# 最新广告公司工作总结结尾(十二篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-09-12

*广告公司工作总结结尾一记得初到公司时，交到我手里的第一份工作就是一张企业贺卡的修改，然而说来惭愧的是，因为对于对方企业整体形象包装的不熟悉，导致这张小小的贺卡修改任务就让我在公司的第一天工作从下午5：00左右持续到深夜12：00以后，反复的...*

**广告公司工作总结结尾一**

记得初到公司时，交到我手里的第一份工作就是一张企业贺卡的修改，然而说来惭愧的是，因为对于对方企业整体形象包装的不熟悉，导致这张小小的贺卡修改任务就让我在公司的第一天工作从下午5：00左右持续到深夜12：00以后，反复的修改和漫长的等待客户的回复对我来说，既新鲜也处处存在挑战。不懂就学，是一切进步取得的前提和基础。在这段时间里我认真学习和认识了公司各相关资料，并且对公司以前的、现在的客户的相关资料有了比较初步的了解，

(这方面，小组的组长xx、美术指导xx、还有和我一样新到公司不久的美术xx，对我的帮助都很大，我也一直很感激他们)再加上日常工作积累使我对公司有了较为深刻的认识，也意识到了公司在xx广告业举足轻重的地位，她的发展对于推动整个xx广告业的发展有着巨大作用。同时，公司拥有比较先进的管理体制和企业化标准运作的行政机构。这一切都让我对公司的发展充满了信心和憧憬。

根据岗位职责的要求，我的主要工作任务是：

(1)负责完成组长分配下来的设计工作指令;

(2)参与相关广告创意的讨论;

(3)领导交办的其他工作。

通过完成上述工作，使我认识到一个称职的设计师应当在具有相当的美术功底、熟悉的设计软件操作能力的同时，还一定要具备良好的设计心态，并且要敢于多提出自己的想法和方案，敢于创新！当然，良好的语言表达能力是向领导和同事提出自己创意想法的必不可少的。

目前我在创意想法方面存在不足，还需要多向组里的和其他组的各位资深领导和同事多求教、多学习。为了让自己做一个称职的广告美术设计人员，我也阅读了许多与设计相关的书籍，并争取在工作中有所帮助和提高。

1、学无止境，时代的发展瞬息万变，各种学科知识日新月异。我将坚持不懈地努力学习各种设计相关知识，并用于指导实践，大胆创意！

2、“业精于勤而荒于嬉”，在以后的工作中不断学习业务知识，通过多看、多学、多练来不断的提高自己的各项技能。

3、不断锻炼自己的胆识和毅力，提高自己解决实际问题的能力，并在工作过程中慢慢克服急躁情绪，积极、热情、细致地的对待每一项工作指令。

**广告公司工作总结结尾二**

今年以来，广告科在局党支部的正确领导和热心关怀下，在其他科室中队的支持与配合下，按照“以人为本、热情服务、长效管理、规范高效”的工作宗旨，创新工作思路，完善工作机制，提高服务水平，落实长效管理。较好的完成了制定的各项任务目标和领导交办的各项工作。共办理户外广告设置申请74件，征收户外广告有偿使用费664978元（去年去除公交车车体广告使用费后为569835元）同比增长16%，拆除立柱式大型广告牌4块，取缔其他违法设置的户外广告及设施52余处，总面积约1700余平方米。现就一年来工作情况总结汇报如下：

为进一步加强相关法律法规政策学习，我们组织全科队员参加了《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》、《曲阜市城市规划区户外广告设置管理暂行办法》、《曲阜市城市规划区户外广告资源有偿使用收入征收管理暂行办法》等专业性文件培训学习，并请法制科的同事为科室人员讲解了广告管理相关执法文书的书写。很好的组织了每次由局办要求的周末学习活动，及时做好笔记。依据《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》，组织人员修改了《曲阜市城市规划区户外广告设置管理暂行办法》中法律责任内容。按照收支分离，将所开户外广告资源有偿使用费用全额上缴代收银行，并及时向局财务科做好汇报统计，定期与财务科做好季度核对工作，确保了所开票据的无误性。对20xx年至今20xx年的开具的法律文书、所报广告效果图等资料文档进行了全面清理和归档，建立了广告审批备案档案由专人管理。同时我们还加强信息报送工作，安排专职信息员坚持报送每周、每月工作计划，方便局办编辑《城管信息》。

