

“기획능력 향상 요약본”

1차시 기획의 개념과 본질 이해

기획이란 무엇인가?

■ 기획의 사전적 의미

- ✓ “사람이(人) 서서(止)있으니, 바라는 바(企)를 글(書)과 그림(畵)으로 새긴다.”
- ✓ 변화하는 기업환경 속에서 어떤 목표를 설정하고 거기에 도달하기까지 구상, 제안, 실행하는 모든 작업
- ✓ 아이디어를 실현하거나 목표를 정하고 도달하기까지의 구성 제안 등의 모든 절차

■ 아이디어, 계획, 기획의 차이

- ✓ 아이디어 발상을 통해서 계획을 수립하고 그 수립된 짜임새 있는 계획이 발전하여 기획이 됨

■ 기획에 대한 잘못된 인식

- ✓ 기획은 아이디어를 짜내는 것이다.
- ✓ 기획은 필요로 하는 곳이 정해 있다.
- ✓ 기획은 시스템적 접근이 필요 없다.
- ✓ 훌륭한 기획자는 타고 난다.

기획은 왜 필요하고 중요한가?

■ 기획의 필요성 증대

- ✓ 기획은 집을 지을 때의 설계도와 같음

■ 기획이 추구하는 궁극적인 목적

- ✓ 기획의 목적은 ‘무엇을’ ‘어떻게 할 것인가?’에 대한 가장 효율적인 솔루션을 제시하는데 있음
- ✓ 기획의 가장 궁극적인 목적은 ‘설득’

기획의 범위와 표현방식

■ 기획의 주요 범위

- ✓ 비즈니스에서는 전 직무영역에 있어서 기획부문이 연관을 가짐

■ 비즈니스 기획서의 형태와 종류

- ✓ 품의(의견)서, 보고서, 제안서, 계획서

■ 비즈니스 기획서 표현방식

- ✓ 텍스트(문장) 표현, 도표, 그래프, 기타 비주얼화

기획의 범위와 표현방식

■ 비즈니스 기획서의 5W 2H 표현

5W	Why, What, Who, When, Where
2H	How, How much

■ 좋은 기획서의 조건

- ✓ 실용성, 구체성, 현실성

■ 요즘 기획서 작성 추세

- ✓ 양보다 질
- ✓ 핵심위주 표현
- ✓ 텍스트 위주에서 탈피
- ✓ 알기 쉽게 기술
- ✓ 디지털 방식 활용

2차시 기획 필요점과 요구 역량

기획의 전제조건과 필요점

■ 기획을 하기 위한 전제조건

- ✓ 기획의 전제조건이란 기획을 입안하는데 지켜야 할 규칙으로서의 제약 조건을 말함
- ✓ 기획을 잘 하기 위해서는 우선적으로 기획에 필요한 기획 역량을 갖추어야 함

논리력 / 정보력 / 창의력 / 표현력 / 적용력

■ 기획에서 필요로 하는 기본 사항

- | | |
|------------------|------------------------------|
| ✓ 기획은 시작이 중요하다. | ✓ 기획서가 요구하는 사항이 무엇인지 알아야 한다. |
| ✓ 자료를 잘 찾아야 한다. | ✓ 기획서의 완료 시간을 지켜야 한다. |
| ✓ 핵심을 잘 나타내야 한다. | |

■ 기획서의 필요점

- | | |
|---------------|---------------|
| ✓ 결론(So What) | ✓ 비용(COST) |
| ✓ 근거(Why) | ✓ 비교(Compare) |
| ✓ 방법(How To) | |

나와 상대방의 기획스타일 파악

■ 나 자신의 기획 스타일 파악

주도형 기획자	주관 있게 밀어 부치는 타입
온정형 기획자	부드러운 기획서 작성의 소유자, 기획에 대한 상대를 배려함.
신중형 기획자	매우 꼼꼼하고 분석적인 기획
개방형 기획자	호기심이 많고 창의적이며, 기획서의 변화 추구
현실형 기획자	변화 있는 기획보다는 기존의 방식과 경험을 매우 중시

■ 상대방의 기획 스타일별 공략

주도형	결론부터, 핵심만 간단하게, 말을 많이 하지 않고 상대의 말을 듣기만 하는 지혜도 필요함
온정형	주변적인 사항을 먼저 이야기 하며, 풀어나가는 방법이 좋음
신중형	관련된 자료 준비와 논리적 근거 명확히 제시
개방형	기획서가 추구하는 항목 중에서 흥미, 시각적인 효과를 많이 고려
보수형	주관보다는 타인에 대한 의존도가 높음

기획서 작성의 구비요건

▪ 상대에게 맞는 기획

- ✓ 스타일에 맞는 기획
- ✓ 눈높이에 맞는 기획

▪ 현실에 맞는 기획

- ✓ 현실 트렌드 반영
- ✓ 구체적인 기획
- ✓ 현장적용이 가능한 기획

▪ 소설과 기획서의 차이

소설	기획서
▪ 주관적 ▪ 문장형 ▪ 장문 ▪ 늘어 쓰기 ▪ 이해의 폭이 넓음 ▪ 간접적인 표현 ▪ 발단-전개-위기-절정-결말	▪ 객관적 ▪ 핵심 아우트라인 ▪ 단문 ▪ 간단명료 ▪ 이해 용이 ▪ 직접적인 표현 ▪ 서론 - 본론 - 결론

