

কেস স্টাডি

অটোমেটিক বিজ্ঞাপন ইন-পেজ ফর্ম্যাটগুলি HiNative-এর ক্ষেত্রে বিজ্ঞাপন থেকে উপার্জনে ২০% বৃদ্ধি নিয়ে আসে

Lang-8, Inc.

টোকিও-ভিত্তিক কোম্পানি Lang-8, Inc. (২০০৭ সালে প্রতিষ্ঠিত) ডেভেলপ করে HiNative, যা হল বিশ্বব্যাপী ভাষা ও সাংস্কৃতিক আদান-প্রদানের একটি প্ল্যাটফর্ম যেটি ভাষা শিক্ষার্থী ও স্থানীয় ভাষাভাষীদের মধ্যে সংযোগ স্থাপন করে। এই দ্রুত বর্ধনশীল প্ল্যাটফর্মটি ২৩২টি দেশ ও অঞ্চল জুড়ে ১৮ মিলিয়ন মাসিক সক্রিয় ব্যবহারকারীকে (MAU) পরিষেবা দেয়।

চ্যালেঞ্জ

ক্রমবর্ধমান ট্রাফিক ও ব্যবহারকারীর পরিবর্তনশীল চাহিদার সম্মুখীন হওয়ায়, HiNative টিম তাদের AdSense থেকে হওয়া মোট উপার্জন বাড়ানোর জন্য একটি স্কেলেবল ও নিরবচ্ছিন্ন সমাধান চায়।

পদক্ষেপ

বিজ্ঞাপনের ইনভেনটরি ম্যানেজ করাকে আরও সহজ করে তুলতে এবং ইন-পেজ বিজ্ঞাপনের পারফরম্যান্স উন্নত করতে, HiNative অটোমেটিক বিজ্ঞাপন ইন-পেজ ফর্ম্যাট চালু করে। AI দ্বারা পরিচালিত এই সমাধান টেস্টিংয়ের তিন সপ্তাহের মধ্যে অভাবনীয় ফলাফল প্রদান করে, যা ম্যানুয়াল প্রচেষ্টার পরিমাণ উল্লেখযোগ্যভাবে হ্রাস করে।

ফলাফল

২০%

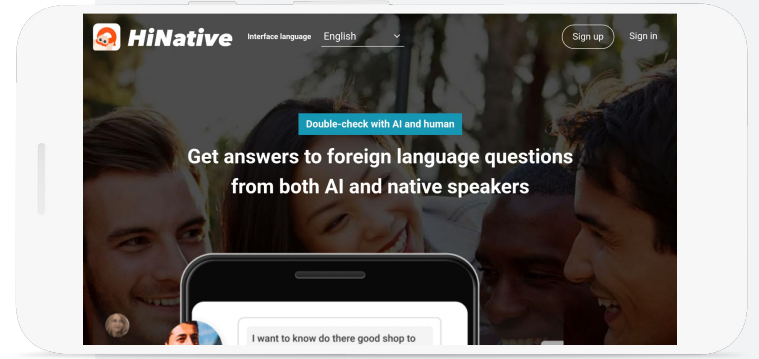
বিজ্ঞাপন থেকে হওয়া
মোট উপার্জনে বৃদ্ধি

৩৭%

বিজ্ঞাপনের মোট
ইম্প্রেশনে বৃদ্ধি

বজায় রাখা হয়েছে

ব্যবহারকারীর এনগেজমেন্ট
ও তাদের সফলভাবে ধরে রাখা



“””

অটোমেটিক বিজ্ঞাপন ইন-পেজ ফর্ম্যাটের সহায়তায়,
ব্যবহারকারীর এনগেজমেন্ট বজায় রাখা ও তাদের
সফলভাবে ধরে রাখার পাশাপাশি আমরা মোট
উপার্জনের ক্ষেত্রে একটি উল্লেখযোগ্য বৃদ্ধি এবং
ম্যানুয়াল প্রচেষ্টার ক্ষেত্রে একটি উল্লেখযোগ্য হ্রাস লক্ষ্য
করেছি।

— Yangyang Xi, যিনি হলেন Lang-8, Inc.
কোম্পানির সিইও