一）、做好原设置广告设施的续审工作

年初，我科列出了详细的20xx年工作计划，制作了20xx年广告设施审批明细表，明确了审批广告设施的“续审时间表”。确定了全年的“总体目标”为：把广告设施的美化与资源的开发有机结合起来，把户外广告管理一抓到底、抓出成效。统一了思想，凝聚了力量。切实加强了户外广告有偿使用费得征收管理，确保依法征收，应收尽收。共为原审批的22处广告设施办理了续审手续，征收户外广告有偿使用费478345元。续审率为95%（公交车车体广告因特殊原因未能续审）。

二）、严把设置关、控制新广告设施的审批

为了更好的贯彻落实《曲阜市城市规划区户外广告设置管理暂行办法》、《曲阜市城市规划区户外广告资源有偿使用收入征收管理暂行办法》，我科组织全体科室人员认真学习办法细则，在户外广告的审批工作中严格执行办法规定的内容，严格遵守大型户外广告设施联审联办制度。户外广告审批工作坚持做到科学、规范、高效，按照“高标准设计、高标准材质、高标准安装”的原则，提升户外广告设置档次。一年来，共受理行户外广告审批项目103件，办结74件，共开具《曲阜市广告设施使用协议》167份，新设置大型广告设施13处，征收户外广告资源有偿使用费182833元，同比增长12%。

三）、开展专项整治活动、取缔违法广告设施

随着城市化进程的加快，我市户外广告业发展迅速，为城市增添了色彩，同时也出现了户外广告设置杂乱、档次低劣、特色不鲜明、破坏城市景观效果等突出问题，在一定程度上影响了城市形象。我科对规划区范围内户外广告设置情况进行调查摸底，对所有广告位登记造册。对未经审批擅自设置的广告设施，组织。一年来共下达《责令限期改正通知书》247份，拆除面积达1700余平方米。特别是今年8月份拆除了杏坛路西首总面积达350平方米的大型落地式广告牌。孔子文化节期间，根据领导安排，联系160吨大型专业吊车，历经5个小时，直至深夜11点，拆除了京福高速20号口处三面大型立柱式广告牌。

**广告公司工作总结结尾三**

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

我于xx年年8月份到公司，xx年下半年按照领导的指示负责金鹏图语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xx年主要的工作情况述职如下：

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元；实际完成176194。4元，未完成全年销售计划。

xx年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿10年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。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。

xx年，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。

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。

xx年，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。

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。

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xx年的工作中，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12年工作的重中之中。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。

**广告公司工作总结结尾四**

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。

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，为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麽礼品，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麽发放，有什麽要求，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，哪个点回收了什麽礼品，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。

以上就是我的工作总结，可以说是我的工作经验吧。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

**广告公司工作总结结尾五**

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，进入汪氏广告后，我对媒体这一行有了更加深入的了解和认识。

从工作中发现自己的不足之处，我要做的不是给自己找各种借口，不是一直沉浸在我怎么就不会、我怎么就做不好的自责当中，而是要去寻找如何做好的方法。要时刻的告诉自己我行、我可以。

通过两个月来不断的学习，以及上级领导和同事的帮助，渐渐的我融入了公司这个大家庭中，个人的工作技能也在学习之余有所提高。虽然工作中还存在着这样那样的不足之处，但应该说两个月来也付出了不少，也收获了很多，我自己感到成长了，也逐渐成熟稳重了。

在今后的工作生活当中，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，我和我们这个朝气蓬勃的团队一起成长，共同奋斗，一定能实现公司的目标和个人理想。即将过去的20xx年,是汪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日我正式来到汪氏广告媒介部报到，开始了我全新的工作生涯。光阴似箭，转眼在汪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。

