

職涯優勢 ——

品牌電商

新創應用

Chatbot

媒體廣告

醫療產業

全方位品牌行銷營運，具跨足各產業別累積十三年整合行銷歷練，包含品牌電商、新創應用、Chatbot、媒體廣告、醫療產業等，擁有豐富實戰經驗，極具數位廣告與高流量內容經營的敏銳度，適時搭配 AI 工作流輔助效能，增進人機協作 SOP，並嚴謹把關品牌質感、深化共鳴。行事風格理性、溫暖、風趣、細心，工作態度積極、精確、創新，以數據分析、問題解決、環節優化、精準行銷、創意傳播為基底，根據企業目標具體提升各項轉換漏斗，輔助驅動決策與成長。



陳彥妃的無名小站
—— 互動式城市導覽履歷
<https://this-person-jennifer.pages.dev/>



陳彥妃

Jennifer Chen

EMAIL jenc.thti@gmail.com

職涯歷程 & 戰績

CAREER TIMELINE & ACHIEVEMENTS

醫美集團 — 行銷總監 (管理11人)

- 重新定義各職員職務內容，達到最大效率產值
- 指導與監審常態及檔期宣傳形式及內容
- 審核與指導公關合作資源與社群行銷經營
- 盤檢品牌官網可優化處，規劃內容展演新策略
- 優化廣告行銷宣傳策略，提升目標轉換率
- 整頓跨部門溝通作業流程，提升公司凝聚力

蔬果電商公司 — 品牌經理

- 放大品牌專案活動成效與促動新會員增長。
- 提出轉化率優化與 GMV 提升策略。
- 深化私域流量經營的策略，活化舊客。
- 落實提升品牌討論度的社群操作執行細節。
- 企業 ESG 報獎企劃書撰寫提交。

新創App公司 — 行銷暨營運協理

- 主導團隊專案時程規劃與監控，掌握進度
- App 功能發想，與工程團隊協作完成任務
- 參考各類 App 運營模式，提出會員擴散機制
- 擬定宣傳策略，App 知名度與會員數 ↑
- 雙平台數據分析，提出相關優化建議

網路社群行銷公司 — 部門經理 (管理14人)

- 自媒體網站運營，流量績效達成率 ↑
- 創造熱門議題，新使用者造訪量 ↑
- 顧客關係管理與專案執行，滿意度 ↑
- 組織成員教育訓練，團隊成長 ↑
- 優化前後台介面，新功能新增

國立臺灣科技大學 畢業
National Taiwan University of Science and Technology
主修工業管理系、雙主修財務金融、創新創業學程

2026

機能服飾公司 — 行銷主管 (管理2人)

- 整合過往活動案型與資源，進行品項銷售數據分析及提升
- 強化平台購物車功能及會員個人化體驗，目標精準銷售
- 充分運用 Chatbot 與平台機制，提升活動互動數與銷售額 ↑
- 優化 SEO 設置，規劃開發官網專區，提升品牌能見度
- 指導常態及檔期官網線上活動、線下門市據點與攤商活動
- 高效專案管理，統籌舉辦大型力量運動賽事

Chatbot&SaaS 軟體公司 — 行銷總監 (管理2人)

- 擬定階段行銷策略佈局、執行時程、成本與收益預估
- 主動盤點資源與優化，完成營業與行銷數據對齊
- 提升轉換效益，重新埋設轉換事件與 SEO 相關設置
- 針對重點 Chatbot、SaaS 產品，提出產品功能與體驗優化
- 指導籌辦展覽活動，跨部門協作與執行
- 策略聯盟夥伴合作，洽談廣告資源交換
- 團隊專案任務管理，優化流程、提升產值與凝聚力

醫療集團 — 企劃長 (管理4人)

- 制定企業 OKR 及各績效指標，佈達執行
- 擬定年度行銷運營策略，編列項目預算
- 透過數據分析進行優化，各指標轉換率 ↑
- 優化作業流程、暢通溝通管道
- 協助企業數位化轉型，克服數據整合
- 彙整企業知識財產，資源再運用 ↑
- 建立各組織評等規則與項目，成員成長 ↑

數位廣告創意代理商 — 媒體經理 (管理3人)

- 各產業品牌活動媒體預算編列
- 專案活動媒體宣傳策略擬定
- 執行各式廣告類型投遞與版位採買
- 廣告成效數據監測與優化、利潤控管
- 廠商約訪與開發新資源，建立外部協作
- 作業流程 SOP 制定，優化組織工作產能

母嬰電商公司 — 商品企劃

- 系列文章撰寫，搜尋能見度 ↑
- 主題商品團購排程，會員黏著度 ↑
- 數據分析導流潛力商品，網站銷售額 ↑
- 主題商家形象包裝，頁面視覺 ↑
- 異業合作規劃與櫃位陳列，聯合曝光 ↑

2012

戰績數據

390萬

單日網站流量390萬，
1月內達成台灣網站排名前30

9萬+人次

航空春季旅展導流，購票數創歷年新高

3,000組

NT\$990洗潤髮組半夜賣出3,000組

2%→32%

銀行信用卡 APP 辦卡率提升至32%

+20%

父親節乘車購票率增長20%

場場滿座

預算40%，NT\$1,500金融講座場場滿座

+30通/天

婚宴會館平均每日增加訂席洽詢電話

破100萬流量

零售賣場活動網站預算50%，破百萬流量

破千萬觀看

大型 YouTuber 宣傳企劃，4部影片上發燒

營收x2倍

調整行銷廣告運營策略，
診所業績逐年創新高

5,000+人流

1月內統籌舉辦大型力量賽事，
2天創造5000+人流

逆勢增長15%

電商檔期運用活動案型與社群互動機制，
帶來額外營業額增長

01

品牌線上線下行銷運營
優化、實測、決策、迭代

- SOP 優化、部門 KPI 制定、運營管理
- 品牌年度行銷策略擬定與預算編列
- 線上線下全媒體廣告活動執行與效益評估 (RTB 數位廣告、公關曝光、戶外媒體等)
- 搭配 Claude Skills 及 AI 工作流輔助日常行銷運營效能
- KOL、KOC 等關鍵意見人物與會員經營
- 社群媒體內容行銷與流量創造
- 異業合作規劃與洽談

02

Growth Hacking
數據分析、效益評估、成長優化

- Google Analytics 4 (GA4) 數據分析
- Google Tag Manager (GTM) 觸發事件與代碼設定
- UTM碼埋設與追蹤
- RTB廣告數據分析與優化，Meta Ads、Google Ads
- SEO&GEO 優化 (Entity、E-E-A-T、可被理解&可被引用&可被驗證&可被信任)
- Shopify 電商平台後台設定及數據分析
- SimilarWeb、Google Trends、Search Console 等 MarTech 分析工具使用

03

雲端管理、SaaS應用、
LLM&Vibe Coding、繪圖與剪輯

- Mac OS、Excel、PowerPoint、Word 等文書應用
- Adobe Photoshop、Illustrator、Final Cut Pro、AutoCAD 等影像處理與繪圖軟體使用
- Vibe Coding、Claude、Gemini、ChatGPT、Codex、Cursor、Antigravity、Lovart、Higgsfield 等 LLM 與 AI 工具應用
- Chatbot 軟體 Omnichat、漸強實驗室等應用
- Google Chat、Slack、Notion 等通訊與生產管理工具使用
- Axure 等 wireframe 創建軟體使用
- Google Drive 各式雲端表單文件建立與管理運用

證書與訓練課程結業

2007/08
Asian Science Camp / 第十屆亞洲科學營結業

2010/09
TOEIC 認證證書 (705分)

