

LINE POINTS Ads — CPE

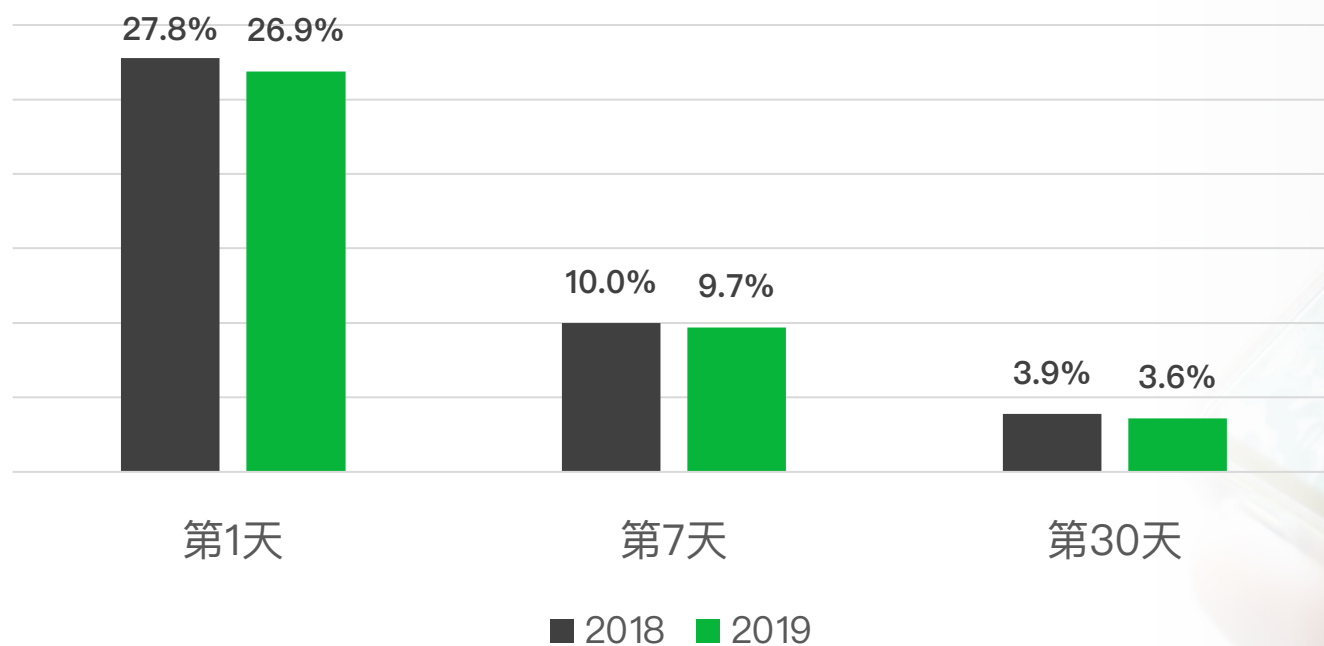
2022 Q2 Sales Kit

更新日期：2022 Mar

9成的用戶無法在 App 內留存 30 天

非自然安裝帶來的流量，留存率逐日走低

全球應用程式留存率趨勢：非自然安裝





找到「願意花時間認識你」的用戶

關於 LINE POINTS

價值等同於現金，應用廣泛

品牌與消費者的破冰媒介：做為廣告獎勵，鼓勵消費者嘗試及參與

LINE POINTS
用戶數

900萬

※1

2018+2019
點數發送量

82.7億

※2

點數流通店家數

28萬

※3

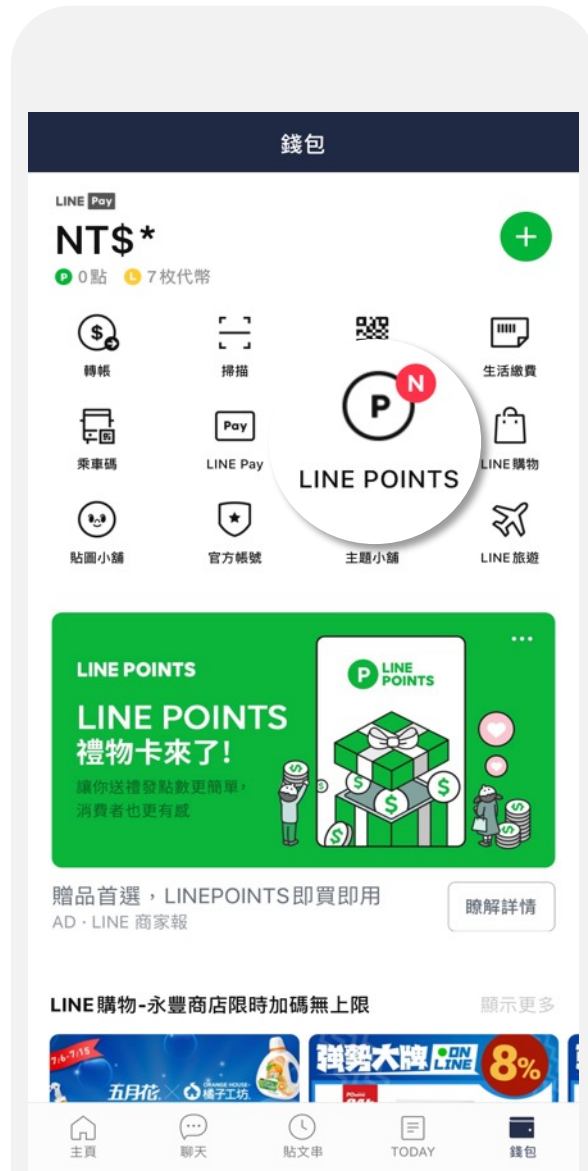
※1. 資料來源 LINE PAY 資料, 2021年3月。

