

# 寫給渴望突破的你

你是否也曾陷入「時間換金錢」的困境，感覺自己的專業價值被低估？

你是否渴望從一個聽命行事的「執行者」，轉型為能引導客戶、共創價值的「策略夥伴」？

如果答案是肯定的，那麼這份文件就是為你準備的行動藍圖。



# 這份文件是什麼？

這份檢核表濃縮了 The Futur 的核心架構以及我近10年接案的經驗結合而成，專為接案者、設計師與創意工作者量身打造，目標是協助你從根本上改變接案思維與工作模式，同時提高收入。

## 為何你需要它？

透過這份檢核表，你將學會如何：

### 擺脫價格戰

從按時計價的紅海，航向以價值為基礎的藍海。

### 篩選理想客戶

將寶貴的時間與精力，投資在真正尊重你專業的合作夥伴身上。

### 掌握談判主導權

自信地應對各種異議，保護你的專業價值與收費標準。

## 這份檢核表可以怎麼用？

01

### 自我評估

在開始一個新專案前，誠實地檢視自己目前符合了哪些項目，又有哪些是待改進的。

02

### 會議前的準備清單

在與潛在客戶初次接觸或進行提案會議前，將此表作為你的準備指南，確保萬無一失。

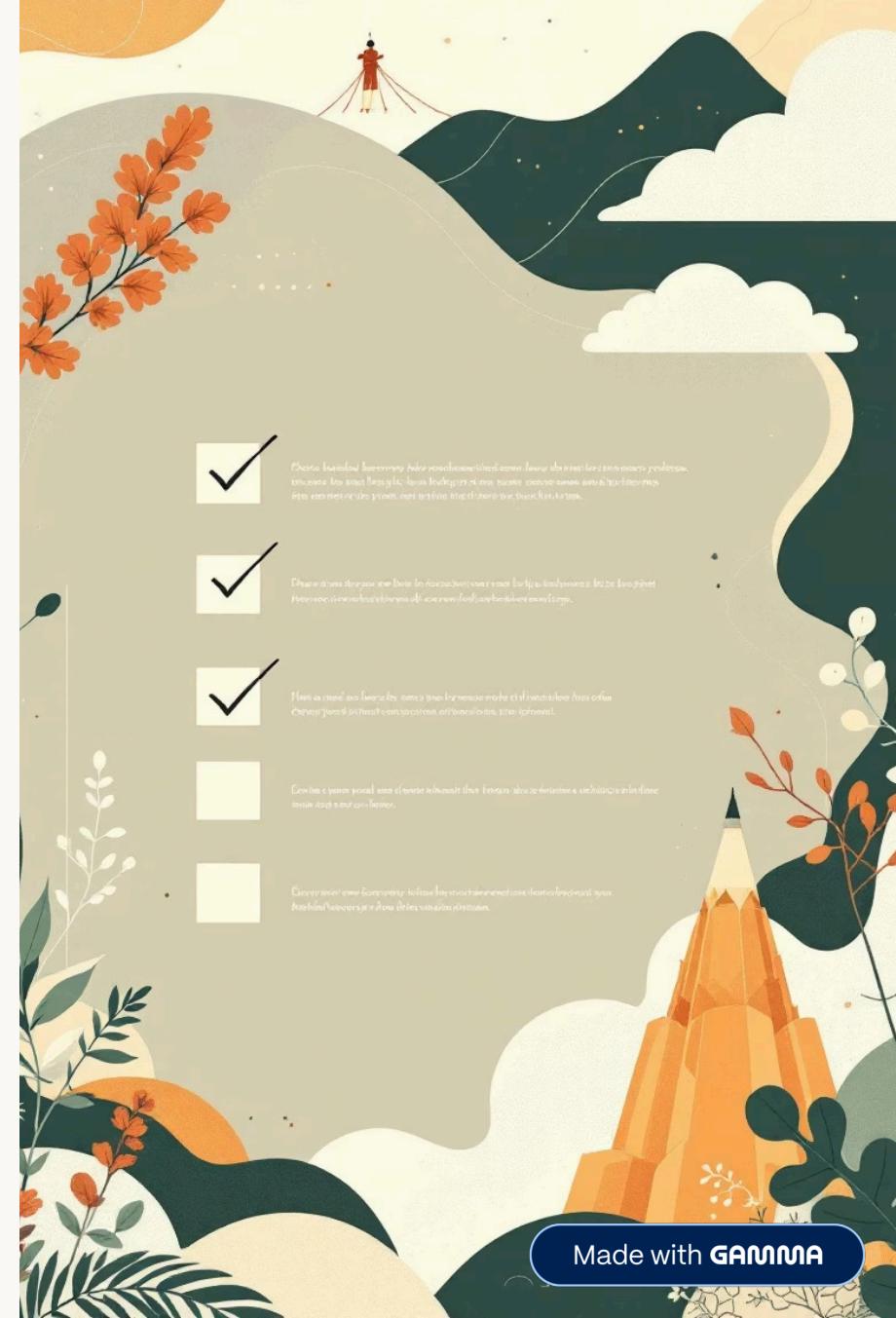
03

### 持續優化的工具

將它視為一份動態文件。每次專案結束後，回來複盤，看看哪些環節可以做得更好，並將心得註記下來。

現在，讓我們開始吧！

# 接案實戰檢核表



# 第一步：學會報價，篩選對的客戶

核心理念：不賣時間，賣「投資報酬率 (ROI)」

註：ROI 就是客戶花一塊錢，你能幫他賺回多少錢。

- 我清楚我的服務不只是交作業，而是為客戶解決生意上的問題，幫他們省下時間、創造更多收入。
- 我能具體說出我的專業能如何幫助客戶賺錢，例如「提升30%的網站下單率」或「節省50%的人力成本」。

## 理想客戶：誰該合作？誰該放生？

- 我只鎖定知道「時間就是金錢」，並且我的服務能確實幫到他們的客戶。
- 第一次開會，我一定會確認對方是能拍板做決定的人，避免浪費時間對牛彈琴。
