

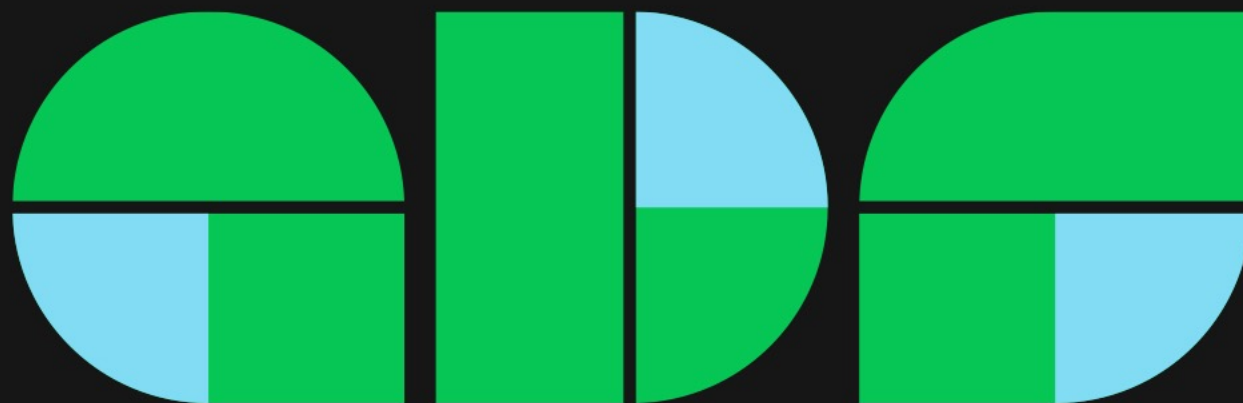
LINE Biz - Solutions

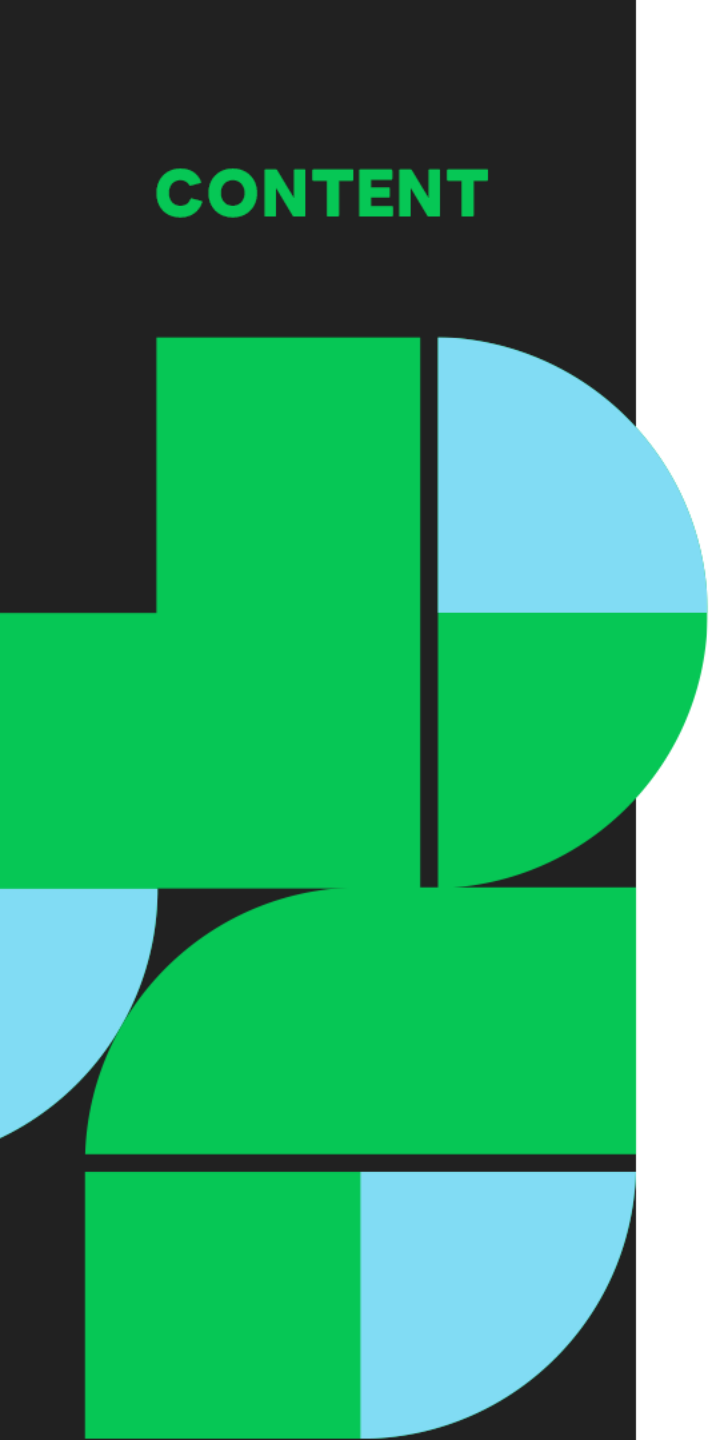
LINE 企業管理平台

LINE Business Manager

New Data Solution

Mar, 2023





CONTENT

01 什麼是 LINE企業管理平台？

New Data Solution for LINE Biz-Solutions

02 為什麼需要 LINE企業管理平台？

行銷痛點、提前佈局

03 LINE企業管理平台功能說明

累積、整合、活動、接觸點

04 如何使用 LINE企業管理平台？

使用價值、使用情境、成功案例

05 開始使用 LINE企業管理平台

開始建立、使用條件、注意事項

01

什麼是 LINE企業管理平台？

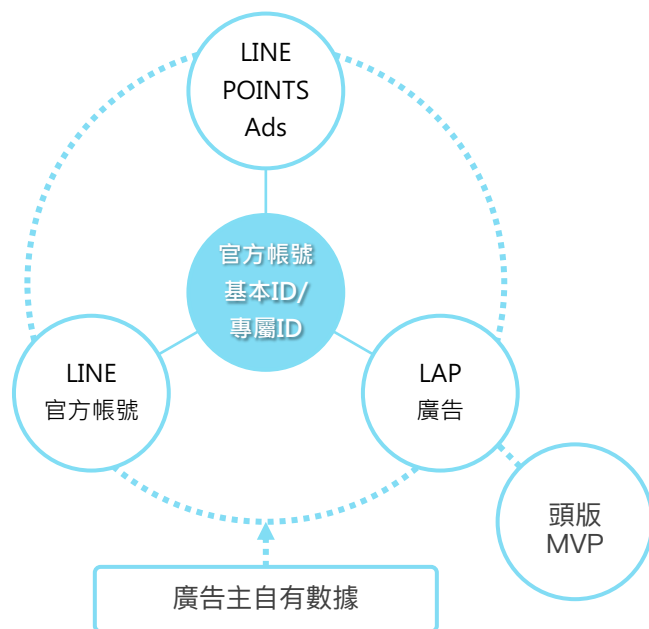
New Data Solution for LINE Biz-Solutions



LINE企業管理平台概念

以 LINE官方帳號為中心

- X 以LINE官方帳號為中心
- X 數據於各帳號、產品各自使用，缺乏整合
- X 一旦帳號增加超過兩個數據無法跨帳號累積、使用
- X 難以跨產品應用數據與分析成效



以「企業」為中心

- ✓ 以「企業/集團/公司/商家」為中心，不受限於產品，整合所有帳號/品牌/產品的行銷數據
- ✓ 數據共享最大化，並增加與目標對象的接觸點
- ✓ 視覺化數據使用結果，便於廣告活動的成效優化與分析



※ 此為概念示意圖，各項功能、發布時程可能不經預告變更。敬請惠予理解

New Data Solution

LINE企業管理平台

連結各種數據

LINE服務數據

LINE官方帳號、LAP 廣告帳號
頭版MVP、LINE POINTS Ads (預計2023Q2加入)
LINE Beacon、LINE LIVE

WEB、客戶資料等

LINE Tag · Conversion API
IDFA/AAID · TEL · Email etc...

