

डिजिटल इन्फ्लुएंसर

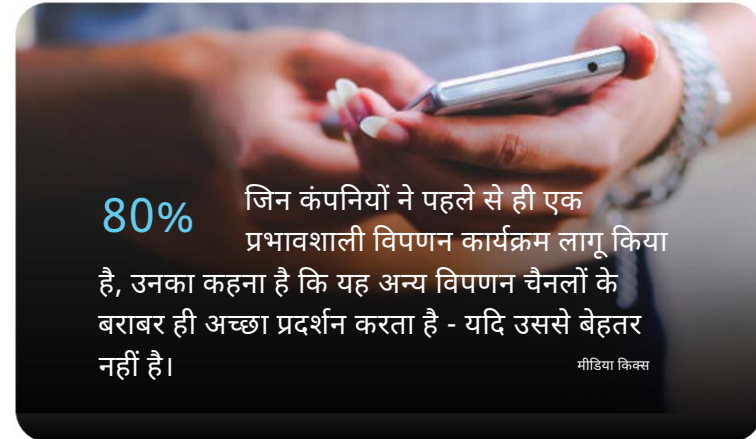
एक पूर्ण प्रभावशाली व्यक्ति
मार्केटिंग गाइड

एक संपूर्ण मार्गदर्शिका इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के लिए

सोशल मीडिया मार्केटिंग और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग कुछ ऐसे प्रचलित शब्द हैं जिन्होंने हाल के वर्षों में मार्केटिंग जगत में तूफान ला दिया है। यह मार्केटिंग में सबसे लोकप्रिय रुझानों में से एक बन गया है।

वास्तव में, बिजनेस इनसाइडर के एक अध्ययन के अनुसार, प्रभावशाली विपणन का मूल्य पहले से ही \$8 बिलियन के बराबर है, और 2022 तक अतिरिक्त \$7 बिलियन हासिल करने की राह पर है, जिससे यह \$15 बिलियन का उद्योग बन जाएगा।

जैसे-जैसे अधिक कंपनियां प्रभावशाली मार्केटिंग के साथ सफलता की संभावनाओं को समझने और देखने लगती हैं, हम रेडियो, प्रिंट और टीवी विज्ञापनों जैसी पारंपरिक मार्केटिंग रणनीतियों से दूर होते देख रहे हैं। अस्सी प्रतिशत कंपनियां जो पहले से ही एक प्रभावशाली विपणन कार्यक्रम लागू कर चुकी हैं, उनका कहना है कि यह अन्य विपणन चैनलों (मीडिया किक्स) से बेहतर नहीं तो उतना ही अच्छा प्रदर्शन करता है।



क्या आप प्रभावशाली विपणन की दुनिया में और अधिक उतरने के लिए तैयार हैं? यह मार्गदर्शिका प्रभावशाली विपणन की मूल बातें सिखाती है और आपको अपना स्वयं का सोशल मीडिया प्रभावशाली विपणन कार्यक्रम स्थापित करने में मदद करेगी।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग क्या है?

पिछिय

पिछले एक दशक में सोशल मीडिया के विस्फोट ने आम जनता के लिए फोटो, वीडियो और स्टेटस अपडेट के माध्यम से दुनिया भर के लोगों के साथ अपने रोजमर्रा के जीवन की झलकियाँ तुरंत साझा करने के लिए खुले मंच तैयार किए हैं।

जबकि अधिकांश लोग सोशल मीडिया की दुनिया में कुछ हद तक "शांत" रहना पसंद करते हैं, दूसरों ने अपना निजी ब्रांड बनाने और सैकड़ों हजारों - कभी-कभी लाखों - अनुयायी हासिल करने के लिए इन सामाजिक प्लेटफार्मों का उपयोग करने का एक तरीका ढूँढ लिया है।



प्रभावशाली व्यक्ति क्या हैं?

- 

1 प्रभावशाली बनाता है व्यक्तिगत ब्रांड
- 

2 आला विकसित करता है अनुयायियों का समुदाय
- 

3 ब्रांड्स द्वारा किराए पर लिया गया उत्पादों का प्रचार करें
- 

4 ट्रस्ट गैप बनाएं
- 

5 उपभोक्ता खरीदारी उत्पाद और सेवाएं

प्रशंसकों की एक छोटी सी फौज से लैस, ये प्रभावशाली लोग वही करते हैं जो उनके शीर्षकों से पता चलता है: अपने अनुयायियों को कार्रवाई करने के लिए प्रभावित करते हैं। आम तौर पर एक विशिष्ट बाजार पर ध्यान केंद्रित करते हुए, प्रभावशाली लोग अपने प्रशंसकों के लिए उत्पादों, घटनाओं या सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए अनुयायियों के समुदाय का निर्माण करते हैं और ब्रांडों के साथ साझेदारी करते हैं। सेलिब्रिटी विज्ञापन को आम तौर पर कई ब्रांडों द्वारा प्रभावित करने वालों के साथ भ्रमित किया जाता है, लेकिन वे समान नहीं हैं। पारंपरिक मशहूर हस्तियों का आम तौर पर प्रभावशाली लोगों की तरह अपने अनुयायियों के साथ आकर्षक रिश्ता नहीं होता है।

प्रभावशाली लोग - जिन्हें जनता एक औसत व्यक्ति के रूप में सोशल मीडिया सुपरस्टार मानती है - अपने अनुयायियों के साथ प्रामाणिक संबंध बनाकर कंपनी और उपभोक्ता के बीच विश्वास की खाई को पाटने में सक्षम हैं। बदले में, जैसा कि उपभोक्ताओं को लगता है कि वे इन प्रभावशाली लोगों से जुड़े हुए हैं और उन पर भरोसा करने में सक्षम हैं, वे प्रभावशाली लोगों द्वारा प्रस्तुत उत्पादों या सेवाओं को खरीदने के लिए अधिक इच्छुक हैं।

क्या इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एक है? महत्वपूर्ण उपकरण?

लेकिन क्या यह वास्तव में एक मूल्यवान विपणन उपकरण है जो वास्तव में किसी कंपनी के लिए राजस्व उत्पन्न करेगा? संक्षिप्त उत्तर हाँ है! अध्ययनों से पता चलता है कि "इंटरनेट तक पहुंच रखने वाले 90% लोग सोशल मीडिया प्रभावितों की सिफारिशों पर भरोसा करते हैं"।

उत्पादों को बढ़ावा देने की चाहत रखने वाली कंपनियों के लिए इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग कोई नई अवधारणा नहीं है। हालाँकि आज हम इसे जिस तरह से जानते हैं उससे बहुत अलग है, उपभोक्ताओं की खर्च करने की आदतों को प्रभावित करने के लिए प्रसिद्ध चेहरों का उपयोग सैकड़ों वर्षों से चला आ रहा है। कोका-कोला, आंट जेमिमा और मार्लबोरो जैसी प्रसिद्ध कंपनियों को परिचित चेहरों का उपयोग करके प्रचार विपणन सामग्री बनाने में बड़ी सफलता मिली है।



इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का उपयोग कैसे करें



दुनिया की सबसे बड़ी पीआर फर्म एडेलमैन के 2019 उपभोक्ता सर्वेक्षण से पता चला है कि उपभोक्ता उन ब्रांडों से खरीदारी करना पसंद करते हैं जिन पर वे भरोसा करते हैं, फिर भी केवल ग्राहकों को लगता है कि वे

1 in 3 वास्तव में कंपनियों पर भरोसा कर सकते हैं।

आम जनता कंपनियों के पारंपरिक विपणन तरीकों से ऊब चुकी है। दुनिया की सबसे बड़ी पीआर फर्म एडेलमैन के 2019 उपभोक्ता सर्वेक्षण से पता चला कि उपभोक्ता उन ब्रांडों से खरीदारी करना पसंद करते हैं जिन पर वे भरोसा करते हैं, फिर भी तीन में से केवल एक ग्राहक को लगता है कि वे वास्तव में कंपनियों पर भरोसा कर सकते हैं। यह आश्चर्यजनक रूप से कम संख्या है जिसके बारे में किसी भी मार्केटिंग पेशेवर को चिंतित होना चाहिए। यदि उपभोक्ता किसी कंपनी पर भरोसा नहीं कर सकते हैं, तो यह केवल समय की बात है जब तक वे अपने पसंदीदा उत्पादों का दूसरा ब्रांड ढूँढने के लिए आगे नहीं बढ़ जाते।

सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर

दर्ज करें: सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर, जो संदेह करने वाले ग्राहकों में विश्वास बहाल करने में मदद कर सकते हैं। जब ठीक से चलाया जाता है, तो ब्रांडों के लिए अन्य पारंपरिक विपणन विधियों की तुलना में एक प्रभावशाली विपणन कार्यक्रम एक प्रभावी रणनीति हो सकता है।

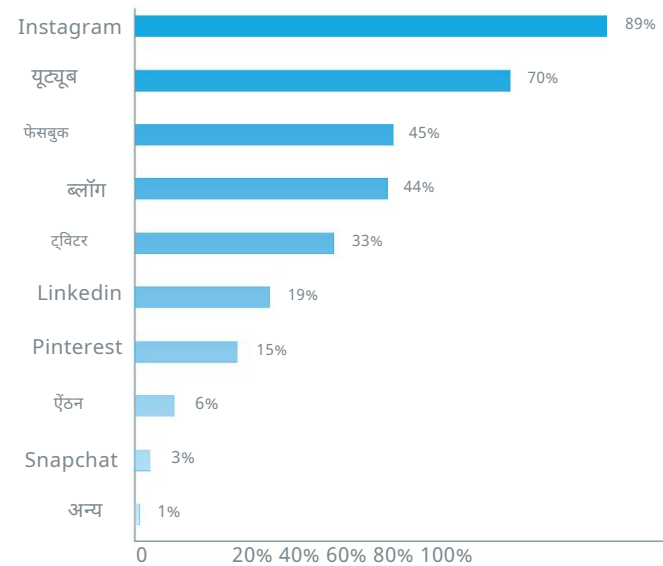
प्रभावशाली लोग कुशल कहानीकार होते हैं और पहले से ही रिश्तों को विकसित करने और अपने अनुयायियों के साथ बातचीत करने में घंटों लगा देते हैं। वे दर्शकों को आकर्षित करने और आकर्षक सामग्री बनाने में माहिर हैं जो प्रामाणिक रूप से उपभोक्ताओं से जुड़ती है।

जब एक सफल प्रभावशाली व्यक्ति ड्राइवर की सीट पर हो तो किसी भी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म में एक शक्तिशाली मार्केटिंग टूल बनने की शक्ति होती है।

फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और यहां तक कि अच्छी पुरानी वेबसाइटें कुछ सबसे लोकप्रिय प्रभावशाली मार्केटिंग प्लेटफॉर्म हैं। उनके पास उपभोक्ताओं को उनके घर, कार्यालय और चलते-फिरते हाथों में तुरंत उत्पाद पहुंचाने की शक्ति है।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के लिए कौन से सोशल मीडिया चैनल सबसे महत्वपूर्ण हैं?

(एकाधिक चुनें)



प्रभावशाली व्यक्तियों के प्रकार



दुनिया भर में लाखों प्रभावशाली लोग हैं जो अपने अनुयायियों के प्रति उत्सुकता से जुड़े रहते हैं, और जब अपने विशिष्ट बाजार की बात आती है तो विशेषज्ञ के रूप में कार्य करते हैं। प्रत्येक उद्योग, चाहे बाजार कोई भी हो, में एक संभावित प्रभावशाली व्यक्ति होता है जो अपने अनुयायियों के साथ उत्पादों और सेवाओं को साझा कर सकता है। इससे कंपनियों के लिए उपभोक्ताओं से जुड़ने और अपने उत्पाद या सेवा के लाभों को साझा करने के लिए अपने प्रभावशाली लोगों की टीम पर भरोसा करके विशिष्ट बाजारों को लक्षित करना अपेक्षाकृत आसान हो जाता है।

प्रत्येक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म प्रभावशाली लोगों के लिए अपने अनुयायियों के साथ बातचीत करने का एक अनूठा तरीका प्रस्तुत करता है। ब्लॉग लिखने या वीडियो रिकॉर्ड करने से लेकर, अपनी निजी वेबसाइटों पर पोस्ट करने तक। प्रभावशाली व्यक्ति विभिन्न माध्यमों का उपयोग करके अपने रोजमर्रा के जीवन की झलक देते हैं; फोटोग्राफी, लाइव स्ट्रीमिंग, कहानियाँ और ब्लॉग। जब बात अपने दर्शकों से जुड़ने और सामग्री साझा करने के रचनात्मक तरीके खोजने की आती है तो प्रभावशाली लोगों के लिए संभावनाएं अनंत हैं।

नैनो और सूक्ष्म प्रभावक

विशिष्ट प्रकार के उद्योगों पर ध्यान केंद्रित करने के अलावा, प्रभावशाली लोगों को अक्सर इस बात से संबंधित विशिष्ट श्रेणियों में क्रमबद्ध किया जाता है कि वे अपनी सामग्री के साथ कितने अनुयायियों तक पहुंचने में सक्षम हैं:



नैनो-प्रभावक

छोटे लेकिन शक्तिशाली, नैनो-प्रभावकों के आमतौर पर केवल कुछ हज़ार अनुयायी होते हैं। लेकिन इस वजह से उन्हें नज़रअंदाज न करें, क्योंकि बड़ा हमेशा बेहतर नहीं होता। ये प्रभावशाली लोग मात्रा से अधिक गुणवत्ता वाले दर्शकों तक पहुंच प्रदान करने में सक्षम हैं। नैनो-प्रभावकों का अपने अनुयायियों के साथ घनिष्ठ संबंध होता है और आम तौर पर उच्च सहभागिता दर उत्पन्न होती है।



सूक्ष्म-प्रभावक

10,000-100,000 अनुयायियों के साथ, सूक्ष्म-प्रभावकों के पास अक्सर नैनो-प्रभावकों की तुलना में अधिक अनुभव होता है और वे आमतौर पर एक विशिष्ट उद्योग या क्षेत्र के विशेषज्ञ होते हैं। बड़ी संख्या में अनुयायियों तक पहुंच के साथ, लेकिन फिर भी घनिष्ठ संबंध बनाए रखने में सक्षम, सूक्ष्म-प्रभावक मैक्रो-प्रभावकों की तुलना में सस्ते होंगे, जबकि फिर भी गुणवत्तापूर्ण परिणाम देंगे।

मैक्रो और सेलिब्रिटी इन्फ्लुएंसर



मैक्रो-प्रभावक

100,000 से 10 लाख अनुयायियों के साथ, मैक्रो-प्रभावक सेलिब्रिटी और सूक्ष्म-प्रभावकों के बीच एक खुशहाल माध्यम प्रदान करने में सक्षम हैं। ये प्रभावशाली व्यक्ति एक विशिष्ट जनसांख्यिकीय के बड़े दर्शकों तक पहुंच प्रदान करने में सक्षम हैं, हालांकि, उनके आकार के कारण आमतौर पर उनकी सहभागिता दर कम होती है।



सेलिब्रिटी प्रभावशाली व्यक्ति

सेलिब्रिटी प्रभावशाली व्यक्तियों के साथ काम करने में सबसे अधिक पैसा खर्च होगा, हालांकि, अन्य प्रभावशाली प्रकारों की तुलना में उनकी पहुंच अधिक होगी, आमतौर पर दुनिया भर में उनके लाखों अनुयायियों तक पहुंच होती है। वे आमतौर पर एक से अधिक प्रकार के सोशल मीडिया का भी उपयोग करते हैं, जिससे उनकी पहुंच और भी अधिक बढ़ जाती है। मैक्रो-प्रभावकों की तरह, अपने आकार के कारण, वे उच्च सहभागिता दर प्रदान नहीं करते हैं।

