

課程名稱：16905_高人氣小編 x 高互動的社群文案 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 / 社群小編 / 行銷企劃]（講師針對社群小編、品牌行銷人員及對文案寫作有興趣的初學者設計，協助解決貼文互動率低、不知如何下標與呈現產品優勢的痛點）。
- **能力門檻：**[入門]（無需具備深厚的文案背景，只要是網路重度使用者，對社群溝通與網路生態有興趣者皆可輕鬆入門）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**不同社群平臺的文案差異分析 — 剖析臺灣三大主流平臺（Facebook、IG、LINE）的特性、排版原則與擴散機制。
 - **章節二：**爆款文案下標與內容說服技巧 — 掌握「問問題（對號入座）」與「放數字（懶人包）」兩大下標法，並透過時間、心境、便利性與恐懼行銷說服受眾。
 - **章節三：**社群文案的注意事項與法規地雷 — 說明精準受眾分眾的重要性，以及醫美保養與保健食品產業應避免的絕對化違法字眼。

3. 必備前置知識清單

- **社群平臺基礎操作知識：**需了解 Facebook、Instagram 與 LINE 官方帳號的基本介面與使用習慣。
- **基礎文字編輯能力：**具備中文輸入與基本的文字敘述與排版概念即可。

4. 專有名詞與概念辭典

- **對號入座下標法：**利用封閉式提問（答案僅有 Yes/No）直接點出受眾痛點，讓讀者瞬間覺得「這就是在說我」而繼續閱讀。
- **恐懼行銷：**先為受眾塑造一個痛苦或擔憂的場景（惡夢場面），再將自身的產品或服務以「救星」姿態推出以提供解決方案。

- **壓字原則（圖片標題）：**在貼文配圖上記述重點標題，字數控制在 15 字以內、最多 3 行並以大小字型區分層次，提升視覺吸引力。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱：**數位行銷企劃 / 社群營運專家
- **主要工作任務/能力指標：**
 - [分析與決策能力]：能辨識不同社群平臺受眾屬性，制定對應的文案策略與風格定位。
 - [工具操作與執行能力]：能撰寫符合法規規範的高吸引力標題與文案內容，並操作 Hashtag 與互動設計提升貼文觸及率。