LINE Biz - Solutions

【美容美髮業】加好友廣告密技

LINE I 圭話行銷

越做越輕鬆的行銷方式

先問幾個問題

1. 你如何讓附近的人知道有你這家店?
2. 上週來消費過的顧客，如何叫他再來
3. 出了新活動新產品，如何讓附近的人知道
4. 你知道客人平均的客單價與消費週期嗎?

美容美髮業鐵粉養成的小訣竅

LINE 加好友廣告
美圖找到新好友
(地區範圍x興趣)

圖文選單
提醒加預約好簡單

多頁訊息
作品一次呈現
一起變美好

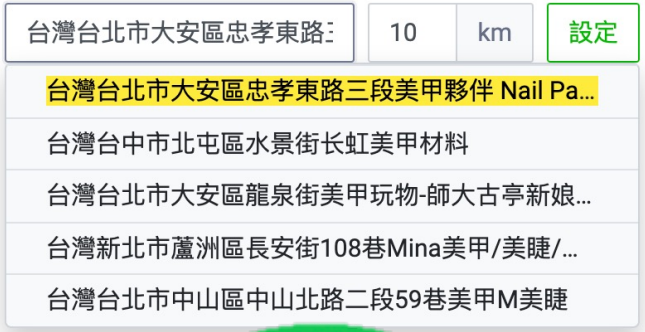
01 加好友廣告美業找好友小訣竅

目標客群怎麼選？

鎖定地區，生活圈一把抓

指定地點，半徑範圍3~50公里任你選

廣告資源
不浪費



可直接輸入你的店點地址，設定從店點開始的指定範圍！
不用走出門發傳單，也能網羅附近的潛在顧客。

01 加好友廣告美業找好友小訣竅

目標客群怎麼選？

多種可選興趣，找到對的人

針對自己的客群進行投放
精準投放成效也更好

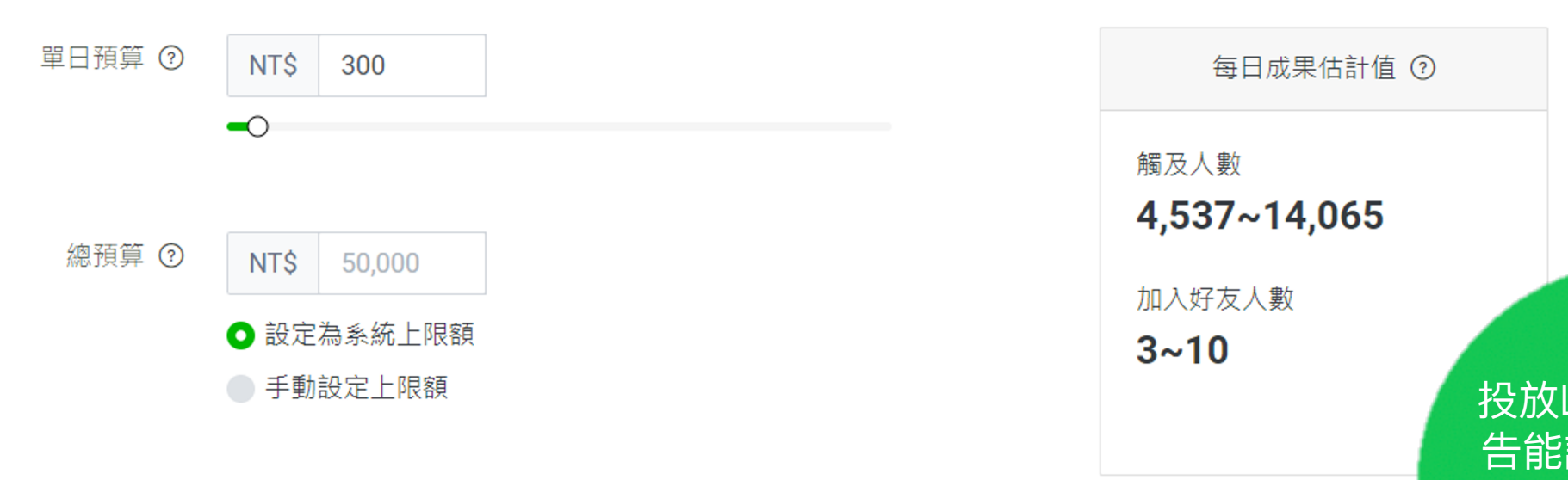
混合應用，客群更精準

初次使用CPF廣告建議受眾
可抓50萬–200萬人之間

01 加好友廣告美業找好友小訣竅

預算怎麼下？

單日最低預算100元，總預算最低500元，1元可觸及10人以上唷！



投放LINE加好友廣告能讓你的品牌廣泛曝光給潛在顧客，且廣告僅在實際帶入好友時才收費。

02 加好友廣告美業找好友小訣竅

預算怎麼下？

預算經驗分享

- 建議日預算至少在300元以上
- 預算有限的商家，總預算可以先以2,000元試走，預算若過低會較不利系統優化學習。若有較多的數字累積，能幫助系統更快地學習，幫您以最佳的成本獲取好友。
- 達到好友需求數可隨時暫停廣告，無論曝光量多大都不會有廣告花費，實際帶入好友才有花費

02 加好友廣告美業找好友小訣竅

