डिजिटल मार्केटिंग के फंडे

सीखो, समझो और कमाओ!

कुँवर दीप नारायण

BlueRose ONE .com
Stories Matter
NewDelhi • London

BLUEROSE PUBLISHERS
India | U.K.

Copyright © Kunwar Deep Narayan 2026

All rights reserved by author. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the author. Although every precaution has been taken to verify the accuracy of the information contained herein, the publisher assumes no responsibility for any errors or omissions. No liability is assumed for damages that may result from the use of information contained within.

BlueRose Publishers takes no responsibility for any damages, losses, or liabilities that may arise from the use or misuse of the information, products, or services provided in this publication.



For permissions requests or inquiries regarding this publication,
please contact:

BLUEROSE PUBLISHERS
www.BlueRoseONE.com
info@bluerosepublishers.com
+91 8882 898 898
+4407342408967

ISBN: 978-93-7139-712-4

Cover Design: Aafiya Saifi
Typesetting: Manisha Rawat

First Edition: February 2026

करते हो तुम कन्हैया.....!

स्वर्गीय माँ - बाबू जी!

अहसान मेरे दिल में...

श्रद्धेय प्रो. मुरली मनोहर जोषी जी, श्रद्धेय भगत सिंह कोष्यारी जी,
मेजर जनरल (अ.प्रा.) श्री भुवन चन्द्र खण्डूड़ी जी
प्रो. विजय कुमार बंगा जी, प्रो. धनन्जय सिंह जी, प्रो. के.के.एस.मेर,
प्रो. वी.एन. काला जी, प्रो. वी.एम.मिश्रा जी, प्रो. ए.के. स्वामी जी,
प्रो. एम. पांडा जी, प्रो. आषीष नेगी जी, प्रो. प्रीती डिमरी जी,
प्रो. ममता बौंठियाल जी, प्रो. बी. एस. खाती जी, प्रो. यषवंत चौहान जी,
प्रो. शैल दिनकर जी, प्रो. दीपक डंगवाल जी, प्रो. सिद्धार्थ घनसेला जी,
प्रो. पवन सिन्हा जी (एस्ट्रो अंकल), श्री उमेष कुमार बत्रा जी,
प्रो. दुर्गेष पंत जी, प्रो. एम. एल. देवल जी, प्रो. ए.के. पंत जी,
प्रो. कुमार संभव जी, प्रो. मुंषी यादव जी, डॉ प्रिया दीदी,
श्रीमती आभा मिश्रा दीदी, श्रीमती उपासना मिश्रा दीदी, श्री जितेन्द्र नरूला जी,
प्रो. संजय सामंत जी, प्रो. पवन पंत जी, प्रो. जय देव जी,
श्रीमती रेखा देवषाली जी, श्रीमती रेणुका रावत जी, श्रीमती सीमा पुण्डीर जी,
श्री रवीन्द्र सिंह रावत जी, श्री बी. विद्यासागर रेड्डी जी,
श्री हरीष चन्द्र सिंह हरड़िया जी, प्रो. राजीव कुमार अग्रवाल जी,
डॉ विनय कुमार आर्या जी, प्रो. एल. एन. पालीवाल जी,
स्व. चन्द्र प्रकाष आर्या जी, स्व. पुष्पा विदुषी जी,
स्व. प्रकाष चन्द्र पंत जी (मा. पूर्व मन्त्री, उत्तराखण्ड)
श्री रमेष पोखरियाल जी "निषंक"
डॉ धन सिंह रावत जी (मा. मन्त्री, उत्तराखण्ड),
श्री अजय टम्टा जी (मा. सांसद), श्री त्रिवेन्द्र सिंह रावत जी (मा. सांसद)

श्री बिषन सिंह चुफाल जी (मा. पूर्व मन्त्री, उत्तराखण्ड),

श्री बलवंत सिंह भौर्याल जी (मा. पूर्व मन्त्री, उत्तराखण्ड)

प्रो. दुर्ग सिंह चौहान जी,

(मा. पूर्व कुलपति, उत्तराखण्ड तकनीकी विष्वविद्यालय)

प्रो. ओंकार सिंह जी (मा. कुलपति, उत्तराखण्ड तकनीकी विष्वविद्यालय)

प्रो. एम. एम. एस. रौथाण जी (मा. कुलपति, हे. न. ब. केन्द्रीय विष्वविद्यालय)

प्रो. ओ. पी. एस. नेगी जी (मा. कुलपति, उत्तराखण्ड मुक्त विष्वविद्यालय)

प्रो. डी. एस. बिष्ट जी (मा. कुलपति, कुमाऊं विष्वविद्यालय),

प्रोफसर एस. एस. बिष्ट जी (मा. कुलपति, एस. एस. जे. विष्वविद्यालय)

प्रो. एम. एम जोषी जी, प्रो. डी. के. लोबियाल जी, प्रो. आर. के. सिंह जी,

प्रो. एस. पी. पाण्डे जी, प्रो. नितिन कुमार, प्रो. आर. बी. पटेल जी,

प्रो. यतीन्द्र कुमार जी, डॉ शर्मिला अस्थाना दीदी, प्रो. मनोज पाठक जी

प्रो. एम.के. अग्रवाल जी, प्रो. जितेन्द्र पांडे जी, प्रो. आषुतोष भट्ट जी,

प्रो. मनोज कुमार जी, प्रो. प्रमोद उनियाल जी, प्रो. किरीट सेमवाल जी,

प्रो. के. एस. वैसला जी, प्रो. कमलजीत सिंह भाटिया जी, प्रो. वाई सिंह जी,

प्रो. आर. एस. राव जी. प्रो. संजय दास जी, प्रो. संजय कुमार जी,

श्री गुमान सिंह जी, श्री जगत सिंह बिष्ट जी, श्री कुलदीप कोटनाला जी,

श्री कमलेष जोषी जी, श्री यतीन्द्र सिंह भण्डारी जी, प्रो. वी.एम. ठक्कर जी,

श्री आर. बी. पंत जी, श्री प्रेम सिंह पंवार जी, श्री सुरेष कुमार जी,

श्री अनूप नौटीयाल जी, श्री अरूण विष्ट जी, कर्नल रवीन्द्र भण्डारी जी,

श्री पंकज बिजल्वाण जी, श्री फाबा जी, श्री गौरव वषिष्ठ जी,

डॉ निधि बिष्ट, चि. मिथिलेष, चि. एंजेल, कृतांषी, चि. आदर्ष, चि. आयुष्मान,

चि. श्रेय, श्री राकेष परवाल, डॉ मयंक बिष्ट, श्री अनुज जयसवाल,

श्री नरेष डिमरी, श्री सुधीर खर्कवाल.....

(एमसीए-बी. टैक बैच 2001- 2006, सभी दिल के बहुत करीब हो यार सभी का नाम लिखना संभव नही)

टीम थर्ड बटन स्टूडियो, गो. ब. पं. अभि एवं तकनीकी संस्थान (पौड़ी),

बी. टी. के. आई. टी. द्वाराहाट (अल्मोड़ा) के सभी मित्र

स्व. आर.एस. टोलिया जी (Retd. IAS), श्री राकेष शर्मा जी (Retd. IAS),

डॉ रंजीत कुमार सिन्हा जी (IAS), श्री लोकेष्वर सिंह जी (IPS)

श्री कमल जीत नारायण जी, श्री संदीप कुमार जी (कुलसचिव),

टीम ब्लू रोज पब्लिषिंग

कैप्टन कूल पत्नी श्रीमती ज्योति, मस्ती की मंडली- कृपा, ख्याति, परिष्कृत

प्रो.= प्रोफेसर

कृतज्ञता!

मन की बात

भारत अब विकसित देश नहीं, बल्कि दुनिया की टॉप तिकड़ी में देसी ठुमके लगाने को तैयार है! अगला दशक हमारे देष की, जो कि दुनिया की सबसे यंग जनरेषन का है। इनके पास AI, बिग डेटा, मशीन लर्निंग जैसे टेक्नो–तड़के के साथ स्किल्स का बवंडर है जिससे Gen-Z ग्लोबल रेस में देषी स्वैग क्रिएटिविटी, तर्क, नवाचार, और देसी दिल, सहानुभूति, सम्मान, स्वच्छता, लोकतंत्र में विष्वास, सेवा परमो धर्म की भावना से कदमताल कर रही है। जो बदलते जमाने में लीडर षिप का मौका लपकने को तैयार है।

वीर माधो सिंह भंडारी उत्तराखंड टेक्निकल यूनिवर्सिटी ने बी.टेक फर्स्ट ईयर में डिजिटल मार्केटिंग, स्टार्टअप, IoT जैसे कोर्सेज का ऐसा तड़का लगाया कि नई शिक्षा नीति–2020 का धमाल मच गया! संभवतः देश की पहली यूनिवर्सिटी है जो "सीखो–कमाओ" कॉनसेप्ट से स्टूडेंट्स को आत्मनिर्भर बना रही है। सीधा सा मतलब है, ड्रॉपआउट भी हुआ, तो क्या? देसी स्किल्स से Gen-Z अपने स्किल्स की वजह से झुकेगा नही... !

मेरा हिंदी में "डिजिटल मार्केट्रिग के फंडे" लिखने का जोश PM मोदी जी, (जो कि सोशल मीडिया में सबसें पॉपुलर इनफ्लुएंसर हैं) के देसी भाषा विजन और AICTE के क्षेत्रिय भाषा में पढ़ाई से जगा। क्षमा प्रार्थी भी हूं कि क्लिष्ट हिंदी को दरकिनार कर, गली–मुहल्ले की चटपटी बोली में लिखा, ताकि हिंदी मीडियम वाले भाई लोग मजे से पढ़ें, बिना इंग्लिश की झंझट के।

डिजिटल मार्केटिंग वो देसी मसाला है, जो आज के जमाने में हर बिजनेस को चमकाने का जुगाड़ बन गया है। ये तब शुरू हुआ, जब इंटरनेट ने दुनिया को एक गाँव की तरह जोड़ दिया (जिसकी परिकल्पना हमारे पूर्वजों ने अनादि काल में कर दी– "वसुधैव कुटम्बकम") और लोग मोबाइल स्क्रीन पर जिंदगी बिताने लगे।

पहले पम्फलेट बांटने और अखबारों में इश्तिहार देने का दौर था, लेकिन डिजिटल मार्केटिंग ने सोशल मीडिया, सर्च इंजन, और ईमेल जैसे हथियार उठा कर डिजिटल मार्केटिंग ने बिजनेस की दुनिया में बवंडर मचा दिया है।

डिजिटल मार्केटिंग का मकसद है सही वक्त पर, सही इंसान तक, सही मैसेज पहुंचाना। चाहे इंस्टाग्राम पर देसी मीम्स के जरिए ब्रांड की बात हो, गूगल पर

कीवर्ड्स का खेल, या यूट्यूब पर धमाकेदार वीडियो, डिजिटल मार्केटिंग ने हर कोने में अपने ठुमके लगाए।

डिजिटल मार्केटिंग ने छोटे स्टार्टअप्स से लेकर बड़े ब्रांड्स तक को मौका दिया कि वो बिना जेब खाली किए लाखों लोगों तक अपनी बात पहुंचाएं। लेकिन असली खेल तो तब बदला जब आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस ने डिजिटल मार्केटिंग में देसी जादू डाला। AI ने डेटा को समझकर ऐसे–ऐसे तरीके निकाले कि मार्केटिंग अब सिर्फ प्रचार नहीं, बल्कि सटीक निशाना लगाने की कला बन गई।

AI ने डिजिटल मार्केटिंग को रॉकेट की स्पीड दी है, जैसे देसी मूवी में हीरो की एंट्री! चैटबॉट्स अब रात–दिन कस्टमर्स से गपशप करते हैं, उनकी हर सवाल का देसी जवाब देते हैं, और ब्रांड को 24X7 एक्टिव रखते हैं। AI टूल्स जैसे गूगल एड या मेटा के अल्गोरिदम दर्शकों की पसंद–नापसंद को भांपकर ऑटोमैटिक टारगेटेड विज्ञापन चलाते हैं, जैसे कोई जादूगर सही ऑडियंस को ढूंढ ले! कंटेंट क्रिएशन में भी AI ने कमाल कर दिखाया है। Jasper या Copy-ai जैसे टूल्स सेकंडों में देसी स्टाइल में ब्लॉग, सोशल मीडिया पोस्ट, या यूट्यूब डिस्क्रिप्शन लिख देते हैं।

डेटा एनालिटिक्स में AI हर क्लिक, शेयर, और व्यू का हिसाब रखता है, जिससे मार्केटर्स को पता चलता है कि कौन सा कंटेंट हिट है और कहां थोड़ा और मसाला चाहिए। SEO में AI कीवर्ड्स और ट्रेंड्स को स्कैन करके बता देता है कि गूगल पर टॉप कैसे आना है। इसने डिजिटल मार्केटिंग को इतना स्मार्ट और पर्सनलाइज्ड बना दिया कि हर कस्टमर को लगता है, "अरे, ये तो मेरे लिए ही बनाया गया है!"

आज डिजिटल मार्केटिंग सिर्फ कला नहीं, बल्कि AI, टेक्नोलॉजी, और देसी स्वैग का धमाकेदार मेल है। थोड़ा दिमाग, थोड़ा मजा, और ढेर सारा धमाल डालो, फिर देखो बिजनेस डिजिटल दुनिया में कैसे ठुमके लगाता है।

डिजिटल मार्केटिंग में अगला धमाल, वॉयस सर्च और स्मार्ट स्पीकर्स का जलवा है। अब लोग टाइप करने से ज्यादा वॉयस सर्च करते हैं, जैसे "एलेक्सा, मुझे देसी स्टाइल में टी–शर्ट कहाँ मिलेगी?"।

ब्रांड्स को अपने कंटेंट को वॉयस सर्च के लिए ऑप्टिमाइज करना होगा, जैसे देसी स्लैंग और लोकल भाषा में कीवर्ड्स यूज करना ही पड़ेगा। उदाहरण– "पंजाबी जूतियां ऑनलाइन" जैसे सवालों के जवाब में प्रोडक्ट टॉप पर आए।

AI–पावर्ड वॉयस असिस्टेंट्स (जैसे Google Assistant, Siri, एलेक्सा) और स्मार्ट स्पीकर्स डिजिटल मार्केटिंग को नया रंग देंगे।

इंस्टाग्राम, यूट्यूब, और टिकटॉक जैसे प्लैटफॉर्म्स अब सिर्फ कंटेंट नहीं, बल्कि शॉपिंग मॉल बन रहे हैं। भविष्य में "शॉपेबल वीडियो" और "लाइव कॉमर्स" गेम चेंजर होंगे। सोचो, तुम यूट्यूब लाइव में देसी कुर्ते बेच रहे है, और दर्शक वीडियो में ही "Buy Now" बटन दबा कर आर्डर भी कर रहें हैं।

डिजिटल मार्केटिंग का भविष्य AI, AR, VR, और वेब3 का मेल है, लेकिन देसी स्वैग और लोकल टच के बिना अधूरा है। लोकल भाषा और संस्कृति (जैसे पंजाबी, भोजपुरी, बुंदेलखंडी, गढ़वाली, कुमाऊँनी, इत्यादि के साथ स्लैंग) को AI, AR या मेटावर्स कैंपेन में डालना ऐसा है जैसे सब्जी में नमक!

ये किताब सिर्फ यूनिवर्सिटी या कॉलेज स्टूडेंट के लिए नहीं, बल्कि हर उस शख्श के लिए है, जो डिजिटल मार्केटिंग के सागर में गोते लगाना चाहता है, या लगा चुका है लेकिन वो सक्सेस नही मिल रही है जिसका वो हकदार है, और किताब के छोटे–छोटे इनपुट से डिजिटल मार्केटिंग मे जिस सफलता का वेट रीडर कर रहा है अगर उसे मिलने लगे तो प्रयास सफल समझूगां।

डिजिटल मार्केटिंग वो मसाला है कि हींग लगे न–फिटकरी, रंग दे बवंडर! किताब का कंटेंट देसी मेले की ठेली है, जहाँ हर चैप्टर अलग–अलग मसाले लिए खड़ा है, ताकि ऊबाउ/बोरियत का भूत दूर रहे। डिजिटल मार्केटिंग के चटपटे स्वाद से सजा हर पन्ना, इंस्टा रील्स से लेकर गूगल सर्च तक का जलवा दिखाएगा। भाई, डिजिटल मार्केटिंग फील्ड में इंटरेस्ट का तड़का जरूरी है, वरना रीडर तो– नेक्स्ट' बटन ठोकने में देर नहीं करेगा! हर चैप्टर में अलग तड़का है, SEO की चटनी, सोशल मीडिया का पकौड़ा, AI का बवंडर, और कंटेंट मार्केटिंग की गोलगप्पा चाट सब मिलकर दिमाग को वायरल आइडियाज से भन्ना देगा। ये किताब (Monotonous) होने का मौका नहीं देगी, बल्कि डिजिटल दुनिया में देसी धमाल मचाने का नक्शा थमाएगी", ऐसा मेरा विष्वास है।

"भाई, सब कुछ यहीं बता दूं, तो आगे क्या लिखूंगा? इस किताब के देसी स्वैग में लिखे कंटेट पर प्यार लुटाने का मन करे, कोई सुझाव हो, गरियाना हो या गलती दिखे तो फटाफट digitalideaslab@gmail.com पर मेल मार देना। जितनी जल्दी होगा रिप्लाई करने की कोषिष करूंगा और हां, x/ इंस्टा पर @kdnarayan_ और यूट्यूब पर @DigitalGangotri को फॉलो करना मत भूलना।

दोस्त, इंतजार कर रहा है...!

सदैव शुभेच्छु!

अनुक्रमणिका

डिजिटल मार्केटिंग को एक T-20 मैच की तरह देखें, जहाँ हर मॉड्यूल में रोमांच है–

1. **पावर प्ले – बेसिक्स और शुरुआती फंडे।**
2. **मिडिल ओवर्स – स्ट्रैटेजी का गेम, जो बिजनेस को बिल्ड करता है।**
3. **स्लॉग ओवर्स – टूल्स और क्रिएटिव फंडे, जो स्कोर को बूस्ट करेंगें।**
4. **फाइनल फिनिश – लॉन्ग–टर्म ग्रोथ और सक्सेस के लिए मास्टर फंडे!**
5. **रिफ्रेंषेंज (With Due Respect)**

पावर प्ले – बेसिक्स और शुरुआती फंडे।

1. परिचय (Introduction)..... 1

2. भारत में डिजिटल मार्केटिंग का दायरा (Digital Marketing Scope in India) 5

3. ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया (e-Commerce and Social Media)..... 8

4. डिजिटल कस्टमर (Digital Customer) 15

1. परिचय (Introduction)

डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग को जानने, समझने से पहले ऑनलाइन बिजनेस का व्यवहार तथा डिजिटल कस्टमर को भी जानना जरूरी है। जिसके बारे में इस चैप्टर में समझने का प्रयास करेंगे।

सरल शब्दों में– डिजिटल मार्केटिंग कोई रॉकेट साइंस नहीं है। ये बस ऑनलाइन दुनिया में अपनी दुकान चलाने का तरीका है। सीधी सी बात इंटरनेट का इस्तेमाल करके अपने बिजनेस, प्रोडक्ट, या सर्विस को लोगों तक पहुँचाना। जैसे ढाबे की खबर गाँव–गाँव तक फैलाना, लेकिन ऑनलाइन तरीके से। "ये ऐसा है जैसे तुमने ढाबे का मेन्यू WhatsApp पर भेज दिया और लोग ऑर्डर करने लगे "बिना पैर घसीटे!"

डिजिटल मार्केटिंग वो जादू है, जो छोटी सी दुकान को गाँव से शहर तक ले जा सकता है, बस इंटरनेट की लाठी चाहिए। इसे जिसने समझ लिया, वो ऑनलाइन दुनिया का "बेताज बादषाह"।

डिजिटल मार्केटिंग एक बड़ी छतरी है, जिसमें ऑनलाइन दुनिया की सारी मार्केटिंग आती है। इसको इस लिये भी समझना जरूरी है क्योंकि हम में से अधिकांष –डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग को लेकर थोड़ा कन्फयूज रहते हैं।

वेबसाइट बनाना, गूगल पर ऐड चलाना, ईमेल भेजना, या सोशल मीडिया पर पोस्ट डालना वगैरह–वगैरह सब इसके नीचे आता है।

डिजिटल मार्केटिंग को पूरा ढाबा समझो जिसमें दाल, रोटी, चटनी, सब कुछ मिलेता है।

डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग को थोड़ा और समझते हैं।

1.1 डिजिटल मार्केटिंग ऑनलाइन मार्केटिंग सोशल मीडिया मार्केटिंग एक हैं?

डिजिटल मार्केटिंग सबसे बड़ा दायरा है, जिसमें ऑनलाइन मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग दोनों आते हैं।

- लेकिन हाँ, ऑनलाइन मार्केटिंग और डिजिटल मार्केटिंग को लोग अक्सर एक ही समझ लेते हैं, क्यूंकि दोनों इंटरनेट पर ही होते हैं।

- सोशल मीडिया मार्केटिंग उसका छोटा, मस्त वाला हिस्सा है, जैसे ढाबे में "स्पेशल मेन्यू"!

1.2 डिजिटल मार्केटिंग: पूरा बाजार (सब कुछ शामिल)। ये ऐसा है जैसे एक बड़ा सा ढाबा, जहाँ हर तरह का खाना मिलता है– चाहे देसी दाल–रोटी हो, चाइनीज नूडल्स हों, या पिज्जा। डिजिटल मार्केटिंग में इंटरनेट की हर वो तरकीब शामिल है जो बिजनेस को चमकाए।

कैसे काम करता है? गूगल पर ऐड चलाना (SEO, PPC), ईमेल से ग्राहकों को लुभाना, वेबसाइट बनाकर दुकान सजाना, सोशल मीडिया पर मस्ती करना।

ढाबे का पूरा मेन्यू है ग्राहक को जो भी चाहिए, वो यहाँ से चुन लेगा। भूखा कोई नहीं जाएगा!

1.3 ऑनलाइन मार्केटिंग: ये डिजिटल मार्केटिंग का वो हिस्सा है जो सिर्फ ऑनलाइन दुनिया में चलता है। कुछ लोग इसे पूरा डिजिटल मार्केटिंग ही मानते हैं, लेकिन अगर सख्ती से देखें, तो ये ष्इंटरनेट पर बिक्रीष् का खेल है। बाजार का ऑनलाइन कोना (लगभग वही, थोड़ा नाम का फर्क)।

कैसे काम करता है? ऑनलाइन स्टोर जैसे Amazon, Flipkart etc. , गूगल या यूट्यूब पर ऐड, वेबसाइट से सीधे ऑर्डर लेना ।

ढाबे की थाली का वो हिस्सा समझो जो सिर्फ ऑनलाइन ऑर्डर से आता है, लेकिन मेन्यू वही है जो डिजिटल मार्केटिंग का! ये ढाबे का वो काउंटर है जहाँ हम बाहर खड़े होकर ऑनलाइन ऑर्डर देते हैं, खाना वही है, बस स्टाइल अलग है।

1.4 सोशल मीडिया मार्केटिंग: ये डिजिटल मार्केटिंग की एक खास डिश है, जो सिर्फ सोशल मीडिया की गलियों में मिलती है।, जो सिर्फ सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स जैसे X, Instagram, Facebook पर फोकस करता है। इंस्टा पर रील बनाना, X पर ट्रेंडिंग टॉपिक पर पोस्ट डालना, या फेसबुक ऐड् चलाना।

ढाबे की वो चाट–पकौड़ी है–तेज, चटपटी, और हर कोई चखना चाहता है। पूरी थाली नहीं, बस एक मस्त स्टार्टर! बाजार की एक चटपटी गली (सिर्फ सोशल प्लेटफॉर्म) या इसे थाली में पनीर टिक्का समझो– खास, चटपटा, और सबको पसंद, लेकिन पूरी थाली नहीं!

कैसे काम करता है? मजेदार पोस्ट डालना (रील्स, मीम्स), फॉलोअर्स से गप्पे मारना, सोशल ऐड्स चलाना।

निचोड़ :–

डिजिटल मार्केटिंगः पूरा ढाबा– खाने से लेकर चाय तक, सब कुछ है।

ऑनलाइन मार्केटिंगः ढाबे का ऑनलाइन डिलीवरी सिस्टम– खाना वही, बस घर पहुँचता है।

सोशल मीडिया मार्केटिंगः ढाबे का वो स्टॉल जहाँ चाट बिकती है और लोग फटाफट खाकर तारीफ करते हैं।

1.5 डिजिटल मार्केटिंग ऑनलाइन मार्केटिंग सोशल मीडिया मार्केटिंग एक नहीं हैं। डिजिटल मार्केटिंग "मम्मी" है– बड़ी और सबको समेटने वाली। ऑनलाइन मार्केटिंग उसका "बड़ा बेटा" है, जो लगभग मम्मी जैसा ही है। और सोशल मीडिया मार्केटिंग "छोटा शैतान"है– सबका लाड़ला! खास, तेज, और मस्ती से भरा, खिलंदड़।

फिर भी कनेक्शन है क्योंकि तीनों एक ही परिवार के हैं, सब इंटरनेट के मैदान में खेलते हैं।

डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग को समझने के लिए ऑनलाइन बिजनेस का व्यवहार (Online Business Behavior) को समझना जरूरी है।

2 ऑनलाइन बिजनेस का व्यवहार (Online Business Behavior)

2.1 ग्राहक की नजर कहाँ जाती है? (Where do customers look)

ऑनलाइन दुनिया में लोग तेजी से स्क्रॉल करते हैं, जैसे भूखे इंसान को प्लेट में से गरमा–गरम समोसा ढूंढना हो। आपकी वेबसाइट या प्रोडक्ट की तस्वीरें चटकदार होनी चाहिए, जितना रंगीन, उतना बेहतर। लोग पहले "देखते" हैं, फिर "सोचते" हैं।

2.1.2 सस्ता या खास? (Cheap or Unique)

कुछ ग्राहक सस्ते के चक्कर में हैं, जैसे बाजार में 50 रुपये में 2रू वाली टोकरी ढूंढते हैं। बाकी कुछ "खास" चाहते हैं, जैसे शादी का लहंगा। अपने बिजनेस को या तो "सबसे सस्ता" बनाएं, या "सबसे अलग" बीच में मत अटकें, वरना ग्राहक भटक जाएंगे।

2.1.3 सोशल मीडिया की चाट (Social Media Chat)

आजकल लोग X, Instagram, या WhatsApp पर टाइम बिताते हैं, जैसे चाय के साथ पकौड़े खाते वक्त गप्पे मारना। छोटे–छोटे वीडियो या मजेदार पोस्ट

डालें। मिसाल के तौर पर, "ये प्रोडक्ट आपकी जिंदगी का ढाबा स्टाइल ढूंढ निकालेगा!" कृहल्का मजाक, बड़ा असर।

2.1.3 तुरंत जवाब का दम (Power of Quick Response)

ग्राहक को जवाब देर से मिले, तो वो ऐसे भागता है जैसे रेस्तरां में खाना ठंडा हो जाए। WhatsApp या मैसेंजर पर तुरंत रिप्लाई करें– "जी, अभी चेक करते हैं!" ये छोटी बात ग्राहक को "अपना" सा फील करवाती है।

2.1.4 ट्रस्ट का मसाला (The Spice of Trust)

लोग ऑनलाइन पैसे तभी खर्च करते हैं जब भरोसा हो, जैसे घर की दाल में नमक सही हो तो ही स्वाद आए। रिव्यूज और टेस्टिमोनियल्स डालें। "मैंने ये लिया, कमाल का है!" ऐसा कुछ लिखवाएं ग्राहकों से।

ट्रस्ट वो मसाला है जिसके बिना हर डिष बेस्वाद है। अगर आपने इस पुस्तक में दिए हुए डिजिटल मार्केटिंग, ऑनलाइन मार्केटिंग, सोशल मीडिया मार्केटिंग के सारे फार्मूले फॉलो कर लिये लेकिन ट्रस्ट का मसाला नहीं है तो यह "ऊँची दुकान– फीके पकवान" से ज्यादा कुछ नहीं। बहुत सारे ऑनलाइन बिजनेस कुकुरमुत्ते की तरह उगते हैं और फिर "ट्रस्ट का मसाला" न होने से डूब जाते हैं।

ऑनलाइन बिजनेस में "स्पीड, स्टाइल, और सच्चाई" का कॉम्बो चाहिए। ग्राहक को लगना चाहिए कि वो किसी दोस्त से डील कर रहा है, न कि रोबोट से। तो अपने बिजनेस में थोड़ा देसी स्वैग डालें– जैसे "हमारा प्रोडक्ट आपकी जिंदगी में मिर्च–मसाला लाएगा!"

अगले अध्याय में सबसे पहले ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया की ताकत को समझते हैं।

2. भारत में डिजिटल मार्केटिंग का दायरा (Digital Marketing Scope in India)

डिजिटल मार्केटिंग भारत में तेजी से बढ़ रही है, और इसका दायरा (स्कोप) हर दिन बड़ा होता जा रहा है। लेकिन इसके साथ कुछ चुनौतियाँ भी हैं, और ढेर सारे फायदे भी। इसे देसी अंदाज में, उदाहरणों के जरिए समझते हैं।

भारत में डिजिटल मार्केटिंग का स्कोप ऐसा है जैसे खेत में हरियाली– हर तरफ मौके ही मौके! इसके कुछ कारण हैं:

- ✓ इंटरनेट यूजर्स की भीड़: भारत में 80 करोड़ से ज्यादा लोग इंटरनेट यूज करते हैं (2025 तक और बढ़ेगा)। गाँव से लेकर शहर तक, सबके पास स्मार्टफोन है।
- ✓ सस्ता डेटा: डेटा इतना सस्ता (इस बीच थोड़ा मंहगा हो गया है) हो गया कि लोग दिन–रात ऑनलाइन हैं—यूट्यूब देखते हैं, इंस्टाग्राम स्क्रॉल करते हैं।
- ✓ ई–कॉमर्स का धमाका: अमेजन, फ्लिपकार्ट, मीशो जैसे प्लेटफॉर्म्स की वजह से ऑनलाइन शॉपिंग का चलन बढ़ा है।
- ✓ छोटे बिजनेस का जोश: छोटे दुकानदार, स्टार्टअप्स, और गृहउद्योग अब डिजिटल मार्केटिंग से देशभर में बिक्री कर रहे हैं।
- ✓ जॉब्स की बारिश: डिजिटल मार्केटिंग में SEO एक्सपर्ट, सोशल मीडिया मैनेजर, कंटेंट राइटर जैसे ढेर सारे करियर ऑप्शन्स खुल रहे हैं।

चुनौतियाँ (Challenges)

डिजिटल मार्केटिंग का रास्ता आसान नहीं, कुछ काँटे भी हैं। यहाँ देसी टच के साथ समझते हैं:

- ✓ कंपटीशन की भीड़: हर कोई ऑनलाइन आ रहा है– तुम समोसे बेचो, तो 50 और समोसे वाले भी ऐड चला रहे हैं। टॉप पर आना मुश्किल है।
- ✓ मजेदार टच: "सब गूगल पर नंबर 1 बनना चाहते हैं, लेकिन जगह तो एक ही है!"

- ✓ इंटरनेट की स्पीडः शहर में तो ठीक, लेकिन गाँवों में नेटवर्क ऐसा है कि वीडियो ऐड लोड होने से पहले लोग सो जाएँ।
- ✓ भाषा और संस्कृति का मेलः भारत में 20 भाषाएँ, हर जगह अलग मजाक। एक मीम दिल्ली में हिट हो, तो मुंबई में फ्लॉप हो सकता है।
- ✓ लोगों का भरोसाः ऑनलाइन फ्रॉड की वजह से लोग डरते हैं। छोटे बिजनेस को भरोसा जीतना मुश्किल है।
- ✓ तकनीकी नॉलेज की कमीः छोटे दुकानदारों को SEO/ PPC समझना ऐसा है जैसे भैंस को साइकिल चलाना सिखाना। "SEO समझाया, दुकानदार बोला–ये तो मेरे बेटे का होमवर्क लगता है!"

फायदे (Benefits)

डिजिटल मार्केटिंग के फायदे ऐसे हैं जैसे थाली में पूरी–सब्जी–मिठाई—हर चीज का मजा अलग!

- ✓ सस्ता और तेजः अखबार में ऐड से 100 गुना सस्ता। 500 रुपये में भी 1000 लोगों तक पहुँच सकते हो।"पैसा कम, मुनाफा ज्यादाकृडिजिटल मार्केटिंग का जादू!"
- ✓ बड़ी पहुँचः गाँव की दुकान से अमेरिका तक माल बेच सकते हो। सीमा कोई नहीं। "गाँव का उपला अब लंदन में बिक रहा है!"
- ✓ सटीक टारगेटिंगः सिर्फ अपने ग्राहकों को दिखाओ "आंटी जी को साड़ी, भैया को शर्ट, सबको अपनी–अपनी पसंद!"
- ✓ रिजल्ट ट्रैक करनाः पता चलता है कि कितने लोग आए, कितने खरीदे। कोई अंदाजा नहीं, सब नंबर में।
- ✓ लचीलापनः गलती हुई तो 5 मिनट में ऐड बदल दो। होर्डिंग की तरह महीने इंतजार नहीं करना। "स्पेलिंग की मिस्टेक, फटाफट बदला–कोई नहीं रोया!"

उदाहरणः–

अब कुछ देसी उदाहरणों से समझते हैं कि भारत में डिजिटल मार्केटिंग कैसे काम कर रही हैः

- ✓ छोटी दुकान का कमालः दिल्ली का एक पानीपुरी वाला व्हाट्सएप पर ग्रुप बनाता है। मैसेज भेजता है, "आज स्पेशल मसाला पानीपुरी, 20

रुपये में 6!" फेसबुक पर मीम डालता है। जब पानीपुरी खत्म हो जाए तब 50 नए ऑर्डर आते हैं।

फायदाः सस्ते में बिक्री बढ़ी।

चुनौतीः रोज नया मसाला सोचना पड़ता है।

- ✓ ई–कॉमर्स का धमालः मीशो पर एक गाँव की आंटी अपने हाथ के बने अचार बेचती है। इंस्टाग्राम पर रील डालती है– "हमारा अचार ट्राय करो, मुँह का स्वाद बदल जाएगा!" महीने में 500 जार बिकते हैं।

  फायदाः गाँव से देशभर में पहुँच।

  चुनौतीः डिलीवरी का खर्चा और कस्टमर का भरोसा।

- ✓ बड़ा ब्रांड का जलवाः कोका–कोला इंडिया यूट्यूब पर वीडियो चलाता है– "ठंडा मतलब कोका–कोला," साथ में मीम स्टाइल में लड़का, "जब गर्मी सताए।" लोग शेयर करते हैं, बिक्री बढ़ती है।

  फायदाः ब्रांड की पहचान और मजबूत।

  चुनौतीः हर बार नया कंटेट बनाना।

- ✓ लोकल कोचिंग का खेलः एक टीचर फेसबुक पर ऐड चलाता है, "10वीं मैथ्स, 500 रुपये महीना!" मीम डालता है– "पप्पू फेल हो गया, तुम मत होना!" 20 स्टूडेंट्स जॉइन करते हैं।

  फायदाः कम खर्च में स्टूडेंट्स मिले।

  चुनौतीः ऑनलाइन पढ़ाई में नेटवर्क की दिक्कत।

स्कोप का निचोड़

भारत में डिजिटल मार्केटिंग का दायरा ऐसा है जैसे मेला लगा हो—हर कोई अपनी दुकान सजा रहा है, और ग्राहक भी लाइन में हैं। हर कोने में मौका, हर स्टॉल पर भीड़। चुनौतियाँ हैं जैसे मसाले की कमी– सही मिक्स बनाना मुश्किल, पर फायदा ऐसा कि थाली भर जाए।

भारत में डिजिटल मार्केटिंग ऐसा है जैसे मसालेदार समोसा–स्कोप बड़ा, फायदे चटपटे, पर चुनौतियाँ मिर्ची की तरह चुभती हैं। उदाहरण देखो–पानीपुरी से कोक तक, सब डिजिटल की चटनी में डूबे हैं।

3. ई-कॉमर्स और सोशल मीडिया (e-Commerce and Social Media)

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्यष को हिंदी में विस्तार से, प्रेरणादायक और मजेदार अंदाज में समझाता हूँ। आज की तारीख 24 मार्च 2025 है, और मैं ताजा जानकारी के साथ–साथ ट्रेंड्स और संभावनाओं को ध्यान में रखकर बात करूँगा। ई–कॉमर्स भारत में एक ऐसा सुनहरा मौका बन रहा है, जो छोटे दुकानदार से लेकर बड़े ब्रांड तक सबके लिए सपनों को सच करने का रास्ता खोल रहा है। चलो, इसकी पूरी कहानी देखते हैं!

➢ **भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य–** डिजिटल बाजार का नया सूरज

ई–कॉमर्स भारत में तेजी से बढ़ रहा है, और आने वाले सालों में ये डिजिटल दुनिया का सुपरस्टार बनने वाला है। सस्ता इंटरनेट, स्मार्टफोन की बाढ़, और सरकार की डिजिटल इंडिया जैसी पहल ने इसे रॉकेट की स्पीड दी है। ये सिर्फ ऑनलाइन शॉपिंग नहीं बल्कि ये एक क्रांति है जो भारत को दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा ई–कॉमर्स बाजार बनाने की राह पर ले जा रही है। तो, देखें कि भविष्य में क्या होने वाला है और ये कैसे धमाल मचाएगा!

➢ **बाजार का आकार और रफ्तार**

अभी क्या है?रू 2024 में भारत का ई–कॉमर्स बाजार 123 बिलियन डॉलर का था। 2025 तक ये 120–140 बिलियन डॉलर तक पहुँच सकता है।

भविष्य में क्या?रू 2030 तक ये 325–400 बिलियन डॉलर का हो जाएगा, यानी हर साल 18–19ः की रफ्तार से बढ़ेगा। कुछ एक्सपर्ट्स कहते हैं कि 2034 तक भारत अमेरिका को पीछे छोड़कर दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा ई–कॉमर्स बाजार बन सकता है।

मजेदार बातरू "जो आज गली में दुकान चला रहा है, वो कल दुनिया को सामान बेचेगा–बस एक स्मार्टफोन चाहिए!"

➢ **ड्राईविंग फोर्स?**

2025 तक भारत का डिजिटल मेला ऐसा होगा कि दुनिया देखती रह जाएगी–900 मिलियन से ज्यादा इंटरनेट यूजर्स फोन पर मस्ती, मूवी और माल खरीदते नजर आएंगे, और 1.18 बिलियन स्मार्टफोन हर गली–नुक्कड़ में ठुनक रहे होंगे! 5G की हवा ऐसी चली कि गाँव का आखिरी छोर भी ऑनलाइन हो

गया, अब तो गाँव का भैया खेत में ट्रैक्टर चलाते हुए रील्स बनाता है और बुआ ऑनलाइन साड़ी सिलेक्ट करती है। कनेक्शन अब बस वायरलेस नहीं, दिल से दिल तक का है!

UPI ने तो कमाल ही कर दिया, पेमेंट का ऐसा जादूगर कि 2024 में 44 लाख करोड़ रुपये हवा में उड़ते हुए ट्रांजैक्शन बन गए। मोबाइल वॉलेट और UPI ने हर पेमेंट को गरमा–गरम पूरी की तरह आसान कर दिया। झट से, मजे से, और बिना किसी शक के! नकद अब दादी की पुरानी साड़ी जैसा हो गया, बस अलमारी में पड़ा है।

ग्रामीण भारत का जलवा, टियर–2, टियर–3 शहर और गाँव अब डिजिटल दुनिया के नए नायक हैं। 2026 तक 60% शॉपिंग यहीं से होगी। गाँव का लाला गाय दुहते हुए फ्लिपकार्ट पर वाशिंग मशीन ढूंढेगा, और बच्चों का होमवर्क अब ऑनलाइन ट्यूशन से पूरा होगा। ये गाँव अब सिर्फ धान और गन्ने के नहीं, डिजिटल सपनों के खेत बन गए हैं।

और थोड़ा रुक जाओ, चाय की चुस्की लो, जेप्टो, ब्लिंकिट जैसे क्विक–कॉमर्स के सूरमा 10–30 मिनट में बिरयानी से लेकर बैटरी तक डिलीवर कर रहे हैं। ये बाजार 2025 तक 5.5 बिलियन डॉलर का तगड़ा साम्राज्य खड़ा करेगा। शहर हो या गाँव, अब हर चीज बस एक क्लिक की दूरी पर है।

डिजिटल पढ़ाई और काम का बूम! गाँव के स्कूल में बच्चे टैब पर पढ़ रहे हैं, और शहर की नौकरी अब गाँव के चौपाल से हो रही है। 2025 तक हर तीसरा भारतीय ऑनलाइन स्किल सीखेगा, कोडिंग से लेकर कढ़ाई तक, सब कुछ फोन पर!

सपना तो बनता हैरू "गाँव का लड़का ऑनलाइन बर्गर मंगवाएगा, शहर की कंपनी ड्रोन से डिलीवरी करेगी, और दादी Zoom पर पोते को कहानी सुनाएगी!"

ये है नया भारत, जहाँ गाँव की चौखट और शहर की ऊँची इमारतें डिजिटल लय पर थिरक रही हैं।

➢ भविष्य के बड़े ट्रेंड्स

- **मोबाइल कॉमस–** 80% ई–कॉमर्स ट्रांजैक्शन मोबाइल से हो रहे हैं। भविष्य में हर हाथ में स्मार्टफोन और हर स्क्रीन पर शॉपिंग होगी।
- **सोशल कॉमस–** इंस्टाग्राम, टिकटॉक, और व्हाट्सएप पर शॉपिंग का जलवा बढ़ेगा। 2025 तक सोशल कॉमर्स 37 बिलियन डॉलर का हो सकता है।

- **AI और टेक्नोलॉजी–** आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) से पर्सनलाइज्ड शॉपिंग, चौटबॉट्स से तुरंत मदद, और ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) से प्रोडक्ट को "आजमाने" का मजा।
- **क्विक डिलीवरी–** माइक्रो–वेयरहाउस और AI लॉजिस्टिक्स से डिलीवरी का टाइम और कार्बन फुटप्रिंट कम होगा।
- **लोकल लैंग्वेज–** 540 मिलियन लोग अपनी भाषा में कंटेंट चाहते हैं, हिन्दी, तमिल, बंगाली में शॉपिंग बढ़ेगी।
- **चुनौतियों का चक्रव्यूह**
- **कॉम्पिटिशन–** अमेजन, फ्लिपकार्ट, और नए खिलाड़ी जैसे टाटा न्यू, रिलायंस जियोमार्ट सब लड़ रहे हैंकृअलग दिखना जरूरी है।
- **लॉजिस्टिक्स–** गाँवों तक तेज डिलीवरी अभी भी मुश्किल है। रोड और ट्रांसपोर्ट को बेहतर करना होगा।
- **भरोसा–** ऑनलाइन फ्रॉड का डर अभी भी है, कंपनियों को ट्रस्ट बनाना पड़ेगा।
- **डेटा सिक्योरिटी–** साइबर अटैक से बचने के लिए मजबूत सिस्टम चाहिए।

हर चुनौती एक मौका है, जो इसे पार करेगा, वही सिकंदर बनेगा!

- **भारत के लिए खास बातें**
  - **ONDC का जलवा–** ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स (ONDC) छोटे दुकानदारों को बड़े प्लेयर के साथ बराबरी का मौका दे रहा है। 2.3 लाख से ज्यादा सेलर्स पहले ही जुड़ चुके हैं।
  - **महिलाओं की भागीदारी–** 65% नए इंटरनेट यूजर्स महिलाएँ होंगी। ये ई–कॉमर्स का नया चेहरा बनेंगी।
  - **मेक इन इंडिया–** लोकल प्रोडक्ट्स की डिमांड बढ़ेगी। हस्तशिल्प से लेकर मसाले तक, सब ऑनलाइन चमकेंगे।

अब चाची का हैंडमेड साड़ी बिजनेस ग्लोबल हो जाएगा। बस एक क्लिक की देर है!

- **टिप्स**
  - ✓ **सोशल मीडिया पर धमाल–** रील्स, स्टोरीज, और लाइव सेशन से ग्राहक को लुभाओ।
  - ✓ **डेटा का खेल–** एनालिटिक्स से समझो कि ग्राहक क्या चाहता है।

- ✓ **तेज और सस्ता–** क्विक डिलीवरी और फ्री शिपिंग ऑफर करो, ग्राहक झट से आएगा।
- ✓ **लोकल टच–**अपनी भाषा और संस्कृति को कंटेंट में डालो।
- ✓ **सब्र और मेहनत–** शुरुआत धीमी हो सकती है, पर रुकना मत। बड़ा इनाम इंतजार कर रहा है!

➢ **फाइनल जोश**

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य सुनहरा है। ये सिर्फ शॉपिंग नहीं, बल्कि एक नया भारत बनाने की कहानी है, जहाँ गाँव का किसान, शहर का स्टार्टअप, और छोटा दुकानदार सब ऑनलाइन चमकेंगे। स्मार्टफोन हाथ में लो, सोशल मीडिया पर कूदो, और अपनी मेहनत से डिजिटल दुनिया में धमाल मचाओ। आने वाला वक्त तुम्हारा है। बस हिम्मत और हौसला रखो, क्योंकि ई–कॉमर्स का सूरज भारत में उग रहा है, और ये सबको रोशनी देगा!

➢ **भारत में सोशल मीडिया मार्केटिंग का भविष्य –** डिजिटल धमाल का नया दौर

आज की तारीख में, ताजा ट्रेंड्स, डेटा, और भविष्य की संभावनाओं को ध्यान में रखकर बात करूँ तो सोशल मीडिया मार्केटिंग भारत में बिजनेस का खेल बदल रही है, चाहे छोटा दुकानदार हो या बड़ा ब्रांड, ये सबके लिए सुनहरा मौका लेकर आ रही है। चलो, इसकी पूरी कहानी देखते हैं!

सोशल मीडिया मार्केटिंग भारत में एक तूफान की तरह बढ़ रही है। सस्ता डेटा, स्मार्टफोन की भरमार, और डिजिटल इंडिया की रफ्तार ने इसे आसमान तक पहुँचा दिया है। ये सिर्फ प्रमोशन का जरिया नहीं, बल्कि ग्राहकों से सीधा कनेक्शन और बिजनेस को नई ऊँचाइयों तक ले जाने का हथियार है। आइए, भविष्य में क्या होने वाला है, इसे स्टेप–बाय–स्टेप देखें!

➢ **यूजर्स की संख्या और ताकत**

अभी का हाल– 2025 में भारत में 700 मिलियन से ज्यादा सोशल मीडिया यूजर्स हैं, और ये संख्या हर दिन बढ़ रही है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, और व्हाट्सएप यहाँ के सुपरस्टार हैं।

भविष्य में क्या?– 2030 तक ये 1 बिलियन के करीब पहुँच सकता है। गाँव से लेकर शहर तक, हर कोने में लोग ऑनलाइन आ रहे हैं। 5G और सस्ते स्मार्टफोन इसे और तेज करेंगे।

अब तो दादी भी इंस्टाग्राम पर रील्स देखती हैं, और चाचा व्हाट्सएप पर दुकान चलाते हैं!

➢ **सोशल कॉमर्स का जलवा**

क्या हो रहा है?– सोशल मीडिया अब सिर्फ चैट या मजे के लिए नहीं रहा, ये शॉपिंग का नया अड्डा बन गया है। इंस्टाग्राम शॉप, फेसबुक मार्केटप्लेस, और व्हाट्सएप बिजनेस से लोग सीधे खरीदारी कर रहे हैं।

आगे क्या?– 2025 तक सोशल कॉमर्स 16–20 बिलियन डॉलर का बाजार बन सकता है, और 2030 तक 70 बिलियन तक जा सकता है। क्विक डिलीवरी (10–30 मिनट) और UPI पेमेंट्स इसे और आसान बनाएँगे।

स्क्रॉल करते–करते शॉपिंग कर ली, ये है नया भारत का स्टाइल!

➢ **वीडियो का राज**

- ✓ **अभी का ट्रेंड–** शॉर्ट–फॉर्म वीडियो जैसे इंस्टाग्राम रील्स, यूट्यूब शॉर्ट्स, और टिकटॉक स्टाइल कंटेंट ने सबको दीवाना बना दिया है।
- ✓ **भविष्य में क्या?–** 2025 से आगे वीडियो और ज्यादा हावी होगा। ब्रांड्स मजेदार, इमोशनल, और इंटरैक्टिव वीडियो से ग्राहकों को लुभाएँगे। ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) से प्रोडक्ट ट्रायल का मजा दोगुना होगा।

रील देखते ही ऑर्डर कर दिया,अब तो खरीदारी भी डांस के साथ!

AI और पर्सनलाइजेशन की ताकत

- ✓ **क्या हो रहा है?–** आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) से सोशल मीडिया अब ग्राहकों को समझने लगा है। चौटबॉट्स सवालों के जवाब दे रहे हैं, और AI टारगेटेड ऐड्स दिखा रहा है।
- ✓ **आगे क्या?–** 2030 तक AI हर यूजर के लिए कस्टमाइज्ड कंटेंट बनाएगा। तुम्हें वही दिखेगा जो तुम्हें पसंद है, चाहे वो जूते हों या जूस!

AI. ये प्रोडक्ट तेरे लिए ही है, भाई, ले ले!

➢ **माइक्रो–इन्फ्लुएंसर्स का दबदबा**

- ✓ **अभी का हाल–** बड़े इन्फ्लुएंसर्स के साथ–साथ माइक्रो और नैनो–इन्फ्लुएंसर्स (10k & 50k फॉलोअर्स) ब्रांड्स की पसंद बन रहे हैं।
- ✓ **भविष्य में क्या?–** ये छोटे स्टार्स भरोसेमंद और सस्ते हैं। 2025 से आगे ब्रांड्स इनसे लोकल मार्केट्स को टारगेट करेंगे।

- ✓ पड़ोस का भैया इन्फ्लुएंसर बन गया, अब उसकी सलाह पर सामान बिक रहा है!

➢ **लोकल भाषाओं का जोश**

- ✓ **क्या हो रहा है?–** भारत की 540 मिलियन से ज़्यादा आबादी अपनी भाषा में कंटेंट चाहती है, हिंदी, तमिल, बंगाली, मराठी वगैरह।
- ✓ **आगे क्या?–** सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स और ब्रांड्स लोकल भाषाओं में कैंपेन चलाएँगे। वॉइस सर्च और रीजनल कंटेंट का बोलबाला होगा।

अब अपनी बोली में शॉपिंग करो! देसी स्टाइल में देसी डील!

➢ **चुनौतियाँ जो सामने आएँगी**

- ✓ **कॉम्पिटिशन–** फेसबुक, इंस्टाग्राम, और नए प्लेयर जैसे ONDC सब जोर आजमा रहे हैं, अलग दिखना मुश्किल होगा।
- ✓ **प्राइवेसी–** डिजिटल डेटा प्रोटेक्शन लॉ जैसे नियम सख्त होंगे। ब्रांड्स को सावधान रहना पड़ेगा।
- ✓ **ट्रस्ट–** फ्रॉड का डर अभी भी है, ग्राहकों का भरोसा जीतना जरूरी रहेगा।

सब कुछ ऑनलाइन है, बस सेफ्टी का लॉक लगाना मत भूलो!

➢ **टिप्स**

- ✓ **वीडियो पर फोकस–** रील्स और शॉर्ट वीडियो बनाओकृग्राहक को हँसाओ, रुलाओ, लेकिन बोर मत करो।
- ✓ **सोशल कॉमर्स यूज करो–** डायरेक्ट सेलिंग के लिए प्लेटफॉर्म्स को तैयार रखो।
- ✓ **डेटा देखो–** एनालिटिक्स से समझो कि क्या चल रहा है, और उसी हिसाब से प्लान बनाओ।
- ✓ **लोकल बनो–** अपनी भाषा और संस्कृति को कंटेंट में डालोकृग्राहक कनेक्ट करेगा।
- ✓ **सब्र रखो–** शुरुआत में धीमा चलेगा, पर मेहनत से बड़ा धमाका होगा!

फाइनल जोश

भारत में सोशल मीडिया मार्केटिंग का भविष्य एक सुनहरा सपना है जो सच होने वाला है। ये सिर्फ बिजनेस नहीं है। ये एक नया भारत बनाने की कहानी है, जहाँ हर कोई ऑनलाइन चमक सकता है। स्मार्ट फोन उठाओ, सोशल मीडिया पर कूदो, और अपनी मेहनत से दुनिया को दिखाओ कि तुममें कितना दम है। वीडियो, AI, और सोशल कॉमर्स का तड़का लगाओ, क्योंकि ये वक्त तुम्हारा है, और ये बाजार तुम्हारा इंतजार कर रहा है!

शुभकामनायें !

4. डिजिटल कस्टमर (Digital Customer)

डिजिटल कस्टमर आज की डिजिटल दुनिया का वो चटोरा है जो ऑनलाइन बाजार में घूमता है जैसे भूखा भेड़िया मेला में चाट–पकौड़ी की तलाश में।

डिजिटल कस्टमर "स्मार्ट, तेज, और चालाक" होता है। वो आपकी चाल समझ लेता है, उसे "दोस्त" बनाओ, "लूटेरा" मत बनो। उसकी जरूरत को समझो, थोड़ा उसे मजा लेने दो, और ऐसा एहसास कराओ कि वो आपके बिजनेस का "राजा" है। मिसाल के तौर पर, "हमारा प्रोडक्ट आपकी जिंदगी को ढाबा स्टाइल मस्ती देगा!"

डिजिटल कस्टमर को समझना ऐसा है जैसे बाजार में भीड़ के बीच अपने "पक्के ग्राहक" को पहचानना– थोड़ा ध्यान दो, तो सारा खेल समझ आ जाता है।

डिजिटल कस्टमर को समझने का सीधा फंडा है– वो तेज, समझदार, और थोड़ा नखरे वाला है। उसे ऐसा लगे कि आप उसकी हर अदा जानते हो, जैसे घरवाली को पता होता है कि खाने में मिर्च कितनी डालनी है। तो अपने बिजनेस में उसकी नब्ज पकड़ो, उसे हंसाओ, और थोड़ा प्यार दिखाओ।

डिजिटल कस्टमर कौन है को समझते हैं, डिजिटल कस्टमर वो नहीं है जो बस दुकान पर आकर सामान ले जाए– ये तो ऑनलाइन दुनिया का सुल्तान है, जो मोबाइल या लैपटॉप के सहारे बाजार को अपनी उंगलियों पर नचाता है। इसे समझते हैं:–

डिजिटल कस्टमर कौन है?–

- ✓ **ऑनलाइन का बादशाह –** ये वो शख्स है जो फोन स्क्रॉल करते हुए चाय पी रहा है और उसी वक्त Amazon से शर्ट, Flipkart से जूते, और Swiggy से समोसा ऑर्डर कर देता है। ৬
  "भाई, दुकान तक पैर घसीटने का टाइम नहींकृसब कुछ स्क्रीन पर चाहिए!"
- ✓ **हर उम्र का मेला–** ये 18 साल का टीनएजर हो सकता है जो ट्रेंडी हेडफोन ढूंढ रहा है, या 70 साल की दादी जी, जो ऑनलाइन साड़ी पसंद कर रही है।

चाहे नौजवान का जोश हो, या बड़ों का ठाठ– डिजिटल कस्टमर सबके अन्दर है!

- ✓ **स्मार्ट और सवालबाज–** ये ऐसा ग्राहक है जो खरीदने से पहले 10 रिव्यू पढ़ेगा, 5 वीडियो देखेगा, और फिर पूछेगा, "भाई, डिलीवरी कब तक?" इसे समझाना ऐसा है जैसे ढाबे पर पूछो – दाल में घी कितना है?हर चीज की तह तक जाता है
- ✓ **सुविधा का दीवाना–** डिजिटल कस्टमर वो है जो सोचता है, पसीना क्यों बहाऊं, जब घर बैठे माल आ जाए! चाहे खाना हो, कपड़े हों, या गैजेट्स।
  "दो क्लिक, और जिंदगी सेट, ये है इसका फंडा!"
- ✓ **ग्लोबल सिटिजन–** ये दिल्ली में बैठकर अमेरिका से सामान मंगा सकता है, या गाँव में रहकर शहर की दुकान से डील कर सकता है, सीमाएं इसके लिए मायने नहीं रखतीं।
  दुनिया इसकी जेब में, और दुकान इसकी स्क्रीन पर!

निचोड़ः–

डिजिटल कस्टमर वो है जो टेक्नोलॉजी को अपनी "जादू की छड़ी" बनाता है। वो आम ग्राहक से अलग है, क्यूंकि इसके पास "चॉइस, चालाकी, और चटपटाहट" का तगड़ा मिश्रण है। मोटा–मोटी कहें तोकृये वो है जो कहता है, "मुझे सब चाहिए, वो भी अभी चाहिए, और वो भी बेस्ट चाहिए!"

डिजिटल कस्टमर का बिहेबियर

- ✓ **फटाफट चाहिए सब** –डिजिटल कस्टमर को सब कुछ "अभी" चाहिए, जैसे गरमागरम जलेबी प्लेट में आते ही मुंह में डालने की जल्दी।
  इसके लिए वेबसाइट तेज लोड हो, डिलीवरी जल्दी हो, और "Buy Now" का बटन ऐसा हो कि एक क्लिक में काम बन जाए!
- ✓ **रिव्यू का रायता** – ये वो जनरेषन के लोग हैं जो कुछ शी खरीदने से पहले रिव्यू पढ़ते हैं, जैसे खाने से पहले पूछते हैं– "भाई, नमक ठीक है न?"
  5–स्टार रेटिंग और "मेरे को तो मजा आ गया!" जैसे कमेंट्स दिखार्आ, ये उनका भरोसा पक्का करता है।
- ✓ **मोबाइल जिंदगी है**– डिजिटल कस्टमर फोन पर जीता है, जैसे चाय की चुस्की लेते वक्त स्क्रॉल करना जिंदगी का हिस्सा हो।

आपकी साइट या ऐप मोबाइल पर चकाचक चले, वरना वो "Next" बटन दबा देगा!

- ✓ **पर्सनल टच का तड़का**– इन्हें लगे कि आपने इनके लिए "खास" तरह से प्रोडक्ट कस्टमाइज्ड किया हो, जैसे ढाबे वाला कहे, "साहब, आपके लिए प्याज एक्स्ट्रा डाल दिया!"
  इनके नाम से ईमेल भेजो, "अरे राजू, ये डील सिर्फ तेरे लिए! " ये छोटी बात दिल जीत लेती है।

- ✓ **ऑफर का चटकारा**– डिजिटल कस्टमर को डिस्काउंट और फ्रीबीज पसंद हैं, जैसे बाजार में "एक पर एक फ्री" सुनते ही टूट पड़ना।
  "50% ऑफ, आज ही लो!" या "फ्री शिपिंग, बस 2 घंटे बाकी! " ये लाइनें इनके वॉलेट खुलवा देती हैं।

डिजिटल कस्टमर की डेप्थ

- ✓ **च्वाइसेस का ओवरडोज–** ऑनलाइन इतना कुछ है कि कस्टमर कन्फ्यूज हो जाता है, जैसे मेन्यू में 50 तरह की बिरयानी देखकर समझ न आए कि कौन सी लें।

  ऑप्शन कम दो, पर शानदार दो। "ये टॉप 3 हैं, बस!" ये उनकी जिंदगी आसान कर देगा।

- ✓ **टेक्नो–चालाकी**– ये जेन जी लोग हैं, टेक्नोलॉजी को ऐसे यूज करते हैं जैसे ढाबे वाला चम्मच से चटनी चाट ले। कीमत चेक करने के लिए 5 ऐप्स खोलेंगे, रिव्यू पढ़ेंगे, फिर डील पक्की करेंगे।

  अपनी साइट पर "Compare" का ऑप्शन दो, या "Best Price Guarantee" का ठप्पा लगाओ, ये उनकी चालाकी का जवाब है।

- ✓ **भावनाओं का भर्ता–** डिजिटल कस्टमर सिर्फ प्रोडक्ट नहीं खरीदता, फीलिंग खरीदता है जैसे "ये ले लिया तो जिंदगी मस्त हो जाएगी!"

  स्टोरी सुनाओ, "हमारा प्रोडक्ट उस भाई के लिए जो सपने देखता है अपने सपने सच करने का माद्दा रखता है!" ये दिल छू लेगा।

- ✓ **लॉयल्टी का जायका–** अगर आप इनका भरोसा जीत लो, तो ये बार–बार आएंगे, जैसे पसंदीदा चाय की टपरी पर सुबह–शाम टहलना।

  लॉयल्टी प्रोग्राम शुरू करो– "5 खरीदो, 1 फ्री!" या "VIP कस्टमर बनो, 10% ऑफ हर बार!" ये उन्हें बांधे रखेगा।

- ✓ **क्यूरोसिटि की भाजी–** डिजिटल कस्टमर सवाल पूछता है, जैसे सब्जी की दुकान पर पूछे– भाई, ये वाला ताजा है न? वो हर चीज की तह तक जाता है।

  "FAQs" पेज बनाओ, या चौटबॉट लगाओ जो देसी अंदाज में जवाब दे– जी बिल्कुल, 100% पक्का माल है!

टार्गेट ऑडियंस और डिजिटल कस्टमर कौन?

सोशल मीडिया की दुनियाएक डिजिटल मेला है, जहाँ टार्गेट ऑडियंस और डिजिटल कस्टमर दो अलग–अलग टाइप के घुमक्कड़ हैं। एक वो जो मेले में सिर्फ मस्ती करने आया, और दूसरा वो जो जेब से पैसे निकाल के सामान खरीदता है। चलो, इनके बीच का फरक समझते हैं–

ये कौन हैं, कहां से आते हैं, भाई?

- ✓ **टार्गेट ऑडियंस–** ये वो पब्लिक है, जो सोशल मीडिया कंटेंट, प्रोडक्ट, या सर्विस की तरफ आँख उठा के देखती है। मान ले, ये वो लोग हैं जो X पर देसी मीम्स देखके हँसते हैं, इंस्टाग्रम पर रील्स को लाइक करते हैं, या यूट्यूब वीडियो देखते हैं। जैसे, 18-35 साल के हिंदी–भाषी, जो डिजिटल मार्केटिंग, कॉमेडी, या देसी मस्ती पसंद करते हैं।

  ये वो भाईलोग हैं, जो जुहू चौपाटी पे वड़ा पाव खाते हुए तेरे मीम्स पे "अरे, मस्त है!" बोलते हैं, लेकिन अभी जेब में हाथ नहीं डालते।

- ✓ **डिजिटल कस्टमर** – ये वो पक्के वाले हैं, जिन्होंने प्रोडक्ट या सर्विस के लिए पैसे खर्च किए। जैसे, कोई इंस्टाग्रम एड देख के कोई कोर्स खरीद लिया, यूट्यूब प्रीमियम सब्सक्रिप्शन लेता है, या लिंक्डइन पे तुमसे कंसल्टिंग बुक करता है। ये तेरे डिजिटल स्टारशिप के वो यात्री हैं, जिन्होंने फुल टिकट बुक कर लिया!

  ये वो लोग हैं, जो चौपाटी छोड़के मॉल में घुसते हैं, तेरा प्रीमियम कोर्स ऑर्डर करते हैं, और बोलते हैं, "भाई, अब अपुन इच तेरा बेस्ट फ्रेंड बनेगा!"

इनका मकसदरू क्या है रे बाबा?

- ✓ **टार्गेट ऑडियंस–** इनको लुभाना चाहता हो? भाई। सोशल मीडिया गेम है, लाइक्स, शेयर्स, कमेंट्स, और व्यूज बटोरने का। चाहे X पर देसी मीम्स हों, इंस्टाग्रम रील्स, या टिकटॉक पे कॉमेडी वीडियो, हम यही तो चाहते हैं कि पब्लिक बोले, "ये तो झक्कास है, भीडू!"

  सोशल मीडिया तड़कारू X स्पेसेस, इंस्टाग्रम रील्स, या यूट्यूब शार्टस के जरिए ऑडियंस को मस्ती और नॉलेज दे।

- ✓ **डिजिटल कस्टमर–** इनसे सीधे धन का रिष्ता चाहिए? भाई! ये वो लोग हैं, जो एड देख के कोर्स, यूट्यूब प्रीमिय मेंबरशिप, या लिंक्डइन सर्विस खरीदते हैं। इन्हें लॉयल कस्टमर बनाना है, जो बार–बार आएँ। अगर यूट्यूब एड बोलता है– ढिमकाना कोर्स, 20% डिस्काउंट! फटाफट क्लिक करें!" और 50 लोग खरीद लेते हैं।

  X मनी (2025 फीचर), इंस्टाग्रम शॉप, या यूट्यूब सुपर चैट से ग्राहक फटाफट पेमेंट करते हैं।

गैंग साइज

- ✓ **टार्गेट ऑडियंस–** ये तो बॉम्बे की लोकल ट्रेन वाली भीड़ है, भाई! हर वो शख्स जो तेरे कंटेंट में इंटरेस्ट दिखा सकता है, वो इसमें शामिल है। जरूरी नहीं कि सब खरीदें।

  माना X पर 15000 लोगों ने तम्हारा ट्वीट देखा हैं, इंस्टाग्रम पे 10000 लोगों ने रील लाइक किया, ये सारे टारगेट ऑडियंस हैं, लेकिन शायद 200 ही यूट्यूब सब्सक्राइब करें।

  ये वो पब्लिक है, जो मीम्स पे– हा हा, ही ही तो करती है, लेकिन बोलती है, "भाई, अभी तो बस चौपाटी घूमण दे, कोर्स बाद में देखलांगे।

- ✓ **डिजिटल कस्टमर–** ये छोटी लेकिन डायमंड वाली गैंग है, जैसे बॉम्बे के मॉल में सिर्फ पक्के कस्टमर घुसते हैं। ये रियल में पैसा खर्च करते हैं।

  X पर उन 15000 उन में से 50 लोगों ने कोर्स खरीदा या 20 लोग यूट्यूब मेंबरशिप लेते हैं। यही तेरे डिजिटल ग्राहक हैं, भाई!

  ये वो लोग हैं, जो वड़ा पाव छोड़के तेरा फुल मसाला डोसा ऑर्डर करते हैं और बोलते हैं, "भाई, अब डिजिटल मार्केटिंग का बॉस बनूँगा!"

इनसे कैसे गपियाना हैं?

टार्गेट ऑडियंस– इनके साथ निखालिष देषी स्टाइल में गप मारना है, देसी, मजेदार, और टोटल झक्कास।

- ✓ X पर– ट्वीट किया, ÞSEO के बिना वेबसाइट? भाई, वो तो बिना हरी चटनी के समोसे की बाईट!
- ✓ इंस्टाग्रम पर– रील्से में देसी ह्यूमर डालें, जैसे बारिश के मौसम में चाय–पकौड़ का डेडली कॉम्बीनेषन!"
- ✓ यूट्यूब पर– शॉर्ट्स बनाओ, जैसे "5 मिनट में हलवाई वाली दही जमाना सीखो, देसी स्टाइल!"
- ✓ टिकटॉक पर– कॉमेडी वीडियो डालें, जैसे "जब बॉस बोले SEO करो' लेकिन बजट 500 रुपये!"
- ✓ लिंक्डइन पर– भाई ये व्हाईट कॉलर जॉब वाले प्रोफेशनल हैं, लेकिन ह्यूमर इनका भी गजब का होता है, लेकिन दिखाते नही हैं। मजेदार चतुर पोस्ट से इनको खचबचाओ।

डिजिटल कस्टमर– इनके साथ थोड़ा पर्सनल और भरोसेमंद स्टाइल में डील कर सकते हैं, जैसे गुजराती बिजनेसमैन मॉल में क्लाइंट से बात करता है।

- ✓ X पर– एडे चलाओ, X मनी से फटाफट पे करें और 20% डिस्काउंट पायें!
- ✓ इंस्टाग्रम पर– शॉप फीचर से कोर्स बेचो, या DM में ऑफर भेजो।
- ✓ यूट्यूब पर– यूट्यूब सुपर चैट या मेंबरशिप ऑफर करें, "जॉइन करो, एक्सक्लूसिव रिवार्ड पाओ!"
- ✓ लिंक्डइन पर– प्रोफेशनल सर्विसेज ऑफर कर, जैसे "मार्केटिंग कंसल्टिंग बुक करें, स्टाइल से!"
- ✓ टिकटॉक पर– शॉपेबल वीडियो बनाओ, यहाँ से खरीदो, दोस्तो के साथ मस्ती फ्री!"

तड़का– X मनी, इंस्टाग्रम चैकआउट, या यूट्यूब मेंबरशिप से पेमेंट्स को झटपट बनाओ।

बाबू भैय्या! सक्सेस का मीटर कैसे चेक करें–

टार्गेट ऑडियंस– इनके साथ इंगेजमेंट चेक करना है–

- ✓ X– लाइक्स, रीपोस्ट्स, स्पेसेस में लोग।
- ✓ इंस्टाग्रम– रील व्यूज, स्टोरी स्वाइप्स।

- ✓ यूट्यूब– व्यूज, कमेंट्स।
- ✓ टिकटॉक– शेयर्स, फॉलोअर्स।
- ✓ लिंक्डइन– पोस्ट इंप्रेशन्स, कनेक्शन्स।

डिजिटल कस्टमर– इनके साथ तू पैसे और कन्वर्जन चेक करता है, जैसेरू

- ✓ X– एड से कितने कोर्स बिके।
- ✓ इंस्टाग्रम– शॉप से कितनी सेल।
- ✓ यूट्यूब– मेंबरशिप या सुपर चैट से कितना रेवेन्यू।
- ✓ टिकटॉक– Shop से प्रोडक्ट सेल्स।
- ✓ लिंक्डइन– सर्विस बुकिंग्स।

X एड से 40 लोग कोर्स खरीदते हैं, इंस्टाग्रम से 10 लोग, ये ग्राहकों का झक्कास स्कोर है!

टारगेट ऑडियंस Vs डिजिटल ग्राहक एक नजर में

पैरामीटर	टार्गेट ऑडियंस	डिजिटल कस्टमर
परिभाषा	वो लोग, कंटेंट/प्रोडक्ट में मस्ती करते हैं।	वो लोग, जो प्रोडक्ट/सर्विस खरीदते हैं।
मकसद	जागरूकता, लाइक्स, शेयर्स, व्यूज बटोरना।	सेल्स, रेवेन्यू, और लॉयल्टी कमाना।
साइज	बड़ी भीड़, जैसे बॉम्बे की लोकल ट्रेन।	छोटी गैंग, जैसे मॉल के लॉयल कस्टमर।
बातचीत	देसी मीम्स, रील्स, स्पेसेस, लाइव्स।	एड, DMs, पेमेंट ऑफर, पर्सनल डील्स।
सक्सेस मीटर	लाइक्स, व्यूज, रीपोस्ट्स, इंप्रेशन्स।	सेल्स, कन्वर्जन्स, पेमेंट्स।
सोशल मीडिया	X स्पेसेस, इंस्टाग्रम रील, यूट्यूब शॉर्टस	X मनी, इंस्टा शॉप, यूट्यूब मेंबरशिप।

तो भैय्या जी, टार्गेट ऑडियंस को डिजिटल कस्टमर में कनवर्ट कर सको तो हो जायेगी बल्ले–बल्ले।

मिडिल ओवर्स – स्ट्रैटेजी का गेम, जो बिजनेस को बिल्ड करता है।

5. डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार (Types of Digital Marketing)..... 23

6. SEO सर्च इंजन का जादू (The Magic of SEO)..... 34

7. पेड सर्च विज्ञापन - (PPC)..... 54

8. सोशल मीडिया मार्केटिंग (Social Media Marketing)..... 68

8.1 फेसबुक क्या सीन है?..... 71

8.1 इन्सटाग्राम– अँखियों से गोली मारे!..... 79

8.2 यूट्यूब मार्केटिंग..... 88

8.4 व्हाट्सएप ब्रो (WhatsApp)..... 107

8.4 "X" एक्स मार्केटिंग..... 119

9. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग (Influencer Marketing)..... 133

10. कंटेंट मार्केटिंग (Content Marketing)..... 145

11. एफिलिएट मार्केटिंग (Affiliate Marketing)..... 153

12. ई–मेल मार्केटिंग..... 160

13. ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया (e- Commerce and social media)..... 174

14. छोटे व्यवसायों के लिए डिजिटल मार्केटिंग (Digital Marketing for Small Business)..... 183

15. भारतीय त्योहारों के लिए डिजिटल मार्केटिंग कैम्पेंन (Digital Marketing Strategies for India Festivals)..... 190

16. डिजिटल एनेलिटिक्स (Digital Marketing Analytics)..... 196

17. टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज (Testimonials and Reviews)..... 202

5. डिजिटल मार्केटिंग के प्रकार (Types of Digital Marketing)

डिजिटल मार्केटिंग क्या है?

डिजिटल मार्केटिंग का मतलब है इंटरनेट और डिजिटल उपकरणों (जैसे मोबाइल, कंप्यूटर, सोशल मीडिया) का इस्तेमाल करके अपने उत्पादों, सेवाओं या ब्रांड को लोगों तक पहुँचा कर उन्हें आकर्षित करना। इसका मकसद है लोगों को अपने प्रोडक्ट के बारे में बताना, उनकी रुचि जगाना और उन्हें खरीदने के लिए प्रेरित करना। आसान शब्दों में, यह ऑनलाइन दुनिया में अपनी दुकान, सेवा या विचार को फैलाने की कला है। इसमें सोशल मीडिया, वेबसाइट, ईमेल, विज्ञापन और सर्च इंजन जैसी चीजें शामिल होती हैं।

आजकल लोग अपना ज्यादातर समय इंटरनेट पर बिताते हैं। फेसबुक देखते हैं, यूट्यूब पर वीडियो देखते हैं, या गूगल पर कुछ सर्च करते हैं। डिजिटल मार्केटिंग इसी मौके का फायदा उठाती है। यह पारंपरिक मार्केटिंग (जैसे अखबार में विज्ञापन या होर्डिंग) से अलग है, क्योंकि यहाँ आप सीधे लोगों के फोन या कंप्यूटर स्क्रीन पर अपनी बात पहुँचा सकते हैं। यह तेज, सस्ता और ज्यादा लोगों तक पहुँचने वाला तरीका है।

सोशल मीडिया पर दुकान का विज्ञापन

मान लीजिए आपके पास एक छोटी सी कपड़े की दुकान है। आप इंस्टाग्राम पर अपनी साड़ियों की तस्वीरें डालते हैं और लिखते हैं, श्हवसप के लिए खास साड़ियाँ, सिर्फ 500 रुपये से शुरू!श लोग इसे देखते हैं, लाइक करते हैं और मैसेज करके ऑर्डर करते हैं। यह डिजिटल मार्केटिंग का एक आसान उदाहरण है।

यूट्यूब पर रेसिपी वीडियो

एक मसाला कंपनी यूट्यूब पर "5 मिनट में बनाएँ टेस्टी पनीर टिक्का" वीडियो डालती है और अपने मसाले का नाम इस्तेमाल करती है। लोग वीडियो देखते हैं, मसाला खरीदने की सोचते हैं। यह भी डिजिटल मार्केटिंग है।

गूगल पर सर्च करना

आप गूगल पर श्सस्ता मोबाइल फोन सर्च करते हैं, और सबसे ऊपर एक ऑनलाइन स्टोर का विज्ञापन दिखता है-"50% छूट, आज ही खरीदें!"

वह स्टोर गूगल विज्ञापनों के जरिए आपको टारगेट कर रहा है। यह डिजिटल मार्केटिंग का तरीका है।

व्हाट्सएप पर ऑफर

आपकी पसंदीदा बेकरी आपको व्हाट्सएप पर मैसेज भेजती है, "शनिवार को केक पर 20% छूट, अभी ऑर्डर करें!" आप ऑर्डर कर देते हैं। यह भी डिजिटल मार्केटिंग का हिस्सा है।

खास बात

डिजिटल मार्केटिंग का फायदा यह है कि यह छोटे से छोटे व्यवसाय को भी मौका देता है। आपको बस थोड़ी समझ और इंटरनेट चाहिए। यह तरीका न सिर्फ बिक्री बढ़ाता है, बल्कि ग्राहकों से सीधा रिश्ता भी बनाता है।

पारंपरिक मार्केटिंग बनाम डिजिटल मार्केटिंग (Traditional vs. Digital Marketing)

डिजिटल मार्केटिंग इंटरनेट और टेक्नोलॉजी पर आधारित है। यह ऑनलाइन प्लेटफॉर्म्स के जरिए लोगों को जोड़ता है और उन्हें आपके प्रोडक्ट या सेवा के बारे में बताता है। यह आधुनिक और तेजी से बदलती दुनिया का हिस्सा है। पारंपरिक मार्केटिंग और डिजिटल मार्केटिंग में अंतर को समझते हैं।

माध्यम और तरीके (Medium & Methods)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** इसमें टीवी विज्ञापन, रेडियो जिंगल, अखबार में ऐड, पोस्टर, होर्डिंग्स, पर्चे बाँटना, या मेले–प्रदर्शनी में स्टॉल लगाना शामिल है।

  उदाहरणः एक मिठाई की दुकान दीवाली पर अखबार में विज्ञापन देती है, "खरीदें 1 किलो लड्डू, पाएँ 250 ग्राम मुफ्त!"

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** इसमें सोशल मीडिया पोस्ट, गूगल सर्च ऐड, यूट्यूब वीडियो, ईमेल न्यूजलेटर, व्हाट्सएप मैसेज, और वेबसाइट शामिल हैं।

  उदाहरणः वही दुकान इंस्टाग्राम पर लिखती है, "दीवाली ऑफर रू 1 किलो लड्डू पर 250 ग्राम फ्री, ऑनलाइन ऑर्डर करें!"

लागत और बजट (Cost & Budget)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** इसके लिए बड़ा खर्चा चाहिए। विज्ञापन डिजाइन करना, छपवाना, और जगह किराए पर लेना महँगा पड़ता है।

उदाहरणः एक होर्डिंग को शहर के बीच में लगाने के लिए महीने का किराया 50,000 रुपये तक हो सकता है।

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** यहाँ छोटे बजट से भी काम शुरू हो सकता है। आप जितना खर्च करना चाहें, उतना कर सकते हैं।

  उदाहरणः 200 रुपये में फेसबुक पर अपने इलाके के 500 लोगों को विज्ञापन दिखाया जा सकता है।

पहुँच और स्केल (Reach & Scale)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** यह स्थानीय या क्षेत्रीय स्तर पर सीमित रहता है। दूर के लोग तक पहुँचना मुश्किल है।

  उदाहरणः एक रेडियो ऐड सिर्फ उसी शहर के लोग सुनेंगे जहाँ वह स्टेशन चलता है।

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** यहाँ कोई सीमा नहीं। आप अपने गाँव से लेकर विदेश तक किसी को भी टारगेट कर सकते हैं।

  उदाहरणः एक छोटी सी हस्तकला दुकान अपनी वेबसाइट बनाती है और अमेरिका में रहने वाले भारतीयों को सामान बेचती है।

लक्षित दर्शक और सटीकता (Targeting & Precision)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** यह सबको एक जैसा संदेश देता है, चाहे उनकी जरूरत हो या न हो। सही लोगों तक पहुँचना मुश्किल है।

  उदाहरणः टीवी पर डायपर का विज्ञापन चल रहा है, लेकिन उसे बिना बच्चों वाले लोग भी देख रहे हैं।

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** यहाँ आप अपनी ऑडियंस को फिल्टर कर सकते हैं– उम्र, जगह, शौक, व्यवहार के हिसाब से।

  उदाहरणः आप फेसबुक पर सेट करते हैं कि डायपर का ऐड सिर्फ 25–35 साल की माँओं को दिखे।

प्रभाव का विश्लेष्ण (Impact Analysis)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** यहाँ यह पता करना मुश्किल है कि आपका पैसा कितना काम कर रहा है।

  उदाहरणः आपने पर्चे बाँटे, लेकिन यह नहीं पता कि कितने लोग दुकान पर आए या सिर्फ कूड़े में फेंक दिया।

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** हर कदम को मापा जा सकता है। आपको सटीक डेटा मिलता है।

  उदाहरणः गूगल ऐड से पता चलता है कि 1000 लोगों ने देखा, 100 ने क्लिक किया, और 10 ने खरीदा।

समय, गति और बदलाव (Time, Speed & Flexibility)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** इसमें तैयारी में वक्त लगता है और गलती होने पर सुधार मुश्किल है।

  उदाहरणः मैगजीन में विज्ञापन छप गया और उसमें नंबर गलत हो गया– अब अगले महीने तक इंतजार करना पड़ेगा।

- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** यह तुरंत शुरू हो सकता है और बदलाव भी आसान है।

  उदाहरणः सोशल मीडिया पर गलत ऑफर लिख दिया तो 2 मिनट में पोस्ट हटाकर नई डाल सकते हैं।

ग्राहक से जुड़ाव (Customer Engagement)

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** यह एक तरफा होता है। लोग विज्ञापन देखते हैं, लेकिन जवाब नहीं दे सकते।
- ✓ उदाहरणः होर्डिंग देखकर आपको पसंद आया, लेकिन दुकानदार को कैसे बताएँ?
- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** यह दोतरफा है। लोग कमेंट कर सकते हैं, सवाल पूछ सकते हैं, और तुरंत जवाब पा सकते हैं।
- ✓ उदाहरणः इंस्टाग्राम पोस्ट पर कोई पूछता है, श्यह ऑफर कब तक है?श और दुकानदार तुरंत जवाब देता है।

रोजमर्रा की जिंदगी से और उदाहरण (Daily Life Example)–

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** एक ट्यूशन टीचर अपने मोहल्ले में पर्चे बाँटता है, "10वीं कक्षा की मैथ्स ट्यूशन, 500 रुपये महीना।"श्सिर्फ वही लोग देखते हैं जो उस गली से गुजरते हैं। उसे नहीं पता कि कितने लोग इंटरेस्टेड हैं, और पर्चे छपवाने में 200 रुपये खर्च हो गए।
- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** वही टीचर व्हाट्सएप ग्रुप में मैसेज भेजता है, "10वीं कक्षा की मैथ्स ट्यूशन ऑनलाइन, 500 रुपये महीना, डेमो क्लास

फ्री!" 50 लोग मैसेज देखते हैं, 10 लोग जवाब देते हैं, और 5 स्टूडेंट्स जुड़ जाते हैं। इसमें उसका खर्च सिर्फ इंटरनेट का था।

- ✓ **पारंपरिक मार्केटिंगः** एक नया रेस्तरां खुलता है और रेडियो पर ऐड चलवाता है, "शाम 6 बजे आएँ, पहली डिश मुफ्त!" सिर्फ रेडियो सुनने वाले लोग सुनते हैं, और रेस्तरां को नहीं पता कि कितने लोग आएँगे।
- ✓ **डिजिटल मार्केटिंगः** वही रेस्तरां फेसबुक पर पोस्ट करता है, "शाम 6 बजे आएँ, पहली डिश मुफ्त–सीट बुक करने के लिए मैसेज करें!" 200 लोग पोस्ट देखते हैं, 20 लोग बुकिंग करते हैं, और रेस्तरां पहले से तैयारी कर लेता है।

पारंपरिक मार्केटिंग एवं डिजिटल मार्केटिंग के फायदे और नुकसानः

यह आपकी जरूरत पर निर्भर करता है। अगर आपका बिजनेस छोटा और स्थानीय है, तो पारंपरिक मार्केटिंग शुरू में मदद कर सकती है। लेकिन अगर आप तेजी से बढ़ना चाहते हैं और ज्यादा लोगों तक पहुँचना चाहते हैं, तो डिजिटल मार्केटिंग ज्यादा कारगर है। आजकल दोनों को मिलाकर (हाइब्रिड अप्रोच) भी इस्तेमाल किया।

पारंपरिक मार्केटिंग का फायदा गाँवों या उन जगहों पर अच्छा काम करता है जहाँ इंटरनेट कम है। लोग भौतिक विज्ञापन पर भरोसा करते हैं। नुकसान यह है कि महँगा, सीमित पहुँच, और बदलाव मुश्किल।

डिजिटल मार्केटिंग का फायदा सस्ता, तेज, सटीक, और बड़े पैमाने पर पहुँच। यह है कि इसके लिए इंटरनेट और थोड़ी तकनीकी समझ चाहिए।

डिजिटल मार्केटिंग के मुख्य प्रकार

डिजिटल मार्केटिंग कई स्वादों में आती है, जैसे मसालेदार बिरयानी से लेकर चटपटी चाट तक। हर तरीके का अपना मजा है, और ये आपके बिजनेस को चमकाने के लिए तैयार हैं। चलो, एक–एक को ट्राय करते हैंः–

- ➢ **SEO – गूगल कहो या कि सर्च इंजन का जादूगर**

क्या है?

SEO का मतलब है अपनी वेबसाइट या कंटेंट को इस तरह तैयार करना कि वह गूगल जैसे सर्च इंजन में ऊपर दिखे। यह मुफ्त (ऑर्गेनिक) तरीके से लोगों को आप तक लाता है।

कैसे काम करता है?