LINE 相關服務

規劃中，敬請期待

可以簡單且安全地使用



連結帳號與數據
整合管理企業資訊

代理商管理權限
預計於2023Q4上線

透過橫向運用提高成效，建立洞察分析

整合 & 管理 LINE Tag
建立與共享受眾

Business Insight
預計於2023年第二季上線

建立組合受眾
規劃中，敬請期待

※ LINE Business Manager 可以使用的行銷數據，僅限於已獲得用戶許可的數據。
※ 由於 LINE Business Manager 仍在規畫、開發中，各項功能、發布時程可能不經預告變更。敬請惠予理解



New Data Solution

LINE企業管理平台 LINE Business Manager

以「企業」為單位

跨帳號
累積數據

Cross Account Accumulation

×

跨品牌
應用數據

Cross Brand Utilization

×

跨產品
精準行銷

Cross Product Targeting



目前許多企業皆已開設 LINE企業管理組織 開始整合、管理、應用數據

LINE企業管理平台
開設組織數量※1

100+



加入 LINE企業管理平台的產業※2

電商

美妝

遊戲

零售通路

電信

精品

教育

食品飲料

醫美

酒

金融

健康保健

※1：2023年3月時資料 已通過審核可以使用的帳號數合計

※2：2023年3月時資料 僅限已通過審核的組織

02

為什麼需要 LINE企業管理平台？

行銷痛點、提前佈局



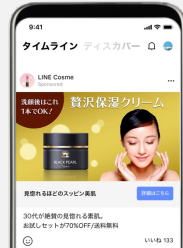
行銷人天天在面對的問題...

廣告服務越來越多樣，連帶的數據應用也越來越多元，同時，大環境也開始出現限制，讓數據行銷的困難度越來越高。

LINE 頭版 MVP



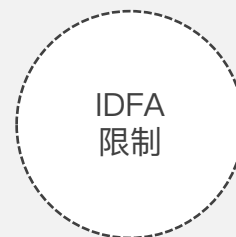
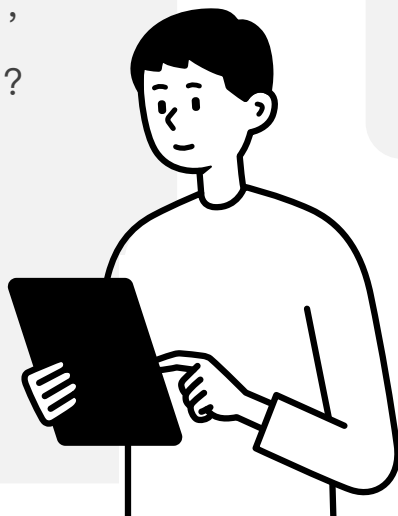
LAP 廣告



LINE 官方帳號



- 想使用不同受眾，提高廣告成效？
- 在不同管道、版位、產品上執行了許多活動，不知道能否更有效地活用各自收集到的數據？
- 數據是否可以持續累積，不會因為換代操夥伴或是代理商而消失？
- 更簡單快速的方法將 Email、電話號碼作為受眾之一？
- 希望有整合活動報表，才能綜觀分析、優化



數據的蒐集以及可視化的困難度，
真是越來越高啊...

關於跨產品精準行銷

預計將跨產品精準行銷功能整合到 LINE企業管理平台，提供更完整與全面的數據應用

建議

目前正在使用跨產品精準行銷功能的企業，請考慮轉換至LINE企業管理平台。

跨產品精準行銷 Cross Targeting

- x 以LINE官方帳號為中心
- x 數據於各帳號、產品各自使用，缺乏整合
- x 一旦帳號增加超過兩個數據無法跨帳號累積、使用
- x 難以跨產品應用數據與分析成效

LINE企業管理平台 LINE Business Manger

- ✓ 以「集團/公司/企業/商家」為中心，不受限於產品，整合所有品牌/產品線的行銷數據
- ✓ 數據共享最大化，增加與目標對象的接觸點
- ✓ 視覺化數據使用結果，便於廣告活動的成效優化與分析

※在「跨產品精準行銷功能」完全結束之前，可以按照既有的設定繼續使用，不過也有可能公告完全結束起，短時間內就逕行結束，敬請諒解



提前佈局

Cross Targeting

LINE企業管理平台

定位	跨產品	跨產品+跨帳號+跨品牌
數據單位	Audience	Audience
建立受眾 & LINE Tag	X	O
跨帳號整合 (不同官方帳號基本ID/專屬ID)	X	O
數據源	LINE 官方帳號 / LAP廣告帳號 頭版 MVP / LINE POINTS Ads	LINE 官方帳號 / LAP廣告帳號 頭版 MVP / LINE POINTS Ads (預計2023Q2加入)
綁定/連動方式	官方帳號基本ID/專屬ID	Business Manager ID
數據同步	受眾共用功能設為「OFF」或「ON」	帳號與 LINE企業管理組織連動後，自動同步
數據管理	於 LINE 官方帳號、LAP 廣告帳號個別瀏覽、使用	於 LINE企業管理平台統一管理、操作
未來規劃	功能整併至LINE企業管理平台，透過平台操作	陸續整合其他數據源、服務、洞察分析報表
使用資格	無	參考「使用條件」頁面

03

LINE企業管理平台 功能說明

累積、整合、活動、接觸點



行銷數據以企業為單位

累積



LINE 廣告解決方案數據
(LINE 官方帳號/LAP 廣告帳號/
頭版MVP/LINE POINTS...)

自有資料
(IDFA/AAID/Email/LINE Tag...)

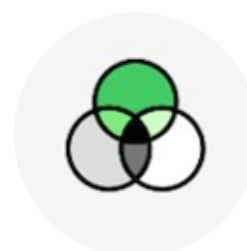
其他服務資料
(LINE相關服務資料/3rd Party...)

整合



- 數據集中管理平台
- 數據單一管理介面
- 數據統一使用分配

活用



- ✓ 跨產品應用
- ✓ 跨品牌應用
- ✓ 洞察分析報告

接觸點



- ✓ 不限單一官方帳號
- ✓ 不限單一 LAP廣告帳號

※ LINE Business Manager 可以使用的行銷數據，僅限於已獲得用戶許可的數據。

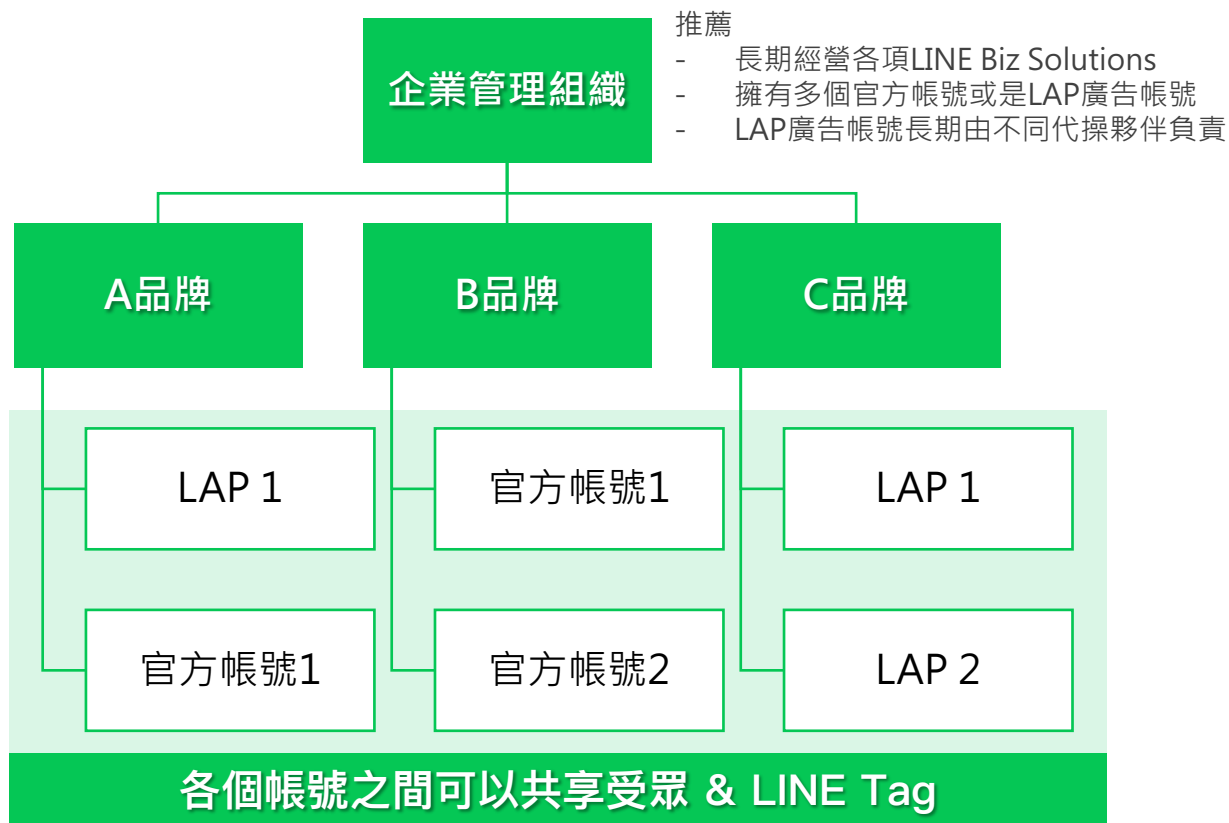
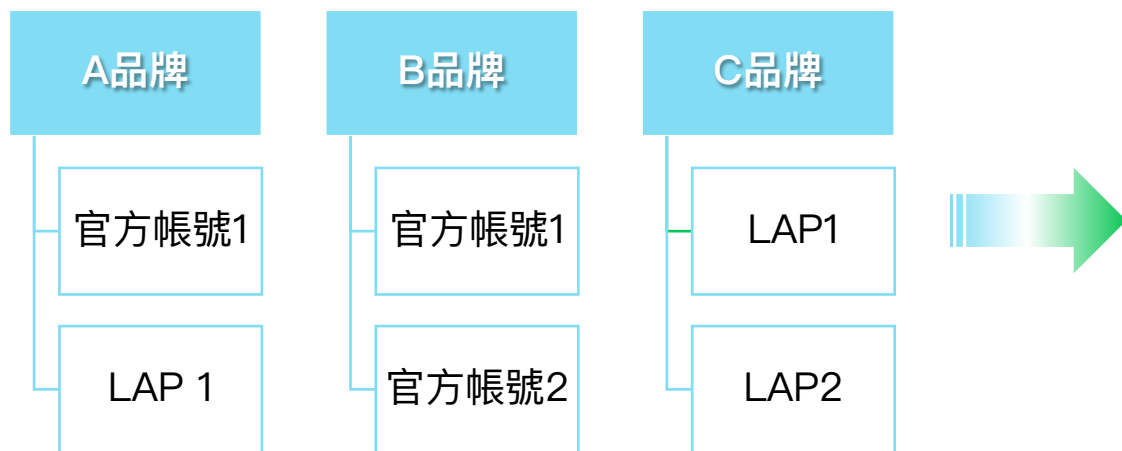
※ 由於 LINE Business Manager 仍在規畫、開發中，各項功能、發布時程可能不經預告變更。敬請惠予理解

