# 最新文案策划的总结优质(3篇)

作者：沉香触手 更新时间：2025-01-03

*文案策划的总结一从8月17日我到公司入职以来，从事公司的策划工作，倍感责任重大，同时也非常感谢公司领导的充分信任，给予我这样的`舞台以发挥所长。在此，我对自入职以来，在本职工作岗位上取得的一些成绩和一些思考或者说想法以及一些自身的问题，做出...*

**文案策划的总结一**

从8月17日我到公司入职以来，从事公司的策划工作，倍感责任重大，同时也非常感谢公司领导的充分信任，给予我这样的`舞台以发挥所长。在此，我对自入职以来，在本职工作岗位上取得的一些成绩和一些思考或者说想法以及一些自身的问题，做出简要的述职汇报，望公司各位领导予以批评与指导。

首先我作为拥有将近5年的职场闯荡经验，从事了3年文案策划工作的职场老鸟，对文案的写作、策略的选择是有自己独到见解的。我有一系列被业界认同的操作模式在文案中得到了体现，文案策划贵在心思细腻，能想人所不想，能打破常规出奇制胜。一份优秀的文案作品与普通文案作品的差别仅仅在于亮点的多少而已。现实情况中很多时候为了迎合客户的实际需求，部分内容会做出删减甚至与之前的设想大相径庭，这些都是出于为公司谋取利益的正常考虑，并不是个人能力的缺失。

当然个人的不足肯定是存在的，人无完人嘛。每个人的知识层面、工作经历、价值观、世界观都有着明显的区别。一个公司的存在就是把这些不同个性的人完美融合在一起创造价值实现自我成就的共性需求。

在我入职2个多月以来，我深深的感到本人的眼界还需提高，对于社会资讯的吸收还有所欠缺，策划理论知识也不够丰富。每次面对不同类型的文案，我都需要查阅大量的资料，所以文案完成的时间相对较慢。好在我可以边工作边学习，从网上下载国际4a公司的策划文案自己学习、借鉴；购买策划类书籍进行理论补充，与温姐沟通，与全国策划圈内人士网上交流等，正所谓生命不息学习不止。策划的工作决定了我们必须眼界广阔，通晓古今。

入职后我的第一份文案是广元农超对接项目，这跟我以前从事的通讯行业、文体活动的项目策划有着明显的差异。我要改变身份以政府官员的角度创作文案才能达到他们的要求。虽然文案几经修改仍然流标，可谓出师不利。不过通过沟通得知失败的主要原因在于美工的不足以及场地考察的不够充分，我认为这在以后的工作中是可以避免的。

随后我相继完成了四川人才交流协会大学生毕业创业交流方案、华夏银行丽人卡营销方案、cctv希望与梦想嘉宾接待方案、成都企协的登山活动、新春团拜会一系列方案、华丰融都—悦榕酒店签约仪式活动方案。我想公司对我的能力应该有了比较直观的认识。为了方案的顺利完成我也经常加班，多次与客户沟通，与酒店、广告公司、舞台搭建公司、文化传媒公司沟通，不停修改力求方案的完美实施。同时随时留意身边朋友的资讯为公司创造尽可能多的储备资源，以备后续使用。

在说说我的困惑，在我进入公司以后我有种不知被谁领导的感觉。经常2个老总都有文案需要我来完成，而时间上却实现不了，为此也苦恼过、困惑过、犹豫过。由于之前设计人员能力的欠缺，为此我挨了不少板子这些苦衷也不好言表。我也知道公司刚刚起步，很多工作岗位不是很完善，工作能力也有所差别。既然你无法改变它那就适应它，自己多做点吧。同时以过来人的身份给予同事一些工作上的建议，让他们能更有效的工作，也能对我有更大的支持。因为一份好的文案策划，创意是关键是灵魂是驱干，美编是亮眼的服装是夺人眼球的利器，成本是核心是取得成功的关键环节。要想取得客户的满意我们必须做出120%的努力，所以我也需要同事们的鼎力支持。同时我所掌握的活动执行经验我也会毫不保留的告知公司同事，让他们避免一些不必要的错误，为公司及个人创造更高的经济价值。

不积硅步，无以至千里。任何一个人的知识与能力的提升都是在项目服务过程中，不断积累，不断修正，不断完善的。只有专业的沉淀与坚持不懈的努力，才能取得团队和个人的成功。只有达到足够的专业沉淀，才能做到真正的“厚积薄发”。

**文案策划的总结二**

说转眼，仿佛夸张了些，可，日子，就这样悄悄然溜到了岁末，每一个岁末都是下一个新年的开始，从没有间隙。时间永远不会停下来让你考虑这一年过的怎么样，下一年应该怎样过，他总是就这样义无反顾的流走，而人们只能在时间的夹缝中回忆、反省、总结、期望……

