

অ্যাপের বিশ্ব

অ্যাপ স্টোর অর্পটমাইজেশান

সুচিপত্র

1। পরিচিতি	2
2. ASO ওভারভিউ	3
2.1 ASO কি?	3
2.2 কেন ASO গুরুত্বপূর্ণ?	3
2.3। ASO এর দুটি প্রধান লক্ষ্য 3.	4
গুগল প্লে স্টোর এবং অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের মধ্যে পার্থক্য 3.1 গুগল প্লে স্টোর 3.2 অ্যাপল	4
অ্যাপ স্টোর 4. পাঠ্য	4
উপাদানগুলি অপ্টিমাইজ	5
করা	6
4.1 অ্যাপ স্টোরগুলিতে কীওয়ার্ড র‍্যাঙ্কিং অ্যালগরিদম বোঝা 4.2 কীওয়ার্ড গবেষণা এবং	7
বিশ্লেষণ 4.3 অ্যাপ শিরোনাম 4.4 অ্যাপ	7
সাবটাইটেল	8
(অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)	9
4.5 সংক্ষিপ্ত বিবরণ (গুগল প্লে স্টোর)	10
4.6 দীর্ঘ বিবরণ 4.7	10
প্রচারমূলক পাঠ্য (অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)	11
4.8 কীওয়ার্ড ক্ষেত্র (অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)	11
4.9 বিভাগ 5.	12
চাক্ষুষ উপাদান অপ্টিমাইজ করা	12
5.1 অ্যাপ আইকন	13
5.2 স্ক্রিনশট	13
5.3 ভিডিও	16
5.4 ফিচার গ্রাফিক (শুধুমাত্র গুগল প্লে স্টোর)	18
6. আরও জানুন এবং দৃষ্টিভঙ্গি	18

1 ভূমিকা

একবার আপনার অ্যাপ ডেভেলপমেন্ট সম্পূর্ণ হয়ে গেলে এবং আপনি অবিশ্বাস্য কিছু তৈরি করে ফেললে, এটি জনসাধারণের কাছে উপস্থাপন করার সময়। আপনার অ্যাপটি বিকাশ করার জন্য এই সমস্ত সময় ব্যয় করার পরে, আপনি এটিকে যতটা সম্ভব খুঁজে পেতে, স্বীকৃত এবং ব্যবহার করতে চান। একটি অ্যাপের কার্যক্ষমতা প্রায়ই ডাউনলোড বা ইনস্টলের সংখ্যা দ্বারা পরিমাপ করা হয়, যা এই KPI কে একটি গুরুত্বপূর্ণ বৃদ্ধির মেট্রিক করে তোলে। অ্যাপ অ্যানিস অ্যানুয়াল স্টেট অফ মোবাইল 2019 রিপোর্ট অনুসারে, 2018 সালে আনুমানিক 194 বিলিয়ন অ্যাপ ডাউনলোড করা হয়েছে। উল্লেখযোগ্য সংখ্যক ডাউনলোড তৈরি করতে, আপনার অ্যাপটি সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের কাছে দৃশ্যমান হওয়া প্রয়োজন।

কিন্তু শুধু অ্যাপ স্টোরে এটি প্রকাশ করা (প্রধানত অ্যান্ড্রয়েড অ্যাপের জন্য গুগল প্লে স্টোর এবং iOS অ্যাপের জন্য অ্যাপল অ্যাপ স্টোর) এখানে কৌশলটি করবে না। অ্যাপ স্টোরে অ্যাপের সংখ্যা ক্রমাগত এবং দ্রুত বাড়ছে, যার মানে আপনার অ্যাপ সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের খুঁজে পাওয়ার জন্য আরও বেশি বেশি অ্যাপের সাথে প্রতিযোগিতা করছে। পরিসংখ্যান অনুসারে, অ্যান্ড্রয়েড ব্যবহারকারীরা আজকাল গুগল প্লে স্টোরে 2.1 মিলিয়ন অ্যাপের মধ্যে বেছে নিতে পারেন। iOS ব্যবহারকারীদের বাছাই করার জন্য সামান্য কম অ্যাপ রয়েছে, কিন্তু 1.8 মিলিয়নের সাথে, এটি এখনও একটি অপ্রতিরোধ্য সংখ্যা। এইভাবে, মোবাইল অ্যাপ বিপণনকারী এবং বিকাশকারীদের নিশ্চিত করতে হবে যে তাদের অ্যাপগুলি ভিড় থেকে আলাদা। এখানেই অ্যাপ স্টোর অপ্টিমাইজেশান (ASO) কার্যকর হয়।

এই অধ্যায়টি আপনার জন্য নিম্নলিখিত প্রশ্নের উত্তর দেবে:

- ASO কি?
- কেন ASO গুরুত্বপূর্ণ?
- অ্যাপল অ্যাপ এবং গুগল প্লে স্টোরের মধ্যে পার্থক্য কী?

এই অধ্যায়টি পড়ার সময়, আপনি কীভাবে আপনার অ্যাপটিকে সম্ভাব্য সর্বোত্তম উপায়ে অবস্থান করবেন এবং সেইজন্য জৈব বৃদ্ধিকে সর্বাধিক করবেন সে সম্পর্কে কিছু টিপস এবং কৌশল পাবেন।

2 ASO ওভারভিউ

2.1 ASO কি?

ASO যা অ্যাপ স্টোর অপ্টিমাইজেশনের জন্য দাঁড়িয়েছে, অ্যাপ স্টোরগুলিতে দৃশ্যমানতা এবং রূপান্তর হার বাড়িয়ে উচ্চ মানের ব্যবহারকারীদের কাছে থেকে আগত জৈব অ্যাপ ডাউনলোড বা ইনস্টল সর্বাধিক করার প্রক্রিয়া। অ্যাপ স্টোরের মাধ্যমে অনুসন্ধান করা হল ব্যবহারকারীদের নতুন অ্যাপস আবিষ্কারের সবচেয়ে জনপ্রিয় উপায়। অ্যাপলের মতে, 65% iOS অ্যাপ সরাসরি অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে অনুসন্ধানের মাধ্যমে আবিষ্কৃত হয়। অ্যাপরাডার অনুসারে, গুগল প্লে স্টোরে শেয়ারটি প্রায় 53% ডাউনলোডের সাথে প্রায় বেশি।

এটি উচ্চ দৃশ্যমানতার গুরুত্বকে আন্ডারলাইন করে। এটিকে সহজ করার জন্য, ASO আপনাকে অ্যাপ স্টোরগুলিতে আপনার অ্যাপের দৃশ্যমানতা বাড়িয়ে আরও ব্যবহারকারীদের আকৃষ্ট করতে সাহায্য করে এবং পরবর্তীতে ব্যবহারকারীদের আপনার অ্যাপটি দেখার থেকে এটি ডাউনলোড করতে রূপান্তরিত করার সম্ভাবনা বাড়িয়ে দেয়। মূল হচ্ছে আপনার অ্যাপটিকে আপনার সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের কাছে যতটা সম্ভব দৃশ্যমান করা যাতে ডাউনলোড জেনারেট করা যায় এবং জৈব বৃদ্ধি নিশ্চিত করা যায়।

2.2 কেন ASO গুরুত্বপূর্ণ?

