



フリークエンシー上限

概要

広告キャンペーンの効果を示す1つの主要な要素は、最適な頻度（つまり、十分なインプレッションの獲得や、効果を高めるのに十分な時間）です。そのためTwitterでは、全世界のTwitter広告を対象にフリークエンシー上限を提供しています。ブランドリフトや、オフラインセールスへの効果など、目的が何であれ、広告主様はフリークエンシー上限によって長期間にわたりインプレッションの獲得やターゲットオーディエンスへのリーチをより細かくコントロールすることで、事業成果を出せるように広告キャンペーンを最適化できます。

Twitterの調査では、週ごとの広告配信の頻度は、アッパーファネルのブランドデータの向上に大きな影響を及ぼすことが明らかになりました。広告キャンペーンが広告想起やブランド認知に及ぼす潜在的影響全体の最大80%は、週ごとの広告配信のうちの最初の2回で発生しています。これは、頻度管理の重要性を強調しています。

商品の主なメリット



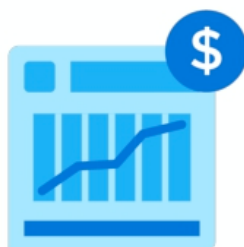
広告配信をより細かくコントロールできる

フリークエンシー上限により、広告キャンペーン期間全体にわたり、各利用者に広告を配信する回数をコントロールできます。



オーディエンスリーチを最大化できる

フリークエンシー上限を使うと、インプレッションを新しい利用者に再分配することでリーチを最大化できます。



広告キャンペーンの成果を高められる

フリークエンシー上限を使うと、メディア配信をより細かくコントロールできるようになるため、最も重視する成果に合わせてさらに最適化できます。

詳細

実装

広告グループごとに、24時間、7日間、または30日間にわたる利用者1人あたりの配信インプレッション数の上限を設けることができます（たとえば、7日ごとに最大2インプレッションなど）。

フリークエンシー上限は、広告グループごとに設定します。設定は広告キャンペーンフォームや広告エディターから行うか、広告APIを介して行います。

サポートされているキャンペーン目的:

リーチ、動画の再生数、プレロール再生数、エンゲージメント数

詳細はTwitterのクライアントパートナーにお問い合わせください。