20xx年的关键词是“增长”，物价、房价一切有价的东西都在增长，不管这增长给我们带来的是怨声也好是动力也罢，这岁末之际，我庆幸我依然能坐在暖暖的屋子里，用电脑书写我一年的总结，回忆之余顺便反省这一年，我的历经中增长了什么？

20xx对我来说是重要的一年，由甲方部门职员到乙方公司成员的角色转换让我忐忑和纠结过，索性，我们，还是我们，还是那个温暖的、和睦的、团结的、感性的大家庭。经历了两年的磨合与相处，我与其他同事之间相处的非常融洽，我深信，只有去喜欢一个人，才能跟对方紧密配合和产生默契，所以，我爱我身边的每一位同事，是他们在这一年里支持和帮助着我，默契让我们的工作更加顺利，让我们的协作效率大幅增长。我们会为了一个工作目的而不计较分工、不计较付出、不计较所得，所有人都为着同一个目标，认真的做着任何需要去做的事情，所以，在每一次活动中，我们扮演着不同的角色，可能是装饰的工人、可能是布场的美工、可能是摄影、可能是接待……我们努力扮演好自己的角色，只为我们共同的成果完美呈现。

增减是相对存在的量，部门内部团队协作大幅增长，而各部门间的协作却让我曾经困惑过。曾经的广告公司经历其实已经深深的印在我的记忆力，那像是一种习惯，会随着我走到任何地方。所以，20xx年工作正式开展起来的时候，我总会以从前的经验衡量现在的工作状态，于是会发现，策略部门与推广部门之间仿佛不像从前那样密切的配合着。

讨论沟通：讨论是推进工作和融汇各部门意见的关键点，每一项工作都能通过讨论沟通等交流方法得到解决的捷径，从而增进各部门之间的协作力。

开小会：开小会是讨论与沟通的具体实施方法之一，会长会导致与会人员疲劳而产生逆反，而40分钟以内的小会则可以增进部门协作，解决需要解决的即时问题。

20xx是公司初见成果的第一年，也是我来到公司后体现个人价值最明显的一年。这一年，我们期待已久的产品新天润国际社区，终于走入实际推广和销售阶段，接踵而来的报广、海报、楼书、活动……等等工作，让我进入了一个忙碌而充实的阶段，也正是这忙碌和辛苦让每一次的开盘都取得了令人满意的成绩。这成绩的背后当然有我的同事们和我不可磨灭的功劳我，从不是一个妄自菲薄的人，只有清楚知道自己的作用和拥有充分自信的人，才能让个人价值在集体中得到充分的体现。

文案在我心目中，从来都是一个充满创意、充满想象、无比美好的工作，我爱这个职业，也真心想做到最好。有人说，客户是创意的杀手，其实，创意在每个人心中都有不同的定义。客户的意见就是他的创意，这跟我们的创意也许会有反差，可并没有冲突。一个能够按照客户要求写出客户满意文字的文案，只是一个初级文案；一个能够提出自己的创意并结合客户要求做到客户满意的文案，也只是终极文案；一个能够领悟产品，理解客户要求，提出合乎市场和消费者最精准的创意，并说服客户使其满意的文案，那就是我心目中的高级文案。

揣着这个目标，踏着满地的飞机稿，我依然执着的朝我心目中的高级文案进发。创意是个奇怪的东西，有时候他如泉水喷涌而出，让你应接不暇；有时候，他像旱地颗粒无收，任你想破脑袋。人们说，创意来源于生活，他是人生经历的精华，那么，人生经历可能就决定着创意的存量。而周而复始的8小时工作，注定我不能像三毛那样流浪，也不能像李白那样洒脱，但我依然期望有空去看看美好的东西，看看别人的创意，看看不一样的世界。

参观：参观是个不会花费太多时间和金钱，而又能开阔眼界增长见识的简单途径。每个城市总会不定期的有各种各样的参观，用很少的时间组织参观是提高创意开拓思维的好办法。考察：（此考察非政府类名为考察实为游玩之考察，两者有本质区别，请观者自鉴）考察可以是跟本地同行业的沟通与交流，也可以是参加外地同行业的各种展会，行业内考察是提高从业人员专业知识和工作能力的重要途径。

说到增长这个话题，不能不提到收入和薪酬。20xx年角色转换过后，我们采取了提成制度，这是行业内相对合理的一种薪酬制度，在这种制度之下，我的工作量和薪酬得到了乐观的正增长。对于薪酬，我往往没有过多的要求，只要我自认为我的付出得到了合理的回报，我就会满足。在这里，我更看重的是这个工作经验、这些同事关系、这个团队带给我一切的美好和幸福，所以，忙碌一年过后，同事及领导的认可和一个合理的回报对我来说足矣。薪酬的发放时间，对于我来说反而非常重要。薪酬发放的时间往往象征着一个公司的正规程度，和公司对从业人员的态度。我曾问过很多朋友，应聘的时候，他们对薪酬发放时间的在意程度仅次于薪酬待遇。按时发放薪酬能够让员工有一种安稳感，从而会促进萌发出归属感，进而减少员工对公司的不满和埋怨情绪。

