

<<企划经理工作手册>>

图书基本信息

书名：<<企划经理工作手册>>

13位ISBN编号：9787806995822

10位ISBN编号：780699582X

出版时间：2006-1

出版时间：哈尔滨出版社

作者：吴振兴

页数：371

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>

## <<企划经理工作手册>>

### 内容概要

本书是专为企业高层管理人员及企划经理撰写的日常工作手册，对提高企划书，加强实际操作能力很有效果。

众所周知，企划力并不是先天具备的，而是要靠后天培养的。

在企划的领域里，有许多原理原则与方法技巧可资学习而加以应用。

本书以国际国内全新的企划理念为基础，全方位、多角度、纵深化在对企划的理论知识进行了讲解，既融合了国际最新理念，又具有鲜明的中国特色，适用于国内企业目前的发展水平和现状，可以对企划经理的工作起到很好的指导作用。

同时，书中重点介绍了多种思维方法及其运用技巧，对于每一位想要提高企划能力的企划经理人来说也是最为需要的。

本书还从产品、营销、品牌、广告、企业形象等方面入手，以理论联系实际，十分明确地指导企划经理在进行这些方面工作时如遇到问题与困难应该如何去做。

同时，书中还通过利用现实社会中典型的企业实例来说明问题，并将复杂的问题运用深入浅出的手法阐述，便于读者的认识与理解。

另外，本书还着重讲解了企划书的制作方法和写作技巧以及企划的基本程序和要求，以帮助企划经理顺利完成确立目标、环境分析、组织实施、效果评价与反馈等企划工作，具有很强的实用价值。

可以说，以方法性、实用性为主是本书的最大特点。

相信此书一定会成为企划经理切实可行的常用工作手册。

## <<企划经理工作手册>>

### 作者简介

吴振兴，中国人民大学经济学博士，管理学博士后。

从事管理研究与实践工作十余年。

为数十家特大型国有企业和多家大型民营企业做过管理咨询服务，并为它们的中层管理人员做地业务培训。

出版著作有《管理的游戏规则》、《中国企业做大的10种模式》、《中国企业做强的9种方略》，翻译著作《高效沟通的399条黄金法则》。

## 书籍目录

第一章杰出企划经理的必修课——企划经理的角色定位第一节优秀的企划经理都做什么 / 3 企划经理的职责有哪些 / 3 企划经理的任务是什么 / 5 第二节用能力武装到牙齿 / 8 全面的科学知识 / 8 丰富的想象力 / 9 娴熟的公关能力 / 10 第二章这样企划最有效——企划流程与企划书设计第一节准确掌握企划制定步骤 / 13 界定企划主题 / 13 收集企划资料 / 16 寻求企划线索 / 18 产生企划创意 / 20 制订企划方案 / 21 修正企划方案 / 24 第二节培养高超的企划能力 / 26 角色扮演法 / 26 相似类推法 / 27 逆向思考法 / 29 化繁为简法 / 31 改变观点法 / 32 连接联想法 / 33 专注焦点法 / 34 逐项列举法 / 35 潜意识思考法 / 37 脑力激荡法 / 37 第三节完美企划书的设计要领 / 40 明确企划书的结构要素 / 40 注重企划书的表现技巧 / 42 选择企划书的介绍方法 / 47 企划书的评议标准 / 52 第四节怎样写出最优秀的企划书 / 55 企划导人的写法 / 55 企划概要的写法 / 59 企划背景的写法 / 60 企划意图的写法 / 64 企划方针的写法 / 66 企划构想的写法 / 68 企划设计的写法 / 72 企划书附录的写法 / 73 第三章打造最畅销的产品——灵活的产品策略企划第一节关注产品生命周期 / 77 导入期企划 / 77 成长期企划 / 78 成熟期企划 / 79 衰退期企划 / 81 第二节灵活进行产品组合 / 83 产品组合的类型 / 83 产品组合的优化 / 85 产品差异化法 / 87 第三节开发最优产品 / 89 确定产品开发定位 / 89 分析产品开发流程 / 92 选择产品开发策略 / 97 第四节迎合市场的产品包装 / 102 产品包装的基本准则 / 102 产品包装的设计要求 / 103 产品包装的注意事项 / 104 产品包装的五大策略 / 105 第五节适宜的产品价格 / 107 影响产品定价的因素分析 / 107 定价导向目标企划 / 114 产品定价方法 / 117 定价企划的策略 / 123 价格调整企划 / 136 第四章与“市”俱进，长盛不衰——抢占先机的营销企划第一节应对激烈市场竞争 / 141 市场竞争企划类型细分 / 141 掌握市场竞争企划程序 / 143 选择市场竞争企划方法 / 146 第二节选择正确的市场开发方向 / 149 目标市场细分与选择 / 149 规划合理的市场营销策略 / 153 选择有效的市场进入方式 / 156 营销渠道组织设计 / 176 营销渠道的选择与管理 / 179 营销网络的构建与管理 / 183 第五节为企业量身定做促销活动 / 195 促销的决策过程 / 195 促销的形式选择 / 201 促销的管理企划 / 209 第六节完备的营销后勤保障 / 214 订单企划 / 214 仓储企划 / 216 存货企划 / 217 运输企划 / 217 第五章独一无二的品牌推广——品牌企划第一节 如何制定品牌定位与推广企划 / 221 品牌定位的步骤与策略 / 221 巧妙设计的品牌 / 226 品牌推广的方式选择 / 229 第二节 怎样操作品牌的扩张与延伸企划 / 231 品牌的市场扩张 / 231 品牌的规模扩张 / 232 品牌国际化 / 233 品牌延伸与延伸品牌 / 236 第三节如何编排品牌竞争企划 / 242 品牌竞争力的有效分析 / 242 完善的品牌竞争策略 / 245 第六章打好宣传这张牌——广告企划第一节“软科学”——广告策划 / 253 明确广告企划要点 / 253 分析广告企划运作流程 / 258 广告市场调研的步骤与方法 / 259 第二节合理制定广告战略规划 / 263 明确广告战略规划的程序 / 263 制定广告战略规划目标 / 266 广告战略规划的有效方法 / 270 广告预算的合理控制与分配 / 277 第三节精彩灵动的创意策划 / 283 广告创意的产生过程 / 283 广告创意的表现形式 / 287 广告创意的评价与选择 / 292 第四节选择最佳广告媒体 / 297 广告媒体的特点考察 / 297 广告媒体的考评指标 / 299 广告媒体的合理选择 / 300 广告媒体的组合目标 / 303 广告媒体的运用策略 / 305 第五节如何检验广告效果 / 308 事前预测法 / 308 事中测定法 / 309 事后评价法 / 310 第七章塑造独特的企业形象——形象企划第一节走进CI时代 / 315 CI构成要素分析 / 315 CI企划的准则 / 318 CI导入程序 / 321 CI投资预算 / 324 CI手册编制 / 330 第二节正确制定理念识别企划 / 334 理念识别企划内容与准则 / 334 理念识别企划技巧 / 340 理念识别系统设计 / 341 企业理念的表现形式 / 346 第三节有效制定行为识别企划 / 350 行为识别企划的内容与准则 / 350 企业内部组织传播的成功推进 / 354 正确规划企业行为规范 / 355 第四节合理编制视觉识别企划 / 359 构成要素与设计方法 / 359 企业标志设计 / 361 企业标准字设计 / 365 企业标准色设计 / 368

