

LINE 動態廣告 (DPA)

Media Guide

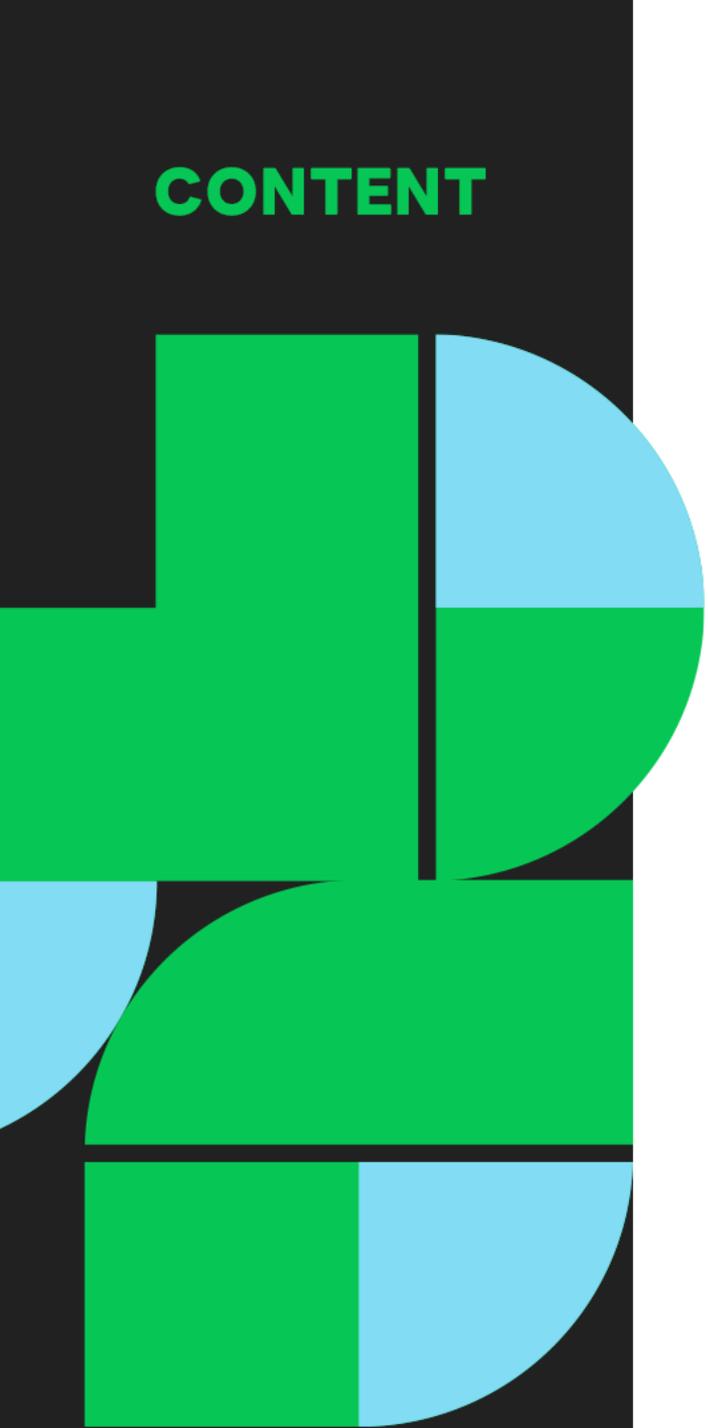
LINE TW

Corporate Business

Version: 2024.7.19

LINE
Biz - Solutions

CONTENT



- 01 功能介紹
- 02 使用流程
- 03 廣告樣式
- 04 上傳產品摘要 (Catalog)
- 05 設定LINE Tag
- 06 廣告管理設定 (含受眾)
- 07 廣告刊登規範

01 LINE動態廣告 功能介紹

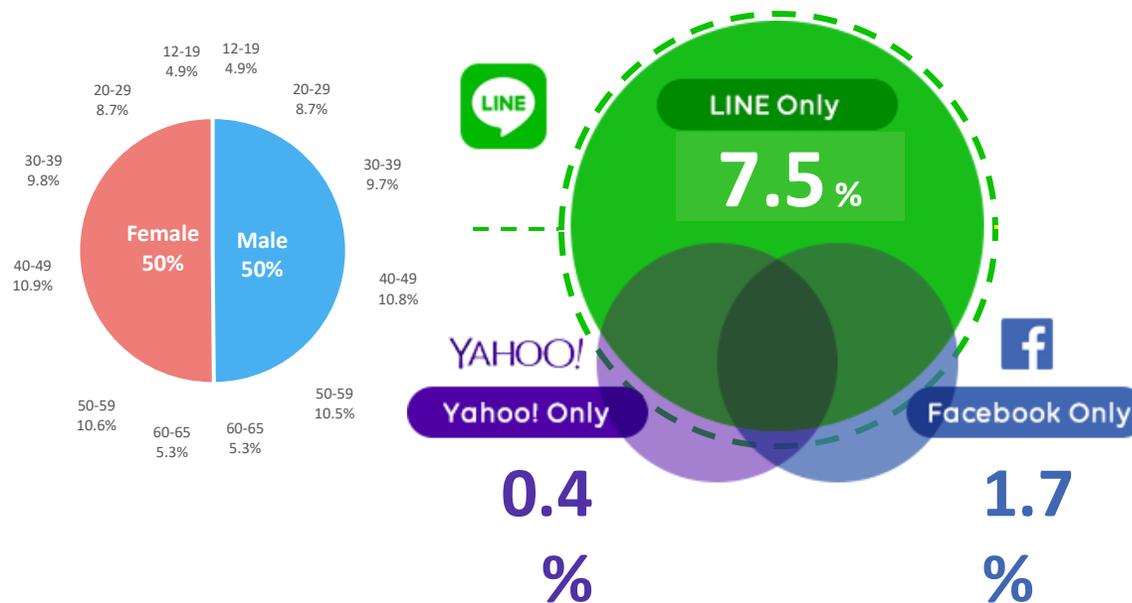


LINE台灣 每月超過2100萬活躍用戶

過去七天曾使用LINE的用戶佔全台灣12-65歲人口的93% (Facebook 88%; Yahoo 35%)，其中7.5%是只有LINE能觸及的用戶

LINE 台灣用戶的男女比例均衡，且廣受10多歲～60多歲用戶使用，大致上與台灣人口分布一致；相較於Facebook與Yahoo!，**LINE 可以觸及到更多含金量高的40歲以上用戶**

LINE 用戶整體屬性



LINE Ads Platform (LAP廣告) 四大特點

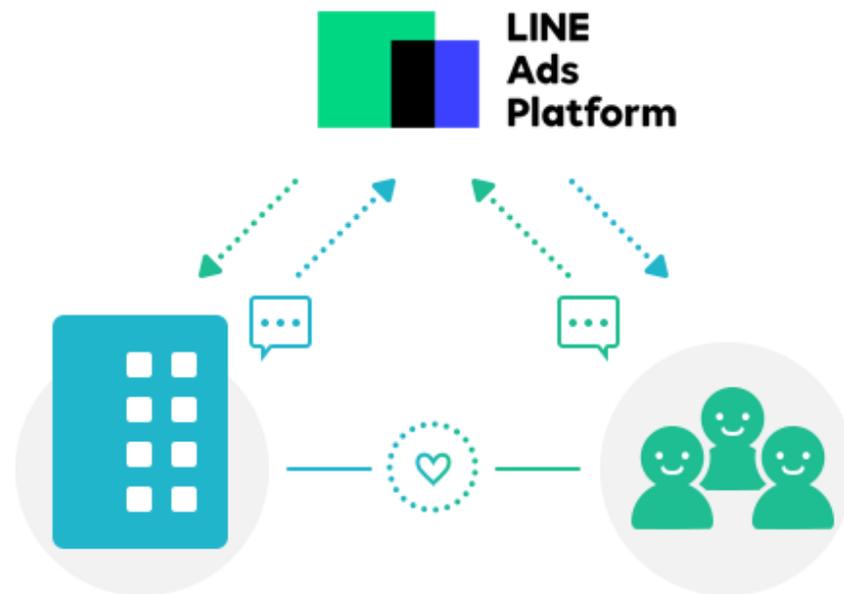
匯集LINE各項服務的高流量，投放廣告時搭配跨服務的受眾資料，協助企業主在有限的預算下，達到最佳轉換效益。