2011/08
Young Entrepreneurs of the Future / 時代基金會國際青年創業領袖計畫結業

2012/01
SEE 初階服務架構師證書

2016/06
Big Data 網站分析認證 - Google Analytics & Google AdWords認證課程結業

2021/11
托育 (保母) 人員126小時訓練100分結業

2024/03
IDPA 國際防衛手槍協會氣槍新進射手訓練課程結業

PROJECT PORTFOLIO

成功案例展示

CONTENTS

01

目標成果導向、經驗值敏銳度

02

現狀檢視 → 數據分析 → 策略擬定

03

主題專案與活動企劃執行

04

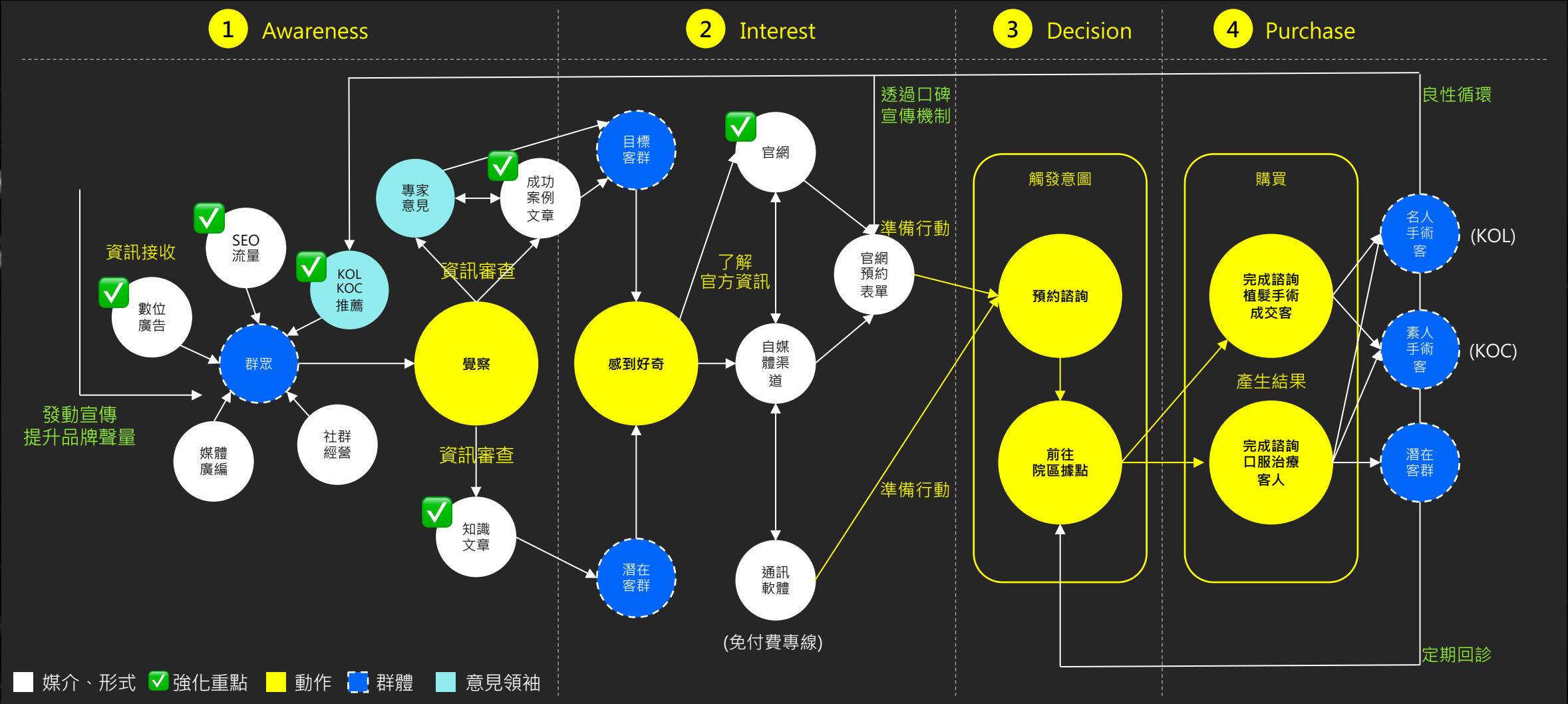
SEO 經營與優化、互動內容變現

PROJECT PORTFOLIO

◆ ——— 目標成果導向、經驗值敏銳度 ——— ◆

◆ 醫療集團行銷渠道搭建與目標流程優化 (2020 – 2024年)

Consumer Journey



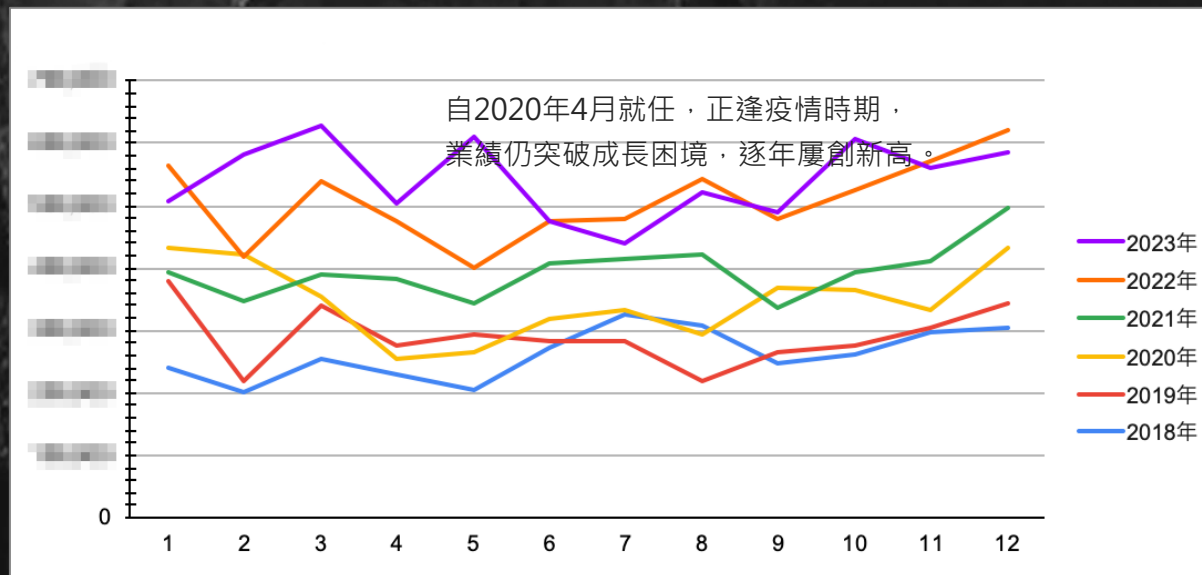
◆ 醫療集團數位廣告規劃與成效優化 (2020 - 2024年)

深具廣告演算、撰文架構、廣告素材視覺排版與色調設計等敏銳度，以及對廣告系統架構設定的熟悉經驗，能最佳化廣告成效與預算成本，高效放大品牌精準行銷效益，提升潛在客戶名單量。



◆ 醫療集團年度營業額與顧客進店率履年成長1.5倍 (2020 – 2023年)

調整企業各品牌行銷策略，整合線上線下運營，優化管理溝通及工作流程，輔佐企業各績效指標逐年成長屢創新高，年營業額逐年成長20%至35% (營業額以億為單位)，與初始相較最終達翻倍成長，平均顧客進店率也自30%提升至45%。



平均顧客進店率顯著提升

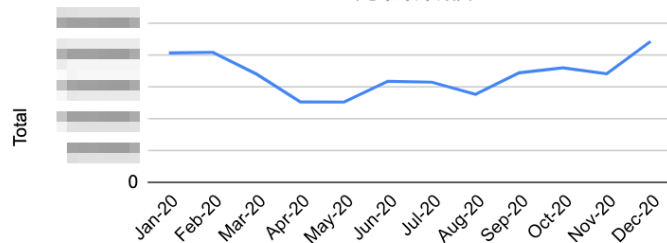
30% → 45%

營業額最終翻倍成長

1倍

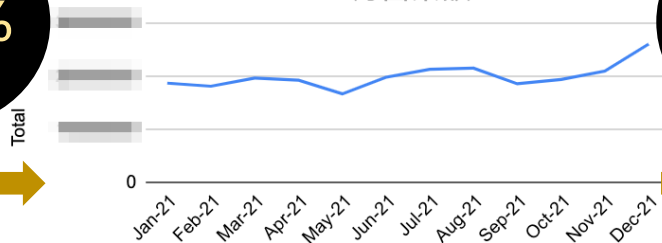
2倍

2020月營業額



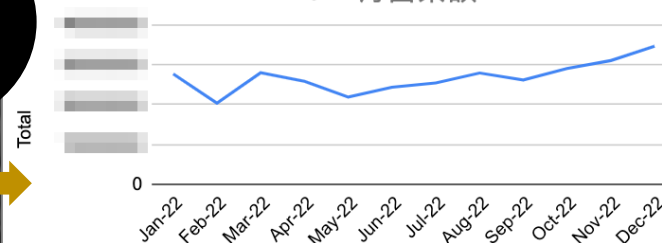
+20%

2021月營業額



+35%

2022月營業額



◆ 知名航空公司春季線上旅展機票銷售創歷年新高 (2017 – 2018年)

航空公司春季線上旅展

大幅提升活動知名度 與 創造網路高討論度 達成促購

結合廣度與深度，加強精準度與吸睛度，創造話題，多元管道觸及目標客群

迅速提升能見度與導流

增強話題與討論聲量

針對特定族群深入溝通

RTB廣告精準投遞
自媒體版位曝光

新聞廣編議題曝光
新媒體形式運用
社群話題引爆

鎖定旅遊相關網頁
廣泛曝光聯播網

Google
關鍵字
廣告
9%

Facebook 廣告
39%

新聞
廣編
9%

Yahoo
原生廣告
14%

聯播網廣告
29%

最吸睛

聯播網廣告

最精準&最廣

RTB廣告

原生廣告

大幅曝光

大眾新聞媒體

廣編議題操作

多元吸睛的廣告素材



19,047,979 次曝光

92,701 點擊導流

創下航空公司歷年春季旅展最高銷售

PROJECT PORTFOLIO

◆ ——— 現狀檢視 → 數據分析 → 策略擬定 ——— ◆

◆ 醫療集團營收成長理想規模預測 (2020 – 2024年)

(*本投影片詳細數據恕無法展示，以符號x代替)

