

2023年问题诊断分析 问题楼盘工作报告 告(通用5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

问题诊断分析 问题楼盘工作报告篇一

1. 宣传方案

对营销方案的内容进行宣传，耐心对商户讲解相关内容，并承诺向城区内所有商户/中、高消费人群/《晚报》，《日报》夹报投送。

2. 组织实施策略

组织人员利用业余时间，对所划分区域内的所有商户逐一进行宣传，并逐户进行客户资料登记。

3. 调查对象及内容

调查对象：泰山路两侧，长江路，天山南路所有商户。

调查内容：通过对所划分范围内的商户进行逐一走访，宣传《九鼎传媒dm单》，并了解客户需求dm广告的影响力及优劣，借此提高dm广告在德阳广告市场的地位和信誉。

1. 市场背景

据相关数据显示，我国报纸广告经营额为亿元，比上年增加了亿元,增长，增幅比上年上升了个百分点，报纸广告经营总

额占广告经营单位总额的。这表明，虽然报纸广告近来受到其他媒体广告的冲击，但是报纸媒体在不仅没有经历冬天，反而焕发新的生机。分析原因，报纸在新一轮的媒体竞争中，牢牢把控信息采集的内容优势，调整经营策略，纵深挖掘广告资源，进行多次开发，使广告效果得到明显提升。

可见，根据报纸广告业的发展现状，对滨州报纸广告市场进行详细的调查分析，不断调整邮政广告的经营策略，提高邮政广告效益，是非常必要的。

经过半个月的走访，我们发现，商户普遍反映此次《九鼎传媒dm》单不论在发行数量、发行期数上、以及价格上，都不具有优势。而且，邮政广告在滨州市广告市场的地位与信誉并不是很高，以至于很多商家并不信任我方的承诺。

2. 营销目标

通过对所划区域的商户进行走访，把握市场动态，了解客户需求及读者群状况、对邮政广告进行定位、建立品牌形象、，针对出现的新问题，调整邮政广告的经营策略，以适应不断变化的广告市场，增加dm广告收入。

1. 客户具体需求

许多商户需要在滨州周边的县里发行广告。

商户普遍反映价格太贵。

许多商户需要长期发行广告，只有一期的广告不适合他们。

绝大部分商户需要自己做广告的期刊在客户订阅的《晚报》、《电视报》等发行量较大、较受欢迎的报刊中及各大报刊亭热销的报刊中夹报。

部分服务行业的商户，如旅行社，需做专刊，不愿与其他同行业广告同期刊登。原因是五一期间竞争相对激烈，而在同一期广告中出现同行业的竞争对手，在顾客相对比较之后则会影响广告的效率以及商户的效益。

婚纱摄影等类型的商户需要提前搞活动，五一期间，促销活动已经搞完了，所以他们建议广告期刊提前发行。

广告地位

由于其他单位之前办理此类业务时，投放效果不是很好，部分商户不相信我方承诺，问及：“不夹报怎么办？”“为什么从来没有收到过《九鼎传媒dm单广告？”等问题。

有家商户反映自己订制的打开有礼dm广告，发放了几千份，最终却只有一个接受响应的客人。由此，可以看出dm广告的效果并不是很好，导致此类商户不愿再次与我们合作。

一些商户反映本期广告仅发行一期影响力度较小，而且相比其他同类广告价格较高。例如：《都市生活广告中》，10元/期（1/4名片大小），一周二期；《都市瞭望广告》的封面才5000元，每期发行10万册，稍加点儿钱还可加期，每周一、三、五3期；还有的报纸封面全版4000元，若中页有空版还免费送版面。

由以上商户的反映可知dm广告在德阳市广告市场中的信誉和地位不是很高。而《九鼎传媒dm广告在价格、期数、发行数上也没有太大优势。

3. 其他意见

许多商户是直营店，是由厂家统一做广告的，应由专业广告营销人员与厂家联系。

部分商户声称主管不在，留下相关资料后没有回应，我认为商户很可能是借此回避，事实是不太愿意与我方合作。

一些较大规模商户，在没有一定人际关系的基础上，我们以小职员的身份走访无法与其主要负责领导进行面谈及协商。

4. 市场调查结果

5. 优势

利用假日经济效应：通常消费者对家电，商业流通、旅游餐饮、通讯、房地产等行业的产品或服务的购买频次并不高，大多在节假日进行一次性、集中性消费，所以这些行业的广告投放放在节假日前后会出现大起大落的现象；而日常用品行业的产品对消费者来说购买频次相对较高和稳定，因此在广告投放上的波动幅度也就不像其他5个行业那样明显。

发行数量相对不少：虽然很多报纸广告的发行量远远大于3万册，但投放方式远远没有dm广告的途径广，而且某些报纸广告的发行量只有几千份，相比之下dm广告还是有一定优势的。

