

Digital Phones

And Its Trend

Mobile Marketing (ଡିଜିଟାଲ୍ ଫୋନ୍ ।

ଏବଂ ଏହାର ଟ୍ରେଣ୍ଡ ।

ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ।)



TABLE OF CONTENTS

1. What Is Mobile Marketing?.....	03
2. What are the Types of Mobile Marketing?.....	04
3. What Your Mobile Marketing Plan Should Look Like.....	06
4. The Importance That Mobile Marketing Holds Today	07
5. The Advantages Of Using Mobile Marketing	08
6. Mistakes To Avoid.....	09
7. Successful Mobile Marketing Campaigns	10
8. Did You Know?	11

An Introduction

1990 ଦଶକରେ ମୋବାଇଲର ପ୍ରଭାବ ଦେଖାଗଲା । ପ୍ରଥମେ ଆସିଲା ମିସିଲିକ, ଅତ୍ୟାବଶ୍ୟକୀୟ ଜିନିଷ - କଲିଂ ଏବଂ ମେସେଜିଂ - ଏବଂ ଶୀଘ୍ର, ସମୟ ସହିତ, ଏହି ଡିଭାଇସ୍ ବିକଶିତ ହେଲା ଯାହାକୁ ଆମେ ଆଜି ‘ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍’ ଭାବରେ ଜାଣୁ । ମୋବାଇଲ୍ ବର୍ତ୍ତମାନ ଡେସ୍କଟପ୍ ଅତିକ୍ରମ କରିଛି । ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ର ଆଗମନ ସହିତ, ଲୋକମାନେ ସେମାନଙ୍କର ମିନିଟିମିଟି ଲିକ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ଆବଶ୍ୟକତା ପାଇଁ ଲାପଟପ୍ ଆଡକୁ ଯାଆନ୍ତି ନାହିଁ । ସେମାନେ କେବଳ ନିଜ ଫୋନ୍ ବାହାର କରି ଯାହା ଖୋଜନ୍ତି ତାହା ଖୋଜନ୍ତି । ବ୍ୟବସାୟଗୁଡ଼ିକ ନିଜକୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ଉତ୍ପାଦକୁ ମାର୍କେଟିଂ କରିବା ପାଇଁ ମୋବାଇଲ୍ ଆଡକୁ ମୁହାଁଇବାର ଏହା ହେଉଛି ମୁଖ୍ୟ କାରଣ । ଆଜି, ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି ମାର୍କେଟିଂର ସବୁଠାରୁ ବାରମ୍ବାର ବ୍ୟବହୃତ ଧାରା । ଯଦି ଆପଣ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂର କିଛି କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ ଫର୍ମ ବ୍ୟବହାର କରୁନାହାନ୍ତି, ତେବେ ଆପଣ ଦିନେ ଦିନେ ପଛରେ ଅଛନ୍ତି ।



WHAT IS MOBILE MARKETING?

ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି ମୂଳତଃ ମୋବାଇଲ୍ କିମ୍ବା ସେଲୁଲାର୍ ଡିଭାଇସ୍ ଏବଂ ଫୋନ୍, PDA, ମିଡିଆ ଡିଭାଇସ୍, ପୋର୍ଟେବଲ୍ ଗେମିଙ୍ଗ୍ କନସୋଲ୍, ଟାବଲେଟ୍ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଏବଂ ନେଟୱାର୍କ ମାଧ୍ୟମରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗର କାର୍ଯ୍ୟ । ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାନ୍ତୁ । ମାର୍କେଟିଂ ସହିତ ଜଡ଼ିତ, କିମ୍ବା ସେମାନଙ୍କୁ ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେବା, କିମ୍ବା ସେମାନଙ୍କୁ ନୂତନ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଅଂଶଗ୍ରହଣ-ଆଧାରିତ ଅଭିଯାନ ସହିତ ପରିଚିତ କରାଇବା ।

ସରଳ ଭାଷାରେ, ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ହେଉଛି ମୋବାଇଲ୍ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍, ଟାବଲେଟ୍ କିମ୍ବା ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସରେ ବିଜ୍ଞାପନର ଦୃଶ୍ୟ । ଏହାର ଅର୍ଥ ହେଉଛି ମୋବାଇଲ୍ ପ୍ଲାଟଫର୍ମ ପାଇଁ ବ୍ୟବସାୟ ଖେତ୍ରରେ କଷ୍ଟମାଇନ୍ କରିବା । ଏକ ମୋବାଇଲରେ ମାର୍କେଟିଂ କରିବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ ହେଉଥିବା ଫର୍ମାଟ୍, କଣ୍ଟେନ୍ଟମାନଙ୍କର, ଏବଂ ଶୃଙ୍ଖଳା ଉପରେ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ମାର୍କେଟିଂର ଏକ ବିସ୍ତାର ଭାବରେ ଜଣାଶୁଣା ।



WHAT ARE THE TYPES OF MOBILE MARKETING?

ଯେପରି ପ୍ରତ୍ୟେକ ଜିନିଷ ପାଇଁ ଅନେକ ପ୍ରକାରର ଏବଂ ଶାଖା ଅଛି, ସେଠାରେ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ମଧ୍ୟ ଅଛି । ଯେହେତୁ ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସ୍ ବର୍ଷ ବର୍ଷ ଧରି ଅନୁକୂଳ ହୋଇଛି ଏବଂ ବିକଶିତ ହୋଇଛି, ସେହିପରି ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ପହଞ୍ଚାଇବାର ଧାରା ମଧ୍ୟ ଅଛି । ଏହା ମିନିମାଲିସ୍ଟିକ୍ ଲିକ ସର୍ଭିସ୍ ମେସେଜିଂ ସେବା ସହିତ ଆରମ୍ଭ ହୋଇଥିଲା ଏବଂ ତା’ପରେ ବ୍ୟାନର ବିଜ୍ଞାପନର ପିଂଗୁ ଚାଲିଗଲା ଯାହାକୁ ଆମେ ଏକ PC ରେ ଦେଖନ୍ତି, ଏକ ଛୋଟ ଆକାର ବ୍ୟତୀତ ।

Let us begin with the first and move along from there:

ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବାର୍ତ୍ତା ସେବା: ସାଧାରଣତଃ the SMS ଭାବରେ ଜଣାଶୁଣା । ଯେତେବେଳେ ପ୍ରଥମ ଆଧୁନିକ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ର ଉଦ୍ଭାବନ ଘଟିଲା ସେତେବେଳେ କେବଳ ଜିନିଷଗୁଡ଼ିକ ହୋଇପାରେ ଯାହା ଏକ କଲ କରିବା କିମ୍ବା ପାଠ୍ୟ ମାଧ୍ୟମରେ ଏକ SMS ପଠାଇବା ଏବଂ ଗ୍ରହଣ କରିବା । ଏହାଦ୍ୱାରା SMS ବଜାରର ଏକମାତ୍ର ଉପାୟ ହେଲା । ଆଜି, SMS ଦୁନିଆର ସବୁଠାରୁ ସାଧାରଣ ବିତରଣ ଚ୍ୟାନେଲ ଭାବରେ ମୂଲ୍ୟାୟନ କରାଯାଇଛି । ମାର୍କେଟିଂମାନେ କେବଳ ଏକ ଗୁଣ୍ଡ ଉପଭୋକ୍ତା ଫୋନ୍କୁ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପୂର୍ଣ୍ଣ ପଠାନ୍ତି ଏବଂ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାକୁ ଅପେକ୍ଷା କରନ୍ତି । ଯଦିଓ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ କେବଳ ଏକ ପାଠ ପଠାଇବା ଅପେକ୍ଷା ଅଧିକ କିଛି କରିପାରିବ, ତଥାପି SMS ମାର୍କେଟିଂ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହାର ଦୁଇଟି କାରଣ ଅଛି:

ଦ୍ରୁତ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ବାରକୋଡ୍: ସାଧାରଣତଃ Q QR କୋଡ୍ ଭାବରେ ଜଣାଶୁଣା ମାର୍କେଟିଂର ଏକ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ କାରଣ ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ପୂର୍ବରୁ ଥିବା ଲୋକପ୍ରିୟତା । ସେଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ the କଳା ଏବଂ ଧଳା ରଙ୍ଗରେ ବର୍ଗ ବାର୍ କୋଡ୍ ଭାବରେ ପଠାଯାଏ ଯାହା ଯେକି any ଶିକ୍ଷା ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସ୍ ସହିତ ସ୍କାନ କରାଯାଇପାରିବ ଯେଉଁଥିରେ କ୍ୟାମେରା ଥିବା ଏକ ପଠାଯାଏ ପାଇଁ ଏକ ଆପ୍ ଅଛି । ଥରେ ଏହି କୋଡ୍ ପଠାଯାଏ । ଆପ୍, ଗ୍ରାହକ ପଦୋଦ୍ଧତି, ବ୍ୟବସାୟ ସୂଚନା, ରିହାତି ଏବଂ କୁପନ୍ ଭଳି ଜିନିଷ ଉପରେ ଉପଲବ୍ଧ ସମସ୍ତ ସୂଚନା ପାଇଥାଏ । ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ରେ ଏକ ବ୍ରାଉଜର ପୃଷ୍ଠା ମୋବାଇଲ୍ ସଂସ୍କରଣ ପରିଦର୍ଶନ କରିବା ପାଇଁ ବାର୍ କୋଡ୍ ମଧ୍ୟ ଏକ ସହଜ ଉପାୟ ।

ଅବସ୍ଥାନ ଆଧାରିତ ମାର୍କେଟିଂ: ଆଜିକାଲି ଅବସ୍ଥାନ ଆଧାରିତ ମାର୍କେଟିଂ ବହୁତ ବାରମ୍ବାର ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ । ମାର୍କେଟିଂର ଅନ୍ୟ ଉପାୟ ତୁଳନାରେ ଏହା ବର୍ତ୍ତମାନ ସମସ୍ତ ଧାନ ଗ୍ରହଣ କରେ । ଅବସ୍ଥାନ ଆଧାରିତ ମାର୍କେଟିଂ ଭାବେ ଗୋଟିଏ ଅବସ୍ଥାନ କିମ୍ବା ଜିପିଏସ୍ ସାହାଯ୍ୟରେ ଏକ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ମଲ୍ଟିମିଡ଼ିଆ ବିତରଣ କରେ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଏକ କମ୍ପାନୀ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ମାଧ୍ୟମରେ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟକୁ ବିଜ୍ଞାପନ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛି । ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ସେତେବେଳେ ଦେଖାଯିବ ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ସେମାନଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର 1 ମାଇଲ୍ ବ୍ୟାସାର୍ଦ୍ଧରେ ଥିବେ ।



There are two types of Location-Based Marketing:

Check-in services: ଟେକ୍ ଇନ୍ ସେବା: ସମସ୍ତେ ଟେକ୍ ଇନ୍ ସେବା ବ୍ୟବହାର କରିଛନ୍ତି । ଅଧିକାଂଶ ସୋସିଆଲ୍ ନେଟୱାର୍କିଂ ସାଇଟଗୁଡ଼ିକରେ ଫ୍ରେସବୁକ୍ ଏବଂ ଫୋର୍ସକେୟାର ପରି ଏହି ବ feature ଶିଷ୍ଟ ଅଛି । ଏହା ଖୁବ୍ ବ୍ୟବସାୟୀମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ କିଛି ବିଶେଷ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ - ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଥରେ ଆପଣ ଟେକ୍ ଇନ୍ କଲେ ଆପଣଙ୍କୁ କିଛି ବ୍ୟାଜ୍ ଏବଂ କୁପନ୍ ପ୍ରଦେଶ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଆଯାଏ ।



Bluetooth Marketing: ଟେକ୍ ଇନ୍ ସେବା ତୁଳନାରେ, ଏକ ବୃହତ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା ପାଇଁ ବ୍ଲୁଟୁଥ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ବିକଳ୍ପ । ଯେତେବେଳେ ଏକ ଫୋନ୍ରେ ବ୍ଲୁଟୁଥ୍ ସଂଯୋଗ ଅଛି ଯାହା ସକ୍ରିୟ, କଣ୍ଟାମାଇଲ୍ ହୋଇଥିବା ମେସେଜ୍ ପଠାଇବା ସମ୍ଭବ ହୁଏ ।