कोई कंपनी किस प्रकार के प्रभावशाली व्यक्ति के साथ काम करती है यह काफी हद तक उन दर्शकों पर निर्भर करता है जिन्हें वे लक्षित कर रहे हैं और विपणन अभियान का समग्र लक्ष्य। विचारशील नेता या ब्लॉगर किसी ब्रांड के विशिष्ट उत्पादों या विचारों को बढ़ावा देने के लिए महान हैं, जबकि रियलिटी स्टार और वीडियो ब्लॉगर (व्लॉगर्स) लाइव इवेंट की मेजबानी करने या यह प्रदर्शित करने के लिए बेहतर विकल्प हैं कि कोई उत्पाद रोजमर्रा की जिंदगी में कैसे उपयोग किया जाता है।

यह उन विपणक के लिए भारी हो सकता है जो अभी-अभी एक प्रभावशाली विपणन कार्यक्रम शुरू कर रहे हैं, जब वे साझेदारी के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति की तलाश कर रहे हों तो यह जानना कि कहां से शुरू करना है। यह मार्गदर्शिका एक बेहतरीन संसाधन है जो विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया प्रभावितों के बारे में अधिक विस्तार से बताती है और निर्णय लेने की प्रक्रिया को सीमित करने में मदद कर सकती है।

प्रभावशाली विपणन नीति

किसी भी चीज़ की तरह, प्रभावशाली मार्केटिंग में भी कमियां हैं, मुख्य रूप से जब सोशल मीडिया के माध्यम से किसी ब्रांड या उत्पाद को बढ़ावा देने के लिए किसी को भुगतान करने की नैतिकता की बात आती है। यह जरूरी है कि जब प्रभावशाली विपणन नैतिकता और अपने ब्रांड का विपणन करने के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति ढूंढने की बात आती है तो व्यवसाय अपना शोध करें। ऐसा करने में विफल रहने पर जनता द्वारा किसी कंपनी के बारे में कैसी धारणा बनाई जाती है, उस पर विनाशकारी प्रभाव पड़ सकता है।

प्रभावशाली बाज़ार को ईमानदार बनाए रखने और भ्रामक विज्ञापन पर रोक लगाने में मदद करने के लिए एफटीसी द्वारा निर्धारित दिशानिर्देश लागू किए गए हैं।

इन दिशानिर्देशों को समझने से कंपनियों को प्रभावशाली विपणन नैतिकता का अपना सेट स्थापित करने में मदद मिलेगी।

एक प्रभावशाली विपणन नैतिकता दुःस्वप्न में भागने से बचने के लिए यह दृढ़ता से अनुशंसा की जाती है कि कंपनियां निम्नलिखित कदम उठाएं:

- प्रभावशाली व्यक्तियों के लिए स्पष्ट खुलासे बनाएं ताकि वे अपने पोस्ट में शामिल कर सकें, साथ ही कंपनी मीडिया किट में भी शामिल कर सकें।
- प्रभावित करने वालों पर गहन शोध करें उनके साथ साझेदारी करने से पहले यह सुनिश्चित करें कि वे वास्तविक लोग हैं जिनके नकली अनुयायी नहीं हैं।
- प्रभावित करने वालों का नियमित रूप से यादृच्छिक ऑडिट करें और प्रभावशाली अभियानों पर बारीकी से नज़र रखें ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि जब उचित खुलासे की बात आती है तो हर कोई नियमों के अनुसार खेल रहा है।

एक प्रभावशाली संबंध प्रबंधन कार्यक्रम का उपयोग करने से इस प्रकार की प्रक्रियाओं को स्वचालित करने में मदद मिल सकती है।

कैसे बनायें

प्रभावी प्रभावशाली रणनीति

01

अनुसंधान, अनुसंधान, अनुसंधान. प्रत्येक विपणक कोई भी नई विपणन रणनीति या अभियान शुरू करने से पहले अनुसंधान और योजना बनाने के महत्व को समझता है। अपनी प्रभावशाली रणनीति का अधिकतम लाभ उठाने के लिए निम्नलिखित दिशानिर्देश आपको आरंभ करने में मदद करेंगे:

अपने दर्शकों को जानें

निश्चित रूप से, आदर्श रूप से आप चाहेंगे कि हर कोई और उनके भाई आपके मार्केटिंग अभियान को देखें ताकि उन्हें सबसे अधिक एक्सपोज़र मिले और उम्मीद है कि बिक्री हो। लेकिन इस बात का ठोस ज्ञान न होना कि आप किसके लिए मार्केटिंग कर रहे हैं और विशेष रूप से उस भीड़ को कैसे पूरा करना है, समय और प्रयास की बर्बादी होगी। यदि दर्शकों को उनके लिए विपणन किए जा रहे उत्पादों और सेवाओं से जुड़ाव महसूस नहीं होता है, तो उनके खरीदारी करने की संभावना कम होती है।

ग्राहक व्यक्तित्व बनाने या आदर्श उपभोक्ता कैसे दिखते हैं इसका सामान्यीकृत प्रतिनिधित्व करने के लिए समय निकालना एक उपयोगी अभ्यास है।

प्रभावशाली लोग अपने अनुयायियों के साथ साझा करने के लिए सही संदेश के साथ दर्शकों तक पहुंचने में मेहनत करने में सक्षम हैं, लेकिन कंपनियां अभी भी यह जानने के लिए समय निकालने के लिए जिम्मेदार हैं कि वे किस तक पहुंचना चाहते हैं। ग्राहक व्यक्तित्व बनाने के लिए समय निकालना, या आदर्श उपभोक्ता कैसे दिखते हैं, इसका सामान्यीकृत प्रतिनिधित्व एक उपयोगी अभ्यास है जो आपको यह अनुमान लगाने में मदद करेगा कि आपके लक्षित दर्शक कौन हैं और बदले में, साझेदारी के लिए प्रभावशाली लोगों के विशाल क्षेत्र को सीमित कर देगा। अधिक प्रबंधनीय। प्रभावशाली लोगों को आपके ब्रांड का विपणन करने में भी आसानी होगी।

अपने लक्ष्य जानें

आपकी प्रभावशाली मार्केटिंग रणनीति में एक महत्वपूर्ण पहला कदम आपके अभियानों की चल रही सफलता को मापने और मूल्यांकन करने में सहायता के लिए अपने लक्ष्य स्थापित करना है। लक्ष्य अलग-अलग होंगे और उनमें वेबसाइट और स्टोर दोनों पर ट्रैफिक बढ़ाने से लेकर ग्राहक निष्ठा बढ़ाने या लोगों की नज़र में ब्रांड जागरूकता बढ़ाने तक शामिल हो सकते हैं। किसी प्रभावशाली व्यक्ति के साथ साझेदारी करने से पहले यह सोचने के लिए समय लें कि आप अपने अभियान से क्या हासिल करना चाहते हैं और आप किन मेट्रिक्स पर रिपोर्ट करेंगे।

1-3 छोटे लेकिन प्राप्य लक्ष्यों के साथ शुरुआत करें और अपनी रणनीति शुरू होने से पहले यह सुनिश्चित कर लें कि आपकी कंपनी कहां खड़ी है, इसके आधारभूत मेट्रिक्स प्राप्त कर लें ताकि आपके पास अपने अभियान मेट्रिक्स की तुलना करने के लिए कुछ हो। अभियान के पूरे जीवनकाल में नियमित आधार पर प्रगति को ट्रैक करें और अंत में एक ऑडिट करें ताकि यह समझ सकें कि क्या काम किया, क्या नहीं किया और सफलता के लिए अपने अगले अभियान को कैसे संशोधित किया जाए।

