

EEC 社群行銷-技能規範

知識與技能規範	子項	細項
01 社群概論	1.1 社群定義	1.1.1 社群核心要素（特性） 1.1.2 社群類型 1.1.3 社群演進
	1.2 發展及應用	1.2.1 發展趨勢（直播、網紅、導購、虛擬實境、CHATBOT...） 1.2.2 社群商務特性 1.2.3 行動社群與應用法則
	1.3 平台介紹	1.3.1 SNS類平台：FB、IG、微博 1.3.2 論壇類平台：知識、問答、興趣主題、PTT、DCARD、評論等論壇 1.3.3 影音類平台：Youtube、Vimeo 1.3.4 即時通訊類平台：LINE、微信、WHATS APP、SKYPE 1.3.5 購物類平台：電商、團購類、購物社團
	1.4 法規及倫理	1.4.1 社群隱私權與資料保護 1.4.2 PACT社群網路倫理與原則 1.4.3 證言行銷倫理道德與法規須知
02 社群經營規劃	2.1 社群經營概要	2.1.1 品牌於社群定位 2.1.2 經營階段（PDCA） 2.1.3 平台經營方式
	2.2 社群內容規劃	2.2.1 主題、文案、圖文內容設計 2.2.2 發文內容要項
	2.3 社群活動規劃	2.3.1 粉絲互動、活動設計
	2.4 社群商務規劃	2.4.1 社群商務特性與類型 2.4.2 應用：O2O、B2B、B2C、C2C電商應用案例
03 社群媒體操作	3.1 社群媒體特性	3.1.1 社群媒體三要素 3.1.2 類型與優勢
	3.2 自媒體行銷	3.2.1 平台應用：FB、LINE、IG、TWITTER、BLOG 3.2.2 內容行銷（影音圖文、短秒數影片、內容製作、管理與發佈）
	3.3 口碑行銷	3.3.1 形式：意見領袖行銷、分眾社群、社群擴散、網友背書、部落格行銷 3.3.2 社群公關管理：網路危機管理、正面聲量維護、品牌影響者建立、培養網路擁護者、網路證言行銷
	3.4 社群廣告	3.4.1 廣告投放策略 3.4.2 目標族群 3.4.3 廣告優化 3.4.4 廣告型態（原生廣告、展示型廣告、名單型廣告...）
04 社群數據分析	4.1 數據分析與工具	4.1.1 免費分析工具：FB-Insight、LINE@後台、Social bakers 4.1.2 免費社群監測：Google快訊、Quintly、Hitfit、Google Alerts、Google Trends
	4.2 社群關鍵指標	4.2.1 量化衡量指標：粉絲數、互動人數(按讚人數+回應數)、分享/轉貼人數、Click/導回PV數、 聲量、正負評、提升銷售動機、社群與新聞比、集中度
	4.3 社群網路分析	4.3.1 節點中心程度與圖型理論 4.3.2 社群六度分隔理論 4.3.3 社群中樞KOL理論（普通中樞、非常中樞、專家中樞...）
	4.4 優化分析調整	4.4.1 行銷目標與KPI對焦 4.4.2 觀測數據與對應操作 4.4.3 優化顧問建議：圖片、文字、誘因、目標族群、主題、核心梗、傳播訊息