

Digital Influencers (ଡିଜିଟାଲ୍
ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ |)

**A Complete Influencer
Marketing Guide**

A Complete Guide to Influencer Marketing(ଏକ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଗାଇଡ୍ | ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂକୁ |)

ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଏବଂ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି କିଛି ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ ଶବ୍ଦ ଯାହାକି ମାର୍କେଟିଂ ଜଗତକୁ ନିକଟ ଅତୀତରେ ନେଇଛି । ଏହା ଧୀରେ ଧୀରେ ମାର୍କେଟିଂର ଏକ ଲୋକପ୍ରିୟ ଧାରା ହୋଇପାରିଛି । ପ୍ରକୃତରେ, ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂର ମୂଲ୍ୟ ପ୍ରାୟ 8 ବିଲିୟନ ଡଲାର ଅଟେ ଏବଂ 2022 ସୁଦ୍ଧା ଅତିରିକ୍ତ 7 ବିଲିୟନ ଡଲାର ପାଇବାକୁ ଗ୍ରାହକରେ ଅଛି, ଯାହା ଏହାକୁ 15 ବିଲିୟନ ଡଲାର ଶିଳ୍ପରେ ପରିଣତ କରିବ ବୋଲି ବିଜନେସ୍ ଇନସାଇଡର୍ ଦ୍ଵାରା କରାଯାଇଥିବା ଏକ ଅଧ୍ୟୟନ

ଯେହେତୁ ଅଧିକ କମ୍ପାନୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ସହିତ ସଫଳତାର ସମ୍ଭାବନାକୁ ବୁଝିବାକୁ understand ୀବା ଏବଂ ଦେଖିବା ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି, ଆମେ ରେଡିଓ, ପ୍ରିଣ୍ଟ୍, ଏବଂ ଟି.ଭି ବିଜ୍ଞାପନ ପରି ପାରମ୍ପାରିକ ମାର୍କେଟିଂ କାନାଲ୍‌ଠାରୁ ଏକ ପରିବର୍ତ୍ତନକୁ ଦେଖୁଛୁ । ଅଗ୍ରୀ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ କମ୍ପାନୀ ଯେଉଁମାନେ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିପାରିଛନ୍ତି ବୋଲି କହିଛନ୍ତି ଅନ୍ୟ ମାର୍କେଟିଂ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡ଼ିକ (ମିଡିଆ କିମ୍ବ) ଠାରୁ ଭଲ - ଯଦି ଭଲ ନୁହେଁ ।



ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଦୁନିଆରେ ଅଧିକ ବୁଝିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ? ଏହି ଗାଇଡ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂର ମୂଳିକ ଶିକ୍ଷା ଦିଏ ଏବଂ ତୁମର ନିଜର ଏକ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ।

Table of Contents

What is Influencer Marketing?.....	4
How to Create an Effective Influencer Strategy.....	13
Finding the Right Influencers for Your Brand.....	20
Influencer Management.....	23
Measure Success.....	27
The Future of Influencer Marketing.....	31
Conclusion.....	34

What is Influencer Marketing?

INTRODUCTION

ବିଗତ ଦଶନ୍ଧି ମଧ୍ୟରେ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆର ବିଶ୍ଳେଷଣ ସାଧାରଣ ଜନତାଙ୍କ ପାଇଁ ଫଟୋ, ଭିଡିଓ ଏବଂ ସ୍ଟାଟସ୍ ଅପଡେଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ତୁରନ୍ତ ସେମାନଙ୍କ ଦୈନିକ ଜୀବନରେ ଲିମ ଲକ ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ଖୋଲା ଫୋରମ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିଛି ।

ଅଧିକାଂଶ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଦୁନିଆରେ କିଛି ମାତ୍ରାରେ “ନିରବ” ରହିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରୁଥିବାବେଳେ, ଅନ୍ୟମାନେ ନିଜର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଗଠନ ପାଇଁ ଏବଂ ଏହି ଶହ ଶହ ହଜାର - ବେଳେବେଳେ ଲକ୍ଷ ଲକ୍ଷ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଏହି ସାମାଜିକ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକର ଉପଯୋଗ କରିବାର ଏକ ଉପାୟ ଖୋଜିଛନ୍ତି ।



What Are Influencers?(ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ କଣ?)



ପ୍ରଶଂସକଙ୍କୁ ଆଦର କରିବାର ଏକ ଛୋଟ ସ army ନ୍ୟ ସହିତ ସଜ୍ଜିତ, ଏହି ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ସେମାନଙ୍କର ଆଖ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ଯାହା କରନ୍ତି ତାହା କରନ୍ତି: କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରନ୍ତୁ | ସାଧାରଣତଃ one ଗୋଟିଏ ଭଲ ବଜାର ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଇ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରଶଂସକଙ୍କୁ ଉତ୍ସାହ, ଇଡେଣ୍ଟି, କିମ୍ବା ସେବାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସମ୍ପଦା ଗଠନ କରନ୍ତି ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତି | ସେଲିବ୍ରିଟି ଏଣ୍ଟର୍ପ୍ରିଜ୍ ସାଧାରଣତଃ many ଅନେକ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଦ୍ୱାରା ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଦ୍ୱନ୍ଦ୍ୱରେ ଥାଏ, କିନ୍ତୁ ସେଗୁଡ଼ିକ ସମାନ ନୁହଁନ୍ତି | ପାରମ୍ପାରିକ ସେଲିବ୍ରିଟିମାନେ ସାଧାରଣତଃ their ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପରି ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଏକ ଜଡ଼ିତ ସମ୍ପର୍କ ରଖନ୍ତି ନାହିଁ |

ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତି - ସାଧାରଣ ଲୋକ ଭାବରେ ସୋସିଆଲ ମିଡ଼ିଆ ସୁପରଷ୍ଟାର ଭାବରେ ପରିଣତ ହୋଇଥିବା ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ପ୍ରାମାଣିକ ସମ୍ପର୍କ ସୃଷ୍ଟି କରି କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ବିଶ୍ୱାସ ବ୍ୟବଧାନକୁ ଦୂର କରିବାରେ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି | ଏହା ପରିବର୍ତ୍ତେ, ଗ୍ରାହକମାନେ ଅନୁଭବ କରନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ ଏହି ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ସଂଯୁକ୍ତ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ବିଶ୍ୱାସ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ, ସେମାନେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ଉପସ୍ଥାପିତ ଉତ୍ସାହ କିମ୍ବା ସେବା କିଣିବାକୁ ଅଧିକ ଆଗ୍ରହୀ |

Is Influencer Marketing a Valuable Tool? (ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ମୂଲ୍ୟବାନ ଉପକରଣ କି?)

କିନ୍ତୁ ଏହା ପ୍ରକୃତରେ ଏକ ମୂଲ୍ୟବାନ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ଯାହା ପ୍ରକୃତରେ ଏକ କମ୍ପାନୀ ପାଇଁ ରାଜସ୍ୱ ସୃଷ୍ଟି କରିବ? ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଉତ୍ତର ହେଉଛି ହଁ! ଅଧ୍ୟୟନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି ଯେ “ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଠାରୁ ଇଣ୍ଟରନେଟ ଟ୍ରଷ୍ଟ ସୁପାରିଶକୁ 90% ଲୋକ ପାଇପାରିବେ।

ଉତ୍ପାଦକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ନୂତନ ଧାରଣା ନୁହେଁ । ଯଦିଓ ଆଜି ଆମେ ଏହା କିପରି ଜାଣିବା ଠାରୁ ବହୁତ ଭିନ୍ନ, ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଖର୍ଚ୍ଚ ଅଭ୍ୟାସକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରସିଦ୍ଧ ଚେହେରା ବ୍ୟବହାର କରିବା ଶହ ଶହ ବର୍ଷ ପୁରୁଣା । କୋକାକୋଲା, ମାଉସୀ ଜେମିମା, ଏବଂ ମାର୍କବୋରୋ ଭଳି ଜଣାଶୁଣା କମ୍ପାନୀମାନେ ପରିଚିତ ଚେହେରା ବ୍ୟବହାର କରି ପ୍ରମୋସନାଲ ମାର୍କେଟିଂ ସାମଗ୍ରୀ ତିଆରି କରିବା ସମୟରେ ସମସ୍ତେ ବଡ଼ ସଫଳତା ଉପଭୋଗ କରିଛନ୍ତି ।



How to Use Influencer Marketing

A 2019 consumer survey by Edelman, the world's largest PR firm, revealed consumers prefer to purchase from brands they trust, yet only

1 in 3 customers feel they can truly trust companies.

ସାଧାରଣ ଜନତା କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକରୁ ପାରମ୍ପାରିକ ମାର୍କେଟିଂ ପଦ୍ଧତିରୁ କ୍ଲାନ୍ତ ହୋଇପଡ଼ିଛନ୍ତି, ବିଶ୍ୱ largest ର ସର୍ବ ବୃହତ PR ସଂସ୍ଥା ଏଡେଲମ୍ୟାନ୍ ଦ୍ୱାରା 2019 ଗ୍ରାହକ ସର୍ବେକ୍ଷଣରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି ଯେ ଗ୍ରାହକମାନେ ବିଶ୍ୱ trust ାସ କରୁଥିବା ବ୍ରାଣ୍ଡରୁ କିଣିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି, ତଥାପି ତିନି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ କେବଳ ଜଣେ ଅନୁଭବ କରନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ ପ୍ରକୃତରେ କମ୍ପାନୀ ଉପରେ ବିଶ୍ୱାସ କରିପାରିବେ। ଏହା ଏକ ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟଜନକ କମ୍ ସଂଖ୍ୟା ଯାହା କେବଳ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରଫେସନାଲମାନେ ଚିନ୍ତା ହେବା ଉଚିତ ଯଦି ଗ୍ରାହକମାନେ କି company ଶସି କମ୍ପାନୀ ଉପରେ ବିଶ୍ୱ trust ାସ କରିପାରନ୍ତି ନାହିଁ, ତେବେ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରିୟ ଉପାଦାନ ଅନ୍ୟ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଖୋଜିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆଗକୁ ବା until ିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏହା କେବଳ ସମୟର ବିଷୟ ।

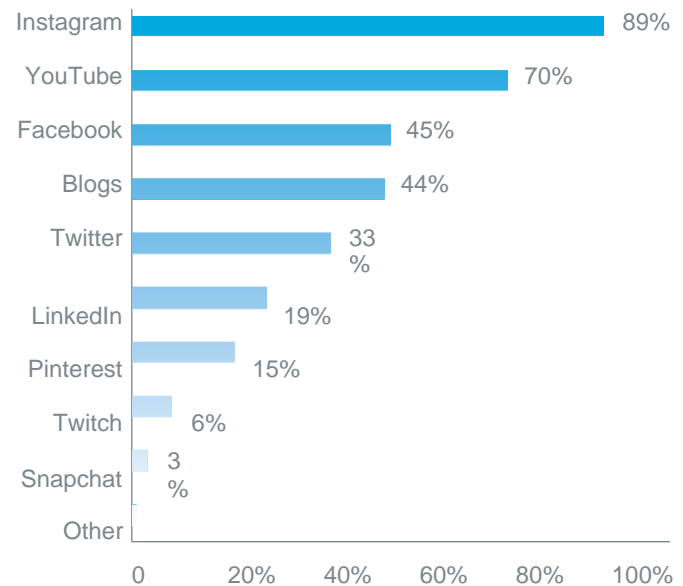
Social Media Influencers(ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ |)

