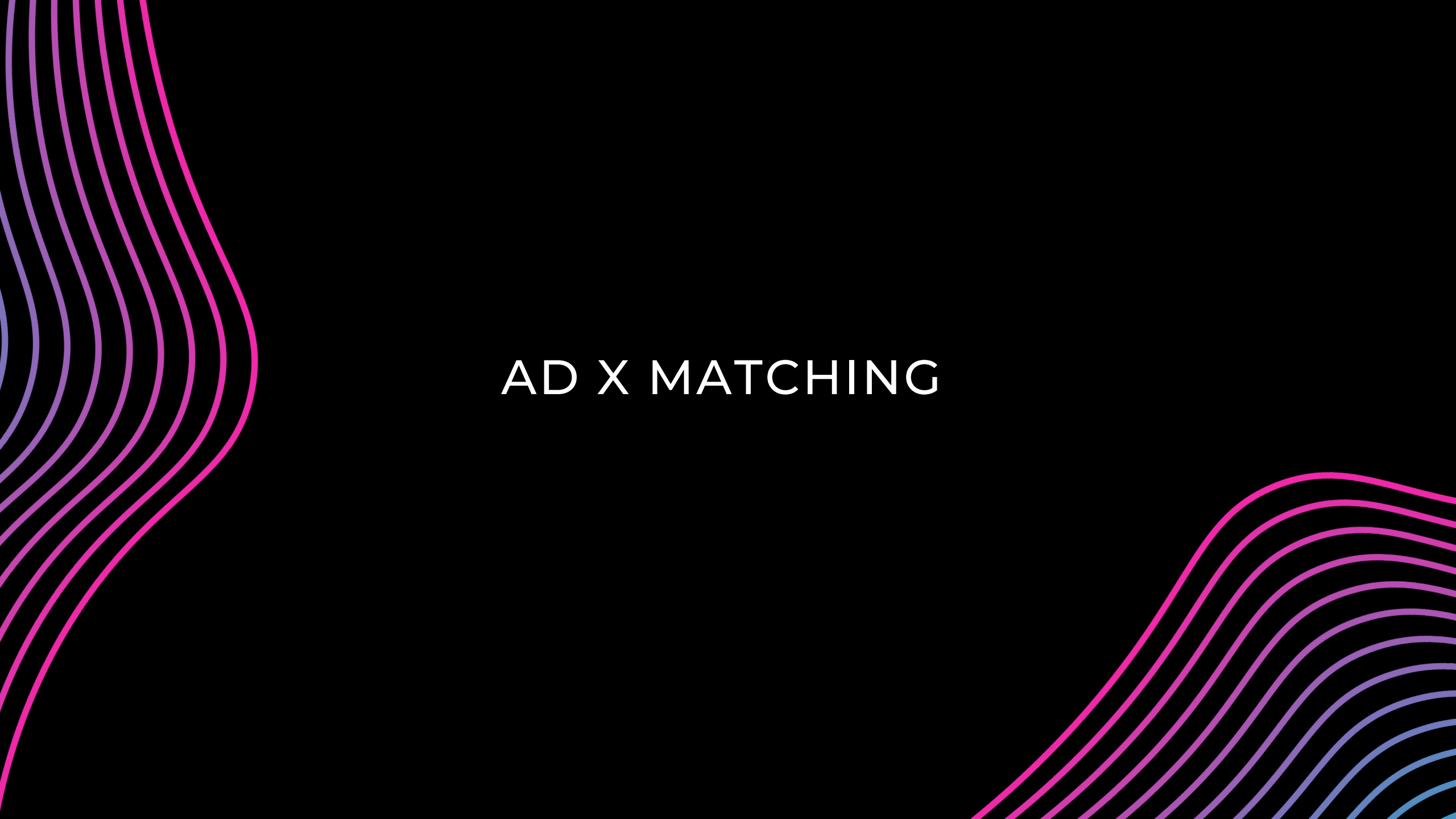




AD X MATCHING

Guidelines Creative 2023

www.adxmatching.com

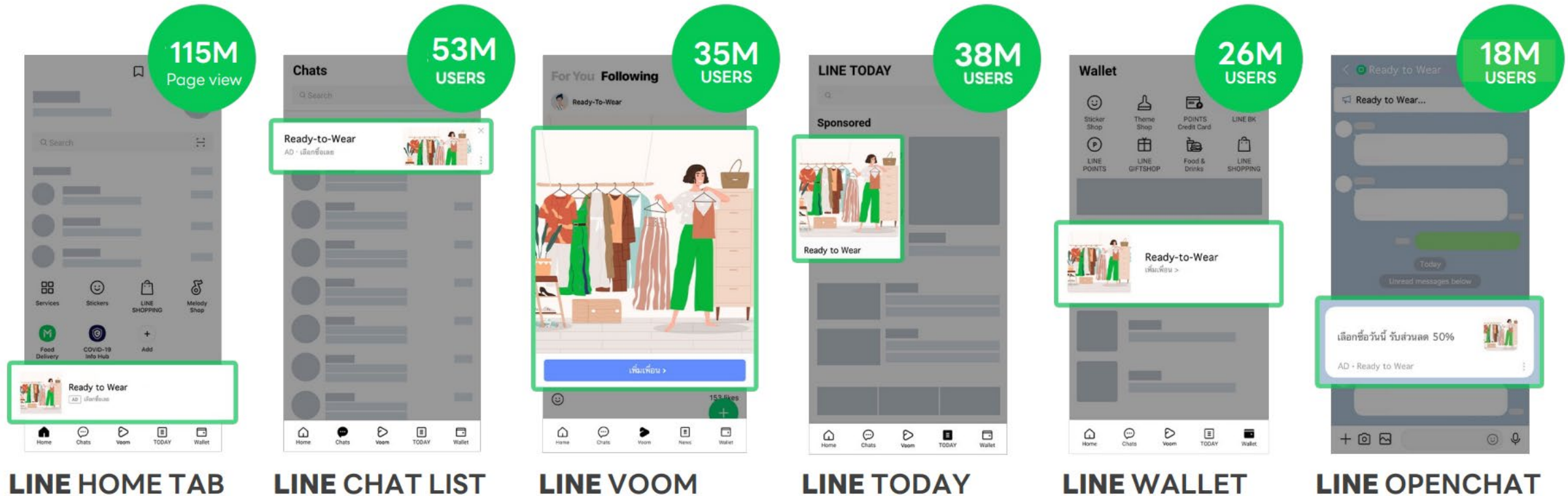


LINE for Business



รูปแบบโฆษณาบน แอปพลิเคชัน LINE

Reach Across 6 LINE Services



ประเภทของรูปแบบโฆษณาของ LINE Ads

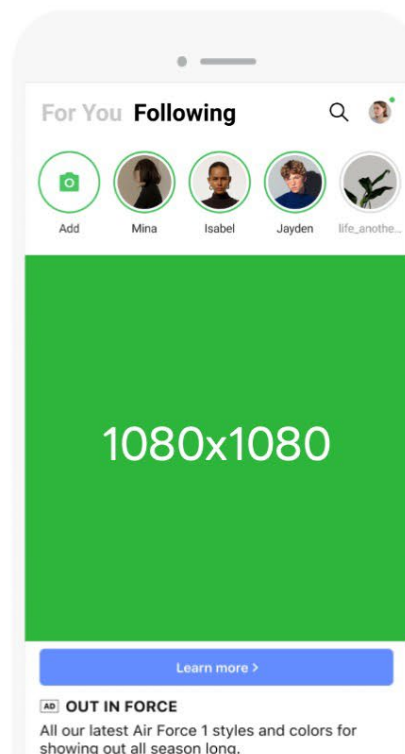
คุณสามารถเลือกใช้รูปแบบโฆษณาประเภทต่างๆแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา

1

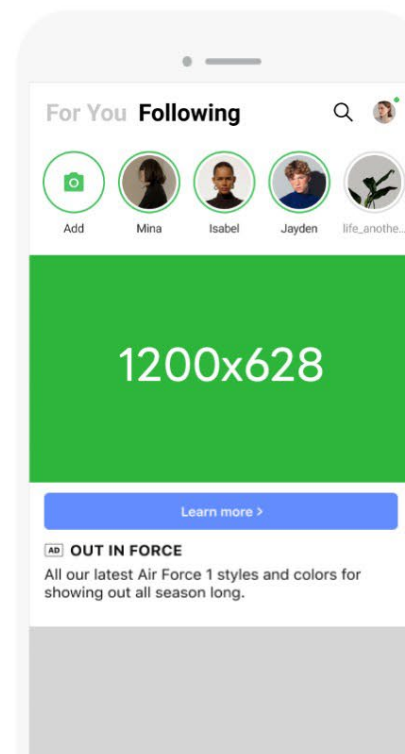
รูป (Image)

- รองรับรูป 2 ขนาด
1080x1080 และ 1200x628
- สามารถขึ้นได้ทุกตำแหน่งบน **LINE**
- รองรับขนาดรูปสูงสุด 10 MB

SIZE 1080x1080



SIZE 1200x628



ประเภทของรูปแบบโฆษณาของ LINE Ads

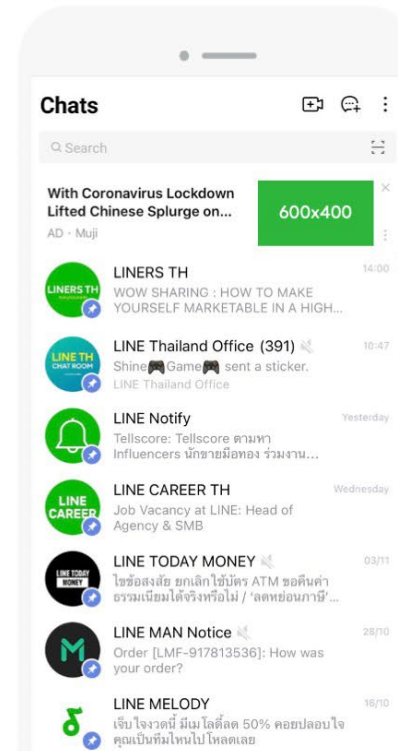
คุณสามารถเลือกใช้รูปแบบโฆษณาประเภทต่างๆแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา

2

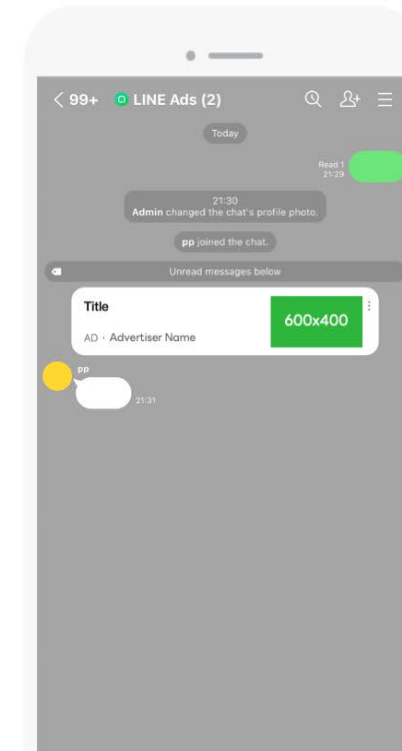
รูปขนาดเล็ก (Small Image)

- คุณสามารถใช้รูปภาพขนาดเล็กเพื่อความเหมาะสมกับตำแหน่งโฆษณา
- แสดงบนตำแหน่ง LINE Chat List, LINE OpenChat และ LINE Wallet

LINE Chat List



LINE OpenChat



ประเภทของรูปแบบโฆษณาของ LINE Ads

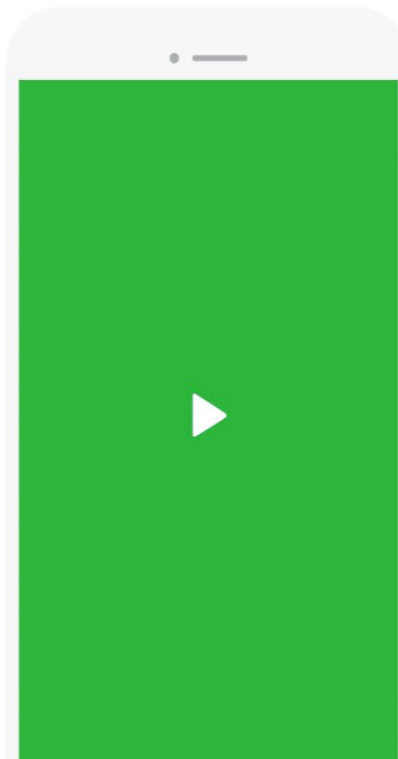
คุณสามารถเลือกใช้รูปแบบโฆษณาประเภทต่างๆแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา

3

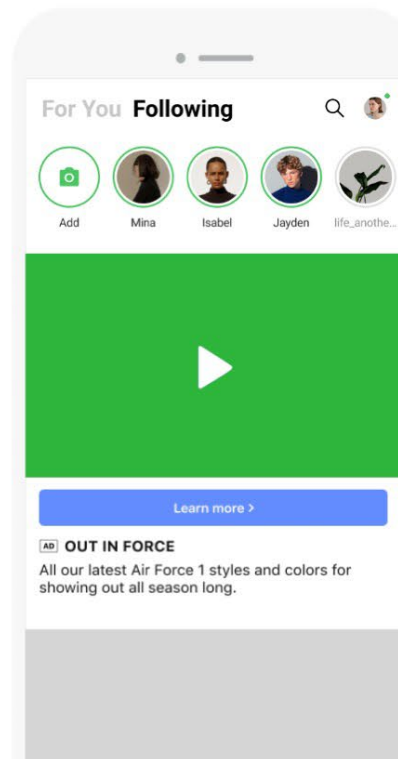
วิดีโอ (Video)

- รองรับ 3 ขนาด
- ความยาวขั้นต่ำ 5 วินาที
- ความยาวสูงสุด 10 นาที
- สามารถแสดงบนตำแหน่ง
- LINE VOOM, LINE TODAY และ LINE Wallet