आप सही कीवर्ड्स चुनते हैं, अच्छा कंटेंट लिखते हैं, और वेबसाइट को तेज बनाते हैं ताकि सर्च में रैंकिंग बढ़े।

मुफ्त में ग्राहक पकड़ने का मौका– ये ऐसा है जैसे गूगल को पटाकर रखना है अपनी दुकान को सर्च की सबसे ऊपरी पायदान पर बिठाना। बिना पैसे दिए भीड़ को अपने दरवाजे तक लाना।

फायदा– लंबे समय तक फायदा देता है, मुफ्त ट्रैफिक लाता है।

चुनौती– इसमें समय और मेहनत लगती है।

उदाहरणः मान लो तुम्हारी चाय की दुकान है। तुम वेबसाइट पर लिखते हो, "शहर की सबसे मस्त चाय यहाँ मिलेगी।" कोई सर्च करे "बेस्ट चाय," तो गूगल भैया तुम्हें सबसे ऊपर दिखाएँगे। लोग चाय पीने चले आएँगे, बिना एक पैसा विज्ञापन में लगाए!

ट्विस्ट– गूगल को खुश करने में थोड़ा टाइम और दिमाग लगाना पड़ता है।

- **पेड सर्च विज्ञापन (PPC - Pay-Per-Click Advertising) पैसे वाला शॉर्टकट**

क्या है?

आप गूगल ऐड्स पर विज्ञापन बनाते हैं और कीवर्ड्स चुनते हैं। जब लोग सर्च करते हैं, तो आपका ऐड सबसे ऊपर दिखता है।

पैसे फेंको और गूगल के सर्च में सबसे ऊपर चमको। हर क्लिक का हिसाब, लेकिन तुरंत रिजल्ट।

फायदा– तुरंत रिजल्ट मिलता है।

चुनौती– बजट खत्म होने पर विज्ञापन बंद हो जाता है।

उदाहरणः तुम्हारी पान की दुकान है। गूगल पर ऐड चलाया, "बनारसी पान, 20 रुपये में!" कोई सर्च करे "पान शॉप," तो तुम्हारा नाम सबसे पहले चमकेगा। क्लिक हुआ, 2 रुपये गए, लेकिन ग्राहक आया और 5 पान खरीद लिए। एकदम झटपट भीड़ लग जाती है, मुनाफा पक्का!

ट्विस्ट– जेब ढीली करनी पड़ती है।

➢ **सोशल मीडिया मार्केटिंग (Social Media Marketing) –** ऑनलाइन मेला

क्या है?

फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर जैसे प्लेटफॉर्म्स पर अपने ब्रांड को प्रमोट करना। यह मुफ्त और पेड दोनों तरह से हो सकता है। फेसबुक, इंस्टाग्राम पर अपनी दुकान का ढोल पीटना। आप पोस्ट डालते हैं, स्टोरीज शेयर करते हैं, या विज्ञापन चलाते हैं ताकि लोग आपके प्रोडक्ट को देखें। सब कुछ दिखाओ, ग्राहक को लुभाओ।

फायदा– ग्राहकों से सीधा जुड़ाव और बड़ी पहुँच।

चुनौती– लगातार कंटेंट बनाना पड़ता है।

उदाहरणः तुमने समोसे बेचने हैं। इंस्टाग्राम पर फोटो डाला, "गरमा–गरम समोसे, 10 रुपये में 2" नीचे लिखा, "DM करो, घर पहुँचाएँगे।" लोग लाइक–कमेंट करते हैं, "भैया, 5 दे दो!" और ऑर्डर की लाइन लग जाती है। ग्राहक से सीधे गप्पे मार सकते हो, ग्राहक से सीधा कनेक्षन।

ट्विस्ट– रोज नया तमाशा दिखाना पड़ता है।

➢ **कंटेंट मार्केटिंग (Content Marketing) –** कहानी का जादू

क्या है?

आप ऐसी जानकारी देते हैं जो लोगों की मदद करे, और बीच में अपने प्रोडक्ट का जिक्र करते हैं। लोगों को उपयोगी और आकर्षक कंटेंट (जैसे ब्लॉग, वीडियो, पोस्ट) देकर उन्हें अपने ब्रांड की ओर खींचना। ऐसी बातें सुनाओ कि लोग तुम्हारी दुकान के फैन हो जाएँ। ब्लॉग, वीडियो, पोस्ट, सब से दिल जीतो।

फायदा– भरोसा बनता है, ब्रांड की वैल्यू बढ़ती है।

चुनौती– अच्छा कंटेंट बनाने में समय लगता है।

उदाहरणः तुम्हारा मिठाई का धंधा है। ब्लॉग लिखा, "5 मिनट में घर पर बनाएँ रसगुल्ले।" बीच में बोला, "हमारे स्पेशल चाशनी मिक्स से स्वाद दोगुना!" लोग रेसिपी ट्राय करते हैं और तुम्हारा मिक्स खरीद लेते हैं। लोग भरोसा करने लगते हैं।

ट्विस्ट– कहानी में दम चाहिए, रोज नई कहानी, वरना लोग बोर हो जाएँगे।

➢ **ईमेल मार्केटिंग (e-mail Marketing) –** चिट्ठी आई है, चिट्ठी आई है। चिट्ठी का कमाल

क्या है?

आप ग्राहकों की ईमेल लिस्ट बनाते हैं और उन्हें पर्सनलाइज्ड ईमेल भेजकर ऑफर, अपडेट या जानकारी देते हैं। ग्राहकों को ईमेल भेजो, जैसे पुराने जमाने की चिट्ठी, लेकिन डिजिटल स्टाइल में। ऑफर, खबर, सब बताओ।

फायदा– सस्ता और सीधा संपर्क।

चुनौती– लोग स्पैम में डाल सकते हैं।

उदाहरणः तुम्हारी जूते की दुकान है। ईमेल भेजा, "अरे राजू भैया, बारिश के लिए वॉटरप्रूफ जूते 30% सस्ते!" राजू ऑनलाइन ऑर्डर कर देता है। पर्सनल टच से ग्राहक खुश।

ट्विस्ट– ज्यादा चिट्ठी भेजी तो लोग इग्नोर कर देंगे।

- **इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग (Influencer Marketing) –** बड़े भैया की सिफारिश

क्या है?

सोशल मीडिया पर मशहूर लोगों (इन्फ्लुएंसर्स) के जरिए अपने प्रोडक्ट को प्रमोट करना। सोशल मीडिया के किसी इन्फ्लुएंसर को पैसे या प्रोडक्ट देते हैं, और वह अपने फॉलोअर्स को इसके बारे में बताता है। प्रोडक्ट का गुणगान करता है। उनके फैंस तुम्हारे फैन बन जाएँगे।

फायदा– भरोसेमंद और तेज रिजल्ट।

चुनौती– सही इन्फ्लुएंसर चुनना जरूरी है।

उदाहरणः तुम्हारा कूलर बेचना है। एक टिकटॉक स्टार को कूलर दिया, उसने वीडियो बनाया, "ये कूलर गर्मी भगा देगा!" उसके 1 लाख फॉलोअर्स में से 100 लोग कूलर खरीद लेते हैं। भीड़ तैयार मिलती है।

ट्विस्ट–बाबू भैय्या पैसा बहुत चाहिए! सही बंदा नहीं चुना तो पैसा बर्बाद।

- **मोबाइल मार्केटिंग (Mobile Marketing) –** जेब का जादू

क्या है?

मोबाइल फोन के जरिए मार्केटिंग करना, लोगों के फोन में घुसकर ऑफर दिखाना—SMS, व्हाट्सएप, या ऐप से।

उदाहरणः तुम्हारी ढाबे की दुकान है। व्हाट्सएप पर मैसेज भेजा, "दोपहर में दाल–रोटी, सिर्फ 50 रुपये!" 20 लोग रिप्लाई करते हैं, "पैक कर दो!" ग्राहक की जेब में सीधे दस्तक।

फायदा– तुरंत और पर्सनल पहुँच।

चुनौती– ज्यादा मैसेज से लोग परेशान हो सकते हैं।

ट्विस्ट– ज्यादा तंग किया तो ब्लॉक कर देंगे।

- **वीडियो मार्केटिंग (Video Marketing)** – सिनेमा का जलवा

क्या है?

वीडियो के जरिए अपने प्रोडक्ट को दिखाना, जैसे यूट्यूब, रील्स, या टीवी ऐड का ऑनलाइन वर्जन। वीडियो बनाकर लोगों को लुभाना — यूट्यूब, इंस्टाग्राम रील्स,!

फायदा– लोग वीडियो ज्यादा पसंद करते हैं।

चुनौती– वीडियो बनाने में मेहनत और खर्चा लगता है।

उदाहरणः तुम बाइक सर्विस करते हो। रील बनाई, "5 मिनट में चमकाएँ अपनी बाइक!" लोग देखते हैं, मजा लेते हैं, और सर्विस बुक करते हैं। लोगों को वीडियो पसंद आते हैं।

ट्विस्ट– फिल्मी स्टाइल में मेहनत लगती है।

- **एफिलिएट मार्केटिंग (Affiliate Marketing) –** दोस्तों का धंधा

क्या है?

दूसरे लोगों को अपने प्रोडक्ट बेचने के लिए एफिलिएट्स को लिंक देते हैं, वे उसे शेयर करते हैं, और हर बिक्री पर उन्हें पैसे मिलते हैं। दूसरों को अपनी चीज बेचने दो, हर बिक्री पर उन्हें मुनाफा दो।

फायदा– बिना ज्यादा मेहनत के बिक्री बढ़ती है।

चुनौती– भरोसेमंद पार्टनर ढूँढना जरूरी है।

उदाहरणः तुम किताब बेचते हो। एक यूट्यूबर को लिंक दिया, उसने कहा, "ये किताब जिंदगी बदल देगी!" हर खरीद पर उसे 50 रुपये। 10 लोग खरीदते हैं, तुम्हारा माल चल निकलता है। बिना हाथ–पैर मारे बिक्री।

ट्विस्ट– सही दोस्त नहीं मिला तो फायदा कम।

➢ **वेबसाइट मार्केटिंग (Website Marketing) –** ऑनलाइन दुकान

क्या है?

आप अपनी आकर्षक वेबसाइट को मार्केटिंग का जरिया बना कर ऑफर डालते हैं, और ट्रैफिक लाते हैं। अपनी वेबसाइट को ऐसा बनाओ कि लोग वहाँ रुकें और खरीदें।

फायदा– आपका डिजिटल स्टोर 24/7 खुला रहता है।

चुनौती– वेबसाइट को मेंटेन करना पड़ता है।

उदाहरणः तुम्हारी हलवाई की साइट है। लिखा, "दिवाली के लिए मिठाई, 10% ऑफ, अभी बुक करो!" लोग साइट पर आए, मुँह में पानी आया, और ऑर्डर कर दिया। 24 घंटे दुकान खुली।

ट्विस्ट– साइट को सजाने में थोड़ा दिमाग लगाना पड़ता है।

➢ **मीम्स (Memes) –**

क्या है?

मीम्स डिजिटल मार्केटिंग का मजेदार और वायरल कटेंट। आज के दौर में कम शब्दों में, इमेज, विडियो द्वारा अपने भाव प्रर्दषित करने का सबसे प्रभावी माध्यम। डिजिटल मार्केटिंग में मीम्स (Memes) आजकल एक मजेदार और असरदार हथियार बन गए हैं। ये हँसी–मजाक वाली तस्वीरें या वीडियो होते हैं, जो किसी ट्रेंड, जोक या सिचुएशन को दिखाते हैं और लोगों का ध्यान फट से खींचते हैं। मीम्स को डिजिटल मार्केटिंग के अलग–अलग प्रकारों में उपरोक्त सभी में इस्तेमाल किया जा सकता है।

फायदा– मीम्स मजेदार होते हैं, लोग उन्हें पसंद करते हैं, और शेयर करते हैं। ये ब्रांड को "कूल" बनाते हैं।

चुनौती– हर बार नया और मजेदार मीम लाना आसान नहीं। सही मीम चुनना ऐसा है जैसे भूसे के ढेर में सुई ढूँढना।

ट्विस्ट– तुमने "पप्पू पास हो गया" मीम डाला, लेकिन लोग बोले, "भाई, ये तो पुराना हो गया!" अब तुम्हारा ऑफर पप्पू की तरह फेल!

निचोड़–

ये सारे तरीके ऐसे हैं जैसे खाने की थाली—SEO धीमी आँच की दाल है, PPC तुरंत तैयार चाट, और सोशल मीडिया चटपटी सब्जी। तुम्हें जो स्वाद पसंद हो, चुन लो। छोटी दुकान हो या बड़ा धंधा, हर किसी के लिए कुछ न कुछ है।

6. SEO सर्च इंजन का जादू (The Magic of SEO)

SEO में वक्त लगता है, जैसे धीमी आंच पर पका खाना। 3–6 महीने की मेहनत, और धीरे–धीरे वेबसाइट गूगल की पहली पायदान पर चढ़ जाएगी SEO एक दिन का खेल नही है, मेहनत का फल 3–6 महीने में रिजल्ट दिखायेगा।

कंटेंट अच्छा रखो, विजिटर को खुश करो और गूगल अपने आप तुम्हें टॉप पर लाएगा।

SEO "Search Engine Optimization" सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेषन एक ऐसी प्रक्रिया है जिससे हम अपनी वेबसाइट या ब्लॉग को Google और अन्य सर्च इंजनों में बेहतर रैंक दिलाने के लिए ऑप्टिमाइज करते हैं। जब कोई यूजर किसी टॉपिक को गूगल में सर्च करता है, तो SEO की मदद से हम यह सुनिश्चित कर सकते हैं कि हमारी वेबसाइट टॉप रिजल्ट्स में दिखे।

मैं, SEO को ट्रेडिषनल की श्रेणी में रखूंगा। नो डाउट, SEO पितामह है पर 2025 में ऑप्टीमाइजेषन की फ्यूचर जनरेषन है–

1. आन्सर इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Answer Engine Optimization– AEO)
2. एआई ऑप्टीमाइजेषन (AI Optimization– AIO)
3. चैट इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Chat Engine Optimization– CEO)
4. जनरेटिव इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Generative Engine Optimization– GEO) और
5. लैंग्वेज मॉडल ऑप्टीमाइजेषन (Language Model Optimization– LMO)।

डिजिटल मार्केटिंग की दिषा और दषा में बदलने को तैयार बैठे हैं। जिनके बारे में चैन्टर के अन्त मे प्रकाष डाला है ताकि आपकी नॉलेज में रहे कि ये क्या बला है, जिन्हें फिर कीभी डिस्कस करेंगें।

फिलवक्त कंसन्ट्रेट करते हैं SEO पर।

SEO उतना ही इम्पोर्टेन्ट है जितना लिट्टी के साथ चोखा या समोसे के साथ चटनी या भटूरे के साथ छोले। यह ब्लॉग, वेबसाइट, या ऑनलाइन बिजनेस के

लिए फ्री ऑर्गेनिक ट्रैफिक लाने में मदद करता है, जिससे ज्यादा विजिटर और संभावित ग्राहक मिलते हैं।

अब प्रष्न यह उठता है कि ऑर्गेनिक ट्रैफिक है क्या बला? तो सबसे पहले इसी को निपटाते हैं–

ऑर्गेनिक ट्रैफिक

ऑर्गेनिक ट्रैफिक का मतलब उन विजिटर्स से होता है जो सर्च इंजन (Google, Bing, Yahoo आदि) से बिना किसी पेड ऐड्स के आपकी वेबसाइट पर आते हैं। यह ट्रैफिक SEO (Search Engine Optimization) की मदद से आता है और सबसे मूल्यवान ट्रैफिक माना जाता है क्योंकि यह फ्री और लॉन्ग–टर्म होता है।

ऑर्गेनिक ट्रैफिक किसी भी वेबसाइट के लिए सबसे मूल्यवान और फायदेमंद होता है। इसे बढ़ाने के लिए SEO की अच्छी समझ और सही रणनीति अपनानी होगी। अगर सही कीवर्ड रिसर्च, क्वालिटी कंटेंट और लिंक बिल्डिंग पर ध्यान देंगे, तो वेबसाइट पर ऑर्गेनिक ट्रैफिक तेजी से बढ़ेगा!

ऑर्गेनिक ट्रैफिक है क्या?

जब कोई व्यक्ति गूगल या किसी अन्य सर्च इंजन पर कुछ सर्च करता है, तो उसे कुछ रिजल्ट्स दिखाई देते हैं। ये रिजल्ट्स दो प्रकार के होते हैं–

ऑर्गेनिक रिजल्ट्सः– ये रिजल्ट्स SEO के आधार पर आते हैं। इनमें पैसे खर्च नहीं करने पड़ते। गूगल का एल्गोरिदम इन्हें रैंक करता है।

पेड रिजल्ट्स – ये गूगल ऐड्स (Google Ads) के जरिए प्रमोट किए जाते हैं। इन पर "Ad" का टैग लगा होता है। इन्हें रैंकिंग के लिए पैसा देना पड़ता है।

जब कोई विजिटर बिना किसी ऐड पर क्लिक किए आपकी वेबसाइट पर आता है, तो इसे ऑर्गेनिक ट्रैफिक कहा जाता है।

वेबसाइट पर ज्यादा ऑर्गेनिक ट्रैफिक लाना के लिए SEO रणनीतियों का पालन करना आवष्यक है।

ऑर्गेनिक ट्रैफिक के फायदे–

- ✓ फ्री ट्रैफिकरू Google ads पर पैसे खर्च करने की जरूरत नहीं पड़ती।
- ✓ लॉन्ग–टर्म रिजल्ट– एक बार अगर आपकी वेबसाइट रैंक हो जाए, तो लगातार ट्रैफिक मिलता रहता है।

- ✓ ज्यादा ट्रस्ट और ब्रांड वैल्यू– यूजर्स ऑर्गेनिक रिजल्ट्स पर ज्यादा भरोसा करते हैं।
- ✓ बेहतर ROI: SEO का ROI (Return on Investment) पेड एड्स से कहीं बेहतर होता है।

वेबसाइट को वेबसाइट नंबर–1 कैसे बनाए

वेबसाइट एक दुकान है। SEO वो चटक साइनबोर्ड और रास्ता है, जो कस्टमर्स को दुकान तक लाता है। सर्च इंजन एक मास्टर जी की तरह है, जो हर वेबसाइट को चेक करता है और फैसला करता है कि कौन सी पहले दिखेगी। इसके लिए वो कुछ खास चीजें देखता है– कीवर्ड्स, यूजर की खुशी, और साइट की क्वालिटी।

इसके पीछे कोई जादू नहीं है, बल्कि यह एक स्मार्ट रणनीति, मेहनत और सही तकनीकों का मिश्रण है। सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन (SEO) आपकी वेबसाइट को Google जैसे सर्च इंजनों में टॉप रैंक दिलाने का विज्ञान है।

कीवर्ड्स, लोकल SEO और Google के अल्गोरिदम पर फोकस करते हैं जो वेबसाइट को नंबर 1 बनाने में मदद कर सकते हैंः–

कीवर्ड्स– सर्च का मसाला

कीवर्ड्स वो शब्द हैं, जो लोग Google में टाइप करते हैं। जैसे, "बेस्ट बिरयानी रेसिपी" या "पूरन का ढाबा" ये तुम्हारी वेबसाइट का मेन मसाला हैं। वो शब्द खोजें जो आपके टारगेट ऑडियंस सर्च करते हैं।

कैसें?

सोचो लोग तुम्हारे बिजनेस या कंटेंट को कैसे ढूंढेंगे। "SEO टिप्स" अच्छा है, पर "2025 में आसान SEO टिप्स" ज्यादा टारगेटेड है। Google Keyword Planner जैसे टूल्स से पता करो कि कौन सा कीवर्ड ज्यादा सर्च होता है और कम कॉम्पिटिशन वाला है।

कहाँ डालें?

अपने कंटेंट के टाइटल, पहले पैराग्राफ, और हेडिंग्स में ये मसाला छिड़को। लेकिन ज्यादा मत डालो, वरना Google को लगेगा तुम "कीवर्ड स्टफिंग" का ओवरडोज कर रहे हो और वो नाराज हो जाएगा!

खास बात :–कीवर्ड्स को ऐसे चुनो जैसे बाजार से ताजा हरी मिर्च– सही मात्रा में डालो तो स्वाद बनेगा, ज्यादा हुआ तो खुद ही आईसक्रीम सर्च करोगे।

कंटेंट का जादू चलाओ क्वालिटी कंटेंट बनाएं

अच्छा कंटेंट SEO की जान है। कंटेंट वो चाय है, जो यूजर को ताजगी दे और Google को लुभाए।

कैसें?

यूनिक और वैल्यू देने वाला कंटेंट लिखें।

1000 शब्दों वाले इन–डेप्थ आर्टिकल लिखें।

कीवर्ड स्टफिंग से बचें और नेचुरल तरीके से कीवर्ड डालें।

क्या करें–

यूजर के लिए ऐसा कंटेंट बनाओ जो सवालों का जवाब दे। मिसाल के लिए, "SEO कैसे करें" पूछा, तो साफ और आसान जवाब दो।

1000–1500 शब्दों का आर्टिकल लिखो, जिसमें हर डिटेल हो। Google को वैल्यू देने वाला कंटेंट पसंद है।

कीवर्ड, अपने मेन कीवर्ड को टाइटल, पहला पैराग्राफ, और हेडिंग्स (H1, H2) में यूज करो, लेकिन नेचुरली।

कंटेंट ही SEO का राजा है। ऐसा कंटेंट लिखें जो यूज़र्स के सवालों का जवाब दे, उनकी समस्याएँ हल करे और उन्हें वैल्यू दे। लंबे, गहन लेख (1500+ शब्द) जो **EEAT (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness)** दिखाते हैं। Google को वैल्यू देने वाले कंटेंट पसंद आते हैं।

ऑन–पेज SEO ऑप्टिमाइज़

ऑन–पेज SEO ढाबे को चांदनी चौक की रौनक दो। ऑन–पेज SEO वो मेकअप है, जो वेबसाइट को Google और यूजर की नजर में चांद–सा चमका देती है।

ये वेबसाइट का वो मेकअप है, जो Google और कस्टमर को लट्टू कर देगा।

- ✓ **कीवर्ड्स का धमाल–** लोग सर्च करते हैं "दिल्ली में टॉप ढाबा" तो ये मसाला लो और टाइटल में ठूस दो– "मसाला ढाबा– दिल्ली का टॉप

तड़का" पहले लाइन (H1) में चिल्लाओ–"मसाला ढाबा– जहाँ बटर चिकन मुंह में घुल जाए" हेडिंग (H2) "क्यों है मसाला ढाबा नंबर 1?"

- ✓ **कंटेंट की चटपटी थाली परोसो–** 1500 शब्दों में ढाबे की महाभारत लिख डालोकृ "हमारा तंदूरी पराठा ऐसा कि दस गाँव में चर्चा है। एक बार खाओ, तो सपने में भी मक्खन की खुशबू आए! " "देसी कहानी डालो–हमारे बाबा ने 1975 में ढाबा शुरू किया, आज तक स्वाद वैसा ही धमाकेदार!"

  कंटेंट वो मसालेदार दाल है, जो बिना ढाबे का मजा अधूरा है।

- ✓ **मेटा का मजा, चटपटा न्योता–** कीवर्ड, पर ऐसा लगे जैसे ढाबे का वेटर बुला रहा हो।

  टाइटल में – "मसाला ढाबारू बटर चिकन का बादशाह!" ललचाओ– दिल्ली में बटर चिकन और नान का स्वाद लें, आज ही आए "दिल्ली में ढाबा ढूंढ रहे हो? मसाला ढाबा का स्वाद चखो, लस्सी फ्री!"

  मेटा टैग्स ढाबे का वो साइनबोर्ड हैं, जो दूर से चिल्लाते हैं– "इधर आओ, मजा यहाँ है! "

- ✓ **फोटो, आँखों को ललचाओ–** इमेज वो मसाले की परत हैं, जिसके बिना ढाबे का रंग फीका है। बटर चिकन की फोटो डालकर ऑल्ट टेक्स्ट में चिल्लाओ– "मसाला ढाबा का मक्खन–मसाला चिकन!" फोटो देखकर भूख लगे, ऐसा करो।

  ऑन–पेज शादी का वो जोड़ा है। चमकाओगे तो बाराती वाह–वाह करेंगे, और Google बोलेगा, "शेडू ! मेरा बच्चा है तू।!"

  इमेज साइज छोटा रखो, ताकि साइट फटाफट लोड होकृजैसे ढाबे में ऑर्डर जल्दी आए। इमेज वो मसाले की परत हैं, जो बेस्वाद को श ी लजीज़ बना देता है।

- ✓ **ऑल्ट टेक्स्ट–** वेब पेजों में इमेज जोड़ते समय, alt (ऑल्ट) टैग या alt एट्रिब्यूट का उपयोग किया जाता है। यह एट्रिब्यूट इमेज का एक वैकल्पिक टेक्स्ट प्रदान करता है, जो तब प्रदर्शित होता है जब इमेज लोड नहीं हो पाती या किसी कारणवश दिखाई नहीं देती।

  इसके अलावा, स्क्रीन रीडर जैसे सहायक उपकरण इस टेक्स्ट को पढ़ते हैं, जिससे दृष्टिबाधित उपयोगकर्ताओं को इमेज की सामग्री समझने में मदद मिलती है।

alt टेक्स्ट लिखते समय ध्यान देने योग्य बातें– संक्षिप्त और वर्णनात्मक बनाएं। इमेज का सारांश देते हुए टेक्स्ट लिखें, जैसे "लाल रंग की कार" या "हंसता हुआ बच्चा"।

कीवर्ड का समावेश करें, यदि संभव हो, तो संबंधित कीवर्ड शामिल करें, लेकिन कीवर्ड स्टफिंग से बचें।

"इमेज ऑफ" या "तस्वीर" जैसे शब्दों से बचें। alt टेक्स्ट में यह स्पष्ट होता है कि यह इमेज का विवरण है, इसलिए ऐसे शब्द अनावश्यक हैं।

- ✓ **alt एट्रिब्यूट का महत्व–** एक्सेसिबिलिटी (Accessibility)– स्क्रीन रीडर इमेज को पढ़ नहीं सकते, लेकिन वे alt टेक्स्ट को पढ़ सकते हैं, जिससे दृष्टिबाधित उपयोगकर्ताओं को सामग्री समझने में सहायता मिलती है।
- ✓ **फॉलबैक कंटेंट–** यदि किसी कारणवश इमेज लोड नहीं होती है, तो alt टेक्स्ट प्रदर्शित होता है, जिससे उपयोगकर्ता को इमेज की विषयवस्तु का अंदाजा मिलता है।

सर्च इंजन alt टेक्स्ट को समझते हैं और इसे वेबसाइट की रैंकिंग में उपयोग करते हैं, जिससे साइट की खोज योग्यता बढ़ती है।

ऑन–पेज SEO का आसान मंत्र

- ✓ कीवर्ड्स से कस्टमर बुलाओ।
- ✓ कंटेंट से खुश करो।
- ✓ टाइटल–मेटा से लुभाओ।
- ✓ इमेज से दिखाओ।
- ✓ ढांचे से रास्ता दो।

ऑफ–पेज SEO

ऑफ–पेज SEO – ऐसा है जैसे गाँव की चौपाल पर लोग आपकी तारीफ करें बिना आपसे कहे! ऑफ–पेज SEO में अपनी साइट की साख को बाहर की दुनिया में बढ़ाना होता है – जैसे बैकलिंक्स बनाना, सोशल मीडिया पर धूम मचाना और ऑनलाइन अपनी पहचान बनाना।

भरोसेमंद साइट्स से लिंक जोड़ना, जैसे किसी बड़े जमींदार का नाम साथ लगाना। फेसबुक, ट्विटर पर ऐसा धमाल मचाओ जैसे दिवाली का पटाखा, पर फर्जी लिंक्स से बचो वरना गूगल का "गुस्सा" झेलना पड़ेगा!

✓ **ढाबे की बारात निकालो**

ये बाहर का धमाका है, जैसे गली में ढोल की शोर सुन कर पाँव खुद ही भंगड़ा करने को थिरकने लगते हैं। ऑफ–पेज वो बारात है, जितना शोर मचाओगे, उतना Google का दिल थिरकेगा।

- ✓ **बैकलिंक्स का बैंड–बाजा–** फूड ब्लॉगर को पटाओ! "भाई, हमारे ढाबे का लिंक डाल दो, एक प्लेट चिकन फ्री"। हाई–वोल्टेज साइट्स से लिंक लो, बैकलिंक्स Google को साइट की विश्वसनीयता का संकेत देते हैं।
- ✓ **गेस्ट पोस्ट में ढोल पीटवाओ–** "दिल्ली के ढाबों का असली स्वाद यहाँ है" । गेस्ट पोस्ट लिखें, फोरम में हिस्सा लें, या अपनी इंडस्ट्री के ब्लॉगर्स से संपर्क करें।
- ✓ **सोशल का शोर–** X पर चिल्लाओ! "मसाला ढाबा का तंदूरी पराठा खाया क्या?" Instagram पर फोटो डालो– "शुद्ध मक्खन, घर का माँ के हाथ से बना, असली स्वाद लो! "लोग शेयर करेंगे, तो Google बोलेगा, "भाई, तू हिट है!"
- ✓ **रिव्यूज का रंग–** कस्टमर्स से बोलो! "5–स्टार दे दो, अगली बार दाल मखनी डबल!" ढाबे की तारीफ फैलेगी, रैंकिंग उड़ेगी।

टेक्निकल SEO

"घर की मजबूती" ये घर की नींव जैसा है, अगर ये कमजोर रही तो ऊपर से कितना भी सजाओ, ढह ही जाएगी! टेक्निकल SEO साइट की स्पीड, मोबाइल पर सही दिखना, गूगल के लिए रास्ता साफ करना और सिक्योरिटी सिक्योर वेबसाइट बनाएं, यानी HTTP की जगह HTTPS का ध्यान रखना होता है।

साइट को इतना तेज करो कि भैंसा गाड़ी भी रेस में घोड़ा बन जाए! साइटमैप और रोबोट्स, टेक्सट को ऐसे सेट करो जैसे थाली में पराठा और अचार, सब सही जगह पर। और 404 एरर को हटाओ, वरना खाली थाली जैसा हाल होगा!

टेक्निकल SEO वो टर्बो इंजन है जो चला तो ढाबा Google की रेस में बाजी मार लेगा।

URL छोटा और मजेदार– बोरिंग नहीं।

- ✓ **स्पीड का झटका–**ढाबे का इंजन टर्बो करो– ये ढाबे का वो किचन है, जो साफ और फटाफट चलना चाहिए। साइट 2 सेकंड में खुले–जैसे ढाबे में लस्सी फट से आए। वेबसाइट की लोडिंग स्पीड बढ़ाएँ (Google Page Speed Insights से चेक करें) बेकार फाइलें फेंको।

- ✓ **मोबाइल का मस्ती–** फोन पर साइट चकाचक दिखे, आजकल तो भाई लोग फोन से ही "नजदीकी ढाबा" ढूंढते हैं। बटन बड़े, फॉन्ट मस्त। क्योंकि 2025 में 60þ से ज़्यादा ट्रैफिक मोबाइल से आता है। तेज़ नेविगेशन, साफ डिज़ाइन और आसान रीडेबिलिटी यूज़र्स को साइट पर ज़्यादा वक्त बिताने के लिए प्रेरित करते हैं। Google इसे "Dwell TimeÞ के रूप में देखता है और रैंकिंग में इसका वजन होता है।

- ✓ **साइटमैप का ढोल–** XML साइटमैप बनाओ, Google को चिल्लाओ– "ये रहा ढाबे का पूरा नक्शा, आके देख लो! " टूटे लिंक्स ठीक करो।

दूसरों की टूटी हुई लिंक को अपनी लिंक से बदलें– Broken Link Building की तकनीक से।

ब्रोकन लिंक बिल्डिंग – SEO तकनीक है, जिसमें अन्य वेबसाइटों पर मौजूद टूटे हुए (404 एरर) लिंक को खोजकर, उनके स्थान पर अपनी वेबसाइट के संबंधित और मूल्यवान कंटेंट के लिंक सुझाए जाते हैं। यह प्रक्रिया दोनों पक्षों के लिए लाभदायक होती है। वेबसाइट मालिक को उनकी साइट पर मौजूद खराब लिंक को ठीक करने में मदद मिलती है, और आपको एक नया बैकलिंक प्राप्त होता है, जो आपकी साइट की सर्च इंजन रैंकिंग को सुधारने में सहायक होता है।

ब्रोकन लिंक बिल्डिंग के स्टेप्स–

- ✓ टूटे हुए लिंक खोजें, अपने विषय से संबंधित वेबसाइटों पर टूटे हुए लिंक खोजें। इसके लिए आप 'Check My Links' जैसे टूल का उपयोग कर सकते हैं, जो किसी वेबपेज पर मौजूद सभी लिंक की जांच करता है और टूटे हुए लिंक को हाइलाइट करता है।

- ✓ रिप्लेसमेंट कंटेंट तैयार करें, टूटे हुए लिंक जिस विषय या सामग्री से संबंधित हैं, उस पर उच्च–गुणवत्ता वाला कंटेंट बनाएं या अपनी वेबसाइट पर पहले से मौजूद संबंधित कंटेंट का उपयोग करें। यह सुनिश्चित करें कि आपका कंटेंट मूल और उपयोगी हो।

- ✓ वेबसाइट मालिक से संपर्क करें, वेबसाइट के मालिक या व्यवस्थापक को एक विनम्र ईमेल भेजें, जिसमें उन्हें उनके साइट पर मौजूद टूटे हुए लिंक के बारे में सूचित करें और अपने कंटेंट को एक संभावित प्रतिस्थापन के रूप में सुझाएं। यह दृष्टिकोण सहायक होता है क्योंकि आप पहले उनकी समस्या की ओर इशारा करते हैं और फिर समाधान प्रस्तुत करते हैं।

ब्रोकन लिंक बिल्डिंग के फायदे–

- ✓ मुफ्त और नैचुरल बैकलिंक्स यह तकनीक आपको बिना किसी भुगतान के उच्च–गुणवत्ता वाले बैकलिंक्स प्राप्त करने में मदद करती है, जो आपकी साइट की SEO में सुधार करता है।
- ✓ इस प्रक्रिया के माध्यम से, आप अपने क्षेत्र में अन्य वेबसाइट मालिकों के साथ अच्छे संबंध स्थापित कर सकते हैं, जो भविष्य में और अधिक सहयोग के अवसर प्रदान कर सकते हैं।
- ✓ टूटे हुए लिंक को ठीक करने से संबंधित वेबसाइट का उपयोगकर्ता अनुभव बेहतर होता है, जो उनकी साइट की गुणवत्ता को बढ़ाता है।

ध्यान दें–

- ✓ धैर्य रखें– ब्रोकन लिंक बिल्डिंग एक समय–साध्य प्रक्रिया है और तुरंत परिणाम नहीं मिल सकते। निरंतर प्रयास और नियमित फॉलो–अप आवश्यक है।
- ✓ गुणवत्ता पर ध्यान दें, सिर्फ बैकलिंक्स प्राप्त करने के लिए निम्न–गुणवत्ता वाला कंटेंट न बनाएं। आपका कंटेंट उपयोगकर्ताओं के लिए मूल्यवान और प्रासंगिक होना चाहिए।
- ✓ विनम्रता से संपर्क करें, वेबसाइट मालिकों से संपर्क करते समय पेशेवर और विनम्र भाषा का उपयोग करें। उन्हें यह महसूस कराएं कि आप उनकी मदद करना चाहते हैं, न कि केवल अपना लाभ देख रहे हैं।

ब्रोकन लिंक बिल्डिंग एक प्रभावी SEO रणनीति है, जो सही ढंग से लागू करने पर वेबसाइट की सर्च इंजन रैंकिंग और ऑनलाइन उपस्थिति को मल्टीप्लाई कर सकती है।

लोकल SEO

"अपनी गली का हीरो" ये तो अपनी गली में नंबर वन बनने का तरीका है! लोकल SEO में गूगल माय बिजनेस (GMB) बनाकर, लोकल कीवर्ड्स डालकर और लोगों से रिव्यू लेकर अपने बिजनेस को चमकाना होता है।

GMB पर नाम, पता, नंबर ऐसे डालो जैसे शादी का लिफाफा तैयार करते हो। लोकल कीवर्ड्स जैसे "जयपुर में बेस्ट कचौरी" "महात्मा गाँधी रोड" "राज मन्दिर सिनेमा के सामने" यूज करो और लोगों से बोलो, "अरे भाई, एक रिव्यू तो बनता है!"– ये सीधा दिल जीतने का फंडा है!

एनालिटिक्स ट्रैक करें– Google Analytics और Search Console से ट्रैफिक, बाउंस रेट और कीवर्ड परफॉर्मेंस देखें। जो काम नहीं कर रहा, उसे बदलें। अब AI सर्च और वॉइस सर्च का चलन बढ़ रहा है। अपने कंटेंट को सवाल–जवाब फॉर्मेट में ढालें (जैसे SEO कैसे करें?") और नैचुरल लैंग्वेज पर फोकस करें।

इन स्टेप्स को लगातार फॉलो करें, धैर्य रखें (रिजल्ट्स में 3–6 महीने लग सकते हैं), और अपनी वेबसाइट को अपडेट करते रहें। नंबर 1 तक का सफर मुश्किल हो सकता है, लेकिन सही दिशा में मेहनत से यह मुमकिन है!

Yoast

SEO का एक ऐसा देसी जादूगर है, जो को ऑन–पेज SEO के मामले में चकाचक कर देता है। Yoast वो चटपटा टूल है, जो वर्डप्रेस (WordPress) पर काम करता है और तुम्हारे ढाबे के कंटेंट को Google की नजर में टॉप का बनाता है। ये मुफ्त में मिलता है, और अगर जलवा चाहिए तो प्रीमियम वर्जन भी है।

फ्री वर्जन बेसिक मसाला देता है, कीवर्ड, रीडेबिलिटी, मेटा। जैसे ढाबे में फ्री चटनी। प्रीमियम वर्जन ज्यादा जलवा, मल्टीपल कीवर्ड्स, रीडायरेक्ट, 24/7 सपोर्ट। जैसे ढाबे में स्पेशल थाली।

Yoast क्या करता है?

Yoast– SEO का पर्सनल शेफ है, जो बताता है कि थाली में मसाला कम है या ज्यादा, और कैसे सजाना है।

कीवर्ड्स का तड़का– Yoast चेक करता है कि ये कीवर्ड टाइटल, मेटा, हेडिंग, और कंटेंट में सही से डला है या नहीं। वो बोलता है, "भाई, कीवर्ड को पहले लाइन में भी डाल दे, स्वाद बढ़ेगा! "

कंटेंट का स्वाद– ये देखता है कि तुम्हारा कंटेंट पढ़ने में आसान है या नहीं। सेंटेंस छोटे रखने को कहता है।

मेटा का मजा– Yoast तुम्हें टाइटल (60 अक्षर) और मेटा डिस्क्रिप्शन (160 अक्षर) सेट करने में मदद करता है।

कैसे यूज करें?

- ✓ वर्डप्रेस में जाओ, Plugins में "Yoast SEO" सर्च करो, और इंस्टॉल करो।
- ✓ कीवर्ड डालो– हर पोस्ट में "Focus Keyphrase" में अपना मसाला डालो "मसाला ढाबा दिल्ली"।
- ✓ सुझाव मानो– Yoast नीचे बताएगा, "टाइटल में कीवर्ड डालो, कंटेंट 300 शब्दों से ज्यादा करो।"

फायदा–

- ✓ बिना सिरदर्द के ऑन–पेज SEO चटपट सेट हो जाता है,जैसे ढाबे का वेटर ऑर्डर फटाफट ले आए।
- ✓ Yoast वो ढाबे का मैनेजर है– जो चिल्लाकर बताता है, "भाई, ये करो, वो करो, ढाबा टॉप पर जाएगा! "

Yoast को ट्रैफिक लाइट सिस्टम की तरह समझें, जैसे– Yoast में हरी, पीली, लाल बत्ती होती है। हरी मतलब "वाह भाई, थाली तैयार है! " पीली मतलब "थोड़ा मसाला और डालो।" लाल मतलब "अरे, ये तो कच्चा है, ठीक करो!"

सब हरा करने की कोशिश करो–जैसे ढाबे में सारी थाली चकाचक हो।

Yoast ऑटोमैटिक XML साइटमैप बनाता है– Google को बोलता है, "ये रहा ढाबे का पूरा मेन्यू!"

इंटरनल लिंकिंग के लिए सुझाव देता है– "अपने चाय वाले पेज को यहाँ लिंक कर दो।" जब सारी लाइट हरी हो जाए, तो समझो ढाबा Google के लिए तैयार है!

टूल्स– यानी मसाले के डिब्बे

- ✓ Google Keyword Planner: फ्री में कीवर्ड ढूंढो–"जयपुर में बेस्ट कचौरी" ।

- ✓ Analytics: देखो कितने लोग ढाबे में आए, कितने रुके।
- ✓ Search Console: चेक करो Google को ढाबा कैसे दिख रहा है।
- ✓ Yoast: वर्डप्रेस में ढाबे का मसाला सेट करो।

फ्यूचर जनरेषन ऑप्टीमाइजेषन

1. आन्सर इंजन ऑप्टीमाइजेषन ((Answer Engine Optimization– AEO)
2. एआई ऑप्टीमाइजेषन (AI Optimization– AIO)
3. चैट इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Chat Engine Optimization– CEO)
4. जनरेटिव इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Generative Engine Optimization– GEO)
5. लैंग्वेज मॉडल ऑप्टीमाइजेषन (Language Model Optimization– LMO)

1. आन्सर इंजन ऑप्टीमाइजेषन ((Answer Engine Optimization– AEO)

क्या है?

AEO का मतलब है अपनी कंटेंट को इस तरह तैयार करना कि वो AI चौटबॉट्स (जैसे ChatGPT, Grok Gemini) या वॉइस असिस्टेंट्स (जैसे Alexa, Siri) के जवाबों में सीधे दिखे। यानी, यूजर को लिंक पर क्लिक करने की

फायदा?

- ✓ इंस्टा,व्हाट्सअप जैसी जगहों पर ब्रांड की विजिबिलिटी बढ़ेगी।
- ✓ यूजर्स को तुरंत जवाब मिलेगा, जिससे तेरी ब्रांड की पहचान बढ़ेगी।
- ✓ छोटे बिजनेस (जैसे मिठाई शॉप) के लिए ये गेम–चेंजर है, क्योंकि लोग फटाफट जानकारी चाहते हैं।

कैसे करें?

- ✓ सवालों के जवाब देने वाला कंटेंट बनाओ (जैसे "राखी के लिए बेस्ट गिफ्ट्स क्या हैं?")।
- ✓ साफ और छोटे जवाब दो, हेडिंग्स, बुलेट पॉइंट्स यूज करो।
- ✓ स्ट्रक्चर्ड यूज करो (schema markup) ताकि AI आसानी से समझ सके।

अन्तर

SEO	AEO
वेबसाइट को रैंक कराने पर फोकस	सीधे उत्तर देने वाले कंटेंट पर फोकस
कीवर्ड पर बेस्ड	प्रश्नोत्तरी (Q & A) शैली बेस्ड
क्लिक पाने के लिए डिजाइन	तुरंत उत्तर देने के लिए डिजाइन

2. एआई ऑप्टीमाइजेषन (AI Optimization– AIO)

क्या है?

AIO एक बड़ा टर्म है, जो AI सिस्टम्स (जैसे ChatGPT, Google AI Overviews) के लिए कंटेंट को ऑप्टिमाइज करने की प्रक्रिया को कवर करता है। इसमें AEO, GEO और LMO जैसी चीजें शामिल हो सकती हैं। इसका फोकस है कि AI कंटेंट को समझे और उसे यूजर्स तक पहुंचाए।

मिसाल– तुमने अपनी साड़ी शॉप की वेबसाइट पर एक ब्लॉग लिखा– "होली के लिए बेस्ट साड़ी कलर्स"।AIO सुनिश्चित करता है कि जब कोई AI से पूछे, "होली में क्या पहनें?", तो वो तुम्हारा ब्लॉग रिकमेंड करे।

फायदा?

- ✓ AI–संचालित प्लैटफॉर्म्स (जैसे Google AI Overviews) में तेरी विजिबिलिटी बढ़ेगी।
- ✓ छोटे बिजनेस को बड़े ब्रांड्स के साथ कॉम्पिटिशन करने का मौका मिलेगा।
- ✓ फेस्टिवल कैंपेन्स को AI के जरिए ज्यादा लोगों तक पहुंचा सकते हो।

कैसे करें?

- ✓ साफ और नेचुरल लैंग्वेज में लिखो, जैसे तू दोस्त से बात कर रहा हो।
- ✓ एक्सपर्ट कोट्स, स्टैटिस्टिक्स, और रिसर्च डालो ताकि AI तुम्हें भरोसेमंद माने।
- ✓ रेगुलर अपडेट्स करो, क्योंकि AI को लेटेस्ट डेटा पसंद है।

फील्ड	यूज
सेल्फ ड्राईविंग व्हैकिल	रास्ते, ट्रैफिक, दूरी का सबसे सही निर्णय लेना
हेल्थ केयर	इलाज के विकल्पों का चयन, दवा की डोज तय करना
ई–कॉमर्स	प्रोडक्ट सिफारिशें, डिलीवरी रूट्स को ऑप्टिमाइज करना
फाइनेन्स	पोर्टफोलियो मैनेजमेंट, धोखाधड़ी पहचानना
मषीन लर्निंग मॉडल	मॉडल की Accuracy और Speed बढ़ाना
मैन्यूफैक्चरिंग– सप्लाई चैन	समय, लागत और स्टॉक का सही संतुलन

3. चैट इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Chat Engine Optimization– CEO)

क्या है?

CEO का फोकस है चैट–बेस्ड AI टूल्स, जैसे ChatGPT, Microsoft Copilot) के लिए कंटेंट को ऑप्टिमाइज करना। ये टूल्स यूजर्स के सवालों के जवाब चैट की तरह देते हैं, और CEO सुनिश्चित करता है कि कंटेंट का जिक्र इन जवाबों में हो।

थ्मसाल– अगर कोई ChatGPT से पूछे, "छोटे बिजनेस के लिए बेस्ट मार्केटिंग टूल्स कौन से हैं?", तो CEO ये सुनिश्चित करता है कि तुम्हारा ब्लॉग (जैसे "Canva से मार्केटिंग कैसे करें") जवाब में आए।

फायदा?

- ✓ चौट–बेस्ड AI यूजर्स (जो ट्रेंड में हैं) तक पहुंच बढ़ेगी।
- ✓ कंटेंट को AI सीधे कोट करेगा, जिससे ब्रांड की अथॉरिटी बढ़ेगी।
- ✓ फ्रीलांसर्स को क्लाइंट्स ढूंढने में मदद मिलेगी (जैसे डिजिटल मार्केटिंग सर्विसेज ऑफर करने वाले को रिकमेंडेशन मिलेगा)।

कैसे करें?

- ✓ चैट स्टाइल में लिखो, सवाल पूछो और जवाब दो (जैसे "इंस्टा रील्स कैसे बनाएं?")।
- ✓ भरोसेमंद सोर्सेज (जैसे स्टडीज, एक्सपर्ट कोट्स) डालो।
- ✓ अपनी वेबसाइट को SEO–फ्रेंडली बनाओ, क्योंकि कई चैट टूल्स वेब सर्च पर डिपेंड करते हैं।

लाभ

कनवर्जन बढ़े– बॉट से बातचीत करके यूजर कमबपेपवद लेने के करीब आता है।

सपोर्ट टाइम घटे– बॉट 24x7 यूजर को उत्तर देता है।

लागत घटे– लाइव एजेंट पर बोझ कम होता है।

UX बेहतर हो– यूजर को फ्रेक्षनलेस एक्सपीरीयंस मिलता है।

चैट इंजन ऑप्टीमाइजेषन = स्मार्ट चैट बॉट + बैटर UX + हायर सेल

UX = User Experience (यूजर एक्सपीरियंस) यह बताता है कि कोई व्यक्ति किसी वेबसाइट, ऐप, सॉफ्टवेयर या चैटबॉट को यूज करते हुए कैसा अनुभव करता है। यानी उसे इस्तेमाल करना कितना आसान, सहज, उपयोगी और संतोषजनक लगा।

4. जनरेटिव इंजन ऑप्टीमाइजेषन (Generative Engine Optimization– GEO)

क्या है?

GEO का मतलब है अपनी कंटेंट को AI– जेनरेटिव इंजन्स जैसे ChatGPT, Perplexity, Gemini) के लिए ऑप्टिमाइज करना। ये इंजन्स कई सोर्सेज से जानकारी लेकर एक नया जवाब बनाते हैं, और GEO सुनिश्चित करता है कि तुम्हारा कंटेंट इन जवाबों में शामिल हो।

उदाहरण के तौर पर अगर कोई Perplexity से पूछे, "2025 में बेस्ट फेस्टिवल मार्केटिंग आइडियाज क्या हैं?", तो GEO ये कन्फर्म करता है कि तुम्हारा ब्लॉग (जैसे "दीवाली कैंपेन टिप्स") जवाब का हिस्सा बने।

फायदा?

- ✓ AI जवाबों में तुम्हारे कंटेंट का जिक्र होगा, जिससे ट्रैफिक और ब्रांड अवेयरनेस बढ़ेगी।
- ✓ फेस्टिवल मार्केटिंग के लिए ये बेस्ट है, क्योंकि AI से आइडियाज मांगने वालों की भीड़ बढ़ती जा रही है।
- ✓ छोटे बिजनेस को बड़ी एजेंसीज से कॉम्पिटिशन करने का मौका मिलता है।

कैसे करें?

- ✓ अथॉरिटेटिव कंटेंट बनाओ, एक्सपर्ट कोट्स, स्टैट्स, और रिसर्च डालो।
- ✓ नेचुरल लैंग्वेज यूज करो, जैसे "दीवाली में मिठाई शॉप कैसे डेकोरेट करें?"।
- ✓ सोशल प्लैटफॉर्म्स जैसे रैडइट, क्वैरा पर अपने कंटेंट को शेयर करो, क्योंकि AI वहां से भी डेटा उठाता है।

GEO स्ट्रेटेजी

- ✓ Query-First Content– ऐसा कंटेंट बनाएं जो सीधे यूजर के सवाल का जवाब हो।
- ✓ ऑथरेटिव सोर्स– विश्वसनीय और गहराई से लिखा गया कंटेंट।
- ✓ स्ट्रक्चर्ड हेडिंग्स– FAQs, Bullet Points, Summaries।
- ✓ Semantic SEO + Entities– NLP बेस्ड कीवर्डस और टॉपिक्स का प्रयोग।
- ✓ तथ्यात्मक और सटीकता– डेटा, तर्क और सोर्स के साथ कंटेंट लिखे।
- ✓ फ्रेष और अपडेटेड– पुराना नहीं, नया और ट्रेंडिंग विषय शामिल करें।
- ✓ मल्टी मॉडल इनपुट– टेक्सट के साथ इमेज, विडियो और टेबल भी जोड़ें।

5. लैंग्वेज मॉडल ऑप्टीमाइजेषन (Language Model Optimization– LMO)

क्या है?

LMO का फोकस है लार्ज लैंग्वेज मॉडल्स (LLMS) जैसे GPT&4, Gemini, Claude के लिए कंटेंट को ऑप्टिमाइज करना। ये मॉडल्स टेक्स्ट को समझते हैं और जवाब बनाते हैं, और LMO अष्योर करता है कि तेरा कंटेंट इन मॉडल्स के जवाबों में दिखे। GEO और LMO एक दूसरक को ओवरलैप करते है, लेकिन LMO ज्यादा टेक्निकल है।

सपोज करो अगर कोई Gemini से पूछे, "छोटे बिजनेस के लिए फ्री टूल्स कौन से हैं?", तो LMO ये कन्फर्म करता है कि तुम्हारा ब्लॉग जवाब में आए।

फायदा?

- ✓ AI मॉडल्स तुम्हारे कंटेंट को भरोसेमंद मानेंगे, जिससे विजिबिलिटी बढ़ेगी।
- ✓ डिजिटल मार्केटिंग करियर में ग्रोथ के लिए मदद मिलेगी (जैसे क्लाइंट्स को इम्प्रेस करना)।
- ✓ फेस्टिवल कैंपेन्स को AI के जरिए टारगेट ऑडियंस तक पहुंचा सकते हो।

कैसे करें?

- ✓ साफ और सटीक कंटेंट लिखो, जटिल भाषा से बचो।
- ✓ ट्रस्ट सिग्नल्स डालो (जैसे बैकलिंक्स, भरोसेमंद सोर्सेज)।
- ✓ रेगुलर अपडेट्स करो, क्योंकि LLMS को फ्रेश डेटा पसंद है।

LMO टैक्नीक

- ✓ Knowledge Distillation नॉलेज डिस्टीलेषन – बड़े मॉडल का ज्ञान एक छोटे मॉडल को सिखाना।
- ✓ Quantization क्वाटीलायजेषन– मॉडल के नंबर्स को सीमित और छोटे में बदलना।
- ✓ Pruning प्रूनिगं– कम उपयोगी कंटेट या कीवर्डस को हटाना।
- ✓ फाइन ट्यूनिग– मॉडल को खास डेटा पर दोबारा ट्रेन करना।

- ✓ Parameter Efficient Tuning पैरामीटर इफीसिएंट ट्यूनिग– पूरे मॉडल को नहीं, सिर्फ कुछ हिस्सों को ट्रेन करना।
- ✓ Model Caching & Layer Freezing मॉडल कैचिंग और लेयर फ्रीज़िग– बार–बार उपयोग होने वाली चीजों को स्टोर करना और लेयर्स को फ्रीज करना।
- ✓ Transformer Optimizations Attention Mechanism ट्रान्सफर ऑप्टीमाइजेषन अटेंषन मैक्नीज्म– को इफीसिएंट बनाना। यही तय करता है कि मॉडल किस इनपुट पर सबसे ज्यादा ध्यान दे। लेकिन ये कम्प्यूटेशनली बहुत महंगा सौदा है, खासकर जब इनपुट स्वीकेंस ज्यादा बड़ा हो।

FAQs

1. SEO क्या है?– SEO यानी सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन, एक तरीका है जिससे वेबसाइट को Google जैसे सर्च इंजनों में ऊंची रैंकिंग मिलती है।
2. SEO क्यों जरूरी है?– SEO से वेबसाइट पर ज्यादा लोग आते हैं, जिससे बिजनेस को फायदा होता है और ऑनलाइन पहचान बढ़ती है।
3. कीवर्ड्स क्या होते हैं?– कीवर्ड्स वो शब्द या वाक्य हैं, जो लोग सर्च करते हैं, जैसे "सस्ता लैपटॉप" या "बेस्ट रेस्टोरेंट।"
4. ऑन–पेज SEO क्या है?– वेबसाइट के अंदर की चीजें ठीक करना, जैसे कीवर्ड्स का इस्तेमाल, अच्छा कंटेंट लिखना, और टाइटल–मेटा सेट करना।
5. ऑफ–पेज SEO क्या है?– जवाबरू वेबसाइट के बाहर का काम, जैसे दूसरी साइट्स से बैकलिंक्स लेना और सोशल मीडिया पर प्रमोशन करना।
6. टेक्निकल SEO क्या है?– वेबसाइट की तकनीकी खामियों को सुधारना, जैसे लोडिंग स्पीड तेज करना, मोबाइल–फ्रेंडली बनाना, और साइटमैप जोड़ना।
7. SEO में कितना टाइम लगता है?– जवाबरू आमतौर पर 3 से 6 महीने लगते हैं, लेकिन ये कंटेंट और कॉम्पिटिशन पर निर्भर करता है।

8. Yoast क्या है?– Yoast एक वर्डप्रेस प्लगइन है जो ऑन–पेज SEO को आसान बनाता है, जैसे कीवर्ड्स चेक करना और मेटा सेट करना।

9. बैकलिंक्स कैसे लें?– दूसरी अच्छी वेबसाइट्स पर गेस्ट पोस्ट लिखें, या उनसे संपर्क करके अपनी साइट का लिंक मांगें।

10. Google कैसे रैंक देता है?– कंटेंट की क्वालिटी, वेबसाइट की स्पीड, यूजर एक्सपीरियंस, और बैकलिंक्स को देखकर रैंकिंग देता है।

11. लोकल SEO क्या है?– अपने इलाके में सर्च रिजल्ट में ऊपर आने के लिए ऑप्टिमाइज करना, जैसे "दिल्ली में बेस्ट ढाबा।"

12. SEO टूल्स कौन से हैं?– Google Keyword Planner, Google Analytics, Search Console, और Yoast जैसे टूल्स SEO में मदद करते हैं।

13. Yoast नाम की उत्पत्ति कैसे हुई?– इसके संस्थापक Joost de Valk के पहले नाम से हुई है। डच भाषा में "Joost" का उच्चारण "Yoast" जैसा होता है। इसलिए, Joost de Valk ने अपनी कंपनी का नाम "Yoast" रखा, जो उनके नाम का अंग्रेजी में उच्चारण है।

14. ऑर्गेनिक और पेड ट्रैफिक में क्या अंतर है?– ऑर्गेनिक ट्रैफिक– सर्च इंजन के प्राकृतिक परिणामों से प्राप्त ट्रैफिक, जिसके लिए भुगतान नहीं किया जाता। पेड ट्रैफिक– विज्ञापनों के माध्यम से प्राप्त ट्रैफिक, जिसके लिए भुगतान किया जाता है।

15. SEO परिणाम दिखने में कितना समय लगता है?– SEO एक दीर्घकालिक प्रक्रिया है। आमतौर पर, परिणाम दिखने में 3 से 6 महीने लग सकते हैं, लेकिन यह प्रतिस्पर्धा, कीवर्ड कठिनाई और रणनीति पर निर्भर करता है।

16. क्या SEO के बिना वेबसाइट रैंक नहीं कर सकती?– बिना SEO के वेबसाइट का सर्च इंजन में उच्च रैंक प्राप्त करना कठिन होता है। SEO साइट को सर्च इंजन के लिए अनुकूल बनाता है, जिससे रैंकिंग में सुधार होता है।

17. क्या मोबाइल फ्रेंडलीनेस SEO के लिए महत्वपूर्ण है?–हाँ, सर्च इंजन मोबाइल–अनुकूल वेबसाइटों को प्राथमिकता देते हैं। मोबाइल फ्रेंडली साइटें उपयोगकर्ता अनुभव को बेहतर बनाती हैं, जिससे रैंकिंग में सुधार होता है।

7. पेड सर्च विज्ञापन - (PPC)

पैसा फेंको तमाषा देखो!

PPC - Pay Per Click "प्रति–क्लिक–भुगतान" एक डिजिटल मार्केटिंग मॉडल है जिसमें विज्ञापनदाता हर बार तब भुगतान करते हैं जब कोई उपयोगकर्ता उनके विज्ञापन पर क्लिक करता है। न कि इम्प्रेशन्स या व्यूज के हिसाब से। मतलब, जब तक कोई बंदा ऐड पर क्लिक नहीं करेगा।

मुख्य रूप से सर्च इंजन मार्केटिंग (SEM) और सोशल मीडिया विज्ञापन में इसका उपयोग किया जाता है, जैसे कि गूगल, फेसबुक और इन्सटाग्राम इत्यादि। PPC विज्ञापन, व्यवसायों को टार्गेटेड ऑडियंस तक तेजी से पहुँचने में मदद करता है।

PPC कैसे काम करता है?

- ✓ आपने किसी भी ऐड प्लेटफॉर्म (गूगल, फेसबुक और इन्सटाग्राम इत्यादि) पर अपने व्यवसाय का एक कैम्पेन बनाया।
- ✓ कीवर्ड्स चुना (जैसे "सस्ते स्पोर्ट्स शूज" या "बेस्ट मोबाइल फोन अंडर ₹10,000")
- ✓ अब, जब कोई इन कीवर्ड्स को सर्च करेगा, तो आपका ऐड दिखेगा।
- ✓ अब बंदा उस ऐड को क्लिक करेगा, तो जेब आपकी कटेगी, यही है PPC!

PPC के मुख्य टाइप्स

- ✓ जब गूगल, बिंग में कुछ सर्च करते हैं, तो ऊपर ऐड दिखता है।
- ✓ गूगल डिस्पले नेटवर्क वेबसाइट्स, यूट्यूब वीडियो या मोबाइल ऐप्स में बैनर ऐड।
- ✓ सोषल मिडिया प्लेटफॉर्म फेसबुक और इन्सटाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म पर टार्गेटेड ऐड।
- ✓ ग्गल शॉपिंग आदि ई–कॉमर्स वालों के लिए बेस्ट, प्रोडक्ट की इमेज के साथ ऐड।

- ✓ यूट्यूब वीडियो, फेसबुक वीडियो फॉर्मेट में प्रमोशन।
- ✓ जो यूजर पहले साइट विजिट कर चुका है, उसे बार–बार ऐड दिखाना बोले तो– "रिमार्केटिंग"।

PPC का फायदा क्या है?

- ✓ तुरंत ट्रैफिक मिलता है– SEO में महीनों लग जाते हैं, PPC से एकदम झटपट रिजल्ट!
- ✓ टार्गेटेड ऑडियंस– सिर्फ उन्हीं लोगों को दिखता है, जो चाहिए।
- ✓ बजट कंट्रोल– जितना पैसा डालोगे, उतना ही खर्च होगा, कोई जबरदस्ती नहीं।
- ✓ रियल–टाइम ट्रैकिंग– कौन–कौन क्लिक कर रहा है, कितने में लीड आ रही है, सब कुछ पता चलता है।
- ✓ कंपीटिशन को पछाड़ने का हथियार– SEO में पीछे हो? कोई बात नहीं, PPC से गूगल के पहले पेज पर ऐड डाल दो!

PPC में सक्सेस कैसे मिलेगी? (Shortcut Tricks)

- ✓ सही कीवर्ड पर रिसर्च करें (Low CPC + High Intent)
- ✓ निगेटिव किवर्ड डालें (फालतू क्लिक रोकने के लिए)
- ✓ एड कॉपी में स्ट्रॉन्ग CTA (जैसे – "50% डिस्काउंट, अभी खरीदें! ")
- ✓ लैडिंग पेज फास्ट और ऑप्टिमाइज हो (वरना क्लिक बर्बाद जाएगा)
- ✓ A/B टेस्टिंग से बेस्ट ऐड निकालें (जितना टेस्ट करेगा, उतना पैसा बचेगा)
- ✓ जिओ एवं डिवाइस टार्गेटिगं (Geo + Device Targeting) सही रखें (हर जगह पैसा मत फूंको)।
    - ❖ एड कॉपी का मतलब विज्ञापन का वह पाठ (टेक्स्ट) या संदेश होता है जो किसी विज्ञापन में इस्तेमाल किया जाता है ताकि लोगों का ध्यान आकर्षित किया जा सके और उन्हें कोई उत्पाद या सेवा खरीदने के लिए प्रेरित किया जा सके। जैसे कि हेडलाइन (Headline) में ध्यान खींचने वाली लाइन, बॉडी टेक्स्ट में उत्पाद या सेवा की विशेषताएँ और लाभ और कॉल टू एक्शन (Call to

Action -CTA) में ग्राहक को क्या करना है (जैसे "अभी खरीदें", "अभी साइन अप करें")

- ❖ A/B टेस्टिंग एक मार्केटिंग और यूजर एक्सपीरियंस ऑप्टिमाइजेशन तकनीक है, जिसमें दो या अधिक वेरिएशंस (संस्करण) को टेस्ट किया जाता है ताकि यह समझा जा सके कि कौन–सा वर्जन बेहतर परफॉर्म कर रहा है।

कैसे काम करता है?

- ✓ किसी वेबपेज, विज्ञापन, ईमेल या ऐप के दो वर्जन (A और B) बनाए जाते हैं।
- ✓ ऑडियंस को रैंडमली इन वर्जन्स पर भेजा जाता है।
- ✓ परफॉर्मेंस– जैसे सी टी आर, कनवर्जन (CTR, Conversions) को ट्रैक कर तुलना की जाती है।
- ✓ जो वर्जन बेहतर परफॉर्म करता है, उसे अपनाया जाता है।
  - ❖ क्लिक थ्रू रेट– CTR (Click-Through Rate) का मतलब है कि विज्ञापन को देखने वालों में से कितने लोगों ने उस पर क्लिक किया। सीधा सा फॉर्मूला है–(क्लिक / इम्प्रेशन) X 100 हाई CTR का मतलब आपका ऐड दिमाग में खलबली मचा रहा है।
  - ❖ कनवर्जन- Conversion का मतलब क्लिक से ग्राहक बनाने की जादूगरी! कनवर्जन तब होता है जब कोई बंदा सिर्फ ऐड पर क्लिक करके नहीं, बल्कि कोई एक्शन भी लेता है (जैसे खरीदारी, साइन–अप, डाउनलोड वगैरह)। फॉर्मूला– (कन्वर्जन / क्लिक) X 100! अगर CTR तगड़ा है लेकिन कनवर्जन कम, तो समझ लो "मसाले में कुछ कमी है", यानी लैंडिंग पेज या प्रोडक्ट ऑफर में सुधार की जरूरत है!

तो कुल मिलाकर, CTR से पता चलता है कितने लोग ऐड देखके ललचाए, और कनवर्जन यह बताता है कितने लोग सच में झोली भरके गए!

उदाहरण–

अगर आप एक PPC विज्ञापन चला रहे हैं, तो आप दो अलग–अलग हेडलाइन्स टेस्ट कर सकते हैं–

- ✓ Version A – "50% छूट! अभी खरीदें"
- ✓ Version B – सीमित समय की पेशकश– "आज ही खरीदें"

जिस हेडलाइन पर ज्यादा क्लिक मिलते हैं, वह बेस्ट ऑप्शन मानी जाएगी।

स्ट्रॉन्ग कॉल टू एक्षन (CTA - Call to Action)– क्रिया की प्रतिक्रिया

CTA का मतलब है ऐसा एक्शन जिसे आप यूजर से करवाना चाहते हैं। एक स्ट्रॉन्ग CTA वह होता है जो यूजर को तुरंत एक्शन लेने के लिए प्रेरित करें।

अच्छे CTA की खासियतें–

- ✓ स्पष्ट और संक्षिप्त ("अभी खरीदें", "फ्री ट्रायल लें")
- ✓ अर्जेन्सी (Urgency) बनाए ("सीमित ऑफर", "जल्दी करें")
- ✓ फायदा दिखाएरू ("50% छूट पाएं", "फ्री ईबुक डाउनलोड करें")
- ✓ बटन या हाइलाइटेड टेक्स्ट में हो (जैसे "Sign Up Now")

उदाहरण–

- ✓ कमजोर CTA: "हमारी सर्विस ट्राई करें"
- ✓ स्ट्रॉन्ग CTA: "7 दिन का फ्री ट्रायल आज ही शुरू करें! "

PPC, A/B टेस्टिंग और CTA साथ मिलकर एक बेहतर डिजिटल मार्केटिंग स्ट्रैटेजी बनाने में मदद करते हैं।

PPC में सबसे बड़ी गलतियां (जिनसे बचना चाहिए!)

- ✓ बिना रिसर्च किये गलत कीवर्ड से पैसा बर्बाद करना!
- ✓ ऐड में दम नहीं– ऐसा ऐड चाहिए जो क्लिक खींचे!
- ✓ स्लो या बेकार लैंडिग पेज– क्लिक हुए लेकिन सेल नहीं? मतलब पेज कमजोर है!
- ✓ रोज का डेटा चैक न करना– PPC सेट करके भूलना मतलब पैसा जलाना!

PPC में पैसा कमाने के हैक्स

अगर सच में PPC से मुनाफा कमाना है, अगर कम खर्चे में ज्यादा रिजल्ट चाहिए तो धांसू ऐड रन करने के लिए दिए गए सुपरहिट स्टेप्स को फॉलो कर सकते हैं!

Step 1– पावर कीवर्डस का यूज क्लिक बढ़ाएगा!

- ✓ "हिडन जेम" कीवर्ड्स पकड़ो– सस्ता. हाई कन्वर्जन
- ✓ कम कॉम्पिटीशन वाले कीवर्ड्स टार्गेट करें, जो सस्ते भी हों और कन्वर्जन भी हाई दें।
- ✓ कीवर्ड्स ट्राई करें (उदाहरण– "Nike Shoes vs Adidas Shoes" टाइप कीवर्ड)।
- ✓ **Location based** कीवर्ड्स– अगर लोकल बिजनेस है तो "Best gym near me" जैसे कीवर्ड्स जोड़ें।
- ✓ **Question Keywords** यूज करें – "Which is the best phone under 15000/-" जैसे सर्च पर क्लिक ज्यादा आते हैं।
- ✓ गूगल कीवर्ड प्लानर, उबरसजेस्ट, सैमर्ष (Google Keyword Planner, Ubersuggest SEMrush) जैसे टूल्स से सस्ते और हाई–कन्वर्जन वाले कीवर्ड्स ढूढ कर निकालें।
  - ❖ गूगल कीवर्ड प्लानर, उबरसजेस्ट तीनों डिजिटल मार्केटिंग के खजाने हैं, जो आपके SEO और PPC गेम को तगड़ा बना सकते हैं! गूगल कीवर्ड प्लानर बोले तो गूगल बाबा का SEO पुजारी! फ्री में बेस्ट कीवर्ड ढूंढने में मदद करता है, जिससे आपका ऐड टॉप पर दिखे। गूगल का अपना टूल है, तो डाटा एकदम भरोसेमंद!
  - ❖ उबरसजेस्ट फ्री में ज्ञान की गंगा है। SEO का ऑलराउंडर– कीवर्ड आइडिया हो या बैकलिंक्स या फिर कंटेंट सुझाव । नील पटेल का ये टूल सीमित फ्री एक्सेस देता है, लेकिन बिगिनर्स के लिए बेस्ट!
  - ❖ सैमर्ष – SEO का बाहुबली है। कीवर्ड रिसर्च से लेकर कॉम्पिटिटर एनालिसिस, बैकलिंक ट्रैकिंग सब कुछ प्रो लेवल में मौजूद। अगर प्रीमियम टूल चाहिए जो आपकी वेबसाइट की सर्जरी कर दे, तो फुल पैसा वसूल।

कुल मिलाकर– कीवर्ड स्टार्ट करने के लिए गूगल कीवर्ड प्लानर, मिनिमम बजट में बेसिक SEO का ऑलराउंडर उबरसजेस्ट और फुल–फ्लेज्ड एनालिसिस और प्रो गेम के लिए सैमर्ष

Step 2 – Single Keyword Ad Groups (SKAGs) – ज्यादा CTR क्लिक थ्रू रेट**, कम CPC** कॉस्ट–पर–क्लिक!

- ✓ हर ऐड ग्रुप में सिर्फ 1 टार्गेट कीवर्ड, ताकि ऐड एकदम सुपर रिलिवेंट लगे।
- ✓ इससे क्लिक थ्रू रेट (CTR) बढ़ेगा और गूगल एड कम CPC में टॉप पर रखेगा।

उदाहरण:

☞ Campaign: "Running Shoes"

☞ Ad Group 1: "Buy Running Shoes Online"

☞ Ad Group 2: "Best Running Shoes for Men"

गलती – एक Ad Group में 10–15 कीवर्ड डालना (ऐड का फोकस बिगड़ जाएगा)। DKI डायनमिक कीवर्ड इनसर्षन (Dynamic Keyword Insertion) का यूज, जिससे ऐड में यूजर का सर्च किया हुआ कीवर्ड आ जाए! इससे ऐड ज्यादा रिलेटेबल लगेगा और CTR (क्लिक थ्रू रेट) बढ़ेगा!

Step 3 – AI और स्मार्ट बिडिगं (Smart Bidding) का सही यूज

- ✓ शुरूआत मैनुअल CPC से फिर टार्गेट रोस (ROAS - Return on Ad Spend) पर स्विच करें।
- ✓ मैक्सिमाइज कनवर्जन और टार्गेट CPA ऑप्शन का सही से टेस्ट करें।
- ✓ डायनमिक सर्च ऐड DSA (Dynamic Search Ads) का इस्तेमाल, ताकि गूगल खुद पावरफुल कीवर्ड्स खोजे।

बेस्ट प्रैक्टिस

- ✓ पहले मैनुअल CPC से कैम्पेन रन करें और डेटा कलेक्ट करें।
- ✓ जब कम से कम 50–100 कन्वर्जन आ जाएं, तो स्मार्ट बिडिगं Smart Bidding में शिफ्ट कर सकते हैं!

Step 4 – क्रास प्लेटफॉर्म री–टार्गेट (फेसबुक + गूगल ऐड को साथ में चलाओ)

- ✓ गूगल ऐड से जो ऑडियंस साइट पर आए, उन्हें फेसबुक ऐड पर री–टार्गेट करो।
- ✓ फेसबुक री–टार्गेट ऐड में उन्हें वही प्रोडक्ट बार–बार दिखाओ।

उदाहरण:

☞ गूगल पर कोई "Best Wireless Headphones" सर्च कर साइट पर आया, लेकिन खरीदा नहीं।

☞ अब उसे फेसबुक, इन्सटाग्राम ऐड पर वही हेडफोन बार–बार दिखाओ और उसकी "FOMO (Fear of Missing Out)" बढ़ाओ और आखिर में वो खरीद ही लेगा!

टिप– फेसबुक, इन्सटाग्राम जैसे सोषल मिडिया प्लेटफॉर्म ऐड में "Limited Time Offer" जैसी लाइन बंदे को जल्दी एक्शन लेने को प्रेरित करती हैं।

Step 5 – यूट्यूब + गूगल सर्च- ऐड का कॉकटेल (सस्ता और धमाकेदार)

- ✓ यूट्यूब ऐड की CPC गूगल सर्च ऐड से काफी सस्ती होती है।
- ✓ अगर बजट कम है, तो यूट्यूब विडियो ऐड चलाकर ट्रैफिक लाओ और फिर गूगल सर्च ऐड से री–टार्गेट करो।

उदाहरण:

- ✓ यूट्यूब पर "Top 10 Best Shoes Under 2000" टाइप का ऐड चलाओ।
- ✓ इस वीडियो से जो लोग इंटरेस्ट दिखाएंगे, उन्हें गूगल ऐड के जरिए "Buy Now" ऐड दिखाओ।
- ✓ कन्वर्जन सस्ता–सुन्दर– टिकाउ पड़ेगा और ब्रांडिंग भी होगी!

टिप– गूगल डिस्पले ऐड में यूट्यूब प्लेसमेंट टार्गेटिगं "YouTube Placement Targeting" ऑन कर के रखें, ताकि सिर्फ पॉपुलर यूट्यूब वीडियो पर ही ऐड दिखे।

Step 6 –कॉम्पिटीटर बिडिगं (Competitor Bidding) गेम पलटने का मास्टरस्ट्रोक!

- ✓ अपने कॉम्पिटीटर्स के ब्रांडेड कीवर्ड्स पर ऐड रन करो, ताकि उनके कस्टमर को पकड़ सके।
- ✓ इससे लोग आपको भी ऑप्शन के रूप में देखेंगे, ब्रांड भी पॉपुलर होगा। यही तो चाहिए!

उदाहरण:

- ✓ Nike अपने ब्रांड नाम पर ऐड रन कर रहा है, लेकिन तुम्हें "Nike Shoes Alternatives" या "Best Shoes like Nike" पर ऐड रन करने से कौन रोक सकता है!

टिप– सीधा कॉम्पिटीटर के ब्रांड नेम को ऐड में मत डालना, वरना ट्रेडमार्क की वजह से लेने के देने पड़ सकते हैं। फिर ये मत कहना कि मैंने बताया नहीं!

Step 7– जिओ एवं डिवाइस टार्गेटिगं (Geo + Device Targeting) सही जगह और सही डिवाइस पर फोकस

- ✓ सिर्फ उन्हीं लोकेशन पर ऐड दिखाओ, जहां कन्वर्जन ज्यादा हो।
- ✓ अगर प्रोडक्ट मोबाइल पर ज्यादा बिकता है, तो सिर्फ मोबाइल यूजर्स को टार्गेट करो।
- ✓ High CPC Cities को एक्सक्लूक करें और Low CPC वाली जगहों पर ऐड रन कर।

उदाहरण:

- ✓ अगर "iPhone 15 Cover" की सेल दिल्ली और मुंबई में ज्यादा है, तो सिर्फ वहीं ऐड दिखाओ।

टिप– डेस्कटॉप एवं मोबाइल की परफॉर्मेंस को रूटीन से चेक करते रहें, अगर मोबाइल कन्वर्जन ज्यादा दे रहा है, तो डेस्कटॉप को हटा दे!

8 PPC कैम्पेन सेटअप करने के लिए सही प्लैटफॉर्म कैसे चुनें?

ये पूरी तरह डिपेंड करता है बिजनेस टाइप, टार्गेट ऑडियंस कौन है, और बजट कितना है। एक–एक करके देखते हैंरू

8.1 गूगल एड (सर्च + डिस्पले + शॉपिंग + यूट्यूब) कब बेस्ट है?

☞ जब लोग एक्टिव सर्च कर रहे हों और तुरंत लीड या सेल चाहिए।

☞ अगर प्रोडक्ट या सर्विस "High Intent" वाली है (जैसे– बीमा, कोर्सेस, इलेक्ट्रॉनिक्स, रियल एस्टेट, स्वास्थ्य सेवा)।

☞ ई–कॉमर्स बिजनेस के लिए गूगल शॉपिगं एड तगड़ी परफॉर्मेंस देता है।

फायदा–

- ✓ इन्टेटं बेस्ड ऑडियंस – सिर्फ उन्हीं लोगों को दिखता है जो खरीदने के मूड में हैं।
- ✓ गूगल सर्च एड में ROI ज्यादा होता है (CPC महंगा हो सकता है, लेकिन कन्वर्जन हाई होता है)।
- ✓ डिस्पले + यूट्यूब एड से ब्राडं अवेयरनेस एवं रिटार्गेटिगं किया जा सकता है।

नुकसान–

- ✓ गूगल सर्च एड के लिए हाई CPC लगता है (स्पेशली कॉम्पिटिटिव इंडस्ट्री में)।
- ✓ एड रैंक का खेल, सिर्फ पैसा लगाना काफी नहीं, क्वालिटी स्कोर भी अच्छा चाहिए।

टिप–

- ✓ कॉम्पिटीटर बिडिग – अपने कॉम्पिटीटर्स के ब्रांडेड कीवर्ड्स पर ऐड रन कर सकते हैं।
- ✓ डायनमिक सर्च एड (DSA)– इसमें गूगल खुद टार्गेट कीवर्ड ढूंढता है और ऑटो एड बनाता है।
- ✓ यूट्यूब एड + गूगल सर्च एड को साथ में चलाकर सस्ता ट्रैफिक खींचने का प्रयास तो किया ही जा सकता है।

8.2 फेसबुक एवं इन्सटाग्राम एड (Meta Ads)

कब बेस्ट है?

☞ जब कम कीमत में मैक्सिमम ग्राहक तक पहुंचना टार्गेट हो (ब्रांड अवेयरनेस + ऑडियसं इंगेजमेंट के लिए)।

☞ अगर फैशन, ई–कॉमर्स, डिजिटल कोर्स, कोचिंग, जिम, या लोकल बिजनेस है तो फेसबुक एड बेस्ट है।

☞ प्रोडक्ट अगर आवेग पूर्ण खरीदारी (Impulse Buying) वाला है, मतलब लोग बिना सोचे समझे खरीद सकते हैं।

फायदा–

- ✓ CPC कम होता है और बहुत सस्ता मिलता है (गूगल एड से सस्ता)।
- ✓ विजुवल एड + कैरोसेल (Carousel Ads) से ज्यादा अट्रैक्शन मिलता है।
- ✓ इन्ट्रेस्ट बेस्ड टारगेंटिंग को टार्गेट कर सकते है (जैसे "Men 18-30 जो स्नीकर्स पसंद करते हैं")।

नुकसान–

- ✓ Intent Low होती है, लोग फेसबुक पर टाइम पास करने आते हैं, जरूरी नहीं कि खरीदें।
- ✓ iOS 14 अपडेट के बाद ट्रैकिगं में दिक्कत आ रही है तो, फेसबुक पिक्सल सेटअप को चैक कर लें।

टिप–

- ✓ एक जैसी रूचि वाले ऑडियंस को पहचान कर उन्हीं लोगों को टार्गेट कर जो पहले से कस्टमर हैं।
- ✓ विडिओ एड + कैरोसेल विज्ञापन यूज करें, इससे CTR (Click-Through Rate) बढ़ेगा।
- ✓ फेसबुक से लाए हुए ट्रैफिक को गूगल पर रिटार्गेट करें।

कैरोसेल विज्ञापन एक सोशल मीडिया में विज्ञापन का प्रारूप है जो विज्ञापन दाताओं को एक ही विज्ञापन में कई इमेज या वीडियो को दिखाने की क्षमता देता है, जिससे उपयोगकर्ता उन्हें स्वाइप या स्क्रॉल कर सकते हैं।

8.3 यूट्यूब (Video Marketing)

कब बेस्ट है?

☞ जब ब्राडं अवेयरनेस + ऑडियसं इंगेजमेंट चाहिए (विडियो कंटेट वाले ब्रांडस के लिए बेस्ट)।

☞ अगर डिजिटल प्रोडक्ट, कोर्सेस, सॉफटवेयर या जैसे रियल स्टेट, कार, महंगे आइटम बेच रहे हैं।

☞ अगर ऑडियंस को जागरूक करना है– ट्यूटोरियल, हाउ टू या एक्सप्लेनर विडियो।

फायदा–

- ✓ CPC काफी कम होता है (Google Search Ads से सस्ता)।
- ✓ ब्राडं ट्रस्ट बढ़ता है, विडियो ऐड से लोग प्रोडक्ट को ज्यादा याद रखते हैं।
- ✓ इन–स्ट्रीम स्किप करने योग्य विज्ञापन – अगर लोग स्किप कर दें तो पैसा नहीं कटेगा!

नुकसान–

- ✓ विडियो प्रोडक्षन का खर्चा, अच्छा विडियो बनाने के लिए एडिटिंग और प्रोडक्षन में खर्चा लगेगा।
- ✓ कन्वर्जन कम हो सकता है, लोग इनफॉरमल कंटेट देखने आते हैं, जरूरी नहीं कि तुरंत खरीदें।

टिप–

- ✓ स्किपेबल ऐड में शुरुआत के 5 सेकंड में Hook डालें ताकि लोग स्किप न करें।
- ✓ YouTube + Google Search Ads को साथ में चलाकर ज्यादा रिजल्ट मिलेंगे।
- ✓ रिटारगेटिंग से उन्हीं लोगों को बार–बार ऐड दिखाओ जो वीडियो देख चुके हैं।

9 बेस्ट चॉइस किसके लिए क्या?

बेस्ट PPC प्लैटफॉर्म	बिजनेस टाइप
Google Shopping + Facebook Ads	E-commerce (Fashion, Electronics)
Facebook + YouTube Ads	Digital Products (Courses, E-books)
Google Search + Facebook Ads	Local Business (Restaurants, Salons)
Google Search + YouTube Ads	SaaS / Software
LinkedIn Ads + Google Ads	B2B (Business-to-Business)
YouTube Ads + Google Display Ads	High-Ticket Items (Real Estate, Automobiles)

10 Hook क्या होता है?

Hook का मतलब शुरुआत की वो लाइन, विजुअल, या सवाल जिससे यूजर रुके, इंटरेस्ट ले और ऐड आगे देखे!

Hook के 3 मेन फॉर्मूले हैं–

1ण बड़ी प्राब्लम दिखाकर पिन पॉइंट हाइलाईट करो।

2ण शॉकिंग या यूनिक स्टेटमैंट बोलें और पैर्टन ब्रेक करें।

3ण स्ट्रांग CTA (Call-to-Action) दे, यूजर को इंगंज करें।

Hook उदाहरण (कैटेगरी के अनुसार):

1. E-commerce (Fashion, Gadgets, Skincare, etc.)

☞ क्या आपके जूते जल्दी गंदे हो जाते हैं? अब इसे साफ करने का सबसे आसान तरीका देखो!

☞ आपके फोन की बैटरी जल्दी खत्म हो जाती है? इस नए पावर बैंक से 5X ज्यादा बैटरी बैकअप मिलेगा!"

2. डिजिटल प्रोडक्ट (Courses, E-books, SaaS, etc.)

☞ क्या आपको लगता है कि ऑनलाइन पैसे कमाना मुश्किल है? तो ये देखो!

☞ अगर आप डिजिटल मार्केटिंग सीखना चाहते हैं, तो ये 60 सेकंड की ट्रिक आपकी लाइफ बदल सकती है!

☞ फ्री–लासिंग से महीने के ₹50,000 कमाने का सबसे आसान तरीका क्या है? ये वीडियो देखो!

3. फिटनेस – हैल्थ (Gym, Weight Loss, etc.)

☞ क्या आपका वजन कम नहीं हो रहा? ये 3 चीजें आज से बंद करो!

☞ 6 हफ्ते में 6 पैक एब्स कैसे बनाएं? ये सीक्रेट सिर्फ 10% लोग जानते हैं!

4. Real Estate / High-Ticket Sales

निचोड़– गेम पलट सकता है!