ଏଣ୍ଟର କରନ୍ତୁ: ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର, ଯେଉଁମାନେ ସମ୍ବେଦୀ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ବିଶ୍ୱାସ ଫେରାଇ ଆଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିପାରିବେ । ଯେତେବେଳେ ସଠିକ୍ ଭାବରେ ଚାଲିବ, ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଅନ୍ୟ ପାରମ୍ପାରିକ ମାର୍କେଟିଂ ପଦ୍ଧତି ତୁଳନାରେ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ୍ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ରଣନୀତି ହୋଇପାରେ ।

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ଦକ୍ଷ କାହାଣୀକାର ଅଟନ୍ତି ଏବଂ ସମ୍ପର୍କ ଗଠନ କରନ୍ତି ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାରେ ଘଣ୍ଟା ଘଣ୍ଟା ରଖିଛନ୍ତି । ସେମାନେ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବାରେ ଏବଂ ଆକର୍ଷଣୀୟ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ପାରଙ୍ଗମ ଯାହା ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସହିତ ସଂପର୍କ ଗଠନ କରିବାରେ ସଫଳ ହୁଏ ।

ଯେକିମ୍ବଦ୍ୱାରା କିମ୍ବଦ୍ୱାରା ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ଲଟଫର୍ମର ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ହେବାର ଶକ୍ତି ଅଛି ଯେତେବେଳେ ଜଣେ ସଫଳ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଭାବରେ ସିଟରେ ଥାଏ । ଫେସବୁକ୍, ଇନ୍ଷ୍ଟାଗ୍ରାମ୍, ଯୁଟ୍ୟୁବ୍, ଏବଂ ଲିଙ୍କିନ୍ ଓଲେ 'ଫ୍ୟାଶନ୍ ଷ୍ଟାଇଲିଂ ଗୁଡିକ ହେଉଛି କେତେକ ଲୋକପ୍ରିୟ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ଲଟଫର୍ମ । ସେମାନଙ୍କ ଘରେ, ଅଫିସରେ ଏବଂ ଯିବା ସମୟରେ ଶୀଘ୍ର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ହାତରେ ଉପାଦାନ ବିତରଣ କରିବାର ସେମାନଙ୍କର ଶକ୍ତି ଅଛି ।

Which Social Media Channels are most important for Influencer Marketing? (select multiple)



Types of Influencers(ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ପ୍ରକାର |)

ପ୍ରତ୍ୟେକ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ଲଟଫର୍ମ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାକୁ ଏକ ଅନନ୍ୟ ଉପାୟ ଉପସ୍ଥାପନ କରେ । କ୍ଲବ୍ ଲେଣ୍ଟ୍‌ବା କିମ୍ବା ଭିଡିଓ ରେକର୍ଡିଂ କରିବା ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ସେମାନଙ୍କର ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଝେବସାଇଟରେ ପୋଷ୍ଟ କରିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ । ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ବିଭିନ୍ନ ମାଧ୍ୟମ ବ୍ୟବହାର କରି ସେମାନଙ୍କର



ଏ day ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଜୀବନରେ lim ଲକ ଦିଅନ୍ତି; ଫଟୋଗ୍ରାଫି, ଲାଇଭ୍ ସ୍ଟ୍ରିମିଂ, କାହାଣୀ, ଏବଂ କ୍ଲବ୍ । ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସମ୍ଭାବନାଗୁଡ଼ିକ ଅସୀମ ଯେତେବେଳେ ସେମାନଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ସଂଯୋଗ ଏବଂ ଅଂଶୀଦାର କରିବାର ସୂଚନାଗୁଡ଼ିକ ଉପାୟ ଖୋଜିବାକୁ ଆସେ ।

Nano & Micro Influencers(ନାନୋ ଏବଂ ମାଇକ୍ରୋ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର)

ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପ୍ରକାରର ଶିଳ୍ପ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ବ୍ୟତୀତ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ପ୍ରାୟତଃ specific ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବର୍ଗରେ ସଜାଗ ହୋଇଥାନ୍ତି ଯାହାକି ସେମାନଙ୍କ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ କେତେ ଅନୁଗାମୀ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି:



Nano-Influencers(ନାନୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀ)

ଛୋଟ କିନ୍ତୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ, ନାନୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ସାଧାରଣତଃ only କେବଳ ଅଳ୍ପ କିଛି ଅନୁସରଣକାରୀ ଥାଆନ୍ତି । କିନ୍ତୁ ସେହି କାରଣରୁ ସେମାନଙ୍କୁ ଅଣଦେଖା କରନ୍ତୁ ନାହିଁ, ଯେହେତୁ ବଡ଼ ସବୁବେଳେ ଭଲ ନୁହେଁ । ଏହି ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ପରିମାଣ ଉପରେ ଗୁଣାତ୍ମକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପ୍ରବେଶ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି । ନାନୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ସେମାନଙ୍କର ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଘନିଷ୍ଠ ସମ୍ପର୍କ ଅଛି ଏବଂ ସାଧାରଣତଃ higher ଅଧିକ ଯୋଗଦାନ ହାର ଉତ୍ପାଦନ କରନ୍ତି ।



Micro-Influencers

10,000-100,000 ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ଠାରୁ ଯେକାନ୍ତେ anywhere ଶସି ସ୍ଥାନରେ ରହି, ମାଇକ୍ରୋ-ଇନ୍ଫ୍ଲୁଏନ୍ସରମାନେ ନାନୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ପ୍ରାୟତଃ their ସେମାନଙ୍କ ବେଲୁରେ ଅଧିକ ଅଭିଜ୍ଞତା ପାଇଥା'ନ୍ତି ଏବଂ ସାଧାରଣତଃ a ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଶିଳ୍ପ କିମ୍ବା ସ୍ଥାନର ବିଶେଷତା ଅଟନ୍ତି । ଆଶ୍ଚର୍ଯ୍ୟ ସହିତ ।

ଏକ ବୃହତ ଅନୁସରଣକୁ, କିନ୍ତୁ ତଥାପି ଘନିଷ୍ଠ ସମ୍ପର୍କ ବଜାୟ ରଖିବାରେ ସକ୍ଷମ, ମାଇକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ମାକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ଶସ୍ତା ହେବେ, ତଥାପି ଗୁଣାତ୍ମକ ଫଳାଫଳ ଉତ୍ପାଦନ କରିବେ ।

Macro & Celebrity Influencers(ମାକ୍ରୋ ଏବଂ ସେଲିବ୍ରିଟି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ |)



Macro-Influencers(ମାକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀ |)

ମାକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ 100,000 ରୁ 1 ନିୟୁତ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସହିତ ସେଲିବ୍ରିଟି ଏବଂ ମାକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ଖୁସିର ମାଧ୍ୟମ ଯୋଗାଇବାରେ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି | ଏଗୁଡ଼ିକ |

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଜନସଂଖ୍ୟାର ଏକ ବୃହତ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ପ୍ରବେଶ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି, ତଥାପି, ସେମାନଙ୍କର ଆକାର ହେତୁ ସାଧାରଣତ low କମ୍ ଯୋଗଦାନ ହାର ଥାଏ |



Celebrity Influencers(ସେଲିବ୍ରିଟି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ |)

ସେଲିବ୍ରିଟି ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ କାମ କରିବା ପାଇଁ ଅଧିକ ଅର୍ଥ ଖର୍ଚ୍ଚ ହେବ, ତଥାପି, ସେମାନେ ଅନ୍ୟ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରକାର ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ପହଞ୍ଚିବେ, ସାଧାରଣତ the ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ ଲକ୍ଷ ଲକ୍ଷ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ନିକଟରେ ପ୍ରବେଶ କରିବେ | ସେମାନେ ସାଧାରଣତ one ଏକରୁ ଅଧିକ ପ୍ରକାରର ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ସେମାନଙ୍କର ବିସ୍ତାରକୁ ଆହୁରି ବିସ୍ତାର କରନ୍ତି | ମାକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପରି, ସେମାନଙ୍କର ଆକାର ହେତୁ, ସେମାନେ ଉଚ୍ଚ ଯୋଗଦାନ ହାର ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତି ନାହିଁ |

ଏକ କମ୍ପାନୀ ସହିତ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଥିବା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରକାରର ମୁଖ୍ୟତ they ସେମାନେ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରୁଥିବା ଦର୍ଶକ ଏବଂ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ସାମଗ୍ରିକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରନ୍ତି | ଚିତ୍ରାଧାରର ନେତା କିମ୍ବା ବ୍ଲଗର ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ବ୍ରାଣ୍ଡର ଧାରଣାକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ଉତ୍ତମ ହୋଇଥିବାବେଳେ ରିଅଲିଟି ଷ୍ଟାର୍ ଏବଂ ଭିଡିଓ ବ୍ଲଗର (ଭ୍ଲଗର) ଲାଲଭୁ ଇଭେଣ୍ଟ ଆୟୋଜନ କରିବା କିମ୍ବା ଦ product ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଜୀବନରେ କିପରି ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ତାହା ଦର୍ଶାଇ ଏକ ଉତ୍ପାଦ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ତାହା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବା ପାଇଁ ଉତ୍ତମ ବିକଳ୍ପ ଅଟେ |

ମାର୍କେଟରଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ଅତ୍ୟଧିକ ହୋଇପାରେ, ଯେଉଁମାନେ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ ଆରମ୍ଭ କରୁଛନ୍ତି, ସହଭାଗୀ ହେବା ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସନ୍ଧାନ କରିବାବେଳେ କେଉଁଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରିବେ ଜାଣିବା ପାଇଁ । ଏହି ଗାଇଡ୍ ଏକ ଉତ୍ତମ ଉତ୍ସ ଯାହା ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ବିବରଣୀ ଦେଇଥାଏ ଏବଂ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଗ୍ରହଣ ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ସଂକୀର୍ଣ୍ଣ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

Influencer Marketing Ethics(ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ନିୟମ ଓ ନୀତିର ବିବେଚନା |)

ଯେକିନ୍ତୁ anything ଶୁଣି ପାରି, ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂର ଏହାର ଅସୁବିଧା ଅଛି, ମୁଖ୍ୟତଃ when ଯେତେବେଳେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ମାଧ୍ୟମରେ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ କିମ୍ବା ଉତ୍ପାଦକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ କାହାକୁ ଦେବାର ନିୟମ ଓ ନୀତିର ବିବେଚନା ଆସେ | ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ନିୟମ ଓ ନୀତିର ବିବେଚନା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ମାର୍କେଟିଂ କରିବା ପାଇଁ ସଠିକ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପାଦନ କରିବା ସମୟରେ ବ୍ୟବସାୟୀମାନେ ସେମାନଙ୍କର ଅନୁସନ୍ଧାନ କରିବା ଜରୁରୀ ଅଟେ | ଏହା କରିବାରେ ବିଫଳ ହେବା ସ୍ୱାଭାବିକ ଏବଂ ଏକ କମ୍ପାନୀ ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ସ୍ୱାରା କିପରି ଅନୁଭବ ହୁଏ ତାହା ଉପରେ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ପ୍ରଭାବ ପକାଇପାରେ |

ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବଜାର ସ୍ଥାନକୁ ସଫଳତା ରଖିବା ଏବଂ ପ୍ରଚାରଣକାରୀ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ବନ୍ଦ କରିବା ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା କରିବା ଏବଂ ବନ୍ଦ କରିବା ପାଇଁ FTC ସ୍ୱାଭାବିକ ନିର୍ଦ୍ଦେଶିତ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ସ୍ଥାନିତ ହୋଇଛି | ଏହି ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀଗୁଡ଼ିକ ସ୍ୱାଭାବିକ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ନିୟମ ଓ ନୀତିର ବିବେଚନା ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟୁଆ ପକାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ |

ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ନିୟମ ଓ ନୀତିର ବିବେଚନା ମଧ୍ୟ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣତା ସହିତ running ଡିବାକୁ ଏଡାଇବା ପାଇଁ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ନିମ୍ନଲିଖିତ ପଦକ୍ଷେପ ନେବାକୁ ଦୃଢ଼ ଭାବରେ ପରାମର୍ଶ ଦିଆଯାଇଛି:

- ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ପୋଷ୍ଟରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିବା ସହିତ କମ୍ପାନୀ ମିଡିଆ କିମ୍ବା ଗୁଡ଼ିକରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିବା ପାଇଁ ସ୍ପଷ୍ଟ ପ୍ରକାଶ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ |
- ସେମାନଙ୍କ ସହିତ ସହଭାଗୀ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ପୂର୍ଣ୍ଣାଙ୍ଗୁଣ ଅନୁସନ୍ଧାନ କର, ସେମାନେ ପ୍ରକୃତ ଲୋକ ଅଟନ୍ତି ଯାହାର ନକଲି ଅନୁସରଣକାରୀ ନାହାଁନ୍ତି |
- ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ଅନିୟମିତତା ଅତିବୃଦ୍ଧି ନିୟମିତ ପରିଚାଳନା କରନ୍ତୁ ଏବଂ ସଠିକ୍ ପ୍ରକାଶ ବିଷୟରେ ସମସ୍ତେ ନିୟମ ଅନୁଯାୟୀ ଖେଳୁଛନ୍ତି କି ନାହିଁ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅଭିଯାନଗୁଡ଼ିକୁ ଘନିଷ୍ଠ ଭାବରେ ଟ୍ରାକ୍ କରନ୍ତୁ |

ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପର୍କ ପରିଚାଳନା ପ୍ରୋଗ୍ରାମକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଏହି ପ୍ରକାର ପ୍ରକ୍ରିୟାଗୁଡ଼ିକୁ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ |

How to Create an Effective Influencer Strategy (କିପରି ସୃଷ୍ଟି କରିବେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କ strategy ଶଳି |)

01

ଅନୁସନ୍ଧାନ, ଅନୁସନ୍ଧାନ, ଅନୁସନ୍ଧାନ | ପ୍ରତ୍ୟେକ ମାର୍କେଟର ଯେକ any ଶସି ନୂତନ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶଳି କିମ୍ବା ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଅନୁସନ୍ଧାନ ଏବଂ ଯୋଜନା କରୁଥିବା ମୂଲ୍ୟ ବୁ s ଣ୍ଡି | ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କ strategy ଶଳର ଅଧିକ ଲାଭ କରିବାକୁ ନିମ୍ନଲିଖିତ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ଆପଣଙ୍କୁ ଆରମ୍ଭ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ:

Know Your Audience(ତୁମର ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କୁ ଜାଣି |)

ନିଶ୍ଚିତ, ଆଦର୍ଶରେ ଆପଣ ସମସ୍ତ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଭାଇ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି ଯେ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନକୁ ଅଧିକ ଏକ୍ସପୋଜର୍ ପାଇବାକୁ ଏବଂ ଆଶାକରେ ବିକ୍ରୟ ଉତ୍ପାଦନ କରିବାକୁ | କିନ୍ତୁ ତୁମେ କାହାକୁ ମାର୍କେଟିଂ କରୁଛ ଏବଂ ସେହି ଭିତ୍ତିକୁ କିପରି ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଭାବରେ ପୂରଣ କରିବ ସେ ବିଷୟରେ ଏକ ଦୃ solid ଜ୍ଞାନ ନହେବା ସମୟ ଏବଂ ପରିଶ୍ରମର ଅପଚୟ ହେବ | ଯଦି

ଶ୍ରୋତାମାନେ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ବିକ୍ରୟ କରାଯାଉଥିବା ଉତ୍ପାଦ ଏବଂ ସେବାଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ଏକ ସଂଯୋଗ

ଗ୍ରାହକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଶେଷ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ସମୟ ନେବା, କିମ୍ବା ଆଦର୍ଶ ଗ୍ରାହକମାନେ କିପରି ଦେଖାଯାଏ ତାହାର ସାଧାରଣ ଉପସ୍ଥାପନା ଏକ ଉପଯୋଗୀ ଅଭ୍ୟାସ |

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଗାମୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ଉପଯୁକ୍ତ ବାର୍ତ୍ତା ସହିତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ଲେଗ୍ ଖାର୍ଜ ନେବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି, କିନ୍ତୁ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଦାୟୀ |

ସେମାନେ କାହା ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ଜାଣିବାକୁ ସମୟ | ଗ୍ରାହକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଶେଷ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ସମୟ ନେବା, କିମ୍ବା ଆଦର୍ଶ ଗ୍ରାହକମାନେ କିପରି ଦେଖାଯାଏ ତାହାର ସାଧାରଣ ଉପସ୍ଥାପନା ହେଉଛି ଏକ ଉପଯୋଗୀ ଅଭ୍ୟାସ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକ କିଏ ଏବଂ ଏହା ବଦଳରେ ଏକ ଅଂଶୀଦାର ହେବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର ବିସ୍ତୃତ କ୍ଷେତ୍ରକୁ ସଂକୀର୍ଣ୍ଣ କରିବ | ଅଧିକ ପରିଚାଳନାଯୋଗ୍ୟ | ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ମାର୍କେଟିଂ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ସହଜ ସମୟ ପାଇବେ |





Know Your Goals(ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଜାଣି |)

ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶିଳର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରଥମ ପଦକ୍ଷେପ ହେଉଛି ତୁମର ଅଭିଯାନର ଚାଲୁଥିବା ସଫଳତାକୁ ମାପ ଏବଂ ମୂଲ୍ୟାଙ୍କନ କରିବାରେ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବା | ଲକ୍ଷ୍ୟ ଭିନ୍ନ ହେବ ଏବଂ ଉଭୟ ଖେତ୍ରସାଇଟ୍ ଏବଂ ସ୍ପୋରଗୁଡ଼ିକରେ ଗ୍ରାହକ ବୃଦ୍ଧି ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ବିଶ୍ୱସ୍ତତା ବୃଦ୍ଧି ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ହୋଇପାରେ |

କିମ୍ବା ଜନସାଧାରଣଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟିରେ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସଚେତନତା ବୃଦ୍ଧି | ତୁମର ଅଭିଯାନ ସହିତ ତୁମେ କ'ଣ ହାସଲ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛ ଏବଂ କେଉଁ ମେଟ୍ରିକ୍ ଉପରେ ରିପୋର୍ଟ କରିବ ସେ ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା କରିବାକୁ ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସହିତ ସହଭାଗୀ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ସମୟ ନିଅ |

1-3-small ଛୋଟ କିଛି ପ୍ରାପ୍ତ ଲକ୍ଷ୍ୟ ସହିତ ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତୁ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ରଣନୀତି ଆରମ୍ଭ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀ କେଉଁଠାରେ ଠିଆ ହୋଇଛି ତାହାର ବେସଲାଇନ ମେଟ୍ରିକ୍ ପାଇବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ ଯାହା ଦ୍ୱାରା ଆପଣଙ୍କର ଅଭିଯାନ ମେଟ୍ରିକ୍ ସହିତ ତୁଳନା କରିବାକୁ ଆପଣଙ୍କର କିଛି ଅଛି | ଅଗ୍ରଗତି ଗ୍ରାହକ କରନ୍ତୁ a

ଅଭିଯାନର ଜୀବନସାରା ନିୟମିତ ଭିତ୍ତିରେ ଏବଂ କ'ଣ କାର୍ଯ୍ୟ କଲା, କ'ଣ ହେଲା ନାହିଁ, ଏବଂ ସଫଳତା ପାଇଁ ତୁମର ପରବର୍ତ୍ତୀ ଅଭିଯାନକୁ କିପରି ତୁଲ୍ୟ କରିବ ସେ ସମ୍ପର୍କରେ ତୁ an ିବା ପାଇଁ ଶେଷରେ ଏକ ଅତିର୍ କର |

-  1 Set Goals
-  2 Get Baseline Metrics
-  3 Track Progress
-  4 Perform an Audit

Know How Much You Want to Invest (ଆପଣ କେତେ ବିନିଯୋଗ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ଜାଣନ୍ତୁ |)



ଆପଣଙ୍କର ଦର୍ଶକ କିଏ ଏବଂ ଆପଣ କେଉଁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ସେ ବିଷୟରେ ଏକ ଧାରଣା ପାଇବା ଏକ ବଜେଟ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । କେତେକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତି ପ୍ରାଇଭ୍ ଟ୍ୟାଗ୍ ବହନ କରନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ନିବେଶ ଉପରେ ଫେରସ୍ତ (ROI) ଅଧିକ ହୋଇପାରେ ।

ଏକ ଆଗାମୀ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ଆପଣ କେତେ ଖର୍ଚ୍ଚ କରିବେ ତାହା ସ୍ଥିର କରିବାବେଳେ, ଆପଣଙ୍କର ଲକ୍ଷ୍ୟ କ'ଣ ଏବଂ କେଉଁ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଆପଣ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବେ ତାହା ବିଚାର କରନ୍ତୁ । ଛୋଟ ଅନୁସରଣକାରୀ ଗଣନା ସହିତ ନାନୋ ଏବଂ ମାଇକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରଶଂସକଙ୍କ ସହିତ ମାଇକ୍ରୋ-ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ଅନ୍ତରଙ୍ଗ ସମ୍ପର୍କ ରଖିପାରନ୍ତି, ଯେଉଁମାନେ ଏକ ବ୍ୟାପକ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ସମର୍ଥ ହେବେ ।

ଆପଣ ଯେଉଁ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ କାମ କରିବେ ଏବଂ ସେମାନେ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା କିଛି ଶିଳ୍ପଗୁଡ଼ିକ ରଖିବା ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ବଜେଟ୍ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ପାଇଁ ସର୍ବୋତ୍ତମ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ।

Establish an Authentic Connection with the Influencer (ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ସହିତ ଏକ ପ୍ରାମାଣିକ ସଂଯୋଗ ସ୍ଥାପନ କରନ୍ତୁ |)

ଅପଣେ ଆପଣ ସହଭାଗୀ ହେବା ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡିଆ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପାଇଲେ, ଏକ ପ୍ରସ୍ତାବ ସହିତ ସେମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ହେଉଛି ଏକ କଳା | ଦିନର ଶେଷରେ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ତଥାପି ଆବଶ୍ୟକ କରୁଥିବା ଲୋକ ଅଟନ୍ତି | ଏକ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଅଫର ସହିତ ମାର୍କେଟିଂ କର ଯାହା ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟବାନ | ବୃତ୍ତିଗତ, ସମ୍ମାନଜନକ ଏବଂ ସ୍ୱଚ୍ଛ ହୁଅ, କିଛି ଏହାକୁ ଏତେ ଦୁର୍ବଳ କର ନାହିଁ ଯେ ସେମାନେ ଶୀଘ୍ର ଆଗକୁ ବାଟି |

