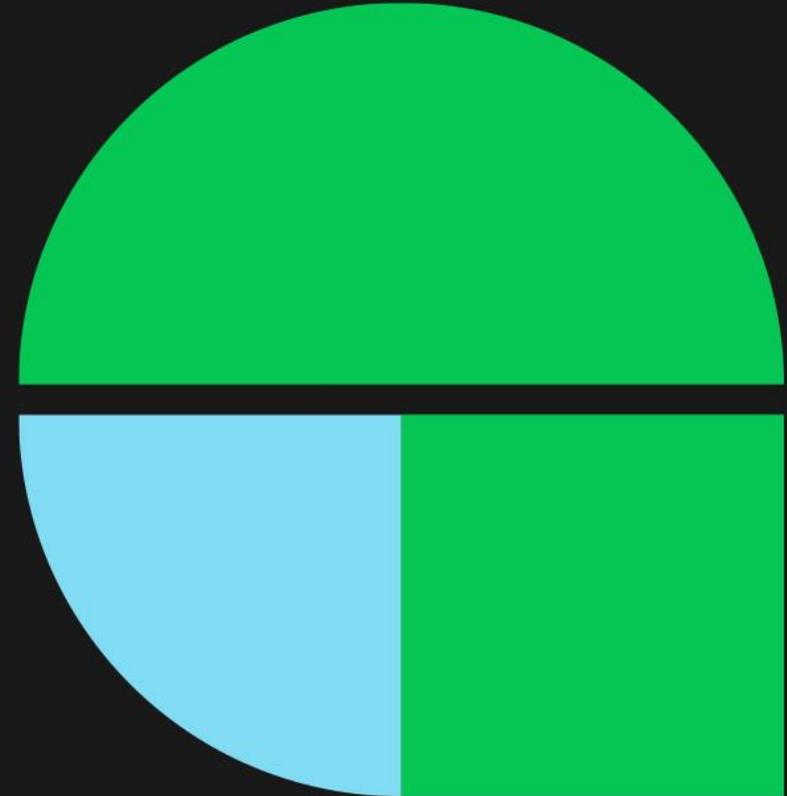


LINE Biz - Solutions

LINE POINTS Ads

2025 Q1 Sales Kit

Dec, 2024



LINE

CONTENT

- 01 關於 LINE POINTS
- 02 關於 LINE POINTS 任務牆
- 03 LINE POINTS Ads 產品規格
- 04 LINE POINTS Ads 行銷資源

