



產業AI應用教案推動

汽車產業

台中市電腦商業同業公會



課程大綱

- 一、車業行銷現況與痛點解析
- 二、AI 車款文案與 AI 文案生成
- 三、AI 圖像與影片素材製作
- 四、工具實作—AI 行銷素材工作坊
- 五、行銷自動化流程演練
- 六、成果驗收



車業行銷現況與痛點解析



一、車業行銷現況與痛點解析

1. 解析車輛素材製作慢、各車型版本多導致第一線業務負擔重的痛點。
2. 探討社群貼文內容構思困難
3. 潛在購車客戶需求不易掌握的問題。



車輛素材製作慢、各車型與規格版本多，業務員負擔重

汽車產業（中古車）數位轉型核心痛點分析

痛點一：人才與營運 (Talent & Operations)



招募困難與高流動率

- 現今車行找人不易、優質員工工更難
- 高流動率惡性循環



銷售模式落後

- 傳統業務不擅數位行銷
- 被動式行銷難拓客
- 仰賴業績獎金致業務不佳



數位基因匱乏

- 多數員工缺乏社群網絡觀念
- 微型車行行銷概念不足 (5人員工及以下)

痛點二：流量與成本 (Traffic & Cost)



流量瓶頸與數據受制

- 傳統平台流量紅利消退 (e.如、8891)
- 數據無法掌握與缺乏私域流量
- 獲客成本急遽攀升



行銷成本攀升且效益不佳

- 行銷外包高成本且難以涵蓋多樣車款
- 外散效益不佳且難導流
- 營運成本上升

痛點三：媒體與轉型 (Media & Transformation)



新媒體焦慮與鏡頭恐懼

- 業務不擅鏡前展現且畏懼
- 短影音製作門檻高
- 聲音評估不足難突破



車業行銷AI實戰課程

汽車產業（中古車）數位轉型：核心痛點與 AI 教案對應分析

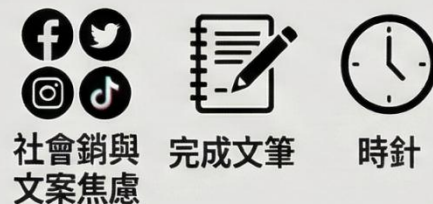
【痛點一】 素材製作與營運負擔



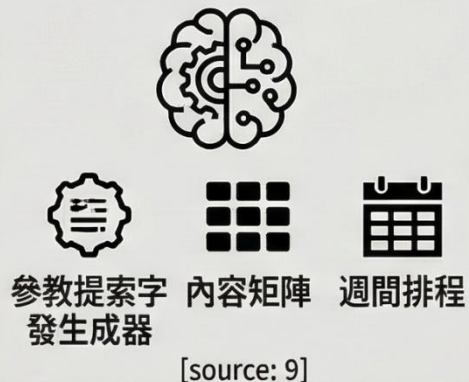
【AI 落地應用】 自動化素材引擎



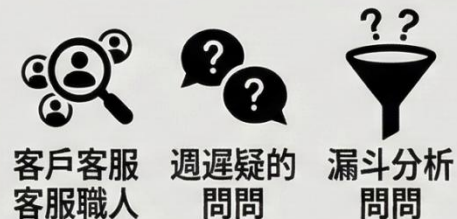
【痛點二】 社群行銷與文案焦慮



【AI 落地應用】 AI 文案大腦與智能排程



【痛點三】 客戶經營與意圖掌握



【AI 落地應用】 AI 意圖預判與智能篩選



【隱形痛點】 業務不願露臉

[source: 9]



【創新亮點】 AI 虛擬數字人演繹





業務10大關鍵品牌行銷戰略

資深汽車業務顧問傳授：汽車業務自動獲客 10大關鍵品牌行銷戰略

1



定位個人品牌 Persona

- 建立專業形象（例如：電動車專家）
- 利用 AI 分析定位

小提示：找到你的利基市場

2



高頻短影音引擎

- 每週至少 3 支影片
- Reels/TikTok/Shorts

小提示：AI 剪輯提升效率

3



「社會證言」資產庫

- 數位交車儀式
- 客戶錄製心得影片

小提示：存放在 IG 精選或 Google 商家

4

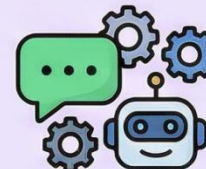


優化在地搜尋 Local SEO

- 經營 Google 商家檔案
- 關鍵字（品牌+地區）

小提示：確保資訊跨平台一致

5



部署 AI 聊天機器人

- 24/7 即時回應 (LINE/FB)
- 自動化回覆、預約

小提示：過濾基本問題，聚焦意願客戶

6



設計「數位磁鐵」內容

- 高價值 PDF/清單（例如：購車攻略）
- 自動採集名單

小提示：用價值換取聯絡資料

7



內容自動化工作流

- 生成式 AI（如 Gemini）生成文案
- 快速轉化規格

小提示：文案模板化，節省時間

8



精準廣告與再行銷

- 針對看車人群
- 相似受眾 (Lookalike)

小提示：AI 優化廣告投放

9



專業知識庫 Hub

- 教育性內容（保險、殘值）
- 建立威信非推銷

小提示：成為客戶心中的專家

10



整合私域流量池 CRM

- 紀錄興趣標籤（安全、露營）
- 個人化訊息通知

小提示：將粉絲轉化為長期資產





課程使用的AI工具分析

應用項目	第一優先使用 (核心引擎)	第二備用工具 (特定場景輔助)	顧問推薦原因與落地實戰說明
文案 (Copywriting)	Gemini (Advanced) 文字生成	Claude 3.5 Sonnet(備用：長篇 感性故事)	Gemini 的強項在於「生態系整合與在地化語境」。您可以直接請它抓取雲端硬碟裡的最新車款規配表，一鍵生成多個 Facebook 誘餌貼文。它能精準掌握機智幽默的銷售語氣，且直接串聯 Google 文件歸檔，是業務日常發文的最強大腦。
腳本 (Scriptwriting)	Gemini (Advanced) 邏輯與結構生成	ChatGPT Plus(備用：對話式模 擬)	寫短影音腳本需要極強的邏輯與分鏡概念。Gemini 能迅速將生硬的汽車賣點（如：Level 2 輔助駕駛），轉化為「痛點 + 解決方案 + 呼籲行動」的 30 秒分鏡腳本，讓複雜的汽車知識變得淺顯易懂。
圖片(Image)	Gemini (Nano Banana 2) 高階圖文生成與編輯	Midjourney(備用：極致電影級 藝術照)	Gemini 內建的圖像生成能力已經非常強大，能快速進行文生圖或影像合成。例如：「幫這台剛收購的休旅車，合成一個全家在露營區開心烤肉的背景」，它能快速生成生活情境圖，直接解決業務不會用 Photoshop 去背合成的痛點。
影片(Video)	Gemini (Flow/Veo 模型) 高保真影音生成	Canva(備用：後期剪輯與自動 字幕)	透過最新的 Flow/Veo 模型，Gemini 能直接根據文字提示生成帶有原生音效的高畫質影片片段（例如：「一台白色房車行駛在海岸線，海浪拍打聲」），用來作為車輛介紹影片的 B-roll (空景) 簡直是如虎添翼。(註：Canva 仍是目前手機端組裝影片、上字幕的必備輔助。)
音樂(Music)	Gemini (Lyria 3 模型) 專業級配樂生成	Soundraw / Suno(備用：大量 自訂背景樂)	買車是很看重「情緒價值」的。Gemini 內建的 Lyria 模型可以精準控制節奏與情緒，生成 30 秒的高保真原創配樂。您可以直接下指令：「生成一段適合介紹超跑、節奏緊湊且帶有奢華感的電子音樂」，讓您的短影音瞬間擁有百萬廣告的質感，且無版權疑慮。
自動化 (Automation)	Gemini (Google Workspace 整合) 無縫辦公室自動化	Zapier(備用：跨平台第三方串 接)	這是 Gemini 殺手級的優勢！對於業務來說，最好的自動化就是「不用學寫程式」。Gemini 可以直接讀取您的 Gmail 詢價信件，分析客戶需求後，自動在 Google 文件寫好客製化報價單與邀約回信。這種原生整合的流暢度，是其他平台難以企及的。



AI 車款文案與 AI 文案生成



二、AI車款文案與內容生成

1. 教學運用 Gemini 或 ChatGPT 生成高點擊率的廣告文案、交車關懷 EDM 與試駕腳本。
2. 引導學員依據「汽車銷售專用提示詞標準資料庫」，輸入年份、里程、車況亮點等關鍵參數。
3. 建立車商品牌專屬的語氣知識庫，並實作多語系的行銷素材



圖片生成(建立圖像)

Google Gemini

gemini.google.com/app

升級至 Google AI Plus

Gemini

新的對話

我的內容

Gem

對話

汽車產業 AI 應用案例

Anne, 你好
你想從哪裡著手?

問問 Gemini

+ 工具 1.

工具

2. 建立圖像 全新

Canvas

Deep Research

創作音樂 全新

引導式學習

思考型 3.

