PROPEL AI

半天課・全天課

用你本來就在做的決定當題目：每題一個規律、三個案例，再換你做一次決定——半天六題、全天十二題，每題帶走一張 AI 提示卡

適合你，如果你要的是：聽懂行為經濟學怎麼用，挑幾個對應到痛點的概念回去用。
誰來上、要準備什麼：老闆、主管，加上實際做那個決定的人。課前只要說你們的痛與場景。到你公司上。
怎麼選題：半天六題、全天十二題，可跨模組；說出你的痛，我們替你挑，並說明為什麼不是別題。
時間怎麼算：半天 3.5 小時：前半小時先打行為經濟學的底，再上六題；全天 6 小時：同一個底，上十二題。
跟全天工作坊差在哪：全天課是十二個決定（廣）；工作坊是一個你們的題目，走到拍板一個小試驗（深）。

上完課，你帶走

每題一個決定

半天六個、全天十二個，課堂上各選過一次

一套 AI 提示卡

課堂示範一次；回座位貼上自己的案子就能用

一本講義

每題多兩頁延伸卡與設計案，帶回去用

回座位改完長這樣（示意：跟進信最後一句）

改前 「附上報價，請參考，有問題再聯絡。」 → 改後 「附上報價。我週四下午打給您，看有沒有要調的地方。」

每一題，你會經歷三件事

一個決定

從你本來就在做的決定開始

一個問句，例如「客人看到的第一個數字，是誰選的？」

一個規律

看懂規律、看三個案例

一條規律講白話、說清楚適用條件；三個不同產業的真實案例

一次判斷

換你做一次決定

一個情境勾 A／B／C：你先判斷，講師帶你看，你拍板

模組一覽：都用你的痛點命名；題數＝可以挑的決定

對客人

客人說「我再想想」，然後就沒下文	6 題
價格怎麼開、怎麼談	8 題
加了購物車，沒結帳	6 題
產品賣出去了，客戶卻沒在用	6 題

對民眾

讓民眾辦得成	6 題

對員工

工具買了、規矩訂了，沒人照做	6 題
新人來了，沒人帶	6 題
客訴來了，客服卻各回各的	6 題

不知道挑哪些？四個現成組合

新手上線（半天）：對客人三題＋對員工三題
業務開展（半天／全天）：「我再想想」六題，全天加價格六題
導入不落地（全天）：工具沒人用＋賣出去沒在用
公部門（半天）：讓民眾辦得成六題

掃選題器：三題答完，落到你的模組

誰來講

George Chen ｜ Propel AI 創辦人

芝加哥大學 Booth 商學院 MBA （With Honors，前 20% 畢業），修過「行為經濟學之父」 Richard Thaler 的課；前 Oracle 香港／台灣區行銷總監、人力資源產品線亞太區行銷總監。

半天六題 3.5 小時 NT$ 58,000 ｜全天十二題 6 小時 NT$ 98,000 （未稅）｜試駕後 30 天內簽約，折 4,500 ／ 9,000

模組都用你們的問題命名；說出你的痛，我們替你挑題，並說明為什麼不是別題。

PROPEL AI

我們是誰，怎麼做

Propel AI：用行為經濟學加 AI，
先不急著加預算，讓你想要的行為更容易發生

我們怎麼看問題

環境
他看到什麼、要做幾步、預設是什麼
我們多看的一步

▶

行為
特定的人，在特定的時刻，做一個看得見的動作
可以動手的地方

▶

指標
業績、採用率、回購率
行為動了，它才會動

每個指標背後，都是一條行為鏈

在這個時刻	這個人做了這個動作	這個指標才會動
購物車裡的客人，離開網站前	客人按下「結帳」	結帳率
業務準備開始日常工作時	員工打開 AI 做企畫	採用率
產品快用完的那一週	老客戶按「再買一次」	回購率

所以我們不從「提升業績」開始，而是先問：誰，在什麼時候，少做了哪個動作？

改環境，長什麼樣子？三個例子

換掉預設 綠電方案：同一方案、同一價格



「要加入請勾選」→ 7% 買

「已幫你加入，不要可取消」→ 69% 買

給兩個選擇 商品頁上放幾個方案



只放一個 → 9% 買

兩個並列 → 66% 買

先開口 客人問「大概多少」



先問「你們預算多少？」

先報有理由的數字 → 成交價偏向你

外部研究，非 Propel AI 客戶實績｜出處： Ebeling & Lotz (2015) Nature Climate Change ｜ Mochon (2013) J. Consumer Research ｜ Gunia et al. (2013) Personality and Social Psychology Bulletin

跟常見的做法，哪裡不一樣

對準環境，不對準人
講道理、下命令、重複宣導，力氣一停，數字常掉回來

先不急著加預算
先找出卡在哪一步，再決定要不要花錢

你判斷， AI 補充，你拍板
AI 給的是第二意見，先當假設

決定要上了？掃右邊看課前說明：題目怎麼挑、誰來、要準備什麼、當天怎麼進行、費用與折抵。

實際安排以報價單與開課前確認為準；本公司保留調整課程內容與進行方式之權利。