

## 創造自己的活動(三)-活動企劃書

- 活動企畫書除內容要能夠縝密詳實的規劃活動內容外，最重要的部分在於活動的創意點，它是整個活動的賣點，也是最能夠吸引參與者的部分。
- 在撰寫活動企畫書前，應該先掌握目標群體的年齡層與背景，然後發想出整個活動所欲塑造的體驗為何，整個活動的內容走向也朝此一方來來規劃，如此才容易撰寫出具有特色的活動企畫案。
  - 考驗營可以考驗參與者的膽識、體能、知識或常識
  - 活力營可以激發參與者的創意，或是親身體驗農夫收割、打穀生活
  - 迎新生活營，則可以利用座談、分組討論、競賽等方式進行學長姐與學弟妹間的互動與認識
- 當對整個活動有初步的構想與創意點後，再來就是將思想化為文字的過程。
  - 根據閱讀對象而分為對內企畫案與對外企畫案兩種。
  - 一般來說，如果企畫案屬於對外企畫，則內容僅需一般常見的項次加上附錄即可，重點在於活動的創意點、內容與執行方式。
  - 而對內企畫案是提供給活動工作人員進行活動規劃與執行所需的企畫案，則需要詳細羅列活動內容的各項細節與執行的步驟，使工作人員能夠依企畫書內容執行籌備或是活動流程的工作。
- 最後，企畫書內容的編排相當重要的，一個好個企畫書在閱讀起來應該是輕鬆、愉快且容易瞭解的，所以，有經過排版過的企畫書，甚至有經過美工編排的企畫書將會是讓人較有意願去閱讀的。電腦打字、列印應該會較手寫的企畫文案讓人更樂於閱讀。
- 活動企劃=活動+企劃
- 要寫活動企劃很簡單，坊間或網路上就有許多範例可以臨摹。
- 但是要寫出好的活動企劃，卻不是那麼簡單，因為一份好的企劃書要有創造力和感動力。

期末活動企劃範例

營隊、課程	競賽、賽會	休旅交誼	嘉年華
○○育樂營 ○○親子日 ○○課程指導 ○○體驗營 ○○○○	○○運動會 ○○錦標賽 ○○對抗賽 ○○社區活動 ○○○○	○○迎新 ○○送舊 ○○之旅 ○○公益 ○○○○	○○嘉年華 ○○園遊會 ○○晚會 ○○表演 ○○○○

### 標題

- 活動標題很重要
  - 吸引參與者
  - 取得資源
    - 三義國際木雕藝術節
      - 交通部觀光局、客委會、林務局、新聞局
    - 屏東黑鮪魚文化觀光季

- 農委會、文建會、觀光局、內政部
- 媒體注意
- 主題性的整體活動延伸
  - 鶯歌國際陶瓷嘉年華
    - 2001「陶與花」、2002「陶與飲食」、2003「陶與燈」、2004「鶯歌製陶200年」、2005「陶與聲音」、2006「創意陶詞生活趣」

### slogan

- 童玩節：當我們童在一起
- 客家桐花季：山中油桐五月雪
- 2006台灣燈會（台南、狗年）：槃瓠再開天
- 2006台北燈節：旺福鴻運台北城
- 府城七夕國際藝術節：青春來逗陣，歡喜轉大人

### 識別系統

- 圖案
- Slogan
  - 童玩10歲，孩子王萬歲

### 活動宗旨

- 歷史緣起
  - 為何辦理
  - 歷年概況與成果
- 活動目的
  - 理念
  - 目標
- 活動效益
  - 對地方
  - 對文化
- 小結

### 主辦單位

- 辦理單位通常包含【指導單位】【主辦單位】【承辦單位】【協辦單位】和【贊助單位】
  - 公部門（自辦）、民間團體（委辦）或公+私（合辦）三種形式
  - 試述三種形式的優缺點

形式	優缺點	優點	缺點
公部門自辦		有效協調相關局室資源	各種法令箝制
委託民間機構		具彈性、靈活度高；減輕政府人力及財力負擔	常因招標問題，影響時效

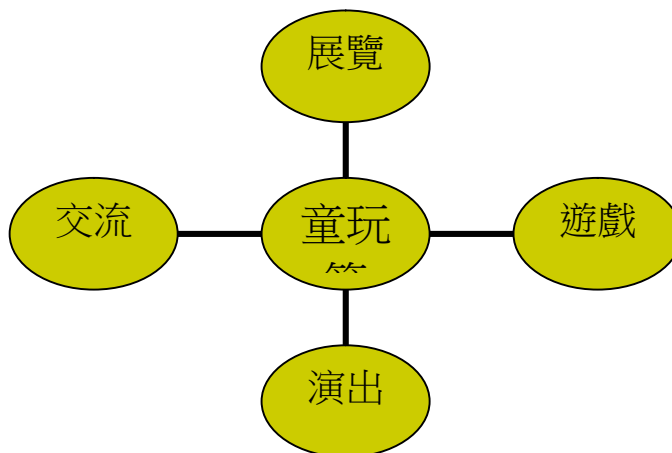
<p>公私合辦</p> <p>1. 由下而上</p> <p>2. 由上而下</p>	<p>可分工（例：單位協調與活動策劃籌辦工作）</p> <p>場地使用申請、資金各方便都更加便利</p>	<p>意見與權責</p> <p>公部門的要求或限制，例如：「長官致詞」、「頒獎」</p>
---	--	--