- 我會果斷婉拒那些只問價格、不肯多談需求的「比價型」客戶。

## 初次見面：如何掌握對話節奏？

- 當客戶開出低預算，我會不受影響，不讓這個數字主導後續的談話。
- 我會主動提出我服務的價值區間 (例如：「我的服務通常是從 \$20,000 元起跳」)，重新建立客戶的期待。
- 我會採取「不強求」的姿態，真誠地告訴對方，這個預算無法達到理想的品質，甚至推薦其他同行，以讓他感覺「錯過可惜」，同時展現我的自信。
- 我的重點是看「客戶是誰」來定價，而不是看「專案大小」來定價，把重心放在客戶的解決問題有多迫切。

## 第二步：釐清需求，從工具人變身策略軍師

核心理念：一律先診斷，再設計

- 我是「解決問題的專家」，不只是「工具人」。
- 我明白客戶說的「我想要一個Logo」，往往只是表面問題，我的責任是**找出背後真正的病因**。
- 我能透過深入提問，找到連客戶自己都沒發現的商機，以此證明我收費的價值。
- 我會拒絕客戶「一個口令一個動作」的要求，讓客戶明白**我是能幫他們賺錢的夥伴，而不只是一筆花費**。

### 商業洞察架構 (e.g., CORE Discovery Framework)

- 在動工前，我會用一套**固定的提問流程**來深度了解客戶的生意。
- 我會扮演**專案的領導者**，引導客戶團隊達成共識，避免日後大家意見不合一直改。
- 我明白，有一套穩定、可重複的提問系統，是提供高價值服務的關鍵。

# 關鍵提問：挖出真正的目標與需求 (SMART Goals)

- 我會引導客戶把思考重點從『要做什麼』，轉移到『這些項目能為您的生意帶來什麼實際幫助』。
- 我會確保客戶的目標是**具體、可衡量、可達成、有回報且有時限的**。  
\***SMART 原則** (Specific, Measurable, Attainable, Rewarding, Time Sensitive)。
- 我會**要求客戶量化成功的標準** (例如：「希望三個月內，新款產品銷量增加 28%」)，這是我報價的基礎。
- 我在會議中會問以下關鍵問題：

