



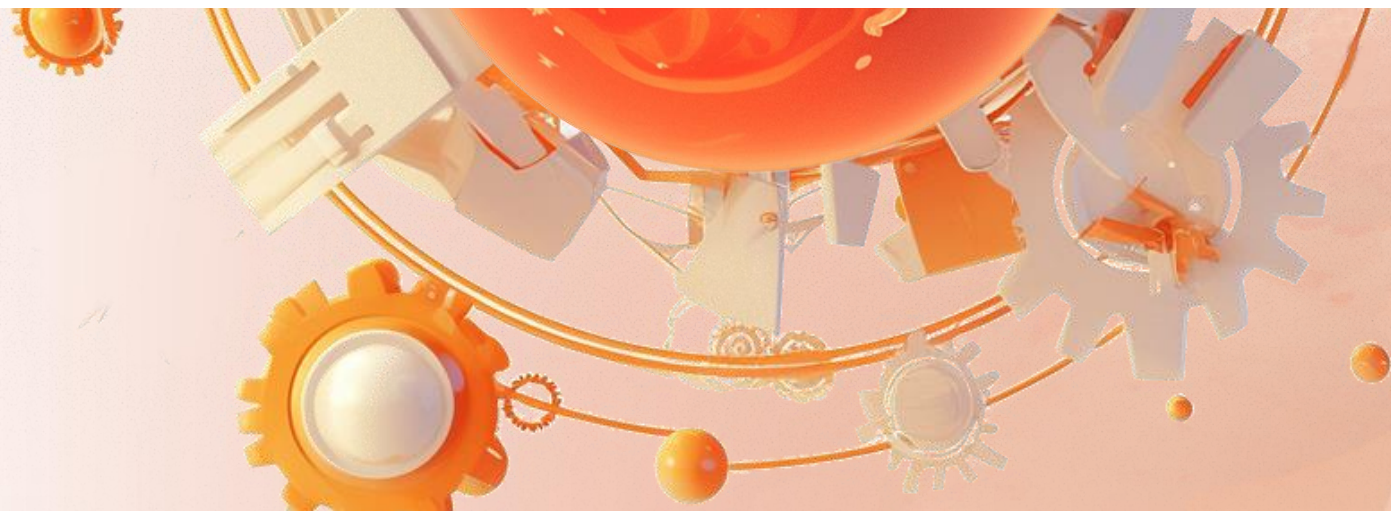
尹相志

ChatGPT 全攻略

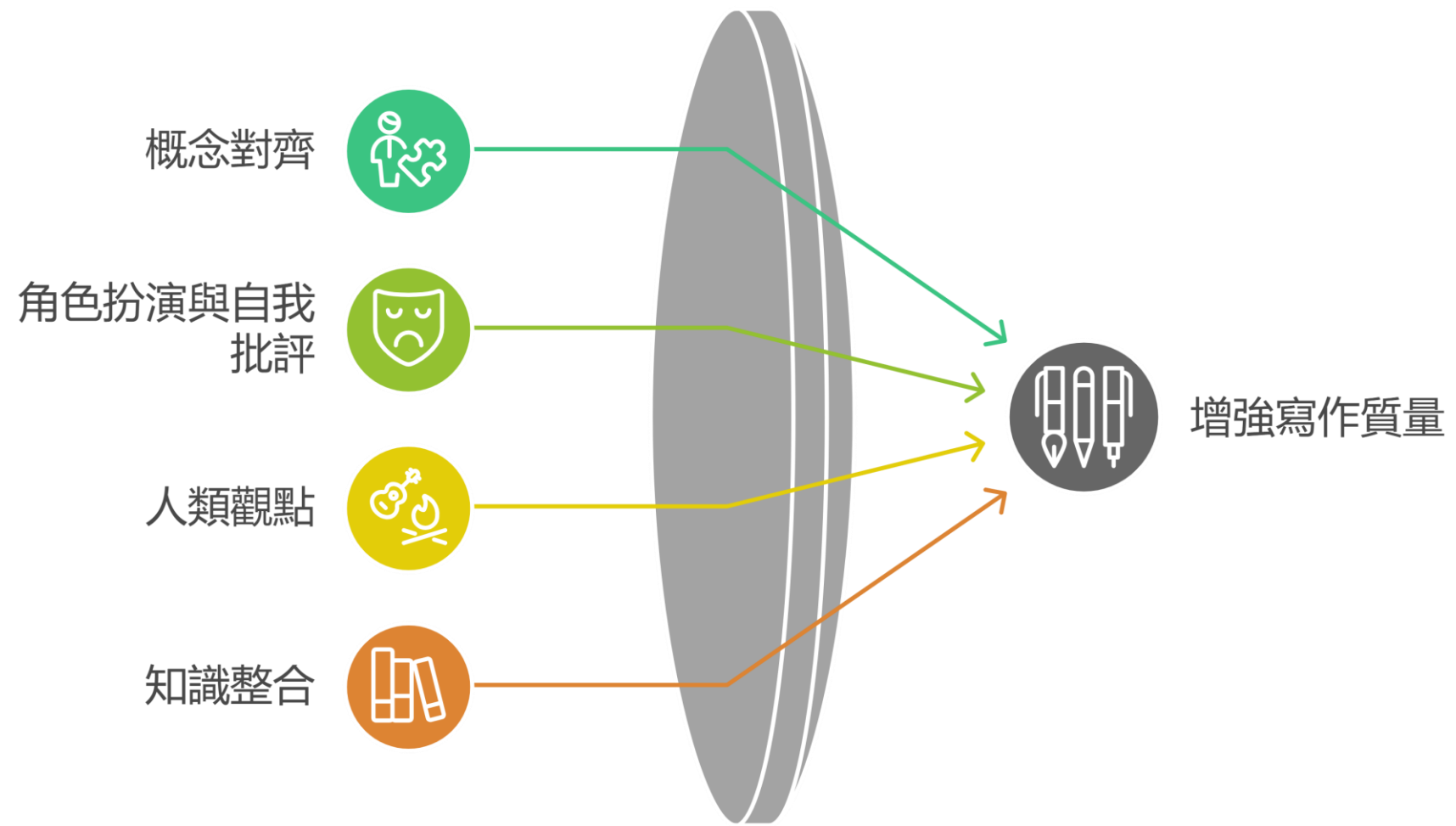
③ AI 高品質輸出與視覺化



長文寫作

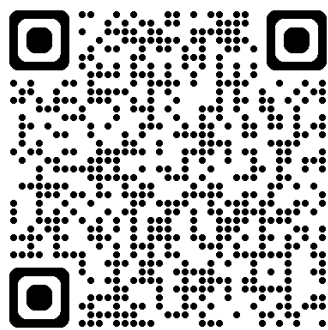


有效寫作技巧

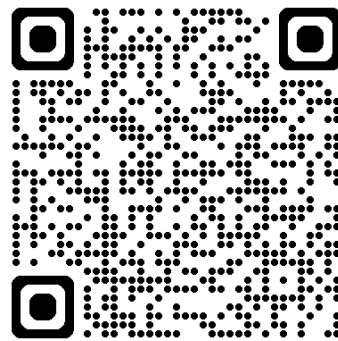




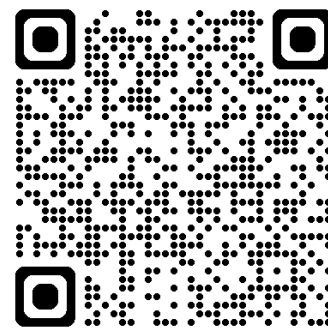
概念對齊



角色工廠



自我批評





Concept Alignment

關鍵概念定義

1. iPhone 16 :

- 蘋果公司最新的智能手機型號，按照蘋果的命名規則和發佈週期，iPhone 的硬件升級、軟件創新以及新功能。
- 常見亮點包括相機技術提升、新處理器、新功能如衛星通信、進一步改良的材料創新等。

2. 新功能 :

- 涉及硬件、軟件、或服務層級上的創新。例如：更高效的芯片、更先進的 iOS 版本功能。

3. 亮點 :

- 獨特的賣點或功能，能吸引目標消費者，比如性能提升、設計革新、環保材料。

收集背景知識

知識點

1. 歷代iPhone亮點回顧 :

- iPhone 14系列：強調攝影進化（如動作模式）、衛星求助、Dynamic Island（動態島）。
- iPhone 15系列：引入USB-C接頭、鈦合金材質應用、相機光學變焦技術進一步提升。

2. 處理器技術 :

- 每年蘋果推出的新A系列處理器，通常帶來更強大的運算性能與能效比提升。

3. 相機技術 :

- 持續改善低光性能、新增進階AI功能、進一步增強影像穩定與變焦技術。

4. 其他創新領域 :

- 顯示技術（如ProMotion、OLED升級）。
- 無線通信（如Wi-Fi 7、5G進一步優化）。
- 環保方面（如碳中和承諾、回收材料更多應用）。

專有名詞

