

**標題：人見人愛粉絲雲集~高人氣致勝秘訣!-行銷思維 x 內容定**

**位 x 品牌策略**

**時間地點：2020/09/03 14:00~16:00 @ 行政院新創基地**

**主講人：SoWork 創辦人 王俊人(CJ Wang)**

當小編的時候，當每次精心構思的內容，看到低迷的按讚數、寥寥無幾的留言，總是讓人百思不得其解，為何人氣總是提升不了呢？明明總是很用心，卻都獲得不到實際的成效呢？或許不要只有與粉絲噓寒問暖的內容，毫無目的地只靠靈感、靠直覺，想到什麼就發表什麼，靈光乍現的內容，或許沒有想像中那麼有創意，可能沒有帶來實際的效果。在開始之前，一定要先建立策略性的思考脈絡，這一切過程雖然辛苦，但絕對受用無窮。

CJ Wang 將自己 14 年間內化而來的思維邏輯，全數傾囊相授，透過 9/3 的講座分享，從最基本的內容定位方法，到內容產出，一套通用各平台的基礎架構，讓產出內容不再受限，走到哪都適用，新創圓夢網特派員將講座精華整理成小卡筆記的形式，讓你快速吸收、啟發你的社群經營靈感！

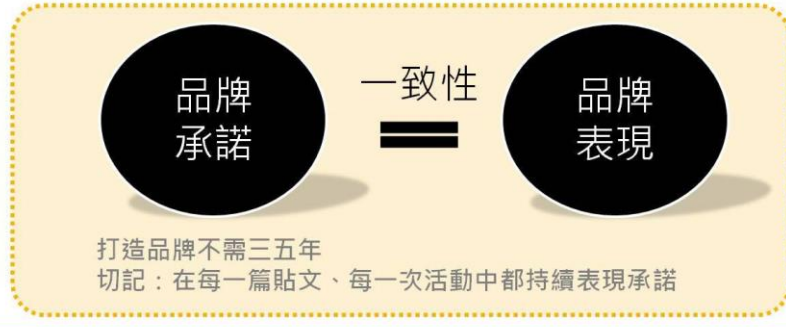
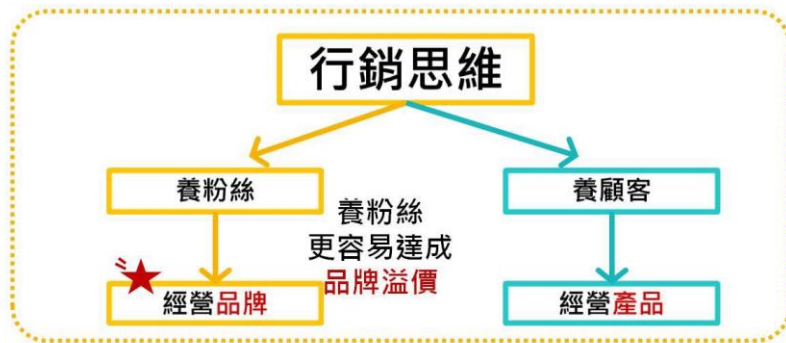
### **【講者是誰？】**

**SoWork 創辦人 王俊人(CJ Wang)**

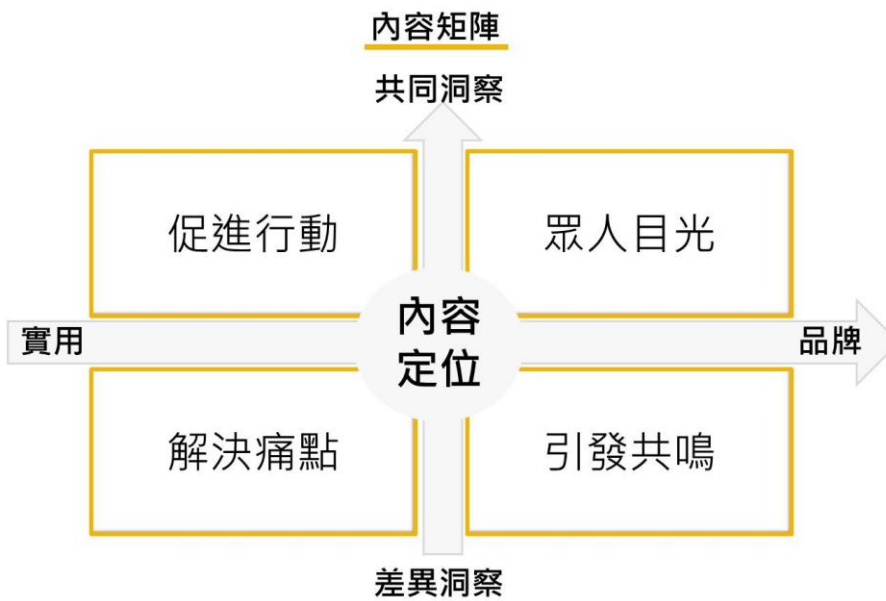
在奧美服務超過十年，協助奧美成立社群團隊，發展能協助客戶解決問題的社群之道。離開奧美時已建立了 30 人的數據化行銷團隊，為奧美導入 5 種節省行銷人員青春的工具，期間服務客戶涵蓋汽車、烈酒、金融、快銷品、飲料、母嬰用品等不同產業，經過獨有的數據化內容行銷思維，協助 9 成以上客戶提升至少 30%的成效。

經過服務數百個品牌後，逐漸發展出一套數據導向的社群行銷心法，能協助客戶達成穩定成效，減低小編工作的辛勞，終身的目標就是希望品牌能重視社群、重視小編，發揮社群能帶給品牌的利益，停止創造消費者不需要的內容，停止浪費大家的青春。

行銷思維x內容定位x品牌策略



行銷思維x內容定位x品牌策略



運用內容矩陣四個面向發想內容，更有目標地對目標族群溝通

行銷思維x內容定位x品牌策略

用策略思維學習現代行銷人所需工具

消費者數據研究工具

市調工具、電商數據資料庫、  
IG圖片分析、臉書行為分析

舉例：GlobalWeb Index

市場情報工具

Instagram標籤分析、網站分析、  
自有社群媒體、社群監測工具

舉例：SimilarWeb

內容創造工具

LOGO生成器、靜態圖文、  
動態影像、Instagram標籤、  
文轉圖

舉例：Canva

成效優化工具

關鍵字成效、媒體組合優化、  
全頻道的成效監測、  
成效優化視覺化

舉例：Marin

(本文為新創圓夢網整理製作，如要轉載本文，請以連結形式註

明文章來源，舉例：本文轉載自《[新創圓夢網](#)》)