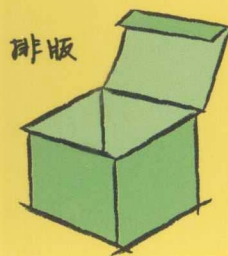
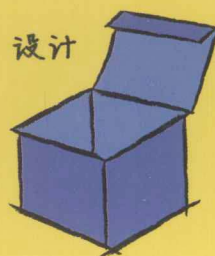
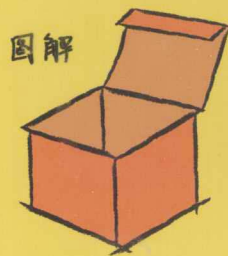


开口之前 定胜负！

简报×提案×企划书的神奇说服力

(日)天野畅子 著 李青 译



说一句话，就让老板、客户、投资商忍不住点头！

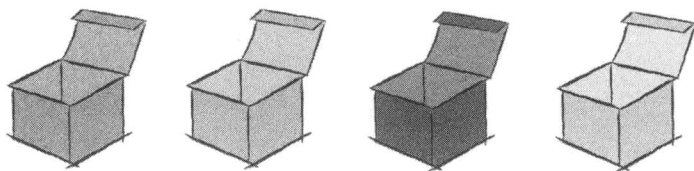
在起点，占尽先机！

编辑 → 图解 → 设计 → 排版

4部曲，帮你打造无往不胜的超强商用文本！

013068459

后 F272.3 司
小学 273 4-02



开口之前定胜负!

简报×提案×企划书的神奇说服力

(日)天野畅子 著 李青 译



F272.2
273



北航

C1676129

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

开口之前定胜负! / (日) 天野畅子著; 李青译.

——北京: 世界图书出版公司北京公司, 2013.7

ISBN 978-7-5100-6630-6

I. ①开… II. ①天… ②李… III. ①企业管理—经营决策—文书工作 IV. ①F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 152780 号

ZUKAI HANASAZU KIMERU! PUREZEN by Nobuko Amano

Copyright © 2008 Nobuko Amano

Chinese simplified Character translation copyright © 2013 Beijing World Publishing Corporation

All rights reserved

Original Japanese language edition published by Diamond, Inc.

Chinese simplified Character translation rights arranged with Diamond, Inc.

through Shinwon Agency Beijing Representative Office, Beijing.

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2010-2631

开口之前定胜负! 简报 × 提案 × 企划书的神奇说服力

著 者: (日) 天野畅子 译 者: 李青 丛 书 名: 小学堂 筹划出版: 银杏树下
出版统筹: 吴兴元 责任编辑: 罗炎秀 郝佳 营销推广: ONEBOOK 装帧制造: 墨白空间

出 版: 世界图书出版公司北京公司

出 版 人: 张跃明

发 行: 世界图书出版公司北京公司 (北京朝内大街 137 号 邮编 100010)

销 售: 各地新华书店

印 刷: 北京正合鼎业印刷技术有限公司 (北京大兴市黄村镇太福庄东口 邮编 102612)

(如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请与承印厂联系调换。联系电话: 010-61252412-8021)

开 本: 690 × 960 毫米 1/16

印 张: 15 插页 4

字 数: 200 千

版 次: 2013 年 9 月第 2 版

印 次: 2013 年 9 月第 1 次印刷

读者服务: reader@hinabook.com 139-1140-1220

投稿服务: onebook@hinabook.com 133-6631-2326

购书服务: buy@hinabook.com 133-6657-3072

网上订购: www.hinabook.com (后浪官网)

ISBN 978-7-5100-6630-6

定 价: 35.00 元

后浪出版咨询 (北京) 有限公司常年法律顾问: 北京大成律师事务所 周天晖 copyright@hinabook.com

版权所有 翻印必究

前言

企划书是否成功，做现场陈述前就已决定

不用一句话就顺利拿到 2000 万日元的订单

作为企划顾问，我除了参与企划书制作，也接受与企划相关的咨询。从在广告公司上班时开始，我站在提交企划书和接受企划书两种立场上，已接触了上千个企划书。

在此期间，我最大的发现是大部分人都弄错了企划书制作的先后顺序。做一场激情四溢的现场陈述，熟练运用 PowerPoint 使投影生动活泼……这些的确很重要，但如果不用心制作企划书，就根本不可能获得预期的效果。

