

打造會員粉絲新經濟 直銷業自媒體操盤手，流量策略實戰

當直銷邁入數位新時代，直銷主管也必須轉型為品牌教練、流量導演和變現推手，帶領直銷商打造能見度、提升吸引力、轉化變現力。2025直銷菁英共學營第4場講座邀情雅芳業務營運處處長黃燕玲主講「打造會員粉絲新經濟，直銷業自媒體操盤手，流量策略實戰」課程，分享雅芳公司如何建構一站式系統，強化主管的行銷領導力與數位策略力，協助直銷商全域佈局流量變現的個人品牌，深入拆解直銷自媒體成功案例。

整理 / 編輯部 · 攝影 / 康霽

本場共學營在雅芳台北總公司舉辦，課程開始前，先進行導覽。雅芳打造的共享空間，除了陳列美容保養、保健品及內衣系列，環狀空間裡的陳設與燈光，讓每個角落都適合用來做直播、拍影片，這也是這場共學營的主軸——直銷主管如何帶領夥伴透過自媒體將流量變現。

AI 社群時代的直銷變革

「以前客人壓馬路，現在客人逛網路。」業務起家的黃燕玲分享以前沿街陌生開發的經驗，一條路從一段走到五段，隨著時代變遷、詐騙盛行，這種面對面方式的成交率已經大幅降低。

「這幾年搭高鐵南來北往，我放眼所及的乘客都在滑短影音。」黃燕玲指出，直銷商的痛點是人脈有限、不會開發、不想得罪親友、時間不夠、不懂銷售，而傳統陌開的方式已經過時，要接觸到更多人就必須靠自媒體。自媒體將傳統的一對一銷



▲台灣雅芳總經理歡迎學員蒞臨，並致贈雅芳產品伴手禮。

售，變成一對多甚至無限多，放大了時間價值。

當消費者不再被動接受推銷，而是主動尋求價值與信任，直銷業也必須轉型，從賣產品轉向賣價值、賣解決方案，並透過自媒體建立個人品牌，打造長久且具溫度的會員經濟。

所有發文、影片跟直播都要問：「能帶給受眾什麼好處？」因為受眾看到影片

時，第一句會問：「這跟我有什麼關係？」黃燕玲以她關注的幾個KOL為例，為學員講解社群時代如何經營自媒體。

要透過自媒體經營事業，過去以「產品推銷」為主的公領域發文方式，已逐漸被淘汰，直銷商要經營自媒體，不能再只賣產品，而是要轉向「輸出價值」，透過分享專業知識與解決方案，將自己打造成特定領域的專家，例如美妝達人、育兒專家、保健大使等。「不是要當網紅，而是須具備自媒體行銷能力。」黃燕玲強調，透過建立IP，與客戶（粉絲）建立深度的信任關係，可以實現更高效的成交。

操盤手需協助直銷商掌握3大策略

要幫助直銷商打造會員粉絲新經濟，公司必須提供相對應的技術與資源支持，例如：建置完善的線上商城系統、提供金流物流客服一條龍服務，並將自媒體經營術打造成一套可複製的培訓課程，成為吸引新經營者加入的強大誘因。

在這個嶄新的直銷經濟中，公司主管和流量操盤手扮演著關鍵角色，他們的核心任務不再是單向發布產品資訊，而是協助直銷商從傳統銷售者轉型為具備個人品牌的自媒體經營者。「你不是內容創作者，你是團隊營運的策略設計師與流量轉換的總指揮，協助打造能變現的無限循環閉環、自媒體變現行銷漏斗。」

黃燕玲建議，公司可以從以下3大方向，將直銷商打造成自媒體流量達人：



▲ 雅芳營養師擔任參訪導覽。

1.精準IP定位與人設建立：協助直銷商找到其熱情與專業的交集點，確認「想要幫助誰解決什麼問題」，並以此形塑鮮明的個人品牌形象與專家人設，這是一切流量操作的根基。

2.內容價值輸出藍圖：教導直銷商規劃內容方向，區分「生活圈」（吸引同頻的人）、「專業圈」（建立信任與權威）、「互動圈」（提升社群黏著度）。重點在於提供價值，而非銷售產品。

3.公域與私域的協同運營：制訂清晰的流量路徑。在公域（FB、IG、YT、TikTok）進行內容擴散與名單蒐集；在私域（LINE、FB社團）進行關係深化、信任培養與最終轉化。特別要教會直銷商如何在內容中巧妙設置「鉤子」（如免費評估表、電子書、線上講座），將公域流量順利引導至私域。

