

TWITTER | STRATEGIA

Percorso dell'utente (Customer's Journey)



Gli account creati dall'utente hanno impostazioni e possibilità semplificate.

In questi account sono disponibili:

- Copertura
- Interazione
- Follower
- Traffico al sito
- Keywords

1 Choose objective 2 Create ad 3 Customize delivery

What's your objective?



Reach
Get more people to see my ad.



Engagements
Get more likes, Retweets, replies and link clicks.



Followers
Get more followers.



Website traffic
Get more visitors to my website.



Keywords
Reach users with high intent

Il processo di creazione campagna semplificato è diviso in 3 passaggi:

- Scelta obiettivo
- Creazione annuncio
- Impostazione del delivery

1 Choose objective **2 Create ad** 3 Customize delivery

Create a keyword ad

Ad text

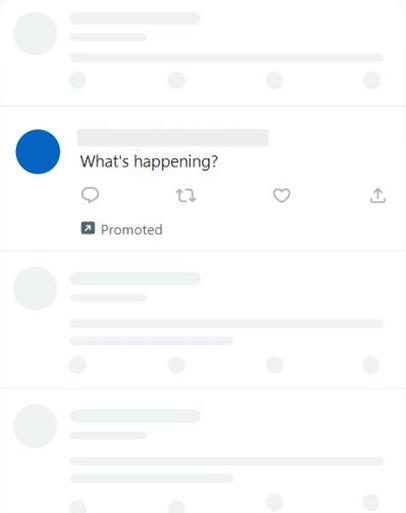
 **Everyone can reply** 

Media

[Add media](#)

NOTE Launching this ad will create a promoted-only Tweet. Learn more about [promoted-only Tweets](#).

Preview Timeline 



The preview shows a tweet with the text "What's happening?". It includes icons for replies, retweets, likes, and a share icon. A "Promoted" label is visible below the tweet. The tweet is shown in a timeline context with other tweets represented by placeholder icons.

Nella parte di impostazione si possono specificare:

- periodo
- targeting
- budget giornaliero
- metodo di pagamento

✓ Choose objective ✓ Create ad ✓ **Customize delivery**

Keywords Targeting

Keywords

ai × digital transformation × Add up to 200 keywords

Demographics

Budget & schedule

Set a budget that fits your needs and a date range to take more control of your spend. [Learn more](#)

Daily budget ⓘ Date range ⓘ

USD 100.00 2023-03-29 – 2023-04-11 GMT+2

Audience summary

2.1K - 2.3K
Reach potential ⓘ

Demographics

Gender Any Age Any

Location Italy

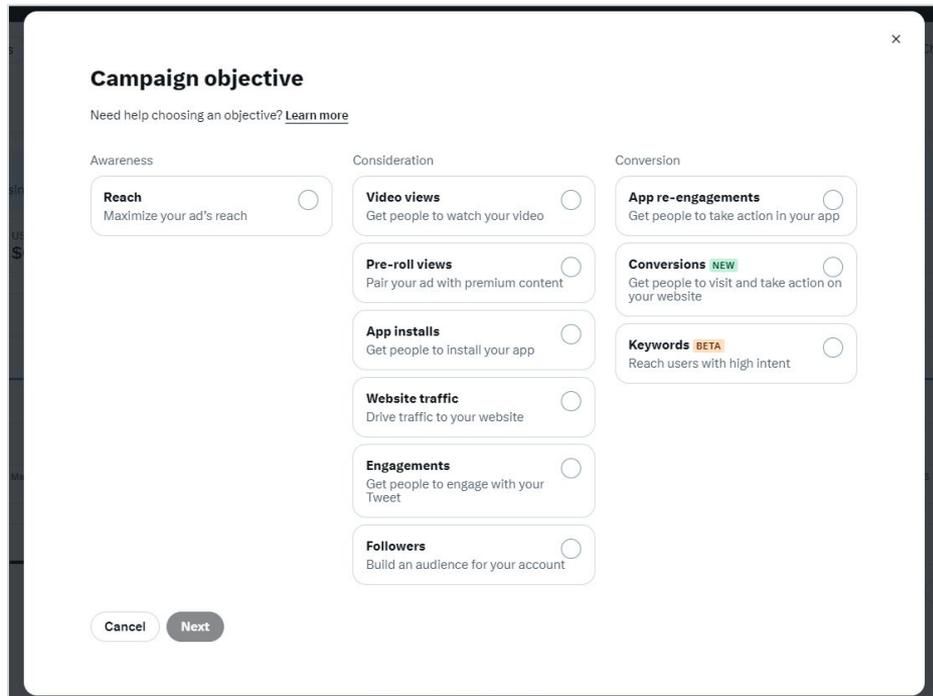
Targeting Features

Keywords ai, digital transformation

Esempio campagna keyword.