累積 — 行銷數據

跨**產品** — LINE 官方帳號 / LAP 廣告帳號 / 頭版 MVP 廣告*

跨**帳號** — 不同官方帳號基本ID/專屬ID的帳號也可整合

跨**品牌** — 串連完整行銷數據



※ 帳號與組織連動後，該帳號之自訂受眾即全部同步至組織

★ 2022/6/1 後開始支援頭版MVP廣告帳號之連動，MVP受眾使用；如需連動、使用請另外提出申請

整合－LINE內部數據

目前可以使用4項產品的數據，未來持續增加不同產品，作為數據來源

LINE頭版MVP



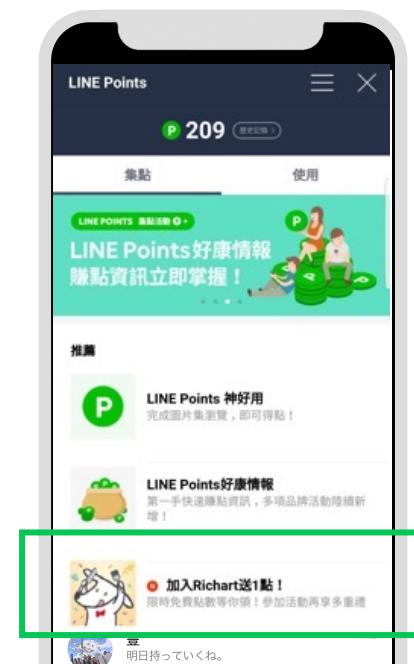
LINE廣告



LINE官方帳號



*預計2023Q2加入 LINE POINTS Ads



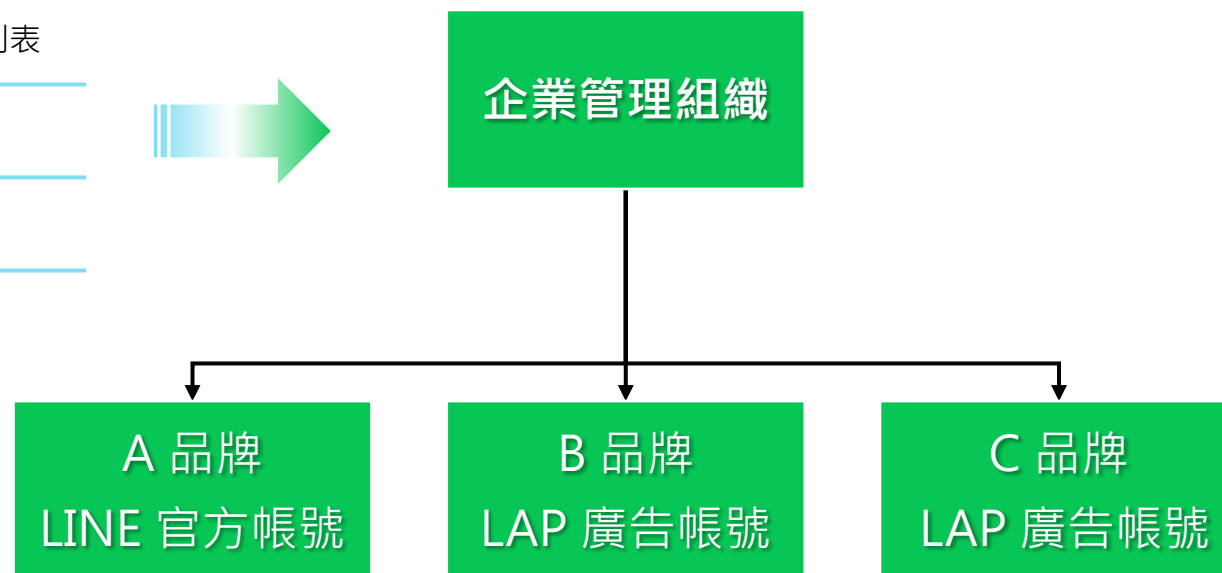
※ LINE Business Manager 可以使用的行銷數據，僅限於已獲得用戶許可的數據。
※ 由於 LINE Business Manager 仍在規畫、開發中，各項功能、發布時程可能不經預告變更。敬請惠予理解

整合－LINE外部數據

除了LINE內部數據，LINE企業管理平台也可以整合LINE外部數據

企業可以於LINE企業管理組織，以第一方數據建立自訂廣告受眾，然後快速簡單與連動帳號們共享

受眾種類	說明
網路流量受眾	根據 LINE Tag 的流量資訊所建立的列表
上傳 IDFA、AAID	上傳的 IDFA 列表
上傳電話號碼	已上傳的電話號碼列表
上傳電子郵件地址	已上傳的 Email 電子郵件地址列表



整合 — 數據管理

LINE企業管理平台成為資料彙集地，在單一個管理畫面中，集中管理、分配行銷數據
跨產品、跨帳號、跨品牌統整所有受眾名稱、數量、資料來源

可於此處管理自訂廣告受眾。

建立自訂廣告受眾

以名稱搜尋

*數據名稱	*數據類型	*數據規模	*數據來源
名稱	受眾類型	預估規模	類型
1017THV_Image click: 20211020_helen test	圖片點擊受眾	-	LINE Ads Platform
BMtest_Video50%	觀看影片受眾	-	LINE Ads Platform
Web Traffic Audience: 202111161737__TEST	網站流量受眾	-	LINE Ads Platform
8124254701041	BMtest_VideoStart	-	LINE Ads Platform
7816930343970	Web Traffic Audience: 202111161742	-	直接連動
7153879969579	BMtest_Video75%	-	直接連動
6899788890280	BMtest_Click	-	直接連動