01

關於 LINE POINTS



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

8 成使用者過去一週
曾使用 LINE POINTS



用戶數

- 資料來源：LINE PAY
- 資料週期：2022 年持有 LINE POINTS 用戶數



全台支付據點

- 資料來源：LINE PAY
- 資料週期：2023 年



知名度

- 資料來源：尼爾森調查
- 資料週期：2023 LINE 使用行為研究調查

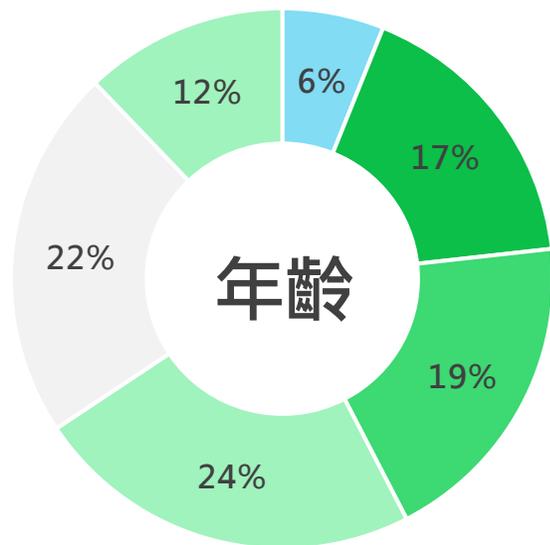


使用度

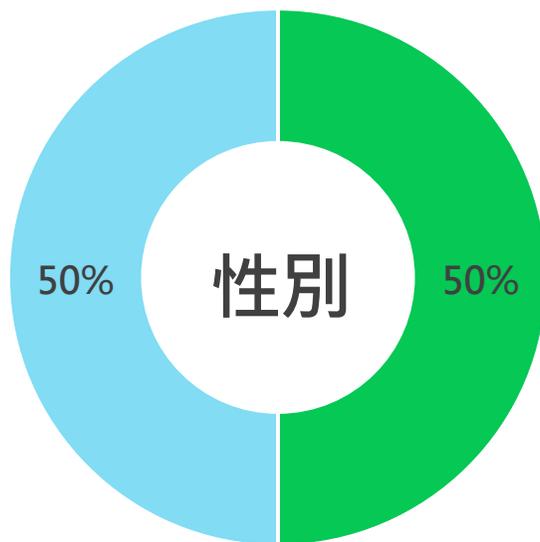
- 資料來源：尼爾森調查
- 資料週期：2023 LINE 使用行為研究調查

關於 LINE POINTS：使用者輪廓

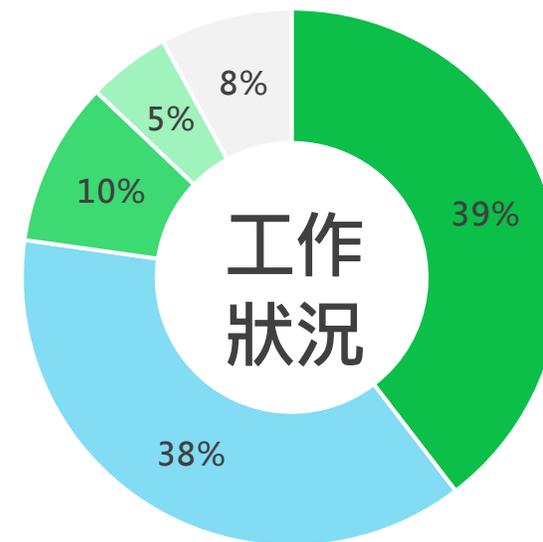
15-19 20-29 30-39 40-49 50-59 60-69



男性 女性



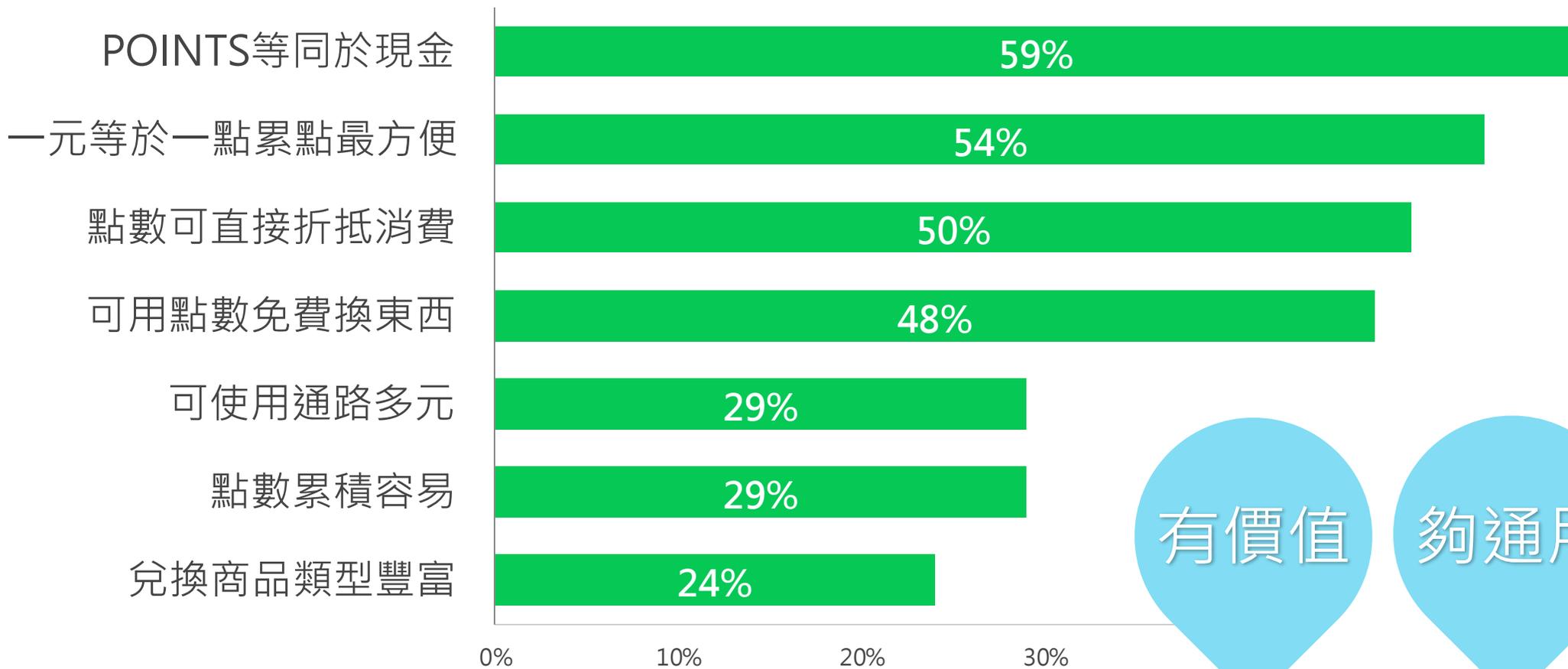
工作男性 工作女性 學生 家管 退休/無業



• 資料來源：尼爾森調查

• 資料週期：2023 LINE 使用行為研究調查

關於 LINE POINTS：等同現金=吸引力



有價值

夠通用

易取得

關於 LINE POINTS： 使用不限線上線下， 持續擴增中！

餐廳美饌

交通

購物

娛樂

飲品

美容

生活

旅遊觀光

LINE APP → 錢包 → 好康地圖

查看完整使用通路



02

關於LINE POINTS 任務牆



關於LINE POINTS 任務牆

獎勵式任務集結頁：統一集中不同行銷目的，以LINE POINTS作為獎勵誘因的廣告活動，便於使用者定期回訪尋寶、參與活動

LINE POINTS 任務牆



完成指定活動



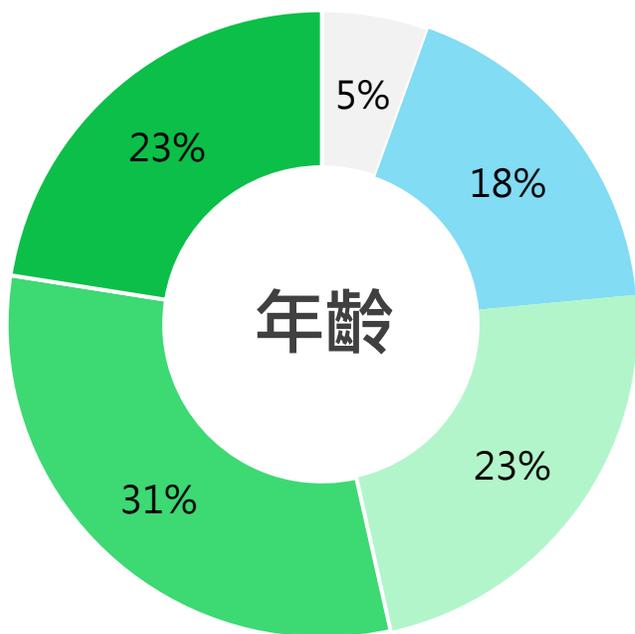
獲得點數



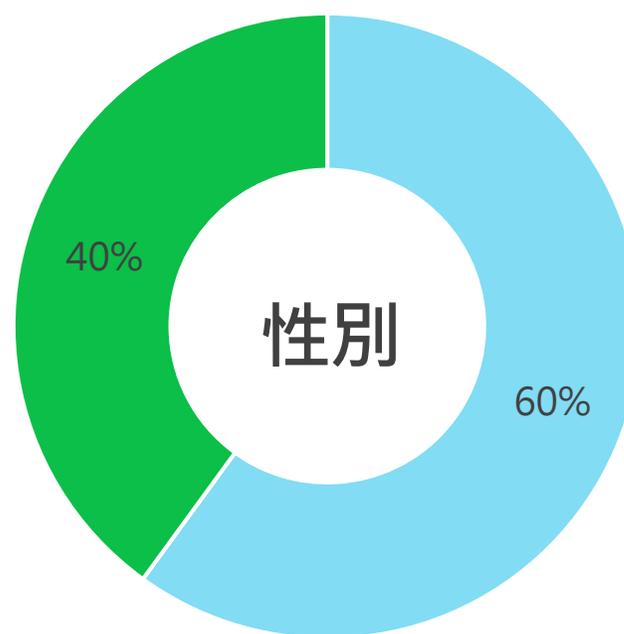
關於 LINE POINTS 任務牆：使用者輪廓

高消費潛力 族群分布平均

■ 19以下 ■ 20-29 ■ 30-39 ■ 40-49 ■ 50以上



■ 女性 ■ 男性



- 資料來源：LINE 內部資料
- 資料週期：2023 年



關於 LINE POINTS 任務牆：三大入口



錢包頁



錢包頁活動列表



Smart Channel

LINE

※ 錢包頁活動列表、Smart Channel 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 任務牆專區

符合使用者體驗的專區規劃，不同專區曝光對應的廣告產品。

特殊時節推出限時專區，為廣告主活動提供額外曝光機會。

專區名稱 (由上而下排序)	LINE POINTS 產品
推薦 Recommendation	好康情報
活動 Promotion	CPWL, CPV, CPS
應用程式 Application	CPI、CPE
購物贈點 Purchase	導購型 CPA
官方帳號 Official Accounts	加好友
指定條件 Mission	名單型 CPA

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主



LINE

03

LINE POINTS Ads

產品規格



LINE POINTS Ads 產品總覽

依照廣告主不同的行銷目的
挑選最合適的廣告產品

專區名稱	LINE POINTS Ads	產品說明
活動	CPWL	Cost Per Web Launch 進入指定網頁得點
	CPV	Cost Per View 觀看影片得點
	CPS	Cost Per Slide 圖片瀏覽得點
應用程式	CPI	Cost Per Installment 指定APP下載得點
	CPE	Cost Per Engagement APP指定任務得點
購物贈點	導購型 CPA	Cost Per Action 指定購買得點
官方帳號	加好友	Cost Per Friend 指定加官方帳號好友得點
指定條件	名單型 CPA	Cost Per Action 指定名單填寫得點

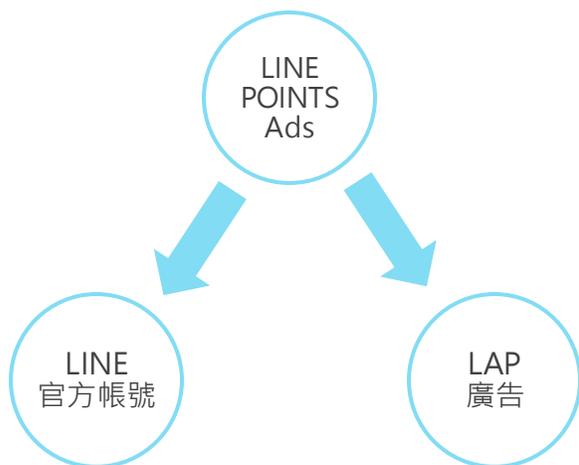
※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主



LINE POINTS Ads 活動受眾說明：分享方式

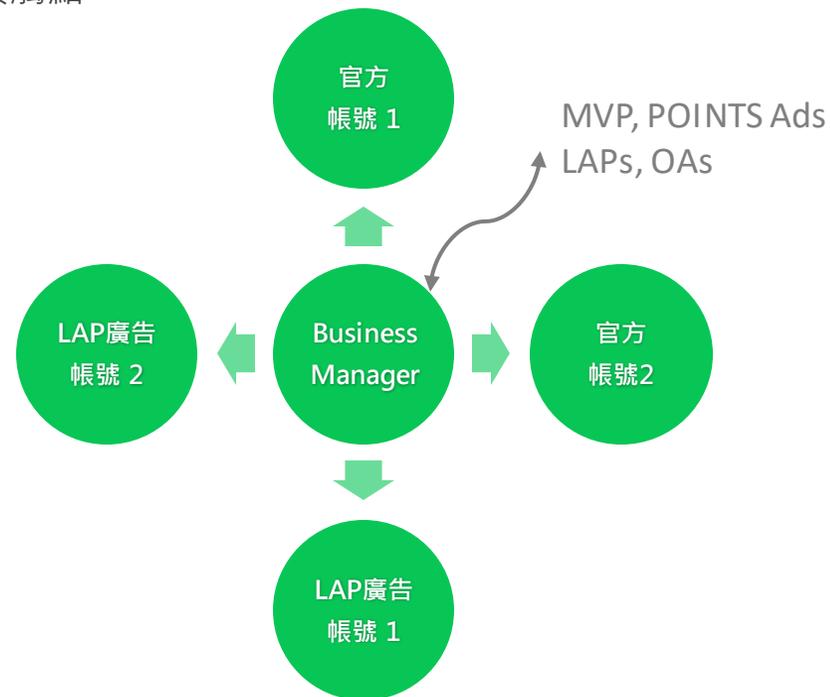
AS IS: Cross Targeting

- 廣告主端於進稿時提供官方帳號基本ID / 專屬ID，POINTS ADS廣告受眾即會自動被分享到綁定同一官方帳號的LAP帳號 & 官方帳號。



TO BE: LINE企業管理平台 (1/29開始支援)

- 廣告主端於進稿時提供官方帳號基本ID / 專屬ID，POINTS ADS廣告受眾即會自動被分享到綁定**官方帳號**
- 透過LINE企業管理平台，實現數據共享最大化，並增加與目標對象的接觸點



LINE POINTS Ads 活動受眾說明：受眾名稱

1/29新的分享方式上線後，同一檔POINTS ADS活動，在OA CMS會有兩條受眾：

一條來自於 Cross Targeting，無法透過LINE企業管理平台分享，只有綁定同OAID的OA/LAP可以使用

一條來自於新方式，可透過LINE企業管理平台分享給不同OA & LAP使用，不限OAID

區分方式：受眾名稱（以下舉例說明）

POINTS ADs	受眾分享方式	受眾名稱	類型	建立方	可透過BM分享
兔兔女裝黑五CPA	Cross Targeting	61455-cv-[Unlimited][2OS][TW][AFF][Post-Auth]搶先黑五買一波！單件5折_購買商品_11/13 11:00-20231113-20231127	使用者識別碼UID	LINE POINTS	X
	2024新分享方式	v3-61455-cv-[Unlimited][2OS][TW][AFF][Post-Auth]搶先黑五買一波！單件5折_購買商品_11/13 11:00-20231113-20231127	使用者識別碼UID	LINE POINTS	O

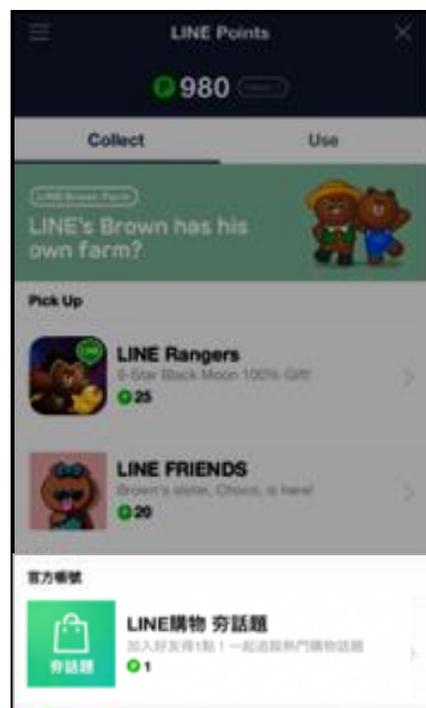
LINE POINTS Ads 活動受眾說明：受眾種類

專區名稱	LINE POINTS Ads	產品說明	支援受眾種類					
活動	CPWL	Cost Per Web Launch 進入指定網頁得點	活動點擊 (點擊參加活動)	活動轉換 (完成指定任務)				
	CPV	Cost Per View 觀看影片得點						
	CPS	Cost Per Slide 圖片瀏覽得點						
應用程式	CPI	Cost Per Installment 指定APP下載得點			活動點擊 (點擊參加活動)	活動轉換 (完成指定任務)		
	CPE	Cost Per Engagement APP指定任務得點						
購物贈點	導購型 CPA	Cost Per Action 指定購買得點					活動點擊 (點擊參加活動)	活動轉換 (完成指定任務)
官方帳號	加好友	Cost Per Friend 指定加官方帳號好友得點						
指定條件	名單型 CPA	Cost Per Action 指定名單填寫得點						

