

全書框架速查卡

摘自《AI 賦能社群行銷 | 智造網路核子彈》第三版附錄 A · 作者 黃逸旻 Steven Huang

AI 副駕駛三大鐵則

Ch0

- AI 產出素材，人類制定決策
- 放大優勢，不掩蓋短板
- 人在迴圈中 (Human-in-the-loop)

AI 協作三流程

Ch0

- 發想期：AI 發散 50 個方向／人類收斂為 1-3 個
- 製作期：AI 生成素材／人類品管（調性、事實、紅線、溫度）
- 優化期：AI 讀數據、提建議／人類判斷「要不要做」

AI Agent 三層級

Ch0 · Ch11

- 第一層 AI 副駕駛 (Co-Pilot)：人人必備的基本能力
- 第二層 多 Agent 協作流：社群行銷經理級別
- 第三層 AI 自主代理：AI 行銷指揮官／行銷長級別

R-T-C-E Prompt 結構

Ch0 · Ch3

- R 角色：你要 AI 扮演誰？
- T 任務：具體做什麼？產出格式是什麼？
- C 限制：字數、語氣、紅線、必含元素
- E 範例：給 AI 一個「好答案長這樣」的範本

AI 三大紅線

Ch0 · Ch2

- 個資紅線：機密／個資不丟公開 AI
- 著作權紅線：不模仿真人、不假裝原創
- 透明揭露紅線：必須讓對方知道是 AI

AI 輔助 PDCA

Ch3

- Plan 計畫 · Do 執行 · Check 檢核 · Action 達成與調整
- AI 時代：PDCA 跑一圈的時間從一個月縮到一週甚至一天。

PACT 2.0 社群網路倫理

Ch2

- P 隱私權 → 資料主權
- A 自主性 → 人類最終決策權
- C 關懷 → 演算法人性
- T 誠信 → AI 透明度

POE 媒體三分模型

Ch5

- Paid 付費媒體：控制度高、信任度低、擴散性中
- Owned 自有媒體：控制度高、信任度中、擴散性低
- Earned 賺得媒體：控制度低、信任度高、擴散性高

社群活動三大法則

Ch4

- 直覺、簡單、易懂
- 促使人們願意分享
- 兼顧行銷傳播的效益

DISCO 危機應對五原則

Ch7

- Dual Path Process：溝通與管理雙管齊下
- Immediate Response：第一時間做對的回應
- Stakeholder：利益關係人溝通優先序
- Containment：控制發展狀況
- Ownership：負起應有的責任

KOL ACTIVE 六大特性

Ch10

- Ahead in adoption 先驅 · Connected 連結 · Travelers 旅行家
- Information hungry 渴求資訊 · Vocal 自由表達 · Exposed to media 媒體曝光

病毒行銷七大要素

Ch6

- 故事性 · 吸引人的視覺標題內容 · 新觀點值得討論
- 創意揮灑空間 · 簡單的參與分享機制
- 訊息以外的價值 · 提醒人們去分享

五大優化項目

- 圖片優化 • 文字優化 • 誘因優化
- 核心梗優化 • 傳播訊息優化

自媒體經營四階段

- 基礎建設期：視覺、文案、品牌定位
- 衝刺粉絲期：對的粉絲、對的內容
- 增進互動期：主題優化、目標族群、強心針
- 增加轉換期：提升、取得名單、加入會員

指標金字塔

Ch9

- 生意指標（頂層）：營收、利潤、LTV
- 行銷指標（中層）：獲客成本、轉換率、ROAS
- 社群指標（底層）：粉絲數、觸及、互動、聲量

鐵律：底層只是手段，中、頂層才是目的。

AI Agent 五大底線

Ch11

- 人類最終決策權 • 透明揭露 • 紅線審核
- 個資保護 • 持續審視（每月／每季回頭檢查）