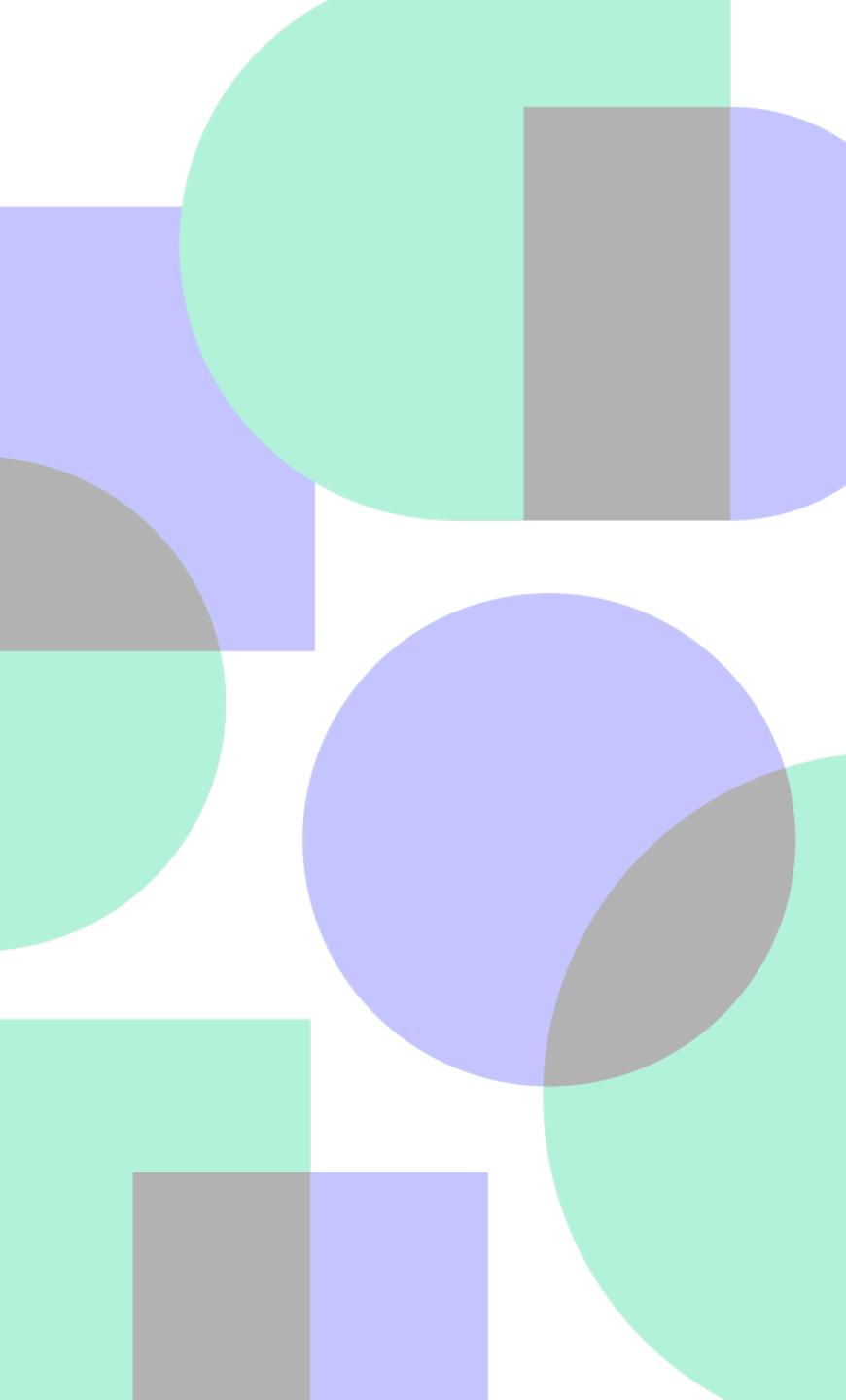


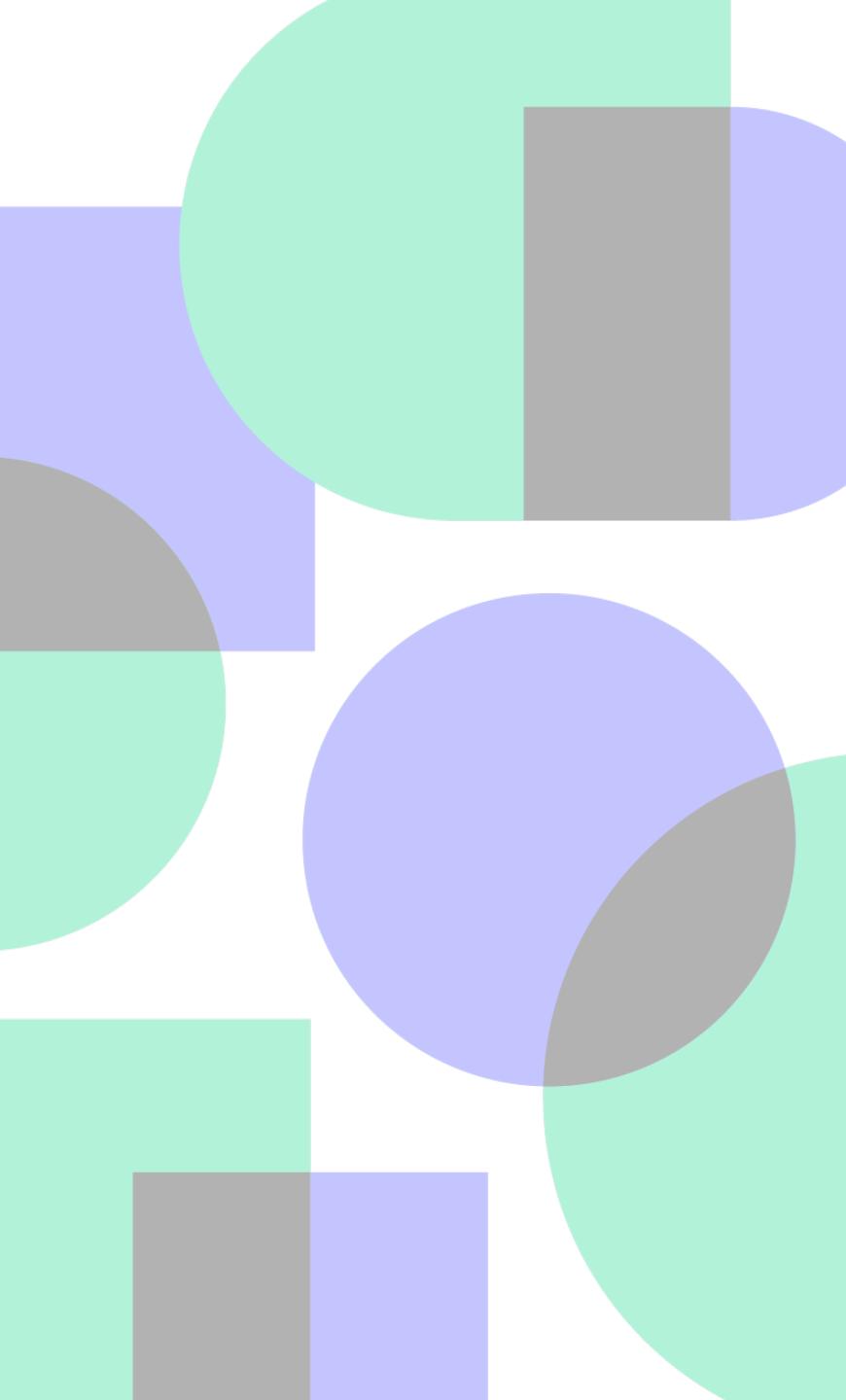


LINE Account Connect

2023 Q3 LINE 官方帳號

更新日期: 2023.09

- 
- 01 LINE官方帳號介紹 P.03
 - 02 如何運用LINE官方帳號 P.06
 - 03 功能說明 P.10
 - 04 費用說明 P.48
 - 05 管理後台 P.53
 - 06 其他服務選項 P.56



01 LINE官方帳號

LINE官方帳號

協助企業與用戶建立深度關係的Business Solution

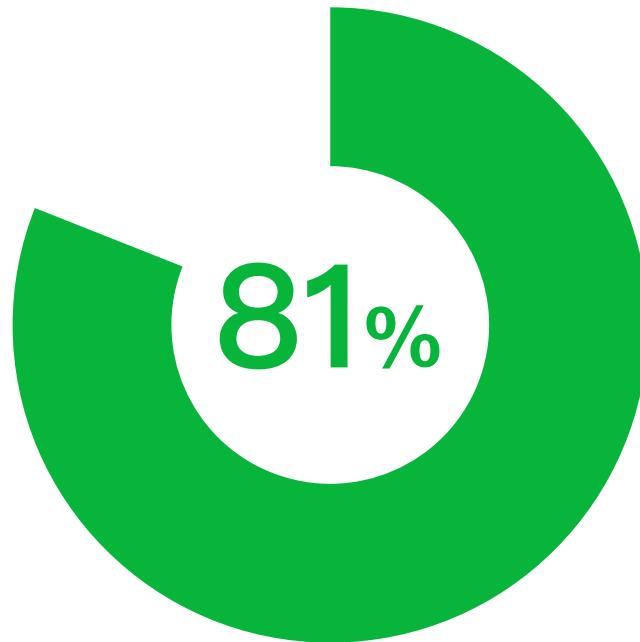
透過LINE的高普及率，接觸台灣廣大的行動用戶。透過官方帳號，提供友善的品牌體驗，從實用生活資訊，優惠好康，到貼心的個人化服務，讓品牌融入用戶生活，成為不可或缺的存在。



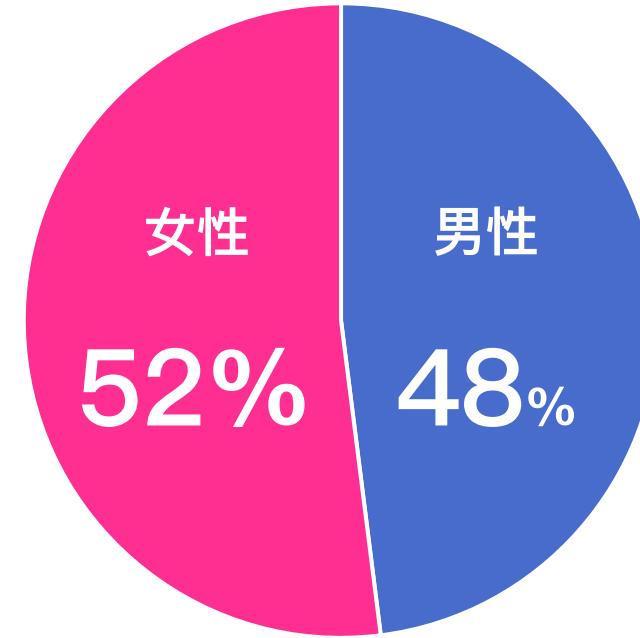
Source: LINE Internal Data; Nielsen 2022 LINE使用行為研究調查，15-69歲過去七天有使用LINE，樣本數：1,061，加權千人數：15,455千人

