

LINE整合跨渠道數據 打造品牌多元資料庫

LINE TAIWAN Corporate Business

數位行銷巨變正逐步發生



跨網站第三方Cookies逐步淘汰



iOS ATT 架構增加反廣告追蹤功能

造成的影響是什麼



✘ 第三方Cookies 無法使用

無法追蹤使用者跨網站的行為



! 部分 iOS 用戶的名單量

部分用戶不同意跨應用程式追蹤

建議品牌主的因應對策

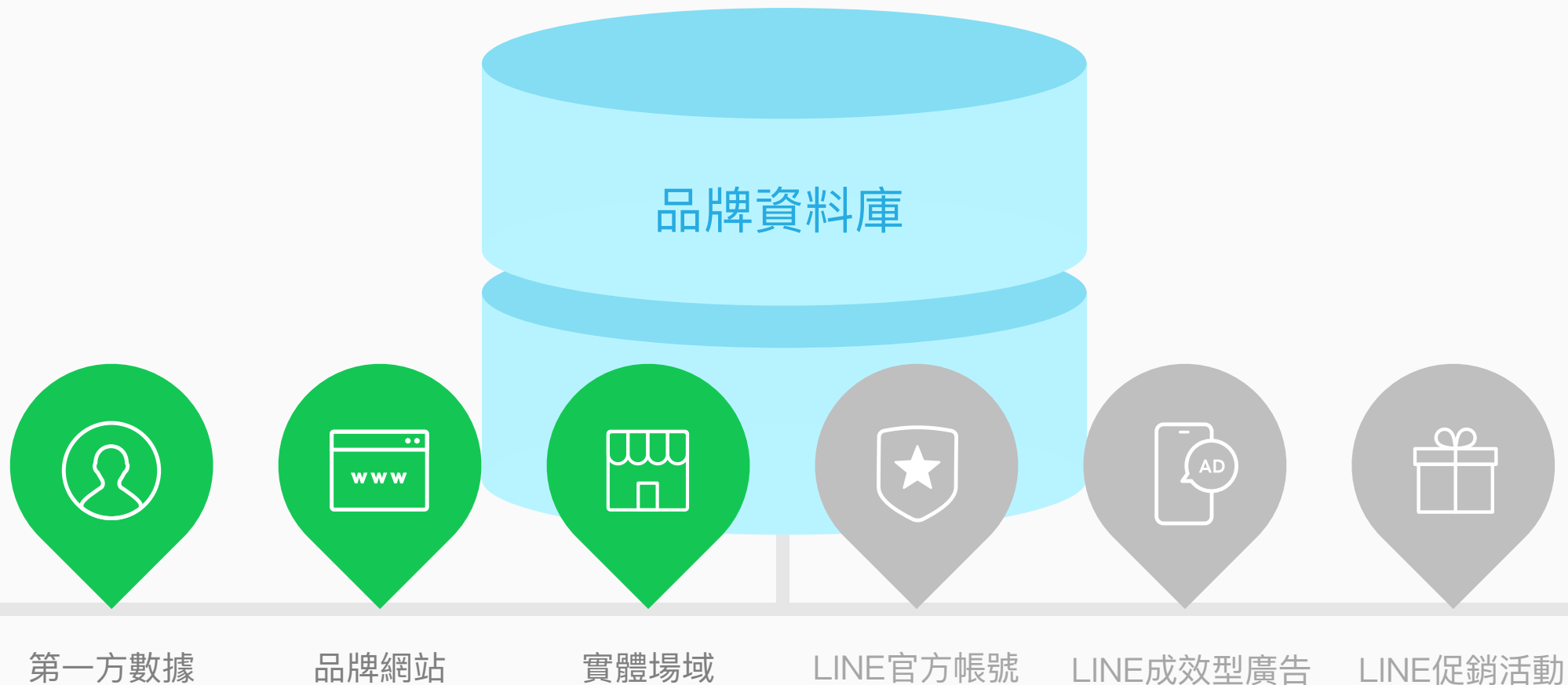
對策 1

強化
第一方數據
蒐集管理

對策 2

累積及應用
品牌自有
資料庫

LINE可作為擴充消費者數據的入口



三大平台可充實品牌資料庫