1. 加大发行量及投放力度

2. 降低价格

3. 增加发行期数

4. 假日版发行的时间要再提前一些

5. 对读者群进行定位

如今各种报纸的发行量和广告收入成正比的关系早已被打破，发行量大小已不再是广告商户选择刊登报纸广告的决定性因素。报业广告市场竞争更多依靠报纸的到达率、阅读率及读

者构成，而这也是时下广告客户选择哪一家报纸投放广告非常看重的一点。广告商户并不完全看重某种报纸的发行量，而更在乎报纸的读者群是否与自己的产品目标消费者相吻合，吻合比例的高低是广告商户最终决定与之合作的重要参考依据。在有了明确的目标读者群的同时，报纸仍需针对自身拥有的读者群状况，通过挖掘、培养对报纸读者群感兴趣的不同行业的广告市场来不断巩固自身的市场竞争地位。

6. 实施差异化分类广告策略

所谓分类广告的内容差异化，是指报纸在经营分类广告时，应该有自己的内容经营的侧重点，在某个领域形成强项，从而带动整个分类广告的发展。例如：某城市，分类广告占其广告刊登版面12%的《日报》，在刊出办公设备广告上独树一帜，占其分类广告的，成为该城市刊登该类广告最多的机关报。而《晚报》则明确提出了“找工作，看晚报”的分类广告专栏广告语。报纸可以通过重点突出、全面发展的分类广告经营策略，一方面在同质化市场中加强自身的差异性，以此向广告商传达本报经营这类广告的优势的信息，积极抓住市场机会；另一方面也可以满足读者的各种层次的需要，培养读者的阅读习惯。

7. 其他建议

对于一些较大规模的商户在今后的类似活动中，是否可以由市局方面组织相对专业的队伍进行系统的走访。最少应当能够争取与商家的相关领导进行面谈，以提高广告的成功率。

就一些商户对邮政广告承诺缺乏信任的问题，希望上级有关部门能有相应措施提高信誉，减少商家顾虑。

由于参与本次走访活动的是代表整个邮局的所有的营业员。因此，希望此次广告的制作一定要精益求精。因为，此次广告的效果，不只是会影响到此次广告的效益，还会影响到邮

政广告，乃至整个邮政局的信誉。如果本次活动没有达到预期承诺的效果，我们便是自己砸了自己的招牌，不只在广告方面，很多商户会不再相信我们，就连邮政的信誉也会受到影响。（部分做广告的商户抱着试试看的态度，表明如果此期效果不好，以后便不信任邮政广告。还有些还未做广告的商户则抱以观望的态度，他们表明，只要效果好，他们下期就会做。）

1. 做成广告心得：

与商户熟识，商户出于对自己的信任，因而顺利签约。

商户正有意向做广告，从而顺利达成协议。

新开业、效益不是很理想的和刚刚改变经营项目的商户，希望通过广告的影响力扩大知名度，增加效益，也同意做广告。

经多次走访与洽谈，有些商户被说动，打算做一期试试，但他们表示如果这次广告的效果比较明显，以后还会合作，反之，则不愿意与我们合作了。

开始决定签约，但最终放弃广告业务原因：

价格问题

宣传人员不够专业，商户对我们的信任度达不到

只发行一期，无法满足商户需求

2. 几点说明：

本报告仅代表我个人观点。

本报告还有很多的不足，望指教更正。

问题诊断分析 问题楼盘工作报告篇二

尊敬的教育局领导：

1. 针对指出的幼儿园校牌问题，我园立即与装潢部门联系订做校牌，以展我园园风。
2. 针对指出的二楼幼儿洗手水龙头略高问题，我园现已将水龙头改装，便于幼儿使用。
3. 针对指出的充实大班区域活动玩具问题，通过教师废旧物品的制作和幼儿园添置，现已充实到位。

以上是我园针对安全检查中出现的问题进行的整改情况，恳请各位领导再次莅临我园进行检查指导，我们相信在各位领导的关心和要求下，我园一定能够以更加崭新的面貌为我县的幼儿教育作出新的贡献。

一、整改落实阶段活动开展情况

在整改落实阶段，我们严格按照的规定和要求，采取切实可行的措施，认真做好各个环节的工作。

（一）继续抓好学习培训活动。坚持把学习贯穿活动始终，在安排好自学的基础上，认真抓好集中学习和交流引导党员干部把认识统一到中央和省、州、对当前形势的判断上来，把思想统一到中央和省、州、的决策部署和要求上来，进一步鼓舞大家的工作干劲，明确今后的工作思路，坚定科学发展的理念。

