

# 最新广告公司个人年终总结(模板5篇)

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编收集整理的工作总结书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 广告公司个人年终总结篇一

通过对财务管理细则的学习、讨论，把各项条款逐一与实际业务联系在一起，找问题找漏洞，并反复消化、严格把关。在出纳环节中，坚持原则、不讲人情，把一些不合理的借款和费用报销拒之门外，严格执行财务人员应遵守的`职业道德，在凭证审核环节中，认真审核每一张凭证，不把问题带到下个环节。

依照检查标准按时、认真、客观公正地对各处室彻底地进行了清查，在资产清查中存在的问题，及时向有关部门负责人进行了反馈；以物对账、以账查物，查清资产来源、去向和管理情况，并登记资产的完好程度，做到见物就点，是账就清，不重不漏，对有账无物、有物无账的`资产分别登记，汇总分类。

为了更好的与部门沟通，在完成本职工作的同时，我积极配合xx顺利完成了20xx年xx的工作，为随后20xx年审做好了铺垫。为了配合xx部门的录入费用，及时、准确地编制会计凭证并做好凭证传递、汇总工作，以便更好地核算公司的盈亏，为公司完成年度计划提供依据。

- 1、圆满完成x年度财务决算工作，实施报表年报的审计；

- 2、完成20xx年度广告公司所得税的汇缴工作；
- 4、根据公司管理要求，进行成本测算，并编报相关报表及分析材料；
- 5、按时并准确填报各类对外统计月报表；
- 6、积极办理其他各项涉税事务；
- 7、进一步加强了财务工作内容安全性的管理；
- 8、进一步加强了会计基础工作的建设力。

针对当前的经济环境，积极推动公司内控管理工作，加强内部审计工作□20xx年工作重点：积极推进内控制度建设；积极开展以经济责任、基建及设备引进等为审计对象的内部专项审计工作。

## 广告公司个人年终总结篇二

生活是残酷的，生存是重要的，竞争是激烈的。今天本站小编给大家为您整理了广告公司个人年终总结，希望对大家有所帮助。

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中信银行与苏宁电器的合作活动，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為止，我还不反感，因為，我可以学会整理资料，可以学到其他的很多事情，很好。

这次中信与苏宁的活动我做的很不好，有很多我这边的工作我都没有做好，很乱。。。

针对这次活动，為了能让我在下一次工作中有一个很好的开始，我做出了一个简单的总结：

- 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、对於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。

以上就是我的工作总结，可以说是我的工作经验吧，呵呵

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

你在做什麼的同时，我也在做什麼，你在努力工作，我也在努力工作，我们一起努力，一起加油，我们是最棒的。加油！

光阴似箭，转眼在某某广告公司工作一个月有多了！翻看一个月的工作日志，回忆这忙碌充实而又紧张、愉快的一个多月。

今年对我具有特别的意义，因为今年是我从学校踏上社会工作的一年，也是我踏上这个行业的第一个月。这是我职业生涯的一个转折点，我对此特别难忘的一年，尽我最大的努力去做好我的工作。通过一个月来的不断的学习，以及和上级

领导及同事的帮助，我已经基本可以融入了公司这个大家庭中，个人的工作技能也在学习之余和提高。虽然工作中还存在这样那样的不足之处，但应该说这个月也付出了不少，也收获了很多，我自己感到成长了，也逐渐成熟稳重了。这一个月的工作情况总结如下：

一、以踏实的工作态度，按部就班的做好公司的检查工作

二、尽心尽职，做好公司的各项的工作。

三、本着以质量为主，客户为上，高效的工作思想精神。

一个月以来，无论是在思想认识上还是工作能力上都有了较大的进步，但差距和不足还是存在的。面对新的任务新的压力，我也应该以新的面貌，更加积极主动的态度去迎接新的挑战，在岗位上发挥更大的作用，取得更大的进步。

明天总是充满着希望，我们这个朝气蓬勃的团队同年轻的同事一起成长，共同奋斗，一定能实现公司的目标和个人理想。

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关注，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。

要做一个最好的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。

2. 邀请阅听人进入广告世界。在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。

3. 要有结构内容，否则无法成立。

投入广告，它所带来的超乎你的想象。广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的行销伙伴。广告在为一个目的工作，

讯息要引人入胜，内容要可信。当然，品牌为基本考量。75%的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90%所以我们要如何能beoutstanding.

