

## INDEX

- 1- परिचय.....4-5
- 2- डिजिटल मार्केटिंग की परिभाषा.....5-6
- 3- डिजिटल मार्केटिंग क्या है ?.....6-9
- 4- डिजिटल मार्केटिंग का विकास.....9-10
- 5- भारत में डिजिटल मार्केटिंग का दायरा.....10
- 6- भारत में डिजिटल मार्केटिंग की ताकत .....11
- 7- भारत में डिजिटल मार्केटिंग की कमजोरी .....11-12
- 8- भारत में डिजिटल मार्केटिंग का अवसर.....12
- 9- भारत में डिजिटल मार्केटिंग का खतरा.....12-13
- 10- भारत में डिजिटल मार्केटिंग का महत्व.....13-15
- 11-भारत में डिजिटल मार्केटिंग की चुनौतिया.....15-18
- 11- सुझाव .....18
- 12- समाप्ति.....19

# भारत में डिजिटल मार्केटिंग

## • परिचय

पिछले दो दशकों में, डिजिटल मार्केटिंग ने हमारे मार्केटिंग उद्योग का चेहरा बदल दिया है। प्रौद्योगिकी का उपयोग ब्रांडों और विज्ञापन की दुनिया के लिए सबसे प्रमुख, आसान और कुशल तरीका है। ई-मार्केटिंग एक आवश्यकता बन गई है; इसके बिना कोई अपनी ब्रांड वैल्यू नहीं बढ़ा सकता। आजकल, इंटरनेट ने व्यवसायों के लिए अवसरों की अधिकता खोल दी है। सोशल मीडिया का उपयोग करके, आप न केवल तस्वीरें साझा करते हैं बल्कि अपने व्यवसाय के लिए ग्राहकों और निवेशकों को भी आकर्षित करते हैं बल्कि उन तक आसानी से पहुंचते भी हैं। जिस गति और आसानी से डिजिटल मीडिया सूचना प्रसारित करता है वह आपको व्यवसाय को बढ़ावा देने में मदद करता है, यह प्रशंसनीय है।

डिजिटल मार्केटिंग अब चर्चा का विषय बन गया है। यह एक विपणन है जिसका उपयोग बड़े पैमाने पर उत्पादों या सेवाओं को बढ़ावा देने और डिजिटल चैनलों का उपयोग करके उपभोक्ताओं तक पहुंचने के लिए किया जा रहा है। इसमें प्रदर्शन विज्ञापन, खोज इंजन विपणन, सोशल मीडिया मार्केटिंग, मोबाइल फोन और डिजिटल मीडिया के कई अन्य रूप शामिल हैं। जिस तरह से डिजिटल मार्केटिंग की पेशकश प्रगतिशील हो रही है, उनके प्रयासों का प्रभाव भारत के पारंपरिक खुदरा प्रारूपों पर अधिक महसूस किया जा रहा है। व्यापार का एक महत्वपूर्ण क्षेत्र स्थानीय बनिया या माँ-और-पाँप स्टोरों द्वारा कब्जा कर लिया गया है, खुदरा क्षेत्र मंथन का एक अच्छा सौदा अनुभव कर रहा है क्योंकि भौतिक भारत खुदरा विक्रेता अपने ऑनलाइन प्रतिस्पर्धियों के साथ रहने के लिए नए और विस्तृत उपाय करते हैं। यह पेपर सामान्य खुदरा और डिजिटल बिक्री की स्थिति का विश्लेषण करता है, खतरे की डिग्री निर्धारित करता है कि ई-स्टोर प्राचीन खुदरा प्रतिष्ठानों के लिए प्रस्तुत कर रहे हैं और उत्तरार्द्ध अपने व्यापार मॉडल और बेसलाइन पर डिजिटल बिक्री के अनुकूल होने के लिए तैयार होने जा रहा है या नहीं।

डिजिटल मार्केटिंग का युग हितधारकों के साथ जुड़ने के लिए व्यक्तिगत कंप्यूटर, स्मार्टफोन, टैबलेट, सेल फोन जैसे इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों का उपयोग करता है। विकसित देशों के पास डॉट कॉम बूम से पहले ही बढ़त थी। यह प्रवृत्ति दुनिया भर में देखी गई, जहां अधिकांश ऑनलाइन बिक्री यात्रा उद्योग द्वारा की गई थी। सूचना प्रौद्योगिकी के समावेश ने विभिन्न क्षेत्रों और क्षेत्रों को बेहतर व्यवस्था और प्रदर्शन में सक्षम बनाया है। यह प्रवृत्ति दुनिया भर में निर्धारित की गई थी, जहां ऑनलाइन लेनदेन का बड़ा हिस्सा मुख्य रूप से यात्रा व्यवसाय द्वारा जिम्मेदार था। प्रौद्योगिकी के समावेश ने उच्च व्यवस्था और प्रदर्शन के विभिन्न क्षेत्रों और क्षेत्रों को सक्षम किया है।

युवा पीढ़ी में इंटरनेट-प्रेमी शामिल हैं और फैशन, भोजन और वैकल्पिक जीवन-शैली के चयन में पश्चिमी प्रभावों से प्रेरित डिजिटल बिक्री की सबसे महत्वपूर्ण ड्राइविंग बलों में से एक है। वार्ट-मार्ट, सेन्सबरी, मेट्रो एजी, आदि जैसे अंतरराष्ट्रीय स्तर के बड़े और सफल खुदरा विक्रेताओं ने खुदरा परिचालन को अधिक प्रौद्योगिकी और सूचना उन्मुख बनाने की दिशा में अपने कारोबार का एक अच्छा हिस्सा साबित किया है। भारत में अधिकांश संगठित खुदरा व्यापार प्रदंडों की उत्साहजनक प्रतिक्रिया दिखाई दे रही है। भारत में संगठित विपणन ने इस तथ्य को भी स्वीकार किया है कि यदि उन्हें प्रतिस्पर्धी बाजारों में जीवित रहने, बढ़ने और अक्षमता बनाए रखने की आवश्यकता है, तो उन्हें हार्डवेयर और नवीन प्रौद्योगिकी को एकीकृत करने की आवश्यकता है क्योंकि यह बढ़े हुए मुनाफे को सुनिश्चित करने के लिए उच्च परिचालन क्षमता के लिए विपणन में अनिवार्यता बन गई है। नई पीढ़ी ज्यादातर डिजिटल बिक्री को बढ़ावा देने में योगदान दे रही है, मुख्य रूप से सहकर्मी दबाव, बढ़ती आकांक्षाएं, बढ़ते करियर और निश्चित रूप से, हर फैशन और डिजिटल डिवाइस में नवीनतम रुझानों के साथ गति करने के लिए।

