

比閨蜜更懂妳的客戶！ 用AI讀心術擬定「精準行銷佈局」



主辦單位：



經濟部中小及新創企業署

承辦單位：



財團法人中山管理教育基金會
SU YAT SEN MANAGEMENT EDUCATION FOUNDATION

合作單位：



adHub
經緯廣告科技

課程大綱

1

趨勢洞察 | 建立「時代改變」的認知

2

AI 精準受眾鎖定 | 打造高轉換行銷架構

3

Meta 媒體經營心法 | 建立內容與信任感

4

Meta 廣告整合策略 | 行銷漏斗放大成效

5

AI 行銷實戰 Demo



課程講師

李中琪 Joanna Li

adHub 經緯廣告科技 營運長

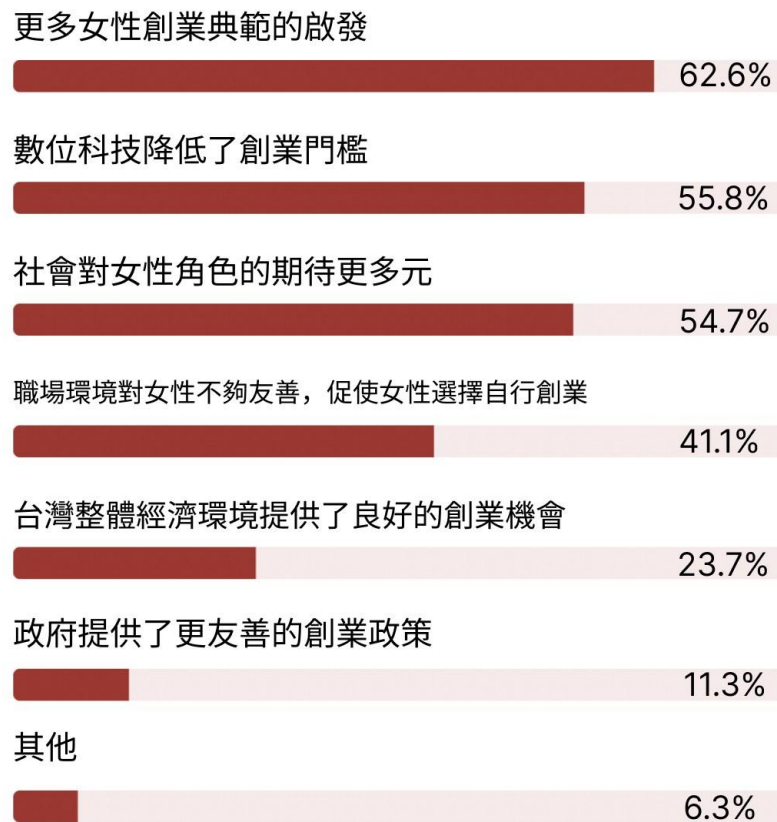
經手上千家企業，對於中小企業在經營與行銷上的痛點相當了解。長期輔導店家數位零售轉型，協助多家夥伴轉型成功！