自从进入汪氏广告以来，就深深的被汪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，传达给我们的是汪氏的精神风貌。并且这种精神影响着每一个人，感染着每一个人。进入到汪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.把自己融入汪氏，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

**广告公司工作总结结尾六**

我于20xx年7月15日有幸被诚信企业正式录用。融入诚信企业已有半年多了，在这里我将对我半年以来的工作情况进行简要的总结，即是对公司也是对自己所交的一份答卷。

刚进公司，便与领导及同事着手于《走进台湾》招商手册的设计。由于刚进公司，各方面还不太了解，对于刚接手的项目更是略知一二，但令人欣慰的是在忙碌的设计中很快便了解了项目内容，大大提高了工作效率，在领导规定的期限内完成了任务。翻看以往的工作日志，回忆这忙碌而又紧张、愉快的时光，倍感充实。

在工作中，我学到了很多东西，从不懂，到有点懂，再到熟悉。这中间的过程，只有我自己最清楚。曾听一位学者说：如果你没有时间动手做，那么一定要多看，只有提高自己的欣赏能力，才能做出完美的作品！为了提高自己的欣赏及设计能力，只要空闲时，就浏览一些大型设计网站，看看各国大师的作品，小到一个名片的设计，大到海报、商业摄影等创意作品，从中也体会到了创意设计对于一个品牌及企业发展的重要性。这种完成工作任务之余的学习不但提高了自己的欣赏能力，更让自己有了将“设计”进行到底信心！

设计工作看上去是很枯燥的，如果没有灵感，那便更加枯燥无比！只有自己从中找到乐趣，才不会觉得枯燥。很多时候我会在搜集素材的时候寻找灵感，使自己置身于设计的氛围中。而当有其它的工作布置下来，打乱了思路，想想只有自己调整好自己的心态，统筹安排好自己的工作，才不至于手忙脚乱。

我是个极其热爱设计的人，有兴趣，有灵感，我知道我或许不是最好的，但是我一定是最有激情的。我真的很喜欢设计，我也不知道为什么，所以，我想证明自己，证明自己的能力和一颗真诚而执著的心。明天会怎么样，谁也不知道。至少今天我要对得起领导的委任，对得起自己的梦想！

下面是我过去半年来工作回顾：

1、《走进台湾》大型连续剧招商手册、宣传品等

2、《易达盛金》黄金画册

3、《广源，盛源》公司内部两本画册、宣传品及ppt

4、百悦德商场标志、效果图等

5、北京亚奥开源国际酒店用品有限公司标志、效果图等6。河南电视塔，北京西客站等大型项目项目及其领导给与的各项设计工作。

任务大小不一，处理时间长短不同。但是，我都是保质保量，按时完成，尽最大的努力做得更好。过去的半年整体上是紧张的、忙碌的、充实的，也是充满责任心的半年。当然，我仍然存在着很多不足，譬如在工作中不够细心等。所以在今后的工作和生活当中，我应该也必须克服这些缺点，才能让自己达到一个新的层次。

展望新年度的工作，我将自己的精力主要放在以下两个方面：

1、在设计技能上

希望能够再接再厉，同时也加强自身的能力，工作中与同事多沟通，进一步提高自己专业知识技能，积极吸收新的观念与设计理念，要继续在自己的工作岗位上踏踏实实做事，老老实实做人，争取做出更大的成绩来。

2、对工作心态的调整

在工作中总是会遇到各种各样的问题，这就要考验我的解决事情的能力。面对不同的客户，调整自己去理解他们的想法，让他们来认同自己的设计理念。希望能在短时间里自己能培养稳健的办事作风，是我20xx年所追求的。

20xx年虽然各方面指数都在提高，但是我觉得这也是必然的，因为我们在成长，慢慢的成熟了，不再是刚刚踏出校门的学生了，有人教，出了错可以说是新手或年轻，而得到谅解。做设计的工作三年多，可是要从新手变成真正老手，这个过程一年的时间是远远不够的。时间是无穷的，但是我希望能将这个时间集中到最短，因为不仅是设计，在其他方面业都加强自己，现在社会的竞争是如此的残酷，只有掌握更多知识，在得与失中思索，才能最大限量的发挥自己的优势，随着20xx年的到来，我将克服往年的不足，继续发扬优点，迎接更新的挑战，做拔萃的创意，与公司共同发展，相信我们的公司明年会有更好的发展。