根據集團成長目標，回推相對應指標與資源。

終極年度
目標業績

6億

關鍵因素【醫療資源設備&人力編制】

目標院區據點數：
4個據點
台北+竹北+高雄+台中

目標手術室間數：
12間
台北5間+竹北3間
+高雄2間+台中2間

目標作業人員數：
至少100位

目標植髮醫師數：
10位

關鍵指標【正向提升的轉換率】

目標年度看診天數：
x,xxx天

目標年度植髮諮詢量：
x,xxx個

目標醫師植髮成交率：
xx%

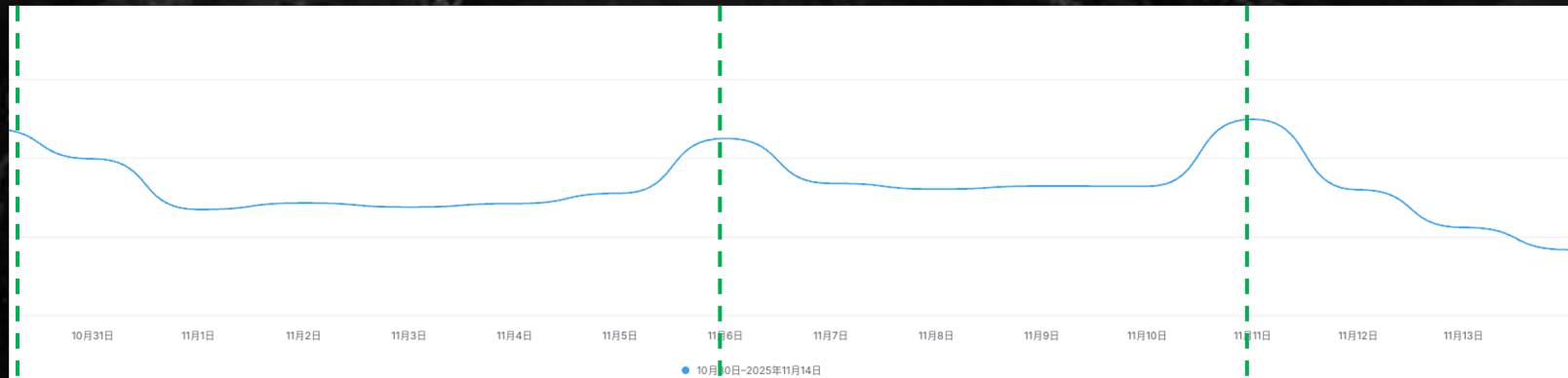
目標年度植髮手術量：
x,xxx台

目標醫師單日貢獻產值：
NT\$xxx,xxx

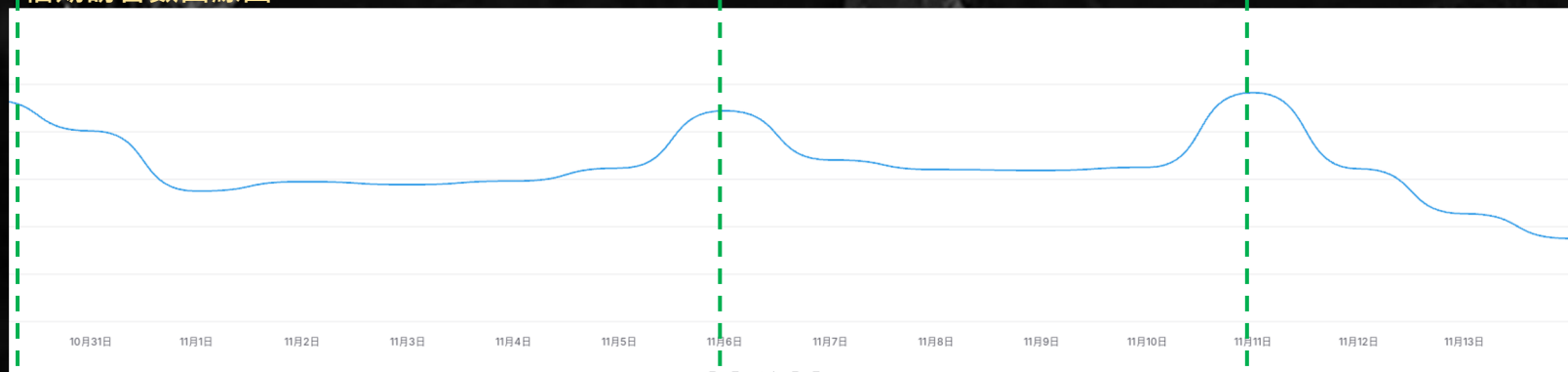
- 1 欲達成年度業績目標6億元，以平均一台手術費用NT\$xxx,xxx元，年度手術量至少需要x,xxx台。
- 2 以A醫師為例，可得知1位醫師最高負荷手術量約為xxx台，2022年醫師平均手術量預估約為xxx台，取中數為理想值，則每位醫師最適手術量約為xxx台，欲達成年度手術量至少x,xxx台，需要至少10位植髮醫師。
- 3 以目前平均植髮成交率xx%，作為保守預估數值，以植髮成交量(假設等同手術量) x,xxx去算回推，植髮諮詢量應為x,xxx。
- 4 目前醫師單日貢獻產值平均為NT\$xxx,xxx (扣除新進醫師)，設定醫師單日貢獻產值目標為NT\$xxx,xxx。
- 5 一年365天扣除國定假日約65天，剩餘300天工作天，因此10位醫師看診天數加總的極大值為3,000天；並設定醫師單日貢獻產值為NT\$xxx,xxx，以年度業績目標6億元回推，10位醫師看診天數加總為x,xxx天。
- 6 目前客人進店率約50%，而獲取每筆表單成本約NT\$x,xxx。=> 估算年度行銷廣告預算：NT\$xx,xxx,xxx，須至少為目前年度行銷預算的2.5倍。=> 但這是不可行的，現已達廣告規模飽和，因此須從其它方式著手提高手術量。

◆ 機能服飾品牌檔期活動分析與檢討 (2025年)

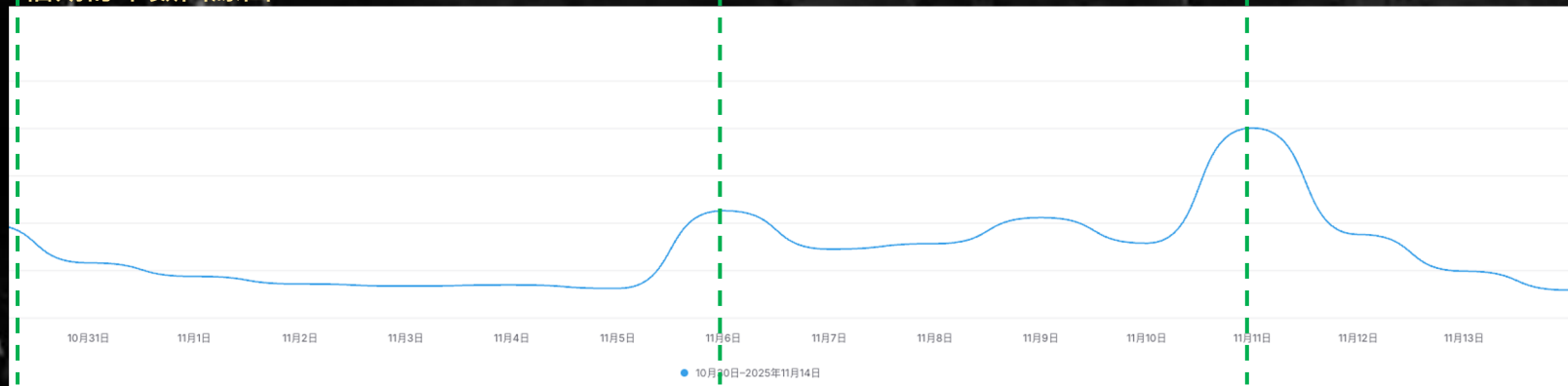
檔期工作階段數曲線圖



檔期訪客數曲線圖



檔期訂單數曲線圖



(*本投影片詳細數據恕無法展示，以圖片裁剪不展露)

根據品牌檔期銷售數據分析，向公司建議未來案型策略。

成效洞察小結

檔期有三個流量高峰點，一是活動開跑日當天、二是限時特賣首賣當天、三是 11/11 雙11 當天 (同限時特賣最後一天)。

限時特賣期間內，訪客數與雙11檔期前段時間無特別明顯差異，但是銷貨淨額卻有巨大成長，限時特賣期間銷貨淨額佔比58.23%，在限時特賣前的銷貨淨額無特別表現，直至限時特賣期間才延遲消費下第一單的顧客佔比高達54.65%。

從左邊三張曲線圖對照可見，於一開始官網流量是高的，但是訂單數非高峰，有延遲消費的情況，而是到後面兩個高峰時間點，才有大量的訂單數及顯著成長的銷貨淨額，建議未來調整限時特賣類型的活動時間可再往前挪，避免過半延遲消費的現象。

◆ 金融科技產品整體行銷策略佈局 (2024年)

