

<<现学现用企划书72例>>

图书基本信息

书名：<<现学现用企划书72例>>

13位ISBN编号：9787511310194

10位ISBN编号：7511310192

出版时间：2011-2

出版时间：中国华侨出版社

作者：齐藤诚

页数：208

译者：杨雅清

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>

<<现学现用企划书72例>>

前言

读完10篇实例，就会写企划书 笔者写作这本书有三个目的：其一是尽可能提供很多实例，只要精读这些实例就能得心应手撰写企划书。

一般人提到撰写企划书感觉好像很难，但企划书的基本架构很单纯，大约读过10个实例之后，就能理解企划书的架构为何，再依照这个架构来写，应该可以完成一般性的企划书。

请读者首先阅读PART1的实例，至于PART2则简要地介绍撰写企划书的前置作业等整体概念和流程。

帮助读者如何撰写具体可行的企划书 第二个目的是帮助读者如何撰写具体可行的企划书。

笔者写了将近30年各式各样的企划书，却不隶属于企划部门。

不在企划部门却被称为企划人总是感到有些不敢当，但身为业务不但要面对客户简报自己所写的企划书，一旦案子被采用更要带领组员执行相关计划，因此身为企划人必须对什么是具体可行的企划案，有清晰而明确的概念。

学会各种行销知识和手法 第三个目的是帮助读者吸取与行销手法相关的各种知识和技巧。

本书的每个实例右页不只说明撰写企划书的重点，还详列该企划书的行销手法和know-how。

只要仔细阅读实例便同时能吸收行销知识。

读完这本书，一些往往被视为“难处很高的”行销手法概要，便不知不觉间牢记在脑海中。

本书提到的行销知识，尤其是广告、PR和促销活动等，主要是针对相关从业人员所写的，但应用在一般商场也绰绰有余。

即使企划书的主题不同，但基本架构和内容是相同的。

只要读者详阅各个实例，不论撰写哪种类别的企划书都能游刃有余。

笔者在广告公司任职近30年，成天被企划和企划书包围，目前任职的公司——Frost International Corporation是以直效行销和CRM（customer relationship management，客户关系管理）为主体的业种，几乎毫不间断地针对上述经营项目拟订、执行各种行销计划。

我的工作有时只是检查员工所提的企划书，有时则参加企划会议担任指导，自己本身始终思考企划、撰写企划书不辍。

要写出好的企划书需要经验的累积。

然而我期待年轻的一辈能够尽早写出好的企划书来，即使数量不多也无妨。

因此，我不讳浅陋将目前所得的经验和想法写了出来。

本书得以完成，我对企划本书的Naisuku公司的松尾乔先生表示由衷地感谢；如果不是松尾先生的从旁教导和鼓励，就没有这本书的产生。

另外也藉此对协助本书的电通公司的拢本恒先生、Orikom公司的齐藤幸男先生和堀口作二先生、井之上公关公司的山口义宪先生致上深深谢意。

同时也对爽快允许我专心写作的敝社社长、也是多年好友的上杉克先生致上谢意。

<<现学现用企划书72例>>

内容概要

这是一本教你如何快速、有效撰写企划书和提案书的指导书籍，是日本著名资深广告人齐藤诚积30年从事广告和行销策划的实战经验总结，先后重印十余次，风行日本和台湾商业界。

全书分为两个PART,在PART 1中，作者精选72篇企划书范例，内容涵盖市场调查、广告活动、商品企划、店面开发、PR、直效行销、CRM以及英文企划书的制作等八大类、16个主题，每个范例都配有“书写重点”、“企划重点”、和“Help & Hint”等栏目，对范例进行点评，提示各种企划书的写作注意事项。

在PART 2中，作者从理论的角度重新归纳、整理了制作企划书的基本流程，并简明扼要地总结出撰写企划书20个的基本要点。

本书以翔实的案例、专业的点评和实用的总结为特色，是所有从事广告、PR和营销活动等相关从业者的必备参考，教你用最快速、最有效的方式，轻松掌握撰写企划书的要诀，写出采用率高达100%的完美企划！

<<现学现用企划书72例>>

作者简介

齐藤诚 (SAITOU MAKOTO)，1949年出生于东京，1973年毕业于早稻田大学政治学系。
同年进入 (株) ORIKOMI (现在改为ORIKOMU)。
1982年到 (株) BAYTSUJAPAN。
曾任VPAccount Director,1995年到Frost International Corporation (株) 担任董事长副社长。
一面从事直效行销，一面开始

<<现学现用企划书72例>>

书籍目录

前言如何活用本书实例篇的用法何谓企划书？

企划书中的常见用语

PART 1 企划书实例篇实例1 企划书常见问题1实例2 企划书常见问题2企划书的格?弹性+以阅件人立场出发用横式的格式做简报用PowerPoint提高企划书品质

教育•训练实例3 提升技能的教育训练实例4 参加外部讲习课程实例5 现场见习

改善公司内部实例6 改善档案管理系统实例7 改善人事考绩制度实例8 设立顾客咨询室实例9 改善办公室环境实例10 变更订货体制

公司例行活动实例11 例行性的创立纪念活动实例12 公司内部联谊活动实例13 演讲活动实例14 公司社刊

商品企划实例15 开发新商品实例16 原有商品推陈出新实例17 命名实例18 公司内部系统商品化

店面开发实例19 变更陈列方式及动线实例20 设立资讯情报店实例21 加盟连锁店的推展

广告企划实例22 季节活动计划实例23 报纸广告计划实例24 杂志广告计划实例25 电台广告计划实例26

电视广告计画实例27 车厢广告计画实例28 夹报广告计画

PR(公关活动)实例29 新产品发表实例30 年度PR计画实例31 与媒体合作实例32 公关活动

促销实例33 有奖征?实例34 附带赠品的销售实例35 集点数实例36 综合型促销实例37 试用抽样调查实例

38 现场示范销售法实例39 展示(陈列)

