

LINE 購物

條件返點 廣告方案

Ver. 2026.02

01

條件返點

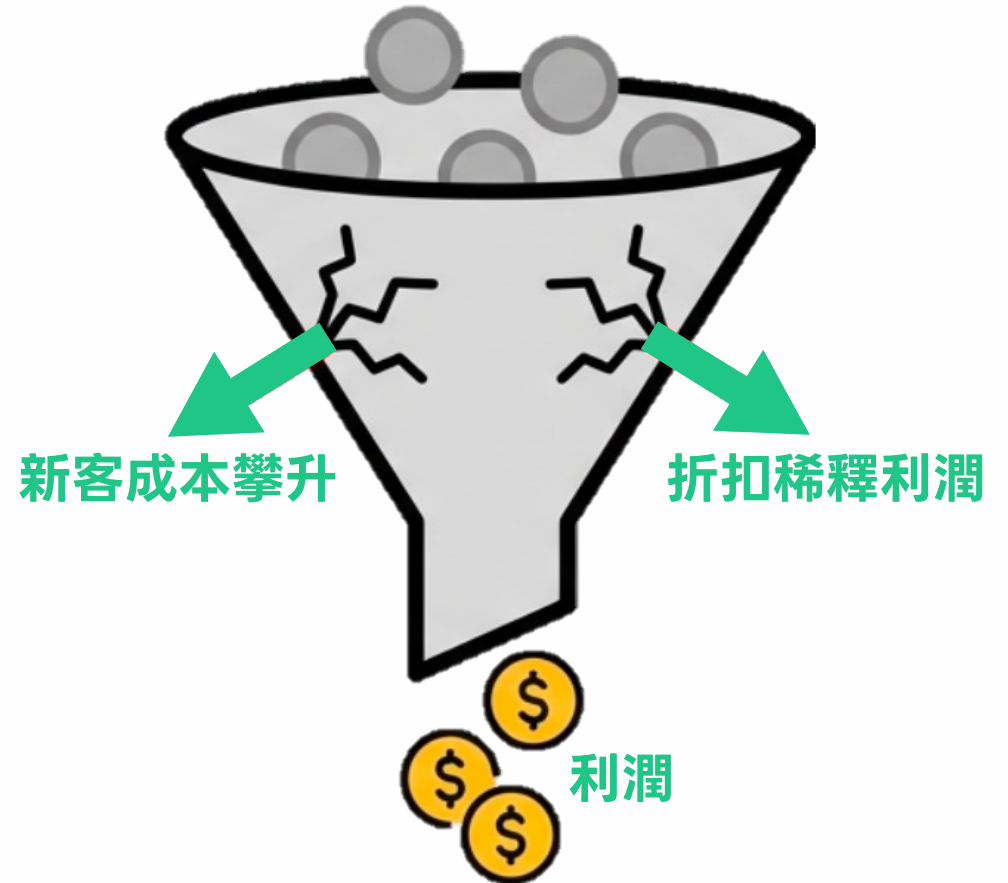
精準將預算運用在**有效訂單**



流量紅利消失，難以有效運用行銷預算

商務痛點 | 行銷解方

- **新客成本攀升**：投入預算雖能獲取新流量卻難以留下，又難以只針對新客加速轉換
- **折扣稀釋利潤**：打折搶市雖提升營收，但也犧牲了更重要的利潤



在新客成本攀升與折扣戰的夾擊下，需要工具來更有效運用預算

條件返點：每一分預算，都花在「達成目標」的訂單上

商務痛點 | 行銷解方



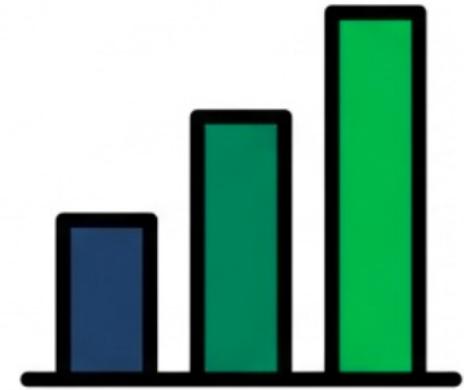
設定條件

設定指定訂單條件，如：
品牌新客、指定消費門檻



自動激勵

用戶訂單滿足指定消費條件，後續系統即可自動提供點數獎勵



僅針對有效訂單付費

品牌僅需對符合條件的有效訂單進行付費

將寶貴的預算投入在能幫助您達成商業目標的訂單上

02

多元條件返點

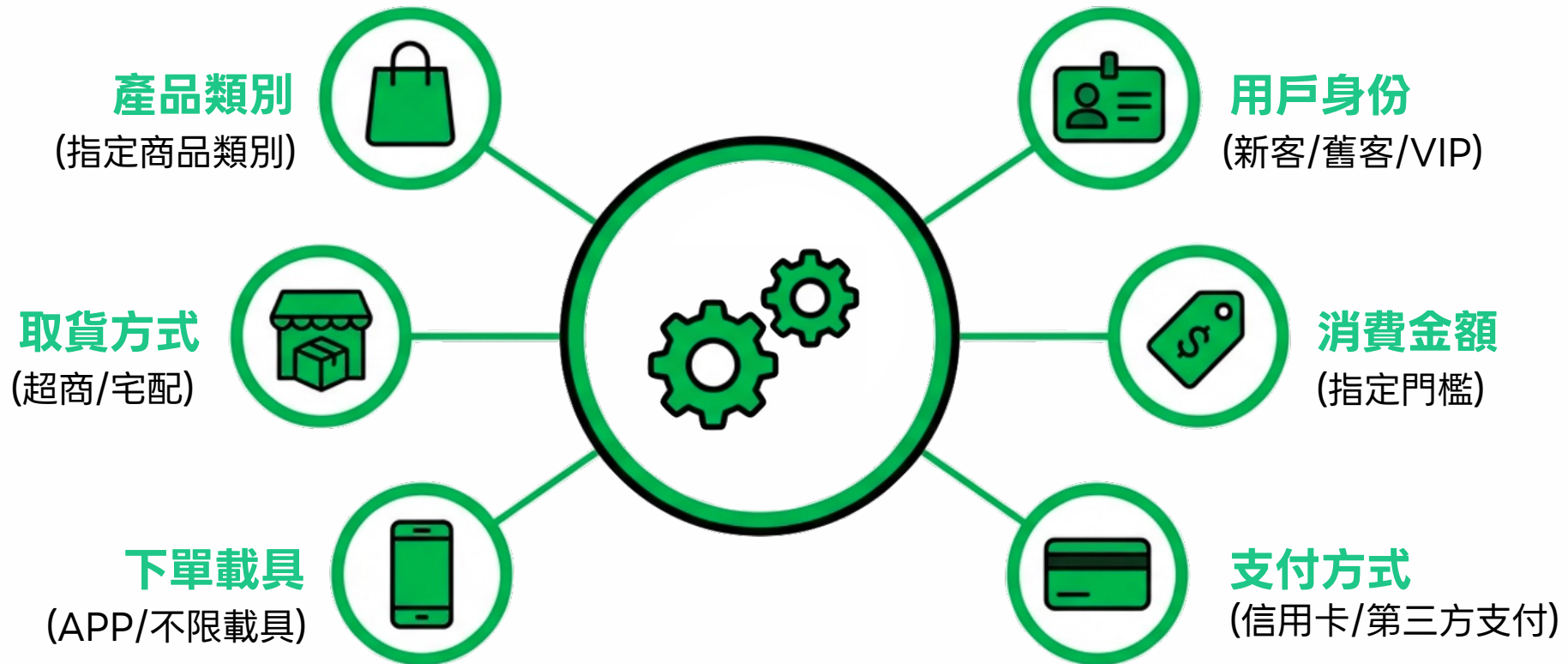
幫助實現行銷目標



6大數據標籤，全面覆蓋多元消費場景

條件返點策略 | 用戶轉換流程 | 方案總覽

透過多元條件設定，幫助品牌達成行銷目標



品牌最常見的兩大挑戰：「獲取新客」、「提升客單」

條件返點策略 | 用戶轉換流程 | 方案總覽

藉由六大標籤中的「**用戶身份=新客**」、「**消費金額=指定門檻**」，