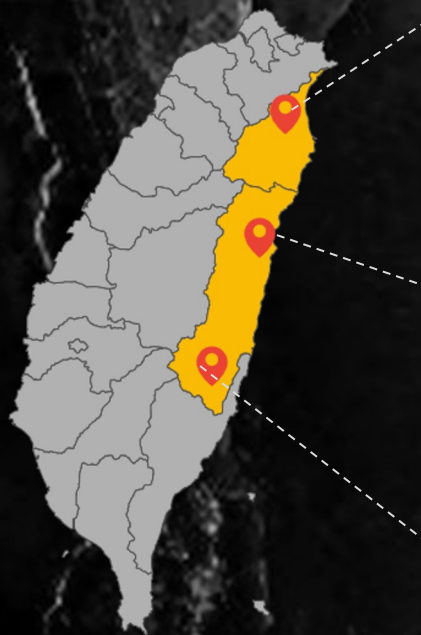
品牌 認知 目標	客戶經營解決方案的首選領導品牌											
	具備最大延展性與多元行銷模組的聊天式商務建構平台								具產品獨特性及差異化優勢			
	多元渠道廣大觸及潛在客群，獲取高品質客戶開發名單						重建品牌形象及提升品牌信任度			開發新客戶 產業別與個 體戶商機	創造社群討 論度及提升 品牌知名度	
任務 項目	提升官網造訪量與自然流量			引導目標客群採取有效行動				深度溝通品牌優勢特色 與建立品牌權威			宣傳 平台自主客 製的多元與 彈性	發展任務型 新媒體、 拓展額外商 機
	強化官網資 訊溝通內容	官網 SEO 優化、 搜尋能見度提升		優化廣告素材及導流轉換率			優化官網導 流按鍵設計 及提升轉換 率	舉辦線上專 業講座與線 下趣味活動	(Optional) 公關媒體強 化品牌印象	展示各產業精選成功案例、 創建好評聲量、 提升品牌好感度		透過產品模 組發想設計 遊戲化應用 案例
溝通 媒介	社群網站	搜尋引擎	RTB媒體				全渠道	活動場域、 團隊	媒體	銷售簡報	社群網站	
	Post, Page	SEO Page	Keywords	Post	Message, Banner	Video	All	Event, Post	Advertorial	Sales Kit	Event, Post	
宣傳 資源	官方網站	官方網站	搜尋引擎	社群平台	通訊軟體	影音平台	官方網站	線上&線下 活動	新聞媒體	連結、 QRCode	連結	
	官網頁面	官網頁面	Google Ads 關鍵字廣告	Meta 轉換 廣告	LINE 廣告、 LINE 官方 帳號	YouTube 影片	按鍵	業務團隊邀 約名單、線 上講座&線 下活動	媒體 廣編文章	Gamification Campaign 遊戲化應用活動		
檢核 指標	GA4 數據欄位： 使用者、網站工作階段、 互動率、自然流量		來自廣告名單數、廣告轉換率、 名單品質(進店率)			YouTube 影片觀看數、 頻道訂閱數	全渠道 名單數	活動後 聯繫數	期間內 自然流量	訂單 成交率	自媒體 LINE 官方帳號 會員數	

PROJECT PORTFOLIO

◆ ——— 主題專案與活動企劃執行 ——— ◆

◆ 網路節目《Google愛台玩》Google工具應用推廣 (2019年)

透過媒合具影響力知名 YouTubers 一同參與新網路節目，以地方人文景色與小農的友善題材為背景，用 KOLs 視角出發探索在地人物故事，過程中運用 Google 工具解決問題，達到推廣 Google Mobile Service 的目的，也讓消費者熟知如何在生活中運用 Google 服務讓生活更便利。



宜蘭穀東俱樂部
挑戰：協助友善耕作與環境融入



花蓮黑潮基金會
挑戰：基金會推廣與導覽員培訓



花蓮卓楓國小
挑戰：偏鄉教育資源與學習



✓ 台灣知名 YouTubers 組成團隊(3天2夜)：



蔡阿嘎
Leader



千千
Member



蔡哥
Guest



阿傑
Guest



馬叔叔
Guest



HowHow
Leader



阿滴
Member



陳彥婷
Guest



理科太太
Guest



呱吉
Guest

✓ Google 工具解決方案：



Google Assistant



Google Maps



Google Photos



Google Play



Google Pay

◆ 網路節目《Google愛台玩》宣傳成效 (2019年)

此專案從策劃、溝通、宣傳，總共耗時4個月，推出3波分上下集共6部影片，最終創造破1,000萬影片觀看數，其中4部影片上 YouTube 台灣區發燒榜，總計共35萬互動數，數千則網友留言給予正面回饋，並成功幫助客戶提升App使用率。

3集分上下部
共6支YouTube影片

影片清單連結



多元渠道宣傳曝光

社群分享



直播影片



教學影片



YUMI. KA 1 天前
哇希望還有下次的節目/
因為想看他們鬥嘴和受虐
👍 🍻 回覆

Wang WsLe 1 天前
一次追完就是爽快 😄 多點這種節目也很不錯 新的突破
👍 🍻 回覆

Rexen221 22 小時前
Google的節目很棒
推廣和介紹台灣各地的文化 讚
希望下次可以多次偏鄉地區~~~
👍 🍻 回覆

Tiffany Wang 1 天前
覺得南部都不錯!
這三集都很好看
謝謝你們這麼努力讓大家看到臺灣的美~~~
👍 2 🍻 回覆

chiafengyu 8 小時前 (已編輯)
幽默地介紹科技知識
也帶到偏鄉學童教育困境
加上有顏值 (特別是千千跟老師 ^^) Google 愛台玩 讚啦!
👍 1 🍻 回覆

MAN A 1 天前
愛台玩這類的節目真的很棒，好喜歡！有教育意義又有趣，希望下次可以到雲林一趟！
👍 🍻 回覆

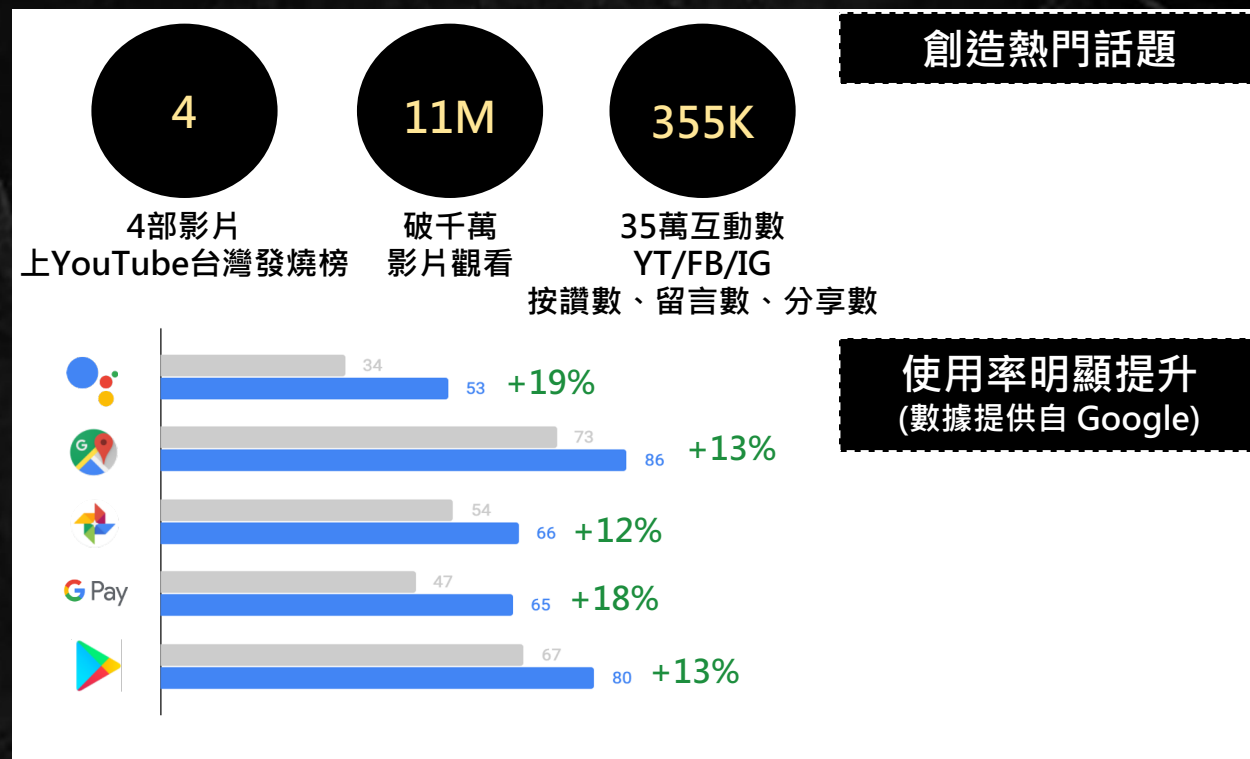
Hong Lily 1 天前
雖然是在介紹Google的功能，但同時也關注到台灣很多美麗的地方 ❤️
如果有下一次也希望可以到高雄或屏東來，看看南部的美 😊
👍 🍻 回覆

LingLing 1 天前
真的好喜歡這一系列的製作！有趣又饒富教育意義，辛苦了！
👍 🍻 回覆

許家瑜 希瑜 1 天前
這樣的規劃很有意義！很喜歡~
👍 🍻 回覆

Joyce Yao 1 天前
這系列的單元很讚，請知名youtubers來介紹台灣的特色，透過各youtubers的人氣及觀看人數，以輕鬆有趣的方式讓大家知道不同的台灣景色及人情味，同時也知道原來google有這麼多方便的功能，希望能再繼續拍下去！
希望下次能介紹雲林！
(我想要抽中XD)
顯示部分內容
👍 🍻 回覆

數千則網友正面回饋

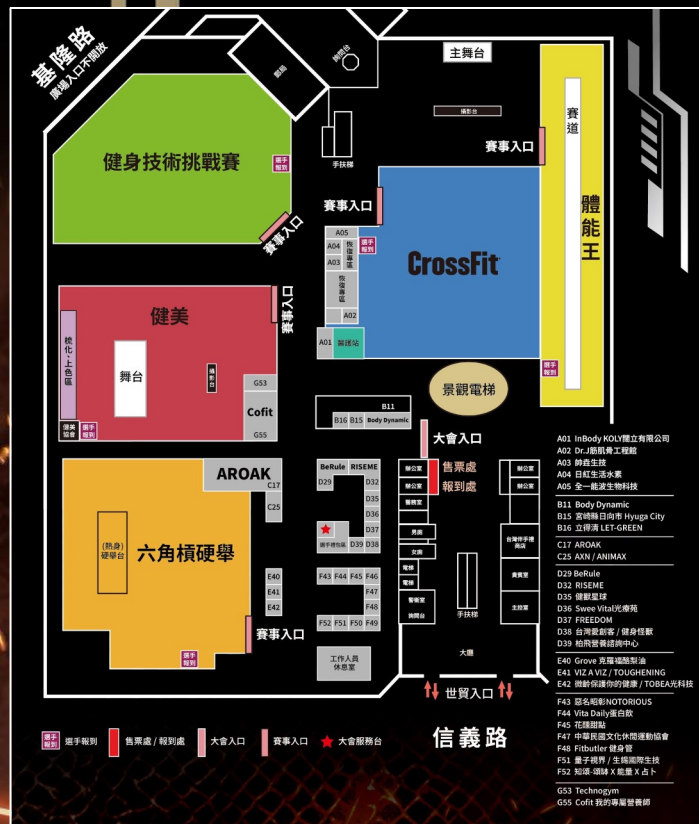


◆ 極限時間內主辦大型力量賽事圓滿成功 (2025年)