- ✓ सिर्फ PPC Ads चलाना ही काफी नहीं, बल्कि स्मार्ट तरीकों से पैसा लगाना आना चाहिए।
- ✓ ऊपर बताए गए हैक्स यूज करो और कम बजट में मैक्सिमम रिजल्ट निकालो!
- ✓ SEO + PPC + Social Media का साथ लो, ताकि ऑर्गेनिक, पेड दोनों से पैसा कमा सको।

लब्बो–लुआब

गेम पलट सकता है! अगर–

- ✓ सिर्फ PPC Ads चलाना ही काफी नहीं, बल्कि स्मार्ट तरीकों से पैसा लगाना आना चाहिए।
- ✓ ऊपर बताए गए हैक्स यूज कर सकते हैं और बजट कम में मैक्सिमम रिजल्ट निकल सकता है।

- ✓ SEO + PPC + Social Media को साथ में चलाओ, ताकि ऑर्गेनिक और Paid दोनों से पैसा कमा सके।
- ✓ अगर PPC ऐड वाला शॉर्टकट ढूंढ रहे हो, तो भाई, यह गेम स्मार्ट प्लानिंग और सही ऑप्टिमाइजेशन का है। लेकिन हां, कुछ सीक्रेट तड़के से जल्दी रिजल्ट मिल सकते हैं!

PPC का देसी शॉर्टकट – कम पैसे में ज्यादा क्लिक!

- ✓ लॉन्ग–टेल कीवर्ड्स का जुगाड़– "सस्ते जूते ऑनलाइन खरीदें" टाइप कीवर्ड कम कॉम्पिटीशन वाले होते हैं और सस्ते में ज्यादा क्लिक दिलाते हैं।
- ✓ Negative Keywords का तड़का– ऐसे शब्दों को ब्लॉक करें, जो पैसा बर्बाद कर सकते हैं! जैसे "फ्री", "डाउनलोड", "सस्ता जुगाड"।
- ✓ A/B टेस्टिंग का खेल – एक ही ऐड के अलग–अलग वर्जन बनाकर देख, कौन–सा तगड़ा परफॉर्म कर रहा है!
- ✓ रिवर्स इंजीनियरिंग– ई टूल्स SEMRush, Ubersuggest से देखें, कॉम्पिटीटर्स कौन से कीवर्ड्स पे पैसा फूंक रहे हैं, और फिर उनसे एक स्टेप आगे सोचो।
- ✓ जिओ टार्गेटिगं का तीर– सिर्फ उन्हीं शहरों में ऐड दिखाओ, जहां से तगड़ा कस्टमर आने वाला हो।
- ✓ एड कॉपी में Hook– "आज 50% डिस्काउंट, कल पछताओगे!" टाइप की हुक लाइन, ताकि लोग क्लिक करने को मजबूर हो जाएं!
- ✓ फास्ट लैंडिग पेज– ऐड पर क्लिक करने के बाद पेज धीमा या बोरिंग हुआ तो सब फेल! एकदम स्पीड और क्रिएटिव पेज चाहिए!

अगर ऊपर बताये हुए काम को खुद न करना चाहे और जेब में खूब माल भरा पड़ा है तो फेसबुक /गूगल एक्सपर्ट को हायर करके काम जल्दी और सस्ते में करवा लो!

❖ ऑल द बेस्ट !

8. सोशल मीडिया मार्केटिंग (Social Media Marketing)

सोशल मीडिया– दोस्त का दोस्त भी दोस्त होता है!

सोशल मीडिया अब सिर्फ मनोरंजन और डिस्कशन का जरिया नहीं रहा, बल्कि ये बिजनेस वालों के लिए गोल्डन ऑपरच्यूनिटि बन चुका है।

सोशल मीडिया मार्केटिंग का सीन भारत में कुछ ऐसा है– ये एकदम देसी स्टाइल में अपने प्रोडक्ट, सर्विस या ब्रांड को प्रमोट करने का तरीका है। फेसबुक, इन्सटाग्राम, यूट्यूब, व्हाट्सएप—जहाँ जनता है, वहाँ मार्केटिंग करो, और वो भी हिंदी में, ताकि बात दिल से दिल तक जाए। ये गेमचेंजर है, क्यूँकि यहाँ लाखों लोग हर दिन ऑनलाइन स्क्रॉल कर रहे हैं, और हिंदी उनकी जुबान है।

चाहे स्टार्टअप हो, बड़ा ब्रांड या कोई इंडिविजुअल बिजनेस, हर कोई सोशल मीडिया की ताकत को समझ रहा है। सही रणनीति अपनाकर कोई भी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल करके अपने ब्रांड को नई ऊंचाइयों तक पहुंचा सकता है!

सीधा फंडा है– हिंदी में कंटेंट बनाओ, जैसे पोस्ट, वीडियो, रील्स, या ऐड, जो लोगों को पसंद आए। मान लो, आपने एक प्रोडक्ट का मस्त वीडियो बनाया और इंस्टा पे डाला, नीचे लिखा, "भाई, ये देखो, एकदम झक्कास! "बस, जनता हो गई कनेक्ट।

देखिये, सोशल मीडिया मार्केटिंग और पारंपरिक मार्केटिंग (जैसे TV और प्रिंट) में जमीन–आसमान का फर्क है!

पारंपरिक मार्केटिंग– बस एक तरफा मैसेज भेजो और उम्मीद करो कि लोग नोटिस करें।

सोशल मीडिया मार्केटिंग– सीधा ग्राहक से बातचीत, इंस्टेंट एंगेजमेंट! (लाईक, शेयर, कमेंट)

सोशल मीडिया की सबसे बड़ी ताकत यही है कि ये इंटरएक्टिव है! ग्राहक फौरन रिएक्ट कर सकते हैं, जिससे ब्रांड को सीधा फायदा होता है।

सोचो, एक बढ़िया पोस्ट डाली और लोगों ने उसे धड़ाधड़ लाइक, शेयर और कमेंट करना शुरू कर दिया, मतलब आपका ब्रांड तेजी से वायरल हो सकता है!

तो भाई, अगर अभी तक सोशल मीडिया मार्केटिंग को सिर्फ टाइमपास समझ रहे थे, तो अब वक्त है इसे सीरियस लेने का! सही स्ट्रैटेजी अपनाओ और अपने बिजनेस की उड़ान को नई रफ्तार दो!

सोशल मीडिया मार्केटिंग क्यों जरूरी है?

- ✓ ब्रांड अवेयरनेस बढ़ाने के लिए, लाखों लोगों तक अपने बिजनेस को पहुँचाने का सबसे आसान तरीका।
- ✓ डायरेक्ट कस्टमर एंगेजमेंट, ग्राहकों से सीधा कनेक्ट होने का मौका।
- ✓ कम लागत में ज्यादा फायदा, टीवी, रेडियो या प्रिंट एड्स से सस्ता और ज्यादा प्रभावी।
- ✓ ट्रैफिक और सेल्स बढ़ाने के लिए, वेबसाइट या ऑनलाइन स्टोर पर अधिक विजिटर्स लाना।
- ✓ कॉम्पिटिटर्स से आगे निकलने के लिए, स्मार्ट रणनीति से अपनी मार्केट पकड़ मजबूत करना।

गेम कैसे खेलें? 2 मेन तरीके हैं–

फ्री वाला (Organic)– अपनी पेज पे मस्त–मस्त पोस्ट डालो, कोई देसी जोक, टिप्स, या अपडेट। बिन पैसे का खेल, हींग लगे न फिटकरी, रंग चोखा। पोस्ट, रील्स, स्टोरीज, हैषटैग, मीम्स और इंगेजमेंट से फ्री में ग्रोथ। ध्यान रखना है कि सही ऑडियंस को अट्रेक्ट करना है और बस फ्री ट्रैफिक में तगड़ा गेम खेलो! "फॉलोअर्स बढ़ेंगे धीरे–धीरे।

पैसे वाला (Paid फेसबुक या यूट्यूब में ऐड चलाओ। जल्दी पैसा कमाने का शॉर्टकट! फेसबुक, इन्सटाग्राम, यूट्यूब, ट्विटर (X)। सही से टार्गेट किया तो लीड और सेल दोनों में चांदी ही चांदी। टारगेट ऑडियंस सेट करना भी जरूरी हैं – चुन लो कि कौन देखेगा, जियो लोकेषन। थोड़ा पैसा लगाओ 500 रुपये से भी शुरू हो सकता है।

थोड़ी टेंशन भी है

- ✓ फ्री में कुछ नहीं मिलता, यहां सब कुछ कमाना पड़ता है।
- ✓ ऑर्गेनिक में टाइम लगता है, जल्दबाजी मत करना।
- ✓ गलती हुई तो ट्रोल्स बोलेंगे, "ये क्या बकवास है?"
- ✓ ट्रेंड्स पे नजर रखनी पड़ती है– जैसे कोई हिंदी सॉन्ग वायरल हो तो उसपे रील बनाओ।

कौन से प्लेटफॉर्म्स हिट हैं?

1ण **Facebook–** फेसबुक अभी भी बिग डैडी है अभी भी सोशल मीडिया का, ऐड, ग्रुप्स, सब चलता है।

2ण **Instagram**– फोटो–वीडियो का बॉस, हिंदी कैप्शन के साथ रील्स डालो, छा जाओ।

3ण **YouTube–** हिंदी में शॉर्ट्स या वीडियो लाखों व्यूज पक्के।

4ण **WhatsApp–** ग्रुप में ऑफर भेजो, सीधा कस्टमर तक।

5ण **ट्विटर (X)–** ट्विटर, जो अब X बन चुका है, सोशल मीडिया मार्केटिंग का अखाड़ा है! यहाँ ट्रेंड सेट करना, पकड़ना, वायरल होना और ब्राडं प्रमोषन सब कुछ मुमकिन है।

8.1 फेसबुक क्या सीन है?

इंडिया में अभी भी बाप है। लाखों लोग रोज यूज करते हैं। बिजनेस पेज, ग्रुप्स, और मार्केटप्लेस सब कुछ है यहाँ। हिंदी में पोस्ट डालो, जैसे "भाई, ये नया फोन देखो, दाम बस इतना!" ऑडियंस से लाइक–कमेंट शुरू।

मार्केटिंग कैसे?

- ✓ फ्री में पेज बनाओ, रोज कुछ मजेदार डालो, कोई ऑफर, मीम, या पोल (जैसे, "सर्दी में चाय या कॉफी?")।
- ✓ पैसा डालो, एड चलाओ, टारगेट सेट करो, जैसे "मुंबई के 25–35 वाले जो शॉपिंग पसंद करते हैं।"
- ✓ 100 रुपये से भी शुरू कर सकते हो।

हिट क्यों?

- ✓ सस्ता है, और ग्रुप्स में सीधे कस्टमर से बात हो जाती है।
- ✓ सबसे बड़ा डेटाबेस– लगभग ३ बिलियन एक्टिव यूजर – हर उम्र, हर सेक्शन से।
- ✓ ऑल–इन–वन मंच– इसमें फोटो, वीडियो, चौट, ग्रुप, मार्केटप्लेस, इवेंट्स – छोटी सी जगह में सबकुछ है!
- ✓ व्यवसाय के अनुकूल– फेसबुक पेज, विज्ञापन, दुकानें और मेटा टूल्स से बड़ा प्रचार करना बहुत आसान हो गया है।
- ✓ उन्नत लक्ष्यीकरण– फेसबुक विज्ञापनों में जो टार्गेटिंग है (रुचि, व्यवहार, स्थान) वो बेजोड़ है।
- ✓ इंस्टाग्राम और व्हाट्सएप से इंटीग्रेषन– मेटा इकोसिस्टम के कारण फेसबुक का उपयोग और भी पावरफुल हो गया है।

प्रॉब्लम क्या है?

- ✓ ऑर्गेनिक रीच कम हो रही है– पैसा डालो तो ज्यादा लोग देखते हैं।
- ✓ यहाँ हर उम्र के लोग, हर तरह की ऑडियंस, और हर तरह का कंटेंट मिलता है!
- ✓ प्रोफाइल और कवर फोटो दमदार हो!
- ✓ डेली पोस्ट करो कंसीस्टेंसी से ही फेसबुक ॲलगोरिदम में उछाल आता है!

- ✓ इंगेजिंग कंटेंट डालो – रील्स, मीम्स, स्टोरी और पोल्से सब ट्राई करो!
- ✓ लॉयल ऑडियंस बनाओ!
- ✓ ऐसे ग्रुप बनाओ जहाँ सिर्फ वही लोग हों जो तुम्हारे ब्रांड में इन्ट्रेस्टेड हों!
- ✓ इंगेजमेंट बढ़ाओ – Q&A, Live Chats और डिस्कषन से लोगों को जोड़े रखो!
- ✓ एक्सक्लूसिव ऑफर दो– ग्रुप मेंमबर के लिए कुछ स्पेशल रखो ताकि रिटेंषन बना रहे!
- ✓ फेसबुक एड से ऑडियंस तक धुआंधार पहुंच बनाओ।
- ✓ टार्गेटेड एड चलाओ– लोकेषन, उम्र, जेंडर, इंट्रेस्ट के हिसाब से ऑडियंस को चुनो!
- ✓ A/B Testing करो– अलग–अलग एड ट्राई करके बेस्ट वाला चुनो!
- ✓ बजट प्लान करो– छोटे–छोटे कैम्पेन चलाकर सबसे इम्पैक्टफुल स्ट्रेटेजी ढूंढो!
- ✓ फेसबुक मार्केटप्लेस में प्रोडक्ट लिस्ट करो, बेचो और प्रोफिट कमाओ!
- ✓ लोकल ग्राहक को टारगेट करो– नजदीकी लोगों से डायरेक्ट सम्पर्क करके सेल बढ़ाओ!
- ✓ हाई क्वालिटी इमेज डालो– आकर्षक फोटो और कैची डिस्क्रिपषन लिखो!
- ✓ फेसबुक लाइव को सुपर स्टार बनाओ!
- ✓ लइव सैषन करो– प्रोडक्ट लांच, प्रष्नोत्तर या बिहाइंड–द–सीने दिखाओ!
- ✓ इंस्टेंट इंट्रैक्षन करो ऑडियंस से सीधे बातचीत करके इंगेजमेंट बढ़ाओ!
- ✓ ऑफर और गिवअवे रखो – ऑडियंस को लाईव बने रहने का कारण दो!
- ✓ परफोर्मेंस चैक करते रहो और स्ट्रेटेजी सुधारो!
- ✓ फेसबुक इनसाईट का यूज करो– कौन से पोस्टे चल रहे हैं, कौनसे नहीं, सबका डेटा निकालो!
- ✓ बेस्ट पोस्टिंग टाईम निकालो– जब ऑडियंस सबसे ज्यादा एक्टिव हो, तभी पोस्ट करो!
- ✓ एड ऑप्टिमाइज करो– जो अच्छे नहीं चल रहे, उनको खल्लास करो!

गिनाते–गिनाते थक गया यार!

सॉल्यूषन

- ✓ कम रीचरू अगर लाइक नहीं मिल रहे, तो पोस्ट टाइमिंग चेक करो और वीडियो ट्राई करो।?
- ✓ फर्जी लाइकरू भरोसेमंद ग्रुप्स में पोस्ट करो, फेक अकाउंट्स से बचो।
- ✓ निगेटिव कमेंट– शांति से जवाब दो, जैसे "भाई, सुधार लेंगे, कृपया सुझाव दो!"
- ✓ हैशटैग का जादू– #चायलवर, #फेसबुकमस्ती जैसे लोकल हैशटैग यूज करो।
- ✓ लाइव सेशन– सीधे चाय बनाते हुए लाइव आओ, लोग लाइक और कमेंट की बौछार करेंगे!
- ✓ दोस्तों को टैग करो– अपने दोस्तों को पोस्ट में जोड़ो, वे लाइक और शेयर करेंगे।
- ✓ इमोषनल और ट्रेंडिंग कंटेंट बनाओ– लोग जो महसूस करते हैं, उसे ज्यादा शेयर करते हैं।
- ✓ त्योहार, करंट अफेयर, मीम्स से जुड़े पोस्ट वायरल होते हैं।
- ✓ क्रॉस प्रमोशन करो (इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, यूट्यूब)।
- ✓ अपनी फेसबुक पोस्ट को व्हाट्सएप स्टेटस या इंस्टा स्टोरी पर शेयर करें।
- ✓ क्यूआर कोड ऑनलाइन भी प्रमोट करें।
- ✓ कॉल–टू–एक्शन (सीटीए) दें, जैसे– "अगर आपको पसंद आया तो लाइक जरूर करें!" "आपकी क्या राय है? कमेंट करें!"
- ✓ रील्स और ष्भार्ट वीडियो अवश्य रखें– रील्स को फेसबुक ने खूब प्रमोट किया है।
- ✓ ट्रेंडिंग सॉन्ग. रिलेटेबल टॉपिक = सबसे ज्यादा वायरल होने का चांस।

रेगुलर कंटेंट + हाई टार्गेटिंग + ऑडियंस इंगेजमेंट = फेसबुक पर घांसू मार्केटिंग

फेसबुक पर लाइक और प्रशंसक कैसे पाएं/बढ़ायें

फेसबुक पर ज्यादा लाइक कैसे पाएं? ये यक्ष प्रष्न तो हर क्रिएटर, बिजनेस वाले, और प्रभावशाली शख्स का दिल का सवाल है।जैसे गाँव में चाय की टपरी पर सबकी तारीफ पाने की ख्वाहिश!

हम सब चाहते हैं कि हमारा फेसबुक बिजनेस पेज ऐसा चमके कि लोग कहें, "वाह, ये तो मस्त है!" लेकिन सोशल मीडिया पर सफलता का स्वाद हर किसी के लिए अलग–अलग है, किसी को नया प्रोडक्ट लॉन्च करना है, किसी को

जागरूकता फैलानी है, तो कोई बिक्री बढ़ाने या लीड इकट्ठा करने के चक्कर में है।

दोस्त, "लाइक" तो ऐसा है जैसे कोई ग्राहक हाथ उठाकर बोले, "हाँ भाई, मुझे तुम्हारी चाय पसंद है, न्यूज फीड में तुम्हारे अपडेट दिखाओ!" ये जानबूझकर चुना गया प्यार है, जो तुम्हारे बिजनेस को हिट बनाता है।

तो चलो, मैं तुम्हें कुछ प्रैक्टिकल और चटपटी रणनीतियाँ सिखाता हूँ, जिससे तुम अपने पेज शुरू होने के दिन से ही लाइक बटोर सको और भविष्य में इसकी मांग को आसमान छूने दो, मसालेदार तड़के के साथ!

मसालेदार तरीके फेसबुक पर लाइक बढ़ाने के

1ण मजेदार कंटेंट डालो – हंसी का तड़का 7 अपनी लोकल भाषा में ह्यूमर डालो जैसे कि उत्तराखंडी या भोजपुरी स्टाइल में ट्राई करो! पोस्ट में मीम्स, फनी वीडियो, या देसी जोक्स डालो। जैसे, "जब बॉस ऑफिस में चाय माँगें और तुम्हारी दुकान बंद हो!" लोग हंसेंगे और लाइक देंगे।

2ण वीडियो का जादू चलाओ – विडियो आँखों का स्वाद है– शुरू में एक पंच लाइन डालो! 15–30 सेकंड का वीडियो बनाओ, चाय बनाते हुए, प्रोडक्ट दिखाते हुए, या एक छोटी कहानी। फेसबुक वीडियो को प्राथमिकता देता है।

3ण इंगेजमेंट का मसाला – दोस्ती बढ़ाओ– पोल डालो– "चाय में चीनी या शहद?" यह मजेदार और आसान है। सवाल पूछो जैसे, "तुम्हारी फेवरेट चाय कौन सी है, दूध वाली या काली?" लोग कमेंट करेंगे, और लाइक अपने–आप आएंगे। जवाब देने वालों को "चाय लवर" कहकर तारीफ करो।

4ण नियमित पोस्टिंग – ताजगी का स्वाद– पुराने पोस्ट को फिर से शेयर करो, लेकिन नया तड़का लगाओ। हफ्ते में 3–4 बार पोस्ट करो, न ज्यादा, न कम। सुबह 10 बजे या शाम 6 बजे का समय बढ़िया है, जब लोग ऑनलाइन होते हैं। हर पोस्ट में "दोस्तों, आपकी राय?" लिखो– लोग जुड़ेंगे!?

5ण ऐड्स का चटपटा प्रयोग – पैसा लगाओ, लाइक कमाओ– छोटा–सा बजट (500–1000 रुपये) लेकर फेसबुक ऐड चलाओ। अपनी ऑडियंस चुनोकृजैसे चाय प्रेमी या लोकल लोग। आकर्षक फोटो और "लाइक करें" बटन डालो। ऐड में लिखो, "लाइक करो, वरना पड़ोस वाला आगे निकल जाएगा!" थोड़ा मजाक और जलन का मसाला!

6ण ग्रुप्स में मस्ती – कम्युनिटी का रंग– लोकल या इंटरेस्ट–बेस्ड ग्रुप्स में जॉइन करो, जैसे "चाय प्रेमी क्लब"। अपनी पोस्ट शेयर करो और ग्रुप नियमों का पालन करो। ग्रुप में पूछो, "भाइयों, चाय में क्या डालें–इलायची या अदरक?" लोग जुड़ जाएंगे!

7ण दोस्तों का नेटवर्क – गपशप का जादू– अपने दोस्तों को पोस्ट में टैग करो और कहो, "दोस्तों, लाइक करो और शेयर करो!" फ्रेंड्स ऑफ फ्रेंड्स तक पहुंच बढ़ेगी। एक ग्रुप चौट बनाओ और कहो, "जो सबसे ज्यादा लाइक लाएगा, उसे चाय का ट्रीट!"मजा दोगुना!

8ण स्टोरीज का तड़का – ताजा हवा– फेसबुक स्टोरीज में रोजाना अपडेट डालो, नई डील, मजेदार पल, या बिहाइंड–द– सीन की कहानी। 24 घंटे का ट्रेंडिंग टाइम यूज करो। स्टोरी में पोल डालो, "आज की चाय कैसी बनी, वोट करो!" लोग लाइक करने लगेंगे!

आपको फेसबुक लाइक क्यों नहीं खरीदना चाहिए?

दोस्त! अगर तुम फेसबुक मार्केटिंग में माहिर बनना चाहते हो और सोच रहे हो कि पेज लाइक की जरूरत पड़ेगी, तो ये सवाल तो दिमाग का तड़का है कि क्यों न इन्हें खरीद लिया जाए? लगता है ना। चलो, गूगल पर जाकर "फेसबुक लाइक खरीदें" टाइप करो, बस एक क्लिक, और ढेर सारी वेबसाइट्स सामने आ जाएंगी, जो पैसे लेकर लाइक के पैकेज थमा देंगी। कुछ लोगों को ये तरीका चाय की चुस्की जितना आसान लगता है। विश्वसनीयता का तुरंत तड़का, बिजनेस को स्टार बना दो!

लेकिन रुक जाओ, दोस्त! असली मसला ये है कि ये लाइक आखिर कहाँ से आते हैं? ये लाइक बेचने वाली कंपनियाँ क्लिक फार्म, नकली अकाउंट, या कभी–कभी चोरी किए गए अकाउंट्स का सहारा लेती हैं, जैसे बाजार से बासी समोसे खरीदना! तो भाई, इनमें से कोई भी लाइक करने वाला यूजर तुम्हारी पोस्ट को देखने या जुड़ने वाला नहीं, ये तो बस दिखावा है।

अब सुनो एक और बात, हर थंबनेल वाली पोस्ट न्यूज फीड में नहीं चमकती। फेसबुक का अल्गोरिदम तो ऐसा है जैसे गाँव का चौकीदार, जो तय करता है कि क्या दिखाना है। वो खास तौर पर जुड़ाव दर (engagement rate) को देखता है, न कि तुम्हारे फैंस की टोटल गिनती को। तो अगर तुमने नकली या असली नहीं जुड़ने वाले फैंस खरीदे, तो धीरे–धीरे तुम्हारी पोस्ट पर लाइक और कमेंट की कमी पड़ जाएगी। इससे क्या होगा? ऑडियंस तुम्हारी विश्वसनीयता पर सवाल उठाएंगे जैसे, "अरे, ये तो खोखला ढोल है!"

तो मेरी सलाह है, भरोसे का मसाला इस्तेमाल करो। असली मेहनत से कंटेंट बनाओ, लोगों से जुड़ो, और धीरे–धीरे लाइक की फसल काटो। खरीदे हुए लाइक से तो बस एक दिन की चाय मिलेगी, लेकिन मेरे बताये तड़के से लंबी उम्र का स्वाद!

8.1 इन्सटाग्राम- आँखियों से गोली मारे!

इंस्टाग्राम मार्केटिंग को ऐसे समझो जैसे ढाबे की चाट, थोड़ा फोटो का नमक, थोड़ा वीडियो का मसाला, रील्स की खट्टी–मिट्ठी चटनी और ढेर सारे हैशटैग का तड़का 2 बिलियन से ज्यादा लोग चटकारे लगायेंगें! ज्यादातर नौजवान, तो अगर तुम्हारा बिजनेस युवाओं को लुभाना चाहता है, तो ये तुम्हारा चाय का प्याला है!

ये चाय की टपरी से लेकर कुर्ता ब्रांड तक सबके लिए हॉटस्पॉट है। ये ऐसा तरीका है जिसमें तुम अपने प्रोडक्ट, सर्विस, या ब्रांड को इंस्टाग्राम की फोटो–वीडियो वाली दुनिया में पेश करते हो जैसे गाँव के मेले में अपनी जलेबी की दुकान का ढोल पीटना, लेकिन ये डिजिटल ढोल है!

हिट क्यों?

इंस्टाग्राम का स्वैग ही इसे सुपरहिट बनाता है।

- ✓ विजुअल धमाका– वड़ा पाव की रील टेक्स्ट से ज्यादा ललचाती है। आँखों को मजा आता है!
- ✓ युवा पब्लिक– 18–34 साल के 31-2% ग्लोबल यूजर्स, खासकर भारत में 73% मेल। नई पीढ़ी का अड्डा है!
- ✓ एल्गोरिदम का जादू– इंस्टा का AI लाइक्स–कमेंट्स देखकर पोस्ट को पुश करता है। #ChaiWala मीम सही टाइम पर डालो, और बूम!
- ✓ ब्रांड की हो जायेगी बल्ले बल्ले– (डिज्नी, कॉमकास्ट ने X से इंस्टा पर शिफ्ट किया) इन्फ्लुएंसर्स और ऐड्स से पैसा वसूल। कुर्ता ब्रांड माइक्रो–इन्फ्लुएंसर से चमकेगा।
- ✓ इंगेजमेंट का तड़का– पोल्स, Q&A और वड़ा पाव चैलेंज से पब्लिक तमाशा देखने आती है।

प्रॉब्लम क्या है?

- ✓ एल्गोरिदम का झोल– रील्स और हाई–इंगेजमेंट पोस्ट्स को प्राथमिकता, तो तुम्हारी चाय स्टॉल फोटो दब सकती है। 2024 में एल्गोरिदम बदलने से कुछ पोस्ट्स गायब!
- ✓ रीच और इंगेजमेंट कम– वड़ा पाव मीम को लाइक्स नहीं मिल रहे, क्योंकि पंच नहीं या पब्लिक सही नहीं।

- ✓ सेल्स नहीं हो रही– कुर्ता रील्स को लाइक्स मिलते हैं, पर खरीदारी नहीं। सेल्स फनल में गड़बड़।
- ✓ बोरिंग कॉन्टेंट– तुम्हारी गोलगप्पा पोस्ट फीकी लग रही, पब्लिक स्क्रॉल कर देती है।
- ✓ कम्पटीषन– उद्योग प्रतिस्पर्धा से भरे हुए हैं। सबसे पहले अपनी पहचान को स्थापित करने पर ध्यान दें, न कि दूसरों के बारे में सोचना।
- ✓ कई सोशल नेटवर्क पर मौजूदगी बनाने से अक्सर ऐसा महसूस होता है कि समय हाथ से फिसल रहा है।

प्राब्लम हैं तो सॉल्यूशन भी हैं–

- ✓ रेगुलर रील्स डालो (हेरा फेरी मीम जैसी) और ट्रेंडिंग ऑडियो यूज करो (जैसे "पिकाबू" सॉन्ग)।
- ✓ टूल्स की मदद से पब्लिक के ऑनलाइन टाइम पर पोस्ट करो। 5–10 नीश हैशटैग्स #ChaiLover जोड़ो।
- ✓ एल्गोरिदम पिक्ची आंटी है। उसे रील्स और मस्ती दो, वो तुम्हारी पोस्ट सबको दिखाएगी!
- ✓ Vista Social जैसे AI टूल्स से इंगेजमेंट चेक करो। रील्स को स्टोरीज और X पर शेयर करो। "चाय या कॉफी?" "वड़ा पाव या पोहा?" "इडली या दोसा?" पोल डालकर कमेंट्स बटोरो। हैशटैग्स और कोलैब से चिल्लाओ!
- ✓ Shopify से इंस्टाग्राम शॉप सेट करो। 3–5 दिन के टारगेटेड ऐड्स चलाओ।
- ✓ रील्स में कॉल–टू–एक्शन डालो, जैसे "लिंक इन बायो, अभी खरीदो!" कुर्ता डिस्काउंट कोड #KoolLooks के साथ पुश करो।
- ✓ देसी ह्यूमर डालो (जैसे पंचायत डायलॉग)। यूजर–जेनरेटेड कॉन्टेंट (कस्टमर्स की चाय फोटोज) शेयर करो। ट्रेंडिंग चैलेंज जैसे #PollGappaChallenेशुरू करो।
- ✓ देसी कॉमेडी सर्कस बनाओ हंसाओ, रुलाओ, पर बोर मत करो!

डोन्ट डू (ये मत करना यार!)

इंस्टाग्राम पर फिसड्डी बनने से बचने के लिए ये गलतियां मत करना गुरू–

- ✓ बोरिंग कॉन्टेंट डालनारू सिर्फ प्रोडक्ट फोटोज मत डालो। चाय स्टॉल की रील में मस्ती (जैसे "एक चाय, दोस्ती फ्री!") जोड़ो।

- ✓ हैशटैग्स इग्नोर करना– बिना #ChaiWala या #KoolLooks के पोस्ट एक्सप्लोर तक नहीं पहुंचेगी। 5–10 ट्रेंडिंग हैशटैग्स यूज करो।
- ✓ एल्गोरिदम से लड़ना– स्टैटिक पोस्ट्स की बाढ़ मत लाओ। रील्स और स्टोरीज पर फोकस करो, वरना पब्लिक नहीं देखेगी।
- ✓ कमेंट्स इग्नोर करना– फॉलोअर्स के सवालों का जवाब दो। वड़ा पाव रील पर "कितने का?" पूछा तो तुरंत DM में जवाब दो।
- ✓ ओवर प्रमोशन– हर पोस्ट में "खरीदो, खरीदो" मत चिल्लाओ। 80% मजा (मीम्स, स्टोरीज), 20% प्रमोशन रखो। पब्लिक को देसी वाइब चाहिए!

इंस्टाग्राम 2025 का सीन क्या है?

इंस्टा बॉलीवुड फिल्म की तरह हिट है।

- ✓ रील्स का दबदबा– 15–90 सेकंड की वीडियोज सुपरस्टार हैं। हेरा फेरी मीम या चायवाला रील बनाओ, और एक्सप्लोर पेज पर पटाखा फोड़ो।
- ✓ AI का जादू– AI टूल्स जैसे Predis-ai ऑटोमैटिक कैप्शंस, मीम्स, और देसी वीडियोज बनाते हैं। कुर्ता ब्रांड AI से वायरल हो सकता है।
- ✓ शॉपिंग का धमाल– इंस्टाग्राम शॉप्स से झुमके या गोलगप्पा किट सीधे बिकते हैं। डिजिटल दुकान का स्वैग है!
- ✓ मीम्स और मस्ती– देसी ह्यूमर, जैसे SEO किया तो डरना क्या? ब्रांड्स को कूल बनाता है। चैलेंज मीम इंस्टा की जान है।
- ✓ स्टोरीज का तमाशा– पोल्स, क्विज, और कटआउट स्टिकर्स यूजर्स को चौपाल की तरह जोड़ते हैं। "चाय या कॉफी?" पोल डालो, पब्लिक टूट पड़ेगी।
- ✓ कम्युनिटी वाइब– ब्रॉडकास्ट चौनल्स और कोलैब पोस्ट्स से फैनबेस बनता है। मोहल्ले का ग्रुप अब इंस्टा पर हंगामा करता है।

टूलकिट फीचर्स (2025 में नया–नया माल)

- ✓ पोस्ट्स– फोटोज और कैरोसेल (10 फोटोज तक)। कुर्ता कलेक्शन दिखाने के लिए बेस्ट।
- ✓ रील्स– शॉर्ट वीडियोज, ट्रेंडिंग ऑडियो के साथ। वड़ा पाव रील में पंचायत डायलॉग डालो, वायरल पक्का।
- ✓ स्टोरीज– 24 घंटे की मस्ती। पोल्स, क्विज, या "लिंक इन बायो" से सेल्स बूस्ट करो।

- ✓ शॉप्स– डिजिटल दुकान सेट करो। गोलगप्पा किट बेचो, Shopify से लिंक करो।
- ✓ लइव– चाय स्टॉल की लाइव रेसिपी या Q&A सेशन। पब्लिक से सीधी बात।
- ✓ ब्रॉडकास्ट चौनल्स– फैन क्लब की तरह अपडेट्स भेजो। कुर्ता डिस्काउंट का ऐलान करो।
- ✓ एड्स– टारगेटेड ऐड्स से पब्लिक तक पहुंचो। 3–5 दिन की कैंपेन से वड़ा पाव स्टॉल हिट।
- ✓ इनसाइट्स– गूगल एनालिटिक्स जैसा, लेकिन इंस्टा का। रीच, इंगेजमेंट, और क्लिक्स चेक करो।

इंस्टाग्राम पर कैसे छाना है?

ये तुम्हारे पर निंभर है, कुछ स्टेप्स बता रहा हूँ, फिर ये मत कहना कि बताया नहीं! तुम्हें डिजिटल मार्केटिंग का जुनून है, तो इंस्टा तुम्हारे लिए खजाना है। 11 स्टेप्स में मास्टर तो नही बनोगे पर आइडिया मिल जायेगा–

1ण गोल सेट करो– SMART गोल्स Specific, Measurable, Achievable, Relevant, & Time bound)। जैसे– "1 महीने में 1000 #ChaiWalaफॉलोअर्स"।

2ण पब्लिक चुनो– बायर पर्सोना बनाओ। वड़ा पाव खाने वाले 18–25 साल के कॉलेज स्टूडेंट्स टारगेट करो।

3ण प्रोफाइल चमकाओ– बायो में पंच, जैसे "चाय बिना चैन कहां रे!", प्रोफाइल पिक देसी, और लिंक ट्री यूज करो।

4ण कॉन्टेंट मसाला– रील्स 80%, स्टोरीज 15%, पोस्ट्स 5%। हेरा फेरी मीम्स, गोलगप्पा चौलेंज, या कुर्ता ट्यूटोरियल बनाओ।

5ण हैशटैग्स का खेल– 5–10 ट्रेंडिंग हैशटैग्स यूज करो।

6ण पोस्टिंग टाइम– Later या Vista Social से चेक करो कब पब्लिक ऑनलाइन है (भारत में 7–9 PM बेस्ट)।

7ण इंगेजमेंट बढ़ाआ– कमेंट्स का जवाब दो, पोल्स डालो "चाय या वड़ा पाव?", और कोलैब्स करो।

8ण ऐड्स चलाओ– 500–1000 रुपये/दिन से शुरू करो। कुर्ता डिस्काउंट को टारगेटेड पब्लिक तक पहुंचाओ।

9ण शॉप सेट करो– Shopify से गोलगप्पा किट बेचो। लिंक इन बायो से सीधे सेल्स।

10ए इनसाइट्स चेक करो– रीच, इंगेजमेंट, और CTR देखो। वड़ा पाव रील हिट है या फ्लॉप, एनालिसिस करो।

11ए इन्फ्लुएंसर लाओरू माइक्रो–इन्फ्लुएंसर (10K फॉलोअर्स) से कुर्ता प्रमोट करवाओ। ट्रस्ट से सेल्स बूम!

कोलैब यानी कोलैबोरेशन

जब दो या ज्यादा लोग, ब्रांड्स, या इन्फ्लुएंसर्स मिलकर इंस्टाग्राम पर कुछ मस्ती करते हैं, जैसे रील्स, पोस्ट्स, या स्टोरीज बनाना। ये दोस्तों की चौपाल जैसा है, जहाँ सब मिलकर हंगामा मचाते हैं, और पब्लिक को मजा आता है। कोलैब का मकसद? ज्यादा रीच, इंगेजमेंट, और ब्रांड की वाहवाही!

जैसे, वड़ा पाव स्टॉल #VadaPavVibes एक लोकल चायवाले इन्फ्लुएंसर के साथ रील बनाए, जिसमें वो हेरा फेरी स्टाइल में कहे, "चाय के साथ वड़ा पाव, क्लिक–थ्रू–रेट (CTR) का बम फूटेगा!"। दोनों की पब्लिक इसे देखेगी, और वायरल होने के चांस दनादन!

कोलैब क्यों हिट है?

इंस्टाग्राम का जबरदस्त है, और कोलैब इसका मसाला है। क्यों? देखरू

- ✓ ज्यादा रीच– कोलैब पार्टनर की पब्लिक ब्रांड को देखती है। चाय स्टॉल और कुर्ता ब्रांड का कोलैब? दोनों के फॉलोअर्स खींचे चले आएँगे!
- ✓ ट्रस्ट का तड़का– इन्फ्लुएंसर की पब्लिक उस पर भरोसा करती है। अगर वो वड़ा पाव की तारीफ करे, सेल्स बूम!
- ✓ मस्ती का धमाल– देसी ह्यूमर वाली रील्स (जैसे पंचायत डायलॉग) पब्लिक को हंसाती हैं। कोलैब से कॉन्टेंट और पंचीला हो जाता है।
- ✓ एल्गोरिदम का जादू– इंस्टा कोलैब पोस्ट्स/रील्स को पुश करता है, क्योंकि दो अकाउंट्स की पावर मिलती है। एक्सप्लोर पेज पर पटाखा फटेगा!
- ✓ कम खर्च, ज्यादा मुनाफा– पेड ऐड्स से सस्ता, कोलैब से ऑर्गेनिक रीच मिलती है।

कोलैब के फ्लेवर्स

ये हॉट केक है।

1ए कोलैब पोस्ट्स, दो अकाउंट्स मिलकर एक पोस्ट या रील शेयर करते हैं, जो दोनों की प्रोफाइल पर दिखती है। उदाहरण– वड़ा पाव स्टॉल

और एक म्यूजिक इन्फ्लुएंसर रील बनाएँ, जिसमें वो ट्रेंडिंग गाना गाए और वड़ा पाव खाए। #VadaPavVibes ट्रेंड करेगा!

2ण कोलैब स्टोरीज– स्टोरीज में टैग, पोल्स, या शाउट आउट। उदाहरणरू कुर्ता ब्रांड एक फैशन ब्लॉगर को टैग करे, वो स्टोरी में कुर्ता पहने और पोल डाले– "कुर्ता या टी–शर्ट?"।

3ण लाइव कोलैबरू दो लोग लाइव सेशन करते हैं। उदाहरण– चाय स्टॉल और एक कॉमेडियन लाइव में चाय की रेसिपी और मजेदार बातें करें। पब्लिक लोटपोट!

4ण चैलेंज कोलैब– ट्रेंडिंग चैलेंज शुरू करना। उदाहरण– गोलगप्पा स्टॉल और फूड ब्लॉगर रुच्वससळंचचंबिंससमदमशुरू करें, जहाँ पब्लिक गोलगप्पा खाने की रील बनाए।

5ण इन्फ्लुएंसर कोलैब– माइक्रो–इन्फ्लुएंसर (10K-50K फॉलोअर्स) के साथ पार्टनरशिप। उदाहरण– कुर्ता ब्रांड एक लोकल फैशन इन्फ्लुएंसर से कोलैब करे, जो कुर्ता स्टाइलिंग रील बनाए। #Koollooks वायरल!

कोलैब कैसे करें?

कोलैब का मास्टर प्लानरू

1ण सही पार्टनर चुनो– कौन? वही, जिसकी पब्लिक तेरे टारगेट से मिलती हो। वड़ा पाव के लिए फूड ब्लॉगर, कुर्ता के लिए फैशन इन्फ्लुएंसर। कैसे? इंस्टा पर सर्च करो #FoodieIndia #DesiFashion, उनके पोस्ट्स चेक करो, और DM भेजो। माइक्रो–इन्फ्लुएंसर 10K-50K बेस्ट। सस्ते और लॉयल फॉलोअर्स।

2ण कोलैब का आइडिया– देसी ह्यूमर यूज करो। हेरा फेरी मीम रील बनाओ, जैसे "बाबू भैया, ये वड़ा पाव खाओ, CTR बढ़ाओ!"। ट्रेंडिंग ऑडियो (जैसे "पिकाबू") और हैशटैग्स #VadaPavVibes डालो। चाय स्टॉल और एक डांसर रील बनाएँ, जहाँ वो चाय पीकर डांस करे।

3ण डील फिक्स करो– फ्री कोलैब (प्रोडक्ट गिफ्ट, जैसे वड़ा पाव फ्री) या पेड (माइक्रो–इन्फ्लुएंसर को 2K-10K रुपये)। क्लियर बात, रील, स्टोरी, या पोस्ट? कितने फॉलोअर्स चाहिए? लिंक इन बायो डालना है? छोटे ब्रांड्स बार्टर (प्रोडक्ट के बदले पोस्ट) से शुरू करें।

4ण कॉन्टेंट बनाओ– पंचीली रील्स बनाओ 15–30 सेकंड, देसी वाइब।स्टोरीज में टैग और पोल्स डालो ("वड़ा पाव या समोसा?")। कैनवां या Predis-ai से मसालेदार वीडियोज बनाओ।

5ण पोस्ट और प्रमोट– दोनों अकाउंट्स एकसाथ पोस्ट करें (7–9 PM, जब पब्लिक ऑनलाइन हो)। स्टोरीज और X पर शेयर करो। पब्लिक को

कमेंट करने को बोलो। हैशटैग्स– #ChaiWala #KoolLooks #ReelsIndia

6ण इंगेजमेंट बढ़ाओ– कमेंट्स का जवाब दो ("वड़ा पाव कितने का?" पूछा तो DM में बताओ)। पब्लिक से यूजर–जेनरेटेड कॉन्टेंट माँगो (जैसे चाय की फोटो)।उदाहरण– गोलगप्पा कोलैब में #PollGappaChallenचलाओ, पब्लिक रील्स बनाएगी।

7ण रिजल्ट्स चेक करो– इंस्टा इनसाइट्स से रीच, लाइक्स, और CTR चेक करो। हिट हुआ तो उसी फॉर्मूले को रीमिक्स करो। फ्लॉप? नया पार्टनर या थीम ट्राई करो।

कोलैब की प्रॉब्लम्स और सॉल्यूशंस

कोलैब में रोड़े भी आते हैं। ये रहे टॉप 3 और जुगाड़–

1ण गलत पार्टनर– इन्फ्लुएंसर की पब्लिक तेरे वड़ा पाव में इंटरेस्टेड नहीं। सॉल्यूशन– उनकी पुरानी पोस्ट्स चेक करो, इंगेजमेंट रेट (2-5% बेस्ट) देखो। DM में पूछो, "आपके फॉलोअर्स को देसी फूड पसंद है?"। चाय के साथ वड़ा पाव जैसा पार्टनर मैच करना जरूरी!

2ण कॉन्टेंट फीका– कोलैब रील बोरिंग, पब्लिक स्क्रॉल कर देती है। सॉल्यूशन– देसी ह्यूमर डालो (पंचायत डायलॉग, मुन्ना भाई वाइब)। ट्रेंडिंग चौलेंज #PollGappaChallenजोड़ो। कॉमेडी सर्कस बनाओ, हंसाओ, रुलाओ, पर बोर मत करो!

3ण रीच कम–कोलैब पोस्ट को व्यूज नहीं। सॉल्यूशन– सही टाइम (7–9 PM) पोस्ट करो, 5–10 हैशटैग्स #बिंपस्वअमते यूज करो। छोटा ऐड (200 रुपये/दिन) चलाओ। पानी पूरी बेचने जैसा, एक्सप्लोर पेज पर चिल्लाओ!

कोलैब के डोन्ट्स (शूल कर शी मत करना!)

- ✓ बिना प्लानिंग– कोलैब का गोल (रीच, सेल्स) तय करो, वरना गई शैंस पानी में।
- ✓ फेक इन्फ्लुएंसर– फॉलोअर्स खरीदे हुए हों तो पैसा डूबेगा। इंगेजमेंट चेक करो।
- ✓ ज्यादा सेलिंग– कोलैब में सिर्फ "खरीदो–खरीदो !" मत चिल्लाओ। मजा (80%) और प्रमोशन (20%) रखो।
- ✓ कमेंट्स इग्नोर– पब्लिक के सवालों का जवाब दो, वरना ट्रस्ट टूटेगा।

ब्रांड्स बार्टर क्या है?

सीधा सा फंडा, बार्टर यानी लेन–देन बिना पैसे के। जैसे पुराने जमाने में लोग चावल के बदले गेहूँ लेते थे। इंस्टाग्राम पर ब्रांड्स बार्टर का मतलब है दो ब्रांड्स या इन्फ्लुएंसर्स मिलकर प्रोडक्ट्स या सर्विसेज एक्सचेंज करते हैं, और बदले में एक–दूसरे को प्रमोट करते हैं। ये कोलैब का बजट–फ्रेंडली तरीका है, खासकर छोटे बिजनेस या स्टार्टअप्स के लिए।

उदाहरण– तेरा वड़ा पाव स्टॉल एक लोकल कुर्ता ब्रांड के साथ बार्टर करता है। तुम उन्हें 10 वड़ा पाव फ्री देते हो, और वो तुम्हारे स्टॉल की रील बनाकर प्रमोट करते हैं। दोनों की पब्लिक को फायदा, और पैसा? जीरो खर्चा!

ये सोशल मीडिया मार्केटिंग में दो–तरफा संवाद बनाने में मदद करता है, और पब्लिक के साथ कनेक्शन मजबूत करता है।

ब्रांड्स बार्टर क्यों हिट है?

इंस्टाग्राम सोशल मीडिया का समोसा है, और बार्टर कोलैब इसका चटपटा चटनी! मैने पहले सोशल मीडिया मार्केटिंग को छोटे बिजनेस के लिए अवसर बताया था। बार्टर इसका देसी जुगाड़ है, जो कम बजट में धमाल मचाता है।

- ✓ पैसा बचाओ, रीच बढ़ाओ– छोटे बिजनेस (जैसे चाय स्टॉल) के लिए ऐड्स पर हजारों खर्च करने की जरूरत नहीं। प्रोडक्ट एक्सचेंज करो, और वायरल हो जाओ!
- ✓ ट्रस्ट का तड़का– बार्टर पार्टनर की पब्लिक उस पर भरोसा करती है। अगर उसने कुर्ते की तारीफ की, सेल्स बूम!
- ✓ देसी मस्ती– ह्यूमर वाली रील्स (जैसे हेरा फेरी मीम) बार्टर को मजेदार बनाती हैं। #VadaPavVibes मीम पंच मारता है! देसी ह्यूमर पब्लिक को लपकता है।
- ✓ एल्गोरिदम का जादू– कोलैब पोस्ट्स–रील्स को इंस्टा पुश करता है, क्योंकि दो अकाउंट्स की पावर मिलती है। एक्सप्लोर पेज पर धमाका!
- ✓ कम्युनिटी वाइब– बार्टर से लोकल बिजनेस एक–दूसरे को सपोर्ट करते हैं, जैसे मोहल्ले की चौपाल।

ब्रांड्स बार्टर के प्रकार

बार्टर कोलैब कई फ्लेवर्स में आता है। 2025 में ये हॉट है–

1ण प्रोडक्ट एक्सचेंज– ब्रांड्स अपने प्रोडक्ट्स एक्सचेंज करते हैं और एक–दूसरे को प्रमोट करते हैं। उदाहरण– चाय स्टॉल एक बेकरी को

फ्री चाय दे, और वो तुम्हारे स्टॉल की रील में पेस्ट्री के साथ चाय दिखाए। #ChaiWalaVibes ट्रेंड!

2ण सर्विस बार्टर– सर्विसेज (जैसे फोटोग्राफी, डिजाइन) के बदले प्रमोशन। उदाहरण– कुर्ता ब्रांड एक फोटोग्राफर को फ्री कुर्ता दे, और वो तुम्हारे लिए प्रोफेशनल रील शूट करे। #KooLooks वायरल!

3ण कोलैब रील्स/पोस्ट्स– दोनों ब्रांड्स मिलकर रील या पोस्ट बनाते हैं। उदाहरण– वड़ा पाव स्टॉल और कोल्ड ड्रिंक ब्रांड रील बनाएँ, जिसमें हेरा फेरी डायलॉग हो– "वड़ा पाव के साथ ठंडा, मजा डबल!"।

4ण चौलेंज बार्टर– ट्रेंडिंग चौलेंज में पार्टनरशिप। उदाहरण– गोलगप्पा स्टॉल और चटनी ब्रांड #PollGappaChalleneशुरू करें, जहाँ पब्लिक चटनी के साथ गोलगप्पा खाने की रील बनाए।

5ण शाउटआउट बार्टर– स्टोरीज या पोस्ट्स में एक–दूसरे को टैग करना। उदाहरण– तेरा चाय स्टॉल एक स्नैक ब्रांड को स्टोरी में टैग करे, और वो तुम्हें शाउटआउट दे।

ब्रांड्स बार्टर कैसे करें?

वड़ा पाव, चाय स्टॉल, या कुर्ता ब्रांड के लिए बार्टर कोलैब का आइडिया–

1ण सही पार्टनर ढूँढो– लोकल बिजनेस या इन्फ्लुएंसर, जिनकी पब्लिक तेरे टारगेट से मिलती हो। वड़ा पाव के लिए फूड स्टॉल, कुर्ता के लिए फैशन ब्रांड।
कैसे? इंस्टा पर सर्च #DesiFood #LocalFashion, उनके पोस्ट्स चेक करो, और DM भेजो–"हाय, बार्टर कोलैब करें?"।

टिप–छोटे बिजनेस (5K-20K फॉलोअर्स) बेस्ट, उनके पास लॉयल पब्लिक होती है।

2ण बार्टर डील फिक्स करो– क्या देना–लेना? साफ बताओ। जैसे, "मैं 10 वड़ा पाव दूंगा, तुम 1 रील बनाओ।"
क्या चाहिए? रील, स्टोरी, या शाउटआउट? लिंक इन बायो डालना है? उदाहरण– चाय स्टॉल एक बिस्किट ब्रांड को 5 कप चाय दे, और वो स्टोरी में चाय. बिस्किट दिखाए।

टिप– वैल्यू बराबर रखो!10 रुपये का वड़ा पाव 1000 रुपये के कुर्ते के बदले मत दो!

3ण मसालेदार कॉन्टेंट बनाओ– रील्स 15–30 सेकंड, देसी ह्यूमर (पंचायत डायलॉग, मुन्ना भाई वाइब)। जैसे, "चाय के साथ कुर्ता, स्टाइल

दनादन!"। स्टोरीजरू पोल्स डालो ("वड़ा पाव या चाय?"), दोनों ब्रांड्स टैग करो। ब्दअंए च्तमकपें.प टूल्स से चटपटी रील्स बनाओ। बार्टर रील्स में भी चमक–धमक रखो।

4ण पोस्ट और प्रमोट– दोनों ब्रांड्स एकसाथ पोस्ट करें (7–9 च्ड, जब पब्लिक ऑनलाइन हो)। स्टोरीज और ग्र पर शेयर करो। पब्लिक से कमेंट माँगो ("चाय या वड़ा पाव?")। हैशटैग्स रुटंकंच्ंअटपइमेए रुबिंपॅसंटपइमेए रुज्ञववसस्ववो रुत्ममसेप्दकपं। बार्टर पोस्ट्स में लोकल हैशटैग्स डालकर लोकल पब्लिक खींचो।

5ण इंगेजमेंट बढ़ाओ– कमेंट्स का जवाब दो ("वड़ा पाव कितने का?" तो क्ड में बताओ)। यूजर–जेनरेटेड कॉन्टेंट माँगो (जैसे चाय की फोटो)। उदाहरण– गोलगप्पा बार्टर में रुच्वससळंचचंबिंससमदमचलाओ, पब्लिक रील्स बनाएगी।

6ण रिजल्ट्स चेक करो– इंस्टा इनसाइट्स से रीच, लाइक्स, और ब्ज्त्त चेक करो। हिट हुआ? उसी पार्टनर से दोबारा कोलैब। फ्लॉप? नया ब्रांड ट्राई करो। गूगल एनालिटिक्स जैसे टूल्स की बात की थी। इंस्टा इनसाइट्स को एनालिटिक्स की तरह यूज करो।

ब्रांड्स बार्टर की प्रॉब्लम्स और सॉल्यूशंस

बार्टर में रोड़े आते हैं। ये टॉप 3 और जुगाड़–

1ण गलत पार्टनर– पार्टनर की पब्लिक को वड़ा पाव में इंटरेस्टेड नहीं।
सॉल्यूशन– उनके पोस्ट्स चेक करो, इंगेजमेंट रेट (2-5% बेस्ट) देखो। क्ड में पूछो, "आपके फॉलोअर्स को देसी फूड पसंद?"।

टिप– चाय के साथ वड़ा पाव जैसा पार्टनर मैच करो!

2ण वैल्यू इंबैलेंस– तुमने 1000 रुपये का कुर्ता दिया, और पार्टनर ने 10 रुपये की चाय।
सॉल्यूशन– डील पहले साफ करो "1 रील के बदले 5 वड़ा पाव"। वैल्यू बराबर रखों

टिप– सौदा पक्का करो, जैसे सब्जी मार्केट में मोलभाव!

3ण फीका कॉन्टेंट– बार्टर रील बोरिंग, पब्लिक स्क्रॉल कर देती है।
सॉल्यूशन– देसी ह्यूमर डालो।

टिप– कॉमेडी सर्कस बनाओ, हंसाओ, पर बोर मत करो!

ब्रांड्स बार्टर के डोन्ट्स (ये बिल्कुल मत करना!)

- ✓ बिना प्लानिंगरू बार्टर का गोल (रीच, सेल्स) तय करो।
- ✓ फेक पार्टनररू फॉलोअर्स खरीदे हुए हों तो प्रमोशन फ्लॉप। इंगेजमेंट चेक करो।
- ✓ ज्यादा सेलिंग– बार्टर में सिर्फ "खरीदो!", मत चिल्लाओ।
- ✓ कमेंट्स इग्नोर– पब्लिक के सवालों का जवाब दो, वरना ट्रस्ट टूटेगा।

लब्बो–लुआब

इंस्टाग्राम तो सोशल मीडिया का मसाला डब्बा है, जिसमें हर प्लेटफॉर्म की अपनी चटपटी खुशबू है! लेकिन, जैसा कि ऊपर बताया, संदेश, सूचनाएँ, और सामग्री का तमाशा ऐसा है कि 24 घंटे भी कम पड़ जाएँ। चाय की टपरी हो या कुर्ता ब्रांड, इंस्टा पर हंगामा मचाने के लिए स्मार्ट जुगाड़ चाहिए। क्रॉस–पोस्टिंग, कमेंट्स का जवाब, और देसी स्टाइल में ब्रांड की आवाज बनाना ये सब वड़ा पाव में चटनी जैसा है, बिना इसके मजा नहीं!

पब्लिक से दिल से दिल की बात करो, यूजर–जेनरेटेड कॉन्टेंट (जैसे चाय की फोटो शेयर), पोल्स ("चाय या वड़ा पाव?"), और इन्फ्लुएंसर के साथ कोलैब से धमाल मचाओ। अपनी टॉप पोस्ट्स का पोस्टमॉर्टम करो, कौन सा टाइम, थीम, या ह्यूमर हिट हुआ? उसी रेसिपी को रीमिक्स करो! कर्मचारियों को चीयर लीडर बनाओ, ताकि ब्रांड की वाहवाही दूर तक जाए। और हाँ, पर्सनैलिटी को मसालेदार रखो, हेरा फेरी स्टाइल मीम्स से पब्लिक को हंसाओ और कनेक्ट करो।

बस यार, स्मार्टली टाइम बाँटो, पब्लिक को राजा बनाओ, और इंस्टाग्राम को अपना मोहल्ला बना लो। सोशल मीडिया मार्केटिंग का ये देसी फंडा अपनाओ, और देखो कैसे ब्रांड वायरल होकर धूम मचाता है!

ध्यान रहे! पुराने ब्रांडों या स्थापित खिलाड़ियों के खिलाफ मुकाबला कर रहे हों, एक उभरते हुए खिलाड़ी के रूप में अपना दावा पेश करना एक कठिन काम है।

8.2 यूट्यूब मार्केटिंग

यूट्यूब को सोशल मीडिया मार्केटिंग की बजाय कंटेंट मार्केटिंग की तरह खेलना है।

गूगल पर सबसे ज्यादा सर्च किया जाने वाला कीवर्ड है यूट्यूब। पहले लोग सोचते थे कि यूट्यूब तो बस वीडियो देखने की जगह है, लेकिन अब ज्यादातर लोग वहां सर्च इंजन की तरह चीजें ढूंढते हैं। हर महीने इसके अरबों यूजर्स और वीडियो का चटक मटक अंदाज यूट्यूब को ब्रांड्स के लिए मार्केटिंग का मस्त मैदान बनाता है, जहां वो अपने प्रोडक्ट्स या बिजनेस को देसी स्वैग में चमका सकते हैं।

मजे की बात है कि यूट्यूब मार्केटिंग मतलब अपने बिजनेस या प्रोडक्ट को यूट्यूब के मंच पर जबरदस्त वीडियो अपलोड करके या यूट्यूब विज्ञापनों के जरिए प्रमोट करना। अपने कंपनी के चैनल पर मजेदार वीडियो डालो, और देखो कैसे देसी तड़के वाला कंटेंट लोगों का दिल जीत लेता है! अब मौका है कि बिजनेस को इंटरैक्टिव वीडियो के जरिए अपना ब्रांड बनाएं और फॉलोअर्स की फौज खड़ी करें, क्योंकि यूट्यूब का जलवा ही कुछ ऐसा है। ये यूजर्स को अपना चैनल देता है, जहां वो अपनी मार्केटिंग रणनीति को देसी ठुमके के साथ लागू कर सकते हैं। साथ ही, बिजनेस अपने वीडियो कंटेंट को दूसरों के चैनल पर विज्ञापन के जरिए चलाकर भी मोटी कमाई कर सकते हैं।

क्यों हिट है?

इंस्टाग्राम में यूथ अपील की बात की थी। यूट्यूब भी 18–34 वालों का अड्डा है, और लंबे वीडियोज से ट्रस्ट बनता है। यूट्यूब का स्वैग इसे सुपरहिट बनाता है

- ✓ विशाल पब्लिक– 2 बिलियन से ज्यादा यूजर्स, भारत में 46 करोड़ से शी ज्यादा एक्टिव यूजर्स। चाय स्टॉल से लेकर छोले–भटूरे–कुल्छे, कुर्ता ब्रांड, सुई–धागा तक सबकी पब्लिक यही हैं!
- ✓ कम खर्च, ज्यादा मुनाफा– फ्री में चैनल बनाओ, ऑर्गेनिक रीच पाओ। ऐड्स भी इंस्टा से सस्ते।
- ✓ विजुअल धमाल– वीडियोज वड़ा पाव की तरह ललचाते हैं। पब्लिक पढ़ने से ज्यादा देखना पसंद करती है।

- ✓ SEO का जादूरू सही कीवर्ड्स (जैसे "चाय रेसिपी) से वीडियोज गूगल और यूट्यूब सर्च में रैंक करते हैं।
- ✓ मोनेटाइजेशन– 1000 सब्सक्राइबर्स और 4000 वॉच आवर्स के बाद ऐड्स से कमाई। वड़ा पाव रील से लाखों कमा सकते हो

यूट्यूब के वीडियो तो मानो देसी ब्लॉग पोस्ट की तरह हैं, लोग इन्हें ढूंढकर – ढूंढकर देखते हैं, न कि बस यूं ही स्क्रॉल करते वक्त ठोकर खाकर! तो यूट्यूब मार्केटिंग में उस्ताद बनने के लिए इसे फेसबुक, ट्विटर, या इंस्टाग्राम जैसे प्लैटफॉर्म्स से अलग तरीके से ठुमके लगाने पड़ेगें।

फेसबुक, ट्विटर, या इंस्टाग्राम जैस प्लैटफॉर्म्स तो इंगेजमेंट के दीवाने हैं, जहां जबरदस्त कंटेंट बनाना और शेयर करना ब्रांड की पहचान बढ़ाने का मकसद होता है। लेकिन यूट्यूब? ये तो कंटेंट मार्केटिंग का देसी मेला है! लोग वीडियो देखने और उस पर कमेंट करने आते हैं, जैसे ब्लॉग पोस्ट पर कमेंट करते हैं। यहां लोग कमेंट में दूसरों को टैग नहीं करते, जैसा बाकी सोशल मीडिया पर होता है। यहां बात है व्यूअर के मजे की अगर वीडियो उनके दिल को छू गया या कोई धांसू, मसालेदार कंटेंट बनाया, तो वो खुद ही इसे अपने सोशल प्लैटफॉर्म्स पर शेयर कर देंगे।

लोग यूट्यूब पर तेरे वीडियो को या तो सर्च करके ढूंढते हैं या फिर ऐसा ही कुछ और देखते वक्त। बाकी सोशल मीडिया साइट्स पर लोगों के या दोस्तों के इंगेजमेंट से कंटेंट देख लेते हैं, लेकिन यूट्यूब पर लोग जान–बूझकर वीडियो देखने का टाइम निकालते हैं, जैसे देसी मूवी का मजा लेने बैठते हैं।

यूट्यूब मार्केटिंग यानी अपने बिजनेस, प्रोडक्ट, या सर्विस को यूट्यूब वीडियोज के जरिए प्रमोट करना। ये डिजिटल मार्केटिंग का सुपरस्टार है, क्योंकि यूट्यूब दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा सर्च इंजन है (गूगल के बाद)! हर दिन लाखों लोग चाय की रेसिपी से लेकर कुर्ता डिजाइन तक सब कुछ यूट्यूब पर ढूँढते हैं।

यूट्यूब कैसे बनाएगा बिजनेस को सुपरहिट

भाई, वीडियो का जमाना तो अब देसी तड़के के साथ और भी धमाकेदार हो गया है! आजकल तो कुछ सेकंड के वीडियो ही ट्रेंड में हैं। सोशल मीडिया पर लोग वीडियो की खुराक ले रहे हैं, और इसीलिए वीडियो का रुतबा आसमान छू रहा है, जिससे लोग और ज्यादा वीडियो देख रहे हैं। अब यूट्यूब की बात करें, तो ये तो तुम्हारे बिजनेस का गेम–चेंजर है! तुम यूट्यूब की पूरी वीडियो लाइब्रेरी से अपनी पसंद के वीडियो हर प्लैटफॉर्म पर डाल सकते हो। इन यूट्यूब वीडियो को अपने ब्लॉग पोस्ट में जोड़ो, और देखो कैसे तुम्हारा ब्लॉग देसी मसाले के साथ और क्रिएटिव, जिंदादिल, और मजेदार बन जाता है।

यूट्यूब मार्केटिंगरू क्या सीन है?

यूट्यूब को अपनी मार्केटिंग रणनीति का हिस्सा बनाओ, तो ऑनलाइन बिजनेस में ग्रोथ किसी रॉकेट की तरह होगी। बस थोड़ा स्वैग, थोड़ा जुगाड़, और ढेर सारा देसी धमाल डालो, फिर यूट्यूब तुम्हारे बिजनेस को सितारों तक ले जाएगा!

क्या होता है? वीडियोज (जैसे रील्स, ट्यूटोरियल्स, मीम्स) बनाकर पब्लिक को आकर्षित करना, ब्रांड की पहचान बढ़ाना, और सेल्स बूस्ट करना।

उदाहरण– वड़ा पाव स्टॉल #VadaPavVibes एक हेरा फेरी स्टाइल रील बनाए, जिसमें पब्लिक को वड़ा पाव खाने का लालच दे। CTR बम है!" डायलॉग के साथ वायरल पक्का!

कनेक्शन– इंस्टाग्राम मार्केटिंग और बार्टर कोलैब के बारे में बताया था। यूट्यूब भी उसी तरह विजुअल और कनेक्शन पर चलता है, बस लंबे वीडियोज का जादू ज्यादा है।

यूट्यूब मार्केटिंग कैसें?

यूट्यूब पर धमाल मचाने के लिए ये 11 स्टेप्स फॉलो करो, शर्तिया तो नहीं कहता पर फायदा जरूर होगा।

1ण चौनल सेट करो– गूगल अकाउंट से चैनल बनाओ। कैची सा नाम रखो जैसे #शैंपू और देसी बैनर लगाओ।

2ण टॉपिक चुनो– लॉयल फॉलोअर्स पाने हैं तों बी स्पेस्फिक– वड़ा पाव रेसिपी, चाय स्टॉल टिप्स, या कुर्ता स्टाइलिंग जैसे स्पेसिफिक टॉपिक चुनो।

3ण हाई–क्वालिटी वीडियोज– अच्छा कैमरा, लाइटिंग, और साउंड यूज करो। हेरा फेरी मीम्स या पंचायत डायलॉग डालो। एडिटिंग के लिए कैनवा या फिल्मोरा यूज करो।

4ण SEO का तड़का– वीडियो टाइटल, डिस्क्रिप्शन, और टैग्स में कीवर्ड्स डालो (जैसे "वड़ा पाव रेसिपी हिंदी में")। TubeBuddy या vidIQ से कीवर्ड रिसर्च करो।

5ण थंबनेल बनाओ– चटपटा थंबनेल (जैसे वड़ा पाव के साथ बड़ा टेक्स्ट "आ गया स्वाद!") बनाओ। कैनवा बेस्ट है।

6ण रेगुलर पोस्टिंग– हफ्ते में 1–2 वीडियोज डालो। कंसिस्टेंसी = पब्लिक की आदत।

7ण इंगेजमेंट– कमेंट्स का जवाब दो, पोल्स डालो ("चाय या वड़ा पाव?"), लाइव सेशन करो। पब्लिक को चौपाल वाइब दो।

8ण क्रॉस–प्रमोशन– इंस्टा, X, और व्हाट्सऐप पर वीडियोज शेयर करो। इंस्टा कोलैब वाला आइडिया यहाँ फिट बैठता है!

9ण ऐड्स चलाओ– गूगल ऐड्स से छोटे बजट (500 रुपये/दिन) में टारगेटेड पब्लिक तक पहुँचो।

10ण कोलैब्स– लोकल इन्फ्लुएंसर्स या ब्रांड्स (जैसे चटनी ब्रांड) के साथ बार्टर कोलैब करो।बार्टर वाला सवाल यहाँ हिट!

11ण एनालिटिक्स चेक करोरू यूट्यूब स्टूडियो से व्यूज, वॉच टाइम, और CTR चेक करो। हिट वीडियोज को रीमिक्स करो।

इंस्टाग्राम पर रील्स की बात की थी। यूट्यूब शॉर्ट्स भी उसी तरह वायरल होते हैं।

यूट्यूब मार्केटिंग की प्रॉब्लम्स और सॉल्यूशंस

बिरयानी में भी कभी – कभी पत्थर आता है। यहाँ टॉप 4 प्रॉब्लम्स और उनके जुगाड़–

1ण प्रॉब्लम– कम व्यूज–सब्सक्राइबर्स। क्या वड़ा पाव रील को कोई नहीं देख रहा?

सॉल्यूशन– ट्रेंडिंग टॉपिक्स जैसे #PollGappaChallenेपर वीडियोज बनाओ। यूट्यूब शॉर्ट्स डालो। इंस्टा और X पर शेयर करो।

टिप– चाट बेचने वाले की तरह तवे पर करछी मार का ध्यान खींचों– एक्सप्लोर पेज पर चिल्लाओ (कीवर्ड्स, थंबनेल)!

2ण प्रॉब्लमरू एल्गोरिदम का झोल– क्या? यूट्यूब सही वीडियोज को पुश नहीं करता।

सॉल्यूशन– वॉच टाइम बढ़ाओ 5–10 मिनट के वीडियोज बनाओ, शुरू के 30 सेकंड पंचीले रखो। कीवर्ड्स (जैसे "कुर्ता स्टाइलिंग टिप्स") डालो।

टिप– एल्गोरिदम पिक्की आंटी है, उसे मन की करो, वो प्यार देगी!

3ण प्रॉब्लम– बोरिंग कॉन्टेंट। क्या, चाय स्टॉल वीडियो फीका, पब्लिक स्किप करती है?

सॉल्यूशन– देसी ह्यूमर डालो (पंचायत डायलॉग)। ट्यूटोरियल्स, रिव्यूज, या लाइव सेशन ट्राई करो। पब्लिक की प्रॉब्लम सॉल्व करो (जैसे "5 मिनट में जैन साहब जैसी षिकंजी घर पर कैसे बनाएँ?")।

टिप– कॉमेडी सर्कस बनाओ। हंसाओ, रुलाओ, पर बोर मत करो!

4ण प्रॉब्लम– टाइम और बजट। वीडियोज बनाने में टाइम और पैसा लगता है।

सॉल्यूशन– स्मार्टफोन से शुरू करो, फ्री टूल्स (Canva, Filmora Go) यूज करो। बार्टर कोलैब (जैसे चटनी ब्रांड के साथ) करो। आइडिया पहले भी बताया था!

टिप– गोल गप्पे बेचने जैसा, कम माल में ज्यादा स्वाद!

इंस्टाग्राम की एल्गोरिदम प्रॉब्लम की बात की थी। यूट्यूब का एल्गोरिदम भी इंगेजमेंट (लाइक्स, कमेंट्स, वॉच टाइम) पर चलता है।

यूट्यूब पर ग्रो कैसे करें?

यूट्यूब पर सुपरस्टार बनने के लिए ये 10 देसी फंडे आजमा सकते हैं–

1ण एरिया पर फोकस– पक्का करो कि वड़ा पाव रेसिपी, चाय टिप्स, या कुर्ता स्टाइलिंग जैसे स्पेसिफिक टॉपिक पर फोकस। पब्लिक को क्लियर चाहिए।

2ण ट्रेंड्स लपको– ट्रेंडिंग चैलेंज #PollGappaChallene या बॉलीवुड गाने यूज करो। किसी वेब सीरीज के मीम्स डालो।

3ण शॉर्ट्स का धमाल– 15–60 सेकंड की वड़ा पाव रील्स डालो। वायरल होने का जबरदस्त चांस!

4ण थंबनेल चटपटा– वड़ा पाव की तस्वीर के साथ बड़ा टेक्स्ट "जी ललचाए!"। क्लिक्स बढ़ेंगे।

5ण SEO का खेल– टाइटल में कीवर्ड्स (जैसे "5 मिनट में क्रिस्पी डोसा कैसे बनाएँ?"), डिस्क्रिप्शन में लिंक्स, और टैग्स यूज करो।

6ण कोलैब्स और बार्टर– लोकल फूड ब्लॉगर या कुर्ता ब्रांड के साथ रील बनाओ। बार्टर (फ्री वड़ा पाव के बदले रील) करो। बार्टर आइडिया यहाँ फिट है बॉस!

7ण क्रॉस–प्रमोशन– इंस्टा, X, और व्हाट्सऐप पर वीडियोज शेयर करो। इंस्टा कोलैब की बात की थी, उसी तरह।

8ण कम्युनिटी बनाओ– कमेंट्स का जवाब दो, लाइव Q&A करो, और पब्लिक को चौपाल वाइब दो।

9ण ऐड्स चलाओ– 500 रुपये/दिन से शुरू, टारगेटेड पब्लिक (जैसे फूड लवर्स) तक पहुँचो।

10ण रिपरपोज कॉन्टेंट– वड़ा पाव वीडियो के क्लिप्स को शॉर्ट्स, इंस्टा रील्स, या ब्लॉग में कन्वर्ट करो। रीच बढ़ेगी।

कनेक्शन– इंस्टाग्राम पर रीच बढ़ाने की बात की थी। यूट्यूब पर भी शॉर्ट्स और क्रॉस–प्रमोशन वही जादू करते हैं।

ये ऊपर तो क्विक रिफ्रेंष के लिए हैं, अब जरा तूफानी करते हैं।

यूट्यूब रैंकिंग फैक्टर्स

ऑडियंस की इंगेजमेंट, कई रैंकिंग फैक्टर्स में से एक है जिसका उपयोग यूट्यूब अपने एल्गोरिथम में करता है। उसके अलावा ये फैक्टर्स भी काउंट होते हैं–

- ✓ वीडियो कमैंट्स
- ✓ वीडियो देखने के बाद सब्सक्राइबर की संख्या
- ✓ सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर शेयर्स की संख्या
- ✓ क्लिक–थ्रू–रेट (CTR)
- ✓ वीडियो की लंबाई

कीवर्ड सर्च

भाई, कीवर्ड सर्च से पहले थोड़ा देसी जुगाड़ लगाना पड़ता है, जो कीवर्ड तुम सोच रहा है, उस पर पहले एक लंबी–चौड़ी रिसर्च लिस्ट तैयार कर ले। ये काम करने का सबसे मस्त तरीका है यूट्यूब का सर्च सजेस्ट फीचर! बस यूट्यूब के सर्च बार में एक शब्द ठोक दो, और यूट्यूब तेरे सामने उससे जुड़े कीवर्ड्स की पूरी बारात ले आएगा, जैसे देसी मेले में रंग–बिरंगी दुकानें!

अब ये कैसे पता चलेगा कि कौन सा कीवर्ड सबसे धांसू है? अरे, टेंशन मत ले! ये वो कीवर्ड हैं, जिन्हें लोगों ने सचमुच यूट्यूब पर सर्च किया है। यूट्यूब ने खुद ये लिस्ट बनाई है, तो 100% पक्का है कि ये कीवर्ड हिट हैं। मिथुन दा का डायलॉग– कोई शक!

कीवर्ड सर्च का ये खेल यूट्यूब ट्रैफिक से कुछ गजब के कीवर्ड ढूंढने में भी मदद करेगा। ये वो माल हैं, जो यूट्यूब के धुरंधर पहले ही वीडियो ढूंढने के लिए खोज चुके हैं। ज्यादातर कीवर्ड तो वैसे ही होंगे, जो पहले से जानते है, लेकिन कुछ नए मसालेदार कीवर्ड भी मिलेंगे, जिनके बारे में पहले सोचा भी नहीं होगा।

अब सुनो, सबसे बेस्ट कीवर्ड वही हैं, जिनमें कम्पटीशन कम हो। ऐसे कीवर्ड को टारगेट करना देसी ठुमके जैसा फायदेमंद है! क्योंकि अगर ज्यादा कॉम्पिटेटिव कीवर्ड लोगे तो वीडियो सर्च रिजल्ट्स के ढेर में कहीं दबकर रह जाएगा। तो स्ट्रैटेजी ये रखनी हैं कि ऐसे कीवर्ड चुनें, जहां भीड़ कम हो और वीडियो चमके।

ये तरकीब खासकर उन नये–नवेले यूट्यूबर्स के लिए है, जिनके पास अभी सब्सक्राइबर्स की फौज नहीं है। बस थोड़ा सा देसी स्वैग, थोड़ा दिमाग, और ढेर सारा धमाल डालो फिर देखो, कैसे तेरा यूट्यूब चैनल सर्च में टॉप पर ठुमकता है!

वीडियो टैग

सबसे आसान तरीका ये है कि अपने टॉपिक से जुड़ा कोई वायरल वीडियो सर्च करो और जो कीवर्ड भाई लोगों ने यूज किए हैं, उन पर गौर फरमाओ (यही है कीवर्ड रिसर्च का असली माल)! अगर कीवर्ड पसंद आए, तो उसे यूज करो, वरना आगे बढ़ो।

ध्यान रखना है, टाइटल, डिस्क्रिप्शन, और वीडियो टैग्स में यूज हुए कीवर्ड्स पर। आसान है ना? वीडियो टैग्स चेक करने के लिए TubeBuddy जैसे क्रोम एक्सटेंशन का जुगाड़ कर सकते होकृबस एक क्लिक में सारा मसाला सामने!

यूट्यूब पर ज़्यादातर व्यूज सिर्फ यूट्यूब प्लैटफॉर्म से ही आते हैं। अगर अपने कीवर्ड्स को पुराने यूट्यूब वीडियोज की तरह सेट रखोगे, तो 5 गुना ज्यादा व्यूज का जुगाड़ हो सकता है, खासकर उन वीडियोज के लिए जो पहले से गूगल सर्च रिजल्ट्स में ठुमक रहे हैं।

कीवर्ड तो यूट्यूब SEO का सुल्तान है! अगर किसी वीडियो को यूट्यूब पर हजारों बार देखा गया है, तो पक्का मानो कि उसके कीवर्ड्स हिट हैं, जैसे देसी गाने में बिंदास बीट्स! सही कीवर्ड्स चुनकर अपने वीडियो को सर्च में चमकाओ।

यूट्यूब की गदर लोकप्रियता का जलवा ही कुछ ऐसा है, थोड़ा देसी स्वैग, सही कीवर्ड्स का मसाला, और TubeBuddy जैसे टूल्स का जुगाड़, फिर देखो कैसे वीडियो सर्च में टॉप पर नाचता है! बस, कीवर्ड रिसर्च को मस्ती से करो, और यूट्यूब पर भंगड़ा–गिद्दा पाओ!

वीडियो डिस्क्रिप्शन

यूट्यूब वीडियो को सर्च में चमकाने के लिए डिस्क्रिप्शन और टैग्स को देसी मसाले के साथ सजाना जरूरी है। कुछ आसान टिप्स हैं, जो वीडियो को सुपरहिट बनाने में मदद कर सकते हैं–

1ण पहले 25 शब्दों में कीवर्ड का ठुमका– डिस्क्रिप्शन के शुरूआती 25 शब्दों में अपना मेन कीवर्ड जरूर डालें, ताकि यूट्यूब को पता चले कि वीडियो किस माल का है।

2ण 200 शब्दों का देसी मसाला– डिस्क्रिप्शन को कम से कम 200 शब्दों का बनाओ, थोड़ा वीडियो की कहानी, थोड़ा जुगाड़, और ढेर सारा स्वैग डालो।

3ण कीवर्ड बिना ठूंसे– अपने कीवर्ड को 2–4 बार यूज करो, लेकिन जबरदस्ती स्टफिंग नहीं, बस सहज अंदाज में डाल दें।

4ण टैग्स को इग्नोर मत करो– टैग्स भले ही अब ज्यादा भारी नहीं, लेकिन इन्हें छोड़ना भी ठीक नहीं, थोड़ा टाइम देके इन्हें भी सजा दो।

टैग्स टिप्स

1ण पहला टैग है सुल्तान– सबसे पहले टैग में अपना टारगेट कीवर्ड डालो, जो बिल्कुल पक्का और सटीक हो, ये वीडियो का हीरो है!

2ण कीवर्ड की देसी वेराइटी– अपने कीवर्ड या फ्रेज की अलग–अलग स्टाइल्स डालो, जैसे "देसी स्वैग," "देसी स्टाइल," "स्वैग टिप्स" वगैरह।

3ण थोड़ा मिक्स/मैच– कुछ टैग्स ऐसे बनाओ जो वीडियो के दूसरे टॉपिक्स से जुड़े हों, जैसे अगर वीडियो डांस का है, तो "भांगड़ा," "बॉलीवुड डांस" जैसे टैग्स डाल दो।

4ण देसी जुगाड़– डिस्क्रिप्शन और टैग्स को मस्ती से लिखो, जैसे अपने दोस्त को कोई मजेदार कहानी सुना रहे हो। कीवर्ड्स का तड़का लगाओ, लेकिन इतने मजे से कि ऑडियंस भी झूम उठे।

वीडियो पर कमेंट्स की बारात और रैंकिंग

अपने वीडियो की रैंकिंग और पॉपुलैरिटी को आसमान छूने का सबसे मस्त तरीका है अपने दर्शकों से कमेंट्स की बौछार करवाना। अब ये कैसे होगा? बताता हूं–

1ण कमेंट्स की मस्ती बढ़ाओ– अपने वीडियो को किसी धमाकेदार सवाल के साथ खत्म करो, जैसे "तुम्हारा फेवरेट देसी डिश कौन सी है?" ये चर्चा का मसाला डालेगा।ढेर सारे कमेंट्स यूट्यूब को चिल्ला–चिल्ला के बताते हैं कि तेरा वीडियो हिट है, जैसे मेले में गोलगप्पे की दुकान!

2ण सब्सक्राइबर्स की फौज– ज्यादा सब्सक्राइबर्स मतलब यूट्यूब के एल्गोरिदम में सुल्तान। कमेंट्स से भी बड़ा रोल है सब्सक्राइबर्स का, क्योंकि इसका मतलब लोग अगले वीडियो का इंतजार करेंगे, वैसे ही जैसे शादी में बिरयानी का! अपने दर्शकों से सिर्फ कमेंट या लाइक नहीं, बल्कि "सब्सक्राइब" करने का देसी अंदाज में बोलो जैसे, "भाई, अब आ ही गया हैं तो चैनल को सब्सक्राइब भी करता जा"।

3ण वीडियो क्वालिटी में देसी तड़का– बात साफ है, दर्शक तेरे वीडियो के लिए आए हैं, तो उन्हें देसी मसाले वाली क्वालिटी दे। अच्छी क्वालिटी सर्च परफॉरमेंस को रॉकेट की तरह उड़ान देगी। वर्ल्ड–क्लास स्टूडियो की जरूरत नही है, बस थोड़ा जुगाड़ और ट्रेनिंग! अपने मोबाइल फोन से ही मस्त वीडियो शूट करो, ट्राइपॉड और सही लाइटिंग का जुगाड़ तो दोस्त ऐसे ही कर देते हैं।

4ण बस वीडियो टॉपिक पर सीधी रोशनी डालनी हैं और एक माइक्रोफोन मत भूलना। यकीन मानो, पापा के दिलाए स्मार्ट फोन से ही ऐसा वीडियो बनेगा कि लोग वाह–वाह करेंगे और रैंकिंग चमकेगी।

5ण थंबनेल में बिंदास स्वैग– थंबनेल SEO को सीधे नहीं, मगर क्लिक्स को जरूर चमकाता है, और ज्यादा क्लिक्स मतलब बेटर SEO का जादू! थंबनेल ऐसा बनाओ कि लोग देखते ही वीडियो पर टूट पड़ें। इसमें थोड़ा हिंट डाल दो कि वीडियो किस जोनर का है, ताकि दर्शक का दिल ललचाए और क्लिक्स की बारिश हो।

Visme जैसे टूल्स से आसानी से झक्कास थंबनेल डिजाइन करो। और देखो कैसे यूजर्स वीडियो पर झपट्टा मारते हैं।

6ण वीडियो में कैप्शन का जादू– अपने वीडियो में कैप्शन डालना ऐसा है जैसे गोलगप्पे में चटपटा पानी, हर किसी को पसंद आएगा और ज़्यादा लोग तक पहुंचेगा। हर कोई वीडियो को सुन नहीं सकता, और न ही

सबको साउंड के साथ देखना भाता है। तो, कैप्शन डालकर सबको आनन्द लेने दो!

अपने वीडियो के ऑडियो का ट्रांसक्रिप्ट बनाकर कैप्शन जोड़ो। ये ट्रांसक्रिप्ट अपने आप कीवर्ड्स से लबालब होता है, जो यूट्यूब SEO के लिए मास्टर स्ट्रोक है। ट्रांसक्रिप्ट तैयार करने के बाद, उसका इस्तेमाल करके धमाल कंटेंट बनाओ, जैसे–

- ✓ ब्लॉग/आर्टिकल– ट्रांसक्रिप्ट को ब्लॉग में बदलो।
- ✓ इन्फोग्राफिक्स / फैक्टशीट– मजेदार फैक्ट्स बनाकर शेयर करो।
- ✓ व्हाइट पेपर्स– प्रोफेशनल टच के लिए यूज कर सकते हैं।
- ✓ वेबसाइट कॉपी– अपनी साइट पर कंटेंट के लिए इस्तेमाल करना भी अच्छा आईडिया है।

ये सब SEO को रॉकेट की तरह उड़ान देगा!

यूट्यूब चैनल के लिए लिंक

यूट्यूब SEO का पूरा जलवा तभी चमकेगा, जब अपने चौनल और वीडियो के लिए ढेर सारे लिंक जुटा पाआगे। ये इनबाउंड लिंक यूट्यूब को चिल्ला–चिल्ला के बताते हैं कि चैनल अपने विषय (Niche) का बादशाह है। तो ब्लॉग्स, वेबसाइट्स, या सोशल मीडिया से लिंक बटोरो और अपनी धाक जमाओ!

