

目錄

1 chapter 即刻上手 Telegram

- 1.1 愛上 Telegram 1-2
- 1.2 Telegram 與其他通訊軟體比較 1-7
- 1.3 我適合轉戰到 Telegram 嗎？ 1-14
- 1.4 如何使用 Telegram 行銷？秒懂三種型態！ 1-22
- 1.5 Telegram 行銷三大流程優化！ 1-28

2 chapter Telegram 基礎必做完全攻略

- 2.1 Telegram 申請帳號與中文化 2-2
- 2.2 店家必做 1：讓客戶輕鬆搜尋找到你 2-11
- 2.3 店家必做 2：隱私設定保護店家私密資料 2-20
- 2.4 店家必做 3：雙重認證防止帳戶被盜 2-35
- 2.5 主題佈景設定：愛上自己專屬的 Telegram 2-46
- 2.6 雲端空間：同步備份無上限，方便管理 2-62
- 2.7 刪除帳號與相關隱私資料 2-80

3 chapter Telegram 運營三種型態全面解析

- 3.1 我的行業類別適合何種 Telegram 型態呢？ 3-2
- 3.2 Telegram 頻道基本操作與設定說明 3-16
- 3.3 Telegram 群組基本操作與設定說明 3-46
- 3.4 頻道與群組訊息發送功能介紹 3-79

4 chapter

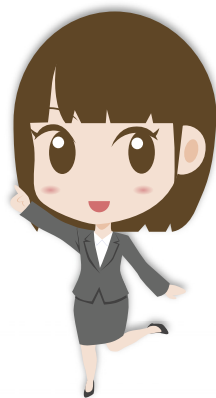
善用 Telegram 聊天機器人增進互動性

- 4.1 愛上 Telegram 4-2
- 4.2 製作可按讚又可留言的互動貼文 4-13
- 4.3 善用社群擴散分享力：FB 分享按鈕製作 4-24
- 4.4 來點表情符號又有連結按鈕的趣味訊息..... 4-27
- 4.5 聊天機器人個性化名稱、大頭貼設定 4-54

5 chapter

打造品牌親和力 - 貼圖運用與擴散

- 5.1 製作靜態貼圖要點與上架流程..... 5-3
- 5.2 動起來更有效！製作動態貼圖要點與上架流程 5-14
- 5.3 管理貼圖包：新增 / 修改 / 刪除貼圖 5-27
- 5.4 你的品牌貼圖具有親和力嗎？洞悉貼圖數據！ 5-37



二 廣泛多元的跨平台支援

Telegram 擁有廣泛多元的跨平台版本，除了 Android 與 iOS 能無礙使用外，Windows Phone、Windows PC、macOS、Linux 甚至於網頁瀏覽器，也都可以登入使用 Telegram，並可同步取得所有聊天資料和檔案。