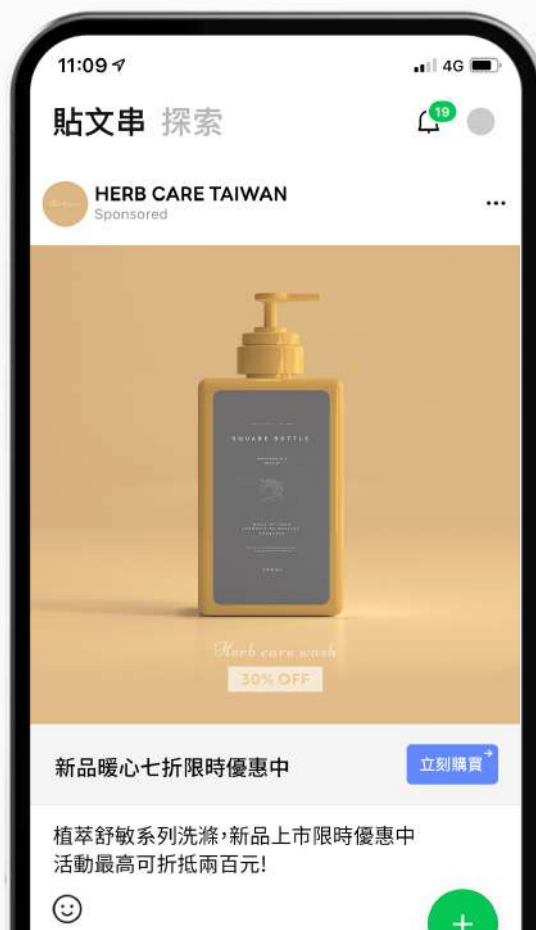
LINE官方帳號

LINE Official Account



LINE成效型廣告

LINE Ads Platform



LINE促銷活動

LINE Sales Promotion



由深到廣，對消費者多面向瞭解

3

LINE外的行為數據

2

LINE內的數據

1

CRM數據

由深到廣，對消費者多面向瞭解

3

LINE外的行為數據

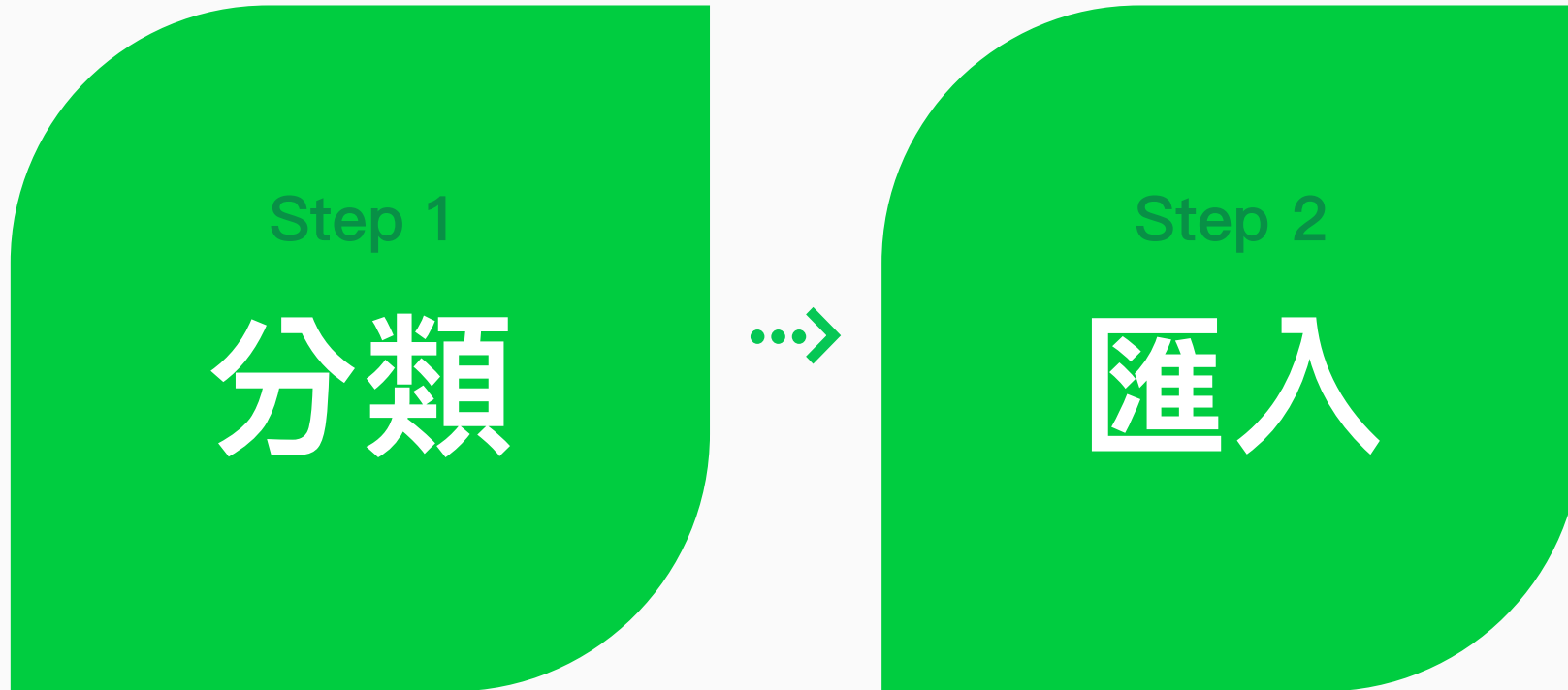
2

LINE內的數據

1

CRM數據

1. CRM數據



Step 1. 分類

檢視自有顧客資料
進行分群貼上標籤

• VIP 常購客

• 一般會員