यूट्यूब चैनल का धमाकेदार प्रमोशन

ये तो बिल्कुल देसी मेला है, यूट्यूब एक सोशल चैनल है, तो अपने वीडियो को हर सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म (फेसबुक, ट्विटर, लिंक्डइन, और यहाँ तक कि Quora) पर भी बिंदास हो कर शेयर करो।

फेसबुक पर कीवर्ड्स के साथ एक मस्त डिस्क्रिप्शन डालो, और देख कैसे ट्रैफिक की बरसात होती है। अपने यूट्यूब वीडियो को अलग–अलग प्लैटफॉर्म्स पर क्रॉस–पोस्ट करकृये ज़्यादा व्यूज और ैम्व का सबसे पक्का देसी जुगाड़ है।

सोशल मीडिया पर शेयर करना सिर्फ व्यूज के लिए नहीं, बल्कि चैनल के लिंक बनाने और सोशल प्रेजेंस को रॉकस्टार बनाने के लिए भी है। हर शेयर के साथ चैनल और मजबूत होता है।

यूट्यूब वॉच टाइम

सीधा सा फंडा है, वॉच टाइम बढ़ाओ, यूट्यूब पर धमाल मचाओ! यूट्यूब पर वॉच टाइम वो देसी मसाला है, जो वीडियो को सुपरस्टार बनाता है! जितना

ज़्यादा लोग वीडियो देखते रहें, उतना ही यूट्यूब को लगता है कि कंटेंट झक्कास है।

लंबा वॉच टाइम = दर्शकों का प्यार

अगर लोग वीडियो को आखिरी सेकंड तक चिपके रहते हैं, तो यूट्यूब समझ जाता है कि रेसिपी लाजवाब परोस रहे हो।

ज़्यादा वॉच टाइम, यूट्यूब के एल्गोरिदम को चिल्लाता है कि ये वीडियो हाई–क्वालिटी है। इससे यूट्यूब कंटेंट को और ज्यादा लोगों तक ठुमके लगाते हुए पहुंचाता है। वीडियो की शुरुआत में ही धमाल मचाओ, पहले 10 सेकंड में कुछ मस्ती, सवाल, या मसाला डाल ताकि लोग रुकें।

कहानी सुनाने का देसी अंदाज अपनाओ– लोगों को बांधे रखने के लिए मजेदार ट्विस्ट या टिप्स डालते रहो। वीडियो को इतना मजेदार और यूजफुल बनाओ कि दर्शक स्किप करने की सोचे ही ना, जैसे देसी मूवी में इंटरवल तक लोग सीट छोड़ते नहीं!

वॉच टाइम बढ़ाकर, यूट्यूब पर रॉकस्टार बना जा सकता हैं। थोड़ा स्वैग, थोड़ा मसाला, और ढेर सारा धमाल, फिर देखो, वीडियो कैसे सर्च में चमकता है!

यूट्यूब एनालिटिक्स–

वीडियो की धमक चेक करना जरूरी है। भाई, यूट्यूब एनालिटिक्स वो देसी गाइड है जो आसान रिपोर्ट्स देता है ताकि अपने वीडियो के जलवे का हिसाब–किताब रख सकें।

- ✓ इंगेजमेंट टैब का तड़का– इंगेजमेंट टैब में झांककर देखो कि लोग वीडियो पर कितने मिनट ठहर रहे हैं। ये बताता है कि कंटेंट कितना मसालेदार है!
- ✓ वॉच टाइम रिपोर्ट का धमाल– वॉच टाइम की रिपोर्ट यूजर इंगेजमेंट के उतार–चढ़ाव पर नजर रखने का बिंदास तरीका है। अगर वॉच टाइम बढ़ रहा है या लुढ़क रहा है, तो थोड़ा खोजबीन करो कि क्या मसाला कम पड़ गया या कोई नया ट्विस्ट चाहिए?

जुगाड़

- ✓ हर वीडियो की परफॉरमेंस चेक करते रहो, देखें कि कौन सा वीडियो दर्शकों को चिपकाए रखता है और कौन सा फुस्स हो रहा।

- ✓ अगर वॉच टाइम कम हो, तो वीडियो में और स्वैग, मजेदार कहानी, या देसी तड़का डालो। जैसे, अगर भांगड़ा वीडियो चला, तो अगली बार पंजाबी जोक डालकर देख!

बस, एनालिटिक्स को समझकर अपने वीडियो को और धमाकेदार बनाओ।

यूट्यूब इंगेजमेंट रिपोर्ट

वो देसी स्कोरकार्ड है, जो बताता है कि चैनल कितना धमाल मचा रहा है! यूट्यूबे 9 मस्त इंगेजमेंट रिपोर्ट्स देता है, जो तेरे ओवरऑल परफॉरमेंस को नापने में मदद करते हैं।

- ✓ सब्सक्राइबर रिपोर्ट का तड़का– ये रिपोर्ट दिखाएगी कि कितने नए सब्सक्राइबर्स देसी फैन फौज में शामिल हुए या कितने निकल लिए। इससे पता चलता है कि कंटेंट कितना जोश मार रहा है!
- ✓ शेयर रिपोर्ट का धमाल– ये चेक करती है कि वीडियो को यूट्यूब के शेयर बटन के जरिए कितना बांटा गया। जितना ज्यादा शेयर, उतना ज्यादा तेरा वीडियो देसी मेले की तरह वायरल!
- ✓ इन रिपोर्ट्स को रेगुलर चेक करने की आदत बनाओ, जैसे सब्जी मंडी में ताजा माल चेक करते हो। अगर सब्सक्राइबर्स बढ़ रहे हैं, तो उसी मसाले को और डालो।
- ✓ अगर शेयर कम हो रहे, तो वीडियो में थोड़ा और स्वैग, मजेदार सवाल, या देसी ट्विस्ट डाल, जैसे "इसे दोस्तों के साथ शेयर करो!"
- ✓ हर रिपोर्ट को समझो, और अपने कंटेंट को और झक्कास बनाओ ताकि दर्शक चैनल पर लट्टू हो जाएं।

यूट्यूब आउट्रो

सब कुछ कर लिया वीडियो अच्छी बनी ली कंटेन्ट उम्दा है, ऊपर बताए सारे हथकंडे अपना लिए और विडियो की एडिंग अगर प्रॉपर नहीं हुइ तो सारा गुड़ गोबर। इसको भी उनती ही महत्व दें जैसे ऊपर बतायें फण्डे, जिससे कि दर्शक अगले विडियो का वेट करें, खींचे चले आएं।

आउट्रो ऐसा बनाओ जैसे अपने दोस्तों को पार्टी में अगली बार मिलने का बुलावा दे रहा हो। थोड़ा मजा, थोड़ा स्वैग, और ढेर सारा धमाल, ताकि दर्शक न सिर्फ सब्सक्राइब करें, बल्कि चैनल बार–बार देखने आएं।

वीडियो का आउट्रो वो देसी मसाला है, जो दर्शकों को फैन बनाकर चैनल से चिपकाए रखता है। ये आखिरी कुछ सेकंड्स हैं, जहां अपने दर्शकों को अगले

विडियो के लिए उकसा सकता है। चलो कुछ शुद्ध हिंदी में देसी टिप्स, जो आउट्रो को सुपरहिट बना सकते हैं, बाकि मानना या न मानना तुम्हारा काम–

1. कॉल–टू–एक्शन का ठुमका

- ✓ आउट्रो में एक जोरदार कॉल–टू–एक्शन– "भाई, चैनल सब्सक्राइब करो, और बेल आइकन दबाओ ताकि अगला वीडियो मिस न हो!" साफ और सीधा CTA रख, ताकि दर्शक तुरंत एक्शन लें।
- ✓ मजेदार और देसी अंदाज में बोल, जैसे, "अरे, लाइक तो बनता है, यार! और कमेंट में बताओ, अगला वीडियो किस टॉपिक पर चाहिए?"

2. अगले वीडियो का मसालेदार टीजर

- ✓ अपने अगले वीडियो का छोटा सा टीजर दिखाओ, जैसे "अगले हफ्ते बता रहा हूँ, 5 मिनट में देसी स्टाइल में चटपटी चाट कैसे बनाएं!"
- ✓ थोड़ा सस्पेंस डालो, जैसे, "अगला वीडियो इतना धमाल होगा कि तुम रह जाओगे दंग!" ये दर्शकों को अगले वीडियो का इंतजार करवाएगा।

3. विजुअल्स में देसी स्वैग

- ✓ आउट्रो में रंग–बिरंगे ग्राफिक्स, एनिमेशन, या देसी वाइब वाला बैकग्राउंड का यूज, जैसे भांगड़ा बीट्स या बॉलीवुड स्टाइल टेक्स्ट।
- ✓ स्क्रीन पर "सब्सक्राइब" बटन, सोशल मीडिया आइकन्स, या दूसरे वीडियो के थंबनेल डाल, ताकि दर्शक क्लिक करने को ललचाएं।
- ✓ Canva या Adobe Express जैसे टूल्स से मस्त आउट्रो टेम्पलेट बनाकर उसे कस्टमाइज कर ले।

4. सुझाए गए वीडियो के लिए लिंक

- ✓ आउट्रो में अपने दूसरे पॉपुलर वीडियो के लिए "एंड स्क्रीन" लिंक या प्लेलिस्ट जोड़ें। जैसे, "ये वीडियो देखो, जिसमें मैंने सिखाया देसी जुगाड़ से मोबाइल फोटोग्राफी!"
- ✓ यूट्यूब के एंड स्क्रीन फीचर का यूज कर, ताकि दर्शक तुरंत अगला वीडियो देखने कूद पड़ें।

5. म्यूजिक का देसी तड़का

- ✓ आउट्रो में हल्का–फुल्का, जोशीला बैकग्राउंड म्यूजिक डालें, जैसे पंजाबी बीट या कोई देसी धुन, जो मूड बनाए रखे।
- ✓ ध्यान रखना, म्यूजिक कॉपीराइट–फ्री हो (यूट्यूब ऑडियो लाइब्रेरी से ले सकते हो), वरना झमेला हो जाएगा।

6. पर्सनल टच का जादू

- ✓ अपने दर्शकों से देसी दोस्ती वाला अंदाज में बात करो जैसे, "यार, तुम्हारा सपोर्ट ही मेरा जोश है! कमेंट में बताओ, क्या मजा आया?"
- ✓ थोड़ा थैंक्स बोलने की आदत बनाओ, जैसे "शुक्रिया मेरे यारों, मिलते हैं अगले वीडियो में!" ये दर्शकों को स्पेशल फील करवाता है।

7. टाइमिंग

- ✓ आउट्रो को 10–20 सेकंड का रखना है, न ज्यादा लंबा, न छोटा। इतना कि दर्शक बोर न हों और मैसेज भी पहुंच जाए।
- ✓ आउट्रो को 15–20 सेकंड से ज्यादा मत खींचना, वरना दर्शक बोर होकर भाग जाएंगे, जैसे लंबी कतार में लोग उकता जाते हैं।
- ✓ पहले 5 सेकंड में मजेदार मैसेज, फिर CTA (सब्सक्राइब, लाइक), और आखिरी 5–10 सेकंड में एंड स्क्रीन या टीजर।
- ✓ फ्लो इतना स्मूथ रखना जिससे कि दर्शक बिना रुके अगला स्टेप ले, जैसे देसी शादी में डांस फ्लोर से बारात तक का मजा।

8. A/B टेस्टिंग

- ✓ दो अलग–अलग आउट्रो स्टाइल्स आजमा के देखो (जैसे एक में फनी जोक, दूसरे में टीजर) और यूट्यूब एनालिटिक्स से चेक करो कि कौन सा ज्यादा कमेंट्स/सब्सक्राइबर्स ला रहा है।
- ✓ लोकल फ्लेवर– अगर भारत के किसी खास इलाके को टारगेट कर रहा है, जैसे उत्तराखंड, तो आउट्रो में लोकल टच डालो जैसे "पहाड़ी स्टाइल में सब्सक्राइब करो, ऐ दिदा–भुल्ला!"
- ✓ कम्युनिटी बिल्ड– आउट्रो में दर्शकों को अपने व्हाट्सएप ग्रुप या इंस्टा पोल में जॉइन करने को कहो, जैसे पहले सोशल मीडिया स्ट्रैटेजी में रुचि दिखाई थी।

प्रैक्टिकल जुगाड़

टूल्स– कैनवा या Adobe Express से कस्टम आउट्रो डिजाइन कर सकते हो। प्रोफेशनल टच के लिए Fiverr पर कोई फ्रीलांसर ढूंढ सकते हो।

टेम्पलेट– यूट्यूब पर फ्री आउट्रो टैम्पलेट सर्च करके हिंदी में कस्टमाइज कर ले।

इंस्पिरेशन– देसी यूट्यूबर्स जैसे BB Ki Vines या CarryMinati के आउट्रो देखो, उनका मजेदार और डायरेक्ट स्टाइल कॉपी करो लेकिन अपने ट्विस्ट के साथ।

नोट– आउट्रो ऐसा हो कि दर्शक छोड़कर न जाने पाएं, जैसे देसी पार्टी में कोई खाना खाए बिना जाता नहीं। आउट्रो में थोड़ा मस्ती, थोड़ा दिमाग, थोड़ा मसाला, और ढेर सारा धमाल, फिर –

स्काई इज नॉट द लिमिट!

ऑल–इन–वन यूट्यूब टूल्स

भाई, अपने यूट्यूब चौनल को देसी मेले की चटपटी ठेली सा चमकाने के लिए ये ऑल–इन–वन टूल्स हैं, जो कंटेंट क्रिएशन, एनालिटिक्स, और प्रमोशन को एक साथ संभाल लेंगे! ये टूल्स वीडियो एडिटिंग, थंबनेल डिजाइन, SEO, और ऑडियंस इंगेजमेंट में ऐसा तड़का लगाएंगे कि हर व्यूअर बोले, "अरे, ये तो वायरल है!" इनके साथ चौनल न सिर्फ ग्रो करेगा, बल्कि देसी स्वैग के साथ दुनिया में ठुमके लगाएगा। चलो, इन टूल्स की पोटली खोलते हैं और देखते हैं कौन–कौन से मसालेदार जुगाड़ हैं!

1. ट्यूबबडी (TubeBuddy)

क्या है?– ये ब्राउजर एक्सटेंशन यूट्यूब के लिए देसी जादूगर है, जो हर वीडियो को गोलगप्पे सा कुरकुरा बनाता है!

फीचर्स –

- ✓ कीवर्ड एक्सप्लोरर– पॉपुलर कीवर्ड्स ढूंढो, जो वीडियो को यूट्यूब सर्च में टॉप पर लाएं।
- ✓ A/B टेस्टिंगरू थंबनेल, टाइटल, और डिस्क्रिप्शन टेस्ट करें, कौन सा मसाला ज्यादा क्लिक लाता है।
- ✓ थंबनेल जेनरेटर– वीडियो से फ्रेम चुनो और देसी स्टाइल में एडिट कर।
- ✓ बल्क अपडेट्स– सैकड़ों वीडियो के डिस्क्रिप्शन एक साथ बदल सकते हैं, टाइम बचा।
- ✓ शेड्यूलिंग– वीडियो कब पोस्ट करना है, इसका सुझाव देता है।

कीमत– फ्री प्लान से शुरू, पेड प्लान भी मौजूद।

क्यों यूज करें?– नए क्रिएटर्स के लिए ये ऑल–इन–वन जुगाड़ है, जो SEO, एनालिटिक्स, और मैनेजमेंट को एक साथ संभालता है।

2. विडआईक्यू (vidIQ)

क्या है?– यूट्यूब का देसी यार, जो डेटा और इनसाइट्स के साथ चैनल को चाट की ठेली सा चमकाता है!

फीचर्स

- ✓ कीवर्ड रिसर्च– टॉप टैग्स और कीवर्ड्स ढूंढो, जो कॉम्पिटिटर्स यूज करते हैं।
- ✓ एनालिटिक्स डैशबोर्ड– व्यूज, इंगेजमेंट, और डेमोग्राफिक्स से पता करें कि ऑडियंस को क्या भाता है।
- ✓ कॉम्पिटिटर एनालिसिस– दूसरे चौनल्स के राज जान और अपने वीडियो को उनसे ज़्यादा मसालेदार बनायें।
- ✓ SEO टूल्स– टाइटल और डिस्क्रिप्शन ऑप्टिमाइज कर, ताकि यूट्यूब अल्गोरिदम गले लगा ले।

कीमत– फ्री क्रोम एक्सटेंशन, पेड प्लान अवीलेवल

क्यों यूज करें?– छोटे–बड़े क्रिएटर्स के लिए ये टूल डेटा से गेम बदलता है और वीडियो को वायरल करने का जुगाड़ है।

3. कैनवा (Canva)

क्या है?– देसी चित्रकार की तरह, कैनवा थंबनेल, बैनर, और इंट्रो को प्रोफेशनल बनाता है।

फीचर्स

- ✓ थंबनेल मेकर– 400k+ टेम्पलेट्स के साथ चटपटे थंबनेल, जो क्लिक्स की बरसात करें।
- ✓ वीडियो एडिटर– ट्रिम, क्रॉप, और टेक्स्ट इफेक्ट्स के साथ इंट्रो/आउट्रो तैयार करें।
- ✓ स्टॉक लाइब्रेरी– 75M+ इमेज, वीडियो, और ऑडियो क्लिप्स, जो कंटेंट को दिवाली की चमक दें।
- ✓ ब्रांड किट– चैनल का लोगो और रंग सेव करे, ताकि हर डिजाइन एक जैसा लगे।

कीमत– फ्री प्लान से शुरू, अपना बजट देख लेना।

क्यों यूज करें?– डिजाइन स्किल्स जीरो हों, तो कैनवा बेस्ट है, जो थंबनेल से लेकर चैनल आर्ट तक सब देता है।

4. एडोबी एक्सप्रेस (Adobe Express)

क्या है?– ऑल–इन–वन एडिटर, जो वीडियो, थंबनेल, और चैनल आर्ट को बॉलीवुड स्टाइल में बनाता है।

फीचर्स

- ✓ वीडियो एडिटिंग– बिना अनुभव के ट्रिम, क्रॉप, और एनिमेशन जोड़ो।
- ✓ थंबनेल टेम्पलेट्स– लोगो, फॉन्ट्स, और फिल्टर्स के साथ कस्टम थंबनेल बना।
- ✓ स्टॉक एसेट्स– एडोबी स्टोक्स से प्रीमियम इमेज और वीडियो यूज करें।
- ✓ ब्रांडिंग– अपने ब्रांड के रंग और लोगो हर वीडियो में लगाओ।

कीमत– फ्री प्लान मौजूद, प्रीमियम फीचर्स के लिए अलग–अलग सब्सक्रिप्शन।

क्यों यूज करें?– तेज और आसान एडिटिंग के लिए ये टूल मस्त है, खासकर अगर सब कुछ एक जगह चाहिए।

5. स्प्राउट सोशल (Sprout Social)

क्या है?– सोशल मीडिया मैनेजमेंट टूल, जो यूट्यूब के साथ इंस्टा, टिकटॉक को एक साथ संभालता है, जैसे मेला चलाने वाला देसी मैनेजर।

फीचर्स

- ✓ क्रॉस–पोस्टिंग– यूट्यूब वीडियो को फेसबुक, इंस्टा पर एक क्लिक में शेयर।
- ✓ एनालिटिक्स– टैग्स, कीवर्ड्स, और व्यूअर सेंटिमेंट से समझें ऑडियंस का मूड।
- ✓ शेड्यूलिंग– बेस्ट पोस्टिंग टाइम का सुझाव देता है।

कीमत– पेड प्लान शुरू मे बजट से बाहर, बड़े ब्रांड्स के लिए वर्थ।

क्यों यूज करें?– अगरयूट्यूब के साथ बाकी प्लैटफॉर्म्स भी चला रहे हैं, तो ये टूल टाइम बचाकर सब संभाल लेगा।

6. इन विडियो (InVideo)

क्या है?– वीडियो क्रिएशन प्लैटफॉर्म, जो यूट्यूब के लिए इंट्रो, आउट्रो, और फुल वीडियो का पूरा मसाला देता है।

फीचर्स

- ✓ इंट्रो मेकर– प्री–बिल्ट टेम्पलेट्स से प्रोफेशनल इंट्रो बनाओ।
- ✓ स्टॉक फुटेज– फुटेज और फॉन्ट लाइब्रेरी के साथ वीडियो कस्टमाइज करें।
- ✓ ब्रांड किट– चैनल का लुक कंसिस्टेंट रखे।

कीमत– फ्री प्लान लिमिटेड, पेड प्लान मौजूद।

क्यों यूज करें?– नए हो या प्रो, ये टूल तेज और क्रिएटिव वीडियो बनाने में सिद्धहस्त है।

7. कीवर्ड एवरीव्हैयर (Keywords Everywhere)

क्या है?– ब्राउजर एक्सटेंशन, जो यूट्यूब के अंदर ही कीवर्ड रिसर्च को चटपटा करता है।

फीचर्स

- ✓ कीवर्ड मेट्रिक्स– सर्च वॉल्यूम, रैंकिंग डिफिकल्टी, और ट्रेंड्स सीधे यूट्यूब पर देख।
- ✓ सर्च इनसाइट्स– टॉप चौनल्स और वीडियो के स्टैट्स देख, क्या काम करता है।
- ✓ रिलेटेड कीवर्ड्स– नए कीवर्ड आइडियाज के लिए सुझाव।

कीमत– पे–एज–यू–गो क्रेडिट्स, एक बार कन्फर्म कर लेना।

क्यों यूज करें?– यूट्यूब SEO के लिए ये जरूरी है, क्यूंकि सीधे प्लैटफॉर्म पर काम करता है।

यूज करने टिप्स

- ✓ मिक्स एंड मैच– कैनवा से थंबनेल, ट्यूबबडी से कीवर्ड्स, और स्प्राउट सोशल से क्रॉस–पोस्टिंग, सब मिलाकर टाइम की बचत।
- ✓ फ्री से शुरू– ट्यूबबडी, विडआईक्यू के फ्री एक्सटेंशन्स और कैनवा का फ्री प्लान शुरुआत में काफी हैं।
- ✓ एनालिटिक्स पर नजर– विडआईक्यू और स्प्राउट सोशल के डेटा से देख, कौन से वीडियो हिट हैं, और वैसा ही कंटेंट ठोकें।
- ✓ देसी थंबनेल स्वैग– कैनवा में ब्राइट रंग और बोल्ड फॉन्ट्स यूज करें, ताकि थंबनेल मेले की चमक जैसा लगे। यूट्यूब के मुताबिक, 90% टॉप वीडियो कस्टम थंबनेल यूज करते हैं!

✓ कंसिस्टेंसी का जादू– कैनवा या इन विडियो के ब्रांड किट्स से हर वीडियो और थंबनेल में देसी वाइब एक जैसा रखे।

यूट्यूब पर कॉम्पिटिशन देसी मेले सा हैकृहर कोई अपनी ठेली चमकाने में जुटा है! ऑल–इन–वन टूल्स टाइम बचाते हैं, क्यूंकि ये एडिटिंग, SEO, एनालिटिक्स, और प्रमोशन को एक जगह संभालते हैं। इनके साथ वीडियो ऑप्टिमाइज करके ज्यादा व्यूज, सब्सक्राइबर्स, और इंगेजमेंट पाया जा सकता है। खास बात, ये टूल्स नए क्रिएटर्स के लिए इतने आसान हैं कि फटाफट सीख कर शुरू कर सकता है!

मेरे दोस्त, इतना सब जानने के बाद यूट्यूब चैनल के लिए दिल में इलू–इलू शुरू हो गया होगा, है न! चलो, इसे पूरी तरह, स्टेप–बाय–स्टेप समझते हैं–

1ण यूट्यूब पर धमाल मचाने के लिए गूगल अकाउंट है? उससे यूट्यूब पर साइन–इन कर लो। अगर अकाउंट नहीं है, तो गूगल साइन–अप पेज पर जाकर एक मिनट में बना लो, यार!

2ण साइन–इन करने के बाद, ऊपर बाएँ कोने में तीन लाइन (मेन्यू) पर क्लिक करो, फिर "मेरा चैनल" चुनो। वहाँ "चैनल बनाएँ" बटन दबाओ, बस, शुरू हो गया!

3ण नाम और मूड सेट करने के लिए अपने चौनल को एक मस्त (कैची) सा नाम दो, ऐसा जो लोगों के दिल में उतर जाए, जुबान पर जल्दी चढ़ जाये।

4ण एक कैटेगरी (Niche) चुनो जो तुम्हारे दिमाग में पक रही खिचड़ी (कंटेंट) के मिजाज से मेल खाए। बाद में बदल भी सकते हैं, कोई टेंशन नहीं!

5ण चैनल का थोड़ा सा डिस्क्रपषन लिखो, बताओ कि चैनल किस बारे में है, क्या खास है। इससे प्रोफेशनल लुक आएगा और लोग समझेंगे कि तू लाया क्या है!

6ण चैनल को सजाओ–संवारो, थोड़ा स्टाइल जोड़ो, प्लेलिस्ट बनाओ, कुछ फीचर्स डालो, और अपने चैनल का एकदम झक्कास मेकअप करो। पहला इंप्रेशन तो बनता है, भाई!

7ण सब सेट हो गया है, अब वीडियो अपलोड करने का समय है! विडियो बनाते वक्त थोड़ी क्रिएटिविटी, अपना ज्ञान, शानदार थंबनेल, मस्त टाइटल, और धमाल मचाने वाला आउटरो को मिला कर ऐसा कंटेंट बनाओ जो लोगों को बांधे रखे।

ष्शुभस्य शीघ्रम!

अभी के लिए इतना ही, बाकी अगले एडीषन में।

8.4 व्हाट्सएप ब्रो (WhatsApp)

व्हाट्सएप मार्केटिंग 2025 में वो 'बाहुबली' है, जो बिजनेस को ग्राहकों के दिल में 'एक बार जो मैंने कमिटमेंट कर दी' वाली फील के साथ ले जाता है! ये कोई साधारण मैसेजिंग एप नहीं, बल्कि 2 बिलियन से ज्यादा यूजर्स वाले इस प्लैटफॉर्म पर 'दिलवाले दुल्हनिया ले जायेंगे' स्टाइल पर्सनल गपशप, चटपटे ऑफर्स, और वायरल कैंपेन का जुगाड़ है। 98% ओपन रेट और 45-60% क्लिक–थ्रू–रेट के साथ, ये ईमेल और SMS को 'लगान' की तरह मैदान से बाहर कर देता है। लाइट्स ऑन करते हैं और देखते हैं कि व्हाट्सएप मार्केटिंग में क्या–क्या मसाला है, और इसे यूट्यूब टूल्स के साथ 'सिंघम' स्टाइल में कैसे चमकाया जाए।

व्हाट्सएप मार्केटिंग वो 'शोले' वाला डायलॉग है, जहाँ अपने प्रोडक्ट्स, सर्विसेज, या ब्रांड को ग्राहकों के फोन पर 'कितना मजा है इस गपशप में' स्टाइल में प्रमोट करता है। ये सिर्फ मैसेज भेजना नहीं, बल्कि 'जब वी मेट' वाली दोस्ती बनाना है। ऑटोमेटेड चौटबॉट्स, ब्रॉडकास्ट लिस्ट, और इंटरैक्टिव मैसेजेस के साथ 'कभी खुशी कभी गम' स्टाइल में रियल–टाइम कनेक्शन बना सकता है।

व्हाट्सएप फैक्ट चैक

व्हाट्सएप हर गली–नुक्कड़ में छाया हुआ है! इसका मसालेदार डेटा, जो बताता है कि बिजनेस इसके साथ कैसे उड़ान भरेगा–

1. हर दिन 140 बिलियन मैसेज का तूफान– व्हाट्सएप पर रोज 140 अरब से ज्यादा मैसेज उड़ते हैं! ये तो मानो पूरी दुनिया एक साथ "हाय, क्या हाल?" बोल रही हो।
2. 45-60: कनवर्जन रेट– ग्राहक बनाना आसान, व्हाट्सएप का जादू देखो, 100 में से 45.60 लोग मैसेज पढ़कर सीधे ग्राहक बन जाते हैं!
3. 2024 में 3.6 बिलियन डॉलर का खर्च– व्हाट्सएप बिजनेस प्लेटफॉर्म पर दुनिया भर के बिजनेस 3.6 अरब डॉलर खर्च कर रहे हैं। ये तो देसी बाजार में "पानी–पूरी" की तरह डिमांड है! इस मौके को भुनाओ, भाई।
4. 180 देशों में 2ण्7 बिलियन लोग– व्हाट्सएप 180 देशों में फैला है और 2ण्7 अरब लोग इसका यूज करते हैं।
5. 33ण्5 मिनट रोज– लोग तो बस व्हाट्सएप पर ही लटके हैं! हर व्हाट्सएप यूजर दिन में 33ण्5 मिनट व्हाट्सएप पर बिताता है। यार, लोग तो खाना–पीना छोड़कर मैसेज चेक करते हैं!

6 50 मिलियन बिजनेस का भरोसा– दुनिया भर में 5 करोड़ बिजनेस (चीन को छोड़कर) व्हाट्सएप से मार्केटिंग कर रहे हैं। इस में शामिल हो जाओ, कैटलॉग बनाओ, ऑफर भेजो, और धमाल मचाओ!

7 97ः मार्केटप्लेस ग्रोथ।– व्हाट्सएप का जलवा है भई! व्हाट्सएप ने मार्केटप्लेस में 97ः की धुआंधार बढ़त बनाई है। ये तो मानो गली की दुकान रातों–रात मॉल बन जाए।

8 बिलियन यूजर्स का तमाशा– जून 2024 तक व्हाट्सएप के 3 अरब एक्टिव यूजर्स थे, जो 2023 से 7ः ज्यादा है। भाई, इतनी भीड़ तो प्च्ै फाइनल में भी नहीं होती!

9 0.26 डॉलर ऐवरेज रेवन्यम पर यूजर (।त्च्)– व्हाट्सएप बिजनेस का ।त्च् लगभग 0ण्26 डॉलर है। छोटा सा लगता है, पर लाखों यूजर्स के साथ ये कमाई का धमाका है!

10 98ः ओपन रेट– सब पढ़ते हैं, भाई! व्हाट्सएप का ओपन रेट 98ः है, मतलब मैसेज भेजा और लोग उसे खोलकर पढ़ने को तैयार! इंस्टाग्राम–फेसबुक तो इसके सामने फीके हैं।

11 57ण्35 मिलियन डाउनलोड्स– जनवरी 2025में व्हाट्सएप 57ण्35 करोड़ बार डाउनलोड हुआ।

12 20ः बिजनेस ग्रोथ– मैसेजिंग का कमाल! व्हाट्सएप पर एक्टिव चौट करने वाली 20% कंपनियों ने अपने बिजनेस में उछाल देखा।

2025 में व्हाट्सएप मार्केटिंग

- ✓ पर्सनलाइज्ड स्क्रिप्ट– ग्राहक को 'मैंने प्यार किया' स्टाइल में मैसेज, जैसे "अरे रोहन, तेरे लिए 20% डिस्काउंट का स्पेशल स्ट्रेचैबल जीन्स आया!"
- ✓ फिल्मी विजुअल्स– इमेज, वीडियो, या कैरोसेल मैसेजेस से प्रोडक्ट्स को 'पद्मावत' की तरह सजा, ताकि ग्राहक 'वाह ताज!' बोले।
- ✓ चौटबॉट्स का धमाल– 24x7 'रोबोट' स्टाइल सपोर्ट, ऑटोमेटेड जवाब, और 500% ज्यादा लीड्स, जैसे 'कोई मिल गया' का जादू।
- ✓ क्लिक–टू–व्हाट्सएप ऐड्स– फेसबुक, इंस्टा से सीधे चैट पर लैंड, जैसे 'चेन्नई एक्सप्रेस' की रफ्तार।
- ✓ कैटलॉग और पेमेंट– प्रोडक्ट कैटलॉग 'दिल से' स्टाइल में शेयर कर, कार्ट में डाल, और UPI से पेमेंट ले, सब व्हाट्सएप पर!
- ✓ एनालिटिक्स का क्लाइमेक्स– ओपन रेट, क्लिक्स, और कन्वर्जन ट्रैक कर, 'गदर' स्टाइल में अगला सीन प्लान कर।

व्हाट्सएप मार्केटिंग + यूट्यूब टूल्स = डबल धमाल

व्हाट्सएप मार्केटिंग को यूट्यूब टूल्स के साथ 'टाइगर 3' स्टाइल में मिक्स करने के कुछ जुगाड़–

1. **ट्यूबबडी** + व्हाट्सएप ब्रॉडकास्ट–
   - ✓ ट्यूबबडी से ट्रेंडिंग कीवर्ड्स ढूढों, जैसे "2025 के बेस्ट स्मार्टफोन"।
   - ✓ यूट्यूब वीडियो में व्हाट्सएप नंबर या QR कोड, जैसे 'मुझसे दोस्ती करोगे' वाला टच।
   - ✓ ब्रॉडकास्ट लिस्ट बनाकर वीडियो लिंक और ऑफर, जैसे "नया वीडियो देख और 15% डिस्काउंट ठोक!"
2. **कैनवा** + व्हाट्सएप कैरोसेलरू
   - ✓ कैनवा से 'ब्रह्मास्त्र' स्टाइल थंबनेल और प्रोडक्ट इमेज बनाओ।
   - ✓ इन्हें व्हाट्सएप कैरोसेल में डालकर 'जोधा अकबर' स्टाइल शोकेस करो, जैसे "हमारे टॉप 5 कुर्ते चेक कर!"
   - ✓ यूट्यूब वीडियो में कैरोसेल का टीजर डालकर व्यूअर्स को व्हाट्सएप पर खींचों।
3. **विडआईक्यू** + व्हाट्सएप चौटबॉट–
   - ✓ विडआईक्य से कॉम्पिटिटर के टैग्स चोरी–चोरी, चुपके–चुपके और 'कृष 3' स्टाइल वायरल वीडियो।
   - ✓ व्हाट्सएप चौटबॉट सेट करो, जो 'रहना है तेरे दिल में' स्टाइल में सवालों के जवाब दे, जैसे "ये जूता कहाँ मिलेगा?"
   - ✓ यूट्यूब डिस्क्रिप्शन में चौटबॉट लिंक डालकर लीड्स पकड़।
4. **इनविडियो** + व्हाट्सएप स्टोरी–
   - ✓ इनविडियो से 'कहो ना प्यार है' स्टाइल शॉर्ट वीडियो बनाओ।
   - ✓ इन्हें व्हाट्सएप स्टेटस पर 'हम दिल दे चुके सनम' स्टाइल में डाल।
   - ✓ स्टेटस में CTA बटन जोड़ो, जैसे "ज्यादा डीटेल्स चाहिये? चैट कर, यार!"
5. **स्प्राउट सोशल** + व्हाट्सएप एनालिटिक्स–
   - ✓ स्प्राउट सोशल से यूट्यूब और व्हाट्सएप कैंपेन के एनालिटिक्स चेक कर।

- ✓ व्हाट्सएप के ओपन रेट (कितने लोग तेरे मैसेज पढ़ रहे हैं– व्हाट्सएप बिजनेस में उपलब्धं) और क्लिक्स देख, ताकि 'दिलवाले' स्टाइल में अगला कैंपेन हिट हो।
- ✓ यूट्यूब कमेंट्स से लीड्स निकाल और व्हाट्सएप पर 'हम आपके हैं कौन' स्टाइल फॉलो–अप कर।

व्हाट्सएप बिजनेस

व्हाट्सएप, बिजनेस का देसी जादूगर है! अब तुम ये जानना चाहते हो कि कैसे इसकी एनालिटिक्स को यूज करके चैनल को पखं दें ?

व्हाट्सएप बिजनेस एनालिटिक्स ऐसे समझो– व्हाट्सएप बिजनेस ऐप वो सारी "खुफिया जानकारी" देता है, जो बताती है कि तेरे मैसेज कितने हिट हो रहे हैं। जैसे, कितने लोग मैसेज पढ़ रहे हैं (ओपन रेट), कितने भेजे, कितने डिलीवर हुए, और कितने का जवाब आया। ये सब ट्रैक करने से समझ आएगा कि "देसी मसाला" कितना काम कर रहा है और कहाँ और तड़का लगाना है!

व्हाट्सएप बिजनेस ऐप में एनालिटिक्स कैसे चेक करें?

1. ऐप खोलो, सेटिंग्स में जाओ–

- ✓ व्हाट्सएप बिजनेस ऐप में जाओ, ऊपर दाएं कोने में तीन डॉट्स (⋮) पर क्लिक करो।
- ✓ Settings > Business Settings > Statistics पर टैप करो
- ✓ ये वैसा ही है जैसे दुकान में दिनभर की बिक्री का हिसाब देखना!

2. क्या–क्या दिखेगा?

- ✓ Sent Messages (भेजे गए मैसेज)– कितने मैसेज भेजे, जैसे "दिवाली ऑफर– 20% डिस्काउंट!"
- ✓ Delivered Messages (डिलीवर हुए)– कितने लोगों तक मैसेज पहुंचा।
- ✓ Read Messages (पढ़े गए – ओपन रेट)रू कितने लोगों ने मैसेज खोलकर पढ़ा। यही "ओपन रेट" है, भाई!
- ✓ Received Messages (रिसीव किए गए)– ग्राहकों ने कितने मैसेज वापस भेजे।

उदाहरण से समझो– मान लो मैंने 100 कस्टमर्स को "पावभाजी पर 10% ऑफ" का मैसेज भेजा। 95 को डिलीवर हुआ, 80 ने पढ़ा, और 20 ने जवाब दिया ("भाई, ऑर्डर कर दो!")। तो मेरा ओपन रेट है 80%। मस्त, है ना!

कैसे यूज करना है?

- ✓ ओपन रेट कम है?– अगर पढ़े गए मैसेज कम हैं, तो मैसेज का टाइम चेंज करो (जैसे शाम 7 बजे भेजो, जब लोग फ्री होते हैं)। या मैसेज को और मजेदार बनाओ, जैसे "भाई, ये ऑफर मिस करोगे तो पछताओगे!"
- ✓ रिप्लाई कम हैं?– CTA (Call-to-Action) डालो, जैसे "अब ऑर्डर करने के लिए 'हाय' टाइप करो!" यूट्यूब पर वीडियो बनाकर भी दिखा सकते हो, "मेरे मैसेज का ओपन रेट 90% कैसे हुआ?" इससे चैनल भी चमकेगा!

व्हाट्सएप बिजनेस API (Application Programming Interface-अप्लीकेशन प्रोग्रामिंग इंटरफेस) के साथ एनालिटिक्स (अगर बिजनेस के बड़े खिलाड़ी हो तो)

अगर बजनेस बड़ा है या व्हाट्सएप बिजनेस API यूज कर रहे हो तो एनालिटिक्स और भी पावरफुल हैं। API बड़े बिजनेस के लिए है, जिसमें चौटबॉट्स, ऑटोमेशन, और ब्ल्ड इंटीग्रेशन होता है।

क्या ट्रैक कर सकते हो?–

- ✓ मैसेज डिलिवरी रेट– अरे वो साम्भा! कितने मैसेज डिलीवर हुए रे।
- ✓ ओपन रेट (पढ़े गए मैसेज)– कितने लोग मैसेज खोल रहे हैं।
- ✓ रिस्पॉसं रेट कितने– लोग जवाब दे रहे हैं।
- ✓ कनवर्जन रेट– कितने लोग मैसेज पढ़कर ऑर्डर कर रहे हैं।
- ✓ यूजर इंगेजमेंट– कौन से मैसेज (जैसे ऑफर, ब्रॉडकास्ट) ज्यादा हिट हैं।

उदाहरण से समझो– मैंने 1000 लोगों को ब्रॉडकास्ट भेजा, 900 को डिलीवर हुआ, 700 ने पढ़ा, और 50 ने ऑर्डर किया, तो ओपन रेट 70% और कनवर्जन रेट 5% हुआ।

कैसे एक्सेस करोगे ?–

- ✓ API प्रोवाइडर (जैसे Twilio, Wati, या Gupshup) के डैशबोर्ड में लॉगिन करो।
- ✓ एनालिटिक्स या रिर्पोटस सेक्शन में जाओ।
- ✓ मैट्रिक्स चेक करो– डिलीवरी, ओपन रेट, रिप्लाई, और कनवर्जन।
- ✓ डेटा को एक्सपोर्ट करके एक्सल या गूगल शीट में एनालाइज करो।

API यूज कर रहे हैं, तो यूट्यूब के लिए विडियो ट्यूटोरियल बनाओ, जैसे व्हाट्सएप बिजनेस API से मेरे बिजनेस ने उड़ान भरी!"

ओपन रेट बढ़ाने का जुगाड–

- ✓ मैसेज को छोटा और मजेदार रखो, जैसे "पावभाजी का स्वाद चाहिए? अभी ऑर्डर करो!"
- ✓ सही टाइम पर भेजो (शाम 6–8 बजे, जब लोग फोन चेक करते हैं)।
- ✓ पर्सनलाइज करो, जैसे "राम, ये ऑफर सिर्फ तेरे लिए!"
- ✓ यूट्यूब आइडिया वीडियो बनाओ, "मेरे व्हाट्सएप मैसेज 90% लोग क्यों पढ़ते हैं?"

रिप्लाई रेट का जुगाड–

- ✓ सवाल पूछो, जैसे "पावभाजी या समोसा, क्या खाओगे?"
- ✓ ऑफर डालो, जैसे "पहले 10 ऑर्डर पर फ्री कोल्ड ड्रिंक!"
- ✓ यूट्यूब आइडिया– व्हाट्सएप पर कस्टमर्स से चैट कैसे बढ़ाएं? देसी ट्रिक्स!"

कनवर्जन रेट का जुगाड–

- ✓ कैटलॉग को मस्त बनाओ, ताकि लोग सीधे ऑर्डर करें।
- ✓ पेमेंट लिंक डालो (व्हाट्सएप पेमेंट यूज करो)।
- ✓ यूट्यूब आइडिया– व्हाट्सएप से मेरे ऑर्डर्स 2X कैसे हुए?"

कमजोर पॉइंट्स सुधारो–

- ✓ अगर डिलीवरी रेट कम है, तो चेक करो कि नंबर सही हैं या नहीं।
- ✓ अगर ओपन रेट कम है, तो मैसेज का टेक्स्ट या टाइम चेंज करो।
- ✓ हर हफ्ते स्टैटिस्टिक्स चेक करो, जैसे दुकान में स्टॉक चेक करना।

2025 में व्हाट्सएप मार्केटिंग हाइलाइट्स

बॉक्स ऑफिस ROI– 300% रिटर्न, जैसे पौड़ी की एक ज्वेलरी शॉप ने 5 टाइम्स इंक्वायरीज पाई।

दिल से ट्रस्ट– 68% रीपीट कस्टमर्स, क्यूंकि व्हाट्सएप 'दिल तो पागल है' स्टाइल में कनेक्ट करता है।

ग्लोबली सुपरहिट– 180+ देशों में 2.95 बिलियन यूजर्स, देसी मसाले से ग्लोबल स्क्रीन तक!

ऑटोमेशन का जादू– चौटबॉट्स से 60% कार्ट रिकवरी और 2.6 बिलियन घंटे की बचत।

सस्ता, सुन्दर और मस्ती से भरपूर– 1000 फ्री सर्विस कॉन्वर्सेशन हर महीने, SMS - ईमेल से 'चक दे इंडिया' स्टाइल सस्ता।

व्हाट्सएप मार्केटिंग और यूट्यूब की जुगलबंदी

- ✓ ऑप्ट–इन का सीन– मैसेज भेजने से पहले परमिशन लो, जैसे यूट्यूब वीडियो में QR कोड डालकर 'मुझसे दोस्ती करोगे' स्टाइल में।
- ✓ टाइमिंग का ट्विस्ट– दोपहर और शाम को मैसेज भेज, जब ग्राहक 'रब ने बना दी जोड़ी' स्टाइल में फ्री हों।
- ✓ मसालेदार कंटेंट– हर मैसेज में ऑफर, टिप्स, या यूट्यूब लिंक, जैसे "हमारा नया वीडियो देखें और फ्री कैरियर काउसिंलिंग पायें!"
- ✓ देसी डायलॉग– हिंदी, भोजपुरी, या गढ़वाली में मैसेज भेज, ताकि 'दिल से दिल तक' का फील आए।
- ✓ रीटारगेटिंग का धमाल– यूट्यूब कमेंट्स से लीड्स पकड़ और व्हाट्सएप पर '3 इडियट्स' स्टाइल फॉलो–अप कर।
- ✓ ट्यूटोरियल वीडियोज– व्हाट्सएप बिजनेस फीचर्स (जैसे कैटलॉग, क्विक रिप्लाइज) के स्टेप–बाय–स्टेप ट्यूटोरियल बनाओ। जैसे व्हाट्सएप से बिजनेस कैसे बढ़ाएं?"
- ✓ प्रमोशन– अपने यूट्यूब वीडियोज के लिंक व्हाट्सएप ब्रॉडकास्ट या स्टेटस पर शेयर करो। जैसे "नया वीडियो आया! SEO सीखो, लिंक चेक करो!"
- ✓ एंगेजमेंट– यूट्यूब वीडियो में व्हाट्सएप शॉर्ट लिंक डालो, ताकि लोग डायरेक्ट चैट करें। जैसे "ऑफर चाहिए? मेरे व्हाट्सएप पर मैसेज करो!"
- ✓ कंटेंट आइडियाज– व्हाट्सएप स्टैटिस्टिक्स का डेटा यूज करके यूट्यूब पर एनालिसिस वीडियो बनाओ, जैसे "मेरे कस्टमर्स को ये मैसेज क्यों पसंद आया?"

व्हाट्सएप बिजनेस के टॉप फीचर्स और इस्तेमाल का तरीका

व्हाट्सएप बिजनेस एक फ्री ऐप है, जो छोटे–मध्यम बिजनेस के लिए बनाया गया है। ये ग्राहकों से चैट करने, प्रोडक्ट्स दिखाने, और ऑटोमैटिक रिप्लाई देने में मास्टर है। फीचर्स और उन्हें यूज करने का तरीका बता रहा हूँ, फिर मत कहना कि के डी सर ने बताया नही।

1. **बिजनेस प्रोफाइल** (Business Profile)

क्या है?– ये डिजिटल दुकान का साइनबोर्ड है! इसमें बिजनेस का नाम, लोगो, पता, वेबसाइट, ईमेल, और काम के घंटे डाल सकते हो। ग्राहक इसे देखकर भरोसा करते हैं।

क्यों जरूरी?– प्रोफेशनल लुक देता है, जैसे गली की दुकान का चमचमाता बोर्ड। टमतपपिमक बैज मिले तो और भरोसा बढ़ाता है।

कैसे यूज करें?–

- व्हाट्सएप बिजनेस ऐप खोलो।
- ऊपर दाएं कोने में तीन डॉट्स (⋮) पर क्लिक करो Settings > Business Settings > Profile
- बिजनेस का नाम, फोटो (कैनवा से मस्त लोगो बना सकते हो), पता, वेबसाइट, और डिस्क्रिप्शन डालो। जैसे– "गुप्ता जी की चाट, सबसे लाजवाब! मस्त पावभाजी, ऑर्डर करो!"
- सेव करो।

डिस्क्रिप्शन में थोड़ा मजा डालो, जैसे "हमारी चाट खाओ, दिल से दिल तक जाओ!"

2. **ऑटोमैटिक ग्रीटिंग मैसेज** (Greeting Message)

क्या है?– जब कोई पहली बार या 14 दिन बाद मैसेज करता है, तो ऑटोमैटिक वेलकम मैसेज जाता है।

क्यों जरूरी?– ग्राहक को तुरंत जवाब मिलता है, जैसे दुकान में "आइए, स्वागत है!" बोलना।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Greeting Message
- Send Greeting Message को ऑन करो।
- मैसेज लिखो, जैस– "हैलो, गुप्ता चाट भण्डार में आपका स्वागत है! आज क्या खाने का मन है?"
- चुनो कि ये मैसेज किसे जाए (सभी को, नए कस्टमर्स को, आदि) और सेव करो।

मैसेज में देसी ह्यूमर डालो, जैसे "भाई, चाट का ऑर्डर करो, घरवाली और साली साहिबा को दानों को खुश करो!"

3. अवे मैसेज (Away Message)

क्या है?– काम के घंटों के बाद मैसेज आने पर ऑटोमैटिक जवाब जाता है, जैसे "अब दुकान बंद है"।

क्यों जरूरी?– ग्राहक को पता चलता है कि कब रिप्लाई करेगा, इससे भरोसा बना रहता है।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Away Message
- Send Away Message को ऑन करो।
- मैसेज लिखो, जैसे– "चाट अभी सो रही है सुबह 10 बजे से ऑर्डर करें!"
- शेड्यूल सेट करो (जैसे रात 8 बजे से सुबह 10 बजे तक) और सेव करो।

मजेदार टच डालो, जैसे "भाई, रात को चाट नहीं, चाट के सपने देख, सुबह में मिलते हैं!"

4. क्विक रिप्लाइज (Quick Replies)

क्या है?– बार–बार पूछे जाने वाले सवालों के लिए शॉर्टकट मैसेज, जैसे "मेन्यू क्या है?" का जवाब।

क्यों जरूरी?– टाइम बचता है, और ग्राहक को फटाफट जवाब मिलता है।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Quick Replies
- + बटन पर क्लिक करके नया रिप्लाई बनाओ।
- मैसेज लिखो, जैसे "हमारा मेन्यू– पावभाजी ₹50, समोसा ₹20" और शॉर्टकट सेट करो (जैसे– /Menu)।
- चैट में "/Menu" टाइप करके भेजो, ऑटोमैटिक मैसेज जाएगा।

10–15 क्विक रिप्लाइज बनाओ, जैसे "/Price, "/Delivery, "/Offer"। यूट्यूब वीडियो में इन्हें दिखा सकते हो कि कैसे यूज करना है।

5. **प्रोडक्ट कैटलॉग** (Product Catalog)

क्या है?– अपनी दुकान का मेन्यू या प्रोडक्ट लिस्ट, जिसमें फोटो, कीमत, और डिस्क्रिप्शन डाल सकते हो।

क्यों जरूरी?– ग्राहक बिना पूछे प्रोडक्ट्स देख और ऑर्डर कर सकते हैं, जैसे ऑनलाइन मॉल।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Catalog
- Add Item पर क्लिक करो।
- प्रोडक्ट की फोटो (कैनवा से डिजाइन करो), नाम, कीमत, और डिस्क्रिप्शन डालो। जैसे– "पावभाजी – ₹50, मसालेदार और मक्खन वाला!"
- कलैक्षन बनाओ (जैसे "स्नैक्स", "डील ऑफ द डे") और सेव करो।
- चैट में कैटलॉग लिंक या प्रोडक्ट शेयर करो।

यूट्यूब पर कैटलॉग का वीडियो बनाओ, जैसे "मेरी दुकान का मेन्यू देखो, 2 मिनट में ऑर्डर करो!"

6. **लेबल्स** (Labels)

क्या है?– चैट्स को ऑर्गनाइज करने के लिए टैग्स, जैसे "नया कस्टमर", "पेमेंट पेंडिंग"।

क्यों जरूरी?– सैकड़ों चैट्स में कन्फ्यूजन नहीं होता, जैसे दुकान में ऑर्डर की लिस्ट।

कैसे यूज करें?

- किसी चैट में जाओ, मेन्यू (⋮) पर क्लिक करो।
- Add Label चुनो, जैसे "नया ऑर्डर" या "VIP कस्टमर"।
- नए लेबल बनाने के लिए New Label पर क्लिक करो और सेव करो।

रंगीन लेबल्स यूज करो, जैसे लाल = "Urgent", हरा = "Done"। यूट्यूब पर इसका ट्यूटोरियल बनाकर रीच बढ़ा सकते हो।

7. **स्टैटिस्टिक्स** (Statistics)

क्या है?– कितने मैसेज भेजे, डिलीवर हुए, और पढ़े गए, इसका डेटा।

क्यों जरूरी?– पता चलता है कि तेरा कंटेंट कितना हिट है।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Statistics
- डेटा चेक करो– भेजे गए, डिलीवर, पढ़े गए, और रिसीव किए गए मैसेज।
- अगर पढ़े गए मैसेज कम हैं, तो मैसेज का टाइम या कंटेंट चेंज करो।

यूट्यूब पर डेटा एनालिसिस का वीडियो बनाओ, जैसे "मेरे व्हाट्सएप मैसेज क्यों नहीं पढ़े जा रहे?

8. क्लिक–टू– व्हाट्सएप ऐड्स और शॉर्ट लिंक्स

क्या है?– फेसबुक/इंस्टाग्राम ऐड्स या QR कोड, जो सीधे व्हाट्सएप चौट खोलते हैं।

क्यों जरूरी?– नए कस्टमर्स को डायरेक्ट लाने का जुगाड़।

कैसे यूज करें?–

- Settings > Business Settings > Short Link
- लिंक कॉपी करो (जैसे मुझे व्हाट्सएप करे–91xxxxxxxx) और इंस्टाग्राम बायो या यूट्यूब डिस्क्रिप्शन में डालो।
- फेसबुक ऐड मैनेजर में "Click-to-WhatsApp" ऐड बनाओ, जिसमें CTA हो, जैसे "अब चौट करो!"।
- QR कोड जनरेट करके दुकान पर लगाओ।

यूट्यूब पर शॉर्टस बनाओ, जैसे "इस लिंक से सीधे मेरी दुकान पर चैट करो!"

9. व्हाट्सएप ब्रॉडकास्ट

क्या है?7 एक मैसेज को 256 कस्टमर्स तक भेज सकते हो, बशर्ते उनके पास तुम्हारा नंबर सेव हो।

क्यों जरूरी?– ऑफर्स और अपडेट्स भेजने का सस्ता तरीका।

कैसे यूज करें?–

- Chats > Broadcast Lists > New List
- कस्टमर्स के नंबर ऐड करो (पास तुम्हारा नंबर सेव किया हो)।
- मैसेज भेजो, जैसे "दिवाली सेल! 20% ऑफ, आज ही ऑर्डर करो!"।

यूट्यूब पर ब्रॉडकास्ट का डेमो दिखाओ, जैसे "ऐसे भेजो ऑफर, कस्टमर्स की लाइन लग जाए!"

10. कार्ट फीचर

क्या है?– कस्टमर्स कैटलॉग से प्रोडक्ट्स चुनकर कार्ट में ऐड कर सकते हैं और ऑर्डर कन्फर्म कर सकते हैं।

क्यों जरूरी?– ऑनलाइन शॉपिंग जैसा एक्सपीरियंस, बिना वेबसाइट के।

कैसे यूज करें?–

- कैटलॉग सेटअप करो (जैसे ऊपर बताया है)।
- Settings > Catalog > Add to Cart को ऑन करो।
- कस्टमर चैट में प्रोडक्ट्स चुनकर कार्ट में ऐड करेगा और ऑर्डर भेजेगा।

यूट्यूब पर कार्ट फीचर का वीडियो बनाओ, जैसे "2 मिनट में ऑर्डर कैसे लें?!"

तो, मेरे दोस्त, अब तुम व्हाट्सएप बिजनेस का "बादशाह" बनने के लिए तैयार हो!

8.4 "X" एक्स मार्केटिंग

X मार्केटिंग 2025 में वो क्वांटम स्टार्टअप है, जो एलन मस्क के बिजनेस पैशन, टेसला की 'साइबरट्रक' स्पीड, और 'न्यूरालिंक' जुनून के साथ बिजनेस को क्वांटम लीप लेकर गैलेक्सी के पार टेलीपोर्ट कर देगा।

X मार्केटिंग वो देसी स्पेसशिप है, जो छोटे–छोटे पोस्ट्स, चटपटे मीम्स, और ट्रेंडिंग हैशटैग्स के जरिए प्रोडक्ट्स, सर्विसेज, या ब्रांड को गैलेक्सी में लॉन्च करता है। ये 'हाइपरलूप' स्टाइल की इंटरैक्टिव गपशप है, जहाँ ऑडियंस रीपोस्ट, लाइक, और कमेंट्स के साथ 'टेस्ला ऑटोपायलट' की रफ्तार से जुड़ती है। 80% यूजर्स X पर न्यूज और ट्रेंड्स 'ब्लैक होल' में गोता लगाते हैं, तो ब्रांड 'सुपरनोवा' की तरह हर स्क्रीन पर उड़ान भरते हैं।

ये कोई पुराना ट्विटर नहीं, बल्कि असाधारण प्लैटफॉर्म है जहाँ 600 मिलियन यूजर्स का 'क्वांटम रिएक्टर' है, जहाँ रियल–टाइम गपशप, ट्रेंडिंग आइडियाज, 'फाल्कन हैवी' की रफ्तार से लॉन्च होता है। मस्क का विजन है, इंसान को मंगल पर ले जाना, टेस्ला से धरती को ग्रीन करना, और हर बिजनेस को इनोवेशन का रॉकेट देना है। 'देसी क्वांटम स्टार्टअप' में सवार होकर X मार्केटिंग को मस्क के पैशन, टेसला वाइब, और सुपरनोवा धमाल के साथ उड़ान भरते हैं!

कुल मिला कर X मार्केटिंग स्पेसएक्स, एलन मस्क, टेसला, और बिजनेस पैशन की मेगाट्रॉन हाइपरलूप स्टाइल में सुपरनोवा धमाल हैं।

X क्यों?

सोशल मीडिया की गैलेक्सी में ढेर सारे प्लेटफॉर्म चमक रहे हैं, फेसबुक, इंस्टाग्राम, टिकटॉक, और न जाने क्या–क्या! पर ये बिग बैंग से भी बड़ा सवाल है कि X पर ही क्यों उड़ान भरी जाए? आखिरकार, बाकी प्लेटफॉर्म्स पर तो अरबों यूजर्स की भीड़ है, और ट्रैफिक बढ़ाने में वो लोग स्टारशिप की तरह काम करते हैं। लेकिन रुक जाओ, मेरे अंतरिक्ष यात्री! X वो सुपरनोवा है जो तुम्हारे डिजिटल मार्केटिंग अभियान को दूसरी आकाशगंगा तक ले जाएगा।

डिजिटल मार्केटिंग का सही प्लेटफॉर्म चुनना मानो अपनी अंतरिक्ष यात्रा के लिए सही रॉकेट चुनना है। तुम्हें वो प्लेटफॉर्म चाहिए जो तुम्हारे टारगेट ऑडियंस और मार्केटिंग स्ट्रैटेजी के साथ "चाँद–तारे" वाला तालमेल बिठाए। मिसाल के तौर पर–

- ✓ Gen Z को पकड़ना है तो टिकटॉक वो डांसिंग ब्लैक होल है जहाँ वायरल रील्स की ग्रैविटी सबको खींच लेती है।
- ✓ थोड़ा बड़ा ऑडियंस (25–54)? फेसबुक वो पुराना स्पेस स्टेशन है, जहाँ सब मिलते हैं, पर धीमे–धीमे।
- ✓ विजुअल ब्रांड्स के लिए इंस्टाग्राम वो चमकता सितारा है, जहाँ हर फोटो को फिल्टर का स्पेससूट पहनाया जाता है।
- ✓ प्रोफेशनल्स को टारगेट करना है? LinkedIn वो कॉरपोरेट गैलेक्सी है, जहाँ सब सूट–बूट में B2B की बात होती हैं।

लेकिन X– ये तो वो हाइपरस्पीड स्पेसशिप है जो हर गैलेक्सी में फिट बैठता है! चलो X के सुपरपावर्स को जूम करके देखें, वो भी देसी ठसके और कॉस्मिक मजे के साथ।

X के सुपरपावर– क्यों है गैलेक्सी का बादशाह?

X वो जगह है जहाँ पर ब्रांड्स, Gen Z से लेकर प्रोफेशनल्स तक सबको लुभाते हैं।

1. वास्तविक समय का तड़का– अभी क्या हो रहा है?

X की टैगलाइन है– "यह वही है जो हो रहा है" मानो गैलेक्सी का लाइव न्यूज चैनल हो! चाहे कोई न्यूज धूमकेतु की तरह टकराए, कोई मीम उल्कापिंड की तरह वायरल हो, या कोई ट्रेंड सुपरनोवा की तरह चमके, X तुम्हें पल–पल अपडेट रखता है। फेसबुक और इंस्टाग्राम तो पुरानी स्टारलाइट की तरह धीमे हैं, और टिकटॉक पर तो सिर्फ डांसिंग एलियन्स का राज है। X वो लाइटस्पीड है जो ब्रांड को ट्रेंड्स के साथ जोड़ देता है।

मान लो IPL में छक्का पड़ा। तुम पोस्ट करो, "हमारा प्रोडक्ट तो इस छक्के से भी ज्यादा हिट है! #XKaJadoo" और बस, तुम ट्रेंडिंग में!

2. ग्राहक सेवा– अंतरिक्ष कंट्रोल रूम

X वो हॉटलाइन है जहाँ ग्राहक की हर पुकार का जवाब तुरंत मिलता है। कोई शिकायत पोस्ट करे, तुम दो मिनट में जवाब दो, "भाई, चिंता मत करो, हमारा रॉकेट स्पीड से तुम्हारा इश्यू फिक्स करते हैं इंस्टाग्राम पर DM का जवाब घंटों बाद मिलता है, फेसबुक पर कमेंट्स स्पेस डस्ट में खो जाते हैं, और टिकटॉक? वहाँ तो बस "नाचो और भूल जाओ" X पर तुम ग्राहकों से देसी दोस्त की तरह बात कर सकते हो।

अगर ग्राहक पोस्ट करे, "तुम्हारा प्रोडक्ट तो क्रैश हो गया!" तुम जवाब दो, "अरे, ऐसा कैसे? अभी स्पेस क्राफ्ट से फ्री चाय का कूपन भेज रहे हैं! ग्राहक खुश, ब्रांड वायरल होगा या नहीं।

3. रीपोस्ट– गैलेक्सी के वायरल उल्कापिंड

X का रीपोस्ट बटन वो जादुई बूस्टर है जो तुम्हारी पोस्ट को एक गैलेक्सी से दूसरी गैलेक्सी तक ले जाता है। एक मजेदार ट्वीट रीपोस्ट हुआ, और बस, तुम्हारा ब्रांड स्टारक्लस्टर की तरह चमकने लगा! इंस्टाग्राम पर रील बनाने में घंटे लगते हैं, टिकटॉक पर वायरल होना लॉटरी है, और लिंक्डइन? वहाँ तो सिर्फ "सीरियस" लोग हैं। X पर रीपोस्ट वो देसी चाची है जो हर खबर को दस गलियों तक फैला देती है।

पोस्ट किया, "हमारा प्रोडक्ट ऐसा है कि एलियन्स भी ऑर्डर करेंगे!" कोई इन्फ्लुएंसर रीपोस्ट करे दे तो मांषाअल्लाह ब्रांड को मंगल ग्रह तक पहुँचने से रोक कर दिखाये कोई ?

4. मुख्य मीट्रिक ट्रैकिंग– तुम्हारा स्टार मैप

X एनेलिटिक्सि वो कॉस्मिक GPS है जो तुम्हारे अभियान की हर हरकत ट्रैक करता है। कितने लाइक्स, रीपोस्ट, इम्प्रेशन्स सब एक डैशबोर्ड में, मानो तुम्हारी गैलेक्सी का मासिक रिपोर्ट कार्ड हो। फेसबुक और इंस्टाग्राम के एनालिटिक्स तो अंतरिक्ष भूलभुलैया जैसे जटिल हैं। टिकटॉक के मेट्रिक्स सिर्फ वीडियो तक, और लिंक्डइन के तो बस B2B वाले समझें। X का डैशबोर्ड उनके मुकाबले समझने में आसान है।

अपने पोस्ट की परफॉर्मेंस देखो और बोलो, "ये ट्वीट तो सूरज की तरह चमका, और वो वाला तो ब्लैक होल में गायब!"

5. ग्राहक जुड़ाव– दिल से दिल का स्टारलिंक

X विज्ञापन से ज्यादा दोस्ती बढ़ाने का प्लेटफॉर्म है। यहाँ तुम अपने ब्रांड को "कूल भाई" की तरह पेश कर सकते हो। इंस्टाग्राम पर चमकदार फोटो, टिकटॉक पर डांस मूव्स, और फेसबुक पर लंबी कहानियाँ चाहिए। लेकिन X पर एक देसी जोक, एक मजेदार मीम, या ट्रेंडिंग हैशटैग के साथ अपने फॉलोअर्स से दिल की बात कर सकते हो।

6. विज्ञापन प्रारूप– कॉस्मिक मेन्यू

X के विज्ञापन फॉर्मैट मानो अंतरिक्ष ढाबे का मेन्यू, हर टेस्ट के लिए कुछ न कुछ! चार मुख्य कैटेगरीज और ढेर सारे ऑब्जेक्टिव–बेस्ड ऑप्शन्स, जो तुम्हारे

बिजनेस गोल्स से तार जोड़ते हैं। ब्रांड अवेयरनेस, वेबसाइट ट्रैफिक, या लीड्स, X के पास सब है। X का मेन्यू हर ब्रांड के लिए कुछ न कुछ देता है, वो भी बजट में।

सोशल मीडिया की इस विशाल आकाशगंगा में, X वो हाइपरस्पीड स्पेसशिप है जो ब्रांड को ट्रेंड्स, जुड़ाव, और वायरल रीच की नई गैलेक्सी तक ले जाता है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, टिकटॉक, और लिंक्डइन अपने–अपने ग्रहों के राजा हैं, लेकिन X तो पूरी गैलेक्सी का बादशाह है! अगर ब्रांड तेज, मजेदार, और देसी वाइब वाला है, तो X पर पोस्ट करो, रीपोस्ट पकड़ो, और कॉस्मिक धमाल मचाओ!

सोषल मिडिया में X एक शक्तिशाली मंच है जो ब्रांड्स को वास्तविक समय में फॉलोवरर्स से जोड़ता है। यहाँ X मार्केटिंग की बेस्ट प्रैक्टिसेज हैं जो आपके अभियान को सफल बना लसकती। कैसे, आइये एक्सपोलर करते हैं–

1. वास्तविक समय के ट्रेंड्स का लाभ उठाएँ

X की ताकत इसके रियल–टाइम अपडेट्स में है। ट्रेंडिंग हैशटैग्स #Make in India #Digital India और टॉपिक्लस को मॉनिटर करें और अपने ब्रांड को जोड़ें। उदाहरणरू अगर #StartupIndia ट्रेंड कर रहा है, तो अपने टेक प्रोडक्ट की कहानी शेयर करें। Google Trend और X Explore सेक्शन का उपयोग करें।

2. आकर्षक विजुअल कंटेंट बनाएँ

उच्च–गुणवत्ता वाली इमेज, वीडियो, या इन्फोग्राफिक्स का उपयोग करें। X पर विजुअल कंटेंट टेक्स्ट–ओनली पोस्ट्स की तुलना में 3 गुना ज्यादा इंगेजमेंट लाता है और यह कमोबेष सभी सोषल मिडिया प्लेटफॉर्म पर लागू होता है। कैनवा जैसे टूल्स ब्रांडेड ग्राफिक्स के लिए ट्राय कर सकते हैं।

3. रीपोस्ट के जरिए रीच बढ़ाएँ

रीपोस्ट बोले तो– देसी माउथ पब्लिसिटी। रीपोस्ट फीचर का उपयोग करके अपने कंटेंट को लार्जर आडियंस तक पहुँचाएँ। कंटेस्टेन्टस या गिवअवेज चलाएँ, जैसे "रीपोस्ट करें और डिस्काउंट कोड जीतें"। यह ऑर्गेनिक रीच को बढ़ाता है। स्प्राउट सोषल से रीपोस्ट शेड्यूल और ट्रैक करें।

4. फॉलोअर्स जुड़ाव को फर्स्ट प्रायोरिटी

फॉलोअर्स के कमेंट्स और डायरेक्ट मैसेजेस का तुरंत जवाब दें। व्यक्तिगत और प्रोफेशनल टोन में जवाब देने से ब्रांड ट्रस्ट बढ़ता है। उदाहरणरू "हमें लिखने के लिए धन्यवाद! आपकी क्वेरी का समाधान 24 घंटे में होगा।" इसका

एक्सपिरियंस बहुत दफें किया होगा, किसी बैंक को टैग को करके देखिये। एक डेडिकेटेड कस्टमर सर्विस हैंडल बनाएँ।

5. X एनेलिटिक्स के साथ परफॉर्मेंस ट्रैक करें

X एनेलिटिक्स डैशबोर्ड से इम्प्रेशन्स, इंगेजमेंट रेट, और क्लिक–थ्रू–रेट्स ट्रैक करें। डेटा के आधार पर अपनी स्ट्रैटेजी ऑप्टिमाइज करें। अगर वीडियो पोस्ट्स ज़्यादा क्लिक्स ला रही हैं, तो वीडियो कंटेंट पर फोकस करें।

6. सही समय पर पोस्ट करें

X की ताकत इसके रियल–टाइम अपडेट्स में है। भारत में X पर हाई इंगेजमेंट टाइम सुबह 9–11 बजे और रात 8–10 बजे है। मंगलवार से गुरुवार को पोस्टिंग सबसे प्रभावी होती है। शेड्यूलिंग टूल्स जैसे Hootsuite का उपयोग करें।

7. माइक्रो इन्फ्लुएंसर्स के साथ टाई–अप

10K-50K फॉलोअर्स वाले माइक्रो–इन्फ्लुएंसर्स को चुनें, जो आपके टारगेट ऑडियंस से मेल खाते हों। वे प्रामाणिक और कॉस्ट इफेक्टिव प्रमोशन करते हैं।

किससे बचें?

- ✓ ज्यादा सेल्सी पिच– हर पोस्ट में बिक्री पर फोकस करने से ऑडियंस डिस्कनेक्ट हो सकती है।
- ✓ इरिलिवेंट पोस्टिंग– नियमित शेड्यूल बनाएँ, जैसे हफ्ते में 3–5 पोस्ट्स।
- ✓ ट्रेंड्स को इग्नोर करना– पुराने या इरिलिवेंट टॉपिक्स पर पोस्ट करने से इंगेजमेंट कम होगा। मार्केटिंग की बेस्ट प्रैक्टिसेज (ब्रांड–फोकस्ड)

अन्य सोषल मिडिया प्लेटफॉर्म की तुलना में X कैसे हिट है?

फेसबुक– 2.8 बिलियन से अधिक मंथली यूजर्स के साथ, फेसबुक एक लार्जर ऑडियंस (25–54 आयु वर्ग) तक पहुँचता है और कम्यूनिटि डेवलपमेंट, ईवेंट प्रमोशन और टार्गेटेड एड के लिए बेस्ट है। हालाँकि, इसका एल्गोरिदम ब्रांड कंटेंट की तुलना में दोस्तों और परिवार के पोस्ट को प्राथमिकता देता है, जिससे ऑर्गेनिक रीच लिमिटेड हो जाती है। X की तुलना में, फेसबुक लंबे समय तक चलने वाले कंटेंट के लिए बेहतर है, लेकिन इसमें वास्तविक स्पीड का अभाव है।

इंस्टाग्राम– इंस्टाग्राम के 1 बिलियन यूजर्स (18–34 आयु वर्ग) और इंगेजमेंट रेट (4.21% बनाम फेसबुक का 0-7%) इसे विजुअल ब्रांड्स (जैसे फैशन, फूड, यात्रा) के लिए अच्छे हैं। हालाँकि, इसकी पॉलिश्ड कंटेंट आवश्यकताएँ और

विज्ञापन कॉस्ट X की तुलना में अधिक हैं। X उन ब्रांड्स के लिए बेस्ट है जो संक्षिप्त, टू वे कम्यूनिकेषन को प्राथमिकता देते हैं।

टिकटॉक– टिकटॉक का 1 बिलियन यूजर बेस (16-24 ऐज ग्रुप) और हाई इंगेजमेंट रेट (5.3% बड़े खातों के लिए) इसे जेन Z को टारगेट करने वाले वायरल, क्रियेटिव कंटेंट के लिए फसर्ट क्लास है। हालाँकि, इसके ऐडवरटाइजिंग कॉस्ट ज्यादा हैं और कंटेंट क्रियेषन टाइम खाऊ है जबकि X कम संसाधनों मे बेस्ट कंटेंट के साथ तेजी से ऑडियंस को जोड़ता है।

लिंक्डइन– लिंक्डइन B2B मार्केटिंग और प्रोफषनल नेटवर्किंग के लिए सर्वश्रेष्ठ है, जो बिजनेस लीडर्स, कॉरपोरेटस, वर्किंग प्रोफषनल्स और डिसीजन मेकर्स को टारगेट करता है। इसकी स्लो स्पीड और हाई ऐडवरटाइजिंग कॉस्ट इसे B2C या क्विक रिजल्ट पाने के लिए कम यूजफुल बनाती हैं। X अधिक बहुमुखी है और लार्जर ऑडियंस के लिए बैटर है।

X का मिशन यूनिवर्स

X की 2025 की विशेषताएँ इसे एक डिजिटल स्टारशिप बनाती हैं, जो स्पेस X की तरह हंसी, मस्ती, और इनोवेषन को नए होरिजोन तक ले जा रहा है। हिंदी यूजर्स के लिए, यह स्थानीय भाषा में गपशप, मीम्स, और सेवाओं को एक पार्टी स्पेस की तरह पेश करता है। एलन मस्क का सपना X को WeChat जैसे सुपर ऐप में बदलना है, और ये फीचर्स उस मिशन के रॉकेट बूस्टर हैं। जैसे स्पेस X मंगल को बसाने की राह पर है, वैसे ही X डिजिटल ब्रह्मांड में मस्ती और कम्यनिकेषन का नया सूरज बन कर चमका रहा है।

2025 में X मार्केटिंग के हाइपर–इनोवेटिव फीचर्स

एलन मस्क, X को एक "एवरीथिंग ऐप" बनाने की ओर रॉकेट की स्पीड से बढ़ रहा है। तो, अपनी सीट बेल्ट बांधिए और X की 2025 की हाइपर–इनोवेटिव फीचर्स के इस अंतरिक्ष यान में सवार हाते है–

1. X मनी अकाउंटरू पैसे का हाइपरस्पीड ट्रांसपोर्टर

X मनी 2025 में लॉन्च हुआ एक डिजिटल वॉलेट है, जो आपके पैसे को स्टार ट्रेक के टेलीपोर्टर की तरह तुरंत एक जगह से दूसरी जगह भेज देता है, स्पेस X के स्टारशिप की तरह। यह लेनदेन को तेज और सस्ता बनाता है। Visa के साथ कोलेब्रेषन करके यह बैंकों को– "इस धरा का धरा पर ही रह जायेगा, हम क्लाउड नाईन में हैं" वाला गजब का फील देता है। क्रिप्टोकरेंसी अभी नहीं है, लेकिन जल्द ही यह डिजिटल रुपये को चाँद तक ले जाएगा।

यूजर्स अब चाय का बिल पेमेंट या पैसे दोस्तों को भेज सकते हैं, जैसे कि वे डिजिटल गैलेक्सी में तारे बांट रहे हों!

2. X ओरिजिनल्स– हंसी और कहानियों का स्पेस स्टेशन

19 अप्रैल 2025 को शुरू हुआ X ओरिजिनल्स एक डिजिटल स्पेस स्टेशन है, जहां ओरिजिनल शोज, डॉक्यूमेंट्रीज, और सीरीज आपका इंतजार कर रहे हैं। "वॉच एन्ड टॉक" फीचर के साथ, आप हिंदी में मस्ती भरे कमेंटस कर सकते हैं, जैसे कि आप अंतरिक्ष यात्री बनकर किसी एलियन सभ्यता से चैट कर रहे हों। यह नेटफिक्सि को पुराने स्कूटर की तरह पीछे छोड़ता है। चाहे कॉमेडी हो या ड्रामा, X ओरिजिनल्स आपके दिमाग को एक नई गैलेक्सी में ले जाएगा, जहाँ हर कहानी एक सुपरनोवा की तरह फटती है!

3. ऑडियो और वीडियो कॉलिंग– अंतरिक्ष वाला वीडियो कॉन्फ्रेंस

X की ऑडियो और वीडियो कॉलिंग 2025 में एक स्पेस लेवल की Zoom मिट्टिंग बन गई है। स्पेस X के स्टारलिंक सैटेलाइट्स की तरह, यह यूजर्स को तुरंत जोड़ता है, चाहे वे दिल्ली में हों या डिजिटल डायमेंशन में। कॉल क्वालिटी इतनी शानदार है कि लगता है आप लता दीदी या रफी साहब की आवाज में कोई हिन्दी गीत सुन रहें है– क्रिस्टल क्लियर। X स्पेसेस के साथ मिलकर, यह ग्रुप चैट को एक गैट–टू–गैदर में बदल देता है।

4. X स्पेसेस– मस्ती की पाठषाला का लॉन्चपैड

X स्पेसेस 2025 में विचारों और मस्ती का लॉन्चपैड है, जहां लाइव ऑडियो चौट्स फाल्कन 9 रॉकेट की तरह उड़ान भरते हैं। हिंदी में बॉलीवुड स्टार्स फैन मीट्स करते हैं, स्टार्टअप्स प्रोडक्ट्स लॉन्च करते हैं, और आप अपने दोस्तों के साथ "चाय पर चर्चा" को अलग ही लेवल पर ले जा सकते हैं। नए रिकॉर्डिंग फीचर के साथ, आप इन चैट्स को बाद में सुन सकते हैं, जैसे कि आपने कोई अंतरिक्ष मिशन रिकॉर्ड किया हो। यह फीचर X को हंसी और गपशप की गैलेक्सी बनाता है!

5. सुपर फॉलोज– क्रिएटर्स का मनी मेकिंग रॉकेट

सुपर फॉलोज क्रिएटर्स को अपने फैंस के लिए एक्सक्लूसिव कंटेंट लॉन्च करने की सुपरपावर देता है, जैसे कि स्पेस X का रॉकेट अंतरिक्ष में सैटेलाइट्स छोड़ता है। 2025 में, 35% क्रिएटर्स इस फीचर से पैसे कमा रहे हैं, जैसे कि वे डिजिटल गैलेक्सी में सोना खोद रहे हों। हिंदी कंटेंट क्रिएटर वीडियो, मीम्स, या लाइव सेशन शेयर करके कमाई करते हैं। यह Patreon को पुराने अंतरिक्ष सूट

की तरह पीछे छोड़ता है और X को क्रिएटर्स का मनी मेकिंग स्टारशिप बनाता है!

6. थ्रेड्स और विजुअल कंटेंट– मीम्स और कहानियों का नेबुला

X थ्रेड्स 2025 में कहानियों और मीम्स का एक चमकता नेबुला हैं। कोई भारत के बजट की कहानी बुनता है, तो कोई मजेदार मीम्स की थ्रेड बनाता है, ये पोस्ट्स 60% ज्यादा समय तक आपका ध्यान चुराते हैं। इमेज, शॉर्ट वीडियो, और GIFs के साथ, X पोस्ट्स तारों की तरह चमकते हैं। नए विजुअल टूल्स, जैसे इमेज एडिटिंग और वीडियो एनालिटिक्स, क्रिएटर्स को ऐसे मीम्स बनाने में मदद करते हैं, जो डिजिटल गैलेक्सी में वायरल हो जाएँ। यह फीचर X को मस्ती का ब्लैक होल बनाता है!

7. Grok AI इंटीग्रेशन– आपका डिजिटल जार्विस

Grok AI, X का AI को–पायलट, 2025 में आयरन मैन के जार्विस की तरह काम करता है। यह हिंदी में पोस्ट अनुवाद करता है, जैसे कि दूसरे गोले का कोई पीके हमारी भाषा को तुरंत डीकोड कर रहा हो। Grok ट्रेंड्स का एनालाइज करता है, ताकि आप डिजिटल ब्रह्मांड के सबसे हॉट टॉपिक्स तक पहुँच सकें। चाहे जापानी पोस्ट हो या रूसी, हिंदी में तुरंत पढ़ें, जैसे कि आप भाषा की दीवारों को लाइटस्पीड से पार कर रहे हों। यह X को गपशप और ज्ञान का अंतरिक्ष केंद्र बनाता है!

8. इनएक्टिव यूजरनेम को बेचना और पैरोडी अकाउंट का नियम– डिजिटल गैलेक्सी का सिक्योरिटी गार्ड

X ने 2025 में निष्क्रिय यूजरनेम को बिक्री के लिए खोल दिया है, जैसे कि स्पेस X अंतरिक्ष में खाली ऑर्बिट्स को बेच रहा हो। हिंदी न्यूज चैनल या ब्रांड्स अब ऐसे हैंडल्स खरीद सकते हैं, जो उनकी पहचान को सुपरनोवा की तरह चमका दें। लेकिन रुकिए, मजा यहीं शुरू होता है! नए पैरोडी अकाउंट नियम X को डिजिटल गैलेक्सी का सिक्योरिटी गार्ड बनाते हैं। अब कोई पैराडी अकाउंट बना कर आपको बेवकूफ नहीं बना सकताष X सुनिश्चित करता है कि असली तारे नकली धूमकेतुओं से अलग चमकें। यह स्पेस X की तरह है, जो अपने मिशनों को एलियन हमलों से बचाता है!

9. X टीवी और अन्य सर्विसेज– डिजिटल मल्टीवर्स का ग्रैंड टूर

X टीवी 2025 में एक डिजिटल मल्टीवर्स है, जहां लाइव स्ट्रीमिंग और प्रीमियम वीडियो कंटेंट आपका इंतजार कर रहे हैं। यह यूट्यूब को पुराने अंतरिक्ष स्कूटर की तरह पीछे छोड़ता है। X पेमेंट सर्विसेज, पेटीएम की तरह, ऑनलाइन

शॉपिंग और बिल पेमेंट को मस्ती भरा बनाता है। जैसे स्पेस X मंगल पर कॉलोनी बनाना चाहता है, वैसे ही X एक "एवरीथिंग ऐप" बन रहा है, जहां आप गपशप, शॉपिंग, और मूवीज को एक ही स्टारशिप से कंट्रोल कर सकते हैं। यह फीचर X को डिजिटल यूनिवर्स का टूर गाइड बनाता है!

10. वेबसाइट रीडिजाइन– डिजिटल स्टारशिप का कूल कॉकपिट

दिसंबर 2024 में X की वेबसाइट को रिडिजाइन किया गया, जो 2025 में स्टारशिप के कॉकपिट की तरह चमकता है। पुरानी ट्वीट्र ब्लू ब्रांडिंग को "अलविदा" कहकर, X ने एक मॉडर्न, मिनिमल लुक अपनाया है। यूजर्स के लिए, यह इंटरफेस इतना आसान है कि लगता है आप डिजिटल गैलेक्सी में एक टच से नेविगेट कर रहे हैं। यह फीचर X को ऐसा बनाता है, जैसे कि आप एक अंतरिक्ष यान के कप्तान हों, जो तारों के बीच गोते लगा रहा हो।

ये इनोवेटिव फीचर्स X को केवल एक माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म से कहीं आगे ले जाती हैं। यह अब एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जो सोशल मीडिया, एण्टरटेनमेंट, फाइनैंषियल सर्विसेज, और इंटरैक्टिव कम्यूनिकेषन को एक साथ जोड़ता है। यूजर्स के लिए, ये फीचर्स स्थानीय भाषा में कंटेंट तक आसानी से पहुंचाने का ऑप्षन देते हैं, जिससे X भारत में और भी लोकप्रिय हो रहा है। एलन मस्क का विजन X को WeChat जैसे सुपर ऐप में बदलना है, और 2025 में ये कदम उस दिशा में एक कदम आगे को मजबूती से बढ़ाते दिखाते हैं।

डिजिटल गैलेक्सी में स्टार बनने के कुछ टिप्स–

X पर ग्रो करना ऐसा है जैसे आप एक डिजिटल स्टारशिप चला रहे हों, और आपका मिशन है तारों की तरह चमकना। नीचे कुछ मजेदार और प्रैक्टिकल टिप्स हैं, जो 2025 की X विशेषताओं को इस्तेमाल करते हैं और आपके डिजिटल मार्केटिंग में हेल्प कर सकते हैं। मानो तो ठीक वर्ना सानू कि फरक पैंदा है?

1. कूल हैंडल और प्रोफाइल– अपनी गैलेक्सी की पहचान बनाएँ

क्यों जरूरी है?

आपका यूजरनेम और प्रोफाइल आपका डिजिटल स्पेससूट है। 2025 में, X ने निष्क्रिय यूजरनेम बिक्री शुरू की है, तो अब वो कूल हैंडल खरीदने का मौका है! ये ऐसा है जैसे स्पेस X ने आपको चाँद का एक टुकड़ा बेच दिया हो, अब आपकी पहचान तारों की तरह चमकेगी।

लेकिन सावधान! पैरोडी अकाउंट नियम अब सख्त हैं। अगर आप "FakeSRK" बनाकर शाहरुख की नकल करने की सोच रहे हैं, तो X का

सिक्योरिटी गार्ड आपको डिजिटल ब्लैक होल में फेंक देगा। असली बनो, वरना लोग आपको नकली धूमकेतु समझेंगे!

क्या करें?

- ✓ एक छोटा, याद रखने लायक यूजरनेम चुनें।
- ✓ प्रोफाइल में अपनी नॉलेज (डिजिटल मार्केटिंग कॉमेडी) हाइलाइट करें, जैसे SEO का शहंशाह, मीम्स का बादशाह!"
- ✓ एक मजेदार बायो और देसी स्टाइल की प्रोफाइल पिक लगाएँ (जैसे चाय पीते हुए लैपटॉप पर काम करने वाली फोटो)।

2. मजेदार और वैल्यू–वाला कंटेंट– मीम्स और नॉलेज का तड़का

क्यों जरूरी है?

X पर लोग स्क्रॉल करते वक्त रुकते हैं अगर कंटेंट मजेदार या फायदेमंद हो तो। 2025 में थ्रेड्स और विजुअल कंटेंट ट्रेंड कर रहे हैं, जो 60% ज्यादा ध्यान खींचते हैं।

अपने पोस्ट्स को ऐसे बनाओ जैसे आप डिजिटल गैलेक्सी में चाय की टपरी चला रहे हो, हर कोई वहाँ रुकेगा! डिजिटल मार्केटिंग टिप्स को देसी मीम्स के साथ मिलाओ, जैसे SEO नहीं किया? तो भैया, गूगल के रॉकेट में सीट नहीं मिलेगी!"

क्या करें?

