

# Notification Message 通知型訊息

2021 Q3/Q4 Sales Kit

2021.06

# 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



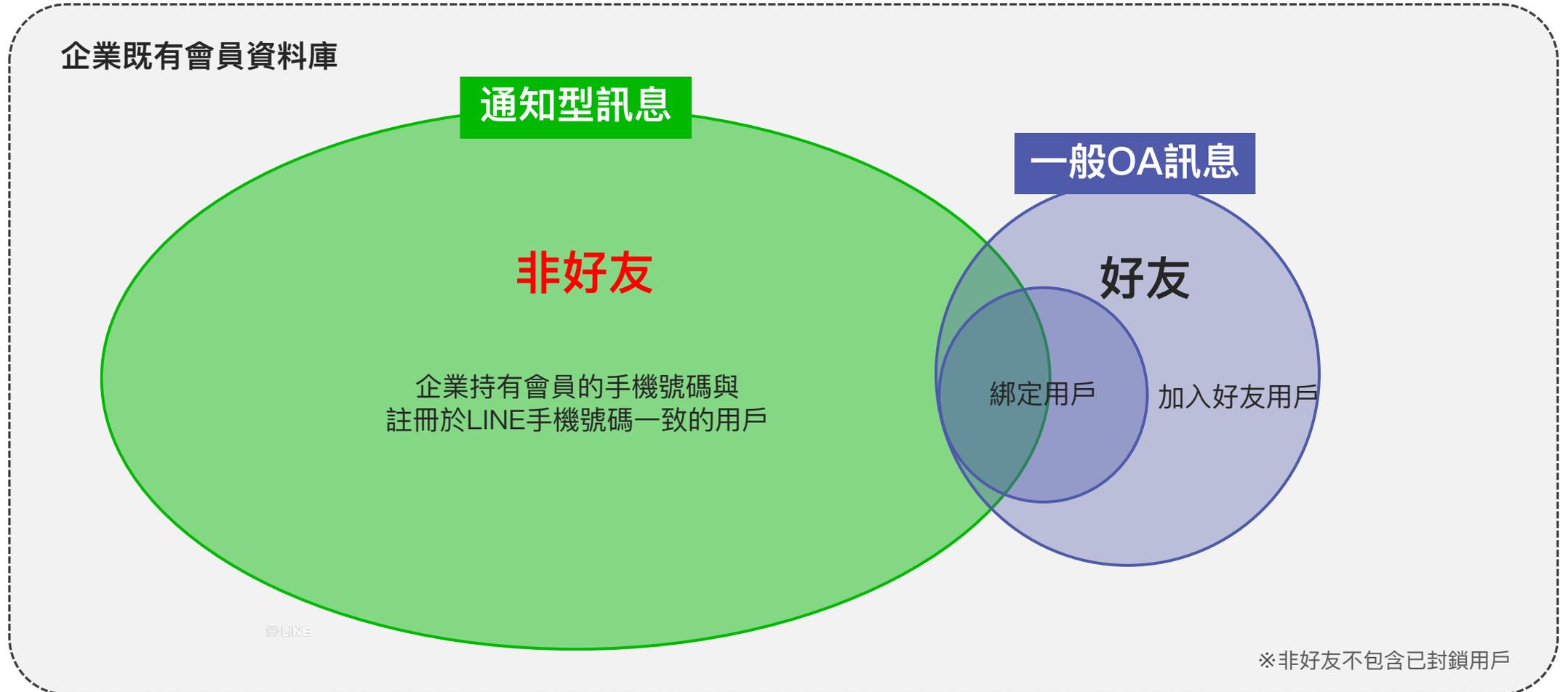
LINE

※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。

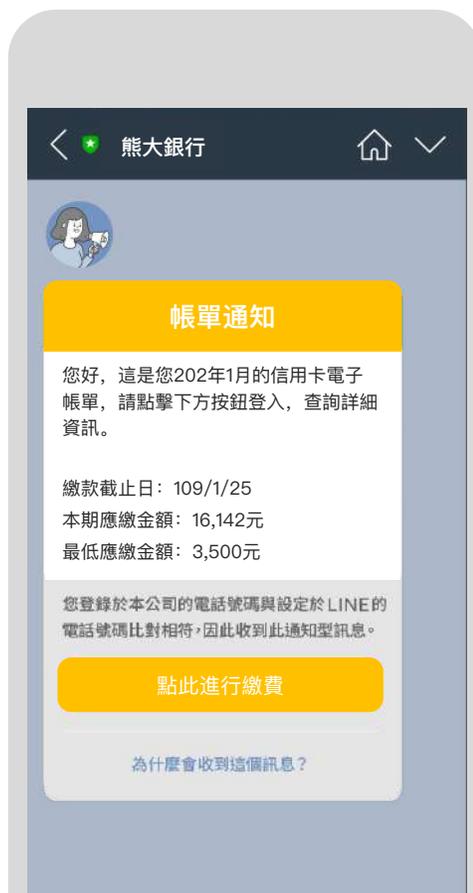
※清單以外之內容，將由LINE審查是否對使用者有效且適當。即使為清單內包含之內容，若欲追加或變更描述等時，將進行個別審查。詳細規範請參考UX Guideline

# 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



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	 FLASH AIM.COM 知識科技股份有限公司	 SIMPLY DIFFERENT 直通國際 直通國際股份有限公司	 Omnichat 全通路科技有限公司	 DOTDOT GLOBAL 點點全球股份有限公司	 AlleyPin 翔評互動股份有限公司
支援情境	<ul style="list-style-type: none"> <li>出貨通知、到貨通知</li> <li>獲點通知</li> <li>付款完成通知、支付延遲通知</li> <li>註冊成功通知</li> <li>預約成功通知、預約提醒通知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>預約完成、預約取消、預約提醒</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶開戶類: 註冊完成通知、銀行開戶通知、銀行核卡通知</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>獲得點數通知</li> <li>完成購買通知</li> <li>註冊完成通知</li> <li>出貨通知、到貨通知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訂單成立</li> <li>訂單狀態更新通知</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>預約完成、預約提醒</li> </ul>
官網	<a href="https://www.cresclab.com/">https://www.cresclab.com/</a>	<a href="https://flashaim.com">https://flashaim.com</a>	<a href="https://www.esi-tech.net/">https://www.esi-tech.net/</a>	<a href="https://www.omnichat.ai">https://www.omnichat.ai</a>	<a href="http://www.dotdot.cc">www.dotdot.cc</a>	<a href="https://www.alleypin.com/">https://www.alleypin.com/</a>
