



廖晏君

vocus_新銳數位股份有限公司 | Growth Manager 成長經理
台北市中山區 | 12~13年工作經歷 | 希望職稱：行銷經理 / AI顧問

“12 年品牌行銷 × AI 導入 | 把 AI 落地成可複用的行銷系統”

12 年品牌與整合行銷經驗的行銷主管，
專長是把4A代理商的行銷作業方式與業務經驗結合，
轉換成 AI workflow, 一路落地到成效可交接、可展示的系統。

#品牌策略 #AIAgent開發 #行銷自動化 #數據漏斗 #專案管理



個人資料

女、39歲

主要手機

0983-263-656

通訊地址

台北市中山區新生北***

聯絡方式

(電話聯絡,通訊app,e-mail連絡)

就業狀態

在職中

E-mail

sumry13@gmail.com

英文姓名

Yen

工作經驗

總年資 12~13年工作經歷

vocus 為內容創作與知識服務平台。現職負責專案執行、GEO規劃、廣告投放，並主導將 AI 導入團隊日常工作流，從流程設計、工具導入、自動化建置到內訓落地，建立可被非技術同事重複使用的工作方法。

【AI workflow設計】

- 建立 10 套可重複使用的 AI 工作流程，應用於企劃 Brief 整理、內容切角拆解、廣告日報、SEO / GEO 報告、品牌資料整理與文件產出等情境。
- 自建 AI Agent 等工具搭建內部流程，包含需求收集、結構化資料轉換、PDF / HTML 產出與人工審核節點，提升 AI 輸出的可控性與實用性。

【AI 內訓與組織導入】

- 於兩個月內完成 AI Cowork 內訓，將 Agent、Skill、MCP 等概念轉化為非技術同事可立即操作的工作方法。
- 以真實專案資料夾與任務情境設計練習，協助團隊將 AI 應用於專案管理、內容企劃、資料整理與行銷執行。

【每日自動運作的廣告pipeline】

- 串接 Meta Ads、Google Sheets 與 Make，建立廣告數據自動彙整流程，自動整理 1,000 筆以上投放資料，並累積 3 個月 AI 日報作為投放優化與決策依據。

【SEO / GEO 內容優化】

- 因應 AI Overview 與生成式搜尋崛起，實作 GEO 導向的內容與表格結構優化，將內容策略從關鍵字排名延伸至 AI 引用機會與品牌能見度。
- 著手建立 SEO 成效報告書標準化流程，整合內容表現、搜尋能見度與優化建議，提升後續追蹤與溝通效率。

【品牌與整合行銷】

- 參與國泰世華、DJB eSIM、漢來飯店等多個品牌與客戶專案企劃與執行，涵蓋金融、旅遊、飯店與內容平台等產業，需求整理、內容策略、專案提案與成效追蹤。

#內容行銷 #網站流量成效追蹤 #廣告效益評估 #行銷宣傳預算編製與控管 #行銷策略擬定 #品牌行銷管理

bitplay | 品牌營運、整合行銷與電商成長

bitplay 為台灣 IF 得獎設計品牌。任職期間帶領 5-8 人行銷團隊，主導品牌營運、整合行銷、電商轉換與募資專案，推動品牌從單一產品延伸為「戶外 × 都會風格」生活品牌。

【品牌營運與整合行銷】

- 主導 DTC 品牌營運與 Shopify 官網整合行銷，串聯內容行銷、電商導購、線下活動與異業聯名，推動 bitplay 從單一產品品牌延伸為「戶外 × 都會風格」生活品牌。
- 專案設計涵蓋 B2B 對接、B2C 導購、異業聯名與數據優化，支援新品推廣、品牌合作與通路轉換。

【群眾募資】

- 操刀嘖嘖 AquaSeal 與 Kickstarter 募資專案，負責行銷策略、廣告投放、內容溝通與轉換優化。
- 嘖嘖 AquaSeal 專案 ROAS 15.3，Kickstarter 專案 ROAS 5.75，**創造單案逾 1,600 萬募資與銷售業績。**

【KOL聯名與品牌活動】

- 策劃 KOL 聯名、發表會、演唱會合作等整合行銷活動，累積觸及超過百萬消費者。
- Realive Concert 聯名活動整合品牌曝光、商品導購與活動聲量，帶動單月營收成長 300%。