01

趨勢洞察
建立「時代改變」的認知

「數位科技」正在降低女性創業門檻

Q: 研究顯示台灣女性創業比例提升，您認為主要原因為何？

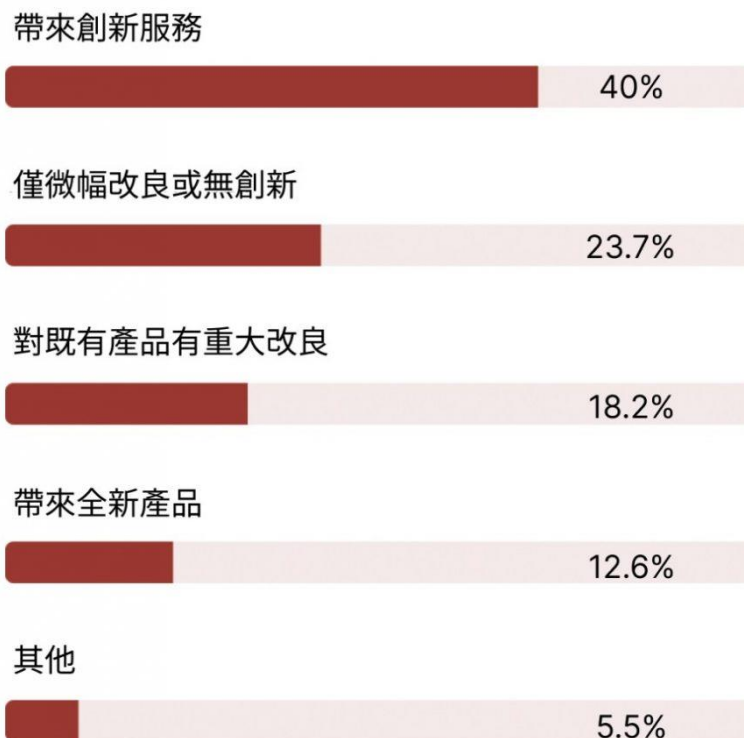


最多受訪者認為「女性創業典範的增加」與「數位科技的普及」是最主要的推力，代表榜樣力量與工具門檻的降低正在改變女性進入創業場域的可能性。

同時，「多元角色期待」的高票也顯示，社會對女性身份的認知逐漸鬆動，使女性更有空間選擇創業之路。

打造使用者體驗、重視社會價值的累積

將創新重點放在「服務創新」

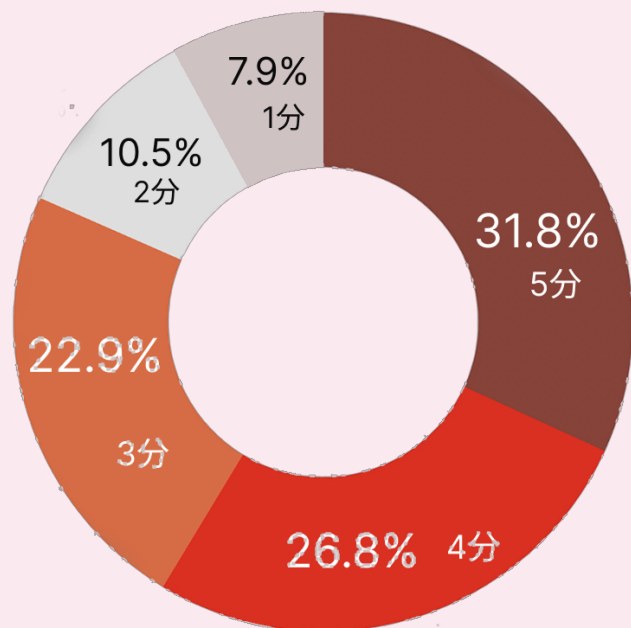


成長策略著重於穩健經營與價值深化

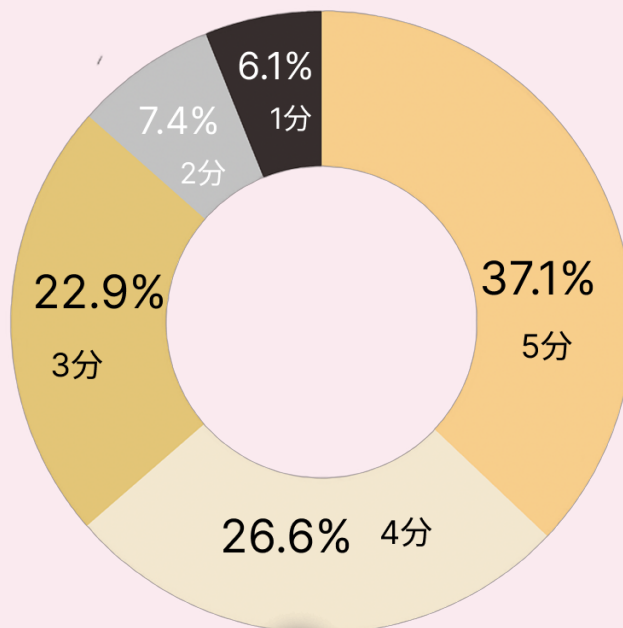


女性創業者在實際經營中仍面臨結構性挑戰

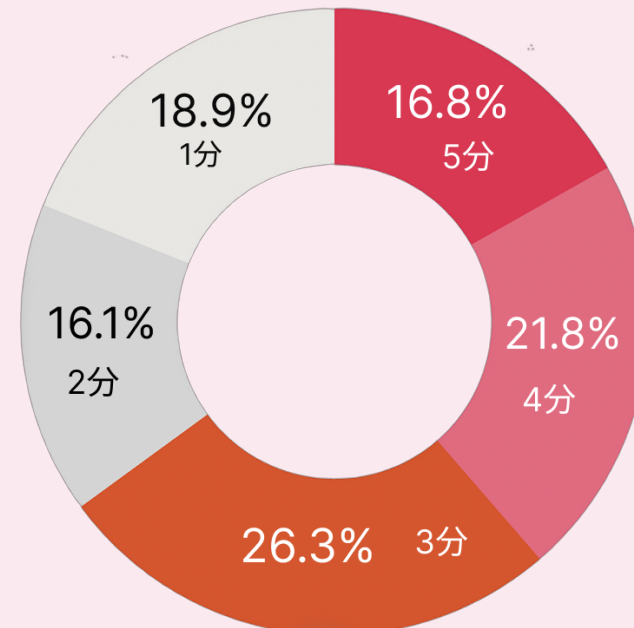
Q: 在創業過程中，以下項目對您構成的挑戰有多大？



時間不足



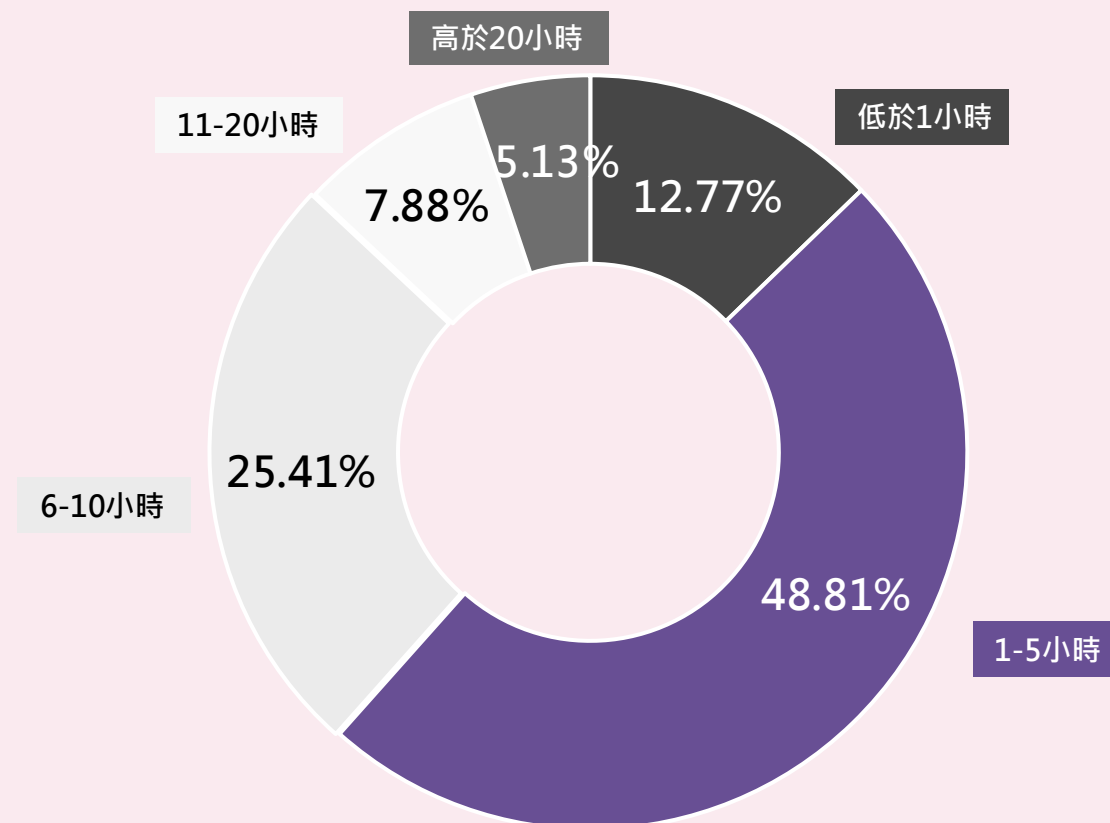
缺乏資金



沒有創業社群/人脈/導師

AI 平均每週為行銷人員節省 5 小時以上

AI 不是取代我們的工作，而是延伸我們的工作能力——它大幅縮短工作時間，讓我們把精力從「生成內容」轉移到「提升內容品質」



你認為 AI 工具每週為你節省多少時間

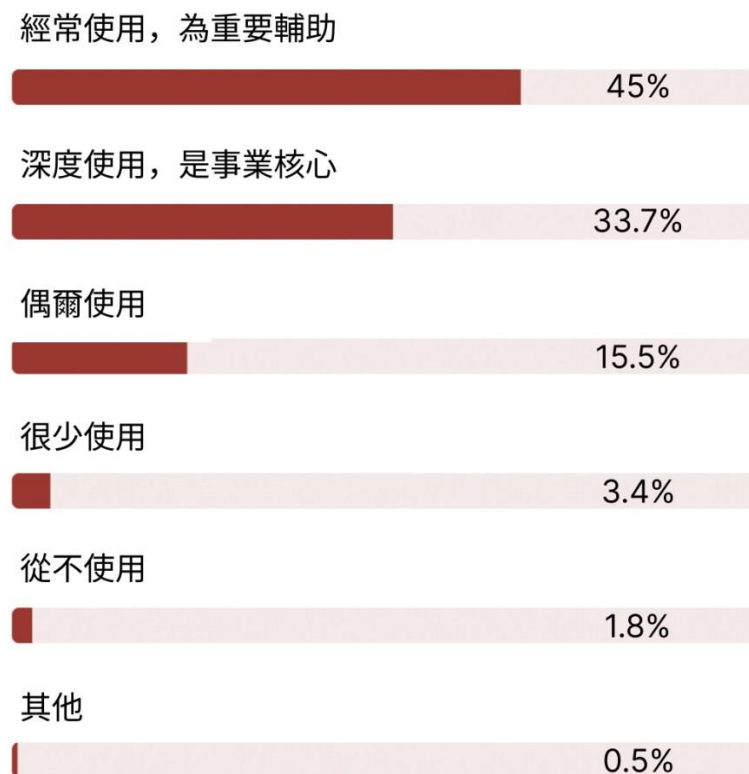
女性創業者已將社群 AI 數位平台納入核心營運策略

79%

女性創業者

已將社群 AI 數位平台納入核心營運策略

對數位工具的應用程度



02

AI 精準受眾鎖定 打造高轉換行銷架構

你的消費者也是這樣嗎？

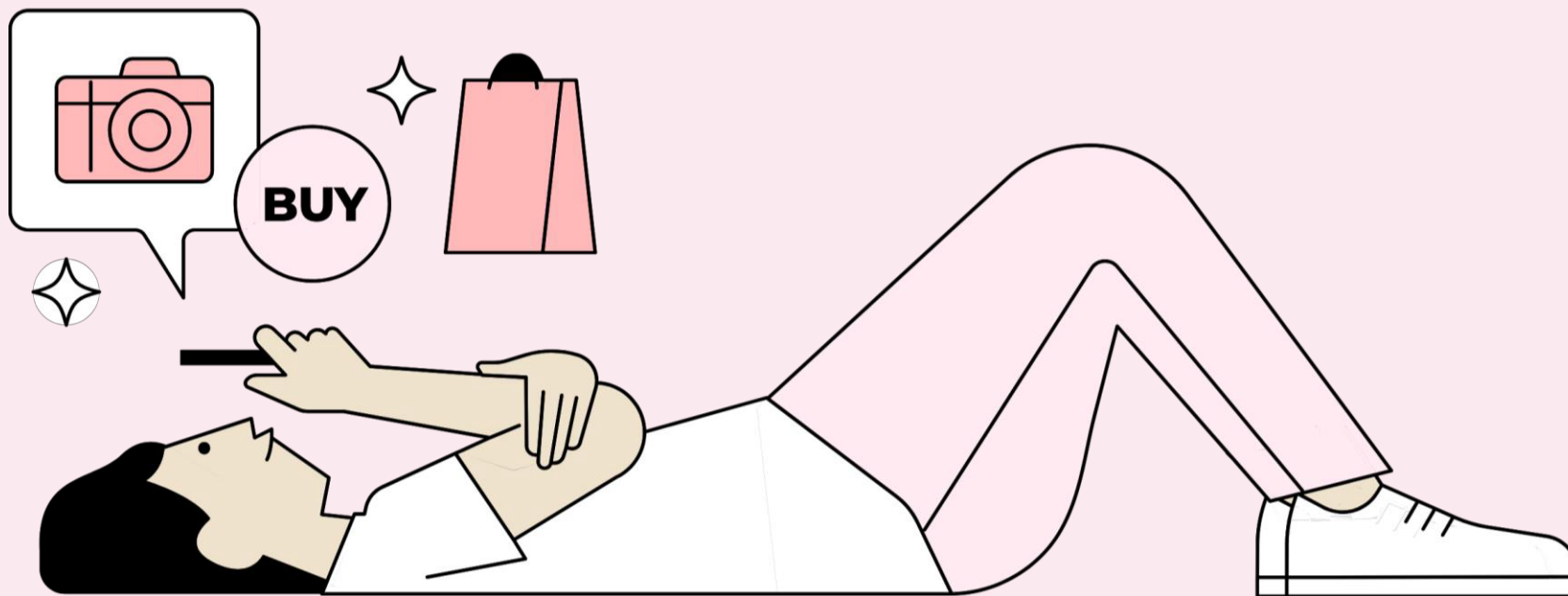
注意力極度分散，只願意停留 1-3 秒

越來越不愛看廣告，轉換越來越難

更加依賴社群與口碑

需求變得更碎片化，無法同時滿足

購買前需要更多心理安全感



行銷進入「即時反應」時代



社群演算法高度偏好「新鮮度」

- 熱門話題的流量週期大幅縮短
- 過去耗時數月製作的內容，可能 48 小時後就失去關注度
- 誰能最快跟上話題並即時投放，誰就能搶下注意力



AI 讓內容生成成本趨近於零

- AI 可快速生成大量素材版本
- 行銷模式從「單次大製作」轉向「高頻率、小步快跑」
- 相較單次高品質內容，持續更新與測試，更能命中受眾

建立隨時應變的動態工作流

在內容更新速度越來越快的情況下，品牌除了要做到快速回應市場與話題，還要同時，維持品牌調性與核心識別一致。

行銷不再是一次性的專案執行，而是持續運作、即時調整的動態協作系統。

從「累積資產」轉向「累積情緒」

在高度數位化的時代，真實人際連結變得稀缺，加上高房價、低薪資的長期壓力，年輕世代的消費觀，正從買房、買車的「累積資產」，轉向即時滿足與情感共鳴的「累積回憶」。

情緒 × 稀缺 × 社交貨幣

1. 稀缺性放大非理性消費

- 演唱會、球賽、線下活動具備「錯過就沒有」的特性
- 強化當下參與的必要性，驅動衝動消費

2. 社群分享 = 新的價值交換

- 限時動態不只是紀錄生活
- 更是展示品味與生活風格的「社交貨幣」



行銷不是大量曝光，而是精準命中

分析受眾 → 理解需求 → 精準溝通

情境共鳴

有沒有感同身受

動機觸發

有沒有被喚醒需求

誘因促成

有沒有行動的理由

行銷不是大量曝光，而是精準命中

分析受眾 → 理解需求 → 精準溝通

AI 的價值，是讓每一個環節都**更精準**

有沒有感同身受

有沒有被喚醒需求

有沒有行動的理由

AI 如何幫助廣告和行銷人員？



個人化

透過 AI 自動偵測受眾的喜好，提供最洽當的訊息，投遞最有利的素材和適當的文案，使廣告發揮最佳化的效果。



多元化

將素材生成多種格式，不受限於版位型態，提供更多吸睛的素材，加強細節向用戶呈現，大幅提升每則廣告的價值。



時間精力簡化

僅需簡單的設定，就能節省時間和精力以利降低成本，更多心力從事於廣告策略。

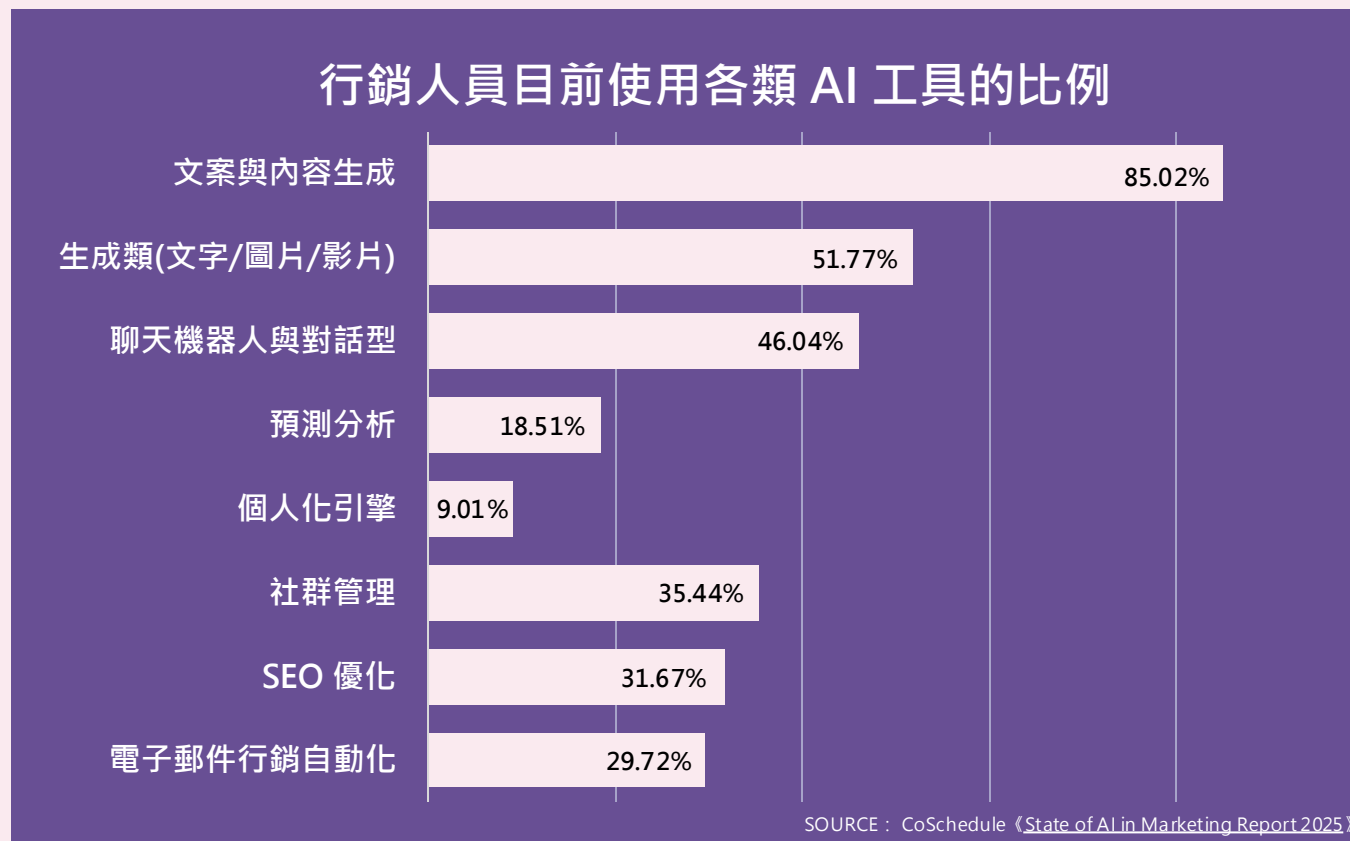


效益最大化

利用廣告創意吸引效費者，傳達品牌、產品故事，讓廣告與受眾產生共鳴，使得受眾立即採取行動。

內容創作與互動是 AI 行銷的核心領域

60% 的行銷人員每天使用 AI 工具，高於 2024 年的 37%。此外，84% 的行銷人員表示過去一年內 AI 使用量持續增加。



AI 精準受眾三步驟

1
描繪受眾

找到可能會感興趣的人

2
挖掘痛點

為什麼他們需要？

3
規劃素材

規劃可能行動的情境

第一步 | 描繪受眾

打破「畫地為牢」的受眾擴張術

傳統

鎖定「我以為」的目標

例如：30-35歲、高收入、熱愛時尚

AI

橫向挖掘「消費邏輯」

辨識出跨年齡、跨職業的行為共性

第一步 | 描繪受眾

你是一位擅長女性消費市場分析的品牌策略顧問。

請協助分析「礦物彩妝保養品」最有可能成交的核心受眾。

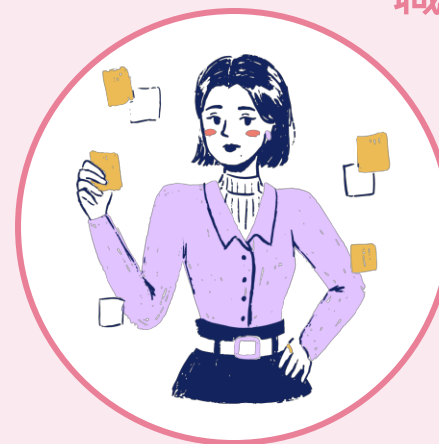
品牌背景：

- 主打礦物成分、低刺激、敏感肌友善
- 強調自然妝感與保養型底妝
- 品牌風格偏簡約、自然、乾淨
- 產品價格帶中高價位
- 主要販售產品為粉底、蜜粉、防曬底妝