3차시 단계별 기획 프로세스

단계적 사고의 이해

- 단계적 사고와 시스템적 사고

- ✓ 기획에 있어서 꼭 필요한 사고

넓은 시야 / 장기적 접근 / 동적인 감각

- 개별기획의 단계적 접근방법

- ✓ 기획은 개인이 작업을 할 때 일정한 접근방법과 사고의 프로세스를 가짐

준비 / 부화 / 번득임 / 검증

전형적 기획서 작성 단계

- 기획 준비에서 쓰기까지

- ✓ 기획 방향잡기 > 분석 > 전체 프레임 설정 > 핵심항목 선정 논리구조화 > 세부컨텐츠 레이아웃

- 기획 다듬기에서 활용까지

- ✓ 기획 다듬기 > 기획안 표현 > 평가 및 응용

각 단계별 접근 방법

단계	구 분	착 안 사 항
준비	기획 방향잡기	▪ 기획의도 파악 ▪ 기획의 범위와 컨셉 확정 ▪ 명확한 문제 제기
	분석	▪ 논리적 근거 자료와 기초 데이터 정리 ▪ 정확한 원인 분석
쓰기	전체 프레임 설정	▪ 실질적인 기획서의 조망 ▪ 기획서 골격완성
	핵심항목 선정 논리구조화	▪ 기획서 주요 포인트와 강조점 명시 ▪ 기획 요지 구성
	세부컨텐츠 레이아웃	▪ 기획서 내용 유기적 셋팅 ▪ 큰항목-중간항목-작은항목-내용 구조화
다듬기	기획 문구 다듬기	▪ 비즈니스 문장작성 ▪ 읽기 쉽고, 알기 쉽게 교정
	비주얼 가미	▪ 눈에 띄는 기획서 ▪ 색상, 이미지, 비주얼 레이아웃
활용	기획 평가	▪ 기획서의 현실감각 평가
	적용 및 응용	▪ 다양한 현장 적용성 검토 ▪ 폭넓은 응용범위 고려

4차시 기획 방향잡기

기획에 필요한 아이디어 발상법

▪ 브레인 스토밍 기법

- ✓ 어떤 한 가지 주제에 관하여 관계되는 사람이 모여 자유롭게 아이디어를 제시함으로써 아이디어의 연쇄반응을 일으켜 다량의 아이디어를 얻고자 하는데 목적을 두고 있음

자유분방 / 비판엄금 / 질보다 양 / 결합개선

▪ 문제발견식 접근법

- ✓ 제품(상품)기획 시 주로 쓰이는 방법으로 장단점과 개선점을 파악하여 문제를 발견하고자 하는데 목적이 있음

특성열거법 / 결점열거법 / 희망점 열거법

▪ 체크리스트 법

- ✓ 특성 문제에 대한 항목들을 나열하고 특정 변수 등을 검토 분석하면서 아이디어를 구하는 방법

▪ 만다라식 발상법

- ✓ 중심단어를 바탕으로 뻗어나가면서 연관된 단어를 연상하여 기록하는 방법

기획 컨셉구상 방법

■ 컨셉이란?

- ✓ 기획에서의 컨셉은 기획이 추구하고자 하는 본연의 '기획의도와 방향'을 나타냄

■ 컨셉도출 단계

- ✓ 기획의 방향을 정한다.
- ✓ 기획의 주체를 생각한다.
- ✓ 기획 대상자를 생각하라.
- ✓ 구체적인 단어로 표현하라.

■ 컨셉 설정

- ✓ 컨셉은 여러 가지 표현보다 가장 압축적인 한마디로 표현하는 것

기획 목표 및 제목 설정

■ 다양한 기획 목표 이해

- ✓ 구체적인 목표가 없다면 이미 죽은 기획서, 유용하지 않은 기획서가 됨
- ✓ 컨셉은 아이디어를 구체화하고, 목표는 컨셉을 구체화하여 기획서가 도달하고자 하는 바를 나타냄

■ 목표 설정 방법

- | | |
|---------------------|-----------------|
| ✓ 구체적(Specific) | ✓ 결과(Result) 창출 |
| ✓ 측정가능(Measurable) | ✓ 기간(Time) 명시 |
| ✓ 달성가능(Achievement) | |

■ 제목 설정

- | | |
|----------------|------------------|
| ✓ 기획서를 정확하게 암시 | ✓ 어감이 좋게 |
| ✓ 인상적으로 기술 | ✓ 트렌드(Trend)를 반영 |
| ✓ 흥미유도 | |

5차시 기획 분석도구

기획 정보수집과 가공

- 정보와 정보체계의 이해

- ✓ 정보는 일반적으로 데이터, 1차 정보, 지식, 2차 정보의 4가지 체계를 가짐

- 정보관리와 처리 절차

- ✓ 정보관리란 정보를 수집, 분석, 가공, 활용의 각 단계를 체계적으로 운영하는 것을 의미함

- 기획 정보원 활용

- ✓ 정보원은 정보수집의 근원지가 되며, 여러 가지 정보원을 통해 기획에서 원하는 정보를 얻게 됨

정보원 구축 / 인맥정보원 중시 / 특정정보원 별도 관리

현상분석 기법

■ 현상분석의 의미

- ✓ 현상분석이란 기획의 과제를 둘러싼 배경을 언급하는 데서 출발

기획의 이슈 파악 / 문제 정의 / 향후 흐름 암시

■ 현상분석 착안사항

- ✓ 올바른 현상분석을 위해서 기획자는 다음 3가지의 마인드를 갖추어야 함

Fact-Based 사고 / 거시적 사고 / 변화 감각

■ 3C 환경분석 요소

- ✓ 고객(Customer), 자사(Company), 경쟁사(Competition)의 3요소를 분석하는 것

고객(Customer)분석 / 자사(Company)분석 / 경쟁사(Competition)

■ SWOT 분석기법

- ✓ 비즈니스 경영환경분석을 통해 사업의 타당성을 검토하는 분석도구로 가장 많이 쓰는 것

강점(Strength) / 약점(Weakness) / 기회(Opportunity) / 위협(Threat)

원인분석 기법

■ 근본원인의 파악

- ✓ 기획에서의 원인분석은 바로 숨어있는 근본원인을 찾는 것
- ✓ 근본원인은 문제해결의 단서이자 중요한 실마리가 되며, 이후 방향에 대한 논리적 근거를 제시해줌

