



CIRCLE陪你投投廣告

投放入門
FACEBOOK/LINE

什麼是廣告投放? 以FACEBOOK為例

FACEBOOK



Facebook 動態消息

Facebook 右欄

Facebook 即時文章

Facebook 插播影片

Facebook Marketplace

Facebook 限時動態

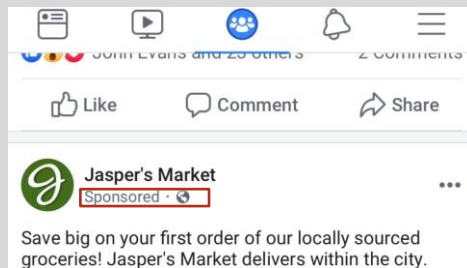
Facebook 搜尋結果

Audience Network 原生、橫幅及插頁

贊助訊息

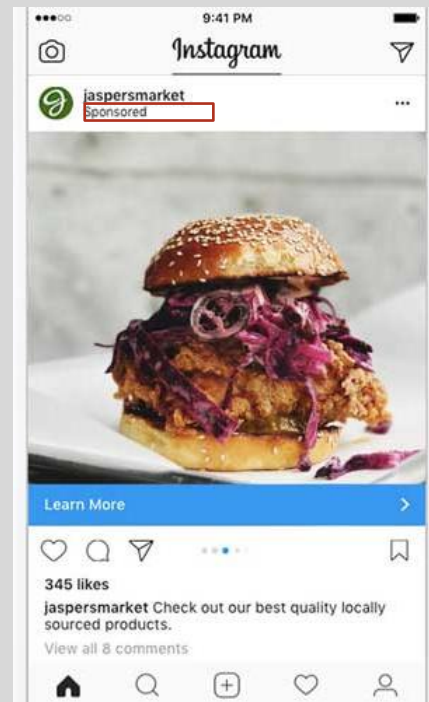
Messenger 收件匣

Messenger Stories



Facebook社團動態消息 (2020年新增)

INSTAGRAM



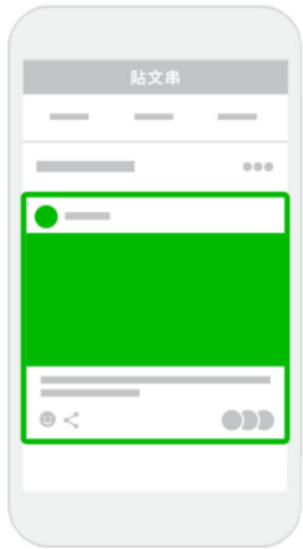
Instagram Stories

Instagram 動態消息

Instagram 探索

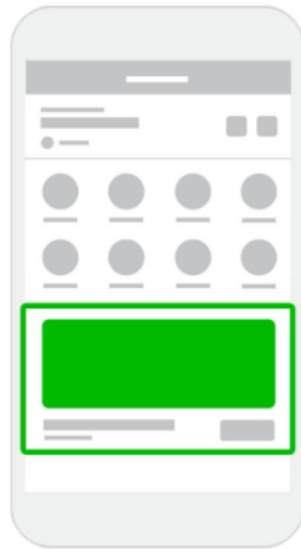
什麼是廣告投放? 以LINE為例

LINE



貼文串

超過1,600萬的月活躍用戶，每天分享不間斷分享豐富的社群內容，在探索裡還有來自各式類型的KOL分享最新最有趣的話題。



LINE 錢包

超過1,500萬的月活躍用戶，包含各式LINE的生活服務，從購物、支付、旅遊、到熱點，掌握台灣最主要的消費族群的絕佳機會。



LINE POINTS任務結

每月4,000萬的瀏覽數，累積80億點數的LINE POINTS，是台灣最愛用的點數服務之一，年輕與熟齡的高消費族群一次掌握。



Smart Channel

你今天LINE了嗎？聊天頁上方個人化訊息推播，將輪播各式內容與廣告，讓你有機會在LINE最多人使用的聊天功能裡展示你的廣告。



LINE TODAY

高達1,800萬的月活躍用戶，與600家內容商合作，每天更新超過3000則內容，讓你的廣告與優質內容自然融合的呈現。



為什麼要做廣告投放?

