

企劃人員

重點摘要

- ◆ 不論何種產業均需要企劃人員，大致可分為產品行銷、活動等企劃，其工作範疇從策略擬定、產品規劃到推廣宣傳涵蓋層面廣泛，可同時累積基層的執行能力、訓練組織思考和邏輯規劃的前瞻眼光及思維，是未來晉升管理職的最佳跳板。
- ◆ 企劃工作需要多元思考及創意發想，跨領域學科背景、產業經驗與多元專長將有助於企劃力提升。
- ◆ 臺灣已從過去「生產者導向」的製造、代工逐漸轉入「消費者導向」的知識密集產業，面對這波產業轉型趨勢，研發、行銷企劃將是未來競爭力的決勝關鍵，而這也代表企劃工作將有更多需求與更大發展空間。

職業特性

企劃的應用範圍極廣，如公司管理制度改善、財務配置、產品行銷等，甚至未來產品的研發方向都需要企劃，工作內容相當多元，且分布在各行各業中，其中產品行銷、活動等企劃最常見。

產品企劃工作內容要先調查市場，了解現今的市場趨勢，找尋市場缺口，進行創意發想、著手設計產品雛型。透過 SWOT¹分析，研究產品的主力競爭者、主力客群、消費時機、生命週期、預估銷售數量與價格，進行商品定位和確認目標市場；設計包裝的過程中，與廣告廠商擬定與消費者溝通的策略，再者，決定通路策略和上架的佈置呈現，通路與產品的調性必須相符，才能有加分的作用。接著，藉由宣傳公關活動（辦記者會、試用、展覽等形式）介紹商品給消費者，

這部分需與媒體記者、場地人員、活動人員密切配合。活動企劃通常根據產品企劃中的策略及目標對象，規劃出適合的活動，要負責的部分常包括硬體展場佈置、聲光效果等，在一般大型企業中，產品企劃通常是企業內部的行銷人員負責，而活動企劃則往往外包給公關、活動公司負責規劃執行。

依業務性質觀察，許多業務活動與企劃工作有關，如飯店、圖書、廣告、媒體、品牌、婚禮、展場、節目等，其職務內容各有不同，飯店企劃比較重視展覽以及活動執行，每年的旅展和美食展是重頭戲，另外飯店的形象包裝也是主要任務之一；圖書企劃的主要工作則是在圖書和媒體間架座橋樑，牽線扮演溝通與說明的角色，目的在於引起媒體朋友與讀者對圖書主題的注意和興趣；媒體企劃人員的職責是評估、選擇與購買媒體，建議廣告應該如何播放，才能接觸到最多目標消費群並達到最好效果。品牌企劃規劃企業的形象，必須全盤了解客戶組織、經營理念、遠景後，藉由各種媒介（包括 LOGO（商標）設計、包裝設計、展場陳列、廣告等）塑造品牌形象，並持續且一慣性經營，才能在消費者心中累積產生品牌形象。婚禮企劃則是近年興起的風潮，客製化服務，負責安排所有婚禮周邊的預算規劃、婚宴流程、場地佈置、婚禮紀錄等。展場企劃規劃展覽設計，需配合企業的預算控制，並以企業形象識別做整體設計，提供展場內硬體設備、軟體支援等相關服務與諮詢。節目企劃的工作包括節目內容的規劃，並且根據觀眾反應修正節目製作的方向、文案撰寫、媒體發稿、協助廣告排播、行政規劃執行等事宜。

企劃人員能使新產品在市場上快速打響名號，也可為老舊品牌注入新生命。在市場已呈現分眾消費的趨勢下，如何吸引目標消費群的眼光、建立品牌忠誠或有效運用新的宣傳管道等，都是企劃人員需要一再去思索、更新學習的課題。創意是企劃工作的關鍵，但一經公開發表，便很容易受他人抄襲、失去新鮮感、成為舊概念；企劃人員需要多方吸納新知、提升邏輯分析能力，方能源源不絕為產品創造新價值。企劃人員要有大膽創新、細緻縝密的想法，需要應變市場狀況又要組織人事物以便進行專案，創新求變、市場敏感度、解決問題、計劃組織、專

