

LINE Biz - Solutions

疫後動起來： 用LINE玩轉你的行銷活動

LINE TW Corporate Business Team
Kelly Hsieh

2020 JUN

LINE

疫情解禁，消費者搶出遊！



端午連假「報復性出遊」國道恐塞爆 高鐵不賣自由座...台鐵、客運備戰

ETtoday新聞雲

發布時間：2020年6月18日10:02

更新時間：2020年6月18日11:01



記者賴文萱 / 台北報導

端午連假即將到來，將是「防疫新生活」啟動後首波面臨的連假，因「報復性出遊」及期末考延後等變因，交通疏運面臨考驗。對此，交通部長林佳龍昨（17）日傍晚召開端午疏運會議，他在會中指示，以旅客角度出發，強化各運具之間的整合，例如針對高鐵無自由座所減少的運能，應事先備妥客運或台鐵等運具的運



三倍券登場，銀行加碼回饋！



疫後動起來

促動消費者趁現在

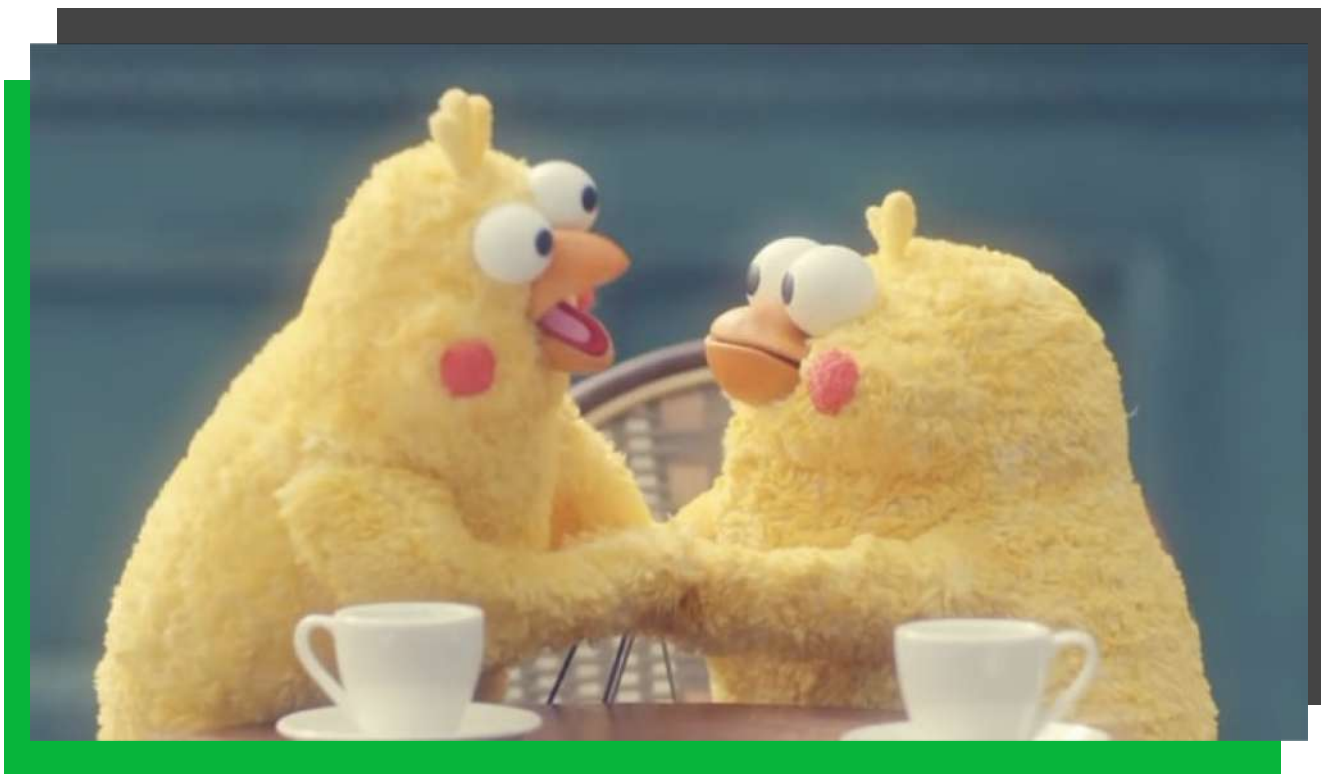


