

# 第五章

## 企劃書的撰寫技巧

當你花了幾個月的時間辛苦地完成一份嘔心瀝血的企劃書後，送到對方桌上，開始想像著一個美好的故事即將展開 ... 喔，不！實際上大多數的場景並非如此。即使企劃書已經送達提案對象，企劃書與提案對象之間其實還下存在著一些距離，因此我們必須學習讓企劃書通往最後一哩的寫作技巧。企劃人不用期待提交企劃書後，大家會在會議中起立喝采一致通過，但是好的內容還是有機會獲得大多數人的認同，找出一些捷徑就可以提高企劃書獲得認同的機率



# 引言

該有的內容都有了，該有的結構也都齊全了，除了這些之外，對於提高企劃書的勝率這件事，我們還可以做些什麼努力？

企劃力的養成需要長時間的培養與修煉，才能自然的生長出好的企劃內容。但是除了採取以時間換取功力的作法外，企劃人仍然有些捷徑、有些施力點可以努力。讀者可以透過本章內容學習到提高企劃書說服力的撰寫技巧，透過建立核心概念、發展有限重點、經由企劃書命名留下深刻印象 ... 等方式，讓企劃書在精心設計之下，有作為、有意識地呈現在閱讀者面前。

對於企劃書的生死，提案對象握有 100% 的生殺大權。差勁的企劃書雖然不能讓人奪門而出，但是對方可以決定何時閤上。經由學習企劃書撰寫的「王牌 21 點」，可以為企劃書增添生命力，進而提升說服力！



## 十 企劃書的撰寫技巧

企劃 2.0 強調企劃書要將重點從「Reading」轉移至「Reader」，要將重點放在閱讀者接收到企劃書內容時的感受，而非只是追求文字上的表現。企劃書撰寫技巧的「王牌 21 點」可以增加提案對象對於內容的感受力，進而提升企劃書的說服力。本章說明企劃書的撰寫技巧如下：

- 1 釐清整份企劃書的想法 (P.153)
- 2 找到企劃書的核心概念 (P.154)
- 3 發展 3-5 個重點內容 (P.156)
- 4 為企劃書想個好名稱 (P.157)
- 5 採用架構方式說明內容 (P.159)
- 6 讓企劃書內容更具體化的呈現 (P.161)
- 7 保持內容的客觀性 (P.162)
- 8 使用概念敘述而非文字說明 (P.163)
- 9 融入說故事的技巧 (P.165)
- 10 採取積極態度 (P.166)



企劃書撰寫的「王牌 21 點」不僅適用於企劃書，只要任何採用書面形式、透過文字溝通以說服對方的場合皆可適用。例如：個人求職履歷表、工作報告、商業書信等，皆適用於這些法則

## 十 企劃書的撰寫技巧

- 11 看出自己的機會點 (P.167)
- 12 以證據支持論點 (P.168)
- 13 說明先期投入之處 (P.169)
- 14 不斷地強調差異處 (P.170)
- 15 掌握住每個章節的重點 (P.171)
- 16 用對方的語言溝通 (P.172)
- 17 採 30% 的視覺化呈現方式 (P.173)
- 18 具備良好的溝通性 (P.175)
- 19 接受批評、不斷修改 (P.176)
- 20 進行內容及文件校對 (P.177)
- 21 追求企劃書的最高境界 (P.178)



建議企劃人開始學習「倒金字塔式」的企劃書撰寫方式。因為幾乎所有的提案對象總是採取快速掃描、急欲找出重點內容的閱讀模式，因此企劃書的頭總是比尾更重要。將重點放在企劃書的前三頁、每段內容先說明重點再說明理由，「倒金字塔式」的撰寫方式就是先說明「所以」，再說明「因為」的敘事模式

## 十 釐清整份企劃書的想法

在形成企劃書之前，企劃人應該多花點時間就只是坐在那裡，將所有接收到的訊息在腦海中進行一次重組，反覆地在心中進行辯證，推敲整個企劃的想法與過程是否合理，並且試著看出其中所隱含的意義，最後再找出整份企劃書的施力點。企劃人在這個階段應該針對下列幾個重點進行思考，試著去捕捉一些隱約感覺到的想法，並且把它記錄下來。以下問題值得企劃人在動筆前進行思考：



