

企划高手 不告诉你的 提案技巧

47

个

企划王 | 著



**1天学会1个技巧，
你就是下一个顶尖企划人！**

本书 **5** 个不得不买的理由

- ① 百名企划一致认同** | 本书通过问卷调查，精选出99%的企划人员一致认同的47个提案技巧
- ② 什么提案都能过** | 作者以多年经验整理出“提案不过的10大原因”，帮你见招拆招，百战百胜
- ③ 14种吸睛提案招式大公开** | 学会本书中的吸睛提案招式与成功关键，让你立即抓住客户的“眼球”
- ④ 全方位业务必修学分** | 提案时要建立“5感”，让你的提案不再冷场
- ⑤ 新手也能快速上手** | 贴心收录“10大简报教学网站”与“10大国内外免费企划、提案资源网站”，就算是新手也能迅速提升过案率



化学工业出版社

企划高手 不告诉你的 提案技巧

47

个

企划王 | 著



化学工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

企划高手不告诉你的47个提案技巧/企划王著. —北京:
化学工业出版社, 2012. 1

ISBN 978-7-122-12663-4

I. 企… II. 企… III. 企业管理-经营决策 IV. F272.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第217310号

原繁体版书名: 企劃高手不告訴你的47個提案技巧 作者: 企劃王

ISBN 978-986-6166-04-4

本书中文简体字版由我识出版社有限公司授权化学工业出版社独家出版发行。
未经书面许可, 不得以任何方式复制、转载或抄袭本书的任何部分, 违者必究。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2011-5837

责任编辑: 史 懿

装帧设计: 韩 飞

责任校对: 顾淑云

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 刷: 北京云浩印刷有限责任公司

装 订: 三河市万龙印装有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张15 字数219千字 2012年5月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 29.80元

版权所有 违者必究

前言

提案就是这么简单！

如何提出一个会让人“哇！”的精彩企划？

如何成为一个众人都羡慕的提案高手？

你是否曾经问过自己这两个问题？要是有的话，那表示你正往高手的方向前进，因为真正的高手总是无止境地自我鞭策，他们拥有无限的好奇心、对于生活周遭的一切充满兴趣，比如突然看见路边有庙会、表演或任何会聚集人潮的状况，他们就会立刻凑过去看看个仔细。就连有时在电视上看见自己不知道的新科技推出，也会马上记下来，然后上网查个仔细。

因为，这些东西难保不会在下次提案时用上！

《企划高手不告诉你的47个提案技巧》的出版，就是为了造福更多正在努力朝向提案高手之途迈进的勤奋者。为此，特地找来4位业界高手，分享他们多年的提案经验。或许你会以为这些高手从没遇过挫折，但事实是他们也曾遭遇过挫折、困顿，可是他们从不放弃，而且努力精进。因此你可以从这些人的经验中学习如何避免失败，更能从中学到他们之所以成功的秘诀！

本书还挖出“提案不过的10大原因”，如内容毫无参考价值、搞不清楚客户需求、找不到“吸睛点”、预算编列不够确实等。尤其许多提案者在提案之前自以为搜集的资料与内容已经够精确，以为自己准备充分、毫无疏漏地上台做简报，最后却是被炮轰下台。

其实不论面对过多少客户，简报做过多少回，真正的高手面对每一次提案仍是全力以赴、小心以对，不过他们不会表现出怯懦的样子，而是充满自信感上台做简报，他们到底是怎么办到的呢？这些技巧都会在本书中告诉你。此外，还会解析哪些原因会造成提案不过，告诉你如

何解决。

除了这些，本书更从高手口中挖出“14种吸睛提案招式”，让你从进入提案会场开始就一路无往不胜，分享高手如何让自己的提案内容生动、有趣，以及他们会利用哪些技巧替自己的提案加分。例如简报与企划书一定分开制作，而且会把企划书当成“杂志”来设计，因为他们懂得什么叫作“狗屎”平面设计法，也知道内容标题要吸引人，让人会有想要阅读的兴趣，不单单只是提供信息而已。

