

17488_網路行銷之社群行銷實作(上) 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：**初學者與職場新鮮人（特別是想學習如何運用手機與電腦進行社群行銷、多元工具整合的行銷新手）。逐步教導如何跨平台操作手機與電腦、多帳號角色切換、社群導流與連結整合，非常適合想提升數位與行銷實戰技巧的新手。
- **能力門檻：**入門。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**網路行銷演進與心佔率策略 — 講述從 MRP/ERP 到 5G、AIoT 的演進，解析消費者「混沌歷程」與「從眾心理」，說明如何透過鋪天蓋地的訊息佔據客戶心佔率。
 - **章節二：**手機與電腦基礎操作與多視窗切換 — 介紹 Android/iOS 手勢（返回、工作清單）、Windows 快捷鍵（如 Win + D 回桌面、Win + Tab 工作清單）與電腦多視窗神技。
 - **章節三：**LINE 多元社群行銷與一人群組應用 — 講解相機快加好友法、VOOM 貼文曝光策略、一人群組（記事本/相簿）雲端管理，以及將 LINE Today 轉換為通話紀錄等行銷實用技巧。
 - **章節四：**社群平台連結串接（LINE/FB/IG/YouTube） — 學習找出各社群貼文與頻道連結，並於 LINE 個人首頁裝飾加入 FB、IG 與 YouTube 社群圖示，達到多管道跨平台導流。
 - **章節五：**Google Chrome 瀏覽器個人化與多角色切換 — 說明設定檔（自編自導自演多角色切換）、書籤列資料夾分類、起始頁面保留及帳號同步等效率提升技巧。
 - **章節六：**自媒體經營（YouTube 頻道與播放清單建置） — 學習自訂頻道代碼/名稱、公開/首播設定、上傳影片與運用熱門影片建置播放清單。

- **章節七：高效數位工具與內容整合** — 熟練快捷鍵截圖（Win + Shift + S）、LINE 圖片轉文字/翻譯、縮短網址工具（reurl）及 Google 日曆/Excel 連結整合實務。

3. 必備前置知識清單

- **智慧型手機**：具備一隻可正常連網的 iOS 或 Android 手機。
- **個人電腦/筆電**：具備連網能力且已安裝 Google Chrome 瀏覽器。
- **個人社群帳號**：擁有 LINE 帳號（建議預先註冊 Google/FB/IG 帳號以利實操）。

4. 專有名詞與概念辭典

- **心佔率**：在消費者心中深處佔據某一品牌的記憶。當消費者面臨非計劃性購物或混沌歷程時，會優先購買聽過或有印象的品牌。
- **網網相連與嵌入碼**：透過將 YouTube 影片的「嵌入碼」放進部落格或網站，讓使用者留在原網站觀看而不流失流量；亦可將短網址（reurl）或 QR Code 跨平台散佈帶動流量。
- **一人群組**：在 LINE 中建立只有自己一人的群組，可用於存放相簿（圖片永久保存）、記事本（影片/文字備忘），作為個人雲端筆記與行銷素材庫。
- **Google Chrome 設定檔**：可在同一台電腦的瀏覽器中建立多個獨立的使用者設定檔，方便切換不同的社群帳號（同時扮演賣家、顧客 A、顧客 B 等不同角色進行從眾行銷）。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃人員 / 社群小編 / 個人品牌創業者
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **[分析與決策能力]**：能善用多視窗與多帳號進行客群角色切換，評估各社群管道（LINE, FB, IG, YouTube）導流與貼文曝光策略。
 - **[工具操作與執行能力]**：能熟練操作跨平台快捷鍵、LINE 社群圖示串接、YouTube 頻道建置與 OCR 圖片轉文字/翻譯/縮網址工具進行內容產出與連結管理。