※2 資料來源 LINE TW, 2019年12月

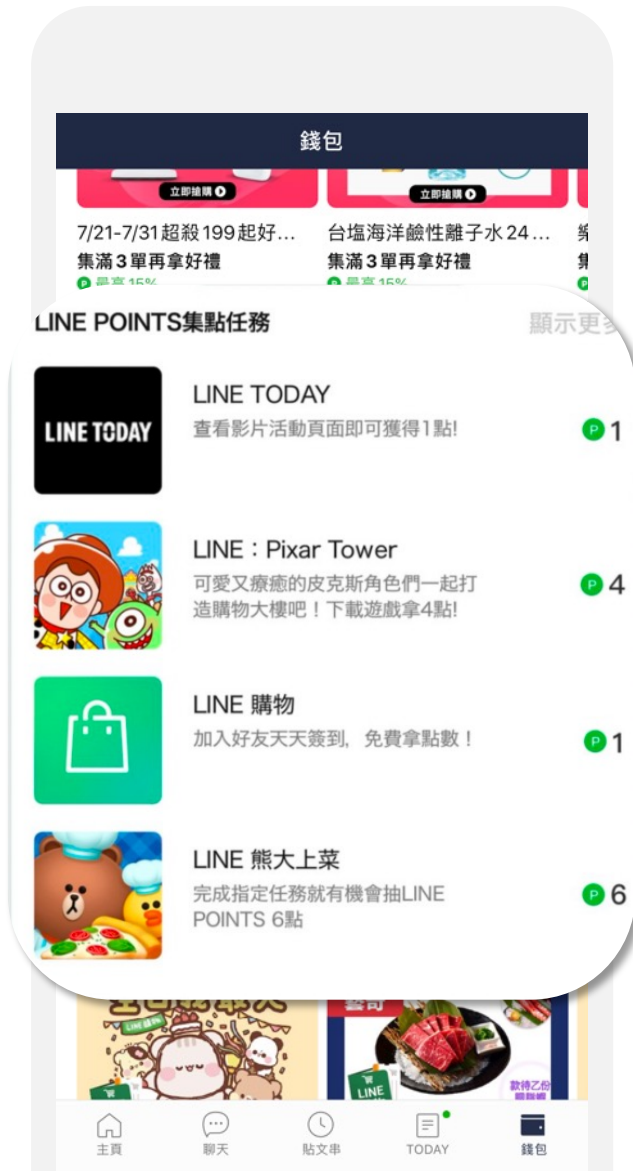
※3 資料來源來源 LINE PAY 資料, 2021年3月。

LINE POINTS 任務牆：三大入口

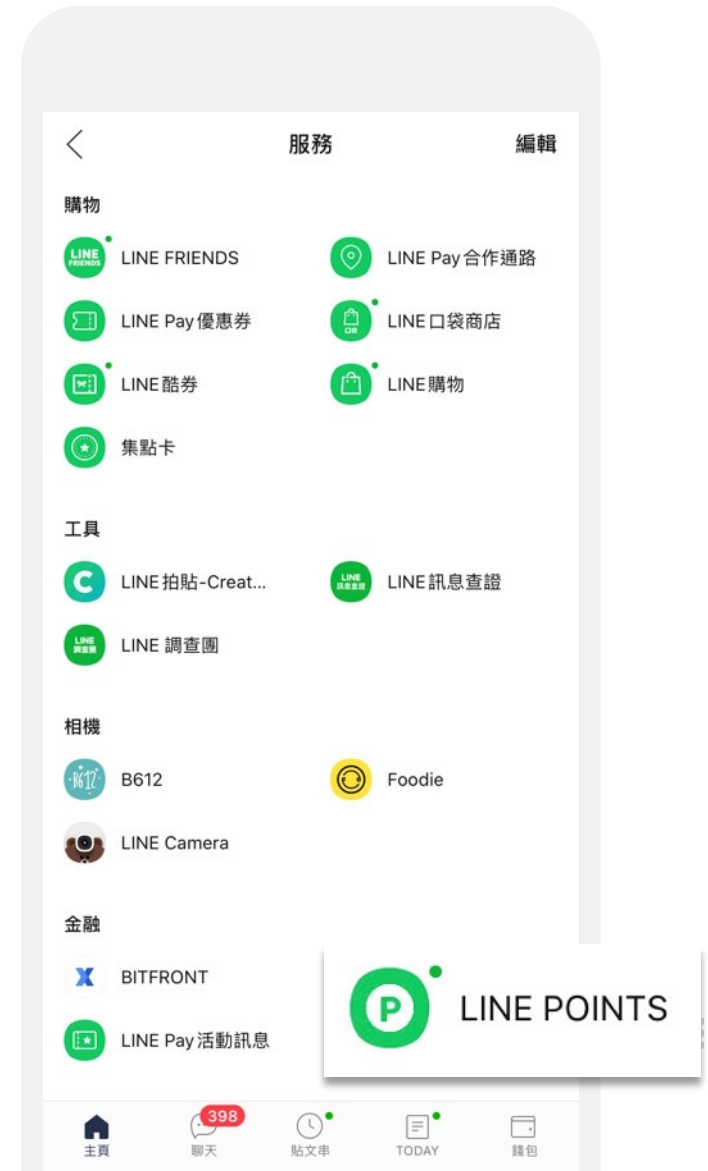
入口一：錢包頁



入口二：錢包頁活動列表



入口三：主頁服務



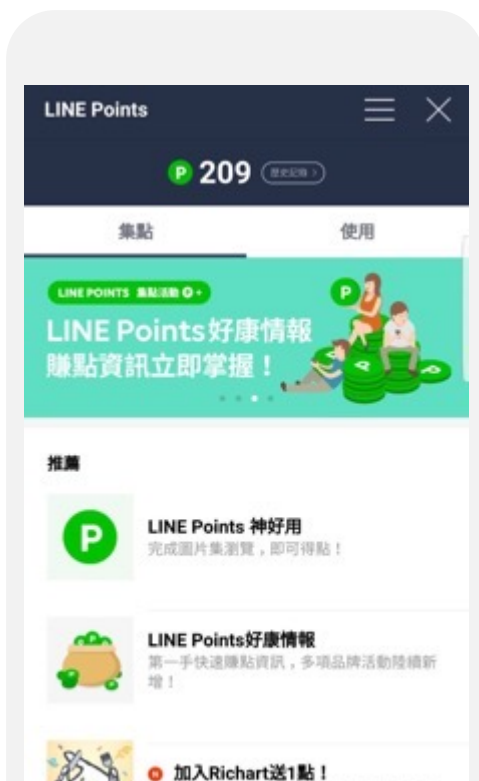
※ 錢包頁活動列表內容為系統隨機挑選，非保證資源
※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

關於 LINE POINTS 任務牆

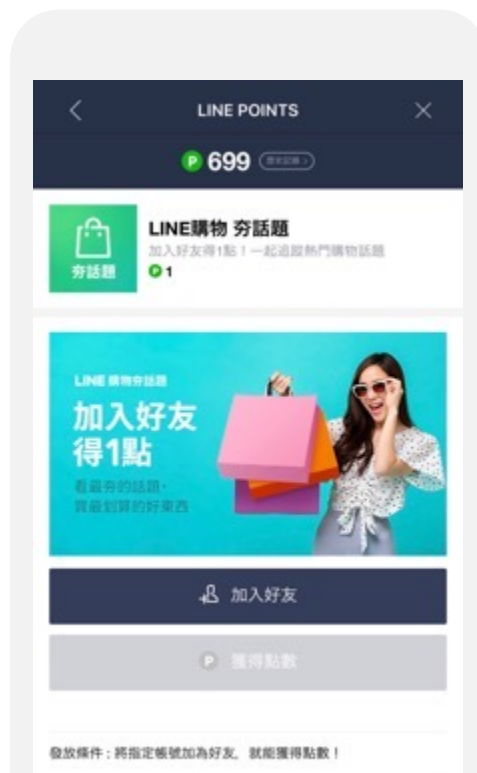
每月 4,000 萬次以上瀏覽 (Pageview)

