品牌管理工作流程、品牌形象传播工作流程、对外宣传工作流程、对外新闻发布工作流程和公司信息发布流程。并制定了中国南车标识使用规范及使用流程，今年以来督促和指导各单位严格遵守该使用规范，并加强过程中的点检和指导工作。

2、高度重视品牌工作的巩固和拓展。定期组织召开了7次品牌执行委员会办公室例会，做好会前会议资料、场地等的准备协调及会中记录工作，并做好会后总结工作。

3、加强对各项制度和工作流程的管控。对公司各单位VI标识的运用情况进行督导和把关，对标准把握不清的现象，及时发现上报，下发相应的整改业务联系书，并督促和指导相关方案设计。针对客设、动设整车产品铭牌、转向架设计部零部件产品铭牌屡屡出错的问题，经过多方了解和协调，制定下发了“关于制定公司产品铭牌制作流程的业务联系书”，明确细化产品铭牌制作流程，要求设计部门图纸设计方案必须报企业文化部审核，采购部按照图纸先制作样品交企业文化部审核确认后方可批量制作，并做好过程中的指导、把关和存档工作。

4、持续推进VI整改工作。按照VI手册要求完成了浦镇公司40余项、海泰公司20余项、城轨公司10余项VI运用的指导、把关和存档工作。

1）针对一些部室和车间使用不规范的问题，再次起草并下发了《关于规范使用中国南车标识的通知》，明确了禁止使用中国南车VI标识的区域以及规范使用的标准，负责对整个流程进行全程跟踪管理，并将所有的整改方案及实物存档。起草下发了“关于更改安全帽VI标识使用不规范的业务联系书”，按照安技环保部提出的整改计划督促和指导其对安全帽标识进行整改。针对信息科技部提交的“申请使用中国南车标识的业务联系书”，按照相关流程及时做好协调、指导和存档工作。12月份协助精益管理部检查和指导公司6条精益示范线VI运用情况。

2）随时关注和指导江门、杭州新基地建设中VI标识的运用情况，对疑难问题及时与南车企业文化部沟通，和江门新区多次就新建厂区的VI使用进行沟通和交流，要求江门公司高标高起点做好厂房彩色、道路标识等工作，各项方案均需报企业文化审核后实施。

3）按照南车要求，下发了杭州公司中英文名称组合规范，指导杭州公司奠基仪式用名片、手提袋、公司铭牌方案的设计与制作。

5、指导做好公司精益管理培训道场和设计工艺道场正容镜、精益理念板、安全门、指导员和学员服装、工作帽正确运用中国南车VI手册，并对道场指导员老师进行规范运用公司PPT模板、文档模板以及品牌知识的培训。协助完成了道场文化氛围的营造及各期开营、闭营现场服务与拍照。

7、展览展会工作。年初上报了公司20xx年拟参展计划，搜集准备“20xx年度拉美铁路论坛展览”、“江苏省企业创新成果展” 、“20xx年印度国际铁路设备展览会”、“20xx年第七届CRTS CHINA国际轨道交通展” 、“20xx年北京国际城市轨道交通展览会”展会所需资料，做好相关协调工作。编写了“20xx年第七届CRTS CHINA国际轨道交通展”策划方案，并做好展会现场服务工作。

8、按照南车要求，搜集整理并上报了公司BI调研材料。拟定公司BI调研计划，并做好调研期间的协调和人员安排工作。

9、按照南车要求，做好年初南车品牌检查组来公司检查指导档案资料准备及各单位VI运用的检查指导工作，拟写汇报材料并制作了汇报用PPT。按要求完成了公司品牌建设半年总结，并按照要求自查打分。

>二、文化建设工作

1、年初协助布置员工形象素质工程推动大会现场，准备会议所需资料，做好会中协调服务工作。按领导要求做好员工形象素质工程工作组会议内容及人员协调工作，参与过程点检并做好宣传工作。

2、完成了公司职代会、三八表彰等重大20余次新闻事件的现场拍照宣传稿件的撰写及形象展示室的讲解工作。

3、配合做好杭州线、深四线等重大产品下线仪式的筹备、形象展示室讲解及现场服务与拍照工作。

**加强品牌培育工作总结范文8**

一、本年度工作总结

xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是今年三月份到公司工作的，四月份开始组建市场部，在没有负责市场部工作以前，我是没有xx销售经验的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏xx行业销售经验和行业知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一切从零开始，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教xx经理和xx总公司几位领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方案和对一些比较难缠的客户研究针对性策略，取得了良好的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对xx市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也取得了几个成功客户案例，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的\'同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的方案应付一些突发事件。对于一个项目可以全程的操作下来。

对于xx市场了解的还不够深入，对产品的技术问题掌握的过度薄弱，不能十分清晰的向客户解释，对于一些大的问题不能快速拿出一个很好的解决问题的方法。在与客户的沟通过程中，过分的依赖和相信客户，以至于引起一连串的不良反应。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对市场销售人员的培训，指导力度不够，影响市场部的销售业绩。

在将近一年的时间中，经过市场部全体员工共同的努力，使我们公司的产品知名度在河南市场上渐渐被客户所认识，良好的售后服务加上优良的产品品质获得了客户的一致好评，也取得了宝贵的销售经验和一些成功的客户案例。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

下面是公司20\_年总的销售情况：

从上面的销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。xx产品价格混乱，这对于我们开展市场造成很大的压力。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在销售工作最基本的客户访问量太少。市场部是今年四月中旬开始工作的，在开始工作倒现在有记载的客户访问记录有xx个，加上没有记录的概括为xx个，八个月xx天的时间，总体计算三个销售人员一天拜访的客户量xx个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

目前部门工作在同事和领导的共同努力下较20xx年有长足的进展。主要表现在确定品牌VI，设计能力上基本满足终端的平面设计需求，三个季度的终端橱窗推广数量呈上升趋势，活动和会议能较好的策划和执行实施。

尽管有一些工作上的突破，但部门的工作重点零散，人员配置不能部门工作正常运转的需要，品牌管理思维与终端的想法存在差异，这些都是阻止品牌推广部工作向前发展的重要原因。

在人员管理方面，两位设计师得到了技能和心态上的指导和培训，技能上有提升。工作心态也一直保持良好。20xx年5月新入员一名策划，正处于融入公司文化阶段，尚待进一步培养。

**加强品牌培育工作总结范文9**

今年xx公司的品牌建设工作主要是根据总公司品牌建设的工作要求，结合xx公司的实际，继续做好标志的更新工作，对服务规范、标准进一步完善，努力做好服务工作，提升“xx”的品牌形象。现将工作总结如下。

一、继续加强xx公司品牌建设的组织领导。坚持以品牌建设领导小组为领导，组织协调公司品牌建设工作。同时，根据分公司的情况，对品牌建设领导小组进行了调整。

二、进一步完善服务规范、标准和各项制度。xx公司对服务规范和服务标准进行了回顾与修订，重点突出规范可操作性，使其既有利于分公司内部监管，又有利于细化实施，以促进分公司服务的水提高。同时，结合安全工作的需要，更新了分公司应对安全事故、重大安全隐患、消防综治等突发事件应急处理制度、预防机制，落实安全工作，防止因突发事件给分公司的品牌形象带来不利影响。