LINE官方帳號使用者屬性

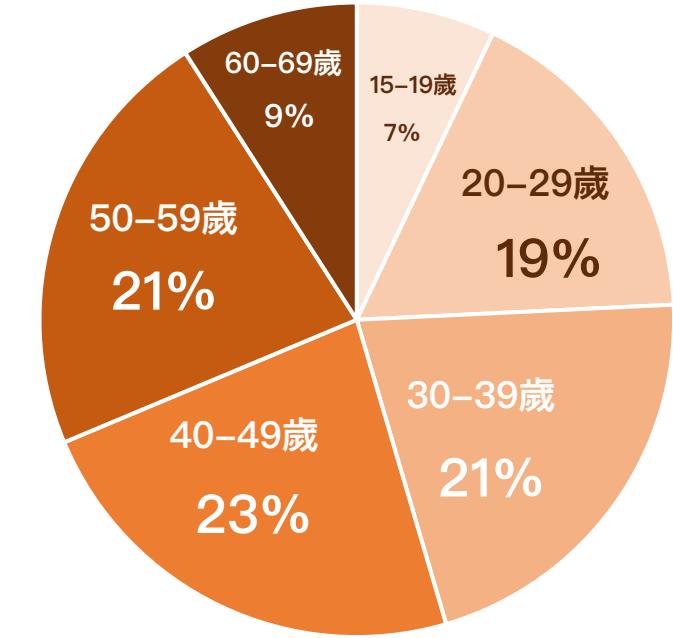
官方帳號使用者橫跨各年齡層，又以30–59歲的消費主力人群為最多



81%的LINE用戶
有使用官方帳號



官方帳號用戶
男女約各半

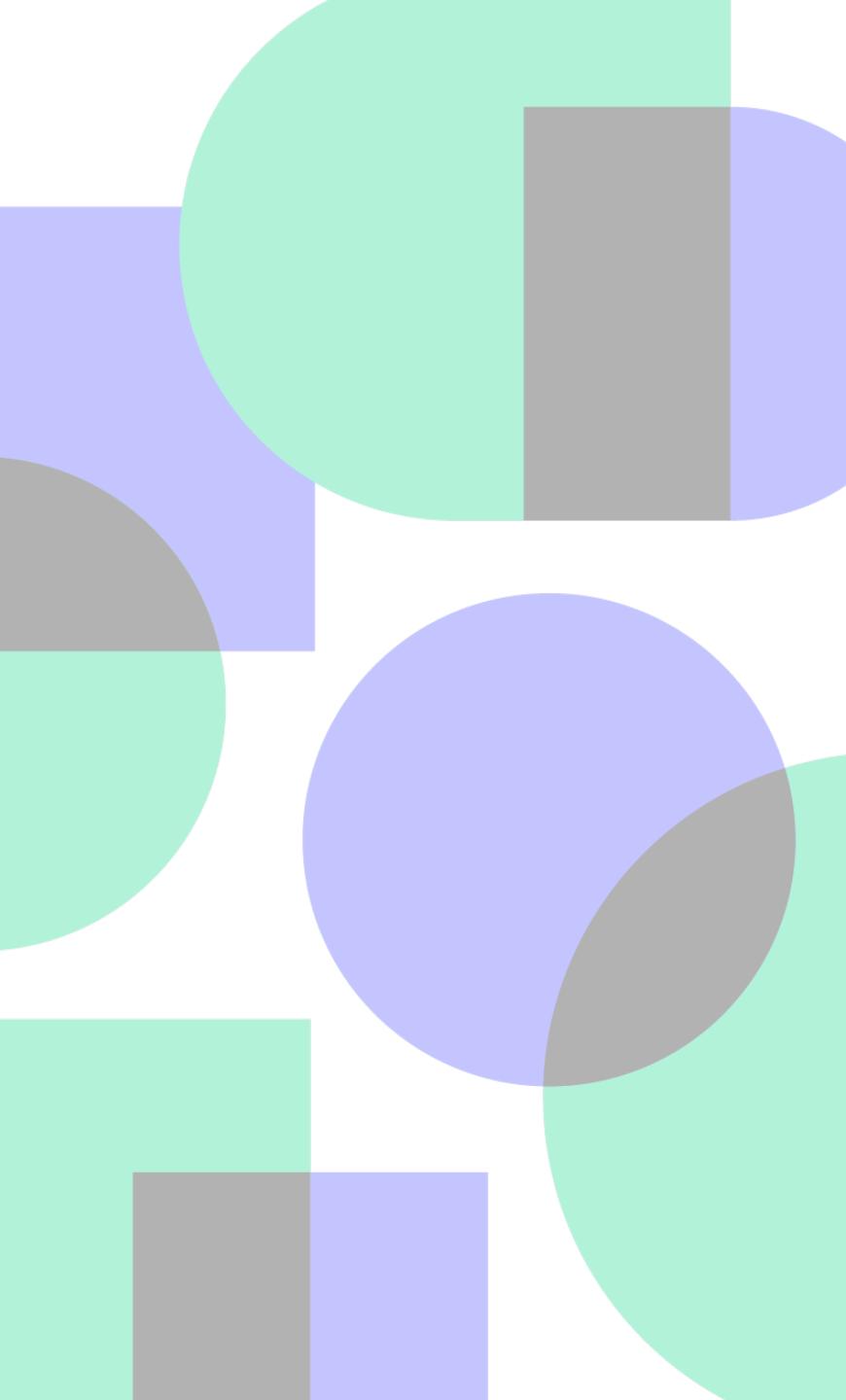


30–59歲族群
佔了約66%

* Source-1: Nielsen NW & VS Taiwan 2021 –E LINE

* Source-2: 2022 LINE使用行為研究調查

* Base: 15–69歲過去七天有使用LINE；樣本數1,061人；加權千人數15,455千人



02 如何運用LINE官方帳號

多元管道吸引好友及顧客

LINE官方帳號提供多種「增加好友」的管道供經營者彈性搭配運用，讓官方帳號迅速累積好友及顧客人數。讓行銷宣傳更具效益，進而擴大商機。



加好友



LINE Points CPF廣告

將加入好友
設定為連結/按鈕/QR Code
在網路或實體通路宣傳

企業贊助貼圖



LINE Ads Platform CPF廣告

豐富的個人專屬訊息

LINE官方帳號能對應不同宣傳主題或興趣喜好，遞送個人化的分眾訊息。
個人專屬訊息能提高點選率和轉換率，同時也能提升顧客忠誠度。



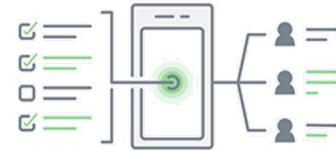
官方帳號管理後台

透過系統選項推播分眾訊息



Messaging API

LINE官方帳號與企業和商家系統串接的橋樑。透過API可選擇串接任何自行開發或技術夥伴開發的服務。



收集好友興趣喜好 推播分眾訊息



串接會員資料 提供個人化服務



LINE Beacon運用 現場立即體驗

設計創意有趣的品牌互動

除了訊息遞送，官方帳號還能串接各種平台服務，提供行銷人員更多與好友及顧客互動的方案，輕鬆設計執行有趣的品牌活動。

官方帳號分眾+



自動為好友貼標籤，
為好友分類更容易

官方帳號外掛模組市集

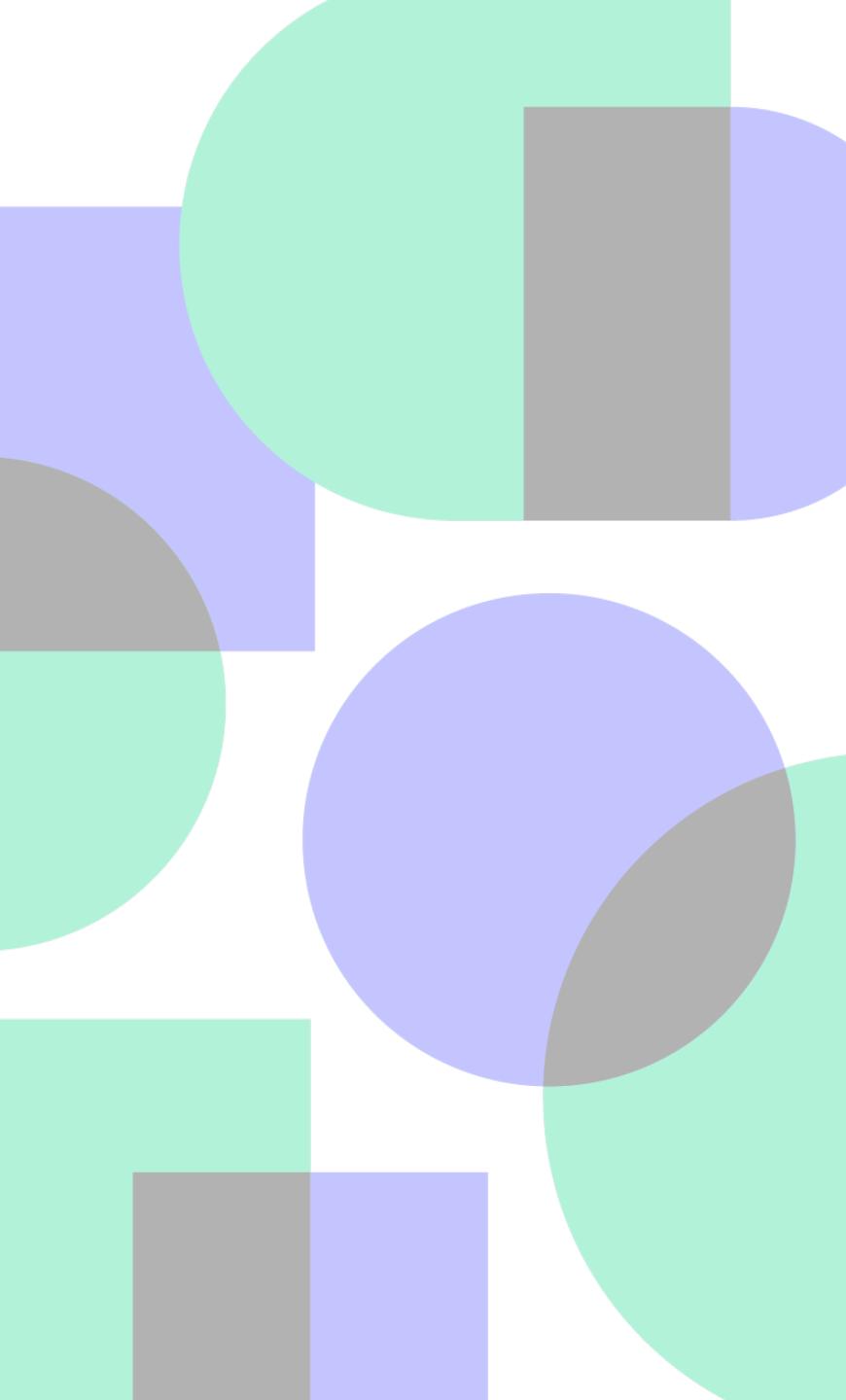


依照品牌的行銷需求，選擇運用由
LINE合作廠商所建置的平台模組

發票抽獎模組



讓發票抽獎活動變得簡單、便利，
提升活動參與率與官方帳號應用。



03 功能說明

LINE官方帳號功能一覽

基本功能

- 群發訊息
- 建立受眾
- 受眾共享
- A/B測試
- 指定群發訊息則數上限
- VOOM
- 一對一聊天
- 自動回應 / 關鍵字回應
- AI自動回應訊息
- 圖文訊息
- 多頁訊息
- 漸進式訊息
- 進階影片訊息
- 圖文選單
- 優惠券 / 抽獎
- 集點卡
- 基本檔案
- 分析
- 問卷調查
- Messaging API
- LINE Call
- 追蹤(LINE Tag)

審核功能 (基本)

- 企業贊助貼圖
- LINE LIVE
- LINE Beacon
- 加好友廣告
- LINE 企業管理平台

審核功能 (進階)

- Custom Audience Message
- LINE Notification Message
- Call API
- Chat API

※基本功能可透過官方帳號管理後台設定使用

※審核功能無法在線上申請或開啟，如須相關介紹，請聯繫經銷商或LINE業務窗口

※審核功能（基本）申請資格：認證官方帳號，企業官方帳號

※審核功能（進階）申請資格：企業官方帳號

1. 官方帳號類型

官方帳號類型	說明
企業官方帳號 	<p>官方帳號通過LINE審核流程後，可獲取對應的盾牌識別、並可顯示於LINE APP內的搜尋結果。另外還有機會獲得進階功能的購買資格。</p> <p>盾牌識別與LINE提供的服務範圍和服務程度沒有關係。</p>
認證官方帳號 	
一般官方帳號 	<p>無論個人或企業，任何人都可以申請的官方帳號。基本功能和認證帳號一致。</p>

2. 訊息功能

向加入LINE官方帳號的好友傳送群發訊息或分眾訊息。

訊息送達後會透過LINE APP通知官方帳號好友，吸引點閱。

傳送符合官方帳號好友興趣的訊息，或實用的服務通知訊息，吸引好友採取行動。



※訊息通知：使用者可自行設定ON/OFF。

※可傳送文字資訊（含URL）、圖片、影片、優惠券、圖文訊息、多頁訊息、進階影片訊息。

[補充] 傳送訊息的詳細功能

在傳送訊息時，您可以設定要傳送的對象和A / B測試訊息。

可根據年齡、性別和地區進行訊息傳遞
並達到最大化的成效。

篩選目標

篩選官方帳號好友的年齡區間、性別、地區等確定可視為屬性的資料，並且針對特定的屬性進行分眾訊息發送。
同樣的，對於已“開封”或“點擊”訊息的用戶，也可以建立受眾並再行銷。

指定訊息
數量上限

透過指定群發訊息數量上限來發送訊息，可讓您有效的控制訊息預算範圍。

設定A/B
測試

向指定百分比的用戶傳送不同的訊息內容，以驗證訊息的成效。
例如，針對20%的目標覆蓋率發送4則消息（每則訊息各佔5%），並針對訊息成效進行比較，後續可使用成效最好的訊息傳送給用戶。

※與一般訊息的單價相同。

[補充] 建立廣告活動

您可以建立廣告活動，並將多則群發訊息設定在同一廣告活動下，便能以廣告活動為單位進行分析統計。

Step 1. 建立廣告 活動

範例：建立廣告活動「雙十一購物週」

The screenshot shows the LINE VOOM interface with the 'Advertisement Activity' section highlighted. The left sidebar lists various message types, and the main area displays a form for creating an advertisement activity with a 'Save' button at the bottom.

Step 2. 建立群發 訊息時， 選擇廣告 活動

範例：雙十一檔期欲每天發送一則群發訊息，在「設定廣告活動」處勾選並選擇「雙十一購物週」

群發訊息

[儲存草稿](#) [傳送測試訊息](#)

傳送對象 所有好友 篩選目標

傳送時間 立即傳送
 2023/01/20 16:34 (UTC +8:00)

進階設定 貼至LINE VOOM
 指定群發訊息則數的上限
 建立A/B測試
 設定廣告活動

未選擇

Step 3. 查看各廣告活動數據分析

※示意圖僅供參考。實際畫面和選項請以上線版本為準。

[補充] 訊息數量計算方式

官方帳號管理後台，1則訊息最多可同時使用3個對話框。



[補充] 建立受眾

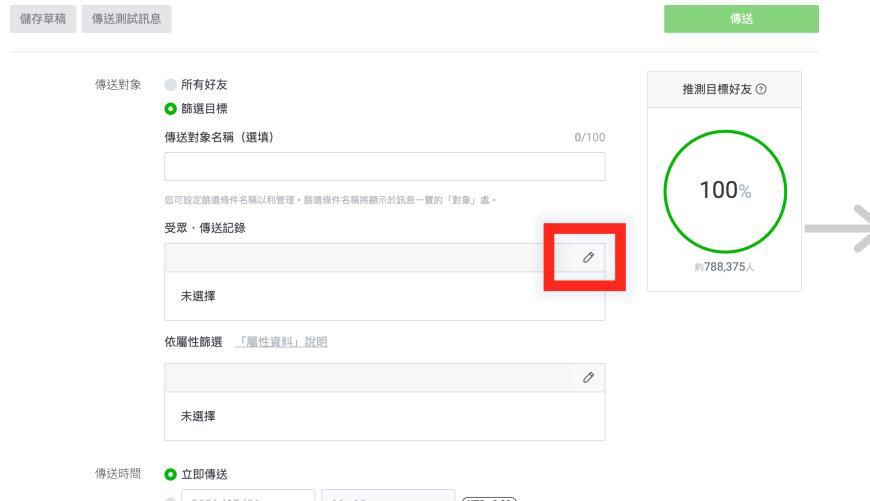
透過受眾功能，可針對指定條件的目標傳送訊息。可創建以下受眾類型

受眾類型	內容
使用者識別碼UID上傳	透過TXT或CSV檔案格式上傳用戶ID(UID)，進而創建受眾。 *需使用Messaging API來取得用戶ID(UID)。欲了解更多Messaging API，請點 這裡 了解更多。
點擊再行銷	曾經點擊過之前傳送訊息連結的受眾。
曝光再行銷	曾經瀏覽過之前傳送訊息的受眾。
聊天標籤受眾	將1對1聊天所設定的『聊天標籤 chat tag』用戶建立為受眾對象，可傳送訊息給使用此聊天標籤的用戶。
加入管道受眾	指透過特定管道將您的帳號加入好友的用戶（依序點選「分析」>「好友」>「加入管道」可確認加入管道的相關資料）。受眾規模須達50才能用於傳送群發訊息。
網站流量受眾	若有成功將LINE Tag埋入網頁中即可使用。區分為曾經瀏覽特定頁面的受眾、或曾經觸發特定事件的受眾。
圖文選單再行銷受眾	分為圖文選單點擊再行銷、圖文選單曝光再行銷受眾。將有看過或點擊過圖文選單的好友建立為受眾。

[補充] 根據傳送紀錄發送訊息

- 可以根據14天內(336小時)『傳送紀錄』傳送訊息給過去收過訊息的好友，。
- 適合的使用情境：
 - 欲發送更正訊息時（例如：更正錯誤的訊息內容），可以將新的訊息準確地發送給實際收過原訊息的好友。
 - 若您的官方帳號有針對活動推播訊息，可以針對有收到該活動訊息的對象傳送新的訊息。

