

LINE Ads Platform 系統操作手冊

2026.05

LINE

目錄

01 流程及架構

廣告設定流程	————	P.4
廣告帳戶架構	————	P.5
廣告帳號各層級上限	————	P.6

02 登錄及管理畫面

建立登入帳號 (LINE Business ID)	————	P.8
管理畫面簡介	————	P.9

03 基本設定

建立群組 (Group)	————	P.14
申請付款資訊 (Payer info)	————	P.15
結帳費用說明	————	P.18
建立廣告帳號 (Ad account)	————	P.20
上傳媒體 (Media)	————	P.24
建立廣告活動 (Ad Campaign)	————	P.25
建立廣告群組 (Ad group)	————	P.26
建立廣告 (Ad)	————	P.36

04 廣告活動目標與自動最佳化

應用程式主動參與 (App Engagement)	————	P.42
加好友廣告	————	P.50
觸及人數	————	P.51
自動最佳化廣告遞送 – 優化點擊數	————	P.52
自動最佳化廣告遞送 – 優化轉換數/安裝數	————	P.53
自訂轉換優化	————	P.54

05 其他功能

權限管理	————	P.56
成效報告	————	P.57
自訂報告	————	P.58
大量編輯/刪除	————	P.59
大量上傳	————	P.60
再次申請審核登陸頁面	————	P.77
複製功能	————	P.78
廣告複製編輯功能	————	P.79
變更紀錄	————	P.80

06 轉換與再行銷

追蹤 (LINE Tag)	————	P.82
應用程式轉換追蹤	————	P.94
上傳 IDFA/AAID	————	P.95
上傳電話號碼	————	P.96
上傳電子郵件帳號	————	P.97
LINE官方帳號好友的受眾	————	P.98
類似廣告受眾 (Lookalike)	————	P.99
觀看影片受眾	————	P.100
點擊圖片受眾	————	P.101

07 跨產品精準行銷

跨產品受眾設定	————	P.103
---------	------	-------

01 流程及架構

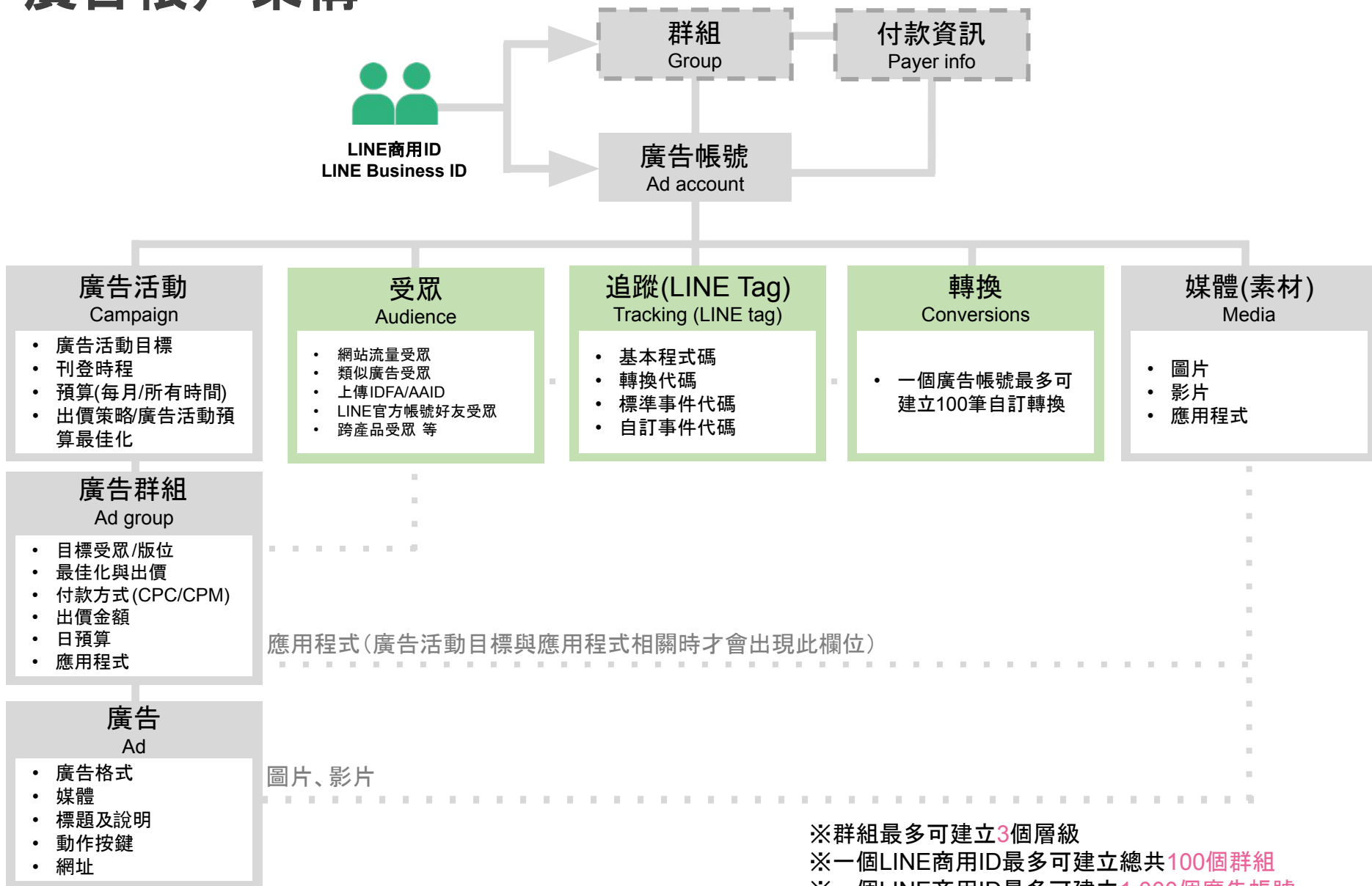
廣告設定流程

用戶

LINE



廣告帳戶架構



- ※群組最多可建立3個層級
- ※一個LINE商用ID最多可建立總共100個群組
- ※一個LINE商用ID最多可建立1,000個廣告帳號

廣告帳號各層級上限

層級	上限數(以廣告帳號為單位)
廣告活動 Ad Campaign	300
廣告群組 Ad Group	100,000 ※每1 Ad Campaign最多為1,000
廣告 Ad	50,000 ※每1 Ad Group最多為1,000
媒體 Media (廣告素材 Creative)	圖片最多為 10,000 影片最多為 10,000 APP最多為 2(iOS, AOS各1) ※上限數分開計算

※以上數量不包含被刪除的項目

02 登錄及管理畫面

建立登入帳號 (LINE Business ID)

1



LINE Business ID

使用LINE帳號登入

或

使用商用帳號登入

建立帳號 **click**

使用LINE商用ID須遵守隱私權政策等規定，登入後即視為您同意相關條款內容。

關於LINE商用ID

繁體中文 | 隱私權政策 | LINE Corporation

LINE業務提供LAP註冊連結：
<https://admanager.line.biz>

請由此連結進入點擊「建立帳號」開始註冊。

2



LINE Business ID

使用LINE帳號註冊

或

使用電子郵件帳號註冊

若已有帳號請由此登入

使用LINE商用ID須遵守隱私權政策等規定，註冊後即視為您同意相關條款內容。

關於LINE商用ID

繁體中文 | 隱私權政策 | LINE Corporation

進入註冊畫面
點擊「使用電子郵件帳號註冊」。

3



LINE Business ID

使用LINE帳號註冊

或

請輸入您的電子郵件帳號，系統將傳送註冊用連結給您。

電子郵件帳號 ①

電子郵件帳號

傳送註冊用連結 **click**

若已有帳號請由此登入

使用LINE商用ID須遵守隱私權政策等規定，註冊後即視為您同意相關條款內容。

關於LINE商用ID

繁體中文 | 隱私權政策 | LINE Corporation

輸入email後點擊「傳送註冊用連結」。

4



LINE Business ID

在此傳送LINE商用ID的註冊用連結。請點選「前往註冊畫面」以開始註冊。此連結在24小時內有效。

前往註冊畫面 **click**

點選按鈕後若有反應，請複製連結網址「<https://account.line.biz/signup/email/gpin?token=1eDl11AeX5d5idbAMW2iDPXvQ&redirectUri=https%3A%2F%2Fadmanager.line.biz%2F&internalRedirectLink&scope=>」並在瀏覽器中貼上前往。

© LINE Corporation

您會收到標題為「[LINE商用ID]註冊用連結」的email，請點擊email中的「前往註冊畫面」。

5



LINE Business ID

電子郵件帳號 ①
xxxxxx@linecorp.com

姓名 ②
姓名

密碼 ③
密碼

我不是機器人

註冊 **click**

若已有帳號請由此登入

繁體中文 | 隱私權政策 | LINE Corporation

設定姓名及密碼後點擊「註冊」即可完成註冊且前往LAP開始進行設定。



※註冊完成後，未來即可透過
<https://admanager.line.biz/> 登入LAP。

管理畫面簡介 ①

LAP管理畫面主要分成三個部分，分別為「主頁」、「群組」及「廣告帳號」。

1. 用戶首頁

The screenshot shows the user dashboard for 'TW Test User'. At the top right, there is a user profile dropdown (labeled A) and a notification bell (labeled B). Below the header, the user name 'TW Test User' is displayed, along with a search bar and a date range selector for '今天 2021/1/28 - 2021/1/28'. A navigation bar (labeled C) contains three tabs: '主頁', '群組', and '廣告帳號'. Below the navigation bar is a '+ 新增廣告帳號' button and a pagination control '1 - 65 / 65'. A table of ad accounts is shown with columns for status, name, ID, impressions, clicks, CTR, CPC, CV, CVR, CPA, and cost. The table has a header row and one data row for '未投遞' status.

投遞狀態	廣告帳號名稱	廣告帳號ID	曝光數	點擊數	CTR	CPC	CV	CVR	CPA	費用
-	65 items	-	4,073,477	25,594	0.63%	NT\$5.83	246	0.96%	NT\$607.04	NT\$
未投遞	00000_test 管理員	A60653197166	0	0	0.00%	NT\$ 0.00	0	0.00%	NT\$ 0.00	

A
用戶名稱。
下拉選單可回到用戶首頁、設定、使用者基本資料及登出。



B
廣告相關通知。有新通知時鈴鐺右上角會出現綠點。Email通知預設為關閉，如希望收到通知可選擇開啟。



通知內容包含：

- 廣告帳號狀態（審核通過拒絕/官方帳號狀態）
- 廣告活動花費狀態
- 廣告審核狀態（每10分鐘更新）
- 付款資訊審核狀態
- 與廣告帳號連結的邀請

以上通知除了廣告審核狀態為每10分鐘更新外，其他皆是即時更新。

C
群組/廣告帳號分頁可分別看到用戶所擁有的全部群組/廣告帳號清單。

管理畫面簡介 ②

LAP管理畫面「主頁」為查看系統公告頁面。

2. 主頁

用戶首頁

用戶: TW Test User

搜尋名稱

今天 2021/1/28 - 2021/1/28

主頁 群組 廣告帳號

A 公告

全部 新功能 營運 其他

標題	類型	刊載日期
[repost] Terms and Conditions of Use revision	其他	2021/1/28
"LINE Ad Platform" New Feature Release	新功能	2021/1/28
★ 春節假期廣告審核公告	營運	2021/1/28
新功能公告	新功能	2021/1/28
★ Home Tab Release Announcement	新功能	2021/1/27

1 - 5 / 5 < >

B

C 查看更多 >

A
公告類別。
類別分為「全部」、「新功能」、「營運」及「其他」。

B
公告列表。
點選標題可進入查看詳細公告內容。

C
主頁最多顯示5則公告，若要查看過去公告，可點選「查看更多」。

管理畫面簡介 ③

進入到任一組或廣告帳號即可進入「廣告管理員」畫面，以下為群組層級畫面。

3. 廣告管理員 – 群組層級

B 廣告管理員

A 搜尋名稱

C 群組: Group A

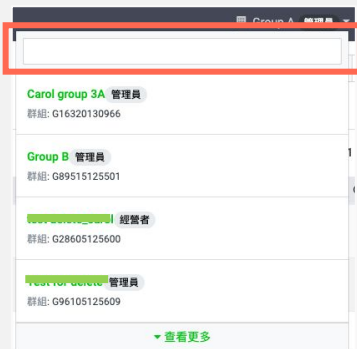
群組 廣告帳號

+ 新增廣告帳號 + 與廣告帳號連結

1 - 5 / 5 < > 顯示項目

投遞狀態	廣告帳號名稱	廣告帳號ID	曝光數	點擊數	CTR	CPC	CV	CVR	CPA	費用
-	5 items	-	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	
未投遞	C test_0 管理員	A57464178948	0	0	0.00%	NT\$ 0.00	0	0.00%	NT\$ 0.00	
未投遞	C tes_1 管理員	A98852179057	0	0	0.00%	NT\$ 0.00	0	0.00%	NT\$ 0.00	

A 點擊可搜尋並進入自己所擁有的其他群組/廣告帳號。



B 點擊「≡ MENU」可展開群組管理選單。
管理選單會根據不同權限層級而顯示相對應的管理項目。

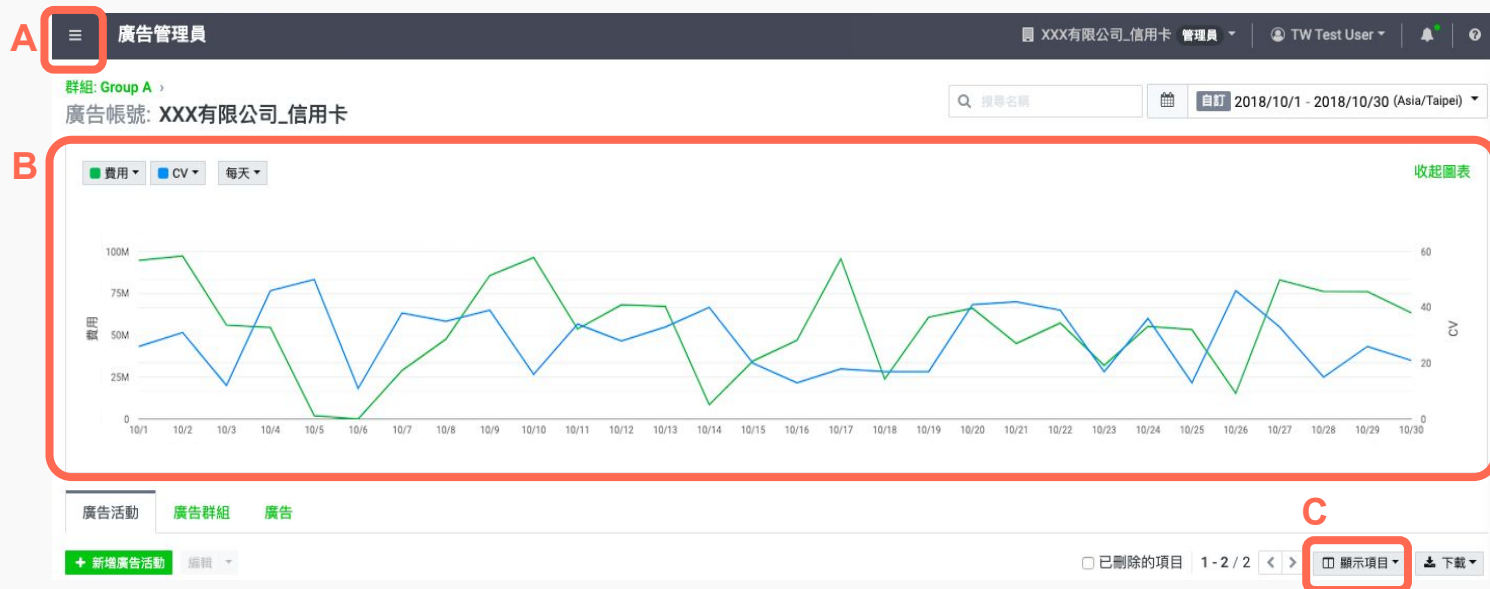
C 顯示為目前所在層級。

D 成效摘要，方便查看帳號數量及整體成效。

管理畫面簡介 ④

進入到任一群組或廣告帳號即可進入「廣告管理員」畫面，以下為廣告帳號層級畫面。

4. 廣告管理員 – 廣告帳號層級



A
點擊「≡ MENU」可展開廣告帳號管理選單。
管理選單會根據不同權限層級而顯示相對應的管理項目。

B
廣告成效圖表。
使用者可依需求選擇不同報告項目來查看成效圖表，可選項目與「成效報告」項目相同。
查看每小時數據時，走期選擇最長可至廣告總期間。

C
自訂廣告管理畫面欄位。
可自訂並儲存廣告管理畫面內個人偏好欄位，以便查看特定成效數據，包含自訂轉換。



03 基本設定

建立群組 (Group)

請先建立群組，群組最多可建立三個層級。

1



點擊首頁的「新增群組」即會進入建立群組畫面。

2

A screenshot of the '建立群組' (Create Group) form. The form is divided into two main sections: '基本資訊' (Basic Information) and '付款資訊' (Payment Information). In the '基本資訊' section, there is a text input field for '群組名稱' (Group Name) with a red box around it and a red '※1' icon. Below the field, there is a small note: '請輸入群組的顯示名稱 (可任意輸入)。此名稱僅用於管理畫面，不會顯示於投遞的廣告中。'. In the '付款資訊' section, there are two radio button options. The second option, '不為此群組設定付款資訊，而使用父群組的付款資訊，或為各廣告帳號個別設定付款資訊。', is selected and highlighted with a red box and a red '※2' icon. At the bottom of the form, there are two buttons: a green '建立' (Create) button and a grey '取消' (Cancel) button.

