

行銷顧問合約書

立合約書人 和田行銷有限公司 (以下簡稱甲方) 公司(以下簡稱乙方)
甲方依照乙方之需求，提供行銷顧問之服務，雙方基於誠信原則約定條款如下：

- 一. 顧問範圍 乙方商品服務之行銷執行，包含協助「**修正企業客戶提案、改善簡報內容流程、提升銷售成交比率、行銷策略廣告規劃**」四大方向。
- 二. 顧問地點 顧問地點由乙方協助安排，甲方顧問可於銷售現場、講座現場、課程現場或簡報現場實際觀察。
- 三. 顧問時間 甲方協助乙方商品或服務之行銷規劃、顧問安排，雙方同意指定陳日新老師擔任本專案顧問，乙方負責將相關的行銷過程與資訊告知甲方。顧問時間為 12 小時 (分次顧問時間，由甲乙双方雙方共同議定確認後再行安排) 甲方於 12 小時的顧問時間之後，提出具體的行銷規劃修正方向，包含「修正企業客戶提案、改善簡報內容流程、提升銷售成交比率、行銷策略廣告規劃」等四大方向，本**顧問案服務時間為三個月**，從第一次顧問時間開始起算，顧問期間任何行銷建議或顧問出席皆不收取費用。
- 四. 結款方式 甲方提供此顧問服務之專案優惠價格為新台幣**五萬元**整 (內含顧問費、交通費、行銷指導費、5%營業稅)。簽約日為 6 月 23 日，甲方開立五萬元「管理顧問費」之統一發票於乙方，簽約當日乙方以匯款方式 (匯款帳戶如下) 支付顧問費訂金兩萬五千元于甲方。 戶名：和田行銷有限公司 帳號：241-5400-20765 銀行：中國信託/延吉分行。餘款兩萬五千元於甲乙雙方約定之第一次行銷顧問前匯入甲方帳戶。
- 五. 合約附則 甲乙雙方如因本合約涉訟時，同意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。本合約一式二份，由甲乙雙方各執一份為憑。

立合約書人

甲 方：和田行銷有限公司

代 表 人：陳日新

統一編號：28446215

地 址：

乙 方：

代 表 人：

統一編號：

地 址：

中 華 民 國 年 月 日

(以上本顧問合約之「費用」，可根據顧問「時間」與顧問「內容」，而有所變調整或變動！)

陳日新 20 年說故事行銷實務經驗

實務經驗與實況	說故事行銷的經驗類別	創造的經典故事案例
	<p>陌生推銷 運用商品故事/服務故事/管理故事 每天主動積極拜訪上百個陌生客戶，克服數十個嚴厲拒絕後，進行 1 對 1 陌生銷售，並在 20 分鐘介紹流程中，銷售出數千元至數萬元商品。</p>	<p>銷售花旗銀行總裁成功大三成為銷售總冠軍，以主管股東身份參與培育數百名頂尖業務團隊</p>
	<p>展覽行銷、音樂行銷 運用音樂故事/商圈故事 在全省數百個展覽場上開疆闢土，透過創新通路，將舊商品銷售的更多更廣。接洽大型企業福委會，舉辦優惠員工的展示活動或音樂欣賞會</p>	<p>六萬元創數百萬元業績與團隊發揚銷售少林寺，主動打造展覽商圈，創造展覽場上奇蹟</p>
	<p>郵購行銷、網路行銷 運用圖片故事/文字故事 把已經走下坡的舊有商品，透過銀行集點兌換模式，帶回極大的額外營收，以戰養戰、爭取資源與認同後，逐步建立郵購部門與網路部門。</p>	<p>一手賣出兩百萬張 CD 蘋果日報以半版的版面專題報導陳日新以拓荒精神打造黃金身價！</p>
	<p>專案行銷、公益行銷 運用管理故事/領導故事 在整體的市場危機中，將商品化整為零，從無到有創造出新商品與新客戶；舉辦公益音樂會所得贊助原住民朋友，將愛的故事不斷傳遞出去。</p>	<p>從一個人到數十人團隊用每天發生的故事案例，當成強力磁石運用，吸引人才加入團隊</p>
	<p>電視購物、電台行銷 運用商品故事/開發故事 在電視上以「三分鐘的精彩故事」介紹商品，提升商品的魅力與價值。並在電台的廣告缺口時段，提供優渥合作條件，創造電台行銷新紀元</p>	<p>從工讀生到上櫃董事路 32 歲，多年的經營績效得到高度欣賞，獲邀成為上櫃公司的董事。</p>
	<p>明星商品、創意行銷 運用製作故事/研發故事 故事，是窮人的武器！越沒有資源越需要透過故事展現商品的價值。左岸咖啡專輯、堂娜漂亮瑜珈等明星商品，都是在這樣的思維下誕生的。</p>	<p>轟動亞洲堂娜漂亮瑜珈在決定上櫃後的會議裡部門設計介紹了堂娜經紀人，故事就此展開。</p>
	<p>專業聯盟、跨界行銷 運用社團故事/生活故事 天下雜誌的廣告主在每個月聚會中，都會邀請知名品牌的專業經理人，分享行銷故事。連續十年的聚會，創造了無數的精彩互動故事。</p>	<p>百大企業專業經理聚會擔任總幹事數年期間，結識數百位優秀專業經理人，跨界和諧交流。</p>
	<p>故事講師、行銷顧問 運用自己故事/生命故事 工作十多年後，我問自己一句話：「除了賺錢、帶人之外，自己最重視的價值到底是什麼？」職場上的無數挫敗後所累積的智慧經驗就是答案</p>	<p>第一位說故事行銷講師 職場歷練、出書演講、內訓課程、行銷顧問、皆是以自身故事出發。</p>