অ্যাপ স্টোরে আসা ব্যবহারকারীরা সাধারণত খুব দ্রুত একটি অ্যাপের বিষয়ে সিদ্ধান্ত নেন। Google Play বা Apple App Store-এ প্রবেশ করার সময়, ব্যবহারকারীদের কাছে নির্দিষ্ট কীওয়ার্ড বা সার্চ টার্ম দিয়ে অনুসন্ধান করে বা ফিচার কার্ড, বিভাগ এবং প্রস্তাবিত বা অনুরূপ অ্যাপের তালিকার মাধ্যমে ব্রাউজ করে একটি অ্যাপ খুঁজে বের করার বিকল্প থাকে। অনুসন্ধান ফলাফল পৃষ্ঠার উপরে থাকা অ্যাপগুলি ডাউনলোড হওয়ার সম্ভাবনা সবচেয়ে বেশি। দুর্দান্ত ASO কৌশলগুলি আপনাকে আপনার অ্যাপের জন্য এমন একটি অবস্থান সুরক্ষিত করতে সহায়তা করবে এবং সেইজন্য বিপুল পরিমাণ সম্ভাব্য নতুন ব্যবহারকারীদের কাছে আরও দৃশ্যমান হয়ে উঠবে।

কিন্তু দৃশ্যমানতা বাড়ানোর চেয়ে ASO-তে আরও বেশি কিছু আছে। অনেক ব্যবহারকারী যারা একটি অ্যাপ খুঁজে পান তারা এখনও এটি ডাউনলোড করেন না। এটি হতে পারে কারণ অ্যাপটি অপ্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ডগুলির জন্য র‍্যাঙ্ক করে যা ব্যবহারকারীদের ডাউনলোডের উদ্দেশ্যের সাথে মেলে না। অথবা, এটি হতে পারে কারণ আপনার অ্যাপের অ্যাপের স্টোর তালিকা আকর্ষণীয় বা যথেষ্ট প্ররোচিত নয়। এটি ASO-এর দ্বিতীয় মিশনের দিকে নিয়ে যায়, রূপান্তর হার অপ্টিমাইজেশন।



2.3 ASO এর দুটি প্রধান লক্ষ্য

- অ্যাপ স্টোরগুলিতে একটি অ্যাপের দৃশ্যমানতা উন্নত করুন
- ডাউনলোড করার জন্য অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠা পরিদর্শন থেকে রূপান্তর হার বৃদ্ধি করুন

ASO অ্যাপ স্টোরগুলিতে আপনার অ্যাপের দৃশ্যমানতা উন্নত করবে এবং যোগাযোগের পয়েন্ট থেকে অ্যাপ ইনস্টল পর্যন্ত রূপান্তর হার বাড়িয়ে দেবে। আপনার অ্যাপের প্রচারের জন্য অর্থপ্রদানের মিডিয়া কার্যকলাপে বিনিয়োগ করার সময় এটি বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ। এইভাবে, প্রত্যেক ব্যবহারকারী যারা আপনার অ্যাপ ব্যবহার করতে চায় তাদের প্রথমে অ্যাপ স্টোরগুলির একটি থেকে এটি ডাউনলোড করতে হবে, তাই তাদের আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠায় যেতে হবে। একটি উচ্চ রূপান্তর হার নিশ্চিত করতে, আপনার অ্যাপ স্টোরের পৃষ্ঠাটি দৃশ্যত আনন্দদায়ক এবং পাঠ্যগতভাবে বাধ্যতামূলক হওয়া উচিত এবং ব্যবহারকারীকে আপনার অ্যাপের মান এবং বৈশিষ্ট্যগুলি সম্পর্কে প্রাসঙ্গিক তথ্য সরবরাহ করা উচিত।

3 গুগল মধ্যে পার্থক্য

প্লে স্টোর এবং অ্যাপল অ্যাপ স্টোর

ASO সম্পর্কে কথা বলার সময়, বিভিন্ন উপাদানের একটি ওভারভিউ থাকা গুরুত্বপূর্ণ যা অপ্টিমাইজ করা যেতে পারে, এবং Google Play Store এবং Apple App Store যেখানে আপনার অ্যাপগুলি প্রকাশিত হয় তার মধ্যে পার্থক্যগুলি বোঝা গুরুত্বপূর্ণ।

3.1 গুগল প্লে স্টোর

চলুন শুরু করা যাক Android এবং Google Play Store-এ উপস্থাপিত মেটাডেটা দিয়ে। Google Play Store-এ আপনার অ্যাপের চেহারা অপ্টিমাইজ করার সময় সাতটি প্রধান অন-পৃষ্ঠা উপাদান বিবেচনা করতে হবে, যেগুলি নীচের গ্রাফিকগুলিতে চিত্রিত করা হয়েছে।



3.1 Google Play Store (চলবে)

এএসও অপরিহার্য



গুগল প্লে স্টোর

আইকন (1)

অ্যাপের শিরোনাম (2)

বিভাগ (3)

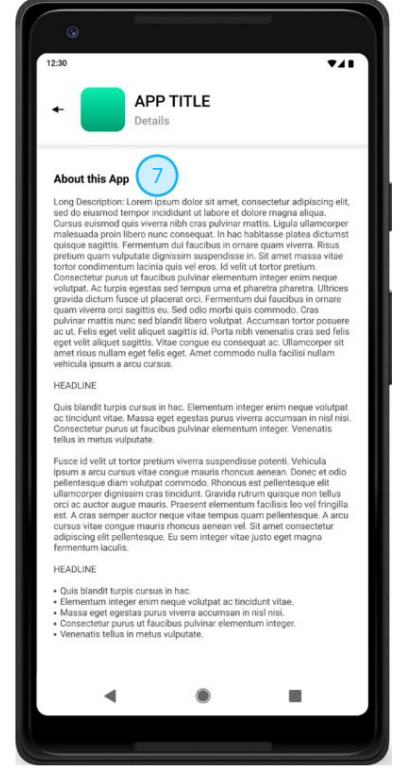
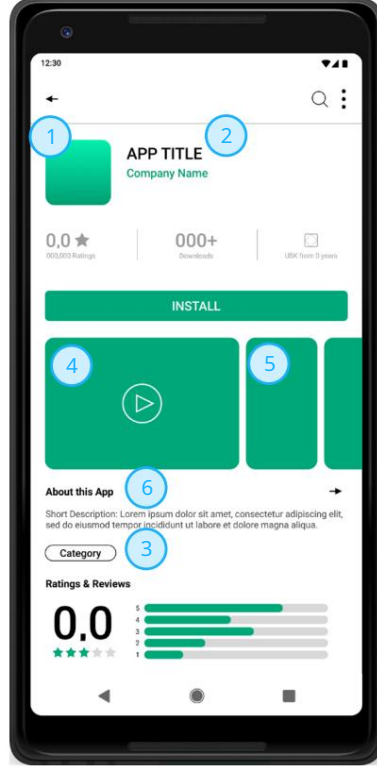
প্রচার ভিডিও

এবং ফিচার গ্রাফিক (4)

স্ক্রিনশট (5)

সংক্ষিপ্ত বিবরণ (6)

দীর্ঘ বর্ণনা (7)



প্রোমো ভিডিও ব্যতীত এই সমস্ত উপাদানগুলি বাধ্যতামূলক এবং Google Play কনসোলার মাধ্যমে আপনার অ্যাপটি প্লে স্টোরে প্রকাশ করার সময় প্রদান করতে হবে।

অ্যাপ স্টোরের বিপরীতে, আপনার অ্যাপের একটি নতুন সংস্করণ প্রকাশ না করেই আপনি যখনই চান মেটাডেটা এবং ভিজুয়াল সম্পদ পরিবর্তন করতে পারবেন।

