

4.10

多頁訊息： 群發主打商品，導購超方便！

若我們想發送多項商品資訊，或一系列活動、課程、人物介紹、門市地址之類的訊息，但 LINE 官方帳號的群發訊息一次只允許發送三個對話框，若做多次發送就會變得很混亂而且增加訊息費用，這時我們就可以選擇使用「多頁訊息」，將多項要宣傳的同類型內容集結成一則「多頁訊息」並傳送。多頁訊息將以輪播格式呈現，用戶可左右滑動來瀏覽其他頁面的內容。幫助店家擺脫傳統純文字、或洗版式的訊息發送方式，還可以改善商品與服務資訊的閱讀性，提升顧客點擊率。馬上來學習該如何運用吧！



動手試試看：打開電腦管理後台 → 主頁 → 多頁訊息 → 建立

① 登入電腦版管理後台 → 進入「主頁」後，點選左側「多頁訊息」。

② 點選右方「建立」按鈕，即可開始建立「多頁訊息」。

③ 填寫「項目」。

④ 選擇「頁面類型」。

- 請依據訊息的宣傳目的，
選擇最合適的頁面類型。



可選擇「商品服務、地點、人物、影像」4種頁面類型：一次只能使用一種版型，可以新增最多9個多頁訊息頁面。

- 商品服務：適合用來宣傳各類商品或服務。

輸入宣傳標語

輸入標題
輸入文字說明
NT \$00,000

輸入動作標籤的說明

宣傳標語

圖片

輸入宣傳標語 0/12

1

A 系統預設圖片

頁面標題

輸入標題 0/20

文字說明

輸入文字說明 0/60

價格

NT \$ 00,000 0/15

動作1

輸入動作標籤的說明 0/15

類型

選擇

動作2

輸入動作標籤的說明 0/15

類型

選擇

- 地點：適合用來宣傳實體店面、交通資訊，或不動產資訊。

輸入宣傳標語

輸入標題
📍 輸入地址
🕒 輸入資訊

輸入動作標籤的說明

宣傳標語

圖片

輸入宣傳標語 0/12

1

A 系統預設圖片

頁面標題

輸入標題 0/20

地址

輸入地址 位置資訊 0/60

相關資訊

時間 輸入資訊 0/30

動作1

輸入動作標籤的說明 0/15

類型

選擇

動作2

輸入動作標籤的說明 0/15

類型

選擇

- 人物：適合用來宣傳核心人士、員工陣容等相關資訊。

輸入姓名
輸入宣傳標語

輸入文字說明
輸入動作標籤的說明

姓名
人物特點1
人物特點2
人物特點3
文字說明
動作1
動作2

上傳圖片
系統預設圖片

輸入姓名
輸入宣傳標語
輸入宣傳標語
輸入宣傳標語
輸入文字說明
輸入動作標籤的說明
選擇
輸入動作標籤的說明
選擇

- 影像：適合搭配影像的視覺效果，以提升形象與知名度、促銷、宣傳商品或服務。

輸入宣傳標語
輸入動作標籤的說明

宣傳標語
圖片
動作

輸入宣傳標語
上傳圖片
輸入動作標籤的說明
選擇



- ⑤ 變更：點擊「變更」，可變更頁面類型。
- ⑥ 新增頁面：點擊後可以新增多頁訊息頁面，最多能增加 9 個多頁訊息。
- ⑦ 新增多頁訊息頁面後，會出現編號，若需編輯內文，可點擊編號後進入頁面來編輯或修正。
- ⑧ 可以新增頁面、左右移至上一個頁面或是下一個頁面、刪除頁面。
- ⑨ 若要使用宣傳標語，請將左方方框打 V，填寫標題後，可點選標題顯示顏色，讓標題更顯眼。
- ⑩ 可選擇 1-3 張圖片上傳。
- ⑪ 頁面標題：此處可以填寫明確詳細的標題，增加點擊率，20 字以內。
- ⑫ 文字說明：若要顯示文案，請將左方方框打 V，可填寫 60 字以內的文案。
- ⑬ 價格：如果需要填寫價格，請將左方方框打 V，並填入價格。
- ⑭ 若要使用動作 1 及動作 2，請將左方方框打 V，可選擇網址、優惠券、集點卡、問卷調查及文字，用戶點擊後可出現相對應的資訊。
- ⑮ 新增結尾頁：按下新增結尾頁，可以增加結尾頁。



