



Límites de frecuencia

Descripción general

Sabemos que un componente clave de la eficacia de una campaña es una frecuencia óptima: la capacidad de generar suficientes impresiones las suficientes veces como para provocar un impacto. Es por eso que decidimos introducir los límites de frecuencia de los anuncios en Twitter a nivel global. Ya sea que los anunciantes deseen aumentar el reconocimiento de marca o las ventas fuera de internet, los límites de frecuencia les permiten optimizar las campañas para obtener resultados comerciales, ya que ofrecen un mejor control sobre la publicación de impresiones y el alcance de la audiencia objetivo durante períodos de tiempo prolongados.

Nuestras investigaciones demuestran que la frecuencia semanal de exposición ayuda considerablemente a aumentar las métricas de la marca relativas al embudo superior. Hasta un 80 % del impacto posible general en el Recuerdo del anuncio y en el Reconocimiento de la marca ocurre dentro de las primeras dos exposiciones por semana de una campaña, lo cual resalta la importancia de una buena administración de la frecuencia.

Beneficios clave del producto



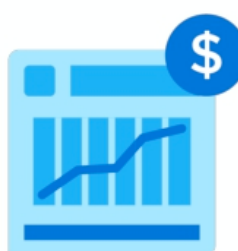
Más control sobre la publicación de anuncios

Los límites de frecuencia te permiten controlar cuántas veces un usuario ve tu anuncio durante la campaña.



Maximiza el alcance de audiencia

Los límites de frecuencia te permiten aumentar al máximo el alcance al redistribuir impresiones a nuevos usuarios.



Mejores resultados de la campaña

Los límites de frecuencia te dan más control sobre la publicación de contenido multimedia; con esto, puedes optimizar aún más y conseguir los resultados que deseas.

Detalles

Implementación

Puedes establecer un límite al número de impresiones vistas por un usuario por Grupo de anuncios para un período de 24 horas, 7 días o 30 días. (*Ejemplo: hasta 2 impresiones cada 7 días.*)

Los límites de frecuencia se configuran en el nivel del Grupo de anuncios desde el Formulario de la campaña, Editor de anuncios o mediante la API de anuncios.

Objetivos admitidos

Alcance, Reproducciones de video, reproducciones pre-roll, interacciones

Comunícate con tu representante de clientes de Twitter para obtener más información.