FACEBOOK

FANPAGE
自然觸及率<10%

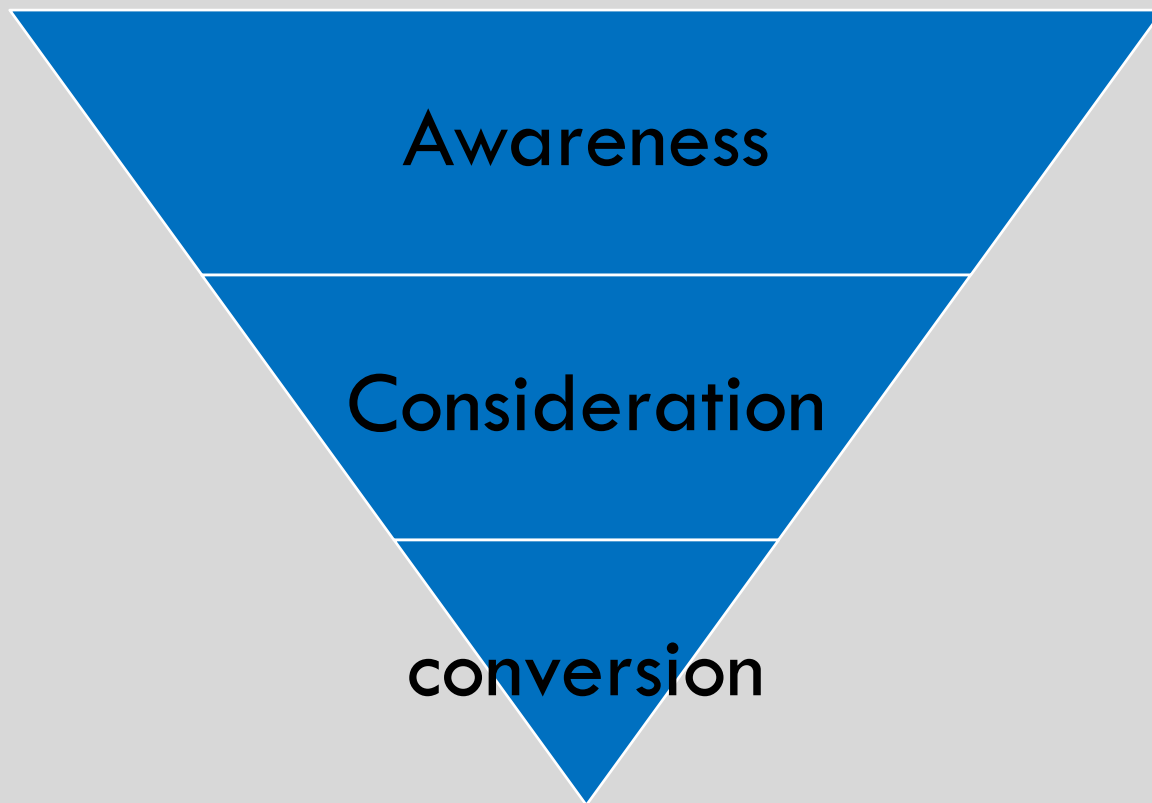
INSTAGRAM

IG ACCOUNT
自然觸及率100%

LINE

LINE OA
自然觸及率100%

廣告投放策略



品牌認知

- ☐ 品牌知名度
- ☐ 觸及人數

觸動考量

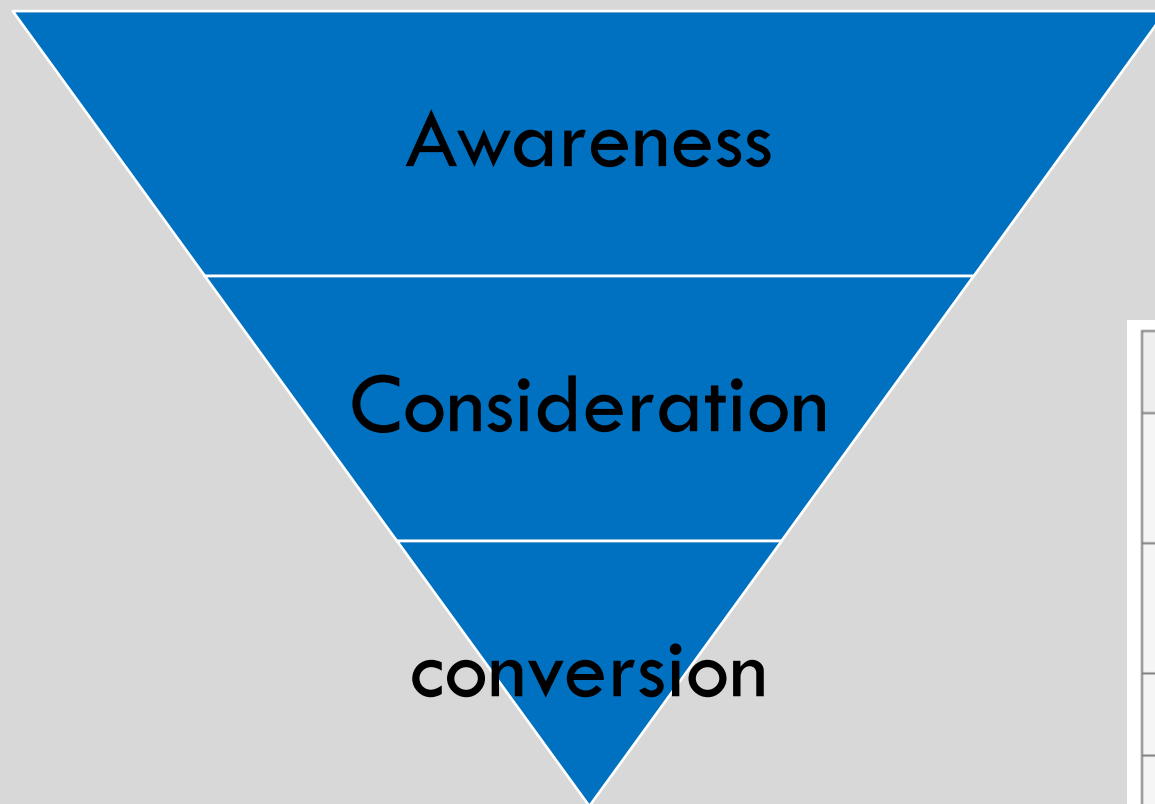
- ☐ 流量
- ☐ 互動
- ☐ 應用程式安裝
- ☐ 觀看影片
- ☐ 開發潛在顧客
- ☐ 發送訊息