- 16 結尾頁版型：可選擇有圖及無圖，如果選擇有圖，需上傳圖片（圖片最多上傳 1 張）；若選擇圖，可做單純的行動呼籲。
- 17 可設定 1 個「動作」標籤並輸入說明，例如「商品名稱」（最多 30 字）。
- 18 類型：可以選擇「網址」、「優惠券」、「集點卡」、「問卷調查」、「文字」等形式，點選後會傳送相對應的訊息格式。
- 19 設定完成後，點選「儲存」，完成設定。

- 多頁訊息圖片建議比例
 - 商品服務、地點、結尾頁類型——圖片建議比例：1.54：1
 - 影像類型——圖片建議比例：1.54：1
 - 人物類型——無圖片比例限制
- 檔案格式：JPG、JPEG、PNG
- 檔案容量：10 MB 以下



4.11

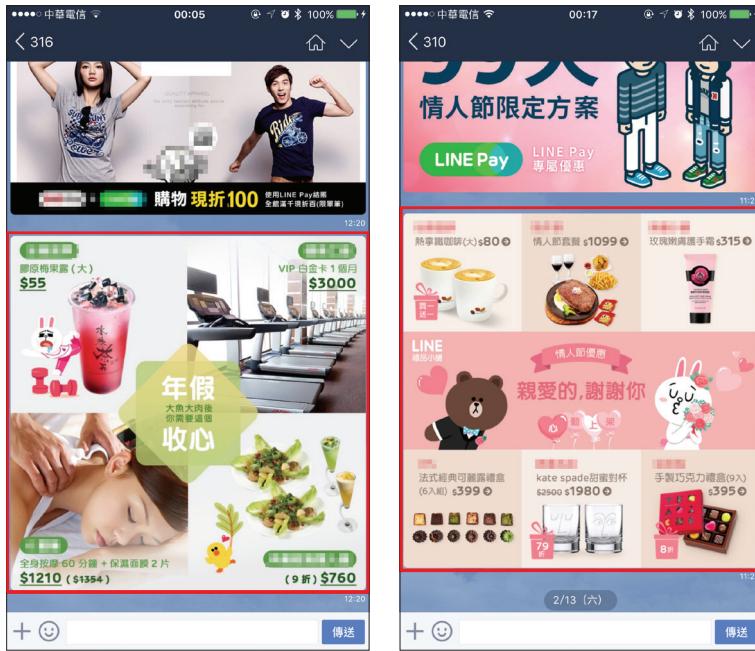
圖文訊息： 滿版吸睛視覺效果，超高導購率

本章節將帶您建立圖文訊息，圖文訊息是 LINE 獨有的訊息格式，透過簡單設定就能製作出佔據好友手機畫面的大圖，吸引對方目光。圖文訊息具備「吸睛、即刻點閱、提供轉換」的特色，因此可以說是企業 / 商家不可或缺的行銷利器。

什麼是圖文訊息呢？先來看看下圖的比較：



可以明顯看出兩張圖片在手機上大小的差異，一般如果在 LINE 中傳送圖片的話，不管你的圖片多大張，都會像左圖一樣，大約只會佔畫面一半左右，而右圖為「圖文訊息」格式，會是整個滿版的大圖，除了透過更具有視覺效果的滿版畫面吸引客人注意之外，還可以點選圖片後，便會直接連結到購物頁面。



