

# PESO ASSET DIAGNOSTIC

## PESO for Business Owners

File: 3.15.2026\_BIZ\_STR\_PLN\_PesoAssetDiagnostic\_V1.1

### 企業主自評診斷表

使用方式：

這不是一份行銷清單，而是一份『企業資產安全』與『複利能力』的體檢表。

評分說明

請針對以下題目進行自評，每題 0-4 分：

- **0分** = 完全沒有／高度依賴外部平台（例如：流量全靠廣告或單一社群）
- **4分** = 系統化、可複利、可被接班（例如：擁有完整私域、SEO 權威、內容資產化）

### OWNED MEDIA 自有資產

你真正擁有什麼？

沒有 Owned，一切都只是行銷支出。

#	題目	完全沒有	形象官網	零散內容	主題架構	長期策略	得分
		0	1	2	3	4	
1	企業是否擁有可持續累積的內容資產（官網、白皮書、Podcast、資料庫）						
2	主要客戶是否可不經社群平台直接接觸						

#	題目	完全沒有	形象官網	零散內容	主題架構	長期策略	得分
	(Email、會員、私域)						
3	內容是否能被搜尋、被AI理解與引用						
4	若今天停止所有社群，企業是否仍可持續被找到						

Owned 小計： \_\_\_\_ / 16

## EARNED MEDIA 信任背書

市場是否替你說話？

Earned = 企業的「外部信用評等」。

#	題目	從未	偶發	定期	頻繁	自然引用	得分
		0	1	2	3	4	
5	是否被第三方(媒體、專家、客戶)主動引用						
6	客戶購買前，是否會搜尋你的品牌／內容						
7	評價與口碑是否集中於你可管理的平台						

#	題目	從未	偶發	定期	頻繁	自然引用	得分
8	若停止廣告，信任是否仍能累積						

Earned 小計：\_\_\_ / 16

## SHARED MEDIA 社群放大

「你在追觸及，還是經營關係？」

Shared 是放大器，不是引擎。

#	題目	完全沒有	嘗試	部分 小規模	系統化 穩定	高轉換 高黏著	得分
		0	1	2	3	4	
9	社群是否有清楚的「回流到 Owned」機制						
10	社群內容是否為「可回收資產」而非即時貼文						
11	是否經營私域／封閉社群（非演算法主導）						
12	社群是否能承受演算法再降觸及						

Shared 小計： \_\_\_\_ / 16

## PAID MEDIA 付費槓桿

「加速器，還是拐杖？」

Paid 應該放大資產，而不是補洞。

#	題目	即時歸零 依賴	模糊 困難	部分 勉強	清楚 可以	系統化 完全掌控	得分
		0	1	2	3	4	
13	廣告是否導向 Owned 資產 (非只導向成交)						
14	停止廣告後， 影響力是否立即歸零						
15	是否清楚 Paid 對長期 LTV 的貢獻						
16	Paid 是否可 被隨時關閉而 不傷害品牌						

Paid 小計： \_\_\_\_ / 16

## 總分判讀

給企業主的戰略結論

總分：\_\_\_ / 64

分數區間	企業狀態	解讀
0-20	平台依賴型	高風險：影響力不可繼承，資產積累幾乎為零。
21-40	混合過渡型	需立即強化 Owned，將流量轉化為數據與內容資產。
41-55	資產成長型	已具備複利能力，但仍需注意特定平台的單點依賴風險。
56-64	企業資產型	影響力已成長期護城河，具備極強的抗風險能力。

## 常見 SME 案例分析

	Owned 低 (資產薄)	Owned 高 (資產厚)
上半部：Paid / Shared 偏高 (靠平台/投放放大)	① Paid 高 / Owned 低：廣告一停就歸零，賺的是勞力錢不是資產。	(可升級區)：有資產底盤再投放，才能把投放變成「加速器」而非「救命藥」。
下半部：Earned / 口碑偏高 (靠信任背書放大)	② Shared 高 / Owned 低：追觸及但留不住，本質是在幫社群平台打工。	③ Owned 高 / Earned 低：有內容但沒信用，陷入自嗨困境。④ Earned 高 / Shared 低：口碑強但缺乏系統化放大，成長速度受限。

## 關鍵反思

- 如果今天所有社群演算法再砍 50%，你的企業會發生什麼事？
- 你的影響力，能不能被接班人繼承？
- 你現在投入最多資源的，是「短期觸及」還是「長期資產」？