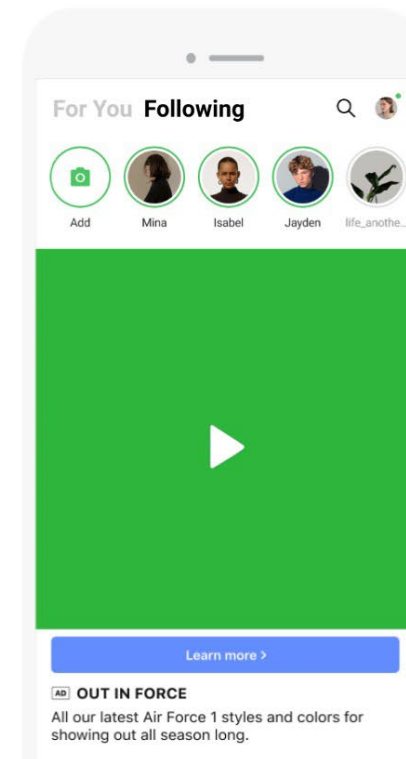
SIZE 9:16



SIZE 16:9



SIZE 1:1



ประเภทของรูปแบบโฆษณาของ LINE Ads

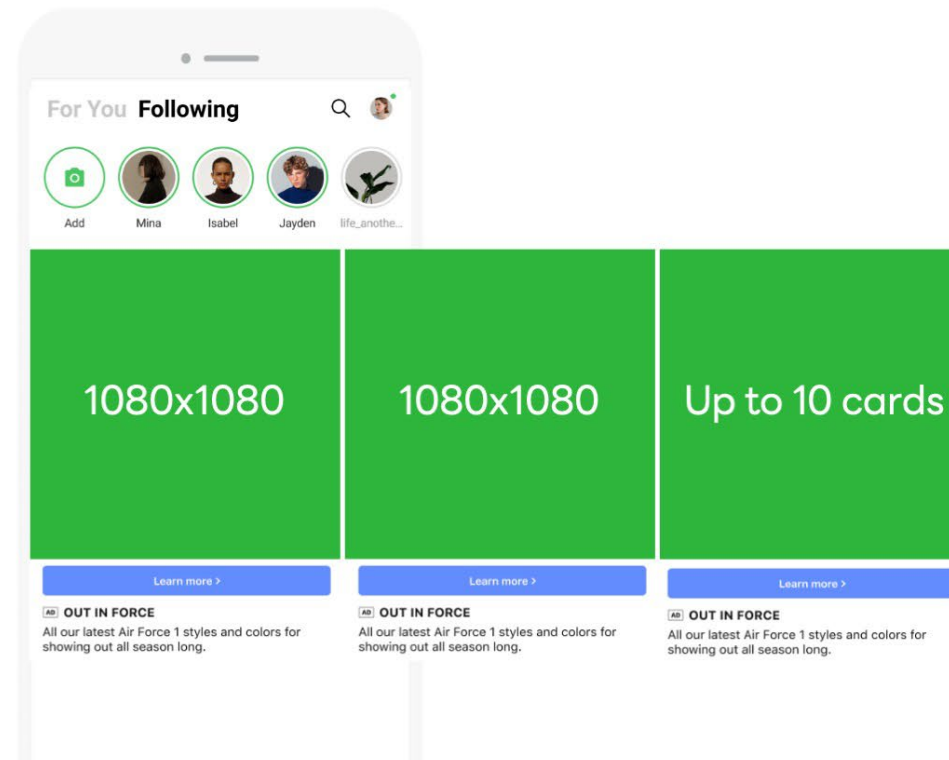
คุณสามารถเลือกใช้รูปแบบโฆษณาประเภทต่างๆแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา

4

ภาพสไลด์ (Carousel)

- แสดงบนหน้าจอ LINE VOOM และ LINE TODAY
- สามารถใส่ภาพได้สูงสุด 10 ภาพ
- รองรับขนาด 1080x1080

SIZE 1080x1080



ประเภทของรูปแบบโฆษณาของ LINE Ads

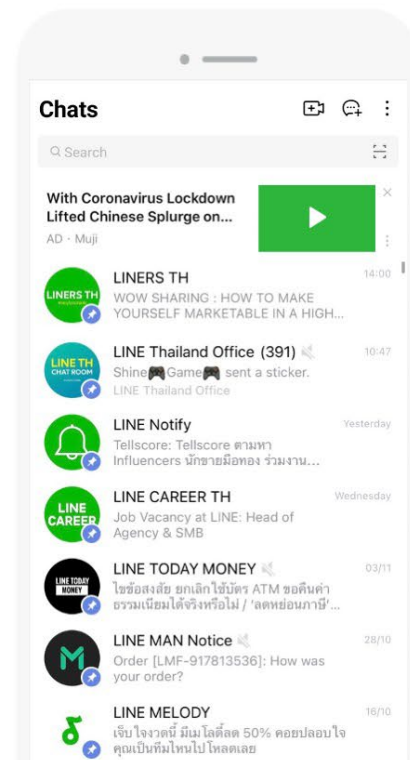
คุณสามารถเลือกใช้รูปแบบโฆษณาประเภทต่างๆแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์การโฆษณา

5

ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

- แสดงบนตำแหน่ง Chat List ด้วยภาพเคลื่อนไหว
- ความยาว 1-4 วินาที
- เล่นวน (Loop) 1-4 ครั้ง
- สกุลไฟล์ PNG (APNG)

Chat List



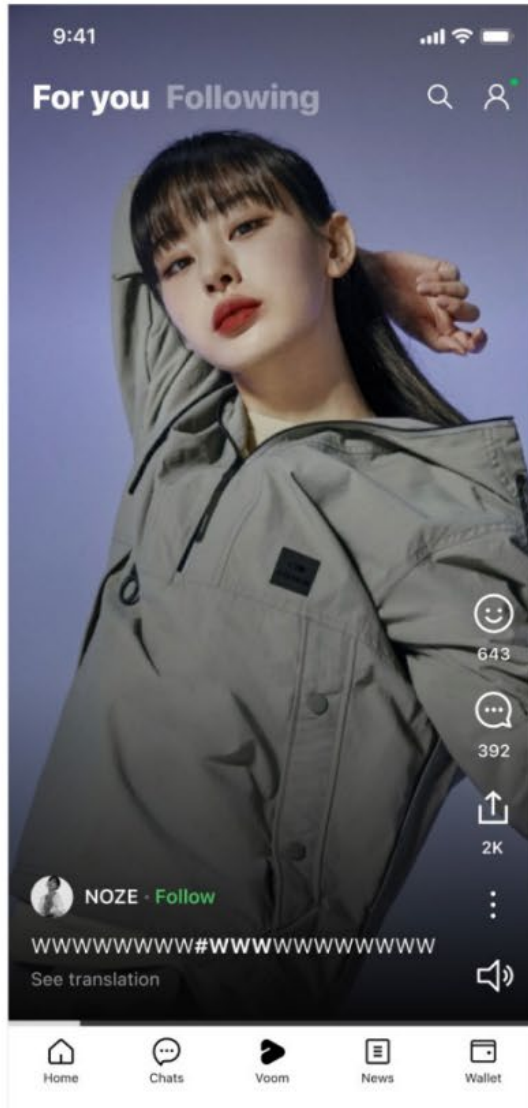
Placement X Creative

Placement x Assets	Image	Video	Carousel	Small Image
Home Tab	✓			✓
Chat List	✓			✓
LINE VOOM	✓	✓	✓	
LINE TODAY	✓	✓	✓	
Wallet Tab	✓	✓		
LINE OpenChat	✓			✓