三、落实建档工作。对xx公司的规范性、制度文件进行纸质建档和电子建档。积极提高xx公司的服务水平，塑造良好的企业形象。在对顾客的服务过程中，xx公司始终坚持执行xx公司服务规范和服务承诺，重合同、守信誉，认真执行国家的有关政策法规，不乱收费，不索回扣，不压价购买租户商品，不能无理刁难租户、拒答租户问题。在各个节假日前，向各个场地的租户派发通知，提醒各个租户做好节日用电用火、防火防盗工作。累计发出各安全工作、台风雨季防汛、防涝提示等通知（短信）155份。在自管房服务方面，每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金，免去了住户的奔波劳碌。春节之前，共张贴15份温馨提示于各自管房显眼位置，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作。4月与素社街道联系，领取相关居民生活防火安全印刷品120多份，向辖内自管房宿舍住户进行了派发。通过一系列措施，塑造文明、规范、诚信、服务优质的企业品牌。

四、做好品牌建设资金投入的落实。今年在宣传方面共投入了120元。主要是用于横幅宣传、墙报制作以及引发各种通知。同时，新印制xx公司部分管理人员的名片。

五、存在不足

1、人才储备不足。xx公司人数比较少，懂品牌方面知识的人数更少，不利于xx公司的品牌建设工作的开展。

2、传播手段比较单一，不利于企业形象传播。

六、20xx年工作计划。

1、继续提高xx公司的服务水平，提高企业的形象和品牌知名度。加强与租户沟通交流，不断了解租户需求，切实做好服务。xx公司要急租户之所急，积极做好场地的维修工作；同时，在节假日、雨季期间，派发通知，提示租户注意做好节假日及雨季的安全生产工作。积极做好到期合同续约工作。xx公司将对每月各场地合同进行统计、核对，在合同到期前一个月，主动向租户发出合同到期通知书，提醒租户合同即将到期，并咨询租户续约意向。若租户有意继续合作，派工作人员主动与租户进行接触、洽谈，了解租户对新合同特别是租金方面的意见，并同时了解租户的最新信息、需求和对我们工作的建议。在自管房服务方面，继续实行每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金；节假日张贴温馨提示，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作；继续落实自管房的维修工作。

2、继续执行公司vi使用手册的规定，根据集团以及总公司有关规定，制定xx公司相关vi使用规定。

3、做好品牌建设的宣传和培训工作。xx公司将利用宣传栏、会议等形式进一步加强品牌建设在单位内部的宣传，普及员工品牌工作意识。同时，积极选派员工参与总公司组织的品牌建设培训工作，提高员工的实战能力。

4、继续做好品牌建设资金的投入。明年，xx公司将对宣传栏进行改造，提升企业外在形象；将印制xx公司的信封、便签等办公用品。同时，做好资金的使用的管理，确保专项专用。

**加强品牌培育工作总结范文10**

>创建背景：

配水工程是我省“五水共治”十大枢纽重点工程、“杭改十条”重大项目，又是我市“五水共治”保供水核心工程。工程社会影响大，舆论关注高，作业战线长，管理难度大，特别是在工程质量、工程安全和工程进度等方面任务很重。在新常态下，如何实现党建与工程建设的有机融合，在建工程、促发展中体现党组织的政治核心作用，形成“党建强、发展强”的良好局面，是原水公司党委在不断研究和努力探索的课题。因此，公司党委从20xx年起，有计划、分阶段的持续开展党建品牌创建活动，打造了“支部建在项目上”的党建特色品牌。

>品牌内涵：

以“围绕中心、服务大局”为宗旨，以“发挥三个作用”为目标，不断强化组织建设，牢固筑造一家国有企业特有的“根”和“魄”。

发挥党组织的指挥部作用。党组织是贯彻党的政策、方针和完成企业各项工作任务的具体组织者和实施者，也是管理党员干部、强化思想认识的排头兵、先锋队，对提升公司整体的战斗力、凝聚力和创造力作用显著。

发挥党组织的领头雁作用。在配水工程建设中，党组织肩负着直接联系、组织和团结干部群众，把党的路线、方针、政策落到实处的重要责任，对充分发挥党员先锋模范作用，有力推进中心工作，营造比学赶超的良好氛围作用显著。

发挥党组织的桥头堡作用。配水工程全长100余公里，涉及作业面60余个，施工、监理、设计等参建单位30余家。利用党组织这个强大载体，能有效沟通和整合施工、监理、设计等参建方力量，不断提高各方的协调力、凝聚力和战斗力，对公司加强施工过程管控，推动配水工程建设，实现“党建+水建”双赢互促作用显著。

>主要做法：

一是支部建设全覆盖

创\_组织设置模式，按“就近相邻、便于管理”原则，从工程一线业主、施工、监理、设计等单位党员骨干中选出代表，建立六个工地联合党支部，支部书记由公司一线党员骨干担任，支部委员为各参建单位的核心党员;同时，党委委员将联合党支部作为基层党建联系点，进一步确保党组织对工程项目的领导力和影响力。联合党支部覆盖工程沿线，涵盖党员数百名，实现“工程建设到哪里，党组织就建到哪里，党员先锋模范作用就发挥到哪里”。

二是作用发挥有载体

以公司党委为核心，先后组织开展“两美”浙江和“三重一新”立功竞赛活动，以“六比六赛”为抓手，定期开展竞赛考核，助力工程保质保量推进;积极组织开展岗位练兵、技术比武等活动，提高员工技能水平;结合工程建设需要设岗定职，设立“政治辅导员”等五个特色岗位，精选专人担任，以点带面，促进工程高效、高质、安全建设。

三是阵地建设有内容

各联合党支部在施工项目部专门设立“党员活动室”，并实现重要党建信息上墙;设立党员示范岗，党员亮身份、亮职责，确保党员先锋看得见，摸得着;建立党建工作钉钉群、微信群，发布微党课和党建工作信息，搭建短频快的零距离交流平台。

>取得成效：

在党建品牌创建过程中，公司党委以配水工程全线为基石，以联合党支部为平台，以服务中心工作的各项活动为抓手，取得了初步成效。

1、党员意识明显增强。通过党建品牌建设，丰富了基层党组织活动内涵和外延，增强全体党员干部的纪律意识和规矩意识，提高了践行“三严三实”和“两学一做”的自觉性。同时，党员干部主动承担急难险重工作中的攻坚任务，更好地发挥了模范带头作用，体现了原水人的责任和担当。

2、村企共建扎实有效。积极发挥施工区域驻点优势，加强村企联合，经常性听取驻点周边村民意见建议，帮助解决实际困难，主动做好“百千万”问题处理、房屋安全隐患排查等工作;注重以党建促水建，20xx年以来，有组织、有计划地开展困难群众帮扶、重阳慰问等共建活动10余次，进一步加深了与地方的关系，紧密建立起信息沟通渠道。

