

ESETTANULMÁNY

Az automatikus hirdetések kiegészítik a Shukan Josei PRIME manuális hirdetéselhelyezéseit, és 5%-kal növelik a bevételt a visszafordulási arány befolyásolása nélkül



A Shukan Josei PRIME egy 2015-ben indított hírportál, amely 2025 áprilisában havonta körülbelül 30 millió egyedi felhasználót (UU) és 90 millió oldalmegtekintést (PV) vonz. Cikkek széles skáláját kínálja, a szórakozásra összpontosító exkluzív hírektől kezdve a japán császári családdal, a társadalommal, életmóddal és trendekkel foglalkozó cikkekig.

A kihívás

A Shukan Josei PRIME a jól átgondolt manuális hirdetési stratégia ellenére azzal a kihívással szembesült, hogy hatékonyan azonosítsa és igazítsa a hosszabb cikkekben és a különböző eszközökön az optimális hirdetéselhelyezéseket, ami potenciálisan elszalasztott bevételi lehetőségekhez vezetett.

A megközelítés

A Shukan Josei PRIME az AdSense automatikus hirdetések szalaghirdetési formátumaival javította manuális hirdetési stratégiáját. Ők irányították a kulcsfontosságú elhelyezéseket, míg az Automatikus hirdetések máshol optimalizáltak a jobb bevétel és a felhasználói élmény megőrzése érdekében.

Az eredmény

+5%

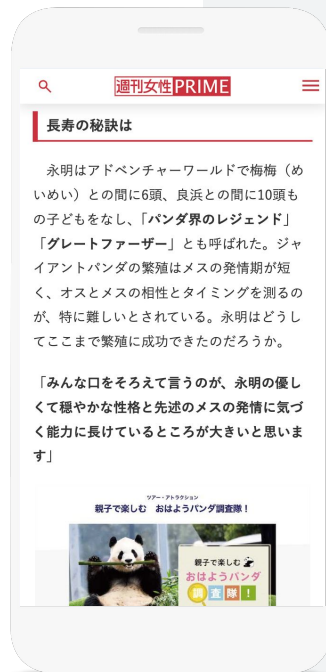
hirdetésekből
származó bevétel

Nincs

új technológiai
beruházás

Stabil

visszafordulási arány



“““

Bár elsősorban manuális hirdetéseket használunk, az AdSense automatikus hirdetéseit különösen hasznosnak találjuk, amikor releváns hirdetéselhelyezéseket szeretnénk felvenni. Az a funkció is fontos, amely lehetővé teszi, hogy bizonyos területeket kódolás nélkül zárjunk ki vizuálisan a kezelőfelületen.

— Hata Kóhei, SHUFU TO
SEIKATSU SHA CO., Ltd.