（二）认真研究制定整改落实方案。我校领导班子把研究制定整改落实方案作为整改问题的关键环节，给予了高度重视。第三阶段一开始，就组织力量提前动手，以学习调研中查找

到的问题、分析评议中征求到的意见和建议以及领导班子分析检查报告提出的思路 and 措施为依据，对制约党校工作科学发展的 个方面问题和需要完善的体制机制进行了认真分析和梳理，研究制定了整改落实方案，确定了 个方面 条具体整改事项，并分清轻重缓急和难易程度，确定了 项整改重点。为使整改落实方案符合实际并具有较强的可操作性。领导班子的整改落实方案形成后，按要求及时公布印发给了全体干部职工，方便接受群众监督。

（三）严格落实整改责任制。为了确保整改方案的落实，按照“四明确，一承诺”的要求，建立了党支部一把手负总责、亲自抓，班子成员分工负责，各股室具体落实的整改落实责任制，确定了整改落实的监督保障机制。建立了整改问题台帐，对每一项整改事项，都明确了具体整改措施、整改方式、目标要求、完成时限、分管领导和责任科室，为整改任务的落实奠定了坚实基础。

划书，设计了一批开拓性、创新性、典型性的重头项目，并明确项目责任，明确完成时限、项目效果和责任人，以工作项目建设引领工作创新、推动工作落实，提高服务能力；五是针对参与西部大开发路子不宽的问题，制定了组织参与西部大开发的实施意见，明确了参与西部大开发的指导思想、工作重点和工作措施，为开拓西部大开发的新领域和新途径奠定了基础；六是针对区域合作层次不高的问题，研究制定了组织参与环渤海区域合作的实施意见，进一步探索完善了区域合作的协调机制，为进一步提升区域合作的层次和成效，促进环渤海区域经济协调发展奠定了基础；七是针对对口支援形式单一的问题，研究制定了创新对口支援形式的实施意见，推动对口支援工作从单方面支援向互惠合作方向迈进；八是针对基层三峡移民管理机构弱化的问题，研究制定了加强三峡移民管理工作的意见，强化了三峡移民帮扶和稳定措施；九是针对作风效能建设方面存在的问题，进一步修订、制定和完善了调查研究制度、首问负责制度、服务承诺制度、政务公开制度等十几项作风效能建设的长效机制，进一步简

化了外地驻淄办事机构管理手续，将登记备案办结时间从3天缩短为2天。建立了需要解决的突出问题、已经解决的突出问题和尚未解决的突出问题“三本台帐”，对活动期间解决不了的问题，明确了整改时限和要求，正在积极创造条件加以解决。

《存在问题整改工作报告》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

问题诊断分析 问题楼盘工作报告篇三

一、全面排查是否存在涉企优惠政策落实不到位等问题（关于抓好保居民就业、保基本民生、保市场主体工作的10条措施有无落实到位。）

充分履行职能，全力做好“六稳”工作、落实“六保”任务，严格落实优惠政策措施，持续为市场主体发展注入能量，促进全县各类市场主体高质量发展。认真落实全市《持续深入优化营商环境的实施意见》，细化落实责任，确保各项措施落地生根。全面推行“零见面”审批，市场主体登记“全程网办”，做到“网上办、免费寄、零见面、办成事”。持续开展“放心消费”创建活动，引导各类商户守法、诚信经营，加强夜市商品质量监管，增强地摊经济吸引力。鼓励个体经营者和小微企业利用工业互联网、外贸出口平台、电商平台进行经营和销售，牵头开展“小店发光、企业发光新零售行动”，免费为企业和个体工商户在高德地图“经营信息”和“小店故事”板块发布经营信息、用工需求等，开启了新零售版块。探索推进“一业一证”改革，将一个行业涉及的多个许可证，合并为一张载明经营者名称、法人、经营场所及许可项目等相关行政许可信息的行业综合许可证，实现“一证准营”。采取多种有效措施，指导市场主体及时年报，年报率95.41%。在涉及市场监管的15个部门推行联

合“双随机，一公开”监管，规范涉企检查行为，减少对企业的干扰。

二、全面排查是否存在涉企乱收费、乱罚款、乱摊派等问题

2、各项工作均不涉及保证金，未发现没有法律法规依据或未经省委、省政府、市委、市政府、县委、县政府批准设立的涉企保证金项目，允许使用保函保险等方式代替的保证金有无限制、拒绝使用等行为。

3、通过认真自查，在工作中主要是为企业在品牌申报、商标申报、专利申报、标准化建设及质量发展等方面提供服务工作。在组织企业申报各类品牌、商标、专利和标准化项目时，帮助企业对申报材料进行初审并上报市局，从未强制、暗示企业购买指定服务。品牌提升及标准化相关会议、知识产权及商标战略座谈会等都是上级组织的免费会议。相关培训等严格按照上级文件要求转发给企业，由企业自主选择是否参加，严格按照省、市局的要求对参训企业不收取任何的费用，也不存在强制、暗示企业购买指定产品或服务，强制企业参加会议、培训、考试、展览、出国考察等各类收费活动的问题。

