WANLIAN INTERNATIONAL

自媒體品牌經營術

從定位、內容到顧客轉換的實作手冊

JW DIGITAL COLLECTION | 繁體中文版 | 2026.11

閱讀說明

本書以可執行的步驟、範例與練習為核心。建議每讀完一章，立即完成一項小練習，並把成果保留在自己的工作筆記。

著作與使用提醒

2026 萬聯國際有限公司（WANLIAN INTERNATIONAL）。本書為原創教育內容。購買者可供個人學習使用；未經授權不得公開散布或轉售。本書不構成個別法律、稅務、醫療或投資建議。各平台政策及服務功能可能更新，實際操作請以官方最新資訊為準。

章節目錄

01｜找到你的品牌定位

02｜建立內容支柱

03｜設計可讀的圖文貼文

04｜短影音腳本與拍攝

05｜建立 LINE 名單與導流

06｜衡量內容是否帶來生意

07｜90 天品牌成長計畫

01｜找到你的品牌定位

一句話說清楚價值

品牌定位可以用「我協助____族群，解決____問題，透過____方法」表達。先不要追求所有人都喜歡，優先讓一群人知道你能解決什麼。

用問題訪談驗證

找五位可能的受眾，問他們最近一次遇到的困難、曾試過的方法、願意花多少時間解決。記下原話，不要只問「你喜不喜歡我的內容」。

練習：定位卡

目標讀者____；最常見的問題____；我們提供的具體幫助____；與其他帳號的差異____；不打算服務的需求____。

本章行動：選一項今天能完成的練習，記下實際結果、遇到的阻礙與下一次調整。

02 | 建立內容支柱

三類內容就夠

教育內容解決問題、案例內容建立信任、轉換內容說明商品。初期可用 60% 教育、30% 案例、10% 商品介紹作為實驗起點，並非所有帳號都適用。

把問題變成選題

從客服訊息、留言與常見搜尋問題蒐集題目。每題記錄受眾、痛點、承諾的收穫與可驗證來源。

練習：內容題庫

寫出十個顧客真正問過的問題；為每個問題標記「入門／進階／購買前」，避免整個月只談同一種內容。

本章行動：選一項今天能完成的練習，記下實際結果、遇到的阻礙與下一次調整。