■ 5WHY 원인분석 기법

- ✓ 근본원인을 해결하는 대표적인 방법
- ✓ 꼬리에 꼬리를 물고 WHY라는 질문을 최대 5번까지 던지다 보면 찾고자 하는 근본원인이 나옴

6차시 기획 로드맵 구상

기획 흐름 파악의 중요성

- 기획흐름 파악의 중요성

- ✓ 로드맵(Road Map) / 목차 / 프레임(Frame)

- 흐름이 있는 기획서의 특징

- ✓ 내비게이션 역할 / 논리 부여 / 적절한 기획의 양 조절

- 흐름이 없는 기획서의 특징

- ✓ 궤도 이탈 / 산만함 / 일관성 결여

기획 목차 구성

- 목차는 기획서의 큰 틀과 뼈대를 결정하는 것으로 물줄기와 같은 기획의 흐름

- 목차구성을 위한 가설설정

- ✓ 흐름을 나타내는 목차를 제대로 설정하기 위해서는 우선 인과관계에 의한 가설을 설정할 필요가 있음

단순한 추측 금물 / 신뢰감을 주도록 노력 / 기획 프레임으로 연결

- 기획의 S-D-S 흐름

- ✓ S(Summary) / D(Detail) / S(Summary)

스토리보드 작성법

- 기획 스토리 보드는 다음과 같은 의미를 가짐

- ✓ 주요 핵심 내용 설계
 - ✓ 흐름상의 기록물
 - ✓ 자유로운 구성

7차시 핵심항목 선정 논리구조화 I

기획 논리구조화 이해

■ 논리구조화란?

- ✓ 논리의 부분적 요소나 내용을 서로 관련되는 것끼리 잘 엮어 통일되게 조직화 하는 것

■ MECE 논리구조화 이해

- ✓ 맥켄지 컨설팅의 논리적 사고에서 파생된 것
- ✓ 어떤 사항과 개념을 중복되지 않고 누락되지 않게 하여, 부분적으로 전체를 파악하고자 하는 사고 방식
- ✓ Mutually Exclusive(서로 중복 없이) and Collectively Exhaustive(누락된 것이 없다)

서로 중복되지 않게 / 누락된 것이 없게 / MECE 논리의 Pocket

■ Logic-Tree 논리구조화 이해

- ✓ '논리의 가지'를 의미하는 것으로 기획을 보다 논리적이고 효과적으로 진행하기 위해 주요내용을 Tree형태로 분석하는 논리구조화 방법
- ✓ 체계적 단계적 논리구조화 방법
- ✓ 로직트리를 통해 기획서의 내용이 '대분류, 중분류, 소분류' 됨

단계적으로 쪼개기 / 다양한 종류의 Logic-Tree 활용 / MECE와 연결

핵심키워드 추출 방법

▪ 키워드 선정을 위한 요점과 요약

- ✓ 위로 올라가면 요약, 요약으로부터 밑으로 내려가면 요점이 됨
- ✓ 요점을 잘 명시하는 것은 핵심단어인 키워드를 찾는 것

▪ 자료 속 키워드 찾아내기

- ✓ 기획 분석 단계에서 수집한 기획관련 정보나 자료 속에서 키워드를 찾는 것은 기획의 핵심을 파악하는 가장 기초가 되는 작업

핵심항목 카테고리이징 기법

▪ 카테고리화 의미

- ✓ 카테고리화는 묶어서 정리하거나 동일속성을 가진 범주끼리의 조합을 꾀한다는 뜻
- ✓ 키워드가 되는 핵심항목을 중심으로 잘 묶어 조합을 이루어졌을 때 카테고리가 형성되었다고 함
- ✓ 각각의 Sub-Title은 카테고리를 이루고 있으며, Sub-Title 자체가 핵심항목이 됨

▪ 카테고리에 필요한 피라미드 구조 이해

- ✓ 카테고리 논리구조를 잘 이해하려면 피라미드 구조를 이해해야 함

요약 / 동질성 / 논리적 순서 배열

8차시 핵심항목 선정 논리구조화 II

핵심파악에 필요한 사고

- 직관(감성)과 논리(이성)력의 조화

- ✓ 우수한 기획이나 핵심 있는 기획을 하려면 직관(감성)과 논리(이성)를 잘 결합해야 함

- 좌뇌와 우뇌 발달 진단

- ✓ 기획을 잘 하는 사람은 '좌뇌와 우뇌의 역량을 골고루 활용하는 사람'

핵심항목 구성 요령

- 핵심항목 구성 요건

- ✓ 카테고리화 하여 중심이 되는 단어나 문장 선정

- 핵심항목 선정의 3가지 고려사항

- ✓ 핵심항목은 Logic Tree구조에서 큰 항목인 Title의 하위 항목인 Sub Title로서 중간항목과 필요 시 작은 항목을 선정하는 것

큰 항목(Title)을 뒷받침 / 핵심항목의 일관성 / 그룹 내용들을 함축

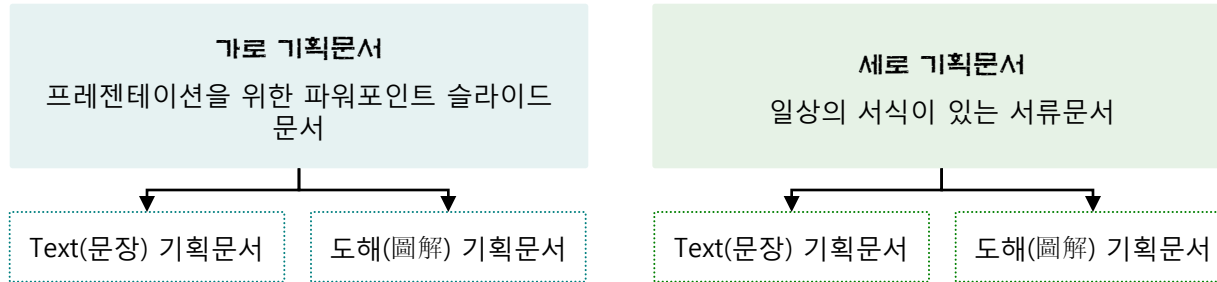
- 핵심항목 선정 절차

- ✓ 구조화에서 카테고리화하여 키워드를 추출하는 것이 '핵심항목 선정'