ଏକ କମ୍ପାନୀ ଏବଂ ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମଧ୍ୟରେ ସମ୍ପର୍କ ହେଉଛି ଏକ ସହଭାଗୀତା ଏବଂ ଉଭୟ ପକ୍ଷ ପାଇଁ ଲାଭଦାୟକ ହେବା ଉଚିତ, ତେଣୁ ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ପ୍ରସାରଣ ଇମେଲ୍ କ୍ଷୁଦ୍ର ଏବଂ ସ୍ଥିତିରେ ରହିବା ଉଚିତ୍, ଆଦର୍ଶରେ 7-10 ବାକ୍ୟ ଲମ୍ବା ଏବଂ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଏବଂ ଦେଖିବା ପାଇଁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତାଳାପ ଆରମ୍ଭ କରିବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ ହୋଇଥିଲା | ବ୍ୟବସାୟ ଏକ ମେଳ |

ଇମେଲ୍ ଦ୍ୱାରା your ାରା ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚନ୍ତୁ ଏବଂ ଏହାକୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ କରନ୍ତୁ | ନିଶ୍ଚିତ କର ଯେ ତୁମେ କରିପାରିଛ |

ଅନୁସନ୍ଧାନ କରନ୍ତୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ବିଷୟରେ ଗୋଟିଏ କିମ୍ବା ଦୁଇଟି ବିଷୟରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଦ୍ୱାରା they ାରା ସେମାନେ ଜାଣନ୍ତି ଯେ ଇମେଲ୍ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଅଟେ ଏବଂ ଆପଣ ଅନ୍ୟ ଶହ ଶହ ପ୍ରଭାବଶାଳୀଙ୍କୁ ପଠାଉଥିବା ଜେନେରିକ୍ ଟେମ୍ପଲେଟ୍ ନୁହେଁ |

ଅଭିଯାନର ସବିଶେଷ ତଥ୍ୟକୁ ଡେଇଁଯାଅ ନାହିଁ ଯେପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତି ଆପଣଙ୍କ ଲକ୍ଷ୍ୟ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଫିଟ୍ କି ନାହିଁ ସେ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆପଣ ଅଧିକ ଅନୁଭବ କରିବେ ନାହିଁ |

The initial outreach email should be short and to the point, ideally 7 to 10 sentences long and used to start a conversation to see if the influencer and business are a match.

Ways for Influencers to Share Content (ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପାୟ ।)

ବିଭିନ୍ନ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସୂଚନାଗୁଡ଼ିକ ହେବା ଏବଂ ଉପାଦ ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକୁ ନିଜସ୍ୱ ଅନନ୍ୟ ଉପାୟରେ ଅଂଶୀଦାର କରିବା ସହଜ କରିଥାଏ । କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ଏହି ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ କିପରି ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତି ସେ ସମ୍ବନ୍ଧରେ କିଛି ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେବା ଠିକ୍, ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ଅଂଶୀଦାର ପାଇଁ ନିଜର ମାର୍କେଟିଂ କାମ ଶୀଳ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ସ୍ୱାଧୀନତାକୁ ଅନୁମତି ଦେବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ । କେତେକ ଲୋକପ୍ରିୟ ଅଂଶୀଦାର ପଦ୍ଧତିଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି:



Photography(ଫଟୋଗ୍ରାଫି)

ସେଲ ଫୋନ୍ କ୍ୟାମେରାଗୁଡ଼ିକ ପୂର୍ବ ପରି ଉନ୍ନତ ଏବଂ ଆପ୍ ସାହାଯ୍ୟରେ ଫଟୋଗ୍ରାଫିକ ଏଡିଟିଂ ହୋଇ ଉନ୍ନତ ଭିଜୁଆଲ ଇମ୍ପେକ୍ଟ ପାଇଁ ବୃଦ୍ଧି କରାଯାଇପାରିବ ।



Reviews(ସମୀକ୍ଷା)

ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଦ୍ରବ୍ୟକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିମାନେ ଭଲ ପାଉଥିବା ଆଇଟମଗୁଡ଼ିକର ସମୀକ୍ଷା କରି କ୍ଲଗ୍ ଲେଖିବା ଦ୍ୱାରା ଏକ ଉତ୍ତମ ବିକଳ୍ପ ।



Videos(ଭିଡିଓଗୁଡ଼ିକ)

ସୁଦୂର 2000 ଦଶକ ଆରମ୍ଭରୁ ରହିଆସିଛି ଏବଂ ଭିଡିଓ ମାଧ୍ୟମରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ବାଣ୍ଟିବା ପାଇଁ ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ, ଯାହା ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଚାହୁଁଥିବା ପରି ଲକ୍ଷ୍ୟ କିମ୍ବା ଛୋଟ ହୋଇପାରେ ।



Live-Stream(ଲାଲଭ୍-ଷ୍ଟ୍ରିମ୍ ।)

ଫେସବୁକ୍ ଏବଂ ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମର ଉଭୟଙ୍କର “ଲାଲଭ୍” ସାମର୍ଥ୍ୟ ଅଛି, ଯାହା ଦର୍ଶକମାନଙ୍କୁ ରିଅଲ୍-ଟାଇମ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଦେଖିବା ଏବଂ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେଇଥାଏ ।

Ways for Influencers to Share Content (cont.)

(ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଂଶୀଦାର କରିବାର ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପାୟ (ଅବିରତ))



Unboxing(ଅନ୍-ବକ୍ସିଂ |)

ବିଷୟବସ୍ତୁ ବାଣ୍ଟିବାର ଏକ ପାରମ୍ପାରିକ ଉପାୟ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ନୁହେଁ, କିନ୍ତୁ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଏକ ଉପାଦକୁ ଅଧିକ ବିସ୍ତୃତ ଭାବରେ ଦେଖିବା ପାଇଁ ଦିଏ, ଏବଂ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ବାକ୍ସ ଖୋଲିବାବେଳେ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରକୃତ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ବାଣ୍ଟିପାରନ୍ତି ।



Contests(ପ୍ରତିଯୋଗିତା |)

ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଅଂଶୀଦାର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଅଧିକ ଜଡ଼ିତ ହେବାକୁ ଦିଅନ୍ତୁ ଏବଂ ଉପାଦ ବ୍ୟବହାର କରିବା ସମୟରେ ସେମାନଙ୍କର ସୃଜନଶୀଳତା ଦେଖାଇବାକୁ ଦିଅନ୍ତୁ ।



Influencer Takeover(ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ନିଆଯିବା |)

ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ କିମ୍ବା କମ୍ପାନୀର ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ ଆକାଉଣ୍ଟକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିବାକୁ ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀଙ୍କୁ ଅନୁମତି ଦେବା ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଖେତ୍ରରେ କିମ୍ବା ପୃଷ୍ଠାକୁ ନୂତନ ଗ୍ରାଫିକ୍ ଚଳାଇବା ଏବଂ ଯୋଗଦାନ ହାର ବୃଦ୍ଧି କରିବା ପାଇଁ ଏକ ଉତ୍ତମ ପଦ୍ଧତି ।

While it is fine for companies to create content and give some direction to how their influencers share this content, be sure to allow influencers the freedom to use their own marketing strategies for sharing.

Choose Your Ideal Platform(ଆପଣଙ୍କର ଆଦର୍ଶ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ବାଛିନ୍ତୁ |)



ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅଭିଯାନର ସଫଳତା ଆପଣଙ୍କ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କୁ ବୁଝିବା *understanding* ଯାଏ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ଆବଶ୍ୟକତା ପାଇଁ ସଠିକ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଏବଂ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ଖୋଜିବା ଉପରେ ଅଧିକ ନିର୍ଭର କରେ । ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ ହେଉଛି ସବୁଠାରୁ ଲୋକପ୍ରିୟ ଚ୍ୟାନେଲ ଯେତେବେଳେ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ବିଷୟରେ ଆସେ, ସାରା ବିଶ୍ୱରେ କୋଟି କୋଟି ଉପଭୋକ୍ତା ରହିଥାନ୍ତି; କିନ୍ତୁ ଏକ ଲମ୍ବା ଭିଡିଓ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ କିମ୍ବା ସେମାନଙ୍କ ଅନୁଭୂତି ବିଷୟରେ ଏକ ବ୍ଲଗ୍ ଲେଖିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ଉପଯୁକ୍ତ ନୁହେଁ ।

କେବଳ ଆପଣଙ୍କର ନିଜ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକ ନୁହେଁ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀଙ୍କ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ମଧ୍ୟ ବିଚାର କରିବା ଜରୁରୀ ଅଟେ । ସେଗୁଡ଼ିକ କିପରି ସମାନ ବା ଭିନ୍ନ, ଏବଂ ଉଭୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଠାରୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଫଳାଫଳ ପାଇବା ପାଇଁ କେଉଁ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଇପାରିବ?

ଏହା ସହିତ, ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କେତେ ଅନୁଗାମୀ ଅଛନ୍ତି ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ଅଭିଯାନର ଲକ୍ଷ୍ୟ କ’ଣ ତାହା ବିଚାର କରନ୍ତୁ । କଳ୍ପନା କରନ୍ତୁ ଆପଣ ଏକ ମଧ୍ୟମ ଆକାରର ସହରରେ ଏକ ସ୍ଥାନୀୟ ବାର ଖୋଲୁଛନ୍ତି ଏବଂ ଏକ ଗ୍ରାଣ୍ଟ ଓପନିଂ ପାର୍ଟି ପକାଇବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି । ନିଜ ପୃଷ୍ଠାରେ ପାର୍ଟିକୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ପାଇଁ କିଛି ଶହ ହଜାର ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସହିତ ଏକ ଲୋକପ୍ରିୟ ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ନିଯୁକ୍ତ କରିବା ପ୍ରଲୋଭନକାରୀ ହୋଇପାରେ । ବହୁ ଅନୁଗାମୀ ଏହାକୁ ଦେଖିବେ, କିନ୍ତୁ ତାହା ଇଭେଣ୍ଟ ରାତ୍ରିରେ ପ୍ରକୃତ ପାଦ ଟ୍ରାଫିକ୍‌କୁ ଅନୁବାଦ କରିବ କି? ସମ୍ଭବତଃ *not* ନୁହେଁ । ଅପରପକ୍ଷେ, ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ଏକ ଭଗ୍ନାଂଶ ସହିତ ଏକ ସ୍ଥାନୀୟ ଫେସବୁକ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ, କିନ୍ତୁ ଏହି ଅଞ୍ଚଳ ଏବଂ ଏଥିରେ ଥିବା ଲୋକମାନଙ୍କର ଅଧିକ ବୁଝିବା *understanding* ାମଣି ଇଭେଣ୍ଟରେ ପ୍ରଦର୍ଶନ ଏବଂ ଫେସବୁକ୍-ଲାଇଭ୍ ଭିଡିଓ କରି ଫଳାଫଳ ଉତ୍ପାଦନ କରିବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ ।

Finding the Right Influencers for Your Brand (ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ସଠିକ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସନ୍ଧାନ |)

02

ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ବିଷୟରେ ଯେତେବେଳେ ସଫଳତାର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଚାବି ହେଉଛି ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସନ୍ଧାନକାରୀ ଯିଏ ତୁ understand ିଥାଏ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ସ୍ଥାନ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଅଟେ ତେଣୁ ଏହା କରିବା ନିଶ୍ଚିତ କରେ ଯେ ସେମାନଙ୍କ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସ ବଧୂର କାନରେ ପଡ଼ିବ ନାହିଁ (କିମ୍ବା ଏହି କ୍ଷେତ୍ରରେ, ଅନ୍ଧ ଆଖି) |

ଦର୍ଶକମାନେ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଉତ୍ପାଦ ଏବଂ ସେବା ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହ ଦେଖାଇବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ ଯଦି ଏହା ପ୍ରକୃତରେ ସେମାନେ ନିଜେ ବ୍ୟବହାର କରିବେ |

ଯେତେବେଳେ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ତୁ understand ଣ୍ଡି ଯେ ସହଯୋଗ କରିବାକୁ ସଠିକ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସନ୍ଧାନ କରିବା ଏକ ସଫଳ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ଏକ ମ fundamental ଲିକ ଆଧାର ଅଟେ, 61% ମାର୍କେଟିଂରୁ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଖୋଜିବାରେ କଷ୍ଟ ହୋଇଥାଏ |

ତୁମର ଆଦର୍ଶ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କିପରି ଦେଖାଯାଏ ତାହା ଜାଣିବା ପାଇଁ ଅଭିଯାନ ଯୋଜନା ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଶୀଘ୍ର ସମୟ ନିଅ | ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଆପଣଙ୍କ ଭଲ ବଜାରରେ ପହଞ୍ଚିବା, ଯୋଗଦାନ ହାର, ଏବଂ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକତା ବିଷୟରେ ବିଚାର କରନ୍ତୁ | ଅଭିଯାନର ସଫଳତା ପାଇଁ ସବୁଠାରୁ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଚୟନ କରିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ |

61%

of marketers have a hard time finding the right influencers for campaigns.