賽前1個月接手主辦重新籌劃《2025 AROAK DREAM CUP 夢想盃力量賽事》，為台灣首次五大賽種同場聯辦的最大力量賽事，擔任總統籌規劃賽事主視覺、線上線下行銷宣傳、賽程表、攤商互動活動等，並與中華民國健身健美協會 (CTBBF)、四季健身 4SC CrossFit、GYMEFIT 共同協辦，賽事圓滿成功。



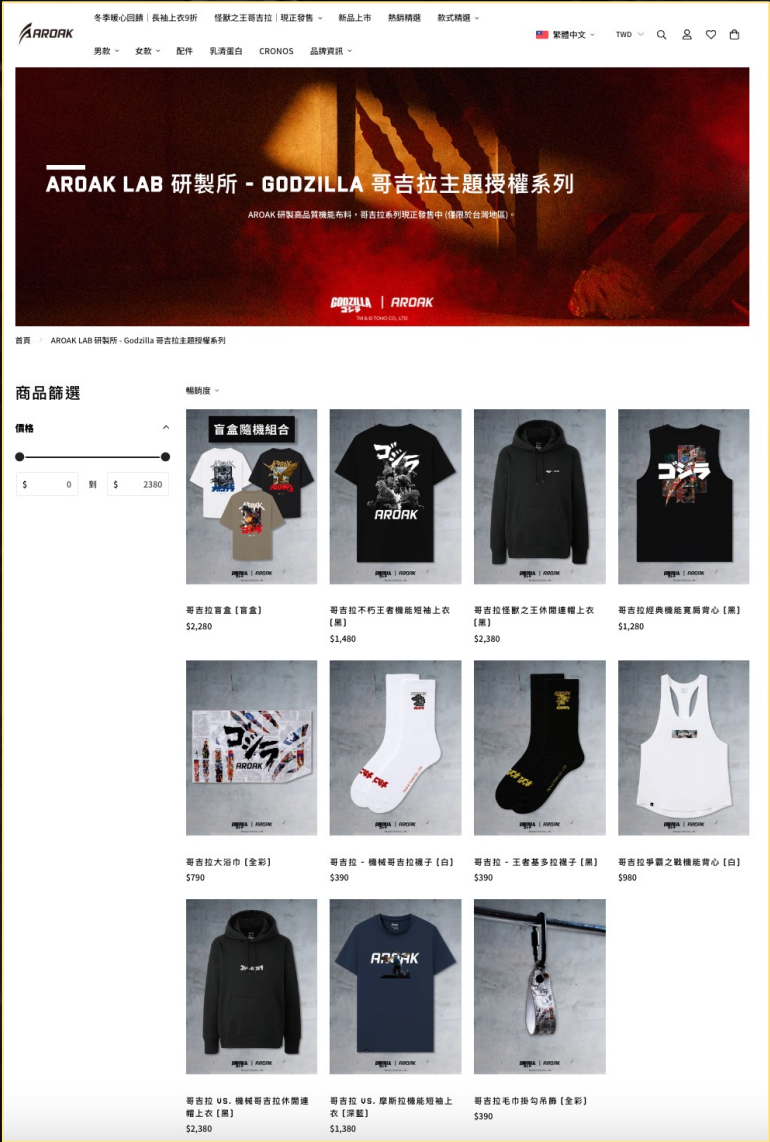
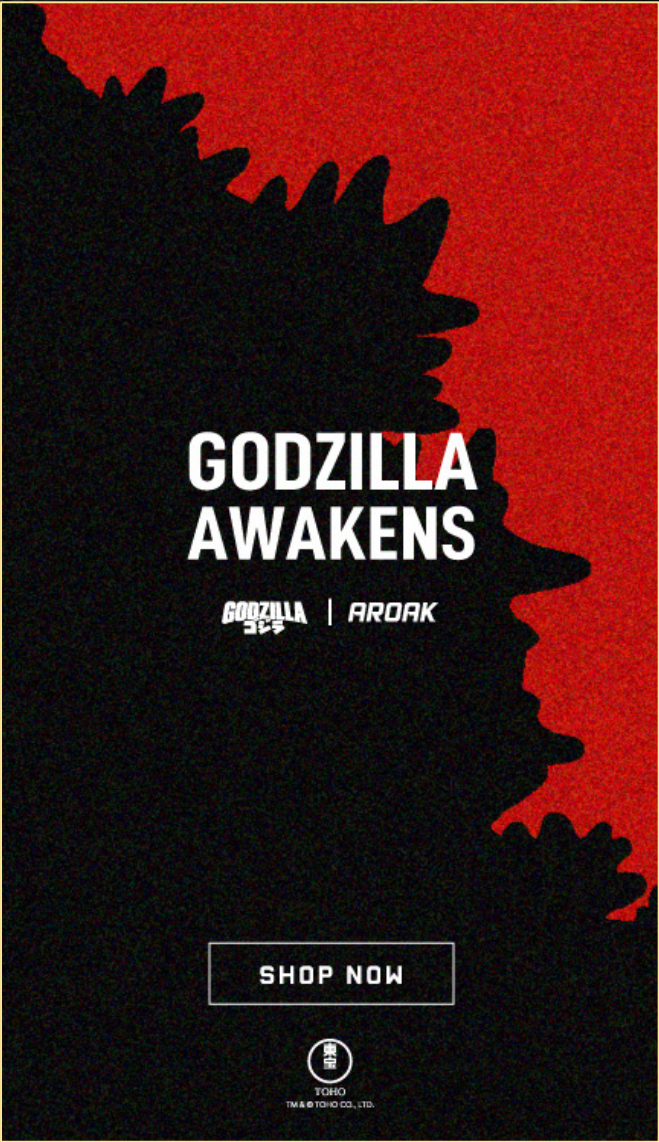
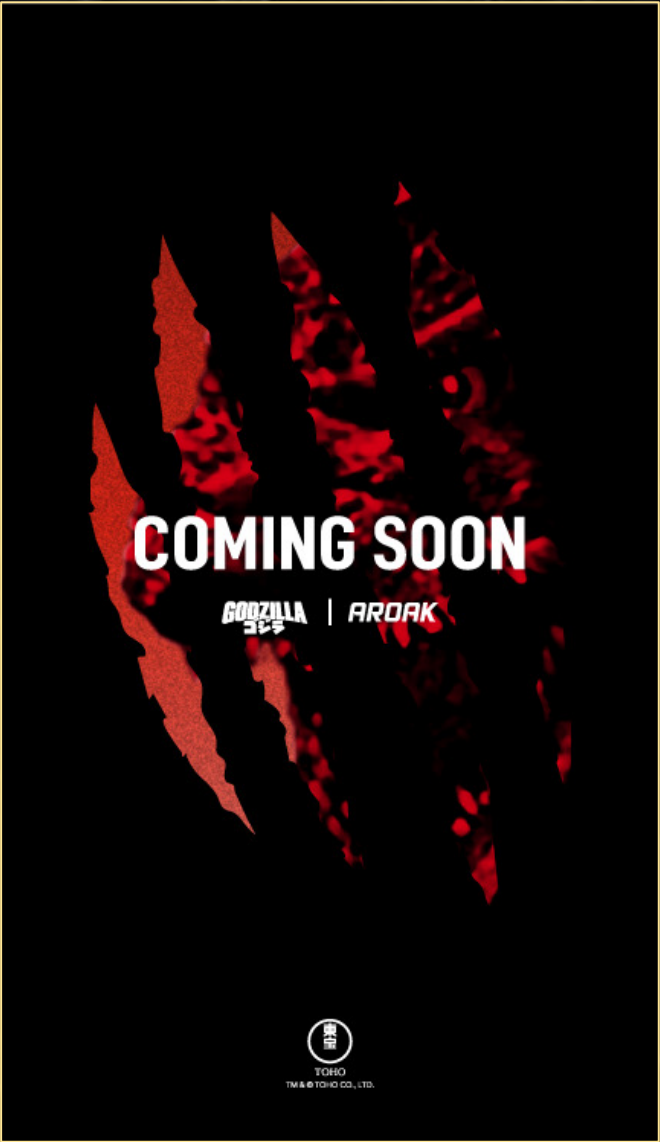
賽事兩天總共創造 5,008 人次的參與群眾，其中選手人次共計為 908 人次，其餘為健身教練、運動健身領域 KOLs、相關產業貴賓等，高人次的人流，也為現場眾多品牌攤商增加曝光機會。



類別		人次		人次加總
身份		08/30 (六)	08/31 (日)	賽事兩日
參賽選手	健美選手	56	88	144
	健身技術挑戰賽選手	93	27	120
	CrossFit 選手	216	89	305
	六角槓硬舉選手	110	107	217
	體能王選手	25	97	122
教練	選手隨同教練	88	132	220
貴賓 與嘉賓	健身圈 KOLs、運動產業生態圈嘉賓、 相關領域貴賓	890	1,190	2,080
觀眾	觀賽群眾	574	532	1,106
媒體	媒體工作人員	30	0	30
賽事全體工 作人員	賽區工作人員與志工	332	332	664
總人次		2,414	2,594	5,008

