

Notification Message 通知型訊息

2023 Sales Kit

Notification Message

通知型訊息

01 產品介紹

02 使用情境

03 產品售價

04 申請流程

05 產品規格

06 合作夥伴

通知型訊息

Notification Message

擁有會員的**手機號碼**，就能傳送**限定訊息**
最直接透過官方帳號觸及**非好友**的新工具



通知型訊息 三大優勢



擁有會員的**手機號碼**，就能傳送**限定訊息**
最直接透過官方帳號觸及**非好友**的新工具

廣
目標受眾

好
用戶體驗

低
訊息成本

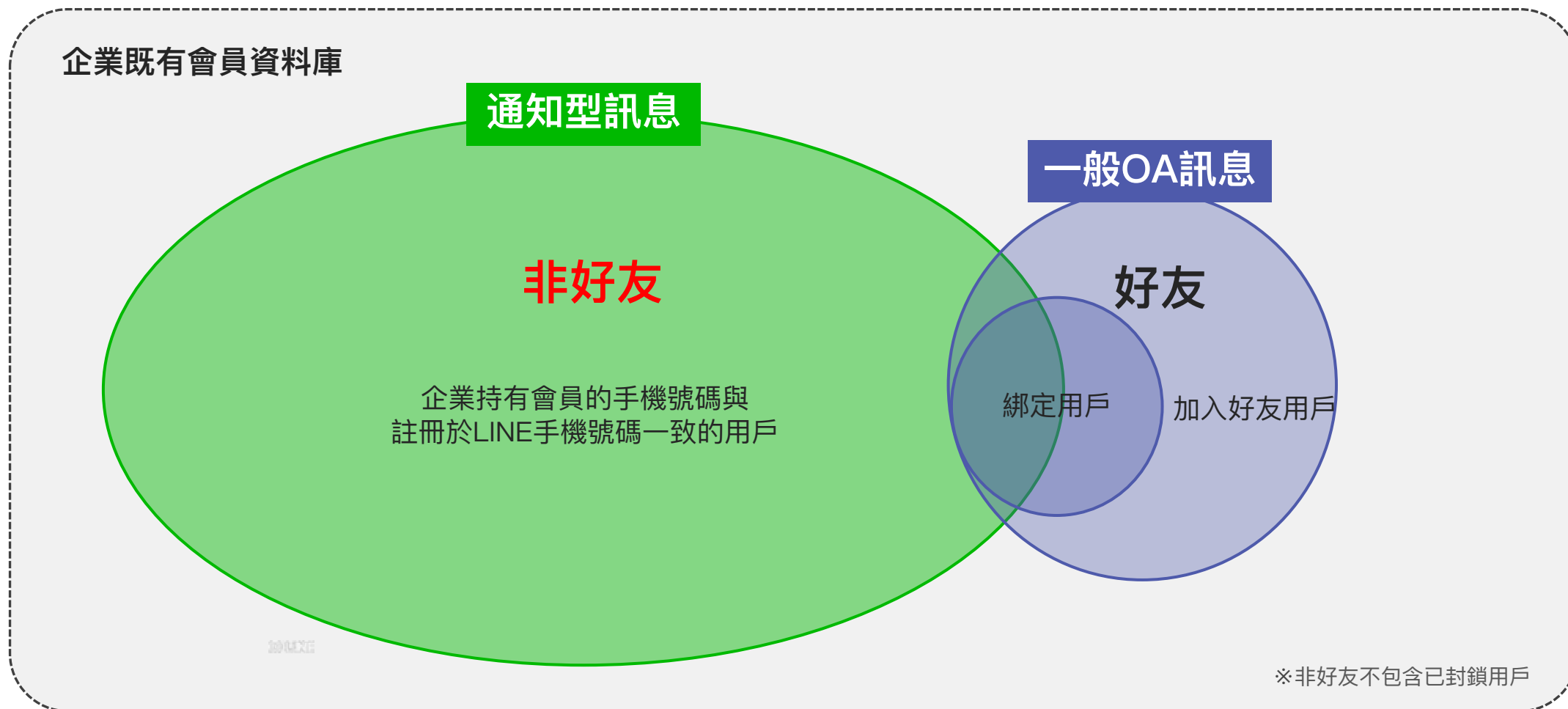
LINE

※傳送之通知型訊息，僅限LINE判斷為對用戶有效且適當之訊息，不可傳送以營利/廣告為目的之訊息。

廣

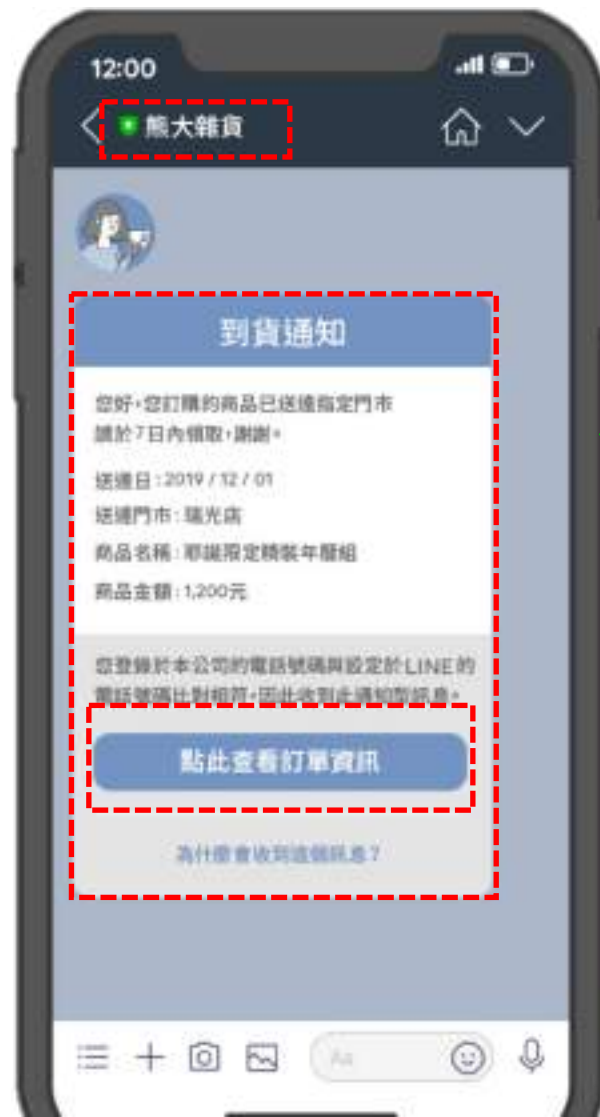
：可觸及好友&非好友，受眾相較一般OA訊息更廣

以往只能向已將官方帳號加入「好友」的用戶傳送訊息。而「通知型訊息」也能對「非好友*」的用戶傳送訊息。



好

：介面佳且可連帶後續動作，用戶體驗更好更完善



通知型訊息

品牌好感度佳

發送者是LINE認證的綠盾帳號，用戶安心收



訊息介面佳

清楚呈現通知標題與內容，不像詐騙簡訊



查詢流程佳

可引導用戶登入後，進行下一步的查詢
用戶加入好友後，有問題可於聊天室詢問



簡訊

沒看過的電話號碼
不知道是誰發的

純文字訊息
每則字數有限制

不知名的短網址
有問題無法回撥



※傳送之通知型訊息，僅限LINE判斷為對用戶有效且適當之訊息，不可傳送以營利/廣告為目的之訊息。

低

一則費用0.2元，訊息成本相較簡訊費用更低



通知型訊息

0.2元
每則訊息

簡訊

0.8~2元
每則訊息



※通知型訊息僅收取成功發送訊息的費用

※簡訊費用為參考，實際訊息單價請與配合之簡訊商確認

透過通知型訊息，達成行銷目的



行銷
目的

新增好友