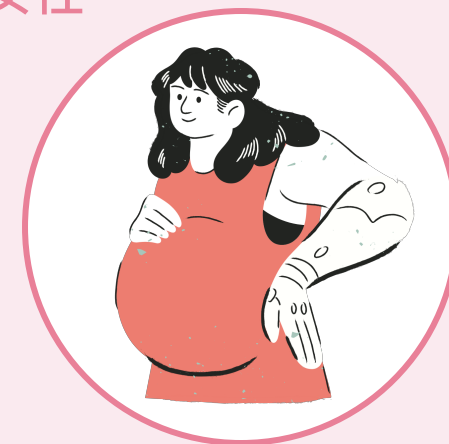
請分析，並幫我找出最有可能成交的 3 種受眾類型



職場白領女性



質感輕熟女



新手媽媽/準媽媽

第二步 | 挖掘痛點

你是一位擅長女性消費市場分析的品牌策略顧問。

請針對以下 Persona，進行「消費痛點與心理需求拆解」。

請針對每一個 Persona 分析：

1. 外在問題（表層困擾）- 在外表上遇到的問題
2. 使用困擾（產品層面）- 使用一般彩妝產品時的問題
3. 情境困擾（生活情境）- 在哪些日常情境會感到不便或焦慮
4. 心理壓力（內在感受）- 在意但不一定會說出口的壓力
5. 未被滿足的需求- 真正想解決但市場沒滿足的點

懷孕期間對氣味極度敏感

長期睡眠不足氣色蠟黃

擔心底妝殘留傳遞給寶寶

能秒從疲憊母親變回發光女性

成份單純、不會導致過敏



新手媽媽/準媽媽

第二步 | 挖掘痛點

受眾在意但不說出口的痛		品牌的補償方式
社會壓力	害怕被標籤化、被當作「失敗者」	提供身分認同與優越感
自我期望	覺得自己「不夠努力」、「不夠美」	賦予力量感與自我接納
生理疲勞	時間嚴重碎片化，體力透支	提供極致的高效與簡化
安全感	對化學成分、環境汙染的恐懼	提供絕對的純淨與透明

第三步 | 規劃素材

你是一位擅長女性消費市場分析與社群行銷的品牌策略顧問。

請根據新手媽媽/準媽媽的受眾輪廓與痛點分析，分析在什麼生活情境下，他們最容易對「礦物彩妝保養品」產生需求，並設計「高行動力的行銷策略」。

請列出：

1. 最有效的內容溝通角度
2. 不同情境下具體的行銷文案
3. 五種不同的 CTA 版本



第三步 | 規劃素材

切角	文案範例
感性共鳴	把最好的愛留給孩子，把最純淨的底妝留給妳自己
喚起隱憂	妳臉上的化學彩妝，正在成為與寶寶親暱時的『隱形成分』
描繪願景	洗面乳即可卸除，把省下的時間用來補眠
好評/證言	自從換了這款礦物粉底，抱小孩再也不用側著臉躲避 —— 超過 5,000 位高標媽媽的共同選擇
權威站台	皮膚科醫師與助產士共同推薦

第三步 | 規劃素材

設計情緒接觸點

從產品、包裝、店面到活動，
是否有回應消費者的心理痛點？

提供社群擴散素材

當消費者願意幫你說話時，品牌
是否已準備好可用的內容與素材

不是說服
而是要「接住情緒」

創造可分享的體驗

是否讓人「想拍、想發、想炫」
是否能提升社群上的形象價值？

AI Prompt 三要素



提供客觀資訊



給予明確身份



列出任務需求

03

Meta 媒體經營心法

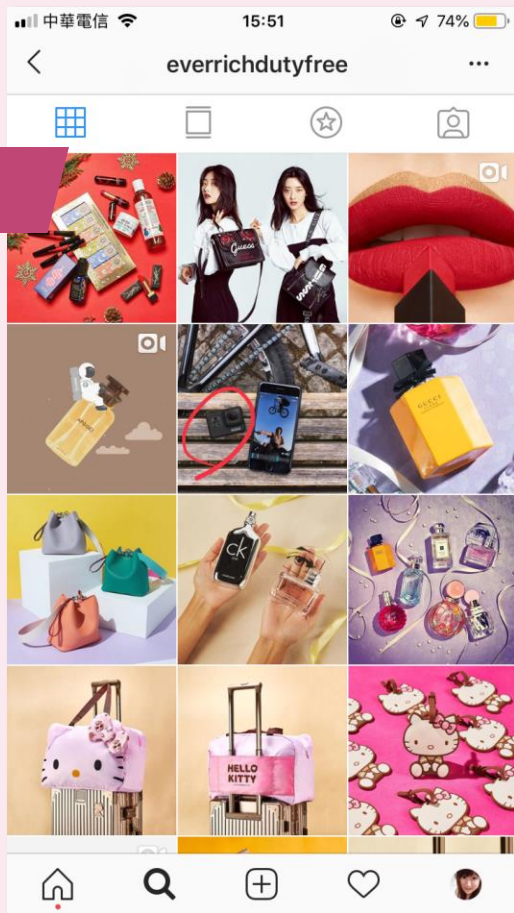
建立內容與信任感

Instagram 跟 Facebook 的交互運用



視覺化產品質感照

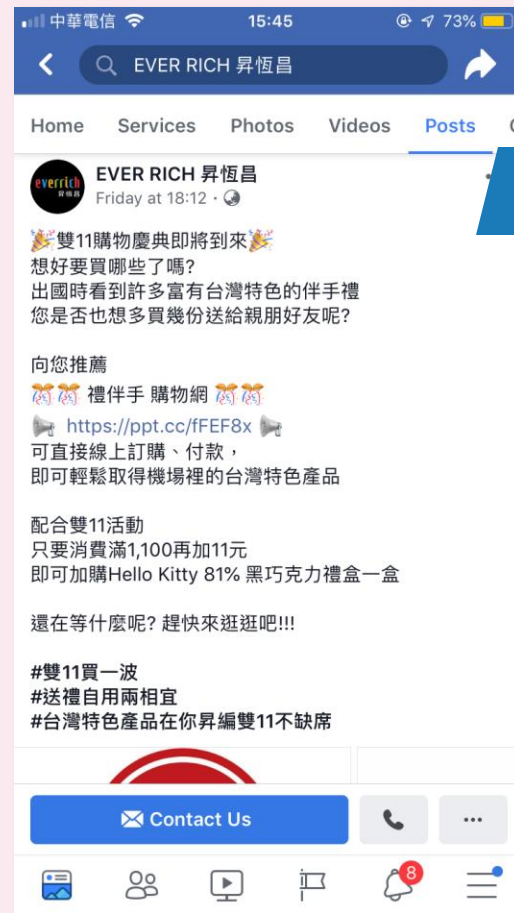
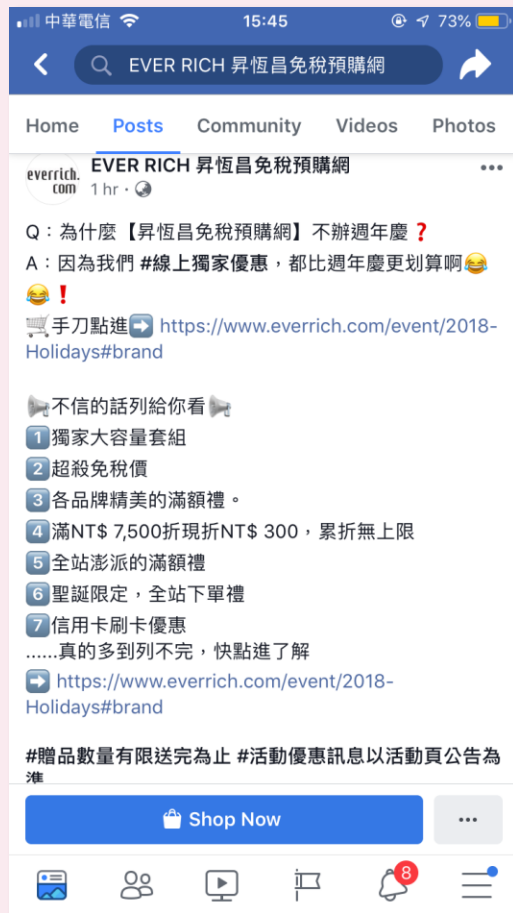
品牌導向



優惠活動推廣，促進消費者轉單



成效導向





粉專 checklist

提供完整的粉絲專頁資訊



粉絲頁封面
單圖/多圖輪播/影片



粉絲頁頭像&粉絲專頁名稱



功能頁籤



更多資訊
關於
分店資訊
公司簡介
電話/email/官網/IG



行動呼籲



最新資訊
置頂貼文

提供完整的商業帳號資訊

帳號 ID 名稱

大頭貼/限時動態

個人簡介

善用 Instagram 少數有連結的地方
(網站連結、Facebook 粉專連結)

行動呼籲按鈕



別忘了定期發文！

建立你的行銷行事曆，養成定期發文與紀錄的習慣

adHub												
	Q1			Q2			Q3			Q4		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
主要商機	除舊佈新年終獎金	愛情加溫連假旅遊	寵愛自己寵愛伴侶	祭祀祖先全家團聚環保永續	寵媽商機繳稅季	企業饋贈畢業季送禮需求	親子共遊	父親節情人節祭祀商品	企業送禮週年慶連假旅遊	週年歡慶感恩回饋	電商年度最大檔	派對活動狂歡
行銷主軸	過年氣氛(生肖,年份) + 搶紅包 試手氣 刮刮樂	粉色戀愛氛圍 + 反向操作 單身客群 限定優惠	女力 Woman Power + 女人要寵愛自己	整人企劃 感恩母親粉色視覺 兒童相關促銷 小資精選、省錢作戰	端午相關 大量採購折扣 應景畢業季	清爽夏日氛圍 + 親子共遊	感恩父親 七夕戀愛 禁忌的好兄弟議題	端午團圓 開學季折扣 初秋換季	搶眼標題 繽紛色系 + 周年歡慶感恩季	年度最大幅度折扣 + 限時特賣下殺X折 回購粉絲	製造年末出清搶購氛圍 + 送禮攻略 歲末派對 倒數計時	
品牌活動(自訂)	福袋發售	迎新除舊新品上市				年中特賣會			品牌週年慶			年末出清折扣
季度目標	品牌曝光・增加新客會員						持續與會員深度溝通 培養潛力顧客			再行銷會員名單		
宣傳工具	Facebook, Instagram, Google, KOL, EDM, LINE OA, LINE LAP....											

#品牌專屬的行銷/發文行事曆

規劃工具						
5月2022年						
星期日	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	
1日 📷 📺 下午12:41 📘 📺 下午12:41 + 其他3則	2日 📷 📺 下午12:45	3日 📷 📺 上午11:52 📘 📺 上午11:53	4日 📷 📺 下午12:27 📷 📺 下午7:31	5日 📷 📺 上午11:45 📘 📺 上午11:45	6日	
8日 📷 📺 上午11:51	9日 📷 📺 上午11:34 📘 📺 上午11:34 + 其他1則	10日 📷 📺 下午12:54 📷 📺 下午12:58	11日 📷 📺 上午11:42 📘 📺 上午11:43 + 其他3則	12日 📷 📺 下午1:05	13日 📷 📺 上午11:29 📘 📺 上午11:29	
15日 📷 📺 上午11:35 📘 📺 上午11:35 + 其他4則	16日 📘 📺 下午10:00 📷 📺 下午11:00	17日	18日	19日	20日	

#善用工具：Meta 商務套件貼文規劃工具

廣告文案撰寫要點



圖文並茂，相得益彰

廣告文案與圖像不僅要能各自傳遞完整故事合在一起也得相輔相成。



針對不同族群打造不同文案

透過多則廣告為不同受眾族群量身打造廣告行銷活動訊息。



力求簡短

確定您希望目標受眾瞭解的單一訊息並嘗試在 280 個字元以內清楚傳達。



採用單一行動呼籲

您的行動呼籲越直接廣告受眾越有可能採取行動。



說明價格(若情況允許)

列出價格反而可以吸引受眾購買。



加入時限

使用與時間相關的字詞以製造急迫感。例如「今天」/「立即」/「本週」

哪一個素材比較好呢？

A

✕ 文案不夠簡潔明瞭

- 文案過於冗長，未能於前三行清楚傳達單一重點訊息
- 文字無清楚分段
- 連結未放入前三行

✕ 圖片吸引力較低

- 優惠訊息過於單調
- 缺乏吸睛標題

這款彩纖兔兔·純銀·編織·手鍊是一個非常可愛且精緻的飾品，它能夠為任何穿搭帶來一點甜美的氛圍。
彩纖兔兔是一個非常可愛且迷人的形象，它能夠為任何穿搭增添一份俏皮感，同時也非常適合搭配甜美的裝扮。
手鍊的材質非常輕巧，同時也具有一定的柔韌性，這意味著手鍊能夠輕鬆地適應任何手腕大小。
不論您是穿著牛仔褲還是裙子，這款手鍊都能夠完美地搭配您的穿搭。如...