CPF 加好友得點

使用者需要加指定官方帳號好友，以 LINE POINTS 作為獎勵，於短時間內獲得大量好友數

1. POINTS 任務牆



2. 詳細資訊頁



3. 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

CPF 加好友得點：銷售方案

方案說明

價格
(未稅)

- 單價NTD 3 免費贈送性別/年齡鎖定條件
 - 性別鎖定為男性/女性
 - 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上

最低採購量

- 以下方式擇一
- 單筆 15 萬
 - 50,000 名好友 (若設定每日分量，每日最低份量為 10,000 名好友，第二天廣告起迄遞送時間為日本時間 00:00~23:59)

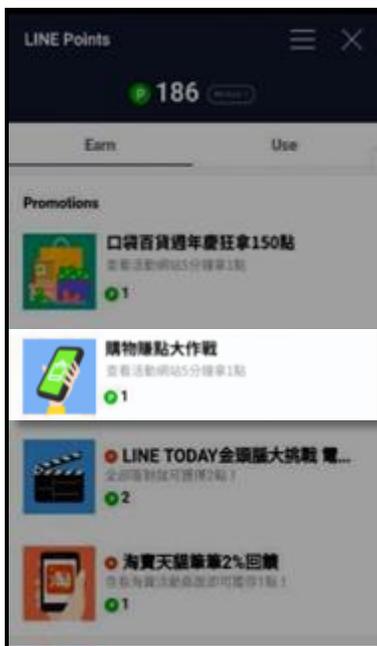
CPF 加好友得點：產品規格

規格說明	
指定任務	加入指定官方帳號好友，以下類型可擇一 <ul style="list-style-type: none">全新好友（不曾為指定官方帳號好友之使用者可參加）活化好友（曾經為指定官方帳號好友或解封鎖指定官方帳號好友可參加）
用戶獎勵	1 點（LINE 保留獎勵點數更改權利）
適用系統	Android 及 iOS
上線時間	週一至週五，上午 10 點（台灣時間）
廣告檔期	廣告主指定（最長 30 天），建議至少一週 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「官方帳號」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號。活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面。因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。活動素材上線皆須審查，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。上線開始日不可於台灣/日本假日。最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPWL 進入指定網頁得點

使用者需要進入指定網頁，五分鐘後得點，鼓勵使用者瀏覽網頁；同時加好友/解封鎖特定官方帳號，便於後續再行銷

1. POINTS 任務牆



2. 詳細資訊頁



3. 進入指定網站5分鐘



4. 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

CPWL 進入指定網頁得點：銷售方案

方案說明

價格 (未稅)	<ul style="list-style-type: none">• 單價NTD 3 免費贈送加好友/解封鎖功能• 性別/年齡鎖定條件<ul style="list-style-type: none">• 鎖定一項條件：NTD4• 鎖定兩項條件：NTD4.5<ul style="list-style-type: none">• 性別鎖定為男性/女性• 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上
最低採購量	單筆 20 萬 若設定每日分量，每日最低分量為10,000次點擊量；第二天廣告起迄遞送時間為日本時間 00:00~23:59

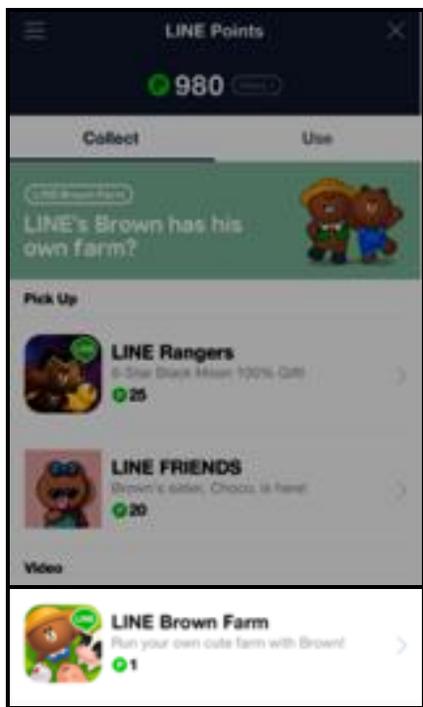
CPWL 進入指定網頁得點：產品規格

規格說明	
指定任務	進入指定網頁
用戶獎勵	1 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)
適用系統	手機版網頁
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
廣告檔期	廣告主指定(最長 30 天)，建議至少一週 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「活動」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號。2. 因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。3. 活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面。4. 本廣告產品為保證用戶進入指定網頁後、5 分鐘後發點，非保證瀏覽。用戶若於 5 分鐘內跳回 LINE App 收到「任務已完成」之通知，是系統提醒用戶避免重複點擊，點數仍設定 5 分鐘後發放。5. 可支援第 3 方追蹤工具，追蹤網址不可含有空白鍵。6. 活動素材上線皆須審查，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。7. 上線開始日不可於台灣/日本假日。8. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE。

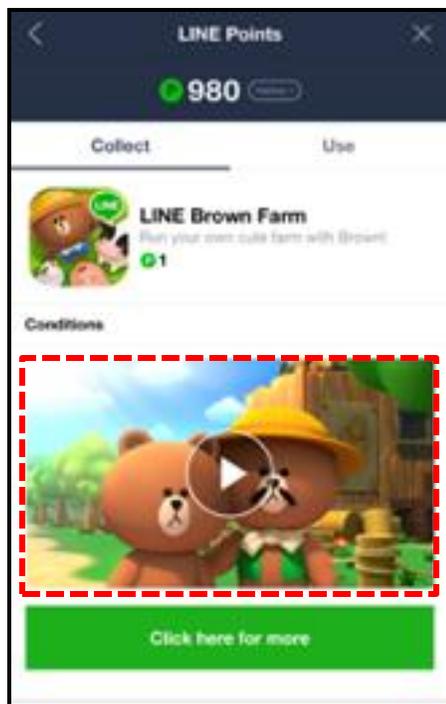
CPV 觀看影片得點

影片高觀看率，達到高效品牌曝光與溝通，同時加好友/解封鎖特定官方帳號，以利品牌後續深度溝通

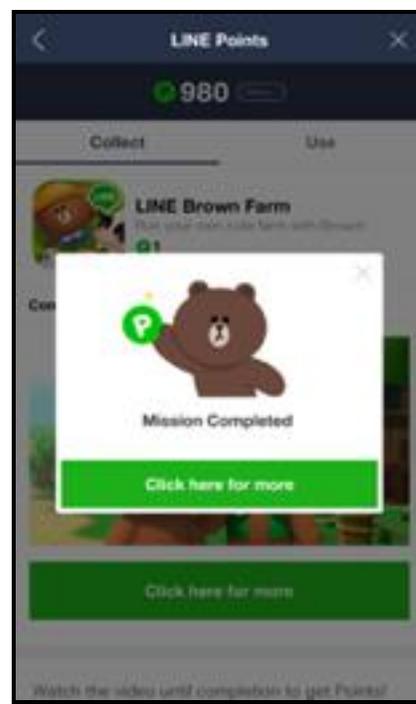
1. POINTS 任務牆



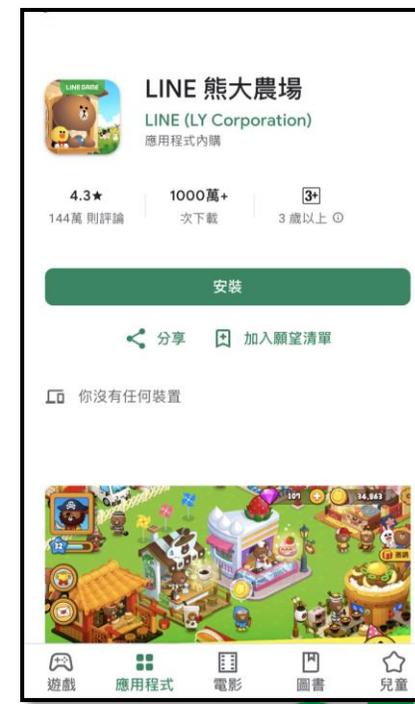
2. 詳細資訊頁：點選影片播放



3. 獲得點數



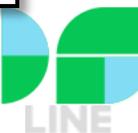
4. 可外導網頁



造訪指定網頁
引導應用程式下載
貼圖下載

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

※ 外連頁可讓完成廣告任務之用戶再導流至外部活動網頁或 Google Play、App Store。此功能非保證點擊，無額外收費



CPV 觀看影片得點：銷售方案

方案說明

價格
(未稅)

- 單價NTD4 免費贈送加好友/解封鎖功能
- 性別/年齡鎖定條件
 - 鎖定一項條件：NTD5
 - 鎖定兩項條件：NTD5.5
 - 性別鎖定為男性/女性
 - 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上