降低封鎖

節省成本

案例分享：資生堂東京櫃



資生堂東京櫃

用戶線下消費獲得點數，透過通知型訊息傳送消費點數通知，觸及潛在用戶加入官方帳號。

- ✓ 每日新增好友 **倍數成長**
- ✓ 綁定率 **雙位數成長**
- ✓ 接收通知型訊息的好友，**高達9成**持續關注該帳號訊息

※資料來源：資生堂 提供

使用情境

適用情境清單

分類	No.	使用情境	說明	備註
購物	1	配送通知	通知由用戶收件的配送物品預定送達時間	出貨通知、到(取)貨通知
	2	完成購買通知	用戶購買商品或服務時，發出確認通知	
訂購	3	商品製作完成通知	通知用戶所訂購的客製化產品已經完成	
預約	4	預約通知	通知用戶完成預約或取消預約	僅限餐飲訂位、線下服務、線下活動
	5	預約提醒通知	進行用戶所申請的預約相關提醒通知	僅限餐飲訂位、線下服務、線下活動
註冊/申請	6	註冊完成通知	完成會員註冊、登錄時，發出確認通知	
	7	銀行核卡通知	通知用戶申辦的銀行信用卡、現金卡、提款卡已完成核卡	
	8	銀行開戶通知	用戶申請銀行開戶，通知開戶完成	
點數	9	得點通知	通知用戶獲得點數通知	不可為促銷活動所贈送的免費點數
付款	10	付款完成通知		
OTP	11	傳送OTP驗證碼- 申請會員	當用戶申請成為會員，註冊流程中需要電話號碼作為驗證時，可傳送OTP以驗證身份	
帳單	12	費用確認(帳單)通知	通知用戶所簽約的服務費用	帳單通知（定期）
租借	13	租借到期通知	通知用戶歸還租借的商品、裝置	
提醒	14	提醒通知 < 合約、申請期限之提醒 >	進行用戶所申請或已簽約之合約期限、有效期限、申請期限相關提醒通知	
	15	提醒通知 < 付款、繳費之提醒 >	進行用戶已簽約的付款期限相關提醒通知	
維修	16	維修完成通知	通知用戶所要求的維修已經完成	
故障	17	故障通知	通知用戶所使用的基礎建設（電力、瓦斯、通訊）相關故障、維護	
諮詢引導	18	諮詢窗口引導通知	傳送引導撥打諮詢電話的用戶至LINE官方帳號諮詢窗口的通知	代替舊LINE Call API的CalltoLINE。

