

XX 佛教禮儀股份有限公司

行銷處新人培訓計畫

文件編號：XXX-XXX-XX

版本別：第二版

編撰者：李荃至

前言

現行內部專業人員數量過少，需要將公司宣傳外包至其他行銷公司，一來預算花費不透明，許多數據來源皆不明確，二來無法持續培養內部人才網路，再來無法建立持續性可複製模式，最終損害的還是公司本體與降低競爭度，本次透過培訓行銷部小編計畫，增加行銷處人才數量，增進專業知識、技能，並鞏固公司整體營運。

一、平台區分

區分 Meta 與旗下目前平台，初期需要了解所有平台結構，如操作介面，各旗下平台特性，與所觸及屬性。

M e t a：包含企業管理平台、廣告投放平台等綜合平台，操作旗下 FB、IG、商店等等總管理平台

F B：為人所知的粉絲頁、線上商店、個人專頁、公眾人物

I G：以影片、相片宣傳個人、商家的社群

T h r e a d s：以文字為核心的社交應用，視為文字版本的 IG

二、培訓目的

本次培訓目的在於人員能夠流暢操作各個平台，嘗試解決目前遭遇問題，紀錄相關數據與判讀，嘗試投放廣告與修正，各式雲端工具操作與學習抗壓力、多元思考等通才培訓方式。

1. 了解 META 的企業管理平台相關架構與設定
2. 了解 META 中的廣告管理平台操作模式
3. 了解 META 商家資產群組的使用與分派辦法
4. 了解公司 FB、IG、Threads 目前架構、用戶特性、文章取向，各版面操作辦法
5. 每日固定工作內容，維持現有 FB 架構與粉絲數量
6. 學習基礎數據分析，瞭解 FB、IG 中數字透露之訊息並記錄
7. 學習基本廣告投放操作，了解預算、增幅度、KPI、用戶需求並取得平衡
8. 透過實際廣告投放作業逐步增加粉絲與好友數量
9. 學習基本 AI 工具、包含 Perplexity、Playground AI、Canva、Gamma 等製圖、剪接、簡報、文字生成工具
10. 學習抗壓能力、訓練多元思考能力以及培養多工能力。

三、存取權限

1. 初期檢視架構時給予公司帳號，由培訓人員檢視操作成果，帳號如下：

帳號	xxxxxx.co@gmail.com
密碼	xxxxxxx

2. 培訓期間後依據行政處發放權限，相關權限路徑如下

XXXX

3. 培訓完成後行政處須修改密碼，以及建立定期密碼修改，以免外流機密資訊。

四、工作時間分配比例

以實算七小時進行計算如下，每日依據實際狀況進行調整。

項目	所佔比例	時間換算
固定工作時間	25%	1.75H
浮動工作時間	20%	1.4H
廣告操作時間	30%	2.1H
學習時間	20%	1.4H
查核討論時間	5%	0.35H

五、每日固定工作事項如下

安排每日都需要執行之事項，以及紀錄各個情況，以便彙整數據，觀察公司旗下社群動向與異常狀況處理。

1. 使用者互動工作事項如下：

編號	項目	範圍
1	回復貼文者的留言	全
2	與粉絲互動按讚	全
3	以按讚者邀請追蹤	全

2. 記錄各個平台每日情況：

編號	項目
1	限時動態更新數據
2	FB 文章粉絲數量
3	FB 文章按讚數量

4	IG 相片、影片讚數
5	廣告投放成效紀錄
6	Threads 按讚數
7	檢視各平台紀錄與異常情形

六、各項浮動工作事項如下

浮動工作事項諸如更新各個平台資料、相片，研究廣告投放方式與找尋其他可交流之社團

1. 更新事項：建立需更新的線上資料夾，每日檢查、執行更新與紀錄

編號	項目	範圍
1	更新相簿	全
2	更新影片	全
3	更新文字敘述	Threads
4	中期廣告投放調整	FB

2. 與其他社群互動

編號	項目	範圍
1	找尋高流量社團	僅 FB
2	促使互動與交流	僅 FB

3. 研究事項：為後續廣告投放作業做前置研究準備，範圍包含公司與其他相關產業廣告投放交互方式。

編號	項目
----	----

1	貼文觸及、曝光、互動的交互關係
2	各文章屬性與投放方式
3	粉絲頁屬性與受眾研究
4	廣告投放預算掌握
5	追蹤者變化
6	目前市場話題、可行銷想法

七、需學習之技能與思考訓練

需要學習的固定技能、抗壓力培養、多元思考以及策略思維

編號	項目
1	策略思維、訂定目標
2	成效與支出差異、訂定預算
3	製作基礎簡報(Gamma、PowerPoint)
4	AI 工具操作(Perplexity、Canva、Playground AI)
5	思考流程辦法與製作流程
6	學習製作表單
7	基本數據分析判斷
8	FB 行銷活動思考
9	星級數活動思考
10	如何連結網站創造收益
11	消費者心理學、群眾效應、鏡面反應
12	文案編撰技巧