## ➤ डिजिटल मार्केटिंग की परिभाषा

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के एक या अधिक रूपों के माध्यम से उत्पादों या सेवाओं का प्रचार। उदाहरण के लिए, विज्ञापन माध्यमों का उपयोग किसी व्यवसाय की डिजिटल मार्केटिंग रणनीति के हिस्से के रूप में किया जा सकता है, जिसमें इंटरनेट, सोशल

मीडिया, मोबाइल फोन और इलेक्ट्रॉनिक बिलबोर्ड के साथ-साथ डिजिटल और टेलीविजन और रेडियो चैनलों के माध्यम से किए गए प्रचार प्रयास शामिल हो सकते हैं

## ➤ डिजिटल मार्केटिंग क्या है?

डिजिटल मार्केटिंग में इंटरनेट का उपयोग करने वाले सभी मार्केटिंग प्रयास शामिल हैं। व्यवसाय मौजूदा और संभावित ग्राहकों से जुड़ने के लिए खोज इंजन, सोशल मीडिया, ईमेल और अन्य वेबसाइटों जैसे डिजिटल चैनलों का लाभ उठाते हैं। डिजिटल मार्केटिंग सोशल मीडिया मार्केटिंग, सर्च मार्केटिंग और ईमेल मार्केटिंग जैसी ऑनलाइन मार्केटिंग योजनाओं का लाभ उठाकर उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने और बेचने का कार्य है। यह बजट पर विभिन्न प्रकार की मार्केटिंग रणनीति के साथ रचनात्मक और प्रयोगात्मक होने के लिए कई विकल्प और रणनीतियां प्रदान करता है। डिजिटल मार्केटिंग के साथ, आप अपने अभियानों की सफलता और निवेश पर वापसी की निगरानी के लिए एनालिटिक्स डैशबोर्ड जैसे टूल का भी उपयोग कर सकते हैं, जितना कि आप पारंपरिक प्रचार सामग्री, जैसे बिलबोर्ड या प्रिंट विज्ञापन के साथ कर सकते हैं। कोई भी व्यवसाय कई डिजिटल रणनीति और ग्राहकों से जुड़ने के विभिन्न तरीकों के उपयोग से डिजिटल मार्केटिंग को परिभाषित कर सकता है जहां वे अपना अधिकांश समय ऑनलाइन बिताते हैं। डिजिटल विज्ञापन, ईमेल मार्केटिंग, ई-ब्रोशर आदि सभी डिजिटल मार्केटिंग की श्रेणी में आते हैं। सबसे अच्छे डिजिटल विपणक वे हैं जिनके पास स्पष्ट और सटीक तस्वीर है कि कैसे प्रत्येक डिजिटल मार्केटिंग अभियान उनके अतिरिक्त लक्ष्यों का समर्थन करता है और अपनी पसंद बनाता है चाहे वह मुफ्त हो या उनके पक्ष में भुगतान किया गया हो। डिजिटल मार्केटिंग के विभिन्न चैनल हैं जिन्हें ऑनलाइन मार्केटिंग चैनलों और ऑफलाइन मार्केटिंग चैनलों में विभाजित किया जा सकता है जैसे:

- **खोज इंजन अनुकूलन (एसईओ)** - यह आपकी वेबसाइट को खोज इंजन परिणाम पृष्ठों में शीर्ष पर "रैंक" करने के लिए अनुकूलित करने की

विधि है, जिससे आपकी वेबसाइट को प्राप्त होने वाले कार्बनिक (या मुफ्त) ट्रैफ़िक की मात्रा बढ़ जाती है। SEO से लाभान्वित होने वाले चैनलों में वेबसाइट, ब्लॉग और इन्फो-ग्राफ़िक्स शामिल हैं। आपकी वेबसाइट पर योग्य ट्रैफ़िक उत्पन्न करने के लिए SEO तक पहुंचने के कई तरीके हैं:

- **पृष्ठ एसईओ पर:** यह उन सभी सामग्री पर केंद्रित है जो किसी वेबसाइट को देखते समय "पृष्ठ पर" मौजूद हैं। वॉल्यूम और अर्थ बढ़ाने के लिए कीवर्ड को फिर से खोजकर, आप पाठकों के लिए सवालों के जवाब दे सकते हैं और सर्च इंजन पर उच्च रैंक कर सकते हैं।
- **ऑफ पेज एसईओ:** यह उन सभी सामग्रियों पर ध्यान केंद्रित करता है जो बैकलिंक्स की मदद से आपकी वेबसाइट को अनुकूलित करने के लिए "पृष्ठ से बाहर" मौजूद हैं।
- **तकनीकी एसईओ:** यह क्रॉलिंग और अनुक्रमण चरण के लिए आपकी वेबसाइट को अनुकूलित करने की प्रक्रिया को संदर्भित करता है। तकनीकी एसईओ के साथ, आप खोज इंजन को बिना किसी समस्या के अपनी वेबसाइट तक पहुंचने, क्रॉल करने, व्याख्या करने और अनुक्रमित करने में मदद कर सकते हैं।