群發訊息



群發訊息

儲存草稿 傳送測試訊息 **傳送**

傳送對象 所有好友 選目標

傳送對象名稱 (選填) 0/100

推測目標好友 ①
100%
約788,375人

受眾 · 傳送記錄
顯示過去14天內傳送並被設定為「該選目標」的訊息。

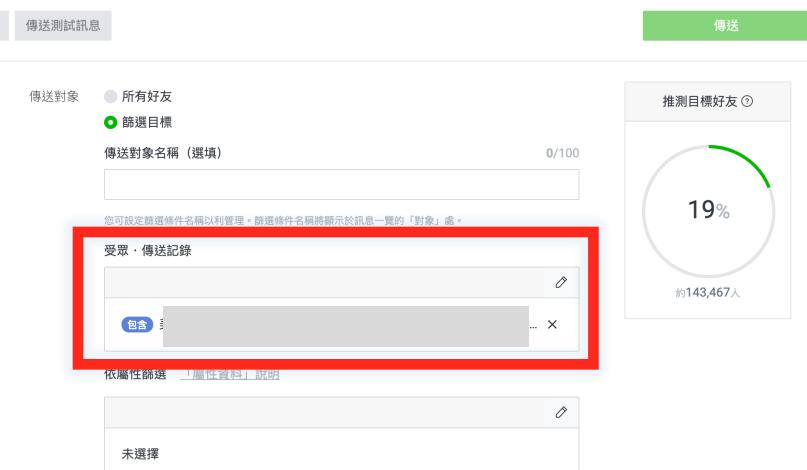
內容 傳送對象人數
包含 不包含

依屬性篩選 「屬性資料」 說明

傳送時間 立即傳送
2021/07/21 11:46 UTC +8:00



群發訊息



群發訊息

儲存草稿 傳送測試訊息 **傳送**

傳送對象 所有好友 選目標

傳送對象名稱 (選填) 0/100

推測目標好友 ①
19%
約143,467人

受眾 · 傳送記錄
顯示過去14天內傳送並被設定為「該選目標」的訊息。

內容 傳送對象人數
包含 不包含

依屬性篩選 「屬性資料」 說明

未選擇

※僅提供認證帳號(藍盾),企業認證帳號(綠盾)使用。

※目標好友須有100人以上才可以使用此功能。

※每一個傳送紀錄的傳訊對象需滿50人才能成功傳送訊息。

[補充] 篩選目標傳送訊息

可針對已建立的受眾傳送訊息

The diagram illustrates the workflow for sending messages to a selected target audience. It consists of three main sections:

- 建立受眾 (Create Audience):** This section shows the '受眾' (Audience) creation interface. A red box highlights the '受眾名稱' (Audience Name) field, which contains '對產品有興趣的受眾'. Below it, a note says '請為受眾設定容易辨識的名稱，且無法設定與其他受眾相同的名稱。' (Please set a name for the audience that is easy to identify, and cannot be the same as other audiences.)
- 箭頭 (Arrow):** An arrow points from the '建立受眾' section to the '傳送訊息' section.
- 傳送訊息 (Send Message):** This section shows the '群發訊息' (Mass Send) interface. A red box highlights the '受眾' (Audience) dropdown menu, which is set to '對產品有興趣的受眾'. Other settings include '傳送對象' (Recipient Type) set to '篩選目標' (Selected Target), and '傳送時間' (Send Time) set to '立即傳送' (Send Now).

[補充] 受眾共享

您可設定受眾為 公開/非公開。

當受眾設為公開時，在LINE官方帳號管理後台所建立的受眾可提供給綁定相同基本ID或專屬ID的**LINE企業管理平台**，**Messaging API**及**LINE Ads Platform**使用。

The screenshot shows a list of audiences in the LINE Official Account Management Platform. A modal window titled "變更公開設定" (Change Public Setting) is displayed over the list. The modal contains the text "請選擇是否要公開受眾給其他功能使用。" (Please select whether to share the audience with other features.) and two radio buttons: "公開" (Public) and "非公開" (Private). The "公開" button is selected. At the bottom of the modal are two buttons: "取消" (Cancel) and "儲存" (Save), with "儲存" being highlighted in green. The background list shows various audience entries with columns for Audience Name, Type, Quantity, Creation Time, Creator, and Status. A red box highlights the "儲存" button in the modal. In the bottom right corner of the main interface, there is a button labeled "變更公開設定" with a red box around it.

受眾名稱	類型	數量	建立時間	建立方	狀態
用戶ID上傳: 202001301213	用戶ID	-	2020/01/30 12:13	官方帳號	準備中
インプレッションリターゲティング: 201911282035		-	2019/11/28 19:35	官方帳號	準備中
User ID upload: 201911221415		-	2019/11/22 14:15	官方帳號	準備中
インプレッションリターゲティング: 201911202219		-	2019/11/20 21:19	官方帳號	準備中
ユーザーIDアップロード: 201911202201		1,000	2019/11/20 21:01	官方帳號	可用
MIDアップロード: 201911191207		0	2019/11/19 11:07	官方帳號	過期

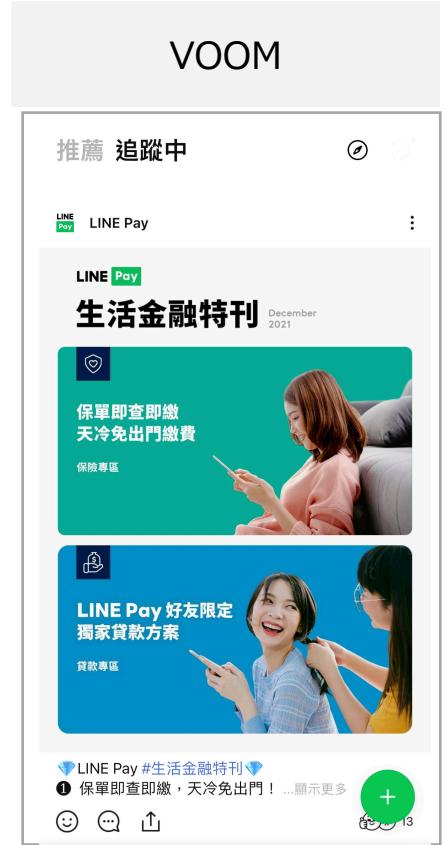
受眾的公開設定：公開
受眾設為公開時，在LINE官方帳號管理後台所建立的受眾可提供給綁定相同基本ID或專屬ID的**Messaging API**及**LINE Ads Platform**使用。

變更公開設定

3. VOOM

可建立貼文遞送至官方帳號好友的VOOM。

好友可在VOOM『追蹤中』頁面瀏覽貼文，按「讚」或「留言」。



※讚或留言設定，您可選擇接收、僅接收讚或不接收。

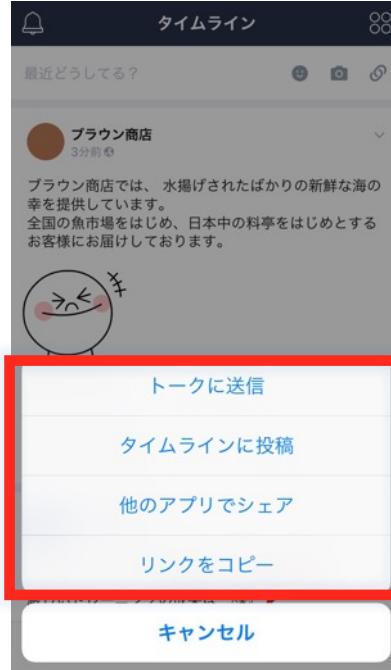
※初始設定同意所有留言，同意後會公開。

※無追加費用，可無限制傳送。

※禁止符合共享廣告（再銷售廣告欄位）行為之發文。

4. VOOM之分享功能

使用者可將VOOM的官方帳號貼文「分享」給朋友。
即使是尚未成為官方帳號好友的使用者也可以看到分享的資訊。



分享到聊天室
選擇想要分享的朋友或群組後，分享到聊天室

分享到VOOM
按讚或輸入貼圖或文字輸入後，分享到VOOM

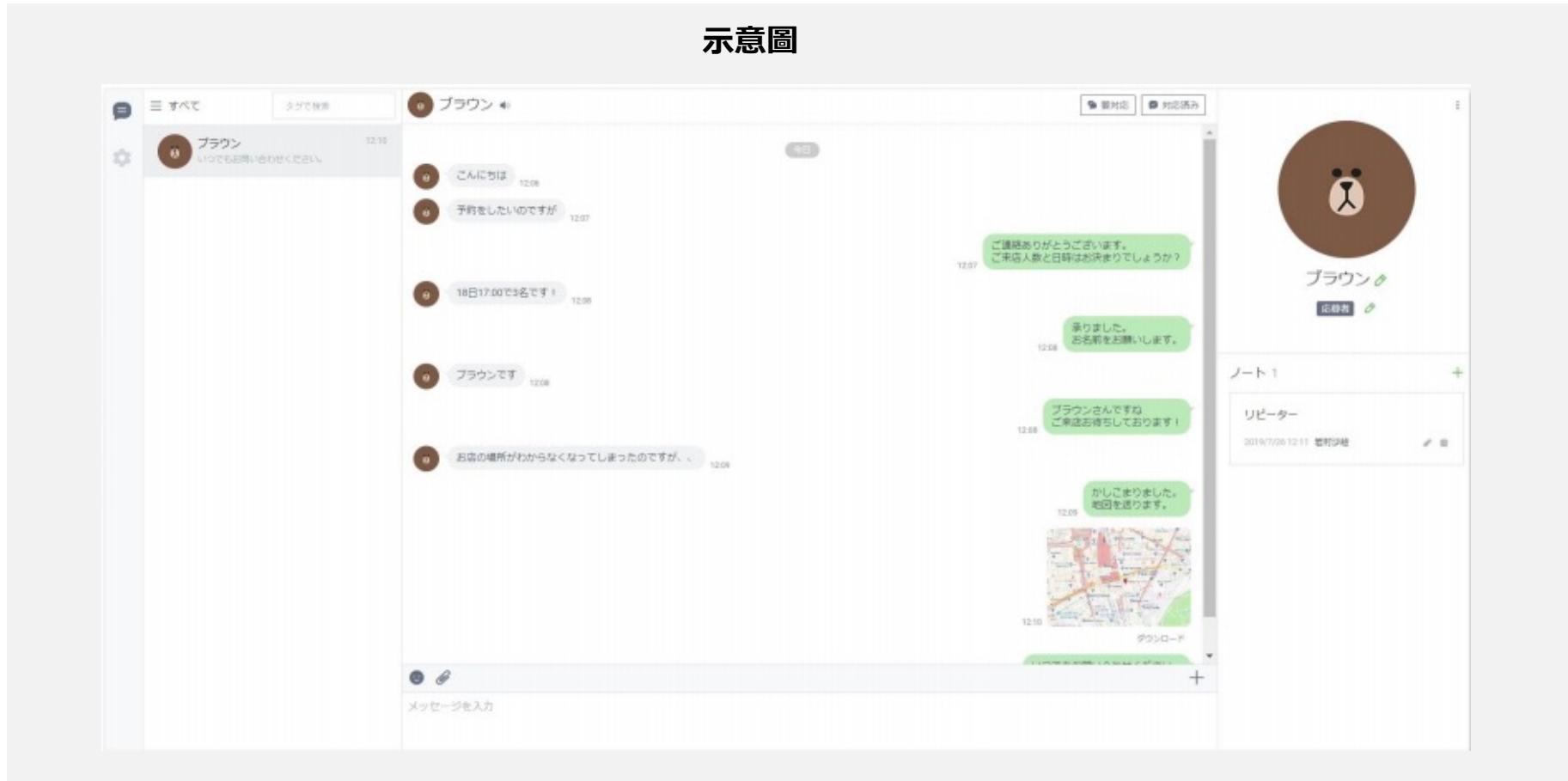
複製連結，分享到其他社群媒體或平台

5. Chat 聊天功能

透過Chat 聊天功能，官方帳號可以和使用者進行1對1聊天。

使用者亦可將官方帳號拉進群組參與聊天。

示意圖



※聊天功能與Messaging API Webhook 可同時啟用

※擁有大量好友的官方帳號，系統可能無法支援聊天功能。

※聊天紀錄保存期間：文字4個月，圖片和影片2週，檔案1週。

[補充] Status Bar 聊天室狀態欄功能

可以設定是否要顯示目前官方帳號的聊天狀態（例如：我們將在約1小時內回覆訊息）。

將會顯示於用戶端的聊天視窗，讓用戶端可以更了解目前時段是否能與該官方帳號進行聊天。

管理後台設定

聊天設定

狀態欄 狀態欄

狀態欄
於聊天室上方顯示狀態欄。
讓用戶可以簡單掌握訊息的回應模式或回應時間等帳號狀態。
*大約需要1分鐘左右才能套用設定內容。

回應時間
告知用戶負責回應訊息的人員或回應所需的時間等回應時間內的對應方法。

顯示狀態欄

圖示・文字

使用手動聊天時

通常情況下會馬上回覆。 編輯 預覽

示意圖

The screenshot shows a LINE chat interface with a message from 'Brown cafe'. A red box highlights the yellow status bar at the top of the screen, which displays the text: '我們將在約1小時內回覆訊息。' (We will respond within approximately 1 hour).

[補充] 聊天後台可選擇傳送多元格式內容

於管理後台的聊天頁面，可選擇傳送預設訊息，多頁訊息以及優惠券。



[補充] 聊天後台可管理負責回應人員

若官方帳號有多位負責回應一對一聊天的人員，可於管理後台的聊天頁面設定負責人員，增加內部管理便利性。

管理後台設定



管理員可於聊天室列表
篩選負責的聊天室



6. 自動回覆功能／關鍵字回覆功能

使用者傳送訊息給官方帳號時，官方帳號可以自動回應預先設定的訊息。

若希望根據不同關鍵字回應不同訊息，可以使用『關鍵字回覆功能』，預先設定關鍵字和相對應的訊息。

自動回覆功能

隨機傳送訊息



關鍵字回覆功能

根據使用者傳送的內容
在「完全一致」時傳送已設定的訊息
可根據使用者的興趣喜好、產品疑問或店舖資訊需求，回應訊息
亦可與使用者進行猜題遊戲等其他趣味應用。

猜題遊戲



發送優惠券



店面搜尋



※自動回覆和關鍵字回覆訊息合計最多可設定1,000筆。

7. AI自動回應訊息功能

當好友輸入訊息到LINE官方帳號時，將會透過AI自動回應訊息功能，此判斷是從好友們輸入的關鍵字或是會進行簡單的判斷用戶的語意，選擇合適的訊息回覆問題。



交互使用自動回應訊息和手動聊天

AI自動回應訊息功能能有效減少公司及商店的操作負擔，但是如果您需要回覆用戶複雜的問題，則可以從聊天管理畫面將各別聊天室切換為「手動聊天」功能。

8. Rich Message 圖文訊息

圖文訊息：將圖像與文字資訊整合成一張圖片，讓希望傳遞的訊息簡潔易懂。

通常圖文訊息比一般文字訊息有更好的點擊效果。



Rich Message 範例

可在1個區域內
設定1張圖片和1個連結網址

A	B	C
---	---	---

A	B	
C		

A	B	C
D	E	F

※製作說明須參考官方帳號管理後台操作手冊。

9. Rich Video Message 進階影片訊息

進階影片訊息：將一支影片做為一則訊息傳送給使用者，影片可以自動播放。

支援直式、橫式或正方形等各種影片，若選擇直式影片，影片將滿版佔據聊天室畫面。

可設定外部連結網址和行動按鈕文字（例如：立刻預約），使用者看完影片後，可點擊影片，連結至外部網站。



特徵

- 1. 影片自動播放**
高影片觀看率和觀看比例
- 2. 支援直式／正方形／橫式影片**

直式 正方形 橫式


- 3. 設定外部連結網址**

聊天畫面中
自動播放影片，
點擊影片將全螢幕播放
※自動播放影片為靜音

→

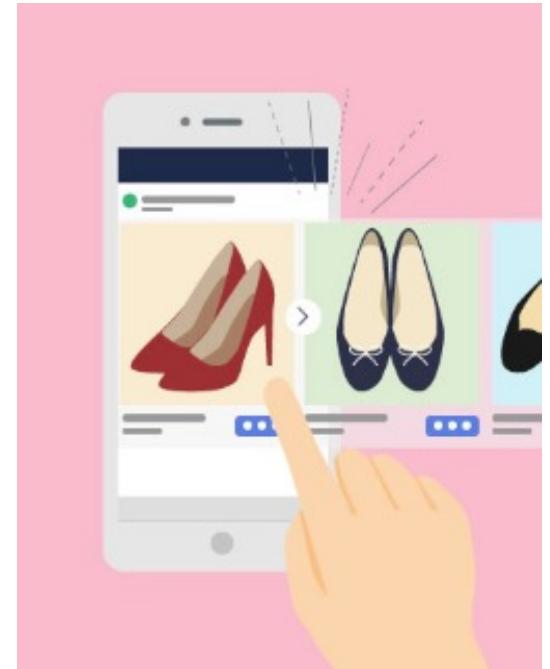
影片結束後顯示
行動按鈕
※按鈕文字
請由系統選項中
選擇

※示意圖僅供參考。實際畫面和選項請以上線版本為準。

10. 多頁訊息

- 可以傳送多個 Carousel 格式的訊息
- 共有四種類型的訊息格式，可以輕鬆建立具有組織的訊息內容
- 一個泡泡框訊息可以設定一個多頁訊息(一個多頁訊息最多可含9格)
- 可用於：群發訊息 Broadcast/ 自動回應訊息 Auto response/ 加入好友的Welcome message / 漸進式訊息 Step message