9차시 문서기획 콘텐츠 레이아웃

문서의 구조 바로 알기

- 기획문서의 구조상 분류



- 기획문서의 내용구성 원리

✓ 기획서의 레이아웃은 '큰 항목 > 중간 항목 > 작은 항목 > 세부내용' 순으로 이루어짐

- 문서구조의 넘버링

- ✓ 큰 항목부터 작은 항목까지 때로는 세부내용까지도 적절하게 넘버링을 해야 할 필요가 있음
- ✓ 내림차순의 원칙을 지키며, 여러 가지 넘버링 시스템 활용
- ✓ 표준 넘버링 원칙은 숫자가 문자보다 상위이며, 가로기호가 동그라미 기호보다 상위

내용구성 및 배치요령

▪ 문서 레이아웃 방법

- ✓ 큰 항목과 중간 항목은 어느 기획서에서건 꼭 등장해야 하는 필수 콘텐츠

▪ 기획 레이아웃의 실제

- ✓ 콘텐츠 레이아웃단계는 비로소 기획서의 모든 내용이 셋팅되는 단계
- ✓ 따라서 이와 같은 기획 레이아웃단계까지를 마쳐야 1차 기획의 완성을 이룰 수 있으며, 기획내용의 논리구조화를 끝냈다고 말할 수 있음
- ✓ 큰 항목 > 중간 항목(핵심 항목) > 작은 항목 및 세부내용 식으로 순차적으로 작성하면 레이아웃을 마칠 수 있음

기획 내용 구성 시의 오류

▪ 흔히 범하는 레이아웃상의 오류

- ✓ 내용 누락
- ✓ 산만함
- ✓ 사족(蛇足)회피
- ✓ 답습 금지
- ✓ 자만 금물

10차시 슬라이드기획 콘텐츠 레이아웃

슬라이드 기획의 원리

- 일반 텍스트 문서기획과 슬라이드 기획의 비교

일반 텍스트 기획 문서	슬라이드 도해 기획 문서
✓가독성 강조	✓가시성 강조
✓읽어야 전달이 됨	✓보고 읽어 전달이 됨
✓쉽게 표현하기 어려움	✓쉽게 전달할 수 있음
✓텍스트 위주의 기획	✓문장 + 도해기획 병행
✓문장력에 의존	✓객체나 이미지 논리 강조
✓시각적 동기부여 약함	✓시각적 동기부여 강함

도해 기획 패턴 활용

- 6가지 도해 기획 패턴

- | | |
|----------|----------|
| ✓ 교차·대비형 | ✓ 순환·반복형 |
| ✓ 전개·추이형 | ✓ 확산·수축형 |
| ✓ 상승·성장형 | ✓ 입체·평면형 |

슬라이드 기획 레이아웃 응용

- 슬라이드 레이아웃 5가지 착안사항

- ✓ 시선을 집중시켜라!
- ✓ 내용을 남발하지 마라!
- ✓ 흐름과 조화가 있어야 한다.
- ✓ 텍스트와 이미지를 구분 짓지 마라!
- ✓ 비주얼을 최소화하라!

7차시 효과적인 비즈니스 글쓰기 기술

비즈니스 글쓰기 이해

■ 비즈니스 글쓰기의 중요성

- ✓ 비즈니스 글쓰기는 '비즈 라이팅(Biz Writing)'이라는 새로운 개념으로 자리 잡았음
- ✓ 글쓰기가 필요 없다고 느끼는 것은 고정관념
- ✓ 직장인들이 글쓰기를 어렵게 생각하는 이유

- ① 글쓰기에 대한 부담
- ② 글쓰기 경험 부족
- ③ 준비 소홀
- ④ 교육 부족

비즈니스 문장 작성 기법

■ 비즈니스 문장작성 요건

- | | |
|----------|----------------|
| ✓ 공식적인 글 | ✓ 조직 커뮤니케이션 대변 |
| ✓ 품위 강조 | ✓ 업무 기록물 |
| ✓ 특정 대상 | |

■ 비즈니스 문장작성 핵심포인트

- | | |
|--------------|---------------------|
| ✓ 한눈에 읽게 써라! | ✓ 문어체임을 잊지 마라! |
| ✓ 쉽게 써라! | ✓ 완성도를 높여 신뢰감을 주어라! |
| ✓ 세련되게 써라! | |

메일 및 메신저 작성 활용법

■ 온라인 커뮤니케이션 고려사항

- ✓ 정확하게 표현하라!
- ✓ 성급하게 작성해서 보내지 마라!
- ✓ 진실되게 작성하라!
- ✓ 상대방의 상황을 고려하라!
- ✓ 상대방의 주의를 끌어라!

■ 효과적인 이메일 작성법

- ✓ 제목을 눈에 띄게
- ✓ 광고성격 배제
- ✓ 쉬운 말로 작성
- ✓ 그래픽 이미지 선택적 활용
- ✓ 통신언어나 속어 사용금지
- ✓ 서명란 점검
- ✓ 파일 첨부 고려

■ 효과적인 메신저 활용법

- ✓ 업무의 연장선에서 활용하라!
- ✓ 네티켓을 준수하라!
- ✓ 상대방을 고려하라!

12차시 기획 문구 다듬기

비즈니스 문구(문장) 다듬기 이해

- 다듬기의 중요성과 의미

- ✓ 글쓰기의 완성
- ✓ 기획안의 수준 가늠
- ✓ 검증 장치

- 비즈니스 글쓰기 다듬기 범위

- ✓ 불필요한 부분 삭제
- ✓ 압축 및 축소
- ✓ 교정

삭제 및 압축기법

- 불필요한 부분 삭제 원칙

- ✓ 불필요한 수식어는 삭제한다.
- ✓ 근거 없는 모호한 문구는 삭제한다.
- ✓ 접속어를 생략한다.