## ● कंटेंट मार्केटिंग-

सामग्री विपणन से तात्पर्य जागरूकता पैदा करने, यातायात की वृद्धि, लीड जनरेशन और ग्राहकों के लिए सामग्री के निर्माण और प्रचार से है। आपकी सामग्री विपणन रणनीति में अपनी भूमिका निभाने वाले चैनल इस प्रकार हैं:

- **ब्लॉग पोस्ट:** कंपनी की वेबसाइट पर लेख लिखना और प्रकाशित करना आपको अपनी उद्योग विशेषज्ञता प्रदर्शित करने में मदद करता है और आपके व्यवसाय के लिए जैविक खोज ट्रैफ़िक उत्पन्न करता है। यह अंततः आपको वेबसाइट विज़िटर को अपनी बिक्री टीम के लिए लीड में बदलने के अधिक अवसर देता है।
- **ई-बुक और व्हाइटपेपर:** ई-बुक, व्हाइटपेपर और इसी तरह की लंबी-चौड़ी सामग्री वेबसाइट विज़िटर को शिक्षित करने में मदद करती है। यह आपको पाठक की संपर्क

जानकारी के लिए सामग्री का आदान-प्रदान करने, आपकी कंपनी के लिए लीड उत्पन्न करने और खरीदार की यात्रा के माध्यम से लोगों को स्थानांतरित करने की अनुमति देता है।

● **इन्फो-ग्राफिक्स:** कभी-कभी, पाठक चाहते हैं कि आप प्रदर्शन करें, बताएं। इन्फो-ग्राफिक्स दृश्य सामग्री का एक रूप है जो वेबसाइट आगंतुकों को एक अवधारणा की कल्पना करने में मदद करता है जिसे आप उन्हें सीखने में मदद करना चाहते हैं।

## ● सामाजिक मीडिया विपणन

यह अभ्यास उत्पाद बाजार को बढ़ाने और आपके व्यवसाय के लिए लीड उत्पन्न करने के लिए सोशल मीडिया चैनलों पर आपके उत्पाद और सामग्री को प्रोत्साहित करता है। सोशल मीडिया मार्केटिंग में आपके द्वारा उपयोग किए जा सकने वाले कुछ चैनलों में शामिल हैं:

- फेसबुक
- ट्विटर
- लिंकडइन
- इंस्टाग्राम
- स्नैपचैट
- व्हाट्सअप

यदि आप सोशल प्लेटफॉर्म पर नए हैं, तो आप जैसे टूल का उपयोग कर सकते हैं HubSpot लिंकडइन और फेसबुक जैसे चैनलों को एक ही स्थान पर जोड़ने के लिए। इस तरह, आप आसानी से एक साथ कई चैनलों के लिए सामग्री शेड्यूल कर सकते हैं, और प्लेटफॉर्म से एनालिटिक्स की निगरानी भी कर सकते हैं। पोस्टिंग उद्देश्यों के लिए सामाजिक खातों

को जोड़ने पर, आप सोशल मीडिया के अपने इनबॉक्स को हबस्पॉट में भी एकीकृत कर सकते हैं, ताकि आप अपने प्रत्यक्ष संदेश एक ही स्थान पर प्राप्त कर सकें।

## • ईमेल विपणन

कम्पनिया अपने दर्शकों के साथ संवाद करने के तरीके के रूप में ईमेल मार्केटिंग का उपयोग करती हैं। ईमेल का उपयोग अक्सर सामग्री, छूट और घटनाओं को बढ़ावा देने के साथ-साथ लोगों को व्यवसाय की वेबसाइट की ओर निर्देशित करने के लिए किया जाता है। ईमेल मार्केटिंग अभियान में आपके द्वारा भेजे जा सकने वाले ईमेल के प्रकारों में शामिल हैं:

- ब्लॉग सदस्यता न्यूज़लेटर्स।
- उन वेबसाइट विज़िटर को फॉलो-अप ईमेल जिन्होंने पहले कुछ डाउनलोड किया था।
- ग्राहक स्वागत ईमेल करता है।
- वफादारी कार्यक्रम के सदस्यों के लिए छुट्टी पदोन्नति।
- ग्राहक पोषण के लिए टिप्स या इसी तरह की श्रृंखला ईमेल।

## ➤ -डिजिटल मार्केटिंग का विकास

डिजिटल मार्केटिंग शब्द का इस्तेमाल पहली बार 1990 के दशक में किया गया था। स्मिथ (2007) के अध्ययन के अनुसार जब 2001 में इंटरनेट बुलबुला फूटा, तो सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन के लिए बाजार में गूगल और याहू का दबदबा था। 2006 में इंटरनेट खोज यातायात में वृद्धि हुई; Google जैसी प्रमुख कंपनियों के लिए खोज इंजन अनुकूलन का उदय फैल गया। 2007 में, मोबाइल उपकरणों के उपयोग ने इस कदम पर इंटरनेट के उपयोग को काफी बढ़ा दिया, और दुनिया भर के लोग सोशल मीडिया के माध्यम से एक-दूसरे के साथ अधिक आसानी से जुड़ने लगे। 2010 के दशक में, डिजिटल मार्केटिंग आपके उपभोक्ता के साथ संबंध बनाने के एक प्रभावी तरीके के रूप में अधिक परिष्कृत हो गई जिसमें गहराई और प्रासंगिकता है।

विकसित दुनिया में, फर्मों ने डिजिटल मार्केटिंग के मूल्य को महसूस किया है। व्यक्तियों के अध्ययन के अनुसार, जीसर और वेटमैन (1998) ने कहा कि व्यवसायों के सफल होने के लिए, कंपनियों को ग्राहकों की जरूरतों को अधिक सटीक रूप से पूरा करने के लिए पारंपरिक प्रथाओं के साथ ऑनलाइन विलय करना होगा। कियानी (1998) के अध्ययन के आधार पर, जिसमें कहा गया है कि उन्नत प्रौद्योगिकियों की शुरुआत ने विपणक के लिए अपनी वेबसाइटों को बनाए रखने और अपने व्यावसायिक उद्देश्यों को पूरा करने के लिए अभिनव व्यावसायिक अवसर पैदा किए हैं।

