

課程名稱：18741_精準行銷與會員個人化經營 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、餐飲與零售業門市營運主管、數位行銷企劃與資訊轉型專案負責人。（說明原因：本課程以米哥烘焙坊 30 年傳統餐飲門市的數位轉型實例出發，探討如何從大量會員資料中落實精準行銷與解決第一線人機協作痛點。）
- **能力門檻：**入門。（說明預期具備的基礎：適合無程式背景的經營者與行銷人員，僅需具備基礎門市營運概念或行銷常識，重點在於建立顧客關係管理思維與數位轉型導入策略。）

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：前言導讀與核心觀念** — 剖析顧客關係管理（CRM）、顧客終身價值（LTV）計算邏輯與降低轉型摩擦成本的關鍵。
 - **章節二：傳統餐飲業的轉型痛點** — 探討 30 年老店面臨的顧客世代轉移、多通路型態差異及第一線人員經驗傳承之挑戰。
 - **章節三：客製化系統與資料整合路徑** — 說明如何消除填寫障礙、以人機協作思維逐步蒐集第一線真實數據。
 - **章節四：會員輪廓洞察與精準推播** — 藉由年齡、性別與消費場景貼標，將亂槍打鳥行銷轉化為個人化推薦並提升回購率。
 - **章節五：落地實務與迷思破解** — 探討數位轉型中的漸進式導入、避免「報表陷阱」並回歸服務溫度與決策行動。

3. 必備前置知識清單

- **門市營運與行銷基礎概念：**了解基本的客單價、來客數、回購率及一般促銷運作邏輯即可。
- **數位工具使用意願：**無需寫程式或深度統計能力，僅需對常見數位載具（如智慧型手機、POS 收銀介面）具備基礎操作經驗與開放心態。

4. 專有名詞與概念辭典

- **顧客終身價值 (Lifetime Value, LTV)**：不單看單次消費金額，而是依平台或店內資料估算顧客的平均留存時間與平均消費，將該客戶終身貢獻價值加總折現後的總和，用以區分高潛力與高價值顧客。
- **轉型摩擦成本**：顧客或第一線員工在接觸新數位系統時所產生的阻礙與心理抗拒（例如顧客抗拒填寫繁瑣個資、年長師傅抗拒複雜電腦介面）。
- **人機協作**：數位工具與 AI 並非全自動取代人力，而是由前段人工引導、回饋情境與輸入資料，系統負責運算提醒，讓人力能專注於現場有溫度的服務。
- **行為貼標**：根據會員在不同時段、商圈與商品偏好（如紅豆麵包愛好者）進行標籤分類，以便後續推播符合其真實需求的訊息。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃 / 顧客關係管理師 / 智慧營運管理師
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能解讀門市會員消費大數據（如客群年齡結構、商圈客單價差異），辨識關鍵營運指標並轉化為具體的行銷與備貨決策行動。
 - **工具操作與執行能力**：能規劃以會員為核心的貼標與分群推播流程，並能評估與推動企業內部人機協作之數位流程導入。