

Promoted Trend Spotlight

Übernimm den „Erkunden“-Tab von Twitter, wo die Nutzer nachsehen, was es Neues gibt

Überblick

Mit dem **gesponserten Trend im Spotlight** werden für Marken zwei Vorteile kombiniert: zum einen die Attraktivität von Video und zum anderen der Premiumplatz im „Erkunden“-Tab, wo die Nutzer nachsehen, was es Neues gibt.

Erzeuge Aufmerksamkeit



Mit Creatives in voller Breite erlangen Promoted Trend Spotlights Aufmerksamkeit und verleihen deiner Botschaft den nötigen Nachdruck. Gesponserte Trends im Spotlight sind bis zu 6 Sekunden lange Videos, GIFs oder statische Bilder von voller Breite auf Mobilgeräten in der Twitter App verfügbar.



Hebe dich mit deiner Marke ab

Mit deinem Promoted Trend Spotlight ganz oben im „Erkunden“-Tab hebst du deine Marke von anderen Platzierungen auf Twitter ab. Sie erscheint neben gut aufgebautem redaktionellem Inhalt.



Mach deine Unterhaltung sichtbar

Die prominente Platzierung gepaart mit der immensen Reichweite durch die Platzierung im „Erkunden“-Tab von Twitter verhelfen Marken dazu, Unterhaltungen zu beginnen und Diskussionen anzuregen.

Details zu Spotlight

- Spotlight ist ein Upgrade für den Promoted Trend bei Twitter.
- Die Medienanzeige im Spotlight erscheint die ersten beiden Male am Tag ganz oben im „Erkunden“-Tab, wenn ein Nutzer diesen aufruft. Danach befindet sie sich für den Rest des Tages wieder an der gewohnten Stelle des gesponserten Trends.
- Informationen zu Preisen und Verfügbarkeit erhältst du bei deinem Twitter Kundenpartner

Creative-Vorgaben

Medien: 6 Sekunden lange Schleifen-GIFs, MP4 oder unbewegte Bilder

Bildformat: 16:9 (für Bilder, GIFs oder Videos)

Dateigröße: 5 MB für Bilder, 15 MB für GIFs/Videos

Hashtag für gesponserte Trends: Max. 16 Zeichen

Beschreibung für gesponserte Trends: Max. 30 Zeichen

Sende deinen Tweet als **dunklen Tweet** an Twitter und verwende **nur** Medien entweder im GIF-, MP4- oder Bildformat. **Medien in Cards-Formaten werden nicht angenommen.**

Quelle: EyeSee New Ad Products Research, 2018 F: Zu welchen der folgenden Marken hast du schon einmal einen Tweet gesehen? F: Wie positiv siehst du [Marke]? F: Wie hast du auf die Anzeige reagiert? F: Wie wahrscheinlich würdest du [Marke] berücksichtigen, wenn du das nächste Mal nach [Produkt] suchst?

3 x

höhere durchschnittliche
Klickraten
als beim Promoted Trend

113 %

höhere
Anzeigenerinnerung
als beim Promoted Trend