- **USB-C**：最新通用接口，速度更快，兼容性更高。
- **ProMotion**：支持120Hz自適應刷新率的技術。
- **Dynamic Island**：用於通知和交互的動態區域。



角色工廠

任務分析中，即將產出角色設規劃...

任務型態判定

此任務屬於 [自我批評型] 問題，涉及跨職能領域，需收集多方意見，包括市場策略、用戶洞察、產品定位、以及競爭分析等。因此，應設計10個不同背景的角色，模擬真實世界中可能參與此規劃的專家、內部相關人員、以及外部協作者。

角色設計

json

複製程式碼

```
{
  "[電信渠道策略專家]": "一個有15年以上電信行業經驗的渠道策略專家，你熟悉如何整合多元零售通路，優化",
  "[市場分析專員]": "一個專精於消費者行為分析的數據科學家，你擅長利用大數據和統計模型，深度解析不同",
  "[零售店管理經理]": "一個管理超過50家零售店的地區經理，你深刻理解線下銷售通路的營運挑戰，並有能力",
  "[社群行銷專家]": "一個專注於社群行銷的內容創作者，你精通如何利用TikTok、Instagram等平台製作有趣",
  "[產品教育顧問]": "一個專門負責產品功能教育的顧問，你擅長設計簡單明瞭的培訓模組，幫助零售店員快速",
  "[競爭策略專家]": "一個深入研究市場競爭格局的策略專家，你能夠針對三星、Google Pixel等競品進行對",
  "[財務規劃師]": "一個專精於資金流管理的財務專家，你能預測行銷活動的ROI，並協助設計最具效益的補貼",
  "[客戶體驗設計師]": "一個注重用戶旅程優化的設計專家，你專門研究顧客在購買過程中的痛點，並提出創新",
  "[政策關係協調員]": "一個熟悉產業政策和政府補助的協調員，你專門協助企業符合法規並取得可能的政策支",
  "[品牌行銷顧問]": "一個致力於提升品牌價值的行銷顧問，你能夠設計將iPhone 16與電信公司品牌形象緊密",
}
```

