

AI 導入亮點個案-原住民音樂餐廳

培訓成效（實務觀察）

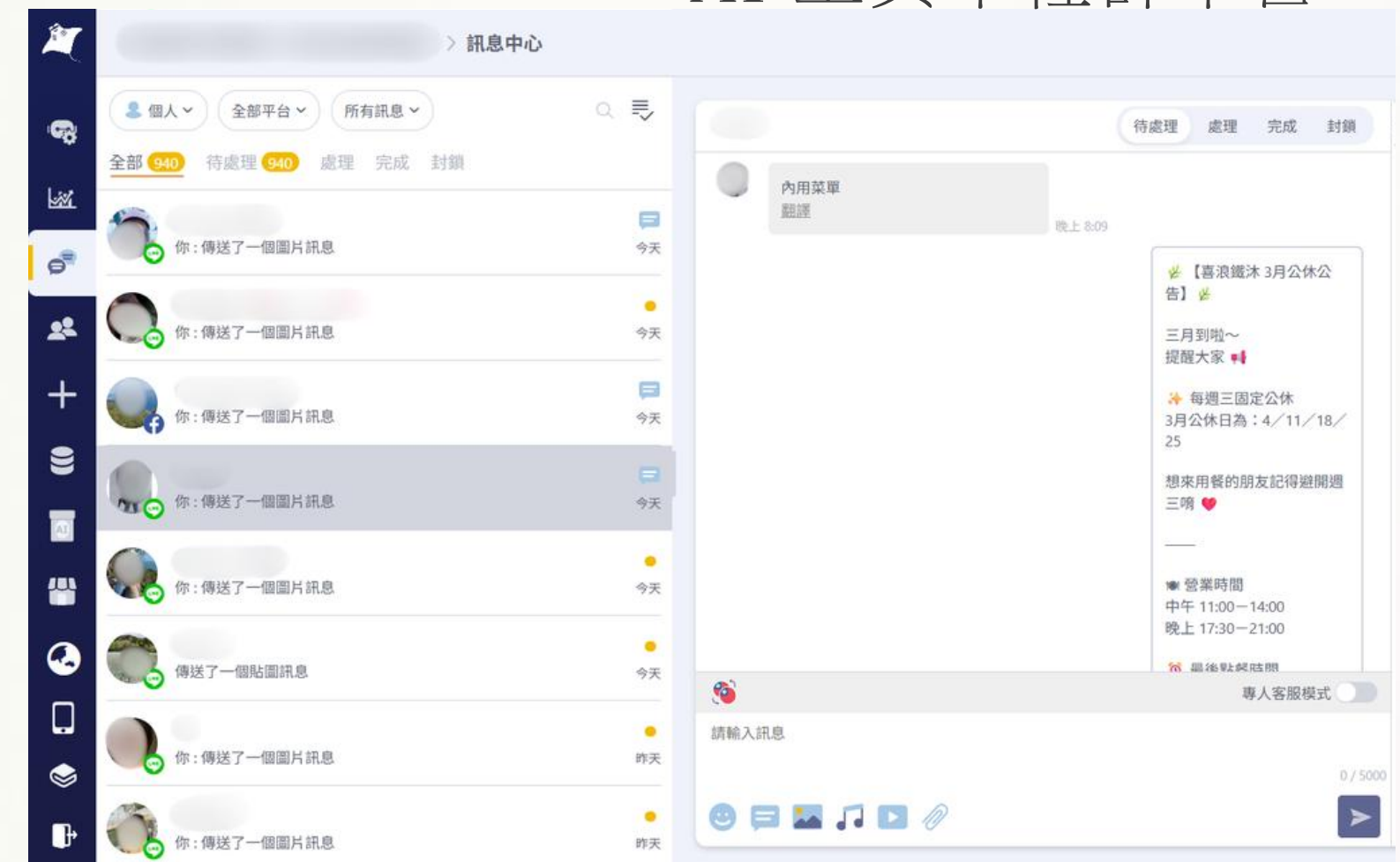
- 行銷製作效率明顯提升
- 發文頻率由不穩定轉為穩定
- 顧客互動與回覆效率提升
- 人力負擔降低，流程更順暢

-一週社群發文計畫自動生成-

一週社群發文計畫（提升平日午餐營收）				
發文日期	發文主題	文案草稿	圖片概念（給 Canva 用）	建議發布時間
週一	🌿 部落風味故事 為什麼我們的料理不一樣？	你吃的不只是料理，是一段來自部落的故事 🌿 喜浪鐵沐將刺蔥、馬告等原民香料，融合現代料理手法，讓每一口都帶著山林的氣息。 平日午餐來點不一樣的選擇，讓今天變得更有記憶點 🌟 📍 宜蘭限定風味 🕒 中午也能輕鬆享受部落料理	・木質桌面 + 原住民餐點擺盤（俯拍） ・加入手寫感文字：「部落的味道」 ・暖色調 + 自然光 ・點綴香料（馬告、刺蔥）	11:30-12:30
週三	⭐ 客人真實好評 第一次吃就愛上	「第一次吃原住民料理就愛上！」❤️ 很多客人來之前都會問：會不會吃不習慣？但吃過之後，帶走的是驚喜與回味。 平日中午，給自己一點不同的放鬆時光 🌞 📍 輕鬆用餐，不用等位 🕒 現在就來體驗部落的溫度	・顧客用餐情境（自然互動） ・疊字卡：「好評推薦」 ・加入評論截圖風格設計 ・溫暖色調、生活感	12:00-13:00
週五	🔥 週末前最後召集 平日限定輕鬆吃	這週辛苦了，先好好吃一頓吧 🔥 還沒到週末，但可以先享受一點小放鬆。 平日午餐時段，少了人潮，多了剛剛好的悠閒。 📍 招牌部落料理 🕒 中午也能享受饕餮餐氣氛 🌟 趁現在，來一場不用人擠人的美味時光	・主餐特寫（如烤雞腿） ・燦爛感 + 高對比光影 ・大字標題：「平日限定」 ・加入CTA按鈕風格設計	11:30-12:30

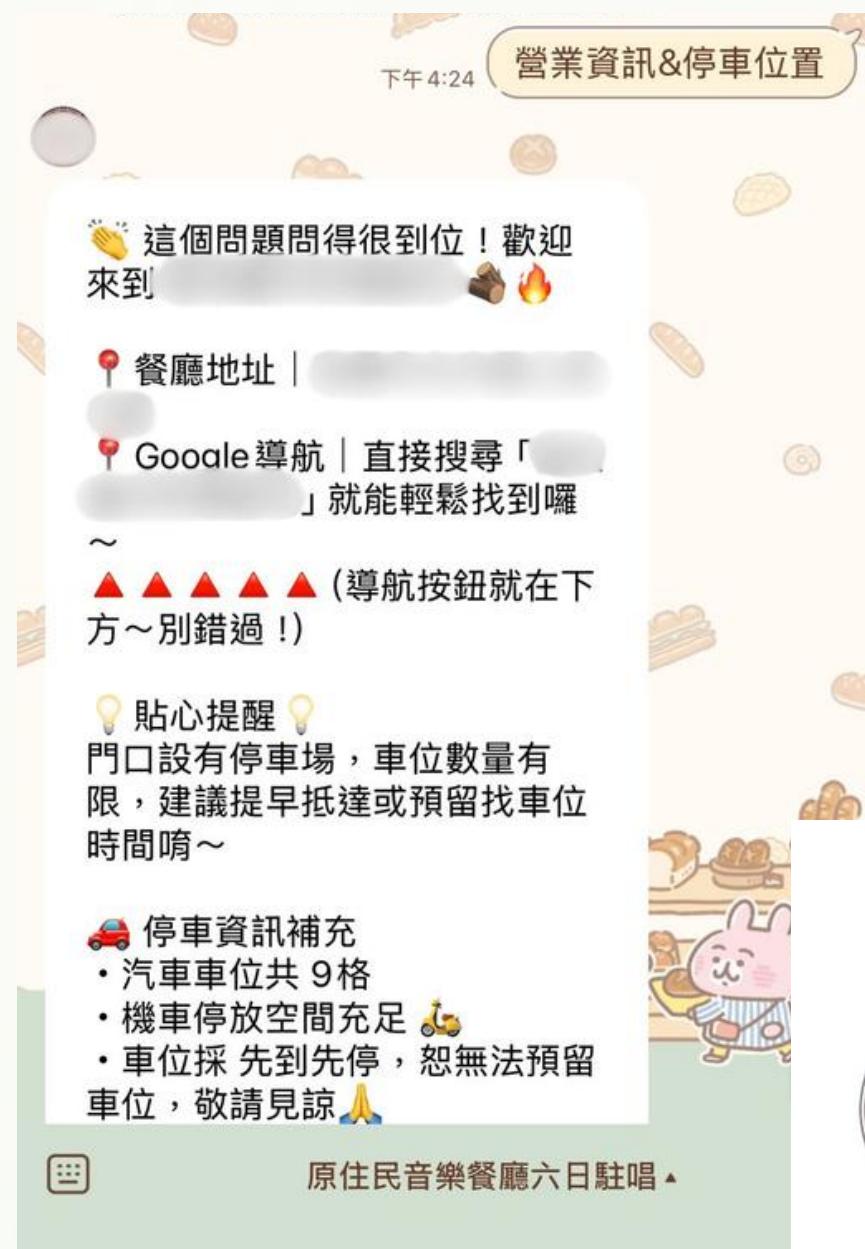


- AI 工具串社群平台 -

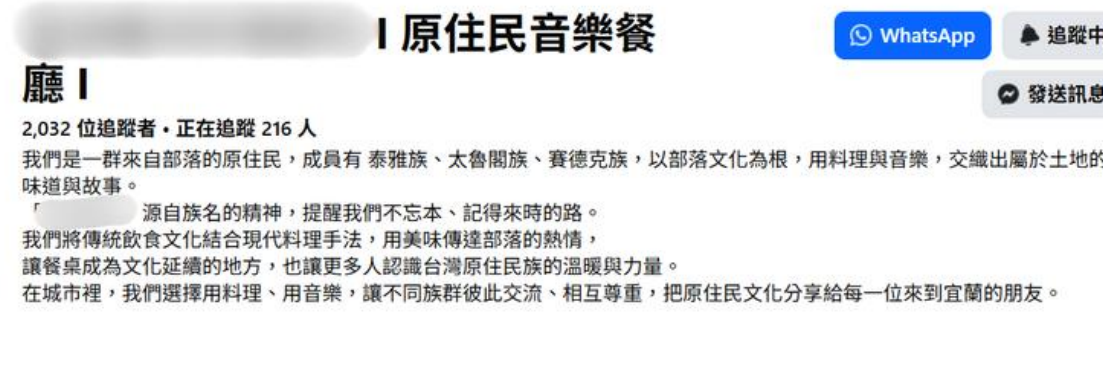
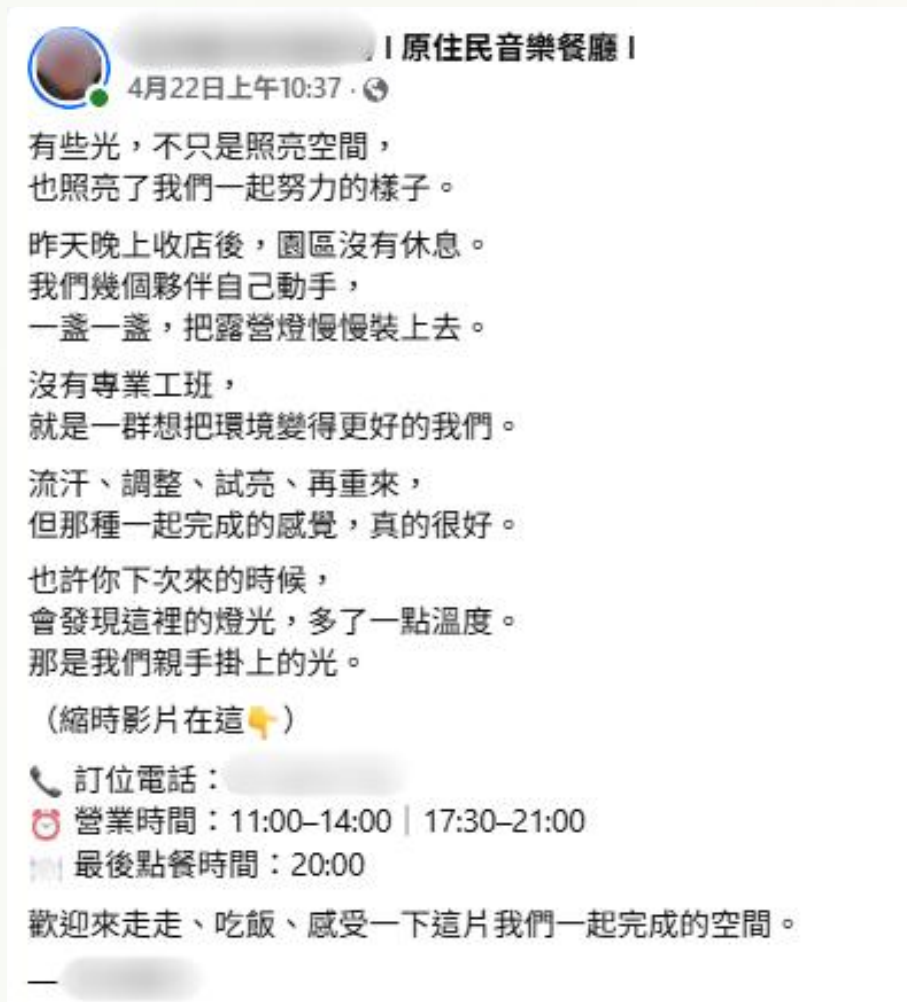