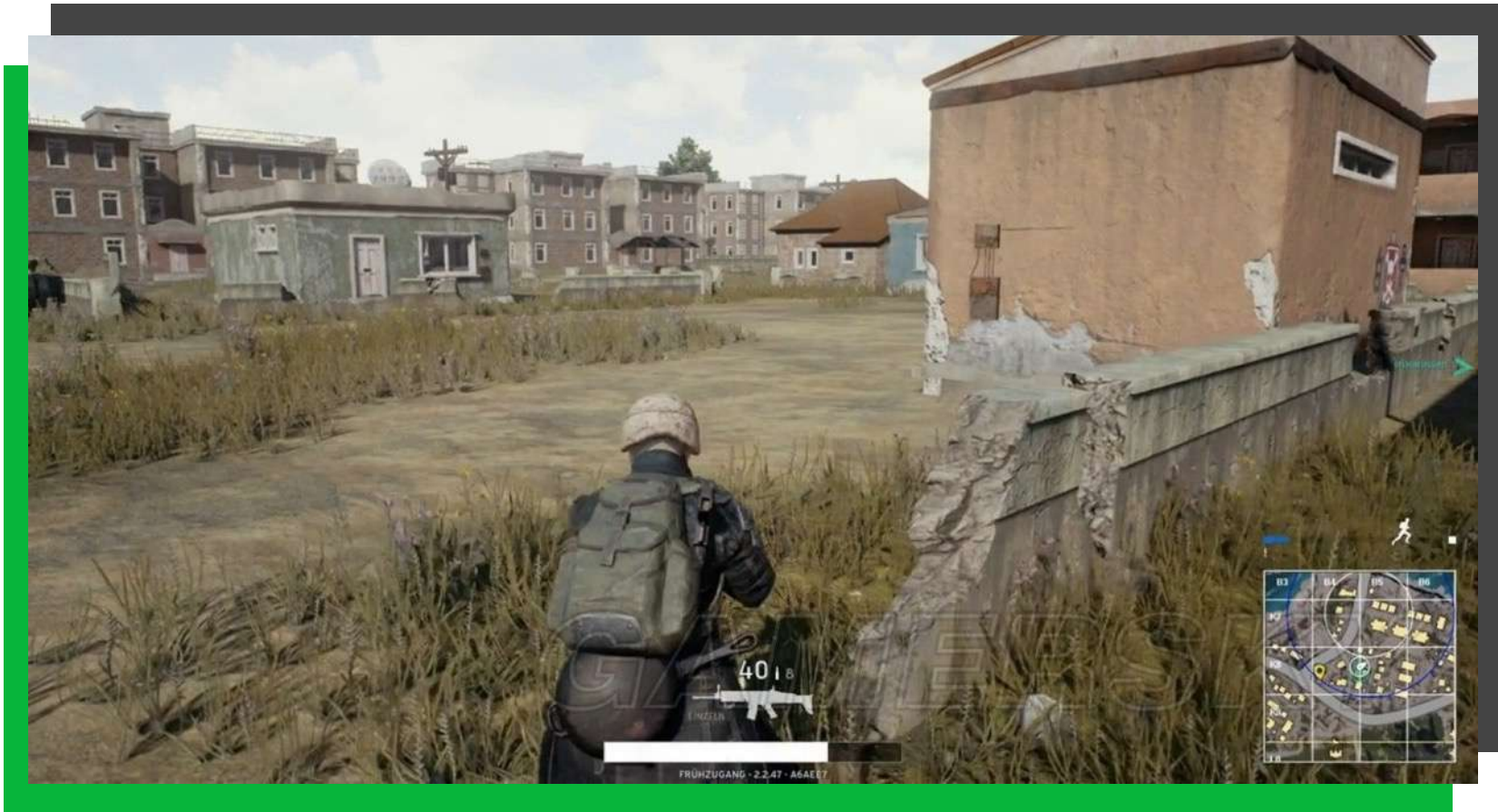
吸引力



時效性

沒時間了，我就是要促銷





官方帳號可以是一場游擊戰



LINE 官方帳號

用戶真實性



社群傳播力



活動數據累積



活動型官方帳號

三大操作重點

短期

吸睛

數據

短期 × 創意 × 數據

Red Bull Taiwan官方帳號

99+ Red Bull Taiwan

飆速倒數！Red Bull Racing 車隊即將強勢襲台！

即日起至3月4日，Red Bull Taiwan Line 好友完成指定任務，立即送 Red Bull Racing 限量官方 Line 貼圖！

購買 Red Bull 能量飲料任1罐，再送 Red Bull Racing 賽車貼紙，還可抽 Red Bull Racing 限量週邊！

點擊圖片立刻登錄發票 ↓↓

7/9 12:00

你最想入手哪項週邊？

完成任務 送 RED BULL RACING 官方 LINE 貼圖

Hi!! GO! OK!

