

# 精准广告推广工作总结实用43篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/fanwen/zongjie/252864.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

## 精准广告推广工作总结1

20xx年9月10日至16日是全国第XX届推广普通话宣传周，根据XX语委办制定的活动方案，以“说好普通话，迈进新时代”为主题。我校向全体师生以及家长广泛宣传推广普通话的重要性，进一步提高我校全体师生以及家长对语言文字规范的认识以及应用能力。

为了本届推广普通话活动周，我校做了如下工作：

(一)营造氛围，张贴推广普通话宣传标语与海报。推进语言文字规范化工作不断向纵深发展。

(二)进行国旗下讲话：利用升旗仪式，由我校老师宣读《倡议书》，向全校师生员工发出“说好普通话，迈进新时代”的倡议。

(三)开展一年级新生普通话培训：由一年级各班语文老师在班级内对学生进行校园常用普通话培训，如问候语、自我介绍、文明用语等。

(四)举行教师美文诵读会。

(五)开展“大手拉小手，同讲普通话”。

推普进家庭活动，在全校三至六年级学生中开展普通话进家庭活动。每个学生在家里教父母说普通话，与父母共同体会说普通话、写规范字的意义。

(六)主题班会。举行一次“说好普通话，迈进新时代”为主题的班会。

(七)发挥语文课堂主渠道作用，扎实推进推普工作。

(八)向全体家长发放《推广普通话倡议书》，倡导家长讲普通话。

(九)利用校园广播站播放推普专题知识。

(十)4-6年级开展啄木鸟行动。

本届推广普通话周在各式活动中圆满落下帷幕，全校在整个推普周期间有组织、有计划地开展了

丰富多彩的推普宣传活动，进行了有效地推普宣传，调动了广大师生推普学普的积极性，在校园内形成了浓郁的推普学普氛围，并推动和促进了我校语言文字规范化工作。在今后的工作中，我们要加倍努力，力争我校的语言文字工作再上新台阶。

## 精准广告推广工作总结2

### >一、重大农业技术推广项目

#### >（一）国家和xx良种推广补贴项目

20\_年，承担国家和xx良种推广补贴项目三种作物130万亩，其中国家良种推广补贴项目120万亩，xx良种推广补贴项目10万亩。项目覆盖全市整个农业主产区，共涉及8个旗（市）场局，79个乡镇（镇）和农场，725个村和生产队，22,581户。均超计划完成了任务，粮豆总产达万吨，总增产万吨；总纯增收益亿元。今年，是承担国家良种推广补贴项目的第五年。五年来，从组织、技术、物资和资金等诸多方面，都为农业生产的发展注入了生机和活力。一大批先进、成熟、适用的农业技术，通过综合组装后，得到了有效推广应用。广大农民科技意识、吸纳先进农业科学技术能力，以及农业生产整体科技水平都有了较大幅度的提高。

#### >1、国家高油大豆良种推广补贴项目

计划实施80万亩，实际完成80万亩。分别落实在扎兰屯市、阿荣旗、莫旗、鄂伦春旗、海管局、大管局等6个旗（市）场局的44个乡镇（镇）和农场，403个村和生产队，10,566户。

补贴品种：蒙豆9、蒙豆12、东农46、合丰40、疆莫豆1号、垦农18。

经测产，项目区高油大豆平均亩产公斤，比非项目区大豆亩产公斤，亩增产公斤，增产；大豆总产达万吨，总增产万吨；总纯增收益亿元。项目区内建立总面积万亩核心示范区52个，其中集中连片千亩以上核心示范区6个，安排高产创建方6个。

#### >2、国家青贮玉米良种推广补贴项目

计划实施40万亩，实际完成40万亩，分别落实在扎兰屯市、阿荣旗、莫旗的25个乡镇（农场），290个行政村，10,865户。

补贴品种：海玉4、海玉5、海玉6、九玉2、克单8。全部为粮饲兼用品种。

经测产，项目区青贮玉米平均亩产量（籽粒、秸秆）吨，其中籽粒产量吨，秸秆亩产量吨。籽粒比对照田公斤，平均亩增产公斤，增产幅度。玉米总产达万吨，总增产万吨；总纯增收益亿元。在项目区内共建立总面积万亩青贮玉米高产核心示范片24个，其中千亩以上核心展示田5个，安排7项试验示范内容。

#### >3、xx小麦良种推广补贴项目

计划实施10万亩，实际完成10万亩，落实在牙克石市、额尔古纳市、海拉尔农牧场管理局的10个乡镇（农场），32个村（生产队），1,150户。

补贴品种：龙麦26、龙麦30、内麦19、格来尼。

经测产，项目区小麦平均亩产公斤，比非示范区亩产公斤增产公斤，增幅。小麦总产达万吨；总增产万吨；总纯增收益万元。全市共建立小麦高产核心示范区万亩，千亩核心示范区3个，落实7项试验示范内容。

#### >（二）xx五大作物五项核心技术推广

##### 1、大豆垄上三行窄沟密植栽培技术推广

计划实施大豆垄上三行窄沟密植栽培技术推广190万亩，因今春严重的旱情，实际完成140万亩。其中：扎兰屯市完成20万亩，阿荣旗完成20万亩，莫旗完成10万亩，鄂伦春旗完成5万亩，大管局完成80万亩，海管局完成10万亩。经测产，项目区平均亩产公斤，较对照田（垄三栽培）平均亩产公斤，亩增产公斤，增幅为，总增产大豆5,704万公斤。按元/公斤计算，亩增效益元，总增效益亿元。

8月29—31日，在我市召开了全区大豆垄上三行窄沟密植技术推广现场会，通过观摩、交流

## 精准广告推广工作总结3

回顾10年感触颇多，由xx年地产的疯狂到10年地产的萧条可谓冰火两重天，10年一场由美国次贷危机引起的百年不遇的金融风暴卷起千堆雪，在经济全球化的趋势之下，持续10年高增长的中国经济也不能独善其身，面对来势汹汹的金融风暴，中国地产更是首当其冲，把地产行业推上了风口浪尖，一场地产行业变革势在必行。

xx年年12月3日我从锦绣半岛项目回到增城锦绣御景苑项目工作，又一次回到起点，正所谓归零新起点，我重新梳理作为地产策划人的工作思路，重新总结工作经验，一级地产市场的高标准、严要求；一级地产市场的信息敏感度；一级市场的推广思路；一级市场的细节关注度等都是二级市场要借鉴的经验。10年度的楼市低迷，客户持币观望，是危机，也是机遇，也是对地产从业人员的洗涤及教化，让我们明白卖楼不是买菜，在低迷的楼市之下我们唯有练好内功，方能度过寒冬，否则潮水褪去之时就是那些没有穿泳裤的地产人士贻笑大方之时，所以我觉得10年就是一个心态的考验，一个对地产行业是否动摇的考验，10年地产从业人员是固守阵地还是放弃就成了心灵的煎熬。

>锦绣御景苑项目在10年度销售业绩超4亿，在大市低迷时期，御景苑项目不会大起大落，有如下特点：

其二：御景苑项目销售团队具有强有力的凝聚力，基层员工至高层领导齐心协力，项目的每次活动，每次推货大家都是尽自己最大的力去做好，在荔城各个项目中我盘员工的精神面貌和素质都是不错的，在楼市低迷的时候，销售团队的一鼓作气也是成败的关键，在楼市不稳定之时，心态也是战胜市场的关键。

其三：有了好的销售队伍，还有好的产品，锦绣御景苑项目是荔城公认的外立面最漂亮的社区，西瓦、米色围墙、澳洲砂岩、精雕细琢，经典无限；当然还有香港贝尔高林打造的立体式园林景观，移步换景，风景如画。

>锦绣御景苑项目推广回顾：

锦绣御景苑项目经过近3年的开发，由一期到目前的四期，一步一步拉升项目的形象，由毛坯到装修房，由洋房到别墅，一次又一次通过实践来验证市场，通过市场来调整推广策略，调整推货思路。

期数推广名广告主题语推广方式效果评估御景苑一期锦绣御景苑湖畔尚品美宅单张、影视、户外、电台、增城日报首期开盘通过线上线下多种推广方式进行推广宣传，在xx年5月引领荔城楼市焦点御景苑二期湖畔豪园观山望湖宽生活影视、短信、户外、单张、2期开盘是以产品为推广的重点，以实景体验生活为目标，是对一期形象推广的延伸和弥补，以10个标准来塑造好房子。御景苑三期御品名苑荣耀人生享受非凡影视、短信、户外、南都、广日、dm3期开盘不但是御景苑产品的升级，更是项目形象的升级，别墅小区才是真正的精品社区，方能尊享非凡生活。御景苑四期峰景生活在风景之上影视、短信4期是洋房产品升级版，有别墅旁的花园洋房之称，为满足市场需要，御景苑项目也打造精装修洋房，弥补毛坯交楼的单一