AI 導入亮點個案-原住民音樂餐廳

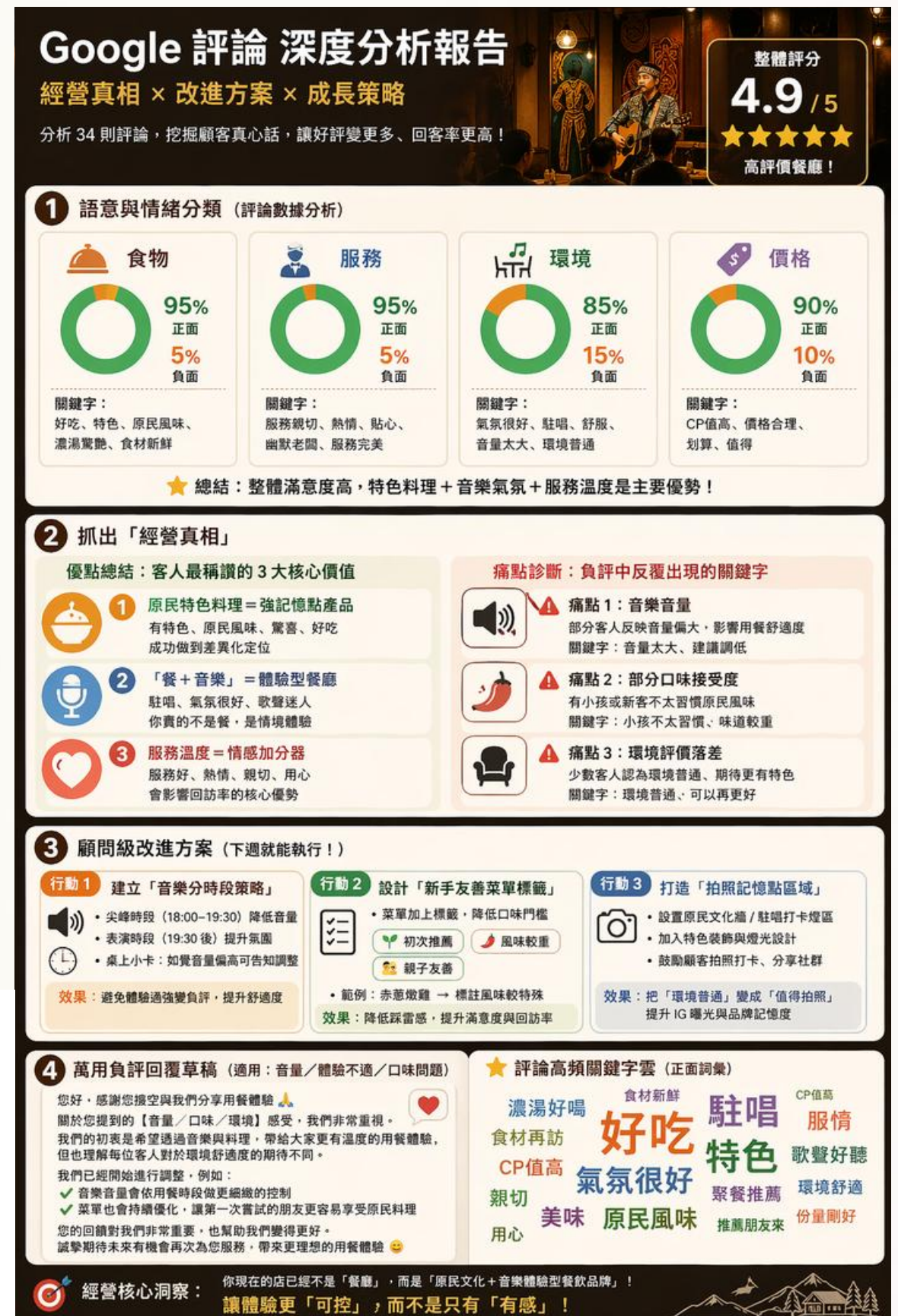
-LINE官方帳號自動回覆-



AI 生成社群文案



-GEO在地搜尋優化（提升曝光）-

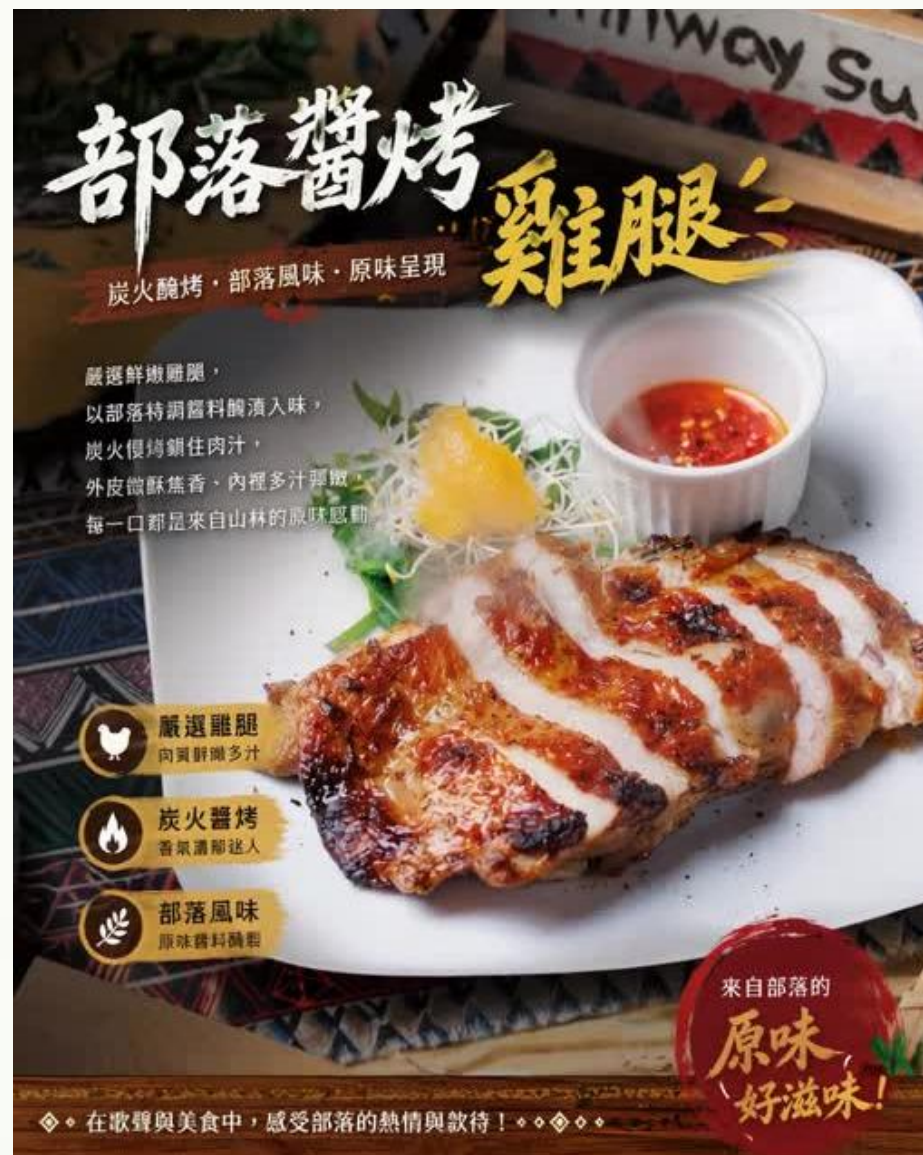


-GOOGLE評論 AI 語意分析 (找出營運痛點)-

AI 導入亮點個案-原住民音樂餐廳

-CANVA AI 生成影片-

-生成電商素材-



- AI 生成多語系菜單 -

AI 經營讀心術 看穿數據真相 產出獲利文案

不只是看圖表，更要讓 AI 幫你「分類客人、找對痛點、寫對劇本」

提高廣告文案、活動腳本產出速度

不只文案！針對特定節慶（如情人節、母親節）
產出「分眾文案」。



行銷報表自動分析

餐飲業者在經營過程中會產生大量數據，但往往因為分散在各個平台（POS、Google 商家、FB/IG）而難以整合。利用 AI，可以將這些冰冷的數字轉化為直觀的營運建議。



客戶需求精準分群

根據數據分析結果，利用 AI 建立顧客樣貌（例如：重視健康的上班族、喜歡熱鬧的家庭客）。針對不同族群設定差異化的溝通及優惠策略。

如何利用 AI 自動產生行銷報表？

對於不擅長複雜數據軟體的經營者，可採用「對話式分析」流程



數據匯出（備料）

- 匯出銷售紀錄成 Excel 或文字檔。
- 從 FB/IG 後台導出洞察報告。
- 將 Google 商家的指標截圖或轉存為文字檔。



上傳 AI 工具（烹飪）

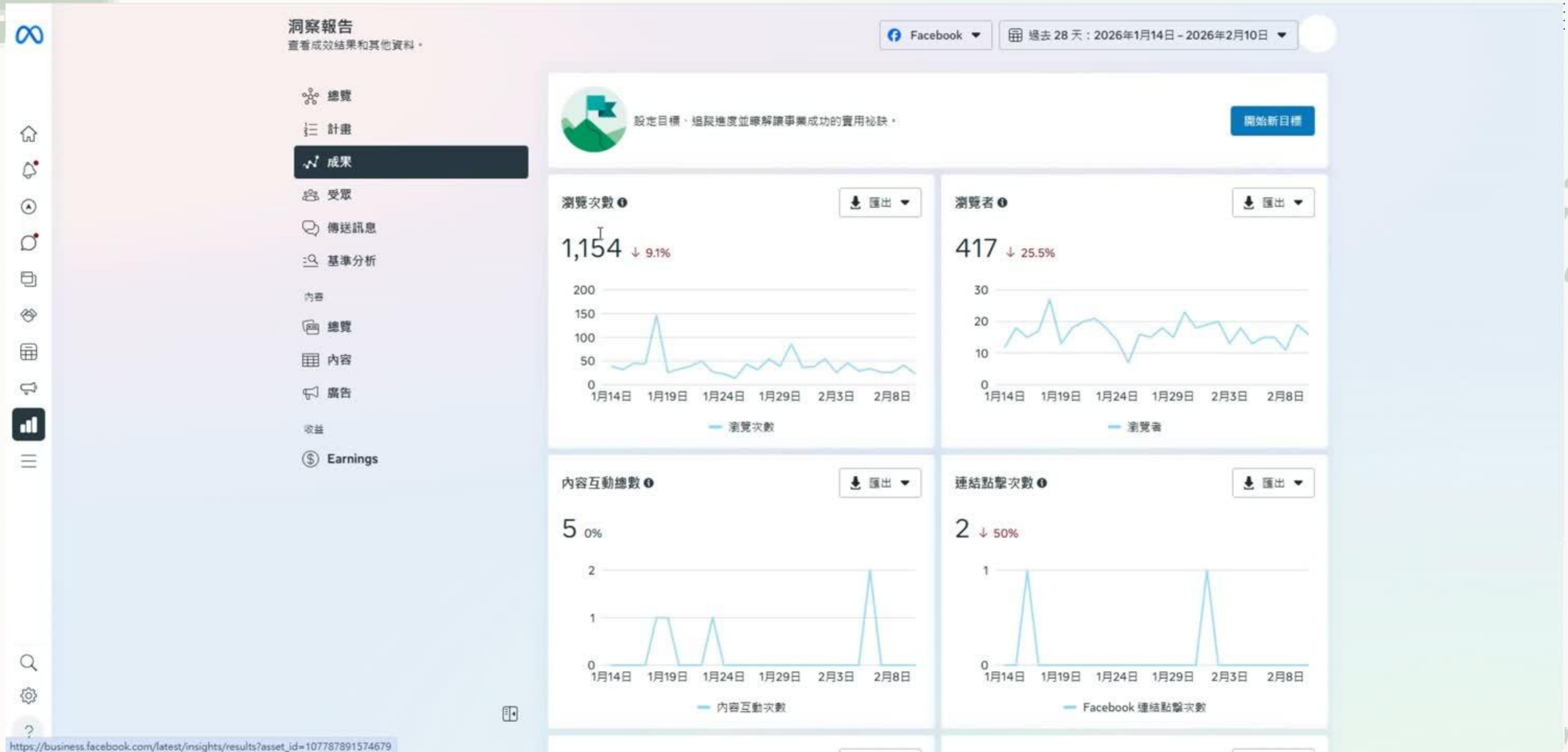
- 將檔案直接上傳至 ChatGPT 或 Gemini。
- 下達指令 (Prompt)：「這是我店內上個月的銷售與社群數據，請幫我整理成一份週報摘要，並列出 3 個做得好的地方，以及 2 個需要改進的建議。」



AI 經營顧問（決策建議）

- 要求 AI 進行「跨維度分析」：「我從 Meta 後台看到上週粉專觸及率上升了 20%，但我的 POS 系統顯示實際業績卻下滑了 10%。請幫我分析可能的原因，並給我 3 個下週改善『轉換率』的具體行動方案。」

FB後台導出洞察報告影片操作範例



進MBS查看【洞察報告】 → 【成果】 → 選擇期間 → 匯出資料

不用自己苦思 AI直接把表現說給你聽

也可以把資料下載為圖檔，直接餵給AI



某傳統餅舖生成結果建議

這份數據顯示你的粉專上個月表現非常強勁，特別是在圖片內容的觸及與互動上。雖然你提供的是單月數據，我已將其平攤並整理成一份「平均週報摘要」供你參考：

- 上月數據週報摘要 (平均每週)
- 發布頻率：每週約發布 5.2 則 貼文（以單月 21 則計）。
- 瀏覽表現：每週平均獲得約 23,450 次 瀏覽，增長率高達 343.9%。
- 互動表現：每週平均獲得約 725 次 互動，增長率高達 346.5%。
- 核心驅動力：「單張相片」是絕對的流量主力，貢獻了超過 75% 的流量與互動。

3 個做得好的地方

- 1.精準掌握「吸睛」格式：你的「單張相片」表現極其出色，單月創造了超過 7 萬次瀏覽。這表示你目前的...

2 個改進建議

- 1.活化「限時動態 (Stories)」的運用：數據顯示目前限時動態發布數為 0。這非常可惜！限時動態是建立「店主日常感」與「限時優惠」的...