登錄發票再抽 RED BULL RACING 限量週邊

RED BULL RACING 車隊防潑水夾克、車隊休閒後背包、TEAM TEE

RED BULL RACING 車隊卡車帽

RED BULL RACING 車隊 LOGO TEE

7/9 17:00

任務貼圖

99+ Red Bull Taiwan

健身開戰吧

每天來點新挑戰？完成每天健身任務累計積分就有機會讓 Red Bull 冰箱到你家 3 個月！

(含每月 4 箱 Red Bull 能量飲料)

開戰 >>

想獲得「Red Bull 健身開戰筒」？

索取 >>

7/9 8:00

今天

今天的訓練挑戰「看運動賽事x1次」

來讓 Red Bull 補充能量，開始今天的訓練挑戰吧！別忘了要在今天23時59分前完成挑戰並上傳照片。

我已完成訓練，上傳照片 ↓

7/9 2:58

挑戰任務

99+ Red Bull Taiwan

歡迎你成為 Red Bull Line 官方帳號好友，恭喜你跟 Chase 小伯都獲得 1 點積分！

目前積分：1

點選選單的「邀請好友」按鈕，再點選「兌換獎項」，即可兌換 Red Bull 帳篷領取資格。

邀請好友送 Red Bull 帳篷

兌換 Red Bull 雙人快速帳篷

目前積分：1分

邀請碼：#4YEnNq

成功邀請 1 名好友加入 Red Bull Line 官方帳號，你與朋友都能各獲得 Red Bull 雙人快速帳篷一頂！數量有限，送完為止！

*每人最多獲得帳篷一頂

*參與者需年滿 18 歲才能領獎

邀請好友拿帳篷

兌換獎項

7/9 1:10

MGM活動

99+ Red Bull Taiwan

一窺 ?te 壞特墨鏡之下真面目

MUSIC

6/19 (五)

