

# Vista Cheng（鄭緯筌）

## 文案教學精華與公式大全

本文件整理自 Vista Cheng（鄭緯筌）的著作、文章、電子報與訪談內容，彙整其文案寫作與內容行銷的核心方法論、公式與實戰技巧，為有志學習文案寫作者提供系統化的學習指南。

### 壹、文案力三要素公式

Vista 在《慢讀秒懂》一書中提出文案力的核心公式，認為好的文案需要具備三大要素的乘法效應：

$$\text{文案力} = \text{表達力} \times \text{說服力} \times \text{感動力}$$

#### 1.1 表達力：如何靠幾行字賣翻天

表達力是文案的基礎，指的是用清晰、精準的文字傳達產品或服務的特色。好的表達力能讓讀者在短時間內理解你想傳達的訊息，不會產生歧義或誤解。

#### 1.2 說服力：見證文案打動人心的力量

說服力是讓讀者相信你、信任你的能力。透過數據佐證、名人加持、使用者見證等方式，建立文案的可信度，促使讀者採取行動。

#### 1.3 感動力：說個有溫度、情懷的好故事

感動力是文案的靈魂，能夠觸動讀者的情感，讓他們產生共鳴。好的故事能拉攏顧客與你同一國，建立深厚的情感連結。

### 貳、FAB 銷售法則

FAB 銷售法則是 Vista 在《內容感動行銷》中大力推廣的文案寫作框架，被譽為「比起承轉合還簡單的公式」。這是一種以顧客為中心的銷售技巧，幫助你有系統地呈現產品價值。

$$\text{FAB} = \text{Feature} + \text{Advantage} + \text{Benefit}$$

#### 2.1 三要素詳解

1. **F（Feature）屬性/功能**：陳述產品的屬性或功能，說明產品「是什麼」、「有什麼」。例如：小米手環新增了心跳偵測器。

2. **A (Advantage) 優勢**：寫出產品的優勢，與競爭對手有何不同。例如：小米手環重量只有 5 公克，比其他穿戴式裝置更輕巧。
3. **B (Benefit) 利益**：提出客戶最重視的利益與價值，讓消費者知道「這對我有什麼好處」。例如：每充電一次可支撐 30 天，不需時常充電，讓你無後顧之憂。

## 2.2 FAB 實戰應用要點

- 先想到讀者，把讀者擺在第一位
- 不是寫自己想說的話，而是讀者想知道的事
- 可以針對客戶需求，有選擇、有目的、有層次地進行說服
- 謹記：**Features tell, but benefits sell**（功能告知，利益才賣）
- 同一產品對不同客群可強調不同的 **Benefit**

## 參、VISTA 提問法（AI 寫作框架）

Vista 在《1 分鐘驚豔 ChatGPT 爆款文案寫作聖經》中，針對 AI 時代的文案寫作需求，設計了一套專屬的提問框架——VISTA 提問法。這套方法幫助使用者更有效地與 ChatGPT 等 AI 工具溝通，產出高品質的文案。

**VISTA = Visualize + Identify + Strategize + Test + Act**

### 3.1 五步驟詳解

1. **V (Visualize) 視覺化**：想像你要編寫的文案需要達成什麼目標和願景？你想要突出什麼特色？吸引哪些潛在的目標受眾？
2. **I (Identify) 確認**：確定問題或挑戰的具體描述。例如：如何在眾多同類產品中突出這款產品的獨特性和吸引力？需要哪些資訊來了解目標受眾的需求和喜好？
3. **S (Strategize) 策略化**：制定一個具體的解決策略。例如：可以將產品描述為兼具某些獨特優勢，並強調其濃郁的風味和令人愉悅的體驗。透過呈現獨特的特色來突出品質和品牌形象。
4. **T (Test) 測試**：測試你所制定的策略，以確保它可以有效地解決所確定的問題或挑戰。例如：透過測試不同版本的商品文案和廣告素材，來驗證文案的吸引力和有效性。
5. **A (Act) 行動**：執行制定的計畫，並監控其有效性和可行性。注意要點：突出產品獨特性和優勢、強調體驗和品質、用生動語言描述、利用引人注目的視覺來吸引顧客。