4、充分运用音视频监控设备、执法记录仪等科技设备，对服务大厅、外出检查等现场执法行为实时监控记录，严格规范执法行为，并定时进行法律法规集中学习，提高行政执法人员规范执法、防控风险的意识，从源头杜绝向企业提供经营性服务的行为。

5、认真对企业提供服务，切实减轻企业负担，优化营商环境，推动实现高质量发展。无借公共活动及其他名义强制要求企业捐赠赞助等行为。无强制占用企业财物、违规借用企业车辆等行为。

6、严格遵照全国个体劳动者第二次代表大会一九九一年四月

十七日通过的“中国个体劳动者协会章程”第二章第五条规定的业务范围进行活动，及县个体私营企业协会在工作开展中严格按照章程规定的业务范围开展活动，在工作开展中不收取任何的费用。无强制企业入会和阻碍会员退会，不规范收取会费、赞助费、中介费、咨询服务费、评比费、职业资格许可认定费等问题。

三、全面排查是否存在落实“放管服”改革举措不到位等问题。（便捷企业开办经营措施和“照后减证”有无落实不到位的问题。）

为支持企业有序复工复产，全面推行“零见面”审批，强力推广企业登记“全程网办”，联合县行政审批服务局于2020年2月10日发布《县行政审批服务局县市场监督管理局关于全面实行企业登记“零见面”审批的通告》，实行企业（含各类企业、个体工商户、农民专业合作社）设立、变更、注销登记及备案等业务“零见面”审批，做到“网上办、免费寄、零见面、办成事”。

今后，我单位将严格按照相关规定做好本职工作，坚持即知即改，边查边改，对发现的问题及时落实整改举措，确保问题立即整改到位，坚持源头治理、系统治理，推动建立长效机制。

全市“大棚房”问题排查整治攻坚工作报告

地质灾害隐患排查整治工作报告

环境问题排查整治工作总结范文

作风问题排查整治工作汇报

排查工作报告

问题诊断分析 问题楼盘工作报告篇四

第一章

第一条 为了加强对办公例会的有效管理，提高办公例会的工作效率，及时准确地掌握工作情况，更好的研究和部署各项工作，加强内部沟通，特制订本办法。

第二条 办公室负责办公例会的召集、主持与管理工工作，并负责撰写会议记录。

第二章

例会内容

第二章

例会纪律

问题诊断分析 问题楼盘工作报告篇五

一、关于“年初预算编制不完整”问题

由于20__年度以前市财政局未要求市直所有单位将上年结余资金列入预算进行申报，因此，我委在申报20__年预算草案时，未申报上年结余资金，造成部门预算编制不完整。20__年度我委已严格按照市财政局要求将上年结余资金列入了20__年部门预算草案。

在今后的部门预算编制过程中我委将如实反映资金结余情况，确保部门预算编制完整，真实。

二、关于“预算约束力不强”问题

为了充分调动县市区做好争资立项和其他发改工作的积极性主动性，我委对县市区发改局进行了以项目建设、争资立项等工作为主要内容的工作考核，并给予了适当的经费奖励。经我委20__年3月第四次委务会研究，从我委自筹经费中列支20__年各县市区发改工作绩效考核奖金27万元。

今后，我委将规范对县市区发改工作绩效评估工作，按照预算管理体制改革的要求，安排使用财政资金。

三、关于“决算报表编制不准确”问题

经核实，我委在编制20__年度部门决算时，将少反映的254.2万元，列入了其他商品和服务支出，未列入上年项目结余，导致决算报表编制不准确。我委已和市财政局衔接，将在编制20__年部门决算时调整20__年上年项目结余数据，保证决算报表编制的准确性和真实性。

今后，我委将在编制决算报表时，切实做到内容完整、数字真实。

四、关于“公务卡消费支出比例远低于25%的规定”问题

经核实，造成此问题的主要原因是我委工作性质特殊，比如每年发放全市固定资产投资奖等现金支出额度较大，致使拉低了公务卡支付比例。今年以来，我委已对公务卡结算管理进行了进一步规范，要求各科室严格按照《郴州市财政局关于进一步深化集中收入制度改革的通知》（郴财库[20__]261号）和《郴州市人民政府办公室转发市财政局等部门关于进一步推进全市公务卡改革的实施意见的通知》文件精神，凡是能够使用公务卡结算的，要坚决使用公务卡结算。突出强调出差的住宿费、公务接待费、交通费等支出，要严格按照规定用公务卡结算。

今后，我委将按照审计报告提出的整改要求，进一步落实整

改措施，加强单位预算管理，做好预决算编制工作，建立健全经费管理制度，规范财政资金使用，严格公务卡支付管理，提高公务卡支付比例，杜绝经费支出中的漏洞。

以上报告，请予审议。