01 LINE 2100萬月活躍用戶數

02 彈性控管預算

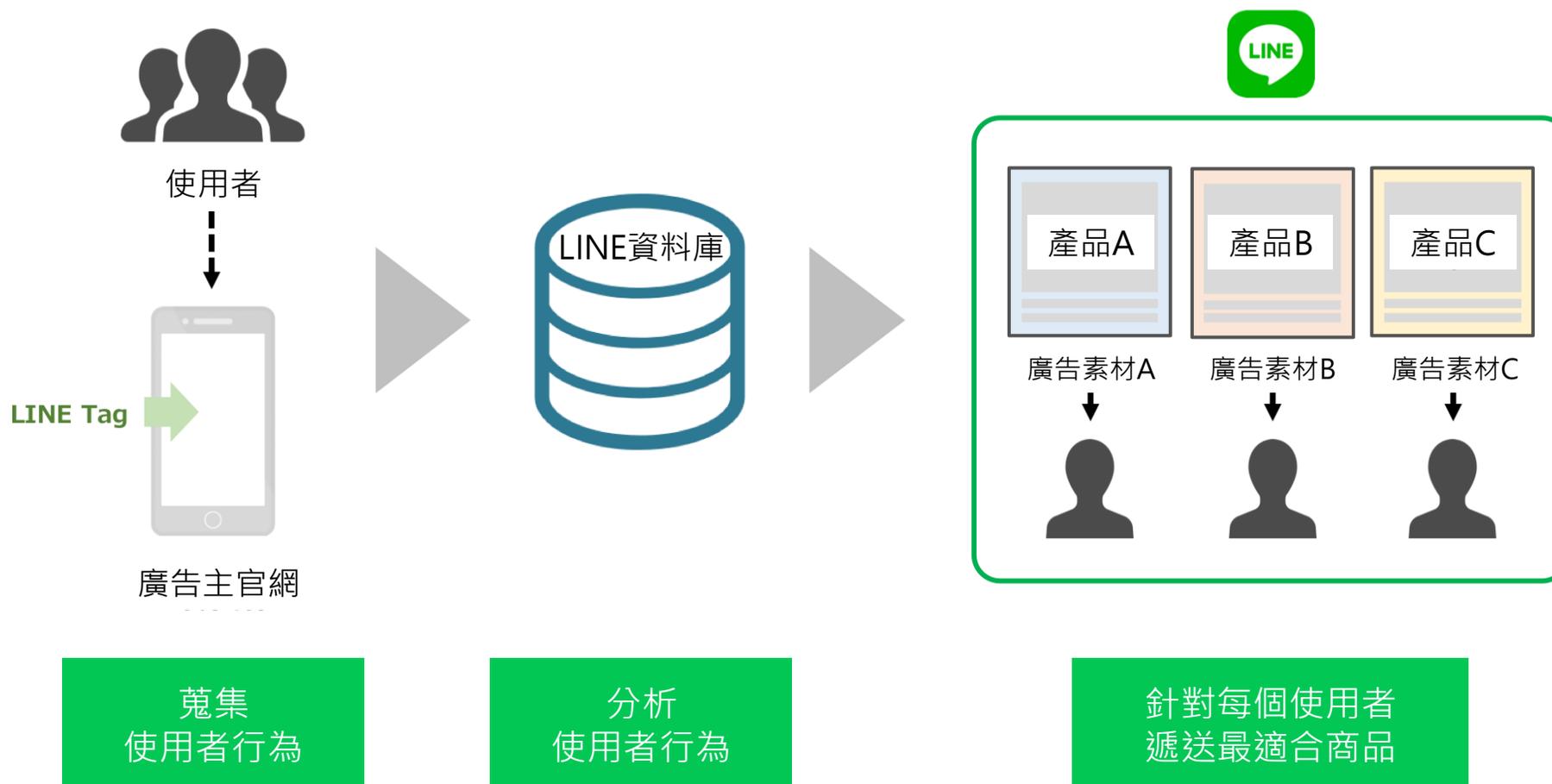
03 高質量轉換成效

04 LINE官方帳號串連操作



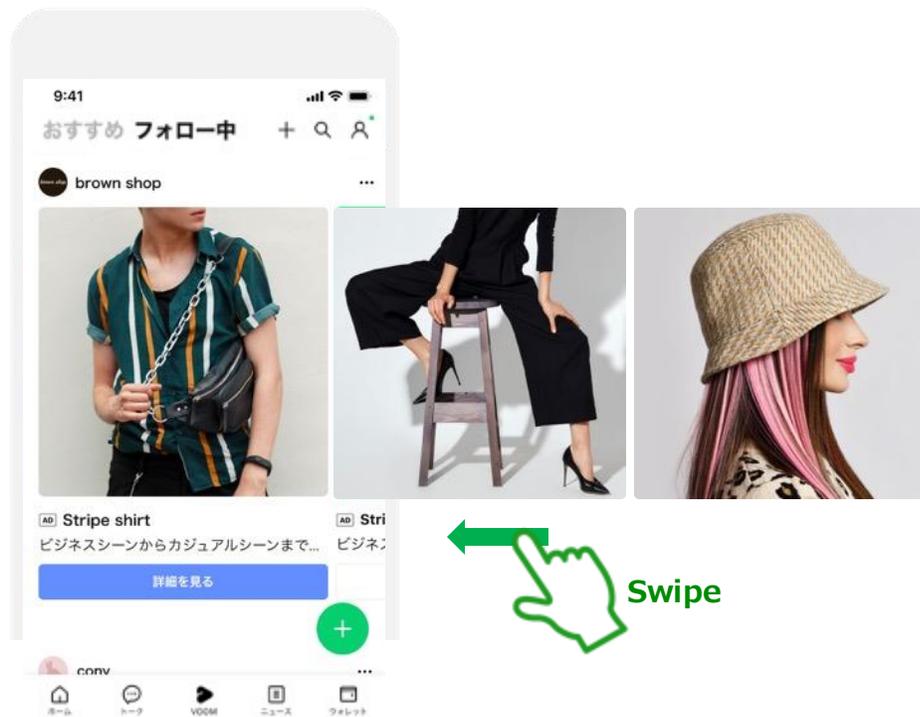
LINE 動態廣告 (DPA)

LINE 動態廣告為LAP廣告中的其中一種特殊廣告活動目標「由產品摘要銷售」，透過LAP展示產品目錄廣告，以推廣產品認知度並促進產品銷售。根據使用者在您官網上的瀏覽紀錄，投遞使用者有興趣的動態商品廣告，對每位使用者來說都是最個人化的推薦內容。針對不同商品設定不同導購連結，更有效促進頁面回訪率與產品導購成效。此功能為申請制，需透過LINE服務窗口申請使用。



LINE 動態廣告 (DPA)

根據使用者在您官網上的瀏覽紀錄，投遞使用者有興趣的動態商品廣告，對每位使用者來說都是最個人化的推薦內容。可針對不同商品設定不同導購連結，將更有效促進頁面回訪率與產品導購成效。



| | 規格説明 |
|--------|--|
| 適用廣告主 | 廣告主官網有多產品品項結帳功能，即可申請使用 |
| 廣告投遞版位 | Smart Channel、社群、主頁 TODAY、VOOM、錢包、POINTS、旅遊、熱點、相簿 |
| 廣告素材 | 廣告主上傳的產品摘要 (Catalog) |

