

企劃案 撰寫

理論與案例

Proposal Planning and
Writing-Theory & Cases

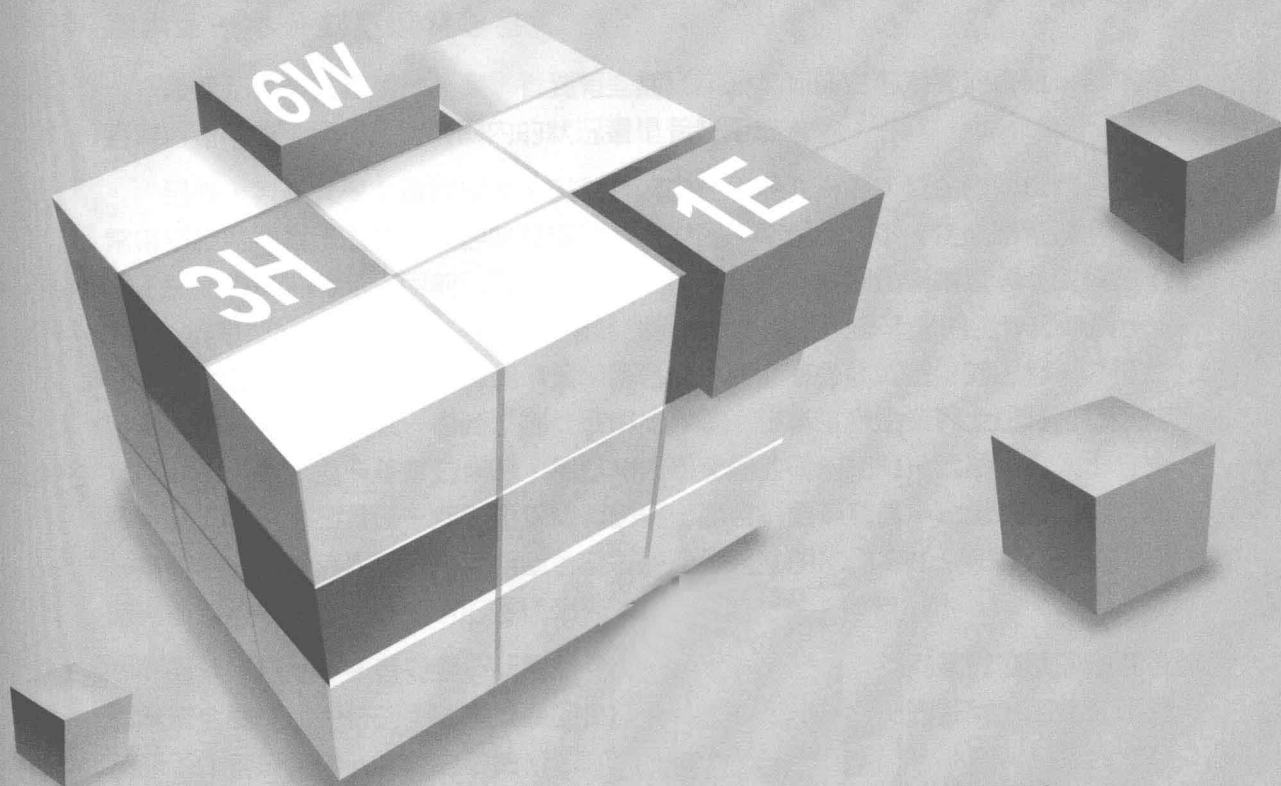


戴國良 編著

企劃案 撰寫

理論與案例

Proposal Planning and
Writing-Theory & Cases



戴國良 編著

企劃案撰寫-理論與案例 / 戴國良 編著 --四版--

臺北市：鼎茂圖書，

民 100.05 面 ； 公分

ISBN 978-986-226-554-3 (平裝)