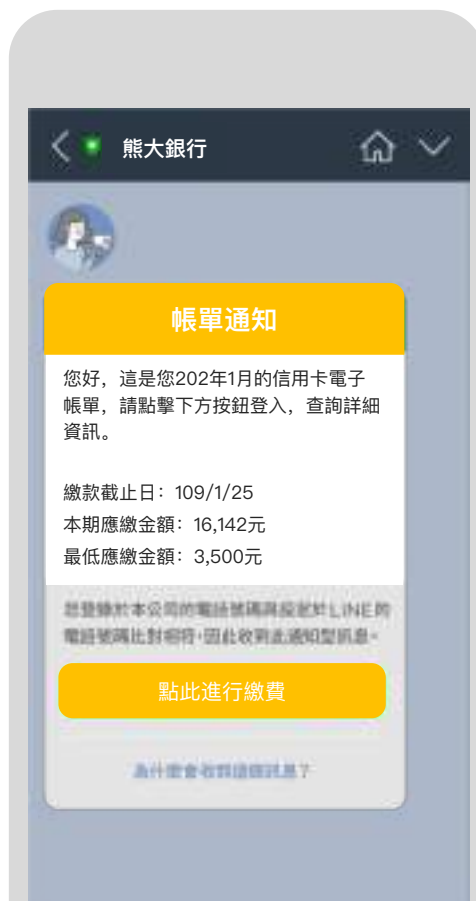
※清單以外之內容，將由LINE審查是否對使用者有效且適當。即使為清單內包含之內容，若欲追加或變更描述等時，將進行個別審查。詳細規範請參考UX Guideline

常見使用情境

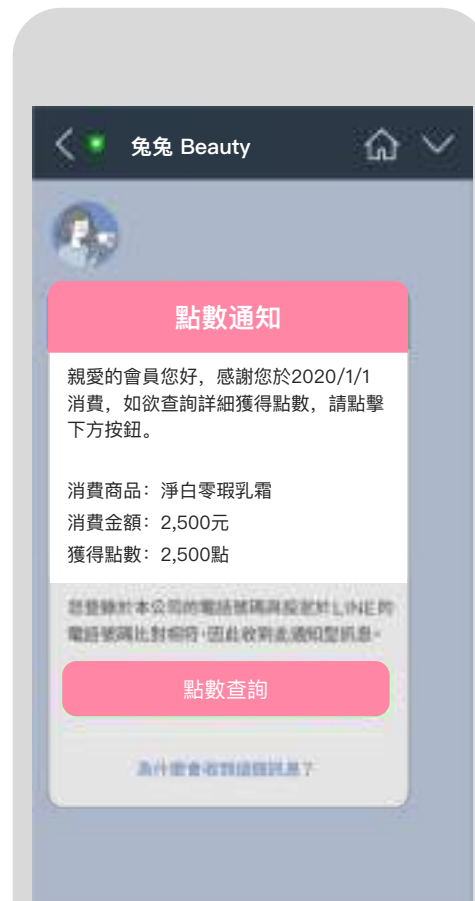
到貨通知 電商、零售



帳單通知 金融、電信



點數通知 購物、品牌、美妝



預約通知 餐飲、房仲、汽車



引導用戶下一步動作

通知型訊息可引導用戶進行下一步動作，形式可以是外導連結、或開啟LIFF頁面。頁面內容需與通知內容相關。



※外導連結或LIFF頁面若與通知內容無關，LINE有權要求調整

產品售價

售價表

收費項目	說明
訊息費	每則0.2元 僅收取成功發送訊息，以LINE Developer 後台數字為主 每月月底結算，並於隔月初開立發票

A person is holding a smartphone with the LINE app icon on the screen. The phone is held in their right hand, and the screen is green with the white LINE logo. The background is a blurred indoor setting with a wooden table, a white pitcher, a grey mug, and a vase with green flowers. Another person's hands holding a smartphone are visible in the background.

