

기획은 2차정식이다

Contents

01

기획이란?

02

기획의 1형식, P코드 이야기

03

기획의 2형식, S코드 이야기

04

P-S 통합코드 이야기

05

GBC 적용하기



3) 한국의 기획자들

01 기획이란

02 1형식, P코드

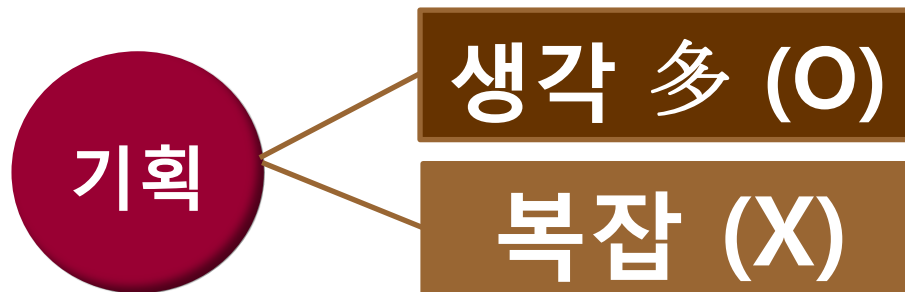
03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기획을 열심히 공부 ⇒ 아는 게 많다

⇒ 머릿속 복잡 ⇒ 생각도 복잡



➔ 핵심도 없고, 본질이 흐려짐

4) 심플의 미학

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기획

목적, 주체, 객체, 내용, 원리 ⇒ **사람**

5) 기획은 새로운 가치를 만들어 내는 작업

5) 기획은 '새로운 가치'를 만들어내는 작업

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



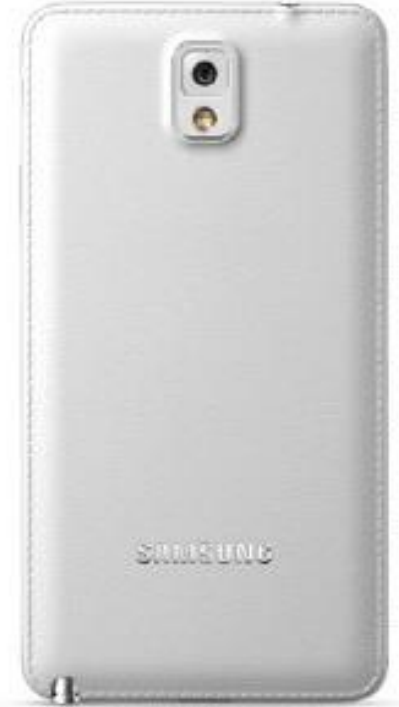
6) 기업에 있어 기획이란?

8) 기획은 남들이 못 보는 것을 보는 능력

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



몰스킨 다이어리



삼성 갤럭시 노트

10) 기획과 계획의 차이

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기획
(企劃) | 계획
(計畵)

사고(思考) 작업의 차이

➡ 기획은 문제 해결력 !

11) 문제를 해결하는 것

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

문제 **P**roblem
해결 **S**olution

➔ **Planning Code**

12) 기획자의 생각은 단순해야 한다

14) P코드와 S코드로 회의하기

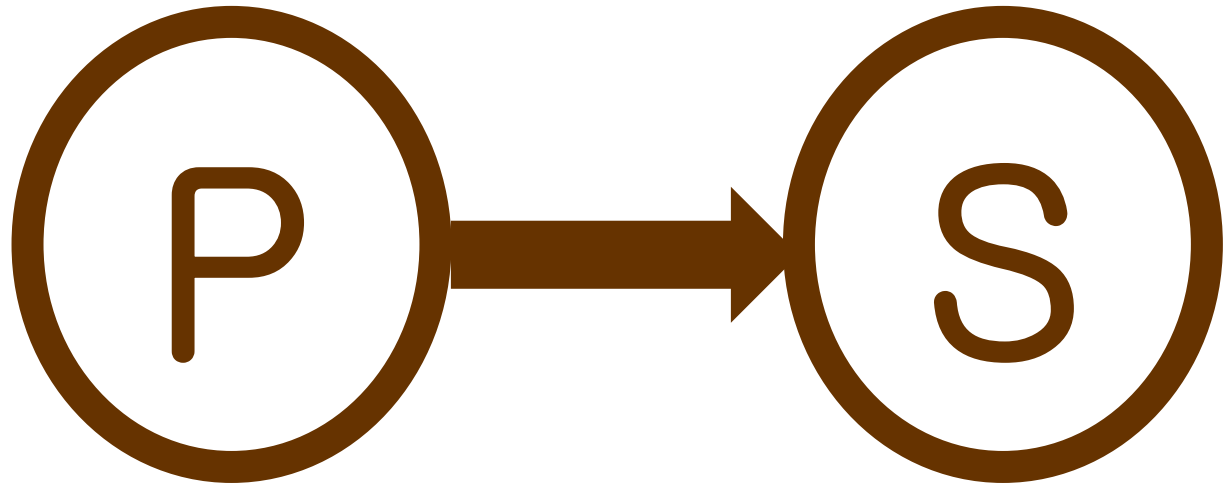
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



해결책부터 제시 X
문제의 규정부터 !

(공감대 형성 후 아이디어 논하기)

15) 기획의 중수와 고수의 차이

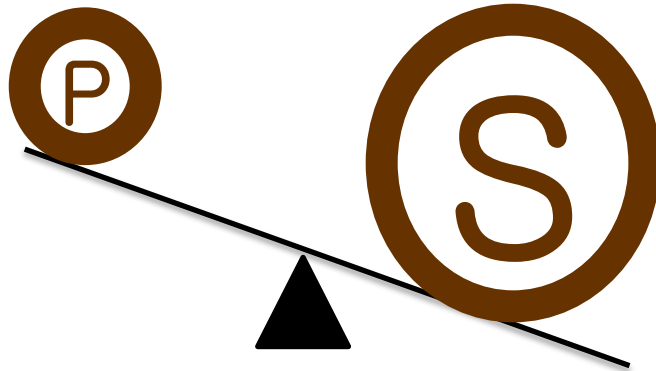
01 기획이란

02 1형식, P코드

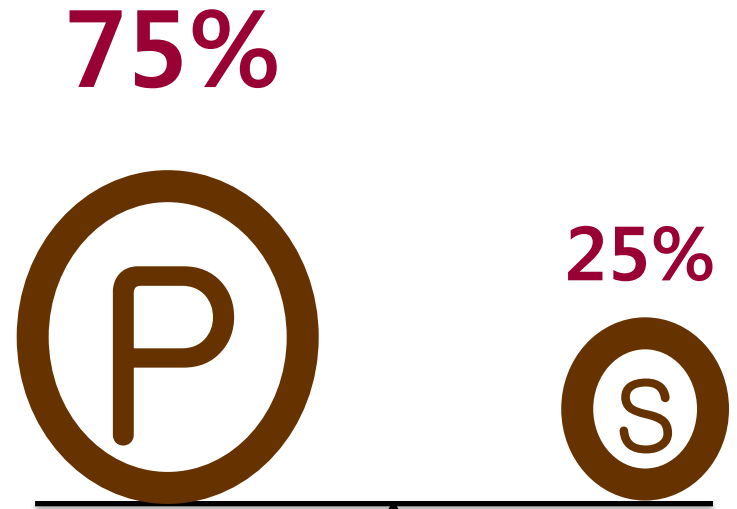
03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



