

মুহসিন

Google
AdSense

“গুগল
অ্যাডসেন্স
সম্পূর্ণ গাইড:
A থেকে Z”

লেখক

মুহাম্মাদ মুহসিন

গুগল অ্যাডসেন্স সম্পূর্ণ গাইড: A থেকে Z

মুহাম্মাদ মুহসিন

www.muhsen.com

বইটি বিনামূল্যে বিতরণযোগ্য এবং কোনক্রমেই বিক্রির জন্য নয়।

লেখকের কিছু কথা

আমি এই বইটি লিখেছি সেই সব মানুষদের জন্য যারা অনলাইনে আয় করতে চান, কিন্তু জানেন না কোথা থেকে শুরু করবেন। গুগল অ্যাডসেন্স সম্পর্কে আমি বহু বছর ধরে কাজ করছি এবং এই পথে অনেক কিছু শিখেছি। আমি বুঝি, কতটুকু কঠিন হতে পারে নতুন কিছু শুরু করা, বিশেষ করে যখন আপনি জানেন না কীভাবে সঠিক পথে এগোতে হবে।

এই বইটি আমি লিখেছি ঠিক আপনার জন্য—যারা গুগল অ্যাডসেন্স নিয়ে আগ্রহী, কিন্তু এখনও জানেন না এর সঠিক ব্যবহার। আমি এখানে খুব সহজ ভাষায় এবং ধাপে ধাপে আপনাকে গাইড করব, যাতে আপনি খুব সহজেই এই প্ল্যাটফর্মে সফল হতে পারেন।

এ বইটি পড়লে আপনি শিখবেন কিভাবে গুগল অ্যাডসেন্স ব্যবহার করে আয় শুরু করতে পারেন, কীভাবে আপনার ব্লগ বা ওয়েবসাইট থেকে

ভালো রেভিনিউ পেতে পারেন, এবং সবশেষে, কীভাবে আপনি এটি নিয়মিত আয় করতে পরিণত করবেন।

আপনার সফলতা, আমার সফলতা। আমি চাই, আপনি এই বইটি পড়ার পর আপনার স্বপ্নের দিকে আরও এক ধাপ এগিয়ে যান।

মুহাম্মাদ মুহসিন

টুঙ্গিপাড়া, গোপালগঞ্জ, ঢাকা, বাংলাদেশ

সূচিপত্র

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| গুগল অ্যাডসেন্সের ভূমিকা | 18 |
| গুগল অ্যাডসেন্স কি | 19 |
| যেখানে আপনার গুগল অ্যাডসেন্স হতে পারে..... | 21 |
| গুগল অ্যাডসেন্স কিভাবে কাজ করে | 22 |
| গুগল অ্যাডসেন্স অকশন কি | 23 |
| গুগল অ্যাডসেন্স ফরম্যাট | 25 |
| গুগল অ্যাডসেন্সের মূল পদ্ধতি হলো CPC (Cost Per Click), CPM (Cost Per Thousand Impressions), এবং CPA (Cost Per Acquisition) । | 28 |
| Google AdSense অ্যাকাউন্ট সেটআপ এবং নেভিগেশন..... | 29 |
| Google AdSense অ্যাকাউন্ট তৈরি | 31 |
| গুগল অ্যাডসেন্স ড্যাশবোর্ড নেভিগেশন..... | 32 |
| Google AdSense অ্যাকাউন্ট সেটিংস | 33 |
| টুল ট্যাব | 33 |
| গুগল অ্যাডসেন্স বিলিং এবং পেমেন্ট পদ্ধতি..... | 35 |
| স্মার্ট মোড এবং এক্সপোর্ট মোড | 36 |
| Google AdSense পলিসি..... | 37 |
| Google AdSense সেট আপ..... | 38 |
| গুগল অ্যাডস সেটআপের প্রাথমিক ধাপ:..... | 39 |
| গুগল অ্যাডস সেটআপের সুবিধা | 39 |
| বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য এবং লক্ষ্য..... | 40 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| বিজ্ঞাপন লক্ষ্যগুলির উদাহরণ:..... | 40 |
| গুগল অ্যাডস লক্ষ্য নির্ধারণের গুরুত্ব: | 41 |
| গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন স্ট্রাকচার..... | 41 |
| গুগল অ্যাডসের কাঠামো: | 41 |
| গুগল অ্যাডস কাঠামোতে পরিকল্পনার গুরুত্ব: | 42 |
| অ্যাডস ক্যাম্পেইন..... | 42 |
| ক্যাম্পেইনের উপাদান:..... | 43 |
| অ্যাড গ্রুপ | 43 |
| অ্যাড গ্রুপের উপাদান:..... | 43 |
| বিজ্ঞাপনের উপাদান: | 44 |
| গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্ট | 44 |
| গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্টের ধরন: | 44 |
| গুগল অ্যাড প্লেসমেন্টের সুবিধা:..... | 45 |
| বিডিং এবং বাজেটিং..... | 45 |
| বিডিং | 46 |
| গুগল অ্যাডসে, বিডিং হলো সেই প্রক্রিয়া, যার মাধ্যমে আপনি গুগলকে জানান আপনি প্রতি ক্লিক (CPC) বা প্রতি হাজার ইমপ্রেশন (CPM) এর জন্য কত টাকা দিতে প্রস্তুত। বিডিং সিস্টেমটি আপনাকে প্রতিযোগিতায় দাঁড়াতে সহায়তা করে, যাতে আপনার বিজ্ঞাপনটি সম্ভাব্য ব্যবহারকারীর কাছে দেখা যায়। | 46 |
| বাজেট নির্ধারণ..... | 46 |
| বিডিং এবং বাজেটের সঠিক ব্যবহারের গুরুত্ব: | 46 |

| | |
|--------------------------------------------------------------|----|
| নেভিগেটিং অডিয়েন্স ম্যানেজার..... | 47 |
| ১. Audience Manager কী? | 47 |
| ২. কিভাবে নেভিগেট করবেন Audience Manager? | 48 |
| ৩. অডিয়েন্স ম্যানেজমেন্টের সুবিধা:..... | 48 |
| Audience Manager ব্যবহার..... | 48 |
| ১. কাস্টম অডিয়েন্স তৈরির উপায়:..... | 48 |
| ২. কাস্টম অডিয়েন্সে কতগুলি প্যারামিটার যুক্ত করা যায়?..... | 49 |
| ৩. কাস্টম অডিয়েন্সের সুবিধা: | 49 |
| অডিয়েন্স টার্গেটিং | 49 |
| ১. অডিয়েন্স টার্গেটিং কী?..... | 49 |
| ২. টার্গেটিং কিভাবে করবেন? | 50 |
| ৩. অডিয়েন্স টার্গেটিং এর উপকারিতা:..... | 50 |
| ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি | 50 |
| ১. ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন কী?..... | 50 |
| ২. ক্যাম্পেইন তৈরি:..... | 51 |
| ৩. অপটিমাইজেশন:..... | 51 |
| ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন | 51 |
| ১. ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য:..... | 52 |
| ২. ক্যাম্পেইন টার্গেটিং:..... | 52 |
| ৩. বিজ্ঞাপন ফরম্যাট:..... | 52 |
| অ্যাড ক্যাম্পেইন স্পেসিফিকেশন | 52 |

| | |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| ১. বিজ্ঞাপন সাইজ:..... | 53 |
| ২. ফাইল সাইজ:..... | 53 |
| গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক ক্যাম্পেইন সেটআপ..... | 53 |
| ১. ক্যাম্পেইন তৈরি করার প্রক্রিয়া:..... | 53 |
| ২. টার্গেটিং অপশন:..... | 54 |
| ৩. ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:..... | 54 |
| রেস্পন্সিভ ডিসপ্লে..... | 54 |
| ১. Responsive Display Ads কী? | 55 |
| ২. কিভাবে Responsive Display Ads তৈরি করবেন? | 55 |
| ৩. Responsive Display Ads এর সুবিধা:..... | 55 |
| গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন | 55 |
| ১. গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন কী?..... | 56 |
| ২. ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরির পদক্ষেপ:..... | 56 |
| ৩. ভিডিও বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন ফরম্যাট:..... | 57 |
| ১. পেমেন্ট মেথড পরিবর্তন:..... | 57 |
| ২. বিলিং ঠিকানা এবং কর সম্পর্কিত সেটিংস:..... | 57 |
| বেসিক বিলিং টাস্কস..... | 58 |
| ১. অ্যাড ক্যাম্পেইনের জন্য পেমেন্ট তথ্য প্রদান:..... | 58 |
| ২. পেমেন্টের উপায় পরিবর্তন:..... | Error! Bookmark not defined. |
| ৩. ইনভয়েস এবং বিলিং রিপোর্ট দেখা: | 59 |
| ৪. বিলিং অ্যাকাউন্টের ব্যালেন্স পর্যালোচনা:..... | 59 |

| | |
|---------------------------------------------------|----|
| ৫. বিলিং সম্পর্কিত সমস্যা সমাধান:..... | 59 |
| প্রমোশনস এন্ড কুপন | 59 |
| ১. প্রমোশনাল কুপন:..... | 60 |
| ২. কুপন ব্যবহার করার নিয়ম:..... | 60 |
| ৩. প্রমোশনাল অফার পাওয়া: | 60 |
| ৪. কুপন সম্পর্কিত শর্তাবলী:..... | 60 |
| রেফান্ডস এন্ড এডজাস্টমেন্টস..... | 60 |
| ১. রিফান্ড প্রক্রিয়া:..... | 61 |
| ২. রিফান্ডের শর্তাবলী:..... | 61 |
| ৩. অ্যাডজাস্টমেন্ট:..... | 62 |
| পেমেন্ট এবং চার্জ সংক্রান্ত সমস্যা | 62 |
| ১. পেমেন্ট পদ্ধতিতে সমস্যা:..... | 62 |
| ২. চার্জ সম্পর্কিত সমস্যা:..... | 62 |
| কীওয়ার্ড প্ল্যানিং..... | 63 |
| ১. কিওয়ার্ড পরিকল্পনার গুরুত্ব:..... | 64 |
| ২. কিওয়ার্ড পরিকল্পনার জন্য টুলস:..... | 64 |
| ৩. কিওয়ার্ড বাছাইয়ের কৌশল:..... | 64 |
| গুগল অ্যাডস অডিয়েন্স ম্যানেজার | 64 |
| ১. অডিয়েন্স ম্যানেজার কী? | 65 |
| ২. অডিয়েন্স ম্যানেজারের বৈশিষ্ট্য:..... | 65 |
| ৩. অডিয়েন্স ম্যানেজার ব্যবহার করার সুবিধা: | 65 |

| | |
|------------------------------------------------------|----|
| অডিয়েন্স ম্যানেজার | 66 |
| ১. অডিয়েন্স ম্যানেজার কীভাবে কাজ করে? | 66 |
| ২. অডিয়েন্স ম্যানেজার-এর কাজের প্রক্রিয়া: | 66 |
| ভিন্ন ভিন্ন অডিয়েন্স অপশন | 66 |
| ১. ডেমোগ্রাফিক টার্গেটিং: | 67 |
| ২. জিওগ্রাফিক টার্গেটিং: | 67 |
| ৩. ইন্টারেস্ট টার্গেটিং: | 67 |
| ৪. রিটার্গেটিং (Remarketing): | 67 |
| নেভিগেট অডিয়েন্স ম্যানেজার | 67 |
| ১. অডিয়েন্স ম্যানেজার ড্যাশবোর্ড: | 68 |
| ২. অডিয়েন্স তৈরি করা: | 68 |
| ৩. অডিয়েন্সের সেগমেন্টেশন: | 68 |
| অডিয়েন্স ম্যানেজার থেকে অডিয়েন্স তৈরি | 68 |
| ১. কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করার পদ্ধতি: | 68 |
| ২. অডিয়েন্স ক্রিয়েশনে কিছু টিপস: | 69 |
| এডস দ্বারা অডিয়েন্সদের দৃষ্টি আকর্ষণ করা | 69 |
| ১. অডিয়েন্স টার্গেটিংয়ে অন্তর্ভুক্তির উপায়: | 69 |
| গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন ডিসপ্লে | 70 |
| ১. গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করা: | 70 |
| ২. অর্পিটমাইজেশন টিপস: | 71 |
| গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন | 71 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| ১. ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য:..... | 71 |
| ২. ভিজুয়াল কন্টেন্ট ব্যবহার:..... | 71 |
| গুগল ডিসপ্লে অ্যাড স্পেসিফিকেশন..... | 72 |
| ১. ছবি বিজ্ঞাপনের স্পেসিফিকেশন: | 72 |
| ২. ভিডিও বিজ্ঞাপনের স্পেসিফিকেশন:..... | 72 |
| গুগল রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাড | 72 |
| ১. রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাডস-এর সুবিধা:..... | 73 |
| ২. কীভাবে তৈরি করবেন:..... | 73 |
| গুগল ভিডিও অ্যাড তৈরি ও ক্যাম্পেইন..... | 73 |
| ১. গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করার পদ্ধতি:..... | 73 |
| ২. ভিডিও ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:..... | 74 |
| ভিডিও বিজ্ঞাপন ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশল | 74 |
| ১. ভিডিও অ্যাডের উদ্দেশ্য:..... | 75 |
| ২. ভিডিও অ্যাডের উপকারিতা: | 75 |
| ভিডিও অ্যাড ফরম্যাট | 75 |
| ১. ভিডিও অ্যাড ফরম্যাটের প্রকার:..... | 75 |
| ২. ভিডিও বিজ্ঞাপন ফরম্যাটের উপকারিতা:..... | 76 |
| ভিডিও বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইন সেটআপ..... | 76 |
| ১. ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য নির্ধারণ:..... | 76 |
| ২. অডিয়েন্স টার্গেটিং নির্বাচন:..... | 77 |
| ৩. ভিডিও কন্টেন্ট তৈরি করুন:..... | 77 |

| | |
|--------------------------------------------|----|
| ৪. বিজ্ঞাপন বাজেট এবং বিডিং:..... | 77 |
| ৫. ক্যাম্পেইন ট্র্যাকিং:..... | 77 |
| গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইন | 77 |
| ১. ক্যাম্পেইন তৈরির প্রাথমিক পদক্ষেপ:..... | 78 |
| ২. অফার এবং কনটেন্ট তৈরি করা:..... | 78 |
| ৩. বাজেট এবং বিডিং:..... | 79 |
| ৪. ট্র্যাকিং এবং অপটিমাইজেশন:..... | 79 |
| গুগল সার্চ অ্যাড হল..... | 79 |
| ১. ক্যাম্পেইন উদ্দেশ্য: | 80 |
| ২. কিওয়ার্ড ভিত্তিক টার্গেটিং:..... | 80 |
| গুগল সার্চ অ্যাড হেডলাইন এবং বিবরণ..... | 80 |
| ১. হেডলাইন লিখার কৌশল: | 80 |
| ২. বিবরণ তৈরি: | 81 |
| ৩. বিজ্ঞাপনের দৈর্ঘ্য:..... | 81 |
| অ্যাড এক্সটেনশন | 81 |
| ১. বিভিন্ন ধরনের অ্যাড এক্সটেনশন:..... | 82 |
| ২. এক্সটেনশনের উপকারিতা:..... | 82 |
| ১. ক্যাম্পেইন লক্ষ্য নির্ধারণ: | 83 |
| ২. কিওয়ার্ড নির্বাচন:..... | 83 |
| ৩. বাজেট নির্ধারণ: | 83 |
| ৪. বিডিং পদ্ধতি নির্বাচন: | 83 |

| | |
|----------------------------------------------|----|
| ৫. কনভার্সন ট্র্যাকিং:..... | 84 |
| ডায়নামিক সার্চ অ্যাডস (DSA)..... | 84 |
| ১. কিভাবে Dynamic Search Ads কাজ করে:..... | 84 |
| ২. DSA ব্যবহারের সুবিধা:..... | 84 |
| গুগল সার্চ অ্যাডের বেস্ট প্র্যাকটিস..... | 84 |
| | 85 |
| ১. কিওয়ার্ড রিসার্চ করুন:..... | 85 |
| ২. অ্যাড কপি অপটিমাইজ করুন:..... | 85 |
| ৩. অ্যাড এক্সটেনশন ব্যবহার করুন:..... | 85 |
| ৪. অফার এবং প্রমোশন দেখান:..... | 85 |
| ৫. পারফরম্যান্স ট্র্যাক করুন:..... | 85 |
| গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন তৈরি..... | 86 |
| ১. গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ:..... | 86 |
| ২. ক্যাম্পেইন টার্গেটিং:..... | 86 |
| ৩. ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:..... | 86 |
| গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন..... | 87 |
| ১. অ্যাপ ক্যাম্পেইন ব্যবহারের সুবিধা:..... | 87 |
| ২. গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলির উদ্দেশ্য:..... | 88 |
| ডিপ লিংক..... | 88 |
| ১. ডিপ লিংক ব্যবহারের সুবিধা:..... | 88 |
| ২. ডিপ লিংক ইনস্টল করা:..... | 89 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ..... | 89 |
| ১. গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন:..... | 89 |
| ২. ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য নির্বাচন করুন:..... | 89 |
| ৩. অ্যাপ নির্বাচন করুন: | 89 |
| ৪. বিজ্ঞাপনের কনটেন্ট তৈরি করুন:..... | 90 |
| ৫. বাজেট ও বিডিং সেট করুন:..... | 90 |
| অ্যাপ ক্যাম্পেইন ও বেস্ট প্রাক্টিসেস..... | 90 |
| ১. বাজেটের সঠিক নির্ধারণ: | 90 |
| ২. অ্যাপ ইনস্টলেশন ট্র্যাকিং ব্যবহার করুন:..... | 90 |
| ৩. ক্রিয়াকলাপ ভিত্তিক লক্ষ্য নির্ধারণ করুন:..... | 90 |
| রিমার্কেটিং..... | 91 |
| ১. রিমার্কেটিং কাজ করে কিভাবে: | 91 |
| রিমার্কেটিং কৌশল..... | 91 |
| ১. রিমার্কেটিং কিভাবে কাজ করে: | 92 |
| ২. রিমার্কেটিং কৌশলের সুবিধা:..... | 92 |
| রিমার্কেটিং সেটআপ..... | 92 |
| ১. গুগল অ্যাডস বা গুগল অ্যানালিটিক্সে রিমার্কেটিং কোড ইনস্টল করুন:..... | 93 |
| ২. রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:..... | 93 |
| ৩. বিজ্ঞাপন তৈরি এবং সেগুলি রিমার্কেটিং লিস্টে যুক্ত করুন: | 93 |
| গুগল ট্যাগ ম্যানেজার সেটআপ..... | 93 |
| ১. গুগল ট্যাগ ম্যানেজার ব্যবহার শুরু করুন:..... | 94 |

| | |
|---------------------------------------------------|-----|
| ২. ট্যাগ কনফিগার করুন:..... | 94 |
| ৩. ট্যাগটি ওয়েবসাইটে ইনস্টল করুন:..... | 95 |
| রিমার্কেটিং অডিয়েন্স গুগল অ্যানালিটিক্স | 95 |
| ১. গুগল অ্যানালিটিক্সে অ্যাকাউন্ট সেটআপ:..... | 95 |
| ২. রিমার্কেটিং অডিয়েন্স তৈরি:..... | 95 |
| ৩. গুগল অ্যাডসে অডিয়েন্স ইনস্টল করুন: | 95 |
| রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি | 96 |
| ১. গুগল অ্যাডসে রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:..... | 96 |
| ২. লিস্টের জন্য শর্ত নির্ধারণ করুন:..... | 96 |
| ৩. লিস্টে দর্শকদের সংযুক্ত করুন: | 96 |
| ১. অডিয়েন্স সেগমেন্টেশন কৌশল:..... | 97 |
| ২. কাস্টম বিজ্ঞাপন তৈরি করুন:..... | 97 |
| ডিসপ্লে রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন | 97 |
| ১. ডিসপ্লে ক্যাম্পেইন তৈরি করুন:..... | 98 |
| ২. বিজ্ঞাপন কনটেন্ট তৈরি করুন:..... | 98 |
| ১. রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:..... | 98 |
| ২. লিস্টটি সার্চ ক্যাম্পেইনে ব্যবহার করুন: | 99 |
| ৩. বিজ্ঞাপন কাস্টমাইজেশন: | 99 |
| ডায়নামিক রিমার্কেটিং..... | 99 |
| ১. ডায়নামিক রিমার্কেটিং কিভাবে কাজ করে: | 99 |
| ২. ডায়নামিক রিমার্কেটিং বিজ্ঞাপন তৈরি:..... | 100 |

| | |
|--------------------------------------------------|-----|
| ৩. ডায়নামিক রিমার্কেটিং সেটআপ:..... | 100 |
| ১. আকর্ষণীয় বিজ্ঞাপন কনটেন্ট তৈরি করুন:..... | 100 |
| ২. উচ্চ মানের দর্শক টার্গেট করুন:..... | 100 |
| ৩. বিভিন্ন সেগমেন্ট তৈরি করুন:..... | 101 |
| ৪. অভিযান বিশ্লেষণ করুন:..... | 101 |
| ক্যাম্পেইন অপটিমাইজ 101 | 101 |
| ১. অপটিমাইজেশন স্কোর ব্যবহার করুন:..... | 102 |
| ২. স্বয়ংক্রিয় নিয়মগুলি ব্যবহার করুন:..... | 102 |
| ৩. সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করুন:..... | 102 |
| গুগল অ্যাডসের অপটিমাইজেশন স্কোর 102 | 102 |
| ১. অপটিমাইজেশন স্কোর বৃদ্ধি করুন:..... | 102 |
| ২. স্কোরের উপাদান:..... | 103 |
| ৩. গুগল অ্যাডসের সুপারিশ গ্রহণ করুন:..... | 103 |
| গুগল এডস অটোমেটেড রুলস 103 | 103 |
| ১. স্বয়ংক্রিয় নিয়ম কীভাবে কাজ করে?..... | 104 |
| ২. স্বয়ংক্রিয় নিয়ম তৈরির উদাহরণ:..... | 104 |
| ৩. স্বয়ংক্রিয় নিয়মের সুবিধা:..... | 104 |
| ১. কোয়ালিটি স্কোর কী?..... | 105 |
| ২. কোয়ালিটি স্কোরের উপাদান:..... | 105 |
| ৩. কোয়ালিটি স্কোর ব্যবহার করে অপটিমাইজেশন:..... | 105 |
| ক্যাম্পেইন সেটিংস..... | 106 |

| | |
|---------------------------------------------------|-----|
| ১. ক্যাম্পেইন সেটিংসের ধরন:..... | 106 |
| ২. বিজ্ঞাপন শিডিউল:..... | 106 |
| ৩. ক্যাম্পেইন কনভার্সন ট্র্যাকিং:..... | 107 |
| ক্যাম্পেইন ড্রাফটস এবং এক্সপেরিমেন্টস | 107 |
| ১. ক্যাম্পেইন ড্রাফট তৈরি করা:..... | 107 |
| ২. এক্সপেরিমেন্ট পরিচালনা: | 108 |
| ৩. ফলাফল বিশ্লেষণ করা:..... | 108 |
| গুগল অ্যাডসে অ্যাড ভেরিয়েশনস | 108 |
| ১. অ্যাড ভেরিয়েশন কী?..... | 108 |
| ২. টেস্টিং কৌশল:..... | 108 |
| ৩. ফলাফল বিশ্লেষণ ও অপটিমাইজেশন:..... | 109 |
| পারফরম্যান্স মেজারমেন্ট | 109 |
| ১. পারফরম্যান্স মেট্রিক্স:..... | 109 |
| ২. অ্যানালিটিক্স ব্যবহার করুন:..... | 109 |
| ৩. অপটিমাইজেশন ও পরিবর্তন:..... | 110 |
| গুগল অ্যাডসের ক্যাম্পেইন পারফরম্যান্স পরিমাপ..... | 110 |
| ১. ক্লিক-থ্রু রেট (CTR):..... | 110 |
| ২. কস্ট পার ক্লিক (CPC):..... | 110 |
| ৩. কনভার্সন রেট:..... | 110 |
| ৪. রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্ট (ROI):..... | 111 |
| ৫. কস্ট পার কনভার্সন (CPA):..... | 111 |

| | |
|-------------------------------------------------|-----|
| ৬. অ্যাড ইমপ্রেশন শেয়ার:..... | 111 |
| গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন কর্মক্ষমতা মূল্যায়ন..... | 111 |
| ১. পারফরম্যান্স রিপোর্ট:..... | 112 |
| ২. অপটিমাইজেশন স্কোর:..... | 112 |
| ৩. ড্রিলডাউন অ্যানালাইসিস:..... | 112 |
| ৪. এ/বি টেস্টিং:..... | 112 |
| ৫. প্যাথ অ্যানালাইসিস:..... | 112 |
| গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন রিপোর্ট তৈরি | 113 |
| ১. কাস্টম রিপোর্ট তৈরি করা:..... | 113 |
| ২. অটোমেটেড রিপোর্ট:..... | 114 |
| ৩. ডেটা ফিল্টারিং:..... | 114 |
| ৪. টেমপ্লেট ব্যবহার: | 114 |
| গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন প্রভাব এবং সমস্যা..... | 114 |
| ১. বিজ্ঞাপন অনুমোদন প্রক্রিয়া:..... | 114 |
| ২. অ্যাড রিভিউ:..... | 115 |
| ৩. অ্যাড পলিসি: | 115 |
| গুগল অ্যাডস অপটিমাইজ | 115 |
| ১. গুগল অ্যানালিটিক্সের সাথে ইন্টিগ্রেশন:..... | 115 |
| ৩. রিপোর্টিং এবং বিশ্লেষণ: | 116 |
| গুগল অ্যাডস কনভার্সন ট্র্যাকিং..... | 116 |
| ১. কনভার্সন ট্র্যাকিং কী?..... | 116 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| ২. কনভার্সন ট্র্যাকিং সেটআপ করা: | 116 |
| কনভার্সন ট্র্যাকিং সেটআপের ধাপ:..... | 116 |
| ৩. কনভার্সন টাইপস:..... | 117 |
| ৪. কনভার্সন রেট এবং বিশ্লেষণ:..... | 117 |
| গুগল অ্যাডসে রিপোর্টিং | 117 |
| ১. ডেটা ডিলেতে সমস্যা:..... | 118 |
| ২. কনভার্সন ডেটা মিসিং: | 118 |
| ৩. অসামঞ্জস্যপূর্ণ রিপোর্ট ফলাফল:..... | 118 |
| ৪. অনুপস্থিত অ্যাড বা কনভার্সন এক্সটেনশন:..... | 118 |
| ৫. অটোমেটিক পরিবর্তন সমস্যা:..... | 119 |
| ৬. রিপোর্ট সেকশন ফিল্টারিং সমস্যা:..... | 119 |
| প্রতি ১০০০ ভিউ এর জন্য Google AdSense কত টাকা দেয়? | 119 |
| পেয়েছি বাংলাদেশ + শিকদার আইটি ল্যাব | 129 |

গুগল অ্যাডসেন্সের ভূমিকা



গুগল অ্যাডসেন্স হল একটি জনপ্রিয় এবং সুবিধাজনক প্ল্যাটফর্ম যা ওয়েবসাইট মালিকদের জন্য বিজ্ঞাপন উপার্জন করার সুযোগ প্রদান করে। এটি গুগলের একটি প্রোগ্রাম যা ওয়েবসাইটের কনটেন্ট বা ব্লগের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে এবং সেই বিজ্ঞাপনগুলির মাধ্যমে আয় করার সুযোগ দেয়। গুগল অ্যাডসেন্সের মাধ্যমে যে কেউ সহজেই তাদের ওয়েবসাইটে অ্যাডগুলো যুক্ত করতে পারেন এবং গুগল বিজ্ঞাপন প্রকাশক হিসেবে কমিশন পেতে পারে।

গুগল অ্যাডসেন্স সিস্টেমটি খুবই সহজ এবং ব্যবহারকারীদের জন্য উপযোগী। এটি একটি সহজ উপায়ে আয়ের পথ খোলে, তবে এজন্য কিছু নিয়ম এবং গাইডলাইন অনুসরণ করতে হয়। গুগল অ্যাডসেন্স থেকে আয়ের জন্য আপনার ওয়েবসাইটে ট্রাফিক থাকতে হবে, এবং গুগল অবশ্যই এই সাইটগুলোর মান এবং কনটেন্ট যাচাই করে। আপনার ওয়েবসাইটের কনটেন্ট যদি গুগলের পলিসি অনুযায়ী হয় এবং যথাযথ ট্রাফিক থাকে, তবে আপনি অ্যাডসেন্সের মাধ্যমে উপার্জন করতে পারবেন।

গুগল অ্যাডসেন্সের মাধ্যমে, বিজ্ঞাপনগুলি বিভিন্ন ফরম্যাটে যেমন টেক্সট, ইমেজ, ভিডিও বা ইন্টারঅ্যাকটিভ ফরম্যাটে প্রদর্শিত হতে পারে। সেগুলোর উপর ক্লিক হলে আপনি টাকা উপার্জন করতে পারবেন। অ্যাডসেন্স এর কাজের প্রক্রিয়া এমন যে, এর মাধ্যমে আপনি বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে সহজেই অর্থ উপার্জন করতে পারেন।

গুগল অ্যাডসেস কি



গুগল অ্যাডস হল গুগলের একটি বিজ্ঞাপন সেবা যা ব্যবসায়িকভাবে তাদের পণ্য বা সেবা প্রচার করতে সাহায্য করে। গুগল অ্যাডস একটি পে-পার-ক্লিক (PPC) বিজ্ঞাপন সেবা, যার মাধ্যমে ব্যবসা প্রতিষ্ঠানগুলি তাদের বিজ্ঞাপনগুলি গুগল সার্চ পেজ, গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক, ইউটিউব, এবং অন্যান্য গুগল সেবা প্ল্যাটফর্মে প্রদর্শন করতে পারে।

গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে, ব্যবহারকারীরা টার্গেটেড বিজ্ঞাপন সৃষ্টি করতে পারেন যা তাদের নির্দিষ্ট শ্রোতাদের কাছে পৌঁছায়। বিজ্ঞাপনদাতারা সাধারণত বিজ্ঞাপনের জন্য একটি বাজেট নির্ধারণ করেন এবং প্রতি ক্লিকের জন্য অর্থ প্রদান করেন। গুগল তাদের বিজ্ঞাপন প্রোগ্রামে সঠিক শ্রোতা বেছে নিতে শক্তিশালী অ্যালগরিদম ব্যবহার করে, যার ফলে বিজ্ঞাপনগুলি সঠিক সময়ে এবং সঠিক স্থানে প্রদর্শিত হয়।

গুগল অ্যাডসের মূল সুবিধা হল যে এটি ছোট থেকে বড়, সব ধরনের ব্যবসার জন্য উপযুক্ত। এটি ব্যবহারকারীদের গুগল সার্চ পেজের মাধ্যমে তাদের পণ্য বা সেবা প্রদর্শনের সুযোগ দেয়, যার ফলে তারা তাদের লক্ষ্যমাত্রা গ্রাহকদের কাছে পৌঁছাতে পারেন।

গুগল অ্যাডসেস ডিস্ট্রিবিউশন মেকানিজম



গুগল অ্যাডসেস বিজ্ঞাপনগুলি বেশিরভাগ সময় ইন্টারনেট ব্যবহারকারীদের সামনে প্রদর্শিত হয়, যারা বিভিন্ন ওয়েবসাইটে ভিজিট করেন। গুগল অ্যাডসেস সিস্টেমটি এমনভাবে কাজ করে যে এটি ওয়েবসাইটের কনটেন্ট এবং দর্শকদের আচরণ অনুযায়ী বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে।

এটি মূলত একটি বিজ্ঞাপন নেটওয়ার্ক হিসেবে কাজ করে, যেখানে বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের বিজ্ঞাপন পাঠান এবং ওয়েবসাইট মালিকরা (যাদের কাছে অ্যাডসেস একাউন্ট থাকে) তাদের ওয়েবসাইটে এই বিজ্ঞাপনগুলি প্রদর্শন করেন। ওয়েবসাইটে বিজ্ঞাপনগুলি কনটেন্টের সাথে সম্পর্কিত এবং দর্শকদের আগ্রহের উপর ভিত্তি করে নির্বাচন করা হয়।

গুগল অ্যাডসেসের ডিস্ট্রিবিউশন মেকানিজমের মাধ্যমে, বিজ্ঞাপনগুলো শুধুমাত্র সেই ধরনের সাইটে প্রদর্শিত হয় যা গুগলের পলিসি অনুসরণ করে এবং যেখানে প্রচুর দর্শক আছে। বিজ্ঞাপন

প্রদর্শনের মাধ্যমে ওয়েবসাইট মালিকরা উপার্জন করেন এবং গুগল তাদেরকে কমিশন প্রদান করে।

যেখানে আপনার গুগল অ্যাডসেন্স হতে পারে



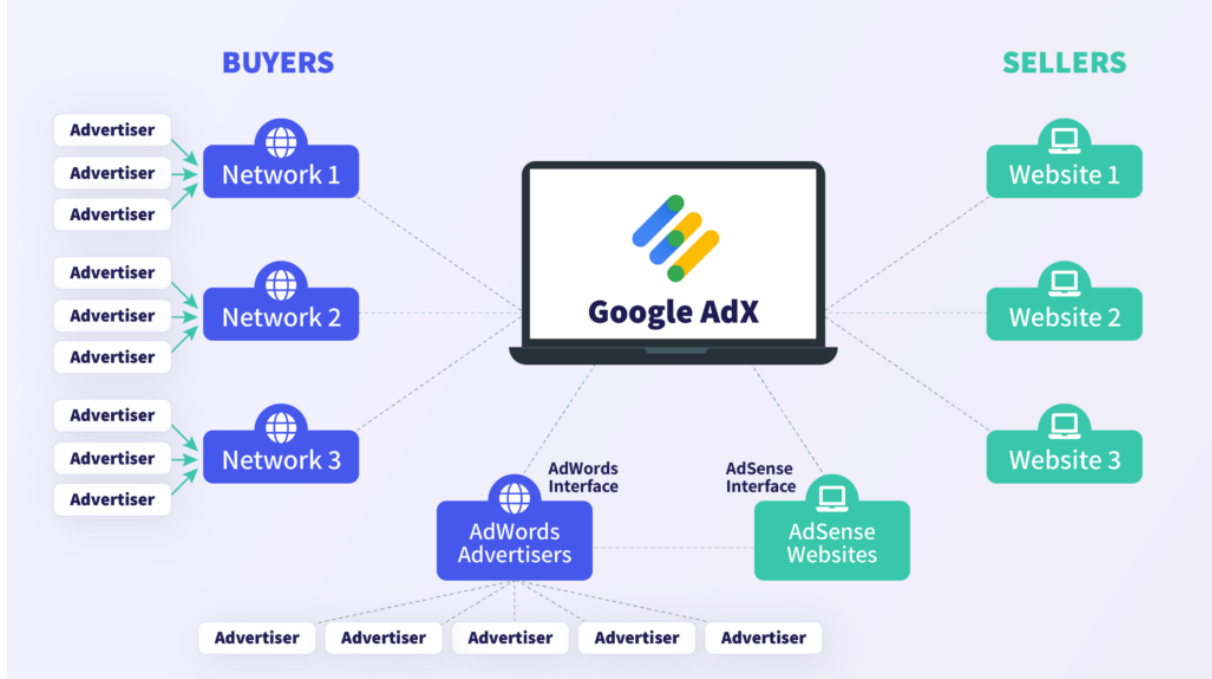
গুগল অ্যাডসেন্স বিজ্ঞাপনগুলি বিভিন্ন স্থানে প্রদর্শিত হতে পারে, যার মধ্যে সবচেয়ে জনপ্রিয় স্থান গুগল সার্চ পেজ এবং গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক। ওয়েবসাইট মালিকরা যখন তাদের সাইটে অ্যাডসেন্স অ্যাড কোড যুক্ত করেন, তখন এই বিজ্ঞাপনগুলি তাদের সাইটের বিভিন্ন জায়গায় প্রদর্শিত হতে পারে, যেমন টেক্সট ফরম্যাট, ইমেজ, ভিডিও, বা ইন্টারঅ্যাকটিভ ফরম্যাটে।

