

<<不说话就赢的企划术>>

图书基本信息

书名：<<不说话就赢的企划术>>

13位ISBN编号：9787510034237

10位ISBN编号：751003423X

出版时间：2011-7-1

出版时间：世界图书出版公司·后浪出版公司

作者：（日）天野畅子

页数：240

译者：李青

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>

<<不说话就赢的企划术>>

前言

企划案是否成功，作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案。

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。

作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，只有企划案通过审核，才能获得现场陈述的机会。

想将公司的产品推销给客户，就要提供企划案供对方负责人进行内部讨论。

因此，书面企划案在很大程度上左右了最后的结果。

只要认真制作企划书，即便作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。

因为作现场陈述前，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案后，基本上就会决定采用哪一个企划案，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。

想不到在企划案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案了，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“必胜企划案”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、一览究竟的冲动，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？”

“但审核企划案的人眼睛很尖，他们会以“淘汰哪一个”而不是“选择哪一个”为标准来审核企划案。

最后选出的那份企划案，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案，同时用“After”版块介绍依据书中建议修改过的企划案。

只要模仿从“Before”到“After”的过程，就能大大提高企划案的说服力。

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 软件来制作企划案，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

<<不说话就赢的企划术>>

巧。
PowerPoint 是一款很好用的软件，但并不适用于制作书面 企划案。
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！

<<不说话就赢的企划术>>

内容概要

企划案、投标书、个人简历、宣传海报、广告文案等商用文本是商业社会的基本沟通工具，无法利用这些工具与人有效沟通，个人的梦想和努力就将化为泡影。

本书是作者累积多年企划工作经验，结合自身广告专长所写的一本实用工具书，教授了商用文本制作这一重要技能，适合每一位职场工作者使用。

不仅包含如何规范呈现商用文本应有的内容，还具体到能说服对方的种种细节，能帮读者逐步提高，制作出既专业又吸引人的商用文本，从而达到“不说话就赢”的目的。

书中结合了1000个生动有趣的案例，从编辑、图解、设计，排版各个方面详细讲解商用文本的制作技巧；又用“before / after。

作直观对比，一目了然地指出需要改进之处，读者只要模仿就能很快学会；此外，书中介绍的方法以word、excel软件的使用为主，方便初学者学习。

<<不说话就赢的企划术>>

作者简介

天野畅子（Amano Nobuko），日本资深企划咨询师，ePresen公司负责人。1962年出生于广岛，毕业于广岛修道大学，历任广告公司媒体部负责人、记者、咨询公司企划、大型游戏制作公司企划公关部负责人、连锁酒店总部企划等职，2006年开始专业从事企划咨询工作。

她曾代表广告公司、媒体、企业接触过各种商用文本，擅长写作企划案、标书、新闻稿，经常“不说一句话”就获得成功；曾受邀讲授“获胜！企划书制作技巧”一类课程，传授其在谈判和竞标中屡屡获胜的技巧；已出版多种演示、PPT现场演示及企划书制作方面的图书。

<<不说话就赢的企划术>>

书籍目录

前言

第1章 以“外表”定胜负的企划书?

第2章 如何制作一份极具说服力的企划书?

第3章 用高效企划书吸引读者不由自主往下翻?

第4章 一学就会的专业编辑技巧?

第5章 一学就会的专业图解技巧?

第6章 一学就会的专业设计技巧?

第7章 顺利通过书面审核——润色与递交企划书的技巧?

出版后记

<<不说话就赢的企划术>>

章节摘录

版权页：插图：所谓“渐变”，是指将一种颜色逐渐变成另一种颜色。

看看PPT自带的模板和市面上销售的模板，你会发现渐变色被用在很多地方。

在企划书制作领域，越是高手，就越喜欢用渐变色。

某公司宣传部一位专门负责企划书制作的女职员跳槽到我们公司时，我很好奇她做的企划书色彩艳丽却不低俗，为什么还要跳槽呢，还为此研究了很久。

她似乎是在以前工作的公司掌握了渐变技巧的，后来我也从她那儿学会了。

在Word和PPT、里给圆形或长方形填色时，只要在“填充颜色”的“填充效果”里选择“渐变”，就能营造出渐变的效果。

“渐变”选项中可以选择“单色”或“双色”，如果选择“单色”并将颜色调得很浅，所选的颜色和白色就可以表现出淡淡的渐变；如果颜色调得比较深，就会出现混杂着黑色的渐变，这点大家一定要注意。

利用渐变功能，可以使普通的圆形看起来像球体。

中央是深色，周围是浅色的渐变会使圆形看起来像球体；中央是浅色，周围是深色的渐变则会使圆形看起来像灯光照耀下的球体；将球体用指定的蓝绿色系的颜色填充，利用斜对角线的渐变，还能使球体看起来像地球。

<<不说话就赢的企划术>>

编辑推荐

《不说话就赢的企划术:打造必胜商用文本》：让人惊艳的商用文本是怎样做出来的？
明确目的、了解对方喜好、精简结构，突出重点、省略前言、背景、目的，直入正题、用颜色传达信息、用图解代替文字、限定3个主题、发挥数字魔力、设计个性化的版式、适当留白、善用媒体报道、打造自己的代表色、学校没教却非会不可、职场菜鸟晋升达人必备、日本亚马逊书店。

<<不说话就赢的企划术>>

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>