중수



고수

2) 기획자가 해결해야 하는 문제

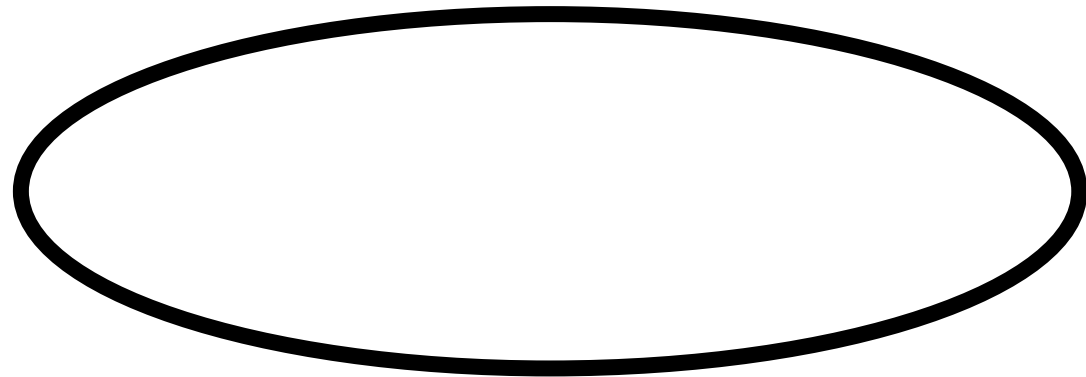
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



면(面) - 현상



아니라



점(點)

3) 기획에서 해결해야 하는 진짜 문제

3) 기획에서 해결해야 하는 진짜 문제

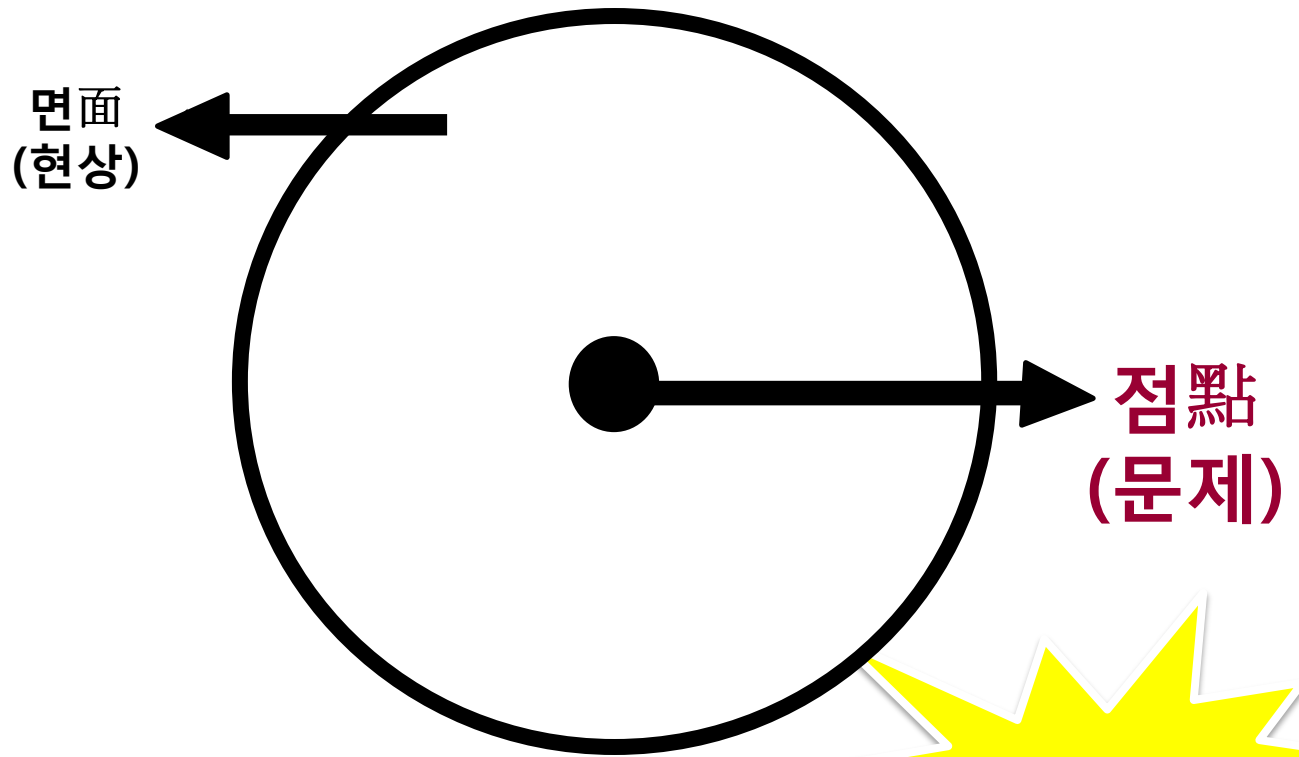
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

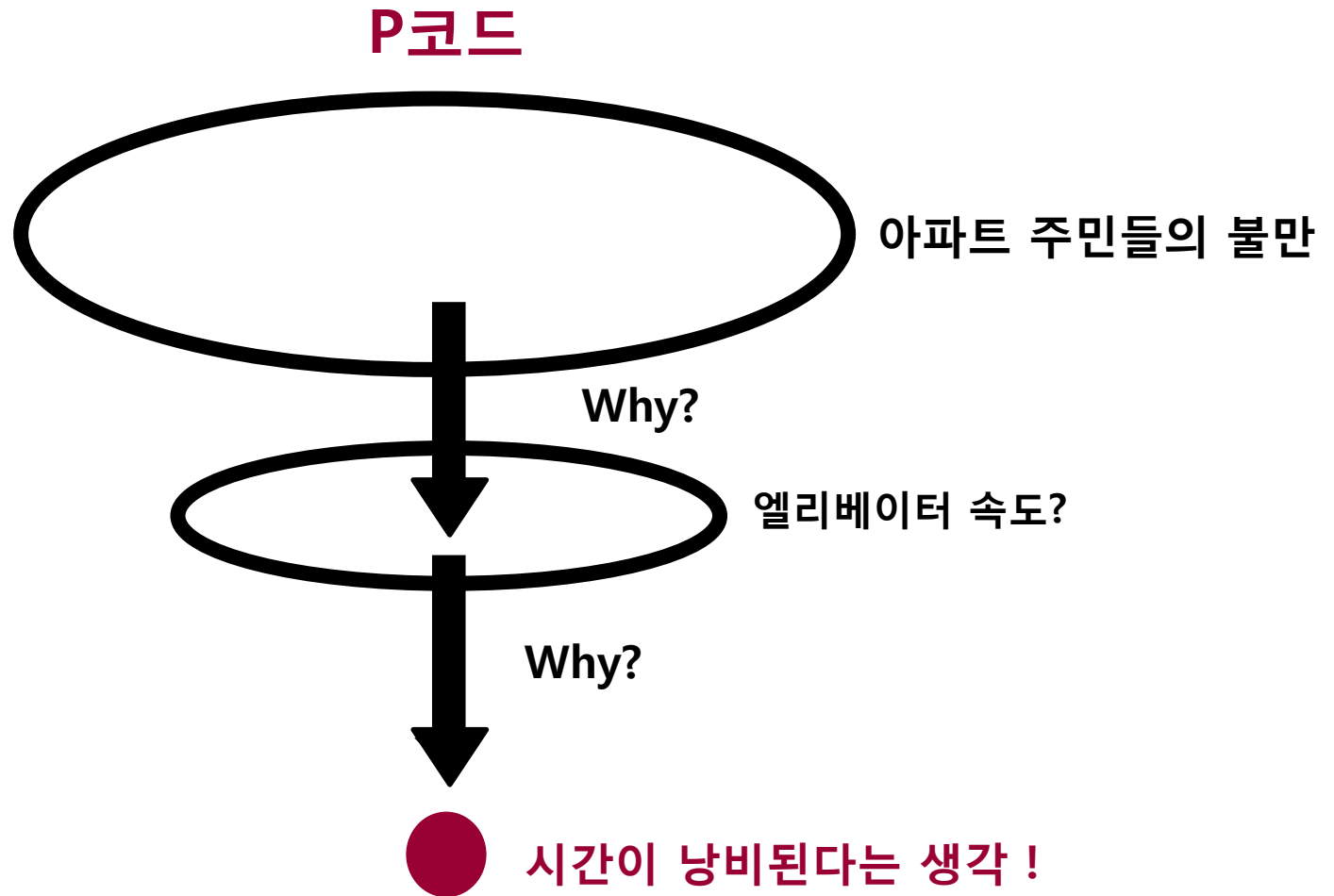


'P코드'