গুগল অ্যাডসেন্স বিজ্ঞাপনগুলি সাধারণত দুটি প্রধান জায়গায় প্রদর্শিত হয়:

- **গুগল সার্চ পেজ:** যখন ব্যবহারকারী গুগলে কোনো কিছু সার্চ করে, তখন সার্চ রেজাল্টের উপরে বা নিচে গুগল অ্যাডসেন্স বিজ্ঞাপন প্রদর্শিত হয়।
- **গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক:** এই নেটওয়ার্কে বিভিন্ন ওয়েবসাইট এবং অ্যাপ্লিকেশন অন্তর্ভুক্ত থাকে, যেখানে গুগল অ্যাডসেন্স বিজ্ঞাপন প্রদর্শিত হতে পারে।

এছাড়া, গুগল ইউটিউব, গুগল মুডেল, গুগল নিউজ, এবং আরও অনেক গুগল সেবা প্ল্যাটফর্মেও অ্যাডসেন্স বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করা হয়।

গুগল অ্যাডসেন্স কিভাবে কাজ করে



গুগল অ্যাডস কার্যকরীভাবে একটি পে-পার-ক্লিক (PPC) বিজ্ঞাপন সিস্টেম হিসেবে কাজ করে। বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের বিজ্ঞাপন তৈরি করেন এবং গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে তাদের বাজেট নির্ধারণ করেন। তারপর, যখন ব্যবহারকারীরা গুগল সার্চ বা অন্যান্য গুগল প্ল্যাটফর্মে তাদের অনুসন্ধান বা অনুরোধ করেন, গুগল তাদের প্রাসঙ্গিক বিজ্ঞাপন দেখায়।

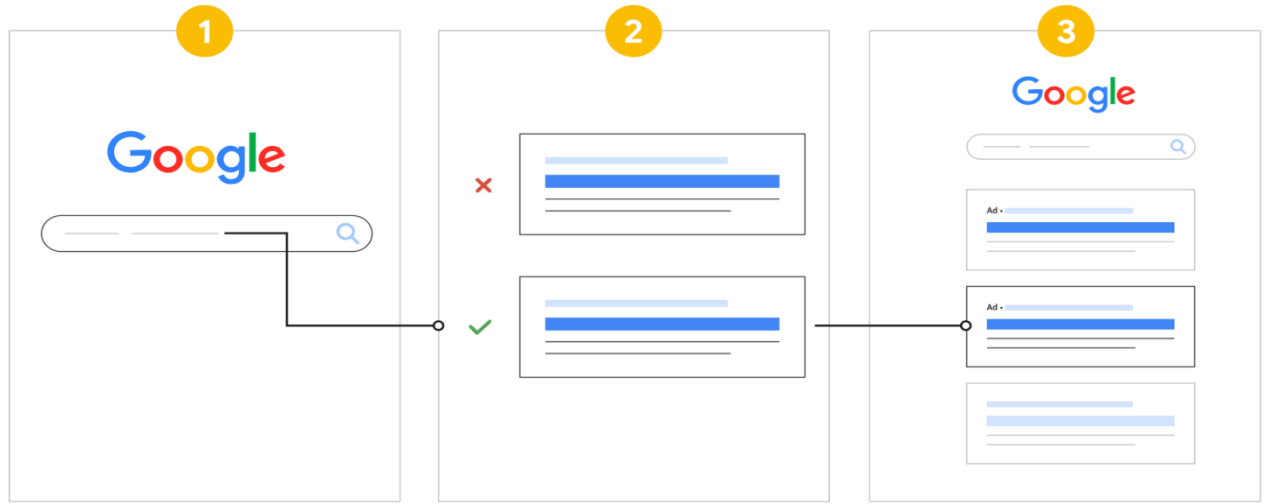
গুগল অ্যাডস কাজের পদ্ধতি এইভাবে:

- **বিজ্ঞাপনদাতা প্রস্তাবনা তৈরি করে:** বিজ্ঞাপনদাতা প্রথমে তাদের বিজ্ঞাপন তৈরি করেন এবং লক্ষ্য শ্রোতাদের জন্য নির্দিষ্ট করে একটি বাজেট নির্ধারণ করেন।
- **অকশন সিস্টেম:** যখন কোনও ব্যবহারকারী একটি সার্চ কিওয়ার্ড প্রবেশ করেন, গুগল একটি অকশন চালায় এবং বিজ্ঞাপনদাতারা তাদের বিজ্ঞাপন দেখানোর জন্য বিড করেন।

- **বিজ্ঞাপন প্রদর্শন:** যাদের বিড সঠিক এবং কিউরেটেড বিজ্ঞাপন হয়, সেই বিজ্ঞাপনগুলো শীর্ষ অবস্থানে প্রদর্শিত হয়।

এটি একটি ডাইনামিক সিস্টেম, যেখানে প্রতিনিয়ত নতুন তথ্য এবং তথ্যভিত্তিক সিদ্ধান্ত নেওয়া হয়।

গুগল অ্যাডসেন্স অকশন কি



গুগল অ্যাডস অকশন হল একটি অটোমেটেড সিস্টেম যা বিজ্ঞাপনদাতাদের মধ্যে প্রতিযোগিতা তৈরি করে। যখন কোনো ব্যবহারকারী গুগলে কিছু সার্চ করে, তখন গুগল সেই সার্চের জন্য প্রাসঙ্গিক বিজ্ঞাপন প্রদর্শনের জন্য একটি অকশন পরিচালনা করে। এই অকশনে, বিজ্ঞাপনদাতারা নির্ধারণ করেন যে তারা কোন কিওয়ার্ডের জন্য কত টাকা প্রদান করতে প্রস্তুত।

অ্যাকশন প্রক্রিয়া খুবই সরল এবং স্বচ্ছ। বিজ্ঞাপনদাতারা যখন তাদের কিওয়ার্ড এবং বিজ্ঞাপন সেট আপ করেন, তখন গুগল একটি অকশন চালায়। একে বলা হয় **বিডিং সিস্টেম**। অর্থাৎ, বিজ্ঞাপনদাতা যে কিওয়ার্ডে বিড করেন এবং বিজ্ঞাপনের র্যাংকিং তৈরি হয়, তা গুগল তার অ্যালগরিদমের মাধ্যমে নির্ধারণ করে। এর পর, গুগল দেখে কোন বিজ্ঞাপনটি ব্যবহারকারীর জন্য সবচেয়ে উপযুক্ত এবং সেটি দেখানো হয়।

একটি গুগল অ্যাডস অকশনের মূল উপাদানগুলি হলো:

- **বিড:** বিজ্ঞাপনদাতা কোন কিওয়ার্ডের জন্য কত টাকা দিতে প্রস্তুত।
- **কোয়ালিটি স্কোর:** গুগল বিজ্ঞাপনের মান, কনটেন্টের সম্পর্ক, এবং ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতাকে গুরুত্ব দিয়ে।
- **ল্যান্ডিং পেজ এক্সপেরিয়েন্স:** বিজ্ঞাপনটির ল্যান্ডিং পেজ কতটা কার্যকর, তা গুগল মূল্যায়ন করে।

এগুলি একসাথে মিলিত হয়ে একটি বিজ্ঞাপনের স্থান নির্ধারণ করে এবং এটি অনুসারে বিজ্ঞাপনটি প্রদর্শিত হয়।

বিজ্ঞাপন র‍্যাঙ্কিং এবং বিজ্ঞাপনের গুণমানের স্কোর

| | Bid | Relevancy | Ad Rank | |
|--------------|--------|-----------|---------|---|
| Advertiser 1 | \$4.00 | 1 | 4 | 4 |
| Advertiser 2 | \$3.00 | 6 | 18 | 2 |
| Advertiser 3 | \$2.00 | 10 | 20 | 1 |
| Advertiser 4 | \$1.00 | 8 | 8 | 3 |

গুগল অ্যাডসের অকশন প্রক্রিয়ায়, বিজ্ঞাপনগুলির র‍্যাঙ্কিং এবং গুগল অ্যাডসের কোয়ালিটি স্কোর গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। অ্যাড র‍্যাঙ্কিং ঠিক করে কোন বিজ্ঞাপন প্রথমে প্রদর্শিত হবে এবং কোন বিজ্ঞাপন পরবর্তীতে। এর জন্য গুগল কয়েকটি বিষয় বিশ্লেষণ করে:

- **বিড প্রাইজ:** গুগল প্রতি ক্লিকের জন্য কত টাকা দেওয়া হচ্ছে।

- **কোয়ালিটি স্কোর:** বিজ্ঞাপনটির সম্পর্কিততা, ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা এবং গুগল সিস্টেমে কতটা কার্যকর তা পর্যালোচনা করে।
- **ল্যান্ডিং পেজ এক্সপেরিয়েন্স:** ব্যবহারকারী যখন বিজ্ঞাপনটি ক্লিক করেন, তখন তাদের অভিজ্ঞতা কেমন, সেটি গুগল গুরুত্ব দিয়ে দেখে। এই অংশে, ওয়েবসাইটের লোডিং স্পিড, সাইটের নেভিগেশন এবং ব্যবহারকারীর জন্য সুবিধা-সুবিধাগুলি মূল্যায়ন করা হয়।

কোয়ালিটি স্কোর

একটি সংখ্যার ভিত্তিতে প্রকাশিত হয়, যা সাধারণত ১ থেকে ১০ এর মধ্যে থাকে। কোয়ালিটি স্কোর ভালো হলে, বিজ্ঞাপনদাতা কম বিডেও উচ্চ র্যাংকিং পেতে পারেন।

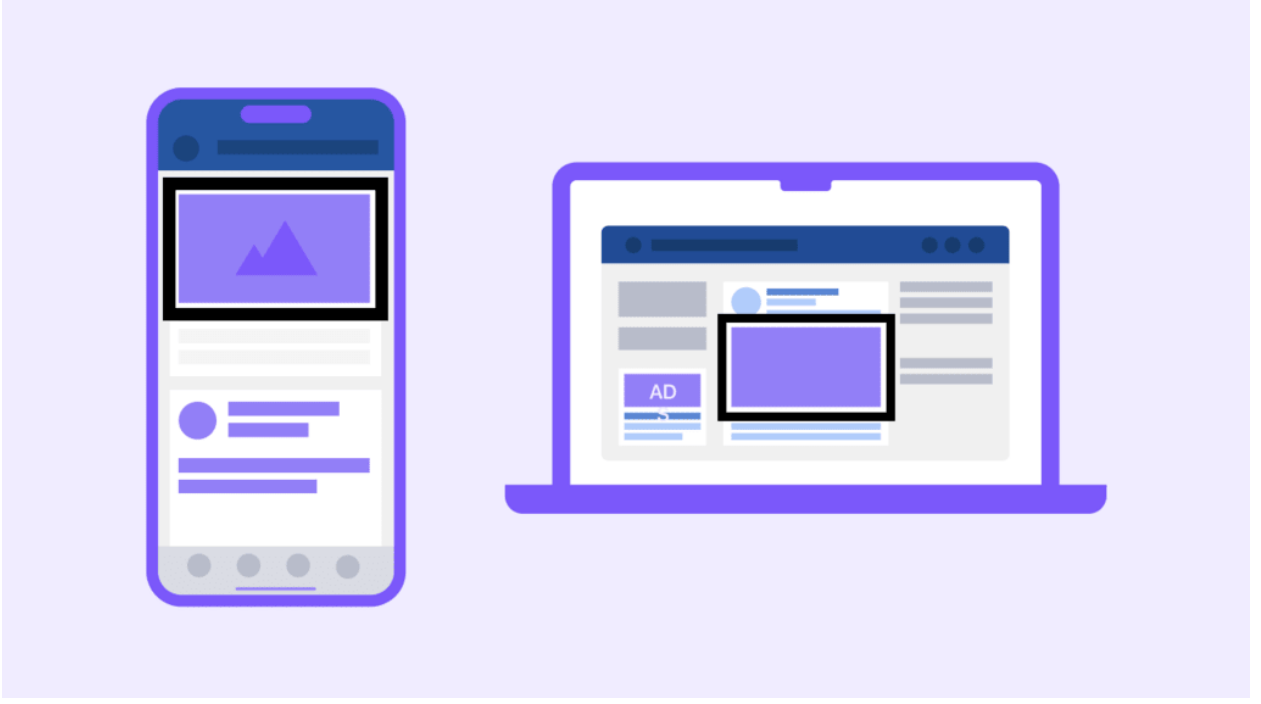
Understanding Google Ad Types

গুগল অ্যাডস বিভিন্ন ধরনের বিজ্ঞাপন ফরম্যাট প্রদান করে, যার মাধ্যমে আপনি আপনার ব্যবসাকে বিভিন্ন উপায়ে প্রচার করতে পারেন। প্রধান বিজ্ঞাপন ধরনগুলি হল:

- **টেক্সট অ্যাডস:** এই বিজ্ঞাপনগুলো সাধারণত গুগল সার্চ পেজে দেখা যায়, যেখানে বিজ্ঞাপনটি একটি শিরোনাম, একটি বর্ণনা এবং একটি URL নিয়ে থাকে।
- **ডিসপ্লে অ্যাডস:** গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে প্রকাশিত এই বিজ্ঞাপনগুলো ভিন্ন ধরনের হতে পারে – টেক্সট, ছবি বা ভিডিও ফরম্যাটে।
- **ভিডিও অ্যাডস:** ইউটিউবের মতো প্ল্যাটফর্মে এই বিজ্ঞাপনগুলো ভিডিও ফরম্যাটে চলে। এটি সাধারণত ব্র্যান্ডিং বা পণ্য প্রচারের জন্য কার্যকর।
- **শপিং অ্যাডস:** এই বিজ্ঞাপনগুলো পণ্য প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়, যেখানে পণ্যের ছবি, দাম এবং ব্যবসার তথ্য থাকে।

এই বিজ্ঞাপনগুলির মাধ্যমে, আপনি আপনার লক্ষ্য শ্রোতাদের কাছে পণ্য বা সেবা পৌঁছাতে পারেন এবং তাদের কাছ থেকে উচ্চ রিটার্ন পেতে পারেন।

গুগল অ্যাডসেস ফরম্যাট



গুগল অ্যাডস বিভিন্ন ফরম্যাটে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে। এর মধ্যে প্রধান প্রধান ফরম্যাটগুলো হল:

- **Text Ads (টেক্সট অ্যাডস):** সার্চ ইঞ্জিনে প্রদর্শিত হয় এবং সাধারণত তিনটি অংশে বিভক্ত থাকে: শিরোনাম, বিবরণ এবং URL।
- **Display Ads (ডিসপ্লে অ্যাডস):** গ্রাফিক্যাল বা ইমেজ ভিত্তিক বিজ্ঞাপন, যা গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে দেখা যায়।
- **Video Ads (ভিডিও অ্যাডস):** ইউটিউব এবং অন্যান্য ভিডিও প্ল্যাটফর্মে প্রদর্শিত হয়, যেখানে ভিডিও ফরম্যাটে বিজ্ঞাপন থাকে।
- **Responsive Ads (রেসপন্সিভ অ্যাডস):** এই ধরনের বিজ্ঞাপন বিভিন্ন সাইজ এবং ফরম্যাটে পরিবর্তিত হতে পারে, যাতে এগুলি যেকোনো প্ল্যাটফর্মে সহজে দেখানো যায়।

এই বিজ্ঞাপন ফরম্যাটগুলি ব্যবহারকারীদের সাথে সংযুক্ত হতে সাহায্য করে এবং আপনার ব্যবসার প্রচারে সহায়ক ভূমিকা পালন করে।

গুগল অ্যাডসেস ক্যাম্পেইন সেটআপ

গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন সেট আপ করা একটি সহজ প্রক্রিয়া, তবে এর জন্য কিছু নির্দিষ্ট পদক্ষেপ অনুসরণ করতে হয়। ক্যাম্পেইন সেট আপের মূল ধাপগুলো হলো:

- **ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য নির্বাচন করা:** প্রথমে আপনাকে আপনার ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য নির্ধারণ করতে হবে। এটি হতে পারে ট্র্যাফিক বৃদ্ধি, বিক্রি বৃদ্ধি, ব্র্যান্ডিং, বা অন্য কিছু।
- **ক্যাম্পেইনের ধরনের নির্বাচন:** গুগল অ্যাডস আপনাকে বিভিন্ন ধরনের ক্যাম্পেইন নির্বাচন করতে দেয় – সার্চ, ডিসপ্লে, ভিডিও, বা শপিং ক্যাম্পেইন।
- **ট্র্যাফিক বা কনভার্সন লক্ষ্য নির্ধারণ:** আপনি কোন ধরনের ট্র্যাফিক বা কনভার্সন অর্জন করতে চান, তা নির্ধারণ করা।
- **বাজেট এবং বিডিং সেট করা:** আপনার প্রতিদিনের বাজেট এবং প্রতি ক্লিকের জন্য বিড রেট ঠিক করা।
- **কিওয়ার্ড নির্বাচন:** আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করার জন্য প্রাসঙ্গিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করা।

এগুলো সবকিছু ঠিকভাবে সম্পন্ন করার পর, গুগল আপনার বিজ্ঞাপনটি চালু করবে এবং আপনি দেখতে পাবেন কীভাবে আপনার ক্যাম্পেইনটি কার্যকর হচ্ছে।

গুগল অ্যাডসেস মূল্য



গুগল অ্যাডসেসের মূল্য নির্ধারণের প্রক্রিয়া মূলত বিডিং সিস্টেমের উপর ভিত্তি করে। এর মানে হল, আপনি যে কিওয়ার্ডে বিজ্ঞাপন চালাতে চান, সেই কিওয়ার্ডটির জন্য কত টাকা দিতে প্রস্তুত তা আপনাকে নির্ধারণ করতে হবে। বিজ্ঞাপনদাতারা একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ টাকা সেট করে, যা গুগল প্রতি ক্লিক বা প্রতি 1000 প্রদর্শনের জন্য চার্জ করবে।

গুগল অ্যাডসেসের মূল পদ্ধতি হলো CPC (Cost Per Click), CPM (Cost Per Thousand Impressions), এবং CPA (Cost Per Acquisition) ।

- **CPC (Cost Per Click):** এই মডেলে, আপনি কেবল তখনই অর্থ প্রদান করবেন যখন একজন ব্যবহারকারী আপনার বিজ্ঞাপন ক্লিক করবেন। এটা সাধারণত সার্চ বিজ্ঞাপন এবং ডিসপ্লে বিজ্ঞাপনের জন্য ব্যবহৃত হয়।

- **CPM (Cost Per Thousand Impressions):** এই মডেলে, আপনি প্রতি হাজার বার বিজ্ঞাপন দেখানোর জন্য অর্থ প্রদান করবেন, এটি সাধারণত ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস ক্যাম্পেইনের জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **CPA (Cost Per Acquisition):** এই মডেলে, আপনি অর্থ প্রদান করবেন যখন একজন ব্যবহারকারী আপনার ওয়েবসাইটে গিয়ে একটি নির্দিষ্ট অ্যাকশন করবেন, যেমন একটি পণ্য ক্রয় বা কোনো ফর্ম পূরণ। এটি সাধারণত কনভার্সন ভিত্তিক ক্যাম্পেইনগুলির জন্য উপযুক্ত।

এছাড়া, গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে আপনার বাজেটও কাস্টমাইজ করা যেতে পারে। আপনি একটি দৈনিক বাজেট নির্ধারণ করতে পারেন এবং গুগল তা অনুযায়ী আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করবে।


Google AdSense অ্যাকাউন্ট সেটআপ এবং নেভিগেশন


গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট সেটআপ করা খুবই সহজ এবং এটি একটি কাঠামোগত প্রক্রিয়া। অ্যাকাউন্ট তৈরির জন্য আপনাকে প্রথমে গুগল অ্যাডস ওয়েবসাইটে যেতে হবে এবং একটি গুগল অ্যাকাউন্ট দিয়ে সাইন ইন করতে হবে। তারপর, গুগল আপনাকে কয়েকটি পদক্ষেপের মাধ্যমে গাইড করবে যেমন, আপনার ব্যবসার নাম, ওয়েবসাইটের ইউআরএল এবং কাস্টমারদের লক্ষ্য নির্ধারণ।


একবার অ্যাকাউন্ট তৈরি হয়ে গেলে, আপনি গুগল অ্যাডস ড্যাশবোর্ডে প্রবেশ করবেন।


এখানে আপনি ক্যাম্পেইন তৈরি, বাজেট নির্ধারণ, কিওয়ার্ড নির্বাচন, এবং অ্যাড গ্রুপ সেট আপ করতে পারবেন। এছাড়া, অ্যাডসের কার্যকারিতা পর্যালোচনা করার জন্য বিভিন্ন রিপোর্ট এবংমেট্রিক্সও উপলব্ধ থাকে।

What's your main advertising goal?

 Get more calls ✓

 Get more website sales or sign-ups

 Get more visits to your physical location

 Get more brand awareness with video views

[Next](#)

Are you a professional marketer? [Switch to Expert Mode](#)



Need help?
Call for free ad setup help at 1-855-738-7723
9am to 9pm ET, Mon - Fri
[More help options](#)

[Chat with us](#)

গুগল অ্যাডসের প্রধান নেভিগেশন ফিচারের মধ্যে রয়েছে:

- **Home Page (হোম পেজ):** যেখানে আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের সারাংশ দেখতে পাবেন।
- **Campaigns Tab (ক্যাম্পেইন ট্যাব):** এখানে আপনি আপনার সক্রিয় ক্যাম্পেইনগুলো দেখতে পারবেন এবং নতুন ক্যাম্পেইন তৈরি করতে পারবেন।
- **Keywords Tab (কিওয়ার্ড ট্যাব):** আপনার বিজ্ঞাপনের জন্য কিওয়ার্ড তালিকা এবং পারফরমেন্সের বিশ্লেষণ দেখতে পারেন।

- **Tools and Settings (টুলস এবং সেটিংস):** এখান থেকে আপনি অ্যাকাউন্ট সেটিংস, বিলিং, এবং অন্যান্য গুরুত্বপূর্ণ টুলস অ্যাক্সেস করতে পারবেন।

Google AdSense অ্যাকাউন্ট তৈরি

Confirm your business information

This information will be used to create your account. You can't change these settings later, so choose carefully.

Billing country
United States

Time zone
(GMT-05:00) New York Time

Currency
US Dollar (USD \$)

SUBMIT **CANCEL**

Need help?
Call for free ad setup help at 1-855-738-7723
9am to 9pm ET, Mon - Fri
[More help options](#)

CHAT WITH US

গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট তৈরি করতে প্রথমে আপনাকে গুগল অ্যাডস ওয়েবসাইটে যেতে হবে এবং গুগল অ্যাকাউন্ট দিয়ে লগ ইন করতে হবে। তারপর, গুগল আপনাকে আপনাদের ব্যবসার লক্ষ্য এবং উদ্দেশ্য অনুযায়ী কিছু বেসিক তথ্য পূরণ করতে বলবে, যেমন ব্যবসার নাম, ওয়েবসাইটের ইউআরএল, এবং বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য। একবার আপনার তথ্য পূর্ণ হলে, আপনি "Save and Continue" ক্লিক করে অ্যাকাউন্ট সেট আপ সম্পন্ন করতে পারবেন।

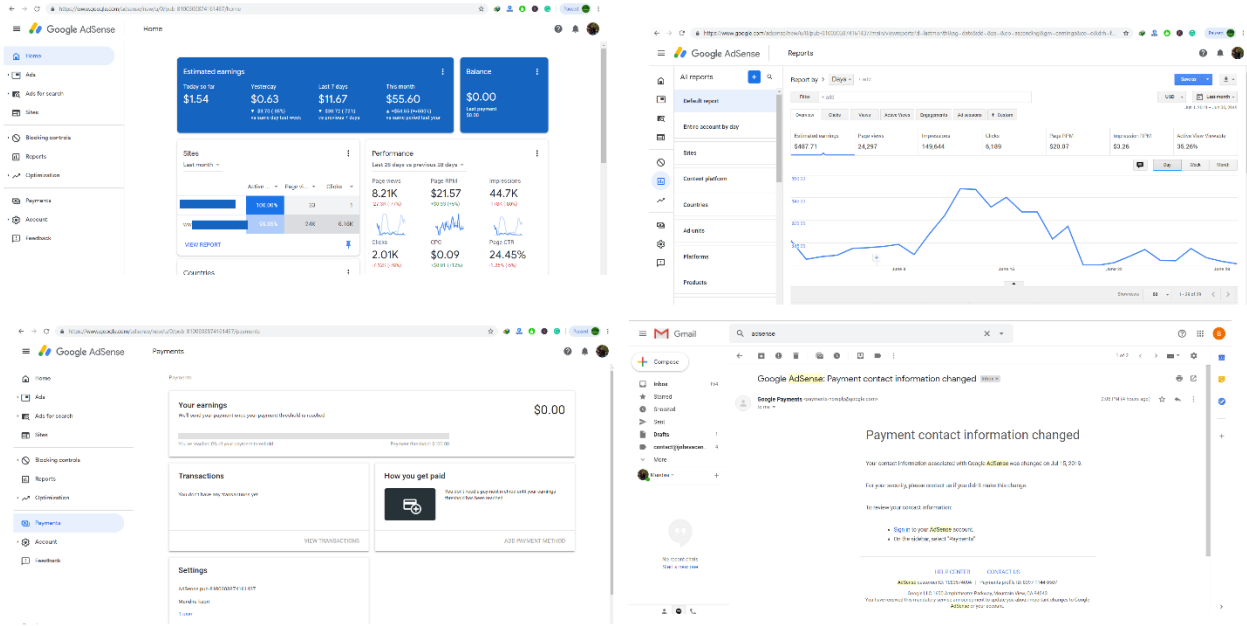
একটি গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট তৈরি করার পর, আপনি আরও বিশেষায়িত সেটিংস কনফিগার করতে পারবেন যেমন:

- **Time zone:** আপনার টার্গেট শ্রোতার টাইম জোন অনুযায়ী কাস্টমাইজ করা।
- **Payment Methods:** গুগল অ্যাডসের জন্য পেমেন্ট মেথড নির্বাচন করা। এখানে আপনি ক্রেডিট কার্ড, ডেবিট কার্ড অথবা ব্যাংক অ্যাকাউন্ট ব্যবহার করতে পারেন।

- **Notifications:** অ্যাকাউন্টের কার্যক্রম নিয়ে আপনার কাছে নোটিফিকেশন পাওয়ার সেটিংস নির্ধারণ করা।

এছাড়া, যদি আপনার কোন টিম থাকে, আপনি তাদের অ্যাকাউন্ট অ্যাক্সেসও প্রদান করতে পারেন।

গুগল অ্যাডসেন্স ড্যাশবোর্ড নেভিগেশন



গুগল অ্যাডস ড্যাশবোর্ড হল আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের মূল কন্ট্রোল প্যানেল। এটি ব্যবহারকারীদের বিজ্ঞাপন সম্পর্কিত সমস্ত কার্যক্রম পর্যবেক্ষণ এবং নিয়ন্ত্রণ করতে সহায়তা করে। ড্যাশবোর্ডের প্রধান অংশগুলি হল:

- **Campaign Overview:** এখানে আপনি আপনার সকল ক্যাম্পেইনের সারসংক্ষেপ দেখতে পাবেন।
- **Performance Metrics:** প্রতিটি ক্যাম্পেইনের জন্য পারফরমেন্স ডেটা যেমন কস্ট, ক্লিক, কনভার্সন রেট ইত্যাদি এখানে দেখানো হয়।
- **Ad Groups and Ads:** আপনি কোন কোন বিজ্ঞাপন গ্রুপ এবং বিজ্ঞাপন চলাচ্ছেন, তা দেখতে পাবেন।

- **Budget and Billing:** আপনার বাজেট, বিলিং সিলেকশন এবং পেমেন্ট হিসাব দেখতে পারবেন।

এছাড়া, গুগল অ্যাডস ড্যাশবোর্ডে আপনার ক্যাম্পেইনের সকল ডেটা বিশ্লেষণ করার জন্য একাধিক রিপোর্ট এবং গ্রাফ প্রদান করা হয়, যাতে আপনি বুঝতে পারেন আপনার বিজ্ঞাপন কেমন কাজ করছে।

Google AdSense অ্যাকাউন্ট সেটিংস

গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টের সেটিংস খুবই গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি আপনার বিজ্ঞাপনগুলোর কার্যকারিতা এবং বাজেট কন্ট্রলের জন্য মূল ভূমিকা পালন করে। অ্যাকাউন্ট সেটিংসের মধ্যে মূলত কিছু বিষয় থাকে যেমন:

- **Account Preferences:** এখানে আপনি আপনার ভাষা, টাইম জোন এবং কন্ট্রোল সেটিংস কাস্টমাইজ করতে পারবেন।
- **Billing Settings:** পেমেন্ট মেথড এবং বিলিং একাউন্ট নিয়ন্ত্রণ।
- **Email Notifications:** আপনাকে গুরুত্বপূর্ণ আপডেট এবং বিজ্ঞাপন পারফরমেন্স নিয়ে ইমেইল নোটিফিকেশন পাঠানো হবে।
- **Security Settings:** আপনার অ্যাকাউন্ট নিরাপত্তা নিশ্চিত করতে এখানে টু-ফ্যাক্টর অথেনটিকেশন এবং অন্যান্য নিরাপত্তা সেটিংস পরিবর্তন করা যায়।

এটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ যে আপনার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টের সেটিংস নিয়মিত আপডেট রাখবেন, যাতে আপনার বিজ্ঞাপন কার্যক্রম সঠিকভাবে পরিচালিত হতে পারে।

টুল ট্যাব

গুগল অ্যাডসের Tools Tab বা টুলস ট্যাবটি একটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ সেকশন, যেখানে আপনার ক্যাম্পেইন উন্নত করার জন্য বেশ কিছু উন্নত ফিচার এবং টুলস পাওয়া যায়। এই টুলসগুলির সাহায্যে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা আরও উন্নত করতে পারেন এবং আপনার লক্ষ্য পূরণে সহায়ক হতে পারে।

প্রধান টুলস এবং সেগুলির ব্যবহার:

- **Keyword Planner:** এটি একটি অত্যন্ত কার্যকর টুল, যা আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের জন্য সঠিক কিওয়ার্ড খুঁজে বের করতে সাহায্য করে। এটি কিওয়ার্ড রিসার্চ এবং কিওয়ার্ড আইডেন্টিফিকেশনে সহায়তা করে।

- **Ad Preview and Diagnosis Tool:** এই টুলের মাধ্যমে আপনি আপনার বিজ্ঞাপনটি কীভাবে প্রদর্শিত হচ্ছে তা পরীক্ষা করতে পারেন, এবং আপনি যদি কোন সমস্যার সম্মুখীন হন, তাহলে তা সমাধান করতে পারবেন।
- **Performance Planner:** এটি একটি প্ল্যানিং টুল, যার মাধ্যমে আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের ভবিষ্যত পারফরম্যান্স পূর্বাভাস দেখতে পারেন এবং বাজেট এবং বিডিং স্ট্রাটেজি অনুযায়ী পরিকল্পনা করতে পারেন।
- **Google Analytics Integration:** গুগল অ্যাডসের সাথে গুগল অ্যানালিটিক্স ইন্টিগ্রেট করে আপনি আরো উন্নত তথ্য পেতে পারেন, যেমন আপনার ওয়েবসাইটে আসা দর্শকদের আচরণ।
- **Recommendations:** গুগল আপনাকে সুনির্দিষ্ট সুপারিশ প্রদান করবে, যেমন কীভাবে আপনার ক্যাম্পেইন আরও কার্যকর করা যায় এবং কীভাবে আপনার বাজেটের অপচয় কমানো যায়। এই সুপারিশগুলো আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপন পারফরম্যান্স আরও উন্নত করতে সহায়তা করবে।

গুগল অ্যাডসেস বিলিং এবং পেমেন্ট পদ্ধতি



Payment Receipt

Google Asia Pacific Pte. Ltd.
70 Pasir Panjang Road, #03-71
Mapletree Business City
Singapore 117371

Tax identification number
200817984R

uray madhu
N.G.O's colony
H.NO-5-6-401/A
kamareddy, Telangana 503111
India

| | |
|----------------|---------------------------------------|
| Payment date | Nov 21, 2019 |
| Billing ID | 0959-1545-4939 |
| Payment method | Wire transfer to bank account ****420 |

| | |
|----------------|----------|
| Description | |
| Payment amount | \$103.92 |

গুগল অ্যাডসে আপনার ক্যাম্পেইন চালানোর জন্য একটি সঠিক বিলিং এবং পেমেন্ট মেথড সেট করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বিলিং সিস্টেমটি খুবই সহজ এবং আপনি বিভিন্ন ধরনের পেমেন্ট অপশন ব্যবহার করতে পারবেন।