一个人的工作态度折射着一个人的人生态度，而一个人的人生态度又决定一个人一生的成就。我的工作，就是我的生命的投影。一个天性乐观，对工作充满热忱的人，无论现在是在做什么，都会认为自己的工作是一项神圣的天职，并怀着深切的兴趣。对工作充满热忱的人，不论遇到多少艰难险阻，都会像希尔顿一样：不管是做什么，都要做一个最优秀的人！所以我会努力让自己保持良好的心态工作，遵守公司的各项规章制度，完成各项工作和任务。我要在20xx年比20xx年做的更好。

非常感谢公司给我这个成长的平台，令我在工作中能不断的学习，不断的进步，不断提升自身的素质与才能。

新的一年我为自己制定了新的目标，那就是要加紧学习，更好的充实自己，以饱满的精神状态来迎接新一年工作的挑战。争取更好的工作成绩，为公司做出更大的贡献。

**广告公司工作总结结尾七**

年终岁末的时候，人总是特别感叹生命的蹉跎，回首与展望会是两个亘古不变的主题。在成熟和迷惘的交织中悄然流逝了。一年的时间转眼过去了，在市场部的工作的时间里收获颇多。有硕果累累的喜悦，有与同事和谐相处，开心工作的每一天，也有遇到困难和挫折时的惆怅。总的来说在经理的带领下，在各位同事的大力协助下，20xx算是圆满完成了工作任务，还是满不错的一年。自己的平面设计能力也得到快速提高，自己也成熟了许多。

下面是我过去一年来主要工作内容回顾：

①公司企业形象的改版

公司所有的海报、画册、彩页、图片、文档等资料企业元素进行替换和重新设计排版。

②显示屏效果图制作

每天都及时完成了所要求制作的效果图，20xx年做了效果图共计xx个。

③公司显示海报与灯饰产品海报设计

设计出符合公司企业形象宣传产品海报。并及时的印刷制作出来。

④配合完成领导及其它部门临时交办的各项工作任务

日常需要图片的美化、修改内容、抠产品、文字的修改替换等简单的ps处理，名片的排版制作印刷，公司内部企业文化海报、宣传栏、标识设计、广告牌等排版制作。

下面我将从工作情况与内部合作两个大的方面来分析自己一年来的得失：

我的岗位是平面设计，工作范围负责配合上级进行公司的宣传推广和市场开拓等工作。平常帮着显示屏业务员设计制作效果图，给灯饰产品设计海报。公司画册、彩页的排版设计。所有的工作看似庞杂，大小轻重不一，但是都有一个共同的特点，那就是处处展现公司对外的形象，产品的宣传推广，市场开拓。所以不得有丝毫的马虎大意，稍不细查，就有可能出现失误，直接影响到公司的对外整体形象，更会给公司造成间接的经济损失。

20xx年的时间里，我对公司工作流程，方法等有了较深的了解与认识，对平面设计规范也有了一定的了解。能力来源于实践，实践检验能力;一年来，我对自己的坚持一步一步地脚踏实地走过来，加深自己对平面设计的理解，能轻松的作出一般的平面方案的设计效果图，但是还需要不断的学习和实践。

在独立设计的过程中，我发现了自己的还有很多不足之处，特别是对复杂设计方案的把握还缺乏基础理论性的认识，这都是在以后的工作中必须首要加强的。

设计眼界也有待提高，只能局限于当前的事物。不能处理好细节处，画面做好后美观度不够，不能很好的认识到如何修饰。学无止境，业精于勤而荒于嬉，在以后的工作中我会不断学习业务知识，通过多看、多学、多练来不断的提高自己。