◆ 機能服飾哥吉拉主題授權系列商品販售 (2025年)

品牌取得哥吉拉主題授權，進行服裝商品設計與銷售，主導線上行銷宣傳，成功吸引新舊客及創造千筆訂單數。



◆ 醫療集團聯合行銷企劃執行 (2022年)

聯合品牌舉辦線下講座 (植髮診所、心理諮商所、男士形象顧問所)

免費講座

關鍵致勝型男Workshop》 從裡到外啟動你的型男方程式！

新竹 2022 / 10 / 16 (日) 13:30 - 16:40 | 福華大飯店 5樓 福華廳 |

以「型男醜醒」為活動主軸，由男士形象管理總監劉長源、臨床心理師劉仲彬、本土雙帥明星藝人陳宇風及陳熙鋒、植髮教父朱冠州院長、資深植髮醫師楊立，多方專家由內而外領導型男生活風格與態度，循序漸進與你分享，帶你從男裝挑選策略建構型男風格，以及由內在開啟自我魅力，並認識男性植髮大減齡升級術，重新改造強化自我，從頭煥變展現 帥氣態度與型男魅力。

【講座活動資訊】

- 活動主題: 關鍵致勝型男Workshop> 從裡到外啟動你的型男方程式！
- 活動日期時間: 2022年10月16日 星期日 下午13:30至16:40
- 活動地點: 新竹福華大飯店 新竹市北區中正路178號 5樓福華廳
- 活動報名人數總名額: 30位
- 活動報名截止日: 2022年10月07日



◀ 報名頁面

請掃QRCode進入頁面完成報名，經主辦單位審核完成寄email信件通知後，當天才可入場。



明星藝人

| 陳宇風

明星藝人

| 陳熙鋒

DCDC生髮診所

| 朱冠州 院長

DCDC生髮診所

| 楊立 醫師

臨床心理師

| 劉仲彬

紳藍品格事務所

| 劉長源 形象總監

時間 Time	主題 Topic	主講人 Speaker
13:30-14:00 (30 mins)	賓客進場與輕到 (賓客進場身份驗證、茶水供應)	All
14:00-14:05 (5 mins)	活動開場與講師簡介	主持人
14:05-14:35 (30 mins)	【形象學分】男裝挑選架構：「場合」決定「正式休閒」，會男輕鬆變型男！	紳藍品格事務所 劉長源Apei 形象總監
14:35-14:45 (10 mins)	Q&A問答	All
14:45-15:15 (30 mins)	【心理學分】型男魅力不止於外表！認識熟男的內外形象學	心理師的腦中小劇場 劉仲彬臨床心理師
15:15-15:25 (10 mins)	Q&A問答	All
15:25-15:35 (10 mins)	中場休息時間 Break Time	主持人
15:35-15:45 (10 mins)		DCDC生髮診所 楊立醫師
15:45-16:00 (15 mins)	【毛髮學分】誰教雄性禿！頭髮外觀是男人的顯性年齡，茂密有型讓你視覺大減齡！	DCDC生髮診所 朱冠州院長 明星藝人 陳宇風&陳熙鋒
16:00-16:15 (15 mins)		DCDC生髮診所 朱冠州院長 神祕嘉賓
16:15-16:25 (10 mins)	Q&A問答	All
16:25-16:30 (5 mins)	活動結語、賓客填寫QRCode問卷單	主持人
16:30-16:40 (10 mins)	賓客繳回QRCode問卷單、賓客領取型男禮袋與離場	主持人

【型男醜醒禮袋】

講座結束後，會聯合贈送「型男醜醒禮袋」質感實用好康禮品給予每位參與活動至最後的賓客。

活動主辦單位 DCDC生髮診所



◆ 醫療集團聯合行銷公關宣傳 (2022 – 2023年)

聯合品牌公關新聞稿露出

自撰新聞稿連結

ETtoday新聞雲 > ETtoday健康雲

2023年08月25日 10:00

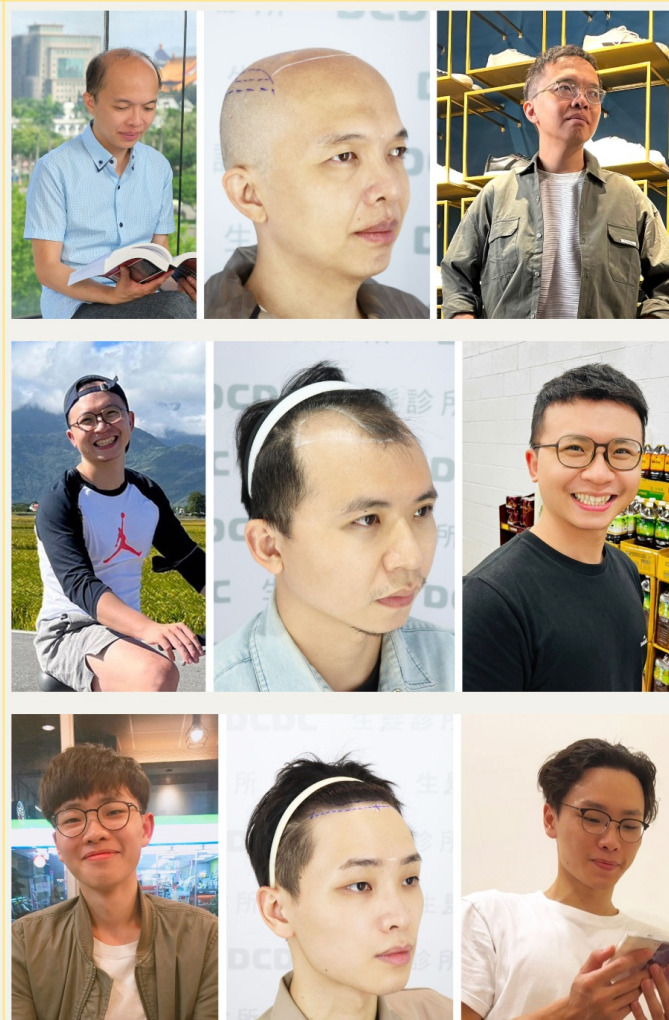
一舉圓夢！三位男性接受各領域專家改造 9個月後生活狀態迎向全然升級



▲透過各領域專家的幫助，有機會讓自己的外在和內在同步提升。

圖、文 / DCDC生髮診所提供

外在形象觀感是許多人第一印象的評判項目，內在質量則是與他人建立關係的能量來源，有些人為了外形與理想有落差而悶悶不樂，有些人心中則有其它難解的癥結，不論是外在經營或心境，都希望是強而有力的狀態，來面對現今世態的瞬息萬變，過程中不希望存在的漏洞難題，就讓各領域專家來幫助你，為自己的狀態進行升級更新。



素人改造紀錄片社群宣傳

YouTube 紀錄片連結



Facebook 紀錄片連結



PROJECT PORTFOLIO

◆ — SEO 經營與優化、互動內容變現 — ◆

◆ 金融科技產品官網優化執行 (2024年)

檢視官網存在問題，透過 GTM 重新埋設點擊轉換事件串接 GA4 數據，並於官網增設懸浮轉換按鈕，提升轉換率，同時考量 SEO 權重，調整官網表頭下拉選單呈現形式及導往頁面。



◆ 醫療集團 SEO 內容經營與優化 (2020 – 2024年)

透過撰寫開箱文、品牌優勢文章，埋設 H 標籤、Meta 資訊等 SEO 操作，提升自然搜尋能見度。



醫生資訊 院區據點 生髮知識 服務項目 好評見證 立即諮詢

植髮預約諮詢 EN



診所空間也很明亮、乾淨、舒服，給人一種很溫暖的感覺。



因為我是初次就診，需要先填寫就診紀錄表/一些基本資料。喔對了，DCDC生髮診所是自費診所，初次看診的話，會酌收掛號費還有檢測費，檢測費包括頭皮放大鏡檢測和頭髮粗細檢測，服務跟檢測都非常精密、細心、專業，我覺得付一點點小錢做足檢測是很OK的，看到影像後，真的有一種「原來如此」豁然開朗的感覺。

[精密的頭皮與頭髮粗細檢測]

在跟醫師做植髮諮詢前，諮詢師先帶我進頭皮檢測室，幫我用頭皮鏡檢測頭皮，包括頭皮狀況、毛髮分佈的密度，取髮區、植髮區的更多的細節照片，



正當我以為檢測已經結束的時候，諮詢師說會幫我剪後枕部的3到5根頭髮下來，因為要確認頭髮的粗細，哇～連頭髮粗細都要確認，很仔細欸！

然後，諮詢師也跟我初步說明常見的植髮手術方式與流程，讓我有初步的概念，也比較先想想等等可



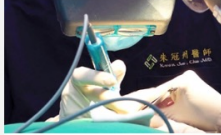
醫生資訊 院區據點 生髮知識 服務項目 好評見證 立即諮詢

植髮預約諮詢 EN

Q：「為什麼這麼多人植髮都選擇推薦DCDC生髮診所？」

『選對植髮診所很重要！只比植髮價格沒用，錢要花在對的地方才不吃虧！』
看完了這篇文章，相信也讓你對選擇植髮診所的考量有了更深層的判斷，讓我們來幫想植髮的大家做個小總結，以下是你該選擇DCDC生髮診所的綜合原因：