聯繫窗口	業務經理 謝凱軒	蘇彥仁 Aren	Sandra	Alan Chan	黃柏齊	羅偉誠
聯繫信箱	kh@cresclab.com	yenzin@flashaim.com	sales@esi-tech.net	alan.chan@easychat.co	B@dotdot.cc	kenneth.lo@alleypin.com

\* 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



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。

# 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	<p>提供相關申請資料</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. API 技術文件</li> <li>2. NDA</li> <li>3. Service Plan</li> <li>4. UX Guideline</li> <li>5. 通知型訊息 權限申請表</li> <li>6. IO 合約</li> </ol>	<p>填寫相關資料並提交給LINE</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NDA用印電子檔</li> <li>2. Service Plan</li> <li>3. 通知型訊息 權限申請表</li> <li>4. IO 合約</li> </ol>	<p>客戶取得技術文件前，需注意：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 已簽署 NDA，且NDA在效期內</li> <li>2. 已具備Certified Provider資格 ( Certified Provider 意旨經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。)</li> </ol> <p>IO合約提供的時間點：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 於申請「正式權限」前提供用印電子檔即可</li> </ol>
至少20個工作天	內部審核 Service Plan		<p>審核過程LINE會提出部分問題，需客戶協助調整與確認。</p> <p>既有情境審核：7-14個工作天</p> <p>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</p>
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		<p>測試結果需與service plan一致，才能申請正式權限</p> <p>如有任何更動，需經LINE內審核，審核時間5-7個工作天</p>
5-7天	申請正式權限	告知實際上線日期	