4) 문제의 본질 찾는 법

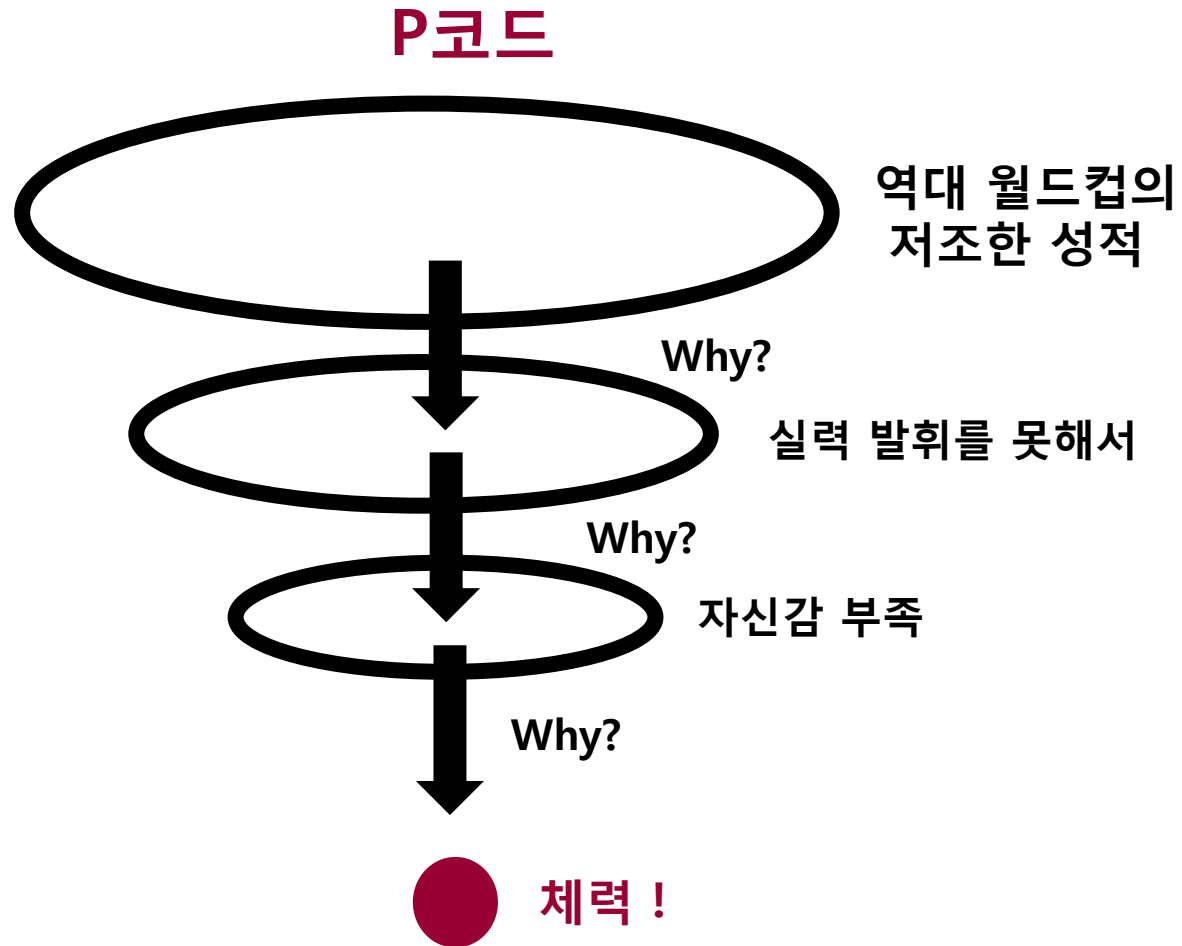
4-2) 오래된 아파트의 오래된 엘리베이터

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



4-3) 2002년 한국 축구의 P코드

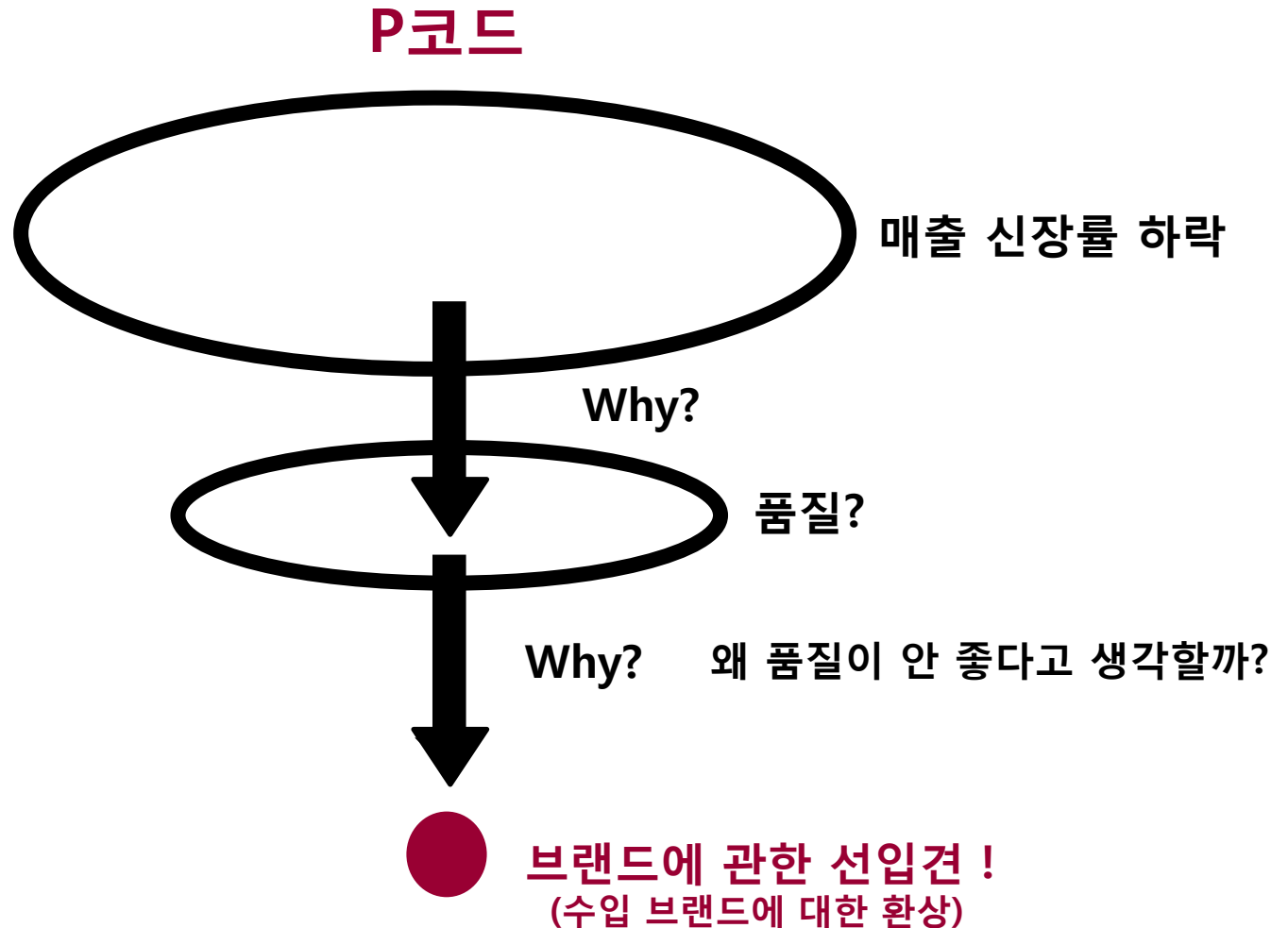
- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