提案對象內心真正期待被滿足的需求是什麼？



是否有什麼不一樣的切入點或全新觀點可以打動對方？



整份企劃書的脈絡與邏輯性應該如何建立？



哪些重點是企劃書中一定要提及的？



其他競爭者會如何出招？



這份企劃書的主軸與核心概念是什麼？



筆者撰寫企劃書的習慣是花上一整天的時間消化所有接收到的企劃訊息，在心裡不斷地自我釐清整件事情的脈絡，接著再發展出整份企劃書的核心概念，經過長時間的概念摸索後，會突然出現一個確定的企劃主軸。此時，所有之前的訊息都會自動組織起來，企劃書的架構、內容也都清楚浮現

## 十 找到企劃書的核心概念

企劃人將所有與企劃書相關的背景訊息融會貫通後，接著應該為企劃書擬定出一個能說服提案對象，並讓自己有感覺的核心概念（經由一段長時間的探索，從無數的想法中找出一個最具勝率感的企劃主軸）。企劃書不只是由文字與數字所組合而成，而是在一個具獨特性意義之下所展開的內容，核心概念是書面報告與想法提案之間的差異之處。我們可以從下列幾個定義體會什麼是企劃書的核心概念：



為企劃書找到核心概念的方法沒有捷徑，這與企劃人平常的自我修煉有關，花時間尋找就能找到，花時間訓練就能減少找到的時間。找到一個好的核心概念的主要關鍵在於「花時間」，從時間中累積數量，從數量中建立品質

## 十 企劃書核心概念的重要性

90% 以上的企劃書沒有一個明確的核心概念，這樣的企劃書即使架構完整、資料豐富，卻無法讓人感受到重點。沒有明顯主軸的企劃書內容，會讓人覺得該提的重點都提到了，但是對方卻無法掌握你想表達的真正重點是什麼。核心概念的重要性如下：

核心概念是企劃書的靈魂，沒有核心概念的企劃書就沒有生命力。核心概念是一件工藝品與藝術品之間的區別所在

核心概念可以增加企劃書的能見度，避免已有的重點無法跳脫出來。多數的企劃書並非沒有重點，而是既存的重點沒有呈現出來

### 核心概念的重要性

核心概念除了是企劃書的主軸外，與策略發展、創新思考、個人企圖心都可以連結上。發展核心概念是企劃人最根本性的能力

企劃書的核心概念可以用來扣合結構，做為企劃書寫作的指導方針。通常核心概念確認了，各章節的內容、說法就自然產生



企劃書核心概念的發展可分為人性及物性兩個面向。走向人性（強調感覺、意義、感性 ...）。例如：來自天堂的口味）通常比走向物性（強調產品性能、屬性。例如：口感最佳）更容易打動他人

## 十 發展 3-5 個重點內容

企劃書的內容不提些什麼與該提些什麼同等重要。每個人能記住的重點數有限，因此，企劃書的內容應該集中火力，將說明的重點數維持在 3-5 項內。相關說明如下：

企劃書應該在一個核心概念下搭配上 3-5 個重點，如果內容中有太多不同方向的重點，反而容易讓主題失焦。太多的重點就是沒有重點

企劃書應該是重點有限、架構完整。最差的企劃書是企劃人自己覺得說明了所有重點，但是對方看完之後，卻不瞭解真正的重點在哪裡

企劃人應該在不同章節（執行摘要、主要內容、結論...）中，反覆強調這 3-5 個重點，透過計劃性的露出，將重點明確地嵌入對方腦中

具說服力的企劃書是獨特式的企劃書，而非平均式的企劃書。獨特式的企劃書必須有所取捨，也就是必須放棄掉許多並非核心概念下的次要重點



企劃書常見的錯誤並非沒有重點，而是充斥著太多沒有在核心概念之下發展的重點。企劃過程中要捨棄次要重點是困難的，企劃人會覺得放棄掉這些觀點十分可惜。企劃書只有一個主幹（核心概念），加上 3-5 個支幹，其他較不重要的旁枝末節都應該儘量刪除