總結建議：可建立限時動態增加動作呼籲 (CTA)

不用自己苦思 AI直接把表現說給你聽

也可以把資料下載為圖檔，直接餵給AI



某傳統餅舖生成結果建議

這是一個典型的「流量虛榮指標（Vanity Metrics）」與「實質轉換」脫節的狀況。觸及率上升 20% 代表你的內容成功引起了演算法的注意，但業績下滑 10% 則說明這些流量並沒有轉化為訂單。

為什麼「有流量沒業績」？可能的原因分析：

- 「看熱鬧」的人變多了：上週的高觸及內容（例如美照）可能只激發了用戶的「審美」興趣，而非「購買」慾望。
- 導購門檻過高：雖然大家看到了貼文，但可能不知道該去哪裡下單，或者下單流程太繁瑣（例如需要跳轉到外部網站或等待私訊回覆）。
- 年節效應的觀望期：考慮到現在是 2 月中旬，且過幾天就是除夕（2月16日），消費者可能正處於「年前購物衝刺」後的體力/財力疲勞期，或者正在等最後一波年節優惠。
- 缺乏「現在就買」的理由：內容雖然漂亮，但缺乏急迫性（Scarcity）或優惠刺激，導致用戶「先按讚，等一下再看」，然後就忘了。

演算法提升但沒有轉換成訂單

餐飲業適用！ Google 評論分析指令

直接複製這段文字給 ChatGPT 或 Gemini，並貼上評論內容。這串指令能幫您跳過情緒，直接看到經營的真相。

你現在是一位專業的餐飲經營顧問與公關專家。請針對我提供的 Google 商家評論進行深度分析，並提供具體的營運建議。

請依照以下結構產出分析報告：

1. 語意與情緒分類（請用表格呈現）：將評論內容歸類為「食物」、「服務」、「環境」、「價格」四大指標，並標註每項指標的「正面百分比」與「負面百分比」。

2. 抓出「經營真相」：

優點總結：客人最稱讚我們的 3 個核心價值是什麼？

痛點診斷：負評中反覆出現的「關鍵字」是什麼？（例如：送餐慢、冷氣不冷、某道菜太鹹）。

3. 顧問級改進方案：針對上述痛點，請提供 3 個老闆下週就能執行的具體改進動作。

4. 萬用回覆草稿：請針對「最常出現的負面投訴」產出一段具備專業度與同理心的官方回覆範本，讓我可以隨時微調使用。

【以下是我的評論內容，請開始分析】：（請在此處貼上您的 Google 評論文字）



有實際示範！



操作

實際操作範例！

Google 評論分析指令

在google地圖找到商家評論區，將所有想分析的內容直接框起複製起來貼上

隨時準備好就可以開始了。

1. 語意與情緒分類（請用表格呈現）：將評論內容歸類為「食物」、「服務」、「環境」、「價格」四大指標，並標註每項指標的「正面百分比」與「負面百分比」。
2. 抓出「經營真相」：
優點總結：客人最稱讚我們的3個核心價值是什麼？
痛點診斷：負評中反覆出現的「關鍵字」是什麼？（例如：送餐慢、冷氣不冷、某道菜太鹹）。
3. 顧問級改進方案：針對上述痛點，請提供3個老闆下週就能執行的具體改進動作。
4. 萬用回覆草稿：請針對「最常出現的負面投訴」產出一段具備專業度與同理心的官方回覆範本，讓我可以隨時微調使用。

【以下是我的評論內容，請開始分析】：(請在此處貼上您的 Google 評論文字)

+

高

0

↑

餐飲業適用！ Google 評論分析指令

AI回應結果參考

你好！我是你的餐飲經營顧問。收到這份評論清單後，我立即針對「XX職人牛肉麵」進行了全方位的品牌健檢。從評論來看，你的店鋪在XX地區已經成功建立起「高質感、五星級水平」的強大護城河。在牛肉麵這個競爭紅海中，能讓多位客人口中吐出「天花板」、「對得起價格」這種評價，是非常不容易的成就。以下是為你整理的深度分析報告：

1. 語意與情緒分類分析

根據數據統計，客人的情緒高度集中在「驚艷」與「感激」。

指標	正面百分比	負面百分比	核心反饋摘要
食物	92%	8%	肉量炸裂、口感軟嫩、小菜（梅汁蕃茄/鴨血）具飯店水準；唯獨麵條軟硬度偶有爭議。
服務	98%	2%	育兒/寵物友善做得極其到位，招待小朋友乾麵的舉動極度圈粉；老闆與闆娘的親和力是核心競爭力。
環境	95%	5%	老宅改建有質感、冷氣夠強、衛生極佳；少數提到停車位在巔峰時段不足。
價格	85%	15%	雖然單價在XX地區偏高，但絕大多數客人認同其價值（Value）超過價格。

AI 數據賦能：精準分眾行銷實務

讓 AI 幫你「看穿」需求，讓標籤幫你「打中」核心

新客/觀望族

穩定回頭客

分眾行銷，就是把你的顧客「依照興趣、屬性、消費行為等分成不同族群」

曾問過生日、週年

常問外送、大桌點餐

我們剛才已經用 AI 幫餐廳做完了『健康檢查』，現在我們知道誰在抱怨出餐慢、誰最愛我們的招牌牛排、也知道哪些是只看訊息不點餐的人

但『知道』只是第一步，行銷真正的價值在於『行動』

下一階段，我們以LINE@分眾標籤為例，要教大家如何把 AI 幫你算出來的這些數據，一格一格地填入 LINE 的標籤系統裡。我們要讓每一則發出去的訊息，都像主廚親自站在桌邊問候一樣精準

如何使用標籤來分眾？

4種常見的分眾變數類型



分眾行銷-LINE@受眾頁面

讓行銷不再「亂槍打鳥」，而是更精準、更有效！

受眾

您可基於特定條件來建立、管理想觸及的用戶。依各種條件設定不同的目標「受眾」，讓群發訊息所觸及的客群更加精準。將受眾建立完畢且狀態變更為「有效」後，即可設為傳送對象並開始傳送群發訊息。[前往訊息建立頁面](#)

免付費用戶需要手動添加標籤給每位好友

受眾名稱	類型	數量 ②
商業午餐	聊天標籤	13
節慶聚餐	聊天標籤	53
週末家庭	聊天標籤	42
穩定回頭客	聊天標籤	54
首次曝光	曝光	120

分眾行銷-分類的邏輯與範例

讓行銷不再「亂槍打鳥」，而是更精準、更有效！

分眾標籤名稱	分類邏輯與來源說明	群發訊息範例（含文案與 CTA）
忠實老饕 (VIP)	AI 報表分析：單月回訪超過 3 次，或累積消費金額位居前 10% 的核心顧客。	感謝支持！親愛的 VIP，主廚本週開發了私房新菜，誠摯邀請您來品鑑，預約即招待限定開胃菜！[立即預約]
商務午餐團	AI 對話分析：週一至週五透過 LINE 詢問今日特餐，或曾預訂 3 人以上工作午餐者。	午餐想好要吃什麼了嗎？今日限定「嫩煎鮭魚定食」85 折！11 點前預訂免排隊，營養滿分！[線上點餐]
節慶聚餐族	AI 評論/對話分析：曾在評論提及「生日」、「週年」，或對話中出現 4 人以上訂位需求。	下個月要慶生嗎？提早 7 天預約 4 人以上聚餐，我們將為壽星準備專屬慶生驚喜與驚喜小蛋糕！[查看詳情]
好評回饋用戶	AI 評論分析：在 Google 留下 5 星好評，或在對話中主動給予餐點正面建議者。	看到您的五星好評，全體同仁都非常感動！送上一張「回味招待券」，下次內用點主食即贈手工甜點。[領取優惠]
週末家庭客	AI 訂位洞察：常於週末出沒，且曾詢問過兒童餐具、嬰兒椅或點購兒童套餐者。	週末放電時光！帶小寶貝來用餐，本週推出「小小廚師體驗組」，滿額再抽精美小玩具！[點我訂位]

((或是你也可以直接丟給AI幫你想~

分眾行銷

分眾+功能有哪些？

中/高用量方案免費使用

自動貼標籤



看更多介紹

LINE 官方帳號分眾+提供比 LINE 官方帳號管理後台更多元且更自動化的分眾方式，徹底掌握好友。不用複雜的 API，用分眾+就可以簡單又快速的分類好友。

開店幫手



看更多介紹

經營店家的你，是否也面臨著手續費猛漲的困擾，或是在多平台之間切換，管理不易，客人也容易流失呢？

LINE 官方帳號開店幫手解決你的痛點

*0 元成交手續費，官方帳號中用量免費使用

*會員管理超方便

*直播購物，邊看邊買無痛點

抽獎加好友幫手



看更多介紹

您曾苦惱要如何吸引潛在顧客加入 LINE 官方帳號好友嗎？曾苦惱如何降低封鎖率嗎？分眾+內建「抽獎加好友幫手」，透過抽獎活動自然的吸引目標客群加入好友及解封鎖，未來在官方帳號推播訊息就能有更多人看到！

分眾行銷

分眾+功能有哪些？

AI 文案幫手



看更多介紹

寫文案時總是靈感枯竭嗎？人力不夠，時間不夠寫文案嗎？分眾+ 內建 AI 文案幫手，利用時下最好用的生成式AI技術，就能輕鬆產出一篇吸引人的文案，還能調整不同的語氣！

圖文選單



看更多介紹

可對不同標籤的好友顯示不同圖文選單，讓好友更有客製化"你懂我"的專屬感！

商店受眾

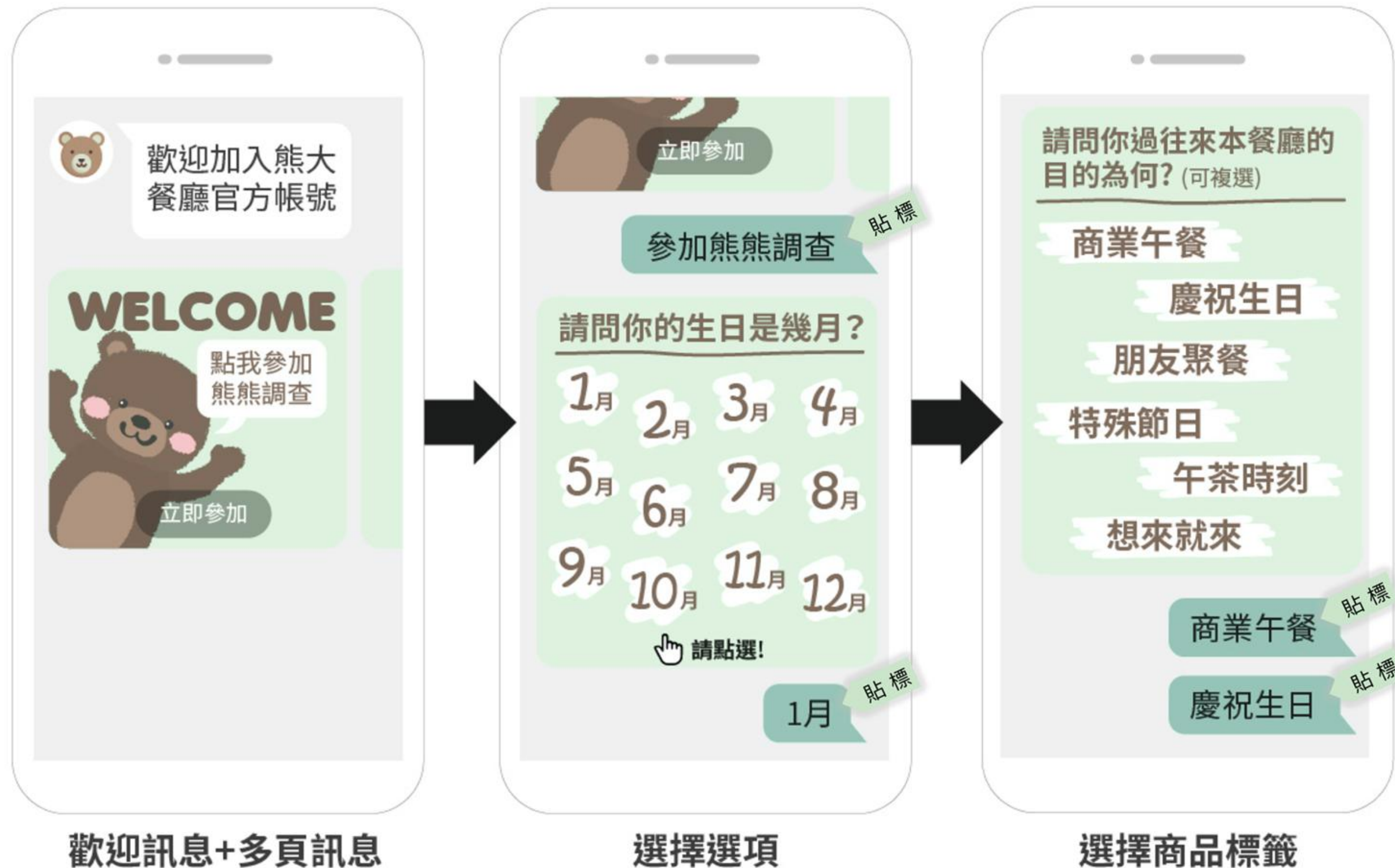


看更多介紹

若您有使用開店幫手，別浪費開店幫手上的數據！當顧客瀏覽開店幫手商品、收藏商品、或購買商品，您都可以將這些顧客打包成受眾，在分眾+ 上對不同受眾精準溝通，提升轉單率。

分衆行銷-透過問券調查 自動貼標籤

分衆+功能有哪些?