Mobile Banner Ads: ଫୁଲ୍ ସ୍କ୍ରିନ୍ ମୋବାଇଲ୍ ବ୍ୟାନର ବିଜ୍ଞାପନଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି ସ୍ପାର୍ଟଫୋନ୍ରେ ପପ୍-ଅପ୍ । ଫୋନ୍ରେ ସମଗ୍ର ସ୍କ୍ରିନକୁ ଫିଟ୍ କରିବା ପାଇଁ ସେଗୁଡ଼ିକ AD କୁ ଏକ ଛୋଟ ଆକାରରେ ସଙ୍କୁଚିତ ହୋଇଥିବାବେଳେ ବେଳେବେଳେ ସେଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ଛୋଟ ପପ୍-ଅପ୍ ଯାହା ଅଧା ପୃଷ୍ଠା ଫିଟ୍ । ଥରେ ବିଜ୍ଞାପନ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦ୍ୱାରା କ୍ଲିକ୍ ହୋଇଗଲେ, ତାଙ୍କୁ କମ୍ପାନୀର ୱେବସାଇଟ୍ କିମ୍ବା କମ୍ପାନୀର ବିଜ୍ଞାପନ ବ୍ୟାନର ବିଷୟରେ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ୱେବସାଇଟ୍ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦିଆଯାଏ ।

କଲ୍ ପ୍ରତି ଦେୟ / କଲ୍ କରିବାକୁ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତୁ: ମାର୍କେଟିଂର ପାଇଁ କଲ୍ ପ୍ରତି ଦେୟ ଏକ ନୂତନ ବିଜ୍ଞାପନ ବିକଳ୍ପ । ଯେତେବେଳେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଏକ ନମ୍ବର ସହିତ ଏକ ବିଜ୍ଞାପନ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ସେମାନେ କମ୍ପାନୀକୁ କଲ୍ କରିବାକୁ ସିଧାସଳଖ ଏହି ଫୋନ୍ ନମ୍ବର ଟ୍ୟାପ୍ କରିପାରିବେ । ଏହି କଲ୍ ପାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ଦେୟ ଆଦାୟ କରାଯାଏ ନାହିଁ । ଏହା ପରିବର୍ତ୍ତେ, ବିଜ୍ଞାପନଦାତା ଯିଏ ବିଜ୍ଞାପନ ବାହାର କରନ୍ତି । ଥରେ କଲ୍ ହୋଇଗଲେ, ଗ୍ରାହକ ଏକ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ସନ୍ଦେଶ ସହିତ ସଂଯୁକ୍ତ, ଏବଂ ଦିଆଯାଇଥିବା ସଂଖ୍ୟା ପାଇଁ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି ଏକ ଲାଇଭ୍ ଗ୍ରାହକ ସେବା କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ କି number ଶିକ୍ଷା ସଂଖ୍ୟକ ପରିସ୍ଥିତି । ସଂକ୍ଷେପରେ, ଯେତେବେଳେ ଗ୍ରାହକ ଫୋନ୍ କଲ୍ କରନ୍ତି ସେତେବେଳେ ଏକ ବିଲ୍ ଇଭେଣ୍ଟ୍ ସୃଷ୍ଟି ହୁଏ ।



Voice Marketing: ଏହା ହେଉଛି ଗୋଟିଏ ପଦ୍ଧତି ଯାହା ଅନେକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ସମଗ୍ର ବିଶ୍ୱରେ କାମ କରେ । ଏକ ମୋବାଇଲ୍ କମ୍ପାନୀ ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ କମ୍ପ୍ୟୁଟର ଉପାଦିତ ଏବଂ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଫୋନ୍-କଲ୍ ସେଲ୍ ଫୋନ୍ ନମ୍ବରର ଏକ ବିଶାଳ ପୁଲ୍କୁ ପଠାଏ । ଗ୍ରାହକ ତା'ପରେ ସେ ବାର୍ତ୍ତା ଶୁଣିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ନା କେବଳ ହ୍ୟାଙ୍ଗ୍ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ତାହା ବାଛି ପାରିବେ । ଏହି ପଦ୍ଧତି ଅତି ସରଳ ଏବଂ ନିର୍ବାଚନ during ତୁରେ ରାଜନେତାମାନେ ଏହାକୁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ।

Mobile Search Advertisements: ଏହି ପ୍ରକାର ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଗୁଗୁଲର ସର୍ଚ୍ଚ ବିଜ୍ଞାପନ ସହିତ ବହୁତ ସମାନ । ଗୁଗୁଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଖର୍ଚ୍ଚ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ବର୍ଦ୍ଧିତ ଅଭିଯାନ ନାମକ ଏକ ସେବା ଯୋଡ଼ିଛି । ପାରମ୍ପାରିକ ବିଜ୍ଞାପନ ସହିତ, ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କୁ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଆଯାଇଛି । ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଗୁଗୁଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, ଏହା ଆପଣଙ୍କୁ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ୍ସଟେନ୍ସନ୍ ନାମକ ଏକ ବ feature ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ସହିତ ପରିଚିତ କରେ । ଏଥିରେ ମୋବାଇଲ୍ ସାଇଟ୍ ଲିଙ୍କ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ହୁଏ ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ସହଜରେ ଏକ ସାଇଟ୍‌ର ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କ୍ଷେତ୍ରକୁ ପଠାଇଥାଏ । କଲ୍ କରିବାକୁ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତୁ, ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ କେବଳ ଗୋଟିଏ ବଟନ୍ ସହିତ କମ୍ପାନୀକୁ କଲ୍ କରିବାକୁ ଏକ ରଣନୀତି; ଡାଉନଲୋଡ୍ କରିବାକୁ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତୁ, ଏହା ହେଉଛି ଅନ୍ୟ ଏକ କ strategy ଶିଳ ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ କେବଳ ଗୋଟିଏ ବଟନ୍ ସହିତ ଏକ ପୃଷ୍ଠା ଡାଉନଲୋଡ୍ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ, ଏବଂ ସ୍ଥାନୀୟ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ୍ସଟେନ୍ସନ୍ ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର ସ୍ଥାନୀୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଟାର୍ଗେଟ୍ କରିବାକୁ ଦେଇଥାଏ ।

WHAT YOUR MOBILE MARKETING PLAN SHOULD LOOK LIKE



ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ସାଧାରଣ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନଠାରୁ ବହୁତ ଭିନ୍ନ ଭାବରେ କାମ କରେ । ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନରେ, ତୁମେ ତୁମର ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ ଶିକ୍ଷା ଦେବାକୁ ଚାହୁଁନାହିଁ, ବରଂ ତୁମର ବିଦ୍ୟମାନ ଗ୍ରାହକ ଆଧାର କିପରି ଗଠିତ ହେଉଛି ସେ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେଉଛ । ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଏବଂ ଖୁସି ଗ୍ରାହକମାନେ ଆପଣଙ୍କ ନିକଟକୁ ଫେରି ଆସିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ନିରାଶ ହୋଇଥିବା ପ୍ରଥମ ସମୟର ଏକ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସିରିଜ୍ ପାଇବା ଅପେକ୍ଷା ଭଲ ।