- ✓ डिजिटल मार्केटिंग टिप्स को मजेदार थ्रेड्स में शेयर करें, जैसे "5 तरीके अपनी वेबसाइट को चाँद तक ले जाने के!" हर पॉइंट में एक देसी जोक डालें।
- ✓ विजुअल्स मीम्स मजेदार बनाएँ, जैसे "जब बॉस कहे SEO करो' लेकिन बजट 500 रुपये हो!"
- ✓ इंटरैक्शन बढ़ाने के लिए पोल्स डालें, जैसे SEO या PPC कौन है डिजिटल मार्केटिंग का SRK?"

3. X स्पेसेस– अपनी आवाज को गैलेक्सी तक ले जाएँ

क्यों जरूरी है?

X स्पेसेस 2025 में भारत में सुपरहिट है। यह लाइव ऑडियो चैट्स आपके फॉलोअर्स के साथ मस्ती और नॉलेज शेयर करने का रॉकेट है।

स्पेसेस में हिंदी बातें करो, बीच–बीच में जोक्स डालो, जैसे "Backlinks न हों तो गूगल कहता है, 'भाई, तू कौन?'"

क्या करें?

- ✓ हफ्ते में एक स्पेस होस्ट करें, जैसे "मीम्स से मार्केटिंग"।
- ✓ अपने यूट्यूब चैनल के टॉपिक्स पर चर्चा करें और फॉलोअर्स को इनवाइट करें।
- ✓ स्पेसेस को रिकॉर्ड करें और क्लिप्स को X पर शेयर करें।

जैसे मैं आपको गूगल एनालिटिक्स को आसान हिंदी में समझा रहा हूँ– कि "बाउंस रेट वो है जब यूजर आपकी साइट पर आकर कहे, 'नहीं यार, ये नहीं चाहिए!"

4. ट्रेंड्स और हैशटैग्स– डिजिटल गैलेक्सी के सुपरनोवा

क्यों जरूरी है?

X की ताकत इसकी रीयल–टाइम ट्रेंडिंग पावर में है। ट्रेंडिंग हैशटैग्स और टॉपिक्स आपको वायरल रॉकेट की सवारी दे सकते हैं। ट्रेंड्स में कूदो जैसे आप बॉलीवुड गाने पर डांस कर रहे हो! उदाहरणरू अगर #DigitalIndia ट्रेंड कर रहा है, तो पोस्ट करो, SEO के बिना डिजिटल इंडिया? भाई, वो तो रॉकेट बिना इंजन के है!"

क्या करें?

- ✓ X एनेलिटिक्स चेक करें कि कौन से हैशटैग ट्रेंड कर रहे हैं।
- ✓ ट्रेंडिंग टॉपिक्स पर मजेदार ट्वीट्स करें, जैसे #Budget2025 पर "बजट में SEO के लिए पैसे नहीं? तो भैया, फ्री टूल्स आजमाओ!"
- ✓ अपने यूट्यूब वीडियो को ट्रेंड्स से लिंक करें, जैसे "#TechNews पर मेरा लेटेस्ट वीडियो देखो!"
- ✓ ट्रेंडिंग हैशटैग्स के साथ अपने वीडियो शेयर करें और देसी ह्यूमर डालें।

5. रीपोस्ट और इंगेजमेंट– वायरल रॉकेट का फ्यूल

क्यों जरूरी है?

X का रीपोस्ट फीचर कंटेंट को ऑर्गेनिकली फैलाता है। इंगेजमेंट (लाइक्स, कमेंट्स) आपके रॉकेट को और तेज करता है। अपने फॉलोअर्स के ट्वीट्स को रीपोस्ट करो और मजेदार कमेंट्स डालो, जैसे "भाई, ये ट्वीट तो मेरे ट्वीट् से भी ज्यादा वायरल है!" फॉलोअर्स के सवालों का जवाब देसी स्टाइल में दो।

क्या करें?

- ✓ अपने यूट्यूब वीडियो को रीपोस्ट करने के लिए फॉलोअर्स से कहें।
- ✓ हर दिन 10–15 मिनट कमेंट्स का जवाब देने में बिताएँ।
- ✓ मजेदार रीपोस्ट्स करें, जैसे किसी मीम को रीपोस्ट करके "ये मीम मेरे SEO स्ट्रैटेजी से ज्यादा वायरल है!"

6. X ओरिजिनल्स और विजुअल्स– अपने कंटेंट को सुपरनोवा बनाएँ

क्यों जरूरी है?

2025 में X ओरिजिनल्स (शोज, डॉक्यूमेंट्रीज) और विजुअल कंटेंट ट्रेंडिंग हैं। ये आपके कंटेंट को गैलेक्सी–लेवल तक ले जा सकते हैं। अपने यूट्यूब वीडियो को X ओरिजिनल्स स्टाइल में प्रमोट करो, जैसे "मेरा नया वीडियो X ओरिजिनल्स से कम नहीं मीम्स, और देसी मस्ती का कॉकटेल!"

क्या करें?

- ✓ अपने यूट्यूब शॉर्ट्स को X पर शेयर करें और WATCH AND TALK फीचर के साथ डिस्कशन शुरू करें।
- ✓ ग्राफिक्स को मजेदार इन्फोग्राफिक में बदलें।
- ✓ X ओरिजिनल्स के ट्रेंडिंग टॉपिक्स पर ट्वीट करें, जैसे " X ओरिजिनल्स की नई सीरीज देखी?

7. Grok AI का इस्तेमाल– आपका डिजिटल को–पायलट

क्यों जरूरी है?

Grok AI आपको ट्रेंड्स और अनुवाद में मदद करता है। यह आपको गैलेक्सी के सबसे हॉट टॉपिक्स तक ले जाता है। Grok AI से पूछो, "भाई, आज X पर क्या चलेगा?" और वो आपको ट्रेंडिंग टॉपिक्स देगा, जैसे कि वो आपका अंतरिक्ष वाला बेस्ट फ्रेंड हो!

क्या करें?

- ✓ Grok AI से हिंदी में ट्रेंडिंग टॉपिक्स पूछें और उनके आधार पर ट्वीट्स बनाएँ।
- ✓ इंटरनेशनल पोस्ट्स को हिंदी में ट्रांसलेट करके रीपोस्ट करें, जैसे "ये फ्रेंच मीम देखो, हिंदी में और मस्त लगता है!"

8. X एड और एनेलिटिक्स– पोस्ट ट्रैक करने का GPS

क्यों जरूरी है?

X एड और एनेलिटिक्स आपको बताते हैं कि आपका कंटेंट कितना उड़ा। यह आपके रॉकेट की स्पीड और दिशा चेक करने जैसा है। एनेलिटिक्स चेक करो, जैसे कि आप अपने रॉकेट की फ्यूल लेवल देख रहे हो। अगर इंगेजमेंट कम है, तो ट्वीट में और देसी मसाला डालो!

क्या करें?

- ✓ X एनेलिटिक्स से देखें कि कौन से ट्वीट्स सबसे ज्यादा हिट हैं।
- ✓ छोटे बजट ds X एड चलाएँ, जैसे अपने यूट्यूब चैनल को प्रमोट करने के लिए।
- ✓ अपने ट्वीट्स की परफॉर्मेंस को ट्रैक करें और जो काम कर रहा हो, उसे दोहराएँ।
- ✓ डेटा देखकर समझें कि कौन सा कंटेंट आपके फॉलोअर्स को पसंद आ रहा है।

टिप ऑफ द आईसबर्ग

- ✓ यूट्यूब और X क्रॉस प्रमोशन– अपने यूट्यूब चैनल के वीडियो को X पर शेयर करें। हर वीडियो के साथ मजेदार कैप्शन और ट्रेंडिंग हैशटैग्स डालें।
- ✓ देसी ह्यूमर– आपनी शरारतों–चुलबुल पांडे देसी मीम्स और जोक्स से X पर भुनाएँ। ये आपके ट्वीट्स को वायरल बनाएँगे।
- ✓ स्पेसेस में मास्टरी– आपकी नॉलेज स्पेसेस में शेयर करें और इसे मजेदार बनाए।
- ✓ निष्क्रिय यूजरनेम– अगर आपका यूट्यूब चैनल ब्रांड बन रहा है, तो एक प्रीमियम यूजरनेम खरीदें, जैसे @DesiDigitalGuru इससे आपकी प्रोफाइल को प्रोफेशनल लुक मिलेगा।

कितना समय लगेगा?

- ✓ 0&1000 फॉलोअर्स– 2-3 महीने, अगर आप रोज 2-3 मजेदार/वैल्यू वाले ट्वीट्स करें।
- ✓ 1000-10,000 फॉलोअर्स– 6-12 महीने, अगर आप स्पेसेस, थ्रेड्स, का इस्तेमाल करें।

प्रो टिप– हर हफ्ते X एनेलिटिक्स चेक करें और अपने सबसे हिट ट्वीट्स की स्टाइल को दोहराएँ।

तो भाई! मस्क अन्ना का दिया स्पेस X है, पापा का दिया स्मार्ट फोन और अनलिमिटेड डेटा पैक है लेकिन हौंसले का फ्यूल तो खुद ही भरना पड़ेगा!

X मार्केटिंगरू देसी क्वांटम स्टार्टअप स्टाइल में मस्क के बिजनेस पैशन और टेसला–पावर्ड सुपरनोवा धमाल

9. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग (Influencer Marketing)

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एक ऐसा धंधा है जिसमें सच्चाई, मजा, और सही टाइमिंग का तड़का लगाना पड़ता है।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग वो चीज है जो आजकल ब्रांड्स के लिए सोने की खान बन गई है। ये ऐसे लोगों को ढूंढने का खेल है जो सोशल मीडिया के बादशाह हैं। मतलब, जिनके पीछे फॉलोअर्स की पूरी फौज लगी रहती है। ये इन्फ्लुएंसर अपने फैंस के दिल और दिमाग पे छाए रहते हैं। जब ये किसी चीज को बढ़ावा देते हैं, तो लोग कहते हैं, अरे, अपना भाई तो गलत नहीं बोलेगा न!

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एक डिजिटल मार्केटिंग रणनीति है जिसमें ब्रांड्स सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर (यूट्यूबर्स, इंस्टाग्रामर्स, ब्लॉगर्स आदि) अपने उत्पादों या उत्पादों को प्रमोट करते हैं। इसमें लोग पारंपरिक विज्ञापन (ट्रेडिशनल विज्ञापन) के थोक बिक्री (सिफारिशें) पर बहुत अधिक भरोसा करते हैं, इसलिए यह मार्केटिंग काफी प्रभावशाली हो गई है।

फिर एक बात और, ये मार्केटिंग सिर्फ इंस्टाग्राम की रील्स या यूट्यूब के वीडियो तक नहीं रुकती। अब तो X में भी लोग अपने राय देकर ब्रांड्स को ऊंचा उठा रहे हैं। कोई छोटा सा ट्वीट, कोई मजेदार मीम, और बस हो गया, ब्रांड की चमक दुगनी! लेकिन यहाँ भी वही फंडा है, अगर इन्फ्लुएंसर का दिल उस चीज में नहीं लगा, तो जनता बोल देगी, भाई, तू तो बिका हुआ है!

आजकल ब्रांड्स भी चालाक हो गए हैं। वो अब इन्फ्लुएंसर को बोलते हैं, भाई, तू बस अपना ढंग से बता दे, स्क्रिप्ट मत पढ़! इससे लगता है कि बात दिल से निकली है, और जनता का भरोसा और पक्का हो जाता है। लेकिन अगर इन्फ्लुएंसर ने ओवरएक्टिंग कर दी, तो लोग कहते हैं, ये तो सस्ता ड्रामा है, चल हट!

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग कैसे काम करती है?

- ✓ ब्रांड और इन्फ्लुएंसर का सहयोग (Callaboration)– ब्रांड ऐसे इन्फ्लुएंसर को चुनते हैं जो उनके ब्रांड से मेल खाते हैं।
- ✓ स्पॉन्सर्ड सामग्री (Sponcered)– इन्फ्लुएंसर ब्रांड के उत्पादों को प्रोमोट करने के लिए सोशल मीडिया पर पोस्ट, वीडियो या स्टोरी शेयर करते हैं।

- ✓ एफिलिएट मार्केटिंग (Afiliate) – इन्फ्लुएंसर्स को एक विशेष लिंक या अलग कोड दिया जाता है जिससे उनकी बिक्री ट्रैक की जाती है।
- ✓ उत्पाद समीक्षा और अनबॉक्सिंग (उत्पाद समीक्षा और अनबॉक्सिंग) – इन्फ्लुएंसर नए उत्पादों की समीक्षा (समीक्षा) या अनबॉक्सिंग वीडियो दर्शकों को सही जानकारी देते हैं।

गिववे और कॉन्टेस्ट– ब्रांड्स अधिक लोगों तक पहुंचे और एंगेजमेंट बढ़ाने के लिए प्रभावशाली लोगों के माध्यम से गिववे या प्रतियोगिताएं आयोजित करते हैं।

इन्फ्लुएंसर के प्रकार–

1. मेगा इन्फ्लुएंसर (Mega Influencers)

ये वो बड़े भाई लोग हैं जो सोशल मीडिया के शेर कहलाते हैं। इनके फॉलोअर्स लाखों–करोड़ों में होते हैं। बॉलीवुड स्टार्स, क्रिकेटर, या कोई बड़ा यूट्यूबर दृ जैसे विराट कोहली या कैरी मिनाटी। इनका दम इतना है कि एक पोस्ट से ब्रांड की बिक्री आसमान छू जाए, लेकिन भाई, इनकी जेब भी ढीली करनी पड़ती है, मोटा पैसा लगता है!

मेगा इन्फ्लुएंसर होते हैं जो कि अपने फील्ड के दिग्गज होते हैं और जिनके 1 मिलियन (10 लाख) से ज्यादा फॉलोअर्स होते हैं। ये ज्यादातर सेलिब्रिटीज, फिल्म स्टार्स, स्पोर्ट्स पर्सनैलिटी, या सोशल मीडिया के बड़े क्रिएटर्स होते हैं। इनकी ऑडियंस बहुत बड़ी होती है और ये ग्लोबल या नेशनल लेवल पर प्रभाव डाल सकते हैं।

2. मैक्रो इन्फ्लुएंसर (Macro Influencers)

ये मेगा से थोड़े छोटे भाई हैं, लेकिन फिर भी इनकी पहुंच तगड़ी होती है। फॉलोअर्स 1 लाख से 10 लाख तक। ये अक्सर किसी खास चीज के मास्टर होते हैं दृ जैसे फैशन, टेक, या ट्रैवल। मिसाल के तौर पर, कोई ट्रैवल ब्लॉगर जो दुनिया घूमता हो। इनकी बात में वजन होता है, और ब्रांड्स को इनसे अच्छा रिटर्न मिलता है।

ये सोशल मीडिया पर काफी प्रसिद्ध होते हैं और इनकी ऑडियंस एक्टिव होती है। ये सेलिब्रिटी लेवल पर तो नहीं होते, लेकिन खुद को सेलिब्रिटी से कम भी नहीं समझते क्योंकि यें माइक्रो इन्फ्लुएंसर से बड़े और मेगा इन्फ्लुएंसर से छोटे होते हैं। कंपनियां इन्हें बड़े स्तर पर मार्केटिंग के लिए हायर करती हैं।

3. माइक्रो इन्फ्लुएंसर (Micro Influencers)

अब आते हैं मोहल्ले के अपने भाई लोग! इनके फॉलोअर्स 10 हजार से 1 लाख के बीच होते हैं। ये छोटे लगते हैं, लेकिन इनका कनेक्शन अपनी ऑडियंस से एकदम पक्का होता है। जैसे कोई लोकल फूड ब्लॉगर जो ढाबों की सैर करे। ब्रांड्स को ये सस्ते पड़ते हैं, और इनके फैंस इनकी बात को सच मानते हैं।

ये बहुत बड़े सेलेब्रिटी नहीं होती, लेकिन इनकी फॉलोअर्स में मजबूत पकड़ होती है। इनका एंगेजमेंट रेट सबसे ज्यादा होती है, क्योंकि ये अपने ज्यादातर ऑडियंस के साथ कनेक्टेड रहते हैं। कंपनियां इन्हें क्वॉलिटी वाली ऑडियन्स के लिए हायर करती है।

4. नैनो इन्फ्लुएंसर (Nano Influencers) देखन में छोटे लगे, काम करें गम्भीर।

ये तो बिल्कुल अपने गली के छोटे भैया हैं। फॉलोअर्स 1 हजार से 10 हजार तक। इनका दायरा छोटा होता है, लेकिन इनकी बात में जान होती है। जैसे कोई कॉलेज का लड़का जो अपने दोस्तों में फेमस है। ब्रांड्स इन्हें तब यूज करते हैं जब लोकल लेवल पे कुछ करना हो। सस्ता और असरदार!

नैनो इन्फ्लुएंसर्स वो छोटे–मोटे देसी सितारे हैं, जो सोशल मीडिया पे बड़ा भौकाल नहीं मचाते, लेकिन अपनी छोटी सी दुनिया में बॉस हैं।

ये आमतौर पर लोकल ऑडियंस और छोटे समुदायों में ज्यादा प्रभाव डालते हैं।इनकी एंगेजमेंट रेट सबसे ज्यादा होती है, क्योंकि ये अपनी ऑडियंस से सीधे जुड़े होते हैं। बड़े ब्रांड्स अब नैनो इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग पर ध्यान दे रहे हैं, क्योंकि लोग इन पर ज्यादा भरोसा करते हैं।

नैनो इन्फ्लुएंस**र** पार्ट–टाइम इनकम का अच्छा जरिया है जिससे छोटी–छोटी ब्रांड डील्स से पैसे कमाए जा सकते हैं।

नैनो इन्फ्लुएंस**र** का ट्रस्ट फैक्टर हाई होता है। फॉलोअर्स के साथ इनकी बॉन्डिंग पर्सनल लेवल की होती है। फॉलोअर्स इनकों अपने जान–पहचान वाले की तरह मानते हैं। इनकी एंगेजमेंट रेट होती बड़े इन्फ्लुएंसर से 5-10% ज्यादा होती है! कंपनियां कई नैनो इन्फ्लुएंसर को एक साथ प्रमोशन के लिए चुनती हैं क्योंकि ये ब्रांड्स के लिए अफोर्डेबल होते हैं।

नैनो इन्फ्लुएंस**र** के पास तेजी से ग्रोथ करने का मौका होता है। 1,000 से 10,000 फॉलोअर्स पार करना आसान होता है।

इनका फायदा क्या है?

- ✓ देसी भरोसा– इनके फॉलोअर्स इन्हें दोस्त की तरह मानते हैं। अगर ये बोलें, "भाई, ये चाय मस्त है!" तो लोग फटाफट ट्राय करते हैं।
- ✓ सस्ते दाम– बड़े इन्फ्लुएंसर्स लाखों माँगते हैं, लेकिन नैनो वाले 500–5,000 रुपये में या फ्री प्रोडक्ट से मान जाते हैं।
- ✓ लोकल टच– ये गाँव–कस्बों या छोटे शहरों की जनता से जुड़े होते हैं, जहाँ अब नेट चल रहा है, और हिंदी कंटेंट की डिमांड है।
- ✓ ज्यादा इंगेजमेंट– इनके 5,000 फॉलोअर्स में से 500 लाइक–कमेंट कर दें, बनिस्पत बड़े वाले के 5 लाख में 1,000 रिएक्शन के।

कमियाँ क्या हैं, भाई? हर चीज का तोलना पड़ता है ना!

- ✓ छोटी रीच– 5,000 फॉलोअर्स में से बस 1,000–2,000 तक बात पहुँचती है। बड़ा धमाका नहीं कर सकते। अगर लाखों लोगों तक जाना है, तो एक नैनो से काम नहीं चलेगा 10–20 नैनो इन्फ्लुएंसर्स को पकड़ना पड़ेगा।
- ✓ टाइम लगता है–प्रॉब्लम यह है कि एक–एक से डील करो, कंटेंट चेक करोए ये सब में मेहनत और टाइम चाहिए। एक एजेंसी या फ्रीलांसर को बोलो जो ढेर सारे नैनो वालों को मैनेज कर दे।
- ✓ प्रोफेशनल नहीं होते– कई नैनो वाले नए होते हैं, कंटेंट बनाने में मिस्टेक करते हैं या टाइम पे डिलीवर नहीं करते। जैसे, बोलते हैं "कल पोस्ट कर दूँगा" और हफ्ता निकल जाता है। बेहतर है कि साफ गाइडलाइन दो, "भाई, ऐसा फोटो, ऐसा कैप्शन, इस डेट तक" और फॉलो–अप लेते रहो।
- ✓ ब्रांड वैल्यू कम– प्रॉब्लमरू बड़े इन्फ्लुएंसर के नाम से ब्रांड का रुतबा बढ़ता है, पर नैनो से वो "वाह!" वाला फील नहीं आता। इनसे छोटे–मोटे प्रमोशन करवाओ, और बड़े भाई को ब्रांड फेस बनाओ, दोनों का कॉम्बो मारो।
- ✓ स्केल करना मुश्किल– मान लो कल को बिजनेस बड़ा हो गया, नैनो वाले तब छोटे पड़ जाएँगे। शुरू में नैनो से टेस्ट करो, फिर मिड–टियर या बड़े इन्फ्लुएंसर्स की तरफ बढ़ो।

- ✓ कमियों का देसी जुगाड़– छोटी रीच, ढेर सारे नैनो को एक साथ यूज करो। जैसे, 10 नैनो (5K प्रत्येक के फॉलोअर्स) = 50K रीच।
- ✓ टाइम बचाओ– एक टेम्पलेट बनाओ, "भाई, ऐसा बोलना, ऐसा दिखाना" सबको वही भेज दो। क्वालिटी चेक करें, इनका पुराना कंटेंट देखो, अगर मस्त है, तभी डील करो।
- ✓ लंबी सोच– नैनो से शुरू करो, इनके फैंस को अपने ब्रांड का फैन बनाओ, फिर बड़ा खेल खेलो।

नैनो इन्फ्लुएंसर वो मोहल्ले का भाई है, जो अपनी गली में सबका चहेता है। इनका फायदा ये है कि ये सस्ते हैं, भरोसेमंद हैं, और हिंदी में देसी जनता से सीधा कनेक्ट करते हैं। हाँ, इनकी रीच छोटी है, लेकिन अगर स्मार्टली 10–15 नैनो को पकड़ लें, तो बड़े वाले का आधा काम ये कर देंगे। "भाई, ये प्रोडक्ट मस्त है!" ये एक लाइन इनके मुँह से निकले, तो छोटा सा देसी क्राउड तैयार!

5. नॉलेज इन्फ्लुएंसर (Knowledge Influencer)

ये वो गुरु जी टाइप के लोग हैं जो किसी चीज के एक्सपर्ट होते हैं– जैसे फाइनेंस, हेल्थ, या टेक्नोलॉजी। इनके फॉलोअर्स भले कम हों, लेकिन इनकी सलाह को लोग सोने की तरह मानते हैं। मिसाल के तौर पर, कोई स्टॉक मार्केट का जानकार। ब्रांड्स इन्हें तब चुनते हैं जब कुछ सीरियस बेचना हो।

नॉलेज इन्फ्लुएंसर वो देसी टीचर है, जो किताबी ज्ञान को गली का जुगाड़ बनाके पेश करता है। हिंदी में ये धमाल इसलिए मचाते है क्यूँकि ये जनता की अपनी जुबान है। कमाई का फंडा सीधा है, शुरू में मेहनत करो, फॉलोअर्स बनाओ, फिर ब्रांड्स दरवाजे पे भगंड़ा पाएँगे। "अभी शुरू करो, भाई–ज्ञान बाँट, पैसा कमाओ!"

ये वो देसी गुरु हैं जो किसी खास फील्ड–जैसे टेक्नोलॉजी, एजुकेशन, कुकिंग, फिटनेस, या बिजनेस टिप्स में मास्टर होते हैं। हिंदी में कंटेंट बनाते हैं, ताकि आम जनता, खासकर गाँव–कस्बों की भीड़, आसानी से समझ ले। मिसाल के लिए–

- ✓ कोई टेक गुरु जो "मोबाइल ट्रिक्स हिंदी में" सिखाए।
- ✓ कोई टीचर जो "10वीं मैथ्स आसान तरीके से" पढ़ाए।
- ✓ कोई भाई जो "घर पे बिजनेस शुरू करने के नुस्खे" बताए।

- ✓ इनका मकसद–ज्ञान देना, इंस्पायर करना, और अपनी फैन फॉलोइंग बनाना।

जैसा की मैं पहले से कहता आ रहा हूं कि आज की डेट में शरत में लगभग 50 करोड़ से ज्यादा लोग हिंदी में बोलते हैं। अब गाँव–कस्बों में नेट चल रहा है, तो हिंदी कंटेंट की डिमांड आसमान छू रही है।

नॉलेज इन्फ्लुएंसर का देसी कनेक्शन जबरदस्ती रहता है, अगर बोल दिया कि– "भाई, ये ट्रिक आजमा!" लोग ज्यादा भरोसा करते हैं बनिस्पत "Try this trick" के।

हिंदी में कम कॉम्पिटिशन था, लेकिन क्वालिटी वाले नॉलेज कंटेट इन्फ्लुएंसर की जगह अभी भी है, अंग्रेजी में तो भरे पड़े हैं।

कमाई का खेल

नॉलेज इन्फ्लुएंसर कई तरीकों से ज्ञान बाँट के पैसे कमाते हैं।

- ✓ यूट्यूब मोनेटाइजेशन से– वीडियो पे ऐड्स चलते हैं। 1,000 व्यूज पे 50–150 रुपये तक मिलते हैं (डिपेंड करता है टॉपिक और ऑडियंस पे)। मिसाल के तौर पर 1 लाख सब्सक्राइबर्स वाला हिंदी एजुकेशन चौनल महीने का 50,000–1 लाख आसानी से कमा लेता है।

- ✓ स्पॉन्सरशिप और ब्रांड डील्स– कोई कंपनी बोलती है, "भाई, हमारा प्रोडक्ट प्रमोट करो!"कृजैसे कोई ऐप, कोर्स, या गैजेट। चार्ज– 5,000 फॉलोअर्स वाला नैनो इन्फ्लुएंसर 2,000–5,000 रुपये ले सकता है। 50,000 वाला 20,000–50,000 तक। बड़े भाई (1 लाख़) लाखों– करोड़ो में खेलते हैं।

- ✓ एफिलिएट मार्केटिंग– लिंक शेयर करके कमाई। जैसे, "ये बुक अमेजन से लो" या "ये कोर्स यहाँ से जॉइन करो" हर सेल पर 5 से 20% कमीशन। मिसाल के तौर पर 10 लोग कोर्स लें (5000 रुपये का), 10% कमीशन = 5,000 रुपये तेरे पास।

- ✓ अपना कोर्स/प्रोडक्ट– खुद का ऑनलाइन कोर्स बेचो "हिंदी में डिजिटल मार्केटिंग सीखो, 999 रुपये में!" 100 लोग लें, तो 1 लाख करीब कमाई।

- ✓ पेड वर्कशॉप्स/लाइव सेशन– व्हाटसएप्प / जूम पर 1 से 2 घण्टे का सेशन "हिंदी में बिजनेस टिप्स" सिखा के 500 रुपये टिकट, 50 लोग आएँ, तो 25,000 रुपये।

तो भाई! अपनी जानकारी, स्किल्स, या खास टैलेंट से लोगों को व्हाटसएप्प/जूम/ इन्सटाग्राम में कुछ सिखाओ और वो भी हिंदी में ताकि बात सीधे दिल तक जाए और साथ में मोटी कमाई भी करो।

6. लाइफस्टाइल इन्फ्लुएंसर (Lifestyle Influencers)

मस्तमौला लोग हैं जो जिंदगी के हर रंग दिखाते हैं दृ फैशन, खाना, घूमना, सब कुछ। इनकी ऑडियंस इनके स्टाइल की दीवानी होती है। जैसे कोई इंस्टा स्टार जो हर दिन नया लुक दिखाए। ब्रांड्स इन्हें लाइफस्टाइल प्रोडक्ट्स के लिए यूज करते हैं।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के लिए लोकप्रिय प्लेटफॉर्म

- ✓ इंस्टाग्राम – स्पॉन्सर्ड पोस्ट, रील्स, स्टोरीज
- ✓ यूट्यूब – समीक्षा, अनबॉक्सिंग, ब्लॉग्स
- ✓ टिकटोक – शॉर्ट वीडियो प्रचार
- ✓ ट्विटर (एक्स) – ब्रांड मेंशन, ओझाक्स
- ✓ फेसबुक – ग्रुप और लाइव सेशन
- ✓ लिंक्डइन – B2B मार्केटिंग के लिए

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के फायदे

ब्रांड अवेयरनेस – तेजी से अधिक से अधिक ऑडियंस तक पहुचंना।

टारगेटेड ऑडियंस – विशेष विशिष्टताओं के अनुसार प्रचारित किया जाता है।

ट्रस्ट फैक्टर – इन्फ्लुएंसर के फॉलोअर्स उन पर अटूट विश्वास करते हैं।

कम लागत में हाई एंगेजमेंट – पारंपरिक एड की तुलना में सस्ता है, फॉलोअर्स एक्टिव प्रतिक्रिया देते हैं।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग की चनौतियां

फॉलोअर्स और एंगेजमेंट – कुछ इन्फ्लुएंसर नकली फॉलोअर्स खरीदतें हैं

ROI मापना कठिन – हर कैम्पैन का प्रभाव मापना कठिन है।

ब्रांड की छवि को खतरा – गलत इन्फ्लुएंसर चुनने से ब्रांड की प्रतिष्ठा खराब हो सकती है।

इन्फ्लुएंसर की खासियतें:–

- ✓ फैन फॉलोविगं (Massive Reach)– लोग इन्हें फॉलो करते हैं, जिससे इनका प्रभाव बहुत ज्यादा होता है।
- ✓ ब्रांड वैल्यू बढ़ाना– किसी भी ब्रांड से जुड़ने से उसकी प्रतिष्ठा और विश्वसनीयता (Credibility) बढ़ जाती है।
- ✓ अंतरराष्ट्रीय प्रभाव (Global Influence)– कई मेगा/मैक्रो/माइक्रो इन्फ्लुएंसर/ नैनो इन्फ्लुएंसर की फॉलोइंग सिर्फ एक देश में ही नहीं बल्कि पूरी दुनिया में होती है।
- ✓ तेजी से ब्रांड अवेयरनेस– इनके प्रमोशन से किसी प्रोडक्ट या सर्विस की पहचान बहुत जल्दी हो जाती है।

इन्फ्लुएंसर पैसा कैसे कमाते हैं?

- ✓ स्पॉन्सर्ड पोस्ट– ब्रांड्स इन्हें लाखों–करोड़ों रुपये देकर अपने प्रोडक्ट्स प्रमोट करवाते हैं।
- ✓ एडवरटाइजिंग– बड़े ब्रांड्स इनके सोशल मीडिया अकाउंट्स पर विज्ञापन करवाते हैं।
- ✓ अफिलिएट मार्केटिंग– ये किसी ब्रांड का लिंक शेयर करके हर बिक्री पर कमीशन कमाते हैं।
- ✓ ब्रांड एंबेसडरशिप– कंपनियां इन्हें अपने ब्रांड का चेहरा बनाती हैं।
- ✓ इवेंट और वेबिनार्स– इन्हें अलग–अलग इवेंट्स और शोज में आमंत्रित किया जाता है और अच्छा पैसा दिया जाता है।

आप भी इन्फ्लुएंसर बनना चाहते हैं?

अगर हां, दिल में अरमान जाग रहे हैं, तो ये रही इन्फ्लुएंसर बनने की स्ट्रेटेजी –

अगर आप इन्फ्लुएंसर बनना चाहते हैं, तो आपको बड़ी ऑडियंस बनाने, ट्रेंड्स पर ध्यान देने, और सही ब्रांड्स के साथ काम करने की जरूरत होगी। अट्रैक्टिव कंटेंट बनाना होगा, एक मजबूत फॉलोइंग तैयार करनी होगी, और ब्रांड्स के साथ काम करने के लिए खुद को मार्केट करना होगा।

किसी एक खास विषय पर ध्यान केन्द्रित करना होगा, जिससे आप अपनी ऑडियंस को सही तरीके से टार्गेट कर सके।

- ✓ फिटनेस – हेल्थ, जिम वर्कआउट, योगा, न्यूट्रिशन।
- ✓ फैशन – लाइफस्टाइल, कपड़े, मेकअप, ट्रेंडी लुक्स।
- ✓ टेक – गैजेट्स, मोबाइल, लैपटॉप, गेमिंग।
- ✓ फूड – कुकिंग, रेसिपी, स्ट्रीट फूड रिव्यू।
- ✓ ट्रैवल – व्लॉग्स, होटल रिव्यू, एडवेंचर।
- ✓ एजुकेशन – करियर गाइडेंस, स्किल डेवेलपमेंट।
- ✓ मोटिवेशन – आध्यात्मिक, सेल्फ–हेल्प, लाइफ टिप्स, सक्सेस स्टोरीज।

विषय वही निचे चुनें जिसमें आपको दिलचस्पी हो और जिसे लंबे समय तक कर सके।

1. सही प्लेटफॉर्म चुनें– हर टॉपिक के लिए एक खास प्लेटफॉर्म सही चुने–

- ✓ इंस्टाग्राम/टिकटॉक – फैशन, फिटनेस,डिजाइनर,मनोरंजन, नृत्य, कॉमेडी, लाइफस्टाइल।
- ✓ यूट्यूब और शॉर्ट्स – टेक, ब्लॉगिंग, शिक्षा, गेमिंग, अनबॉक्सिंग।
- ✓ ट्विटर (एक्स) और लिंक्डइन – मोटिवेशन, गाइडेंस, न्यूज, ट्रेंडिंग टॉपिक्स।
- ✓ व्हाट्सएप/ फेसबुक – ग्रुप, वीडियो, मार्केटिंग।
- ✓ लिंक्डइन – पेशेवर और व्यावसायिक क्षेत्र।

शुरुआत में एक या दो प्लेटफॉर्म पर फोकस करें, बाद में एक्सपैंड करें। हर प्लेटफॉर्म का अलग फायदा है, इसलिए अपने कंटेंट के हिसाब से सही जगह चुनें।

3. बढ़िया कंटेंट बनाएं– इन्फ्लुएंसर बनने के लिए यूनिक और वैल्यू–एडेड कंटेंट बनाना सबसे जरूरी है। कंटेंट और क्वालिटि कंटेंट में अन्तर है, यही है जो भीड़ में आपको सबसे अलग दिखायेगा!

- ✓ कंटेंट की क्वालिटी HD वीडियो, क्लियर ऑडियो, अच्छे एडिट्स।
- ✓ ओरिजिनल कंटेंट बनाएं और कॉपी करने से बचें।
- ✓ कंसिस्टेंसी– रोजाना पोस्ट करें या हफ्ते में 3–4 बार।

- ✓ ट्रेंड्स पर ध्यान दें– जो चीजें ट्रेंड कर रही हैं, उन पर कंटेंट बनाएं। एंगेजमेंट बढ़ाएं, फॉलोअर्स के कमेंट्स का जवाब दें, उनसे बातचीत करें

4. ऑडियंस बढ़ाने के लिए–

- ✓ सहयोग करें – अन्य प्रभावशाली व्यक्तियों के साथ मिलकर काम करें।
- ✓ रीलों, शॉर्ट्स, कहानियों को प्राथमिकता दें।
- ✓ प्रश्नोत्तर, पोल और लाइव सत्र में हिस्सा लें।
- ✓ SEO और कीवर्ड का ध्यान रखें।
- ✓ धैर्य बनाए रखें, ऑडियंस धीरे–धीरे–धीरे–धीरे ग्रेड बनाते हैं लेकिन बने रहने से सफलता प्राप्त करते हैं। रोम एक दिन में नहीं बना!

5. ब्रांड्स के साथ पैसे कमाने के तरीके–

- ✓ जब आपके पास अच्छे फॉलोअर्स और एंगेजमेंट होंगे, तो ब्रांड्स खुद आपको अप्रोच करेंगे।
- ✓ स्पॉन्सर्ड पोस्ट – ब्रांड्स आपको प्रमोशन के लिए देंगे।
- ✓ एफिलिएट मार्केटिंग – किसी भी उत्पाद का लिंक साझा करें और बिक्री पर कमीशन शुरू करें।
- ✓ ब्रांड एंबेसडरशिप – किसी भी कंपनी की लंबी अवधि के प्रचार के लिए।
- ✓ अपने उत्पाद बेचें – मार्चेंडाइज, ई–बुक्स, ऑनलाइन कोर्स।
- ✓ यूट्यूब मोनेटाइजेषन – एड रेवेन्यू, सुपरचौट, मेंबरशिप।

6. प्लान तैयार करें

आप हर कैटेगरी में इन्फ्लुएंसर बनना चाहते हैं, तो आपको "लाइफस्टाइल इन्फ्लुएंसर" की तरह काम करना होगा। यानी आप फैशन, फिटनेस, फूड, टेक, ट्रैवल, एजुकेशन, मोटिवेशन, गेमिंग सब कुछ कवर कर सकते हैं!

हर हफ्ते का एक प्लान करें, ताकि सभी वर्ग कवर हो।

- ✓ सोमवार – प्रेरणा या फिटनेसै
- ✓ मंगलवार – टेक या गेमिंगै
- ✓ रविवार – नाश्ता या खाना पकानौ

- ✓ गुरुवार दृ लेखक या व्लॉग।
- ✓ शुक्रवार – फैशन या लाइफस्टाइल।
- ✓ शनिवार – शिक्षा या वैज्ञानिक टिप्स।
- ✓ रविवार – लाइव प्रष्नोत्तर या फैन स्टोरी।

इससे ऑडियंस हर तरह का सैट एंजॉय और एंगेजमेंट बना रहेगा।

धैर्य रखें और लगातार मेहनत करें–

इन्फ्लुएंसर बनना कोई जादू की छड़ी नहीं है, इसमें समय, मेहनत और धैर्य लगता है। शुरुआत में शायद फॉलोअर्स कम मिलें, लेकिन अगर आप क्वालिटी कंटेंट बनाते रहेंगे, तो सफलता जरूर मिलेगी।

नए–नए आइडियाज ट्राय करें, ट्रेंडिंग टॉपिक्स पर वीडियो बनाएं ऑडियंस के साथ बातचीत करें अगर आप लगातार मेहनत करते रहेंगे, तो 6–12 महीने में अच्छा फॉलोअर्स बेस बना सकते हैं!

लेकिन एक बार में सभी टॉपिक्स कवर करना मुश्किल हो सकता है, इसलिए आपको शुरुआत में 2–3 कैटेगरी पर ध्यान देना चाहिए और फिर धीरे–धीरे एक्सपैंड करना चाहिए।

हर कैटेगरी में कुछ अलग हटकर करें ताकि लोग आपको पसंद करें, आपको हर टॉपिक पर अपनी अलग पहचान बनानी होगी।

असली बात ये है कि ये कोई पैसा फेंक तमाशा देख वाला खेल नहीं है। असली कमाल तब होता है जब इन्फ्लुएंसर का स्टाइल और ब्रांड का माल एकदम फिट बैठे। जैसे कि कोई फिटनेस का दीवाना इन्फ्लुएंसर प्रोटीन शेक बेचे, तो लोग कहें, हाँ भाई, बात में दम है! लेकिन अगर वही भाई ट्रैक्टर बेचने लगे, तो लोग बोलें, ये क्या नौटंकी है?

और हाँ, आजकल की जनता को बेवकूफ बनाना आसान नहीं। उन्हें फट से पता चल जाता है कि इन्फ्लुएंसर सच बोल रहा है या बस पैसे के लिए नाच रहा है। तो ब्रांड्स को भी सोचना पड़ता है कि ऐसा इन्फ्लुएंसर चुनें जो उनके प्रोडक्ट को सच में जीए, वरना धंधा चौपट!

बस यही है इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का असली फंडा, थोड़ी सी अक्ल, थोड़ी सी मस्ती, और ढेर सारा भरोसा।

इस इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग में एक बात और गजब की है, ये जो इन्फ्लुएंसर होते हैं न, ये बस बड़े–बड़े स्टार्स ही नहीं होते। कभी–कभी छोटे–मोटे लोकल

लौंडे भी कमाल कर देते हैं। इन्हें कहते हैं माइक्रो–इन्फ्लुएंसर। इनके फॉलोअर्स भले कम हों, लेकिन इनका भरोसा टनाटन होता है। जैसे तेरे मोहल्ले का वो भाई जो सबको सलाह देता है, और लोग उसकी बात मान लेते हैं। ऐसे लोग जब किसी चीज को बोलते हैं, ये माल एकदम झक्कास है,तो लोग दौड़ पड़ते हैं खरीदने!

❖ शुभकामनायें दोस्त.....!

मैं इंतजार कर रहा हूं, लिंक शेयर करना मत भूलना।

10. कंटेंट मार्केटिंग (Content Marketing)

कंटेंट इज किंग!

कंटेंट मार्केटिंग का मतलब है– बोर मत करो, एंटरटेन करो। ऐसा कंटेंट बनाओ कि लोग खुद शेयर करें, "अरे यार, ये तो देखना बनता है!" ब्रांड का नाम गूंजना चाहिए ऐसे कि– "मन, मस्त–मगन, मन, मस्त–मगन हो जाए। बस तेरा नाम दोहराए"।।

टेक्नोलॉजी की इस दुनिया में शायद ही कोई ऐसा इंसान होगा जिसने कंटेंट के बारे में नहीं सुना होगा. पर क्या आप जानते हैं आखिर यह कंटेंट क्या है?

कंटेंट इमेज, विडियो, टेक्स्ट और विडियो के रूप में भरोसेमंद, दिलचस्प, मनोरंजक या ज्ञानवर्धक नॉलेज है. यह उपयोग कर्ता का ज्ञान बढ़ाती है, मनोरंजन करती है, सिखाती है या इंफॉर्मेषन देती है।

कंटेंट मार्केटिंग वो जादूगर है जो बिना किसी "अब्रा का डब्रा" के ऑडियंस को अपनी तरफ खींच लेता है। ये सिर्फ विज्ञापन या बोरिंग लेक्चर नहीं है दृ ये एक धमाकेदार कहानी है जो दिल से दिल तक जाती है। हिंदी में इसका तड़का लगाने के लिए, थोड़ी सी देसी मस्ती डालो दृ जैसे ष्ये कंटेंट नहीं, दिल का पेटेंट है! या फिर, अपनी बात को ऐसे पेश करो कि हर स्क्रॉल के साथ ऑडियंस बोले– वाह भाई, क्या बात है!

कंटेंट मार्केटिंग वो ताकतवर हथियार है जो बिना चिल्लाए, बिना जबरदस्ती के लोगों को तुम्हारी बात सुनने पर मजबूर कर देता है। ये ऐसा है जैसे कोई लाजवाब बिरयानी– हर हर कोई खाना चाहेगा, पर खाने के लिए सही तरीका पता होना चाहिए। ये सिर्फ प्रोडक्ट बेचने का तरीका नहीं, बल्कि लोगों के दिल में जगह बनाने का रास्ता है।

क्रेजी आइडिया! अपने कंटेंट को बॉलीवुड ट्विस्ट दो – एक हीरो (तुम्हारा ब्रांड), एक विलेन (कस्टमर की समस्या), और एक ब्लॉकबस्टर सॉल्यूशन (तुम्हारा प्रोडक्ट)। थोड़ी सी शायरी, थोड़ा सा ड्रामा, और ढेर सारा इमोशन। बस हो गया कंटेंट मार्केटिंग का हंगामा!

कंटेंट मार्केटिंग का हीरो कौन?

कंटेंट मार्केटिंग वो सुपरहीरो है जो बिना लाल कैप के उड़ता है। इसका काम है लोगों को हंसाना, रुलाना, सोचने पर मजबूर करना, और फिर चुपके से

तुम्हारा ब्रांड उनके दिमाग में बिठा देना। ये विज्ञापन की तरह ले लो, ले लो चिल्लाता नहीं, बल्कि "देखो, हम कितने मजेदार हैं" कहता है।

कंटेंट मार्केटिंग का DNA –

कंटेंट मार्केटिंग सिर्फ शब्दों का खेल नहीं, ये एक साइंस और आर्ट का मिक्सचर है। इसका मकसद है, लोगों को ऐसा कुछ देना कि वो ब्रांड को भूल न पाएं। कंटेंट– ब्लॉग, वीडियो, सोशल मीडिया, ईमेल, इन्फोग्राफिक्स, ऑडियो कंटेंट, ई–बुक्स और व्हाइटपेपर, वेबिनार, ऑनलाइन कोर्स और आजकल तेजी से लोकप्रिय पॉडकास्ट किसी भी फॉर्मेट में हो सकता है।

क्यों काम करता है?

लोग बोरिंग चीजें स्किप करते हैं। अगर तुमने कहा, "हमारा प्रोडक्ट बेस्ट है," तो लोग स्क्रॉल कर देंगे। लेकिन अगर तुमने कहा, "हमारा प्रोडक्ट ऐसा कि पड़ोसी की भौहें उठ जाएँ– कहीं आप तो नहीं वो स्टाइल का बादशाह?" लोग रुकेंगे, पढ़ेंगे, हँसेंगे।

हर कंटेंट में एक हुक डालो– सवाल, मजाक, या चौंकाने वाला फैक्ट। "हमारी चाय का मसाला, अंग–अंग फड़का! चाय बोलेगी– उठ जा मेरे शेर! "

कौन सी चीजें चाहिए?

टारगेट ऑडियंस– पहले समझो कि तुम्हारा कस्टमर कौन है। कॉलेज का लड़का? गृहिणी? बिजनेसमैन? हर एक के लिए अलग तड़का।

कॉलेज लड़के के लिए– "हमारा हेडफोन ऐसा कि प्रोफेसर की डांट भी बीट्स जैसी सुनाई दे"।

गृहिणी के लिए– "हमारा मसाला ऐसा कि पतिदेव बोले, कौन से होटल से मंगाया"।

मीडियम– सोशल मीडिया, ब्लॉग, वीडियो, हर जगह अलग अंदाज।

इंस्टाग्राम– छोटी शायरी, फोटो– गाता रहे मेरा दिल, आज लाइब्रेरी मे मिल।

यूट्यूबरू– 2 मिनट की कहानी "रामू की शादी कैसे बची हमारे सूट से!"

असली मंत्र है कि कंटेंट मोनोटोनस न हो बल्कि एंटरटेनिगं हो। यही कंटेंट मार्केटिंग का सबसे बड़ा राज है।

बोर मत करो, मजा दो। ऐसा कंटेंट बनाओ कि लोग खुद कहें– "अरे, यार इसे तो दोस्तों को भेजना बनता है!" हर पोस्ट, हर वीडियो, हर लाइन में कुछ ऐसा हो कि लोग रुकें, देखें, और शेयर करें। ब्रांड का नाम ढोल की तरह बजना चाहिए दृ धूम धूम धूम!

कंटेंट मार्केटिंग वो सर्कस है जहाँ तुम रिंगमास्टर हो। हर एक्ट में मजा, हर ट्रिक में मैजिक, और हर शो के बाद तालियां। तो भाई, अब ये पूरी पिक्चर तेरे सामने है दृ जा, अपने ब्रांड को सुपरस्टार बना दे।

भाषा का स्वाद – सिर्फ अच्छा प्रोडक्ट मत कहो।

कहो कि– "हमारा प्रोडक्ट ऐसा कि गली का कुत्ता भी पूँछ सीधी कर दे!"

रोजमर्रा की बोली यूज करो– "भाई, ये तो गजब का माल है!" या "भाई जी, ये ट्राई करो, मजा आ जाएगा!"

कहानी का कैनवास– हर प्रोडक्ट की एक बैकस्टोरी बनाओ।

इसको 3 हिस्से होते हैं– प्रॉब्लम, सस्पेंस और सॉल्यूशन। छोटा, मगर मस्त।

कहानी– "रमेश की पहली डेट फिक्स हुई, पर जूते वही पुराने। फिर आए हमारे जूते, अब रमेश है हीरो!"

इमोशन का थ्रिलर– हर इमोशन को टच करो।

हर लाइन में एक फीलिंग डालो, ऑडियंस कनेक्ट करेगी।

खुशी– "हमारा केक ऐसा कि बर्थडे पर सब नाच उठे!"

गम– "बारिश में छाता नहीं, कपड़े बर्बाद! अब हमारा छाता ले आओ!"

प्यार– "अपने बच्चे के लिए हमारा दूध! माँ का प्यार बोतल में!"

हंसी का पैकेज– मजाक ऐसा कि लोग हँसते–हँसते शेयर करें।

लोकल जोक्स यूज करो। दिल्ली में– "हमारा पंखा ऐसा कि हौज खास की हवा भी शरमा जाए!"

देसीपन का रंग– लोकल स्लैंग, खाना, त्योहार सब मिलाओ, हर इलाके का फ्लेवर डालो।

लखनऊ– "हमारा परफ्यूम ऐसा कि नवाबी ठाठ फिर से जागे!"

कोलकाता– ष्हमारा मिठाई ऐसा कि रसगुल्ला को भी मिर्ची लगे!"

मिम्स का चटपटा डोज– ट्रेंडिंग मूवी डायलॉग यूज करो

"अबे साले वाला मिम याद करें !"

लोकल से रास्ता– लोकल न्यूज चेक करो, हर महीने नई प्रॉब्लम सॉल्व करो।

प्रॉब्लम– ट्रैफिक की टेंशन।

सॉल्यूशन– हमारी स्कूटी है सॉल्यूशन! फटाफट निकल जाओ!

पूरा एक्शन प्लान–

कहानी– 150 शब्दों में "रानी की साड़ी फीकी थी, शादी में सब हँसे। फिर आई हमारी साड़ी! अब रानी है स्टार!"

पोस्ट– "शादी में फीके कपड़े? हमारी ड्रेस लाओ, स्टाइल जगाओ दृ आज ट्राई करो!"

ऑडियंस इंगेजमेंट– ऑडियंस से कमेंट में पूछो "आपकी शादी की मजेदार कहानी क्या है?"

नया कंटेंट–

- ✓ सेमवार– मिम।
- ✓ बुधवार– शायरी।
- ✓ शुक्रवार– 30 सेकंड वीडियो।

ब्रांड का नाम हर गली में।

कंटेंट मार्केटिंग A से Z तक –

A – आधार– कंटेंट मार्केटिंग की नींव है, लोगों को वैल्यू देना। "भाई, कुछ सीखने को मिले या मजा आए" ये सोच के कंटेंट बनाओ। जैसे, टिप्स, स्टोरीज, या देसी जोक्स।

B – भाषा– हिंदी में बोलो–सीधी, मस्त, देसी। "अभी लो, भाई!" सुनके लोग ज्यादा भरोसा करते हैं बनिस्पत "Buy Now" के।

C – चालाकी– प्लान बनाओ– कौन सी ऑडियंस क्या दिखाना है, कब पोस्ट करना है। जैसे, "दिवाली पे ऑफर टिप्स" या "सुबह 8 बजे पोस्ट"।

D – दिलचस्पी– कंटेंट ऐसा हो जो लोग स्क्रॉल रोककेे देखें– "5 देसी बिजनेस आइडिया जो माल काटेंगे!"

E – एकजुटता– रेगुलर पोस्ट करो, हफ्ते में 2–3 बार। "भाई, तू गायब मत हो जा" जनता भूल न जाए।

F – फायदा– हर कंटेंट में कुछ ज्ञान देना, हँसी, या इंस्पिरेशन। जैसे, "हिंदी में SEO सीखो, फ्री में!"

G – गहराई – सतही मत रहो, थोड़ा डीटेल दो। भाई देखो!"ये ट्रिक ऐसे काम करती है "।

H – हुक – शुरुआत मस्त करो– पहली लाइन में लोग अटक जाएँ। "क्या आपका बिजनेस फ्लॉप हो रहा है?"

I – इमोशन– दिल को छू लो, हँसाओ, रुलाओ, या जोश भरो। "भाई, ये स्टोरी तेरे जैसी है!"

J – जुगाड़– देसी अंदाज में नया ट्राय करो,रील्स, मीम्स, या क्विज। "चाय या कॉफी–वोट करो, भाई!"

K – कहानी– कंटेंट को स्टोरी बनाओ– "मैंने 500 रुपये से बिजनेस शुरू किया, आज लाखों में!"

L – लक्ष्य– हर पोस्ट का मकसद साफ हो– ब्रांड बढ़ाना, सेल्स, या फॉलोअर्स?

M – माध्यम– सही जगह चुनो– यूट्यब में वीडियो, इंस्टा में रील्स, व्हाट्सऐप में टिप्स।

N – नया– पुराना मत दोहराओ, ट्रेंड्स पकड़ो। "होली में गुझिया बनाने की 5 देसी मार्केटिंग टिप्स!"

O – ऑडियंस– समझो कि टारगेट कौन है। युवा, गृहिणी, या बिजनेस वाले। "भाई, ये तेरे लिए!"

P – प्रमोशन– कंटेंट को फ्री और पेड तरीके से फैलाओ, ग्रुप्स में शेयर करो या ऐड्स चलाओ।

Q – क्वालिटी– सस्ता मत बनाओकृफोटो, वीडियो, टेक्स्ट सब मस्त हो। "देखने में झक्कास लगे!"

R – रिश्ता– फॉलोअर्स से दोस्ती बनाओ, कमेंट्स का जवाब दो, उनकी बात सुनो।

S – सर्च– कीवर्ड यूज करो "हिंदी में बिजनेस टिप्स" ताकि गूगल पे ऊपर आए।

T – टाइमिंग– सही वक्त पे पोस्ट करो, सुबह 8 या रात 9 बजे, जब लोग फ्री हों।

U – उपयोगिता– कंटेंट काम का हो– "इस ट्रिक से बिजनेस बढ़ाओ, भाई!"

V – वायरल– ऐसा बनाओ कि लोग शेयर करें– ह्यूमर, इमोशन, या ट्रेंडिंग टॉपिक।

W – विश्वास– सच्ची बात बोलो! झूठ पकड़ा गया तो गेम ओवर। "भाई, मैंने **खुद ट्राय किया!"**

X – एक्सपेरिमेंट– नया ट्राय करो! लाइव सेशन, पोल, या चैलेंज।

Y – यात्रा– अपनी स्टोरी शेयर करो– "मैंने कैसे शुरू किया" लोग कनेक्ट करेंगे।

Z – जिंदादिली– जोश डालो! "भाई, ये कंटेंट तेरे लिए बना है– मजे लो!"

डिजिटल मार्केटिंग में कंटेंट, वो जुगाड़ है, जिसमें पहले अपनी ऑडियंस को मस्त कंटेंट दे कर उनका दिल जीता जाता है जिससे ऑडियंस के साथ भरोसा बनता है, और फिर अपना प्रोडक्ट, सर्विस, या ब्रांड खरीदने के लिए उकसाना है।

कंटेंट मार्केटिंग को ऐसे भी समझ सकते हैं जैसे– मुकेष अम्बानी की कम्पनी जियो इसका बेस्ट इक्जामपल है पहले जिओ का डाटा फ्री में बांटा आज बिना खरीदो–खरीदो चिल्लाए लोगों को अपनी तरफ खींचता है, बाकी आप खुद समझदार हैं!

लब्बो–लुआब

1. कंटेंट को सुपरपावर बनाओ

- ✓ आईडिया– अपने प्रोडक्ट को एक सुपर हीरो की तरह पेश करो, पर देसी टच के साथ। लोग सुपरहीरोज से प्यार करते हैं, और देसी टच से कनेक्ट करेंगे।

एक छोटा सा कैरेक्टर बनाओ– "तेलु मैन"! जो हर घर की बालों की प्रॉब्लम सॉल्व करता है।

पोस्ट "तेलु मैन" आया, बालों की बुराई भगाया ट्राई करके देखो!

वीडियोरू 15 सेकंड में– "तेलु मैन" उड़ता हुआ आता है, तेल लगाता है, बाल चमकते हैं।

पंच लाईन– "तेलु मैन" की कसम, अब टकले भी लहरायेगें जुल्फें!

2. गली का गॉसिप –

- ✓ कंटेंट को मोहल्ले की चुगली जैसा बनाओ– मजेदार, चटपटा, और हर किसी को सुनने में मजा आए। लोग गॉसिप सुनना पसंद करते हैं, और मजेदार कहानी शेयर करेंगे।

मेरे रूम मेट ने मकेरा साबुन यूज किया, अब रोज नहाता है!

पोस्ट– पप्पू की शर्ट थी मैली, हमारा डिटर्जेंट आया अब पप्पू है हैप्पी!

वीडियो– 20 सेकंड का – रानी की साड़ी फीकी थी, फिर हमारा रंग आया अब रानी की जिदंगी में बिखरे रंग!

पोस्ट में एक किरदार रूम मेट, पप्पू, रानी और उनकी जिंदगी में तुम्हारा प्रोडक्ट कैसे धमाल मचाता है।

पंच लाईन– "हर घर की पुकार, हमारा प्रोडक्ट हर बार!"

3. त्योहार का तड़का–

- ✓ आईडिया– हर त्योहार को अपने कंटेंट का हिस्सा बनाओ, प्रोडक्ट को उसका हीरो दिखाओ। त्योहारों में लोग भावुक होते हैं, और ब्रांड को याद रखेंगे।

दिवालीरू "हमारी लाइट ऐसी कि पटाखों की भी जरूरत नहीं, रोशनी का धमाका!"

होली– "हमारा रंग ऐसा कि पानी भी बोले– भाई, प्यार का रंग है, धोना मुषकिल है!"

हर महीने एक त्योहार पकड़ो, और प्रोडक्ट को उससे जोड़ो।

वीडियो– 30 सेकंड का "ईद की मिठास में हमारा शरबत– हर कोई बोले, वाह ये है शरबती तहज़ीब!"

पंच लाईन– "हमारे प्रोडक्ट के बिना त्योहार अधूरा"! आपका त्योहार कैसा है?

4. **देसी रियलिटी शो**– हमारा प्रोडक्ट नहीं, तो शादी में ड्रामा पक्का!

✓ लोग सीरियल्स के दीवाने हैं, और हर एपिसोड का इंतजार करेंगे।

अपने कंटेंट को एक मिनी रियलिटी शो बनाओ जिसमें एक्षन, सस्पेंष, ड्रामा, इमोषन, मस्ती हो और ब्रांड का जलवा पक्का।

कहानी– एपिसोड 1– "पप्पू की शादी" पुरानी ज्वैलरी, दुल्हन ने शादी से मना किया।

एपिसोड 2– पप्पू ने ऑनलाईन हमारी ब्राइडल ज्वैलरी ऑर्डर की। अब अगले एपिसोड में देखगें कि शादी हुई या नहीं?

हर हफ्ते 1 मिनट का वीडियो।

5. **चटपटी चुनौती–** लोग चैलेंज में हिस्सा लेना पसंद करते हैं।

चैलेंज लो, मस्ती करो, हमारे साथ स्टार बनो।

आईडिया– ऑडियंस को एक मजेदार चौलेंज दो, जिसमें तुम्हारा प्रोडक्ट स्टार हो।

यूजर्स से वीडियो–फोटो माँगो। ईनाम दोफ

हर हफ्ते विनर अनाउंस करो– आषीष जी का स्टाइल सुपरहिट, 1 महीने का प्रोडक्ट फ्री!

आखिरी मसाला– हर कंटेंट में एक सवाल डालो! "आपका मजेदार किस्सा क्या है?" लोग जवाब देंगे, ब्रांड की गूंज बढ़ेगी।

भाई, अब ये कंटेंट मार्केटिंग की थाली पराकस दी है। दृ हर स्वाद, हर मसाला, चटपटे पन के साथ। ये सब मिलाकर ऐसा धमाल मचाओ कि लोग बोलें– "अरे, ये तो गजब का ब्रांड है!"

कंटेंट मार्केटिंग एक रणनीतिक मार्केटिंग तकनीक है, जिसका मुख्य उद्देश्य ऑडियंस को आकर्षित करना और उन्हें ग्राहक में बदलना है, बिना सीधे उत्पाद या सेवा को बेचने के। लॉन्ग–टर्म बेनिफिट्स मिलते हैं।

यह पेड ऐड्स की तुलना में सस्ता और टिकाऊ तरीका है। जिससे ब्रांड की पहचान बनती है, लोग आपके ब्रांड को जानने लगते हैं। इससे ग्राहकों का विश्वास बढ़ता है, जब आप उपयोगी जानकारी देते हैं, तो लोग आप पर भरोसा करने लगते हैं। SEO में सुधार होता है, अच्छे कंटेंट से वेबसाइट सर्च इंजन पर ऊपर रैंक करती है। यह ऑडियंस को जोड़े रखता है, लोगों को ब्रांड से जुड़े रहने की एक वजह है।

11. एफिलिएट मार्केटिंग (Affiliate Marketing)

एफिलिएट मार्केटिंग – "लिंक डाला, पैसा आया। भाई, इससे आसान धंधा कहाँ?"

एफिलिएट का सीधा सा मतलब होता है– संबद्ध होना या किसी से जुड़ना, खासकर किसी कंपनी या ब्रांड के साथ।

एक ऐसी मार्केटिंग तकनीक है जिसमें किसी भी उत्पाद या सेवा को प्रोमोट करते हैं, और जब कोई उसे दिए हुए लिंक से उस प्रोडक्ट को खरीदता है तो कमीशन मिलता है। न जेब से हींग लगानी है न फिटकरी, फिर शी रंग चोखा।

एक ऐसा मसालेदार खेल है जो घर बैठे कमाई का मौका देता है, वो भी बिना अपना प्रोडक्ट बनाए। अपना सपना– मनी, मनी।

मान लो, आपने अमेजन से एक मोबाइल की लिंक शेयर की, और कोई उस लिंक से जाकर वो मोबाइल खरीद लेता है तो अमेजन आपको कुछ प्रतिषत का कमीषन देगा यही है एफिलिएट का जादू– "बिना दुकान खोले, लाखों की कमाई"।

एफिलिएट मार्केटिंग काम कैसे करता है?

एफिलिएट मार्केटिंग के खेल में 4 किरदार होते हैं, जैसे बॉलीवुड फिल्म में हीरो, हीरोईन, विलेन, और सपोर्टिंग कास्ट होते हैं।

1ण मर्चेंट– वो कंपनी जो प्रोडक्ट बेचती है जैसे अमेजन, फ्लिपकार्ट, या कोई स्टार्टअप ब्रांड।
2ण एफिलिएट (तुम)– तुम एफिलिएट हो, लिंक शेयर करो, लोग खरीदेगें, तुम कमाओगे।
3ण कस्टमर– वो जो तुम्हारे लिंक से सामान खरीदता है।
4ण नेटवर्क– वो प्लेटफॉर्म जो तुम्हें लिंक देता है और कमीशन ट्रैक करता है जैसे अमेजन का एफिलिएट प्रोग्राम।

प्रोसेस–

- ✓ किसी एफिलिएट प्रोग्राम को जॉइन करो।
- ✓ उनका प्रोडक्ट चुनो जो तुम्हें पसंद हो।
- ✓ उसका खास लिंक लो।

- ✓ लिंक को शेयर करो– सोशल मीडिया, ब्लॉग, यूट्यूब, जहाँ चाहो। कोई खरीदेगा, तो तुम्हारा पैसा पक्का!

एफिलिएट मार्केटिंग कैसे ?

स्टाइल में करने का तरीका बताता हूँ, ताकि लोग तुम्हारे लिंक पर टूट पड़ें!

- ✓ देसी भाषा का जलवा दिखाओ– बोरिंग "ये प्रोडक्ट अच्छा है" मत कहो। कहो कि– "ये स्पीकर ऐसा कि गली में डीजे की जरूरत ही खत्म!" आम बोलचाल की शषा यूज करो "भाई, ये सामान एकदम मस्त है, ले लो!"
- ✓ कहानी का मसाला डालो– हर प्रोडक्ट के पीछे एक कहानी जोड़ो। 2–3 लाइन में प्रॉब्लम और सॉल्यूशन दिखाओ। हंसी का डोज डालो ताकि लोग हँसें और शेयर करें।
- ✓ ट्रस्ट का तड़का जरूरी है– लोग तभी खरीदेंगे जब भरोसा हो। "मैंने खुद यूज किया, 3–5 दिन में डिलीवरी वर्ना पैसा वापस!" अपनी फोटो या वीडियो डालो "देखो, मैंने ट्राई किया, अब तुम बारी!" लोकल फील लाओं, अपने इलाके से जोड़ो। मौसम, त्योहार, या लोकल प्रॉब्लम को हाइलाइट करो।

कहाँ से शुरू करें?

प्लेटफॉर्म	कमीशन	कैसे करें
अमेजन एसोसिएट्स	1% to 10%	https://affiliate-program.amazon.in/
फ्लिपकार्ट एफिलिएट	1% to 12%	affiliate.flipkart.com
मीशो	10% – 25%	ऐप से डायरेक्ट प्रमोशन
होस्टिंगर / ब्लूहोस्ट	₹500 & ₹5000	प्रति सेल वेबसाइट होस्टिंग कंपनियां
कोर्सएरा, उडेमी	10% to 50%	कोर्स प्रमोशन के लिए about.coursera.org/affiliates and www.udemy.com/affiliate

कहाँ प्रमोट करें? (पॉपुलर कैटेगरी)

- ✓ यूट्यूब में चैनल बनाकर रिव्यू वीडियो।
- ✓ इंस्टाग्राम / थ्रेड्स / टेलीग्राम में रील्स / स्टोरी / चैनल

- ✓ व्हाट्सऐप / फेसबुक ग्रुप के द्वारा

ध्यान रहे–

- ✓ लिंक में ट्रैकिंग आईडी जरूर हो।
- ✓ भ्रामक (Clickbait), अपूर्ण या गलत जानकारी ना दें।
- ✓ लिंक को शार्ट (Bitly या Rebrandly) करके शेयर करें।
- ✓ ट्रस्ट और वैल्यू बढ़ायें, ताकि लोग आपकी सलाह मानें तभी खरीदेंगे।

एफिलिएट मार्केटिंग स्टेप–बाय–स्टेप

इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सऐप से एफिलिएट मार्केटिंग शुरू करना चाहते हैं, ये तीनों ही पावरफुल प्लेटफॉर्म्स हैं और सही स्ट्रैटेजी से आप बढ़िया इनकम कमा सकते हैं।

➢ **स्टेप 1–** सबसे पहले यह तय करें कि आप किस तरह के प्रोडक्ट प्रमोट करेंगे।

फील्ड	**टार्गेट ऑडियंस**	**प्रोडक्ट**
टेक्नोलॉजी	यंग लोग,	स्टूडेंट्स मोबाइल्स,गैजेट्स,लैपटॉप एक्सेसरीज
फैशन	लगभग सभी	कपड़े, जूते, स्टाइलिंग प्रोडक्ट्स
हेल्थ और फिटनेस	हेल्थ कॉन्शियस लोग	सप्लिमेंट्स, ोगामैट, फिटनेस गैजेट्स
एजुकेशन	स्टूडेंट / पेरैंट्स	कोर्सेज, ई–बुक्स
किचन / होम	गृहणियाँ	किचन टूल्स, होम डेकोर, स्मार्ट होम

➢ **स्टेप 2– इंस्टाग्राम रणनीति**

कंटेट–

- ✓ रील्स (क्विक प्रोडक्ट डेमो, टिप्स और ट्रिक्स)
- ✓ कैरोसेल पोस्ट (टॉप 5 प्रोडक्ट, प्राइस और तुलना)
- ✓ स्टोरी पोल और प्रश्नोत्तर (ऑडियंस ईगेंजमेंट बढ़ाने के लिए)

टिप्स–

- ✓ रील्स के कैप्शन में लिंक ना दें (इंस्टाग्राम पर लिंक क्लिकेबल नहीं होता)
- ✓ लिंक इन बायो में अपनी एफिलिएट लिंक Linktree / Beacons डालें। लिंकट्री एक समर्पित लिंक–इन–बायो टूल है, जबकि बीकन्स ऑडियंस एनालिटिक्स, पोस्ट–एक्टिविटी ट्रैकर्स, ईमेल मार्केटिंग के अलावा एक मुफ्त लिंक–इन–बायो टूल प्रदान करता है। लिंकट्री में बेहतर एनालिटिक्स और अधिक एकीकरण हैं, लेकिन आपको बीकन्स के साथ मुफ्त में अधिक क्रिएटर टूल मिलते हैं।
- ✓ स्टोरी में स्वाइप अप या "DM for link" ट्रिक इस्तेमाल करें।
- ✓ हाईलाईटर बनाएं जैसे टॉप डील्स/ टेक टिप्स इत्यादि।

टूल्स–

- ✓ लिंकट्री– मल्टीपल एफिलिएट लिंक को एक जगह रखने के लिए।
- ✓ कैनवा– पोस्ट और स्टोरी डिजाइन करने के लिए।

➢ **स्टेप 3– यूट्यूब रणनीति**

कंटेट–

- ✓ प्रोडक्ट अनबॉक्सिंग और समीक्षा।
- ✓ "₹500 से कम में सर्वश्रेष्ठ" /" शीर्ष 3 बजट उत्पाद"।
- ✓ "अमेजॅन बनाम फ्लिपकार्ट" तुलना।
- ✓ ट्यूटोरियल. उत्पाद एकीकरण (जैसे – "मोबाइल पर वीडियो एडीटिंग सर्वश्रेष्ठ ट्राइपॉड")

टिप्स–

- ✓ हर वीडियो के डिस्क्रिप्शन में एफिलिएट लिंक डालें।
- ✓ वॉयस + थम्बनेल = क्लिक मैनेजमेंट
- ✓ कॉल टू एक्षन– " लिंक डिस्क्रिप्शन में है, जरूर चेक करें!"
- ✓ शॉर्टस बनाएं (ट्रेंडिग म्यूजिक, हुक लाईन्स)।

टूल्स–

- ✓ TubeBuddy/vidIQ – SEO और टैग्स के लिए।
- ✓ कैनवा + PixelLab – थम्बनेल डिजाइन के लिए।

- ✓ Kinemaster/CapCut– वीडियो एडिटिंग के लिए।

➢ **स्टेप 4– व्हाट्सऐप रणनीति**

- ✓ एक व्हाट्सऐप ब्रॉडकास्ट लिस्ट बनाएं (लोगों से Opt-in करवाएं)।
- ✓ एक "डील्स ग्रुप" या "डील्स ऑफ द डे" नाम का ग्रुप बनाएं।
- ✓ रोजाना या हफ्ते में 2–3 बार एफिलिएट लिंक या स्माल रिव्यू भेजें।

कंटेंट–

- ✓ "आज की धमाकेदार डील– सिर्फ ₹299 में ब्लूटूथ स्पीकर (लिंक दें)"।
- ✓ "मैंने खुद यूज किया है– बेस्ट ट्राइपॉड सिर्फ ₹199 लिंक"
- ✓ लिमिटेड ऑफर– ये अमेजन का ₹99 ऑफर मिस मत करना!"

टिप्स–

- ✓ लिंक को छोटा रखें (Bitly या Rebrandly से)।
- ✓ इमोजी, बुलेट पॉइंट और शार्ट सेन्टेन्स का प्रयोग करें।
- ✓ लोगों से फीडबैक लें (अगर अच्छा लगा तो ग्रुप में शेयर करने को कहें)।

➢ **स्टेप 5– ट्रैक करें, सीखें और सुधारें**

क्या ट्रैक करें?	**कैसे ट्रैक करें?**
कितने लोगों ने क्लिक किया	Bitly या affiliate dashboard से
किस लिंक से ज्यादा सेल्स हुई	चैनल–वार लिंक बनाएँ
कौन सा कंटेंट ज्यादा चला	Instagram Insights, YouTube Analytics,WhatsApp Response

टेक्नोलॉजी और फैषन के लिए 7–दिवसीय कंटेंट प्लान

टेक्नोलॉजी और फैषन ये दोनों ही एफिलिएट मार्केटिंग मे बहुत पॉपुलर हैं और इनसे आप बढ़िया कमाई कर सकते हो, क्योंकि इनकी ऑडियंस हमेशा कुछ नया ढूंढती रहती है।

इसलिए, टेक्नोलॉजी और फैषन पर 7 दिन का कंटेंट कैलेंडर और आइडिया लिस्ट मैं दे रहा हूँ जिससे आपको प्लानिंग समझने में शायद आपको हेल्प मिले।

दिन	प्लेटफॉर्म	कंटेंट	आइडिया फोकस
सोमवार	इंस्टा रील	₹15000 से कम कीमत वाले टॉप 3 स्मार्टफोन	टेक, बजट
मंगलवार	यूट्यूब वीडियो	₹1500 से कम कीमत वाली स्मार्टवॉच की ईमानदार समीक्षा	टेक, उत्पाद, समीक्षा
बुधवार	इंस्टा कैरोसेल	5 फैशन आइटम जो हर कॉलेज स्टूडेंट चाहता है।	फैशन
गुरुवार	व्हाट्सऐप ब्रॉडकास्ट	एक्सक्लूसिव अमेजन ऑफर–₹199 ब्लूटूथ ईयरबड्स	टेक डील
शुक्रवार	इंस्टा स्टोरी पोल	जूते या स्मार्टवॉच–मुझे आगे क्या समीक्षा करनी चाहिए?	ऑडियंस से जुड़ाव
शनिवार	यूट्यूब शॉर्ट्स	मेरा ₹99 का अमेजन फैशन हॉल–ठीक रहेगा?	फैशन मिनी–हॉल
रविवार	इंस्टा रील + लिंकट्री अपडेट	इस हफ्ते की सबसे अच्छी खोज– टेक और फैशन डील	रीकैप और प्रमोशन

टेक और फैशन से संबधित पोस्ट/रील बनाने से पहले–

टेक–

- ✓ "कंटेंट क्रिएटर्स के लिए जरूरी गैजेट"।
- ✓ "रील के लिए सबसे अच्छी रिंग लाइट– ₹500 से कम"।
- ✓ "यूट्यूब वीडियो के लिए टॉप क्वालिटि के 3 मोबाइल स्टैंड"।
- ✓ "एडिटिंग करने के लिए बढिया लैपटॉप, एक्सेसरीज"।

स्पेसिफिक टिप–

- ✓ वीडियो में डेमो जरूर दिखाएं।
- ✓ तुलनाओं का उपयोग करें (ए बनाम बी) – ये बहुत क्लिक होते हैं।

- ✓ बताएं कि कौन से उत्पाद आपके लिए सही हैं (गेमर्स, छात्र, निर्माता आदि)।

फैशन–

- ✓ "किफायती कॉलेज लुक अमेजन से"।
- ✓ "लड़कियों/लड़कों का फैशन ₹300 से कम"।
- ✓ "2025 में सबसे ज्यादा ट्रेंडिंग सनग्लास"।
- ✓ "बैगी जींस बनाम स्लिम फिट! क्या फैषन में है?"

स्पेसिफिक टिप–

- ✓ प्हन कर दिखाओ (ट्राई–ऑन रील्स)।
- ✓ ट्रेंडिंग हैशटैग्स युज करो (#AmazonFinds, #AffordableFashion)।
- ✓ मौसमी या त्योहार आधारित फैशन प्रोमोट करो (होली लुक, समर वियर, आदि)।

तो गुरू हो जाओ शुरू– ये रहा तेरा एफिलिएट स्ट्रैटेजी प्लान "दूसरों का सामान बेच, लिंक बाँट, और कमीशन की गिनती शुरू कर!

12. ई-मेल मार्केटिंग

ई–मेल मार्केटिंग वो तरीका है जिससे सीधे अपने कस्टमर्स के दिल में उतर सकते हैं, उनका भरोसा जीत सकते हैं, और ढेर सारी बिक्री कर सकते हैं। चलो, पूरा खेल समझते हैं।

ई–मेल मार्केटिंग वो जादू है जिसमें लोगों के इनबॉक्स में सीधे मैसेज भेज कर ऑफर, प्रोडक्ट खरीदने के लिए ललचाना। सोचो, जैसे गली में कोई दोस्त चिल्लाए– "भाई, मेरे पास धांसू माल है जो तेरे बहुत काम का है! देखना चाहता है तो नीचे आ!" बस ये दोस्त स्मार्ट है ऑनलाइन और तरीके से कहता है।

ई–मेल मार्केटिंग, डिजिटल मार्केटिंग का एक तरीका है, जिसमें आप लोगों को ईमेल के जरिए प्रोडक्ट, सर्विस या वैल्यू देने वाली जानकारी भेजते हैं, ताकि वो ग्राहक बनें या फिर आपका ब्रांड याद रखें।

जैसे ही कोई आपके द्वारा भेजा ईमेल खोलता है और आपके लिंक पर क्लिक करता है– वहीं से शुरुआत हो जाती है सेल और इनकम की।

ईमेल मार्केटिंग स्टेप बाय स्टेप–

स्टेप 1– पहले लक्ष्य सेट करो, फिर ईमेल से धमाल मचाओ।

- ✓ लक्ष्य तय करो कि क्या चाहिए?
- ✓ प्रोडक्ट बेचना? (जैसे ष्स्पीकर बिक जाएष्)
- ✓ ब्रांड का नाम बढ़ाना? (लोग तुम्हें याद रखें)
- ✓ रिश्ता बनाना? (कस्टमर्स दोस्त बनें)

स्टेप 2– ई–मेल लिस्ट बनाओ! कैसे भी शुरू में 50–100 ईमेल इकट्ठा करो।

- ✓ वेबसाइट, अपने ब्लॉग या पेज पर फॉर्म डालो– हमारे न्यूजलेटर से जुड़ो, मस्त ऑफर पाओ!
- ✓ सोशल मीडियारू इंस्टा/फेसबुक पर बोलो– ईमेल भेजो, फ्री ईबुक लो!
- ✓ ऑफलाइन दुकान में कस्टमर्स से पूछो ईमेल दो, अगली बार छूट लो! ई–मेल डालो, 10% डिस्काउंट पक्का!
- ✓ लिस्ट जितनी बड़ी, कमाई उतनी भारी!

स्टेप 3– ई–मेल टूल चुनो! सही टूल चुना, तो आधा काम फिनिष!

- ✓ Mailchimp: फ्री शुरूआत, आसान।
- ✓ Sendinblue: सस्ता और मस्त।
- ✓ GetResponse: प्रो लेवल के लिए।
- ✓ अकाउंट बनाओ– ईमेल लिस्ट अपलोड करो।
- ✓ टेम्पलेट चुनो– हाय दोस्त, ये ऑफर तेरे लिए!

स्टेप 4– ईमेल कंटेंट बनाओ! अभी क्लिक करो, ऑफर खत्म होने से पहले!

- ✓ सब्जेक्ट लाइनरू छोटी, मजेदार, ललचाने वाली।
- ✓ "20% ऑफ– आज ही खरीदो, भाई!" ये ऑफर मिस मत करना, दोस्त!
- ✓ शुरुआत– पर्सनल टच– हाय नाम, कैसे हो? तेरे लिए कुछ खास लाया हूँ!"
- ✓ मेन बॉडीरू कहानी या ऑफर।
- ✓ ष्पप्पू गर्मी से परेशान था, फिर हमारा कूलर आया दृ अब पप्पू है कूल! तू भी ट्राई कर, लिंक नीचे है!ष
- ✓ कॉल–टू–एक्शनरू साफ और मस्त।

स्टेप 5– ईमेल भेजो! सही टाइम पर, तो कस्टमर पक्का!

- ✓ सुबह 8–10 बजे लोग चाय पीते वक्त और ऑफिस पहुंच कर चेक करते हैं।
- ✓ शाम 6–8 बजे ऑफिस से फ्री होकर देखते हैं।
- ✓ हफ्ते में 1–2 बार से ज्यादा मत करना, वर्ना लोग परेशान होकर ब्लॉक कर सकते हैं।
- ✓ पहले 10 लोगों को टेस्ट भेजो, फिर पूरी लिस्ट को।

स्टेप 6– रिजल्ट चेक करो!

- ✓ मेल ओपन रेट– कितने लोगों ने खोला? (20-30% अच्छा है)
- ✓ क्लिक रेट– कितनों ने लिंक क्लिक किया? (5-10% मस्त है)
- ✓ बिक्री– कितना सामान बिका?
- ✓ कैसे सुधारें– सब्जेक्ट बदलो 50% ऑफ की जगह "आधे दाम में माल!"
- ✓ कंटेंट छोटा करो– 3–4 लाइन में बात खत्म।
- ✓ रिजल्ट देखो, गलती सुधारो! फिर धमाल मचाओ!

स्टेप 7– रिश्ता बनाओ, मेल दोबारा भेजो! कस्टमर को दोस्त बनाओ, फिर जेब से पैसा निकालवाओ!

- ✓ पहला ईमेल– हाय, मैं नाम, हूँ, ये मेरा बेस्ट ऑफर है!
- ✓ दूसरा मेल– पिछला ऑफर मिस किया? ये नया है, लिंक यहाँ है!
- ✓ तीसरामेल– तेरे लिए कुछ खास है– फ्री टिप्स 10% ऑफ!
- ✓ हर महीने 3–4 ईमेल– मिक्स करो (ऑफर, कहानी, टिप्स)।

ई–मेल लिस्ट बिल्डिगं के टूल्स–

सभी कलक्टेड मेल को एक प्लेटफॉर्म में जोड़ें।

जरूरत	टूल्स का नाम
✓ लीड कलेक्ट	Mailchimp, ConvertKit, Systeme-io, GetResponse
✓ ईमेल डिजाइन	Mailerlite, Stripo, Canva
✓ लिंक्स ट्रैक करना Bitly,	Google Analytics
✓ ऑटोमैशन	Moosend, ActiveCampaign

अच्छे ई–मेल की खासियत–

- ✓ आकर्षक विषय पंक्ति
- ✓ पर्सनलाइजेशन (हाय राहुल)
- ✓ सीटीए (यहां क्लिक करें /अभी खरीदारी करें /और पढ़ें)
- ✓ संक्षिप्त और स्पष्ट सामग्री
- ✓ आकर्षक इमेज या बटन

बेस्ट प्रैक्टिस टिप्स–

- ✓ रेगुलर भेजो, लेकिन स्पैमिंग मत करो।
- ✓ A-B टेस्टिंग करो (2 अलग सबजैक्ट भेज कर देखो)।
- ✓ एनालाईज करो कि क्या चल रहा है, क्या नहीं।
- ✓ रिप्लाई का ऑप्शन दो, ताकि कनेक्शन बने।
- ✓ सब्सक्राइबर को च्वाइस के अनुसार सैगमेंट करो।

क्या बिल्कुल भी नहीं करना हैं–

- ✓ बिना इजाजत के ईमेल भेजना (No cold spam)।
- ✓ एक ही मेल बार–बार भेजना।
- ✓ सिर्फ सेलिंग की बात करना। सब्सक्राइबर को वैल्यू भी दो।
- ✓ बड़ी–बड़ी लाइनें और बोरिंग टेम्पलेट्स।

ई–मेल मार्केटिंग एक सुपर पावर टूल है, अगर आप उसे सही से इस्तेमाल करें। बस आपको एक लीड मैग्नट + ई–मेल लिस्ट + ई–मेल टूल + मार्केटिंग स्ट्रेटेजी चाहिए, और आप ब्रांड + सेल + ट्रस्ट तीनों बना सकते हैं।

ई–मेल टैम्पलेट के कुछ सैम्पल–

1. वैलकम मेल–

Subject Line– आपका स्वागत है! कुछ खास आपके लिए..

नमस्ते सब्सक्राइबर का नाम,

आपका हमारी ईमेल लिस्ट में स्वागत है!

हमें खुशी है कि आपने हमें जॉइन किया।

जैसा वादा किया था, यहाँ है आपका फ्री गिफ्ट– डाउनलोड लिंक,

आने वाले दिनों में हम आपको और भी जबरदस्त कंटेंट, ऑफर्स और टिप्स भेजेंगे।

अगर कभी कोई सवाल हो तो मुझे रिप्लाई करें!

आपका दिन शुभ हो।

धन्यवाद

आपका नाम,

2. प्रोडक्ट प्रमोषन मेल–

Subject Line– यह डील आज रात तक ही है– ₹199 में स्मार्ट गैजेट!

नमस्ते सब्सक्राइबर का नाम

हमने आज आपके लिए एक जबरदस्त डील ढूंढी है– प्रोडक्ट का नाम,

अब सिर्फ ₹199 में, लिमिटेड टाइम ऑफर पर।

ऑर्डर करें यहाँ सेरू [Affiliate Link]

यह ऑफर आज रात 11:59 PM तक ही वैलिड है, मिस मत करना!

शुभकामनाएं,

आपका नाम,

3. सिफारीषि मेल

Subject Line– ग्राहक का नाम, खास आपके लिए!

प्रिय ग्राहक का नाम,

नमस्ते,

हमने आपके पिछले ऑर्डर और पसंद के आधार पर कुछ शानदार सुझाव तैयार किए हैं! आपने हाल ही में उत्पाद/श्रेणी, में रुचि दिखाई, और हमारा मानना है कि आपको ये पसंद आएंगे–

- उत्पाद 1, – संक्षिप्त विवरण, – लिंक,
- उत्पाद 2, – संक्षिप्त विवरण, – लिंक,
- उत्पाद 3, – संक्षिप्त विवरण, – लिंक,

इनमें से कोई भी आपको पसंद आए, तो अभी ऑर्डर करें और खास ऑफर, जैसे 10% छूट, का लाभ उठाएं। यह ऑफर केवल तारीख, तक वैध है!

कॉल टू एक्शन– अभी खरीदें, और ऑफर का लाभ उठायें।

आपकी पसंद हमारे लिए मायने रखती है। हमें बताएं कि हम और बेहतर कैसे कर सकते हैं!