※1: 填入群組名稱。

此命名僅會顯示於系統介面，不會於廣告遞送時出現。

※2: 付款資訊請選擇「不為此群組設定付款資訊，而使用父群組的付款資訊，或為各廣告帳號個別設定付款資訊。」。

如選擇「為群組設定付款資訊」則會顯示無法設定的錯誤訊息。

完成後點擊「建立」。



※在同一個最高層群組下，一個子群組無法綁定在多個父群組下，只能隸屬於一個父群組。
※每個群組皆可以管理使用者權限，如一使用者未取得群組權限則無法 查看該群組內容。

申請付款資訊 (Payer info)

付款資訊需由LINE建立，並且僅能建立在群組層級，不可建立在廣告帳號層級。

1 請提供以下4個資訊給LINE業務窗口，供LINE建立付款資訊。

項目	說明	範例
1 群組ID	付款資訊會建立在此群組下	G00000000000
2 付款公司名稱	發票開立對象	熊大股份有限公司
3 付款公司統編	發票開立對象	00000000
4 財務窗口姓名	發票收件人	王大雄

※群組ID查看方式：



2 LINE建立完付款資訊後，付款資訊即會顯示於該群組管理選單的「收費與付款」中。



付款資訊一覽

付款方名稱	付款人ID	收費時區	正在使用此付款資訊的廣告帳號	審核狀態
Billing information - 20191028141054	B75843163671	(GMT+8) 台北	1	可使用
Billing information - 20191030181019	B08033165423	(GMT+8) 台北	0	可使用
Billing information - 20191030181074	B19033165473	(GMT+8) 台北	0	可使用

3 建立完成後顯示的付款方名稱為系統預設命名，可依需求修改，以方便管理付款資訊。

付款資訊一覽

付款方名稱	付款人ID	收費時區	正在使用此付款資訊的廣告帳號	審核狀態
Billing information - 20191028141054	B75843163671	(GMT+8) 台北	1	可使用
Billing information - 20191030181019	B08033165423	(GMT+8) 台北	0	可使用
Billing information - 20191030181074	B19033165473	(GMT+8) 台北	0	可使用

點擊進入欲修改名稱的付款資訊



點擊「設定」即可編輯命名

建立廣告帳號

付款資訊 (Payer info) – 更換付款資訊

如果您的廣告帳號需要更換付款資訊，請參考以下步驟。

- 1 進入廣告帳號，點擊左上角的 MENU 標示展開管理選單，點擊「廣告帳號設定」。



- 2 進入廣告帳號設定畫面，至畫面最下方點擊「編輯」。



- 3 付款資訊處可下拉選擇要更換的付款資訊。選擇完後點擊「更新」。



【注意事項】

除了**每個月1號**(00:00~23:59 JST 系統結帳作業)以外均可更改付款資訊。無論改了幾次，系統會以**關帳日當下**廣告帳號所綁定的付款資訊來開立發票。

付款資訊 (Payer info) - 根據不同需求申請付款資訊

① 1個群組綁定 1組付款資訊



- ① 建立群組(Group)後, 向LINE申請建立1組付款資訊。
- ② 該群組下的廣告帳號皆綁定同一組付款資訊。

⇒ 月初開立發票時, 所有廣告帳號合開 1張發票。

② 一個群組綁定 多組付款資訊



- ① 建立群組(Group)後, 向LINE申請建立多組付款資訊。
- ② 該群組下的廣告帳號可從多組付款資訊中選擇綁定其一。

⇒ 月初開立發票時, 根據您綁定的付款資訊數量開立 多張發票。

※一個群組最多可建立10組付款資訊

※N組付款資訊等於會開立N張發票, 請避免重複申請建立不必要的付款資訊。

※同一個付款方公司可新增多組付款資訊, 但不同付款資訊會分別開立不同發票。(例如: 即使付款資訊A、B中的付款方公司相同, 結帳時仍會分別開立A、B兩張發票)。

結帳費用說明 – 廣告活動未開啟預算最佳化功能

如有以下情況，每月結帳時系統會自動將該金額扣除，不會向您收取該費用。
關於廣告活動走期結束後的收費及成效數據的顯示說明，請參考下表：

曝光/點擊產生時間	收費	管理畫面	成效報告
廣告走期結束後24小時內	不收費	顯示	顯示
廣告走期結束後24小時後	不收費	不顯示	不顯示

※單日預算

廣告群組日預算超花時的收費基準：

- 日預算小於 1000 日圓時，若當日實際花費金額在 2000 日圓以內，依實際花費金額收費；若當日實際花費金額超過 2000 日圓，最多共收取 2000 日圓。
- 日預算大於 1000 日圓時，不論當日實際花費金額多少，最多共收取日預算的兩倍金額。
- 以上結帳金額仍不會超過廣告活動總預算。
- 若使用其他幣值出價，將會有匯率換算差異。

※ 上述金額調整項顯示會在 **每十分鐘**時調整。

※ 每月月底結帳時，會以 **月底當天**的廣告活動總預算為基準。

例：6/1 總預算為\$10,000，6/30調整總預算為\$15,000，結帳基準為\$15,000

結帳費用說明 – 廣告活動曾開啟預算最佳化功能

當廣告活動有開啟預算最佳化功能並且費用超過單日預算時，系統將比較「廣告活動單日預算」和「有產生曝光之廣告群組單日預算總和」，以較高的日預算兩倍金額收費。

預算最佳化 開啟時	廣告活動單日預算: \$10,000			
預算最佳化 關閉時	廣告群組單日預算 實際曝光費用: \$50,001			
	廣告群組1	廣告群組2	廣告群組3	
單日預算	\$10,000	\$10,000	\$10,000	
實際費用	\$50,000	\$1	\$0	

※計算規則

有產生曝光之廣告群組單日預算總和 \$20,000 (廣告群組1+廣告群組2) > 廣告活動單日預算 \$10,000

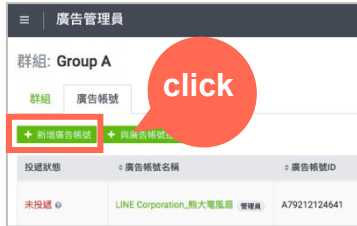
最終收費 廣告群組單日預算總和兩倍的金額 = \$40,000

※若有設定廣告活動總預算，最終結帳金額會以廣告活動總預算金額為基準。

建立廣告帳號 (Ad account)

請於已建立的群組下新增廣告帳號。

1



點擊「新增廣告帳號」即可進入廣告帳號設定畫面(圖②)。

2



付款資訊:請選擇「使用群組的付款資訊」,下拉可選擇該群組中已建立的付款資訊。

點擊「建立」即可接著設定廣告帳號。

3



廣告主資訊

廣告主名稱: 例: LINE Corporation 0/120
廣告主的正式名稱於建立廣告帳號後,即無法變更。

廣告主網站網址: 例: https://linecorp.com/ 0/1024
廣告主的網址網址於建立廣告帳號後,即無法變更。

產品資訊

產品正式名稱: 例: LINE 0/120
請輸入廣告產品的正式名稱,產品名稱一經設定即無法變更。此廣告帳號僅可使用於此處選擇的產品,若需使用不同產品,請另行建立廣告帳號。

產品網址: 例: https://line.me/ 0/1024
請輸入廣告產品的官方網址,產品網址一經設定即無法變更。

LINE官方帳號基本ID/專屬ID: 例: LINE 啟用
註冊LINE官方帳號時,系統將自動配置以亂碼組成的「基本ID」;付費購買「專屬ID」後可自行設定好記的ID。若您沒有LINE官方帳號,請由此免費註冊。註冊LINE官方帳號

基本資訊

廣告帳號名稱: 例: LINE Corporation - LINE 0/120
請輸入廣告帳號的顯示名稱(可任意輸入)。此名稱只會顯示在管理畫面上,並不會顯示在廣告中。

目標國家: 台灣
請選擇要投遞廣告的目標國家,國家一經設定即無法變更。

時區: (GMT+8) 台北
請選擇用於廣告投遞排程與報告的時區,時區一經設定即無法變更。

貨幣: TWD
請選擇此廣告帳號使用的貨幣,貨幣一經設定即無法變更。廣告將以您選擇的貨幣來管理和收費。

※1:廣告主資訊

廣告主名稱:請務必填寫廣告主的「完整公司名稱」。
廣告主網站網址:請填寫廣告主官網,供審核人員審核廣告主時作為參考。

※2:產品資訊

產品正式名稱:請填寫產品/活動正式名稱
產品網址:請填寫產品/活動資訊URL
LINE官方帳號基本ID/專屬ID:請輸入LINE官方帳號ID,並取得該官方帳號管理員的核准(詳細說明請參考P.21)
LINE官方帳號名稱會於廣告遞送時顯示。

※3:基本資訊

廣告帳號名稱:系統會自動帶入前面所填寫的「廣告主名稱-產品正式名稱」。
目標國家:廣告投放國家,請選擇「台灣」。
時區:選擇「(GMT+8)台北」,此時區會連動報表及系統介面時區。
貨幣:選擇TWD

完成後點擊「建立」。

LINE ID取得
官方帳號管理員核准

建立廣告帳號 (Ad account)

4 身份驗證

為了配合《詐欺犯罪危害防制條例》及相關子法規的要求，並秉持 LINE Taiwan 防範詐騙的立場，我們於 2024 年 12 月 10 日起開始進行廣告主身份驗證，並於 2025 年 1 月 20 日起強制啟用 LINE Business ID 的雙重認證。

公司 / 外國公司

身分認證

身分證明文件

針對以台灣為投放目標對象的廣告帳號，LINE Ads Platform將依據《詐欺犯罪危害防制條例》及相關子法規，對廣告主進行身分認證。

若商業型態為「公司」或「外國公司」，請提交以下文件。
☐ 公司註冊證明文件 (須加蓋公司大小章)
[點此查看提交文件的詳細資訊](#)

身分證明文件的格式
檔案格式：JPG、JPEG、PNG、PDF
檔案數量：最多3個
檔案大小上限：每個檔案10MB以下

授權書

除本人確認文件外，亦需一併提交授權書。
☐ 授權書 (須加蓋公司大小章)

身份驗證需點本下載

授權書上所記載的電子郵件帳號必須與上傳檔案時所使用的電子郵件帳號相同，請確認以下的操作順序。

1. 請點擊管理畫面上角的「用戶名稱」>「基本檔案 - 語言設定」



2. 請在授權書上傳人畫面上所顯示的電子郵件帳號及LINE ID (請您自行確認登錄於LINE帳號的LINE ID)。



[點此查看提交文件的詳細資訊](#)

授權書的格式
檔案格式：JPG、JPEG、PNG、PDF
檔案數量：最多1個
檔案大小上限：每個檔案10MB以下

個人

身分認證

身分證明文件

針對以台灣為投放目標對象的廣告帳號，LINE Ads Platform將依據《詐欺犯罪危害防制條例》及相關子法規，對廣告主進行身分認證。

若商業型態為「個人」，請提交以下文件。
☐ 個人 (台灣)：身分證 (正、反面)
☐ 個人 (外國籍)：護照影本
[點此查看提交文件的詳細資訊](#)

身分證明文件的格式
檔案格式：JPG、JPEG、PNG、PDF
檔案數量：最多3個
檔案大小上限：每個檔案10MB以下

詳細說明請參考：

https://lap-identify-verification.landpress.line.me/lap_identify_verification/

建立廣告帳號 (Ad account) – LINE ID取得官方帳號管理員核准

廣告帳號中綁定的LINE ID必須取得該官方帳號管理員的核准。

1



建立廣告帳號時，輸入LINE官方帳號ID後會出現以上訊息。請點擊「複製審核頁面網址」並將連結提供給該A管理員。

如建立帳號者同時擁有該官方帳號管理員權限，則會自動核准。

2



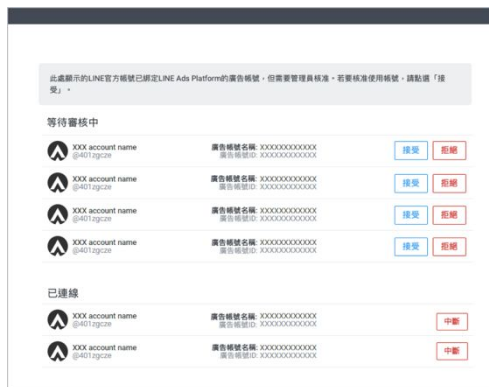
未取得官方帳號管理員核准前，仍可進行廣告帳號審核建立廣告等，但即使廣告通過審核也無法遞送，且該廣告帳號管理畫面會顯示提醒訊息(如上圖)。

一旦取得官方帳號管理員核准後，已通過審核的廣告會直接開始遞送。

【官方帳號管理員核准流程】



點擊進入審核頁面網址，以官方帳號CMS帳號及密碼登入



依需求核准或拒絕待確認的帳號

※此審核頁面與官方帳號CMS沒有連動，故只能透過AP所產生的審核頁面網址連結登入。

※官方帳號管理員可更改既有帳號的審核結果。

上傳媒體/
建立廣告活動



建立廣告帳號 (Ad account) – 審核未通過、編輯廣告帳號重審

若廣告帳號審核未通過時，會依照未通過的原因開放部分資訊供編輯並重審。

1

廣告管理員

⚠ 此廣告帳號未獲核准，請修正設定內容。

廣告帳號設定

廣告帳號: 熊大商店 - 熊大咖啡

若廣告帳號審核未通過時，廣告管理員畫面會顯示提醒訊息(如上圖)。點擊「廣告帳號設定」查看詳細拒絕原因。

2

若可以編輯會出現「編輯」按鈕，點擊進入編輯廣告帳號資訊畫面。

廣告帳號設定

此廣告帳號未獲核准。
請填寫公司正確的工商登記名稱，以便核對廣告主身分或資料 (廣告主回覆)

編輯

若不可編輯會出現「刪除」按鈕，需另外新建廣告帳號。

廣告帳號設定

此廣告帳號未獲核准。
違反LAP規範 → 禁止刊登產業

刪除

廣告帳號設定 >

編輯廣告帳號

付款資訊

付款資訊 [B35728183131] 熊大商店

廣告主資訊

廣告主名稱 熊大商店 4/120

廣告主網站網址 https://line.com 16/1024

基本資訊

廣告帳號名稱 熊大商店 - 熊大咖啡 11/120

請輸入廣告帳號的顯示名稱 (可任意輸入)。
此名稱只會顯示在管理畫面上，並不會顯示在廣告中。

更新 取消

編輯完資訊後點擊「更新」，系統會自動送出申請重審，廣告帳號會改成「審核中」狀態。

請注意，申請審核後將無法再編輯設定內容。

【廣告帳號審核中狀態】

廣告帳號設定

此廣告帳號正在審核中，通過審核即可開始投遞廣告。

建立廣告帳號 (Ad account) – 變更隸屬群組

廣告帳號可同時隸屬於多個群組之下，但群組間需為獨立群組(不得隸屬於同一個最高層群組)。

- 1 在群組頁的廣告分頁點擊「與廣告帳號連結」。(如下圖)
(若希望在此群組綁定已存在群組為子群組，則在群組分頁點擊「與群組連結」)。



- 2 點擊「與廣告帳號連結」按鈕，點擊進入編輯廣告帳號資訊畫面。



- 3 輸入希望綁定廣告帳號的ID，並傳送連結。
廣告帳號管理員需進信箱中確認核准。



- 4 廣告帳號管理員核准後，廣告帳號正式隸屬於此群組。
可依照管理需求確認是否解除廣告帳號與原群組解除連結。
僅當廣告帳號未使用該群組付款資訊時，才可解除群組連結。



上傳媒體 (Media)

請於「媒體」上傳欲使用的素材(圖片/影片/應用程式)。

1



點擊左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「媒體」即可進入媒體上傳畫面(圖②)。

2



點擊圖片或影片分頁，選擇欲上傳的圖片影片後點擊「上傳圖片」「上傳影片」。
建立廣告(Ad)時即可選取已上傳的素材，如未事先將素材上傳至媒體，仍可於建立廣告(Ad)的步驟上傳。
應用程式同樣也可在此先上傳，如未事先將應用程式上傳至媒體，仍可於建立廣告群組(Ad group)的步驟上傳。

在建立廣告(Ad)/廣告群組(Ad group)時上傳的圖片/影片/應用程式皆會同步至「媒體」中。

建立廣告活動



建立廣告活動 (Ad Campaign)

建立廣告帳號後即可新增廣告活動。

1



點擊「新增廣告活動」即可進入廣告活動設定畫面(圖②)。

2



請選擇廣告活動目標，接著輸入基本設定資訊，如廣告活動名稱及刊登時程等。

廣告活動目標的詳細說明請參考本操作手冊第4章

3



建立廣告群組



廣告活動層級提供「廣告活動預算最佳化」功能：

- 預設為開啟，若不使用此功能需手動關閉
 - 日預算：需設定為台幣\$1,000以上。
 - 使用此功能開始遞送廣告後，「進行最佳化」開啟與關閉都需要間隔兩小時以上。
 - 在廣告活動設定日預算時，系統有可能發生單日預算超花狀況，整體總預算仍不會超過廣告活動設定總預算。
 - 廣告群組上限數：1,000。
 - 僅支援自動出價模式。手動出價群組在此功能開啟下會被暫停。
- 完成後點擊「儲存並建立廣告群組」。

※若刊登時程結束後仍有少數曝光點擊其主因為cache所致，此曝光/點擊的花費會扣除在每月結算費用中。

建立廣告群組 (Ad Group) ①

廣告活動建立完成後可接著新增廣告群組。



點擊「新增廣告群組」即可進入廣告群組設定畫面(圖②)。
如上一步完成建立廣告活動後點擊「儲存並建立廣告群組」可直接進入設定畫面(圖③)。



選擇欲設定的廣告活動。
您可替您所選擇的廣告活動設定目標、最佳化與投遞及日預算。

建立廣告群組
②



建立廣告群組 (Ad Group) ②

廣告活動建立完成後可接著新增廣告群組。

3

※1: 廣告群組名稱: 請填寫廣告群組名稱。

※2: 目標模式: 若希望手動選擇目標對象時, 請設為「自動目標」; 若希望把廣告投遞給系統判斷可將最佳化對象的事件最大化的用戶, 請設為「自動目標」。當「目標模式」設為「自動目標」時, 無法設定「詳細目標」及「受眾」。

※3: 地區/詳細目標(興趣/行為): 點擊「編輯」按鈕, 於您希望鎖定的目標項目點擊「刊登」, 所選項目即變成「要刊登」; 如需取消鎖定請點擊「要刊登」, 所選項目變回「刊登」即可取消。設定完成後請點擊「完成」。

4

※4: 串流影音版位: 勾選後影音廣告將穿插在貼文串部分影音內容間。

※僅開放手動出價策略廣告群組

※5: 投遞目標: 當選擇「自動版位」時, 可將廣告刊登於所有廣告版位中最合適之處, 比起選擇特定的刊登版位, 可於更廣的範圍內向更多人刊登廣告。

※6: 出價金額的設定方法: 可選擇手動設定或自動最佳化, 自動最佳化會因選擇不同的廣告活動目標而有不同選項。

付款方式: CPC只適用於圖片素材; CPM可適用於圖片及影片素材。

出價策略: 此欄位只適用於出價金額設定方法為自動最佳化時, 共有3種策略可選擇, 詳細說明請參考P.29。
完成後點擊「儲存並建立廣告」。

建立廣告群組 (Ad Group) ③ – 預估受眾與每日成果估計值

根據您建立廣告群組時的設定，可預估廣告可能觸及的受眾人數。

新增廣告群組

基本資訊

廣告活動 5951622170341: 網站瀏覽數: 202105221223 (網站瀏覽數)

廣告群組名稱 202407011741 18/120

狀態 ● 有效

目標

目標模式 ● 手動目標
○ 自動目標

國家 台灣

地區 所有地區

性別 所有 男性 女性

年齡 所有 設定

作業系統 所有 Android iOS

詳細目標 所有

受眾 所有 受眾

廣告格式

串流影音廣告 ○ 要刊登

廣告投遞

投遞目標 ● 自動投遞 (建議) ○ 選擇投遞

最佳化與出價

出價金額的設定方法 ○ 手動設定

付款方式 ○ 每次點擊成本 (CPC)

出價金額 ○ NTS / TwD / 每次點擊

預算

單日預算 ○ NTS / TwD / 每日

儲存並建立廣告 取消

※1 預估受眾

※2 每日成果估計值

※1 預估受眾：

根據您在建立廣告群組時所選擇的目標設定選項，預估廣告可能觸及的受眾人數。

- 如選擇的目標受眾包含新建立的受眾，需等待完成建立至少2天才會顯示。
- 如選擇的目標受眾包含失效的「跨產品受眾」(失效的狀況請參考P.105)，則系統會忽略此「跨產品受眾」進行預估。

※2 每日成果預估 值：

根據您在廣告群組的設定(受眾、出價策略與日預算)及廣告活動目標，預估廣告每天可觸及的人數及點擊數。

- 出價金額及單日預算為必填項目。
- 以下設定不適用此功能：
 - 廣告活動目標：由產品摘要銷售(DPA)

建立廣告群組 (Ad Group) – 出價策略

當出價金額的設定方法為自動最佳化時，可選擇設定以下 4 種出價策略。

出價策略	設定目標事件成本上限 Cost Cap	設定事件成本的目標 Target Cost	無出價金額上限 並最大化達成廣告活動目標 Lowest Cap	目標 ROAS
建議使用時機	若希望消化單日預算並獲得目標事件，建議設定目標事件成本的上限。此外，若目標事件成本的上限過低，可能會無法消化預算。	若希望消化單日預算，並以設定的目標事件成本為目標獲得最大的事件數量，建議您使用此設定。目標事件成本可能會介於目標值正負10%之間(非保證)。	希望將日預算盡快消耗完畢	<ol style="list-style-type: none"> 廣告目標：網站轉換 自動出價為"追求最高轉換價值" 已累積 40 個轉換並於 LAP 有過去 30 天平均 ROAS 數據
出價金額	 <p>最低</p>	 <p>次高</p>	最高(視市場競價狀況)	 <p>視過去 30 天 LAP 平均 ROAS 設定合理目標</p>
日預算花費程度	3 次次接近所設日預算	2 次接近所設日預算	1 最接近所設日預算	-
壓低轉換成本控制程度	1 最嚴格	2 穩定導向(非越低越好)	3 無設定	-