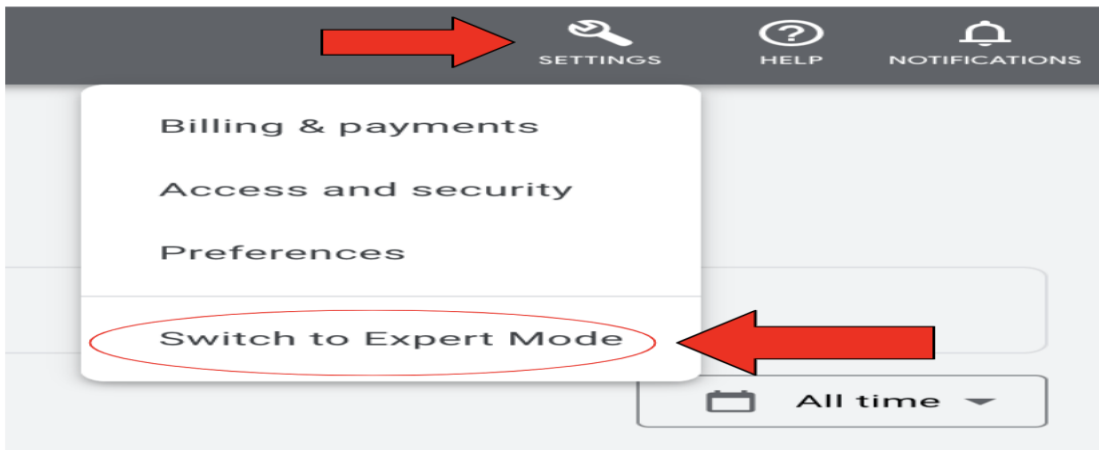
গুগল অ্যাডসে সাধারণত দুটি ধরনের পেমেন্ট মেথড ব্যবহার করা হয়:

- **Prepaid (অগ্রিম পেমেন্ট):** এই পদ্ধতিতে আপনি আগে থেকেই একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ গুগল অ্যাডসে জমা দেন। এই পরিমাণ সম্পূর্ণ ব্যবহার হলে, আপনার অ্যাডস থেমে যাবে, এবং পরবর্তী পেমেন্টে আবার পুনরায় চলবে।
- **Postpaid (পোস্টপেইড পেমেন্ট):** এই পদ্ধতিতে আপনি মাস শেষে আপনার ব্যবহৃত অর্থ পরিশোধ করেন। আপনার দৈনিক বাজেটের ভিত্তিতে গুগল আপনার ব্যালান্স কেটে নেবে।

পেমেন্ট অপশন হিসেবে আপনি ক্রেডিট কার্ড, ডেবিট কার্ড, ব্যাংক ট্রান্সফার অথবা গুগল অ্যাডস ক্রেডিট ব্যবহার করতে পারেন। আপনি আপনার পেমেন্ট মেথড যেকোনো সময় পরিবর্তন করতে পারবেন।

গুগল অ্যাডস আপনাকে পেমেন্ট হালনাগাদ, ইনভয়েস জেনারেশন এবং স্টেটমেন্ট সহ বিভিন্ন ধরনের বিলিং রিপোর্টও প্রদান করবে।

স্মার্ট মোড এবং এক্সপোর্ট মোড



গুগল অ্যাডস ব্যবহারের সময় **Smart Mode** এবং **Expert Mode** দুটি মোডের মধ্যে নির্বাচন করতে হয়। এটি মূলত আপনার অভিজ্ঞতা এবং বিজ্ঞাপন পরিচালনায় দক্ষতার উপর নির্ভর করে।

- **Smart Mode (স্মার্ট মোড):** যদি আপনি নতুন হন বা বিজ্ঞাপন পরিচালনায় বিশেষ অভিজ্ঞতা না থাকে, তাহলে স্মার্ট মোডটি ব্যবহার করা সেরা। এই মোডে, গুগল অ্যাডস স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার ক্যাম্পেইন এবং বাজেট নির্ধারণ করবে এবং এটি বিজ্ঞাপন প্রদর্শনের জন্য সেরা কিওয়ার্ড এবং টার্গেট নির্বাচন করবে। স্মার্ট মোড নতুনদের জন্য খুবই সহজ এবং দ্রুত বিজ্ঞাপন সেটআপের জন্য উপযুক্ত।
- **Expert Mode (এক্সপার্ট মোড):** যদি আপনি বিজ্ঞাপন পরিচালনায় অভিজ্ঞ হন এবং আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের উপর আরও নিয়ন্ত্রণ রাখতে চান, তবে এক্সপার্ট মোড বেছে নিতে পারেন। এই মোডে, আপনি আপনার বিজ্ঞাপন, কিওয়ার্ড, বাজেট এবং বিডিং স্ট্রাটেজি সম্পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ করতে পারবেন। এটি বেশি কাস্টমাইজেশন প্রদান করে এবং আপনি প্রতিটি পদক্ষেপের উপর পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ রাখতে পারবেন।

উল্লেখযোগ্য বিষয়: স্মার্ট মোড এবং এক্সপার্ট মোডের মধ্যে শিফট করা সম্ভব। এক্সপার্ট মোডে যাওয়ার জন্য আপনাকে "Switch to Expert Mode" অপশন নির্বাচন করতে হবে।

Google AdSense পলিসি

গুগল অ্যাডসের ব্যবহারকারী হিসেবে, আপনাকে তাদের নীতি এবং নিয়মাবলী অনুসরণ করতে হবে। গুগল একটি পরিষ্কার এবং সুনির্দিষ্ট পলিসি সেট তৈরি করেছে যা বিজ্ঞাপনদাতাদের সঠিকভাবে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন এবং পরিচালনার জন্য নির্দেশনা দেয়।

গুগল অ্যাডসের প্রধান পলিসিগুলির মধ্যে কিছু হল:

- **Content Restrictions:** গুগল কোনও ধরনের অবৈধ, অবমাননাকর বা ক্ষতিকর কন্টেন্টের বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে অনুমতি দেয় না। বিজ্ঞাপনগুলিতে অবৈধ পণ্য বা সেবার প্রচারণা, ঘৃণাবাচক বক্তব্য, সহিংসতা, অথবা মাদকদ্রব্যের বিজ্ঞাপন দেওয়া যাবে না।
- **Advertising to Children:** যদি আপনার টার্গেট দর্শক শিশুরা হয়ে থাকে, তবে আপনাকে বিশেষভাবে গুগলের শিশুদের জন্য নির্ধারিত নীতি মেনে চলতে হবে।

- **Ad Text and Quality:** বিজ্ঞাপনের টেক্সট পরিষ্কার, সঠিক এবং নির্ভুল হতে হবে। কোনো প্রকার ভুয়া বা মিথ্যা তথ্য দেওয়া সম্পূর্ণরূপে নিষিদ্ধ।
- **Privacy and Data Collection:** গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য কঠোর ডাটা প্রাইভেসি নীতিমালা রয়েছে। আপনি কোনও ব্যবহারকারীর ব্যক্তিগত তথ্য সংগ্রহ করলে, এটি যথাযথভাবে প্রক্রিয়া এবং সুরক্ষিত করতে হবে।

গুগল অ্যাডসের পলিসি লঙ্ঘন করলে, আপনার বিজ্ঞাপন বাতিল করা হতে পারে বা আপনার অ্যাকাউন্ট সাসপেন্ড হতে পারে। তাই, গুগল অ্যাডসের পলিসি সতর্কতার সঙ্গে মেনে চলা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

Google AdSense সেট আপ

Advertising Policies Help

Describe your issue

List of ad policies Review process Verification Change log

Google Ads policies

Google provides translated versions of our Help Centre as a convenience, though they are not meant to change the content of our policies. The English version is the official language we use to enforce our policies. To view this article in a different language, use the language drop-down at the bottom of the page.

Display & Video 360 users must comply with this Google Ads policy. Visit the [Display & Video 360 help centre](#) for additional restrictions.

Due to the ongoing war in Ukraine, we will be temporarily pausing Google Ads from serving to users located in Russia.

As part of our recent suspension of ads in Russia, we will also pause ads on Google properties and networks globally for advertisers based in Russia.

Advertising policies

- Ad formats and features
- Ad Targeting
- Abusing the ad network
- Ad-serving protections for teens
- Ads & Made for Kids content
- Alcohol
- Copyrights
- Counterfeit goods
- Dangerous products or services
- Data collection and use
- Default Ads Treatment

গুগল অ্যাডস সেটআপ করা একটি সহজ প্রক্রিয়া, তবে আপনি যদি প্রথমবার এই কাজটি করেন, তবে কিছু গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ মনে রাখা দরকার। গুগল অ্যাডস একটি শক্তিশালী প্ল্যাটফর্ম, যা সঠিকভাবে ব্যবহার করতে পারলে আপনার ব্যবসা বা ব্লগের জন্য বড় ধরনের সুবিধা বয়ে আনতে পারে।

গুগল অ্যাডস সেটআপের প্রাথমিক ধাপ:

- **গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট তৈরি:** প্রথমে আপনাকে একটি গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট তৈরি করতে হবে। যদি আপনার গুগল অ্যাকাউন্ট থাকে, তাহলে একই অ্যাকাউন্ট দিয়ে গুগল অ্যাডসে লগইন করতে পারেন। যদি না থাকে, তাহলে একটি নতুন অ্যাকাউন্ট তৈরি করুন।
- **ক্যাম্পেইন উদ্দেশ্য নির্ধারণ:** গুগল অ্যাডস আপনার ক্যাম্পেইন সেটআপ করার আগে আপনাকে লক্ষ্য নির্ধারণ করতে বলবে। আপনি চান যে আপনার বিজ্ঞাপনগুলো ওয়েবসাইটে ট্রাফিক নিয়ে আসুক, অথবা বিক্রির পরিমাণ বাড়ুক—এগুলোর মধ্যে যেকোনো একটি নির্ধারণ করা প্রয়োজন।
- **টাকার পরিমাণ এবং বাজেট নির্ধারণ:** আপনি দিনের বা মাসের জন্য একটি বাজেট সেট করবেন। গুগল অ্যাডসে আপনাকে একটি সীমিত বাজেট দেয়া সম্ভব, তবে আপনি চাইলেই এই বাজেট বাড়িয়ে দিতে পারেন।
- **কিওয়ার্ড নির্বাচন:** বিজ্ঞাপনটি কেমন দর্শকের কাছে পৌঁছাবে, তার জন্য কিওয়ার্ড গুরুত্বপূর্ণ। আপনাকে সঠিক কিওয়ার্ড বেছে নিতে হবে, যা আপনার টার্গেট শ্রোতার জন্য সঠিক হবে।
- **বিজ্ঞাপন তৈরি:** এবার আপনাকে একটি বিজ্ঞাপন তৈরি করতে হবে। বিজ্ঞাপনটির শিরোনাম, বর্ণনা এবং ল্যান্ডিং পেজ ঠিক করা প্রয়োজন।
- **বিলিং এবং পেমেন্ট পদ্ধতি সেটআপ:** আপনার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে পেমেন্ট পদ্ধতি যুক্ত করতে হবে। পেমেন্ট পদ্ধতি হিসেবে ক্রেডিট/ডেবিট কার্ড, ব্যাংক অ্যাকাউন্ট অথবা গুগল অ্যাড ক্রেডিট ব্যবহার করা যেতে পারে।

গুগল অ্যাডস সেটআপের সুবিধা

- ❖ সহজ এবং স্বয়ংক্রিয় প্ল্যাটফর্ম
- ❖ পছন্দমতো বাজেট নির্ধারণের সুবিধা
- ❖ শক্তিশালী কিওয়ার্ড রিসার্চ টুলস
- ❖ নির্দিষ্ট লক্ষ্যভিত্তিক বিজ্ঞাপন প্রচারণা

বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য এবং লক্ষ্য



গুগল অ্যাডসে আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারণার উদ্দেশ্য এবং লক্ষ্য ঠিক করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ আপনার পুরো ক্যাম্পেইনের ফলাফল এই লক্ষ্যগুলির উপর নির্ভর করবে। গুগল অ্যাডস বিভিন্ন ধরনের বিজ্ঞাপন লক্ষ্য প্রদান করে, যার মাধ্যমে আপনি আপনার ব্যবসার উদ্দেশ্য অনুযায়ী বিজ্ঞাপন তৈরি করতে পারবেন।

বিজ্ঞাপন লক্ষ্যগুলির উদাহরণ:

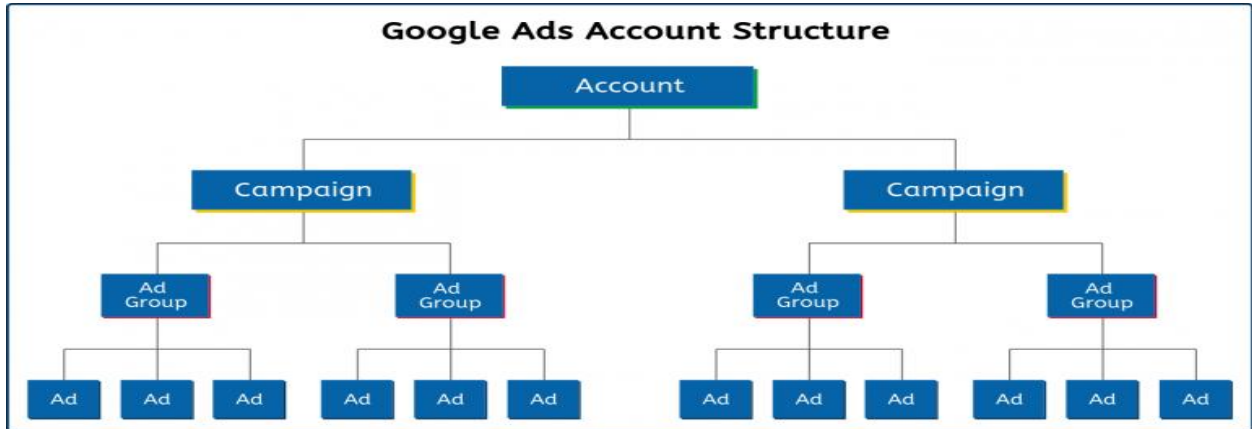
- **ওয়েবসাইট ট্রাফিক:** যদি আপনার লক্ষ্য শুধুমাত্র ওয়েবসাইটে আরও ট্রাফিক আনা হয়, তাহলে আপনাকে এমন বিজ্ঞাপন তৈরি করতে হবে যা ব্যবহারকারীদের আপনার ওয়েবসাইটে আকৃষ্ট করবে।

- **বিক্রয় বা লিড জেনারেশন:** যদি আপনার ব্যবসা প্রোডাক্ট বিক্রি করার জন্য বিজ্ঞাপন দিচ্ছে, তবে আপনার লক্ষ্য হবে বিক্রয়ের পরিমাণ বাড়ানো। এ ক্ষেত্রে আপনি "Conversion Tracking" ব্যবহার করতে পারেন।
- **ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস:** এই লক্ষ্যটির মাধ্যমে আপনার ব্র্যান্ডের পরিচিতি বৃদ্ধি করতে পারবেন। যদি আপনি নতুন কোনও প্রোডাক্ট বা সেবা চালু করেন, তবে এটি একটি ভাল লক্ষ্য হতে পারে।
- **অ্যাপ ইনস্টলেশন:** যদি আপনার একটি মোবাইল অ্যাপ থাকে, তবে আপনি অ্যাপ ইনস্টলেশন প্রচারের জন্য গুগল অ্যাডস ব্যবহার করতে পারেন।

গুগল অ্যাডস লক্ষ্য নির্ধারণের গুরুত্ব:

- ❖ এটি আপনার বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য স্পষ্ট করে
- ❖ এটি আপনার ক্যাম্পেইন প্রোফাইল তৈরি করতে সহায়ক
- ❖ এটি বাজেট এবং বিডিং কৌশল নির্ধারণে সহায়তা করে

গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন স্ট্রাকচার



গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনগুলো একটি নির্দিষ্ট কাঠামো অনুযায়ী গঠন করা হয়। গুগল অ্যাডসে সাধারণত তিনটি স্তর রয়েছে—ক্যাম্পেইন, অ্যাড গ্রুপ এবং বিজ্ঞাপন।

গুগল অ্যাডসের কাঠামো:

- **ক্যাম্পেইন (Campaign):** এটি সর্বোচ্চ স্তরের কাঠামো, যেখানে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারণার মূল উদ্দেশ্য নির্বাচন করেন। এটি সাধারণত আপনার বিজ্ঞাপনটির লক্ষ্য নির্ধারণ করে এবং বাজেট সহ অন্যান্য সেটিংস থাকে।
- **অ্যাড গ্রুপ (Ad Group):** ক্যাম্পেইনের নিচে বিভিন্ন অ্যাড গ্রুপ তৈরি করা যায়। একটি অ্যাড গ্রুপে একাধিক বিজ্ঞাপন থাকতে পারে, এবং এটি একটি নির্দিষ্ট কিওয়ার্ড বা টার্গেট অডিয়েন্সের উপর ভিত্তি করে সাজানো হয়।
- **বিজ্ঞাপন (Ads):** এটি অ্যাড গ্রুপের অধীনে সর্বনিম্ন স্তরের কাঠামো, যেখানে আসল বিজ্ঞাপন তৈরি হয়। বিজ্ঞাপনে শিরোনাম, বর্ণনা, ল্যান্ডিং পেজের লিঙ্ক এবং কিওয়ার্ড থাকে।

এই কাঠামোটি একটি সার্বিক গঠন তৈরি করে যা আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারণার প্রতিটি স্তরের কার্যকারিতা এবং কাঠামো বজায় রাখে।

গুগল অ্যাডস কাঠামোতে পরিকল্পনার গুরুত্ব:

- ❖ এটি সহজে আপনার লক্ষ্য এবং বাজেট নির্ধারণ করতে সাহায্য করে।
- ❖ প্রতিটি স্তরের মধ্যে সহজেই পরিবর্তন এবং অপটিমাইজেশন করা যায়।
- ❖ ক্যাম্পেইনের বিভিন্ন স্তর আপনাকে বিজ্ঞাপনের উপর পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ দেয়।

অ্যাডস ক্যাম্পেইন



একটি গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনটি বেশ কিছু গুরুত্বপূর্ণ উপাদান দিয়ে গঠিত। এই উপাদানগুলো মিলে একটি কার্যকর বিজ্ঞাপন প্রচারণা গঠন করে।

ক্যাম্পেইনের উপাদান:

- **ক্যাম্পেইন লক্ষ্য:** এটি আপনাকে বিজ্ঞাপন প্রচারণার উদ্দেশ্য জানাতে সহায়তা করে। আপনি কি আপনার ওয়েবসাইটে ট্রাফিক বাড়াতে চান, নাকি লিড জেনারেশন করতে চান—এটা পরিষ্কার হওয়া প্রয়োজন।
- **বাজেট এবং বিডিং:** আপনার ক্যাম্পেইনের বাজেট এবং বিডিং কৌশল নির্ধারণ করার জন্য আপনাকে বিবেচনা করতে হবে আপনি কতটুকু খরচ করতে চান এবং আপনার ক্লিক প্রতি কিপ্রতি বিড কত হবে।
- **কিওয়ার্ড নির্বাচন:** আপনি যে কিওয়ার্ডগুলির জন্য বিজ্ঞাপন চালাতে চান, সেগুলির নির্বাচন করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।
- **ট্র্যাকিং এবং রি-ট্যাগিং:** ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স ট্র্যাক করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এর মাধ্যমে আপনি জানতে পারবেন কোন বিজ্ঞাপনটি বেশি কার্যকর এবং কোন কিওয়ার্ডটি বেশি কার্যকর।

অ্যাড গ্রুপ

গুগল অ্যাডসে, একটি অ্যাড গ্রুপ এবং এর অধীনে থাকা বিজ্ঞাপনগুলি নির্দিষ্ট কিওয়ার্ডের উপর ভিত্তি করে তৈরি হয়। এটি একটি গুরুত্বপূর্ণ স্তর, কারণ এটি আপনার বিজ্ঞাপনগুলোর কার্যকারিতা এবং লক্ষ্য দর্শকদের কাছে পৌঁছানোর ক্ষমতাকে প্রভাবিত করে।

অ্যাড গ্রুপের উপাদান:

- **কিওয়ার্ড:** অ্যাড গ্রুপের মূল উপাদান হলো কিওয়ার্ড। এই কিওয়ার্ডগুলির মাধ্যমে গুগল জানে আপনি কী ধরনের ব্যবহারকারীদের কাছে বিজ্ঞাপনটি প্রদর্শন করতে চান। উদাহরণস্বরূপ, আপনি যদি “বেস্ট স্মার্টফোন” কিওয়ার্ড নির্বাচন করেন, তবে গুগল এই কিওয়ার্ডটির সঙ্গে সম্পর্কিত বিজ্ঞাপনগুলি ব্যবহারকারীদের দেখাবে।
- **বিজ্ঞাপনটি:** প্রতিটি অ্যাড গ্রুপে একাধিক বিজ্ঞাপন থাকতে পারে, তবে একেকটি বিজ্ঞাপন নির্দিষ্ট কিওয়ার্ডের সঙ্গে সম্পর্কিত হবে। এই বিজ্ঞাপনগুলোর মধ্যে শিরোনাম, বর্ণনা, ল্যান্ডিং পেজের URL ইত্যাদি থাকবে।

বিজ্ঞাপনের উপাদান:

- **শিরোনাম:** আপনার বিজ্ঞাপনের প্রথম অংশ হলো শিরোনাম। এটি প্রাসঙ্গিক এবং আকর্ষণীয় হওয়া উচিত, যাতে ব্যবহারকারীরা এটিতে ক্লিক করতে আগ্রহী হন। শিরোনামটি সাধারণত আপনার মূল কিওয়ার্ডের সঙ্গে সম্পর্কিত হয়।
- **বর্ণনা:** বিজ্ঞাপনের বর্ণনা অংশে, আপনি আপনার প্রোডাক্ট বা সেবার সুবিধা এবং প্রস্তাবনা তুলে ধরেন। এটি শর্ট এবং টু দ্য পয়েন্ট হওয়া উচিত, যাতে ব্যবহারকারীরা সহজে বিষয়টি বুঝতে পারেন।
- **ল্যান্ডিং পেজ URL:** এই লিঙ্কটি সেই পেজের দিকে নির্দেশ করবে যেখানে ব্যবহারকারী ক্লিক করার পর যাবে। এটি এমন একটি পেজ হতে হবে যা বিজ্ঞাপনের সঙ্গে সম্পর্কিত এবং সেখানে ব্যবহারকারীকে প্রয়োজনীয় তথ্য বা প্রস্তাব দেওয়া হবে।
- **কিভাবে বিজ্ঞাপন টেস্ট করবেন:** অ্যাড গ্রুপের মধ্যে আপনি একাধিক বিজ্ঞাপনও রাখতে পারেন, যাতে তাদের কার্যকারিতা যাচাই করা যায়। সেক্ষেত্রে, যেই বিজ্ঞাপনটি বেশি কার্যকরী হবে, সেটি বেশি প্রদর্শিত হবে।

গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্ট

গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্ট বলতে সেই স্থানগুলিকে বোঝায় যেখানে আপনার বিজ্ঞাপনগুলি প্রদর্শিত হবে। আপনি আপনার বিজ্ঞাপনটি কোথায় এবং কখন প্রদর্শিত হবে তা কাস্টমাইজ করতে পারেন। গুগল অ্যাডস মূলত দুটি প্রধান প্ল্যাটফর্মে আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে পারে: গুগল সার্চ এবং গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক।

গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্টের ধরন:

- **গুগল সার্চ:** যখন একজন ব্যবহারকারী গুগলে কোনো কিওয়ার্ড সার্চ করে, তখন আপনার বিজ্ঞাপনগুলি সেগুলির সঙ্গে সম্পর্কিত শীর্ষে প্রদর্শিত হতে পারে। এই ধরনের বিজ্ঞাপনগুলি সাধারণত টেক্সট অ্যাডস হয় এবং তারা সরাসরি ব্যবহারকারীর সার্চ কিওয়ার্ডের উপর ভিত্তি করে আসে।

- **গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক:** এই নেটওয়ার্কটি বিশাল সংখ্যক ওয়েবসাইট, অ্যাপ এবং ভিডিও প্ল্যাটফর্মে গুগল অ্যাডস প্রদর্শন করার জন্য ব্যবহার করা হয়। ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে আপনার বিজ্ঞাপনটি ইমেজ, ভিডিও, বা টেক্সট ফর্মে হতে পারে এবং এটি লক্ষ্য দর্শকদের জন্য প্রদর্শিত হয়। আপনি নির্দিষ্ট ওয়েবসাইট বা পৃষ্ঠাগুলিতে আপনার বিজ্ঞাপন দেখানোর জন্য কাস্টমাইজ করতে পারেন।
- **YouTube:** গুগল অ্যাডস প্লেসমেন্টের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হল ইউটিউব। আপনি ইউটিউব ভিডিওগুলির মাধ্যমে আপনার বিজ্ঞাপন প্রচার করতে পারেন, বিশেষত ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন পরিচালনা করলে।

গুগল অ্যাড প্লেসমেন্টের সুবিধা:

- ❖ আপনি চাইলে নির্দিষ্ট স্থান এবং সময় অনুযায়ী বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে পারেন।
- ❖ লক্ষ্যিত দর্শকদের কাছে বিজ্ঞাপন পৌঁছানোর জন্য বিভিন্ন ধরনের প্লেসমেন্ট অপশন রয়েছে।
- ❖ গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক এবং ইউটিউব প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে আপনার ব্র্যান্ডের অ্যাওয়ারনেস তৈরি করতে পারেন।

বিডিং এবং বাজেটিং

গুগল অ্যাডসে আপনার ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা অনেকাংশেই নির্ভর করে বিডিং এবং বাজেটের উপর। সঠিকভাবে বিডিং এবং বাজেট নির্ধারণ করলে, আপনি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের জন্য সর্বোত্তম ফলাফল পেতে পারেন।

বিডিং

গুগল অ্যাডসে, বিডিং হলো সেই প্রক্রিয়া, যার মাধ্যমে আপনি গুগলকে জানান আপনি প্রতি ক্লিক (CPC) বা প্রতি হাজার ইমপ্রেশন (CPM) এর জন্য কত টাকা দিতে প্রস্তুত। বিডিং সিস্টেমটি আপনাকে প্রতিযোগিতায় দাঁড়াতে সহায়তা করে, যাতে আপনার বিজ্ঞাপনটি সম্ভাব্য ব্যবহারকারীর কাছে দেখা যায়।

- **CPC (Cost Per Click):** এটি হলো সবচেয়ে জনপ্রিয় বিডিং মেথড, যেখানে আপনি প্রতি ক্লিকের জন্য একটি নির্দিষ্ট মূল্য সেট করেন।
- **CPM (Cost Per Thousand Impressions):** যদি আপনি আপনার বিজ্ঞাপনটি ইমপ্রেশন ভিত্তিক প্রচার করতে চান, তাহলে CPM অপশন ব্যবহার করতে পারেন।
- **CPA (Cost Per Acquisition):** যদি আপনি কোনও নির্দিষ্ট কনভার্সন বা লিড চান, তবে CPA বিডিং মেথড ব্যবহার করা সবচেয়ে উপযুক্ত।

বাজেট নির্ধারণ

আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের জন্য আপনি একটি নির্দিষ্ট বাজেট নির্ধারণ করতে পারেন। গুগল অ্যাডসে, দৈনিক বাজেট সেট করা হয়, যা আপনাকে কতটুকু টাকা খরচ করার অনুমতি দেয়।

- **দৈনিক বাজেট:** এটি হলো সেই পরিমাণ টাকা যা আপনি প্রতিদিন আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারের জন্য খরচ করতে চান।
- **বাজেট সীমা:** আপনি প্রতি মাসে সর্বোচ্চ কত টাকা খরচ করতে চান, তা নির্ধারণ করতে পারেন। এটি একটি স্বতঃস্ফূর্ত কৌশল যা আপনাকে ব্যয় নিয়ন্ত্রণ করতে সহায়তা করে।

বিডিং এবং বাজেটের সঠিক ব্যবহারের গুরুত্ব:

- ❖ এটি আপনাকে খরচের উপর নিয়ন্ত্রণ দিতে সহায়তা করে।
- ❖ সঠিক বিডিং নির্বাচন করে আপনি আপনার বিজ্ঞাপনকে আরও দর্শকদের কাছে পৌঁছাতে পারেন।
- ❖ বাজেট নির্ধারণে আপনি নির্দিষ্ট পরিমাণে খরচ করে সর্বোত্তম ফলাফল পেতে পারেন।

এটি গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইন সম্পর্কিত একটি ধারণা প্রদান করেছে, যেখানে বিডিং, বাজেটিং এবং প্লেসমেন্টের ভূমিকা তুলে ধরা হয়েছে।

নেভিগেটিং অডিয়েন্স ম্যানেজার

গুগল অ্যাডস-এর "Audience Manager" একটি শক্তিশালী টুল যা আপনাকে আপনার লক্ষ্য গ্রাহকদের সঠিকভাবে চিহ্নিত করতে এবং তাদের ওপর ভিত্তি করে কাস্টমাইজড বিজ্ঞাপন কৌশল তৈরি করতে সাহায্য করে। এটি বিভিন্ন শ্রেণীভুক্ত অডিয়েন্স তৈরি এবং ম্যানেজ করার জন্য ব্যবহৃত হয়, যেমন: ইন-মার্কেট অডিয়েন্স, রিটার্কেটিং লিস্ট, কাস্টম অডিয়েন্স ইত্যাদি।

১. Audience Manager কী?

| Segment type | Membership status | Match |
|-------------------------------------------------|-------------------|-------|
| Website visitors Automatically created | Open | |
| Website visitors | Closed | |
| Website visitors Rule-based Automatically | Open | |

Audience Manager হলো একটি গুগল অ্যাডস টুল যা আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপনের জন্য শ্রেণীবদ্ধ শ্রোতাদের তৈরিতে সাহায্য করে। এটি আপনাকে বিভিন্ন পদ্ধতিতে আপনার গ্রাহকদের চিহ্নিত করার সুযোগ দেয়, যেমন:

- **In-Market Audience:** যারা ইতোমধ্যেই আপনার পণ্যের জন্য আগ্রহী।

- **Remarketing Audience:** যারা পূর্বে আপনার ওয়েবসাইটে এসেছিল।
- **Custom Intent Audience:** যারা বিশেষ কিছু ইন্টারেস্ট বা কার্যকলাপে জড়িত।

২. কিভাবে নেভিগেট করবেন Audience Manager?

গুগল অ্যাডস-এ Audience Manager অ্যাক্সেস করতে, আপনার অ্যাকাউন্টে লগইন করার পর, "Tools & Settings" মেনু থেকে "Audience Manager" অপশনটি সিলেক্ট করুন। এখানে আপনি নতুন অডিয়েন্স তৈরি করতে, আপনার পুরনো অডিয়েন্স লিস্ট দেখতে এবং কাস্টমাইজড অডিয়েন্স সেটআপ করতে পারবেন।

৩. অডিয়েন্স ম্যানেজমেন্টের সুবিধা:

Audience Manager ব্যবহার করলে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইন আরও সঠিকভাবে লক্ষ্যবস্তু করতে পারেন, যা আপনার ROI (Return on Investment) বৃদ্ধি করে। এর মাধ্যমে আপনি ব্যক্তিগতকৃত বিজ্ঞাপন দেখাতে পারেন, যা আপনার গ্রাহকদের জন্য আরও প্রাসঙ্গিক হবে।

Audience Manager ব্যবহার

Audience Manager ব্যবহার করে কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করা গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনে একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ। এর মাধ্যমে আপনি এমন অডিয়েন্স তৈরি করতে পারেন যারা আপনার পণ্যের প্রতি আগ্রহী বা যাদের কাছে আপনার বিজ্ঞাপন পৌঁছানোর সম্ভাবনা বেশি।

১. কাস্টম অডিয়েন্স তৈরির উপায়:

Audience Manager-এ গিয়ে, আপনি "Create Audience" বাটনে ক্লিক করতে পারেন এবং সেখানে বিভিন্ন অডিয়েন্স অপশন যেমন:

- ❖ **Custom Intent Audience:** বিশেষ শ্রোতা যারা কিছু নির্দিষ্ট কার্যকলাপে জড়িত, যেমন আপনার পণ্য বা পরিষেবা খুঁজে পেতে।
- ❖ **In-market Audience:** যারা বর্তমানে পণ্য বা সেবা কেনার আগ্রহ দেখাচ্ছে।
- ❖ **Remarketing Audience:** যারা পূর্বে আপনার ওয়েবসাইটে পরিদর্শন করেছে।

২. কাস্টম অডিয়েন্সে কতগুলি প্যারামিটার যুক্ত করা যায়?

একটি কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে হলে, আপনি সাধারণত নিম্নলিখিত প্যারামিটার ব্যবহার করতে পারেন:

- ❖ **কিওয়ার্ড:** আপনি যে কিওয়ার্ডে আগ্রহী, সেগুলি ব্যবহার করে অডিয়েন্স তৈরি করা।
- ❖ **ওয়েবসাইট ভিজিটর:** যারা আপনার ওয়েবসাইটে এসেছেন, তাদের জন্য একটি কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করা।
- ❖ **ইন্টারেস্ট এবং আচরণ:** ভিন্ন ভিন্ন শ্রেণীর দর্শকদের জন্য বিজ্ঞাপন পরিকল্পনা করা।

৩. কাস্টম অডিয়েন্সের সুবিধা:

কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করলে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনকে আরও লক্ষ্যভিত্তিক ও ব্যক্তিগত করতে পারেন, যা বিজ্ঞাপনের কার্যকারিতা বৃদ্ধি করবে।

অডিয়েন্স টার্গেটিং

গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনে অডিয়েন্স টার্গেটিং একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। বিজ্ঞাপন তৈরি করার সময় সঠিক অডিয়েন্স টার্গেট করা খুবই প্রয়োজনীয়, কারণ এটি নিশ্চিত করে যে আপনার বিজ্ঞাপন সেই শ্রেণীভুক্ত লোকদের কাছে পৌঁছাবে যারা সত্যিই আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে আগ্রহী।

১. অডিয়েন্স টার্গেটিং কী?

অডিয়েন্স টার্গেটিং হলো এমন একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে আপনি নির্দিষ্ট শ্রোতাদের জন্য বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে পারেন। গুগল অ্যাডসে, আপনি বিভিন্ন ধরনের অডিয়েন্স টার্গেটিং পদ্ধতি ব্যবহার করতে পারেন:

- ❖ ডেমোগ্রাফিক টার্গেটিং: বয়স, লিঙ্গ, আয়ের স্তর ইত্যাদি ভিত্তিতে।
- ❖ ইন্টারেস্ট টার্গেটিং: মানুষের আগ্রহের ওপর ভিত্তি করে।
- ❖ লোকেশন টার্গেটিং: নির্দিষ্ট অঞ্চলের বা শহরের দর্শকদের টার্গেট করা।

২. টার্গেটিং কিভাবে করবেন?

