

<<广告公司流程化与规范化管理手册>>

图书基本信息

书名：<<广告公司流程化与规范化管理手册>>

13位ISBN编号：9787115265517

10位ISBN编号：7115265518

出版时间：2011-11

出版时间：人民邮电

作者：金成哲

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

本书以流程化、规范化为原则，结合广告公司的业务特点和实际需求，设置了用流程优化、用制度规范、用工具执行、用范例演示四大部分内容。

第一部分设计了广告公司业务管理、客户管理、广告创意制作、广告调研与投放、广告费用管理、人力资源管理共六大方面的业务流程，第二部分就上述六大业务提供了广告公司规范化管理的制度内容，第三部分给出了广告公司在运营过程中常用到的五大类管理与控制工具，第四部分就广告公司的组织结构设计、职能分解与目标管理、职位说明、薪酬设计、绩效考核等业务操作进行了范例演示。

本书适合广告公司各级管理人员阅读使用，也可作为企业培训师、咨询师和高校相关专业师生的参考用书。

书籍目录

第一部分 用流程优化

第1章 业务管理流程

1.1 广告公司主体业务工作流程与标准

1.1.1 广告公司主体业务工作流程

1.1.2 广告公司主体业务工作标准

1.2 业务开展工作流程与标准

1.2.1 业务开展工作流程

1.2.2 业务开展工作标准

1.3 广告策划工作流程与标准

1.3.1 广告策划工作流程

1.3.2 广告策划工作标准

1.4 广告报价工作流程与标准

1.4.1 广告报价工作流程

1.4.2 广告报价工作标准

第2章 客户管理流程

2.1 拜访客户工作流程与标准

2.1.1 拜访客户工作流程

2.1.2 拜访客户工作标准

2.2 客户投诉处理工作流程与标准

2.2.1 客户投诉处理工作流程

2.2.2 客户投诉处理工作标准

第3章 广告创意制作流程

3.1 广告制作通用工作流程与标准

3.1.1 广告制作通用工作流程

3.1.2 广告制作通用工作标准

3.2 平面广告制作工作流程与标准

3.2.1 平面广告制作工作流程

3.2.2 平面广告制作工作标准

3.3 电视广告制作工作流程与标准

3.3.1 电视广告制作工作流程

3.3.2 电视广告制作工作标准

3.4 广告创意策略制定工作流程与标准

3.4.1 广告创意策略制定工作流程

3.4.2 广告创意策略制定工作标准

第4章 广告调研与投放流程

4.1 广告调研工作流程与标准

4.1.1 广告调研工作流程

4.1.2 广告调研工作标准

4.2 媒介购买工作流程与标准

4.2.1 媒介购买工作流程

4.2.2 媒介购买工作标准

4.3 广告投放工作流程与标准

4.3.1 广告投放工作流程

4.3.2 广告投放工作标准

第5章 广告费用管理流程

5.1 广告费用预算工作流程与标准

5.1.1 广告费用预算工作流程

5.1.2 广告费用预算工作标准

5.2 广告款结算工作流程与标准

5.2.1 广告款结算工作流程

5.2.2 广告款结算工作标准

第6章 人力资源管理流程

6.1 员工招聘工作流程与标准

6.1.1 员工招聘工作流程

6.1.2 员工招聘工作标准

6.2 员工培训工作流程与标准

6.2.1 员工培训工作流程

6.2.2 员工培训工作标准

第二部分 用制度规范

第7章 广告业务管理制度

7.1 客户管理制度

7.1.1 客户人员工作规范

7.1.2 客户会议记录规定

7.1.3 广告提案管理制度

7.2 市场调研管理制度

7.2.1 市场调研工作制度

7.2.2 调研信息管理制度

7.2.3 调研报告管控制度

7.3 广告创意管理制度

7.3.1 广告创意设计制度

7.3.2 广告创意评判制度

7.4 广告媒介管理制度

7.4.1 广告媒介选择制度

7.4.2 广告媒介购买制度

7.5 广告投放管理制度

7.5.1 广告投放管理控制办法

7.5.2 广告效果评估管理制度

7.6 广告作品发出规范

7.6.1 输出打样工作规范

7.6.2 制作发出工作规范

7.6.3 广告作品检查制度