How to Create an Effective Influencer Outreach Strategy(ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ଆଉଟ୍ରିଚ୍ ରଣନୀତି କିପରି ସୃଷ୍ଟି କରିବେ |)



ଥରେ ଆପଣ ଅନୁଭବ କରିସାରିଛନ୍ତି ଯେ ଆପଣ କେଉଁ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ କାମ କରିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି, ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରସାରଣ ରଣନୀତି ଯୋଜନା କରିବାର ସମୟ ଆସିଛି । ଅନୁସନ୍ଧାନକାରୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଯେଉଁମାନେ ଆପଣଙ୍କର ମାନବଶ୍ଚ ପୂରଣ କରନ୍ତି ଏବଂ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଅନୁସରଣ କରିବା ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତି ଯେ ଆପଣ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଦୃଶ୍ୟମାନ ହେଉଛନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କର ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହୁଅନ୍ତୁ ଏବଂ ଏକ ସମ୍ପର୍କ ଗଠନ ଆରମ୍ଭ କରନ୍ତୁ ।

ଯେହ୍ନେତୁ ତୁମେ ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଏକ ସମ୍ପର୍କ ସ୍ଥାପନ କରିବାକୁ ସମୟ ନିଅ, ସମୟ ଠିକ୍ ହେବା ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପିଚ୍ ସହିତ ପ୍ରସ୍ତୁତ ଏବଂ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅ । ଆପଣ କେଉଁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି, ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହଭାଗୀତା ପାଇଁ ଆପଣ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ କ’ଣ ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବେ ତାହା ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଚିହ୍ନଟ କରିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ । କ୍ଷତିପୂରଣ ସର୍ବଦା ଏକ ଥର ଦେଇ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ନୁହେଁ, ଏଥିରେ ମାଗଣା ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ, କିମ୍ବା ବିକ୍ରୟ ଉପରେ ଆୟୋଗ ମଧ୍ୟ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିପାରିବ ଯାହା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକ ରୂପାନ୍ତର କରିବାକୁ ସମର୍ଥ ।

Outreach & Follow Up(ପ୍ରସାରଣ ଏବଂ ଅନୁସରଣ କରନ୍ତୁ |)

Outreach(ପ୍ରସାରଣ)

ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ, ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ପରିଚିତ କରାଇବା ପାଇଁ ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଏବଂ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ଇମେଲ୍ ପଠାନ୍ତୁ । ପୂର୍ବରୁ କୁହାଯାଇଥିବା ପରି, ପ୍ରଥମ ଇମେଲ୍ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସହିତ ଏକ ସଂଯୋଗ ଗଠନ କରିବା ଏବଂ ସେଗୁଡ଼ିକ ତୁମର ଆବଶ୍ୟକତା ପାଇଁ ମେଳ କି ହୁଏ ବେଶ୍ ବା ବିଷୟରେ ।

ସେମାନେ ଅତୀତରେ କରିଥିବା କାର୍ଯ୍ୟକୁ ରେଫରେନ୍ସ କରି ବାର୍ତ୍ତାକୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ କରିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ ଯେ ସେମାନେ ଏକ ସମୟରେ ଏକାଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀଙ୍କୁ ପଠାଯାଇଥିବା ଏକ ଜେନେରିକ୍, ଜନ ଇମେଲ୍ ପାଇ ନାହାନ୍ତି । ଯଦି ତୁମେ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅଁ ତୁମର ଇମେଲରେ କ’ଣ କହିବ, ପ୍ରେରଣା ପାଇଁ ଆଉଟ୍ରିଚ୍ ଟେମ୍ପଲେଟର ଏହି ଡାଲିକା ଯାଞ୍ଚ କର ।

ଯଦି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରାରମ୍ଭିକ ସନ୍ଦେଶକୁ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା କରେ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ ଗଠିବା ପାଇଁ ଗ୍ରହଣୀୟ ମନେହୁଏ, ତେବେ ଆପଣ ମନେ ରଖିଥିବା ସହଭାଗୀତା ସୁଯୋଗ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ବିବରଣୀ ସହିତ ଅନୁସରଣ କରିପାରିବେ ଏବଂ ଅଭିଯାନର ଅଧିକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ କରିପାରିବେ ।

Follow Up (ଅନୁସରଣ କରନ୍ତୁ |)

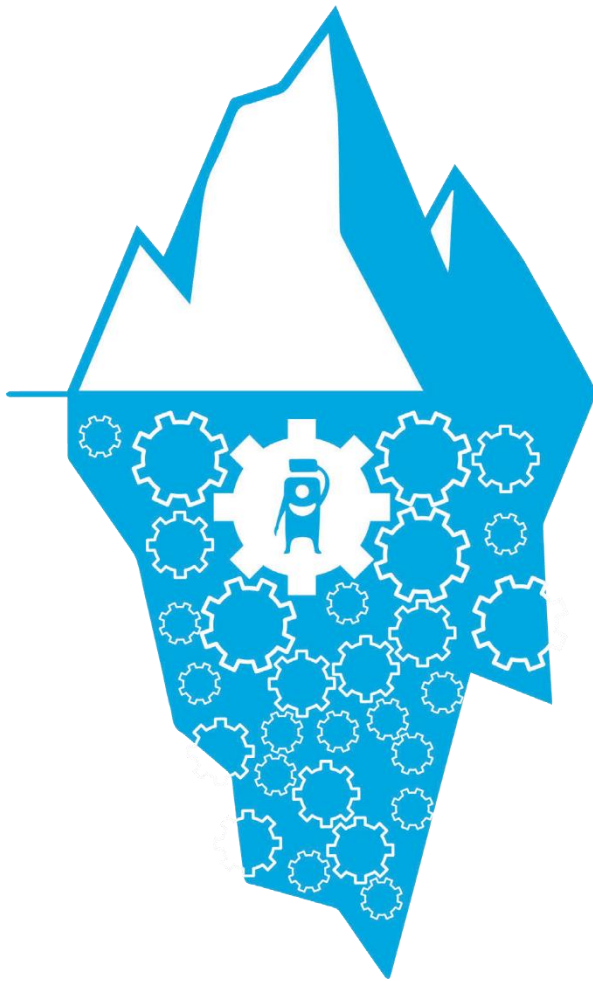
ଏକ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସହିତ ସହଭାଗୀ ହେବା ପରେ, ଧନ୍ୟବାଦ ଜଣାଇବାକୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହଭାଗିତା ପାଇଁ କୃତଜ୍ଞତା ଜଣାଇବାକୁ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ ଅନୁସରଣ କରିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ । ହୁଅ ।

ଅବିରତ ଭିତ୍ତିରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପର୍କ ପ୍ରତିପୋଷଣ ଜାରି ରଖିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଦ୍ୱାରା ଭବିଷ୍ୟତ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ପୁନର୍ବାର ସେମାନଙ୍କ ସହ ଅଂଶୀଦାର ହେବାର ବିକଳ୍ପ ଅଛି ।



Influencer Management(ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପରିଚାଳନା)

03



ସହଭାଗୀ ହେବା ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପାଦନ କରିବା ହେଉଛି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କିମ୍ବା ଇଂଲୁଏନ୍ସର ମ୍ୟାନେଜ୍ମେଣ୍ଟର ଏକ ଚିହ୍ନଟି । ଥରେ ସେମାନେ ଅଂଶୀଦାର ହେବାକୁ ରାଜି ହୋଇଛନ୍ତି । ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ପରିଚାଳନା କରିବା ହେଉଛି ପରବର୍ତ୍ତୀ ପଦକ୍ଷେପ ଯାହା ଏକ ଅଭିଯାନ ସୁରୁଖୁରୁରେ ଏବଂ ଦକ୍ଷତାର ସହିତ ଚାଲିବା ନିଶ୍ଚିତ କରେ ।

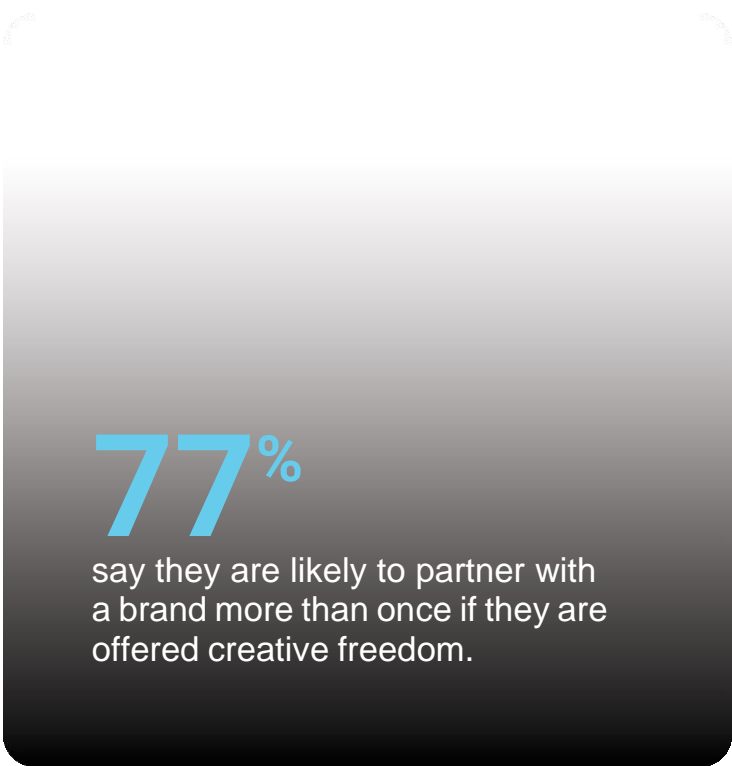
Communicate the Vision of the Influencer Campaign(ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ଅଭିଯାନର ଦର୍ଶନକୁ ଯୋଗାଯୋଗ କରନ୍ତୁ |)