Guidelines Creative 2023

- UPDATE UX/UI





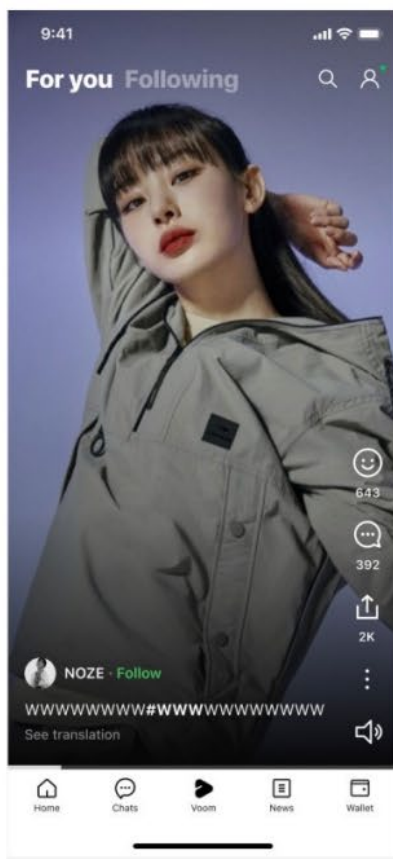
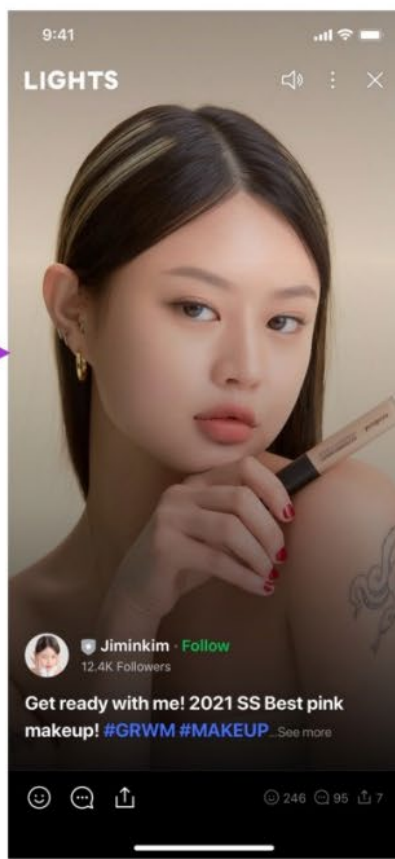
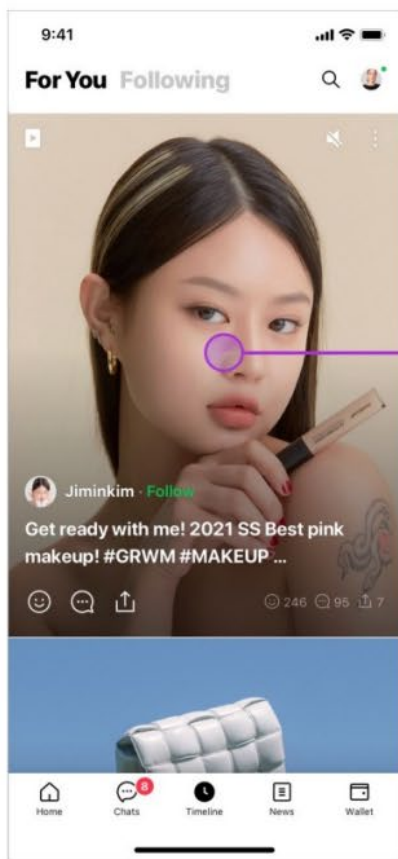
VOOM RENEWAL FOR YOU FULL VIEWER

A strategic UX improvement
for VOOM positioning as a
“**Video Platform**”

FOR YOU UX/UI

AS-IS

TO-BE



WHAT'S CHANGE?

- Full Viewer Video
- Change to 1-depth page
- A consistent viewing experience of UI and UX without distinction between short-form and long-form

IMAGE AD → FLEXIBLE MOTION AD

AS-IS → TO-BE



WHAT'S CHANGE?

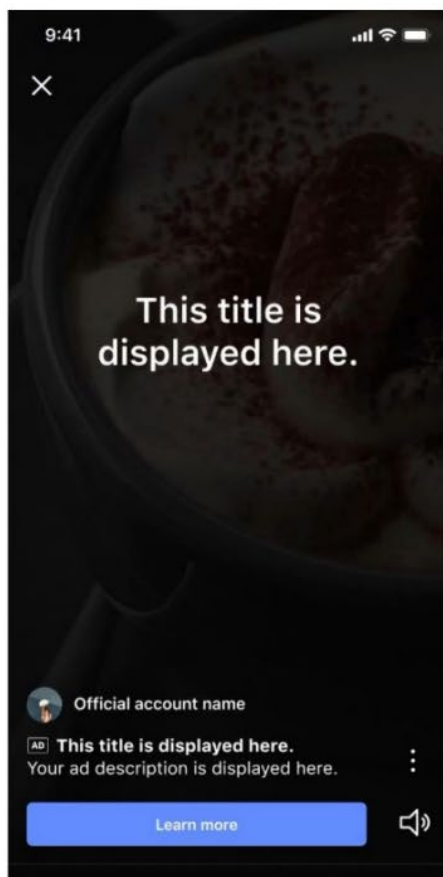
- Image ad will be converted in to Motion ad automatically.
- No spec changed.
- OA name, title, description, and CTA will be shown in the ending scene.