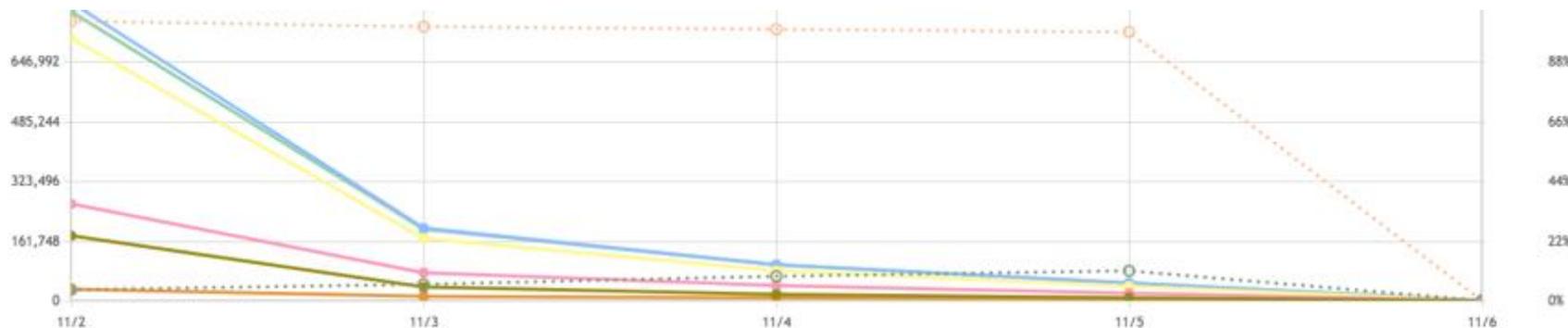
最低採購量

- 以下方式擇一
- 單筆 20 萬
 - 50,000 次觀看數
 - 若設定每日分量，每日最低分量為10,000次觀看數；第二天廣告起迄遞送時間為日本時間 00:00~23:59

CPV 觀看影片得點：產品規格

規格說明	
指定任務	完成影片觀看
用戶獎勵	1 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)
適用系統	Android 及 iOS
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
廣告檔期	廣告主指定 (最長 30 天) ，建議至少一週 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「活動」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號2. 因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。3. 活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面4. 影片素材限制為最短 5 秒、最多 60 秒 (50MB 以內) ，檔案格式必須為 mp4 。App 與素材上線皆須審查，LINE 保有上線權利。同一案件僅能溝通一項商品或服務訴求，禁止將不同商品服務的訴求整合成一個影片。因應Apple 政策，案件不可將抽獎活動當作訴求5. 無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢6. 導外連結請勿提供官方帳號加好友連結7. 活動素材上線皆須審查，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。8. 上線開始日不可於台灣/日本假日9. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPV 觀看影片得點：後台指標



Campaign	Action	Platform	Imp	Play	Ctr	Complete view	Cvr	Transition	Transition rate	Currency	Spent	Create friendship	Unblock friendship
		總計											
[20S][TW][CPV][AFA][HA] LINE TV (連續100次) 11/2 11:00	MOVIE	Both											

SPX 廣告後台管理畫面示意圖

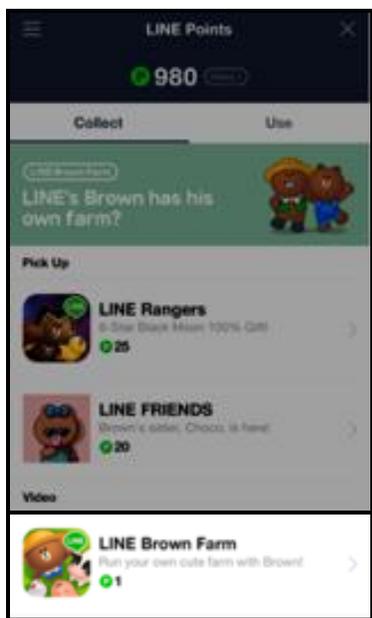
欄位標籤	中文	詳細說明
Imp	曝光次數	廣告詳細資訊頁的顯示次數
Play	觀看數	點擊參加任務鈕 · 觀看影片 = 影片觀看次數
Ctr	觀看率	Play/Imp
Complete view	觀看完成數 (unique user)	獲得點數 + 完成觀看 = 觀看完成人數 (unique user)
Cvr	觀看完成率	Complete view/Play
Transition	外連至頁面數	轉換至指定頁面總數
Create friendship	新增好友數	新增好友數
Unblock friendship	解除封鎖數	解除封鎖數

※廣告後台呈現的數值為廣告表現成效，與官方帳號後台不同，呈現數值可能有差異。

CPS 圖片瀏覽得點

適合多圖或圖文素材，用以品牌導覽、教學步驟、產品展示；並可以外導網頁完成下一期望動作

1. POINTS 任務牆



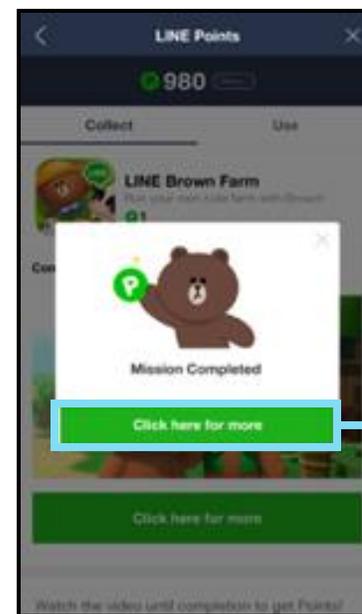
2. 詳細資訊頁



3. 瀏覽內容



4. 獲得點數



5. 可外導網頁



造訪指定網頁
引導應用程式下載
貼圖下載

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

※ 外連頁可讓完成廣告任務之用戶再導流至外部活動網頁或 Google Play、App Store。此功能非保證點擊，無額外收費

CPS 圖片瀏覽得點：銷售方案

方案說明

價格
(未稅)

- 單價NTD 3 免費贈送加好友/解封鎖功能
- 性別/年齡鎖定條件
 - 鎖定一項條件：NTD4
 - 鎖定兩項條件：NTD4.5
 - 性別鎖定為男性/女性
 - 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上

最低採購量

- 以下方式擇一
- 單筆 20 萬
 - 50,000 瀏覽數 (若設定每日分量，第二天廣告起迄遞送時間為日本時間 00:00~23:59)

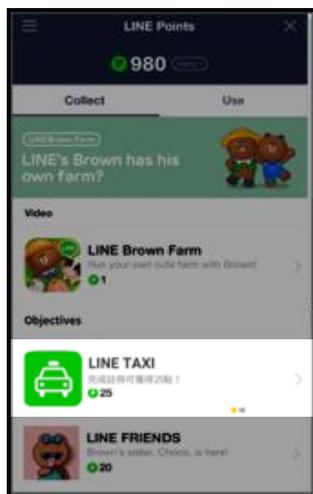
CPS 圖片瀏覽得點：產品規格

規格說明	
指定任務	完成圖片集瀏覽
用戶獎勵	1 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)
適用系統	Android 及 iOS
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
廣告檔期	固定一週 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「活動」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號2. 因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。3. 活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面4. 圖片集支援張數為 3~10 張5. 無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢6. 導外連結請勿提供官方帳號加好友連結7. 活動素材上線皆須審查，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。8. 上線開始日不可於台灣/日本假日9. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPA 指定任務得點

透過點數獎勵，提高消費者參與任務之意願，加快消費者行動
同時達到官方帳號加好友/解封鎖，利於後續再行銷數據使用

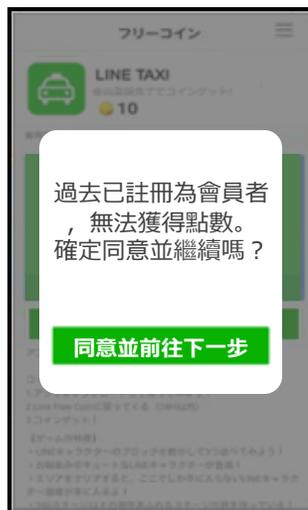
1. POINTS 任務牆



2. 詳細資訊頁



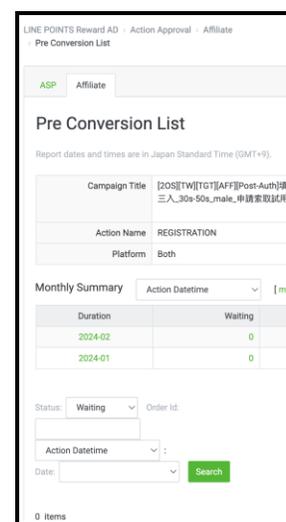
3. 同意限制條件



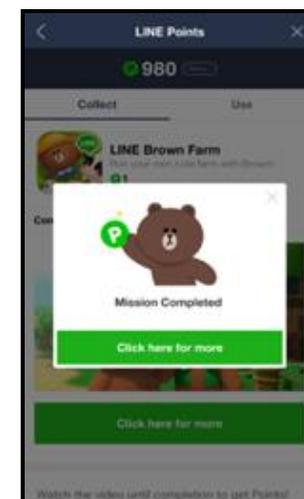
4. 完成指定任務



5. 廣告主審核



6. 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

CPA 指定任務得點：銷售方案

方案說明																	
產品類型	名單型任務	購買型任務															
情境列舉	註冊會員 / 報名活動 / 申請資料 / 申請試用品 填寫問卷 / 遊戲預登	購買指定商品 / 單筆訂單達指定金額															
價格 (未稅)	<ul style="list-style-type: none"> 免費贈送加好友/解封鎖功能 依名單欄位數量決定 CPA 報價 建議依實際難易程度、資料內容評估，並參考以過往其他媒體、期望預算作為回推、估算，以下僅為參考 <ul style="list-style-type: none"> 1~5 個欄位：NTD 30 6~9 個欄位：NTD 50 10 個欄位以上：NTD 60 若任務內容非單純名單收集，將依照客戶任務難度，另外報價，細節請洽詢 LINE 業務窗口 性別/年齡鎖定條件 <ul style="list-style-type: none"> 鎖定一項條件單價+20%；鎖定兩項條件單價+30% <ul style="list-style-type: none"> 性別鎖定為男性/女性 年齡鎖定為右列固定級距：19 歲以下/20~29 歲/ 30 歲~39 歲/ 40~49 歲/ 50 歲以上 	<ul style="list-style-type: none"> 免費贈送加好友/解封鎖功能 依照客戶產品客單價決定 CPA 報價，建議以過往其他媒體、期望預算作為回推、估算，以下僅為參考 <table border="1"> <thead> <tr> <th>平均結帳金額</th> <th>獎勵點數</th> <th>CPA單價</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$499 以下</td> <td>45 點</td> <td>\$150</td> </tr> <tr> <td>\$500-\$1,099</td> <td>60-90 點</td> <td>\$200 - \$300</td> </tr> <tr> <td>\$1,100-\$1,600</td> <td>105-135 點</td> <td>\$350 - \$450</td> </tr> <tr> <td>\$1,700 以上</td> <td>150 點以上</td> <td>\$500 以上</td> </tr> </tbody> </table>	平均結帳金額	獎勵點數	CPA單價	\$499 以下	45 點	\$150	\$500-\$1,099	60-90 點	\$200 - \$300	\$1,100-\$1,600	105-135 點	\$350 - \$450	\$1,700 以上	150 點以上	\$500 以上
平均結帳金額	獎勵點數	CPA單價															
\$499 以下	45 點	\$150															
\$500-\$1,099	60-90 點	\$200 - \$300															
\$1,100-\$1,600	105-135 點	\$350 - \$450															
\$1,700 以上	150 點以上	\$500 以上															
最低採購量	30萬																
轉購原則	購買商品類型 CPA，則廣告主需配合「購買型 CPA 轉購方案」之規定																