正式上線

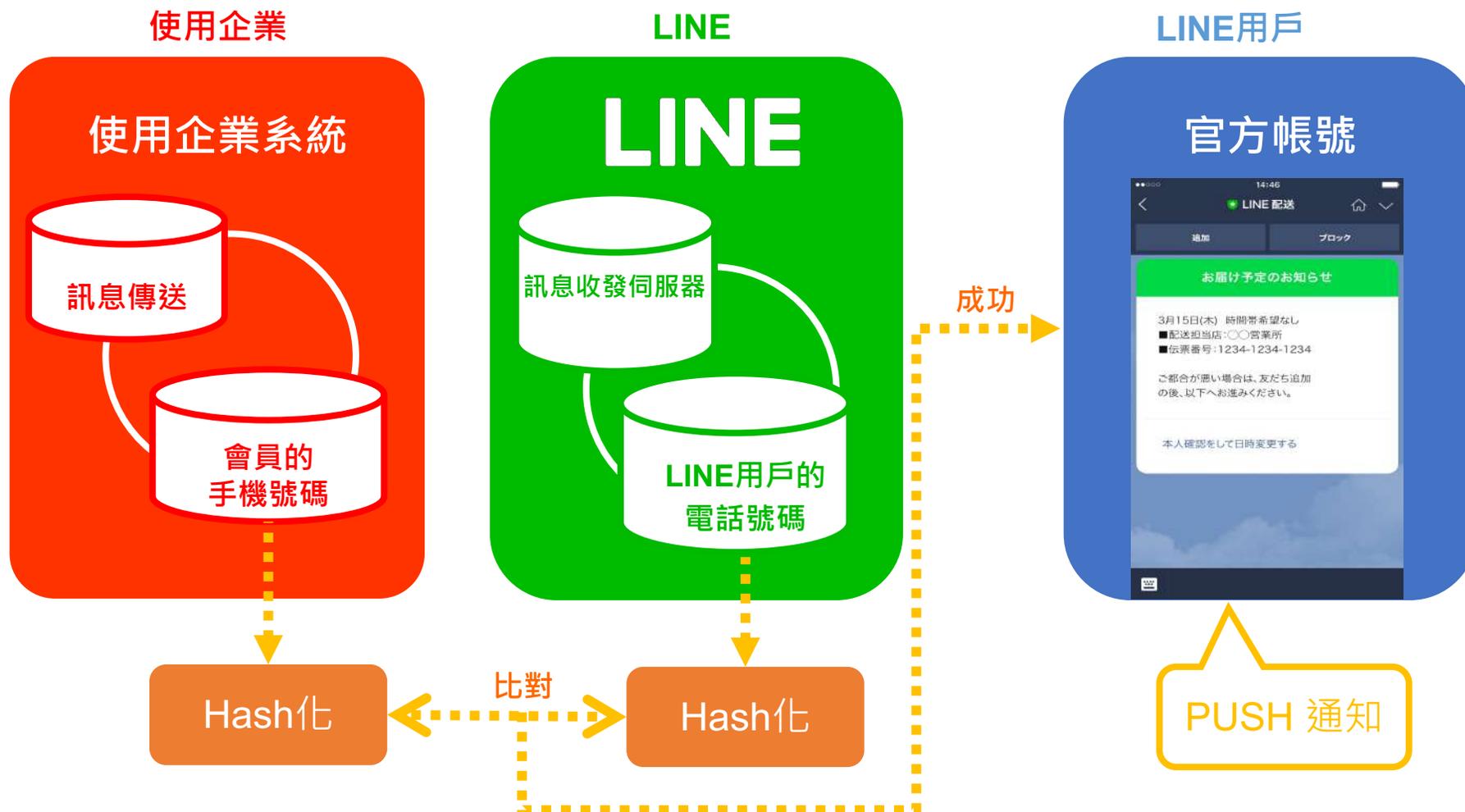
# 申請流程 (合作夥伴申請)