Telegram 的跨平台同步機制非常棒，無論群組或個別聊天室，只要使用者不主動刪除，聊天室的文件就不會被刪除或消失，訊息、檔案也就不會有保存期限的問題。



 Telegram for Android



 Telegram for iPhone / iPad



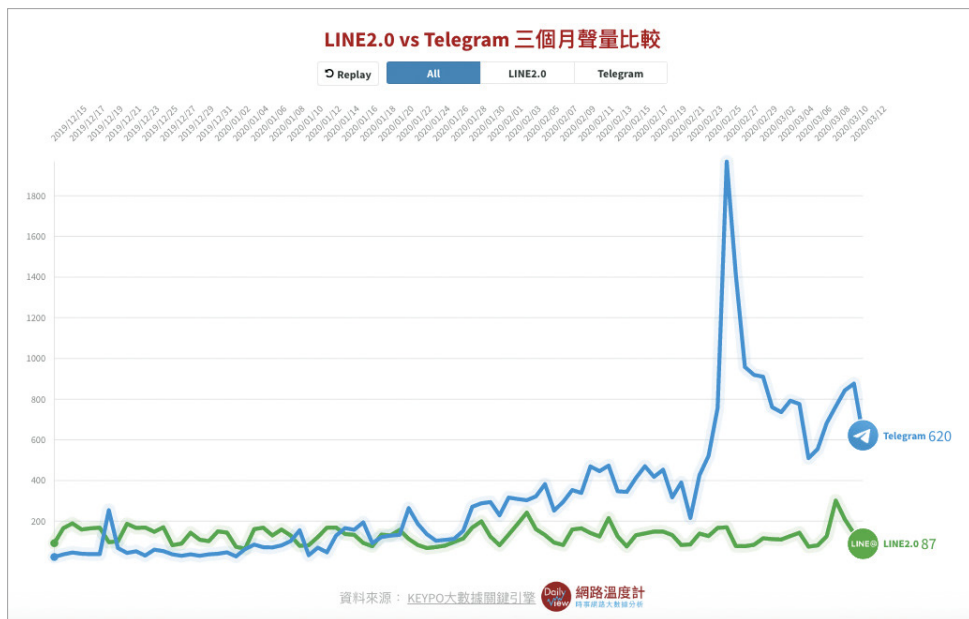
Telegram for PC/Mac/Linux

Telegram for macOS

圖片來源：Telegram 官方網站

今年初（2020 年），當 LINE 關閉一扇門後（LINE@ 吃到飽方案），上帝則為中小企業、店家開始了另一道門：Telegram，尤其當慈濟宣布將官方帳號遷移到 Telegram 經營，同時加上媒體的大肆報導，讓 Telegram 在台灣市場開啟了能見度，短短不到兩週的時間即迅速竄紅，也讓許多原先正在思考是否使用其他社群平台、電子報經營的行銷人有了新靈感與契機。許多公眾人物、新聞媒體、部落客、網紅、Youtuber、KOL（Key Opinion Leader，關鍵意見領袖）、團爸團媽陸續跟風，紛紛在 Telegram 開設頻道、帳號經營。許多媒體甚至寫下「聳動」標題，強化 Telegram 殺手級應用，即將取代 LINE 官方帳號！

下圖可以看到網路溫度計的統計聲量比較，Telegram 聲量從年初到三月一路追趕 LINE，甚至最後大幅超越、領先，甚至在台灣新型冠狀病毒病（COVID-19）疫情期間，APP 下載量還一舉衝到排名第三（僅次於健保局和外送 APP）。



圖片來源：網路溫度計 <https://dailyview.tw/popular/detail/8157>

4 選擇你要傳送訊息的好友。



在「頻道類型」選項當中，除了可以看到「複製連結」和「分享連結」之外，其中還有一個選項「撤銷連結」，此功能主要目的就是變更「私人頻道」的「邀請連結」變更，防止「邀請連結」外流時，其他非邀請的好友也能夠加入。



注意：「撤銷連結」之後，舊的邀請連結就會即刻失效，也無法復原，當然也無法再透過舊的「邀請連結」加入「私人頻道」！

撤銷連結

您確定要撤銷此連結？一旦連結被撤銷，沒有人可以利用原先的連結加入。

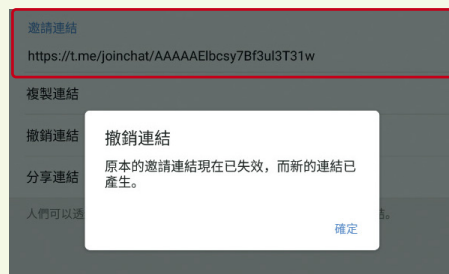
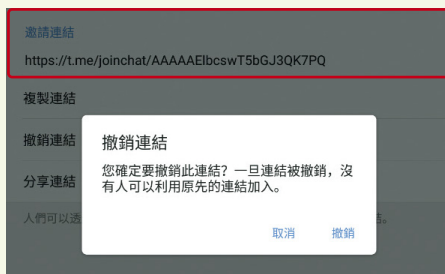
取消 撤銷

撤銷連結

原本的邀請連結現在已失效，而新的連結已產生。

確定

撤銷連結完成時，你可以注意上面左、右兩張圖片中的「邀請連結」網址已經變更！



此外在「頻道類型」中，除了上述「分享連結」、「複製連結」、「撤銷連結」這三個選項外，你也可以隨時變更頻道類型為「公開頻道」或是「私人頻道」，但無論是「公開頻道」換成「私人頻道」，亦或是從「私人頻道」改為「公開頻道」，原先的「分享連結」和「邀請連結」都不能使用，必須使用新的連結喔！

3.2.3 頻道權限管理

A Telegram 權限身份基本介紹

跟 LINE 官方帳號一樣，Telegram 頻道可允許多人一起管理，並且針對不同的管理員設定不同的管理權限，同時 Telegram 將權限分類得非常細，讓管理人員可以有多元、多變的權限管理模式，可符合各種行業的需求。

Telegram 頻道將權限分成三種身份：「擁有者」、「管理員」、「成員」。「擁有者」便是最初創建頻道者，因此只會有一位，「擁有者」擁有最高與全部的權限，此設定無法變更，除非將「擁有者」權限移轉給另一位「管理員」，才能由新任的「擁有者」做權限的變更。經營者一定要特別注意！

過往 LINE 官方帳號的經營經驗中，許多店家老闆為了省事，都直接叫 小編、員工去申請帳號，結果後來 小編、員工離職時，衍伸出許多權限的糾紛，有些員工離職後，連理都不理，有些則是 小編來來去去，最早申請者是誰，早已經不可考。有些好一點的，老闆自己還是管理員，還是可以正常管理與發文，但是總管理員權限在員工（尤其恐怖是在離職員工）手上，總會覺得如芒在背，有些更惡劣的，則是將頻道刪除，辛辛苦苦累積的頻道訂閱數，一夕之間化為烏有，真的是欲哭無淚啊！