1



लक्ष्य बनाना

2



बेसलाइन मेट्रिक्स प्राप्त करें

3



प्रगति को ट्रैक करें

4



एक ऑडिट करें

जानिए आप कितना निवेश करना चाहते हैं



आपके दर्शक कौन हैं और आप कौन से लक्ष्य हासिल करना चाहते हैं, इसका अंदाजा लगाने से बजट स्थापित करने में मदद मिलेगी। कुछ प्रभावशाली लोग भारी कीमत रखते हैं, लेकिन निवेश पर रिटर्न (आरओआई) अधिक हो सकता है।

यह तय करते समय कि आप आगामी अभियान के लिए कितना खर्च करेंगे, इस बात पर विचार करें कि आपके लक्ष्य क्या हैं और आप किस प्रकार के प्रभावशाली लोगों के साथ काम करेंगे। कम फॉलोअर्स संख्या वाले नैनो और सूक्ष्म-प्रभावकों के अपने प्रशंसकों के साथ मैक्रो-प्रभावकों की तुलना में अधिक घनिष्ठ संबंध हो सकते हैं जो व्यापक दर्शकों तक पहुंचने में सक्षम होंगे।

आप जिस प्रकार के प्रभावशाली लोगों के साथ काम करेंगे और जिन रणनीतियों का वे उपयोग करते हैं, उन्हें ध्यान में रखते हुए आपको एक ऐसा बजट निर्धारित करने में मदद मिलेगी जो आपके लिए सबसे अच्छा काम करेगा।

एक प्रामाणिक संबंध स्थापित करें प्रभावशाली व्यक्ति के साथ

एक बार जब आपको साझेदारी के लिए उपयुक्त सोशल मीडिया प्रभावशाली व्यक्ति मिल जाए, तो उनके पास प्रस्ताव लेकर पहुंचना अपने आप में एक कला है। दिन के अंत में, प्रभावशाली लोग अभी भी वे लोग हैं जिन्हें एक आकर्षक प्रस्ताव के साथ विपणन करने की आवश्यकता है जो उनके लिए सार्थक है। पेशेवर, सम्मानजनक और स्पष्ट रहें, लेकिन इसे इतना नीरस न बनाएं कि वे तुरंत आगे बढ़ जाएं।

एक कंपनी और एक प्रभावशाली व्यक्ति के बीच संबंध एक साझेदारी है और दोनों पक्षों के लिए फायदेमंद होना चाहिए, इसलिए प्रारंभिक आउटरीच ईमेल छोटा और सटीक होना चाहिए, आदर्श रूप से 7-10 वाक्य लंबा और बातचीत शुरू करने के लिए उपयोग किया जाना चाहिए ताकि यह देखा जा सके कि प्रभावशाली व्यक्ति और व्यवसाय एक मेल है।

ईमेल द्वारा अपने प्रभावशाली व्यक्ति तक पहुंचें और इसे व्यक्तिगत बनाएं। सुनिश्चित करें कि आपने अपना शोध कर लिया है और उनके बारे में एक या दो बातों का उल्लेख किया है ताकि वे जान सकें कि ईमेल व्यक्तिगत है और कोई सामान्य टेम्पलेट नहीं है जिसे आप सैकड़ों अन्य प्रभावशाली लोगों को भी भेजते हैं।

अभियान के विवरण में तब तक न पड़ें जब तक आपको यह पता न चल जाए कि प्रभावशाली व्यक्ति आपके लक्ष्यों के लिए उपयुक्त है या नहीं।



प्रारंभिक आउटरीच ईमेल संक्षिप्त और सटीक होनी चाहिए, आदर्श रूप से 7 से 10 वाक्य लंबे और बातचीत शुरू करने के लिए उपयोग किया जाना चाहिए ताकि यह देखा जा सके कि प्रभावशाली व्यक्ति और व्यवसाय मेल खाते हैं या नहीं।

प्रभावशाली व्यक्तियों के लिए सामग्री साझा करने के तरीके

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की विविधता प्रभावशाली लोगों के लिए रचनात्मक होना और उत्पादों और ब्रांडों को अपने अनूठे तरीके से साझा करना आसान बनाती है। हालाँकि कंपनियों के लिए सामग्री बनाना और उनके प्रभावशाली लोगों द्वारा इस सामग्री को साझा करने के तरीके के बारे में कुछ दिशा-निर्देश देना ठीक है, लेकिन प्रभावशाली लोगों को साझा करने के लिए अपनी स्वयं की मार्केटिंग रणनीतियों का उपयोग करने की स्वतंत्रता देना सुनिश्चित करें। कुछ सबसे लोकप्रिय साझाकरण विधियाँ हैं:



फोटोग्राफी

सेल फोन कैमरे पहले की तरह ही उन्नत हैं और ऐप्स की मदद से बेहतर दृश्य प्रभावों के लिए तस्वीरों को संपादित और बढ़ाया जा सकता है।



समीक्षा

विशिष्ट उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए प्रभावशाली लोगों द्वारा अपनी पसंद की वस्तुओं की समीक्षा करते हुए ब्लॉग लिखना एक बढ़िया विकल्प है।



वीडियो

YouTube 2000 के दशक की शुरुआत से ही अस्तित्व में है और यह वीडियो के माध्यम से सामग्री साझा करने के लिए सबसे लोकप्रिय प्लेटफार्मों में से एक है, जो एक प्रभावशाली व्यक्ति की इच्छानुसार लंबे या छोटे हो सकते हैं।



लाइव स्ट्रीम

फेसबुक और इंस्टाग्राम दोनों में "लाइव" क्षमताएं हैं, जो दर्शकों को वास्तविक समय में प्रभावशाली लोगों को देखने और उनके साथ बातचीत करने की अनुमति देती हैं।

प्रभावशाली व्यक्तियों के लिए सामग्री साझा करने के तरीके (जारी)



बॉक्स से निकालना

यह सामग्री साझा करने के अधिक पारंपरिक तरीकों में से एक नहीं है, लेकिन उपभोक्ताओं को किसी उत्पाद को अधिक विस्तार से देखने की सुविधा देता है, और प्रभावशाली लोग पहली बार बॉक्स खोलते ही अपनी वास्तविक प्रतिक्रियाएँ साझा कर सकते हैं।



प्रतियोगिता

जब उत्पादों का उपयोग करने की बात आती है तो उपभोक्ता साझा सामग्री के साथ अधिक जुड़ते हैं और अपनी रचनात्मकता दिखाते हैं।



प्रभावशाली व्यक्ति का अधिग्रहण

किसी प्रभावशाली व्यक्ति को किसी ब्रांड या कंपनी के इंस्टाग्राम अकाउंट का नियंत्रण लेने की अनुमति देना किसी विशिष्ट वेबसाइट या पेज पर नया ट्रैफिक लाने और जुड़ाव दर बढ़ाने का एक शानदार तरीका है।



हालाँकि कंपनियों के लिए सामग्री बनाना और उनके प्रभावशाली लोगों द्वारा इस सामग्री को साझा करने के तरीके के बारे में कुछ दिशा-निर्देश देना ठीक है, लेकिन प्रभावशाली लोगों को साझा करने के लिए अपनी स्वयं की मार्केटिंग रणनीतियों का उपयोग करने की स्वतंत्रता देना सुनिश्चित करें।

अपना आदर्श मंच चुनें



आपके प्रभावशाली अभियान की सफलता आपके दर्शकों को समझने और आपकी आवश्यकताओं के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति और मंच ढूंढने पर काफी हद तक निर्भर करती है। जब प्रभावशाली मार्केटिंग की बात आती है तो इंस्टाग्राम सबसे लोकप्रिय चैनल है, जिसके दुनिया भर में अरबों उपयोगकर्ता हैं; लेकिन यह एक प्रभावशाली व्यक्ति के लिए उपयुक्त नहीं है जो एक लंबा वीडियो बनाना चाहता है या अपने अनुभवों के बारे में ब्लॉग लिखना चाहता है।

न केवल अपने लक्षित दर्शकों, बल्कि प्रभावशाली व्यक्ति के लक्षित दर्शकों पर भी विचार करना महत्वपूर्ण है। वे कैसे समान या भिन्न हैं, और दोनों दर्शकों से सर्वोत्तम परिणाम प्राप्त करने के लिए किस मंच का उपयोग किया जा सकता है?

