

18008_商業價值變現：獲利的必勝路徑 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**初學者 / 職場新鮮人 / 自有品牌的社群小編與行銷企劃 / 欲說服老闆編列預算的中小企業員工。
- **能力門檻：**入門。無須廣告投放經驗，僅需具備基礎社群（FB/IG）使用習慣即可輕鬆學習。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：下廣告前該準備什麼** — 釐清免費與付費流量差異、分析產業適投性（5 大產業類型與主/被動曝光）、破除常見廣告迷思與時機抓取（運用 Google Trends）。
 - **章節二：FB 廣告演算法與受眾解析** — 剖析 6 大行銷活動目標與演算法機制，深度解析系統受眾、自訂受眾、類似受眾與高效速成+ 廣告受眾。
 - **章節三：廣告後台實作與工具應用** — 善用 FB 廣告檔案庫進行競品分析，以及從 0 到 1 進行後台（行銷活動、廣告組合、廣告）實操與優化策略。

3. 必備前置知識清單

- **Facebook 個人帳號與粉絲專頁：**需擁有基本操作權限，作為後台廣告管理員與綁定粉專之基礎。
- **基本產品/服務概念：**了解自家產品的受眾輪廓與市場定位（例如：想要型或必要型商品）。

4. 專有名詞與概念辭典

- **主動曝光 vs. 被動曝光：**主動曝光（如 FB/IG 廣告）係指受眾無需特定搜尋行為，廣告即呈現於眼前，適合「想要型」產品；被動曝光（如 Google 搜尋廣告）則需受眾主動搜尋，適合「必要型/解決性服務」。

- **三大受眾類型：**
 - **系統受眾：**依平台搜集的標籤（人口統計、興趣、行為）進行設定。
 - **自訂受眾：**針對已互動過、瀏覽過網站或舊顧客進行再行銷（認識的人）。
 - **類似受眾：**以現有優質顧客為核心，請演算法尋找具相似特質的新潛在客群。
- **高效速成+ 廣告受眾 (Advantage+)：**利用 AI 結合像素資料、轉換紀錄與互動行為，自動尋找並優化受眾的系統功能。
- **FB 廣告檔案庫 (Ad Library)：**Meta 官方提供的透明化工具，可查詢競品或特定關鍵字（如：洗衣機）目前正在刊登的文案與素材。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱：**數位行銷企劃 / 廣告投放專員 / 社群營運管理師
- **主要工作任務/能力指標：**
 - **分析與決策能力：**能評估產品適投管道與時機，並依據行銷目標（流量、互動、銷售量）正確解構數據指標。
 - **工具操作與執行能力：**能操作 Meta 廣告管理員建立三層架構（活動/組合/廣告），善用受眾策略與競品分析工具進行廣告優化與測試。