CPA 指定任務得點：購買型 CPA 轉購方案

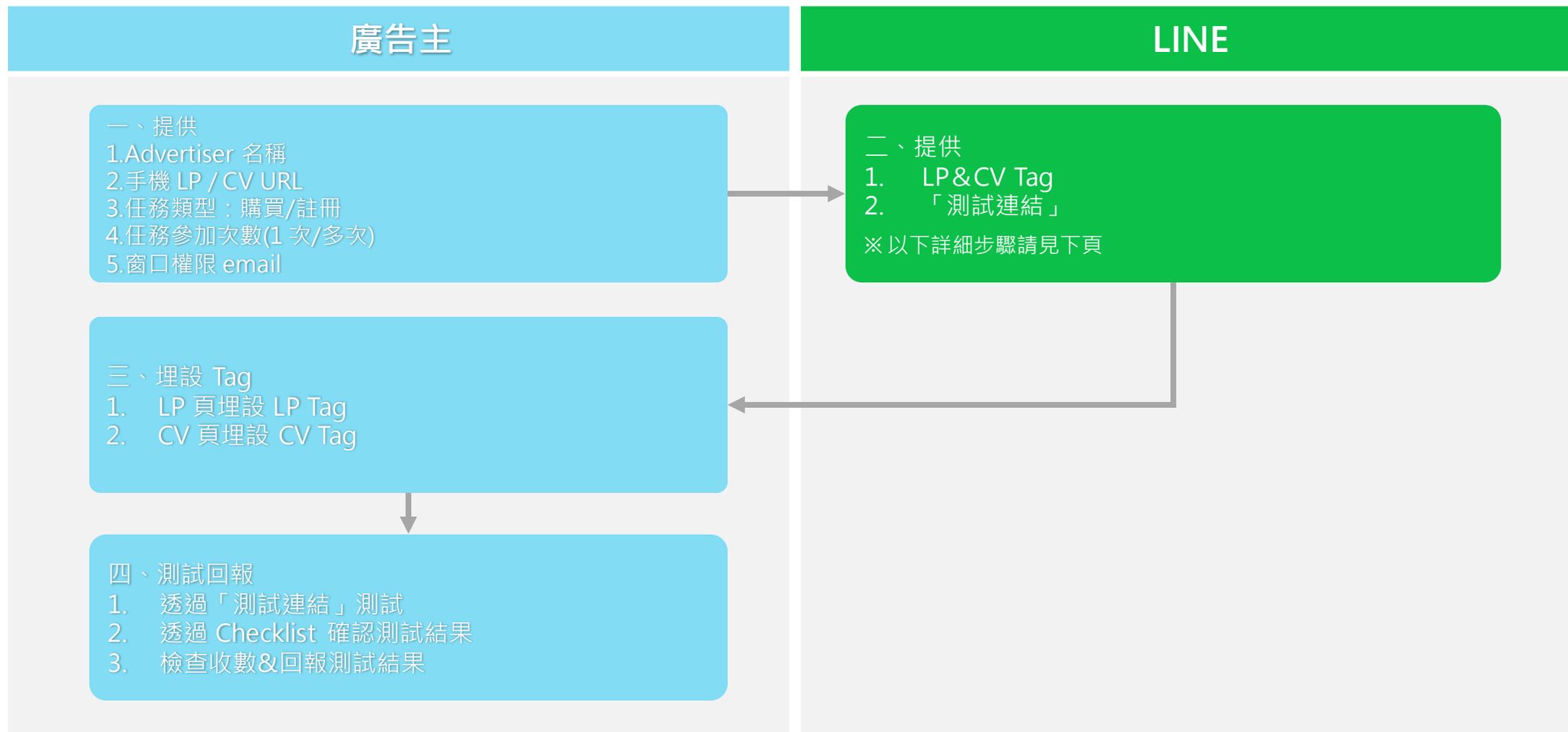
- 購買型 CPA 活動結束後，若當月消耗之實際預算未達 15 萬，需轉購以下產品補足差額達 15 萬
- 可以依後續不同行銷目的 & 剩餘金額，選擇 LINE Biz-Solution 不同產品
- 轉購產品委刊需於購買型 CPA 結束並結算實際花費後的 2 週內簽回，並於 CPA 完整結算日（活動走期結束+審核完畢）+ 60 天內執行完畢

方案說明		
行銷目的	廣告產品	計價
導流曝光	Display Ads 保證式廣告系列	<ul style="list-style-type: none"> • 限CPM計價之產品 • 不須符合最低採購門檻
互動溝通	LINE LIVE	<ul style="list-style-type: none"> • 以使用時數計費：若月累計總時數小於等於2小時，1小時以5萬計，若月累計總時數大於2小時，1小時以4萬計 • 當月直播使用時數，將於次月進行結算；不滿一小時以一小時計（未稅） • 若轉購金額高於單小時費用，執行一次以上
主動導客	LINE Beacon	<ul style="list-style-type: none"> • 自有場域 30 天 10 萬 • 新客體驗14天方案 5萬
任務獎勵	LINE POINTS ADs	<ul style="list-style-type: none"> • 不須符合最低採購門檻 • 可選擇 CPF / CPS / CPWL / CPV

CPA 指定任務得點：產品規格

規格說明	
指定任務	進入指定網頁完成指定動作
適用系統	手機版網頁
發點類型	審核後發點，並分為「僅限參與一次得點」及「重複參加得點」
上線時間	週一至週五，上午 10 點（台灣時間）
廣告檔期	開始：活動起始日期的上午 10 點（台灣時間） 結束：達到目標或走完 4 週檔期結束，視何者先發生。
版位位置	「購物贈點」、「指定條件」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. CPA 追蹤設定原理及事後發點平台操作手冊，請至 LINE for Business 的 e-learning 網頁 參考說明2. 請留意 CPA 產品不支援 AMP 技術，請勿提交 AMP 網頁。3. 廣告主需使用 LINE 提供的 JS 語法，請留意網址必須為手機版網址、活動流程中不可更換瀏覽器或裝置。4. 請留意登錄頁面和感謝頁面的網域 (top level domain) 必須維持相同，禁止使用跳轉追蹤網址。5. 本產品使用 JS Tags 原理，用戶至埋設 LP Tag 頁面後，並於 24 小時內至 CV Tag 頁面即會觸發發點機制。為使用戶遵循網頁步驟完成任務，網頁程式需確定得點路徑及觸發條件皆符合廣告主設定情境後才觸發 CV Tag，以做好風險控管，避免產生名單遺漏、誤填或誤發點數等風險；Cookie 會於 24 小時後失效，故用戶必須於 24 小時內完成轉換，手機的 web 瀏覽器要開啟不阻擋 Cookie 的功能。CV tag / LP tag 會於送審進入測試階段時提供，僅提供正式環境測試。6. 如活動包含一個以上的 CV Page，請務必於測試階段完成所有情境測試並提供對應的 CV Tag 截圖。如任務執行情境未經過測試而導致上線後用戶無法得點，廣告主需自行申請 POINT CODE 發點給受影響的用戶。7. 因應 iOS 政策規定，禁止宣傳「預先登錄」活動；Android 可宣傳此類活動，但於廣告內文中不可使用「預先登錄」文字，詳細規定請參考 LINE for Business 網站之上架素材導覽說明。8. 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。上線開始日不可在台灣/日本假日。廣告檔期或檔數等條件若變更，LINE 將事先通知。9. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPA 指定任務得點：測試流程



CPA 指定任務得點：測試流程

1. 測試連結

2. 廣告詳細資訊頁

3. 進入 LP 頁

4. 執行任務

5. CV頁

6. 廣告主檢查收數& 確認



請用 PC 裝置，至 POINTS 後台檢查收數。



請依據 CPA Checklist 確認測試結果
若要檢查Tag與截圖，請使用PC裝置。

- 1.LINE 提供一組非公開連結
- 2.測試：iOS+AO S雙裝置
- 3.手機開網頁的瀏覽器不阻擋 Cookie

【Android 用戶】*若使用 Chrome 瀏覽器，請於開啟瀏覽器後依序點選右上的選單圖標 > 「設定」 > 「網站設定」 > 確認是否允許 Cookie 設定。