LINE@ 要怎麼推群發訊息？

- 利用【受眾】區分不同類型的潛在顧客
- 視覺優化、製作更吸睛的封面圖、文案

聊天室相關

加入好友的歡迎訊息

圖文選單

資料管理

受眾

追蹤 (LINE Tag)

選擇受眾類型

除了聊天標籤也有其他現成的分眾可以選



50人以上

訊息點擊

將點擊過群發訊息中的連結的用戶當作受眾對象



50人以上

訊息曝光

將開封過群發訊息的用戶當作受眾對象



50人以上

圖文選單點擊

將點擊過圖文選單的用戶當作受眾對象



50人以上

圖文選單曝光

將顯示過圖文選單的用戶當作受眾對象



50人以上

加入好友管道

將點擊過圖文選單的用戶當作受眾對象



聊天標籤

聊天標籤

將於聊天室設定標籤的用戶當作受眾對象

受眾-訊息點擊

對象：對某則貼文、活動、商品資訊「感興趣但未下單」的人

行為特徵：

- 有點開，但還沒有詢問、還沒預訂
- 屬於「興趣高，但猶豫中」族群

最適合推的優惠：

- 限時折扣（ex：48 小時 \$300 折扣碼）
- 加碼贈品（ex：預訂贈優惠券 / 炸物一份）
- 最後訂位通知（ex：本週末剩最後 2 桌）
- 套餐強調圖 + FAQ（幫助他更快決策）

▮ 這群人推優惠，轉換率通常最高。

他對這個有興趣，
只差臨門一腳！



50人以上

訊息點擊

將點擊過群發訊息中的連結的用戶當作受眾對象。

受眾-訊息曝光

對象：看過但沒有點開的人

行為特徵：

- 有看到貼文，但沒點進去細看
- 興趣低、或資訊不夠吸引

適合優惠內容：

- 招牌餐點短影音
- 新品／季節限定菜色
- 套餐優惠與加購活動
- 訂位、外帶、內用導流

目標是把他們引導到「點擊族」那群。

他滑過去了，可能是
圖片不夠吸引人？

適合的內容策略：

- 更吸睛的封面圖（視覺優化）
- 生活感強的內容（ex：主廚擺盤、餐廳氛圍感短片）
- 好康明確化（ex：週末主餐免費升套餐、領券贈飲品）



50人以上

訊息曝光

將開封過群發訊息的用戶當作受眾對象。

受眾-圖文選單點擊

對象：強烈目的性客群（正在尋找餐廳資訊的顧客）

行為特徵：

- 有明確目的：看菜單、查價格、線上訂位等
- 大機率是「接近下單」的人

適合的內容策略：

- 立即預訂連結
- 優惠碼（如平日限定折扣）
- 動態餐位資訊
- 預約服務（節慶套餐預約、外帶點餐）



適合優惠內容：

- 若他點的是「菜單區」→ 推熱門組合折扣
- 若點「訂位」→ 推早鳥預約優惠
- 若點「交通」→ 推特約停車場資訊

轉換率也很高，因為他已經有「行動意圖」

受眾-圖文選單曝光

對象： 低互動、單純瀏覽者

行為特徵：

- 沒點選單，可能是「第一次加好友」
- 或不確定餐廳的主打菜系

適合的內容策略：

- 新手指南（品牌故事、招牌菜、訂位流程）
- 歡迎訊息包（折扣／亮點介紹）
- 一鍵查價 / 一鍵問小編

適合優惠內容：

- 新朋友歡迎折扣（例如飲品招待券）
- 離峰時段小福利（平日時段 85 折）

這群人目標是 暖機、導流



50人以上

圖文選單曝光

將顯示過圖文選單的用戶當作受眾對象。

受眾-圖文選單曝光

受眾條件可設定期間、選擇點擊按鈕。
當則數有限時可以適當利用條件篩選用戶。

期間類型 ?

滾動期間

滾動期間

天

請設定於10~180之間。從最近的統計完成日起算，於所設定的天數期間內相符的用戶即為滾動期間的對象用戶。

動作（點擊的用戶）

☐ 所有動作 (~19)

☐ A 文字 - 課程資訊 (~19)

☒ B 文字 - 我要諮詢 (~19)

☐ C 文字 - 最新消息 (~19)

☐ D 文字 - 聯絡資訊 (~19)

☐ E 連結 - https:// (~19)

☐ F 連結 -

受眾-加入好友管道

增加好友工具→設定加入好友管道
→命名建立(無法刪除修改)
相當於一組固定的網址、QR code



對象：從特定來源加入，例如 QRcode、粉專、IG、網站、廣告

行為特徵：

- IG 來的 → 喜歡氛圍、視覺
- FB 粉專 → 活動導向、家庭客
- Google Map QR → 強烈用餐意圖
- 餐飲展 QR → 追求優惠與試吃

對應優惠策略：

- **IG 族群：**
 - 視覺派 → 推送「主廚擺盤秀」短片、餐廳打卡熱點攝影集
 - 打卡贈特製精美小點
- **FB 粉專族群：**
 - 推廣活動型優惠（如 四人同行一人免費）
- **官網導流族群：**
 - 直接推訂位連結
- **部落客 / KOL 來源：**
 - 使用專屬序號折扣



50人以上

加入好友管道

將以特定管道將您加入好友的用戶當作受眾對象。

受眾-聊天標籤

基本方案至多建立5個標籤，每個聊天室可新增1個標籤
進階聊天方案最多可建立300個標籤，每個聊天室可新增30個標籤

對象：最關鍵的分眾，也是最適合餐飲 AI 應用的環節

根據聊天內容標籤顧客：

問素食、問車位、問慶生、問大桌（聚餐）、問外送、問酒水（開瓶費）、問寶寶椅（親子）、問特定菜色

精準推送優惠：

- 素食族 — 蔬食新品試吃券、植感套餐限時優惠。
- 慶生族 — 招待生日特製甜點、壽星當日用餐 9 折優惠。
- 親子族 — 免費兒童套餐、小小廚師體驗、兒童餐具借用預約。
- 聚餐族 — 滿額招待大盤驚喜拼盤、預約早鳥享神秘開胃菜。

這個分眾最容易做到高轉換 → 高滿意度



群發訊息

群發訊息>建立新訊息

建立完分眾後再建立群發訊息，針對分類對象推送不同優惠
(推廣方案：輕用量200則/月、中用量3000則/月、高用量6000則/月)

主頁

分析

聊天

群發訊息

訊息一覽

建立新訊息

廣告活動

群發訊息

儲存草稿

傳送測試訊息

傳送對象

☐ 所有好友

☒ 篩選目標

可依據好友的行為及屬性等篩選傳送的目標，以提高群發訊息的效果。

傳送對象名稱 (選填) 0/100

您可設定篩選條件名稱以利管理，篩選條件名稱將顯示於訊息一覽的「對象」處。

受眾 [什麼是受眾？](#)

未選擇

依屬性篩選 [什麼是屬性資訊？](#)

未選擇

推測目標好友 ②

100%

約172人

可以選擇傳給自己或管理員，不會消耗訊息則數

群發訊息

群發訊息>建立新訊息

建立完分眾後再建立群發訊息，針對分類對象推送不同優惠

受眾

×

輸入受眾名稱



清除

受眾名稱

類型

數量

圖文選單點擊:
202509150914

圖文選單點擊

74

包含

不包含

聊天標籤受眾:
202506251626

聊天標籤

74

包含

不包含

6月初課程學員: 20250618

聊天標籤

74

包含

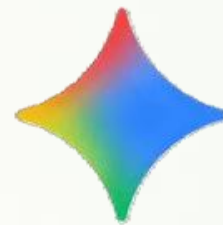
不包含

工具介紹

本次課程核心工具



ChatGPT



Gemini



Canva

我可以幫你什麼忙？

提出任何問題



附加



搜尋



學習



創作圖像

ChatGPT 初次使用

註冊：多種快速註冊或登入方式，使用同一帳號可以在不同裝置切換



建立帳戶

電子郵件地址

繼續

已經帳戶了？請登入

或



繼續使用 Google 登入



繼續使用微軟帳號登入



繼續使用Apple登入

🌟 年，你好
你想從哪裡著手？

問問 Gemini 3

+ 工具

思考型 ▾

🔥 生成圖片

製作影片

撰寫任何內容

幫助我學習

提升我的一天

Gemini 初次使用

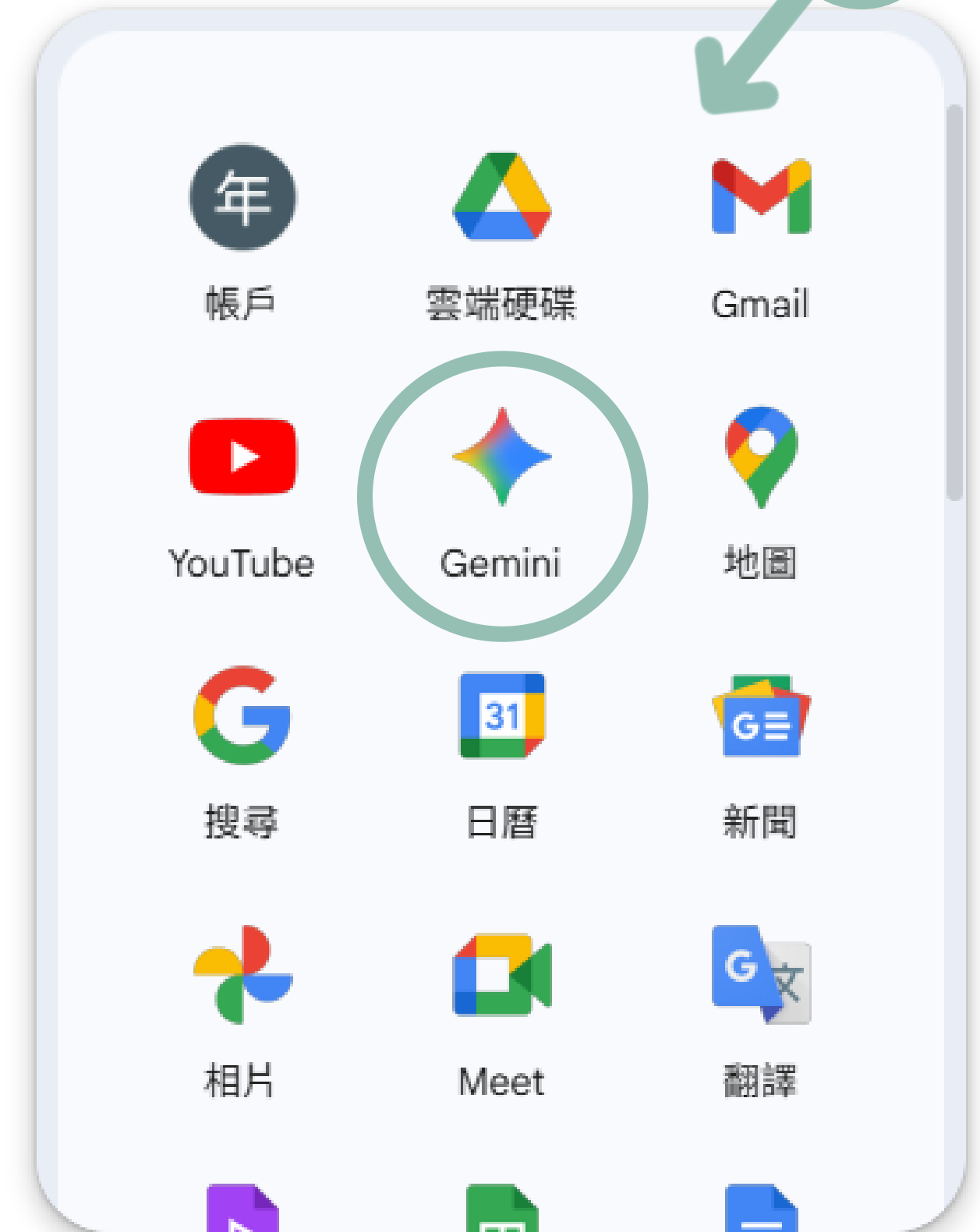
註冊：登入Gmail即可使用

Gmail

圖片

年

年



行銷文案撰寫

腳本產出與修改

部落格內容結構建立

Google評論與回覆

LINE@ 對話腳本規劃



ChatGPT 可應用在哪些行銷工作？

OpenAI 開發的生成式 AI 對話系統，能像真人一樣跟你對話，並根據輸入內容生成文字。
系統核心為 GPT（Generative Pre-trained Transformer）模型，
可以理解語言、推理，並生成回答、文章、程式碼等。

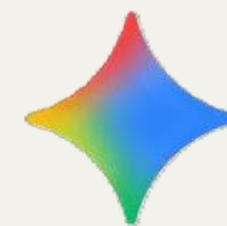
生活照變證件照

髮型設計

改變單一設定

AI公仔

Q版貼圖



Gemini 熱門應用

Google 開發的生成式 AI 對話系統，能像真人一樣跟你對話，並依據輸入內容生成文字或多模態回應。

系統核心為 Gemini（多模態大型語言模型），

具備語言理解、推理與跨模態處理能力，可生成回答、文章、程式碼，甚至處理圖片、音訊等多種內容。

兩大大型語言模型使用上的差異

Chat GPT & Gemini

Chat GPT 比較像「行銷企劃＋文案小編」
Gemini 比較像「資料整理＋視覺分析助理」

比較項目	GPT 可應用的行銷工作	Gemini 可應用的行銷工作	主要差異
文案產出	社群貼文、廣告標題、LINE 推播、EDM、品牌故事	也能寫文案，但更適合搭配資料或圖片後延伸內容	GPT 較擅長從零開始寫出完整文案  勝
活動企劃	促銷活動、節慶活動、會員活動、週發文計畫	可協助整理活動方向、素材需求、競品參考	GPT 較適合產出完整活動架構  勝
圖像素材	可規劃圖片主題、構圖、標語、拍攝建議	可分析圖片優缺點、判斷風格、提出改善方向	Gemini 較適合「看圖後分析」  勝
顧客評論分析	整理 Google 評論、分類優缺點、產生回覆模板	也可分析評論與資料，適合搭配多來源內容整理	兩者都能做，GPT 較適合產出回覆文字  
數據整理	產出週報摘要、行銷建議、改善方案	擅長整理多格式資料、摘要重點、搭配圖片分析	Gemini 在多模態資料整理上較有優勢  勝
客群分眾	設計 VIP、上班族、家庭客、節慶客話術	協助從資料或圖片中判斷不同客群偏好	GPT 較適合產出分眾溝通文案  勝
品牌內容	品牌故事、官網介紹、菜單文案、店家理念	可協助整理品牌資料、分析現有內容是否一致	GPT 較適合長文與品牌敘事  勝
素材檢查	檢查文案是否有 CTA、優惠是否清楚	檢查圖片是否吸睛、版面是否清楚、視覺是否一致	Gemini 較適合視覺檢查  勝

AI圖片生成與提示詞免費版使用次數

★ 小提醒：實際使用時，請以 Gemini 或 ChatGPT 畫面上的額度提示與重置時間為準。

 Gemini / Nano Banana 2 Gemini 3.1 Flash Image 圖像模型	
 圖片生成 / 編輯	免費版可體驗 約數張～數十張不等 實際可生成張數依帳號、模型 (Nano Banana 2) 與系統負載而調整
 提示詞 / 對話使用	依額度動態調整 依運算額度計算 提示越複雜、使用的模型與功能越多 消耗額度越快；額度會定期刷新
 適合用途	圖片生成、圖片修改、 中文文字設計 商品圖、社群圖卡、活動主視覺、 行銷素材製作