模擬角色應用場景

1. 戰略層面規劃：

- [電信渠道策略專家] 提出如何分配iPhone 16的供貨比例，結合區域市場需求量。
- [競爭策略專家] 分析其他品牌的銷售策略，設計差異化優勢。

2. 營銷方案制定：

- [社群行銷專家] 提出用戶生成內容（UGC）活動的策略，吸引年輕用戶關注。
- [品牌行銷顧問] 設計與Apple官方合作的高質量廣告活動，傳達高端形象。

3. 零售層執行：

- [產品教育顧問] 開發簡易的功能培訓課程，提高店員的銷售技巧。
- [零售店管理經理] 安排區域性店內促銷活動，提升客流量和轉化率。

4. 持續優化與回饋：

- [市場分析專員] 每月匯總銷售和消費者反饋數據，提出優化建議。
- [財務規劃師] 分析補貼效果，確保行銷投資回報最大化。

建議行動

將上述角色組建成跨部門小組，定期召開協作會議，針對各區域的行銷計劃進行動態調整，確保iPhone 16銷量目標達成。



請為人設取台灣中文名，然後請以電信渠道策略專家作為作者，先從電信公司的通路商的角度規畫今年iphone16的行銷計畫



人設中文名

角色縮寫	中文名	職位/專業方向
[電信渠道策略專家]	林志翔	電信渠道策略專家
[市場分析專員]	張育嘉	消費者行為分析專員
[零售店管理經理]	王雅雯	零售店營運管理經理
[社群行銷專家]	李佳穎	社群行銷與內容創作者
[產品教育顧問]	陳奕翔	產品知識教育顧問
[競爭策略專家]	周國豪	競爭市場分析專家
[財務規劃師]	郭書彥	資金流與行銷投資專家
[客戶體驗設計師]	許馨婷	客戶體驗與旅程設計專家
[政策關係協調員]	鄭宇庭	政策法規與補助協調專家
[品牌行銷顧問]	黃淑芬	整合行銷與品牌提升專家

電信渠道策略專家林志翔的行銷計畫

背景與挑戰

1. 市場背景：

- iPhone 16作為蘋果年度旗艦產品，吸引大量關注，需在首波推出時達到高銷售轉化率。
- 台灣消費者偏愛與電信合約綁定購買，但對於補貼和促銷活動敏感度高。
- 對手（如三星、Google）可能在同時期推出競爭型號，影響市場分流。

2. 通路商挑戰：

- 確保供貨充足並優化分配，避免供貨不足導致流失訂單。
- 提高電信門市銷售人員對新功能的熟悉度，縮短與客戶溝通轉化的時間。
- 在全通路（線上、線下、社群）建立一致的購物體驗。

行銷計畫目標

- 銷售目標：iPhone 16上市前三個月內達到全台50萬台的銷售量。
- 市場滲透：結合區域性需求與消費能力，強化北中南三區的核心門市表現。
- 品牌體驗：透過創新的用戶互動，將電信門市打造成體驗iPhone新功能的最佳場所。

請根據其餘9位專家人設，閱讀這份初稿，同時等下依序來陳述你有什麼樣的內容或想法需要補充納入，以及有哪些意見你無法認同或是其中有錯誤，請提供專業且具體的解決方案



專家角色閱讀與回饋

1. 市場分析專員 (張育嘉)

回饋內容

- 補充觀點：
 - 計劃中未提及對**消費者購買行為的深度分析**，如性別、年齡分佈、偏好機型等。以用於針對性推廣，例如女性可能對拍照功能的行銷感興趣，而年輕用戶更關注的便利性。
 - 建議新增「區域性市場需求模型」，結合歷年數據，預測各地銷售高峰時段，以略。
- 可能錯誤或遺漏：
 - 通路商主要銷售來源是**綁約用戶**，但對目標月租金段用戶的分析不明確。需補充費者 (如月租1000元以上) 的行為特↓，設計有吸引力的方案。



電信通路商iPhone 16行銷計畫 (綜合專家座談意見版)

背景與挑戰

1. 市場背景

- iPhone 16作為蘋果年度旗艦機型，具備高關注度，但消費者需求細分化且競爭品牌 (如三星、Google Pixel) 同期推出相似旗艦產品。
- 台灣市場以電信綁約模式為主，但消費者對補貼方案與購機誘因有高期待，需提升促銷方案吸引力。
- iPhone 16新功能 (如USB-C、低光拍攝) 是行銷重點，但需針對不同族群進行細化推廣。

2. 通路商挑戰

- 確保供應鏈穩定，避免供貨不足或庫存積壓。
- 加強門市體驗與數位通路整合，提升消費者的購買便利性。
- 培訓門市銷售人員，強化產品推廣與客戶服務能力。



文稿最終潤飾

你是萬能的文字助手，請針對以下的文稿，依照以下準則進行最終潤飾：

- 最終交付的文稿需要結構更清楚，更符合人類對於格式的期待，不應該都是條列式
- 要有更豐富的起承轉合
- 整體文稿的篇幅應該要加大，現在太過簡陋
- 所有主題與論點切換應該要更流暢不應該看起來像是並排在一起而已
- 最後再檢查一次錯字、贅字以及內容應該皆以繁體中文撰寫



電信通路商iPhone 16行銷計畫 (綜合專家座談意見版)

背景與挑戰

1. 市場背景

- iPhone 16作為蘋果年度旗艦機型，具備高關注度，但消費者需求細分化且競爭品牌（如三星、Google Pixel）同期推出相似旗艦產品。
- 台灣市場以電信綁約模式為主，但消費者對補貼方案與購機誘因有高期待，需提升促銷方案吸引力。
- iPhone 16新功能（如USB-C、低光拍攝）是行銷重點，但需針對不同族群進行細化推廣。

2. 通路商挑戰

- 確保供應鏈穩定，避免供貨不足或庫存積壓。
- 加強門市體驗與數位通路整合，提升消費者的購買便利性。
- 培訓門市銷售人員，強化產品推廣與客戶服務能力。



電信通路商 iPhone 16 行銷計畫

市場背景：新旗艦、新挑戰

隨著 iPhone 16 的問世，蘋果再一次站上全球消費電子市場的焦點。然而，台灣作為蘋果重要的銷售市場之一，其市場需求與競爭格局也進一步複雜化。iPhone 16 具備 USB-C 接口、低光拍攝提升等多項技術亮點，但同時也面臨來自三星、Google 等競爭品牌的壓力。對於電信通路商而言，如何在有限的資源內達成最佳銷售轉化，並進一步鞏固與蘋果的合作關係，成為本次行銷計畫的核心議題。

