

## 課程名稱：17567\_LINE 行銷策略與廣告說明 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

### 1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
  - 初學者 / 品牌創辦人 / 電商經營者：希望了解線上社群行銷全貌，並評估是否引進 LINE 官方帳號或廣告者。
  - 行銷企劃與營運人員：欲學習全漏斗佈局、精準分眾貼標、社群導購與數據再行銷者。
  - 實體門市/OMO 店家：需整合線上與線下流量，建立顧客會員生態圈者。
- 能力門檻：入門（無需資深行銷或程式背景，課程從基礎社群趨勢與觀念講起，循序漸進介紹工具應用）。

### 2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
  - 章節一：線上社群平台使用者輪廓與趨勢 — 解析 post-COVID 數位消費行為變遷、短影音趨勢與多渠道行銷佈局。
  - 章節二：LINE 購買旅程與關鍵導購推力 — 剖析全行銷漏斗建立（流量/導購/留客）、新舊客經營與顧客終身價值（LTV）提升。
  - 章節三：LINE 官方產品介紹與 LAP 廣告應用 — 介紹 LAP 廣告版位投遞策略、Messaging API 串接應用、LINE Beacon 與 OMO 虛實整合案例。
  - 章節四：課後 Q&A 實務解答 — 針對預算分配、封鎖率控制、跨平台操作與產業實務題解惑。

### 3. 必備前置知識清單

- 基礎數位行銷概念：對行銷漏斗（Awareness, Consideration, Conversion）與數位廣告基礎名詞有大致概念。
- 基礎工具操作能力：具備使用電腦/手機操作社群軟體（如 Facebook、

LINE、Instagram) 之習慣。

#### 4. 專有名詞與概念辭典

- **LAP (LINE Ads Platform)**：LINE 的原生競價廣告平台，能小預算彈性傳遞至 LINE TODAY、Smart Channel 等大版位，達成擴大觸及與導流目的。
- **Messaging API**：串接 LINE 官方帳號與企業後台（如 CRM）的技術橋樑，可實現客製化圖文選單、自動化回覆與個人化精準推播。
- **OMO (Online Merges Offline)**：線上與線下虛實整合，透過 LINE Beacon 或離線事件將實體門市人流與線上數據互相導流與比對。
- **Cookieless / 第一方數據**：因應隱私權政策升級，企業直接透過自建官網、轉換 API (CAPI) 與 LINE 官方帳號所蒐集累積之自有顧客資料。

#### 5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃、社群營運專務、CRM 數據分析師。
- **主要工作任務/能力指標**：
  - **社群與廣告佈局能力**：能規劃多渠道行銷漏斗，整合短影音與 LAP 競價廣告引流。
  - **會員數據經營能力**：能設定顧客貼標策略、進行 RFM 價值分群並提升會員回購率。
  - **OMO 策略溝通與執行**：能運用 LINE Beacon、API 模組與實體接觸點，打造一站式顧客互動體驗。