受眾一覽

廣告管理員Business Manager

所有受眾類型

以受眾名稱或id搜尋

受眾的公開設定: 公開

ID	受眾名稱	受眾類型	預估規模	受眾的有效性
5880795710494	Friends Audience: 202112141229	LINE官方帳號好友的受眾	-	準備中
4205168521152	Friends Audience: 202111231810	LINE官方帳號好友的受眾	-	準備中
1434062019072	list_211123	上傳IDFA/AAID	小於100	可使用
8134577687543	Web Traffic Audience: 202111161737__TEST	網站流量受眾	-	準備中

受眾

您可基於特定條件來建立、管理想觸及的用戶。依各種條件設定不同的目標「受眾」，讓群發訊息所觸及的客群更加精準。

全部

輸入受眾名稱

清除

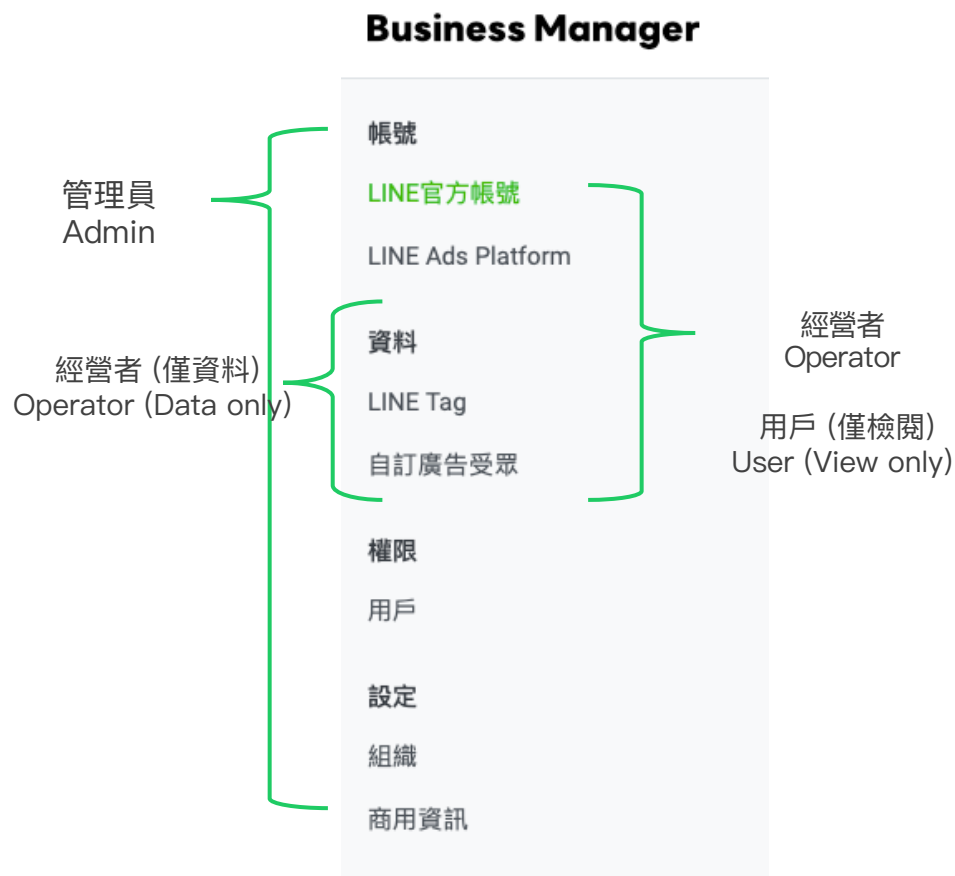
受眾名稱	類型	數量	建立時間	建立方	狀態
曝光再行銷2202	曝光	118,239	2022/02/16 11:12	官方帳號	可用
test	使用者識別碼UID	0	2021/10/08 11:47	官方帳號	刪除

LAP 廣告帳號受眾

LINE 官方帳號受眾

整合－數據分配&使用權限

依照不同人員、部門、合作夥伴，給予不同階級的數據使用權限，更有效控管數據使用權



權限	權限範圍
管理員 Admin	最高管理權限，全功能皆可使用、操作 LINE企業管理平台組織管理（建立/更名/刪除） 用戶權限管理（新增/刪除） 帳號連動管理（LINE 官方帳號/LAP 廣告帳號） 數據資料管理（自訂受眾/LINE TAG 的分享、分享至可使用的帳號） 其他基本設定
經營者 Operator	數據資料管理（自訂受眾/LINE TAG 的分享、分享至可使用的帳號） 可建立組織階級的自訂受眾、LINE TAG
經營者 (僅資料) Operator (Data only)	可建立組織階級的自訂受眾、LINE TAG
用戶 (僅檢閱) User (view only)	僅能檢視LINE企業管理平台組織，無法進行任何操作

進階整合－LINE Tag：LINE TODAY Ads 使用範例

LINE Tag 整合：使用單一 LINE Tag 蒐集網站流量受眾，並快速簡單分享給組織內指定帳號

- ① 於企業管理組織建立單一 LINE TAG
- ② 將此 LINE Tag 提供給 LINE TODAY Ads 進稿
- ③ 於企業管理組織將建立網站流量受眾
- ④ 於企業管理組織將受眾分享給指定LAP帳號、官方帳號使用



活用－共享行銷數據

LINE企業管理組織建立後

完成組織與帳號的連動

(官方帳號/LAP廣告帳號/頭版MVP)