ପୂର୍ବରୁ କୁହାଯାଇଛି ଯେ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ଆରମ୍ଭରୁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରିବା ବିଷୟରେ କିଛି ନୁହେଁ । ତୁମେ ଶ୍ରେଷ୍ଠ ଏବଂ ଅନ୍ୟ ସମସ୍ତଙ୍କ ଅପେକ୍ଷା ତୁମେ ସମସ୍ତ କାରଣ ବିଷୟରେ ଗର୍ଜନ କରିପାରିବ ନାହିଁ । ଏହି ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଖରେ ସମୟ ନାହିଁ । ସେମାନେ ଏହାକୁ ବନ୍ଦ କରିବେ । ଏକ ଭଲ ଚିନ୍ତାଧାରା, ଅଭିଯୋଗ ପାଠ୍ୟ ମାର୍କେଟିଂ ରଣନୀତିର ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ, ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ସମ୍ପର୍କ ଗଠିବାର ଶକ୍ତି ଅଛି ।

To do this, you need to plan out your marketing strategy well.



STEP 1

ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଜାଣ: ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ କିଏ ତାହା ଜାଣିବା ଏବଂ ଉଭୟ ସାଇକୋଗ୍ରାଫିକ୍ ଏବଂ ଜନସଂଖ୍ୟାଗତ ଆଗ୍ରହ ଏବଂ ଆଚରଣ ଦ୍ୱାରା ସେମାନଙ୍କୁ ଚିହ୍ନିବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହା ଯୋଗାଯୋଗ ପାଇଁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବିକାଶ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ କରେ । ଆପଣ ଯେପରି ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ଜାରି ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି । ‘ମୋର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଗ୍ରାହକ କିଏ?’, ‘ସେମାନଙ୍କୁ କ’ଣ ପ୍ରେରଣା ଦିଏ?’, ‘କେଉଁ ଯୋଗାଯୋଗ ଧାରା ସେମାନେ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି?’, ‘ସେମାନେ କେଉଁ ପତ୍ରିକା ଏବଂ ଖବରକାଗଜ ପଢନ୍ତି?’, ‘ସେମାନେ କେଉଁ ସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି?’ ଇତ୍ୟାଦି । ତୁମର ରଣନୀତି ପ୍ରସ୍ତୁତ କରିବାବେଳେ ତୁମେ ଏହି ସମସ୍ତ ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବାକୁ ପଡିବ ।



STEP 2

Pick your Channels ପ୍ରତ୍ୟେକ ଚ୍ୟାନେଲର ଶକ୍ତି ଏବଂ ଦୁର୍ବଳତା ଅଛି । ସମସ୍ତେ ଫେସବୁକ୍ କିମ୍ବା ଟ୍ୱିଟର କିମ୍ବା ଖବରକାଗଜରେ ରହିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ନାହିଁ । ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକମାନେ କେଉଁ ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ତାହା ଆପଣ ଜାଣିବାକୁ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି । ଆପଣ ଯେଉଁ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡ଼ିକ ସହିତ କାମ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ତାହା ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିବା ଏକ ଭଲ ଆରମ୍ଭ ।

ଏକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶଳ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ । ତୁମ ପାଇଁ କ’ଣ କାମ କରିବ ଏବଂ କ’ଣ ହେବ ନାହିଁ ତୁମକୁ ଖୋଜିବାକୁ ପଡିବ । ସେ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ଚ୍ୟାନେଲ୍ ବାଛିବାରେ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ନିଷ୍ଠୁର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ସବୁ ସମୟରେ ସବୁ ସ୍ଥାନରେ ରହିବା ଅପେକ୍ଷା ଅଳ୍ପ ଏବଂ ଅତି ଲକ୍ଷ୍ମି ଚ୍ୟାନେଲରେ ରହିବା ଭଲ ।



STEP 3

Be consistent: ଆପଣ ସୃଷ୍ଟି କରୁଥିବା ଦୃଶ୍ୟ ସ୍ଥିର ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଲୋଗୋ ଅପେକ୍ଷା ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ପରିଚୟକୁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱ ଦିଆଯାଏ । ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ମୋବାଇଲରେ ମାର୍କେଟିଂ କରନ୍ତି, ଆପଣ ସେଠାରେ ରଖୁଥିବା ସମସ୍ତ ଜିନିଷ ସମାନ କମ୍ପାନୀରୁ ଆସିଥିବା ପରି ଦେଖାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଯିଏ ପ reading ୁଛନ୍ତି ।



STEP 4

ଇ-ନ୍ୟୁଜଲେଟର ଶୀଘ୍ର ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ, ଯେତେବେଳେ ସେ ସେହି ସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି ।

ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ ଯାହା ବିଭିନ୍ନ ଚ୍ୟାନେଲ କିମ୍ବା ମିଡିଆ ଅନୁଯାୟୀ ପୁନଃ ପ୍ରସ୍ତୁତ ହୋଇପାରିବ: ମାର୍କେଟିଂ ବାର୍ତ୍ତା ପାଇଁ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ସର୍ବଦା ଡିନୋଟି C ଅନୁସରଣ କରିବା ଉଚିତ - ଯୋଗାଯୋଗ, ଯଥା ବାର୍ତ୍ତା କିମ୍ବା ଚିତ୍ର ଏବଂ ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ, ଏବଂ ବାର୍ତ୍ତା ଆକର୍ଷଣୀୟ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ଏବଂ ଉପଯୋଗକର୍ତ୍ତାଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କରିବା

ଜରୁରୀ
, ଏବଂ
.
ଶେଷ
ରେ
ସ୍ଥିର -
ଆପଣ
କେଉଁ
ତ୍ୟା
ନେଲ
ବ୍ୟବ
ହାର
କରୁଛ
ନ୍ତି
ନିର୍ଦ୍ଦ
ଶେଷ
ରେ
ଏହା
ସମାନ
ହେବା
ଆବ
ଶ୍ୟକ ।
ଆପଣ
କୁ
ବିଷୟ
ବସ୍ତୁ
ବିକାଶ
କରିବା
କୁ
ପଡ଼ିବ
ଯାହାକୁ
ଆପଣ
ଯେକ
any
ଶସ୍ତି
ମାଧ୍ୟମ
ରେ
ବ୍ୟବ