**मिश्रा (2008) के अनुसार** डिजिटल मार्केटिंग अब केवल मीडिया मिश्रण में ऑनलाइन चैनल जोड़ने के बारे में नहीं है; यह विपणन के सभी पहलुओं में डिजिटल को एकीकृत करने के बारे में है। मुंशी (2012) के अध्ययन में कहा गया है कि नीरस विज्ञापन और विपणन तकनीकों ने डिजिटल मार्केटिंग का स्थान ले लिया है। इसके अलावा, यह इतना शक्तिशाली है कि यह अर्थव्यवस्था को पुनर्जीवित करने में मदद कर सकता है और सरकारों के लिए अधिक कुशल तरीके से कार्य करने के लिए जबरदस्त अवसर पैदा कर सकता है। झांग (2013) के अनुसार, डिजिटल मार्केटिंग के लिए एक उपकरण के रूप में ब्लॉग ने बिक्री राजस्व बढ़ाने के लिए सफलतापूर्वक प्रभाव डाला है, खासकर उन उत्पादों के लिए जहां ग्राहक समीक्षा पढ़ सकते हैं और व्यक्तिगत अनुभव के बारे में टिप्पणियां लिख सकते हैं। व्यवसायों के लिए, ऑनलाइन समीक्षाओं ने उनकी समग्र रणनीतिक विपणन रणनीति के हिस्से के रूप में वास्तव में अच्छी तरह से काम किया है।

### ➤ **भारत में डिजिटल मार्केटिंग का दायरा: -**

2013 के अंत तक केवल 16% लोग इंटरनेट का उपयोग कर रहे थे और इंटरनेट का उपयोग 15% बढ़ रहा है और 2014 में इसकी पहुंच 31% हो गई है और दिन-प्रतिदिन तेजी से बढ़ रही है। 40% से अधिक व्यवसाय डिजिटल मार्केटिंग पर निर्भर करता है। आने वाले वर्षों में जल्द ही इंटरनेट और स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं की वृद्धि के साथ, लगभग 90% व्यवसाय भारत में ऑनलाइन मार्केटिंग पर निर्भर होगा। यूएसए और यूके के बाद, भारत ई-कॉमर्स व्यवसायों में सबसे बड़े ऑनलाइन शॉपिंग सौदों से निपटता है।

## **14- डिजिटल मार्केटिंग: - SWOT परिप्रेक्ष्य**

डिजिटल मार्केटिंग का SWOT विश्लेषण संक्षेप में कहना है, SWOT विश्लेषण किसी भी विषय की ताकत, कमजोरी, अवसर और खतरे को सामने लाकर उसका गहन विश्लेषण है। यह उपयोगकर्ता को विषय के सभी पहलुओं को नकारात्मक और सकारात्मक दोनों तरह से समझने में मदद करता है। इस ब्लॉग के माध्यम से यह केवल पाठकों को अधिक स्पष्टता प्रदान करने का इरादा है कि दुनिया डिजिटल मार्केटिंग की ओर कैसे और क्यों बढ़ रही है।

### ➤ भारत में डिजिटल मार्केटिंग की ताकत: -

- सस्ती कीमत पर अधिक दर्शकों को लक्षित करना और उन तक पहुंचना आसान है।
- अभियानों को आसानी से अनुकूलित किया जा सकता है और हमारी व्यावसायिक आवश्यकताओं के अनुसार अधिक लक्षित बनाया जा सकता है।
- जैसा कि दुनिया इंटरनेट पर अधिक निर्भर है, यह व्यवसाय को बड़े पैमाने पर लोगों तक पहुंचने और उनसे जुड़ने में मदद करता है। विपणन के पारंपरिक तरीके की तुलना में बहुत पैसा बचाता है क्योंकि यह सस्ता और कुशल है।
- एक ब्रांड के रूप में पहचाना जाना बहुत आसान हो गया है।
- विकल्प एक या दो तक ही सीमित नहीं हैं, कई विकल्प हैं और लोग एक से दूसरे में स्विच करना चुन सकते हैं यदि योजना काम नहीं करती है और इसमें पैसे का बहुत नुकसान नहीं होता है।
- छोटे व्यवसाय को बढ़ावा देना आसान है क्योंकि यह लागत प्रभावी है।
- उद्यमियों को यह बहुत उपयोगी लगता है क्योंकि उन्हें इसके लिए बहुत बड़े बजट की आवश्यकता नहीं होती है और यह उन्हें डिजिटल दुनिया पर अपनी छाप छोड़ने के लिए बहुत बड़ा मंच प्रदान करता है।
- पारंपरिक तरीके के विपरीत डिजिटल मार्केटिंग अभियान करने के लिए आपको एक बड़ी टीम की आवश्यकता नहीं है जो बदले में पैसे, समय और श्रम की बचत करता है और आरओआई भी बढ़ाता है।

### ➤ भारत में डिजिटल मार्केटिंग की कमजोरी

- आबादी तक पहुंचने की चुनौती जो अभी भी इंटरनेट का उपयोग नहीं कर रही है।
- कई अलग-अलग मार्केटिंग विकल्पों की उपलब्धता के कारण भ्रम के कारण डिजिटल मार्केटिंग अभियानों की विफलता की उच्च संभावना।
- नए रुझानों और प्रौद्योगिकी के साथ तालमेल रखना।
- बदलते मानव व्यवहार और आवश्यकताओं की गहरी समझ की आवश्यकता।
- यदि आपका ब्रांड या उत्पाद उपयोगकर्ताओं की आवश्यकता को सही नहीं ठहरा रहा

