

# Digital Platform and BRANDS (ଡିଜିଟାଲ୍ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡସ୍)



# CONTENTS

- 1. Social Media Marketing**
  - a. What is Social Media Marketing?**
  - b. Benefits of Social Media Marketing**
  - c. Cons of Social Media Marketing**
  - d. The Five Collars of Social Media Marketing**
  - e. Plotting your Social Media Marketing Strategy**
  - f. Locating Your Target Market Online**
  - g. Segment Your B2C Market**
- 2. Facebook Marketing**
  - a. Facebook**
  - b. Why is it so popular?**
  - c. Building your Facebook presence**
  - d. Difference between Pages, Timelines and Groups**
  - e. Creating a Facebook Page**
- 3. LinkedIn Marketing**
  - a. LinkedIn**
  - b. Why LinkedIn Marketing Important?**
  - c. How to start Marketing for your business?**
- 4. Pinterest Marketing**
  - a. Pinterest**
  - b. Why Pinterest Matter?**
  - c. How to build your Pinterest following?**
  - d. Pinterest for your Business**

## What is Social Media Marketing?

ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ନିର୍ମାଣ, ବିକ୍ରୟ ବୃଦ୍ଧି ଏବଂ ଖେବସାଇଟ୍ ଟ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ତୁମର ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମର ବ୍ୟବହାର । ଏହା ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ରୋଫାଇଲରେ ମହତ୍ତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ content ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରକାଶନ, ଆପଣଙ୍କ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କୁ ଶୁଣିବା ଏବଂ ଜଡ଼ିତ କରିବା, ଆପଣଙ୍କର ଫଳାଫଳକୁ ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ଏବଂ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନ ଚଳାଇବା ସହିତ ଜଡ଼ିତ ।

ପ୍ରମୁଖ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ (ବର୍ତ୍ତମାନ) ହେଉଛି ଫେସବୁକ୍, ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ, ଟ୍ୱିଟର, ଲିଙ୍କଡିନିନ୍, ପିନରେଷ୍ଟ, ୟୁଟ୍ୟୁବ୍ ଏବଂ ସ୍ୱାପଚାଟ ।

## Making Your Social Debut

ଯେକାନ୍ତ any ଶସି ପ୍ରକାରର ମାର୍କେଟିଂ ପରି, ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ କିଛି ଚିହ୍ନ କରେ । ଏହା ଆପଣଙ୍କ ସମୟର ଏକ ବିରାଟ ସିଫ୍ଟ ହୋଇପାରେ, ଏବଂ ସ୍ୱଳ୍ପ ମିଆଦି ଲାଭ ବିରଳ । ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ଦୀର୍ଘକାଳୀନ ପ୍ରତିବନ୍ଧକ । ତେଣୁ, ଆପଣ ଏହି ମାର୍କେଟିଂ ଆଡେନ୍ତୁରେ ସମୟ ଏବଂ ପ୍ରୟାସ ବିନିଯୋଗ କରିବା ଉଚିତ କି ନୁହେଁ? ଯଦି ତୁମେ ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ଉତ୍ତର ଦିଅ, ତୁମେ ତୁରନ୍ତ ଅନ୍ୟ ଏକ ନିଷ୍ପତ୍ତିର ସାମ୍ନା କର: ସେହି ନିବେଶ କେଉଁ ରୂପ ନେବା ଉଚିତ? ବିକଳଗୁଡ଼ିକର ସଂଖ୍ୟା ଅତ୍ୟଧିକ; ଆପଣ କଦାପି ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ନାହିଁ ।

କି technି ଶିଳ ଏବଂ ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ଏକାଥରେ କରିପାରିବ ନାହିଁ ।

## Understanding the Benefits of Social Media

ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଅନେକ ଲାଭ ଦେଇଥାଏ । ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ହେଉଛି ଅଧିକାଂଶ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ସେବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ କି cash ଶସି ନଗଦ ସାମ୍ନା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ନାହିଁ । ଅବଶ୍ୟ, ଏକ ଖରାପ ଦିନ ଅଛି: ଅଧିକାଂଶ ସେବା ଏକ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ ଏବଂ ପରିଚାଳନା ପାଇଁ ଏକ ମହତ୍ତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସମୟ ବିନିଯୋଗ ଆବଶ୍ୟକ କରେ, ଏବଂ ଅନାଦାୟ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକର ବିଚରଣକୁ ସୀମିତ କରେ, ବିଜ୍ଞାପନ ପାଇଁ ଚାର୍ଜ କରେ ଏବଂ ତୁମର ଇଚ୍ଛା ବଜାରରେ ପୋଷ୍ଟ ବଣ୍ଟନ କରେ । ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂର ବିଭିନ୍ନ ଲାଭ ହେଉଛି:

### a. Casting a wide net to catch your target market:

ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପାଇଁ ଦର୍ଶକ ବହୁତ ବଡ଼ । 2016 ର ଦ୍ୱିତୀୟ ଚ୍ରାନ୍ତ ମାସିକ ସୁଦ୍ଧା, ଫେସବୁକ୍ ବିଶ୍ୱ worldwide ବ୍ୟାପୀ ମାସିକ ସକ୍ରିୟ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ 1.79 ବିଲିୟନ ଦାବି କରିଛି, ସେଥିମଧ୍ୟରୁ ।

1.66 ବିଲିୟନ ମୋବାଇଲ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଥିଲେ । ଫେସବୁକର ଟ୍ରାଫିକ୍ 85 ପ୍ରତିଶତରୁ କମ୍ ଆମେରିକା ଏବଂ କାନାଡା ବାହାରେ ଆସିଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ଗୁଗୁଲ୍ ସହିତ ତୁଳନା କରାଯାଏ, ଏହି ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ବେହେମୋଟ୍ ଆମେରିକାର ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ କଡ଼ା ପ୍ରତିଯୋଗିତାରେ ଅଛି । ଅକ୍ଟୋବର 2016 ରେ, ଫେସବୁକ୍ ପ୍ରାୟ 207 ନିୟୁତ ଆମେରିକୀୟ ଭ୍ରମଣକାରୀ / ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଉଚ୍ଚ କରିଥିବାବେଳେ ଗୁଗୁଲ୍ ସାଇଟ୍ ଏହାକୁ 246 ନିୟୁତରୁ ଅଧିକ ଅତିକ୍ରମ କରିଛି । ମନେରଖନ୍ତୁ, ଅବଶ୍ୟ, ପରିଦର୍ଶକମାନେ ଦୁଇଟି ସାଇଟରେ ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ କରୁଛନ୍ତି ।

**Branding:** ମା Basic ଲିକ ମାର୍କେଟିଂ ବ୍ରାଣ୍ଡିଂ, ନାମ ଚିହ୍ନିବା, ଦୃଶ୍ୟମାନତା, ଉପସ୍ଥିତି, କିମ୍ବା ମାନସିକ ସଚେତନତାର ଆବଶ୍ୟକତା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇଥାଏ । ଆପଣ ଯାହା ଚାହାଁନ୍ତି ଏହାକୁ କଲ୍ କରନ୍ତୁ - ଆପଣ ଚାହାଁନ୍ତି ଯେ ଲୋକମାନେ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ନାମ କେବେ ମନେ ରଖିବେ । ସେମାନେ ତୁମର ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବାର ଆବଶ୍ୟକତା କରନ୍ତି । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ସେବାଗୁଡ଼ିକ, ପ୍ରାୟ ସମସ୍ତ ପ୍ରକାରର, ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡ ନିର୍ମାଣ ପାଇଁ ଉତ୍କୃଷ୍ଟ ଉପାୟ । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ରାଣ୍ଡିଂ ପାଇଁ କାମ କରେ ଯେପରିକି ତୁମେ ତୁମର ନାମ ସଠିକ୍ ଲୋକଙ୍କ ସାମ୍ନାରେ ପାଇବ । ବୃହତ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ସେବାରେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଭାଗ କରିବାକୁ ଯୋଜନା କରନ୍ତୁ । ଆପଣ ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଅଧିକ ଟାଗେଟେଡ୍ ଗୋଷ୍ଠୀ ଖୋଜିପାରିବେ କିମ୍ବା ସ୍ୱାଭାବିକତା ସେବା ଖୋଜି ପାରିବେ ଯାହା ସାମଗ୍ରିକ ଭାବେ କମ୍ ଲୋକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିପାରେ କିନ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ସଠିକ୍ ଥିବା ଲୋକମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକ ।

**Building Relationships:** ଯଦି ଆପଣ କେବଳ ସ୍ୱଳ୍ପ ମିଆଦି ଲାଭ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦିଅନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣ ସେହି ଚିନ୍ତାଧାରାକୁ ହଲାଇବେ ଏବଂ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଦୁନିଆରେ ଖେଳାଯାଇଥିବା ଦୀର୍ଘମିଆଦି ଖେଳକୁ ଆପଣଙ୍କ ମୁଣ୍ଡକୁ ଆଣିବେ । ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ନିର୍ମାଣ କରିବାକୁ । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ସମ୍ପର୍କ, ଆପଣ ଆଶା କରୁଛନ୍ତି:

• ତୁମର ପାରଦର୍ଶିତା ପ୍ରତିଷ୍ଠା କର ।

- ଆପଣ କେଉଁ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଦୁନିଆରେ ବାସ କରନ୍ତି ଜଣେ ଭଲ ନାଗରିକ ଭାବରେ ନିୟମିତ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରନ୍ତୁ; ସାଇଟ୍ ଅନୁସରଣ କରନ୍ତୁ ।
  - ଯେକି rules ଶିକ୍ଷା ନିୟମ ସ୍ଥାପିତ ହୋଇଛି ନିୟମ ଏବଂ ପାଳନ କରନ୍ତୁ ।
  - ଅତ୍ୟଧିକ ଆତ୍ମ-ପଦୋଦ୍ଧୃତିରୁ ଦୂରେଇ ରୁହନ୍ତୁ ।
  - ଦେଖିପୁଣ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟତୀତ ହାର୍ଡ-ସେଲ କିମ୍ବା କ୍ୱେସ୍ ଶିଳକୁ ପ୍ରତିରୋଧ କରନ୍ତୁ ।
  - ଲିଙ୍କ୍, ଉତ୍ସ ଏବଂ ନିରପେକ୍ଷ ସୂଚନା ସହିତ ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତୁ ।
  - ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସେବାରେ ଆପଣଙ୍କର ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା କିମ୍ବା ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କୁ ସୁପାରିଣ କରୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ସଂଖ୍ୟାରେ ସ୍ଥିର ଅଭିବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଦେଖନ୍ତୁ; ପ୍ରବନ୍ଧ କିମ୍ବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଉପକରଣଗୁଡ଼ିକର ତାତ୍ପର୍ଯ୍ୟ ଲୋଡ଼ ବୁଦ୍ଧି ।
  - ଏକ ବିଷୟ ଉପରେ ବିସ୍ତୃତ ସୂଚନା; କିମ୍ବା ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ପରିଦର୍ଶନ ପୁନରାବୃତ୍ତି କରନ୍ତୁ । ଏହି ସମସ୍ତ ସଙ୍କେତ ସୁଚାଇଥାଏ ଯେ ତୁମେ ସମ୍ପର୍କ ଗଠନ building ୁଛ ଯାହା ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ଯଦି ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିକ୍ରୟ ନୁହେଁ ତେବେ କାହାକୁ ଏକ ଶିକ୍ଷ-କ୍ଷେତ୍ର ସୁପାରିଣ ।
- କିଏ କିଣେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଦୁନିଆରେ, ଯୋଗଦାନ ଶକ୍ତି ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ସମୟର ଦୀର୍ଘତା ଏବଂ ଗୁଣବତ୍ତାକୁ ବୁଝାଏ ।

**Improving business processes:** ପୂର୍ବରୁ, ଅନେକ ଚତୁର ବ୍ୟବସାୟ ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଉନ୍ନତି ଆଣିବା ପାଇଁ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ଉପାୟ ଖୋଜି ପାରିଛନ୍ତି । ଯଦିଓ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରୟୋଗଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ପ୍ରକୃତି ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ, ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଚିନ୍ତା କରନ୍ତୁ ।

i। ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସମସ୍ୟା କିମ୍ବା ଅଭିଯୋଗକୁ ତୁରନ୍ତ ଚିହ୍ନଟ ଏବଂ ସଂଶୋଧନ କର ।

- i। ନୂତନ ଉତ୍ପାଦ ଡିଜାଇନ୍ କିମ୍ବା ପରିବର୍ତ୍ତନ ଉପରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମତାମତ ଏବଂ ଇନପୁଟ୍ ପ୍ରାପ୍ତ କରନ୍ତୁ ।
- ii। ଏକ ସମୟରେ ଅନେକ ଲୋକଙ୍କୁ ବ tech ଷୟିକ ସହାୟତା ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତୁ; ଯଦି ଜଣଙ୍କର ପ୍ରଶ୍ନ ଥାଏ, ସମ୍ଭାବନା ମଧ୍ୟ ଭଲ ଯାହା ଅନ୍ୟମାନେ ମଧ୍ୟ କରନ୍ତି ।
- iii। ସେବା ବିତରଣରେ ଉନ୍ନତ ଆଣନ୍ତୁ, ଯେପରିକି କାଫେ ଯାହା ଷ୍ଟର କିମ୍ବା ଫେସବୁକରେ ଟୁ-ଗୋ ଅର୍ଡର ଗ୍ରହଣ କରେ, କିମ୍ବା ଖାଦ୍ୟ କାର୍ଡ ଯାହା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ କେଉଁଠାରେ ଏବଂ କେବେ ଆସିବ ତାହା ସୂଚିତ କରେ ।
- iv। ଲିଙ୍କଡଇନ୍ ପରି ବୃତ୍ତିଗତ ନେଟୱାର୍କ ବ୍ୟବହାର କରି ଯୋଗ୍ୟ ନୂତନ ବିକ୍ରେତା, ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀ ଏବଂ କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ଖୋଜ ।
- v। ଉପଯୁକ୍ତ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଦେଖି ଆପଣଙ୍କ ଶିଳ୍ପ ଏବଂ ପ୍ରତିଯୋଗୀମାନଙ୍କ ଉପରେ ଜଟିଳ ବଜାର ବୁଦ୍ଧି ସଂଗ୍ରହ କରନ୍ତୁ ।
- vi। ଧିରେ ଧିରେ ଇଟା ଏବଂ ମୋଟାର ଷ୍ଟୋରକୁ ପଡୋଶୀ ଟ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବା ଏବଂ ନୂତନ ଗ୍ରାହକ ହାସଲ କରିବା ପାଇଁ ଜିଓଲୋକେସନ୍, ସ୍କିଟ୍ ଏବଂ ମୋବାଇଲ୍ ସର୍ଚ୍ଚ ସେବା ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ ।