इसके अलावा, इस बात पर भी विचार करें कि आपके प्रभावशाली व्यक्ति की कितने अनुयायियों तक पहुंच है और आपके अभियान लक्ष्य क्या हैं। कल्पना कीजिए कि आप एक मध्यम आकार के शहर में एक स्थानीय बार खोल रहे हैं और एक भव्य उद्घाटन पार्टी का आयोजन करना चाहते हैं। अपने पेज पर पार्टी का प्रचार करने के लिए कुछ लाख फॉलोअर्स वाले एक लोकप्रिय इंस्टाग्राम प्रभावकार को नियुक्त करना आकर्षक हो सकता है। बहुत सारे अनुयायी इसे देखेंगे, लेकिन क्या इससे घटना की रात वास्तविक संख्या में पैदल यातायात में उल्लेखनीय वृद्धि होगी? शायद नहीं। इसके विपरीत, एक स्थानीय फेसबुक प्रभावशाली व्यक्ति जिसके कुछ ही अनुयायी हैं, लेकिन क्षेत्र और वहां के लोगों की अधिक समझ है, वह इस कार्यक्रम में उपस्थित होकर और फेसबुक-लाइव वीडियो करके परिणाम देगा।

अपने ब्रांड के लिए सही प्रभावशाली व्यक्तियों को ढूँढना

02

जब प्रभावशाली विपणन अभियानों की बात आती है तो सफलता की एक महत्वपूर्ण कुंजी एक ऐसे प्रभावशाली व्यक्ति को ढूँढना है जो आपके क्षेत्र को समझता हो और उसके लिए प्रासंगिक हो। ऐसा करने से यह सुनिश्चित होता है कि उनके विपणन प्रयासों का असर बहरे कानों (या इस मामले में, अंधी आँखों) पर न पड़े।

दर्शकों द्वारा किसी प्रभावशाली व्यक्ति के उत्पादों और सेवाओं में रुचि दिखाने की अधिक संभावना होती है यदि यह ऐसा कुछ है जिसका वे वास्तव में स्वयं उपयोग करेंगे।

जबकि विपणक समझते हैं कि सहयोग करने के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति को ढूँढना एक सफल प्रभावशाली विपणन अभियान का मूलभूत आधार है, 61% विपणक को अभियानों के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति ढूँढने में कठिनाई होती है।

यह पता लगाने के लिए कि आपका आदर्श प्रभावशाली व्यक्ति कैसा दिख सकता है, अभियान योजना प्रक्रिया के आरंभ में समय निकालें। प्रभावशाली व्यक्ति और उनके दर्शकों की आपके विशिष्ट बाज़ार तक पहुंच, सहभागिता दर और प्रासंगिकता पर विचार करें। अभियान की सफलता के लिए सबसे उपयुक्त प्रभावशाली व्यक्तियों का चयन करना महत्वपूर्ण है।



एक प्रभावशाली कैसे बनाएं प्रभावशाली आउटरीच रणनीति



एक बार जब आप यह पता लगा लें कि आप किस प्रकार के प्रभावशाली लोगों के साथ काम करना चाहेंगे, तो यह एक प्रभावी आउटरीच रणनीति की योजना बनाने का समय है। उन प्रभावशाली लोगों पर शोध करें जो आपके मानदंडों को पूरा करते हैं और सोशल मीडिया पर उनका अनुसरण करना शुरू करते हैं ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि आप उन्हें दिखाई दे रहे हैं। उनकी पोस्ट से जुड़ें और संबंध बनाना शुरू करें।

जैसा कि आप अपने प्रभावशाली लोगों के साथ संबंध बनाने के लिए समय लेते हैं, यह भी सुनिश्चित करें कि समय सही होने पर एक प्रभावी पिच तैयार करें और तैयार रहें। यह स्पष्ट रूप से पहचानना सुनिश्चित करें कि आप कौन से लक्ष्य प्राप्त करना चाहते हैं, साथ ही आप प्रभावशाली लोगों को उनकी साझेदारी के लिए क्या पेशकश कर सकते हैं। मुआवज़े का हमेशा एकमुश्त भुगतान नहीं होता है, इसमें मुफ्त उत्पाद या सेवाएँ, या बिक्री पर कमीशन भी शामिल हो सकता है जिसे प्रभावशाली व्यक्ति के पोस्ट परिवर्तित करने में सक्षम होते हैं।

आउटरीच एवं अनुवर्ती कार्रवाई

आउटरीच

जब आप अपने प्रभावशाली लोगों से संपर्क करने के लिए तैयार हों, तो अपने ब्रांड का परिचय देने के लिए एक संक्षिप्त और संक्षिप्त ईमेल भेजें। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, पहला ईमेल प्रभावशाली व्यक्ति के साथ संबंध बनाने और यह देखने के बारे में है कि क्या वे आपकी आवश्यकताओं के लिए उपयुक्त हैं।

यह सुनिश्चित करने के लिए कि उन्हें एक साथ कई प्रभावशाली लोगों को सामान्य, सामूहिक ईमेल नहीं भेजा जा रहा है, अतीत में उनके द्वारा किए गए कार्यों का संदर्भ देकर संदेश को वैयक्तिकृत करना सुनिश्चित करें। यदि आप निश्चित नहीं हैं कि अपने ईमेल में क्या कहना है, तो प्रेरणा के लिए आउटरीच टेम्पलेट्स की इस सूची को देखें।

यदि प्रभावशाली व्यक्ति आपके प्रारंभिक संदेश का जवाब देता है और आपके ब्रांड के साथ संबंध बनाने के लिए ग्रहणशील लगता है, तो आप अपने मन में मौजूद साझेदारी के अवसरों के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त कर सकते हैं और अभियानों की अधिक विशिष्टताओं पर काम कर सकते हैं।

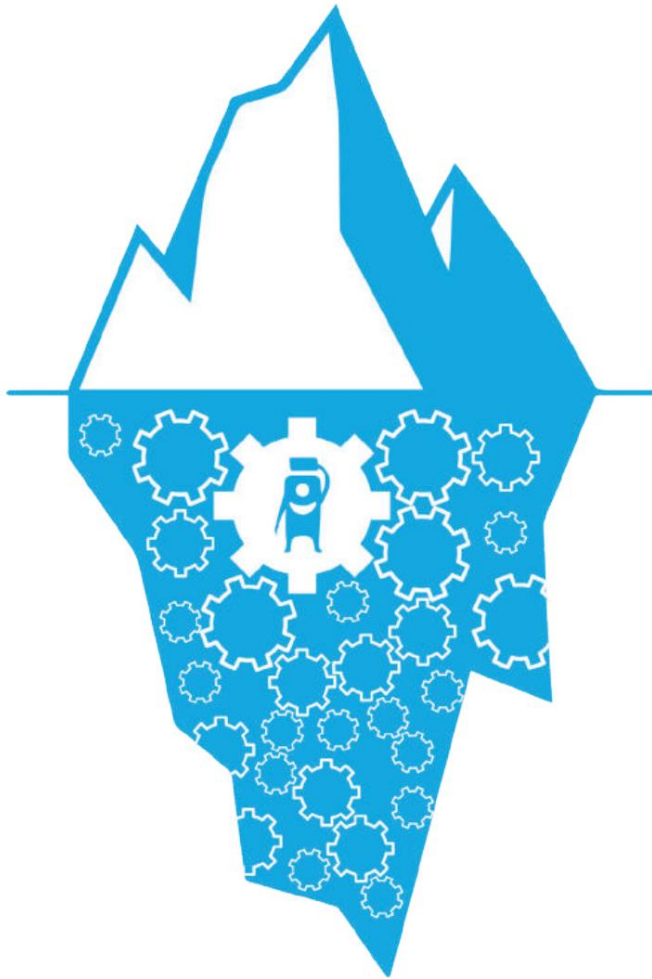
आगे की कार्रवाई करना

किसी अभियान के लिए किसी प्रभावशाली व्यक्ति के साथ साझेदारी करने के बाद, उन्हें धन्यवाद देने और उनकी साझेदारी के लिए सराहना दिखाने के लिए उनसे संपर्क करना सुनिश्चित करें। प्रभावशाली रिश्तों को निरंतर आधार पर पोषित करना सुनिश्चित करें ताकि आपके पास भविष्य के अभियानों के लिए उनके साथ फिर से साझेदारी करने का विकल्प हो।