IMAGE AD → FLEXIBLE MOTION AD

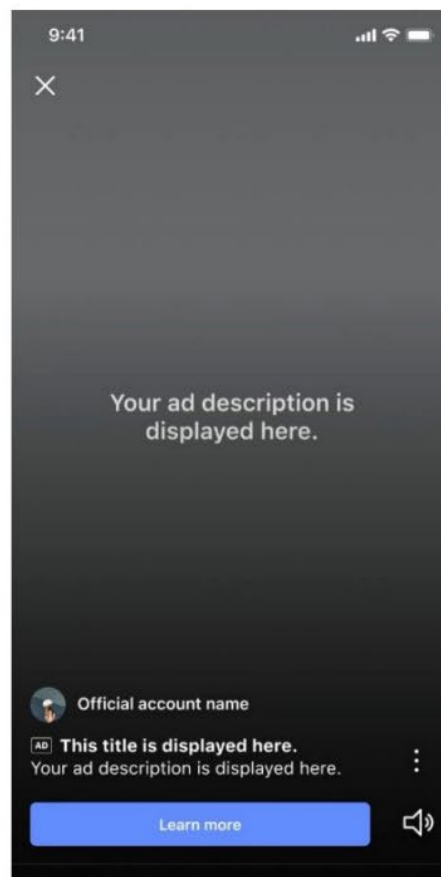
1) FULL IMAGE



2) TITLE



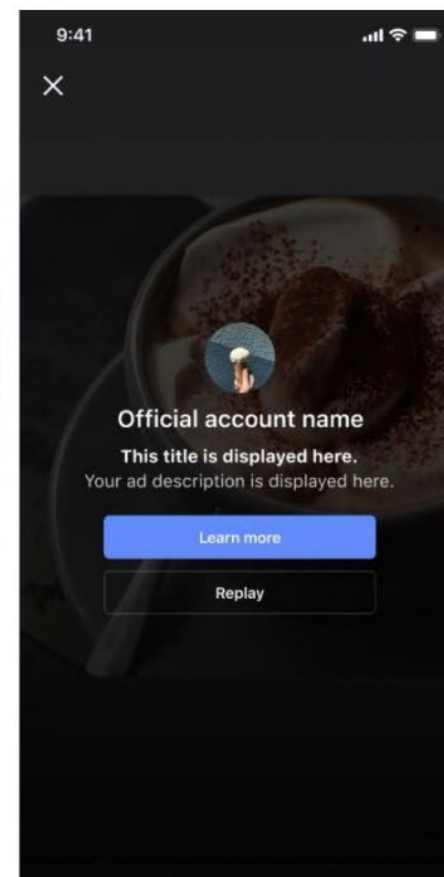
3) DESCRIPTION



4) FULL IMAGE

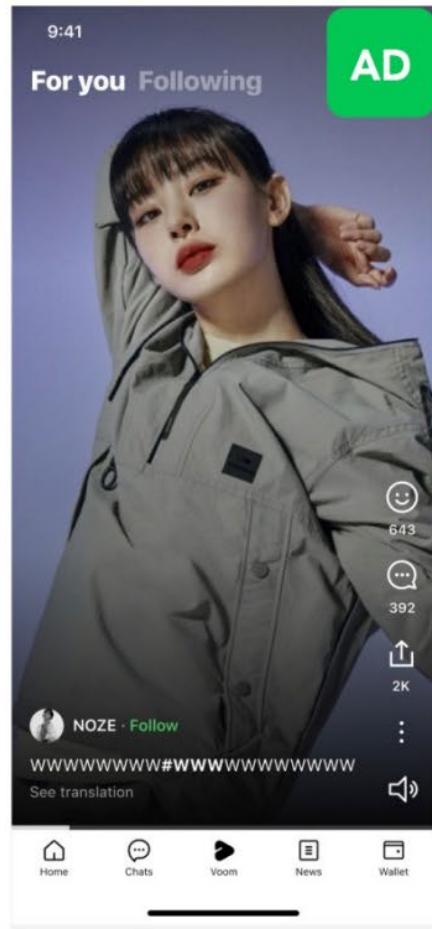


5) OA NAME + CTA

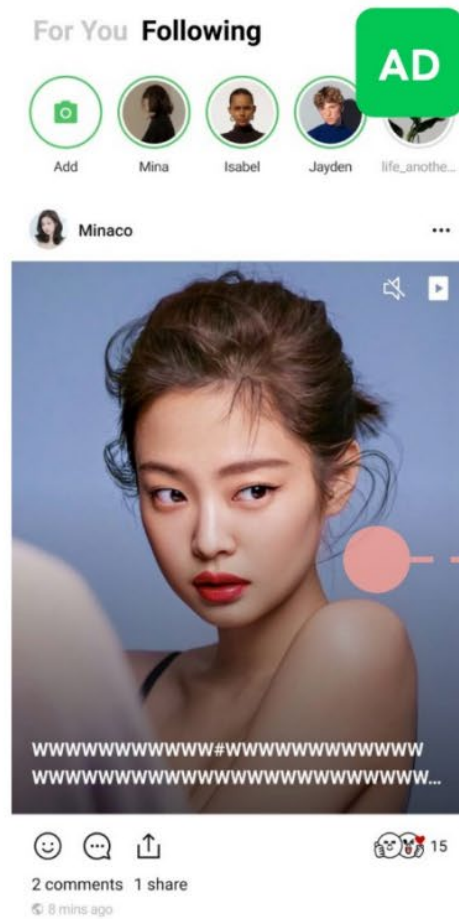


ADS IN VOOM

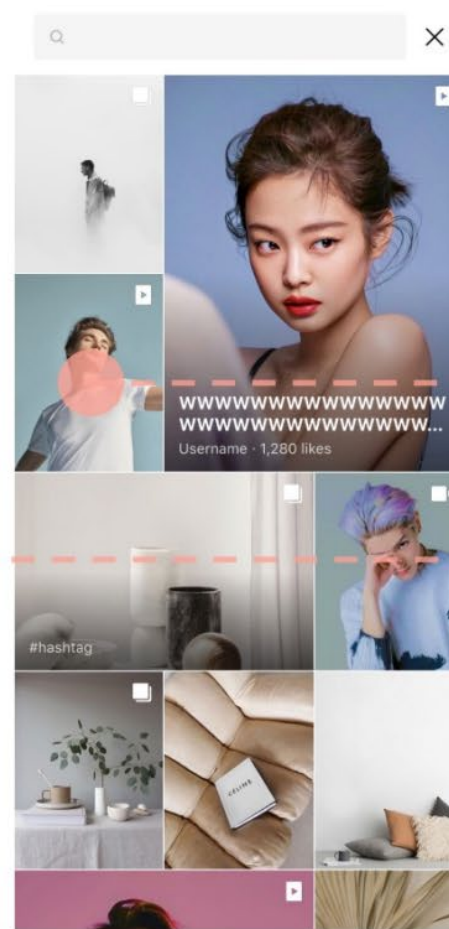
FOR YOU



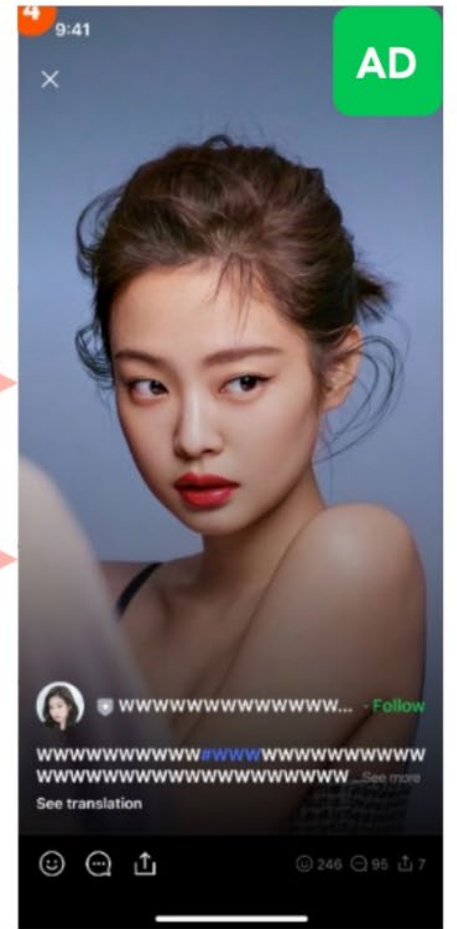
FOLLOWING



SEARCH

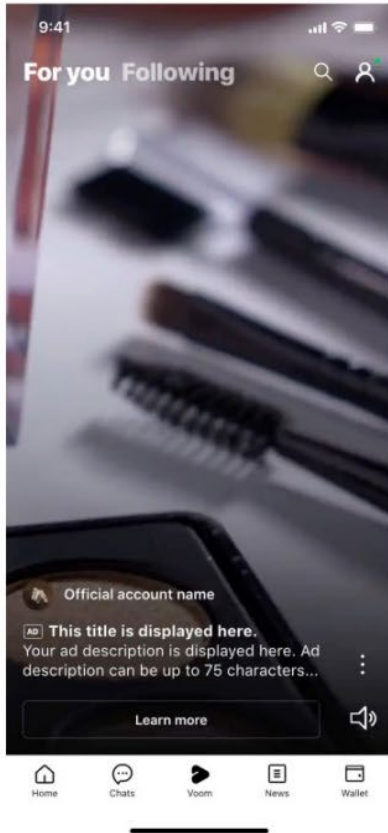


FULL VIEWER

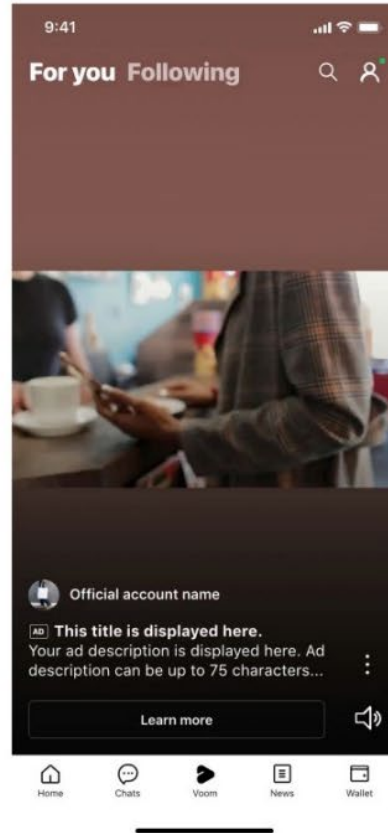


VOOM FULL VIEWER AD FORMAT