Gli **obiettivi** delle campagne Twitter su account creati tramite Connectads sono:

- Copertura
- Visualizzazione video
- Visualizzazione pre-roll
- Installazioni app
- Traffico sul sito web
- Interazioni
- Follower
- Ricoinvolgimenti in app
- Conversioni
- Keywords (beta)



Campaign objective

Need help choosing an objective? [Learn more](#)

Awareness

- Reach**
Maximize your ad's reach

Consideration

- Video views**
Get people to watch your video
- Pre-roll views**
Pair your ad with premium content
- App installs**
Get people to install your app
- Website traffic**
Drive traffic to your website
- Engagements**
Get people to engage with your Tweet
- Followers**
Build an audience for your account

Conversion

- App re-engagements**
Get people to take action in your app
- Conversions** **NEW**
Get people to visit and take action on your website
- Keywords** **BETA**
Reach users with high intent

Cancel **Next**

Promuovi	Tipologia campagna	Paga per
Brand	Visite al sito Followers Copertura Interazione Keyword	Link clic (CPLC) Nuovi follower (CPF) Impressions (CPM) Interazioni (CPE) Impressions/Link Clic in base all'obiettivo.
Video	Visualizzazioni video Pre-roll Visualizzazioni	Visualizzazioni video (CPV)
Conversioni	Conversioni Installazioni o reingaggio app Keyword	Link clicks (CPLC) Installazioni app (CPI) Link clicks (CPLC)

Twitter da la possibilità di scegliere quali sono le tipologie di offerta disponibili e, in alcuni casi, per cosa pagare (unità offerta).

Su tutti gli obiettivi è possibile utilizzare l'opzione di **Offerta automatica**, la campagna si auto ottimizza cercando di raggiungere il risultato al minor costo possibile.

Questa modalità è raccomandata quando ci si accinge a creare una campagna per la prima volta o con un obiettivo mai usato prima per quella tipologia di profilo/prodotto.

È possibile anche definire (in base all'obiettivo):

Costo target: definisci un costo target per preservare il costo medio per unità dell'offerta.

Offerta massima: definisci l'offerta massima che non supererai mai. Un'offerta più alta servirà per visualizzare più spesso il tuo annuncio.

Tipo di offerta

Offerta automatica (suggerita) 

L'offerta sarà ottimizzata per massimizzare i risultati al prezzo più basso ed entro il tuo budget.

Per alcuni obiettivi, a livello di gruppo, è possibile scegliere l'ottimizzazione di pubblicazione preferita per la campagna.

L'ottimizzazione serve a dare indicazione alla piattaforma su quale sia la priorità per la campagna.

- **Copertura:** copertura massima - copertura con interazione
- **Installazioni app:** installazione/clic su app
- **Clic sul sito web:** Clic Link / Conversioni
- **Ricoinvoltamenti in app:** installazione/clic su app
- **Keyword:** Link Clic / Impressions

Preferenza ottimizzazione

Copertura massima ▼

Copertura massima

Copertura con interazione

Twitter ha abilitato la possibilità di inserire un **Frequency Cap** sui Gruppi di Annunci.

Questa opzione è disponibile per i seguenti obiettivi di campagna:

- Awareness
- Engagement
- Video Views
- Amplify Pre-Roll Video Views

L'utilizzo del Frequency Cap porta diversi vantaggi:

- **Maggiore controllo** sulla delivery degli annunci
- Massimizzazione della copertura sul target
- Miglioramento dei risultati di campagna

Frequency cap ⓘ

Automatically optimize ad frequency (recommended) ⓘ

Set a custom cap ⓘ

2 impressions per 7 days ▼