# 地产行业广告工作总结(共14篇)

来源：网友投稿 作者：月落乌啼 更新时间：2024-06-08

*地产行业广告工作总结120xx年是公司生产经营快速发展的一年，也是运营管理部职能完善、细化的关键时期。目前，上半年的工作已结束，为全面检查部门业务的开展情况，总结执行过程中自身存在的不足，找到有效改善措施加以改进与完善，以便于梳理好下半年工...*

**地产行业广告工作总结1**

20xx年是公司生产经营快速发展的一年，也是运营管理部职能完善、细化的关键时期。目前，上半年的工作已结束，为全面检查部门业务的开展情况，总结执行过程中自身存在的不足，找到有效改善措施加以改进与完善，以便于梳理好下半年工作的工作计划与重点，特对本部门上半年的工作分业务版块总结如下：

>一、目标管理

1、目标与绩效考评管理

根据公司的20xx年的整体发展规划，拟定了20xx年度欣锐公司团队绩 效指标，经与集团经管部沟通与协调，\*\*了公司团队经营目标责任书的签订。

根据公司团队经营目标责任书，\*\*各部门签订了部门年度经营目标责 任书，并制定了对应的考评指标，目前正按照《绩效管理办法》对各部门月度及管理职季度工作业绩作出公\*、公正的评价。

2、经营分析

为更全面的获取公司生产经营过程的信息，完善了各部门月度业绩汇报 模板，督导各部门按照要求及时完成经营分析，准时向集团经管部与军工集团提交了相关的分析报告和报表；\*\*公司\*\*定期召开月度经营分析会，全面揭示公司经营状况，并出具会议纪要。

目前，经营分析的分析方法还不够全面、分析层面还不够深入、分析工 具还有待加强，信息的获取亦非常有限，故分析报告可完善与提升的空间很大。

3、公司固定资产经营及存货\*\*

上半年，主要\*\*与精密公司（1-2月份固定资产）租凭协议、我公司 20xx年度与原虹欣公司租凭协议的签订。下半年将对半年度盘存中发现的问题进行核实，对需外卖的\*\*外卖准备。

介于公司目前存货金额居高不下的状况，上半年运营管理部\*\*相关部 门对公司库位的存货进行了全面清理，制定了相应的消化、处理措施，以减少公司积压资金的占用，但从上半年的处理进度来看进度缓慢。

4、对外物流管理

通过减少单边发空车与增加回程车次数，上半年降低了公司物流费用率；

但目前的工作中，主要存在用车申请流程不规范、信息沟通不及时及单据保管不完善的现象。

>二、信息化建设

信息化建设是公司内部管理信息传递、对外宣传等工作的基础，能有效实现管理水\*与效率的提升。20xx年上半年，运管部在保证现有系统正常运行的前提下，重点围绕信息化建设\*\*化、标准化、系统化开展了相关工作。具体情况如下：

1、运作维护\*\*

以“服务”为理念，保证广元工业园区的正常生产运营，增加信息系统 的巡查\*\*，及时发现各种系统运行故障，降低系统运行风险，从而提高工作效率。

在通讯方面，与广元电信签订了优惠合作协议，每年为公司节约通讯费 用约4-5万元。

2、\*\*建设与流程规范

20xx年是公司信息化工作走向规范的一年。在过去的半年时间里，我 们针对现有业务情况，先后制定了《信息系统周巡检\*\*》、《日维护汇总\*\*》、《月简报\*\*》、《物资使用登记\*\*》、《重大故障登记\*\*》、《办公仪表实物管理\*\*》等，同时对各种账户办理流程进行了规范。通过规范各种流程，提高了工作效率，最大程度地为公司生产经营服务。

作为长虹集团的子公司，我们的信息化进程必须与集团的信息化发展规 划保持同步。因此在上半年，我们充分与虹信公司人员沟通，同时参考了集团在广东、合肥、江西等地的工业园区建设方案，结合广元工业园实际情况，制定了未来两到三年（也就是欣锐公司二期信息化建设）发展规划方案，并报集团公司经管部信息管理处审核通过，现在已处于具体实施阶段。

3、PPCO项目推进

我公司PPCO项目于20xx年1月25日开始，至20xx年4月30日结束。 其中参与项目的业务单元有生产、计划、采购、财务、工程、研发，每个业务单元都有一致两名关键用户全程参与其中。在顾问组的建议和\*\*下，项目组关键用户一起进行各阶段的推进工作，主要过程体现为：文档交付件71份、关键用户测试XX天、数据初始化3821条、上线\*\*30天。

上半年系统在运行中，还存在许多流程上的问题，通过与技术顾问的及 时沟通，均已及时得到解决。但PPCO项目，作为公司这个生产系统的运作机制，不可避免的将会在实际操作过程中随时出现新的障碍，影响操作效率。

>三、经营革新

革新管理因人员未到位还未进行管理创新课题的开展，目前主要进行了流程优化与\*\*建设、合理化建议管理、技改项目推进等工作。

1、流程优化与\*\*建设

参照集团及其他成熟子公司管理手册，清理与完善了欣锐公司管理手册

目录，与各部门进行了充分的沟通，制定了各部门月度管理文件的推进计划。目前正按照计划督进各部门进行文件的编制、评审与发布事宜；

目前部门已发布了公司《绩效管理办法》，拟定了《订单\*\*管理办法》、 《经营分析管理办法》、《降本系统管理办法》，已发相关部门进行意见收集； 在过程推进中，主要体现出各部门对该项工作的长远意义重视不够，相 关业务部门未充分参与到评审工作中去，造成管理文件缺乏中业务衔接不连贯，内容存在交叉、盲区等管理缺陷，为流程优化带来障碍。

2、合理化建议管理

截至目前为止，各部门上半年累计申报建议XX9条，经\*\*采纳并已经 实施的有16条，为公司创造效益预计余万元。

该项管理工作自20xx年7月份开始开展后，根据实际情况完善了《合 理化建议管理办法》。但整体来说，目前该项工作的开展还未真正达到全员参与、主动参与的程度，各部门更多的是将此作为一项任务来完成，而未将该项工作开展的实际意义在员工层面进行广泛宣传与贯彻。

