ESTUDO DE CASO

Anúncios automáticos complementam o posicionamento manual do site Jprime, aumentando a receita em 5%, sem afetar a taxa de rejeição

O Shukan Josei PRIME (Jprime) é um site de notícias japonês lançado em 2015, que atrai aproximadamente 30 milhões de usuários únicos e 90 milhões de visualizações de página mensais, segundo dados de abril de 2025. O site traz uma ampla variedade de reportagens, incluindo notícias sobre entretenimento, estilo de vida e tendências, além de cobrir
a família imperial japonesa.

O desafio

Apesar de ter uma estratégia de publicidade manual bem elaborada, o Shukan Josei PRIME se deparou com um desafio: identificar as melhores posições de anúncios em matérias longas e adaptá-las aos diferentes tipos de dispositivos, o que pode ter gerado uma possível perda de receita.

A estratégia

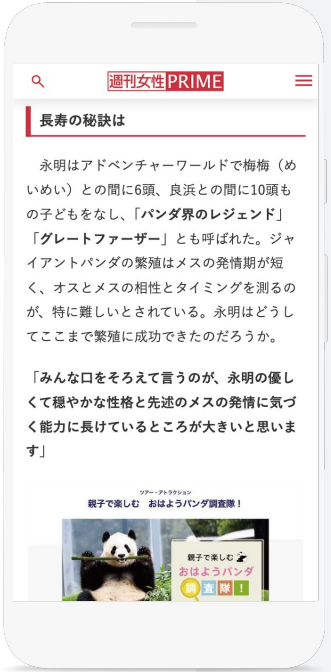
A estratégia do Shukan Josei PRIME, que era manual, foi potencializada com os anúncios automáticos em formato de banner do Google AdSense. A empresa manteve o controle das posições de anúncio mais importantes, mas adotou os anúncios automáticos para otimizar as demais, com a meta de melhorar a receita e preservar a experiência do usuário.

Os resultados

+5%
na receita de publicidade

Sem
investimento extra em tecnologia

Estabilidade
na taxa de rejeição foi mantida



> Nós priorizamos o posicionamento manual, mas os anúncios automáticos do AdSense foram muito úteis para a identificação de posições relevantes. A funcionalidade que impede a veiculação de anúncios em certas áreas da página também ajudou muito, e sem precisar envolver o time de TI e mexer na programação.
>
> — Kohei Hata, SHUFU TO SEIKATSU SHA CO., LTD.

© 2025 Google LLC. Todos os direitos reservados. Google e o logotipo do Google são marcas registradas da Google LLC.
Todos os demais nomes de produtos e empresas podem ser marcas registradas das respectivas empresas a que estão associados.

Google AdSense