

تويتر يكشف عن واجهة جديدة لإدارة الإعلانات



أطلق "تويتر" واجهة برمجية جديدة لإدارة الإعلانات وهي خطوة من موقع التواصل الاجتماعي لدعم نظامه الإعلاني الذي بدأ في عام 2010 بطريقة ترويج التغريدات "Tweets Promoted".

وسوف تتوافر الواجهة البرمجية الجديدة للمعلنين عبر خدمات مجموعة من شركاء موقع التواصل الاجتماعي، هم "أدوبي" و "HootSuite" و "Salesforce" و "SHIFT" و "Digital TBG".

وأشار موقع التواصل الاجتماعي إلى أن الواجهة البرمجية الجديدة تلك تهدف إلى تحسين الإعلانات المقدمة إلى مستخدمي الموقع وليس بهدف زيادتها مما يزعج المستخدمين.

وأوضح "تويتر" عبر المدونة الخاصة بنظامه الإعلاني، أن الواجهة ستسمح للمعلنين إدارة حملاتهم الإعلانية بشكل أكثر فاعلية حيث ستوفر لهم طريقة سهلة للوصول للمستخدم المطلوب في الوقت المطلوب، كما ستوفر لهم تقارير تفصيلية عن حملاتهم وتأثيرها على المستخدمين.

وكان "تويتر" قد بدأ في تجربة الواجهة البرمجية الجديدة في شهر يناير الماضي قبل أن يستقر على توفيرها للمعلنين عبر خمسة شركاء يستطيع المعلن عبر أدواتهم البرمجية إدارة حملاته الإعلانية بشكل أفضل.

ومن جانبها أوضحت خدمة "HootSuite" كيفية إدارة الحملات عبر الواجهة الجديدة، حيث سيتوافر خيار

إدارة يمكن ومنها ، موقعها عبر "تويتر" في الحساب إدارة خيارات ضمن "Promote" و "Advertising" الحملة الإعلانية وإضافة تغريدات محددة لجذب المستخدمين إليها أو تحديد تغريدة موجودة مسبقاً وترويجها عبر موقع التواصل الاجتماعي.

يذكر أن "تويتر" يملك حالياً أكثر من 200 مليون حساب نشط، وتتوقع بعض شركات الدراسات والأبحاث منها شركة "إي ماركت" لأبحاث الإنترنت أن يصل عائد الإعلانات لدى موقع التواصل الاجتماعي إلى مليار دولار بحلول العام المقبل.