## &lt;&lt;企划经理工作手册&gt;&gt;

## 章节摘录

制定企划方案单有创意并不能运用到企业实际运作当中，企划经理必须制订出具体的企划方案，才能起到企划应有的作用。

作为一个企划经理，制定一个成功的企划方案应遵循以下步骤。

**制定企划书** 如果联想和创意只有立案者自己才能了解、满足，则无法使其成为真正企业层次的企划。

企划惟有向上级、同事提出，或向企划会等会议提出，经过商议得到相应承认、支持后，才能成为企业层次的企划并付诸实施。

企划经理必须善于将创意整理为企划书，向企划有关方面提出并经审议通过，以便在实行时得到强有力的支持。

为了这个目的，企划经理必须时亥4努力提高“企划书方案能力”。

企划经理因此就必须要了解企划书应有的项目和条件、企划书立案的技术以及企划内容的表现技术。

向别人说明企划书以说服别人、获得认可与支持，这是制作企划书的主要目的。

实际上，很多企划经理自己企划时，往往会犯自以为是的错误，认为自己理解了，别人肯定也理解。而事实上将企划书按一定格式整理时，却意外地发现诸如原以为别人会懂的别人却并不懂，自己以为不很重要的却又是相当重要的条件，有些自己明白却很难向对方说明，有些光凭文字很难表现，有些没有考虑实行者的立场而很难具体说明，有些在理想上应如此但公司的实力达不到等等问题。

因此，企划经理必须尽可能准确、有效地表明自己的观点，同时还要考虑他人是否容易接受、是否给予支持。

所以，制订企划书时应注意简明具体地表现企划内容，对效果与结果进行尽可能准确的预测，企划创意不可贪多；在预定的截止时间保证结束创意活动，长期企划需设定中期与近期目标等问题。

**选择企划方案** 企划经理在做企划书时，如果有多种构想，可以根据不同的取舍选择和组合方式，做出若干种方案的企划书。

在面临难以取舍的情形时，企划经理可优先选择自己最有自信的创意组合和企划书。

一般来说，企划经理感觉自信的企划书，内容比较扎实，同时会更具有说服力，即使被人提出质疑，也能有信心说服他人，因为企划经理可以方便地解释自己喜欢的技法和模式，体现出自己的个性和特色。