अनसब्सक्राइब लिंक,

सादर,

टीम ब्रांड का नाम,

4. ऑफर ईमेल

चार उदाहरण से ऑफर ईमेल टेम्पलेट्स को समझने का प्रयास करते हैं, जो ग्राहकों को आकर्षित करने और बिक्री बढ़ाने में सहायक हो सकते–

- ✓ सीमित समय का ऑफर ईमेल
- ✓ नये ग्राहक को ऑफर ईमेल
- ✓ त्योहारी ऑफर ईमेल
- ✓ विशेष छूट ऑफर ईमेल

❖ सीमित समय का ऑफर ईमेल

Subject Line– आज ही लूटें 50% छूट का मौका!

प्रिय ग्राहक का नाम,

केवल तारीख, तक, अपने पसंदीदा उत्पाद–श्रेणी, पर 50% तक की छूट पाएं! यह ऑफर सीमित स्टॉक के साथ है, तो देर न करें!

कॉल टू एक्शन– अभी खरीदें,

हमें बताएं कि आपको यह ऑफर कैसा लगा!

अनसब्सक्राइब लिंक,

सादर,

ब्रांड का नाम,

❖ नये ग्राहक को ऑफर ईमेल

Subject Line– ग्राहक का नाम, पहली खरीदारी पर 20% छूट!

प्रिय ग्राहक का नाम,

हमारे परिवार में आपका स्वागत है! अपनी पहली खरीदारी पर 20% छूट का लाभ उठाएं। कोड कूपन कोड, का उपयोग करें और शॉपिंग शुरू करें!

कॉल टू एक्शन– ऑफर का लाभ उठाएं,

आपकी प्रतिक्रिया हमारे लिए कीमती है!

अनसब्सक्राइब लिंक,

धन्यवाद,

ब्रांड का नाम

❖ त्योहारी ऑफर ईमेल

Subject Line– त्योहार का नाम, पर 30% तक की छूट शुरू!

प्रिय ग्राहक का नाम,

त्योहार का नाम, की खुशियों को दोगुना करें! तारीख, तक 30% तक की छूट और मुफ्त डिलीवरी का आनंद लें। जल्दी करें, ऑफर सीमित समय के लिए!

कॉल टू एक्शन– ऑफर देखें,

अनसब्सक्राइब लिंक,

शुभकामनाएँ,

ब्रांड का नाम

❖ विशेष छूट ऑफर ईमेल

Subject Line– आपके लिए खास – 15% की छूट!

प्रिय ग्राहक का नाम,

आपका हमारे साथ जुड़े रहने के लिए धन्यवाद!

इस महीने विशेष 15% छूट का लाभ उठाएं। इस कूपन कोड, का उपयोग करें और अपने पसंदीदा उत्पाद आज ही ऑर्डर करें।

कॉल टू एक्शन– अभी शॉपिंग करें,

हमसे जुड़े रहें!

अनसब्सक्राइब लिंक,

सौजन्य से, ब्रांड का नाम।

तो सोचो! ई–मेल मार्केटिंग वो जादुई डिजिटल चाशनी है, जिसमें व्यवसाय अपने ग्राहकों को ईमेल के जरिए लुभावने ऑफर, उत्पाद, और सेवाओं की कहानियाँ सुनाते हैं। 2025 में 95% से ज्यादा लोग अपने ईमेल इनबॉक्स को रोजाना चेक करते हैं, तो सोचो ये कितनी बड़ी ऑपरच्यूनिटि है। ई–मेल मार्केटिंग न सिर्फ बिक्री बढ़ाता है, बल्कि ग्राहकों के साथ प्यार भरा रिश्ता भी बनाता है।

5. समस्या और समाधान का मसालेदार स्वाद

ईमेल मार्केटिंग एक शानदार रेसिपी है, लेकिन कई बार इसमें कुछ खट्टे–मीठे पल भी आते हैं। 2025 की शैली में इन समस्याओं को चटपटे समाधानों के साथ सुलझाएं खास तड़के के साथ!

ईमेल मार्केटिंग की ये समस्याएँ खट्टी लग सकती हैं, लेकिन मसालेदार समाधानों से इन्हें मीठा और स्वादिष्ट बनाया जा सकता है। AI ऑटोमेशन, और थोड़ा सा प्यार डालो, 2025 में आपकी ईमेल रेसिपी ग्राहकों के दिलों पर राज करेगी!

❖ **समस्या 1– ग्राहक ईमेल खोलते ही नहीं** (Low Open Rates)

खट्टा अनुभव– आपका ईमेल इनबॉक्स में धूल खा रहा है क्योंकि ग्राहक उसे नजरअंदाज कर देते हैं।

समाधान– जादुई सब्जेक्ट लाईन में AI का जादू चलाओ और ऐसी हेडलाइन बनाओ जैसे – इंतजार खत्म! खास आपके लिए 50% छूट।

समय का तड़का– ग्राहक की एक्टिविटी के हिसाब से ईमेल भेजो,सुबह का नाश्ता या रात का डिनर टाइम!

पर्सनलाइजेशन का मसाला– ग्राहक का नाम, को संबोधित करो, जैसे सिड, ये ऑफर सिर्फ आपके लिए!

❖ **समस्या 2– मेल क्लिक नहीं हो रहे** (Low Click-Through Rates)

खट्टा अनुभव– ईमेल खुल तो रहा है, लेकिन कोई बटन दबाने को तैयार नहीं।

समाधान– चटपटा कॉल टू एक्शन– "अब क्लिक करो और लूट लो!" जैसे बटन से ग्राहक को ललचाओ।

आकर्षक विजुअल– GIF या छोटे वीडियो डालो– जैसे उत्पाद का क्विक डेमो।

स्पष्ट ऑफर– सीधे कहो– "उत्पाद, पर 20: छूट, अभी पाओ!"

❖ **समस्या 3– मेल स्पैम में चला जाता है** (Landing in Spam)

खट्टा अनुभव– आपका मेहनत से बनाया ईमेल जंक में गुम हो जाता है।

समाधान– क्लीन रेसिपी– स्पैम ट्रिगर शब्दों (जैसे "फ्री", "अब जीतो") से बचो और सहज भाषा का इस्तेमाल करो।

ग्राहक की मर्जी– डबल ऑप्ट–इन का तरीका अपनाओ ग्राहक खुद कहें, "हाँ, मुझे मेल भेजो!"

प्रमाणित तड़का– DMARC और SPF सेटिंग्स से ईमेल की विश्वसनीयता बढ़ाओ।

❖ डबल ऑप्ट–इन ईमेल एक दो–चरणीय प्रक्रिया है, जिसमें उपयोगकर्ता पहले ईमेल सूची के लिए साइन अप करता है, और फिर अपनी सदस्यता को सत्यापित करने के लिए एक लिंक के साथ पुष्टिकरण ईमेल प्राप्त करता है। इस लिंक पर क्लिक करने के बाद ही उन्हें आधिकारिक तौर पर ईमेल सूची में जोड़ा

जाता है और उन्हें ईमेल प्राप्त होने लगते हैं। यह विधि यह सुनिश्चित करने में मदद करती है कि ईमेल पता वैध है और उपयोगकर्ता वास्तव में संचार प्राप्त करना चाहता है।

❖ DMARC (Domain-based Message Authentication, Reporting and Conformance)- डोमेन–आधारित संदेश प्रमाणीकरण, रिपोर्टिंग और अनुरूपता (DMARC) ईमेल प्रमाणीकरण की एक विधि है जो आपके माइक्रोसॉफ्ट 365 से भेजे गए मेल को सत्यापित करने में मदद करती है, ताकि बिजनेस ईमेल कम्प्रोमाइज (BEC), रैनसमवेयर और अन्य फिशिंग हमलों में उपयोग किए जाने वाले नकली ईमेल सैन्डर्स को रोका जा सके।

❖ Sender Policy Framework (SPF)- प्रेषक नीति ढांचा (ैच्थ्) ईमेल प्रमाणीकरण की एक विधि है जो आपके डपबतवेवजि 365 संगठन से भेजे गए मेल को सत्यापित करने में मदद करती है ताकि बिजनेस ईमेल कम्प्रोमाइज (BEC), रैनसमवेयर और अन्य फिशिंग हमलों में उपयोग किए जाने वाले नकली ईमेल सैन्डर्स को रोका जा सके। SPF का प्राथमिक उद्देश्य किसी डोमेन के लिए ईमेल स्रोतों को मान्य करना है। विशेष रूप से, SPF डोमेन के लिए मेल के मान्य स्रोतों की पहचान करने के लिए DNS में टैक्सट रिकॉर्ड का उपयोग करता है। ईमेल प्राप्त करने वाले सिस्टम SPF TXT रिकॉर्ड का उपयोग यह सत्यापित करने के लिए करते हैं कि मेल मैसेज के SMTP ट्रांसमिशन के दौरान उपयोग किए गए सैन्डर्स एड्रेस से ईमेल (जिसे MAIL FROM पता, प्रेषक या लिफाफा प्रेषक के रूप में जाना जाता है) उस डोमेन के लिए मेल के ज्ञात, निर्दिष्ट स्रोत से है।

❖ **समस्या 4– ग्राहक अनसब्सक्राइब कर रहे** (Unsubscribe Issues)

खट्टा अनुभव– ग्राहक आपसे तंग आकर भाग रहे हैं।

समाधान– कम लेकिन क्वालिटी– हफ्ते में 1–2 ईमेल ही भेजो, लेकिन वो इतने स्वादिष्ट हों कि ग्राहक ललचाएं।

फीडबैक का प्यार– पूछो, "हम बेहतर कैसे करें?" ग्राहक की राय से रिश्ता मजबूत करो।

आसान एग्जिट– अनसब्सक्राइब बटन साफ दिखाओ, ताकि वे सम्मान से जाएं।

❖ **समस्या 5– डेटा प्राइवेसी का डर** (Data Privacy Concerns)

खट्टा अनुभव– ग्राहक डरते हैं कि उनका डेटा सुरक्षित नहीं।

समाधान– ट्रांसपेरेंट मसाला, GDPR (General Data Protection Regulation) जनरल डेटा प्रोटक्षन रेगुलेषन और स्थानीय नियमों का पालन करो, और बताओ कि उनका डेटा सुरक्षित है।

कंट्रोल का तोहफा– ग्राहक को अपनी जानकारी मैनेज करने का ऑप्शन दो।

भरोसा का तड़का– ईमेल में लिखो, "आपकी प्राइवेसी हमारी प्राथमिकता!"

6. ईमेल मार्केटिंग में FAQs

सैन्डर्स और रिसीवर के बीच विश्वास निर्माण की बुनीयाद हैं। ईमेल मार्केटिंग में ग्राहकों का भरोसा जीतना जरूरी है, और इसके लिए FAQs एक स्वादिष्ट रेसिपी हैं! मैंने कुछ सवालों को तैयार किया है ताकि ग्राहक न सिर्फ आपसे जुड़े, बल्कि मुस्कुराएँ भी।

❖ क्या मेरा डेटा सुरक्षित रहेगा?

उत्तर– हाँ, ख्ग्राहक का नाम,! आपका डेटा हमारी सबसे प्यारी संपत्ति है। हम GDPR और स्थानीय नियमों का सख्ती से पालन करते हैं, और आपकी प्राइवेसी को लोहे के ताले से सुरक्षित रखते हैं। भरोसा रखो, कोई चोरी नहीं!

❖ मुझे इतने सारे ईमेल क्यों मिलते हैं?

उत्तर– प्रिय ग्राहक का नाम, हम आपको परेशान नहीं करना चाहते! हम सिर्फ 1–2 स्वादिष्ट ईमेल हफ्ते में भेजते हैं–ऑफर, टिप्स, या खास खबरें। अगर ज्यादा लगे, तो अनसब्सक्राइब बटन से हमें अलविदा कह दो, हम नाराज नहीं होंगे!

❖ क्या ये ऑफर सच में हैं, या कोई चाल है?

उत्तर– ग्राहक का नाम, ये ऑफर 100% असली हैं, कोई जादू–टोना नहीं! हमारी छूट और डील्स साफ–सुथरी हैं, जैसे घर का बना खाना। डिटेल्स चेक करो और लूट लो!

❖ अगर मुझे पसंद न आए, तो क्या होगा?

उत्तर– कोई टेंशन नहीं, ग्राहक का नाम! अगर कुछ पसंद न आए, तो हमारी रिटर्न पॉलिसी आपका इंतजार कर रही है। 30 दिन में रिफंड या बदलाव– हमारा वादा, बिना तकरार!

❖ ईमेल खोलने में देर हो गई, ऑफर मिस तो नहीं होगा?

उत्तर– चिंता मत करो, ग्राहक का नाम,! कुछ ऑफर सीमित समय के होते हैं, लेकिन हम आपको समय रहते रिमाइंडर भेजते हैं। जल्दी क्लिक करो और मजे लो, हमारा तड़का कभी बासी नहीं होता!

❖ मैं कैसे सुनिश्चित करूँ कि ये ईमेल मेरे लिए हैं?

उत्तर– ग्राहक का नाम, ये आपके लिए खास बनाए गए हैं! आपकी पसंद, पिछले ऑर्डर, और रुचि के आधार पर हम आपको बेस्ट सुझाव देते हैं–जैसे आपकी थाली में पसंदीदा व्यंजन!

7. ईमेल मार्केटिंग – फाइनल टच +बोनस

फाइनल टच – ईमेल मार्केटिंग को परफेक्ट बनाएँ

अब तक हमने ईमेल मार्केटिंग की रेसिपी तैयार की, टेम्पलेट्स, समस्याओं के समाधान, और FAQs के मसाले डाले। लेकिन 2025 में इसे और चटपटा बनाने के लिए कुछ फाइनल टच और बोनस टिप्स जोड़ते हैं, खास तड़के के साथ!

❖ डिजाइन का आखिरी मसाला

- ✓ क्लीन लुक– ईमेल को बिना अव्यवस्था के रखें, जैसे थाली में सिर्फ जरूरी डिशेज।
- ✓ ब्रांडिंग का रंग– अपने ब्रांड का रंग और लोगो डालें, ताकि ग्राहक पहचान लें, ये आपका हस्ताक्षर है!
- ✓ मोबाइल का पंच– हर ईमेल को मोबाइल स्क्रीन पर टेस्ट करें, क्योंकि 70% लोग उसी पर देखते हैं।

❖ टेस्टिंग का स्वाद

- ✓ A/B टेस्टिंग– दो अलग–अलग विषय पंक्तियों या बटन का टेस्ट करें, जो हिट हो, वही चुनें!
- ✓ समय का तड़कारू भेजने का सही वक्त ढूंढें– सुबह 10 बजे या शाम 6 बजे, ग्राहक की आदत देखे।
- ✓ फीडबैक का प्यार– ग्राहकों से पूछें, "क्या आपको पसंद आया?" उनकी राय से खुद को बेहतर करें।

❖ **ऑटोमेशन का जादू**

- ✓ ट्रिगर ईमेल– ग्राहक की हर एक्टिविटी पर रिएक्ट करें, जैसे कार्ट छोड़ने पर याद दिलाना।
- ✓ जन्मदिन /एनवर्सरी का तोहफा– हर ग्राहक के जन्मदिन /एनवर्सरी पर बधाई और छूट भेजें, दिल जीत लेंगे!
- ✓ री–एंगेजमेंट का मसाला– पुराने ग्राहकों को लौटाने के लिए "हम आपको मिस कर रहे हैं" ईमेल भेजें।

बोनस – अतिरिक्त मसाले

- ✓ वीडियो का तड़का– छोटा वीडियो जोड़ें, उत्पाद का डेमो या ब्रांड की कहानी, ग्राहक बंध जाएंगे।
- ✓ लॉयल्टी रिवॉर्ड्स– नियमित खरीदारों को पॉइंट्स या खास ऑफर दें, वफादारी का इनाम!
- ✓ सोशल प्रूफ– "1000 लोगों ने खरीदा" जैसे मैसेज डालें, भरोसा बढ़ेगा।
- ✓ AI का चमत्कार– ग्राहक की पसंद के आधार पर ईमेल ऑटो–कस्टमाइज करें, ये 2025 का ट्रेंड है!

ये कुछ फाइनल टच और बोनस ग्राहकों को जोड़े रखेंगे और आपकी ईमेल मार्केटिंग को सुपरहिट बना देंगे। याद रखें, हर ईमेल में थोड़ा सा प्यार और मेरा तड़का डालें, ग्राहक बार–बार लौटकर आएंगे!

चैक लिस्ट–

❖ AI और ऑटोमेषन का इस्तेमाल

- ✓ पर्सनलाइज्ड ईमेल कैम्पेंन।
- ✓ ऑटो रिस्पॉन्डर–वैलकम, थैंक यू, एबन्डर्ड कार्ट इत्यादि।
- ✓ AI टूल्स की मदद से एट्रैक्टिव सब्जैक्ट।

❖ कस्टमाइज्ड और पर्सनलाईज्ड

- ✓ यूजर के नाम, खरीदारी की आदतें और ब्राउजिंग हिस्ट्री के आधार पर टारगेटेड ईमेल।
- ✓ हर यूजर के लिए अलग कस्टमाइज्ड कटेंट।

❖ इंटरैक्टिव ईमेल

- ✓ बटन, स्लाइडर, इमेज।

- ✓ पोल और सर्वेक्षण सीधे ईमेल में शामिल करें।

❖ मोबाइल रिस्पॉन्सिव

- ✓ 80: से ज्यादा लोग मोबाइल से ईमेल बनाते हैं।
- ✓ रिस्पॉन्सिव डिजाइन अति महत्वपूर्ण है।

❖ साफ और संक्षिप्त सामग्री

- ✓ अटेंषन कम है तो संक्षिप्त, क्रिस्पी और विजुवली अपीलिगं आकर्षक सामग्री।
- ✓ इमोजी और बुलेट पॉइंट का उपयोग करें।

❖ सेगमेंटेषन एवं टार्गेटिंग

- ✓ ईमेल सूची को अलग–अलग हिस्सों में बाँटें।
- ✓ उदाहरण– नए ग्राहक, बार–बार खरीदार, निष्क्रिय ग्राहक।

❖ ईमेल फनल बनाना (लीड से बिक्री तक)

- ✓ स्वागत ईमेल श्रृंखला
- ✓ पोषण ईमेल
- ✓ ऑफर ईमेल
- ✓ कार्ट परित्याग ईमेल
- ✓ पुनः जुड़ाव ईमेल

ईमेल मार्केटिंग फनल एक रोडमैप के रूप में कार्य करता है, जो संभावित ग्राहकों को उनके खरीदारी यात्रा के माध्यम से मार्गदर्शन करता है – प्रारंभिक जागरूकता (शीर्ष–फनल) से, लीड–पोषण (मध्य–फनल) तक, अंतिम रूपांतरण (निचला–फनल) तक।

ईमेल मार्केटिंग के लिए कुछ मुख्य टूल्स

1. **MailerLite –** Free Plan Available
2. **Sender.net –** Drag & Drop builder
3. **ConvertKit –** Bloggers और Creators के लिए बेस्ट।
4. **Brevo (ex-Sendinblue) –** Automation + SMS
5. **Mailchimp –** Beginners के लिए

➢ **फाइनल रिमाइण्डर**

❖ **मस्ट हैव ईमेल टैम्पलेट**

- ✓ वैलकम ईमेल
- ✓ प्रोडक्ट प्रमोषन ईमेल
- ✓ कार्ट खाली है ईमेल
- ✓ त्यौहार के समय ऑफर ईमेल
- ✓ फीडबैक / रिव्यू ईमेल

➢ **ईमेल भेजने से पहले –**

- ✓ मोबाइल फ्रेंडली है?
- ✓ सब्जैक्ट लाईन आकर्षक है?
- ✓ कॉल टू एक्शन (सीटीए) साफ है?
- ✓ स्पैलिंग और ग्रामर की जाँच की गई है?
- ✓ अनसब्सक्राइब लिंक दिया गया है?

ईमेल मार्केटिंग आज सिर्फ मैसेज भेजने का जरिया नहीं, बल्कि एक मजबूत रिलेशनशिप बिल्डिंग टूल बन चुका है। 2025 में, जब हर ब्रांड भीड़ में खड़ा होना चाहता है, तब पर्सनलाइज, इंटरैक्टिव और स्मार्ट ईमेल्स बिजनेस को रॉकेट की तरह ऊपर ले जा सकते हैं। सही स्ट्रैटेजी अपनाकर आप अपने कस्टमर्स को सिर्फ कस्टमर नहीं, बल्कि अपने ब्रांड का फैन बना सकते हैं।

यदि ईमेल को सही समय पर, सही व्यक्ति को, सही मैसेज के साथ भेजा जाए तो यह डिजिटल मार्केटिंग गेम को पूरी तरह बदल सकता है।

ष्अग्रिम षुभकामनायें.....!

13. ई-कॉमर्स और सोशल मीडिया (e- Commerce and social media)

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य को विस्तार से, मजेदार अंदाज में समझते हैं। आज की तारीख 24 मार्च 2025 है, और मैं ताजा जानकारी के साथ–साथ ट्रेंड्स और संभावनाओं को ध्यान में रखकर बात करूँगा।

भारत का ई–कॉमर्स मार्केट मानो अल्लादीन का चिराग है जो सबके हाथ में है जिसे आज मोबाइल का नाम दिया है। जहाँ हर कोई अपनी पसंद का माल ऑर्डर कर रहा हैकृचाहे वो स्मार्टफोन हो, कुर्ती हो, या किराने का सामान। 2024 में भारत का ई–कॉमर्स मार्केट 125 बिलियन डॉलर का था, और एक अनुमान के मुताबिक 2030 तक ये 345 बिलियन डॉलर तक पहुँचने वाला है, 15% CAGR के साथ। ये तो बस शुरुआत है, भाई

CAGR– चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर (Compound Annual Growth Rate) एक टर्मिनोलॉजी है जो बिजनेस, इकोमिक्स और इनवेस्टमेंट से संबधित है जो चक्रवृद्धि ब्याज के एवरेज ऐनुवल इंक्रिमेंट रेट के लिए यूज किया जाता है। ई–कॉमर्स भारत में एक ऐसा सुनहरा मौका बन रहा है, जो छोटे दुकानदार से लेकर बड़े ब्रांड तक सबके लिए सपनों को सच करने का रास्ता खोल रहा है। चलो, इसकी पूरी कहानी देखते हैं!

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य–

हमारा देष डिजिटल बाजार का नया सूरज है। ई–कॉमर्स भारत में तेजी से बढ़ रहा है, और आने वाले सालों में ये डिजिटल दुनिया का सुपरस्टार बनने वाला है। सस्ता इंटरनेट, स्मार्टफोन की बाढ़, और सरकार की डिजिटल इंडिया जैसी पहल ने इसे रॉकेट की स्पीड दी है। ये सिर्फ ऑनलाइन शॉपिंग नहीं बल्कि ये एक क्रांति है जो भारत को दुनिया का तीसरा सबसे बड़ा ई–कॉमर्स बाजार बनाने की राह पर ले जा रही है। तो, देखें कि भविष्य में क्या होने वाला है और ये कैसे धमाल मचाएगा!

बाजार का आकार और रफ्तार

अभी क्या है?रू 2024 में भारत का ई–कॉमर्स बाजार 123 बिलियन डॉलर का था। 2025 तक ये 120–140 बिलियन डॉलर तक पहुँच सकता है।

भविष्य में क्या?रू 2030 तक ये 325–400 बिलियन डॉलर का हो जाएगा, यानी हर साल 18–19ः की रफ्तार से बढ़ेगा। कुछ एक्सपर्ट्स कहते हैं कि 2034 तक भारत अमेरिका को पीछे छोड़कर दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा ई–कॉमर्स बाजार बन सकता है।

मजेदार बातरू "जो आज गली में दुकान चला रहा है, वो कल दुनिया को सामान बेचेगा–बस एक स्मार्टफोन चाहिए!"

ड्राईविंग फोर्स?

2025 तक भारत का डिजिटल मेला ऐसा होगा कि दुनिया देखती रह जाएगी–900 मिलियन से ज्यादा इंटरनेट यूजर्स फोन पर मस्ती, मूवी और माल खरीदते नजर आएंगे, और 1.18 बिलियन स्मार्टफोन हर गली–नुक्कड़ में ठुनक रहे होंगे! 5G की हवा ऐसी चली कि गाँव का आखिरी छोर भी ऑनलाइन हो गया, अब तो गाँव का भैया खेत में ट्रैक्टर चलाते हुए रील्स बनाता है और बुआ ऑनलाइन साड़ी सिलेक्ट करती है। कनेक्शन अब बस वायरलेस नहीं, दिल से दिल तक का है!

इंटरनेट और स्मार्टफोन का जलजला

नवंबर 2024 तक भारत में 944.7 मिलियन वायरलेस इंटरनेट यूजर्स थे, और 2025 तक स्मार्टफोन यूजर्स 1.1 बिलियन तक पहुँच जाएँगे। सस्ता डेटा और जियो जैसे प्लेयर्स ने हर गाँव–शहर को ऑनलाइन जोड़ दिया।

सपना तो बनता है, "गाँव के छोरे समोसा छोड़ के ऑनलाइन बर्गर मंगवायंगे, शहर की कंपनी ड्रोन से डिलीवरी करेगी, और दादी जूम पर पोते को कहानी सुनाएगी!"

टियर–2 और टियर–3 शहरों का उभार

दिल्ली–मुंबई तो पुरानी बात हो गई। अब लखनऊ, जयपुर, और यहाँ तक कि पौड़ी–बागेष्वर–यहाँ तक कि नन्दा राजजात यात्रा का अंतिम गाँव बाण ई–कॉमर्स के हॉटस्पॉट बन रहे हैं। 60% ऑनलाइन ऑर्डर्स फैशन और एक्सेसरीज के हैं, उसके बाद ब्यूटी, इलेक्ट्रॉनिक्स, और घरेलू सामान। गाँव अब डिजिटल दुनिया के नए नायक हैं। ये "भारत" की ताकत है, भाई!

क्विक कॉमर्स का जलवा

जेप्टो, ब्लिंकिट जैसे क्विक–कॉमर्स के सूरमा 10–30 मिनट में डिलीवरी का नया ट्रेंड सेट किया है। ये बाजार 2025 तक 5.5 बिलियन डॉलर का तगड़ा

साम्राज्य खड़ा करेगा। शहर हो या गाँव, अब हर चीज बस एक क्लिक की दूरी पर है।

2026 तक 60% शॉपिंग यहीं से होगी। गाँव का लाला गाय दुहते हुए फ्लिपकार्ट पर वाशिंग मशीन ढूंढेगा, और बच्चों का होमवर्क अब ऑनलाइन ट्यूशन से पूरा होगा। ये गाँव अब सिर्फ धान और गन्ने के नहीं, डिजिटल सपनों के खेत बन गए हैं।

UPI ने तो कमाल ही कर दिया, पेमेंट का ऐसा जादूगर कि 2024 में 44 लाख करोड़ रुपये हवा में उड़ते हुए ट्रांजैक्शन बन गए। मोबाइल वॉलेट और UPI ने हर पेमेंट को गरमा–गरम पूरी की तरह आसान कर दिया। झट से, मजे से, और बिना किसी शक के! नकद अब दादी की पुरानी साड़ी जैसा हो गया, बस अलमारी में पड़ा है।

AI और टेक्नोलॉजी का तड़का

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, ई–कॉमर्स को पर्सनलाइज्ड बना रहा है। AI चौटबॉट्स 24X7 कस्टमर सपोर्ट दे रहे हैं, और प्रोडक्ट रिकमेंडेशन्स इतने सटीक हैं कि लगता है, "ये तो मेरे दिल की बात जानता है!" अगले 5 सालों में AI रिटेल प्रोडक्टिविटी को 35-37% बढ़ा सकता है।

डिजिटल पढ़ाई और काम का बूम! गाँव के स्कूल में बच्चे टैब पर पढ़ रहे हैं, और शहर की नौकरी अब गाँव के चौपाल से हो रही है। 2025 तक हर तीसरा भारतीय ऑनलाइन स्किल सीखेगा, कोडिंग से लेकर कढ़ाई तक, सब कुछ फोन पर!

सोशल कॉमर्स का बूम

सोशल मीडिया और ई–कॉमर्स का मेल–सोशल कॉमर्स, भारत में आग की तरह फैल रहा है। 2020 में इसका GMV 2 बिलियन डॉलर था, जो 2025 तक 20 बिलियन और 2030 तक 70 बिलियन डॉलर तक पहुँच सकता है। इंस्टाग्राम, फेसबुक, और X जैसे प्लेटफॉर्म्स अब सिर्फ गपशप के लिए नहीं, बल्कि शॉपिंग के लिए भी हैं।सोशल कॉमर्स का बूम

GMV– ग्रॉस मरकन्डाईज वैल्यू (Gross Merchandise Value)। यह एक फिक्स टाइम पीरियड में बाजार में बिना किसी कटौती, टैक्स या डिस्काउंट के जरिए बेचे गए सभी सामानों के कुल बिक्री को दर्शाता है।

सस्टेनेबिलिटी का टच

आज का कंज्यूमर इको–फ्रेंडली प्रोडक्ट्स चाहता है। ई–कॉमर्स प्लेटफॉर्म्स सस्टेनेबल ऑप्शन्स और ट्रांसपेरेंट सोर्सिंग पर फोकस कर रहे हैं। मिसाल के तौर पर, बांस के टूथब्रश और रियूजेबल बैग्स की डिमांड बढ़ रही है।

2025 के टॉप ई–कॉमर्स ट्रेंड्स

- ✓ **वॉयस कॉमर्स–** "अरे एलेक्सा मेरे लिए कूल टी–शर्ट ढूँढ!" वॉयस सर्च और शॉपिंग 2025 में बड़ा ट्रेंड होगा, खासकर हिंदी और रीजनल लैंग्वेज में।
- ✓ **ऑगमेंटेड रियलिटी (AR)–** कपड़े ट्राय करने से लेकर फर्नीचर घर के किस कोने में "फिट" होगा को देखने तक, AR शॉपिंग को मजेदार बना रहा है।
- ✓ ओमनी चैनल रिटेल– ऑनलाइन और ऑफलाइन का मेल। मिसाल, फिल्पकार्ट पर ऑर्डर करो, नजदीकी स्टोर से पिकअप करो।
- ✓ **D2C का जलवा–** डायरेक्ट–टू–कंज्यूमर ब्रांड्स जैसे मामाअर्थ और बोट बिना मिडलमैन के कंज्यूमर्स से कनेक्ट कर रहे हैं।
- ✓ **ONDC का रिवॉल्यूशन–** ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स, छोटे बिजनेस को बराबरी का मौका दे रहा है। 2.3 लाख से ज्यादा सेलर्स पहले ही जुड़ चुके हैं।
- ✓ **मोबाइल कॉमर्स–** 80% ई–कॉमर्स ट्रांजैक्शन मोबाइल से हो रहे हैं। भविष्य में हर हाथ में स्मार्टफोन और हर स्क्रीन पर शॉपिंग होगी।
- ✓ **सोशल कॉमर्स–** इंस्टाग्राम, टिकटॉक, और व्हाट्सएप पर शॉपिंग का जलवा बढ़ेगा। 2025 तक सोशल कॉमर्स 37 बिलियन डॉलर का हो सकता है।
- ✓ **AI और टेक्नोलॉजी–** आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) से पर्सनलाइज्ड शॉपिंग, चौटबॉट्स से तुरंत मदद, और ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) से प्रोडक्ट को "आजमाने" का मजा।
- ✓ **क्विक डिलीवरी–** माइक्रो–वेयरहाउस और AI लॉजिस्टिक्स से डिलीवरी का टाइम और कार्बन फुटप्रिंट कम होगा।
- ✓ **लोकल लैंग्वेज–** 540 मिलियन लोग अपनी भाषा में कंटेंट चाहते हैं, हिन्दी, तमिल, बंगाली में शॉपिंग बढ़ेगी।

ये है नया "भारत", जहाँ गाँव की चौखट और शहर की ऊँची इमारतें डिजिटल लय पर थिरक रही हैं।

चुनौतियों का चक्रव्यूह

- ✓ **कॉम्पिटिशन–** अमेजन, फ्लिपकार्ट, और नए खिलाड़ी जैसे टाटा न्यू, रिलायंस जियोमार्ट सब लड़ रहे हैं, अलग दिखना जरूरी है।
- ✓ **लॉजिस्टिक्स–** गाँवों तक तेज डिलीवरी अभी भी मुश्किल है। रोड और ट्रांसपोर्ट को बेहतर करना होगा।
- ✓ **भरोसा–** ऑनलाइन फ्रॉड का डर अभी भी है, कंपनियों को ट्रस्ट बनाना पड़ेगा।
- ✓ **डेटा सिक्योरिटी–** साइबर अटैक से बचने के लिए मजबूत सिस्टम चाहिए।

हर चुनौती एक मौका है, जो इसे पार करेगा, वही सिकंदर बनेगा!

भारत के लिए खास बातें

- ✓ **ONDC का जलवा–** ओपन नेटवर्क फॉर डिजिटल कॉमर्स (ONDC) छोटे दुकानदारों को बड़े प्लेयर के साथ बराबरी का मौका दे रहा है। 2.3 लाख से ज्यादा सेलर्स पहले ही जुड़ चुके हैं।
- ✓ **महिलाओं की भागीदारी–** 65% नए इंटरनेट यूजर्स महिलाएँ होंगी। ये ई–कॉमर्स का नया चेहरा बनेंगी।
- ✓ **मेक इन इंडिया–** लोकल प्रोडक्ट्स की डिमांड बढ़ेगी। हस्तशिल्प से लेकर मसाले तक, सब ऑनलाइन चमकेंगे।

अब चाची का हैंडमेड साड़ी बिजनेस ग्लोबल हो जाएगा। बस एक क्लिक की देर है!

सोशल मीडिया– भारत का डिजिटल चौपाल

सोशल मीडिया भारत में वो डिजिटल चौपाल है, जहाँ लोग गपशप करते हैं, मीम्स शेयर करते हैं, और अब तो शॉपिंग भी करते हैं। 2025 में भारत में 448 मिलियन से ज्यादा सोशल मीडिया यूजर्स हैं, और ये नंबर तेजी से बढ़ रहा है। सोशल मीडिया अब सिर्फ कनेक्शन का जरिया नहीं, बल्कि बिजनेस का सुपरहाइवे है।

सोशल मीडिया के गेम–चेंजर

- ✓ **स्मार्टफोन और डेटा का दबदबा–** सस्ते स्मार्टफोन्स और डेटा प्लान्स ने सोशल मीडिया को हर जेब तक पहुँचा दिया। लोग दिन में औसतन 3 घंटे ऑनलाइन बिताते हैं, स्क्रॉलिंग, चौटिंग, और वीडियो देखते हुए।
- ✓ **इन्फ्लुएंसर पावर–** 67% भारतीय इन्फ्लुएंसर की सलाह को ट्रेडिशनल ऐड्स से ज्यादा भरोसा करते हैं। इन्फ्लुएंसर्स प्रोडक्ट्स को देसी स्टाइल में प्रमोट करते हैं, जिससे कंज्यूमर्स का दिल जीत लेते हैं।
- ✓ **शॉर्ट–फॉर्म वीडियो का क्रेज–** 2025 तक 600 मिलियन भारतीय शॉर्ट–फॉर्म वीडियो कंज्यूम करेंगे। इंस्टा रील्स, यूट्यूब शॉर्ट्स, और टिकटॉक जैसे प्लेटफॉर्म्स जेन G के फेवरेट हैं।
- ✓ **लोकल लैंग्वेज कंटेंट–** हिंदी, तमिल, बंगाली जैसे रीजनल लैंग्वेज में कंटेंट की डिमांड बढ़ रही है। अमेजन और फिल्पकार्ट जैसे प्लेयर्स हिंदी साइट्स और वॉयस असिस्टेंट्स पर फोकस कर रहे हैं।
- ✓ **सोशल कॉमर्स का उफान–** इंस्टाग्राम शॉपिंग, फेसबुक मार्केटप्लेस, और X के शॉपिंग फीचर्स ने सोशल मीडिया को डिजिटल मॉल बना दिया। कंज्यूमर्स अब स्क्रॉल करते–करते ही खरीदारी कर लेते हैं।

2025 के टॉप सोशल मीडिया ट्रेंड्स

- ✓ लाइव कॉमर्स– लाइव स्ट्रीमिंग में प्रोडक्ट डेमो और Q&A सेशन्स बिक्री को बूस्ट कर रहे हैं। मिसाल, कोई इन्फ्लुएंसर लाइव ज्वेलरी दिखाए और लिंक से ऑर्डर हो जाए
- ✓ इन–ऐप परचेज– इंस्टाग्राम, टिकटॉक, और X पर डायरेक्ट चेकआउट फीचर्स से शॉपिंग आसान हो गई है।
- ✓ सब्सक्रिप्शन मॉडल्स– X और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म्स क्रिएटर्स को सब्सक्रिप्शन–बेस्ड कंटेंट ऑफर करने दे रहे हैं।
- ✓ सुरक्षा और प्राइवेसी– ऑनलाइन सेफ्टी बिल जैसे नियम सोशल प्लेटफॉर्म्स को बच्चों और यूजर्स के लिए सेफर बनाने पर जोर दे रहे हैं।
- ✓ AI ड्रिवन कंटेंट– AI टूल्स मेम्स, रील्स, और पर्सनलाइज्ड ऐड्स बना रहे हैं, जो ऑडियंस को चटक मसाले की तरह अट्रैक्ट करते हैं।

सोशल मीडिया की टेंशन

- ✓ फेक न्यूज और ट्रोल्स– गलत जानकारी और नेगेटिव कमेंट्स ब्रांड्स की इमेज खराब कर सकते हैं।
- ✓ कंटेंट सैचुरेशन– इतना ज़्यादा कंटेंट है कि ऑडियंस का ध्यान पकड़ना मुश्किल हो रहा है।
- ✓ प्राइवेसी कंसर्न्स– यूजर्स डेटा सिक्योरिटी को लेकर सतर्क हैं, जिससे ब्रांड्स को ट्रांसपेरेंट होना पड़ता है।
- ✓ हाइपर–कंपटीशन– हर ब्रांड सोशल मीडिया पर धमाल मचाना चाहते है तो स्टैंडआउट करना बड़ा चौलेंज है।

अगर फैशन ब्रांड चला रहे हो, तो इंस्टा रील में देसी इन्फ्लुएंसर से "तेरो लहंगा" पर डांस करवाओ और कैप्शन डालो– इस लहंगे में तुम भी बिल्कुल "गुलाबी शरारा" की तरह धूम मचा दोगी!

ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया का कनेक्शन

ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया अब एक दूसरे के चड्डी–बड्डी हैं। सोशल कॉमर्स इस दोस्ती का सबसे बड़ा सबूत है। यहाँ कुछ तरीके हैं, जिनसे दोनों मिलकर धमाल मचा रहे हैं–

- ✓ डायरेक्ट सेल्स– इंस्टाग्राम और फेसबुक पर शॉपेबल पोस्ट्स से कंज्यूमर्स बिना ऐप छोड़े खरीदारी कर सकते हैं।
- ✓ इन्फ्लुएंसर– 74% कंज्यूमर्स इन्फ्लुएंसर की सलाह पर भरोसा करते हैं। देसी इन्फ्लुएंसर्स जैसे प्रधानमंत्री की देष वासियों से कोई अपील या डिजिटल मार्केटिंग में नील पटेल प्रोडक्ट्स को रिलेटेबल बनाते हैं।
- ✓ कम्युनिटी बिल्डिंग– सोशल कॉमर्स ट्रांजेक्शन से ज़्यादा ट्रस्ट और कम्युनिटी पर फोकस करता है। ब्रांड्स फॉलोअर्स को "फैमिली" की तरह ट्रीट करते हैं।
- ✓ टारगेटेड ऐड्स– सोशल प्लेटफॉर्म्स की स्मार्ट टारगेटिंग से ब्रांड्स सही ऑडियंस तक पहुँचते हैं।
- ✓ फीडबैक लूप– कंज्यूमर्स रिव्यूज और कमेंट्स ब्रांड्स को बेहतर बनाने में मदद करते हैं। 73% भारतीय अच्छे कस्टमर सर्विस के लिए पॉजिटिव पोस्ट्स लिखते हैं।

माना कि कोई ब्यूटी प्रोडक्ट्स बेचता है तो इंस्टा पर एक रील बना कर जिसमें देसी मेकअप आर्टिस्ट प्रोडक्ट यूज कर ते हुए X पर ट्वीट करे– "हमारी लिपस्टिक और आपकी स्माइल दोनों किस्मत वालों को मिलती है"!

टिप्स

सोशल मीडिया पर धमाल– रील्स, स्टोरीज, और लाइव सेशन से ग्राहक को लुभाओ।

डेटा का खेल– एनालिटिक्स से समझो कि ग्राहक क्या चाहता है।

तेज और सस्ता– क्विक डिलीवरी और फ्री शिपिंग ऑफर करो, ग्राहक झट से आएगा।

लोकल टच– हिंदी और रीजनल लैंग्वेज में कंटेंट बनाओ। अपनी भाषा और संस्कृति को कंटेंट में डालो।

शॉर्ट और चटपटा कंटेंट– 15-30 सेकंड की रील्स और मजेदार ट्वीट्स ऑडियंस को पकड़ते हैं।

इन्फ्लुएंसर्स के साथ गठजोड़– माइक्रो–इन्फ्लुएंसर्स (10k-50k फॉलोअर्स) टियर–2 शहरों में ज्यादा इम्पैक्ट डालते हैं।

AI को गले लगाओ– AI चौटबॉट्स और रिकमेंडेशन सिस्टम्स से कस्टमर एक्सपीरियंस बढ़ाओ।

सस्टेनेबिलिटी दिखाओ– इको–फ्रेंडली पैकेजिंग और प्रोडक्ट्स को हाइलाइट करो।

सब्र और मेहनत– शुरुआत धीमी हो सकती है, पर रुकना मत। बड़ा इनाम इंतजार कर रहा है!

फाइनल जोश

भारत में ई–कॉमर्स का भविष्य सुनहरा है। ये सिर्फ शॉपिंग नहीं, बल्कि एक नया भारत बनाने की कहानी है, जहाँ गाँव का किसान, शहर का स्टार्टअप, और छोटा दुकानदार सब ऑनलाइन चमकेंगे। स्मार्टफोन हाथ में लो, सोशल मीडिया पर कूदो, और अपनी मेहनत से डिजिटल दुनिया में धमाल मचाओ। आने वाला वक्त तुम्हारा है। बस हिम्मत और हौसला रखो, क्योंकि ई–कॉमर्स का सूरज भारत में उग रहा है, और ये सबको रोशनी देगा!

भारत में ई–कॉमर्स और सोशल मीडिया का भविष्य मानो वो रॉकेट है, जो चाँद नहीं, मंगल तक जा रहा है! स्मार्टफोन्स, सस्ता डेटा, AI, और सोशल कॉमर्स ने गेम बदल दिया है। टियर–2, टियर–3 शहरों से लेकर ग्रामीण भारत तक, हर कोई इस डिजिटल चौपाल का हिस्सा बन रहा है। ब्रांड्स के लिए ये

सुनहरा मौका है, सही ऑडियंस को पकड़ो, देसी वाइब में कंटेंट बनाओ, और सोशल मीडिया के जरिए शॉपिंग का धमाल मचाओ। 2030 तक भारत डिजिटल कॉमर्स का ग्लोबल लीडर बनेगा, और तुम भी इस रेस में शामिल हो सकते हो। तो, तैयार हो जाओ, वीडियो, AI, और सोशल कॉमर्स का तड़का लगाओ, क्योंकि ये वक्त तुम्हारा है, और ये बाजार तुम्हारा इंतजार कर रहा है! और देसी स्टाइल में धूम मचाओ!

शुभकामनायें !

14. छोटे व्यवसायों के लिए डिजिटल मार्केटिंग (Digital Marketing for Small Business)

छोटे बिजनेस के लिए डिजिटल मार्केटिंग की बात करने से पहले हमें थोड़ा पीछे जाना होगा। इसके लिए कोविड से पहले और कोविड के बाद के प्रभावों को समझना होगा। डिजिटल मार्केटिंग कैसे छोटे और लोकल मार्केट को बूस्ट कर सकता है।

जब छोटे या लोकल बिजनेस के लिए डिजिटल मार्केटिंग की बात कर रहा हूँ तो मैं बिल्कुल भी पे–पर–क्लिक या ई–मेल मार्केटिंग की बात नहीं करूंगा। हालांकि, अगर सर्च करेंगें तो अधिकांष वेबसाईट छोटे या लोकल बिजनेस के लिए भी इन पर फोकस करने की बात करते हैं जो कि तार्किक नहीं है।

आज का बिजनेस, जैसे बॉलीवुड मसाला फिल्म जिसमें ड्रामा, ट्विस्ट, और फुल–ऑन एक्शन है। कोविड–19 ने छोटे और लोकल बिजनेस को ऐसा झटका दिया कि पुराने तरीके धरे के धरे रह गए। पहले दुकानें, पर्चे, और "पड़ोसी ने बोला" वाला भरोसा चलता था, लेकिन अब कस्टमर स्मार्टफोन पे सर्च करता है, ऑनलाइन ऑर्डर करता है, और X, इंस्टा, व्हाट्सएप पे ब्रांड्स से गप्पे मारता है। कोविड ने बिजनेस को डिजिटल रास्ते पे धकेल दिया, और जो तेजी से बदले, वो चमक गए।

कोविड से पहले– पुराना जमाना, देसी ठाठ!

बिजनेस का सीन–

- ✓ फिजिकल दुकानें– छोटे बिजनेस की जान थी दुकानें। चाय की टपरी, पान की गुमटी, किराने का स्टोर, या टेलर की दुकान। कस्टमर आता, सामान देखता, और मोलभाव करके ले जाता।
- ✓ मुहल्ले का भरोसा– "अरे, शर्मा जी की दुकान से ले लो, बढ़िया माल है!" मौखिक रेफरल और लोकल रेपुटेशन से बिक्री होती थी।
- ✓ पर्चे और बोर्ड– मार्केटिंग मतलब लोकल अखबार में विज्ञापन, पर्चे बाँटना, या दुकान पे बड़ा सा बोर्ड जैसे, "रामू का ढाबा सस्ता और स्वादिष्ट!"।
- ✓ कैश का खेल– ज्यादातर लेन–देन कैश में। क्रेडिट कार्ड या UPI वो सिर्फ बड़े मॉल्स में!
- ✓ स्थिर डिमांड– डिमांड प्रेडिक्ट करना आसान था। जैसे, त्योहारों में मिठाई की दुकानें हाउसफुल, और गर्मियों में लस्सी की टपरी हिट।

- ✓ टेक्नोलॉजी– क्या बला है! ज़्यादातर छोटे बिजनेस डिजिटल से कोसों दूर। सोशल मीडिया? "अरे, वो तो बच्चों का टाइमपास है!"

ताकत–

- ✓ लोकल कनेक्शन मजबूत– कस्टमर और दुकानदार का रिश्ता पक्का।
- ✓ कम खर्चा– बस दुकान का किराया और माल का स्टॉक।
- ✓ आसान ऑपरेशन्स– न कोई वेबसाइट चाहिए, न ऑनलाइन पेमेंट।

कमजोरी–

- ✓ सीमित रीच– बस मोहल्ले या गली तक।
- ✓ कॉम्पिटिशन में रिस्क– अगर कोई नई दुकान खुल जाए, तो कस्टमर बँट जाते।
- ✓ डिजिटल से अनजान– ऑनलाइन दुनिया की ताकत का अंदाजा ही नहीं।

लॉकडाउन का तमाचा–

क्या हुआ?

- ✓ लॉकडाउन का झटका–ः कोविड ने सब बंद कर दिया, दुकानें, मार्केट, फैक्ट्रियाँ।
- ✓ कैश की किल्लत– डिमांड गिरी, सप्लाई चेन टूटी, और कैश फ्लो सूख गया। 83ः छोटे बिजनेस ने रेवेन्यू लॉस देखा, और 48ः को दुकानें बंद करनी पड़ीं।
- ✓ बेरोजगारी का बवंडर– कर्मचारियों की छँटनी की। महिला–प्रधान बिजनेस (जैसे ब्यूटी पार्लर, टेलरिंग) को ज़्यादा नुकसान हुआ।
- ✓ डिजिटल की मजबूरी– लॉकडाउन में कस्टमर घर में, तो बिजनेस को ऑनलाइन जाना पड़ा। जो पहले डिजिटल से डरते थे, वो अब व्हाट्सएप और जूम पे आए।

चुनौतियाँ–

- ✓ जीरो डिमांड– गैर–जरूरी सामान (कपड़े, जूते, ज्वेलरी) की बिक्री ठप। सिर्फ किराना और मेडिकल की चली।
- ✓ लोन का टेंशन– लोन मिलना मुश्किल, क्योंकि क्रेडिट स्कोर और कोलैटरल की कमी। बैंक्स ने रिस्क समझकर हाथ खींच लिया।

- ✓ साइबर रिस्क– डिजिटल ट्रांजैक्शन्स बढ़े, लेकिन साइबर फ्रॉड और फिशिंग का खतरा भी।

कुछ बिजनेस चमके भी जैसे कि किराना, मेडिकल, और डिलीवरी सर्विसेज ने मौके भुनाए। जैसे, कई दुकानों ने ग्रॉसरी बेचना शुरू किया या डिलीवरी दी। ऑनलाइन एजुकेशन, फिटनेस, और डिजिटल मार्केटिंग सर्विसेज की डिमांड बढ़ी।

कोविड के बाद– नया जमाना, डिजिटल ठाठ!

क्या बदला?

- ✓ डिजिटल बूम– कोविड ने छोटे बिजनेस को डिजिटल रास्ते पे ला दिया। 2020 में डिजिटल फूड डिलीवरी 5ः से बढ़कर 20ः हो गई।
- ✓ ऑनलाइन शॉपिंग का जलवा– कस्टमर अब ऑनलाइन सर्च करते हैं, रिव्यू पढ़ते हैं, और न्च् से पेमेंट करते हैं। 2021 में रिटेल सेल्स 88ः प्री–कोविड लेवल तक पहुँची।
- ✓ हाइब्रिड मॉडल– कई बिजनेस अब ऑफलाइन–ऑनलाइन चलाते हैं। जैसे, ढाबा ऑफलाइन खाना परोसता है और स्विगी पे ऑर्डर लेता है।
- ✓ नए बिजनेस आइडियाज– ऑनलाइन ट्यूशन, फिटनेस क्लासेस, मास्क–सैनिटाइजर बिजनेस, और हाइपरलोकल डिलीवरी ने धूम मचाई।
- ✓ कस्टमर की नई आदतें– 82% कस्टमर्स अब दूसरों की हेल्थ को प्रायोरिटी देते हैं, और पर्सनल अचीवमेंट से ज्यादा कम्युनिटी केयर को वैल्यू करते हैं।

छोटे बिजनेस की रिकवरी–

- ✓ आशावाद– 60ः से ज्यादा छोटे बिजनेस 2020 में रिकवरी को लेकर कॉन्फिडेंट थे, और 50ः ग्रोथ की उम्मीद कर रहे थे।
- ✓ नई नौकरियाँ– 2019 के बाद छोटे बिजनेस ने 70ः नई जॉब्स क्रिएट कीं, खासकर स्टार्टअप्स ने।
- ✓ डिजिटल टूल्स– टेक्नोलॉजी ने बिजनेस को जिंदा रखा। जैसे, फिटनेस सेंटर्स ने जूम पर क्लासेस शुरू कीं, और दुकानों ने व्हाट्सएप कैटलॉग बनाए।
- ✓ सरकारी मदद– भारत सरकार ने डैडम्े के लिए ₹20000 करोड़ का राहत पैकेज और ैप्क्ठप् स्कीम्स लॉन्च कीं, जिससे कैश फ्लो में मदद मिली।

अब आते हैं असली मुद्दे पर!

छोटे बिजनेस सीन के लिए डिजिटल मार्केटिंग– सस्ता, सुन्दर और कम पैसे, बड़ा धमाल

आज का बिजनेस सीन है जैसे T20 मैच, तेज, मस्त, और हर बॉल पे छक्का मारने का मौका! पुराने जमाने के तरीके, पर्चे बाँटना, दुकान पे चिल्लाना, या "मुहल्ले वाले ने बोला" वाला रेफरल, अब आउट डेटेड हैं! आज का कस्टमर स्मार्ट है, भाई! वो मोबाइल पे प्रोडक्ट सर्च करता है, ऑनलाइन शॉपिंग करता है, और X, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप पे ब्रांड्स से सीधे गपशप करता है। पिछले साल 63% कंपनियों ने डिजिटल मार्केटिंग से पैसे बनाये,

अगर तुम ने मौके पर चौका नहीं मारा तो गेम ओवर! डिजिटल दुनिया में धमाल मचाना जरूरी है, वरना मोहल्ले का कॉम्पिटिशन ही कैच लपकने लिए तैयार बैठा है।

डिजिटल मार्केटिंग कोई फैशन नहीं, बल्कि कस्टमर की नई आदतों और बिजनेस की ताकत का कमाल है। स्मार्टफोन, सोशल मीडिया, और ई–कॉमर्स ने कस्टमर को सारी दुनिया की जानकारी और ऑप्शन्स दे दिए। लॉकडाउन के टाइम नें बिजनेस को ऑनलाइन धकेल दिया, जो दुकानें तेजी से डिजिटल हुईं, वो मंदी में भी चमक गईं।

तो, छोटे बिजनेस वालों, अब डिजिटल मार्केटिंग वो जादुई छड़ी है, जो कस्टमर्स को खींचेगी, बिजनेस बढ़ाएगी, और जेब भी भरेगी, वो भी कम बजट में!

1. व्हाट्सएप बिजनेस– गली का भरोसा

क्या करें– व्हाट्सएप बिजनेस ऐप डाउनलोड करो। प्रोडक्ट कैटलॉग बनाओ और कस्टमर्स को डील्स भेज, जैसे "2 गरम समोसे चाय = ₹50! फ्री होम डिलिवरी, ऑर्डर करो!"

स्वैग– पर्सनल टच डालो जैसे, "दीदी जी, आपके लिए स्पेशल राखी डील!"। स्टेटस पे रोज फोटो या मजेदार मैसेज अपडेट, जैसे "हमारी लस्सी पी लो, गर्मी भूल जाओ!"

खर्च– ₹0 भाई! भगवान का दिया स्मार्ट मोबाईल है, इंटरनेट पैक है, 10 मिनट का टाईम है।

क्यों हिट है– ये माबाईल का जादू है भुला! भारत में व्हाट्सएप घर–घर, गली–गली में चलता है।

2. लोकल SEO गूगल पे बादशाह बनो

क्या करें– गूगल माय बिजनेस (GMB) पे फ्री प्रोफाइल बनाओ। दुकान का नाम, पता, फोटो, और टाइमिंग डालें। कस्टमर्स से 5–स्टार रिव्यू मांगें, जैसे "भाई, एक रिव्यू दे दो, दिल खुश कर दो!"।

स्वैग– लोकल कीवर्ड्स यूज करें जैसे देहरादून के फेमस कतलम्बे। GMB पे ऑफर भी डालें पहले 10 ग्राहकों को 10% ऑफ!"।

खर्च– ढेला भी नहीं ।

क्यों हिट है– GMB गूगल सर्च में टॉप पे लाता है। GMB लोकल कस्टमर्स को पकड़ने में माहिर है।

3. सोशल मीडिया मार्केटिंग– रील से दिल का रिष्ता!

क्या करें– इंस्टाग्राम पर 10-15 सेकंड की रील्स बनाओ। अपनी दुकान का वाइब दिखाओं जैसे– अल्मोड़ा की प्रसिद्ध बाल मिठाई का ऑर्डर पैक करते हुए! कैप्शन– "150 साल से हमारी दुकान और आपका प्यार! #BaalMethai

स्वैग– ट्रेंडिंग गाना या देसी जोक डाल। कैनवा (फ्री) से मस्त पोस्टर बनाओ। जैसे, " अल्मोड़ा की प्रसिद्ध बाल मिठाई तेरी गाले समाई!"।

खर्च– कुछ एकस्ट्रा होगा क्या?

क्यों हिट है– मजेदार कंटेंट, मीम्स, हैशटैग्स– ये रील्स और स्टोरीज में भी वायरल होता है।

टिप्स और ट्रिक्स

छोटे बिजनेस के लिए बजट टाइट होता है, लेकिन इन हैक्स से फ्री मे या कम पैसे में भी बवाल काटा जा सकता है।

- ✓ कम से शुरू करो, बड़ा सोचो– पहले फ्री टूल्स और सोशल मीडिया से शुरुआत करो। धीरे–धीरे ऐड्स और प्रीमियम टूल्स में इन्वेस्ट करो।
- ✓ लोकल लैंग्वेज का जाद– हिंदी, मराठी, कुमाऊंनी ,गढ़वाली, भोजपुरी, अवधी के लोकल स्लैंग यूज करो।
- ✓ कॉम्पिटिटर्स को चेक करो–उनकी सोशल मीडिया पोस्ट्स, ऐड्स, और रिव्यूज देखो। उनकी गलतियों से सीखो और बेहतर करो।
- ✓ ट्रेंड्स के साथ चला– 2025 में शॉर्टस, रील्स और AI जनरेटेड कंटेंट ट्रेंड में हैं। इनका यूज करो।

- ✓ रिव्यूज का पावर– कस्टमर्स से रिव्यूज मांगो और उन्हें सोशल मीडिया पर शेयर करो।
- ✓ कनसीस्टेंसी पे किंग्स– हफ्ते में 3–4 पोस्ट्स डालो, चाहे सोशल मीडिया हो या ब्लॉग। रेगुलर रहो, कस्टमर्स भूलते नहीं।
- ✓ कंटेट सर्च करने के लिए AI की हेल्प लेने से मत हिचकिचाओ।
- ✓ लोकल इवेंट्स में हिस्सा लो– अपने शहर के मेलों, मार्केट्स, या त्योहारों में स्टॉल लगाओ और सोशल मीडिया पर लाइव जाओ। इवेंट में फ्री सैंपल्स बाँटो और कस्टमर्स से इंस्टाग्राम पर टैग करने को कहो।
- ✓ लोकल कम्युनिटी से जुड़ो– लोकल हाउसिंग वेलफेयर सोसाइटिज या लोकल व्हाटसअप ग्रुप्स में अपने बिजनेस को प्रमोट करो। कम्युनिटी इवेंट्स (जैसे दीवाली मेला) को स्पॉन्सर करो, छोटे बजट में भी।
- ✓ क्रियेटिविटि का जादू– अपनी दुकान के बाहर क्रिएटिव साइनबोर्ड लगाओ। जैसे, एक गुजराती वैडिंग प्वाइंट वाले ने अपनाया– मात्र 5 लाख में पूरी शादी! कहोग ता दुल्हन भी ढूढ देंगे।
- ✓ बार्टर सिस्टम– लोकल इन्फ्लुएंसर को पैसे की जगह प्रोडक्ट्स ऑफर करो। जैसे, आप हमारी साड़ी की रील बनाओ, साड़ी गिफ्ट है!
- ✓ क्रांस प्रमोषन– पास की दुकानों से टाई–अप करो। जैसे, अगर ज्वेलरी शॉप है तो साड़ी की दुकान के साथ मिलकर "कॉम्प्लिमेंट्री लुक" प्रमोट करो।
- ✓ डायनामिक ऐड्स– फेसबुक–इंस्टाग्राम पर डायनामिक ऐड्स चलाओ, जो ऑटोमैटिकली तुम्हारे प्रोडक्ट्स को कस्टमर की पसंद के हिसाब से दिखाते हैं– अगर कोई कस्टमर तुम्हारी वेबसाइट पर लहंगा देखकर चला गया, तो उसे रीटारगेटिंग ऐड दिखाओ– "वो लहंगा अभी भी आपका इंतजार कर रहा है!"
- ✓ अपने बिजनेस की कहानी शेयर करो– जैसे, "शर्मा जी ने कैसे एक छोटी सी दुकान से लखनउ की बेस्ट मिठाई शॉप बनाई?"। स्टोरीज को हाइलाइट्स में सेव करो, ताकि नए कस्टमर्स भी देख सकें।
- ✓ माइक्रो–इन्फ्लुएंसर – अपने शहर के माइक्रो–इन्फ्लुएंसर को फ्री प्रोडक्ट्स भेजो। जैसे, अगर बेकरी चलाते हो, तो लोकल फूड ब्लॉगर को केक भेजो।

- ✓ AI से इंस्टाग्राम रील्स के लिए स्क्रिप्ट लिखो या कस्टमर क्वेरीज का ऑटो–रिप्लाई सेट करो। मिसाल– "शर्मा स्वीट्स में स्वागत है, क्या आज का ऑफर देखना है?"
- ✓ कस्टमर्स का फोन नंबर कलेक्ट करो ऑफर के लिये।
- ✓ सोशल मीडिया का फ्री इस्तेमाल करें– सोशल मीडिया में दो–तरफा संवाद की ताकत है, जो ग्राहकों से सीधा कनेक्शन बनाता है।

चुनौती और सॉल्यूशन

चुनौती– ज्यादा कॉम्पिटिशन

सॉल्यूशन– अपनी USP- यूनिक सेलिंग प्रपोजिषन हाइलाइट करो। जैसे, "हमारी चाय में मम्मी वाला प्यार फ्री!"।

चुनौती– कस्टमर्स का भरोसा जीतना।

सॉल्यूशन– रिव्यूज, टेस्टीमोनियल्स, और ट्रांसपेरेंट पॉलिसीज (रिफंड, डिलीवरी) दिखाओ।

2025 में डिजिटल मार्केटिंग का सीन तेजी से बदल रहा है। भारत में इंटरनेट यूजर्स 900 मिलियन से ज्यादा हो चुके हैं, और ज्यादातर लोग मोबाइल पर हैं। छोटे बिजनेस के लिए ये ट्रेंड्स गेम–चेंजर हैं।

डिजिटल मार्केटिंग छोटे एवं लोकल बिजनेस के लिए गेम–चेंजर है, चाहे तुम्हारी दुकान गली के नुक्कड़ पर हो या ऑनलाइन स्टोर, सही स्ट्रैटेजी के साथ देसी तड़के, लोकल फ्लेवर, और थोड़ी सी मेहनत से अपने बिजनेस को गली से ग्लोबल तक ले जाया जा सकता है।

15. भारतीय त्योहारों के लिए डिजिटल मार्केटिंग कैम्पेंन (Digital Marketing Strategies for India Festivals)

ये देष है रंगीला–रंगीला! अपनी संस्कृति और ढेर सारे धर्मों के रंग–बिरंगे मेल से भारत में हर गली–मोहल्ले में फेस्टिवल, खाना, और ट्रेडिशन का मजा है! ये देसी वाइब ही वो जादू है, जो कस्टमर्स को घर की याद दिलाते है, चाहे वो माँ के हाथ की खीर हो या दीवाली की मिठाई या ईद की सिवईंया! ब्रांड्स अब इस होमस्टाल्जिया को भुनाते हैं, बस एक स्वाइप की दूरी पे घर का फील लाते हैं। फिर लोकल बिजनेस क्यों पीछे रहें।

भारत में त्योहार सिर्फ उत्सव नहीं, शॉपिंग का महामेला हैं। परंपराएँ, कम्युनिटी, और उत्सव का जोश, ये सब लोकल– छोटे बिजनेस के लिए कस्टमर्स को लुभाने का परफेक्ट मसाला हैं। 2025 में भारत के 900 मिलियन इंटरनेट यूजर्स में से 80% मोबाइल पर हैं, और ज्यादातर लोग व्हाटसअप, इन्सटरग्राम, गूगल और X पर टाइम बिताते हैं। यानी, कस्टमर पहले से ऑनलाइन है, बस उसे देसी स्टाइल में पकड़ना है! लोकल बिजनेस के लिए फेस्टिव सीजन में डिजिटल मार्केटिंग क्यों जरूरी है, इसे ऐसे समझते हैं–

- ✓ कम बजट, ज्यादा रीच– 100-200 रुपये डेली के ऐड्स से हजारों लोगों तक पहुँच सकते हो।
- ✓ लोकल फोकस– गूगल माय बिजनेस (GMB) और लोकल ऐड्स से अपने आसपास के कस्टमर्स को टारगेट करो।
- ✓ इमोशनल कनेक्शन– त्योहारों में लोग इमोशन्स से जुड़ते हैं, तो देसी स्टोरीटेलिंग से दिल जीतो।
- ✓ कॉम्पिटिशन में बढ़त– अमेजन, फिल्पकार्ट जैसे दिग्गजों से मुकाबला करने के लिए लोकल टच और पर्सनल सर्विस सबसे बड़ा वैपन हैं।

लोकल बिजनेस के लिए डिजिटल मार्केटिंग स्ट्रैटेजीज–

यहाँ कुछ स्ट्रैटेजीज डिस्कस की हैं जो लोकल और छोटे बिजनेस को फेस्टिव सीजन में चमकाने में मदद करने में हेल्प कर सकते हैं–

1. गूगल माय बिजनेस को फेस्टिव स्टाइल में सजाओ (लोकल SEO विथ GMB)

क्या करें–

- ✓ GMB प्रोफाइल बनाओ या अपडेट करो। दुकान की फोटो, पता, और फोन नंबर डालो। त्योहारों के लिए स्पेशल ऑफर पोस्ट करो, जैसे "दीवाली स्पेशल ऑफर– 20% ऑफ ऑन स्वीट्स"।
- ✓ लोकल कीवर्ड्स यूज करो, जैसे "दिल्ली में होली रंग" या "मुंबई में रंगोली डिजाइन"।
- ✓ कस्टमर्स से 5–स्टार रिव्यूज मांगो। रिव्यू के बदले में छोटा डिस्काउंट ऑफर करो।
- ✓ फेस्टिव थीम वाली फोटो अपलोड करो, जैसे दुकान में रंगोली या दीये की सजावट।
- ✓ GMB पर हर हफ्ते एक नया ऑफर डालो, जैसे "ईद के लिए फ्री डिलीवरी!"। QR कोड बनाकर रिव्यूज आसान करो।

दिल्ली की "शर्मा जी की मिठाई शॉप" GMB पर "दीवाली हैम्पर– ₹500 से शुरू" पोस्ट करती है, और लोकल सर्च में टॉप पर आती है।

2. सोशल मीडिया पर देसी छौंका– प्लैटफॉम्स व्हाटसअप, इन्सटाग्राम, फेसबुक और X

क्या करें?–

- ✓ इन्सटाग्राम रील– 15-30 सेकंड की रील्स बनाओ जो फेस्टिव वाइब दिखाएँ। जैसे, होली के लिए "हमारे रंगों से होली में छा जाओ!" या राखी के लिए "भाई के लिए स्पेशल गिफ्ट, अभी ऑर्डर करो!"। ट्रेंडिंग देसी सॉन्ग्स यूज करो।
- ✓ व्हाटसअप– लोकल ग्रुप्स में ऑफर भेजो, जैसे "दीवाली स्पेशलरू 10% ऑफ ऑन ऑर्डर्स!"। व्हाटसअप बिजनेस से कैटलॉग बनाओ और पर्सनलाइज्ड मैसेज भेजो, जैसे "नईम भाई, आपके लिए ईद डील!"।
- ✓ फेसबुक– फेस्टिव कॉन्टेस्ट चलाओ, जैसे "हमारी दुकान से शॉपिंग की फोटो डालो, जीतो गिफ्ट हैम्पर!"।

- ✓ X– ट्रेंडिंग हैशटैग्स #DiwaliVibes2025 #HoliHai के साथ पोस्ट डालो। जैसे, "हमारी मिठाई के बिना दीवाली अधूरी!
- ✓ फेस्टिवल से 3-4 हफ्ते पहले कंटेंट शुरू इन्सटाग्राम स्टोरीज पोल्स डालो, जैसे "इस दीवाली क्या चाहिए? 1. मिठाई 2. नमकीन 3. डिस्काउंट 4. गिफट 5. या सभी ।

3. कम बजट में ऐड्स का धमाल (PPC Advertising)

क्या करें–

- ✓ फेसबुक/ इन्सटाग्राम– 100-200 रुपये डेली से शुरू करो। टारगेट लोकल ऑडियंस (जैसे 10 किमी रेडियस, 18-50 साल)। ऐड में देसी लैंग्वेज यूज करो, जैसे "हमारी साड़ियों से दीवाली में ट्रेडिषनल लुक पायें!"।
- ✓ ग्गल एड– फेस्टिव कीवर्ड्स पर बिड करो, जैसे "इन्दौर में दीवाली गिफ्ट्स" या "होली रंग ऑनलाइन"। रिटारगेटिंग ऐड्स चलाओ ताकि जो कस्टमर साइट पर आए, उसे ऑफर दिखे।
- ✓ A/B टेस्टिंग– दो अलग ऐड्स चलाकर देखो कौन सा ज्यादा क्लिक लाता है।
- ✓ त्योहारों के पीक वीक में (जैसे दीवाली के 15 दिन पहले) बजट बढ़ाओ। "लिमिटेड टाईम ऑफर"

उदाहरण– मुंबई की एक आर्टिफिषियल ज्वेलरी शॉप इन्सटाग्राम पर "नवरात्रि स्पेशल गार्बा ज्वेलरी" रील्स डालती है, और 5000 फॉलोअर्स बढ़ते हैं।

व्हाटसअप मार्केटिंग– पर्सनल टच का जादू

क्या करें?–

- ✓ व्हाटसअप बिजनेस पर कैटलॉग बनाओ। हर प्रोडक्ट की फोटो, प्राइस, और डिस्क्रिप्शन डालो।
- ✓ फेस्टिव ऑफर भेजो, जैसे "राखी स्पेशलरू फ्री डिलीवरी ऑन ऑल गिफ्ट्स!"। लोकल सोसाइटी ग्रुप्स में ऑफर शेयर करो (बिना स्पैम किए)।
- ✓ पर्सनलाइज्ड मैसेज भेजो, जैसे "फाबा जी, आपके लिए खास होली डील!"।

- ✓ व्हाटसअप स्टेटस पर डेली ऑफर डालो, जैसे "आज स्टेटस देखा? 10% ऑफ!"। ऑटोमेटेड रिप्लाई सेट करो, जैसे "आपकी दीवाली मंगलमय हो, इस त्यौहार पर हमारी दीवाली डील्स देखें!"।

उदाहरण– कोलकाता की एक साड़ी शॉप व्हाटसअप स्टेटस पर #DurgaPujaCollection शेयर करती है, और 100+ ऑर्डर्स एक हफ्ते में मिलते हैं।

4. लोकल इन्फ्लुएंसर के साथ टाई–अप

क्या करें?–

- ✓ अपने शहर के माइक्रो–इन्फ्लुएंसर्स (10K-50K फॉलोअर्स) को ढूँढो। X पर #IndoreFoodies #LocalTalent जैसे हैशटैग्स चेक करो।
- ✓ उन्हें फ्री प्रोडक्ट्स भेजो, जैसे "हमारी मिठाई ट्राई करो और दीवाली रील बनाओ!"।
- ✓ इन्फ्लुएंसर्स से स्टोरीज या लाइव सेशन्स करवाओ, जैसे – गरमपानी में रब्बू दा के रायता–पकौड़ी ढाबा ऑन माय प्लेट के साथ"। गरमपानी एक जगह का नाम है जो कि विष्व प्रसिद्ध कैंची धाम से कुछ आगे है।
- ✓ इन्फ्लुएंसर्स को डिस्काउंट कोड्स दे दो, जैसे यूज दिस HOLI10 कूपन कोड फॉर 10% ऑफ। इससे सेल्स ट्रैक कर सकते हो।

5. फेस्टिव कॉन्टेस्ट और गिवअवेज

क्या करें?–

- ✓ सोशल मीडिया पर कॉन्टेस्ट चलाओ, जैसे "हमारी दुकान से शॉपिंग की फोटो डालो, जीतो फ्री दीवाली गिफ्ट!"।
- ✓ ग पर फेस्टिव गिवअवेज पोस्ट करो, जैसे "रुभ्वसपळपअमूंल– 3 लकी विनर्स को फ्री रंग किट!"।
- ✓ इन्सटाग्राम स्टोरीज में क्विज डालो, जैसे "हमारी बेस्ट मिठाई? 1ण बालमिठाई 2ण सिंधौडी 3ण चॉकलेट 4ण शुगरफ्री लड्डू"।
- ✓ कॉन्टेस्ट में आसान पार्टिसिपेशन रखो (जैसे फॉलो, टैग)। विनर्स को पब्लिकली अनाउंस करो।

6. स्टोरीटेलिंग और देसी कंटेंट

क्या करें?–

- ✓ फेस्टिव स्टोरी शेयर करो, जैसे "हमारी दुकान ने कैसे दीवाली मिठाई की परंपरा शुरू की ?"।

- ✓ मजेदार मीम्स बनाओ, जैसे "जब मम्मी कहती हैं 'दीवाली के लिए कुछ नया खरीदो', और हमारी साड़ियाँ..."।
- ✓ ब्लॉग लिखो, जैसे "5 कारण क्यों हमारी गुझिया होली में बेस्ट है"।
- ✓ कैनवा से फ्री में फेस्टिव ग्राफिक्स बनाओ। Kapwing से रील्स एडिट करो।

त्योहारों के हिसाब से स्ट्रैटेजीज

हर त्योहार का अलग वाइब है, तो स्ट्रैटेजी भी कस्टमाइज करनी ही पड़ेगी।

1. दीवाली

- ✓ फोकस– मिठाई, गिफ्ट्स, कपड़े, दीये।
- ✓ स्ट्रैटेजी– रील्स में रंगोली और दीये दिखाओ। व्हाटसएप पर दिवाली हैम्पर का ऑफर भेजो।
- ✓ हैशटैग्स– #DiwaliVibes, #FestivalofLight #Celebration

2. होली

- ✓ फोकस– रंग, पिचकारी, गुझिया।
- ✓ स्ट्रैटेजी– फनी रील्स बनाओ, जैसे "हमारे रंग वॉशेबल हैं!"। ळडठ पर भ्वसप ब्वसवते छमंत डम टारगेट करो।
- ✓ हैशटैग्स– #HoliHai, #RangBarse

3. राखी

- ✓ फोकस– राखी, गिफ्ट्स, मिठाई।
- ✓ स्ट्रैटेजी– इमोशनल कंटेंट, जैसे "भाई–बहन का प्यार!" व्हाटसएप पर पर्सनलाइज्ड डील्स।
- ✓ हैशटैग्स– #RakhiLove, #RakshaBandhan

4. ईद

- ✓ फोकस– कपड़े, मिठाई, साज– सज्जा, सजावटी सामान।
- ✓ स्ट्रैटेजी– "ईद के कपड़ें" रील्स। ळडठ पर म्पक ूममजे छमंत डम टारगेट।
- ✓ हैशटैग्स– रुम्पकडनइंतां, रुम्पकौवचचपदह रुक्तमेमे

✓ गणेश चतुर्थी–नवरात्रि

- ✓ फोकस– पूजा आइटम्स, कपड़े, सज्जा, सजावटी सामान।
- ✓ स्ट्रैटेजी– व्हाटसएप स्टेटस/ इन्सटाग्राम रील्स में गणपति पूजा किट का ऑफर। न्यू गरबा लुक्स।

✓ हैशटैग्स– रुळंदमौबिंजनतजीप, रुछंअतंजतपटपइमे रुळंतइं रुज्ञंसपचनja

30–दिन का फेस्टिव प्लान (उदाहरण के लिए दीवाली)

मान लो तुम "गिफ्ट शॉप" चलाते हो–

- ✓ Week 1– GMB सेट करो, "Diwali Gift Hamper" पोस्ट डालो। इन्सटाग्राम पर 3 रील्स (जैसे Diwali Gift Ideas)।
- ✓ Week 2– व्हाटसएप पर 100 कस्टमर्स को ऑफर भेजो। X पर #DiwaliGifts से 2 पोस्ट्स।
- ✓ Week 3– ज्यादा नहीं मात्र 200 रुपये/हफ्ते की फेसबुक एड चलाओ (लोकल को टारगेट करके)। कॉन्टेस्ट शुरू करोरू "Diwali Photo Contest"।
- ✓ Week 4– लोकल इन्फ्लुएंसर को गिफ्ट हैम्पर भेजो। ब्लॉग लिखो– "Top 5 Diwali Gift Ideas"।

रिजल्ट– भाई! अब ये भी मैं ही बताऊँ? कुछ काम खुद भी कर ले यार!

भारतीय त्योहार इमोशन्स, कम्युनिटी, और परंपराओं का जश्न हैं। भारत की रंग–बिरंगी संस्कृति इस फेस्टिव जोश और होमस्टाल्जिया– यानी घर और परंपराओं की याद, जो भारत की समृद्ध संस्कृति और धर्मों से जुड़ी है। मिलेनियल, जेन जी, और जेनरेशन अल्फा (जन्म 2013–2025) घर, परिवार, और देसी रीति–रिवाजा, परम्पराओं को वैल्यू देने लगे हैं। इस इमोशन को यूज करके छोटे और लोकल बिजनेस भी डिजिटल मार्केटिंग के जरिए कैष कर सकते हैं। लोकल फोकस, देसी स्टोरी टेलिंग, और कम बजट की चतुराई के साथ, मोबाइल, हिंदी कंटेंट, और शॉर्ट वीडियो तुम्हारा धूम–धड़ाका, अबीर – गुलाल और ईदी हैं।

16. डिजिटल एनेलिटिक्स (Digital Marketing Analytics)

डिजिटल मार्केटिंग के लिए आवश्यक टूल्स के कुछ प्रमुख टूल्स की सूची जो व्यवसाय या ब्रांड को ऑनलाइन बढ़ाने में मदद कर सकते हैं। ये टूल्स विभिन्न कार्यों जैसे विज्ञापन, विश्लेषण, सामग्री निर्माण और ग्राहक प्रबंधन के लिए उपयोगी हैं।

गूगल एनालिटिक्स (Google Analytics)

क्या है?

ये आपकी वेबसाइट का "सीक्रेट एजेंट" है। ये आपको बताता है कि आप कहाँ सुपरस्टार हो और कहाँ थोड़ा मेहनत चाहिए। अगर आपको "गोल्स सेट करना" या "रियल–टाइम कैसे चेक करें" हर विजिटर की जासूसी करता है–कहाँ से आया, कितनी देर रुका, क्या देखा, क्या छोड़ दिया। मान लो आपकी साइट पर कोई आया और सिर्फ "About Us" पढ़कर भाग गया। अब आप सोचो, "अरे, क्या हमारी कहानी बोरिंग है?" और फिर उसे मजेदार बनाओ!

कैसे यूज करें? फ्री में साइन अप करो, कोड अपनी साइट पर डालो, और देखो–कौन आपका फैन है, कौन "हाय–हैलो" करके चला गया।

फायदा: ग्राहकों को समझो, उनकी पसंद पकड़ो, और अपने बिजनेस को सुपरहिट बनाओ।

गूगल एनालिटिक्स के खास फीचर्स (Google Analytics Features)

रियल–टाइम रिपोर्टिंग (Real&Time Reporting)

क्या है? ये लाइव शो है! अभी, इसी सेकंड, आपकी साइट पर कितने लोग हैं, वो क्या देख रहे हैं–सब दिखता है।

मान लो आपने फेसबुक पर "50% ऑफ सेल" का ऐड डाला। 5 मिनट बाद रियल–टाइम में देखो–20 लोग साइट पर हैं, 15 सेल पेज देख रहे हैं। दिल की धड़कन तेज हो जाएगी!

कैसे देखें? डैशबोर्ड में बाईं तरफ "रियल टाइम" पर क्लिक करो। वहाँ "ओवरव्यू" में लाइव नंबर और "लोकेषन्स" में मैप दिखेगा– कि कौन दिल्ली से, कौन मुंबई से आया।

➢ **गोल्स सेट करना** (Goals)

क्या है? आप अपने बिजनेस के लिए टारगेट सेट कर सकते हो। जैसे–10 लोग "Contact Us" देखें, 5 लोग "Buy Now" पर क्लिक करें। मान लो आपका गोल है "50 लोग न्यूजलेटर साइन अप करें"। महीने के अंत में एनालिटिक्स बोलेगा– "भाई, 48 हो गए, 2 बाकी!" फिर आप एक मेल भेजो और टारगेट पूरा!

कैसे सेट करें? "Admin" में जाओ। "Goals" पर क्लिक करो। "New Goal" चुनो। टाइप चुनो (जैसे "Destination" अगर कोई पेज देखना है)। डिटेल्स डालो (जैसे "thankyou" पेज का URL) और सेव करो।

➢ **ईवेंट ट्रैकिंग (Event Tracking)**

क्या है? कोई बटन दबाया, वीडियो चलाया, या फॉर्म भरा– ये सब ट्रैक करो।

मान लो आपके होम पेज पर "Watch Video" बटन है। एनालिटिक्स बताएगा कि 100 में से 30 ने क्लिक किया। अगर कम लोग क्लिक करें, तो बटन को बड़ा करो या रंग बदलो–खेल शुरू!

कैसे करें? थोड़ा टेक्निकल है– कोड में "Event" सेट करना पड़ता है। डेवलपर से बोलो या गूगल टैग मैनेजर यूज करो।

➢ **बाउंस रेट (Bounce Rate)**

क्या है? ये बताता है कि कितने लोग आपकी साइट पर आए और बिना कुछ किए भाग गए।

अगर बाउंस रेट 80% है, तो सोचो– "अरे, मेरी साइट तो डरावनी लग रही है!" फिर डिजाइन ठीक करो, स्पीड बढ़ाओ, और देखो कैसे लोग रुकने लगते हैं।

कहाँ देखें? "Behavior" > "Site Content" > "All Pages" में हर पेज का बाउंस रेट दिखता है।

➢ **इसे अपने बिजनेस में कैसे यूज करें?** (प्रैक्टिकल तरीके)

सोशल मीडिया का असर चेक करो

फेसबुक से 100 लोग आए, लेकिन सिर्फ 2 ने कुछ खरीदा। इंस्टा से 50 आए, 10 ने खरीदा। अब अगली बार इंस्टा पर ज़्यादा फोकस करो–पैसा सही जगह लगेगा।

कहाँ देखें? "Acquisition" > "All Traffic" > "Channels"

- **कौन सा पेज हिट है?** मान लो आपकी साइट पर "सस्ते जूते" वाला पेज 500 बार देखा गया, लेकिन "संपर्क करें" सिर्फ 10 बार। अब जूते की मार्केटिंग बढ़ाओ और संपर्क पेज को आसान बनाओ।

कहाँ देखें? "Behavior" > "Site Content" > "All Pages"

स्पीड का खेलः अगर साइट 10 सेकंड में लोड होती है और लोग भाग जाते हैं, तो एनालिटिक्स बताएगा। स्पीड ठीक करो, ट्रैफिक बढ़ाओ।

कहाँ देखें? "Behavior" > "Site Speed"।

उदाहरणः–

एक बार एक दोस्त ने अपनी ऑनलाइन दुकान शुरू की टी–शर्ट बेचता था। उसने गूगल एनालिटिक्स लगाया। पहले हफ्ते पता चला कि 300 लोग आए, लेकिन 90% "Checkout" पेज पर पहुँचकर भाग गए। उसने चेक किया– पेमेंट ऑप्शन में सिर्फ "Bank Transfer" था। उसने UPI और डेविट/क्रेडिट कार्ड जोड़ा, और अगले हफ्ते 50% लोग खरीदने लगे। बोला– "भाई, एनालिटिक्स ने मेरी दुकान बचा ली!"

प्रैक्टिकल डिजिटल एनालिटिक्स (Check Google Analytics Practically)

i. मोबाइल पर फोकस– "Audience" > "Mobile" > "Overview" में चेक करो। अगर 70% लोग फोन से आते हैं और साइट फोन पर खराब दिखती है, तो उसे ठीक करो।

ii. कीवर्ड का खेल– "Acquisition" > "Search Console" में देखो कि लोग किन शब्दों से आपको ढूंढते हैं। "सस्ता" ज्यादा है तो ऑफर डालो।

iii. कैंपेन ट्रैक करो– कोई खास ऑफर चलाया? URL में "utm" कोड डालो (जैसे mywebsite.com/?utm_source=facebook) और "Campaigns" में चेक करो कि कितना असर हुआ।

कैनवा (Canva)

क्या है?

डिजाइनिंग का "जादू का पिटारा"। बिना डिजाइनर बने शानदार पोस्टर, बैनर, स्टोरीज बनाओ। मान लो आपको इंस्टा के लिए पोस्ट चाहिए। कैनवा खोलो, टेम्पलेट चुनो, दो फोटो डालो, टेक्स्ट में "SALE 50% OFF" लिखो–हो गया! लोग लाइक करेंगे, शेयर करेंगे।

कैसे यूज करें? फ्री वर्जन से शुरू करो। ड्रैग–ड्रॉप करो, रंग बदलो, और अपने ब्रांड को चमकाओ। प्रो वर्जन में और मसाला है।

फायदा: टाइम बचेगा, पैसा बचेगा, और हर कोई बोलेगा, "वाह, ये तो प्रोफेशनल है!"**हूटसूट हूटसूट (Hootsuite)**

क्या है?