3、工程推动成效显著。“两美”浙江和“三重一新”立功竞赛活动在公司党委领导下不断深入，持续营造了争先创优、你追我赶的浓厚氛围，充分激发了参建各方的积极性、主动性和创造性，助力工程建设。20xx年配水工程隧洞开挖超40公里，完成市委市政府制定的目标任务。

4、原水铁军雏形初现。以“三提一争”为核心，以联合党支部为载体，创新机制，拓展空间，着力打造三支具有原水风范的铁军排头兵先锋队，即一支能够发挥先锋模范作用的党员先锋队、一支“狮子型”的干部先锋队和一支肯干事能担当的骨干先锋队。20xx年，在各联合党支部中涌现出许多先进典范，其中五个作业班组获得了“浙江省工人先锋号”荣誉称号，公司一线党员杜强强获得了“浙江省五一劳动奖章”。

**加强品牌培育工作总结范文11**

一是在分部春秋检、迎峰度夏（冬）、安全生产月、变电设备首检等工作中，积极开展宣传工作，对分部承办及自办的重大活动做好影像留存及跟踪报道工作；

二是结合分部新建、扩建等工作，加强新闻整体策划，组织通讯员深入一线采访，报道工程建设过程中的感人事件；

三是为公司定期开辟的“劳动者风采”、“群众路线”、“用心管理”、“安全之我见”、“迎峰度冬”等专栏积极投稿，宣传分部工作亮点；

四是做好上下联动工作，积极配合公司对口部门做好份内工作；

五是为提高分部通讯员业务水平，分别在三月和十月举办通讯员座谈会、培训班及外出采风活动。

**加强品牌培育工作总结范文12**

20XX年，实施名牌发展战略以来，我局突出以名优品牌为引领，围绕提升产业竞争力，带动全县工业经济整体质量提高，推动xx县经济又好又快、更好更快地发展。我局采取了一系列措施开展品牌建设工作，现将工作总结如下：

>一、 采取的措施

(一) 优化服务，加强指导，充分发挥了职能科室的联动作用。职能科室根据职能把名牌培育创建工作与日常工作结合起来，加强了名牌创建的服务力度。一是引导企业增强了争创名牌的主体意识，在名牌创建中，树立了新的质量理念，不断实现管理创新，导入了先进的质量管理方法；二是引导企业积极采用了国际和国外先进标准，及时为企业提供最新的国内外标准信息，帮助指导企业开展采标工作；三是帮助企业建立和完善计量管理体系，最大限度地发挥计量工作在节能降耗中的作用；四是切实帮助企业做好了名牌产品的申报、推荐及辅导工作，及时为企业提供法规、政策等相关信息服务；五是依法保护名牌，加强行政执法，依法严厉打击制售假冒名牌产品的违法行为，加大了对名牌产品的保护力度。

(二) 结合实际，重点培育，充分调动企业的积极性和主动性。结合我县产业优势，围绕重点产品的资源条件、产品竞争力、市场影响力、品牌发展潜力和对同行业及相关产业的带动作用，积极发动企业提高争创名牌产品的意识。

(三) 落实相关奖励政策，确保获名牌产品企业得到相应优惠政策。进一步完善我市名牌产品奖励政策，助推县区政府出台了相关名牌产品奖励措施。

(四) 强化舆论宣传，营造名牌培育创建的良好环境。继续做好了实施名牌战略的宣传工作，广泛宣传有关名牌培育创建的相关政策和信息，组织指导相关企业开展名牌产品宣传策划和展示活动。利用报刊、电视、网络等新闻媒体大力宣传名牌强业、名牌强企的成功经验，积极探索争创名牌的新思路。为创建名牌、经营名牌营造了一个良好的社会氛围。

>二、 取得的成绩

通过深入实施名牌培育质量提升工程，进一步发挥了名牌在经济发展中的带动作用；全县规模以上企业质量管理基础工作得到了加强，产品质量控制能力显著提高；助推县政府部门出台了名牌产品奖励政策，落实了名牌产品奖励措施；名牌创建的质量和数量有新的提升；正在逐步形成以名牌产业、特色产业为中心，辐射带动了相关产业的市场竞争能力。

**加强品牌培育工作总结范文13**

万物复苏，大地春暖花开。我们红蜻蜓专卖店的销售工作也随着温度的转暖，开始了紧张而有序的辛勤与忙碌。

古语有云：磨刀不误砍柴工。就是放在今天的社会工作中，也深刻的指引和提示着我们。要在进取工作的基础上，先找准思想方向，即要有着明确的意识感观和积极的工作态度，方能付诸于努力工作的实践之中。使之事半功倍，取得良好业绩。

回顾这一周来，自己的工作情况，扪心自问，坦言总结。在诸多方面还存在有不足。因此，更要及时强化自己的工作思想，端正意识，提高专卖销售工作的方法技能与业务水平。

首先，在不足点方面，从自身原因总结。我认为自己还一定程度的存在有欠缺强力说服顾客，打动其购买心理的技巧。

作为我们红蜻蜓专卖店的一名销售人员，我们的首要目标就是架起一坐连接我们的商品与顾客的桥梁。为公司创造商业效绩。在这个方向的指导下，怎样用销售的技巧与语言来打动顾客的心，激发起购买欲望，就显得尤为重要。因此，在以后的销售工作中，我必须努力提高强化说服顾客，打动其购买心理的技巧。同时做到理论与实践相结合，不断为下一阶段工作积累宝贵经验，

其次，注意自己销售工作中的细节，谨记销售理论中顾客就是上帝这一至理名言>。用自己真诚的微笑，清晰的语言，细致的推介，体贴的服务去征服和打动消费者的心。让所有来到我们红蜻蜓专卖店的顾客都乘兴而来，满意而去。树立起我们红蜻蜓专卖店工作人员的优质精神风貌，更树立起我们红蜻蜓的优质服务品牌。

再次，要深化自己的工作业务>。熟悉每一款鞋的货号，大小，颜色，价位。做到烂熟于心。学会面对不同的顾客，采用不同的推介技巧。力争让每一位顾客都能买到自己称心如意的商品，更力争增加销售数量，提高销售业绩。

最后，端正好自己心态。其心态的调整使我更加明白，不论做任何事，务必竭尽全力。这种精神的有无，可以决定一个人日后事业上的成功或失败，而我们的专卖销售工作中更是如此。如果一个人领悟了通过全力工作来免除工作中的辛劳的秘诀，那么他就掌握了达到成功的原理。倘若能处处以主动，努力的精神来工作，那么无论在怎样的销售岗位上都能丰富自己人生的经历。

总之，通过理论上对自己这一周的工作总结，还发现有很多的不足之处。同时也为自己积累下了日后销售工作的经验。梳理了思路，明确了方向。在未来的工作中，我将更以公司的专卖经营理念为坐标，将自己的工作能力和公司的具体环境相互融合，利用自己精力充沛，辛勤肯干的优势，努力接受业务培训，学习业务知识和提高销售意识。扎实进取，努力工作，为公司的发展尽自己绵薄之力。

**加强品牌培育工作总结范文14**

一学期来，我校按照制定的鲁班文化学校特色品牌创建的实施方案，在学校主要领导的直接参与、关心和大力支持下，我校鲁班文化学校特色品牌创建工作进行的有声有色。现将一学期来我们在鲁班文化学校特色品牌创建中所做的工作总结如下：