以上皆為示意圖，LINE保留最終樣式調整權利。

適合使用LINE動態廣告的廣告主

產品品項
多元

產品品項
替換頻繁

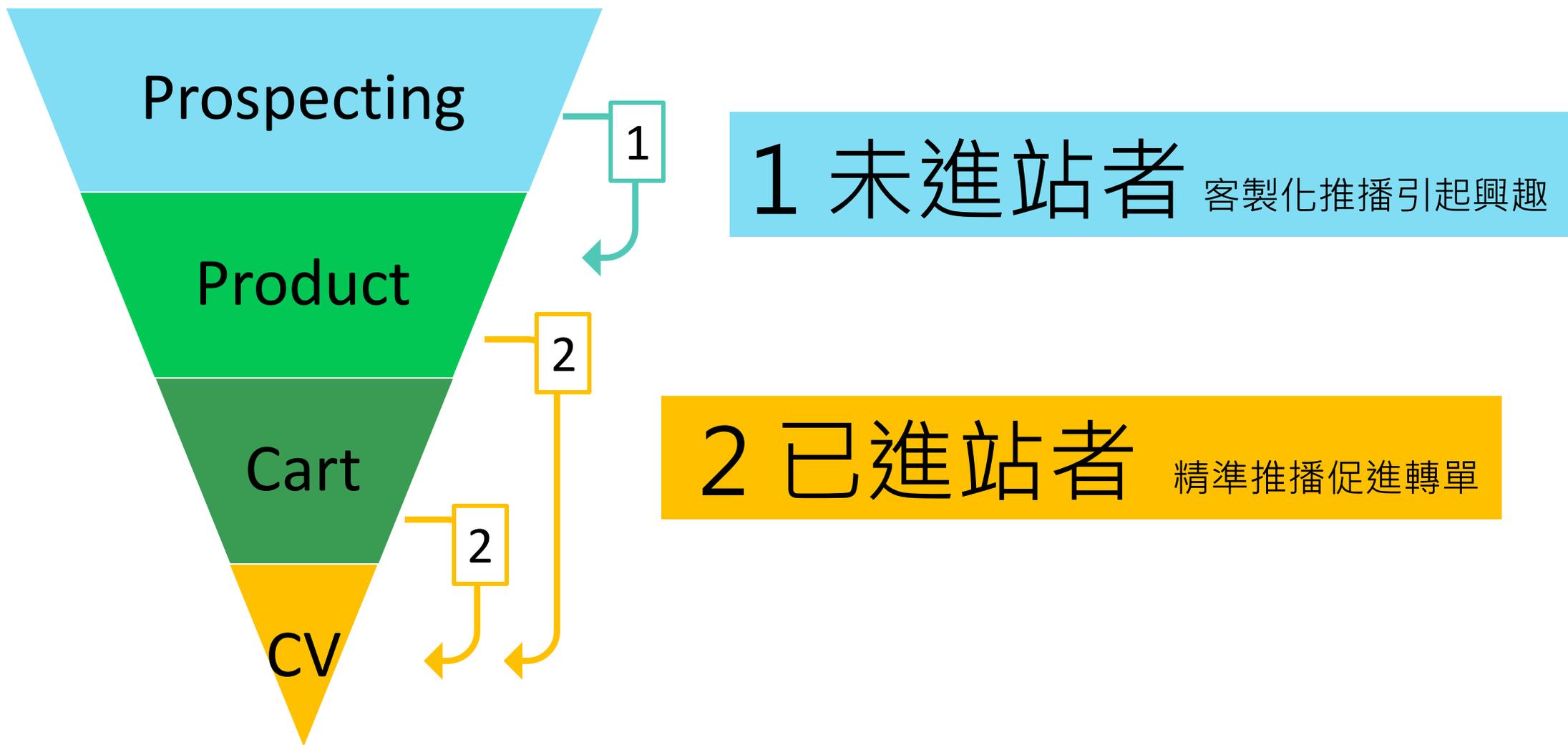
茫茫人海
怎麼找買家？

客製
推播最適品項
提高轉換率

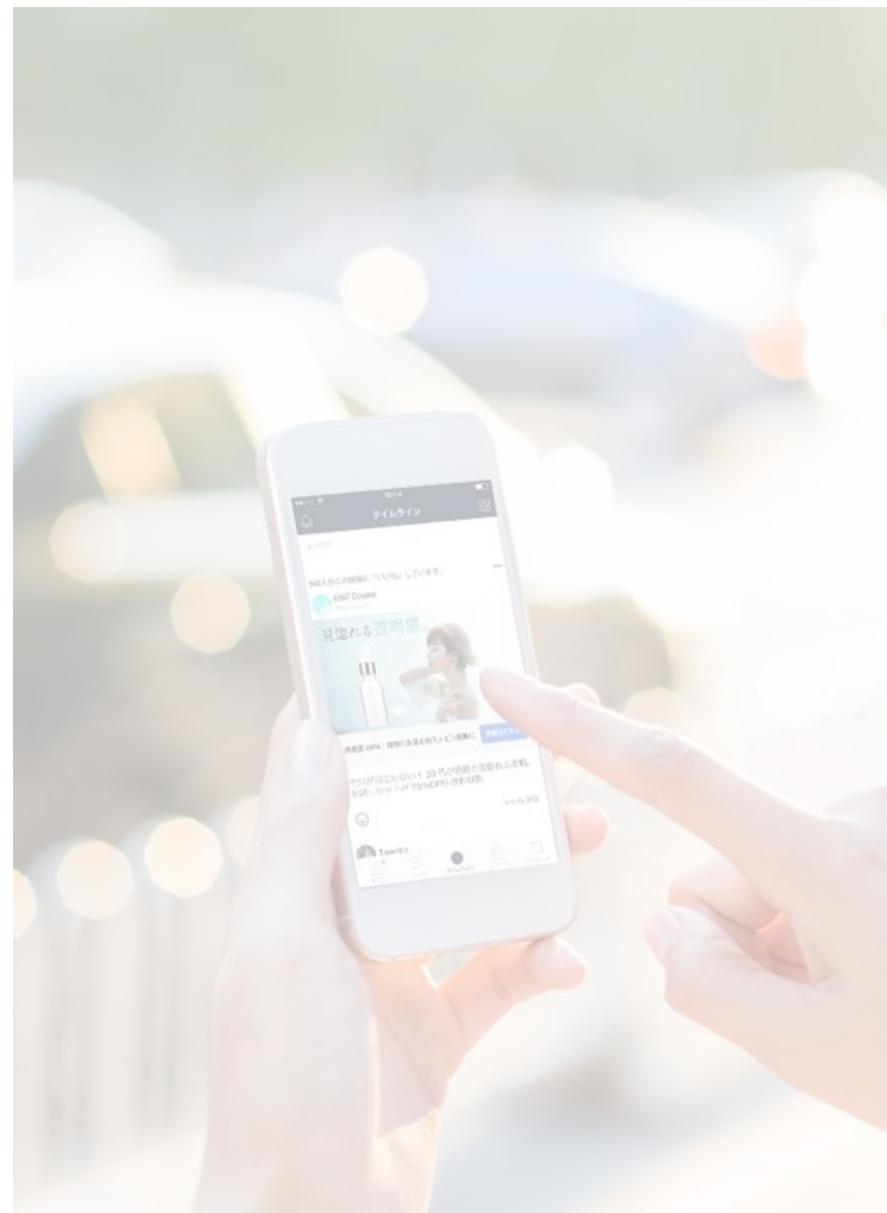
效率
使用產品目錄
取代單一素材

精準
可鎖定看過
商品頁受眾

LINE動態廣告能協助廣告主達成這些行銷目的



02 使用流程



LINE動態廣告 - 設定流程

創建廣告帳號

請建立廣告帳號，並完成廣告帳號審核作業。
不論是Offline/Online帳號街可以申請使用LINE動態廣告。詳細請洽您的LINE廣告服務窗口。

上傳產品摘要 (catalog)