第8章 人事事务管理制度

8.1 人事管理制度

8.1.1 员工招聘管理制度

8.1.2 员工培训管理制度

8.1.3 员工薪酬管理制度

8.1.4 员工福利管理制度

8.1.5 员工离职管理制度

8.1.6 广告业务人员提成制度

8.1.7 管理人员绩效考核制度

8.2 事务管理制度

8.2.1 考勤管理制度

## <<广告公司流程化与规范化管理手册>>

- 8.2.2 加班管理制度
- 8.2.3 着装礼仪规定
- 8.2.4 出差管理制度
- 8.2.5 办公室管理制度
- 8.2.6 岗位轮换管理制度
- 8.2.7 办公设备使用制度
- 第9章 财务管理制度
- 9.1 预算管理制度
- 9.1.1 广告费用预算管理制度
- 9.1.2 广告媒介预算管理规定
- 9.2 报销管理制度
- 9.2.1 费用报销管理规定
- 9.2.2 差旅费报销管理规定
- 9.3 合同管理制度
- 9.3.1 合同管理实施制度
- 9.3.2 合同订立审批制度
- 9.3.3 合同纠纷处理制度
- 第三部分 用工具执行
- 第10章 广告行业分析工具
- 10.1 战略分析工具
- 10.1.1 SWOT分析
- 10.1.2 PEST模型
- 10.2 竞争力分析工具
- 10.2.1 波特5力模型
- 10.2.2 利特尔矩阵(ADL)
- 10.3 市场分析工具
- 10.3.1 市场定位模型
- 10.3.2 市场细分模型(STP)
- 第11章 广告调研与分析工具
- 11.1 广告调研工具
- 11.1.1 广告调研方法
- 11.1.2 广告调研程序
- 11.2 广告分析工具
- 11.2.1 广告目标分析
- 11.2.2 广告客户分析
- 第12章 广告制作工具
- 12.1 广告业务工作单
- 12.1.1 平面广告工作单
- 12.1.2 影视广告工作单
- 12.1.3 电台广告工作单
- 12.1.4 内部工作联络单
- 12.2 广告媒介管理工具
- 12.2.1 广告媒介选择因素
- 12.2.2 广告媒介选择种类
- 12.2.3 广告媒介评价指标
- 12.2.4 广告媒介购买表单
- 12.3 广告制作控制工具

## <<广告公司流程化与规范化管理手册>>

- 12.3.1 会议记录表
- 12.3.2 广告质控单
- 12.3.3 竞标协议书
- 第13章 广告效果评估工具
- 13.1 广告效果测量与测定模式
- 13.1.1 广告效果测量模型
- 13.1.2 广告效果测定模式
- 13.2 广告效果评估体系与方法
- 13.2.1 广告效果评估体系
- 13.2.2 广告效果评估方法
- 13.2.3 广告效果跟踪分析
- 第14章 广告费用控制工具
- 14.1 广告费用预算表单
- 14.1.1 广告费用预算书
- 14.1.2 广告预算审批表
- 14.1.3 预算超支审批表
- 14.2 广告费用执行表单
- 14.2.1 广告报价单
- 14.2.2 电视广告投放费用表
- 14.2.3 报纸广告投放费用表
- 第四部分 用范例演示
- 第15章 组织结构设计示范
- 15.1 广告公司组织结构设计示范
- 15.1.1 团队式组织结构设计
- 15.1.2 职能制组织结构设计
- 15.1.3 矩阵式组织结构设计
- 15.1.4 以产品或服务为中心的组织结构设计
- 15.2 广告公司各部门组织结构设计示范
- 15.2.1 客户部组织结构设计
- 15.2.2 媒介部组织结构设计
- 15.2.3 流程部组织结构设计
- 15.2.4 市场调研部组织结构设计
- 15.2.5 创意制作部组织结构设计
- 15.2.6 人力资源部组织结构设计
- 15.2.7 财务部组织结构设计
- 第16章 职能与目标分解示范
- 16.1 职能分解示范
- 16.1.1 客户部职能分解
- 16.1.2 媒介部职能分解
- 16.1.3 流程部职能分解
- 16.1.4 创意制作部职能分解
- 16.1.5 市场调研部职能分解
- 16.1.6 人力资源部职能分解
- 16.1.7 财务部职能分解
- 16.2 目标分解示范
- 16.2.1 总经理目标分解表
- 16.2.2 运营总监目标分解表