※2024年1月移除出價策略「設定出價金額上限」選項。

建立廣告群組 (Ad Group) – 附錄① 廣告目標、出價和收費對照表

當出價金額的設定方法為自動最佳化時，可選擇設定以下 3種出價策略。

廣告目標	出價金額的設定方法	出價策略 (出價金額選自動設定才會出現)	出價最低門檻 (出價金額)		最終收費單位 (付款方式)
網站瀏覽數	手動設定	-	CPC	\$4	CPC
		-	CPM	\$40	CPM
	自動設定為追求點擊數 值最大化	設定目標事件成本上限	CPC	\$8	CPC
		設定事件成本的目標	CPC	\$8	CPC
	無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPC	不需設定	CPC	
網站轉換	手動設定	-	CPC	\$4	CPC
		-	CPM	\$40	CPM
	自動設定為追求點擊數 值最大化	設定目標事件成本上限	CPC	\$8	CPC
		設定事件成本的目標	CPC	\$8	CPC
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPC	不需設定	CPC
	自動設定為追求轉換數 值最大化	設定目標事件成本上限	CPA	\$100	CPM
		設定事件成本的目標	CPA	\$100	CPM
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPA	不需設定	CPM
	自動設定為追求轉換價 值最大化	無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPM	不需設定	CPM
		目標 ROAS	tROAS	1~100,000% 之間	CPM

建立廣告群組 (Ad Group) – 附錄② 廣告目標、出價和收費對照表

當出價金額的設定方法為自動最佳化時，可選擇設定以下 3種出價策略。

廣告目標	出價金額的設定方法	出價策略 (出價金額選自動設定才會出現)	出價最低門檻 (出價金額)		最終收費單位 (付款方式)
應用程式安裝	手動設定	-	CPC	\$4	CPC
		-	CPM	\$40	CPM
	自動設定為追求點擊數值最大化	設定目標事件成本上限	CPC	\$8	CPC
		設定事件成本的目標	CPC	\$8	CPC
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPC	不需設定	CPC
	自動設定為追求安裝次數最大化	設定目標事件成本上限	CPA	\$50	CPM
			CPA	\$50	CPC
		設定事件成本的目標	CPA	\$50	CPM
			CPA	\$50	CPC
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPA	不需設定	CPM
CPA			不需設定	CPC	
應用程式主動參與	手動設定	-	CPC	\$4	CPC
		-	CPM	\$40	CPM
	自動設定為追求開啟事件數量最大化	設定目標事件成本上限	CPA	\$25	CPM
			CPA	\$25	CPC
		設定事件成本的目標	CPA	\$25	CPM
			CPA	\$25	CPC
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPA	不需設定	CPM
			CPA	不需設定	CPC

※ 紅字為系統上顯示欄位名稱

建立廣告群組 (Ad Group) – 附錄③ 廣告目標、出價和收費對照表

當出價金額的設定方法為自動最佳化時，可選擇設定以下 3種出價策略。

廣告目標	出價金額的設定方法	出價策略 (出價金額選自動設定才會出現)	出價最低門檻 (出價金額)		最終收費單位 (付款方式)
影片觀看次數	手動設定	-	CPM	\$40	CPM
	自動設定為最大化影片播放3秒以上的次數	設定目標事件成本上限	3秒CPV	\$0.15	CPM
		設定事件成本的目標	3秒CPV	\$0.15	CPM
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	3秒CPV	不需設定	CPM
	自動設定為影片100%播放次數最大化	設定目標事件成本上限	100%觀看CPV	\$0.15	CPM
		設定事件成本的目標	100%觀看CPV	\$0.15	CPM
無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標		100%觀看CPV	不需設定	CPM	
獲得更多好友	手動設定	-	Cost Per Friend	\$11	Cost Per Friend
	自動設定為加入好友數最大化	設定目標事件成本上限	Cost Per Friend	\$16	Cost Per Friend
		設定事件成本的目標	Cost Per Friend	\$16	Cost Per Friend
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	Cost Per Friend	不需設定	Cost Per Friend

※ 紅字為系統上顯示欄位名稱

建立廣告群組 (Ad Group) – 附錄④ 廣告目標、出價和收費對照表

當出價金額的設定方法為自動最佳化時，可選擇設定以下 3種出價策略。

廣告目標	出價金額的設定方法	出價策略 (出價金額選自動設定才會出現)	出價最低門檻 (出價金額)		最終收費單位 (付款方式)
由產品摘要銷售 (DPA)	手動設定	-	CPC	\$4	CPC
	自動設定為追求點擊數值最大化	設定目標事件成本上限	CPC	\$8	CPC
		設定事件成本的目標	CPC	\$8	CPC
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPC	不需設定	CPC
自動設定為追求轉換價值最大化	無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPM	不需設定	CPM	
觸及人數	自動設定為追求觸及人數最大化	設定目標事件成本上限	CPM	\$40	CPM
		無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標	CPM	不需設定	CPM
	手動設定	-	CPM	\$40	CPM

※ 每次建立廣告群組時，決定了付款方式 (CPC or CPM) 之後就不能再改；只能改成同樣付款方式的其他競價方式。

※ 手動出價時的最低出價單價為 CPC NT\$4、CPM NT\$40、Cost Per Friend NT\$11

※ 自動出價時，最低獲得單價底價為 CPC NT\$8、CPA NT\$100、CPI NT\$50、Cost Per Friend NT\$16、3秒CPV NT\$0.15、100%觀看CPV NT\$0.15。

※ LAP目前影片素材僅接受 CPM計價，因此僅有選擇付款方式為 CPM時，在廣告層級才會出現「影片」素材欄位。

建立廣告群組 (Ad Group) – SKAdNetwork (SKAN) 追蹤功能①

SKAdNetwork 追蹤是協助「應用程式安裝」為目的的 APP廣告活動，達成對 iOS 使用者群體進行更精準追蹤成效的功能。

	使用 SKAdNetwork 進行追蹤，例如 iOS APP	不使用 SKAdNetwork 進行追蹤，例如 Android APP
一個APP可綁定廣告群組數	<ul style="list-style-type: none"> 最多25個，所有國家廣告帳號共用此名額* 一個APP定義：以App Store網址上的ID是否不同來區隔，舉例以下為同個APP： https://apps.apple.com/jp/app/line/id443904275 https://apps.apple.com/tw/app/line/id443904275 	沒有限制
SKAdNetwork 追蹤功能	無須申請，直接於欲綁定廣告群組勾選刊登	無須申請
廣告群組設定	在廣告群組層級需開啟SKAdNetwork追蹤功能	無須設定
可偵測的「下載」數類型	<ul style="list-style-type: none"> 透過SDK廠商回拋的下載數(與過去同樣欄位，透過DFA辨識碼追蹤) 透過SKA追蹤回拋的下載數(廣告主APP需安裝SKAdNetwork功能，且使用者的LINE版本在12.3.0版本以上、iOS版本在14.0以上發生SKA認可的下載，才會被計入此下載數) 	透過SDK廠商回拋的下載數
自動出價	可以使用，可選擇「自動追求點擊數值最大化」與「自動追求SKAN事件數量最大化」	可以使用
報表	<ul style="list-style-type: none"> 透過SDK廠商回拋的下載數(與過去同樣欄位) 透過SKA追蹤回拋的下載數(顯示於廣告活動與廣告群組層級，無法再細切廣告層級、地區、年齡性別等細項) <p>*曝光、點擊等欄位則如原規格，仍可細切不同項目分析。</p>	同原LAP規格

※當綁定25個廣告群組後，則無法綁定第26個廣告群組。若解綁其中1個廣告群組，需過14天後才可綁定新的廣告群組。我們推薦廣告主在超過150天後才綁定新的廣告群組，因SKAdNetwork框架規格限制，在150天內轉移綁廣告定群組時，將有可能原本解綁舊廣告群組的轉換數會錯置歸因至新綁定的廣告群組內，再請特別留意。

建立廣告群組 (Ad Group) – SKAdNetwork (SKAN) 追蹤功能②

廣告帳號若有申請 SKAdNetwork 追蹤功能，建立廣告群組時會出現相關設定選項。

新增廣告群組

基本資訊

廣告活動 6995032108956: App installs: 202105250925 (應用程式安裝) [編輯](#)

廣告群組名稱 18/120

狀態 可使用

應用程式 **※1**

應用程式 IOS_TRATw

SKAdNetwork 追蹤 要刊登

目標

國家 台灣

地區 [編輯](#)

性別 所有 男性 女性

年齡 所有 設定

※2 作業系統 所有 Android iOS

-

詳細目標 [編輯](#)

受眾 [編輯](#) [建立受眾](#)

※1 應用程式：

- 選擇使用的應用程式。選擇應用程式後下方會出現「SKAdNetwork 追蹤」選項。
- SKAdNetwork 追蹤 勾選「要刊登」。

※2 作業系統：

- iOS 作業系統鎖定版本必須為 14.0 (含) 以上。

注意：

- SKAN 功能並無支援大量上傳功能。
- SKAN 功能沒有針對廣告帳號/廣告活動/廣告數量的限制。
- 1 個 APP 最多綁定 25 個 SKAN 廣告群組，所有國家共用此名額。
- 當開滿 25 個 SKAN 功能的廣告群組時，若要再新增任何一個 SKAN 功能的廣告群組，需要關閉一個舊的 SKAN 廣告群組，並等待關閉 14 天後才能設定新的 SKAN 廣告群組。



建立廣告 (Ad)

廣告群組建立完成後可接著新增廣告。



點擊「建立廣告」即可進入廣告設定畫面(圖②)。
如上一步完成建立廣告群組後點擊「儲存並建立廣告」可直接進入設定畫面(圖③)。



選擇欲設定的廣告活動及廣告群組。



※1: 狀態: 可選擇廣告狀態「有效」、「已暫停」及「草稿」。
若狀態選擇「有效」或「已暫停」, 儲存後則無法修改, 並且會進審核階段。
若狀態選擇「草稿」, 儲存後仍可調整, 需再手動改為有效或已暫停才會審核。

※2: 廣告格式:
可選擇圖片 / 影片 / 輪播格式 / 小圖片 / 動態圖片 / 小影片
若廣告帳號為不可刊登Smart Channel產業, 將不會出現小圖片、動態圖片、小影片選項。

建立廣告 (Ad) – 圖片

設定廣告時，圖片可同時上傳一般尺寸及小圖片尺寸。

- 圖片: 可上傳尺寸 1200x628px、1080x1080px
- 小尺寸圖片 (非必要): 可上傳尺寸 1200x628px、1080x1080px、600x400px
 - 當「圖片」和「小尺寸圖片」均有上傳素材時，「圖片」的素材會投遞於所有非支援小圖片的版位，「小尺寸圖片」僅會投遞支援小圖片的版位。
 - 當僅有上傳「圖片」時，素材會投遞於所有版位。
- 請填寫標題、說明及按鍵
- 標籤: 可新增資訊並呈現在廣告下方，可新增最多個標籤。
- 網址填寫方式:
 - 登陸頁面:
填寫希望使用者連結至的網址 (不帶參數的 Landing Page 網址)
 - 連結網址 (選填):
填寫希望使用者連結至的網址 & 3rd Party Tracking 的 URL，即帶有參數的 Landing Page 網址)
若填寫此欄，投遞會使用此網址 (網址有誤時不會自動轉換為登陸頁面)。
 - 曝光追蹤網址 (選填):
請輸入第三方追蹤工具所提供的網址。此追蹤功能適用追蹤尼爾森數位廣告收視率及 flashtalking。
- 合規檢查: 需主動標注素材是否有使用生成式 AI 建立的個人影像

建立廣告 (Ad) - 輪播格式 (Carousel)

設定廣告時，除了單一圖片或影片外，也可選擇輪播格式廣告。



- 遞送版位: LINE TODAY、主頁、VOOM、錢包、POINTS

- 設定:

- 可設定 2~10 組廣告
- 素材僅限 1080 x 1080 圖片
- 廣告活動目標【加好友廣告】不適用輪播格式。選擇目標【由產品摘要銷售 (DPA)】時，素材須改以「產品摘要(Datafeed)」上傳至FTP，詳見動態廣告媒體資料。

※1 點擊「讀取已登陸的廣告」按鈕，可選擇過去已上傳過的廣告，僅限選擇同「廣告活動目標」下的廣告。

- 審核:

- 所有廣告通過審核後才會開始遞送。
- 廣告被拒時，拒絕原因旁將會標示出被拒的廣告編號。



- 報表: 數據可選擇為整體成效或含輪播式廣告中的各頁廣告成效。

建立廣告 (Ad) – 其他說明

若建立的廣告活動為「應用程式安裝」或「應用程式主動參與」，建立廣告時連結網址的填寫方式會有所不同。
※僅能使用adjust, AppsFlyer, Kochava三家的SDK。

1 應用程式安裝 (App Installs)

The screenshot shows a form for 'App Installs'. It has two main sections: '網站網址' (Website URL) and '連結網址(選填)' (Connection URL (Optional)).

網站網址 (Website URL):

- Buttons: 應用程式商店 (App Store), 登陸頁面 (Landing Page)
- Input field: https://

連結網址(選填) (Connection URL (Optional)):

- Input field: https://

1. 網站網址:

可選擇(1)應用程式商店 或 (2)登陸頁面

(1)應用程式商店: 自動帶入於「媒體」填寫的應用程式商店網址。

(2)登錄頁面: 填寫應用程式商店網址。

(例: <https://itunes.apple.com/tw/app/XXX/idXXXXXXXXX?mt=8>)

2. 連結網址(選填):

如有填寫此欄，系統會以此欄為準，惟網址有誤時系統不會自動轉換為網站網址。

填寫從SDK後台產出的Click Tracking Link(有帶參數的Landing Page網址)。

如為adjust或AppsFlyer，產出的URL中會包含`{% ADVERTISING ID %}`字串，請將其置換為 `{ADVERTISING ID}`後再提交。AOS則不須更動。

2 應用程式主動參與 (App Engagement)

參數網址連結 (針對已安裝應用程式者)

The screenshot shows a form for 'App Engagement'. It has three main sections: '參數網址連結', '應用程式商店', and '曝光追蹤網址(選填)'.

參數網址連結 (針對已安裝應用程式者) (Parameter URL (For installed apps)):

- Buttons: 連結網址 (Link URL), 深層連結 (Deep Link)
- Input field: https://
- Text: 請輸入在用戶點擊廣告時所顯示頁面的網址。若網址是透過第三方追蹤工具所產生，請設定為依據用戶是否已安裝應用程式而導往不同的連結。此外，App Store及登陸頁面的網址將用於審核。

應用程式商店 (App Store):

- Input field: https://
- Text: 這是設定在廣告群組裡的應用程式商店網址。此應用程式可能會受到審核。當未安裝該應用程式的用戶點擊廣告，就會導向此連結的網頁。

曝光追蹤網址(選填) (Impression Tracking URL (Optional)):

- Input field: https://

1. 參數網址連結 (針對已安裝應用程式者): 引導已安裝過的使用者重新開啟應用程式

可選擇(1)連結網址 或 (2)深層連結

(1)連結網址: 填寫從SDK後台產出的Click Tracking Link(有帶參數的網址)。

如為adjust或AppsFlyer，產出的URL中會包含`{% ADVERTISING ID %}`字串，請將其置換為 `{ADVERTISING ID}`後再提交。AOS則不須更動。

(2)深層連結: 可使用Deep Link引導使用者至應用程式中的特定畫面。

2. 網站網址 (針對未安裝應用程式者): 引導安裝過應用程式但已刪除的使用者重新安裝應用程式或連結至下載網址

可選擇應用程式商店: 自動帶入於「媒體」填寫的應用程式商店網址。

3. 曝光追蹤網址選項: 填寫從SDK後台產出的Impression Tracking Link(有帶參數的網址)

※僅能使用adjust, AppsFlyer

查看廣告帳號和廣告拒絕原因

當廣告帳號或廣告審核被拒絕時，系統會顯示拒絕原因。

1 當廣告帳號或廣告被拒絕時，投遞狀態會顯示「拒絕」。

投遞狀態	廣告帳號名稱
-	68 items
拒絕 ?	莎莉洗面乳 管理員

2 將游標移至「？」圖示，將會顯示拒絕原因。

投遞狀態	廣告帳號名稱
-	
拒絕 ?	拒絕原因 廣告帳號未獲核准 廣告主網站網址無公司資訊，無法確認該網站為廣告主所有 LINE Ads Platform LINE成效型廣告-廣告刊登規範 LINE Ads Platform LINE成效型廣告-廣告刊登規範
可使用	管理員

- 當廣告帳號被拒絕時，可參考P.22進行廣告帳號重審。
- 當廣告被拒絕時，請重新建立廣告。

04 廣告活動目標與自動最佳化

應用程式主動參與 (App Engagement)

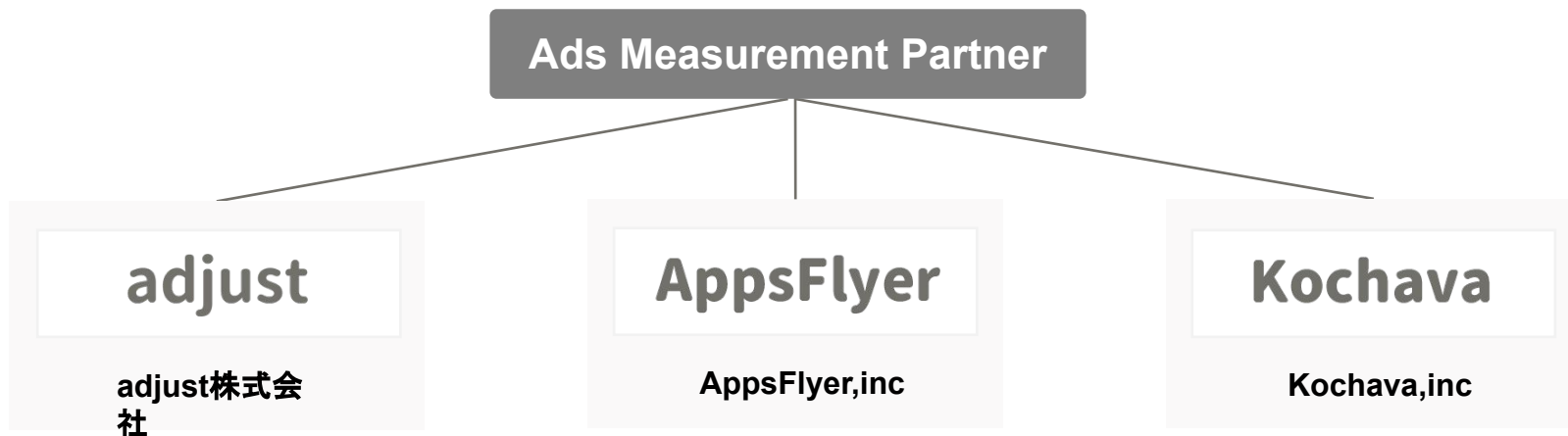
可向已安裝應用程式的用戶投放廣告，促使用戶再次啟動應用程式。

此外，也可根據需求使用追蹤事件作為受眾，並且可以指定各參數的條件。 ※細節請參考P.46-49



應用程式主動參與 (App Engagement) - 可使用的 SDK 一覽

此新功能適用於已整合 SDK 的廣告主, 目前可使用以下 3家 Ads Measurement Partner的 SDK。



■使用第三方SDK時

adjust、AppsFlyer

需更改追蹤事件URL當中的部分字串。URL中會包含`[% ADVERTISING_ID %]`字串, 因此請將此字串置換為`{ADVERTISING_ID}` 後再填入建立廣告時的「連結網址」欄位, 請參考以下範例說明。