प्रभावशाली प्रबंधन

03



प्रभावशाली विपणन रणनीतियों के लिए साझेदारी के लिए सही प्रभावशाली व्यक्ति ढूंढना हिमशैल का सिरा मात्र है। एक बार जब वे आपके ब्रांड के साथ साझेदारी करने के लिए सहमत हो जाते हैं, तो प्रभावशाली लोगों को प्रबंधित करना अगला कदम है जो यह सुनिश्चित करता है कि अभियान सुचारू रूप से और कुशलता से चले।

विज्ञान का संचार करें

प्रभावशाली अभियान का

अभियान शुरू होने से पहले, अभियान के लिए स्पष्ट अपेक्षाएँ स्थापित करने और आपके लक्ष्य क्या हैं, यह परिभाषित करने के लिए अपने प्रभावशाली व्यक्ति के साथ एक बैठक करने की योजना बनाएं।

प्रभावशाली लोगों के साथ काम करते समय रचनात्मक स्वतंत्रता की अनुमति देना महत्वपूर्ण है: 77 प्रतिशत का कहना है कि यदि उन्हें रचनात्मक स्वतंत्रता की पेशकश की जाती है तो वे एक ब्रांड के साथ एक से अधिक बार साझेदारी करने की संभावना रखते हैं।

हालाँकि, रचनात्मक स्वतंत्रता प्रदान करने का मतलब किसी अभियान में प्रभावशाली लोगों को पूरी तरह से उनके अपने उपकरणों पर छोड़ देना नहीं है। दिशानिर्देश प्रदान करें, जैसे कि किस भाषा या आवाज़ का उपयोग किया जाना चाहिए, और आप अभियान के माध्यम से क्या हासिल करना चाहते हैं।

एक लुक बुक बनाना जिसमें पिछले सफल अभियानों के उदाहरण और ब्रांड का लुक और अनुभव शामिल हो, यह सुनिश्चित करने का एक सहायक तरीका हो सकता है कि सभी प्रभावशाली लोगों के साथ समान दिशानिर्देश साझा किए जाएं।

प्रकाशित होने से पहले सामग्री की अंतिम समीक्षा करें ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि यह आपकी आवश्यकताओं के अनुरूप है।



प्रभावशाली व्यक्ति के लिए बजट निर्धारित करें

प्रभावशाली व्यक्तियों की लागत विभिन्न कारकों पर निर्भर करती है, जिसमें उनके अनुयायियों की संख्या और वे किस प्लेटफॉर्म का उपयोग कर रहे हैं। इसी तरह, प्रत्येक अभियान अलग होता है, और प्रचार लागत व्यक्तिगत आधार पर होती है, जिससे पहली बार बजट निर्धारित करना एक कठिन काम जैसा लगता है।

प्रत्येक 1,000 अनुयायियों के लिए \$4 से \$9 तक आवंटन करना, जिन तक आप पहुंचना चाहते हैं, प्रभावशाली विपणन उद्योग में नए लोगों के लिए शुरुआत करने के लिए एक उचित स्थान है।

इसका मतलब यह होगा कि यदि आप एक सूक्ष्म प्रभावशाली व्यक्ति के साथ काम कर रहे हैं और 100,000 लोगों तक पहुंचना चाहते हैं, तो आपको \$400 और \$900 के बीच बजट की आवश्यकता होगी। ध्यान रखें कि यह बजट केवल अनुयायियों के लिए है और इसमें उत्पाद की लागत या अभियान को प्रबंधित करने के लिए आवश्यक किसी अन्य संसाधन शामिल नहीं हैं। वे अलग-अलग लागतें हैं जिन पर अभियान बजट स्थापित करते समय विचार किया जाना चाहिए।

छोटे प्रभावशाली लोग आपके पैसे के लिए अधिक लाभ प्रदान करने में सक्षम हैं और आपका बजट बढ़ जाएगा क्योंकि वे अपने अनुयायियों के साथ अधिक जुड़े हुए हैं।

औसतन, वे अपने कुल दर्शकों के लगभग 10% को शामिल कर रहे हैं।

कुछ छोटे, अधिक सक्रिय प्रभावशाली लोगों को मिलाएं और आपके पास उन दर्शकों तक पहुंचने का बेहतर मौका है, जो किसी एक सेलिब्रिटी प्रभावशाली व्यक्ति के साथ जाने की तुलना में उत्पादों या सेवाओं को खरीदने की अधिक संभावना रखते हैं।

यदि आपका लक्ष्य बड़ी संख्या में दर्शकों तक पहुंचना है, तो भुगतान करने के लिए तैयार रहें, क्योंकि बड़ी संख्या में अनुयायियों वाले प्रभावशाली व्यक्ति के साथ जाने पर प्रत्येक 100,000 अनुयायियों के लिए कम से कम \$1,000 का शुल्क लगेगा। कुछ कंपनियों ने काइली जेनर की एक पोस्ट के लिए \$1.3 मिलियन से अधिक का भुगतान करने की सूचना दी है।

प्रभावशाली रिश्तों का पोषण करें

The screenshot displays an 'Influencer Search' interface with a table of results and a detailed profile for 'Jane Patterson'.

INFLUENCER	REACH	ENGAGEMENTS	ENGAGEMENT RATE	NETWORKS	BIO
BEAST MAN	17.1M	17.8M	104.07%	Instagram	"long live jahseh" ac
janeepa	138.3M	4.4M	3.15%	Instagram	Bienvenidos a la cue
Steve Powers	55.7M	2.7M	4.78%	Instagram, YouTube	Cardibofficial.com https://CardiB.lnk.to
Beefcake 2	21.3M	2.6M	12.42%	Instagram, YouTube	"Swimming Lessons
GLoria Altman	17.6M	2.2M	12.76%	Instagram, Twitter, YouTube	N/A
Laura Foran	75.8M				
LOGAN MARKS	9.9M				
44one	14.2M				
Mimi Granda	15.2M				
ole10ta Êrmo	129.8M				

Jane Patterson Profile Details:

- Location: New York City, NY
- Website: <https://www.instagram.com/janeepa/>
- Bio: I quit my job to travel the world alone in 2010. Nine years later, I've traveled to 92 countries and all seven continents! Oh, and I never went back to a "real" job.
- Audience Report: An Audience Report for this profile has already been purchased and can be viewed now. [View Report](#)
- Key Metrics:

REACH	ENG. RATE	AVG. LIKES	AVG. COMMENTS	LIKES/COMMENT	POSTS/DAY
138.3M	3.37%	4.6M	30.6K	151	0.47

एक प्रभावशाली विपणन रणनीति से अधिकतम लाभ प्राप्त करने के लिए प्रभावशाली लोगों के साथ एक मजबूत, निरंतर संबंध बनाए रखना महत्वपूर्ण है। निश्चित रूप से, एक बार के प्रभावशाली विपणन अभियान में उच्च आरओआई उत्पन्न करने और एक ब्रांड के लिए ऑनलाइन उपस्थिति में सुधार करने की क्षमता होती है, लेकिन प्रभावशाली लोगों के साथ दीर्घकालिक संबंध बनाए रखने पर ध्यान केंद्रित करना विपणक के लिए प्राथमिकता होनी चाहिए।

