

Vista 文案黃金公式

20 個快速檢查點 - 發文前必檢清單

每次發文前用這份清單檢查，避免常見錯誤

一、受眾定位 (3 項)

- 開頭 2 行就說到「讀者」的痛點，而非自我介紹
- 明確指出目標受眾身份（創業者/主管/行銷人...）
- 描述受眾的資源限制（預算有限/沒時間/不懂技術...）

二、痛點描述 (4 項)

- 用「具體場景」描述痛點，不用空泛形容詞
- 說明「不解決的代價」（浪費金錢/時間/機會...）
- 捕捉內心焦慮（「你是否擔心...」、「害怕...」）
- 避免 buzzword（賦能/打造/整合等空話）

三、價值主張 (4 項)

- 清楚說明「讀者能得到什麼」（讓您.../幫您...）
- 用數字或時間框架證明效果（提升 X%/節省 X 小時）
- 說明「與競品/DIY 的差異」
- 列出具體交付物（模板/清單/SOP...）

四、信任建立 (3 項)

- 提供至少 1 種證據（數據/案例/權威背書）
- 案例要有「挑戰→處理→結果」完整故事
- 主動說明「適用條件」，誠實建立信任

五、行動呼籲 (3 項)

- 只有 1 個主要 CTA（避免選擇癱瘓）
- 明確指示「做什麼」（點擊/填寫/下載...）
- 降低門檻（免費/只需 1 分鐘/簡單...）

六、可讀性 (3 項)

- 每句話 ≤ 30 字，避免長句

- 適當分段與留白（每段 ≤ 4 行）
- 用小標題或重點標示，支援快速掃讀

使用建議

- 每次發文前花 3 分鐘檢查，避免 80% 的常見錯誤
- 不需要 20 項全滿分，能做到 15 項就是優質文案
- 想深入學習完整方法論？前往 copywriting.vista.tw 使用免費文案健檢工具