



# الحدود القصوى لتكرار الظهور

## نظرة عامة

نحن نعلم أن أحد المكونات الرئيسية لفعالية الحملة هو التكرار الأمثل: عرض مرات ظهور كافية، لمرات كافية لإحداث تأثير. لهذا السبب نقدم الحدود القصوى لتكرار الظهور للإعلانات على تويتر عالمياً. سواء أكان تأثير زيادة الوعي بالعلامة التجارية أو المبيعات دون اتصال بالإنترنت، تتيح الحدود القصوى لتكرار الظهور للمعلنين تحسين الحملات لتحقيق نتائج أعمال من خلال التحكم بشكل أفضل في تقديم مرات الظهور والوصول إلى الجمهور المستهدف على مدى فترات زمنية طويلة.

من خلال بحثنا، وجدنا أن التكرار الأسبوعي للعرض له تأثير قوي على زيادة مقاييس استهداف العملاء المحتملين للعلامة التجارية في قمة المسار التسويقي. ما يصل إلى 80% من التأثير الإجمالي المحتمل على تذكر الإعلانات والوعي بالعلامة التجارية يحدث خلال أول عرضين في الأسبوع من الحملة مما يبرز أهمية إدارة تكرار الظهور.

## ميزات المنتج الرئيسية

### المزيد من التحكم في عرض الإعلانات

تسمح لك الحدود القصوى لتكرار الظهور بالتحكم في عدد مرات مشاهدة المستخدم لإعلانك طوال مدة الحملة.



### زيادة الوصول إلى الجمهور

تسمح لك الحدود القصوى لتكرار الظهور بمضاعفة مدى الوصول من خلال إعادة توزيع مرات الظهور على المستخدمين الجدد.



### نتائج حملة محسنة

تمنحك الحدود القصوى لتكرار الظهور مزيداً من التحكم في عرض الوسائط حتى تتمكن من تحسين النتائج الأكثر أهمية.



## التفاصيل

### التنفيذ

يمكنك تعيين حد لعدد مرات الظهور المرئية لكل مستخدم لكل مجموعة إعلانية على مدار 24 ساعة أو 7 أيام أو 30 يوماً. (على سبيل المثال: حتى مرتين ظهور كل 7 أيام).

يتم تعيين الحدود القصوى لتكرار الظهور على مستوى المجموعة الإعلانية من نموذج الحملة أو محرر الإعلانات أو عبر واجهة برمجة تطبيقات الإعلانات.

### الأهداف المدعومة

الوصول، ومشاهدات الفيديو، ومشاهدات Pre-roll، والمشاركات لمزيد من المعلومات، يُرجى الاتصال بشريك عميل تويتر الخاص بك.