【iPhone 用戶】*請至「設定」 > 「Safari」 > 將「阻擋所有 Cookie」設定為關閉。

點出測試連結後，廣告主必須於點選連結後，24 小時內完成測試。若超過 24 小時，請重新點選廣告詳細資訊頁綠色按鈕，24 小時將會重新計時。

CPA Tag 設定範例

- 參數會顯示於 LINE POINTS CPA 後台，作為審核發點資格的依據。
- 請勿自行刪除 Tag 內容以及標點符號，以免失敗。

CV 參數定義

事後發點 Tag 需定義之參數	定義說明 (請務必定義參數)	填寫範例
action: "REGISTRATION",	action:不需更改，請維持 "REGISTRATION"	action: "REGISTRATION",
order: "Input order identifier",	order: 購買型任務 = 訂單編號； 非購買任務 = 自定義流水號或識別碼 (例如:會員編號、註冊單號...) max 128 bytes(限英文/數字，全形字符視為2-3bytes) *注意：需定義為不重複數值。	order: " orderid123",
item: "Input item identifier",	item: 購買型任務 = 購買品項ID； 非購買任務 = 可自定義項目ID max 255 bytes(限英文/數字，全形字符視為2-3bytes)	item: " 0000123",
t_price: "Input total price" ,	t_price: 購買型任務 = 購買訂單總價； 非購買任務 = 可自定義總價 max 12位數字(可接受小數點後2位)	t_price: "1200" , *價格請勿使用千分位符號。 (錯誤範例：t_price: "1,200" ,)
quantity: "Input quantity",	quantity:購買型任務 = 訂單數量，請填寫1即可； 非購買任務 = 請填寫1即可	quantity: " 1", *數量請定義為1 即可，請勿一次填寫多個數字。 (錯誤範例：quantity: " 1,3,2,1",)
memo: "Input memo"	memo: 其他額外資訊 max 255 bytes(可填寫英文/數字/中文)	memo: " 促銷兩件75折"

LINE CPA 後台

	Action Datetime	Auto Approval Datetime	Approval/Rejection Time	order ↑ Order Id	item ↑ Item Id	Ip Address / User Agent	quantity ↑ Quantity	Unit Price	t_price ↑ Total Price	memo ↑ Memo	Status	Comment
<input type="checkbox"/>	2019-09-24 10:05:19	2019-11-23 10:05:19 Remaining Time: 39days 15h 55m		order123	0000123	27.242.197.164 Mozilla/5.0 (Linux; ...	1	490.00	1200	促銷兩件75折	Waiting	

CPI 指定APP下載得點

用戶下載、開啟 APP，即可獲得點數，並同時成為官方帳號好友，讓 APP 使用者等同好友，利於後續溝通

1. POINTS 任務牆



2. 詳細資訊頁



3. 下載APP



4. 啟動APP



5. 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

CPI 指定APP下載得點：銷售方案

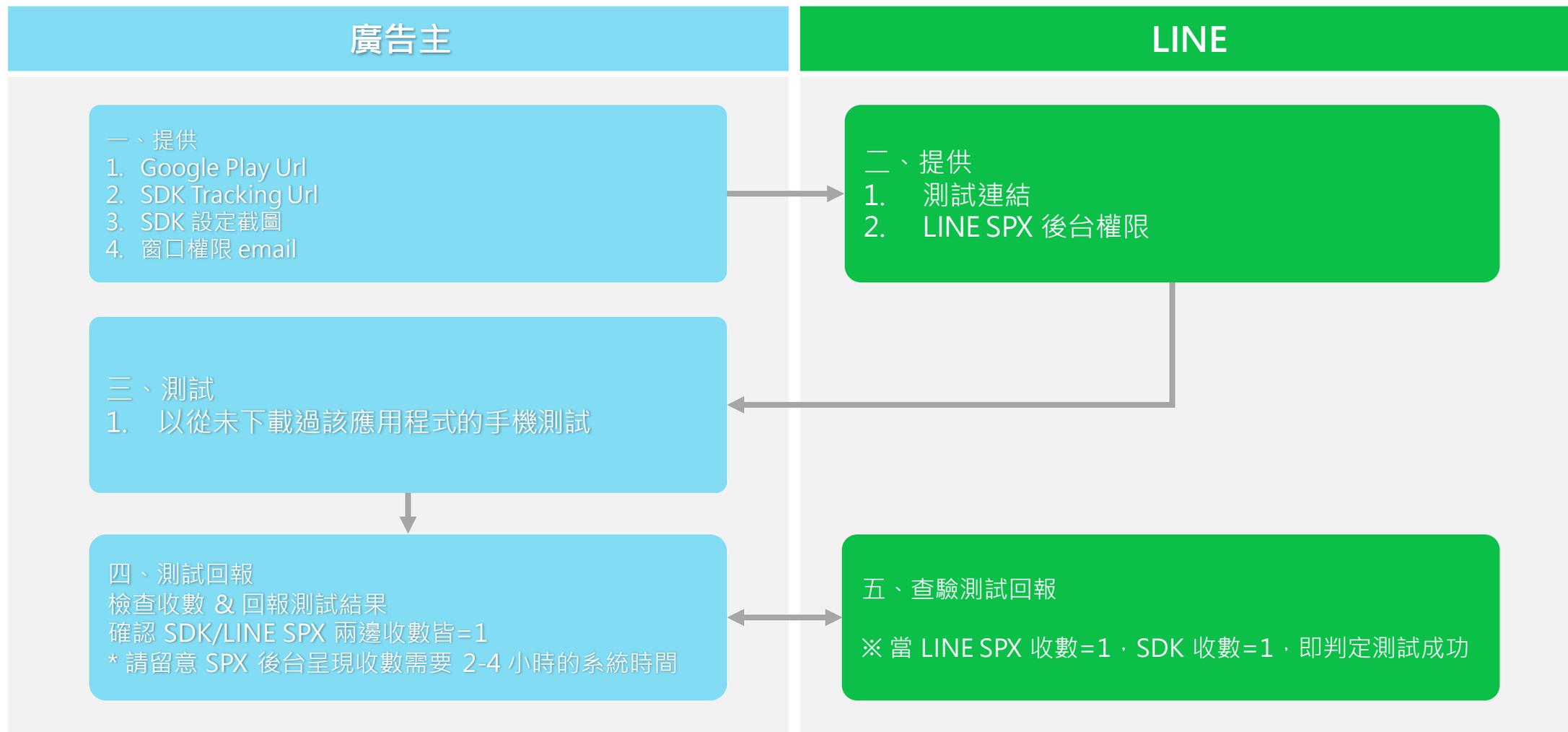
方案說明

價格 (未稅)	<ul style="list-style-type: none">• 單價NTD 8 免費贈送加好友/解封鎖功能• 性別/年齡鎖定條件<ul style="list-style-type: none">• 鎖定一項條件：NTD 10• 鎖定兩項條件：NTD 11<ul style="list-style-type: none">• 性別鎖定為男性/女性• 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上 <p>【大量採購優惠價】</p> <ul style="list-style-type: none">• 無鎖定對象的訂購量在 10 萬 ~ 25 萬下載數間，折扣價 NTD 7.5• 訂購超過 25 萬下載數，折扣價 NTD 7。• 使用優惠價者，需以同一份合約簽署，若未消耗預定下載數，則會以實際下載數對應之折扣價收費。• 大量採購優惠價不得與其他優惠專案 (包含限時專案) 併用，請擇一使用。
最低採購量	以下方式擇一 <ul style="list-style-type: none">• 單筆 16 萬• 20,000 下載量 (若設定每日分量，每日至少 10,000 下載量，第二天廣告起迄遞送時間為日本時 00:00~23:59)

CPI 指定APP下載得點：產品規格

規格說明	
指定任務	下載指定APP並啟動APP
用戶獎勵	4 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)
適用系統	Android
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
廣告檔期	廣告主指定(最長 30 天)，建議至少一周 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「應用程式」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號2. 因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。3. 活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面4. SDK Tracking Url 產生方式請參照 SDK 設定手冊5. 目前 LINE 所支援 SDK: Appsflyer, Adjust，SDK 相關問題請廣告主洽詢 SDK 廠商之技術支援中心6. 用戶點擊若發生在走期間，因點擊有效期間為24小時，結帳收數計算截止時間將為走期結束日+24小時7. 無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢8. 活動素材上線皆須審查，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。9. 上線開始日不可於台灣/日本假日10. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPI 指定APP下載得點：測試流程



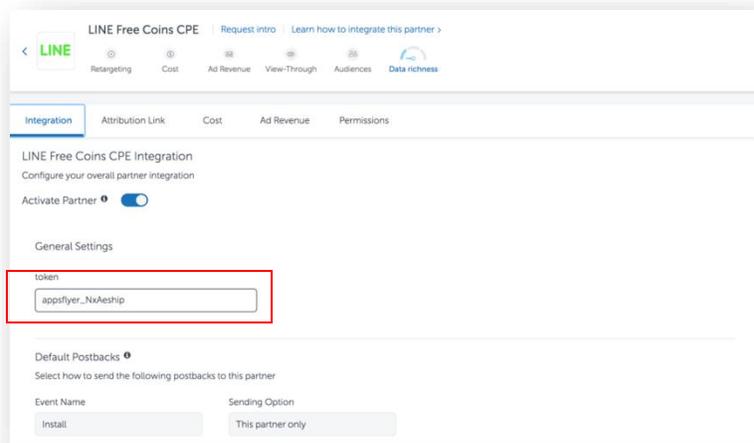
CPI 指定APP下載得點：測試流程

- 關於 SDK Tracking Url 的設定，請參閱 CPI 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

