

<<怎样增进你的策划力>>

图书基本信息

书名：<<怎样增进你的策划力>>

13位ISBN编号：9787030151346

10位ISBN编号：7030151348

出版时间：2006-2

出版时间：科学出版社

作者：何宇牧

页数：236

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<怎样增进你的策划力>>

内容概要

在竞争日趋激烈的现代职场中，必须具备多元的工作能力才有胜出的机会。如何将抽象的灵感或概念转化为切实可行的策划方案，是现代职场上必须具备的能力。

“策划”所包含的内容可谓是五花八门。

如经营战略、财务管理、产品营销以及人力资源运用等方面都与策划息息相关。

策划力的强弱直接关系到现代人的职场竞争力，因此，如何提升策划力便成了现代企业工作人员所热衷的课题。

鉴于“策划”的重要性不断提高，本书提出了近百条策划的原则与方法，无论是刚刚入门的策划新手，还是身经百战的职场老将，都能快速掌握要领，在职场竞争中赢得先机。

<<怎样增进你的策划力>>

书籍目录

第1章 何谓策划力11良好策划的必备条件32卓越策划者的必备条件53策划界对策划者的要求74卓越策划者的独特之处95策划程序的原则11第2章 策划主题要切题131策划主题的产生152问题意识的重要性173不要忽略任何微小的启示194选择主题215拟定选择策划对象的标准236明确策划的主题257明确策划主题的方法278洞悉策划委托人的真正意图299调查并掌握策划对象3110眼观六路，耳听八方33第3章 描绘策划的印象371表示策划的印象392结合策划幻影与理想413策划幻影的形成过程与过滤434如何设定策划目标465将策划目标数字化486设定目标的三个前提507计划与策划的关系528实现计划中的策划力54第4章 探讨策划的线索与启示571构想的产生无秘诀可言592搜集知识及信息613补充既有的知识与资料644以行动寻找策划线索665累积平日的研究成果686积极的工作态度以充实人生707策划者必须有专业知识738孕育构想的泉源769熟练于构想的策划化7910“思考法”的妙用无穷8111培养思考力的过程8312活用“头脑风暴”的方法8513由问卷法获得灵感8714活用关键字法8915观察现场情况9116掌握市场状况及需求9317利用资料卡的方法9518卡片整理法的事例9719利用NM法寻找线索9920从假设、想像之中思考10021将灵感导入策划中10222梦想成真的实例检讨104第5章 构想的产生1071通过讨论以选择灵感1092将灵感构想化的事例1123策划力与实行力是策划的动力1144由润色到突破的过程1165良好的策划要求“突破”1186设定构想的截止日期120第6章 策划案的拟定1231策划书中所需要项1252具体地明示策划内容1273策划效果与结果的臆测1304策划构想不可贪多求全1335以截止日期来淘汰多余的构想1356在策划中设定中间目标1377将复杂的策划“部分策划化”1398策划须有说服力1419策划反映策划者的个性14310预备副案，未雨绸缪14611绵密地研究策划对象14812“妥协”是重要的策划力15013锻炼脑力、体力与意志力15314训练一种专擅的策划技巧15515策划必须预测结果15716通过组织会议预测策划结果15917通过努力以提高预测的正确性16118复杂的策划尤需预测其结果16319采用小规模实验的方法16520在中间截止时间预测16721选择自己心怡的策划16922策划的施行要考虑费用与效果171第7章 策划的提案1731在提案前作“假设问答”的模拟演习1752以录音机进行“假设问答”1773不可忽视审议前的疏通关系1794策划有其“销售要点”1815用视觉上的真实效果说服审议者1836洞悉决策者的水准1857进行拉拢与说服决策者的工作1878把握提案的时机1899充满信心解说策划19110使说明深具说服力19311以具体的理论说服批评的意见19512坚持提案象征策划信心19813策划是在被拒绝后展开的200第8章 策划的实行2031沟通策划者与实行者2052现场的解说优于文书的传达2073在实行阶段里做中间检讨2094利用组织的力量提高成果2115分析、检讨策划结果2136策划的回授行动2157积存与活用策划知识2178策划者应否负起结果的责任219第9章 如何成为优秀的策划者2211积聚实际的经验2232提高策划力的四个关键2253了解策划中的不合理性2274策划的多种模式2295策划中应充满活力与积极进取的精神2316积极地利用公司外的能力2337养成热衷于策划的心理235

<<怎样增进你的策划力>>

章节摘录

策划主题的产生 策划的最终目的在于实行，通常是针对某特定对象而拟定。

所谓特定对象，即是策划的课题、命题，亦可称之为主题。

举例而言，如有一个特定地区的产品销售策划，那么，该策划的对象(主题)即是该产品在某地区销售额的提高；另有一策划是有关本年度新进员工的职前训练，则此策划的主题就是本年度新进职员职前训练，如何帮助新员工快速进入状态。

由此可知，策划的主题若模糊不清，则难以拟定策划书。

所以每一位优秀的策划者，在策划执行的程序上，应先确立策划对象，再迎接其他挑战。

企业界之所以不断需要各种策划，是因为一些企业组织并不满足于目前组织内的现状，以至于陆续产生许多需要策划的课题与对象。

前述产品销售额的提高一案，只需仔细地研讨方针、制定销售办法、强化公司员工的行销能力，同时触及顾客网络的经营管理等，必定能产生增加销售额的方法，而此良策，就是企业组织所需要的新策划与新行动。

一般而言，每一个企业在其业务的推展上，往往有许多棘手的问题横亘于前，如“不能满足于现状”或“改变现状有何更积极的方法”等，这些课题都是新的策划对象。

无论是企业组织中的负责人还是各级主管人员，愈在乎企业的竞争力与整体表现，则其问题意识将愈强烈。

这些问题意识会使他们发掘更多的策划对象，并要求自己及属下力求改善与提出研讨方案。

综观近年的企业环境，变化多端，竞争激烈，由不得企业主等闲视之。

在此情况下，更不可无视于问题意识--的存在，企业主至少要在自己的职务范围或管理范围内，不断发掘问题，以谋求革新对策，收出奇制胜之效。

凡是积极经营，拥有高度问题意识的企业主，必能陆续发现新问题，或主动指定某个主题，要求属下或策划部门针对特定主题而研拟改进计划。

一般公司成员，亦有找出策划对象，向上司提案，或对策划部门建议的责任。

所建议的主题，可能是针对各部门所面临的不同问题而产生的新构想，甚至可能影响到整个公司的发展。

总而言之，凡属于企业体制内的每一成员，都要站在自己的立场去发掘出策划课题，提出策划案，如此上行下效，企业成员的问题意识无形中提高，必能汇聚成解决策划主题的雄厚力量。

反之，若无良好的课题，则不会有好的策划。

<<怎样增进你的策划力>>

编辑推荐

优秀的策划者，是必须能将“策划主题的探索、策划构想的寻找、策划构想的处理组织提案中的认可、获致实行的成果”这一全部过程完全理解，善于把握，而拟出必获优越成果的策划之人，才是策划中所企求的人才。

本书不仅对拟定策划者有所助益，对于提案的审议、判断的人与执行策划者，都是值得参考、借鉴的。

各企业中的经营者，带动全公司，活用本书，以便强化对策划力的理解与贯彻的决心。

<<怎样增进你的策划力>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>