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？

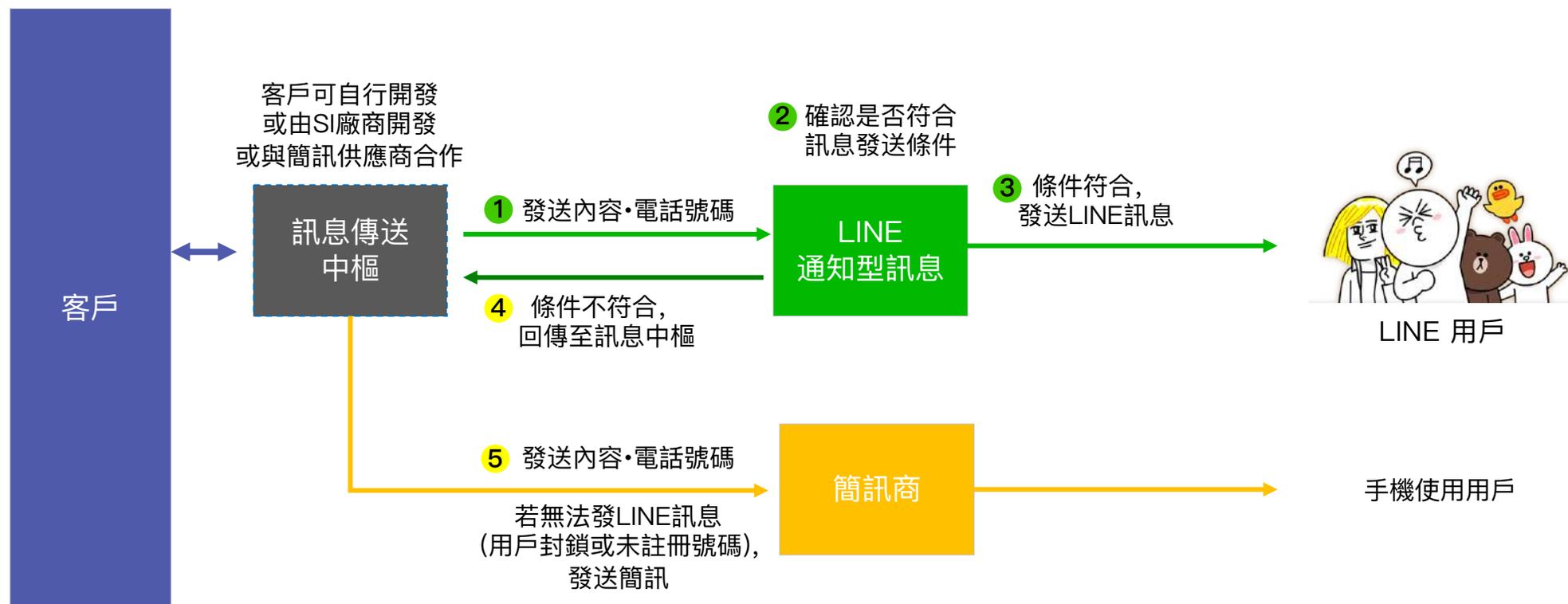
「通知型訊息」可藉由**比對企業持有的會員手機號碼與LINE用戶的手機號碼**，達到排除廣告，只傳送**重要性 / 必要性高的訊息\***。對於未事先加入「好友」的用戶也能傳送訊息。



\*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。

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

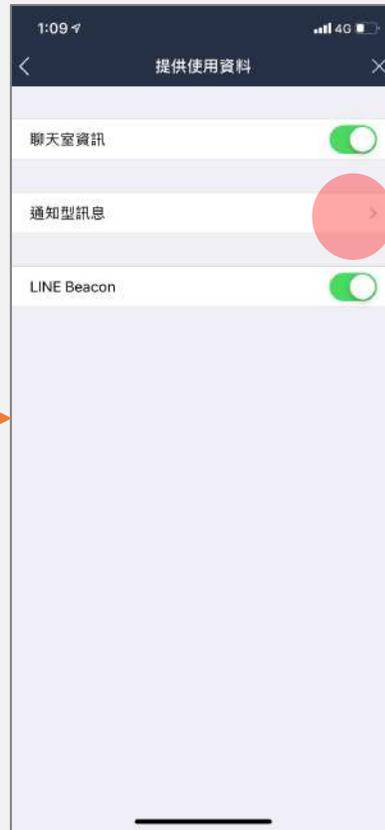
3

### 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

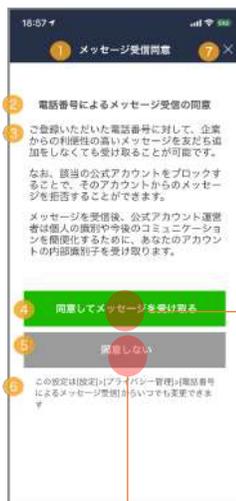
APP未升級至8.9.0版用戶  
(未同意隱私權條款)

# 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



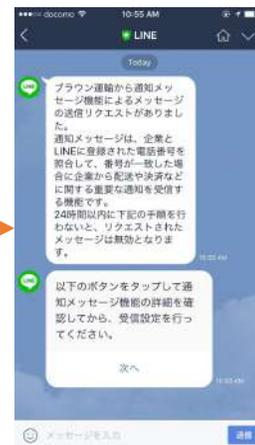
用戶輸入簡訊驗證碼



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

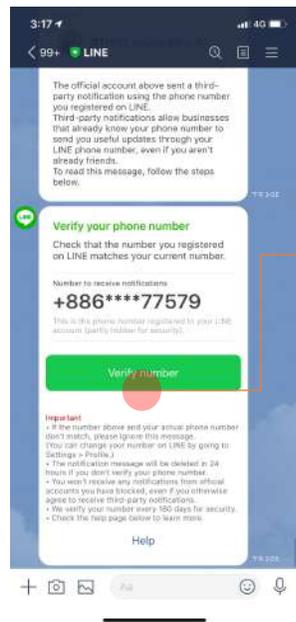
APP8.9.0版以上用戶  
(已同意隱私權條款)

