

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - **企業主與老闆**：希望建立自身品牌或公司代銷矩陣，將流量轉化為實際營收與客戶名單。
 - **中高階主管與行銷人員**：需要學習如何進行全平台佈局、規劃精準內容與克服平台演算法限制。
 - **B2B / B2C 產業經營者**：包含電商、實體店家、補教業、管顧或加工廠，只要客戶會使用手機即適合選修。
- **能力門檻**：入門（課程強調不需具備相關學系背景或專業昂貴器材，重點在於穩定的內容產出與定位邏輯）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - **章節一：公域與私域流量配合** — 釐清論壇、短影音等公域引流與 LINE 官方帳號、社群等私域轉換之架構。
 - **章節二：短影音定位與展示規劃** — 剖析 TA 受眾人物畫像（如新手媽媽、職場媽媽）與多元展示模式（露臉/產品情境/客服自問自答）。
 - **章節三：社群演算法解析與內容避坑** — 解構演算法推送機制、避免跟風爆款導致定位失敗及避免文字黃標等安全規範。
 - **章節四：選題維度與帳號分類** — 依據企業需求拆解產品號、招商號與專家號（人設 IP）的選題方向。
 - **章節五：矩陣構建與內容裂變技術** — 實踐「五號一組、一機一卡」原則，並運用文案改寫與畫面裂變（鏡像、變速、濾鏡）避開搬運審查。

3. 必備前置知識清單

- **基礎手機與社群軟體操作**：熟悉 YouTube, Meta (FB/IG), TikTok, LINE 等平台的日常使用。
- **產品與 TA 基礎概念**：了解自家產品的核心優勢與目標顧客（TA）的基本畫像。

4. 專有名詞與概念辭典

- **公域流量 vs. 私域流量**：公域流量指開放平台的流量（如 YouTube、TikTok、公開論壇），主要用於引流；私域流量指企業可自主掌控的社群（如 LINE 官方帳號、私密社群），核心為客戶關係管理與轉換。
- **五號一組，一機一卡**：矩陣營運的實體原則，同一組產品/內容部署至 5 個帳號以提高成功率，且每個帳號須綁定獨立手機與 SIM 卡（或獨立 IP/VPN）以防遭平台判定為同批帳號。
- **內容裂變（改寫/視覺改動）**：透過文字同義替換或影像後製技術（調色、畫中畫、變速、貼紙等），產生不被平台判定為 7 成以上相似重複（搬運）的新影片內容。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：短影音營運企劃 / 影音行銷策略師 / 品牌社群經理
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能剖析平台演算法機制，設計符合特定 TA（如 B2B 廠商、家庭用戶）的精準選題與鏡號規劃。
 - **工具操作與執行能力**：能執行全平台（YouTube, IG, FB, LINE, TikTok）短影音發布、掌握五號一組矩陣控管與內容裂變重組技術。