LINE POINTS Ad: 曝光於 LINE POINTS 任務牆的集點活動

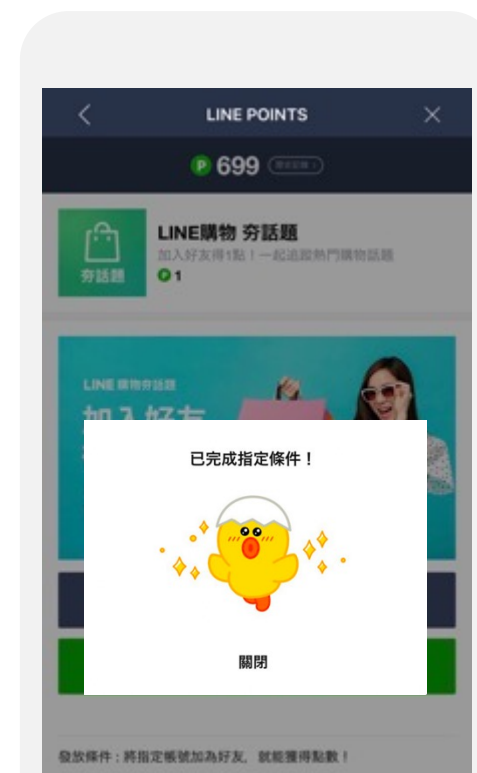
LINE POINTS 任務牆



參與活動



獲得點數

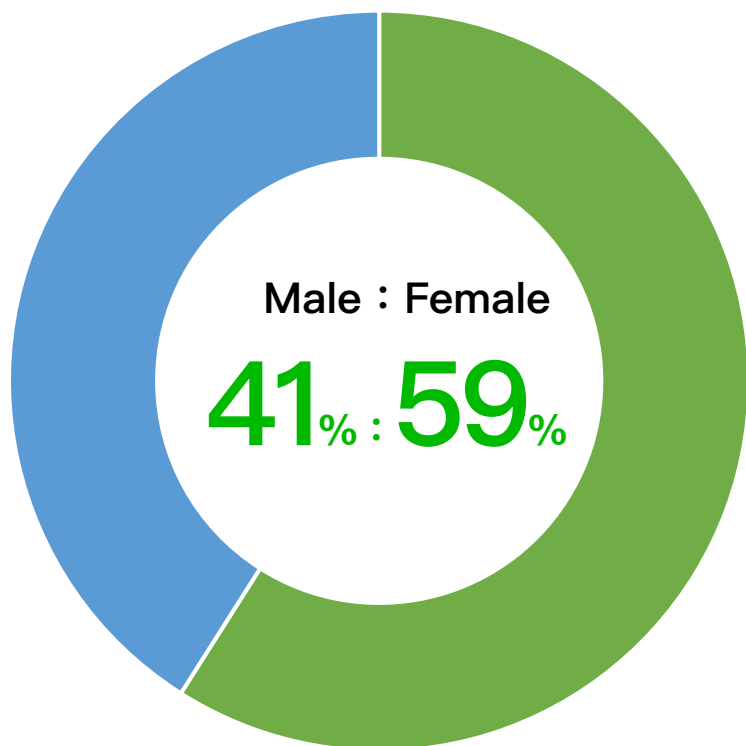


※ 示意圖僅供參考, 實際呈現方式請以活動上線版型為主

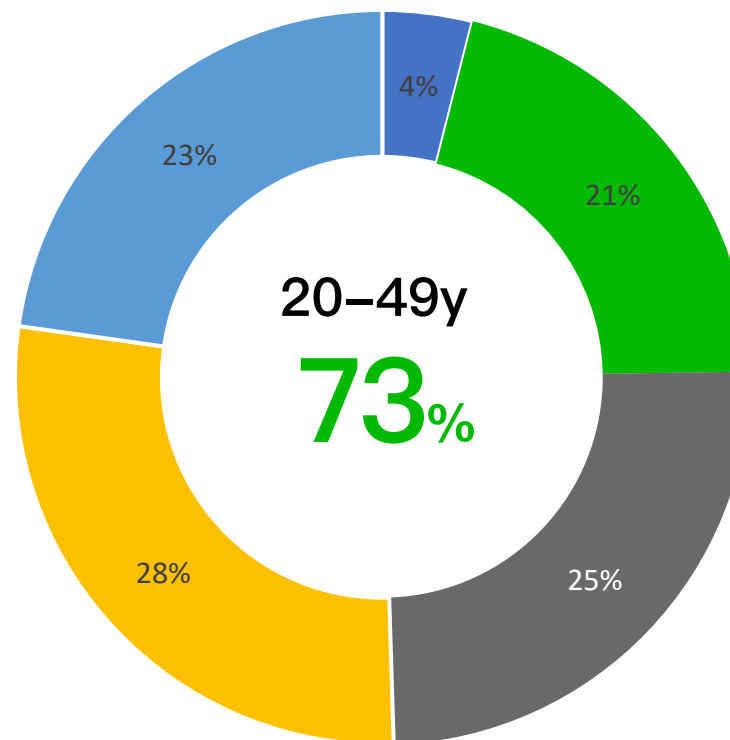
關於 LINE POINTS 任務牆：使用者樣貌

女性略多於男性

高消費潛力 族群分布平均



■ Female
■ Male



■ 19以下
■ 20-29
■ 30-39
■ 40-49
■ 50以上

LINE

LINE POINTS Ads 介紹

依照廣告主不同的行銷目的，挑選最合適的廣告產品。



App下載得點	App使用得點
CPI Cost Per Installment	CPE Cost Per Engagement
導購得點	收集名單得點
導購型CPA Cost Per Action	名單型CPA Cost Per Action
加好友得點	觀看影片得點 加好友解封鎖
CPF Cost Per Friend	CPV Cost Per View
瀏覽網站得點	瀏覽網站
CPWL Cost Per Web Launch	REV Review Ad