অন্য কিছু যা Google Play Store-এর জন্য অনন্য তা হল স্টোর তালিকা পরীক্ষা। এগুলি আপনাকে A/B-এর বিকল্প দেয় - ডাউনলোডের উপর ভিত্তি করে সেরা পারফরম্যান্স শনাক্ত করতে Google Play Store-এ আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার উপাদানগুলির বিভিন্ন বৈচিত্র পরীক্ষা করুন। অ্যান্ড্রয়েড অ্যাপগুলির জন্য ASO করার সময় আপনার পরিবর্তনগুলির প্রভাব বিশ্লেষণ করতে আপনার অবশ্যই এই পরীক্ষার সম্ভাবনার সুবিধা নেওয়া উচিত।

3.2 অ্যাপল অ্যাপ স্টোর

আইওএস অ্যাপের জন্য, অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার গঠন অনেকটা একই রকম, কয়েকটি বড় পার্থক্য উল্লেখ করার মতো। অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে, আপনার ASO ক্রিয়াকলাপগুলির জন্য বিবেচনা করার জন্য আপনার কাছে আটটি উপাদান রয়েছে। এই উপাদানগুলির মধ্যে দুটি, যেমন অ্যাপ প্রিভিউ ভিডিও এবং সাবটাইটেল ঐচ্ছিক, বাকিগুলি বাধ্যতামূলক।



4.1 কীওয়ার্ড র‍্যাঙ্কিং অ্যালগরিদম বোঝা

অ্যাপ স্টোরগুলির প্রতিটিরই ডেডিকেটেড অ্যালগরিদম রয়েছে যা নির্দিষ্ট কীওয়ার্ডের জন্য একটি অ্যাপকে র‍্যাঙ্ক করার জন্য দায়ী। প্রতিটি অনুসন্ধান র‍্যাঙ্কিং অ্যালগরিদমের চূড়ান্ত লক্ষ্য হল ব্যবহারকারীদের তাদের প্রয়োজনের জন্য সেরা পণ্য এবং পরিষেবাগুলি খুঁজে পেতে সহায়তা করা। এটি ফলাফলের একটি সাজানো তালিকা দেখানোর মাধ্যমে করা হয় যা ব্যবহৃত অনুসন্ধান পদগুলির সাথে সবচেয়ে ভাল মেলে। ASO এর লক্ষ্য হল আপনার অ্যাপটিকে নির্দিষ্ট সার্চ টার্মের জন্য প্রাসঙ্গিক হিসাবে বিবেচনা করার জন্য অ্যালগরিদমগুলিকে ট্রিগার করা। গুগল প্লে স্টোরের অ্যালগরিদম অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার প্রতিটি পাঠ্য অংশকে ইন্ডেক্স করেছে। তাই অ্যাপের শিরোনাম, সংক্ষিপ্ত বিবরণ এবং দীর্ঘ বিবরণ প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ড দিয়ে পূর্ণ করা উচিত। অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের অ্যালগরিদমটি আরও নির্বাচনী এবং শুধুমাত্র কয়েকটি উপাদান যেমন অ্যাপের শিরোনাম, সাবটাইটেল এবং অফ-পেজ কীওয়ার্ড ফিল্ড সূচিত করা হয়েছে। অতএব, অ্যাপের শিরোনামে একবার সবচেয়ে প্রাসঙ্গিকটি রেখে আপনার কীওয়ার্ডগুলিকে বুদ্ধিমানের সাথে অবস্থান করা Apple অ্যাপ স্টোরের জন্য বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ।

4.2 কীওয়ার্ড গবেষণা ও বিশ্লেষণ

কীওয়ার্ড গবেষণা হল সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ASO কার্যক্রমগুলির মধ্যে একটি। Apple App Store এবং Google Play Store সার্চ ফলাফলে আপনার অ্যাপের জন্য কীওয়ার্ডগুলি একটি নির্ধারক দিক। অ্যাপ স্টোর অপ্টিমাইজেশানের প্রথম ধাপগুলির মধ্যে একটি হল একটি বিস্তারিত কীওয়ার্ড বিশ্লেষণ করা। কোন কীওয়ার্ডগুলি মূল্যবান এবং কোনটি সম্ভবত প্রতিস্থাপন করা উচিত তা দেখতে আপনাকে সক্ষম করার জন্য বিভিন্ন সরঞ্জাম রয়েছে।

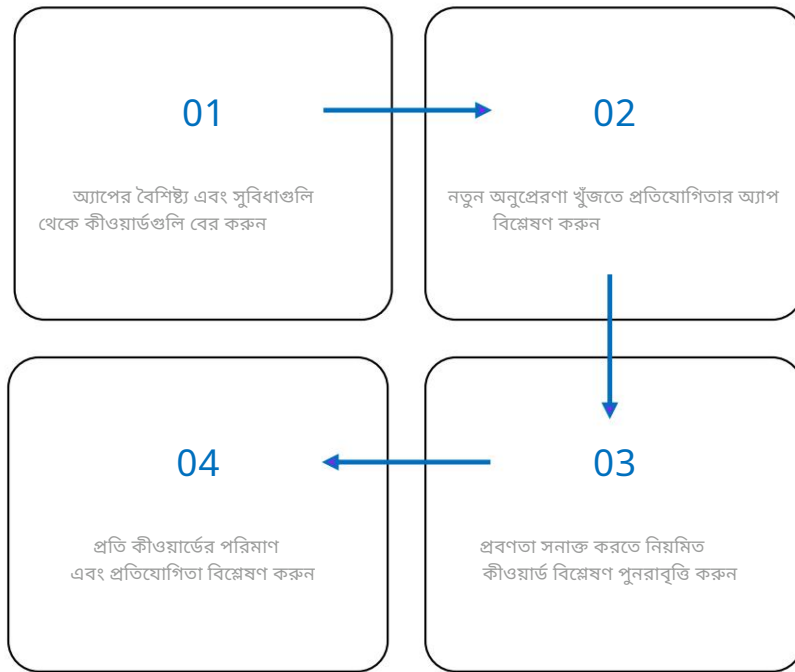
কীওয়ার্ড বিশ্লেষণের জন্য কিছু টুল অপশন:

- [Apptweak](#)
- টুল
- [মোবাইল অ্যাকশন](#)
- [অ্যাপ রাডার](#)
- [AppAnnie](#)
- [সেল্লর টাওয়ার](#)



4.2 কীওয়ার্ড গবেষণা ও বিশ্লেষণ (চলবে)

আপনার কীওয়ার্ড বিশ্লেষণ করার সময় ফোকাস করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ মেট্রিক্স হল সার্চ ভলিউম এবং প্রতিটি কীওয়ার্ড সংশ্লিষ্ট অ্যাপ স্টোরে যে প্রতিযোগিতা দেখে। লক্ষ্য হল এমন কীওয়ার্ডগুলি সনাক্ত করা যা আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠায় প্রাসঙ্গিক ট্র্যাফিক চালাবে এবং ইতিমধ্যে উচ্চ প্রতিযোগিতার অধীনে নয়। মনে রাখবেন যে একটি কীওয়ার্ড বিশ্লেষণ এবং সাধারণভাবে ASO হল এমন কিছু জিনিস যা আপনাকে দোকানের অ্যালগেরিদম বা আপনার অ্যাপে পরিবর্তনের প্রতিক্রিয়া জানাতে প্রতিবার একবার পুনরাবৃত্তি করতে হবে। আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার মেটাডেটাতে আপনি যে কীওয়ার্ডগুলি ব্যবহার করছেন সেগুলি সর্বোত্তম ফলাফল অর্জনের জন্য নিয়মিতভাবে পর্যবেক্ষণ করা এবং পুনরাবৃত্তি করা উচিত।