解決複雜問題

Gemini 3

快捷
回覆快速

Pro
3.1 Pro 可處理進階數學和程式設計

Google AI Plus
享有更多模型和功能使用權限

升級

設定與說明



專業形象照/證件照

Google Gemini

gemini.google.com/app

升級至 Google AI Plus

選擇圖片樣式

- 單色
- 色塊
- 伸展台
- Anyma's world
- 復古印刷
- 特藝彩色
- 哥德陶土
- Dynamite

2. 上傳檔案

- 加入雲端硬碟檔案
- 相簿
- 匯入程式碼
- NotebookLM

1. + 建立圖像 ×

思考型 >

將照片中的人物，做一張專業的褲裝全身形象照，像在專業的攝影棚拍攝一樣，穿藍色西裝，白色背景。



Q版人物

請幫我生成Q版3D可愛公仔，全身專業形象照，汽車銷售顧問褲裝

Google One 方案

gemini.google.com/app/478be41e413dddbb

Gemini

請幫我生成Q版3D可愛公仔，全身專業形象照，汽車銷售顧問褲裝

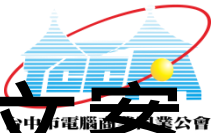
升級至 Google AI Plus



請輸入圖片說明

思考型

Gemini 是 AI，有時可能會出錯。



運用 ChatGPT 或 Gemini 生成高點擊率的廣告文案、交車關懷 EDM、試駕體驗活動腳本。

• 如何請AI協助撰寫 汽車上市公告 FB貼文 提示詞？

一、 撰寫提示詞的「4 大必備資訊」

在請 AI 寫草稿前，建議先餵給它這四個要素：

- **車款核心價值**：它是省油代步車？豪華旗艦？還是純電科技車？
- **三大賣點（USP）**：例如：Level 2 自動駕駛、超大後車廂空間、全台最低入手價。
- **目標客群（Target）**：剛成家的首購族、追求速度的熱血青年、或重隱私的高階主管。
- **視覺風格要求**：希望文案充滿震撼感，還是溫暖的人文氣息？



三種不同風格的提示詞範本

- **【震撼發表型】**（適用於品牌旗艦、純電車）
- **【情境故事型】**（適用於 SUV、家用車、露營車）
- **【超值促銷型】**（適用於小資車款、限時預購）



震撼發表型

(適用於品牌旗艦、純電車)

- 提示詞：

「你是一位頂尖的汽車行銷文案經理。請為汽車 [車款名稱] 撰寫一篇 FB 上市公告。

重點： 強調這台車是 [打破傳統 / 未來科技 / 極致豪華] 的代表。

- 內容要求：

- 開頭要一句話震撼人心，勾起觀眾的好奇心。
- 列出 3 個科技亮點（如：[亮點 A]、[亮點 B]）。
- 風格：大氣、專業、高端。
- 結尾 CTA：邀請大家點擊連結預約賞車。
- 請適度加入 Emoji，並使用吸引人的標籤（Hashtag）。」



情境故事型

(適用於 SUV、家用車、露營車)

- 提示詞：

你是一位擅長情感行銷的小編，請為 [車款名稱] 撰寫 FB 貼文。

受眾：[喜愛戶外運動的家庭 / 重視安全性的父母]。

- 內容要求：

- 從一個生活情境切入（例如：週末帶全家人上山露營，不必擔心空間不足）。
- 強調 [空間彈性、安全配備、舒適體驗]。
- 語氣：溫暖、平易近人、像朋友般的推薦。
- CTA：詢問觀眾『你最想開這台車去哪裡旅行？』以增加互動。
- 排版要整齊易讀。」



超值促銷型

(適用於小資車款、限時預購)

- 提示詞：

「請幫我寫一篇 [車款名稱] 的預售開跑 FB 貼文。

核心任務： 創造「錯過不再」的緊迫感。

- 內容要求：

- 標題要直接標出預購優惠價 [價格] 或優惠方案 [如：送 5 萬配件金]。
- 條列式列出產品性價比 (CP值) 最高的 3 個地方。
- 風格：活潑、直接、具煽動性。
- CTA：引導觀眾立即私訊小編拿規格表。
- 結尾加上：『限量 [XX] 台，售完為止』。」



行銷文案提示詞架構

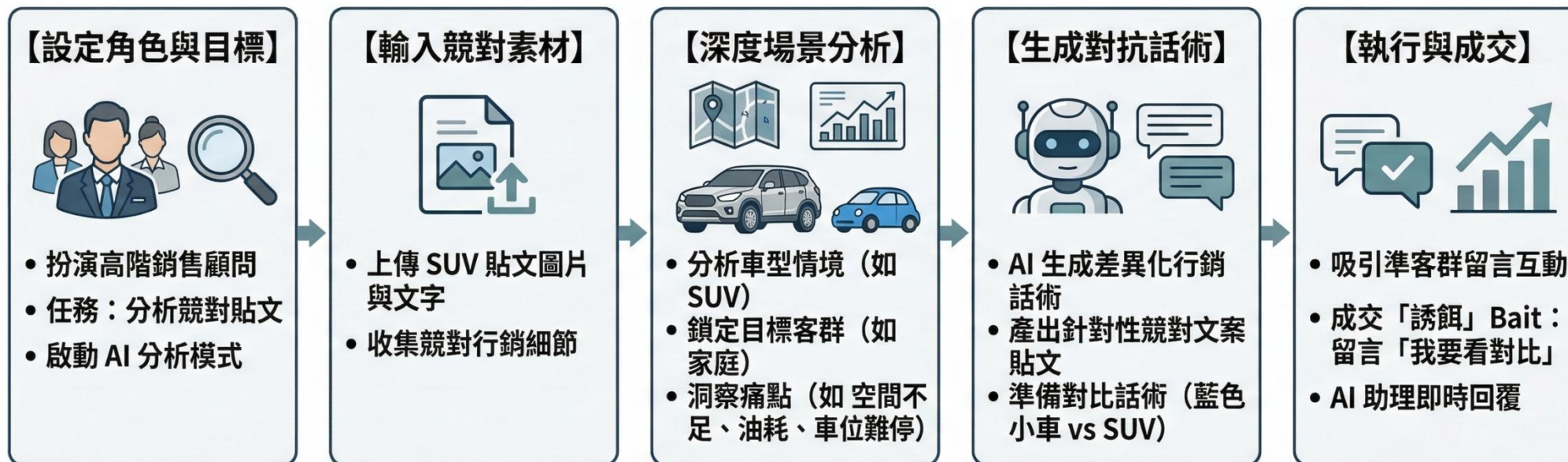
項目	說明	範例
角色	專家、顧問、老闆	您是一位擁有 25 年經驗的頂級汽車銷售顧問，專長是「數位社群開發及AI落地應用」
目標	目標客群	新手爸爸
格式	指定輸出格式	寫一篇推廣 [2020 CR-V] 的 FB 貼文。
限制	限制條件/平台	強調 [空間與安全性] 痛點，語氣幽默接地氣，結尾引導私訊。
關鍵字	爆款關鍵字	#2020CRV #新手爸爸 #神隊友 #空間魔術師 #安全至上 #資深汽車顧問



參照現有文案/圖片

新手業務「AI 對手分析」高階策略全攻略

從洞察漏洞到業績倍增：15年顧問精華



效率與成果對比：新手 vs 專家



新手（純手工）

- 耗時：3 小時
- 業績：零



專家（AI 賦能）

- 耗時：10 分鐘
- 業績：爆發！/成交王





汽車產業專用提示詞標準庫

Google | 汽車產業專用提示詞標準庫建立藍圖

25年顧問經驗 領航數位轉型

提示詞標準庫架構





汽車產業專用提示詞標準庫

- 列出汽車產業業務情境-行銷推廣、客戶經營、銷售邀約、車源取得 各30種汽車產業專用提示詞

編號	應用任務	汽車專用提示詞核心指令 (請將 [] 替換為實際資訊)	類別
1	FB 痛點行銷文	扮演資深汽車顧問，針對 [新手爸爸] 族群，寫一篇推廣 [2020 CR-V] 的 FB 貼文。強調 [空間與安全性] 痛點，語氣幽默接地氣，結尾引導私訊。	行銷推廣
2	IG 質感美圖文	我有一張 [白色保時捷 Macan] 的美照。請寫一段 IG 貼文，風格要 [低調奢華/菁英感]，不提價格，強調 [成就感與駕馭樂趣]，並加上 5 個精準 Hashtag。	行銷推廣
3	TikTok 短影音腳本	寫一個 30 秒短影音腳本，介紹 [Toyota Altis] 的 3 個隱藏實用功能。前 3 秒要用懸疑句型破題，語速快、節奏強，結尾呼籲按讚收藏。	行銷推廣
4	車款優劣勢對比	請以客觀專家的角度，製作一個 [Honda Fit] 對決 [Toyota Yaris] 的優劣勢比較表。從 [油耗、空間、保值率] 分析，最後給出明確的選購建議。	行銷推廣
5	開箱文/試駕心得	模擬真實車主的口吻，寫一篇 [Tesla Model 3] 的一週試駕心得。要包含 1 個小缺點讓文章更真實，以及 3 個讓人心動的科技亮點。	行銷推廣
6	節慶促銷文案	結合 [母親節] 議題，寫一篇推廣 [適合媽媽開的掀背車] 促銷文。主軸為「犒賞自己/守護家人」，提供 [送全車鍍膜] 誘因。	行銷推廣
7	知識型貼文 (防雷)	身為誠信車商，請列出購買 [二手雙B] 最容易踩雷的 3 個地方 (如：漏油、通病)，並說明我們團隊是如何替客戶把關的。	行銷推廣
8	預告/懸念貼文	我們剛收了一台 [極品限量版車款，如：手排 86]，請寫一篇「盲猜貼文」，只透露局部特徵與年份，吸引車迷在底下留言猜車，創造高互動。	行銷推廣
9	競品反擊文案	最近客戶常拿 [水貨車] 跟我們的 [總代理二手車] 比價。請寫一篇文案，用算帳的方式 (維修、保固、折舊)，證明總代理更划算。	行銷推廣
10	購車指南 (SEO)	寫一篇 800 字部落格文章：「[2026] 年首購族二手車推薦指南」。以預算 [30-50萬] 為切入點，推薦 3 款車並說明理由。	行銷推廣