- 압축하여 줄여 쓰기

- ✓ 중복어구는 축소한다.
- ✓ 다수의 수식어는 통합한다.
- ✓ 조사를 줄여 쓴다.

10가지 문구(문장) 교정법

- 능동형 문장으로 기술
- 긍정형 문장으로 기술
- 주어와 서술어 일치
- 존칭어 생략
- 저속한 표현 배제
- 전문용어 유의
- 맞춤법에 어긋나지 않게 작성
- 문장 내 숫자사용에 신중
- 약어는 풀어서 쓰기를 병행
- 유행어구 사용금지

13차시 차트 기획 기법

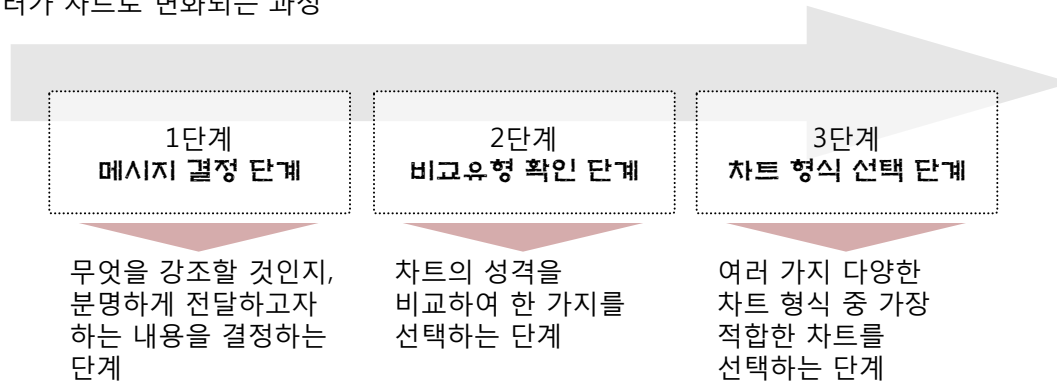
차트의 종류 이해

■ 차트의 비교유형

- ✓ 차트 기획이라 하면 그래프를 활용하여 기획안을 작성하는 작업이라고 할 수 있음
- ✓ 차트의 비교항목

시간적 추이 / 구성 / 정렬 항목 / 분포 / 상관성

■ 데이터가 차트로 변화되는 과정



각종 차트의 활용법

■ 막대 그래프 활용

- ✓ 차트 중 가장 많이 사용하고 있는 그래프
- ✓ 세로 막대 그래프 유형과 가로 막대 그래프 유형이 있음

■ 꺾은선 그래프 활용

- ✓ 시간경과에 따라 어느 항목이 어떻게 변화되어 갔는지의 추이를 나타내는데 적합한 차트

■ 원 그래프 및 점 그래프 활용

- ✓ 원 그래프는 일명 '파이 그래프'라고도 하며, 각종 통계 결과, 상호간의 비율조사, 점유율, 여론조사 결과에서 많이 활용됨

혼합형 차트 기획 요령

■ 퓨전형 그래프 그리기

- ✓ 숫자 데이터는 가능한 한 그래프(차트)로 표현하는 것이 원칙이지만 무조건 적으로 정해진 차트만 적용해서는 안됨
- ✓ '퓨전(조합)형' 사고방식이 차트 기획에도 적용됨

막대그래프와 꺾은선 그래프 퓨전 / 도표와 그래프의 퓨전

■ 차트에 대한 고정관념 깨기

- ✓ 그래프(차트) 기획 작업을 할 때는 형태에 대한 고정관념에서 벗어나야 함
- ✓ 틀에 얽매이지만 않으면 창의적으로 만들어 낼 수 있는 차트는 수도 없이 많음

14차시 프리젠테이션을 위한 비주얼 기획

프리젠테이션 기획의 이해

- 프리젠테이션 기획서에서 강조되는 것
 - ✓ 프리젠테이션을 위한 파워포인트 기획자료는 가독성보다 가시성에 비중이 있음
 - ✓ 슬라이드 내용을 보면 눈에 띄는 핵심 포인트가 있어야 함
 - ✓ 프리젠테이션에서 전달하고자 하는 메시지는 핵심 메시지를 단순화시켜야 함
- 비주얼 슬라이드 작성 시 고려사항
 - ✓ 글자의 적정성 고려
 - ✓ 다양한 시각 매체 활용
 - ✓ 애니메이션의 절제
 - ✓ 원슬라이드 원 메시지
 - ✓ 너무 화려하지 않게

프리젠테이션 시각화 연출 기법

■ 칼라화

- ✓ 원색사용 자제
- ✓ 적은 색상 사용
- ✓ 색의 기능과 느낌에 맞는 색상 사용
- ✓ 상대방이 원하는 색상 사용

■ 이미지화

- ✓ 통일감 있는 이미지 활용
- ✓ 이미지 성격 고려
- ✓ 인포 그래픽 이미지

■ 구성 및 배열화

- ✓ 전체적 균형감각 유지
- ✓ 시선의 흐름 중시
- ✓ 여백 활용하기

10가지 슬라이드 비주얼 레이아웃 기법

- 가시성을 높여라!
- 시원시원하고 스케일 크게 표현하라!
- 화면을 양분하지 마라!
- 단순해도 세련된 것이 낫다.
- 내용을 남발하지 마라!
- 흐름과 조화가 있어야 한다.
- 고정관념을 깨뜨려라!
- 시선을 집중시켜라!
- 가공된 모습을 보여주어라!
- 설득력 있는 여운을 남겨라!