活动企划实例40 参加商品展览会实例41 慈善表演实例42 对通路提供协助实例43 赞助活动实例44 合作活动

设计•制作实例45 广告活动实例46 报纸•杂志广告设计实例47 制作电视CM实例48 交通广告海报实例49 网页设计实例50 制作VTR

印刷品的制作实例51 商品型录实例52 邮购DM实例53 公司简介实例54 PR杂志实例55 制作月历

市场调查实例56 消费者消费行为调查实例57 市场区域意见调查实例58 焦点团体的访谈调查实例59 集中地点的市场调查实例60 企业形象调查实例61 广告言忍矢口度调查

直效行销实例62 邮购企划实例63 One-to-One邮购实例64 促销DM实例65 开发潜在客户实例66 网路促销

CRM实例67 培养忠诚客户计画实例68 资料库行销实例69 顾客服务

综合企划书实例70 综合企划 范例1实例71 综合企划 范例2

英文企划书实例72 英文企划书实例企划书这样写就OK

PAPT2 制作企划的20个基本要点

企划前的热身运动要点1 企划并不难要点2 你所制作的企划书，都将变成个人的资产要点3 好的企划书就是被采用的企划书要点4 企划书是自我推销的手段要点5 企划是一种活力表现

拟定企划要点6 任何好点子都不妨参考要点7 点子是美味可口的佐料要点8 撰写以“获得采

用”为目的的企划书要点9 做阅件人看得懂的企划书要点10 撰写前、撰写后是关键时期

撰写企划书要点11 企划书是什么?要点12 首先订定时间表要点13 好好思考内容架构要点14 资讯是背後

支柱要点15 资讯须经印证且有说服力要点16 企划书的步骤要审慎、严谨要点17 将电脑当成一种武器要

点18 企划书也是商品，要注重外表要点19 接近完成时，重新确认一次要点20 来做简报吧！

<<现学现用企划书72例>>

章节摘录

PART2制作企划的20个基本要点 本篇要谈的是所谓的企划是指什么？并简明扼要地扫纳整理出20个在撰写企划书时的基本态度和注意要点。

要点1企划并不难 企划就是把（想法）扫纳整理出来 说到企划或者是企划书，听起来很难，实际上不过是把自已的（想法）做扫纳整理。

比方说接到主管指示：（明天上班时，把今年新进职员训练计划的企划草案交给我。

）那么，你首先会（想）到些什么呢？

今年要接受训练的是哪些人？

他们当前必须要学习的是什么？

想必是这些问题。

接下来，你所（思考）的不外乎：自己是新进员接受什么样的训练、哪一些训练是有用的、哪一些不需要——而这就是企划的第一步。

思考过程有4个阶段 对（思考）而言，过程很重要。

即使你觉得自己是创意人，拥有富的感性，但光靠感性是不能完成企划书的。

没有屢次的想法只不过是（一时想起）而已，思考的过程不够谨，便无法得到他人的认同。

所谓企划的过程是什么呢？

无论是别人交付的课题，或自己本身有什么疑问和矛盾，首先努力掌握问题的状况，接著再考虑其背景，也就是现况的分析。

接下来更进一步透过现况分析结果、检视课题与问题点、想出解决的方法、为了执行此一方法制作执行计划。

这一连串的流程就是企划。

我们将之整理起来的话大抵如下：	课题和问题点的确认	现况、背景的分析	课题、问题点的检视	找出解决的方法	为了执行方法所做的计划	对企划而言，最重要的是实现的可能性。
-----------------	-----------	----------	-----------	---------	-------------	--------------------

否则即使有再好的点子，不能实行的话，点子便毫无（用武之地）。

企划必须以实现为前提，加以扫纳整理。

经过整理书写出来，更可以正确传达想法。

即使正经过思考过程并加以整理，但是若是依然存留在脑中不叫企划，必须转成文字传达给对方才称为企划。

可是光用口头说是不够的，必须将想法整理扫纳写成文章。

口头说出的话不能做正确的传达，整理得也不够充分；更何况在企业界，企划案不经过认同，是无法实现的。

思考、扫纳整理，然后撰写。

要经过这个过程，才算是企划的开始。

撰写自发性的企划书 企划书有（受委既而提出）和（主提出）两种。

大体而言，绝大部分是由客户或主管交付某个课题和问题，然后提出企划，可是相封的，也有站在客户立场思考，而后积极进行提案的，这就是（主动提出）的企划书。

此外，也有针对公司内部现况和个人业务，向主管提出企划的，称之为提案书或是意见呈报书。

随著工作经验的累积，要设法做到积极而主动的提案，这种积极性应该受到客户和主管的认同。

.....

<<现学现用企划书72例>>

编辑推荐

《现学现用企划书72例》是日本著名资深广告人齐藤诚积30年从事广告和行销策划的实战经验，以翔实的案例、专业的点评和实用的总结为特色，是所有从事广告、PR和营销活动等相关从业者的必备参考，教你用最快速、最有效的方式，轻松掌握撰写企划书·提案书的诀窍，写出采用率高达100%的完美企划！

日本资深广告人的实战兵法，风行台湾商业界的企划指南！

<<现学现用企划书72例>>

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>