#產品定位 #品牌行銷管理 #產品策略 #行銷策略擬定 #行銷宣傳預算編製與控管 #品牌知名度推廣

GIORGIO ARMANI

品牌行銷公關

2017/10~2019/9

GIORGIO ARMANI（鞋類／布類／服飾品零售業 100~500人）

2年

廣告文案／企劃 | 台北市大安區

- 負責公關稿撰寫、VIP活動企劃與高端CRM經營，精準鎖定高消費族群，強化品牌好感度與媒體聲量
- 每季舉辦針對年消費300萬以上客群之專屬活動
- 公關/社群內容製作與拍攝企劃

#廣告創意發想與提案 #行銷製作物規劃與執行 #內容行銷 #媒體關係 #公關新聞稿撰寫與報導

McCANN

副美術總監

2012/10~2017/5

4A麥肯廣告（廣告行銷公關業 30~100人）

4年8個月

商業設計 | 台北市松山區

- 參與 Panasonic、義美、味全食品等品牌專案，負責整體視覺概念發想與執行
- 擔任團隊中的美術與創意角色，協助廣告素材設計與風格統整
- 從品牌特性出發，針對TA轉化為視覺語言，並製作線上線下的廣告素材
- 強化廣告辨識度與消費者記憶點，提升視覺溝通效果
- 注重設計細節與整體風格一致性，兼顧創意與實用性

#設計表現能力 #電腦繪圖軟體操作 #CIS企畫設計 #視覺識別設計 #產品包裝設計 #設計印刷基本認知

專長

數位行銷

AI workflow／Skill 開發

熟練 Claude & codex 開發環境，能設計 Skill、MCP、Agent，從 0 到 1 建置可重複使用的行銷自動化模組，讓非技術同事也能直接操作。

廣告投放與監測

具備 Meta Ads 投放、成效追蹤與資料整理經驗，串接廣告平台、Google Sheets 與自動化工具，建立日常監測與自動化 pipeline 流程。

品牌運營與整合

整合品牌定位、內容行銷、電商導購、異業合作與線下活動，推動品牌從策略規劃到實際轉換落地。

募資規劃與執行

嘖嘖、Kickstarter 等群眾募資專案經驗，規劃募資策略、內容溝通與轉換優化，推動專案從前期預熱到上線成效落地。

#AI #Google Analytics #Claude #廣告投放 #SEO

品牌策略規劃

全通路品牌策略

主導品牌定位與 OMO 佈局，策劃線上募資結合線下活動，引爆品牌聲量。

高獲利能力

募資專案創下 ROAS 15.3，一般電商維持 ROAS 3-5 穩健獲利。

0-1 商業建構

具 Shopify / 91APP 建置經驗，規劃從流量到 OMO 的完整變現路徑。

動態預算控管

依據客單價 (AOV) 與轉換率，精準配置年度預算。

#廣告創意發想與提案 #行銷策略擬定 #提案與簡報技巧 #網路活動規劃與執行 #記者會規劃與執行 #實體活動規劃與執行 #公關新聞稿撰寫與報導 #品牌行銷管理

社群經營

社群操作

擅長 Threads / IG / 電子報等多平台內容操作

高轉換銷售文案

擅長撰寫「帶貨型與推廣活動」文案，曾規劃高強度導購排程，成功帶動電商引起話題

SEO 與品牌語彙

結合 SEO 關鍵字策略與品牌 Tone & Manner，長期經營提升自然搜尋流量與品牌心佔率。

#廣告企劃案／文案撰寫 #社群媒體經營管理 #品牌知名度推廣 #口碑操作 #內容行銷 #網路活動規劃與執行

KOL合作與品牌聯名

精準選品與數據媒合：

不只看粉絲數，更看重受眾輪廓與互動數據。精準媒合生活風格型 KOL，專案導購成效平均 **20-50 萬/檔**，總觸及破 50 萬人次。

大型聯名專案統籌：

具備跨界資源整合能力，操刀案例包含：bitplay x pazzo 聯名、filter017 合作、周湯豪 REALIVE 演唱會 等指標性專案。

實體活動高出席率：

擅長媒體關係維護與活動邀約，實體活動 KOL 出席率達 **70%** 以上。

#消費者行為 #數據分析 #品牌知名度推廣 #網路活動規劃與執行

bitplay AquaSeal 全境防水瞬扣包



2020/4~2020/9

- 嘖嘖募資平台/早鳥單入**1800元**
- 募資金額約**1,530萬**
- KOL成本約**45萬**
- 廣告成本約**55萬**
- ROAS達**15.3**