預算怎麼下？

進階設定：每位好友預算上限

第一次投放者建議

建議第一次投放可以不設定，這樣可以讓廣告曝光且有成效，如果一開始就設定上限，可能會導致廣告無法順利完整投放。

多次投放經驗者

有過多次投放經驗，可以抓出單位好友價格，就可以採用自行設定出價上限的方式。手動出價最低設定為16元。

＊美業的客戶，因為有固定消費週期，可以試著計算一個好友多少錢可承擔。

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？

廣告創意建議

- 確認圖與文清晰可見。
- 文字不用太多，因為有些廣告出現的地方會略小，可以參考圖片預覽來看是否清楚。右圖為預覽示意。
- 如果沒有設計製作圖片素材，商家也能使用LINE Creative Lab的模板快速製作「吸睛的素材」。LINE Creative Lab操作步驟請見後續頁面介紹。

LINE OA CPF廣告的圖片尺寸
正方形：1080px x 1080px
長方形：1200px x 628px

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？文案建議

- 標題不可超過20字，重要的點放在前14字
- 標題傳達清楚，像是 《新好友限定20% OFF》 ，標題最好可以吸睛引人停留
- 可以用**限定特惠**、**口感**、**情感**、**金句**、**承諾**、**問句**、**挑戰**等等方式來吸引人

標題	輸入帳號的概要	0/20
文字說明	輸入帳號的特點	0/75

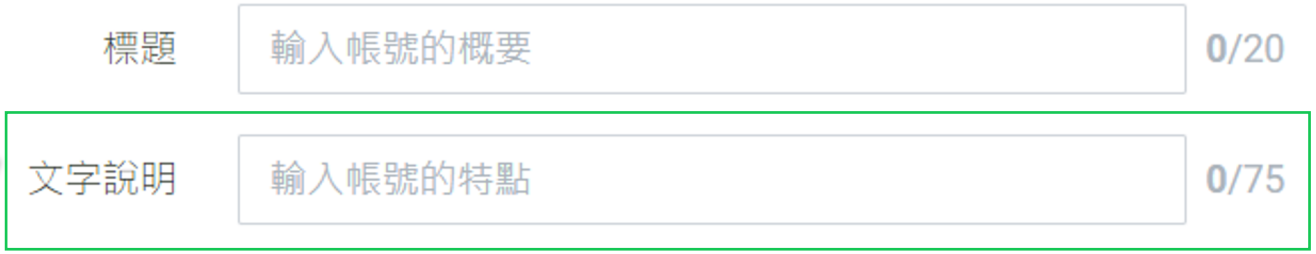
範例

限定優惠：《限定新好友特惠，給自己一個機會》
問號語氣：《別人老樣子，你是樣子老?》
外在內在：《向上的心，不該配下垂的臉》
情感雙關：《愛面子，才有面子，OO美容陪你美麗》
金句名言：《被歲月偷走的青春，從這裡補回來》