“实践是检验真理的唯一标准”，那么地产楼市则是“市场才是检验楼市的唯一标准”只有市场才有话语权，市场认可的产品、认可的价格在10年低迷的楼市的大背景才能逆市飘红，才不会被遗忘。

>08>年度御景苑项目策划部配合销售做了以下具体工作：

其一：常规的现场物料包装，从细节入手，体现精品社区的细节，过程精品打造结果精品。

其二：销售宣传资料的准备，及时无误的准备好书、单张、户型图等销售道具。

其四：媒体推广宣传，户外广告以形象宣传为主，手机短信锁定目标客户群发送推货信息，影视广告从形象片到实景效果，然后又到形象片，频繁更换画面，增加新鲜度，几乎每周修改标版、走动字幕，为销售推货输出大量有效的信息，吸引客户到场。

其五：表演活动，10年楼市低迷，销售现场人气日趋下滑，而销售现场人气是否旺盛也是销售成交的关键，御景苑项目几乎每个月都举办一次销售现场的表演活动，涵盖高雅的舞台表演、寓教于乐的摊位游戏、活泼可爱的卡通真人秀、吸引客户参与的diy创意活动、让客户停留更多时间的美食品鉴活动，有新春派利是，喜庆的嘉年华活动、有抓住奥运热点的泳池开放日活动、也有锁定目标客户通过亲子联动的亲子运动会活动。总之目的一个活动就是为了集聚人气，为销售现场营造良好的销售气氛，促进销售成交。

经历了中国地产与“牛”同飞，与“熊”共舞的之后的我，心态更加平和，“牛市卖概念，熊市产品”，平时练好内功，抓好细节，做过程精品，在风云变幻的楼市面前，唯有不变的是心态，是对地产的执着，我坚信通过国家对楼市的扶持，由“危”转“机”只是时间问题，09年挑战与机遇并存，路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。

## 精准广告推广工作总结4

如果每一件事，你都不能做到很好，而且又不对每个问题思其原因，发现规律，总结技巧，那么，你不是一位好的员工，第二不是一位好的推广人员！长此以往，人将不人，工将不工，司将不司，国将不国！

工作，只是一个过程，终的结果，我们是要得出一条结论，一点经验，一点收获！吴国仅仅为完成每日的任务和去工作，那么就驴子拉磨没有区别！

工作的同时，你需要不断的去研究，去发现，去学习，去总结，然后再学以致用，不断成长和进步！只有这样你才能与众不同，你才能有所收获！

## 精准广告推广工作总结5

我市场推广部自开展市场推广活动（礼券部分）以来，已经过了一个月的时间。在这一个月里，我们从工作中得到了很多经验也总结了很多不足，在这里我们进对我们这一个月来的工作进行汇报。

工作内容： 将我们的企划书以邮寄的形式散发给我们前期收集回来的有联络资料的终端。让我们的目标终端对我们的活动内容有一个简单的了解。

通过电话与我们的目标终端联系，基本沟通后直接前往洽谈、签约。发放礼券给已签约的终端，使其开始按照协议规定发放礼券。

定期的对我们已经发放的终端进行电话回访，基本上每3天做一次，督导合作终端实施礼券发放。

通过我们礼券的推广活动，和一些有可能进一步合作的终端进行对深入合作的洽谈，和探讨具体方案实施的实际操作内容。

接待一些前来找我们合作搞活动的企业，了解具体合作内容，尝试找出公司可以合作搞的部分，争取跟多的创造公司市场推广的机会。

>工作成果：

在本月内我们一共签约了合作终端36家，具体的行业分布如下：

>工作中遇到的问题：

- 1、 我们使用的邮寄企划书以增强我们的文案内容对我们目标终端传达力，并且期待回应的效果不明显。我们不得不改为直接的电话联系，然后直接登门拜访，导致我们的进度没有达到预期的速度。
- 2、 对于我们于活动中，使用我们制作的海报，大部分的企业持拒绝态度。我们的宣传效果没有达到预期的好。
- 3、 我们在谈合作的商圈主要围绕我们新婚市场内的企业开展，而这个市场内的各行业、企业，大部分也都处于淡季。所以，我们的礼券在发放到我们的各终端的手里后，对顾客的投放速度相对缓慢。

4、我们对我们的礼券使用期限的设计过长，导致了我们现在礼券回笼的数量很少。在现在的工作里已经更正成1个月的使用有效期。

>工作效果不理想的分析：

1、我们最初对我们的终端素质预测过高，导致我们在设计我们前期的初步沟通的工作内容的时候，相对理想化了一些，而在实际的操作的时候没有达到预期的效果。

解决方法：现在我们的开发联系形式已经改成我们先电话联系，然后直接前往的形式。

2、我们这次的市场推广工作大部分的内容是开展于我们的新婚市常我们婚纱摄影是处于新婚市场的一个行业而时尚经典是这个行业内的一个企业。我们现在处于经营淡季，因为北方冬季的寒冷，结婚的新人大多不会把自己的婚期定在冬季，而我们又是主要围绕新婚市场开展我们的经营，所以是淡季。同样的，我们开展市场推广工作面对的大部分终端也是在这个新婚市场里，其经营也是主要面对新婚人士，所以我们在谈的大部分终端也是处于经营的淡季。

## 精准广告推广工作总结6

市区语言文字工作委员会下发了《市区全国推普宣传周活动方案》，区级语委成员单位及各中小学校均大力宣传，广泛动员，以“依法推广普通话，提升国家软实力”为主题，开展了一系列丰富多彩的活动，向社会广泛宣传推广普通话的重要性，进一步提高全区人民语言文字规范意识和应用能力，取得了良好的效果。现将工作总结如下：

### 一、切实加强组织领导，制定周密活动方案

推普周活动由区语委办牵头，区语委各成员单位和各学校均制定相应工作方案，共同开展。明确以“依法推广普通话，提升国家软实力”为主题，进一步认清形势任务，不断增强做好推广普通话工作的责任感、使命感，力争将推普活动延伸到每个乡镇、每个社区、每个人。

### 二、积极创新活动形式，不断拓展活动载体

实验学校牵手社区和居委会，在广场、商业步行街等处设立宣传点，发放推普宣传资料300余份。中学、小学等校纷纷与所在街道、办事处、乡镇手拉手，开展形式多样的街头宣传活动，营造了浓厚的交互式宣传氛围，活动延伸到各部门、各单位以及每个乡镇、街道办事处和每个社区。

总之，我区在整个推普周期间有组织、有计划地开展了丰富多彩的推普宣传活动，进行了有效地推普宣传，调动了社会各界推普学普的积极性，在全区形成了浓郁的推普学普氛围，并推动和促进了我区语言文字规范化工作，巩固了国家三类城市语言文字工作的创建成果。在今后的工作中，我们将加倍努力，使我区的语言文字工作再上新台阶。

## 精准广告推广工作总结7

4月6号的第一个早会让我精神倍加，态度决定一切，一切在于行动，市场问题，我的责任，招之能战，战之能胜，销售精英，非我莫属，的口号，既涵盖了公司的要求，也表明了我們不断进取的决心。

随后在胡师傅（胡新滨）的指导和带领下我在西区市场了解和熟悉公司的423以及业务员的日常工作。在这段日子里，我主要负责整理排面，清理灰尘，张贴价格签和兑奖帖。胡大哥经常告诉我每个店主的喜好，每个店的销售能力。我知道这一切都是他在这几年里面努力的结果。在这里我发现每个商店每个餐饮店都有我们公司的产品，在这里我体会到了作为一个劲牌人的骄傲。虽然胡大哥走了，但我还是想对他说声谢谢。

4月26号开始换岗，我开始了下乡的生涯。下乡我主要负责搬货送货，谈单这样的大事是师傅的，我看看就行。毫无疑问代师傅（代勇华）是一位很优秀的师傅。第一天我就见识了他怎样说服店主把我们的产品摆在最好的位置，又是怎样说服店主把28元的520劲酒调到34元的，还有他是如何向店主推销我们的枫林清香的.....在这里我看到了城乡人差别，我看到了城乡价格的差异，也了解到了城乡产品动销的差异。跟代师傅一起，我体会到了一种做弟弟的感觉。

5月16号到5月17号，是我实习来最辛苦的两天的，不是因为做的事辛苦，而是说的话最多，工作的时间最长，受到的拒绝最多。这两天我跟着向经理和潘经理一起到孝昌县市场，做毛铺纯谷酒和参茸劲酒的推广以及市场氛围的建设。11点多到孝昌，我们便马不停蹄的准备物品在简朴田园寨做参茸劲酒的推广，虽然吃了很多闭门羹，虽然两个小时只推销了一瓶248ml参茸劲酒，但至少我努力的在每个餐桌上宣传我们的产品。下午在县城做纯谷酒和枫林清香的氛围布置，晚上在小排档做毛铺纯谷酒的免费品尝活动。这里的人虽然多，虽然是赠饮，但工作依旧不是很好开展，有喜也有泪。第二天，6点钟我们去赶集，依旧是做纯谷酒的推广，摆好台，我和田姐开始拿着酒一家家早点店的跑，一个个的给人品尝，让我们欣慰的是，大家对我们的纯谷酒的认同感还是很高的。中午我们一行开始了氛围布置，KT板、张贴画、转筒画，每一张都不能浪费而且要把把每一样东西放在最合适的位置，这是向经理用行动告诉我的。想象之前我们在市区布置氛围的时候，突然觉得我们就是为了贴完所有的东西而做的事。没有考虑成本和回报，没有想到广告的持久性。