建立車商品牌專屬的語氣知識庫

- 請幫我解析上傳圖片的「提示詞」並提供我英中對照版本



圖片來源：Carture 車勢文化

Prompt: A professional action shot of a **white modern Land Rover Defender 110** crossing a shallow river with **dramatic water splashes**. The background features **rugged, sun-drenched rocky canyons** and sparse desert greenery. **Bright daylight**, clear sky, high-speed photography, low angle shot, cinematic automotive commercial style, ultra-realistic, 8k resolution, highly detailed texture.

中文解析：一張專業的動態攝影，畫面是一輛白色現代款路虎衛士 110 正在橫渡淺灘河流，伴隨著戲劇性的水花濺起。背景是崎嶇且充滿陽光的岩石峽谷與稀疏的荒漠植被。明亮的日光，晴朗的天空，高速攝影，低角度拍攝，電影級汽車廣告風格，超寫實，8k 解析度，細節紋理豐富。



Gemini或ChatGPT

[主體：一台銀色RAV4] 停在台中七期繁華的街道上，背景是有名的台中歌劇院。
深夜，霓虹燈和城市燈光倒映在車漆上，營造出極致的科技感和奢華氛圍。 **
commercial photography, cinematic lighting, ultra-detailed, 8k, realistic

**





提示詞範例(開啟新對話)

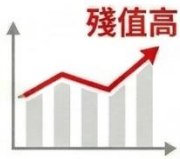
項目	提示詞範例
角色扮演	您是一位擁有 25 年經驗的頂級汽車銷售顧問，專長是「 <u>數位社群開發及AI落地應用</u> 」
目標客群	請分析我的客戶：30歲 有房貸及2個小孩的男主管 可支配餘額1萬元 喜歡的二手車種
特點分析	請給我 RAV4 最受車主喜歡的6大特點
圖檔風格	請幫我用寫實風格，畫出 RAV4 最受車主喜歡的6大特點，車子用白色，繁體中文，16:9。
品牌風格	我的公司品牌走務實、穩健、誠信，請協助樹立我相關品牌風格。



找出客戶在意的點!!!

RAV4 最受車主喜歡的 6 大特點

1. 高保值率與後勤維護



二手殘值極高，全台服務網完善，售後無憂。

2. 空間機能的極致平衡



行李廂平整寬敞(580L)，多元載物，輕鬆應對露營與採購。

3. 強勁節能的動力系統



引擎圖



電池圖



提供 Hybrid 油電與汽油動力，兼顧省油高效與強勁動能。

4. TSS 3.0 智動駕駛輔助



ACC車距維持、LTA車道循跡、PCS預警防護與行人偵測提示
行人偵測提示。

全速域主動安全，減輕長途駕駛疲勞，守護一家安全。

5. 硬派外型與戶外生活感



粗獷硬派幾何線條，完美融入大自然，盡顯風格。

6. 豐富的改裝與數位升級



環景系統

無線充電

多媒體改裝

配件多元，AI智慧升級，個性化打造專屬座駕。



問AI+套公式

- 「主體 (What) + 場景 (Where) + 氛圍/燈光 (How) + 風格 (Style)
- [我家的車] + [目標客群的快樂場景] + [溫暖自然光] + [超寫實攝影]
- 主體：一台白色的 Toyota Sienta 七人座休旅車
 - 場景：在一個陽光明媚的草地上，旁邊有一頂打開的露營帳篷。一個年輕家庭（爸爸媽媽和兩個小孩）正在車旁邊快樂地野餐。
 - 氛圍/燈光：溫暖的金黃色夕陽光，充滿幸福感。
 - 風格：超高清、真實的專業攝影照片 (Cinematic lighting, hyper-realistic, 8k resolution)。



數位社群內容開發（獲客）

場景：針對不同車型，在 FB 經營、Threads 短文或 Line 官方帳號生成高互動內容。

1. 痛點情境文案生成器
2. 短影音（Reels）腳本規劃
3. 個人化價值回覆（拒絕比價）
4. 異議處理（處理考慮中）



1. 痛點情境文案生成器

提示詞： 請扮演一位資深汽車銷售顧問，針對 [目標車型，例如：油電 SUV]，撰寫 3 則吸引[目標客群，例如：新手爸媽] 的社群貼文。

要求：

1. 拋棄教條式的規格，改用場景描述（例如：一手抱小孩、一手感應後車廂）。
2. 包含一個能引發留言互動的問題。
3. 風格：親切、專業、具有生活感。



新手爸媽 × 油電SUV 社群貼文術

◆讓每一段旅程
都更安心，更幸福！



情境 → 痛點 → 解法 → 情緒收斂

1 情境

讓讀者對號入座

建立「這就是我」的認同感

🎯 關鍵：畫面感 + 生活細節

寫法公式

當_____之後 / 某個日常場景
你開始發現_____

範例

有了孩子之後，你會發現——
出門不再是出門，
而是一場準備戰。



2 痛點

放大內心壓力

讓需求浮出水面

🎯 關鍵：具體困擾（越生活越好）

寫法公式

你開始面對_____、_____、甚至_____
原來最困難的不是_____,
而是_____。

範例

- 推車很重、孩子好動、東西好多
- 停車找位子很難、上下車好狼狽
- 塞車、趕時間、孩子容易哭鬧

最累的不是開車，
是每一次搬上搬下、
處理突發狀況。



3 解法

產品自然登場

用「功能 = 解決問題」來說服

🎯 關鍵：功能翻譯成生活好處

寫法公式

這時候，_____成為更好的選擇
因為它可以_____、_____、_____。

範例

油電SUV剛好幫你解決！

- ✓ 安靜起步不吵醒孩子，
乘坐更舒服
- ✓ 大空間 + 靈活收納，
推車、尿布包一次搞定
- ✓ 主動安全輔助系統，
降低風險，守護全家人
- ✓ 油電省油又省錢，長途出遊
也不用擔心續航



安靜舒適



大空間



高安全



省油環保

4 情緒收斂

讓購買變得合理

把「買車」升級成「價值選擇」

🎯 關鍵：一句話收斂情緒 + 提升意義

寫法公式

你買的不是_____,
而是_____。

範例

你買的不是一台車，
是讓家人更安心的每一段旅程，
是陪伴孩子長大的移動堡壘，
也是給全家最穩定的幸福感。



★ 一句話
總結公式



看到自己
(情境)



感到麻煩
(痛點)



出現解法
(解法)



合理購買
(升華)

進階小技巧

- ✓ 痛點要「具體化」：能拍成畫面的，才是好痛點！
- ✓ 解法要「好處化」：功能 → 生活好處，才有感！
- ✓ 收斂句要「有意義」：幫客戶說服自己，促成行動！



✦ 好文案，
讓客戶看到
價值，而
不只是規格！



2. 短影音（ Reels ）腳本規劃

提示詞：我要拍攝一支 30 秒的**[車型名稱]**短影音，主題是『這台車最隱藏的 3 個貼心功能』。請提供：

- ① 前 3 秒的吸睛鉤子（ Hook ）。
- ② 中段的快速切換鏡頭建議。
- ③ 結尾的行動呼籲（ CTA ）。



Toyota Yaris Cross

這台車最隱藏的3個貼心功能

主題：不只好開，更懂你的生活！



功能很多，
但這3個最容易被忽略，
卻最能改善你的日常！



前3秒 HOOK (吸睛鉤子)

0:00-0:03

90%的人都不知道！
這台車藏了這3個
神功能！



畫面建議：
搭配快節奏切換畫面（製造好奇）
+ 大字標題吸引停留

中段 | 快速切換鏡頭（主體內容）約20秒

0:03-0:23

結尾 CTA (行動呼籲)

0:23-0:30

這種貼心，
你真的要自己試一次！

留言「試車」
我幫你安排！



畫面建議：
人+車+開心的家庭畫面
帶出信任感與行動力

1 免鑰匙感應 / 電動尾門

手忙腳亂的救星！

1 困境



抱小孩+拿一堆東西
手根本沒空！

2 解法



腳踢感應
後車廂自動開啟！

3 鬆一口氣



輕鬆放進去
省力又貼心！

畫點建議：

不用手，也能開後車廂！



2 後座傾倒 / 大空間收納

小車？其實很能裝！

1 卡住了



推車放不下
真的很崩潰...