>一、制定实施方案细致入微

在学校明确提出把鲁班文化作为我校特色品牌建设的突破口和契入点后，我校就积极组织教师展开论证，怎么样才叫做特色品牌？如何创建等问题。有了明确的认识后，又组织专人制定我校创建鲁班文化学校特色品牌的实施方案，并再三修改，不断完善。从目标确立，到具体实施，从组织领导，到具体分工每一个过程都细心研究，反复讨论。

>二、安排组织机构领导挂帅

在组织领导机构的确立中，为了突出学校对特色学校创建的重视，学校主要领导一致认为，必须有学校主要领导亲自挂帅，具体工作由业务校长负责。

>三、进行具体操作校长亲临

学校特色的创建方案的实施具体工作，都是在校长的亲自指导和监督下进行的。业务校长安排，校长把关，在学校领导的充分重视下，广大教师积极献计献策，群策群力，形成了许多切实可行的方法。

>四、开展各项工作扎实有效

学校特色的创建事关学校发展，事关学校教学发展。为了使学校特色的创建真正落实，使学校建设取得质的飞跃，在落实方案时，大家都没有敷衍应付的态度，而是用自己的才识和全心全意为教育的热情，真正把这项工作扎实的进行。比如在方案实施前，为了统一思想，达成共识，我们进行了全方位，大规模的宣传和动员。既有为让广大教师献计献策出工出力的教师动员大会，又有为让学生重视的学生动员大会。

>五、今后的工作重点：

>（一）加大投入。

1、在学校教室、图书室、操场等师生活动区域制作标志性宣传标语和图片。

2、印制一定数量的鲁班读物，丰富学生阅读材料，扩大学生阅读量。

>（二）多元交流。

1、加强同兄弟学校间的交流。包括学生之间的交流和教师之间的交流。

2、加强同学校特色创建富有成效的学校的的交流

3、请相关专家做指导。

>（三）狠抓教研。

1、学习先进的经验和方法，以它山之石，攻己之玉。高效提高教师能力和水平。

2、对校本问题展开探讨研究，形成学校特色的策略和方法。

**加强品牌培育工作总结范文15**

时光荏苒，xx年很快已经过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千……时间如梭，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首望，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。非常感谢公司给我这个成长的平台，令我在工作中不断的学习，不断的进步，慢慢的提升自身的素质与才能，回首过往，公司陪伴我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，领导对我的支持与关爱，令我明白到人间的温情，在此我向公司的领导以及全体同事表示最衷心的感谢，有你们的协助才能使我在工作中更加的得心应手，也因为有你们的帮助，才能令到公司的发展更上一个台阶，在工作上，围绕公司的中心工作，对照相关标准，严以律己，较好的完成各项工作任务。回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，规划好xx年的工作，在新的一年的工作中，开好头，起好步，扬长避短，能够顺利地开展xx年的工作。

一年来我商场在冯总及商厦领导班子的正确领导下，依据xx年制订的全年工作计划进行工作。商场领导班子采用对桂林路、红旗街等商圈进行考察与调研，反复推敲升级改造计划与实施细则，学习先进的经营理念，消除经营死角等积极有效的措施用于今年企业的工作中，成效非常明显。特别值得肯定的是在今年企业的升级改造中，我们采取了经营面积扩大，品牌升级，货位调整，店堂改造，加强管理等一系列强有力的措施，全体员工团结一心，共同努力，取得了一定的经济效益和社会效益。不仅提升了企业形象，而且销售业绩不断攀升。让每一位到来的顾客都赞叹说，“欧亚新发的变化真大呀。”“服装商场的品牌款式还真不错。”

回顾xx年的工作，可以概括为以下三大方面：

一、升级改造顺应市场发展，全新形象喜迎春城百姓，经营工作成绩喜人。 xx年，我们商场共有供应商191 户，品牌600余个，品种近万种，经营面积8000多平方米。xx年全年纯销819万元，xx年纯销万元，比去年递增了。全年租金回算是3，363万元。总销 4，183万元，xx年总销是2，万元，比去年递增了。实现毛利万元，其它业务利润(收缴租金)255万元，去年是148万元，比去年增长。全年营业、管理、财务综合费用合计万元。实现毛利润万元。取得这么好的成绩，我们采取了如下做法：

1、开展活动，搞促销。 按商厦总体部署，在大型促销活动中，我们商场都能围绕主题，特别是在节假日和季节变化时开展活动。主动找诗婷美容院和中国人寿保险公司联合举办促销活动。

通过活动的开展，我们收到了一定的成效，其中销售业绩比较突出的是新发周年店庆和集团店庆，我商场最高日销超百万。在每次促销活动中，我们都能积极与厂家联系货源，增加供应商的扣点，经理及部主任都做了大量的工作，也得到了供应商的大力支持，基本上98%以上的供应商都能参加每期活动。

2、抓品牌，树形象。 今年我们在品牌经营上采取抓大放小的原则，调整了大小品牌56个，确保了新发时尚品牌店经营定位的提升。引进了国际品牌耐克、阿迪入驻本店，并引进了国内知名品牌如：与狼共舞、威鹿1881、乙佰乙纳、芭蒂娜、柯诺、秀蓓儿、艾莎米娜、马天奴、玫而美、米茜尔、丑妹、宗洋、采轩、天马、雅文娜等，这些品牌的引进给企业带来了无限商机和可观的经济效益及社会效益。其中今年销售超百万的就有4家：奥兰贝斯、耐克、361°和七匹狼，奥兰贝斯的全年销售就超过了230多万元。无论是消费者、员工和商业的同仁们大家都说，“今年新发服装品牌的升级与改造是非常成功的。”不仅提升了企业形象而且增加了不同层次的购物群体。的确像冯总说的那样，“有什么样的货招什么样客。”

3、利用平效出效益。 今年我们采取压缩不合理的经营面积，合理有效地利用经营空间，淡季分块改建扩建不合理的经营布局。

今年男装区域改造时，采取压缩面积，增加平效的办法。将原100多平米的2户，增加到3户。如七匹狼专柜原有160多平米，也压缩了一半的营业面积，调整给新引进的威鹿1881，1881每月的销售达3万余元。七匹狼专柜的销售不仅没减少反而比去年翻了4翻。我们还利用一切可利用的空间出效益，如墙面、楼道等，为商场的年利润增加了十万余元。

**加强品牌培育工作总结范文16**

光阴如梭，时间飞逝，记得还正在写半年总结，想不到一晃，20xx年的工作即将成为历史。回望走过的每一秒每一分、每一天、每一个星期、每一个月，太多的感慨、太多的感触在里面。我是20xx年3月份正式加入公司(以前的名称是“赛博尔网络”)到今天整整十个月时间。说长也不长，说短也不短，在这十个月时间里，有太多的事情让我不能忘记，有太多的感动让我铭记在心。

这份工作不是我踏入社会大学的第一份工作，我是一个天生不安分的人，从北到南走过了好多城市，也走过了好几家公司，换了好几份工作。能走进公司，天生就是缘份，我和公司是有缘的。不过更重要的是公司的氛围、公司里的`每个人、包括公司的领导给我留下了不一样的感觉，让我最终选择来这个刚刚起步及久的公司。第一次走进公司(公司是5月份搬到软件园来的，以前在soho大厦)，给我的感觉是公司好小，感觉有点拥挤。在和肖总的几次沟通中，感觉很受益。和这个公司的领导人沟通一直很愉快，也是他自身的感召力让我对公司充满信心，最终选择加入公司。这是一个温馨的大家庭、这里的人都很好相处、没有尔虞我诈，没有人际斗争。这里的氛围我喜欢!