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？文案建議

- 文字說明不超過75字
- 清楚說明加入好友的優惠或能享有的服務，加強受眾立即行動的誘因
- 詳細說明設計師特色，讓消費者更清楚要做下一步的原因，像是要買的原因、誰適合買、什麼情境要用等等
- 如店鋪有地域限制，文案要能讓消費者清楚識別相關地區資訊



範例

美甲限量預約中!

上千好評的美甲師為你服務，畫出你的特色，讓朋友驚呼連連，從指尖到心，指為妳美。現在指要XXXX，為妳指間換新裝。

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？素材建議

美業圖片素材秘訣

1. **美觀好看**：好看的作品，清晰表達差異，突出手部、髮部特色。
2. **品牌識別**：累積品牌曝光、增加品牌識別度，可在畫面上有清晰品牌LOGO。
3. **促購訊息**：優惠訊息很有用，免運、升級、現折50元，都可以應用圖文加強印象。可配合檔期規劃有記憶點的文案。
4. **畫面背影與作品顏色要突出**: 讓消費者更清楚看到作品，切忌不使用同色系背景。

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？避雷提醒

廣告素材「避雷提醒」

- 文案：廣告素材要確認誰會在哪邊看見，看到後會想要行動，舉例「正式上線」和消費者較無直接關係，可改為「新站上線，天天送500元」、「加入好友抽好禮」等溝通。
- 圖片：圖片中不要涵蓋太多元素，並且要留意在行動裝置上螢幕瀏覽的體驗，讓消費者在瀏覽過程可以快速抓住重點。

NG

官方帳號正式上線!!

○○○○○○官方帳號

每月吃到飽活動開跑

提供區域限定資訊

最受歡迎的線上商店正式開幕!