设计工作是痛苦与快乐的炼狱，每当面临重大的设计任务时充满了压力，开始搜集各种资料(包括文字的、图片的)，接下来寻找设计灵感，沉思、焦灼，经过痛苦煎熬，终于有了满意的创意时倍感轻松。每当经过艰苦的磨砺，自己的劳动成果得到大家的肯定时，便是工作中最大的快乐!充满了快意。因为热爱自己的工作，做每件事我都想做到完美。所以努力在提升自己的专业识和业务技能熟悉公司产品的参数信息。还有相关行业规范，关注行业的发展趋势、新闻动态等。不断地开拓设计思路，更好的与市场融合，时刻保持强烈的创新意识。以极高的工作热情主动全身心地投入到自己的工作当中去，很好的理解自己工作，出色的履行了本岗位职责，能够高质、高效的完成本职工作。

对于过去一年在对设计的理念还是比较空泛的，设计出的内容多而出现平乏，很多时候基本上没有好好的静下来想想设计，只是整天在电脑旁的不停的copy，设计对我而言就是不停的复制过程。在业务不多的情况下，也有沉下心认真去想设计的真正的含义与表现。通过一段时间的思考，让我认识到，在纸上的图片再怎么新颖与美丽，网上的图片再怎么炫丽多彩。不能做符合公司vi元素的做出来也是徒劳。以后工作中我将会大大加强自己的设计风格，将多种设计元素结合大众喜好制作出符合公司vi的方案，按时完成工作，尽最大的努力做得更好。

20xx已经成为过去，20xx将是新的开始，展望新的工作年度，也是一切重新开始。过去的.一年的整体上是紧张的、忙碌的、充实的，也是充满责任心的一年。希望今年能够再接再砺，取长补短。不断提高自身的专业技术，同时也加强自身的对led产品的了解，工作中与同事多沟通，大家互相配合才能更加轻松的完成本部门的工作。多关心了解其他部门的工作性质，进一步提高自己相关行业知识的了解，积极吸收新的设计观念与设计理念，继续在自己的工作岗位上更加完善自我，认识自我，突破自我，争取做出更大的成绩来。公司的前景是美好的，我对我从事平面设计也充满自豪与希望!期待我与公司明年都将有更加美好的发展。

据说今年我们部门的任务会更重、每个人的压力都将会很大，但是新的一年意味着新的起点新的机遇新的挑战!人都是不断成长的过程，任务越艰巨，将使我们更强大。在工作中我将会不断地总结与反省，不断地鞭策自己并充实能量，随时反思每天所做的事情，以待有新的改进。不断提高自身设计水平与对产品信息的掌握，以适应时代的需求和公司的发展，愿携手市场部各位同事共同进步，与公司共同成长。

上世纪80年代至今，中国的广告业在社会经济发展的驱动下，取得了快速发展。一些小型的广告公司如雨后春笋，层出不穷。这些小型的广告公司相对于知名的广告公司，不仅仅需要优秀的创意策划和设计水准，更需要业务的开展与延续。加之今天广告主的主导地位日益突显，广告业的竞争白日化现象，小型广告公司的生存愈发困难，

从小型广告公司的类别看，小型广告公司大致有五种类别，这里是指广告公司的重点经营项目：

1.以广告代理为主的广告经营公司，涉及媒体的代理，广告的投放等方面

2.以影视制作为主的广告公司，主要涉及各广告摄影，编辑方面的制作，

3.以设计为主的广告公司，主要涉及ci的导入策划，vi的设计，宣传画册设计等

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

1.工作时间合理安排，广告公司一般存在经常加班熬夜的现象，不否认晚上工作的时间是效率最高的，所以上午工作时间可以适当放宽，给员工既合理有人性的工作时间

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。

3.工作环境，合理把空工作环境，不能因为让工作环境死气沉沉，这样员工感觉压抑，工作效率自然低下，但又不能搞的象ktv，qq声再跳个不停，这样的工作效率也可想而知

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。

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。

小型广告公司的出路是：留住员工，真诚有效的服务客户，严格执行自己的定位路线。走在大街上，我们经常可以看到很多小的广告公司，这些所谓的广告公司，其生存之本大都是从事复印、打印、制作名片这些简单的作业，其生存状况令人堪忧。一些中型的广告公司也在外来国际广告公司的压制下举步维艰，多数靠关系生存。中小广告公司的出路何在呢?