3、技改项目推进

截至目前为止20xx年固定资产累计预算金额达到：万元，实 际投资金额：万元，已付款金额：万元，预计下半年付款金额将达万元，故下半年我公司面临的\*\*\*\*压力较大。

目前，我部门尚无固定资产系统查询权限，不能及时、准确地对项目 推进的全程跟踪，现有的推进模式非常被动。同时，在立项过程中，还存在项目资产购臵重复、数据不准确、部门信息沟通不到位、手续不健全等问题，下半年运营管理部将通过权限申请、流程规范以及相应的考核机制，强力推动技改项目的进度，并定期对投资情况进行清理与\*\*。

>下半年工作计划

基于部门上半年业务推进中发现的问题与不足，我部门制定下半年的业 务推进计划，及相关的实施措施，确保各项业务得到有效开展。如下：

20xx年上半年部门整体工作开展面还不够全面，业务渗透力还需在下半年持续加强，这就需要部门所有成员在加强自身学习的同时，随时总结工作的得与失，通过实际工作的历练，促进个人业务能力的提升，共同推动部门工作的不断进步，为公司下半年经营业绩的达成作出应有的贡献！

——广告部工作计划 (菁华1篇)

**地产行业广告工作总结2**

有人说，这个世界上最难的事情有两件：一是把自己的思想装进别人的脑袋;二是把别人的金钱装进自己的口袋。 从这个角度来看，广告这个行业的确让人疯狂，因为他们在做着这个世界上最难的两件事。

中国加入 WTO 组织已三年有余，“过渡期”已经结束，诸如零售等行业都已经逐渐全面放开，而广告业也位列其中。面对进入中国的国际广告巨头，本土的广告公司应该如何应对——探讨、争执、实践——你方唱罢我登场。

在本文中，我们试图总结本土广告公司在困惑中的思索、在迷途中的探索、在现实中的摸索，分成四个篇章分别论述：本土广告的困境、本土广告的理论探索总结、本土广告的经典发展案例和本土广告的未来发展模式。期望能够从中得出某些有益的线索和角度，起到抛砖引玉的作用。

一、困境

中国的广告经过了青涩和逐步发展阶段，目前已经进入了快速发展期，从广告额度的快速增长和中央电视台广告招标的火热就可见端倪。

但是，宏观上来讲：来自国际 4A 、媒体、专业化的执行公司等的压力，已经使本土广告公司的发展腹背受敌;同时，中国的几个广告快速发展的城市，如上海、北京和广州等地，广告已经接近饱和，而广告公司、广告人才和资本却都积聚在这几个地方，因此具有很大的投资风险;另外，国家经济大环境的政策影响，也使本土广告的发展变得扑朔迷离。

而且，进一步分析本土广告公司在微观上的现实困境，可以总结为以下七个方面：

1 、广告公司竞争中受到来自广告主和媒体的双重压力 。

本土广告公司日益面临边缘化的处境，受到来自广告主和媒介的双重压力。由于广告主自身广告意识的觉醒，以及自身执行力的增强，对广告公司的要求也就越加苛刻。在从创意到制作、到执行、到发表，再到最后的效果评估，广告主会盯住整个流程，在广告公司制作的专业性、执行的科学性以及评估的收效性等方面提出更高要求。

另外，由于门槛较低，一些广告公司的发展还处于低水平扩张阶段，无论在社会地位、人才素质和资源整合利用方面，与部分“越俎代庖”的媒介相比都处于劣势。尤其是一些中小广告公司，由于资金较少、媒体代理总量较小等原因，在与媒体合作过程常常遇到各种问题，例如，没有足够周转资金为客户垫付广告费用，由于媒体购买总量较小而不能够获得较好的价格政策。种种情况导致这些广告公司在竞争中处于劣势。

2 、服务理念和服务水平亟待提升，服务内容有待深化。

随着广告主营销广告活动的运作逐渐走向了专业化、理性化和规范化的良性循环，广告主对广告公司的服务效率也提出更高要求，要求广告公司提供专业化的贴身服务。使得广告公司的服务理念、专业素质、资源掌控等多个方面面临新的挑战。

这是时代发展的一个必然趋势。广告公司的贴身服务会有效地增加客户对广告公司的信任和亲切感，有助于在感情上消除双方的隔膜，建立超越简单工作联系的长期合作。其次，成功的个性化服务将构成广告公司的核心竞争力，使得竞争对手难以模仿，客户也很难再去选择其他的广告公司。

而纵观目前国内的广告公司，能真正拥有核心竞争力 ———— 我认为 ———— 即掌握并能把持住主要大客户、提供跟进式服务、时时与客户胡同信息的寥寥无几。广告公司在服务理念上的不足，成了制约本土广告公司壮大的一个主要绊脚石。在提供的服务的深度上，也有待进一步加强。不是草草制作了某个路牌、发起了某场运动就完事，要时时跟踪客户的走向，使着在整体品牌的规划、前期市调以及后期的消费者反馈等方面下功夫。

3 、跨国广告公司的竞争压力。

随着加入世贸组织，我国广告市场完全向外资开放，跨国广告公司一方面占据独特的地理资源优势、庞大的国际客户，一方面 自20\_\_年以来，跨国广告公司已经逐渐不满足于只据守在京、沪、穗三地，开始通过与本土广告公司进行区域结盟或者直接并购的方式，积极向二线城市渗透，开发新的客户源。 如此“洪水猛兽”虎视眈眈地盯向大陆这个巨大的广告市场，在政府公共、社区公关等方面丝毫不逊色于本土广告公司，给本来就在风雨中飘摇的本土广告公司经营起来更是难上加难。

而本土广告公司不能坐以待毙，应主动采取对策。通过区域化经营拓展客户结构，比如一些本来据守北京、上海或者广州一个城市的公司开始逐渐向其他两个城市扩张，在当地建立分公司或办事处 ; 而一些二线比较有实力的本土广告公司则根据业务的发展，向离他们最近的京、沪、穗三地扩张，努力抓住位于产业链下线的客户群，丰富自己的羽毛，时刻等待反攻的机会。