因此，建議店家老闆，一定要「親自」申請帳號和頻道啊！如果是大公司或是品牌公司，千萬不要依賴行銷公司或是公關公司，幫企業、品牌申請帳號或代操，一定要去申請獨立、公用的門號，月租費用最低的即可（現在甚至有月租 \$99 和免月租的方案），這種「小錢」千萬不要省，否則未來只會增加許多困擾和爭議！



擁有者權限，為第一位創立頻道者。
企業、店家經營者務必自己申請帳號與頻道，避免權限落在他人手上！

B 轉移頻道擁有權

如果設定頻道時，沒有考量清楚「擁有者」權限的問題，趁著小編、員工還沒有離職前，趕緊辦好「轉移頻道擁有權」，操作步驟如下。

- 1 首先，必須將要成為「擁有者」的該位「管理員」之權限，全部開啟！
- 2 所有管理項目之權限必須全部開啟，才能看到「轉移頻道擁有權」之選項！

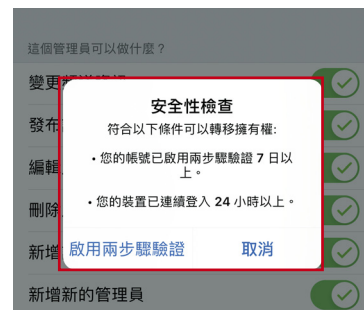


Telegram 在轉移頻道擁有權設定上的要求非常嚴格，必須通過兩項安全性檢查才可以移轉。

安全性檢查

符合以下條件才可以轉移擁有權：

- 你的帳號已啟用兩步驟驗證 7 日以上
- 你的裝置已連續登入 24 小時以上





4.1.1 歡迎訊息內容設定三大要領

歡迎訊息是你與客戶的第一次親密接觸，設定的好，可以快速拉近關係；設定不好，不僅達不到效果，還會讓客戶覺得厭煩，甚至封鎖（還不如不要設定。）歡迎訊息內容設定上建議依循以下三大要領：

● 親切口吻

許多店家在設定歡迎訊息時，都非常的「制式」、「官腔」，常見的就是：「歡迎你加入○○○官方帳號好友，未來有任何問題都歡迎跟我們聯繫！」○○○通常都是填上公司名稱、品牌名稱，這樣一來就好像在跟一個「公司」、「品牌」對話，感覺就很生硬。

歡迎訊息內容最好以「一對一聊天」的口吻來設定內容，當作是「你」這個「人」在和某「一個」消費者對話。大家好、你們好這一類針對廣泛人群地用語，大多數的消費者都不會有「感覺」，通常就會忽略歡迎訊息。如果可以改成：「你好，歡迎加入，我是○○○的 ANDY，很高興認識你，未來有任何問題，都可以直接私訊給我！」這樣一來就會增進親切感、互動性，讓消費者感覺有「一個人」在跟他互動，而不是跟一個帳號對話。

㊟ 服務項目簡短扼要

歡迎訊息除了親切問候之外，必須讓消費者了解加入群組或頻道會有什麼好處，店家有何種服務對他是有幫助、會用到的！要特別注意的是，不用一口氣將所有的好處以及服務項目都列出來，反而會讓歡迎訊息內容過長，造成不好的觀感。建議用「條列式」的方式，且控制在三個項目以內，這樣能夠更清楚、扼要地強化重點服務。

㊟ 連結功能以消費者為導向

在歡迎訊息中可以設定「連結按鈕」，引導消費者連結到官網、社群平台或是相關服務，許多店家在設定「連結按鈕」時，都以自己「店家」的角度出發，連結都放上「官網」、「社群平台」等連結，問題是這些對於消費者有「吸引力」嗎？而且如果我已經加入 Telegram 就可以獲得店家訊息，又為何要加入其他社群平台呢？要以「使用者」角度去思考，放置哪些連結對於消費者有幫助、有吸引力！

例如，前頁的群組是以「電影」、「美劇」為主題，加入者通常是對於「追劇」有興趣，因此其歡迎訊息的連結按鈕則是設定為「韓劇」、「日劇」、「Netflix 片單」；再以服飾業者為例，歡迎訊息的連結按鈕，可以設定為商品的分類項目：「丹寧褲」、「針織」、「洋裝」等，而不是設定為「Facebook」、「LINE」、「Instagram」等按鈕。