4.3 অ্যাপ শিরোনাম

উভয় অ্যাপ স্টোরের অ্যালগেরিদমে আপনার অ্যাপের শিরোনামের কীওয়ার্ডের ওজন অনেক বেশি। অতএব, আপনার অ্যাপের আবিষ্কারযোগ্যতা বাড়াতে আপনার অ্যাপের শিরোনামে আপনার সবচেয়ে মূল্যবান এবং সবচেয়ে প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ড যোগ করার চেষ্টা করুন। একটি অ্যাপের শিরোনাম বেছে নিতে নিম্নলিখিত কীওয়ার্ড থাকে, কিন্তু তারপরও আপনার অ্যাপের উদ্দেশ্য এবং আপনার ব্র্যান্ডের নির্দেশিকাগুলির সাথে মানানসই। এটি একটি সহজ, স্মরণীয় শিরোনাম হওয়া উচিত যা আপনার অ্যাপটি কী করে তা নির্দেশ করে। আপনার অ্যাপের শিরোনামে অতিরিক্ত কীওয়ার্ড যোগ করার একটি সর্বোত্তম অনুশীলন হল আপনার অ্যাপের নাম প্রথমে রাখা এবং তারপরে প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ড দিয়ে অবশিষ্ট অক্ষরগুলি পূরণ করতে একটি ":" বা "-" ব্যবহার করা।



4.3 অ্যাপ শিরোনাম (চলবে)

খুব ঘন ঘন অ্যাপের শিরোনাম পরিবর্তন করবেন না, কারণ এটি আপনার র‍্যাঙ্কিংয়ের উপর নেতিবাচক প্রভাব ফেলতে পারে এবং আপনার ব্যবহারকারীদের বিভ্রান্ত করতে পারে। অনুগ্রহ করে মনে রাখবেন যে অ্যাপ স্টোরে অ্যাপের শিরোনামটি ইনস্টল হয়ে গেলে ডিভাইসের হোম স্ক্রিনে আপনার অ্যাপের নাম থেকে স্বতন্ত্র। এর মানে হল অ্যাপ স্টোরে আপনার অ্যাপের শিরোনামে অতিরিক্ত কীওয়ার্ড যোগ করলে আপনার অ্যাপের নামটি ডিভাইসে ইনস্টল হয়ে গেলে সেটি পরিবর্তন হবে না।

অ্যাপ শিরোনামের জন্য বিশেষ উল্লেখ:



অ্যাপল অ্যাপ স্টোর

- সর্বোচ্চ 30টি অক্ষর



গুগল প্লে স্টোর

- সর্বোচ্চ 50টি অক্ষর

4.4 অ্যাপ সাবটাইটেল (শুধুমাত্র অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)

অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে অ্যাপ শিরোনামের অধীনে সাবটাইটেলটি প্রদর্শিত হয় এবং আপনাকে আপনার অ্যাপের মূল্য আরও বিশদে ব্যাখ্যা করতে দেয়। গুগল প্লে স্টোরে একটি সাবটাইটেল নেই। সাবটাইটেল থেকে পাওয়া কীওয়ার্ডগুলি অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের অ্যালগরিদম দ্বারা সূচিত করা হয় এবং তাই এটি একটি গুরুত্বপূর্ণ র‍্যাঙ্কিং ফ্যাক্টর। "বিশ্বের সেরা অ্যাপ" এর মতো জেনেরিক বর্ণনা এড়িয়ে চলুন। পরিবর্তে, আপনার অ্যাপের অনন্য মূল্য প্রস্তাবগুলি হাইলাইট করুন। উপরে উল্লিখিত হিসাবে, সাবটাইটেলটি আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার মেটাডেটার কয়েকটি উপাদানগুলির মধ্যে একটি যা বাধ্যতামূলক নয়। আপনি যদি একটি ডেডিকেটেড সাবটাইটেল বেছে না নেন, তাহলে অ্যাপের শিরোনামের নিচে প্রকাশকের নাম দেখানো হবে। এটি সুপারিশ করা হয় না কারণ এটি আপনাকে অনুমোদিত 30টি অক্ষর ব্যবহার করতে দেয় না যা দৃশ্যমানতার উন্নতির জন্য একটি উল্লেখযোগ্য সম্পদ হতে পারে।

অ্যাপ সাবটাইটেলের জন্য স্পেসিফিকেশন:

- সর্বোচ্চ 30টি অক্ষর



4.5 সংক্ষিপ্ত বিবরণ (শুধুমাত্র Google Play Store)

সংক্ষিপ্ত বিবরণ শুধুমাত্র Google Play Store-এ আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার জন্য উপলব্ধ, এবং স্ক্রিনশট এবং প্রচার ভিডিওর নীচে প্রদর্শিত হয়। সংক্ষিপ্ত বিবরণের মধ্যে, আপনি একটি সংক্ষিপ্ত এবং নজরকাড়া এক-লাইন বর্ণনা প্রদান করে ব্যবহারকারীকে আপনার অ্যাপ ডাউনলোড করতে অনুপ্রাণিত করতে পারেন, যা আপনার অ্যাপের সেরা বৈশিষ্ট্য এবং কার্যাবলী ব্যাখ্যা করে।

অন্যান্য পন্থা যা সংক্ষিপ্ত বিবরণের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে তা হল একটি কল-টু অ্যাকশন (CTA) (যেমন "এখনই সবচেয়ে বড় ফিল্ম মেকিং কমিউনিটিতে যোগ দিন!", অথবা একটি ব্যবহারকারী-কেন্দ্রিক ট্রিগার (যেমন "আপনি কি রহস্য সমাধান করতে পারবেন?") আপনার অ্যাপের উপর নির্ভর করে, একটি পদ্ধতি অন্যদের তুলনায় আপনার দর্শকদের জন্য ভাল কাজ করতে পারে। এটি এমন কিছু যা আপনি স্টোর তালিকা পরীক্ষা-নিরীক্ষার মাধ্যমে পরীক্ষা করতে পারেন যা উপরে উল্লেখ করা হয়েছে।

সংক্ষিপ্ত বিবরণের জন্য বিশেষ উল্লেখ:

