



中国企业培训大系·岗位培训系列

岗位胜任力培训经典 世界500强广泛使用

GUANGGAO CEHUA JINGLI
GANGWEI PEIXUN SHOUC

广告策划经理 岗位培训手册

滕红琴◎编著

6大管理技能
18个经典案例
11个经验提醒
29个核心问题

- 岗位认知
- 广告预算管理
- 广告创意定位
- 广告效果评估

- 广告调查策划
- 广告文案写作
- 广告媒体策划
- 常用工具表单

广东省出版集团
广东经济出版社



中国企业培训大系·岗位培训系列

GUANGGAO CEHUA JINGLI
GANGWEI PEIXUN SHOUC

广告策划经理 岗位培训手册

康班琴 编著

广东人民出版社
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广告策划经理岗位培训手册/滕红琴编著. —广州: 广东经济出版社,
2011. 6

ISBN 978-7-5454-0747-1

I. ①广… II. ①滕… III. ①企业管理—商业广告—岗位培训—手册
IV. ①F274-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第050941号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路11号11~12楼)
经销	广东省出版集团图书发行有限公司
印刷	北京雁林吉兆印刷有限公司 (北京市密云县十里堡镇红光村47号)
开本	787毫米×1092毫米 1/16
印张	13.5
字数	235 000
版次	2011年6月第1版
印次	2011年6月第1次
书号	ISBN 978-7-5454-0747-1
定价	35.00元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻版必究 •

总 序

据研究,接受过严格培训的员工,工作效率能提高 17.4%,成本能降低 30%,创造的净产值则能提高 90%。另据美国的一项统计,企业在员工培训上每 1 美元的投入能得到 50 美元的收益。岗位规范和员工职业化水平,已经成为决定企业竞争力的重要因素。拥有一支经过专业培训的职业化员工队伍,是打造企业核心竞争力、推动企业持续发展的必备要素。

《中国企业培训大系·岗位培训系列》旨在为中国企业提供一套专业的、卓有成效的岗位培训解决方案,以帮助企业从职业素养、岗位技能和行为规范三个层面提升员工的岗位胜任能力和职业化水平。

本丛书具有以下三大特色:

1. 实用性与有效性。本丛书力求实用,从岗位选择到具体的培训内容,都尽量贴近企业管理实际,贴近岗位工作实际,强调针对性和实操性;同时十分注重培训效果,要求受训者边学习边操练,快速把知识转化为行动和工作绩效。

2. 资深实战专家编写。特邀一批理论水平卓著,同时实践经验也非常丰富的一线专家执笔,充分保证内容的专业度和可操作性。

3. 500 强企业广泛应用。本丛书曾作为培训资料,在宝洁、可口可乐、丰田、大众、壳牌、沃尔玛等世界 500 强在华企业,及中石油、中国移动、海尔、蒙牛等国内著名企业中应用,是经过实践检验行之有效的岗位培训优秀读本。

本丛书所选择的岗位,既包括中国现代企业通用的基本岗位,如各部门的经理、主管、助理、专员等职能岗位,也包括如电信、房地产、酒店、餐饮、商超、服装等诸多行业的各类特色职能岗位,可以满足各级各类企业岗位培训的基本需求。