4 、客户结构单一，难以跨越地域的局限。

本土广告公司有很多都是靠代理某一产品起家的，之后就很长时间在这一客户所在的行业转圈。广告公司应该跟据不同行业、规模、地域等方面的客户分布，进一步优化客户结构，减轻其对大客户的依赖度，从而分散经营风险。

近年来一些发展中的省份和地区随着经济的不断发展，为了更好地拓展客户构成、构建健康的盈利模式，广告公司如何打破地域限制，通过设立异地分公司、并购或是联盟的方式，整合客户资源，成了摆在本土广告公司面前的一个槛。

5 、与广告主合作关系不稳定，合作年限不能持久。

合作时间较短、合作关系不稳定是目前广告公司与广告主合作的主要问题之一。 20\_\_ 年广告公司生态研究调查显示，将近 70% 的被访广告公司与广告主的平均合作时间在两年到五年之间。其中，合作时间在 2 ～ 3 年区间内的广告公司有 35。4% ， 3 ～ 5 年的有 32。3% ，而 2 年以下或 5 年以上的比例都比较低。自祤为扛起中国本土广告公司的广东省广，与客户合作的期限长的，也一般在 5 年左右。

这也反映了一定问题。在消费者行为学的研究中有 70 ： 30 这个定律，即说吸引一个新的消费者的花费是保持一个已有消费者的 4—6 倍。这个事实在广告公司与广告主合作的过程中同样合适。合作关系不能长久，使得广告公司工作效率不高，并且在不断寻求客户的过程中浪费大量的时间，这些时间本来可以带来更大的实际收益。

6 、零代理费制与来自媒介的直接竞争。

某些跨国广告公司则凭借其在全球范围内代理品牌的优势以及全球广告集团背景的支持，能够暂时不顾利润摊薄的压力为广告主垫资，以争夺客户资源，或是通过零代理来累积大买单获取与媒体的谈判优势，造成行业的不正当竞争。

有研究表明，媒体直接与广告主接触仍是广告公司与媒体合作中面临的主要问题之一。 20\_\_ 年媒体生态调查数据表明，媒体直接与广告主接触投放广告量占到媒体总广告额比例的 56。4% 。媒体越过广告公司直接与广告主接触，大幅侵占广告公司生存空间，给广告公司经营带来巨大压力。

媒体在广告经营中倾向于与多家代理公司合作，分散代理权的做法也导致单一广告公司难以承揽媒体大部分广告业务，与媒体的合作关系较不稳定，使得部分媒体代理公司在与媒体的对话中处于劣势。

7 、经营结构单一，专业性欠缺。

很多综合代理、媒体购买 / 销售公司致力于维护与媒体的战略性合作关系，直接冲击着本土广告公司的经营。他们凭借自身强大的资金、专业实力，依靠良好的信誉、规范化的运作赢得媒体信任，通过大批量购买、公关深度沟通、提供附加增值服务等措施增强与媒体的合作深度，提升与媒体合作中的话语权。

广告公司在这种重压之下，要重视提升专业服务能力，寻找其差异化、不可替代的核心竞争优势，使自身服务成为广告主营销活动及媒体广告经营中不可或缺的环节和力量，并立足于此与媒体开展各个层面的合作。

二、理论解决初探

随着广告主营销理念的日渐成熟和行业竞争的不断加剧，如何打造核心竞争力已经成为广告公司得以生存发展的关键性问题。纵观20\_\_ 年国内广告公司的运营情况，由于找不到赖以生存的竞争优势而陷入举步维艰境地的例子在广告业内依然屡见不鲜。

作为广告公司服务的消费方，广告主和媒体的营销、传播等各方面的专业意识随着市场的发展逐步升级，对广告公司的要求也越来越高。而广告服务的同质化现象却愈演愈烈——无论是大型公司还是中小型公司，在服务内容、服务方式和服务水准上，走向趋同。由于服务趋同，找不到核心专长，广告公司之间往往相互压价抢单，陷入激烈的价格竞争，造成广告公司的营业额/利润空间狭小，无力投入公司的升级运作，无法积累更多的经验，而这一状况又使核心竞争力的打造更加困难……使广告公司，尤其是中小型广告公司陷入恶性发展循环。

多年来，许多本土广告公司安于小而全或在媒介代理上进行大比拼，而在真正的客户服务与品牌深度合作却停滞不前。许多本土公司要么四处寻米下锅，苦苦支撑;要么关门大吉。而跨国广告公司则四处出击，将一个个具有潜力的国内客户从本土广告公司中抢走。做公司生存也好，突破也好，没有灵丹妙药。贫富悬殊，有好有坏很正常。对于以上的实际问题，从理论上讲，可以采取以下办法进行解决：

办法一、在宏观政策管理上，中国广告协会已经出台了广告经营资质认证等办法。

给广告经营单位贴上标签，这对净化广告环境、培植优势企业、杜绝恶性竞争、无疑有着积极的作用。但整个认证体系的科学性、执法的力度、数据的来源、信息的渠道等方面，还有大量的工作要做。要借助这个认证体系，建立安全可靠的数据库，对每个相关企业和主要从业人员实行跟踪和监督，并引入黄牌和红牌机制，使中国广告业运作在一个良性的体系中，积极实行广告代理制，使每个人做该做的事，得该得的钱，真正与国际广告业接轨。

办法二、广告公司自身的品牌化策略日见突出。

作为广告经营的基本单位，广告公司的品牌化趋势不仅有利于吸引广告主，让企业更有效地选择广告服务，而且是一种生存方式的转型。即，品牌化的生存对广告公司的自身经营方式提出了更高的要求。特别在持久经营、规范经营与诚信经营上有了明确的指归。品牌化，说得通俗一点，就是 “ 要脸 ” ，要脸的人生肯定会过得累一点，但却一定是赢得尊重合创元收益的前提。