- ◆ 為戶外族群設計的全境防水裝備，主打冒險與日常兼容性，獨立命名與定位產品線
- ◆ 策劃產品命名、定價、預熱活動、影片腳本與頁面動線規劃
- ◆ 導入波段式 KOL 上線策略，搭配嘖嘖廣告與社群投放
- ◆ 最終成效：募資 1,530 萬元，ROAS 達 15.3，帶動品牌聲量高峰

[前往查看 >](#)



Bang & Olufsen 百年紀念 Beo Grace 沉浸式募資專案

- 平台：Mula 募啦 / 實體活動
- 專案目標營收約 400 萬
- 高單客單價約 40,800 元
- 策略核心：OMO 沉浸式體驗

- ◆ 品牌重塑與定位：鎖定 30-50 歲都會菁英，將 B&O 百年紀念款定義為「工藝藝術品」，強調長期收藏價值而非單純消費電子產品
- ◆ OMO 沉浸策展：策劃古蹟聽感體驗會，利用場域氛圍消弭 \$40,800 高單價產品的決策門檻
- ◆ KOC 圈層行銷：整合家居與音樂 KOC 產出高質感原生內容，主打「私人鑑賞席」與「頂級送禮」切角，營造品牌稀缺感與嚮往感。
- ◆ 差異化組合策略：推出全亞最具競爭力的獨家套組，以「完整沈浸空間」概念區隔競品，成功提升客單價

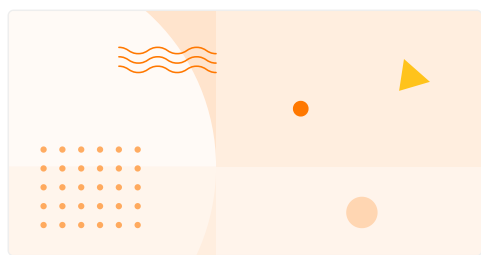


bitplay x REALIVE 周湯豪演唱會產品聯名

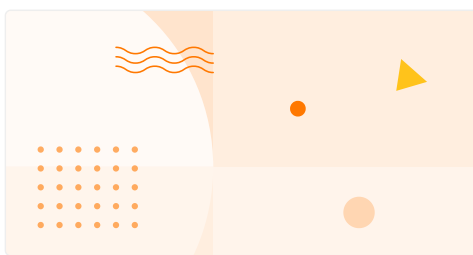
- shopify/ 聯名掛繩套組約1500元
- 媒體合作成本約100萬(不含KOL)
- 當月電商進站量MOM>300%
- event page/官方聯名產品套組/演唱會宣傳/社群宣傳/小巨蛋銀幕廣告/票卷抽獎

- ✦ 結合潮流文化與機能品牌，打造演唱會現場聯名銷售方案
- ✦ 策劃產品包裝、活動頁面、與演唱會舞台宣傳視覺
- ✦ 同步實體互動與線上話題推廣，加入小彩蛋機制與抽獎流量轉換
- ✦ 成效：branding知名度大增，聯名品售罄並創下 M.O.M 成長 300%

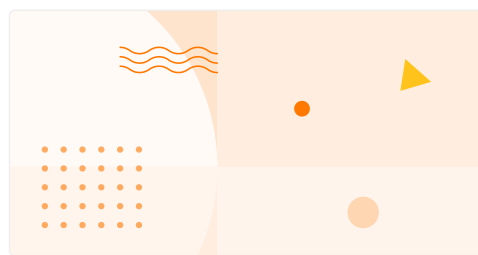
附件



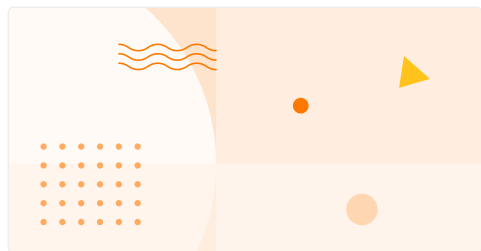
jiaojiao-elf.skill
切角小精靈 (AI)



yenmi13.github.io/qrcode/
整合行銷工具盒 (AI)



yenmi13.github.io/yms-fin_model_2026/
專案預算模型 (AI，密碼2026)



yenmi13.github.io/solarnav/
太陽系模擬 (AI)