由于各个行业的企业在岗位设置上各具特色,我们虽然尽量考虑周全,但也难免会有疏漏与失误之处,欢迎行家和读者指正。

本书学习目标



☆ 广告策划经理岗位认知

广告策划经理岗位描述

广告策划经理岗位要求

☆ 广告调查策划

广告调查内容

广告调查步骤

广告调查技能

☆ 广告预算管理

广告预算内容

广告预算编制

广告预算分配

☆ 广告文案写作

文案标题写作

文案正文写作

广告标语写作

☆ 广告创意定位

广告创意概述

广告创意程序

广告创意策略

广告定位策略

☆ 广告媒体策划

广告媒体概述

广告媒体选择

广告媒体策略

☆ 广告效果评估

广告效果评估程序

广告效果评估

第一章 广告策划经理岗位认知

第一节 广告策划经理岗位描述 / 3

- 一、市场调查 / 5
- 二、策划工作 / 5
- 三、管理工作 / 6

第二节 广告策划经理岗位要求 / 28

- 一、心理素质要求 / 28
- 二、知识素质要求 / 29
- 三、能力素质要求 / 31
- 四、职业道德素质要求 / 32
- ☆探究·思考 / 33

第二章 广告调查策划

第一节 广告调查内容 / 37

- 一、广告调查的作用 / 37
- 二、广告调查的特点 / 38
- 三、广告调查的内容 / 39

第二节 广告调查步骤 / 44

- 一、调查准备阶段 / 44
- 二、调查实施阶段 / 45
- 三、分析和总结阶段 / 47

第三节 广告调查技能 / 49

- 一、观察法 / 49
- 二、访问法 / 51
- 三、实验法 / 54

四、态度测量表法 / 57

五、广告调查技术 / 59

☆探究·思考 / 64

第三章 广告预算管理

第一节 广告预算内容 / 67

一、广告预算的意义 / 67

二、广告预算的内容 / 68

三、影响广告预算因素 / 70

第二节 广告预算编制 / 75

一、广告预算制订方法 / 75

二、广告预算编制程序 / 79

第三节 广告预算分配 / 81

一、按时间分配广告经费 / 81

二、按地区分配广告经费 / 82

三、按产品分配广告经费 / 83

四、按媒介分配广告经费 / 84

☆探究·思考 / 85

第四章 广告文案写作

第一节 文案标题写作 / 89

一、文案标题的作用 / 89

二、文案标题的类型 / 90

三、文案标题写作形式 / 92

四、文案标题写作要求 / 93

第二节 文案正文写作 / 94

一、文案正文的作用 / 94

二、文案正文的结构 / 95

三、文案正文的具体形式 / 97

四、文案正文的写作要求 / 101

第三节 广告标语写作 / 103

一、广告标语与标题的区别 / 103

二、广告标语的种类 / 104

三、广告标语的写作要求 / 105

☆探究·思考 / 108

第五章 广告创意定位

第一节 广告创意概述 / 111

一、广告创意特征 / 111

二、广告创意依据 / 112

三、广告创意原则 / 114

四、广告创意内容 / 115

第二节 广告创意程序 / 118

一、资料准备阶段 / 118

二、确定诉求点 / 119

三、选择定位点 / 119

四、进行艺术化 / 119

五、做好形式化 / 121

第三节 广告创意策略 / 122

一、USP 策略 / 123

二、品牌形象策略 / 125

三、广告定位策略 / 127

第四节 广告定位策略 / 130

一、广告定位的发展 / 130

二、广告定位的意义 / 131

三、广告定位的分析 / 133

四、广告定位的内容 / 135

☆探究·思考 / 139

第六章 广告媒体策划

第一节 广告媒体概述 / 143

一、广告媒体的功能 / 143



二、广告媒体的种类 / 144

第二节 广告媒体选择 / 159

一、确定广告信息传播的数量指标 / 159

二、选择广告媒体应考虑的因素 / 163

三、选择广告媒体的具体方法 / 164

第三节 广告媒体策略 / 166

一、广告媒体策略内容 / 166

二、广告媒体制定目的 / 166

三、广告媒体分配策略 / 168

四、广告策略选择技巧 / 170

☆探究·思考 / 173

第七章 广告效果评估

第一节 广告效果评估流程 / 177

一、广告效果评估的意义 / 177

二、广告效果评估的步骤 / 178

三、广告效果评估的原则 / 180

第二节 广告效果评估内容 / 183

一、广告心理效果评估 / 183

二、广告经济效果评估 / 190

三、广告社会效果评估 / 195

☆探究·思考 / 196

附录

总自检 / 197

常用工具表单 / 201

参考文献 / 205

第一章

广告策划经理岗位认知

本章学习重点：

- 明确广告策划经理的岗位职责
- 明确广告策划经理的岗位要求

主题词：广告策划经理 岗位职责 岗位要求

第一节 广告策划经理岗位描述

广告策划经理是企业广告策划部的最高领导者，在企业管理体系中属于一线部门的管理层，管理层的人自然是负责管理工作，但就广告策划经理而言，其具体职责是什么呢？在阐明广告策划经理的具体职责之前，我们先来看一则广告策划经理的招聘广告。

实例 1

××房地产公司广告策划经理招聘

1. 职位描述

- (1) 负责房地产项目（大型住宅）的市场、销售管理、客户关系管理。
- (2) 负责制订项目总体和分阶段的市场推广传播策略，并有效执行和实施方案。
- (3) 负责市场调查、产品分析，对竞争产品进行研究与监控，并提供项目市场运作的建议书和产品建议书。
- (4) 负责整合营销资源，指导、推进广告代理公司等合作单位完成项目营销传播计划、广告创意并组织实施。
- (5) 负责公关事件和主题活动策划，并整合媒介资源等。
- (6) 对市场和推广合同的管理负总体责任。
- (7) 负责项目市场营销费用预算支出的控制。
- (8) 负责市场、策划团队的建设，并组织相关培训管理。