### 3.2 搭配深津式提問框架

Vista 也建議搭配「深津式提問框架」來提升提問品質：

- 明確要求 ChatGPT 扮演特定角色（如：專業的編輯）
- 給予具體的情境問題
- 提問字數不要超過 300 字，使用簡單詞彙

- 在問題中限制回答範疇，控制回答字數或思考方向

## 肆、5W 傳播理論

Vista 在教學中經常引用拉斯維爾（Harold Lasswell）提出的 5W 傳播理論，作為內容行銷策略的基礎框架。這套理論幫助文案人在動筆前釐清溝通的完整脈絡。

### 4.1 五個核心問題

1. **Who（誰）**：誰是訊息的發送者？你的品牌定位是什麼？
2. **Says what（說了什麼）**：你想傳達什麼核心訊息？價值主張是什麼？
3. **In which channel（透過什麼通路）**：使用哪些媒體通路？官網、社群、電子報、影音？
4. **To whom（給誰）**：目標受眾是誰？他們的需求、痛點、期望是什麼？
5. **With what effect（取得什麼效果）**：期望達到什麼行銷目標？轉換、品牌認知、互動？

## 伍、內容行銷「養套殺」策略

Vista 將內容行銷的核心策略用「養套殺」三個字精準概括，這是建立長期顧客關係的系統性方法。

### 5.1 三階段策略

【**養**】建立實用、有觀點的一系列文章。持續產出有價值的內容，累積專業形象和信任基礎。

【**套**】讀者喜歡你的文字，成為你的粉絲。透過優質內容建立情感連結，讓讀者主動追蹤、訂閱。

【**殺**】因為是粉絲，對你建立了信任，你推薦什麼產品或服務，粉絲都願意買單。轉換水到渠成。

### 5.2 核心理念

內容行銷是一種「不主動銷售的藝術」——傳送有用的資訊，而不刻意推銷產品或服務。透過與目標受眾持續對話、溝通，潛移默化地改變其消費行為或習慣，進而產生對組織的好感與信任。

## 陸、標題寫作六大元素

Vista 在《文案力就是你的鈔能力》中整理出六大吸睛標題元素，幫助文案人寫出高點擊率的標題。

1. **問題**：利用問題吸引好奇心。例如：「學了這麼多年英文，你真的只會說 How are you 嗎？」——自問自答的方式能引發讀者好奇，想知道答案。
2. **數據**：用具體數字增加可信度。例如：「3 個步驟讓你的轉換率提升 200%」——明確的數據讓讀者感受到具體的價值。
3. **名人**：借助名人效應。例如：「賈伯斯教我的簡報秘訣」——知名人物能吸引眼球，增加權威性。
4. **故事**：用故事引發共鳴。例如：「從負債百萬到年收千萬，他只做對了這件事」——故事性標題能觸動情感。
5. **利益**：直接點出讀者能獲得什麼。例如：「讀完這本書，你將學會如何在 30 分鐘內寫出千字好文」——明確的利益承諾。
6. **緊迫感**：創造時間壓力。例如：「限時 24 小時，錯過再等一年」——緊迫感促使讀者立即行動。