而“提案时的5感建立”部分则是针对提案现场，提案人所需具备的说话技巧提出建议。有时不是因为你的提案内容不好，而是你的说话技巧不好，无法让人产生信任感，因而看不见你的“专业感”或“专业度”。或者可能是你不懂“如何营销”提案内容，也不知道如何带动气氛吸引现场人员注意力。要是能够让自己拥有这“5感”能力，也就无须畏惧上台做简报时客户们可能炮轰你，因为你将成功收编他们，让他们心甘情愿把项目交给你来处理。

既然要让你成为高手，就一定要挖出更多不为人知的细节与你分享，“14项提案成功关键”把高手暗藏的绝招全数挖出，告诉你提案前、中、后3个阶段应该如何准备，确保一切都在自己掌握之中。

本书还有一项贴心之举，那就是与你分享“10大简报教学网站”与“10大国内外免费企划、提案教学网站”，让还不懂如何做出完美简报的你，不用花大钱上补习班；而已经懂得做简报的你，得以知道网络上有哪些免费简报版式与字形可供下载，让你的简报看起来更加专业。

切记，许多事情在你看来毫无意义，但个人能力的高低差异就凸显在这些你认为不重要的地方！

企划王

目录

第一章

4大种类企划项目提案经验分享

- 01 | 做一个会让人“哇！”的提案.....2
 - 凸显你的价值.....2
- 02 | 高手懂得“望、闻、问、切”.....7
 - 为客户开出一帖好药单.....7
- 03 | 魔鬼不只藏在细节里.....12
 - 今天一定要替明天多做准备.....12
- 04 | 搞懂客户的心意，别拿真心换绝情.....17
 - 找出与众不同的那个点.....17

第二章

提案不过的10大原因

- 05 | 未摸清楚对方的“底”.....24
 - 知己知彼，百战百胜.....24
- 06 | 抓不住“眼球”.....27
 - 招招刺中他们的核心想法.....27
- 07 | 提案内容毫无逻辑.....31
 - 别再自以为专业了！.....31

08 提案内容没有参考价值	34
你的企划是被需要的吗?	34
09 预算编列不精确	37
预算编得好, 麻烦就会少	37
10 效益评估随便做	42
预期效益要有看头	42
11 简报不等于书面企划案	46
多做一点, 客户对你也更满意一点	46
12 主题缺乏整体包装	49
“点”不代表整体包装	49
13 未先做好内部风险评估	52
确保自己不会白做工	52
14 缺乏简报技巧	55
让客户理解, 还要进一步认同	55

第三章

提案时的5感建立

15 信任感	60
审视你的提案对象	60
16 专业感	64
非专业不可	64
17 营销感	68
站在对方的立场学“营销”	68
18 愉悦感	71
在愉悦之中进行说服	71
19 综艺感	74
提案过程就像是一场表演	74

第四章

14种吸睛提案招式

20	关键提案 90 秒	78
	掌握关键 90 秒	78
21	构思要有吸引力	81
	找出那一句话来!	81
22	逻辑很重要	84
	有因就有果	84
23	只要 3 ~ 4 个重点	87
	反复提起核心概念	87
24	简单就是好	91
	请不要倒垃圾给对方	91
25	顺畅的流程	95
	你可以学着这样做	95
26	数据一律图表化	98
	利用图表提供信息	98
27	质量比分量重要	102
	别再以为“多”就是好	102
28	必学的“狗屎设计”	105
	学好“狗屎设计”让简报看起来更专业	105
29	读起来像本杂志	108
	做一份能赢得赞赏的企划书	108
30	善用密技吸引注意力	111
	工欲善其事,必先利其器	111
31	自信是一帖好药方	114
	注意细节赢得更多	114
32	掌握提案节奏	117

	明确的节奏代表专业与自信	117
33	提案的目的是为了说服	120
	拥有说服力很重要	120

第五章

14项提案成功关键

34	拟定作战计划	124
	事前规划不能不做	124
35	计划不等于企划	127
	具备竞争力的企划案	127
36	简报也需时间管理	130
	短的恰到好处	130
37	包装不要矫情	133
	用诚意去做，别人就感受得到	133
38	懂得择善固执	136
	倾听意见、但不随波逐流	136
39	不要让人看见你在台上练习	139
	提案过程就是一场表演	139
40	搞清楚“谁是决策者”	142
	事前调查要仔细	142
41	开场一定要设计	145
	要有爆炸般的力量	145
42	小心口头禅害了你	148
	口齿清晰是基本能力	148
43	注意提案用词	151
	“让人了解”才叫沟通	151
44	强化认同感	154