商品服務 Products	地點 Places	人物 People	影像 Pictures
此類型適合介紹商品	此類型適合介紹店家資訊	此類型適合介紹人物	此類型適合放置吸引目光的圖像
 ガトーショコラ ほろ苦い大人なガトーショコラです。 マスカルポーネチーズのクリームと合 わせてお召し上がりください。 ¥580	 Brown Cafe カフェ/バー 東京都新宿区東新宿2-1-6-304 11:00~24:00 (定休日: 火) 詳しく見る	 佐々木 翔 トップディレクター 店長 指名数No.1/口コミ好評価。髪質に合 わせた旬のスタイルをご提案します! 指名して予約する	 ¥5,300 コース



11. Step Message 漸進式訊息

- 透過不同的觸發條件設定，讓系統自動傳送訊息給加入官方帳號為好友的用戶。
- 您可以使用預先準備的訊息內容，將訊息傳送給依據不同屬性、時間（可稱為場景）加入為好友的用戶。
- 您可以根據好友加入管道、加入好友的天數、用戶屬性以及事先建立的受眾來設定發送訊息。

活用漸進式訊息

透過自動傳訊一步步貼近不同用戶需求。



[補充] 漸進式訊息範本

- 依據您的行銷目的（後續追蹤、吸引回頭客、邀請顧客評論、宣傳商品），選擇不同訊息範本。
- 此範本將自動帶入觸發條件設定、訊息間隔天數設定、及訊息基本內容，設定漸進式訊息簡單又輕鬆。

管理後台設定

漸進式訊息

您可透過不同的觸發條件設定，讓系統自動傳送訊息給將您加入好友的用戶。

後續追蹤 吸收回頭客 邀請評論 / 聊天 宣傳服務 / 商品

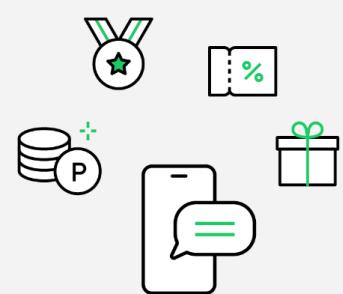
若不确定該從哪裡開始，建議可使用此訊息範本。

在用戶加入好友的數天後～數週後，透過傳送訊息或優惠券以吸引用戶持續與您的帳號維持好友狀態。



後續追蹤新好友（短期）

在用戶加入好友的3天後，先向新好友介紹您的帳號或店家資訊吧。



後續追蹤新好友（長期）

在用戶加入好友的30天後，試著傳送感謝加入好友的優惠券吧。

示意圖

訊息設定



編輯訊息

訊息標題（非必要）

*請進行編輯

6/20

標題為方便後台管理用，不會向好友顯示。

傳送時段

10:00 ~ 12:00

訊息傳送量較大時，可能無法在指定時間內全數傳送完畢。未能在時間內傳送完畢的訊息將會在隔天同一時段傳送。



【歡迎光臨OOO】

感謝將本帳號加入好友！

以下是關於OOO的簡單介紹。

取消

儲存

11. Rich Menu 圖文選單

圖文選單：造訪官方帳號時，位在聊天室畫面下方的選單。

點選選單後，可引導使用者到外部網站，或提示使用者傳送預先設定的關鍵字。

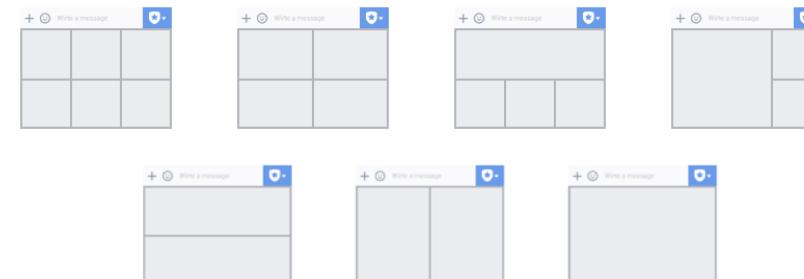


特徵

用戶造訪官方帳號時，通常會在聊天室畫面下方看見圖文選單

- 聊天室畫面下方，大範圍呈現
- 可根據需求選擇適合版型
- 各區塊可啟動不同功能或連結不同網址
- 管理後台可設定圖文選單出現的時間

可選擇的範本



※示意圖僅供參考。實際畫面和選項請以上線版本為準。

12. Segment Message 分眾訊息

可查閱官方帳號好友的屬性資訊、指定某項屬性條件傳送分眾訊息。

可根據行銷目的交叉不同屬性，例如性別和年齡，為特定族群量身打造客製化訊息，提高溝通成效。

分眾資料

根據好友行為推測屬性

- ✓ 性別
- ✓ 年齡
- ✓ 地區（縣市）

管理後台提供之好友屬性選項

- ✓ 性別
- ✓ 年齡
- ✓ 地區（縣市）
- ✓ 使用的OS（iOS、Android等）
- ✓ 加入朋友的時間長度

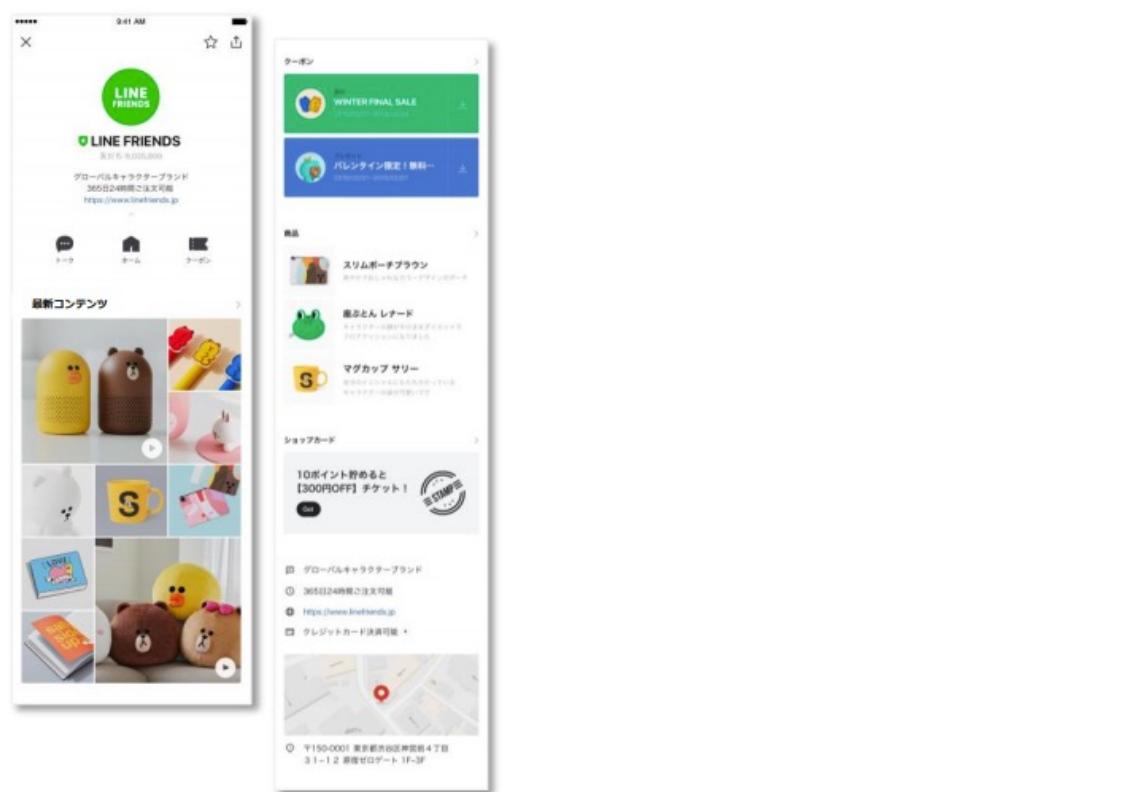
※分眾訊息和群發訊息的訊息單價相同。

※分眾訊息發送條件：官方帳號目標好友數超過100人。

13. 基本檔案

企業或品牌基本資訊的刊登頁面。從PC亦可瀏覽行動官網資訊，擴增官方帳號的接觸管道。

基本檔案示意圖



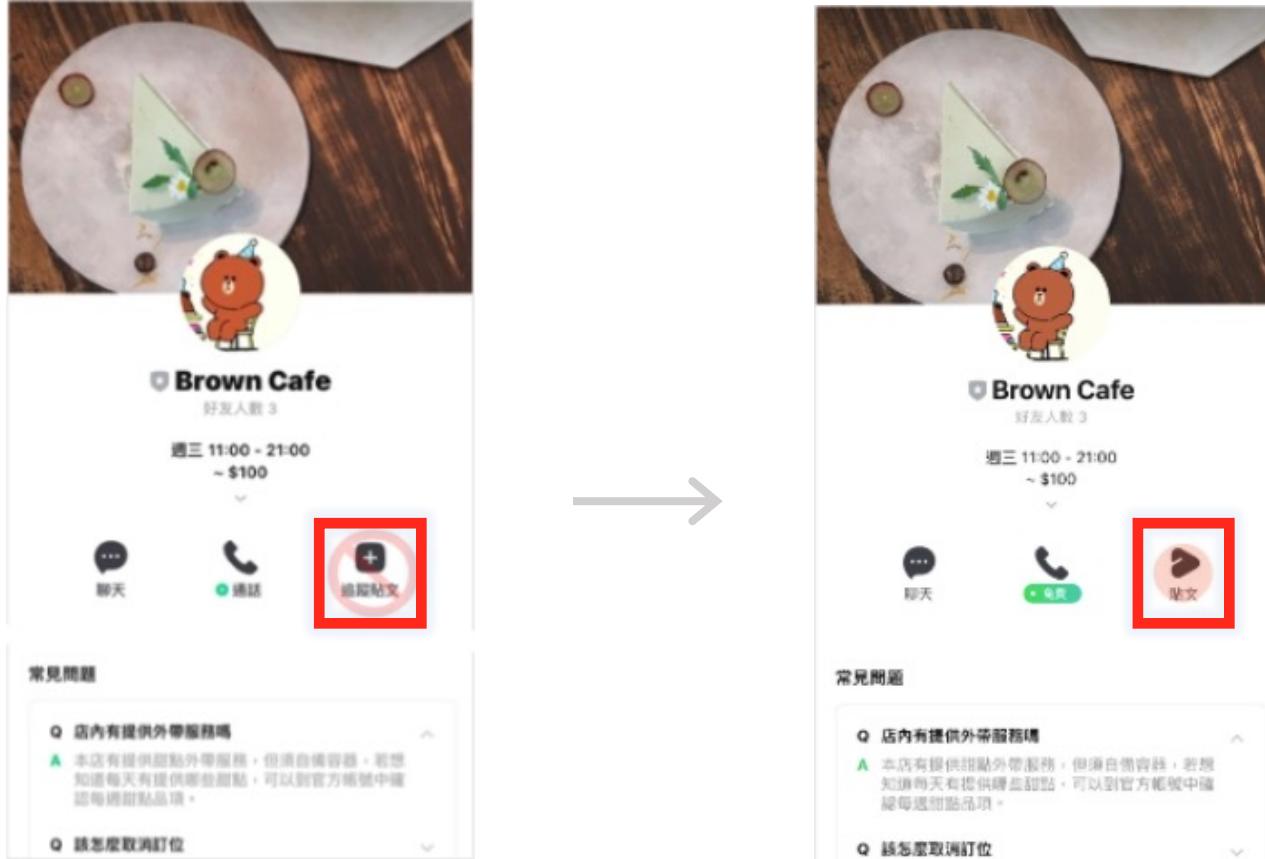
[補充] 基本檔案停止顯示封面照片

- LINE APP上停止顯示“封面照片”。即使在Web版官方帳號管理後台設定“封面照片”，也不會顯示在LINE APP上。

The image shows two side-by-side screenshots. On the left is the 'Web版管理後台' (Web Management Console) showing the 'Account Settings' section under 'Basic Settings'. It displays the account name 'Brown Cafe' and a placeholder 'Basic Profile Picture' button. A red box highlights this button. On the right is the 'LINE APP (封面照片)' (Cover Photo) screen, which shows a post from 'Brown Cafe' announcing a temporary closure for renovation. The post includes a placeholder image where the cover photo would normally appear.

