

2023年图文广告工作总结 广告部工作总结 (模板6篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。什么样的总结才是有效的呢？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。

图文广告工作总结 广告部工作总结篇一

一、制定每日、每月、每季度的工作计划。充分利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场。鉴于目前我们的终端客户数量有限的情况在争取的同时，也会为未来的市场多做铺垫工作，争取有更多大投放量、长期投放的客户参与进来。根据终端客户数量的增长情况，有针对性地调整工作策略、开发新的领域。

二、制订学习计划。做市场开拓是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆。

三、冲刺目标。切实可行的原则，要从实际情况出发定目标、定任务、定标准，既不要因循守旧，也不要盲目冒进。即使是做规划和设想，也应当保证可行，能基本做到，其目标要明确，其措施要可行，其要求也是可以达到的。集思广益的原则。要深入调查研究，广泛听取客户意见、博采众长，反对主观主义。突出重点的原则。要分清轻重缓急，突出重点，以点带面，不能眉毛胡子一把抓。防患未然的原则。要预先想到实行中可能发行的偏差，可能出现的故障，有必要的防

范措施或补充办法。

象与威信、创造良好的沟通环境、合理分工各尽其才。考勤制度、会议制度、台账制度、激励制度实施执行。

怀着“把每件事做的好些、更好些”的热忱，永不满足现状，以前瞻创新的思维创立广告公司广告业新标准！

图文广告工作总结 广告部工作总结篇二

4. 以制作印刷为主的广告公司，喷绘写真等；

5. 以文化传播策划为主的广告公司，设计品牌策划，市场策划，婚礼策划等。

小型广告公司的业务基本全是靠公司老大，及员工的人脉资源开拓业务，没有固定的业务人员。基本上没有广告主主动找上门的，所以支持这类小型广告公司发展的主要支撑点就是把握好已有广告业务。本文不涉及如何开展业务，主要是针对已有业务，如何跟踪保护，不让到手的业务流失，同时如何逐渐提升广告公司的整体实力及规模。

首先，合理管理

2. 工作分工安排的问题，针对工作及工作时间限制合理安排人员分工，责任到个人警戒“猴子”现象的发生，同时注意属于一个人的工作任务，就让一个人去完成，而不要因为有人空闲，就安排两个或三个人来做，这样会间接的造成工作效率低下，责任点的分散。

其次，客户服务

1. 沟通，与客户有效的沟通才是最有效的工作方式，项目最后是针对消费者的，所以根据市场需求是必然的，但首先需

要通过客户的认可，所以，我们只能尝试引导客户，而不能强加意识给客户，这样会造成双方的矛盾，最终导致合作的终止。

2. 策划，策划是对一个项目首先的工作，根据客户的需求，有针对性的去设计。有效的策划是准确把握项目的定位，及市场需求，这样的基础下设计出来的作品才可以切实可行，而不是天马行空。

3. 设计，一定要源于现实，而不能脱离现实，同时不失创意，要有独特的视觉，崭新的展示。

4. 守时原则，和客户约好沟通见面前一定要，合理安排时间，确保约见守时。

5. 执行力，这是项目后期，执行力直接影响到广告公司作品的成功与否，客户不会意识自己执行力不到位，而会觉得公司项目策划设计的问题，从而影响以后的合作。

然后，留住员工

分析员工工作的主要2个目的：1，挣钱为生活；2，学习东西。

最有效的留住员工方法：

1. 合理的薪资分配；

2. 培训带来新知识；

合理的经济分配，可以有效的减少企业员工之间的摩擦，及员工本人的不满情绪，培训也是留住员工有力的武器，可以成立培训小组给员工带来新知识，也可以外请一些客户作为交流学习的培训讲师，这样可以减缓员工觉得工作已经不能学到东西发生。

最后，科学合理的规划定位，广告公司成就很多企业的发展，所以不能忽略给自己进行合理的定位规划，要根据自身的实际情况，资源实力，发展方向等科学可行的制定适合自身广告公司发展的战略规划。

的市场位置，客户就更无法了解广告公司，造成客户的无端流失。广告公司之间同质化程度高，不仅造成客户选择代理的困难，而且加剧市场竞争，增加经营难度。一些中小型广告公司实力虽然并不强大，但如果能审时度势，量力而行，由定位而占位，通过差异化营销立足市场，相信会有很好的发展空间。