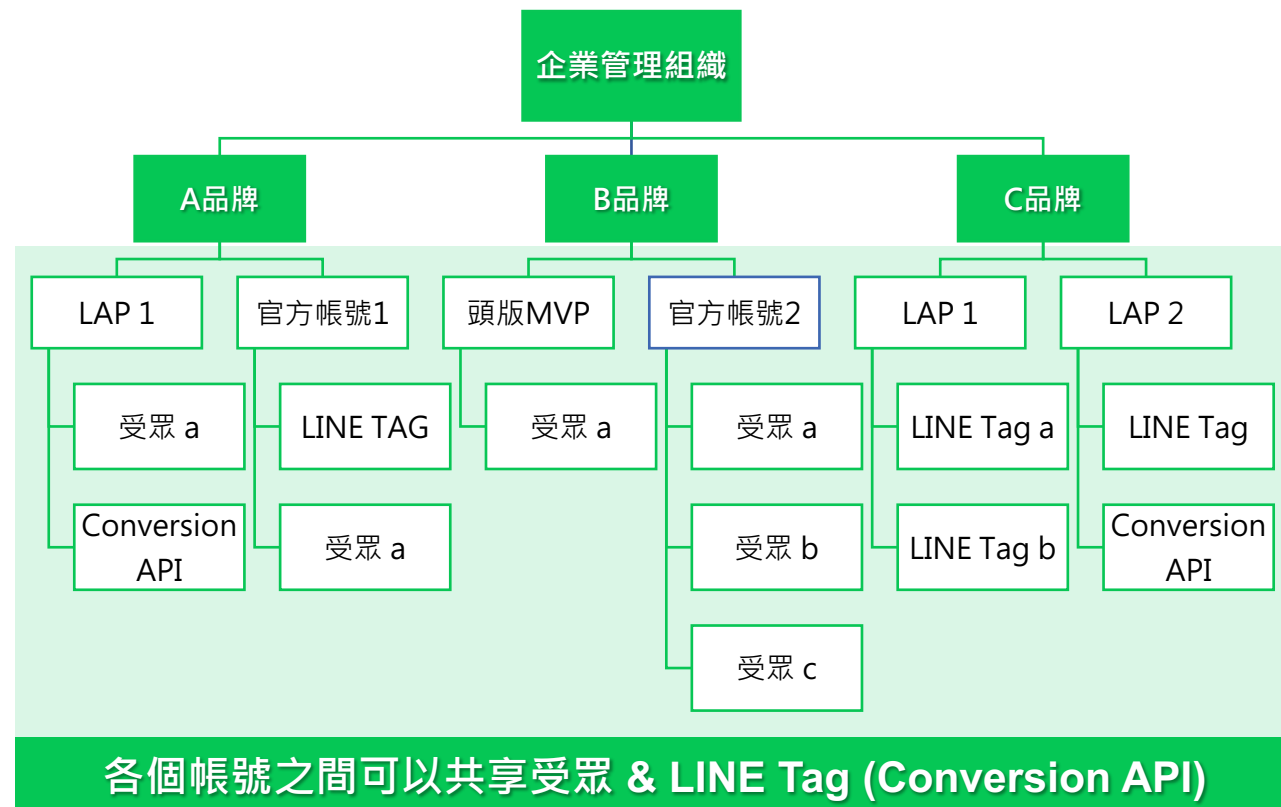
透過LINE企業管理平台介面

行銷數據即可輕鬆地在帳號間共享

並能彈性選擇

數據的「共享全部」或「共享部分」給特定帳號

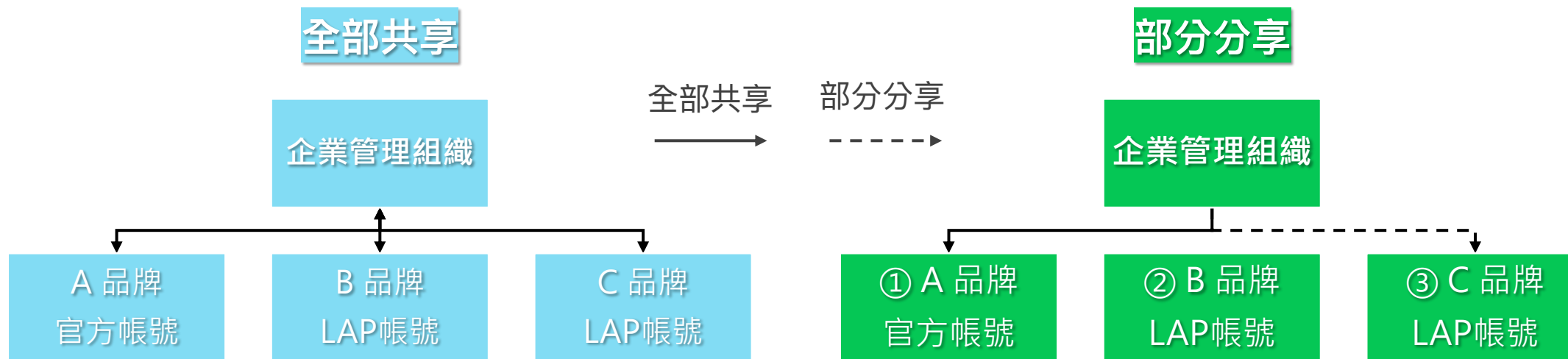
放大既有單一數據的行銷價值



補充說明：共享全部資源 & 共享部分資源

組織建立後，若有新連動的帳號

- **共享全部**：組織內的所有資源，全部與新連動的帳號共享
- **共享部分**：分別選擇要分享的資源



將組織內的所有資源
全部都同步至新連動的帳號

分別選定共享資源的方式，舉例：

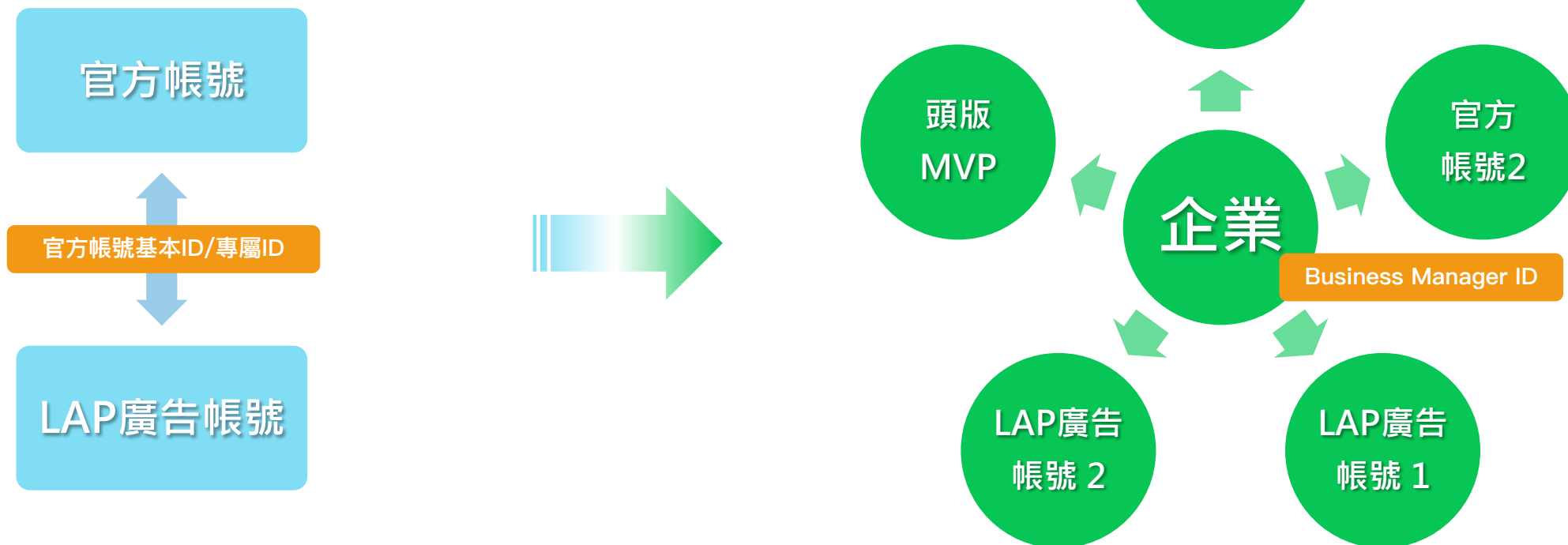
- ① 組織內**全部**資源同步至 A
- ② 組織內全部資源**不同步**至 B
- ③ 組織內**特定**受眾同步至 C

接觸點

以企業為單位後，數據來源和使用者接觸點不再是一對一的關係

數據可以跨產品、跨品牌、跨帳號使用

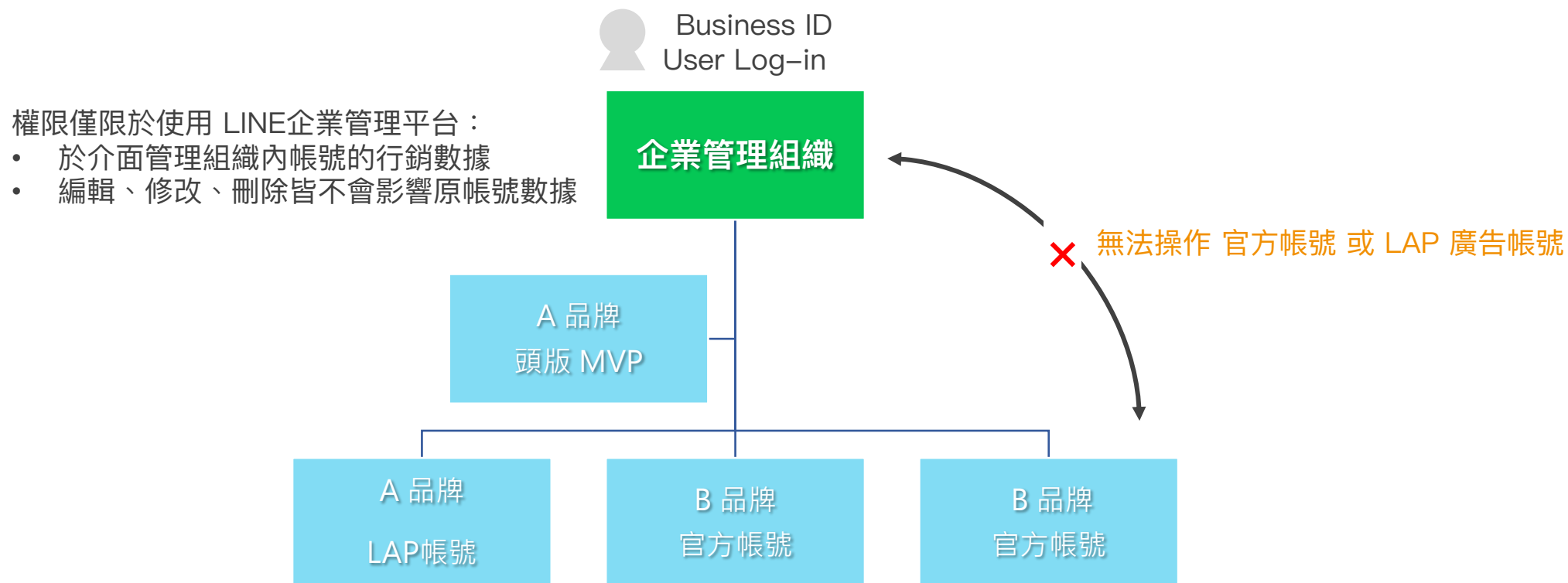
單一數據，多管道使用，增加與目標對象的接觸點



容易誤解的使用

使用權限僅限於 **LINE企業管理平台**，**不能操作已連動的官方帳號、LAP廣告帳號**

LINE企業管理平台使用者，不具有官方帳號、LAP廣告帳號之使用權限



支援的廣告受眾種類說明

LINE企業管理平台



數據種類	說明	接觸點
網路流量受眾	根據 LINE Tag 蒐集流量資訊所建立的受眾	LAP 廣告 (再行銷、排除、類似廣告受眾)
上傳 IDFA、AAID	上傳的 IDFA、AAID 所建立的受眾	
上傳電話號碼	已上傳的電話號碼所建立的受眾	LINE官方帳號 (再行銷、排除)
上傳 Email	已上傳的 Email 所建立的受眾	