溝通對象不明確，且沒有呈現加入好友可以獲得的價值。

NG

元素過多，導致消費者無法第一時間抓著重點

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？用LINE Creative Lab製圖

在後台設定廣告創意的地方，點選「選擇圖片」並選擇「LINE Creative Lab」的頁籤，即有多產業、多種情境適用的素材範本可做使用

點此觀看操作教學影片

03 加好友廣告美業找好友小訣竅

廣告創意怎麼做？用LINE Creative Lab製圖

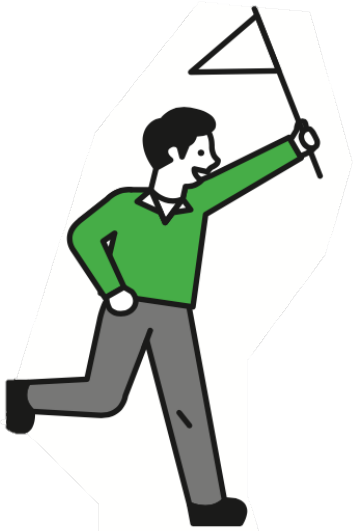
1 選擇您喜歡的範本

2 您可自由調整文字、Logo和圖片

3 完成後可儲存檔案，或直接將素材傳至官方帳號

點此觀看操作教學影片

加好友廣告



恭喜你投放完成

當你做完以上，即可按下一步，就可以申請審核，
期待廣告開始投放，就可以準備歡迎新朋友了。

04 官方帳號經營美業吸引人的歡迎訊息

歡迎訊息小訣竅

使用LINE加好友廣告帶入新客後，當新朋友加入官方帳號時，首先會看到帳號的歡迎訊息

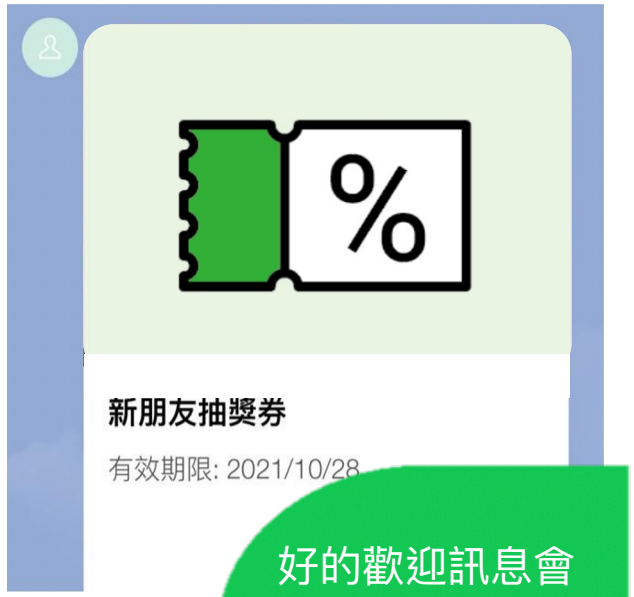
好的歡迎訊息可以降低封鎖率，建議你可以參考以下方式撰寫歡迎訊息。

1.我是誰
2.有好處
3.給互動(建議加入抽獎券)

我是誰

有好處

給互動



好的歡迎訊息會搭配互動活動，推薦做抽獎活動

04 官方帳號經營美業好友專屬優惠

優惠券設計小訣竅

好的歡迎訊息會搭配互動活動，推薦做抽獎券活動

很多人加入LINE之後，看到歡迎訊息都不知道該做什麼這時候給消費者一個抽獎，就可以**有效大幅降低封鎖率**。

互動抽獎小訣竅

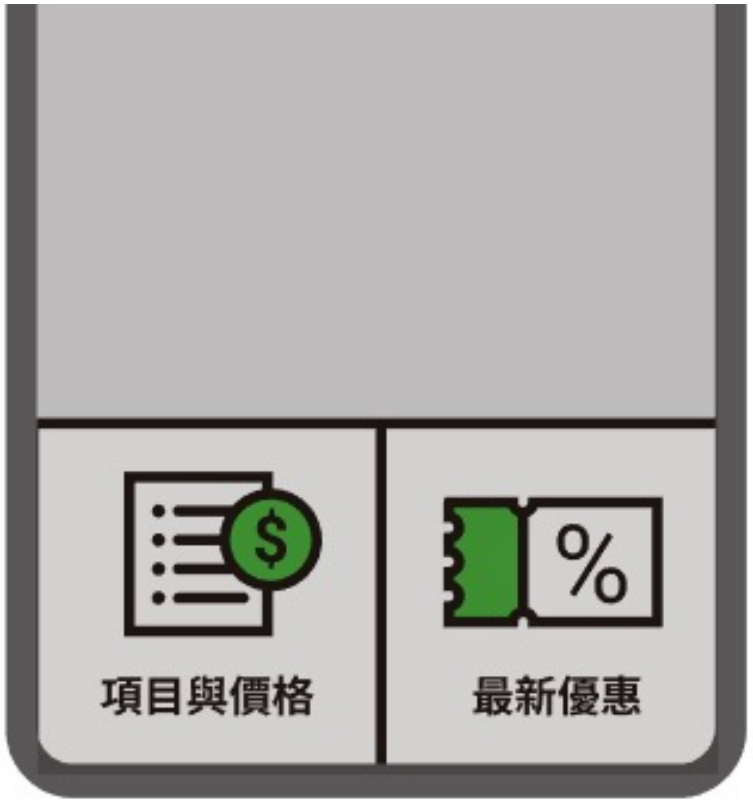
- ✓ 針對加入帳號的新好友提供獨家優惠，除了讓好友留下好的第一印象，更能促成第一筆訂單的成交，奠定與好友長期互動的基石
- ✓ 優惠券可直接設定新好友領取即用的優惠，例如憑券換試用品一份；此外，更能開啟抽獎功能增加互動性，建議中獎機率可以設定高一點如99%，創造抽中禮物的好心情，好友也會更願意繼續與你互動下去。