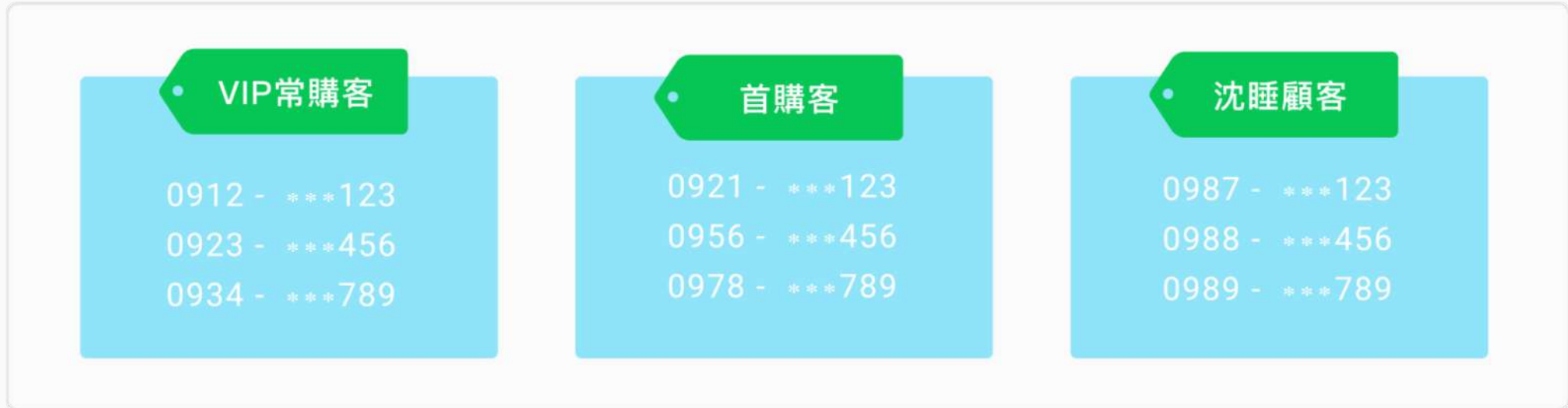
• 官網訪客

• 準顧客

• 沈睡顧客

• 首購客

Step 2. 匯入 - 運用顧客資料



上傳**手機號碼**/電子郵件
至LAP後台

運用**手機號碼**(透過API*)
與官方帳號好友比對

*本功能採申請制，有需求請洽詢相關LINE業務

Step 2. 匯入 - 運用LINE登入資料



• LINE用戶ID

• 電子信箱

• 手機號碼*



上傳 **用戶ID** (UID)
到官方帳號後台

* 需為Certified Provider才可獲取該資訊

Step 2. 匯入 - 透過站內行為追蹤



埋設 **追蹤碼** 同步至LAP & 官方帳號後台

(LINE TAG)