 ChatGPT ChatGPT (GPT-4o 系列模型)	
 圖片生成	免費版可少量體驗 約數張不等 達上限時會顯示重置時間或升級提示 實際額度依帳號與系統規則調整
 提示詞 / 對話使用	依方案上限調整 免費版有使用上限 達上限後需等待重置時間， 或考慮升級方案以獲得更多額度
 適合用途	提示詞撰寫、文案規劃、 創意發想 指令整理、腳本撰寫、 圖片生成指令優化

- 使用小技巧
- ✔ 先構思提示詞與素材方向，再生成最需要的圖片
 - ✔ 善用圖片編輯功能，減少重複生成次數



免費版

協助處理日常大小事的智慧助理

\$0 /每月

取得免費版 >

- ✓ 有限度存取 GPT-5.5 Instant
- ✓ 有限額的訊息與上傳功能
- ✓ 有限額且速度較慢的圖像生成
- ✓ 有限額的深度研究功能
- ✓ 有限額的記憶與上下文功能
- ✓ 有限額使用 Codex
- ✓ 有限額使用桌面版 ChatGPT 工作

Go

最適合長篇對話

\$270 /每月

取得 Go >

✧ 免費方案的所有功能，再加上：

- ✓ 更多 GPT-5.5 Instant 使用額度
- ✓ 更多訊息額度
- ✓ 更多上傳額度
- ✓ 更多圖像生成額度
- ✓ 更長期的記憶

Plus

最適合進階工作與提升生產力

\$690 /每月

取得 Plus >

✧ Go 方案的所有功能，再加上：

- ✓ 使用 GPT-5.6 的進階推理模型
- ✓ 訊息和內容上傳額度再擴充
- ✓ 更複雜且更精準的圖像生成
- ✓ 深度研究使用額度再擴充
- ✓ 記憶和上下文長度再擴充
- ✓ 專案、排程任務和自訂 GPT
- ✓ Codex 使用額度再擴充

\$3,300 /每月 層級的 Codex 使用額度提升至兩倍（2026 年 5 月 31 日止）。

Pro

最適合研究與寫程式

From

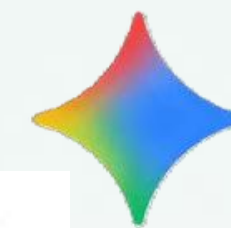
\$3,300 /每月

訂閱 Pro 方案 >

✧ Plus 方案的所有功能，再加上：

- ✓ 使用額度提升 5 倍或 20 倍
- ✓ 使用 GPT-5.6 Sol Pro 進行 Pro 推理
- ✓ Codex 最大任務數量
- ✓ 無限額且更快速的圖像生成
- ✓ 最高等級的深度研究
- ✓ 最高等級的記憶和上下文
- ✓ 專案、任務和自訂 GPT 使用額度再擴充

*沒有公開量化每個功能的使用配額，以時間內用量限制的方式控制用量。
(方案內容以官方頁面與實際帳號畫面為準)



推薦

Google AI Plus

取得更多 AI 工具權限，提升工作效率並盡情發揮創意¹

☁ 200 GB 儲存空間²

\$260/月

取得 Google AI Plus

Gemini

- ✓ 享有 2 倍用量
取得未訂閱 Google AI 方案時的 2 倍用量
- ✓ 使用 Flash 思考型模型
享 Gemini 3 Flash 思考型模型的卓越處理速度和智慧功能，輕鬆解決複雜問題

享有進階功能的更多權限

-  Google Flow
取得更多 AI 電影製作工具權限，運用 Google 的創意模型，打造電影般的場景與故事
-  Google 搜尋
在 Google 搜尋享有 Nano Banana 的更多權限
-  Gmail 內建 Gemini
直接在 Gmail 使用 Gemini
-  NotebookLM
享更多權限，可使用語音和影片摘要、測驗等功能，與我們的研究夥伴互動
-  Google Flow Music
享有更多 AI 音樂工作室功能

Google AI Pro

享有更多 Google 服務福利，工作更有效率，創作更得心應手¹

☁ 5 TB 儲存空間²

\$650/月

取得 Google AI Pro

Gemini

- ✓ 享有 4 倍用量
取得未訂閱 Google AI 方案時的 4 倍用量
- ✓ 使用 Pro 模型
享 Gemini 3 Pro 模型的進階推論功能，輕鬆解決複雜的數學和程式設計問題
- ✓ 享有 Deep Research 和影片生成等功能
使用 Deep Research 和影片生成等進階功能

享有 Google 最強大模型的高階權限，還能使用其他功能

-  Google Flow
取得高階 AI 電影製作工具權限，運用 Google 的創意模型，打造電影般的場景與故事
-  Google 搜尋
使用 Gemini 3 Pro 和其他功能
-  Gmail、Google 文件和 Vids 等服務內建 Gemini
直接在更多 Google 應用程式 (例如 Google 文件、試算表和簡報) 使用 Gemini
-  NotebookLM
享更高權限，可使用語音和影片摘要、測驗等功能，與我們的研究夥伴互動

Google AI Ultra

享有 Google AI 功能的更高權限，加快工作流程¹

☁ 20 TB 儲存空間²

最低價

\$3,300/月

取得 Google AI Ultra

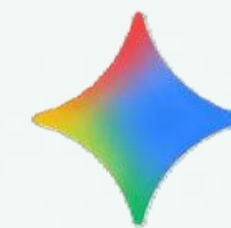
Gemini

- ✓ 享有 Pro 方案的 5 倍用量
取得 Google AI Pro 方案的 5 倍用量
- ✓ 享 Pro 模型更高權限
享 Gemini 3 Pro 模型的進階推論功能，輕鬆解決複雜的數學和程式設計問題
- ✓ 使用 Deep Think 和更多功能
使用 Deep Think 等最先進的功能

享有 Google 最強大模型的更高權限，還能使用其他功能

-  Google Flow
取得更高的 AI 電影製作工具權限，運用 Google 的創意模型，打造電影般的場景與故事
-  Google 搜尋
以更高權限使用 Gemini 3 Pro 和其他功能
-  Gmail、Google 文件和 Vids 等服務內建 Gemini
直接在更多 Google 應用程式 (例如 Google 文件、試算表和簡報) 使用 Gemini
-  NotebookLM
享更高權限，可使用語音和影片摘要、測驗等功能，與我們的研究夥伴互動

*沒有公開量化每個功能的使用配額，以時間內用量限制的方式控制用量。
(方案內容以官方頁面與實際帳號畫面為準)



用量限制 PRO

方案限制會決定你在一段時間內的 Gemini 使用量。進階模型和功能可能需要更高的用量。[瞭解詳情](#)

剛才更新

目前用量 ⓘ

已使用 26%



重設時間：下午2:34

每週上限

重設時間：5月28日 上午9:34

已使用 1%

系統每 5 小時會重設一次用量，直到達到每週用量上限。



Google One 方案與定價

*每個帳號顯示優惠可能不同，以實際畫面為主

不定時優惠、Gemini及雲端硬碟共享

15 GB

✓ 15 GB 儲存空間

推薦

Basic (100 GB)

每月 \$65

開始使用

最多可與 5 人共用儲存空間

✓ Google 相簿、雲端硬碟與 Gmail 合計共用 100 GB 儲存空間

Google AI Plus (2 TB)

每月 \$330

開始使用

最多可與 5 人共用儲存空間

享有強大新功能

✓ Google 相簿、雲端硬碟與 Gmail 合計共用 2 TB 儲存空間

✓ Gemini 應用程式的用量額度比未訂閱 Google AI 方案時高 2x，還可使用 Flash 思考型模型

✓ 透過 Flow 享 Google 創意模型的更高權限

✓ Gmail 內建 Gemini

✓ 享 NotebookLM 更多權限

✓ 在各項 Google 服務中享有更多福利

Google AI Pro (5 TB)

每月 \$650

開始使用

最多可與 5 人共用儲存空間

享有強大新功能

✓ Google 相簿、雲端硬碟與 Gmail 合計共用 5 TB 儲存空間

✓ Gemini 應用程式的用量額度比未訂閱 Google AI 方案時高 4x，還可使用 Pro 模型、Deep Research 等功能

✓ 透過 Flow 享 Google 創意模型的更高權限

✓ Gmail、Google 文件和 Vids 等服務內建 Gemini

✓ 享 NotebookLM 高階權限

✓ YouTube Premium Lite · 個人方案

✓ 在各項 Google 服務中享有更多福利

方案頁面

兩大大型語言模型使用上的差異

Chat GPT & Gemini 除了語氣與文案流暢度外，兩者在行銷實務上有以下技術性區別



強項與特色

深度邏輯推理、創意寫作、
客製化專屬機器人 (GPTs)

原生多模態（圖文影音直覺融合）
、超大上下文窗口、資訊即時性

生態整合

擁有強大的自訂 GPT 生態、
微軟 Copilot 整合

深度整合 Google Workspace、
YouTube、Google 搜尋

適用情境

需要打造專屬 AI 助手、重度程式
開發或深度創意寫作的使用者

重度依賴 Google 服務、需要分析
海量資料或多媒體檔案的使用者

大型語言模型常見錯誤認知



Chat GPT & Gemini

迷思

等於 Google，可以即時查最新資料

一定正確，不用檢查

可以取代專業人士

我問什麼，它都能懂

可以完全代替人情味

真相

有知識截止點，搜尋要靠來源

可能產生「幻覺」，需要人工確認

能加快效率，但專業判斷還是靠人

問題要明確，才能得到精準答案

只能模仿語氣，無法取代真實人情味

為什麼 AI 會胡說八道？—— 避開「長單失憶症」

指令愈長，重點愈要放最後！

所有大型語言模型(GPT、Gemini等)目前的通病，當提供給 AI（如 ChatGPT、Gemini）的上下文（Prompt）太長時，AI 對資訊的處理能力會呈現「U 型曲線」

開頭記得住

AI 對 Prompt 最開始的指令印象深刻



結尾記得很清楚

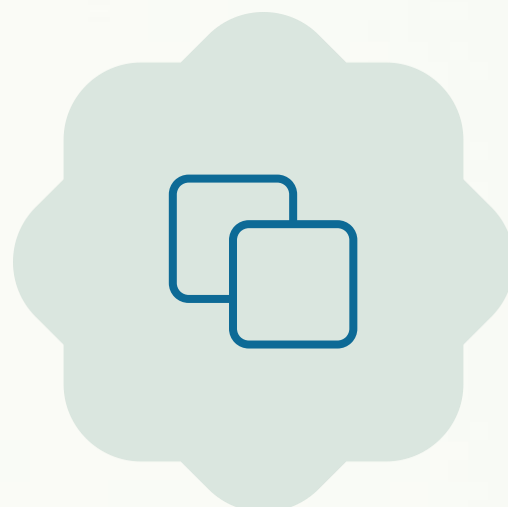
對最後提到的要求也處理得很好

中間大失憶

夾在中間的關鍵資訊最容易被忽略，
導致 AI 出現「腦霧」直接開始胡說八道。

如何緩解這種「數位腦霧」？

既然這是技術限制，我們可以透過一些「提示工程」來幫 AI 提神



關鍵在前，核心在後

把最重要的背景資料放最前面，把最關鍵的指令（Action）放最後面



要求 AI「先思考再回答」

在指令中加入「請先列出上下文中的關鍵事實，再進行分析」，強迫它重新掃描記憶



分段處理

如果資料真的太多，不要一次餵給它
先請它做「段落摘要」，再針對摘要提問



指定範圍

直接告訴它「請重點參考文獻的第三章節」，
縮小它的搜尋範圍

Google AI模式 ≠ Gemini ≠ Gemini

Google AI 模式和 Gemini 不是同一個入口，使用情境不同



搜尋 Google 或輸入網址

 AI 模式

Google AI 模式：搜尋整合與對話式查找
Gemini：內容生成、整理與創作輔助

如何用檸檬、小蘇打和白醋清潔水槽？



AI 摘要

清潔水槽時，**可以先用小蘇打粉撒滿水槽，接著噴灑白醋產生泡沫，靜置約10-15分鐘後，用軟布或海綿刷洗，最後用清水沖淨並將水槽擦乾。檸檬則可用來擦拭或做為替代醋的酸性清潔劑。**

清潔步驟

1. 淨空與初步清潔：將水槽中的所有物品清空，並用溫水沖掉表面的菜渣和油污。
2. 撒上小蘇打粉：將小蘇打粉均勻地撒在水槽表面，重點可放在排水孔周圍和油垢較多的地方。
3. 噴灑白醋或檸檬汁：將白醋倒入噴霧瓶，均勻噴灑在小蘇打粉上，或用檸檬汁擦拭。這會產生氣泡反應，有助於分解污垢和水垢。

顯示更多 

想創作、撰寫、發想內容

→ 使用 Gemini

想查找、比較、整合網路資訊

→ 使用 Google AI 模式

Google AI 模式適合用在哪裡？

由 Gemini 模型驅動的「對話式搜尋介面」

A. 規劃行程與方案 (最推薦用法)

適合用來整合地點、時間、需求與路線。

例：「幫我規劃宜蘭一日遊，早上逛景點，中午找適合親子的餐廳，下午安排室內行程。」

B. 比較複雜資訊

適合用來快速比較產品、方案、價格或條件。

例：「比較兩家餐廳的菜色特色、價格區間、適合客群與交通便利性。」

C. 多模態搜尋 (拍照/語音)

可以搭配圖片或語音，詢問看不懂的物品、場景或資訊。

例：「這張菜單有哪些適合家庭聚餐的餐點？」

「這張照片中的料理可能是什麼？」

AI 模式全部圖片影片新聞更多

幫我規劃新竹一日遊，早上要去適合親子的景點，中午想吃有提供素食的餐廳，下午去室內景點避暑

16 minutes ago

幫您規劃了一個結合戶外親子、素食午餐和室內避暑的新竹一日遊行程。

上午：新竹公園

上午可以帶孩子到新竹市立動物園或在中央公園遊玩。

- 新竹市立動物園：台灣歷史最悠久的動物園之一，園區以動物福祉與生命教育為核心，除了適合孩子觀察動物，也能從中學習保育觀念。
- 中央公園：位於市中心的綠意空間，有寬闊的草坪和完善的遊樂設施，是親子同樂的好去處。

中午：市區素食午餐

玩樂後前往市區享用美味的素食午餐，以下有兩間推薦選擇：

- 森活原素 V-Element 蔬食餐廳
 - 特色：提供多種蔬食料理，如異國風情料理、純素料理等，並可使用信用卡、Line Pay 等支付方式，用餐環境乾淨舒適。
 - 地址：新竹市東區中正路30-1號。



有提供指令喔！

登入後開始輸入前置條件 給AI提示詞角色：專家級提示工程師

設計一款程式設計遊戲
以有趣的方式教導基本概念

編寫一個 Python 指令碼
自動傳送每日電子郵件報告

撰寫訊息
並附上一個小貓咪的 GIF 動畫，來鼓勵心情不好的...

