

專業摘要

資料與 AI 產品負責人，約十年數位廣告與 MarTech 經驗。現任 adGeek Associate Client Success Director，主導公司資料與 AI 產品方向，影響約 140 個同時服務中的廣告客戶，並領導 3 人資料團隊。2023 年主動由廣告操作角色轉向 Data、MarTech 與 AI，以廣告服務流程的三個環節——風險監控、洞察分析、內容生產——建立內部 AI 產品線，並推動全公司 AI 應用普及。擅長將第一線需求與廣告專業轉譯為產品規則、資料邏輯及可衡量的營運成果。

核心專長

- AI & Automation:** Generative AI、AI-assisted Product Development、Prompt Design、廣告監控與告警、內容生成、洞察與報告自動化
- Machine Learning & Predictive Modeling:** 購買傾向預測、用戶價值分數、客群分群、CRM/DMP 線上線下資料整合
- MarTech & Data:** CRM/DMP 應用、GA4、Looker Studio、數據洞察、Actionable Recommendations
- Performance Marketing:** Google Ads、YouTube、Meta Ads、TikTok、LINE Ads、DV360、Criteo、跨媒體策略、實驗設計與成效優化

職涯亮點

- 從 0 到 1 推動 Ad Monitor 廣告智慧監控平台落地，將廣告專業轉化為 14 項自動檢核邏輯；產品涵蓋 200+ 名客戶、340 個媒體帳戶並獲 20+ 人團隊全員採用，依原本多數項目每週人工檢查 3 次以上、部分需每日巡檢的頻率估算，每年可避免約 5,000 人時例行檢查，相當於約 2.5 名全職人力的年度工作量。
- 帶領 Finding/週報孵化器，涵蓋 150+ 名客戶、每週產出 50+ 份週報且約 80% 可直接交付；依系統使用紀錄推估，上線後至 2025 年底約節省 2,000 人時（約 1 名全職人力）。
- 主導文案孵化器的產品架構與開發，內部同仁已為 100+ 名客戶產製文案；相同人力下產能約達原本 1.5 倍，並使公司文案外包支出降低約 50-60%，年度減少約新台幣 50 萬元以上的外部委外費用。
- 自動化產品釋放的例行工時轉化為服務量能：平均每位操作者可增加承接 2-3 個中小型客戶（約當每人每月新台幣 20-30 萬元廣告操作金額），以 20 人操作團隊估算，約當每年新增新台幣千萬元量級的代理服務收入量能。
- 資料團隊的三項數據產品：Smart Value 以機器學習推估用戶潛在購買力，應用於 30+ 名客戶；AIA 提供 432 種可直接投放的產業受眾名單（本人為 Product Manager）；CRM BI 將 CRM 資料轉為商業分析與選品建議。
- 近兩年主辦超過 10 場公司內部 AI 教育訓練與應用分享（全員場次逾 100 人參與），並制定公司 AI 應用地圖，推動 AI 由個別工具使用成為部門層級的工作方式。
- 現領導 3 人資料團隊，此前曾帶領 10 人廣告團隊，具跨職能產品領導經驗。

工作經歷

adGeek	2023.03 - 至今
Associate Client Success Director	2026.05 - 至今
Senior Client Success Manager	2023.03 - 2026.04
資料與 AI 落地主導：自 2026.05 起主導公司資料與 AI 產品方向，自行設定產品觸及範圍、功能與上線時程等目標，經主管確認後主責交付結果；影響範圍涵蓋公司約 140 個同時服務中的廣告客戶。領導 3 人資料團隊（含招募與績效管理），並跨部門調度非直屬的技術資源完成開發與上線。 Ad Monitor 告警系統：擔任 Product Owner/ AI-assisted Development Lead，以 AI 輔助開發獨立完成初始原型並推進至正式上線，涵蓋規格定義、資料串接、功能測試與部署；主導 14 項檢核邏輯、技術與上線決策及 UI/UX 設計，其中 12 項檢核邏輯於規劃初期即依本人廣告操作領域知識直接設計，未經外部調研，上線後獲全員採用且幾乎無需操作訓練，驗證規則設計與第一線實務一致。產品於 2026.06 正式導入，透過網站、Email、Telegram 提供分級狀態、原因解析及廣告帳戶入口，涵蓋 200+ 名客戶、Google Ads 158 個與 Meta Ads 182 個帳戶；近 30 天產生 266 項監控狀態，獲 20+ 人操作團隊全員採用且幾乎無需正式操作訓練；導入前多數風險項目需每週人工檢查 3 次以上、部分每日執行，且跨平台帳戶須逐一登入查核，依此頻率估算每年可避免約 5,000 人時例行檢查（約 2.5 名全職人力），並降低廣告未關閉、素材拒登等萬元級操作與賠償風險。上線後持續迭代，已新增檢核項目並擴充操作便利性功能。 廣告洞察自動化：擔任 Product/Business Lead，帶領 3 人團隊完成 Finding/週報孵化器，將廣告 Raw Data 轉換為依媒體、行銷目標與活動分類的客戶洞察。產品涵蓋 150+ 名客戶，30+ 人曾使用、約 20 人長期採用，每週產出	

50+ 份且約 80% 內容可直接交付；依系統使用紀錄推估，上線後至 2025 年底約節省 2,000 人時。另將月預算 200 萬元以上國際 3C 品牌客戶的單份週報由 3 小時縮短至 30 分鐘，減少約 83% 作業時間。產品自上線後持續使用至今。