广告公司的定位不是一劳永逸的，要随着市场的变化和公司自身的变化而相应地做出调整。如今正值广告业的成长期和广告市场的全面开放期，经济的快速发展、社会消费观念的改变和人们消费水平的提高，新兴媒体技术的应用、快速的信息传播、广告主的营销传播创新要求、受众群体的不断变化等等，这些都带动广告业的发展，促进广告市场的'细分和广告业分工的细化，从而拉长广告业的产业链，开启广告经营的新领域。所有这些因素都督促广告公司必须时刻审视自己的发展规划和企业定位，为应对生存大环境和广告业自身的变化作出相对应的调整。

构筑核心竞争力，就有了占据市场制高点的优势。那么，什么样的力量能够成为核心竞争力？广告公司的多样性决定了核心竞争力的多样化，主要是以媒体、创意、制作、特殊人士、服务、信息这六种资源建构核心竞争力的盈利模式。竞争力的提升，核心竞争力的有效发挥，有助于缩小本土广告公司与国际广告公司的差距，同时促进了公司之间的合作、优势资源的整合。 在今天的市场环境下，绝大部分的中国企业，不管是中小企业，还是大企业，从层面来看，它的成功光靠广告是做不到的□20xx年前，因为市场噪音很少，产品短缺，所以，只要拍一条广告，并且敢于投放，就会让产品大卖。

但今天，几乎所有产品都过了过剩时代，广告的威力不那么大了，企业和广告公司都很认可的广告，对消费者却没那么大的销售拉动力。投xxx万，不见效；再追加xxx万，依然不一定有效。

企业家们在这种情况下，开始怀疑广告，并进而怀疑广告公司的价值，而广告公司也觉得已经尽了全力，内心喊冤，到底是哪里出了问题？我们要理解企业对广告价值的怀疑以及抱怨。事实上□20xx年前那种“广告一放、黄金万两”的现象，本身就是不正常的。而今天的现状，则是对正常现状的回归。由于20xx年前，广告超乎寻常的作用，加上经常流传的“一条广告成就一个产品”的神话，使很多中国企业家过高地评估了广告的价值，也掩盖了企业在非广告方面的诸多不足。而在回归正常的今天，要想真正卖好一个产品，除产品本身的产品力外，企业的队伍、渠道、终端陈列、传播——也就是我们所说的广告，一样都不能差。

任何一个环节出了问题，都不可能达到理想销量。卖一个产品的重担，只压在广告上，不仅是不公平的，也是不现实的。于是，问题就出来了。按理说，企业在队伍、渠道网络、终端布局等方面的规划，应由企业自己完成，或者是聘请专业的管理咨询公司来完成，但是，现实中的情况是，中国的绝大多数企业没有意识到，或者说是没有多余的钱去找管理咨询公司，他们把这些不包含在传统广告业务中的课题，明确或不明确地丢给了广告公司。所谓不明确，是他们希望同广告公司合作，一定要卖好产品。卖好了，就是合作成功；卖不好，就是合作失败。而广告公司不解决上述问题，产品是不可能卖好的。对目前绝大多数广告公司，他们的核心价值就是创意和执行。

对队伍、策略、终端渠道等环节，知道得很少，或是完全不知道。那么，他们到底应不应该迎接这种挑战，突破传统的创意和执行，全方位介入得各个环节。我认为，广告公司要想在企业处更有价值，不管愿意不愿意，恐怕都得迈向这一