向幼稚園小朋友
解釋懷舊

你是一個專家級AI提示工程師，在各種主題方面具有專業知識。讓我們合作創建最好的AI響應我提供的提示。我們將進行如下交互：

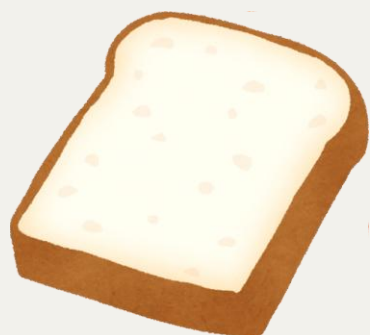
在與 AI 對話前，先於輸入框內提供完整的文字資訊並送出，再開始提問。
這份咒語會清楚描述角色設定與需求，讓 AI 更精準理解並生成符合期待的回覆。

建議

- 一般對話：每次開新對話建議先貼上。
- 課程 AI Agent 教學助教：若已內建角色設定，學員可直接提問。
- 自訂指示：可長期套用於帳號，但適合放個人常用規則，不建議放太單一的課程角色。

讓 AI 扮演相關角色真的會提升回覆的專業性嗎

關鍵在角色設定的「精準度」



沒有角色設定

沒有角色設定時，AI 會回覆「標準助理模式」
答案通常比較中立、廣泛，但少了「專業化、情境化、風格化」的特點。



有角色設定（AI提示工程師）

你先提需求 → 我建議角色 → 你挑選/調整 → 我問細節 → 你補充 → 我生成提示
→ 你審核回饋 → 我再修正，直到滿意。

在輸入指令前... 先讓AI充分了解

商品特色

最終目的

商品特色

先把自己當成客服，完整交代

商品特色

主要賣點與差異性

目標客群

年齡層、興趣、消費習慣

使用情境

什麼時候、在哪裡、為什麼使用

文案風格

希望是幽默、溫暖、專業、簡潔的風格？

最終目的

需求 → 角色 → 目標

說明需求

我要做什麼？

指定角色

你要 AI 以誰的角度來寫？

說明最終目標

我要達到什麼效果？

問AI問題時常覺得 回答很普通、不夠精準嗎？

只要用對提問技巧
你想知道的都能得到！

1 提問結構清楚

AI 輸出的品質，取決於問題的清晰度
建議先了解你想要得到怎樣的結果

- ▶ 行動 + 目的 + 期望
- ▶ 問題 + 後果 + 解法
- ▶ 角色 + 任務 + 格式

「你是一位餐飲經營顧問，請協助我整理『餐廳外場帶位與點餐服務流程 SOP』，並以橫向流程圖格式輸出。」

□ 總結：AI 最重要的技巧就是「清楚、具體、結構化」

2 提供上下文資訊

越多背景，越能產出符合需求的結果

- ▶ **說明產業** 某某餐廳
- ▶ **指定對象** 用餐顧客 / LINE 粉絲
- ▶ **具體情境** 在什麼節日或活動
- ▶ **限定格式** 表格 / LINE 文案

「

我們是一家宜蘭親子餐廳，
請幫我設計一份點餐表，
格式為表格，
需包含圖示方便顧客勾選。

」

+

🎤

↑

▮ 小技巧總結：

在指令中多加「我是誰 → 對誰說 → 在什麼情境 → 要什麼格式 → 用什麼語氣」

3 設定角色與角度

簡單來說：角色 = 框架。你給 AI 一個角色，就等於幫它設定了專業角度、情境和產出格式，讓回覆更精準、更貼近實際需求。

- ▶ 餐飲行銷專家
- ▶ 金牌主廚
- ▶ 餐廳經理
- ▶ 專業美食評論家

「
你是一位餐飲行銷專家，請幫我設計三則 Facebook 貼文，格式為表格，目標是提升週末家庭聚餐的預約率。
」

4 限制長度或格式

告訴 AI 回覆字數或格式，可以快速拿到可用成果

1 限定範圍，避免冗長或模糊 2 格式化輸出，更容易直接使用

- ▶ 請用 50 字內
- ▶ 請輸出成表格

「

幫我撰寫三則 LINE 推播文案，
每則 30 字內，格式為表格。

」



5 要求多版本比較

一次產出多個選項，讓你快速比較、挑選或混搭

1 減少單一答案的偏差 幫助靈感激發 節省修改時間 快速找到適合的風格

- ▶ 請給我 3 種版本
- ▶ 提供正式版與輕鬆版

「
請幫我撰寫 Google 評價回覆，
分別產出
正式版、親切版、幽默版
各一種。」



6 善用迭代調整

第一次不滿意，不用從頭問！ AI 會記得你前面問的內容與設定
例如直接補充「再精簡」、「加入 CTA」、「改成50字內」即可

「
第一次輸出：「訂位須知」太長
↓
再問：請精簡成五點，適合放
在 LINE 的自動回覆訊息
」



第一次 → 先給大方向

第二次 → 調整字數、語氣、用詞

第三次 → 加入 CTA 或格式

1 行動 + 目的 + 期望

指令模板 |

請幫我**行動**，以便達成**目的**，並期望能**期望成果**

1.  請幫我**設計一張外帶點餐建議清單**，以便**顧客在尖峰時段快速選購**，並期望能**縮短現場排隊等待時間**
2.  請幫我**規劃一份週末家庭分享餐組合**，以便**提供給 4 人以上聚餐客群參考**，並期望能**提升平均客單價**
3.  請幫我**撰寫一則餐廳週年慶限定優惠貼文**，以便**吸引老顧客回訪用餐**，並期望能**提升 20% 平日晚間的來客數**

2 任務 + 行動 + 目標

指令模板 |

我需要完成 **任務**，請協助我進行 行動，以達成 目標

1. → 我需要完成 **廚房開鋪清單**，請協助我 條列步驟，以達成 新人快速學習的目標。
2. → 我需要完成 **LINE官方帳號圖文選單**，請協助我 規劃六個按鈕，以達成 提升互動率的目標。
3. → 我需要 **外送送餐標準SOP**，請協助我 用橫向流程圖呈現，以達成 標準化操作的目標。

3 問題 + 後果 + 解法

指令模板 |

我們遇到問題，若未解決會造成後果，請提供解法或建議

1. 我們遇到尖峰時段排隊人潮過長的問題，若未解決會造成Google 商家出現負評，請提供優化點餐與帶位流程的建議。
2. 我們遇到熱門菜色經常過早售完的問題，若未解決會造成顧客期待落空並降低回訪率，請提供分工優化方式。
3. 我們遇到外送平台上的菜單資訊不完整的问题，若未解決會造成現場出餐溝通困難與訂單爭議，請提供一站式數位菜單優化方案。

4 角色 + 任務 + 格式

指令模板 |

你是一位 **角色**，請協助我完成 任務，並以 指定格式 呈現

1. → 你是一位 **餐飲營運顧問**，請協助我 設計「外場開餐準備與點餐 SOP」，並以 流程圖 呈現。
2. → 你是一位 **餐飲行銷企劃師**，請協助我 設計「節慶四人家庭分享餐專案」，並以 表格 呈現。
3. → 你是一位 **餐廳領班**，請協助我 整理「訂位與用餐常見問題回覆」，並以 問答清單格式 呈現。

5 期望 + 角色 + 行動

指令模板 |

我期望**成果**，請以 角色 的角度，協助我進行 行動

1. → 我期望 **提升平日晚間的翻桌率**，請以 餐飲行銷專家 的角度，協助我 規劃三階段的限時促銷活動。
2. → 我期望 **增加 Google 好評**，請以 餐廳經理 的角度，協助我 設計招待打卡甜點的邀約話術。
3. → 我期望 **降低櫃檯重複性問題**，請以 客服 AI 顧問 的角度，協助我 設計自動回覆內容。

6 角色+輸入資訊+步驟+期望結果

指令模板 |

你是一位**角色**，我提供**資訊**，請依照**步驟**進行，並產出**期望結果**

1. 你是一位**AI文案設計師**，我提供**關鍵字「親子、手工披薩、小農」**，請依照**標題 → 內文 → CTA**進行，並產出**產出 50 字的貼文**。
2. 你是一位**品牌設計師**，我提供**餐廳特色「鄰近捷運站、主廚私房菜、氣氛優雅」**，請依照**標語 → 視覺 → 行銷文案**進行，並產出**行銷素材**。

沒有方向、沒有想法、不知如何開頭 可以使用「ChatGPT指令大全」

ChatGPT 指令大全

本站提供數百個精煉過的指令語句 (提示詞)，讓你充分發揮 ChatGPT 的強大功能

了解如何使用

AI 工具百寶箱

全部

寫報告

資料整理

履歷與自傳

準備面試

程式開發

知識學習

英語學習

工作生產力

寫作幫手

社群媒體

銷售

行銷與 SEO

產品管理

HR 與招募

投資與交易

各式指令可供改寫
幫助AI更精確的回覆

深度工作

你是一名工作生產力專
我深度工作的具體建議

複製

建立產品路線圖

複製

文案概念發想

產生 數字 個針對「某個主題」的 社群
媒體 文章想法，以吸引「族群」的注意。
在可能的情況下，包含呼籲行動 (CTA)、圖
片和標籤。

👉 產生 3 個針對「新開的韓國烤肉吃到飽」的
Instagram 文章想法，以吸引「20-30 的女性」的
注意。在可能的情況下，包含呼籲行動 (CTA)、圖
片和標籤。

的產品經理，你的任務是為未來
產品路徑圖。這個產品路徑圖應該
度將開發和上限的主要功能和功
何會影響開發時間表的相依性或
因素。該公司是一家 公司類別 的
銷售 產品名稱，目標市場是
，公司願景是 願景，公司戰略

的產品經理，你的任務是為未來一年創
圖。這個產品路徑圖應該概述每個季度
限的主要功能和功能，以及任何會影響
的相依性或技術考慮因素。微軟是一家
司，主要銷售 Office 365，目標市場是
企業，公司願景是提供企業級的產品，公司戰略是
提供企業級的產品

各式指令可供改寫
幫助AI更精確的回覆



全部

求職與面試

職涯發展

寫報告

資料整理

程式開發

知識學習

英語學習

工作生產力

寫作幫手

社群媒體

銷售

行銷與 SEO

產品管理

HR 與招募

投資與交易

日常生活

有趣好玩

角色扮演

複製

ChatGPT 指令大全

提供數百個精煉過的指令語句 (提示詞)
針對多種情境，不論是報告、面試還是程式開發
讓你充分發揮 ChatGPT 的強大功能

掃我進入網頁！



文案概念發想

產生 數字 個針對「某個主題」
的 社群媒體 文章想法，以吸引
「族群」的注意。在可能的情況
下，包含呼籲行動 (CTA)、圖片和
標籤。

👉 產生 3 個針對「新開的韓國烤肉吃到飽」的 Instagram 文章想法，以吸引
「20-30 的女性」的注意。在可能的情況
下，包含呼籲行動 (CTA)、圖片和標
籤。

免費文字轉語音

擺脫中國軟體嚴重兒化音、捲舌音

Gemini中的Canvas功能可以輕鬆製作能夠自訂語音的配音工具，例如聲線、男女、語速，還可以支援一件下載.wav音檔，製作短影音時當我們的「嘴替」。

掃我進入頁面



導演設定

連結樹>補充素材庫
有提供連結點

聲音情境設定

廣告行銷

朝氣、專業、感染力

童話故事

溫柔、起伏、畫面感

網紅業配

隨性、口語、高能量

新聞媒體

清晰、平穩、權威感

配音員性別

女性聲線

男性聲線

說話語速 (台灣節奏)

1.15x

標準 (1.0x)

微快 (1.15x)

極快 (1.5x)

  開始錄音 (生成語音)

實作演練

ChatGPT 指令大全

產生 [數字] 個針對「[某個主題]」的 [社群媒體] 文章想法，以吸引「[族群]」的注意。在可能的情況下，包含呼籲行動 (CTA)、圖片和標籤。

以傳統餅舖為例：

在地傳統餅舖，目前客群：穩定熟客+假期觀光客，並沒有使用AI自動化銷售等方式，產生 3 個針對「父親節」的 [Facebook] 文章想法，以吸引「常客」的注意。在可能的情況下，包含呼籲行動 (CTA)、圖片和標籤。