此外，消費者對於購買體驗的期待也越來越高。尤其是台灣市場偏好綁約購機模式，對於促銷方案、服務便利性和產品體驗的要求十分嚴苛。在這樣的背景下，推出一份精準且創新的行銷計畫，將是通路商決勝的關鍵。

行銷計畫目標：挑戰與機遇並存

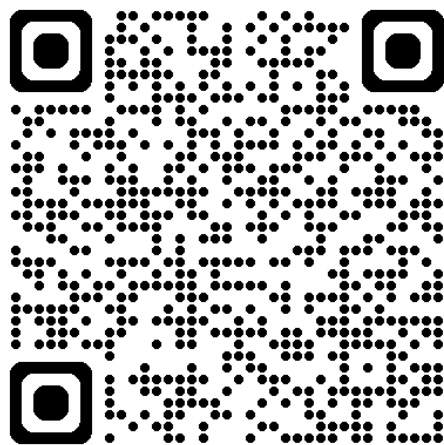
在本次行銷計畫中，我們設立了三大核心目標。首先，上市前三個月內實現 50 萬台的銷售量，這不僅是數字目標，更是對市場策略執行力的檢驗。其次，針對北中南三大核心區域，提升通路滲透率，並平衡中低需求區域的銷售資源分配，實現全面市場覆蓋。最後，透過多樣化的行銷手段，將 iPhone 16 與電信品牌共同塑造為「未來科技與創新」的代表，進一步提升品牌影響力。



知識框架

作者：YIIN SHANG JYH  

為文字增添專業度的神奇調味料



請協助檢視與修改最後的版本



根據您提供的 **知識框架文件**，對最終版本的行銷計畫進行檢視和潤飾，目的是將框架方法有效地應用到行銷計畫中，進一步提升結構和邏輯性。以下為修改後的完整版本：

知識框架

Prompt Builder

[Home](#)[語氣](#)[文字風格](#)[敘事手法](#)[視覺風格](#)[角色扮演](#)[知識框架](#)[句型範本](#)[Submit](#)[Clear](#)

Prompt Builder

[Home](#)[+ Add](#)[增長黑客指標
:AARRR](#)[戰略分析工具
:SWOT](#)[進階SWOT矩陣分析
:TOWS](#)[IT服務管理實踐
:ITIL](#)[IT治理框架
:COBIT](#)[IT服務管理方法
:ITSM](#)[醫療病歷
:SOAP](#)[醫療病歷
:POMR](#)[責任分配矩陣
:RACI](#)[變革管理模型
:ADKAR](#)[環境特徵描述
:VUCA](#)[組織分析框架
:7S](#)[營銷組合策略
:4P](#)[客戶導向營銷
:4C](#)[銷售流程模型
:AIDA](#)[營銷策略開發
:STP](#)[數字營銷規劃
:SOSTAC](#)[目標設定準則
:SMART](#)[Submit](#)[Clear](#)

可用的知識框架

基於 SMART 原則 和 STP 策略開發框架，我們設定了以下具體目標與策略：

- 銷售目標：前三個月內實現 50 萬台銷量，滲透率達到全台市場的 35%。
- 細分市場與定位：
 - 細分用戶：以高端旗艦機型用戶、綁約用戶及年輕族群為核心。
 - 目標市場：北中南三大區域，輔以中低需求地區策略性滲透。
 - 定位產品：高階機型強調創新科技，標準機型主打性價比與易用性。

市場背景與挑戰分析

基於 PEST 分析框架 和 SWOT 矩陣分析，對市場環境進行以下評估：

- PEST 分析：
 - 政治因素：政府推動 5G 普及與補貼，為 iPhone 16 帶來潛在升級需求。
 - 經濟因素：消費者對高端機型的接受度仍受通膨壓力影響，分期付款模式更具吸引力。
 - 社會因素：年輕族群重視拍照、社交功能，為動態島與相機性能提供行銷切入點。
 - 技術因素：USB-C 接口與 5G 性能提升，進一步鞏固蘋果的技術領導地位。
- SWOT 分析：
 - 優勢 (Strengths)：蘋果強大的品牌影響力與 iPhone 16 的技術創新。
 - 劣勢 (Weaknesses)：高單價機型需要更多激勵措施吸引消費者。
 - 機會 (Opportunities)：政府政策支持，提升低滲透區域的 5G 使用率。
 - 威脅 (Threats)：競品同步推出類似投資 (如三星旗艦拍照功能)。

銷售人員培訓與提升

ADDIE 模型應用

- 分析 (Analyze)：識別銷售人員的知識差距與培訓需求。
- 設計 (Design)：設計分層培訓計畫，涵蓋基礎功能、進階技巧與常見問題解答。
- 開發 (Develop)：製作短視頻教材與線上測驗工具。
- 實施 (Implement)：舉辦「iPhone 16 大使培訓營」，提升門市銷售能力。
- 評估 (Evaluate)：持續收集學員反饋，改進課程設計。