13	溝通與抗壓力訓練
14	學習如何查找資料、判斷資料正確性

八、每日工作回報事項

每日填寫工作事項回報單，確認每日完畢事項、未處理完事項、隔日待辦事項、完成度等回報作業，並查核完畢後始得完成下班，培養事情輕重緩急、先後順序以及如何提前安排工作內容，回報表中制定百分比顯示以及遭遇的問題、解決辦法探討事項，增進人員面對困難時如何應對。

線上事項回報單路徑如下 -> 雲端小編/助理區域 -> XX 佛教禮儀_小編/助理每日事項回報表 -> 月_周_名回報表

今日事項 2024/8/5 周一	今日事項 2024/8/6 周二	今日事項 2024/8/7 周三	今日事項 2024/8/8 周四	今日事項 2024/8/9 周五	今日事項 2024/8/10 周六	今日事項 2024/8/11 周日
☒ 檢閱公司FB架構	☒ 演習AI工具 ☐ 學習數據分析	☒ 學習投放 ☐ 操作平台	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐		
完成比例 14.29%	完成比例 28.57%	完成比例 14.29%	完成比例 0.00%	完成比例 0.00%		
未完成事項	未完成事項	未完成事項	未完成事項	未完成事項		
明日待辦事項	明日待辦事項	明日待辦事項	明日待辦事項	明日待辦事項		
查核者	查核者	查核者	查核者	查核者	周末一般休養	
		本周事項清單	本周事項清單	解決辦法	自我記錄	

九、訓練時間

兩個月共八周，第一個月熟悉 Meta、IG、FB、Threads 等各項操作與工具，並嘗試蒐集大量數據與資料，擴充行銷思維，並嘗試思考活動如何編列，第二個月嘗試投放與安排行銷活動後開始獨立進行簡報。

月別	周別	訓練大綱	目的
第一個月	一	熟悉 Meta、FB、IG、Threads 平台各個操作	建立基本操作能力

		了解每日事項回報單撰寫方式	習慣流程與安排事項
		了解各式表單建立方式、撰寫方法	習慣藍圖建構與安排
	二	執行每日各訂工作事項內容	執行固定工作事項
		學習如何找尋大量資訊與判讀	學習效率與資訊擴充
	三	思考編列各式活動(五星、按讚、其他)	擴充行銷概念
		研究屬性、受眾、觸及、曝光、交互與投放歷史	擴充行銷概念
	四	學習基本 AI 工具操作	擴充基本知識
		嘗試製作簡報進行報告	建立自信與溝通辦法
第二個月	五	嘗試進行優化表單作業	學習修改、修正作業
		嘗試訂定目標、擬定投放辦法	學習預算與成效關係
	六	實際執行投放與紀錄檢視	實際執行
		思考編列各式活動(五星、按讚、其他)	擴充行銷概念
	七	嘗試整合活動、AI 工具	進行整合訓練
		嘗試編列流程書	進行整合訓練
	八	獨立編撰所有報告與執行報告	進行整合訓練

十、訓練模式

漸進式/區塊式/報告探討式，依據訓練排程進度進行訓練，由訓練人員每周提出訓練報告，依據能力區分延後或提前下階段訓練事項。

1. 漸進式：依照甘特排程進行訓練，每日記錄預定排程/完成/延後狀況。
2. 區塊式：依照實際工作狀況、興趣與能力，額外增/減學習項目或調整訓練方式。
3. 報告探討式：每日均要求人員提出工作/學習/執行/研究報告，並由訓練人員與之進行報告探討，目的在於提升培訓者心態是否於抗壓水平內，以及訓練如何產出報告，

