

CASE 02 / 社群內容再製

一份產品資料， 六個內容角度。

六則原創文稿與五頁輪播規劃

示範專案 | 非客戶委託。品牌、情境與金額均為示範設定，不代表真實商品、客戶或營運成果。

這份樣本，讓你檢查什麼？

同一份產品資料，如何依不同溝通目的整理成標題、正文與行動引導；如何保留一致的品牌語氣，以及發布前需要核對的資訊。

共享品牌設定

我們有三款禮盒：12片 480元、18片 680元、24片 880元。口味是原味奶油、可可、伯爵茶。想讓企業採購看懂差別，也希望有人詢問大量訂購。可以先問對方大概幾盒、什麼時候要、送到哪個區域。包裝客製、口味搭配、運費、保存、過敏原、付款與交期都還沒有確認，不能直接答應。

內容編輯原則

- 每則文稿只處理一個主要溝通目的，避免同一段內容換六種說法。
- 商品、價格及品牌全為示範；不能用作真實販售或營運成果。
- 真實發布前，先確認產品規則、素材權利與對外窗口。
- 不捏造客戶故事，不承諾曝光、詢問或成交。

基礎文稿服務不含排版、圖片、發布或代營運。輪播設計為額外示範，實際合作另行估價。

COPY / 01—02

01 送禮前，先想清楚這三件事。

內容目的 | 建立選購框架

比起一開始就找最漂亮的盒子，我們更想先問：這份禮，是送給誰？會在什麼場合送出？希望對方怎麼記得你？

送給一位夥伴的謝意，和放在辦公室讓大家分享的點心，挑選方式不一定相同。先想好對象與情境，再回來比較份量與預算，會更容易知道自己在找什麼。

拾序禮盒的示範提案，從這三個問題開始，把一份心意整理成清楚的選擇。

行動引導 | 先收藏這份送禮提問清單，下次挑禮物時再拿出來看。

發布前注意 | 適合品牌觀點貼文；不暗示真實銷售或顧客經驗。

02 12 片、18 片、24 片，要怎麼選？

內容目的 | 說明方案差異

挑禮盒，不一定是片數越多就越適合。

想給一位收禮者一份輕巧的心意，可以先看 12 片日常款；希望留給一群人分享，可以比較 18 片分享款；需要較多份量，則再看看 24 片致意款。

這組示範方案的單價分別為 NT\$480、NT\$680、NT\$880。真正選購時，仍要一起確認實際口味搭配、預計人數與商品資訊，而不只看價格。

行動引導 | 把「送給誰、幾個人、預算多少」寫下來，再比較三款方案。

發布前注意 | 價格及商品為示範，不可作為真實販售文案直接發布。

COPY / 03—04

03 大量訂購前，先準備這五項資訊。

內容目的 | 降低詢價往返

一句「請問大量訂購多少錢？」常常還需要來回確認不少細節。

先備好這五項：想訂哪一款、預計幾盒、希望哪天收到、配送到哪個區域，以及是否需要客製包裝或卡片。這些資訊，可以讓需求更快被理解。

實際可供數量、交期、客製與配送費用，都要等業者確認後才能成立；預先整理資訊，是為了少一點猜測，不是跳過確認。

行動引導 | 收藏這五項資訊，整理完成後再交給正式業務窗口。

發布前注意 | 不承諾最低訂購量、折扣、交期或 24 小時回覆。

04 同一份禮盒，換一句話，心意就不同。

內容目的 | 內容互動與情境連結

禮物不一定要說很多話，一句適合對方的祝福，往往更貼近送禮的理由。

送合作夥伴，可以是：「謝謝你，把每一次合作都放在心上。」

送團隊夥伴，可以是：「忙碌的日子裡，也留一點時間一起分享。」

送久未見面的朋友，可以是：「把最近沒說完的想念，先放進這份小禮物。」

文字可以先寫好；卡片是否能製作、如何放入包裝及是否另計費用，仍需正式確認。

行動引導 | 選一句最接近你的心意，再改成自己真正會說的話。

發布前注意 | 祝福文字為原創示範；不宣稱卡片客製已可提供。

COPY / 05—06

05 一份禮盒介紹，不應該只有漂亮的照片。

內容目的 | 建立資訊透明度

包裝讓人想多看一眼，清楚的資訊才讓人知道是否適合。

除了口味、片數與價格，我們也會提醒採購者確認成分、過敏原、保存方式與期限。需要寄送時，還需要了解配送條件及異常處理方式。

這些資訊沒有確認，就先標示待確認，不用好聽的形容詞補上空白。讓收禮者得到合適的資訊，也是一份心意的一部分。

行動引導 | 下次準備送禮，把產品資訊確認也放進你的清單。

發布前注意 | 不推測食品成分、不保證適合特定過敏者或飲食需求。

06 你的下一份送禮清單，可以從四行字開始。

內容目的 | 引導具體需求

送禮還沒有完整想法，也沒關係。先把需要的事寫下來，不必一開始就做一份大企劃。

第一行：這份禮物要送給誰？

第二行：預計需要多少份？

第三行：希望什麼時候、在哪個區域收到？

第四行：預算範圍，以及特別想保留的心意。

這四行，是後續討論的起點，不是訂單。等正式窗口確認產品、費用與交期，再決定要不要往下安排。

行動引導 | 複製這四行，先整理自己的送禮需求。

發布前注意 | 本案例無真實詢價或下單管道，不可宣稱已開放預購。

一頁一個重點，整理閱讀節奏。

01 / 封面 | 送禮之前，先問自己三個問題。

不是先挑盒子，是先想清楚這份心意。

02 / 對象 | 這份禮，是送給誰？

一位夥伴的謝意，和一群人的分享，可以有不同的選擇。

03 / 情境 | 你會在什麼場合把它送出？

一次拜訪、一場活動，或一個值得記得的日子。讓使用情境帶你做選擇。

04 / 心意 | 希望對方怎麼記得這份心意？

謝謝合作、想念陪伴，或是一句辛苦了。先寫下你真正想說的話。

05 / 行動 | 先收藏，再挑選。

送給誰 → 在哪裡送 → 想說什麼想清楚之後，再比較份量與預算。拾序禮盒 | 原創內容示範

五頁正方形排版另提供 PDF 及 PNG；這一頁為可編輯文案規劃。所有內容均為原創示範。