例:

- **更改前:** `https://app.adjust.com/xxxxxxxxx&idfa=[% ADVERTISING_ID %]&xxxxxxxxx`
- **更改後:** `https://app.adjust.com/xxxxxxxxx&idfa={ADVERTISING_ID}&xxxxxxxxx`

Kochava

不需更改URL。

應用程式主動參與 (App Engagement) - 事件設定

可以使用手機應用程式受眾 (Mobile App Audience) 來根據需求設定追蹤事件，請參考以下設定流程。

【手機應用程式受眾的設定步驟】

- 1 點擊畫面左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入受眾建立頁面。



- 2 於受眾一覽頁面點擊「+建立受眾」，並選擇「行動應用程式受眾」。



- 3 於建立行動應用程式受眾的頁面做以下設定：
應用程式：下拉選擇已在媒體> 應用程式內所登錄的應用程式。
事件：下拉選擇目前執行中的事件。

※該應用程式需已完成於 SDK後台的設定，才會出現於「事件」的下拉選單中



- 4 於廣告活動設定頁面選擇「應用程式主動參與」，建立完成並儲存後接著在廣告群組設定頁面中，選擇於步驟③建立好的受眾。



※建立廣告時連結網址的填寫方式請參考.39

應用程式主動參與 (App Engagement) - 成效報告

如需查看事件成效，請點擊管理選單中的「成效報告」建立並下載報告。

1

點擊畫面左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「成效報告」即可進入設定畫面。



2

點擊「+建立報告」，即可依照需求建立報告。



【報告內容說明】

可在成效報告的Install (clicks) 欄位以後分別確認到各事件的成效。

A	B	C	D	E	O	P	Q	R	S	T	
adaccount nar	adaccount id	impression	viewable	imp	clicks	video watche	Video watche	Video watche	Video comple	Installs (click	Install rate (cl

例：啟動事件發生了1次 ⇒ Open的欄位會標示為1。

P	Q	R
Open	Open rate	cost per O
1	XX	XX

應用程式主動參與 (App Engagement) - 可設定的事件一覽

針對各個事件，可指定之參數如下：

註：參數定義需要 SDK 確認

事件	參數							
	類別ID	商品ID	價格	數量	查詢關鍵字	等級ID	自訂名稱 Custom name	自訂資料 Custom data
啟動 (OPEN)	-	-	-	-	-	-	-	-
安裝 (Install)	-	-	-	-	-	-	-	-
瀏覽主頁	-	-	-	-	-	-	-	-
瀏覽類別	○	-	-	-	-	-	-	-
瀏覽商品	○	○	○	○	-	-	-	-
查詢	-	-	-	-	○	-	-	-
加入購物車	○	○	○	○	-	-	-	-
購買	○	○	○	○	-	-	-	-
等級達成	-	-	-	-	-	○	-	-
完成新手教學	-	-	-	-	-	○	-	-
自行設定 (Custom)	-	-	-	-	-	-	○	○

應用程式主動參與(App Engagement) - 參數的指定條件

各個參數能夠指定之條件如下：

參數	完全一致	部分一致	前段一致	後段一致	不一致	部分不一致	大於	小於	以上	以下
類別ID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
商品ID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
價格 ※	○	-	-	-	○	-	○	○	○	○
數量 ※	○	-	-	-	○	-	○	○	○	○
查詢關鍵字	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
等級ID	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
自訂名稱	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-
自訂資料	○	○	○	○	○	○	-	-	-	-

※僅能輸入數字。

應用程式安裝以及主動參與 (App Install & App Engagement) - FAQ

Q 新LAP上所使用的SDK的media partner名稱為何？

A LINE Ads Platform。

Q 說明中提到Adjust、Appsflyer的部分需要置換參數，但卻找不到應置換的參數資料。

A 有可能在 SDK端的設定選擇了舊的 media partner名稱。還請重新確認相關設定。

Q 如何填寫各 SDK所需要的ID？

A 下表為 LAP與各家 Ads Measurement Partner SDK後台的對應名稱：

LAP	adjust	AppsFlyer	Kochava
廣告帳號ID	AdvertiserID	Account_ID	ADVERTISER ID
應用程式ID※	AppID	Postback_ID	MOBILE APP ID

※此處的應用程式 ID意指在LAP上，於「媒體」新增應用程式後所獲得的 ID，而非該應用程式上架的 App ID 或 package name 。

Q 各SDK瀏覽廣告曝光測量所支援的廣告活動？

A 僅支援 AppsFlyer & adjust產出之曝光追蹤網址，且廣告活動為『應用程式安裝 (App Install)』，設定方法詳情請參考下一頁

應用程式安裝以及主動參與 (App Install & App Engagement) - FAQ

瀏覽廣告曝光追蹤測量設定方法 – 支援特定條件下的曝光廣告曝光追蹤

廣告層級：

廣告層級：

圖片 影片 輪播格式 小圖片

廣告

影片

找不到影片 選擇影片

標題 0/20

說明 0/75

按鍵

瞭解詳情

應用程式

LINE

網站網址

應用程式商店 搜尋與置入

<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.r>

連結網址(選項)

<http://>

曝光網址(選項)

<http://>

曝光追蹤網址(選項)

<http://>

<條件限制>

SDK	Adjust / Appsflyer
廣告活動	應用程式安裝
收費單位	CPM
媒體 Media (廣告素材)	影片

<設定方法>

① 曝光追蹤網址填入SDK產出的URL
(目前此功能僅支援Adjust、[Appsflyer](#), KOCHAVA不支援)

② 如果使用Adjust 產出的URL，於Adjust管理頁面產出URL後，請在URL最後加上以下參數：
&user_agent={USER_AGENT}&ip_address={IP_ADDRESS}&language={LANG}&os_name={OS_NAME}&os_version={OS_VERSION}&device_name={DEVICE}&s2s=1

註:如果URL有參數變動，請洽SDK原廠確認

加好友廣告

1

廣告活動目標

- 網站瀏覽數
此為以增加網站瀏覽數為目標的廣告活動。
- 網站轉信
此為以增加轉信轉帳數為目標的廣告活動。
- 應用程式安裝
此為以增加應用程式安裝次數為目標的廣告活動。
- 應用程式主動參與
此為以增加應用程式內主動參與次數為目標。
- 影片觀看次數
此為以增加影片觀看次數為目標的廣告活動。
- 觸及人數
此為以增加觸及人數為目標的廣告活動。
- 加好友廣告**
此為以增加LINE官方帳號好友人數為目標的廣告活動。

建立廣告活動時，廣告活動目標請選擇「加好友廣告」。

※LINE非認證官方帳號不適用，廣告活動目標不會出現「加好友廣告」的選項。

2

新增廣告群組

基本資訊

廣告活動 7962021748287 獲得更多好友: 202002101132 (獲得更多好友)

廣告群組名稱 廣告群組: 202002120032 18/11/20

狀態 可使用

目標

國家 台灣

地區 所有地區

性別 所有 男性 女性

年齡 所有 設定

作業系統 所有 Android iOS

興趣 所有興趣

受眾 排除 受眾
Friends Audience: 202002101132

請依照以下說明建立廣告群組。

※1: 基本資訊

請填寫廣告群組名稱。

※2: 目標

請根據需求設定目標。

受眾: 系統已排除此帳號的有效好友(Friends Audience)，此為系統預設且不可刪除，但如有需要可增加其他受眾。

※3

最佳化與出價

出價金額的設定方法 自動設定為追求加入好友最大化

付款方式 每次加入好友成本 (CPF)

出價限制 設定出價金額上限

CPF上限 / 每次加入好友
請輸入NT\$16.00以上的金額。

預算

單日預算 / 每日
請輸入NT\$0.01以上的金額。

※3: 最佳化與出價

出價金額的設定方法: 可選擇「手動設定」或「自動設定為追求加入好友最大化」。

出價金額: 手動設定- NT\$ 11以上

自動設定為追求加入好友最大化- 單次加入好友成本上限為 NT\$ 16 以上

點擊「儲存並建立廣告」。

後續建立廣告的流程同其他廣告活動。

觸及人數

1 建立廣告活動時，廣告活動目標請選擇「觸及人數」。



click

- 應用程式主動參與
此為以增加用戶啟動應用程式次數為目標的廣告活動。
- 影片觀看次數
此為以增加影片播放次數為目標的廣告活動。
- 觸及人數**
此為以增加觸及人數為目標的廣告活動。
- 加好友廣告
此為以增加LINE官方帳號好友人數為目標的廣告活動。

2 廣告活動建立完成後接著新增廣告群組，先設定投放目標。
※廣告群組須在廣告開始前14天內設定

目標

- 國家 台灣
- 地區 所有地區
- 性別 所有 男性 女性
- 年齡 所有
- 作業系統 所有 Android iOS
- 興趣 所有興趣
- 受眾 所有受眾

3 接著設定頻率。

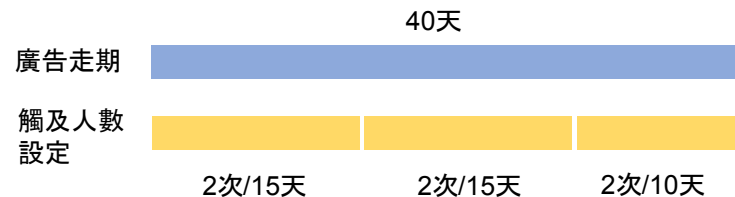
- ※1: 頻率, 選擇頻率上限, 可選1~10次
- ※2: 頻率間隔, 選擇重設頻率的間隔時間, 可選~31天
- ※3: 單日預算
- ※4: 開始日期和時間: 開始日須為4天內 期間: 可選1~90天

頻率設定

- ※1 頻率
- ※2 頻率間隔
- ※3 單日預算 / 每日
請輸入NT\$0.01以上的金額。
- ※4 開始日期 從今日起
 2022/4/19 15 : 01 (GMT+8) 台北
期間 16 : 01 (GMT+8) 台北

【範例】

- 頻率: 2次
- 頻率間隔: 15天
- 開始日期和時間: 40天



= 在走期40天內，最多看到6次廣告。

自動最佳化廣告遞送 – 優化點擊數

出價金額除了手動設定外，也可以自動設定為追求點擊數 值最大化。

1



進入您想要設定的廣告活動，點擊「新增廣告群組」；也可以直接「編輯」先前已建立的廣告群組。

適用於優化點擊數的廣告活動目標包含：網站瀏覽數、網站轉換、應用程式安裝。

2

The screenshot shows the '新增廣告群組' (New Ad Group) configuration page. The '基本資訊' (Basic Information) section includes fields for '廣告活動' (Ad Campaign), '廣告群組名稱' (Ad Group Name), and '狀態' (Status). The '目標' (Goal) section includes options for '國家' (Country), '地區' (Region), '性別' (Gender), '年齡' (Age), '作業系統' (Operating System), '興趣' (Interests), and '受眾' (Audience). The '最佳化與出價' (Optimization and Bidding) section is highlighted with a red box. It includes the '出價金額的設定方法' (Bidding Strategy) dropdown menu, which is set to '自動設定為追求點擊數值最大化' (Automatic bidding to maximize clicks). Other options include '付款方式' (Payment Method), '出價策略' (Bidding Strategy), 'CPC 上限' (CPC Cap), and '預算' (Budget).

在最佳化與投遞的部分，出價金額的設定方法選擇「自動設定為追求點擊數值最大化」，系統會根據設定的CPC目標進行自動競價最佳化廣告遞送。

自動最佳化廣告遞送 – 優化轉換數 / 安裝數

系統將根據您設定的CPA上限進行優化，以追求轉換數 / 安裝數最大化。

1

廣告活動目標

網站瀏覽數
此為以增加網站瀏覽數為目標的廣告活動。

網站轉換
此為以增加網站轉換數為目標的廣告活動。

應用程式安裝
此為以增加應用程式安裝數為目標的廣告活動。

應用程式主動參與
此廣告活動以增加安裝應用程式後的參與次數為目標。

影片觀看次數
此為以增加影片播放次數為目標的廣告活動。

觸及人數
此為以增加觸及人數為目標的廣告活動。

加好友廣告
此為以增加LINE官方帳號好友人數為目標的廣告活動。

由產品摘要銷售
此為針對瀏覽網站或使用應用程式時，對產品感興趣的人展示廣告，以推廣產品認知並促進產品銷售為目標的廣告活動。

新增廣告活動時，依需求選擇「網站轉換」或「應用程式安裝」作為廣告活動目標。

2【廣告活動目標為「網站轉換」時】

最佳化與出價

出價金額的設定方法 自動設定為追求轉換數最大化

最佳化的對象 轉換

付款方式 自訂轉換

出價策略 設定出價金額上限

CPA上限 /每次轉換

建立廣告群組(Ad group)時，出價金額的設定方法請選擇「自動設定為追求轉換數值最大化」。

最佳化對象：可選擇「轉換」、「標準轉換」、「自訂轉換」※自訂轉換優化設定請參考P.54

付款方式：僅限CPM。

出價策略：依需求選擇，詳細說明請參考P.29。

此功能必須搭配使用LINE Tag，如果LINE Tag的狀態為停用中則無法進行設定且系統會顯示錯誤訊息，此時請檢查LINE Tag的安裝狀態。

【廣告活動目標為「應用程式安裝」時】

最佳化與出價

出價金額的設定方法 自動設定為追求安裝次數最大化

最佳化的對象 安裝

付款方式 每次點擊成本 (CPC)

出價策略 設定出價金額上限

CPA上限 /安裝次數

建立廣告群組(Ad group)時，出價金額的設定方法請選擇「自動設定為追求安裝次數最大化」。

付款方式：CPC或CPM。

出價策略：依需求選擇，詳細說明請參考P.29。

自訂轉換優化

廣告主可運用自訂轉換為自動最佳化的對象。

1



新增廣告活動時，選擇「網站轉換」作為廣告活動目標。

2



※1: 出價金額的設定方法: 選擇「自動設定為追求轉換數值最大化」(付款方式為CPM)

※2: 最佳化的對象: 選擇「自訂轉換」即可依需求選擇或建立自訂轉換限制:

1. 「自訂轉換」事件資料回溯期須於30天內(含)
2. 該廣告帳號需至少發生過1次該自訂轉換事件

05 其他功能

權限管理

每個群組及廣告帳號皆可各自設定管理權限。

1



進入您想要設定管理權限的群組廣告帳號，點擊畫面左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「管理權限」。

2



點擊「新增用戶」後填寫希望增加的使用者email並選擇授與的權限層級。

3

新增用戶

電子郵件帳號

職務

	<input checked="" type="radio"/> 廣告帳號管理員	<input type="radio"/> 廣告帳號經營者	<input type="radio"/> 廣告帳號分析師
管理廣告帳號	✓		
管理帳單	✓		
管理用戶	✓		
管理廣告	✓	✓	
廣告成效	✓	✓	✓
報告	✓	✓	✓

傳送邀請電子郵件 取消

點擊「傳送邀請電子郵件」。



帳號管理邀請會寄送至您填寫的 email，受邀人收到 email 並點擊確認後即完成新增用戶。

成效報告

您可以在此管理、建立及下載報告。



點擊畫面左上角的功能標示展開管理選單，點擊「成效報告」即可進入設定畫面(圖②)。



點擊左上角「+ 建立報告」即可新增報告。

※報告建立完成後會列於報告管理畫面中，有效期限為建立日起週內，期限內皆可查看，有效期限過後則會自動刪除。

■報告內容項目(下方僅列出常見成效項目，完整項目請至 LAP系統確認)

項目	項目	項目	項目	
Adaccount name	廣告帳號名稱	Cost	廣告費用	
Adaccount id	廣告帳號ID	Reach(Estimated)	觸及(預估)	
Impression	曝光數	Frequency	廣告頻率	
Viewable impression	瀏覽曝光數	3-second video views	影片播放3秒以上次數	
CPM	每次曝光成本	Video watches at 25%	影片播放25%次數	
Clicks	點擊數	Video watches at 50%	影片播放50%次數	
CTR	點擊率	Video watches at 75%	影片播放75%次數	
CPC	每次點擊成本	Video watches at 95%	影片播放95%次數	
CV	轉換數	Video completions	影片完整播放次數	
CVR	轉換率	Cost per 3-second playback	每次影片播放3秒以上的成本	
CPA	每次轉換成本	Cost per complete video view	每次影片100%播放的成本	
Lost Impression share (by rank)	曝光流失率(等級)	Lost Impression share (by budget)	曝光流失率(預算)	
			Install	應用程式安裝次數
			Open	應用程式啟動次數
			View home	瀏覽主頁
			View category	瀏覽類別
			View item	瀏覽商品
			Search	查詢
			Add to cart	加到購物車
			Purchase	購買
			Level achieved	等級達成
			Tutorial complete	完成新手教學
			Impression Share	曝光比重
			Recommend daily budget	單日建議預算

■曝光數定義

※impression: 圖片/影片露出 1 pixel 以上

※viewable impression:

圖片/影片 – 可視範圍100%且曝光0秒(含)以上

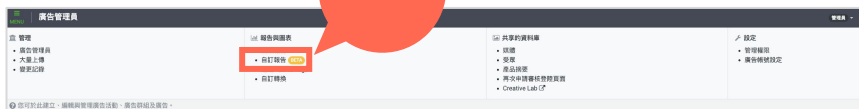
■數據更新時間

「統計單位」選擇「總計」以外的項目(作業系統、地區、性別、年齡、興趣、用戶行為)，數據為每日更新一次，故最新只能下載到昨日的數據；其他則約每0分鐘更新一次。

自訂報告

您可以在此建立、編輯及下載報告。

1



點擊畫面左上角的功能標示展開管理選單，點擊「自訂報告」即可進入設定畫面(圖②)。

2

自訂報告一覽

自訂報告的一覽頁面。可於此建立、編輯及下載報告。



點擊左上角「+ 建立」即可新增自訂報告。

※報告建立完成後會列於報告管理畫面中，有效期限為建立日起週內，期限內皆可查看，有效期限過後則會自動刪除。

3

可自訂選取希望成效報告中出現的欄位；選取的設定可「儲存」，未來可以直接下載。

※不支援自訂轉換的項目

自訂報告一覽 >

建立自訂報告

報告名稱 0/120 儲存時間:

資料更新: 5小時前

日期: 2024/6/1 - 2024/6/23 (Asia/Taipei)

廣告活動名稱	廣告活動ID	廣告活動投遞狀態	廣告活動目標	開始日期	結束日期

編輯

報告項目:

列:

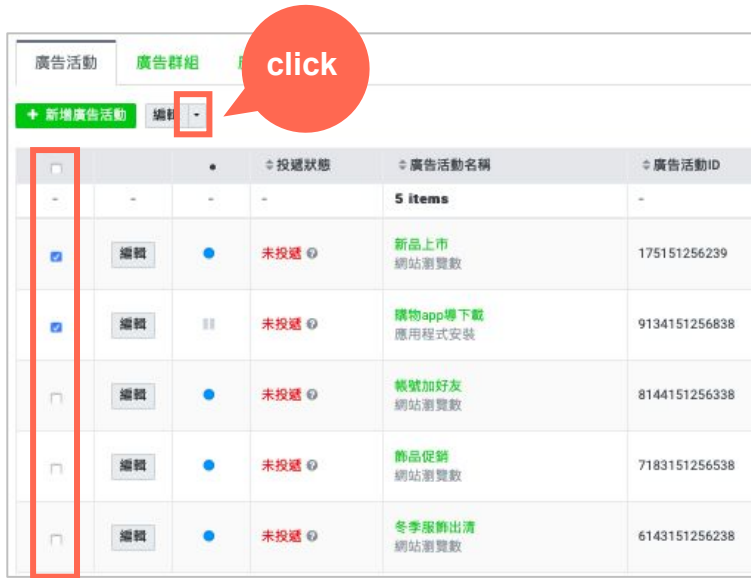
- 廣告活動名稱
- 廣告活動ID
- 廣告活動名稱
- 廣告群組ID
- 廣告群組名稱
- 廣告ID
- 廣告名稱
- 輸出式卡片