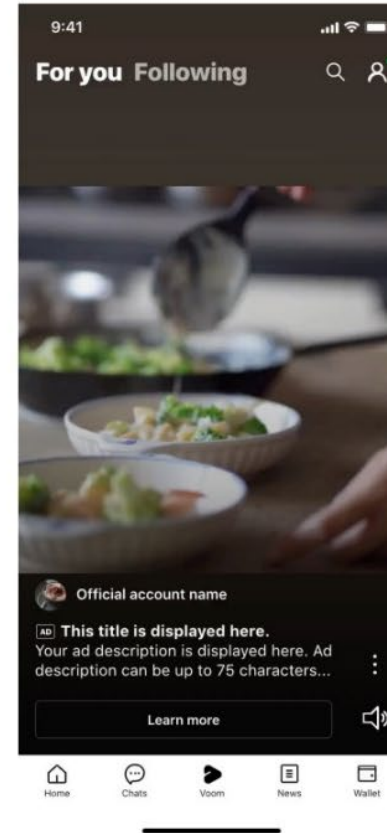
VIDEO 9:16



VIDEO 16:9



VIDEO 1:1



FLEXIBLE MOTION



Guidelines Creative 2023

- **TIPS!** IMAGES
- **NEW!** IN STREAM ADS



Use images which are **suit with a mobile size** and easy to recognize

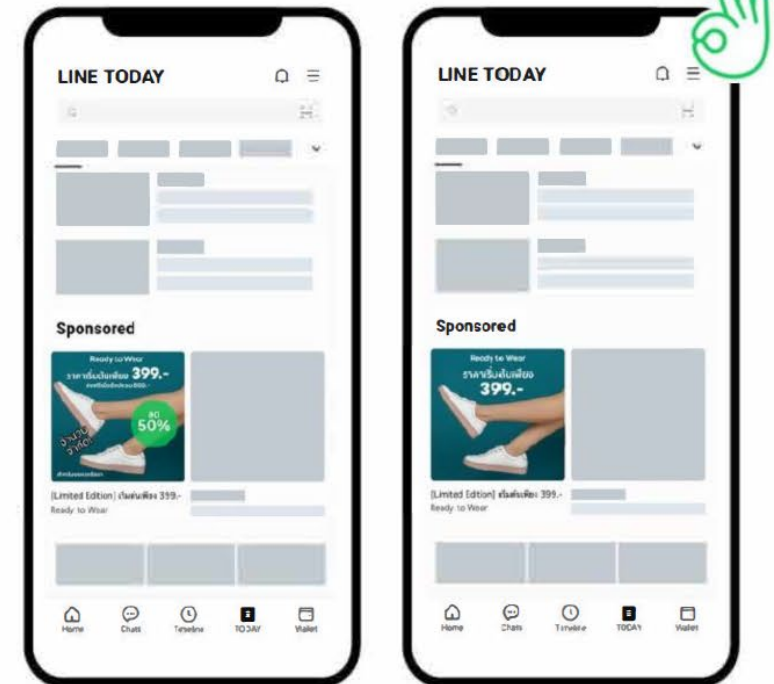


BAD : It is difficult to get the attention because there are many elements which user does not know what to pay attention to.

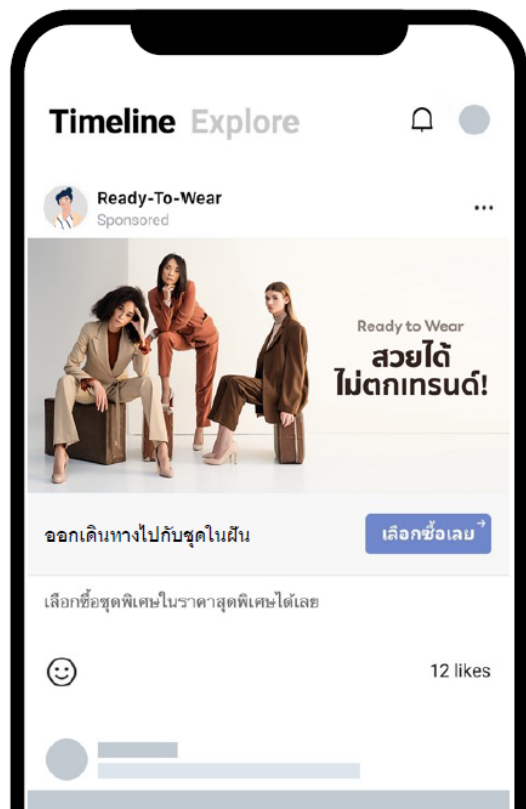


GOOD : 1 Message 1 Easy to convey with a simple visual appeal.