# 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

XX官方帳號欲傳送通知型訊息

同意 or 不同意  
做簡訊驗證



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



## 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

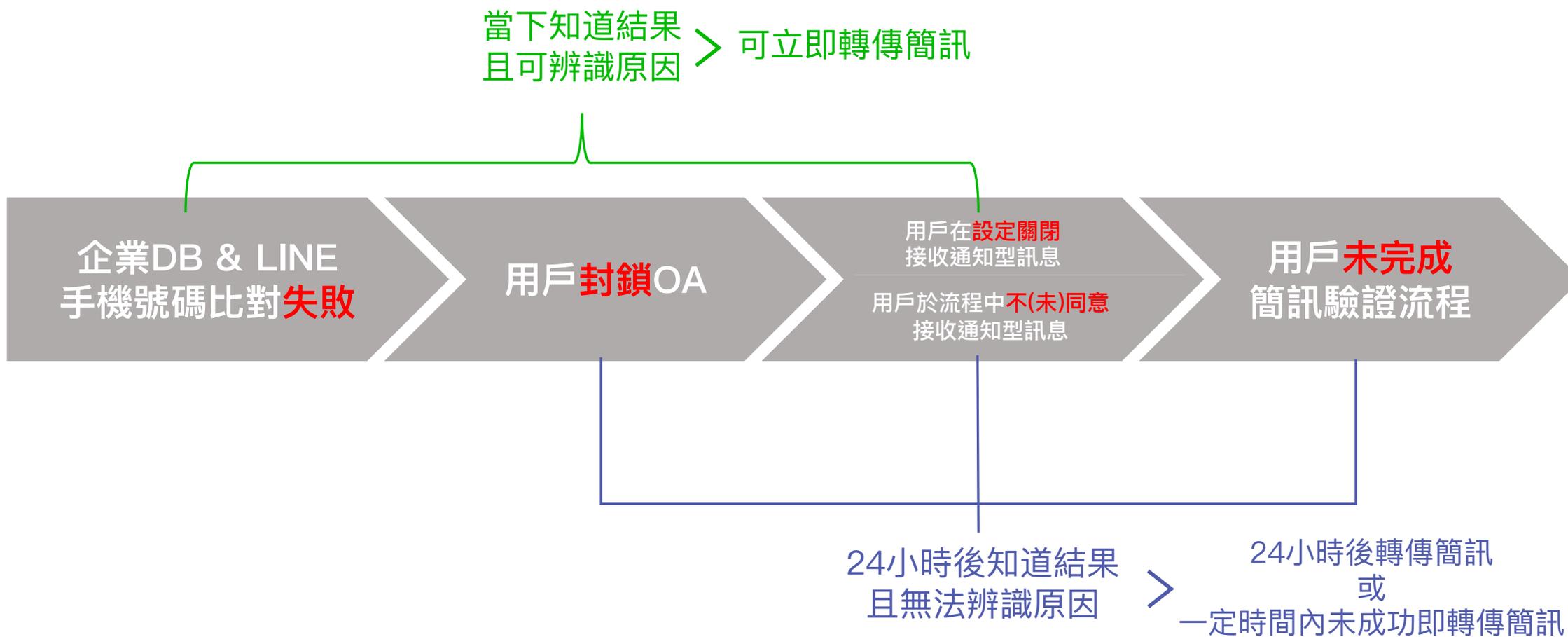


## 情境四：前三項資格皆符合，但未完成簡訊驗證流程

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。

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

# 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	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li></ul>
(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 <ul style="list-style-type: none"><li>• 加上用戶完成行為的「時間點」</li><li>• 備註「若已完成xxx，請忽略此訊息」</li></ul>
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	
<ul style="list-style-type: none"><li>• 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。</li><li>• 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放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。</li></ul>	

## 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](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](mailto:dl_twab@linecorp.com)