ଅଭିଯାନ ଆରମ୍ଭ ହେବା ପୂର୍ବରୁ, ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ସ୍ପଷ୍ଟ ଆଶା ସ୍ଥିର କରିବା ଏବଂ ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ କ’ଣ ତାହା ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରିବାକୁ ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ ଏକ ବ meeting ଠିକ କରିବାକୁ ଯୋଜନା କର |

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ କାମ କରିବା ସମୟରେ ସୃଜନଶୀଳ ସ୍ୱାଧୀନତାକୁ ଅନୁମତି ଦେବା ହେଉଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ: ସତ୍ତ୍ୱରିଜଣ ଲୋକ କହିଛନ୍ତି ଯେ ଯଦି ସେମାନଙ୍କୁ ସୃଜନଶୀଳ ସ୍ୱାଧୀନତା ଦିଆଯାଏ ତେବେ ସେମାନେ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ଏକାଧିକ ଥର ଅଂଶୀଦାର ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଛି |

ସୃଜନଶୀଳ ସ୍ୱାଧୀନତା ପ୍ରଦାନ କରିବା ଅର୍ଥ ନୁହେଁ, ଏକ ଅଭିଯାନରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ନିଜ ନିଜ ଉପକରଣରେ ସଂପୂର୍ଣ୍ଣ ଛାଡିବା | ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ବିତରଣ କରନ୍ତୁ, ଯେପରିକି ଭାଷା କିମ୍ବା ସ୍ୱର ଯାହା ବ୍ୟବହାର କରାଯିବା ଉଚିତ, ଏବଂ ଆପଣ ଅଭିଯାନ ମାଧ୍ୟମରେ କ’ଣ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି | ଏକ ଲୁକ୍ ରୁକ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଯାହା ଅତୀତର ସଫଳ ଅଭିଯାନର ଉଦାହରଣ ଅନୁଭବ କରେ, ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଲୁକ୍ ଏବଂ ଅନୁଭବ ସମସ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ସମାନ ନିର୍ଦ୍ଦେଶାବଳୀ ଅଂଶୀଦାର ହେବା ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଏକ ସହାୟକ ଉପାୟ ହୋଇପାରେ |

ଏହା ତୁମର ଆବଶ୍ୟକତା ଅନୁଯାୟୀ ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଏହା ପ୍ରକାଶିତ ହେବା ପୂର୍ବରୁ ବିଷୟବସ୍ତୁର ଏକ ଅନ୍ତିମ ସମୀକ୍ଷା କର |



Determine Budget for Influencer(ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ ପାଇଁ ବଜେଟ୍ ସ୍ଥିର କରନ୍ତୁ |)

ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସଂଖ୍ୟା ଏବଂ ସେମାନେ କେଉଁ ପ୍ଲଟଫର୍ମ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ତାହା ସହିତ ବିଭିନ୍ନ କାରଣ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମୂଲ୍ୟ ଭିନ୍ନ ହୋଇଥାଏ | ସେହିଭଳି, ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଭିଯାନ ଅଲଗା, ଏବଂ ପ୍ରଦୋଷ୍ଟ ଖର୍ଚ୍ଚ ଏକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭିତ୍ତିରେ ଘଟିଥାଏ, ଯାହା ପ୍ରଥମ ଥର ପାଇଁ ବଜେଟ୍ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବା ଏକ କଷ୍ଟକର କାର୍ଯ୍ୟ ପରି ଅନୁଭବ କରେ |

ଆପଣ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକ 1000 ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ \$ 4 ରୁ \$ 9 ବର୍ଷ କରିବା ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଇଣ୍ଡଷ୍ଟ୍ରି ପାଇଁ ନୂତନମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଆରମ୍ଭ କରିବା ଏକ ଯୁକ୍ତିଯୁକ୍ତ ସ୍ଥାନ | ଏହାର ଅର୍ଥ ଯଦି ଆପଣ ଏକ ମାଇକ୍ରୋ-ଇନ୍ଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ସହିତ କାମ କରୁଛନ୍ତି ଏବଂ 100,000 ଲୋକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣଙ୍କୁ 400 ରୁ 900 \$ ମଧ୍ୟରେ ବଜେଟ୍ ବରକାର | ମନେରଖନ୍ତୁ ଏହି ବଜେଟ୍ କେବଳ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଅଟେ ଏବଂ ଉତ୍ପାଦର ମୂଲ୍ୟ କିମ୍ବା ଅଭିଯାନ ପରିଚାଳନା ପାଇଁ ଆବଶ୍ୟକ ଅନ୍ୟ ଉତ୍ପାଦନ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ନାହିଁ | ସେଗୁଡ଼ିକ ଅଲଗା ଖର୍ଚ୍ଚ ଯାହା ଏକ ଅଭିଯାନ ବଜେଟ୍ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବା ସମୟରେ ବିଚାର କରାଯିବା ଉଚିତ୍ |

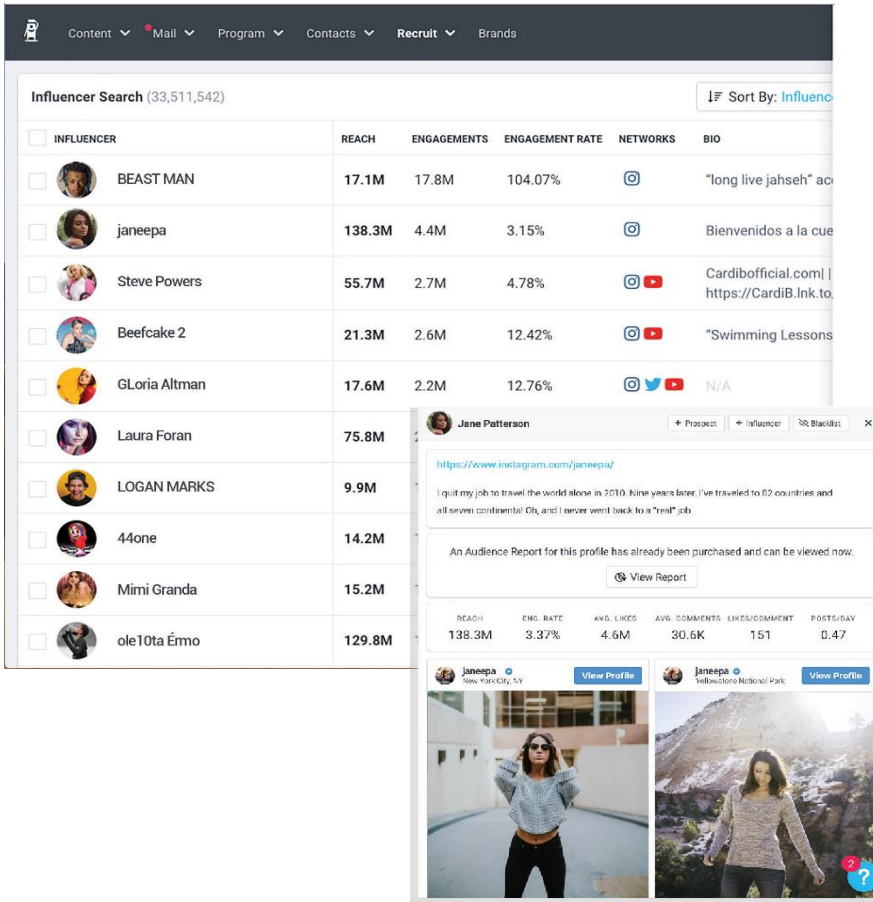
ଛୋଟ ପ୍ରଭାବଶୀଳୀମାନେ ତୁମର ବାଲ ପାଇଁ ଅଧିକ ବାଜ୍ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି ଏବଂ ତୁମର ବଜେଟ୍ ଅଧିକ ଦୂରକୁ ଯିବ କାରଣ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ସହିତ ଅଧିକ ଜଡ଼ିତ |

ହାରାହାରି, ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କର ମୋଟ ବର୍ଷକ ପ୍ରାୟ 10% ଜଡ଼ିତ ଅଛନ୍ତି | ଅଳ୍ପ କିଛି ଛୋଟ, ଅଧିକ ମିଶାନ୍ତୁ |

ନିୟୋଜିତ ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ ଏବଂ ତୁମର ବର୍ଷକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାର ଏକ ଉତ୍ତମ ସୁଯୋଗ ଅଛି, ଯେଉଁମାନେ ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ସେବା କ୍ରୟ କରିବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ, ଯଦି ତୁମେ ଜଣେ ସେଲିବ୍ରିଟି ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ ଯାଇଛ |

ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଏକ ବୃହତ୍ ବର୍ଷକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବା, ତେବେ ଦେୟ ଦେବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ରୁହନ୍ତୁ, ଯେହେତୁ ବଡ଼ ଅନୁସରଣକାରୀ ସହିତ ଜଣେ ପ୍ରଭାବଶୀଳୀ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସହିତ ଯିବା ସମ୍ଭବତ every ପ୍ରତ୍ୟେକ 100,000 ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଅତି କମରେ \$ 1000 ଚାର୍ଜ ହେବ | କିଛି କମ୍ପାନୀ କାଇଲି ଜେନେରଙ୍କ ଗୋଟିଏ ପୋଷ୍ଟ ପାଇଁ 1.3 ମିଲିୟନ୍ ଡଲାରରୁ ଅଧିକ ଦେୟ ପ୍ରଦାନ କରିଥିବା ରିପୋର୍ଟରେ ବର୍ଣ୍ଣାଯାଇଛି |

Nurture Influencer Relationships



ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କି strategy ଶିଳ୍ପରୁ ଅଧିକ ଲାଭ ପାଇବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଏକ ଦୃ strong, ଚାଲୁଥିବା ସମ୍ପର୍କ ବଜାୟ ରଖିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ନିଶ୍ଚିତ, ଏକ ଥର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ଏକ ଉଚ୍ଚ ROI ଉତ୍ପାଦନ ଏବଂ ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଅନଲାଇନ୍ ଉପସ୍ଥିତିରେ ଉନ୍ନତି କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ଅଛି କିନ୍ତୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଦୀର୍ଘମିଆଦୀ ସମ୍ପର୍କ ବଜାୟ ରଖିବା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବା ମାର୍କେଟିଂର ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରାଥମିକତା ହେବା ଉଚିତ ।

ଦୀର୍ଘମିଆଦୀ ସମ୍ପର୍କ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଆଡଭୋକେଟରେ ପରିଣତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ, ଯାହା ବ୍ରାଣ୍ଡର ବିଶ୍ୱସନୀୟତାକୁ ଦୃ strengthen କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ଜି organic ବିକି ଉପାୟରେ ବୃଦ୍ଧି ଏବଂ ବିସ୍ତାର କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ଏହା ସହିତ, ଭବିଷ୍ୟତ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ନୂତନ, ଉପଯୁକ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ଖୋଜିବା ଏବଂ ନିୟୁତ୍ତ ବିଷୟରେ ଆପଣଙ୍କୁ ଚିହ୍ନି କରିବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ ।

GRIN ପରି ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପରିଚାଳନା ସଫ୍ଟୱେର୍ ବ୍ୟବହାର କରିବା, ପୋର୍ଟାଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ସହଜ ପ୍ରଦାନ କରି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପର୍କକୁ ପରିଚାଳନା ଏବଂ ପରିଚାଳନା କରିବାରେ ସହଜ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଯାହା ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗକୁ ନିରବଚିନ କରିଥାଏ ଏବଂ ସବୁକିଛି ଗୋଟିଏ ସ୍ଥାନରେ ରଖେ ।

Measure Success

04

ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ଏକ ସଫଳ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରସ୍ତୁତି ଏବଂ ଖୋଜିବାର ଭୂମି ଆପଣ ଶିଖୁଛନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଚଳାଇବା ଠାରୁ ବ୍ୟବସାୟ କେଉଁ ପ୍ରକାରର ଆଶା କରିପାରିବ? ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପ୍ରୋଗ୍ରାମ ବ ows ିବା ସହିତ ମାର୍କେଟିଂମାନେ କିପରି ସହଜରେ ଏକାଧିକ ଅଭିଯାନ ଏବଂ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ପରିଚାଳନା କରିପାରିବେ?