請準備您欲進行廣告遞送的產品目錄 (Catalog) 檔案，然後在LAP管理畫面 → 選單列 → 產品目錄頁面進行上傳作業。

設定LINE Tag

若需追蹤與優化轉換事件，則必須設定LINE Tag。
請埋設基本碼與動態廣告專屬的事件碼。

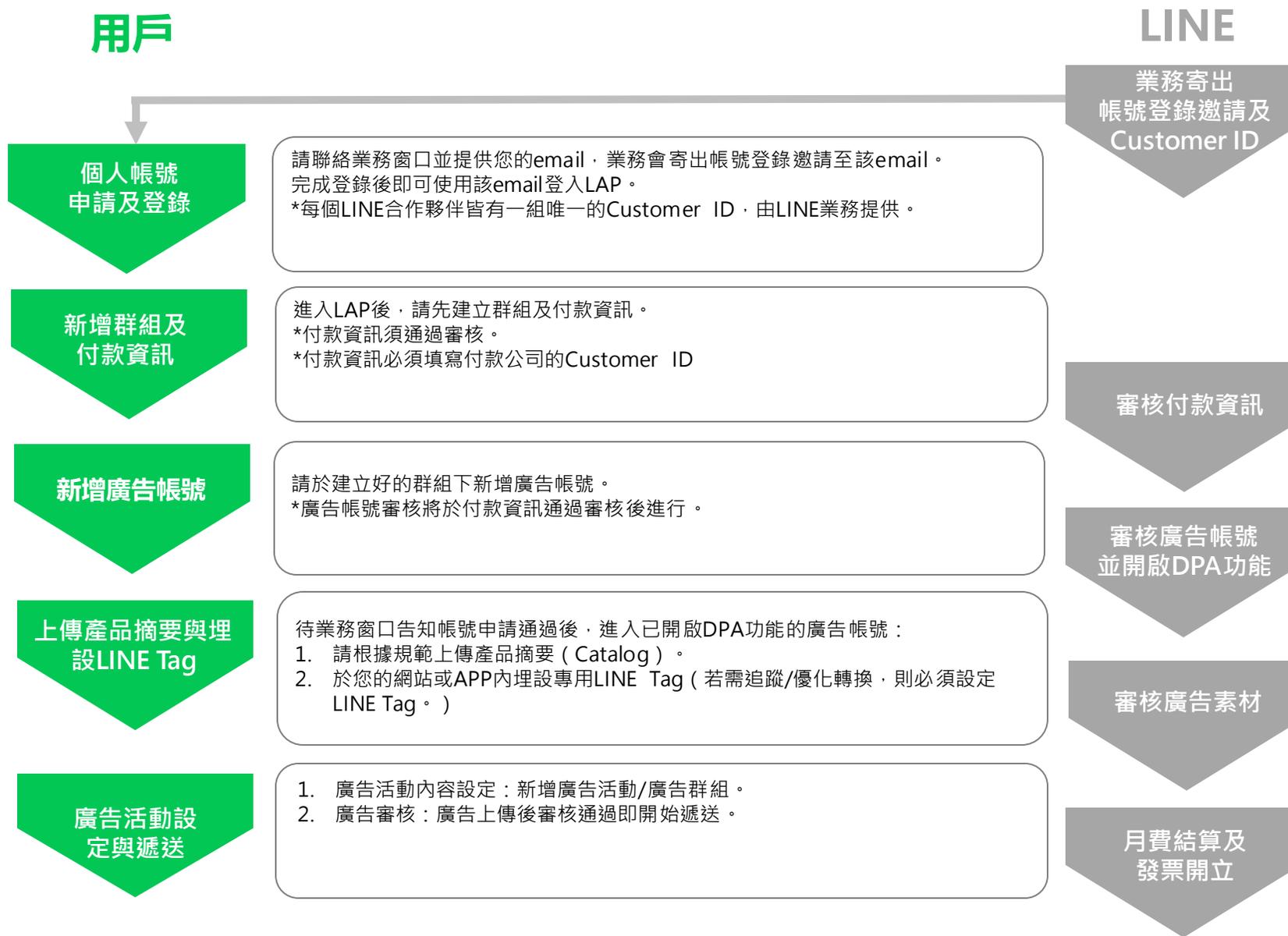
設定廣告活動、 廣告群組

請於LAP管理畫面設定廣告活動與廣告群組，並送審廣告。

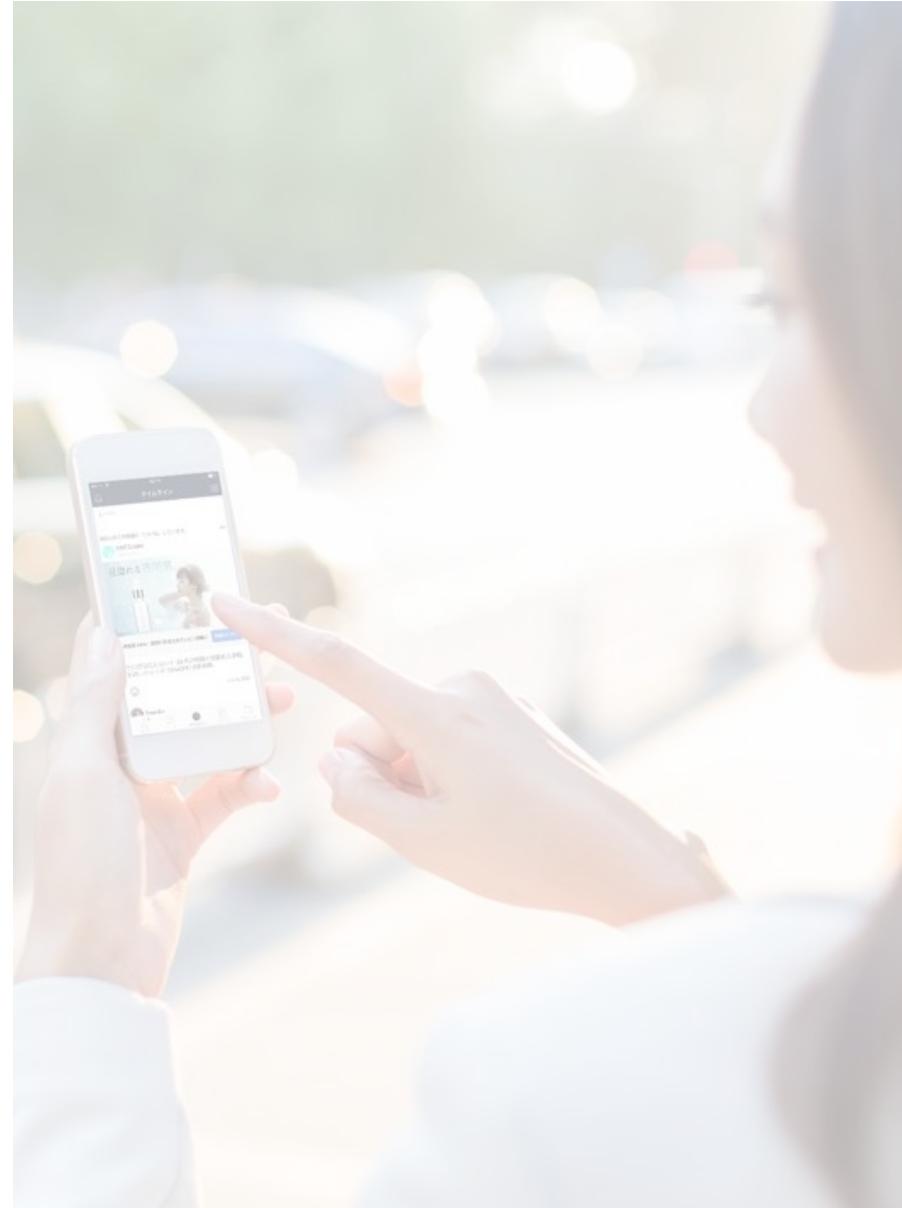
開始遞送廣告

當審核通過後即可開始進行廣告遞送與後續優化。

LINE 動態廣告 – 申請流程 (Offline月結帳號詳細流程)



03 廣告樣式



LINE 動態廣告樣式

輪播樣式



1:1 單張圖片



16:9 單張圖片



樣式說明

- ①與LAP廣告帳號綁定的官方帳號名稱與頭像
- ②圖片 (產品摘要檔案中的欄位名為「image_link」)
- ③標題 (產品摘要檔案中的欄位名為「title」)
- ④敘述 (產品摘要檔案中的欄位名為「description」)
- ⑤按鍵：包含「瞭解詳情」、「立刻購買」等行動號召按鈕，從廣告系統畫面上選擇。

字數限制

- 標題：產品摘要檔案中可輸入150字元 (全型字算2字元，半型字算1字元)，介面顯示最多20字 (不論全半型皆算1字)
- 敘述：產品摘要檔案中可輸入5,000字元 (全型字算2字元，半型字算1字元)，介面顯示最多40字 (不論全半型皆算1字)。
- 請注意部分展示版型不一定會顯示「敘述」文字，建議將重點資訊置於圖片與標題中。