04 官方帳號經營美業預約諮詢好簡單

圖文選單小巧思

圖文選單小技巧

- ✓ 針對加入帳號的新好友提供獨家優惠，除了讓好友留下好的第一印象，更能促成第一筆訂單
- ✓ 針對常被詢問的問題，可以做一個常見問題的選單，讓消費者可以快速知道答案。
- ✓ 推薦選單可以做
  - 「每月抽獎」
  - 「常見問題」
  - 「立即預約」
  - 「最新優惠」
  - 「最新價格」



04 官方帳號經營多種作品/設計師資訊呈現

多頁訊息操作教學

多頁訊息使用小技巧

- ✓ 善用多頁訊息來發表作品，因為多頁訊息可以放多種內容，非常適合有很多作品要發表的產業。
- ✓ 可在多頁訊息內設定預約相關訊息，針對不同美容師預約，或是直接聯繫皆可。
- ✓ 使用多頁訊息製作心理測驗，也是種很多的互相方式，舉例如 選擇一種動物，點下去會搭配關鍵字回應即可做出簡單心理測驗。
- ✓ 【快速上手】多頁訊息操作教學活用案例

04 官方帳號經營多種作品/設計師資訊呈現

多頁訊息案例分享

多頁訊息小技巧

- ✓ **美甲彩繪、美髮院、按摩院的設計師陣容**，都可以製作這樣的人物頁面的卡片輪播選單，讓顧客可快速一覽不同服務人員介紹方便做比較之外，並可進一步直接做選擇與預約服務的動作。

美容美髮業
好友招募秘笈

到這裡就是一個很完整的好友招募流程囉

最後，我們還要加碼和各位美業的朋友分享**美業生意經營心法**，立即跟著我們的腳步學起來！

更多進階「官方帳號經營操作」與「廣告操作」歡迎參考LINE Biz-Solutions官網介紹。

05 美業經營心法創造顧客回流用數字說故事

打造你的LINE官方帳號商業模式

目標營業額與客單價觀念的建立

美業業者在開始經營、或評估未來投資前，都建議先列出你所需的目標營業額，可以是以月為目標，也可以年為目標。建議先設定一個最低目標，之後不斷提高，會更有達成成就感，更能循序漸進達到設定的目標。

- ✓ 當有目標後，我們就可以更細分拆解行動，就可以更容易達成目標。客單價可以用主要客戶群來計算，因為有時候產品價格可能落差很大，但是我們可以針對主要顧客群來計算，太高單價與太低都可以略過不算，當有平均客單後，就可以計算人數。
- ✓ 目標營業額 除 平均客單價，你會得到所需顧客數，我們就可以知道每天需要多少客人、舊客需要多久回來一次。

目標營業額：希望可以達成的營業額

平均客單價：每次客人來所花的平均費用

回購天數：多久客人需要再回來購買一次

邀請回購：如何通知客戶回購與回購原因

05 美業經營心法創造顧客回流用數字說故事

打造你的LINE官方帳號商業模式

美業經營口碑、讓舊客穩定回流至關重要！

✓ **回購天數**：你認為消費者該多久回來買呢?
- 可以試著計算真實消費者回來的天數，進行平均後可以得到回購天數。

✓ **邀請回購**：如何通知與為何要買
- 通知方式–LINE訊息群發、每月固定抽獎
- 為何要買–給予成功故事、優秀作品呈現

✓ **回購訊息**：
- 成功案例分享、使用前後
- 每月限量優惠
- 會員日預定更划算(給予特定時間訂購)
- 特別身分優惠(如教師本月優惠)

目標營業額：希望可以達成的營業額

平均客單價：每次客人來所花的平均費用

回購天數：多久客人需要再回來購買一次

邀請回購：如何通知客戶回購與回購原因

加入我們學習更多LINE官方帳號經營

LINE商家報

馬上加入 LINE商家報
產品新訊、直播教學等豐富內容不錯過

官方合作講師–何佳勳(小圭老師)

臉書：圭話行銷

社團：行銷部落

THANK YOU