办法三、广告经营的规模化。

广告公司的做大做强与传统企业大不一样。传统企业依靠控制物理资源就可以成功，但广告公司必须调动人力资源和信息资源。一方面，信息化建设使公司变小;另外，社会整体的多元开放系统使每个人都成为一个品牌，都是一个企业，这给广告公司的自身经营管理带来新课题和机会。

在激烈的市场竞争中，应当尊重市场优胜劣汰的规律，让那些不负责任、缺乏能力的弱小公司自然消亡;那些讲信誉、有能力的强势公司通过兼并、控股等市场手段迅速发展与壮大起来。在形成一定规模的基础上，对外，可以整合各种资源为企业提供更高效的服务，谋求行业上的联合;对内，可以通过集约经营降低成本。在坚持固有优势不放弃的前提下，走国际化道路，从而形成高质量而收费合理的良好经营形象。

**地产行业广告工作总结3**

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注意，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。

**地产行业广告工作总结4**

一年来，在公司领导及各位同事的支持和帮助下，我勤奋踏实的完成了本职工作，也顺利完成了领导交办的各项工作任务，自身在各方面都有所提升，为以后的工作打下了良好的基础。

新的一年，回顾过往，对一年的工作进行总结，为的是总结自身不足，来年工作有一个全新的规划，能更准确高效及时的完成工作任务，让自身攀登另一个高度。现将一年来的工作总结如下：

一、20xx年7月至今，工作主要围绕\'汽配城\'项目的报建事宜，尽管中途插曲不断，在领导的帮助下，依然尽最大努力，办理取得了B、C地块的《国有土地使用权证》、《建设用地规划许可证》、《投资备案证》并通过了方案审查。方案的初步设计及施工提前介入也在有序进行中。Ｄ地块的国土证、用地规划许可证、投资备案证等手续也正在紧张办理中。

二、20xx年工作计划

20xx年的首要任务是取得Ｂ、Ｃ、Ｄ《建设工程规划许可证》和《施工许可证》。再根据公司销售要求和安排办理预售许可证等事项。新的一年里，我将总结教训，发挥所长，加强学习，以更积极的态度，更高的效率来完成领导交办的所有任务。

三、存在的问题及今后努力的方向。

20xx年按公司公司施工要求推进办建进度，这与领导及各位同事的大力支持密不可分，也是办公室全体同仁共同努力的结果，但细究起来，仍然存在很多的不足：

1、学习的主动性和自觉性尚须加强，不能仅仅满足于目前已掌握的知识，要通过进一步学习掌握更为全面的政治理论知识，涉猎更为广泛的文化知识领域，以使自己的工作更上一个台阶。

2、工作中时有急躁情绪，谦虚谨慎的作风有待于进一步加强，做到戒急戒躁，提高文化素养，保持良好的心境，正所谓细节决定成败，性格决定命运。

3、须进一步提高对外公关及协调能力。

自踏入社会工作以来经历了不同的岗位，每个岗位都兢兢业业、任劳任怨，也取得了一定的成绩。总结过去，是为了吸取过去的经验和教训，更好地干好今后的工作。工作中的不足和欠缺，也请领导和各位同事批评、指正。同时，也热切企盼公司今后更加蓬勃发展，我也将继续贡献自己最大的力量为公司创造辉煌的业绩。

**地产行业广告工作总结5**

二零xx年已接近尾声，作为在公司上班六个月的我，在公司领导和同事的指点帮助下，基本能够独立完成本职工作，为了在新的一年更好完成本职工作，现将本年度工作做以下几方面总结：

>一、敢于发现，勇于探索，不断充实知识。

初入房地产，我对各方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助和努力学习过程中，我很快了解到公司的性质及房地产市场。作为广告宣传和设计策划人员，我深深感觉到自己职责的重要性，因为宣传途径的成功失败直接关系到销售业绩的提高，对此，我对本地房地产市场和周边环境进行全面考察，从前期对市场的陌生转熟悉的过程中，无论是广告媒介、市场动向、还是设计及其他资源等，都有着很大的提高，同时田园新都市项目在前期宣传及销售过程中也取得显著成效，在品牌宣传途径中，也得到广大客户认可。在高力地产前期工作时间里，我对本职工作还有些茫然，在公司领导的指导下，我设计前期vi等，这对于未曾做过房地产广告的我，感觉很欣慰，因为在提高，证明就有进步。而在为宝鸡厂内绿化时间内，更充分发挥到理论知识，使我成功完成园林规划的初次案例，今后在专业知识中，更要发挥到自己所学专业，如：室内设计、广告设计、园林规划等。所以，知识源自于实践，而提高自己的知识，是要在不断探索的过程中。

>二、努力提高自身素质与修养。

作为高力地产的一员，自己的一言一行也同时代表了一个企业的形象，所以更要提高自身的素质，高标准的要求自己，在高素质的基础上更要加强自己的专业知识和专业技能。此外，还要广泛了解整个杨凌房地产市场的动态，走在市场的前沿。经过这段时间的磨练，我已熟悉广告到策划到销售一系列运行过程，在今后，更加努力做好自己的本职工作，再接再厉。作为广告策划人要有预见性和市场观察力，不断走向群众，了解客户需求，掌握动向，只有调查了才有发言的权利，否则闭门造车只会带来更多不利于发展的状况，而要做到这些，就必须不断提高自已的各项素养及技能。

>三、存在的不足和今后努力的方向；

在工作过程中，更需要细心与耐心、创新与品位的提高。在我的整个职能中，收集市场房地产信息，对竞争对象熟悉了解价格、风格、广告定位及动向，知彼知己才能百战不殆。初期由于对房地产知识掌握的不熟悉，在宣传中，定位不够明确，致使有些迷茫与茫然，而在经历六个月磨合后，基本能独立完成本职工作，但这些还是远远不够的，作为策划定位，我在这方面知识还存在欠缺，所以在未来工作中更要加倍努力去学习，争取在最短的时间达到高效果。在日常工作过程中，更要及时发现问题

**地产行业广告工作总结6**

寒意渐浓，岁末将近。20xx年是公司喜庆的一年，中秋晚会、x周年庆典，使我们整个“x”都沉浸在欢乐的海洋中。我们“xx”也借着公司的喜气频传捷报！我拓展x部在公司整体战略部署下在x总的英明指导下克服种种困难努力去完成公司下达的任务。