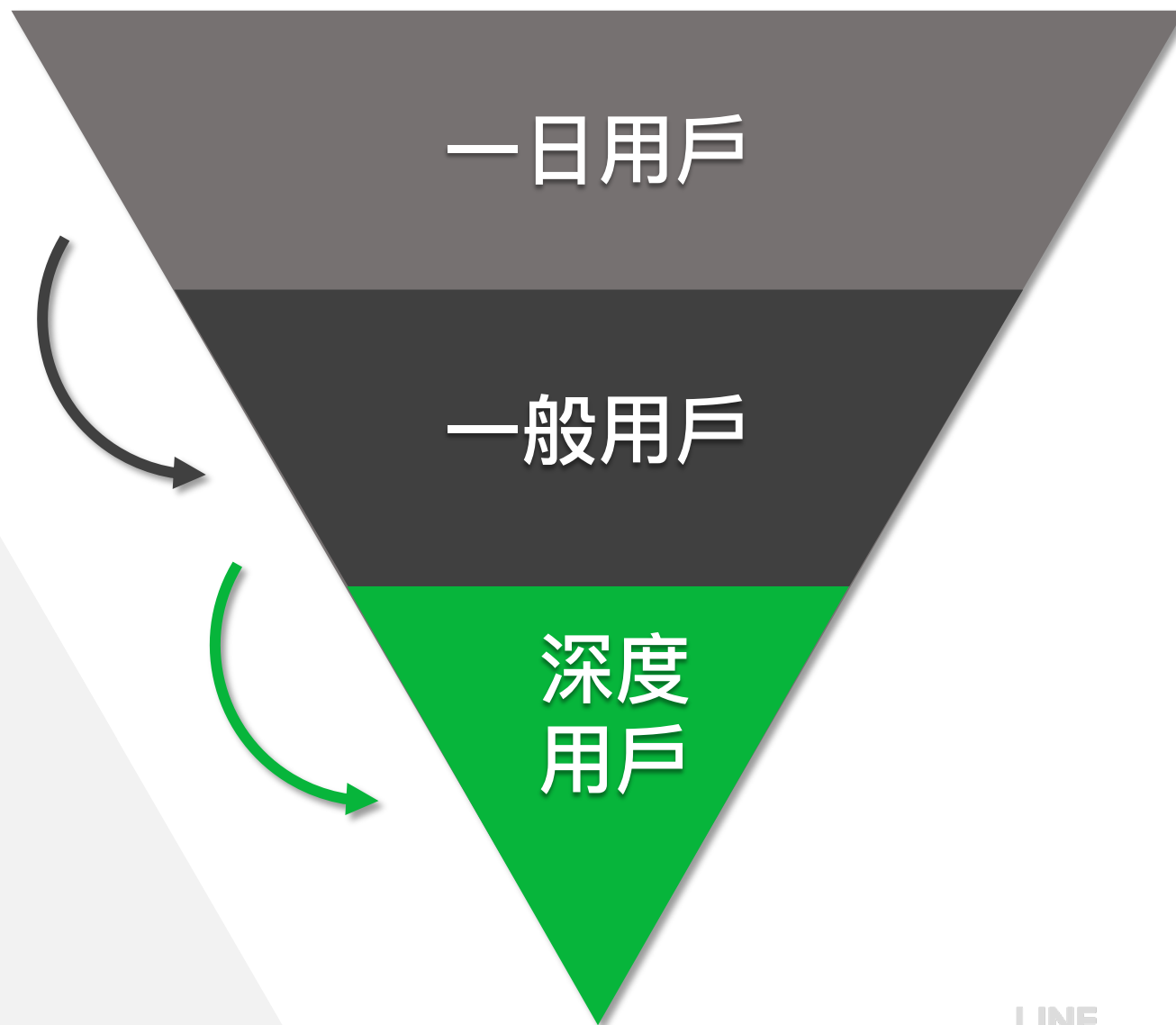
LINE

本 Sales Kit 資訊僅供參考，不具效力，雙方如欲締約，應以實際簽署之合約內容為準。

CPE

Cost Per Engagement

對廣告主的 App 而言
用戶不再只是「完成下載」
透過**提高任務門檻**
更大機率獲取深度用戶



CPE：廣告進行流程

廣告主自行定義任務內容，透過點數獎勵提高用戶參與程度。用戶於指定時間內完成指定任務，即可獲得點數。此產品有助於獲取「深度用戶」。

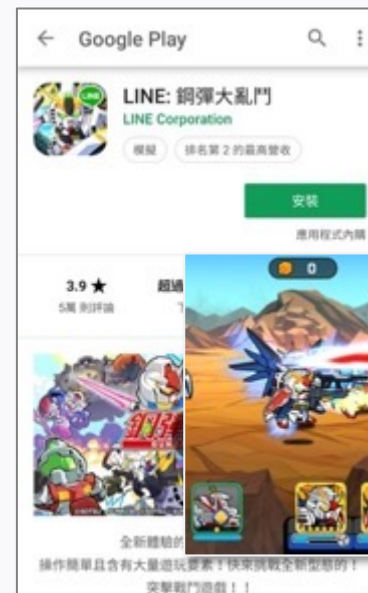
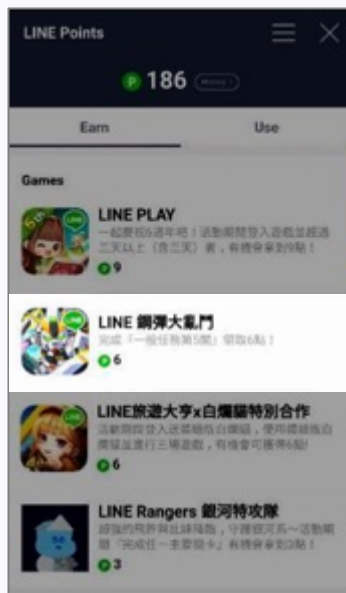
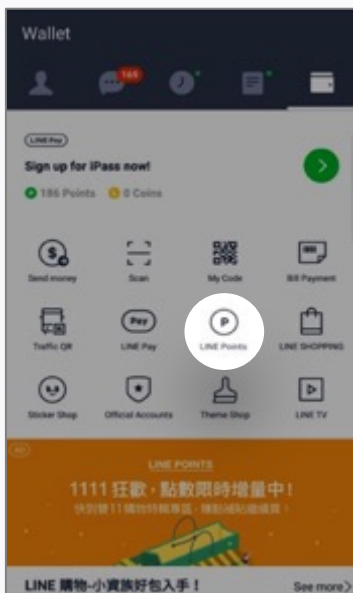
主頁或錢包頁進入

POINTS 任務牆

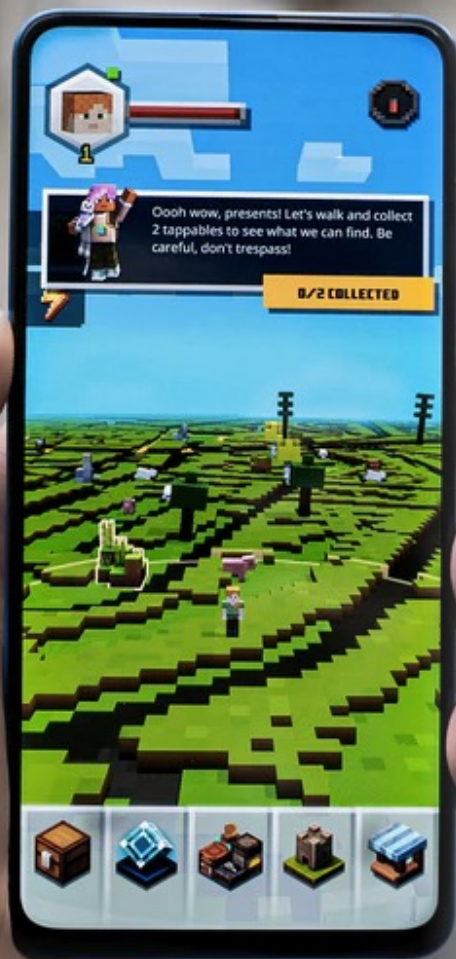
廣告詳細資訊頁

Google Play 下載啟動應用程式，完成任務

獲得點數



自定義任務門檻 讓用戶使用 App 時間變長...