4-4) 미샤의 P코드

4-4) 미샤의 P코드

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



4-5) 초등학생의 P코드

4-4) 미샤의 P코드

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



<미샤 '나이트 리페어 사이언스 액티브에이터 앰플'>



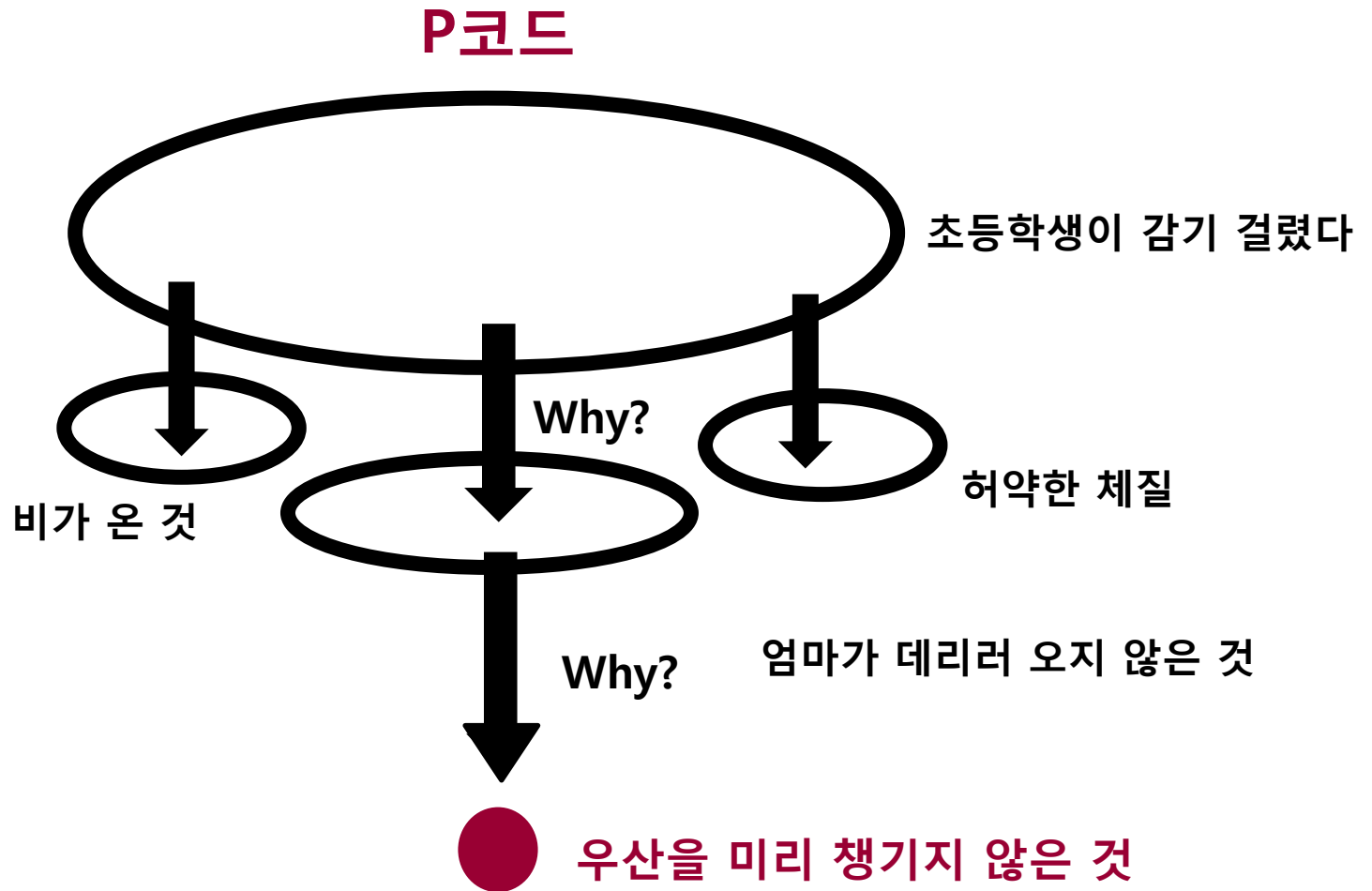
(좌)SK-II '페이셜 트리트먼트 에센스' (우)미샤 '타임 레볼루션 더 퍼스트 트리트먼트 에센스'



4-5) 초등학생의 P코드

4-5) 초등학생의 P코드

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



5) 기획의 고수들은?

5) 기획의 고수들은?

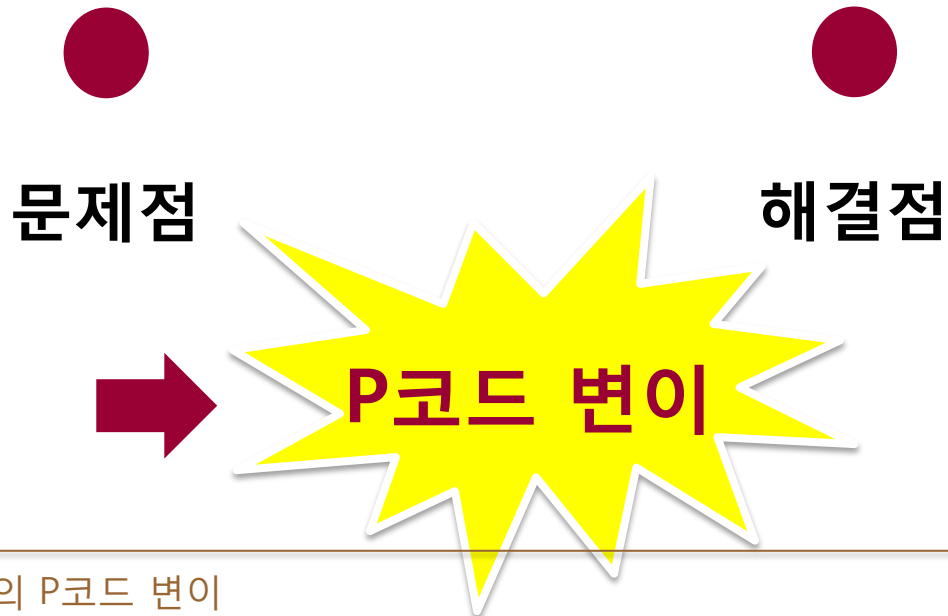
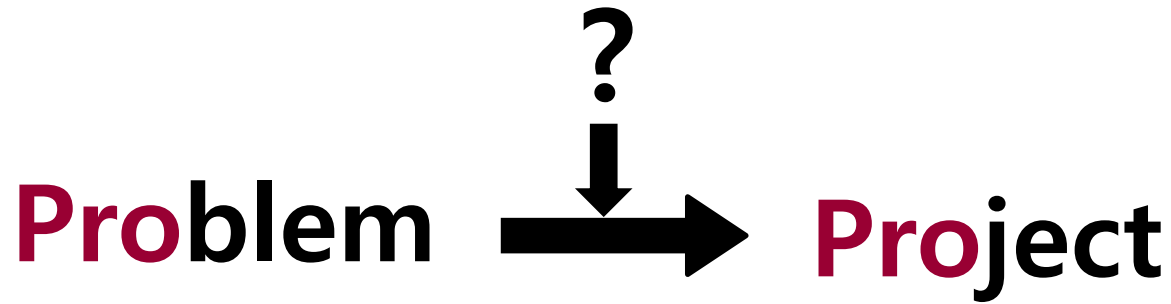
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