2xxx就这么过去了，这工作总结更像是我，与这个团队的对话，我期望与之交流和沟通，就像朋友、知己那样，因为我深深的眷恋这个团队，他给予我温暖和力量。对话，是期望了解和理解，关于这个团队，关于我，关于20xx……

20xx是个未知的开始，我将继续依赖于这个团队，为他、为自己，做到我所能的最好。

**文案策划的总结三**

20xx年9月4日入职，10月中旬转正，到现在正好3个月又20天。很高兴能够成为xxxx的一员，在加入企划部100多天的时间里，工作上的充实与挑战，同事间的温暖与关爱，还有团队间的默契配合，无一不让我开心与感动。

在此，我就担任企划部文案策划一职期间所完成的的工作及学习情况向大家汇报，望各位领导及同事批评指正：

本人自入职以来，担任企划部文案策划工作，主要负责：

1、xxxx每次大型促销活动的前期策划及后期执行；

2、与各新闻媒体（报纸、电视台、电台、公交、led广告、高速公路广告等）进行工作对接；

3、负责撰写各类软文、新闻稿、播音稿、主持稿、广告语、短信等文字性工作；

4、活动前期与商城场内商家进行沟通，了解商家需求并根据商家意见修改活动方案，活动后期调查了解活动情况，以便更好地总结经验、策划下一场活动；

5、搜集各大家居卖场各类营销活动资料，进行学习并适当借鉴，不断提升对行业情况的了解，并及时掌握行业动态等。

本人在任职内的三个多月时间里，共亲身经历2场大型活动，1场商家活动。

1、“xxx”促销活动

由于入职较晚，未能参与本次活动前期策划工作，只参与活动宣传及执行工作。本次活动共撰写报纸软文15篇，电台播音稿2篇，led广告4条，场内播音稿5篇，主持稿3篇等。通过本次活动对建材家装行业有了较为全面的了解，文案工作顺利完成。

2、xx月xx日瑞士卢森地板签售活动

受x总安排，我跟xxx负责瑞士卢森地板场内签售活动的策划、设计、协调、执行等工作。从前期沟通了解活动详情，到撰写活动新闻稿、主持稿，安排当天流程、人员分工、确定活动细节等，通过这次活动，我的个人能力得到非常大的锻炼与提升。

从效果上看，本次周年庆活动无疑是非常成功的，但是在前期策划过程中却是非常非常艰难的。从10月份开始初步讨论活动主题，一直到活动形式、促销方式、媒体发布方案、宣传方式等各种细节的一一落实，单活动方案就更改了不下8次。通过本次周年庆活动，也让我更加清楚地认识到自己身上的不足之处，每一次活动的背后，都深藏着无数人的辛勤与汗水。我，还差得很远。

我是一个善于发现问题并喜欢总结问题的人，在任职的这段时间里，接触过的人或事，学习到的知识与方法，我都希望能够通过自我总结，化成自己成长的一部分，不断完善和充实自己。

1、个人能力尚不足以单独完成活动的整体策划工作

非科班出身、没有得到过专业的培训、入行时间短、工作经历尚浅、系统知识掌握不够，等等等等，这些或许都是局限自己不能完成突破的障碍，也是一直困扰我的原因。所以，为了更好地完成整体策划工作，我会多向蔡总等公司内资历较深的前辈学习，积累更多的行业知识，让自己能够快速成长。

2、粗心大意，出现不必要的失误

文案工作相对来说都较为细致，特别是关系到品牌、数字类的词语，都必须反复推敲，一一确认，不能出现一点错误。前期工作中，由于本人的粗心大意，造成工作失误，虽然并未给公司造成损失，但我的心里确实是非常懊悔。所以，在今后的工作中，我将更加严格地要求自己、尽心尽职，用更大的努力在自己的岗位上为公司的发展略尽绵薄之力。

“不想当将军的士兵不是好士兵”。同样，我也不希望自己一直原地踏步、安于现状。有目标才会有动力，有动力才能取得成功。为了让自己的综合素质和职业素养能够不断提升，成为公司发展壮大所需要的“人才”之一，我希望通过不断要求、鼓励自己，不被社会淘汰。

1、利用1年时间全面了解行业相关知识，掌握行业动态及发展前景，使自己能够熟练驾驭本职工作。

2、充分利用公司的工作和学习环境，通过自我学习及向他人请教等方式，不断总结经验教训，灵活处理工作中的任何事务。

3、不断培养自身的综合分析能力、组织管理能力、沟通协调能力及实际操作能力，全面提升自己的综合能力及业务水平。

4、不断提升职业素养，充分发挥自己的优点，扬长避短，踏实努力，赢得领导的信任、同事的肯定，工作上能够独当一面。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找