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，这些都将带动广告业的发展，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。0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5000万，不见效;再追加5000万，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，0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0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guǎn lǐ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，这既是很痛苦的改变，也是很自然的改变。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!”

**广告公司工作总结结尾八**

随着形象大使选拔赛海选的开始，3月的第3周也就快结束了。总的来说，这一周主要还是围绕选拔赛而开始的一周的工作。回想这个星期的主要工作事项如下：

一开始我在特区报上看到台北雨侬婚纱有打广告，我赶紧给对方打过电话，只是最后他们不能确定，还一定要每个选手缴纳300元的押金；随后在南国都市报上又看到台北非常婚纱摄影被消费者投诉。我在想，这应该是一个很好的机会。我满怀希望的打电话联系，开始他们都是同意赞助婚纱、造型和化妆的。到后来他们却因为时间是双休日工作会很忙，没有那么多晚礼和化妆师而拒绝我了——

“希望越高，失望越大”，可能是我太没经验了，和客户谈单的时候，语言不够自信、精炼，说话也没有技巧。最近我在网上查找一些关于谈单的技巧，我想，有时间多学习这方面还是有必要的！

和李老师对接流程、排版、修改文章、拉广告——感觉这个星期很充实，虽然没什么结果，单拉砸了，赞助也砸了，窜词也被否定了——但还是学到很多东西的。

建议：

1、最近的南国家装排版都很晚，我觉得原因不仅是因为编辑是新来的，还有两位负责人之间没有好好沟通，各说各的，当然最终是不够理想的。

2、余总您总是希望内部的人走出去，可是我们除了双休日没有其他时间，如果光靠我们员工是不太可能的，如果您真的想在内部人员中培养出很会拉单的人，那是需要时间的。

这个星期就这么忙碌的过去了，明天开始海选了，希望一切顺利！

**广告公司工作总结结尾九**

工作总结频道为大家整理的广告公司设计师试用期工作总结报告，供大家阅读参考。更多阅读请查看本站工作总结频道。

时间一晃而过，转眼间试用期已接近尾声。这是我人生中弥足珍贵的经历，也给我留下了精彩而美好的回忆。在这段时间里各位同事和领导给予了我足够的宽容、支持和帮助，让我充分感受到了领导们“海纳百川”的胸襟，感受到了作为广告人“不经历风雨，怎能见彩虹”的豪气，也体会到了重庆广告从业人员作为拓荒者的艰难和坚定（就目前国内广告业而言，我认为重庆广告业尚在发展阶段并且起步较晚）。在对各位同事和领导肃然起敬的同时，也为我有机会成为今天广告的一份子而惊喜万分。

在这三个月的时间里，在领导和同事们的悉心关怀和指导下，通过自身的不懈努力，各方面均取得了一定的进步，现将我的工作情况作如下汇报。

记得初次应聘时，我对公司的认识仅仅局限于重庆几家的广告公司之一，对设计师一职的认识也仅局限于从事相对单纯的广告创意和美术执行工作。除此之外，便一无所知了。所以，试用期中如何去认识、了解并熟悉自己所从事的行业，便成了我的当务之急。

记得初到公司时，交到我手里的第一份工作就是一张企业贺卡的修改，然而说来惭愧的是，因为对于对方企业整体形象包装的不熟悉，导致这张小小的贺卡修改任务就让我在公司的第一天工作从下午5：00左右持续到深夜12：00以后，反复的修改和漫长的等待客户的回复对我来说，既新鲜也处处存在挑战。不懂就学，是一切进步取得的前提和基础。在这段时间里我认真学习和认识了公司各相关资料，并且对公司以前的、现在的客户的相关资料有了比较初步的了解，（这方面，小组的组长罗晖、美术指导莫剑、还有和我一样新到公司不久的美术杨泛，对我的帮助都很大，我也一直很感激他们）再加上日常工作积累使我对公司有了较为深刻的认识，也意识到了公司在重庆广告业举足轻重的地位，她的发展对于推动整个重庆广告业的发展有着巨大作用。同时，公司拥有比较先进的管理体制和企业化标准运作的行政机构。这一切都让我对公司的发展充满了信心和憧憬。