दीर्घकालिक संबंध बनाने से प्रभावशाली लोगों को आपके ब्रांड के वफादार समर्थकों में बदलने में मदद मिलेगी, जो ब्रांड की विश्वसनीयता को मजबूत करने में मदद करेगा और आपको ब्रांड को जैविक तरीके से बढ़ने और विस्तार करने में मदद करेगा। इसके अलावा, आपको भविष्य के अभियानों के लिए नए, उपयुक्त प्रभावशाली लोगों को खोजने और भर्ती करने के बारे में चिंता करने की ज़रूरत नहीं होगी।

जीआरआईएन जैसे प्रभावशाली प्रबंधन सॉफ्टवेयर का उपयोग, उपयोग में आसान पोर्टल प्रदान करके प्रभावशाली रिश्तों को प्रबंधित करना और बनाए रखना आसान बनाने में मदद कर सकता है जो प्रभावशाली लोगों के साथ संचार को सहज बनाता है और सब कुछ एक ही स्थान पर रखता है।

सफलता को मापें

04

आपने अपने मार्केटिंग अभियान के लिए एक सफल प्रभावशाली व्यक्ति की तैयारी करने और उसे ढूंढने की पूरी प्रक्रिया सीख ली है, लेकिन प्रभावशाली मार्केटिंग चलाने से कोई व्यवसाय किस तरह के रिटर्न की उम्मीद कर सकता है? जैसे-जैसे प्रभावशाली कार्यक्रम बढ़ता है, विपणक आसानी से कई अभियानों और प्रभावशाली लोगों को कैसे प्रबंधित कर सकते हैं?



प्रदर्शन और आरओआई प्रबंधित करें

प्रदर्शन और आरओआई मेट्रिक्स की उचित निगरानी के लिए समय निकाले बिना, आपके सभी प्रभावशाली मार्केटिंग प्रयास व्यर्थ हो सकते हैं। प्रभावशाली लोगों के प्रदर्शन पर नज़र रखने के लिए KPI स्थापित करने से अभियान कैसे चल रहे हैं, इसके बारे में बहुमूल्य जानकारी देने में मदद मिल सकती है।

प्रभावशाली अभियानों को ट्रैक करने के लिए कंपनियों के लिए कुछ सबसे सामान्य मीट्रिक हैं:



दृश्यता

किसी उत्पाद या ब्रांड के बारे में जागरूकता को संदर्भित करता है जिसे प्रभावशाली लोग दर्शकों तक लाने में सक्षम हैं, और कितने लोग वास्तव में पोस्ट देख रहे हैं।



आय

प्रभावशाली व्यक्तियों की पोस्ट के आधार पर खरीदारी करने वाले अनुयायियों द्वारा लाई गई धनराशि। GRIN जैसे एक प्रभावशाली प्रबंधन मंच के साथ, बिक्री उत्पन्न करने वाले लोगों की तेज़ और आसान ट्रैकिंग की अनुमति देने के लिए प्रभावशाली लोगों द्वारा कस्टम लिंक बनाए जा सकते हैं।



सगाई

सगाई के कई अर्थ हो सकते हैं: क्या अनुयायी पोस्ट या ब्लॉग पर टिप्पणी कर रहे हैं, क्या वे किसी प्रतियोगिता में भाग ले रहे हैं, या क्या कई लोग किसी विशिष्ट पोस्ट को पसंद कर रहे हैं?

आपके समग्र अभियान लक्ष्यों के आधार पर, इनमें से एक या अधिक मीट्रिक आपके प्रभावशाली विपणन अभियानों के पूरे जीवन में विचार करने के लिए महत्वपूर्ण आँकड़े हो सकते हैं।

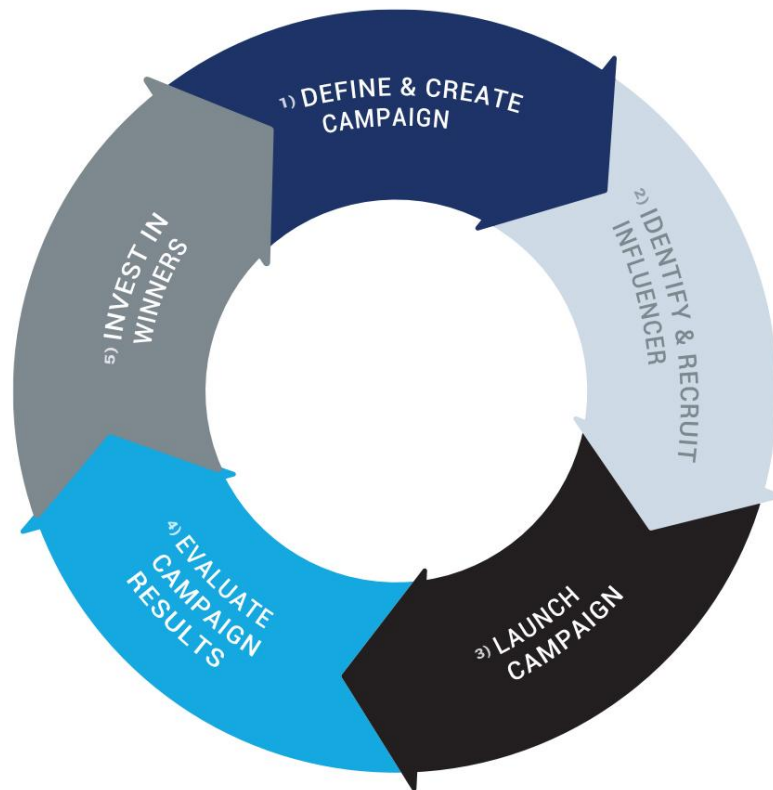
प्रदर्शन और आरओआई प्रबंधित करें (जारी)

सभी डेटा समान नहीं बनाए गए हैं, और कंपनियों के लिए प्रासंगिक डेटा प्राप्त करना महत्वपूर्ण है जो विकास को बढ़ावा देने और सूचित व्यावसायिक निर्णय लेने में मदद करेगा। डेटा इकट्ठा करने के लिए समय निकालना, फिर जानकारी को आसानी से पचाने योग्य बनाने के लिए रिपोर्ट और डैशबोर्ड बनाना एक बेहद मैन्युअल प्रक्रिया है और इसमें मानवीय त्रुटि के लिए काफी जगह हो सकती है।

बिल्ट-इन इन्फ्लुएंसर एनालिटिक्स रिपोर्ट और डैशबोर्ड के साथ एक इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग सीआरएम का उपयोग करके रिपोर्टिंग को एक बटन के क्लिक जितना आसान बनाया जा सकता है, और यह मिनट-दर-मिनट रिपोर्ट प्रदान करेगा जो यह जानकारी देगा कि शीर्ष प्रभावशाली लोग कौन हैं, कौन से अभियान सबसे अधिक उत्पादन कर रहे हैं। राजस्व की मात्रा, ट्रेंडिंग हैशटैग और ग्राहक सहभागिता दरें।



भविष्य के अभियानों की योजना बनाने के लिए परिणामों का उपयोग करें



समय के साथ, आप ऐसे पैटर्न देखना शुरू कर देंगे जिनमें रणनीतियाँ और प्रभावशाली लोग निवेश पर उच्च रिटर्न दिलाते हैं क्योंकि यह आपके द्वारा स्थापित लक्ष्यों से संबंधित है। यह महत्वपूर्ण जानकारी भविष्य के अभियानों को अधिक कुशलता से योजना बनाने और लक्षित करने, सर्वश्रेष्ठ प्रभावशाली लोगों को चुनने और आपके ब्रांड के लिए बिल्कुल उपयुक्त दर्शकों के व्यक्तित्व को विकसित करने में मदद करेगी।