广告的目标

1. 消费者：解决消费者问题
2. 产品本身：消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。

## 广告公司个人年终总结篇三

过去的20xx年对于本公司来说是意义重大的一年，公司逐步发展成形，结合自身优势，扬长避短，渐渐探索出一条相宜的运营方式且为之尝试付诸实践。

20xx年，是探索发展的一年，公司改善服务意识，提高公司员工的整体素质，提升团队的综合实力，加强与主管部门的沟通，建立良好的关系网。

截止今年年底，公司的广告资源由原站务公司移交的8处广告位增加到39处，由原7.4万元的广告收入增加到50.3445万元。这是集团领导及产业部领导的大力支持和正确领导，公司全体员工团结拼搏，精诚合作，全心投入，付出心血和汗水取得的成绩，对公司今后的发展做出了不可磨灭的贡献。

20xx年公司主要开展了以下工作：

一、和城一管部门多次沟通，取得红门路车站楼顶户外广告牌的经营权。

二、将长途汽车站转角处上方户外广告牌产权收回。

三、经城一管部门许可，在荆州区薄利电器外墙面修建2块三面翻广告牌。

四、将红门路汽车站百富酒店楼面及汽车进出站口楼面租赁。

五、对楚都客运站门口进行投资改建20块户外宣传广告栅。

六、对荆州客运枢纽站的标识标牌及广告位做设计方案并制作。

七、对车站可利用的广告宣传载体尽量做到不闲置、不浪费。

八、加强学习，多沟通，营造和谐工作环境[]20xx年一整年，公司在提高员工的职业素质以及提高员工道德观念上下了很大的功夫，公司也经常性的对员工进行思想政治教育，统一思想，提高对团队合作精神的认识，使大家凝心聚力，共谋发展。

九、重视步调一致，无规矩不成方圆。科学严格的管理是做好公司一切工作的基础，在公司年初工作会议上，我们让每一个员工明确了个人岗位职责，规范了各部门的规章制度，严格执行考勤制度，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。我们公司全体员工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，增加公司整体收入。

**20xx年工作计划：**

一、与行业管理部门继续维护好的发展态势，力求管理部门的大力支持。

二、充分发挥和利用自身优势，多增加广告载体，不断增加固定资产，增强自身的实力，为广告公司长足发展增添后劲。

三、落实已经办好证的户外大牌能正常运营，争取利润最大化。

四、增加营业网点。

五、把握广告市场发展趋势，以户外、车站媒体为基础，通过开发新媒介业务实现服务多元化，培养新的利润增长点。

六、广告行业是一个知识密集型行业，人才是公司发展的基础。

鉴于对人才重要性的认识，公司将重点完善人才资源管理制度，建设各层次人才梯队，提升员工的职业化素养，搭建人才选、育、用、留平台，同时，公司将深入挖掘自身品牌内涵，打造具有活力的企业文化。

## 广告公司个人年终总结篇四

从广告再到策划，就短短这么半个学期，我们就象是突然恍然大悟了一般，开始大量地注意了一些品牌形象，像“深海之鱼”一样不断地努力去实现“智慧绅士”这样的目标，在大谈那那那，谁谁谁是十大广告公司，是十大广告创始人之时，我们也总会盲目地掺和着瞎激动。当有秘籍“创意三十招”在手之时，我们也会疯狂地烂想怎样帮一个企业做好广告，然后会扒不得忘情地来展现自己那么一点点拙劣的点子。尽管那样，我们依旧自我陶醉。毕竟，我们有那么一点点关于广告方面的点滴积累，起码，还能在今后的不知的场合中不经意地流露出来，偶尔亮亮自己也不为过。更何况，我们还有“广告十戒”这样的杀手锏在手，多分自信也有分负担，然而，更多的还是愚蠢。

这学期广告策划课程以来的内容，似乎也能料想得到当我们黔驴技穷之际将会有有什么尴尬的结果。发觉两位讲师除了授课正常的教学内容之外，也不时地教教我们一些社会小经验，



偶尔闲聊一番，倒也风趣，收益非浅。

最后，我想说的是，当我们还有机会继续在广告行业里经营下去的话，就一定会严格按照老师所讲的swot来分析自己，分析竞争对手，来更好的达到“知己知彼”的状态，以更好地帷幄未来。倘若我们适应不了广告这样的行业，我想，我也会严格按照老师所讲的swot来分析自己，分析竞争对手，以不变应万变，不希冀做出什么丰功伟业来，但求能做出在本行业里算是佼佼者的其中之一，便也知足矣！

## 广告公司个人年终总结篇五

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关注，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。

要做一个最好的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。
2. 邀请阅听人进入广告世界。在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。
3. 要有结构内容，否则无法成立。

投入广告，它所带来的超乎你的想象。广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的营销伙伴。广告在为一个目的工作，讯息要引人入胜，内容要可信。当然，品牌为基本考量。75%的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90%所以我们要如何能be outstanding.

## 广告的目标

1. 消费者：解决消费者问题

2. 产品本身：消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。