蓄勢戴發，無所懼 - Red Bull 戴資穎限量罐即日起應援上市！

瓶身設計上繪製小戴經典握拳加油及反拍假動作，讓運動員的場上時刻成為最值得紀念的霸氣蒐藏。

更多小戴活動，等你參加 ↓↓

即日起購買任 1 罐 RED BULL 登錄發票抽 RED BULL X 小戴限量大獎

活動有效登錄期間：4/17-4/17

發票登錄開放期間：7/1-4/7

活動辦法 >

Red Bull X 小戴限量大獎 - 登錄發票一頂即可參加

Red Bull X 小戴 - 限量罐裝

Red Bull X 小戴 - 限量罐裝

7/9 6:30

登錄發票

LINE Sales Promotion

品牌促銷活動最佳助攻

促動

打破消費者猶豫

創意

打包模組直接用



OREO：LINE發票模組上傳你的線下消費者



抽獎
集點

系統
核對

數據
累積

UNIQLO : LINE刮刮卡帶動好友變顧客



13.5%來店客源來自刮刮卡活動，
刮刮卡用戶客單價為未使用的1.25倍

味丹：LINE樂兌助攻新品上市，導客嚐鮮



LINE樂兌-味丹雙響泡

「味丹」活動，一萬份「雙響泡」及專屬桌布送給你，完成活動參與即可獲獎！

基本問卷

請問您的性別？ 男性 女性

請問您的年齡？
請選擇

請問您所居住的地區
請選擇

請問您最常購買雙響泡
請選擇

請問您會購買過哪些
 從未購買過
 小山岩燒豚骨



三大超商/自有通路



加/解封
好友

通路
配合

兌換率
較高



LINE樂兌流程直覺，創造高參與度

平均觸及人數
100萬

平均參與人數
15萬

平均兌換率
80%

平均新增好友
10萬

樂事：利用LINE POINTS創造活動話題性



短期

吸睛

數據

LINE

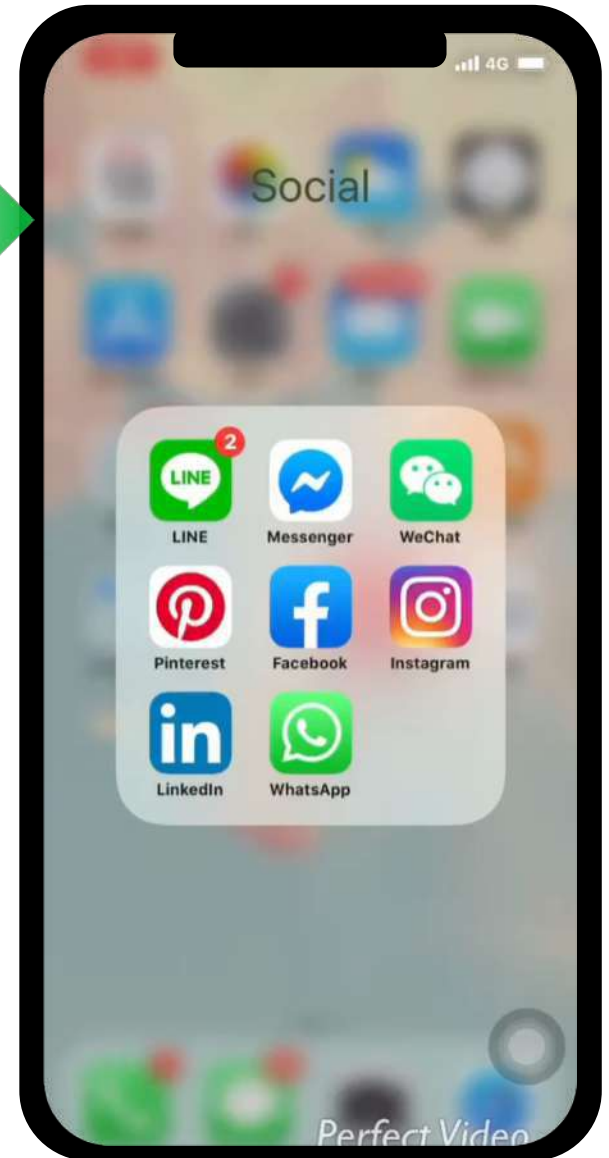
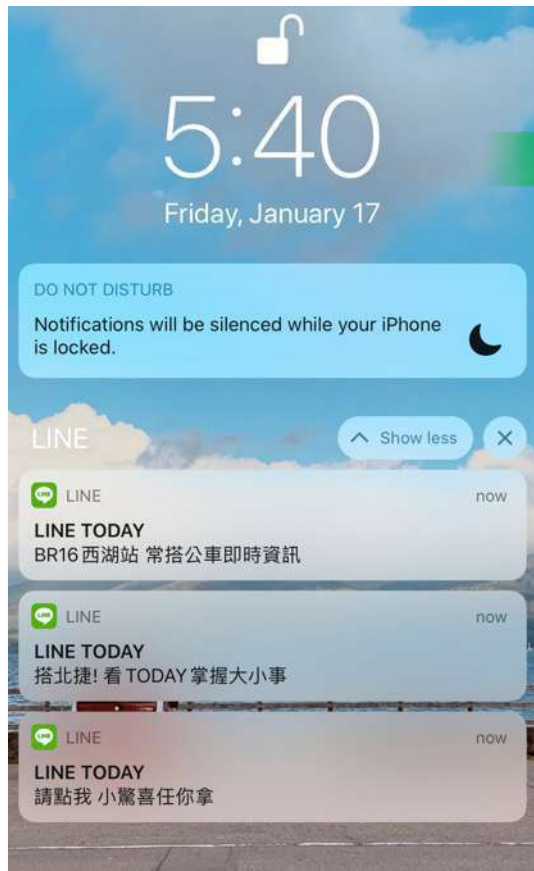


