## 中央电视台广告部

# 建立“市场驱动型”组织架构与服务模式

媒体广告经营部门，是连接媒体与市场的一座桥梁，是媒体了解与接触市场、向市场展现与传播媒体品牌价值的一扇窗口。随着中国市场品牌生态的变化，媒体广告经营必须更加主动地了解市场、发现市场、把握市场，以市场的需求为导向，将媒体的品牌资源充分转化为市场资源，实现客户品牌与媒体品牌的增值与共赢。

2006年，中央电视台广告部遵循“务实、创新、和谐”的经营工作理念，以务实的工作态度、创新的工作思维，在建设“市场驱动型”品牌团队、为客户提供品牌服务上做了很多努力和尝试。整合成立了“市场部”，负责研究市场、开发市场，为广告经营各个环节提供市场策略支持；成立“产品研发部门”，在市场策略的指导下专门进行广告产品的研发。经过调整，初步形成了市场--业务--编播技术--监督制衡四大系统构成的“市场驱动型”组织架构，明确了各个系统的职能、岗位，形成了以“市场”为核心的业务流程：

由市场系统研究市场、提供市场分析报告和策略，与业务系统中的产品研发部门、频道经营部门、客户服务部门等共同研发适合客户的广告产品和价格方案，通过编播技术系统实现合同签订和广告播出，而后，市场系统与业务系统共同为客户提供广告效果分析、品牌整合传播等增值服务，根据客户市场的反馈情况进行市场策略和产品的调整，形成完整的售前、售中、售后服务流程，监督制衡系统保障了服务流程的良性循环。

“市场驱动型”组织架构的建立，为中央电视台广告部向“市场驱动型”广告经营模式全面升级奠定了组织基础。










# “市场驱动型”组织架构打造品牌团队

**南开大学"绿色收视率与广告经营研究"课题组**

中央电视台广告部建立“市场驱动型”组织架构，是打造团队品牌的重大举措，为“相信品牌的力量”注入了新的内涵。

“市场驱动型”组织架构，以媒体受众和广告主的双重视角，为建立健康有益、可持续和稳定的经营模式，实现多方共赢，奠定了坚实的基础。

“市场驱动型”组织架构将服务品牌融入内部组织与运营中，以保证给客户提供卓越价值，形成品牌信任，通过打造内部服务机制，支持外部承诺的实现。

央视广告部依托“市场驱动型”组织架构，提升了服务水平。具体效果主要体现在以下几个方面：

第一，通过调整组织结构，丰富了客户服务的内涵。如央视广告部下设的产品研发部门，有针对性地分析客户需求，通过与客户进行沟通，为其量身定做广告产品。

第二，服务流程的设计为顾客提供了便利。广告部已经建立起“市场--业务--编播技术--监督制衡”这一套完整的服务流程，明确了每个环节的职能和程序，为客户提供了便利。

第三，人才的选拔、培训、激励、考核为团队管理提供了保障。通过各类专业知识和管理技能培训，央视广告部已经打造出一支年轻奋进的品牌团队。

第四，更人性化、个性化的服务平台与客户沟通界面的建立，满足了客户日益增长的、不同层次的沟通需求。

“市场驱动型”组织架构，从组织、流程、人员和服务界面四个方面打造央视广告部品牌团队，有助于完善品牌服务，增强服务意识，改善服务条件，为客户创造更多优质服务。