Manage Performance & ROI

କାର୍ଯ୍ୟଦକ୍ଷତା ଏବଂ ROI ମେଟ୍ରିକ୍ସକୁ ସଠିକ୍ ଭାବରେ ନଜର ରଖିବା ପାଇଁ ସମୟ ନ ନେଇ, ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସ ବିନା ମୂଲ୍ୟରେ ହୋଇପାରେ । ଟ୍ରାକ୍ କରିବାକୁ KPI ର ପ୍ରତିଷ୍ଠା ।
ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କର କାର୍ଯ୍ୟଦକ୍ଷତା ଅଭିଯାନଗୁଡ଼ିକ କିପରି ଚାଲିଛି ସେ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ମୂଲ୍ୟବାନ ଜ୍ଞାନ ପ୍ରଦାନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅଭିଯାନଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଟ୍ରାକ୍ କରିବାକୁ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ କେତେକ ସାଧାରଣ ମେଟ୍ରିକ୍ ହେଉଛି:



Visibility(ଦୃଶ୍ୟମାନତା |)

ଏକ ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ବ୍ରାଣ୍ଡର ସଚେତନତାକୁ ଦର୍ଶାଏ ଯାହା ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟକୁ ଆଣିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି ଏବଂ ପ୍ରକୃତରେ କେତେ ଲୋକ ପୋଷ୍ଟ ଦେଖୁଛନ୍ତି ।



Engagement(ନିର୍ବନ୍ଧ)

ଯୋଗଦାନ ବିଭିନ୍ନ ଜିନିଷର ଅର୍ଥ ଦେଇପାରେ: ଅନୁସରଣକାରୀମାନେ ପୋଷ୍ଟ କିମ୍ବା ବ୍ଲଗ୍ ଉପରେ ମତ୍ତବ୍ୟ ଦେଉଛନ୍ତି କି, ସେମାନେ ଏକ ପ୍ରତିଯୋଗିତାରେ ଭାଗ ନେଉଛନ୍ତି ନା ଅନେକ ଲୋକ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ପୋଷ୍ଟକୁ ପସନ୍ଦ କରୁଛନ୍ତି?



Revenue(ରାଜସ୍ୱ)

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପୋଷ୍ଟ ଉପରେ ଆଧାର କରି କ୍ରୟ କରୁଥିବା ଅନୁସରଣକାରୀଙ୍କଠାରୁ ଆଣିଥିବା ଅର୍ଥର ପରିମାଣ । GRIN ପରି ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପରିଚାଳନା ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ସହିତ, ବିକ୍ରୟ ଉତ୍ପାଦନ କରୁଥିବା ହୁଏ ଏବଂ ସହଜ ଟ୍ରାକିଂ ପାଇଁ ଅନୁମତି ଦେବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କମ୍ପ୍ୟୁଟିଂ ଲିଙ୍କ୍ ସୃଷ୍ଟି କରାଯାଇପାରିବ ।

ତୁମର ସାମଗ୍ରିକ ଅଭିଯାନ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଉପରେ ଆଧାର କରି, ଏହି ମେଟ୍ରିକ୍ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ କିମ୍ବା ଅଧିକ ତୁମର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ଜୀବନ ସାରା ବିଚାର କରିବାକୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପରିସଂଖ୍ୟାନ ହୋଇପାରେ ।

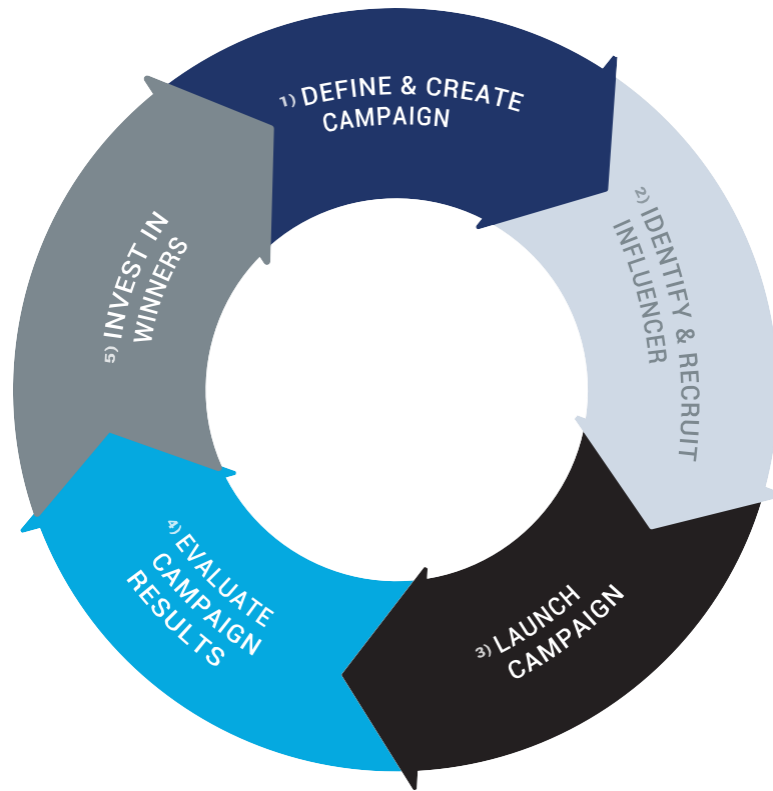
Manage Performance & ROI (cont.)

ସମସ୍ତ ତଥ୍ୟ ସମୀକ୍ଷା ଭାବରେ ସୃଷ୍ଟି ହୋଇନାହିଁ, ଏବଂ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ପ୍ରଯୁଜ୍ୟ ତଥ୍ୟ କ୍ୟାପଚର କରିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯାହା ଅଭିବୃଦ୍ଧିକୁ ଡ୍ରାଇଭ୍ କରିବାରେ ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟିକ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ତଥ୍ୟ ସଂଗ୍ରହ କରିବାକୁ ସମୟ ନେଉଛି, ତାପରେ ସୂଚନାକୁ ସହଜରେ ହଜମ କରିବାକୁ ରିପୋର୍ଟ ଏବଂ ତ୍ୟାସବୋର୍ଡ ନିର୍ମାଣ ଏକ ଅତ୍ୟନ୍ତ ମାନ୍ୟତା ପ୍ରକ୍ରିୟା ଏବଂ ମାନବ ତ୍ରୁଟି ପାଇଁ ବହୁ ସ୍ଥାନ ଛାଡ଼ିପାରେ ।

ବିଲ୍-ଇନ୍ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ଆନାଲିଟିକ୍ସ ରିପୋର୍ଟ ଏବଂ ତ୍ୟାସବୋର୍ଡ ସହିତ ଏକ ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ CRM ବ୍ୟବହାର କରିବା ଏକ ବଟମ୍ କ୍ଲିକ୍ କରିବା ପରି ରିପୋର୍ଟ କରିବା ସହଜ କରିପାରେ, ଏବଂ ମିନିଟ୍ ରିପୋର୍ଟଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଦାନ କରିବ ଯାହା ଶୀର୍ଷ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟକ୍ତି କିଏ, କେଉଁ ଅଭିଯାନଗୁଡ଼ିକ ସର୍ବାଧିକ ଉତ୍ପାଦନ କରୁଛି । ରାଜସ୍ୱର ପରିମାଣ, ଟ୍ରେଣ୍ଡିଂ ହ୍ୟାସଟ୍ୟାଗ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଯୋଗଦାନ ହାର ।



Use Results to Plan Future Campaigns



ସମୟ ସହିତ, ଆପଣ pattern ାଞ୍ଚା ଦେଖିବା ଆରମ୍ଭ କରିବେ ଯେଉଁଥିରେ ରଣନୀତି ଏବଂ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ନିବେଶ ଉପରେ ଏକ ଉଚ୍ଚ ରିଟର୍ଣ୍ଣ ଚଳାନ୍ତି ଯେହେତୁ ଏହା ଆପଣ ପ୍ରତିଷ୍ଠିତ ଲକ୍ଷ୍ୟ ସହିତ ଜଡ଼ିତ । ଏହି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସୂଚନା ଭବିଷ୍ୟତର ଅଭିଯାନଗୁଡ଼ିକୁ ଅଧିକ ଦକ୍ଷତାର ସହିତ ଯୋଜନା ଏବଂ ଟାର୍ଗେଟ୍ କରିବାରେ, ସର୍ବୋତ୍ତମ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଚୟନ କରିବାରେ ଏବଂ ଦର୍ଶକଙ୍କ ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ୱର ବିକାଶରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଉପଯୁକ୍ତ ଫିଟ୍ ଅଟେ ।

The Future of Influencer Marketing

05

ତେବେ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂର ଭବିଷ୍ୟତ ପାଇଁ ମାର୍କେଟିଂମାନେ କ’ଣ ଆଶା କରିପାରନ୍ତି?
ଏହା କେବଳ ଏକ ଫ୍ୟାଡ୍ ଯାହା କିଛି ସଫଳ ଦଶନ୍ଧି ପରେ ମରିଯିବ? ଏହା ଏକ ସ୍ଥାୟୀ ରଣନୀତି ଯାହା
ସମୟର ପରୀକ୍ଷାକୁ ସହ୍ୟ କରିବାକୁ ସମର୍ଥ ହେବ? ଏକ ସରଳ ଗୁଗୁଲ୍ ।
“ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ” ପାଇଁ ଚେଷ୍ଟା ସମ୍ମାନ ଏକ ସ୍ଥିର ଉପର ଧାରା ଦେଖାଏ
ଯାହାକୁ ଆମେ ଶୀଘ୍ର ବନ୍ଦ କରିବାକୁ ଦେଖୁ ନାହିଁ । କିନ୍ତୁ ମାର୍କେଟିଂ ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକ
ଏକ ସଫଳ ପ୍ରୟାସ ଜାରି ରଖିବା ପାଇଁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ସହିତ କିପରି ଆଗକୁ
ବ about ିବେ ସେ ସମ୍ପନ୍ନରେ ରଣନୀତି କରିବା ଆବଶ୍ୟକ ।



Marketing for the Masses

ଯେହେତୁ ଟେକ୍ନୋଲୋଜି ବିକଶିତ ହେବାରେ ଲାଗିଛି ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡ, ମାର୍କେଟର ଏବଂ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବାକୁ ନୂତନ ଉପାୟ ପ୍ରଦାନ କରୁଛି, ଏହା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯେ ଆମେ କାର୍ଯ୍ୟ ଜାରି ରଖିବା |

ସାମ୍ପ୍ରତିକ ଧାରାକୁ ଯଥାସମ୍ଭବ ବୁ understand କୁ | ସପିଂ ଅଭ୍ୟାସ ଏବଂ ପି generations ି ମଧ୍ୟରେ ପାର୍ଥକ୍ୟ ବୁ now ିବା ବର୍ତ୍ତମାନ ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ ଆବଶ୍ୟକ, ଯେହେତୁ ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ପ୍ଲଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ ଏବଂ କିପରି ଭାବରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ପି generation ିର ନିଜସ୍ୱ ପସନ୍ଦ ରହିଛି |