1.企劃書

494.1

100007790

企劃案撰寫-理論與案例

作 者 戴國良 編著

企劃編輯 陳怡萱

專案行銷 陳建名

印務採購 賴銘銓

發行通路

校園 張容甄

書局 莊文彥

網路 趙盈如

發 行 所 / 鼎茂圖書出版股份有限公司

台北市中正區開封街 1 段 32 號 11 樓

電話：(02) 2381-4314 傳真：(02) 2382-5963

郵政劃撥 / 18242879

鼎茂圖書出版股份有限公司

登 記 證 / 局版台業字第 5881 號

法律顧問 / 第一國際法律事務所 余淑杏律師

台北市中山區民生東路一段 43 號 3 樓

電話：(02)25215990

打字排版 / 恆新電腦排版打字行

校 稿 / 林佩慧

本書編號 / DB0023

I S B N / 978-986-226-554-3 《平裝》

出版日期 / 中華民國 100 年 5 月四版

定 價 / 500 元

◎本著作物係著作人授權發行，若有重製、仿製或對內容之其它侵害，本公司將依法追究，絕不寬待！

◎書籍若有倒裝、缺頁、破損，請逕寄回本公司更換。

企劃案撰寫

— 理論與案例

序言

本書緣起

完成這一本書是有一些背景的。

作者工作二十年來，一直在公司從事著多層面企劃領域的職務，除了自己有興趣之外，也從這裡面學習到了很多東西，能夠與公司不斷同步成長。後來在大學從事專任教職工作，因為工作一直很忙，雖然想把它整理成一本書，但始終抽不出時間。

國內第一本企劃案撰寫專書

最近到書局去翻了一些書，看到有些翻譯自日本有關企劃方面的書籍，雖然內容寫得還不錯，但總覺得與國內的狀況還是有些距離。

另外，我在大學上課的學生，以及我過去在公司上班的年輕企劃同仁們，也經常希望我能把我過去的工作經驗及學理上的學問，整理出一本「企劃案管理」的專書，給他們學習參考。目前已有不少大專院校企管系體會到企劃案管理（或稱企劃實務）的重要性，已列為必選科目或選修科目。依作者二十多年來的工作經驗顯示，「企劃案管理」應列為商學院或傳播學院各系所都應該必修或選修的課程，才符合企業界用才需求。如果一個商學院（或傳播學院）畢業生到企業界上班時，都不能寫好「企劃案」這項基本動作時，那整個大學管理教育的結果，就顯得令人十分擔心。基於這種使命責任，作者更覺得有必要，而且將更有意義，寫出這本國內「第一本」創舉的新時代教科書。希望各位同學及上班族朋友們，將來在面對上班工作時，都能順利完成上級交辦的各種報告案及企劃案。

另外一方面，作者看到坊間所出版的企劃書籍，大抵都偏向某個領域的企劃，而無法全面性且完整的，將企業界的企劃全貌做出精緻且實務的說明。因此，亦更加深了作者撰寫這一本書的動機。

本書內容來源，除了作者自己二十多年來的工作經驗以及其他部門的工作實務見證外，亦包括了來自其他公司好朋友們意見交流的參考。另外亦涵蓋了一些學理上的必要知識在內。本書的企劃案例內容，集中在「行銷企劃」及「經營企劃」兩

企劃案撰寫

— 理論與案例

大類常見與常用到的企劃案例。在本書四版的修正中，作者增加了第2篇行銷企劃案撰寫的入門基礎知識，供大家參考；希望為本書增添它的完整性及全方位性。尤其，行銷企劃人員目前在就業市場上，很有需求性，也很適合女性同學的出路。故自四版起，未來本書的修改方向，將加強在行銷企劃領域。

本書的五大特色

作者對本書的撰寫要求，力求做到五點要求：

1. 內容章節一定要完整周全，不可有所遺漏。
2. 盡量以實務為主，理論為輔。
3. 盡量用淺顯易懂的文字及用詞，來表達每一章節的內容，使每個人易於閱讀。
4. 內容的精神應注重在培養獨立思考、深入分析與決策能力，而不只是變成使用工具，不知有所變通。
5. 希望本書能成為各位同學畢業出去工作後，很具有實用價值的參考工具書。

感謝、感恩與祝福

長久以來，我已深深聽到他們的心聲與進步需求的渴望。因此，作者本人利用一年時間，一鼓作氣並用出我全部的功力，再撰成本書，相信對各位在學同學、老師們、或是上班族朋友們，能夠有一本很好用的工具書，伴隨著他們上班的工作生涯，而且都能步步高昇，不斷學習進步，迎向自己未來的美麗人生。

能夠完成這樣的使命，則是作者本人最大的欣慰與鼓舞了。只因為，我在無形中幫助了很多散布在各地我所不知道與不認識的衆多朋友們。這真是一份福田與福報。願深深祝福每一個與我同在的朋友們、老師們及同學們。祝福您們，並感恩您們。

衷心感謝各位讀者購買、並且閱讀本書。本書如果能使各位讀完後得到一些價值的話，即是我感到最欣慰的。因為，我把所學轉化為行銷與經營管理知識訊息，傳達給各位後進有為的年輕上班族朋友。能為年輕大眾種下這一個福田，是我最大的快樂來源。