### 不同辦理形式案例

- 宜蘭童玩藝術節
  - 主辦單位：宜蘭縣政府
  - 承辦單位：宜蘭縣政府文化局、財團法人蘭陽文教基金會
- 客家桐花季
  - 主辦單位：行政院客家委員會
- 海洋音樂祭
  - 主辦單位：台北縣政府
  - 承辦單位：貢寮鄉公所
  - 催生者：「海洋獨立音樂大賞」評審團
- 三義國際木雕節
  - 主辦單位：苗栗縣政府
  - 承辦單位：臻鎡國際行銷廣告公司

### 活動內容

- 在企劃書中，活動內容指的是你所設計的活動，包含哪些主軸，也就是賣點。
  - 有哪些元素加入可以讓活動更具特色



- 各項內容選擇考量
- 如何搭配

### 行銷與宣傳

- 許多活動宣傳必須花大把銀子，因此企劃者可思考如何善用媒體公關，達到免費宣傳效果
  - 邀請政要名流
    - 安檢、國安密會
    - 約前十天才能確認行程，必須隨機應變

- 特殊身分時間安排

- 代言人
- 公益/拍賣
- 製造新聞點（給媒體想要的）

【小提示】

- 全國性電子媒體和地方電子媒體比較
  - 全國性廣告費高
  - 只與一家或少數全國性媒體合作，易受其他電視台抵制
  - 地方電台地域清晰，互斥性不高，可代為打跑馬燈，費用低廉
- 活動想要被媒體報導
  - 很有議題性（除了活動特色外，還可以跟什麼結合，例如專車一日遊）
  - 花錢（編列公關預算給媒體競標，要求得標者找其他媒體聯合採訪）

### 各種人力來源

- 視活動規模而定，一些大型活動需要龐大人力投入，因此分工和配置就顯得十分重要
  - 層級愈高，動員力愈強，運作體系也愈嚴密
    - 公關組、交通組、醫療組、消防組、活動組、行政組...
  - 媒體中心
  - 行政事務中心（投訴、行政協調、工讀生管理）
    - 工讀生：園區工作人員、導覽解說人員、主持人、翻譯人員、新聞工作人員
    - 志工
    - 接待家庭
- 而小型活動則視活動型態與特定需要來編配人力，並分派不同組別

### 經費預算

補助款、門票、企業贊助、授權商品權利金及商店販售

- 尋找贊助商
  - 事先選定要找的企業別
    - 信用卡、汽車、飲料是大宗
  - 看企業當年是否有贊助預算
    - 大企業前一年就編預算
  - 政府部門的推薦
  - 投企業所好

#### 一、尋求贊助的準備

- ※客觀的評估
- ※強化優點取代缺點
- ※保持創意
- ※確定贊助者的利益與機會
- ※進行活動定位

#### 二、尋求贊助的研究-目標導向的調查

- ※贊助的類型
- ※羅列贊助名單
- ※設身處地替贊助者著想
- ※尋求贊助也需要創意
- ※贊助廠商資訊來源

- 三、活動贊助的銷售策略
  - ※贊助活動的定價方式
  - ※面對面的贊助拜會
  - ※完美的企劃書
  - ※贊助者的服務
- 四、贊助者的觀點
  - ※評估標準

#### 票務

- 要不要委外
- 要不要多重票價
  - 平日V.S.假日；不同身分別
  - 有沒有私下議價空間
  - 大宗切票

#### 其它

- 攤販
  - 可以融入夜市文化
  - 公告申請
- 交通
  - 接駁路線、停車場
- 清潔
  - 垃圾不落地

#### 【活動成功經驗談】

- 主題明確：活動主題訴求要明確，要有核心價值，最忌諱摹仿抄襲
- 溝通協調：組織架構嚴謹、分工明確，尤其需做好橫向溝通
- 整合資源：尋求在地認同，導入民間資源，訴求成功的活動可以活絡地方產業。
- 建立信念：不是每個活動都能如預期的成功，辦活動是要不斷的累積經驗、不斷修正，用心經營依定會成功。

#### 一般活動企劃書的架構

1. 封面	10. 宣傳策略與實施方式
2. 目錄	11. 預期困難點與解決策略
3. 活動名稱	12. 相關人員或單位配合、協助事項與負責人
4. 企畫的宗旨、目的與預期效果	13. 活動流程與負責人
5. 活動日期、地點	14. 預算評估表
6. 主、協辦單位與贊助單位	15. 人力職務分配表與聯絡方式
7. 個人費用	16. 物品道具表
8. 交通工具	17. 時程進度表
9. 活動對象	18. 其他備案

#### 【活動企劃實例分享—2005宜蘭國際童玩藝術節】