Gen Z

ଜେନ ଜେ ଏକ ଦୁନିଆରେ ବଂଚିବାର ସ privilege ଭାଗ୍ୟ ପାଇଛି ଯେଉଁଠାରେ ସେମାନଙ୍କର ସହସ୍ର ସହସ୍ର ସହକର୍ମୀଙ୍କ ତୁଳନାରେ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ଏବଂ ଅସୀମିତ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସଂଯୋଗ ବିନା ଚିନ୍ତା କରିବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ | ଫଳସ୍ୱରୂପ, ସେମାନେ ଅତ୍ୟନ୍ତ ବ tech ଷ୍ଟିକ ଜ୍ଞାନକ future ଶିଳ ଏବଂ ଭବିଷ୍ୟତର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କ ies ଶିଳ ପାଇଁ ମୁଖ୍ୟତ three ଡିନୋଟି ମୁଖ୍ୟ ପ୍ଲଟଫର୍ମରେ ଭିଡିଓ ମାଧ୍ୟମରେ: ୟୁଟ୍ୟୁବ୍, ସ୍ପାପଟେଟ୍, ଏବଂ ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମରେ ସାହାଯ୍ୟ କରନ୍ତି | ସେମାନଙ୍କ ପରିବାରର କ୍ରୟ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଉପରେ ଏକ ଭାରି ପ୍ରଭାବ ସହିତ, ଏହା ମଧ୍ୟ କ interesting ତୁହଲର ବିଷୟ ଯେ 98% ଜେନ ଜର୍ସ ଅନଲାଇନ୍ ଅପେକ୍ଷା ଷ୍ଟୋରଗୁଡ଼ିକରେ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି |

Millennials

ସହସ୍ର ବର୍ଷଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ପାଇଁ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖିବା ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଜନସଂଖ୍ୟା, କାରଣ ସେମାନେ ସତର୍କ ରହିବାକୁ ଲାଗନ୍ତି | ଅନଲାଇନ୍ ବିଜ୍ଞାପନ କିମ୍ବା ବିଲବୋର୍ଡ ପରି ପାରମ୍ପାରିକ ମାର୍କେଟିଂ ପଦ୍ଧତିଗୁଡ଼ିକ | ସହସ୍ର ବର୍ଷଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରକୃତ କମ୍ପାନୀ ଅପେକ୍ଷା ସେମାନଙ୍କ ସାଥୀମାନଙ୍କ ଦ୍ୱାରା ସହଜରେ ପ୍ରଭାବିତ ହୁଏ ଏବଂ ସାମାଜିକ କାରଣଗୁଡ଼ିକୁ ସମର୍ଥନ କରୁଥିବା ବ୍ରାଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକ ଅନୁସରଣ ଏବଂ କ୍ରୟ କରିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ | ସହସ୍ର ପି generation ି ପାଇଁ ଫେସବୁକ୍, ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ ଏବଂ ୟୁଟ୍ୟୁବ୍ ହେଉଛି ପସନ୍ଦ ପ୍ଲଟଫର୍ମ |

Gen X & Baby Boomers

ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କ ies ଶିଳର ଫଳପ୍ରସୂତା ବିଷୟରେ ଜେନ ଏକ୍ସ ଏବଂ ବେବି ବୁମର୍ସ ଖେଳରୁ ଗଣାଯିବା ଭାବେ ଦୃଷ୍ଟ ହୁଏ | ଯଦିଓ ସେମାନେ ପୁରାତନ ପି generations ି, ତଥାପି ସେମାନେ ଅନଲାଇନ୍ ଏବଂ ସକ୍ରିୟ ଅଛନ୍ତି, ମୁଖ୍ୟତ Facebook ଫେସବୁକ୍ ରେ, ଏବଂ ଖର୍ଚ୍ଚ କରିବାକୁ ଚକ୍ଷୁ ଅଛି | ଫୋର୍ବସ୍ ରିପୋର୍ଟ କରୁଛି ଯେ "ଜେନରେସନ୍ X ଜନସଂଖ୍ୟାର ମାତ୍ର 25% କରୁଥିବା କିନ୍ତୁ ଆମେରିକାର ଆୟ ତଲାରର 31% ରୋଜଗାର କରୁଥିବା | ଏବଂ ଶିଶୁ ବୁମର୍ସ ସମସ୍ତଙ୍କ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ଅର୍ଥନ force ଟିକ ଶକ୍ତି ହୋଇ ରହିଛନ୍ତି, 2019 ଶେଷ ସୁଦ୍ଧା ସେମାନଙ୍କର କ୍ରୟ ବିଶ୍ୱ worldwide ରେ 15 ଟ୍ରିଲିୟନ ଡଲାରରେ ପହଞ୍ଚିବ ବୋଲି ଆଶା କରାଯାଉଛି। " ଏହି ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ଜିତିବା ପାଇଁ, ସମାନ ଚିନ୍ତାଧାରା ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ, ଏବଂ ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତୁ ଯେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଅଟେ |

What Marketers Should Know

ଆଗକୁ ଦେଖିଲେ, ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ପାଇଁ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ଅଧିକ ଉତ୍ସାହ ବଜେଟ୍ କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଉଚିତ୍ । କିପରି ଅଛି ତାହାର କିଛି ମୁଖ୍ୟ ବିନ୍ଦୁ ଏଠାରେ ଅଛି ।

ଆମେ ଭାବୁଛୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂର ଭବିଷ୍ୟତ ବିକଶିତ ହେବ:

ଯେହେତୁ ଲୋକମାନେ ସେଲିବ୍ରିଟିଙ୍କ ଉପରେ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମୀକ୍ଷାରେ ଅଧିକ ବିଶ୍ୱାସ ରଖିବା ଜାରି ରଖିଛନ୍ତି, ମାଇକ୍ରୋ-ଇନ୍ଫଲୁଏନ୍ସରମାନେ ସେମାନଙ୍କ ପ୍ରଶଂସକଙ୍କ ସହିତ ଦୃ strong ସଂଯୋଗ ସହିତ ସବୁଠାରୁ ସଫଳ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ହୋଇପାରନ୍ତି ।

- ଟେକ୍ନୋଲୋଜି ବିକଶିତ ହେବାକୁ ଲାଗିବ, କିନ୍ତୁ ମାର୍କେଟିଂ ବିଷୟରେ ଇନଷ୍ଟାଗ୍ରାମ ଶୀର୍ଷ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ପସନ୍ଦ ହୋଇ ରହିଥାଏ ।

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କ ପାଇଁ କ୍ଷତିପୂରଣ ସମ୍ଭବତ increase ବୃଦ୍ଧି ପାଇବ, କାରଣ ଅଧିକ ଲୋକ ଏବଂ କମ୍ପାନୀ ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ମୂଲ୍ୟ ଦେଖନ୍ତି ।

ଏକାଧିକ ଚ୍ୟାନେଲରେ ଏକାଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ବ୍ୟବହାର କରିବା ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ରଣନୀତିର ସଫଳତା ବ to ାଇବା ପାଇଁ ଏକ ଉତ୍ତମ ଉପାୟ ହେବ, କିନ୍ତୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପର୍କ ପ୍ରତିଯୋଷଣ କରିବା ଅଧିକ ଜଟିଳ ହୋଇପାରେ ।

ଯେହେତୁ ଏହି ପରିବର୍ତ୍ତନଗୁଡ଼ିକ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ ହେବା ଆରମ୍ଭ କରେ, ଏକ ସଫଳ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ରଣନୀତି ପାଇଁ କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକ ଶୀଘ୍ର ପ୍ରସ୍ତୁତ ହେବା ଜରୁରୀ ଅଟେ । ଏହାର ଅର୍ଥ ଆପଣ କିପରି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ସମ୍ପର୍କ ପାଇବେ, ନିୟୁତ୍ତି କରିବେ, ପୋଷଣ କରିବେ ଏବଂ ଟ୍ରାକ୍ କରିବେ ସେଥିପାଇଁ ଏକ ବିସ୍ତୃତ ଯୋଜନା ଅଛି । ସଠିକ୍ ସାଧନ ବିନା ଏହି ସମସ୍ତ ଅତ୍ୟଧିକ ମାନ୍ୟତା ଏବଂ ସମୟ ସାପେକ୍ଷ ପ୍ରକ୍ରିୟା ହୋଇପାରେ, ତେଣୁ ଏକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ସଫ୍ଟୱେର୍ କ୍ରୟ କରିବା ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ନିବେଶ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶିଳ ପ୍ରୟୋଗ ଏବଂ ପରିଚାଳନା କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା କ company ଶସି କମ୍ପାନୀ ପାଇଁ ଏକ ବଡ଼ ବିନିଯୋଗ ଅଟେ ।



Conclusion

06

ଇନଫ୍ଲୁଏନ୍ସର ମାର୍କେଟିଂ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱ companies ର କମ୍ପାନୀଗୁଡ଼ିକର ପସନ୍ଦିତ ମାର୍କେଟିଂ କିମ୍ପାନୀ ଶିଳ୍ପ ମଧ୍ୟରୁ ଗୋଟିଏ ହୋଇପାରିଛି ଏବଂ ଶୀଘ୍ର ମଧ୍ୟରୁ ହେବାର ଲକ୍ଷଣ ଦେଖାଇବା ନାହିଁ । ଯେହେତୁ ସୋସିଆଲ ମିଡ଼ିଆର ଗୁଣଗୁଡ଼ିକ ବିକଶିତ ହେବାରେ ଲାଗିଛି, ଏବଂ ଟିକ୍ ଟୋକ ଏବଂ ଭିଡ଼ି ଭଳି ନୂତନ ପ୍ଲାଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ଲୋକପ୍ରିୟତା ହାସଲ କରେ, ଏହା କେବଳ ବୁଝାଏ ଯେ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ସେମାନଙ୍କର ସାମଗ୍ରିକ ମାର୍କେଟିଂ କିମ୍ପାନୀ strategy ଶିଳ୍ପରେ କିମ୍ପାନୀ ଶିଳ୍ପ ପ୍ରକାରର ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂକୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବାକୁ ଯୋଜନା କରିଛନ୍ତି । ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କିପରି କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ଏବଂ ତୁମର ରଣନୀତି ଯୋଜନା କରିବାକୁ ସମୟ ନେବା ସଫଳ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅଭିଯାନ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଚାବିକାଠି ଅଟେ ।

ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ଏତେ ସଂକଳିତ ଅଟନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ ପାରମ୍ପାରିକ ବିଜ୍ଞାପନ ଅପେକ୍ଷା ବିକ୍ରୟକୁ ଅଧିକ ସଫଳତାର ସହିତ ଚଳାଇବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି । ଗ୍ରାହକମାନେ ଅନୁଭବ କରନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କର ପ୍ରିୟ ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନଙ୍କୁ ବିଶ୍ୱାସ କରିପାରନ୍ତି ଏବଂ ଏହି ପ୍ରଭାବଶାଳୀମାନେ ପ୍ରଦାନ କରୁଥିବା ସମୀକ୍ଷା ଉପରେ ସେମାନଙ୍କର କ୍ରୟ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଉପରେ ଆଧାର କରିପାରନ୍ତି ।