🍰 父親節 Facebook 文章想法 | 傳統餅舖

以下是三個專為「常客」設計的貼文，風格溫暖、在地、有人情味。

貼文 1 | 情感共鳴型 — 「爸爸的味道」

📄 文案：

還記得小時候，爸爸帶你來買的那塊餅嗎？

有些味道，幾十年都沒變過。

不是因為我們不想創新——

而是因為，那個味道，就是家的味道。

今年父親節，讓那塊餅，替你說一聲謝謝。

🎁 父親節限定禮盒，即日起接受預訂，數量有限！

📞 直接私訊或來店登記，老客人優先保留！

📷 **建議圖片：**老師傅手工製餅的特寫，或一盒包裝精美的禮盒搭配一張泛黃的老照片風格構圖。

#標籤： #父親節 #傳統好味道 #在地老店 #手工餅 #爸爸的味道 #禮盒預訂

貼文 2 | 互動參與型 — 「說說你爸爸最愛哪一款」

 文案：

我們想知道——

你爸爸最愛我們家哪一款？🍪

是鳳梨酥？核桃糕？還是那個他每次都說「買一個就好」結果吃掉半盒的那款？😋

留言告訴我們，按讚留言抽好禮！父親節前夕，我們從留言中抽出**3位常客**，每人送出一份父親節小禮。

👉 下方留言，讓我們看看爸爸們的口味！

 **建議圖片：**店內招牌商品的排列平拍照（俯視角），每款旁邊標上名稱，乾淨好看。

#標籤： #父親節快樂 #猜猜爸爸的最愛 #老店新情感 #抽獎活動 #在地好店

貼文 3 | 限定感 + 行動呼籲型 — 「今年只做這幾盒」

文案：

每年父親節，我們只做 限量父親節手工禮盒。

不大量生產，不走量，
只希望每一盒，都是你親手遞給爸爸的那份心意。

今年也一樣—— 📦 限量 XX 盒，賣完不補 📅 預訂截止：X月X日

熟客朋友們，你們最清楚我們每年有多快賣完 😊 現在私訊我們，留下你的名字就算訂位。

📷 建議圖片：禮盒打開的正面特寫，旁邊放一張手寫「限量」小卡，自然光拍攝，溫暖質感。

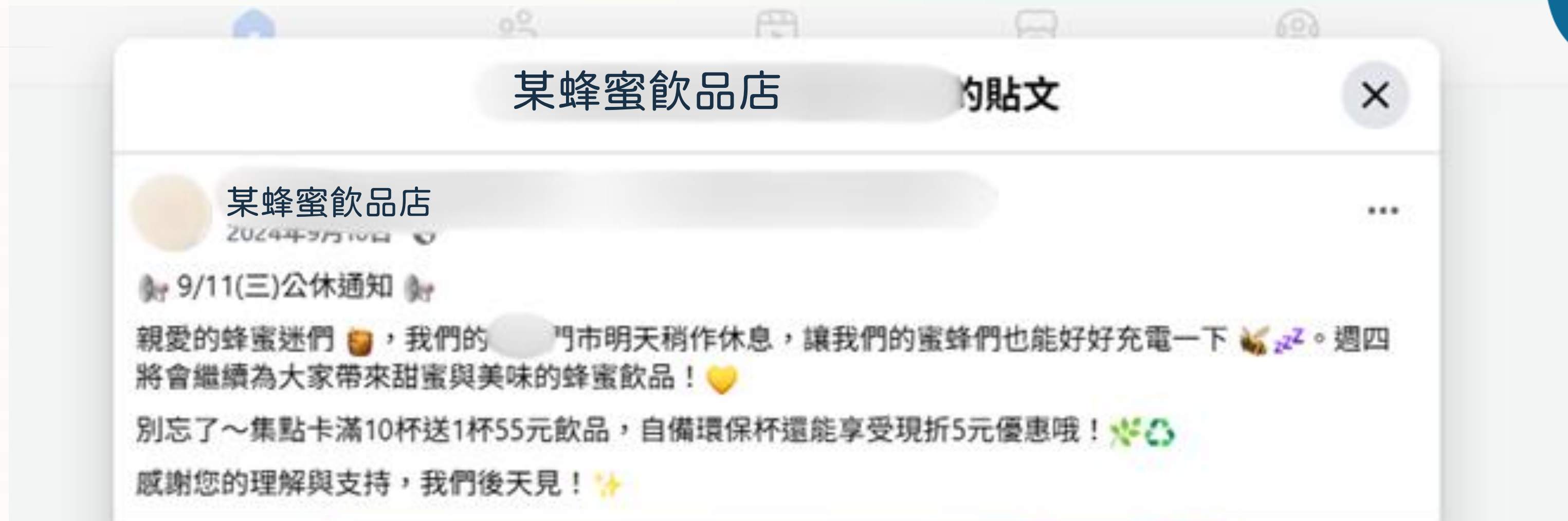
#標籤： #限量禮盒 #父親節倒數 #手作溫度 #傳統餅舖 #預訂中 #數量有限

💡 小建議

貼文	目的	最佳發布時間
貼文 1（情感）	喚起記憶、建立情感連結	父親節前 2 週
貼文 2（互動）	提升觸及率、與熟客互動	父親節前 10 天
貼文 3（限定）	促成購買行動	父親節前 5~7 天



公告重要訊息僅簡單敘述告知原因，這樣比較單一的貼文容易被略過



9/11(三)公休通知

親愛的蜂蜜迷們，我們的某某門市明天稍作休息，讓我們的蜜蜂們也能好好好充電一下
將會繼續為大家帶來甜蜜與美味的蜂蜜飲品！
別忘了～集點卡滿10杯送1杯55元飲品，自備環保杯還能享受現折5元優惠哦！
感謝您的理解與支持，我們後天見！

實際教學後使用了比較逗趣活潑的方式公告重要訊息，也將優惠訊息加入文案中提高曝光

文字沒有換行、排版較亂、使用Hashtag方向不對

某冷凍食品店
2020年12月21日 · 🌐

🔥白蝦下殺促銷活動🔥

🦐蝦子不管是煮火鍋或過年時，都是餐桌上美味的佳餚之一，現在🌐的白蝦全面下殺價🥲，哇嗚~~~真的是太划算了，大家都知道要過年時，很多食材都在漲！漲！漲！，趁現在買個幾盒放冰箱，實在太省荷包了👍

#白蝦 (70/80) 【800g/約55隻/盒】
現在 🦐 促銷價：#210元

#白蝦 (40/50) 【800g/約35隻/盒】
現在 🦐 促銷價：#240元

#白蝦 (26/30) 【600g/約17隻/盒】
現在 🦐 促銷價：#270元

🔥數量有限 僅此一檔🔥

📍宜蘭市🌐
☎03-93🌐



排版整齊、搭配Emoji更好閱讀、能針對主題使用Hashtag

某冷凍食品店
2025年5月1日 · 🌐

寵愛媽咪 🥰 歡慶母親節 🎉🎉🎉
 🦞有青才敢大聲啦！
 🦞蝦子要吃就吃大尾的！
 🦞超飽嘴！超厚實！連尾巴都多肉
 🌊來自純淨中美洲海域的瓜地馬拉
 🌊天然海水養殖，從產地直送到您餐桌
 🦞新鮮度100% Q彈鮮甜的蝦肉，口口飽滿
 🦞在家就能享受高級海味

#活凍大白蝦 🏷️200元/盒

簡單川燙，這一盤一上桌，真的不誇張
 我們試吃團隊(+1隻貓)，秒殺完食 🦞🦞🦞
 每個都說好甜好Q彈喔，
 好大尾吃起來好過癮喔 🦞

燒酒蝦/胡椒蝦/川燙/鹽烤/快炒
 食材夠新鮮怎麼料理都很美味

✅產地：瓜地馬拉
 ✅規格：20/30
 ✅重量：600g/約13隻/盒

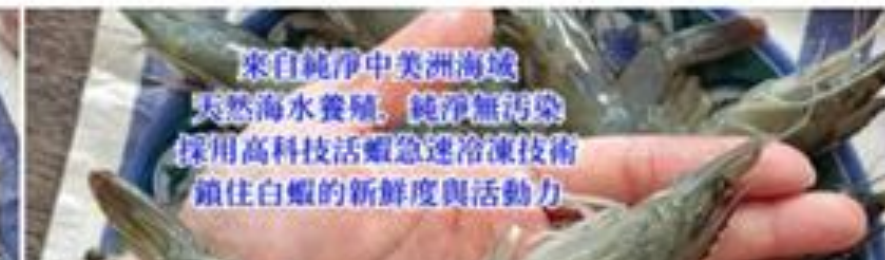
一門市可刷卡 可打統編
 📞門市專線：03-911-XXXX
 📍門市地址：宜蘭市

#活凍白蝦 #白蝦 #母親節
 歡迎 #餐廳 #民宿 #團購主 合作
 #批發 #零售

瓜地馬拉藍寶石



來自純淨中美洲海域
 天然海水養殖，純淨無污染
 採用高科技活蝦急速冷凍技術
 鎖住白蝦的新鮮度與活動力



實戰推廣工作坊：產出你的下週發文計畫

從素材生成到成效檢查，手把手建立 AI 改善清單

行銷排程

內容生成進度

自動化完成整週貼文。從想主題到自動做圖，把原本一天的工時縮短到一小時



LOADING...



高質感美食視覺

運用 AI 生出讓人看了就餓的招牌菜特寫，提升社群滑動時的停留率

+300%



文案與互動優化

用 AI 寫出能讓顧客點頭的標題，不再苦惱發文沒人理



「週發文計畫」

Step3. 三頻率發文策略（範本參考）

發文日	主題類型	內容大綱
週一 (教育型)	食材故事	介紹主廚特製醬汁的祕方，建立專業與期待感。
週三 (互動型)	客評分享	分享一位客人的用餐美好評價，標記對方增加互動。

Step1. 設定本週營運目標



例如：這禮拜我要提升「週五晚上的訂位數」。

Step2. AI 指令生成計畫（內容備料）

「我是一家義大利麵店，這禮拜目標是要增加週五的訂位。請幫我規劃一週三篇的社群發文計畫，包含：主題、文案草稿、圖片建議。」

週發文計畫： 參考營運目標

藉由這些範例可以思考一下近期是否有相同困擾，設定一個最想達成的目標

- 離峰推廣：提升平日下午（14:00-17:00）的下午茶套餐銷量。
- 新菜衝刺：讓本週新推出的「秘製椒麻雞」達成 50 份以上的點餐紀錄。
- 週末催票：填補本週五晚上的最後 5 桌空位預約。
- 口碑建立：鼓勵本週到店消費的客人，在 Google 留下 10 則帶圖的好評。
- 私域流量：透過社群發文，吸引 30 位新粉絲加入 LINE 官方帳號領取折扣券。
- 品牌故事：透過創辦人訪談貼文，提升品牌貼文的互動率（讚、留言）超過 10%。
- 預約引流：讓潛在客戶點擊「私訊詢問」或「官方網站」的次數增加 20%。

週發文計畫： 全自動生成指令

這是一個「大招」，能讓 AI 一次產出一週的「備料」計畫



大師級指令

> 「我經營一家**【餐廳類型】，店名是【店名】。下週我的營運目標是【目標，如：提升平日午餐營收】**。
請幫我規劃『週一、週三、週五』共三天的社群發文計畫。請用表格呈現，欄位包含：發文日期、發文主題、
文案草稿、圖片概念（給 AI 生成用）、建議發布時間。」

三大行銷素材： 黃金指令範本

只需要把括號中的**【變數】**換成自己的餐廳資訊，就能立刻看到 AI 的威力。



明星商品推薦（引爆食慾感）

指令：「你是一位擅長質感餐飲行銷的文案專家。我有一道明星商品是**【餐點名稱】**，它的特色是【特色 1，如：低溫熟成 12 小時】與【特色 2，如：特製秘方醬汁】。請幫我寫出一篇針對【目標客群】的臉書貼文。請使用具有感官美感、讓人流口水的形容詞，並在文末加上導購連結：【訂位連結】**。」



鐵粉見證圖卡（建立信任感）

指令：「我收到一位客人的評論如下：『**【在此貼上評論文字】**』。請先分析這則評論最吸引人的關鍵點。接著，請幫我將這段評論濃縮成一句話，並給予 3 個 AI 圖片設計概念（例如：背景要放什麼、文字位置），讓我能製作成精美的社群評價圖卡。」



限時促銷活動（創造導購感）

指令：「為了慶祝**【活動原因，如：週年慶】**，我預計在【日期】舉辦促銷活動，內容是【優惠內容】**。請幫我設計一組具備『急迫感』與『高點擊率』的社群文案，包含：一個吸睛的標題、3 個必買理由，以及明確的行動呼籲（CTA）。」

「我經營一家**【甜點店】，店名是【某某甜點工作室】。下週我的營運目標是【提升平日來客數】**。請幫我規劃『週一、週三、週五』共三天的社群發文計畫。請用表格呈現，欄位包含：發文日期、發文主題、文案草稿、圖片概念（給 Canva 用）、建議發布時間。」

某某甜點工作室：週間提升來客數社群計畫

發文日期	發文主題	文案草稿	圖片概念（Canva 關鍵字/設計）	建議發布時間
週一 (Mon)	Monday Blue 掃除計畫	又是新的開始，這週你需要一點甜來開機！🍪 誰說甜點只能週末吃？某某甜點工作室本週推出「平日療癒提案」：週一至週四到店內用，點購任一甜點即享飲品 8 折。 避開人群，把第一份好心情留給自己。	關鍵字： Minimalist Cafe, Cake with Coffee 畫面： 一張乾淨、明亮的俯視圖，甜點旁放著一本翻開的小書，強調「平日的安靜」。	08:30 - 09:30 (通勤時段，提供一週動力)

週一 Monday Blue 掃除計畫

發文時間：08:30 - 09:30 (通勤時段，提供一週動力)

又是新的開始，這週你需要一點甜來開機！

誰說甜點只能週末吃？某某甜點工作室本週推出「平日療癒提案」：週一至週四到店內用，點購任一甜點即享飲品 8 折。

避開人群，把第一份好心情留給自己。

#Cake with Coffee #Minimalist Cafe #Cake with Coffee

不知道如何拍攝

也可以直接請AI提供構圖建議或直接生成圖片



自行修改細節增添品牌風格

地址、營業資訊、品牌特色Hashtag、LOGO

又是新的開始，這週你需要一點甜來開機！

誰說甜點只能週末吃？默默甜點工作室本週推出「默默療癒提案」：週一至週四到店內用，點購任一甜點即享飲品 85 折。

避開人群，把第一份好心情留給自己。

默默甜點工作室
地址：宜蘭縣宜蘭市某某路00號（近某某國小）
平日營業：13:00 - 19:00 / 假日營業：11:00 - 20:00
電話：03-9XX-XXXX