है, तो सार्वजनिक रूप से खराब समीक्षा प्राप्त करने की संभावना बहुत अधिक है, जो बदले में प्रतिष्ठा को नुकसान पहुंचा सकती है।

- सोशल मीडिया या डिजिटल प्लेटफॉर्म पर खराब समीक्षाओं या शिकायतों का डैमेज कंट्रोल एक बहुत बड़ा काम है और इससे व्यवसायों को बंद भी किया जा सकता है।
- डेटा विश्लेषण अभी भी एक बहुत बड़ी चिंता है और बहुत कम लोग इसमें पेशेवर हैं क्योंकि बहुत से लोग यह समझने में सक्षम नहीं हैं कि डेटा वास्तव में क्या कहता है।

## ➤ भारत में डिजिटल मार्केटिंग का अवसर

- युवाओं के लिए अधिक से अधिक रोजगार क्योंकि यह क्षेत्र अभी बढ़ रहा है और पेशेवरों की संख्या कम है।
- अपने ब्रांड की पहुंच बढ़ाएं, इसलिए, प्रत्यक्ष लाभ की ओर अग्रसर हो।
- ऐसे कई तरीके हैं जिनके माध्यम से मालिक अपने प्राथमिक व्यवसाय के अलावा पैसा कमाते हैं, उदाहरण के लिए वेबसाइट पर विज्ञापनों के लिए जगह देना, ई-कॉमर्स में सहबद्ध विपणन आदि।
- यदि डिजिटल मार्केटिंग हर जगह पूर्ण तरीके से आती है, तो यह देश को डिजिटल बनने में मदद करेगी, जिसका अर्थ है कि हमारी आबादी का बड़ा हिस्सा एक ऐसा जीवन जीना शुरू कर देगा जो स्मार्ट और तेज होगा।
- यह हमारे भारत सरकार के संगठनों को डिजिटल बनने में मदद करेगा।
- रेलवे, नगर निगम आदि से सभी संचालन तेज और सुचारू हो जाएंगे।
- सरकारी संगठनों के मूल्यवान और गोपनीय डेटा का भंडारण आसान और सुरक्षित होगा।
- "डिजिटल इंडिया" बनाने का सपना साकार हो सकता है।

## ➤ भारत में डिजिटल मार्केटिंग का खतरा

- यदि यह पूरी तरह से काम नहीं करता है तो बैक फायर की संभावना अधिक होती है यानी यह ब्रांड नाम को नुकसान पहुंचा सकता है।
- विभिन्न विपणन क्षेत्रों के बदलते रुझानों और सामग्री के अनुकूलन के लिए खोज इंजन के कभी बदलते नियमों के कारण, निरंतर जागरूकता की आवश्यकता होती है, जो बहुत मुश्किल है।
- पूर्ण सुरक्षा के साथ डेटा का भंडारण अभी भी एक बड़ा प्रश्न चिह्न है।
- गलत तरीके से डेटा का विश्लेषण करने से हानिकारक परिणाम हो सकते हैं जो बहुत सारी कंपनियों में पाए जाते हैं।

- इस डिजिटल प्लेटफॉर्म के विकास के साथ, ग्राहक अपनी भावनाओं और विचारों के बारे में अधिक मुखर हो गए हैं, और इस प्लेटफॉर्म की उपलब्धता के साथ उनके पास किसी भी ब्रांड को नुकसान पहुंचाने के साथ-साथ वकालत करने की शक्ति है, जो विपणक के लिए एक उच्च जोखिम है।
- दिन-ब-दिन यह विपणन के सभी पारंपरिक तरीकों को निगल रहा है, जो अंततः टेलीविजन को पारंपरिक विपणन के एकमात्र स्रोत के रूप में छोड़ दिया जा सकता है।

## ➤ भारत भारत में डिजिटल मार्केटिंग का महत्व: -

भारत जून 2014 तक 1.2 बिलियन की आबादी के साथ दुनिया के सबसे अधिक आबादी वाले देशों में से एक है। भारत में इंटरनेट की पहुंच लगभग 20% है, जो अमेरिका की तुलना में कम है, जिसमें 80% तक इंटरनेट की पहुंच है और चीन में 50% तक है। लेकिन 20% of 1.2 बिलियन लोग इसे 25 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता बनाते हैं और दुनिया भर में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की रैंकिंग में वैश्विक रैंक 3 पर हैं। मैं ये आँकड़े आपको यह बताने के लिए दे रहा हूँ कि हमारे लक्षित दर्शक कितने बड़े हैं और ये संख्या केवल भारत में डिजिटल मार्केटिंग की अच्छी कंपनियों के लिए समय के साथ बढ़ रही है। मेरी आज की पोस्ट इस बात पर है कि भारत में डिजिटल मार्केटिंग क्यों महत्वपूर्ण है।

नीचे कुछ कारण दिए गए हैं कि किसी भी व्यवसाय के लिए अपने ब्रांड के लिए ऑनलाइन मार्केटिंग में निवेश करना बिल्कुल महत्वपूर्ण क्यों है।

- **प्रभावी लागत:** -डीएम (डिजिटल मार्केटिंग) विज्ञापन के सर्वोत्तम लागत प्रभावी तरीकों में से एक है क्योंकि ऑनलाइन मार्केटिंग में बिचौलियों की छोटी श्रृंखला के साथ-साथ शोरूम के भौतिक आउटलेट पर कम खर्च और ऑनलाइन उपस्थिति स्थापित करने में मार्केटिंग लेखों या सोशल मीडिया का उपयोग न्यूनतम है और आप किराये की संपत्ति और उसके रखरखाव की लागत नहीं है क्योंकि भौतिक रूप से स्टोर में प्रदर्शन के लिए थोक में स्टॉक खरीदने की कोई आवश्यकता नहीं है।