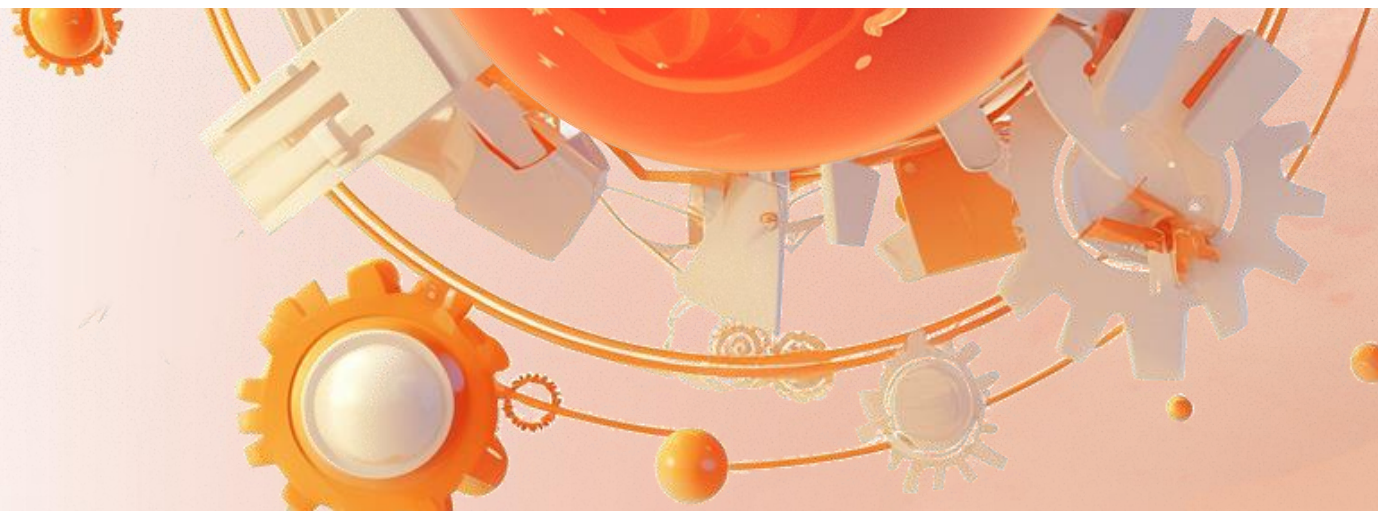
數據驅動與持續優化

PDCA 持續改進循環

- 計劃 (Plan)：根據數據分析制定促銷與分銷策略。
- 執行 (Do)：實施促銷活動與供貨調配。
- 檢查 (Check)：定期評估銷售轉化率與消費者滿意度。
- 行動 (Act)：根據評估結果優化後續計畫。



分眾的溝通



句型範本

Prompt Builder

[Home](#)[語氣](#)[文字風格](#)[敘事手法](#)[視覺風格](#)[角色扮演](#)[知識框架](#)[句型範本](#)[Submit](#)[Clear](#)

Prompt Builder

[Home](#)[COSTAR](#)[三段式提問](#)[TIDD-EC](#)[CRISPE](#)[RAPIDS](#)[APE](#)[CHAT](#)[BROKE](#)[COAST](#)[CARE](#)[SCOPE](#)[SAGE](#)[RTF](#)[RISE](#)[RACE](#)[ROSES](#)[Submit](#)[Clear](#)

新加坡首屆 GPT-4 Prompt Engineering 大賽中使用的策略技巧。

COSTAR

Prompt Builder

Context (情境)

Objective (目標)

Style (風格)

Tone (語氣)

[Home](#)

COSTAR

三段式提問

TIDD-EC

CRISPE

RAPIDS

APE

CHAT

BROKE

COAST

CARE

SCOPE

SAGE

RTF

RISE

RACE

ROSES

[Submit](#)[Clear](#)

Context (情境)

在交情較好的員工婚禮現場

Objective (目標)

要上台致詞，希望夠笑中帶淚，既感人又情感真摯

Style (風格)

各種驚險萬分的伏筆

Tone (語氣)

幽默、自嘲但是得體

Audience (受眾)

婚禮現場的親友們

Response (回應)

一份演講稿以及請註記須注意的情況與重點



演講稿草案

各位親友、各位來賓，還有我們今天的兩位主角，新郎和新娘：

大家好！今天站在這裡，我真的感到無比榮幸和，說實話，也有點緊張。畢竟，平常我只敢在辦公室跟新郎鬥嘴，現在居然要在這麼多人面前「揭發」他的一些秘密。放心，我會挑些可以公開的。

先從我們的新郎說起吧！他是個怎樣的人呢？聰明、幽默、負責任（這句要念得誠懇），但是，也有點.....（停頓，看看大家反應）固執！不過，這種固執讓他對重要的事永不放棄，比如他今天能娶到這麼美麗的新娘，真是「永不言敗」的最佳範例。新娘，我真的佩服你的耐心，和他在一起不容易吧？（看著新娘，眨眨眼）

不過話說回來，新郎其實也有個非常大的優點，他的真誠。他真誠地對待朋友、家人，當然，今天起，最重要的是對待你，新娘。他曾經說過：「如果我真的找到那個對的人，我一定會用一輩子守護她。」當時我以為他在開玩笑，結果沒想到今天，這句話應驗了。

接下來，讓我們聊聊新娘。坦白說，第一次見到新娘，我差點以為新郎用了什麼魔法才追到這麼一位溫柔又優雅的女子。新娘不僅聰明能幹，而且氣質非凡，最重要的是，她願意陪著新郎完成他每個「瘋狂」的計劃，這才是真愛啊！

今天，我看著你們兩個站在一起，感覺就像是人生的大謎題終於找到了完美的答案。婚姻，是一場冒險，也是一場合作。希望你們在未來的日子裡，無論遇到什麼挑戰，都能像今天一樣，牽著彼此的手，一起迎接所有的驚喜和感動。

最後，我想用一句話來祝福你們：願你們的生活，永遠像今天的陽光一樣燦爛，願你們的愛情，永遠像今天的笑聲一樣甜美。



今天，我看著你們兩個站在一起，感覺就像是人生的大謎題終於找到了完美的答案。婚姻，是一場冒險，也是一場合作。希望你們在未來的日子裡，無論遇到什麼挑戰，都能像今天一樣，牽著彼此的手，一起迎接所有的驚喜和感動。