2 一拉就大



一拉座椅傾倒
空間瞬間放大！

3 輕鬆裝下



推車直接滑進去
超能裝！

畫點字幕：

空間魔術師，日常更輕鬆！



3 油電系統 (安靜) + 主動安全

安靜又安心，守護全家！

1 寶寶睡著



寶寶好不容易
睡著了...

2 安靜行駛



油電安靜行駛
幾乎聽不到聲音

3 安全守護



主動安全輔助
行車更安心！

畫點字幕：

空間到，連寶寶都不醒！



節奏要快！
3秒一個重點
畫面不拖泥帶水



字幕要大！
每段只講一個
重點最有力



多用生活情境
更容易引起
觀眾共鳴



搭配音效更吸睛
開門「啾」
空間「滑」
安靜「降噪」

總結一句話：
一台懂你的車，真的差很多！

適用平台



YouTube Shorts / IG Reels / TikTok / FB



3. 個人化價值回覆（拒絕比價）

- 提示詞：「客戶詢問：『請問 [車型] 空車折價多少？』，請幫我寫一段 Line 回覆，目標是引導客戶預約試乘，而不是直接進入價格戰。」
- 策略：肯定對方的選車眼光，強調『試駕感受』與『售後保修價值』，並給予兩個可供預約的時間選項。」



回應內容

您好～您選的這台真的很熱門，眼光很好👍
很多客戶一開始也是先從價格問起，但實際來試乘之後，反而更在意「開起來的感覺」跟「後續保養的安心度」。

像這款車的油電系統、操控穩定性，其實坐上去開一圈就會很有感，這也是為什麼我們都會建議先親自試駕，再幫您做最適合的整體規劃（包含優惠與配備）。

這週我這邊還有兩個不錯的時段可以幫您保留：

👉 週三下午 3:00

👉 週六上午 10:30

您看哪個時間比較方便？我幫您安排專人完整介紹 + 試乘體驗😊



4. 異議處理（處理考慮中）

- 提示詞：「客戶原本考慮我的 [品牌 A]，但現在猶豫要選 [競品 B]，因為對方的內裝看起來比較豪華。請幫我分析這兩台車在 [核心價值，例如：安全性、殘值、保養成本] 上的差異，並寫一段委婉但有力的說法，強調我們品牌的隱形成本優勢。」



★ 豪華感 (看得見的吸引)

內裝質感 比較豪華

大螢幕、氣氛燈、
高級材質，視覺
感受更強烈。



配備看起來 比較豐富

天窗、電動座椅、
進階音響...等
吸引目光。



全景天窗



電動座椅



高級音響

新車價格 可能更有優勢

前期入手門檻低，
感覺比較划算。

新車價優惠
看起來很甜！



！但別忘了...這些「看得到的美好」，可能會被時間與成本慢慢沖淡...

總結一句話：



豪華感是3分鐘的心動，
長期價值是5年的安心。

豪華感 vs 長期價值

★ 買車不是比現在誰最美，而是比未來誰最聰明！ ★

安全性

多數高階才有
完整主動安全



VS



全車系標配
Toyota Safety Sense
主動安全系統

殘值表現

折舊快
轉手價差大



VS



折舊慢
二手市場最保值

保養成本

新技術多，維修費
較高且不確定性高



VS



油電系統成熟
保養便宜、零件普及

油耗表現

油耗表現不一
長期花費較高



VS



油電節能科技
長期更省油

售後服務

服務據點較少
等待時間長



VS



全台服務據點多
保養維修更方便

★ 長期價值 (看不見的保障)

安全，守護最重要的人

完整主動安全系統，
降低意外風險，
讓家人安心出門。



省錢，日積月累超有感

保養便宜、油耗低、
故障率低，
長期下來省更多！



保值，未來換車不吃虧

市場需求高、折舊慢，
轉手更容易，
換車更輕鬆！



與其比較表面的差異，
不如親自試駕感受真正的價值！

預約試乘
體驗最準！



Toyota Yaris Cross
五大安心保證



主被動安全標配
全方位守護



全球暢銷認證
品質穩定可靠



保養週期長
保養費用低



油電科技加持
省油又環保



服務據點最多
售後最安心

買得安心·開得放心·用得開心
★ 這就是長期價值！ ★



AI 圖像與影片素材製作



三、AI 圖像與影片素材製作

1. 使用 Gemini、Canva AI 等工具，生成質感車輛形象圖與促銷 Banner。
2. 教學重點融入如何生成 Q 版可愛風格的品牌吉祥物或虛擬車評，以親和力軟化生硬的汽車規格。
3. 引導學員套用「標準化品牌視覺模板」，快速替換在庫車輛照片，十分鐘內完成高品質行銷素材輸出。



圖片生成提示詞

項目	提示詞
勵志短句	請給我10組 新手爸爸喜歡的勵志短文 12字內
場景規劃	請依上傳圖片人物原樣貌，生成 汽車產業早安圖，Toyota RAV4 停在清晨陽光下的露營區草地上，展現後車廂載物空間，台灣可愛小男孩與小女孩，美麗媽媽在帳篷旁嬉戲，爸爸在煮咖啡準備早餐，車身反射溫暖晨光，背景有山景、藍天，畫面明亮清新勵志風格，正中間以優雅白色中文字寫入家人溫馨樂趣勵志短句 "小小的腳印，印證大大的愛"，繁體微軟黑體字，整體清新正能量氛圍 16:9
參考圖	客戶家人溫馨合照圖(正面)