5-1) 나가수의 P코드 변이

5-1) 나가수의 P코드 변이

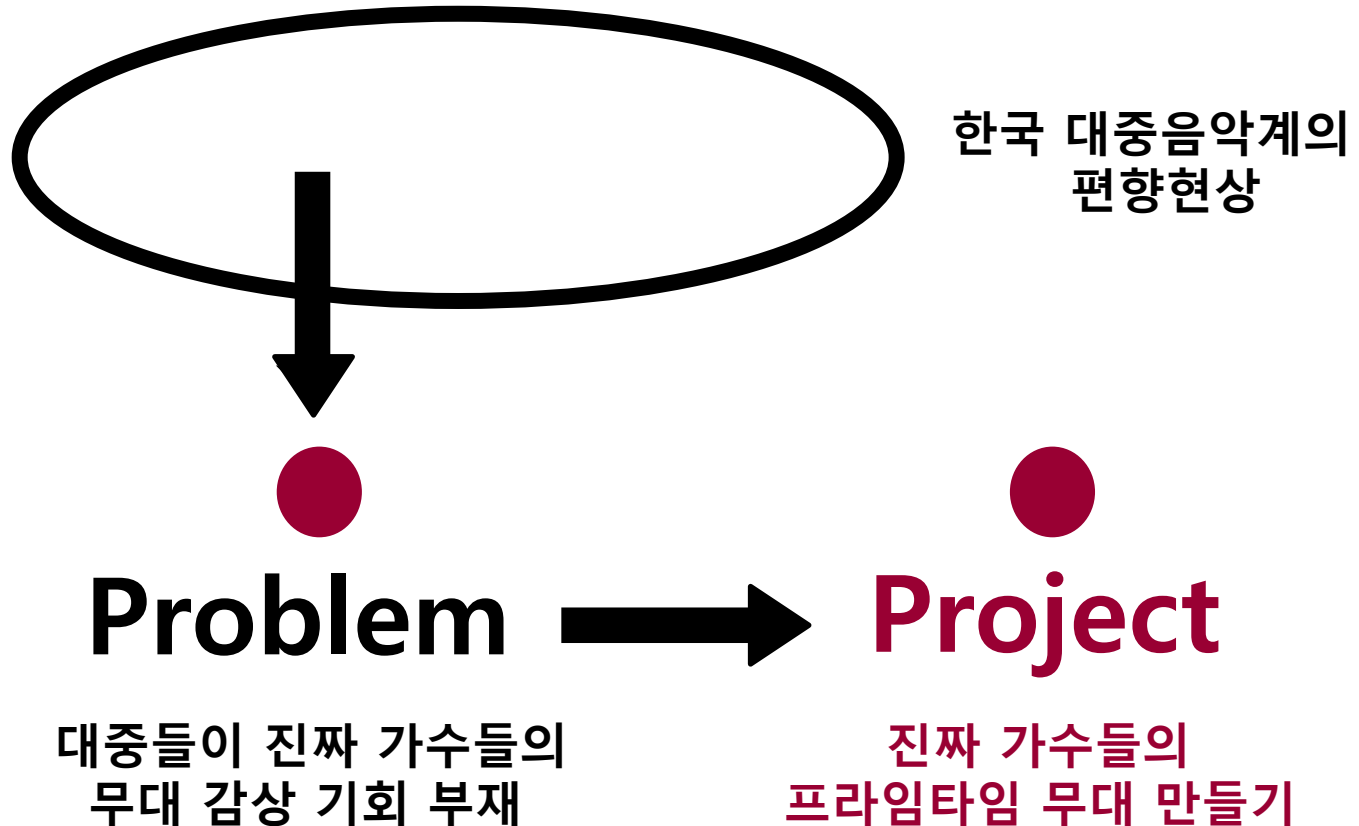
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

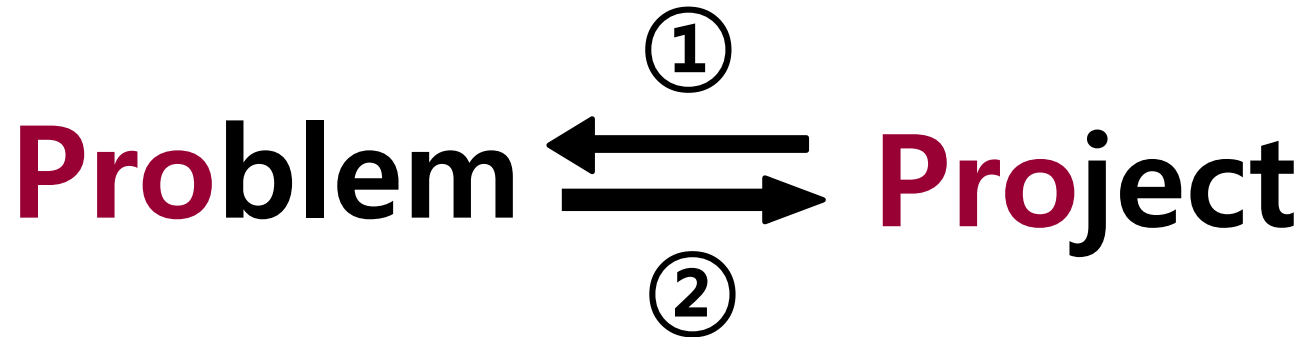
04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



5-2) 현업에서는?

5-2) 그렇다면 현업에서는?



문제의 본질 찾기

➡ 왜 해야 하는지 과제의 목적 찾기!

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

6-1) 문제점을 구조화하라

01 기획이란

02 1형식, P코드

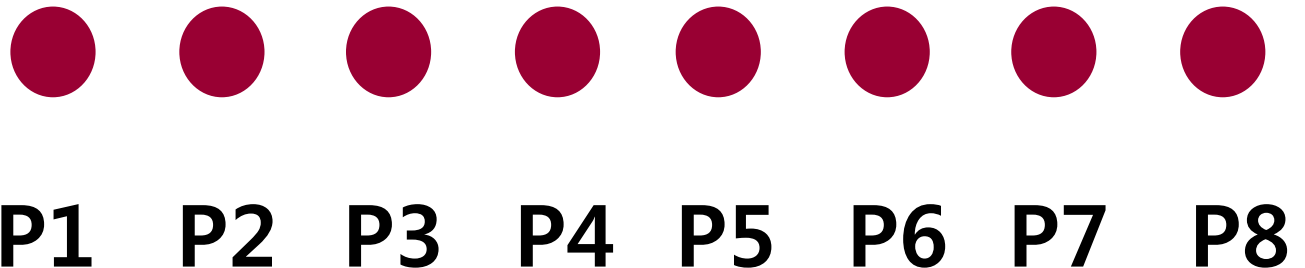
03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

* 사장Q) 우리 제품 매출이 떨어지는 이유는 뭐지?