最後，我想用一句話來祝福你們：願你們的生活，永遠像今天的陽光一樣燦爛，願你們的愛情，永遠像今天的笑聲一樣甜美。

讓我們一起舉杯，祝福這對新人，永浴愛河，幸福美滿！

注意事項與重點

- 幽默要適度**：笑話和自嘲可以拉近距離，但不要過度或涉及敏感話題，避免讓現場尷尬。
- 情感真摯**：在幽默中，記得加入對新郎新娘的真心祝福，讓致詞更加感人。
- 伏筆設計**：前面的幽默鋪墊可以引導到後面的深情部分，例如「固執」轉成「真誠」，營造驚喜反差。
- 語速與停頓**：特定笑點或感人處可以適當停頓，給大家反應的時間。
- 語氣自然**：保持輕鬆，不用死記稿子，稍微改成適合自己的語言風格，讓演講更有個人特色。

祝你在婚禮上的致詞成功，成為現場最精彩的亮點之一！





銷售產品:Toyota Alphard

你是一個超強王牌銷售員，你懂得看穿客戶的購買決策邏輯，以找出最好的銷售策略。為了製作更有效的銷售說帖，請先思考此產品可能的客戶群，再向下細分，需要(但不僅限於)包括:

- 個人基本資料描繪(性別、年齡、地區...)
- LIFE-STYLE(請列舉符合他的LIFE STYLE的一些名詞或是形容詞關鍵字)
- 他所討厭或是避諱銷售話術以及銷售的人格特質
- 為什麼會要推薦他購買此商品(而不是其他產品)?
- 這個客戶的購買考慮清單中除了此商品之外最有可能還有哪些競爭商品(請注意競爭商品未必是同類商品，可能是基於第一性原則可以用其他模式滿足消費者需求的商品，例如泡麵的競爭對手未必是其他泡麵，也可能是點外賣)，而他們各自的優缺點各是如何？
- 若要說服他完成購買此商品的決策，應該從那些論點著手來說服或是該採取哪些行動來吸引他們？

請為我生成5套可能會購買此產品的顧客樣貌側寫，以整體銷售業績為考量由高至低作為排序，需滿足以上需求

客戶畫像

1. 高端家庭客戶

基本資料描繪：

- 性別：男女皆可能（家庭決策通常為夫妻共同作出）。
- 年齡：35-50歲。
- 地區：城市或郊區，高消費能力地區（如香港、新加坡、上海）。
- 職業：企業中高層、專業人士（律師、醫生）。
- 收入：年收入50萬人民幣以上。

LIFESTYLE 關鍵字：

- 高端休閒旅遊、子女教育重視、社交活動頻繁、注重家庭時光。
- 代表名詞：國際學校、度假別墅、高爾夫、豪華郵輪。

討厭的話術及銷售特質：

- 討厭過於熱情或緊迫盯人的銷售。
- 忌諱對價格斤斤計較、顯得不專業。
- 不喜歡過分強調“實惠”（他們在意價值，而非價格）。

推薦購買理由：

- 空間與舒適度：七座或八座設計，滿足一家人舒適出行需求。
- 品牌效應：Toyota 品牌可靠性和豪華形象。

- 品牌效應：Toyota 品牌可靠性和豪華形象。
- 高安全性：搭載 Toyota Safety Sense，家人安全至上。
- 性價比：相較於 Mercedes V-Class，擁有更具吸引力的價格。

可能競爭商品及優缺點：

1. Mercedes-Benz V-Class：

- 優點：品牌奢華感更強，科技感高。
- 缺點：價格高，維護成本昂貴。

2. 家庭出國旅行（替代需求）：

- 優點：增加家庭的情感交流。
- 缺點：僅是一時的消費，不能滿足長期需求。

說服策略：

- 強調 Alphard 的舒適與實用性如何適配家庭需求。
- 展示真皮內飾、座椅功能等豪華配置。
- 提供體驗活動（如免費試駕、全家乘坐感受）。

文案撰寫

你是一個有20年汽車行銷經驗資深文案寫手，你擅長在基於客戶畫像，想像出要行銷的車款能對這些潛在客戶發揮甚麼樣的價值，並且轉化成為文案與腳本，請根據以下人設來撰寫出吸引人的、具有SEO成效的、會在社交媒體上傳播的文案。



文案主題：

「Toyota Alphard：讓家庭時光更奢華的移動城堡」

主文案：

當生活不止於生活，移動也可以是一場奢華的享受。

Toyota Alphard，不只是車，是一份為全家打造的移動空間哲學。

在35-50歲的您，兼顧事業與家庭不是選擇題，而是生活方式。Alphard 將空間、舒適與豪華完美融合，讓每一次出行都成為家人共享的溫馨時刻。

- **寬敞七座設計：**容納全家人不只舒適，更尊貴。每一排座椅都像頭等艙，是真正為家人而設的禮遇。
- **豪華內裝：**精選真皮座椅與高端飾面，將您與家人的每一段旅程變成享受。
- **Toyota Safety Sense：**超越標準的主動安全技術，全方位守護家人的安心。
- **品牌承諾：**Toyota，象徵可靠性與卓越品質，讓您購車無後顧之憂。

如果您正在考慮 Mercedes-Benz V-Class，您會發現，Alphard 以更具吸引力的價格，提供同等甚至超越的舒適感與功能性。這不是妥協，而是更聰明的選擇。

家庭的價值，值得一輛 Toyota Alphard。



參考對標

請參考MAC以及IPHONE廣告文案的風格，談價值體驗勝於功能參數來撰寫新的文案



文案主題：

「Toyota Alphard：家庭時光的新定義」

主文案：

不是每一段旅程都能稱為時光，但每一段 Alphard 的旅程，都是值得記住的家人時光。

坐進 Toyota Alphard，您會感受到一種無需解釋的從容。每一次車門的開啟，都是一場私人的禮遇；每一個座位的設計，都是對家的理解與敬意。它不是一輛車，它是一個讓家人更親密的移動空間。