公开招标或竞标时，只有企划书通过审核，才能获得现场陈述的机会。想将公司的产品推销给客户，就要提供企划书供对方负责人进行内部讨论。因此，书面企划书在很大程度上左右了最后的结果。

只要认真制作企划书，即便做现场陈述时犯些小错误——比如因紧张而导致语言不够流畅——也能做成这笔生意。因为做现场陈述前，胜负就已决定。从我的经验看，对方负责人或最高决策者审核过所有企划书后，基本上就会决定采用哪一个企划书，而且对方公司内部多半也已达成共识。

我负责过一个政府机构招标项目的投标。当时我们公司是第一次参加投标，也没有什么业绩。想不到在企划书审核环节我们就从十多个公司中脱颖而出，获得了第一名。我们接到面试通知后，便针对他们可能提出的问题，准备了许多应对之策。结果到那里我们才发现，对方早已决定采用我们的企划书了，根本不需要现场陈述。就这样，我们不用一

句话就拿到了 2000 万日元的订单。

我还参加过一个大型游戏公司的招聘。当时他们只招一个人，却有两百多人应聘。我投出一份很有说服力的简历后，顺利地 from 两百多人中胜出，得到了这份工作。进公司后我才听说，其实公司早在面试前就已经决定录用我了。

总而言之，你很难获得现场陈述的机会，即便有时获得了这样的机会，但其实结果在这之前就已决定了。

从“Before”到“After”——企划书大变身

不用一句话就赢的诀窍在于做出一份能获得对方青睐的企划书。事实上，所谓的“必胜企划书”并没有什么特别的技巧，不过是全面呈现应有的内容，再多花一些功夫在细节上而已。但正是这些处处可见的细节不断打动对方，才最终俘获了对方的心。

一个简单的标题都大有学问。好的标题会让人产生继续往下翻、一窥究竟的冲动，差劲的标题则会起到相反的作用；用色也是如此，选择恰当的颜色能让人产生好感，反之则会引起对方的反感。

因此，本书从编辑、图解及设计等各个角度对制作企划书提出了详细的建议。或许有些建议会细致到让人觉得：“这么小的地方谁会注意啊？”但审核企划书的人眼睛很尖，他们会以“淘汰哪一个”而不是“选择哪一个”为标准来审核企划书。

最后选出的那份企划书，必定是打败了几十甚至几百个竞争对手才胜出的。

有人可能会认为“要记住这么多东西太累了”。请放心，本书用“Before”版块介绍常见的失败企划书，同时用“After”版块介绍依据书中建议修改过的企划书。只要模仿从“Before”到“After”的过程，就能大大提高企划书的说服力。

大部分关于企划书制作的书籍都是介绍如何使用微软公司的 PowerPoint 软件来制作企划书，本书为了让初学企划书制作的人也能看

懂，以 Word、Excel 的运用为主，介绍了一些简单的企划书制作技巧。PowerPoint 是一款很好用的软件，但并不适用于制作书面企划书。而只要在 Word 中输入文字，再加上用 Excel 做出来的表格，就足以制作出一份完美的企划书。