陳日新擔任百大企業講師&顧問！

企業課程實況	企業授課或顧問	企業課程實況	企業授課或實況
	寶士汽車 40年首次將服務故事整理「感動激賞」一書。陳老師擔任講師與撰文作者		統一企業 30多位主管參與，事業群李華揚總經理全程參與。課後舉辦內部說故事大賽
	台灣雅芳 王子云總經理與數十位領導人一起參與七小時實務課程，感受說故事行銷。		南山人壽 300位內部講師、營業單位主管，在6個梯次課程後給予95%課程滿意度。
	全家便利商店 開發擔當、加盟店長、及100多位商品本部企劃，分成3個梯次上課。		遠東集團 遠東國際商銀針對行員舉辦4梯次課程，遠傳電信事業群也邀請陳老師授課
 工業技術研究院 Industrial Technology Research Institute  財團法人資訊工業策進會	工研院/資策會/青創會 工研院在一年內，由各個不同研究院所邀請陳老師授課5個梯次提升故事力		信義房屋 不動產協會、21世紀不動產、信義房屋等業者都邀請陳老師授課提升感動力
	三菱電機 台灣三菱電機的工程人員、客服人員、業務人員行銷人員皆參與本課程。		奇美電子 高科技行業的故事力如何展現？研發、簡報都可以用故事影響重量級客戶。
	華歌爾內衣 女人的心是纖細多變的，女人的故事說也說不完：體驗故事行銷風情萬種！		阿瘦皮鞋 自有品牌、通路如何再創佳績？用說故事來啟動員工與客戶的熱情與初衷。
	新東陽食品 60多位店長、企劃、主管共同參與課程，找回老品牌的經典感動故事。		永豐金控 總共11個小時課程，包括了「異業合作絕對雙贏」，對象為金控培訓主管。
	杏一醫療用品 從創辦人到精英幹部將近150位熱情參與，課後學員所演練故事將集結成書		台灣櫻花 新品上市大會，邀請陳老師引導160位第一線頂尖業務代表用故事提升業績

天下、遠見雜誌等媒體專訪陳老師

蘋果日報、經理人雜誌、Career 雜誌、Cheers 雜誌、工商時報、天下雜誌、遠見雜誌等專訪陳老師

Special Report 異業轉行求職

說故事達人3 / 和田行銷公司執行長 陳日新

從工讀生到講師，靠說故事扭轉人生

文 / 鄭高偉

這是一本厚度僅五公分、硬紙精裝的綠色本子，和田行銷執行長陳日新翻開著一頁頁筆記，東張西望的翻閱歲月，往事如電影一幕幕重現，多達數百萬字的故事是400個日子的心血結晶。

陳日新就是故事行銷的主角。1994年，大三下學期畢業，他選擇到金機唱片打工，從此開始行銷雜誌，一個月後，連老闆都不敢相信這隻張白臉會變成五彩繽紛的圖畫。初期，一張訂單都沒有，直到索妮唱機(Philips) 花旗銀行後，訂單才如雪片般飛來。

1995年，他決定挑戰當時最高的台北「高爾斯光三層」大樓，由於門禁森嚴，他親自跑進大樓如登天，仔細觀察地形後，隔天就跑到4樓用膠帶黏起人電梯，門一打開，迅速轉往金機進門。

當他逐一敲開樓層時，忽然發現大響，不到一分鐘，就從30樓層樓頂到目標，驚險的任務安全門後，在茶水間遇見一位小姐，陳日新主動的搭話，沒想到竟是他尋找多年的西洋老歌，買了兩張CD後說：「你跟我講，相信一定會有成就，加油。」