透過 LINE 對消費者多面向瞭解

3

LINE外的行為數據

2

LINE內的數據

1

CRM數據

2. LINE內的數據



官方帳號透過各種互動貼標籤

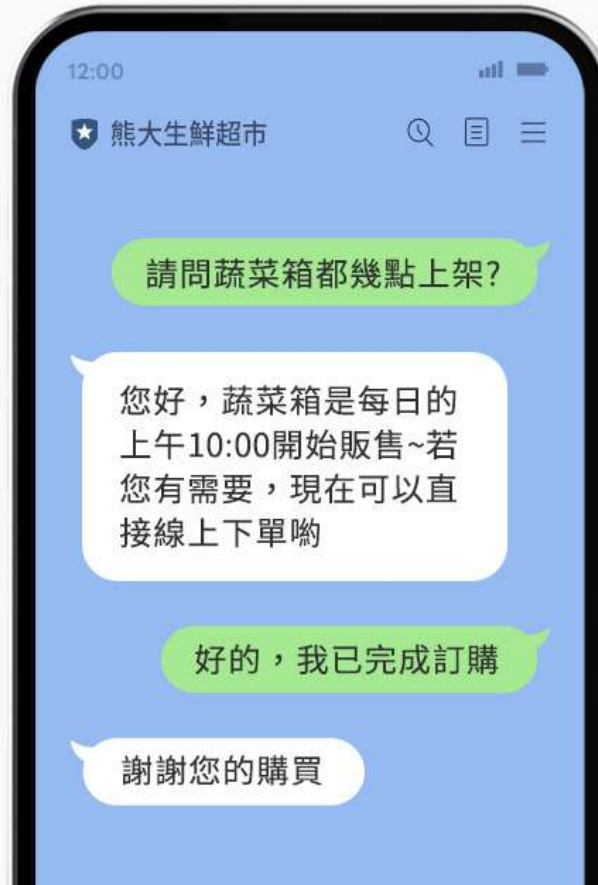
看過/點過訊息

鳳梨口味 # 啤酒



1:1 聊天受眾

蔬菜箱 # 線上訂購



加入管道受眾

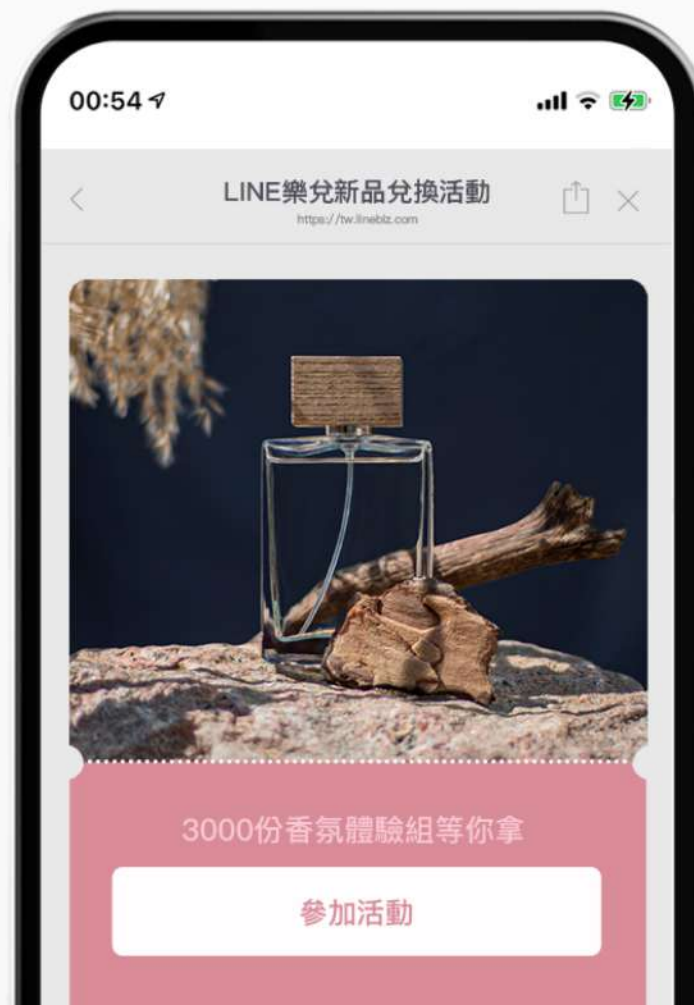
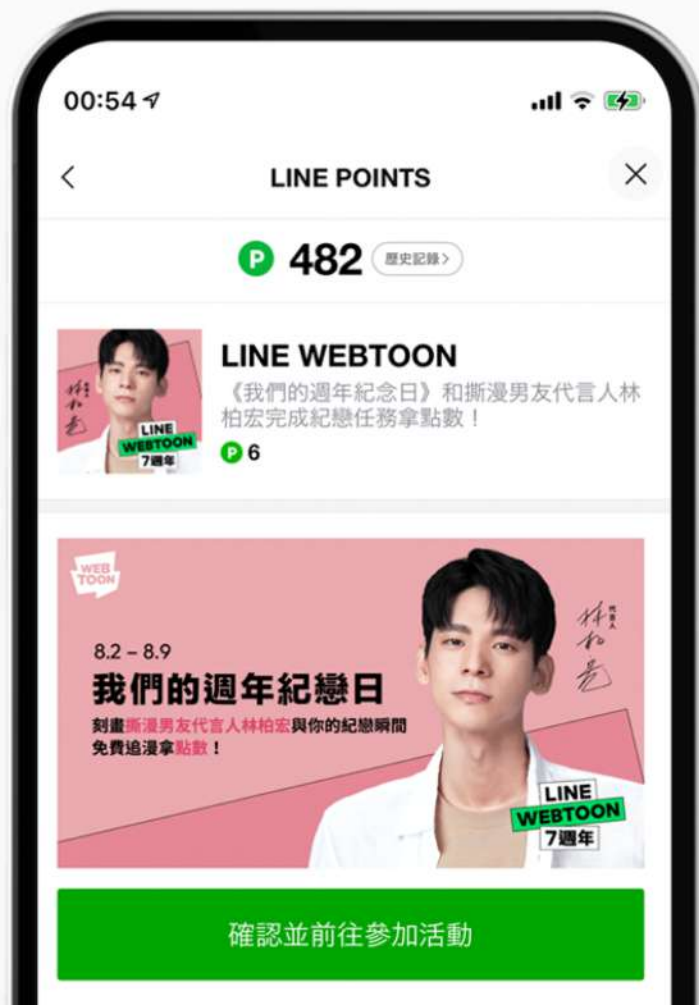
透過貼圖加好友