這不是在談數字，也不是在展示規格。Toyota Alphard 的價值，是您在繁忙生活中找到的一片安靜。它是一個移動的避風港，讓您與孩子一同享受片刻的童話，讓愛人安然休憩於安心的懷抱中。

不管是送孩子去他們未來的第一步，還是陪伴父母走過熟悉的街道，Alphard 讓每一公里都擁有獨特的溫度。

Alphard 的奢華，不是為了炫耀，而是為了珍惜。

行動召喚 (CTA)：

「與家人一同感受這份奢華的簡單。」

立即預約專屬試駕，體驗您與家人專屬的移動空間。

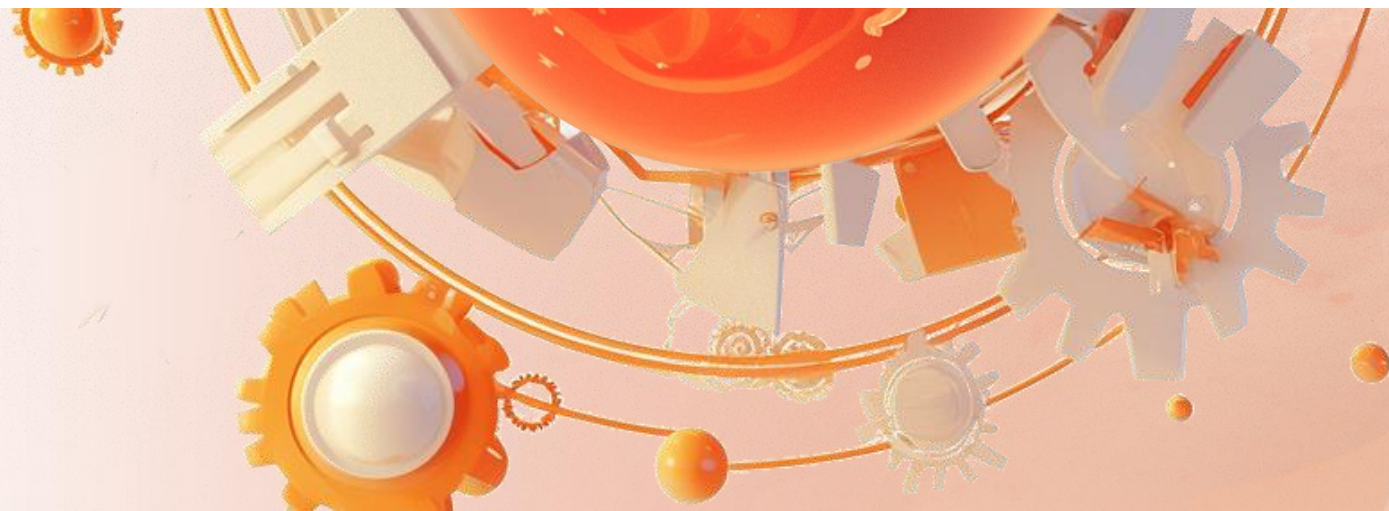


點擊這裡，探索更多 [連結]





理念的表達





閱讀論文

撰寫郵件

資訊收集與理解

會議紀錄

提案與簡報

視覺能力

數據分析

行銷分析

影音製作

文本改寫

人資與面試

商業應用

法律與合約

社交與娛樂

提問技巧

偽代碼PROMPT



簡報內容規劃

簡報主題:台灣碳權碳交易的現在與未來

簡報受眾:台灣中小型製造業企業主

頁數:25

你是一個簡報大師，你擅長將複雜的題目以最吸睛的方式表達，請基於第一性原理思考針對簡報受眾進行這場簡報的根本目的，藉此設計出總共25頁的投影片內容規劃，包含封面頁，最後的Q&A頁，不需要目錄頁。每頁大綱需要包含：

- 主標題
- 副標題(optional)
- 內文，也就是要顯示在投影片上的文字，盡量以無序列表的形式來呈現重點，切忌文字量過多
- 背景圖(optional，如果要請撰寫出這張圖的生成prompt，如果是有背景圖，應該該畫面只會有主標題或是副標題，且以白色粗體大型字墊在背景圖前,有背景圖時就不該使用插圖)
- 輔助視覺化，在投影片中可能有以下幾種輔助視覺化技術(整份投影片規劃，盡量不要出現沒有輔助視覺化只有文字的投影片):
 - 插圖，請撰寫出該插圖生成的prompt或者是現成網路圖的url，不可以重複使用
 - 表格，請以markdown的形式來表達此表格，需註明出處來源
 - 圖表，請以matplotlib來繪製圖表，請撰寫出產生此圖表的python語法

請以每5頁一個檔案的方式(檔名規則為slide_001.json,slide_006.json...以此類推)json陣列的形式輸出上述的**完整**簡報內容規劃，不得缺漏

簡報內容定義規劃

```
    ],  
    "background_image_prompt": "A minimalistic background with a large question mark made of green leaves, symbolizing sustainability-related questions.",  
    "visuals": None  
  }  
]  
  
# Saving to a JSON file  
file_path_021 = "/mnt/data/slide_021.json"  
with open(file_path_021, "w") as file:  
    json.dump(slides_021_025, file, ensure_ascii=False, indent=4)  
  
file_path_021
```

結果

```
'/mnt/data/slide_021.json'
```

第五部分的簡報內容 (slide_021.json) 已經完成並儲存，您可以透過以下連結下載：

[下載 slide_021.json](#)