Image posted on LINE TODAY.

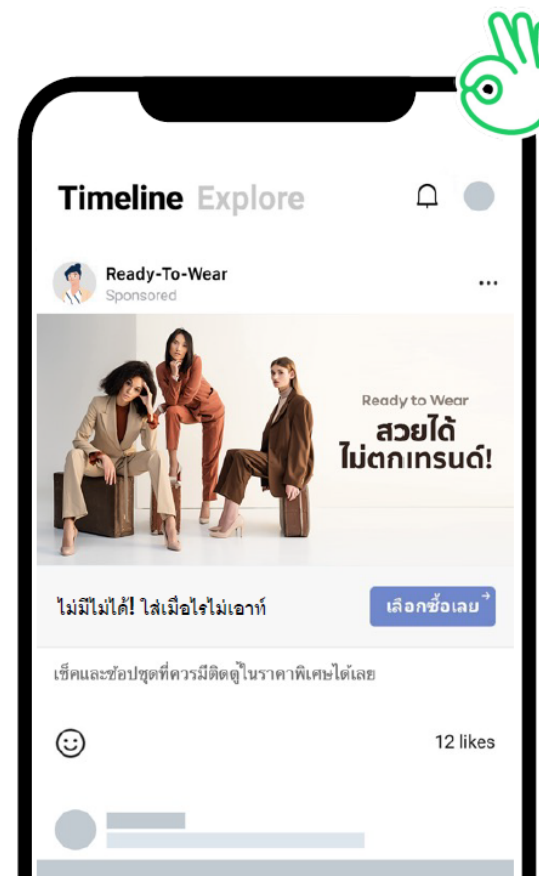


Average **CVR improvement 1.3 times** by verifying only the title



Embark on an adventure with your dreamed clothes

Improve the effect by arranging expressions that users can personalize into.

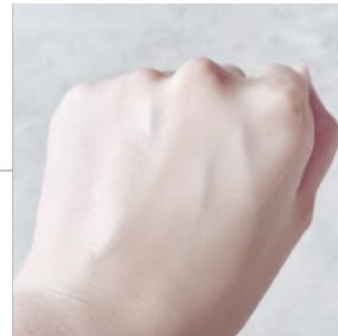
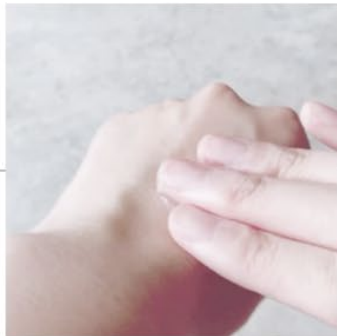


Must have item that will never goes out of style

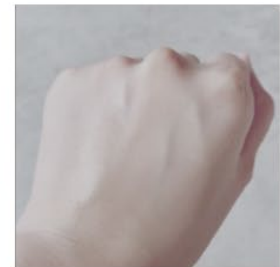
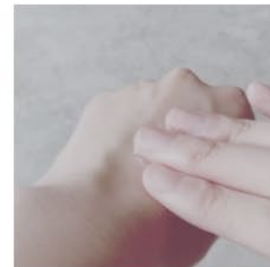
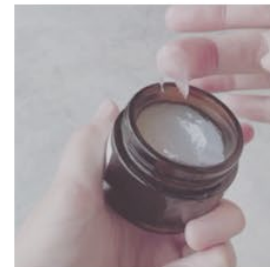
※Source: LINE Internal Research

Average sales and CTR about **double** by improving opening scene

First 3 seconds is the most crucial!



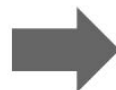
Add 4 product scenes to the beginning of the video



※Source: LINE Internal Research

CVR up ~5 times by changing the appeal content and rearrange videos

Content using message that can
get attentions



※Source: LINE Internal Research

Tips! A/B test

Since LINE has various user attributes and interests, it is recommended that you prepare creatives with multiple appeal axes

Price



Campaign



Seasons



Trends



Product Benefits



※Source: LINE Internal Research

NEW PLACEMENT ON VOOM IN STREAM ADS

Ads will show **in-between** the video content.

- **Mid-roll Skippable 6 secs**
- **Manual Bidding**

Objective:

- Video view
- Website visit
- Website conversion
- App install
- App engagement

In-stream video ads

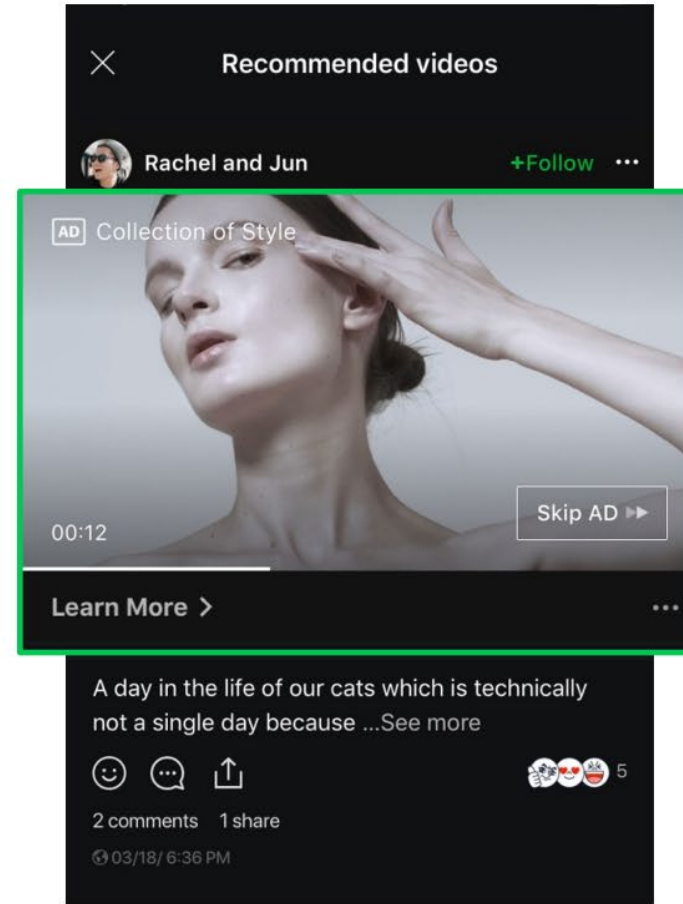
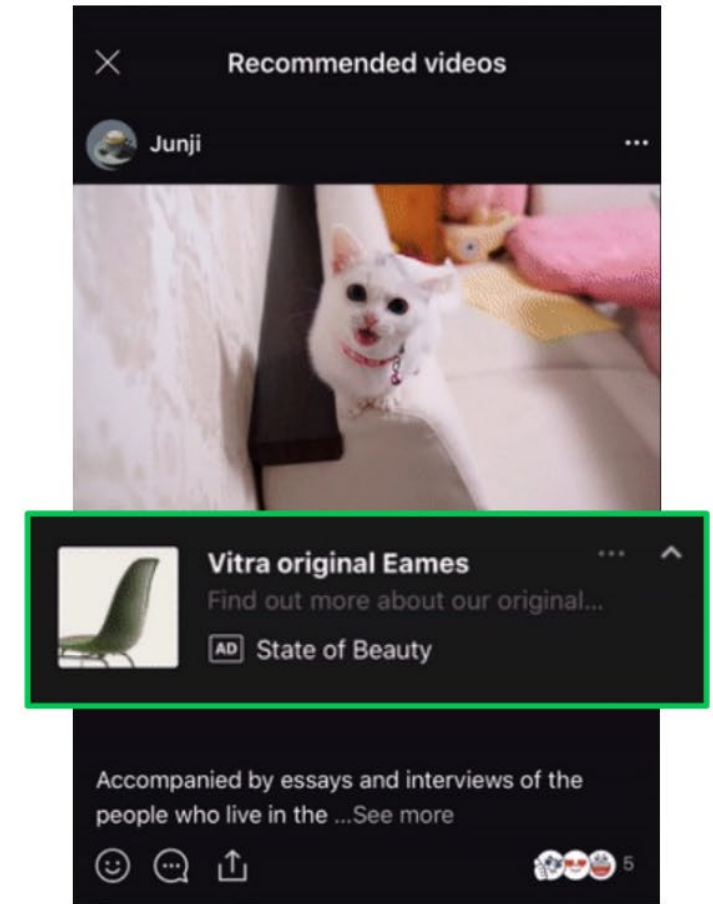