## 柒、寫作「停看聽」原則

Vista 在文案課中教導學員遵守「停看聽」原則，這是動筆前的必要準備工作。

### 7.1 三步驟

【**停**】當接到撰寫文案的指令時，先不急著打開電腦、振筆疾書。先停下手邊的工作，仔細思考一番。幫助自己靜下心來，弄清楚內容是寫給誰看的。

【**看**】多方蒐集資料，觀察市場現況、競爭對手、消費者行為。看看別人怎麼寫、市場上有什麼成功案例可以參考。

【**聽**】多聽來自市場與客戶的各種聲音。了解目標受眾的需求、痛點、期望，才能針對潛在顧客群設計出明確的內容策略。

## 捌、品牌故事創作四原則

Vista 認為品牌故事是內容行銷的重要環節，他提出了撰寫品牌故事的四大原則。

1. **研究目標受眾**：深入了解你的讀者是誰，他們的背景、興趣、痛點是什麼，才能說出他們想聽的故事。
2. **安排適合的情境與敘事風格**：根據受眾特性選擇合適的故事場景和說故事的方式，可以是溫馨感人、勵志向上或幽默風趣。
3. **用情感包裝**：品牌故事最重要的是用「情感」來包裝，讓讀者能投射進去，產生共鳴和認同。
4. **建立英雄旅程**：運用經典的故事結構，讓品牌或創辦人成為克服困難、實現目標的主角，引發讀者的支持和追隨。

## 玖、內容行銷實戰技巧

### 9.1 內容生產五步驟循環

Vista 建議建立內容生產的高效循環系統：

1. 設定明確的內容目標與 KPI
2. 研究目標受眾的需求與行為
3. 產製有價值的優質內容
4. 透過合適的通路發布與推廣
5. 分析數據並持續優化

## 9.2 六種關鍵內容型態

根據行銷目標選擇合適的內容型態：

1. 部落格文章：建立專業形象，提供深度內容
2. 社群貼文：即時互動，建立品牌親和力
3. 影音內容：視覺衝擊，提高記憶點
4. 電子報：深度經營，建立長期關係
5. 懶人包/資訊圖表：易於分享，快速傳播
6. 白皮書/電子書：建立權威，獲取名單

## 9.3 善用內容行事曆

Vista 建議使用「內容行事曆」來規劃內容產製，確保內容發布的節奏穩定、主題多元，並能配合節慶、產業活動等時機點，創作更有效率。

# 拾、思維鏈技術（Chain of Thought）

在《ChatGPT 提問課》中，Vista 介紹了「思維鏈」技術，幫助使用者更有效地與 AI 工具互動。

## 10.1 核心概念

思維鏈（Chain of Thought）是一種提示技術，透過要求 AI 生成一系列中間步驟來提高其推理能力。關鍵在於加入「讓我們循序思考」（Let's think step by step）這樣的語句。

## 10.2 應用場景

- 複雜問題的分析與解決
- 多步驟的文案規劃與撰寫
- 需要邏輯推理的內容創作
- 數學計算或數據分析任務

# 拾壹、有效提問框架

Vista 認為，一個好的提問框架應該包含以下要素，幫助你更清晰地表達問題，讓 AI 工具提供更有建設性的答案。

1. **主題**：明確指出你想要討論的主題或問題
2. **背景**：提供有關主題的背景資訊，讓 AI 更全面地了解你的問題
3. **具體需求**：問題要盡量具體、明確，並專注於一個主題或方向
4. **限制條件**：限制回答範疇，控制回答字數或思考方向
5. **期望輸出**：說明你期望得到什麼樣的回答格式或內容

## 拾貳、Vista Cheng 著作一覽

以下為本文件整理之主要參考來源：

1. 《慢讀秒懂：Vista 的數位好文案分析時間》（2018）——文案寫作入門經典，提出文案力三要素公式
2. 《內容感動行銷：用 FAB 法則套公式，「無痛」寫出超亮點！》（2019）——系統化介紹 FAB 銷售法則與內容行銷策略
3. 《文案力就是你的鈔能力》（2022）——職場寫作實戰指南，涵蓋標題技巧與各類文案寫法
4. 《1 分鐘驚豔 ChatGPT 爆款文案寫作聖經》（2023）——AI 時代文案寫作指南，提出 VISTA 提問法
5. 《ChatGPT 提問課，做個懂 AI 的高效工作者》（2024）——ChatGPT 職場應用完整指南

—— 整理完畢 ——

本文件僅供學習參考，版權歸原作者所有  
更多資訊請參閱：[www.vistacheng.com](http://www.vistacheng.com)