1. 透過 Cross Targeting 分享的受眾無法透過 LINE Business Manager 再分享
2. 可以分享到 LINE 官方帳號的受眾最小量為100個，使用該受眾發送訊息最小量為50個。
3. 禁止發送暗示個人身分、高敏感的訊息
4. 部分數據必須使用到 Messaging API

LINE 官方帳號



數據種類	說明	接觸點
曝光	打開訊息用戶所建立的受眾	LAP 廣告 (再行銷、排除、類似廣告受眾)
點擊	點擊訊息連結所建立的受眾	
上傳 UID	上傳的 UID 所建立的受眾	LINE官方帳號 (再行銷、排除)
聊天標籤	使用 Chat tag 所建立的受眾	
上傳IDFA、AAID	上傳的 IDFA、AAID 所建立的受眾	LINE官方帳號 (再行銷、排除)
好友路徑	依加入好友路徑別所建立的受眾	
網路流量	根據 LINE Tag 蒐集流量資訊所建立的受眾	

支援的廣告受眾種類說明

LINE 頭版 MVP



數據種類	內容	接觸點
點擊圖片	已點擊頭版 MVP 圖片廣告的用戶	LAP 廣告 (再行銷、排除、類似擴充) LINE官方帳號 (再行銷、排除)
觀看影片	已接觸頭版 MVP 影片的用戶 ※ LAP 廣告相同 (包括開始觀看、結束觀看)	
點擊內容	已點擊 頭版 MVP 「詳細內容在此」的資料	

1. 由資料供應商提供的受眾，無法進行 LINE Business Manager 的分享
2. 透過 Cross Targeting 分享的受眾無法透過 LINE Business Manager 再分享
3. 可以分享到 LINE 官方帳號的受眾最小量為100個，使用該受眾發送訊息最小量為50個。
4. 禁止發送暗示個人身分、高敏感的訊息
5. 部分數據必須使用到 Messaging API

LAP 廣告



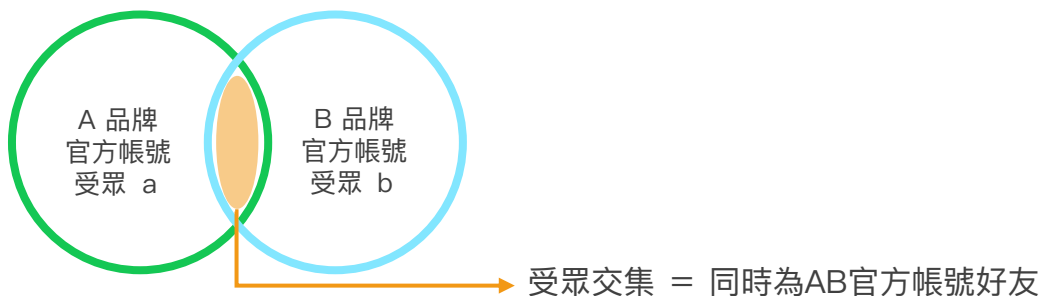
數據種類	內容	接觸點
上傳 IDFA、AAID	上傳的IDFA、AAID所建立的受眾	LAP 廣告 (再行銷、排除、類似廣告受眾)
上傳電話號碼	已上傳的電話號碼所建立的受眾	
上傳 Email	已上傳的 Email 所建立的受眾	
網路流量	根據 LINE Tag 蒐集流量資訊所建立的受眾	
圖片列表	點擊圖片用戶所建立的受眾	
觀看影片	在LINE廣告中觸及影片用戶所建立的受眾	LINE 官方帳號 (再行銷、排除)
應用程式活動	應用程式活動受眾所建立的受眾	
好友與封鎖用戶	與該LINE廣告帳號有關聯的LINE廣告帳號好友與封鎖用戶	LAP 廣告 (再行銷、排除)
類似廣告受眾	將類似於資源受眾的用戶，擴充到LINE內的受眾	

受眾使用注意事項

使用 LINE企業管理平台應用數據時，請務必注意以下事項

注意事項

- 企業需遵守 LINE企業管理平台及相關服務的使用條款。
- 企業使用 LINE企業管理平台共享行銷數據時，需要在企業隱私政策或官方網站上說明資料蒐集及使用範圍，讓終端用戶清楚了解行銷數據所包含之項目、取得方式、使用目的，並取得合法同意；且需依照個人資料保護法20條提供用戶請求停止利用個人資料之管道
- 使用 LINE企業管理平台行銷數據投遞廣告或發送行銷訊息時，請注意勿包含高度識別，令用戶敏感的廣告內容。
- 使用 LINE企業管理平台行銷數據發送行銷訊息時，終端用戶需為帳號之交集受眾，才能成功接收訊息，訊息無法發送給非好友、封鎖用戶



※¹ LINE 官方帳號 Provider 說明請參考：<https://developers.line.biz/en/docs/line-developers-console/overview/#provider>

04

如何使用 LINE企業管理平台？

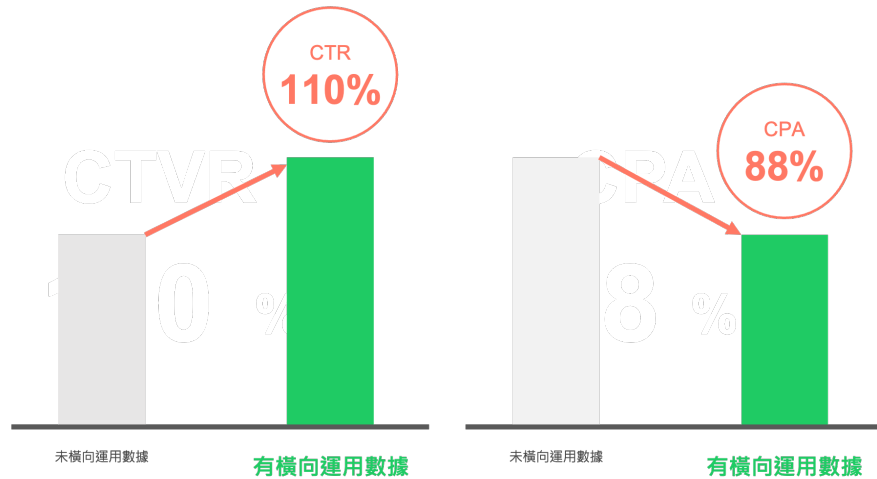
使用價值、使用情境、成功案例



※在2022年1~3月期間，將「有設定跨產品精準行銷的廣告群組，和未設定的廣告群組之CTR和CPA的比例」，以各廣告活動的印象數和轉換數加重平均所得出的值

有提升成效的趨勢

橫向運用 LINE各帳號、產品累積之行銷數據，發揮廣告效果



橫向使用 LINE 廣告行銷數據 提升廣告活動成效*

橫向整合廣告活動成效 洞察廣告活動優化方向

*預計於2023Q2上線

※ LINE Business Manager 可以使用的行銷數據，僅限於已獲得用戶許可的數據。
※ 由於 LINE Business Manager 仍在規畫、開發中，各項功能、發布時程可能不經預告變更。敬請惠予理解