任選兩件
9折

FB.COM

【彩纖兔兔·編織手鍊】完美地搭配您的穿搭

瞭解詳情

#官網全新升級 \ 瘋狂開站慶 /
SALE 全館 8 折起 超值贈品讓你買到嗨
登入送購物金 <https://vacanza.tw/YvSdl>

鐵粉新粉通通享折扣~
【全館免運】結帳直接享VIP優惠



最高可領 \$400 購物金
REBATE

VACANZAACCESSORY.SHOPLINEAPP.COM

官網全新升級 瘋狂開站慶 【全館 8 折起】
登入會員享VIP優惠 限時免運

來去逛逛

B



文案簡短 清楚明瞭

- 前三行傳達重點
- 前三行帶入導購連結
- 善用「符號」、「列點式」呈現產品或服務的特色、功能、優勢



圖文並茂

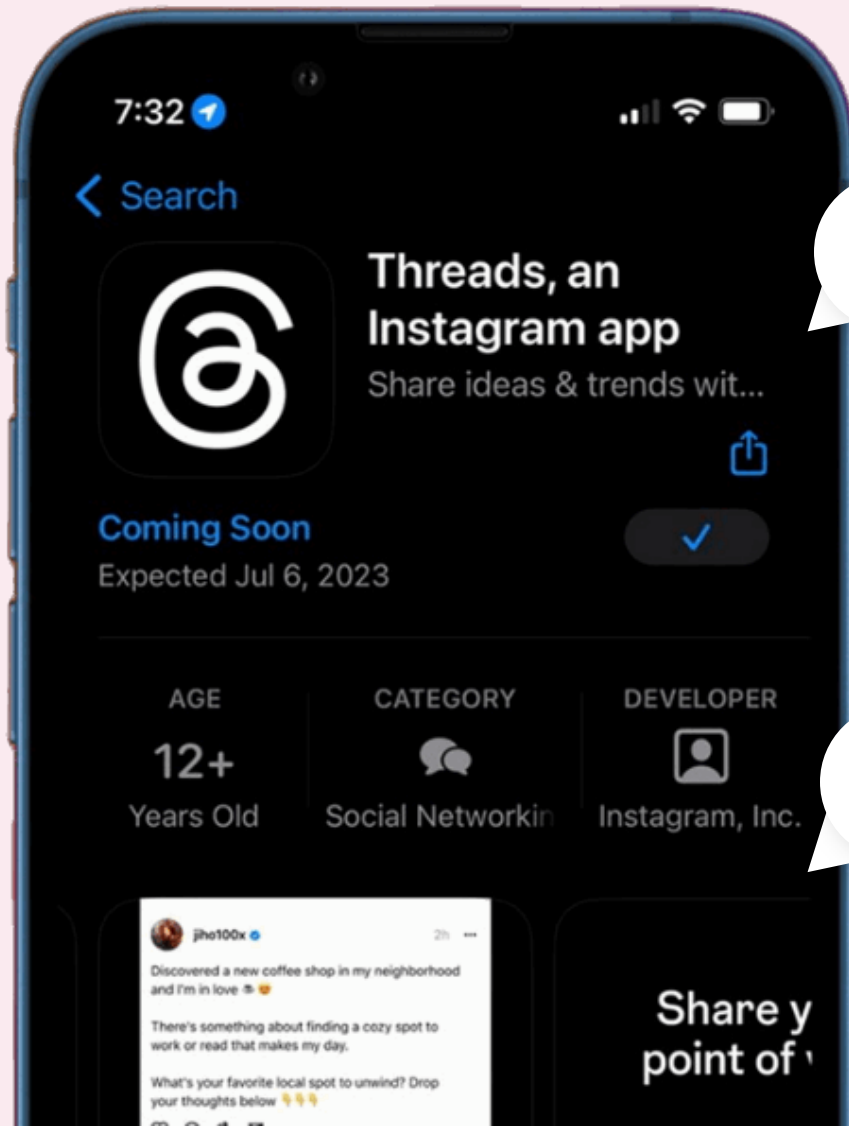
- 標題清楚
- 優惠訊息顯眼



採用單一行動呼籲

- 行動呼籲清楚明顯

為什麼品牌要積極佈局 Threads?



台灣 Threads 流量佔比高，市場潛力大

Threads 廣告競爭較低，成本效益高

創作者合作與雙平台，串聯擴大品牌影響力

Threads 優勢

高成長力

新興紅利平台
Meta生態系整合

GenZ 最愛

年輕受眾聚集地
接受度高

真實輕鬆

注重文字表達
強調即時性與真實感

高互動率

與同類型平台相比
較高

高互動性

貼文關聯性高
即時參與

Threads 操作策略

“F.I.R.E.”

EXPRESSION

觀點輸出
記錄感受

FEELINGS

分享情緒
真實想法

RELATABLE

日常觀察
生活迷因

INQUIRY

提問請益
互動參與

增加「主題」分類，
讓同樣話題有更多討論與曝光

心得日記文 體驗型

描述自己使用產品 / 服務的過程
與感受，像在寫日記一樣自然

celinexplanet 2025-2-27

上次去韓國原本想去打麗珠蘭
結果聽說超痛
而且看到恢復期的樣子直接嚇爛
看到版上有人推擦的麗珠蘭
原本以為是智商稅 只買了一條回台灣
結果好用到哭!!!
臉亮到一個不行 而且毛孔超有感的變小
原本超後悔沒多買
幸好我姐妹最近在韓國玩
立馬請她幫我帶10條回家!!!!
真心愛到爆
姐妹們如果去韓國請無腦購入
或者直接請我姐妹幫忙買回來也殼以ㄛ!!!


請益發問文 互動型

拋出問題引導他人討論，
順勢置入產品或服務。

megan060941 2024-9-12

各位有推薦首爾的醫美嗎~?
想做麗珠蘭、海芙音波、肉毒、iINMODE、手臂消脂、天鵝頸
目前有看可優和詩麗雅
因為聽說麗珠蘭超痛，有考慮舒眠麻醉
想選可優是因為有睡麻，評價也不錯
詩麗雅沒有睡麻，但打麗珠蘭之前可以打麻藥，而且價格好像比較甜
兩個很猶豫
不曉得脆友們有沒有其他推薦呢~? 翻譯
♡ 25 💬 27 ↻ 2 🚩 11

jbmssss > 韓國醫美 2024-10-15

想去韓國做雙眼皮+電波/音波類的醫美
請問有推薦的診所嗎?
謝謝~
韓國醫美 翻譯
♡ 14 💬 21 ↻ 🚩 3

開箱文 曝光型

重點在呈現商品本身，
搭配文字說明特色或初印象。

zuling_20 2025-1-24

Muzigae Mansion五花肉氣墊實體真的夠漂亮 外殼還軟軟的~整個外觀看起來很像專櫃品牌
我是買最白的N19色號
這款氣墊遮瑕力度很夠 (連我這種過敏性黑眼圈都可以遮掉一半了...) 很適合日常妝容，攜帶在身上也很方便!
擦上去很服貼不會有妝在臉上的感覺! 超愛
帶妝一整天也只會一點點浮粉，不像其他粉餅會大浮特浮
妝感很像微霧的奶油肌但不會暗沉!! 不用定妝也很好看的那種
雖然很少在化妝但五花肉氣墊我真的會一直想回購 翻譯

♡ 47 💬 4 ↻ 🚩 9

口碑 範例

口碑 範例

對話式 角色感強

用比較像自言自語或日常內心話
的方式說明使用經驗



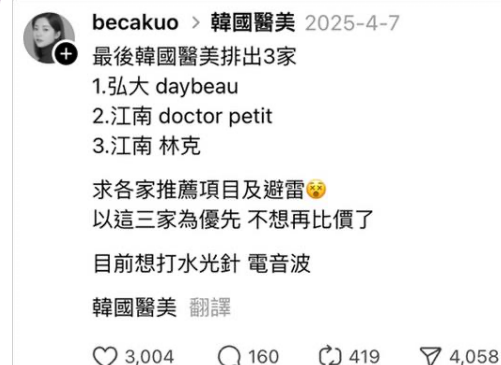
跟風主題 搭熱門Tag

配合平台熱門話題、串題、挑戰，
讓內容更有被看見的機會。



比較文 價值型

幫助消費者做選擇，
同時強調產品的差異優勢。



Threads 不只關乎美觀—更是獨特觀點的集結地。
不同於精緻的版面、限時動態（內容只存在短暫 24 小時）或 Reels（快速帶來多巴胺），
Threads 就像是個數位火苗，您約貼文不僅僅被消費，還會被群眾討論、延伸和互動。

以下是在五個類別下的 15 個可執行的內容概念，
不但強化 Threads 獨特的對話 DNA，並讓每則貼文都激發真實的對話。

流行趨勢 & 高相關性

教學 & 解決方案

整理 & 分享

好玩 & 引發討論

詢問意見 & 辯論

內容類別

可執行的概念點子

流行趨勢 & 高相關性

Trend Reimagined

重新詮釋當前趨勢

Relatable Scenario

能引起共鳴的日常情境

Daily Meme

以幽默角度看待日常生活

好玩 & 引發討論

Ditto Moment

呼應共同經歷的日常片段

Fun Fact

令人驚奇、有趣且具教育意義的小知識

Odd Scenario

激發好奇的有趣情境

教學 & 解決方案

Myth Buster

破除常見的迷思

Useful Alternative

針對日常任務的實用秘訣

How-to Guide

針對各種主題的方法步驟

詢問意見 & 辯論

Ask the Public

鼓勵討論並收集意見

Spark a Debate

針對具爭議性的主題引發討論

Name a List

建立可分享並引發對話的清單體文章 文章

整理 & 分享

Lazy Summary

針對複雜資訊總結成懶人包

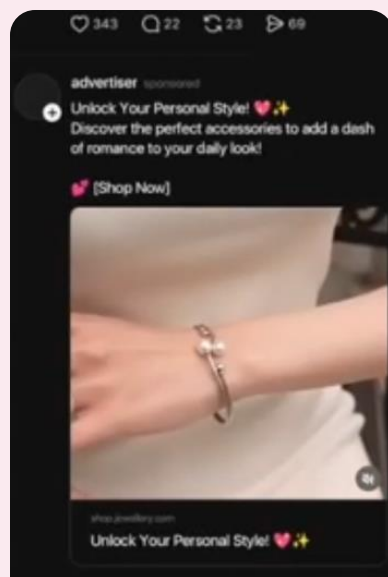
Great Finds

推薦不為人知的好物

Commitment to a Habit

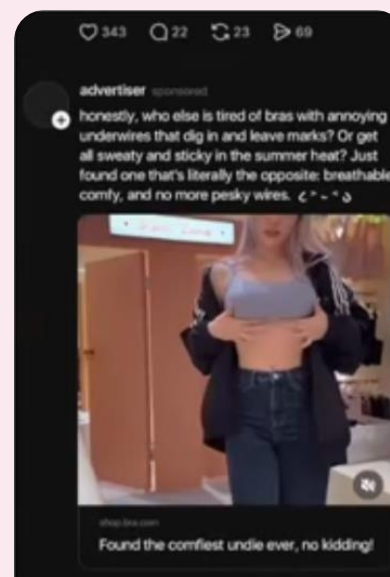
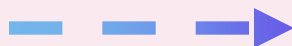
養成正向習慣的策略

將自然產生的使用者原創內容 (UGC) 重新利用， 製作成「不像是廣告」的 Threads 廣告！



應避免的做法

1. 直接將動態消息廣告複製貼上到 Threads
2. 使用帶有銷售語氣的文案
3. 加入奇怪、無法點擊的 CTA
4. 採用過於完美、光鮮亮麗的廣告版面



效果好的做法

1. 重新利用現有的留言或評論
2. 使用真實、隨性（甚至不完美）的文案
3. 語氣和風格應感覺自然且低調
4. 融入其中，就像一般的 Threads 分享一樣

善用 FB、IG、Threads 打造全方位行銷矩陣



平台定位

偏社交與資訊分享

圖像、短影音為主的
視覺社群

文字為主的
即時對話社群

內容形式

圖文貼文、長文、直播
社團、活動頁等

圖片、Reels
限時動態、私訊

文字貼文（含圖片/影片）
轉發、回應、互動貼文

受眾年齡

全齡層、資訊導向為主

年輕用戶、視覺導向用戶

偏年輕用戶

品牌經營重點

建立權威感、深度內容
活動宣傳、社群經營

視覺吸引力、短影音帶動轉換
品牌調性一致

文字力、觀點、時事回應
議題參與、輕鬆互動

品牌策略建議

發布有深度的內容，提升信任感
利用社團、活動、直播經營社群關係

維持高質感圖片與影片，展現品牌風格
善用 Reels 搶曝光，搭配流行音樂或挑戰
透過限動與貼圖加強日常互動

快速分享想法，即時跟上熱點
建立有個性的品牌語氣
鼓勵用戶互動（發問、投票等）

消費者不討厭廣告，只討厭不像內容的廣告

短影音時代的品牌生存法則



短影音趨勢數據解析

隨著行動裝置普及與使用習慣改變，短影音已成為品牌行銷與用戶溝通的主流形式。短影音是長度約15秒至3分鐘的影片形式，但最佳時長建議控制在60秒內。簡短精煉的內容能迅速抓住注意力，直式畫面設計特別適合手機觀看。