完整體驗功能

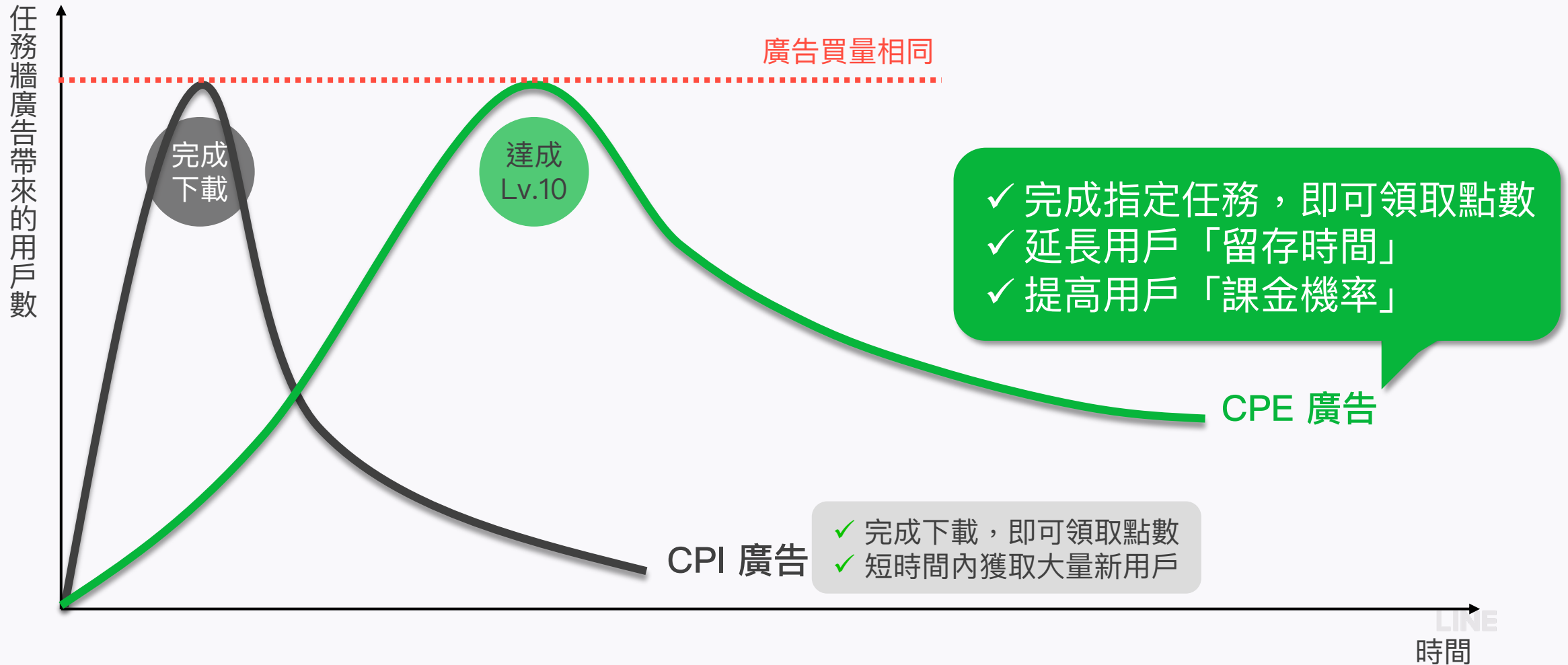


累積較多資產

用戶的留存意願提高了！

CPE：帶入花時間體驗/使用App的用戶

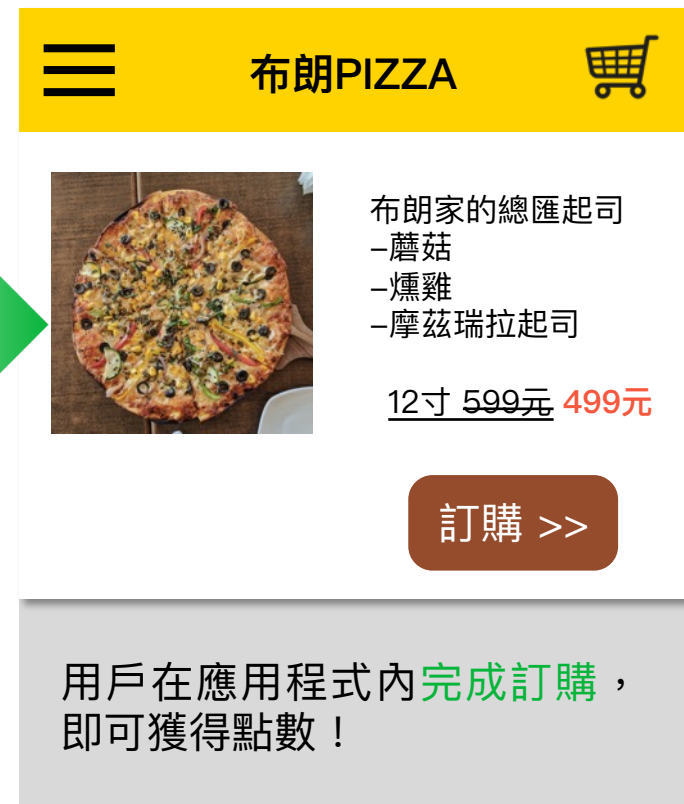
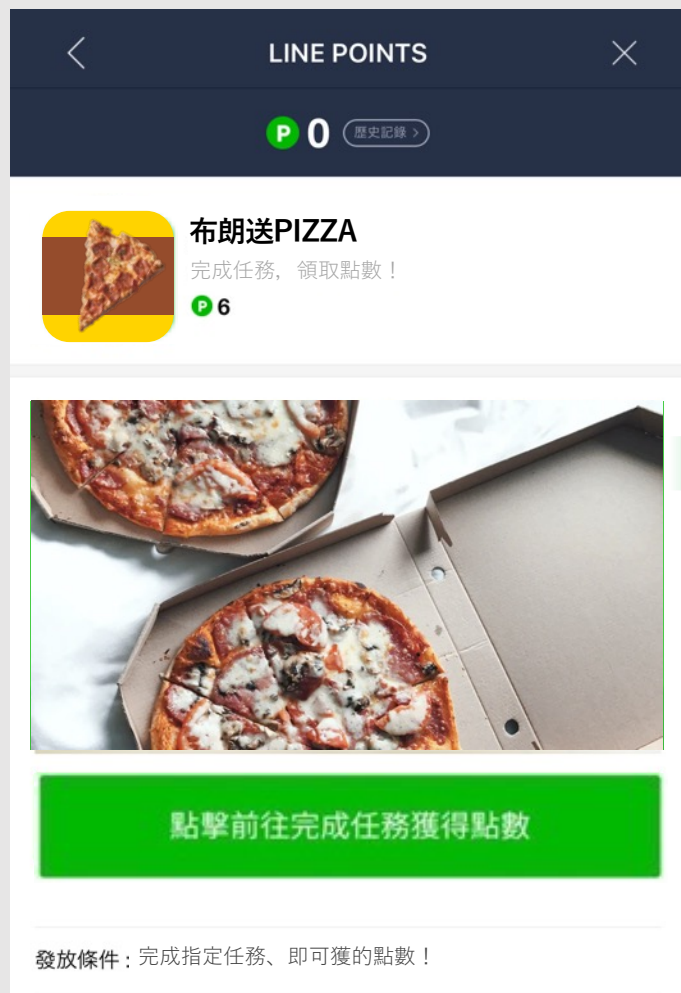
根據不同行銷目標，選擇使用 CPE 或 CPI 任務牆廣告