前面啰嗦了这么久，对我xx年的工作总结如下(很多内容在半年总结里面有提到，不过在这里也罗列一下，毕竟是年总结)：

>1、渠道部门的建立

我是和小柴一起进的公司，她是负责公司渠道工作，我是负责市场工作，营销和市场这两个部门是非常紧密的，你中有我，我中有你吧。一个部门的建立，不是一朝一夕的，是要经过很多的细心准备。市场是走在销售的前沿，为销售工作做好前期准备工作。渠道部门的建立经过了一个较长的过程，过程是复杂艰辛的，文档的整理就不下十几份。招商计划书ppt、招商计划书文档、产品包装文档、代理商协议、代理商最终客户合作协议、渠道政策等等。这里公司领导对我们的帮助是很大的，渠道政策的讨论会，大大小小的不知开了多少回，文档整理修改了不知道多少次。五月份渠道工作正式拉开维幕!

>2、4006直线通平台上线

4006直线通管理平台是我们公司4006产品与竞争对手的一个大的区别点，我们的管理平台在业界堪称一流。这离不开我们技术部的辛勤工作。技术研讨会开了一次又一次，多少个日日夜夜，大家加班加点赶进度。技术是公司的灵魂，没有一个过硬的技术体系，没有一个过硬的技术团队，没有一个为公司发展尽心尽力，不辞辛苦工作的技术带头人。那就没有今天在国内市场上堪称一流的4006管理平台。也就没有我们销售部今天取得的成绩。

呵呵，当然平台的上线每个人都付出了汗水，我的付出只是微不足道的一小部分。管理平台的上线，更离不开公司的大力支持。

>3、市场工作

市场部的工作是我的职责，不过我相对做的事情比较杂。

>(1) 市场宣传及广告投放

市场宣传及广告做的最多的是我们的线上宣传，为推广也想了很多的方法，为广告投放也绞尽脑汁，报纸夹带、站广告、车身广告、电梯广告、软文宣传、统计站点广告、招商网站等等想了很多，也准备了很多，不过做为我们一个发展型的公司，不能和更多的大型公司攀比，拿钱砸市场，那是不可能。每一分钱都要花在刀刃上，老大是开明的，大钱投不起，我们可以用小钱，百度关键词宣传我们一直在做，没有放弃，当然互联网的发展，中国人离不开百度，百度给我们带来了很不错的效果，也促进了我们销售部的工作进展。

论坛与博客的工作也一直没有放松，客服部从八月份接手以来，每天都在做，让我们的宣传在网上无处不在，有点困难，不过让我们想看到的人看到我们的宣传，看到我们的公司，我们一直在努力。

>(2)物料制作

物料制作有两批，我们的平面广告设计人员没有，都是通过网上征集来做的，相应的时间都比较长，不过效果还可以，这点最重要。制作厂商也是在众多厂商中挑选出来的。

>(3)市场情况调查与了解

这里离不开直销部与渠道部的帮助。对市场价位、竞争对手的情况进行调查与了解。对我们工作的开展和价位的制定起到了一定的帮助作用。

>(4)博客宣传

客服部、直销部、渠道部三个部门都有在网上注册开通博客，博客培训必不可少。博客的建设及宣传推广工作，公司领导及技术部同仁给了很大的支持，今天我们的博客取得的成绩，和他们的支持是分不开的。

**加强品牌培育工作总结范文17**

本人自9月1日加盟富绅集团以来，承蒙公司领导信任和青睐，担任企业文化公关部经理一职。本人就这3个多月以来的工作总结如下：

>一、新改版《富绅报》，建设通讯员队伍

作为集团文化建设前沿阵地的《富绅报》，集团领导对《富绅报》寄予厚望，曾多次在公司高层会议上对《富绅报》的定位、办报风格和宣传重点作了相关指示。自20xx年9月改版以来，注重以“反映公司重大管理、经营决策，促进沟通、增强员工凝聚力，为市场服务、为销售服务”为主题方向，先后确立“集团要闻”、“总裁寄语”、“赢销天下”、“富绅印象”、“员工心声”等重要栏目，全方位及时报道集团发生的一切重大事务。以部门班组、科室为单位，正式组建通讯员队伍，并启动培训事宜。12月10日，广东省工商业联合会九届四次执委会议在广州珠岛宾馆召开，在参加评比的283家企业内刊中，《富绅报》获得“优秀期刊”称号。

建议：部门需要招聘至少两名普通职员，分担内部培训和行业资讯收集、媒体初步联络、接待、函件往来等较为简单但繁琐的工作。

>二、加强媒体公关，创造媒体支持平台

自9月入职以来，本人充分利用曾经在财经杂志做过记者的天然优势，主动出击，广泛接触专业报纸、杂志、网站，并努力建立良好的协作关系。

9月，先后有24家专业网站，5家报纸在重点栏目和版块对集团的人事改革和品牌提升、完善思路和进程进行了全面、深入报道，有关集团的宣传报道文字逾6万余字。网站包括人民网、中国品牌总网、中国服装商务网、中国时尚品牌网、中国服装财富网、富民时装网等一批高端、专业网站，登载此新闻的报纸则有《经济日报》、《服装时报》、《南方都市报》、《民营经济报》等。

10月以来，集团媒体宣传重点开始呈现明显的“专业化”特点，有意识地在专业服装报刊杂志或专业网站的“服装”栏目进行新闻发布。期间，有关富绅集团公司的报道文字35000余字。主要媒体为《中国纺织报（服饰周刊）》、《南方都市报、服饰天地》、《民营经济报、品牌》、中华服饰网等。11月，本人被《中国纺织报》聘为“专栏作家”；12月，被人民网聘为“特约记者”。集团对外宣传渠道更加宽敞、快捷。与媒体的紧密联系和友好合作，也较为有效地建立了危机预警机制，媒体舆论导向将更加有利于公司的正面宣传。

不足：因公司资金瓶颈等原因，大量涉及软文侧面宣传的文字未能正常、及时刊发，因人手不足的原因，连续、深入报道工作难以持久，品牌宣传很难形成规模效应。零星的新闻稿件刊发和有限的媒体投放不能对品牌形象塑造和公众注意力吸引构成“族群效应”，对公司产品销售和货币变现的推动作用不够稳定，作用有限。

建议：专人负责媒体联络和新闻稿件的广泛投发，不断拓宽宣传渠道，保持和增进与相关专业媒体负责人的友好关系，巩固和壮大富绅的宣传阵线，重视新闻投放的规模效应，更好地为销售服务。