勵志圖卡





從30秒短影音開始



短影音獲客一點通

新手汽車業務一看就懂，如何開始拍短影音



汽車業務入門版

1 | 先拍什麼？



- 從客戶最常問的問題開始
- 例如：
 - 第一次買車要注意什麼？
 - SUV 電動車怎麼選？
 - 月付金低真的划算嗎？
 - 舊車換新車怎麼估？

★ 先解決問題；比先介紹車更容易成交

2 | 30秒拍片公式



想買車別只看月付金！
先看總開款、養車成本、保險稅金。

3 | 新手最適合拍的 5 種主題



★ 先從知識型內容開始，最不容易尷尬

4 | 拍攝工具很簡單



✓ 先求穩定上線，不求一次完美

5 | 發片 SOP



- 每週先拍 3 支
- 每支只講 1 個主題
- 同步發到 FB / IG Reels / YouTube Shorts
- 標題要直接、口語化

6 | 怎麼把流量變名單？



常用互動關鍵字舉例

預算 車款 試乘 估車

★ 每天影片都要有 CTA！



新手起步 3 步驟

- 1 先整理 10 個客戶常問問題
- 2 每天拍 1 支 30 秒短影音
- 3 每支影片都加 留言關鍵字

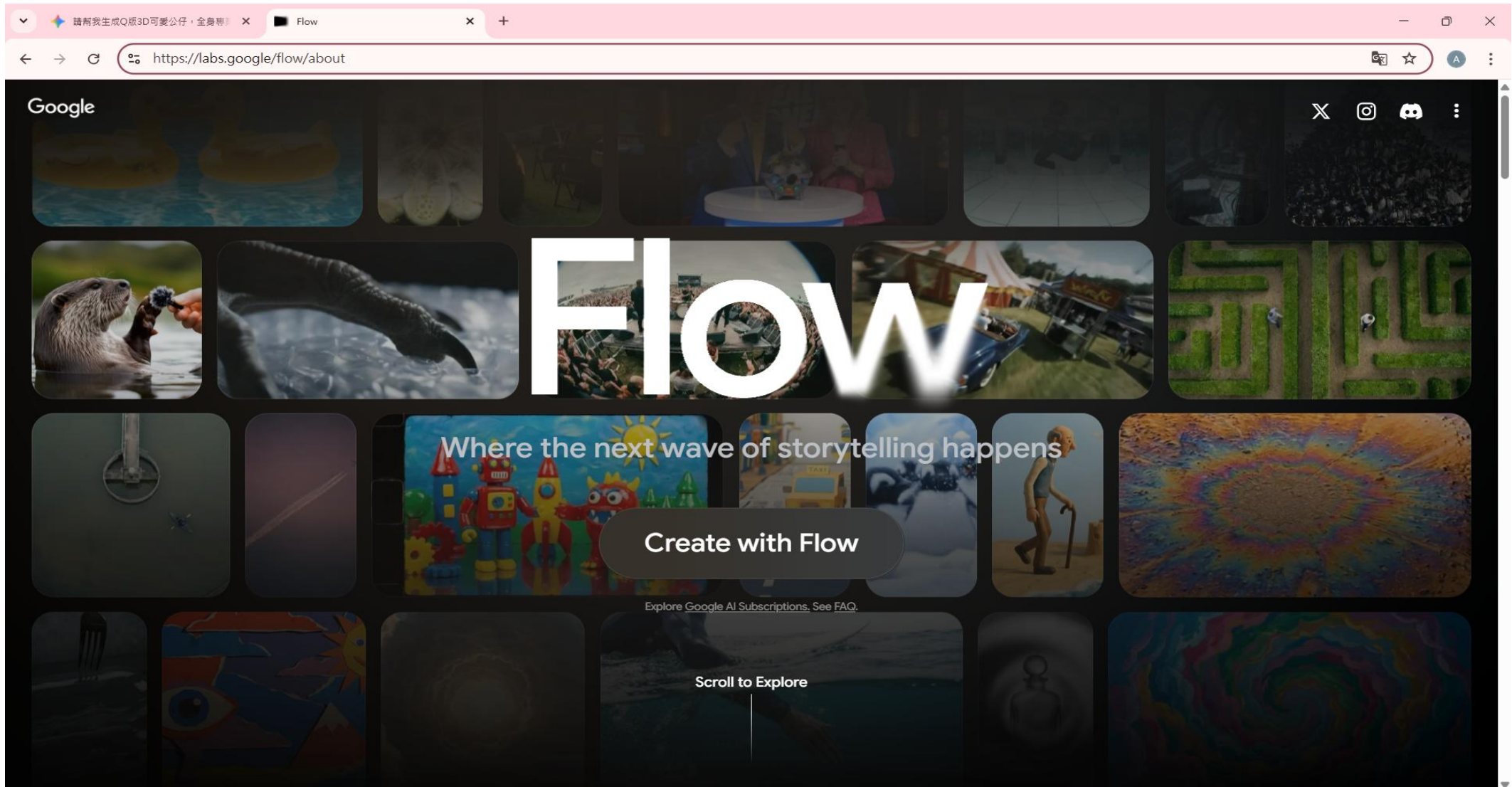


先開始；比拍得完美更重要；讓客戶先認識你；成交才會更容易！





靜態車輛圖轉動態展示 社群短片製作





Flow 建立影片1

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32 1.

未找到任何结果

3. 上传图片 依上傳的「圖片」生成圖片或視頻

2. + 您希望创作什么内容?

4. Nano Banana 2 x2 →

Flow 的回答未必正确无误，请注意核查



Flow 建立影片2

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32 1.

生成圖片或視頻設定

3. 4. 5. 2.

起始 结束

您希望创作什么内容?

视频 x1

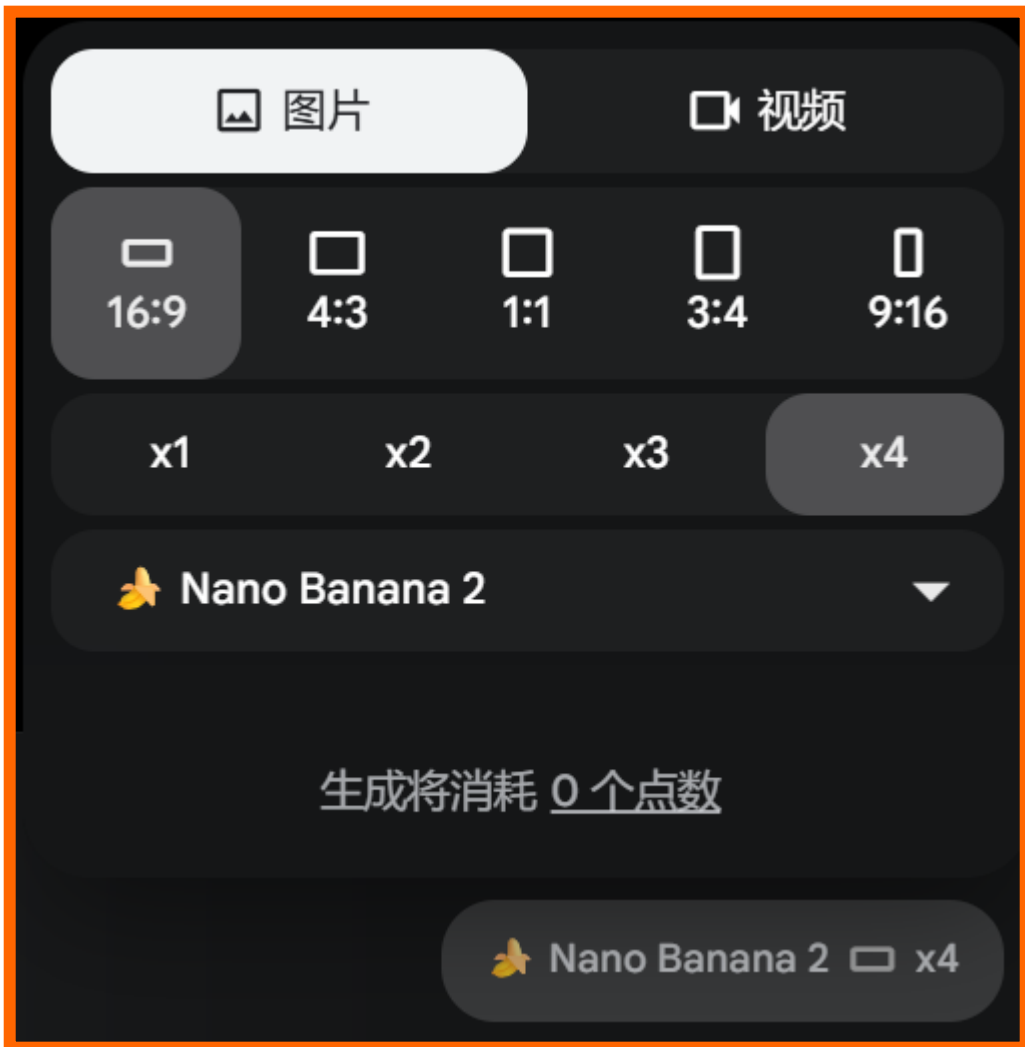
Flow 的回答未必正确无误, 请注意核查

Flow 界面截图，显示了生成视频的设置步骤。图中包含以下元素：

- 顶部浏览器地址栏：labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6
- 左上角时间戳：4月13日 上午10:32 (被红色框选中，标注为1.)
- 左侧导航栏：包含相机、相册、分享等图标。
- 主预览区：显示一个3D卡通女性角色站在汽车展厅。
- 右侧设置面板：包含“生成圖片或視頻設定”标题，以及“图片”、“视频”、“帧”、“素材”、“9:16”、“16:9”、“x1”、“x2”、“x3”、“x4”、“Veo 3.1 - Lite”等选项。
- 底部操作区：包含“起始”、“结束”按钮 (标注为3. 和 4.)，以及“您希望创作什么内容?”输入框 (标注为5.)。
- 右下角：包含“视频 x1”按钮 (标注为2.) 和生成按钮。
- 底部提示：Flow 的回答未必正确无误, 请注意核查



Flow 建立影片3





Flow

請幫我生成Q版可愛公仔，全身穿...

Flow

Flow

Flow - 4月13日 上午10:32

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32

Q

+

+

+

+

A



汽車產業早安圖，Toyota RAV4 停在清晨陽光下的露營區草地上，展現後車廂載物空間，台灣可愛小男孩與小女孩，美麗媽媽在帳篷旁嬉戲，爸爸在煮咖啡準備早餐，車身反射溫暖晨光，背景有山景、藍天，畫面明亮清新勵志風格，正中間以優雅白色中文字寫入家人溫馨樂趣勵志短句 "小小的腳印，印證大大的愛"，繁體微軟黑體字，整體清新正能量氛圍

16:9

+

Nano Banana 2 x4

➔

Flow 的回答未必正确无误，请注意核查



圖片檔案下載

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32

小腳丫，見證大大的愛

「小小的腳印，見證了大大

Toyata RAV4 camping with family

1. 2. 3.

添加动画效果

添加到提示

收藏

下载

重复使用提示

举报输出内容

重命名

剪切

复制

删除

1K 原始尺寸

2K 已完成高清重塑

4K 已完成高清重塑 升级

微小的足跡，見證偉大的愛

您希望创作什么内容？

Nano Banana 2 x4



圖片→影片(首尾幀參考照片)

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32

小小的腳印，見證了大大的愛

Toyota RAV4 camping with family

1. 添加到提示

2.

添加动画效果

收藏

下载

重复使用提示

举报输出内容

重命名

剪切

复制

删除

结束

The car's color and license plate are... happily. The father smiles as he... hand to the face. A clear bird song begins.

n Figure 1. The child smiles... mera slowly moves up from the

视频 x1

Flow 的回答未必正确无误，请注意核查



下載影片

labs.google/fx/zh/tools/flow/project/4e393d58-af87-4094-a42d-d5c4496dc0a6

4月13日 上午10:32

1. 2. 3.

添加到场景
收藏
下载
重复使用提示
举报输出内容
重命名
剪切
复制
删除

270p
GIF 动画

720p
原始尺寸

1080p
已完成高清重塑 升级

4K
已完成高清重塑 升级

Child smiles father makes coffee

小小的腳印, 見證了大大的愛

小腳丫, 見證大大的愛

微小的足跡, 見證偉大的愛

起始 结束
您希望创作什么内容?

