# 广告公司企业文化文案(三篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2024-07-09

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。广告公司企业文化文案篇一建设...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**广告公司企业文化文案篇一**

建设以人性化管理为中心的企业文化。人是企业中的最大资源, 管理广告公司的最有效方法, 是通过文化的微妙暗示进行的, 这就是文化。企业文化自始至终都体现出以人为中心的特征, 这表明‘认性管理” 是企业文化的核心工作内容二广告公司要想有活力, 首先要激活人, 使人有活力。要激发人性的积极性, 必须在广告公司经营管理中注人一种积极向上的文化观念,给每个人以希望, 给每个人以一个明确的目标。

广告公司在驱动公司文化时也应该发挥人力资源部的积极作用。人力资源部可以建立一定的奖励机制以帮助高层管理人士推动企业文化建立。同人力资源部一起工作，管理人士可以掌控创造和渗透企业文化的缰绳从而保证吸引和留住最好的人才。创造一种文化，首先应该严格审视现在的状况，我们可以试着问问以下这些棘手的问题.

公司的品牌界定是什麽？在这里工作的总体感觉如何？公司的价值和目标是什麽？他们适应公司的发展和需要吗？我们是不是在这些点上和员工有所沟通？我们的员工是否了解公司的历史？ 我们是不是发展和诠释了广告公司的将来而且其中包括了每个员工的作用和参与？什麽是我们的文化？ 公司内部是否有人熟悉公司文化并努力传播它？ 多久我们会审查一下我们的公司文化？我们会聆听雇员中的小道传闻吗？我们公司的业务骨干是否也在努力影响和激励着新进的广告人？

越来越多的广告公司提出了人性化管理的口号, 但是有些广告公司在人性化管理的实施中却走向了只说不傲或是人情化管理的误区。因而在广告公司的管理活动中, 要正确认识人性化管理, 并切实在管理者的领导过程中体现管理的人性化, 特别要注意将人性化贯穿于领导的始终。关键词人性人情化领导者企业文化在现代广告公司管理活动中, 如何重视人、激励人。

也许更多的曾经的广告精英们可以回到广告圈了，也许再也不会。很多知名广告公司都表示，在网站高峰期离开的人很少回来。希望募回精英并且能够继续吸引年轻一代加入广告业的唯一办法就是应该好好审查一下\"为什麽最好和最聪明的往往轻易地选择逃离广告公公司文化？\" 不得不承认网站不仅仅在捕获人才，同时他们非常吸引人才，因为广告公司里的年轻人随时都准备离开，不是今天就是明天，只是在等待更加好的机会。这究竟是为什麽？ 因为网络公司提供了一种非常吸引人的文化- 在这种文化中，承认个人价值的同时大家围绕着一种强化了的共同目标和信仰。 听上去象六十年代或七十年代的广告公司。当广告公司和广告业发展到一个更加成熟的新阶段，是时候检查一下广告公司及其文化到底代表什麽。是不是公司的老板已经不知道他们的员工文化到了什麽一种状况和程度。而自己变成了高高在上目空一切的国王。是不是他们可以融入这种文化而使之成为一种吸引人才的力量并且让他们成长得更加杰出。

广告公司，往往竭尽全力为客户建立和维护品牌，然而往往忽略了在人才市场上建立和保持自己的品牌。 作为一个广告公司的主管，其实很容易就能知道自己公司在业界的口碑，只要听听电梯间的谈论或是看看小道传言。然而绝大多数广告公司对此视而不见，听而不闻，可能根本就是害怕听到。最好的员工就是那些为自己公司感到自豪的员工。他们了解公司的价值和目标，并为之鼓舞。他们对自己的工作感到兴奋，他们感到自己的重要性，也觉得取得公平的报酬，因此产生了一种归属感从而产生对公司的忠诚。