ମାର୍କେଟିଂ କେବଳ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ଏକ ଅଂଶ, କିନ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ କମ୍ପାନୀ ମାର୍କେଟିଂ କରୁଛନ୍ତି । ଏହି ଅନୁମାନ ପାଇଁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଏକ ପାଟିଲା ପରିବେଶ, ଯେଉଁଠାରେ ମାନବ ସମ୍ବଳ ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ବ tech ଷୟିକ ସହାୟତା ଏବଂ ଇଞ୍ଜିନିୟରିଂ ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ବିକ୍ରୟ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ କମ୍ପାନୀର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଂଶ ଜଡିତ ହୋଇପାରେ ।

**c. Improving search engine rankings:** ଯେପରି ତୁମେ ତୁମର ୱେବସାଇଟ୍ କୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କର, ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ଯାକିଙ୍ଗ୍ ପାଇଁ ତୁମେ ତୁମର ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଆଉଟଲେଟ୍‌କୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବା ଉଚିତ । ବର୍ତ୍ତମାନ ଯେହେତୁ ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ଷ୍ଟର ଏବଂ ଫେସବୁକ୍ ଏବଂ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଦୃଶ୍ୟକୁ କାଟାଲଗ୍ କରୁଛି, ଆପଣ ଗୁଗୁଲ୍ ଏବଂ ଯାହୁ! / ବିଙ୍ଗରେ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ପାଇଁ ଅତିରିକ୍ତ ଫ୍ରଣ୍ଟ୍ ପେଜ୍ ରିଏଲ୍ ଇଣ୍ଟେକ୍ଟ୍ ହାସଲ କରିପାରିବେ (ଯାହା ବର୍ତ୍ତମାନ ସମାନ ସମ୍ପାନ ଆଲଗୋରିଦମ୍ ଅଂଶୀଦାର କରେ ଏବଂ ସାଧାରଣତଃ similar ସମାନ ଫଳାଫଳ ଉତ୍ପାଦନ କରେ) । ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ଅଧିକାଂଶ ଦୃଶ୍ୟକୁ ଇନବାଉଣ୍ଡ୍ ଲିଙ୍କ୍ ଭାବରେ ଚିହ୍ନିଥାଏ, ଯାହାକି ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ପାନ ଫଳାଫଳରେ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟ୍ କେଉଁଠାରେ ଦେଖାଯିବ ତାହା ମଧ୍ୟ ଉନ୍ନତ ହୁଏ । ଅପ୍ଟିମାଇଜେସନ୍ ଅନ୍ୟ ଉପାୟରେ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ କରେ: ରିଅଲ୍-ଟାଇମ୍ ସମ୍ପାନରେ ଫଳାଫଳ, ଯାହା ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରାଥମିକ ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନରେ ଉପଲବ୍ଧ । ବାହ୍ୟ ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ଉପରେ ଯାହା ବ୍ଲଗ୍ କିମ୍ବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ସେବା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇଥାଏ; ଏବଂ ଆଭ୍ୟନ୍ତରୀଣ, ସାଇଟ୍ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ଗୁଡିକରେ ।

**d. Selling in the social media marketplace:** ଅନେକ ବର୍ଷ ପୂର୍ବେ ପାରମ୍ପାରିକ ଚିକିତ୍ସାଧାରା ପରାମର୍ଶ ଦେଇଥିଲା ଯେ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ବିକ୍ରୟ ପରିବର୍ତ୍ତେ ମାର୍କେଟିଂ ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡିଂ ପାଇଁ ଦୀର୍ଘକାଳୀନ ଯୋଗଦାନ ପାଇଁ ଡିଜାଇନ୍ କରାଯାଇଛି । ତଥାପି, ଅଧିକରୁ ଅଧିକ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡିକ ବର୍ତ୍ତମାନ ସେମାନଙ୍କ ସାଇଟ୍‌ରୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ ବିକ୍ରୟ ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି । ଫେସବୁକ୍, ପିନ୍‌ରେଷ୍ଟ୍, ସ୍କିଟ୍ (ବର୍ତ୍ତମାନ କ୍ରୟ ବ feature ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବ୍ୟବହାର କରି) ଏବଂ ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ୍ (ଓଲିମ୍ପିକ୍ ପରି ତୃତୀୟ-ପକ୍ଷ ଆଡ-ଅନ ବ୍ୟବହାର କରି) ଭଳି ପ୍ରମୁଖ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଚ୍ୟାନେଲରେ ବିକ୍ରୟ କରିବା ସହିତ, ଆପଣ ଛୋଟ, ଭଲରେ ବିକ୍ରୟ ସୁଯୋଗ ମଧ୍ୟ ପାଇବେ ।

## Understanding the Cons of Social Media

ଏହାର ସମସ୍ତ ଅପ୍ରାକୃତିକ ପାଇଁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ଏହାର ଖରାପ ଦିଗ ରହିଛି । ଯେହେତୁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଲୋକପ୍ରିୟତା ହାସଲ କରିଛି, ଏହାର ଶହ ଶହ କୋଟି ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଦୃଶ୍ୟମାନ ହେବା ମଧ୍ୟ କଷ୍ଟସାଧ୍ୟ ହୋଇପଡିଛି । ବାସ୍ତବରେ, ବେଳେବେଳେ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ସାଇଟରେ ଦର୍ଶକ ଗଠିବା ପାଇଁ ଏକ ଅଭିଯାନ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାକୁ ପଡିବ । ପ୍ରକ୍ରିୟା ଅସ୍ପଷ୍ଟଭାବେ ଏବଂ ଇନବାଉଣ୍ଟ ଲିଙ୍କ ଅଭିଯାନ ସହିତ ସମାନ ଅଟେ ଯାହା ଦ୍ଵାରା ଆପଣଙ୍କର ସାଇଟ ପ୍ରାକୃତିକ ସମ୍ପାଦନ ଫଳାଫଳରେ ମିଳିବ ।

ନିଜ ସ୍ଵାର୍ଥ ପାଇଁ କିମ୍ବା କେବଳ ସମସ୍ତେ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରନ୍ତୁ ନାହିଁ । ବର୍ତ୍ତମାନ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ, ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ସବୁଠାରୁ ବଡ଼ ଖରାପ ହେଉଛି ଫଳାଫଳ ଦେଖିବା ପାଇଁ ଆପଣ ବିନିଯୋଗ କରିବାକୁ ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ସମୟ । ମନ୍ତବ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ସମୀକ୍ଷା ଏବଂ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା କରିବା ଏବଂ ନୂତନ ପଦାର୍ଥର ଏକ ଚାଲୁଥିବା ସ୍ଥିତି ପ୍ରଦାନ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ନିରନ୍ତର ପ୍ରତିବନ୍ଧିତ କରିବାକୁ ପଡିବ । ଏକ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସେଟ୍ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ପ୍ରତିବନ୍ଧିତ ହେଉଛି ବରଫର ଏକ ଚିହ୍ନଟି ।

ମନେରଖନ୍ତୁ ଯେ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆର ନିଶା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ ସତର୍କ ରହିବାକୁ ପଡିବ । ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବରେ ଏବଂ ସାମୂହିକ ଭାବରେ, ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ହେଉଛି ସର୍ବକାଳୀନ ସମୟ ବୁଡ଼ିବା । ଆମକୁ ବିଶ୍ଵାସ କରନ୍ତୁ ନାହିଁ? ନିଜକୁ ପଚାରନ୍ତୁ ଯେ ଆପଣ ଏହି ସମୟରେ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଆଲର୍ଟରେ ଅଭ୍ୟସ୍ତ ହୋଇଯାଇଛନ୍ତି କି?

2016 ରାଷ୍ଟ୍ରପତି ଅଭିଯାନ କିମ୍ବା ପ୍ୟାରିସରେ ହୋଇଥିବା ଆତଙ୍କବାଦୀ ଆକ୍ରମଣର ଲାଭ କଭରେଜରୁ ଆପଣଙ୍କ ଆଖି ବନ୍ଦ କରି ପାରିବ ନାହିଁ । କିମ୍ବା ବୋଧହୁଏ ଆପଣ କ୍ୟାଣ୍ଡି କ୍ରସ୍, ସାଙ୍ଗମାନଙ୍କ ସହିତ ଶବ୍ଦ, କିମ୍ବା ଏକ ଉତ୍ସାହ ସହିତ ଅନ୍ୟ ଭିଡିଓ ଗେମ୍ ଖେଳନ୍ତି, ଆପଣଙ୍କ ସ୍ଵାର୍ଚ୍ଚନାରେ କ୍ରମାଗତ ଭାବରେ ପାଠ୍ୟ,

କିମ୍ବା ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ଭାବରେ ପ୍ରତି ଦିନ ସେକେଣ୍ଡରେ ଇମେଲ୍ ଯାଞ୍ଚ କରନ୍ତୁ ... ଆପଣ ଧାରଣା ପାଇବେ । ଆମ୍-ଶୁଙ୍ଗା ଏବଂ ଏକ ଦୃଢ଼ ସମୟ କାର୍ଯ୍ୟସୂଚୀ ବିନା, ଆପଣ ସହଜରେ ଏତେ ସାମାଜିକ ଭାବରେ ଅଧିକ ବୁକ୍ ହୋଇପାରିବେ ଯେ ଅନ୍ୟ କାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ପୂର୍ବବଦ୍ଧ ହୋଇଯାଏ ।

## The Five Core Pillars of Social Media Marketing

- Strategy:** ଆପଣ ଠିକ୍ ଭାବରେ ବୁଡ଼ିବା ଏବଂ ସାମାଜିକରେ କିଛି ପ୍ରକାଶନ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ।
- ମିଡିଆ, ଚାଲନ୍ତୁ ଏକ ପାଦ ପଛକୁ ନେବା ଏବଂ ବଡ଼ ଚିତ୍ରକୁ ଦେଖିବା । ପ୍ରଥମ ପଦକ୍ଷେପ ।
- ତୁମର ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ରଣନୀତି ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା କରିବା ।

## What are your goals?

ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କରିବାରେ କିପରି ସାହାଯ୍ୟ କରିବ? କିଛି ବ୍ୟବସାୟ ବୁଦ୍ଧି ପାଇଁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସଚେତନତା, ଅନ୍ୟମାନେ ଏହାକୁ ଖେପସାଇଟ୍ ଟ୍ରାଫିକ୍ ଏବଂ ବିକ୍ରୟ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମଧ୍ୟ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ଚାରିପାଖରେ ଯୋଗଦାନ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ, ଏକ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଏବଂ ତୁମର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ଗ୍ରାହକ ସମର୍ଥନ ଚ୍ୟାନେଲ ଭାବରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିପାରିବ ।

## Which social media platforms do you want to focus on?

ଉପରୋକ୍ତ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି ଫେସବୁକ୍, ଇନ୍ଷ୍ଟାଗ୍ରାମ, ଟ୍ୱିଟର, ଲିଙ୍କଡିନ୍, ପିନ୍ତରେଷ୍ଟ, ୟୁଟ୍ୟୁବ୍ ଏବଂ ସ୍ୱାପରାଟ | ଟୁମ୍ବଲ୍, ଟିକ୍ ଟକ୍, ଏବଂ ଆଙ୍କର ଭଳି କ୍ଲୋଗ୍ ଏବଂ ଅପକମିଂ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ଏବଂ ମେସେଞ୍ଜର, ହ୍ୱାଟ୍ସାପ୍ ଆପ୍ ଏବଂ ୱେଚ୍ ଭଳି ସାମାଜିକ ମେସେଜିଂ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ମଧ୍ୟ ଅଛି | ଆରମ୍ଭ କରିବାବେଳେ, କିଛି ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ବାଛିବା ଭଲ, ଯାହା ସମସ୍ତ ପ୍ଲାଟଫର୍ମରେ ରହିବା ଅପେକ୍ଷା ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକ ଅନ୍ ବୋଲି ଭାବୁଛନ୍ତି |

**What type of content do you want to share?** କେଉଁ ପ୍ରକାରର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଆକର୍ଷଣ କରିବ? ଏହା ଚିତ୍ର, ଭିଡିଓ, କିମ୍ବା ଲିଙ୍କ୍ କି? ଏହା ଶିକ୍ଷଣୀୟ କିମ୍ବା ଚିତ୍ତାକର୍ଷକ ବିଷୟବସ୍ତୁ କି? ଆରମ୍ଭ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ଭଲ ସ୍ଥାନ ହେଉଛି ଏକ ମାର୍କେଟିଂ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସୃଷ୍ଟି କରିବା, ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ଏହି ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ | ଏବଂ ଏହାକୁ ସବୁଦିନ ପାଇଁ ସ୍ଥିର କରିବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ; ତୁମର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ତାହା ଅନୁଯାୟୀ ତୁମେ ସବୁବେଳେ ତୁମର ରଣନୀତି ବଦଳାଇ ପାରିବ |

- d. **Planning and Publishing:** କ୍ଲୋଗ୍ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ସାଧାରଣତଃ social ସାମାଜିକ ଉପରେ ଏକ ସ୍ଥିର ଉପସ୍ଥିତି ସହିତ ଆରମ୍ଭ ହୁଏ |
- e. ମିଡିଆ | ପାଖାପାଖି ତିନି ବିଲିୟନ ଲୋକ (3,000,000,000!) ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି | ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମରେ ଉପସ୍ଥିତ ରହି, ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ତୁମର ଭବିଷ୍ୟତ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଆବିଷ୍କାର କରିବାର ସୁଯୋଗ ଦିଅ |

ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ପ୍ରକାଶନ ଏକ ବ୍ଲଗ୍ ପୋଷ୍ଟ, ଏକ ପ୍ରତିଛବି କିମ୍ବା ଏକ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମରେ ଏକ ଭିଡିଓ ସେୟାର କରିବା ଭଳି ସରଳ | ତୁମର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଫେସବୁକ୍ ପ୍ରୋଫାଇଲରେ ଆପଣ କିପରି ଅଂଶୀଦାର କରିବେ ତାହା ଠିକ୍ ସେହିପରି | କିନ୍ତୁ ଆପଣ ସ୍ୱ content ତ ane ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଭାବରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି ଏବଂ ପ୍ରକାଶନ କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ସମୟ ପୂର୍ବରୁ ଯୋଜନା କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବେ | ଆହୁରି ମଧ୍ୟ, ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଯେ ଆପଣ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ଆପଣଙ୍କର ସର୍ବାଧିକ ବୃଦ୍ଧି କରୁଛନ୍ତି, ଆପଣଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ସମୟ ଏବଂ ଫ୍ରୀକ୍ୱେନ୍ସିରେ ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକ ପସନ୍ଦ କରୁଥିବା ମହତ୍ତ୍ୱ content ପୂର୍ଣ୍ଣ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରକାଶ କରିବାକୁ ପଡିବ |

ବର୍ତ୍ତମାନ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ନିର୍ଧାରିତ ଉପକରଣ ଅଛି, ଯେପରିକି ବର୍ଚ୍ଚୁ ପ୍ରକାଶନ, ଯାହା ତୁମ ପସନ୍ଦର ସମୟରେ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରକାଶ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିପାରିବ | ଏହା ତୁମକୁ ସମୟ ସଞ୍ଚୟ କରେ ଏବଂ ତୁମର ଶ୍ରେଣୀଗତ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ ଯେତେବେଳେ ସେମାନେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଜଡିତ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଥାଏ |

**Listening and Engagement:** ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପରେ ବ grow ିବା ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ବାର୍ତ୍ତାଳାପ ମଧ୍ୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇବ | ଲୋକମାନେ ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ମନ୍ତବ୍ୟ ଦେବେ, ଆପଣଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପୋଷ୍ଟରେ ଟ୍ୟାଗ୍ କରିବେ କିମ୍ବା ଆପଣଙ୍କୁ ସିଧାସଳଖ ବାର୍ତ୍ତା ଦେବେ |

ଲୋକମାନେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ମଧ୍ୟ ଆପଣଙ୍କୁ ଜଣାଇ ପାରନ୍ତି | ତେଣୁ ତୁମେ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବାର୍ତ୍ତାଳାପ ଉପରେ ନଜର ରଖିବାକୁ ଚାହୁଁଛ |

ଯଦି ଏହା ଏକ ସକରାତ୍ମକ ମତ୍ତବ୍ୟ, ତେବେ ଆପଣ ସେମାନଙ୍କୁ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ଏବଂ ଆନନ୍ଦିତ କରିବାର ସୁଯୋଗ ପାଇବେ । ଅନ୍ୟଥା, ଖରାପ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ଆପଣ ସମର୍ଥନ ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବେ ଏବଂ ଏକ ସ୍ଥିତିକୁ ସଂଶୋଧନ କରିପାରିବେ ।

ଆପଣ ସମସ୍ତ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକରେ ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ ବିଜ୍ଞପ୍ତିକୁ ମାନ୍ୟତା ଯାଏ କରିପାରିବେ କିନ୍ତୁ ଏହା କାର୍ଯ୍ୟକ୍ଷମ ନୁହେଁ ଏବଂ ଆପଣ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ ଦେଖିବେ ନାହିଁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଟ୍ୟାଗ୍ କରିନଥାଏ । ଆପଣ ଏହା ବଦଳରେ ଏକ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଶୁଣିବା ଏବଂ ଯୋଗଦାନ ଉପକରଣ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆକୁ ଏକତ୍ର କରିଥାଏ ।

ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟର ଟ୍ୟାଗ୍ କରିନଥାଏ ।  
ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ।

**Analytics:** ରାସ୍ତାରେ, ଆପଣ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରକାଶ କରୁଛନ୍ତି କିମ୍ବା ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ଜଡ଼ିତ ଅଛନ୍ତି, ଆପଣ ଜାଣିବାକୁ ଚାହଁବେ ଯେ ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛି । ଗତ ମାସ ଅପେକ୍ଷା ଆପଣ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ଅଧିକ ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚାହଁଛନ୍ତି କି? ଆପଣ ଏକ ମାସରେ କେତେ ସକରାତ୍ମକ ଉଲ୍ଲେଖ କରନ୍ତି? କେତେ ଲୋକ ଆପଣଙ୍କ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପୋଷ୍ଟରେ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ହାସିଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରିଛନ୍ତି?

ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ନିଜେ ଏହିପରି ଏକ ମାଧ୍ୟମ ଲିକ୍ ସ୍ତର ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି । ଅଧିକ ଗଭୀର ଆନାଲିଟିକ୍ସ ସୂଚନା ପାଇବାକୁ କିମ୍ବା ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକରେ ସହଜରେ ତୁଳନା କରିବାକୁ, ଆପଣ ଉପଲବ୍ଧ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ଉପକରଣଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟାପକ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ, ଯେପରିକି ବର୍ଡର୍ ଆନାଲିସିସ୍ ।

- h. **Advertising:** ଯେତେବେଳେ ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ବା *grow* ାଇବାକୁ ଆପଣଙ୍କର ଅଧିକ ପାଣ୍ଠି ଅଛି, ଏକ କ୍ଷେତ୍ର ଯାହାକୁ ଆପଣ ବିଚାର କରିପାରିବେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନ । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ତୁମକୁ ଅନୁସରଣ କରୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ଏକ ବ୍ୟାପକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ ।
- i. ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ଆଜିକାଲି ଏତେ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଯେ ତୁମେ ତୁମର ବିଜ୍ଞାପନକୁ କାହାକୁ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବ ତାହା ତୁମେ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କରିପାରିବ । ସେମାନଙ୍କର ଜନସଂଖ୍ୟା, ଆଗ୍ରହ, ଆଚରଣ ଏବଂ ଅଧିକ ଉପରେ ଆଧାର କରି ଆପଣ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକ ସୃଷ୍ଟି କରିପାରିବେ ।
- j. ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ଏକାଧରକେ ଅନେକ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭିଯାନ ଚଳାଉଛ, ତୁମେ ଏକ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିଜ୍ଞାପନ ଉପକରଣ ବ୍ୟବହାର କରି ବହୁଳ ପରିବର୍ତ୍ତନ, ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏବଂ ତୁମର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବାକୁ ବିଚାର କରିପାରିବ ।

## Plotting Your Social Media Marketing Strategy

ଆମେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ପାଇଁ ବ୍ୟବସାୟ ମାମଲା କରିବା ବିଷୟରେ ଆଲୋଚନା କରୁ, ଆପଣ ଏଥିରେ ଜଡ଼ିତ ହେବା ଉଚିତ କି ନୁହେଁ ପ୍ରଶ୍ନକୁ ଦେଖି । ସେହି ଅଧ୍ୟାୟଟି ରଣନୀତି, ଲକ୍ଷ୍ୟ, ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ବିଷୟରେ - ଏହା କି *act* ଶିଳ ବିଷୟରେ । କେଉଁ ସାମାଜିକ ଗଣମାଧ୍ୟମ ସେବାଗୁଡ଼ିକ ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଏବଂ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବଜାରକୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଫିଟ୍ କରେ ତାହା ସ୍ଥିର କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ।

ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରାହକ ଏବଂ ଆଶା ଆପଣଙ୍କ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବିକଳଗୁଡ଼ିକର ଚୟନକୁ ଚଳାଇବାକୁ ଦିଅନ୍ତୁ । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆରେ ତୁମର ପୁଞ୍ଜି ବିନିଯୋଗର ସର୍ବୋତ୍ତମ ରିଟର୍ନ ଦେଖିବାକୁ, ତୁମକୁ ସମାନ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ତୁମର ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତ ମାର୍କେଟିଂ ଏବଂ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରୟାସରେ ଏହି ନୀତି ସମାନ । ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଏକ ନୂଆ କ tact ଶଳ, ଏକ ନୂତନ ବିଶ୍ୱ ନୁହେଁ ।

ମାଛ ଯେଉଁଠାରେ ତୁମର ମାଛ ଅଛି । ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଗ୍ରାହକମାନେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଆଉଟଲେଟ୍ ନାହାଁନ୍ତି, ତେବେ ସେହି ଆଉଟଲେଟ୍ ଏକ ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତୁ ନାହିଁ । ଏହି ଅଧ୍ୟାୟରେ, ଆମେ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରୁଛୁ ଯେ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବଜାର ଏବଂ ବିଭିନ୍ନ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଆଉଟଲେଟ୍ ମଧ୍ୟରେ ମେଳକୁ ଆକଳନ କରିବା ପାଇଁ ଅନଲାଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅନୁସନ୍ଧାନ କିପରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । ଆପଣ ତାହା କରିବା ପରେ, ଆପଣ ନିଜର ପୂରଣ କରିବା ଆରମ୍ଭ କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ।

ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଯୋଜନା, ଯାହା ଏହି ଅଧ୍ୟାୟର ଶେଷରେ ଦେଖାଯାଏ ।

## Locating Your Target Market Online

ମାର୍କେଟିଂରେ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକ (କିମ୍ବା ଦର୍ଶକ) ଚିହ୍ନଟ ଏବଂ ବୁ understanding ୀବା ଅପେକ୍ଷା କିଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ନୁହେଁ । ତୁମେ ତୁମର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଏବଂ ଭବିଷ୍ୟତର ଜନସଂଖ୍ୟାଗତ ବ characteristics ଶିଷ୍ଟ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ବର୍ଣ୍ଣନା କରିପାରିବ, ସେମାନେ କେଉଁଠାରେ ରୁହନ୍ତି, ଏବଂ ସେମାନେ କେଉଁ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ତୁମେ ତୁମର ସାମାଜିକ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସକୁ ସେହି ଲୋକମାନଙ୍କ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ସ୍ଥିତିରେ ଅଛି, ଯେଉଁମାନେ ତୁମର ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା କିଣିବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ ।

କାରଣ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ କ ques ଶଳ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବାର୍ତ୍ତା ସହିତ ଭଲ ବଜାରରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ଶକ୍ତ ଉପାୟ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇଥାଏ, ସେମାନେ ଏକ ଗରିଲା-ମାର୍କେଟିଂ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ପାଇଁ ପ୍ରସ୍ତୁତ । ସମସ୍ତ ଗରିଲା-ମାର୍କେଟିଂ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ପରି, ଗୋଟିଏ ଥରରେ ଗୋଟିଏ ବଜାରକୁ ଟାର୍ଗେଟ୍ କରନ୍ତୁ ।

ଏକ ସମୟରେ ଅତ୍ୟଧିକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରି ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ବଜେଟ୍ କିମ୍ବା ଶ୍ରମକୁ ହ୍ରାସ କରନ୍ତୁ ନାହିଁ । ଲୋକମାନେ ଏହାକୁ ମନେ ରଖିବା ପାଇଁ ଅତିକମରେ ସାତଥର ଆପଣଙ୍କ ବାର୍ତ୍ତା କିମ୍ବା ବ୍ରାଣ୍ଡ ନାମ ଦେଖିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି । ବ to ାଇବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତୁ । ନିଜେ ସମସ୍ତଙ୍କ ମନର ଅଗ୍ରଭାଗକୁ ଏକାଥରକେ ମହଙ୍ଗା ।

ତୁମର ସମ୍ବଳକୁ ଗୋଟିଏ ଥରରେ ଧ୍ୟାନ ଦିଅ । ଆପଣ ସଫଳ ହେବା ପରେ, ପରବର୍ତ୍ତୀ ଲାଭରେ ଆପଣଙ୍କର ଲାଭ ବିନିଯୋଗ କରନ୍ତୁ । ଏହା ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ମନେହୁଏ, କିନ୍ତୁ ଏହା କାମ କରେ ।

ସ୍ଥାନଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରେ ପ୍ରାଥମିକତା ସେଟିଂ ଆପଣଙ୍କୁ ପକ୍ଷାଘାତ କରିବାକୁ ଦିଅନ୍ତୁ ନାହିଁ । ତୁମର ପସନ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତ matter ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ନୁହେଁ । ଯଦି ଆପଣ ନିଶ୍ଚିତ ନୁହଁନ୍ତି, ସର୍ବ ବୃହତ୍ ବଜାର କିମ୍ବା ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ସହଜ ମନେ ହେଉଥିବା ଜିନିଷ ପାଇଁ ପ୍ରଥମେ ଯାଆନ୍ତୁ ।

## Segmenting Your B2C Market

ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଏକ ବ୍ୟବସାୟ-ଉପଭୋକ୍ତା (B2C) କମ୍ପାନୀ ଅଛି, ତେବେ ଆପଣ ମାର୍କେଟ ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ ର ମାନକ ଉପକରଣଗୁଡ଼ିକୁ ଆଡାପ୍ଟ୍ କରିପାରିବେ, ଯାହା ବିଭିନ୍ନ ସ୍ଥାନ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ସେମାନେ କେଉଁଠାରେ ରୁହନ୍ତି ଏବଂ କିପରି ଭାବରେ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାକୁ ଏକ କ୍ୱେଶ୍ଟିଅନ୍ ଶିଳ୍ପ |

ସେମାନଙ୍କର ସମୟ ଏବଂ ଅର୍ଥ ଖର୍ଚ୍ଚ କରନ୍ତୁ | ସବୁଠାରୁ ସାଧାରଣ ପ୍ରକାରର ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ ହେଉଛି |

- ଜନସଂଖ୍ୟା
- ଭୂ-ଗୋଳିକ ଅବସ୍ଥାନ
- ଜୀବନ-ସ୍ତର-ଆଧାରିତ କ୍ରୟ ଆଚରଣ |
- ସାଇକୋଗ୍ରାଫିକ୍ କିମ୍ବା ଜୀବନଶୈଳୀ lifestyle ଲୀ |
- ସମ୍ପର୍କ ବା ଆଗ୍ରହ ଗୋଷ୍ଠୀ |
- ଏହି ବର୍ଗଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ କ୍ୱେଷ୍ଟିଅନ୍ ଶିଳ୍ପ ଦୁହେଁ ବରଂ ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରାହକ, ବାଉଁଶ, ବିଷୟବସ୍ତୁ, ଅଫର୍ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ମାର୍କେଟିଂର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଦିଗ ଉପରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ | ଆପଣ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରୁଥିବା ପୃଥକ ଉପଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକର ଆବଶ୍ୟକତା ଏବଂ ଚାହିଦା ପୂରଣ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କର ବାଉଁଶ ଯଥେଷ୍ଟ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ |

ଧରାଯାଉ ତୁମେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରି ଜି organic ବିକ, ହର୍ବାଲ ହେୟାର କେୟାର ଉତ୍ପାଦର ଏକ ଧାଡ଼ି ବିକ୍ରୟ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି | ଯଦି ତୁମେ ତୁମର ଟାର୍ଗେଟ୍ ବଜାରକୁ “ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ସାମ୍ପ୍ରଦାୟିକ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା ସମସ୍ତେ” ଭାବରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କର | ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍, ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ ଯାହା ତୁମେ ଉପଯୁକ୍ତ ସାମାଜିକ-ମାର୍କେଟିଂ କ୍ୱେଷ୍ଟିଅନ୍ ଶିଳ୍ପ ବାଛିବା ପୂର୍ବରୁ ବିଭିନ୍ନ ସର୍ବ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବଜାର କରେ |

## When you're creating subgroups, keep these concepts in mind:

**Simple demographics affect your market definition.** | ସୁଗନ୍ଧର ବ୍ୟବହାର, ବର୍ଣ୍ଣନାକାରୀ ଶବ୍ଦ, ଏବଂ ପ୍ୟାକେଜିଂ ମଧ୍ୟ ଲିଙ୍ଗ ଅନୁଯାୟୀ ଭିନ୍ନ ହୋଇପାରେ | ପୁରୁଷମାନଙ୍କ ପାଇଁ କେତେ ସାମ୍ପ୍ରଦାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନ ରେଖଣୀ ବିଷୟରେ କଥାବାଉଁ କରେ |

କେଶ? ସେହି ବିଷୟ ପାଇଁ, ସାମ୍ପ୍ରଦାୟିକ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକର ଅନୁପାତ କ'ଣ?

ନାରୀ ବନାମ ପୁରୁଷ?

**Consider geography.** | ଭୂଗୋଳ ସ୍ୱଳ୍ପ ମନେହୁଏ ନାହିଁ, କିନ୍ତୁ ଶୁଖିଲା ଜଳବାୟୁରେ ରହୁଥିବା ଲୋକମାନେ ଆର୍ଦ୍ର ଜଳବାୟୁରେ ରହୁଥିବା ଲୋକଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ମଶୁରାଈଜର ବିଷୟରେ ଏକ ବାଉଁଶ ଗ୍ରହଣ କରିପାରନ୍ତି | କିମ୍ବା ବୋଧହୁଏ ଆପଣଙ୍କର ଉତ୍ପାଦନ କ୍ଷମତା ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ଉତ୍ପାଦ ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ଏକ ସ୍ଥାନୀୟ କିମ୍ବା ଆଞ୍ଚଳିକ କ୍ଷେତ୍ରରେ ବାଧୁତ କରେ |

**Think about how purchasing behavior changes with life stages.** ଉଦାହରଣ ସ୍ୱ. ରୁପ, ଯେଉଁମାନେ ନିଜ କେଶକୁ ରଙ୍ଗ କରନ୍ତି, ସେମାନେ ନଥିବା ଲୋକଙ୍କ ତୁଳନାରେ ବିଭିନ୍ନ କେଶ ଯତ୍ନ ଉତ୍ପାଦ ଖୋଜନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ସେମାନଙ୍କର କେଶକୁ ରଙ୍ଗ କରିବାର କାରଣ ଆପଣଙ୍କ ବିକ୍ରୟ ବାଉଁଶ ଉପରେ ପ୍ରଭାବ ପକାଇଥାଏ | (କିଶୋର ଏବଂ ଯୁବକ ବୟସ୍କମାନେ ନିଜ ସାଥୀମାନଙ୍କର ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀର ହେବା ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରୟାସରେ ସେମାନଙ୍କର କେଶକୁ ଅସାଧାରଣ ରଙ୍ଗରେ ରଙ୍ଗ କରି ପାରନ୍ତି; ବୟସ୍କ ପୁରୁଷମାନେ ଗ୍ରେସିଆନ୍ ଫର୍ମୁଲା ସହିତ ଧୂସର ଲୁଗାଇ ପାରନ୍ତି; ପିଲାମାନଙ୍କ ସହିତ ମହିଳାମାନେ ଫ୍ୟାଶନ୍ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହୀ ହୋଇପାରନ୍ତି, କିମ୍ବା ପିକ୍ ଅପ୍ ଭାବରେ ସେମାନଙ୍କ କେଶକୁ ରଙ୍ଗ ଦେଇପାରନ୍ତି |)

**Even lifestyles (psychographics) affect decisions.** ସାମିତ ସମ୍ବଳ ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଯେଉଁମାନେ ନୂତନ ଉତ୍ପାଦ ଚେଷ୍ଟା କରିବାର ସମ୍ଭାବନା ନାହିଁ ସେମାନେ ମୂଲ୍ୟ ଏବଂ ସନ୍ତୋଷ ଗ୍ୟାରେଣ୍ଟି ବିଷୟରେ ବାଉଁଶଗୁଡ଼ିକୁ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା କରିପାରନ୍ତି; ଅଧିକ ଉତ୍ସ କିମ୍ବା ଉଚ୍ଚ ମାନସତା ଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ସାମାଜିକ ଗୋଷ୍ଠୀକରଣ ଏବଂ ଆତ୍ମ ସମ୍ମାନ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ବାଉଁଶ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ହୋଇପାରନ୍ତି |

**Affinity or interest groups are an obvious segmentation parameter.**

ଯେଉଁମାନେ ପରିବେଶ ସଂଗଠନରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି କିମ୍ବା ଦ୍ରବ୍ୟର ପୁନଃ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ସେମାନେ ସବୁଜ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବିତ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ ।

ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅନଲାଇନ୍ ଦୃଶ୍ୟରେ ସାମ୍ପ୍ରଦାୟିକତା ଆବେଦନ କିମ୍ବା ଦୋକାନ ।

**Facebook**

ଫେସବୁକ୍, Inc., କାଲିଫର୍ଣିଆର ମେନଲୋ ପାର୍କରେ ଅବସ୍ଥିତ ଏକ ଆମେରିକୀୟ ବହୁରାଷ୍ଟ୍ରୀୟ ସମ୍ପତ୍ତିନୀ । ମାର୍କ ଜୁକରବର୍ଗଙ୍କ ସହ ହାର୍ଡାର୍ଡ କଲେଜର ସହପାଠୀ ତଥା ଛାତ୍ରମାନଙ୍କ ସହିତ ଏହା ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ହୋଇଥିଲା, ଯେଉଁମାନେ ଏଡୁଆର୍ଡୋ ସାଭେରିନ୍, ଆଣ୍ଡ୍ରିୟୁ ମ୍ୟାକକ୍ଲମ୍, ଡେଭିଡ୍ ମସ୍କୋଭିଜ୍ ଏବଂ କ୍ରିସ୍ ହ୍ୟୁଜ୍, ମୂଳତଃ The TheFacebook.com ଭାବରେ ଆଜିର ଫେସବୁକ୍, ଏକ ଲୋକପ୍ରିୟ ବିଶ୍ୱ ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କିଂ ସେବା । ଏହା ଦୁନିଆର ସବୁଠାରୁ ମୂଲ୍ୟବାନ କମ୍ପାନୀ ମଧ୍ୟରୁ ଅନ୍ୟତମ । ଗୁଗୁଲ୍, ଆପଲ୍, ମାଇକ୍ରୋସଫ୍ଟ ଏବଂ ଆମାଜନ୍ ସହିତ ଆମେରିକାର ସୂଚନା ପ୍ରଯୁକ୍ତିବିଦ୍ୟାରେ ଏହା ବିଗ୍ ପାଞ୍ଚ କମ୍ପାନୀ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ଭାବରେ ବିବେଚନା କରାଯାଏ ।

ପୃଥିବୀର ସର୍ବ ବୃହତ ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କିଂ ହେବା ସହିତ ଏହା ସବୁଠାରୁ ଅଧିକ । ସକ୍ରିୟ ବ୍ୟବହାରରେ, ଜୁନ 2014 ସୁଦ୍ଧା, 829 ନିୟୁତ ଲୋକ ପ୍ରତିଦିନ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି।

ଏହା ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା କର: ଅଧିକାଂଶ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ଏବଂ ଟାବଲେଟ୍ ଏକ ଫେସବୁକ୍ ଆପ୍ ସହିତ ପ୍ରିଲୋଡ୍ ହୋଇଛି କିମ୍ବା ଅନ୍ତତଃ least ପକ୍ଷେ ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଅଛି ଯାହା ଫେସବୁକ୍ ଅଂଶୀଦାର ପାଇଁ ଅନୁମତି ଦିଏ । ଫେସବୁକ୍ ଏକ ଚମତ୍କାର ହାରରେ ବ continues ିବାରେ ଲାଗିଛି କାରଣ ଏହା ଉଭୟ ଗ୍ରାହକ ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟର ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ପୂରଣ କରିବାରେ ଲାଗିଛି ।

ସାଙ୍ଗମାନେ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ଏବଂ ସାଙ୍ଗମାନଙ୍କ ସହିତ ସଂଯୋଗ କରନ୍ତି ଏବଂ ଅନ୍ୟତମ ଏବଂ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଆକାରରେ ସେମାନଙ୍କ ଜୀବନ ବାଣ୍ଟନ୍ତି । ସମସ୍ତ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କର ଏକ ଫେସବୁକ୍ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଅଛି, ଯେଉଁଥିରେ ଏକ ମୁଖ୍ୟ ପ୍ରତିଛବି, କିମ୍ବା ଅବତାର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ; ସାଙ୍ଗମାନଙ୍କ ଠାରୁ ସେମାନଙ୍କର ସର୍ବଶେଷ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଏବଂ ମତ୍ତବ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ତାଲିକାଭୁକ୍ତ ଏକ ଚାଇଲାଇନ୍; ଏବଂ ଏକ ପାର୍ଶ୍ୱ ଦକ୍ଷିଣା ଯାହା ଫଟୋ, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସୂଚନା ଏବଂ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଆପ୍ ପାଇଁ ଟ୍ୟାବ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ।

ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ଫେସବୁକ୍ ପ୍ଲଗ୍-ଇନ୍ ବ୍ୟବହାର କରି ସେମାନଙ୍କର ବେସିସାଲ୍ସ କୁ ଅଧିକ ସାମାଜିକ କରିବା, ଫେସବୁକ୍ ପୃଷ୍ଠାରେ ଉପଯୋଗୀ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପ୍ରକାଶନ କରିବା ଏବଂ ଫେସବୁକ୍ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ମଧ୍ୟରେ ଉଚ୍ଚ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖାଯାଇଥିବା ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭିଯାନ ଚଳାଇବା ଦ୍ୱାରା ଗ୍ରାହକ ଏବଂ ଆଶା ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବା ପାଇଁ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ।

**Why Is It So Popular?**

ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କିଂ ସାଇଟ୍ ଫେସବୁକ୍ 2004 ରେ ହାର୍ଡାର୍ଡ ୟୁନିଭରସିଟିର ମାର୍କ ଜୁକରବର୍ଗ ନାମକ ଜଣେ ପିଲା ଦ୍ୱାରା ଆରମ୍ଭ କରାଯାଇଥିଲା । ଏହା Thefacebook ନାମରୁ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ଏହା କେବଳ ହାର୍ଡାର୍ଡ ଛାତ୍ର କିମ୍ବା କାହା ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ ଥିଲା ।

ଅନ୍ୟମାନଙ୍କର ଏକ harvard.edu ଇମେଲ୍ ଠିକଣା ଥିଲା । ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କିଂ ହାର୍ଡାର୍ଡରେ ଶୀଘ୍ର ବ୍ୟାପିଗଲା କାରଣ ଏହା ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ଥିଲା ।

ଯଦିଓ ଏହା ହାର୍ଡ଼ କ୍ଷାତ୍ରମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ନେଟୱାର୍କ ଭାବରେ ଉନ୍ନତ ହୋଇଥିଲା, ଫେସବୁକ୍ ଶେଷରେ ଅନ୍ୟ ବିଶ୍ୱବିଦ୍ୟାଳୟର କ୍ଷାତ୍ରମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏବଂ ଶେଷରେ ଯେକି anyone ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଉପଲବ୍ଧ ହେଲା । ବର୍ତ୍ତମାନ, କିଛି ବର୍ଷ ପରେ, ଏହା ଇତିହାସର ସବୁଠାରୁ ବଡ଼ ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କିଂ ସାଇଟରେ ପରିଣତ ହୋଇଛି । ଏହି ପୁସ୍ତକର ପ୍ରକାଶନ ତାରିଖ ସୁଦ୍ଧା, ଫେସବୁକ୍ରେ 1.3 ବିଲିୟନରୁ ଅଧିକ ଉପଭୋକ୍ତା ଅଛନ୍ତି ।

## ଫେସବୁକ୍ ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତ ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କକୁ ଅତୀତରେ ଉତ୍ତମ ଦେଇଥିବାର କିଛି କାରଣ ଏଠାରେ ଅଛି:

ପ୍ଲଟଫର୍ମକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ଫେସବୁକ୍ ବିଦ୍ୟମାନ ସାମାଜିକ ସଂଯୋଗ ବ୍ୟବହାର କରିଛି ।  
ପ୍ରଥମ ଦିନରୁ, ସାଇନ୍-ଅପ୍ ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଆପଣ ଯେକି anyone ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ନିମନ୍ତ୍ରଣ କରିଛନ୍ତି ।

ଇମେଲ୍! ଏହାର ଅନୁମାନ ହେଉଛି ଯଦି ଆପଣ କାହା ସହିତ ଏକ ଇମେଲ୍ ବିନିମୟ କରନ୍ତି, ତେବେ ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ ଆପଣଙ୍କର ଏକ ପ୍ରକାର ସମ୍ପର୍କ ଅଛି ଏବଂ ଫେସବୁକ୍ ରେ ଆପଣଙ୍କୁ ଯୋଗଦେବାକୁ ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରିବାକୁ ଇଚ୍ଛା ହୋଇପାରେ ।