企劃案撰寫

— 理論與案例

人生勉語

在此，想提供一些話語給各位讀者共同勉勵：

- 人生來來去去，一如春夏秋冬，一切平常心。
- 一燈能滅千年暗，以永恆的愛與智慧，點燃無數人內心的光明。
- 找到希望，那希望會支持自己走下去。扭轉生命的機會就此展開。
- 回首來時路，嚐盡的辛苦，成功克服求學的壓力時，您最終會發覺；一切付出，終究是會得到成果的。辛苦是值得的，也是人生過程中的必要歷練。
- 莫令時間空渡，時間用到無餘，生命的精華才益形光彩。
- 曾經，不知道還要走多久，不知道還要走多遠。我累了，倦了。如今，我活過來了。
- 長夜將盡，光明很快就到來。
- 牽手情最難忘，它是我記憶中最幸福的事。
- 成功的祕訣：積極追求，永不放棄。
- 堅持，就會等到機會。
- 走自己的路，做最好的自己。
- 要把自己的人生及命運，交到自己手上。
- 您可以不看到我，但無法不感受到我。
- 知難不難，迎難而上，知難而進，永不退縮，不言失敗。
- 沒有愛的工作只是勞役，要愛在工作中。
- 人生是付出，而不是獲得。
- 一夜東風，枕邊吹散愁多少。數聲啼鳥，夢轉紗窗曉。來時初春，去時春將老。長亭道，一般芳草，只有歸時好。
- 若不及時把握當前每一分秒，將白白空過一生。
- 反省自己，感謝別人。
- 有才無德，其才難用；有德無才，其德無用；品德第一，能力第二。
- 只要開始第一步，就離結果更近一些。

企劃案撰寫

— 理論與案例

- 世間、生命、情感，一切不過就是因緣罷了。只有緣起，沒有結束。
- 力爭上游，終必有成。
- 上帝要擦去他們一切的眼淚；不再有死亡、也不再有悲哀、哭嚎及疼痛，因為以前的事都過去了。
- 信念的脚步；我說：請賜我一盞燈，好讓我安全步入未知之境。但接著傳來一個聲音說；不，是拉著上帝的手，步入黑暗，它比光更好，比已知之道還更安全。
- 碧雲天，賞花地，春風起，花滿開，美好相逢永人間。
- 終身報佛恩、法恩、師恩、親恩及眾生恩。
- 無一物，無盡藏。
- 在變動的年代裡，堅持以真心相待。
- 博學、審問、慎思、明辨，然後力行。
- 面對變化、觀察變化，然後改變自己。
- 寂寞繁花淚輕灑，雨疏風驟誰牽掛，百媚千紅匆匆過，一世情緣付流沙，求什麼富貴，爭什麼榮華，醉夢醒後不是家，高門深院不勝寒。
- 從來不敢放下學習這二字。
- 成功的人生方程式：觀念×能力×熱忱×學習。

戴國良 謹識

hope88@xuite.net

企劃案撰寫

— 理論與案例

引言

很歡迎對「企劃案」或「行銷企劃案」撰寫有興趣的人來選修此課程。

我想，此課程對年輕上班族應該是非常重要的。因為，各位同學們或年輕上班族在公司上班時，一定經常會有長官叫您們寫某某報告，因為老闆幾天後要聽報告或聽因應對策。

現在，我舉幾個案例，看看公司到底要寫哪些報告？

- <例 1> 某化學保養品公司有支新產品上市，要找代言人。長官請您提出一個代言人企劃報告，包括如何找？要找誰？為何找她？找她要做哪些事情？找她會有效嗎？找她要花多少錢？…等。這些都是寫報告的內容之一。
- <例 2> 某公司（或某品牌產品）選定某個週六下午要在台北信義威秀電影廣場辦活動，活動內容為何？此報告應如何寫？
- <例 3> 維他露御茶園茶飲料品牌在夏天七月份要舉行一個促銷活動，並擬以杜拜七星級帆船大飯店為此抽獎促銷活動的頭獎，請問此 SP 促銷企劃案該如何寫呢？
- <例 4> 今年中秋節快到了，台北 SOGO 百貨公司想舉辦中秋購物節促銷活動，此企劃案該如何寫呢？
- <例 5> VISA 卡擬加強該卡之附加價值，故將與各異業合作給予消費者優惠，此企劃案該如何寫呢？
- <例 6> 全家便利商店正研擬農曆七月份時節推出「好神公仔」的創意全店行銷企劃案，此企劃案該如何寫呢？
- <例 7> 年底到了，新光三越百貨將盛大推出週年慶活動以達成今年業績目標，此企劃案該如何寫呢？
- <例 8> 全聯福利中心計劃與最大日用品商 P&G 單獨合作推出促銷活動，以增加業績，此企劃案該如何寫呢？