在这两个月的实习期间，曾2次跟刘姐（刘洪武）一起布置柬埔寨以及样板街的氛围。因为这几次主要是挂中国结，因为它的漂亮和大气，所以整体布置的效果非常的好。还有5次和\_、陈建生以及\_一起开展枫林清香的推广，因为有他们的陪伴所以我并不感到孤独。

#### >市场问题及建议

除了小劲酒之外其他的品种的市场占有率依然不高尤其是枫林清香

不管是在市区还是在乡镇，小劲酒的覆盖率已经达到百分之百，但258、520、500单瓶和礼盒、纯谷酒还有参茸劲酒，的覆盖率明显的不足。未来公司的重点将是中高端产品，所以我们要从现在开始进一步提升各品种的覆盖率。

#### >孝感地区的广告宣传有待加强

在店招这一块稻花香和枝江做得非常好，在零售及餐饮这一块，我们可以借鉴王老吉的，他们的氛围做得相当好。在现在这个社会广告效应对人们的认识产生了重大的影响，我们不能轻视。而且我们手上有KT板、宣传画、转筒画、中国结还有牙签筒和酒水牌，我们可以利用断货或者是销售淡季集中做一下市场氛围的布置，做好产品的宣传，为旺季销售做好铺垫。

#### >毛铺纯谷酒大瓶盖的兑奖知晓度有待提高，瓶盖的设计急需改进

纯谷酒的因为瓶身未对兑奖问题做任何的说明，这无形中增大了我们的工作量和难度。我们市场做好的兑奖贴虽然可以一定程度上提高消费者的认识，但还需要我们业务员给终端做好解释工作，5个瓶盖兑6瓶酒，免得终端老板不知道，会嫌兑奖麻烦而不去做。另外，开瓶之前，我们可以从外面看到瓶内字样，从而知晓中奖与否。公司有必要改进瓶身及瓶盖的设计。

#### >枫林清香的推广需要加强并坚持做下去

新品上市必然会遇到很大的阻力。通过几次铺市和几次枫林清香的推广，虽然在一定程度上促进了枫林的销售，但这还是远远不够的，我们要继续开展各种促销活动，使更多的消费者认识、接受并喜爱枫林。

#### >县级市场毛铺纯谷酒有必要继续推广

在孝昌市场的那两天，我发现市场上毛铺纯谷酒的占有率远没有市区这么大，销量也没市区这么好，但通过我们的赠饮活动，消费者对他的价位和品质反响还蛮好的，所以纯谷酒在县级市场还是有很大的发展空间，而且作为一款成熟的产品，宣传和推广的难度也不会太大。

#### >县级市场主管及业务员要加强管理和培训

在县级市场主管开会和市场实习这几天，我明显感觉到县级市场主管的懒散和随意，以及县级业务员的业务能力不强。这需要公司加强管理和培训，以便提高整个团队的办事效率。

#### >可以适当的给予业务员更多的奖励

## 精准广告推广工作总结8

## >总结前言

那是xx年五一劳动节之后，通过沧州办司机魏哥的推荐，我来到石家庄办从事市场推广的工作，直到xx年的结束。作为一名刚刚走出校门的学生，在这多半年的时间里经历了学校到社会的洗礼。回顾刚刚过去的xx年，回顾我的工作；我的生活感慨良多，特总结

### >（一）xx年我做了什么：

在过去的一年里，我基本上能够比较成功的完成办事处交给我的活动销售任务，完成对终端的管理和新产品的推广！我到办事处的时候，正赶上办事处刚刚组建市场部，万事开头难，在工作中遇到了比较多的困难，但得到了同事很多的帮助，尤其是领导的宽容！我自认为我的本职工作做的还是不错的，其他方面有待与进一步的成熟和学习，错的要改正，好的要发扬！火车跑的快还靠车头带，由于刚参加工作，无论从业务能力，还是从思想上都存在许多的不足。在这些方面我都得到了公司领导、部门领导的正确引导和帮助，使我能够端正态度，认识错误，及时改正！去年做了太多的活动，平均下来，几乎达到周一一次，说实在话有时候感觉真的很辛苦。天气最热的时候晒的感觉都头晕了，冷的时候连手都冻麻了！但我并没有把它单纯的看成是生活的苦。我想这也是人生和生活的一种升华！

### >（二）xx年我有什么所得：

xx年是我真真正正走上工作岗位的第一年，对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用米卢的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是既然选择了，就要为自己的选择尽自己最大的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我最大的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

xx年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作、业务能力。做好自己的工作！争取取得一份好的收入！

### >（三）我所分管的区域的市场情况：

我的区域不大，一共四个县。藁城，晋州，辛集，深泽。但是石家庄屈指可数的几个富县。我管的就占了三个，任务多，压力大！好土地必须得打出好粮食，所以每次搞活动我都必须全力以赴，活动搞不好说不过去。藁城是我区域的产量大户，市场启动早，购买力强，消费水平高！在藁城我们开有三户，藁城市区俩户，乡镇韩家洼一户。其中北国电器藁城店还是全石家庄郊区最大的家电卖场，管理几乎和市区的正规门店没什么区别。作为一个多品牌的门店，我想竞争是最大的主题，那么强有力的竞争力是你能够胜出的决定因素！我们在藁城最大的竞争对手是康佳，康佳的大本营就是北国电器藁城店！如果拿下了藁城店，那么我们也就是拿下了藁城的市场！但是现在我们在店里处于不利的地位。主要原因是店长和大堂经理都是康佳的入职促销员！如果现在我们也有自己的促销员的话我想不利地位肯定会有所改变，而且现在店里大堂经理要调整，这也是一个不错的机会！而且店里对于创维的活动是比较支持的，促销员也比较得力！一些大的活动可以放在店里搞，现在家电下乡已经在全国铺开，在淡季的时候如果要真正的做家电下乡下到村里，可以以中原电器做为试点。因为他们在人力，物力，财力上都是比较突出的！比如交通工具和运输工具！

藁城另一户天龙电器主要是加强促销员的培训，合理的引导，基本上就可以主导店里的销售，因为天龙的促销员是什么好卖就卖什么，什么买的顺手就卖什么！在加上适当的活动辅助就可以了！

晋州这个县很特殊。特殊在什么他是一个很富的县，农民很有钱，很多人都住三层楼！但是购买力不强，家电市场

也有待与进一步的整合！建议以后多在晋州正大搞活动，老板支持，员工配合。主要是老板有进一步做大做强的愿望，搞活动也比较乐意投入！晋州市场潜力很大！

辛集是一个大县，富县应该说在这样一个县我们要做的事情还很多，我相信如果我们的政策到位，措施得力，投入适当，辛集会是我们将来增长的一个亮点！

深泽是一个小县，穷县，老板思想和僵化，一直也没搞过很成功的活动，在这样的地方其实是要做的最多的，主要是沟通上，搞活动的时候取的支持是最重要的回首一年来，我们走过漫长而又艰辛的道路，我们挺过来了。但面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。一定要在xx年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好xx年度的销售工作，要深入了解电视行业动态，要进一步开拓和巩固市场，为公司创造更高的销售业绩。

## 精准广告推广工作总结9

时间：

一、市场分析(对该产品的市场环境进行概述和分析，并做出市场分析结论)

- 1、目标市场：该产品的消费者是谁?他们的自然状况和社会状态等等
- 2、消费偏好:消费心态;购买行为特征等
- 3、购买模式:购买频率、价格;购买场所;购买时看中的品质等
- 4、信息渠道:消费者如何知道产品信息，他、她们最早接触的媒体?最信赖、喜欢的媒体等等
- 5、竞争状况:该类产品的市场构成?主要品牌;消费者对产品的认知点;消费者对产品的失望点等
- 6、结论：

二、市场策略

- 1、市场营销目标：目标要具体并可测量
- 2、产品定位：要具体、形象描述目标消费者及消费形态
- 3、竞争对手分析：主要竞争对手;次要竞争对手;他们的优劣势;竞争对手的广告宣传状况等
- 4、产品自身分析：产品的优劣势;给消费者带来的利益;对消费者的承诺;产品的诉求点;广告的支撑点等

三、广告策略：

- 1、广告目标：广告活动应达成的目标要具体、实际;
- 2、广告主题即诉求点
- 3、广告表现策略
- 4、广告口号

四、广告创意策略

- 1、创意的主旨与要点
- 2、报纸广告(1-2个创意文案及表现)



之\_\_\_篇

主标题：

副标题：

正文：

画面表现：

3、电视广告创意脚本(15秒)

镜头一(旁白、音乐)