Main ଫେସବୁକ୍ ମୁଖ୍ୟ ସ୍ରୋତ ଗଣମାଧ୍ୟମ ଦ୍ୱାରା ଅଧିକ ଆହ୍ୱାନିତ । ଜଣେ କ୍ଷାତ୍ରଙ୍କ ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା ନକରି ମତ୍ତବ୍ୟ ଦେଇ ଜଣେ ଶିକ୍ଷକଙ୍କୁ ବରଖାସ୍ତ କରାଯିବ କିମ୍ବା ଜନ୍ମ ସମୟରେ ଅଲଗା ହୋଇଥିବା କିନ୍ତୁ ଫେସବୁକ୍ରେ ମିଳିତ ହେବା ବିଷୟରେ ଏକ ଖବରକାଗଜ ପ୍ରବନ୍ଧ ହେଉ, ଖବରରେ ଫେସବୁକ୍ ବିଷୟରେ କ mention ଶିକ୍ଷିତ ଉଲ୍ଲେଖ ନକରି ଗୋଟିଏ ଦିନ ବିତିଯାଏ ନାହିଁ ।

✓ ଫେସବୁକ୍ ଆମକୁ ସଂଯୁକ୍ତ ରଖେ । ଯୁବକମାନେ ସଂଯୁକ୍ତ ରହିବାକୁ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ସେମାନେ ଏକା ନୁହଁନ୍ତି । ଫେସବୁକ୍ରେ ହୁତତମ ବ growing ୁଥିବା ବିଭାଗଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ 55 ରୁ ଅଧିକ ଲୋକ ରହିଆସିଛନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଅନେକ ନିଜ ପିଲା ଏବଂ ବେଳେବେଳେ ନାତି ନାତୁଣୀଙ୍କ ସହ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ।

## Building Your Facebook Presence

### Getting Started with a Facebook Page

ଫେସବୁକ୍ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ଫେସବୁକ୍ରେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟକୁ ଏକ ଉପସ୍ଥିତି ଦେଇଥାଏ ଯେଉଁଠାରେ ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିପାରିବେ । ଫେସବୁକ୍ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି ବ୍ୟବସାୟ । ଏକ ଫେସବୁକ୍ ସଦସ୍ୟଙ୍କ ଚାଲମଲାଲନ୍ ସହିତ ସମାନ ।

ଫେସବୁକ୍ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଆପଣଙ୍କର ଫେସବୁକ୍ ପେଜ୍ ପସନ୍ଦ କରିପାରିବେ, ନୂତନ ଉତ୍ପାଦ ଏବଂ ପଦୋତ୍ତ ବିଷୟରେ ଜାଣିପାରିବେ, ଆପଣଙ୍କ ଚାଲମଲାଲନ୍ରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୋଷ୍ଟ କରିପାରିବେ (ଫଟୋ, ଭିଡିଓ, ଏବଂ ଲିଙ୍କ୍), ଆପଣଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାଇ ପାରିବେ, ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ପୃଷ୍ଠା ପୋଷ୍ଟରେ ମତ୍ତବ୍ୟରେ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ସହ କଥାବାର୍ତ୍ତା ମଧ୍ୟ କରିପାରିବେ । ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ନିୟୋଜିତ କରିବା, ଇମେଲ୍ ଠିକଣା କ୍ୟାପଚର କରିବା, ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ଉତ୍ପାଦ ବିକ୍ରୟ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣ ବିଭିନ୍ନ ବ features ଶିକ୍ଷିତ ସହିତ ବ୍ରାଉଜିଂ କମ୍ପ୍ୟୁଟର୍ ଟ୍ୟାବ୍ ମଧ୍ୟ ଯୋଡ଼ିପାରିବେ । କିମ୍ବା ସେବାଗୁଡ଼ିକ, ଯେପରିକି ବୋର୍ଡିଂହାଉଜ୍ ଗିଟାର୍ ରେସକ୍ୟୁ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଦାନ କରାଯାଇଥିବା ଟ୍ୟାବ୍, ହୁଏ ଜର୍ସିର ଏକ ମୁ୍ୟଜିକ୍ ଷ୍ଟୋର ।

ଏହି ସମସ୍ତ ବ features ଶିଷ୍ୟ ସହିତ ହଜାର ହଜାର ସମ୍ଭାଷଣ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସଂସ୍ପର୍ଶରେ ଆସିବା ସହିତ ଫେସବୁକ୍ ପେଜ୍ ହଜାର ହଜାର ବ୍ରାଉଜର ମାର୍କେଟିଂ ଟୁଲ୍ ବକ୍ସରେ ଏକ କେନ୍ଦ୍ରୀୟ ଉପକରଣ ହୋଇପାରିଛି ।

## Understanding the Differences among Pages, Timelines, and Groups

ଫେସବୁକ୍ ଭଲ ଫେସବୁକ୍ ଟୁଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରୁଛି । ଅନେକ ଏକ ଟାଇମଲାଇନ୍ ତିଆରି କରି ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି, ଯାହା ପ୍ରକୃତରେ ଫେସବୁକ୍ରେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ସୂଚନା ଅଂଶୀଦାର କରିବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ । କିମ୍ବା ସେମାନେ ଏକ ଗୋଷ୍ଠୀ ସୃଷ୍ଟି କରି ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି, ଯାହା ଲୋକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଆଗ୍ରହ ଉପରେ ପରସ୍ପର ସହିତ ସଂଯୋଗ ହେବା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ।

**Each of these Facebook tools serves a very different purpose (ଏହି ଫେସବୁକ୍ ଉପକରଣଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଏକ ଭିନ୍ନ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ପ୍ରଦାନ କରେ)**

✓ **Timelines:** ସମୟସୀମା (ଅନ୍ୟଥା ଫେସବୁକ୍ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଭାବରେ ଜଣାଶୁଣା) ଲୋକଙ୍କୁ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରେ । ସେମାନେ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କୁ ସାଙ୍ଗମାନଙ୍କ ସହିତ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ, ଭିଡିଓ ଏବଂ ଫଟୋ ଅପଲୋଡ୍ ଏବଂ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ଏବଂ ସମୟ ସହିତ ସେମାନଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଗଢ଼ିତ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଅନ୍ତି । ଯଦି ଆପଣ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବରେ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ଆପଣ ଏକ ଟାଇମଲାଇନ୍ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ।

✓ **Pages:** ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବସାୟ, ବ୍ରାଣ୍ଡ, ଅଣ-ଲାଭ ସଂଗଠନ, ଜନପ୍ରତିନିଧି ଏବଂ ସେଲିବ୍ରିଟିମାନଙ୍କୁ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରେ । ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କୁ ଫେସବୁକ୍ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ମଧ୍ୟରେ ଆପଣଙ୍କର ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା ବିଷୟରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ, ଗ୍ରାହକ ଏବଂ ଉତ୍ପାଦ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବାକୁ, ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା ବିକ୍ରୟ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ ।

✓ **Groups:** ଗୋଷ୍ଠୀ ଲୋକମାନଙ୍କୁ (ସମୟସୀମା ବ୍ୟବହାର କରି) ଚାରିପାଖରେ ସଂଗଠିତ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଅନ୍ତି । ଅଂଶୀଦାର ଲକ୍ଷ୍ୟ କିମ୍ବା ଆଗ୍ରହର ବିଷୟଗୁଡ଼ିକ । ଲୋକମାନେ ଗୋଷ୍ଠୀରେ ଯୋଗଦାନ କରିପାରିବେ; ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ ।

## Creating a Facebook Page from Scratch

Here are the steps for creating a Facebook Page (I recommend reading all the steps before you begin):

- [www.facebook.com/pages/create](http://www.facebook.com/pages/create) କୁ ଯିଆନ୍ତୁ ।
- ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରକାର ଚୟନ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟକୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଭାବରେ ବର୍ଣ୍ଣନା କରେ । ଆପଣ six ପ୍ରକାରର ଫେସବୁକ୍ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ବାଛିପାରିବେ:
- ସ୍ଥାନୀୟ ବ୍ୟବସାୟ କିମ୍ବା ସ୍ଥାନ: ଏହି ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଯାହାକି ଏକ ସ୍ଥାନୀୟ ବଜାରର ଉପସ୍ଥିତିରୁ ଉପକୃତ ହେବ: ଏକ ସଂଗ୍ରହାଳୟ, ପିଜା ଦୋକାନ କିମ୍ବା ଚଳଚ୍ଚିତ୍ର ପ୍ରେକ୍ଷାଳୟ ।
- କମ୍ପାନୀ, ସଂଗଠନ, କିମ୍ବା ଅନୁଷ୍ଠାନ: ଏହି ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ବୃହତ ଜାତୀୟ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ, ଯେଉଁଥିରେ ଅଣ-ଲାଭ ସଂଗଠନ ଏବଂ ବୃହତ କମ୍ପାନୀ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ହୋଇପାରେ । ଆପଣ ଏବଂ ଡେଲ୍ ଭଲ ବ୍ୟବସାୟରୁ ଗ୍ରାହକ । examples; Avaya and Oracle are good business-to-business examples.

**Brand or Product:** ଏହି ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ବଡ଼ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ | ଭାବନ୍ତୁ | ସ୍ଫୀରବନ୍ଧୁ ଏବଂ କୋକାକୋଲା |

**Artist, Band, or Public Figure:** ରାଜନେତା, କଳାକାର, ଚିତ୍ରିତ ସେଲିବ୍ରିଟି କିମ୍ବା ଜିମି କିମେଲ, ବାରାକ ଓବାମା, ଏବଂ ଲେଡି ଗାଗା ଭଳି ସଂଗୀତ ଗୋଷ୍ଠୀ ପାଇଁ ଏହି ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ଭଲ |

**Entertainment:** ଗଜାର ଆଜ ଆଜ ଆଜଜ ଆଚେ ଆଜାର ଆଜ ଆଜ ଆଜାର ଆଜୁ ସିଜ ଆଜ ଆଜୁ ଆଜାର ଆଜ ଆଜୁ ଆଜୁ ଆଜାର ଆଜକ ଆଜ ଆଜୁ

**Cause or Community:** ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକ ଫେସବୁକ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଉଦ୍ଦିଷ୍ଟ, ଯେଉଁମାନେ ଏକ ବିଷୟ କିମ୍ବା ଅଭିଜ୍ଞତା ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି ଏବଂ ଏହା ସହିତ ସଂଯୁକ୍ତ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ଦ୍ଵାରା ସାମୂହିକ ଭାବରେ ମାଲିକ ଅଟନ୍ତି | ଆପଣ <https://www.facebook.com/pages/ଆଲିଙ୍ଗନ/115576608453665> ରେ ଏକ ସମ୍ପ୍ରଦାୟ ପୃଷ୍ଠାର ଏକ ଉଦାହରଣ ପାଇପାରିବେ | କାରଣ ଆପଣ ଫେସବୁକ୍ରେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟର ଉପସ୍ଥିତି ଉପରେ ପ୍ରଶାସନିକ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ ରଖିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି, ମୁଁ ଫେସବୁକ୍ରେ ମାର୍କେଟ୍ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରାଥମିକ ଉପାୟ ଭାବରେ ଏକ କମ୍ୟୁନିଟି ପେଜ୍ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ପରାମର୍ଶ ଦେଉ ନାହିଁ |

**ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟ ନାମ ଟାଇପ୍ କରନ୍ତୁ :** ଫେସବୁକ୍ରେ ଆପଣଙ୍କ ସଂସ୍ଥାର ନାମ ସୁରକ୍ଷିତ କରିବାକୁ କମ୍ପାନୀ ନାମ କ୍ଷେତ୍ର | ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ପୃଷ୍ଠାର ନାମ ରଖ, ତୁମେ ପରେ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରିବା ଅଧିକ କଷ୍ଟକର | 100 ପ୍ରଶଂସକ ହାସଲ କରିଛନ୍ତି | (ଆପଣଙ୍କର 100 ପ୍ରଶଂସକ ରହିବା ପରେ, ଆପଣ ମା page ଲିକ୍ ସୂଚନା ଟ୍ୟାବରେ ଆପଣଙ୍କ ପୃଷ୍ଠା ନାମ ପାଖରେ ଥିବା “ଅନୁରୋଧ ପରିବର୍ତ୍ତନ” ଲିଙ୍କ କ୍ଲିକ୍ କରି ଏକ ନାମ ପରିବର୍ତ୍ତନ ପାଇଁ ଅନୁରୋଧ କରିପାରିବେ, କିନ୍ତୁ ଅନୁରୋଧ ମଞ୍ଜୁର କରିବେ କି ନାହିଁ ତାହା ଫେସବୁକ୍ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ) | ତେଣୁ ଏକ ନାମ ବାଛି ଯାହାକୁ ତୁମେ ତୁମର ପ୍ରଶଂସକ ଏବଂ ଗ୍ରାହକ ଚାହୁଁଛନ୍ତି |

ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ସହିତ ଜଡ଼ିତ | ଅଧିକାଂଶ କ୍ଷେତ୍ରରେ, ଏହି ନାମ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ନାମ ହେବ | ଯଦି ଆପଣ ଏକ ସ୍ଥାନୀୟ ବ୍ୟବସାୟ କିମ୍ବା ସ୍ଥାନ ଚୟନ କରନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର ଠିକଣା ଏବଂ ଫୋନ୍ ନମ୍ବର ମଧ୍ୟ ପ୍ରବେଶ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ |

**Select a category for your Page. (ଆପଣଙ୍କର ପୃଷ୍ଠା ପାଇଁ ଏକ ବର୍ଗ ଚୟନ କରନ୍ତୁ )**

1. ଆପଣ ଚୟନ କରୁଥିବା ପୃଷ୍ଠା ପ୍ରକାର ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି, ଆପଣଙ୍କର ପୃଷ୍ଠା ବର୍ଗ ବିଷୟରେ ଆପଣଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ପସନ୍ଦ ଅଛି | ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ ତୁମର ଗ୍ରାହକମାନେ ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ କିପରି ଚିନ୍ତା କରନ୍ତି ତାହା ଉପରେ ଆଧାର କରି ଏକ ବର୍ଗ ବାଛିନ୍ତୁ | ବିଜ୍ଞାନର ଏକ ସଂଗ୍ରହାଳୟ ବାଛିବ |
2. ସଂଗ୍ରହାଳୟ ଏହାର ବର୍ଗ ଭାବରେ ଯଦିଓ ଏହାର କାର୍ଯ୍ୟନିର୍ବାହୀ ନିର୍ଦ୍ଦେଶକ ସଂଗ୍ରହାଳୟକୁ ଏକ ଅଣ-ଲାଭ ସଂଗଠନ ବୋଲି ଭାବିପାରନ୍ତି, ଯାହାକି ଅନ୍ୟ ଏକ ବର୍ଗ ପସନ୍ଦ | ଗ୍ରାହକ-ଆଧାରିତ ବର୍ଗ ଚୟନ କରିବା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଫେସବୁକ୍ରେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟ ଖୋଜିବା ସହଜ କରିଥାଏ | ଯଦିଓ ଆପଣ ସର୍ବଦା ଆପଣଙ୍କର ଫେସବୁକ୍ ପୃଷ୍ଠାର ବର୍ଗ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରିପାରିବେ, ଆରମ୍ଭରୁ ଏହାକୁ ଠିକ୍ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତୁ |

ଆପଣ ନିଜ ଆପଣଙ୍କର ପୃଷ୍ଠା ନାମ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରିବାକୁ ଅନୁରୋଧ କରିପାରିବେ, କିନ୍ତୁ ସେଠାରେ ଅଛି ।  
ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ କି guarantee ଶିକ୍ଷା ଗ୍ୟାରେଣ୍ଟି ନାହିଁ ଯେ ଫେସବୁକ ଅନୁରୋଧକୁ ଅନୁମୋଦନ କରିବ ।

1. Click the Get Started button (ଆରମ୍ଭ ଆରମ୍ଭ ବଟନ୍ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତୁ ।)

ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ଆରମ୍ଭ ଆରମ୍ଭ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତି, ଆପଣ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ଫେସବୁକ ପୃଷ୍ଠା ସର୍ତ୍ତାବଳୀରେ ରାଜି ହୁଅନ୍ତି ।  
[https://www.facebook.com/page\\_guidelines.php](https://www.facebook.com/page_guidelines.php) ରେ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକର ସର୍ତ୍ତାବଳୀ ପଢନ୍ତୁ ।

### LinkedIn

ଲିଙ୍କଡିନ୍ ହେଉଛି ଏକ ଆମେରିକୀୟ ବ୍ୟବସାୟ ଏବଂ ନିଯୁକ୍ତି ଭିତ୍ତିକ ଅନଲାଇନ୍ ସେବା ଯାହା ଖେବସାଇଟ୍ ଏବଂ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍ ମାଧ୍ୟମରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ । ମଇ 5, 2003 ରେ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିବା ଏହି ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ମୁଖ୍ୟତଃ professional ବୃତ୍ତିଗତ ନେଟୱାର୍କିଂ ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ ଏବଂ ଚାକିରୀ ଖୋଜୁଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କର ସିଦ୍ଧି ଏବଂ ଚାକିରୀ ପୋଷ୍ଟ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେଇଥାଏ । 2015 ସୁଦ୍ଧା, କମ୍ପାନୀର ଅଧିକାଂଶ ରାଜସ୍ୱ ଏହାର ସଦସ୍ୟମାନଙ୍କ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ବିକ୍ରୟ ତଥା ନିଯୁକ୍ତି ପ୍ରଫେସନାଲଙ୍କ ଠାରୁ ବିକ୍ରୟରୁ ଆସିଛି । ଡିସେମ୍ବର 2016 ଠାରୁ, ଏହା ମାଇକ୍ରୋସଫ୍ଟର ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ମାଲିକାନା ସହାୟକ ହୋଇଛି । ଜୁନ୍ 2021 ସୁଦ୍ଧା, ଲିଙ୍କଡିନ୍ 200 ଦେଶ ତଥା କେନ୍ଦ୍ରଶାସିତ ଅଞ୍ଚଳରୁ 756 ନିଯୁକ୍ତ ପଞ୍ଜିକୃତ ସଦସ୍ୟ ରହିଥିଲେ ।

ଲିଙ୍କଡିନ୍ ସଦସ୍ୟମାନଙ୍କୁ (ଉଭୟ ଶ୍ରମିକ ଏବଂ ନିଯୁକ୍ତିଦାତା) ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଏବଂ ଏକ ଅନଲାଇନ୍ ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କରେ ପରସ୍ପର ସହିତ “ସଂଯୋଗ” କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେଇଥାଏ ଯାହା ବାସ୍ତବ ବିଶ୍ୱ professional ବୃତ୍ତିଗତ ସମ୍ପର୍କକୁ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରିପାରେ । ସଦସ୍ୟମାନେ ଯେକି anyone ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କୁ (ଏକ ବିଦ୍ୟମାନ ସଦସ୍ୟ ହୁଅନ୍ତୁ କି ନାହିଁ) ଏକ “ସଂଯୋଗ” ହେବାକୁ ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରିପାରିବେ ।

### Why is LinkedIn Marketing important?

ଲିଙ୍କଡିନ୍ ବିଷୟରେ ଆମ ବିଷୟରେ ବିଭାଗ ଅନୁଯାୟୀ, ବର୍ତ୍ତମାନ ଏହାର 675 ମିଲିୟନରୁ ଅଧିକ ସଦସ୍ୟ ଅଛନ୍ତି । ଯେକି any ଶିକ୍ଷିତ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଏହା ଏକ ବିରାଟ ଦର୍ଶକ । କିନ୍ତୁ ଯାହା ଲିଙ୍କଡିନ୍ କୁ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କରିଥାଏ ତାହା ହେଉଛି ଯେଉଁମାନେ ଲିଙ୍କଡିନ୍ରେ ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରିଛନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ ଅଧିକାଂଶ ପେସାଦାର ଅଟନ୍ତି । ଏମାନେ ସେହି ବ୍ୟକ୍ତି ଯେଉଁମାନେ ପ୍ରକୃତରେ ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ଜାଣିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି ।

ଲିଙ୍କଡିନ୍ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କର ଏହି ବ feature ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ମାର୍କେଟ୍ କରିବା ସହଜ କରିଥାଏ । ଯେହେତୁ ଅଧିକାଂଶ ଉପଭୋକ୍ତା ପ୍ରକୃତରେ ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ ଜାଣିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ, ତେଣୁ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ଅନ୍ୟ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ନେଟୱାର୍କରେ ଯେପରି ଲିଡ୍ ହାସଲ କରିବାକୁ କି aggress ଶିକ୍ଷିତ ଆକ୍ରମଣାତ୍ମକ ମାର୍କେଟିଂ କି ies ଶଳ ଆରମ୍ଭ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ନାହିଁ । ବାସ୍ତବରେ, ଲକ୍ଷ୍ୟଲାଭୀ ହାରା କରାଯାଇଥିବା ଏକ ଅଧିକାରୀ ଜଣାପଡିଛି ଯେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଲିଙ୍କରୁ 64% କର୍ପୋରେଟ୍ ଖେବସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କେବଳ ଲିଙ୍କଡିନ୍ରୁ ଆସିଥାଏ ।

କିନ୍ତୁ ଏହା କେବଳ ଲିଙ୍କଡିନ୍ରେ ଉପଲବ୍ଧ ଉତ୍ତରୀକୃତ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ବିଷୟରେ ନୁହେଁ । ଲିଙ୍କଡିନ୍ର ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ଅଛି - ଉଭୟ ଦେୟଯୁକ୍ତ ଏବଂ ମାଗଣା, ଯାହା ଲିଡ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା, ସମ୍ପର୍କ ଗ and ୀବା ଏବଂ ମୂଲ୍ୟ ବିତରଣ ପାଇଁ ବ୍ୟବସାୟ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇପାରିବ । ଲିଙ୍କଡିନ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ବ୍ୟବସାୟର ଅଫିସିଆଲ୍ ପୃଷ୍ଠାରେ ଉପଭୋକ୍ତା ଭ୍ରମଣର ବିସ୍ତୃତ ବିବରଣୀ ବିଶ୍ଳେଷଣ ପ୍ରଦାନ କରେ । ଲିଙ୍କଡିନ୍ ପଲ୍ଟ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଉଭୟ ପାଠ୍ୟ ଏବଂ ଭିଡିଓ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୋଷ୍ଟ କରିବାର ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ, ଏବଂ ଇନଫୋଲ୍ ବ feature ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବ୍ୟବସାୟକୁ ସମ୍ଭାବ୍ୟ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରିବାର ସାହାଯ୍ୟ କରେ ।

ଲିଙ୍କଡିନ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ, ପଲ୍ଟ ଏବଂ ଇନଫୋଲ୍ ଲିଙ୍କଡିନ୍ ଅନେକ ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ମଧ୍ୟରୁ ଅନ୍ତ, ଯାହା ମାର୍କେଟିଂମାନେ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ । ଏହି କ୍ଲଗ୍ ପୋଷ୍ଟ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ଗୁଣ୍ଡ ଅଧିକ ଉପକରଣ ଏବଂ ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ବିଷୟରେ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରିବ ।

ଉପଭୋକ୍ତା ଆଧାର ଏବଂ ଉପଲବ୍ଧ ବ features ଶିକ୍ଷ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ବିଚାରକୁ ନେଇ, ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଏବଂ ଯେକି any ଶସି ମାର୍କେଟର ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟକୁ ବ୍ରାଣ୍ଡ କରିବା ପାଇଁ ଉପଯୋଗୀ । ତେଣୁ ଯଦି ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂର ମହତ୍ତ୍ୱ about ବିଷୟରେ ତୁମେ ନିଶ୍ଚିତ, ତେବେ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ କି strategy ଶଳ କିପରି ବିକାଶ କରାଯିବ ତାହା ଉପରେ ନିମ୍ନରେ ଅଧିକ ପଢ଼ି ।

## How to start LinkedIn Marketing for your business?

ଫଳପ୍ରସାଦୀ ହୁ understood ୀ, ଆସନ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଏକ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଯୋଜନା ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବା । ଯୋଜନା କରିବା ପୂର୍ବରୁ, ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତୁ ଯେ ଆପଣଙ୍କର ନିଜେ ଏକ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଆକାଉଣ୍ଟ ଅଛି । ତା'ପରେ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟକୁ ମାର୍କେଟ କରିବାକୁ ଏହି ପଦକ୍ଷେପଗୁଡ଼ିକ ଅନୁସରଣ କରନ୍ତୁ ।

### 1. Define your company goals

ସକ୍ରେଡ୍ଡର ବୟସ ସର୍ବାଧିକ “ନିଜକୁ ଜାଣି” 2020 ରେ ମଧ୍ୟ ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ପାଇଁ ଏକ ମାର୍କେଟିଂ ଯୋଜନା ତିଆରି କରନ୍ତି । ତୁମେ ପ୍ରଥମେ ତୁମର କମ୍ପାନୀର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଲକ୍ଷ୍ୟରେ ତୁମର କମ୍ପାନୀର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବା ହିଁ ଆପଣଙ୍କୁ ମାର୍ଗଦର୍ଶନ ଦେବ ।

ବ୍ୟବସାୟ ଯେହେତୁ ଆପଣ ପରବର୍ତ୍ତୀ ବିଭାଗରେ ଦେଖିବେ, ଆପଣଙ୍କୁ ମାର୍କେଟିଂର ଏକ ଅଂଶ ଭାବରେ ସବିଶେଷ ତଥ୍ୟ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୋଷ୍ଟ କରିବା ଏବଂ ସଂଯୋଗ ନିର୍ମାଣ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏଥିପାଇଁ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ତୁମର ହେବ । ସମ୍ଭବ୍ତ ତେଣୁ ପ୍ରଥମେ ତୁମର କମ୍ପାନୀର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରି ତୁମର ଯୋଜନା ଆରମ୍ଭ କର ।

### 2. Create your company profile through LinkedIn Pages

ତୁମର କମ୍ପାନୀର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏବଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ସେଟ୍ କରିବା ପରେ, ତୁମର କାର୍ଯ୍ୟ ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଏକ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା । ଏହା କରିବାକୁ, ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସଲ୍ୟୁସନରେ ଉପଲବ୍ଧ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକୁ ଯାଆନ୍ତୁ । ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ପାଇଁ ଏକ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ଆପଣ ଏକ ବଟନ୍ ପାଇବେ । ଏକ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ପବ୍ଲିକ୍ URL ପ୍ରଦାନ କରିବା ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ନାମ ପ୍ରବେଶ କରି ପରବର୍ତ୍ତୀ ପୃଷ୍ଠା ପୁରଣ କରନ୍ତୁ । ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସହଜରେ ଖୋଜିବାକୁ URL ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତୁ ଯେ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ URL ସରଳ କିନ୍ତୁ ଅନନ୍ୟ ଅଟେ ।

### 3. Fill out the details of your profile

ତୁମର ବ୍ୟବସାୟର ଏକ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରି, ବର୍ତ୍ତମାନ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ର ସବିଶେଷ ତଥ୍ୟ ପୂରଣ କରିବାର ସମୟ ଆସିଛି । ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ର ସମୀକ୍ଷା ବିଭାଗକୁ ଯାଆନ୍ତୁ । ତା'ପରେ ସବିଶେଷ ତଥ୍ୟ ପୂରଣ କରନ୍ତୁ । ଏକ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ରେ ନିମ୍ନଲିଖିତ ବିବରଣୀ ଭରିବା ଆବଶ୍ୟକ-

- ଲୋଗୋ
- କମ୍ପାନୀ ବର୍ଣ୍ଣନା ।
- କମ୍ପାନୀ ୱେବସାଇଟ୍ ।
- ଶିଳ୍ପ

### 3. Best LinkedIn Marketing Strategies

ଯଦିଓ ଲିଙ୍କଡିନ ଆକ୍ରମଣାତ୍ମକ ମାର୍କେଟିଂ କିମ୍ବା ଶିଳ୍ପର ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ ଯାହା ଅନ୍ୟ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ନେଟୱାର୍କ ଆବଶ୍ୟକ କରେ, ତଥାପି ଆପଣଙ୍କୁ ଏହି ନେଟୱାର୍କରେ ସକ୍ରିୟ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଏହାର କାରଣ ଆପଣଙ୍କୁ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏଠାରେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ସହିତ ଜଡିତ ହେବାକୁ ପଡିବ । ତେଣୁ, ତୁମର ବ୍ୟବସାୟ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପରେ ତୁମର ଲିଙ୍କଡିନ ମାର୍କେଟିଂ କରାଯାଇଛି ବୋଲି ତୁମେ ଦାବି କରିପାରିବ ନାହିଁ । ସର୍ବୋତ୍ତମ ରଣନୀତି ହେଉଛି:

#### a. Optimize your search

ଲିଙ୍କଡିନ ରେ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଥିବା ସେଠାରେ ବହୁତଗୁଡ଼ିଏ କମ୍ପାନୀ ଅଛି । କେତେକ ତୁମ ପରି ସମାନ ଶିଳ୍ପରେ ଥାଇପାରେ । ତେଣୁ ତୁମର ସମ୍ପାନକୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବା ତୁମ ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ, ଯାହା ଦ୍ଵାରା users ଠାରୁ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ତୁମର ବ୍ୟବସାୟକୁ ସହଜରେ ଖୋଜି ପାରିବେ । ଆପଣଙ୍କର ସମ୍ପାନକୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବାକୁ, ନିମ୍ନଲିଖିତ ପଦକ୍ଷେପଗୁଡ଼ିକୁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ:

● **Step-1:** : ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ବ୍ୟବସାୟ ଖୋଜିବାରେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା କି ଶବ୍ଦ ଖୋଜିବା ପାଇଁ SEO କୀର୍ତ୍ତୀ ଉପକରଣ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ ।

● **Step-2:** କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲର କମ୍ପାନୀ ବର୍ଣ୍ଣନା ବିଭାଗରେ ସେହି କି ଶବ୍ଦଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ । ଏହି ଉପାୟରେ, ଗୁଗୁଲ୍ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ଲିଙ୍କଡିନ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ସମ୍ପାନର ଶୀର୍ଷରେ ଦେଖାଇପାରେ ।

**Step-3:** ଆପଣଙ୍କର ଲିଙ୍କଡିନ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର କମ୍ପାନୀ ଖେବସାଇଟ୍ ସହିତ ଲିଙ୍କ୍ କରନ୍ତୁ । ଏହି

ଉପାୟରେ, ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଆପଣଙ୍କର କମ୍ପାନୀ ଖେବସାଇଟ୍ ସହିତ ମଧ୍ୟ ଜଡିତ ହେବେ ।

#### b. Regularly creating engaging content(ଖ। ନିୟମିତ ଭାବରେ ଜଡିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି ।)

ଲିଙ୍କଡିନରେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ନିୟୋଜିତ କରିବାର ସର୍ବୋତ୍ତମ ଉପାୟ ହେଉଛି ନିୟମିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବା । ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରି, ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ଦେଖିବା, ମତ୍ତବ୍ୟ ଏବଂ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ସମର୍ଥ ହେବେ । ଏହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ ସଚେତନତା ସୃଷ୍ଟି କରିବ । ଅଧିକତ୍ତ, ଗୁଗୁଲ୍ ପ୍ରାୟତଃ their ସେମାନଙ୍କ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ଉପରେ ଆଧାର କରି ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ମାନ୍ୟତା ଦେଇଥାଏ- ନିୟମିତ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ପରିଚାଳନା କରୁଥିବା କମ୍ପାନୀ ପ୍ରାୟତଃ down ନିମ୍ନ ମାନ୍ୟତା ପାଇଥାଏ ।

ଲିଙ୍କଡିନର ବ features ଶିଷ୍ଟ ଅଛି ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୋଷ୍ଟ କରିବାର ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ । ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ପୋଷ୍ଟ କରିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି, ଆପଣ ଦେଖିବେ ପ୍ରବନ୍ଧ, ଭିଡିଓ ଏବଂ ପ୍ରତିଛବି ପୋଷ୍ଟ କରିବାର ବିକଳ୍ପ ଅଛି । ଲିଙ୍କଡିନ ବ୍ୟତୀତ ଆର୍ଟିକିଲ୍ ପୋଷ୍ଟ କରିବାର ବିକଳ୍ପ ବ୍ୟତୀତ ଏହା ଫେସବୁକ୍ ପରି ।

ଡିଆପି, ଫେସବୁକ୍ ପରି, ଟୁମର ଉପାଦ କିମ୍ବା ସେବା ବିଷୟରେ ପ୍ରବନ୍ଧ ପୋଷ୍ଟ କରିବାକୁ ତୁମେ ଲିଙ୍କଡିନ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଉଚିତ ନୁହେଁ । ଲିଙ୍କଡିନ ମାର୍କେଟିଂ ସଲ୍ୟୁସନ୍ ଅନୁଯାୟୀ, ଲିଙ୍କଡିନ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନେ ନୂତନ ଚିନ୍ତାଧାରା ଉପରେ ପ୍ରବନ୍ଧ ଖୋଜନ୍ତି । ଏହି ଚିନ୍ତାଧାରାଗୁଡ଼ିକ ମୁଖ୍ୟତଃ thought ଚିନ୍ତା ଉପରେ ଆଧାରିତ ।

ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ କରେ କି? ତେଣୁ, ଯଦି ଆପଣ ଜଡ଼ିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି, ଚିନ୍ତା ନେତୃତ୍ୱ ଉପରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ ଏବଂ ଯୋଗଦାନ ଅନୁସରଣ କରିବ ।

ଆପଣ ଅନ୍ୟ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରକାଶିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟ ପୋଷ୍ଟ କରିପାରିବେ । ଏହା ପ୍ରାୟତଃ a ଏକ ଭଲ ରଣନୀତି ଅଟେ କାରଣ ଏହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ମୁଦ୍ରାକୁ ବର୍ତ୍ତାଏ । ଯଦି ଆପଣ ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମ୍ପାଦନ କରିପାରୁ ନାହାଁନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣ ଅଧିକ ପୁରୁଣା ଯୋଗଦାନକୁ ଆଗକୁ ବଢ଼ାଇବା ପାଇଁ ପୁନର୍ବାର ଆପଣଙ୍କର ପୁରୁଣା ଅଂଶୀଦାର କରିପାରିବେ ।

### **c. Add and maintain connections**

ଆପଣଙ୍କ ପାଖରେ ଯେତେ ଅଧିକ ଅନୁଗାମୀ ଅଛନ୍ତି, ଆପଣ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ସମ୍ପାଦନରେ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ପରାମର୍ଶରେ ଅଧିକ ଦେଖାଯିବେ । ତେଣୁ ଆପଣଙ୍କର ଲିଙ୍କଡିନ ପ୍ରୋଫାଇଲରେ ଅଧିକ ଅନୁସରଣକାରୀ ଯୋଡ଼ିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତୁ । ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କୁ ଯୋଡ଼ିବାର ସହଜ ଉପାୟ ହେଉଛି ଆପଣଙ୍କର କର୍ମଚାରୀଙ୍କ ମାଧ୍ୟମରେ । ଆପଣଙ୍କର କର୍ମଚାରୀମାନଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ଅନୁସରଣ କରିବାକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରନ୍ତୁ । ଏବଂ ଯଦି ସେମାନେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ, ସେମାନଙ୍କର ସଂଯୋଗ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ।

ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ବିଷୟରେ ମଧ୍ୟ ସଚେତନ ହେବ । ଏହି ଉପାୟରେ, ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ବୃଦ୍ଧି କରିପାରିବେ । ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କୁ ଯୋଡ଼ିବାର ଅନ୍ୟ ଏକ ଉପାୟ ହେଉଛି ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ କୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା । ଏକ ଅନୁସରଣ ବଚନ ସହିତ ତୁମେ ତୁମର ଷ୍ଟେସସାଇଟ୍ ରେ ତୁମର କମ୍ପାନୀ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିପାରିବ । ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର କମ୍ପାନୀର ଲିଙ୍କଡିନ କୁ ହାଇଲାଇଟ୍ କରିପାରିବେ । ଫେସବୁକ୍, ଟ୍ୱିଟର, ଇନ୍ଷ୍ଟାଗ୍ରାମ୍ ଏବଂ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ନେଟୱାର୍କରେ ପ୍ରୋଫାଇଲ୍ । ଆପଣ ପାରିବେ ଆପଣଙ୍କର ନ୍ୟୁଜଲେଟର ଏବଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଅନୁସରଣ କରିବାକୁ ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଉତ୍ସାହିତ କରନ୍ତୁ ।

### **d. Tools to enhance your business LinkedIn MarketingStrategy**

ସ Fort ଭାଗ୍ୟବଶତ ,, ଲିଙ୍କଡିନ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ପ୍ରଦାନ କରେ ଯାହା ସେମାନଙ୍କୁ ଅନ୍ତର୍ଦ୍ଧିତ ସୃଷ୍ଟି ଏବଂ ରଣନୀତି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଲିଙ୍କଡିନ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ପରି ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ କେତେକ ମାଗଣା ଥିବାବେଳେ ଇନମେଲ ପରି ଅନ୍ୟମାନେ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି । ଏଠାରେ ତିନୋଟି ଲିଙ୍କଡିନ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ଅଛି ଯାହାକୁ ଆପଣ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟର ମାର୍କେଟିଂ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ।

### **i. Message Ads for personalized connections**

ମେସେଜ୍ ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ (ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରାୟୋଜିତ ଇନମେଲ୍) ହେଉଛି ଲିଙ୍କଡିନ ଏକ ପେଡ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ଯାହା ଆପଣ ନିଜ ସଂଯୋଗ ବାହାରେ ଥିବା ଲୋକଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାଇବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ । ଆଶାକର୍ମୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ଏବଂ ଲିଡ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପାଇଁ ଏହି ଉପକରଣ ଉପଯୋଗୀ ହୋଇପାରେ । ଉତ୍ତମ ପ୍ରାର୍ଥୀଙ୍କୁ ଆକୃଷ୍ଟ କରିବା ପାଇଁ ଉତ୍କଳ ଷ୍ଟେଟ୍ ୟୁନିଭରସିଟି ଲିଙ୍କଡିନର ପ୍ରାୟୋଜିତ ଇନମେଲ ବ୍ୟବହାର କରିଥିଲା । ଏହା ତୁଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଏହାର MBA ଏବଂ Msc ପ୍ରୋଗ୍ରାମ ବିଷୟରେ ଆଞ୍ଚଳିକ ବୃତ୍ତିଗତମାନଙ୍କୁ ବାର୍ତ୍ତା ବିତରଣ କଲା । ଏହି ପଦକ୍ଷେପ 20: 1 ର ROI ଏବଂ 70% ର ରୂପାନ୍ତର ହାରକୁ ନେଇଗଲା ।

## **ii. Advertising to increase reach**

ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ବିଜ୍ଞାପନ ସମାଧାନର ଏକ ବିସ୍ତୃତ ଆରେ ପ୍ରଦାନ କରେ । ଏହା ପ୍ରାୟୋଜିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଠାରୁ ପାଠ୍ୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଏବଂ ତାଲିକାବଦ୍ଧ ବିଜ୍ଞାପନ ଠାରୁ ବାର୍ତ୍ତା ବିଜ୍ଞାପନ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ । ଏହି ସମସ୍ତ ବିକଳ୍ପଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କୁ ଏହି ବୃତ୍ତିଗତ ନେତୃତ୍ୱରେ ଆପଣଙ୍କର ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବାର ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ ।

ଅଧିକତ୍ୱ, ବିଭିନ୍ନ ବିକଳ୍ପ ଯୋଜନା ଉପଲବ୍ଧ । ଅଧିକତ୍ୱ, ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଖର୍ଚ୍ଚକୁ ମଧ୍ୟ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିପାରିବେ । ବିଜ୍ଞାପନ କରିବାକୁ, ଆପଣଙ୍କୁ କେବଳ ଏକ କ୍ରେଡିଟ୍ କାର୍ଡ ଦରକାର ଏବଂ ସ୍ଥାନ ପାଇଁ ବିତ୍ ।

## **iii. LinkedIn Analytics for data driven results**

ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ହେଉଛି ଏକ ମାଗଣା ଉପକରଣ ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ସମୟ ସହିତ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ପୋଷ୍ଟ, ଅଭିଯାନ ଏବଂ ବିଜ୍ଞାପନ ପ୍ରଦର୍ଶନକୁ ଦେଖିବାରେ ସକ୍ଷମ କରେ । ଲିଡ୍, କ୍ଲିକ୍ ହାର, ଦୃଶ୍ୟ ଇତ୍ୟାଦି ମେଟ୍ରିକ୍ ବ୍ୟବହାର କରି, ଆପଣ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ରେ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସର ROI ମାପ କରିପାରିବେ । ଅଧିକତ୍ୱ, ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଅଭିଯାନର ଜନସଂଖ୍ୟା ଆପଣଙ୍କୁ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ବୁ to ୱାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ । ତୁମର ବିଜ୍ଞାପନ

## **e. Additional features your business can use for LinkedIn Marketing**

ଯଦି ଆପଣ ମାର୍କେଟିଂ ତୁଲ୍ୟ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଅଫରଗୁଡ଼ିକର ବ୍ୟାପକ ପରିସରରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ ନୁହଁନ୍ତି, ସେଠାରେ ଅଧିକ ଅଛି । ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ କିଛି ବ features ଶିଷ୍ୟ ଅଛି ଯାହାକୁ ଆପଣ ନିଜ ବ୍ୟବସାୟକୁ ଅଧିକ ମାର୍କେଟିଂ ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ । ସେହି ବ features ଶିଷ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ ବୁଲଟି ପୁରୁଷପୂର୍ଣ୍ଣ - ଗୋଷ୍ଠୀ ଏବଂ ମାର୍କେଟିଂ ସଲ୍ୟୁସନ୍ ସ୍ପଟ୍ ।