* 직원A) 네, 가격 경쟁력이 약하고, 대리점의 영업력이 부족하고, 경쟁사 제품이 인기가 높고, 광고 모델 파워가 떨어지고..



6-2) 경영 컨설팅 업계 대가 오마이겐이치

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

"문제는 반드시 **하나**로 규정될 수 밖에 없고,
그 **근본적인 문제점 하나**를 해결하면
부수적 문제들은 자연스럽게 해결되는 것"

6-3) 오마이겐이치의 '킹핀 공략'

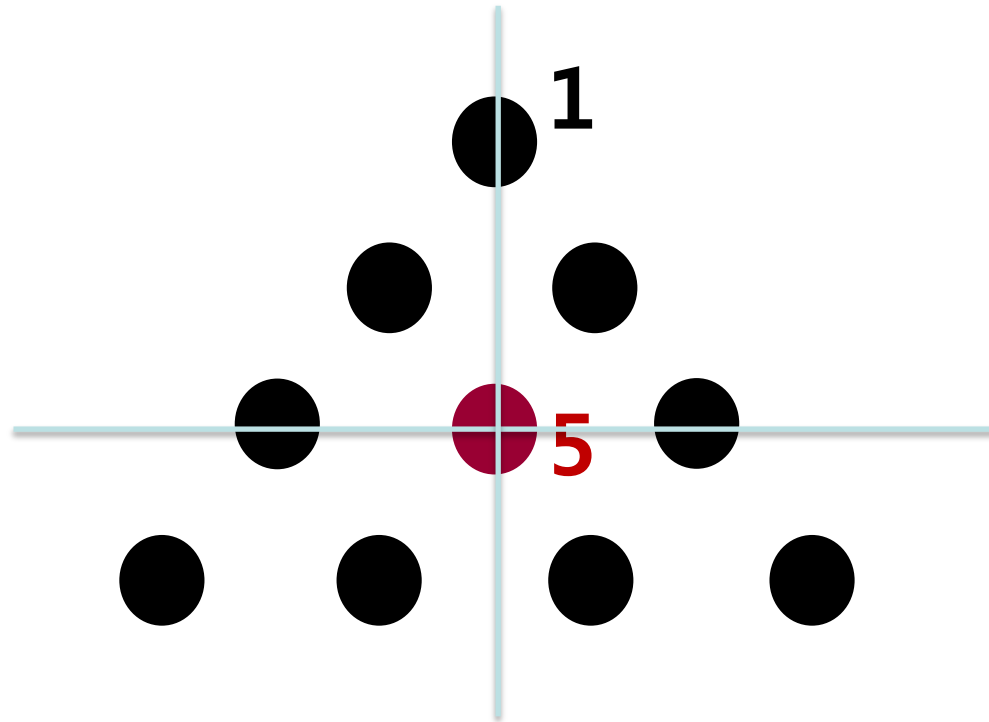
01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기



➔ 문제 규정의 구조화된 思考

6-4) 햇반 광고 기획자의 햇반 문제를 2형식으로 해결해보자

6-1) 문제점을 구조화하라

01 기획이란

02 1형식, P코드

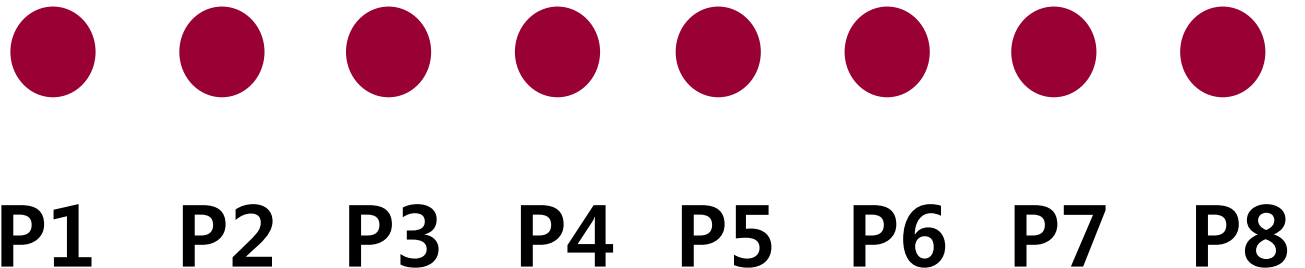
03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

* 사장Q) 우리 제품 매출이 떨어지는 이유는 뭐지?

* 직원A) 네, 가격 경쟁력이 약하고, 대리점의 영업력이 부족하고, 경쟁사 제품이 인기가 높고, 광고 모델 파워가 떨어지고..



1) 아이디어란?