合作夥伴

LINE 通知型訊息 合作夥伴

透過合作夥伴，企業可以省去額外的開發流程，且下方支援情境無需經過內部審核流程。

公司名稱	 漸強實驗室 漸強賴伯股份有限公司	 直通國際 直通國際股份有限公司	 翔評互動股份有限公司	 酷必資訊股份有限公司
支援情境	<ul style="list-style-type: none">出貨通知、到貨通知獲點通知付款完成通知、支付延遲通知註冊成功通知預約成功通知、預約提醒通知	<ul style="list-style-type: none">用戶開戶類: 註冊完成通知、銀行開戶通知、銀行核卡通知用戶消費類: 完成購買通知、配送通知、預約完成通知、繳費完成通知、消費點數通知店家業務類: 信用卡繳費通知、預約提醒通知、故障通知、維修完成通知	<ul style="list-style-type: none">預約完成、預約提醒	<ul style="list-style-type: none">註冊通知購買通知付款通知繳費通知
官網	https://www.cresclab.com/	https://www.esi-tech.net/	https://www.alleypin.com/	https://www.coolbe.com.tw/
聯繫窗口	業務經理 謝凱軒	Steven	羅偉誠	Gina
聯繫信箱	kh@cresclab.com	line-rep@esi-tech.net	kenneth.lo@alleypin.com	sales@coolbe.com.tw

* 以上合作夥伴皆為LINE 官方帳號技術夥伴

* 支援情境請以合作夥伴實際審核通過之訊息內容為主，若有新情境或客製化需求，仍續重新提出供LINE內部審核

A person is holding a smartphone with the LINE app icon on the screen. The phone is held in their right hand, and the screen is green with the white LINE logo. The background is a blurred indoor setting with a wooden table, a white pitcher, a grey mug, and a vase with green flowers. Another person is visible in the background, also holding a smartphone.

申請相關

申請資格

帳號須符合以下條件

OA 2.0

 企業官方帳號（綠盾）

※ 藍盾帳號如欲申請使用LINE通知型訊息，需特殊申請，請與您的業務窗口聯繫。

Certified Provider

Certified Provider 意指經LINE認證的服務提供者。符合此資格才能使用進階API。
尚未符合資格者，請您的業務窗口協助依照流程申請，並需於申請測試帳號前具備資格。

※目前僅限已於經濟部登記之法人、醫療機構、及政府機關/行政法人進行申請

申請流程（客戶申請）

工作天	LINE	客戶	補充說明
客戶準備資料時間	提供相關申請資料 1. API 技術文件 2. NDA 3. Service Plan 4. UX Guideline 5. 通知型訊息 權限申請表 6. IO 合約	填寫相關資料並提交給LINE 1. NDA用印電子檔 2. Service Plan 3. 通知型訊息 權限申請表 4. IO 合約	客戶取得技術文件前，需注意： 1. 已簽署 NDA，且NDA在效期內 2. 已具備Certified Provider資格（Certified Provider 意指經LINE認證的服務提供者。符合此資格才能使用進階API，尚未符合資格者，請您的業務窗口協助依照流程申請，並需於申請測試帳號前具備資格。） IO合約提供的時間點： 1. 於申請「正式權限」前提供用印電子檔即可
至少20個工作天	內部審核 Service Plan		審核過程LINE會提出部分問題，需客戶協助調整與確認。 既有情境審核：7-14個工作天 新情境：每季第一個月的最後一個工作天送審至總部，不保證審核時間
5-7天	申請測試權限		
客戶開發時間		客戶開始測試，並提供測試結果截圖	
5-7天	審核測試結果		測試結果需與service plan一致，才能申請正式權限 如有任何更動，需經LINE內審核，審核時間5-7個工作天
5-7天	申請正式權限	告知實際上線日期	
正式上線			