[補充] 基本檔案

- 因應LINE VOOM上線，基本檔案頁也調整相關圖示/文字。



14. Shop Card 集點卡

在LINE官方帳號所發行、管理的集點卡。

數位點數可作為購買商品、使用服務、光臨店面等獎勵用途。



15. 優惠券、抽獎

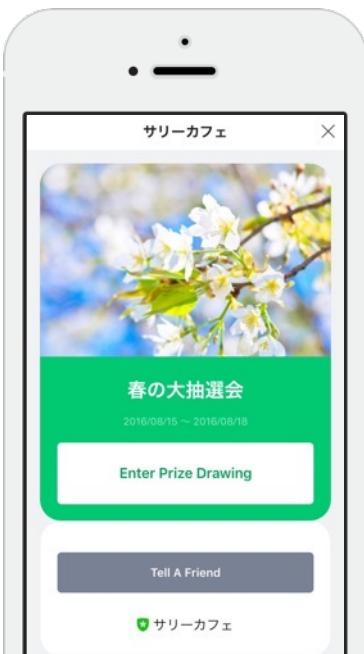
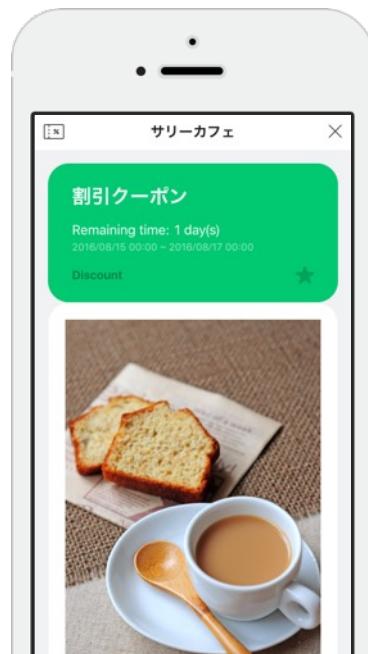
您可在LINE官方帳號發送優惠券或舉辦抽獎活動。

設定完成的優惠券和抽獎活動，可以透過歡迎訊息、群發訊息、VOOM、關鍵字回覆..等功能，通知或發送給好友。亦可產出QR Code，供顧客掃描並加入官方帳號為好友。

示意圖

優惠券

抽獎



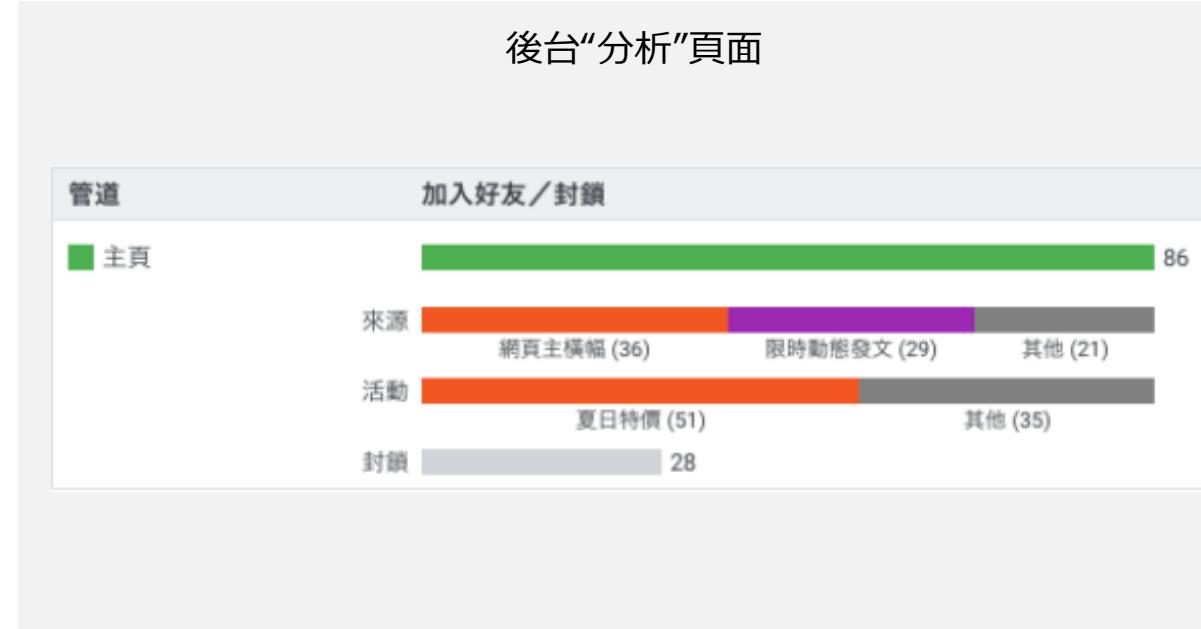
16. 加好友宣傳

您可在網站、社群、或實體店面等通路，放置用於加入好友的行動條碼、URL、以及加入好友按鈕。可依據您的需求設定不同的加入好友管道，並在“分析”頁面查看不同加入好友管道的佔比。

管理後台設定

The screenshot shows the 'Management Backend Settings' section under the 'Add Friend' tab. It includes sections for '增加好友人數' (Increase friend count) and '店頭宣傳' (In-store promotion). The '增加好友人數' section displays five options: '建立網址' (Create URL), '建立QR行動條碼' (Create QR code), '建立優惠券行動條碼' (Create coupon QR code), '建立按鈕' (Create button), and '設定加入好友管道' (Configure add friend channel). The '店頭宣傳' section shows two examples: '好友專集中' (Friend Center) and '建立集點卡' (Create Loyalty Card). A central modal window titled '設定加入好友管道' (Configure add friend channel) provides detailed information about setting up channels for adding friends. It lists four categories: '普通' (Normal), '來源' (Source), '活動' (Activity), and '封鎖' (Block). The '普通' category shows a breakdown of 86% from the website main banner, 29% from temporary dynamic posts, and 21% from other sources. The '活動' category shows 51% from summer discounts and 35% from other activities.

後台“分析”頁面



亦可利用優惠券、集點卡的QR Code功能，吸引顧客加入好友取得優惠券或集點卡。



什麼是優惠券行動條碼？

掃描行動條碼後，即會顯示店家的優惠券。且當用戶將官方帳號加為好友後，即可立即使用優惠券。

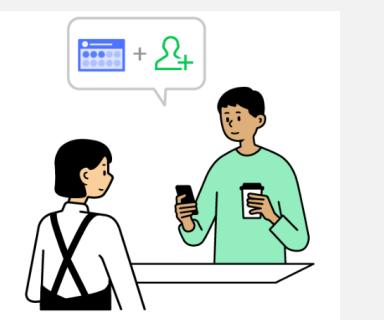
大多數的用戶會以取得優惠券為目的加入官方帳號好友，故比起顯示於帳號基本檔案頁面的加入好友行動條碼，此行動條碼更能有效增加好友數。

*優惠券逾期後，用戶便無法將官方帳號加為好友，因此建議設定較長的有效期間。

集點卡有助於增加好友！

顧客必須先將您的帳號加入好友才能使用集點卡，因此您可以藉此有效率地增加好友。

快來使用集點卡，增加帳號好友並提升回客率吧！

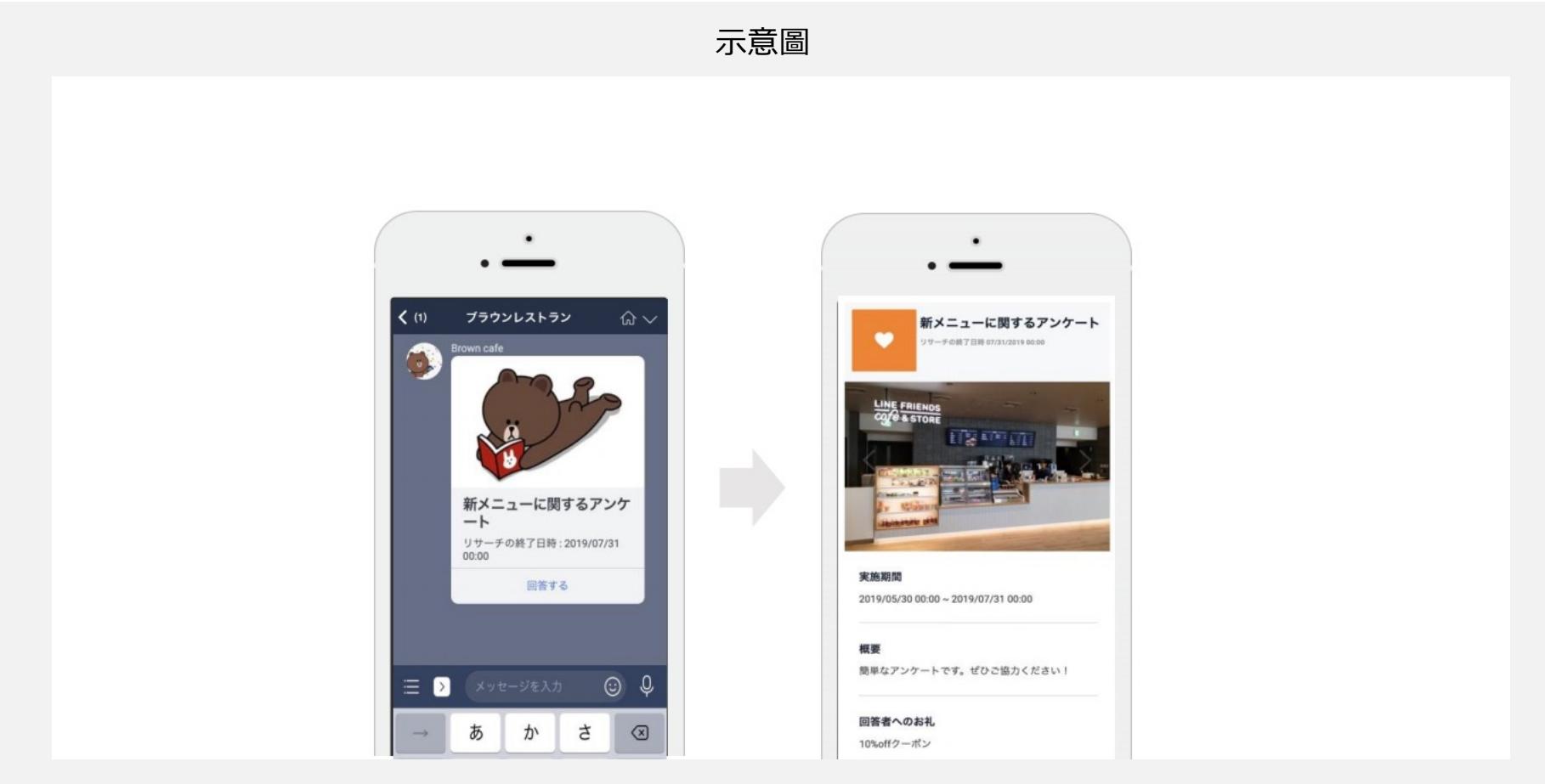


17. 問卷調查

您可以建立問卷調查蒐集用戶的偏好和意見。

商家可以藉此獲得使用者對商品和服務的回饋數據。

示意圖



[補充] 帳號滿意度調查

可使用此功能，調查用戶對您官方帳號的滿意度。

向好友發送調查類型的訊息，獲得對於您官方帳號的反饋。定期調查用戶滿意度，可助您衡量過往的廣宣成效，並作為日後規劃及改進的參考。

The screenshot displays the 'Account Satisfaction Survey' feature within the LINE Business Solutions platform. On the left, a sidebar lists various message types and survey options. The main area shows a summary of the survey, including the last execution date (2019/11/20 11:29) and a table for the current survey period (2019/11/20 11:29 ~ 2019/11/20 11:38), which is still ongoing. To the right, a preview window shows a sample survey message sent to a user named 'TW Premium Demo'. The message includes a rating scale from 0 to 10 and a note about consent for result sharing.

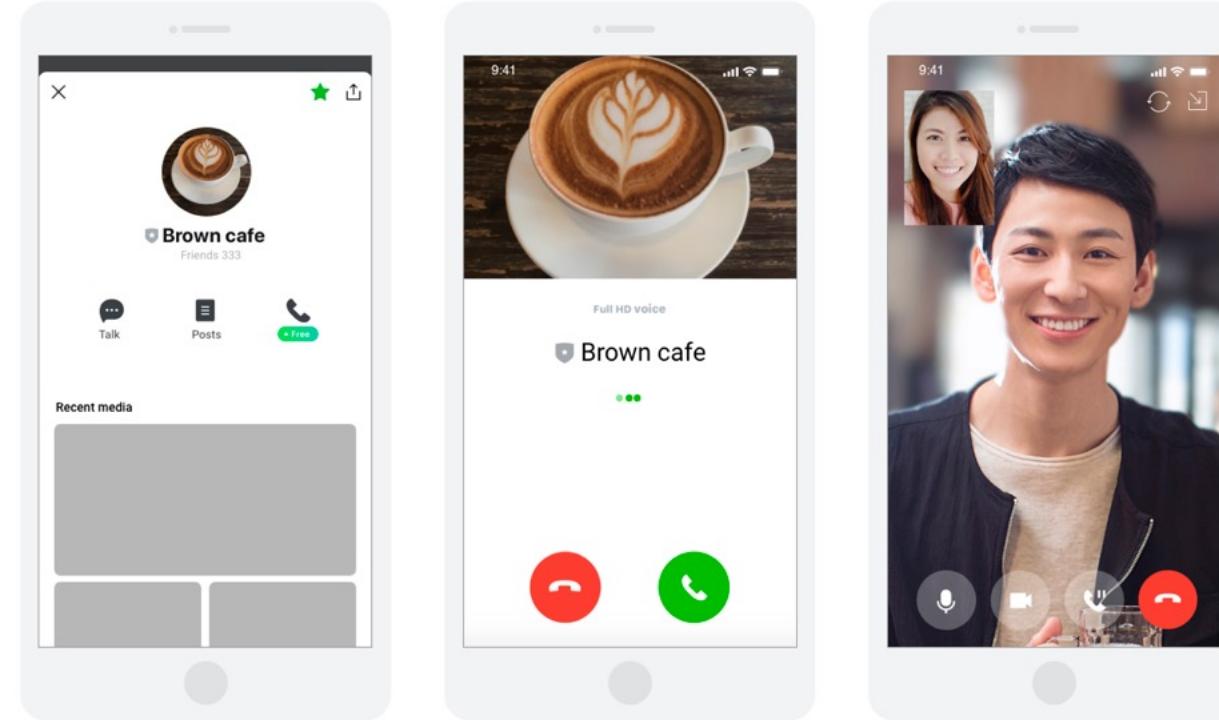
調查期間	NPS®	調查結果
2019/11/20 11:29 ~ 2019/11/20 11:38	-	進行中

※此訊息不列入傳送則數計算。

※傳送後，待調查結束90天後才可再次執行帳號滿意度調查。

18. LINE Call

「LINE Call」是為了擁有LINE App的用戶能撥打電話給LINE官方帳號的服務。可藉由使用「LINE Call」功能，以電話傳達緊急事項，或是透過電話補充在聊天室沒有傳達清楚的內容，能更加順利進行與用戶之間的溝通。



※ 「回應模式」設定中，啟用「聊天」時方可使用LINE CALL。

19. 追蹤 (LINE Tag)