轉換行動

- ☐ 轉換次數
- ☐ 目錄銷售
- ☐ 來店客流量

廣告目標	您的業務目標為：
品牌知名度	提高用戶對商家、品牌或服務的認知。
觸及人數	盡可能地向大量目標廣告受眾投遞廣告。

廣告投放策略



品牌認知

- ☐ 品牌知名度
- ☐ 觸及人數

觸動考量

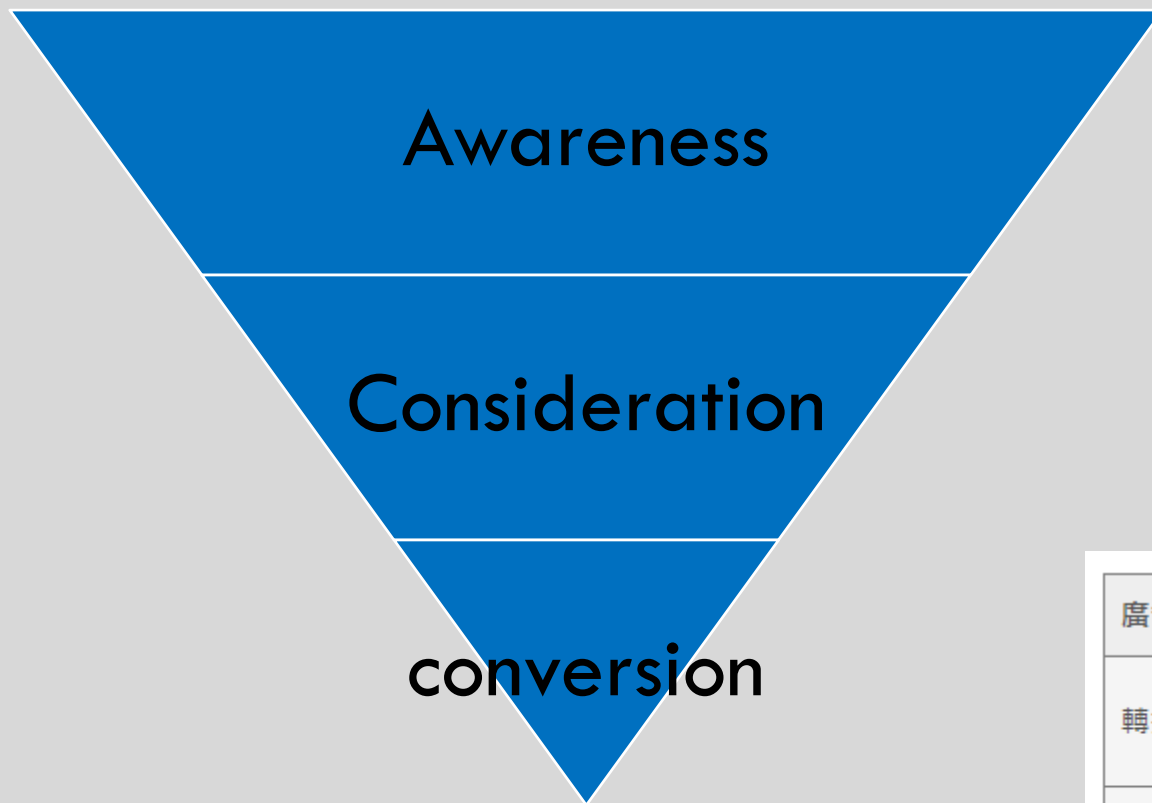
- ☐ 流量
- ☐ 互動
- ☐ 應用程式安裝
- ☐ 觀看影片
- ☐ 開發潛在顧客
- ☐ 發送訊息