只要按本书所教的方法去做，相信大家就一定能掌握不说话就赢的企划术。不用说一句话，一切就如你所愿——如此美好的感觉，衷心希望各位读者都能体会到！

天野畅子

2008 年 5 月 5 日

目 录

前 言 企划书是否成功，做现场陈述前就已决定 1

第 1 章 以“外表”定胜负的企划书 1

1.1 制作企划书必须把握的原则

企划书的“外表”占胜算的五成，15 秒钟就能定胜负 2

15 秒钟定胜负 2

高效企划书不可或缺的三要素 4

1.2 制作企划书的注意事项

制作便于使用的企划书 6

热情的陈述、激情的姿态都无法再现 6

什么样的企划书容易受到青睐？ 6

1.3 制作企划书的目的

制作企划书前要先明确目的 10

想要什么样的结果？ 10

学习说话技巧前要做的事 12

1.4 必须明确的事项

制作企划书前必须明确的事项 14

明确截止日期至关重要 14

根据对方决策者的特点制作企划书 14

拓展阅读

必胜企划术 1：你认为好的东西好在哪里？ 18



2.1 标题

如何用标题吸引眼球? 20

一目了然的标题 20

起标题的小窍门——巧将句子变词组 20

2.2 结构

结构越简单,企划书就越醒目 24

省略寒暄语、企划背景、企划目的等内容 24

给目录分组 26

2.3 正文

文笔不好同样可以写出像样的企划书 28

1段话最长不要超过5句 28

省略连词,文章变流畅 28

2.4 限定3个主题①

三大家、三原则、日本三景……4个以上的主题很难记住 32

一次只能记3个 32

“3”是个魔法数字 34

2.5 限定3个主题②

经典案例:吉野家的3个广告词——好吃、便宜、快速 36

所有东西都能归成三类 36

限定3个主题,命名至关重要 36

2.6 归纳为1个词

仔细推敲出1个词 40

向100个人作自我介绍时该说些什么? 40

用1个词概括3个主题词 40

2.7 数字化

用数字的魔力增强吸引力 44

文字<数字 44

发现身边的数字 44

2.8 预算

没有预算的企划书，叫人如何拍板？ 48

“到底要花多少钱啊？” 48

含税、不含税，利润大不相同 50

2.9 日程安排

将截止日期前的日程安排做成图表 52

怎样与计划保持同步？ 52

在日程安排表中展望美好未来 52

2.10 简历

突出自身优势，以获取信赖 56

“能放心地把工作交给他吗？” 56

动员全体员工，展示公司实力 58

拓展阅读

必胜企划术2：身边没有企划书模板时请参考书本或网页 60

第3章 用高效企划书吸引读者不由自主往下翻… 61

3.1 纸张大小

统一使用 A4 纸是制作高效企划书的金科玉律 62

企划书只用 A4 纸 62

如何装订书写方向相反的资料？ 62

3.2 页数

企划书越简单明了就越有吸引力 66

从数量的魔咒中解脱出来 66

超级企划书只要薄薄的1页纸 68

3.3 封面

光看封面就能判断企划书的优劣 70

封面——给人留下第一印象 70

关注细节 70

3.4 目录与章节首页

添加目录与章节首页，帮读者理清思路 74

用目录预告内容 74

添加目录与章节首页，帮读者理清思路 76

3.5 页码

插入页码，大大提高资料的便利性 78

页码不可或缺 78

插入页码对自己也有好处 78

3.6 页眉与页脚

充分利用页眉，增强企划书的说服力 82

将不可或缺的信息设置成页脚 82

插入公司 LOGO，效果立马不同 82

3.7 著作权标记

维护公司权益、树立品牌形象 86

著作权标记为什么要用英文表示？ 86

所有页面都必须插入著作权标记 88

3.8 格式

用统一的版式，塑造独特的风格 90

塑造独特的风格 90

以细节取胜 92

拓展阅读

必胜企划术 3：投其所好，增加胜算 94

4.1 字 体

选择字体的原则——避免乱码和字体不统一 96
统一字体 96

4.2 字 号

限定3种字号，使企划书简洁大方 98
用大、中、小3种字号就已足够 98
凸显小标题与正文的不同 98

4.3 数 字

遵守数字使用规范，使数字看起来更美观 102
数字有数字的使用规范 102
是数字还是穿着数字外衣的文字？ 104

4.4 英 文

英文中隐藏的“陷阱” 106
用英文很酷？ 106
英文中隐藏的陷阱 108

4.5 标点符号

弄清哪些地方需要加标点符号 110
标点符号——加，还是不加？ 110
弄清相似符号的区别 110

4.6 遣词造句

慎用敏感词 114
自己做好的企划书要请别人帮忙检查一遍 114