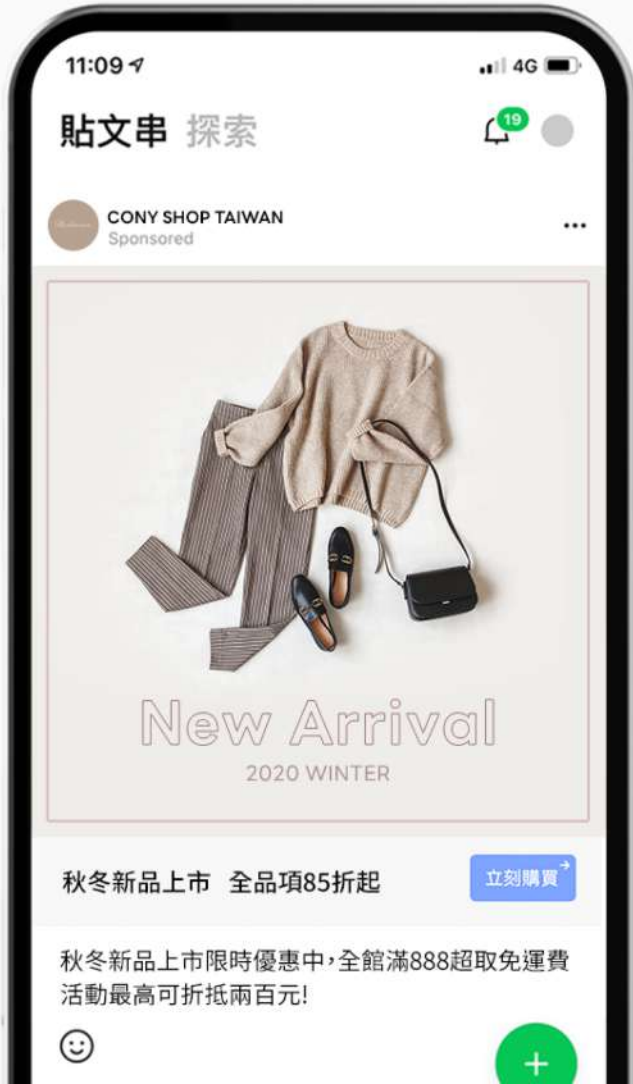
透過LSP活動圈出促銷敏感族

喜歡點數回饋 # 完成轉單

有兌換試用品 # 熱衷抽獎



用LAP鎖定條件，橫跨LINE行銷生態圈觸及潛力客



.....> 用戶行為



追蹤的帳號
潮流服飾類



網購行為
頻繁網購用戶

.....> 用戶興趣



流行時尚



