

18632_LINE 節慶行銷與數據鐵粉養成實戰 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：**中小企業主、品牌行銷人員、店家營運者及職場新鮮人。此課程旨在提供 Zero to Hero 的「從零粉到鐵粉」粉絲養成術與導流轉換技巧，非常適合需要透過 LINE 生態系進行數位轉型、顧客關係管理（CRM）與檔期業績提升的營運角色。
- **能力門檻：**入門。無須具備程式背景或進階數據分析經驗，只要具備基礎電腦與手機操作能力即可上手。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：三招粉絲養成術與曝光導流** — 介紹如何透過 LAP 成效型廣告、LINE 禮物與多元曝光工具吸引新客，並利用歡迎訊息與圖文選單建立良好第一印象。
 - **章節二：顧客黏著度與精準分眾營運** — 說明如何透過官方帳號標籤設定、自動分眾標籤（如分眾家）與客製化訊息推播來提高顧客互動與回購率。
 - **章節三：節慶檔期預備與話題行銷** — 剖析 LINE 熱點、LINE 旅遊與節慶借勢行銷（短影音、時事梗、互動測驗），掌握檔期前曝光與轉單策略。
 - **章節四：官方帳號後台數據解讀與優化** — 學習好友成長數、封鎖率、訊息開封率與點擊率等後台指標判讀，並透過受眾屬性（性別/年齡/區域）調整發文策略。

3. 必備前置知識清單

- **LINE 官方帳號基礎知識：**需了解 LINE 官方帳號的基本介面與群發訊息概念（無需進階經驗）。
- **基本社群行銷觀念：**了解基礎文案撰寫、受眾（Target Audience）及行銷檔期的基本定義。

4. 專有名詞與概念辭典

- **LAP 成效型廣告 (LINE Ads Platform)**：LINE 內建的廣告投放系統，提供多元版位，可依據曝光、轉換或「加好友」等明確目標進行彈性預算投放與多組素材輪替。
- **分眾標籤 (與自動貼標)**：在後台對好友建立身份或需求特徵（如：高齡照護需求、顧客消費習慣）的記號；可透過手動設定或結合第三方工具設定腳本自動觸發貼標，以實現精準推播。
- **開封率 (Open Rate)**：好友點開對話框閱讀訊息的比例（演算法為 開封數 / 傳送數），是評估訊息內容與主旨是否吸引人的核心數據指標。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃 / 社群營運專員 / 整合行銷溝通師
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：具備解讀 LINE 後台數據（開封率、點擊率、目標好友成長與封鎖率）之能力，並能依據數據優化發文頻率與行銷策略。
 - **工具操作與執行能力**：能獨立操作 LAP 廣告建立、LINE 禮物/熱點版位佈局、分眾標籤自動化規劃及圖文選單等模組設置。