申請流程（合作夥伴申請）

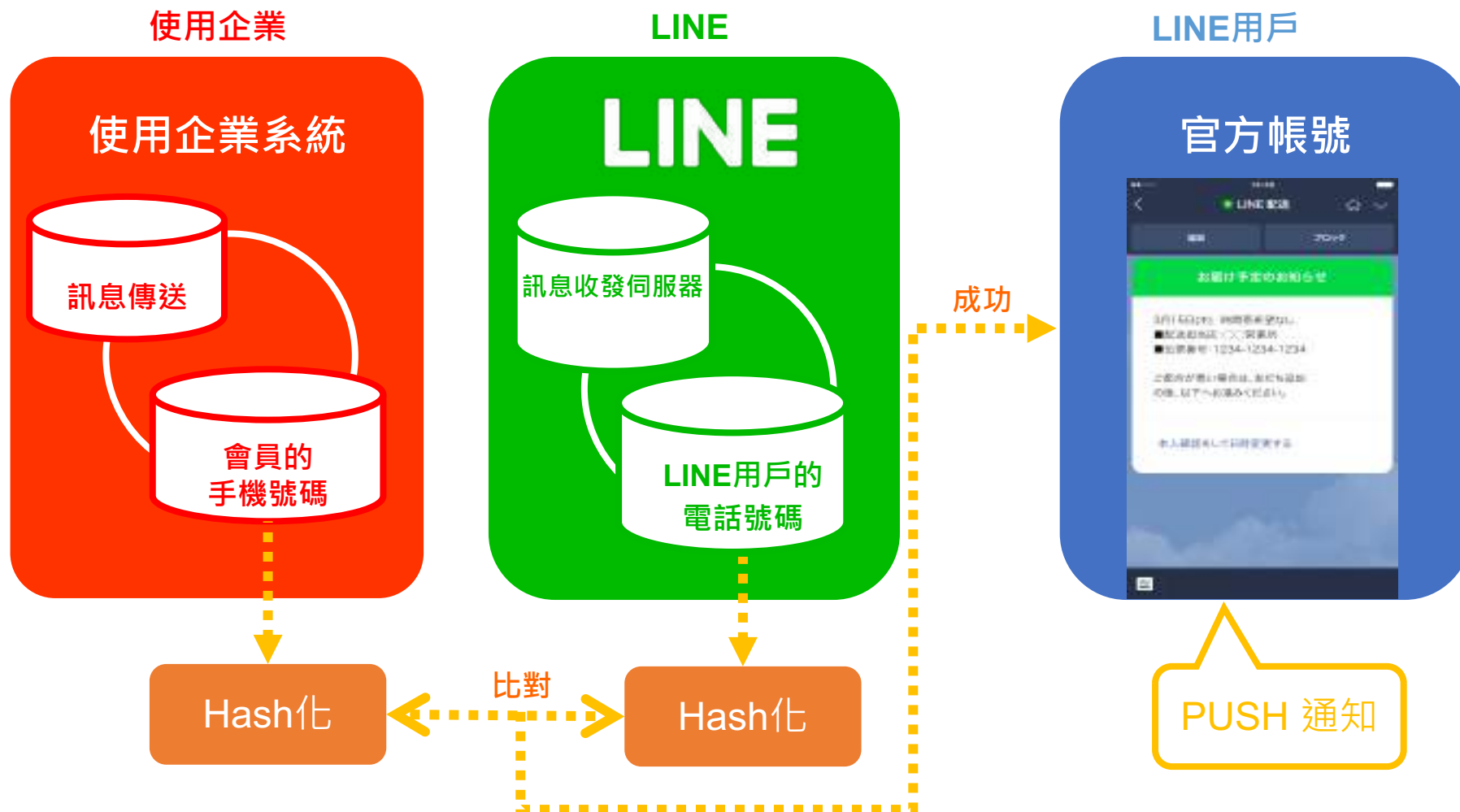
工作天	LINE	合作夥伴	客戶	補充說明
資料準備		填寫相關資料並提交給LINE 1. Certified Provider 2. 通知型訊息權限申請表 3. IO 合約	協助提供相關資料	合作夥伴既有情境，若已經LINE審核，則無須另外送審。 新增情境仍須送審，審核時間為10-15個工作天。
10天	申請Certified Provider 與測試權限			
N天		提供測試截圖		
3天	申請正式權限	告知實際上線日期		

正式上線

產品規格

通知型訊息如何運作？

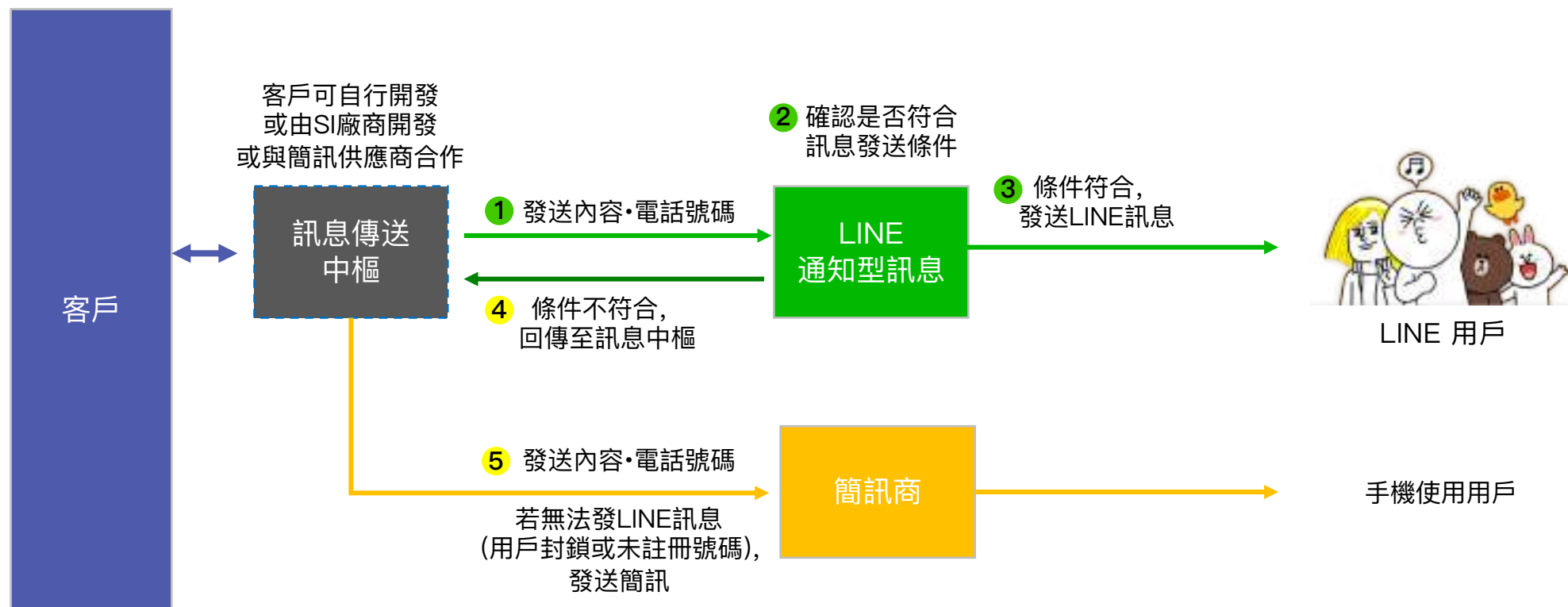
「通知型訊息」可藉由**比對企業持有的會員手機號碼與LINE用戶的手機號碼**，達到排除廣告，只傳送**重要性 / 必要性高的訊息***。對於未事先加入「好友」的用戶也能傳送訊息。