步，或者深、或者浅。因为企业与广告公司合作，要的是最终的结果。你的创意再好，如果最终销量做不上去，你还是面临着被全盘否定的危险，你的确可能是蒙受了不白之冤，但结果是，企业觉得花钱花得更冤。事实上，现在越来越多的企业，更看重广告公司的策划能力，而不仅仅是创意能力。走到这一步，对广告公司人员素质要求比以前要高得多。也就是说，广告公司的人更辛苦了。你要懂得更多，因为你要学得更多，否则，你就没有价值。比方说，以前广告公司的文案是不管市场的，不懂销售流程的，这个产品从流出市场后，一步到哪儿，二步到哪儿，到一级商那儿是几扣，到二级商那儿是几扣，他是不关心的。但现在，你让他写经销商大会的方案，他不会写，那他不学习不行。所以，我说我们现在广告专业毕业出来的学生，除了能写写泛泛的文案之外，真正有销售力的文案，真正有市场价值的文案，他很难写出来。不转型不行，但这种转型非常痛苦，这种人才也非常难找。当然，如果这种转型非常困难，我们也可以坚持做所谓的传统广告，也就是我们只做创意和表现，而不去管那些头疼的渠道队伍、终端建设。这也是一种选择。但如果是这样的一种选择，那你就要心平气和，不要抱怨企业给你的钱太少，而且还要做好他给你更少钱的准备。因为在中国目前的市场现状下，你的创意和表现，可能只值这些钱。你应该有一个平和的心理。我觉得，做任何事情都要从实际出发，为什么我们一直提倡毛泽东式策划，因为他最重要的观点就是做任何事情都要从事实出发，实事求是，具体问题具体分析。不要管什么书本，什么伟大理论，重要的是看事实。你看，现在的现象是：一个广告公司服务于一个企业，固守老一套，只做创意和表现，已经被人瞧不起了，觉得它的用途不大。它却没有想到，为什么我用途不大？到底我有没有帮企业解决什么问题？如果我们尽早地从事实出发，我觉得这种事情绝大部分不会发生。遗憾的是，人类很多时候都被教条束缚了。我们灵诺刚开始也做传统广告，只做创意和表现，但是随着市场的发展，我们发现仅仅做创意和表现已不够了，要想真正对企业负责，帮它取得成果，必须介入渠道、等领域。于是，为了得到尊重，为了帮企业解决问题，我们不得不改

变，这既是很痛苦的变化，也是很自然的变化。没有谁教我们改变，我们改变，因为我们想活得更好。我们突破了广告的传统领域，但实质上，我们依然还是在做广告。我感到奇怪，总有相当多的人拿外国的东西来衡量广告：做广告只应该做创意和表现，而不应该做其它；做广告应该是这样的，而不是那样的。这样的观点其实是错误的，广告就是为了帮助销售。你只要达到了这个目的，你就是好的广告。无论你是以怎样的概念，怎样的模式去做的，无论你是否超越了创意和表现，一切都应该从市场实际出发。这实际就是我们到底拿什么安身立命的问题。

中国早期的广告接受西方的东西太多，现在，在思想上也应该实事求是了。再好的理论，跟事实不符，就应根据事实调整，向事实学习，然后也许能走出一条真正有效的路子。我们先别考虑理论，理论都是从事实中总结出来的。作为真正有自信的行业，不必总看发达国家怎么走，就是怎么管用怎么来。因为中国市场经济的发展跟西方截然不同。中国市场发生了很多西方经济理论无法解释的现象，我们有很多原创性的东西，先有实践，后有理论。我们现在做一些事情，不必在西方的理论中找一个印证。我们应该更自信地做一些事情，只要结果是好的，就没什么问题，就应该大胆推进。理论也是这样。当初认为，发达国家广告理论就一定是好的，而且很多人不遗余力地在各种场合里传播、鼓吹。实际造成自己好的东西被淹没、被弱化，甚至根本没有声音，这也是非常遗憾的。可见，文化也有侵略性，很可怕，令人生气。新生的、具有生命力的东西都是从非主流成为主流的。而它的生命力就是它给人带来的看得见、摸得着的效果。一切要靠事实说话，而不是所谓的理论。歌德说得好：“一切理论都是灰色的，生命之树常青！”

图文广告工作总结 广告部工作总结篇三

一、 坚定信心，刻苦学习，努力提高业务技能。

__年，本人被安排到公司业务二部工作，由于本人长期从事私人业务，所以对公司业务很少涉及，既没有客户资源，又缺少工作经验，也不懂信贷政策，感到不知所措。加上本人年龄较大，身体不好，所以认为自己没有信心能够干好对公业务工作，当时思想压力很大，曾一度想放弃。后来在崔行长的耐心开导和鼓励下，本人的思想观念得到转变，认识水平得到提高，逐步对自己的工作有了信心，开始在部门领导和同事的帮助下，积极投入工作。

一方面刻苦学习业务理论知识，学习我行的信贷政策，一方面加强学习我国的有关法律法规。另外还主动找老同志取经，经常到审批部门请教，通过近半年的努力，终于掌握了办理业务的相关知识，具备了开发客户的业务能力。为下半年开拓市场奠定了基本的理论基础和一定的工作经验。。

