

讀 你覺得是垃圾 的文章

劉冠吟 (前鴻海發言人)
寫出好文案的4祕訣

江美佳
2021/10/12(二)

【小檔案】劉冠吟

- 現職 / 台北市雜誌商業同業公會理事、《聯合報》專欄作家
- 學歷 / 台大新聞研究所、台大中文系
- 經歷 / 《蘋果日報》記者、鴻海集團發言人、《小日子》社長
- 著作 / 《女子力不是溫柔，是戰鬥》
- 成績單 / 擔任《小日子》社長期間，自創品牌「小日子商号」，跨足零售業，帶領公司2年內虧轉盈



▸ 寫作能力很重要嗎？

- 世界經濟論壇（WEF）在「2020未來工作趨勢報告」中指出，不論是在職進修或待業者，
「寫作能力」都被列為他們最注重的前五大學習技能之一。
- 想寫出圈粉文案，得先當個生活觀察家。

▶ 文案 vs. 文字的差別

- 不到30歲就當上鴻海集團發言人的劉冠吟，話說得淺白，卻分量十足：

打動人心的叫**文案**，

沒動腦就寫出來的只能稱作**文字**。

▀ 從熱情走向專業

■ 「文字是我的興趣，也是我的生命」

劉冠吟以多年的「江湖經驗」，整理出貼近生活、易於實踐的文案練功心法，讓你優游在文字的魅力中，並且享受創作的過程：

心法1：廣泛閱讀，當個拆彈高手

心法2：用點線面組織文章架構

心法3：放大生活細節，收集靈感

心法4：調高感情濃度，引爆共鳴

▸ 心法1：廣泛閱讀，當個拆彈高手₋₁

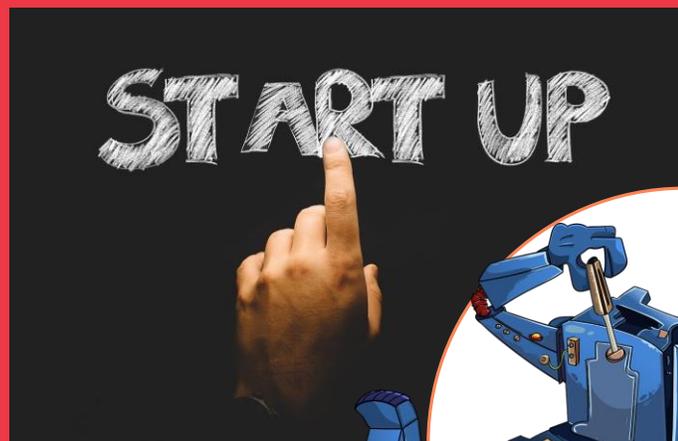
- 要先讀，才有東西可以寫：平時多閱讀、累積字彙量
- 閱讀的定義不侷限於書籍：周遭眼光所及的事物，都是「閱讀」的一環。
- 什麼都要看，就算你覺得是垃圾的東西也要看：
跨出同溫層，去追蹤「你討厭的粉絲專頁」，了解這個圈子的習慣用詞、溝通語彙。
因為這些知識，很可能會在某一天突然派上用場。
- 真正的閱讀，不是單純把文字瀏覽一遍而已：
學會解構字句，才能從中得到收穫。
- 在成為文案高手之前，要先學會當個拆彈高手。

心法1：廣泛閱讀，當個拆彈高手⁻²

拆解方法可分成4個步驟：

1. 分析場景：

文案使用的起手式為何？
營造出什麼氛圍或感受？



2. 解釋原因：

為什麼它要這樣設計？
目的為何？



3. 給出暗示：

它含有哪些隱藏的訊息？



4. 達到目的：

它如何促使你採取行動？



心法2：用點線面組織文章架構

- 她是以「點、線、面」為基礎，交織出一篇扣緊主軸的文案。
- 三者的順序，並無一定規則，端看作者的敘事習慣。
重點是，下筆之前，要先擬好一份主線清晰的腳本，再一步步規劃三者的佈局方式。