※示意圖僅供參考，實際以功能發布後系統介面顯示為主

Use Case 1－頭版MVP受眾 → LAP廣告

可以將頭版MVP受眾的受眾，分享至不同品牌的LAP做使用。

流行服飾案例

和使用興趣受眾廣告活動的比較

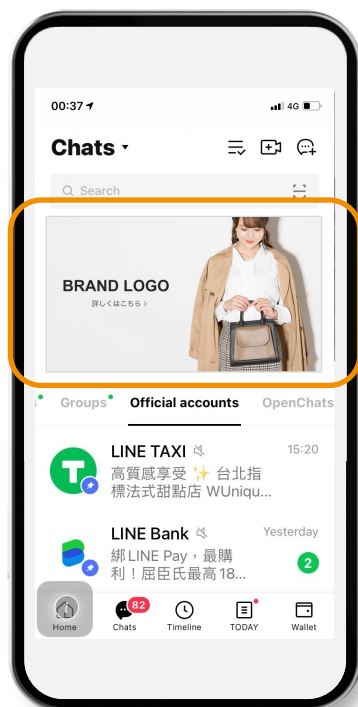
CTR **2.6倍** CPC降低 **10%**

金融服務案例

和使用網頁流量受眾廣告活動的比較

CTR **5.7倍** CPC降低 **40%**

LINE 頭版 MVP



LINE企業管理平台

共享受眾

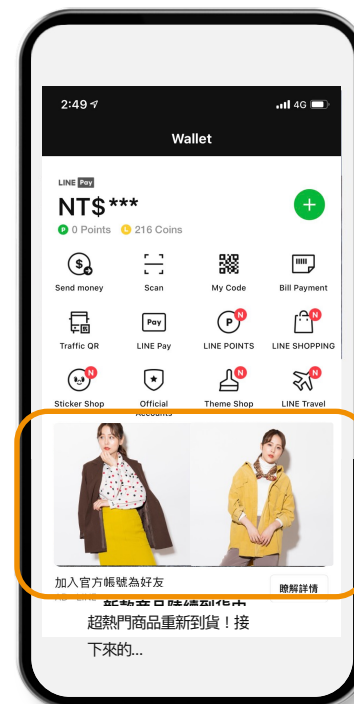
分享至與其他 品牌 / 服務的 LAP廣告帳號
跨品牌 (分屬不同官方帳號基本ID/專屬ID)



頭版 MVP
頭版 MVP
頭版 MVP

點擊的用戶
點擊影片的用戶
觀看影片50%以上的用戶

LAP廣告



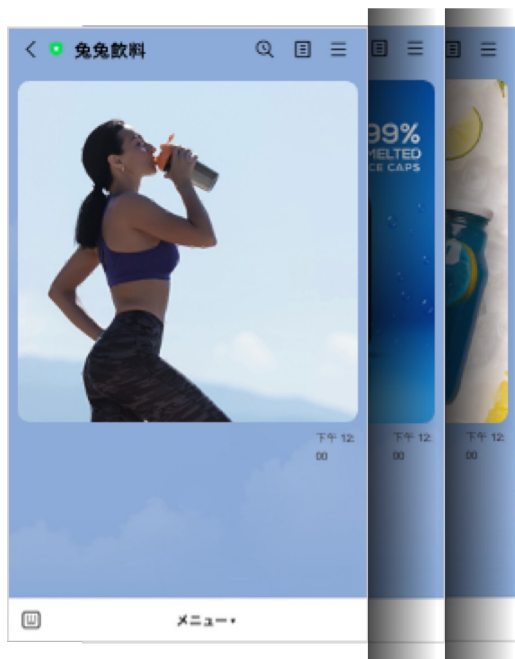
Use Case 2 – 多個官方帳號受眾 → LAP廣告

可以將多個官方帳號受眾，應用到不同品牌的 LAP加好友廣告。

食品飲料的案例

CTR **3.2倍** CPC降低**20%** 和使用興趣受眾廣告活動的比較

LINE 官方帳號



LINE企業管理平台

共享受眾

分享至與其他 品牌 / 服務的 LAP廣告帳號
跨品牌 (分屬不同官方帳號基本ID/專屬ID)



好友受眾
好友受眾類似擴充

LAP廣告



Use Case 3 – 多個LAP廣告受眾 → LAP廣告

目標對象類似時，可以不同個 LAP廣告的受眾，分享給和其他LAP廣告帳號，擴大可能受眾群

3C家電案例 ①	和使用興趣受眾廣告活動的比較		3C家電案例 ②	和使用興趣受眾廣告活動的比較	
	CTR 1.7倍	CVR 2倍		CTR 1.2倍	CVR 4.2倍



Use Case 4 – LAP廣告 → 官方帳號

可以將 LAP廣告的流量受眾，分享至官方帳號推播訊息，加強轉換

推薦產業

線上教育

流行時尚

美容沙龍

美妝保養

LAP廣告



LINE企業管理平台

共享受眾

分享至品牌 / 服務的 官方帳號



網站流量

官方帳號

推播線上教育課程的訊息



Use Case 5 – 自有資料 → 官方帳號 & LAP廣告帳號

可以不同渠道的自有資料如 E-mail、電話號碼上傳至，分享給不同官方帳號、LAP廣告帳號使用

推薦產業

流行時尚

補習教育

健康食品

3C家電

金融保險

LINE企業管理平台

上傳電話號碼或電子郵件地址



LINE企業管理平台

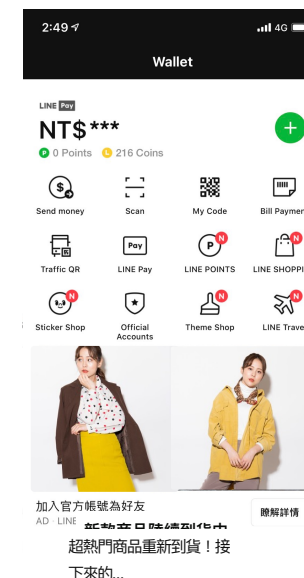
分享受眾

分享至不同品牌 / 服務的 官方帳號、LAP廣告



電話號碼受眾
E-mail 受眾

官方帳號 / LAP廣告



Use Case 6 – 官方帳號 → 官方帳號

在不同的 LINE 官方帳號之間共享受眾，用以再行銷訊息推播

新功能

推薦給擁有多個 LINE 官方帳號的廣告主！

官方帳號



LINE 企業管理平台

共享受眾

分享至不同品牌 / 服務的 官方帳號



好友受眾
點擊的受眾

官方帳號



05

開始使用

LINE企業管理平台

開始建立、使用條件、注意事項



建立 LINE企業管理組織

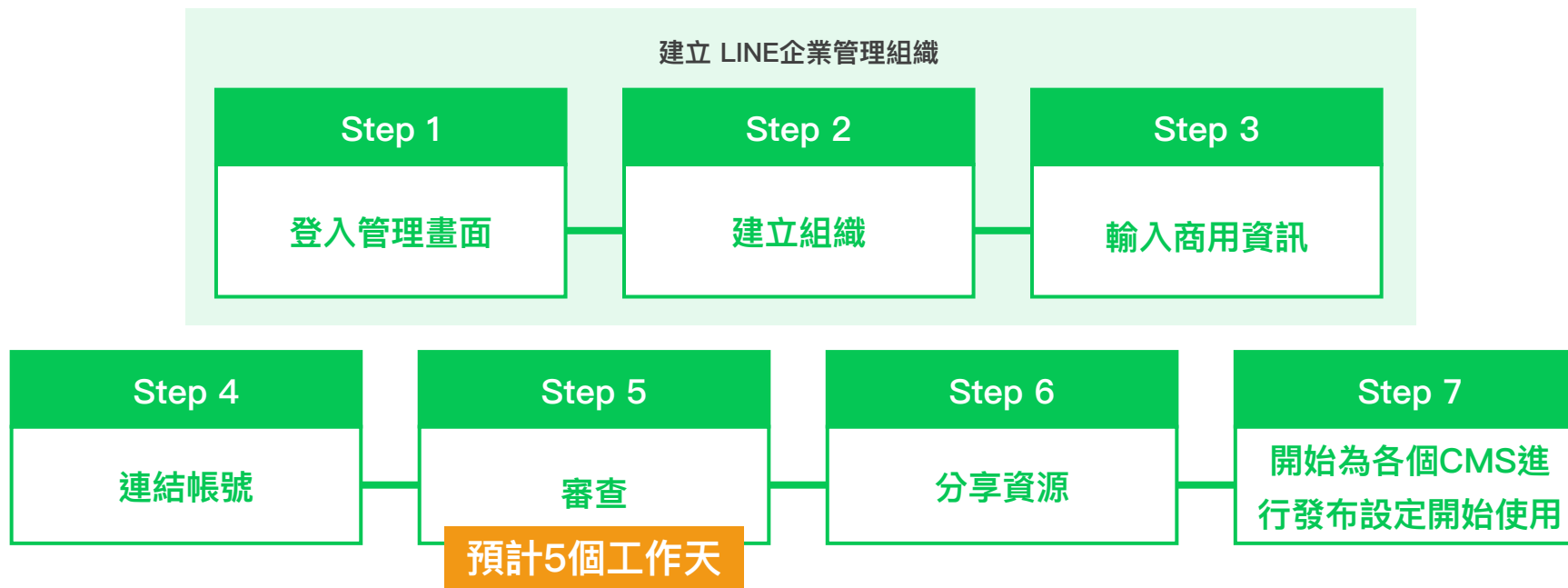
✔️【大約10分鐘】即可建立完成！



- Step 3 企業組織之「商用資訊」為審核必要內容，略過填寫則不予以審核
- 組織建立與帳號連動皆需通過LINE審核後方能使用
 - 組織建立資格請參考下一頁「使用條件」
 - 連動帳號資格請參考下一頁「使用條件」