镜头二

镜头三

镜头四

镜头五

镜头六

五、媒介策略：(选择媒介的理由与媒介整合)

1、媒介选择

2、媒介整合

3、媒介刊播频率：

六、预算分配

1、调查费用；

2、策划费用：

3、设计制作费用：

4、发布费用：

5、效果测定费用：

6、机动费用

七、广告效果评估方案

1、评估内容：

2、评估时间：

3、评估方式：

4、评估方法：

广告策划书广告营销策划书

## 精准广告推广工作总结10

近两年来，我镇节能灯推广工作在县委、县政府、科学技术和工业信息局、县财政的具体指导下，立足实际，创新办法，坚持把推广节能灯工作与推进

“两型社会”建设和节能减排相结合，通过采取有效措施，取得明显成效。我们的主要做法和体会是：

### >一、加强组织领导是做好工作的前提

按照县委、县政府、科学技术和工业信息局、县财政的部署，我镇当年节能灯推广工作全面启动，为全面落实节能灯推广使用工作，镇政府专门成立领导机构，明确责任，认真扎实工作。在实际工作中，我们始终坚持政府主导、突出重点，全南推进的原则，切实加强领导。镇政府、相关部门、社区、农场、村委会都成立了工作专班，工作环环相扣，循循推进，确保了节能灯推广使用工作的顺利开展。

### >二、结合实际制定实施方案是做好工作的关键

为了使这项涉及千家万户的惠民工程落到实处。我镇学习借鉴其他兄弟单位的经验和做法，通过广泛征求各社区、各村委会的意见、建议后，制定了《实施方案》，为了推动工作方案的落实，促进交流，我们建立了每月汇报一次进展情况的工作制度。我们的做法是：镇政府牵头、以各社区、农场、村委会为平台、制定总体方案、分解下达任务。同时，发动镇政府各部门带头，由镇农业办公室制定补充推广节能灯方案，确保全镇任务的完成。

### >三、搞好宣传教育是做好工作的有力措施

财政补贴推广使用节能灯虽然是一件群众得实惠的好事，但是，如果宣传工作不到位，同样不会被群众所接受，好事就没用做好。必须让大家认识到节能的重要性，养成节能环保意识，逐步改变使用传统灯具的习惯。我们采取机关、社区、村委会多层面多种形式，结合节能减排宣传周、科普宣传周和世界环境日反复宣传节能灯专题小知识、营造氛围。一方面我们在主要道路悬挂布标、横幅及宣传栏，发放宣传品等方式广泛进行宣传，努力做到路人皆知；另一方面我们深入到社区、大宗用户积极做好节能灯产品的宣传及推广工作，做到家喻户晓。通过宣传，既算使用节能灯减少碳排放改善环境的大帐，也算使用节能灯家庭经济成本的小帐，最终取得实实在在的效果。

### >四、把握节点及时调度是做好工作的重要保证

任何工作的推进难免出现薄弱环节，针对薄弱环节一方面要及时完善方案，如有的街道、社区常住人口发生了新的变化，需要相应调整节能灯的数量，补救措施必须跟上。另一方面，整个工作分时段推进，既是调度，又是讲评，也是督办。市节能灯目标任务下达后，我们就先后3次召开调度讲评会，向各社区、村委会、农场发放节能灯产品需求情况调查表，通进调查，摸清市场需求。同时进行业务指导，加强监督管理，对销售价格、个人购买数量、资料登记、货款回收等进行检查，保证节能灯推广工作符合政策规定，从而确保XX镇节能灯推广工作任务的圆满完成。

## 精准广告推广工作总结11

如果每一件事，你都不能做到很好，而且又不对每个问题思其原因，发现规律，总结技巧，那么，你第一不是一位好的员工，第二不是一位好的推广人员！长此以往，人将不人，工将不工，司将不司，国将不国！

工作，只是一个过程，最终的结果，我们是要得出一条结论，一点经验，一点收获！吴国仅仅为完成每日的任务和去工作，那么就驴子拉磨没有区别！

工作的同时，你需要不断的去研究，去发现，去学习，去总结，然后再学以致用，不断成长和进步！只有这样你才能与众不同，你才能有所收获！

## 精准广告推广工作总结12

？不同的专业自我介绍也应该不同，那么营销系广告毕业生呢？看看下面营销系广告，希望你有所帮助。

我是XX大学营销系广告学专业的一名09应届毕业生。我热爱设计，因为我热爱生活。我想为自己的生活编织出美丽的梦。从每天的进步中寻找生活的精彩。更希望能借助这个机会，找一个能展现自己实力的舞台。

本人性格开朗热情，能够很好的处理人际关系,可以更好更快地适应新的'环境；我善于观察，注意细节；严于律己，宽以待人是我的人生座右铭；乐于吃苦，埋头苦干是我做事的态度；勇于创新，不怕失败，永不服输是朋友对我的评价；本人学习能力极强，喜欢专研，压力越大动力就越大。重要的是我具有良好的团队精神。

阅读者还阅读过：复试

## 精准广告推广工作总结13

色彩营销与营销界的“7秒定律”密切相关。所谓“7秒定律”，是说消费者会7秒内决定是否有购买商品的意愿。商品留给消费者的第一眼印象可能引发消费者对商品的兴趣，希望在功能、质量等其他方面对商品有进一步的了解。如果企业对商品的视觉设计敷衍了事，失去的不仅仅是一份关注，更将失去一次商机。而在这短短7秒内，色彩的決定因素为67%，因此出现“色彩营销”。

广告中的色彩营销策略

企业做广告的目的是对其产品进行宣传，现代广告设计中，除了利用色彩象征性地表达特定的主题外，更重要的是利用色彩的相互配合，创造出适于表达广告主题本身特点的完美艺术效果。从世界各国广告业的情况看，广告形式主要有：影视广告、展示广告、招牌广告、招贴广告、杂志报纸广告等，在广告中运用色彩能更多地传递产品和企业的信息。

广告色彩使人对产品产生概念的明确性、意向和认识的清晰性、记忆的稳固性和长久性、注意力的选择性、动机的强烈性、爱好和信任的坚持性和深入性、购买决策的果断性和舆论的倾向性。通过色彩的配色使用，能够产生鲜艳感和明快感。它有助于广告更好地发挥其吸引人、打动人的作用，使广告作品给人留下轻快、明朗、活泼的心理感受，从而更加令人喜爱。利用好色彩的认知性，有利于创造富有个性化的独特形象，使受众对广告产生良好认知从而达到提高企业形象力的作用。

在进行广告的色彩设计时，要注意以下几点：

其一，注意体现企业的形象色彩，且选色有利于突出广告主题。

其二，注意广告主色调与文字及图画搭配的和諧性，在印刷广告中尤甚。

其三，注意广告色彩在白天和夜晚的适宜性。因为在灯箱广告和招牌广告中，夜晚一般会借特殊的灯光效果来继续展示广告内容，因此要将其色彩与灯光下的效果综合考虑。

其四，要具有一定的创意，使之与竞品广告的色彩具有较明显的差异性。创意的实现可以通过选用非常规色，例如给冷饮做广告可采用蓝色皮肤、蓝色头发的人物形象，既让人感到新颖同时又可以突出冰爽的主题。也可以通过对比色搭配或大面积的同种色或同一色系的应用来体现。

其五，注意色彩与受众广告心理的联系。从心理学上分析，不同的色彩可以诱发人们产生不同的心理情感，利用好色彩的感应有利于广告更好地打动受众，从而达到广告的目的。

世界两大饮料巨头可口可乐和百事可乐的营销大战中，色彩营销被他们演绎的淋漓尽致。无论是从产品的外观设计，还是广告的情节设计，甚至各种印刷品广告，都必须要用红色和蓝色。可口可乐的广告中，SHE三名青春靓丽的女孩全身红色套装在红色的场景中与怪兽搏斗。在百事的广告片中，百事明星们更是把自己的头发染成彩蓝色，彻彻底底从头蓝到脚。不少百事路牌广告干脆写着“可乐我要蓝色的”。很多营销人和文化观察家把两乐的营销战略，分别称为“红色旋风”和“蓝色旋风”。

目前，色彩营销已经广泛地运用到日常生活的各个领域，从卖场环境到商品陈列，从企业形象到包装设计、广告宣传、城市色彩规划等。随着色彩营销理论的发展与传播，色彩策略在企业营销活动中的运用越来越频繁，并将逐渐成为企业在激烈的市场竞争获得竞争优势的一个重要手段。

## 精准广告推广工作总结14

一年来，认真学习上级文件精神，提高理论素养，积极参加各种技术培训，努力提升自身服务能力，真正做到发展农业，建设农村，富裕农民。

### >一、发挥技术优势，做好技术指导。

(1)围绕各项惠农项目实施，按县、场规定，领会文件精神，技术服务到位。按科技入户和基层农技推广体系改革与建设项目要求，深入农户和田间指导科技示范户，要求每个示范户辐射带动20个农户，共同落实技术措施，促进生产水平提升，产量得到逐步提高。示范户小麦单产550公斤，玉米530公斤。辐射户小麦单产530公斤，玉米500公斤。