## ▪ सुविधाजनक:-

डिजिटल मार्केटिंग भौतिक स्टोर के खुलने और बंद होने के घंटों की चिंता किए बिना 24/7 सेवाएं प्रदान करने में सक्षम बनाता है। यह ग्राहकों के लिए भी सुविधाजनक है क्योंकि वे किसी भी समय और दुनिया भर में किसी भी स्थान से आपके ऑनलाइन स्टोर को ब्राउज़ कर सकते हैं और अपने सुविधाजनक समय पर अपने ऑर्डर दे सकते हैं।

- **वेबसाइट ट्रैफिक बढ़ाएं :-** मार्केटिंग रणनीति के रूप में लेखों या सोशल मीडिया का उपयोग किसी व्यावसायिक वेबसाइट पर ट्रैफिक बढ़ाने में मदद करेगा। साइट पर जितने अधिक लोग आते हैं, उतनी ही अधिक बिक्री के साथ बंद होने और उत्पादों में लोगों की अधिक रुचि पैदा करने की संभावना होती है।
- **वन-टू-वन मार्केटिंग:-** इंटरनेट मार्केटिंग दूरी की बाधाओं को दूर करता है डिजिटल मार्केटिंग द्वारा दूर किया जाता है क्योंकि आपवहां पर स्थानीय आउटलेट स्थापित किए बिना दुनिया के किसी भी हिस्से में सामान बेच सकते हैं, इस प्रकार लक्ष्य बाजार का दायरा बहुत व्यापक हो जाता है। हालांकि, अंतरराष्ट्रीय स्तर पर उत्पाद या सेवाओं को बेचने की डिजिटल मार्केटिंग इच्छा को स्थानीयकरण सेवाओं का उपयोग करना होगा ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि आपके उत्पाद स्थानीय बाजारों के लिए उपयुक्त हैं और स्थानीय व्यापार नियमों और विनियमों का पालन करते हैं। सेवाओं के स्थानीयकरण में अनुवाद और उत्पाद संशोधन शामिल हैं जो स्थानीय बाजार में अंतर को दर्शाते हैं।
- **साहचर्य में सुधार करता है:-** डिजिटल मार्केटिंग द्वारा ग्राहक प्रतिधारण स्तर बढ़ाने के लिए ग्राहकों के साथ संबंध बनाने के लिए बेहतर मंच प्रदान किया जाता है। उदाहरण के लिए, जब किसी ग्राहक ने कोई उत्पाद खरीदा है, तो लेनदेन की पुष्टि करने के लिए अनुवर्ती ई-मेल भेजकर संबंध शुरू करने का पहला कदम और फिर ग्राहक को धन्यवाद देना। आप संभावित ग्राहकों को मौजूदा उत्पाद के बारे में अपनी वेबसाइट पर उत्पाद समीक्षा देने के लिए भी आमंत्रित कर सकते हैं और इससे जुड़ाव की भावना पैदा करने में मदद मिलेगी।
- **निजीकरण:** -उनके क्रय इतिहास और वरीयताओं की एक प्रोफ़ाइल बनाकर, डिजिटल मार्केटिंग एकव्यवसाय को ग्राहकों के लिए ऑफ़र को निजीकृत करने में मदद करेगी। आप उत्पाद जानकारी और वेब पेजों को ट्रैक करके ऐसा कर सकते हैं जो उनकी रुचियों को दर्शाते हुए लक्षित प्रस्तावों की संभावना बनाने, यात्रा करने और बनाने में मदद करते हैं।

- **उपभोक्ताओं के लिए हमेशा के लिए उपलब्ध:** -डिजिटल मार्केटिंग तकनीकों का उपयोग करके व्यवसाय अपने उपभोक्ताओं को अपने इच्छित उत्पादों को खोजने के लिए 24 घंटे का आउटलेट दे सकते हैं; भौतिक दुकानों में खरीदारी केवल सामान्य कामकाजी घंटों में की जाती है जो ग्राहकों के काम के समय और जीवन शैली को प्रभावित करती है।

## ➤ डिजिटल मार्केटिंग की चुनौतियाँ: -

- **विपणन एकीकरण:** -कई चैनलों को बिक्री प्रयासों द्वारा नियोजित किया जाता है जो ऑनलाइन और ऑफलाइन होते हैं, जैसे ईमेलविज्ञापन, सोशल नेटवर्किंग, आउटबाउंड कॉल हैंडलिंग और इसी तरह। इनके सामने समस्या यह है कि उन्हें एक एकीकृत अभियान के हिस्से के रूप में एक ठोस और औसत दर्जे का लक्ष्य पूरा करना चाहिए, भले ही उन्हें अक्सर काम के विभिन्न हिस्सों के रूप में संभाला जाता है। इसलिए सभी विपणन प्रयासों का समन्वय करना प्राथमिकता होनी चाहिए। पारंपरिक अभियान के साथ-साथ, ई-मार्केटिंग किया जाना चाहिए और व्यवसाय योजना के अंत में इससे निपटना नहीं चाहिए।
- **सुरक्षा और गोपनीयता:** -अधिकांश लोग वेब कंपनियों पर पूरी तरह से भरोसा नहीं करते हैं और इस प्रकार, वे साइबर स्पेस पर अपने बारे में जानकारी देने में संकोच करते हैं। जब डेटा एकत्र करने वाली कंपनियां स्कैमर और स्पैमर के संपर्क में आती हैं, तो यह विशेष रूप से सच है। एक ठोस नीति अपनाने और एक फुल-प्रूफ सुरक्षा उपाय को लागू करने के लिए, यह ई-व्यवसायों के लिए अनिवार्य हो जाता है। एक विशेष एन्क्रिप्शन सिस्टम में एक उपकरण है जिसे ऑनलाइन कंपनियों को गंभीरता से निवेश करने पर विचार करना चाहिए।
- **अवैयक्तिक सेवा:** -ग्राहक सेवा प्रदान करने के इलेक्ट्रॉनिक तरीकों का उपयोग उन व्यवसायों द्वारा किया जाता है जो ऑनलाइन काम कर रहे हैं, जैसे कि संभावित उपयोगकर्ता प्रश्नों के उत्तर देने के लिए वेबसाइट पर जानकारी पोस्ट करना और ईमेल करना। कभी-कभी ग्राहकों ने इसे बहुत ही अवैयक्तिक या बेपरवाह माना। व्यापारियों को इस समस्या के समाधान के लिए वेब के माध्यम से सामान बेचने के लिए