5
STEP

ତୁମର ମେସେଜିଂ ଏକାଭିତ ହେବା ଉଚିତ: ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଉପାଦାନ ତୁମର ଖେବସାଇଟ୍ କିମ୍ବା ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କ ହେଉ ତୁମର ଶେଷ ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ଗ୍ରା ସି ଡ୍ରାଇଭ୍ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ କରେ । ଏହିଗୁଡ଼ିକର ଲିଙ୍କଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କର ବାର୍ତ୍ତା ଏବଂ ବ୍ୟାନରରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ତୁମର ସାଇଟ୍ ଖୋଜିବା ପାଇଁ ତୁମେ ଯେତେ କଷ୍ଟ କରିବ, ତୁମେ କମ୍ ଗ୍ରା ପାଇବ । ସମାନ କୀ ଶବ୍ଦ ଏବଂ ବାକ୍ୟାଂଶଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନରେ ବ୍ୟବହୃତ ହେବା ଜରୁରୀ, କିମ୍ବା ଏହା ଗ୍ରାହକଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ବଡ଼ ବୁନ୍ଧ ସୃଷ୍ଟି କରିବ ଯାହାଦ୍ୱାରା ଗ୍ରା c ହ୍ରାସ ହେବ । ଆପଣ ବ୍ୟବହାର କରୁଥିବା URL ଏବଂ ଉପଯୋଗକର୍ତ୍ତା ନାମଗୁଡ଼ିକ ଯଥାସମ୍ଭବ ସମାନ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, igBigbunny, Bigbunny.com, ଇତ୍ୟାଦି ।

6
STEP

Your marketing teams should be working in sync: ସମାନ ପ୍ରୋଜେକ୍ଟରେ ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଅନେକ ଦଳ କାର୍ଯ୍ୟ କରୁଛନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନେ ସମାନ ପୃଷ୍ଠାରେ ଅଛନ୍ତି ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ ବ meetings ୦କ ସେଟିଂ ଜାରି ରଖିବା ଆବଶ୍ୟକ । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ କୁହ, ଗୋଟିଏ ଦଳ ମୋବାଇଲ୍ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାନ୍ତି ଯେପରି ‘ଆସ ତୁମର ଜିନ୍ସ କିଣ । କ’ଣ ଘଟୁଛି ଜାଣି ନ ଥିବା ଅନ୍ୟ ଦଳ, ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଏକ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାନ୍ତି । ‘ତୁମେ ଗୋଟିଏ ଜିନ୍ସକୁ ଅନ୍ୟ ସହିତ ମାଗଣା ପାଇବ’ । ଏହା ସମୁଦାୟ ମାର୍କେଟିଂ ବିପର୍ଯ୍ୟୟ ହେବ । ସେହିଭଳି, ଯଦି ତୁମେ ତୁମର ଅଭିଯାନର ବିଭିନ୍ନ ଦିଗକୁ ପରିଚାଳନା କରିବା ପାଇଁ ଦୁଇଟି ଏଜେନ୍ସି ବ୍ୟବହାର କରୁଛ, ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡର ଏକ ସ୍ଥିର ଲୁକ୍ ଅଛି କି ନାହିଁ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଜଣେ ସଂଯୋଜକ ଅଛନ୍ତି ବୋଲି ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।



THE IMPORTANCE THAT MOBILE MARKETING HOLDS TODAY

In today's day and age, mobile marketing plays a vital role for businesses.



ଜଣେ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରେ ଜଣେ ମାର୍କେଟର ନିକଟରେ ହେବେ ମୋବାଇଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ । ଅନ୍ୟ କ known ଶସି ଜଣାଶୁଣା ଉପକରଣ ନାହିଁ ଯାହା ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ଅପେକ୍ଷା ଜଣେ ମାର୍କେଟରଙ୍କୁ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରେ କରିବ । ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ, ବିସ୍ତାରିତ ଏବଂ ନିକଟତରତା ପାଇଁ ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରେ । ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ କ'ଣ କାମ କରେ, ସେମାନେ କ'ଣ କିଣନ୍ତି ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ କ'ଣ କ୍ଲିକ୍ କରନ୍ତି ମାର୍କେଟରମାନେ କ୍ରମାଗତ ଭାବରେ ବୁ to ିବାକୁ ଚାହଁଥାନ୍ତି । ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସରେ ଏହା କରିବାର ସାମର୍ଥ୍ୟ ଥିବା କୁହାଯାଉଛି । 2011 ରେ ହୋଇଥିବା ଏକ ଅଧ୍ୟୟନରୁ ଜଣାପଡିଛି ଯେ ହାରାହାରି ଆମେରିକୀୟମାନେ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ରେ ଦିନକୁ 2.7 ଘଣ୍ଟା ବିତାଇ ସାମାଜିକ ହୋଇଥାନ୍ତି, ଯାହା ସେମାନେ ଖାଇବାକୁ ସମୟଠାରୁ ଦୁଇଗୁଣ ଅଧିକ । ବିଶ୍ୱ world ର 75% ରୁ ଅଧିକ ବର୍ତ୍ତମାନ ଏକ ଫୋନ୍ ପାଇପାରିବେ, ଯାହା ଦ market ାରା ମାର୍କେଟରମାନେ ସେମାନଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡର ପଦୋନ୍ନତି ବ and ାଇବାକୁ ଅନୁମତି ଦେବେ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସୁଯୋଗ ପ୍ରଦାନ କରିବେ । ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସ୍ ଜଣେ ମାର୍କେଟରଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ସ୍ଥାନ, ସଠିକ୍ ସମୟ ଏବଂ ସଠିକ୍ ବ୍ୟକ୍ତି ସହିତ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ କରିଥାଏ ।



ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିର ଦ day ନନ୍ଦିନ ଜୀବନର ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ ହୋଇପାରିଛି । ଡେସ୍କଟପ୍ ଏବଂ ଲାପଟପ୍ କୁ ବଦଳାଇବା ଭଳି ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାର କରାଯାଏ । ସେମାନେ ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସହିତ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି, ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଖୋଜନ୍ତି । ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ବ୍ରାଉଜ୍ କରିବାକୁ 81% ଉପଭୋକ୍ତା ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି, 68% ଏହାକୁ ପ୍ରୟୋଗ ଭିତ୍ତିକ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟରେ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି ଏବଂ 48% ଏହାକୁ ଭିତ୍ତିଓ ଦେଖିବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । ଏକ ମାର୍କେଟିଂ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣରୁ, ଏହା ଆପଣଙ୍କ ପାଇଁ କେତେ ଲାଭଦାୟକ ତାହା ଚିନ୍ତା କରନ୍ତୁ । ଯଦି ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତି ଦିନର ଅଧିକାଂଶ ସମୟ ଫୋନ୍ରେ ବିତାଇଥାଏ, ତେବେ ସେହି ଫୋନ୍ ଆପଣଙ୍କ ପାଇଁ କେତେ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ?



ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅନ୍ୟ ଏକ କାରଣ ହେଉଛି ଆକ୍ସନ୍ ଓରିଏଣ୍ଟେଡ୍ ସମ୍ପାନ । ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ସୂଚନା ଖୋଜିବା ପାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ମୋବାଇଲ୍ ସର୍ଚ୍ଚକୁ ପ୍ରାୟତଃ use ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । 77% ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଦର୍ଶାଇଛନ୍ତି ଯେ ସର୍ବାଧିକ ପରିଦର୍ଶିତ ୱେବସାଇଟ୍ ହେଉଛି ସର୍ଚ୍ଚ ଇଞ୍ଜିନ୍ ୱେବସାଇଟ୍ । ଦଶଟି ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ସମ୍ପାନ ମଧ୍ୟରୁ ନଅଟି କାର୍ଯ୍ୟରେ ପରିଣତ ହୁଏ ।



Smartphones are synonymous to shopping: ସେମାନେ କ୍ରୟ ଚାଲିତ ସମ୍ପିଂକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରନ୍ତି । ସେଗୁଡ଼ିକ ଚ୍ୟାନେଲଗୁଡ଼ିକରେ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ ଏବଂ ନିଷ୍ପତ୍ତି ଏବଂ ଅନୁସନ୍ଧାନ ପ୍ରକ୍ରିୟା ଚିନ୍ତା କରେ । 79% ଗ୍ରାହକ ଯେତେବେଳେ ସମ୍ପିଂରେ ସାହାଯ୍ୟ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତି । ସେମାନଙ୍କର ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ରେ ଉପାଦ କିମ୍ବା ଖୁଚୁରା ବ୍ୟବସାୟ ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ସେମାନେ ମୂଲ୍ୟ ତୁଳନା କରନ୍ତି । ଅନଲାଇନ୍ କିମ୍ବା ଷ୍ଟୋରରେ 74% ଗ୍ରାହକ ନିଜ ଫୋନ୍ରେ କ୍ରୟ କରନ୍ତି ।

ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ଆଚରଣ ପାଇଁ କ୍ରମ୍ ମିଡିଆ ଏକ୍ସପୋଜର ବହୁତ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ | ଅଧିକାଂଶ ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନକୁ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରନ୍ତି ଯାହା ଉପରେ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରିଥାଏ | ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଫୋନ୍‌ରେ 71% ସର୍ବ ବିଜ୍ଞାପନ ଏକ୍ସପୋଜର ହେତୁ ହୋଇଥାଏ - ଏହାର 68% ପାରମ୍ପାରିକ ମିଡିଆ କାରଣରୁ, 18% ଅନଲାଇନ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ହେତୁ ଏବଂ 27% ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ହେତୁ ହୋଇଥାଏ | 82% ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ବିଜ୍ଞାପନ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରନ୍ତି | ଯେଉଁମାନେ ବିଜ୍ଞାପନରେ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରେ 35% ଷ୍ଟେଟସ୍‌ମେନ୍ଟ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରନ୍ତି ଏବଂ 49% କ୍ରୟ କରନ୍ତି |

More than disadvantages, mobile marketing has a host of advantages that work well for marketers. (ଅସୁବିଧାଠାରୁ ଅଧିକ, ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂରେ ଅନେକ ସୁବିଧା ଅଛି ଯାହା ମାର୍କେଟରଙ୍କ ପାଇଁ ଭଲ କାମ କରେ ।)

ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀମାନେ ବର୍ତ୍ତମାନ ଏବଂ ପରେ ସେମାନଙ୍କର ଫୋନ୍ ଯା ing ିତ ଜାରି ରଖନ୍ତି | ଏହି କାରଣରୁ ଯେକ any ଶସି ନୂତନ ବାର୍ତ୍ତା ସେମାନେ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ସେମାନେ 5 ମିନିଟର ଊଣ୍ଡୋ ମଧ୍ୟରେ ଖୋଲନ୍ତି | ଏହାକୁ ଆପଣ ପଠାଉଥିବା ଏକ ଇମେଲ ସହିତ ତୁଳନା କରନ୍ତୁ | ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଦିନ ଏବଂ ସପ୍ତାହ ପାଇଁ ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ଇନବକ୍ସରେ ବସିପାରେ | ଏକ ଅଧ୍ୟୟନରୁ ଜଣାପଡିଛି ଯେ ଯୁକ୍ତରାଷ୍ଟ୍ରରେ, 94% ପାଠ୍ୟ ବାର୍ତ୍ତା ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ଗ୍ରହଣ କରାଯାଇଥାଏ, ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ମଧ୍ୟରୁ 75% ତୁରନ୍ତ ପ read ାଯାଏ |

ଯେହେତୁ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଫୋନ୍ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଜରୁରୀ, ସେଗୁଡ଼ିକ ସବୁଆଡ଼େ ବୁଲିଯାଏ | ଯଦି ଜଣେ ମାର୍କେଟର ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାର କରି ଟାର୍ଗେଟ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନେ ପ୍ରାୟ ତତକ୍ଷଣାତ୍ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଦ୍ଵାରା ପ ad ୍ରୁଥିବା ବିଜ୍ଞାପନ ଅଭିଯାନର ସୁବିଧା ପାଇପାରିବେ | ତା'ପରେ ପାରମ୍ପାରିକ ପଦ୍ଧତି କ'ଣ ଗ୍ରହଣ କରିବ ତା'ଠାରୁ ଅଧିକ ଦର୍ଶକ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ସୁବିଧା ସେମାନଙ୍କ ପାଖରେ ଅଛି |