#Cake with Coffee #スイーツ
#宜蘭甜點 #宜蘭下午茶 #宜蘭美食 #宜蘭咖啡廳



引導行動讓客群買單

說明欄必備內容

- 地點資訊（品牌名稱＋區域）
- 連結或LINE加入連結
- 互動邀請：你最想吃哪一道？留言+1！

標題模版

第一次吃就愛上！回訪率超高的阿明鴨肉飯

Hashtag範例

#阿明鴨肉飯 #鴨肉飯 #宜蘭美食 #鴨肉控必吃 #現點現切



什麼樣的 Hashtag 對觸及有幫助？

熱門標籤20%

讓更多人「隨機刷到你」的關鍵

#早午餐

雖然這類詞很快會被洗版，但如果你的圖片夠吸睛，有機會在短時間內蹭到一些大流量

中階標籤30%

觸及「精準但尚未追蹤你」的觀眾

#宜蘭美食

#銅板美食

#台式早餐

讓對這類主題有興趣的人
(但不一定知道你) 發現你

專屬標籤50%

讓人追蹤你、回頭找你、幫你建立記憶點

#宜蘭必吃早餐

#手工蛋餅

#羅東在地美食

搜尋這些詞的人，通常
已經有消費意圖

一篇貼文可用1-5個 Hashtag（不同平台略有差異）

範例組合法（以咖啡廳為例）：



3-5 個

建議順序：地區 → 品項 → 情境 → 品牌

現在平台更看重內文
是否清楚描述內容
不只靠 Hashtag

#宜蘭咖啡廳 #宜蘭下午茶
#羅東咖啡廳 #手作甜點 #店名



1-3 個

不要太多，重點放地區與活動

使用者常先看文字
開頭直接說：優惠內容、
適合客群、怎麼預約

#(你的店名) #宜蘭咖啡廳
 #(若有活動可加：#母親節優惠)
 #宜蘭下午茶 #宜蘭咖啡廳 #店名



只能用 1 個 標籤

放最核心主題即可

Threads
比較適合自然分享

分享美照： #咖啡廳
分享甜點： #手作甜點
分享地點： #宜蘭咖啡廳

行銷素材延伸：多語系行銷素材製作

翻譯踩雷案例

別讓在地菜名變成國際誤會

傳統翻譯工具可以解決「看不懂」的問題

AI 則能進一步判斷語境、食材與文化差異，協助產出更自然、更適合行銷使用的多語系內容。

品牌 / 地名直譯錯誤



✗ 三星蔥 → Samsung Onions

在地俗稱誤譯



✗ 大陸妹 → 性感的大陸女孩

菜名語意誤譯



✗ 肝連 → liver connection
肝臟關係

行銷素材延伸：多語系行銷素材製作

菜名翻譯不是直譯，而是讓外國客人看得懂、點得下手



案例：大陸妹

在台灣是常見青菜名稱，但若直接照字面翻譯，容易產生不自然或誤解。使用 AI 時，應先判斷實際食材、料理方式，再補上簡短說明。



直譯風險

大陸妹



容易被翻成不自然或
讓外國客人誤解的詞彙



AI 優化翻譯

英文： Blached A-Choy

日文： ゆで台湾レタス／A菜

韓文： 데친 대만 상추



菜單翻譯公式

食材名稱

+

料理方式

+

口感／特色說明

例：大陸妹 → 台灣常見青菜 → 燙青菜 → 口感清脆、適合搭配醬料 → Blached A-Choy



AI 優化方向

- 先判斷實際食材
- 補上料理方式
- 加入簡短餐點說明
- 再產出多語系版本

多語系行銷素材製作

別讓你的『大陸妹』變成國際糾紛

以燙大陸妹為例，我們來看看AI會如何回覆



為什麼這樣翻？（AI 的在地化思維）

1

EN

英文：避開字面直譯

- 絕對不能翻成 **Blanched Mainland Girl**（這會變成國際新聞...）
- 在國外菜單上，這種做法通常稱為 **Blanched**（燙、過熱水）或 **Poached**。如果想強調這是在台灣常見的萵苣品種，可以用 **Taiwanese Lettuce**。

2

あ

日文：簡單明瞭

- 茹で（Yude）是「煮、燙」的意思，レタス（Retasu）就是萵苣。這對日本遊客最容易理解。如果您的燙青菜有淋肉燥，可以標註為「レタスのタレかけ」（淋醬萵苣）。

3

한

韓文：符合習慣

- 데친（Dechin）代表燙過的，상추（Sangchu）是萵苣／生菜的統稱。韓國也有類似的食菜文化，這樣寫他們一眼就能看出是熟的蔬菜。

除了翻譯，還會解釋翻譯邏輯，降低看不懂外文的不安全感，也更能兼顧品牌一致性

另一個例子：菜單日文對照表

翻譯不只是把中文翻成日文，而是要讓外國客人看得懂，也要保留店家的在地特色

AI生成翻譯參考：

主餐：冰品 (メインメニュー：冷たいデザート)
A XX豆花分享餐：XX豆花シェアセット
B XX豆花冰：XX豆花かき氷
C XX黑糖冰：XX黒糖かき氷

配料 (トッピング) 台語直翻→葷貴
芋頭QQ圓：タロイモ団子
地瓜QQ圓：さつまいも団子
黑糖粉粿：黒糖フングイ (黒糖ゼリー)
紅露酒紅棗：なつめの紅露酒煮

豆花

直接使用「豆花」，因為目前豆花在日本知名度很高，無需翻譯成豆腐布丁。

紅露酒

這是宜蘭特產，日文中會保留名稱並解釋為「なつめの紅露酒煮」。

粉粿

這對日本人來說較陌生，翻譯為「黒糖フングイ」並括號註解「黒糖ゼリー」會更清楚。 黑糖"果凍"

QQ圓

翻譯為「団子 (Dango)」，最能讓日本人理解那種彈牙的口感。

AI 翻譯 vs. Google 翻譯

Google 翻譯是在「對對子」，而 AI 是在「做行銷」

AI 翻譯

理解文境、文化背景後的二次創作

能轉換成當地人通用的道地用語

過度修飾或偶爾出現的幻覺 (需校對)

Google 翻譯 (機器翻譯)

詞對詞、句對句的精準對應

常出現死板或奇怪的直譯

語法錯誤、令人發笑的直譯 (Chinglish)

AI 翻譯的優勢

菜單上常有「塔香」、「老饕」、「QQ 的」這種形容詞。Google 翻譯可能會把「塔香」翻成 Tower fragrance（塔的香味），但 AI 會知道這是 Thai Basil（九層塔）

品牌故事

品牌故事需要情感連結。Google 翻譯翻出來的故事通常像「說明書」；AI 則可以運用修辭（如隱喻、排比），讓國外遊客讀起來覺得這家店很有質感。

理解「隱藏語意」

例如手剝蝦海鮮麵「老闆剝蝦蝦」，Google 可能會翻成 Boss Peels Shrimps (聽起來很像老闆在旁邊勞動)，AI 則能理解這是賣點，翻成 Owner-Peeled Shrimp，讓消費者感到服務價值。

多語系行銷素材製作

應用在產品包裝或商品DM上

：幫我翻譯產品文字為英文/日文



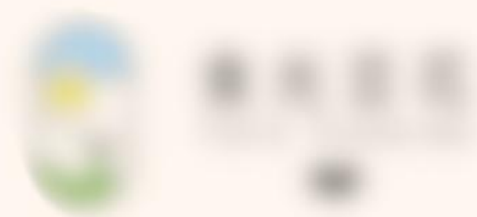
(圖片取自在地有機農場／農產品直售店)



(圖片取自麻油廠)

多語系行銷素材製作

應用在店內或者數位平台上的多語系公告



+ 營業時間 +

週三至週日

上午11:30~下午9:00

每週一、二公休



+ Operating Hours +

Wednesday to Sunday

11:30 AM – 9:00 PM

Closed on Mondays & Tuesdays

多語系行銷素材製作

應用在店內或者數位平台上的多語系菜單



豆花

主餐 冰品

A 豆花分享餐(選三種料)

\$100

B 豆花冰(選兩種料)

\$60

C 黑糖冰(選兩種料)

\$50

D 紅豆湯

\$50

E 白木耳湯

\$50

主餐 熱品

+ 熱品 ㄅ-ㄆ 可選兩種料

ㄅ 薑汁豆花

\$65

ㄆ 仙草湯豆花

\$65

ㄇ 甜湯豆花

\$65

ㄋ 紅豆湯豆花

\$65

ㄌ 無糖豆漿豆花(限內用)

\$65

ㄍ 紅豆湯圓(無配料)

\$60

配料 +加購+\$15

①紅豆

⑥湯圓

⑪白木耳

⑫古早味鳳梨

②綠豆

⑦粉圓

⑬山粉圓

⑭紅露酒紅棗

③花豆

⑧芋頭QQ圓

⑮仙草凍

⑯洛神花

④花生

⑨地瓜QQ圓

⑰蜜地瓜

⑱桑椹醬

⑤薏仁

⑩黑糖粉粿

⑲蜜芋頭

點餐

主餐 + 配料

_____ + _____

_____ + _____

_____ + _____

_____ + _____

_____ + _____

_____ + _____

完成後請至櫃台結帳，感謝您的光臨！

○ 外帶

○ 內用

桌號



豆花

TOFU PUDDING

メインメニュー つめたい

A. 豆花シェアセット(トッピング3種選択)

\$100

B. 豆花かき氷(トッピング2種選択)

\$60

C. 黒糖かき氷(トッピング2種選択)

\$50

D. 小豆スープ

\$50

E. 白きくらげスープ

\$50

あたたかい あたかい

ㄅ 生姜豆花

\$65

ㄆ 仙草スープ豆花

\$65

ㄇ 甘いシロップ豆花

\$65

ㄋ 小豆豆花

\$65

ㄌ 無糖豆乳豆花(店内限定)

\$65

ㄍ 小豆白玉スープ(トッピングなし)

\$60

トッピング

追加トッピング+\$15

1.小豆

6.白玉

11.白きくらげ

16.昔ながらのパイナップル

3.緑豆

7.タピオカ

12.バジルシード

17.なつめの紅露酒煮

4.ピーナッツ

8.タロイモ団子

13.仙草ゼリー

18.ローゼル

5.ハトムギ

9.さつまいも団子

14.蜜さつまいも

19.桑の実ジャム

10.黒糖ゼリー

15.蜜タロイモ

ご注文

メイン + トッピング

ご記入後、カウンターにてお会計をお願いいたします。
ご来店ありがとうございました！

○ テイクアウト

○ 店内飲食

テーブル番号

地址 宜蘭市民族路244號

電話 0933331486

營業時間 11:30-21:00 每週一、二公休

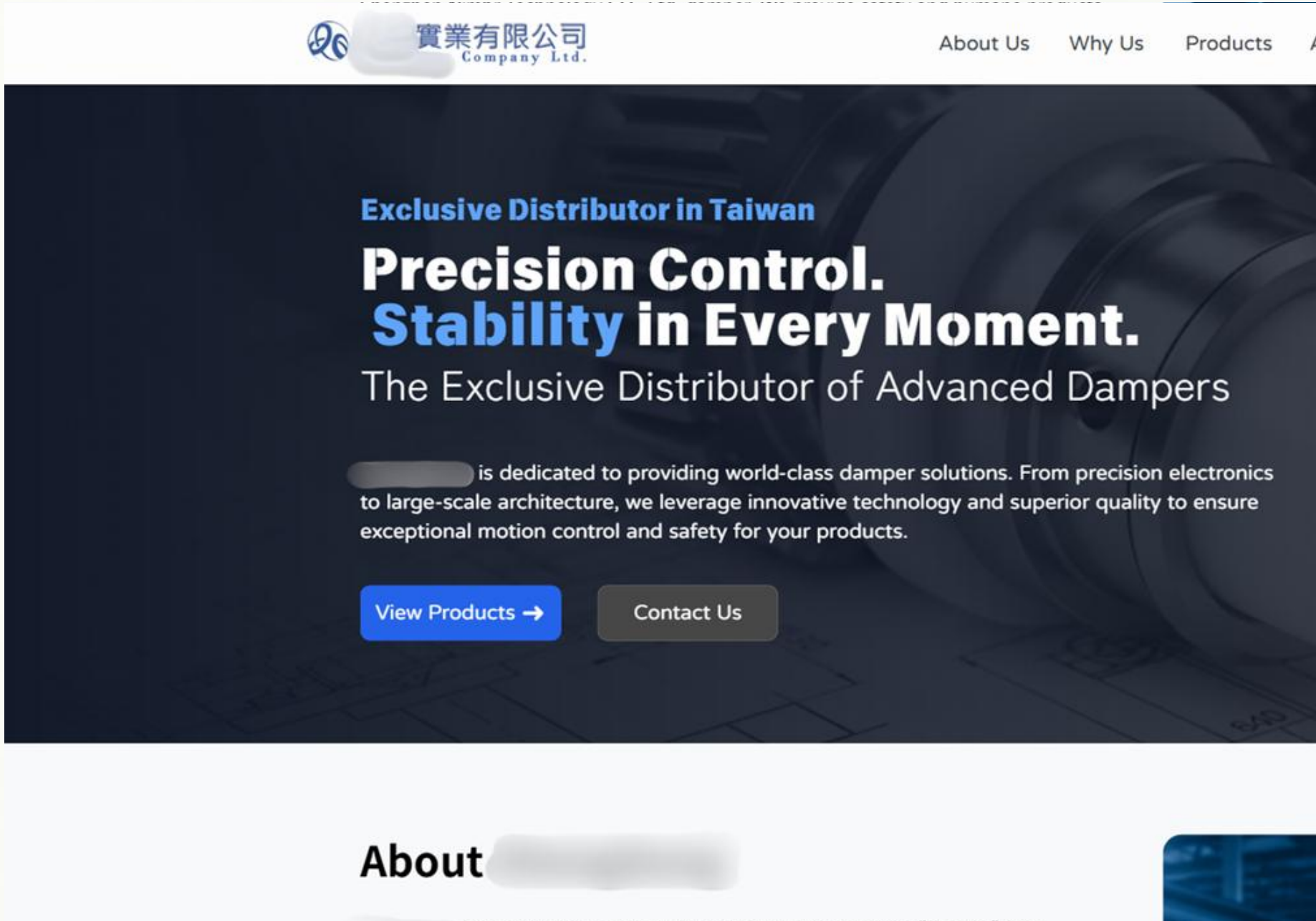
住所 宜蘭市

電話

營業時間 11:30-21:00 每週月・火 定休日

多語系行銷素材製作

應用在可切換語言的網頁上



製作官網時借助AI精準翻譯公司相關專業資訊

單元總結

輕鬆產出文案及自動分析

紀錄分析	年齡層、興趣、消費習慣自動轉換為具體趨勢
文案	AI工具提供靈感、有效翻譯
Hashtag	為文案添加有效曝光