二、 不畏困难，扎实工作，不断发展授信客户。

__年下半年，本人在部门负责人的带领下，不分节假日，不顾疲劳，不畏困难，在没有经费，自己出钱的情况下，经常到各地市调查市场，搜寻客户，通过各种途径，利用一切关系，开发授信客户。在分行公司部、风险管理部等部门的指导下，经过刻苦努力，持续公关，终于成功发展了几个客户，如中友数码、鑫泰铝业、永顺铝业、华丰钢铁、孟电水泥等。在开发客户的过程中，我也学到了很多业务知识，积累了很多工作经验。对今后本人各项工作的顺利开展，打下了良好的基础。。

三、 加强管理，按章操作，严格防范信贷风险。

授信客户的成功开发，为我行带来了相应的业务收益，但是这些授信业务的办理，所产生的信贷风险也如影相随，相伴而生。按照我行贷后管理办法操作，按照部门领导的要求办理业务，努力防范信贷风险，成了平时工作中的一项重要任务。

为此，我定期不定期走访客户，深入企业，了解客户，调查市场，努力做到未雨绸缪，居安思危，始终把风险防范作为重要工作来看待。特别今年7月份以后，由于受全球金融危机的冲击，我部门开发的授信客户的业务，受到很大影响，业务大幅下滑，有的亏损严重。分行对此十分重视，成立风险排查小组到重点授信企业收集信息，对此我根据领导安排，积极协助有关人员实地调查，摸清情况。这一切工作的扎实开展，可以在防范风险方面赢得先机，争取主动。为我行信贷业务的健康发展，起到积极的护航作用。。

四、 明年的工作打算：

__年，经过努力，虽然取得了一点成绩，但是离一个合格客户经理的标准还有一定差距，工作中也存在很多不足之处，客户规模还较小，业绩不是很突出，银企关系还需要进一步加强，工作经验还欠缺，业务水平还有待进一步提高，相关知识还需要继续学习，防范业务风险的能力还需要不断加强。在明年的工作中，我一定继续努力学习，认真工作。我相信在分行行长的正确领导下，在大家的热心帮助下，我一定会更加坚定信心，克服困难，不断进取，积极工作，为我行的健康发展，多做贡献。

广告业务员工作总结6

20_年即将过去，在这一年的时间中我通过努力的工作，也有了一些收获，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20_年9月份到公司工作的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏对汽车行业销售经验和产品知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，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，我经常请教各品系经理

和领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方发和对一些比较难缠的客户进行应对方针，取得了明显的效果。

一、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

现在对我们现在处的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，也成功谈成了一些用户购买我们的产品，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流程应付一些突发事件。对于一整套流程可以完全的操作下来。

还有我的20_年工作重点二线兼销售，二线的工作环节是十分关键重要的，在我们销售的每台车都要经过二线的手。二线这个岗位是销售一线和用户之间的桥梁，一是，把一线的工作进行补充和完善，二是给用户进行指导和维系。在20_年里我在二线的岗位上工作了一年，对我的全年工作满意度基本上良好，我服务的用户，全年计算来可以说至少有一百多个!这么多用户是我感觉有些自豪感!8月底去总部进行模压训练，做一名合格的销售人员，10月份在我们的二级_公司进行据点销售和市场考察，在_我也学到了很多竞品的业务知识，这对我们产品销售十分有利。

二、本年度存在的问题

在20_年_月_日我们根据上半年销售的车型，进行了总结。用到了提前上牌的车上。我们也可以预测到，上半年的车型在下半年消化肯定不是很好，因为上半年的车型基本接近饱和，所以提前上牌车型选择有误。

在_月_日和_月_日，一天只差车价相差一万，用户有些接受不了，导致我们的产品到下半年库存量比较大，资金压力也比较大。到十月份又碰到全球性的金融危机，使市场一天比一天差，我们的日子更难过。

三、对20_年工作中存在的问题进行改进的措施

对于车价差万元的情况我们在_第三季度会议已经做了相应的调整，现在的产品价格，用户大部分都可以接受。还有一些提前上牌车型有误的，我们已经做好准备，赶在今年旺季把车消化一部分，看看市场，到底是什么情况，做一个准确的判断!减轻公司和部门的资金压力，让我们的人轻松上阵，挑战下一个工作任务!

四、20_年个人工作目标和计划

我在20_年中坚持销售人员的三项基本原则，最守纪律，执行命令，完成任务，做好此岗位的工作。再希望公司多给我一些学习和受训的机会是自己的知识更加丰富和充实!

