



Limites du nombre d'expositions

Présentation

Nous savons qu'une fréquence optimale est un élément clé de l'efficacité d'une campagne : pour avoir un impact, il est nécessaire de générer assez d'impressions en quantité suffisante. C'est pourquoi nous lançons les limites du nombre d'expositions pour les publicités sur Twitter à l'échelle mondiale. Qu'il s'agisse d'améliorer l'image de marque ou l'impact sur les ventes hors ligne, les limites du nombre d'expositions aident les annonceurs à optimiser leurs campagnes et à obtenir des résultats efficaces grâce à un meilleur contrôle des impressions et de la portée sur des périodes prolongées.

Notre étude a montré que la fréquence d'exposition hebdomadaire a un effet important sur les indicateurs du haut du funnel. Jusqu'à 80 % de l'impact potentiel global sur la mémorisation des publicités et la notoriété de la marque se produit au cours des deux premières expositions hebdomadaires d'une campagne. Il est donc très important de gérer la fréquence.

Principaux avantages du produit



Davantage de contrôle sur la diffusion des publicités

Les limites du nombre d'expositions vous permettent de contrôler le nombre de fois qu'un utilisateur voit votre publicité pendant la durée de la campagne.



Optimisation de la portée

Grâce aux limites du nombre d'expositions, vous maximisez votre portée en redistribuant des impressions à de nouveaux utilisateurs.



Amélioration des résultats des campagnes

Les limites du nombre d'expositions vous permettent de mieux contrôler la diffusion de vos médias pour optimiser vos campagnes et obtenir les résultats qui comptent le plus pour vous.

Détails

Implémentation

Vous pouvez définir une limite du nombre d'impressions par utilisateur, pour tout groupe de publicités, sur 24 heures, 7 jours ou 30 jours. (Exemple : jusqu'à 2 impressions tous les 7 jours.)

Les limites du nombre d'expositions sont définies au niveau du groupe de publicités à partir du formulaire de campagne, de l'Éditeur de publicités ou de l'API Publicités.

Objectifs pris en charge

Portée, Vues d'une vidéo, Vues d'un pre-roll, Engagements

Pour en savoir plus, veuillez contacter votre chargé de clientèle Twitter.