Image ads



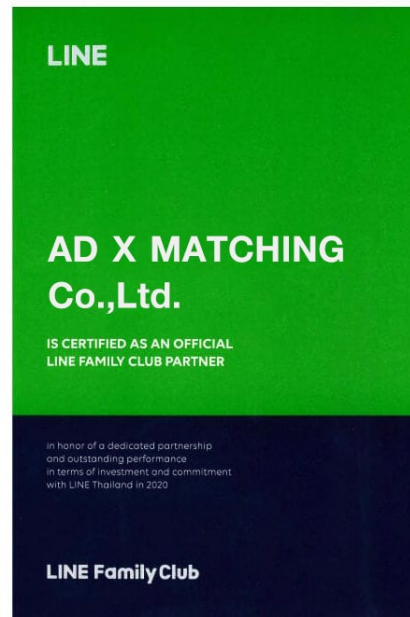
TEAM



Our Team get certificate on in-dept agency management tools to prove your expertise on client support.

COMPANY

AD X MATCHING Co., Ltd
LINE AGENCY PARTNER



CAMPAIGN SUPPORT



We help to give advice, suggest to solve problems.

Q&A with AGP Support admin during 9.00-18.00. (Mon - Fri)

CONTACT FOR SUPPORT

094 796 5955 (PLOY)

091 964 9545 (GEORGE)

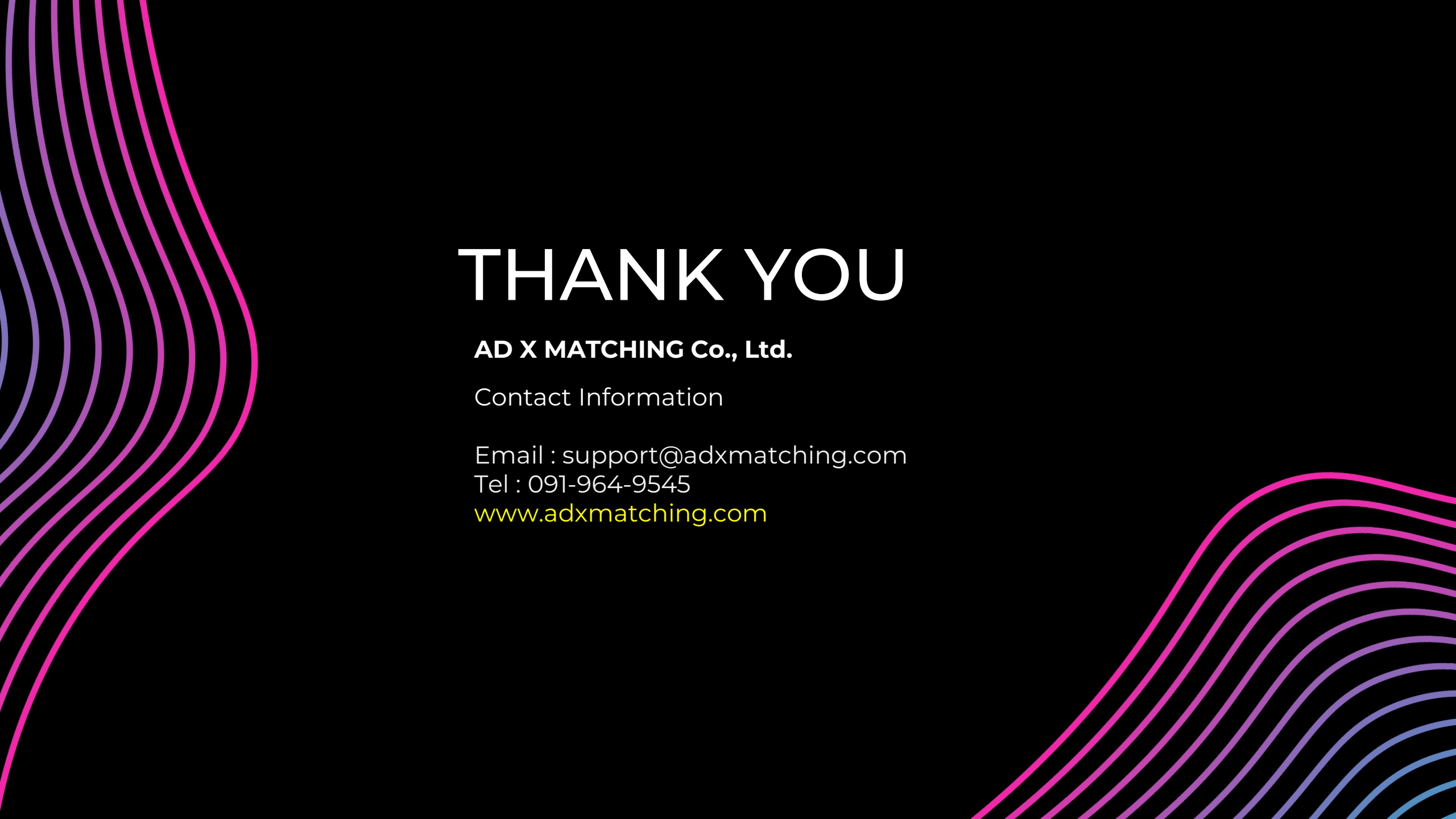
094 969 1549 (ANN)

098 919 4946 (POP)

088 297 2445 (ROSE)



Q&A



THANK YOU

AD X MATCHING Co., Ltd.

Contact Information

Email : support@adxmatching.com

Tel : 091-964-9545

www.adxmatching.com