85%

觀眾偏好時長
15 秒以下的影片

60%

影片廣告播放時間
少於 30 秒

80分鐘

每日平均觀看
短影音時長

2.5x

短影音相較長影片
互動率高

87%

觀看影片後決定購
買產品或服務

81%

觀看影片後決定下
載應用程式

影片最佳作法：不再侷限於靜態行銷活動

將「無聲」奉為最高設計原則，但利用「有聲」播放加強體驗

1

迅速抓住觀眾目光

觀眾會在前 3 秒決定要不要觀看，因此素材必須以大膽、直接、強烈的方式來吸引注意力

2

手機直向瀏覽優先

9:16 全螢幕比例適合 Reels 和限時動態，同時準備 1:1 正方形或 4:5 直立用於動態消息

3

盡早且密集地秀出品牌

在廣告開頭前 3 秒顯示品牌元素能有效提升轉換率

4

畫面作為主要溝通

畫面作為主要敘事工具，文字作為輔助，讓用戶在靜音下也能立即理解影片傳達的訊息

5

人像與動態提升參與

帶有真人、情緒表情的素材，以及動態展示的產品，通常能帶來較高的停留時間

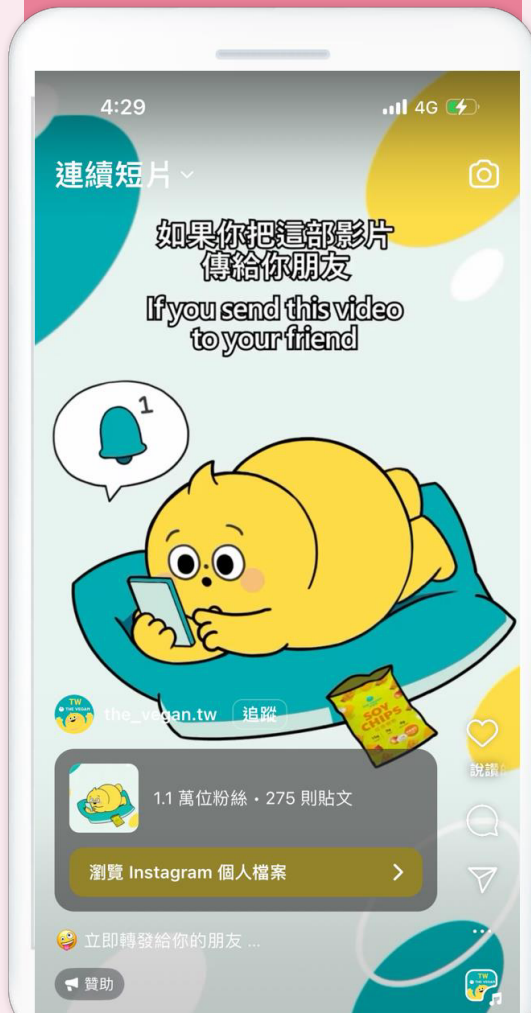
6

貼近在地語言與文化

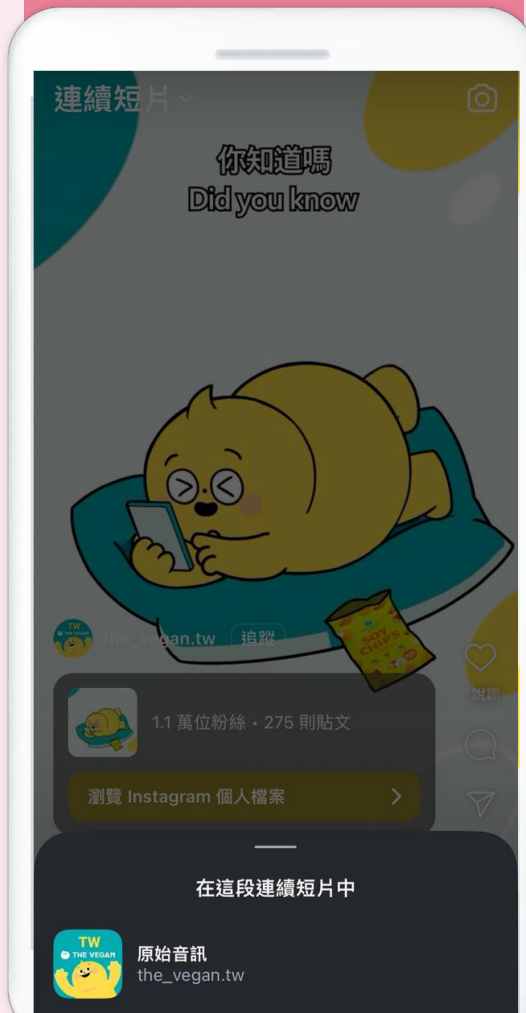
素材文案需貼近當地消費者習慣、日常用語，強化品牌與觀眾的連結

Reels 素材三大原則

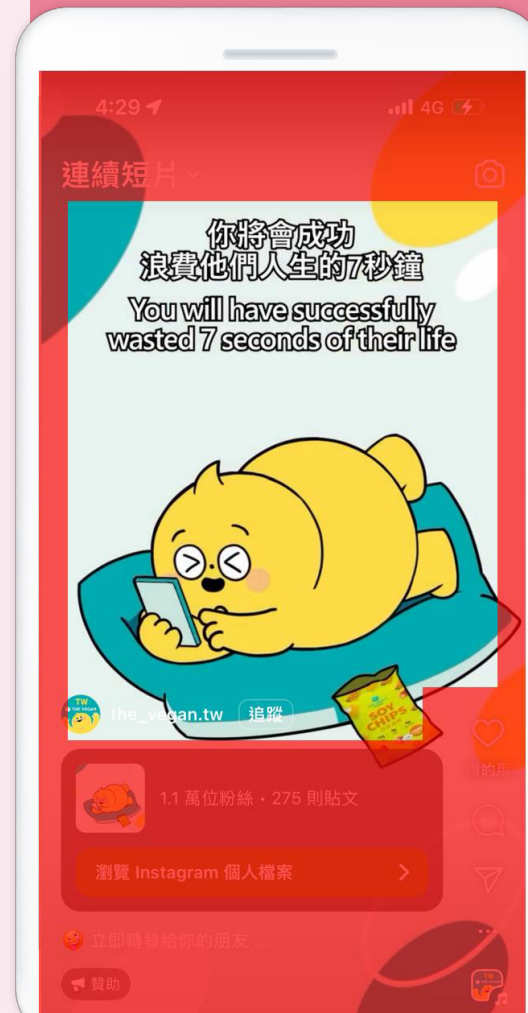
直立式 9 : 16



有聲音



留意安全區域



將關鍵訊息框在 Reels 安全區域內

若文字或重要元素沒有放在「安全區域」，在 Reels、Stories 與動態貼文 (Feed) 不同版位中，就可能被裁切、被按鈕遮住，導致訊息曝光不完整。

- Reels 安全區域
- Stories 安全區域
- Feed 安全區域



將關鍵訊息框在 Reels 安全區域內

多樣化的創意呈現，可以增加視覺變化、擴大觸及機會，也更容易在不同受眾間引發共鳴。

1. 展示多元人物與產品呈現方式

2. 混合多種素材風格

3. 運用亮色、動態圖像與文字動畫

相似型創意

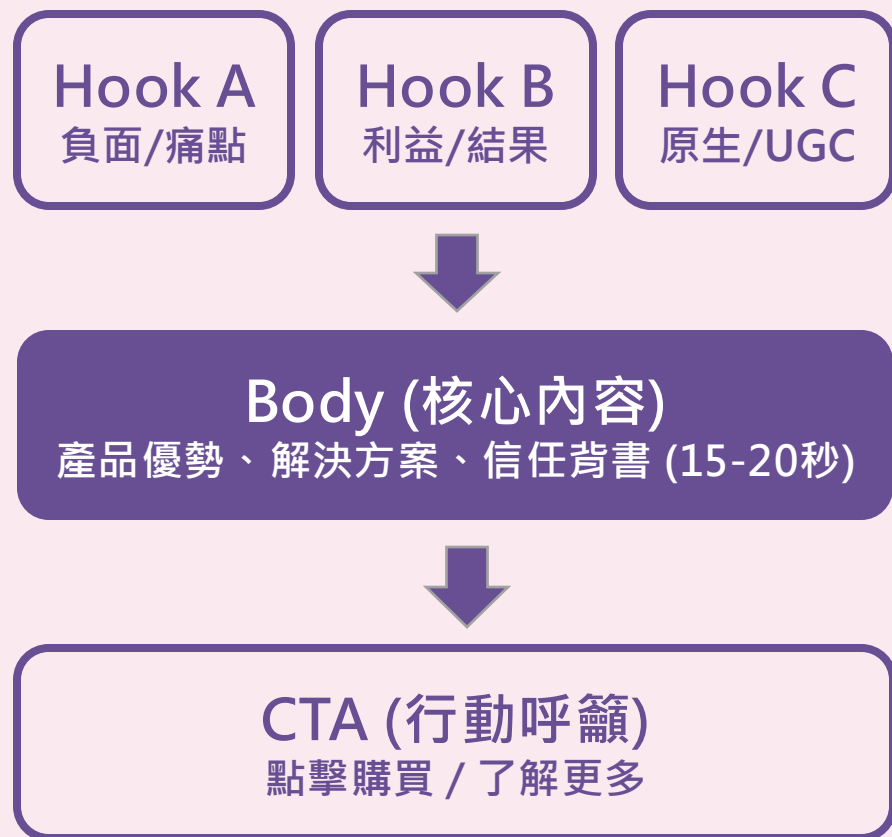


差異化創意



開頭 3 秒的 Hook 決定觀看率與廣告效益

多樣化的創意呈現，可以增加視覺變化、擴大觸及機會，也更容易在不同受眾間引發共鳴。



台南人的早餐，直接讓你吃到飽！現切溫體牛



5 種高轉換 Hooks

類型	心理邏輯	文案範例
負面/停止	損失規避 > 獲利渴望	「停止再用錯誤的方式洗臉！」
懷疑/爭議	打破常識，引發好奇	「我以為這只是智商稅，直到...」
結果展示	直接展示最好的結果	(畫面：滿臉痘痘變光滑)「這是7天後的改變。」
呼喚受眾	篩選特定族群	「給所有每天久坐8小時的上班族：」
原生推薦	降低廣告感，建立信任	「TikTok 居然沒騙我...」

多平台整合行銷策略

內容差異化，各司其職

Threads

適合短篇內容，演算法強調即時互動性

Instagram

適合視覺化內容，作為建立品牌形象、展示商品的主要社群平台

Facebook

可創作長篇內容，適合溝通品牌重要訊息

YouTube

主要行銷管道在 YouTuber 合作及廣告渠道

跨平台互動 導流轉換

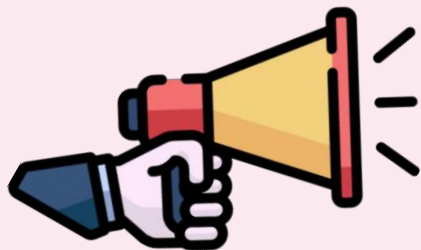
各社群的平台定位不相同，想要拓圈勢必得兼顧每個社群的受眾。除了打造差異化內容外，也可透過轉貼其他社群內容，將流量導入其他社群。

