



# إعلان Takeover ضمن الموضوعات الرائجة إعلان Takeover المميز ضمن الموضوعات الرائجة

## يُوضع الإعلان بجانب الموضوعات المتداولة.

يُضع إعلان Takeover ضمن الموضوعات الرائجة إعلانك بجانب الموضوعات المتداولة. يضيف إعلان Takeover المميز ضمن الموضوعات الرائجة مواد إبداعية إلى رسالتك. بالعرض بجانب الموضوعات المتداولة، يضع إعلان Takeover ضمن الموضوعات الرائجة رسالتك في مكان بدء المحادثات — علامة التبويب "استكشاف". تضع علامة التبويب "استكشاف" الموضوعات المتداولة على تويتر في موضع واحد. لا تكن مجرد جزء مما يحدث، بل كن أنت الحدث باستخدام إعلانات Takeover ضمن الموضوعات الرائجة. تقدم إعلانات Takeover المميزة ضمن الموضوعات الرائجة أكثر من 84 مليون مرة ظهور عبر اليوميات والاستكشاف.

عند إضافة إعلانات Takeover مميزة ضمن الموضوعات الرائجة إلى الحملات فإنها تؤدي إلى

## 3 أضعاف

زيادة في رفع المستخدمين المميزين في الرسالة

## 3 أضعاف

زيادة في مشاركة الموضوع المتداول

## 9 أضعاف

زيادة في رفع احتمالية الأفضلية لدى المستخدمين المميزين

المصدر: تويتر، دراسات Nielsen Brand Effect، 2020، العدد = 14 حملة في الولايات المتحدة مع تفعيل إعلان Takeover مميز ضمن الموضوعات الرائجة؛ العدد = 144 حملة في الولايات المتحدة بدون تفعيل. Spotlight, EyeSee New Ad Product Research, 2018. تشير المعدلات 3 أضعاف و9 أضعاف إلى عدد الأفراد المميزين الذين تم تحويلهم إلى الحملات باستخدام إعلان Takeover المميز ضمن الموضوعات الرائجة مقارنة بعدد المستخدمين المميزين الذين لا يستخدمون إعلان Takeover المميز ضمن الموضوعات الرائجة

من خلال الأبحاث الخاصة بنا، وجدنا أن هناك ترابطًا بنسبة

# 88%

بين قضاء وقت أطول على تويتر وتصور الارتباط الثقافي بعلامة تجارية معينة.

المصدر: Kantar MillwardBrown وتويتر، بحث عن الارتباط الثقافي، العدد الإجمالي، اختبار 100 علامة تجارية أمريكية، 2019.