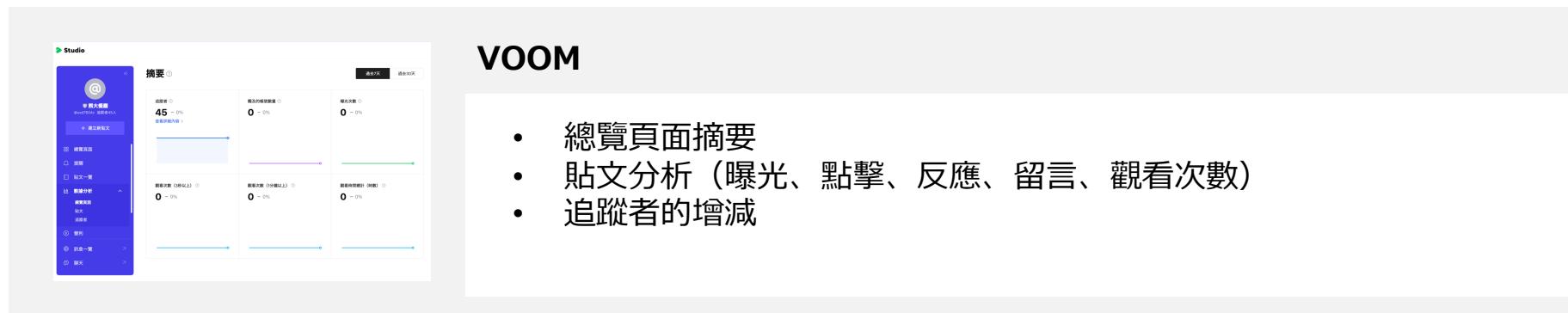
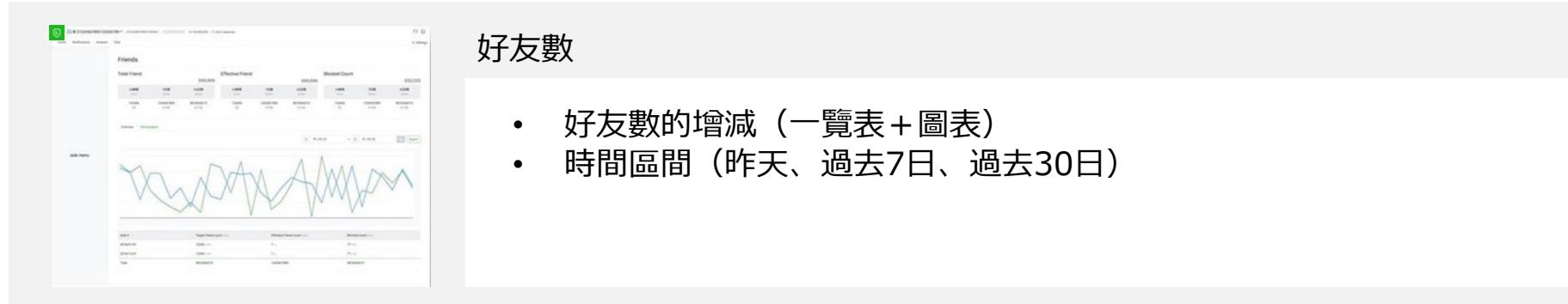
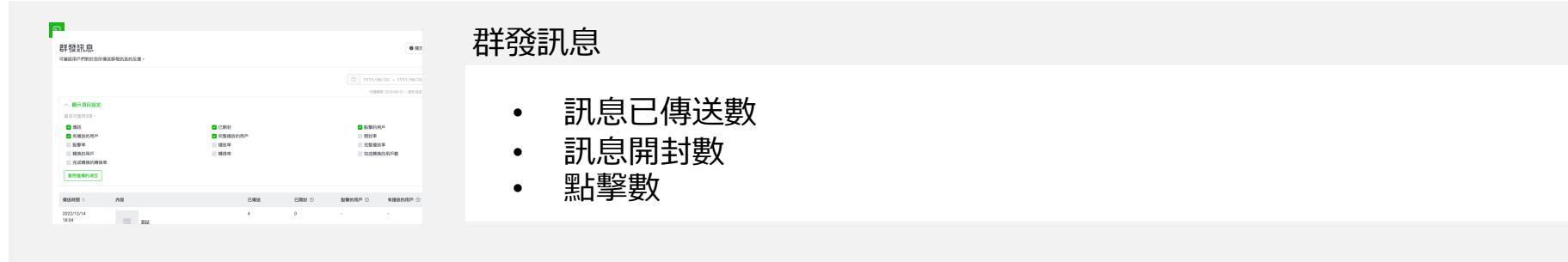
LINE Tag是一種追蹤碼，用於測量官方帳號好友在網站上進行的行為（【購買】、【會員註冊】等）。透過使用LINE Tag，可以在管理畫面上檢查和分析從官方帳號傳送的訊息結果（轉換），並優化訊息。

將轉換數據可視化以提高轉換率



20-1. 分析

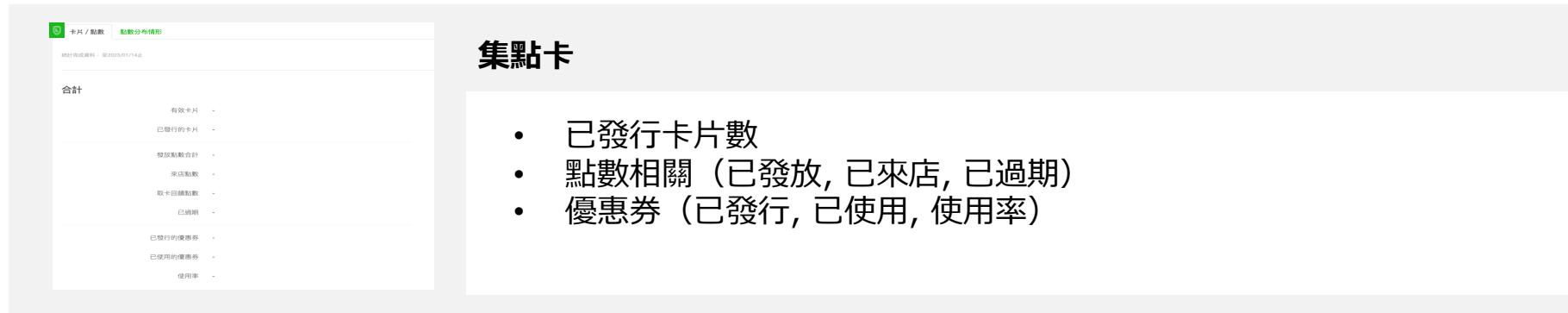
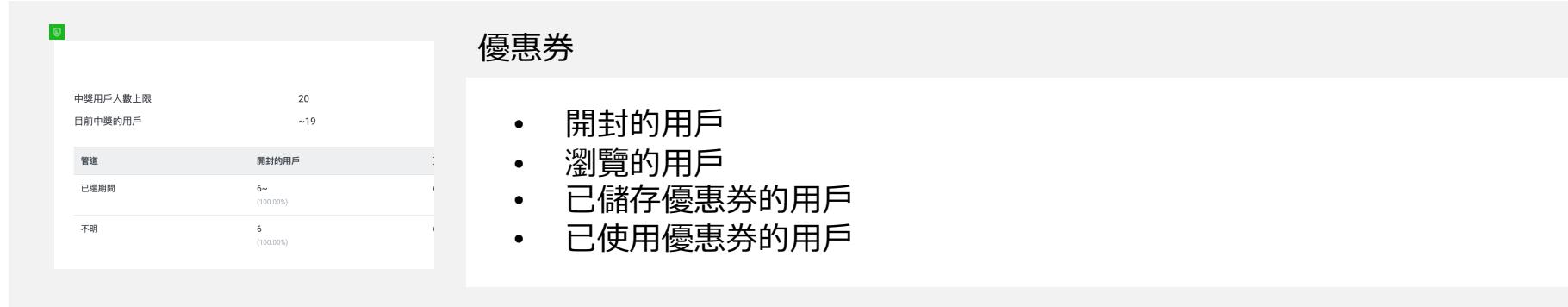
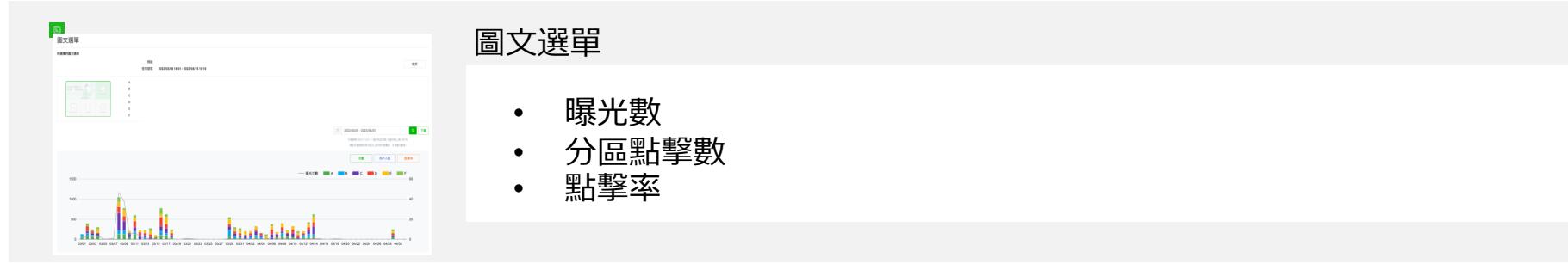
以圖表形式呈現群發訊息、好友數、VOOM等統計資料。



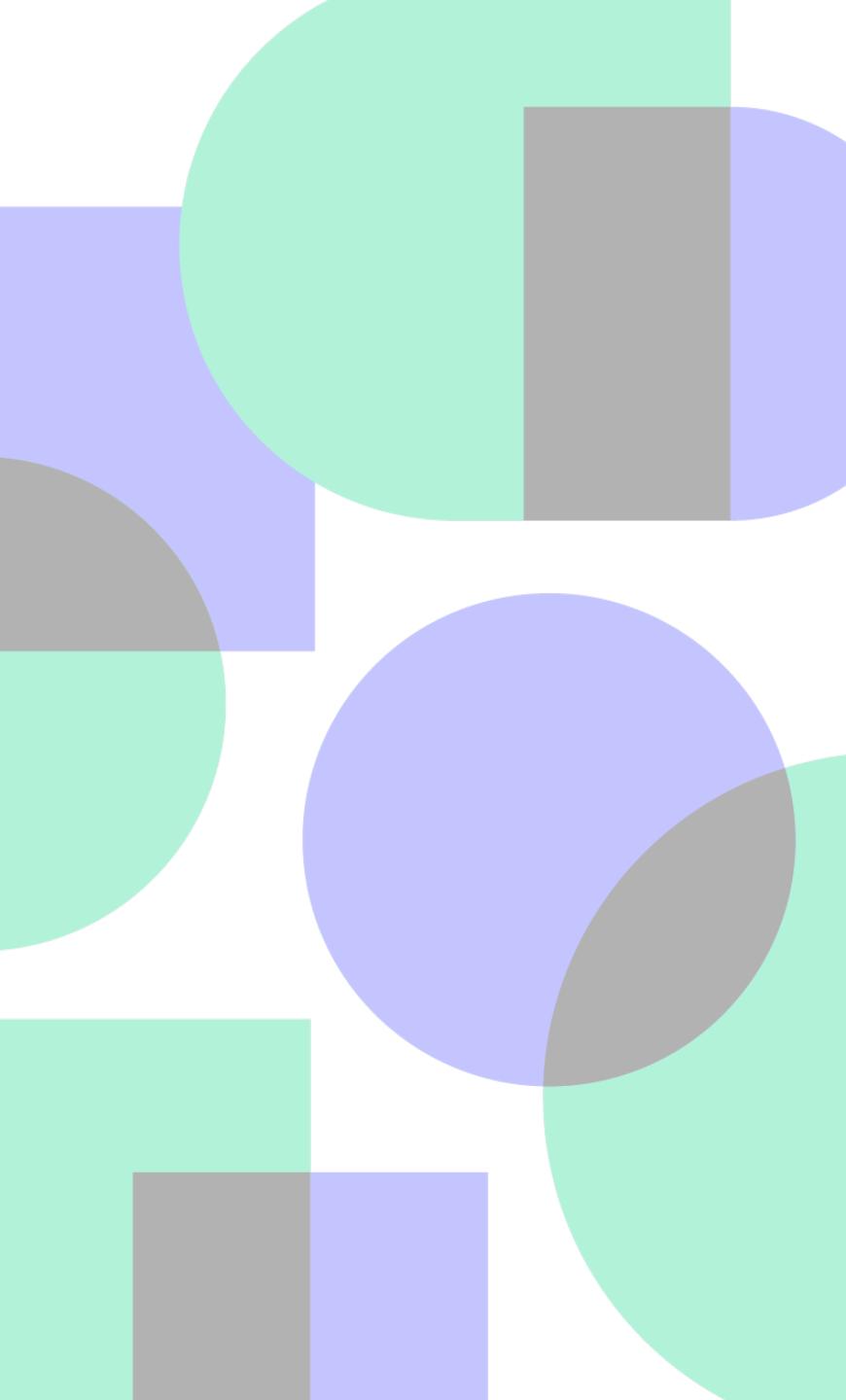
※示意圖僅供參考，實際畫面以上線版本為準

20-2. 分析

以圖表形式呈現圖文選單、優惠券、集點卡等統計資料。



※示意圖僅供參考，實際畫面以上線版本為準



04 費用說明

官方帳號費用說明

以一對一溝通為主

針對持續新增的好友，精準推播分眾訊息

輕用量

固定月費

0元

- 免費訊息則數 200 則
- 不可加購訊息

中用量

固定月費

800元

- 免費訊息則數 3,000 則
- 不可加購訊息

* 台幣未稅

高用量

固定月費

1,200元

- 免費訊息則數 6,000 則
- 加購訊息費用：**0.2 元/則起降**
(請參閱加購訊息價目表)