事例一：没有人对这一点的了解超过通用电器的ceo jack welch，他是公司演绎和结合的大师。通用电器的员工对公司文化和目标有很好的理解，并且有一种作为通用电器人的自豪感。jack welch 明白如何让管理高层驱动公司文化的重要性。另外一个了解企业文化的公司是 added-value group， 一家品牌咨询公司，他们有一个叫做石蕊测试的试验，去检查备选人员是否适合公司文化。 他们给应征者一个假象的关于客户的难题然后给时间让他

们去思考。然后他们会请一些公司内部的高层资深人事同这些应征者展开互动的讨论。通过这种方式可以让公司看出应征者的创意能力和聪明程度，而且还可以看出他们对新想法和批评的接受程度。接下来一步是让这个人和另外一个小组进行一个很随意的午餐，去检查他可不可以融入和适应一种企业文化。结果是，这家公司建立了一个非常强和投入的团队，而其中每个人都具有一些相同的气质从而分享了同样的价值和目标。

发挥人的积极性和创造性, 直接关系到一个广告公司的发展。在许多成功的广告公司中, 早已广泛实行了“ 以人为本” 的人性化管理模式。如为提高员工的主人翁精神, 提倡员工人股制度∃ 大公司为激励员工的创新意识, 拿出巨额资金作为员工创新奖项。但是究竟什么是人性化管理呢？人性化管理指以围绕人的生活、工作习性展开研究、使管理更贴近人性, 从而达到合理、有效地提升人的工作潜能和提高工作效率的管理方法。人性化管理, 就是在管理的全过程中突出人的地位和作用, 把人的因素提升到主动性的位置, 高度发挥人的因素。人性化管理是管理学与伦理学的融合, 是将“利用人”的工具理性与“为了人” 的价值理性相结合, 把人作为管理活动的核心, 尊重人的本性, 满足人的合理需求, 激发人的热情, 调动人的积极性, 发挥人的创造性。

事例二：越来越多的广告公司提出了人性化管理的口号, 但是, 相当一部分广告公司的人性化管理流于形式, 一方面是说的多, 做的少, 做到位的更少。在现代大多数广告公司中, 管理层都口口声声承认员工是最重要的、关键的。但说完之后, 他们并没有对其员工加以重视, 实际上他们也并没有注意到自己脑子里的这种轻视。另一方面, 人性化管理演变成人情化管理。人性化软化和弱化了企业制度, 员工成了一盘散沙, 公司没有凝聚力。人性化管理的结果不是“无为而治” , 而是“无为不治” 。有些人以为, 人性化管理就是诸如在工作中出错时同事、上司没有指出错误、没有告诉其危害却反而为你隐瞒事实之类。但事实上, 这是“讲人情” 而绝非人性化管理。人性化管理虽然允许在工作中出错, 但却要指出错误并加以改正, 这样既避免了出错时的过分担心, 也使得工作热情更为高涨、工作目标更明确。

人性化管理是对员工人性的再培育、激发和利用, 它是以“人” 为中心, 必须依靠管理者领导职能的充分有效的发挥。一个广告公司的管理者要想带领整个企业的群体取得长远发展,首先就必须成为一名优秀的领导者.一个优秀的领导者必须有效地带领广大群众实现组织的目标, 形成团队的力量.一个优秀的领导者必须有效地实现沟通, 实现信息的对称。而人性管理是领导过程中必须始终贯穿的一点。

在人性化管理中, 积极正确的激励员工是至关重要的一点。激励是调动员工积极性的主要途径, 有利于使员工的个人目标和组织目标相统一, 从而激发员工的积极人性, 使员工自觉萌发“企中有我”、‘我中有企”主人翁意识。首先, 要平等地对待员工。由于个人自尊心而产生的要求平等的精神, 平等的意识在广告公司管理中是不可忽视的, 也是人性管理最重要的一点优秀的企业家和管理人员都必须重视这种平等精神。其次, 要建立健全的激励机制。设立比较健全的奖励制度, 实行对公司付出多大就有多大收获的政策, 增加员工工作的积极性, 尽力消除其人性中懒惰的一面。对员工的工作要适时检查, 若发现错误要及时改正, 并应提出批评。但同时要注意的是, 纯粹的金钱并不足以达到激励的作用, 要将员工当作伙伴, 赞赏你的伙伴为公司所作的一切。