(2)根据小麦良补和高产攻关布置，重点推广四大技术，玉米振兴计划重点推广一增四改技术。

(3)配方施肥进展顺利，小麦达到3万亩，玉米达到6000亩，节约成本，深得农户欢迎。

### >二、统筹兼顾，做好林业、水利和农机工作。

(1)做好林业规划和整地挖穴、春季植树等工作，及时防治草履蚧。

(2)针对去年年底大旱的情况，按上级要求做好水利基本情况调查和规划，做好抗旱和冬修工作，疏浚炮台沟、马井沟、东孙沟等。逐步改善水利设施状况，为旱涝保收打下基础。

(3)及时对年初抗旱机械补贴进行宣传，提供方便，为迅速解决旱情提供帮助，组织机械作业，促进农机富民进程，做好大型农机补贴的宣传与实际操作，做到公开、公平、公正。

### >三、加强协调，促进工作顺利开展

(1)为组织各种会议、现场提供服务，当好参谋，为地方党委献计献策。

(2)服从领导听指挥，除完成县农委下达的各项任务外，积极配合地方党委政府做好其它工作。

(3)融入地方大家庭中，使领导有认识，群众有感觉，自我有发现，科学把握自己的位置、态度、方法，真正做到谦虚谨慎，一步一个脚印，工作稳妥推进，让领导和群众放心，让自己有信心。

### >四、XX年计划

1、继续加强学习，提高认识和服务能力，了解国家大政方针、农业动态、当前形势，做到不糊涂。不断参加技术培训，服务农业、农村、农民，做到有能力服务。

2、做好惠农项目实施，让广大干群认识到项目带来的效益，自觉按要求去办，公开、公平、公正，不出事，逐年进行结构调整，扩大规模经营，提高效益。

3、及时调查，及时汇报，继续当好参谋，搞好团结和协调。

### >五、建议

1、建议上级加大农机补贴力度，让广大农民得到实惠，在技术上解决玉米机收损失大的难题，加大项目在实施过程中的工作经费补贴，满足各种事项要求，促进工作顺利开展。

2、加快新品种的选育和推广示范等，及时筛选好品种，推广傻瓜式技术，让群众易于掌握。

3、加大林业项目扶持，为搞好林业病虫害防治打下基础;加大水利基础设施投入，确保旱涝保收。

## 精准广告推广工作总结15

从三月份来到公司工作到现在已接近一年时间，在公司领导的培养呵护下，个人各方面都得到提升，也给公司实现长期战略发展目标尽了微薄之力。希望公司的投融资品牌影响力和知名度越来越强大，公司经济效益得到稳定提高，员工收入逐步增加，是每位员工内心的渴望。下面，就将我20xx年在公司的工作情况进行总结，不足之处，以后将积极完善。

### >1.积极主动搞好《投融时代》组稿与出版工作

从大学毕业到现在，本来学理科的我一直从事的是文字宣传工作，对文字的热爱让我坚持到现在。当初应聘来公司，看到领导对企业文化宣传工作很重视，心中充满了工作的热情。在姚总的指导和马主任的支持下，大家齐心协力，从无到有，帮助公司创刊了《财富生活》杂志，为宣传公司的企业文化、民间金融政策和法律知识构建了强有力的纸媒平台。后来，随着公司经营方向的转变，从当初的中小企业合作发展促进中心山东工委行政事业单位职能向投融资中小企业服务中心的民间借贷中介服务品牌加盟推广职能转变，为避免《财富生活》与其它杂志在名称上的冲突而可能陷入侵权官司，公司一致同意改刊为《投融时代》。改刊后的《投融时代》，以宣传民间金融政策和投融资加盟动态为主，内容贴近公司业务的各方面，可读性更强。

为办好《投融时代》，在日常工作时间，随时阅读国家的财政金融政策，名家博客，企业文化建设方面的资料，从内容的定位与档次上都做到高品位，有指导意义，保证内容的可读性。

### >2.配合公司拟写各项规章制度和对外宣传资料

### >3. 配合发行部门搞好《投融时代》发行工作

在杂志刚开始发行的艰难时期，随时配合发行部门上市场发放杂志，收集名片，搞读者意向调查，逐步扩大了《投融时代》的在行业内的影响力，引起很多民间金融精英的关注。先后在各大星级酒店、大型建材市场、张庄茶城、槐阴区汽车产业园发放杂志，试水发行阶段，虽然收效不是很好，但影响力初步显现，为后期集中精力搞好内部宣传的定位打下了调研基础。

由于发行部张悦的离职，为了配合内刊搞好发行，我与闫媛集中力量，利用工作之余，电话回访部分数据库客户，剔除了部分不良客户和部分地址不确实的客户，精简了数据库。由于民间金融的特殊性，很多客户的办公地址随时变换，在邮寄过程中，还是不时有退信，但我们争取保证退信率在低范围内。以后，数据库将随着我们投融资加盟工作逐步完善，让业务部门的意向客户逐步补充上来，以确保读者阅读《投融时代》后对投融资品牌的印象深化，加盟意向更加强烈。

### >5.2 0 xx年工作打算：

## 精准广告推广工作总结16

20xx年X月X日至X月X日是第X个推普周。今年的推普周活动主题是：“构建和谐语言生活，营造共有精神家园”。我校围绕这个主题，从实际出发，开展了一系列的活动，使全校师生在活动中体验，在活动中学习，并将这种影响推及社会和家庭，形成推普合力，使本届推普周工作取得了一定的成效。为了今后更好地做好推普工作，现对推普周活动情况总结如下：

### 一、明确指导思想

普通话是我国各民族共同语言，也是\_的国家语言。大力推行积极普及普通话并逐步提高全民说普通话的水平，是国家推广普通话的工作方针。学校是推普工作的主阵地，我们要继续深入宣传《国家通用语言文字法》，进一步加强学校的语言文字工作，加强广大师生的语言规范意识和推普的参与意识，在全校上下、课堂内外形成说普通话的风气，使我校的推普工作深入发展。

### 二、领导重视 层层落实

我校历年都成立推普工作领导小组，由校长任组长，制定措施，不断提高推普工作水平，推普工作做得扎实有效。

### 三、活动开展：

- 1、标语口号展示。通过校内的电子屏幕上滚动播放“构建和谐语言生活，营造共有精神家园。”，“讲普通话，写规范字，做文明人，迎世博会”，“普通话是校园语言”，“普及普通话，从孩子抓起”，“说普通话，交四方友”，“青少年要做推广普通话的积极分子”，“普通话是教师的职业语言。”等标语，营造普及普通话的语言环境，进一步提高了广大师生的语言规范意识和“推普”参与意识，形成了在公共场合、正式场合说普通话的良好风气。
- 2、利用推普广播向全校师生宣读了《‘迎世博文明行’倡议书》。
- 3、每个班级出一期含推普内容的黑板报。
- 4、组织五年级学生上街开展“啄木鸟活动”，对路人宣传推普周的相关知识。

通过一系列推普周活动的开展，全校师生进一步提高了规范使用祖国语言文字的意识。讲普通话，写规范字已成为全校师生的自觉行为。我们将以推普周为契机，不断加大依法推进的力度，使推普工作逐步走上制度化、规范化、科学化轨道，为构建和谐语言生活，弘扬中华文化而不懈地努力。

## 精准广告推广工作总结17

斗转星移，历史的车轮刚辗过20xx，时间的脚步已迈进20xx，数数手指头，我已在产品推广部工作了九个月。过去的九个月里，在公司领导的指导、同事的关心、自己全身心的投入下，较好地完成了每次推介会的工作，为了在20xx年里，把工作做得更好，现将20xx年度推广部工作总结如下：

推广部的工作大致可分为三大点：会前、会中、会后。会前的工作是策划准备工作。会中的工作是帮助销售工作。会后的工作是总结当天会议的得失利弊，摸索经验，避免下次会议出现同样的错误。20xx年的工作缺乏创新，不注重细节，时间久了就变得机械化了，不足的地方总结有以下几点：

## 精准广告推广工作总结18

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媒体获得更多客户信息。

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相结合。

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。

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，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服，为公司做出自己最大的贡献。

## 精准广告推广工作总结19

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\_\_银行与\_\_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。

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，我也在做什么，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!