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का भविष्य

05

तो, विपणक प्रभावशाली विपणन के भविष्य के लिए क्या उम्मीद कर सकते हैं? क्या यह महज़ एक सनक है जो कुछ सफल दशकों के बाद खत्म हो जाएगी? क्या यह एक टिकाऊ रणनीति है जो समय की कसौटी पर खरी उतरेगी? "इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग" के लिए एक सरल Google रुझान खोज एक स्थिर ऊपर की ओर रुझान दिखाती है जिसे हम निकट भविष्य में रुकते हुए नहीं देखते हैं। लेकिन विपणक और ब्रांडों को एक सफल प्रयास जारी रखने के लिए प्रभावशाली विपणन के साथ आगे बढ़ने के बारे में रणनीतिक होने की आवश्यकता है।



जनता के लिए विपणन

जैसे-जैसे प्रौद्योगिकी विकसित हो रही है और ब्रांडों, विपणक और उपभोक्ताओं को बातचीत करने के नए तरीके प्रदान कर रही है, यह महत्वपूर्ण है कि हम जितना संभव हो सके मौजूदा रुझानों को समझने के लिए काम करना जारी रखें।

खरीदारी की आदतों और पीढ़ियों के बीच अंतर को समझना अब पहले से कहीं अधिक आवश्यक है, क्योंकि प्रत्येक पीढ़ी की अपनी प्राथमिकताएँ होती हैं कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग किस प्रकार किया जाए और कैसे किया जाए।

जेन ज़ेड

जेन ज़ेड को एक ऐसी दुनिया में बड़े होने का सौभाग्य मिला है जहां उन्हें अपने सहस्राब्दी समकक्षों के विपरीत स्मार्टफोन और असीमित इंटरनेट कनेक्शन के बिना रहने की चिंता नहीं करनी पड़ती थी। नतीजतन, वे बेहद तकनीक-प्रेमी हैं, और मुख्य रूप से तीन मुख्य प्लेटफार्मों: यूट्यूब, स्नेपचैट और इंस्टाग्राम पर वीडियो के माध्यम से भविष्य की प्रभावशाली मार्केटिंग रणनीतियों के लिए मार्ग प्रशस्त करने में मदद करते हैं। अपने परिवारों के क्रय निर्णयों पर भारी प्रभाव के साथ, यह ध्यान रखना भी दिलचस्प है कि 98% जेन ज़ेड ऑनलाइन के बजाय दुकानों में खरीदारी करना पसंद करते हैं।

सहस्राब्दी

प्रभावशाली मार्केटिंग के लिए मिलेनियल्स एक प्रमुख जनसांख्यिकीय है, क्योंकि वे ऑनलाइन विज्ञापनों या बिलबोर्ड जैसे पारंपरिक मार्केटिंग तरीकों से सावधान रहते हैं। मिलेनियल्स वास्तविक कंपनियों के बजाय अपने साथियों से आसानी से प्रभावित होते हैं, और सामाजिक कारणों का समर्थन करने वाले ब्रांडों का अनुसरण करने और उनसे खरीदारी करने में रुचि रखते हैं।

फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब नई पीढ़ी की पसंद के प्लेटफॉर्म हैं।

जनरल एक्स और बेबी बूमर्स

जब प्रभावशाली विपणन रणनीतियों की प्रभावशीलता की बात आती है तो जेन एक्स और बेबी बूमर्स को खेल से बाहर नहीं गिना जाना चाहिए। हालाँकि वे पुरानी पीढ़ी के हैं, फिर भी वे ऑनलाइन और सक्रिय हैं, मुख्यतः फेसबुक पर, और उनके पास खर्च करने के लिए पैसा है।

फोर्ब्स की रिपोर्ट है कि "जेनरेशन एक्स आबादी का सिर्फ 25% है, लेकिन अमेरिकी आय का 31% डॉलर कमाता है। और बेबी बूमर्स सबसे मजबूत आर्थिक ताकत बने हुए हैं, 2019 के अंत तक दुनिया भर में उनकी खरीदारी 15 ट्रिलियन डॉलर तक पहुंचने की उम्मीद है।

इस समूह को जीतने के लिए, समान विचारधारा वाले प्रभावशाली लोगों का उपयोग करें और सुनिश्चित करें कि सामग्री उनके लिए प्रासंगिक है।

विपणक को क्या पता होना चाहिए

आगे देखते हुए, विपणक को प्रभावशाली विपणन अभियानों के लिए अधिक संसाधनों का बजट बनाने के लिए तैयार रहना चाहिए। यहां कुछ मुख्य बिंदु दिए गए हैं कि हम कैसे सोचते हैं कि प्रभावशाली विपणन का भविष्य विकसित होता रहेगा:

- जैसे-जैसे लोग मशहूर हस्तियों की तुलना में प्रभावशाली समीक्षाओं पर अधिक भरोसा करना जारी रखते हैं, सूक्ष्म-प्रभावशाली व्यक्ति अपने प्रशंसकों के साथ मजबूत संबंधों के कारण सबसे सफल प्रकार के प्रभावशाली व्यक्ति बन सकते हैं।
- प्रौद्योगिकी का विकास जारी रहेगा, लेकिन जब मार्केटिंग की बात आती है तो इंस्टाग्राम शीर्ष प्रभावशाली विकल्प बना हुआ है।
- प्रभावशाली लोगों के लिए मुआवज़ा बढ़ने की संभावना है, क्योंकि अधिक लोग और कंपनियां एक मजबूत प्रभावशाली विपणन अभियान के मूल्य को देखेंगे।
- कई चैनलों में कई प्रभावशाली लोगों का उपयोग करना एक प्रभावशाली रणनीति की सफलता को बढ़ाने का एक शानदार तरीका होगा, लेकिन प्रभावशाली रिश्तों का पोषण करना अधिक जटिल हो सकता है।

जैसे ही ये परिवर्तन प्रभावी होने लगते हैं, कंपनियों के लिए एक सफल प्रभावशाली रणनीति के लिए जल्द से जल्द तैयारी करना महत्वपूर्ण हो जाता है। इसका मतलब है कि आप प्रभावशाली रिश्तों को कैसे ढूंढेंगे, भर्ती करेंगे, पोषित करेंगे और कैसे ट्रैक करेंगे, इसके लिए एक विस्तृत योजना बनाना। ये सभी सही टूल के बिना बेहद मैन्युअल और समय लेने वाली प्रक्रियाएं हो सकती हैं, इसलिए एक मजबूत प्रभावशाली मार्केटिंग रणनीति को लागू करने और प्रबंधित करने की चाहत रखने वाली किसी भी कंपनी के लिए एक प्रभावशाली मार्केटिंग सॉफ्टवेयर खरीदना एक बड़ा निवेश है।



निष्कर्ष

06

इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग दुनिया भर की कंपनियों की पसंदीदा मार्केटिंग रणनीतियों में से एक बन गई है और निकट भविष्य में इसके धीमा होने के कोई संकेत नहीं दिख रहे हैं। जैसे-जैसे सोशल मीडिया का चलन विकसित हो रहा है, और टिक टोक और ट्विच जैसे नए प्लेटफॉर्म लोकप्रियता हासिल कर रहे हैं, यह केवल समझ में आता है कि विपणक अपनी समग्र मार्केटिंग रणनीति में किसी प्रकार की प्रभावशाली मार्केटिंग को लागू करने की योजना बना रहे हैं। यह समझना कि प्रभावशाली विपणन कैसे काम करता है और अपनी रणनीति की योजना बनाने के लिए समय निकालना सफल प्रभावशाली अभियान चलाने की कुंजी है।

प्रभावशाली लोग अपने दर्शकों के साथ इतने जुड़े हुए हैं कि वे विज्ञापन के पारंपरिक रूपों की तुलना में बिक्री को अधिक सफलतापूर्वक चलाने में सक्षम हैं। उपभोक्ताओं को लगता है कि वे अपने पसंदीदा प्रभावशाली लोगों पर भरोसा कर सकते हैं और इन प्रभावशाली लोगों द्वारा प्रदान की गई समीक्षाओं के आधार पर अपने क्रय निर्णय ले सकते हैं।