## 品牌認知與來源

為什麼找我們？從哪裡知道我們的？  
(了解客戶怎麼看待我的專業價值)

## 緊迫性與動機

為什麼「現在」需要做這個？  
(了解這件事有多急，客戶有多想解決)

## 商業目標與期望

您覺得這個專案，對公司的未來有什麼幫助？(讓客戶看到專案的長遠價值)

## 成功測量標準

我們要怎麼判斷這個專案算成功？  
(確保目標可以量化，才能計算ROI)

## 不做改變的成本

如果現在什麼都不做，會發生什麼事？  
(讓客戶思考「拖延」的代價)

## 決策者確認

請問這次合作，最終是由您來做決定嗎？  
(確保時間花在對的人身上)

- 如果客戶答不出來，或無法量化，我會考慮婉拒，因為這可能不適合價值定價(Value Based Pricing)。

# 第三步：學會提問，化解客戶的疑慮

- 我明白這個方法的精髓是透過提問，引導客戶自己想清楚，而不是我一直推銷。
- 當客戶有疑慮時，我會用這六種問題來引導對話：



## 澄清問題

「您所指的『成功』具體是指什麼？」



## 探究假設

「您是根據什麼，認為這樣做會比較好？」



## 探究理由與證據

例如：「有什麼過去的經驗或數據，支持這個想法嗎？」



## 替代觀點

例如：「除了這個方法，還有沒有其他可能性？」



## 探究後果

例如：「如果我們不做這件事，一年後會對市佔率有什麼影響？」



## 反思問題

例如：「我們今天討論這個，最關鍵的核心是什麼？」

## 如何回應客戶的反對問題

### 應對「價格太貴」

- [ ] 我會把焦點從「價格」轉移到「價值」與「不做會虧多少」。
- 例如：「跟誰比起來貴呢？他們也能幫您達到預期的營收目標嗎？」
- 例如：「如果這個專案成功，能為您帶來多少收入？跟這個比起來，您還覺得貴嗎？」

### 應對「我只需要一個 Logo/XX」

- [ ] 我會禮貌地拒絕，並重新確立我是「策略顧問地位」，負責診斷與開藥方。
- 例如：「請您先告訴我遇到了什麼問題，解決方案就交給我來規劃。」

## 進階談判技巧：讓提問更有力的組合技

- 我會先發制人：在客戶質疑前，主動說出他們可能擔心的事，先幫他們打預防針，讓對方卸下心防。
  - 例如：「我知道您可能會覺得，我們的報價比市場行情高了一些。」
- 我會注意說話的語氣，保持好奇、友善、沉穩，讓談話專業又有溫度，而不是像在審問犯人。

# 第四步：持續進步與最後提醒

如何學習與執行？

- 我會優先專心學好一套發現問題的流程，而不是在各種方法之間換來換去，這樣才能真正上手。

重要提醒：別濫用提問技巧

- 我在使用提問技巧時，會提醒自己，目的是真心想幫助客戶，而不是為了辯贏對方或顯得自己比較聰明。

為什麼「驗證」很重要？

- 我明白「先驗證，再動工」的原則，是所有成功商業模式的基礎，這才是高價收費的底氣。

# 最後，想對你說

這份檢核表不僅僅是一份任務清單，它更是一套思考方式。當你逐一檢視並實踐這些項目時，你會發現自己正在從一個單純的「接案者」，轉變為一個能真正看懂客戶需求、提出有效解決方案的「策略夥伴」。這將幫助你：

## 提升專案價值

不再被困在價格戰，而是能以您服務為客戶帶來的實際效益來定價。

## 篩選優質客戶

將時間投入到最值得合作的客戶身上，避開那些只會消耗你精力的案子。

## 增強談判自信

掌握有效的溝通與談判技巧，在面對質疑時能自信、專業地應對。

Designed by 一人事業 AI 實驗室