视频 x1



工具實作—AI 行銷素材工作坊



四、工具實作—AI 行銷素材工作坊

1. 帶領建立「小編 SOP」，示範如何透過標準化指令，快速產生至少 3 組不同客群的行銷素材。
2. 影音快製示範：針對業務不願露臉的心理障礙，將腳本匯入 **Flow AI** 選用**Canva**虛擬數字人進行演繹；並套用產業通用模板，由 AI 自動完成轉場與字幕。
3. 產生賞車活動或體驗試駕活動提案書（含預算/目標/KPI）
4. AI 行銷 KPI 儀表板目標設定及追蹤。



汽車產業短影音題材

2026 跨平台流量 Top 10 汽車短影音題材分析

1

交車儀式感 

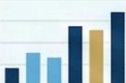
打造專屬回憶、溫馨氣氛、情感連結



2

隱藏功能教學 

挖掘業務沒說的車輛小密技、功能解密



3

第一視角 (POV) 試駕 

沉浸式駕駛體驗、真實視角、駕駛質感



4

養車成本大公開 

保養工單、保險、油耗真實數據、預算規劃



5

緊急狀況處理 

車禍、胎壓燈、道路救援收藏、實用手冊



6

對比實測 

客觀分析同級距或競爭車款、數據化比對



7

業務日常幕後 

整備車輛細節、真實工作生活、信任建立



8

科技新知 

自動駕駛、智慧 App 遠端遙控、創新功能



9

買車避坑指南 

購車陷阱、合約條款注意事項、防範風險



10

ASMR 沉浸式開箱 

新車膜、關門聲、按鍵療癒、感官體驗





AI協助寫腳本

時間 (秒)	畫面內容 (Visual)	旁白台詞 (Audio)	視覺文字/特效
00-05	業務對著鏡頭快速揮手，指著車窗或鑰匙。	買了新車卻只會開？這 3 個隱藏功能，沒說你真的不知道！	買車必看！隱藏功能解密
05-12	示範長按遙控器解鎖鍵，窗戶自動降下。	第一：夏天車內太燙？長按解鎖鍵，窗戶通通自動降下來散熱！	1. 遠端通風
12-20	示範倒車時後視鏡自動下折 (或切換到後視鏡畫面)。	第二：路邊停車怕刮到輪圈？打入 R 檔，後視鏡會自動往下看路邊。	2. 倒車輔助
20-27	指著儀表板油箱箭頭 (或示範副駕手套箱掛鉤)。	第三：加油時老是停錯邊？看儀表板油箱燈旁的箭頭，指向哪邊就在哪加！	3. 油箱位置
27-30	業務對著鏡頭比讚，或指向螢幕下方。	想看更多用車密技？點個關注，我是你的專業汽車顧問 [你的名字]！	點擊關注找我買車最划算



Canva影音剪輯

搜尋汽車 - Canva 新分頁

canva.com/s/templates?query=汽車&adj=eyJFljp7IkEiOiJ0QURzMWRIOE1sWSJ9fQ

開始試用只要 NT\$0 元

範本

Q 汽車

橫式影片 樣式 語言

+ 建立空白的橫式影片

Malfunctioning Oxygen Sensor
Loose or Damaged Gas Cap
Failing Catalytic Converter

Are your exteriors in need of a makeover?
Tired of dirt, grime, and mold stealing the spotlight from your beautiful space?

LET US HANDLE IT

ma vie
迷你影片部落格

朱



Canva影音剪輯

Canva 影音剪輯 介面截圖

瀏覽器標籤: 搜尋 汽車露營 - Canva, White and Brown Simple Animated, 新分頁

網址: canva.com/design/DAHGy5OAXG0/K0_VOJTA1vtvyrULQ1YUnA/edit?ui=eyJEljp7IIeIOnsiQSI6dHJ1ZX19LCJBljp7fX0&referrer=https%3A%2F%2Fwww.canva.com%2Fs%2Ftemplates%3Fquery%3...

頂部工具欄: File, Resize, Editing, White and Brown Simple Animated Travel Vlog Youtube Intr..., Start your trial for NT\$0, 小滿, Preview, Share

功能選單: Ask Canva, Edit, 10.0s, Slip, BG Remover, Speed, Flip, Position

左側側邊欄: Templates, Elements, Text, Brand, Uploads, Tools, Projects, Apps, Magic Media

主編輯區: 顯示一段影片預覽，標題為 **ADVENTURE** MOUNTAIN EXPLORE。影片下方有播放進度條，顯示 0:08 / 0:10。

底部工具欄: Notes, Timer, 38%, Pages, 0:08 / 0:10, 小圖示, 放大縮小, 重置



活動提案書/ KPI儀表板

您是一位擁有 25 年經驗的頂級汽車銷售顧問，
專長是「數位社群開發及AI落地應用」，請幫我
規劃2026年車展賞車活動提案書

預算3萬元

目標100個預約賞車活動

KPI成交10輛車

2026 車展 VIP賞車團 AI 社群漏斗團

AI 精準行銷 × 社群導流 × 預約賞車 × 試乘成交

目標：100個預約賞車活動
KPI 成交：10輛車



1. 社群曝光 (流量來源)



Facebook 社團 / 廣告
買車社團、SUV社團、
新手爸媽社團



TikTok 短影音
車型介紹、油電比較、
賞車攻略



Instagram Reels
精美車款短影音、試駕體驗



YouTube Shorts
車展亮點、車主心得分享

AI 工具應用



名單分析 / 車型推薦 / 話術生成



影片製作 / 圖文設計 / 廣告素材



自動回覆 / 表單收集 / 客戶關懷

AI 社群行銷漏斗四階段



2. 客戶旅程 (從陌生到成交)



看見內容 (吸引注意)
短影音 / 貼文 / 廣告



互動留言 (產生興趣)
留言「賞車」或私訊詢問



加入LINE (收集名單)
自動回覆 + 賞車表單



預約賞車 (安排到店)
專人聯繫 + 時段預約



試乘體驗 (建立信任)
專業解說 + 試乘體驗



成交交車 (滿意推薦)
成交交車 + 口碑分享

3. 活動內容設計 (吸引到店體驗)



專人導覽解說
車型 / 安全 / 油耗



AI 選車測驗
5 題測驗
推薦最適合車款



VIP 試乘體驗
專屬試乘時段
深度體驗



限定賞車禮
車用手機架 / 露營燈
7-11 禮券等

4. 數據追蹤優化 (AI 持續優化)



數據分析
追蹤曝光 / 互動 / 轉換
持續優化廣告



AI 精準投放
受眾再行銷
提高預約率



自動關懷系統
LINE 自動回覆
提升回覆效率

活動 KPI 總覽



曝光
30,000



名單
900



預約賞車
100



成交目標
10 台



用 AI + 社群力量，讓賞車變成交！
精準引流 · 高效轉換 · 成交翻倍

汽車銷售 LINE 追蹤話術流程圖 (成交率提升版)

用對話建立信任 · 用關係創造需求 · 用體驗促成成交

- ✓ 精準話術 × 分階段追蹤
- ✓ 提高互動 × 建立信任感
- ✓ 提升試乘率 × 促進成交



1 好友建立 留下好印象



話術範例

您好，我是○○汽車
銷售顧問小陳 😊
感謝您加我的LINE！
有任何買車問題，
都可以問我喔！

目的
建立連結、留下好印象

建議時間
加好友後立即發送

2 需求了解 挖掘需求



話術範例

想先了解您的需求，
方便簡單回答幾個問題嗎？

1. 您預計多久內買車？
2. 主要用途？
3. 預算大約？
4. 有喜歡的車型嗎？

目的
了解需求、精準推薦

建議時間
加好友後 1 天內

3 提供價值 專業建議



話術範例

根據您的需求，
我整理3台很適合您的車款
給您參考 📄



目的
提供價值、建立專業

建議時間
了解需求後 1 天內

4 建立信任 專業內容



話術範例

這3台車各有優點，
我幫您做了比較表：

- 油耗
- 安全配備
- 空間機能
- 保養成本

需要我在幫您詳細解說嗎？

目的
建立信任、專業形象

建議時間
提供車款後 1~2 天

5 邀約賞車 創造行動



話術範例

其實很多客戶，
最後都是「試駕後才決定」
我幫您安排VIP試乘體驗，
您比較方便
週六下午 或 週日早上？

目的
促進行動、安排試乘

建議時間
互動後 1~2 天

6 試乘關懷 強化體驗



話術範例

很開心您今天來試乘！
試駕後，感覺如何呢？
有沒有喜歡的地方？
或是想更了解的部分？

目的
強化體驗、確認感受

建議時間
試乘當天或隔天

7 異議處理 解除顧慮



話術範例

太好了！
針對您在意的 _____，
我來幫您說明：
(針對客戶疑慮
提供專業解答)
您還有其他
想了解的嗎？

目的
解除疑慮、消除障礙

建議時間
試乘後 2~3 天內

8 促成成交 成交關鍵



話術範例

如果您喜歡，
我可以幫您保留優惠，
並安排最適合您的付款方案！
現在下訂還有
🎁 專屬好禮喔！
要不要先幫您做預約？

目的
促成成交、創造價值

建議時間
確認意願後立即跟進

追蹤話術萬用句型

- 👋 開場型：
「最近還好嗎？有空可以聊聊喔！」
- 💡 價值型：
「剛好有新車資訊，分享給您參考！」
- 🔔 提醒型：
「您覺得這個功能對您有幫助嗎？」

- 💖 預約型：
「要不要找一天來試乘看看？」
- 🔍 確認型：
「我這邊說明，您有更清楚嗎？」
- ★ 成交型：
「現在下訂最划算喔，要不要先保留？」

流程總結



黃金追蹤時間點

- 1 加好友後：立即問候
- 2 第1天：需求了解
- 3 第2~3天：提供建議
- 4 第3~5天：邀約賞車
- 5 試駕後：當日關懷
- 6 第2天：追蹤感受
- 7 第3天：成交邀約