情境 A

應用程式促動/導購，激勵轉換

用戶下載 App，且用 App **完成訂購**，即可獲得點數！



完成任務，領取點數

1、點選「前往任務」下載布朗PIZZA App，開始點餐。

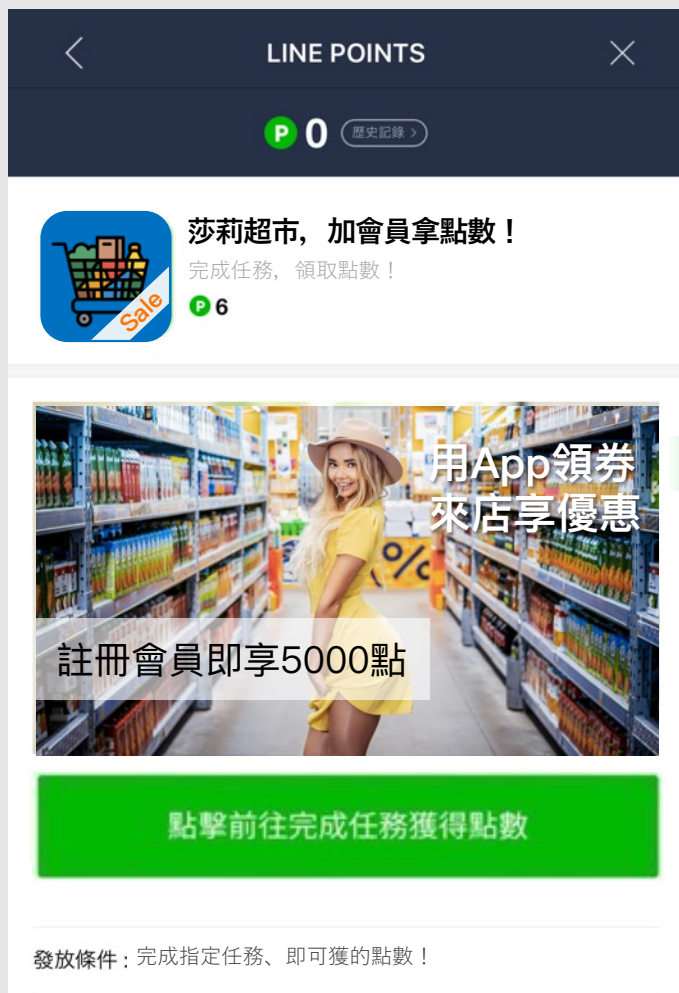
※CPE 活動實際能獲取點數的用戶資格，需視廣告主於各 SDK 後台設定之條件而定。
※此為模擬案例，提供點數和示意畫面僅供參考。

LINE

情境 B

衝刺實名用戶，促進 App 會員註冊

用戶下載 App，且**完成會員註冊**，即可獲得點數！



※CPE 活動實際能獲取點數的用戶資格，需視廣告主於各 SDK 後台設定之條件而定。
※此為模擬案例，提供點數和示意畫面僅供參考。

情境 C

獲取一級玩家，增強遊戲投入度

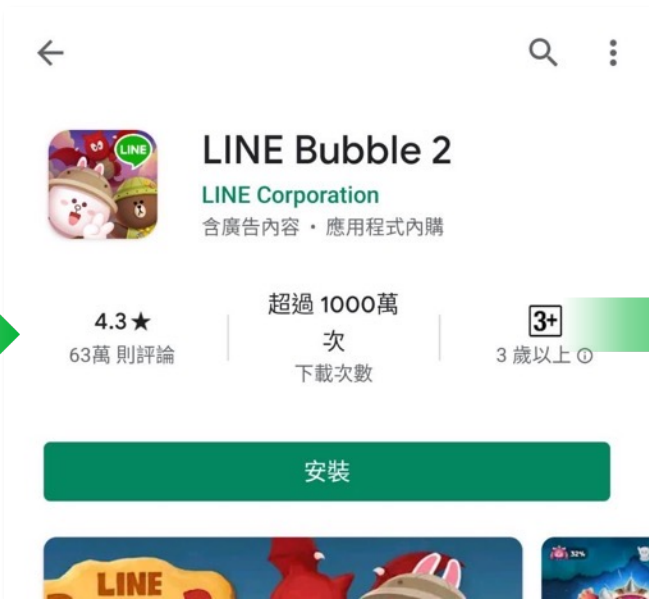
用戶下載 App，且**完成遊戲任務**，即可獲得點數！



發放條件：完成指定任務、即可獲的點數！

完成任務，領取點數

1、點選「前往任務」下載LINE BUBBLE 2，完成至第3關。



用戶從 LINE POINTS CPE 活動頁，導至應用程式下載頁，下載應用程式



用戶在應用程式內**完成遊戲任務**，即可獲得點數！

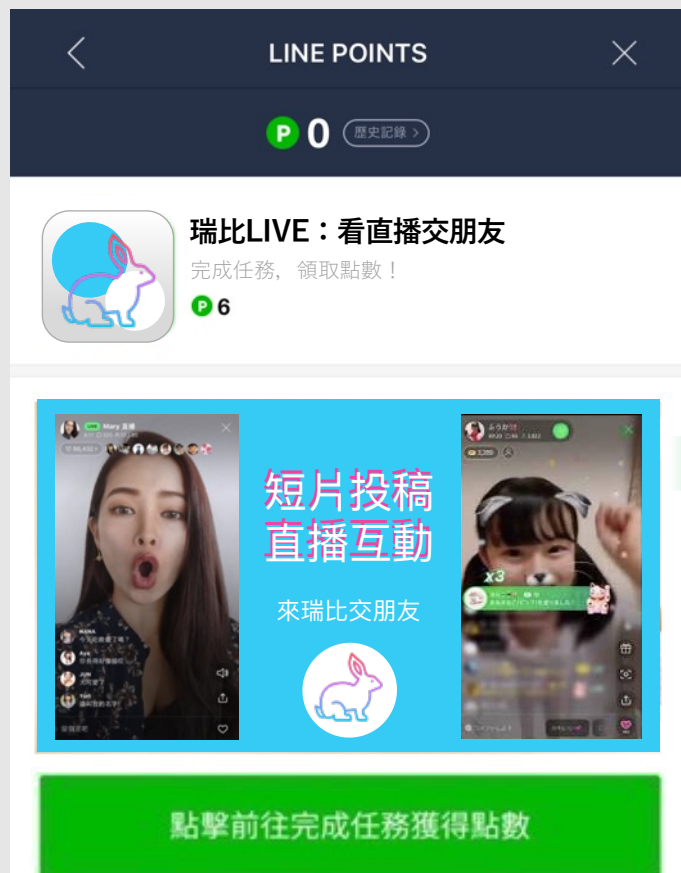
※CPE 活動實際能獲取點數的用戶資格，需視廣告主於各 SDK 後台設定之條件而定。
※此為模擬案例，提供點數和示意畫面僅供參考。