针对拓展x部在20xx年的工作总结如下：

拓展x部成立至今有两年有余，在去年管辖的x省上又增加了x省，今年新开的店有x家。全部集中在x省，其中地级市x家分别为：南x店。县城x家分别是xx店。

另外我部门还出现了一批有店无人加盟的情况如：xxx。

在一年的摸爬滚打，兄弟部门虚心指教下，虽竭尽全力但仍未完成公司下达任务，问题是多方面的。针对目前存在的问题和在20xx年的工作计划向公司作个汇报：

>一、20xx年工作中存在的问题

1、由于部门中一批老拓展员离职补进来的年青拓展员，其社会经验和工作能力尚有很大的不足，对海澜之家理念的理解还不是很透，在人交际中缺少谈判的诱导性和说服力。

2、有些当地潜在加盟商没有很好的挖掘和把握，特别是有些既想加盟又不敢的加盟的没有及时说服和把握.

针对以上问题，我本人作为三部的主管\*\*，将仍然严格贯彻x总部门月度例会的精神。每月将召集全体拓展员通过例会的方式进行沟通，不断地探索和发现问题，及时解决发展中出现的新问题，边学习边实践来尽快提高部门人员的整体水\*。同时，向各管理区的拓展员明确提出任务以任务制来约束和激进各区拓展工作。还将采取用老拓展员来带新拓展员的办法，是新手尽快上路，让他们少走弯路。寻找目标店址，要严格按照公司“黄金地段，钻石店铺”去把关目标店铺。另外还将要求拓展员不断寻求、挖掘当地加盟商加盟。

>二、20xx年的工作展望

省在经过两年的努力下，已经有x个地级市开设了xx，20xx年争取把剩下的x个地级市全部拿下。另外在x等城市积极开拓二店。另外也将充分利用xx在x省现有影响力使更多的当地加盟商来加盟，借助当地加盟商迅速发展。

和x两省开拓的难度较大点，一是由于xx的品牌效应在两地仍然未全部突现。二是两省的前卫穿着使我们的服饰在款式上还不够吸引他们。

的自产品牌很多，竞争很激烈。但是我相信随着公司品牌影响力不断发展，设计款式不断改进在广东这样的经济强省会有好的发展形势。

路是人走出来的，我相信在x总的英明\*\*下，在我拓展x部自身不断吸取教训和努力下，20xx年xx三省一定会有更好的发展，为xx的发展尽绵薄之力。

投资运营部负责为集团选取符合国家产业\*\*、具有良好发展前景的新产业、新项目、新企业，并对集团公司总部直接投资的项目进行投资管理，以及相关经营活动的运营管理。20xx年在集团\*\*的\*\*下，在集团相关部门的密切配合下，我们主要做了以下工作：

1、收集各类信息，寻找有投资价值的项目（包括重组、兼并和收购等项目）。20xx年1—10月，总计为集团推荐了40多个有价值的投资项目。这些项目涵盖了节能环保、新一代信息技术、生物、高端装备制造、新能源、新材料和新能源汽车等国家战略性新兴产业，同时也有医药化工、煤炭矿产、地产金融等极具投资价值的传统行业。

2、\*\*对拟投资项目进行调研、论证，评估企业或项目的市场聚值，提出投资企业或项目的可行性报告。对于已立项的十多个投资项目，投资运营部利用各种渠道进行了广泛收集企业资料、了解产业\*\*，\*\*人员进行财务、法律的尽职\*\*，全面评估企业的投资价值和投资风险。

3、投资企业或项目的投资方案设计，包括投融资方式、投融资规模、投融资结构及相关成本和风险的预测等。根据集团的整体战略发展思路以及拟投资项目的自身特点，投资运营部已对拟投资的2个项目进行了投资方案的设计。

4、投资企业或项目的立项、报建、报告等工作，并按集团公司决策，以相关主体的名义\*\*投资。到目前为止，已对相关项目累计投资数千万元。

5、对集团公司投资形成的资产（以下简称所管理资产）进行交割和管理。包括资产负债、损益、现金流量等财务状况；市场开发、生产管理等经营状况；\*\*结构、人才队伍、劳动生产率等管理状况。对于收购的企业进行资产交割，并在过渡期进行资产和人员的管理。

6、完成集团公司\*\*交办的其它工作。包括集团\*\*安排的产业调研工作，相关投资报告的撰写等。

20xx年，投资运营部的基本思路是：开拓创新、锐意进取。我们将在今年的工作基础上，重点做好以下工作：

1、继续寻找合适的投资项目；

2、对立项的投资项目撰写投资分析报告；

3、对决定收购的企业进行尽职\*\*；

4、对签订了投资协议的股权并购项目，实施并购和交割；

5、对已投资的企业进行资产管理；

6、选择适合集团特点的短期投资产品；

7、发起设立产业发展基金。

**地产行业广告工作总结7**

转眼间，充满机遇与挑战的已经过去，我们迎来了崭新的。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“xx人”、“广告人”有种深厚而浓烈的感情。

我于xx年8月份到公司，下半年按照领导的指示负责xx广告公司的业务发展部的工作，任部门经理。六个月以来，在领导的帮助和同仁的支持下，工作上取的了一定的成绩。在此将主要的工作情况述职如下：

一、计划完成情况：

xx广告全年计划完成销售额xx元；实际完成xx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道和技巧。

广告公司的工作是“以xx项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在xx项目上，业务发展部协助公司完成xx项目二期的各项工作，主要有：xx二期的认筹、xx演奏会、xx房展会、xx展会、xx分销处等工作。

其他项目工作主要有：xx离岸业务推介会等各项工作，xx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、xx颁奖晚会、xx手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、xx海关关庆十周年、xx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。