歡迎訊息按照上述三個原則設定好後，便可以開始進行「歡迎訊息」聊天機器人設定！

若你對於歡迎訊息是否設定得當或需要修改有疑問的話，歡迎將你設定的歡迎訊息丟到本書 Telegram 討論群組中，一起交流和討論。

天長互動創意 -Telegram 討論群：https://t.me/TCsky_telegram (@TCsky_telegram)。

4.4 來點表情符號又有連結按鈕的趣味訊息

上一章節中已經討論過如何在發送訊息增加「愛心」按讚和「討論」功能，接著來看看按鈕還可以怎麼進化？

如果我們希望消費者看到商品訊息後，便能夠連結到商品網頁或是導購頁面，除了使用「文字連結」外，是否可以將連結也改為按鈕的形式呢？例如下圖將課程、商品資訊，設定為連結按鈕，也可以將下載 APP 連結設定為連結。



要達到上述這些功能，可以透過 Controller Bot 這個聊天機器人做到。Controller Bot 主要功能是為頻道訊息建立按讚、評論、連結等按鈕，與 Like and Comment Bot 最大的差異，便是多了「連結」按鈕功能，可以讓我們自行設定按鈕到要連結的網址。可以說是 Like and Comment Bot 的進化版。Controller Bot 的功能強大，但設定上也比較複雜，因此可以視自己需求而定。如果不需要用到太複雜的功能，建議使用 Like and Comment Bot 即可。

現在，透過 Telegram 上架專屬品牌的企業貼圖，作為宣傳曝光之用是完全免費的！不僅品牌、企業上架貼圖完全免費，使用者下載貼圖也完全免費。對於品牌、企業和使用者雙方而言都是最好的消息，可以達到雙贏的局面。你是否已經迫不及待想要趕緊上架專屬貼圖呢？接著就來分享貼圖設計、上架的步驟，趕緊跟上，一步一步打造專屬你的品牌、企業貼圖吧！

5.1 製作靜態貼圖要點與上架流程

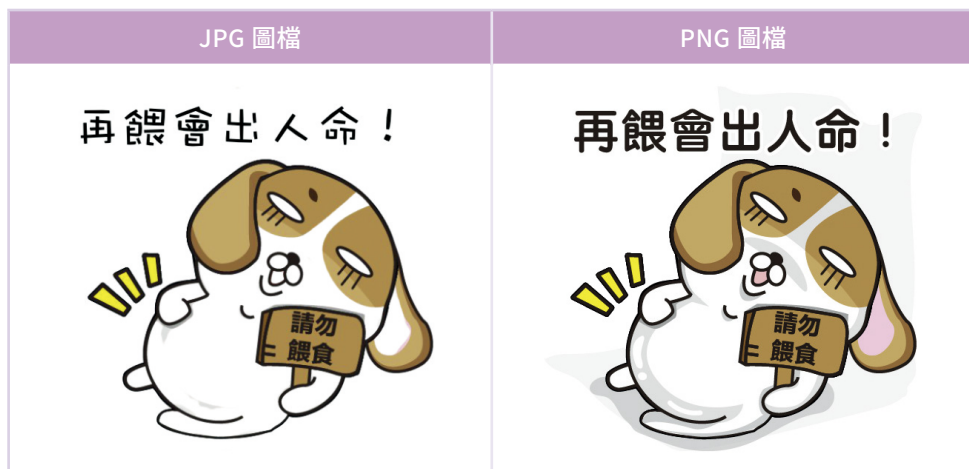
Telegram 跟 LINE 一樣，貼圖有靜態貼圖和動態貼圖兩種形式，無論使用何種形式貼圖，完全都不用上架費用，而消費者下載使用也完全免費。在此我們先介紹「靜態貼圖」的製作注意要點以及上架流程與步驟。

5.1.1 製作靜態貼圖

A 靜態貼圖格式要求

在上架貼圖前一定要先了解 Telegram 靜態貼圖的規則與要求，才不會在設計好貼圖後，因為不符合規則而必須重新來過。Telegram 靜態貼圖有兩項重要規則必須全部符合，才能夠上架靜態貼圖：第一、尺寸要符合 512 px×512 px (px：pixel 像素)；第二、圖檔格式必須為 PNG 圖檔。

使用 PNG 圖檔有一個最重要的原因：圖片可以有透明底色！一般相機拍照的相片都是 JPG 格式，JPG 圖檔則無法做到透明底色。例如下圖：



乍看之下，兩張圖片看起來一模一樣，沒有任何差別，但是我們將表格背景加上顏色後，會如下圖效果：



這時候就可以看出 JPG 圖檔沒有透明底圖的效果，當底圖和圖檔底色不同時，看起來就會格格不入，除非將 JPG 圖檔的底色改成和背景顏色一樣，才不會看起來怪怪的。但這個跟上架靜態貼圖有什麼關係？我們來看看下圖：