我希望再20_年里我能从二线的岗位进到一线的销售岗位，成为一个完整的销售人员，我在20_年的全年中我已经熟练的掌握了一整套操作流程。再加上我从事销售工作一年多的经验，应对和处理一些突发事情有自己的一些办法，我相信自己能做好一名合格的销售人员。如果我能进入到一线销售的岗位上，我会努力使自己的销量和利润化。

以上是我在20_年的工作总结，写的有什么不足之处，望领导谅解!

图文广告工作总结 广告部工作总结篇四

1、肇庆新世界·伴月湾尾货包装，设计跟稿以及服务款项的

催收工作。

2、东方新世界5号地比稿跟进工作。

3、4-5月外派至天津，跟进美林园项目，广告主要针对全新二期的包装，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

4、6月份开始东方新世界·熹园进入前期广告阶段，主要负责项目的全程广告跟进工作，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

5、6-8月天津生态城项目以月费服务，一份合同包括该集团旗下三大项目的广告工作，7-8月份为美林园及创意大厦两个项目的开盘前期准备工作，主要负责项目的全程广告跟进工作，设计跟稿以及服务款项的催收工作。

6、6-11月为佳大集团旗下萌芽创意园、华糖创意园、石井创意园及红钻226等项目作单项服务的广告，主要涉及到各项目的vi现场包装及销售物料的设计广告跟进工作，以及服务款项的催收工作。

本人坚持以积极向上，细心严谨的心态对待工作。工作态度端正且主动，能够独力承担组织布置各项任务，在项目工作要求加班加点时也毫无怨言，并且积极配合。在项目跟进的过程中，得到了领导的大力支持及同事们的热心帮助，也不断提升了与客户的沟通能力，使自身的综合能力得以进一步的提高，同时注重与客户保持良好的合作关系。

在工作过程中我深刻体会到了团队精神的力量与专业知识的重要性。我向蓝光的领导以及全体同事表示衷心的感谢，有你们的协助才能使我在工作中更加的得心应手，我也会不断学习，不断进步，让我们继续努力，为蓝光的发展做出更多贡献。

20xx半年度个人工作总结 本人xxx供职xxxx公司ae及策划职位。今天借着这份半年度工作总结，既是向公司及领导作汇报，也是对我以往努力的总结和今后努力的鞭策。

首先是思想和智慧的洗礼。我认识到我们的公司不仅是一个具有光辉历史的专业服务团队，更是一个锐意进取，勇于创新队伍，把自己的专业思想推向客户从而增强了专业公司的独具魅力，也更增强了我有所作为的想法。

取得了一定的业绩。

最后是人格的塑造。入职伊始，我就在自己的心里定下了要以人格的魅力感染人，以学者的身份融入策划，以企划的高度解决问题。曾记得《南风窗》首语这样记载：“愿天下学者，均秉持良知，不随波逐流，以独立之精神，自由之思想，允公允能，厚德自强，止于至善”。这里的所谓人格不光是个人的人格，更是公司的人格，把自己的人格和公司的人格统一起来，将自己融入到公司的大发展中来，砥砺出共同的企业文化，制造出一致的前进目标。

这四个月来，我在不断的进步中一步一步走了过来，在工作的点滴中锻炼自己的水平，以求自身能力的不断完善。

人无完人，我在追求自我完善的过程中，仍然存在各方面的不足与缺陷，在此要多谢同事及领导的胸襟、度量与帮助。

以上是我对自己工作方面的自我鉴定与总结。收获与不足并存，我将在今后的工作中继续总结经验，在xxx的培养和领导的带领下，发扬优点，摒弃缺点，早日成长起来为公司的现在和未来而努力奋斗。

此致

敬礼！

图文广告工作总结 广告部工作总结篇五

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为止，我还不反感，因为，我可以学会整理资料，可以学到其他的很多事情，很好。

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么礼品，是分期付款，还是一次性付款等等，都应了解清楚，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么发放，有什么要求，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，哪个点回收了什么礼品，多少个，都因详细的记清楚，过后没有人会帮你去对账的。

4、对于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。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

