务实、创新、和谐

2006，我们一同走过

2006年，是令人难忘的一年。我们一同迎来了吉祥的狗年；我们一同唱响“春天的约会”；我们一同度过了激情的“世界杯”之夏；我们一同收获金色的秋天；我们还将一同怀着品牌梦想迎接2007年.....

务实，是我们工作的准则

“品牌团队”不是空中楼阁，“品牌服务”不是空头承诺，需要扎实、科学的管理与组织基础，需要踏实、专业的员工，才能为客户提供实实在在的超值服务。

■ 完善管理制度与业务流程

------高效的管理制度和顺畅的业务流程，让客户能够更方便地获得我们的优质广告服务。

2005年6月18日，中央电视台广告部通过ISO9001：2000质量管理体系认证，用国际化的管理体系和要求，全面梳理与建设业务流程和管理制度。一年多来，我们持续改进和完善ISO质量管理体系，使之更加科学、高效。2005年11月，中央电视台广告部获得国际认证联盟(IQnet)“卓越管理组织”证书；2006年6月1日，顺利通过ISO9000质量管理体系认证首次年审。

2006年，我们先后起草《中央电视台广告经营播出管理规定》《中央电视台广告代理公司管理办法》等十余项管理规定，修正了二十多项管理办法与措施，建立了信息公告平台。

2006年，我们还全面试运行广告营销分析系统（BI系统），通过先进的数据库系统，提升了业务效率，并能够为客户多元化的媒体投放和广告营销提供数据分析。

■ 品牌形象建设

------统一、鲜明的团队品牌形象，让客户能够更清晰地感受到我们的服务理念和服务内容。

2006年，我们成立CIS项目小组，围绕“相信品牌的力量”的品牌主张，全面建设CCTV广告部品牌形象。正式发布CCTV广告部的品牌VI标识，将之全面应用于名片、传真纸、信笺、合同签订纸等与客户接触的介质，设计含有特殊水印鉴伪标志的“CCTV广告代理证”。

■ 打造学习型团队

------向专家学习、向客户学习、向合作伙伴学习、向同事学习，专业源于不懈的学习。

2006年，我们邀请著名的学者、专家，组织了“项目管理”培训和各类业务培训。我们还举办了“绿色营销沙龙”，创建了内部刊物《学习志》，在交流、沟通中互相学习、共同提高。

创新，是我们前行的动力

市场在不断变化，客户的需求在不断升级，唯有不断创新，才能不断前行。在“市场驱动型”组织架构和经营机制的基础上，我们不断进行面向市场的调整，从客户的角度出发，创新以4C为构成的市场营销体系。

■ 创新广告产品

2006年3月，我们成立了“广告产品研发”部门，根据客户需求，研发广告产品，丰富广告产品线，满足不同客户的个性化投放需求。今年“世界杯”，我们设计了十余种常规套装广告产品，还与体育中心一起，为我们的客户策划设计了38种个性化广告产品。我们还设计了许多“主题化”的广告产品，例如新闻直播主题广告、“电视剧嘉年华”主题广告等等。



2006年7月18日，国家工商总局副局长刘凡、中央电视台副台长罗明、国家广电总局社管司副司长任谦、北京大学广告学院副院长陈刚共同启动绿色广告标识