遞送版位

請見下頁說明

*以上皆為示意圖，LINE保留最終樣式調整權利。

*輪播樣式廣告最多一次可顯示20件產品。

**請留意動態廣告 (DPA) 的尺寸規範為一定比例內的長寬比例，因此呈现在實際廣告畫面上時可能會以等比縮放呈現成各種版型，因此素材兩邊可能會呈現部分留白。

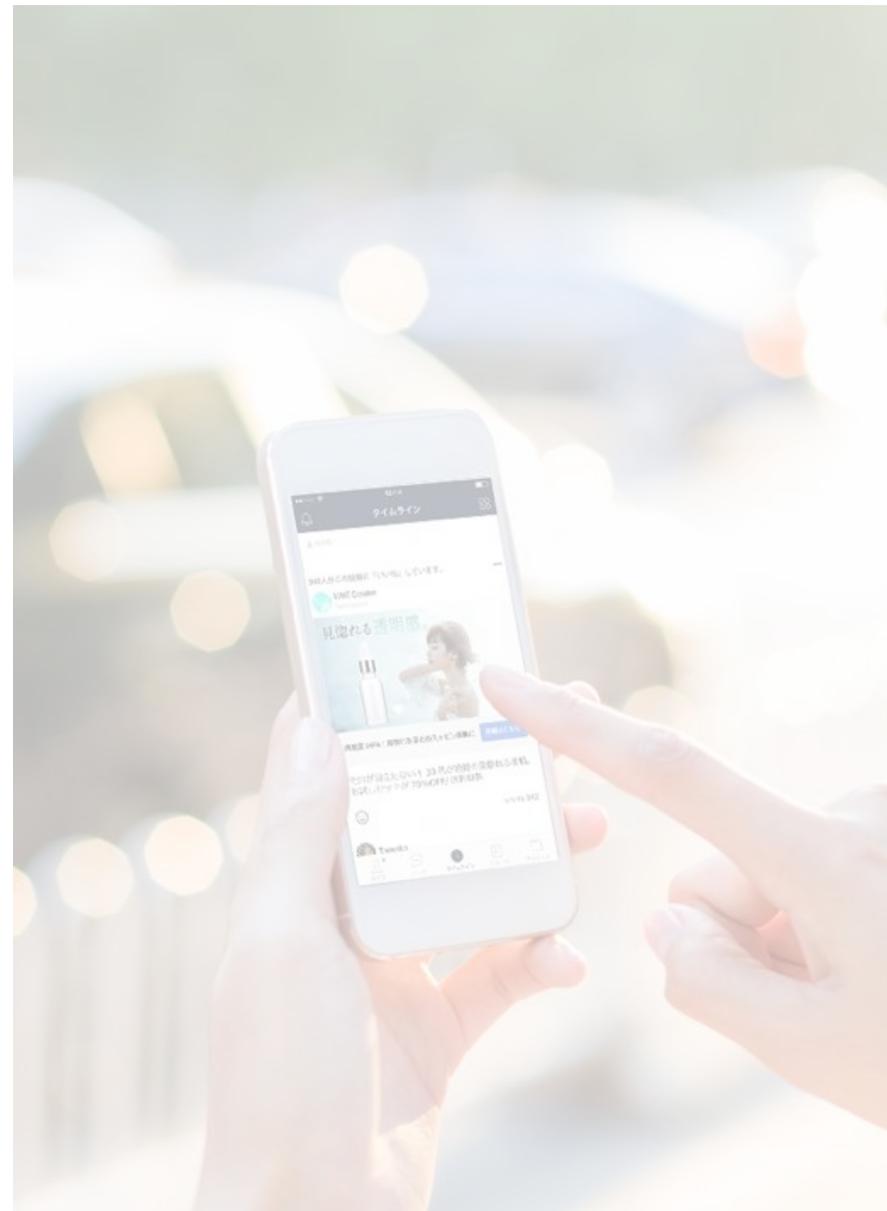
LINE 動態廣告 - 各版位露出樣式對照表

| | 呈現大小 | Smart Channel | 社群 | 主頁 | TODAY | VOOM | 錢包 | POINTS | 旅遊/ 熱點 | 相簿 |
|------|---------------|---------------|----|----|-------|------|----|--------|-----------|----|
| 單張圖片 | 16:9 橫式版型 | X | V | X | V | X | X | X | V | X |
| | 1:1 正方形版型 | V | X | V | V | V | V | V | V | X |
| | 小圖片:600*400px | X | V | V | V | X | X | X | X | V |
| 輪播格式 | 符合規範皆可 | X | X | V | V | V | V | V | X | X |

*LINE保留最新調整權利；測試計畫將可能隨時調整。

*請留意動態廣告 (DPA) 的尺寸規範為一定比例內的長寬比例，因此呈現在實際廣告畫面上時可能會以等比縮放呈現成各種版型，因此素材兩邊可能會呈現部分留白。

05 上傳產品摘要 (Catalog)



LINE 動態廣告 – 產品摘要 (Catalog) 規格

| 素材 | 規範 |
|---------------------|--|
| 產品摘要 (Catalog) 檔案 | <ul style="list-style-type: none">■產業範本下載<ul style="list-style-type: none">• 請至LAP後台「產品摘要」頁下載最新範本，每個產業範本欄位不同，請誤混用。• 請留意：登錄產品摘要後，即無法變更產業及上傳方式。■檔案格式 & 資料上限<ul style="list-style-type: none">• 單個產品目錄：CSV、TSV<ul style="list-style-type: none">• 使用手動上傳 (檔案)：檔案大小100MB以內• 使用FTP上傳 (檔案網址)：檔案大小8GB以內，且300萬筆資料以內• 多個產品目錄：JSON<ul style="list-style-type: none">• 使用FTP上傳 (檔案網址)：最大24GB以內 (一個檔案最大8GB以內，最多上傳一百個檔案；且所有檔案加總1,000萬筆資料以內)■商品圖片<ul style="list-style-type: none">• 1:1尺寸：最低100×100px, 建議600×600px• 16:9尺寸：最低100×100px, 建議1200×628px• 格式：jpg, png, jpeg• 大小限制：5MB以內• 比例限制：高不能超過寬2倍，寬不能超過高2倍• 廣告圖片中若使用過多文字，將可能影響成效，請使用含有文字比例低的圖像。■檔案編碼 →UTF8■檔案限制<ul style="list-style-type: none">• 最小：10個產品 (10筆資料) |

LINE 動態廣告 – 產品摘要 (Catalog) 上傳前注意事項

注意事項

- 1) 產業範本下載後，請勿刪除模板標頭的值 (column) 。否則將引發錯誤。
- 2) 請務必輸入必填項目。如果必填項目為空，將引發錯誤。
- 3) 選填項目可以留空，不會影響發送邏輯。
- 4) 請勿使用特殊字符和換行。
- 5) 在FTP情況下，請指定端口 (Port) 號為「21」，在SFTP情況下，請指定端口 (Port) 號為「22」。
- 6) 單張圖片的最大容量為5MB。
- 7) 不支援秘密金鑰。(將導致Feed讀取錯誤)
- 8) 在註冊Feed後，如果發生錯誤，請從LAP管理畫面下載錯誤文件進行修正。
- 9) 有關Feed輸入項目的詳細信息，請參考模板內的說明文字與此Media Guide中的相關說明。
- 10) 支援的協議有FTP和SFTP。(不支援http和https)
- 11) 請設定以下IP為白名單(White List)
 - 119.235.224.0/24
 - 119.235.232.0/24
 - 119.235.235.0/24
 - 119.235.236.0/23
 - 203.104.128.0/20
 - 203.104.144.0/21
 - 203.104.152.0/22
 - 203.104.156.0/23
 - 203.104.158.0/24
 - 103.2.28.0/24
 - 103.2.30.0/23
 - 147.92.128.0/17

LINE 動態廣告 – 產品摘要 (Catalog) 上傳方式

| 上傳方式 | 使用方式 | 詳細規格說明 |
|-------------------|---|--|
| 手動上傳 (檔案) | <ul style="list-style-type: none">開通動態廣告 (DPA) 廣告帳號後，即可在LAP後台「產品摘要-摘要設定」頁面選擇使用「檔案」上傳方式。 | <ul style="list-style-type: none">需每次手動上傳；儲存設定後，系統將立即開始上傳產品目錄並同步設定。 |
| FTP上傳 (檔案網址) | <ul style="list-style-type: none">開通動態廣告 (DPA) 廣告帳號後，即可在LAP後台「產品摘要-摘要設定」頁面選擇使用「檔案網址」上傳方式。 | <ul style="list-style-type: none">可以自行決定商品目錄的同步時間 (每日/每週) 。儲存設定後，系統將立即開始上傳產品目錄並同步設定。之後則系統將依照設定於「同步時間」的設定時間進行同步。 |

*請留意，上傳產品目錄的方式首次選定後即無法變更設定。

*兩種更新方式：

覆寫：刪除所有先前註冊的目錄項目，並將要上傳的目錄文件中的新項目添加到其中。

更新：保留先前上傳的目錄項目，僅針對添加和更新內容的部分做更新。

LINE 動態廣告 – 產品摘要 (Catalog) : 可取用其他媒體範本

可取用Google、Meta、Criteo動態再行銷廣告平台的產品目錄範本，套用至LINE動態廣告。

■ 設定方法

產品摘要

概要 設定

產業 電子商務 / 網購 下載電子商務 / 網購範本

產品摘要上傳方式 檔案

登錄產品摘要後，即無法變更產業及上傳方式。

格式 LINE

Meta

Google

Criteo

更新方式 覆寫 更新

按鍵 瞭解詳情

清除 儲存

■ 對應產業範本

| 平台 | Google | Meta | Criteo |
|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| EC (泛指有多產品頁、購物車功能的網站) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 人力仲介 | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 房地產 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| 旅遊業 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 航空票券 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |

*由於規格變更等原因，可能存在無法轉用的情況，敬請諒解。

*如使用其他公司平台的模板則不支援「APP動態廣告」模式。請使用LINE的產業模板進行上傳。

*如使用其他平台的產業模板時，勿刪除模板標頭的值 (column)。否則將引發錯誤。

04 設定LINE Tag



LINE 動態廣告網站追蹤 - LINE TAG設定方式

想要利用產品摘要 (Catalog) 內綁定產品ID (PRODUCT ID) 的資訊遞送個人化的動態廣告，前提是必須在官網上埋設以下的動態廣告Base Code與動態廣告專屬的Event Code。

| 項目 | | 說明 | Tag 範本 |
|-------------------|-------------------------|---|--|
| Base Code 基本碼 | | 所有追蹤用戶行為的頁面上 (建議全站)，都需要設置Base Code。請在<head> </head>內設置Base Code。 | <ul style="list-style-type: none"> 可在LAP後台的「追蹤(LINE TAG)」頁面上取得已帶入廣告帳號參數的完整Base Code |
| Event Code 事件碼 | 產品說明頁 (dpa_detail) | 同時埋有Base Code與產品說明頁 (dpa_detail) 事件碼的頁面，系統將可動態取得每個使用者觀看過的產品ID。 | <pre><script> _it('send', 'cv', { type: 'dpa_detail', itemIds: ['PRODUCT ID 1'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx']); </script></pre> |
| | 購物車頁 (dpa_cart) | 同時埋有Base Code與購物車頁面 (dpa_cart) 事件碼的頁面，系統將可動態取得每個使用者加入購物車的產品ID。 | <pre><script> _it('send', 'cv', { type: 'dpa_cart', itemIds: ['PRODUCT ID 1','PRODUCT ID 2','PRODUCT ID 3'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx']); </script></pre> |
| | 轉換成功頁 (Conversion) | 同時埋有Base Code與轉換成功頁 (Conversion) 事件碼的頁面，系統將可動態取得每個使用者購買過的產品ID。 | <pre><script> _it('send', 'cv', { type: 'Conversion', itemIds: ['PRODUCT ID 1','PRODUCT ID 2','PRODUCT ID 3'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx']); </script></pre> |
| | 搜尋頁 (dpa_search) | 同時埋有Base Code與搜尋頁 (dpa_search) 事件碼的頁面，系統將可動態取得每個使用者搜尋結果頁前3~5個產品的產品ID。 | <pre><script> _it('send', 'cv', { type: 'dpa_search', itemIds: ['PRODUCT ID 1','PRODUCT ID 2','PRODUCT ID 3'], { dpa: true }, ['xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx']); </script></pre> |

※ 'xxxxxxxx-xxxx-xxxx-xxxx-xxxxxxxxxxxx' 的部分會隨著廣告主的帳號而有所不同，請用Base Code內記載的Tag ID取代。

※商品ID請設定為可動態帶入的參數形式，否則LINE動態廣告將無法開始遞送。

※頁面必須設定上述的基本碼 (必須) 與事件碼 (至少要有dpa_detail)，否則LINE動態廣告將無法開始遞送。

LINE 動態廣告網站追蹤 – LINE TAG設定方式

各事件碼內所需設定的參數項目說明如下：

| 事件碼 | 必要性 | 參數項目 | | | |
|-------------------------|--|---|--|--|--|
| | | itemIds | price | currency | quantity |
| 產品說明頁 (dpa_detail) | <input checked="" type="checkbox"/> 必要項目 | <input checked="" type="checkbox"/> 必要項目 | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input type="checkbox"/> 建議設定 |
| 購物車頁 (dpa_cart) | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input checked="" type="checkbox"/> 若有設定此事件碼，則為必要項目 | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input type="checkbox"/> 建議設定 |
| 轉換成功頁 (Conversion) | <input checked="" type="checkbox"/> 強烈建議設定 | <input checked="" type="checkbox"/> 若有設定此事件碼，則為必要項目 | <input checked="" type="checkbox"/> 強烈建議設定 | <input checked="" type="checkbox"/> 強烈建議設定 | <input checked="" type="checkbox"/> 強烈建議設定 |
| 搜尋頁 (dpa_search) | <input type="checkbox"/> 建議設定 | <input type="checkbox"/> 建議設定 | - | - | - |

LINE 動態廣告 – APP追蹤設定

LINE動態廣告與以下認證第三方Ads Measurement Partner合作，進行APP追蹤設定前，需在APP安裝其中一家的SDK。各家SDK測量用網址及SDK的設定有所不同，請先向各服務夥伴確認後再使用。

Ads Measurement



□ 設定流程



□ 各家SDK系統內對應ID一覽表

| LAP後台名稱 | adjust | AppsFlyer | Kochava |
|----------------|---------------|-------------|---------------|
| 廣告帳號 ID | ADVERTISER ID | Account_ID | ADVERTISER ID |
| LAP提供的應用程式ID ※ | MOBILE APP ID | Postback_ID | MOBILE APP ID |

※此處的應用程式ID意指在LAP上，於「媒體」新增應用程式後所獲得的ID，而非該應用程式上架的AppID或package name。
 ※關於第三方SDK後台的設定問題，請洽SDK廠商。

LINE 動態廣告 – APP追蹤設定

使用APP動態廣告活動時，在廣告群組層級需要選擇對應的APP。

LAP廣告群組層級示意圖

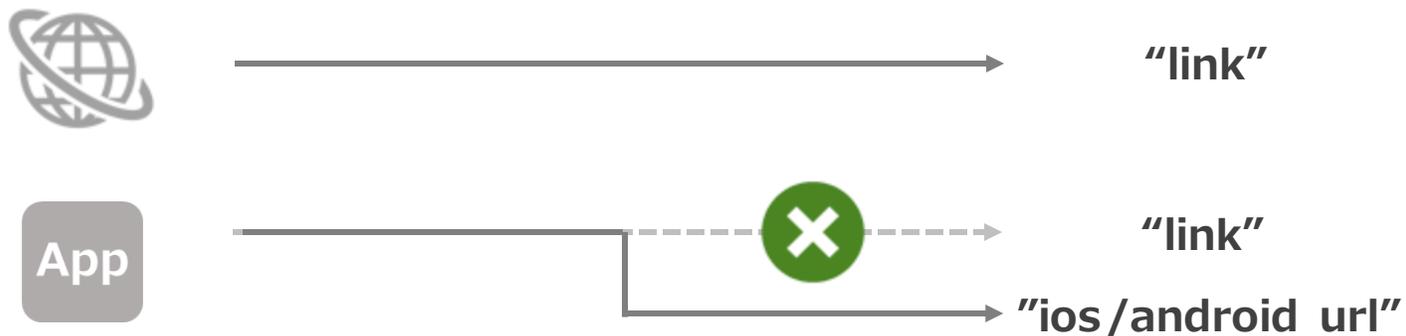
應用程式

應用程式 (選填) ?

若您選擇應用程式，已安裝該應用程式者在點選廣告時，將被導往產品摘要中的深層連結網址。而未安裝該應用程式者若點選廣告，將被導往產品摘要中的連結網址。

若您選擇「應用程式」動態廣告

- 已安裝該應用程式者在點選廣告時，將被導往產品摘要中的深層連結網址 (android/ios url) 。
- 而未安裝該應用程式者若點選廣告，將被導往產品摘要中的連結網址(link)。



