

17631_有效的社群行銷技巧 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 / 中階主管 / 老闆 / 個人業務（如房仲、保險、醫美諮詢、餐飲/食品品牌創辦人、自媒體創作者）。本課程由活動企劃與行銷新創創辦人賈桂玲主講，內容從社群基礎邏輯（LINE、FB、IG、YT、TikTok）、受眾定位到短影音爆款實操，非常適合想透過數位轉型、低成本獲客與打造個人 IP 的創業者與業務人員。
- **能力門檻：**入門。無需具備專業影音剪輯或複雜的行銷背景，僅需有個人使用智慧型手機與基礎社群軟體的生活經驗即可。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**疫後社群趨勢與行銷思維翻轉 — 解析消費者行為改變（懶人經濟、機不離手），從傳統一對一開發轉向社群建立信任與漏斗轉換。
 - **章節二：**五大社群平台優缺點與私域佈局 — 剖析 LINE（官方帳號/社群）、YouTube、FB（粉專/社群）、IG 與 TikTok 之特點與私域引流策略。
 - **章節三：**IP 人設與精準受眾輪廓定位 — 透過練習題引導梳理「我是誰、資歷優勢、提供價值、關注效益」及受眾的痛點與渴望。
 - **章節四：**短影音爆款公式與六大腳本檢視指標 — 掌握前 3 秒黃金 Hook、完播/點讚/評論底層邏輯，以及話題性、衝擊性、知識量、大眾性、頻道契合與簡易性六大指標。
 - **章節五：**短影音四大拍攝風格與流量變現三部曲 — 實戰解析 Vlog 隨手拍、創意互動、口播提詞等拍攝手法，結合 ChatGPT 產出腳本與私域導購（Call to Action）路徑。

3. 必備前置知識清單

- **社群軟體日常使用**：熟練操作智慧型手機並使用過 LINE、Facebook、Instagram 或 YouTube 等常見平台。
- **基礎行銷觀念**：對「客群」、「品牌」與「流量」有基本概念即可。

4. 專有名詞與概念辭典

- **公域流量 vs. 私域流量**：公域流量指公開且需競爭的流量（如 FB、IG、TikTok 廣告或推薦）；私域流量指企業可直接、免費且重複觸及的專屬顧客池（如 LINE 官方帳號、LINE 社群、私人社團）。
- **個人 IP (Intellectual Property)**：將個人打造為具有獨特辨識度、信任感與影響力的個人品牌（如民生社區老郭、朵拉阿嬤），使粉絲因認同個人而購買其產品或服務。
- **綠色溢價與短影音紅利 (Short-form Video Dividend)**：指目前大眾注意力下降，演算法高度推廣短影音（TikTok、IG Reels、YT Shorts），讓零粉或小帳號能以極低成本獲得數萬甚至百萬次跨爆款曝光的流量紅利期。
- **Call to Action (行動呼籲)**：在影片或貼文結尾引導觀眾採取的具體動作（如：留言加一、點擊主頁連結、報名私訊），將觀看流量轉化為實際商業成交。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：社群行銷企劃師 / 自媒體內容營運專員 / 數位行銷企劃
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **[分析與決策能力]**：能分析目標客群（Target Audience）的痛點與渴望，評估不同社群平台（公域/私域）特性，制定精準的社群獲客與導購路徑。
 - **[工具操作與執行能力]**：能運用 AI 工具（如 ChatGPT）發想腳本題材，靈活拍攝與剪輯短影音（掌控前 3 秒鉤子、去氣口、文字與音效），並善用 LINE 官方帳號進行私域顧客經營與轉單。