圖文訊息具有不同的排版配置，可讓店家配合自己的行銷模式隨意搭配、彈性地調整，有效提升商品的導購率。

4.11.1 圖文訊息操作教學

動手試試看：打開電腦管理後台 → 主頁 → 圖文訊息 → 建立

- ① 登入電腦版管理後台，進入欲管理之帳號後，進入主頁後，點選左側「圖文訊息」。
- ② 點選右方「建立」按鈕，即可開始建立「圖文訊息」。



③ 項目：訊息標題將顯示於推播通知及聊天一覽中。

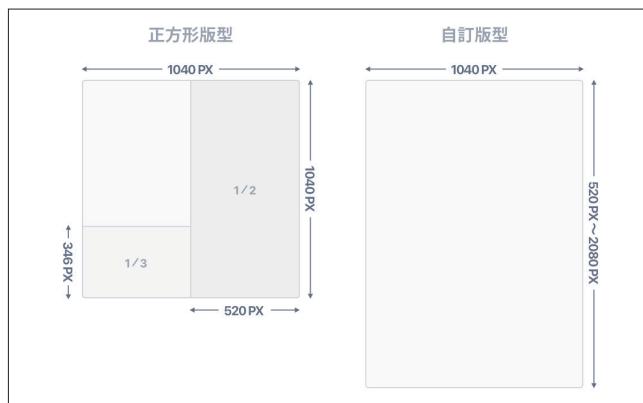
④ 選擇版型：點選「變更」。



必須先選擇版型
設定，才能點選
「上傳圖片」或
「建立圖片」！

► 點選「選擇版型」後，可以看到有不同的版型可以挑選，請選取一種並按下「選擇」按鈕，回到圖文訊息畫面。

- 正方形版型尺寸：寬度 1040px × 高度 1040px
- 自訂版型尺寸：寬度 1040px × 高度 520 ~ 2080px



5 圖片：點擊「選擇」可以看到兩個選項

- 「直接套用圖片」上傳已經設計好的圖片。不管你選擇何種編排方式，系統會自動根據你選擇的編排方式，將此張圖片分隔不同區域，不用因為選擇分隔兩個區域編排方式，就準備兩張圖片；選擇六個區域的編排方式，就準備六張圖片，你只需要上傳一張符合 1040*1040 像素的圖片即可。
- 「編輯圖片後套用」：如果沒有設計好的圖片，可以選擇此模式，透過內建的圖片編輯器，編輯與建立圖片。

6 設計規範：將會提供對應的尺寸及規範，你可以下載版型 PSD 檔，直接套用。

7 開合內容按鈕：點選按鈕，會閉合內容；點選按鈕，將會開啟內容項目。

❸ 類型：可選擇「連結」或是「優惠券」，選擇「連結」需輸入要連結的網址，選擇「優惠券」前需事前設定好「優惠券」。

❹ 動作標籤：此欄位作用，是讓店家填寫群發訊息的內容，假如有支援語音閱讀的手機，可唸出內容。如果是 LINE 較舊的版本，不支援圖文訊息時，則會直接秀出文字與連結，例如下圖：



❽ 儲存：按下「儲存」按鈕後，可將圖文訊息設定儲存下來。



設定「圖文訊息」後，並不會直接發送出去，你可以將它運用在「群發訊息」、「歡迎訊息」、「自動回應訊息」發送給客人喔！

4.11.2 模糊測試，讓你的圖文訊息，導購率倍增！

運用「圖文訊息」格式創造吸睛效果雖然可有效的提升購買率，但不是只將圖片設計美美的就夠了喔！最重要的還包含了顏色、文字、CTA（Call to action，招喚行動，以下簡稱 CTA）等配置的搭配，要能夠相輔相成，才能達到最佳的效果。什麼是 CTA 呢？簡單的說，就是希望消費者做出某種行為，例如：常見的「立即購買」、「瞭解更多」、「立即前往」等等這一類的文字，當然 CTA 不只是文字，圖片、按鈕都算是 CTA 的一種，以「圖文訊息」來說，最常見的會是「按鈕」的形式。例如，下圖中的紅色框框標示的範圍：



如果圖文訊息的「CTA」按鈕部分如果可以設計得當，就可以增進消費者點擊的機率！那怎樣才算是設計得當呢？以「圖文訊息」的「按鈕」而言，最重要的就是要設計的顯眼，讓消費者一眼看到，就可以很明顯知道「點選何處」。

這邊跟大家分享一個非常重要的小技巧：「模糊測試」（The Squint Test），什麼是「模糊測試」呢？簡單來說就是將圖片「模糊化」，例如下圖：



將設計好的「圖文訊息」圖片模糊化之後，看看是否容易分辨出「按鈕」的位置，如果模糊之後，還能夠清楚的分辨 CTA，就代表圖文訊息設計得不錯，能增進消費者點選的機率。

4.14.5 AI 文案幫手操作教學

快速產出專業文案、提升推播效率與靈感來源的智慧工具

什麼是 AI 文案幫手？

AI 文案幫手是 LINE 官方帳號提供的輔助工具，能根據你提供的主題或目標，自動生成貼近品牌風格的文案建議。無論是編寫群發訊息、行銷活動公告，或是個別回覆訊息，都能幫助你更快速、有效率地完成內容撰寫。

功能特色

功能名稱	說明
主題式產文	輸入主題（如新品上市、優惠活動），系統即自動產出建議文案。
風格選擇	可選擇語氣風格（例如：親切、專業、促銷導向）。
多版本生成	每次可產出多則文案，供你比較挑選。
一鍵插入編輯區	選好文案後，可立即套用到 LINE 群發訊息／聊天編輯器中。
可再修改、微調	文案產出後可進一步手動編修，不影響使用自由度。