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기

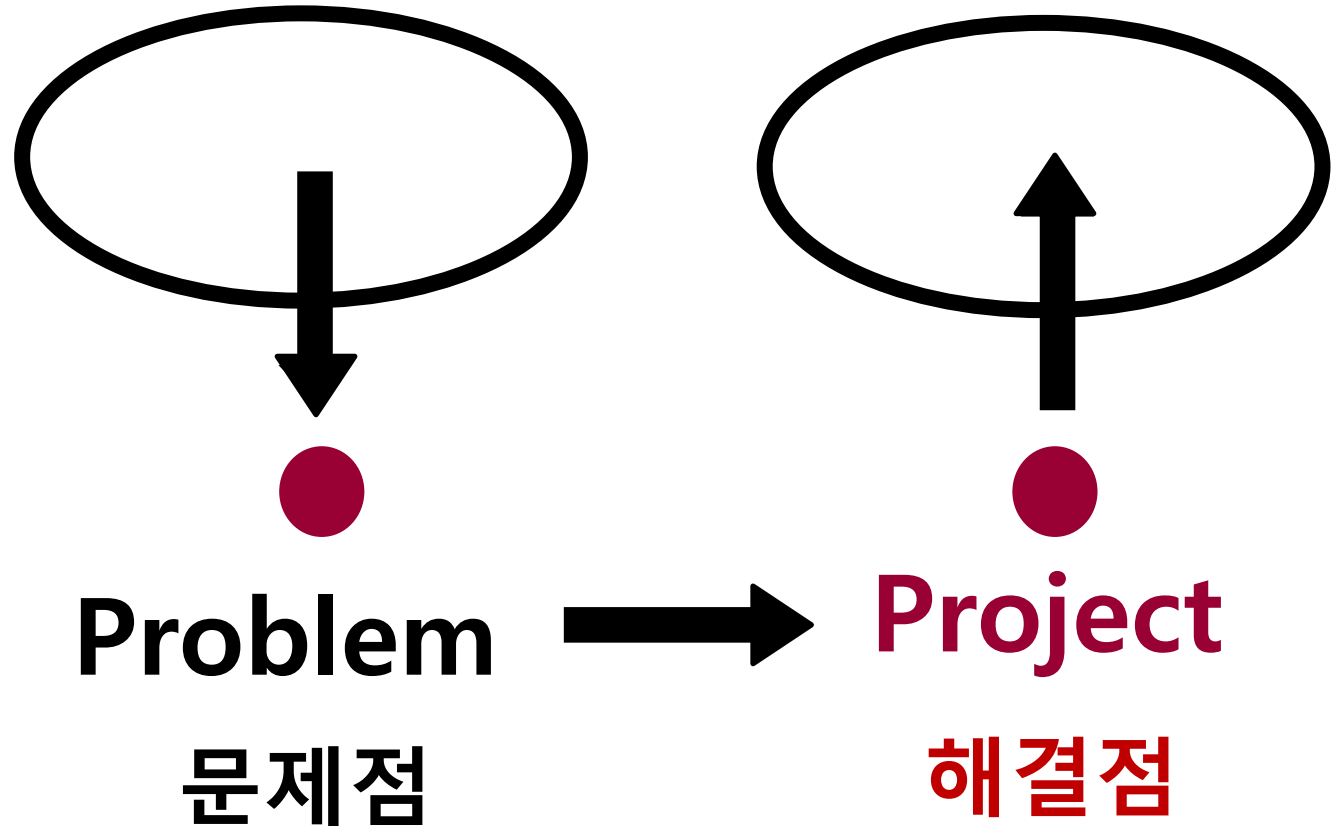


- ➔ 아이디어란 살짝 낯설면서 공감가는 것
- ➔ 새로운 것을 발상하는 것이 아니라, 공감되는 것을 연상하는 것

2) 문제를 옆에서 보면

2-1) 문제를 옆에서 보면

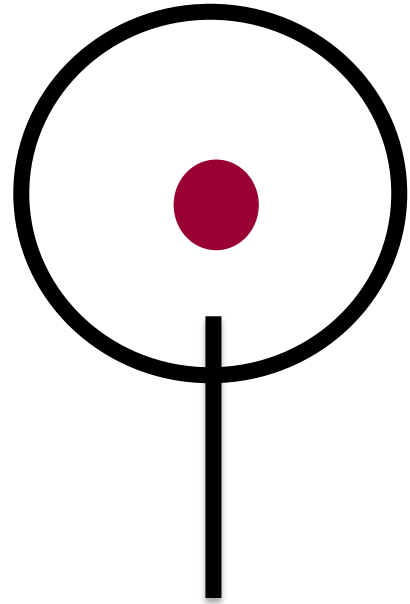
- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



2-2) 문제를 위에서 보면

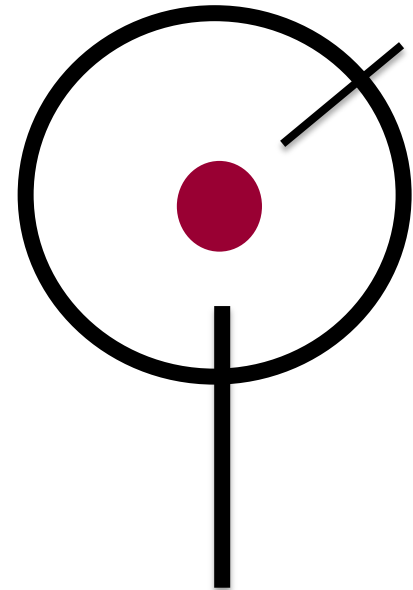
2-2) 문제를 위에서 보면

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



Problem

문제점



Solution

Project

해결점

4-1) 유니클로 히트텍 Heat tech이 대박난 이유?

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

<히트텍은 제2의 피부다>



차원이 다른 히트텍
약 1.5배 따뜻합니다.*

히트텍엑스트라웜T·타이즈

특수한 짜임의 원단을 사용해 더욱 따뜻합니다.
 걸감에 기모 가공을 거쳐 촉감이 더욱 부드러워지고,
 추운 겨울 장시간 야외 작업을 하거나 레저활동 시에 추천해 드립니다.

* 착용한 직후의 옷 안 온도와 일정 시간 착용한 뒤의 옷 안 온도로부터
 산출, 보온성을 나타내는 CLO 수치가 기존 히트텍의 약 1.5배입니다.

➡ 피부 - 체온 유지, Tech 필요
 Heat Tech

4-2) SKT의 대박 월드컵 마케팅 기획

5) 은유는 곧 컨셉

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기획의 컨셉concept이란

➔ 낫섬코드 + 공감코드

Concept

= Con(함께 공감) + cept(잡는 것)

6-1) 훔치기 (Steal)

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

"난 훔쳤다는 사실에 한 번도 부끄러웠던 적이 없다."

— 천재 기획자 스티브잡스

"그 어떤 아이디어도 오리지널한 것은 없다. 난 다 훔쳤다"

— 천재 영화감독 짐 자무시

"새로운 아이디어를 가졌다고?
단지 당신은 누군가에서 훔친 것이다."

— 경영 구루 로버트 서튼 교수

7) 흠치고 뒤섞는 연상사고 잘 하는 법

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

① **인문학**을 알자 - 간접 경험의 힘

② **Seesaw** 타기 - 관찰의 힘
(새로운 것 X 봤던 것을 새롭게!)