我始終相信，行銷不該是無止盡的消耗戰，而是一場精準的價值傳遞，再創造利益。

作為一名擁有 12 年經驗的行銷人，
我的資歷橫跨國際精品、DTC 設計品牌、廣告集團與內容平台，
累積品牌營運、整合行銷、電商轉換、廣告投放與專案管理經驗。

如今我更進一步：
用 AI Agent 與自動化工作流，
把依賴個人經驗的工作，變成有資料、有規則、可交接的系統。
我自建可重複使用的 AI 工具，也把這些抽象的技術，
拆解成行銷與業務同事當場就能上手的方法。

數位行銷進階到 AI 時代，
理應得想把繁瑣的數據分析與行政庶務交給系統自動運轉，
好讓自己和夥伴能有更多餘裕，
去打磨一句動人的文案、設計一場有溫度的 OMO 體驗，
去真正地與「人」連結。

正因為見證過流量紅利的起落，我更確信：
唯有系統自動化與人性的辨識並存，才是對抗演算法焦慮的解方。
AI 放大的是創意，而不是取代它。

我嚮往在一個開放平等的環境中，與善良而精準的夥伴共事。

如果你們要的不只是一個執行指令的行銷經理，
而是一個能用 Soft Tech 解決硬核問題、
同時還能保持幽默與優雅的夥伴，
那我們應該會很合得來。

I have always believed that marketing should not be an endless war of attrition, but a precise delivery of value.
With 12 years in marketing—spanning international luxury, DTC design brands, and advertising groups—my commitment to AI is no recent bandwagon. As early as 2019, while leading bitplay's marketing team, I was already introducing AI tools to automate our workflows and cut administrative hours by 60%. And AI has never been merely a job to me: I run a Threads account dedicated to AI, constantly testing new tools and models and sharing what I learn in public.
Today I take it further. I use AI agents and automated workflows to turn work that once relied on personal experience into systems that are data-driven, rule-based, and easy to hand over. I build my own reusable AI tools—and, just as importantly, I translate these abstract technologies into methods my marketing and sales colleagues can pick up on the spot. Because the real value isn't that I alone can use AI; it's making an entire team able to.
This frees us from tedious data analysis and administrative drudgery, creating the margin to polish a moving line of copy, to design a warm OMO experience, and to truly connect with people.
Having witnessed the rise and fall of traffic dividends, I am convinced that only the coexistence of system automation and human insight can answer our algorithmic anxiety. AI amplifies creativity; it does not replace it.
I hope to work in an open, equal environment, alongside partners who are both kind and precise. If you are looking for more than a marketing manager who simply executes instructions—someone who solves hard-core problems with Soft Tech while keeping humor and grace intact—then I believe we will be a great fit.

資格認證

Google

圖像生成課程認證

負責任的AI技術課程認證

Google

生成式AI課程認證

Google

Google Analytics (分析) 個人認證資格

Google

英語相關證照

TOEIC (多益測驗)

ETS 美國教育測驗服務社 (Educational Testing Service) | 750

求職條件

- 希望性質

全職工作
- 上班時段

日班
- 可上班日

錄取後一週可上班
- 希望待遇

月薪 75,000 元以上
- 希望地點

台北市中山區、台北市中正區、台北市松山區、台北市信義區、台北市內湖區
- 遠端工作

對遠端工作有意願

- 希望職稱

行銷經理 / AI顧問
- 希望職類

行銷企劃、產品行銷企劃、AI工程師
- 希望產業

廣告行銷公關業、軟體及網路相關業
- 工作內容

擅長結合 **多年品牌行銷經營經驗** 與 **AI Agent 協作的開發能力**，希望尋求能結合使用自動化/AI agent，與品牌策略/專案企劃/電商經營和募資計劃結合的品牌行銷工作。

學歷

- 大葉大學

2007/9~2010/6
- 視覺設計學系 | 大學畢業

英文

聽/中等 | 說/中等 | 讀/中等 | 寫/中等