



一學就會，一寫就中  
的文案力



洪瑩朱

▶ 妳的文案寫給誰看？

動筆前先做消費者研究，從  
**痛點**中找到文案方向

THINK ABOUT  
YOUR CONCEPTION

# 概念

文案就是有明確目的的溝通訊息

起點

你的一個想法/立場/觀點/提案

文案

透過文字，將目標族群從起點帶向終點，所以你必須學會設計文案路徑

終點

目標族群的移動(改變觀點or採取行動)

THINK ABOUT  
YOUR INFORMATION

# 信息

1 抓住眼球



這，這……這不  
就是在說我嗎？



討厭，這是什麼東西？  
想看！

2 刺進要害

3 留在心上



這股揮之不去的感覺……  
是怎麼回事？

# ■ 好的文案要像刀子一樣 “切中人心”

## 1. 讓對方認為與自己有關

若人們不認為「與自己有關」，就無法產生感動。廣告文案力的根本就在這裡。因此，要如何撰寫文案，「讓對方認為與自己有關」就是最重要的事。在這個資訊爆炸的網路社會，大家通常都會忽略與自己無關的訊息。

## 2. 使用強勁有力的字句

語言有強弱之分。簡單說，能令人「印象深刻」、「刺入心坎」，以及「想立即行動」的字句，就會顯得強勁有力；相反地，「陳腔濫調」、「隨處可見」，以及「無法憾動人心」的話語就會軟弱無力。

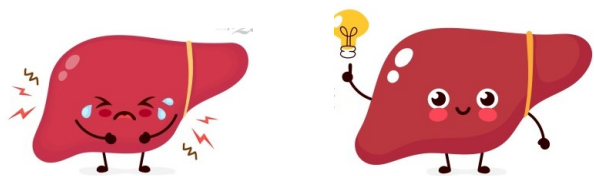
## 3. 讓對方心中產生：「為什麼？」

人只要聽到違背自己常識的事情，就會在腦中產生「為什麼」。又或者，當別人丟出自己從未深入思考的問題，並要求自己同意時，一般人也會懷疑：「為什麼要那麼做？」然後，為了找出解決問題的答案，就會想要繼續看完其中的內容。

# 文案設計



# 中國人的



肝若不好，人生是**黑白**的；  
肝若顧得好，人生就是**彩色**  
的。

# ThinkPad

鑽石恆久遠，  
一顆永流傳。

好的  
文案

沒事多喝水，  
多喝水沒事。

華碩品質，  
堅若磐石。

生命就該浪費在美好的事物上

只有遠傳，  
沒有距離。