※傳送之通知型訊息，僅限LINE判斷為對用戶有效且適當之訊息，不可傳送以營利/廣告為目的之訊息。

企業需自行開發串接流程

- 客戶和LINE 通知型訊息 (Phone Number Push API) 串接：限單一End Point (API串接說明文件將另外提供)
- 若客戶與第三方簡訊供應商合作，客戶須自行與簡訊供應商設計End Point接收設定與流程



01. 發送條件

成功發送四大條件

成功傳送通知型訊息，以下四個條件皆須符合，任一條件不符資格，訊息將無法成功轉送。

1

企業DB & LINE
手機號碼比對成功

2

用戶未封鎖OA

3

用戶同意接收
通知型訊息

4

用戶六個月內曾
做過簡訊驗證

※封鎖包含以下定義

1. 封鎖+封鎖名單刪除
2. 封鎖+聊天列表刪除
3. 好友列表隱藏+隱藏列表刪除

提高發送成功率的兩大可控關鍵

企業會員資料的正確性與官方帳號封鎖率，是影響訊息成功傳送率的兩大可控關鍵。



當用戶於企業留下的手機號碼與LINE上註冊的手機號碼不符，將無法收到通知型訊息。企業可透過以下方式確保資料正確性：

- 定期請會員更新正確的手機號碼
- 發送通知型訊息前請會員再次確認手機號碼是否是最新資訊

已封鎖企業官方帳號的用戶，將不會收到通知型訊息。因此官方帳號的封鎖率越高，成功傳送率可能會越低。企業可以透過以下方式降低OA封鎖率：

- 減少群發，發送個別化的分眾訊息
- 善用解封鎖廣告產品，讓好友回流

條件3&4：用戶狀態

條件3&4取決於用戶本身的狀態，企業較無法控制。詳細畫面與流程，請見下兩頁。



3

用戶同意接收 通知型訊息

- 8.9.0版本以上用戶，同意過隱私權條款，此設定預設為**開啟**
- 若用戶主動關閉「接收通知型訊息」，將不會會收到通知型訊息



隱私設定 > 提供使用資料



通知型訊息



接收通知型訊息

4

用戶六個月內
曾做過簡訊驗證

- 為確保用戶於LINE上註冊的手機號碼與實際相符，只要用戶六個月內未曾做過簡訊驗證，系統將會請用戶再次進行簡訊驗證流程

傳送簡訊驗證碼給用戶
在LINE上註冊的手機號碼



用戶收到簡訊驗證碼



用戶輸入簡訊驗證碼



用戶收到企業帳號的通知型訊息
以及LINE系統通知



02. 用戶流程

用戶狀態比對表

用戶接收到的流程，將會根據用戶狀態而不同。

用戶狀態		是否同意通知型訊息		
		首次	已同意	不同意
簡訊驗證	六個月內 曾驗證成功	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面	收到企業官方帳號 通知型訊息	X
	六個月內 未完成驗證	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面 + 手機號碼驗證流程	收到LINE OA 手機號碼驗證流程	X

用戶狀態 1 (少數)：同意接收通知型訊息 + 簡訊驗證

用戶狀態		是否同意通知型訊息		
		首次	已同意	不同意
簡訊驗證	六個月內 曾驗證成功	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面	收到企業官方帳號 通知型訊息	X
	六個月內 未完成驗證	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面 + 手機號碼驗證流程	收到LINE OA 手機號碼驗證流程	X

APP未升級至8.9.0版用戶
(未同意隱私權條款)