轉換行動

- ☐ 轉換次數
- ☐ 目錄銷售
- ☐ 來店客流量

廣告目標	您的業務目標為：
流量	從 Facebook 帶動人潮前往任何網址，例如您的網站連結頁面、部落格文章或應用程式等等。
互動	觸及較可能與貼文互動的用戶。互動範圍為按讚、留言及分享，但也包括從您粉絲專頁領取的優惠。
應用程式安裝	帶動人潮前往應用程式商店下載您商家的應用程式。
觀看影片	在 Facebook 上與較可能觀看的用戶，分享您商家的影片。
開發潛在顧客	為商家蒐集潛在顧客資訊。建立對產品感興趣的用戶蒐集資訊的廣告，例如註冊電子報。
發送訊息	與 Facebook 用戶建立聯繫，例如與潛在顧客或現有顧客交流，吸引他們對您商家的興趣。

廣告投放策略



品牌認知

- ☐ 品牌知名度
- ☐ 觸及人數

觸動考量

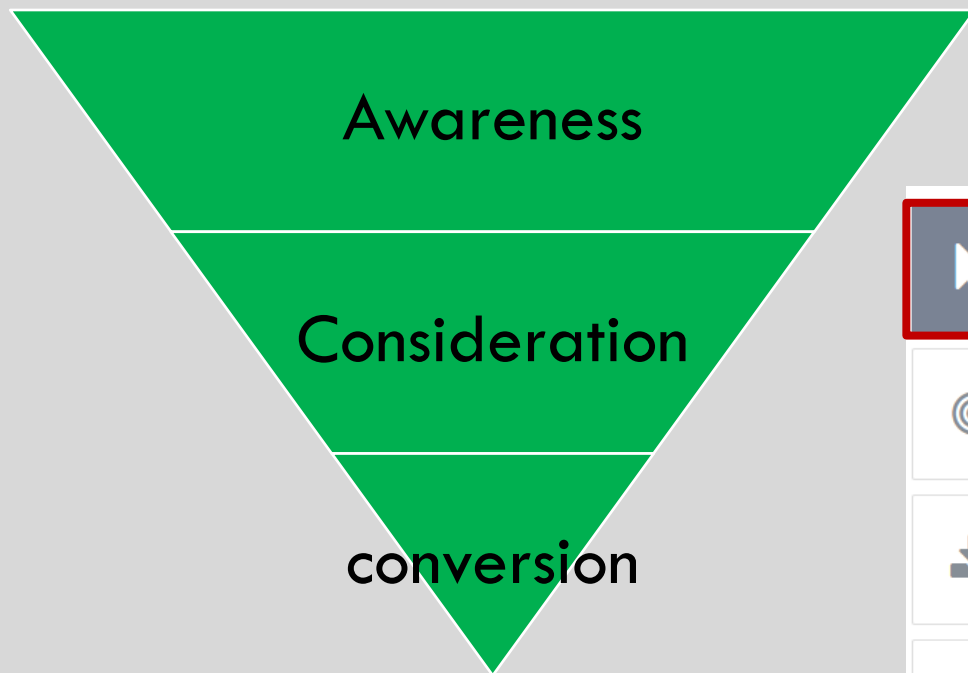
- ☐ 流量
- ☐ 互動
- ☐ 應用程式安裝
- ☐ 觀看影片
- ☐ 開發潛在顧客
- ☐ 發送訊息

轉換行動

- ☐ 轉換次數
- ☐ 目錄銷售
- ☐ 來店客流量

廣告目標	您的業務目標為：
轉換次數	吸引用戶在您的商家網站採取具體行動，例如讓他們將商品加到購物車、下載應用程式、在網站註冊或購買產品。
目錄銷售	展示您電子商務商店目錄中的產品，藉此提高銷售業績。
來店客流量	向附近的用戶推廣實體商家的地點。

廣告投放策略



網站瀏覽數

此為以增加網站瀏覽數為目標的廣告活動。



網站轉換

此為以增加網站轉換數量為目標的廣告活動。



應用程式安裝

此為以增加應用程式安裝次數為目標的廣告活動。



應用程式主動參與

此為以增加用戶啟動應用程式次數為目標的廣告活動。



影片觀看次數

此為以增加影片播放次數為目標的廣告活動。



加好友廣告

此為以增加LINE官方帳號好友人數為目標的廣告活動。



廣告投放操作

行銷活動

廣告組合

廣告

目標

確認目的，並規劃適合的行銷活動目標

預算

依據預算/指定走期，並配合活動檔期、素材數量評估

走期

TA

思考受眾輪廓: 品牌定位/三方工具觀察
新客 v.s. 舊客

內容

素材包含視覺+文案

優化

A/B testing、最佳化投遞、出價策略