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。

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

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。

**地产行业广告工作总结8**

回顾20xx年，寄望20xx年。即将逝去的20xx年，xx房地产行业呈现非常火爆的景象，在刚刚经历了20xx年的低谷后，又迎接了本年度的高潮现象，对于很多从业来说是不平凡的一年。对于我个人来讲，在公司领导和分公司经理的栽培下，在同事们的帮助下，经历了历练，我逐步变得成熟，个人的硬件、软件等等方面都有了长足的进步或变化，本年度有过一些成绩，当然也存在一些不足，下面我对20xx年总结和20xx年计划做详细汇报。

第一部分：20xx年工作部分。

>一、营销管理工作

1、做好销售管理基础工作。包含市场调查、售楼现场管理、银行贷款、报表管理、销售策略、价格策略和销售例会等工作。

2、做好广告企划工作。包含广告项目的招标、询价;广告方案的执行工作;

3、做好房地产权证办理工作。截止20xx年x月xx日，办理房地产权证xx户左右。

4、做好促销活动。年初执行“xx万xxx套的清盘促销”、年中执行“xx周年，交x万抵x万”的活动，年底在房地产市场充分回暖的基础上，执行涨价策略。

>二、办公室工作

本年度围绕“办文、办事、办会”三大工作职责，充分发挥“参谋助手，督促检查，协调服务”三个作用，在分公司经理的正确领导下，在同事们的大力支持配合下，较好地起到办公室上传下达的枢纽作用，为公司房屋销售和售后服务工作提供良好的基础。

1、做好日常管理工作。包含收发文、秘书、文件和档案管理、日常考勤、请销假、日常办公用品采购与保管、清洁卫生和后勤保障等等工作。

2、做好企业文化建设工作。包含日常规章制度的“上墙、上书、上身”;日常宣传报道工作等等。

3、做好资料上报工作。包含提报各类报表、市场营销报表;向公司机关上报月度计划和总结等等。

4、做好与当地政府部门的接洽工作。包括做好与当地土地局、房产管理中心、财政局、\_和开发区管委会等等部门的对接工作;比如20xx年x月xx日，胶南市市委书记张大勇莅临麟瑞商务广场调研的准备工作;x月份，在开发区管委会的指导下，组织申报了青岛市中小企业创业基地。

5、领导交办的其他事宜。比如20xx年x月初协助公司做好20xx年xx公司一年工作会议的筹备工作。

>三、工委工作

做好新时期的工委工作，必须树立“以人为本”的理念，为广大职工“诚心诚意办实事，尽心竭力解难事，坚持不懈做好事”的宗旨，千方百计把工委工作做细、做深、做实。

1、做好学习工作。做好实时政治和业务知识的学习;比如在七一建党节期间组织学xx在七一期间的讲话;组织多次学xx股份公司、xx公司和xx公司各类文件精神。

2、组织活动。在平时工作之余，组织一系列活动，丰富职工的工余生活。

3、解决员工的困难。在明年，申报一人为公司五帮户。

>四、其他工作

在做好本职工作的同时，尽量帮助和配合其他同事，积极贯彻团队理念，让自己多做一些事情，把公司的事情当做自己家里的事情，切实提高自身综合水平。

1、协助财务做一些财务类工作，比如纳税申报、银行业务等等。

2、领导交办的其他事宜。比如协助xx公司做好xx房屋买卖合同签订工作;协助xx做好xx房地产市场的产品专项调查工作。

**地产行业广告工作总结9**

>一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系。

在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

>二、在拥有老客户的同时还要不断从各种\*\*获得更多客户信息。

>三、要有好业绩就得加强业务学习。

开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

>四、今年对自己有以下要求：

1、每周要增加10个以上的新客户，还要有5到6个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户，在有些问题上你和客户是一致的。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务每月我要努力完成10到20万元的任务额，为公司创造更多利润。 以上就是我这一年的工作总结，工作中总会有各种各样的困难，我会向\*\*请示，向同事探讨，共同努力克服，为公司做出自己最大的贡献。

——电视台广告部工作总结 (菁选3篇)

**地产行业广告工作总结10**

一年过去了，工作没做多少，就凑了点东西：

一年来，在管委\*\*的正确\*\*和照顾下，在部室人员的热心帮助下，自己对投资合作部的招商工作有了进一步的了解和认识，思想上也有了新的转变，工作中也不断的给自己施加压力以提高对工作的热情和动力，在工作上主要做了相关在谈项目的资料整理工作和谈成项目的手续办理工作，但感觉还是对招商工作的高要求有很大的差距，觉得对业务工作的熟练程度还有待加强，敬业精神有待提高，为了在明年更好的找准位置，做好本职工作，现总结一下一年来的工作以查不足，以提高自己的思想觉悟和业务素质。

>一、思想工作：

1：认真学习领悟实践科学发展观，在工作中全面落实科学发展观，为构建\*\*机关和\*\*社会努力贡献自己微薄的力量。在日常工作中，通过不间断的学习来提高自己的\*\*素质和业务素质。

2：尽量多的学习招商工作的相关知识，越来越觉得招商工作是一件很有挑战性的工作，招商前的项目准备工作和招商后的项目服务工作都需要十分用心才能做好，这就需要有充足的专业招商知识和灵变的工作方法为前提的，在工作中尽量多的学习和掌握相关的招商知识，灵活多变的工作方法才能游刃有余的做好招商工作。

>二、业务工作

1：做好物流有限公司的经营范围变更的手续办理工作，公司由于业务的拓展，需要增加货物进出口和技术进出口的经营范围，我主要做了营业执照和税务登记证的经营范围的变更工作。

2：积极为有限公司的落户开工做好前期的手续办理工作，由于此项目急于开工建设，这需要很短的时间内办好相关的手续，我主要给跑了营业执照、\*\*机构代码、税务登记证、环评、规划预审的手续办理。

3：整理在谈有关的5个拟落户项目资料，项目包括国际酒庄城、德瑞道夫生态产业园、仙居.生活、山水植物古典旅游公园、健康小镇。重点跟踪国际葡萄酒庄城项目，根据投资方房地产开发有限公司的投资意向又考察了多家选址，洽谈多样投资项目，积极的做好项目的考察和投资前服务工作。