喜歡購物

線上行為之外，也可累積線下行為

3

LINE外的行為數據

2

LINE內的數據

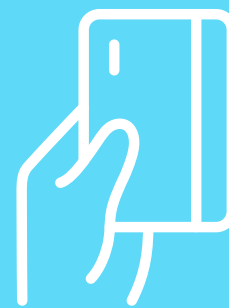
1

CRM數據

3. LINE外的行為數據



線下互動



購買行為



LINE Beacon 觸及實體場域顧客 掌握線下行為

• 來店顧客

• 造訪時間

• 造訪次數

• 造訪分店

以手機藍牙訊號連線，
方圓**50公尺**打造行銷主場



運用發票登錄 追蹤實際購買行為

抽獎方式吸引購買顧客至官方帳號
進行登錄將消費行為貼上標籤

• LINE好友

• 購買品項

• 購買金額

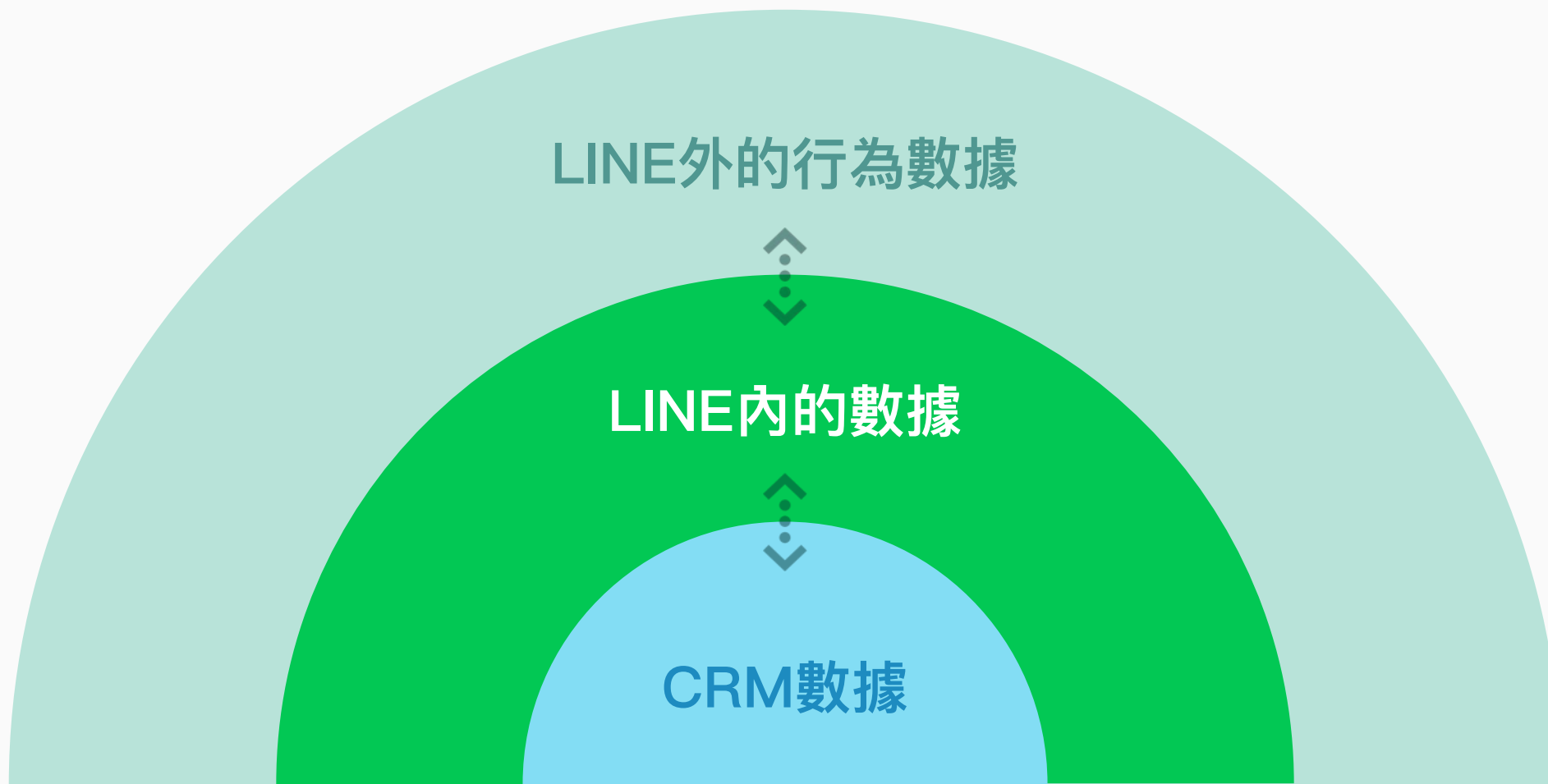
• 購買時間

數據累積到延伸運用