## 精准广告推广工作总结20

法制推广教育是实施依法治国方略的基础性工作，根据县治县办有关文件精神和相关的工作部署，我县把法制推广教育活动作为构建“法治桃源”、推进依法治镇重要举措来抓，积极组织开展了“ ”全国法制推广日暨第一个宪法日推广活动。切实加强领导、精心组织、扎实推进、注重实效，使法制推广教育和公民道德建设紧密结合、相互促进，取得了一定成效。现将有关情况总结如下：

### 一、加强领导，全面动员

在党委和普法依法治理工作领导小组的统一领导下，有计划、有步骤地推进农村法制推广活动。与本镇的中心工作同计划、同部署、同安排、同落实，真正形成“党委领导，人大监督，政府实施，部门齐抓共管，全社会参与，全方位推进”的法制推广和依法治镇领导机制和工作机制。切实地保证法制推广和依法治镇工作有条不紊，扎实有效地推进。

### 二、深化教育，突出重点

干部学法用法是实践依法治国的重要环节，广大群众认真学法，自觉守法，依法维护国家利益和自身权益是依法治国的重要基础。我县在活动中把村干部、农民群众、青少年确立为推广教育的重点对象;把涉及经济建设和改革开放的重大问题、与人民群众切身利益密切相关的以及新颁布的法律法规等作为推广教育的重点内容，分层推进，提高法制推广教育的针对性。镇镇机关以深入学习《\_中央\_关于加快发展现代农业进一步增强农村发展活力的若干意见》《宪法》、《行政许可法》和《公务员法》为重点，坚持集中学习与个人自学相结合，增强干部依法行政的能力

和水平。各村委会充分利用农村党员干部现代远程教育平台组织党员干部观看法制推广教育电教片，提高广大基层党员干部的法律素质，发挥他们在学法、守法过程中的表率作用。在农民群众中广泛开展社会治安、婚姻家庭、计划生育、土地管理等与农村生产、生活密切相关的法律法规的教育，努力提高农民的法制观念和法律知识，使其知法、守法，依法维护自身合法权益，通过法律途径解决存在的问题。中心学校开展以加强交通安全和反对“黄赌毒”为主要内容的法律知识教育，提高青少年的自我保护能力，防范和抵御不良思想的侵害，促进青少年学生健康成长。

### 三、广泛推广，增强实效

一是利用广播、会议、简报、橱窗、标语等推广手段，大力推广广泛告知法制推广、公民道德推广教育和农村环境整治工作的目的、意义和主要内容。二是要求各村在辖区内设推广点进行综合法律推广，特别是对宪法的推广以及国土、计生各相关法律法规的学习推广，为农民群众解决生产生活中遇到的法律法规问题。广大群众学习法律法规的热情空前高涨，推广场地人头攒动，向群众散发各种推广资料20--余份，扩大了推广范围，达到了推广效果。三是召开了由镇级各站(所)、村民委员会参加的会议，结合自身工作的特点，如何做好法制推广工作做了表态性的发言，明确了各自工作的重点。四是开展学校周边环境整治、街道门前卫生三包、防邪推广活动等多种内容丰富的推广活动，真正结合贯彻落实“六五”普法规划，积极开展国家基本法律、重点和热点法律法规的学习推广，服务科学发展，促进社会和谐。内容丰富、形式多样的活动使法制推广教育贴近群众、贴近生活，浓厚了推广教育氛围，扩大了法制推广教育活动的影 响，又进一步巩固了法制学习的成果，增强干部群众学法用法的自觉性。

### 四、搞好结合，统筹兼顾

我县在法制推广教育中统筹兼顾，做到“三个结合”。一是与“民主法治村”建设相结合。通过普及法律知识，切实增强农民的法制观念，提高了基层干部依法办事的能力，化解了各种矛盾纠纷，促进了社会稳定，全面巩固“民主法治村”创建工作，提高农村基层民主法制建设水平。二是与思想道德建设相结合。坚持依法治国与以德治国相结合，使法制推广教育和科学发展观、公民道德建设推广教育月、解放思想大讨论、城镇环境综合整治等活动有机统一、相互促进，全面加强了民主法制建设和精神文明建设。三是与安全生产相结合。我县围绕平安建设，以《安全生产法》和《道路交通安全法》、《机动车驾驶证申领和使用规定》推广为抓手，加强企事业单位职工岗位培训和安全法规教育，确保了无重大安全事故发生、无安全生产死亡事故发生，为社会稳定提供良好的法律保障。

### 五、取得的成效

- 1、干部依法行政的能力进一步提高。通过法制推广教育活动，镇村干部加强了法律、法规方面知识的学习，在工作中能更加正确地运用法律手段去保证和促进各项方针、政策的贯彻执行和各项工作任务 的落实，不断提高行政执法水平，自觉维护法制的统一和权威。
- 2、群众的法制意识进一步增强。为期1个月集中性的推广教育，使广大群众掌握了更多的法律知识，增强了法律意识，懂得用法律手段来保护自己的合法权益，运用法律知识和法律途径来解决生产、生活中的问题，形成了自觉守法、依法办事的良好氛围。
- 3、各单位、部门的执法效能进一步提升。按照有法必依、执法必严、违法必究的原则，公安、水利、计生等部门在执法过程中的态度和解释工作更加到位，广大群众对执法行为更为理解和接受，从而使执法环境得到改善，执法效能明显提升。

## 精准广告推广工作总结21

一年的时间很快过去了，在一年里，我刻苦钻研业务知识，努力提高理论知识和业务工作水平。遵纪守法，努力工作，认真完成上级领导交办的各项工作任务，在上级各部门领导及同事们的关心、支持和帮助下，思想、学习和工作等方面取得了新的进步。现将本年度的工作总结如下：

### >一、强化理论和业务学习，不断提高自身综合素质

我重视加强理论和业务知识学习，在工作中，坚持一边工作一边学习，不断提高自身综合素质水平。一是结合全市开展“三查三看”教育活动的学习，不断的提高自己的思想素养，查找不足，从思想上、学习上、工作上不断的提高自己的综合能力；二是认真学习工作业务知识，重点学习水稻病虫害的预测预报、节水抗旱技术的推广应用、无公害蔬菜生产技术及农业信息的采编与发布。在学习方法上做到在重点中找重点，抓住重点，有针对性地进行学习



，不断提高自己的各项工作能力；三是认真学习法律知识，结合自己工作实际，利用闲余时间，选择性地开展学习，学习了《种子法》、《农业法》、《农药管理条例》等，通过学习，进一步增强法制意识和法制观念。

## >二、努力工作，按时完成各项工作任务

1、圆满完成20xx—20xx年度的科技入户工作。20xx年，是施甸县实施基层农技推广体系改革与建设示范县项目的第一年，我有幸成为了该项目的玉米产业技术指导员。一年来，本着提高农民科技文化素质，提升我乡粮食生产能力的指导思想，通过自己的努力，较好的完成了预定目标。我负责的科技入户项目涉及新街村后寨村民小组10户农户，玉米种植面积49亩，辐射带动周边6个村的200户808亩的玉米种植。通过测产，10户科技示范户中，最高单产为亩，最低单产为亩，10户平均单产为亩，较去年的平均单产亩增亩，增，超计划指标任务的；辐射带动周边200户808亩的玉米平均单产亩，较前三年的平均单产亩增亩，增，超计划指标任务的。并获得了年终考核优秀奖。

2、应对旱情，积极投身入抗旱工作中。20xx至20xx年，百年不遇的旱灾给旧城乡的农业生产带来了严重的影响，作为农技推广部门，摸清受灾底数，着力抓好春耕备耕工作，推广抗旱技术措施，成为我们工作中的重中之重，在抗旱工作中，我主要负责旱情的收集与整理，及时向上级各部门汇报旱情、农情，为领导决策提供依据，及时开展抗旱自救工作，并参与组织农资的协调，确保了大春生产物资需求，为“小春损失大春补”夯实基础，确保了旱灾损失降到最低。

3、狠抓粮食直补惠农政策的落实。今年，共实施了种粮农民综合直补、水稻、玉米、小麦良种补贴以及县委8号文件中落实五项科技增粮措施补贴等惠农政策。为切实贯彻各项惠农政策，提高农民种粮积极性，我主要配合财政部门开展了以下工作：

一是配合研究、拟定了实施方案，认真搞好了粮食直补工作协调和部署；

二是充分利用各种传媒手段，狠抓了直补惠农政策的宣传工作，让直补政策做到家喻户晓。

三是严格工作程序，并翻印了有关表格3000余份，切实服务和指导各村委会搞好直补工作申报登记、张榜公示，认真搞好统计复核等基础性工作。四是及时、足额配合做好直补资金的兑付工作，让种粮农民真正得到政策实惠。协助财政所完成种粮农民综合直补元，玉米、小麦等粮种补助461195元，涉及67个村民小组3300农户；发放五项科技增粮措施补助元，涉及8个村委会77个村民小组3238户农户；发放蚕桑地膜补助元，涉及3个村民小组317户农户。

4、以项目为依托，切实抓好试验、示范工作。为了切实抓好20xx年大春粮食生产工作，确保大旱之年粮食少减产、不减产，实现抗旱夺丰收的目标。在样板实施中，我主要负责各类示范样板实施方案及技术要点的撰写并参与实施，通过样板的实施，确保大旱之年粮食少减产、不减产，实现抗旱夺丰收的目标。

