



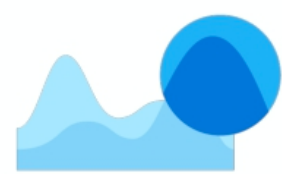
频次上限

概述

我们知道，广告活动效果的一个关键因素是最佳的频次：留下足够深的印象、足够多的时间来产生影响。这就是我们在全全球范围内为 Twitter 引入广告频次上限的原因。不论是对品牌提升或线下销售的影响，频次上限都能让广告商优化广告活动，能够通过很长一段时期内更好地控制展示量和目标受众覆盖面，从而带来卓有成效的业务成效。

我们的研究表明，每周曝光率会对提升上部漏斗的品牌指标产生很大影响。对广告回忆和品牌认知度的整体潜在影响有多达 80% 发生在广告活动的每周前两次曝光中，凸显了频次管理的重要性。

产品主要优势



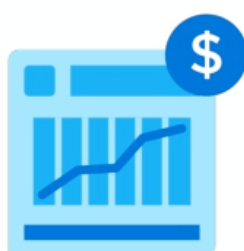
可更好地控制广告投放

频次上限允许你在整个广告活动期间控制用户能够看到广告的次数。



最大化受众覆盖人数

频次上限使你能够向新用户重新分配广告展示次数，从而最大限度地扩大受众覆盖面。



增强广告活动的效果

频次上限可让你更好地控制媒体投放，从而进一步优化最为重要的效果。

详情

实施

你可以 24 小时、7 天或 30 天为基础来设置每个广告组对每个用户的展示次数限制。
(示例：每 7 天最多展示 2 次。)

频次上限可在广告组层级通过广告活动表、广告编辑器进行设置，也可通过广告 API 进行设置。

支持的目标

覆盖人数、视频观看量、前置广告观看量、互动量

如需了解更多信息，请联系你的 Twitter 客户合作伙伴。