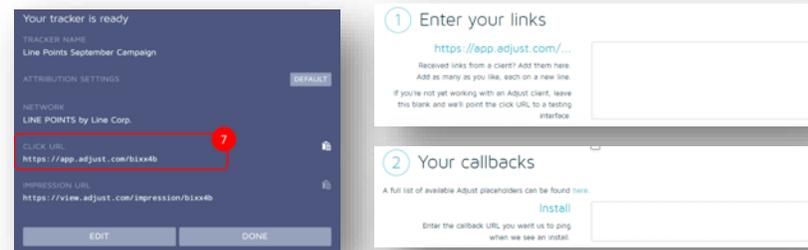
Appsflyer

Token 截圖



Adjust

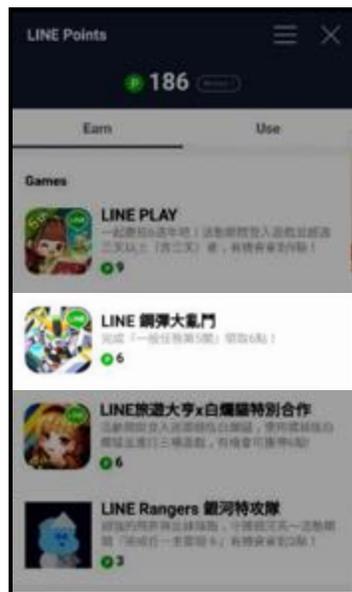
Click url & Tracking Url 設定截圖



CPE APP指定任務得點

廣告主自行定義APP任務內容，透過點數獎勵提高用戶參與程度，並同時成為官方帳號好友，有助於獲取「深度用戶」

1. POINTS 任務牆



2. 詳細資訊頁



3. 下載APP啟動後，完成指定任務



4. 獲得點數



※用戶於活動額滿前完成任務後即會獲得點數，不需重返廣告詳細資訊頁即可得點，同時會收到「LINE 錢包」的得點通知訊息。

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

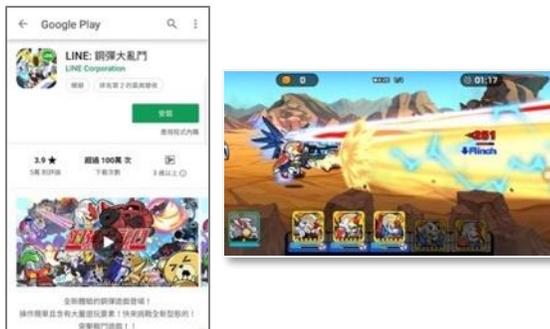


SDK 觸發 CPE 打點的機制說明

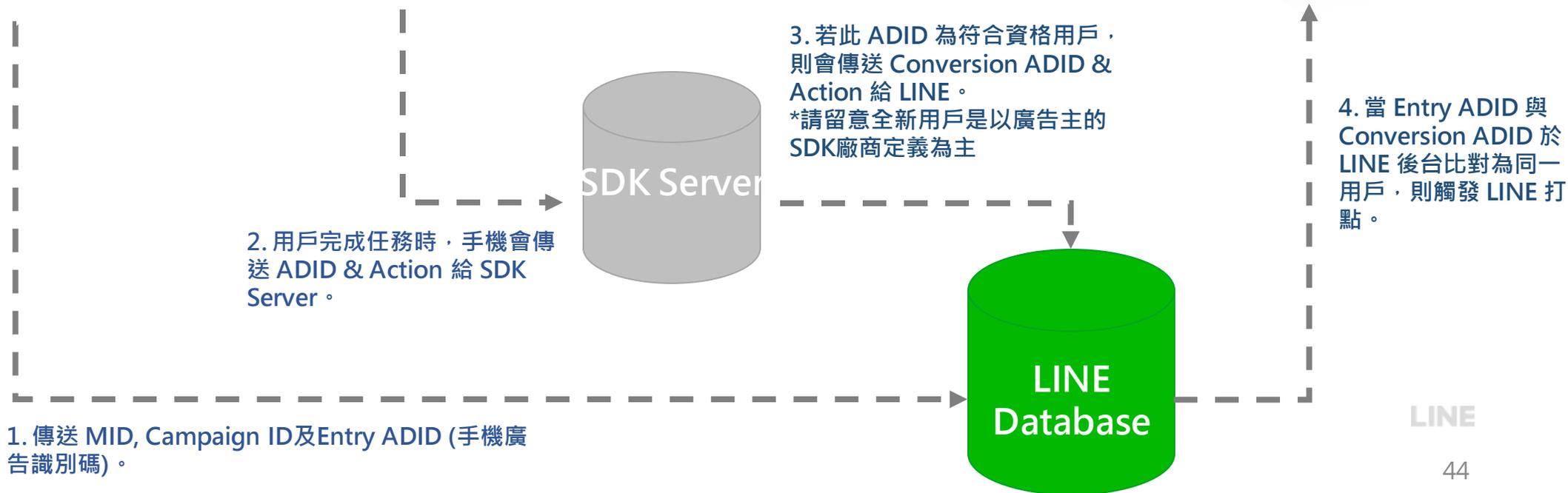
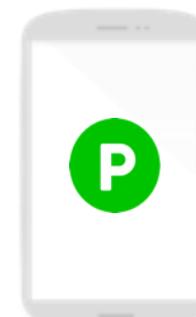
廣告詳細資訊頁



下載APP啟動後，完成指定任務



獲得點數



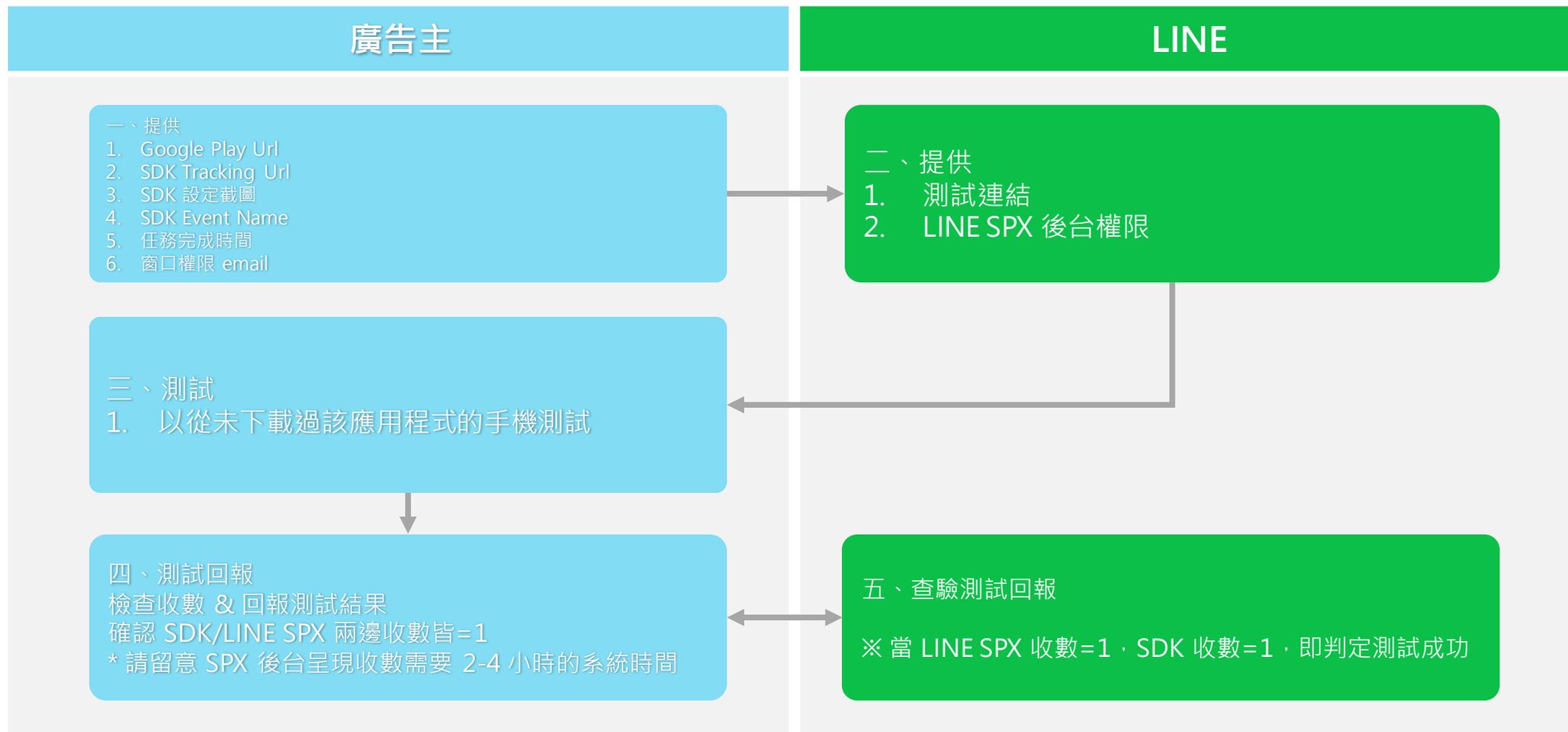
CPE APP指定任務得點：銷售方案

方案說明	
價格 (未稅)	<ul style="list-style-type: none">• 單價NTD 50 免費贈送加好友/解封鎖功能• 性別/年齡鎖定條件<ul style="list-style-type: none">• 鎖定一項條件：NTD 60• 鎖定兩項條件：NTD 65<ul style="list-style-type: none">• 性別鎖定為男性/女性• 年齡鎖定為右列固定級距：19歲以下/20~29歲/30歲~39歲/40~49歲/50歲以上
最低採購量	<p>以下方式擇一</p> <ul style="list-style-type: none">• 單筆 50 萬• 10,000 轉換量

CPE APP指定任務得點：產品規格

規格說明	
指定任務	下載指定APP啟動後，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
用戶獎勵	15 點 (LINE 保留獎勵點數更改權利)
適用系統	Android
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
廣告檔期	廣告主指定(最長 30 天)，建議至少一周 結束：達到目標或走完指定檔期結束，視何者先發生
專區位置	「應用程式」專區
注意事項	<ol style="list-style-type: none">1. 官方帳號加好友/解封鎖功能，需擁有企業官方帳號或認證官方帳號2. 因官方帳號後台好友數為每日統計一次，用戶若參與活動並於當日內再封鎖，不會反應在官方帳號後台數據。3. 活動受眾說明請參考「LINE POINTS Ads 活動受眾說明」頁面4. 目前 LINE 所支援 SDK: Appsflyer, Adjust，SDK 相關問題請廣告主洽詢 SDK 廠商之技術支援中心5. 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6. 用戶點擊若發生在走期間，因點擊有效期間為24小時或廣告主自訂，結帳收數計算截止時間將為走期結束日+24小時或走期結束日+廣告主自訂時間7. 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)8. 無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認完畢9. 活動素材上線皆須審查，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。10. 上線開始日不可於台灣/日本假日11. 最新支援的作業系統版本，請洽詢 LINE