根据岗位职责的要求，我的主要工作任务是（1）负责完成组长分配下来的设计工作指令；（2）参与相关广告创意的讨论；（3）领导交办的其他工作。通过完成上述工作，使我认识到一个称职的设计师应当在具有相当的美术功底、熟悉的设计软件操作能力的同时，还一定要具备良好的设计心态，并且要敢于多提出自己的想法和方案，敢于创新！当然，良好的语言表达能力是向领导和同事提出自己创意想法的必不可少的。目前我在创意想法方面存在不足，还需要多向组里的和其他组的各位资深领导和同事多求教、多学习。为了让自己做一个称职的广告美术设计人员，我也阅读了许多与设计相关的书籍，并争取在工作中有所帮助和提高。

xx年又是一个充满激情的一年，在今后的工作中，我将努力提高自身素质，克服不足，朝着以下几个方向努力：

1、学无止境，时代的发展瞬息万变，各种学科知识日新月异。我将坚持不懈地努力学习各种设计相关知识，并用于指导实践，大胆创意！

2、“业精于勤而荒于嬉”，在以后的工作中不断学习业务知识，通过多看、多学、多练来不断的提高自己的各项技能。

3、不断锻炼自己的胆识和毅力，提高自己解决实际问题的能力，并在工作过程中慢慢克服急躁情绪，积极、热情、细致地的对待每一项工作指令。

**广告公司工作总结结尾篇十**

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某银行与xx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。

这次某银行与xx电器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，为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麽礼品，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麽发放，有什麽要求，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，哪个点回收了什麽礼品，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。

以上就是我的工作总结，可以说是我的工作经验吧。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油！

**广告公司工作总结结尾篇十一**

1、作为客户的朋友，要与客户的高层决策者和品牌（广告）管理人员保持足够的、亲密的关系

2、作为客户的广告顾问，要深入了解客户的企业、产品和市场，为客户提供关于品牌（广告）及传播方面的策略建议；

3、全面关注客户内部的信息，及时发现、报告并妥善处理任何可能影响公司业务的事件。

1、检查和指导ae的工作，并为ae的作业提供支持和建议；

2、按照工作计划和客户要求，组织公司内部资源，高质量地完成客户委托的业务；

3、组织完成客户年度和阶段性的广告工作计划；

4、了解所负责客户的产业及相关市场，跟进竞品所有的推广活动并作分析报告；

5、主导广告活动策划，广告活动方案的撰写或指导；

6、工作单的审核和确认；创意简报、媒介简报的撰写或指导；

7、参与创意讨论，协助ad完成客户各品牌的推广策略；

8、项目时间、成本、流程、品质等的控制，广告效果的评估确认；

9、提案、比稿的组织和主要提案人员;

10、管理与作业相关的人员，为创意提供清楚的策略，并对创意作合理评估；

11、撰写工作进度报告并严格控制工作进度；

12、协助有关部门，协调创意发展，并严格控制品质；

13、亲自参与或跟踪该客户的后续审核；

14、能独立面对客户，并独立处理作业中的问题，及时与ad沟通；

15、客户确定工作项目后，安排客户签订业务合同，并跟踪相关业务款项。

1、公司和客户的特点，积极拓展现有客户的业务范围（量）；

2、根据客户的潜在需要，主动为客户提供可执行方案；

3、每个客户业务范围（量）的增减和负责该客户的客户经理的绩效考核相联系。

客户经理在有可能的情况下应为公司开发新的业务。

**广告公司工作总结结尾篇十二**

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xx银行与xx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。

这次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，为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。

后面的工作，我会遇到更多的麻烦事，我还要继续学习，加油!

你在做什么的同时，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!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！