歧视词和令人不快的话语最致命 114

4.7 换行与留白

适当留白能吸引读者 118
企划书需要适当留白 118

灵活运用换行和留白 118

4.8 分项书写

并列与分次序,意义大不相同 122

并列关系,还是次序有别? 122

使用全黑的符号 122

4.9 下划线与斜体字

改变字号与颜色,突出想强调的部分 126

你在报纸上见过带下划线的报道吗? 126

改变字号与颜色,突出想强调的部分 128

拓展阅读

必胜企划术 4: 将你的热情和诚意传达给对方 130

第5章 一学就会的专业图解技巧 131

5.1 图 解

用图解代替文字,一目了然! 132

终极目标——用图解代替一切文字 132

试着将所有想说的话都用图画来表示 134

5.2 表 格

通过横行、竖列将各类信息用表格来归纳 136

怎样筛选信息? 136

棋高一着——制作没有边框线的表格 138

5.3 图 表①

用“变形”的视觉效果来强调重点 140

制作个性化的图表 140

制作个性化图表,突出与竞争对手的区别 140

5.4 图 表②

饼图、柱状图、折线图……如何选择图表类型? 144

表示整体中各要素所占的比例, 选用饼图最合适 144

区分使用柱状图和折线图 146

5.5 图 形

通过组合, 赋予图形独特的意义 148

比语言更直观的是图形 148

用剪贴画营造专业形象 150

5.6 照 片

如何拍出逼真的照片? 152

百闻不如一见 152

自造摄影棚 152

5.7 截 图

用截图说明电脑、网页的操作方法, 一点即通 156

怎么截图? 156

如何展示截图的效果? 156

5.8 充分利用新闻报道

让媒体做自己坚强的“后盾” 160

媒体报道是最好的广告 160

引导对方去看公司网页上的视频 160

拓展阅读

必胜企划术 5: 找到与众不同的做法 164

第 6 章 一学就会的专业设计技巧 165

6.1 色彩搭配

颜色限定在 3 种以内, 以打动人心 166

除白色、黑色外, 企划书的颜色要限定在 3 种以内 166

坚持使用同样的颜色，打造自己公司的代表色 168

6.2 线条

改变线条的粗细和线型，一跃成为图解高手 170

可以画出符号和图标的线条 170

别针和车站也能用线条画出来 172

6.3 背景与空白

背景满满当当的图解是典型的失败图解 174

模板如果没有选好，内容再好也没用 174

留白的比率决定了物体的质感 176

6.4 边框

用边框改变图形给人的印象 178

是否善用黑框是专业和业余的分别 178

灵活使用不带边框的文本框 178

6.5 阴影与渐变

打造平面的质感立体效果 182

只要加上阴影就能营造出立体效果 182

使渐变看起来更高雅的窍门 182

6.6 视线的移动

企划书要按“Z”字型的阅读习惯排版 186

连接还是分离？这是个大问题 186

重要的内容要放在左上方 188

6.7 排列

Before、After 的顺序如果颠倒…… 190

从过去到现在的时间，要从左往右排列 190

按关联性排列 190

6.8 对齐

整齐的排列让人觉得舒服、放心 194

按规则排列企划书的各项内容 194

方便快捷的“绘图”功能 196

拓展阅读

必胜企划术 6：培养敏捷的速度 198

第7章 顺利通过书面审核—— 润色与递交企划书的技巧 199

7.1 印 刷

企划书要打印，不要复印 200

打印和复印，效果完全不同 200

纸质定胜负 200

7.2 装订方法

从装订方法可以看出装订者是否具备社会常识 204

在左上角倾斜 45° 装订是常识 204

想追求美观，就一定要手动装订 206

7.3 装订成册

一张透明覆膜值 1 亿日元？ 208

500 万日元制作的企划书值 1 亿日元？ 208

选择专业的装订公司 208

7.4 寄件人姓名

寄件人姓名要写在最显眼的位置 212

将姓名写在最显眼的位置 212

写明联系方式 214

7.5 递交企划书的注意事项

你的企划书是否符合对方的要求？ 216

熟读招标条件 216

亲自登门，当面交付最放心 218

7.6 报名方式

通过邮寄报名，企划书可能连被拆封的机会都没有 220

企划书不被拆封，一切努力都将化为泡影 220

命运分岔口——邮票的贴法 221

拓展阅读

必胜企划术 7：PDF 文档——既能压缩文件，又能防止文件被改变 222

出版后记 223

第1章

以“外表”定胜负的企划书

