



トレンドテイクオーバー トレンドテイクオーバープラス

広告がトレンドに連動して表示されます。

トレンドテイクオーバーは、最新トレンドに連動して広告を表示します。トレンドテイクオーバープラスは、クリエイティブを加えたメッセージで心を掴みます。トレンドテイクオーバーでは、トレンドに連動して、会話が始まる場所である [話題を検索] タブにメッセージを表示します。Twitterのトレンドは、[話題を検索] タブ一か所に集まります単に話題の一部になるだけでなく、トレンドテイクオーバーを活用し、話題の中心になりましょう。トレンドテイクオーバープラスは8,400万回を超えるインプレッションをタイムラインと [話題を検索] で実現しています。

トレンドテイクオーバープラスを広告キャンペーンに取り入れることで、以下を実現できます。

3倍

メッセージ想起が向上したユニークユーザー数

3倍

トレンドエンゲージメントが増加

9倍

好感度が向上したユニークユーザー数

出典: TwitterとNielsen社によるブランド影響力調査、2020年、14件のトレンドテイクオーバープラスのアクティベーションありの米国広告キャンペーン。144件のスポットライトのアクティベーションなしの米国広告キャンペーン。EyeSee!による新しい広告商品調査、2018年。記載された比率（3倍および9倍）は、トレンドテイクオーバープラスを使用した広告キャンペーンで各指標が向上したユニークユーザー数の、トレンドテイクオーバープラスを使用していない広告キャンペーンで各指標が向上したユニークユーザー数に対する倍率を示す。

当社の調査から、Twitterへの支出額とブランドの文化的レバンスーに対する認知度の間には、

88%

の相関関係があることが分かっています。

出典: Kantar Millward Brown社とTwitterによる文化的レバンスー調査、すべての利用者と米国の100ブランドを対象に検証、2019年。