流量變現3步驟：收人、收心、收錢

協助直銷商打造個人品牌可不是高大上的口號，而是一套可執行的具體步驟黃燕玲將流程簡化為「收人、收心、收錢」3大階段。

步驟一：收人（吸引關注）

場域：公域平台（FB、IG、TikTok、YouTube）

行動：透過輸出有價值的圖文、短影片、直播，吸引對該領域感興趣的陌生用戶。內容需緊扣定位，並設計「鉤子」引導其加入私域列表。

心法：不是推銷產品，而是展示專業與生活方式，活出目標客群嚮往的樣子。

步驟二：收心（建立信任）

場域：私域場域（LINE好友、LINE社群、FB社團）

行動：持續在私域提供服務、解答問題、分享深度內容與個人見證。透過「共享經驗、共創內容、共鳴故事」與成員建立深度連結。

心法：先服務，後銷售。透過持續的價值輸出成為該領域的專家，讓用戶產生依賴與信任。

步驟三：收錢（自然成交）

場域：私域內的直播間或一對一諮詢

行動：當信任感足夠，成交便水到渠成。在直播間分享解決方案與服務套餐，或透過一對一諮詢了解需求後，自然推薦相對應的產品或事業機會。

心法：銷售的是「解決方案」和「圓夢後的世界」，而非產品本身。高信任度下的成交單價



▲雅芳公司的陳設與燈光，讓每個角落都適合用來做直播、拍影片。

高、客戶黏性強，且多為客戶主動詢單。

善用AI工具，省力經營自媒體

在自媒體浪潮中，AI已是現在進行式。黃燕玲認為，對直銷人而言，AI工具的普及，解決了過去「不會寫、不會拍、沒時間」的3大痛點，讓個人經營者也能擁有不輸專業團隊的內容產製力。

- 內容生成從靈感枯竭到源源不絕

直銷商只需賦予AI一個角色（如「你是社群小編」）和明確指令（主題、關鍵字、字數限制），AI便能瞬間生成多組爆款標題與文案。例如，輸入「益生菌的好處」等關鍵字，AI就能快速產出短影片腳本，讓內容創作過程從「苦思」變為「篩選」。

- 影片製作從複雜剪輯到一鍵完成

透過如CapCut等AI剪輯工具，創作者只需將拍攝素材導入，AI便能自動偵測並刪除語氣停頓產

生的空拍，讓影片節奏緊湊流暢。同時，AI自動上字幕功能更將數小時的工作壓縮至幾分鐘內完成，準確率高並支援多種字體樣式。

· 從背稿壓力到自然表達

面對鏡頭忘詞、表情不自然是常見問題。AI讀稿機能將文案以提詞形式顯示於螢幕上，讓創作者能自然地直視鏡頭「念」出內容，同時保持專業與流暢感。



▲黃燕玲期盼，所有直銷人都能透過自媒體，用生命影響生命。

· 提升個人效率到與組織複製

AI的意義不僅於提升個人效率，更在於其「可複製性」。一位上線領導人能將驗證有效的AI指令與操作心法，傳授給整個團隊組織，讓每位下線都能快速複製成功的自媒體模式。

AI社群時代的直銷，是一場關於信任與價值的競賽，直銷公司是後援部隊，負責提供彈藥與戰略，而每位直銷商則是前線的品牌創辦人，用自己的真實與專業構築護城河，最終能夠勝出的，不再是擁有最多產品的公司，而是能培養出最多光芒四射的個人品牌的體系。黃燕玲表示：「因為他們正在做一件最重要的事——用生命影響生命。」🌐

直銷商經營自媒體的Tips

- **展現真實自我**：不需追求完美，因為真實且不完美的人設，反而能吸引到欣賞你的同類人。
- **賣的是成交後的世界**：客戶買的不是產品本身，而是使用產品後能達到的美好結果，例如變美、變健康、或是事業上的成功。
- **聚焦特定族群**：不要什麼都做，專注於一個細分市場，更容易成為專家。
- **善用直播與短影片**：直播能快速建立信任，短影片則適合擴散與引流。
- **持續學習與優化**：自媒體變化快速，學習新工具。透過分析數據，如影片的觀看率、按讚數、留言數等，持續優化內容，才能在流量紅海中脫穎而出。
- **建立超級用戶**：可設定目標，培養出100個能主動為你分享見證、在群組互動的鐵粉，他們將成為你最強大的後援。
- **帶著使命感經營**：幫助他人，才能走得長遠，也能吸引同頻的夥伴與客戶。