在对几份企划书进行选择时，一方面要考虑到自己的主观愿望，另一方面还要采取客观标准、方法进行选择。

例如，可以用最低费用效果比进行选择。

所谓费用效果比，是指预计实现企划所需要投入的总费用与预计实现企划得到的总效果之比，此指标可比较客观地表明企划效率的高低。

通常情况下，费用越少、效果越高，表示企划效率越高。

此外，还可以用企划书实现的难易程度来进行选择，在相同期望结果下，越容易实现的企划，就越应被优先考虑。

**介绍并确立企划方案** 味做好准备工作。

企划书能不能通过审议会，被上级有关部门或委托方采纳，是企划书能否确立的关键。

因此，企划经理必须在提案之前作好充分的准备，提高被采用的概率。

企划书的事前准备应以审议人充分了解并接受为重点。

为此，企划经理要准备好各种可能出现的质疑。

此时，可以使用让企业中的有关人员进行预质问的方法发现问题，再对企划书进行弥补和修正。

当然，也可以通过自问自答的方法，反复揣摩，集中考虑自己最难回答的问题，并尽量站在审议人的角度考虑问题并给予回答，增强企划书的说服力和自己的自信心。

**选择适当的提案时机。**

这是企划书能否顺利通过的关键。

一般情况下，可以在审议人时间充裕时提案，当然也可以在审议人时间仓促时提案，不过此法不予以

## <<企划经理工作手册>>

鼓励。

另外，应避免在支持自己企划的审议人缺席时提出企划书，要合理安排提案的顺序，并尽量在审议人心情舒畅时提案。

努力说服各方，确立企划方案。

首先，要做到说服决策者，就要充分了解决策者。

提出企划书时，要了解决策者的理论水平和容易接受的表达方式，尽量用生动、形象的表现方法表达企划的中心、结构和重点，避免陷入到如统计学、数学等基础理论的讲解中去。

为此，要事先测定审议者的理解水平，并由此来选定包括模型、简单的图形、图表、幻灯片等在内的比较直观的表达方式。

这样，可以最大程度地引起决策者的共鸣。

另外，在审议过程中，如果让担任审议的人以某种形式参与企划过程的一部分，请他们提出意见、建议，并巧妙地将之纳入企划书中，这些人很可能会由此而变成企划书的赞同者。

实际操作时，可以使审议者成为企划的正式成员，或者在企划书完成后，专门致谢其建议等。

运用这些方法，可以加大企划书被确立的几率。

还有，企划经理应该把说明力提升为说服力。

在说明企划案时应有足够的信心，充满自信的说服力，更容易让对方接纳，而强有力的说服可使企划书得到各方的支持。

增强说服力，不仅要用一些如图表、幻灯片之类的视觉化工具，还要有对企划书的自信及对企划成果的自信。

充分说明企划对企业或委托方的必要性，用充满自信的态度应答质疑，并且在说服人时加进一些创意。

对于反对意见和批评，要沉着应对，避免引起对方反感或发生意气用事的争论。

有时，在说明企划时多少需要点“为了方便的小谎言”。

在审议过程中，很容易出现使企划书夭折的否定意见，企划经理必须事先研究准备，对审议者的否定态度如何去说明、说服。

在审议现场如何进行说服，需要下一些工夫。

其重要的前提是要将企划内容作详细说明，并尽量采用具有亲和力的态度和方式，使否定一一得以化解。

当然，说服力的基础，必须基于对企业及委托方的诚实、忠爱和认真的态度。

最后一点，要从失败中寻找成功。

让审议者认同的企划书是企划经理显示信心与执著的标志。

当提案被拒绝否定时，正确的企划态度应该是全力尝试修正、充实，努力建立新的关系，以便再度迎接挑战。

企划经理必须牢记：“企划是在放弃时失败的。

”使企划得到确立，重要的是企划者的执著及对自己的企划充满信心。

## <<企划经理工作手册>>

### 媒体关注与评论

这是一套对企业管理人员职能业务规范化，将规律性与可操作性完美结合的丛书。

——中国企业联合会、中国企业家协会副理事长潘承烈 二十余年中国企业管理的实践证明，完全依赖西方管理模式是自杀式的行为，依赖中国式管理的潜规则是毁灭性的行为。只有将中西方的管理理论 经验与实践完美地结合起来，才能出色地管理好中国的企业，《管理之星·中国经理人工作手册丛书》就是这样的一套丛书。

——亚洲著名应用管理学 专家王文良 现在广大企业管理人员急需一套专业水平高、实战操作性强的标准工作 手册：《管理之星·中国经理人工作手册丛书》根据中国企业管理发展的特点，规划出一套 完善的企业组织内部的管理体系和精细的管理流程，能帮助企业中各个部门的管理者全面提高专业工作能力，从而提升企业的整体竞争实力。我认为该 丛书是培养现代职业经理人的优秀教材。

——北京市管理科学院院长、研究 员马仲良 随着企业管理工作的进一步深入，对各个阶层和不同岗位的管理者的要 求也进一步提高，《管理之星·中国经理人工作手册丛书》就是专为中国企 业各层级的管理人员撰写的工作手册，适用于中国企业目前的发展水平与所 面临的现状，同时与国内外最新的政策与理念同步，为企业界和商业界读者 提供了较为翔实、可靠的资料和清晰明确的工作指导。

——《经济日报》 资深编辑梁沂宾

<<企划经理工作手册>>

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>