統計間隔:

大量編輯/刪除

您可以勾選多個需要編輯的廣告活動，一次編輯所有刊登設定或更改廣告狀態。

■大量編輯/刪除



勾選多個您想一次編輯的廣告活動，點擊編輯旁下拉選單直接修改投遞狀態。

※廣告群組及廣告也適用大量編輯/刪除。

※大量編輯僅能將所選廣告活動一次更改為同一設定，無法各別更改為不同設定。

(例：僅能將投遞狀態全部更改為「已暫停」或同一刊登時程等。)

※已經開始遞送的廣告活動即使被刪除仍會收取費用。勾選右上角「已刪除的項目」即可看到已經被刪除的廣告活動。

■更改投遞狀態



勾選多個您想一次編輯的廣告活動，點擊「編輯」即可展開設定畫面進行編輯。

大量上傳

您可以使用大量上傳功能，一次新增或更新多組「廣告活動」、「廣告群組」、「廣告」設定資訊。
使用大量上傳功能前，請先詳細閱讀以下事項。

■ 大量上傳流程一覽：

- ① 於後台建立欲使用的「廣告帳號」、「圖片」、「影片」、「應用程式」、「受眾」
- ② 匯出既有大批匯入表 (Bulk Sheet)
- ③ 編輯大批匯入表 (Bulk Sheet)
- ④ 匯入已編輯的大批匯入表 (Bulk Sheet)
- ⑤ 檢視錯誤報告

■ 可以利用大量上傳「新增／更新」的廣告層級：

- 廣告活動
- 廣告群組
- 廣告

■ 必須先於後台建立的項目：

- 廣告帳號
- 廣告素材「圖片」、「影片」、「應用程式」
- 受眾

大量上傳 – 大批匯入表 (Bulk Sheet)

大批匯入表(Bulk Sheet)為一份.csv 檔, 大量上傳時需使用此檔來新增或更新「廣告活動」、「廣告群組」及「廣告」的設定資訊。

■大批匯入表(Bulk Sheet) 分為以下兩個部分:

①標題列

此為廣告設定所需的項目名稱(無法編輯)。

②設定資訊

此為廣告設定細節, 以各個「廣告」為單位, 逐列填入。

1	Ad account ID	Campaign ID	Campaign name	Campaign status	Campaign object	Start date	End date	Campaign spend	Budget type	Monthly budget	Lifetime budget	Ad group ID	Ad group name	Ad group status	Bidding amount	Payment method
	A37814129192	C0530134196039_3_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T16:17:57				Off			R000330134196039_3_New_adG	Active	Configure manu	Cost per imp	
	A37814129192	C13330134196139_1_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T16:18:24				Off			R61333013419639_1_New_adG	Active	Configure autor	Cost per click	
2	A37814129192	C13330134196139_11_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T16:18:24				Off			R61433013419639_11_New_adG	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5022013491557_15_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T15:2018-09-01T01				Off			R4502201349157_15_New_adG	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5112013463413_3_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T14:50:41				Off			R4511201346343_3_New_adGr	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5132013466474_13_New_cam	Paused	Visit my website	2018-10-12T14:54:32				Off							
	A37814129192	C5132013492577_12_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T15:2019-10-01T13				Off			R4513201349257_12_New_adG	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5342013490567_9_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T15:2019-09-01T01				Off			R4534201349057_9_New_adGr	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5622013460434_4_New_cam	Paused	Visit my website	2018-10-12T14:51:56				Off							
	A37814129192	C5832013490567_9_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T15:2019-09-01T01				Off			R4583201349057_9_New_adGr	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C5872013488527_14_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T15:2018-09-01T01				Off			R2537201348957_14_New_adG	Active	Configure autor	Cost per click	
	A37814129192	C60230134145516_2_New_cam	Active	Visit my website	2018-10-12T16:15:51				Off			R27123013414516_2_New_adG	Active	Configure manu	Cost per click	

※ 大批匯入表(Bulk Sheet)格式

- 檔案格式: .csv
- 檔案編碼: UTF-16 Little-Endian
- 以Tab為分隔值
- 請先以「UTF-16 Unicode 文字 (.txt)」檔案格式存檔後, 再將副檔名改為.csv。

大量上傳 – ①於後台建立欲使用的「廣告帳號」、「圖片」、「影片」、「應用程式」、「受眾」

由於大批匯入表中無法使用尚未建立的「廣告帳號」、「圖片」、「影片」、「應用程式」及「受眾」，因此如欲使用尚未建立的上述項目，須事先於後台建立。建立完成後產生的ID會在編輯大批匯入表(Bulk Sheet)時使用。

1 建立「廣告帳號」

請參考本操作手冊P.20建立廣告帳號。

廣告帳號建立完成後會產生廣告帳號ID，於大批匯入表(Bulk Sheet)中填入ID時，ID格式為：「A+數字」，如：A12345678901。

2 建立廣告素材「圖片」、「影片」、「應用程式」

廣告素材建立完成後會產生ID，於大批匯入表(Bulk Sheet)中填入ID時，請依此格式填入ID：

圖片：「I+ID」，如：I1234567890123。

影片：「V+ID」，如：V1234567890123。

應用程式：「P+ID」，如：P1234567890123。

3 建立「受眾」

請參考本操作手冊第6章(轉換與再行銷)建立「受眾」。

受眾建立完成後會產生ID，於大批匯入表(Bulk Sheet)中填入ID時，請依此格式填入ID：

受眾：「U+ID」，如：U1234567890123。

大量上傳 – ②匯出既有大批匯入表 (Bulk Sheet)

若您先前已經有廣告活動、廣告群組、廣告的相關設定，請至欲設定的「廣告帳號」，再依下述步驟匯出大批匯入表。
若先前沒有已經設定過的資訊，可以點擊左上角MENU標示展開管理選單，點選「大量上傳」即可下載大批匯入表範本。

1



廣告帳號: LINE Corporation_熊大電風扇

費用 - CV - 每小時 -

NT\$1.00

NT\$0.50

NT\$0.00 2019/8/25 00:00

廣告活動 廣告群組 廣告

+ 新增廣告活動 編輯 -

投遞狀態 廣告活動名稱

5 items

點選欲新增或更新的廣告層級標籤。

2



免免哩毛膏 八月活動 管理員 TW Test User NOTICE HELP

搜尋名稱

下載報告

- 所有報告 (廣告活動)
- 所有報告 (廣告活動及廣告群組)
- 所有報告 (廣告活動、廣告群組及廣告)
- 已選擇的報告 (廣告活動)
- 已選擇的報告 (廣告活動及廣告群組)
- 已選擇的報告 (廣告活動、廣告群組及廣告)

下載設定值

- 所有設定值 (廣告活動)
- 所有設定值 (廣告活動及廣告群組)
- 所有設定值 (廣告活動、廣告群組及廣告)
- 已選擇的設定值 (廣告活動)
- 已選擇的設定值 (廣告活動及廣告群組)

已刪除項目 1 - 50 / 50 顯示項目 下載

點擊「下載」鍵，由下拉選單中選擇下載內容。
下載後會產生一個已填寫現有廣告設定資訊的大批匯入表 (CSV檔)。

※ 沒有既有的廣告設定資訊時：可以至「大量上傳」頁面下載大批匯入表範本。



廣告管理

管理 廣告管理

- 廣告管理
- 大量上傳

報告與圖表

- 成交報告
- 追蹤 (LINE Tag)
- 自訂轉換

共享的資料庫

- 媒體
- 受眾
- 廣告位
- 再次申請審核登廣告
- Creative Lab ID

設定

- 管理權限
- 廣告帳號設定

大量上傳

上傳大批匯入表 (csv檔案) 來一次變更多個廣告活動的設定內容。

選擇csv檔案 預覽

大量匯入表的使用方法

- 下載大批匯入表範本
 - 新建時：請下載大批匯入表範本 **大量匯入表範本 (CSV格式)**
 - 更新時：由各廣告層級的清單頁面下載資料
- 編輯大批匯入表的內容 (如Excel等)
- 於此頁面上傳大批匯入表

click

click

大量上傳 – ③編輯大批匯入表 (Bulk Sheet)

於大批匯入表 (Bulk Sheet) 中編輯欲新增、更新的「廣告活動」、「廣告群組」、「廣告」。
詳細撰寫說明如下：

- 1 若在系統上為「選單式」的項目，必須以英文填寫，請參考附錄①～④填寫。
- 2 新增：若要新增「廣告活動」、「廣告群組」或「廣告」時，必填的欄位需要全部填寫，請參考附錄①～④。
- 3 更新：除了需要更新的欄位外，請勿更改或編輯不作變動的欄位。
- 4 刪除：請於欲刪除「廣告活動」、「廣告群組」或「廣告」項目層級的狀態 (Status) 填入「Deleted」。

大量上傳 – ④匯入已編輯的大批匯入表(Bulk Sheet)

於大批匯入表中編輯完欲新增或更新的「廣告活動」、「廣告群組」、和「廣告」後，將檔案上傳回系統中。



點擊左上角MENU標示展開管理選單，點擊「大量上傳」。



點擊「選擇csv檔案」欄位，選擇要匯入的大批匯入表(檔案須為.csv格式)後，點擊「預覽」。

※ 上傳檔案大小上限為200KB



於頁面下方「結果」部分，確認匯入結果沒有問題後，點選「套用變更」按鈕後即可更新廣告設定。

大量上傳 – ⑤檢視錯誤報告

如果大批匯入表 (Bulk Sheet) 的內容有誤，系統會產生一份記有錯誤資訊的大批匯入表 (Bulk Sheet) 提供下載與檢視錯誤報告，請參考錯誤原因，修正後再重新上傳。

1

大量上傳

上傳大批匯入表 (.csv檔案) 來一次變更更多個廣告活動的設定內容。

template.csv 預覽

▲ 已上傳檔案的內容有誤

下載

click

點擊「下載」按鈕 (此按鈕只會於有錯誤發生時出現)。

2

	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR
1	Title	Description	Call to action	Final URL	Click URL	Error		
2	Title	Description	Learn More	http://line.me/				
3	Title	Description	Learn More					「Final URL」欄不可留空
4	Title	Description	Learn More	aaa				「Final URL」欄的數值無效
5								
6								
7								
8								
9								
10								

導致錯誤的原因會列在下載的大批匯入表 (Bulk Sheet) 中最右側的 Error 欄位。

大量上傳 – 附錄① 大批匯入表 (Bulk Sheet) 的撰寫說明 (廣告帳號、廣告活動)

●: 必填項目 ○: 有條件的必填項目 △: 非必填項目

項目	說明	是否可以變更?	新增			更新		
			Campaign	Ad Group	Ad	Campaign	Ad Group	Ad
Ad account ID	廣告帳號的識別碼。新增廣告帳號需遵照一般申請流程，無法藉由大批匯入表 (Bulk Sheet) 新增，故只可更新既有廣告主帳號的設定。 填寫格式: A+數字	否	●	●	●	●	●	●
Campaign ID	廣告活動的識別碼，新增廣告活動時請將此 ID 欄位留白。 填寫格式: C+數字	否				●	●	●
Campaign name	請填入各個廣告活動的名稱。可以與其他廣告活動名稱相同。最多可以輸入 120個文字。 填寫格式: 文字	是	●			●		
Campaign status	廣告活動的遞送狀態，可填入「Active」、「Paused」或「Deleted」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是	●			●		
Campaign objective	廣告活動目標，可填入「Visit my website」、「App installs」、「App engagements」、「Website conversions」、「Gain friends」或「Reach and frequency」。※1 填寫格式: 固定文字 (英文)	否	●			●		
Start date	請填入廣告刊登時程的開始日期。如設定為 2012年12月1日13時05分，則請填入「2012/12/1 13:05」。數字及標點符號請以半形填寫。若不需設定開始日期則將此欄空白。 填寫格式: yyyy/mm/dd hh:mm	是	△			△		
End date	請填入廣告刊登時程的結束日期。如設定為 2012年12月1日13時05分，則請填入「2012/12/1 13:05」。數字及標點符號請以半形填寫。若不需設定開始日期則將此欄空白。 填寫格式: yyyy/mm/dd hh:mm	是	△			△		
Campaign spend limit	廣告活動支出上限設定，請填入「On」或「Off」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是	●			●		
Budget type	廣告活動設定支出上限的時間單位，可填「Per month」或「In total」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是	○ ※2			○ ※2		
Monthly budget	廣告活動設定支出上限選擇「每月預算」時，需於此欄填入月預算。請以半形數字填入。如欲設定為 10,000元，則填入「10000」。 填寫格式: 數字	是	○ ※3			○ ※3		
Lifetime budget	廣告活動設定支出上限選擇「所有時間」時，需於此欄填入整個走期的總預算。請以半形數字填入。如欲設定為 10,000元，則填入「10000」。 填寫格式: 數字	是	○ ※4			○ ※4		

※1 僅限有開啟「Reach and frequency」功能的廣告帳號才可設定

※2 「Campaign spend limit」設定為「On」時必須填寫

※3 「Budget type」設定為「Per month」時必須填寫

※4 「Budget type」設定為「In total」時必須填寫

大量上傳 – 附錄② 大批匯入表 (Bulk Sheet) 的撰寫說明 (廣告群組 -1)

●: 必填項目 ○: 有條件的必填項目 △: 非必填項目

項目	說明	是否可以變更?	新增			更新		
			Campaign	Ad Group	Ad	Campaign	Ad Group	Ad
Ad group ID	廣告群組的識別碼。新增廣告群組時請將此 ID欄位留白。 填寫格式: R+數字	否					●	●
Ad group name	請填入各個廣告群組的名稱。可以與其他廣告群組名稱相同。最多可以輸入 120個文字。 填寫格式: 文字	是		●			●	
Ad group status	廣告群組的遞送狀態, 可填入「Active」、「Paused」或「Deleted」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		●			●	
Bidding amount configuration	廣告群組出價金額的設定方法, 可填寫手動設定「Configure manually」、自動設定為追求點擊數值最大化「Configure automatically to maximize clicks」、自動設定為追求轉換數值最大化「Configure automatically to maximize conversions」、自動設定為追求安裝次數最大化「Configure automatically to maximize installs」或自動設定為追求加入好友最大化「Configure automatically to maximize friends」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		●			●	
Optimize for	廣告遞送最佳化的對象。若廣告群組出價金額的設定方法選擇「自動設定為追求轉換數值最大化」或「自動設定為追求安裝次數最大化」, 則此欄需填入「Conversion」、「Custom conversion」或「Install」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	否		○ ※1			○ ※1	
Custom conversion ID	請填寫該廣告群組所設定的自訂轉換受眾 ID。請以半形數字填寫。 填寫格式: N+數字	否		○ ※2			○ ※2	
Payment method	廣告群組付款方式。可填寫「Cost per click (CPC)」、「Cost per impression (CPM)」或「Cost per friend」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	否		●			●	
Bidding strategy	出價策略。可填寫「Set a bid amount cap」、「Set an event cost cap」或「No limit; expend daily budget as aggressively as possible」 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		○ ※3			○ ※3	
Bid amount	廣告群組出價金額。若廣告群組出價金額設定方法選擇「手動設定」則必須填寫。請以半形數字填寫。例如欲設定為 1,000元, 請填寫「1000」。 填寫格式: 數字	是		○ ※4			○ ※4	

※1 「Bidding amount configuration」設定為「Configure automatically to maximize conversions」或「Configure automatically to maximize installs」時必須填寫

※2 「Optimize for」設定為「Custom conversion」時必須填寫

※3 「Bidding amount configuration」設定非「Configure manually」時才需填寫

※4 「Bidding amount configuration」設定為「Configure manually」時必須填寫

大量上傳 – 附錄③ 大批匯入表 (Bulk Sheet) 的撰寫說明 (廣告群組 -2)

●: 必填項目 ○: 有條件的必填項目 △: 非必填項目

項目	說明	是否可以變更?	新增			更新		
			Campaign	Ad Group	Ad	Campaign	Ad Group	Ad
Max CPC	CPC上限。若廣告群組出價金額設定方法選擇「自動設定為追求點擊數 值最大化」, 則必須填寫。請以半形數字填寫。例如欲設定為 1,000元, 請填寫「1000」。 填寫格式: 數字	是		○ ※4			○ ※4	
Max CPA	CPA上限。若廣告群組出價金額的設定方法選擇「自動設定為追求轉換數 值最大化」或「自動設定為追求安裝次數最大化」則必須填寫。請以半形數字填寫。例如欲設定為 1,000元, 請填寫「1000」。 填寫格式: 數字	是		○ ※5			○ ※5	
Max Cost Per Friend	Cost Per Friend上限。若廣告群組出價金額設定方法選擇「自動設定為追求加入好友 最大化」則必須填寫。請以半形數字填寫。例如欲設定為 1,000元, 請填寫「1000」。 填寫格式: 數字	是		○ ※6			○ ※6	
Daily budget	廣告群組的單日預算。請以半形數字填寫。例如欲設定為 1,000元, 請填寫「1000」。 填寫格式: 數字	是		●			●	
App ID	應用程式 ID。請以半形數字輸入。 填寫格式: P+數字	否		○ ※7			○ ※7	
Frequency	頻率。請填寫您希望向每個使用者展示廣告的次數。 填寫格式: 2~10之間的數字	是 (視情況)		○ ※8			○ ※8	
Reach & frequency start date	廣告刊登時程的開始日期。請填寫從今天起兩週 內的日期和時間。如設定為 2012年 12月1日 13時05分, 則請填入「2012/12/1 13:05」。數字及標點符號請以半形填寫。若不需設定開始日期則將此欄空白, 開始刊登日期則會是設定完成時間。 填寫格式: yyyy/mm/dd hh:mm	是 (視情況)		○ ※8			○ ※8	
Reach & frequency end date	廣告刊登時程的結束日期。請填寫從今天起 31日內的日期和時間。如設定為 2012年 12月1日 13時05分, 則請填入「2012/12/1 13:05」。數字及標點符號請以半形填寫。 填寫格式: yyyy/mm/dd hh:mm	是 (視情況)		○ ※8			○ ※8	
Location ※9	廣告群組的目標遞送地區。詳細 說明及填寫方式請參考 P.71。 如欲選擇所有地區, 請將此欄位留白。 填寫格式: 固定文字 (英文), 填入多個地區以分號「 ;」分隔	是		△			△	

※4「Bidding amount configuration」設定為「Configure automatically to maximize clicks」時必須填寫, 出價策略選擇「無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標」時則不需填寫。

※5「Bidding amount configuration」設定為「Configure automatically to maximize conversions」或「Configure automatically to maximize installs」時必須填寫, 出價策略選擇「無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標」時則不需填寫。

※6「Bidding amount configuration」設定為「Configure automatically to maximize friends」時必須填寫, 出價策略選擇「無出價金額上限並最大化達成廣告活動目標」時則不需填寫。

※7「Campaign objective」設定為「App installs」或「App engagements」時必須填寫

※8「Campaign objective」設定為「Reach and frequency」時必須填寫

※9 詳細地區項目請參考 P.72~74; 地區填寫注意事項請參考 P.74

大量上傳 – 附錄④ 大批匯入表 (Bulk Sheet) 的撰寫說明 (廣告群組 -3)