বিজ্ঞাপন তৈরির সময়, আপনার "Audience" সেটিংসে গিয়ে আপনি যে শ্রেণীভুক্ত দর্শকদের টার্গেট করতে চান তা নির্বাচন করুন। উদাহরণস্বরূপ, আপনি "In-Market" দর্শকদের টার্গেট করতে পারেন যারা ইতিমধ্যে পণ্যটি কেনার জন্য প্রস্তুত।

৩. অডিয়েন্স টার্গেটিং এর উপকারিতা:

অডিয়েন্স টার্গেটিংয়ের মাধ্যমে, আপনি নিশ্চিত করতে পারবেন যে, আপনার বিজ্ঞাপন শুধুমাত্র সেই দর্শকদের কাছে পৌঁছাবে যারা আপনার পণ্য বা সেবার জন্য আগ্রহী। এটি বাজেট ব্যবস্থাপনাকে আরও কার্যকরী করে তোলে এবং রূপান্তরের হার বাড়ায়।

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি

গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি এবং অপটিমাইজ করা একটি গুরুত্বপূর্ণ দক্ষতা, যা আপনি আপনার ব্যবসা বা পরিষেবার সচেতনতা বৃদ্ধির জন্য ব্যবহার করতে পারেন। এটি টেক্সট অ্যাডসের তুলনায় ভিজ্যুয়াল উপাদান বেশি ব্যবহার করে, যেমন ইমেজ, ভিডিও, এনিমেটেড ব্যানার ইত্যাদি।

১. ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন কী?

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন হল গুগল নেটওয়ার্কের অংশ, যেখানে আপনি আপনার বিজ্ঞাপনগুলো বিভিন্ন ওয়েবসাইটে, অ্যাপসে এবং গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে দেখাতে পারেন। এর মাধ্যমে আপনি সারা বিশ্বে প্রচার করতে পারেন।

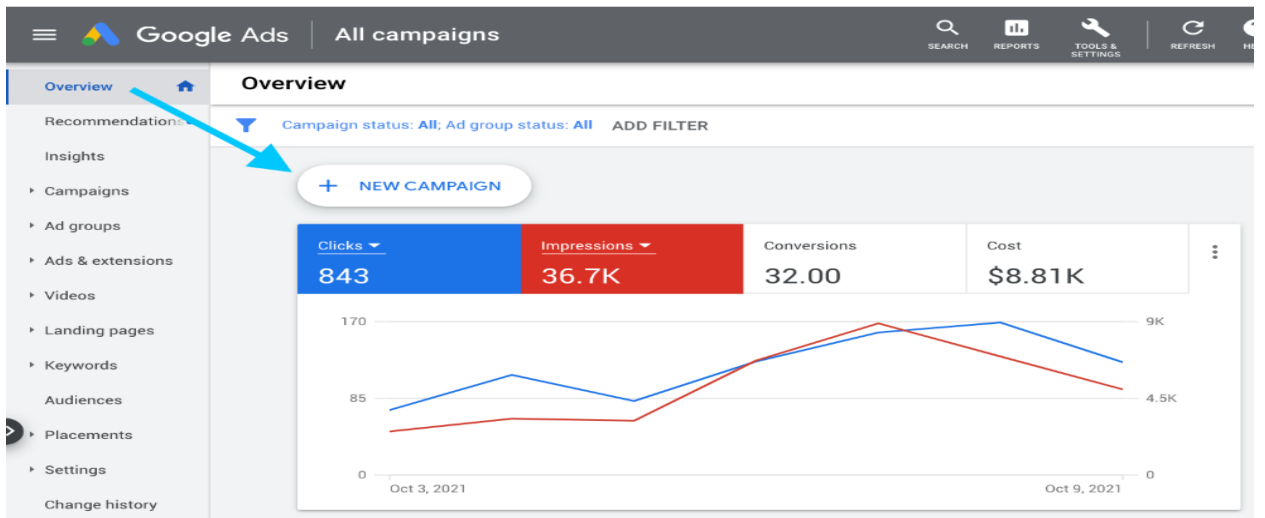
২. ক্যাম্পেইন তৈরি:

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করতে, প্রথমে গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন। এরপর, নতুন ক্যাম্পেইন তৈরি করতে গিয়ে "Display Network" নির্বাচন করুন। এখানে আপনি আপনার লক্ষ্য অনুযায়ী কাস্টমাইজড টার্গেটিং, বাজেট, বিজ্ঞাপনের রূপ নির্বাচন করতে পারেন।

৩. অপটিমাইজেশন:

ক্যাম্পেইন তৈরি করার পর, বিভিন্ন মেট্রিক্স যেমন ক্লিক থ্রু রেট (CTR), কস্ট পার অ্যাকশন (CPA) মনিটর করুন এবং প্রয়োজনীয় অপটিমাইজেশন করতে থাকুন। বিভিন্ন বিজ্ঞাপন ফরম্যাট এবং কিওয়ার্ড পরীক্ষা করে দেখুন কোনটি বেশি কার্যকরী হচ্ছে।

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন



ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন গুগল অ্যাডস-এর একটি জনপ্রিয় এবং গুরুত্বপূর্ণ অংশ। এটি আপনার পণ্য বা সেবা প্রচারের জন্য অনেক বেশি ভিজ্যুয়াল সম্ভাবনা সরবরাহ করে। ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনের মাধ্যমে আপনি আপনার ব্র্যান্ডকে বড় পরিসরে পৌঁছাতে পারেন।

১. ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য:

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনের মূল উদ্দেশ্য হল আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে আরও বেশি মানুষের কাছে সচেতনতা বৃদ্ধি করা। এখানে আপনি দর্শকদের জন্য প্রাসঙ্গিক এবং আকর্ষণীয় বিজ্ঞাপন তৈরি করে দেখতে পারেন।

২. ক্যাম্পেইন টার্গেটিং:

আপনি বিভিন্ন ধরনের টার্গেটিং ব্যবহার করতে পারেন যেমন, ডেমোগ্রাফিক টার্গেটিং, ইন্টারেস্ট-ভিত্তিক টার্গেটিং এবং কনটেক্সটুয়াল টার্গেটিং।

৩. বিজ্ঞাপন ফরম্যাট:

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনে বিভিন্ন ধরনের বিজ্ঞাপন ফরম্যাট ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন:

- ❖ ব্যানার বিজ্ঞাপন
- ❖ ভিডিও বিজ্ঞাপন
- ❖ এনিমেটেড বিজ্ঞাপন

অ্যাড ক্যাম্পেইন স্পেসিফিকেশন

গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করার সময়, বিজ্ঞাপনগুলোর সঠিক স্পেসিফিকেশন জানা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সঠিক স্পেসিফিকেশন না থাকলে, আপনার বিজ্ঞাপনটি সঠিকভাবে প্রদর্শিত হবে না এবং ফলস্বরূপ বিজ্ঞাপনের কার্যকারিতা কমতে পারে।

১. বিজ্ঞাপন সাইজ:

ডিসপ্লে অ্যাডের বিভিন্ন সাইজ রয়েছে, যেগুলো উপযুক্ত জায়গায় প্রদর্শিত হয়। এখানে কিছু সাধারণ সাইজ দেওয়া হলো:

- ❖ 300x250 (Medium Rectangle)
- ❖ 728x90 (Leaderboard)
- ❖ 160x600 (Wide Skyscraper)

২. ফাইল সাইজ:

গুগল ডিসপ্লে অ্যাডস-এর জন্য সর্বোচ্চ ফাইল সাইজ 150 KB হওয়া উচিত। আপনি JPEG, PNG, GIF, বা HTML5 ফরম্যাটে বিজ্ঞাপন আপলোড করতে পারবেন।

গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক ক্যাম্পেইন সেটআপ

গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক ক্যাম্পেইন সেটআপ করা একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ, যা আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপনগুলি গুগল অ্যাডস-এর ডিসপ্লে নেটওয়ার্কের অংশ হিসেবে ওয়েবসাইট, অ্যাপ, এবং অন্যান্য প্ল্যাটফর্মে প্রদর্শন করার সুযোগ দেয়। সঠিকভাবে ক্যাম্পেইন সেটআপ করলে আপনার বিজ্ঞাপন আরও লক্ষ্যভিত্তিক এবং প্রাসঙ্গিক দর্শকদের কাছে পৌঁছাবে।

১. ক্যাম্পেইন তৈরি করার প্রক্রিয়া:

- ❖ **স্টেপ ১:** গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন এবং "Campaigns" বিভাগে যান।
- ❖ **স্টেপ ২:** "New Campaign" ক্লিক করুন এবং ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য নির্বাচন করুন। যদি আপনার উদ্দেশ্য ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারেনেস বা ওয়েবসাইট ট্রাফিক বৃদ্ধি করা হয়, তবে "Display" ক্যাম্পেইন নির্বাচন করুন।
- ❖ **স্টেপ ৩:** কাস্টমাইজড সেটিংস দিয়ে আপনার ক্যাম্পেইন ডেটা পূরণ করুন, যেমন - বাজেট, টার্গেটিং, এবং বিজ্ঞাপন ফরম্যাট।

- ❖ **স্টেপ ৪:** আপনার ডিসপ্লে বিজ্ঞাপন তৈরি করুন এবং আপলোড করুন। আপনি ইমেজ, ব্যানার, বা HTML5 অ্যাড ফরম্যাট ব্যবহার করতে পারেন।

২. টার্গেটিং অপশন:


- ❖ **ডেমোগ্রাফিক টার্গেটিং:** বয়স, লিঙ্গ, অবস্থান ইত্যাদি।
- ❖ **কনটেক্সচুয়াল টার্গেটিং:** কনটেন্টের সাথে সম্পর্কিত শ্রোতাদের টার্গেট করা।
- ❖ **রিটার্কেটিং:** পূর্বে আপনার ওয়েবসাইটে আসা গ্রাহকদের লক্ষ্য করা।

৩. ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:


- ❖ **স্কোরিং:** Google Ads "Optimization score" ব্যবহার করে ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা উন্নত করা।
- ❖ **অটো টার্গেটিং:** যাদের আগ্রহ আপনার পণ্যের সাথে সম্পর্কিত, তাদের জন্য অটো টার্গেটিং সেট করুন।

রেস্পন্সিভ ডিসপ্লে

Example of your image ad at 160x600




General Contracting Services



Starting A New Project?
Contact Our Commercial Construction Team For A Free Quote Today.

Example of your native ad at 480x120




Industrial Builders Is The Region's Industrial & Commercial Construction...


Ad Industrial Builders, Inc.

Learn More

Example of your image ad at 300x250



General Contracting Services



Starting A New Project? Contact Our Commercial Construction Team For A Free Quote Today.


Example of your text ad at 300x250

Industrial Builders, Inc.


Industrial Builders, Inc.
Industrial Builders Will Beat Your Budget, Meet Your Deadlines, & Exceed All Expectations.

LEARN MORE

Example of your image ad at 728x90



General Contracting Services



Starting A New Project? Contact Our Commercial Construction Team For A Free Quote Today.

Responsive Display Ads (RDA) গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করার সবচেয়ে সহজ এবং শক্তিশালী উপায়। এটি একটি অটো-অপ্টিমাইজিং ফরম্যাট, যা গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার বিজ্ঞাপনটি বিভিন্ন জায়গায় এবং ফরম্যাটে প্রদর্শন করে।

১. Responsive Display Ads কী?

Responsive Display Ads এমন একটি বিজ্ঞাপন ফরম্যাট যা গুগল নিজে থেকে আপনার কন্টেন্ট, ছবি, শিরোনাম এবং বর্ণনা থেকে সেরা উপাদানগুলো নির্বাচন করে এবং বিজ্ঞাপনটি যেকোনো ডিভাইসে এবং প্ল্যাটফর্মে স্বয়ংক্রিয়ভাবে কাস্টমাইজ করে দেখায়।









২. কিভাবে Responsive Display Ads তৈরি করবেন?

- ❖ **স্টেপ ১:** গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনে গিয়ে "New Campaign" সিলেক্ট করুন এবং "Display" নির্বাচন করুন।
- ❖ **স্টেপ ২:** ক্যাম্পেইনের জন্য একটি বাজেট সেট করুন।
- ❖ **স্টেপ ৩:** আপনার বিজ্ঞাপনগুলো তৈরি করুন। এখানে শিরোনাম, বর্ণনা, ছবি এবং লোগো প্রদান করতে হবে।
- ❖ **স্টেপ ৪:** গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে বিজ্ঞাপনটিকে বিভিন্ন ফরম্যাটে প্রদর্শন করবে।

৩. Responsive Display Ads এর সুবিধা:

- ❖ **স্বয়ংক্রিয় অপটিমাইজেশন:** গুগল আপনাকে সেরা সম্ভাব্য ফলাফল দেওয়ার জন্য বিজ্ঞাপনটি অটো-অপ্টিমাইজ করে।
- ❖ **প্রতিটি ডিভাইসে কার্যকর:** বিজ্ঞাপনটি বিভিন্ন স্ক্রীন সাইজে কাস্টমাইজ করা যায়, যেটি ট্যাবলেট, স্মার্টফোন এবং ডেস্কটপে যথাযথভাবে প্রদর্শিত হবে।

গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন

| Enabled Status: Eligible Type: Performance Max Budget: €1,000.00/day | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|-------------|-----------------------|
| ADD FILTER | | | | |
| Asset | Asset type ↑ | Status | Performance | Source |
|  1000 x 2000 | Square image | Approved | Pending | Advertiser |
|  740 x 1740 | Square image | Approved | Pending | Advertiser |
|  100 x 800 | Logo | Approved | -- | Advertiser |
|  Length: 0:19 | YouTube video | -- | -- | Automatically created |
|  Length: 0:19 | YouTube video | -- | -- | Automatically created |
|  Length: 0:19 | YouTube video | -- | -- | Automatically created |
|  740 x 1740 | Portrait image | Approved | Best | Advertiser |
|  740 x 1740 | Portrait image | Approved | Good | Advertiser |

Show rows 50 1 - 30 of 30

গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন সৃজন এবং পরিচালনা করা আপনার বিজ্ঞাপন কৌশলের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। ভিডিও বিজ্ঞাপন সঠিকভাবে তৈরি এবং পরিচালনা করলে আপনি আপনার গ্রাহকদের কাছে গভীর প্রভাব ফেলতে পারবেন, বিশেষ করে ব্র্যান্ড সচেতনতা ও রূপান্তর বৃদ্ধির জন্য এটি অত্যন্ত কার্যকরী।

১. গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন কী?

গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন একটি ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশল যা ইউটিউব, গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক (GDN), এবং অন্যান্য ভিডিও সাইটে বিজ্ঞাপন প্রচার করে। এটি ভিডিও কন্টেন্টের মাধ্যমে ব্র্যান্ড বা পণ্য প্রচার করার একটি কার্যকরী পদ্ধতি।

২. ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরির পদক্ষেপ:

- ❖ **স্টেপ ১:** গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন এবং "New Campaign" সিলেক্ট করুন।
- ❖ **স্টেপ ২:** "Video" ক্যাম্পেইন টাইপ নির্বাচন করুন।

- ❖ **স্টেপ ৩:** ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য নির্বাচন করুন (যেমন ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারেনেস, ওয়েবসাইট ট্রাফিক, ইত্যাদি) ।
- ❖ **স্টেপ ৪:** বাজেট এবং টার্গেটিং সেটিংস কাস্টমাইজ করুন ।
- ❖ **স্টেপ ৫:** আপনার ভিডিও আপলোড করুন এবং এটি প্রাসঙ্গিক শ্রোতাদের কাছে দেখানোর জন্য সেট করুন ।

৩. ভিডিও বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন ফরম্যাট:

- ❖ **TrueView Ads:** যেখানে দর্শক বিজ্ঞাপনটি অগ্রসর হলে স্কিপ করতে পারেন ।
- ❖ **Bumper Ads:** ৬ সেকেন্ডের ছোট ভিডিও বিজ্ঞাপন ।
- ❖ **Non-Skippable Video Ads:** যা দর্শক স্কিপ করতে পারে না এবং ১৫-২০ সেকেন্ডের হয় ।

গুগল অ্যাডসে পেমেন্ট সেটিংস কাস্টমাইজ

গুগল অ্যাডসে পেমেন্ট সেটিংস কাস্টমাইজ করা একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ, যা আপনাকে আপনার অ্যাড ক্যাম্পেইনের জন্য সর্বোচ্চ স্বাচ্ছন্দ্য এবং নিয়ন্ত্রণ প্রদান করে ।

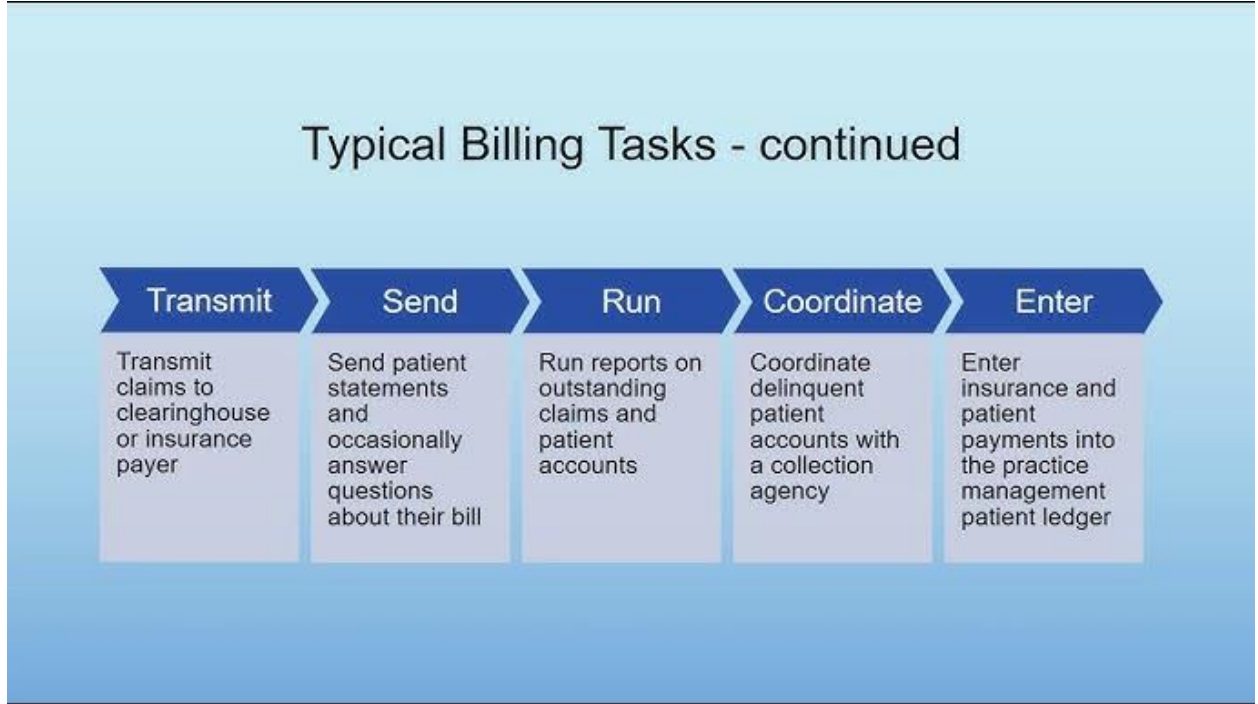
১. পেমেন্ট মেথড পরিবর্তন:

আপনি যখন নতুন পেমেন্ট পদ্ধতি যোগ করবেন, তখন সেটি গুগল অ্যাডস এর মাধ্যমে সহজেই পরিচালনা করতে পারবেন । নতুন পেমেন্ট মেথড যোগ করতে গিয়ে, আপনি আপনার পছন্দমত পেমেন্ট অপশন সিলেক্ট করতে পারেন ।

২. বিলিং ঠিকানা এবং কর সম্পর্কিত সেটিংস:

আপনার বিলিং ঠিকানা এবং ট্যাক্স তথ্য আপডেট করার জন্য গুগল অ্যাডস-এর "Billing" সেকশনে গিয়ে তা সম্পন্ন করতে হবে ।

বেসিক বিলিং টাস্কস



গুগল অ্যাডস-এর বিলিং টাস্কগুলি পরিচালনা করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, যাতে আপনার ক্যাম্পেইনগুলির জন্য সঠিক এবং সুষ্ঠু অর্থপ্রদান নিশ্চিত করা যায়। এখানে কিছু মৌলিক বিলিং টাস্কের আলোচনা করা হল যা আপনাকে গুগল অ্যাডস ব্যবহারের সময় জানাতে হবে।

১. অ্যাড ক্যাম্পেইনের জন্য পেমেন্ট তথ্য প্রদান:

গুগল অ্যাডসে আপনার অ্যাকাউন্ট সেটআপ করার সময় প্রথম কাজ হলো আপনার পেমেন্ট মেথড যোগ করা। আপনি যে পেমেন্ট পদ্ধতি ব্যবহার করবেন সেটি (যেমন ক্রেডিট কার্ড, ডেবিট কার্ড, ব্যাংক অ্যাকাউন্ট) সেটআপ করতে হবে।

২. পেমেন্টের উপায় পরিবর্তন:

যেকোনো সময় আপনি আপনার পেমেন্ট পদ্ধতি পরিবর্তন করতে পারেন। যদি আপনি ক্রেডিট কার্ডের পরিবর্তে ব্যাংক অ্যাকাউন্ট ব্যবহার করতে চান, তবে এটি বিলিং সেটিংস থেকে পরিবর্তন করা সম্ভব।

৩. ইনভয়েস এবং বিলিং রিপোর্ট দেখা:

আপনার বিলিং রিপোর্ট এবং ইনভয়েসগুলো দেখতে এবং ডাউনলোড করতে পারবেন। এতে আপনার খরচ, পেমেন্ট এবং অন্যান্য প্রয়োজনীয় তথ্য পাওয়া যাবে।

৪. বিলিং অ্যাকাউন্টের ব্যালেন্স পর্যালোচনা:

এটি আপনার অ্যাড ক্যাম্পেইনের জন্য কত টাকা বাকি আছে বা আপনি কত টাকা ব্যয় করেছেন তা দেখতে সাহায্য করে।

৫. বিলিং সম্পর্কিত সমস্যা সমাধান:

যদি বিলিং সম্পর্কিত কোনো সমস্যা হয়, যেমন অতিরিক্ত চার্জ বা ভুল পেমেন্ট, তাহলে গুগল অ্যাডস-এর সাহায্য কেন্দ্রের মাধ্যমে সেটি সমাধান করা সম্ভব।

প্রমোশনস এন্ড কুপন

গুগল অ্যাডস প্রমোশন এবং কুপন অফার করে থাকে যা নতুন এবং বিদ্যমান ব্যবহারকারীদের জন্য উপকারী। এটি আপনার অ্যাড ক্যাম্পেইন চালানোর খরচ কমানোর জন্য একটি শক্তিশালী মাধ্যম হতে পারে।

১. প্রমোশনাল কুপন:

গুগল অ্যাডস নতুন ব্যবহারকারীদের জন্য একটি কুপন অফার করে থাকে, যা প্রথমবার অ্যাড ক্যাম্পেইন চালানোর সময় আপনি পাবেন। এটি সাধারণত একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থের জন্য থাকে, যেমন প্রথম ১০০ ডলার ব্যবহারে ১০০ ডলার ফ্রি।

২. কুপন ব্যবহার করার নিয়ম:

- প্রথমে, আপনার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন।
- কুপন কোডটি অ্যাকাউন্টে ইনপুট করুন।
- কুপনটি আপনার অ্যাড ক্যাম্পেইন চালানোর পর স্বয়ংক্রিয়ভাবে অ্যাপ্লাই হয়ে যাবে।

৩. প্রমোশনাল অফার পাওয়া:

গুগল অ্যাডস সময় সময় প্রমোশনাল অফার প্রদান করে, যা সঞ্চয় করার সুযোগ দেয়। এসব অফার আপনি গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্ট বা ইমেইল মাধ্যমে পেতে পারেন।

৪. কুপন সম্পর্কিত শর্তাবলী:

কোনো প্রমোশন বা কুপন ব্যবহার করার আগে তার শর্তাবলী নিশ্চিত করুন। যেমন, কিছু কুপন শুধুমাত্র নির্দিষ্ট অঞ্চলের জন্য প্রযোজ্য, এবং কিছু কুপন শুধুমাত্র নতুন ব্যবহারকারীদের জন্য।

রেফারেন্স এন্ড এডজুস্টমেন্টস

How to submit a Google Ads refund claim



গুগল অ্যাডসে ভুল বিলিং বা অতিরিক্ত চার্জের ক্ষেত্রে রিফান্ড এবং অ্যাডজাস্টমেন্টের ব্যবস্থা রয়েছে। এটি আপনার ক্যাম্পেইন পরিচালনার ক্ষেত্রে আপনার অর্থ সুরক্ষিত রাখে।

১. রিফান্ড প্রক্রিয়া:

গুগল অ্যাডসে যখন ভুল চার্জ বা অতিরিক্ত পেমেন্ট হয়, তখন আপনি একটি রিফান্ডের জন্য আবেদন করতে পারেন। রিফান্ডের জন্য আবেদন করার জন্য আপনাকে গুগল অ্যাডস-এর "Billing" সেকশন থেকে রিফান্ড ফর্ম পূরণ করতে হবে।

২. রিফান্ডের শর্তাবলী:

- ❖ রিফান্ডের জন্য আবেদন করার সময় আপনাকে এর ব্যাখ্যা দিতে হবে কেন আপনি রিফান্ড চাইছেন।
- ❖ কিছু সময় নির্দিষ্ট টার্ম এবং কন্ডিশন অনুসারে রিফান্ড প্রক্রিয়া নির্ধারিত থাকে, তাই আপনাকে সেগুলো মেনে চলতে হবে।

৩. অ্যাডজাস্টমেন্ট:

রিফান্ডের পরিবর্তে গুগল কখনও কখনও অ্যাডজাস্টমেন্ট প্রদান করে থাকে। এটি হয়, যদি কোনো ক্যাম্পেইনের জন্য অতিরিক্ত বিলিং হয়েছে, এবং তারা পরবর্তীতে আপনার অ্যাকাউন্টে তার সমন্বয় করতে চায়।

পেমেন্ট এবং চার্জ সংক্রান্ত সমস্যা

গুগল অ্যাডস ব্যবহারের সময় কখনো কখনো পেমেন্ট এবং চার্জ সংক্রান্ত সমস্যার সম্মুখীন হতে পারে। এসব সমস্যা সমাধানের জন্য বিভিন্ন পদক্ষেপ নেওয়া যায়।

১. পেমেন্ট পদ্ধতিতে সমস্যা:

গুগল অ্যাডসে পেমেন্ট পদ্ধতি সম্পর্কিত কিছু সমস্যা হতে পারে, যেমন:

- ❖ পেমেন্ট মেথড অ্যাপ্রুভ হয়নি।
- ❖ পেমেন্ট কার্ডে পর্যাপ্ত ব্যালেন্স নেই।
- ❖ গুগল অ্যাডস পেমেন্ট প্রক্রিয়া ত্রুটিপূর্ণ হয়েছে।

এই ধরনের সমস্যার সমাধান করতে, প্রথমে আপনি আপনার পেমেন্ট পদ্ধতি পর্যালোচনা করবেন এবং গুগল অ্যাডস-এর সহায়তা কেন্দ্রের মাধ্যমে অভিযোগ নিবন্ধন করবেন।

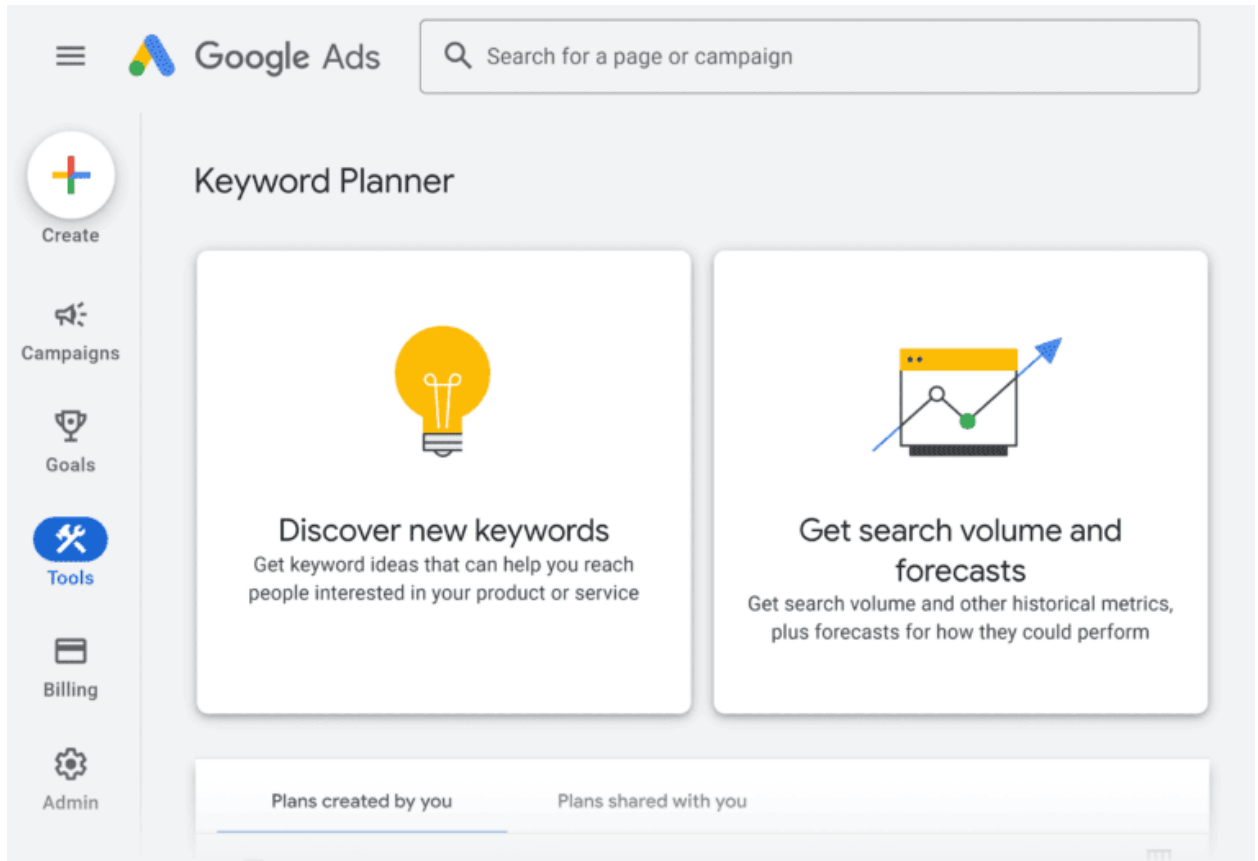
২. চার্জ সম্পর্কিত সমস্যা:

কখনো কখনো গুগল অ্যাডসে ভুল চার্জ হয়, বিশেষ করে যদি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের ব্যালেন্স শীঘ্রই শেষ হয়ে যায় অথবা অপ্রত্যাশিত কোনো সমস্যা ঘটে।

এই সমস্যা সমাধানে:

- ❖ আপনার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টের "Billing" সেকশনে যান এবং পেমেন্ট রিপোর্ট চেক করুন।
- ❖ যদি কোন ভুল চার্জ হয়ে থাকে, তাহলে গুগল অ্যাডস-এর হেল্প সেন্টার থেকে রিফান্ড বা অ্যাডজাস্টমেন্টের জন্য আবেদন করতে পারেন।

কীওয়ার্ড প্ল্যানিং



কিওয়ার্ড পরিকল্পনা একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ যা আপনাকে আপনার গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনকে সঠিকভাবে টার্গেট করতে সাহায্য করে। সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করলে আপনার বিজ্ঞাপন আরও প্রাসঙ্গিক এবং লক্ষ্যভিত্তিক দর্শকদের কাছে পৌঁছাবে।

১. কিওয়ার্ড পরিকল্পনার গুরুত্ব:

- ❖ টার্গেট মার্কেট সঠিকভাবে নির্ধারণ: সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচনের মাধ্যমে আপনি সেই শ্রোতাদের লক্ষ্য করতে পারেন যারা আপনার পণ্যের বা সেবার প্রতি আগ্রহী।
- ❖ এফিশিয়েন্ট বাজেট ব্যবহার: সঠিক কিওয়ার্ড ব্যবহারের মাধ্যমে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন খরচ কমিয়ে আপনার ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা বাড়াতে পারেন।

২. কিওয়ার্ড পরিকল্পনার জন্য টুলস:

- ❖ গুগল কিওয়ার্ড প্ল্যানার: এটি একটি গুগল অ্যাডস টুল যা আপনাকে পছন্দসই কিওয়ার্ড নির্বাচন করতে সহায়তা করবে এবং সেই কিওয়ার্ডের জন্য প্রচার খরচ অনুমান করবে।

৩. কিওয়ার্ড বাছাইয়ের কৌশল:

- ❖ লম্বা লেজ কিওয়ার্ড: স্বল্প প্রতিযোগিতা সহ খুবই নির্দিষ্ট কিওয়ার্ড নির্বাচন করুন।
- ❖ প্রতিযোগী কিওয়ার্ড: আপনার প্রতিযোগীদের কিওয়ার্ড বিশ্লেষণ করুন এবং সেগুলোর উপর ভিত্তি করে আপনার কিওয়ার্ড নির্বাচন করুন।

গুগল অ্যাডস অডিয়েন্স ম্যানেজার

| Campaign | Budget | Status | Optimisation score | Campaign type | Imp. | Interactions | Interaction rate | Avg. cost | Cost | Conversions | Cost / conv. | Conv. rate | Bid strategy type |
|------------------------------|--------|--------|--------------------|---------------|------|--------------|------------------|-----------|------|-------------|--------------|------------|-------------------|
| Display | | | | Display | | | | | | | | | CPC (enhanced) |
| Search & Display | | | | Search | | | | | | | | | CPC (enhanced) |
| Search & Display | | | | Search | | | | | | | | | CPC (enhanced) |
| Search & Display | | | | Search | | | | | | | | | CPC (enhanced) |
| Search | | | | Search | | | | | | | | | CPC (enhanced) |
| Total: All enabled campaigns | | | | | | | | | | | | | |
| Total: Account | | | | | | | | | | | | | |

গুগল অ্যাডস অডিয়েন্স ম্যানেজার একটি শক্তিশালী টুল যা বিজ্ঞাপনদাতাদের তাদের লক্ষ্য শ্রোতাদের সঠিকভাবে নির্ধারণ করতে এবং কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে সহায়তা করে। এটি আপনাকে বিভিন্ন শ্রোতা নির্ধারণের এবং বিশেষ কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করার সুযোগ দেয়, যাতে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন আরও কার্যকরীভাবে টার্গেট করতে পারেন।

১. অডিয়েন্স ম্যানেজার কী?