- সর্বোচ্চ 80টি অক্ষর
- ইমোজি এবং রিচ টেক্সট (html) ব্যবহার করা সম্ভব

4.6 দীর্ঘ বিবরণ

দীর্ঘ বিবরণের মধ্যে আপনি আপনার অ্যাপের বৈশিষ্ট্য এবং ফাংশনগুলি হাইলাইট করতে পারেন এবং ব্যবহারকারীকে কীভাবে আপনার অ্যাপের সম্পূর্ণ সম্ভাবনা অ্যাক্সেস করতে হয় সে সম্পর্কে গাইড করতে পারেন। সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের জানতে দিন যে কী আপনার অ্যাপটিকে অনন্য করে তোলে এবং কেন তারা এটি পছন্দ করবে। দীর্ঘ বিবরণ শুধুমাত্র Google Play Store-এর অ্যালগরিদম দ্বারা সূচিত করা হয়, Apple App Store-এ নয়। Google Play Store-এর জন্য আপনার দীর্ঘ বিবরণ অপ্টিমাইজ করার সময়, অর্থপূর্ণ এবং প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু বজায় রেখে যতবার সম্ভব আপনার প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ড ব্যবহার করুন। দীর্ঘ বর্ণনার জন্য, একটি ভাল গঠন অত্যাবশ্যিক। আগ্রহী ব্যবহারকারীদের দ্রুত প্রাসঙ্গিক তথ্য খুঁজে পেতে উপ-শিরোনামগুলি একটি ভাল উপায়। এটি সহজ রাখতে, আপনি Apple App Store-এর জন্য Google Play Store থেকে আপনার অপ্টিমাইজ করা দীর্ঘ বিবরণ থেকে সামগ্রীটি পুনরায় ব্যবহার করতে পারেন। মনে রাখবেন যে Apple App Store-এ পরিবর্তনগুলি শুধুমাত্র আপনার অ্যাপের একটি নতুন সংস্করণ প্রকাশ করার সময় প্রয়োগ করা যেতে পারে, যখন Google Play Store-এ পরিবর্তনগুলি যেকোনো সময় সম্ভব।



4.6 দীর্ঘ বিবরণ (চলবে)

দীর্ঘ বিবরণের জন্য বিশেষ উল্লেখ:



অ্যাপল অ্যাপ স্টোর

- সর্বোচ্চ 4.000 অঙ্কর



গুগল প্লে স্টোর

- সর্বোচ্চ 4.000 অঙ্কর
- HTML এর মাধ্যমে ফরম্যাটিং সম্ভব
- ইমোজি ব্যবহার করা সম্ভব

4.7 প্রচারমূলক পাঠ্য (শুধুমাত্র অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)

অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠায় প্রচারমূলক পাঠ্যটি একটি ঐচ্ছিক উপাদান। 170টি অনুমোদিত অঙ্করের মধ্যে আপনি সীমিত সময়ের বিক্রয় প্রচার করতে পারেন বা ব্যবহারকারীদের আপনার অ্যাপের নতুন আসন্ন বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে অবহিত করতে পারেন। যদি ব্যবহার করা হয়, প্রচারমূলক পাঠ্যটি দীর্ঘ বিবরণের উপরে প্রদর্শিত হবে। আপনার অ্যাপল অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার অন্যান্য উপাদানগুলির বিপরীতে প্রচারমূলক পাঠ্যটি আপনার অ্যাপের একটি নতুন সংস্করণ প্রকাশ না করে যে কোনো সময় আপডেট করা যেতে পারে।

4.8 কীওয়ার্ড ক্ষেত্র (শুধুমাত্র অ্যাপল অ্যাপ স্টোর)

কীওয়ার্ড ক্ষেত্রটি শুধুমাত্র Apple App Store-এ বিদ্যমান এবং দর্শক এবং প্রতিযোগীদের সঞ্চয় করার জন্য অদৃশ্য। কীওয়ার্ড ফিল্ডে প্রতি স্থানীয়করণে 100টি অঙ্কর থাকতে পারে যা শুধুমাত্র একটি কমা দ্বারা পৃথক করা উচিত। অতিরিক্ত স্পেস ব্যবহার করা আবশ্যিক নয় এবং আপনার চরিত্র ভাঙা নষ্ট করবে। কীওয়ার্ড ফিল্ডে এমন প্রাসঙ্গিক কীওয়ার্ড থাকা উচিত যা আপনার অ্যাপের শিরোনাম বা সাবটাইটেলের অংশ নয়।



4.9 বিভাগ

আপনার অ্যাপ তালিকাভুক্ত করার জন্য সঠিক বিভাগ নির্বাচন করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। অ্যাপ স্টোরের মাধ্যমে ব্রাউজ করার সময় ব্যবহারকারীরা কীভাবে আপনার অ্যাপ আবিষ্কার করতে পারে তা প্রভাবিত করবে। বিভাগ র‍্যাঙ্কিং-এ আপনার অ্যাপের অবস্থান নির্ভর করে ডাউনলোড এবং আনইনস্টলের সংখ্যা, সেইসাথে আপনার রেটিং-এর উপর। ডাউনলোডের সংখ্যা যত বেশি হবে এবং আপনার অ্যাপের স্টার-র‍্যাঙ্কিং তত বেশি হবে, আপনি নির্বাচিত বিভাগে তালিকাভুক্ত হবেন।

অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে আপনি 2টি বিভাগ বেছে নিতে পারেন, একটি প্রাথমিক এবং একটি মাধ্যমিক বিভাগ। আপনি শুধুমাত্র আপনার প্রাথমিক বিভাগে তালিকাভুক্ত করা হবে। সেকেন্ডারি ক্যাটাগরি শুধুমাত্র একটি কীওয়ার্ড হিসেবে কাজ করে, যেমন সেকেন্ডারির জন্য নেভিগেশন ক্যাটাগরি বাছাই করা কিওয়ার্ড নেভিগেশনের জন্য আপনার র‍্যাঙ্কিংকে উন্নত করবে। গুগল প্লে স্টোরে আপনি শুধুমাত্র একটি বিভাগ বেছে নিতে পারেন। নতুন বিভাগগুলির জন্য নজর রাখুন, এটি ঘন ঘন ঘটবে না, তবে এটি আপনাকে অবাক করে দেবে না! একটি নতুন বিভাগে প্রথম হওয়ার মাধ্যমে আপনি কম প্রতিযোগিতা থেকে উপকৃত হতে পারেন। আপনি গুগল প্লে স্টোরের জন্য উপলব্ধ সমস্ত বিভাগ পরীক্ষা করতে পারেন এবং অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের জন্য।

5 চাক্ষুষ উপাদান অপ্টিমাইজ করা

এর মধ্যে রয়েছে অ্যাপ স্টোরে আপনার অ্যাপের স্টোরে উপস্থিতিকে দৃষ্টিকটু এবং পাঠ্যভাবে আকর্ষণ করে উন্নত করা। অ্যাপ আইকন, প্রিভিউ ভিডিও এবং স্ক্রিনশটগুলির মতো ভিজ্যুয়াল উপাদানগুলিকে অপ্টিমাইজ করা আপনার অ্যাপের দিকে সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের দৃষ্টি আকর্ষণ করবে যা অবশেষে রূপান্তর হারে এবং তাই ডাউনলোডের সংখ্যার উপর ইতিবাচক প্রভাব ফেলবে। উপরন্তু, আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার একটি পরিচ্ছন্ন নকশা একজন ব্যবহারকারী আপনার অ্যাপের প্রথম ইম্প্রেশন বাড়াবে এবং আরও ইন্টারঅ্যাকশনের জন্য টোন সেট করবে।



5.1 অ্যাপ আইকন

অ্যাপ আইকন হল প্রথম ভিজ্যুয়াল উপাদান যা একজন ব্যবহারকারী অ্যাপ স্টোরে আপনার অ্যাপ খোঁজার সময় দেখেন। একটি দুর্দান্ত আইকন থাকা অগত্যা প্রচুর ডাউনলোডের গ্যারান্টি দেয় না, তবে এটি ব্যবহারকারীদের আপনার অ্যাপটি আরও গভীরভাবে অন্বেষণ করতে সহায়তা করতে পারে। একটি পরিষ্কার এবং চোখ ধাঁধানো অ্যাপ স্টোর আইকন যা স্বীকৃত এবং বোধগম্য আপনার অ্যাপটিকে ভিড় থেকে আলাদা করে তুলবে।