要理解，更要认同	154
45 给自己保留一点余地	157
46 听懂弦外之音	160
当场就能找出客户不喜欢的原因	160
47 知道何时该闭嘴	163
适当的留白，会让画面更美	163

附录一

10大简报教学网站

01 Microsoft 教你如何工作更顺手	168
microsoft.com 提案技巧全都露	169
02 Office 教你 PPT 快速入门	171
一步一步学会 PowerPoint 2007	172
03 PowerPoint 2003 版本功能教学全解	174
一步一脚印，从头开始学	175
04 尼可斯的计算机软件教学世界	177
替场景加上特效	178
05 连小学生都看得懂的 PPT 教学网站	180
学会几个小功能，PPT 因此大加分	181
06 Ehow 网站正风行，教你如何做简报	183
赶快点开页面，让专业的来教你	184
07 Smart Art 让你的 PPT 看起来也 Smart	186
跟着老师学技巧，一切都容易	187
08 潘老师的教学频道	189
跟着影片学，又快又有效率	190
09 教你学 PPT 顺便增强英语阅读能力的网站	192
学着使用 PPT 2007 英文接口软件	193

10 一个可以学着做，还能教别人的网站	195
互动学习法，让你进步更快	196

附录二

10大国内外免费企划、提案资源网站

01 Presentation Magazine 充实你的PPT	
数据库	200
简报技巧、免费版式，还有什么比这网站更好	201
02 一个从How to到Ididit的网站	203
所有秘诀就在弹指之间	204
03 Brainy Betty 让你的PPT更有看头	206
免费的PPT，免费的创意	207
04 juiceanalytics.com 美化你的数据资料	209
数据图表化，juiceanalytics 让版面更美丽	210
05 Prester's Resource 让你的PPT动起来	212
让PPT不只是PPT	213
06 工作达人Brownny 教你如何工作更顺手	215
来学Brownny愉快工作的方法	216
07 Don Mcmillan 要你别犯这种错	218
跟着老师学技巧，一切都容易	219
08 使用专业版式，让你看起来也专业	221
版式设计也要讲究专业	222
09 学习让自己工作得更专业	224
Workawesome的一些小技巧	225
10 简报轻松做 小秘诀大公开	227
保持文稿的简单且浅显易懂	228

第一章

4大种类企划项目 提案经验分享 ▶▶▶

为了想要在竞争激烈的提案现场上活下来，所有人无不努力、无不尽心。但现实总是残酷的，能够在这个场合下脱颖而出的永远只有那么几个，受人瞩目的对象似乎一辈子都轮不到自己。该怎么做才能使自己跃上舞台？该怎么样才有办法如同其他人一样杰出？要是你在心里头不断如此追问着，那么接下来的内容应该可以提供你一些答案与线索！

谢佩琪、陈俐吟、胡恒士、施慕筠，分别在各自领域中崭露头角的企划达人，将要分享他们这一路工作过来的经验，以及解析成为一个优秀提案人才需要具备的基本能力，还有如何做出令人欣赏的计划。做出让人会“哇！”的企划案是谢佩琪对自己的要求。陈俐吟则强调企划“只有适不适合，没有好不好”，并且要在厂商与消费者之间找到平衡。胡恒士依据自己的经验“送七力”给读者们，期待所有人都能具备“观察力、创意力、思考力、整合力、沟通力、管理力与执行能力”，以成为一位优秀的企划人员。最后一位施慕筠则指出一些经常被人遗忘的“小细节”，只要跟着改善便能使你成为一位面面俱到的专业高手！

别再害怕上台做简报，也别再害怕提案这件差事，因为现在有高手为你指引方向！

01

做一个会让人“哇！” 的提案

受访者：谢佩琪

现职：创异广告公司（Inspire集团
旗下子公司）创意总监

企划经历：OgilvyOne、JWT、Leo
Burnett、Dentsu

想要当一个提案高手，拥有“敏锐观察力”、“良好的逻辑与整理能力”成了必要条件，可以在短时间内抓出客户的问题并做成策略、提出建议；更要有越挫越勇的精神，而谢佩琪就是这样一个模范。