LINE

情境 D

助攻平台/社區營運，獎勵用戶參與

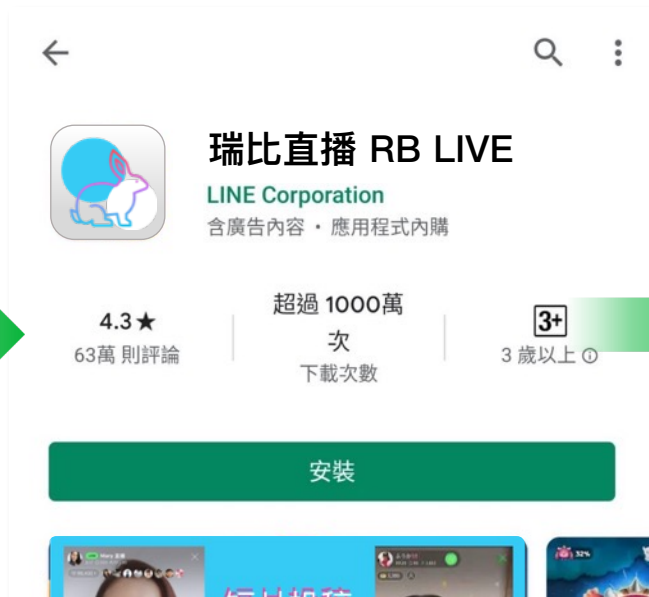
用戶下載 App，且**完成參與/投稿**，即可獲得點數！



發放條件：完成指定任務、即可獲的點數！

完成任務，領取點數

1、點選「前往任務」下載瑞比直播 App，開始觀看。



用戶從 LINE POINTS CPE 活動頁，導至應用程式下載頁，下載應用程式



用戶在應用程式內**發布指定內容或參加活動**，即可獲得點數！

※CPE 活動實際能獲取點數的用戶資格，需視廣告主於各 SDK 後台設定之條件而定。
※此為模擬案例，提供點數和示意畫面僅供參考。

LINE

情境 E

活化 App 用戶，提高留存機率

用戶下載 App，且**完成內容觀看**，即可獲得點數！



看LINE TV拿點數

完成任務，領取點數！

P 6

甜寵VIP觀劇
週週都得點

最高可得LINE POINTS 20點



點擊前往完成任務獲得點數

發放條件：完成指定任務、即可獲的點數！

完成任務，領取點數

1、點選「前往任務」下載LINE TV App，開始觀看。



用戶從 LINE POINTS CPE 活動頁，導至應用程式下載頁，下載應用程式



用戶在應用程式內**觀看指定內容**，即可獲得點數！

觀看 3 集
最新戲劇

※CPE 活動實際能獲取點數的用戶資格，需視廣告主於各 SDK 後台設定之條件而定。
※此為模擬案例，提供點數和示意畫面僅供參考。

LINE

CPE 計價方式

LINE POINTS CPE 計價方式	
任務	下載後啟動應用程式，並於活動期間內完成指定任務。 請設定可於 1 小時內完成的任務內容，例如：完成新手指南、完成第五關卡
價格（未稅）	【無鎖定對象條件】 NTD 50 【性別/年齡鎖定條件】 鎖定一項條件：NTD 60，鎖定兩項條件：NTD 65 ※年齡鎖定為右列固定級距：10~19 歲/ 20~29 歲/ 30 歲~39 歲/ 40~49 歲/ 50~59 歲
最低購買量	10,000 轉換量 (最低採購金額 50 萬)
每日最低分量	無
用戶獎勵	15 點 (LINE 保留獎勵值更改權利)
備註	<p>※如有 CPE 活動用戶點擊參與活動但無法取得點數之情況，可能為以下原因：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 該用戶不是廣告主 SDK 所認定之全新用戶，此情形可能產生客訴。如有上述情況，LINE 將提供名單給客戶確認用戶得點資格，再予以回覆是否發點給該批用戶。(對象：非全新用戶) 2. 該用戶於活動額滿後才完成任務，此情形可能產生客訴。如有上述情況，LINE 將提供超過名單總數量給廣告主，廣告主可選擇額外加購獎勵點數給該批用戶。細節請洽詢 LINE 業務窗口。(對象：全新用戶，在廣告期間內完成指定任務，但完成任務時間已超過廣告主原購買名額總數) <p>※ 如有進階的指定任務需求 (需要 1 小時以上才能完成的任務內容)，將依照客戶任務難度另外報價，細節請洽詢 LINE 業務窗口。</p>

CPE 產品規格

LINE POINTS CPE 產品規格

適用系統	Android 作業系統上的免費應用程式。
適用用戶	符合廣告主 SDK 廠商定義條件之用戶，例：從未於任何平台下載過該應用程式之用戶、符合 SDK 再歸因 (Re-attribution) 條件用戶。
點擊有效期間	24 小時
首日上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
檔數	一周一檔
廣告檔期	廣告主指定(30 天以內)，建議一周 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
版位位置	「應用程式」專區
注意事項	<ul style="list-style-type: none">※如欲使用跨產品行銷功能，請務必於進稿時提交需綁定的官方帳號 Search ID。活動開始後 24 小時內受眾會第一次顯示於LAP。之後受眾將在活動走期間每日更新並自動顯示於LAP後台中。※此產品跨產品行銷受眾包含：Click, Conversion※SDK 相關問題請廣告主洽詢 SDK 廠商之技術支援中心。※廣告主請於活動上線前測試完成，確保 LINE 發點與客戶的 SDK 設定的條件一致。廣告主提供 Tracking URL 給 LINE，由 LINE 設定測試活動並提供給廣告主測試，LINE 查看後台是否有正確收數。測試完成後 6 個工作天上線。※為協助減少可能的客訴，廣告主可於活動前申請「貼文串截止公告」。活動截止後，LINE 協助於一個工作天內於「LINE POINTS 台灣」貼文串發布活動截止公告 (固定文字形式)。※App 與素材上線皆須審查，LINE 保有上線權利。無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢。※上線開始日不可於週末或日本/台灣國定假日。※最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE。