15차시 효과적인 기획서 표현기법

프리젠테이션 이해

■ 프리젠테이션의 3가지 변수 파악

- ✓ 사람변수
- ✓ 상황변수
- ✓ 환경변수

■ 기획서 표현을 잘 하기 위한 사전 체크 요소

- ✓ 발표 준비
- ✓ 내용 숙지
- ✓ 직접 제작

기획서를 잘 표현하는 기술

■ 심리적 자신감 갖기

- ✓ 긴장감을 자연스럽게 받아들여라!
- ✓ 눈에 자신감을 가져라!
- ✓ 마인드 컨트롤을 하며 차분하게 진행하라!
- ✓ 모든 것에 익숙해 져라!

■ 핵심을 짚어 이야기하기

- ✓ 가급적 짧게 이야기
- ✓ 먼저 요약하여 핵심을 이야기
- ✓ 핵심논리가 궤도를 이탈하지 않도록 이야기

■ 상호 작용하기

- ✓ 속도 조절
- ✓ 적절한 질문 대응

기획서 표현 시 착안사항

- 정확한 커뮤니케이션

- ✓ 정확하고 구체적인 지침 파악
- ✓ 중간보고
- ✓ 기획의도 파악 대응

- 간단 논리 공식



- 부가적인 표현상의 주의 사항

- ✓ 상대가 주도적이도록 한다.
- ✓ 기획 따로, 표현 따로 금지
- ✓ 강약과 완급 조절
- ✓ 처음과 끝을 명확히

16차시 성공적인 기획을 위한 제언

성공하는 프로세스 Review

- '3차' 개념의 문제해결식 기획 단계

✓ 문제해결식 기획은 착안- 착상- 착수의 3차 과정으로 풀어나갈 수 있음



성공하는 기획과 실패하는 기획

- 성공하는 기획과 실패하는 기획의 차이

성공하는 기획	실패하는 기획
✓창의 + 논리를 함께 갖춘 기획 ✓전체를 보고 구성하는 기획 ✓다양한 콘텐츠를 활용하는 기획 ✓핵심이 있는 기획 ✓필요 시 비주얼부분을 가미하는 기획	✓논리력 만 갖춘 기획 ✓한 장, 한 장 만드는 기획 ✓한가지 방식의 콘텐츠를 고집하는 기획 ✓핵심 내용이 없는 기획 ✓비주얼을 전혀 고려하지 않는 기획

- 원페이지 기획서 작성 추세

- ✓ 기획서는 한눈에 띄어야
- ✓ 기획서는 압축이 생명
- ✓ 핵심논리만 뒷받침되면 한 장이면 충분
- ✓ 1~2분내의 기획서 승부
- ✓ 많은 양의 기획서는 오히려 의사 결정을 지연

성공기획자가 되는 길

▪ 성공하는 기획자의 역할과 자세

- ✓ 합리적인 기획 마인드 갖기
- ✓ 수시 우수기획자료 벤치마킹
- ✓ 겸손과 노력
- ✓ 실무자 경험 중시

▪ 기획자로서 바람직한 생활 습관

- ✓ 관찰과 집중
- ✓ 메모의 생활화
- ✓ 현실감각 갖기
- ✓ 나 자신의 기획

17차시 도약과 생존의 열쇠, 기획력

전략 없이는 성공도 없다

- 최고의 전략은 싸우지 않고 이기는 것!
 - ✓ 조직 간의 합의가 반드시 이뤄져야 한다.
- 직원의 기획력이 모여 회사의 경쟁력이 된다
 - ✓ 기업이 바람직한 방향으로 나아가려면 직원들이 능동적으로 의견을 제시해야 한다.
- 개선이 아닌 개혁이 필요한 시대
 - ✓ 개혁을 하려는 기업은 상당한 고통을 감수해야 한다.
 - ✓ 미래에 대한 확신을 갖기 위해서는 위기의식을 가져야 한다.
- 과거의 파괴 vs. 미래의 창조
- 개혁에 따르는 고통 - 리스크를 충분히 고려해야 한다.
- 전략 기획할 때 점검 사항
 - ✓ 고객이 전략의 필요성을 충분히 이해하고 있는가?
 - ✓ 고객이 발생할 수 있는 마찰을 예상하고 개혁에 따른 고통을 극복할 각오가 되어 있는가?
 - ✓ 당사자(대부분의 경우 최고경영자)가 전략 수립을 자신의 문제로 인식하고 있는가?
 - ✓ 주인의식을 갖고 전략을 실행할 직원들이 있는가?
 - ✓ 사내에 개혁 추진에 대한 의식이 팽배해 있는가?
- 주목은 하면서도 중요하게 다루지 않는 ‘전략’

전략 수립에 꼭 필요한 것

- 전략을 수립할 때 반드시 고려해야 할 사항

전략기획			
전략기획 자사	시장	경쟁사	사회 환경통향
업무영역 경영지원 체질 업계내 지위 등	잠재, 현재 고객	타사동향 (동종업계, 타업계)	사회흐름, 법-규제 개혁 기술 혁신 동향 생활 가치관의 변화 산업구조의 변화 동향 등

독창성이 없으면 기획도 없다

- 기획의 최고 무기는 도전정신

- ✓ 새로운 기획은 과감하고 혁신적인 도전
- ✓ 사고방식의 전환과 참신한 발상이 뒷받침
- ✓ 새로운 기획을 실행할 때 고객의 지지를 가장 우선해야 한다

- 전략이 담긴 기획 프로세스

- ✓ 제1단계 : 착상
- ✓ 제2단계 : 아이디어의 구체화
- ✓ 제3단계 : 콘셉트 설정

18차시 전략의 최종점검, 기획서 작성

전략기획서 작성법

■ 전략기획서 작성 프로세스

- ✓ 문제를 제기한다.
- ✓ 구조화 한다.
- ✓ 가설을 구축한다.
- ✓ 가설을 평가한다.