- 16.2.3 客户部经理目标分解表
- 16.2.4 媒介部经理目标分解表
- 16.2.5 流程部经理目标分解表
- 16.2.6 创意制作部经理目标分解表
- 16.2.7 市场调研部经理目标分解表
- 16.2.8 人力资源部经理目标分解表
- 16.2.9 财务部经理目标分解表
- 第17章 职位说明示范
- 17.1 高层管理者职位说明示范
  - 17.1.1 总经理职位说明书
  - 17.1.2 运营总监职位说明书
- 17.2 客户部各职位说明示范
  - 17.2.1 客户总监职位说明书
  - 17.2.2 客户部经理职位说明书
  - 17.2.3 客户执行职位说明书
  - 17.2.4 业务专员职位说明书
- 17.3 媒介部各职位说明示范
  - 17.3.1 媒介总监职位说明书
  - 17.3.2 媒介部经理职位说明书
  - 17.3.3 媒介策划员职位说明书
  - 17.3.4 媒介购买员职位说明书
  - 17.3.5 媒介调研员职位说明书
- 17.4 流程部各职位说明示范
  - 17.4.1 流程部经理职位说明书
  - 17.4.2 广告审查员职位说明书
  - 17.4.3 流程员职业说明书
- 17.5 创意制作部各职位说明示范
  - 17.5.1 创意总监职位说明书
  - 17.5.2 文案职位说明书
  - 17.5.3 美术职位说明书
  - 17.5.4 电脑美工职位说明书
  - 17.5.5 影视广告监制职位说明书
  - 17.5.6 平面广告监制职位说明书
- 17.6 市场调研部各职位说明示范
  - 17.6.1 市场调研部经理职位说明书
  - 17.6.2 市场调研主管职位说明书
  - 17.6.3 市场调研专员职位说明书
  - 17.6.4 市场资料专员职位说明书
- 17.7 人力资源部各职位说明示范
  - 17.7.1 人力资源部经理职位说明书
  - 17.7.2 人力资源助理职位说明书
  - 17.7.3 招聘专员职位说明书
  - 17.7.4 人事专员职位说明书
  - 17.7.5 培训专员职位说明书
  - 17.7.6 薪酬专员职位说明书
  - 17.7.7 绩效专员职位说明书
- 17.8 财务部各职位说明示范