網紅合作 擴大影響力

品牌可與網紅合作，在社群上分享產品使用心得與等口碑推薦，直接且快速的接觸目標客群。

搭配廣告成效再加倍

準備好你的粉專後，就讓更多人認識他！



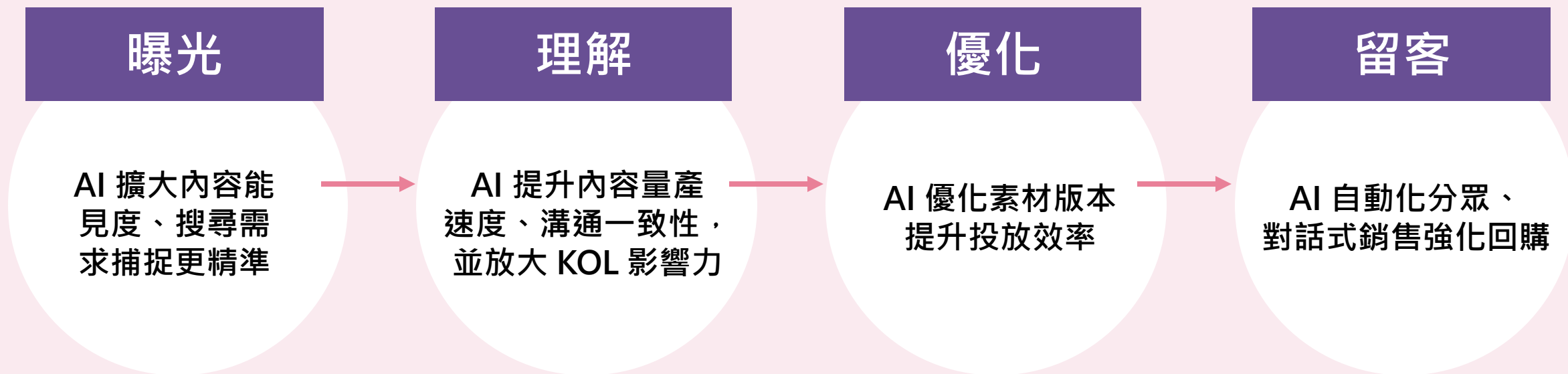
品牌成長黃金公式

[建立好粉專門面 + 有計劃的發文經營] **X 廣告投放 = 品牌成長**

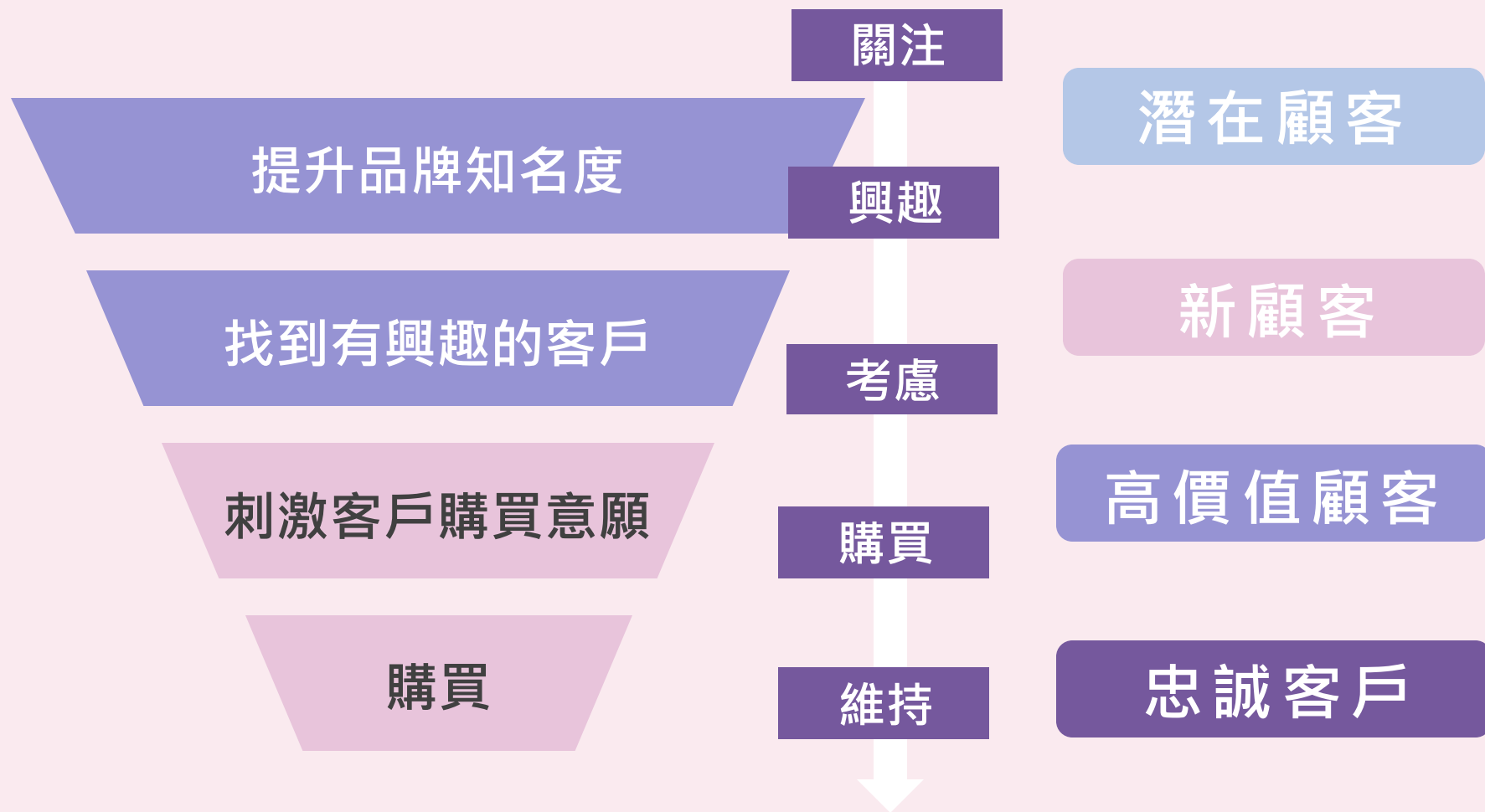
04

Meta 廣告整合策略 行銷漏斗放大成效

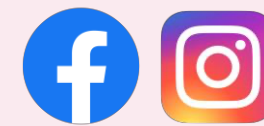
AI 賦能行銷，加速行銷流程



依照顧客購買歷程 自訂行銷漏斗！



素材搭配行銷漏斗，發揮大效果



與KOL合作曝光
建立品牌形象並累積信任

推廣階段

興趣階段

轉換階段



素材搭配行銷漏斗，發揮大效果

以動態影音素材
最大化提升品牌聲量

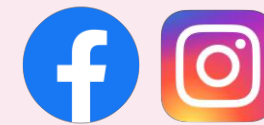
推廣階段

興趣階段

轉換階段



素材搭配行銷漏斗，發揮大效果



以不同主題多面向溝通
提升消費者觸動考量

透過不同 KOL 類型多角度溝通，
擴大潛在客群及廣度

推廣階段

興趣階段

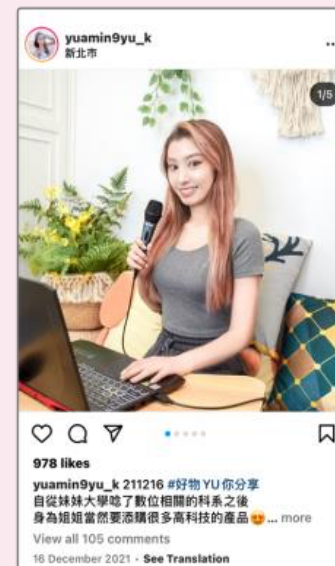
轉換階段



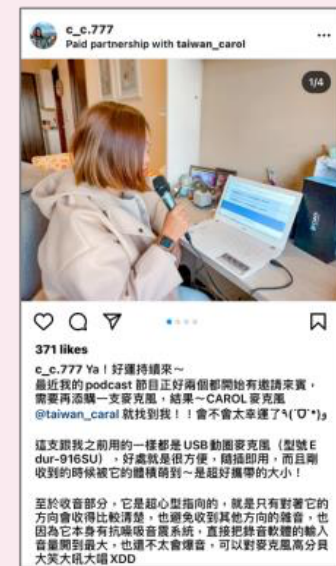
藝人&內容創作者
從「影片後製配音」的角度
出發，溝通產品特點



直播主
由直播中最重視的「收音效果」
角度切入，帶出商品特點



內容創作者
以「科技產品開箱」、「遊戲
動畫製作」介紹產品使用好評



Podcaster
以「Podcast 器材收納、錄音
品質」切入商品特點

素材搭配行銷漏斗，發揮大效果



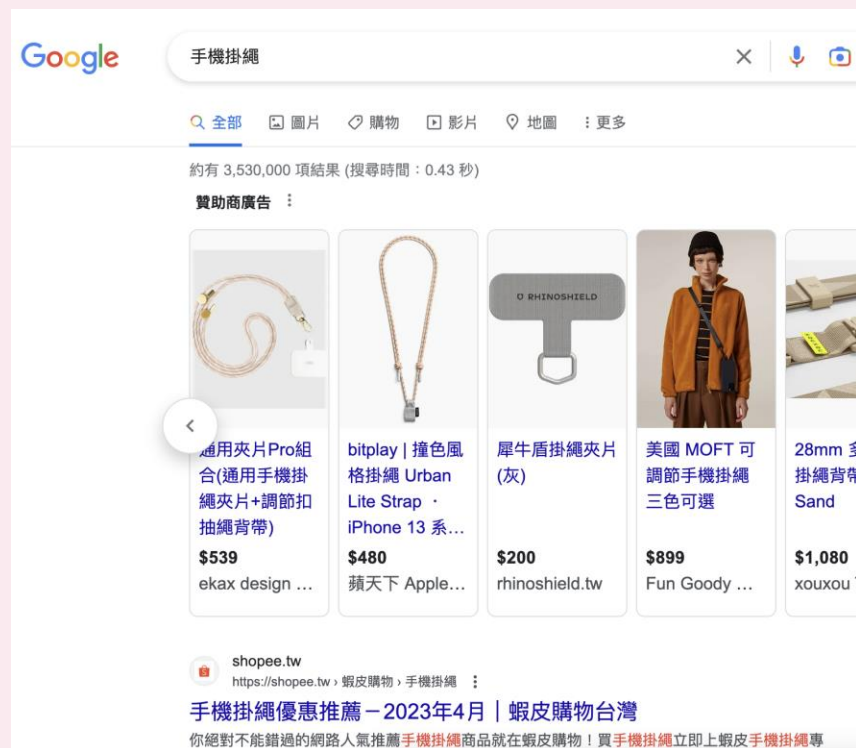
強調利益點、串連目錄
觸發消費者採取行動

推廣階段

興趣階段

轉換階段

累積訊號
再行銷



案例分享



XTU III

adHub 小樹苗 數位行銷市集

募資案例

極稚易印殼群眾募資

從產品命名到受眾分流
運用 AI 自動化廣告實現高投報

募資金額 246.8萬

募資期 ROAS 近10倍

05

AI 行銷實戰 Demo

adHub AI Studio

免安裝、免訓練 —— 中小企業的日常行銷難題，用 AI 工具箱一次搞定

01



AI 競品分析器

品牌對戰與機會點

輸入品牌與競品網址，自動產出比較表、輿情文字雲與行動建議

02



AI 廣告受眾分析師

受眾人物誌與興趣標籤

產出 4 組人物誌與 Meta 興趣標籤，一鍵複製貼到廣告管理員

03



AI 創意總監

短影音腳本生成

輸入網址，自動分析產品賣點與受眾，一次產出 3 個不同切角的短影音腳本

04



AI 關鍵字規劃工具

關鍵字與文案建議

自動生成關鍵字、15 組廣告標題與 5 組文案，可直接下載 Excel 開始投放

∞ 還有更多工具持續開發中，會員免費同步升級

adHub AI Studio



AI 創意總監

快速產出吸睛又有轉換力的短影音腳本，結合多元視覺風格與高效 Hook，幫你發想更有表現力的內容。



AI 關鍵字建議書規劃工具

從網站內容出發，找到更值得投放的關鍵字。系統會先分析品牌與產品資訊，再產出關鍵字建議與文案方向。



AI 廣告受眾分析師

一鍵解析網站內容，快速發想受眾輪廓。確認網站資訊後，系統將生成詳細的受眾人物誌。



AI 競品分析器

快速分析競品網站與內容策略，協助掌握市場趨勢、找出差異化亮點，發想更有競爭力的行銷方向。



一週貼文日曆生成器

自動規劃每日貼文主題與時間，自訂寫作風格並結合熱門話題，一鍵產出今日或整週內容，讓行銷更有效率。



更多 AI 小工具即將上線

Coming Soon

AI 競品分析器

 競品分析器

EJ 登出

1 輸入網址 > 2 審核資料 > 3 分析報告

洞察市場，領先一步

輸入您的品牌與競爭對手網址，Gemini AI 將為您剖析競爭格局。

我的品牌網址 (必填)

提示：請輸入完整網址 (例如 https://google.com)，分析效果更佳。

競爭對手網址 (至少一個)

+ 新增競品

開始分析 →

 競品分析器

EJ 登出

1 輸入網址 > 2 審核資料 > 3 分析報告

審核品牌資料

請確認或修改抓取的摘要內容，確保分析準確。

[返回修改網址](#)

我的品牌 ETVOS

品牌定位摘要

來自日本的專櫃級礦物彩妝與神經醯胺保養品牌，結合肌膚科學與礦物美學。

主要產品/服務

礦物粉餅、妝前乳、神經醯胺保濕保養系列、彩妝品。

核心訴求

強調溫和、低刺激，所有產品僅需洗面乳即可卸除，專為敏感肌與醫美術後設計。

競品 1 Rachel Wine 瑞秋懷恩

品牌定位摘要

由專業彩妝師開發，專為亞洲敏感肌與問題肌設計的日本頂級礦物彩妝。

主要產品/服務

礦物粉底、遮瑕粉、修容粉、專屬化妝刷具。

核心訴求

成分極簡 (不含油、防腐劑、香料)，標榜防水防汗且不阻塞毛孔，洗面乳即可輕鬆卸除。

競品 2 ONLY MINERALS

品牌定位摘要

日本 YA-MAN 美容儀大廠旗下的礦物彩妝品牌，專注於純粹與機能性。

主要產品/服務

礦物美白粉底、CC霜、礦物彩妝粉、眼影。

核心訴求

使用 100% 礦物成分，強調妝感輕盈且具備藥用美白保養功效，讓化妝的同時也在保養肌膚。

產生報告 📄

AI 競品分析器



輿情文字雲

消費者口碑重點一眼看懂你和競品的差異



競品比較表

產品定位、價格帶、溝通訴求一目瞭然



行動建議

AI 分析機會點，給出具體的下一步策略

競爭力分析報告

基於市場現狀與即時搜尋生成的策略建議。

重新分析

市場即時脈動

1 ETVOS

社群討論情勢佔比 (最近半年)

◎ 正向 75% ◎ 中立 15% ◎ 負向 10%

熱門討論關鍵字 (字體大小代表討論熱度)