CPE APP指定任務得點：測試流程



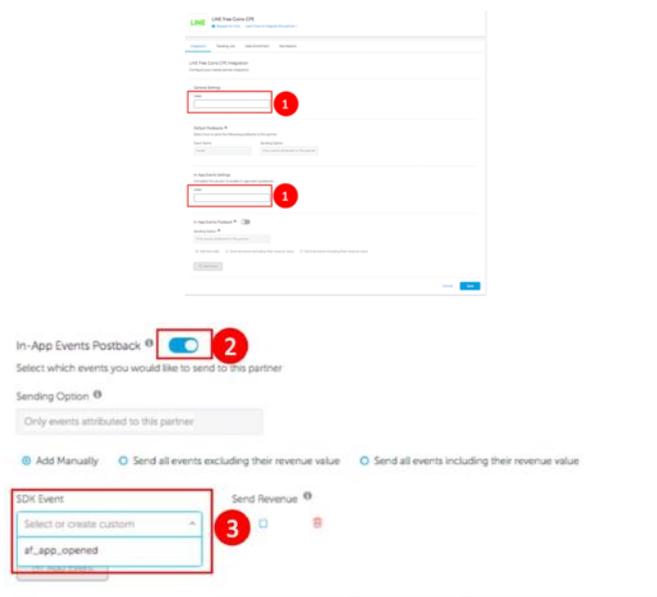
CPE APP指定任務得點：測試流程

- 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

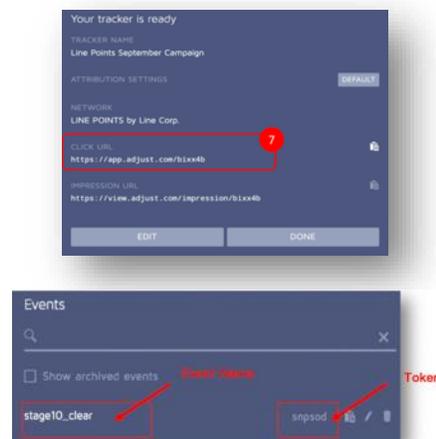
Appsflyer

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

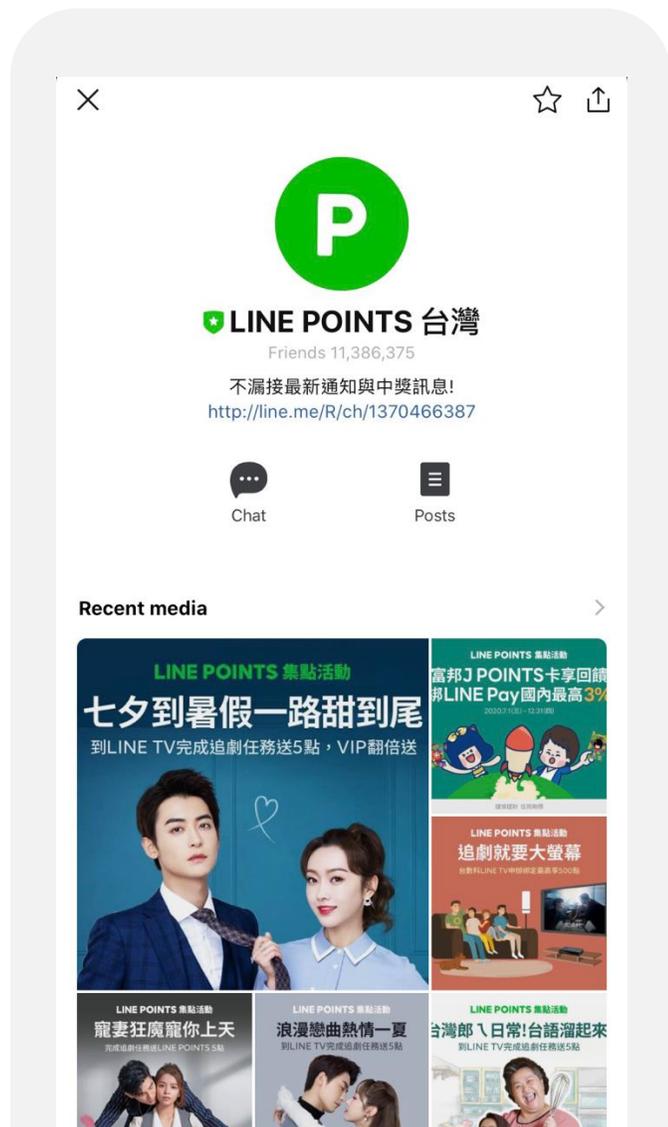


04

LINE POINTS Ads 行銷資源



LINE POINTS 官方帳號擁有超過 1,200 萬好友
消費者尋找好康優惠的最佳管道！



OAP 官方帳號推播訊息

Q：如何申請 OAP？

單筆 LINE POINTS Ads 投資金額達 100 萬，可進行申請。
(如申請以 LINE 評估為主。)

注意事項

- 此資源需事前申請與訂版，請務必先向 LINE 內部確認該日期無 LINE 服務使用。
- 素材需符合 LINE 設計規範並經由 LINE 設計團隊審核確認。
- 僅接受宣傳 POINTS Ads 活動。
- 同一檔活動限申請一項資源。
- 若實際 POINTS Ads 消耗金額未達 100 萬，將需另補上贈送 OAP 之金額予 LINE (15 萬)，並會再額外開立 IO 及發票

LINE

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

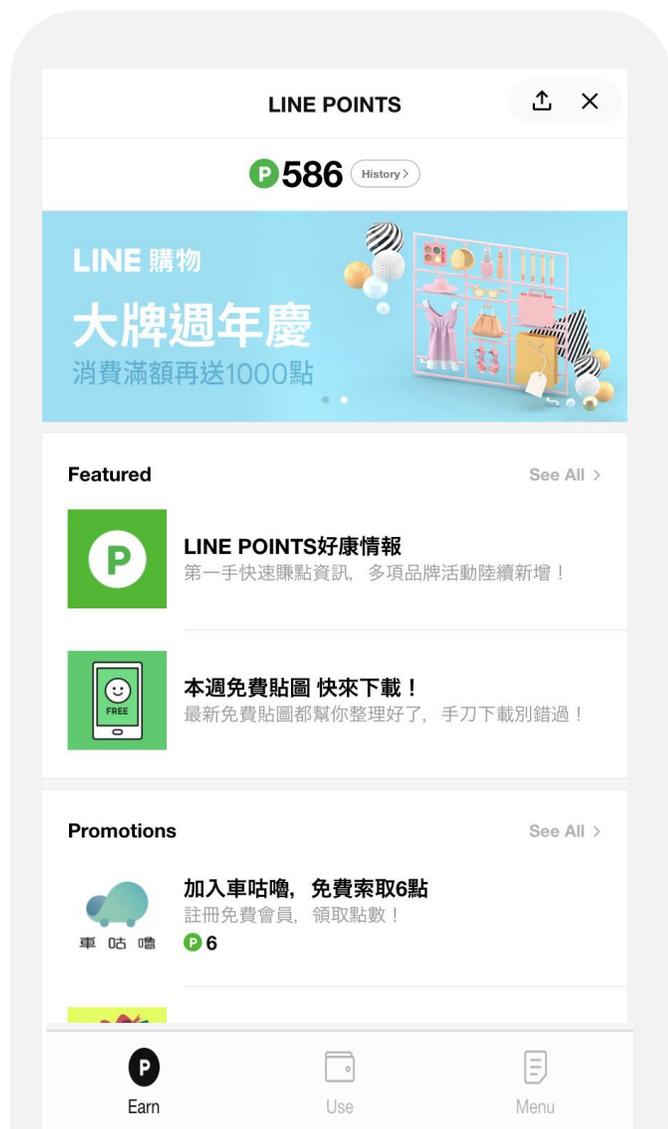
LINE POINTS OAP 官方帳號推播訊息

LINE POINTS OAP 產品規格	
內容	「LINE POINTS 台灣」官方帳號訊息推播
價格	\$15萬
上線時間	週一至週五，上午 10 點 (台灣時間)
檔數	每週 1 檔
預估點擊數	15,000 – 50,000 之間
報表提供	報表於 5 工作天以內提供 提供項目: 點擊數
注意事項	<ul style="list-style-type: none">• OAP 席次有限，需提前訂版。如版位已滿，請恕無法提供。• 同內容的 POINTS 活動限加購一檔 OA 訊息推播。• OA 訊息推播僅開放群發設定，不開放鎖定條件。• 素材設計需符合 LINE 設計規範並經由 LINE 設計團隊審核確認。• 無法中途更改檔期或素材，請於廣告上線前確認。上線開始日不可在台灣/日本假日。廣告檔期或檔數等條件若變更，LINE 將事先通知。• 僅接受宣傳 POINTS Ads 活動，landing page 必須為 POINTS Ads 活動頁。



※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

LINE 服務最愛用，任務牆第一屏置頂版位 直導 POINTS 活動頁面，替品牌獲取額外曝光機會！



任務牆Top Banner

Q：如何申請 Top Banner？

單筆 LINE POINTS Ads 投資金額達 60 萬，可進行申請。(如申請以 LINE 評估為主。)

注意事項

- 以上資源席次有限，需事前訂版。如版位已滿，請恕無法提供。
- 任務牆 Top Banner 與 LINE 內部服務共同使用，此版位為隨機輪播，無法指定順序。
- 任務牆 Top Banner 一檔走期 7 天，固定週二上線，至隔週一。此資源為人工上/下架，恕無法指定時段。素材需符合 LINE 設計規範並經由 LINE 設計團隊審核確認。
- 同一檔活動限申請一項資源。
- 若實際 POINTS Ads 消耗金額未達 60 萬，將需另補上贈送 Top Banner 之金額予 LINE (15 萬)，並會再額外開立 IO 及發票

※ 示意圖僅供參考，實際呈現方式請以活動上線版型為主

05

其他資訊



其他資訊

取消規定	提出申請後(IO 簽署後) 無法任意取消且不接受更改廣告上線日等內容
廣告後台操作手冊	媒體指南網站
條款及規範	請確認以下內容後再提出申請 <ul style="list-style-type: none">• 基本條款• LINE 公司法人「LINE POINTS Ads」個別條款• LINE POINTS Ads 服務導覽• LINE POINTS 廣告產品規範• 廣告刊登規範
洽詢方法	關於產品採購細節或有任何疑問，歡迎直接跟 LINE 聯繫： 廣告方案洽詢

THANK YOU

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。