অ্যাপ আইকনের স্পেসিফিকেশন:



অ্যাপল অ্যাপ স্টোর

• 512px x 512px

• আপনি অ্যাপ আইকনের স্পেসিফিকেশন সম্পর্কিত আরও কিছু তথ্য পেতে পারেন

[অ্যাপ স্টোর কানেস্ট হেল্পের অধীনে](#)



গুগল প্লে স্টোর

• 512px x 512px

• অতিরিক্ত তথ্য Google এর বিকাশকারী পৃষ্ঠায় [পাওয়া যাবে](#)

5.2 স্ক্রিনশট

স্ক্রিনশটগুলি আপনাকে সর্বোত্তম বৈশিষ্ট্যগুলি এবং আপনার অ্যাপের সবচেয়ে অসামান্য মূল্য প্রস্তাবগুলিকে ব্যাপকভাবে এবং দৃশ্যমানভাবে যোগাযোগ করতে দেয়। স্ক্রিনশটগুলি আপনার অ্যাপ স্টোর পৃষ্ঠার সবচেয়ে মূল্যবান উপাদানগুলির মধ্যে একটি। যেহেতু ভিজ্যুয়াল তথ্য মানুষের মস্তিষ্ক দ্বারা দ্রুত প্রক্রিয়া করা যেতে পারে, সম্ভাব্য নতুন ব্যবহারকারীরা দ্রুত স্ক্রিনশট দেখে আপনার অ্যাপ সম্পর্কে প্রচুর তথ্য লাভ করতে সক্ষম হয়। রূপান্তর হার অপ্টিমাইজ করতে এবং ডাউনলোডের সংখ্যা বাড়ানোর জন্য তাদের প্রাসঙ্গিক তথ্য এবং একটি আকর্ষণীয় ডিজাইন প্রদান করা নিশ্চিত করুন।

আপনার স্ক্রিনশটগুলিকে ধারণা এবং ডিজাইন করার অনেক উপায় রয়েছে। কার্যকর পন্থাগুলি কঠোর মান এবং বৈশিষ্ট্য প্রদর্শন থেকে শুরু করে আরও সৃজনশীল পদ্ধতির মধ্যে থাকতে পারে যা আবেগ এবং শৈল্পিক দিকগুলির উপর জোর দেয়।



5.2 স্ক্রিনশট (চলবে)

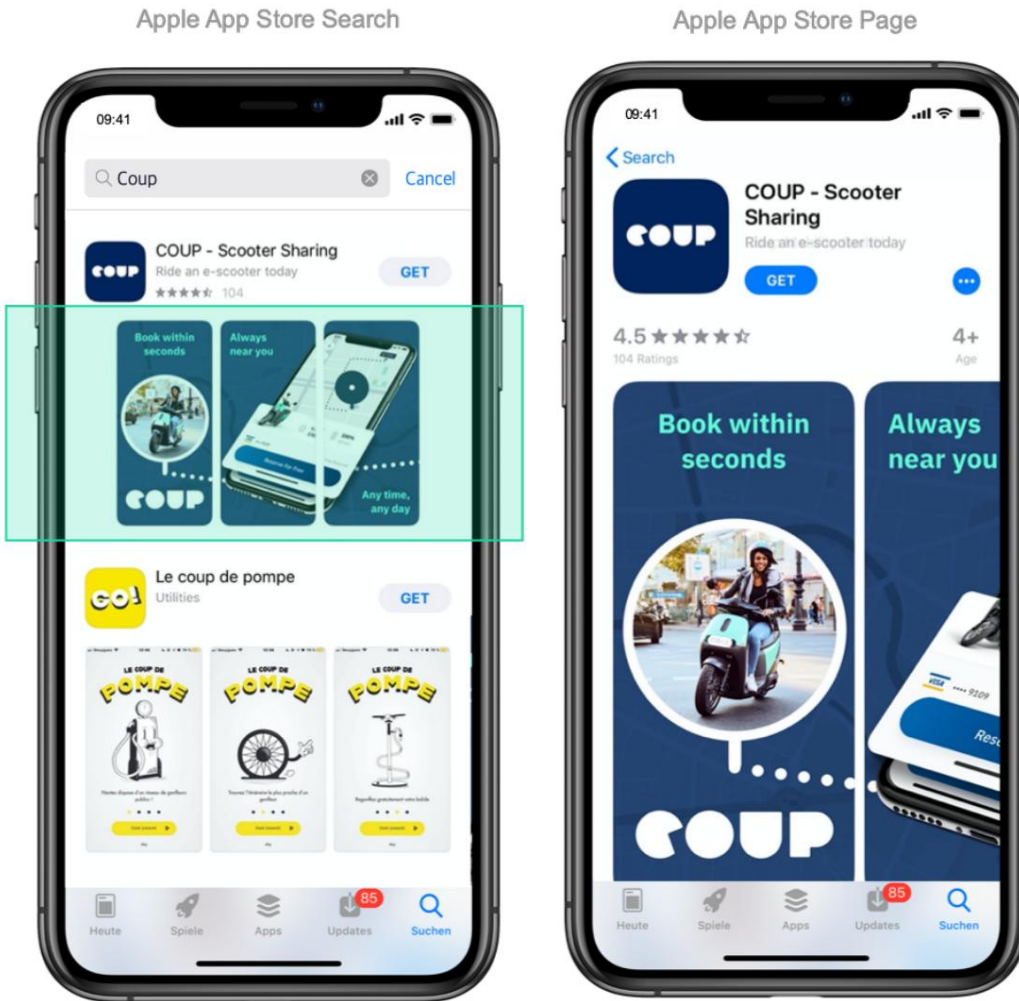
মূল বিষয় হল, সম্ভাব্য নতুন ব্যবহারকারীদের আপনার স্ক্রিনশট দ্বারা আকৃষ্ট করা উচিত।

স্ক্রিনশটগুলি সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের সমর্থন করবে এবং সিদ্ধান্ত নেবে যে আপনার অ্যাপটি তাদের চাহিদার সাথে খাপ খায় কিনা এবং তাদের আপনার অ্যাপের জন্য প্রথম অনুভূতি দেবে। অতএব, ভাল ধারণা এবং ভালভাবে ডিজাইন করা স্ক্রিনশটগুলি অ্যাপের পৃষ্ঠা দর্শন থেকে ডাউনলোড পর্যন্ত আপনার রূপান্তর হারে ইতিবাচক প্রভাব ফেলতে পারে। আবার দুটি অ্যাপ স্টোরের ক্ষেত্রে কিছু পার্থক্য রয়েছে যা বিবেচনা করা উচিত।



অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের স্পেসিফিকেশন:

অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে, প্রতি স্থানীয়করণের জন্য একটি স্ক্রিনশট প্রয়োজন, তবে প্রতি ডিভাইসে দশটি পর্যন্ত স্ক্রিনশট (iPhone, iPad, Apple Watch, tvOS) প্রকাশ করা যেতে পারে। প্রথম তিনটি স্ক্রিনশট অনুসন্ধান ফলাফল পৃষ্ঠায় প্রদর্শিত হবে এবং তাই অত্যন্ত তথ্যপূর্ণ এবং আকর্ষণীয় হওয়া উচিত।