कुशल चेकआउट प्रक्रियाएं विकसित करनी चाहिए। कॉल हैंडलिंग सेवाओं को किराए पर लेने को भी ध्यान में रखा जाता है, ताकि ग्राहक वास्तविक लोगों से बात कर सकें जब उनके पास उन समस्याओं के बारे में पूछताछ हो जिनके लिए तत्काल उत्तर की आवश्यकता होती है।

- **ब्रांड जागरूकता में सुधार:-** कंपनियों के लिए एक बड़ी चुनौती यह है कि: मुख्य रूप से अपने उत्पादों और सेवाओं (मूर्त और अमूर्त उत्पादों) को बेचने के लिए इंटरनेट का उपयोग करें। ऐसा इसलिए है, क्योंकि ऑनलाइन विज्ञापनों को पारंपरिक विज्ञापन, (जैसे टेलीविजन, रेडियो, बिलबोर्ड और प्रिंट) के विपरीत उपयोगकर्ताओं द्वारा बंद किया जा सकता है, जिसमें अभियान के संदेश को प्रबलित किया जा सकता है और बार-बार विपणक की इच्छा पर उपभोक्ताओं को पेश किया जा सकता है। इसलिए वेब कंपनियों के सामने चुनौती विज्ञापन के मामले में अधिक नवीन होना है।

### ➤ अन्य चुनौतियाँ इस प्रकार हैं:

- आईटी विभाग से निपटना:** लंबे समय से आईटी बनाम मार्केटिंग का एक सर्कल है। लेकिन, यह समझने का समय है कि हमें अपने मार्केटिंग कार्यक्रमों को अधिक कुशलता से लागू करने के लिए अपने आईटी मित्रों के साथ भागीदार बनने की आवश्यकता है। सरल अर्थों में, हमें उनकी आवश्यकता है और उन्हें हमारी आवश्यकता है या हम कह सकते हैं कि दोनों एक दूसरे के पूरक हैं।
- सतत शिक्षा:** 21 वीं सदी के विपणक द्वारा लगातार सीखने की आवश्यकता है। ऐसा कहा जाता है कि विपणन में ज्ञान एक समाप्ति तिथि के साथ आता है और व्यावसायिक विकास जारी रहता है जो उन्नयन के लिए एक आवश्यकता है। एक कक्षा लें, एक प्रमाणन प्राप्त करें, एक पुस्तक पढ़ें, एक संगोष्ठी या सम्मेलन में भाग लें जो आपके लिए काम करता है, लेकिन सीखते रहें।
- खराब मार्केटिंग:** कोई भी खुद को वेब डिजाइनर, मार्केटर, सलाहकार, एसईओ विशेषज्ञ आदि कह सकता है। खराब तरीके से बनाए गए और निष्पादित विपणन कार्यक्रमों ने हमारे पेशे को नीचा दिखाया और ग्राहकों, विपणक और अन्य संबंधित पार्टियों के बीच अविश्वास भी पैदा किया। सही समय या तरीके से मार्केटिंग करने से

आपको अपने पेशे के पक्ष में पैमाने को टिप करने में मदद मिलती है जो लंबे समय तक जीवित रहने में मदद करता है।

**iv. विश्वास की कमी:** सामान्य तौर पर, पहचान की चोरी, स्पैम, दखल देने वाले विज्ञापन और तकनीकी गड़बड़ियों ने विपणन के कई अविश्वास को छोड़ दिया है। आप या तो समस्या का हिस्सा हैं या समाधान का हिस्सा हैं, आपको इसे तय करना होगा। बहुत।

**v. यह सब जानें:** कोई भी विपणन के सभी पहलुओं को पूरी तरह से समझने में सक्षम नहीं है। जानने के लिए बस बहुत कुछ है, और जो कुछ भी आप जानते हैं वह सुपरसोनिक गति से बदल रहा है। यदि आप एक विशेषज्ञ बनने जा रहे हैं, तो, आपको ई-मार्केटिंग के एक पहलू में विशेषज्ञता प्राप्त करनी होगी।

**vi. नैतिक अभ्यास:** इंटरनेट द्वारा अनैतिक व्यवसायों का एक अभूतपूर्व द्रव्यमान पैदा किया गया है। नीचे फीडर और कलाकारों के बारे में हमेशा घोटाले हुए हैं, लेकिन इंटरनेट ने उन्हें महाकाव्य संख्याओं में बाहर लाया है। सुनिश्चित करें कि आपकी अपनी प्रथाएं साफ-सुथरी हैं और अपने ग्राहकों को ई-कॉमर्स के कुछ नुकसानों के बारे में शिक्षित करने का प्रयास करें।

**vii. कॉर्पोरेट संस्कृति:** कई कंपनियों में हर विभाग वेबसाइट का "मालिक" होता है और कोई भी विभाग वेबसाइट का "मालिक" नहीं होता है। वेबसाइटें मार्केटिंग से संबंधित होनी चाहिए, न कि वित्त/संचालन/आईटी या कानूनी। जब समिति के पास कोई सुराग नहीं है, तो समिति द्वारा अच्छी मार्केटिंग का उत्पादन करना मुश्किल है। इस स्थिति में सहयोग एक महत्वपूर्ण है और आपके सहयोगियों को इसके लिए 100 प्रतिशत इनपुट प्रदान करना चाहिए, लेकिन मार्केटिंग को अंतिम निर्णय लेना चाहिए।