4:在海洋王国项目中，主要参与项目规划选址的测绘和机构\*\*代码、税务登记证的办理工作。

5：重点统计\*\*辖区有关葡萄酒的在建和储备项目，按时每月上报辖区的葡萄酒项目调度表，仔细调研并上报辖区适宜建设的酒庄规划选址的具体情况。

6：做好一些临时\*\*代的工作，如的奠基服务工作、参与游艇码头的听证工作、项目的选址截图工作等。

在这一年中意识到自己对待工作有很大的不足和缺陷，这就要求我在明年的工作中要主动积极，为招商工作尽好服务。以上是我一年来的工作总结，如有不当之处，恳求\*\*批评指正。

**地产行业广告工作总结11**

我们\_\_广告公司自年初开业以来，年底为止，共承接了广告业务\_\_件，实现利润\_\_万元。这些，对于刚刚踏入广告界的\_\_公司来说，是非常令人高兴的成绩!现对个人工作进行以下总结。

一、工作成就

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!

二、存在的问题

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!

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。除此之外公司存在一些制度执行不力，有制度不执行的问题。

三、改进措施

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，根据自己的业务分工，自学业务知识;我们可以找出一些营销知识，大家每周共同学习一两次;公司请讲师给大家集体培训。

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!

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。

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!

**地产行业广告工作总结12**

20xx年，对我来说是特别不寻常的一年。在新的岗位上开始了全新的工作。回顾往昔，这一年的工作中，我边学习边思考，不仅对公司的现状有了更加全面的了解和掌握，也对自己的工作有了全新的认识和总结。现就20xx年重点工作情况总结如下：

2、认真学习公司新的规章\*\*，并按照投资管理\*\*对新上项目进行逐级审批。规范系统的管理\*\*是公司发展的保障，在\*日工作中认真阅读、学习公司制定的各项规章\*\*，参与公司\*\*的修改讨论会，了解\*\*制定的\'细节和原由，并且按照公司投资工作的流程，编写了有限公司项目和电力（）有限公司二期项目的初审报告和项目开发建议书，并完成了公司内部审批。

4、配合专家小组，做好大宗散货物流基地项目的前期调研。随着铁路、煤码头和矿石码头项目的开工建设，我市煤炭、矿石等大宗原料运输通道的地位将会凸显。为更好地利用铁路资源，降低原材料的运输成本，我公司着手谋划了大宗散货物流基地项目，并委托大学专家组进行市场调研和可行性分析。在项目前期调研阶段首先协调\*\*召开了由市\*综合处、贸易处、协作处、基础产业处等\*\*参加的建设大宗散货物流基地项目的讨论会，听取了各位\*\*关于开展项目\*\*性、方向性的指导意见，并且协调市\*对重点拜访企业下发通知，之后\*\*安排调研小组到各县市区走访了港口企业4家，电力企业5家，钢铁企业4家，物流企业2家及铁路部门4家。通过深入的市场\*\*，对钢铁、煤炭、矿石等大宗货品的供需状况及流量流向有了系统的了解，并且掌握了大量数据材料，为下一步的工作打好了基础。

5、配合完成机场资产盘点工作。按照\*的要求，机场有限公司亿资产应过户给机场管理有限公司。为了推进该项工作顺利进行，我与公司投管部人员多次到机场公司，对固定资产进行逐一盘查，审核盘点表。待市审计局出具《审计报告》后，两家公司再进行资产交接。

6、配合公司\*\*推进国际卡丁赛车运动有限公司资产拆迁补偿的相关工作。国际卡丁赛车运动有限公司成立于1998年，由市政建设开发总公司（现更名为基础建设发展总公司）、协作公司（于20xx年划归到我公司）、交通局劳动服务公司和实业中公司合资成立。公司成立后由于经营不善等原因被\*\*\*\*注销，但该公司清算工作一直未能完成。管委会拟对国际卡丁赛车运动有限公司有关资产进行拆迁，并委托园林绿化管理局负责资产评估和拆迁有关事宜。为了保护各股东的利益，使拆迁工作顺利展开，我陪同公司\*\*多次到卡丁车场了解企业状况和经营情况，并召集另外三家股东召开股东大会，共同商讨公司清算及资产拆迁的相关事宜。

回顾一年来的工作，自己所做的点点滴滴都离不开公司\*\*和同志们的\*\*和帮助，在取得成绩的同时我也在不断的总结、寻找自己的不足。我感觉投资开发部是一个涉猎范围比较广的部门，不仅要具有很强的专业知识，而且要时刻关注国际\*\*经济的走势和宏观经济\*\*的变化，还要掌握一定的法律法规知识。在工作中要不断的研究法律法规及产业\*\*提出的背景、过程、动因，分析\*\*的导向性，把国家鼓励发展的产业与的实际规划相结合，进而去寻找适合我公司发展的项目。在新的一年里，我要再接再厉，更加自觉的加强学习，更加自觉的勤奋工作，把所\*用到行业研究及项目开发过程中，进而不断提高自身业务能力和工作水\*，努力在本职岗位上作出新的更大的贡献！

**地产行业广告工作总结13**

>工作回顾

自从2月份进入公司市场部以来，一直负责公司的广宣品设计、制作。及广告媒体和供应商的甄选工作。

目前公司采用无广告战场的销售模式，我觉得这是公司产品销量与市场前景的不乐观的主要原因，从二月份确认产品包装直到产品进入市场售卖，我们所参与的宣传只有三月份的糖酒会食品展与一些售卖场的机械式促销，所传达的产品受众有限，没有有效的在整个市场和消费者中扩大认知，形成足够的口碑效应，促使大量消费者购买的欲望。没有让消费者真切地看到我司的产品的发展优势及公司一系列的优惠政策。

>来年的工作计划

公司在目标市场必须要有一个全年的广告计划，全年的广告费用投放多少？分别安排在什么时间？在什么媒体投放？是自己创意还是委托广告公司来做？这些都是需要我们接下来认真考虑的问题。