台北 捷運

LINE Beacon

每日平均
100-120萬次曝光

資生堂：北捷LINE Beacon，活動每日百萬曝光



短期

吸睛

數據

活動型官方帳號

三大操作重點

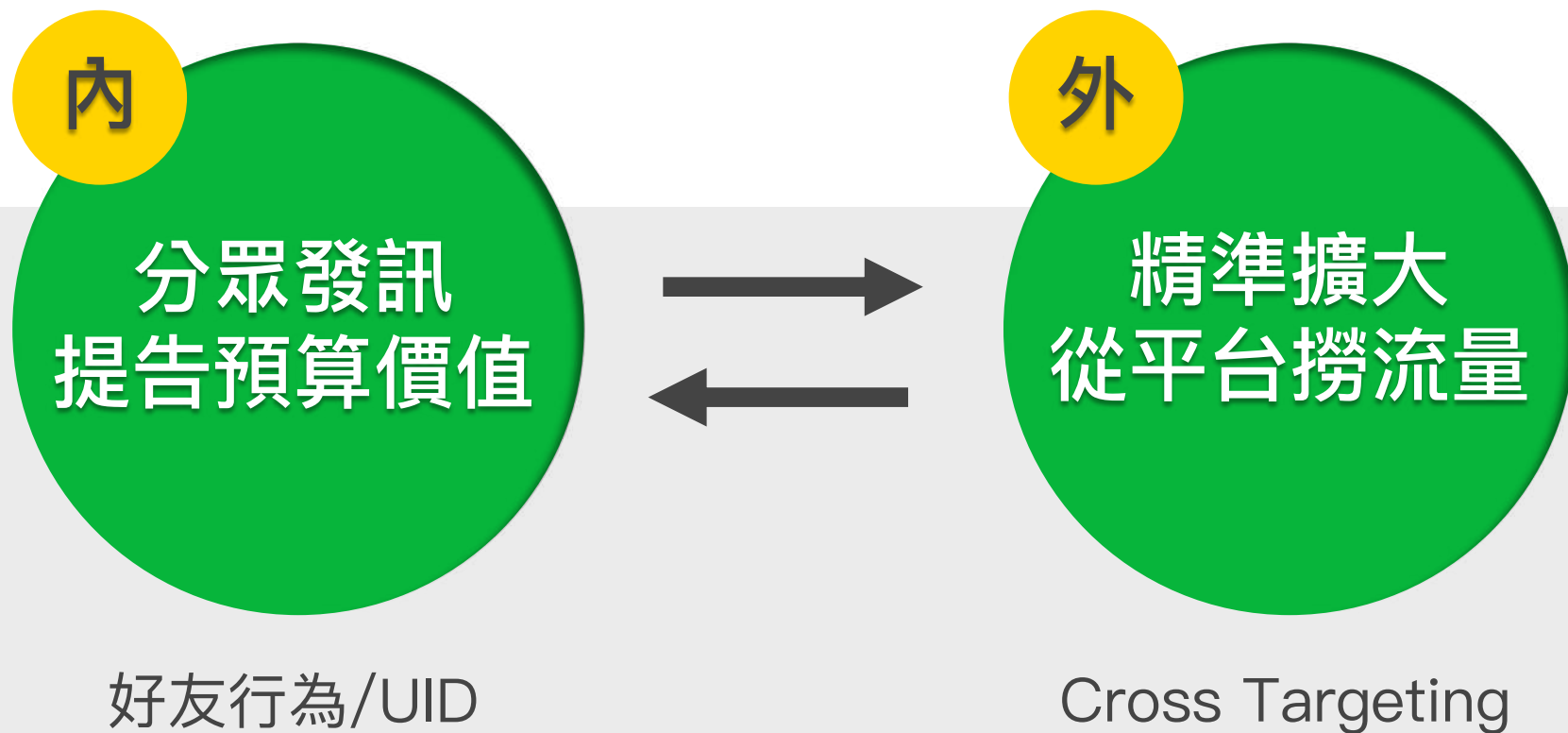


短期

吸睛

數據

數據內外應用，提高行銷精準度



用數據，讓訊息預算發揮最高價值



受眾 ?