凸显你的价值

要说谢佩琪是一名怎么样的受访者，最先让人想起的应该是她轻快的语调、绝对的专注力，还有甜美的笑容。访谈过程中，她不断运用这3项特质，分享过去15年来所累积的经验，每分享一个案例就会让人感觉好像自己也参与了那次的提案，这种“述说”的能力确实令人印象深刻。让你在不自觉的情况下跟着游历了一回她的职业生涯，而且收获满满。

她说不论遇上什么样的客户，不管她到底对自己的产品或经营策略有没有方向，最重要的事情是做出一个让对方会发出“哇！”的提案。当她这样说时，似乎也在她眼中看见迸发出来的火光与热情；尤其听见她分享的那些“故事”之后，更是令人在心底忍不住地跟着“哇！”了起来……

➔ 通过简报展示，进到客户心里

所有的企划人员都希望透过第一次接触就了解客户的“真正”需求，但

事与愿违的状况经常发生，尤其遇上对自己产品或经营策略不明确的客户时，对方总会期待“提案者”能够替他们找出“策略”与“方向”。因此，去见客户前谢佩琪一定会事先做好功课，掌握该客户目前所处的市场状态，以及了解各项竞品的特色与优缺点。“当遇上这一类的客户，懂得发问很重要。不过有时也会问不出个所以然，那么我就会分享一些经验，问问对方是否面临同样的处境。”这样做的好处在于能够逐步找出客户内心真正的想法，并进一步确认企划的方向。

2008年，由美国次贷危机引发的金融风暴席卷全球，谢佩琪的公司便针对“经济衰退”的状况，邀请一些潜在客户与既有客户参与研讨，过程中分享了不少过去曾经服务过的成功案例，并提出改善对策。“客户通过这些展示，能够知道我们明白他们目前面临的问题，还能提出具体的解决方法，这对客户而言具有一定的吸引力。”也能够建立起客户对自己的信任，毕竟表现得越专业越能让对方产生信赖感。因此，提案过程中利用“经验分享”的方式，有助于强化客户对自己的信心，还能借此了解客户的需求。

② 与窗口建立良好的沟通管道

若是比稿，通常会有3~4家公司一起参与，想要从中脱颖而出，就要看清楚对方提供的简表。好比一家客户推出新款摩托车，里面就会注明：摩托车的功能、特色与他们希望主打的目标人群是从几岁到几岁等。当从对方那里得知这些讯息展开创意之后，若过程中觉得信息不足，一定要打电话向窗口询问清楚。

与窗口保持良好的关系是必要的，通过窗口你能够更深入地了解客户的想法，因为制式的简表无法满足提案者的需求，“好比对方说他们想要主打的目标人群是年轻人，但年轻人还可以分成：叛逆型、大地型（喜爱游山玩水）或夜店型；这就必须透过窗口去理清他们希望的目标人群类型。”经过这样的讨论就能逐步缩小范围，归纳出客户真正的需求。

谢佩琪强调“沟通”是企划前期最重要的工作，其次是“发现问题”，因为客户给的线索通常不会太多，提案者就必须通过这些蛛丝马迹找出答案，更重要的是找出与别人不同的“差异点”。

例如“大家都在讲美白，不断强调‘白’的重要性，或许我就能从‘黑’的角度切入”，再听听看客户对这个方向的接受度如何，毕竟客户有可能会觉得这个概念太过“负面”，或他们希望的呈现形式是以“美丽”、“亮眼”的方式表达。“你就是要利用各种方法去探对方口风，取得更多的信息才有办法做出达到对方需求的企划。”

⑤ 做市场调研归纳众人意见

市场调研是收集与归纳意见非常好的方式，尤其需要数据来佐证自己的推论时，市场调研更是不可缺少的帮手。但做大规模市场调研需要庞大的经费，谢佩琪建议可以利用“碎石子调查法”，也就是询问亲朋好友的意见。

“你一定要先去了解谁在用这个产品，谁是你的对话对象，如此你才会知道问题在哪里。”例如摩托车厂商想对话的对象是18~25岁的学生，但由于早就超过这个年纪，自己“印象中”的年轻人早就改变了，就可以去问谁的朋友、谁的弟弟妹妹可以帮忙做调查。“问题设计的内容，可能会包含他们都会去哪里玩，骑什么品牌的摩托车，为什么不选某一类型的车型。”经过这些问答，便能归纳出“大约的”一致性，“例如觉得这个品牌老化，那么我们应该做的方向就是让品牌年轻化！”