सोशल मीडिया का "रिमोट कंट्रोल"। एक डैशबोर्ड से फेसबुक, ट्विटर, इंस्टा सब संभालो।

मजा कहाँ है? सुबह पोस्ट शेड्यूल करो, शाम को चाय पीते हुए देखो कि कितने लाइक्स आए, कितने कमेंट्स में "वाह" लिखा।

कैसे यूज करें? अकाउंट बनाओ, अपने सोशल प्रोफाइल लिंक करो, और पोस्ट का टाइम सेट करो। "सोमवार 10 बजे" बोलो, वो अपने आप पोस्ट कर देगा।

फायदा: दिनभर स्क्रॉल करने की टेंशन खत्म। सब ऑटोमेटिक, आप बस मजे लो।

मेलचिम्प (Mailchimp)

क्या है?

ईमेल मार्केटिंग का "जादूगर"। ग्राहकों को मेल भेजो, वो खुश हों, और आपकी जेब भरें।

एक मेल ड्राफ्ट करो– "भाई, नया ऑफर आया, 20% डिस्काउंट!" फिर देखो कैसे लोग "**Buy Now**" पर क्लिक करते हैं।

कैसे यूज करें? फ्री में शुरू करो। ग्राहकों की लिस्ट डालो, टेम्पलेट चुनो, मेल भेजो। कौन खोलता है, कौन इग्नोर करता है–सब पता चलता है।

फायदा: पुराने ग्राहकों को वापस बुलाओ, नए ग्राहकों से दोस्ती बढ़ाओ।

गूगल ऐड्स (Google Ads)

क्या है?

ऑनलाइन विज्ञापन का "जिन्न" जो ढूंढ रहा है, उसे आपकी दुकान दिखाओ। कोई गूगल पर "सस्ते जूते" सर्च करे, और आपका ऐड सबसे ऊपर चमके– "यहाँ मिलेंगे, क्लिक करो!" लाइन लग जाएगी।

कैसे यूज करें? अकाउंट बनाओ, कीवर्ड चुनो, जैसे "सस्ता मोबाइल" बजट सेट करो, और ऐड चलाओ।

फायदा: सही ग्राहक तक पहुँचो, बेकार के लोगों पर पैसा मत गँवाओ।

Semrush या Ahrefs

क्या है?

SEO का "शेर"। सर्च इंजन में टॉप पर आने का राज। अपने कॉम्पिटिटर की चाल देखो– "अरे, ये तो इस कीवर्ड से नंबर 1 है!" और उससे बेहतर करो।

कैसे यूज करें? साइन अप करो, अपनी साइट चेक करो, कीवर्ड ढूंढो, और कंटेंट में डालो। थोड़ा पैसा लगेगा, पर रिजल्ट कमाल।

फायदा: गूगल में टॉप 5 में आओ, ट्रैफिक बढ़ाओ, बिक्री बढ़ाओ।

फेसबुक बिजनेस मैनेजर (Facebook Business Manager)

क्या है?

फेसबुक–इंस्टा का "बॉस"। विज्ञापन, पेज, सब एक जगह से कंट्रोल करो।

"20–30 साल के लड़के, दिल्ली वाले" को टारगेट करो, और देखो कैसे आपका ऐड वायरल होता है।

कैसे यूज करें? फ्री में अकाउंट बनाओ, पेज लिंक करो, ऐड बनाओ, और पैसे डालकर चलाओ।

फायदा: सही ऑडियंस तक पहुँचो, लाइक्स और सेल्स दोनों पाओ।

व्हाट्सएप बिजनेस

क्या है?

ग्राहकों से "देसी चाट" का टूल। सीधा कनेक्शन, बिना टाइम वेस्ट। "भाई, नया स्टॉक आया, फोटो भेजूँ?" ग्राहक बोलेगा "हाँ" और ऑर्डर पक्का।

कैसे यूज करें? ऐप डाउनलोड करो, बिजनेस प्रोफाइल बनाओ, प्रोडक्ट कैटलॉग डालो, और चौट शुरू।

फायदाः फ्री में ग्राहकों से दोस्ती, ऑर्डर की गारंटी।

17. टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज (Testimonials and Reviews)

डिजिटल मार्केटिंग का शर्बत!

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज वो हैं, जैसे मोहल्ले में शर्मा जी की दुकान की तारीफ में जब कस्टमर बोलता है, "भाई, ये तो लाजवाब है!", तो नया कस्टमर बिना सोचे चला आता है। चाहे गणेश पूजा के मोदक बेच रहे हो, होली के रंग, दीवाली के दीये, या ईद की सिवई, कस्टमर्स की तारीफ (टेस्टिमोनियल्स) और रेटिंग्स (रिव्यूज) बिजनेस चमकाने का सबसे सस्ता और पावरफुल तरीका है।

लेकिन ये इतने जरूरी क्यों हैं, और फेस्टिवल मार्केटिंग में इनका क्या रोल है? आइए, समझते हैं–

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज का कॉकटेल है क्या?

टेस्टिमोनियल्स– ये कस्टमर्स की तारीफों के अल्फाज हैं, जो लिखकर या वीडियो में बताते हैं कि प्रोडक्ट या सर्विस कितना धांसू है। जैसे, "मैंने रमेश भाई की दुकान से टी–शर्ट लिया, मस्त क्वालिटी!"। ये वेबसाइट, सोशल मीडिया, या ऐड्स में चमकते हैं।

रिव्यूज– ये कस्टमर्स की रेटिंग्स और कमेंट्स हैं, जैसे गूगल पे "4.8/5, शानदार सर्विस!" या अमेजन पे "5–स्टार, बढ़िया प्रोडक्ट!"। ये ऑनलाइन प्लैटफॉर्म्स पे दिखते हैं, जहाँ लोग खरीदने से पहले स्कैन करते हैं।

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज गटकना क्यों जरूरी हैं?

1. भरोसा बनाते हैं–

- ✓ देसी कस्टमर का दिमाग बोले, "अगर दूसरों ने तारीफ की, तो माल पक्का है!"। 92% लोग ऑनलाइन रिव्यूज पर उतना ही भरोसा करते हैं, जितना अपने भाई–बंद की सलाह पे।
- ✓ अगर ऑनलाइन जूते बेच रहे हैं और रिव्यू हो, "ये जूते 1 साल चले, टॉप–क्लास!", तो नया कस्टमर बिना सोचे ऑर्डर करेगा।

2. **बिक्री में धमाल (कनर्वजन)–**

   ✓ टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज बिक्री को रॉकेट की स्पीड देते हैं। स्टडीज कहती हैं, प्रोडक्ट पे 5 रिव्यूज हों, तो 270% ज्यादा चांस है कि लोग खरीदें।

   ✓ जैसे, कोई ऑनलाइन मसाला स्टोर है। अगर व्हाट्सएप पे टेस्टिमोनियल हो– "रमेश जी का किचन किंग, भई वांह।"तो कस्टमर झट से ऑर्डर कर लेगा।

3. **सोशल प्रूफ का कमाल, कुछ तो लोग कहेंगें–**

   ✓ कस्टमर सोचता है, "50 लोग बोल रहे हैं कि ये सर्विस मस्त है, तो कुछ तो बात होगी!"। टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज ये सोशल प्रूफ देते हैं।

4. **SEO में टॉप गियर– ओ छा गये गुरू!**

   ✓ गूगल रिव्यूज को प्यार करता है। गूगल माय बिजनेस (GMB) पे ढेर सारे 5–स्टार रिव्यूज हों, तो "दिल्ली में बेस्ट बटर चिकन" तो अपना भाई सर्च में टॉप पे आएगा।

5. **कम खर्च, ज्यादा मुनाफा– फ्री का चंदन, कब घिसेगा मेरे नंदन!**

   ✓ टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज फ्री में मिलते हैं (बस कस्टमर्स से माँगना पड़ता है)। ऐड्स पे हजारों उड़ाने से बेहतर, एक 5–स्टार रिव्यू मांगना।

6. **कस्टमर लॉयल्टी–**

   ✓ जब तुम कस्टमर के रिव्यू का जवाब देते हो, जैसे "रमेश भाई, तारीफ के लिए शुक्रिया!", तो कस्टमर का भरोसा और प्यार बढ़ता है। वो बार–बार तुम्हारे पास आएगा।

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज को हल्के में मत लेना, गेम–चेंजर हैं।

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज का महत्व

डिजिटल मार्केटिंग में टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज वो ट्रंप कार्ड हैं, जो हर कैंपेन को हिट बनाते हैं। चाहे बिजनेस लोकल हो सा फिर छोटा हो या बड़ा, ये कस्टमर्स से जोड़ते हैं और बिक्री बढ़ाते हैं।

1. भरोसे का बेस कैम्प–

- ✓ ऑनलाइन दुनिया में कस्टमर को डर रहता है कि "ये प्रोडक्ट सही होगा कि नहीं?"। टेस्टिमोनियल्स जैसे "नेहा बोली, 'ये टी–शर्ट 10 वॉश बाद भी नया!'" डर भगाते हैं।
- ✓ 84% लोग ऑनलाइन रिव्यूज को पर्सनल रिकमंडेशन जितना इम्पॉर्टेंट मानते हैं।

2. ज्यादा क्लिक्स और सेल्स –

- ✓ वेबसाइट पे टेस्टिमोनियल्स हों, तो कन्वर्जन रेट 25ः तक बढ़ता है। जैसे, तेरा ऑनलाइन स्टोर है, और होमपेज पे लिखा है "'सबसे तेज डिलीवरी!'" तो कस्टमर तुरंत "ऑर्डर नाउ" का बटन दबाएगा।
- ✓ रिव्यूज से प्रोडक्ट की वैल्यू बढ़ती है, और कभी–कभी तो कस्टमर ज़्यादा पैसे देने को भी तैयार होता है।

3. सोशल मीडिया में वायरल–

- ✓ X पे टेस्टिमोनियल्स शेयर करो, जैसे– "दीदी 'हमारा ब्यूटी पार्लर हेयरकट में नंबर 1 है! अगर रीपोस्ट हो, तो वायरल! रियल–टाइम और सोशल प्रूफ, टेस्टिमोनियल्स इसे मजबूत करते हैं।

4. लोकल मार्केट का बाबू–सोना–

- ✓ GMB पे रिव्यूज जैसे "मम्बई में बेस्ट टिफिन सर्विस, 5ध्5!" लोकल कस्टमर्स को खींचते हैं। 46ः लोग ळडठ रिव्यूज चेक करके दुकान चुनते हैं।
- ✓ ळडठ लोकल SEO का सुपरस्टार है, रिव्यूज उसे टॉप पे ले जाते हैं।

5. कॉम्पिटिशन? वो क्या होता हैं।

- ✓ अगर तुम्हारे प्रोडक्ट के 50 रिव्यूज हैं और कॉम्पिटिटर के 10, तो कस्टमर तुमसे खरीदेगा। रिव्यूज तुम्हें मार्केट में "बॉस" बनाते हैं।

सवाल पैदा होता है, टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज कैसे यूज करें?

1. X पर टेस्टिमोनियल्स का बवाल–

- ✓ कस्टमर की तारीफ को ट्वीट करो, "रमेश भाइ का किराना स्टोर डिलीवरी में बाजी मारता है!'
- ✓ ट्रेंडिंग हैशटैग्स रुक्मेपटपइमे रुैनचचवतजटवबंसवितस्वबंसडालें। कस्टमर को टैग कर, ताकि वो रीपोस्ट करे।
- ✓ खर्चा– ₹0य प्रोमोटेड ट्वीट्स के लिए खर्चा होगा।

2. इंस्टाग्राम रील्स में रिव्यूज की चमकार–

- ✓ 15–सेकंड रील बनाओ, जहाँ कस्टमर तारीफ करे। जैसे, "दिप्ती– 'ये साड़ी इतनी खूबसूरत हैं सब पूछते हैं कहाँ से ली!'
- ✓ ट्रेंडिंग गाना और देसी इमोजी डालें। कैनवा से टेक्स्ट ओवरले बनाओ।
- ✓ खर्चा– ₹0य ऐड्स के लिए ₹500 - ₹1500 / महीना।

3. व्हाट्सएप पे पर्सनल टच–

- ✓ ऑफर के साथ टेस्टिमोनियल भेजें, जैसे– "हमारा किचन किंग मसाला लें! खुष्बू , दूर तलक जायेंगी!' गारंटीड"।
- ✓ पर्सनल मैसेज डालें– "अंकल जी, ये किचन किंग मसाला ट्राई करें, हमारे घर में भी यही फेवरेट है!"।
- ✓ खर्चा– ₹0

व्हाट्सएप भारत का डिजिटल चौपाल है। हर गली–मोहल्ले में गपशप का अड्डा! और जब ू मजेदार टेस्टिमोनियल्स डालते हैं, तो कस्टमर्स हँसते–हँसते "ऑर्डर करो" बटन दबा देते हैं। ये टेस्टिमोनियल्स पर्सनल, देसी, और ह्यूमर से भरे होने चाहिए, ताकि कस्टमर फील करे, "अरे, ये तो मेरे दोस्त के जैसा बोल रहा है!"। चाहे किराना स्टोर, सलून, ऑनलाइन शॉप, टिफिन सर्विस, या मिठाई की दुकान चला रहे हो, ये मजेदार व्हाट्सएप टेस्टिमोनियल्स और मैसेज आइडियाज बिजनेस चमका सकते हैं। स्वैग के साथ शुरू करते हैं!

4. GMB पर रिव्यूज की बारिश–

- ✓ कस्टमर्स से ळडठ पे रिव्यू माँग, जैसेरू "हमारी सर्विस पसंद आई? 5–स्टार दे दो, भाई!"।
- ✓ स्वैग टिपरू रिव्यूज का जवाब देकृ"रमेश भाई, तारीफ के लिए शुक्रिया! अगली बार डिस्काउंट पक्का!"।
- ✓ खचर्रू ₹0।

5. वेबसाइट और ऐड्स में टेस्टिमोनियल्स

- ✓ वेबसाइट पे "कस्टमर लव" सेक्शन बनाओ, जैस–रू "राहुलरू 'क्विक सर्विस,हमारी पहचान! 5ध्5!'
- ✓ फेसबुक / इंस्टा ऐड्स में टेस्टिमोनियल डालें–"प्रोडक्ट बेस्ट है, 4ण्8ध्5! दृ स्वाति"।
- ✓ छोटे क्वोट्स और देसी इमोजी यूज करें।
- ✓ खर्च– ₹500&₹1500 / महीना (ऐड्स के लिए)।

6. ईमेल मार्केटिंग में चमक–

- ✓ ईमेल में टेस्टिमोनियल डालें, जैसे– "ज्योति जी– 'इस ब्यूटि पार्लर की सर्विस बेस्ट है!' अगला अपॉइंटमेंट बुक करें!"।
- ✓ मजेदार सब्जेक्ट लाइन यूज करें, जैसे " हम नहीं, कस्टमर्स बोल रहे हैं, हम नंबर 1 हैं!"
- ✓ खचर्रू ₹0 (डailchimp जैसे फ्री टूल्स यूज करें)।

टेस्टिमोनियल्स और रिव्यूज कलेक्षन

- ✓ मजाकिया रिक्वेस्टरू "प्रोडक्ट पसंद आया? एक तारीफ दे दो, भाई, पड़ोसी को जलाना है! "
- ✓ इन्सेंटिवरू "टेस्टिमोनियल भेजो, अगले ऑर्डर पे 10ः ऑफ, लेकिन फेक तारीफ नहीं चलेगी! "
- ✓ वीडियोध्व्यॉयसरू "5–सेकंड वीडियो भेजो, बोलो प्रोडक्ट कैसा लगाकृ बेस्ट तारीफ को फ्री गिफ्ट!"
- ✓ ऑटोमेटेड मैसेजरू व्हाट्सएप बिजनेस में सेट करकृ"थैंक्स फॉर ऑर्डर! प्रोडक्ट कैसा? तारीफ भेज, स्टार बन जाओ!
- ✓ फॉलो–अपरू "रमेश भाई, जूते कैसे हैं? एक लाइन में तारीफ दे दो, व्हाट्सएप स्टार बनाओ! "

टिप्स

- ✓ ऑथेंटिक रहा– असली रिव्यूज यूज करें, फेक से कस्टमर का भरोसा टूटता है।
- ✓ लोकल टच– रिव्यूज में देसी फ्लेवर डालें, जैसे "रानीखेता में बेस्ट होटल 5ध्5!"।
- ✓ ह्यूमर डालो– देसी जोक्स और डायलॉग्स यूज करें।
- ✓ पर्सनल टच– कस्टमर का नाम डालै।, जैसे "रमेश भाई की तारीफ"।
- ✓ लोकल वाइब– शहर या मोहल्ले का जिक्र करें, जैसे "टिहरी में बेस्ट उत्तराखंडी थाली"।
- ✓ इमोजी का तड़का– इमोजी डालकर मैसेज को मजेदार बनाओ।
- ✓ छोटा और चटपटा– टेस्टिमोनियल्स 2–3 लाइन या 5.10 सेकंड के हों।
- ✓ ब्ज। जोड़ो– हर मैसेज में "ऑर्डर करें" या "व्हाट्सएप करें" डाल।
- ✓ वायरल करो– मजेदार टेस्टिमोनियल्स को अन्य सोषल मिडिया पे भी शेयर कर, जैसे "दीदी की तारीफ सुन लो!" ग पे रिव्यूज को मजेदार मीम्स या कैप्शन्स के साथ शेयर करें।

- ✓ ट्रैक करो– गूगल एनालिटिक्स से चेक करें, टेस्टिमोनियल्स से कितनी बिक्री बढ़ी।
- ✓ जवाब दो– हर रिव्यू का रिप्लाई करें, जैसे "नेहा दीदी, तारीफ के लिए दिल से शुक्रिया!"।
- ✓ ग की सोशल प्रूफ पावर टेस्टिमोनियल्स को वायरल करती है, और व्हाट्सएप का पर्सनल टच इसे और मजेदार बनाता है।
- ✓ सोशल मीडिया की दो–तरफा चौट टेस्टिमोनियल्स को पावरफुल बनाती है, और व्हाट्सएप इसकी चौपाल है।
- ✓ लोकल ैम्ब और ळडठ की तरह, व्हाट्सएप टेस्टिमोनियल्स भी "गली का बादशाह" बनाने में माहिर हैं।
- ✓ अब क्या, भाई?

स्लॉग ओवर्स – टूल्स और क्रिएटिव फंडे, जो स्कोर को बूस्ट करेंगें।

18. कैनवा 209
19. फोटोपी (Photopea)..... 215
20. गूगल एनेलिटिक्स (GA4)..... 224
21. हूटसुूट (Hootsuite)..... 230
22. मेलचिम्प (mailchimp) 235
23. सेम–रष (SEMrush)..... 240
24. आरफ्स (Ahrefs) 244

18. कैनवा

कैनवा छोटे बिजनेस के लिए एक सुपरपावर है, जो सोषल मिडिया एप इन्सटाग्राम, व्हाटसअप,फेसबुक और X के लिये कैनवा बेस्ट फ्रेंड है। इन स्टेप को फॉलो करो और बिगिनर से प्रो बन कर अपने बिजनेस को सोषल मिडिया में वायरल करो। कैनवा में अगर प्रोपरली हाथ साफ कर लिया तो रेगुलर या पार्ट टाईम जॉब से ही वर्क फ्राम होम से तगड़ी इनकम हो सकती है और उसके लिए हथकण्डे वही अजमाने हैं जो इस किताब में पहले बतायें हैं।

कैनवा क्या है?

कैनवा एक फ्री ऑनलाइन डिजाइन टूल है, जिससे बिना ग्राफिक डिजाइनर बने शानदार पोस्टर्स, सोशल मीडिया पोस्ट्स, रील्स, बैनर्स, और प्रेजेंटेशन्स बना सकते हैं। छोटे बिजनेस के लिए ये गेम–चेंजर है, क्योंकि–

- ✓ फ्री है– बेसिक वर्जन में ढेर सारे टेम्पलेट्स और फीचर्स फ्री हैं।
- ✓ आसान है– कोई टेक्निकल नॉलेज नहीं चाहिए, बस ड्रैग–एंड–ड्रॉप।
- ✓ फेस्टिव वाइब्स– दीवाली, होली, राखी जैसे थीम्स के लिए रेडीमेड टेम्पलेट्स मिलते हैं।
- ✓ मेबाइल/लैपटॉप– दोनों पर काम करता है, तो कहीं से भी डिजाइन करो।

कैनवा स्टैप बाय स्टेप

स्टेप 1– कैनवा पर अकाउंट बनाओ!

कैसे?

- ✓ अपने लैपटॉप या मोबाइल पर ब्राउजर खोलो और www.canva.com पर जाओ। या गूगल प्ले स्टोर/एप स्टोर से कैनवा ऐप डाउनलोड करो।
- ✓ साईन इन पर क्लिक करो।
- ✓ अपने gmail, फेसबुक, या मोबाइल नंबर से रजिस्टर करो। gmail सबसे आसान है, बस 2 मिनट में अकाउंट बन जाएगा।
- ✓ अगर छोटा बिजनेस है, तो Business ऑप्शन चुनो, ताकि बिजनेस टेम्पलेट्स मिलें।
- ✓ फ्री वर्जन ही शुरू में काफी है। बाद में कैनवा प्रो (पेड) ट्राय कर सकते हो, जिसमें एक्स्ट्रा फीचर्स (जैसे बैकग्राउंड रिमूवर) मिलते हैं।

स्टेप 2– कैनवा के इंटरफेस को समझें

होमपेज–

- ✓ लॉगिन करने के बाद कैनवा का होमपेज खुलेगा। यहाँ "क्रियेट डिजाइन" का बटन दिखेगा (ऊपर बायीं तरफ)।
- ✓ इसके नीचे ढेर सारे ऑप्शन्स होंगे, जैसे " इन्सटाग्राम पोस्ट", "पोस्टर", "विडियो", "लोगों" दिखेगा।

मेन सेक्शन्स–

- ✓ Templates– रेडीमेड डिजाइन्स, जैसे क्पूंसप च्वेजमत या भ्वसप त्ममसे
- ✓ म्समउमदजे– आइकन्स, शेप्स, स्टिकर्स, और इमोजी।
- ✓ ज्मगज– टेक्स्ट जोड़ने के लिए फॉन्ट्स और स्टाइल्स।
- ✓ न्चसवंके– अपनी फोटो या लोगो अपलोड करने के लिए।
- ✓ ठंबाहतवनदक– डिजाइन का बैकग्राउंड बदलने के लिए।
- ✓ मोबाइल ऐप में इंटरफेस थोड़ा छोटा होता है, लेकिन सारे फीचर्स वही हैं। पीसी या लैपटॉपपर शुरूआत करना आसान है।

स्टेप 3– अपना पहला डिजाइन बनाओ

कैसे?

टेम्पलेट चुनें–

- ✓ "Create Design" पर क्लिक करें, फिर "Instagram Post" सिलेक्ट करें, अगर इन्सटाग्राम के लिए रील बना रहें हैं।
- ✓ सर्च बार में "Diwali" टाइप करें। ढेर सारे फ्री टेम्पलेट्स आएंगे, जैसे दीये, रंगोली, या मिठाई वाले डिजाइन्स।
- ✓ कोई टेम्पलेट चुनें, जैसे "Diwali Sale" वाला।

टेम्पलेट एडिटिंग–

- ✓ **Text** टेम्पलेट में टेक्स्ट (जैसे "Happy Diwali") पर क्लिक करें और बदलें, जैसे "फ्रन्टियर स्वीट्स 20% ऑफ!"। हिंदी फॉन्ट्स (जैसे **Kruti Dev**) सिलेक्ट करें।
- ✓ **Images** अपनी मिठाई की फोटो अपलोड करें। "Uploads" में जायें, अपनी फोटो सलेक्ट करें, और ड्रैग करके टेम्पलेट में फिट करें।
- ✓ **Elements** फेस्टिव वाइब के लिए दीया, पटाखा, या रंगोली आइकन्स जोड़ें। "Elements" में "Diwali" सर्च करें।

- ✓ **Background** अगर बैकग्राउंड बदलना हो, तो "Background" में जाकर गोल्डन या रंग–बिरंगा बैकग्राउंड चुनो।

डिजाइन सेव करें–

- ✓ ऊपर दायीं तरफ **Share** बटन पर क्लिक करें।
- ✓ "**Download**" चुनें, और PNG या JPG फॉर्मेट में सेव करें।
- ✓ **Instagram** पर डायरेक्ट पोस्ट करने के लिए "**Share on Instagram**" ऑप्शन यूज करें।
- ✓ हिंदी टेक्स्ट के लिए Google Input Tools यूज करके हिंदी टाइप करो, फिर कैनवा में पेस्ट करे।
- ✓ **Google Input Tools** से आपको मंगल फॉन्ट मिलेगा इसे **Kruti Dev** में बदलने के लिये किसी भी गूगल में Mangal to Kruti dev सर्च करें। बहूत सारे ऑन लाइन टूल मिल जायेंगे।

स्टेप 4– सोशल मीडिया के लिए अलग–अलग फॉर्मेट सीखें

कैसे?

इन्सटाग्राम रील्स/ विडियो

- ✓ **Create a Design** > "**Video**" > **Instagram Reel** चुनें।
- ✓ "**Diwali**" या "**Holi**" टेम्पलेट सिलेक्ट करें।
- ✓ अपनी फोटो/वीडियो अपलोड करें (जैसे मिठाई बनाते हुए क्लिप)।
- ✓ "**Music**" ऑप्शन से ट्रेंडिंग बॉलीवुड सॉन्ग (जैसे "शुभारंभ") जोड़ो।
- ✓ टेक्स्ट डालो, जैसे "हमारी मिठाई से दीवाली और मीठी!"।
- ✓ "**Download**" में **MP4** फॉर्मेट चुनें।

व्हाट्सअप स्टेटस

- ✓ **Create a Design** > **WhatsApp Status** चुनें।
- ✓ फेस्टिव टेम्पलेट (जैसे **Eid Mubarak**) सिलेक्ट करें।
- ✓ ऑफर डालो, जैसे "ईद स्पेशल 15% ऑफ ऑन कुर्ते!"।
- ✓ PNG फॉर्मेट में डाउनलोड करो और **व्हाट्सअप स्टेटस** पर षेयर करें।

फेसबुक पोस्ट

- ✓ **Create a Design** > **Facebook Post** चुनें।
- ✓ टेम्पलेट में अपनी दुकान का लोगो, फोटो, और कॉन्टेस्ट डिटेल्स डालें, जैसे "राखी फोटो कॉन्टेस्ट– जीतो 500 रुपये का वाउचर!"।
- ✓ हर प्लैटफॉर्म का साइज अलग होता है (Instagram Post: 1080x1080, Reel: 1080x1920)। कैनवा ऑटोमैटिकली सही साइज सेट करता है।

स्टेप 4– कैनवा के एडवांस्ड फीचर्स

कैसे?

- ✓ **Animations** अपने डिजाइन में मूवमेंट जोड़ो। **Elements** में **Animations** सर्च करें, जैसे स्पार्कल या फ्लाई–इन इफेक्ट्स। मिसाल के तौर पर दीवाली पोस्ट में दीये के चारों ओर चमक जोड़ो।
- ✓ **Background Remover** कैनवा प्रो में ये फीचर है। अपनी प्रोडक्ट फोटो (जैसे मिठाई) का बैकग्राउंड हटाकर उसे टेम्पलेट में फिट करें। (फ्री यूजर्स के लिए Photopea जैसे टूल्स यूज करें, आगे के चैप्टर में डिस्कस किया है।)
- ✓ **Brand Kit** अगर रेगुलर डिजाइन्स बनाते हे तो, तो कैनवा प्रो का फीचर है। Brand Kit में अपनी दुकान का लोगो, रंग (जैसे गोल्डन, रेड), और फॉन्ट्स सेव करो। इससे हर डिजाइन में एक जैसा लुक आएगा। एक ही स्थान पर 100 अलग–अलग ब्रांड बना और सेव कर सकते हैं ।
- ✓ **Team Collaboration** अगर प्रोफेषनल हो गये हैं, काम बढ़ गया है, स्टाफ रखा है, तो कैनवा प्रो पर टीम बनाकर सबको डिजाइन एडिट करने की परमिशन दे सकते हो।
- ✓ कैनवा प्रो का 30 दिन फ्री ट्रायल लो और एडवांस्ड फीचर्स टेस्ट करो। इसमें प्रीमियम टेम्पलेट्स, बैकग्राउंड रिमूवर, और 100GB स्टोरेज मिलता है।
- ✓ कैनवा के **Search** में फेस्टिवल नाम (जैसे "Eid", "Ganesh Chaturthi") टाइप करके थीम्ड टेम्पलेट्स ढूँढें।
- ✓ कैनवा के **Apps** सेक्शन में फ्री टूल्स जोडो, जैसे Pexels (फ्री फोटो), Pixabay (इमेज), या QR Code Generator।

- ✓ **External Tools**, Google Input Tools (हिंदी टाइपिंग), Photopea (फ्री बैकग्राउंड रिमूवर), और Kapwing (वीडियो एडिटिंग) के साथ कैनवा को और पावरफुल बनाओ।
- ✓ अगर बजट टाइट है, तो फ्री वर्जन ही काफी है। प्रो तभी लो जब रेगुलर डिजाइन्स बनाने हों।

स्टेप 4– डिजाइन शेयरिग

कैसे?

- ✓ **Download** डिजाइन को PNG (इमेज) या MP4 (वीडियो) में डाउनलोड करें। अगर प्रिंट करना हो (जैसे पैंफलेट), तो PDF चुनो।
- ✓ **Share:** Instagram, WhatsApp, Facebook, या X पर डायरेक्ट पोस्ट करो। **Share** बटन से सोशल मीडिया ऑप्शन्स मिलेंगे।
- ✓ **Track:** पोस्ट करने के बाद चेक करो कितने लाइक्स, कमेंट्स, या शेयर्स मिले। अगर **व्हाट्सअप** पर भेजा, तो देखो कितने ऑर्डर्स आए।
- ✓ हर डिजाइन में कॉल–टू–एक्शन (CTA) डालो, जैसे "अभी ऑर्डर करो!" या "**व्हाट्सअप** करें"।

स्टेप 5– परफैक्ट प्रैक्टिस मेक्स ए पर्सन परफैक्ट

क्या करें?

- ✓ हर हफ्ते 10-15 डिजाइन्स बनाओ, Instagram Post/Rels, WhatsApp Status, इत्यादि।
- ✓ अलग–अलग टेम्पलेट्स ट्राय करो, जैसे "Minimal Diwali या Colorful Holi
- ✓ फॉलोअर्स से फीडबैक लो – "कैसी लगी हमारी पोस्ट?"।
- ✓ इस किताब के सरल स्टेप्स को फॉलो करें।
- ✓ कैनवा के YouTube चैनल पर फ्री ट्यूटोरियल्स देखो।
- ✓ कैनवा के "Inspiration" सेक्शन में ट्रेंडिंग डिजाइन्स देखो और अपने हिसाब से कस्टमाइज करो।
- ✓ हफ्ते में बिगिनर से प्रो बन जाओगे।

टिप्स और ट्रिक्स

- ✓ **हिंदी में प्रैक्टिस–** हिंदी फॉन्ट्स (जैसे Mangal, Kruti Dev) यूज करो और देसी स्लैंग डालो।

- ✓ **फेस्टिव फोकस–** हर फेस्टिवल के लिए स्पेसिफिक टेम्पलेट्स ढूँढो। जैसे, "Ganesh Chaturthi" सर्च करके पूजा थीम्स लो।
- ✓ **शार्टकट कीज–** कैनवा में शॉर्टकट्स सीखो, जैसे T (टेक्स्ट जोड़ने के लिए), R (रेक्टैंगल के लिए)। इससे टाइम बचेगा।
- ✓ **कम्यूनिटि**– कैनवा के Facebook ग्रुप्स जॉइन करो, जहाँ डिजाइनर्स टिप्स शेयर करते हैं।
- ✓ **एक्सपरीमेंट–** अलग–अलग स्टाइल्स ट्राय करें,मिनिमल, बोल्ड, या ट्रेडिशनल। देखो क्या तुम्हारे कस्टमर्स को पसंद आता है।
- ✓ **मोबाइल या डेस्कटॉप–** मोबाइल ऐप ट्रैवल के लिए अच्छा है, लेकिन डिटेल्ड डिजाइन्स के लिए लैपटॉप यूज करो।

कैनवा सीखने के लिए रिसोर्सेस

- ✓ कैनवा YouTube चैनल से फ्री ट्यूटोरियल्स (अंग्रेजी में, लेकिन आसान)।
- ✓ Canva Design School- www-canva-com/learn (बेसिक गाइड्स)।
- ✓ हिन्दी ट्यूटोरियल– YouTube पर Canva Tutorial in Hindi सर्च करें।
- ✓ रोज 1 घण्टा कैनवा पर कुछ नया ट्राय करो, जैसे एक पोस्ट या स्टोरी।
- ✓ **कम्यूनिटि**– Reddit (r/canva) या Facebook ग्रुप्स में कैनवा यूजर्स से टिप्स लो।
- ✓ इस किताब के सरल स्टेप्स को फॉलो करें।

19. फोटोपी (Photopea)

फोटोपीं एक वेब ब्राउजर में चलने वाला देसी सुपरस्टार है! बस www-photopea-com पर जा, और हो जाओ शुरू! ये किसी भी डिवाइस पर चलता है, चाहे डेस्कटॉप, लैपटॉप, टैबलेट, फोन, या कोई और कंप्यूटर। लेकिन भाई, मेरा पर्सनल मषवरा हैं कि फुल कम्फर्ट के लिए एक बड़ी स्क्रीन, सटीक पॉइंटिंग डिवाइस (माउस या स्टाइलस), और कीबोर्ड ले लो फिर देखो जादू।

फोटोपीं ˙ तेरा पर्सनल जादूगर है, जो Sketch या Photoshop की तरह सिर्फ तेरे डिवाइस में चलता है। ये तेरी फाइल्स को इंटरनेट पर अपलोड नहीं करता। Photopea-com लोड करो, फिर चाहे तो इंटरनेट बंद कर दो, और ऑफलाइन भी फुल इनजॉय करें! तुम्हारी फाइल्स कभी तुम्हारा कंप्यूटर छोड़कर नहीं जायेगी, पक्का।

हम शुरू करेंगे बेसिक चीजों से और धीरे–धीरे जाएँगे मास्टर–लेवल फीचर्स की ओर। चैप्टर्स को ऐसे सजाया गया है कि हर चैप्टर पिछले वाले की नॉलेज पर बिल्ड करता है। तो, तेजी से और मजे से बिगिनर–फ्रेंडली स्टेप–बाय–स्टेप गाइड सीखेके आगे बढ़ते हैं, बिना किसी बोरियत के।

क्या चाहिए?

- ✓ कंप्यूटर या लैपटॉप (इंटरनेट के साथ, Chrome सबसे बेस्ट)।
- ✓ एक इमेज (जैसे प्रोडक्ट फोटो या कोई कूल बैकग्राउंडकृअपने फोन से लो या न्देचसेी जैसे फ्री साइट से डाउनलोड कर)।
- ✓ फुल जोश और सीखने का हौंसला थोडी मस्ती!

स्टेप 1– Photopea खोलो और नया प्रोजेक्ट शुरू करो

- ✓ **Photope** पर जाओ ब्राउजर खोलें और www-https://www.photopea.com > more> install-photopea-to-your-device/
- ✓ नया प्रोजेक्ट बनाओ– होमपेज पर New Project पर क्लिक करें।
- ✓ एक पॉप–अप आएगा। सोशल मीडिया पोस्ट के लिए डायमेंशन्स सेट करैं 1080 x 1080 पिक्सल (व्हाट्सएप स्टेटस या इंस्टा के लिए परफेक्ट)। अगर यूट्यूब थंबनेल बनाना है, तो 1280 x 720 पिक्सल यूज कर।

- ✓ प्रोजेक्ट का नाम दें (जैसे "PosterBoy")।
- ✓ बैकग्राउंड Transparent रखें या White चुनें। Create पर क्लिक करें।
- ✓ इंटरफेस चेक करें Photopea का लुक Photoshop जैसा है।
- ✓ बाएँ टूल्स (मूव, ब्रश, वगैरह)।
- ✓ ऊपर मेन्यू (File, Edit, Image वगैरह)।
- ✓ दाएँ लेयर्स पैनल (यहाँ इमेज और टेक्स्ट की लेयर्स आएँगी)।
- ✓ नीचे दाएँरू हिस्ट्री पैनल (गलती सुधारने के लिए बेस्ट दोस्त!)।

स्टेप 2– बैकग्राउंड इमेज डालो

इमेज अपलोड करें

- ✓ **File > Open** – Place पर जाओ या अपने कंप्यूटर से इमेज ड्रैग–एंड–ड्रॉप करें (जैसे प्रोडक्ट फोटो या Unsplash से रंग–बिरंगा बैकग्राउंड)।
- ✓ इमेज लेयर्स पैनल (दाएँ) में नई लेयर के रूप में दिखेगी।
- ✓ इमेज का साइज ठीक करें।
- ✓ **Move Tool** चुनें (V की प्रेस करें या टूल्स में तीर वाला आइकन)।
- ✓ ऊपर Transform **Controls** चेक करें (इमेज के चारों ओर बॉक्स और हैंडल्स दिखेंगे)।
- ✓ कोनों को ड्रैग करके इमेज को कैनवास में फिट करें। Shift दबाए रखें ताकि शेप बिगड़े नहीं। Enter प्रेस करें ।
- ✓ कोई रंग–बिरंगा इमेज चुनें मार्केट सीन, मसाले का फोटो, या कुछ इंडियन वाइब वाला (केसरिया, हरा, नीला) जो ब्रांड से मैच करे।

स्टेप 3– टेक्स्ट के साथ मसाला डालो

- ✓ टेक्स्ट टूल चुनें।
- ✓ टूल्स में Text Tool (T आइकन) पर क्लिक करें।
- ✓ कैनवास पर कहीं क्लिक करके टाइप शुरू करें।
- ✓ मस्त– चटपटा मैसेज लिखें। जैस–रू "भाई, टाउन का बेस्ट मसाला! " या "नया कुर्ता कलेक्शन! "।
- ✓ ऊपर बार में फॉन्ट चेंज करें कुछ बोल्ड चुनें (जैसे Montserrat या Poppins—Photopea में ढेर सारे फॉन्ट्स हैं)।
- ✓ फॉन्ट साइज सेट कर (जैसे 60 pt) और रंग चुनें (कलर बॉक्स पर क्लिक कर, नारंगी या लाल जैसे देसी रंग लें)।

- ✓ टेक्स्ट को सही जगह रखें Move Tool (V) से टेक्स्ट को सेंटर में या जहाँ मस्त लगे, ड्रैग करें।
- ✓ परफेक्ट अलाइनमेंट के लिए, टेक्स्ट लेयर और बैकग्राउंड लेयर दोनों सिलेक्ट करें (Ctrl दबाकर लेयर्स पैनल में क्लिक करें), फिर ऊपर Center Horizontally और Center Vertically पर क्लिक करें।
- ✓ इफेक्ट्स डालें– टेक्स्ट लेयर पर राइट–क्लिक करें Blending Options चुनें।
- ✓ Drop Shadow डाल (Distance 5 px, Size 10 px) ताकि 3D लुक आए।
- ✓ Stroke आजमायें (2 px, पीला जैसे चटक रंग) ताकि टेक्स्ट और चमके। OK दबायें।

स्टेप 4– इफेक्ट्स से और धमाल करो

- ✓ ब्राइटनेस/रंग ठीक करें।
- ✓ लेयर्स पैनल में बैकग्राउंड इमेज लेयर सिलेक्ट करें।
- ✓ Image > Adjustments > Vibrance पर जा और Vibrance स्लाइडर को बढ़ा ताकि रंग चटक हो जाएँ (देसी मार्केट वाइब के लिए परफेक्ट!)।
- ✓ Image > Adjustments > Levels आजमा और बीच वाला (ग्रे) स्लाइडर हिलाकर इमेज को ब्राइट कर।
- ✓ फिल्टर डालें, Filter > Blur > Gaussian Blur पर जाओ और लो रेडियस (जैसे 2 px) सेट करें, ये ड्रीमी लुक देता है (ऑप्शनल)।
- ✓ अगर ज्यादा लगे, तो Ctrl + Z दबाकर अन डू कर दें।
- ✓ अगर मूड बने तो छोटा आइकन डालें (जैसे मसाले का कटोरा या स्टार), Flaticon जैसी फ्री साइट से कॉपी–पेस्ट कर सकते हैं। मूव टूल से रिसाइज और जगह सेट करें।

स्टेप 5– अपनी मास्टरपीस .सेव करें

- ✓ PSD में सेव (बाद में एडिट करने के लिए)– **File > Save as PSD** पर, ये सारी लेयर्स बचाएगा ताकि बाद में बदलाव कर सके।
- ✓ फाइल डाउनलोड्स फोल्डर में डाउनलोड होगी।
- ✓ सोशल मीडिया के लिए एक्सपोर्ट– **File > Export As > PNG** चुनें (या JPEG छोटी साइज के लिए)।
- ✓ क्वालिटी हाई (100%) रखें और OK दबा कर फाइल डाउनलोड करें।

स्टेप 6– टिप्स

- ✓ गलती सुधार– कुछ गड़बड़ हुआ? Ctrl + Z दबायें हिस्ट्री पैनल (नीचे दाएँ) में पीछे जायें।
- ✓ जूम इन/आउटरू **Ctrl + Spacebar** दबाकर क्लिक कर जूम इनया **Alt + Spacebar** से जूम आउट।
- ✓ सीखते रहें Photopė की ऑफिशियल ट्यूटोरियल्स **www-photopea-com/learn** पर चेक करें और टिप्स सीखे।

फटाफट फोटो एडिटिंग गाइड

- ✓ Photopea खोलो और प्रोजेक्ट शुरू करो
- ✓ फोटो अपलोड– **File > Open** पर क्लिक करें और अपनी प्रोडक्ट फोटो चुनें।
- ✓ फोटो कैनवास पर खुलेगी और लेयर्स पैनल (दाएँ) में "Background" लेयर बनेगी।

इंटरफेस चेक

- ✓ बाएँरू टूल्स (मूव, क्रॉप, आदि)।
- ✓ ऊपररू मेन्यू (Image, Filter, आदि)।
- ✓ दाएँ लेयर्स पैनल (यहाँ सारी लेयर्स दिखेंगी)।
- ✓ नीचे दाएँ हिस्ट्री (गलती सुधारने के लिए)।

फोटो को क्रॉप और साइज करो

- ✓ क्रॉप करें (अगर जरूरत हो)
- ✓ Crop Tool (C की प्रेस करे या टूल्स में चौकोर आइकन) चुनें।
- ✓ फोटो के चारों ओर बॉक्स ड्रैग कर, अनचाहा हिस्सा हटाआं (जैसे ज़्यादा बैकग्राउंड)।
- ✓ Enter दबाओ या ऊपर टिक मार्क पर क्लिक करो।

साइज फिट करें

- ✓ प्उंहम झ प्उंहम ैप्रम पर जा।
- ✓ व्हाट्सएप स्टेटस के लिए 1080 x 1080 पिक्सल सेट करें। OK दबाओ।
- ✓ अगर प्रिंट चाहिए, तो 300 DPI रखें।
- ✓ ब्राइटनेस और रंग चटक करो

ब्राइटनेस ठीक करें

- ✓ लेयर्स पैनल में फोटो लेयर (Background) सिलेक्ट करें।
- ✓ **Image > Adjustments > Brightness/Contrast** पर जाए।
- ✓ Brightnes स्लाइडर को थोड़ा दाएँ खिसका (20 से 50) ताकि फोटो उजली हो। OK दबाओ।

रंग चटख करें

- ✓ **Image > Adjustments > Vibrance** पर जाओ।
- ✓ **Vibrance** स्लाइडर को दाएँ खिसकायें (30 से 60) ताकि रंग ज़्यादा देसी और चटक लगें (जैसे मसाले का लाल या साड़ी का नीला)। OK दबाओ।

कंट्रास्ट बढ़ाना है

- ✓ **Image > Adjustments > Levels** पर क्लिक करें।
- ✓ बीच वाला (ग्रे) स्लाइडर थोड़ा दाएँ ले जाए ताकि फोटो शार्प लगे। OK दबाओ।
- ✓ ज्यादा मत करना, वरना फोटो "फिल्टर वाला सेल्फी" लगेगा।

टेक्स्ट

- ✓ **Text Tool** (T) चुनें और कैनवास पर क्लिक करें।
- ✓ कुछ मस्त लिखें, जैसे "नई साड़ी, दो खरीदने पर 50% ऑफ!"।
- ✓ ऊपर बार में फॉन्ट Poppins Bold या Montserrat, (हिन्दी के लिए कृतिदेव) साइज 50-70 चज, रंग लाल/पीला (देसी वाइब के लिए)।

पोजिशन

- ✓ **Move Tool** (V) से टेक्स्ट को ऊपर या नीचे रखें (प्रोडक्ट को ढकने न दे)।
- ✓ Center Horizontally (ऊपर बार) से बीच में अलाइन करें।

इफेक्ट्स

- ✓ टेक्स्ट लेयर पर राइट–क्लिक > **Blending Options**
- ✓ **Drop Shadow** (Distance: 5 px, Size: 8 px) और Stroke (1 px, सफेद) डालें। OK दबा दो।

टेस्टिमोनियल (ऑप्शनल)

- ✓ छोटा टेक्स्ट डालें।
- ✓ नीचे कोने में रखें, स्टार आइकन (Flaticon से) के साथ।

फाइनल टच और सेव

- ✓ शार्पनेस– फोटो लेयर सिलेक्ट करें, **Filter > Sharpen > Sharpen** चुनें।
- ✓ हल्का शार्प इफेक्ट देगा, ज्यादा मत करना, वरना "ओवर–एडिटेड" लगेगा!
- ✓ सेव करें– **File > Save as PSD** (बाद में एडिट के लिए)।
- ✓ File > Export As > PNG (व्हाट्सएप के लिए)। क्वालिटी 100% रखें।
- ✓ व्हाट्सएप पर धमाल–फोटो को स्टेटस, ग्रुप, या ब्रॉडकास्ट में शेयर कर।

अनडू– गलती हुई?

- ✓ **Ctrl + Z** दबा या हिस्ट्री पैनल (नीचे दाएँ) से पीछे जायें।
- ✓ जूम– **Ctrl + Spacebar** से जूम इन, **Alt + Spacebar** से जूम आउट।
- ✓ हल्का बैकग्राउंड ब्लर– **Filter > Blur > Gaussian Blur** (Radius 2 px) आजमा, ताकि प्रोडक्ट ज्यादा चमके।
- ✓ और सीखें– www-photopea-com/learn पर ट्यूटोरियल्स देख कर।

अब एक छोटा रंग–बिरंगा फ्लायर बनाएँगे (A5 साइज, व्हाट्सएप या प्रिंट के लिए), जिसमें इमेज, टेक्स्ट, के साथ। ये गाइड छोटा और मस्त है, ताकि हम 10-15 मिनट में फ्लायर तैयार कर ले।

सामग्री– कंप्यूटर/लैपटॉप (इंटरनेट के साथ, Chrome बेस्ट),एक इमेज (प्रोडक्ट फोटो या Unsplash से फ्री बैकग्राउंड)।

स्टेप 1– Photopea खोलो और प्रोजेक्ट शुरू करो

- ✓ Photopea पर जाओ www-photopea.com ओपन करें।
- ✓ नया प्रोजेक्ट क्लिक करें।

New Project पर क्लिक करें।

- ✓ A5 फ्लायर के लिए डायमेंशन्स– 148 x 210 mm या 1748 x 2480 pixel, 300 DPI।
- ✓ बैकग्राउंड White रखें, Create क्लिक करें।

इंटरफेस– बाएँ टूल्स, ऊपर मेन्यू, दाएँ लेयर्स पैनल, नीचे हिस्ट्री (गलती सुधारने के लिए)।

स्टेप 2– बैकग्राउंड सेट करें

इमेज डालें

- ✓ **File** > Open & Place से प्रोडक्ट फोटो या रंग–बिरंगा बैकग्राउंड अपलोड करें।
- ✓ इमेज नई लेयर बनेगी (लेयर्स पैनल में)।

साइज फिट करें

- ✓ **Move Tool** (V) चुनें, **Transform Controls** ऑन करें।
- ✓ इमेज को ड्रैग करके फ्लायर में फिट कर (Shift दबाकर)। फिर Enter प्रेस करें।
- ✓ केसरिया, हरा, या नीला बैकग्राउंड चुनें, या प्रोडक्ट फोटो यूज करें।

स्टेप 3 – टेक्स्ट के साथ तड़का लगाओ

टेक्स्ट टूल

- ✓ **Text Tool** (T) चुनें और कैनवास पर क्लिक करें।
- ✓ हेडलाइन लिखें, जैसे– "हलद्वानी की बेस्ट चाट!" (फॉन्ट– Poppins Bold, साइज– 60 pt, रंग– पीला/लाल)।
- ✓ सब हेडलाइन– "10% ऑफ, जल्दी ऑर्डर करो!" (फॉन्ट– Montserrat, साइज– 30 pt)।
- ✓ हिन्दी के लिए कृतिदेव के कोई भी पसंद का फॉन्ट चुन सकते हैं।

पोजिशन–

- ✓ **Move Tool** (V) से टेक्स्ट को ऊपर–बीच में रखें।
- ✓ **Center Horizontally** और **Center Vertically** (ऊपर बार) से अलाइन करें।

इफेक्ट–

- ✓ टेक्स्ट लेयर पर राइट–क्लिक > **Blending Options**
- ✓ **Drop Shadow** (Distance: 5 px, Size: 10 px) और **Stroke** (2 px] सफेद) डालें। OK दबायें।

स्टेप 4 – मसाला डालो

प्रोडक्ट फोटो–

- ✓ **File > Open & Place** से छोटा प्रोडक्ट फोटो (जैसे मिठाई, कोई पिक) डालें।
- ✓ मूव टूल से नीचे–दाएँ या जहां मर्जी वहां रख यार इतना क्या सोच रहा हैं और रिसाइज कर।

कलर टच

- ✓ बैकग्राउंड लेयर सिलेक्ट करें, **Image > Adjustments > Vibrance** से रंग चटक कर।

आइकन/शेप–

- ✓ **Rectangle Tool** (U) से रंगीन बॉर्डर बनाओ (जैसे नारंगी)।
- ✓ **Flaticon** से स्टार या मसाला आइकन कॉपी–पेस्ट करें, छोटा करके रखें।

स्टेप 5– फ्लायर सेव करो

PSD में सेव

- ✓ **File > Save as PSD** ताकि बाद में एडिट कर सके।

एक्सपोर्ट

- ✓ **File > Export As > PNG** (व्हाट्सएप के लिए) या च्क्थ (प्रिंट के लिए)।
- ✓ क्वालिटी 100:, व्ज्ञ दबा भाई! और डाउनलोड कर।

शेयर करो व्हाट्सएप ग्रुप, स्टेटस, या X पर।

टिप्स

- ✓ टन डू– गलती हुई? ब्जतस. ं दबा या हिस्ट्री पैनल (नीचे दाएँ) यूज कर।

- ✓ टेस्टिमोनियल– टेक्स्ट टूल से कोट डाल, जैसे "तीन धारा में विष्ट जी के पराठे!'"।
- ✓ जूम– **Ctrl + Spacebar** से जूम इन, **Alt + Spacebar** से जूम आउट।
- ✓ और सीखने की भूख बढ़ी? ूचीवजवचमं.बवउध्समंतद पर ट्यूटोरियल्स देख।

सोर्स

सटीकता के लिए मैंने वेब Photopea की ऑफिशियल साइट से इंटरफेस और टूल्स, थंबनेल और अलाइनमेंट ट्यूटोरियल्स, इमेज एडजस्टमेंट्स और फाइल सेविंग टिप्स की जानकारी ली।

20. गूगल एनेलिटिक्स (GA4)

स्टेप–बाय–स्टेप गाइड

गूगल एनेलिटिक्स (GA4) वेबसाइट का जग्गा जासूस है, विजिटर्स कहाँ से आ रहे हैं, क्या कर रहे हैं, और कितना टाइम बिता रहे हैं, सब बताएगा! एक GA4 प्रॉपर्टी सेट करेंगे, ट्रैकिंग कोड इंस्टॉल करेंगे, और बेसिक रिपोर्ट्स देखेंगे, ताकि अपने बिजनेस को गूगल पर चमका सकें और व्हाट्सएप कैंपेन को ज्यादा असरदार बना सके।

GA4 डिफॉल्ट है पुराना Universal Analytics (UA) अब बंद हो गया है।

रिक्वायरमेंट

- ✓ कंप्यूटर–लैपटॉप (इंटरनेट के साथ, गूगल क्रोम बेस्ट)।
- ✓ गूगल अकाउंट (Gmail ID)।
- ✓ वेबसाइट (जैसे mystoremassala.com अगर नहीं है, तो डेमो डेटा यूज करेंगे)।
- ✓ वेबसाइट एडमिन एक्सेस (ट्रैकिंग कोड जोड़ने के लिए WordPress, Shopify, या डेवलपर की मदद)।
- ✓ जोश और धैर्य!

गूगल एनेलिटिक्स अकाउंट सेटअप

- ✓ **Google Analytics** पर जाके **analytics.google.com** ओपन करें।
- ✓ साइन इन करें।
- ✓ अपने जीमेल अकाउंट से लॉगिन करें।
- ✓ **Start Measuring** पर क्लिक कर।

अकाउंट क्रियेषन

- ✓ अकाउंट का नाम डालें, जैसे– Desi Masala Analytics
- ✓ डेटा शेयरिंग ऑप्शन्स (गूगल प्रोडक्ट्स, बेंचमार्किंग) चेक करें (ऑप्शनल, डिफॉल्ट ठीक है)। Next दबा दें।

प्रॉपर्टी सेटअप (GA4)

- ✓ Property Name: Masala Store Website

- ✓ टाइम जोन– India (IST)।
- ✓ करेंसी– INR।
- ✓ Next दबा दें

बिजनेस डिटेल्स

- ✓ इंडस्ट्री Retail (या जो फिट हो, जैसे Beauty)।
- ✓ बिजनेस साइज Small (1-10 कर्मचारी)।
- ✓ यूज केस **Analyze website traffic** और **Measure campaign performance** सलेक्ट करें।
- ✓ Create दबायें और Terms of Service एग्री करें।

डेटा स्ट्रीम सेटअप और ट्रैकिंग कोड

डेटा स्ट्रीम–

- ✓ प्रॉपर्टी बनने के बाद, Web चुनें (वेबसाइट ट्रैकिंग के लिए)। मोबाइल ऐप के लिए "iOS" या "Android" चुनें।
- ✓ Website URL: अपनी वेबसाइट डाल (जैसे https://mystoremassala-com)। http:// या Þhttps://" सही चुनें।
- ✓ Stream Name: Main Website
- ✓ Create Stream दबायें।

ट्रैकिंग कोड–

- ✓ Web Stream Details में Global Site Tag (gtag.js) का कोड दिखेगा। इसे कॉपी करें।
- ✓ या Measurement ID (जैसे G&XXXXXXXXXX) नोट कर लें।

कोड इंस्टॉल

- ✓ WordPress: Yoast SEO या Insert Headers and Footers प्लगइन यूज करें। <head> सेक्शन में gtag.js कोड पेस्ट करें।
- ✓ **Shopify: Online Store > Themes > Edit Code > theme-liquid esa <head>** सेक्शन में कोड डाल।
- ✓ Google Tag Manager GTM– GTM में नया टैग बनाओ, Google Analytics GA4 Configuration चुनें, और Measurement ID डालें। ट्रिगर को All Pages सेट करें।
- ✓ डेवलपर– कोड डेवलपर को दे और इंस्टॉल करवाएँ।

- ✓ ठण्ड पाओ! कोड इंस्टॉल के बाद 24-48 घंटे में डेटा दिखना शुरू होगा।

वेरिफिकेशन

- ✓ **Data Stream > Web Stream Details esa (European Space Agency) Status** चेक करें। त्मबमपअपदह कंजं दिखे, तो ठीक है।
- ✓ त्मचवतजे झ त्मंसजपउम में चेक कर कि विजिट्स ट्रैक हो रहे हैं। अपनी साइट पर जाकर टेस्ट करें।

बेसिक रिपोर्ट्स

- ✓ बेसिक रिपोर्ट्स देखो– Realtime Report – **Reports > Realtime** पर जाओ।
- ✓ पिछले 30 मिनट में एक्टिव यूजर्स, उनके लोकेशन, और पेज व्यूज देख। उदाहरणरू "Delhi से 2 यूजर्स"।

एक्वीजेषन रिर्पोट

- ✓ **Reports > Acquisition > User Acquisition** पर मिलेगी।
- ✓ यूजर्स कहाँ से आए (जैसे गूगल सर्च, सोशल मीडिया, डायरेक्ट)। उदाहरण– 50: ट्रैफिक गूगल से।
- ✓ ज्तांपिब ।बुनपेपजपवद में चैनल्स (व्तहंदपबंमंतबी, च्पकंमंतch, Social) देखें।

इंगेजमेंट रिर्पोट

- ✓ **Reports > Engagement > Pages and Screens** पर जायें।
- ✓ सबसे ज्यादा देखे गए पेजेज देखें (जैसे डेंसं च्तवकनबजे पेज)।
- ✓ म्अमदजे में यूजर एक्शन्स (जैसे बटन क्लिक्स, फॉर्म सबमिशन्स) चेक करें।

डेमोग्रफिक रिर्पोट

- ✓ **Reports > User > Demographics** पर मिलेगी।
- ✓ यूजर्स की उम्र, जेंडर, और लोकेशन देखें (डेटा तब दिखेगा, जब ळववहसमंपहदंसे ऑन हो और पर्याप्त डेटा हो)।
- ✓ भारत–फोकस्ड डेटा के लिए टाइम जोन और करेंसी सही रखें।

कैंपेन ट्रैकिंग सेटअप

Urchin Tracking Module (UTM) Parameters: UTM पैरामीटर URL के अंत में जोड़े जाते हैं, जिससे प्रत्येक कैम्पेन या स्पेसिफिक कंटेट के लिए एक यूनिक लिंक बनता है।

- ✓ UTM Builder - Google Campaign URL Builder या
- ✓ Hootsuite Composer यूज करें।

उदाहरण–

- ✓ Campaign Source: WhatsApp
- ✓ Campaign Medium: social
- ✓ Campaign Name: masala_offer
- ✓ URL:Þhttps://mystoremassala.com/products?source=whatsapp&medium=social&campaign=masala_offer ये URL व्हाट्सएप स्टेटस/ग्रुप में शेयर करें। ये मात्र एक उदाहरण हैं, इस लिंक को उदाहरण के रूप में ही लें।

GA4 ट्रैक

- ✓ Reports > Acquisition > Traffic Acquisition esa Source/Medium फिल्टर से whatsapp/social देखें।
- ✓ कितने यूजर्स व्हाट्सएप से आए और क्या किया (जैसे प्रोडक्ट पेज देखा)।

व्हाट्सएप टच

- ✓ टेस्टिमोनियल्स के साथ UTM लिंक शेयर करें– "दीदी– 'फिष करी के लिए ये मसाला बेस्ट हैं!' ऑफर के लिए क्लिक करें– UTM लिंक,"।
- ✓ स्टेटस में 50% ऑफ डील! ऑर्डर के लिए व्हाट्सएप करें!"।

डेटा एनालिसिस और ऑप्टिमाइज

की मेट्रीक्स

- ✓ यूजर्स कितने आये? (जैसे 1000 यूजर्स/महीना)।
- ✓ Sessions–कितनी बार साइट विजिट हुई।
- ✓ Engagement Rate–यूजर्स कितना टाइम बिताते हैं (60: अच्छा)।
- ✓ Conversion– ऑर्डर, फॉर्म सबमिशन्स, या कॉल्स (इवेंट्स सेटअप के बाद)।

एक्सपलोरिंग रिर्पोटस

- ✓ **Explore > Free Form** पर जा। कस्टम टेबल बनाओ (जैसे City vs Page Views)।
- ✓ अगर "Delhi से 70% ट्रैफिक" दिखे, तो Delhi–बेस्ड कैंपेन फोकस करें।

ऑप्टिमाइज

- ✓ कम ट्रैफिक? Semrush/Ahrefs से कीवर्ड रिसर्च करें और SEO इम्प्रूव करें।
- ✓ कम एंगेजमेंट? पेज लोड स्पीड चेक करें (Google PageSpeed Insights) और कंटेंट अपडेट करें।
- ✓ व्हाट्सएप कैंपेन से कम क्लिक्स? UTM लिंक के साथ ज्यादा आकर्षक कॉल–टू–एक्शन यूज करें, जैसे "ऑर्डर नाउं!"।

रिर्पोटस शेयरिंग

- ✓ Share > Download PDF से रिपोर्ट डाउनलोड करें।
- ✓ क्लाइंट्स या टीम के साथ व्हाट्सएप पर शेयर करें।

रिमेम्बर

- ✓ GA4 पूरी तरह फ्री है, कोई लिमिट नहीं।
- ✓ वेबसाइट नहीं है? ळववहसम Analytics Demo Account (support-google-com/analytics) यूज कर प्रैक्टिस करें।
- ✓ एरर फिक्सिंग– ट्रैकिंग कोड काम नहीं कर रहा? Admin > Data Streams esa Measurement ID चेक करें और सही पेज पर कोड डाला है, वेरिफाई करें।
- ✓ सीखो– Google Analytics Academy (analytics-google-com/academy) पर फ्री कोर्स से।
- ✓ लोकल SEO– लोकल बिजनेस के लिए "City" फिल्टर यूज करें और Google My Business को GA4 से लिंक करें।
- ✓ इंटीग्रेशन्स– Hootsuite, Mailchimp या गूगल एड को GA4 से कनेक्ट करें, ताकि कैंपेन डेटा एक जगह मिले।
- ✓ प्राइवेसी– GDPR (General Data Protection Regulation) भारत के डेटा प्रोटेक्शन लॉ के लिए **Admin > Data Settings > Data Collection** में Google Signals और यूजर डेटा सेटिंग्स चेक करें।

यहां पर जो भी बताया गया है वो केवल इस उद्देश्य से है कि अगर कोई नया भाई, गूगल एनालिटिक्स करना चाहे तो उसको आइडिया मिल जाएगा कि कैसे शुरू करना है। बाकी डेटा आपका, वेबसाइट आपकी। यहां बताया गये एक्जाम्पल से अभ्यास कर सकते हैं।

21. हूटसूट (Hootsuite)

हूटसूट बोले तो सोशल मीडिया का सुपरहीरो

हूटसूट शानदार प्लेटफॉर्म, एक ऐसा सोशल मीडिया मैनेजमेंट प्लेटफॉर्म है जो यत्र–तत्र बिखरे हुए सोशल मीडिया अकाउंट्स को एक छत के नीचे लाने का काम करता है बिल्कुल वैसे जैसे दादी एक की एक घुड़की सबको एक साथ ही खाने की मेज पर बुला लेती है। यह ना सिर्फ आपके सोशल मीडिया को सँभालता है, बल्कि ग्राहकों से प्यार भरी गपशप भी कराता है और आपकी पोस्ट्स के प्रदर्शन पर पैनी नजर भी रखता है (हाँ, हूटसूट थोड़ा जासूस टाइप भी है)।

यह एक क्लाउड–बेस्ड टूल है, मतलब बस ब्राउजर खोलो और काम चालू कृ कोई सॉफ्टवेयर डाउनलोड करने की झंझट नहीं।

खूबियाँ

- ✓ कंटेंट मैनेजमेंट–अपने पोस्ट बनाओ, ड्राफ्ट करो और कई सोशल मीडिया साइट्स पर एक साथ शेड्यूल करो। (सोचो टाइम कितना बचेगा!)
- ✓ एनालिटिक्स– जानो कितने लाइक मिले, कितनी बातें बनीं और कितने लोग कन्वर्ट हुए, सब कुछ एक नजर में।
- ✓ सोशल लिसनिंग– कौन आपकी तारीफ कर रहा है, कौन कंपटीटर की बातें कर रहा है, सब की खबर रखो।
- ✓ एंगेजमेंट मैनेजमेंट– कमेंट्स और मैसेजेज का जवाब टाइम पर दो, ताकि फॉलोअर्स खुश रहें और प्यार बढ़ता रहे।
- ✓ टीम मैनेजमेंट– अपनी टीम को अलग–अलग रोल दो, ताकि सब मिलकर सोशल मीडिया का कमाल कर सकें।
- ✓ रिपोर्टिंग– सोशल मीडिया पर जो भी किया उसका पूरा रिपोर्ट कार्ड बनाओ और अपना ROI (Return on Investment) मापो।
- ✓ इंटीग्रेशन– फेसबुक, इंस्टाग्राम, X, लिंक्डइन, यूट्यूब, टिकटॉक और भी बहुत हैं, सबको एक ही जगह जोड़ो।
- ✓ सोशल मीडिया CRM– फॉलोअर्स से गहरी दोस्ती बनाओ, उनके सवालों का जवाब दो और अपना ब्रांड दिलों में बसाओ।

जादुई ट्रिक्स

- ✓ सोशल मीडिया प्रबंधन – एक डैशबोर्ड में सारे अकाउंट्स कनेक्ट कर लीजिए, जैसे मौसी के बेटे की शादी में सब रिश्तेदार एक फोटो में आ जाएँ।
- ✓ पब्लिषिंग और शेड्यूलिंग– अपनी पोस्ट्स को ऐसे शेड्यूल करें जैसे मम्मी हफ्तेभर का खाना बना कर फ्री हो जाती हैं।
- ✓ इंगेजमैंट– जो आपको टैग कर रहा है या कमेंट में बात कर रहा है, उन्हें प्यार से जवाब दीजिए, आखिर फॉलोअर्स भी तो एक्सटेनडेड फैमिली ही हैं।
- ✓ एनेलिटिक्सऔर रिपोर्टिंग– जानिए कौन सी पोस्ट चली, कौनसी गिरी, जैसे रिजल्ट आने पर बच्चों का स्कोर कार्ड चेक करना।
- ✓ सोशल लिसनिंग– आपके ब्रांड के बारे में कौन क्या बड़बड़ा रहा है, उसकी सीक्रेट जासूसी कीजिए।
- ✓ सोशल एड– अपने एड कैंपेन को ऐसे संभालिए जैसे नया सूट सिलवाते हैं, परफेक्ट फिट चाहिए भाई!
- ✓ इन्टीग्रेषन– CRM वगैरह से जुड़िए, ताकि काम और भी स्मूथ चले जैसे अदरक की चाय।

फायदे

- ✓ समय की बचत– अब हर अकाउंट पर अलग–अलग जाकर माथापच्ची नहीं करनी, एक ही जगह सब मैनेज, एकदम राजा वाली फीलिंग।
- ✓ बेटर इफिषियंसी– सब काम लाइन से होगा, कोई हड़बड़ नहीं।
- ✓ ब्रांड बिजिबिलिटि में इजाफा– सोशल मीडिया पर आप ऐसे चमकेंगे जैसे शादी में दूल्हा–दुल्हन।
- ✓ डेटा–डिव्रन डिजिषन– नंबरों का जादू देखिए और फिर अगला कदम सोच–समझ कर उठाइए।
- ✓ कस्टमर सर्विस– सोशल मीडिया पर भी "अतिथि देवो भव" का पालन कीजिए।

कौन हैं वो लोग जो हूटसूट यूज करते है?

- ✓ हर वो इंसान या कंपनी जो सोशल मीडिया के महासागर में बिना डूबे तैरना चाहती है!
- ✓ छोटे/लोकल बिजनेस हों, बड़े कॉर्पोरेट्स या सरकारी एजेंसियाँ सब हूटसूट के भरोसे सोशल मीडिया की ऊँचाइयों को छूने में लगे हैं।

- ✓ मोहॉक इंडस्ट्रीज, प्योर स्टोरेज और यूशिप जैसे बड़े नाम भी हूटसूट के फैन हैं।

हूटसूट मास्टरगाइड – शुरुआत से पहले

- ✓ कंप्यूटर/लैपटॉप (इंटरनेट के साथ, और हां भाई, क्रोम खुला हो!)
- ✓ हूटसुट अकाउंट– फ्री वाला चलेगा (2 अकाउंट, 5 पोस्ट/महीना)।
- ✓ सोशल अकाउंट– फेसबुक, इंस्टा अनलॉक कराओ।
- ✓ Photopea से बना झक्कास लोगो (ऑप्शनल, लेकिन स्टाइल में थोड़ी स्वैग जरूरी)।
- ✓ जोश + थोड़ी मस्ती ये सबसे जरूरी है वरना मजा नहीं आएगा!

हूटसुइट का दरवाजा खटखटाओ

- ✓ www.hootsuite.com खोलो।
- ✓ साइन अप पर क्लिक करो। नाम, बिजनेस ईमेल और पासवर्ड ठोक दो।
- ✓ फ्री प्लान या फिर देसी जुगाड़ प्रोफेशनल प्लान फ्री ट्रायल ले लो, 30 दिन में कैंसल कर देना! (नहीं तो जेब हल्की!)
- ✓ नाम दो (जैसे रमेश किराना) और इंडस्ट्री चुनो (रिटेल या चाय वाला भी चलेगा)।
- ✓ स्पैम फोल्डर चेक करना, Activation email वहीं घूम रहा होगा!
- ✓ डैशबोर्ड लॉगिन के बाद, बाएँ साइडबार में Streams, Composer, Analytics और Planner दिखेंगे।

सोशल अकाउंट्स जोड़ो, जैसे शादी में बारात बुलाते हो!

- ✓ लिस्ट से अपना सोशल नेटवर्क चुनें
- ✓ Connect पर क्लिक करें और यूजरनेम/पासवर्ड डालकर ऑथराइज करें। हूटसुट पासवर्ड स्टोर नहीं करता।
- ✓ **Manage Social Networks > Add Social Network** पर क्लिक करो।
- ✓ इंस्टाग्राम, फेसबुक, लिंक्डइन, ट्विटरध्एक्स, टिकटॉक, यूट्यूब, पिंटरेस्ट सबको कनेक्ट कर डालो।
- ✓ इंस्टा का ध्यानरू बिजनेस अकाउंट जरूरी है, नहीं तो पोस्ट न होगी, न भूत बनेगा!

- ✓ देसी टिपरू 2–3 अकाउंट जोड़ो, मजा तिगुना! इंस्टा पोस्ट्स के लिए दो–स्टेप प्रोसेस है, पहले पोस्ट बनाओ, फिर नोटिफिकेशन पर कन्फर्म करो।
- ✓ सुनिश्चित करो कि इंस्टा अकाउंट बिजनेस मोड में हो।

अपनी मसाला स्ट्रीम बनाओ!

- ✓ साइडबार **Streams > Add Tab** टैब जोड़ो।
- ✓ टैब का नाम दे, जैसे Masala Updates Enter दबा।
- ✓ टैब में **Add Stream** पर क्लिक करो और प्रोफाइल चुनें।
- ✓ सोशल नेटवक ट्विटर, फेसबुक, इंस्टा के स्ट्रीम जोड़ो।
- ✓ कीवर्ड अलर्ट बनाओ, जैसे "बेस्ट समोसा ऑफर" या "धमाका सेल"!
- ✓ ग्राहक कुछ बोले, फौरन जवाब दो। ("हाँ भैया, 10% एक्स्ट्रा डिस्काउंट मिलेगा!"
- ✓ एक टैब में 10 स्ट्रीम्स तक जोड़ सकते हो। टैब्स को ड्रैग–एंड–ड्रॉप से रीपोजिशन करो।

ठोको गुरू पहली पोस्ट ठोको

- ✓ कंपोजर खोलो **Composer > New Post** पर क्लिक करो।
- ✓ पोस्ट लिखो– "हमारा चाय का स्वाद ऐसा कि वर्षों तक लवों पर रहें– वाह वाह!"
- ✓ Photopea से बनाया फोटो लगाओ **Media > Upload Files** चमचमाता हुआ)।
- ✓ लिंक छोटा करो (ow.ly ये हूटसूट का बिल्ट इन न्त्स- शॉर्टनर है), ताकि प्रोफेशनल दिखो।
- ✓ शेड्यूल करो– सुबह 8 बजे सबसे सही टाइम, जब लोग चाय के साथ इंस्टा खोलते हैं।

जवाब दो, अनालिस करो और सुधार जाओ!

- ✓ एनालिटिक्स में **Analytics > Post Performance** जाओ, लाइक्स, कमेंट्स, क्लिक देखो।

- ✓ 10% से ज्यादा एंगेजमेंट आया? मिठाई खिलाओ! 10%+ एंगेजमेंट रेट अच्छा है।
- ✓ रिर्पोटस में प्री–बिल्ट टेम्पलेट्स यूज करो, जैसे Instagram Overview।
- ✓ एनालिटिक्स फीडबैक से डेटा लो और टेस्टिमोनियल्स के साथ अगली पोस्ट और भी जबरदस्त बनाओ।
- ✓ अच्छा समय पकड़ो– किस टाइम पर लोग सबसे ज्यादा दिल देते हैं!
- ✓ बेस्ट पोस्टिंग टाइम देखने के लिए **Analytics > Best Time to Post** यूज करो।
- ✓ टॉप परफॉर्मिंग पोस्ट को व्हाट्सएप स्टेटस/ग्रुप में शेयर करो।

मास्टर मूव्स

- ✓ फ्री प्लान– 2 अकाउंट. 5 पोस्ट। प्रो बनना है? प्राइस चैक कर लेना,सोच समझकर खर्च करो।
- ✓ मोबाइल ऐप इंस्टॉल कर लो, ताकि मेट्रो में बैठकर भी पोस्टिंग करो।
- ✓ ट्रबलशूटिंग? बस हिम्मत रखो और " Manage Social Networks" दबाओ!
- ✓ हूटसुइट एकेडमी में फ्री कोर्स देखो, स्किल्स चमकाओ!
- ✓ पोस्ट में मेरठ की मषहूर चाट या हैदराबादी बिरयानी या कोलकाता की प्रसिद्ध झालमूरी जैसे देसी हैशटैग मारो।
- ✓ मेलचिंप से इंटीग्रेशन जोड़ो, ईमेल. सोशल, दोनों पर छा जाओ!
- ✓ पासवर्ड भूल गए? कोई ना, **Settings > Account > Authentication** गूगल या फेसबुक से लॉगिन कर लो। यह सिक्योरिटि के लिए भी जरूरी हैं

हूटसूट वो दोस्त है जो आपकी सोशल मीडिया जिन्दगी को इतना आसान बना देगा कि आपको लगेगा यार! तू पहले कहाँ थू? हूटसूट बी लाईक– तू बस बैठ, मजे कर, बाकी मैं संभाल लूंगा।

सोशल मीडिया के बियाबान में हूटसुइट देसी गाइड है, रास्ता दिखाएगा, फॉलोअर्स बढ़ाएगा, और पोस्ट का राजा बनाएगा!

22. मेलचिम्प (mailchimp)

मेलचिम्प, ईमेल मार्केटिंग का जादुई पिटारा है, कॉन्टैक्ट्स मैनेज करो, खूबसूरत ईमेल बनाओ, ऑटोमेशन सेट करो, और अपने बिजनेस को चमकाओ!

मेलचिम्प का मजेदार सफर

मेलचिम्प एक ऐसा सुपर टूल है जो बिजनेस वालों को ईमेल भेजने, डिजिटल मार्केटिंग करने और अपने कस्टमर से दोस्ती बढ़ाने में मदद करता है। इसमें आसानी से न्यूजलेटर बना सकते हैं, प्रमोशनल ईमेल भेज सकते हैं और मार्केटिंग के झंझट ऑटोमैटिक कर सकते हैं।

थोड़ा डीटेल में–

- ✓ ईमेल मार्केटिंग– मेलचिम्प का सुपरपावर है शानदार ईमेल बनाना, भेजना और यह देखना कि किसे कितना मजा आया।
- ✓ मार्केटिंग ऑटोमेशन– मेलचिम्प खुद से न्यूजलेटर भेजेगा, ऑफर वाली ईमेल निकालेगा और जो जवाब दे, उसे स्पेशल फॉलो–अप भी करेगा। (बिलकुल जादू जैसा!)
- ✓ ऑडियंस मैनेजमेंट– अपनी ईमेल लिस्ट सजाओ, लोगों को ग्रुप में बांटो और उन्हें वही भेजो जो उन्हें चाहिए। टारगेटिंग के सुल्तान बनो!
- ✓ कंटेंट क्रिएशन– ढेर सारे रेडीमेड ईमेल टेम्प्लेट, मजेदार सब्जेक्ट लाइन बनाने वाले टूल और AI के थोड़े जादुई फिचर्स भी मिलते हैं।
- ✓ एनालिटिक्स एंड रिपोर्टिंग– जानो किस ईमेल पर तालियाँ बजीं और किस पर सब सो गए। पूरा परफॉर्मेंस रिपोर्ट मिलेगा।
- ✓ एक्स्ट्रा फीचर्स– साथ में लैंडिंग पेज, सोशल मीडिया पोस्ट और छोटी–मोटी वेबसाइट भी बना सकते हो।
- ✓ कस्टमर जर्नी बिल्डर– अपने कस्टमर का सफर डिजाइन करो? जैसे कि वे कैसे, कब और क्यों तुम्हारी दुनिया में आएं।
- ✓ SMS कैम्पेन– ईमेल के साथ–साथ प्यार भरे SMS भी भेज सकते हो!

- ✓ CRM टूल्स– अपने कस्टमर्स के नाम–पते, पसंद–नापसंद सब सम्हाल कर रखो, एकदम रिलेशनशिप एक्सपर्ट बन जाओ।
- ✓ प्राइसिंग– फ्री वाला प्लान भी है (मुफ्त की खुशी अलग ही होती है!) और जैसे–जैसे बढ़ोगे, वैसे–वैसे प्यारे प्लान्स मिलते रहेंगे।

जरूरतें कम हैं

- ✓ कंप्यूटर या लैपटॉप (इंटरनेट तो चाहिए भाई!)
- ✓ एक एक्टिव ईमेल आईडी।
- ✓ थोड़ी चाय, थोड़ी मिठाई... सीखने का जोश!

लेट्स स्टार्ट

- ✓ mailchimp.com पर विजिट करो
- ✓ टॉप–राइट में "Sign Up Free" पर क्लिक करो।
- ✓ ईमेल, यूजरनेम और पासवर्ड भरो (ध्यान रहे, पासवर्ड में सुपरहीरो पावर चाहिए – छोटे–बड़े अक्षर, नंबर, और स्पेशल करैक्टर) पासवर्ड ऐसा बनाओ कि खुद भी भूल जाओ, नोटबुक में लिख लो, दोस्त!
- ✓ ईमेल इनबॉक्स खोलो, मेलचिम्प से आए कन्फर्मेशन मेल वहीं भटक रहें होंगें। लिंक पर क्लिक कर के खाता एक्टिव करो।
- ✓ लॉगिन के बाद, डैशबोर्ड पर Create, Audience, Campaigns, और Reports दिखेंगे।

ब्रांड सेट करो

- ✓ लॉगिन के बाद मेलचिम्प बिजनेस का नाम पूछेगा, (जैसे आनन्द पुस्तक भण्डार)
- ✓ वेबसाइट है? (अगर नहीं, कोई बात नहीं! स्किप कर सकते हो।)
- ✓ पता भरो, यह जरूरी है स्पैम ना दिखने के लिए।
- ✓ सोशल मीडिया अकाउंट जोड़ने का ऑप्शन आएगा, मर्जी है जोड़ो या बाद में कर लेना।

ऑडियंस सेटअप

- ✓ Audience Dashboard में जाओ।

- ✓ "Add Your Contacts" पर क्लिक करो।
- ✓ **Audience > Manage Audience > View Audiences**
- ✓ मैनुअली एक–एक कर के जोड़ो या Upload a CSV File या एक्सेल शीट से एक साथ जोड़ो। **Audience > Manage Audience > Add Contacts > Import Contacts**
- ✓ नाम, ईमेल जरूर भरो।
- ✓ मोबाइल नंबर और बर्थडे भी डाल सकते हो (बाद में बर्थडे ऑफर भेजने के काम आएगा!)

स्वागत नहीं करोगे

- ✓ Campaigns टैब में जाओ।
- ✓ **Create Campaign" > "Email" > "Regular** चुनो।
- ✓ अपना ई–मेल टेम्पलेट चुनो (भाई, जितना सुंदर, उतना बढ़िया)।
- ✓ Content > Design Email पर **New Builder** या **Classic Builder** चुनो। बिगिनर्स के लिए **Classic Builder** आसान है।
- ✓ हेडलाइन लिखो – परिवार में आपका स्वागत है में!
- ✓ फोटो डालो– अपनी दुकान का, ब्रांड का, या चाय का प्याला
- ✓ एक छोटा मैसेज लिखो– "हमें ज्वाइन करने के लिए धन्यवाद! जल्द आ रहे हैं खास ऑफर्स के साथ।"
- ✓ **Call-to-Action** बटन लगाओ– "अब खरीदें" / "हमारी साइट देखें"
- ✓ प्रीव्यू कर लो – हरफ (अक्षर/वर्डस/ पैराग्राफ) सही बैठ रहे हैं ना?
- ✓ **Preview and Test > Send a Test Email** खुद को भेजो और चेक करो।
- ✓ मोबाइल और डेस्कटॉप पर चेक करें कि सब ठीक दिखता है?
- ✓ **Inbox Preview** (पेड फीचर) से Gmail, Outlook पर प्रीव्यू देखें।

ऑटोमेषन सीरीज शुरू करो

- ✓ **Automations > Customer Journeys** में जाओ।
- ✓ **Checklist** में सब चेक करो, ऑडियंस, सब्जेक्ट, डिजाइन।
- ✓ **Resolve** या **Edit** से गलतियाँ ठीक करें।
- ✓ Journey शुरू करो– **Trigger** सेट करो, जैसे जब कोई न्यू सब्सक्राइब करे।
- ✓ फिर ऑटोमैटिक **Welcome Email** भेज दो – **Create > Email > Automated > Welcome New Subscribers**
- ✓ दिन बाद **Followup e-mail** डाल दो– कुछ पसंद आया? खास आपके लिए 10% ऑफ!
- ✓ न्यू सब्सक्राइबर को ज्यादा तंग मत करना, वरना भाई लोग अनसब्सक्राइबर कर देंगे!

एनालिटिक्स – अपना रिपोर्ट कार्ड चेक करो

- ✓ Campaigns में जाओ।
- ✓ अपने Email के सामने **View Report** पर क्लिक करो।
- ✓ यहाँ चेक करो– कितने लोगों ने ओपन किया, कितनों ने क्लिक किया, कितनों ने अनसब्सक्राइब किया (अरे बाप रे!)
- ✓ Open Rate 20%+ हो तो शानदार, Click Rate 5%+ हो तो सैल्यूट!

रिमाईण्डर–

- ✓ फ्री प्लान– 500 कॉन्टैक्ट्स और 1000 ईमेल/महीना फ्री। लिमिट क्रॉस हो, तो Standard प्लान लो।
- ✓ डोमेन वेरिफिकेशन– पहला ईमेल भेजने से पहले डोमेन वेरिफाई करें (स्पैम से बचने के लिए)। **Audience > Settings > Verified Domains**
- ✓ ऑटोमेशन– वेलकम ईमेल सेटअप करें।

- ✓ DPR-EU कॉन्टैक्ट्स के लिए कॉन्सेंट लो। Form Builder में GDPR फील्ड्स जोड़ें।
- ✓ सीखो– **Mailchimp Help Center** (mailchimp.com/help) पर गाइड्स और वीडियोज देखो।
- ✓ लोकल बिजनेस के लिए शहर–बेस्ड सेगमेंट्स बनाओ, जैसे Delhi Customers
- ✓ एरर फिक्स– गलत कॉन्टैक्ट्स इंपोर्ट हुए? **Audience > Manage Audience > Remove Contacts** से हटा दो।

Good Luck!

23. सेम-रष और (SEMrush)

सेम–रष, सुपरहीरो टूल है जो वेबसाइट की ग्रोथ, ट्रैफिक, SEO और मार्केटिंग स्ट्रेटेजी में मदद करता है। चलो सीखते हैं!