價格偏高 神經醯胺 限定色調人 持妝力一般 專櫃質感
洗面乳可卸 敏感肌救星 妝前乳皇牌 遮瑕力普通
醫美術後首選 日系美學 天然礦物 溫和低刺激 實體專櫃多
保溫度高

2 Rachel Wine 瑞秋懷恩

社群討論情勢佔比 (最近半年)

◎ 正向 80% ◎ 中立 12% ◎ 負向 8%

熱門討論關鍵字 (字體大小代表討論熱度)

散粉型態 線上試用組 防水防汗 飛粉問題 成分極簡
顏色選擇多 奶油肌妝感 操作門檻 古法修眉 日本研發
專屬化妝刷 油痘肌友善 物理防曬 不致粉刺 攜帶不便

3 ONLY MINERALS

社群討論情勢佔比 (最近半年)

◎ 正向 70% ◎ 中立 18% ◎ 負向 12%

熱門討論關鍵字 (字體大小代表討論熱度)

100%礦物 通路較少 價格中等 YA-MAN旗下 遮瑕弱
包裝簡潔 上妝即保養 CC霜好用 母嬰聯名 透明感 機能性強
適合孕婦 藥用美白 妝感輕盈 日系清新

競品比較表與定位解析

品牌	定位	優勢 (✓)	劣勢 (✗)	目標受眾	核心訴求	價格帶感知
ETVOS	專櫃級「科學保養型」礦物彩妝 強調神經醯胺配方 與高端審美。	✓ 產品線完整 (含完整保養) ✓ 妝前乳與粉餅 口碑極佳 ✓ 品牌形象優雅，百貨鋪點多	✗ 單價為同類產品最高 ✗ 遮瑕度與控油力較為溫和 ✗ 定妝產品選擇相對單一	25-45歲女性 追求效率與質感的 輕熟齡肌、敏感肌	結合肌膚科學與 礦物美學， 低刺激溫和卸除	專櫃高價位 (NT\$1,000 - 2,500)
Rachel Wine	專業師資級「極簡防禦型」粉狀底妝 專為亞洲溫熱氣候 與問題肌開發。	✓ 散粉狀底妝控油力強 ✓ 極簡7成分，不致粉刺 ✓ 防水防汗性能優於一般礦物彩妝	✗ 散粉型態易飛粉，操作需技巧 ✗ 無固體粉餅，外出補妝較難 ✗ 包裝設計感較為中性單調	18-35歲女性 嚴重痘肌、遮瑕肌及熱愛戶外活動者	成分極簡，不阻塞毛孔 即使流汗也不輕易脫妝崩解	中高價位 (NT\$800 - 1,800)
ONLY MINERALS	機能性「藥用護理型」礦物彩妝 由美容儀大廠研發，主打保養功效。	✓ 具備藥用美白、抗痘機能 ✓ 100% 礦物成分，安全性極高 ✓ BB/CC 電質地細緻，透明感強	✗ 台灣購買渠道相對較少 ✗ 品牌知名度主要集中在分數層 ✗ 遮瑕效果偏向偽素顏，覆蓋力弱	20-40歲女性 重視美白保養與成分安全性的孕產婦	化妝即是保養 讓肌膚在帶妝時同步修護美白	中價位 (NT\$700 - 1,600)

我的機會點

🔍 缺口描述：醫美術後修護與彩妝市場的深度結合。目前 ETVOS 雖然強調術後可用，但市場上缺乏針對「醫美療程後 7 天內」設計的專屬彩妝包或衛教式行銷，消費者對於術後何時能使用何種礦物彩妝仍有疑慮。

💡 建議行動：與醫美連鎖診所合作，推出「術後修護礦物組合」（如神經醯胺精華 + 洗面乳可卸粉餅），並拍攝針對「皮秒、飛梭術後」的化妝教學短影音，強化「不僅不傷肌膚，還能修飾泛紅同時修護」的專業定位。

📢 適合的行銷管道：YouTube 專業醫師頻道、Threads (論壇式真實案例分享)、醫美診所線下展示與手冊。

🔍 缺口描述：男性礦物底妝的「隱形化」需求。隨著男性理容意識抬頭，許多男性需要修飾瑕疵（如胡渣暗沉、痘疤），但懼怕傳統化妝品的厚重感與卸妝麻煩，礦物粉餅「洗面乳可卸」與「自然霧面」的特性極具潛力。

💡 建議行動：推出低調包裝（如深藍色或黑色磨砂設計）的男士專用礦物修容粉餅或自然色防曬乳，行銷重點放在「30秒修飾、10秒洗淨、不留妝感」。

📢 適合的行銷管道：Podcast (男性受眾頻道)、Instagram 短影音 (Reels)、男性時尚雜誌網路平台。

🔍 缺口描述：夏季「極致防禦」與「極簡洗卸」的矛盾解決方案。Rachel Wine 以防水防汗切入，但 ETVOS 有神經醯胺保濕優勢。夏季戶外運動（如登山、露營）愛好者需要長時間持妝且成分天然的產品。

💡 建議行動：開發「戶外運動專用礦物防曬套裝」，強調 ETVOS 雖然有高保濕力，但可透過技術升級強化「抗位移」能力。舉辦實地戶外實測行銷，邀請網紅於登山或潛水後示範僅用洗面乳即能卸除乾淨，對比傳統粉底的殘留感。

📢 適合的行銷管道：戶外運動社團 (FB Groups)、露營網紅合作、戶外用品實體快閃店。

AI 廣告受眾分析師

輸入網址

AI 分析網頁內容，可手動修改

生成 4 組人物誌

年齡、職業、興趣、痛點一次齊全

自動生成興趣標籤

直接對應 Meta 廣告管理員可用標籤

勾選、儲存、一鍵複製

貼到 Meta 廣告管理員就能開始投放

確認網站分析結果

請檢查下方資訊是否正確，如有誤可手動修改。

產品/專案名稱

ETVOS 礦物彩妝與神經醯胺保養系列

核心賣點與優勢

溫和礦物成分：全系列彩妝主打不傷肌膚，使用一般洗面乳或溫和手工皂即可卸除，減少過度摩擦。高效神經醯胺：保養系列專注於神經醯胺護理，旨在修護肌膚屏障並提升長效保濕力。低刺激配方：專為敏感肌設計，排除多種負擔成分，維持肌膚穩定健康。母嬰適用：提供嬰兒呵護系列及溫和清潔產品，適合全家人與嬌嫩肌膚使用。

目標受眾初步描述

肌膚敏感、易泛紅或處於不穩定狀態的人群。追求極簡保養、希望減少卸妝步驟對肌膚造成負擔的消費者。尋找溫和和低刺激母嬰護理產品的家長。術後修復期或懷孕期間，需要高品質且單純成分彩妝保養的使用者。

返回

確認資訊，生成發想建議 →

AI 廣告受眾分析師

受眾人物誌與廣告發想 (4 種不同類別)

生成廣告貼文

極簡效率敏弱肌族

25-40 • 女性 • 職場專業人士

"對護膚成分極為挑剔，因工作壓力導致肌膚敏感不穩，偏好能快速完成日常妝容且洗臉即卸的產品。"

興趣喜好

護膚 極簡主義
天然化妝品

行為模式

購買護膚品 關注成分標籤

核心痛點

因過度清潔導致屏障受損 下班後疲於複雜卸妝程序

生活風格

追求生活效率，傾向於選擇高品質、成分透明的純淨美容品牌。

META 廣告標籤建議

換一批

☒ Aesop

品牌

鎖定偏好高品質成分與極簡美學的受眾。

☒ Vogue Taiwan

媒體

關注最新美容趨勢與高效保養資訊。

☒ 敏感性肌膚

興趣

直接鎖定有肌膚不穩問題的核心需求受眾。

☐ 保溫

興趣

針對神經酰胺核心賣點吸引補水需求者。

☐ 熱衷於購物的人

行為

具備高度購買意願且頻繁互動的網購族。

3 標籤已選取

取消

儲存受眾

精緻育兒新手媽咪

28-38 • 女性 • 全職或職場母親

"產後肌膚變得敏感且因需頻繁接觸嬰兒，極力尋找成分天然、母嬰皆可共用的安全彩妝與保養品。"

興趣喜好

育兒 母乳哺育 嬰兒保養

行為模式

購買母嬰用品
頻繁造訪育兒社群

核心痛點

擔心化妝品成分殘留影響寶寶 產後肌膚乾燥與細紋

生活風格

生活重心在育兒，重視產品安全度優於一切，期望在照顧寶寶時也能維持氣色。

META 廣告標籤建議

換一批

☐ 新父母 (0-12 個月)

人口統計

精準投放給最需要溫和母嬰護理的對象。

☐ MUJI 無印良品

品牌

我的受眾包

極簡效率敏弱肌族

3 個標籤 • 2026/5/18

Aesop

Vogue Taiwan

敏感性肌膚

複製標籤 (返號區隔)

醫美術後修護族

25-45 • 女性 • 不限

"定期進行雷射或煥膚醫美療程，正處於肌膚修復期，急需溫和和不刺激且能強化屏障的神經醯胺產品。"

興趣喜好

醫學美容 整形 美容診所

行為模式

曾在醫美診所打卡
搜尋術後保養

核心痛點

術後肌膚異常乾燥脫屑 市售彩妝容易造成刺激

生活風格

重視外觀管理，願意投入較高預算在高效能且不傷肌膚的修復型產品。

META 廣告標籤建議

換一批

☐ 雷射美容

興趣

鎖定術後急需溫和修護與物理防護的受眾。

☐ La Roche-Posay

品牌

與原本使用醫美品牌的受眾高度重疊。

☐ 經常參與戶外活動

行為

術後需強化屏障與基礎防護的潛在受眾。

☐ 護膚

興趣

廣泛鎖定對肌膚健康與管理有高度興趣者。

☐ 高收入者

人口統計

醫美受眾具備較強購買力，負擔得起高階保養。

友善環境純淨愛好者

20-35 • 女性 • 自由職業者或創意工作者

"支持永續與環境友善，偏好礦物成分以減少化學廢料對水資源的負擔，崇尚 Clean Beauty。"

興趣喜好

可持續發展 環境保護
純素主義

行為模式

偏好購買環保標章產品
參與公益活動

核心痛點

市售彩妝多含石化成分 不認同產品動物實驗

生活風格

生活中實踐減法哲學，選擇產品時更看重企業倫理與對地球的友善程度。

META 廣告標籤建議

換一批

☐ 永續發展

興趣

吸引重視產品來源與環境足跡的純淨受眾。

☐ Elle (雜誌)

媒體

覆蓋關注環保時尚與美妆議題的年輕族群。

☐ L'Occitane en Provence

品牌

吸引偏好植萃與天然理念的專櫃品牌客群。

☐ 素食

興趣

此受眾通常對化學添加物與無毒保養具高敏感度。

☐ 參與生態環境議題

行為

對產品成分天然程度有高度堅持的核心族群。

AI 廣告受眾分析師

極簡效率敏弱肌族

25-40 • 女性 • 職場專業人士

"對護膚成分極為挑剔，因工作壓力導致肌膚敏感不穩，偏好能快速完成日常妝容且洗臉即卸的產品。"

興趣喜好

行為模式

護膚

極簡主義

購買護膚品

關注成分標籤

天然化妝品

核心痛點

因過度清潔導致屏障受損 下班後疲於複雜卸妝程序

生活風格

追求生活效率，傾向於選擇高品質、成分透明的純淨美容品牌。

META 廣告標籤建議

換一批

☐ Aesop

品牌

鎖定偏好高品質成分與極簡美學的受眾。

☐ Vogue Taiwan

媒體

關注最新美容趨勢與高效保養資訊。

☐ 敏感性肌膚

興趣

直接鎖定有肌膚不穩問題的核心需求受眾。

☐ 保潔

興趣

針對神經醯胺核心賣點吸引補水需求者。

☐ 熱衷於購物的人

行為

具備高度購買意願且頻繁互動的網購族。

廣告貼文案

複製文案

HOOK

[職場菁英]！ETVOS，洗臉即卸妝的極簡美學！✨

<https://www.etvos.com.tw/>

VALUE

下班回家累到只想躺平？

繁瑣的卸妝程序讓你皮膚更刺痛嗎？

其實保養可以更簡單，

不再因為過度清潔造成屏障受損。

SOCIAL PROOF

💧 溫和礦物成分

細緻粉體不卡毛孔，單用洗面乳就能溫柔帶走妝容。

💧 拒絕過度摩擦

省去化妝棉拉扯肌膚，保護敏感表皮不受二次傷害。

💧 神經醯胺修護

上妝同時注入保濕動力，讓臉蛋整天水潤不緊繃。

CTA

換一種方式愛自己，從簡化保養步驟開始。

<https://www.etvos.com.tw/>

視覺建議 (VISUAL CONCEPT)

一位乾淨俐落的女性下班後，只用清水與洗面乳洗臉，展現清爽透亮肌膚的近距離側拍。

精緻育兒新手媽咪

28-38 • 女性 • 全職或職場母親

"產後肌膚變得敏感且因需頻繁接觸嬰兒，極力尋找成分天然、母嬰皆可共用的安全彩妝與保養品。"