图文广告工作总结 广告部工作总结篇六

现在，我的工作业绩也开始慢慢的提升了，这使我很高兴，因为我开始走上正轨了，之前的彷徨和无助已经消失的无影无踪了，取而代之的就是兴奋和干劲了。

在这短短的3个月里，我经过自身努力，克服各种困难，特别

是在部门领导和同事的大力帮助下，我了解了作为一个ebay广告销售员，每天所需要完成的工作流程和销售应该掌握的基本工作技能。在工作中，通过学习和探索，熟悉了公司的运作程序流程，掌握了公司系统的操作过程，这为今后的工作打下了一定的经验基础。让我在公司的3个月的工作和生活中是有意义的、有价值的、有收获的。

现就工作以来的学习收获，取得的进步，及个人的不足与改进做以下总结。

(1)、了解ebay政策

ebay制定了一系列政策，确保会员可以在一个安全的市场交易，享受买卖的乐趣。身为卖家，必须在出售产品之前阅读并了解ebay的各项政策，避免违反规定。

(2)、分析产品优势和学习他人经验

首先在搜索页面上输入自己产品的关键词，然后查看搜索结果，并对结果进行数据分析。

a 搜索结果的数量分析

---分析该关键词是否是国外卖家常用的词

---分析该商品是否有市场

b 分析均价、关键词、及销售情况

---价格优势

---组合关键词

---产品是否有市场

c 分析超级卖家的描述

d 分析分类属性

(3)、上货技巧

a 选好关键词

b 刊登时间[us/uk/au]

c 刊登图片尽量全面

d 刊登方式（一口价、拍卖）

e 利用广告增加流量[feature]

(4)、掌握丰富的产品知识

首先必须了解自己的产品，认清行业内主要产品的特征、优势及利益之意义并分析公司现今产品的特征、优势及利益。只有掌握了丰富的产品知识，才能更深入了解客户购买某产品或服务的动机。而了解了其动机后，采取什么样的推广方法、如何定价、产品卖点提炼等问题都可迎刃而解。

工作以来，我就秉着用心做事，超越前人，超越自己的理念，全身心投入工作。我很喜欢一句话，叫“师傅领进门，修行在个人”。这是我人生的第一份工作，我从一个没有任何工作经验的应届毕业生，到现在对职场规则的深入了解，与部门领导的带领有密不可分的关系。

每天早上十点以前我就必须在把24小时内的销售额，卖出数量[bbe]数据，每日好评，中差评登记好。然后解决议价，标发货，开upi,催付款等等，这些都是每天必不可少的工作流程，虽说都是小事，可是做下来都要一两个小时。然后就是看自

己最近哪些产品卖的好，进市场调查。这样用每天七八个小时的付出，换来第二天业绩增长的喜悦。

其实，要想把自己的店铺经营得有声有色，用心付出是必不可少的。但是ebay平台是很公正的，一份努力就有一份收获，让人充满了成就感。所以，当我用自己的辛勤劳动，换来每个月业绩增长的时候，那种喜悦，只有付出过的人才能真正体会到。

以下是店铺近半年来的每月销售额的对比情况，我从11月开始正式接手tomtop_digital账号，接手以来，销售业绩的增长是可喜可贺的。

1. 虽然年轻充满干劲，但是经验缺乏，在处理一些大单报价的问题上，明显无所适从。还有待加强学习，以后要尽快熟悉报价所要选择的最合适的运输方式。
2. 考虑问题不周全，比如销售产品的时候只想着有利润就卖，却没有考虑到贵重物品的丢失风险问题。这个已经在改进了。
3. 跟客服、采购缺乏沟通和交流，从而导致自己对商品本身的了解不透彻，无法准确的给产品定关键词，甚至造成产品描述不符的问题，给客服带来额外工作量。这些个人因素直接影响到了工作的效果。

以上这些缺点和弱点都是致命的，所以在今后的工作生活中，必须积极改正自身缺点，广泛汲取销售经验，努力提高业务素质，在高素质的基础上更要加强自己专业知识和专业技能的学习。并以高标准要求自己，不断学习，让自己能够成为一名合格的广告销售员。

(1) 部门应该将各个账号销售商品的类别规划清楚，避免部门之间的内部竞争，造成利润降低。

(2) 同一商品几个账号同时在售的情况下，应该统一价格，在价格有变动的情况下，应及时与大家汇报，更改价格。这点现在部门已经做得很好了。

(3) 部门可以多组织活动，加强同事之间的交流，其实不管是工作上的交流，还是生活上的交流，好的工作氛围，总是能给大家带来信心，让大家工作的更开心。