包含 用戶UID上傳: 樂兌 X

+ 新增受眾

依屬性篩選 「屬性資料」說明

性別

女性

年齡

20~24歲 / 30~34歲 / 25~29歲

+ 新增篩選條件

Step.1

上傳UID: 樂兌活動成功兌換試用品的人，設定「包含」

Step.2

依據產品特點，篩選特定屬性的受眾：「女性」和「年齡」

新上市的低熱量泡麵

再行銷或問卷調查

外

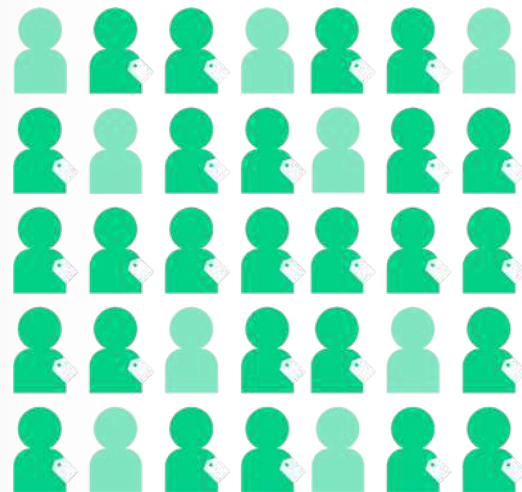
Paid Media

官方帳號

POINTS Ads

LAP

2020全新功能: Cross Targeting



放大你的
理想客群

LINE Ads Platform

投放範圍跨越LINE各項服務，觸及2100萬MAU。



RTB競價
彈性控管預算

×



鎖定目標
高質量轉換成效

LAP遞送跨越各大服務，強力觸及帳號外受眾

貼文串

TODAY

POINTS

聊天頁置頂



LAP類似受眾功能，用官方帳號資料找尋更多機會



品牌官方帳號
蒐集受眾資料

- 曝光行為
- 點擊行為
- 用戶ID (UID)
- IDFA/AAID

LINE Ads Platform

LAP類似受眾功能，用官方帳號資料找尋更多機會



使用LAP遞送給OA類似受眾



外導活動頁/轉換

在LINE上辦活動，官方帳號是必需品嗎？

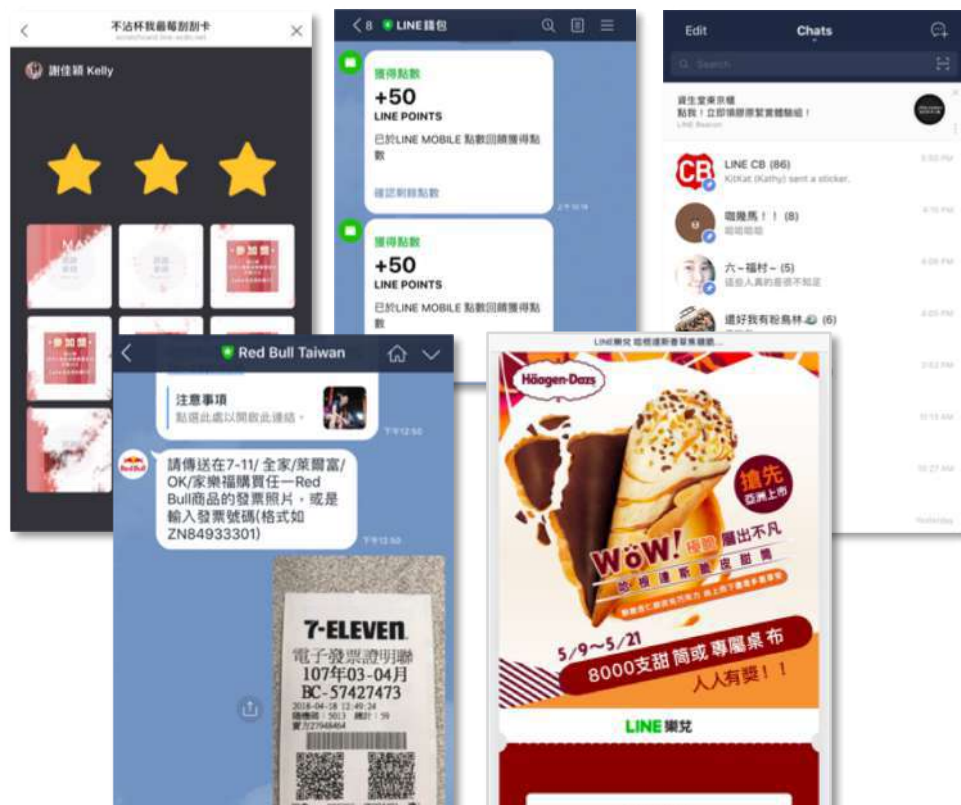
不，但官方帳號是最好的加分工具

有開



#累積數據 #提高忠誠度
#好友互動 #促使回購

如虎添翼



Beacon, POINTS, 樂兌,
刮刮卡, 發票模組...更多可能!

在LINE上辦活動，官方帳號是必需品嗎？

不，但官方帳號是最好的加分工具



Beacon, POINTS
沒有官方帳號也能辦活動

沒開



#大量曝光
#刺激購買

#吸引體驗
#快速導購

有點可惜

LINE Sales Promotion

品牌促銷活動最佳助攻

短期

走期
7-30天

吸睛

集點/抽獎/試用
涵蓋O2O促銷場域

數據

取得參與者UID
用LAP放大受眾