無與倫比的植髮經驗值
十年以上的植髮經驗，值得您的信任



精密種植規劃與分區疊加設計
尊重毛髮排列分佈，我們精準掌握細節



菁英醫療陣容專業分工精進
集結各科別專精醫術，精益求精



術後專人細微照顧服務
術後也會照顧不等地呵護您的毛囊



黃金比例客製化專屬植髮計畫
充分傾聽髮友需求，從有限達到極致運用



擅長拯救他人造成的缺失
幫助您彌補失敗的遺憾，恢復自信



1. 無與倫比的植髮經驗值 『十年以上的植髮經驗，值得您的信任』

自2012年起開業，朱冠州院長領導下，擁有十年以上精煉的植髮經驗，2022年度全台灣據點總計共執行了1,598台植髮手術，手術量也逐年成長，診所累積眾多考驗專業與技術的高難度巨量植髮案例，也拯救許多來自他家植髮診所失敗的顧客，花了一筆錢又植得不好，真是虧大了，通常是植髮術後密度不足、不自然而求助於DCDC，經DCDC的二次植髮拯救，才完美揮別困擾。由此可知，DCDC的醫術有目共睹，也深獲各界名人與眾多髮友們五星好評肯定。

2. 黃金比例客製化專屬植髮計畫 『充分傾聽髮友需求，從有限達到極致運用』

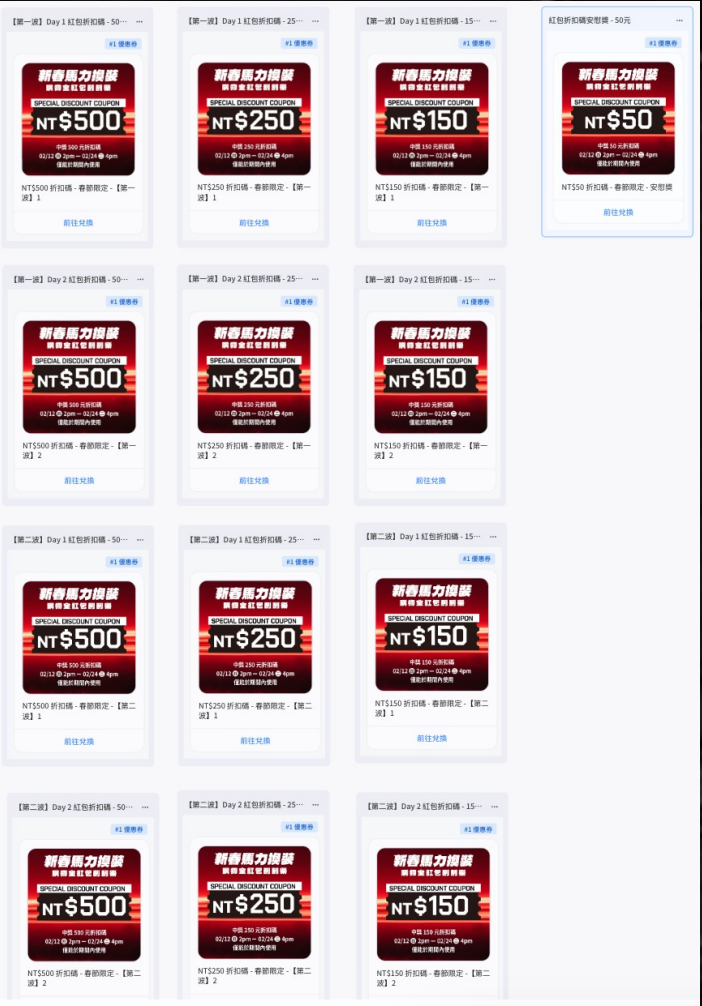
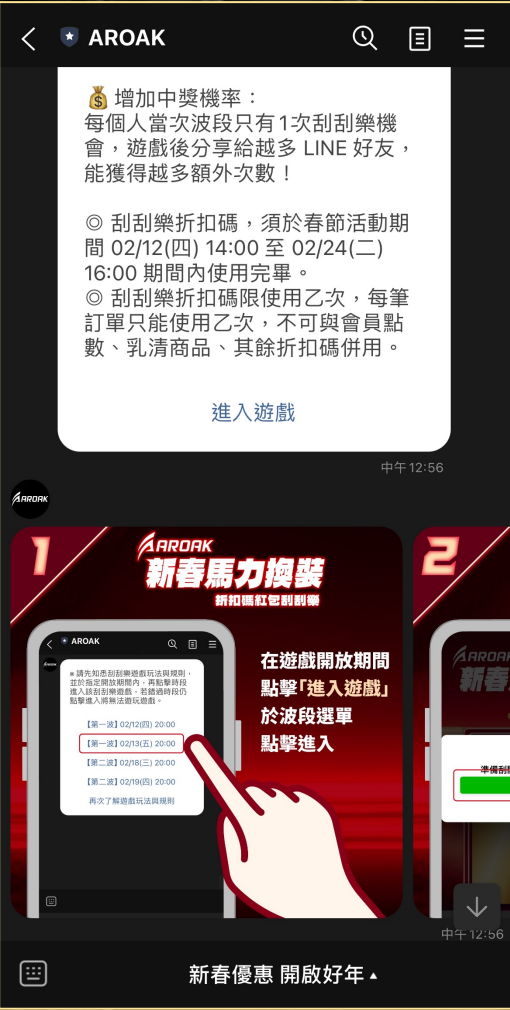
根據每位髮友不同的需求，認真傾聽並給予治療建議，在有限的條件下做更佳充分的運用，為每位髮友客製化理想中的樣子。

3. 菁英醫療陣容專業分工精進 『集結各科別專精醫術，精益求精』

來自皮膚科、整型外科、外科、麻醉科等專科醫師組成團隊，結合各醫師所長打造菁英陣容，致力於高規格醫療服務，共同優化手術流程與診療服務，讓整體醫療品質達到極致全面、專業、安心的等級。

◆ 機能服飾檔期活動 Chatbot MGM 額外銷售額創造 (2026年)

於品牌檔期活動規劃中，使用 Shopify 外掛產出流水號折扣碼獎項，與 LINE Chatbot Omnichat 後台串接設定四檔折扣碼刮刮樂遊戲，作為檔期活動升溫促購，考量春節假期流量較低，額外增設50元折扣碼安慰獎，最終互動成效仍有3,427人次參與遊戲，共帶來277次分享次數，新好友數新增137位，並額外創造超過20萬元的銷貨淨額。



◆ 機能服飾檔期活動 Chatbot MGM 額外銷售額創造 (2025年)

於品牌檔期活動規劃中，使用 Shopify 外掛產出流水號折扣碼獎項，與 LINE Chatbot Omnichat 後台串接設定兩波扭蛋抽獎互動遊戲，作為檔期活動預熱，最終互動成效共有2,811人次參與遊戲，共帶來658次分享次數，新好友數新增320位，並額外創造15萬元的銷貨淨額。

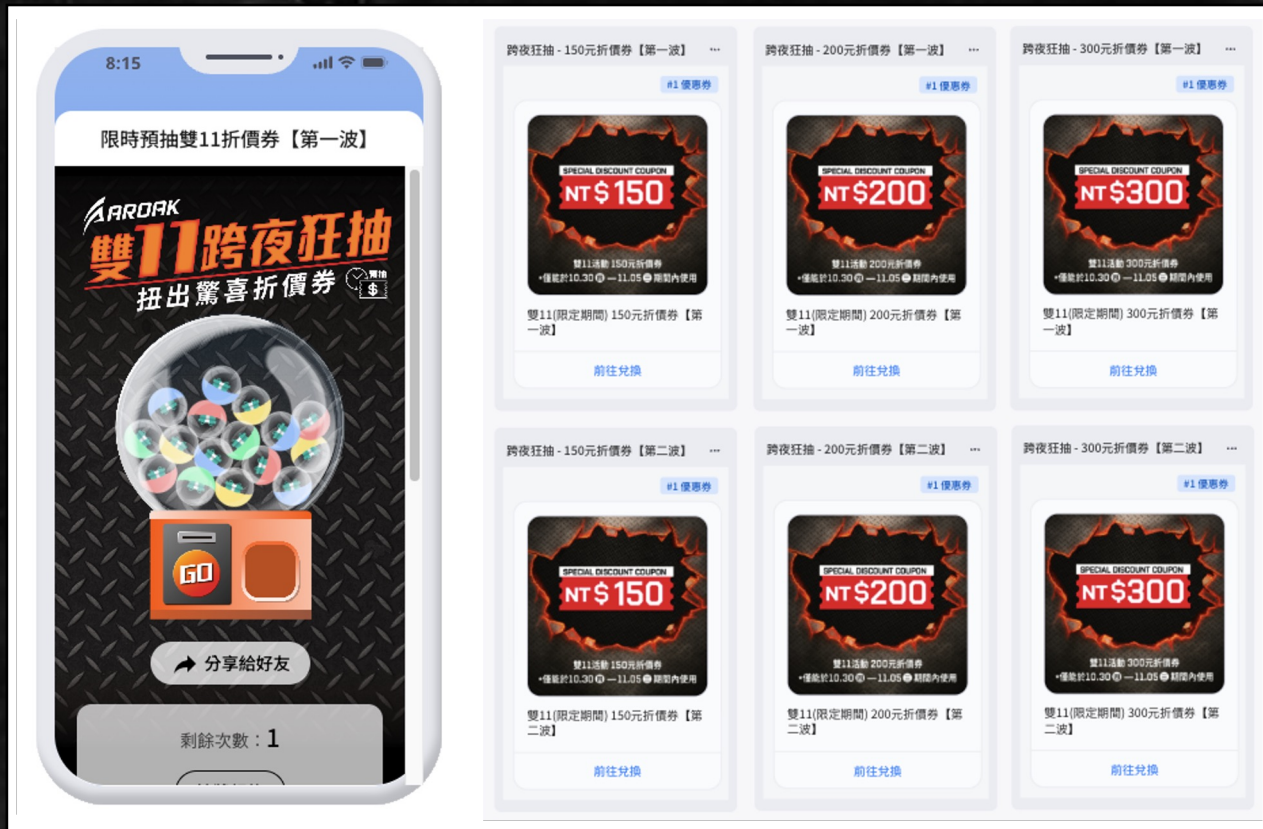


好事成雙11狂購
跨夜狂抽
限時預抽折價券

第一波
10.28 23:00 ▶ 10.29 11:00

第二波
10.29 23:00 ▶ 10.30 11:00

時段內至 AROAK LINE 官方帳號
訊息輸入「**跨夜狂抽**」開始遊戲



2,811

人次參與遊戲

658

分享次數

320

新好友數

15萬

額外銷貨淨額

◆ 機能服飾社群互動流量短影片 (2026年)