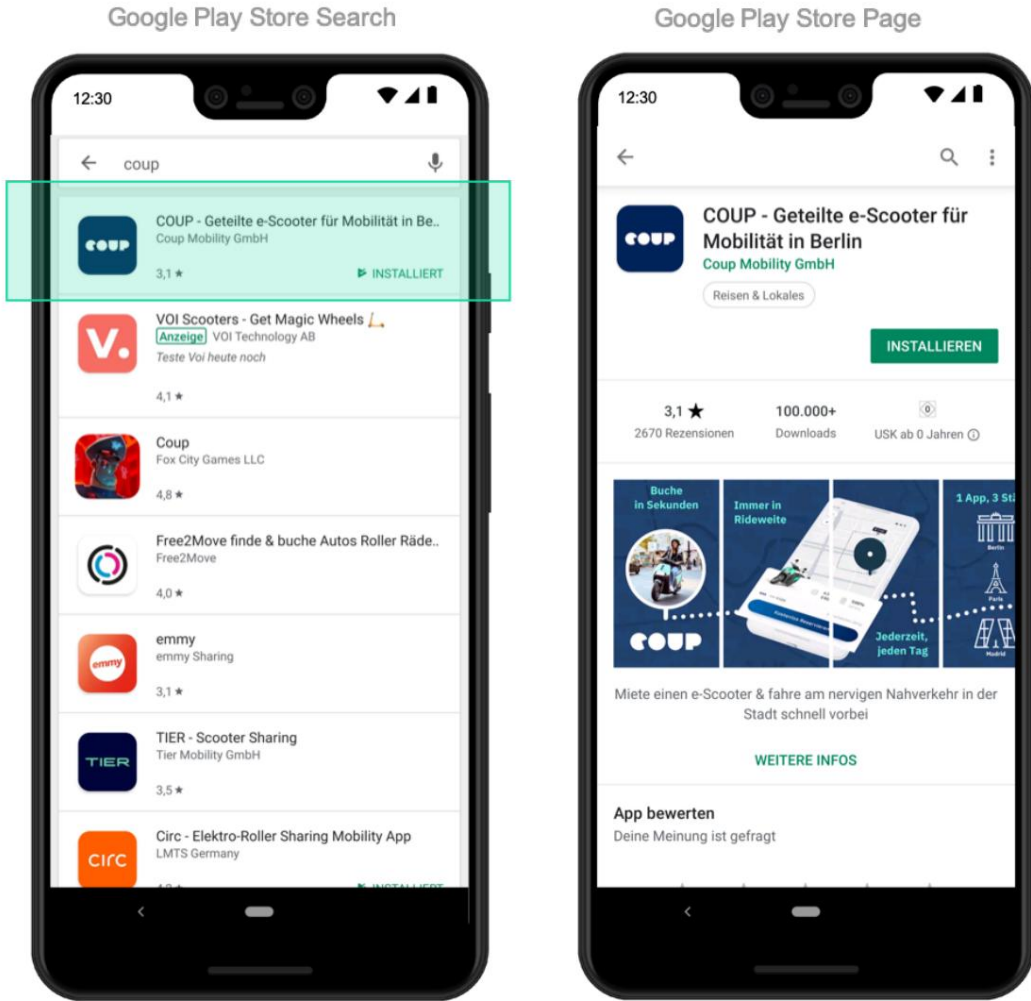
5.2 স্ক্রিনশট (চলবে)

অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে আপনার অ্যাপ প্রকাশ করতে 6.5-ইঞ্চি iPhone Xs Max এবং 5.5-ইঞ্চি ডিভাইসের স্ক্রিনশট প্রয়োজন। এই স্ক্রিনশটগুলি ছোট ডিভাইসের আকারের জন্য স্কেল হবে। বিভিন্ন স্পেসিফিকেশন সম্পর্কে আরও তথ্য অ্যাপ স্টোর কানেক্ট হেল্প এ পাওয়া যাবে।



গুগল প্লে স্টোরের স্পেসিফিকেশন:

গুগল প্লে স্টোরে, প্রতি ডিভাইসে আটটি পর্যন্ত স্ক্রিনশট (স্মার্টফোন এবং ট্যাবলেট) আপলোড করা যাবে। একটি স্টোরের তালিকা প্রকাশ করার জন্য ন্যূনতম দুটি স্ক্রিনশট প্রদান করতে হবে।



Play Console সহায়তায় আরও গভীর তথ্য এবং স্পেসিফিকেশন পাওয়া যাবে।



5.3 ভিডিও

ভিডিওটি অ্যানিমেশন, সাউন্ড, মিউজিক এবং ভয়েস ক্যাপশনের সাহায্যে ব্যবহারকারীদের আপনার অ্যাপে অনেক বেশি গতিশীল ভিউ দেয়। অ্যাপ স্টোর থেকে একটি ভিডিওর প্রয়োজন হয় না তবে সম্ভাব্য ব্যবহারকারীদের কাছে আপনার অ্যাপটি উপস্থাপন করার জন্য একটি মজাদার এবং আকর্ষক উপায় হিসেবে সুপারিশ করা হয়। ভিডিওটি স্ক্রিনশটের সামনে রাখা হবে এবং তাই অত্যন্ত দৃশ্যমান।

প্রিভিউ ভিডিওর জন্য স্পেসিফিকেশন:



অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে, তিনটি পর্যন্ত ভিডিও আপলোড করা যেতে পারে, তবে সাধারণত, একটি ভিডিও যথেষ্ট হওয়া উচিত। ভিডিওটি অনুসন্ধান ফলাফল পৃষ্ঠার মধ্যে প্রদর্শিত হবে এবং ডিফল্টরূপে সরাসরি অটোপ্লে হবে। তাই অ্যাপল অ্যাপ স্টোরে একটি ভিডিও থাকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি অনুসন্ধান ফলাফল পৃষ্ঠায় একটি চলমান উপাদান হবে যা ব্যবহারকারীর দৃষ্টি আকর্ষণ করবে এবং আপনার অ্যাপের দৃশ্যমানতা বাড়াবে। ভিডিওটির দৈর্ঘ্য 15-30 সেকেন্ডের মধ্যে হওয়া উচিত এবং শুধুমাত্র ইন-অ্যাপ-ফুটেজ দেখানো উচিত। আপনি আপনার ভিডিওতে মিউজিক বা স্পিকারের বিজ্ঞাপন দিতে পারবেন কিন্তু মনে রাখবেন, কিছু ব্যবহারকারী ভিডিওটি নীরব মোডে দেখেন, তাই নিশ্চিত করুন যে তারা শব্দ ছাড়াই আপনার অ্যাপের সুবিধা বুঝতে পারে। একটি ভিডিও অন্তর্ভুক্ত করার জন্য, আপনাকে এটি আপনার অ্যাপ স্টোর সংযোগ কনসোলে আপলোড করতে হবে। আপনি অ্যাপ স্টোর কানেক্ট হেল্পের অধীনে স্পেসিফিকেশন সম্পর্কিত আরও কিছু তথ্য পেতে পারেন।