明确自己的竞争优势在哪里，利用广告去持续地集中宣传。如我们的主打产品是新青少年休闲食品，那就要从不同角度去宣传我们的产品优势，着重突出产品的创新的“新”字，纯天然绿色的、健康的、高品质的、大众消费的、好口碑的。公司的先进的生产设备、采用纯天然高山牧场的生产原料，良好的生产环境、娴熟的操作手法、合理的价格、高标准的服务流程等等，就是全方位地强化说明我公司在本地区是最好的，我们的产品是最受消费者青睐的，以此来吸引消费者光顾购买。

出现在各种媒介上的广告，要保持形象一致、诉求一致，前者利于消费者识别；而后者，在不同的媒体上说同样的话，就会产生很大的广告影响力。不要经常变化形象而使消费者难以记忆。

**地产行业广告工作总结14**

即将过去的20xx年,是x氏广告公司成立的第十五个年头，而对于正在成长的我，是进公司的第一年，我有幸能和公司一同成长发展,相信这将是我人生职业规划中最大的收益。

首先很感谢公司给我这个工作的平台，让我有机会在这里完善自己，锻炼自己。自己无论是在工作方式、方法上还是在基本技能方面都有不小的进步。

20xx年8月20日我正式来到x氏广告媒介部报到，开始了我全新的工作生涯。光阴似箭，转眼在x氏已经工作两个月了。还记得刚进入工作没几天的时候，行管部李总监在晨会上给我们大家读了金融事业部同事王珊珊的试用期工作总结。当我在默默聆听的同时心里有些许担心，我在想，等我也到了两个月转正的时候我该如何来写自己的转正申请？我到时候会有和她一样的感触吗？会写的和她一样的深刻吗？

可是，这一天转眼间就到了。

如今，我也到了申请转正的时候，我也得写工作总结。当我回忆起这两个月的工作经历的时候，忽然发现我也有那么多的感触，两个月的工作生活如同电影一样在脑海里一帧帧的浮现。此刻，我才发现，当用心去经历生活的时候，生活也同样会潜移默化的带给自己很多东西。

自从进入x氏广告以来，就深深的被x氏的企业精神所感染。

用心创造可能；真诚做人，心爱客户，为目标而战，绝不找借口。话虽然很简单，可是句句都是精髓，传达给我们的是x氏的精神风貌。并且这种精神影响着每一个人，感染着每一个人。进入到x氏体会到的是一种别样的企业风貌，她年轻朝气，她严谨务实，她积极向上！

公司就如同一所学校，在这里感受到的是如同学校一般的氛围。记得刚来的时候公司正在进行创意竞赛，将大家分成不同的小组来做方案，最后在一起共同学习，有专业的老师做点评，为大家指正，让每个组的方案更完善。公司还会不定时的请专业的老师来给大家培训，组织我们共同学习弟子规等等，公司所做的这一切都是为了我们每一个人，我为自己能身处在这样的工作环境中而感恩。

同时，工作之中我深深的意识到公司每一个部门的重要性，以及团队协作的重要性。在刚开始从事这份工作的时候，自己也是满怀信心的。但是，真正进入到工作当中，我才意识到自己有那么多的不足之处。因为与以往的工作经历有所不同，而且自己对这份新的工作流程还不是很熟悉，所以工作之初很多问题便一下子都出来了，同时也暴露了自身的很多问题，比如说表达沟通的能力太欠缺了，做事情太心急等等，甚至曾有一段时间开始对自己的能力进行怀疑，但是我并没有因此而放弃和退缩。在平时的工作中，我珍惜每个与媒体沟通的机会，每次沟通的内容都进行记载，有不对的地方领导帮我指正，这个电话问题出在哪，以后遇到此类情况我该如何应对等等。并且在工作生活中向工作时间长、经验丰富的同事学习，他们也很有耐心的对我进行指导。经过一段时间的锻炼，我的沟通水平有了很大的进步，能够独立的与媒体人沟通，能够自己独立的进行媒介方案的撰写，自身的问题也在渐渐改正，尽管还存在一些问题，但我相信用心一切都有可能！而我所有的进步与我身边同事的深切帮助是分不开的，感谢我的领导媛媛，感谢我的同事小路，是他们带着我一步步走进媒介这一行！是他们对我工作当中存在的问题进行一一指正。在此我深深的感谢他们！当然工作能力有进步并不能代表停滞，在以后的工作中，我会更加严格的要求自己，争取更大的进步。

心态决定一切，当一个人处于一种高度紧张的状态的时候就算很用心那也是白搭，这是我一开始的工作状态。我没有摆正自己的位置，放不开自己，没有真正的把自己融入x氏，当一个人从事一份工作的时候是为了工作而工作那是很可怕的，因为，没有用心，没有真正的领略到工作的意义。当把自己和所从事的行业融合在一起，真正的干一行爱一行，这样才会有所成就。也许，现在的我还不敢说自己真正的就做的够好了，但是我会尽心尽力去做到更好。

这两个月以来，作为公司一员，我能够做到的就是在最短的时间里，转变工作思路，适应新的工作方式。工作中，我们要给各个事业部、业务部的同事提供媒体价格，我们得与媒体沟通协调价格，这需要很严谨的面对。因为我们要为公司利益最大化而努力，价格方面就一定要准确无误！不能出一丁点的错，因为这会涉及到公司的利益！同时我们得提供媒体监测报告，媒体评估方案，而一开始对那个领域完全陌生的我，通过不断的摸索慢慢的熟悉了如何更好的写好一份完整的监测报告，一份完整的评估方案，每一次的改正都用心的去做，争取能为同事的工作进展尽自己一份力量。

有时觉得很累，甚至有些彷徨，但是我始终坚持了下来，看到不断改正的方案得到同事们的认可，我知道我们做的工作是非常有意义的，因为我的辛苦没有白费，我所监测的报告内容能够给各个事业拓展部和业务部的同事带来更多的实用信息。“有付出就会有回报”，我们的劳动得到了大家的认可，这就是我们的收获和动力。

四年大学，我学的是影视专业，可以说从事这份工作具备一定的优势，但是四年大学更多的是学习理论，对于实践接触的却很少，进入x氏广告后，我对媒体这一行有了更加深入的了解和认识。

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