依不同行銷切角，規劃短影片腳本，透過代言人與 KOL 演繹，達到社群互動數增長及品牌指名度提升的宣傳效果。以品牌 Instagram 追蹤數 4.7萬為基底，總計創造短影片數倍以上觀看數流量與高互動分享數。



溝通主題	IG 影片發佈日期	IG 影片連結	累積觀看次數	按讚數	留言數	分享數
商品推薦：實穿分享	2026/02/02	https://www.instagram.com/reel/DUQTbr1D3Ef/	6.3萬	1118	10	52
	2026/02/08	https://www.instagram.com/reel/DUYB1auj5qR/	4.9萬	855	16	60
流量助攻：換裝穿搭	2026/02/14	https://www.instagram.com/reel/DUvNAZTD8Pc/	12.5萬	6,785	59	1,617
KOL特輯：職感計畫	2026/02/17	https://www.instagram.com/reel/DU29HGuD0w9/	2.4萬	625	6	36

◆ 機能服飾檔期活動社群宣傳短影片 (2025年)

撰寫趣味短影片腳本，透過代言人演繹，達到活動檔期宣傳效果與銷售助攻。



好事成雙11狂購
最低69折UP
DOUBLE11 10.30 ▶ 11.13

10.30 四 14:00 ▶ 11.13 四 16:00



溝通主題	IG 影片發佈日期	IG 影片連結	累積觀看次數	按讚數	留言數	分享數
跨夜狂抽	2026/10/28	https://www.instagram.com/reel/DQWi4O9EVat/	1.8萬	186	0	46
滿件狂享	2026/10/30	https://www.instagram.com/reel/DQbsj6UD2DZ/	1.7萬	127	0	32
好禮狂送	2026/11/01	https://www.instagram.com/reel/DQq2Jtsj-CS/	6.2萬	1,395	17	838
限時特賣	2026/11/06	https://www.instagram.com/reel/DQtE2q5j3S0/	1.3萬	91	2	0
Total			11萬	1,799	19	916

◆ 醫療集團 KOLs 聲量執行 (2020 – 2024年)

透過有影響力的 KOL (明星藝人、YouTuber、Instagram 網紅等)，以廣告資源交換或是消費折扣形式洽談合作，藉此提升品牌指名度、醫師信任度，透過圖像紀錄與影片側拍，傳達出品牌差異化價值。同時，亦於 KOL 宣傳內容中加入指定 hashtag，以及引導點擊 UTM 碼網址追蹤填單轉換。

名人網紅 Facebook / Instagram 圖文宣傳合作 (職業球星、職棒啦啦隊成員、網路名人等)



YouTuber 影片宣傳合作



[影片連結](#)



[影片連結](#)



[影片連結](#)

◆ 蔬果電商中秋檔期社群行銷創意規劃 (2024年)

(以下為個人規劃的社群行銷創意構想示意圖，非完稿成品)

中秋促購：進站領折價券



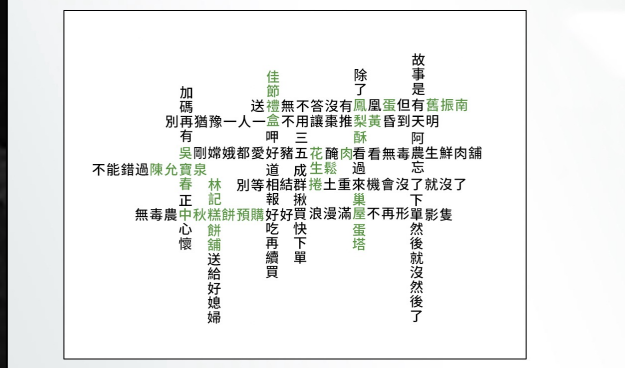
中秋正檔Week1週間熱度宣傳：天天滿月



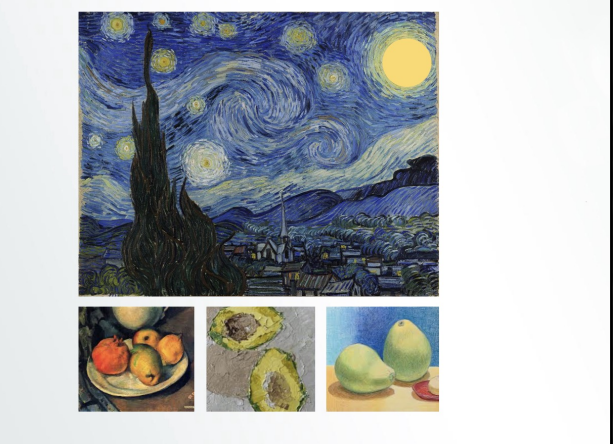
中秋正檔Week3週間熱度宣傳：裝滿你的茄芷袋



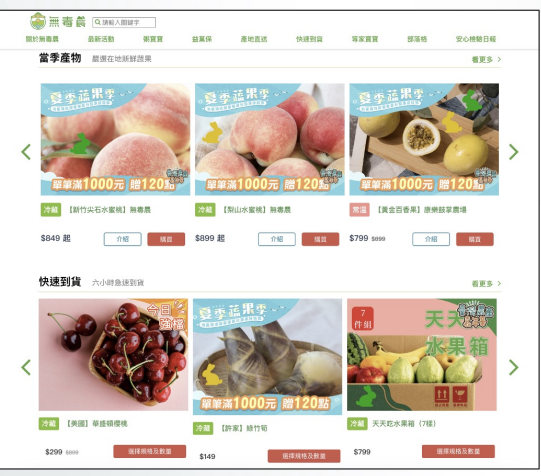
糕餅預購Week2週間熱度宣傳：糕餅一字千金



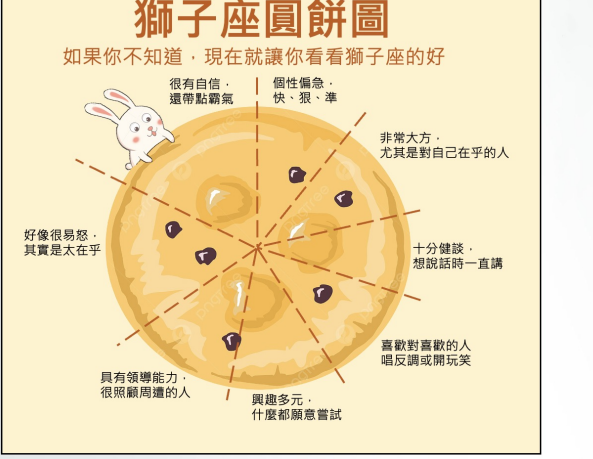
中秋正檔Week2週間熱度宣傳：中秋進口畫展



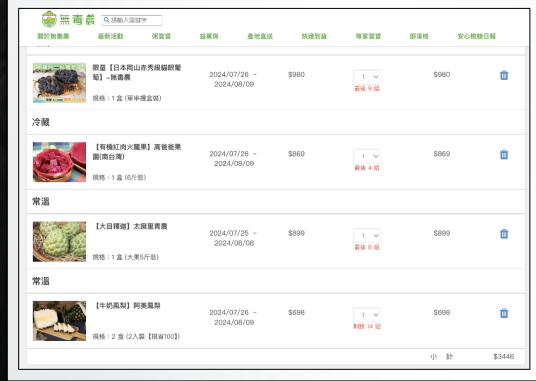
中秋促購加碼：找兔子輸入折扣碼



糕餅預購Week3週間熱度宣傳：獅子座圓餅圖



中秋促購加碼：留言曬購物車截圖



PROJECT PORTFOLIO

◆ — 組織領導、專案管理、工作效能優化 — ◆

◆ 醫療集團數位化導入與組織運營優化 (2020 – 2024年)



協助企業數位化並克服數據整合，制定企業 OKR 及各績效指標，佈達執行，擬定年度行銷策略、編列項目預算，透過數據分析進行優化，進一步提升各指標轉換率，並優化組織作業流程、暢通跨部門溝通管道，同時彙整企業知識財產，將可用資源再運用，並建立各組織評等規則與項目，協助各部門組織成員成長，達成良好正向循環。

◆ 機能服飾大型活動專案管理統籌 (2025年)

在有限的時間內，高效組織團隊與指導大型活動專案任務執行，達成順暢的橫向溝通，並提升執行效能。

[illegible]

Thank you.



EMAIL jenc.thti@gmail.com

陳彥妃 Jennifer Chen