

妙笔生花的秘密

——宣传文案写作的核心技巧训练

主讲 萧一凡

课程背景：

对于任何企业来说，举办各类市场推广营销活动是必不可少的一项工作内容。但是，你是否经常会遇到这样的问题：千辛万苦策划出来的活动，知道者甚少，参与者寥寥，明白者不多，问题者不少。要么是令人不感兴趣，要么是令人置之不理，么是令人疑惑丛丛，要么是令人难以置信……产生这些问题的一个重要的原因，在于活动的宣传文案写得不清楚、不明白、不引人、无特色，文案的写作者在写作的认知、技巧的掌握、文笔的运用、风格的营造等方面，缺乏专业的技巧，缺少实战的经验。

本课程就以上存在的现象，将通过理论的剖析、步骤的讲解、技巧的训练、实际的操作等方式，带领写作者对宣传文案的写作，进行深刻认识、扎实训练、快速掌握、有效应用，为企业培养可信、可用、能用、好用的写作人才，解决企业的后顾之忧。

课程时长：6小时

课程对象：

企事业单位办公室、宣传、文化、品牌、市场、营销等部门管理人员和工作人员，及有关写作需求者。

课程特色：

本课程理论联系实际，以解决实际应用中的问题为出发点，解析背景理论知识，给出解决问题的方法，通过讲解、剖析、示范、讨论、练习等多种方式，使学员迅速掌握宣传文案写作的要领。

课程宗旨：使你迅速成为写作的高手。

课程目标：

1. 学员深刻理解所策划活动的内涵
2. 学员说出优秀文案的标准和三原则

3. 学员理解不同类型的文案特点
4. 学员提高文案语言表达能力
5. 学员掌握图文配合的技巧

课程大纲：

一、 深刻理解活动内涵

1. 活动的深厚背景分析
2. 活动的目标愿望分析
3. 活动的内容方式分析
4. 活动的优势特色分析
5. 活动的受众心理分析

二、 优秀宣传文案的标准

1. 新鲜性
2. 趣味性
3. 感人性
4. 全面性
5. 深刻性

三、 宣传文案的三原则

1. 受众利益至上
2. 活动特色突出
3. 标语易懂好传

四、 宣传文案的语言要求

1. 语言简洁
2. 句式简短
3. 清晰准确
4. 用户为先
5. 直指人心

五、 不同类型的文案特点

1. 载体类型：报纸、广播、电视、网络、橱窗、手机、外场
2. 展示方式：海报、展板、图片、H5、小视频、PPT
3. 写作类型：软文、推文、广告、新闻通讯报道，工作总结汇报

六、 图片与文字的配合

1. 关键环节的选取
2. 图片配文的要求
3. 视频配文的限制