## 精准广告推广工作总结22

为期一周的推广普通话周活动落下帷幕了，在这丰富多彩的一周中，我们四年级遵循推广普通话为学校现代化教育服务，为提高全校师生科学文化素质服务，为全面建设学校服务的宗旨，在本次推广普通话周宣传口号“热爱祖国语言文字，构建和谐语言生活”的鼓舞下，班里掀起了一股推广普通话的热潮。为了让每一位学生都能说普通话，我们班每一位领导、教师、学生，都十分热情地加入到推广普通话的行列中来，使学校使用普通话、用好普通话的氛围越来越浓，同时又一次为创建健康的校园语言文字环境的工程添砖加瓦并取得了良好的效果。

具体如下：

### 一、宣传阵地。

#### 1. 学校领导高度重视，组织安排合理有序。

首先上一周的班主任会讨论并通过了关于本次活动的方案，学校派教科室专门负责此事，显示出校领导对语言文字高度的重视。学校领导做了语言文字推广普通话宣传动员，倡议全校师生养成说普通话、写规范字的良好习惯。

#### 2. 在校园中布置宣传阵地，充溢着浓浓的推广普通话氛围。

我们班在黑板报中都开辟了一块语言文字角，专门出了一期黑板报；在教师公共橱窗中粘贴了宣传海报和相关的法

律知识；布置了专门的语言文字专栏和文学园地专栏，教唱一首推广普通话歌……

## 二．开展活动。

在本次宣传周中我班开展了一系列丰富多彩、寓教于乐的活动：推广普通话手抄报评比；“未成年人争做文明小公民”征文赛。

学生们既忙碌又充实，既为枯燥乏味的学习生活加入了新鲜的调味料，又增长了用好祖国语言文字的意识。在这之中有的活动已经结束，还有的活动正在如火如荼地进行中，无论是哪个活动或是比赛，无论赢者还是失利者，所有人的脸上都洋溢的一种满足和快乐，因为这是收获的一个星期、这是学习的一个片断、这更是进步的一个阶梯。

## 三．小结反馈。

本次活动获得了很大的成功，这和全校师生的积极配合、认真参与是密不可分的。任何一项学校的工作都需要各个部门、各方力量的大力支持。我们的校园是一个健康、文明、规范的学习环境，在这个环境中，语言文字的氛围尤其令人欣喜，师生们用语用字的意识得到了很好的强化和提高。在以后的教学工作中，我们将继续做好宣传发动工作，争取将推广普通话活动真正深入到每个人的内心深处。

# 精准广告推广工作总结23

广告公司年终工作总结 关键词：年终工作总结

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。

## 精准广告推广工作总结24

过去的九个月里，在公司领导的指导、同事的关心、自己全身心的投入下，较好地完成了每次推介会的工作，为了在20xx年里，把工作做得更好，现将20xx年度推广部工作总结如下：

推广部的工作大致可分为三大点：会前、会中、会后。会前的工作是策划准备工作；会中的工作是帮助销售工作；会后的工作是总结当天会议的得失利弊，摸索经验，避免下次会议出现同样的错误。20xx年的工作缺乏创新，不注重细节，时间久了就变得机械化了，不足的地方总结有以下几点：

### >一、主题不鲜明：

主题是一场活动的中心灵魂，而这个主题必须是能够推动销售的，同时一切的操作都围绕主题展开，不同的主题则在操作方式上有所不同。很多的时候主题只是开场白一带而过，接下来的流程与主题并没多大联系，水机专场与睡眠专场也不明确，水机专场也讲睡眠系统、睡眠专场也讲水机。

### >二、因循守旧缺少创新：

每次活动的程序都差不多，不外乎就是讲座、实验、拍手歌、抢板凳，就连方案也是在原版上改时间、地点，而没有过多的考虑主题。藉口就是“以前一直都是这样的”！也曾想过改变流程、改变讲座形式……有些想法还未尝试就被“丰富经验”的人士夭折了，自己也怕失败，干脆也就放弃了。每场活动就像机械人似的重复着相同的动作，总觉得工作很忙，但却不知在忙些什么！就连抽奖券也要花一个下午的时间来准备，不懂得去寻求方法解决。

### >三、缺乏与顾客沟通：

我们面对的客户人群大部份是中老年人，会场上讲的话及节目都要是他们喜欢的，首先我们要了解他们的想法、需求，才能有目的地讲些他们都爱听的话、唱些他们都熟悉的歌，从而引起共鸣，营造现场气氛。也可事先了解顾客的喜爱，提前安排准备，也可请一些专业演员现场表演，提高娱乐节目质量。老年人挂在嘴边的话就是“以前……”，爱回忆往事，我们多把动人的往事搬到舞台上重映；老年人追求的就是健康长寿，我们可在会场上教唱歌、跳舞，动作要简单，引导健康理念。总之，让顾客来到会场上，全身心放松，没压力，尽情投入！

### >四、模板讲解吸引力不大：

大大小小的每场活动几乎都有模板讲解，形式内容也不变，时间也控制得不好，太长。模板内容没有及时更新，讲解时没分重点，时间一长，顾客就不愿意原下去，不但没有达到效果，反而使顾客觉得会场气氛闷。模板的讲解固然重要，要顾客了解我们的产品是必然的，但不能以讲课的方式强加给他们，在今后的活动中，模板的讲解时间可缩短时间，控制在10分钟以内，讲解人的话语要通俗易懂、生动。今后也可用生活中真实的短片、图片代替模板讲解：

- 、到老顾客家时，采访他们使用产品的效果；
- 、公司员工处理顾客投诉的过程；
- 、贫困家庭与公司产品的动人画面；
- 、对新顾客进行追踪报导

### >五、工作不注重细节：

推广部的工作很琐碎，有些事不说的话，似乎不会有很大的影响，例如签到、洗手间批示、台词的准备、白大褂白手套是否干净、音响灯光不够专业……这些细节的地方，很有可能就会影响到整场活动的效果，百分之一的服务“缺陷”，就会导致用户百分之百的“不满意”。

### >20xx年的工作计划重点如下：

- 一、会前准备工作一定要策划周密，环环相扣，活动的细节要尽善尽美，给顾客高科技公司的深刻印象。
- 二、按事先安排好的程序进行，顺序一定不能颠倒。但每场活动的顺序不能都一样，以免使老顾客厌烦。会场的节目、游戏要设法烘托气氛，招数要常变常新。
- 三、主持人的台词一定要告诉大家我们是为大家服务的，公司提供的是健康和服务，而不仅仅是产品。会中内容要

精练，围绕主题有目的展开工作，节目安排短小精悍、点到为止，让顾客感觉意犹未尽。

四、策划时要因时、因地、因人结合当地不同的风土人情做策划，主题要鲜明，内容要以情动人。

五、会中多与顾客沟通交流，会后总结。具体做法是最少一个月进行一次调查，在会场上派发调查表。

六、会中多与顾客互动，把生活中最真实的东西搬上舞台。

我深知20xx年的工作将会更加的艰巨，但只要我们心中永存信念，——努力做好推广部工作、营造好的工作氛围、促进销售，凭着一颗火热的心全身心投入工作，不怕失败挫折，勇往直前!

## 精准广告推广工作总结25

### 一、摘要

为了深入了解吉首市房地产广告发展现状，掌握受众对吉首市房地产广告的认知程度，发现该市房地产广告在宣传策略、广告定位、表现形式等各方面的不足之处以提出具有可行性和建设性的发展建议，提高广告的宣传效益，推动本地广告业的发展与进步，\*\*年11月27日，我们在吉首市第五届房地产交易展示会现场进行了深度访谈和详细调查，包括吉首市房地产概况和发展态势调查、消费者广告认知调查和吉首房地产广告调查三部分。本次调查涉及房地产开发商、楼盘销售代理公司工作人员、物业管理公司工作人员、展销会消费者和参观群众。

在此调查基础上，我们还深入吉首市房产局、吉首市工商局和吉首市土地管理局进行访问，使调查数据能如实反应吉首市房地产广告的现状。

此次调查由不一Young工作室的六位成员齐心协力一起策划并顺利完成。经过前期的调查计划和现场勘查，中期的计划执行和后期的资料整理与分析，得出了有效结论。

### 二、调查背景

随着国民经济保持快速发展，城市化进程不断加快，居民收入消费水平和消费需求稳步提高，吉首市委、市政府及相关单位南迁带动了乾州新区的开发，共同构筑了房地产市场繁荣的社会经济基础，也为吉首市房地产业的发展提供了广阔的市场空间。

目前吉首市房地产开发投资持续增长，投资总量居全州首位。从至20\*\*年，吉首市房地产投资总体上呈现出一种快速增长的良好发展态势，房地产开发投资增速平稳。房地产开发企业队伍在不断地壮大，企业实力明显增强，但开发企业良莠不齐，制约了吉首市房地产市场整体水平的提高。但从整体形势看，房地产业在吉首市国民经济和社会发展中的地位 and 作用日益突出。房地产开发投资占全社会投资的比重逐年提高，拉动支撑作用日益增强，房地产业的发展对于改善人居环境和城市功能发挥了重要作用。近年来，吉首市房地产投资增长快、比重高，已成为支撑全社会固定资产投资尤其是城镇固定资产投资的主力军。