ମୋବାଇଲ୍ ଟେକ୍ନୋଲୋଜି ଉପଭୋକ୍ତା କେଉଁଠାରେ ଥାଆନ୍ତୁ ନା କାହିଁକି ବାର୍ତ୍ତା ପଠାଇବା ଏବଂ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ସକ୍ଷମ କରନ୍ତି | ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଷ୍ଟୋରକୁ ଫେରି ଆସିବା, ତୁମେ କରୁଥିବା ସର୍ଭିସରେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିବା, ଘରୁଥିବା ବିକ୍ରୟ ବିଷୟରେ ସେମାନଙ୍କୁ ଅବଗତ କରାଇବା ଏବଂ ତୁମକୁ ତୁରନ୍ତ ମତାମତ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ଏହା ଆପଣଙ୍କୁ ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ | ଉଦାହରଣ ସ୍ଵରୂପ, ବ୍ରିଟେନର ଏକ ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ନେଟୱାର୍କ କମ୍ପାନୀ ଦ୍ଵାରା ପରିଚାଳିତ ଅଭିଯାନକୁ ନିଅ |

କମଳା ଏହାର ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ପ୍ରତି ବୁଧବାର ଯେକ *any* ଶସି ଚଳଚ୍ଚିତ୍ରରେ 50% ପ୍ରଦାନ କରିଥାଏ ଯାହାକି ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ କେବଳ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସଂଖ୍ୟାରେ MOVIE ଶବ୍ଦ ପଠାଇଥାଏ | ଯେଉଁମାନେ ଅଂଶଗ୍ରହଣ କରିଥିଲେ ସେମାନଙ୍କୁ ଏକ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର କୋଡ୍ ଦିଆଯାଇଥିଲା ଯାହା ମାଧ୍ୟମରେ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କର ରିହାତି ଏବଂ କ୍ରପନ୍ ଦାବି କରିପାରିବେ | ଏହା ସେମାନଙ୍କର ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ବ *increased* ାଇଲା ଏବଂ ପୁରୁଣାକୁ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପ୍ରତି ବିଶ୍ୱସ୍ତ ରଖିଲା |

ଏକ ଭଲ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକ ସୃଷ୍ଟି କରେ ଯାହା ସେମାନେ ଅତ୍ୟଧିକ ମାର୍କେଟିଂରେ ଏବଂ ଏକ ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଗ୍ରାହକ ଆଧାରରେ ଛାଡ଼ି କରନ୍ତି | ଆପଣଙ୍କୁ ଅନେକ ବିଲବୋର୍ଡ଼ ବିଜ୍ଞାପନ ଏବଂ ଚିତ୍ରି ବିଜ୍ଞାପନ ବିନିଯୋଗ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ନାହିଁ କିନ୍ତୁ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂରେ କେବଳ ଟିକେ ଖର୍ଚ୍ଚ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ | ଅନ୍ୟ କ *media* ଶସି ମିଡ଼ିଆ ଉଭୟ ଗ୍ରାହକ ଏବଂ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଏହିପରି ଅଭିଜ୍ଞତା ପ୍ରଦାନ କରିପାରିବ ନାହିଁ |

ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖାଯାଇଥିବା ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଖରେ ପହଞ୍ଚିବାକୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ ସିଧାସଳଖ ସୋଶାଲିଆଲିଜିମ୍ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ | ଅନ୍ୟ ଡିଭାଇସ୍ ତୁଳନାରେ, ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ ମୁଖ୍ୟତ *one* ଜଣେ ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ମାଲିକାନା ଅଟେ ଯିଏ ଏହାକୁ ସବୁବେଳେ ତାଙ୍କ ସହିତ ବହନ କରିଥାଏ | ଫଳସ୍ୱରୂପ, ଗ୍ରାହକ ଏହି ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ଏବଂ ବାର୍ତ୍ତାଗୁଡ଼ିକୁ ଯେକ *time* ଶସି ସମୟରେ ଦେଖିପାରିବେ |

ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ହାର ବିଷୟରେ କଥାବାର୍ତ୍ତା କରନ୍ତି, ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂରେ ପାଞ୍ଚ ଗୁଣ ଅଧିକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ହାର ଥାଏ ଏବଂ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ଅପେକ୍ଷା ଏହା ଅଧିକ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଅଟେ | ଏହା ନିଶ୍ଚିତ ଭାବରେ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଯୋଜନା ଏବଂ କମ୍ ମିଡ଼ିଆ ଅପଚୟରୁ ବିନିଯୋଗରେ ଅଧିକ ରିଟର୍ନ୍ ଆଣିଥାଏ |

MISTAKES TO AVOID

Sometimes, marketers may miss the small glitches they make. These glitches no matter how small result in a rotten customer experience.

ମୋବାଇଲ୍ ଉପରେ ମାର୍କେଟିଂ କରୁଥିବାବେଳେ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ସାଧାରଣତ *the* ମୋବାଇଲ୍ ସମୟକୁ ଅଣଦେଖା କରନ୍ତି | ଯଦିଓ ମୋବାଇଲ୍ ପ୍ରାୟତ *used* ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ, ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ହୁଏତ ସୂଚନାକୁ ସେମାନଙ୍କ ଅନୁକୂଳ ଉପାୟରେ ପ୍ରବେଶ କରିବା କଷ୍ଟକର ହୋଇପାରେ | ବ୍ୟାଣ୍ଡିଡ଼ିଅ୍ ସମୀପ, ପରଦାଗୁଡ଼ିକ ଛୋଟ, ଧ୍ୱନି ଗୁଣ ଭଲ ନହେବା ଭଳି ସମସ୍ୟାଗୁଡ଼ିକ ମାର୍କେଟିଂର ଦ୍ୱାରା ଅଣଦେଖା କରାଯାଏ |

ବିଭିନ୍ନ ଫୋନ୍ର ଭିନ୍ନ ସାମର୍ଥ୍ୟ ଅଛି | ପ୍ରତ୍ୟେକ ଫୋନ୍ରେ ଭଲ କ୍ୟାମେରା ନାହିଁ, ପ୍ରତ୍ୟେକ ଫୋନ୍ରେ ଭଲ ସାଉଣ୍ଡ ସିଷ୍ଟମ ନାହିଁ | ଯେତେବେଳେ ଜଣେ ମାର୍କେଟିଂ ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତି ନାହିଁ ଯେ ହ୍ୟାଣ୍ଡସେଟ୍ ଏବଂ ଟେକ୍ନୋଲୋଜି ଅଭିଯାନ ସହିତ ସୁସଙ୍ଗତ, ଏହା ଖରାପ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଅଭିଜ୍ଞତାକୁ ନେଇଥାଏ |