- **文案孵化器：**主導 3 人團隊於 2024 年底推出內部 AI 文案產品，負責主要架構、多數規格、字數精準檢核難題與產品決策，親自參與開發，並建立 Feedback System 加速迭代。工具由內部同仁為 100+ 名客戶產製文案，每週估計處理 50+ 筆需求，約 40-50% 產出可直接使用；相同人力下產能約達原本 1.5 倍，並使公司文案外包支出降低約 50-60%，年度減少約新台幣 50 萬元以上的外部委外費用。大型客戶急件交期由 2-3 個工作天縮至 1-1.5 天，產品自 2024 年底上線後持續使用至今。
- **GenAI 月報分析：**推動月報孵化器並負責需求定義、使用情境策劃與核心難點的解法建議與路徑探索，開發由團隊執行。產品以生成式 AI 介入資料生成層，讀取含數據的 PowerPoint 並逐頁自動產出對應的分析與洞察，將結案報告中最耗資深人力的撰寫環節自動化；目前已正式使用於除最大型客戶層級外的所有客戶分層，平均單次結案時間縮短約 50%，每客戶每月約節省 2 小時報告製作時間。
- **預測建模與受眾智慧：**資料團隊協助品牌客戶應用 Smart Value：以 CRM 與 DMP 資料做機器學習，推估每位用戶的潛在購買力，鎖定高潛力用戶投放，應用在 30+ 客戶。模型開發由組員主導；此外，由我進一步負責商業問題定義、應用評估、輸出形式，以及對內與對客戶的溝通。另以 Product Manager 身分推出 AIA (adGeek Insight Audience)，將公司特有的產業受眾轉為可直接投放的名單：9 大產業 × 12 種行為 × 4 種放大層級，共 432 種名單。
- **數據顧問服務 (CRM BI)：**以 CRM 資料在 Power BI/Tableau 建立商業分析儀表板，應用於國家級貿易推廣機構、國際美妝集團等專案；開發由組員主導，我負責解讀數據背後的意涵，轉成行銷與產品選品的落地建議。
- **AI 驅動客戶成效：**為國際音樂集團建立以藝人為單位的 AI 輔助受眾策略，使受眾探索時間縮短超過 50%，新受眾 CTR 提升 15%、成本降低 20%。
- **廣告策略與問題解決：**管理單月最高超過新台幣 400 萬元廣告預算；透過帳戶重整、A/B Test 與跨團隊協作，協助長期未達標的連鎖醫療服務品牌在兩個月內恢復名單目標，並解決大量虛假/重複名單問題。
- **AI 導入與組織賦能：**為公司內部 AI 應用推廣的主要規劃者與講者，近兩年平均每季主辦一場 AI 教育訓練或落地應用分享，累計超過 10 場，全員場次參與人數逾 100 人（公司規模約 120 人）；制定公司 AI 應用地圖，為內部最早提出並實際落地 AI 應用的角色，將 AI 由個別工具使用推進為部門層級的工作方式。公司相關 AI 推動經驗獲《動腦》雜誌專題報導（以公司名義刊出），報導素材由本人提供。
- **產品知識與影響力：**梳理公司 MarTech 產品定位、應用情境與教育內容，建立內部產品知識及新人訓練資源；並代表公司參與國家級貿易推廣機構的 AI 商業應用課程及跨產業數據應用分享。

EFUN 一帆數位科技

Advertising Team Lead

Account Supervisor

Google Ads Account Specialist

2016.03 - 2023.02

2020.06 - 2023.02

2018.03 - 2020.05

2016.03 - 2018.02

- 由廣告優化專業職逐步擴大至團隊與產品責任，最終帶領 10 人廣告團隊，負責媒體策略、客戶服務品質、人才培育及跨部門 MarTech 專案。
- 與 Google Taiwan 技術團隊合作推動 Ads Data Hub 在台應用，參與商業情境設計與系統平台規劃。
- 參與 MarTech Platform「AdHero」開發，涵蓋市場洞察、帳戶分析與建議、跨渠道整合分析；並與技術團隊開發 Reporting API 與 Campaign Management API 相關應用，改善人工流程。
- EFUN 任職期間累計投放逾新台幣 3 億元；其中 2016-2018 年擔任 Google Ads Account Specialist 期間，服務超過 60 個客戶、累計投放額約 1.8 億元，涵蓋品牌、遊戲與電商產業，以及 Google Ads、Yahoo、Apple Search Ads、DV360 等媒體。
- 推動 Data-Driven Creative 與 Rich Media 廣告方案，促成公司與 4A 廣告公司建立技術合作；並拓展全球筆電品牌的海外媒體合作，後續擴大為全球市場整合服務。
- 公司連續三年入圍 Google Premier Partner Award，2019 年為台灣唯一得獎的廣告商、榮獲 App Campaign 年度最大獎項；本人擔任該獲獎案例的廣告優化師與參賽負責人，並帶領團隊獲得年度品牌策略之星與年度成效之星。

專案與知識分享

- **GA4 教育與落地：**重建基礎與進階課程，舉辦一場大型課程與兩場小班課，共 6 家廠商參與；另培訓 7 位內部講師。
- **AdHero 發布：**參與兩年產品開發至正式上線，並共同籌辦與 Google Taiwan 合作的產品發表會。
- **內外部講師：**Google Taiwan 特聘數位媒體講師；曾就數位廣告、GA4、數據應用與生成式 AI，為零售通路、保健食品、日用品與醫療服務等知名品牌進行企業內訓，並受邀至證基會（證券暨期貨市場發展基金會）為金融人才授課。

學歷與語言

國立成功大學 | 電機工程系

英文：可主持英文會議與跨國溝通；TOEIC 910