2. 职位要求

- (1) 房地产管理或市场营销相关专业本科及以上学历，5年以上楼盘策划工作经验；熟悉房地产市场，具有2年以上大型楼盘营销策划操作经验者优先考虑。
- (2) 对房地产行业、客户和媒体有深刻理解和控制能力，熟悉上海房地产市场，擅长大型住宅项目的策划，有成功全程操盘20万平方米以上住宅项目的经验，有较强的组织协调能力及语言表达能力。
- (3) 能够组织和指导市场调查，具备先进的营销理念、较强的市场分析能力和应变能力。
- (4) 熟悉房地产产品的销售和售后服务管理，熟练掌握各种销售模式，具有创新精神。

(5) 具有卓越的规划、组织、策划、方案执行和团队领导能力,具备较高的人际沟通和谈判技巧。

(6) 为人诚恳,具有共同创业及吃苦耐劳精神。

实例 2

× × 顾问股份有限公司广告策划经理招聘

1. 职位描述

(1) 根据客户经理或项目经理或 AE 的反馈,依据客户的诉求,制订策划工作计划,组织内部资源,分配任务,组成提案前的策划团队。

(2) 进行市场调查,了解客户、客户的市场和目标受众,为策划方案提供背景支持。

(3) 根据客户的项目特点或活动目的,构思、设计网络行销策划方案,为客户企业量身定做产品促销、品牌推广等活动或项目的网络支持方案。

(4) 组织撰写大型项目或有深度、难度活动的策划方案,为客户经理或项目经理的提案提供支持。

(5) 根据策划方案,组织协调公司内部的创意部、技术部形成提案团队,将策划方案实现于最终的比稿或提案作品,并且保证按进度或计划完成,以夺得销售先机。

(6) 跟进及调整策划方案,以更加贴近客户,同时控制成本,控制进度,保证策划广告及效果满足客户的要求,提高通过率。

(7) 随时与相关人员沟通、反馈,减小风险,保证策划活动按计划顺利完成。

(8) 策划方案通过并实施后,收集反馈信息,跟踪活动策划的影响效果,并且能够总结出更加优化的方案,以积累策划经验。

2. 职位要求

(1) 广告、营销、英语等相关专业,本科以上学历;3 年以上互动广告公司中网络行销或网站策划经验,有成功案例。

(2) 文字功底好,逻辑思维能力和创意能力强,可独立撰写重大项目提案;具备良好的策划能力和管理素质,能够进行产品定位、市场定位的分析研究工作;具备基本商业知识,优秀的组织、统筹能力和承担复杂工作任务的能力。

(3) 团队意识较强,具有较强的理解能力及执行力,较强的沟通能力与谈判技巧。

(4) 英文要求 CET-6 以上。

(5) 正确理解别人的感受和想法,能够理解、把握他人思想和行为背后的原因;关注客户,与客户保持沟通,主动跟踪、了解客户的问题和要求,快速对客户的问题作出反应;能够进行合理的分工,并清晰地表达任务要求和目标;充分