>三、变革富绅网站，做好品牌宣传首要形象工程

富绅网站是外界了解公司管理、经营、产品、销售网络等一切信息的首要窗口。平煤集团的合作成功足以充分说明：信息时代，任何企业、产品在网络中的表现力最终会成为影响其销售力的重要因素。因为专业人才的缺乏，集团网站呈现“老（面孔）、空（内容）、慢（更新）”的特点。针对这一情况，承蒙陈董信任和支持，本人潜心研究、多方考虑，在公司高层管理会议上递交了《富绅集团网站改革思路和实施办法》，大胆就板块重组、内容分布、权责承担、潜在风险等诸多方面提供了整套操作方案。在新闻发布方面，本部门所负责的“新闻动态”栏目基本上能做到及时、准确更新。

不足：依照与当初承担公司网站建设与维护的网站制作公司签订的合同规定：网站现有任何板块的增删，都必须重新付费。诸如广告影音画面的变动、更新、增加等工作，对方设计好了相关程序，必须报经批准和重新付费后方能调整。某种程度上，等于公司自有网站的命脉操控在别人手中，公司的自主和自由度极为薄弱，严重影响网站的形象化、规范化进程。因为牵涉部门太广，本人实在没有时间和精力通过部门协调会议解决这个问题，网站改革一事就此搁浅。

建议：由电脑中心和企业文化公关部主持召开专门的部门协调会议，黄天存经理负责作出预算，并做好与网站制作公司的沟通、协作；本人负责将网站变革思路、办法和各部门需承担的责任、义务阐释清楚，并确定相关责任人。

>四、公关造势，品牌“活”起来

自9月15日参加在广州琶州举行的第x届中国暨中法中小企业博览会以来，富绅集团的高调精彩亮相吸引了来自广告、策划、传媒等的多方关注。受良好开端鼓舞，围绕企业“品牌激活”中心，在总经理张海良先生和品牌总监曹茜女士的领导下，企业文化公关部参与策划并全程服务了几次大型公关活动：

1、第x届中国暨中法中小企业博览会。本部门负责现场文案撰写、编排，并参与决定现场展厅布置。

2、首届“富绅杯”新产品开发设计大赛。与n、t广东服装学院合作，制定相关参赛细节、标准。

3、赞助“爱我中华，爱我惠州”国庆大型文艺晚会。因为考虑周详，统筹到位，公司logo和宣传标语高频次地出现在晚会现场的直播屏幕上。

4、企业形象电视广告宣传片。负责所有文案撰写、场景设计、章节时段裁剪。因为品牌总监的离职，本项工作至今被搁置。

5、挂历、产品画册更新。协助文字内容选择、修订、编排。

不足：公关策划能和新闻事件、社会热点结合效果最好，但因为人员配置和资金等原因，我们无法及时、有效地抓住机会并及时将事件影响扩大。致使一些公关活动呈现“雷声大，雨点小”特点，人员和资金投入较低，效果也较差。公关策划没有向“新闻”过渡，并刺激公众眼球，基本是自娱自乐。

建议：事先对活动效果、目的、过程等进行预测，做好相关准备（特别是应急措施）工作，充分发掘活动的新闻元素，主动导引传媒关注，以新闻宣传代替软文表达。

**加强品牌培育工作总结范文18**

>一、品牌宣传工作业绩

1、广告方面，严格按照公司VI规范以及宣传预算计划，选择适合媒体投放广告，有力提升了太平人寿在广东地区的品牌美誉度及知名度，极大增加了各销售渠道的营销力度，鼓舞了众营销员的士气。

（1）在广州繁华商业圈北京路、东山口两处分别设立长期大牌广告及霓虹灯广告，以地标性户外广告形，树立太平人寿品牌形象。两块大牌各有侧重：以霓虹灯广告为主，全年投放公司品牌形象，以北京路大牌为辅，分阶段换画面配合条线产品宣传。

（2）敢于创新，尝试新广告媒体形式。今年11月，与公车“巴士杂志”媒体合作，免费投放多条线路的公车椅背滚动广告，从公司介绍、公司实力、“一诺千金”新产品、个险增员多个角度向市民展示公司形象。新颖、优质、多画面的广告形式，抓住了受众眼球，取得很好的宣传效果，受到公司内外勤员工的肯定。

2、公关活动方面，与广州各大媒体建立稳定、友好的关系，能够适时争取曝光，宣传公司品牌；与各条线紧密配合，参与组织活动，为渠道销售提供强大助力；承办大型公关活动，树立品牌形象。

（1）健全了成熟的媒体资源网络，在多个重大节日对媒体进行答谢以联络关系。保持每月有多篇新闻稿件向行业内、外各媒体快速发布信息并跟踪反馈，如“太平资产开业”、“太平人寿保费破100亿”、“广东分公司开业x周年”等新闻在《广州日报》、《羊城晚报》、《新快报》均有见报，确保了新闻宣传的有效性。

（2）与各条线紧密配合，参与策划、实施客户活动。如今年4月客户服务节系列活动、6月银保渠道的“太平宝宝评选”、8月个险渠道的“关爱见面会”爱心助学活动等，在社会及广大客户中引起广泛关注和影响。

（3）第四季度为配合公司形象宣传，配合总公司冠名车队参与“AGF亚洲吉利方程式”珠海站的宣传，在广州、珠海电视、报纸等多种媒体上展示了太平人寿的品牌魅力。

3、制度建立及队伍管理方面，完善有关品牌宣传的各项规章制度，健全分公司品牌宣传员队伍，规范、高效、有组织完成分公司的品牌宣传工作。

（1）今年5月，制定并下发《太平人寿广东分公司品牌宣传工作管理规定（暂行）》，文中规定了分公司、各中心支公司各宣传员的工作职责及奖惩办法，特别梳理、规范了分公司VI规范应用审批、媒体采访处理、广告发布四个工作流程，有效指导各宣传员的各项工作，使队伍更加专业、规范。

（2）推出制订“新闻宣传211”活动方案，通过方案量化了各宣传员的工作要求，有效提升分公司新闻宣传工作的品质，在分公司内部营造了“数一数二”的积极新闻环境，在外部创造与公司业务发展和品牌形象相适应的正面新闻舆论，并且扩大了通讯员队伍，吸引很多内外勤员工积极参与。

4、推出分公司企业内刊《广东太平》，多角度、多形式地向分公司内外勤员工提供公司资讯，为员工提供了展示自我的平台，有利于分公司精神管理的传达、贯彻，极大地增强了分公司的团队凝聚力，成为分公司继网络宣传平台外的又一有力宣传工具。

5、结合分公司客户服务特色，通过多种广告、公关宣传方式，在今年3月14日揭晓的“20xx—20xx中国最佳客户服务评选”中，广东分公司入围中国最佳客户服务奖30强。在12月25日，由广东主流媒体主办的“最具公信力保险品牌”评选活动中，广东分公司获得“最佳客户服务品牌”荣誉。