點

代表作者要說的事情。

不論是**痛點、笑點、重點**，

動筆之前，先捫心自問，「我能否具體說出這個文章的重點？」

線

由點延伸出去的一個敘事主軸。

寫作最忌諱**失焦、內容過度發散**，尤其**不要妄想一網打盡所有TA**
(目標受眾)而添加太多重點，讓整篇文章變得不知所云。

面

像是文章的完整臉孔，存在於點跟線之間，**擁有具體的故事情節**

► 心法3：放大生活細節，收集靈感⁻¹

- 撰寫任何文案，都是在考驗「創意」，但一個好點子，通常不會靈光乍現，而是仰賴平時的經驗累積。

「靈感的收集，要從生活開始」：

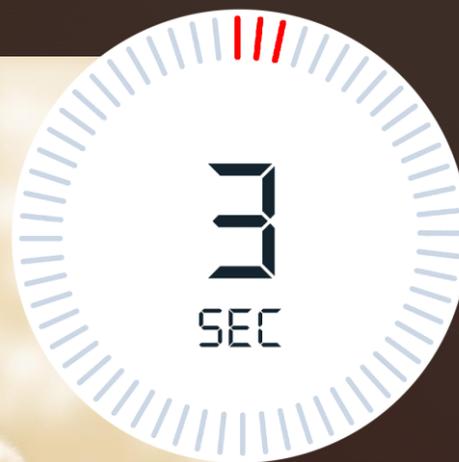
1. 搭捷運時，絕不會低頭滑手機，而是把握機會**觀察**周遭熙來攘往的乘客；
2. 與朋友聊天時，她會揣摩對方的情緒，事後嘗試**以文字重新詮釋**；
3. 吃到一個不太美味的三明治，她也會仔細**分析**：
產品的包裝文案使她萌生何種**期待**？
跟實際感受比起來，又有哪些落差？

➤ 心法3：放大生活細節，收集靈感⁻²

- **好的文案**不是能想出多厲害的slogan（口號），而是怎麼把市井小民描繪得很精緻、很清晰、很生動。
- **「觀察他人」**，這項技能有助於描繪目標讀者樣貌。
 - **「高階菁英文化」的符碼**
一位身穿Under Armour排汗衫、肩背精品品牌Tumi商用包、手腕配戴智慧手環、正在閱讀財經新聞的男性乘客。
 - 日後，當她需要針對這個族群撰寫文案時，腦中自然會產生一個栩栩如生的對象，使撰寫的內容更有共鳴。

➤ 心法4：調高感情濃度，引爆共鳴⁻¹

- 在資訊超載、人手一機的網路時代，每位讀者的**平均專注力只有3秒鐘**，
- 如何**用最少的文句**，完整表達訊息、交代來龍去脈，或是只用一句話，瞬間**抓住讀者目光**，絕對是必須著重培養的寫作技巧。
- 使用「感情濃度很高的陳述方式」作為開頭，不管是高興、悲傷、難過的情緒，如此才能**在短時間內引爆共鳴**。



➤ 心法4：調高感情濃度，引爆共鳴⁻²

在設計文案之前，一定要先為讀者設想情境。

- 你希望讀者在什麼時間點、帶著什麼樣的心情，看到你的文案？
- 只是想打發時間、排解壓力的人，與打算認真找資訊、從事社交活動的網友想看的內容，肯定會有所落差。

而情境的不同，將決定下筆的口氣及風格。

- 即使是經驗老道的文案高手，也很難單靠一次出擊，就正中讀者下懷；同一套方法，更不可能永遠適用。所以當文字成效不佳時，反而是加緊學習的好機會。唯有反覆練習、來回檢討，才能掌握訣竅，寫出令人耳目一新的圈粉文案。

► 總結：劉冠吟提升文案力4祕訣

1. **廣泛閱讀**、解構他人創作，從書籍、捷運看板、廣告傳單到網路貼文，都能成為日常學習的養分。
2. 下筆前先擬好文章架構。可用「**點、線、面**」法則，讓內容牢牢**扣緊主軸**。
3. 生活中多停下腳步，仔細**觀察**他人的穿著打扮、情緒起伏，從中**收集文案靈感**和目標受眾樣貌。
4. 寫社群媒體文案時，開頭可**使用感情濃度高的陳述方式**，以奪讀者眼球。



Thanks For Listening