LINE 動態廣告 – APP追蹤事件

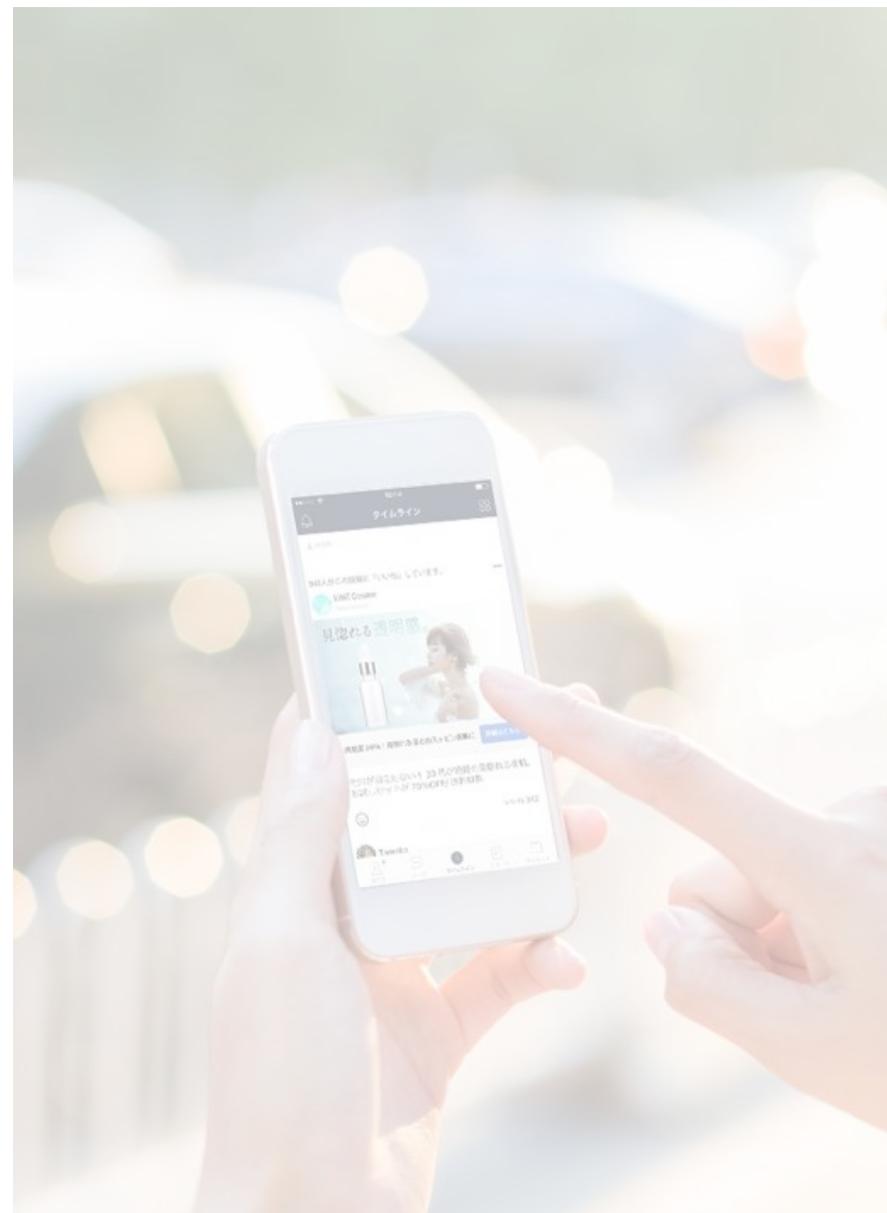
| Event | category_ids | items | | | | keyword | level_id | name | data |
|-------------------|--------------|----------|-------------|----------------|----------------|---------|----------|------|------|
| | | items.id | items.price | items.currency | items.quantity | | | | |
| open | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| install | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| view_home | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| view_category | ○ | - | - | - | - | - | - | - | - |
| view_item | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | - | - | - | - |
| search | - | - | - | - | - | ● | - | - | - |
| add_to_cart | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | - | - | - | - |
| purchase | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | - | - | - | - |
| level_achieved | - | - | - | - | - | - | ● | - | - |
| tutorial_complete | - | - | - | - | - | - | ○ | - | - |
| custom | - | - | - | - | - | - | - | ● | ○ |

●：必要項目，黃底項目為使用動態廣告追蹤必要設定項目。無黃底項目為若希望蒐集該事件，則為必要設定項目。

○：非必要項目，建議蒐集

-：無法蒐集之項目

06 廣告管理設定 (含受眾)



LINE 動態廣告 – 廣告管理設定

上傳完產品目錄 (Catalog) 與完成LINE Tag設置後，即可進到LAP廣告管理員頁面進行廣告活動與廣告群組的相關設定。

1 建立廣告活動

- 動態廣告活動目標請選擇「由產品摘要銷售」。
- 一個廣告帳號僅能建立一個「由產品摘要銷售」DPA廣告活動。

| |
|--------|
| 廣告活動 |
| 廣告活動目標 |
| 基本資訊 |
| 刊登時程 |
| 自訂 |

| |
|--------|
| 廣告群組 |
| 基本資訊 |
| 目標 |
| 最佳化與出價 |
| 預算 |

| |
|------|
| 廣告 |
| 基本資訊 |
| 廣告格式 |
| 廣告 |

新增廣告活動

廣告活動目標

-  **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**
此廣告活動以增加安裝應用程式後的參與次數為目標。
-  **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。
-  **觸及人數**
此為以增加觸及人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。
-  **由產品摘要銷售**
此為以針對瀏覽網站或使用應用程式時，對產品感興趣的人展示廣告，以推廣產品認知度並促進產品銷售為目標的廣告活動。

LINE 動態廣告 – 廣告管理設定

上傳完產品目錄 (Catalog) 與完成LINE Tag設置後，即可進到LAP廣告管理員頁面進行廣告活動與廣告群組的相關設定。

2 建立廣告群組

建立完廣告活動後，在廣告群組層級可設定以下項目：

商品組

應用程式

目標 (受眾)

最佳化與出價

預算

商品組

- LAP動態廣告在廣告群組層級未來將可設定推薦產品的範圍：

產品組

推薦產品 ⓘ

所有產品 產品組

選擇產品組 ▾ +

⚠ 請選擇產品組

所有產品

以LINE Tag 蒐集到的行為作為主要優化數據

產品組

可不需設置LINE Tag，只針對所選「產品組商品」遞送廣告

- 選擇「所有產品」模式：此模式為交由消費者決定點擊偏好，且廣告主希望上傳的產品目錄中所有產品都有被展示的機會。
- 選擇「產品組」模式：當商品目錄多樣的產品中，廣告主有當下希望主打的特定商品、希望指定只曝光特定產品，舉例「[冬季出遊系列](#)」、「[過年打麻將系列](#)」等特殊推廣商品組合，我們推薦您使用「產品組」優化模式以加強特定產品曝光。

LINE 動態廣告 – 廣告管理設定

上傳完產品目錄 (Catalog) 與完成LINE Tag設置後，即可進到LAP廣告管理員頁面進行廣告活動與廣告群組的相關設定。

目標 (受眾)

- 設定群組受眾條件時，可鎖定有互動過的再行銷受眾、也可針對未互動過的LINE用戶做推播。

| 受眾項目 | 說明 |
|---|--|
| 網站流量受眾 (產品頁、購物車頁/填單頁、結帳完成頁) | 廣告主官網上有埋設LINE Tag基本碼與動態廣告Event Code的頁面訪客，例如：到過埋有dpa_detail事件碼頁面的使用者 |
| 網站流量受眾 (所有頁面、自訂轉換頁面、特定頁面) | 廣告主官網上有埋設LINE Tag基本碼與一般廣告Event Code的頁面訪客，例如：到過官網任一頁面的使用者 |
| 行動應用程式受眾 | 透過LINE認證的3家APP Measurement Partner的SDK蒐集而來的APP內自訂事件的受眾，例如：完成新手教學的iOS使用者 |
| 上傳IDFA/AAID | 廣告主自己擁有的第一方IDFA/AAID資訊，可上傳至LAP後台後作為受眾名單投放廣告 |
| LINE官方帳號好友的受眾 | 可建立LINE官方帳號的好友受眾，向該受眾進行投放廣告。 建立受眾時，可建立「此帳號的有效好友」、「封鎖此帳號的好友」二種。 |
| 類似廣告受眾 | 可用上述的受眾之一作為基礎，設定1~15%LINE使用者內與原始受眾最相似的使用者作為廣告受眾。是在精準的第一方資料之上，放大廣告受眾廣度、找出潛在新客群的武器。 |
| 不設定受眾/僅設定廣泛受眾 (地區/年齡/性別/作業系統/詳細目標) | 設定廣泛受眾，代表交由系統自動優化，針對設定的廣告目標 (點擊最大化/轉換最大化) 找到最有潛力的受眾。您可僅設定地區/年齡/性別/作業系統/詳細目標等，甚至也可不設定，完全交由系統優化。 |

LINE 動態廣告 – 廣告管理設定

上傳完產品目錄 (Catalog) 與完成LINE Tag設置後，即可進到LAP廣告管理員頁面進行廣告活動與廣告群組的相關設定。

最佳化與出價

- 設定群組「最佳化與出價」時，可選擇以下三種模式：
 - ①由系統自動優化 - 轉換最大化 (自動CPA出價)
 - ②由系統自動優化 - 點擊最大化 (自動CPC出價)
 - ③手動設定 (手動CPC出價)
- 結合「產品組」選項，會有以下幾種優化模式：

最佳化與出價

出價金額的設定方法  自動設定為追求點擊數值最大化 ▾

付款方式  自動設定為追求轉換數值最大化

出價策略  自動設定為追求點擊數值最大化

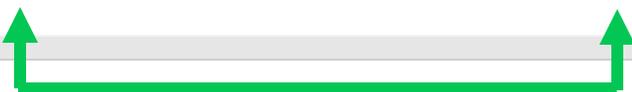
手動設定

| 推薦產品 | 最佳化與出價 | 須設定LINE Tag DPA追蹤碼 | 須設定LINE Tag 基本碼/轉換碼 | 系統優化邏輯 |
|------|------------|-----------------------|------------------------|---|
| 所有產品 | 自動CPA出價 | ○ 必須 | ○ 必須 | <ul style="list-style-type: none"> 遞送產品：所有產品都有遞送可能 優化依據：以LINE Tag 蒐集到的到站轉換行為作為主要優化數據 |
| 所有產品 | 自動/手動CPC出價 | ○ 必須 | ○ 必須 | <ul style="list-style-type: none"> 遞送產品：所有產品都有遞送可能 優化依據：在廣告主設定的預算範圍與CPC條件下內做到最大化點擊數+ LINE Tag 蒐集到的行為作為主要優化數據 |
| 產品組 | 自動CPA出價 | X 非必須 | ○ 必須 | <ul style="list-style-type: none"> 遞送產品：只顯示包含在所選產品組的產品中最適合用戶的產品。 優化依據：以LINE Tag 蒐集到的到站轉換行為作為主要優化數據 |
| 產品組 | 自動/手動CPC出價 | X 非必須 | X 非必須 | <ul style="list-style-type: none"> 遞送產品：只顯示包含在所選產品組的產品中最適合用戶的產品。 優化依據：系統判斷點擊可能性高的用戶。(此設定方式LINE Tag搜集到的事件並不作為優化依據) |