至此，整份簡報的內容規劃已經完成。如果您需要進一步修改或補充，請隨時告訴我！ 😊

```
{  
  "slide_number": 23,  
  "title": "如何衡量碳減排績效？",  
  "subtitle": null,  
  "content": [  
    "指標：碳排放量 (tCO2e) 減少數",  
    "效率：減排成本與產出比例",  
    "影響：企業整體碳足跡的降低程度",  
    "數據：使用科學數據支持的報告"  
  ],  
  "background_image_prompt": null,  
  "visuals": {  
    "type": "illustration",  
    "prompt": "An illustration of a performance dashboard showing key metrics like carbon emissions, costs, and efficiency."  
  }  
},  
{  
  "slide_number": 24,  
  "title": "未來的展望",  
  "subtitle": null,  
  "content": [  
    "展望1：台灣碳市場成熟化",  
    "展望2：更多企業參與國際減排合作",  
    "展望3：技術進步降低碳管理門檻",  
    "展望4：成為全球綠色轉型的關鍵參與者"  
  ],  
  "background_image_prompt": "A futuristic city skyline with greenery and wind turbines, symbolizing a sustainable future.",  
  "visuals": null  
},  
{  
  "slide_number": 25,  
  "title": "Q&A",  
  "subtitle": null,  
  "content": [  
    "歡迎提出您的問題",  
    "讓我們一起探討台灣碳交易的機遇與挑戰"  
  ],  
  "background_image_prompt": "A minimalistic background with a large question mark made of green leaves, symbolizing sustainability-related questions.",  
  "visuals": null  
}  
]
```

抽取配圖清單

img_prompts_dict=(
根據讀取以存檔的slide_xxx.json讀取後，取出其中所有要生成的配圖以及封面封底圖的prompt定義(value)以及對應頁碼(key))

print(img_prompts_dict)

結果

```
{1: 'A high-resolution background image showing a modern industrial skyline in  
2: 'An illustration of a factory surrounded by green trees and carbon credit  
5: 'An illustration of Taiwan on a map interconnected with arrows pointing to  
7: 'An illustration of a small business owner looking at a complex chart with  
9: 'An illustration showing a small factory with solar panels and energy-effici  
10: 'A simple gradient background with a question mark symbol in the center, :  
11: 'An illustration showing a government building with arrows pointing to sma  
14: 'An illustration of money stacks and carbon credits with arrows showing tr  
15: 'An illustration showing a checklist with items ticked off, symbolizing a  
16: 'A map of Europe highlighting countries participating in the ETS, with ic  
18: 'An illustration of financial charts and carbon credits intertwined, symb  
20: "A crossroads signpost showing 'Challenges' and 'Opportunities' with facto  
21: 'An illustration of a business team in a meeting, discussing environmental  
23: 'An illustration of a performance dashboard showing key metrics like carb  
24: 'A futuristic city skyline with greenery and wind turbines, symbolizing a  
25: 'A minimalistic background with a large question mark made of green leave:
```

以下**偽代碼prompt**，請依照其語意一步一步地來執行，不該有遺漏或是杜撰

停用代碼解釋器，但你dalle以文生圖功能仍然有效

```
for page, img_prompt in image_prompts_dict.items():  
    if page <= 15:  
        dalle.text2im({"prompt":img_prompt, "size": "1792x1024", "n": 1})  
        # 請將圖片儲存於mnt/data目錄下
```

配圖生成





****非常重要**不可以跳過或忽略**
請用代碼解釋器逐一開啟剛才生成出的png檔
然後開啟後再請以png檔案格式,
****以相同檔名再儲存**一次(請勿跳過此步驟, 因為預設png
中是webp格式)**
同時透過代碼解釋器, 將原來冗長的檔名, 改成"image_頁
碼.png"的名稱存檔

投影片建構

請根據以下原則建構投影片結構：

- 建立一個寬高比為16:9的pptx物件
- 根據規劃頁數先把所有空白頁面加入，頁首和頁底使用空白範本(slide_layouts[6])其餘頁面使用標題範本(slide_layouts[1])
- 頁首和頁尾圖片是以滿版的方式放在投影片上，**不要改動圖片長寬比**，頁首標題以及頁尾的"Q&A"則是以白色加粗字體放在圖片之上
- 其餘頁面，請逐一處理，需要讀取對應之slide_xxx.json，以及將以生成之圖檔按照下規範放入投影片中：
 - 其餘頁面則是上方放置標題或小標
 - 若是該頁沒有視覺化元素，則按照原本slide_layouts[1]的方式來擺放內文
 - 若是視覺化中是表格、圖表、圖片則長寬比固定，而寬度調整約為頁面的60%，放置於左側，剩餘區域才放置文字，請注意文字不要與視覺化部分重疊到

- 將此pptx生成後存檔於mnt/data並提供下載連結



1

台灣碳權交易的現在與未來

2

為什麼中小企業需要關注碳權與碳交易？



3

碳權與碳交易的基礎概念

碳權：指一種二氧化的排放許可證，是碳權市場上的重要資產。
碳交易：指在碳權市場上，企業之間進行碳權的買賣和交易。

4

台灣碳交易市場的現狀

2024年正式啟動全國性碳交易市場，主要包含：能源、製造、交通等行業。目前台灣碳交易市場尚處於起步階段，預計未來將隨著全球碳交易市場的成熟而逐步發展。

5

全球碳交易市場對台灣的影響



競爭壓力：隨著全球碳交易市場的成熟，台灣企業將面臨來自國際市場的競爭壓力。如果台灣企業不能及時適應碳交易市場，可能會導致其在國際市場上的競爭力下降。

6

台灣碳交易市場的未來發展趨勢

隨著國際碳交易市場的成熟，台灣企業將面臨來自國際市場的競爭壓力。如果台灣企業不能及時適應碳交易市場，可能會導致其在國際市場上的競爭力下降。

7

中小企業面臨的挑戰



資金壓力：投資碳權交易需要大量的資金，對於中小企業來說，這是一筆巨大的開支。如果企業不能及時籌集資金，可能會導致其在碳權交易市場上的競爭力下降。

8