গুগল অ্যাডস অডিয়েন্স ম্যানেজার হল একটি প্ল্যাটফর্ম যেখানে আপনি বিভিন্ন শ্রোতাদের সেটিংস তৈরি ও পরিচালনা করতে পারেন। এটি আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করার জন্য শ্রোতাদের ভিত্তিতে কাস্টম কিওয়ার্ড, বয়স, আগ্রহ ইত্যাদি সেট করতে সাহায্য করে। এছাড়া এটি বিজ্ঞাপনগুলির দক্ষতা উন্নত করতে সাহায্য করে, কারণ আপনি শুধু আপনার লক্ষ্য শ্রোতাদের কাছে বিজ্ঞাপন পৌঁছান।

২. অডিয়েন্স ম্যানেজারের বৈশিষ্ট্য:

- ❖ **কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করা:** আপনার পণ্যের সাথে সম্পর্কিত শ্রোতাদের গ্রুপ তৈরি করুন এবং সেই গ্রুপে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করুন।
- ❖ **গুগল অডিয়েন্স ব্যবহার:** গুগলের নিজের সিস্টেমের মাধ্যমে তৈরি হওয়া অডিয়েন্স গুলি ব্যবহার করুন (যেমন: শপিং দর্শক, ওয়েবসাইট ভিজিটর)।
- ❖ **অডিয়েন্স ডেটা অ্যানালিটিক্স:** অডিয়েন্সের আচরণ ও মিথস্ক্রিয়া ট্র্যাক করে আপনার বিজ্ঞাপন কৌশলটি আরও উন্নত করতে সাহায্য করে।

৩. অডিয়েন্স ম্যানেজার ব্যবহার করার সুবিধা:

- ❖ লক্ষ্য শ্রোতাদের জন্য আরও নির্দিষ্ট ও প্রাসঙ্গিক বিজ্ঞাপন তৈরি করা।
- ❖ অডিয়েন্স সেগমেন্টেশনের মাধ্যমে বিজ্ঞাপনের কস্ট-পারফরম্যান্স উন্নত করা।
- ❖ সহজে নতুন কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করা এবং তা নিয়ন্ত্রণ করা।

অডিয়েন্স ম্যানেজার

গুগল অ্যাডস এর অডিয়েন্স ম্যানেজার একটি অত্যাধুনিক টুল যা বিজ্ঞাপনদাতাদের জন্য খুবই কার্যকর। এটি ব্যবহারকারীদের তাদের টার্গেট শ্রোতাদের চিহ্নিত করতে এবং বিজ্ঞাপনের লক্ষ্য নির্ধারণে সহায়তা করে।

১. অডিয়েন্স ম্যানেজার কীভাবে কাজ করে?

অডিয়েন্স ম্যানেজার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টের একটি অংশ, যেখানে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারের জন্য শ্রোতাদের গ্রুপ তৈরি এবং নির্বাচন করতে পারেন। এটি ক্লিকস, ভিউস, ডেমোগ্রাফিক্স, আচরণ এবং আগ্রহের ভিত্তিতে অডিয়েন্স তৈরি করতে সাহায্য করে।

২. অডিয়েন্স ম্যানেজার-এর কাজের প্রক্রিয়া:

- ❖ **অডিয়েন্স ডেটা একত্রিত করা:** গুগল অ্যাডস একাধিক সোর্স থেকে ডেটা সংগ্রহ করে, যেমন ওয়েবসাইট, ইউটিউব, গুগল সার্চ ইত্যাদি।
- ❖ **কাস্টম শ্রোতাদের লক্ষ্য নির্ধারণ:** আপনি চাইলে নির্দিষ্ট আচরণ অথবা আগ্রহের ভিত্তিতে শ্রোতাদের কাস্টম গ্রুপ তৈরি করতে পারেন।
- ❖ **শ্রোতাদের সঙ্গে যোগাযোগের সুবিধা:** প্রাসঙ্গিক শ্রোতাদের সাথেই আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শিত হয়, যা আপনার বিজ্ঞাপনদানের কার্যকারিতা বৃদ্ধি করে।

ভিন্ন ভিন্ন অডিয়েন্স অপশন

গুগল অ্যাডসে ভিন্ন ভিন্ন শ্রোতা লক্ষ্য করার জন্য বেশ কিছু অপশন রয়েছে, যা আপনাকে নির্দিষ্ট শ্রোতাদের কাছে আপনার বিজ্ঞাপন পৌঁছাতে সহায়তা করে। বিভিন্ন টার্গেটিং অপশন আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনকে আরও সঠিক এবং ফলপ্রসূ করতে পারে।

১. ডেমোগ্রাফিক টার্গেটিং:

এই ধরনের টার্গেটিং আপনাকে বয়স, লিঙ্গ, আয়ের স্তর, শিক্ষার স্তর, বিবাহিত অবস্থা ইত্যাদি ভিত্তিতে শ্রোতাদের লক্ষ্য করতে সাহায্য করে।

২. জিওগ্রাফিক টার্গেটিং:

জিওগ্রাফিক টার্গেটিংয়ের মাধ্যমে আপনি বিশেষ অঞ্চল, শহর বা দেশের ভিত্তিতে আপনার বিজ্ঞাপন চালাতে পারেন। এটি একটি বিশেষ ভৌগলিক অবস্থানে শ্রোতাদের কাছে বিজ্ঞাপন পৌঁছানোর জন্য কার্যকরী।

৩. ইন্টারেস্ট টার্গেটিং:

ইন্টারেস্ট টার্গেটিং এমন শ্রোতাদের উদ্দেশ্য করে কাজ করে যারা একটি নির্দিষ্ট আগ্রহ বা শখের প্রতি আগ্রহী। উদাহরণস্বরূপ, যদি আপনি সঙ্গীতের পণ্য বিক্রি করেন, তবে আপনি সঙ্গীত প্রেমীদের লক্ষ্য করতে পারেন।

৪. রিটারগেটিং (Remarketing):

আপনি যারা আপনার ওয়েবসাইটে পূর্বে এসেছেন বা আপনার অ্যাপ ব্যবহার করেছেন তাদের কাছে বিজ্ঞাপন পাঠানোর জন্য রিটারগেটিং ব্যবহার করতে পারেন। এটি শ্রোতাদের পুনরায় লক্ষ্য করে বিজ্ঞাপন দেখানোর একটি পদ্ধতি।

নেভিগেট অডিয়েন্স ম্যানেজার

অডিয়েন্স ম্যানেজার নেভিগেট করা আপনার গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনকে আরও টার্গেটেড এবং কার্যকরী করতে সাহায্য করে। এখানে আপনি কীভাবে অডিয়েন্স ম্যানেজারকে ব্যবহার করবেন তা সংক্ষেপে আলোচনা করা হয়েছে।

১. অডিয়েন্স ম্যানেজার ড্যাশবোর্ড:

অডিয়েন্স ম্যানেজার ড্যাশবোর্ড ব্যবহারকারীদের জন্য বিভিন্ন শ্রোতা কাস্টমাইজেশন অপশন প্রদান করে। ড্যাশবোর্ডে আপনি আপনার কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে পারেন, তা দেখতে পারেন এবং যেগুলি পূর্বে সেভ করা হয়েছে তা সংশোধন করতে পারেন।

২. অডিয়েন্স তৈরি করা:

এখানে আপনি নির্দিষ্ট শ্রোতাদের লক্ষ্য করে বিভিন্ন কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, আপনি আপনার পণ্যের সাথে সম্পর্কিত শ্রোতাদের লক্ষ্য করে একটি গ্রুপ তৈরি করতে পারেন।

৩. অডিয়েন্সের সেগমেন্টেশন:

অডিয়েন্সের আচরণ, আগ্রহ বা ডেমোগ্রাফিক্সের ভিত্তিতে আপনি সেগমেন্ট তৈরি করতে পারেন। এটি আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপনকে আরও সুনির্দিষ্টভাবে শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাতে সহায়তা করবে।

অডিয়েন্স ম্যানেজার থেকে অডিয়েন্স তৈরি

অডিয়েন্স ম্যানেজার ব্যবহার করে আপনি বিভিন্ন শ্রোতাদের জন্য কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে পারবেন, যা আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনকে আরও কার্যকরী এবং সঠিক টার্গেটিং করবে।

১. কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করার পদ্ধতি:

গুগল অ্যাডস এ "অডিয়েন্স" সেকশনে গিয়ে আপনি নিজের জন্য নতুন শ্রোতা গোষ্ঠী তৈরি করতে পারেন। এর মাধ্যমে আপনি বিভিন্ন ডেমোগ্রাফিক তথ্য এবং আগ্রহের ভিত্তিতে শ্রোতাদের গ্রুপ করতে পারবেন।

২. অডিয়েন্স ক্রিয়েশনে কিছু টিপস:

- ❖ আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে বিশদভাবে চিন্তা করুন এবং সেই অনুযায়ী শ্রোতা গ্রুপ তৈরি করুন।
- ❖ বিভিন্ন শ্রোতা সেগমেন্টে পরীক্ষা করুন, যাতে আপনি কোন শ্রোতাদের কাছে আপনার বিজ্ঞাপন সবচেয়ে কার্যকরী।

এডস দ্বারা অডিয়েন্সদের দৃষ্টি আকর্ষণ করা

গুগল অ্যাডস-এর বিজ্ঞাপন সৃষ্টি করার সময় অডিয়েন্স টার্গেটিং একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক। এই পদ্ধতি অনুসরণ করে আপনি আপনার বিজ্ঞাপনগুলো সবচেয়ে বেশি কার্যকরী শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাতে পারবেন।

১. অডিয়েন্স টার্গেটিংয়ে অন্তর্ভুক্তির উপায়:

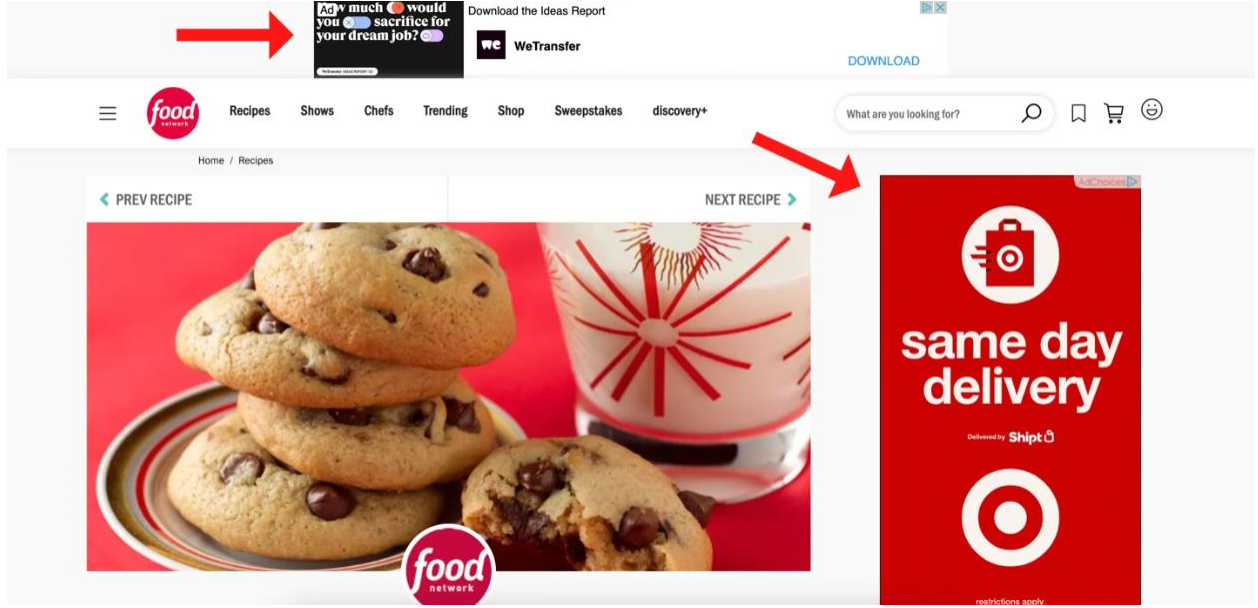
এটি শাখাগুলির মধ্যে থাকে, যেমনঃ

- ❖ কাস্টম অডিয়েন্স
- ❖ সেকশন টার্গেটিং
- ❖ রিটারগেটিং

এভাবে আপনার বিজ্ঞাপনটি একেবারে সঠিক শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাবে এবং এটি আপনার ব্যবসার জন্য লাভজনক হবে।

এখানে কিছু গুরুত্বপূর্ণ বিষয় আলোচনা করা হয়েছে যেমন কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি, অডিয়েন্স ম্যানেজার ব্যবহার এবং টার্গেটিং অপশনগুলো যা আপনার গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনের সাফল্য নিশ্চিত করতে সাহায্য করবে।

গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন ডিসপ্লে



গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনগুলি এমন ক্যাম্পেইন যা গুগল নেটওয়ার্কের ওয়েবসাইট, অ্যাপস, এবং অন্যান্য প্ল্যাটফর্মে আপনার বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে সাহায্য করে। এই ক্যাম্পেইনগুলি প্রিভিউ বা বিজ্ঞাপনগুলি দর্শকদের সামনে প্রেজেন্ট করার জন্য ব্যবহৃত হয়, যেখানে বিজ্ঞাপনটির কার্যকারিতা সর্বাধিক করা হয়।

১. গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করা:

- ❖ **ক্যাম্পেইন লক্ষ্য নির্বাচন:** প্রথমে, আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য নির্বাচন করুন। এটি হতে পারে বিক্রি বৃদ্ধি, লিড সংগ্রহ, বা ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস।
- ❖ **ট্রাফিক টার্গেটিং:** আপনি চাইলে আপনার বিজ্ঞাপন লক্ষ্য দর্শকদের জন্য নির্দিষ্ট ওয়েবসাইট বা অ্যাপসতে প্রদর্শিত করতে পারেন।
- ❖ **অডিয়েন্স এবং সেগমেন্ট টার্গেটিং:** গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে টার্গেটিংয়ের মাধ্যমে আপনি বেছে নিতে পারেন আপনার বিজ্ঞাপন কোথায় এবং কাদের কাছে দেখানো হবে।

২. অস্টিমাইজেশন টিপস:

- ❖ **বিজ্ঞাপনের রেসপন্সিভ ডিজাইন ব্যবহার করুন:** গুগল রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাডস ব্যবহার করলে আপনার বিজ্ঞাপন বিভিন্ন ডিভাইসের স্ক্রীনে উপযুক্তভাবে দেখাবে।
- ❖ **ক্রিয়েটিভ টেস্টিং:** অডিয়েন্সের প্রতিক্রিয়া দেখে এবং বিভিন্ন বিজ্ঞাপন কনটেন্ট পরীক্ষা করে, আপনি সবচেয়ে কার্যকরী বিজ্ঞাপন নির্বাচিত করতে পারেন।

গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন

গুগল ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইন হলো গুগলের ডিসপ্লে নেটওয়ার্কের মাধ্যমে যেসব বিজ্ঞাপনটি প্রকাশিত হয়, যার মধ্যে আছে বিজ্ঞাপন শো হতে পারে ওয়েবসাইটে, ইউটিউব, এবং অন্যান্য অ্যাপস।

১. ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য:

ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনগুলি সাধারণত ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস বা পণ্য পরিচিতি বাড়ানোর জন্য তৈরি করা হয়। আপনি এই ক্যাম্পেইনটি ব্যবহার করতে পারেন দর্শকদের আকৃষ্ট করতে, নতুন পণ্য বাজারে আনার জন্য, বা পুরনো কাস্টমারদের ফিরিয়ে আনতে।

২. ভিজ্যুয়াল কন্টেন্ট ব্যবহার:

- ❖ বিজ্ঞাপনের কন্টেন্ট সৃজনের ক্ষেত্রে, এটি ইমেজ, ভিডিও, বা লিড ফর্ম হিসাবে হতে পারে। ডিসপ্লে অ্যাড ক্যাম্পেইনের কন্টেন্টের মাধ্যমে সহজেই প্রভাবিত করা যায় দর্শকদের।

গুগল ডিসপ্লে অ্যাড স্পেসিফিকেশন

গুগল ডিসপ্লে অ্যাডের জন্য বিজ্ঞাপনের সঠিক স্পেসিফিকেশন জানা খুবই গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি নিশ্চিত করে যে আপনার বিজ্ঞাপন নেটওয়ার্কে সঠিকভাবে প্রদর্শিত হবে এবং তা ইউজারদের জন্য আকর্ষণীয় হবে।

১. ছবি বিজ্ঞাপনের স্পেসিফিকেশন:

- ❖ **অপারেশনাল সাইজ:** সর্বাধিক সাধারণ সাইজগুলো হল 300x250, 728x90, 160x600, এবং 300x600। এগুলি জনপ্রিয় ডিসপ্লে অ্যাড সাইজ।
- ❖ **ফাইল সাইজ:** বিজ্ঞাপনের ফাইল সাইজ 150 কেবির মধ্যে হওয়া উচিত। বড় ফাইল সাইজ আপনার বিজ্ঞাপন লোডিং টাইমকে বাড়িয়ে দিতে পারে।

২. ভিডিও বিজ্ঞাপনের স্পেসিফিকেশন:

- ❖ ভিডিও বিজ্ঞাপন সাধারণত 15, 30, 45 সেকেন্ডের হতে পারে এবং আকারে অবশ্যই 2MB-এর কম হওয়া উচিত। এছাড়াও ভিডিওটির ফরম্যাট MP4 বা MOV হতে হবে।

গুগল রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাড

গুগল রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাড হল একটি বিজ্ঞাপন ফরম্যাট, যেখানে বিজ্ঞাপনটি বিভিন্ন আকার ও ডিভাইসে অটোমেটিকভাবে নিজেকে মানিয়ে নেয়। এই ধরনের বিজ্ঞাপন ব্যবহার করলে আপনাকে একাধিক বিজ্ঞাপন সাইজ এবং স্টাইল তৈরি করার প্রয়োজন হয় না, এটি স্বয়ংক্রিয়ভাবে বিভিন্ন মিডিয়া প্ল্যাটফর্মে উপযুক্ত আকারে প্রদর্শিত হয়।

১. রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাডস-এর সুবিধা:

- ❖ **অটো অ্যাডাপটেশন:** গুগল নিজে থেকেই বিজ্ঞাপনটি উপযুক্ত সাইজে এবং ফরম্যাটে অ্যাডজাস্ট করে, যেন এটি যেকোনো স্ক্রীনে ফিট হয়।
- ❖ **সহজ সেটআপ:** ব্যবহারকারীরা শুধু কিছু পাঠ্য, চিত্র এবং লোগো প্রদান করলেই গুগল রেসপন্সিভ ডিসপ্লে অ্যাড তৈরি করতে পারে।
- ❖ **উন্নত পারফরম্যান্স:** রেসপন্সিভ বিজ্ঞাপনগুলি স্বাভাবিকভাবে আরও বেশি রিটার্ন এনগেজমেন্ট এবং কনভার্সন এনজয় করে।

২. কীভাবে তৈরি করবেন:

- ❖ **কনটেন্ট আপলোড করুন:** বিজ্ঞাপনের জন্য উপযুক্ত টেক্সট, ছবি, ভিডিও বা লোগো আপলোড করুন।
- ❖ **ডেভেলপ ফরম্যাটস:** গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে প্রতিটি ফরম্যাটে আপনার বিজ্ঞাপন তৈরি করবে, যেমন বিভিন্ন রেসপন্সিভ আকার, স্ক্রিন এবং প্যানেল।

গুগল ভিডিও অ্যাড তৈরি ও ক্যাম্পেইন

গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন গুলি ইউটিউব এবং অন্যান্য ভিডিও প্ল্যাটফর্মে বিজ্ঞাপন প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়। এই ক্যাম্পেইনগুলি ব্র্যান্ডিং এবং ভিডিও কন্টেন্টের মাধ্যমে আপনার লক্ষ্য শ্রোতাদের কাছে পৌঁছানোর একটি দুর্দান্ত উপায়।

১. গুগল ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইন তৈরি করার পদ্ধতি:

- ❖ **ক্যাম্পেইন লক্ষ্য নির্ধারণ:** ভিডিও অ্যাড ক্যাম্পেইনের জন্য লক্ষ্য নির্বাচন করা যেমন: ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস, প্রোডাক্ট ইন্সটলস বা কনভার্সন।
- ❖ **ট্যাগলাইন, থাম্বনেইল এবং ভিডিও কনটেন্ট:** ক্যাম্পেইন সেটআপের জন্য থাম্বনেইল, ভিডিওর টাইটেল এবং ডেসক্রিপশন সেট করুন।

২. ভিডিও ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:

- ❖ ভিডিও লংথ অপটিমাইজেশন: ভিডিওর দৈর্ঘ্য গুরুত্বপূর্ণ—30 সেকেন্ডের ভিডিও বেশি কার্যকরী হতে পারে।
- ❖ কাস্টম অডিয়েন্স: ভিডিও টার্গেটিংয়ের মাধ্যমে আপনি কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করতে পারেন, যারা আপনার ভিডিওতে আগ্রহী হতে পারে।

ভিডিও বিজ্ঞাপন ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশল



ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশলে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে, বিশেষত ইউটিউব এবং অন্যান্য ভিডিও-ভিত্তিক প্ল্যাটফর্মে। ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ব্যবহারকারীদের কাছে কার্যকরীভাবে পৌঁছাতে পারে এবং ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস বাড়াতে সাহায্য করে।

১. ভিডিও অ্যাডের উদ্দেশ্য:

ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ব্যবহারকারীদের আকর্ষণ করতে এবং প্রাসঙ্গিক ব্র্যান্ড বার্তা উপস্থাপন করতে সাহায্য করে। এগুলি সোশ্যাল মিডিয়া, ভিডিও প্ল্যাটফর্মে, এবং অন্যান্য জায়গায় প্রচার করা হয়।

২. ভিডিও অ্যাডের উপকারিতা:

- ❖ **মাল্টি-ডিভাইস উপস্থিতি:** ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ডেস্কটপ, মোবাইল, ট্যাবলেট ইত্যাদি সব ধরনের ডিভাইসে কার্যকরী।
- ❖ **উচ্চ এনগেজমেন্ট:** ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি সাধারণত ছবির বিজ্ঞাপনের তুলনায় বেশি এনগেজমেন্ট আনতে সক্ষম।

ভিডিও অ্যাড ফরম্যাট

গুগল ভিডিও বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের জন্য বিভিন্ন ধরনের বিজ্ঞাপন ফরম্যাট রয়েছে, যা বিভিন্ন উদ্দেশ্য এবং দর্শকের জন্য উপযুক্ত হতে পারে। ভিডিও বিজ্ঞাপনের ফরম্যাটগুলির সঠিক ব্যবহার আপনার ক্যাম্পেইনকে আরো সফল এবং প্রভাবশালী করে তোলে।

১. ভিডিও অ্যাড ফরম্যাটের প্রকার:

- ❖ **In-Stream Ads:** এই ধরনের ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ইউটিউব ভিডিওর আগে, মাঝখানে বা পরে চলে এবং দর্শকরা এই বিজ্ঞাপনগুলি দেখার আগে কিছু সময় পর্যন্ত পাস করেন বা স্কিপ করতে পারেন।
- ❖ **Bumper Ads:** এই ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি ৬ সেকেন্ড বা কম দৈর্ঘ্যের হয় এবং সাধারণত ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস বা মেসেজ সংক্ষেপে পৌঁছানোর জন্য ব্যবহার করা হয়।

- ❖ **Video Discovery Ads:** ইউটিউব বা গুগল ভিডিও সার্চ রেজাল্টে এই বিজ্ঞাপনগুলি প্রদর্শিত হয়। ব্যবহারকারী যখন ভিডিও দেখার জন্য সার্চ করেন, তখন এই বিজ্ঞাপনটি তাদের সামনে আসে।
- ❖ **Outstream Ads:** এই ভিডিও বিজ্ঞাপনগুলি মোবাইল ওয়েব পেজে দেখা যায় এবং ভিডিওটি স্ক্রিনে অ্যাপিয়ার হলে অটো প্লে শুরু হয়।

২. ভিডিও বিজ্ঞাপন ফরম্যাটের উপকারিতা:

- ❖ **অভিযান এবং শ্রোতাদের লক্ষ্য নির্ধারণে সহায়তা:** ভিডিও বিজ্ঞাপন ব্যবহার করে, আপনি বিশেষ দর্শক শ্রেণীর মধ্যে আপনার বার্তা সঠিকভাবে পৌঁছাতে পারেন, যেমন তাদের আগ্রহ, বয়স, লিঙ্গ, অবস্থান ইত্যাদির ভিত্তিতে।
- ❖ **মাল্টি-প্ল্যাটফর্ম বিজ্ঞাপন:** ভিডিও বিজ্ঞাপন ইউটিউব এবং অন্যান্য ওয়েবসাইটের পাশাপাশি গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কেও প্রদর্শিত হতে পারে, তাই এটি আরও বড় শ্রোতার কাছে পৌঁছাতে সহায়তা করে।

ভিডিও বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইন সেটআপ

গুগল ভিডিও বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইন সেটআপ করার জন্য কিছু পদক্ষেপ রয়েছে, যা আপনার ক্যাম্পেইনকে সঠিকভাবে পরিচালনা করতে সহায়তা করবে। এই পদ্ধতিগুলি আপনাকে আপনার ভিডিও বিজ্ঞাপনটি তৈরি ও পরিচালনা করার জন্য একটি সঠিক গাইডলাইন প্রদান করবে।

১. ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য নির্ধারণ:

আপনি যে লক্ষ্য অর্জন করতে চান তা প্রথমে নির্বাচন করুন:

- ❖ ব্র্যান্ড অ্যাওয়ারনেস
- ❖ লিড জেনারেশন
- ❖ ভিডিও ভিউস বৃদ্ধি

২. অডিয়েন্স টার্গেটিং নির্বাচন:

আপনার লক্ষ্য দর্শকদের সঠিকভাবে নির্ধারণ করুন:

❖ বয়স, লিঙ্গ, আগ্রহ, আচার, ডিভাইস ব্যবহার ইত্যাদির মাধ্যমে।

৩. ভিডিও কনটেন্ট তৈরি করুন:

আপনার ভিডিওর কনটেন্ট তৈরি করুন এবং নিশ্চিত করুন যে তা সঠিক আকার এবং গুণগত মানে রয়েছে। নিশ্চিত করুন যে ভিডিওটি দর্শকদের কাছে আকর্ষণীয় এবং আপনার লক্ষ্য অনুযায়ী বার্তা পৌঁছাবে।

৪. বিজ্ঞাপন বাজেট এবং বিডিং:

আপনার বিজ্ঞাপনের জন্য বাজেট নির্ধারণ করুন এবং ভিডিও বিজ্ঞাপন জন্য বিডিং (সিপিএ, সিপিসি, সিপিভি) পদ্ধতি নির্বাচন করুন।

৫. ক্যাম্পেইন ট্র্যাকিং:

গুগল অ্যাডস কনভার্সন ট্র্যাকিং ব্যবহার করে ক্যাম্পেইনটির কার্যকারিতা পরিমাপ করুন।

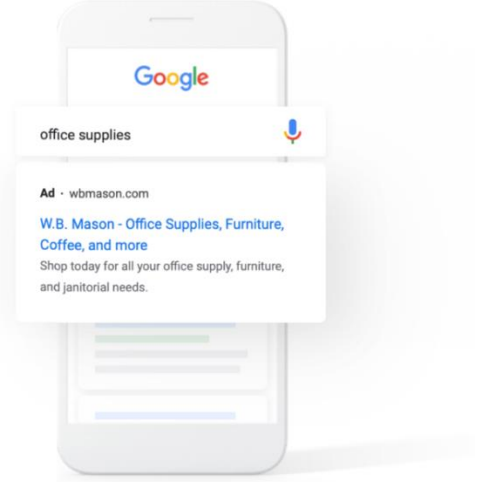
গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইন

Grow your business with Google Ads

Get in front of customers when they're searching for businesses like yours on Google Search and Maps. Only pay for results, like clicks to your website or calls to your business.

[To help you get started with Google Ads, we'll give you \\$500 in free ad credit when you spend \\$500.](#)

Start now



গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইনগুলি গুগল সার্চ রেজাল্টে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে ব্যবহৃত হয়। এই বিজ্ঞাপনগুলি উচ্চতর কিওয়ার্ড র‍্যাঙ্কিংয়ের মাধ্যমে গুগলে সার্চ করা পণ্য বা সার্ভিসের জন্য প্রদর্শিত হয়।

১. ক্যাম্পেইন তৈরির প্রাথমিক পদক্ষেপ:

- ❖ **ক্যাম্পেইন লক্ষ্য নির্বাচন:** আপনার উদ্দেশ্য নির্ধারণ করুন (বিক্রি বৃদ্ধি, লিড সংগ্রহ, অথবা ওয়েবসাইট ট্রাফিক বৃদ্ধি)।
- ❖ **কিওয়ার্ড নির্বাচন:** আপনার বিজ্ঞাপন শো করতে যেসব কিওয়ার্ড ব্যবহারকারীরা অনুসন্ধান করবেন, সেই কিওয়ার্ডগুলি নির্বাচন করুন।

২. অফার এবং কনটেন্ট তৈরি করা:

- ❖ **হেডলাইন এবং ডিসক্রিপশন:** আপনার বিজ্ঞাপনের জন্য আকর্ষণীয় হেডলাইন এবং ডিসক্রিপশন তৈরি করুন যাতে ব্যবহারকারীরা সেটি ক্লিক করে।
- ❖ **অ্যাড এক্সটেনশান:** অ্যাড এক্সটেনশানগুলি ব্যবহার করে আপনার বিজ্ঞাপনের দৃশ্যমানতা বাড়ান এবং রিলেটেড তথ্য প্রদান করুন।

৩. বাজেট এবং বিডিং:

❖ বাজেট নির্ধারণ করুন এবং বিডিং পদ্ধতি নির্বাচন করুন (সিপিএসি, সিপিএ)।

৪. ট্র্যাকিং এবং অপটিমাইজেশন:

আপনার কনভার্সন ট্র্যাকিং নিশ্চিত করুন এবং ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স বিশ্লেষণ করুন।

গুগল সার্চ অ্যাড হল

The image shows a Google search for "social media marketing". The search bar is at the top with the text "social media marketing" and a search icon. Below the search bar, there are tabs for "All", "News", "Images", "Books", "Videos", and "More". The search results are displayed below, showing "About 7,180,000,000 results (0.68 seconds)".

Paid results (Google Ads)

- Ad - <https://www.mailchimp.com/>**
Social Media Marketing - Organic Social Posting
Easily Create and Manage Professional **Social Media** Campaigns With Our Intuitive Interface. Build Your Following On **Social Media** And Reach The Right People...
View Our Pricing Plans
Find a Plan That's Right for You
Pick Your Perfect Package Today!
Free Email Templates
Send Better Emails Instantly.
Use Our Pre-Built Templates Today!
- Ad - <https://www.zozimus.com/>** (617) 259-1605
Dream Big. We'll Do the Rest. - Award Winning Social Media
Our Bespoke **Social Media** Strategies Are Tailored to Suit Your Needs. It's Just How We Are. One Size Does Not Fit All. It's Why We Customize Your **Social** Strategy with You, for You.
Paid Search · Best Ad Agency in Boston · Social Media · Brand Strategy · Digital Marketing
- Ad - <https://www.firebellymarketing.com/>** (317) 557-4460
Firebelly - Social Media Marketing Experts
Ready to Take Your **Social Media** to the Next Level? Let's Get Started! Providing Excellent...

Organic results

- <https://www.wordstream.com>** · Learn
Social Media Marketing for Businesses - WordStream
Social media marketing is a form of digital marketing that leverages the power of popular social media networks to achieve your marketing and branding goals.
Social Media Optimization · Popular Social Media Platforms

গুগল সার্চ অ্যাড হল একটি অত্যন্ত কার্যকরী বিজ্ঞাপন ফরম্যাট, যা গুগল সার্চ রেজাল্ট পৃষ্ঠার উপরে বা নিচে প্রদর্শিত হয়। এই বিজ্ঞাপনগুলি ব্যবহারকারীদের দ্বারা অনুসন্ধান করা কিওয়ার্ডের উপর ভিত্তি করে নির্ধারিত হয়।

১. ক্যাম্পেইন উদ্দেশ্য:

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইনগুলি সাধারণত কনভার্সন অর্জনের জন্য ব্যবহৃত হয়, যেমন বিক্রি বৃদ্ধি, লিড সংগ্রহ, অথবা ওয়েবসাইটে ট্রাফিক আনা।

২. কিওয়ার্ড ভিত্তিক টার্গেটিং:

আপনি আপনার বিজ্ঞাপন কিওয়ার্ডগুলির জন্য উচ্চ-মানের এবং প্রাসঙ্গিক শব্দ নির্বাচন করতে পারেন যাতে আপনার বিজ্ঞাপন শুধুমাত্র সেইসব ব্যবহারকারীদের সামনে আসে যারা ওই শব্দগুলি অনুসন্ধান করেছেন।

গুগল সার্চ অ্যাড হেডলাইন এবং বিবরণ

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইনে, বিজ্ঞাপনটির **হেডলাইন** এবং **বিবরণ** (description) অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এগুলি হল সেই প্রথম উপাদান যা ব্যবহারকারীরা দেখতে পাবে, এবং এর মাধ্যমে তাদের আগ্রহ তৈরি করতে হয়। আপনার বিজ্ঞাপনের ক্লিক-থ্রু রেট (CTR) বৃদ্ধি করতে সঠিক হেডলাইন এবং বিবরণ তৈরি করা আবশ্যিক।

১. হেডলাইন লিখার কৌশল:

- ❖ **প্রাসঙ্গিক কিওয়ার্ড ব্যবহার করুন:** আপনার হেডলাইনে সেই কিওয়ার্ডগুলি অন্তর্ভুক্ত করুন যেগুলি ব্যবহারকারীরা সার্চ করছেন। এটি আপনার বিজ্ঞাপনকে আরও দৃশ্যমান করবে।
- ❖ **স্পষ্ট এবং আকর্ষণীয় হওয়া:** হেডলাইনটি স্পষ্টভাবে আপনার পণ্যের বা সার্ভিসের মূল সুবিধা তুলে ধরুন, এবং একই সঙ্গে এটি আকর্ষণীয় হওয়া উচিত যাতে ব্যবহারকারীরা এটি ক্লিক করতে চান।

- ❖ ক্রিয়া নির্দেশক শব্দ ব্যবহার করুন: উদাহরণস্বরূপ, “এখনই কিনুন”, “অর্ডার করুন” বা “সাইন আপ করুন”।

২. বিবরণ তৈরি:

- ❖ প্রাসঙ্গিক তথ্য প্রদান করুন: ব্যবহারকারীদের যেটি জানতে প্রয়োজন, সেই তথ্য দেওয়া উচিত। যেমন পণ্যের বৈশিষ্ট্য, অফার বা ডিসকাউন্ট।
- ❖ সামাজিক প্রমাণ যোগ করুন: যদি সম্ভব হয়, ব্যবহারকারীদের জন্য রিভিউ বা টেস্টিমোনিয়াল যুক্ত করুন।
- ❖ সরাসরি কলে-টু-অ্যাকশন: এটি ব্যবহারকারীদের আরও পদক্ষেপ নিতে উদ্বুদ্ধ করবে। যেমন “এখনই কিনুন” বা “আজই যোগাযোগ করুন”।

৩. বিজ্ঞাপনের দৈর্ঘ্য:

গুগল সার্চ অ্যাডের হেডলাইন সর্বাধিক ৩০ ক্যারেক্টার এবং বিবরণ ৯০ ক্যারেক্টারের মধ্যে থাকতে হবে। তাই আপনাকে খুব সুনির্দিষ্টভাবে কথা বলতে হবে।

অ্যাড এক্সটেনশন

The screenshot shows a Google search result for "landscaping near me". The search bar contains the text "landscaping near me" and the Google logo is visible on the left. Below the search bar, there are navigation options: "All", "Maps", "Shopping", "Images", "News", and "More". The search results show "About 2,410,000,000 results (0.61 seconds)". The first result is an advertisement for "Residential Landscaping Nearby - Schedule Your Home Visit...". The ad includes a phone number "(857) 574-4380" and a call to action "Get quote - 100% Free Cost Estimates". Below the ad, there are two additional service listings: "Landscaping Services" and "Outdoor Lighting Designer".