此外，谢佩琪也认为在创意设计过程中有时候会陷入“主观”危机，为了避免这样的状况发生，市场调研是比较好的方式。

“市场调研是一种有依据的东西，不会太主观。有时我们会希望利用‘客观’的想法再加入‘主观’的创意。因为，太过主观，风险很大。”

不过“碎石子调查法”也有缺点，就是取样太小。为了避免客户提出这样的质疑，谢佩琪一定会先跟对方说明这次取样的大小、目标人群是否符合需求，同时强调这只是一个小规模调整的调查，“要是客户对大规模调查有兴趣，并且觉得有必要进行，我们才会替对方做大规模市场调研。因为，那又是另一笔预算。”

⑥ 找出谁是决策者

做简报之前，还有一件事情要打听清楚，那就是“谁是决策者”。每家

公司的做法不同，有的会直接向老板报告，有的会从低阶主管一路报告到上面。有些老板真地会听，然后就做出决定。但有时可能什么也没说，什么也没做。

谢佩琪还曾遇过老板听完后对员工的训话，“那个老板听完以后没有针对内容提出具体建议，而是直接跟员工做教育训练，我们也就只能跟着一起听。”当然异言堂的状况也很常见——“就是大家你说一句、我说一句，但最后还是没有结论。”若真地遇上这样的状况，谢佩琪的方法就是站出来帮大家做个总结，“这时候就要跳出来问对方：那各位的意思是不是……还是觉得……要是没有意见，那我们就会按照这个方向修改。”因为如果当天不能做出具体意见，那就等于白开了这次会议。

这也就是谢佩琪之所以会强调，一定要搞清楚决策者是谁的原因，若是弄不清楚，那么每一张投影片都要不断地重复同样的内容，其实并非好事，最好能够根据不同的对象进行调整，将有助于达成沟通的目的，毕竟面对不同的对象最好使用不同的讲话方式。还有另一种状况也很让人伤脑筋——“我也碰过决策者都不自己出面的，那时候就很难进行评估。只好透过接触窗口的意见来揣测企划方向是否正确。”

⑤ 观察、逻辑、整合

不过，谢佩琪也不是屡战屡胜。她也曾遇过非常尴尬的场面。她说那次提案报告，同事才刚讲两页，台下老板就说：“跳过，这些我知道，跳过、跳过、跳过”；还一直强调“我只有10分钟”。那时候她就知道大事不妙。

“为了缓和尴尬的气氛，一上台我就说：谢谢老板把时间留给创意，因为创意确实很重要。”就这样，一句简单的玩笑话化解了现场原本僵硬的气氛。虽然最后提案还是没过，但当时那位喊“跳过”的老板留在现场的时间比起他说的10分钟，还要多更多。“其实当那老板一直说跳过，我们就知道整个企划的方向错了。不过还是要想办法表现出我们的专业，至少减少负分。”

担任一个优秀的提案人员，确实不能期待每个客户都会给你善意的响

应，尤其是当你站在台上，发现底下的人不断皱眉或是心不在焉时，就一定要想办法抓回对方的注意力，“保持现场一定程度的愉悦，我觉得很重要，因为气氛轻松对方会比较愿意倾听。”谢佩琪在采访过程中确实也都一直保持美好的笑容，不管采访过程中被餐厅服务生打断了多少次，她仍旧专注地响应所有问题。

采访结束撰写完这份文稿之后，突然觉得我们不断追问到底一个优秀的提案人员应该要具备哪些特质，一份好企划应该具备哪些内容的时候，或许我们应该回过头来先问问自己：“是否一直拥有热情，是否一直有无限的好奇心，是否乐于自己的工作？”要是没有，那么不管怎么努力，大概都没办法像谢佩琪一样——保有她甜美的笑容。



1分钟提案技巧精华总复习 ▶▶▶

不要吝于表达自己的想法，要懂得适当提出意见，但也不要强出头。
你该做的是——凸显出自己的价值，不要只当一个执行者。