業學習、分析判斷等六大特質是企劃人必備之條件。大致來說，工作時需要使用的分析工具包括SWOT分析、波特五力分析模型²和統計方法，因此受過MBA訓練的人較能勝任。

新進人員通常負責較低階的執行工作，如問卷設計、數據分析、溝通聯絡、撰寫新聞稿、展場支援等非計畫性的事務；資深人員則從事較高階的規劃事宜。由於需要進行市場調查、分析、繪圖與簡報等工作，因此操作電腦文書軟體（如：Word、Excel、Power Point）、統計軟體（如：SAS、SPSS）、繪圖軟體（如：PhotoShop、Corel Draw、Illustrator）、網頁製作軟體（如：Dreamweaver、FrontPage等）皆為基本必備技能；此外，若能熟悉專案管理軟體（Project），則有助於控管專案時程和計畫進度。



節目企劃在攝影棚內的工作情況

工作條件

企劃是極具機動性的工作，除了在辦公室，不定期的市場調查、客戶拜訪或活動舉辦等均需外出。企劃人員的標準工作時數為一週40小時，但是公司一般採用責任制，所以工作時間常不固定，有時因為任務需要，在平日晚上或休息日加班均為不可避免之情況。

常見的生理不適有長時間使用電腦引發的肩頸痠痛、乾眼症、手腕炎等；另外，企劃人員可說是產品行銷的負責人，要負成敗之責，因此工作壓力頗大。有些人員並非受僱於企業，而是以個人工作室的身分接案，通常在家工作，工作時間自由度大，可自行調整，但同樣必須面對案件時效和開發業績的壓力。

目前就業情況

依據勞動部統計資料³顯示，民國 108 年 7 月受僱之廣告及行銷專業人員（含企劃）有 60,502 人，服務業部門約占 8 成，其中又以批發及零售業占 3 成 1 為最多；受僱於工業部門者（占 17.57%），大部分集中於規模較大且知名的製造業廠商，人數約 10,316 人（占 17.05%）。

根據資深人員表示，企劃人員以女性占絕大多數，年齡普遍在 20~40 歲之間，外派機會通常是公司在海外擴展市場時才有，會有外派津貼，待遇通常不錯。

雖然產業外移多少對整體經濟有負面影響，但相較於其他職業，企劃工作所受到的衝擊較小。企劃需因地制宜，所以一定是透過當地的實際接觸才能得知消費者需求；有心者可積極培養國際觀，以適應更大的市場考驗。

廣告及行銷專業人員（含企劃）受僱人數－按主要行業分

108年7月

單位：人、%

行業別	人數	百分比
總計	60,502	100.00
工業	10,629	17.57
製造業	10,316	17.05
服務業	49,873	82.43
批發及零售業	18,837	31.13
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	9,682	16.00
金融及保險業	4,517	7.47
專業、科學及技術服務業	9,165	15.15

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」。

附註：僅列示主要行業，故有細項加總與總計不符現象。

訓練資格及升遷

企劃人員通常是企管、傳播、行銷、廣告、商業相關科系畢業，但其實企劃所需要的人才，並沒有一定的背景限制，有志於此者均可藉由創意思維的發想和邏輯推理能力進入此領域。修習心理學、社會心理學、社會學、政治學、經濟學、企業管理、倫理學、民意研究、公共問題分析、媒體關係、行銷、廣告、出版等課程將有助於對市場趨勢的了解、問題分析、組織能力建構；跨領域學科背景有助於工作所需的多面向思考，因此除了本門專業外，多元專長將有助於企劃力提升，求學時，也能藉由學校社團中舉辦團康活動之經驗，培養從企劃書撰寫到後期實際執行之能力。在學期間，可參加臺灣企劃塾及中華專業認證學會共同推動的「青年活動企劃師」證照認證⁴，累積將來就業資歷。

一般的企劃技能包括組織（如：架構、組織結合、邏輯分析）、文字（如：企劃書撰寫、下標題）、資料蒐集、判斷（如：重點判斷、決策建議、角色扮演想像力）、電腦美編、簡報、前瞻、執行等能力，最基本必要的則是語言和表達，因為在業務上必須與客戶或國際人士接觸，流利的應對和適度的說明是爭取企劃