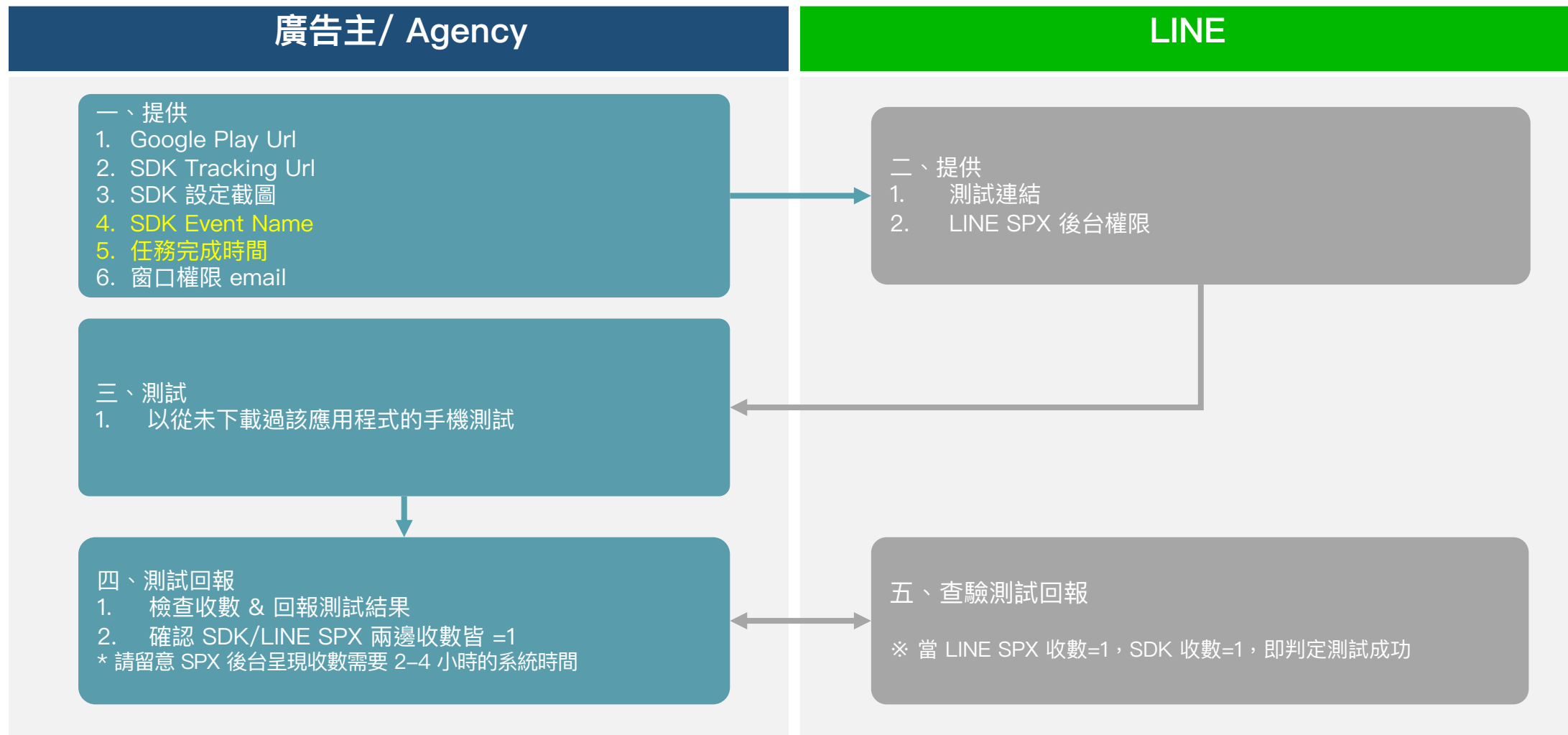
CPE 支援的 SDK 平台商

SDK (Software Development Kit) 為提供廣告主應用程式「安裝 (Install)」和「指定任務 (Event)」紀錄的第三方平台。請留意廣告主的應用程式必須安裝 LINE 有支援的 SDK 平台。

目前支援: Appsflyer、Kochava、Adjust。請參考 SDK 設定手冊設定 SDK tracking URL 提供給 LINE。



CPE 測試流程



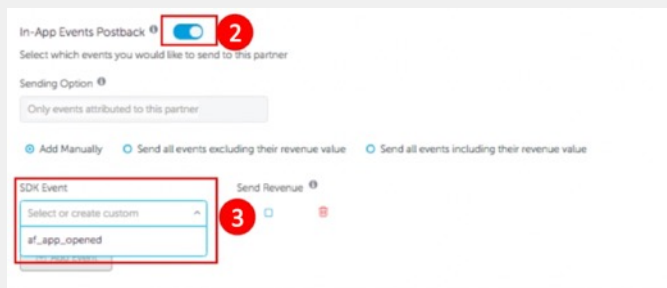
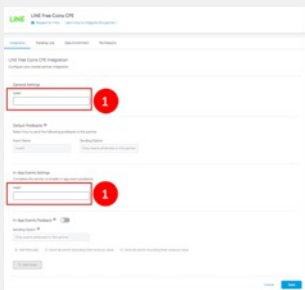
CPE 測試注意事項

- 關於 SDK Tracking Url 的設定，請參閱 CPE SDK 設定手冊，建議由技術人員操作。
- 由於 SDK 為廣告主 App 所埋設的第三方追蹤平台，請於提交 SDK Tracking Url 時附上 SDK 設定截圖，以利 LINE 協助核對 Url 正確性。

SDK設定截圖範例

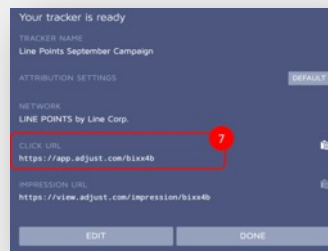
Appsflyer

Token 截圖 & 設定相關截圖



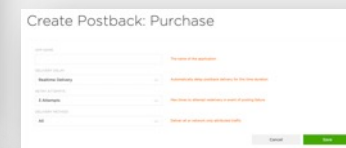
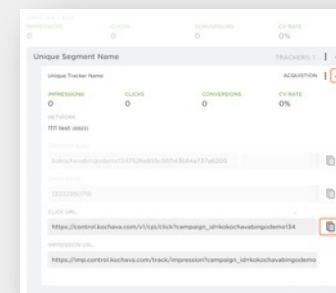
Adjust

1. Click url
2. Event Name
3. Token
4. Tracking Url 設定截圖



Kochava

1. Click url 設定截圖
2. Partner Configuration 設定截圖

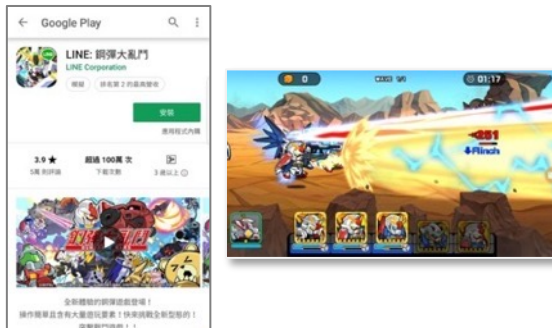


SDK 觸發 CPE 打點的機制說明

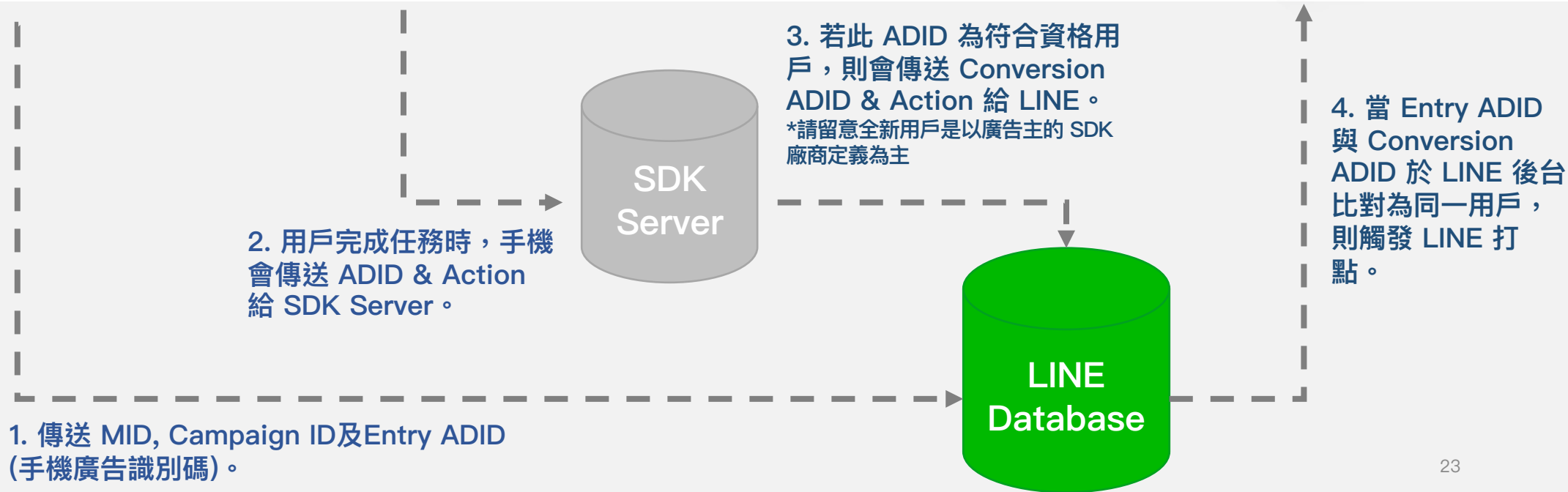
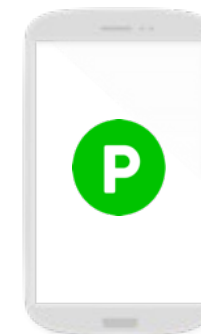
廣告詳細資訊頁



Google Play 下載啟動程式、完成任務



獲得點數！



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