



# Batas frekuensi

## Ikhtisar

Kami mengetahui satu komponen utama untuk keefektifan kampanye, yaitu frekuensi yang optimal: mengirimkan tayangan yang cukup dalam waktu yang cukup untuk mendorong dampak. Itulah sebabnya kami memperkenalkan batas frekuensi untuk iklan di Twitter secara global. Untuk peningkatan merek maupun dampak penjualan offline, batas frekuensi memungkinkan pengiklan mengoptimalkan kampanye Anda untuk membuahakan hasil bisnis yang efisien melalui kendali yang lebih baik atas pengiriman tayangan dan jangkauan audiens target dalam jangka waktu panjang.

Dalam penelitian kami, kami menemukan bahwa frekuensi paparan mingguan memiliki dampak kuat yang mendorong metrik saluran atas dari merek. Hingga 80% dari seluruh dampak potensial pada Ingatan Iklan dan Kesadaran Merek muncul dalam 2 paparan kampanye dalam seminggu, yang menyorot pentingnya pengelolaan frekuensi.

## Manfaat Utama Produk



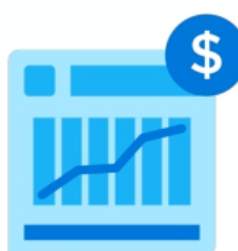
### Kendali lebih besar atas pengiriman iklan

Batas frekuensi memungkinkan Anda mengendalikan berapa kali seorang pengguna melihat iklan Anda selama durasi kampanye.



### Maksimalkan jangkauan audiens

Batas frekuensi memungkinkan Anda memaksimalkan jangkauan dengan mendistribusikan ulang tayangan ke pengguna baru.



### Hasil kampanye yang ditingkatkan

Batas frekuensi memberikan kendali lebih besar kepada Anda atas pengiriman media, jadi Anda dapat mengoptimalkan lebih jauh hasil yang paling bermakna bagi Anda.

## Detail

### Penerapan

Anda dapat menetapkan batas pada jumlah tayangan yang dilihat pengguna per Grup iklan selama 24 jam, 7 hari atau 30 hari. (Contoh: Hingga 2 tayangan setiap 7 hari.)

Batas Frekuensi ditetapkan pada tingkat Grup Iklan dari Formulir Kampanye, Editor Iklan atau melalui API Iklan.

### Sasaran yang didukung

Jangkauan, Tayangan Video, Tayangan Pre-roll, Engagement

Untuk informasi lebih lanjut, harap hubungi Pengelola Akun Twitter Anda.