操作步驟



① 點選「訊息管理」→「AI 文案幫手」。

② 點選「建立文案」。

3

我想讓 AI 成為

我是精通 (擁有的技能、領域)的資深行銷經理。 13/20

天長互動餐飲集團的行銷人員

文案語氣* 2/20

熱情

任務目標* 5/20

增加來客數

更多設定項目 ▾

避免事項 0/20

例如：不要太誇大以免造成負面印象

4

產品描述

產品名稱* 4/50

義大利麵

產品特色* 5/500

營養、美味

更多設定項目 ▾

目標受眾 0/20

例如：20-30 歲年輕人、追求身心靈成長

受眾痛點 0/20

例如：東西太多裝不完、背包太重提了手會酸

產品價格 0/20

例如：原價 599 元，活動期間第二件 8 折

③ 出現「生成文案」視窗，依序填入以下資訊：

- 我是精通…：輸入 AI 的角色背景，例如「天長互動餐飲集團的行銷人員」。
- 文案語氣：選擇語氣風格，如熱情、親切、專業等。
- 任務目標：輸入預期目的，例如「提高來客數」、「提升點擊率」。
- （可選）避免事項：使用「避免事項」欄位可控制品牌語氣，保持一致性。

④ 填寫產品描述

可依照需求輸入下列資訊：

- 產品名稱：如「義大利麵」
- 產品特色：如「營養、美味」
- 目標受眾：如「20-30 歲輕熟女」
- 受眾痛點：如「外食太油膩，想吃得健康」
- 產品價格：如「原價 120 元，第二件 8 折」

The screenshot shows a user interface for generating AI content. Step 5 (highlighted with a red circle) is the 'Activity Description' section, which includes fields for 'Activity Name' (0/20 characters), 'Activity Date' (0/20 characters), and 'What customers should do (call to action)' (0/20 characters). Step 6 (highlighted with a red circle) is the 'AI Content Creation Format' section, showing 'Text Paragraph' (selected) and 'List Style' as options. Step 7 (highlighted with a red circle) is the 'AI Creative Intensity' section, showing 'Balanced' (selected) and 'Lively' as options. There is also a toggle switch for 'Show Emoticon' and buttons for 'Close' and 'Generate Content (0/50)'.

5 填寫活動描述

- 活動名稱／日期：(可選填)
- 希望顧客做什麼 (call to action)：填入你期望顧客能夠做什麼行動。

6 選擇文案風格與創意程度

- 文案格式：
 - 段落式 (完整敘述情境)
 - 條列式 (重點導向，適合促銷)
- 創意程度：
 - 平衡 (自然商業風)
 - 活潑 (創意俏皮風)
- 可勾選擬是否顯示表情符號。

7 生成與應用文案

- 點選【生成文案】即可獲得最多 50 組建議文案。



8 AI 文案建議

- 每次會產生兩個建議文案，分別為「建議文案 1」和「建議文案 2」，點選後可以查看。
- 複製文案：複製你覺得適合的文案。



9 我的文案

- 將複製的文案貼到「我的文案」格裡面，可手動修改文案。
- 【儲存並發送群發訊息】從灰色轉成藍色可按的按鈕。
- 【取消】、【儲存】或【儲存並發送群發訊息】，如想要存取不群發則按下【儲存】；若想要群發訊息，則按下【儲存並發送群發訊息】。



- 10 點擊前頁「儲存並前往群發訊息」，系統會將「我的文案」儲存為群發訊息的草稿，點擊「繼續編輯」後即可回到群發訊息流程，繼續設計此群發訊息內容。

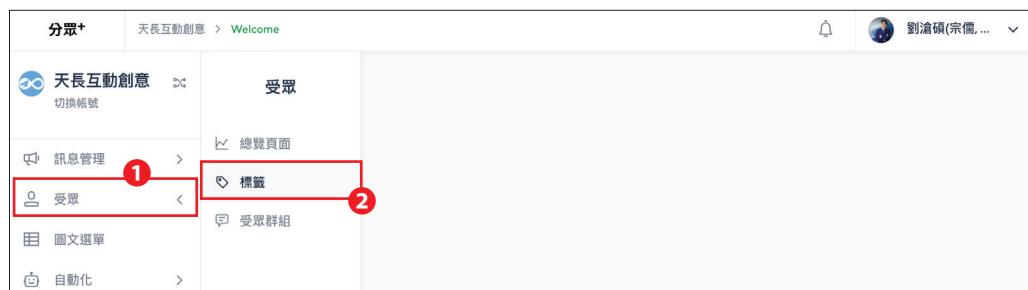


- AI 文案幫手可作為靈感輔助，建議產出後仍依品牌語氣進行微調。
- 可搭配分眾條件撰寫個性化文案，例如針對「VIP 客戶」或「新好友」使用不同話術。

「AI 文案幫手」就像是你 24 小時不休息的行銷助理，不僅幫你加快推播內容產製，更能透過不同語氣選項刺激創意思考。善用這個工具，能讓每一次發送都更具吸引力與轉換力。