口頭敘述想法，態度是否勇於面對錯誤與未知，以及探討修改/修正方式。

十一、訓練排程

訓練排程如甘特圖上顯示進度，會依據個人能力不同採取移動式調整。

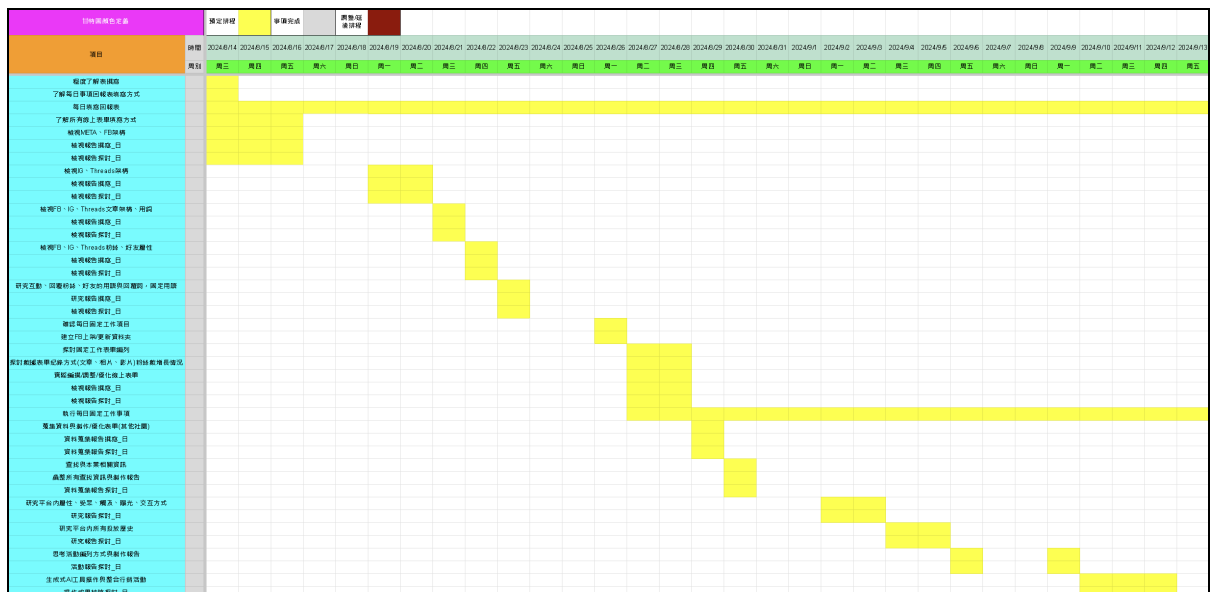
1. 排程路徑如下：

XX 線上雲端表格 -> 小編/助理區域 -> XX 佛教_小編訓練甘特圖 -> 月份訓練排程

2. 訓練甘特圖內各色塊定義如下：

預定排程	黃色
事項完成	灰色
調整/延後排程	暗紅色

3. 下圖為第一個月訓練甘特圖，詳情請上雲端進行查核



4. 其他表單：

XX 佛教行銷活動規劃表：放置於培訓 File 中

XX 佛教_廣告投放事項表：放置於培訓 File 中

XX 佛教 每日數據紀錄表：放置於培訓 File 中

*其他需求再討論製表

十二、成果檢測

檢查/考核人員能力是否提升，以能夠獨立作業為主要衡量依據，依序考核人員在行銷的概念上是否完備，以及建立良好的態度與心態面對所遭遇的困難與問題。

可以獨立製作流程表單
可以獨立完成每日事項
可以獨立進行預算控管與投放
可以發想行銷活動與編撰報告書
可以熟悉所有平台操作辦法
可以獨立進行報告作業

十三、其他 FB 相關訓練細則

1. 基本操作

- 認識社群媒體平台
- 社群媒體的基本概念
- 了解社群媒體的發展歷史和重要性
- 掌握主要社群媒體平台（如 Facebook、Instagram、LINE 等）的特點和用法
- Facebook 的操作技巧
- 粉絲專頁和社團的區別及各自的經營策略
- 進階功能的使用（如多圖連結貼文、影片型貼文的設置）

2. 創作與編輯

- 內容創作與編輯
- 內容策略
- 如何制定內容日曆

- 了解目標受眾，制定相應的內容策略
- 創意內容製作
- 文案撰寫技巧
- 圖片和影片的基本編輯技巧
- 互動與社群經營
- 如何與粉絲互動，提升參與度
- 處理負面評論和危機管理的基本策略

3. 數據分析與報告

- 了解 Facebook Insights 和其他數據分析工具的使用
- 學會解讀數據，從中提取有價值的見解
- 效果評估
- 如何評估內容的表現
- 設定和追蹤 KPI（關鍵績效指標）

4. 廣告投放與推廣

- 廣告基礎知識
- Facebook 廣告的基本概念和類型
- 如何設定廣告目標和預算
- 廣告管理
- 使用 Facebook 企業管理平台進行廣告管理
- 了解廣告效果的分析和調整策略

5. 持續學習與更新

- 行業趨勢
- 定期關注社群媒體的最新趨勢和變化
- 參加相關的線上課程和研討會
- 技能提升
- 鼓勵新進小編持續學習新工具和技術

- 建立內部知識分享平台，促進經驗交流

第二版附件如下：

1. XX 佛教禮儀股份有限公司_新人程度了解表
2. XX 佛教禮儀股份有限公司_新人程度了解表_解說範本
3. 第一個月訓練甘特圖
4. 人員每日事項回報表範本