完全交由系統
自動優化



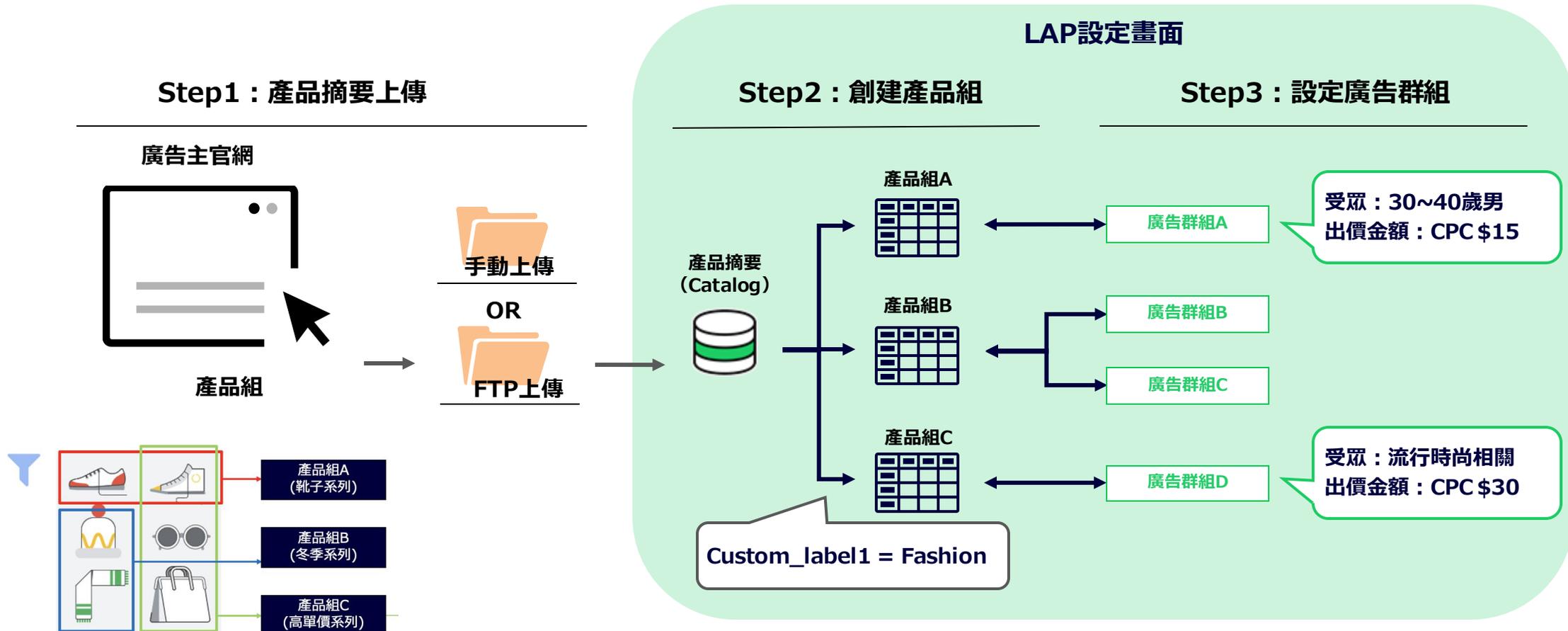
完全無需
使用LINE Tag



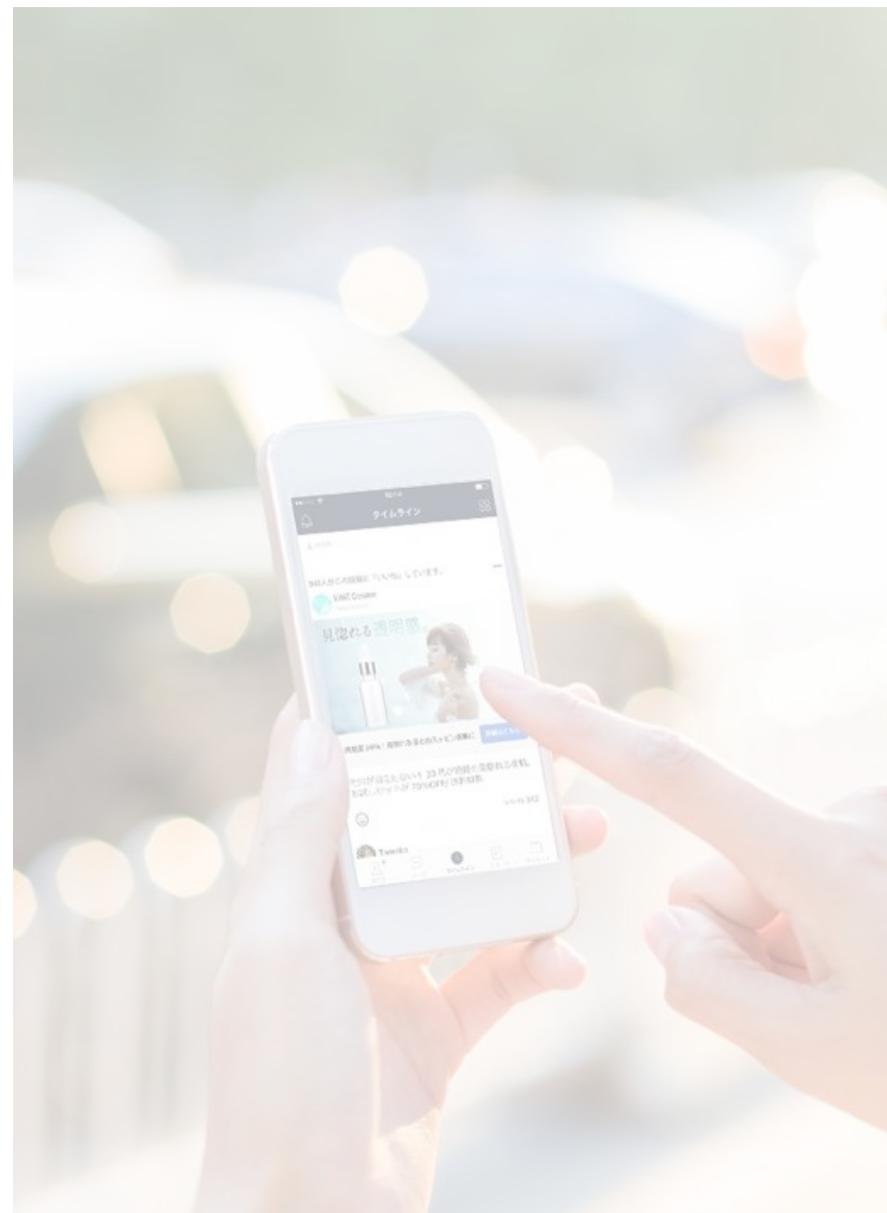
LINE 動態廣告 – 「產品組」功能介紹

從成千上萬的產品目錄中篩選出特定的主打產品組合，並進行特定廣告優化與預算配置的新功能！

- 請使用上傳商品摘要 (Catalog) 中的「custom_label_0」~「custom_label_4」標籤來為產品做分類標籤；並於LAP後台中的「產品摘要-產品組-建立產品組」頁面中建立產品組。



07 廣告刊登規範



LINE 動態廣告 – 廣告刊登規範

禁止刊登之產品和服務

- 菸品
- 成人情趣產品或色情服務
- 武器及危險產品
- 賭博
- [仿冒商品](#)
- [易有觸法疑慮之產品或服務](#)
- [其他禁止之服務或產品](#)
- 內睡衣、塑身衣、泳衣
- 美容診所
- 金融相關產品服務
- 聯盟行銷
- 傳直銷
- 醫事機構、藥品、醫療器材、醫療診所
- 酒類
- 直播相關、交友/婚姻媒合相關
- 敏感議題
- 選舉、政治相關
- 中國EC



LINE for Business

以上各廣告規格及販賣方式，LINE保留異動權利，最新版本請洽您的業務或合作代理商。