將預算投入在獲取新客、提升客單！

目標：擴大市佔，獲取新客



【新客條件返點】

僅針對您的品牌新客給予點數獎勵，回饋深度可彈性設定

目標：提升客單，衝刺業績



【滿額贈條件返點】

設定指定消費門檻，在確保利潤的同時，刺激客單價的成長



六大標籤數據

條件返點：案例成效分享

條件返點策略 | 用戶轉換流程 | 方案總覽



【新客條件返點】

店家類型：美妝保養
活動時間：2026.06
案型：滿\$1,500返150點

+104%

品牌新客YoY成長



【滿額贈條件返點】

店家類型：美妝保養
活動時間：2026.06
案型：滿\$5,000返250點

+18%

MoM客單價提升

透過條件設定找到對的用戶，結合點數獎勵促使轉換發生

條件返點策略 | 用戶轉換流程 | 方案總覽



看到誘因：用戶在 LINE購物 看到條件返點活動（賺點任務）



前往購買：用戶透過 LINE購物 導購至品牌網站



自動判定：系統自動判定獲獎資格。若符合則自動提供獎勵

* 欲報名新客條件返點，需於訂單回拋時，於系統加上「新客標籤」

讓條件返點幫助品牌達成行銷目標

條件返點策略 | 用戶轉換流程 | 方案總覽

【新客條件返點】

【滿額贈條件返點】

方案亮點	於 LINE購物 買家池中找到品牌潛在買家，並轉換為品牌新客	彈性設定消費門檻與獎勵深度，提升訂單客單價
獎勵/門檻	由品牌自訂，點數由品牌實支實付	
彈性設定	獎勵可為固定面額贈點或%數 可彈性設定獎勵份數上限	