अकाउंट बनाओ

- ✓ वेबसाइट पर जाओ (semrush.com)
- ✓ साइन अप करो, क्लिक करो, ईमेल डालो, और पासवर्ड सेट करें। फ्री ट्रायल भी मिलता है!)
- ✓ फ्री अकाउंट बनाओ (10 सर्च/दिन) या 14 दिन का फ्री ट्रायल लो (पेड प्लान्स – प्रो, गुरू और बिजनेस)
- ✓ अपनी बेसिक डिटेल भरो और शुरू हो जाओ! (शुरुआत आसान है, जैसे इंस्टाग्राम अकाउंट बनाना)।
- ✓ लॉगिन के बाद, डैशबोर्ड पर Domain Analytics, Keyword Analytics और Projects दिखेंगे।

कीवर्ड रिसर्च

- ✓ सही और प्रभावी कीवर्ड खोजने के लिए इस्तेमाल होता है।
- ✓ सर्च वॉल्यूम, कीवर्ड डिफिक्लटी और CPC जैसी डिटेल्स देता है।
- ✓ नए कंटेंट आइडियाज और SEO रणनीति बनाने में मदद करता है।
- ✓ किसी भी पेज का SEO एनालिसिस करता है।
- ✓ सुधार के लिए सुझाव देता है जैसे कीवर्ड यूज, कंटेंट लंबाई, बैकलिंक सुझाव आदि।
- ✓ ऑन–पेज ऑप्टिमाइजेशन को आसान बनाता है।
- ✓ बाएँ मेन्यू में **Keyword Research > Keyword Overview** देखों।
- ✓ अपना टारगेट कीवर्ड डालो। सेम–रष बताएगा किस तरह का कंटेंट लिखना है, ताकि गूगल में टॉप पर आओ–SEO।
- ✓ अपना बिजनेस कीवर्ड डालें, जैसे "सुभाई होमस्टे" या "घाम तापो पर्यटन सर्विस"।
- ✓ सर्च वॉल्यूम, कीवर्ड डिफिकल्टी और CPC (ऐड्स के लिए) दिखेगा।
- ✓ फिल्टर यूज करें वॉल्यूम (100-1000 सर्च/महीना) < 30 वाले कीवर्ड चुनें, जो रैंक करना आसान हो।

- ✓ **Keyword Research > Keyword Magic Tool** पर जाओ।
- ✓ वही कीवर्ड डाल (जैसे "होमस्टे")। सेम–रष ढेर सारे रिलेटेड कीवर्ड्स देगा, जैसे "सुभाई होमस्टे", "भविष्य बद्री होमस्टे" "गोपेष्वर होमस्टे" आदि।
- ✓ 5-10 कीवर्ड्स चुनें, जो बिजनेस से मैच करें जैसे– "हर्षिल में बेस्ट होमस्टे" या "बेस्ट होमस्टे एट उत्तरकाषी"।
- ✓ चुने हुए कीवर्ड्स को **Keyword Manager** में सेव करें (प्लस आइकन पर क्लिक)।

कॉम्पिटिटर एनालिसिस

- ✓ बाएँ मेन्यू **में Domain Analytics > Overview** पर जाओ।
- ✓ अपने कॉम्पिटिटर का डोमेन डालें।
- ✓ उनकी ऑर्गेनिक सर्च ट्रैफिक, कीवर्ड्स, बैकलिंक्स, और टॉप पेजेस दिखेंगे।
- ✓ "**Top Organic Keywords**" पर क्लिक करके देखो कि वो किन कीवर्ड्स पर रैंक करते हैं।

कीवर्ड गैप टूल

- ✓ **Keyword Research > Keyword Gap** पर मिलेगा।
- ✓ अपना डोमेन और 3–4 कॉम्पिटिटर्स के डोमेन डालें।
- ✓ "**Compare**" पर क्लिक करने से वो कीवर्ड्स दिखेंगे, जो कॉम्पिटिटर्स रैंक करते हैं।
- ✓ इन कीवर्ड्स को अपने कंटेंट में यूज करें, अगर वो रैंक करता हो।
- ✓ अपने कॉम्पिटिटर्स के वेबसाइट लिंक डालो।
- ✓ जानो वो कौन से कीवर्ड पर रैंक कर रहे हैं, कितना ट्रैफिक ला रहे हैं। (जैसे मैच से पहले विपक्षी टीम की स्ट्रेटेजी जानना!

प्रोजेक्ट सेट करो

- ✓ डैशबोर्ड पर **Projects > Add New Project** पर क्लिक करो।
- ✓ अपनी वेबसाइट का URL डालो – ghamtaposervice.com
- ✓ प्रोजेक्ट का नाम रखो (कुछ भी कूल), ये तुम्हारा डिजिटल बेस कैंप होगा!
- ✓ प्रोजेक्ट में Site Audit चुनें– स्टार्ट पर क्लिक करें, सेम–रष वेबसाइट की हेल्थ चेक करेगा (ब्रोकन लिंक्स, स्लो पेज, आदि)।

- ✓ रिपोर्ट में **Critical Errors** (जैसे 404 पेज) को पहले फिक्स करो।
- ✓ Google Search Console को कनेक्ट करें ताकि ज्यादा डेटा मिले।

Copilot AI- प्रोजेक्ट डैशबोर्ड पर Copilot AI दिखेगा। ये सेम–रष टूल्स का AI एनालिसिस देता है और बताता है कि क्या सुधारना है।

साईट ऑडिट और बैकलिंक्स चेक

- ✓ वेबसाइट के टेक्निकल SEO से जुड़े एरर और समस्याएं ढूंढता है।
- ✓ साइट की हेल्थ रिपोर्ट बनाता है।
- ✓ फिक्स करने वाले मुद्दों की लिस्ट और प्राथमिकता भी बताता है।
- ✓ बैकलिंक्स = वेबसाइट का पॉपुलैरिटी बूस्टर।
- ✓ अपने और दूसरों के करो।
- ✓ समझो किन साइट्स से लिंक मिल रहा है और कहां से मिल सकता है।
- ✓ वेबसाइट के बैकलिंक्स (जो अन्य साइट्स से आते हैं) को गहराई से एनालाइज करता है।
- ✓ बैकलिंक की क्वालिटी, टाइप, और सोर्स दिखाता है।
- ✓ बैकलिंक बनाने की रणनीति सुधारने में मदद करता है।
- ✓ डोमेन ओवरव्यू – किसी भी वेबसाइट का शॉर्ट SEO ट्रैफिक और बैकलिंक रिपोर्ट देता है।
- ✓ प्रतियोगियों के एनालिसिस और तुलना के लिए बहुत अच्छा टूल है।
- ✓ वेबसाइट की कुल परफॉर्मेंस का फास्ट रिव्यू मिल जाता है।

पोजीषन ट्रैक

- ✓ **Position Tracking** सेट करो। **Keyword Research > Position Tracking**
- ✓ टूल में अपने कीवर्ड्स डालें।
- ✓ देखो तुम्हारी साइट के कीवर्ड्स किस पोजीशन पर हैं।
- ✓ आपके चुने हुए कीवर्ड्स के लिए गूगल पर रैंकिंग ट्रैक करता है।
- ✓ डेली या वीकली आधार पर रैंकिंग अपडेट्स देता है।
- ✓ लोकेशन या डिवाइस के हिसाब से भी रैंकिंग ट्रैकिंग कर सकते हैं।
- ✓ हर हफ्ते थोड़ा–थोड़ा सुधार देखना बहुत सटिसफाईगं होगा

कंटेंट और व्हाट्सएप के लिए यूज

कंटेंट बनाओ

- ✓ चुने हुए कीवर्ड्स (जैसे बेस्ट होमस्टे) से ब्लॉग या प्रोडक्ट डिस्क्रिप्शन लिखें।
- ✓ SEO Content Template यूज करने की आदत बनाओ Content Marketing > SEO Content Template) ये बताएगा कि कंटेंट में क्या डालना है।

व्हाट्सएप मार्केटिंग

- ✓ Photopea से लोगो बनाया था अब कीवर्ड–बेस्ड टेक्स्ट के साथ फोटो एडिट करो।
- ✓ व्हाट्सएप स्टेटस या ग्रुप में शेयर करें।
- ✓ टेस्टिमोनियल्स डालें।
- ✓ ट्रैक करें– Position Tracking टूल में अपने कीवर्ड्स डाल **Keyword Research > Position Tracking**
- ✓ चेक कर कि कीवर्ड्स गूगल में कहाँ रैंक करते हैं।

क्विक समरी

- ✓ अकाउंट बनाओ
- ✓ प्रोजेक्ट सेट करो
- ✓ साइट ऑडिट चलाओ
- ✓ कीवर्ड रिसर्च करो
- ✓ कंटेंट बनाओ
- ✓ कॉम्पिटिटर पर नजर रखो
- ✓ बैकलिंक्स पकड़ो
- ✓ प्रोग्रेस ट्रैक करो
- ✓ सोशल मीडिया भी संभालो

24. आरफ्स (Ahrefs)

आरफ्स, एक धाँसू यूजर फ्रेंडली SEO इंटरफेस है, जो कीवर्ड रिसर्च, बैकलिंक एनालिसिस, और कॉम्पिटिटर स्पाई करने में मास्टर है।

बिगिनर्स लेवल में इसके सारे टूल्स और रिपोर्ट्स देखकर थोड़ा सर चकरा सकता है। लेकिन, टेंशन लेने का नहीं! इस आसान गाइड में हम सीखेंगें कि कैसे–

- ✓ आरफ्स अकाउंट कैसे सेटअप करें,
- ✓ इसके मुख्य फीचर्स का कैसे सही फायदा उठाएं,
- ✓ और SEO की बेसिक चीजें जैसे कीवर्ड रिसर्च और बैकलिंक एनालिसिस कैसे करें।

चलिए शुरू करते हैं–

रिक्वायरमेंट

- ✓ कंप्यूटर या लैपटॉप (इंटरनेट के साथ, विथ Chrome)।
- ✓ Ahrefs अकाउंट (फ्री टूल्स लिमिटेड हैं, पेड प्लान्स– Lite, Standard, Advanced)।
- ✓ बिजनेस और बिजनेस आइडिया ।
- ✓ जोश, सीखने की लगन!

अकाउंट सेटअप

- ✓ विजिट– **www-ahrefs-com**
- ✓ अकाउंट बनाओ– **Sign Up** पर क्लिक करें, ईमेल और पासवर्ड डालें।
- ✓ फ्री Ahrefs Webmaster Tools (AWT) अकाउंट बनाओ (लिमिटेड फीचर्स) या पेड प्लान चुनें अगर जेब अलॉव कर रही हैं तो Lite + 29/महीना, बिगिनर्स के लिए। प्राइस एक बार चैक कर लेना, घट–बढ़ सकते हैं।
- ✓ 7–दिन का ट्रायल लो (पेड प्लान्स में)। ट्रायल में कार्ड चाहिए, 7 दिन में कैंसिल कर देना, पैसा वापस।

वेरिफिकेशन

- ✓ डैशबोर्ड में अपनी वेबसाइट का URL डालें।
- ✓ वेरिफाई करने के लिए– **Google Search Console** कनेक्ट कर, HTML टैग डालो, या DNS रिकॉर्ड ऐड करो। Ahrefs के स्टेप्स फॉलो करो।
- ✓ डैशबोर्ड– लॉगिन के बाद, डैशबोर्ड पर Site Explorer, Keywords Explorer, Site Audit, Rank Tracker, और Content Explorer दिखेंगे।

कीवर्ड रिसर्च

- ✓ बाएँ मेन्यू में Keywords Explorer पर जायें।
- ✓ अपना बिजनेस कीवर्ड डालें, जैसे "मसाला ऑनलाइन" या "चारधाम यात्रा सर्विस"।
- ✓ देश चुनो– India और Search पर क्लिक करें। सर्च वॉल्यूम, **Keyword Difficulty** और Cost-Per-Click दिखेगा।
- ✓ 5-10 कीवर्ड चुनो, जो बिजनेस से मैच करें और रैंक करना आसान हो।
- ✓ **Matching Terms** टैब पर जाओ। ये रिलेटेड कीवर्ड्स दिखाएगा, जैसे टैक्सी सर्विस", "विष्वनाथ बस सर्विस"।
- ✓ फिल्टर लगाओ– **Volume** (100-1000 सर्च/महीना)।
- ✓ **Clusters by Parent Topic**– टैब पर जाओ। ये रिलेटेड कीवर्ड्स को ग्रुप करेगा (जैसे "चारधाम यात्रा" के सारे कीवर्ड्स)। एक अच्छा क्लस्टर चुनो और उस पर ब्लॉग या प्रोडक्ट पेज बनाओ।
- ✓ **Keyword Manager**– चुने हुए कीवर्ड्स को Export to CSV या Ahrefs के Keyword Manager में सेव करें। इससे ट्रैकिंग आसान होगी।

कॉम्पिटिटर एनालिसिस

- ✓ **Site Explorer**
- ✓ बाएँ मेन्यू में **Site Explorer** पर अपने कॉम्पिटिटर का डोमेन डालों।

- ✓ **Overview** में उनकी ऑर्गेनिक ट्रैफिक, कीवर्ड्स, और बैकलिंक्स दिखेंगे।
- ✓ **Top Pages** पर क्लिक करो, देखो कि उनकी कौन–सी पेजेज सबसेज़्यादा ट्रैफिक लाती हैं। उदाहरण– BigBasket Masala Collection पेज।

ऑर्गेनिक कीवर्ड

- ✓ **Organic Search > Organic Keywords** पर कॉम्पिटिटर के टॉप कीवर्ड्स देखो।
- ✓ इन कीवर्ड्स को अपने कंटेंट में यूज करो।
- ✓ **Lowest DR** फिल्टर यूज करें, जहाँ कम Domain Rating (DR) वाली साइट्स रैंक करती हैं।

बैकलिंक्स रिर्पोट

- ✓ Backlink Profile > Backlinks पर कॉम्पिटिटर के बैकलिंक्स देख (कौन–सी साइट्स लिंक दे रही हैं)।
- ✓ हाई–क्वालिटी बैकलिंक्स (DR 30+) वाली साइट्स को टारगेट करो (जैसे ब्लॉग्स, न्यूज साइट्स)। Export करके लिस्ट बनाओ।

कीवर्ड गैप

- ✓ **Keyword Gap** टूल में अपना और 3-4 कॉम्पिटिटर्स के डोमेन डाल के चैक करो।
- ✓ वो कीवर्ड्स देखो, जो वो रैंक करते हैं, पर तुम मिस कर रहे हो। इनका अपने कंटेंट में यूज करो।

साइट ऑडिट और ट्रैकिंग

साइट ऑडिट

- ✓ डैशबोर्ड में **Site Audit** पर जाके अपनी वेबसाइट का URL डालें और **Start Crawl** करें।
- ✓ **Ahrefs** साइट की हेल्थ चेक करेगा (ब्रोकन लिंक्स, मिसिंग मेटा टैग्स, स्लो पेज) और हेल्थ स्कोर देगा।
- ✓ **"Critical Errors"** (जैसे 404 पेज) को पहले फिक्स करो। दिये गये सुझाव को फॉलो करो, जैसे रीडायरेक्ट्स।

- ✓ < 80 हो, तो तुरंत एक्शन ले।

रैंक ट्रैकर

- ✓ **Rank Tracker** में अपने कीवर्ड्स डालें।
- ✓ देश/शहर चुनें, जैसे India/Dehradun) और ट्रैकिंग शुरू करें।
- ✓ डैशबोर्ड में देखो कि तुम्हारे कीवर्ड्स गूगल में कहाँ रैंक करते हैं।

रेडी –टू– पिक

- ✓ **Site Explorer > Organic Keywords** में वो कीवर्ड्स देखें, जो 11-20 रैंक पर हैं।
- ✓ इन पेजेस में इंटरनल लिंक्स डालें या कंटेंट अपडेट करें, ताकि टॉप 10 में आएं।

कंटेंट बनाओ

- ✓ चुने हुए कीवर्ड्स को अपने ब्लॉग, प्रोडक्ट पेज, या सोशल पोस्ट लिखो।
- ✓ **Content Explorer** में टॉपिक डालें (जैसे " "चारधाम यात्रा सीजन") और पॉपुलर कंटेंट देखें। उसी स्टाइल में लिखने की कोषिष तो कम से कम कर ही सकते हैं।

व्हाट्सएप मार्केटिंग

- ✓ Photopea से लोगो बनाया था कि नहीं? और अगर बनाया है तरे कीवर्ड–बेस्ड टेक्स्ट के साथ फोटो एडिट करो।
- ✓ व्हाट्सएप स्टेटस या ग्रुप में शेयर करो "डिजिटल मार्केटिंग के फंडे पढ़ो, के. डी. नारायण की लिखी"! ।
- ✓ टेस्टिमोनियल्स डाल दे न यार– "रमेश भाई, 'ऐसी किताब हिन्दी मे कहीं नहीं मिलेगी!"।

रिपोर्टिंग

- ✓ Site Explorer से ट्रैफिक और कीवर्ड डेटा Export as CSV करें।
- ✓ Google Sheets में चार्ट बनाकर क्लाइंट्स या खुद की प्रोग्रेस ट्रैक करो।
- ✓ Ahrefs Webmaster Tools (AWT) फ्री है, लेकिन लिमिटेड। साइट ऑडिट और बेसिक कीवर्ड रिसर्च के लिए यूज करो।
- ✓ Lowest DR फिल्टर से आसान कीवर्ड्स ढूँढो।
- ✓ हाई–DR साइट्स से गेस्ट पोस्ट या रिसोर्स पेज लिंक्स टारगेट करो।

- ✓ Ahrefs Academy - www-ahrefs-com/academy पर फ्री कोर्स और यूट्यूब चैनल पर ट्यूटोरियल्स देखें।
- ✓ SEO लोकल बिजनेस के लिए कीवर्ड्स में near me या शहर का नाम डालें।
- ✓ गलती सुधारें– गलत डेटा डाला? डैशबोर्ड पर वापस जाओ और नया सर्च करो।

क्विक रिफ्रेंस

- ✓ अकाउंट बनाओ।
- ✓ Site Explorer से वेबसाइट चेक करो।
- ✓ Keywords Explorer से कीवर्ड रिसर्च करो।
- ✓ साइट ऑडिट से एरर पकड़ो।
- ✓ Content Explorer से आइडियाज पाओ।
- ✓ Rank Tracker से पोजीशन मॉनिटर करो।
- ✓ बैकलिंक्स खोजो और बनाओ।
- ✓ कॉम्पिटिटर का पूरा हाल जानो।
- ✓ तान के सो जाओ, इतना करने के बाद थक गया होगा न भाई 😊

फाइनल फिनिश – लॉन्ग–टर्म ग्रोथ और सक्सेस के लिए मास्टर फंडे!

25. डिजिटल मार्केटिंग प्लान (Digital Marketing Planning) 250
26. डिजिटल मार्केटिंग में कैरियर (Digital Marketing as Career) 261

25. डिजिटल मार्केटिंग प्लान (Digital Marketing Planning)

आजकल तो हर कोई ऑनलाइन ही ठुमके लगा रहा है–चाहे ग्राहक हो या बिजनेस वाला। तो अगर तुम शी अपने कैरियर को आसमान पर चढ़ाना चाहते हो और पब्लिक के दिल में उतरना चाहते हो, तो एक धांसू डिजिटल मार्केटिंग प्लान तो बनाना ही पड़ेगा।

इसके लिए एक ऐसा नक्शा चाहिए, जो बताए कि ग्राहक कहाँ छुपे हैं और उनकी नब्ज कैसे पकड़नी है। लेकिन ये डिजिटल दुनिया तो हर दिन रंग बदलती है। मार्केटिंग करने वाले और बिजनेस वाले दोनों कभी–कभी घबरा जाते हैं। पर डरने की बात नहीं, थोड़ी मेहनत और दिमाग लगाओ, तो बड़े–बड़े यूजर्स को पकड़कर लीड्स की माला बना सकते हो। अभी भी सर घूम रहा है कि ये सब कैसे होगा? अरे, टेंशन मत लो।

ये 11 स्टेप्स की मस्त गाइड है, जो मार्केटिंग का खेल सिखाएगी– ब्रांड का ढोल बजाना, ऑनलाइन जलवा दिखाना और ग्राहकों को जोड़ना, सब इसमें है। खरीदार को समझो, लक्ष्य पक्के करो।

चलो, शुरू करते हैं!

पहले तो ये समझ लो कि डिजिटल मार्केटिंग से क्या पाना है?बिना निशाने के तीर नहीं चलता और उड़ता तीर तो बिल्कुल शी नहीं पकड़ना चाहिये!

क्या चाहिए? ब्रांड का नाम गली–गली में गूंजे, वेबसाइट पर भीड़ लगे, लीड्स की लाइन लग जाए, या जेब में पैसे टपकें।

11 स्टेप्स गाइड

अपने ग्राहक को जानो (KYC)

कौन हैं ये लोग?

उम्र, शौक, जगहकृक्या–क्या पसंद करते हैं? जैसे, 25 साल का लड़का जो गैजेट्स का दीवाना है।

उनकी भाषा में बात करो–अगर गाँव का ग्राहक है, तो बोलो– भाई, ये माल बढ़िया है।

एक–दो पर फोकस करो, सारा जहान एक बार में मत पकड़ो, दोस्त। पहले छोटी मछली पकड़ो, फिर शार्क का नंबर आएगा।

लक्ष्य का तीर सेट करो

क्या चाहिए?

अंधेरे में तीर मत मारो– ये पता करो कि तुम्हारी बात कौन सुनेगा।

100 नए फॉलोअर्स, 50 ऑर्डर, या बस नाम चमकाना। 1 महीने में 20% ज़्यादा लोग वेबसाइट पर आएं– ऐसा ठोस बोलो।

अपने कस्टमर का पर्सोना बनाओ – कस्टमर को आँखों के सामने लाओ–20 साल का लड़का, दिल्ली का, बाइक का शौकीन, या 70 साल की दादी, जो साड़ी खरीदना चाहती है।

- उनके दिल की सुनो– उनकी परेशानी क्या है? टाइम नहीं है, पैसे कम हैं, या बस मजा चाहिए? तुम उनका मसीहा बनो।
- देखो की कहाँ मस्ती करते हैं? इंस्टाग्राम पर रील्स देख रहे हैं, गूगल पर ष्सस्ता सामानष् सर्च कर रहे हैं, या टिकटॉक पर ठुमके लगा रहे हैं।
- अपने दोस्तों–रिश्तेदारों से पूछो, या कॉम्पिटिटर की पब्लिक को चेक मारो, बस हो गया!

मछली कहाँ है, ढूंढो

प्लेटफॉर्म का खेल!

इंस्टाग्राम पर रील्स, फेसबुक पर ऐड, या गूगल पर सर्च–अपनी पब्लिक के हिसाब से चुनो। टिकटॉक पर देसी डांस डाल दो अगर युवा चाहिए!

सही मंच चुनो, बॉस!

हर जगह थोड़ी नाचते फिरते हैं– अपनी जनता और लक्ष्य के हिसाब से जगह पकड़ो।

सोशल मीडिया का जादू देखो–

इंस्टाग्राम फोटो–वीडियो का जलवा– अगर तुम्हारा माल टॉप क्वालिटि का है (जैसे कपड़े, खाना), तो यहाँ धमाल मचाओ। नौजवान यहाँ भरे पड़े हैं।

फेसबुक हर उम्र का मेला– लोकल दुकान हो या ग्रुप बनाना हो, यहाँ सब चलता है।

ट्विटर (X) चटपटी बातें, मस्ती, न्यूज– अगर तुम्हारा ब्रांड मजेदार है, तो यहाँ ठाठ है।

लिंक्डइन सूट–बूट वाला सीन– अगर बिजनेस टू बिजनेस या बड़े लोग चाहिए, तो यहाँ जाओ।

यूट्यूब / टिकटॉक छोटा वीडियो, बड़ा धमाका– युवा और ट्रेंडबाजी के लिए।

गूगल अगर लोग सर्च करते हैं "बेस्ट परफ्यूम" तो SEO या ऐड्स यहाँ दम दिखाएंगे।

ईमेल सीधे जाकर दिल में उतरो– पुराने कस्टमर्स को लुभाने का सस्ता जादू।

एक–दो जगह पकड़ो, पहले उस्ताद बनो, फिर बाकी मैदान मारो।

कॉम्पिटिटर पर नजर मारो

कौन क्या कर रहा है?

कॉम्पिटिटर की पोस्ट, ऐड, स्टाइल चेक करो– कुछ चुराओ, कुछ अपना तड़का डालो।

उनकी गलतियों से सीखो– उनका पोस्ट फ्लॉप हुआ तो तुम मत दोहराना।

कंटेंट का जलवा दिखाओ

क्या डालना है?

मस्त फोटो, वीडियो, या देसी जोक– जो जनता को हंसी दे या फायदा लगे।

कंटेंट का कमाल, कुछ मस्ती भरा डालो– फोटो, वीडियो, टिप्स, या देसी जोक्स। जनता को मजा आए।

ये प्रोडक्ट लो, इसको लगा डाला तो जिंदगी झिंगालाला हो जाएगी!

बजट का जुगाड करो

पैसे लगाओ

फ्री में शुरू करो, 50–100 रुपये से ऐड शुरू करो– फ्री में भी चलता है, पर थोड़ा मसाला डालने से जलवा बढ़ता है।

टाइमिंगरू हफ्ते में 2–3 बार कुछ डालते रहोकृनियमित रहो, भईया।

थोड़ा खर्चा, बड़ा मुनाफा पाओ!

टाइमिंग पक्की करो

कब पोस्ट करना है?

कंटेंट कैलेंडर बनाएं और इसे सोशलाइज करें, सुसंगत ब्रांडिंग (फॉन्ट, रंग, लेखन शैली) बनाए रखें

शाम 7 बजे जब सब चाय पीते हुए फोन चलाए– तब दनादन लाइक आएंगे।

हफ्ते में 3 बार तो बनता है, भाई!

टूल्स का तमाशा

काम आसान

Canva से फोटो, Google Trends से ट्रेंड, Buffer से शेड्यूलकृसब फ्री में आजमाओ।

ये टूल्स बिजनेस के मास्टर शेफ हैं!

शुरू करो और देखो

पहला कदम

किताब में पढ़कर तैरना नहीं आता,

एक पोस्ट डालो, ऐड चलाओ– क्या होता है, चेक करो।

चौटबॉट संवाद करने के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता का उपयोग करते हैं। उनका उपयोग प्रश्नों के उत्तर देने, ग्राहक सहायता प्रदान करने और उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए किया जा सकता है। चौटबॉट व्यक्तिगत स्तर पर ग्राहकों से जुड़ने का एक स्केलेबल और किफायती तरीका है, आपके पास हर सवाल का जवाब देने के हर घड़ी कोई इंसान उपलब्ध नहीं हो सकता।

आधुनिक डिजिटल उपकरणों का उपयोग

डरौ मत, डर के आगे जीत है! ट्राई करो– हिट हुआ तो वाह, नहीं तो नया प्लान! सिपंल।

नतीजे नापो (Scaling)

कितना चला?

नो शॉर्टकट

दीर्घकालिक डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियां विकसित करें जो आपके मिशन और लक्ष्यों से मेल खाती हों ।

कितने लाइक, कितने क्लिक–सब हिसाब रखो। हिसाब रखो– कितने देखे, कितने क्लिक किए। प्लेटफॉर्म खुद बता देगा।

जो चला, उसे बढ़ाओ– जो फुस्स हुआ, उसे फेंको।

सीखो और बढ़ो

हर बार बेहतर

गलतियों से सबक

छोटा धमाका– एक पोस्ट डालो, देखो क्या जलवा होता है।

हिट चीज को दोहराओ। एक दिन में नहीं होगा, पर एक दिन जरूर होगा।

धीरे–धीरे बिजनेस का बाबू–सोना बन जाओगे!

मसाला डालो– कुछ फुस्स हो तो फोटो बदल दो, लाइनें चटपटी कर दो, खेल चलता रहेगा।

दिल से खेलो– जल्दी मत करो, मजे लेते हुए सीखो।

गुरु बनाओ, यूट्यूब पर फ्री ट्यूटोरियल देखो, या बड़े खिलाड़ियों को फॉलो करो।

टार्गेट ऑडियंय कौन हैं?

डिजिटल मार्केटिंग की कहानी को ऐसे समझते हैंः–

हर विज्ञापन में बच्चा क्यों?

आपने देखा होगा कि हर विज्ञापन में एक बच्चा तैरता हुआ नजर आता है। कभी सोचा कि शेविंग क्रीम के ऐड में भी बच्चा क्यों घुस आता है? अरे, ये कोई गलती नहीं है, ये कम्पनी की चालाकी है! चलो, इस राज को खोलते हैं।

कम्पनी को पता है कि शेविंग क्रीम का असली खरीदार कौन है। वो बच्चा, जो अभी छोटा सा है, अगले 70 साल तक दाढ़ी बनाएगा। सोचो, आज का नन्हा–मुन्ना कल का दाढ़ी वाला हीरो बनेगा और हर सुबह उसी शेविंग क्रीम को हाथ में थामेगा। कम्पनी ने सोचा, "अरे, इसे अभी से फँसाओ, ताकि बड़ा होकर ये हमारा वफादार ग्राहक बने!"

कैसे समझें?

बच्चा विज्ञापन में इसलिए है ताकि मम्मी–पापा उसे देखकर कहें, "अरे, हमारे लाडले के लिए भी तो ये चाहिए!" और जब बच्चा बड़ा हो, तो उसे लगे, "ये शेविंग क्रीम तो मेरे बचपन का दोस्त है!"

ट्विस्टः– कम्पनी सोचती है! आज बच्चे को लुभाओ, कल उसकी जेब से पैसा निकाल लो! बच्चा टीवी पर देखता है, वाह, ये क्रीम कितनी स्मूथ है! और 20 साल बाद दुकान में वही क्रीम उठा लेता है।

निचोड़ः–

डिजिटल मार्केटिंग में बच्चा कोई सजावट नहीं, बल्कि भविष्य का ग्राहक है। शेविंग क्रीम का ऐड हो या कुछ और, कम्पनी की नजर लंबी है। वो आज के बच्चे को टारगेट करती है, ताकि कल का बड़ा आदमी उसी का सामान खरीदे। तो अगली बार बच्चे को विज्ञापन में देखो, तो समझ जाओकृये मासूम चेहरा कम्पनी का 70 साल का प्लान है!

प्लान डिजिटल मार्केटिंगरू हर उम्र के लिए

डिजिटल मार्केटिंग वो जादू की छड़ी है जो हर उम्र को अपना दीवाना बना देती है। यहाँ हर ग्रुप के लिए नया और मजेदार प्लान है–दादी से जेन Zee तक! बस आपको पता होन चाहिए कि आपके **लक्षित दर्शक कौन हैं।**

- **दादी माँ (60 साल)** – "दादी का डिजिटल डांस" प्यार और ताकत का देसी कॉम्बो,

  कौन हैं?– 60 की सुपरस्टार, जो पुरानी बातों में नया मजा ढूंढती हैं।

  ट्विस्टः– दादी को "डिजिटल गुरु" बनाओ!

  पहुँचने का प्लानः– व्हाट्सएप पर दादी की पसंद के ग्रुप में हर हफ्ते एक प्रोडक्ट (जैसे हर्बल साबुन)। दादी वीडियो बनाएँगी कैप्शन के साथ "दादी की चॉइस, घर की वॉइस!"–ये साबुन मेरे जमाने जैसा, ऑर्डर करो!

  यूट्यूब पर दादी की लाइव मार्केटिंग– दादी प्रोडक्ट दिखाएँगी, पोते ऑनलाइन ऑर्डर करेंगे।

  दादी बोली– ये साबुन लिया, पुराने दिन याद आ गये!

- **माता–पिता (35–55 साल)** – फैमिली का फेस्टिवल! घर की शान! "चलता–फिरता जलसा"

कौन हैं?– 35–55 के रॉकस्टार, जो घर को त्योहार बनाना चाहते हैं।

ट्विस्टः– फैमिली को "ऑनलाइन पार्टी प्लानर" बनाओ!

पहुँचने का प्लानः– फेसबुक पर "फैमिली फेस्ट" एक किट (जैसे डेकोरेशन, स्नैक्स) ऑर्डर करो, और घर में पार्टी करो। लाइव इवेंटरू "अपनी पार्टी दिखाओ, गिफ्ट जीतो!"

इंस्टाग्राम पर "मम्मी–पापा चैलेंज" बच्चों के साथ प्रोडक्ट यूज करो (जैसे नया गैजेट), वीडियो डाला टैगलाइन के साथ "फैमिली टाइम, ऑलावेज शाइन!"

मम्मी बोली– ये किट लिया तो बच्चे बोले आप तो पार्टी क्वीन हैं!

- **युवा वयस्क (25–35 साल) –** लाइफ का लाइव शो! देसी मेले की रौनक, स्टाइल से भरा!

कौन हैं?– 25–35 के ट्रेंडसेटर, जो जिंदगी को स्टेज बनाना चाहते हैं।

ट्विस्टः– इनके लिए "डिजिटल रियलिटी शो" लाओ!

पहुँचने का प्लानः– इंस्टाग्राम पर "लाइव लाइफ चौलेंज" एक प्रोडक्ट (जैसे स्मार्ट वॉच) यूज करके 24 घंटे का वीडियो बनाओ। बेस्ट को फ्री ट्रिप!

ट्विटर (X) पर "ट्रेंड टॉक" प्रोडक्ट की तारीफ में टैगलाइन– "लाइव करो, स्टार बनो!"

ट्वीट करो, टॉप 5 को डिस्काउंट कोड।

दोस्त बोला– ये वॉच कहाँ से? मैं बोला– लाइव शो का इनाम है, भाई!

- **जेन Z (15–25 साल)** – "वायरल का बारूद" "लट्टू" बचपन का खिलौना, हर चीज पर लट्टू हैं!

कौन हैं?–रू 15–25 के डिजिटल डायनामाइट, जो ट्रेंड बनाते हैं और मजे लूटते हैं।

ट्विस्टः– इनके लिए "वर्चुअल गेम जोन" लाओ!

पहुँचने का प्लानः– टिकटॉक, इंस्टाग्राम, (X) पर "प्रोडक्ट प्ले" एक प्रोडक्ट (जैसे हेडफोन) के साथ गेम खेलो (जैसे डांस या लिप–सिंक), वीडियो डालो। टॉप 10 को फ्री प्रोडक्ट!

स्नैपचौट पर टैगलाइनरू "खेलो, वायरल हो जाओ!" "जेन Z क्वेस्ट" प्रोडक्ट की फोटो खींचो, स्टोरी डालो, और "वायरल किंग/क्वीन" बनो।

हेडफोन लिया, दोस्त बोले– तू तो गेम का बादशाह है, यार!

निचोड़

दादी माँः– "दादी ऑनलाइन आई, पोता बोलाकृवाह, आप तो टेक गुरु हैं!"

माता–पिताः– "फैमिली पार्टी की, पड़ोसी बोले–हमें भी बुलाओ! "

युवा वयस्कः– "लाइव शो किया, बॉस बोला–तू तो रॉकस्टार है! "

जेन Zः– "गेम खेला, फॉलोअर्स बोले–तू तो वायरल का बम है! "

डिजिटल मार्केटिंग में सफलता के मंत्र

डिजिटल मार्केटिंग जोश से भरा रास्ता है, डिजिटल मार्केटिंग वो मैदान है जहाँ मेहनत और मस्ती से आप सितारा बन सकते हो। यहाँ कुछ सीक्रेट टिप्स हैं जो आपको ऊँचाइयों तक ले जाएँगेकृबस दिल से लगाओ और देखो कमाल!

➢ **लगातार मेहनत –** हर दिन एक कदम, जीत का नया रंग।

क्या करें? रोज थोड़ा–थोड़ा आगे बढ़ो। चाहे एक पोस्ट लिखो, एक ग्राहक से बात करो, या नया आइडिया आजमाओ– शर्त एक ही है रुकना नहीं है।

प्रेरणाः– हर छोटी कोशिश तुम्हें बड़ा बनाएगी। जैसे बूँद–बूँद से घड़ा भरता है, वैसे ही रोज की मेहनत से तुम चमक उठोगे। हर दिन एक कदम बढ़ाओ, लोग पूछेंगे–यार, तू तो रॉकेट की स्पीड से उड़ रहा है!

➢ **रचनात्मकता –** दिमाग की चिंगारी, ग्राहक की वाहवाही!

क्या करें? कुछ नया सोचो– चाहे मजेदार वीडियो, अनोखी पोस्ट, या ऐसा ऑफर जो सबको चौंका दे। अपने दिमाग को आजाद छोड़ो! दिमाग की बत्ती जलाए रखो, दही मत बनाओं।

प्रेरणाः– तुम्हारा एक नया आइडिया ग्राहक का दिल जीत सकता है। सोचो, अगर सब वही पुराना करेंगे, तो तुम क्यों पीछे रहो? अपनी चमक दिखाओ! दिमाग में आइडिया फूटा, ग्राहक बोलाकृये तो गजब का दिमाग है तेरा!

➢ **ग्राहक की जरूरतें समझो –** दिल से दिल का सीधा रास्ता!

क्या करें? ग्राहक क्या चाहता है, उसकी बात सुनो। दादी को सेहत चाहिए, जेन Z को मजा,उनके हिसाब से सामान परोसो।

प्रेरणाः– जब तुम ग्राहक के दिल की बात जान लोगे, वो तुम्हारा फैन बन जाएगा। उनकी जरूरतें समझो, और वो तुम्हें कभी नहीं छोड़ेंगे। ग्राहक की बात सुनी, वो बोला– यार, तू तो मेरे दिल की हर बात जानता है!

- **गलतियों से सीखो, आगे बढ़ो** – हर ठोकर नया सबक!

क्या करें? गलती हुई तो डरो मत– उससे सीखो और अगली बार धमाल मचाओ। गलतियाँ होंगी, पर उन्हें सीखने का मौका बनाओ। हर फेलियर तुम्हें स्मार्ट बनाएगा। हर गलती एक नया सबक है।

प्रेरणाः– हर फेलियर तुम्हें मजबूत बनाएगा। ठोकर लगे तो हँसो और आगे बढ़ो, सफलता पास ही है! डरो मत, उठो और फिर कोशिश करो–सफलता तुम्हारा इंतजार कर रही है!

- **धैर्य रखो –** सब्र का फल मीठा होता है।

क्या करें? रिजल्ट तुरंत नहीं आएँगे, पर हार मत मानो। धीरे–धीरे मेहनत रंग लाएगी।

प्रेरणाः– बड़े सपने वक्त माँगते हैं। सब्र रखो, क्योंकि जो इंतजार करता है, उसे सबसे अच्छा मिलता है। सब्र रखा, और लोग बोले–यार, तू तो धीमी आग पर पकने वाला लाजवाब खाना है!

निचोड़

डिजिटल मार्केटिंग में सफलता कोई दूर की कौड़ी नहीं है। लगातार मेहनत करो, अपने दिमाग की चिंगारी जलाओ, तुम्हारा एक आइडिया सबको हिला देगा। बोरिंग मत बनो, अपनी चमक से सबको चौंका दो। ग्राहक को समझो, गलतियों से डरो मत, और सब्र रखो। तुम वो कर सकते हो जो कोई और नहीं कर सका– बस शुरू करो और देखो, दुनिया तुम्हारे कदमों में होगी!

कामयाबी तुम्हारा हक है। रोज मेहनत करो, तुम वो कर सकते हो जो कोई सोच भी न सकता बस शुरू करो, और देखो, सारा जहान तुम्हारा फैन बनेगा।

सामान्य गलतियाँ और उनसे बचने के तरीके

गलतियाँ सब करते हैं, लेकिन जो उनसे सीखता है, वही चमकता है। एनालिटिक्स को अपना दोस्त बनाओ, पैसा समझदारी से लगाओ, ग्राहक की सुनो, नए रास्ते आजमाओ, और जल्दबाजी छोड़ो। ये गलतियाँ तुम्हें रोक नहीं सकतीं, तुम्हें बस इनसे बचने का हुनर सीखना है। चलो, उठो और दिखाओ कि तुम इस खेल के सिकंदर हो!

✓ **एनालिटिक्स को नजरअंदाज करना** – आँखें बंद कर गोता मत मारो!

गलती यह हैं कि लोग विज्ञापनों और पोस्ट्स पर मेहनत करते हैं, लेकिन एनालिटिक्स (डेटा) नहीं देखते कि क्या काम कर रहा है और क्या नहीं।

नुकसान क्यों? बिना डेटा के तुम अंधेरे में तीर चला रहे हो जिससे पैसा और वक्त दोनों बर्बाद होता है!

बचने का तरीका:– हर हफ्ते अपने कैंपेन का डेटा चेक करो– कौन सी पोस्ट हिट हुई, कितने लोग आए, कितना खर्च हुआ। टूल्स जैसे गूगल एनालिटिक्स या फेसबुक इनसाइट्स यूज करो।

प्रेरणा:– डेटा तुम्हारा नक्शा है–इसे देखो, और जीत का रास्ता साफ हो जाएगा! एनालिटिक्स देखा, समझ आया, अरे, मैं तो गलत गली में दौड़ रहा था!

✓ **विज्ञापनों पर ज़्यादा खर्च –** पॉकेट फूँकने से बाजार नहीं जीत जाता!

गलती, लोग सोचते हैं कि ढेर सारा पैसा विज्ञापनों में डाल दो, तो ग्राहक आ जाएँगे।

नुकसान क्यों? बिना प्लानिंग के पैसा पानी की तरह बह जाता है, और रिजल्ट आधा–अधूरा मिलता है।

बचने का तरीका:– छोटे बजट से शुरू करो, टेस्ट करो कि कौन सा ऐड काम करता है, फिर उस पर ज़्यादा खर्च करो। सस्ते टूल्स जैसे फेसबुक बूस्ट या गूगल ऐड्स से स्मार्ट शुरुआत करो।

प्रेरणा:– स्मार्ट खर्च करो, ताकि पैसा कम लगे और कमाई ज़्यादा हो– तुम खिलाड़ी हो, फिजूलखर्च नहीं! पहले टेस्ट किया, फिर खर्चा– लोग बोले, यार तू तो पैसों का जादूगर है!

✓ **ग्राहक को भूल जाना –** उनकी बात न सुनी, तो खेल खत्म!

गलती लोग अपने प्रोडक्ट की तारीफ में लगे रहते हैं, लेकिन ग्राहक क्या चाहता है, ये नहीं पूछते।

नुकसान क्यों? ग्राहक को लगेगा तुम उसकी परवाह नहीं करते, और वो कहीं और चला जाएगा।

बचने का तरीका:– ग्राहकों से फीडबैक लो, कमेंट्स, मैसेज, या छोटा सर्वे करो। उनकी पसंद के हिसाब से प्रोडक्ट या कंटेंट बनाओ।

प्रेरणाः– ग्राहक तुम्हारा बॉस है, उसकी सुनो, और वो तुम्हारा फैन बन जाएगा!

✓ **एक ही तरीके पर अटकना –** पुरानी ब्क घिस गई हैं, कुछ सुनाओ।

गलती, लोग एक ही प्लेटफॉर्म या स्टाइल पर अटक जाते हैं, जैसे सिर्फ फेसबुक या बोरिंग पोस्ट्स।

नुकसान क्यों? दुनिया बदलती है, ग्राहक नए ठिकाने ढूंढते हैं–तुम पीछे रह जाओगे।

बचने का तरीकाः– नये प्लेटफॉर्म आजमाओ (जैसे टिकटॉक या इंस्टाग्राम रील्स) और कंटेंट में ट्विस्ट डालो–वीडियो, मीम्स, या स्टोरीज।

प्रेरणाः– नया आजमाओ, ताकि तुम हमेशा ट्रेंड में रहोकृतुम स्टार हो, पुराने ढर्रे के गुलाम नहीं! नया तरीका अपनाया, लोग बोले– यार, तू तो खेल का उस्ताद है!

✓ जल्दबाजी करना – आग में कूदने से रोटी नहीं पकती!

गलती, लोग सोचते हैं कि रातों–रात सब हिट हो जाएगा, और जल्दी में गलत फैसले लेते हैं।

नुकसान क्यों? बिना सोचे–समझे कदम से पैसा और मेहनत डूब जाती है।

बचने का तरीकाः– धीरे–धीरे बढ़ो, प्लान बनाओ, टेस्ट करो, फिर बड़ा दांव लगाओ। सब्र रखो, नतीजे जरूर आएँगे।

प्रेरणाः– धीमी चाल से बड़ी जीत मिलती है– तुम मंजिल तक पहुँचोगे, बस रुकना मत!

सब्र रखा, एक दिन दुनिया बोले– यार, तू तो धीरे–धीरे बाजी मार ले गया!

निचोड़

डिजिटल मार्केटिंग में सफलता आसान है, बशर्ते तुम इन आम गलतियों से बचो। ये वो ठोकरें हैं जो रास्ता रोक सकती हैं, लेकिन चिंता मत करो– जोश से सीखो और आगे बढ़ो!

रोज मेहनत कर, नया सोच, ग्राहक को सुन, डेटा देख, स्मार्ट खर्च कर, सब्र रख, डिजिटल का सिकंदर बन! यही मूल मंत्र है।

26. डिजिटल मार्केटिंग में कैरियर (Digital Marketing as Career)

डिजिटल मार्केटिंग एक ऐसा फील्ड है, जहाँ डिग्री से ज्यादा स्किल्स और क्रिएटिविटी मायने रखती है। चाहे 12वीं पास हो, ग्रेजुएट हो, या जॉब चेंज करना चाहता हो, यहाँ हर किसी के लिए मौके हैं।

डिजिटल मार्केटिंग में करियर की शुरुआत और जॉब प्रोफाइल्स की बात करें तो ये फील्ड आजकल इंडिया में धमाल मचा रहा है, खासकर जब 900 मिलियन इंटरनेट यूजर्स हैं और बिजनेस ऑनलाइन जा रहे हैं। छोटे बिजनेस से लेकर बड़ी कंपनियों तक, सबको डिजिटल मार्केटर्स चाहिए।

2025 में सिर्फ षडिजिटल मार्केटिंग स्किल नहीं, बल्कि Strategy + AI Tools की समझ बहुत बड़ा एडवेंटेज होगा। ग्रोक, Jasper AI, ChatGPT, Canva AI, SEMrush, Ahrefs, HubSpot जैसे टूल्स डिजिटल मार्केटिंग में करियर बनाने के चांसेस बढ़ायेंगें। लगातार नई चीजें सीखते रहना जरूरी है, क्योंकि डिजिटल मार्केटिंग हर साल बदलती है।

भारत में, शुरुआतीं सैलरी ₹15000 – ₹30000/महीना हो सकती है। 2–4 साल के अनुभव के बाद आप ₹50000+ /महीना या इससे ज्यादा भी कमा सकते हैं। फ्रीलांसिंग और वर्क फ्रॉम होम के मौके भी बहुत मिलते हैं। सब कुछ डिपेंड करेगा स्किल सेट पर।

क्हां से शुरू करें? स्टेप–टू–स्टेप समझने का प्रयास करते हैं।

स्टेप 1– डिजिटल मार्केटिंग को समझो

डिजिटल मार्केटिंग क्या है? ये इंटरनेट और डिजिटल प्लैटफॉर्म्स (जैसे सोशल मीडिया, गूगल, ईमेल) के जरिए प्रोडक्ट्स या सर्विसेज का प्रचार करने का तरीका है। मिसाल के लिए इंस्टा पर दीवाली सेल का ऐड,व्हाट्सएप पर ऑफर मैसेज, या गूगल पर "मिठाई शॉप" सर्च करने पर टॉप रिजल्ट।

क्यों जरूरी है? इंडिया में इंटरनेट यूजर्स की संख्या बढ़ रही है (दुनिया में दूसरा सबसे बड़ा मार्केट)। कंपनियां अब ऑफलाइन से ज्यादा ऑनलाइन मार्केटिंग पर खर्च कर रही हैं।

क्या चाहिए? क्रिएटिविटी, टेक्निकल नॉलेज (बेसिक), और सीखने की ललक। डिग्री जरूरी नहीं, लेकिन स्किल्स जरूर चाहिए।

स्टेप 2– बेसिक स्किल्स सीखो

शुरुआती स्किल्स

- ✓ **सोशल मीडिया–** इंस्टाग्राम, फेसबुक, X, यूट्यूब का बेसिक यूज (पोस्ट, स्टोरीज, रील्स)।
- ✓ कंटेंट राइटिंग– आकर्षक कैप्शन्स, ब्लॉग्स, या ऐड कॉपी लिखना।
- ✓ **SEO–** गूगल पर वेबसाइट को टॉप रैंक कैसे करवाना है।
- ✓ **एनेलिक्सि–** गूगल एनालिटिक्स या प्देजंहतंउ प्देपहीजे से डेटा समझना।
- ✓ डिजाइन टूल्स– कैनवा, फोटोपी या फोटोषॉप (बेसिक)।

कहाँ सीखें?

- ✓ फ्री रिसोर्सेस– यूट्यूब, Google Digital Garage (फ्री सर्टिफिकेट कोर्स)।
- ✓ पेड कोर्सेस– सर्च करोगे तो 3-6 महीने के कोर्स, ₹5000 - ₹50000 के हजारों मिल जायेंगें ।
- ✓ ऑनलाइन प्लैटफॉर्म्स– हिंदी में कोर्स उपलब्ध हैं।
- ✓ फ्री कोर्स से शुरू करें, फिर प्रैक्टिस के बाद पेड कोर्स लें।

स्टेप 3– प्रैक्टिकल अनुभव जरूरी

- ✓ फ्रेशर के लिए इंटर्नशिप बेस्ट है। "Digital Marketing Intern" सर्च करो। अकेले दिल्ली NCR में ही ई–कॉमर्स कंपनियों में ढेर सारी इंटर्नशिप्स हैं।
- ✓ फ्रीलांसिंग– छोटे प्रोजेक्ट्स सर्च करो,, जैसे सोशल मीडिया पोस्ट बैनर बनाना या ब्लॉग लिखना।
- ✓ पर्सनल प्रोजेक्ट– अपनी वेबसाइट या ब्लॉग बनाओ। वर्डप्रेस अच्छा ऑप्षन है, फ्री भी है। और उस पर SEO, कंटेंट, या सोशल मीडिया मार्केटिंग प्रैक्टिस करो। "उत्तराखंड ट्रैवल्स" नाम से ब्लॉग शुरू करो और उत्तराखंड के वर्जिन टूरिस्ट स्पॉट्स पर आर्टिकल्स लिखो।
- ✓ सुझाव– इंटर्नशिप में 2–3 महीने का अनुभव लो, ताकि जॉब के लिए रिज्यूमे मजबूत बने।

सर्टिफाइड होना भी जरूरी है

भले ही आपने व्यक्तिगत प्रयासों से स्किल्स हासिल कर ली हों लेकिन सर्टिफिकेशन से आपकी स्किल्स को विश्वसनीयता मिलती है, जो जॉब और फ्रीलांसिंग में मदद करता है।

प्रमुख सर्टिफिकेशन्स–

- ✓ Google Ads Certification (फ्री)
- ✓ Google Analytics Certification (फ्री)
- ✓ HubSpot Content Marketing Certification (फ्री)
- ✓ Facebook Blueprint Certification
- ✓ और भी बहुत ऑन लाईन प्लेटफार्म हैं जो शॉर्ट टर्म और लॉन्ग टर्म पेड, गूगल सर्टिफाइड सर्टिफिकेशन देते हैं।

कहाँ से करें?– यह आप स्वयं डिसाईड करें, क्योंकि मैं किसी भी सर्टिफिकेशन एजेंसी का एफिलियेट नहीं हूँ, थोड़ा सर्च करें।

पर्सनली मेरा सुझाव है कि जब आप सर्टिफिकेशन लेने पर विचार करें कि 2–3 सर्टिफिकेशन्स SEO, Google Ads, Social Media) लें और लिंक्डइन पर जरूर शेयर करें।

जॉब या फ्रीलांसिंग

जॉब प्लेटफार्म

- ✓ Naukri-com, LinkedIn, Indeed, MonsterIndia.
- ✓ Amazon, Flipkart, Myntra, Zomato, Meesho, Mamaearth.
- ✓ लोकल जॉब्स– अपने शहर की मार्केटिंग एजेंसीज, जैसे दिल्ली या मुंबई से कंसल्ट करें।

फ्रीलांसिंग प्लेटफार्म

- ✓ Upwork, Freelancer-com पर प्रोफाइल बनाएं।
- ✓ लोकल बिजनेस (जैसे मिठाई शॉप) के लिए सोशल मीडिया या ऐड कैंपेन ऑफर करें।

सुझाव ये रहेगा कि प्लेटफार्म पर डेली एक्टिव रहें, पोस्ट्स शेयर करें, ग्रुप्स जॉइन करें, और जॉब्स अप्लाई करें।

खुद को अपडेट रखें

ये रंग बदलती दुनिया है बंधु, डिजिटल मार्केटिंग में नए ट्रेंड्स, टूल्स, और अल्गोरिदम आते रहते हैं।

कैसे करें?

- ✓ ब्लॉग्स– Neil Patel, Moz, HubSpot
- ✓ न्यूजलेटर्स– Social Media Examiner, Search Engine Journal
- ✓ X पर ट्रेंड्स #DigitalMarketing #SEO #SocialMedia

सुझाव– हर महीने एक नया टूल जैसे Hootsuite, SEMrush या स्किल जैसे वीडियो एडिटिंग सीखे।

नेटवर्किंग और पोर्टफोलियो बनाएं

- ✓ नेटवर्किंग– इंडस्ट्री इवेंट्स, वेबिनार्स, या लिंक्डइन पर प्रोफेशनल्स से कनेक्ट करें। जैसे कि– "Digital Marketing Summit India"
- ✓ पोर्टफोलियो– Behance.net या Wix.com पर वेबसाइट बनाकर अपने बनाए ऐड्स, रील्स, ब्लॉग्स, या SEO प्रोजेक्ट्स शोकेस करें।

सुझाव– इंटरव्यू में पोर्टफोलियो दिखाएं, जैसे "मैंने एक लोकल शॉप के लिए इंस्टा कैंपेन चलाया, जिससे 20% ज्यादा सेल्स आए।" इसी लिए मैं बार–बार हर टॉपिक में लोकल बिजनेस के लिए मार्केटिंग के लिए कहता आया।

जैसे–जैसे कंपनियाँ पर्सनलाइज्ड कस्टमर एक्सपीरियंस पर ध्यान दे रही हैं, वैसे–वैसे डिजिटल मार्कैटिग हाई–डिमांड में है।

यहाँ पर सैलरी का एक सामान्य अनुमान दिया गया है, जो अनुभव, स्किल्स, और लोकेशन के अनुसार बदल सकती है।

प्रमुख जॉब प्रोफाइल्स

1. डिजिटल मार्केटिंग मैनेजर

जिम्मेदारियांत्र– पूरी मार्केटिंग स्ट्रैटेजी बनाना और लागू करना, जिसमें सोशल मीडिया, SEO, ऐड कैंपेन्स, और ईमेल मार्केटिंग शामिल हैं।

- ✓ जरूरी स्किल्स– लीडरशिप, गूगल एनालिटिक्स, ऐड मैनेजमेंट, बजट प्लानिंग।
- ✓ सैलरी– ₹6-15 लाख/साल (3-5 साल अनुभव), फ्रेशर्स– ₹3-5 लाख/साल।

- ✓ उदाहरण– Flipkart का मैनेजर "Big Billion Days" कैंपेन बनाता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– ई–कॉमर्स, मार्केटिंग एजेंसीज।

2. सोशल मीडिया मैनेजर

जिम्मेदारी– Instagram, Facebook, X, LinkedIn पर कंटेंट मैनेज करना, ब्रांड प्रजेंस बढ़ाना।

- ✓ जरूरी स्किल्स– कंटेंट क्रिएशन, ब्दंअं, ट्रेंड्स की समझ, कस्टमर इंगेजमेंट।
- ✓ सैलरी– ₹2-5.6 ऐनुवली (फ्रेशर्स) और ₹8-12 लाख/साल (4-5 साल अनुभव)।

उदाहरण– Zomato का मैनेजर मीम्स और रील्स बनाता है।

जॉब लोकेशन्स– स्टार्टअप्स, रेस्टोरेंट्स, फैशन ब्रांड्स।

3. SEO एग्जीक्यूटिव/मैनेजर

जिम्मेदारियां बहुत ज्यादा हैं जैसे– वेबसाइट को गूगल पर टॉप रैंक करवाना, कीवर्ड रिसर्च, लिंक बिल्डिंग।

- ✓ जरूरी स्किल्स– गूगल एनालिटिक्स, SEMrush, Yoast SEO।
- ✓ सैलरी– ₹3-7 ऐनुवली (फ्रेशर्स– ₹25000 - 35000/महीना)।
- ✓ उदाहरण– Myntra का SEO मैनेजर "Deals under 999" कीवर्ड्स पर काम करता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– ई–कॉमर्स, ब्लॉगिंग साइट्स, डिजिटल एजेंसीज।

4. कंटेंट मार्केटिंग मैनेजर/राइटर

- ✓ जिम्मेदारियां– ब्लॉग्स, सोशल मीडिया पोस्ट्स, वीडियो स्क्रिप्ट्स, ईमेल कॉपी लिखना।
- ✓ जरूरी स्किल्स– राइटिंग, स्टोरीटेलिंग, SEO, Canva.
- ✓ सैलरी– ₹3-8 लाख/साल (फ्रेशर्स– ₹2-4 लाख/साल)।
- ✓ उदाहरण– Mamaearth का राइटर "Why choose organic skincare" ब्लॉग्स लिखता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– स्टार्टअप्स, न्यूज वेबसाइट्स, मार्केटिंग एजेंसीज।

5. Pay-Per-Click(PPC) Google Ads स्पेशलिस्ट

- ✓ जिम्मेदारियां– गूगल ऐड्स, फेसबुक ऐड्स चलाना, टारगेटेड कैंपेन्स से सेल्स बढ़ाना।
- ✓ जरूरी स्किल्स– गूगल ऐड्स, फेसबुक ऐड मैनेजर, डेटा एनालिसिस।

- ✓ सैलरीरू ₹3-10 लाख/वर्ष (फ्रेशसर्रू ₹2.5-5 लाख/वर्ष)।
- ✓ उदाहरण– Meesho का PPC स्पेशलिस्ट "Saree Sale" ऐड्स चलाता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– ई–कॉमर्स, डिजिटल एजेंसीज, टूरिज्म।

6. ईमेल मार्केटिंग स्पेशलिस्ट

- ✓ जिम्मेदारियां– पर्सनलाइज्ड ईमेल्स (ऑफर, न्यूजलेटर्स) भेजना।
- ✓ जरूरी स्किल्स– Mailchimp, कंटेंट राइटिंग, CRM टूल्स।
- ✓ सैलरीरू ₹2.5 - 6 लाख/वर्ष (फ्रेशसर्रू ₹2 – 3.5 लाख/वर्ष)।
- ✓ उदाहरण– Nykaa का स्पेशलिस्ट "20% Off on Makeup" न्यूजलेटर भेजता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– रिटेल, हॉस्पिटैलिटी, ई–कॉमर्स।

7. वेब डिजाइनर/डेवलपर

- ✓ जिम्मेदारियां– यूजर–फ्रेंडली वेबसाइट्स बनाना, SEO और मार्केटिंग के लिए ऑप्टिमाइज करना।
- ✓ जरूरी स्किल्स– HTML, CSS, WordPress, Canva.
- ✓ सैलरी– ₹3 - 8 लाख/सालाना (फ्रेशसर्रू ₹2 - 4 लाख/सालाना)।
- ✓ उदाहरण– Lenskart का डिजाइनर ऑनलाइन स्टोर को आकर्षक बनाता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– टेक स्टार्टअप्स, ई–कॉमर्स, डिजिटल एजेंसीज।

8. डेटा एनालिस्ट (डिजिटल मार्केटिंग)

- ✓ जिम्मेदारियां– कैंपेन्स के डेटा का एनालिसिस, जैसे क्लिक्स, सेल्स।
- ✓ जरूरी स्किल्स– गूगल एनालिटिक्स, Tableau, Excel।
- ✓ सैलरी– ₹4 - 12 लाख/सालाना (फ्रेशर्स ₹3 - 5 लाख/साल)।
- ✓ उदाहरण– Amazon का एनालिस्ट "Prime Day" कैंपेन के रिजल्ट्स चेक करता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– बड़ी कंपनियां, डिजिटल एजेंसीज, फाइनेंस।

9. एफिलिएट मार्केटर

- ✓ जिम्मेदारियां– प्रोडक्ट्स प्रमोट करके कमीशन कमाना, जैसे Amazon Affiliate Program।
- ✓ जरूरी स्किल्स– ब्लॉगिंग, सोशल मीडिया, SEO, कंटेंट क्रिएशन।
- ✓ सैलरी– कमीशन–बेस्ड (₹10000–लाखों/महीना)।

- ✓ उदाहरण– ब्लॉगर "Best Laptops 2025" आर्टिकल से Amazon लिंक्स शेयर करता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– फ्रीलांसिंग, ब्लॉगिंग, यूट्यूब।

10. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग मैनेजर

- ✓ जिम्मेदारियां– इन्फ्लुएंसर्स के साथ कोलैबोरेशन करके ब्रांड प्रमोट करना।
- ✓ जरूरी स्किल्स– नेटवर्किंग, नेगोशिएशन स्किल, कंटेंट स्ट्रैटेजी।
- ✓ सैलरी– ₹3 - 8 लाख/साल (फ्रेशर्स– ₹2 - 4 लाख/साल)।
- ✓ उदाहरण– Boat का मैनेजर इंस्टा इन्फ्लुएंसर्स के साथ "New Earbuds" कैंपेन चलाता है।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– फैशन, टेक, ब्यूटी ब्रांड्स।

11. कस्टमर रिलेषनषिप मैनेजर (CRM Specialist)

- ✓ जिम्मेदारियां– कंपनी के ग्राहकों से जुड़े डाटा और रिश्तों को मैनेज करके ग्राहकों का अनुभव बेहतर बनाना, बिक्री बढ़ाना, और लॉयल्टी मजबूत करना। मार्केटिंग, सेल्स और कस्टमर सपोर्ट टीम के साथ मिलकर काम करना। ग्राहक की जरूरतें और व्यवहार समझने के लिए डाटा का विश्लेषण करना है।
- ✓ जरूरी स्किल्स– CRM टूल्स की नॉलेज (HubSpot, Salesforce, Zoho) डाटा एनालिसिस और सेगमेंटेशन, मार्केटिंग ऑटोमेशन, कम्युनिकेशन स्किल्स।
- ✓ सैलरी– ₹3 - 8 लाख/साल (फ्रेशर्स– ₹2 - 4 लाख/साल)।
- ✓ जॉब लोकेशन्स– ई–कॉमर्स, एजुकेशन, हेल्थकेयर, रियल एस्टेट ।

क्या सीखना है

- ✓ AI Tools का Use – Content Creation और Automation में ऐज मिलेगी।
- ✓ बेसिक ग्राफिक डिजाइन टूल्स कैनवा इत्यादि जिससे की पोस्ट खुद बना सको, आत्मर्निभर बन सको।
- ✓ विडियो एडिटिंग के बेसिक्स– रील्स, शॉर्टस एडिट करने में हेल्प मिलेगी।
- ✓ कॉपी राईट्रिग– अच्छे और प्रभावी शब्दो से ज्यादा कनर्वजन मिल सकता हैं।

टाईम लाईन (रोज 2–3 घंटे)

टाइम	काम
0-3 महीने	बेसिक्स और Core Tools सीखो
4-6 महीने	1-2 स्पेलाइजेषन में स्ट्रॉग बनो
7-9 महीने	फ्रीलांस प्रोजेक्ट और इंर्टनषिप करो
10-12 महीने	फुल टाईम जॉब/ फ्रीलांसिग कर सकते हो

2025 में अगर तुम SEO, पेड एड, कंटेट क्रियेषन और AI टूल्स का सही कॉम्बिनेशन सीख जाते हो तो हाई पेयिंग जॉब्स और फ्रीलांसिग दोनों में गदर मचा सकते हो।

भाई! अगर खानदानी रईस हो ता बात अलग है, फिर कुछ करने की जरूरत नहीं है। वर्ना आने वाली पीढ़ीयां भी तुम्हारी तरह तुम्हें कोसेंगी की डिजिटल मार्केटिंग का दौर था मेरे दादा–दादी के पास स्मार्ट फोन, सस्ता डेटा था, कोंसेज भी सस्ते थे, फिर भी कुछ नहीं कर पाये। कुछ नही तो रील्स, शॉर्टस ही बनाना सीख लेते।

मेरी शुभकामनायें हैं दोस्त .....

फिर मिलेंगे!

रिफ्रेंसेज References (With Due Respect)

1. https://www.oracle.com/in/internet-of-things/what-is-iot
2. https://cdn.ttgtmedia.com/rms/onlineimages/iota-iot_system.png
3. https://www.iotforall.com/state-of-iot-2022
4. https://www.iotforall.com/state-of-iot-2022
5. https://www.amarujala.com/photo-gallery/technology/tech-diary/iot-what-is-internet-of-things-how-it-will-change-our-future-in-hindi?pageId=2
6. https://www.hamarasupport.com/iot-kya-hai-hindi/
7. https://www.linkedin.com/pulse/reverse-marketing-customer-attraction-strategy-vijayalakshmi-pv
8. https://www.laserfiche.com/ecmblog/what-is-business-process-automation-bpa/
9. https://www.redhat.com/en/topics/automation/what-is-business-process-automation
10. https://www.techtarget.com/searchcio/definition/business-process-automation
11. https://kissflow.com/workflow/bpm/business-process-automation/bpa-overview/
12. https://www.stampli.com/blog/ap-automation/business-processes-automation/
13. https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing#:~:text=Digital%20marketing%20can%20be%20broadly,Marketing%20Analytics%20and%20Affiliate%20Marketing%20.
14. https://www.youtube.com/
15. https://fliki.ai/blog/new-youtube-monetization-requirements
16. http://sendpulse.com/support/glossary/youtube-marketing
17. https://sproutsocial.com/insights/youtube-marketing/
18. https://www.hubspot.com/youtube-marketing
19. https://brand24.com/blog/youtube-marketing-strategy/
20. https://www.displayattractions.com/2022/08/youtube-marketing-kaise-karte-hain.html
21. https://www.simplilearn.com/types-of-digital-marketing-article
22. https://rockcontent.com/blog/types-of-digital-marketing/
23. https://99designs.com/blog/marketing-advertising/types-digital-marketing/
24. https://www.mygreatlearning.com/blog/types-of-digital-marketing-explained/
25. https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/
26. https://mailchimp.com/marketing-glossary/content-marketing/
27. https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing
28. https://rockcontent.com/blog/types-of-content-marketing/
29. https://www.techsoup.org/support
30. https://rockcontent.com/blog/types-of-content-marketing/
31. https://www.labnol.org/about/
32. https://hindime.net/professional-blogging-kya-hai/#:~:text=Blogging%20%E0%A4%95%E0%A4%BE%20%E0%A4%AE%E0%A4%A4%E0%A4%B2%E0%A4%AC%20%E0%A4%B9%E0%A5%8B%E0%A4%A4%E0%A4%BE%20%E0%A4%B9%E0%A5%88,%E0%A4%87%E0%A4%B8%E0%A5%87%20Blogging%20%E0%A4%95%E0%A4%B9%E0%A4%BE%20%E0%A4%9C%E0%A4%BE%E0%A4%A4%E0%A4%BE%20%E0%A4%B9%E0%A5%88.
33. https://bloggingcourseinhindi.com/blog-meaning-in-hindi/
34. https://bloggerspassion.com/best-indian-blogs-to-read/
35. https://coschedule.com/blog/content-marketing-checklist#project-management
36. https://neilpatel.com/blog/a-17-point-content-marketing-checklist-proven-to-boost-your-engagement
37. https://storychief.io/content-marketing-strategy-checklist

38. https://radvinemarketing.com/importance-of-customer-testimonials/
39. https://www.copypress.com/blog/importance-using-testimonials
40. https://www.copypress.com/blog/importance-using-testimonials
41. https://www.wyzowl.com/power-of-testimonials/
42. https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/sales-pitch-sales-how-to-effectively-use-testimonials/83752
43. https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-is-seo
44. https://www.zoho.com/social/journal/introduction-youtube-marketing.html
45. https://www.seoclarity.net/resources/knowledgebase/what-are-backlinks-and-how-do-they-work
46. https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/youtube-shopping-decision-statistics/
47. https://digitalscholar.in/instagram-marketing-case-studies-in-india/#top-10-instagram-marketing-case-studies-in-india
48. https://engaiodigital.com/influencer-marketing/
49. https://digest.myhq.in/social-media-influencer-job/
50. https://www.mageplaza.com/blog/influencer-marketing.html
51. https://www.unboxsocial.com/blog/brand-must-work-with-influencers/
52. https://www.makeuseof.com/why-memes-are-so-popular/
53. https://www.britannica.com/topic/meme
54. https://copyblogger.com/content-marketing
55. https://neilpatel.com/blog/guide-to-content-marketing/
56. https://www.searchenginejournal.com/content-marketing/
57. https://www.semrush.com/blog/content-marketing-strategy-guide/
58. https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing#:~:text=Content%20marketing%20is%20the%20process,sales%2C%20engagement%2C%20and%20loyalty.
59. https://www.scripted.com/email-marketing/12-benefits-of-email-newsletters
60. https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/ab-test-email-marketing-campaigns/
61. https://monetizepros.com/encyclopedia/dedicated-email/
62. https://influencermarketinghub.com/glossary/email-sponsorship/
63. https://www.ovrdrv.com/dag/other-media/dedicated-emails/
64. https://www.paved.com/blog/email-marketing-vs-newsletter-advertising/
65. https://mailchimp.com/marketing-glossary/email-marketing/
66. https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-is-an-email-newsletter/#:~:text=They%20are%20an%20invaluable%20tool,into%20your%20own%20marketing%20strategy.
67. https://www.scripted.com/email-marketing/12-benefits-of-email-newsletters
68. https://www.searchenginejournal.com/tools-tactics-content-strategies-semrush-spcs/468344/
69. ******https://www.searchenginejournal.com/digital-marketing-strategy-insights-callrail-spcs/468938/********
70. https://www.semrush.com/blog/content-marketing-strategy-guide/
71. https://marketinginsidergroup.com/content-marketing/how-to-use-events-in-your-content-marketing/
72. https://www.singlegrain.com/blog-posts/content-marketing/7-types-of-interactive-content-why-and-how-to-use-them/
73. https://coschedule.com/blog/interactive-content
74. https://outgrow.co/blog/interactive-content-marketing-events
75. https://thatwhitepaperguy.com/how-to-plan-a-problemsolution-white-paper/
76. https://www.goodreads.com/quotes/tag/learning-from-mistakes

77. https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/03/14/how-white-papers-can-help-your-content-marketing-strategy/?sh=15ee909e6a20
78. https://www.foleon.com/topics/how-to-write-and-format-a-white-paper
79. https://www.techopedia.com/definition/5579/white-paper
80. https://libguides.uml.edu/c.php?g=750955&p=5434210
81. https://patentbusinesslawyer.com/technical-whitepaper-writing-strategy/#Technical_White_Paper_Contents
82. https://www.pluralsight.com/resource-center/guides
83. https://sdtimes.com/wp-content/uploads/2014/11/HowToWriteAGoodWhitePaper.pdf
84. https://books.google.co.in/books?id=u6AzDwAAQBAJ&lpg=PT117&ots=IK5diNOVH_&dq=what+kind+of+citations+belong+in+white+papers&pg=PT117&redir_esc=y&hl=en#v=onepage&q=what%20kind%20of%20citations%20belong%20in%20white%20papers&f=false
85. https://writingmachine.com/dialogue/six-types-white-paper/
86. https://www.rebelieve.nl/whitepaper-benefits/
87. https://www.rebelieve.nl/whitepaper-benefits/
88. https://techjury.net/blog/time-spent-on-social-media/#gref
89. https://www.google.com/search?q=today+social+media+users+statistics+2022&oq
90. https://sproutsocial.com/insights/social-media-content-creator/
91. https://iimskills.com/top-10-roles-of-social-media-in-marketing/
92. https://contentmarketinginstitute.com/articles/experts-social-media-content-marketing
93. https://event.on24.com/wcc/r/3733064/97C58E8426D5572821FEBA5327B6B9A0?partnerref=CMIREC
94. https://education.hootsuite.com/pages/importance-of-a-social-media-content-strategy
95. https://www.postbeyond.com/blog/social-media-marketing-importance/#:~:text=Social%20media%20allows%20marketers%20to,marketers%20can%20engage%20their%20audience.
96. https://www.business2community.com/content-marketing-tips/the-3-cs-of-content-marketing-strategy-that-brings-us-leads-02321588https://study.com/academy/lesson/three-cs-of-media-convergence-content-corporations-computers.html
97. https://tw.linkedin.com/in/jonathanaufray
98. https://iide.co/blog/career-in-social-media-marketing/
99. https://positivepsychology.com/abraham-maslow/
100. https://www.seozoom.co.uk/maslows-pyramid-and-seo-the-theory-of-needs-applied-to-site-conten
101. https://www.oberlo.in/blog/google-search-statistics#:~:text=The%20latest%20data%20shows%20that,Internet%20Live%20Stats%2C%202022).
102. https://fitsmallbusiness.com/google-search-statistics/
103. https://www.w3schools.com/css/css_rwd_viewport.asp
104. https://moz.com/learn/seo/meta-description
105. https://searchengineland.com/google-how-to-improve-meta-descriptions-387691#:~:text=Google%20advises%20avoiding%20these%20four,Find%20out%20what%20happened%20today.%E2%80%9D
106. https://seosly.com/blog/are-meta-keywords-bad-for-seo/
107. https://seo-hacker.com/keyword-geotagging-seo/
108. https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/googlebot
109. https://www.javatpoint.com/what-is-meta-data
110. https://www.ala.org/support/drupal/metadata#:~:text=What%20is%20Metadata%3F,information%20from%20defined%20metadata%20fields.
111. https://testbook.com/objective-questions/hn/mcq-on-ques--5eea6a0d39140f30f369e32d

112. https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?visit_id=638060560223253041-572717315&rd=1
113. https://ads.google.com/home/resources/seo-vs-ppc/#:~:text=SEO%2C%20or%20search%20engine%20optimization,more%20often%20in%20relevant%20searches.
114. https://www.seozoom.co.uk/on-page-seo-what-is-it-and-how-to-optimize-this-aspect/
115. https://webinhindi.com/seo-kya-hai/
116. https://www.digitalswati.com/how-search-engine-works-hindi/
117. https://www.oberlo.in/blog/google-search-statistics#:~:text=The%20latest%20data%20shows%20that,Internet%20Live%20Stats%2C%202022).
118. https://www.similarweb.com/top-websites/
119. https://www.digitalswati.com/seo-kya-hota-hai-meaning-hindi-urdu/
120. https://miliamarketing.com/understanding-the-4-types-of-seo-and-how-best-to-implement-each-one/
121. https://www.opendatasoft.com/en/blog/what-is-metadata-and-why-is-it-important-data
122. https://www.searchenginejournal.com/seo-guide/
123. https://ads.google.com/home/resources/seo-vs-ppc/#:~:text=SEO%2C%20or%20search%20engine%20optimization,more%20often%20in%20relevant%20searches.
124. https://yoast.com/what-does-google-do/
125. https://www.wordstream.com/google-seo-guide
126. https://www.coursera.org/articles/seo-marketing?adgroupid=&adpostion=&campaignid=19009590676&creativeid=&device=c&devicemodel=&gclid=CjwKCAiAhKycBhAQEiwAgf19eheBZWlyR-dydjDa7jwxOLsq3khmU74gpkR43EXM6Im16mZ8zmPSARoCWwcQAvD_BwE&hide_mobile_promo&keyword=&matchtype=&network=x&utm_campaign=B2C_INDIA_google-it-support_FTCOF_professional-certificates_arte-non-NRL_within_14D&utm_content=B2C&utm_medium=sem&utm_source=gg
127. https://www.w3schools.com/css/css_rwd_viewport.asp
128. https://ahrefs.com/blog/seo-meta-tags/
129. https://miliamarketing.com/understanding-the-4-types-of-seo-and-how-best-to-implement-each-one/
130. https://www.opendatasoft.com/en/blog/what-is-metadata-and-why-is-it-important-data
131. https://www.ala.org/support/drupal/metadata#:~:text=What%20is%20Metadata%3F,information%20from%20defined%20metadata%20fields.
132. https://moz.com/blog/the-ultimate-guide-to-seo-meta-tags
133. https://moz.com/learn/seo/meta-description
134. https://www.searchenginejournal.com/seo-guide/
135. https://ads.google.com/home/resources/seo-vs-ppc/#:~:text=SEO%2C%20or%20search%20engine%20optimization,more%20often%20in%20relevant%20searches.
136. https://yoast.com/what-does-google-do/
137. https://www.wordstream.com/google-seo-guide
138. https://www.coursera.org/articles/seo-marketing?
139. https://neilpatel.com/blog/everything-you-need-to-know-about-off-page-seo/
140. https://www.simplilearn.com/main-types-of-seo-techniques-in-digital-marketing-article
141. https://locobuzz.com/blogs/best-brand-mention-tools/
142. https://www.convosight.com/brands/?utm_source=Blogs&utm_medium=Brand+popup+on+blog#reach-out-form/
143. https://sproutsocial.com/insights/brand-monitoring/
144. https://www.mentionlytics.com/blog/brand-monitoring-complete-guide/

145. https://brandmentions.com/blog/brand-monitoring/
146. https://www.campaignmonitor.com/resources/glossary/brand-mention/
147. https://referralrock.com/blog/brand-mention-tools/
148. https://backlinko.com/off-page-seo-guide
149. https://www.kingofdigitalmarketing.com/blog/off-page-seo-latest-techniques-2016-17.html
150. https://www.stanventures.com/blog/off-page-seo-techniques/
151. https://optinmonster.com/off-page-seo/
152. https://neilpatel.com/blog/everything-you-need-to-know-about-off-page-seo/
153. https://www.semrush.com/blog/off-page-seo/
154. https://miliamarketing.com/understanding-the-4-types-of-seo-and-how-best-to-implement-each-one/
155. https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?visit_id=638060560223253041-572717315&rd=1
156. https://www.indeed.com/career-advice/career-development/white-hat-seo
157. https://www.weidert.com/blog/white-hat-seo-black-hat-seo
158. https://www.searchenginejournal.com/7-white-hat-seo-techniques-to-double-traffic/182243/
159. https://www.simplilearn.com/main-types-of-seo-techniques-in-digital-marketing-article
160. https://backlinko.com/white-hat-seo
161. https://www.geeksforgeeks.org/difference-between-black-hat-seo-and-white-hat-seo/
162. https://www.indeed.com/career-advice/career-development/white-hat-seo
163. https://www.searchenginejournal.com/7-white-hat-seo-techniques-to-double-traffic/182243/
164. https://en.ryte.com/wiki/White_Hat_SEO
165. https://www.udemy.com/course/learn-local-seo-make-your-site-rank-higher/?
166. https://www.blackboxecom.com/data/documents/09%20-%20Black%20and%20white%20hat%20SEO.pdf
167. https://www.researchgate.net/publication/220662849_Search_Engine_Optimization_-_Black_and_White_Hat_Approaches
168. https://www.scribd.com/document/469412421/White-Hat-SEO-Techniques-eBook-pdf#
169. https://core.ac.uk/download/pdf/38124728.pdf
170. https://serpstat.com/blog/white-hat-seo-tips/
171. https://loganix.com/white-hat-seo/
172. https://www.searchenginejournal.com/seo-guide/
173. https://www.wordstream.com/white-hat-seo
174. https://www.searchenginejournal.com/7-white-hat-seo-techniques-to-double-traffic/182243/#close
175. https://en.ryte.com/wiki/White_Hat_SEO
176. https://www.blackboxecom.com/data/documents/09%20%20Black%20and%20white%20hat%20SEO.pdf
177. https://core.ac.uk/download/pdf/38124728.pdf
178. https://moz.com/beginners-guide-to-seo/how-search-engines-operate
179. https://www.lumar.io/learn/seo/search-engines/how-do-search-engines-work/
180. https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/what-search-engine-and-how-do-they-work
181. https://moz.com/beginners-guide-to-seo/how-search-engines-operate
182. https://moz.com/beginners-guide-to-seo/how-search-engines-operate
183. https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/how-search-works
184. https://www.geeksforgeeks.org/search-engines-work/
185. https://www.seerinteractive.com/insights/how-do-search-engines-work
186. https://mangools.com/blog/search-engines/
187. https://www.geeksforgeeks.org/what-is-metasearch-engine/
188. https://www.hinditechreview.com/spam-means-in-hindi/

189. https://www.malwarebytes.com/spam
190. https://www.youngurbanproject.com/traditional-marketing-vs-digital-marketing/
191. https://www.oracle.com/in/cx/marketing/digital-marketing/#:~:text=Digital%20marketing%20vs.-,digital%20media,Emails
192. https://fjurigroup.com/build-a-modern-marketing-organization/
193. https://www.bloglovin.com/@yash664
194. https://paramdigitalmarketing.com/param-digital-marketing-blog/
195. https://www.linkedin.com/pulse/importance-digital-marketing-todays-world-2023s-premedia-solutions/
196. https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp
197. https://indiraiimp.edu.in/blog/What-is-the-Digital-Marketing-Scope-in-India-and-globally?
198. https://bpasjournals.com/library-science/index.php/journal/article/download/2278/1484/3353
199. https://worldresearchersassociations.com/mngmntspecialissue/15.pdf
200. https://www.famekeeda.com/blogs/what-is-meme-marketing/
201. https://www.monolithimc.com/the-rise-of-viral-content-how-memes-and-micro-content-are-redefining-entertainment/
202. https://www.engati.com/blog/marketing-memes
203. https://www.americansforthearts.org/by-topic/arts-marketing
204. https://www.monolithimc.com/the-rise-of-viral-content-how-memes-and-micro-content-are-redefining-entertainment/
205. https://business.adobe.com/blog/basics/digital-marketing
206. tps://www.amarujala.com/education/career-plus
207. https://hindime.net/social-media-marketing-kya-hai-hindi/#google_vignette
208. https://leverageedu.com/blog/hi/social-media-marketing-in-hindi/
209. https://www.rinteractives.com/growth-marketing/social-media-marketing-in-hindi/
210. https://digitalazadi.com/niche-kya-hai/
211. https://webandcrafts.com/blog/social-media-advantages-and-disadvantages
212. https://brand24.com/blog/youtube-marketing-strategy/
213. https://www.hubspot.com/youtube-marketing
214. https://sproutsocial.com/insights/youtube-marketing/
215. https://sendpulse.com/support/glossary/youtube-marketing
216. https://www.zoho.com/social/journal/introduction-youtube-marketing.html
217. https://fliki.ai/blog/new-youtube-monetization-requirements
218. https://www.displayattractions.com/2022/08/youtube-marketing-kaise-karte-hain.html
219. https://visme.co/blog/hi/youtube-seo-kaise-kare/
220. https://visme.co/blog/hi/youtube-seo-kaise-kare/
221. https://sproutsocial.com/insights/youtube-tools/
222. https://www.braze.com/resources/articles/whatsapp-marketing
223. https://brand24.com/blog/youtube-marketing-strategy/
224. https://www.cooby.co/en/post/whatsapp-marketing-statistics
225. https://m.aisensy.com/blog/whatsapp-statistics-for-businesses/
226. https://www.markopolo.ai/post/top-10-whatsapp-marketing-tools-in-2025
227. https://www.socialchamp.io/blog/whatsapp-marketing/
228. https://www.statista.com/topics/2018/whatsapp/#topicOverview as on date-21/04/2025
229. https://business.whatsapp.com/products/business-app-get-started
230. https://www.upwork.com/resources/freelance-digital-marketing-career-guide
231. https://www.upwork.com/resources/target-audience
232. https://www.upwork.com/resources/seo-tips-for-small-business
233. https://www.upwork.com/resources/best-seo-tools
234. https://www.clickboxagency.com/blog/digital-marketing-strategy-for-small-business/

235. https://www.relearndigital.com.au/how-to-create-a-digital-marketing-strategy-small-business/
236. https://succeedingsmall.co/digital-marketing-for-small-businesses/
237. https://www.seo.com/hi/blog/marketing-strategies-for-small-business/
238. https://www.instamojo.com/blog/marketing-strategies-for-small-business-in-india/
239. https://digital.implevista.com/digital-marketing-strategy/
240. https://www.businesstoday.in/opinion/columns/story/covid-19-coronavirus-lockdown-how-india-can-get-back-to-work-indian-economy-gdp-256528-2020-04-26
241. https://home.treasury.gov/news/featured-stories/small-business-and-entrepreneurship-in-the-post-covid-expansion
242. https://www.lendingkart.com/blog/business-ideas-after-lock-down/
243. https://www.paisabazaar.com/business-loan/business-ideas-after-lockdown-in-india/
244. https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/agyeya/msmes-in-india-post-covid-scenario/
245. https://yourstory.com/2020/07/covid-19-outbreak-challenges-opportunities-indian-startups
246. https://www.brightbraintech.com/blog/best-digital-promotion-strategies-for-festive-season/
247. https://markzmania.com/how-to-create-social-media-marketing-strategy/
248. https://www.ikf.co.in/blog/festive-digital-marketing/
249. https://spintadigital.com/blog/great-indian-festive-marketing-diwali-edition/
250. https://florafountain.com/the-importance-of-social-media-marketing-during-festivals-in-india/
251. https://www.rgmarketingservices.com/post/maximizing-your-digital-marketing-strategy-during-india-s-festive-season?srsltid=AfmBOopuPKZOm4Jxi3Hv5Aq7ezdbRN36CE-M-EKmpfQRfPPRwK2RFzNL
252. https://brandequity.economictimes.indiatimes.com/news/marketing/how-indias-festivals-create-unique-marketing-opportunities-for-brands/117616341
253. https://www.photopea.com/learn/
254. https://www.photopea.com/tuts/
255. https://www.digital-coach.com/articles/case-studies/how-to-use-hootsuite/
256. https://www.wikihow.tech/Use-Hootsuite
257. https://www.semrush.com/academy/courses/keyword-research-with-semrush-step-by-step-guide/
258. https://www.99signals.com/semrush-tutorial/
259. https://backlinko.com/hub/seo/semrush
260. https://techshole.com/semrush-review-in-hindi/
261. https://weignitegrowth.com/semrush-tutorial-guide-seo/
262. https://sambasci.com/semrush-guide-how-to-use-semrush-to-improve-your-seo-strategy/
263. https://userp.io/seo/ahrefs-seo-tools-for-beginners/
264. https://biziq.com/blog/ahrefs-beginners-guide-to-seo-how-to-get-started/
265. https://ahrefs.com/blog/ahrefs-tutorial/
266. https://x.com/ahrefs/status/1096831784577388544
267. https://sirlinksalot.co/how-to-use-ahrefs-tutorial/
268. https://www.abplive.com/education/how-to-make-career-in-digital-marketing-step-by-step-guide-digital-marketing-course-2459429