**viii. अंतर्राष्ट्रीय वाणिज्य:** इंटरनेट ने दुनिया भर में उपलब्ध उत्पादों और सेवाओं को ग्राहकों और उनके रहने वाले कमरे (या जहां भी उनके पास अपना कंप्यूटर है) के करीब प्रदान करना संभव बना दिया है। इस नए विश्व चैनल द्वारा विदेशों में और बाहर अभूतपूर्व राजस्व प्रवाह की अनुमति है और यह प्रभाव अंततः हमारी घरेलू अर्थव्यवस्था पर नाटकीय प्रभाव डाल सकता है। संस्कृति और परंपराओं के संदर्भ में अन्य देशों के लोगों के साथ

हमारे पास बहुत कुछ है, लेकिन कुछ मतभेद भी हैं जिन्हें विविधता में एकता के रूप में जाना जाता है। समझ अच्छे अंतरराष्ट्रीय वाणिज्य के साथ-साथ संबंधों की कुंजी है।

ix. **बौद्धिक सम्पदा:** किसी और की मेहनत को चुराना कभी आसान नहीं रहा। हर दिन संगीत से लेकर सॉफ्टवेयर, फिल्में और चित्र तक सब कुछ इंटरनेट से उठाया जाता है। यह एक बुरी बात है

x. **ग्राहकों की अपेक्षाएं:** इससे पहले कभी भी ग्राहकों ने बहुत ज्यादा उम्मीद नहीं की थी। अपने ग्राहकों की अपेक्षाओं को प्रबंधित करना विपणक के लिए महत्वपूर्ण है, क्योंकि यदि आप नहीं जानते कि आपके प्रतियोगी करेंगे, तो आप बाजार में लंबे समय तक जीवित रहने में सक्षम नहीं हैं। ग्राहकों के बिना आपके पास कोई व्यवसाय नहीं होगा क्योंकि ग्राहक को बाजार के राजा के रूप में माना जाता है, इसलिए उन्हें जानने के लिए समय निकालें, उन्हें उचित देखभाल और सम्मान के साथ व्यवहार करें, और उसी तरह आप एक ग्राहक के रूप में व्यवहार करना चाहते हैं।

### ➤ सुझाव: -

- डिजिटल मार्केटिंग उपभोक्ताओं और जनता तक ऑनलाइन पहुंच के माध्यम से अपने उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने का तरीका है।
- डिजिटल मार्केटिंग भारतीय लोगों के बारे में जागरूकता बहुत कम है, लेकिन डिजिटल मार्केटिंग जागरूकता कार्यक्रम उपभोक्ता और जनता पर उत्पाद और सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए हर व्यवसाय प्रदान करता है।
- डिजिटल मार्केटिंग दिन-प्रतिदिन मानव जीवन एक साथ है।
- कम कीमत पर अधिक दर्शकों को लक्षित करना और प्राप्त करना आसान है।
- विपणन रणनीति के पारंपरिक तरीके की तुलना में बहुत सारा पैसा बचाएं।
- छोटे व्यवसाय को बढ़ावा देना आसान है क्योंकि यह लागत प्रभावी है।
- डिजिटल मार्केटिंग हर व्यवसाय या सेवाओं की महत्वपूर्ण भूमिका है।
- डिजिटल मार्केटिंग वर्ल्ड वाइड सेवाओं में 24 घंटे खुला बाजार है जो गतिविधि प्रदान करता है।

## ➤ समाप्ति: -

डिजिटल मार्केटिंग कई कंपनियों की नीति का अनिवार्य हिस्सा बन गया है। आजकल, यहां तक कि छोटे व्यवसाय के मालिक के लिए भी अपने उत्पादों या सेवाओं के विपणन का एक बहुत ही किफायती और कुशल तरीका है। डिजिटल मार्केटिंग की कोई सीमा नहीं है। कंपनी स्मार्ट फोन, टैबलेट, लैपटॉप, टेलीविजन, गेम कंसोल, डिजिटल बिलबोर्ड, और मीडिया जैसे सोशल मीडिया, एसईओ (सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन), वीडियो, सामग्री, ई-मेल और बहुत कुछ जैसे किसी भी उपकरण का उपयोग कंपनी को बढ़ावा देने के लिए कर सकती है और उसके उत्पादों और सेवाओं।

अगले कुछ सालों में भारत में ऑनलाइन मार्केटिंग और भी मजबूत होगी। हालांकि, लंबे समय तक स्थिरता सीधे बाजार में बदलाव, बाजार के खिलाड़ियों द्वारा नवाचारों और अंतर-सक्रियता जैसे कारकों पर निर्भर करती है। क्रेडिट कार्ड की बढ़ती पैठ और कंप्यूटिंग की आसान पहुंच के कारण आशाजनक वृद्धि देखी गई। इसके अलावा, सौदेबाजी-शिकार उपभोक्ता इस प्रवृत्ति पर ध्यान दे रहे हैं क्योंकि इंटरनेट खुदरा विक्रेताओं को स्टोर-आधारित खुदरा विक्रेताओं की तुलना में विशेष रियायती कीमतों पर उत्पादों की पेशकश करने के लिए जाना जाता है। देश में उपभोक्ता अब वास्तव में अच्छी तरह से सुव्यवस्थित, कुशल और विश्व स्तरीय खरीदारी अनुभव की उम्मीद कर सकते हैं, जो सर्वोत्तम तकनीक द्वारा समर्थित है। डिजिटल मार्केटिंग अधिक सफल हो सकती है यदि यह उपयोगकर्ता की जरूरतों को सर्वोच्च प्राथमिकता मानता है। कंपनियों को डिजिटल मार्केटिंग प्रदर्शन को चलाने के लिए सर्वोत्तम मार्ग की पहचान करने के लिए मीडिया के लिए अभिनव ग्राहक अनुभव और विशिष्ट रणनीति बनानी चाहिए।