## **i. LinkedIn Groups for more connections**

ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଗୋଷ୍ଠୀଗୁଡ଼ିକ ସମାନ ପ୍ରସଙ୍ଗରେ ଆଗ୍ରହ ଥିବା ଲୋକଙ୍କୁ ଭେଟିବା ଏବଂ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରନ୍ତି । ତୁମର କମ୍ପାନୀ ପାଇଁ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଭେଟିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ ସଂଯୋଗ ସ୍ଥାପନ କରିବା ପାଇଁ ଏହା ଏକ ଉତ୍କୃଷ୍ଟ ଉପାୟ । ଏହିପରି ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଗୋଷ୍ଠୀରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୋଷ୍ଟ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟ ସହିତ କାରବାର କରେ । ଏହି ଉପାୟରେ, ଆପଣ ସଂଯୋଗ ବିକାଶ କରିବା ସହିତ ପାରଦର୍ଶିତା ପାଇଁ ଏକ ସୁନାମ ବ develop ାନ୍ତି ।

## **ii. LinkedIn Marketing Solutions Blog for staying up-to-date**

ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସଲ୍ୟୁସନ୍ ସ୍ପଟ୍ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂର ସର୍ବଶେଷ ଧାରା ଉପରେ ସୂଚନା ଧାରଣ କରେ । ଯଦି ଆପଣ ସେମାନଙ୍କ ସମ୍ବାଦ ଚିଠିରେ ସବସ୍ପାଇବ କରନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣ ପ୍ରତିଦିନ ଅନ୍ୟତମ ଗ୍ରହଣ କରିବେ । ସ୍ପଟ୍ ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ଏଡିଟର୍ସ ଦ୍ୱାରା ଲିଖିତ - ତେଣୁ ଆପଣ ଜାଣିବେ ଯେ ସେମାନେ ଯାହା ପୋଷ୍ଟ କରନ୍ତି ତାହା ବିଶ୍ୱାସନୀୟ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କର ବିଶାଳ ଉପଭୋକ୍ତା ଆଧାର ଉପରେ ଅନ୍ତର୍ନିହିତ ତଥ୍ୟ ଉପରେ ଆଧାରିତ ।

ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ମାର୍କେଟିଂ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଲାଭଜନକ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରେ । ଏହାର ଉପକରଣ ଏବଂ ବ features ଶିଷ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ନି do ସମ୍ବେଦରେ ବହୁତ ସାହାଯ୍ୟକାରୀ । ତେଣୁ ଯଦି ଆପଣ 2020 ରେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ୟବସାୟର ମାର୍କେଟିଂରେ ଉନ୍ନତି ଆଣିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି, ଲିଙ୍କଡିଇନ୍ ହେଉଛି ଆପଣଙ୍କର ସମାଧାନ ।

### Pinterest

ପିନରେଷ୍ଟ ହେଉଛି ଏକ ଆମେରିକୀୟ ପ୍ରତିଛବି ଅଂଶୀଦାର ଏବଂ ମିଡିଆ ସେବା ଯାହାକି ଚିତ୍ର ବ୍ୟବହାର କରି ଇଣ୍ଟରନେଟରେ ସୂଚନା ସଂରକ୍ଷଣ ଏବଂ ଆବିଷ୍କାରକୁ ସମ୍ପନ୍ନ କରିବାକୁ ଡିଜାଇନ୍ ହୋଇଛି ଏବଂ ଏକ ଛୋଟ ସ୍କେଲରେ, ଆନିମେଟେଡ୍ GIF ଏବଂ ଭିଡିଓଗୁଡ଼ିକ, ପିନ୍ସ୍ଟ ଆକାରରେ । ଏହି ସାଇଟ୍ ବେନ ସିଲବର୍ମାନ୍, ପଲ୍ ସିଆରା ଏବଂ ଇଭାନ୍ ଶାର୍ପଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ଅଗଷ୍ଟ 2020 ସୁଦ୍ଧା ମାସିକ 400 ମିଲିୟନରୁ ଅଧିକ ସକ୍ରିୟ ଉପଭୋକ୍ତା ରହିଥିଲେ । ଏହା ସାନ ପ୍ରାକ୍ଟିକ୍ସରେ ଅବସ୍ଥିତ Pinterest, Inc. ଦ୍ୱାରା ପରିଚାଳିତ ।

### Why Pinterest Matter?

ବିକ୍ରୟ ବୃଦ୍ଧି ପାଇଁ ଏକ ଉଚ୍ଚ-କ୍ୱେସ୍ଟିଆଲିଟି ଟ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରୁଥିବା ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ର ବ୍ୟବସାୟ, Pinterest ରେ ଯୋଗଦେବାକୁ ବିଚାର କରିବା ଉଚିତ୍ । ବାସ୍ତବରେ, ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ଅନୁସନ୍ଧାନ ସୂଚାଇଦିଏ ଯେ ଅନ୍ୟ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ସାଇଟ୍, ଫେସ୍ବୁକ୍ ତୁଳନାରେ ଟ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବାରେ Pinterest ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ।

ଅଲ୍ଟ୍ରାବରରେ, ଟାଇମ୍ ଇନ୍ ର ରିଆଲ୍ ସରଳ ପତ୍ରିକାର କ୍ୱେସ୍ଟିଆଲିଟି ଅଧିକ ଟ୍ରାଫିକ୍ ପାଇଲା । ଫେସ୍ବୁକ୍ ଅପେକ୍ଷା Pinterest ରୁ ।

ଚଷ୍ଟ ଗ୍ଲାସ୍ ରିଟେଲର ଖର୍ଚ୍ଚ ପାର୍ଟର ରିପୋର୍ଟ କରିଛନ୍ତି ଯେ ସେମାନଙ୍କ ସାମାଜିକ ଟ୍ରାଫିକର 11% ବିଟରରୁ 18% ତୁଳନାରେ ପିନରେଷ୍ଟରୁ ଆସୁଛି ।

କ୍ଲଗ୍ କେଟ୍ ବ୍ରାଇନ୍ ଡାକ୍ କାର୍ଯ୍ୟ ପିନ୍ କରିବା ଆରମ୍ଭ କରିବା ପରେ, ତାଙ୍କର 10 ମିଲିୟନ୍ ପୃଷ୍ଠା ଦର୍ଶନ ହୋଇଛି ଏବଂ 16,000 କ୍ଲଗ୍ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିଛି ।

### How to build your Pinterest following?

ଅପଣ ଆପଣ ଆରମ୍ଭ କରିବା ପରେ, ଆପଣ ନିମ୍ନଲିଖିତ Pinterest ନିର୍ମାଣ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଆପଣ କିଛି ପିନ୍ ବୋର୍ଡ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବେ । ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ର ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କ ପରି, ଏକ ଅନୁସରଣକାରୀ ଆଧାର ମାଧ୍ୟମରେ ନିର୍ମାଣ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଦୀର୍ଘକାଳୀନ ଚାବି ।

ଟ୍ରାଫିକ୍ ଏବଂ ଲିଡ୍ ଉତ୍ପାଦନରେ ସେହି ନେଟୱାର୍କ ପାଇଁ ସ୍ଥିରତା । ଏହି ଉପାୟରେ, ନୂତନ ଅନୁସରଣକାରୀମାନେ ଆପଣଙ୍କର ପିନ୍ ଅନୁସରଣ କରିବାର ଏକ କାରଣ ପାଇବେ; ଏହାର ସମାନ କାରଣ ହେଉଛି ଆପଣ ଏହାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପୂର୍ବରୁ କିଛି ପୋଷ୍ଟ ସହିତ ଏକ ନୂତନ କ୍ଲଗ୍ ସ୍ଥାନିତ କରିବେ ।

ତଥାପି, ବିଟର, ଫେସ୍ବୁକ୍ ଏବଂ ଲିଙ୍କଡିନରେ ଆମେ ଜାଣିଥିବା ସାଧାରଣ “ଅନୁସରଣକାରୀ ଜଗତ” ଠାରୁ Pinterest ଟିକେ ଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ପିନରେଷ୍ଟରେ, ସେଠାରେ ଦୁଇଟି ‘ଅନୁସରଣକାରୀ ବିକଳ୍ପ’ ଅଛି ଯେତେବେଳେ ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ଯେତେବେଳେ ସେ ପାଇଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି । ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଏକ Pinterest ୟୁଜର୍ କିମ୍ବା ଏକ ୟୁଜର୍ ଆକାଉଣ୍ଟ ଦ୍ୱାରା ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବୋର୍ଡ୍ ଅନୁସରଣ କରିପାରିବ । ପାର୍ଥକ୍ୟ କ’ଣ?

ଏକ ବୋର୍ଡ୍ ଅନୁସରଣ କରିବାବେଳେ ତୁମକୁ କେବଳ ସୂଚିତ କରାଯିବ (ତୁମର ଷ୍ଟିମ୍ ମାଧ୍ୟମରେ) ଯେତେବେଳେ ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ସେହି ବୋର୍ଡ୍‌କୁ ଏକ ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପିନ୍ କରନ୍ତି । ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଅନୁସରଣ କରିବାବେଳେ, ପ୍ରତ୍ୟେକ ଥର ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ତାଙ୍କର ଯେକୌଣସି କ୍ଷେତ୍ରରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପିନ୍ କରିବା ସମୟରେ ଆପଣଙ୍କୁ ସୂଚିତ କରାଯିବ ।

### Pinterest for Your Business

Pinterest ଅନେକ ବ୍ୟବସାୟ ଦ୍ୱାରା ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ - କିନ୍ତୁ ଅନେକେ ମଧ୍ୟ ଏହାକୁ ଅଣଦେଖା କରନ୍ତି । ବ୍ରାଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ମାର୍କେଟିଂ ଦୃଷ୍ଟିରୁ Pinterest ଯାହା ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ତାହାର ଫାଇଦା ନ ନେଇ, ଆପଣ କିଛି ଜବରଦସ୍ତ ସୁଯୋଗରୁ ବଞ୍ଚିତ ହେଉଛନ୍ତି ।

କାରଣ ଧ୍ୟାନ କେଉଁଠାରେ ଅଛି ଜାଣିବା ପାଇଁ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ସର୍ବଦା ଶିକାରରେ ଥାଆନ୍ତି, ସେମାନେ ବିଭିନ୍ନ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମରେ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟାକୁ ଦେଖନ୍ତି ଏବଂ ସର୍ବାଧିକ ସଂଖ୍ୟା ଥିବା ଲୋକଙ୍କୁ ବାଛନ୍ତି ।

Pinterest ଆପଣଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର ପିନ୍‌କୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବାକୁ ଏବଂ କିଛି ସହିତ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବାକୁ ଟ୍ୟାଗ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ । ଗୁଗୁଲ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସରେ ଆପଣ Pinterest ଟ୍ରାଫିକ୍ ଟ୍ରାକ୍ କରିପାରିବେ, ଏବଂ ଆପଣ ଅନ୍ୟ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ଠାରୁ ରେପିଡ୍ ସଂଖ୍ୟା ମଧ୍ୟ ଟ୍ରାକ୍ କରିପାରିବେ ।

**There are a variety of ways that Pinterest can benefit your business:**

**Drive Traffic to Your Site:** ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ଟ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବା ପାଇଁ Pinterest ଏକ ଉତ୍ତମ ଉପାୟ । ଯେପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆପଣଙ୍କର ସାଇଟ୍ ଉଚ୍ଚ ଗୁଣବତ୍ତା, ଆକର୍ଷଣୀୟ ଚିତ୍ର ଧାରଣ କରେ, ଲୋକମାନେ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ପିନ୍ କରିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି । ଏହି ପିନ୍ କିମ୍ବା ସୁପାର୍‌ଶୁଗୁଡ଼ିକ ନିଶ୍ଚିତ କରିବ ଯେ ଅଧିକ ସଂଖ୍ୟକ ଲୋକ ଆପଣଙ୍କ ପିନ୍ ଦେଖିବେ ଏବଂ ସର୍ବନିମ୍ନ *uss* ଗଢ଼ା ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ଫେରିପାରିବେ ।

**Boost Your Keyword Strategy:** ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ବାକ୍ୟାଂଶଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ସନ୍ଧାନ କରନ୍ତୁ । Pinterest ବୋର୍ଡ୍ ଏବଂ ପ୍ରୋଫାଇଲଗୁଡ଼ିକ ଗୁଗୁଲ୍ *୯* index ାରା ସୁଚୀବଦ୍ଧ ହୋଇଛି ଯାହାର ଅର୍ଥ ହେଉଛି ଆପଣ ସର୍ଚ୍ଚ ଫଳାଫଳରେ ଦେଖାଯିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କିଛି ସହିତ ଆପଣଙ୍କର ବୋର୍ଡ୍‌କୁ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିପାରିବେ ।

**Identify Pins that Convert:** ଗୁଗୁଲ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ଆପଣଙ୍କୁ କେଉଁ ପିନ୍ ବିକ୍ରିରେ ପରିଣତ କରେ ତାହା ଚିହ୍ନଟ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ । ଏହା କରିବା *୯* your ାରା, ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବଜାରର ପିନ୍ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଏବଂ ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକ କିଣିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ ଥିବା ଚିତ୍ରଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ତୁମେ ଏକ ଭଲ ଅନୁଭବ ପାଇବ ।

**Encourage Natural Links:** ତୁମର ସାଇଟକୁ ପ୍ରାକୃତିକ ଲିଙ୍କକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମ୍ପର୍କିତ ଏକ ଉତ୍ତମ ଉପାୟ । ଯଦିଓ, ଯଦି ଲୋକମାନେ ଜାଣନ୍ତି ନାହିଁ ଯେ ସେମାନେ ସେଠାରେ ଅଛନ୍ତି କିମ୍ବା ପାରମ୍ପାରିକ ସମ୍ପାଦକ ପଦ୍ଧତି ମାଧ୍ୟମରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଖୋଜି ପାରିବେ ନାହିଁ, ତେବେ ପିନ୍‌ରେଷ୍ଟରେ ଇନ୍‌ଫୋଗ୍ରାଫିକ୍ ପରି ଜିନିଷଗୁଡ଼ିକ ପିନ୍ କରିବା ବୁଦ୍ଧିମାନ ହୋଇପାରେ । ଏହା ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ବଜାରକୁ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମ୍ପର୍କିତ ଖୋଜିବାକୁ ସମ୍ପର୍କ କରିବ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ଶୀଘ୍ର ଅନ୍ୟ ଲୋକଙ୍କୁ ପଠାଇବ, ଯାହାକି ସେମାନଙ୍କୁ ଅଳ୍ପ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଉଚ୍ଚ ଦୃଶ୍ୟମାନ କରିବ ।