的重要關鍵；其他還有抗壓性、耐性、溝通、對市場的敏感度、靈活度以及應變能力等也都是必備條件，尤其是企劃人員常需與不同部門的人員合作，必須具有很高的協調、配合度，更重要的是不斷學習新知，擴充自己的學識廣度和創意。

在訓練方面，公司內部訓練課程包括基本廣告知識、市場分析方法、行銷環境介紹、企劃書撰寫等，部分大專院校的推廣教育中心、青年發展署、社區大學、民間企管顧問公司亦會提供一些有關企劃實務、企劃書撰寫、品牌行銷的課程，幫助有志從事企劃工作者對於市場建立初步認識。民間單位開設有初階商務企劃員、經營企劃師、行銷企劃師、高階商務策畫師等證照及培訓課程⁵，採用企劃書內容實質審查之考試模式，課程內容包括企劃思考力訓練（策略思考、問題分析、創意思考）、企劃執行力訓練（企劃寫作、專案管理、市場情報蒐集、提案表達）、專業企劃力訓練（行銷企劃實務、網路行銷實務、商品企劃實務、活動企劃實務）。至於進修管道，在職碩士專班（Executive Master of Business Administration, EMBA）常是多數人的選擇，以中高階主管必備的管理核心課程為主，搭配個案實務研討，著重理論與實務印證，課程內容包括行銷管理、財務管理、組織原理、作業管理、全面品質管理、電子商務、資訊管理等，而人脈網絡更是額外高附加價值的收穫。

在升遷方面，主管會考量年資、學歷、推行案件績效以及不同部門之歷練等，表現佳者可升遷至管理職，如擔任行銷企劃經理、活動企劃經理、產品企劃經理等。

薪資收入

根據勞動部統計資料顯示³，民國108年7月各行業受僱廣告及行銷專業人員（含企劃）之平均薪資62,755元，其中經常性薪資（不含績效獎金、年終獎金等非按月發放者）50,809元，非經常性薪資11,946元。在工業部門中，僱用人數較多的製造業平均薪資79,521元，其中經常性薪資約占64.78%、非經常性薪資約占

35.22%；服務業部門以出版、影音製作、傳播及資通訊服務業之平均薪資較高，約71,202元。

根據資深企劃人員表示，一般初進勞動市場者起薪約為 27,000~30,000 元，具 3~5 年企劃經驗者月薪可達 45,000 元以上，任職於外商公司者薪資普遍較高。

廣告及行銷專業人員（含企劃）受僱薪資—按主要行業分

行業別	總薪資		經常性薪資		非經常性薪資	
	(1)=(2)+(3)	結構比	(2)	結構比	(3)	結構比
		(1)/(1)		(2)/(1)		(3)/(1)
總平均	62,755	100.00	50,809	80.96	11,946	19.04
工業	80,307	100.00	52,151	64.94	28,156	35.06
製造業	79,521	100.00	51,512	64.78	28,009	35.22
服務業	59,015	100.00	50,524	85.61	8,491	14.39
批發及零售業	56,860	100.00	46,943	82.56	9,917	17.44
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	71,202	100.00	56,777	79.74	14,425	20.26
金融及保險業	69,983	100.00	61,494	87.87	8,489	12.13
專業、科學及技術服務業	52,884	100.00	50,531	95.55	2,353	4.45

資料來源：勞動部「職類別薪資調查報告」。

附註：僅列示主要行業，故有細項加總與總計不符現象。

前景與展望

臺灣已從過去「生產者導向」的製造、代工逐漸轉入「顧客導向」的知識密集產業，面對這波產業轉型趨勢，以「微笑曲線」⁶分析來看，研發、行銷企劃將是未來競爭力的決勝關鍵，而這也代表企劃人員的工作在當中扮演重要的角色，將有更多需求與更大發展空間；目前各大廠商亟欲發展自有品牌，早期的宏碁及近期的華碩均為了建立品牌而將品牌、製造分家，可見品牌與設計是下一階段臺灣產業的轉型方向，因此擁有品牌建立能力或品牌維護經驗的企劃人員前景看好。再者，以目前產業外移與國際化的趨勢來看，企劃人員將面臨更大的挑戰，培養國際觀及語文能力，成為不可免的功課，站上這一個浪頭，國際行銷人員與