ଅନ୍ୟ ଏକ ଯୁଗ୍ୟ ସମସ୍ୟା ଯାହାକୁ ମାର୍କେଟିଂମାନେ ଅଣବେଶା କରନ୍ତି ମୋବାଇଲ୍ ଫୋନ୍ PC ସହିତ ସମାନ ନୁହେଁ । ତୁମର ଅଭିଯାନରେ, ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ କ୍ରମାଗତ ଭାବରେ ପରଦାରେ ବୁଲିବାକୁ କହିବ, ଏହା ଅତ୍ୟନ୍ତ ନ frustr ରାଶ୍ୟଜନକ ହୋଇଯାଏ ଏବଂ ଏକ ଖରାପ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଅଭିଜ୍ଞତାକୁ ନେଇଥାଏ ।

SUCCESSFUL MOBILE MARKETING CAMPAIGNS



Till date, many companies have had successful mobile marketing strategies. Some of the top strategies are:

ରେଡବକ୍ସ ଏକ ଦଶ ଦିନିଆ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ଚଳାଇଥିଲା, ଯାହାର ନାମ ହେଉଛି 10 ଦିନର ଡିଲ୍ । ସେମାନେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ‘ଡିଲ୍’ ଶବ୍ଦ ସହିତ ‘727272’ କୁ ଏକ ମେସେଜ୍ ପଠାଇବାକୁ କହିଥିଲେ । ଏହା ପରେ ଗ୍ରାହକମାନେ ରିହାତି ଜିଟିବାର ସୁଯୋଗ ପାଇଲେ । ଏହି ରିହାତିଗୁଡ଼ିକ 10 ସେଣ୍ଟ ରୁ \$ 1.50 ମଧ୍ୟରେ ମୂଲ୍ୟାୟନ କରାଯାଇଥିଲା । ଯେତେବେଳେ ସେମାନେ ସେମାନଙ୍କର ପରବର୍ତ୍ତୀ DVD ଭଡା ଅର୍ଡର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ରଖିବେ ସେତେବେଳେ ସେମାନେ ରିହାତି ପାଇବେ । ଏହି ଅଭିଯାନରେ 400,000 ଗ୍ରାହକଙ୍କ ନିକଟରୁ 1.5 ମିଲିୟନ୍ ପାଠ୍ୟ ବାର୍ତ୍ତା ସୃଷ୍ଟି ହୋଇଥିଲା ।



Ford Motor Company: ସେମାନଙ୍କର ନୂତନ କାର୍, ଫୋର୍ଡ ଏକ୍ସ୍ପ୍ଲ୍ ଏବଂ ଫୋର୍ଡ ଟୋରସ୍ ରିଲିଜ୍ ପାଇଁ କମ୍ପାନୀ ଏକ ଉତ୍କୃଷ୍ଟ ମୋବାଇଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶିଳ ବ୍ୟବହାର କରିଥିଲା । ଯଦି ଲୋକମାନେ କାର ଉପରେ ଅଧିକ ସୂଚନା ଚାହାଁନ୍ତି, ତେବେ ସେମାନଙ୍କୁ ‘ଫୋର୍ଡ’ ଶବ୍ଦ ସହିତ 63611 କୁ ଏକ ପାଠ ପଠାଇବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଏହା ପରେ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଭାବେ ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଇଥିଲା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ସ୍ଥାନୀୟ ଜିପ୍ କୋଡ୍ ସହିତ ସେମାନଙ୍କର ନାମ ପ୍ରଦାନ କରିବାକୁ କୁହାଯାଇଥିଲା । ଏହା ପରେ ସ୍ଥାନୀୟ ଫୋର୍ଡ ଡିଲରସିପକୁ ସୂଚନା ପଠାଯାଇଥିଲା ଏବଂ ପରେ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ପୁନର୍ବାର ଯୋଗାଯୋଗ କରାଯାଇ ସୂଚନା ଦିଆଯାଇଥିଲା । ଏହି ଅଭିଯାନ ପରେ ଫୋର୍ଡ 15.4% ର ଚମତ୍କାର ରୂପାନ୍ତର ହାର ଦେଖିଲା ।



Starbucks: ସେମାନଙ୍କ ବିଶ୍ୱ class ସ୍ତରୀୟ କଫି ପାଇଁ ଜଣାଶୁଣା, ଷ୍ଟାରବକ୍ସ ଷ୍ଟାରବକ୍ସ କାର୍ଡ ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍ ଉପସ୍ଥାପନ କରି ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଜୀବନକୁ ସହଜ କରିବାକୁ ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେଇଛି । ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ବର୍ତ୍ତମାନ କେବଳ ସେମାନଙ୍କ ଆକାଉଣ୍ଟରେ କ୍ରେଡିଟ୍ ଲୋଡ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ଏବଂ ତା’ପରେ ଚେକଆଉଟ୍ ରେ ଫୋନ୍ ସ୍କିନ୍ ସ୍କାନ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଏହି ଆପ୍ ବର୍ତ୍ତମାନ ଆଇଫୋନ୍, ଆଇପଡ୍ ଟଚ୍ ଏବଂ କ୍ଲବ୍ବେରୀ ଏବଂ ଆଣ୍ଡ୍ରଏଡ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଲବ୍ଧ ।

DID YOU KNOW?

- ? **Mobile is the second most popular device used to search the internet. There**
- ? **was a 4.70% mobile conversion rate in the previous year - 2014.**
- ? **25% of online searches are done on a mobile device.**
- ? **70% of mobile searches lead to action on websites within 1 hour.**
- ? **Americans spend on an average, 2 hours a day on mobile devices.**
- ? **1 in 7 people worldwide use smartphones.**
- ? **60% of social media time is spent on a smartphone or tablet.**
- ? **8% of a person's day is spent looking at a mobile screen.**
- ? **The number of smartphones in use worldwide is 1.75 billion and 143 million in US alone.**
- ? **85% of people prefer mobile apps to websites.**
- ? **224 million are the number of monthly mobile app users.**
- ? **25% of smartphone owners say 'they can't recall the last time their smartphone wasn't next to them'.**
- ? **Out of the 6.8 billion people on earth, 3.5 billion are the number of people who own a toothbrush and 4 billion are the number of people who own a smartphone.**
- ? **95% of consumers are reached by brands using the SMS.**
- ? **74% of people use their smartphones while they shop.**
- ? **50% of people scan the QR codes they receive.**
- ? **189 million people are mobile – only Facebook users.**
- ? **30% of Facebook's revenue comes from mobile users.**
- ? **50% of B2B vendors sell through the mobile.**