

Twitter为广告主们提供优惠政策 希望他们回来投放广告

12月2日Twitter最新消息，Twitter为广告主们提供优惠政策，希望他们回来投放广告，马斯克可谓是下狠了。



在埃隆·马斯克（Elon Musk）入主 Twitter 后，许多广告主因为担心他的内容审核政策而缩减了相应的广告投入，此举则希望能够改变之前的颓势。

Twitter 在发给广告代理公司的电子邮件中表示，该公司将在 12 月启动“有史以来最大的广告主激励项目”，如果广告主的投入达到一定数额，将会奖励额外的曝光。

该邮件称，在 Twitter 上投放 50 万至 100

万美元的广告主将获得等额加赠。投放 35 万美元的广告将获得半额加赠——在已购买曝光量的基础上，额外赠送一半的曝光量。投放 20 万美元的广告主将获得四分之一加赠。

Twitter 还在发给另外一家广告公司的邮件中针对美国品牌给出了同样的优惠，对英国及其他地方的品牌提供的优惠则略有调整。

马斯克今年 10 月完成对 Twitter 440 亿美元的收购。但他随后的一系列举措却疏远了各大品牌和广告公司，包括放松内容审核、恢复违规账号和裁员 50%（其中包括大量销售人员）。

包括美联航和通用汽车在内的广告主都已经停止在 Twitter 投放广告，而 Omnicom Media 和 Interpublic Group 等广告公司也都推荐客户暂停投放，对 Twitter 50 亿美元的业务造成了冲击。

为了完成收购，马斯克让 Twitter 背负了 130 亿美元的债务，每年的利息高达 10 亿美元。

电子邮件显示，Twitter 的最新促销优惠将持续到 12 月底，他们还邀请各大品牌和广告公司通过电话沟通。

目前，Twitter 尚未对此置评。

马斯克自称是“自由言论绝对主义者”，只要符合法律规定，就允许人们在 Twitter 上发布任何言论。不过，“负面 / 仇恨性言论”不会得到系统助推。该公司已经不再优先封杀与新冠肺炎有关的虚假信息，但他们在周三的推文中表示，其政策并未发生变化，而且信任和安全团队依然“强大且资源充足”。

对于在 Twitter 平台缩减广告支出的公司，马斯克甚至会亲自打电话给他们的 CEO，对其进行斥责。比如，作为 Twitter 最大的广告主之一，苹果 CEO 蒂姆·库克（Tim Cook）周一就因为缩减 Twitter

广告支出遭到马斯克的公开喊话。

知情人士表示，经历了几轮裁员潮和离职潮后，Twitter 的广告业务团队已经大幅收缩，许多广告公司和品牌甚至已经找不到对接人员。还有人抱怨称，Twitter 的广告系统也在马斯克的改革期间变得卡顿难用。

知情人士透露，虽然 Twitter 此次促销非常慷慨，但一些品牌并未动心。一家广告公司的高管称，此举“不会影响广告主的决策”。

“这让人想起在泰坦尼克号上拉小提琴的那个家伙。”另一位广告公司高管说，“我不认为会有客户愿意冒险。”

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/16699854721206.html>