* 台幣未稅

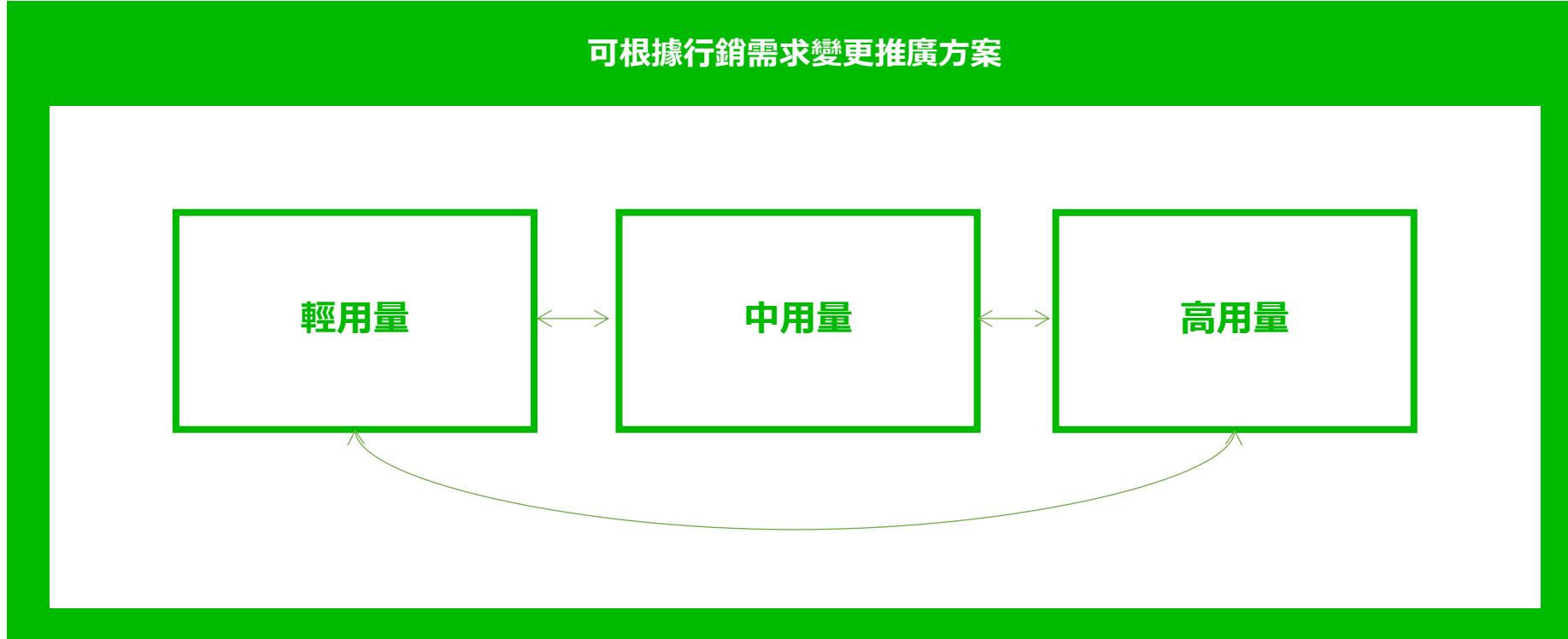
所有方案仍可繼續享有LINE官方帳號的後台基礎功能

※注意事項

- 訊息適用於群發訊息，分眾訊息，漸進式訊息，API訊息（部份審核功能的API訊息費用不在此內）
- 群發或分眾訊息，皆根據發送訊息的目標好友數計算訊息費用
- 系統計算的時區為日本時區(GMT+9:00)，台灣時間23:00起傳送的訊息會被計算到隔日
- 月費僅包括官方帳號使用費，不包括素材製作費或API開發費用
- VOOM投稿免費

推廣方案

您可根據行銷活動需求，選擇適合的推廣方案。可以選擇升級，亦可選擇降級，靈活彈性運用行銷預算。



※詳細規則

當月反映：輕用量 → 中用量 or 高用量

中用量 → 高用量

隔月反映：中用量 → 輕用量

高用量 → 中用量 or 輕用量

※輕用量升級中用量或高用量，升級當月即收取全額月費，並提供中用量方案全部的免費訊息則數。

高用量方案加購訊息價目表

加購訊息數量	訊息單價
6,001 ~ 25,000	0.2
25,001 ~ 35,000	0.165
35,001 ~ 45,000	0.154
45,001 ~ 65,000	0.143
65,001 ~ 105,000	0.132
105,001 ~ 185,000	0.121
185,001 ~ 345,000	0.1045
345,001 ~ 665,000	0.1034
665,001 ~ 825,000	0.099
825,001 ~ 1,305,000	0.0946
1,305,001 ~ 2,585,000	0.0858
2,585,001 ~ 3,525,000	0.077
3,525,001 ~ 5,145,000	0.066
5,145,001 ~ 8,025,000	0.055
8,025,001 ~ 10,265,000	0.0385
10,265,001 ~ 20,505,000	0.0187
20,505,001~	0.011

新版高用量階梯式累進計價

例) 總發送100,000則訊息

1.高用量方案月費1,200元，贈送6,000則訊息

2.加購訊息費用：

$\{(25,000-6,000)\text{則} \times 0.2 + (35,000-25,000)\text{則} \times 0.165 + (45,000-35,000)\text{則} \times 0.154 + (65,000-45,000)\text{則} \times 0.143 + (100,000-65,000) \times 0.132\} = 14,470\text{元}$

3.月費+加購訊息費用，總計15,670元

※訊息費僅包括官方帳號使用費，不包括素材製作費或API開發費用。

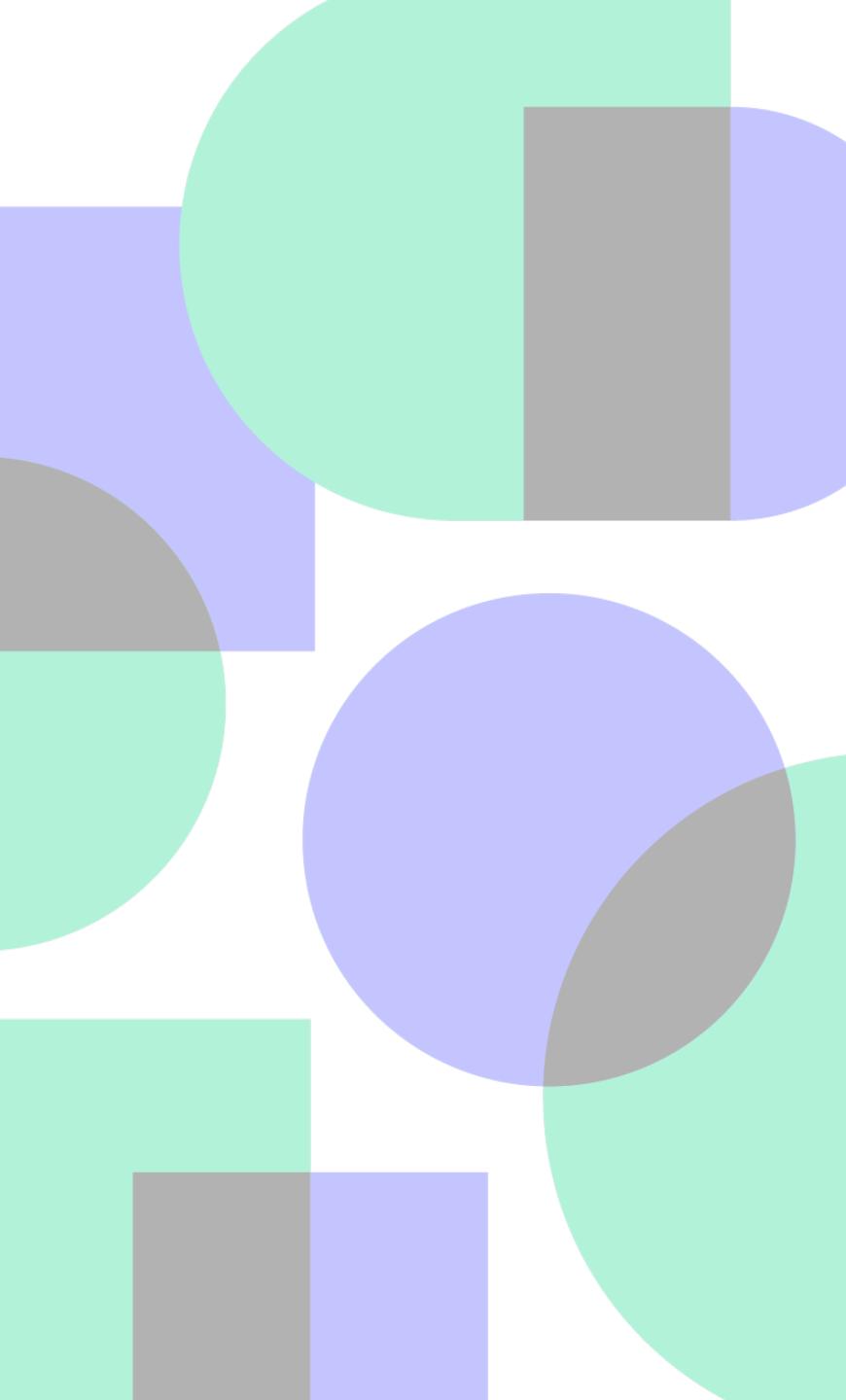
※以上均為未稅價格。

專屬ID

官方帳號創建時，系統將隨機指定一組，由英文字母和數字亂數組成的一般ID。

若您想指定某個英文數字組合，做為官方帳號ID，您可加購「專屬ID」讓使用者更容易記憶，輕鬆加入您的官方帳號。

專屬 ID		
概要	一般 ID	專屬 ID
年費	0元	720台幣（未稅）
格式	@ + 3位數英文字母 + 4位數阿拉伯數字 + 1位數英文字母（隨機） 例：@abc3049d	@ + 用戶指定的文字內容（@除外，最少4個、最多18個字。系統僅能使用半形英數及「.」「_」「-」的記號）例：@line_cafe
內容	建立LINE官方帳號時自動產生	支付專屬ID的費用後即可取得
備註	將由系統隨機分配不連續的英文及數字組合	無法使用其他帳號使用中的ID

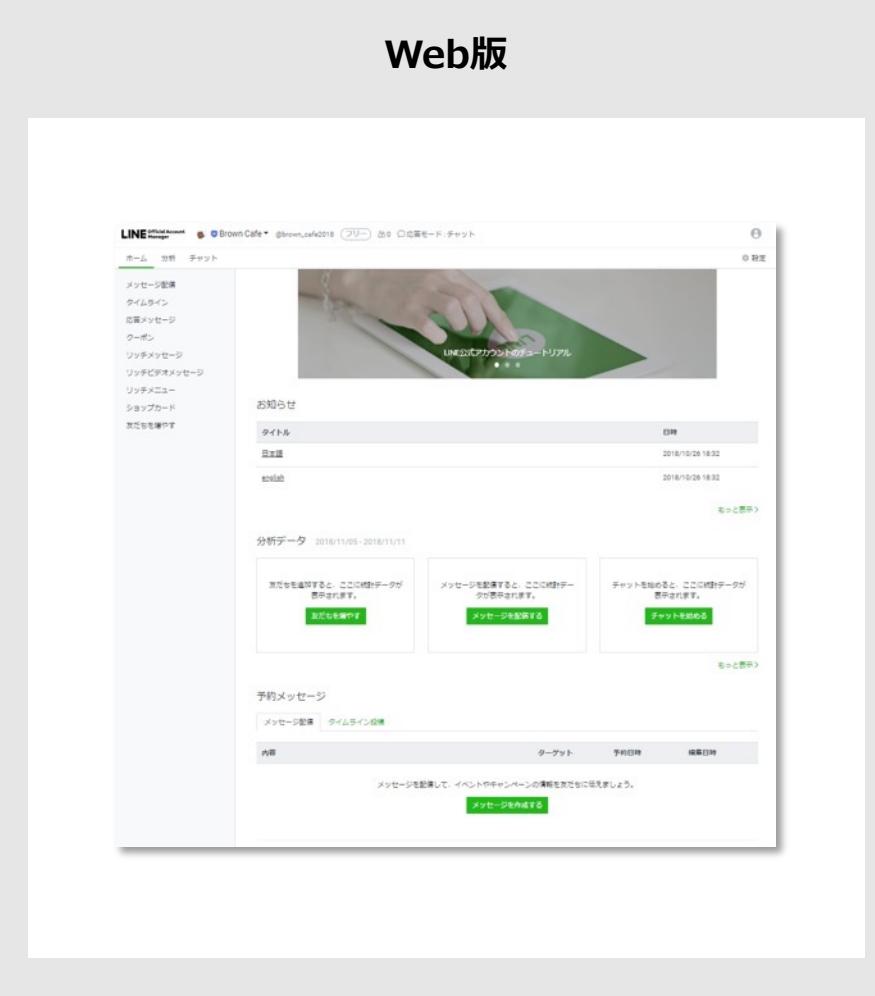
A decorative graphic in the top-left corner consists of several overlapping geometric shapes in light green, light purple, grey, and white.

05 管理後台

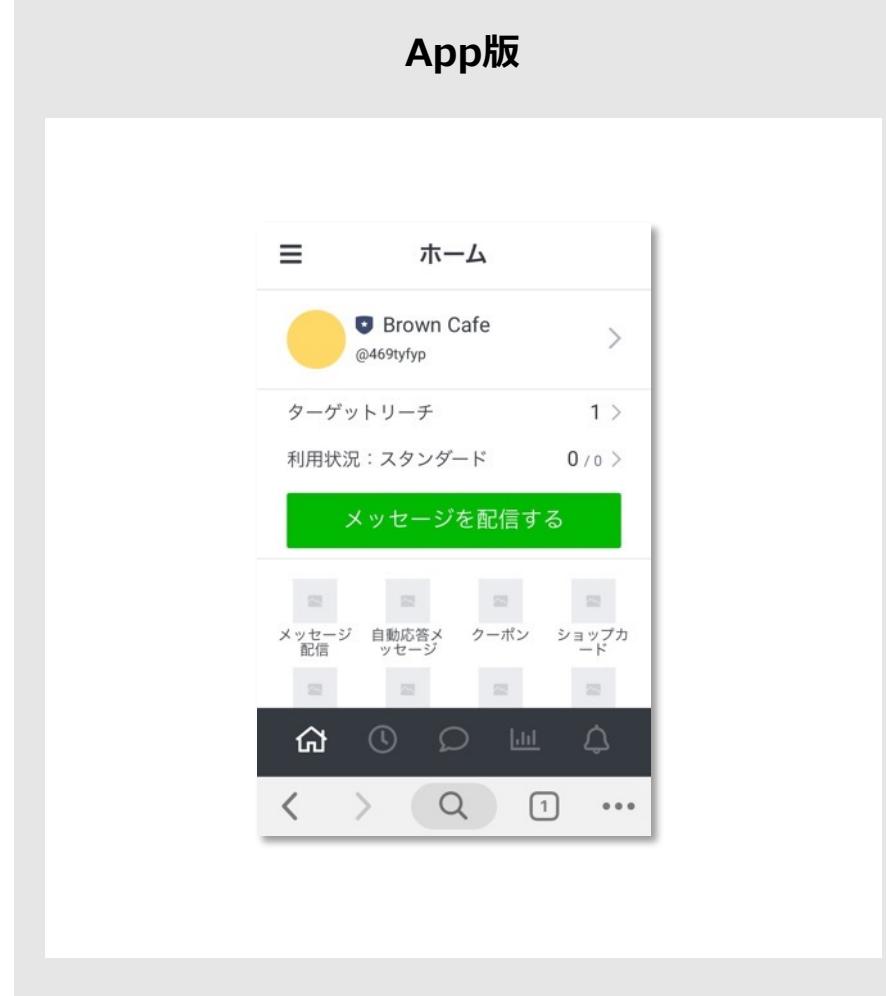
官方帳號管理後台 (LINE Official Account Manager, 又稱CMS)