③ **회의**를 하자 - 여럿이 공유

1) 기획의 시작, Planning Code

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

P-S

Proposal

기획서 작성

Presentation

발표

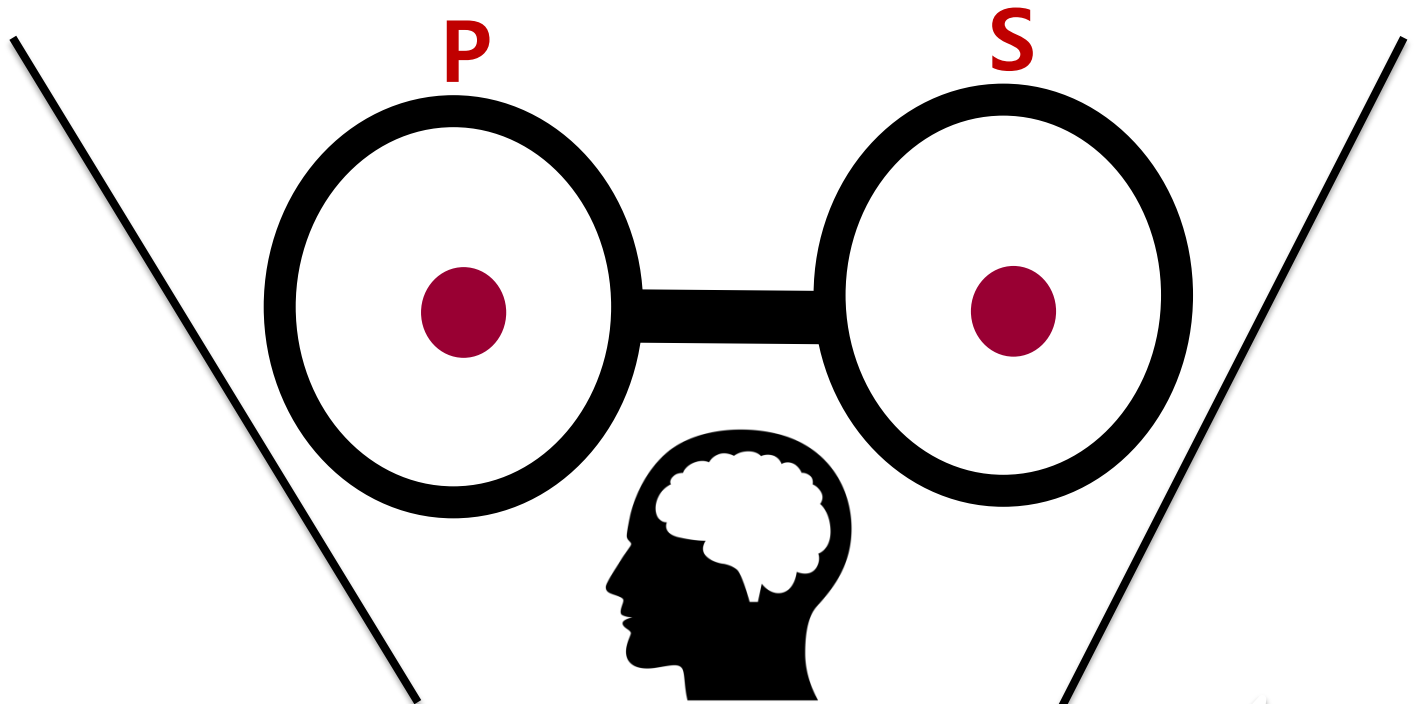
Persuade

설득

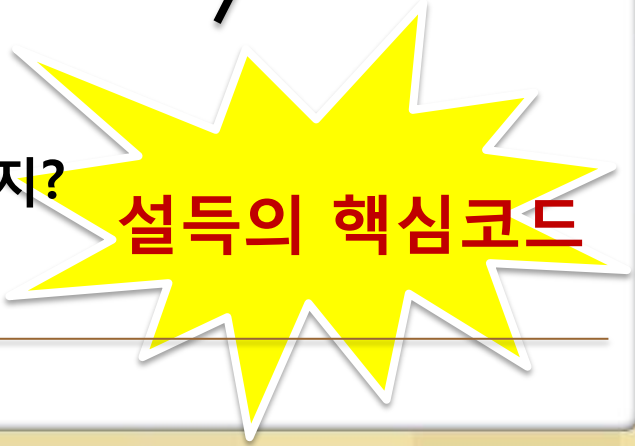
2) 성공적인 기획서, 프리젠테이션

3-1) 기획서 작성 P-S

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



- P** 왜 이것이 진짜 문제지?
- S** 왜 이것이 최적의 해결책이지?



3-2) 우리가 기획할 때는?

3-4) P코드는 Why다

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



➔ **Planning Code**

3-5) 상대방 설득은 Why로 부터

3-6 애플의 예

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

평범

What — How — Why

우리는 훌륭한 컴퓨터를 만들었습니다(What).
디자인이 예쁘고 사용이 편리하며 사용자 친화적입니다(How).
한 대 사실래요?

애플

Why — How — What

우리가 하는 모든 일은 현실에 도전하기 위함입니다(Why). 그리고 우리는 다르게 생각하는 가치를 믿습니다(Why). 그것을 위해 우리는 모든 제품을 예쁜 디자인, 편리한 사용법, 사용자 친화적으로 만들죠(How). 그래서 이 훌륭한 컴퓨터가 탄생했습니다(What). 한 대 사실래요?

5) 기획의 시작

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기획 의도 작성

➡ 가장 큰 Why 그리기

P X S



목적 의식P 문제규정P 해결책S 의 조화

6-2) 좋은 기획이란?

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

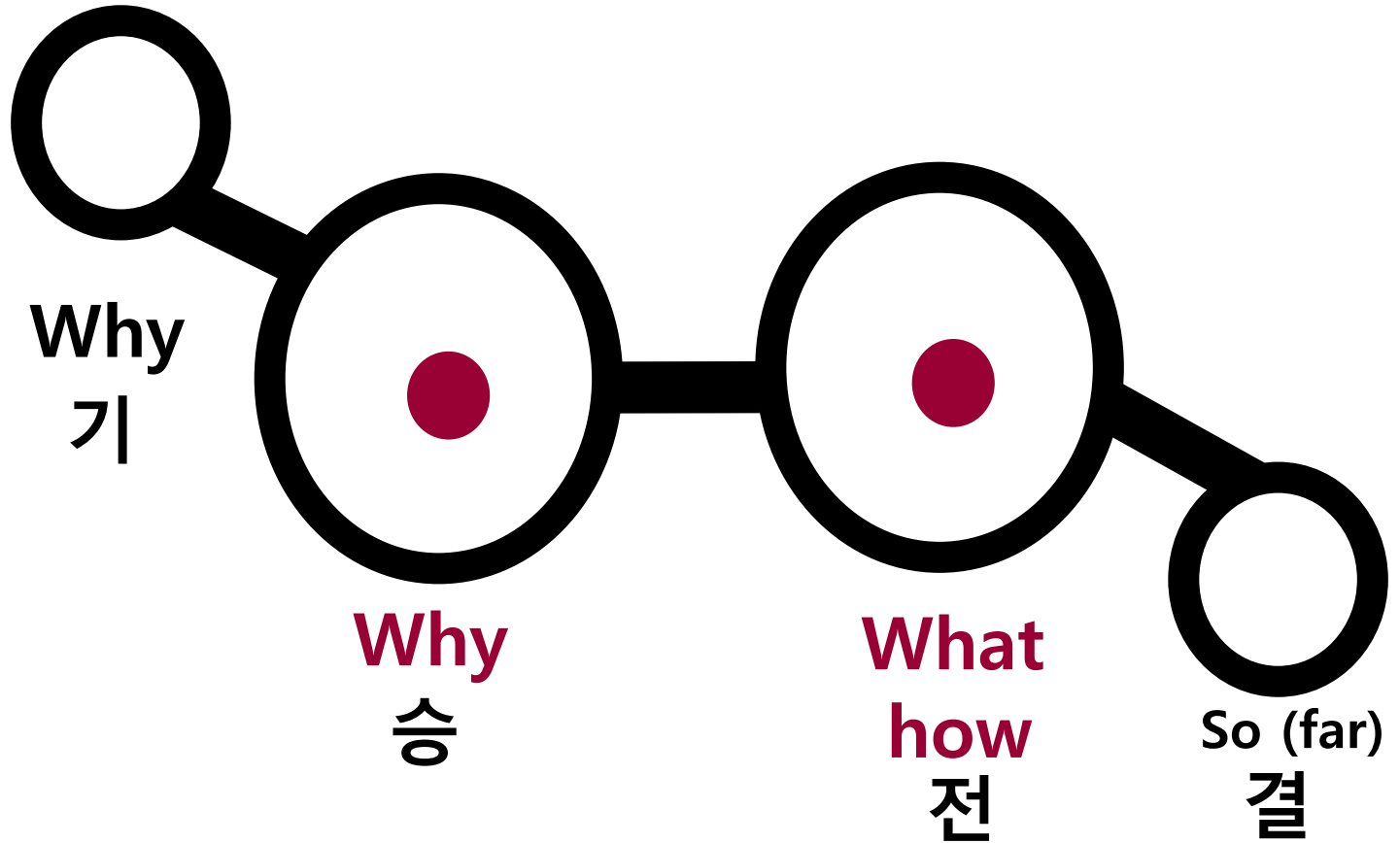
04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

**기획의도(PXS)가 명확하고,
시작할 때 기획의도(PXS)를
얼마나 잘 그리느냐가
기획서의 품질을 좌우한다!**

6-3) P-S = 기승전결

- 01 기획이란
- 02 1형식, P코드
- 03 2형식, S코드
- 04 P-S 통합코드
- 05 GBC적용하기



6-4) 기승전결

01 기획이란

02 1형식, P코드

03 2형식, S코드

04 P-S 통합코드

05 GBC적용하기

기

- 왜 이 기획을 하는지
- 우리의 과제는 무엇인지

승

- 현상적 문제 및
- 근본 원인이 무엇인지

전

- 문제 해결을 위한 구체적인 핵심 아이디어와
- 실행을 위한 액션 플랜

결

- 본 기획안의 기대효과 및
- 수미쌍관식 요약

7) 성공한 기획이란?

Contents

01

기획이란?

02

기획의 1형식, P코드 이야기

03

기획의 2형식, S코드 이야기

04

P-S 통합코드 이야기

05

GBC 적용하기

감사합니다