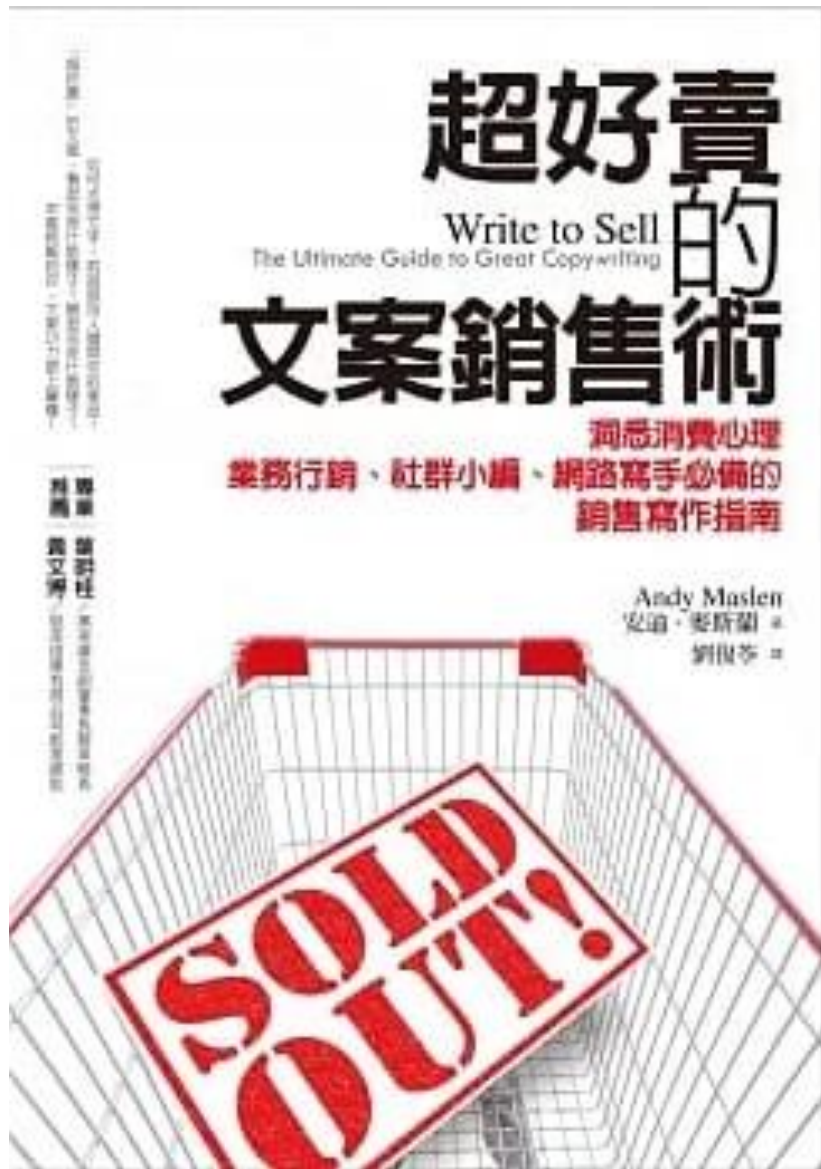


# 一學就會、一寫就中!

## 5步驟寫文案，顧客想不注意都難



2022.06.07



- 「如果沒有先擬定計畫，只要你在寫作過程中不小心失焦，忽略了各階段的目的，文案就可能直接宣告失敗。」
- 產生好文案，有一套紀律與流程，大致分成 5 個步驟：
  - ① 消費者研究
  - ② 下標
  - ③ 鋪陳內容
  - ④ 收尾
  - ⑤ 潤稿

# STEP 1.

## 動筆前：誰在看你的文字？



動筆前，先想想你的文案是寫給誰？

- **文案是為讀者而寫**——不是為自己，不是為同事，更不是為了老闆。無論是寫銷售文章、新聞稿，一封信還是明信片，一定要把**目光放在目標對象身上**。
- 把自己想成是讀者**描繪他 / 她的心理素描**，思考如果我是讀者，**「我想知道什麼」「解決什麼問題」以及「它對我有什麼好處」**，並以此為出發點，規畫寫作方向。