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইনে অ্যাড এক্সটেনশন ব্যবহার করা একটি গুরুত্বপূর্ণ কৌশল। এক্সটেনশনগুলি আপনার বিজ্ঞাপনের দৃশ্যমানতা এবং কার্যকারিতা বৃদ্ধি করতে সহায়তা করে, এবং এগুলি আপনার বিজ্ঞাপনের পারফরম্যান্সে ইতিবাচক প্রভাব ফেলে।

১. বিভিন্ন ধরনের অ্যাড এক্সটেনশন:

- ❖ **সাইট লিঙ্ক এক্সটেনশন:** এটি ব্যবহারকারীদের আপনার ওয়েবসাইটের বিভিন্ন পৃষ্ঠায় সরাসরি পৌঁছাতে সহায়তা করে। উদাহরণস্বরূপ, আপনার পণ্য পৃষ্ঠা, সেবা পৃষ্ঠা, অথবা ব্লগ পৃষ্ঠা।
- ❖ **কল এক্সটেনশন:** এই এক্সটেনশনটি ব্যবহারকারীদের সরাসরি আপনার ব্যবসায় ফোন করার সুযোগ দেয়।
- ❖ **অ্যাপ এক্সটেনশন:** যদি আপনার একটি মোবাইল অ্যাপ থাকে, তবে আপনি এই এক্সটেনশনটি ব্যবহার করে আপনার অ্যাপ ডাউনলোড লিঙ্ক প্রচার করতে পারেন।
- ❖ **অভ্যন্তরীণ লিঙ্ক এক্সটেনশন:** এটি আপনার পণ্যের বিকল্প বা অন্যান্য সার্ভিসের লিঙ্ক প্রদর্শন করতে পারে, যাতে ব্যবহারকারীরা আরও বিকল্প দেখার সুযোগ পায়।

২. এক্সটেনশনের উপকারিতা:

- **বিজ্ঞাপনের দৃশ্যমানতা বৃদ্ধি:** এক্সটেনশনগুলির মাধ্যমে আপনার বিজ্ঞাপন আরও সম্পূর্ণ এবং তথ্যপূর্ণ দেখাবে।
- **ক্রিয়াকলাপের উন্নতি:** এক্সটেনশনের মাধ্যমে, আপনি ব্যবহারকারীদেরকে আরও সহজে আপনার পণ্যের দিকে আকৃষ্ট করতে পারবেন, যা আপনার CTR (click-through rate) বৃদ্ধি করে।

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইন সেটআপ

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইন সেটআপ করা একটি সঠিক প্রক্রিয়া অনুসরণ করার ব্যাপার। এখানে ক্যাম্পেইন সেটআপ করার জন্য প্রয়োজনীয় ধাপগুলি দেওয়া হল:

১. ক্যাম্পেইন লক্ষ্য নির্ধারণ:

প্রথমেই আপনাকে আপনার ক্যাম্পেইনটির লক্ষ্য ঠিক করতে হবে। আপনার লক্ষ্য অনুসারে, আপনি কিভাবে বিজ্ঞাপন সেট করবেন তা পরিবর্তিত হতে পারে:

- ❖ **বিক্রি বৃদ্ধি:** আপনি যদি আপনার পণ্য বা সেবার বিক্রি বৃদ্ধি করতে চান, তবে আপনার লক্ষ্য হবে 'Sales'।
- ❖ **লিড সংগ্রহ:** যদি আপনি লিড সংগ্রহ করতে চান, তাহলে 'Leads' লক্ষ্য বেছে নিন।
- ❖ **ওয়েবসাইট ট্রাফিক:** ওয়েবসাইটে আরও ভিজিটর আনার জন্য 'Website Traffic' লক্ষ্য নির্বাচন করুন।

২. কিওয়ার্ড নির্বাচন:

গুগল সার্চ অ্যাডের জন্য কিওয়ার্ড নির্বাচন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কিত সার্চ কিওয়ার্ডগুলি চিহ্নিত করুন, এবং সেই অনুযায়ী আপনার বিজ্ঞাপন সেট আপ করুন।

৩. বাজেট নির্ধারণ:

আপনি প্রতিদিন কত টাকা খরচ করতে চান তা নির্ধারণ করুন। বাজেট সেট করার সময় লক্ষ্য রাখবেন যেন এটি আপনার প্রত্যাশিত ফলাফলের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হয়।

৪. বিডিং পদ্ধতি নির্বাচন:

ক্যাম্পেইন সেটআপের সময় আপনাকে একটি বিডিং স্ট্র্যাটেজি বেছে নিতে হবে:

- ❖ **সিপিএ (Cost Per Click):** প্রতিটি ক্লিকের জন্য পেমেন্ট করবেন।
- ❖ **সিপিএ (Cost Per Acquisition):** প্রতি কনভার্সনের জন্য পেমেন্ট করবেন।

৫. কনভার্সন ট্র্যাকিং:

গুগল কনভার্সন ট্র্যাকিং সেট আপ করুন যাতে আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা ট্র্যাক করতে পারেন এবং এই ডেটা বিশ্লেষণ করে আপনার পরবর্তী পদক্ষেপ ঠিক করতে পারেন।

ডায়নামিক সার্চ অ্যাডস (DSA)

গুগল ডায়নামিক সার্চ অ্যাডস (DSA) একটি উন্নত বিজ্ঞাপন ফরম্যাট যা আপনার ওয়েবসাইটের কন্টেন্টের উপর ভিত্তি করে অটোমেটিক্যালি বিজ্ঞাপন তৈরি করতে সাহায্য করে। এটি বিশেষত বড় ওয়েবসাইটের জন্য খুবই কার্যকরী, যেখানে প্রচুর পণ্য বা পরিষেবা থাকে।

১. কিভাবে Dynamic Search Ads কাজ করে:

ডায়নামিক সার্চ অ্যাডস আপনাকে কাস্টম কিওয়ার্ডের পরিবর্তে আপনার ওয়েবসাইটের কন্টেন্ট থেকে কিওয়ার্ড নির্বাচন করতে দেয়। গুগল সার্চ ইঞ্জিন ওয়েবসাইটের বিষয়বস্তু স্ক্যান করে এবং এটি কিওয়ার্ডের সাথে মিলে এমন একটি বিজ্ঞাপন তৈরি করে।

২. DSA ব্যবহারের সুবিধা:

- ❖ অটোমেটিক কিওয়ার্ড জেনারেশন: কিওয়ার্ড নির্বাচন করার প্রয়োজনীয়তা নেই, গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে কিওয়ার্ড তৈরি করে।
- ❖ ক্যাম্পেইন ম্যানেজমেন্ট সহজ: আপনি যদি একটি বৃহৎ ওয়েবসাইট চালান, তবে DSA ক্যাম্পেইন আপনার জন্য অনেক সহজ করে তুলবে।

গুগল সার্চ অ্যাডের বেস্ট প্র্যাকটিস

গুগল সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইন সফল করতে কিছু বেস্ট প্র্যাকটিস অনুসরণ করা প্রয়োজন। এখানে কিছু গুরুত্বপূর্ণ কৌশল দেওয়া হল:

The **ULTIMATE** Guide to Google Ads



১. কিওয়ার্ড রিসার্চ করুন:

আপনার ব্যবসার সাথে সম্পর্কিত সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করুন এবং আপনার বিজ্ঞাপনগুলি এই কিওয়ার্ডগুলির উপর ফোকাস করুন।

২. অ্যাড কপি অপটিমাইজ করুন:

আপনার বিজ্ঞাপনের হেডলাইন এবং বিবরণ অবশ্যই আকর্ষণীয় এবং স্পষ্ট হতে হবে। ব্যবহারকারীদের ক্লিক করতে প্ররোচিত করার জন্য কল-টু-অ্যাকশন ব্যবহার করুন।

৩. অ্যাড এক্সটেনশন ব্যবহার করুন:

অ্যাড এক্সটেনশনগুলি ব্যবহার করে আপনার বিজ্ঞাপন আরও তথ্যপূর্ণ এবং আকর্ষণীয় করুন।

৪. অফার এবং প্রমোশন দেখান:

বিশেষ অফার বা ডিসকাউন্ট প্রদর্শন করুন, যা ব্যবহারকারীদের আরও আকর্ষণ করবে।

৫. পারফরম্যান্স ট্র্যাক করুন:

ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা নিয়মিতভাবে বিশ্লেষণ করুন এবং প্রয়োজন হলে অপটিমাইজ করুন।

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন তৈরি

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলি মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন ডাউনলোড এবং ইনস্টলেশন প্রচারের জন্য বিশেষভাবে ডিজাইন করা হয়েছে। এই ধরনের ক্যাম্পেইন আপনার অ্যাপের শৈলী এবং লক্ষ্যকে আরও কার্যকরভাবে বাজারে ছড়িয়ে দিতে সহায়ক হতে পারে।

১. গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ:

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেট আপ করার জন্য কিছু নির্দিষ্ট পদক্ষেপ অনুসরণ করতে হয়:

- ❖ **ক্যাম্পেইন উদ্দেশ্য নির্বাচন:** প্রথমে আপনাকে নির্ধারণ করতে হবে আপনার অ্যাপ ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য কি? এর মধ্যে থাকতে পারে অ্যাপ ডাউনলোড বৃদ্ধি, ইনস্টলেশনের পর অ্যাপ ব্যবহার বাড়ানো, বা অ্যাপের মধ্যে কেনাকাটা উৎসাহিত করা।
- ❖ **অ্যাপ নির্বাচন:** ক্যাম্পেইন সেটআপের সময়, আপনাকে সেই অ্যাপ নির্বাচন করতে হবে যা আপনি প্রচার করতে চান।
- ❖ **কিওয়ার্ড এবং বিজ্ঞাপন তৈরি:** গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে কিওয়ার্ড এবং বিজ্ঞাপন তৈরি করবে, তবে আপনি কিছু ক্যাম্পেইন কাস্টমাইজেশন করতে পারেন যেমন ভিডিও বা টেক্সট বিজ্ঞাপন যোগ করা।

২. ক্যাম্পেইন টার্গেটিং:

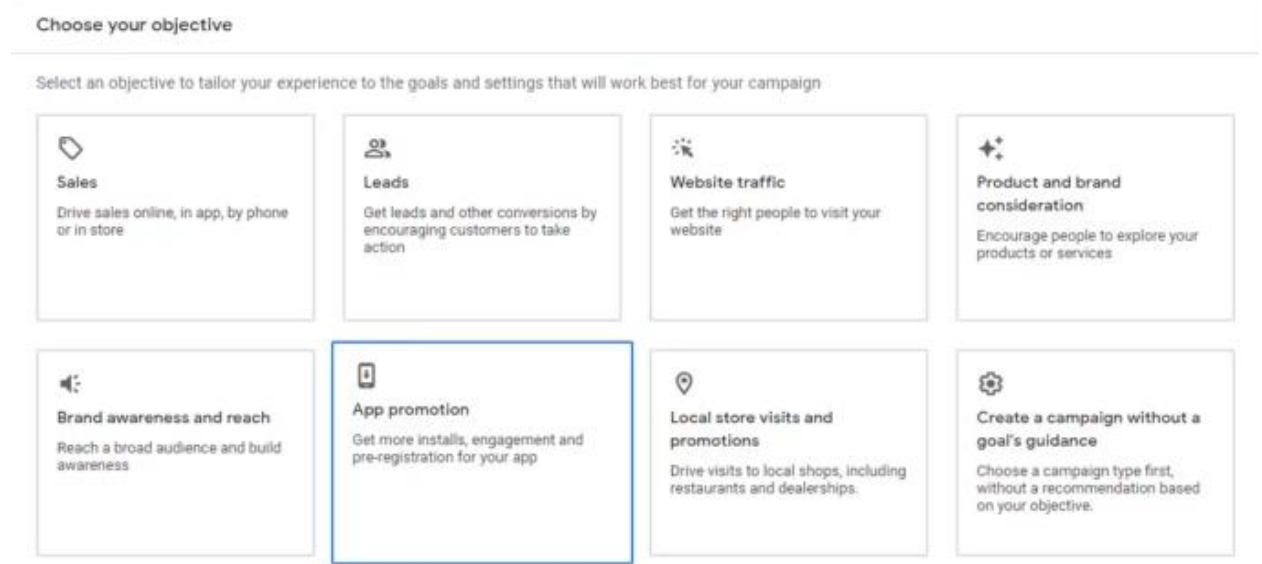
গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলি ব্যবহারকারীর আগ্রহ, ডেমোগ্রাফিক, এবং আচরণ অনুসারে লক্ষ্য করতে সক্ষম, যাতে সঠিক শ্রোতার কাছে আপনার অ্যাপটি পৌঁছানো যায়।

৩. ক্যাম্পেইন অপটিমাইজেশন:

একবার ক্যাম্পেইন চালু হয়ে গেলে, আপনার বিজ্ঞাপন এবং ডাউনলোড হার মনিটর করা গুরুত্বপূর্ণ। Google Ads স্বয়ংক্রিয়ভাবে সর্বোত্তম পারফরম্যান্সের জন্য আপনার ক্যাম্পেইনটি

অপটিমাইজ করবে, তবে আপনি হস্তক্ষেপ করতে পারেন এবং নিজের হাতে সেটিংস পরিবর্তন করতে পারেন।

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন



গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলি মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন বাজারজাতকরণের জন্য ডিজাইন করা হয়েছে। এটি পণ্যের প্রচার, ব্র্যান্ড সচেতনতা সৃষ্টি এবং ব্যবহারকারীর ইন্টারঅ্যাকশন বৃদ্ধির জন্য একটি অত্যন্ত কার্যকরী পদ্ধতি।

১. অ্যাপ ক্যাম্পেইন ব্যবহারের সুবিধা:

- ❖ **স্বয়ংক্রিয় অ্যাড অপটিমাইজেশন:** গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার অ্যাপের জন্য শ্রেষ্ঠ বিজ্ঞাপন প্রদর্শন এবং কিওয়ার্ড নির্বাচন করবে।
- ❖ **বিভিন্ন প্ল্যাটফর্মে প্রদর্শন:** গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন আপনার বিজ্ঞাপন গুগল সার্চ, ইউটিউব, গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক, গুগল প্লে এবং অন্যান্য স্থানীয় অ্যাপ বিজ্ঞাপন প্ল্যাটফর্মে প্রদর্শন করবে।

- ❖ **এপ্লিকেশন ইনস্টলেশনের উপর ফোকাস:** এটি আপনার অ্যাপের ইনস্টলেশনের সংখ্যা বাড়াতে সহায়ক।

২. গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলির উদ্দেশ্য:

- ❖ **অ্যাপ ডাউনলোড বৃদ্ধি:** আপনার অ্যাপের ইনস্টলেশন সংখ্যা বাড়ানো।
- ❖ **ইনস্টলেশন পরবর্তী অ্যাপ ব্যবহার বৃদ্ধি:** ব্যবহারকারীদের আবার আপনার অ্যাপ ব্যবহার করতে উৎসাহিত করা।
- ❖ **অ্যাপের মধ্যে লেনদেন এবং সাবস্ক্রিপশন বৃদ্ধি:** যদি আপনার অ্যাপে পেমেন্ট বা সাবস্ক্রিপশন থাকে, তবে এটি সেই উদ্দেশ্যটি পূরণ করতে সহায়ক।

ডিপ লিংক

ডিপ লিংক হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে ব্যবহারকারী একটি নির্দিষ্ট পৃষ্ঠায় বা অ্যাপের মধ্যে নির্দিষ্ট কনটেন্টে সরাসরি পৌঁছাতে পারে। এটি অ্যাপ ক্যাম্পেইনে বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি ব্যবহারকারীদেরকে তাদের প্রয়োজনীয় পৃষ্ঠায় নিয়ে যেতে সাহায্য করে এবং অ্যাপ ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা আরও উন্নত করে।

১. ডিপ লিংক ব্যবহারের সুবিধা:

- ❖ **সরাসরি অ্যাপের নির্দিষ্ট অংশে নেভিগেশন:** ডিপ লিংক ব্যবহারকারীকে অ্যাপের নির্দিষ্ট পৃষ্ঠায় নিয়ে যেতে পারে, যেমন একটি প্রোডাক্ট পৃষ্ঠা বা নিবন্ধন ফর্ম।
- ❖ **ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা উন্নত:** এটি ব্যবহারকারীর জন্য অ্যাপটি আরও সহজলভ্য করে তোলে এবং ডাউনলোড এবং অ্যাপ ব্যবহারের পরে তাৎক্ষণিক অ্যাকশন গুলি উৎসাহিত করে।

২. ডিপ লিংক ইনস্টল করা:

আপনার অ্যাপে ডিপ লিংক সেটআপ করতে, আপনাকে ডিপ লিংকিং প্রযুক্তি ব্যবহার করতে হবে যেমন অ্যাপল ইউআরএল স্কিম বা আন্ড্রয়েড ইন্টেন্ট। এই লিংকগুলি ব্যবহারকারীদেরকে নির্দিষ্ট কন্টেন্ট বা অ্যাপ্লিকেশন ফিচার প্রদর্শন করবে।

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ করা একটি সহজ কিন্তু ফলপ্রসূ প্রক্রিয়া যা আপনার অ্যাপের শোকার এবং ডাউনলোড বৃদ্ধি করতে সহায়ক। এখানে কিছু পদক্ষেপ দেওয়া হয়েছে যা আপনাকে একটি অ্যাপ ক্যাম্পেইন সেটআপ করতে সহায়তা করবে:

১. গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন:

গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করুন এবং একটি নতুন ক্যাম্পেইন তৈরি করুন।

২. ক্যাম্পেইনের উদ্দেশ্য নির্বাচন করুন:

আপনার অ্যাপ ক্যাম্পেইনটির উদ্দেশ্য নির্বাচন করুন। আপনার উদ্দেশ্য অনুযায়ী ডাউনলোড, ইনস্টলেশন পরবর্তী কার্যক্রম, বা ব্যবহারকারীর অন্তর্ভুক্তির উপর ফোকাস করতে পারেন।

৩. অ্যাপ নির্বাচন করুন:

আপনার অ্যাপটি সঠিকভাবে নির্বাচন করুন। অ্যাপের নাম টাইপ করুন এবং অ্যাপ স্টোর বা গুগল প্লে থেকে তা সিলেক্ট করুন।

৪. বিজ্ঞাপনের কনটেন্ট তৈরি করুন:

গুগল অ্যাডস আপনার অ্যাপের জন্য বিভিন্ন ধরনের বিজ্ঞাপন তৈরি করবে, তবে আপনি আপনার নিজস্ব ভিডিও, টেক্সট বা চিত্র যোগ করতে পারেন।

৫. বাজেট ও বিডিং সেট করুন:

আপনার ক্যাম্পেইনের জন্য বাজেট এবং বিডিং পদ্ধতি সেট করুন। অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলির জন্য কস্ট-পার-ক্লিক (CPC) বা কস্ট-পার-ইনস্টল (CPI) বিডিং নির্বাচন করা যেতে পারে।

অ্যাপ ক্যাম্পেইন ও বেস্ট প্রাক্টিসেস

গুগল অ্যাপ ক্যাম্পেইনগুলি প্রয়োগ করতে কিছু ভাল অভ্যাস অনুসরণ করা উচিত যা আপনার প্রচারের সফলতা বৃদ্ধি করতে পারে:

১. বাজেটের সঠিক নির্ধারণ:

আপনার ক্যাম্পেইনের জন্য একটি উপযুক্ত বাজেট নির্ধারণ করুন। আপনার অ্যাপের জন্য একটি আদর্শ বাজেট সেট করা আপনাকে ভাল ফলাফল পেতে সহায়ক করবে।

২. অ্যাপ ইনস্টলেশন ট্র্যাকিং ব্যবহার করুন:

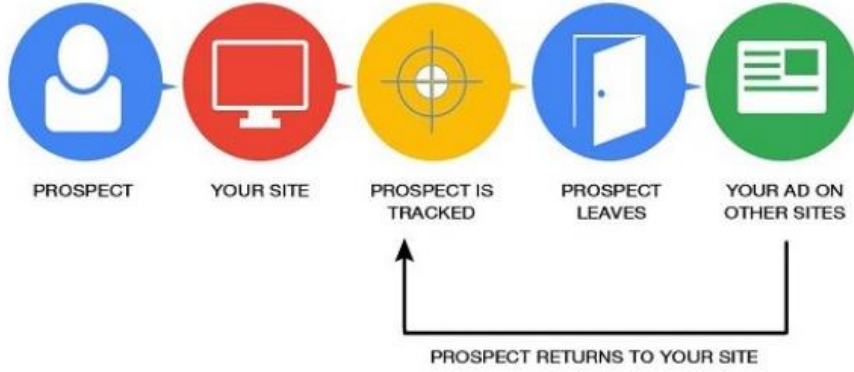
গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে অ্যাপ ইনস্টলেশন ট্র্যাকিং সেটআপ করুন, যাতে আপনি দেখতে পারেন কিভাবে আপনার ক্যাম্পেইন কর্মক্ষমতা প্রদান করছে।

৩. ক্রিয়াকলাপ ভিত্তিক লক্ষ্য নির্ধারণ করুন:

অ্যাপ ব্যবহারকারীদের কোন ধরনের ক্রিয়া বা অভ্যন্তরীণ ক্রিয়াকলাপে উৎসাহিত করতে চান, সেই অনুযায়ী লক্ষ্য ঠিক করুন।

রিমার্কেটিং

Google Remarketing



গুগল রিমার্কেটিং হল এমন একটি কৌশল যা আপনাকে আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপে আগের দর্শকদের লক্ষ্য করে নতুন বিজ্ঞাপন দেখাতে সাহায্য করে। এটি একটি শক্তিশালী টুল, যা আপনাকে আপনার গ্রাহকবৃন্দকে ফিরিয়ে আনতে সহায়ক।

১. রিমার্কেটিং কাজ করে কিভাবে:

রিমার্কেটিং হল এক ধরনের বিজ্ঞাপন প্রচারণা যা আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপে আগের দর্শকদের নির্দিষ্ট বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে। উদাহরণস্বরূপ, যদি কেউ আপনার পণ্যের পৃষ্ঠা দেখেন কিন্তু ক্রয় না করেন, আপনি তাদেরকে পরে সেই পণ্যের বিজ্ঞাপন দেখাতে পারেন।

রিমার্কেটিং কৌশল

রিমার্কেটিং হল একটি শক্তিশালী ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশল যা একটি বিশেষ শ্রেণির গ্রাহকদের টার্গেট করে, যারা আগে আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপ ব্যবহার করেছেন। মূল উদ্দেশ্য হল এই

গ্রাহকদের পুনরায় আকর্ষণ করা এবং তাদেরকে ক্রয়, সাবস্ক্রিপশন বা আরও কোনো গুরুত্বপূর্ণ অ্যাকশনে উদ্যোচিত করা।

১. রিমার্কেটিং কিভাবে কাজ করে:

রিমার্কেটিং কৌশল একটি ট্র্যাকিং কোডের মাধ্যমে কাজ করে, যা আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপে আগত দর্শকদের তথ্য সংগ্রহ করে। এই তথ্যগুলির ভিত্তিতে, পরবর্তী সময়ে বিজ্ঞাপনগুলো ওই দর্শকদের দেখানো হয় যাতে তারা আবার ফিরে এসে আপনার সেবা ব্যবহার করে।

২. রিমার্কেটিং কৌশলের সুবিধা:

- ❖ **পুনরায় লক্ষ্য নির্ধারণ:** যারা আপনার সাইটে আগেই এসেছে, তাদের কাছে আবার পৌঁছানো।
- ❖ **বিশেষ পণ্য বা সেবা প্রচার:** যেসব পণ্য বা সেবা গ্রাহকরা আগেই দেখেছেন, তাদের জন্য পুনরায় নির্দিষ্ট বিজ্ঞাপন দেখানো।
- ❖ **ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা:** গ্রাহকের আগের ক্রিয়াকলাপের ভিত্তিতে, তাদের জন্য কাস্টমাইজড বিজ্ঞাপন তৈরি করা।

রিমার্কেটিং সেটআপ



রিমার্কেটিং সেটআপ করা একটি সহজ প্রক্রিয়া, তবে এটি কার্যকরভাবে ব্যবহারের জন্য কিছু গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ অনুসরণ করতে হয়।

১. গুগল অ্যাডস বা গুগল অ্যানালিটিক্সে রিমার্কেটিং কোড ইনস্টল করুন:

রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন শুরু করতে, আপনাকে প্রথমে গুগল অ্যাডস বা গুগল অ্যানালিটিক্স অ্যাকাউন্টে একটি ট্র্যাকিং কোড (গুগল ট্যাগ) ইনস্টল করতে হবে, যাতে আপনার ওয়েবসাইটের দর্শকরা সঠিকভাবে ট্র্যাক হয়।

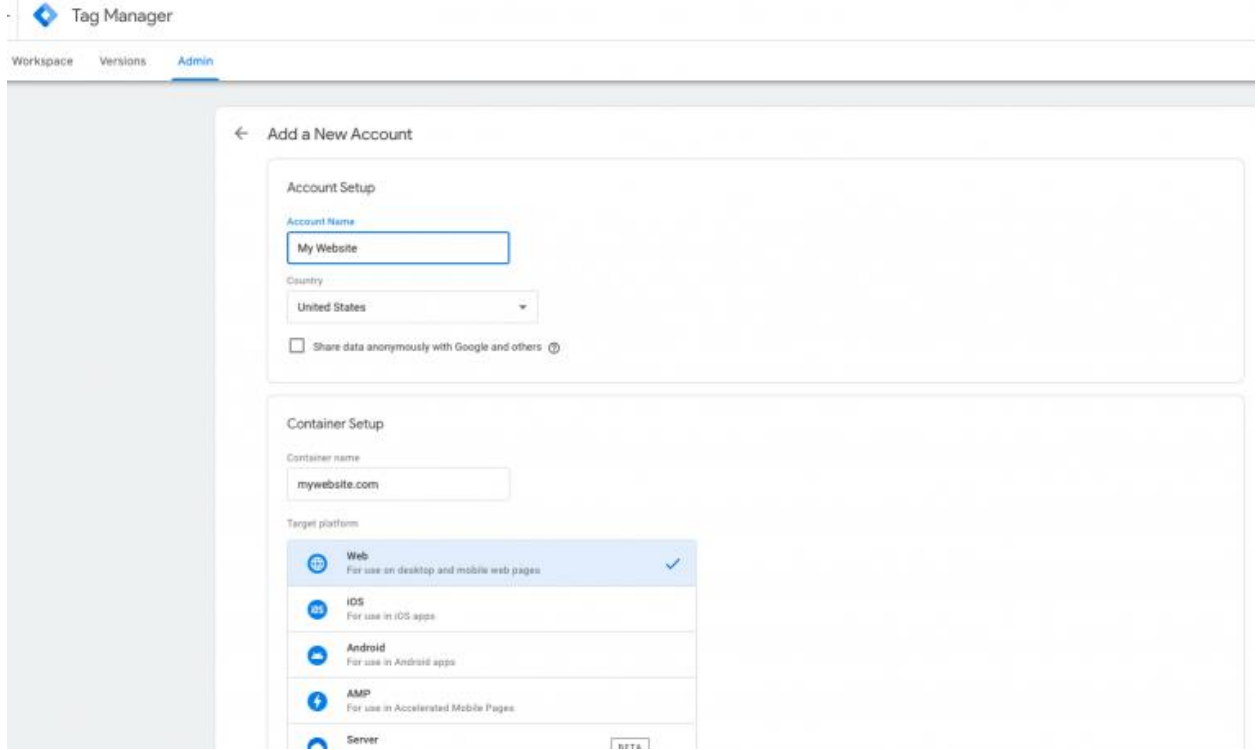
২. রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:

আপনি কোন ধরনের দর্শকদের টার্গেট করতে চান তা নির্ধারণ করে একটি রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করতে হবে। এই তালিকায় আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপে ফিরে আসা দর্শকদের অন্তর্ভুক্ত করা হয়, যাতে তাদের জন্য বিজ্ঞাপন দেখানো যায়।

৩. বিজ্ঞাপন তৈরি এবং সেগুলি রিমার্কেটিং লিস্টে যুক্ত করুন:

গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন সেটআপ করার পর, আপনি বিভিন্ন ধরনের কাস্টম বিজ্ঞাপন তৈরি করতে পারেন এবং এই বিজ্ঞাপনগুলো সেই লিস্টের সঙ্গে সংযুক্ত করতে পারেন।

গুগল ট্যাগ ম্যানেজার সেটআপ



গুগল ট্যাগ ম্যানেজার একটি সহজ টুল যা আপনাকে ওয়েবসাইটে ট্র্যাকিং কোড বা ট্যাগ দ্রুত ইনস্টল করতে সহায়তা করে। রিমার্কেটিং কোড গুগল ট্যাগ ম্যানেজারের মাধ্যমে ইনস্টল করা হলে, এটি ওয়েবসাইটে আগত দর্শকদেরকে টার্গেট করার প্রক্রিয়াকে আরও সহজ এবং দ্রুত করে তোলে।

১. গুগল ট্যাগ ম্যানেজার ব্যবহার শুরু করুন:

গুগল ট্যাগ ম্যানেজার অ্যাকাউন্টে লগইন করুন এবং একটি নতুন ট্যাগ তৈরি করুন। এরপর, “গুগল অ্যাডস রিমার্কেটিং ট্যাগ” নির্বাচন করুন।

২. ট্যাগ কনফিগার করুন:

রিমার্কেটিং ট্যাগটি কনফিগার করুন, যেখানে আপনাকে ট্যাগের জন্য একটি টিউটোরিয়াল বা নির্দেশনা মেনে কোড সেটআপ করতে হবে।

৩. ট্যাগটি ওয়েবসাইটে ইনস্টল করুন:

ট্যাগ ইনস্টল করতে, আপনাকে গুগল ট্যাগ ম্যানেজার থেকে ট্যাগটি ওয়েবসাইটে পুশ করতে হবে। একবার ইনস্টল হয়ে গেলে, এটি আপনার রিমার্কেটিং প্রচারণার কার্যকারিতা বাড়াবে।

রিমার্কেটিং অডিয়েন্স গুগল অ্যানালিটিক্স

গুগল অ্যানালিটিক্স ব্যবহার করে রিমার্কেটিং অডিয়েন্স তৈরি করা সম্ভব, যা আপনাকে আরও নির্দিষ্ট দর্শকদের লক্ষ্য করতে সাহায্য করবে।

১. গুগল অ্যানালিটিক্সে অ্যাকাউন্ট সেটআপ:

প্রথমে আপনাকে গুগল অ্যানালিটিক্স অ্যাকাউন্টে লগইন করতে হবে এবং আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপের ডেটা সঠিকভাবে ট্র্যাক করার জন্য সেটআপ করতে হবে।

২. রিমার্কেটিং অডিয়েন্স তৈরি:

গুগল অ্যানালিটিক্সের মাধ্যমে আপনি বিভিন্ন শর্তের ভিত্তিতে রিমার্কেটিং অডিয়েন্স তৈরি করতে পারবেন, যেমন একটানা পেজ ভিউ, গতি, ট্রানজেকশন ইত্যাদি।

৩. গুগল অ্যাডসে অডিয়েন্স ইনস্টল করুন:

অডিয়েন্স তৈরির পর, আপনি এই অডিয়েন্সকে গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইনে ইমপোর্ট করতে পারবেন এবং বিজ্ঞাপনগুলো সেগুলির জন্য কাস্টমাইজ করতে পারবেন।

রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি

গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করা একটি সহজ প্রক্রিয়া যা আপনার রিমার্কেটিং প্রচারণার কার্যকারিতা বৃদ্ধি করতে সাহায্য করে।

১. গুগল অ্যাডসে রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:

গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে যান এবং "অডিয়েন্স ম্যানেজার" বিভাগে গিয়ে একটি নতুন রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন।