用戶狀態 1 (少數)：同意接收通知型訊息 + 簡訊驗證

*前提：用戶未在設定關閉接收通知型訊息+手機比對成功+用戶未封鎖OA

XX官方帳號欲傳送通知型訊息

同意 or 不同意
接收通知型訊息



傳送簡訊驗證碼給用戶在
LINE上註冊的手機號碼



用戶收到簡訊驗證碼



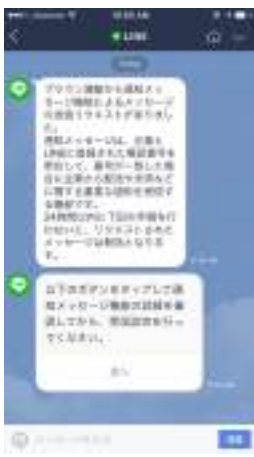
用戶輸入簡訊驗證碼



用戶收到企業帳號的通知型訊息
以及LINE系統通知



若不想收到請至設定關閉



回到LINE AOA畫面

用戶狀態 2 (多數)：簡訊驗證

用戶狀態		是否同意通知型訊息		
		首次	已同意	不同意
簡訊驗證	六個月內 曾驗證成功	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面	收到企業官方帳號 通知型訊息	X
	六個月內 未完成驗證	收到 LINE OA 通知型訊息同意頁面 + 手機號碼驗證流程	收到LINE OA 手機號碼驗證流程	X

APP8.9.0版以上用戶
(已同意隱私權條款)