企劃案撰寫

— 理論與案例

- <例 9> 遠東集團 Happy go 紅利集點卡該如何設計規劃，使之更有價值，並吸引消費者去使用及申請卡，此企劃案該如何寫？
- <例 10> 國外品牌精品 L.V.、Chanel、Prada、Burberry…等將舉辦秋冬新裝展示會，此發表會企劃案該如何寫？
- <例 11> 全聯福利中心目前已破 600 店，成為國內第一大，計劃三年內達 300 店目標，此企劃案該如何寫？
- <例 12> 伯朗冷藏咖啡新產品已完成生產計劃，其上市廣宣活動全面推出，此企劃該如何寫？
- <例 13> 統一超商計劃推出自有品牌「7-11 Select」系列產品，此企劃該如何寫？該如何評估？
- <例 14> 一向以化妝品為主力的資生堂，在日本推出的「Tsubaki」洗髮精一炮而紅，計劃引進台灣上市銷售，此企劃案該如何寫？
- <例 15> 某中小型貿易公司最近進口代銷某項新產品，請問您將如何撰寫銷售企劃案？
- <例 16> 亞尼克菓子工房蛋糕口碑極好，最近擬加速拓展計劃，此企劃案如何寫？
- <例 17> 85°C 咖啡蛋糕連鎖店擬進軍中國市場，在中國上海地區開設直營店，此企劃案該如何寫？
- <例 18> TOYOTA 豐田汽車在台灣代理商和泰汽車公司近期擬辦理大型社會公益行銷活動——萬人萬步健康走的活動，此企劃案該如何寫？
- <例 19> 國泰人壽近期擬舉辦兒童繪畫比賽的公益行銷活動，此企劃案該如何寫？

目錄

第一篇 企劃理論篇

第1章 提升「企劃力」：關鍵的20堂課

第一堂課	企劃案撰寫總體架構與思維綜述	5
第二堂課	什麼才是好的企劃案	22
第三堂課	企劃與判斷力	24
第四堂課	企劃與思考力	31
第五堂課	企劃與顧客導向力	33
第六堂課	企劃與商管知識力	35
第七堂課	企劃與可行性力	42
第八堂課	企劃與獲利力、效益力	46
第九堂課	企劃與反省檢討力	49
第十堂課	企劃與執行力	52
第十一堂課	企劃與六到力（現場力）	55
第十二堂課	企劃與資訊情報力	65
第十三堂課	企劃與重點知覺力	69
第十四堂課	企劃與國外借鏡力	74
第十五堂課	企劃與人脈關係力	78
第十六堂課	企劃與產業熟悉力	79
第十七堂課	企劃與財會知識力	82
第十八堂課	企劃的兩種不同思維觀點	84
第十九堂課	企劃與主動積極力	87
第二十堂課	企劃與大企業集團資源優勢力	89

企劃案撰寫

— 理論與案例

第 2 章 企劃導論	
第一節 公司為什麼需要「企劃」？	103
第二節 企劃（規劃）、計畫與決策之關係	108
第三節 企劃的九項基本概念與特性	110
第四節 日日學習，終身學習	114
第 3 章 企劃的組織與企劃案類型	
第一節 公司組織中三種企劃單位的名稱、功能、 位階與內容層級	121
第二節 企劃案的類型與項目	126
第 4 章 企劃案撰寫的重要原則與基本格式要求	
第一節 企劃案內容撰寫的共同重要原則(6W/3H/1E)	135
第二節 企劃書的基本格式要求	141
第 5 章 撰寫企劃案的步驟與過程注意要點	149
第 6 章 企劃人員能力要求	
第一節 提高企劃力的「八力」	159
第 7 章 企劃人員的成功守則與禁忌	
第一節 企劃人員的九大守則	165
第二節 企劃人員的七大禁忌	170
第二篇 行銷企劃撰寫基本入門知識篇	177
第三篇 行銷企劃案撰寫全文內容篇	
第 8 章 智冠科技公司「魔獸世界」行銷企劃案例	217