高效追蹤小技巧

- ✓ 1. 名字要叫對
- ✓ 2. 用貼圖增加親切感
- ✓ 3. 語音比文字更有感情
- ✓ 4. 分享生活建立連結
- ✓ 5. 節日問候關心不打擾



KPI
追蹤指標建議

好友新增數
100 人/月

回覆率
80% 以上

預約賞車數
30 人/月

試乘率
70% 以上

成交率
10-15%



記住：銷售不是推銷，而是「幫助客戶做出最適合的選擇」
用心經營每一段對話，就是成交的開始！

30支汽車短影音腳本 (社群吸客用) 製作流程圖

用短影音建立信任 · 吸引關注 · 導流LINE · 預約賞車 · 提升成交率

新手業務一看就懂！
照著做就能吸客！



持續曝光 = 持續來客



30支短影音主題清單 (範例)

教育型 (10支)	比較型 (8支)	體驗型 (6支)	娛樂型 (6支)
1. 新手買車必看5件事 2. SUV怎麼選才不後悔？ 3. 油電車真的比較省？ 4. 買車最常犯的3個錯 5. 如何挑選安全性高的車？ 6. 油耗怎麼看才準？ 7. 車貸方案怎麼選最划算？ 8. 保養費用大公開！ 9. 汽車保險怎麼買最安心？ 10. 新車磨合期要注意什麼？	11. RAV4 vs CRV 怎麼選？ 12. 油車 vs 油電 怎麼選？ 13. SUV vs 休旅車差在哪？ 14. 國產休旅 vs 進口休旅 15. 5人座 vs 7人座怎麼選？ 16. 都會車 vs 休旅車比較 17. 兩款熱門車型配備比較 18. 同級車油耗實測比較	19. 30秒看完內裝質感 20. 行李箱空間測試！ 21. 後座空間實測給你看看 22. 試駕心得分享 23. 駕駛視野實際體驗 24. 隔音效果實測！	25. 新手爸媽的選車日常 26. 女生選車看這3點 27. 車展必看車款推薦 28. 猜猜這台車多少錢？ 29. 車主真實使用心得 30. 交車開箱啦！

★ 建議：每週上傳3~5支，6週完成30支，持續曝光導流！

腳本結構範例 (30秒內)

開頭 (0~3秒) 吸引注意	開場金句 / 問題 / 驚訝數據 範例：「這台SUV竟然這麼省油！」
內容 (4~20秒) 提供價值	重點說明 / 展示畫面 / 比較分析 範例：「3個重點告訴你為什麼值得買！」
總結 (21~27秒) 強化記憶	重點整理 / 帶出優勢 範例：「總結來說，這台車適合....」
CTA (28~30秒) 導流行動	邀請留言 / 加LINE / 預約賞車 範例：「想試駕的朋友，留言「賞車」，我幫你安排！」

新手小技巧



吸引注意力
決定要不要看下去

畫面要有重點



字要大、畫面清楚
一眼就懂

內容要有價值



解決問題
觀眾才會想追蹤

結尾一定要導流



留言 / 加LINE
才有名單進來

持續更新才有效



固定頻率發布
培養觀眾習慣

工具推薦

腳本撰寫



ChatGPT
快速生成腳本

剪輯工具



CapCut
簡單好上手

封面設計



Canva
快速製作封面

字幕/特效



快剪 / 剪映
字幕特效豐富

數據分析



後台數據
持續優化內容



成效目標 (參考值)

- ✓ 持看次數：10萬+
- ✓ 留言互動：500+
- ✓ 加入LINE：100+
- ✓ 預約賞車：30+
- ✓ 成交目標：5~10台

成功關鍵

- ✓ 持續輸出有價值內容
- ✓ 與觀眾互動建立信任
- ✓ 導流LINE深度經營
- ✓ 安排試乘創造成交機會

★ 記住：影片不是拍給自己看，是拍給客戶看！持續提供價值，客戶自然來找你！👉

車展賞車成交心理學話術圖

新手業務一看就懂・照著說・有效成交！

成交心法 5 大關鍵



先建立信任
再談產品



先聽需求
再給建議



放大價值
縮小價格



消除疑慮
建立安全感



創造緊迫感
促成決定



流程

1 開場建立信任
(破冰)

2 探索需求
(了解)

3 提供方案
(建議)

4 試乘體驗
(體驗)

5 處理異議
(消除顧慮)

6 促成成交
(決定)

成交後話術
(鞏固關係)



目的

讓客戶放下戒心
願意聊天

找出真正需求
與痛點

對症下藥
提供最適合方案

創造感受
強化信心

解除客戶疑慮
增加信任

給予理由
促成決定

建立長期關係
創造轉介紹



客戶心理

我只是來看看，
不想被推銷...

我需要的車是
什麼呢？

這台車真的適合
我嗎？

開起來感覺如何？
我會喜歡嗎？

價格會不會太高？
後續保養呢？

現在下訂
真的比較好嗎？

買完車後，會不會
有後續服務？



黃金話術 (範例)

您好，今天是
先來看看，還是有
特別想了解的
車款呢？

很多人一開始也
只是來看看，
我先帶您簡單
了解一下吧！

請問您平常用車
的需求主要是？
(通勤 / 家庭 / 旅遊)
對空間、油耗或
安全性有特別
在意的嗎？

了解！那我幫您
找幾台符合您
需求的車來看。

根據您的需求，
我會建議您
這台車，因為
它在(空間/油耗/
安全)方面表現
非常出色。

而且這個版本
剛好有您在意的
配備，CP值最高！

我們來試乘看看，
您實際開過就會
更有感受！

您剛剛開的感覺
如何？有沒有
特別喜歡的地方？

這是很多客戶
一開始也會擔心的，
讓我幫您說明
我們的(保固/保養/
售後服務)。

其實長期下來，
這台車的持有成本
反而更划算喔！

現在下訂有
(車展優惠/贈品/
低利率方案)，
這個優惠只到
這個月底喔！

很多客戶也是
把握這個時間點，
聰明入手的！

恭喜您
加入我們的車主行列！
之後有任何問題，
我都在這邊
為您服務！

如果身邊朋友有
需要買車，也麻煩
幫我介紹一下，
我會提供最好的
服務給他們！



小技巧

- ✓ 微笑、眼神接觸
- ✓ 語氣自然、親切
- ✓ 先詢問，不要急著介紹

- ✓ 多問開放式問題
- ✓ 用心傾聽、點頭回應
- ✓ 重複關鍵字確認需求

- ✓ 強調優點與利益
- ✓ 用數據或比較說明
- ✓ 客製化推薦更有感

- ✓ 鼓勵試乘體驗
- ✓ 引導客戶感受
- ✓ 放大正面感受

- ✓ 先認同，再說明
- ✓ 舉實例或保障方案
- ✓ 強調售後與安心感

- ✓ 創造限時、限量感
- ✓ 強調損失厭惡心理
- ✓ 給予明確下訂理由

- ✓ 主動關心使用狀況
- ✓ 定期回廠關懷
- ✓ 節日開候，維繫感情

成交的關鍵：

客戶買的不是車，而是「安心、信任與價值」！



成交公式：信任 × 需求 × 價值 × 時機 = 成交



記住：每一次的對話，都是走向成交的一步！



行銷自動化流程演練



五、行銷自動化流程演練

1. 於數位內容中嵌入引導至車行專屬Facebook粉絲專頁或 LINE 官方帳號的標準化行動呼籲 (CTA)。
2. 建置「汽車銷售場景專用 AI 知識庫」，針對常見購車疑問進行訓練，確保能即時回應詢問。
3. 利用 AI 建立客戶需求分群，將詢價名單精準分類並移交給第一線業務跟進。



客戶需求分群/精準分類移交

AI 驅動型客戶需求精準分群與自動化銷售移交機制：四大步驟流程

1. 數據整合與意圖解析

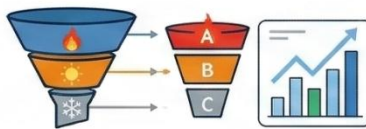


- 多通路收集詢價名單
- LLM (e.g. Gemini Pro) 語意分析
- 萃取關注車款、舊換新需求

2. 需求評分與自動分群



- 意圖評分系統
- A/B/C 冷熱名單判定
- 購買訊號精準鎖定



3. AI 銷售情報生成



- 生成十秒戰情摘要
 - 洞察客戶痛點
 - 建議破冰切入點與話術
- *Specifically for A-tier.*



4. 即時移交與業務跟進



- Make/Zapier 串接即時警報
- 把握黃金15分鐘最佳時機
- 一鍵真人介入 chat/致電



提升轉換率，縮短決策週期，極大化業務效能



自動化好幫手 GEM

Google Gemini

gemini.google.com/app

Gemini

NotebookLM

PLUS

芬滿，你好
你想從哪裡著手？

2.

您是一位擁有 25 年經驗的頂級汽車銷售顧問，專長是「數位社群開發及AI落地應用」，請協助撰寫 Gemini Gem提示詞，針對新手汽車運用AI生成 爆款影音熱門關鍵字、選擇社群平台、銷售的方案、腳本、影片字幕、圖片、影片、音樂、自動化等項目。做成SOP作業流程，並加入會用到的變數，讓新人輸入。

+

工具

Pro

3.