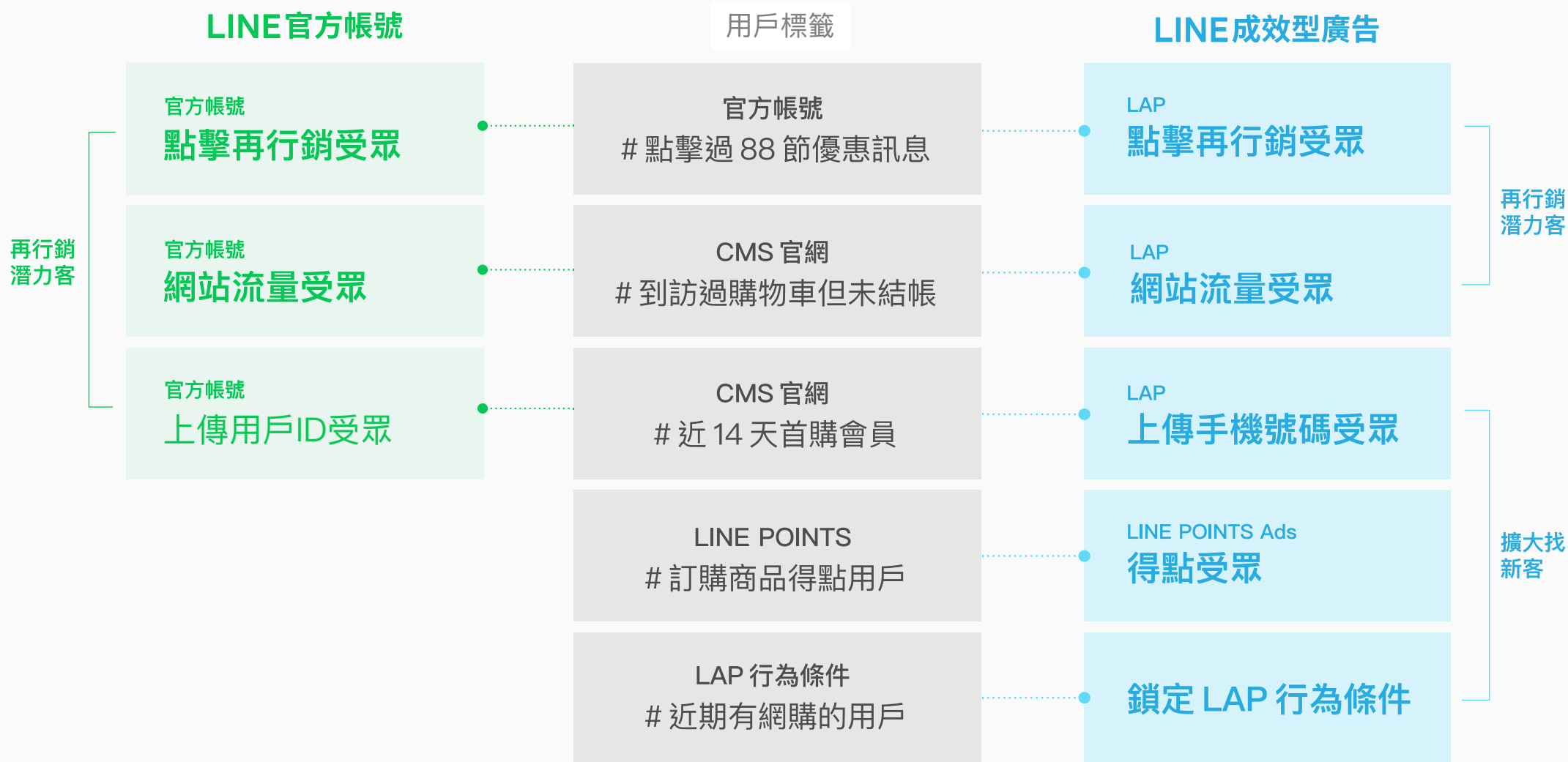


Cross Targeting

打通各渠道數據交換應用

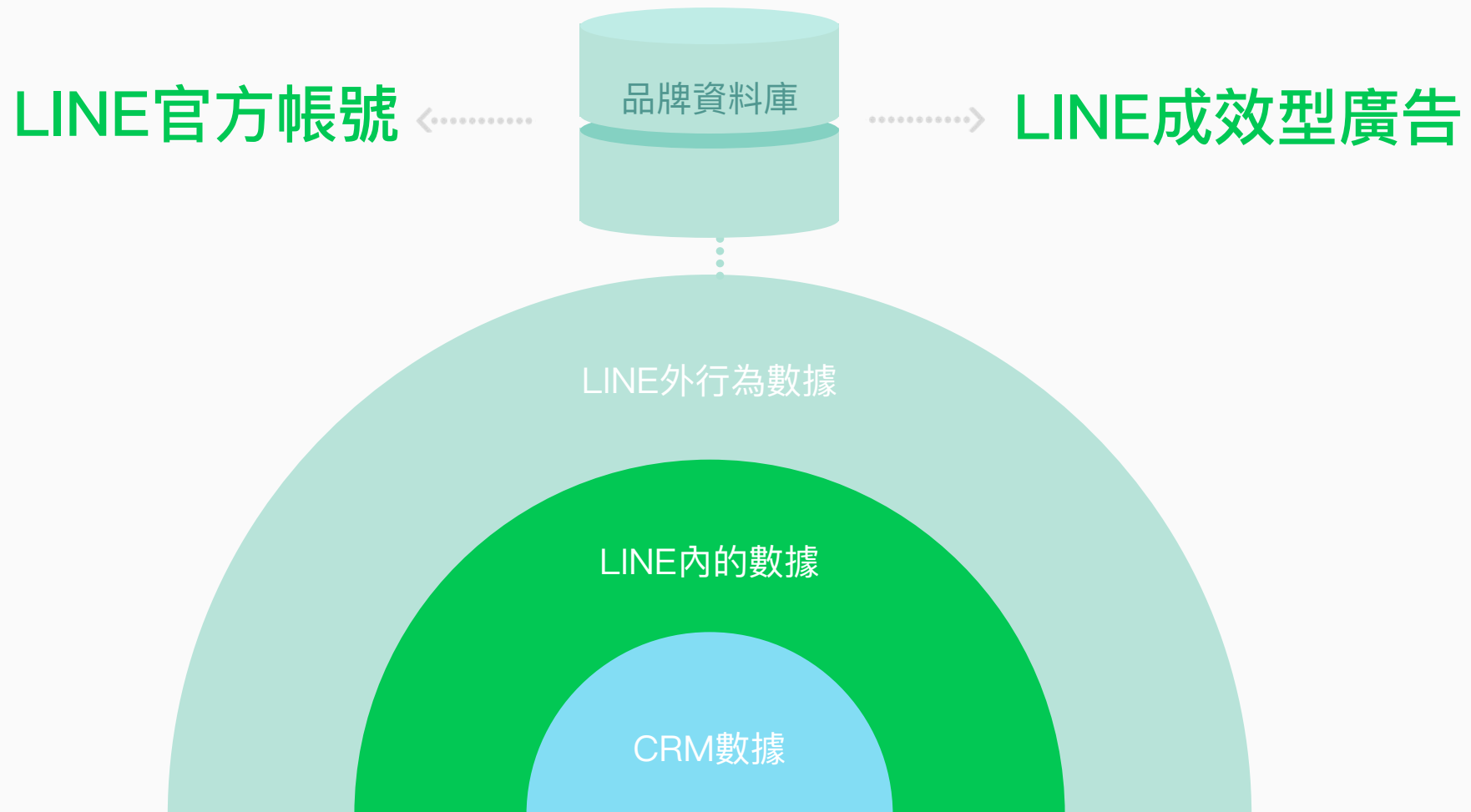


舉例：雙11購物節檔期怎麼找高潛力客



消費者數據延伸再應用

充實品牌資料庫，強化精準行銷力



THANK YOU