●: 必填項目 ○: 有條件的必填項目 △: 非必填項目

項目	說明	是否可以變更?	新增			更新		
			Campaign	Ad Group	Ad	Campaign	Ad Group	Ad
Gender	廣告群組的目標遞送性別。請填寫「Male」或「Female」。如欲選擇所有性別，請將此欄位留白。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		△			△	
Age min	廣告群組的目標遞送最小年齡。請填寫欲設定的最小年齡 值「15」、「20」、「25」、「30」、「35」、「40」、「45」、「50」、「55」、「60」、「65」(上述選項擇一填寫)。若不限制最小年齡，請將此欄位留白。 填寫格式: 固定半形數字	是		△			△	
Age max	廣告群組的目標遞送最大年齡。請填寫欲設定的最大年齡 值「14」、「19」、「24」、「29」、「34」、「39」、「44」、「49」、「54」、「50」、「64」(上述選項擇一填寫)。若不限制最大年齡，請將此欄位留白。 填寫格式: 固定半形數字	是		△			△	
User os	廣告群組的目標遞送作業系統。請填寫「iOS」或「Android」。若不限制作業系統，請將此欄位留白。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		△			△	
User os version min	廣告群組的目標遞送最低作業系統版本。請以「X.X」的形式填入欲設定的 OS 最低版本。如欲設定為 10.2，則請寫「10.2」。若不限制作業系統版本，請將此欄位留白。 填寫格式: 數字，可輸入的數字請參考系統「新增廣告群組」頁面的作業系統下拉選單。	是		△			△	
User os version max	廣告群組的目標遞送最新作業系統版本。請以「X.X」的形式填入欲設定的 OS 最高版本。如欲設定為 10.2，則請寫「10.2」。若不限制作業系統版本，請將此欄位留白。 填寫格式: 數字，可輸入的數字請參考系統「新增廣告群組」頁面的作業系統下拉選單。	是		△			△	
Interests ※10	廣告群組的目標遞送興趣。如需選擇多個興趣，請用半形分號「,」分隔。 例如: 欲投遞遊戲和運動，請填寫「Games,Sports」。 如欲選擇所有興趣，請將此欄位留白。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		△			△	
User behavior ※11	廣告群組的目標遞送用戶行為。填寫每一個用戶行為請以「大分類;小分類」格式填寫，如需選擇多個用戶行為，請用半形分號「,」分隔。 例如: 投遞益智類手遊玩家、競速類手遊玩家和量販超市愛好者，請填寫「Gamer;Gamer_puzzle”, “Gamer;Gamer_racing”, “Purchase Channel;Hypermarket lovers”」 填寫格式: 固定文字 (英文)	是		△			△	

※10 詳細興趣項目請參考 P.75

※11 詳細用戶行為項目請參考 P.75

大量上傳 – 附錄⑤ 大批匯入表 (Bulk Sheet) 的撰寫說明 (廣告)

●: 必填項目 ○: 有條件的必填項目 △: 非必填項目

項目	說明	是否可以變更?	新增			更新		
			Campaign	Ad Group	Ad	Campaign	Ad Group	Ad
Ad ID	廣告的識別碼, 更新既有廣告時請勿變更此 ID。新增廣告時請將此 ID欄位留白。 填寫格式: D+數字	否						●
Ad name	請填入各個廣告的名稱。不能與其他廣告名稱相同。最多可以輸入 120個文字。 填寫格式: 文字	是			●			●
Ad status	廣告的遞送狀態, 可填入「Active」、「Paused」或「Deleted」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	是			●			●
Ad format	廣告格式, 請填入「Image」或「Video」。 填寫格式: 固定文字 (英文)	否			●			●
Image ID	請填入設定廣告時欲使用的圖片 ID。圖片ID請至媒體圖片清單查詢。 填寫格式: I+數字	否			○ ※1			○ ※1
Video ID	請填入設定廣告時欲使用的影片 ID。影片ID請至媒體影片清單查詢。 填寫格式: V+數字	否			○ ※2			○ ※2
Title	請填寫廣告標題, 最多可輸入 20個文字。 填寫格式: 文字	否			●			●
Description	請填寫廣告說明, 最多可輸入 75個文字。 填寫格式: 文字	否			●			●
Call to action ※4	廣告按鍵 (Call to Action), 可以輸入的文字請參考系統「新增廣告」頁面的該選項下拉選單。 填寫格式: 固定文字 (英文)	否			●			●
Landing Page	廣告的最終網址。請填寫 Landing Page的URL或AppStore的URL。 填寫格式: URL	否			●			●
Click URL	廣告的連結網址。請填寫欲引導頁面的 URL。如有使用分析工具, 請將其提供的網址填入此欄。 填寫格式: URL	否					△	△
Deep link	廣告的深層連結網址。針對已安裝該應用程式的人, 欲引導頁面的 URL。 填寫格式: URL	否			○ ※3			○ ※3

※1 「Ad format」設定為「Image」時必須填寫

※2 「Ad format」設定為「Video」時必須填寫

※3 僅於「Campaign objective」設定為「App engagements」時才可設定

※4 詳細廣告按鍵項目請參考 P.76

大量上傳 – 附錄⑥ 地區(Location) 填寫方式 1

※請由最左排開始往右查看

設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容
臺北市	Taipei City	樹林區	Shulin District	平鎮區	Pingzhen District	三義鄉	Sanyi Township	沙鹿區	Shalu District
北投區	Beitou District	泰山區	Taishan District	桃園區	Taoyuan District	獅潭鄉	Shitan Township	神岡區	Shengang District
大安區	Daan District	淡水區	Tamsui District	新屋區	Xinwu District	泰安鄉	Taian Township	石岡區	Shigang District
大同區	Datong District	土城區	Tucheng District	楊梅區	Yangmei District	銅鑼鄉	Tongluo Township	太平區	Taiping District
南港區	Nangang District	萬里區	Wanli District	中壢區	Zhongli District	通霄鎮	Tongxiao Township	潭子區	Tanzi District
內湖區	Neihu District	五股區	Wugu District	新竹市	Hsinchu City	頭份市	Toufen City	西區	W. District
士林區	Shilin District	烏來區	Wulai District	東區	E. District	頭屋鄉	Touwu Township	外埔區	Waipu District
松山區	Songshan District	新店區	Xindian District	北區	N. District	西湖鄉	Xihu Township	霧峰區	Wufeng District
萬華區	Wanhua District	新莊區	Xinzhuang District	香山區	Xiangshan District	苑裡鎮	Yuanli Township	梧棲區	Wuqi District
文山區	Wenshan District	汐止區	Xizhi District	新竹縣	Hsinchu County	造橋鄉	Zaoqiao Township	烏日區	Wuri District
信義區	Xinyi District	鶯歌區	Yingge District	寶山鄉	Baoshan Township	竹南鎮	Zhunan Township	新社區	Xinshe District
中山區	Zhongshan District	永和區	Yonghe District	北埔鄉	Beipu Township	卓蘭鎮	Zhuolan Township	西屯區	Xitun District
中正區	Zhongzheng District	中和區	Zhonghe District	峨眉鄉	Emei Township	臺中市	Taichung City	彰化縣	Changhua County
新北市	New Taipei City	基隆市	Keelung City	關西鎮	Guanxi Township	北屯區	Beitun District	北斗鎮	Beidou Township
八里區	Bali District	安樂區	Anle District	橫山鄉	Hengshan Township	中區	Central District	彰化市	Changhua City
板橋區	Banqiao District	暖暖區	Nuannuan District	湖口鄉	Hukou Township	大安區	Daan District	竹塘鄉	Chutang Township
貢寮區	Gongliao District	七堵區	Qidu District	尖石鄉	Jianshi Township	大肚區	Dadu District	大城鄉	Dacheng Township
金山區	Jinshan District	仁愛區	Renai District	芎林鄉	Qionglin Township	大甲區	Dajia District	大村鄉	Dacun Township
林口區	Linkou District	信義區	Xinyi District	五峰鄉	Wufeng Township	大里區	Dali District	二林鎮	Erlin Township
蘆洲區	Luzhou District	中山區	Zhongshan District	新豐鄉	Xinfeng Township	大雅區	Daya District	二水鄉	Ershui Township
坪林區	Pinglin District	中正區	Zhongzheng District	新埔鎮	Xinpu Township	東勢區	Dongshi District	芳苑鄉	Fangyuan Township
平溪區	Pingxi District	桃園市	Taoyuan City	竹北市	Zhubei City	東區	E. District	芬園鄉	Fenyuan Township
瑞芳區	Ruifang District	八德區	Bade District	竹東鎮	Zhudong Township	豐原區	Fengyuan District	福興鄉	Fuxing Township
三重區	Sanchong District	大溪區	Daxi District	苗栗縣	Miaoli County	和平區	Heping District	和美鎮	Hemei Township
三峽區	Sanxia District	大園區	Dayuan District	大湖鄉	Dahu Township	后里區	Houli District	花壇鄉	Huatan Township
三芝區	Sanzhi District	復興區	Fuxing District	公館鄉	Gongguan Township	龍井區	Longjing District	鹿港鎮	Lukang Township
深坑區	Shenkeng District	觀音區	Guanyin District	後龍鎮	Houlong Township	北區	N. District	埤頭鄉	Pitou Township
石碇區	Shiding District	龜山區	Guishan District	苗栗市	Miaoli City	南屯區	Nantun District	埔心鄉	Puxin Township
石門區	Shimen District	龍潭區	Longtan District	南庄鄉	Nanzhuang Township	清水區	Qingshui District	埔鹽鄉	Puyan Township
雙溪區	Shuangxi District	蘆竹區	Luzhu District	三灣鄉	Sanwan Township	南區	S. District	伸港鄉	Shengang Township

大量上傳 – 附錄⑥ 地區(Location) 填寫方式 2

※請由最左排開始往右查

設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容
社頭鄉	Shetou Township	斗南鎮	Dounan Township	溪口鄉	Sikou Township	南區	S. District	苓雅區	Lingya District
田尾鄉	Tianwei Township	二崙鄉	Erlun Township	太保市	Taibao City	善化區	Shanhua District	林園區	Linyuan District
田中鎮	Tianzhong Township	古坑鄉	Gukeng Township	新港鄉	Xingang Township	山上區	Shanshang District	六龜區	Liouguei District
線西鄉	Xianxi Township	虎尾鎮	Huwei Township	義竹鄉	Yizhu Township	西港區	Sigang District	路竹區	Lujhu District
溪湖鎮	Xihu Township	口湖鄉	Kouhu Township	中埔鄉	Zhongpu Township	新化區	Sinhua District	茂林區	Maolin District
秀水鄉	Xiushui Township	林內鄉	Linnei Township	竹崎鄉	Zhuqi Township	新市區	Sinshih District	美濃區	Meinong District
溪州鄉	Xizhou Township	崙背鄉	Lunbei Township	臺南市	Tainan City	學甲區	Syuejia District	彌陀區	Mituo District
永靖鄉	Yongjing Township	麥寮鄉	Mailiao Township	安定區	Anding District	中西區	West Central District	那瑪夏區	Namasia District
員林市	Yuanlin City	水林鄉	Shuilin Township	安南區	Annan District	下營區	Xiaying District	楠梓區	Nanzih District
南投縣	Nantou County	四湖鄉	Sihu Township	安平區	Anping District	新營區	Xinying District	內門區	Neimen District
草屯鎮	Caotun Township	西螺鎮	Silou Township	白河區	Baihe District	鹽水區	Yanshuei District	鳥松區	Niaosong District
竹山鎮	Chushang Township	臺西鄉	Taihsi Township	北門區	Beimen District	永康區	Yongkang District	仁武區	Renwu District
國姓鄉	Guoxing Township	土庫鎮	Tuku Township	七股區	Cigu District	玉井區	Yujing District	三民區	Sanmin District
中寮鄉	Jhongliao Township	元長鄉	Yuanchang Township	大內區	Danei District	左鎮區	Zuozhen District	杉林區	Shanlin District
集集鎮	Jiji Township	嘉義市	Chiayi City	東山區	Dongshan District	高雄市	Kaohsiung City	小港區	Siaogang District
鹿谷鄉	Lugu Township	東區	E. District	東區	E. District	阿蓮區	Alian District	新興區	Sinsing District
名間鄉	Mingjian Township	西區	W. District	關廟區	Guanmiao District	茄萣區	Cheting District	桃源區	Taoyuan District
南投市	Nantou City	嘉義縣	Chiayi County	官田區	Guantian District	前鎮區	Cianjhen District	田寮區	Tianliao District
埔里鎮	Puli Township	阿里山鄉	Alishan Township	歸仁區	Gueiren District	前金區	Cianjin District	燕巢區	Yanchao District
仁愛鄉	Renai Township	布袋鎮	Budai Township	後壁區	Houbi District	橋頭區	Ciaotou District	鹽埕區	Yancheng District
水里鄉	Shueili Township	大林鎮	Dalin Township	佳里區	Jiali District	旗津區	Cijin District	永安區	Yongan District
信義鄉	Xinyi Township	大埔鄉	Dapu Township	將軍區	Jiangjun District	旗山區	Cishan District	梓官區	Zihguan District
魚池鄉	Yuchih Township	東石鄉	Dongshi Township	六甲區	Liujia District	大寮區	Daliao District	左營區	Zuoying District
雲林縣	Yunlin County	番路鄉	Fanlu Township	柳營區	Liuying District	大社區	Dashe District	屏東縣	Pingtung County
褒忠鄉	Baozhong Township	六腳鄉	Lioujiao Township	龍崎區	Longqi District	大樹區	Dashu District	長治鄉	Changzhi Township
北港鎮	Beigang Township	鹿草鄉	Lucao Township	麻豆區	Madou District	鳳山區	Fongshan District	潮州鎮	Chaozhou Township
莿桐鄉	Cihtong Township	梅山鄉	Meishan Township	北區	N. District	岡山區	Gangshan District	車城鄉	Checheng Township
大埤鄉	Dapi Township	民雄鄉	Minxiong Township	南化區	Nanhua District	鼓山區	Gushan District	春日鄉	Chunri Township
東勢鄉	Dongshi Township	朴子市	Puzi City	楠西區	Nanxi District	湖內區	Hunei District	東港鎮	Donggang Township
斗六市	Douliu City	水上鄉	Shuishang Township	仁德區	Rende District	甲仙區	Jiasian District	枋寮鄉	Fangliao Township

大量上傳 – 附錄⑥ 地區(Location) 填寫方式 3

※請由最左排開始往右查看

設定內容	填入內容	設定內容	填入內容	設定內容	填入內容
枋山鄉	Fangshan Township	壯圍鄉	Jhuangwei Township	大武鄉	Dawu Township
高樹鄉	Gaoshu Township	礁溪鄉	Jiaosi Township	東河鄉	Donghe Township
恆春鎮	Hengchuen Township	羅東鎮	Luodong Township	關山鎮	Guanshan Township
竹田鄉	Jhutian Township	南澳鄉	Nanao Township	海端鄉	Haiduan Township
佳冬鄉	Jiadong Township	三星鄉	Sanshing Township	金峰鄉	Jinfong Township
九如鄉	Jiuru Township	蘇澳鎮	Suao Township	蘭嶼鄉	Lanyu Township
崁頂鄉	Kanding Township	頭城鎮	Toucheng Township	鹿野鄉	Luye Township
來義鄉	Laiyi Township	五結鄉	Wujie Township	綠島鄉	Lyudao Township
里港鄉	Ligang Township	宜蘭市	Yilan City	太麻里鄉	Taimali Township
林邊鄉	Linbian Township	員山鄉	Yuanshan Township	臺東市	Taitung City
麟洛鄉	Linluo Township	花蓮縣	Hualien County	延平鄉	Yanping Township
琉球鄉	Liuqiu Township	豐濱鄉	Fengbin Township	澎湖縣	Penghu County
瑪家鄉	Majia Township	鳳林鎮	Fonglin Township	白沙鄉	Baisha Township
滿州鄉	Manzhou Township	富里鄉	Fuli Township	湖西鄉	Huxi Township
牡丹鄉	Mudan Township	光復鄉	Guangfu Township	馬公市	Magong City
南州鄉	Nanjhou Township	花蓮市	Hualien City	七美鄉	Qimei Township
內埔鄉	Neipu Township	吉安鄉	Jian Township	望安鄉	Wangan Township
屏東市	Pingtung City	瑞穗鄉	Ruisui Township	西嶼鄉	Xiyu Township
三地門鄉	Sandimen Township	壽豐鄉	Shoufeng Township	金門縣	Kinmen County
新埤鄉	Shinpi Township	新城鄉	Sinchen Township	金城鎮	Jincheng Township
新園鄉	Shinyuan Township	秀林鄉	Siouli Township	金湖鎮	Jinhu Township
獅子鄉	Shizi Township	萬榮鄉	Wanrong Township	金寧鄉	Jinning Township
泰武鄉	Taiwu Township	玉里鎮	Yuli Township	金沙鎮	Jinsha Township
萬丹鄉	Wandan Township	卓溪鄉	Zhuoxi Township	烈嶼鄉	Lieyu Township
萬巒鄉	Wanluan Township	臺東縣	Taitung County	烏坵鄉	Wuqiu Township
霧臺鄉	Wutai Township	卑南鄉	Beinan Township	連江縣	Lienchiang County
鹽埔鄉	Yanpu Township	長濱鄉	Changbin Township	北竿鄉	Beigan Township
宜蘭縣	Yilan County	成功鎮	Chenggong Township	東引鄉	Dongyin Township
大同鄉	Datong Township	池上鄉	Chihshang Township	莒光鄉	Juguang Township
冬山鄉	Dongshan Township	達仁鄉	Daren Township	南竿鄉	Nangan Township

※注意事項

地區的選項分類為兩個層級：

- 第一層：縣、市 (表中標示為桃紅色者)
- 第二層：鄉、鎮、縣轄市、區

填寫方式：

- 填寫每一個地區為請以「第一層,第二層」格式填寫,如無選擇第二層則直接填寫第一層即可
- 多個不同地區之間的分隔符號為「;」

例1:

選擇「臺北市大安區」

→ Taipei City, Daan District

例2:

選擇「臺北市大安區&臺中市北區及中區」

→ Taipei City, Daan District; Taichung City, N. District; Taichung City, Central District

大量上傳 – 附錄⑥ 興趣、用戶行為填寫方式

■ 興趣 (Interest)

設定內容	填入內容
遊戲	Games
電子產品與家電	Digital gadgets and appliances
運動	Sports
職涯與商務	Careers and business
流行時尚	Fashion
居家與園藝	Home and garden
電視與電影	TV and movies
音樂	Music
教育與證照	Education and training
金融	Finance
健康與健身	Health and fitness
汽車	Automotive
書籍與漫畫	Books and comics
飲食	Food and drink
美容與化妝品	Beauty
旅遊	Travel
娛樂	Entertainment
購物	Shopping

■ 用戶行為 (User behavior)

設定內容	填入內容	設定內容	填入內容
遊戲玩家		網購行為	
益智類手遊玩家	Gamer_puzzle	網購興趣 - 運動戶外	Online Shopping_Outdoor goods
養成類手遊玩家	Gamer_developing	網購興趣 - 美妝保養	Online Shopping_Cosmetics
模擬類手遊玩家	Gamer_stimulation	網購興趣 - 美食織體	Online Shopping_Food
競速類手遊玩家	Gamer_racing	網購興趣 - 居家生活	Online Shopping_Life goods
射擊類手遊玩家	Gamer_shooting	網購興趣 - 3C電玩	Online Shopping_Electronics
運動類手遊玩家	Gamer_sport	網購興趣 - 流行服飾	Online Shopping_Clothing
音樂類手遊玩家	Gamer_music	網購興趣 - 家電影音	Online Shopping_Appliance
策略類手遊玩家	Gamer_strategy	網購興趣	Online Shopping users
社交類手遊玩家	Gamer_social	近期有網購行為者_綜合型電商	Recent online shopping buyers_Horizontal EC
卡牌戰鬥手遊玩家	Gamer_card	頻繁有網購行為者_綜合型電商	Frequent online shopping buyers_Horizontal EC
棋盤類手遊玩家	Gamer_board	POINTS使用者	
博弈類手遊玩家	Gamer_casino	LINE POINTS重度愛用者	LINE POINTS heavy users
動作類玩家	Gamer_action	LINE POINTS愛用者	LINE POINTS light users
RPG手遊玩家	Gamer_RPG	購物通路	
手遊課金玩家	Users who frequently do in-app-purchase	家居用品通路愛好者	Interior design idea seeker
常點遊戲廣告的玩家	Users who frequently interact with game ads	美妝通路愛好者	Beauty and cosmetics store lovers
		量販店超市愛好者	Hypermarket lovers
		便利商店愛好者	Convenience store lovers
		購買力	
		消費力高於平均	Purchase power_above average
		消費力強	Purchase power_high