他後來才知道那是金機公司，繼續轉往其他部門，直到下午2點多，職員的工作崗位後，他站在40幾樓的高處，看著那CD最顯眼的三層由光顯，眺望腳下的台北市，景物變得好渺小，心情卻豁然開朗，早上無聊的陳日新已開胃開胃。

總發行陳日新，這位是他的兒子，美國學校放暑假，全家人正準備度假，試聽後，一口氣買了四張。

隔天，到辦公室取款時，陳日新不友善地站在門外：「絕對不可能！萬能到底怎麼可能讓工讀生買東西，你快點出去，不然我要叫警報了。」

他後來才知道那是金機公司，繼續轉往其他部門，直到下午2點多，職員的工作崗位後，他站在40幾樓的高處，看著那CD最顯眼的三層由光顯，眺望腳下的台北市，景物變得好渺小，心情卻豁然開朗，早上無聊的陳日新已開胃開胃。

他後來才知道那是金機公司，繼續轉往其他部門，直到下午2點多，職員的工作崗位後，他站在40幾樓的高處，看著那CD最顯眼的三層由光顯，眺望腳下的台北市，景物變得好渺小，心情卻豁然開朗，早上無聊的陳日新已開胃開胃。

「他這副態度上總高名片到訂單，從第一輪電話到開價。」

這時陳日新卻走出來，一紙到地，立即在電話開單認購，並對陳日新說：「Amazing! This guy got me!」一紙人相視大笑。

萬能就這副態度加入花旗的業務行列，這對工讀的他來說，是無法的驚喜。消息傳出後，陳日新也獲得有「政大寶劍」，光是花旗所在的商業大樓，三星期內就賣出500張CD，年度結算，一介工讀生竟拿到全公司第一的銷售冠軍。

一步一腳印，26歲的今天，陳日新創下了屬於自己的歷史：22歲，他不是目前台灣音樂CD的工讀生，32歲，他已是第一家上櫃唱片公司的董事長(35歲出版《熱行行銷》的22歲分書)書櫃：2008年，36歲的他成立「說故事行銷學院」，對美士汽車，統一、宏碁、永豐金融、遠傳電信等企業上課，也接受青輔會、貿協、中僑生產力中心的邀約，成為台灣第一位「說故事行銷」的副總裁。

陳日新有感而發，「如果不想透過故事行銷銷售難忘這些紀錄。」

教企業、學真自己的故事

從「說故事行銷」創造感動與獲利，現在他將這套企業成功自己第一無二的行銷故事，2007年中，他對台灣美士汽車280位業務員上課，花了一個星期時間，幾乎走遍每個銷售點，面對面溝通，課程中，除講說故事行銷的原理與邏輯外，也引導學員找出自己的故事。

有一例「22公分的感動」：最熱烈的掌聲，目前由花旗銀行客戶與新車回家，沒想到車長竟出車庫2公分，隨即「關下起來」讓他的情緒將高台起，因為是契機，操作車庫必須遠近十戶車庫的部分也一起罷工，當花費上萬萬元的修理費交完車就沒事了，但業務員仍不放棄想幫客戶解決問題，上廁所，剛好有新車剛進庫，同事將三角鐵架放在樓梯上方形成樓梯，以便車子順利進入，她叫一聲：這就對了，立即請工人搬運車到客戶家，放在車庫進庫，整部車進庫了2公分，2公分的距離開門，客戶感動不已，隨後陳日新介紹出八萬五千元，彼此成為好友。

之後業務員只要分享這則故事，客戶都留下好印象，快速縮小成交距離，這就是故事行銷的威力。

陳日新常以這句國語天才創作的故事為鏡，展現獨特魅力。每次面對新進山下的銷售總是充滿信心，展現他的「真正廣濟的人，不是贏了幾萬幾千，而是信守了幾萬幾千。」並用國語研究出「說故事的技巧」，展現對手「堅持到底後一刻」，才能帶來無窮力量，堅持幾個月後，終於連續獲得日本對世界大賽的冠軍。

陳日新不僅開闢了自己的視角，也希望愈來愈多人透過故事行銷扭轉自己的人生。



www.giveth.com.tw

遠見雜誌

2008年8月刊「遠見雜誌」專題報導「說故事行銷」

說故事就能說出CASE



天下雜誌

2008年10月「天下雜誌」專題報導「說故事行銷」

4 賣產品 要先說個好故事



iLeang

用故事成功行銷自己!

「征服世界之前，先征服自己的心」



不服輸，就是最大的資源

陳日新



休耕，迎接下一季的豐收

陳日新



休耕，迎接下一季的豐收

陳日新



成功在連續被拒絕後產生

陳日新