企劃案撰寫

— 理論與案例

第9章 週年慶行銷企劃案例

- 第一節 實戰案例之一：某電視購物公司 11 月好好玩
週年慶 v.s 12 月好好康週年慶..... 237
- 第二節 實戰案例之二：某電視購物公司○○年週年慶
行銷活動提案 249

第10章 案例介紹－台北捷運銀髮關懷活動案..... 257

第11章 某太陽眼鏡品牌舉辦產品發表會活動企劃..... 269

第12章 某旅遊公司活動企劃案 279

第13章 行銷（廣告）企劃撰寫內容分析 291

第四篇 行銷企劃案撰寫大綱案例篇

- 第一節 如何撰寫「營運檢討報告案」 302
- 第二節 如何撰寫「廣告企劃案」 326
- 第三節 如何撰寫「新產品（上市）企劃案」 336
- 第四節 如何撰寫「業務（銷售）企劃案」 343
- 第五節 如何撰寫「顧客滿意企劃案」 355
- 第六節 如何撰寫「市場（行銷）研究企劃案」 369
- 第七節 如何撰寫「促銷活動企劃案」 372
- 第八節 如何撰寫「公共事務宣傳企劃案」 380

第五篇 經營企劃案撰寫大綱案例篇

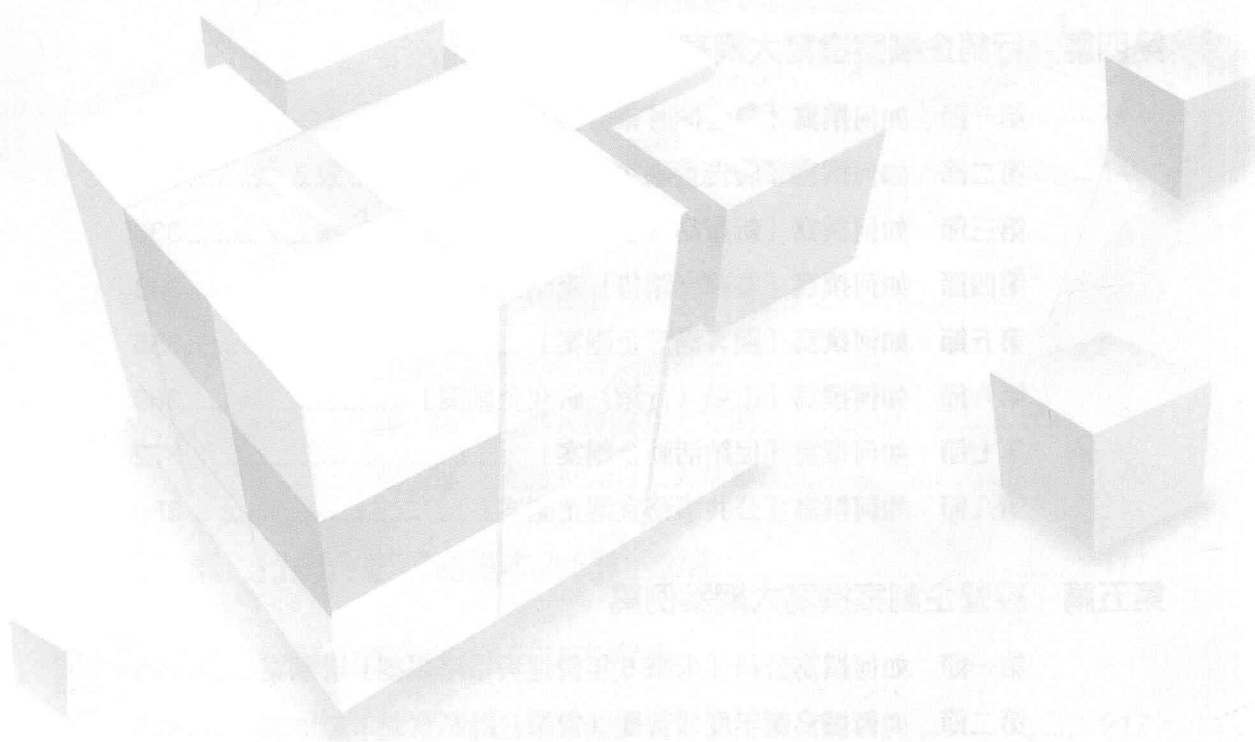
- 第一節 如何撰寫公司「未來 5 年營運與策略規劃」計劃案 393
- 第二節 如何撰寫新年度「營運（營業）計劃案」 406