根據不同的使用場景，您可選擇使用web版或app版的管理後台。

Web版



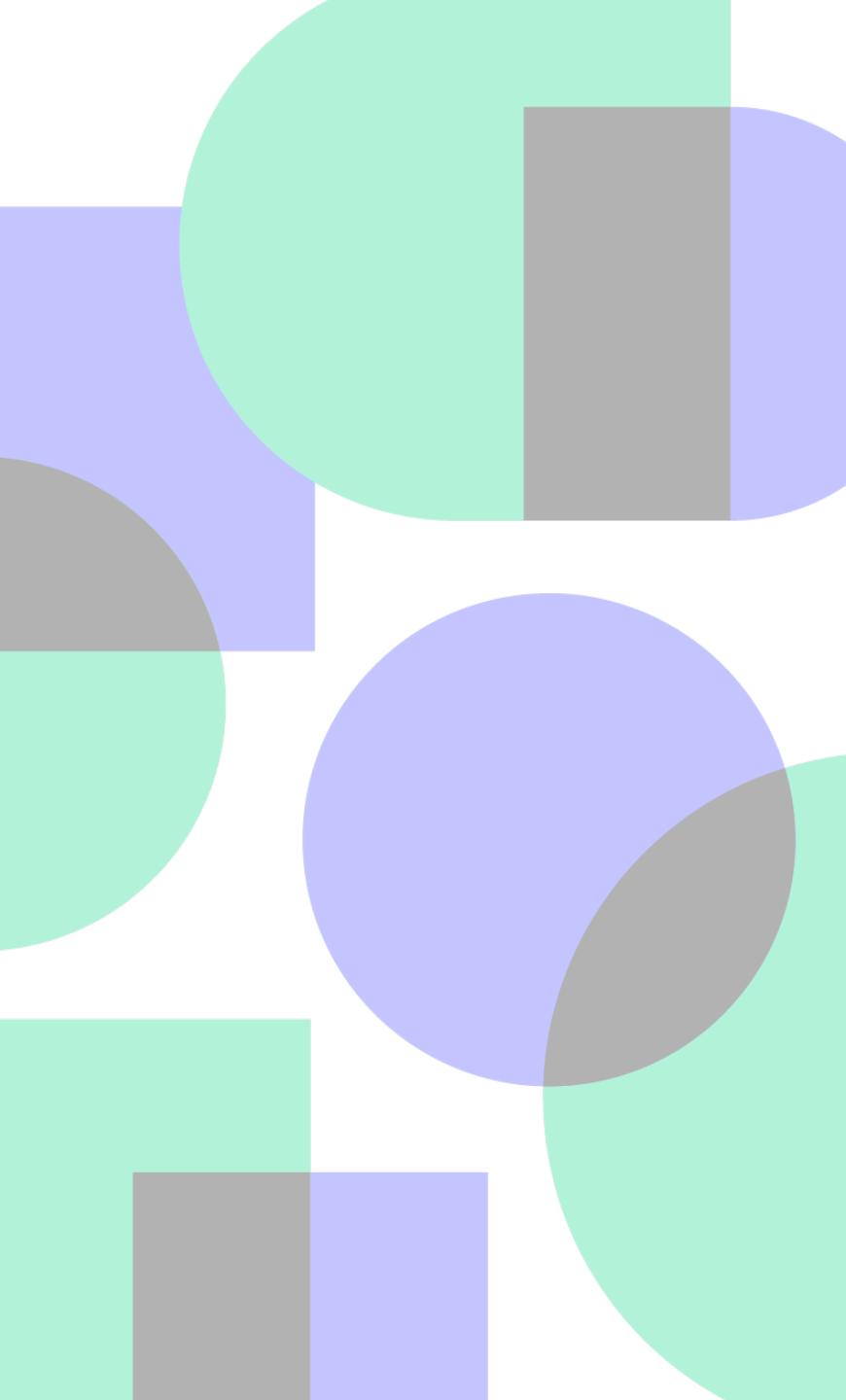
App版



※示意圖僅供參考。實際畫面請以上線版本為準。

LINE Official Account Manager 功能比較表

	電腦版	手機App版
群發訊息	●	●
張貼至VOOM	●	●
聊天	●	●
優惠券	●	●
集點卡	●	●
基本檔案	●	●
分析	●	●
圖文訊息	●	×
圖文選單	●	●
進階影片訊息	●	×
問卷調查	●	×
多頁訊息	●	×
LINE Tag	●	×
群組	●	×

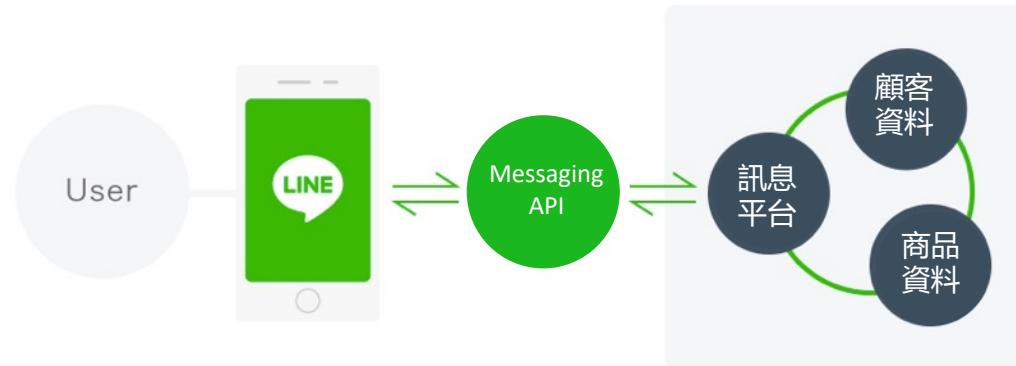


06 其他服務選項

Messaging API之使用

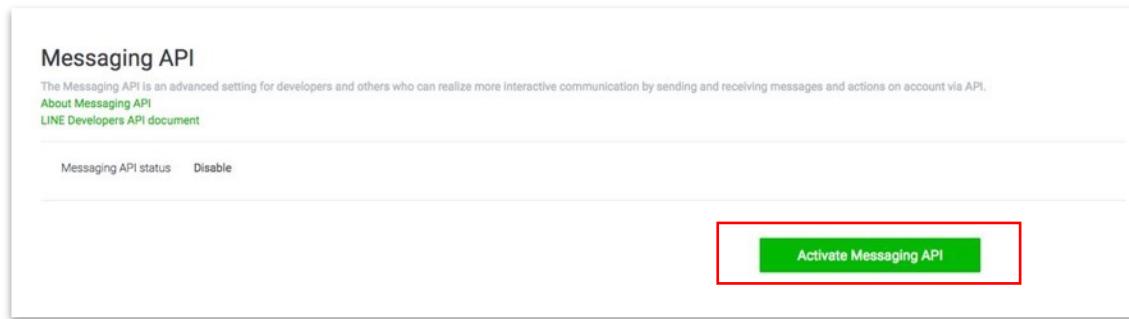
Messaging API是什麼

Messaging API是LINE 官方帳號與企業和商家系統串接的橋樑，透過API可選擇串接任何自行開發或技術夥伴開發的服務。與既有顧客或商品資料整合後，在訊息平台針對用戶需求提供客製化訊息或專屬優惠、讓溝通更輕鬆、更個人化。



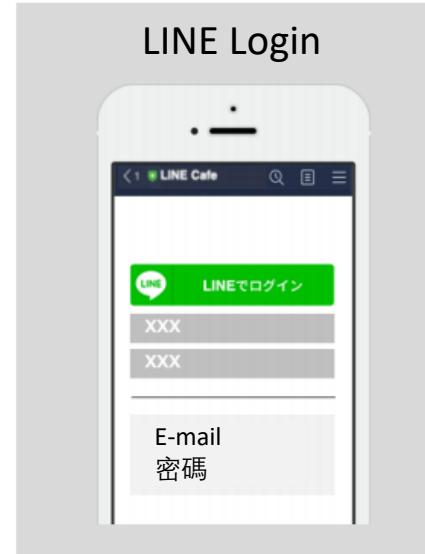
CMS管理後台可一鍵開啟Messaging API

關於Messaging API的詳細資訊，請參照LINE Developers網站：<https://developers.line.biz/en/>



LINE Login之使用

透過使用LINE Login作為登入機制，
可達到（1）提高會員資料綁定率，（2）增加官方帳號中的好友數量，以及（3）提高新會員註冊率。



1. 提高會員資料綁定率

2. 增加官方帳號好友數

3. 提高新會員註冊率

【LINE Login詳細資訊】

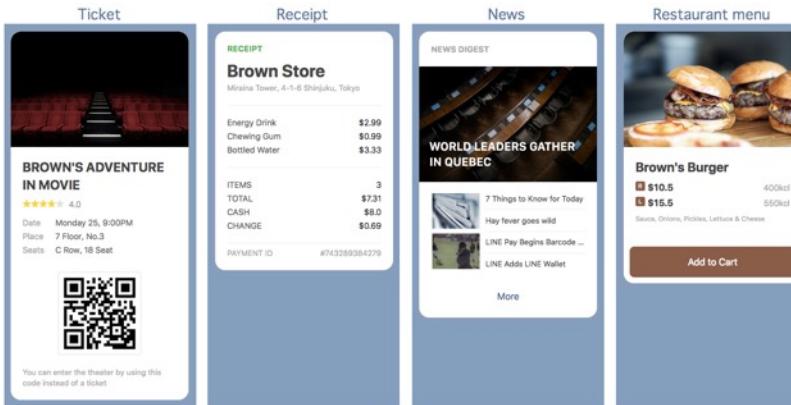
<https://developers.line.biz/ja/docs/line-login/overview/>

透過API，與用戶的溝通更靈活 ①

使用 LINE Developers 網站公開的各種API，可以更靈活的與用戶溝通。

訊息排版更自由、更豐富

Flex Message是可以組合多種要素，並自由排版的訊息。透過Flex Message，可以彈性變更文字大小與顏色，或在訊息與標題間插入任意圖像。



【詳細資訊】

<https://developers.line.me/en/docs/messaging-api/using-flex-messages/>

一站式體驗、互動流程更簡單

LINE Front-end Framework (LIFF) 是LINE內運作的Web APP平台。當用戶在LINE內啟動已註冊的 LIFF Web APP (LIFF APP)，可以在不跳出LINE APP的情況下開啟網頁資訊，將填寫的資料一鍵回傳到聊天對話框。



【詳細資訊】

<https://developers.line.me/en/docs/liff/overview/>

透過API，與用戶的溝通更靈活 ②

使用 LINE Developers 網站公開的各種API，可以更靈活的與用戶溝通。

用戶回覆更快速、更直覺

Quick Reply: 當經營希望透過問答收集用戶喜好，可以用選項的方式以quick reply按鈕呈現在聊天畫面下方。用戶只要點一下按鈕，就可以快速提供回答。

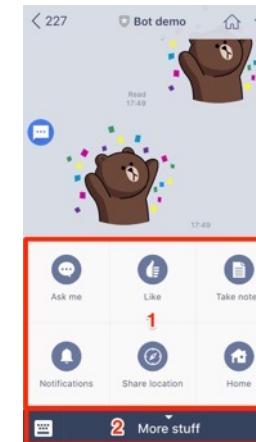


【詳細資訊】

<https://developers.line.biz/en/docs/messaging-api/using-quick-reply/>

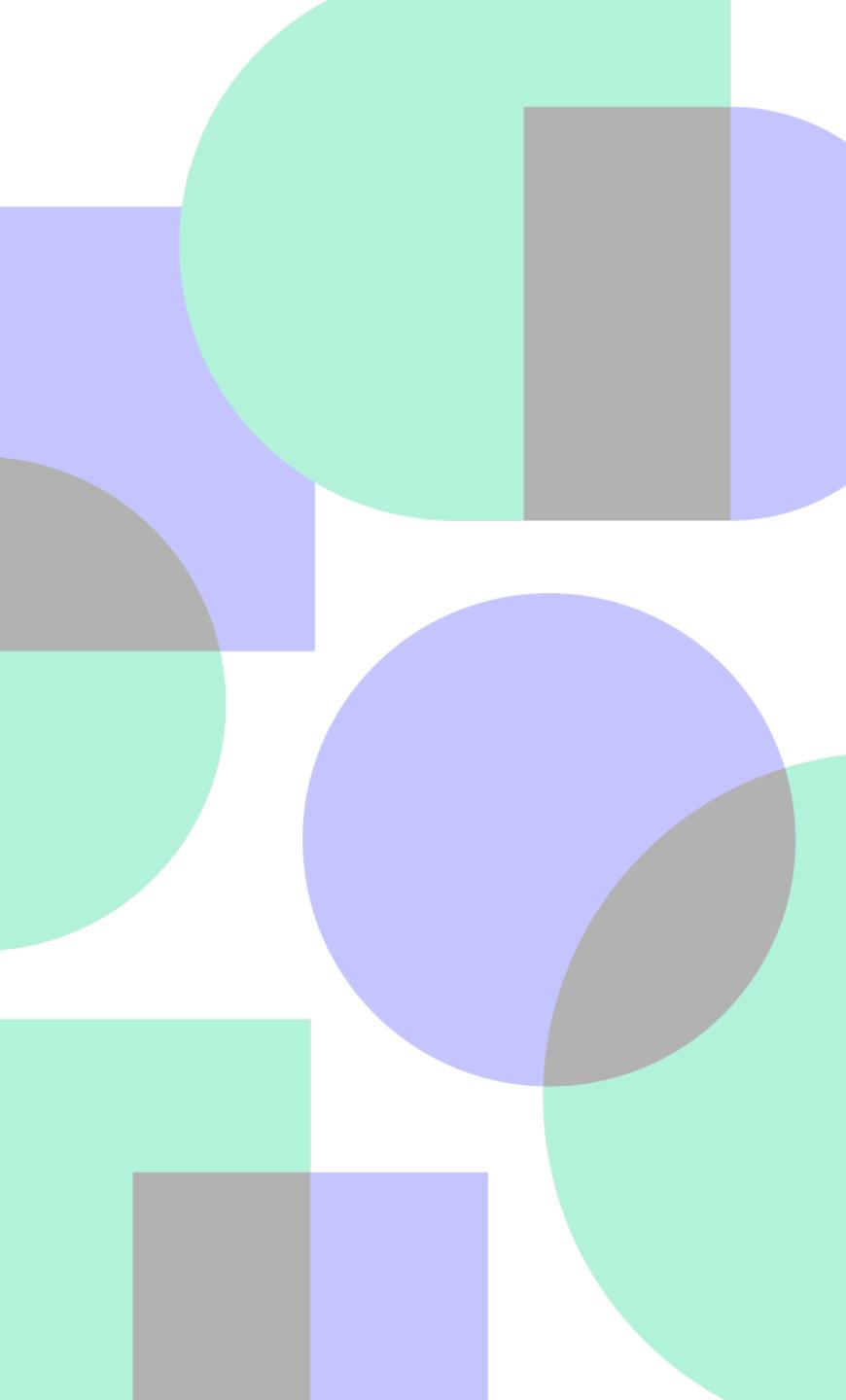
客製化的圖文選單

Rich Menu: 圖文選單會顯示在聊天畫面下方，提供各種快捷鍵讓用戶簡單作對談與互動。經營者也能針對不同的用戶，呈現客製化的選項。



【詳細資訊】

<https://developers.line.me/en/docs/messaging-api/using-rich-menus/>



Thank You

本Sales Kit資訊僅供參考，不具效力，雙方如欲締約，應以實際簽署之合約內容為準。