但随着市场竞争日趋激烈、开发企业呈现两极分化。目前，吉首市的房地产市场比较复杂，整合将是大势所趋，经过20\*\*年的社会非法集资风暴，在目前市场不景气的情况下，对于各企业而言，既是机遇也是挑战。经过金融危机与社会非法集资事件洗礼后的吉首市房地产企业，能否在市场生死较量中保持生机，还须拭目以待。

### 三、调查目的

- 1、通过在吉首第五届房地产交易会上的现场调查和访谈。得到吉首市房地产集体广告状况的第一手资料
- 2、深度分析吉首房地产广告的宣传力度、广告形式、表现手法、广告定位等方面的优势，并找出其中的不足之处。
- 3、针对调查中的得出的结论，预测吉首房地产广告的发展趋势，并对吉首房地产广告中存在的不足提出具有可行性的建议。

### 四、调查过程

1、调查前期计划：在调查正式执行之前，各访员主动搜集和学习了此次调查的相关信息，同时，管理成员去交易会现场进行了初步的勘查。在了解现场情况之后，调查组长组织召开了一次前期讨论会议，大家积极讨论并由此确认了此次广告调查的方向，调查范围、对象和方式，并分小组分配了组员的人。其具体如下：资料采集：资料的采集主要使用了文献法、深度访谈法和观察法。六位访员分成三组在吉首房地产交易会现场搜集大量房地产广告宣传信息和资料，在吉首房产局、工商局、土地管理局了解吉首市房地产现状。与此同时，各访员通过在交易会现场观察房屋销售情况，以及通过与工作人员或消费者的深度问答、交谈来获取专业人员与非专业人员对房地产及房地产广告的认识。

调查地区：（吉首地区），吉首乾州新区吉祥嘉园（世纪广场南侧）吉首第五届房地产交易展示会现场；吉首市房产局；吉首市工商局；吉首市土地管理局。

调查对象：吉首市第五届房地产交易会各楼盘销售人员、房地产开发公司工作人员、交易会现场消费者及参观者。

2、访问完成情况：事先计划调查交易会现场的22家房地产公司工作人员各一名、调查消费者或参观人员15名。在实际调查过程中六位访员如实完成工作，访谈有效率100%。

3资料处理方法和工具：资料采集技术之后，我们聚集各小组收集的资料和信息，6位成员一起进行深度分析和讨论，对各种数据分类汇总，得出了有效且具有一定可信度的结论。

## 五、调查结果统计分析

房地产业是吉首市国民经济中的一个重要支柱产业，它的发展对社会的贡献和对国民经济的带动作用，以及它出了问题对国民经济的副作用，都相当突出。面对20\*\*年的国际金融危机和吉首市的社会非法集资风暴，房地产业走过了艰难而坎坷的一年，目前吉首市的房地产业走入了一个相对的低谷。

### （一）吉首市房地产发展历史及现状

吉首市的房地产业起始于上世纪90年代中后期，真正形成市场规模源于住房制度改革。国务院下发了《关于进一步深化城镇住房制度改革加快住房建设》的通知，结束了长期以来的住房福利分配制度，明确了居民住房产权私有化和拥有住房渠道的市场化，社会对住房的需求因此得以集中释放。湘西州市政府相继出台了相关政策，如加强住房公积金管理，开展住房抵押贷款等等，为吉首市的房改和住房商品化打开了方便之门。吉首市房地产业在自我发展和宏观调控中不断发展壮大，经历了一个从小到大、从弱到强的发展过程，成为推动吉首市国民经济和社会发展的新的增长点和重要支撑。自20\*\*年以来，吉首市房地产业虽然保持了良好的发展态势，但是随着国际金融危机和该市非法集资事件的相继暴发，房地产业在开发和销售上都受到了很大的影响，近两年房地产业的发展速度有所衰退。

### （二）吉首市房地产业发展的概况

“十五”以来，特别是“十一五”以来，全市经济保持快速发展，城市化进程不断加快，居民收入消费水平和消费需求稳步提高，市委、市政府及相关单位南迁而带动乾州新区的开发，共同构筑了吉首市房地产市场繁荣的社会经济基础，也为房地产业的发展提供了广阔的市场空间。房地产开发投资持续增长，投资总量居全州首位。从20至20\*\*年，吉首房地产投资总体上呈现出一种快速增长的良好发展态势，房地产开发投资增速平稳，其数据如下变化：

1分别增长28、94%、14、28%、14、29%、37、50%、-8、5%。呈现出持续快速的增长态势，只在20\*\*年因非法集资等因素的影响而略有回落，实现了“十一五”住房规划的良好开局，投资总量连续几年居全州首位。

2、房地产开发企业队伍在不断地壮大，企业实力明显增强，但开发企业良莠不齐，制约了吉首房地产市场整体水平的提高。由于房地产业在吉首市起步较晚，仍属热点产业，投资回报率高，在目前社会各行各业投资利润普遍较低的情况下，使得不少人投资房地产市场，吉首市的房地产开发企业也由初期的3-4家，发展到目前的近80家，开发企业队伍规模空前，而经过多年来宏观调控的洗礼，部分企业的实力也得到明显的提升，得到了社会及市场的认可；但是由于起步晚，准入门坎低，开发企业鱼龙混杂、良莠不齐，少数企业在其发展过程中，受资金、实力的影响，走上了社会非法集资这条不归路，制约了其本身与整个行业的发展和整体水平的提高。

3、商品房价格稳中有升，二手房市场趋于活跃。房地产开发投资的快速增长，推动了商品房价格的上升，经过几年来的发展，房地产开发已具有一定的规模，商品房价格也从最初的500元/m<sup>2</sup>上升到目前的近元/m<sup>2</sup>。根据统计，20\*\*年，吉首市的商品住宅成交均价为1454元/m<sup>2</sup>，商业服务用房成交均价为4262元/m<sup>2</sup>，20\*\*年，商品住宅的成交均价

为1816元/m<sup>2</sup>，商业服务用房成交均价5880元/m<sup>2</sup>，分别上涨了362元/m<sup>2</sup>和1618元/m<sup>2</sup>；20\*\*年，新建商品房成交面积为36、79万m<sup>2</sup>，20\*\*年新建商品房成交面积为24、18万m<sup>2</sup>，同比下降了34、27%，二手房市场，20\*\*年成交9、62万m<sup>2</sup>，20\*\*年成交8、94万m<sup>2</sup>，同比下降了7、07%。

4、房地产业在吉首市国民经济和社会发展中的地位 and 作用日益突出。房地产业的产业链长、关联度高，涉及到钢铁、水泥等数十个相关行业和服务业中众多行业的发展，其经济效应惠及上下游诸多产业和相关行业，能够直接或间接引导和影响经济的增长速度和运行质量，充分显示了房地产业作为支柱产业在吉首市国民经济发展中的重要作用。房地产业的发展对于改善人居环境和城市功能发挥了重要作用，房地产业是国民经济的重要产业，又与老百姓的生活息息相关。房地产开发投资占全社会投资的比重逐年提高，拉动支撑作用日益增强，近年来，吉首市房地产投资增长快、比重高，已成为支撑全社会固定资产投资尤其是城镇固定资产投资的主力军。

5、市场竞争日趋激烈、开发企业呈现两极分化。目前，我市的房地产市场比较复杂，整合将是大势所趋，经过20\*\*年的社会非法集资风暴，在目前市场不景气的情况下，对于各企业而言，既是机遇也是挑战。吉首市房地产业的发展，从算起，经历了近的风雨，大鱼小虾都有生存的空间，各有各的赚钱门路，这是一个非正常的现象，\*\*年我市的社会非法集资事件就充分说明了这一点，市场的全面改革与调整将是必然。经过金融危机与社会非法集资事件洗礼后的吉首市房地产企业，能否在市场生死较量中保持生机，还须拭目以待。

### （三）、分项内容分析

#### 房产楼盘及广告分析

在参展的二十二个楼盘项目中，我们大致分为三个类型：

#### 房产项目

##### 第一类

##### 老城区中心地带

金梧桐\*龙凤山庄、湘德\*湘德苑、正琦\*体育星城以及安跃\*悦鑫楼

金领\*湘域中央 万基\*武景家园

第一，地段佳。位于商业中心，医院、学校、购物等十分便捷。

第二，小区规模小，户型少。

第三，房价普遍居高，约2600-3000/平米。

##### 第二类

##### 老城区边缘地区

建基\*锦绣香江第二期、精诚\*水畔铭城和中港花园、康盛\*瑞苑和福景\*福景花园

第一，地段离商业中心稍远，但是交通方便。第二，小区规模稍大。

第三，房价比第一类型的低，价位在2200-2400/平米。

##### 第三类

##### 乾州新城区

正阳\*半山公馆、中铁置业\*世纪山水、金宏\*帝景、盛世\*水云天、乾程\*吉首九龙山庄、嘉园\*香桂

更多工作总结 请访问 <https://xiaorob.com/fanwen/zongjie/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发