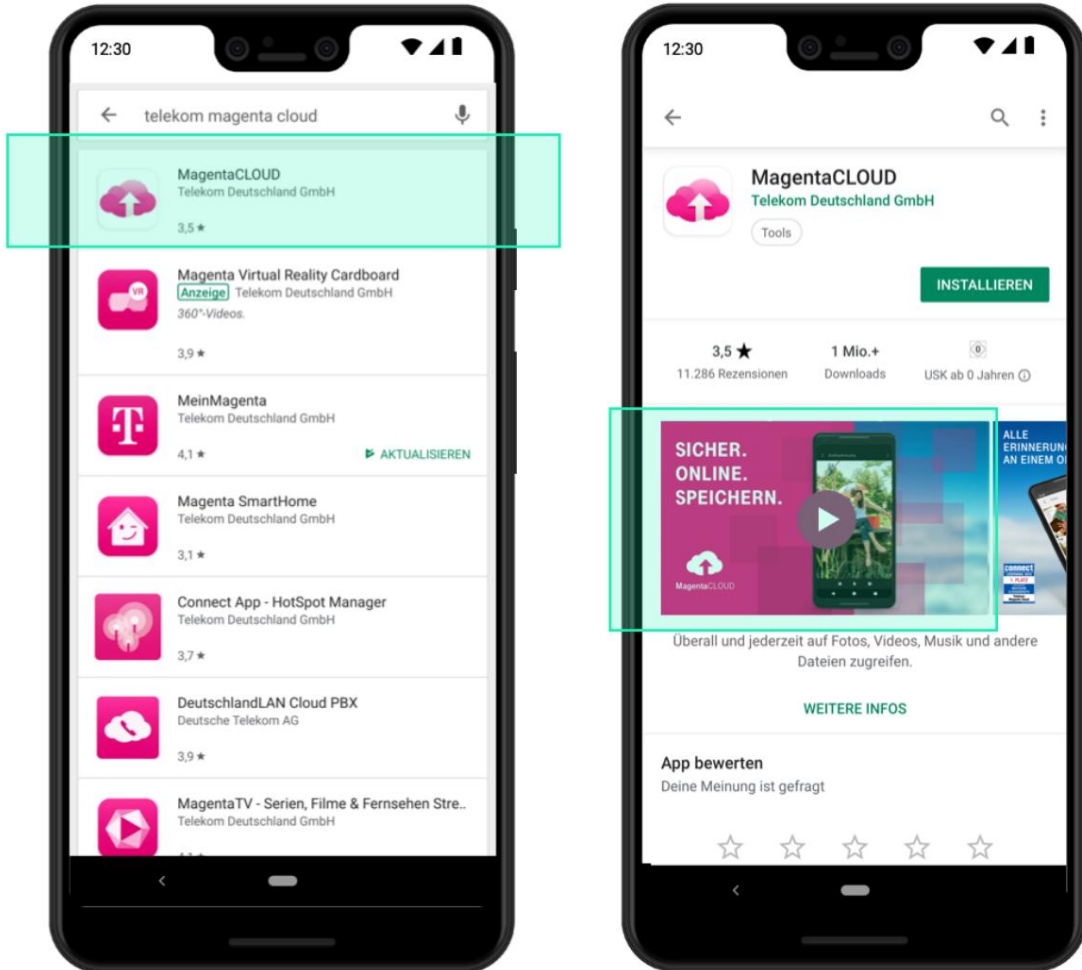


5.3 ভিডিও (চলবে)



গুগল প্লে স্টোর:

Google Play Store-এ, শুধুমাত্র একটি ভিডিও আপনার স্টোরের তালিকায় যোগ করা যেতে পারে। এটি করার জন্য, আপনার ভিডিওটি প্রথমে ইউটিউবে প্রকাশ করতে হবে। এটি হয়ে গেলে আপনি আপনার Google Play Console-এর "প্রমো ভিডিও" ক্ষেত্রে একটি YouTube URL সন্নিবেশ করে Google Play Store-এ আপলোড করতে পারেন। অ্যাপল অ্যাপ স্টোরের ভিডিওর তুলনায়, আপনার ভিডিওর ক্ষেত্রে আপনি অ্যাপ-মধ্যস্থ সামগ্রীতে সীমাবদ্ধ নন। আপনি বিদ্যমান ভিডিও উপাদান পুনঃব্যবহার করতে পারেন যা আপনার অ্যাপের কার্যাবলী ব্যাখ্যা করে, প্রয়োজনে একটি ব্যাখ্যামূলক পাঠ্য বা এমনকি প্রাসঙ্গিক দৃশ্য যোগ করতে পারে। ব্যবহারকারীর মনোযোগ ধরে রাখতে 30 সেকেন্ডের মধ্যে থাকার চেষ্টা করুন। ভিডিওটি স্ক্রিনশটের আগে আপনার অ্যাপ পৃষ্ঠায় প্রদর্শিত হবে। ভিডিও দেখার জন্য ব্যবহারকারীদের ফিচার গ্রাফিকের উপরে প্লে বোতামে ক্লিক করতে হবে এবং তারপরে ভিডিওটি দেখার জন্য তাদের YouTube-এ নিয়ে যাওয়া হবে। ভিডিওটির স্পেসিফিকেশনের জন্য অতিরিক্ত তথ্য Google এর বিকাশকারী পৃষ্ঠায় পাওয়া যাবে।



5.4 ফিচার গ্রাফিক (শুধুমাত্র Google Play Store)

ফিচার গ্রাফিক এবং প্রোমো ভিডিওটি একে অপরের সাথে জড়িত সম্পদ, এই অর্থে যে ফিচার গ্রাফিক প্রয়োজন, কিন্তু ভিডিও ছাড়া আপনার অ্যাপ পৃষ্ঠায় দেখানো হবে না। Google Play Store-এ আপনার অ্যাপ স্টোর তালিকায় একটি ভিডিও ব্যবহার করার সময় আপনার স্ক্রিনশটের আগে বৈশিষ্ট্য গ্রাফিক প্রদর্শিত হয়। ফিচার গ্রাফিকের উপর একটি প্লে বোতাম ওভারলেড থাকবে এবং ব্যবহারকারীরা এটিতে ক্লিক করে ভিডিওটি দেখতে পারবেন। আপনার ফিচার গ্রাফিক ডিজাইন করার সময় প্লে বোতামের প্লেসমেন্ট বিবেচনা করুন এবং ফিচার গ্রাফিক এবং নিম্নলিখিত স্ক্রিনশটগুলির মধ্যে একটি সুন্দর সংমিশ্রণ নিশ্চিত করুন। উপরন্তু, ভিডিওটিকে অ্যানিমেট করুন যাতে ভিডিওর প্রথম কয়েক সেকেন্ডের বৈশিষ্ট্য গ্রাফিক "থাম্বনেল" থেকে রূপান্তরটি মসৃণ হয় যাতে আপনি দর্শকদের বিরক্ত না করেন।

ফিচার গ্রাফিকের জন্য স্পেসিফিকেশন:

- 1024px x 500px
- JPEG বা 24-বিট PNG (কোনও আলফা নেই)
- টেক্সট যোগ করার সময় বড় ফন্ট সাইজ ব্যবহার করুন

6 আরও জানুন

এই অধ্যায়টি ASO-এর মৌলিক বিষয়গুলিকে কভার করেছে যা একটি ক্ষেত্র যা সর্বদা বিকশিত হচ্ছে। এটি একটি জটিল বিষয় এবং একটি অধ্যায়ের মধ্যে সবকিছু কভার করা অসম্ভব। অ্যাপল এবং গুগল নিয়মিতভাবে তাদের নিজ নিজ অ্যাপ স্টোরে পরিবর্তন করেছে যা প্রয়োজনীয়তাকে প্রভাবিত করতে পারে। অতএব, আপনার অ্যাপের অ্যাপ স্টোর উপস্থিতি ঘন ঘন পর্যালোচনা করা এবং পরিবর্তনের জন্য নজর রাখা গুরুত্বপূর্ণ। আমরা আশা করি এই অধ্যায়টি ASO সম্পর্কে আরও জানতে আপনার ক্ষুধা বাড়িয়ে দিয়েছে।