* 欲報名新客首購條件返點，需於訂單回拋時，於系統加上「新客標籤」



THANK YOU

以上內容 LINE購物 保留異動權利，最新版本與合作方式請洽您的業務

6大數據標籤 全面覆蓋多元購物場景

以「符合訂單條件後贈點」為核心，多元場景全面覆蓋**用戶、載具、支付、取貨及產品**五大消費面向，可擇一或疊加操作，助攻品牌靈活規劃行銷策略並**搭建消費場景，精準觸達目標客群**，驅動轉換成長。

條件	 用戶身份	 下單載具	 消費滿額	 支付方式	 取貨方式	 產品類別
適用場景	鎖定新舊客或忠誠用戶，刺激首購或再消費	針對 APP / WEB 洞察不同消費習慣，提升特定載具轉換	可指定消費滿額門檻，提升消費客單價	配合品牌合作指定支付或特談優惠，推動指定支付成長	門市、超商取貨創造 OMO 場景，降低寄送成本	聚焦重點品類，提升特定品類的銷售占比
條件類型	一般用戶（舊客） 首購用戶（新客） VIP（忠誠用戶）	不限載具 APP	不限金額 消費滿額	不限支付方式 現金付款 信用卡付款 第三方電子支付	門市取貨 超商取貨 宅配 外送	不限商品類別 指定商品類別

條件返點案型固定廣告版位曝光



好康頻道



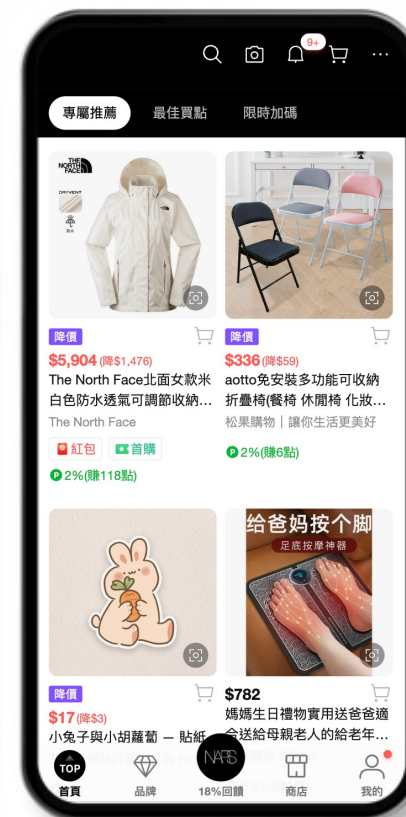
LINE購物主活動頁



商店：賺點任務/全部



夥伴頁：優惠活動



首頁：專屬推薦/商品

每月實際曝光版位，依 LINE 購物安排為主，LINE 購物保有最終調整之權利