理解并灵活运用标准，能够根据实际情况，积极主动地作出相应调整，从而适应环境；有深厚的文化底蕴，较强的学习与信息整合能力。

看了以上两则招聘广告，相信你对广告策划经理的岗位工作有一定的了解了，现在再来看看下面的详细说明。广告策划经理的工作主要包括以下几个方面：

一、市场调查

1. 调查的目的

市场调查的目的是：寻找市场新机会，为企业发展开辟新的路径；对企业的现有经营状况进行调查，对经营中存在的问题提出解决方案；为促销活动提供策划依据。

2. 调查的内容

在进行广告调查时，要明确调查的是什么。

3. 调查的方法

在调查的过程中，应掌握使用什么方法进行调查。

4. 怎样开展调查工作

开展调查工作的步骤依次为：制订调查计划（全年计划、临时计划）、撰写调查方案、组织实施调查、写出调查报告。

二、策划工作

1. 促销策划

促销策划的工作主要有：

第一，制订全年促销计划。

第二，撰写促销方案。

第三，进入准备工作阶段（需要准备道具、表格、联络函、促销会议、广告文案的撰写等）。

第四，组织实施促销活动。

第五，写出评估报告。

2. 公关策划

公关策划的工作主要有：



第一，制订全年公关工作计划。

第二，撰写公关策划方案。

第三，进入准备阶段。

第四，组织实施公关活动。

第五，写出评估报告。

3. 人员推销

人员推销的工作主要有：

第一，制订全年人员推销工作计划。

第二，撰写人员推销策划方案。

第三，进入准备阶段，培训员工。

第四，组织实施方案。

第五，写出评估报告。

4. 广告策划

广告策划的工作主要有：

第一，制订卖场的广告布置计划。

第二，制订全年的广告活动计划。

第三，撰写广告策划方案。

第四，进入准备阶段，撰写广告文案，指导设计师工作。

第五，布置广告，组织广告活动，指导美工工作。

第六，撰写广告活动评估报告。

三、管理工作

1. 制订部门的工作制度

此项工作的主要内容有：

第一，策划部日常工作制度。

第二，策划部各岗位职责。

第三，策划部各岗位工作标准。

第四，策划部工作流程。

2. 沟通工作

此项工作的主要内容有：

第一，检查监督下属的工作，比如文案主管、文案、设计主管、设计师、美工主管、美工。

第二, 召开部门每周例会(周六)。

第三, 与本部门员工个别交谈。

第四, 参加公司每周例会(周一)。

第五, 走访公司其他部门。

第六, 参加媒体召开的会议、活动。

3. 培训及评估工作

此项工作的主要内容有:

第一, 培训本部门员工(工作技能)及公司全体员工(POP知识)。

第二, 对部门员工的工作进行评估(每周一次)。

第三, 对文案、设计、美工的工作进行把关、审核。

相 关 知 识



策划师资格认证标准

1. 职业体系

(1) 策划师定义

具有良好的职业品德, 能够运用所掌握的策划基本知识、方法和手段, 以及所具备的综合策划执行能力和丰富的实践经验, 为企业事业单位、机关团体、个人等对象提供全程策划服务以及策划业绩突出的初中高层策划人才。

(2) 职业特征

策划师按职业特征分为通用策划师和专业策划师。其中通用策划师是指在企事业单位负责全面策划工作, 对法定代表人负责, 并符合相应策划师职业资格认证标准的企事业单位的主要策划人(如策划总裁、首席策划、策划总监、策划经理等); 专业策划师是指担任企事业单位某一专业方面领导工作或负责某一专业部门工作, 对其直接领导负责, 并符合相应策划师职业资格认证标准的专业策划人(如策划部、市场部等部门副经理、专职策划师、策划助理等)。

(3) 职业等级

策划师按等级划分为助理策划师、策划师和高级策划师三个等级。

(4) 职业称谓

通用策划师根据职业等级划分标准分别称为: 助理策划师、策划师、高级策划师; 专业策划师以所属专业名称分别称为: 企业策划师、营销策划师、广告策划师、商务策划师、金融策划师、产品策划师、旅游策划师、房地产策划师、影视策划师、文化策划师、科技策划师、人才策划师, 等等。

2. 申报条件

(1) 助理（通用或专业）策划师

策划职业资格认证的导向性级别。

①有愿望从事策划事业的大学毕业生、部队转业复员干部及其他社会求职人员，具备系统的策划基本知识、工商管理知识，经统一考试合格或经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训合格证书者。

②取得国家承认的大专以上学历，从事策划或者管理工作满两年，经统一考试合格或经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训合格证书者。

符合以上两条申报条件之一即可。

(2)（通用或专业）策划师

策划职业资格认证的中等级别。

①取得国家承认的大专以上学历，具有中级以上职称，从事策划、管理岗位工作满五年。其中申请通用职业策划师资格认证须具备三年以上从事管理岗位工作经历，申请专业策划师资格认证须具备三年以上从事本专业部门工作经历。经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训合格证书。

②取得初级（通用或专业）策划师资格认证证书，具有中级以上职称，从事管理岗位工作满五年。其中申请通用策划师资格认证须具备三年以上从事管理岗位工作经历，申请专业策划师资格认证须具备两年以上从事本专业岗位工作经历。经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训合格证书者。

符合以上两条申报条件之一即可。

(3) 高级（通用或专业）策划师

策划职业资格认证的高等级别。

①取得国家承认的大专以上学历，具有高级以上职称，从事管理工作满十年。其中申请高级通用策划师资格认证须具备五年以上从事管理岗位工作经历，申请高级专业策划师资格认证须具备五年以上从事本专业岗位工作经历。经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训合格证书者。

②取得（通用或专业）策划师资格认证证书，具有高级以上职称，从事管理岗位工作满十年。其中申请高级通用策划师资格认证须具备五年以上从事管理岗位工作经历，申请高级专业策划师资质认证须具备五年以上从事本专业岗位工作经历。经认证培训机构培训达到规定学时数，并取得认证培训