開始使用 LINE企業管理平台

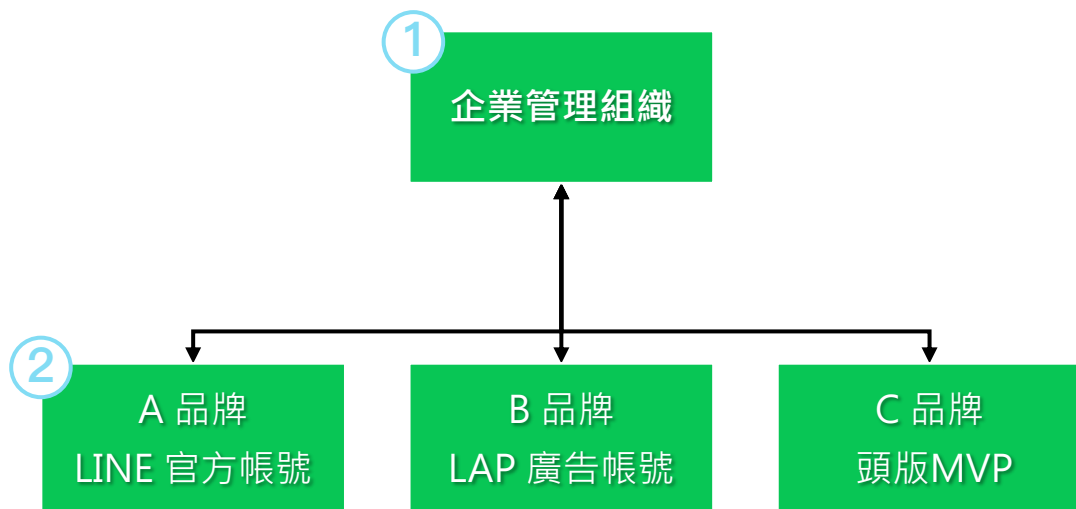
✓ 從組織開設到開始實際使用，預計需要【5個工作天】



- Step 5的審查所需天數預計為5個工作天
- 若組織建立、帳號連動審核未通過，皆可依拒絕原因修改後，重新送審
- 組織建立與帳號連動皆需通過LINE審核後方能使用
 - 組織建立資格請參考下一頁「使用條件」
 - 連動帳號資格請參考下一頁「使用條件」

LINE企業管理平台使用條件

※ 組織建立與帳號連動皆需通過LINE審核後方能使用，敬請惠予理解



- 1) 單一統一編號即視為一間企業；若組織一旦刪除後，則無法復原；同時也不接受同一公司/集團多次刪除後再建立
- 2) 若「聯絡人電子郵件帳號」未完成認證，則該組織將不會通過審核並且使用
- 3) Provider 可不同，但需要可以判別為同一間公司 eg. LINE Taiwan Limited & 台灣連線
- 4) Provider Name 依 LINE Developer 之說明須為企業名稱，若 Provider Name 未具有企業名稱，將不會通過審核並且使用，以下為範例說明：若組織名稱為台灣連線
 - 1) OK Provider Name: 台灣連線：熊大餐廳
 - 2) NG Provider Name: 熊大餐廳
- 5) LAP 廣告帳號判定階層為廣告主

① 組織

- ✓ 以企業為單位，一間公司/集團*¹
僅能建立一個 LINE企業管理組織
- ✓ 企業成員需為組織管理員之一，其「商用資訊」中的「聯絡人電子郵件帳號」需為企業成員之聯絡信箱，且完成認證*²
- ✓ 不得以代理商或經銷商為單位，建立 LINE企業管理組織

② 帳號

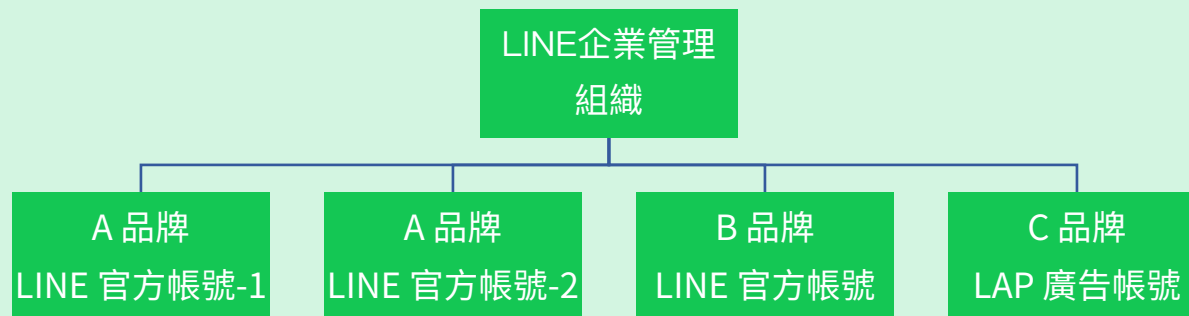
- ✓ 需為認證帳號（藍盾以上）
- ✓ 若帳號具有 Provider，Provider與組織需屬同一企業*³
- ✓ 若帳號具有 Provider，Provider Name 需顯示企業名稱（與組織名稱相同）*⁴
- ✓ 組織與連動帳號需屬於同一統一編號*⁵

LINE企業管理組織和帳號的關係

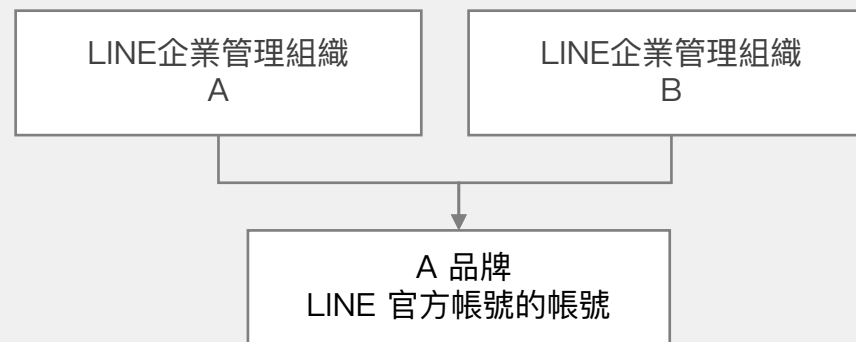
組織：連結帳號 = 1 : N



可以將多個 LINE 官方帳號和 LAP廣告帳號連動到 LINE企業管理組織。



LINE 官方帳號和 LAP廣告帳號僅能連動1個組織，無法連結多個組織



LINE企業管理平台 FAQ

僅刊登主要的FAQ。完整FAQ的內容，請由下方所示的網頁查看。

- 使用 LINE企業管理平台需要付費嗎？

LINE企業管理平台目前為免費使用，LINE 官方帳號和 LAP廣告帳號則參照各平台收費方式。

- LINE企業管理平台支援手機版或是有專屬APP嗎？

目前僅支援網頁版，支援 Google Chrome、Safari、Firefox 使用

- LINE企業管理平台的使用資格？

請參考「LINE企業管理平台使用條件」此頁面說明

- 可以批次將 LINE 官方帳號和 LAP 廣告帳號與 LINE企業管理平台連動嗎？

無法，因 LINE企業管理平台為行銷數據中心，每一帳號之連動都須符合規範、通過審核，請分別為每一帳號進行連動

- 將 LINE官方帳號和 LAP 廣告帳號連動到 LINE企業管理平台組織時，是否可以只選擇特定的資源進行分享？

無法，帳號一旦連動至組織，視為授權組織可取得各帳號之資源，故為全數分享，請於連結後刪除分享與設定變更

- 完整FAQ：<https://tw.linebiz.com/faq/line-business-manager-about/>

THANK YOU