■ 전략기획서 작성의 핵심 포인트

- ✓ 애매한 개념을 정확히 묘사
- ✓ 작성하는 사람에 따라 내용이 달라짐
- ✓ 가설 구축단계에서 기획서 작성자의 의지가 크게 반영

전략기획서의 구성

■ 전략기획서의 구성 6단계

- ✓ 제1단계 ‘기획의 배경과 목적’
- ✓ 제2단계 ‘기획의 관점’
- ✓ 제3단계 ‘문제의 발견 위치와 구조’
- ✓ 제4단계 ‘해결을 위한 가설과 검증’
- ✓ 제5단계 ‘가설 평가와 실행 시 유의점’
- ✓ 제6단계 ‘행동 계획의 명시’

기획서의 설득력을 높이는 방법

■ 기획서의 가치 확인

- ✓ 미래의 도전 과제를 해결하는 데 쓰인다.
- ✓ 지금 당장의 과제를 해결하는 데 쓰인다.
- ✓ 다른 조직의 구성원과 문제의 구조를 공유한다.
- ✓ 해결을 위한 기운이 무르익는다.
- ✓ 방법과 결과의 시뮬레이션이 어느 정도 가능하다.

■ 기획서 문장은 이렇게 쓴다

- ✓ 문장을 작성할 때의 포인트 : 간결한 문장, 분명한 목적, 일관성 있는 내용
- ✓ 기획서를 상대방에게 프레젠테이션 할 경우 다음 세 가지 항목에 유의
 - 기획서의 포인트를 짚어가면서 보고한다.
 - 예상 질문에 대한 답을 미리 준비한다.
 - 자신감을 갖고 발표한다.

■ 기각될 때의 대비

- ✓ 기획서의 내용이 실행되면 기획서를 받는 사람(상사나 고객)이 명백히 불이익을 받게 될 경우
- ✓ 기획서에 제시된 가설을 검증하기 위해 다시 거창한 조사나 업무를 진행할 수밖에 없는 경우
- ✓ 기획서의 구조화, 해결절차, 가설 구축에 이르는 흐름에서 당초 설정했던 중요 과제보다 더 긴급하고 중요도가 높은 과제가 발견된 경우

■ 강력한 기획서의 특징

- ✓ 고객의 문제 의식을 미리 간파해낸다.
- ✓ 해결을 위한 가설이 아주 구체적으로 기술되어 있다.
- ✓ 기획한 후의 행동을 누가 무엇을 해야 하는지를 알기 쉽게 명확히 나타낸다.

19차시 프레젠테이션 바로알기와 핵심 포인트

프레젠테이션 변화 마인드

■ 프레젠테이션 변화 마인드

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">✓ 말을 잘해야 한다.✓ 잘 들려주어라✓ 자세하게 말한다.✓ 나 자신이 주도적✓ 시나리오식✓ 아날로그 스타일 |  | <ul style="list-style-type: none">✓ 갖가지 수단을 동원하여 다양한 방법(오감자극)✓ 핵심포인트만 제공✓ 상대가 주도적✓ 키워드로 유연하게 발표✓ 디지털 스타일 |
|---|---|--|

■ 프레젠테이션 고정관념 깨뜨리기

- ✓ 말 주변 = 프레젠테이션 능력
- ✓ 선천적 자질
- ✓ 상대적인 적용

프레젠테이션 변수와 필요 역량

■ 프레젠테이션 4가지 역량

- ✓ 이미지
- ✓ 전달력
- ✓ 논리력
- ✓ 판단력

■ 프레젠테이션 3가지 변수 관리

- ✓ 사람
- ✓ 상황
- ✓ 환경

상대방에 맞는 프레젠테이션 접근방법

- 프레젠테이션을 잘하는 전제조건

- ✓ 청중의 스타일과 눈높이를 맞춘다.

- 상대방의 성향에 따른 프레젠테이션 방법

- ✓ 성질 급한 사람 : 결론부터
- ✓ 부드러운 사람 : 대화하듯
- ✓ 깐깐하고 쫓쫓한 사람 : 논리적으로
- ✓ 재미를 추구하는 사람 : 변화있는 발표
- ✓ 수동적인 사람 : 정형화된 방식

20차시 프레젠테이션 준비

프레젠테이션 준비의 체크포인트

- 프레젠테이션 3P준비

- ✓ People(사람)
- ✓ Purpose(목적)
- ✓ Place(장소)

프레젠테이션 준비의 오류

- 프레젠테이션 준비의 오류

- ✓ 자만심
- ✓ 내용 욕심
- ✓ 시간 배분 실패
- ✓ 기획에 매달림
- ✓ 시나리오식 준비

올바른 예행연습 방법

- 올바른 예행연습 방법

- ✓ 실전과 똑같이
- ✓ 시간이 없을 경우 오프닝 위주로
- ✓ 청중의 상호작용 고려
- ✓ 예상 질문 파악
- ✓ 사과는 금물
- ✓ 발음 연습
- ✓ 컨디션 조절

21차시 자신감 있는 오프닝

창의적인 오프닝 기법

■ 창의적인 시작

- ✓ 프레젠테이션 전개 : 오프닝-서론-본론-결론-클로징
- ✓ 자신감 있게 창의적으로 하라.
- ✓ 오프닝을 상투적으로 하지 마라.