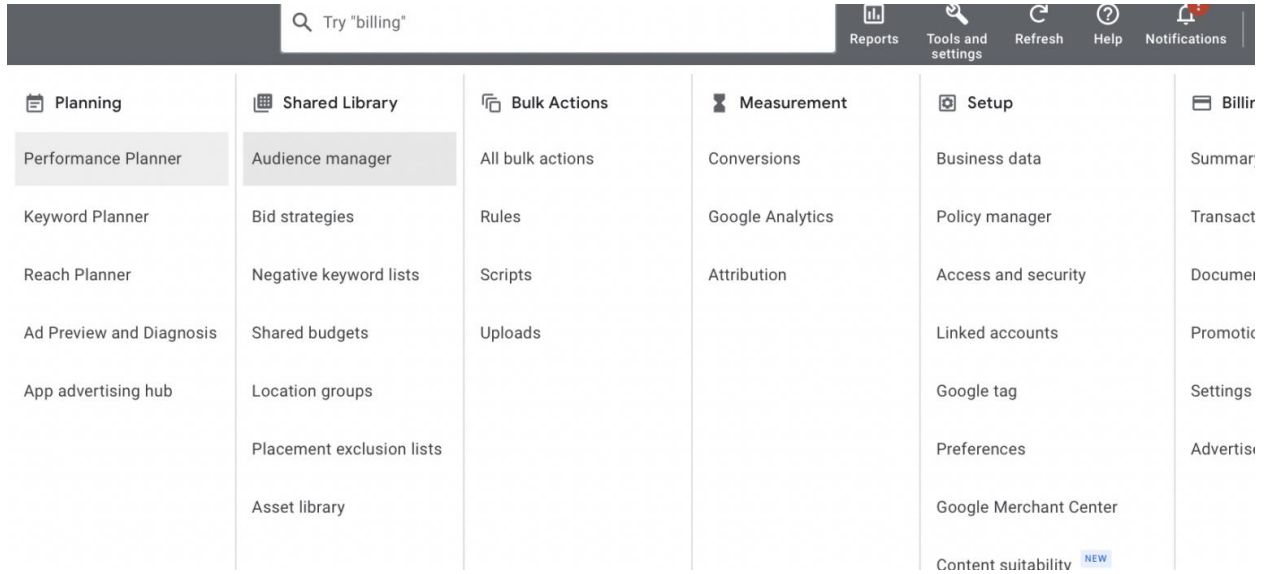
২. লিস্টের জন্য শর্ত নির্ধারণ করুন:

রিমার্কেটিং লিস্টে যুক্ত করার জন্য আপনার নির্দিষ্ট শর্ত বা ফিল্টার নির্ধারণ করতে হবে। উদাহরণস্বরূপ, আপনি এমন ব্যবহারকারীদের লক্ষ্য করতে পারেন যারা আপনার সাইটে বিশেষ কোনো পৃষ্ঠা দেখেছেন, বা যারা সাইটে একটি নির্দিষ্ট কার্যকলাপ সম্পন্ন করেছেন।

৩. লিস্টে দর্শকদের সংযুক্ত করুন:

এই শর্তের ভিত্তিতে, রিমার্কেটিং লিস্টে আপনার টার্গেট দর্শকদের সংযুক্ত করুন, এবং এই লিস্টের জন্য প্রচারণা তৈরি করুন।

রিমার্কেটিং অডিয়েন্স সেগমেন্ট



রিমার্কেটিং লিস্টগুলি আপনাকে আপনার দর্শকদের সেগমেন্টে বিভক্ত করার সুযোগ দেয়, যাতে আপনি আরও কাস্টমাইজড বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে পারেন। এটি আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা বৃদ্ধি করতে সাহায্য করবে।

১. অডিয়েন্স সেগমেন্টেশন কৌশল:

রিমার্কেটিং লিস্ট ব্যবহার করে আপনি আপনার অডিয়েন্সকে বিভিন্ন শ্রেণিতে বিভক্ত করতে পারেন, যেমন যারা শুধুমাত্র পণ্য দেখেছেন, যারা ওয়েবসাইটে কিছু ক্রয় করেছেন, অথবা যারা আপনার অ্যাপে নিবন্ধন করেছেন।

২. কাস্টম বিজ্ঞাপন তৈরি করুন:

প্রতিটি সেগমেন্টের জন্য কাস্টম বিজ্ঞাপন তৈরি করুন, যাতে আপনি প্রতি শ্রেণির জন্য প্রাসঙ্গিক বার্তা প্রদান করতে পারেন।

ডিসপ্লে রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন

ডিসপ্লে রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন হল এমন একটি ক্যাম্পেইন যা আপনার ওয়েবসাইট বা অ্যাপে আগের দর্শকদেরকে গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে বিজ্ঞাপন দেখানোর মাধ্যমে ফিরে আসতে উৎসাহিত করে।

১. ডিসপ্লে ক্যাম্পেইন তৈরি করুন:

গুগল অ্যাডসে গিয়ে, একটি নতুন ডিসপ্লে ক্যাম্পেইন তৈরি করুন এবং রিমার্কেটিং তালিকা নির্বাচন করুন।

২. বিজ্ঞাপন কনটেন্ট তৈরি করুন:

বিজ্ঞাপনগুলিকে আকর্ষণীয় এবং লক্ষ্যভিত্তিক করে তৈরি করুন, যাতে তারা সঠিক দর্শকদের কাছে পৌঁছায়।

রিমার্কেটিং লিস্ট সাচ অ্যাডস (RLSA)

গুগল অ্যাডসের রিমার্কেটিং লিস্ট সাচ অ্যাডস (RLSA) এর মাধ্যমে আপনি এমন ব্যবহারকারীদের টার্গেট করতে পারেন, যারা ইতিমধ্যেই আপনার ওয়েবসাইটে আগমন করেছে বা আপনার অ্যাপে আগের কিছু ক্রিয়াকলাপ সম্পন্ন করেছে। এটি একটি শক্তিশালী কৌশল যা আপনাকে আগের দর্শকদের জন্য আরও কার্যকরী সার্চ বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করতে সহায়তা করে।

১. রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন:

গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে লগইন করে, আপনার রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরি করুন এবং দর্শকদের শ্রেণীবদ্ধ করুন। এই শ্রেণীবিভাগের মধ্যে পণ্য দেখার ভিত্তিতে, ক্রয় সম্পন্ন না করার ভিত্তিতে বা অন্য কোনো কার্যকলাপের ভিত্তিতে দর্শকদের তালিকা তৈরি করা যেতে পারে।

২. লিস্টটি সার্চ ক্যাম্পেইনে ব্যবহার করুন:

রিমার্কেটিং লিস্ট তৈরির পরে, আপনি সেটি সার্চ অ্যাড ক্যাম্পেইনে যুক্ত করতে পারবেন। এইভাবে, আপনি কেবল তখনই বিজ্ঞাপন দেখাবেন যখন ওই ব্যবহারকারী আবার গুগলে আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কিত কোনো বিষয় সার্চ করবেন।

৩. বিজ্ঞাপন কাস্টমাইজেশন:

আপনার রিমার্কেটিং লিস্টের দর্শকদের জন্য নির্দিষ্ট কাস্টম বিজ্ঞাপন তৈরি করুন, যাতে তাদের আগের ক্রিয়াকলাপের ভিত্তিতে আরও প্রাসঙ্গিক বিজ্ঞাপন প্রদর্শিত হয়। এটি আপনার বিজ্ঞাপনের কার্যকারিতা বৃদ্ধি করবে।

ডায়নামিক রিমার্কেটিং

ডায়নামিক রিমার্কেটিং হল একটি উন্নত রিমার্কেটিং কৌশল, যা আপনার ব্যবহারকারীদের জন্য বিশেষভাবে তৈরি বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে, যা তাদের আগের ক্রিয়াকলাপের ভিত্তিতে হবে। এটি এমন বিজ্ঞাপনগুলো তৈরি করে যা আপনার পণ্যের বা সেবার সুনির্দিষ্ট আইটেম, ব্র্যান্ড বা বিভাগ প্রদর্শন করে।

১. ডায়নামিক রিমার্কেটিং কিভাবে কাজ করে:

ডায়নামিক রিমার্কেটিং ব্যবহারকারীর আগের ক্রিয়াকলাপ বা ওয়েবসাইটে দেখার ভিত্তিতে বিজ্ঞাপন প্রদর্শন করে। উদাহরণস্বরূপ, যদি একজন ব্যবহারকারী একটি পণ্য দেখে, তবে তারা পরবর্তী সময়ে সেই পণ্যের বিজ্ঞাপন দেখতে পাবেন।

২. ডায়নামিক রিমার্কেটিং বিজ্ঞাপন তৈরি:

এটি করতে হলে, আপনাকে আপনার পণ্যের বা সেবার ডেটা ফিড আপলোড করতে হবে গুগল অ্যাডসে। এরপর গুগল স্বয়ংক্রিয়ভাবে সেই পণ্য বা সেবা সম্পর্কিত বিজ্ঞাপন তৈরি করবে।

৩. ডায়নামিক রিমার্কেটিং সেটআপ:

গুগল অ্যাডসে গিয়ে ডায়নামিক রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন সেটআপ করুন এবং পণ্যের বা সেবার ডেটা ফিড আপলোড করুন। এর পর, গুগল অটোমেটিক্যালি সেই ডেটা ব্যবহার করে বিজ্ঞাপন তৈরি করবে এবং আপনার টার্গেট দর্শকদের দেখাবে।

রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন সফলভাবে পরিচালনা

রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইন সফলভাবে পরিচালনা করার জন্য কিছু নির্দিষ্ট কৌশল অবলম্বন করা উচিত। এখানে কিছু কার্যকরী রিমার্কেটিং কৌশল উল্লেখ করা হলো, যা আপনার ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স বৃদ্ধি করতে সাহায্য করবে।

১. আকর্ষণীয় বিজ্ঞাপন কনটেন্ট তৈরি করুন:

আপনার বিজ্ঞাপনগুলো যাতে আরও আকর্ষণীয় হয়, সেজন্য গ্রাহকদের আগের ক্রিয়াকলাপের ভিত্তিতে কাস্টমাইজড বিজ্ঞাপন তৈরি করুন। এটি গ্রাহকদের মনে আপনার সেবা বা পণ্য সম্পর্কিত আগ্রহ সৃষ্টি করবে।

২. উচ্চ মানের দর্শক টার্গেট করুন:

রিমার্কেটিং লিস্টে কেবলমাত্র সেই দর্শকদের অন্তর্ভুক্ত করুন, যারা আপনার ওয়েবসাইটে দীর্ঘ সময় ব্যয় করেছে অথবা তাদের কাছ থেকে ইতিবাচক সংকেত (যেমন, পণ্য দেখার পর ক্রয় বা সাইন আপ) পেয়েছেন।

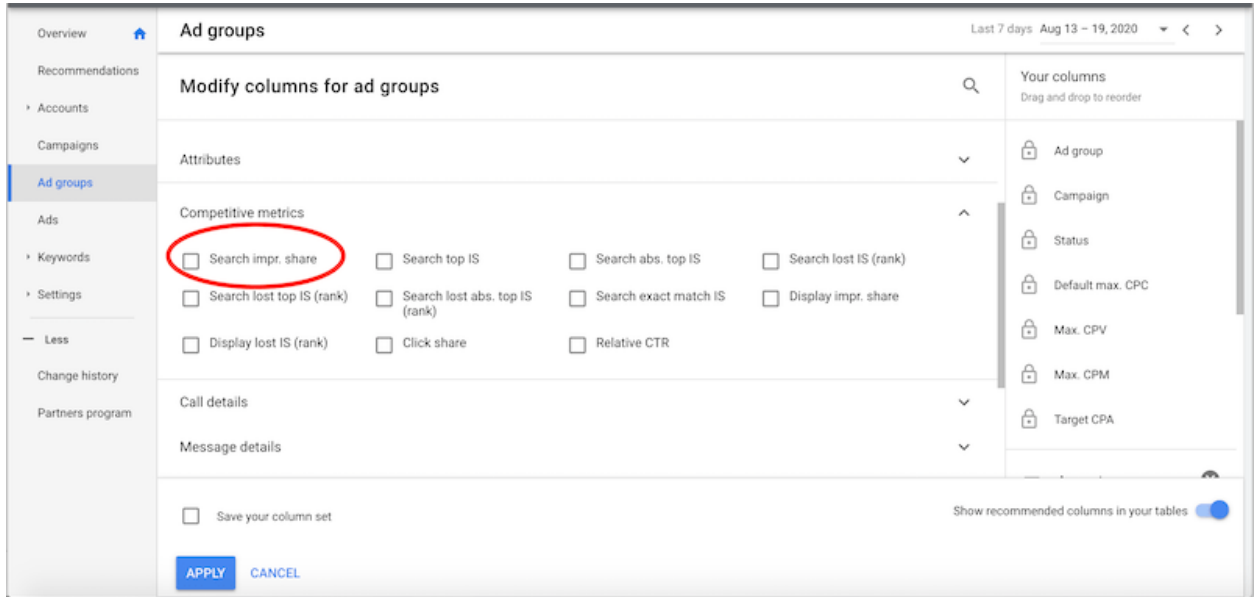
৩. বিভিন্ন সেগমেন্ট তৈরি করুন:

গ্রাহকদের বিভিন্ন শ্রেণিতে বিভক্ত করুন এবং তাদের জন্য ভিন্ন ভিন্ন বিজ্ঞাপন কনটেন্ট তৈরি করুন। উদাহরণস্বরূপ, যারা ক্রয় করেননি, তাদের জন্য ডিসকাউন্ট অফার প্রদর্শন করতে পারেন, আর যারা ক্রয় করেছেন তাদের জন্য নতুন পণ্যের বিজ্ঞাপন দেখাতে পারেন।

৪. অভিযান বিশ্লেষণ করুন:

আপনার রিমার্কেটিং ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা নিয়মিত বিশ্লেষণ করুন এবং ফলাফলের উপর ভিত্তি করে কৌশল পরিবর্তন করুন। কোন বিজ্ঞাপন বেশি ক্লিক বা রূপান্তর (conversion) তৈরি করছে তা খেয়াল করুন এবং সেই অনুযায়ী বাজেট এবং বিজ্ঞাপন কনটেন্ট সমন্বয় করুন।

ক্যাম্পেইন অপটিমাইজ



আপনার গুগল অ্যাডস ক্যাম্পেইন অপটিমাইজ করার মাধ্যমে আপনি এর কার্যকারিতা বাড়াতে পারবেন এবং বিজ্ঞাপনগুলো আরও বেশি প্রাসঙ্গিক ও আকর্ষণীয় করতে পারবেন।

১. অপটিমাইজেশন স্কোর ব্যবহার করুন:

গুগল অ্যাডসে অপটিমাইজেশন স্কোর এমন একটি বৈশিষ্ট্য যা আপনাকে দেখায় আপনার ক্যাম্পেইনের জন্য সবচেয়ে ভালো কী কী পদক্ষেপ নেওয়া উচিত। এটি গুগল অ্যাডসের প্রস্তাবিত পরিবর্তনগুলির ভিত্তিতে ক্যাম্পেইনটি উন্নত করার উপায় শিখতে সাহায্য করে।

২. স্বয়ংক্রিয় নিয়মগুলি ব্যবহার করুন:

গুগল অ্যাডসে স্বয়ংক্রিয় নিয়ম সেটআপ করুন যাতে ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স অনুযায়ী বাজেট, বিড বা ক্যাম্পেইন সেটিংস পরিবর্তন করা যায়।

৩. সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করুন:

আপনার ক্যাম্পেইনের জন্য সঠিক কিওয়ার্ড নির্বাচন করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। অপ্রাসঙ্গিক কিওয়ার্ডগুলো বাদ দিন এবং উচ্চ মানের কিওয়ার্ডগুলো নির্বাচন করুন যা আপনার টার্গেট অডিয়েন্সের জন্য সবচেয়ে প্রাসঙ্গিক।

গুগল অ্যাডসের অপটিমাইজেশন স্কোর

গুগল অ্যাডসের অপটিমাইজেশন স্কোর হল একটি মেট্রিক যা আপনার ক্যাম্পেইনের সামগ্রিক পারফরম্যান্স এবং সুপারিশ অনুযায়ী কতটা উন্নত হতে পারে তা পরিমাপ করে।

১. অপটিমাইজেশন স্কোর বৃদ্ধি করুন:

অপটিমাইজেশন স্কোরকে ১০০ পর্যন্ত বাড়ানোর জন্য গুগল অ্যাডস আপনাকে কিছু প্রস্তাবনা দিবে, যেমন কীভাবে আপনার ক্যাম্পেইনের সেটিংস বা বাজেট পরিবর্তন করা যায়। এসব পরামর্শ অনুসরণ করে আপনার ক্যাম্পেইন আরও সফল করতে পারবেন।

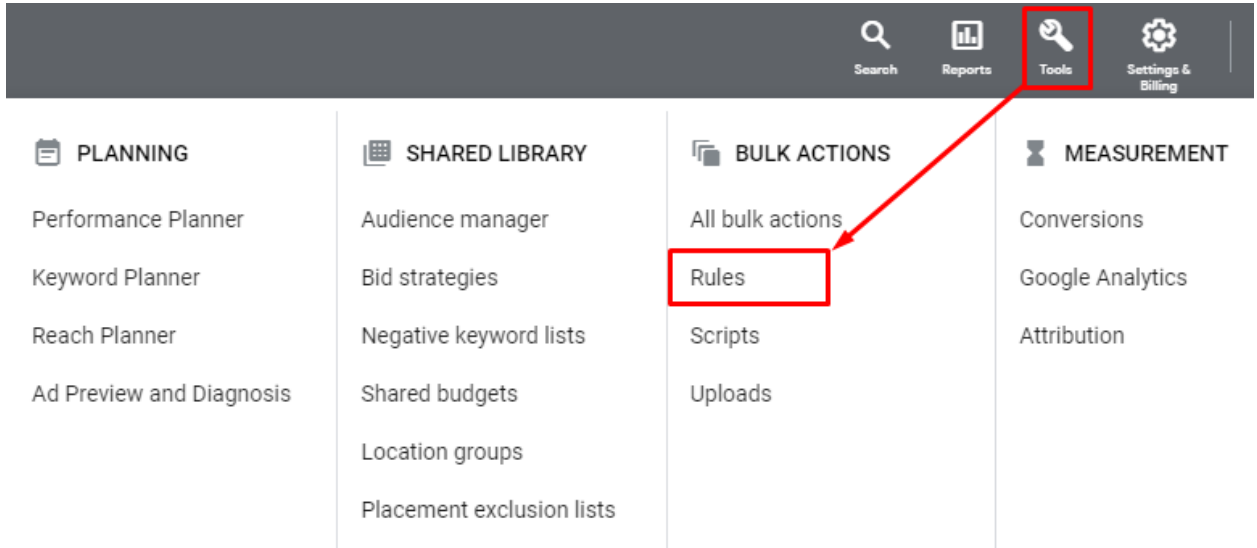
২. স্কোরের উপাদান:

স্কোরটি বেশ কিছু উপাদানের উপর নির্ভর করে, যেমন ক্যাম্পেইন কনফিগারেশন, কিওয়ার্ড ব্যবহারের কার্যকারিতা, বিজ্ঞাপনের কপি, বিজ্ঞাপন এক্সটেনশন ইত্যাদি। আপনি প্রতিটি বিভাগের জন্য উপযুক্ত পরিবর্তন আনলে, স্কোর বৃদ্ধি হবে।

৩. গুগল অ্যাডসের সুপারিশ গ্রহণ করুন:

গুগল অ্যাডসের দ্বারা দেওয়া সুপারিশগুলি ব্যবহার করে আপনার ক্যাম্পেইন আরও দক্ষভাবে পরিচালনা করুন। এগুলি আপনার ক্যাম্পেইনের ফিডব্যাক এবং পারফরম্যান্সের ওপর ভিত্তি করে উপযুক্ত পরিবর্তন সুপারিশ করে থাকে।

গুগল এডস অটোমেটেড রুলস



গুগল অ্যাডসের স্বয়ংক্রিয় নিয়ম (Automated Rules) হল একটি শক্তিশালী ফিচার যা আপনাকে ক্যাম্পেইন পরিচালনার জন্য নিয়মাবলী তৈরি করতে দেয়, যাতে আপনি আপনার বিজ্ঞাপন কার্যক্রম স্বয়ংক্রিয়ভাবে নিয়ন্ত্রণ করতে পারেন। এটি আপনাকে বিজ্ঞাপন শিডিউল, বাজেট, বিডিং এবং আরও অনেক কিছু স্বয়ংক্রিয়ভাবে সামঞ্জস্য করার সুযোগ দেয়, যা সময় এবং প্রচেষ্টা বাঁচায়।

১. স্বয়ংক্রিয় নিয়ম কীভাবে কাজ করে?

স্বয়ংক্রিয় নিয়ম সেট করার মাধ্যমে আপনি গুগল অ্যাডসে নির্দিষ্ট শর্ত বা প্যারামিটার সেট করতে পারেন, যেমন- যদি কোনো বিজ্ঞাপন নির্দিষ্ট বিড বা বাজেট সীমার মধ্যে থাকে, তবে তা স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপডেট হবে। এছাড়াও, আপনি বিজ্ঞাপন এক্সটেনশন, কিওয়ার্ড, অথবা ক্যাম্পেইন স্তরের আরও অনেক বৈশিষ্ট্য পরিবর্তন করার জন্য নিয়ম তৈরি করতে পারেন।

২. স্বয়ংক্রিয় নিয়ম তৈরির উদাহরণ:

- ❖ **বাজেটের সীমা বৃদ্ধি:** যদি আপনার ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স ভালো হয়, তবে একটি নিয়ম সেট করে, এটি আপনার বাজেট স্বয়ংক্রিয়ভাবে বাড়িয়ে দেবে।
- ❖ **ক্লিকের সংখ্যা বাড়ানো:** আপনি একটি নিয়ম তৈরি করতে পারেন যাতে ক্যাম্পেইনটি স্বয়ংক্রিয়ভাবে নতুন কিওয়ার্ড বা বিজ্ঞাপন নিয়ে কাজ শুরু করে, যখন এটি একটি নির্দিষ্ট ক্লিক সংখ্যা পৌঁছায়।

৩. স্বয়ংক্রিয় নিয়মের সুবিধা:

- ❖ সময় বাঁচায় এবং ম্যানুয়াল ইন্টারভেনশন কমায়।
- ❖ বিজ্ঞাপন ব্যবস্থাপনা সহজ করে তোলে।
- ❖ ক্যাম্পেইন উন্নত করতে দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে।
- ❖ বাজেট এবং বিডিং নিয়ন্ত্রণের জন্য একটি কার্যকরী হাতিয়ার।

গুগল অ্যাডসের কোয়ালিটি স্কোর

গুগল অ্যাডসের কোয়ালিটি স্কোর হল একটি মেট্রিক যা আপনার বিজ্ঞাপনের গুণগত মান এবং তার প্রাসঙ্গিকতার উপর ভিত্তি করে রেটিং প্রদান করে। এটি আপনার বিজ্ঞাপন এবং কিওয়ার্ডের কার্যকারিতা পরিমাপ করতে সাহায্য করে এবং গুগল দেখায় যে বিজ্ঞাপনটি কতটা সফল হতে পারে।

| Keywords | Campaign | Ads Group | Quality score | Spent | Impressions ↓ | Search score | Clicks | CTR | Creativity score | Conversions | Conversion rate | Landing score | CPC | CPM | Conversion value |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------|---------------|---------|---------------|--------------|--------|-------|------------------|-------------|-----------------|---------------|------|--------|------------------|
| metrical EXACT | NDC 1. ENG Branding US | Bad Spelling | 8 | 751.26 | 10.65k | ○ | 6.32k | 59.36 | ○ | 408.29 | 6.46 | ○ | 0.12 | 70.55 | 408.29 % |
| free social media scheduling PHRASE | NDC 2. US Free PR | Scheduler & Manager | 8 | 1166.47 | 6.66k | ○ | 364 | 5.46 | ○ | 40 | 10.99 | ○ | 3.2 | 175.07 | 40.00 % |
| free social media analytics PHRASE | NDC 2. US Free PR | Scheduler & Manager | 10 | 1718.79 | 6.62k | ○ | 739 | 11.16 | ○ | 48 | 6.5 | ○ | 2.33 | 259.6 | 48.00 % |
| social media tool PHRASE | NDC 2. US Management Tool Tier 1 PR | Tool | 7 | 976.23 | 5.13k | ○ | 382 | 7.45 | ○ | 10.33 | 2.71 | ○ | 2.56 | 190.34 | 10.33 % |
| social media tool PHRASE | NDC 2. US Management Tool Tier 2 & 3 PR | Tool | 7 | 1161.68 | 5.09k | ○ | 358 | 7.03 | ○ | 46.33 | 12.94 | ○ | 3.24 | 228.14 | 46.33 % |
| platform for social media PHRASE | NDC 2. US Social Media PR | Report | 5 | 558.72 | 3.63k | ○ | 191 | 5.27 | ○ | 14 | 7.33 | ○ | 2.93 | 154.04 | 14.00 % |
| free social media tool PHRASE | NDC 2. US Free 2 PR | Free Social Media Tool | 8 | 1730.99 | 3.11k | ○ | 391 | 12.56 | ○ | 68 | 17.39 | ○ | 4.43 | 555.87 | 68.00 % |
| social media and analytics PHRASE | NDC 2. US Social Media PR | Analytics | 3 | 478.90 | 2.95k | ○ | 196 | 6.64 | ○ | 5.5 | 2.81 | ○ | 2.44 | 162.28 | 5.50 % |
| social media post scheduler PHRASE | NDC 2. US Social Media PR | Planner | 7 | 297.74 | 2.37k | ○ | 142 | 5.99 | ○ | 15 | 10.56 | ○ | 2.1 | 125.52 | 15.00 % |
| social media management tools PHRASE | NDC 2. US Management Tool Tier 1 PR | Tool | 6 | 388.86 | 2.19k | ○ | 117 | 5.35 | ○ | 5 | 4.27 | ○ | 3.32 | 177.72 | 5.00 % |
| social media management tools PHRASE | NDC 2. US Management Tool Tier 2 & 3 PR | Tool | 6 | 371.20 | 1.79k | ○ | 102 | 5.69 | ○ | 18 | 17.65 | ○ | 3.64 | 207.14 | 18.00 % |

১. কোয়ালিটি স্কোর কী?

গুগল অ্যাডসের কোয়ালিটি স্কোর সাধারণত ১ থেকে ১০ এর মধ্যে নির্ধারিত হয়, যেখানে ১০ মানে সর্বোচ্চ এবং ১ মানে ন্যূনতম। এটি বিজ্ঞাপনটির ক্লিক-থ্রু রেট (CTR), ল্যান্ডিং পেজের অভিজ্ঞতা, এবং বিজ্ঞাপনের প্রাসঙ্গিকতা ইত্যাদি উপর নির্ভর করে।

২. কোয়ালিটি স্কোরের উপাদান:

- ❖ অ্যাড রিলেভেন্স: বিজ্ঞাপন এবং কিওয়ার্ডের মধ্যে সম্পর্ক।
- ❖ ল্যান্ডিং পেজের অভিজ্ঞতা: ওয়েবসাইটের গুণগত মান এবং ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা।
- ❖ ক্লিক-থ্রু রেট (CTR): বিজ্ঞাপনটি কতবার ক্লিক হয়েছে তা প্রাসঙ্গিকতার সঙ্গে সম্পর্কিত।

৩. কোয়ালিটি স্কোর ব্যবহার করে অপটিমাইজেশন:

- ❖ কিওয়ার্ডের প্রাসঙ্গিকতা উন্নত করুন: গুগল আপনার কিওয়ার্ড এবং বিজ্ঞাপন কপি সঠিকভাবে ম্যাচ হলে, এটি আপনার কোয়ালিটি স্কোর বাড়াতে সাহায্য করবে।

- ❖ **ল্যান্ডিং পেজ উন্নত করুন:** ল্যান্ডিং পেজের অভিজ্ঞতা উন্নত করে আপনি কোয়ালিটি স্কোর বাড়াতে পারেন। পেজটি দ্রুত লোড হওয়া, মোবাইল ফ্রেন্ডলি এবং ব্যবহারে সহজ হতে হবে।
- ❖ **CTR বৃদ্ধি করুন:** বিজ্ঞাপনগুলির কপি এমনভাবে তৈরি করুন যাতে দর্শকরা আগ্রহী হন এবং বিজ্ঞাপনটি ক্লিক করেন।

ক্যাম্পেইন সেটিংস

গুগল অ্যাডসে ক্যাম্পেইনের সফলতার জন্য সেটিংসের সঠিক কনফিগারেশন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। ক্যাম্পেইন সেটিংস সঠিকভাবে নির্ধারণ করলে, আপনি আপনার বিজ্ঞাপনগুলির জন্য সবচেয়ে ভালো ফলাফল পেতে পারেন।

১. ক্যাম্পেইন সেটিংসের ধরন:

- ❖ **লোকেশন এবং ভাষা:** আপনার বিজ্ঞাপনটি কোন অঞ্চলে এবং ভাষায় প্রদর্শিত হবে তা নির্ধারণ করুন।
- ❖ **বাজেট এবং বিডিং:** আপনার ক্যাম্পেইনের দৈনিক বাজেট এবং বিডিং স্ট্রাটেজি সেট করুন। এটি গুগলকে বলে দিবে যে আপনার বিজ্ঞাপন কতটুকু দেখানো হবে।
- ❖ **ডিভাইস সেটিংস:** আপনি চাইলে মোবাইল, ডেস্কটপ বা ট্যাবলেটের জন্য আলাদা আলাদা সেটিংস করতে পারেন।

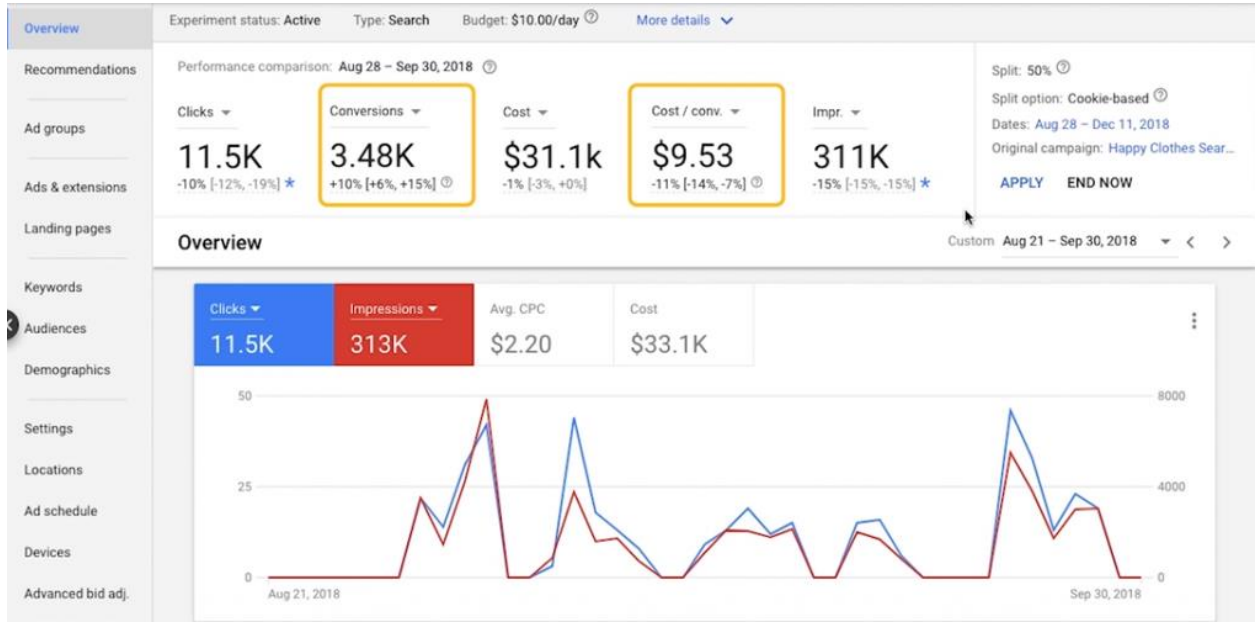
২. বিজ্ঞাপন শিডিউল:

বিজ্ঞাপনটি কবে এবং কখন প্রদর্শিত হবে, সেটি নির্ধারণ করুন। আপনি দিনের বিশেষ সময় বা সপ্তাহের নির্দিষ্ট দিনে বিজ্ঞাপনটি চালাতে পারেন।

৩. ক্যাম্পেইন কনভার্সন ট্র্যাকিং:

আপনার ক্যাম্পেইনটি যে নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য সম্পাদন করছে, যেমন- বিক্রি বা লিড তৈরি, সে অনুযায়ী কনভার্সন ট্র্যাকিং সেট করুন। এটি আপনার ক্যাম্পেইনের সফলতা পরিমাপ করতে সাহায্য করবে।

ক্যাম্পেইন ড্রাফটস এবং এক্সপেরিমেন্টস



গুগল অ্যাডসে ক্যাম্পেইন ড্রাফটস এবং এক্সপেরিমেন্টস হল একটি ফিচার যা আপনাকে একটি নতুন পরিবর্তন পরীক্ষার জন্য তৈরি করতে দেয়, যাতে আপনি আসল ক্যাম্পেইনের উপর সরাসরি প্রভাব না ফেলেন।

১. ক্যাম্পেইন ড্রাফট তৈরি করা:

একটি ড্রাফট তৈরি করে আপনি নতুন সেটিংস, কিওয়ার্ড বা বিজ্ঞাপন পরীক্ষা করতে পারেন। যখন আপনি ড্রাফটটি প্রস্তুত করবেন, তখন সেটি আপনার মূল ক্যাম্পেইন থেকে আলাদা থাকবে।

২. এক্সপেরিমেন্ট পরিচালনা:

এক্সপেরিমেন্ট শুরু করার মাধ্যমে, আপনি দুটি (বা ততোধিক) ক্যাম্পেইনের ভিন্ন ভিন্ন সংস্করণ একযোগে পরীক্ষা করতে পারবেন। এতে আপনি দেখতে পারবেন কোন পরিবর্তন বা আপডেট সবচেয়ে ভালো পারফর্ম করেছে।

৩. ফলাফল বিশ্লেষণ করা:

এক্সপেরিমেন্টের শেষে, আপনি ফলাফল বিশ্লেষণ করতে পারবেন এবং দেখতে পারবেন কোন কৌশল বা পরিবর্তন বেশি কার্যকর ছিল। এরপর আপনি সেই ফলাফল বাস্তব ক্যাম্পেইনে প্রয়োগ করতে পারবেন।

গুগল অ্যাডসে অ্যাড ভেরিয়েশনস

গুগল অ্যাডসে অ্যাড ভেরিয়েশনস হল একটি অপটিমাইজেশন টুল যা আপনাকে একই বিজ্ঞাপনটির একাধিক সংস্করণ তৈরি করতে দেয়। এটি বিজ্ঞাপন টেস্টিং এবং পারফরম্যান্স মেট্রিক্সের মাধ্যমে আপনার ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা উন্নত করতে সাহায্য করে।

১. অ্যাড ভেরিয়েশন কী?