沟通, 作为企业凝聚力增强的聚力器, 是人性管理的一个重要环节。沟通可以增加员工之间的相互了解、消除人们内心的紧张状态, 取得员工的谅解, 从而减少人性中猜疑, 由于意见分歧不理解、不信任、不合作的一面。在广告公司内部沟通方面,首先是员工之间的沟通, 广告公司应经常举行一些群体性的活动或是会议, 在这些群体活动中营造良好的大家庭的氛围, 让员工之间建立互信互助的良好关系。其次, 也是非常重要的一点,即员工与管理者之间的沟通。一个优秀的领导者应常与雇员多谈心, 沟通拉近彼此的距离, 善待下属, 下属才会善待领导。

人性化管理在广告公司管理中具有非常重要的理沦意义和现实意义。通过对人性的管理实现行为管理的目标, 才能不断提高员工的综合素质,改善员工的行为质量, 从而提高广告公司的经营效果, 促进广告公司的良性发展。

**广告公司企业文化文案篇二**

广告公司企业文化

核心价值观--创造价值，实现价值

企业宗旨--专业、睿智、时尚、发展

企业精神--永恒卓越，把握至高

经营哲学--强化核心能力，创新品牌价值

职业品格--忠诚、专注、务实、协作

管理箴言--张弛有度，相互欣赏

服务理念--体验成长，相互成就

人才观点--知人善任。人尽其才

学习态度--学习是持续的竞争力

座右铭--我专业，所以我优秀

服务流程

[1]首次沟通、交流双方沟通、交流，彼此了解，达成初步合作意向。

[2]明确合作意向明确设计的任务，价格及进度安排。

[3]确定合作签订委托设计合同书，客户付预付款，并明确双方负责人。

[4]调研调查、收集整理相关资料，调研客户及其竞争对手的市场表现，为设计提

供科学的依据。

[5]创意设计分析、沟通、创意讨论风暴、展开设计。对设计方案进行筛选、修

改，确定提案设计方案。

[6]设计提案会对企业高层领导进行设计提案。通过提案确定设计风格及设计方

向，形成提案决议，指导下一步设计。

[7]方案的细化与调整双方对设计方案进行细化调整，确定最终方案。

[8]实施和导入进入实施和导入阶段。[如没有后期制作，至此全部工作结束]

[9]交付设计电子文件客户付清合同余款，蚂蚁向客户交付最终设计电子文件，设

计工作完成。

[10]后续服务设计人员与客户保持联系，及时解决客户相关问题.

**广告公司企业文化文案篇三**

xxxx广告有限公司

发展战略目标（15年远景发展目标）：

进入中国广告公司综合实力排序前50之列

进入中国户外广告公司实力前10名

成为全国公交广告公司前3强

成为中国优秀广告企业

企业精神: 学习 创新 高效 共赢

企业口号:求真务实，开拓进取，创规模化专业化广告公司 经营理念：发展、服务、共赢

对外

——为客户，提供优质专业的媒体广告服务； ——为消费者，提供诚信的广告信息及渠道； 对内

——发展企业，创造效益。

——为员工，提供可以与之共同成长的事业平台。 对上

——创收赢利，为公共运输核心事业提供支持。

企业形象:健康 向上 乐观 执着

企业道德: 诚信守法正直从业

文化价值观: 企业是人 文化是魂

客户观： 客户就是上帝，最大限度满足客户的需求。

服务观： 积极，务实，全心投入。

质量观： 为客户提供最优质的服务，客户的满意，是我们工作的动力。

创新观： 唯有不断创新不断地吸收先进的文化，公交广告才会不断发展和壮大。 道德

管理理念: 尊重个人，团队合作，鼓励创新，创造效益

管理艺术: 以人为本，待人有方， 任人为贤，追求卓越

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找