4.14.6 分眾 + 功能介紹——受眾設定

受眾 → 標籤列表



LINE 官方帳號成功店家都是這樣做的， 跟客人互動就是要…

LINE 緊繫著我們與好友之間的關係，而 LINE 官方帳號則讓店家和客人可以輕鬆地建立關係與對話，將客人當作是好友一般的對待與對話，是 LINE 官方帳號經營店家一定要具備的一項基本功，且讓我們來看看幾個案例，看看成功店家都是怎麼做到的。

5.1.1 魔法般的親切魅力，讓客人愛上你的訣竅！



「營造好友般的顧客關係」一直是海鮮王經營的目標。一開始只是單純地想要透過 LINE 官方帳號舉辦抽獎活動，沒想到意外引起廣大迴響，客人紛紛詢問是否開放購買，也因此開啟了與客人之間的對話，原本客人只是透過網站購物，使用 LINE 官方帳號後，客人可以更即時、更快速的透過一對一聊天和店家互動，而海鮮王成功之道，也在於不讓客服只停留在解決客戶問題與銷售層次，而是透過一對一的方式和

客人建立更進一步的關係，從親切的問候與回覆客人問題，每一個小細節都注意到「人情味」，打破虛擬店家無法像實體店家和客人接觸、碰面的隔閡，透過即時以及具有人情味的對話，大大地提升客人的黏著度，每天都會有數十位忠實的好友，在LINE官方帳號中問候「早安」，海鮮王也都一一回覆訊息，不漏掉、不輕忽每個訊息，讓客人有到賓至如歸的感受！



如同好友一般的對話，就能充滿魔幻般親切力量！

「如同好友一般的對話」看似簡單，但是真的要落實，其實有許多小細節要注意，不把客人當客人看待，而是當作自己的好友看待，海鮮王不僅有安排固定負責回覆客人問題的客服人員，執行長也會不定時親自回覆，將每一個客人都當作自己的好友對待，客人自然而然地就會感受到跟「一般公司」只是由客服人員做回覆，很不一樣的互動經驗，透過親切、人情味，創造良好的互動體驗，讓客人的回流率大大地提升。

此外，海鮮王亦會透過定期的「抽獎活動」跟客人建立關係，最讓海鮮王覺得神奇的是，幾乎每次抽獎活動，抽中的得主，都還會詢問是不是可以加購，因為每次抽獎活動，送出贈品時，都是免運費，客人想到既然免運費，是不是可以加購其他商品一併寄送，當然不僅僅只是免運費這麼簡單，能夠有這樣的成效，還是在於平時累積下來的互動基礎與信任度！

海鮮王 / @seafoodking



實績成效：

- 高單價產品也能暢銷：LINE官方帳號分享限定波士頓龍蝦，3小時內訂單量就突破30隻！
- 成交率最高的平台：LINE官方帳號分享限定的Pizza商品，短短4小時內就賣出300多組！

5.1.2 糟糕，發生錯誤，別擔心這樣做，就可以扭轉劣勢

「賠錢都會送喔！」有一次因為抽獎功能設定上的問題，原本只打算送出三份禮物，結果在抽獎券發出後，不到一小時內，竟然已經有十位抽中，當時擺擺桌老闆想著：「抽多少送多少啊，讓好友高興最重要！」於是硬咬著牙，全數送出！但也因為這次的「美麗誤會」，收到許多客人的回饋，不僅覺得店家有誠意，更覺得老闆「夠意思」，還有許多客人都回覆：「會多介紹朋友購買！」來幫老闆加油、打氣，所謂「塞翁失馬、焉知非福」，經過此事件後，反而凝聚更多的忠實好友。

同時店家也發現，透過即時互動以及善用 LINE 官方帳號群發訊息特性，可以很方便地設計「快閃」活動類型的驚喜方案，炒熱銷售氣氛，同時又可以針對熟客人，直接表達自己的關心、問候。新客人有任何關於產品、購物的疑問，也可以透過 LINE 官方帳號獲得更即時、快速的回覆，藉由持續的互動與經營，擺擺桌也發現，好友自然的慢慢增加，而封鎖率也呈現降低的趨勢。

其實，像擺擺桌發生錯誤的問題，不僅僅只是在操作使用新的行銷工具時，店家有可能遇到，在平常經營時，也有可能因為不確定的原因而造成疏失，但只要店家秉持著誠信、真誠的態度，面對與處理，相信都能夠化危機為轉機，店家面對事情的心態，才是真正左右事件的發展關鍵！