企劃案撰寫

— 理論與案例

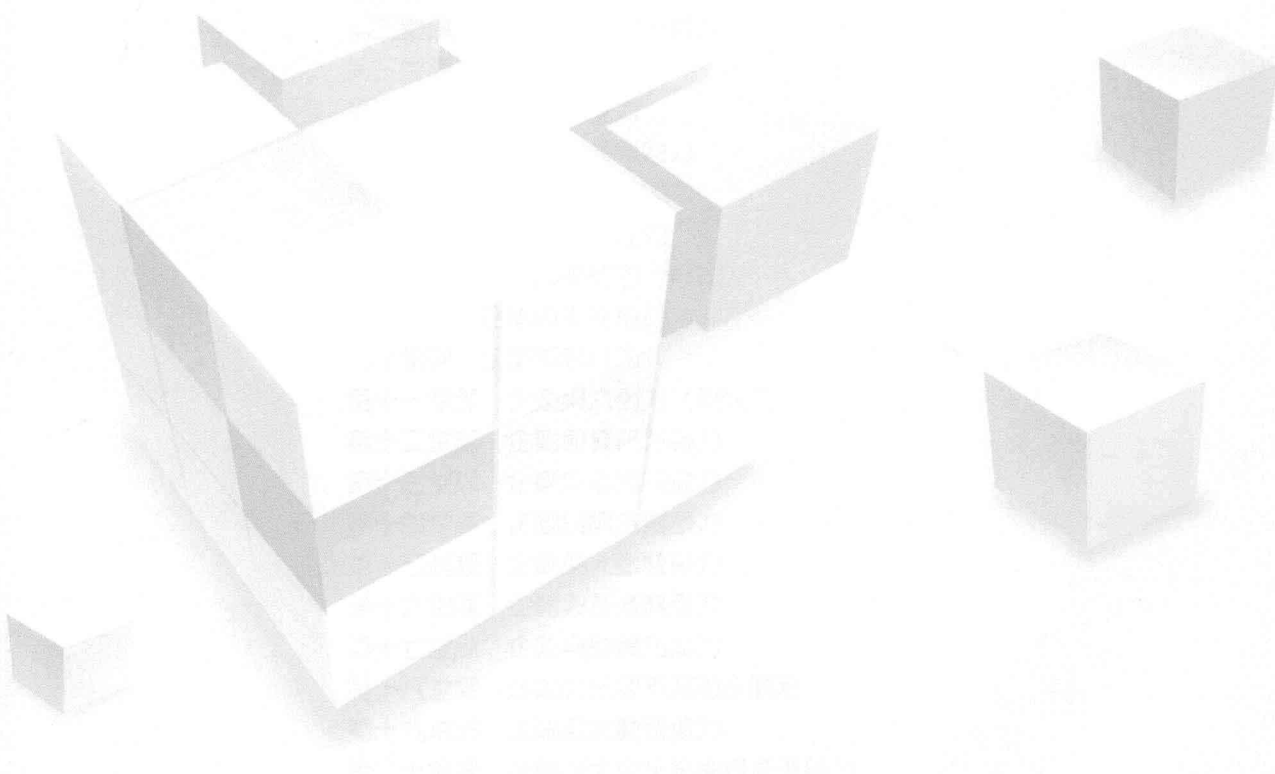
附 錄

I LOVE MP	416
Bee	430
愛的鼓勵	461
DIAMOND	474
參考書目	496



第一篇

企劃理論篇



Chapter



提升「企劃力」：關鍵的 20 堂課

- 第一堂課 企劃案撰寫總體架構與思維綜述
- 第二堂課 什麼才是好的企劃案
- 第三堂課 企劃與判斷力
- 第四堂課 企劃與思考力
- 第五堂課 企劃與顧客導向力
- 第六堂課 企劃與商管知識力
- 第七堂課 企劃與可行性力
- 第八堂課 企劃與獲利力、效益力
- 第九堂課 企劃與反省檢討力
- 第十堂課 企劃與執行力
- 第十一堂課 企劃與六到力（現場力）
- 第十二堂課 企劃與資訊情報力
- 第十三堂課 企劃與重點知覺力
- 第十四堂課 企劃與國外借鏡力
- 第十五堂課 企劃與人脈關係力
- 第十六堂課 企劃與產業熟悉力
- 第十七堂課 企劃與財會知識力
- 第十八堂課 企劃的兩種不同思維觀點
- 第十九堂課 企劃與主動積極力
- 第二十堂課 企劃與大企業集團資源優勢力