國際展覽企劃人員將成為下一個明日之星。

藝文活動雖是自古以來一直存在的休閒，但始終有曲高和寡的危機，但在國人對於生活品質要求逐漸提高，國際藝術交流往來頻繁的今日，近年來國內舉辦多場世界級的藝術表演與展覽，藝術行銷企劃居功厥偉；網路則是企劃工具上的另一項利器，網路行銷企劃能夠藉由科技的輔助（如低成本發送、利用資料庫鎖定目標消費群等），充分發揮網路無遠弗屆的效果，帶來無窮商機。

「有企劃力，才有競爭力。」任何組織、商業模式一定要做企劃、具備100%的執行力，才能成功。每種工作都用得上企劃，即使是專業能力也必須靠企劃能力來轉化、落實。再加上目前「活動產業」越來越龐大，從公關公司、地方文化產業到兩岸展會活動，全都屬於活動產業的範疇，在在需要活動企劃能力。因此，活動企劃在職場上也益顯重要⁷。事實上，景氣佳時產業競爭激烈，需要優秀企劃人才來突顯公司的強項及特色；景氣不佳時，更需要企劃人員對市場審慎地調查、精確掌握市場脈動，才能帶領公司渡過寒冬、創造高峰。

企劃工作涵括從最基礎的市場調查到最上層的策略規劃，能夠同時累積基層的執行能力並訓練組織思考邏輯，對企業比較能有全盤的了解；擁有某一領域的專業學識背景，並進一步強化企劃、管理能力者競爭力更高於同儕，若能再累積豐富的人脈，未來轉任業務或是管理職務都將如魚得水。根據資深企劃專家表示，企劃人員應該讓自己像海綿一般吸收各類不同的資訊（包括工作上的專業和其他各領域的知識），觀察社會動態、了解各階層的生活，才能企劃出打動人心的產品。

相關職業介紹

其他從事與企劃相關工作或背景相似的職業包括策略規劃人員、行銷人員、業務人員、公關人員、廣告AE⁸等。

相關資訊來源

WBSA 世界商務策劃師聯合會 臺灣辦事處

<http://www.wbsa.com.tw/front/bin/home.phtml>

動腦雜誌

<http://www.brain.com.tw/news/index>

麥巨卡索訓練中心

<http://www.mgct.com.tw/>

臺灣企劃塾

<http://www.planning.com.tw/>

台灣行雲會

<http://www.smec.org.tw/>

備註

- ¹ SWOT 分析是企管理論中相當有名的策略性規劃工具，主要是針對企業內部優勢與劣勢以及外部環境的機會與威脅來進行分析，可作為企業策略擬定的重要參考。
- ² 波特五力係指潛在競爭者、同業競爭、替代品威脅、買方談判力、賣方談判力。
- ³ 勞動部（民國 109），職類別薪資調查報告（資料時期：民國 108 年 7 月）。
- ⁴ 活動企劃師，網址：<http://www.planning.com.tw/ccapp/page001.htm>。
- ⁵ 世界商務策劃師證照，網址：<http://www.wbsa.com.tw/front/bin/home.phtml>。
- ⁶ 微笑曲線（Smile Curve）是民國 81 時，當時的宏碁電腦董事長施振榮在《再造宏碁：開創、成長與挑戰》一書中所提出的企業競爭戰略。微笑曲線分成左、中、右 3 段，左段為技術、專利，中段為組裝、製造，右段為品牌、服務，而曲線代表的是獲利，微笑曲線在中段位置為獲利低位，而在左右兩段位置則為獲利高位，如此整個曲線看起來像是個微笑符號。微笑曲線的含意即是：要增加企業的盈利，絕不是持續在組裝、製造位置，而是往左端或右端位置邁進。
- ⁷ 從「社團學分」培養專業活動企劃師，網址：
<http://www.planning.com.tw/ccapp/articles/article004.htm>。
- ⁸ 廣告 AE（Account Executive），廣告業務員，是廣告公司和客戶之間的橋樑，代表廣告公司拜訪客戶和接受客戶的委託來製作廣告內容，一方面要了解客戶真正需求，並確實掌握客戶所要求的預算、完成時間的進度、以及廣告內容的方向；另一方面則要將訊息傳給廣告公司，進一步做兩者間的協調與溝通。