用戶狀態 2 (多數)：簡訊驗證

*前提：用戶未在設定關閉接收通知型訊息+手機比對成功+用戶未封鎖OA



03. 失敗情境

情境一：手機比對失敗

用戶不會收到該則通知型訊息，客戶後台當下得知結果

企業DB & LINE
手機號碼比對**失敗**

用戶未封鎖OA

用戶同意接收
通知型訊息

用戶六個月內曾
做過簡訊驗證

情境二：手機比對成功，但用戶封鎖該OA

用戶不會收到該則通知型訊息，客戶後台需在24小時後才得知結果



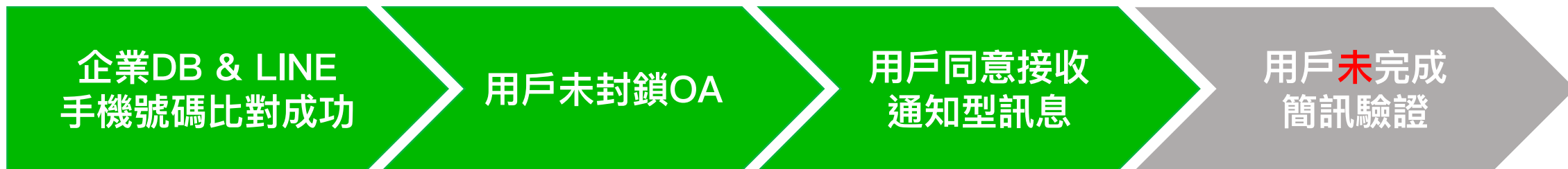
情境三：手機比對成功，用戶未封鎖OA，但不同意接收通知型訊息

用戶不會收到該則通知型訊息，客戶後台需在24小時後才得知結果

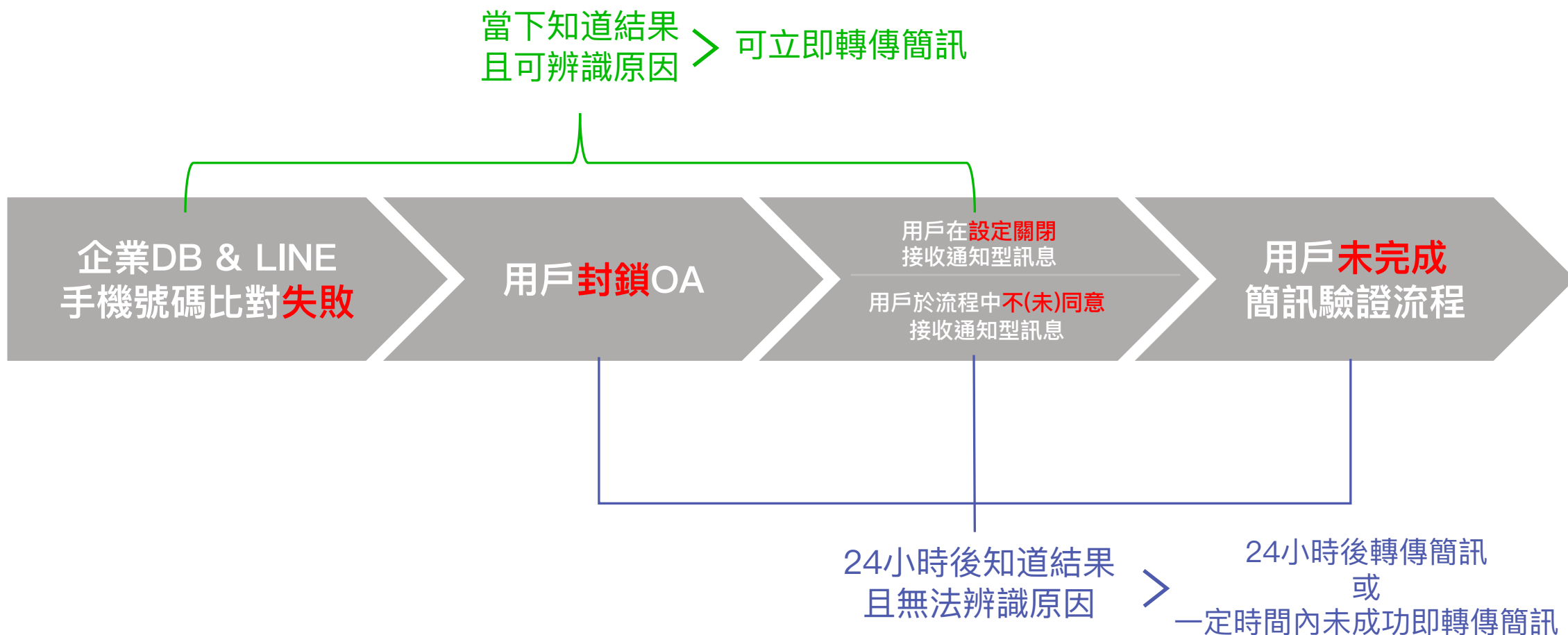


情境四：前三項資格皆符合，但未完成簡訊驗證流程

用戶不會收到該則通知型訊息，客戶後台需在**24小時**後才得知結果



確認發送失敗後的做法



通知型訊息適合傳送「急迫性較低」的重要訊息

由於部分失敗發送情境需在24小時後才可得知，導致無法即時轉傳簡訊，因此不建議使用通知型訊息傳送「急迫性高」的重要訊息。

訊息需送達時間	訊息類型	建議使用的通知渠道
一天以上	<ul style="list-style-type: none"> 水電帳單通知 契約更新內容 	<p>通知型訊息 Notification Message</p>
一天內	<ul style="list-style-type: none"> 一般出貨通知、貨到通知 帳單通知、催繳通知、退款完成通知 消費後點數通知 預約通知、預約提醒 航班通知、異動通知 核卡通知、開戶成功通知 	
一小時內	<ul style="list-style-type: none"> 快速到貨：出貨通知 	<p>簡訊/Email/APP</p>
五分鐘內	<ul style="list-style-type: none"> 刷卡通知 訂單成立通知 緊急通知(系統異常) 	

24小時效期 常見問題

遇到問題	解決方法
24小時效期，導致機制無法立即判斷傳送SMS給用戶	• 客戶自行做機制判斷：若該用戶未在xx分鐘內收到通知型訊息，即轉發簡訊
(延伸上題) 用戶已先收到簡訊，但後續又再次完成驗證收到通知型訊息，造成用戶困惑而導致客訴	通知型訊息內容優化 • 加上用戶完成行為的「時間點」 • 備註「若已完成xxx，請忽略此訊息」
即使完成以上兩者，仍會造成違法疑慮（ex. 金融業 刷卡通知）	建議不使用LINE通知型訊息，請客戶自行評估與判斷
※其他問題	
• 因為想省成本，所以可以把所有訊息都轉發通知型訊息嗎？ → 通知型訊息僅能取代部分簡訊的成本，失敗的訊息仍須透過其他通知渠道發送。	
• 24小時效期能不能縮短成5分鐘？10分鐘？ → 目前沒有辦法。若縮短，因為用戶不會無時無刻開啟LINE，傳送率甚至會更低。縮短效期將違背傳送通知型訊息的意義。	

04. 重要規範

通知型訊息 重要規範

企業須遵守以下規範，若違反規範，LINE有權停止企業使用通知型訊息。

重要規範

企業須遵守LINE UX Guideline設計訊息內容，必要時，LINE有權要求客戶修改訊息內容，包含：

- 通知型訊息文案
- 向用戶取得個資時的文案

企業須自行與企業內部法務確認，是在合法向用戶取得手機號碼的前提下，使用該手機號碼發送通知型訊息。若最終用戶對於手機取得有疑慮，LINE將不負任何法律責任。

企業在發送非通知型訊息前(Phone Number Push API以外之任何API，例如：Messaging API)，必須確保發送對象為好友，不可發送訊息給非好友。為防範傳送以上情形，建議使用Get Follower API + Follow Event + Unfollow Event 管理好友UID名單。

企業需在用戶同意的前提下，將其手機號碼與UID做綁定，若最終用戶對於非主動綁定而有疑慮，LINE將不負任何法律責任。

※詳細規範請以TOU與合約為主

※通知型訊息TOU: https://terms.line.me/line_NOTIFICATIONMESSAGE?lang=en

申請合作

歡迎與我們的業務團隊聯繫
我們將竭誠為您服務

LINE 台灣廣告服務申請信箱：dl_twab@linecorp.com