品牌經營與行銷策略

品牌行銷 | 七頁實作手冊

今天發 AI，明天談生活，訪客卻不知道為什麼要追蹤？定位先從一種人、一個情境與一項能示範的成果開始。

完成後帶走什麼

寫出一句定位、三個內容系列與一個可測試的產品主張。

閱讀路線

第 2-3 頁：四個操作步驟
第 4 頁：完整示例
第 5 頁：可列印工作表
第 6 頁：七天執行表
第 7 頁：排錯、限制與資料來源

使用方式：先讀示例，再用自己的資料填表。每次只完成一個小步驟；資訊不足時標示待確認，避免把假設當事實。

01 / 開始與定義

選一種使用情境：列三類客戶，分別寫最近一次卡住的任務。挑你有產品或實作素材能展示的一類。

把抽象價值改成可見交付：把「提升品牌」改成「填完一張七天選題表」。承諾你能交付的工具，避免承諾別人控制的流量。

現在就做

取一張紙，把前兩個步驟各寫成一項具體產出。每項都註明：資料從哪裡來、怎樣算完成、哪些資訊還缺少。先完成最小版本，不用一次做漂亮。

我的第一項產出：_____
資料來源：_____
仍需確認：_____

02 / 驗證與回顧

統一三個接觸點：Bio 說服務誰，置頂貼文示範成果，網站說明內容與適用範圍。相同產品使用一致名稱。

用小樣本測試理解度：請五位目標對象看 Bio 十秒，再說出你提供什麼。若說不出，先改清楚，不急著換整套視覺。

驗收規則

完成後用三個問題核對：別人是否能看懂？每個數字或承諾是否有來源？換一個情境時是否仍適用？把不適用條件寫進紀錄，避免勉強套用。

我會在 _____ 年 _____ 月 _____ 日回顧。
達到哪個條件才繼續：_____
遇到什麼情況先停止：_____