<<广告公司流程化与规范化管理手册>>

- 17.8.1 财务部经理职位说明书
- 17.8.2 总会计师职位说明书
- 17.8.3 应收账款专员职位说明书
- 17.8.4 成本管理专员职位说明书
- 17.8.5 出纳职位说明书
- 第18章 薪酬设计示范
- 18.1 薪酬结构与等级
- 18.1.1 薪酬结构表
- 18.1.2 薪酬等级表
- 18.2 各岗位薪酬等级表
- 18.2.1 管理类岗位薪酬等级划分
- 18.2.2 业务类岗位薪酬等级划分
- 18.2.3 制作类岗位薪酬等级划分
- 第19章 绩效考核示范
- 19.1 客户部绩效考核示范
- 19.1.1 客户总监绩效考核表
- 19.1.2 客户部经理绩效考核表
- 19.1.3 客户执行绩效考核表
- 19.1.4 业务专员绩效考核表
- 19.2 媒介部绩效考核示范
- 19.2.1 媒介总监绩效考核表
- 19.2.2 媒介部经理绩效考核表
- 19.2.3 媒介策划员绩效考核表
- 19.2.4 媒介购买员绩效考核表
- 19.2.5 媒介调研员绩效考核表
- 19.3 流程部绩效考核示范
- 19.3.1 流程部经理绩效考核表
- 19.3.2 流程员绩效考核表
- 19.3.3 广告审查员绩效考核表
- 19.4 创意制作部绩效考核示范
- 19.4.1 创意总监绩效考核表
- 19.4.2 文案绩效考核表
- 19.4.3 美术绩效考核表
- 19.4.4 电脑美工绩效考核表
- 19.4.5 影视广告监制绩效考核表
- 19.4.6 平面广告监制绩效考核表
- 19.5 市场调研部绩效考核示范
- 19.5.1 市场调研部经理绩效考核表
- 19.5.2 市场调研主管绩效考核表
- 19.5.3 市场调研员绩效考核表
- 19.5.4 市场资料专员绩效考核表
- 19.6 人力资源部绩效考核示范
- 19.6.1 人力资源部经理绩效考核表
- 19.6.2 人力资源助理绩效考核表
- 19.6.3 招聘专员绩效考核表
- 19.6.4 人事专员绩效考核表
- 19.6.5 培训专员绩效考核表

- 19.6.6 薪酬专员绩效考核表
- 19.6.7 绩效专员绩效考核表
- 19.7 财务部绩效考核示范
  - 19.7.1 财务部经理绩效考核表
  - 19.7.2 总会计师绩效考核表
  - 19.7.3 应收账款专员绩效考核表
  - 19.7.4 成本管理专员绩效考核表
  - 19.7.5 出纳绩效考核表

章节摘录

版权页：插图：第10条人员选拔公司成立招聘小组负责对应聘人员进行筛选。

招聘小组由3部分人员组成，分别为人力资源部相关人员、用人部门相关人员以及高层领导或外部人力资源专家。

1.初选。

招聘信息发布后，公司会收到大量应聘人员的相关资料。

人力资源部工作人员对收集到的相关资料进行初步审核，并以电话或信函的方式通知初步挑选的合格应聘者，邀请他们前来公司参加面试。

2.面试。

面试考核的内容包括：（1）个人基本信息；（2）举止仪表，指应聘人员的着装、仪态、言谈举止及精神状态等方面；（3）专业知识技能，从专业的角度了解应聘人员所掌握专业知识的深度和广度、技能的高低；（4）工作经历，了解应聘人员过去的工作单位、担任的职务、工作业绩、薪酬情况和离职原因；（5）语言表达能力；（6）应变能力和反应能力；（7）工作态度和求职动机；（8）兴趣和爱好。

3.在面试过程中，用人部门在求职登记表上填写面试记录，表明对应聘者的评价及面试结论，并将表单送达人力资源部，作为下一步工作的依据。

4.必要时还可以对应聘人员进行笔试，以测评应聘人员对应聘岗位所需知识和能力的掌握情况。

第5章录用第11条根据笔试、面试环节的考核结果确定拟录用的应聘人员，并在作出录用决策后的10个工作日内向被录用人员发出录用通知。

第12条对未被公司录用的人员，人力资源部也应礼貌地以电话、邮件或者信函的形式告知对方，并感谢他（她）对本公司的关注和支持。

第6章报到第13条被录用员工在接到公司的录用通知后，必须在规定的时间内到公司报到。

对不能在发出录用通知后3天内按时报到者，公司有权取消其录用资格。

如存在特殊隋况，经批准后可同意延期报到。

第14条被录用人员按规定时间来公司报到后，须办理如下手续：1.将体检合格证明、身份证、学历证书、职称证等相关资料的复印件交予人力资源部；

## <<广告公司流程化与规范化管理手册>>

### 编辑推荐

《广告公司流程化与规范化管理手册》：流程化·用流程优化工具化·用工具执行制度化·用制度规范范例化·用范例演示流程——为业务开展提供标准化流程制度——为工作实施提供规范化制度工具——为效率提升提供实用化工具范例——为应用便捷提供模板化范例。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>