■ 실패하는 오프닝

- ✓ 속전속결
- ✓ 작은 목소리
- ✓ 장황하게
- ✓ 지나친 쇼맨십
- ✓ 유연하지 못함

오프닝 실패요소

■ 주의를 집중시키는 다양한 오프닝 기법

- ✓ 경험
- ✓ 사례/예화
- ✓ 인용구
- ✓ 질문
- ✓ 상상유도
- ✓ 쇼맨십 연출
- ✓ 이슈
- ✓ 비주얼
- ✓ 유머

시작시 긴장감 극복 요령

- 긴장시 나타나는 행동들

- ✓ 말이 빨라짐
- ✓ 가슴이 답답하고 떨림
- ✓ 내용이 생각나지 않음
- ✓ 나오는 대로 이야기함

- 긴장을 억제하는 다양한 방법 찾기

- ✓ 물리적 처방
- ✓ 심리적 처방
- ✓ 기타(성공경험 체험, 징크스 관리)

22차시 핵심을 이야기 하기

프레젠테이션 핵심내용

- 꼭 들어가야 할 프레젠테이션 핵심내용

- ✓ 결론
- ✓ 근거
- ✓ 어떻게

핵심을 전달하는 프레젠테이션 법칙

- 프레젠테이션 법칙

- ✓ KILL 법칙 : Keep It Large & Legible
- ✓ KISS 법칙 : Keep It Simple & Short

핵심을 이야기하는 다양한 방법

- 핵심을 전달하는 다양한 방법

- ✓ 숲을 먼저, 나무를 나중에
- ✓ 단문 위주로
- ✓ 키워드는 반드시 숙지
- ✓ 3가지로 핵심을 압축
- ✓ 대상자에 맞게 양 조절
- ✓ 중심 맥락을 유지

23차시 변화 있는 언어 사용

프레젠테이션 언어 사용의 강약조절

▪ 변화 있는 언어의 범위

- ✓ 강약 조절
- ✓ 리듬 조절
- ✓ 느낌 부여
- ✓ 정화된 언어 사용
- ✓ 대상자에 맞는 유연한 언어

▪ 언어의 강약 조절 / 포즈 활용

- ✓ 일정한 톤, 강조점이 없는 발표는 하지 않음
- ✓ 포즈(멈춤) 기법을 적절히 활용

언어의 리듬부여와 톤 조절 방법

▪ 리듬 조절

- ✓ 강약과 리듬이 있으면 매끄러운 발표가 가능
- ✓ 리듬을 잘 타기 위해서는 끊어 읽기를 잘해야 함

▪ 느낌 부여

- ✓ 말의 느낌을 주는 것이 중요함
- ✓ 같은 문장이라도 다양한 느낌으로 연출 가능
- ✓ 느낌이 변화를 주고, 변화가 신뢰감을 주며 자신의 스타일 연출

세련된 언어사용

- 세련되지 못한 언어

- ✓ 명확하지 못한 발음
- ✓ 사투리
- ✓ 습관 언어
- ✓ 속어, 비어
- ✓ 자신의 스타일에 어울리지 않는 언어

24차시 비언어적 행동 관리하기

프레젠테이션 준비의 체크포인트

- 비언어적 행동 활용의 의미

- ✓ 기억을 촉진 – 맬라비언 법칙
- ✓ 퍼스널리티
- ✓ 역동감
- ✓ 쇼맨십 연출
- ✓ 프레젠테이션 촉진

- 프레젠테이션 비언어적 연출

- ✓ 손의 위치
- ✓ 시선 처리
- ✓ 표정 관리
- ✓ 발의 넓이
- ✓ 동선 관리

올바른 예행연습 방법

- 제스처 활용시 유의사항

- ✓ 너무 과도하지 않게
- ✓ 너무 빈번하지 않게
- ✓ 유행에 민감한 제스처 활용 금지

- 제스처 활용 실습

- ✓ 허리와 어깨 사이에서 할 것
- ✓ 두 손은 꼭 필요할 때만 사용

비언어적 행동시 유의사항

- 올바른 포인터 활용

- ✓ 사용법에 익숙
- ✓ 부적절한 연출 자제
- ✓ 산만한 행동 금지
- ✓ 본의 아니게 실례를 범하지 않도록 유의
- ✓ 적합한 포인터 선택

- 비언어적 행동 오류

- ✓ 화면만 본다.
- ✓ 청중만 본다.
- ✓ 한 사람만 본다.
- ✓ 너무 진지하게 본다.
- ✓ 산만하게 돌아다닌다.
- ✓ 손의 방향을 잘못한다.
- ✓ 습관적인 행동을 취한다.

25차시 멋진 끝 마무리

프레젠테이션 결론 메시지 전달 방법

- 결론 메시지

- ✓ 단순하고
- ✓ 의미있게
- ✓ 기억에 남을 수 있도록

효과적인 질의 응답 기술

- 질의 응답 범위

- ✓ 청중에게 질문할 때
- ✓ 청중으로부터 질문을 받을 때
- ✓ 청중의 질문에 답변할 때

- 질의 응답 대응

- ✓ 핵심 위주 답변
- ✓ 모르는 질문 대응
- ✓ 황당한 질문 대응
- ✓ 질의 응답시 예의

프레젠테이션 사후 관리

- 프레젠테이션 사후 관리

- ✓ 피드백
- ✓ 모니터링
- ✓ 질문관리 기록
- ✓ 개선사항 점검

26차시 프레젠테이션시 발생하는 우발 상황 대응

우발상황에 대한 조치 및 대응기술

▪ 프레젠테이션에서 발생하는 각종 우발 상황 대응

- ✓ 진행도중 말문이 막혔다.
- ✓ 파워포인트가 열리지 않는다.
- ✓ 동영상 등의 실행이 되지 않는다.
- ✓ 갑자기 정전이 되었다.
- ✓ 주변기기를 가져오지 않았다.
- ✓ 영향력 있는 사람이 들어왔다.
- ✓ 청중의 집중력이 저하 되었다.
- ✓ 비우호적인 청중이 눈에 거슬린다.
- ✓ 시간에 쫓기고 있다.
- ✓ 메모카드를 준비하지 않았다.

성공 프레젠테이션을 위한 기타 제언

▪ 프레젠테이션을 잘하기 위한 기타 제언

- ✓ 준비와 경험
- ✓ 진실의 순간
- ✓ 과거는 과거일 뿐
- ✓ 벤치마킹
- ✓ Step by Step
- ✓ 두려워하지 마라