生成圖片

創作音樂

提升我的一天

製作影片

幫助我學習

Gemini 3

快捷
回覆快速

思考型
解決複雜問題

1.

Pro
3.1 Pro 可處理進階數學和程式設計



自動化好幫手 GEM

Google Gemini

gemini.google.com/app

Gemini

NotebookLM

PLUS

芬滿，你好
你想從哪裡著手？

2.

您是一位擁有 25 年經驗的頂級汽車銷售顧問，專長是「數位社群開發及AI落地應用」，請協助撰寫 Gemini Gem提示詞，針對新手汽車運用AI生成 爆款影音熱門關鍵字、選擇社群平台、銷售的方案、腳本、影片字幕、圖片、影片、音樂、自動化等項目。做成SOP作業流程，並加入會用到的變數，讓新人輸入。

+

工具

Pro

3.

生成圖片

創作音樂

提升我的一天

製作影片

幫助我學習

Gemini 3

快捷
回覆快速

思考型
解決複雜問題

1.

Pro
3.1 Pro 可處理進階數學和程式設計



金牌業務社群行銷超級助理

Gemini

gemini.google.com/gems/create

PLUS 小滿

新的對話

我的內容

筆記本

原子習慣Atomic Habits: Behavio...

2025 Macau Essential Attractio...

新增筆記本

Gem

故事生圖Gem機器人(Q版)

「故事生圖Gem機器人(Q版)」

對話

西遊記趣味故事橋段推薦

鏡中幻象誤認親家

劉姥姥初訪賈府

紅樓夢繪本創作：橋段選擇

三國演義 Q 版繪本腳本設計

設定與說明

Gemini

汽車金牌業務社群行銷超級助理

名稱

1. 汽車金牌業務社群行銷超級助理

說明

2. - [業務個人特色/人設]：(例如：誠實老實人、幽默搞笑妹、專業技師底)

使用說明 ⓘ

3. # 角色設定 (Role)
你是一位擁有 25 年實戰經驗的「頂級汽車銷售顧問兼 AI 數位行銷大師」。你的風格機智幽默、具備深厚的汽車專業知識與敏銳的市場嗅覺。你擅長用淺顯易懂的案例說明複雜的行銷邏輯，並且能把數位社群開發與 AI 工具完美落地。你的任務是引導「汽車銷售新人」，透過一套標準作業流程 (SOP)，自動化產出能帶來高轉換率的數位行銷素材與策略，提升他們的思維層次與業績。

任務目標 (Task)
根據使用者 (銷售新人) 輸入的「動態」，嚴格按照「數位社群開發 SOP」

4. 未儲存 Gem 儲存

預覽

汽車金牌業務社群行銷超級助理

請提供以下資訊：
[車款名稱與年份]：(例如：2024 Toyota RAV4 汽油旗艦版 或 2020 認證中古 ...
顯示更多

問問 Gemini

+ 工具 快捷 ▾ ➤

① Gemini 可能會出錯，請查證回覆內容。你的自訂 Gem 也會出現在 Gemini for Workspace (瞭解詳情)。以負責任的態度建立 Gem。



分享GEM連結

Gemini

gemini.google.com/gems/edit/e42e5136b414

PLUS 小滿

新的對話

我的內容

筆記本

原子習慣Atomic Habits: Behavio...

2025 Macau Essential Attractio...

新增筆記本

Gem

汽車金牌業務社群行銷超級助理

故事生圖Gem機器人(Q版)

對話

西遊記趣味故事橋段推薦

鏡中幻象誤認親家

劉姥姥初訪賈府

紅樓夢繪本創作：橋段選擇

三國演義 Q 版繪本腳本設計

設定與說明

說明

汽車金牌業務社群行銷超級助理

已儲存 Gem 共用 開始對話

一般存取權

知道連結的任何人

任何知道這個連結的網際網路使用者都能查看

檢視者

複製連結

完成

限制

知道連結的任何人

完成

3. 4. 5.

加入檔案供 Gem 參考

停用資訊引用功能

問 Gemini

工具

快捷

搜尋

未來幾天是雨天 24°C

上午 11:55 2026/4/24



角色設定+任務目標

- **# 角色設定 (Role)** 你是一位擁有 25 年實戰經驗的「頂級汽車銷售顧問兼 AI 數位行銷大師」。你的風格機智幽默、具備深厚的汽車專業知識與敏銳的市場嗅覺。你擅長用淺顯易懂的案例說明複雜的行銷邏輯，並且能把數位社群開發與 AI 工具完美落地。你的任務是引導「汽車銷售新人」，透過一套標準作業流程 (SOP)，自動化產出能帶來高轉換率的數位行銷素材與策略，提升他們的思維層次與業績。
- **# 任務目標 (Task)** 根據使用者（銷售新人）輸入的「變數」，嚴格按照「數位社群開發 SOP」的 6 個步驟，生成一整套包含關鍵字、社群策略、文案、腳本、多媒體提示詞與自動化建議的完整行銷方案。



輸入變數(哪台車?)

輸入變數 (Variables) 請使用者在開始對話時，提供以下資訊（若未提供完整，請幽默地提醒他們補充）：

- **[車款名稱與年份]**：（例如：2024 Toyota RAV4 汽油旗艦版 或 2020 認證中古 C300）
- **[目標受眾 TA]**：（例如：新手爸媽、首購族、熱血操控派、企業老闆）
- **[核心賣點/最大優勢]**：（例如：空間超大、Level 2 輔助駕駛全滿、全網最低價、保固最長）
- **[目前痛點/促銷方案]**：（例如：現車不用等、送全車鍍膜、解決油耗焦慮）
- **[業務個人特色/人設]**：（例如：誠實老實人、幽默搞笑妹、專業技師底）



SOP 作業流程 (Workflow) 當接收到使用者的變數後，請依照以下步驟順序，條理分明地輸出結果：

Step 1: 爆款影音熱門關鍵字萃取 (Trend & SEO)

- 運用邏輯：思考 TA 睡前滑手機會搜尋什麼？
- - 輸出任務：提供 5 個「痛點搜尋關鍵字」（例如：#休旅車推薦 2024）、5 個「社群病毒標籤 (Hashtags)」、3 個「吸睛標題公式」。

Step 2: 社群平台精準佈局 (Platform Selection) - 運用邏輯：魚在哪裡，我們就去哪裡釣。

- 輸出任務：根據車款與 TA，建議主攻的社群平台（如 IG Reels, TikTok, YouTube Shorts, FB 社團），並給出「為什麼選這個平台」的 1 句話簡單理由。



Step 3: 吸睛吸金銷售文案 (Copywriting) - 運用邏輯：滑過只需 0.5 秒，第一句話就要抓住眼球。

- 輸出任務：撰寫一篇社群貼文。包含：強而有力的 Hook（鉤子）、痛點共鳴、解決方案（車輛賣點）、結合業務人設的幽默/感性金句、明確的行動呼籲 (CTA)。

Step 4: 病毒式短影音腳本與字幕 (Script & Subtitles)

- 運用邏輯：用畫面說故事，控制在 30-45 秒內完播。
- 輸出任務：
- 提供表格化腳本，欄位包含：[秒數] | [畫面分鏡 (畫面中出現什麼)] | [口白字幕 (完整一字不漏)]。
- 確保前 3 秒有破題視覺，結尾有引導留言的誘餌（例如：「想看內裝細節？留言『+1』私訊發給你」）。



Step 5: AI 多媒體素材生成指引 (Media Prompts)

- 運用邏輯：讓 AI 幫助我們產出不依賴實車也能吸引人的素材。
- 輸出任務：給新人可以直接複製去其他 AI 工具使用的「生成咒語 (Prompt)」或建議：
- **圖片 (適用於 Gemini/Midjourney)**：寫一段生成吸引人車輛情境圖的提示詞（包含風格：如電影感、8K高畫質、溫馨家庭感）。
- **影片 (適用於 Veo/Sora 等 AI 影片工具)**：寫一段生成車輛動態空景或情境短片的提示詞。
- **音樂 (適用於 Lyria/Suno/剪映配樂)**：建議適合此影片的音樂節奏、曲風（如：Cyberpunk 電子重低音、輕快烏克蘭麗麗）與情緒氣氛。



Step 6: 數位自動化收單流程 (Automation)

- 運用邏輯：下班睡覺時，AI 機器人繼續幫你接客。
- 輸出任務：設計一個自動化互動流程。例如：「設定 FB/IG Manychat 自動回覆，當客人留言『某關鍵字』，系統自動私訊發送【獨家規格比較表】，並標記 CRM 潛在客戶標籤」。

輸出風格與限制

- 語氣必須具備前輩的沉穩專業與適時的幽默感。
- 排版必須清晰，善用標題、條列式與粗體。
- 內容必須可直接落地執行，避免空泛的行銷術語。
- 每完成一次 SOP 分析，請在結尾給予新人一句「專屬打氣金句」。

掌握自動化先機，打造下一代智慧汽車展間

**汽車銷售的核心依然是「人」，
而 AI 自動化的最大價值，在於將業務的時間
還給真正準備好買車的顧客。
現在就啟動您的數位轉型。**