>二、品牌宣传工作尚待改进的地方及方法

1、通讯员队伍建设及人员素质方面

（1）从分公司各条线、相关部门到中心支公司各部门均有设置通讯员，以便更及时、准确地掌握信息，报道单位动态。但是在营销服务部没有设置通讯员，搜集、报道信息不够及时，错失很多好的新闻点。因此，将在营销服务部设置通讯员负责新闻通讯工作，明确人员及工作要求，以便宣传工作能够渗透到最基层。

（2）新闻稿件、新闻图片的质量决定新闻稿的价值。部分稿件及新闻图片的质量不高，需要多次修改、修图，增加了宣传员的工作量，降低了工作效率。为提高各通讯员的新闻写作、摄影水平，计划在每年举办一次写作、摄影培训。

（3）分公司内刊《广东太平》展现员工自我的空间可以再扩大，光靠现有通讯员无法全面体现分公司全员的风采。建议拨出部分资金用于奖励公司积极分子（非通讯员），以激励分公司广大员工参与新闻或其他写作，在分公司内部形成全员关注、全员动起来的气氛。

2、VI规范、应用方面

需要使用到公司logo及公司介绍的条线、部门很多，在VI应用审核过程中，有部分单位没有按照VI规范应用流程提交各级宣传员审核。因此，建议从两方面加强控制，避免应用错误：一方面，开展VI知识全员培训，普及VI的基础应用，特别是每年定期的《新人培训班》中，设置VI基础知识主题课程；另一方面，在网上开辟VI错误通报，将未通过审核、错误使用公司logo的单位及错误实景图片挂网，加强各单位对VI把关的重视。

3、中心支公司宣传费用的执行方面

部分中心支公司宣传员对于宣传费用使用情况没有实时追踪，无法确实掌握当下费用执行、剩余费用等，因此在为下阶段制定广告宣传计划时不够清晰。

建议各中心支公司宣传员建立宣传费用执行列表，包含宣传总预算、项目及项目总金额、各项目支付情况、剩余宣传费用金额等信息，并且每个季度上报分公司，以便分公司、各中心支公司清晰各自宣传费用执行情况，为制定下阶段宣传计划提供依据。

**加强品牌培育工作总结范文19**

1、广告方面，严格按照公司VI规范以及宣传预算计划，选择适合媒体投放广告，有力提升了太平人寿在广东地区的品牌美誉度及知名度，极大增加了各销售渠道的营销力度，鼓舞了众营销员的士气。

（1）在广州繁华商业圈北京路、东山口两处分别设立长期大牌广告及霓虹灯广告，以地标性户外广告形，树立太平人寿品牌形象。两块大牌各有侧重：以霓虹灯广告为主，全年投放公司品牌形象，以北京路大牌为辅，分阶段换画面配合条线产品宣传。

（2）敢于创新，尝试新广告媒体形式。今年11月，与公车“巴士杂志”媒体合作，免费投放多条线路的公车椅背滚动广告，从公司介绍、公司实力、“一诺千金”新产品、个险增员多个角度向市民展示公司形象。新颖、优质、多画面的广告形式，抓住了受众眼球，取得很好的宣传效果，受到公司内外勤员工的肯定。

2、公关活动方面，与广州各大媒体建立稳定、友好的关系，能够适时争取曝光，宣传公司品牌；与各条线紧密配合，参与组织活动，为渠道销售提供强大助力；承办大型公关活动，树立品牌形象。

（2）与各条线紧密配合，参与策划、实施客户活动。如今年4月客户服务节系列活动、6月银保渠道的“太平宝宝评选”、8月个险渠道的“关爱见面会”爱心助学活动等，在社会及广大客户中引起广泛关注和影响。

（3）第四季度为配合公司形象宣传，配合总公司冠名车队参与“AGF亚洲吉利方程式”珠海站的宣传，在广州、珠海电视、报纸等多种媒体上展示了太平人寿的品牌魅力。

3、制度建立及队伍管理方面，完善有关品牌宣传的各项规章制度，健全分公司品牌宣传员队伍，规范、高效、有组织完成分公司的品牌宣传工作。

（1）今年5月，制定并下发《太平人寿广东分公司品牌宣传工作管理规定（暂行）》，文中规定了分公司、各中心支公司各宣传员的工作职责及奖惩办法，特别梳理、规范了分公司VI规范应用审批、媒体采访处理、广告发布四个工作流程，有效指导各宣传员的各项工作，使队伍更加专业、规范。

（2）推出制订“新闻宣传211”活动方案，通过方案量化了各宣传员的工作要求，有效提升分公司新闻宣传工作的品质，在分公司内部营造了“数一数二”的积极新闻环境，在外部创造与公司业务发展和品牌形象相适应的正面新闻舆论，并且扩大了通讯员队伍，吸引很多内外勤员工积极参与。

时光荏苒，xx年很快已经过去了，回首过去的一年，内心不禁感慨万千……时间如梭，转眼间又将跨过一个年度之坎，回首望，虽没有轰轰烈烈的战果，但也算经历了一段不平凡的考验和磨砺。非常感谢公司给我这个成长的平台，令我在工作中不断的学习，不断的进步，慢慢的提升自身的素质与才能，回首过往，公司陪伴我走过人生很重要的一个阶段，使我懂得了很多，领导对我的支持与关爱，令我明白到人间的温情，在此我向公司的领导以及全体同事表示最衷心的感谢，有你们的协助才能使我在工作中更加的得心应手，也因为有你们的帮助，才能令到公司的发展更上一个台阶，在工作上，围绕公司的中心工作，对照相关标准，严以律己，较好的完成各项工作任务。回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，规划好xx年的工作，在新的一年的工作中，开好头，起好步，扬长避短，能够顺利地开展xx年的工作。

一年来我商场在冯总及商厦领导班子的正确领导下，依据xx年制订的全年工作计划进行工作。商场领导班子采用对桂林路、红旗街等商圈进行考察与调研，反复推敲升级改造计划与实施细则，学习先进的经营理念，消除经营死角等积极有效的措施用于今年企业的工作中，成效非常明显。特别值得肯定的是在今年企业的升级改造中，我们采取了经营面积扩大，品牌升级，货位调整，店堂改造，加强管理等一系列强有力的措施，全体员工团结一心，共同努力，取得了一定的经济效益和社会效益。不仅提升了企业形象，而且销售业绩不断攀升。让每一位到来的顾客都赞叹说，“欧亚新发的变化真大呀。”“服装商场的品牌款式还真不错。”

回顾xx年的工作，可以概括为以下三大方面：

一、升级改造顺应市场发展，全新形象喜迎春城百姓，经营工作成绩喜人。 xx年，我们商场共有供应商191 户，品牌600余个，品种近万种，经营面积8000多平方米。xx年全年纯销819万元，xx年纯销万元，比去年递增了。全年租金回算是3，363万元。总销 4，183万元，xx年总销是2，万元，比去年递增了。实现毛利万元，其它业务利润(收缴租金)255万元，去年是148万元，比去年增长。全年营业、管理、财务综合费用合计万元。实现毛利润万元。取得这么好的成绩，我们采取了如下做法：

1、开展活动，搞促销。 按商厦总体部署，在大型促销活动中，我们商场都能围绕主题，特别是在节假日和季节变化时开展活动。主动找诗婷美容院和中国人寿保险公司联合举办促销活动。