興趣喜好

行為模式

育兒

母乳哺育

嬰兒保養

購買母嬰用品

頻繁造訪育兒社群

核心痛點

擔心化妝品成分殘留影響寶寶 產後肌膚乾燥與細紋

生活風格

生活重心在育兒，重視產品安全度優於一切，期望在照顧寶寶時也能維持氣色。

META 廣告標籤建議

換一批

☐ 新父母 (0-12 個月)

人口統計

精準投放給最需要溫和母嬰護理的對象。

☐ MUJI 無印良品

品牌

此受眾通常偏好無添加且溫和的居家生活品牌。

☐ 媽媽經

媒體

獲取育兒新知同時易被安全性產品吸引。

☐ 有機產品

興趣

符合家長對天然、無毒保養成份的偏好。

☐ 懷孕

興趣

針對孕期間至產後的特殊護理需求受眾。

廣告貼文案

複製文案

HOOK

[新手媽咪]！ETVOS，親吻寶寶也不擔心的妝容！🍼

<https://www.etvos.com.tw/>

VALUE

想抱抱心愛的寶貝，

卻擔心臉上的彩妝成分影響寶寶嗎？

為了照顧孩子，

妳值得更安全、更無負擔的美麗選擇。

SOCIAL PROOF

✅ 母嬰友善配方

排除多種刺激物質，與寶寶親密接觸也能全然安心。

✅ 瞬效提亮氣色

即使因育兒疲憊，輕抹就能打造天生好膚質的偽素顏。

✅ 洗卸同步完成

節省珍貴的洗浴時間，把更多溫暖留給妳與孩子。

CTA

守護妳的母愛與美麗，現在就給肌膚最好的照顧。

<https://www.etvos.com.tw/>

視覺建議 (VISUAL CONCEPT)

溫馨明亮的居家背景，媽媽抱著寶寶，兩人的臉頰輕觸，媽媽臉上帶著輕薄自然的紅潤光澤。

AI 創意總監

生出 3 支不同切角的腳本

AI 創意總監

產出具備「視覺多樣性」與「強效轉換 Hook」的短影音腳本

產品來源網址

清除記錄

<https://www.etvos.com.tw/>

分析網頁內容

產品名稱

ETVOS 礦物彩妝與神經醯胺保養系列

核心賣點與優勢

1. 溫和礦物成分：不需額外使用卸妝產品，僅需洗面乳即可洗淨，降低對肌膚的二次負擔。2. 專業保濕屏障：產品內含神經醯胺等高效保濕成分，化妝同時兼顧屏障修護與深層保濕。3. 堅持純淨無添加：全系列不含界面活性劑、矽靈、人工香料與防腐劑，對脆弱肌膚極為友善。

目標受眾特徵

受敏感肌或成人痘困擾者、孕期與產後女性、醫美術後需溫和彩妝者、以及追求自然極簡保養的族群。

啟動腳本生成流程

RESULTS

高效對比實測

別再用卸妝油傷害妳的臉！

TARGET AUDIENCE:
敏感肌與醫美術後族群

FRAME 1 3s

VISUAL / SCENE

左右分割畫面：左邊用強效卸妝棉摩擦拉扯，右邊僅用洗面乳輕揉 ETVOS 粉底。

AUDIO / VO

"妳還在拉扯脆弱的肌膚嗎？"

CAM 特寫臉部局部

LIGHT 冷暖對比光

FRAME 2 4s

VISUAL / SCENE

極簡白色背景，ETVOS 礦物粉底如雲朵般輕盈掃過臉部，泛紅瞬間消失。

AUDIO / VO

"礦物成分，洗面乳即可洗淨，零負擔。"

CAM 動態運動拍攝

LIGHT 自然柔和光

FRAME 3 5s

VISUAL / SCENE

神經醯胺精華液滴入肌膚的 3D 動態視覺，肌膚瞬間膨潤。

AUDIO / VO

"注入高效神經醯胺，上妝同步修護屏障。"

CAM 微距鏡頭

LIGHT 明亮高調光

FRAME 4 3s

VISUAL / SCENE

模特兒自信笑容，產品與「洗面乳洗淨」字樣閃爍。

AUDIO / VO

"ETVOS，溫柔守護妳的每一天。"

CAM 中景固定

LIGHT 清晨自然光

快速變生活美學

15 秒，完成保濕與底妝！

TARGET AUDIENCE:
孕期產後與追求極簡者

FRAME 1 2s

VISUAL / SCENE

快節奏切換：鬧鐘、嬰兒哭聲、趕著出門的腳步。

AUDIO / VO

"快！節省一半的保養時間。"

CAM 手持快速晃動

LIGHT 日常自然光

FRAME 2 5s

VISUAL / SCENE

單手輕點拍上礦物粉底，透出偽素顏高級光澤。

AUDIO / VO

"純淨無添加，孕期也能安心變美。"

CAM 第一人稱視角

LIGHT 明亮過曝光

FRAME 3 4s

VISUAL / SCENE

展示成分標籤：無矽靈、無香料、無界面活性劑，快速消滅並合成產品圖。

AUDIO / VO

"不含酒精、香料，給肌膚最純粹的。"

CAM 快速推近

LIGHT 乾淨棚拍光

FRAME 4 4s

VISUAL / SCENE

模特兒在陽光下轉頭，肌膚閃耀光澤，字卡「洗卸合一」。

AUDIO / VO

"ETVOS，讓美變得很簡單。"

CAM 環繞運鏡

LIGHT 逆光夕陽感

成分結構拆解

為什麼日本醫師也推薦？

TARGET AUDIENCE:
成人痘受眾與成分黨

FRAME 1 3s

VISUAL / SCENE

微距拍攝成人痘紅腫處，接著被 ETVOS 礦物粒子輕盈覆蓋。

AUDIO / VO

"不堵塞毛孔，讓肌膚自由呼吸。"

CAM 極致微距

LIGHT 低飽和藍光

FRAME 2 5s

VISUAL / SCENE

水分子與神經醯胺模型在皮膚表層形成保護網。

AUDIO / VO

"專利神經醯胺保養，化妝也能鎖水。"

CAM 3D 動態模擬

LIGHT 科技感藍光

FRAME 3 4s

VISUAL / SCENE

產品從水中升起，象徵純淨與溫和。

AUDIO / VO

"洗面乳輕揉，殘留物零檢出。"

CAM 慢動作升格

LIGHT 水光波動感

FRAME 4 3s

VISUAL / SCENE

產品全系列排列，畫面出現「敏感肌首選」標籤。

AUDIO / VO

"從此告別卸妝不全的困擾。"

CAM 俯拍廣角

LIGHT 極簡純白光

AI 關鍵字規劃工具

生成關鍵字

從網址直接爬出主關鍵字與長尾字

生成 15 組廣告標題

不同訴求、不同長度，A/B 測試更有彈性

生成 5 組廣告文案

可直接貼到 Google / Meta 後台使用

 關鍵字廣告架構師
ADHUB 關鍵字規劃工具

1. 輸入網址 / 2. 配置關鍵字 / 3. 頁面廣告

EJ
judy91622@gmail.com



Google 關鍵字廣告規劃工具

輸入您的網頁鏈接，AI 會自動分析品牌、產品與需求關鍵字，並撰寫廣告文案。

開始分析

● 品牌關鍵字 ● 產品關鍵字 ● 需求關鍵字

AI 關鍵字規劃工具



關鍵字廣告架構師

ADHUB KEYWORD PLANNER

1. 輸入網址 / 2. 配置關鍵字 / 3. 預覽廣告

EJ

judy91622@gmail.com



< 返回修改網址

關鍵字策略配置

AI 已為您初步分析，您可以在此優化或加入特定活動資訊。

品牌關鍵字

1

ETVOS ×

新增關鍵字...

+

產品關鍵字

4

礦物彩妝 ×

神經醯胺保養品 ×

礦物底妝系列 ×

低刺激物理性防曬 ×

新增關鍵字...

+

需求關鍵字

5

敏弱肌膚護理 ×

醫美雷射術後保養 ×

無需化學卸妝 ×

追求溫和成分底妝 ×

孕期安全彩妝 ×

新增關鍵字...

+

活動關鍵字 (選填)

3

新會員註冊領取首購折價券 ×

官網限定滿額免運活動 ×

定期購配送方案優惠 ×

如：週年慶、買一送一...

+

AI 關鍵字規劃工具

廣告額外資訊建議 (Ad Assets) 可編輯

網站連結 (Sitelinks)

連結文字

人氣礦物底妝

說明 1

溫水洗面乳即可卸除

說明 2

打造不悶痘的零負擔光澤肌

連結文字

明星商品排行

說明 1

口碑熱銷經典單品

說明 2

初次嘗試ETVOS的首選推薦

連結文字

神經醯胺保養

說明 1

高效滲透補水修復

說明 2

從根本強化肌膚防禦屏障

連結文字

新會員招募中

說明 1

立即註冊享專屬好禮

說明 2

掌握第一手日系美妆趨勢

摘要資訊 (Callouts)

洗面乳即可卸除 ×

日本純礦物彩妝品 ×

專為敏感肌研發 ×

全站滿額免運費 ×

無添加化學界面活 ×

醫美術後溫和適用 ×

+ 新增摘要

結構化摘要 (Snippets)

類別

產品類型

內容值 (以逗號分隔)

礦物粉底, 神經醯胺精華, 物理性防曬, 亮彩唇彩

類別

服務項目

內容值 (以逗號分隔)

官網獨家組合, 新會員優惠券, 產品使用諮詢



專業建議：加入活動關鍵字

網頁爬蟲常會漏掉暫時性的優惠資訊。如果您目前正有「限時折扣」、「節慶活動（如母親節）」或「首購禮」，請在上方橘色區塊手動填入，AI 會將其融入生成的標題中，這能顯著提升廣告的點擊率！

生成廣告文案 (包含活動策略) →



關鍵字廣告架構師
ADHUB KEYWORD PLANNER

1. 輸入網址 / 2. 配置關鍵字 / 3. 預覽廣告

EJ
judy91622@gmail.com



< 返回 廣告活動預覽

下載 Excel

重新分析

生成的素材

廣告標題 (上限 30 字元 / 15 中字)

15 個選項

ETVOS 定期購 優惠省更多

字元數
23 / 30

日本熱銷 物理性溫和防曬

字元數
23 / 30

專為亞洲敏感肌研發 推薦

字元數
23 / 30

零負擔底妝 立即選購

字元數
19 / 30

官網限定 滿額折價優惠

字元數
21 / 30

ETVOS 打造自然純淨美肌

字元數
22 / 30

廣告說明 (上限 90 字元 / 45 中字)

5 個選項

追求純淨低刺激 溫和礦物底妝與神經醯胺保養 溫水即可輕鬆卸除底妝 官網限定滿額免運中

字元數
81 / 90

日本專業醫師推薦 物理性防曬與純淨礦物粉底 專為敏感肌及孕期媽咪設計 官網活動進行中

字元數
81 / 90

擺脫化學卸妝品負擔 溫和濕潤即可乾淨卸除底妝 定期購方案免運更優惠 讓肌膚自由深呼吸

字元數
81 / 90

ETVOS 高滲透神經醯胺修護精華 全天候長效鎖水保濕 打造淨透光澤肌 立即加入官方網站會員

字元數
83 / 90

搜尋結果預覽

贊助

www.etvos.com.tw

ETVOS 打造自然純淨美肌

追求純淨低刺激 溫和礦物底妝與神經醯胺保養 溫水即可輕鬆卸除底妝 官網限定滿額免運中

聯絡我們 服務項目 關於我們

Google 計字規則：

- 中文字、全形標點：2 字元
- 英數、半形空格：1 字元

06

QA 時間

2026 adHub CONNECT 熱烈報名中



小樹苗 數位行銷市集 adHub 經緯廣告科技

2026 adHub CONNECT

連結中小企業數位行銷新革命

06/26 (五) 14:00 ▶ 17:00

講師介紹

 adHub 執行長 Anderson Liang	 Meta 大中華區代理商行銷方案總監 Vivian Chang	 cross 跨嘶數位廣告 BD Manager Felina Lee	 BytePlus 台灣代理商 Omu Labs 業務總監 Angela Chang
 adHub 市場戰略處資深副總 Peijo Su	 USDARS & AquaFeb 創辦人 Mike Lin	 第三人生科技/樂夢人生 執行長 邱雅達	 環安傢俱 創辦人 Cynthia Wu

- 6/26 (五) 14:00-17:00
- 張榮發基金會 國際會議廳11F
- 台北市中正區中山南路11號11樓

席位有限 立即報名



Thank You!

對於數位廣告有興趣，歡迎與 adHub 聯繫

- 02-6631-5777
- contact@ad-hub.net

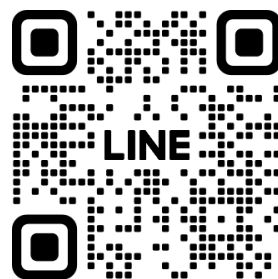
填寫諮詢表單



[Facebook](#)



[Instagram](#)



[LINE 官方客服](#)



[adHub 官網](#)



[部落格](#)