অ্যাড ভেরিয়েশন হলো একটি বিজ্ঞাপনের একাধিক সংস্করণ যা নির্দিষ্ট উপাদান যেমন- বিজ্ঞাপনের শিরোনাম, বর্ণনা বা এক্সটেনশনের ভিন্নতা থাকতে পারে। বিভিন্ন ভেরিয়েশন তৈরি করে আপনি দেখতে পারেন কোন বিজ্ঞাপনটি বেশি কার্যকরী।

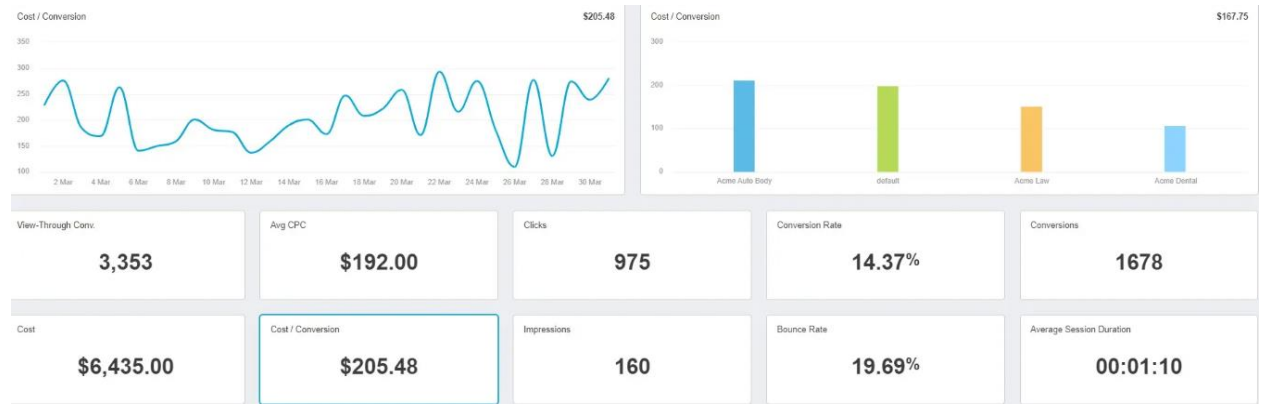
২. টেস্টিং কৌশল:

আপনি বিভিন্ন শ্রেণির দর্শকদের জন্য বিভিন্ন বিজ্ঞাপন সংস্করণ পরীক্ষা করতে পারেন। এতে আপনি জানতে পারবেন, কোন বিজ্ঞাপন শ্রেণী অনুযায়ী ভালো পারফর্ম করেছে।

৩. ফলাফল বিশ্লেষণ ও অপটিমাইজেশন:

টেস্টিংয়ের পরে আপনি ফলাফল বিশ্লেষণ করতে পারবেন এবং শুধুমাত্র সবচেয়ে কার্যকরী বিজ্ঞাপন সংস্করণটি চালু রাখতে পারবেন, যা আপনার ROI (রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্ট) বৃদ্ধি করবে।

পারফরম্যান্স মেজারমেন্ট



গুগল অ্যাডসে আপনার ক্যাম্পেইনের পারফরম্যান্স মেজারমেন্ট অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি আপনাকে বুঝতে সাহায্য করে যে আপনার বিজ্ঞাপনগুলি সফল কিনা।

১. পারফরম্যান্স মেট্রিক্স:

আপনি বিভিন্ন মেট্রিক্স ব্যবহার করে আপনার ক্যাম্পেইনের কার্যকারিতা পরিমাপ করতে পারেন, যেমন- ক্লিক-থ্রু রেট (CTR), কনভার্সন রেট, বিজ্ঞাপন খরচ (CPC) এবং রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্ট (ROI)।

২. অ্যানালিটিক্স ব্যবহার করুন:

গুগল অ্যানালিটিক্সের সাহায্যে আপনি আপনার ওয়েবসাইটের ট্র্যাফিক এবং কনভার্সন ট্র্যাক করতে পারেন এবং কীভাবে আপনার বিজ্ঞাপনগুলি কার্যকরী হচ্ছে তা বিশ্লেষণ করতে পারেন।

৩. অপটিমাইজেশন ও পরিবর্তন:

পারফরম্যান্স পর্যালোচনার পরে আপনি আপনার ক্যাম্পেইনগুলি আরও উন্নত করতে পারদর্শী হতে পারেন। কিছু গুরুত্বপূর্ণ ডেটা পেয়ে, আপনি সিদ্ধান্ত নিতে পারেন কোন কৌশলটি আরও ভালো ফল দেয়।

গুগল অ্যাডসের ক্যাম্পেইন পারফরম্যান্স পরিমাপ

গুগল অ্যাডসের ক্যাম্পেইন পারফরম্যান্স মাপার জন্য বিভিন্ন মেট্রিক্স ব্যবহৃত হয়, যা আপনাকে আপনার বিজ্ঞাপনগুলির কার্যকারিতা পরিমাপ এবং উন্নয়ন করতে সাহায্য করে। প্রতিটি মেট্রিক আপনার বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন দিক সম্পর্কে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রদান করে, যেমন বাজেট ব্যবহার, ভিউ, ক্লিক, কনভার্সন ইত্যাদি।

১. ক্লিক-থ্রু রেট (CTR):

CTR হল একটি মূল মেট্রিক যা দেখায় আপনার বিজ্ঞাপন কতবার ক্লিক হয়েছে তার তুলনায় কতবার প্রদর্শিত হয়েছে। উচ্চ CTR মানে আপনার বিজ্ঞাপন দর্শকদের কাছে প্রাসঙ্গিক এবং আকর্ষণীয়।

২. কস্ট পার ক্লিক (CPC):

CPC মেট্রিক দেখায় প্রতিটি ক্লিকের জন্য আপনি কত টাকা খরচ করছেন। কম CPC মানে আপনি বিজ্ঞাপন থেকে বেশি ক্লিক পাচ্ছেন কম খরচে।

৩. কনভার্সন রেট:

এটি দেখায় আপনার বিজ্ঞাপন ক্লিক করার পর কতজন ব্যবহারকারী আপনার কাঙ্ক্ষিত অ্যাকশন (যেমন কিন্তু, রেজিস্ট্রেশন, ডাউনলোড ইত্যাদি) সম্পন্ন করেছেন। উচ্চ কনভার্সন রেট মানে আপনার বিজ্ঞাপন এবং ল্যান্ডিং পেজ কার্যকর।

৪. রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্ট (ROI):

ROI হল আপনার বিজ্ঞাপন প্রচারণার লাভ এবং ক্ষতির হিসাব, এটি দেখায় কত টাকা আপনি খরচ করে কত লাভ করেছেন। উচ্চ ROI মানে ভাল কর্মক্ষমতা।

৫. কস্ট পার কনভার্সন (CPA):

CPA মেট্রিক দেখায়, প্রতি কনভার্সন পাওয়ার জন্য আপনি কত খরচ করেছেন। কম CPA মানে আপনি কম খরচে বেশি কনভার্সন পাচ্ছেন।

৬. অ্যাড ইমপ্রেশন শেয়ার:

এই মেট্রিক দেখায় যে আপনার বিজ্ঞাপনগুলো শেয়ারিংয়ে কতটুকু উপস্থিত ছিল, যা প্রতিযোগীদের বিজ্ঞাপনের বিপরীতে আপনার বিজ্ঞাপনের দৃশ্যমানতার ধারণা দেয়।

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন কর্মক্ষমতা মূল্যায়ন

The screenshot displays the Google Ads interface for an asset group. At the top, it shows 'Google Ads' and 'Preview ads' with various icons. The main section is titled 'Assets' and lists '11 Images, 2 logos, 3 videos, 5 headlines, 3 long headlines, and 3 descriptions added to this asset group'. Below this, there are four asset thumbnails: '66% More Google C...', 'Premier Google Part...', 'Free Google Consult...', and 'Google Ads From \$3...' with a '+ 7' indicator. To the right, the 'Audience signal' section shows an 'In-Market Group' with details: 'Top 10% + 2 more', 'All Converters, Smart List - 540 Days', 'AdWords users with agencies, AdWords us...', and 'SEO & SEM Services, Advertising & Marketi...'. A tooltip for 'Google Performance Max Campaigns How To 2' is visible over the bottom part of the audience signal. At the bottom, it shows 'Enabled', 'Ad strength: Pending', and 'Status: Pending' with 'EDIT ASSETS' and 'VIEW DETAILS' buttons.

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন কর্মক্ষমতা মূল্যায়ন করা বিজ্ঞাপন পরিচালনার একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। একাধিক পারফরম্যান্স মেট্রিক্স ব্যবহৃত হলে, আপনি আপনার বিজ্ঞাপনগুলি কীভাবে কর্মক্ষম হচ্ছে তা জানতে পারেন এবং কীভাবে এটি আরও ভালো করতে হবে তা সিদ্ধান্ত নিতে পারবেন।

১. পারফরম্যান্স রিপোর্ট:

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন কর্মক্ষমতার রিপোর্ট তৈরি করতে, আপনি বিভিন্ন টাইমফ্রেম নির্বাচন করতে পারেন (যেমন: দৈনিক, সাপ্তাহিক, মাসিক)। এছাড়া, বিভিন্ন ক্যাম্পেইন বা বিজ্ঞাপন গ্রুপের পারফরম্যান্সও মূল্যায়ন করতে পারেন।

২. অপটিমাইজেশন স্কোর:

গুগল অ্যাডস একটি অপটিমাইজেশন স্কোর প্রদান করে যা দেখায় আপনার ক্যাম্পেইনের অবস্থা কেমন। এটি আপনাকে সুপারিশ করবে যে আপনার ক্যাম্পেইনটিকে আরও কার্যকরী করার জন্য কি কি পরিবর্তন আনতে হবে।

৩. ড্রিলডাউন অ্যানালাইসিস:

আপনি যখন গভীরে গিয়ে ড্রিলডাউন বিশ্লেষণ করেন, তখন আপনি দেখতে পারবেন কোন কিওয়ার্ড, বিজ্ঞাপন, ডিভাইস বা লোকেশন শ্রেণী সবচেয়ে বেশি ফলপ্রসূ। এটি আপনার ক্যাম্পেইনকে আরও লক্ষ্যভিত্তিক করতে সাহায্য করবে।

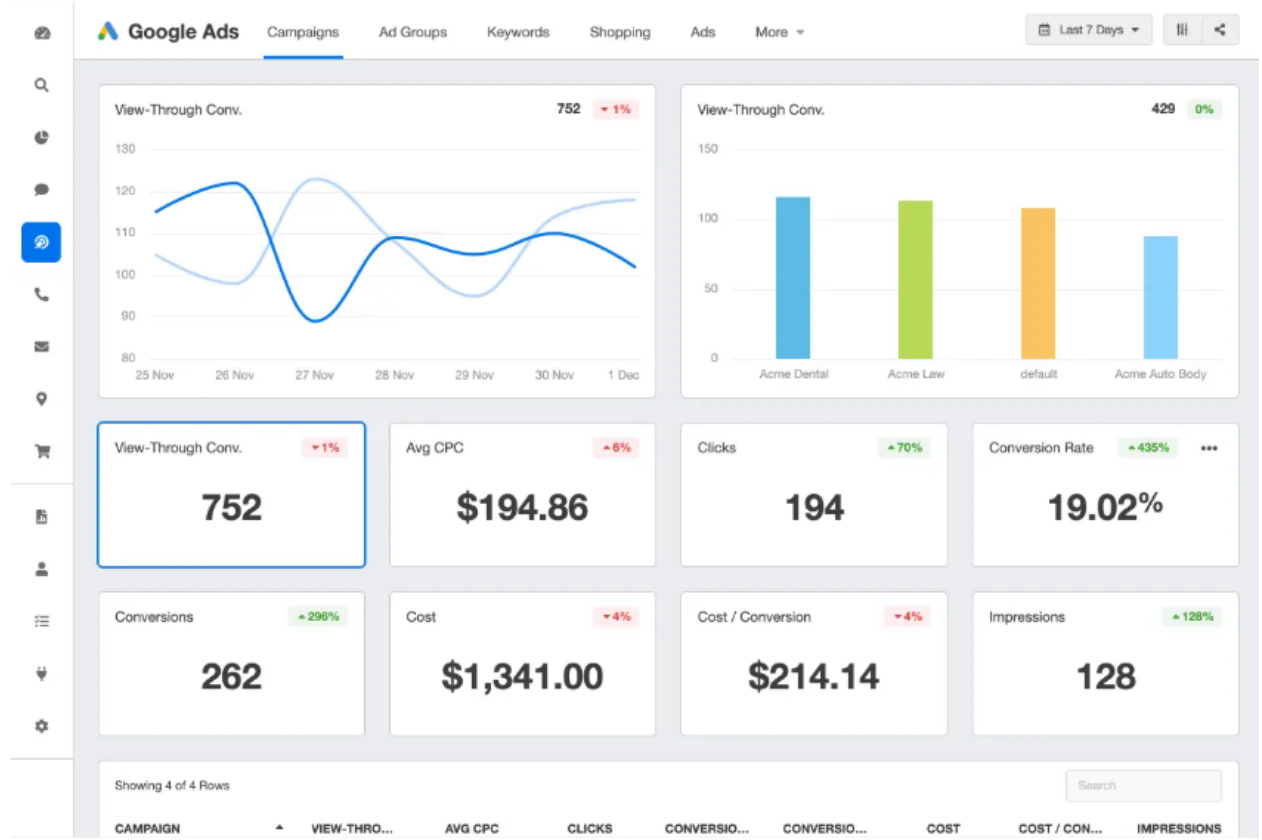
৪. এ/বি টেস্টিং:

এ/বি টেস্টিং করে আপনি দুটি ভিন্ন বিজ্ঞাপন একযোগে চালাতে পারেন এবং পারফরম্যান্সের পার্থক্য পর্যালোচনা করতে পারেন। এর মাধ্যমে আপনি নির্ধারণ করতে পারেন কোন বিজ্ঞাপনটি আপনার লক্ষ্য শ্রেণীর কাছে বেশি আকর্ষণীয়।

৫. প্যাথ অ্যানালাইসিস:

আপনি যদি ওয়েবসাইটে ইউজারের কার্যকলাপ ট্র্যাক করতে চান, তাহলে প্যাথ অ্যানালাইসিস করতে পারেন। এর মাধ্যমে আপনি জানবেন ইউজার কিভাবে ওয়েবসাইটে প্রবেশ করছে এবং কীভাবে সাইটের ভিতর দিয়ে নেভিগেট করছে।

গুগল অ্যাড ক্যাম্পেইন রিপোর্ট তৈরি



গুগল অ্যাডসে আপনার ক্যাম্পেইনগুলির কার্যকারিতা বিশ্লেষণ এবং রিপোর্ট তৈরি করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি আপনাকে আরও তথ্যভিত্তিক সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে।

১. কাস্টম রিপোর্ট তৈরি করা:

গুগল অ্যাডসে কাস্টম রিপোর্ট তৈরি করার জন্য আপনি যে তথ্যের প্রয়োজন তা নির্বাচন করতে পারেন, যেমন কনভার্সন, CTR, CPC, এবং আরও অনেক কিছু। এর মাধ্যমে আপনি আপনার ক্যাম্পেইনের যে কোন অংশের উপর বিশদ রিপোর্ট তৈরি করতে পারবেন।

২. অটোমেটেড রিপোর্ট:

গুগল অ্যাডসের মাধ্যমে আপনি অটোমেটেড রিপোর্ট সেট করতে পারেন, যা নির্দিষ্ট সময়ে নিয়মিতভাবে পাঠানো হবে। এটি আপনাকে আপনার ক্যাম্পেইনের নিয়মিত পর্যালোচনা করতে সাহায্য করবে।

৩. ডেটা ফিল্টারিং:

রিপোর্টে থাকা বিশাল পরিমাণ তথ্যের মধ্যে থেকে আপনি নির্দিষ্ট ডেটা ফিল্টার করে দেখতে পারবেন। যেমন, আপনি নির্দিষ্ট দিনের, সময়ের, বা বিশেষ অঞ্চলের পারফরম্যান্স বিশ্লেষণ করতে পারেন।

৪. টেমপ্লেট ব্যবহার:

গুগল অ্যাডসে কিছু প্রি-বিল্ট রিপোর্ট টেমপ্লেটও রয়েছে যা ব্যবহার করে আপনি সহজে প্রাসঙ্গিক তথ্য বের করতে পারেন।

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন এফ্রভ এবং সমস্যা

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপন অনুমোদন এবং সমস্যা একটি সাধারণ বিষয়। বিজ্ঞাপন চালানোর আগে নিশ্চিত করুন যে তারা গুগল অ্যাডসের নীতিমালা অনুসরণ করছে এবং কোনও অনুমোদন সমস্যা সৃষ্টি করছে না।

১. বিজ্ঞাপন অনুমোদন প্রক্রিয়া:

গুগল অ্যাডসে বিজ্ঞাপনগুলি শুরু করার আগে একটি অনুমোদন প্রক্রিয়া চলে। এই প্রক্রিয়া চলাকালে গুগল নিশ্চিত করে যে বিজ্ঞাপনটি নীতি এবং নিয়মাবলী অনুসরণ করছে।

২. অ্যাড রিভিউ:

গুগল অ্যাডস বিজ্ঞাপন রিভিউ করার সময়, যদি বিজ্ঞাপন কোন সমস্যায় পড়েন, তা সরাসরি গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টে জানানো হয় এবং বিজ্ঞাপন সংশোধনের জন্য প্রস্তাবনা দেওয়া হয়।

৩. অ্যাড পলিসি:

বিজ্ঞাপনগুলি গুগলের অ্যাড পলিসি অনুসরণ করতে হয়। যদি কোনও বিজ্ঞাপন পলিসি লঙ্ঘন করে তবে তা বাতিল হতে পারে, এবং অ্যাড টিম সংশোধন করে পুনরায় জমা দিতে হবে।

গুগল অ্যাডস অপটিমাইজ

গুগল অ্যানালিটিক্সের সাহায্যে গুগল অ্যাডস অপটিমাইজ করা সম্ভব। এটি আপনার বিজ্ঞাপন ক্যাম্পেইনের পরিপূর্ণ কার্যকারিতা পর্যালোচনা করতে সহায়তা করে।

১. গুগল অ্যানালিটিক্সের সাথে ইন্টিগ্রেশন:

আপনার গুগল অ্যাডস অ্যাকাউন্টকে গুগল অ্যানালিটিক্সের সাথে সংযুক্ত করুন। এর মাধ্যমে আপনি দেখতে পারবেন আপনার বিজ্ঞাপন থেকে ওয়েবসাইটে কত ট্র্যাফিক আসছে এবং ইউজাররা কীভাবে ওয়েবসাইটের সঙ্গে ইন্টারঅ্যাক্ট করছে।

২. কনভার্সন ট্র্যাকিং:

অ্যানালিটিক্সের মাধ্যমে আপনি কনভার্সন ট্র্যাক করতে পারেন, যা দেখায় আপনার বিজ্ঞাপন কতটা কার্যকর হচ্ছে। এর মাধ্যমে আপনি অতি প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত নিতে পারবেন।

৩. রিপোর্টিং এবং বিশ্লেষণ:

অ্যানালিটিক্সের সাহায্যে আপনি বিস্তারিত রিপোর্ট তৈরি করতে পারবেন, যা আপনাকে দেখাবে কোন কিওয়ার্ড, বিজ্ঞাপন এবং ল্যান্ডিং পেজগুলো বেশি কার্যকরী।

গুগল অ্যাডস কনভার্সন ট্র্যাকিং

Conversion Tracking (কনভার্সন ট্র্যাকিং) গুগল অ্যাডসের একটি গুরুত্বপূর্ণ ফিচার যা আপনাকে ট্রাক করতে সাহায্য করে, আপনার বিজ্ঞাপনগুলির মাধ্যমে কতজন ব্যবহারকারী আপনার কাস্টমাইজড অ্যাকশন সম্পন্ন করেছে, যেমন—পণ্য ক্রয়, ফর্ম পূর্ণ করা বা নিউজলেটার সাবস্ক্রাইব করা।

১. কনভার্সন ট্র্যাকিং কী?

কনভার্সন ট্র্যাকিং গুগল অ্যাডসে আপনাকে আপনার ক্যাম্পেইনগুলির কার্যকারিতা মাপতে সহায়তা করে। এটি আপনার অডিয়েন্সের ক্রিয়া অনুসরণ করে, যেমন তারা কি কোনও ল্যান্ডিং পেজে গিয়েছে, সাইন-আপ করেছে, পণ্য ক্রয় করেছে বা অন্য কোনও ব্যবসায়িক লক্ষ্য পূর্ণ করেছে।

২. কনভার্সন ট্র্যাকিং সেটআপ করা:

কনভার্সন ট্র্যাকিং সেটআপ করতে, আপনাকে প্রথমে গুগল অ্যাডসে একটি কনভার্সন অ্যাকশন তৈরি করতে হবে। তারপরে, গুগল অ্যাডস একটি ট্র্যাকিং পিক্সেল (কোড) প্রদান করবে, যা আপনাকে আপনার ওয়েবসাইটের কনভার্সন পৃষ্ঠায় যোগ করতে হবে।

কনভার্সন ট্র্যাকিং সেটআপের ধাপ:

- গুগল অ্যাডসে লগ ইন করুন।
- Tools & Settings মেনুতে গিয়ে "Measurement" বিভাগ থেকে "Conversions" নির্বাচন করুন।

- "Add new conversion action" ক্লিক করুন।
- আপনার কনভার্সন টপিক নির্বাচন করুন, যেমন— ওয়েবসাইট কনভার্সন বা ফোন কল কনভার্সন।
- ট্র্যাকিং কোড সৃজন করুন এবং আপনার ওয়েবসাইটে ইনস্টল করুন।
- নিশ্চিত করুন যে কনভার্সন সঠিকভাবে ট্র্যাক হচ্ছে।

৩. কনভার্সন টাইপস:

- ❖ **ওয়েবসাইট কনভার্সন:** আপনার ওয়েবসাইটে নির্দিষ্ট ক্রিয়াকলাপ যেমন পণ্য কেনা, ফর্ম পূর্ণ করা ইত্যাদি।
- ❖ **অ্যাপ কনভার্সন:** অ্যাপ ডাউনলোড বা ইনস্টল করার পরবর্তী ক্রিয়া ট্র্যাক করা।
- ❖ **কল কনভার্সন:** ফোন কলের মাধ্যমে ক্রিয়া সম্পন্ন করা।
- ❖ **ইমেল কনভার্সন:** ইমেইল অপেন বা লিঙ্কে ক্লিক করা।

৪. কনভার্সন রেট এবং বিশ্লেষণ:

আপনি কনভার্সন ট্র্যাকিং চালু করার পর গুগল অ্যাডসে আপনার কনভার্সন রেট মাপতে পারবেন, যা আপনাকে জানাবে কত ক্লিক থেকে কতজন ব্যবহারকারী আপনার কাজক্ষিত কার্যক্রম সম্পন্ন করেছেন। এতে সাহায্য করে, আপনার ক্যাম্পেইন আরও টার্গেটেড ও কার্যকরী করতে।

গুগল অ্যাডসে রিপোর্টিং

গুগল অ্যাডসে রিপোর্টিং করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, তবে কখনও কখনও কিছু সাধারণ রিপোর্টিং সমস্যা দেখা দেয় যা আপনাকে সঠিকভাবে পারফরম্যান্স বিশ্লেষণ করতে বাধাগ্রস্ত করতে পারে।

১. ডেটা ডিলেতে সমস্যা:

গুগল অ্যাডসে রিপোর্ট ডেটা সাধারণত রিয়েল টাইমে আপডেট হয় না। মাঝে মাঝে ডেটা আপডেট হতে কিছু সময় লাগতে পারে। যদি আপনি রিপোর্টে অনুপস্থিত ডেটা বা পুরানো ডেটা দেখেন, তবে এটি সাধারণত গুগল অ্যাডস সিস্টেমের আপডেট টাইম বা কোনও সমস্যা হতে পারে।

২. কনভার্সন ডেটা মিসিং:

কনভার্সন ট্র্যাকিং সঠিকভাবে সেট আপ না হলে বা কোড সঠিকভাবে ইনস্টল না হলে, আপনি কনভার্সন ডেটা দেখতে পাবেন না। এটি সাধারণত ভুল কোড ইনস্টলেশন বা পিক্সেল কার্যকর না হওয়া থেকে ঘটে। নিশ্চিত করুন যে কোড সঠিকভাবে ইনস্টল করা হয়েছে এবং ওয়েবসাইটে ত্রুটি নেই।

৩. অসামঞ্জস্যপূর্ণ রিপোর্ট ফলাফল:

গুগল অ্যাডসে যখন একই সময়ের মধ্যে কয়েকটি ক্যাম্পেইন বা বিজ্ঞাপন গ্রুপের রিপোর্ট একত্রিত হয়, তখন মাঝে মাঝে রিপোর্টের ফলাফল অসামঞ্জস্যপূর্ণ হতে পারে। এটি সাধারণত একই দিনে একাধিক মেট্রিকসের কারণে ঘটে, তাই রিপোর্ট তৈরি করার সময় সময়সীমা ও ক্যাম্পেইন সঠিকভাবে সিলেক্ট করা প্রয়োজন।

৪. অনুপস্থিত অ্যাড বা কনভার্সন এক্সটেনশন:

কিছু সময়ে অ্যাড বা কনভার্সন এক্সটেনশন না দেখানোর সমস্যা হতে পারে। এতে, আপনার অ্যাডের কার্যকারিতা বা পরিসংখ্যান সঠিকভাবে রিপোর্ট হতে পারে না। এটি ফিল্টার সেটিংস বা কনভার্সন এক্সটেনশনের কোড ইনস্টল না হওয়া থেকে হতে পারে।

৫. অটোমেটিক পরিবর্তন সমস্যা:

কিছু রিপোর্ট বা মেট্রিকস গুগল অ্যাডস দ্বারা স্বয়ংক্রিয়ভাবে পরিবর্তিত হয় (যেমন বাজেট বা কনভার্সন সাইজ)। এর ফলে কখনও কখনও আপনাকে ভুল রিপোর্টের দেখা দিতে পারে। এর জন্য, আপনি রিপোর্টের সময় তারিখ এবং অন্যান্য সেটিংস সঠিকভাবে চেক করতে পারেন।

৬. রিপোর্ট সেকশন ফিল্টারিং সমস্যা:

গুগল অ্যাডসে রিপোর্ট সেকশনের বিভিন্ন ফিল্টার ব্যবহার করা যায়, তবে কখনও কখনও ভুলভাবে ফিল্টারিং এর কারণে কিছু গুরুত্বপূর্ণ তথ্য বাদ পড়তে পারে। আপনার রিপোর্টকে সঠিকভাবে দেখার জন্য, ফিল্টার সেটিংস ঠিকভাবে পর্যালোচনা করা উচিত।

প্রতি ১০০০ ভিউ এর জন্য Google AdSense কত টাকা দেয়?

মোটামুটি \$0.2 – \$2.5 প্রতি 1,000 ভিউ।

| Country | CTR | CPC (USD) |
|----------------|-------|-----------|
| Luxembourg | 0.55% | 0.65 |
| United States | 0.75% | 0.61 |
| Australia | 0.72% | 0.57 |
| United Kingdom | 1.06% | 0.48 |
| Finland | 0.54% | 0.45 |
| Canada | 0.79% | 0.45 |
| Austria | 0.69% | 0.45 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|----------------|------------|------------------|
| New Zealand | 1.21% | 0.33 |
| Sweden | 0.70% | 0.31 |
| Ireland | 0.73% | 0.31 |
| Denmark | 0.70% | 0.28 |
| Singapore | 0.96% | 0.27 |
| South Africa | 1.13% | 0.26 |
| Norway | 0.63% | 0.26 |
| Unknown Region | 0.63% | 0.25 |
| Bahamas | 1.71% | 0.24 |
| Germany | 0.52% | 0.22 |
| Switzerland | 0.59% | 0.21 |
| Belgium | 0.53% | 0.21 |
| Spain | 0.67% | 0.19 |
| Djibouti | 3.06% | 0.19 |
| Thailand | 0.80% | 0.17 |
| France | 0.76% | 0.17 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|----------------------|------------|------------------|
| Colombia | 0.29% | 0.17 |
| Puerto Rico | 1.40% | 0.16 |
| Guatemala | 0.74% | 0.16 |
| Greece | 0.64% | 0.16 |
| United Arab Emirates | 1.37% | 0.15 |
| Russia | 0.39% | 0.15 |
| Malta | 1.34% | 0.15 |
| U.S. Virgin Islands | 3.85% | 0.14 |
| Mexico | 0.39% | 0.14 |
| Japan | 1.14% | 0.14 |
| Italy | 1.35% | 0.13 |
| Hungary | 0.76% | 0.13 |
| Hong Kong | 0.94% | 0.13 |
| Côte d'Ivoire | 0.69% | 0.13 |
| Somalia | 0.94% | 0.12 |
| Dominica | 2.33% | 0.12 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|--------------------|------------|------------------|
| Costa Rica | 0.45% | 0.12 |
| Brazil | 0.79% | 0.12 |
| Yemen | 0.33% | 0.11 |
| Uganda | 0.80% | 0.11 |
| Panama | 1.68% | 0.11 |
| Oman | 1.43% | 0.11 |
| Nigeria | 0.76% | 0.11 |
| Malaysia | 0.94% | 0.11 |
| Kuwait | 1.56% | 0.11 |
| Israel | 1.21% | 0.11 |
| Dominican Republic | 1.12% | 0.11 |
| China | 0.66% | 0.11 |
| Cayman Islands | 0.68% | 0.11 |
| Botswana | 1.38% | 0.11 |
| South Korea | 0.82% | 0.1 |
| Qatar | 1.22% | 0.1 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|-------------------|------------|------------------|
| Argentina | 1.09% | 0.1 |
| Saudi Arabia | 1.64% | 0.09 |
| Czechia | 0.96% | 0.09 |
| Jamaica | 0.42% | 0.08 |
| Cameroon | 0.71% | 0.08 |
| Bahrain | 1.24% | 0.08 |
| Afghanistan | 1.35% | 0.08 |
| Zambia | 0.52% | 0.07 |
| Trinidad & Tobago | 1.41% | 0.07 |
| Portugal | 0.74% | 0.07 |
| Poland | 0.40% | 0.07 |
| Mongolia | 1.57% | 0.07 |
| Kenya | 0.76% | 0.07 |
| India | 1.64% | 0.07 |
| Brunei | 1.01% | 0.07 |
| Zimbabwe | 0.47% | 0.06 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|-----------------|------------|------------------|
| Turkey | 0.93% | 0.06 |
| Suriname | 1.04% | 0.06 |
| Sierra Leone | 1.29% | 0.06 |
| Romania | 0.71% | 0.06 |
| Kazakhstan | 1.16% | 0.06 |
| Indonesia | 0.73% | 0.06 |
| Honduras | 0.81% | 0.06 |
| Estonia | 1.53% | 0.06 |
| Egypt | 1.20% | 0.06 |
| Cyprus | 1.26% | 0.06 |
| Algeria | 1.30% | 0.06 |
| Tanzania | 0.85% | 0.05 |
| Myanmar (Burma) | 1.18% | 0.05 |
| Moldova | 1.27% | 0.05 |
| Haiti | 1.41% | 0.05 |
| Ghana | 0.51% | 0.05 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|-------------------|------------|------------------|
| Fiji | 1.15% | 0.05 |
| Congo – Kinshasa | 0.94% | 0.05 |
| Bulgaria | 0.48% | 0.05 |
| Solomon Islands | 4.35% | 0.04 |
| Serbia | 0.36% | 0.04 |
| Philippines | 2.66% | 0.04 |
| Peru | 0.37% | 0.04 |
| Pakistan | 0.70% | 0.04 |
| Namibia | 0.92% | 0.04 |
| Mozambique | 0.96% | 0.04 |
| Maldives | 0.82% | 0.04 |
| Macedonia (FYROM) | 0.54% | 0.04 |
| Iraq | 1.58% | 0.04 |
| Guyana | 0.65% | 0.04 |
| Cape Verde | 2.38% | 0.04 |
| Bhutan | 1.08% | 0.04 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|------------------|------------|------------------|
| Barbados | 1.76% | 0.04 |
| American Samoa | 21.43% | 0.04 |
| Vietnam | 0.90% | 0.03 |
| Ukraine | 0.32% | 0.03 |
| Taiwan | 1.54% | 0.03 |
| Swaziland | 0.67% | 0.03 |
| Sri Lanka | 0.66% | 0.03 |
| Rwanda | 1.19% | 0.03 |
| Paraguay | 4.82% | 0.03 |
| Papua New Guinea | 0.61% | 0.03 |
| Nepal | 0.88% | 0.03 |
| Mauritius | 0.44% | 0.03 |
| Macau | 1.59% | 0.03 |
| Lebanon | 1.62% | 0.03 |
| Latvia | 0.64% | 0.03 |
| Jordan | 2.10% | 0.03 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|---------------------|------------|------------------|
| Iran | 0.25% | 0.03 |
| Guam | 1.22% | 0.03 |
| Ethiopia | 0.70% | 0.03 |
| Congo – Brazzaville | 1.91% | 0.03 |
| Bolivia | 3.25% | 0.03 |
| Belarus | 1.00% | 0.03 |
| Bangladesh | 0.92% | 0.03 |
| St. Lucia | 0.70% | 0.02 |
| Seychelles | 1.32% | 0.02 |
| Morocco | 0.35% | 0.02 |
| Mali | 0.84% | 0.02 |
| Malawi | 0.25% | 0.02 |
| Lithuania | 0.71% | 0.02 |
| Libya | 1.28% | 0.02 |
| Liberia | 2.47% | 0.02 |
| Chile | 0.49% | 0.02 |

| Country | CTR | CPC (USD) |
|-----------------------|------------|------------------|
| Caribbean Netherlands | 1.83% | 0.02 |
| Cambodia | 0.54% | 0.02 |
| Burundi | 1.65% | 0.02 |
| Benin | 1.09% | 0.02 |
| Angola | 1.02% | 0.02 |
| Timor-Leste | 1.23% | 0.01 |
| Syria | 1.34% | 0.01 |
| Sudan | 1.17% | 0.01 |
| Senegal | 0.36% | 0.01 |
| Madagascar | 1.38% | 0.01 |
| Georgia | 0.71% | 0.01 |
| French Polynesia | 8.33% | 0.01 |
| Burkina Faso | 3.33% | 0.01 |

সমাপ্ত



আপনার সফল ডিজিটাল ক্যারিয়ার গড়ার লক্ষ্যে নিরলস প্রচেষ্টায়ঃ

পেয়েছি বাংলাদেশ + শিকদার আইটি ল্যাব

একই স্থানে পাচ্ছেন ২১ টিরও বেশি কোর্স এবং সঠিক ফ্রিল্যান্সিং এর গাইডলাইন, এছাড়াও একটি সয়ংসম্পূর্ণ পেশাদার ফর্মুলা নিয়ে আপনার আইটি ক্যারিয়ারের যাত্রা শুরু করুন এখান থেকেই।

আমাদের কোর্স সমূহ