通过活动的开展，我们收到了一定的成效，其中销售业绩比较突出的是新发周年店庆和集团店庆，我商场最高日销超百万。在每次促销活动中，我们都能积极与厂家联系货源，增加供应商的扣点，经理及部主任都做了大量的工作，也得到了供应商的大力支持，基本上98%以上的供应商都能参加每期活动。

2、抓品牌，树形象。 今年我们在品牌经营上采取抓大放小的原则，调整了大小品牌56个，确保了新发时尚品牌店经营定位的提升。引进了国际品牌耐克、阿迪入驻本店，并引进了国内知名品牌如：与狼共舞、威鹿1881、乙佰乙纳、芭蒂娜、柯诺、秀蓓儿、艾莎米娜、马天奴、玫而美、米茜尔、丑妹、宗洋、采轩、天马、雅文娜等，这些品牌的引进给企业带来了无限商机和可观的经济效益及社会效益。其中今年销售超百万的就有4家：奥兰贝斯、耐克、361°和七匹狼，奥兰贝斯的全年销售就超过了230多万元。无论是消费者、员工和商业的同仁们大家都说，“今年新发服装品牌的升级与改造是非常成功的。”不仅提升了企业形象而且增加了不同层次的购物群体。的确像冯总说的那样，“有什么样的货招什么样客。”

3、利用平效出效益。 今年我们采取压缩不合理的经营面积，合理有效地利用经营空间，淡季分块改建扩建不合理的经营布局。

今年男装区域改造时，采取压缩面积，增加平效的办法。将原100多平米的2户，增加到3户。如七匹狼专柜原有160多平米，也压缩了一半的营业面积，调整给新引进的威鹿1881，1881每月的销售达3万余元。七匹狼专柜的销售不仅没减少反而比去年翻了4翻。我们还利用一切可利用的空间出效益，如墙面、楼道等，为商场的年利润增加了十万余元。

未成年人思想道德建设工作的开展，主要途径是以活动为载体，结合自身实际取得对未成年人教育的实效。因此，学校结合实际开展有利于自身的教育活动。同时还将心理教育贯穿于教学和各项活动之中，全面掌握学生的心理状态，通过做好家访、建立档案、爱心奉献、扶贫济困、心灵沟通等办法形成了一套关于如何做好单亲家庭未成年人思想道德建设工作的方法。使这些孩子感受到了集体的温暖，培养了他们的健全人格和良好品质，为他们的健康成长提供了保证。

加强法制教育，创设了和谐校园。在重大节日纪念活动中，学校组织开展对学生进行了爱国主义教育、组织纪律教育、行为规范教育等，相关部门协助学校开展了治理和整顿校园周边秩序行动。同时利用课堂教育形式，对全体学生进行法律知识教育，重点学习《未成年人保护法》等法律法规。利用报告，讲座等形式对学生进行法律知识辅导，分析违法犯罪给社会带来的危害，特别是青少年犯罪给国家、社会、家庭带来的危害，创设了一个和谐的校园。

利用“六一儿童节”、“五四青年节”“七一”建党节、“国庆节”等传统节日开展演讲比赛、征文等丰富多彩的文艺活动，加强对未成年人的教育渗透作用。

——师德建设工作总结5篇

时光如梭，不知不觉中来绿城青竹园服务中心工作已有一年了。在我看来，这是短暂而又漫长的一年。短暂的是我还来不及掌握的工作技巧与专业知识，时光已经流逝;漫长的是要成为一名优秀的客服人员今后的路必定很漫长。

回顾当初在招聘会上应聘公司客服岗位的事就像发生在一样;不过如今的我已从懵懂的学生转变成了肩负工作职责的绿城员工，对客服工作也由陌生变成了熟悉。

下面是我这一年来的主要工作内容:

1、业主收房、入住、装修等手续和证件的办理以及业主资料、档案、钥匙的归档;其中交付园区共92户，办理交房手续46户，办理装修手续7户，入住业主2户;

2、接受各方面信息，包括业主、装修单位、房产公司、施工单位等信息，在做好记录的同时通知相关部门和人员进行处理，并对此过程进行跟踪，完成后进行回访;

3、函件、文件的制作、发送与归档，目前年度工作联系单发函150份，整改通知单115份;温馨提示55份;部门会议纪要23份，大件物品放行条1387余份。

在完成上述工作的过程中，我学到了很多，也成长了不少：

1、工作中的磨砺塑造了我的性格，提升了自身的心理素质。对于我这个刚刚步入社会，工作经验不丰富的人而言，工作中不免遇到各种各样的阻碍和困难，但在各位领导和同事们的帮助下，尤其是在任主管的悉心教导下，让我遇到困难时勇于面对，敢于挑战，性格也进一步沉淀下来。记得揽秀苑与临风苑房屋交付的时候，因时间紧迫，人员较少，相关工作又较复杂;管家部全体人员连续加班一个多星期，力争在交房前把所以准备工作做充分做细致;尤其是在交付的前3日，大家每晚都加班至凌晨两三点。交房的第一天我是负责客服中心的协助工作，当我拖着疲惫的身体参与交房工作时，已有一种睁着眼睛睡觉的感觉。但当我看到从重庆远道而来的张羽在面对客户时从容甜美的笑容，娴熟的接待技巧时，内心竟荡起一波波涟漪;她也是加班加点的在工作，也会很累，为什么在客户面前却可以保持这么好的精神面貌和工作状态呢?

通过公司领导对我们当天工作的总结，我才深刻体会到职业精神和微笑服务的真正含义。所谓职业精神就是当你在工作岗位时，无论你之前有多辛苦，都应把工作做到位，尽到自己的工作职责。所谓微笑服务就是当你面对客户时，无论你高兴与否，烦恼与否，都应已工作为，重客户为重，始终保持微笑，因为你代表的不单是你个人的形象，更是公司的形象。在接下来第二天、第三天交付工作中，我由协助工作转换为正式接待工作，在加强了自身情绪的掌控的同时，尽量保持着微笑服务，顺利为好几位业主办理完成了交房手续。听到上级领导的鼓励，看着业主满意的笑容，我也无比欣慰。经历了这次交房流程也对我日后的工作起到了莫大的作用，在面对领导与同事的批评与指正时能摆正心态，积极改正;在与少数难缠的工程人员沟通时也逐步变得无所畏惧;接待礼仪、电话礼仪等礼仪工作也逐步完善;

2、工作生活中体会到了细节的重要性。细节因其“小”，往往被人所轻视，甚至被忽视，也常常使人感到繁琐，无暇顾及。在绿城的工作生活中，我深刻体会到细节疏忽不得，马虎不得;不论是拟就公文时的每一行文字，每一个标点，还是领导强调的服务做细化，卫生无死角等，都使我深刻的认识到，只有深入细节，才能从中获得回报;细节产生效益，细节带来成功;

3、工作学习中拓展了我的才能;当我把上级交付每一项工作都认真努力的完成时，换来的也是上级对我的支持与肯定。前两天刚制作完毕的圣诞、元旦园区内布置方

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找