大量上傳 – 附錄⑥ 按鍵 (Call to Action) 填寫方式

■ 按鍵 (Call to Action)

設定內容	填入內容
瞭解詳情	Learn More
立刻購買	Shop Now
搶先預訂	Book Now
註冊	Sign Up
觀看更多	Watch More
下載	Download
玩遊戲	Play Game
使用應用程式	Use App
立刻安裝	Install Now
馬上聽	Listen Now
觀賞影片	Watch Video
聯絡我們	Contact Us
加入好友	Add Friend

再次申請審核登陸頁面

當廣告的登陸頁面審核未通過時，完成修改後可使用「再次申請審核登陸頁面」再次送審該登陸頁面。

1



欲重審登陸頁面時，請在廣告層級將滑鼠移至該廣告的問號，點擊「確認再次申請審核登陸頁面一覽」，即可進入圖②畫面。

除上述方式外，也可點擊畫面左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「再次申請審核登陸頁面」進入圖②畫面。

2



在欲重審的登錄頁面欄位點擊「再次申請審核」，接著會出現再次申請審核的確認畫面，點擊「確定」即可送出。

也可點擊「留言給審核人員（選填）」填寫相關說明。

3



登陸頁面再次送審後，審核狀態會顯示為「審核中」，且系統會自動將廣告狀態改為「暫停」。

4



登陸頁面再次送審通過後，廣告投遞狀態仍會維持在「暫停」，如需開始遞送廣告請手動將狀態改為「可使用」。

複製功能

您可以複製廣告活動、廣告群組或廣告，節省設定時間。

- 1 勾選要複製的廣告活動／廣告群組／廣告，接著下拉「編輯」選單並點擊「複製」。



- 2 若複製廣告，可選擇要複製至的廣告活動和廣告群組。



※複製後的廣告狀態為「草稿」，需更改狀態為「可使用」或「暫停中」，廣告才會進入審核。

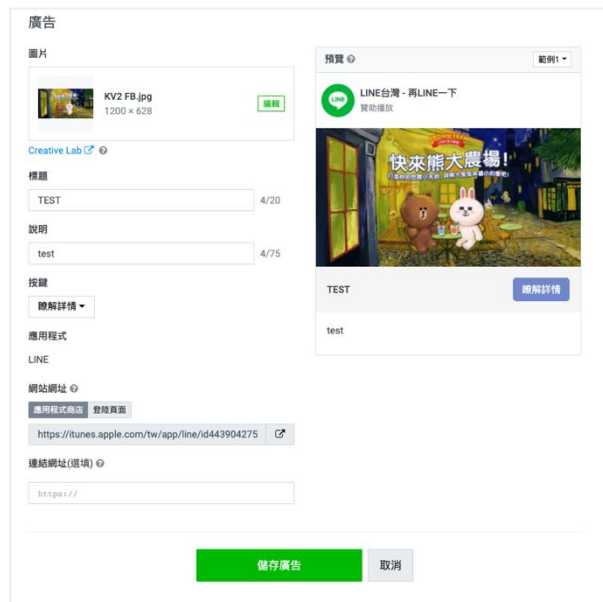
※僅能選擇與複製廣告的活動目標及付款方式相同的廣告活動及廣告群組

複製後可以編輯的項目如下，如果需要更改其他項目，請直接建立新的廣告活動／廣告群組／廣告。

廣告活動	廣告群組	廣告
廣告活動名稱 刊登時程 廣告活動支出上限	廣告群組名稱 目標 出價金額的設定方法(手動自動) 出價金額 單日預算	標題 說明 按鍵 登錄頁面

廣告複製編輯功能

廣告提供複製及編輯功能，節省設定時間。



勾選要複製廣告，接著下拉「編輯」選單並點擊「複製與編輯」。

點擊後進入編輯廣告頁面，即可編輯該廣告，編輯完成點擊「儲存廣告」後，廣告即進入審核。

※已通過審核的廣告被複製後若沒有編輯，可直接使用，不需再次審核。

※投遞狀態也會一並複製，例如：原廣告為「可使用」，複製後的廣告投遞狀態也會預設為「可使用」。

變更紀錄

系統會追蹤您對廣告帳號所做的變更，您可下載報表 查看相關變更細節。



點擊畫面左上角的MENU標示展開管理選單，點擊「變更紀錄」即可進入設定畫面(圖②)。



點擊左上角「+ 建立報告」即可新增報告。

報告建立完成後會列於報告管理畫面中，有效期限為建立日起週內，期限內皆可查看，有效期限過後則會自動刪除。

- 報表內容: 英文
- 歷史紀錄: 可查看自2019/1/1以後的變更紀錄
- 更新頻率: 數分鐘內

06 轉換與再行銷

追蹤 (LINE Tag)

每個群組及廣告帳號皆可各自設定管理權限。

1



點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「追蹤(LINE Tag)」即可進入LINE Tag頁面(圖②)。

2



請依據頁面上的說明於網站埋設LINE Tag。

請務必確認LINE Tag埋設位置為網站的<head>...</head>區段中。

LINE Tag – 狀態

LINE Tag 埋設後，可於LINE Tag頁面上確認狀態。

追蹤 (LINE Tag)

在網站中設置LINE Tag，即可評估廣告轉換並建立自訂受眾。

狀態

名稱	狀態	最後接收：
Base code	停用中 ⓘ	-
Conversion	停用中 ⓘ	-



追蹤 (LINE Tag)

在網站中設置LINE Tag，即可評估廣告轉換並建立自訂受眾。

狀態

名稱	狀態	最後接收：
Base code	可使用	2018/8/14 18:02
Conversion	可使用	2018/8/13 12:01

LINE Tag – 程式碼類型

LINE Tag 內有4種程式碼。各廣告帳號有各自專屬的程式碼，不同廣告帳號不可共用 LINE Tag。

①基本 程式碼

- 必須設置於所有需要測量用戶行動的頁面

```
<!-- LINE Tag Base Code -->
<!-- Do Not Modify -->
<script>
(function(g,d,o){
g._ltq=g._ltq||[];g._lt=g._lt||function(){g._ltq.push(arguments);
var h=location.protocol==='https:'?'https://d.line-scdn.net':'http://d.line-cdn.net';
var s=d.createElement('script');s.async=1; s.src=o||h+'//n/line_tag/public/release/v1/lt.js';
var t=d.getElementsByTagName('script')[0];t.parentNode.insertBefore(s,t);
})(window, document);
_lt('init', {
  customerType: 'lap', tagId: '{tagId}');
_lt('send', 'pv', [{123456}]);
</script>
<!-- End LINE Tag Base Code -->
```

②轉換 程式碼

- 必須設置於所有需要測量轉換的頁面
- 例：結帳完成頁

```
<script>
_lt('send', 'cv', {
  type: 'Conversion'
}, [{123456}]);
</script>
```

※上方程式碼為範例示意，設定時請使用廣告帳號後台的程式碼

LINE Tag – 程式碼類型

LINE Tag 內有4種程式碼。各廣告帳號有各自專屬的程式碼，不同廣告帳號不可共用 LINE Tag。

③ 標準事件 程式碼

- 使用 LINE 預設好的事件
- 例: 加入購物車

```
<script>
  _lt('send', 'cv', {
    type: 'AddToCart',
  }, [{123456}]);
</script>
```

標準事件
名稱

註:「購買」標準事件, 有 2 個可自定參數, value為購買總金額, currency 為幣別。
但此2參數, 為 LINE 做為廣告優化用, 無法顯示於報表或做為其它用途

④ 自訂事件 程式碼

- 可讓廣告主自訂事件
- 例: 會員登入按鈕

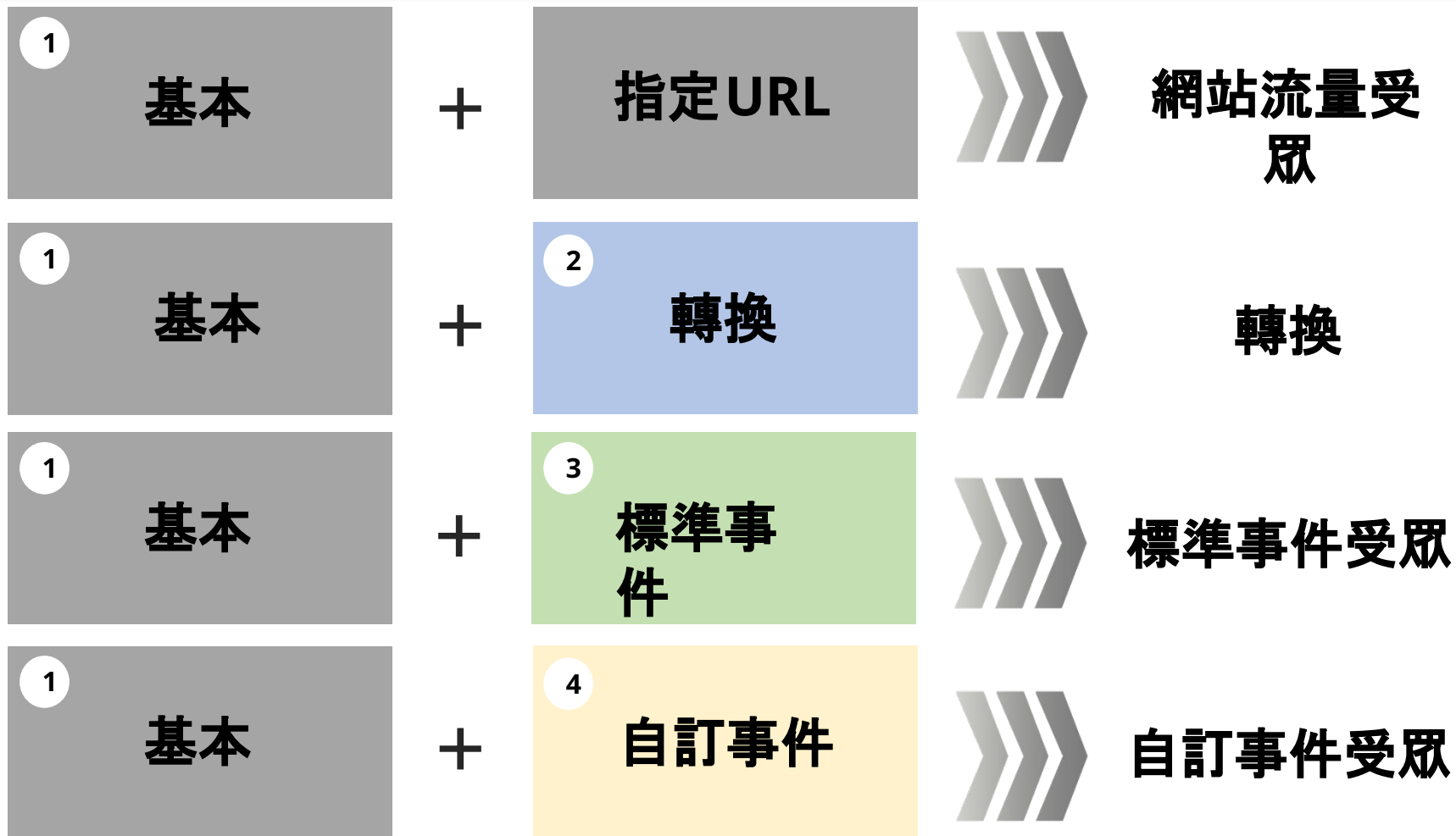
```
<script>
  _lt('send', 'cv', {
    type: 'CustomEvent',
  }, [{123456}]);
</script>
```

```
<script>
  _lt('send', 'cv', {
    type: 'Login',
  }, [{123456}]);
</script>
```

自訂事件
名稱

※上方程式碼為範例示意, 設定時請使用廣告帳號後台的程式碼

LINE Tag 運用

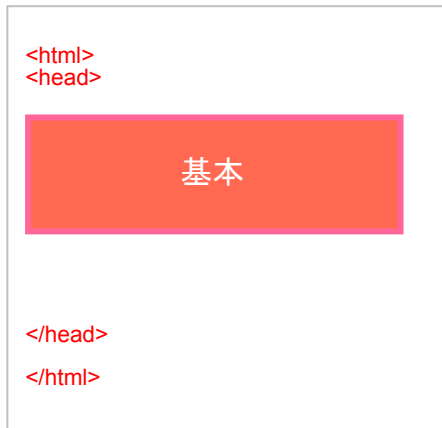


LINE Tag 運用 – 網站流量受眾

製作網頁上所需的受眾請參考以下流程。

1. 將「基本程式碼」放置於網頁 <head>...</head>中
2. LAP「受眾」> 點擊「+建立受眾」> 「網站流量受眾」設定對應的URL來製作分眾

1. 網頁放程式碼示意圖



2. 「網站流量受眾」設定畫面。



※1: 設定網址條件有「包含」、「不包含」、「等同於」, 範例說明如下:

範例:(LINE 購物網站)

1. https://buy.line.me/
2. https://buy.line.me/channel
3. https://buy.line.me/hot

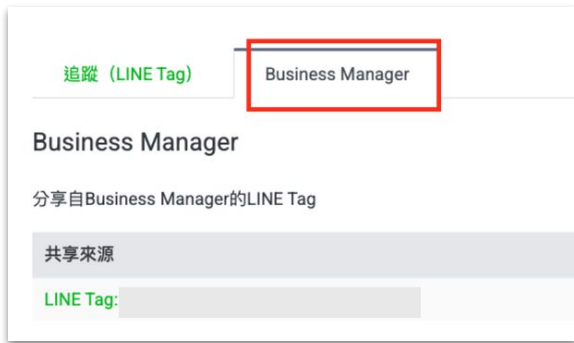
- 設定網址條件 **等同於**: 瀏覽網址必需和下述設定網址完全相同
 - 例: 設定網址: https://buy.line.me/hot, 此時造訪過 => 3 符合標準
- 設定網址條件 **包含**: 瀏覽網址內要完全包含下述設定網址
 - 例: 設定網址: https://buy.line.me/, 此時造訪過 => 1.2.3. 皆符合標準
- 設定網址條件 **不包含**: 瀏覽網址內若完全包含下述設定網址, 則會被排除
 - 例: 設定網址: https://buy.line.me/channel, 此時造訪過 => 1.3. 皆符合標準

LINE Tag 運用 – 網站流量受眾：共享 LINE Tag

提供跨LAP與官方帳號共享LINE Tag功能，可跨產品、跨LAP帳號使用同組LINE Tag，進行到站成效追蹤與建立網站流量受眾。

1

「共享 LINE Tag」已於2025年3月底整合至「LINE企業管理平台 (Business Manager)」



LINE企業管理平台將作為LINE Biz Solutions 跨產品資料整合平台。關於LINE企業管理平台的開設方法和共享LINE Tag設定方式教學，請參考：<https://tw.linebiz.com/download/line-business-manager/>

於 LINE 企業管理平台 (Business Manager) 設定完成後，至 LAP 追蹤 (LINE Tag) 中的「Business Manager」分頁即可看到透過LINE企業管理平台 (Business Manager) 分享至 LAP 廣告帳號的共享LINE Tag，後續可利用該共享LINE Tag 建立網站流量受眾或自訂轉換。

2



可選定想要使用的自訂轉換事件來自哪組LINE Tag
※ 出現選項為綁定同一官方帳號基本ID/專屬ID的廣告帳號
※ 當希望使用「分享來源為其他官方帳號或LAP廣告帳號的共享LINE Tag」進行轉換追蹤時，系統不會自動進行轉換追蹤。
請務必透過設定「自訂轉換」的方式定義轉換後，在 LAP內才會有轉換收數。

LINE Tag 運用 – 標準事件受眾

可用於追蹤特定網頁/事件/動作的成效，並作為受眾使用。

■ 標準事件 - 範例:LINE 購物的加入購物車按鈕



※ LINE Tag僅能埋在自家網頁，此為示範案例，僅供參考。

1

將「基本程式碼」+「標準事件代碼」設置於網頁中的 <head>...</head>

```
<html>  
<head>
```

基本+標準事件 (加入購物車)

```
</head>
```

```
</html>
```

※ 網頁放程式碼示意圖

2

於「追蹤 (LINE Tag)」頁面檢查“標準事件”狀態是否為可使用。(狀態為可使用才會正常偵測受眾數。)

追蹤 (LINE Tag)

在網站中放置LINE Tag，即可評估廣告轉換並建立自訂受眾。

狀態

名稱	狀態	最後接收：
Base code	可使用	2018/8/14 19:10
Conversion	可使用	2018/8/14 19:10
Outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
Sport	可使用	2018/8/14 19:10
outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
shopping	可使用	2018/8/14 19:10
AddToCart	可使用	2018/8/14 18:02

3

受眾一覽 >

新增網站流量受眾

基本資訊

受眾名稱: Web Traffic Audience: 2018/8/14 18:02 005

包含這些人: 瀏覽事件頁面的人 **標準事件**

事件: AddToCart

資料保留期間: 30 天

LINE Tag 運用 – 自訂事件受眾

可用於追蹤特定網頁/事件/動作的成效，並作為受眾使用。自訂事件命名規則：僅接受A-Z, a-z, 0-9字元，符號不接受。

※自訂事件表示使用者某個行為

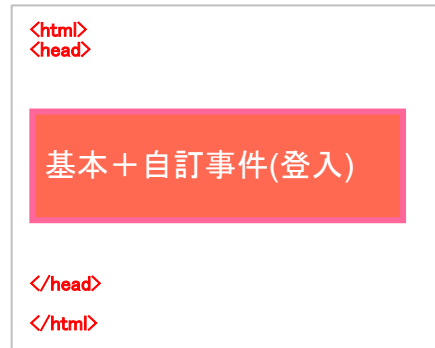
■ 自訂事件 - 範例:LINE 購物的登入按鈕



※ LINE Tag僅能埋在自家網頁，此為示範案例，僅供參考。

1

將「基本程式碼」+「自訂事件代碼」設置於網頁中的 `<head>...</head>`



※ 網頁放程式碼示意圖

2

於「追蹤 (LINE Tag)」頁面檢查“自訂事件”狀態是否為可使用。(狀態為可使用才會正常偵測受眾數。)

The screenshot shows the '追蹤 (LINE Tag)' page. It contains a table with the following data:

名稱	狀態	最後接收:
Base code	可使用	2018/8/14 19:10
Conversion	可使用	2018/8/14 19:10
Outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
Sport	可使用	2018/8/14 19:10
outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
shopping	可使用	2018/8/14 19:10
Login	可使用	2018/8/14 18:02

The 'Login' row is highlighted with a red rectangular box.