## 主打商品：

嚴選日本進口的質感小物，  
兼具設計感與實用性，可以凸顯生活品味

滿足需求

性別：女

在想什麼：

哪裡有好用又具特  
色的生活用品？

年齡：24-35歲



特質：

理性、有個性、  
不跟風、消費力高

追求：

高質感生活風格

## STEP 2.

# 標題：如何讓文字跳出資訊海？

引起好奇，抓住  
讀者注意

- 讀者看文案時，視線優先停留是**標題**。
- 要引起好奇心，標題不見得要詳述或揭示產品資訊，**重點是能引起注意力**。

篩選觀眾，讓目  
標族群看見你

- 針對特定對象說服，**標題要明確點出「要給什麼人看」**，讓「目標族群」覺得繼續看下去對自己有帮助。」



長得漂亮是本錢，  
把錢花得漂亮是本事。

## 全聯文案技巧：

1. 篩選目標對象-「台灣年輕人」
2. 目標對象內心素描-「薪水普遍不高，但愛美又注重購買的高CP值」
3. 文案初稿可能會是-「便宜又好用，買東西快來全聯」
4. 文案訴求要更加明確，一寫就中年輕女性訴求-「長得漂亮是本錢，把錢花得漂亮是本事」

## STEP 3.

# 內文：為什麼讀者想看下去？

與其平鋪直述的介紹產品的特色，不如告訴消費者「能獲得什麼好處」，搭配講故事、訴諸情感、提供真實情境等文案技巧，讓消費者想仔細看你的文案內容。



**X** 這款冰箱擁有3層共6門

**O** 這款冰箱依據冷凍、冷藏(一般食品)及冷藏(蔬果)進行詳細分類，不怕找不到食材。

# STEP 4.

## 收尾：如何說服讀者行動

透過專家觀點、使用者回饋等數據，讓前面塑造的動人情境或產品的優勢更具說服力。此外，為了讓能夠看完文案後，立刻起身行動，要在結尾處告訴讀者相關資訊，如時間、地點、售價等等。



使用者A：太神奇了!!

醫學證實，2天見效，  
有效降低...



免費諮詢電話：  
0800-666-666



地點：台北市大安區  
光復南路...



# STEP 5.

## 檢查：初稿夠精確完美了嗎？

### 製造句子節奏

動詞、短句會加快文案節奏；名詞、長句則減緩文案節奏。

### 刪除冗言贅字

將「非常」「很」「或許」等不具實質意義、刪了也不影響句意的贅詞，  
如：這個牙刷非常好用  
=> 清潔毫無死角

### 確認語意順暢

經過多次修改後，要再次檢查文案的邏輯，每個段落的鋪陳是否合理。

精煉文字讓文章較無壓迫感，增加閱讀意願，潤稿的原則

冗言贅字

精簡後

多到數不勝數 → 很多

以…的形式 → 如同

唯一的一個 → 唯一

整個議題 → 議題

在年度的基礎上 → 每年

# 春節年菜品牌文案範例

✓ 文案構思：

1) 別太累，家人只想吃這味

2) 您的手藝無可取代，不如今年讓我錦上添花。

3) 這盤菜的味道叫媽媽。

✓ 目標對象：想自己處理年菜的消費者

✓ 文案說明：每到了過年期間，家中的母親就會開始煩惱今年要自己煮年夜飯或是訂購外面的年菜，這則文案直接觸摸到消費者的心底，用關懷的方式請消費者「別太累」，然後再說道「家人只想吃這味」，除了使用了押韻，更是間接的引導了消費者的決定。

寫出差異化  
創造信任感

## 上課前

用心研發,獨家口味,絕對好吃!

色香味俱全



嚴選食材



品質保證



## 上課後

只要三分鐘,美味就上桌

五星大廚親自研發,百里飄香只此一家

讓孩子多吃兩口  
全家讚不絕口



台灣在地食材  
產地直送,新鮮現做



經 SGS 檢驗合格  
給您安心的美味



# 1 抓住眼球



討厭，這是什麼東西？  
想看！



這，這……這不  
就是在說我嗎？

# 2 刺進要害

# 3 留在心上



這股揮之不去的感覺……  
是怎麼回事？