3

於「受眾」頁面設定選擇對應的自訂事件名稱



LINE Tag 運用 – 轉換

可用於追蹤網頁上的轉換數，並可作為受眾使用。

■ 轉換 - 範例:

LINE 口袋商店的結帳完成頁



※ LINE Tag 僅能埋在自家網頁，
此為示範案例，僅供參考。

■ 轉換 - 範例2:

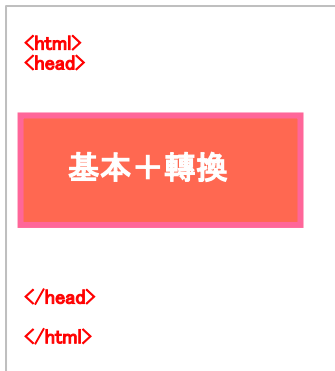
LINE 口袋商店的查看購物車按鈕



※ 轉換數可在前台dashboard或成效報告中查看。

1

將「基本程式碼」+「轉換代碼」設置於網頁中的 `<head>...</head>` 中，每當User 訪問有設置轉換的網頁時即會被偵測到。(例: 結帳完成頁)



※ 網頁放程式碼示意圖

2

追蹤 (LINE Tag)

在網站中設置LINE Tag，即可評估廣告轉換並建立自訂受眾。

狀態

名稱	狀態	最後接收:
Base code	可使用	2018/8/14 19:10
Conversion	可使用	2018/8/14 19:10
Outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
Sport	可使用	2018/8/14 19:10
outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
shopping	可使用	2018/8/14 19:10
Login	可使用	2018/8/14 18:02

※ 「追蹤 (LINE Tag)」頁面檢查自訂事件狀態

LINE Tag 運用 – 標準轉換

可用於追蹤網頁上的標準轉換數，並可作為受眾使用。

■ 轉換 - 範例:

LINE 口袋商店的結帳完成頁



※ LINE Tag 僅能埋在自家網頁，
此為示範案例，僅供參考。

■ 轉換 - 範例2:

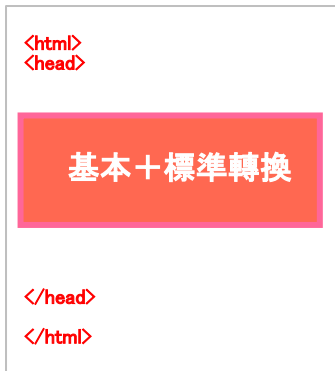
LINE 口袋商店的查看購物車按鈕



※ 標準轉換數可在前台dashboard或成效報告中查看。

1

將「基本程式碼」+「標準轉換代碼」設置於網頁中的 `<head>...</head>` 中，每當User 訪問有設置標準轉換的網頁時即會被偵測到。(例:結帳完成頁)



※ 網頁放程式碼示意圖

2

於「追蹤 (LINE Tag)」頁面檢查「標準轉換」狀態是否為可使用。
(狀態為可使用才會正常偵測標準轉換數)

追蹤 (LINE Tag)		
在網站中設置LINE Tag，即可評估廣告轉換並建立自訂受眾。		
狀態		
名稱	狀態	最後接收:
Base code	可使用	2018/8/14 19:10
Conversion	可使用	2018/8/14 19:10
Outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
Sport	可使用	2018/8/14 19:10
outdoor	可使用	2018/8/14 19:10
shopping	可使用	2018/8/14 19:10
Login	可使用	2018/8/14 18:02

※ 「追蹤 (LINE Tag)」頁面檢查自訂事件狀態

LINE Tag 運用 – 自訂轉換

可用於追蹤特定網頁/事件/動作的轉換成效，數據可在成效報告中查看，無法直接作為受眾使用。

- 1 將「基本程式碼」及「自訂事件代碼」設置於網頁上。
可使用URL來當成自訂轉換條件，歸因期間可以設定-90天。

```
<html>  
<head>
```

基本+轉換

```
</head>  
</html>
```

- 2 建立該事件的「自訂轉換」即可在成效報告中檢視該自訂轉換的成效。



點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「自訂轉換」即可進入設定畫面。

自訂轉換

您可指定網址和事件條件來分割轉換與自訂轉換。
您可於「成效報告」中確認自訂轉換。

您最多可建立100筆自訂轉換。

若要追蹤自訂轉換，請設定為「執行中」；若要停止追蹤自訂轉換，請設定為「已暫停」。

+ 建立自訂轉換

點擊「+ 建立自訂轉換」即可新增自訂轉換。

※1: 歸因期間可以設定1-90天。

※2: 可使用「網址」或「事件」來當成自訂轉換條件。

※一個廣告帳號最多可建立100筆自訂轉換，一但建立後便無法刪除，僅能更改名稱及說明。不需要使用該筆自訂轉換時請將狀態更改為「已暫停」。

※狀態改為「已暫停」後系統需要一些反應時間，不會立刻暫停。

※自訂轉換數據可於「成效報告」中查看。

應用程式轉換追蹤

如需追蹤應用程式轉換數，須先將應用程式串接 SDK，即可追蹤應用程式轉換數。
※僅能使用adjust, AppsFlyer, Kochava三家的SDK。

1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「媒體」即可進入新增素材畫面(圖②)。



2



進入「應用程式」頁面，點擊「+新增應用程式」。

3



應用程式新增完成後，該應用程式即會顯示在應用程式清單中。
點擊應用程式名稱，即可看到該應用程式ID (*1)及其他設定內容。
接著請於SDK管理畫面設定廣告帳號ID (*2)及應用程式ID (*1)，設定完成後即可生成追蹤URL。

※使用adjust, AppsFlyer時，請記得更換追蹤URL，詳細說明請參考P.43。

※「廣告帳號ID」可在廣告帳號清單中查看。

4



如遞送廣告中有設定使用追蹤URL，該應用程式的轉換成效可於「成效報告」查看。

上傳IDFA/AAID

可上傳IDFA/AAID並對其進行再行銷。

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖②畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「上傳IDFA/AAID」。



- 3 於「上傳IDFA/AAID並建立受眾」頁面上傳IDFA/AAID檔案。



※IDFA/AAID上傳檔中的第一行請直接開始填寫實際的IDFA/AAID，不用寫「AAID」或「IDFA」。
※IDFA/AAID填寫格式如下：
00000000-1111-2222-3333-444444444444
※受眾的有效性狀態必須為「可使用」才能使用。
※IDFA/AAID 最少需10組

- 4 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟③建立的受眾。



上傳電話號碼

可上傳電話號碼並對其進行再行銷。

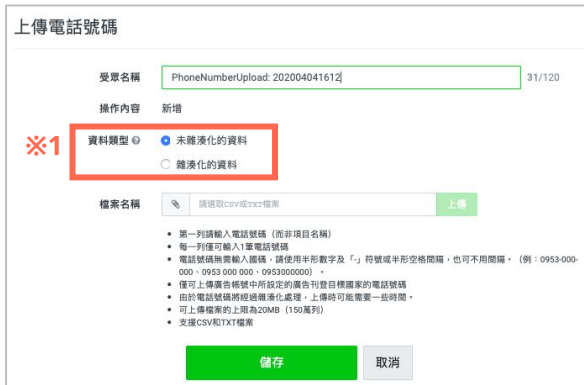
- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖2畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「上傳電話號碼」。



- 3 於「上傳電話號碼」頁面上傳檔案。



※1: 如果您的檔案為經過雜湊化的資料，請選擇「雜湊化資料」，限使用「SHA-256」格式；反之請選擇「未雜湊化的資料」，系統會將您的檔案進行雜湊化處理。

上傳完成後，受眾的有效性狀態必須為「可使用」才能使用。

- 4 上傳完成後受眾一覽清單中顯示的「預估受眾規模」為AP實際可找到的LINE用戶數量。當受眾數量低於100以下時，系統因學習對象過少，將有可能無法正常建立受眾與建立相似受眾，此時請增加受眾數量。



- 5 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟3建立的受眾。



上傳電子郵件帳號

可上傳電子郵件帳號並對其進行再行銷。

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖2畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「上傳電子郵件帳號」。



- 3 於「上傳電子郵件帳號」頁面上傳檔案。



※1: 如果您的檔案為經過雜湊化的資料，請選擇「雜湊化資料」，限使用「SHA-256」格式；反之請選擇「未雜湊化的資料」，系統會將您的檔案進行雜湊化處理。

上傳完成後，受眾的有效性狀態必須為「可使用」才能使用。

- 4 上傳完成後受眾一覽清單中顯示的「預估受眾規模」為AP實際可找到的LINE用戶數量。當受眾數量低於100以下時，系統因學習對象過少，將有可能無法正常建立受眾與建立相似受眾，此時請增加受眾數量。



- 5 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟③建立的受眾。



LINE官方帳號好友的受眾

可使用廣告帳號所綁定的LINE官方帳號好友作為受眾，可選擇有效好友或是封鎖此帳號的好友作為目標受

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖②畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「LINE官方帳號好友的受眾」。



- 3 於「建立LINE官方帳號好友的受眾」頁面，在包含以下好友選單下拉選擇「此帳號的有效好友」或「封鎖此帳號的好友」後儲存。



- 4 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟③建立的受眾。



類似廣告受眾 (Lookalike)

可使用類似廣告受眾功能尋找與來源受眾相似的 LINE 用戶進行廣告遞送。

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖②畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「類似廣告受眾」。



- 3 於「建立類似廣告受眾」設定來源受眾及規模。



※1: 一個廣告帳號最多可建立10筆類似廣告受眾，一但建立後便無法更改設定，如需更改請刪除該筆類似廣告受眾後再重新建立。廣告受眾最多可能需要24小時才能建立完成。

※類似廣告受眾預估的受眾規模是以LINE user為基準。
※受眾的有效性狀態必須為「可使用」才能使用。

- 4 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟③建立的受眾。



※若受眾建立超過180天且過去180天內無曝光產生，受眾將會失效。

觀看影片受眾

可使用觀看影片受眾功能鎖定觀看過影片的 LINE用戶進行廣告遞送。

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖②畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「觀看影片受眾」



- 3 於「建立觀看影片受眾」頁面，在包含條件選單下拉選擇受眾觀看條件後儲存。



- 4 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟③建立的受眾。



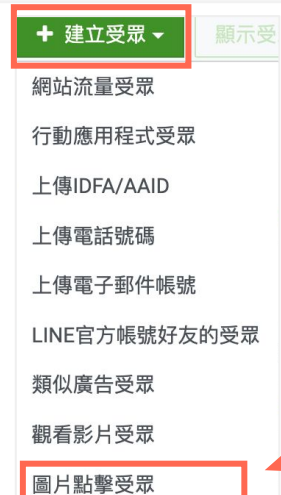
圖片點擊受眾

可建立使用觀看影片受眾功能鎖定觀看過影片的 LINE 用戶進行廣告遞送。

- 1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖 2 畫面。



- 2 於「受眾一覽」頁面點擊「+ 建立受眾」，於下拉選單選擇「圖片點擊受眾」



- 3 於「建立觀看影片受眾」頁面，設定相關條件後儲存。

A screenshot of the 'Build Image Click Audience' form. The form includes fields for 'Audience Name' (Image click: 202203221638), 'Ad Activity ID' (Select Ad Activity), 'Duration' (180 day), and 'Include Conditions' (Click on image people). A green 'Save' button and a grey 'Cancel' button are at the bottom.

- 4 廣告活動建立完成後，進入建立廣告群組的階段時，於受眾的部分點擊「編輯」，並選擇於步驟 3 建立的受眾。



07 跨產品精準行銷

跨產品受眾 – LINE企業管理平台

透過「LINE企業管理平台」，廣告主可將 LINE官方帳號、LINE POINTS Ads受眾、LBN廣告、廣告頭版 MVP廣告，以及LINE電腦版廣告數據，擴展到LAP& OA 中運用，將可為廣告主打通行銷漏斗上的每一層受眾接觸點，最大化 2200萬人的顧客終身價值

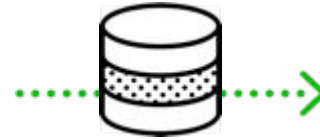
數據來源

投放平台

LINE POINTS Ads



LINE官方帳號



LAP



數據種類	受眾
LINE POINTS	活動點擊/活動轉換/活動導外連結點擊 (CPV/REV)

數據種類	受眾
曝光	打開訊息的用戶
點擊	點擊訊息連結的用戶
用戶ID (UID)上傳	上傳的UID名單
IDFA/AAID 上傳	上傳的IDFA/AAID名單
聊天標籤	1:1聊天所設定的聊天標籤Chat Tag用戶
好友路徑	透過不同路徑加好友的用戶
網路流量	根據LINE Tag 蒐集流量資訊所建立的受眾

發送方法	內容
類似廣告受眾	擴展觸及與該受眾相似興趣和特質的用戶
重新交叉使用	與其他受眾的交叉使用
排除鎖定	受眾的排除發送

跨產品受眾必須透過LINE Business Manager, 詳細請參考:
<https://tw.linebiz.com/service/account-solutions/line-business-manager/>

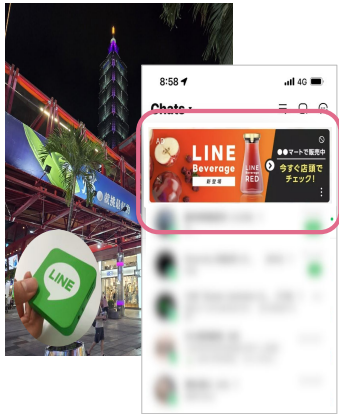
跨產品受眾 – LINE企業管理平台

透過「LINE企業管理平台」，廣告主可將 LINE官方帳號、LINE POINTS Ads受眾、LBN廣告、廣告頭版 MVP廣告，以及LINE電腦版廣告數據，擴展到LAP& OA 中運用，將可為廣告主打通行銷漏斗上的每一層受眾接觸點，最大化 2200萬人的顧客終身價值

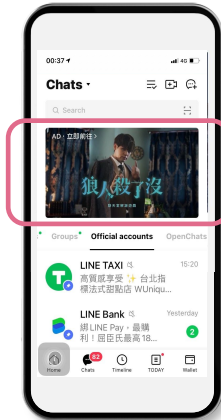
數據來源

投放平台

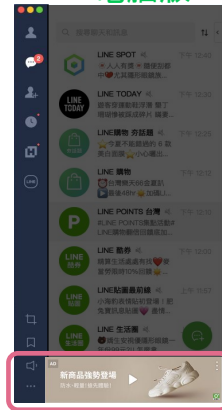
LBN 廣告
LINE Beacon Network



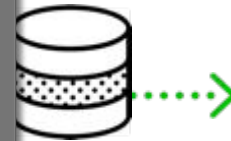
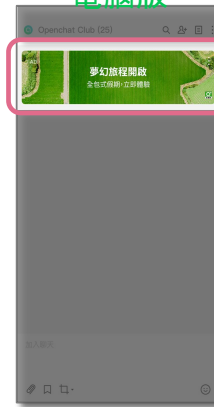
頭版MVP廣告



頭版MVP廣告
電腦版



社群廣告
電腦版



LAP



數據種類	受眾
圖片曝光	看過廣告的用戶
圖片點擊	點擊圖片的用戶

數據種類	受眾
觀看影片	點擊圖片/自動播放開始觀看的用戶
	觀看完成不同影片長度比例的用戶
圖片點擊	點擊圖片的用戶

數據種類	受眾
圖片點擊	點擊圖片的用戶

發送方法	內容
類似廣告受眾	擴展觸及與該受眾相似興趣和特質的用戶
重新交叉使用	與其他受眾的交叉使用
排除鎖定	受眾的排除發送

跨產品受眾必須透過LINE Business Manager，詳細請參考：
<https://tw.linebiz.com/service/account-solutions/line-business-manager/>

*頭版MVP廣告 & 頭版MVP廣告電腦版【純圖片】與【影片版】皆可蒐集圖片點擊受眾，詳細規格請參考「LINE企業管理平台」媒體資料

*社群廣告電腦版僅有純圖片規格，故僅支援圖片點擊受眾分享

跨產品受眾設定 ②

跨產品受眾設定完成且受眾資料同步至 LAP後即可於LAP的「受眾」功能中看到該受眾。

1 點擊畫面左上角的標示展開管理選單，點擊「受眾」即可進入圖②畫面。



2

受眾一覽 ?

+ 建立受眾 | 顯示受眾重複率 | 刪除

廣告管理員 Business Manager

使用LAP建立的受眾

ID	受眾名稱	受眾類型
	Friends Audience: 202003031430封鎖此帳號的好友	LINE官方帳號好友的受眾

受眾一覽 ?

+ 建立受眾 | 顯示受眾重複率 | 刪除

廣告管理員 Business Manager

分享自LINE企業管理平台的受眾

ID	受眾名稱	受眾類型
	LBN CBT_Image click: 202509091740	分享自廣告帳號的圖片點擊受眾

LAP本身受眾上限數為500個，跨產品受眾不包含在此數量內，所以如果您的廣告帳號中LAP受眾已達500個上限，仍可使用跨產品受眾。

跨產品受眾 - 廣告遞送狀態

當廣告群組有使用任一個「跨產品受眾」且該「跨產品受眾」失效時，廣告遞送狀態將可能有變更。

分為以下情境說明：

跨產品受眾作為	當該受眾失效時，該廣告群組將
「包含」名單之一	繼續遞送
「不包含」名單之一	暫停遞送(可再重啟使用)
「類似受眾」的來源廣告受眾	繼續遞送

「跨產品受眾」失效的狀況包含：

- ① 受眾過期
- ② 官方帳號管理後台的「受眾公開設定」被改為「非公開」
- ③ LAP廣告帳號綁定的官方帳號ID被更換

跨產品受眾眾 – 注意事項 ①

項目	LINE官方帳號	LINE POINTS Ads
使用期限	180天(受眾於LINE官方帳號管理後台建立日起算)	2年(LINE POINTS Ads活動開始日起算)
受眾資料同步時間	於0:00~23:59(日本時間)期間於LINE官方帳號管理後台建立的受眾, 會在次日一併被共用至AP中。	<ul style="list-style-type: none"> 第一次同步時間: <ul style="list-style-type: none"> 加好友廣告 Campaign: 活動次日同步 事後發點CPA Campaign: 廣告主首次手動審核發點的次日同步 其他類型Campaign: 最遲24小時內 活動走期間同步時間: 前日0:00~23:59(日本時間)為止的LINE POINTS Ads CV數據, 會在隔天反映於LAP中, 更新頻率為每日一次。
受眾數量	使用LINE官方帳號管理後台建立之受眾預估數量, 會因不同系統與同步時間差異而出現少數落差。	執行LINE POINTS Ads的CV總數, 與LAP中顯示的預估數量, 會因不同系統與同步時間差異而出現少數落差。
過去受眾	使用LINE官方帳號管理後台建立的受眾, 即使是躡產品精準行銷功能上線前建立的受眾, 也可共用至AP。	唯有跨產品精準行銷功能功能上線後執行的LINE POINTS Ads的得點名單(CV), 可共用至LAP。
共用受眾名稱	可於LINE官方帳號管理後台自由設定。	<p>請認明活動名稱, 以下為LINE設定POINTS Ads活動命名規則:</p> <p>①刊登OS/②發送國家/③產品名稱/④活動名稱/⑤年齡鎖定/⑥性別鎖定/⑦上線日期時間(日本時間)</p> <p>例: [2OS][TW][CPV][TGT][AFA] LINE活動名稱_20s-30s_Female_1/2 11:00</p>

跨產品受眾 – 注意事項 ②

項目	頭版MVP廣告
使用期限	180天(活動開始日起算)
受眾資料同步時間	頭版MVP廣告結束遞送36小時內, 將於Business Manager後台自動生成。
受眾數量	受眾的估計大小會因不同系統仍會出現少數落差。
過去受眾	影片版: 唯有2020/5/28功能上線後執行的頭版MVP廣告活動的互動受眾名單可共用至AP 純圖片版: 唯有2020/10/19功能上線後執行的頭版MVP廣告活動的互動受眾名單可共用至AP
共用受眾名稱	請認明受眾類型與廣告開始日+廣告主名稱為主, 以下為於AP後台自動生成的跨產品受眾名稱: 舉例:【頭版MVP_200101_熊大咖啡館_xxx】

※ 頭版MVP跨產品受眾必須透過LINE Business Manager, 詳細請參考:
<https://tw.linebiz.com/service/account-solutions/line-business-manager/>