

Google

ऐडसेंस



Google AdSense

अंतर्वस्तु

परिचय । 1

अपने दर्शकों को अपने ब्रांड से परिचित होने में सहायता करें। 3

केवल वेब पेज ही नहीं, बल्कि उपयोगकर्ता यात्राएं भी डिज़ाइन करें। 8

ऐसी सामग्री विकसित करें जो आपके दर्शकों को पसंद आए। 13

अपनी सामग्री को उपभोग के लिए आसान बनाएं..... 17

अच्छे स्रोतों का हवाला देकर अन्य साइटों के साथ प्यार साझा करें...20

परिचय

61% उपयोगकर्ता तुरंत दूसरी साइट पर चले जाएंगे यदि उन्हें वह नहीं मिला जो वे ढूंढ रहे थे।

1

आज, जानकारी हमारी उंगलियों पर है और हम इसे कहीं से भी किसी भी डिवाइस पर एक्सेस कर सकते हैं। बस कुछ ही टैप से लाखों वेबसाइटें सामने आ जाती हैं जो हमारा ध्यान आकर्षित करने के लिए प्रतिस्पर्धा कर रही हैं। प्रकाशकों के लिए, अपने दर्शकों से जुड़ना कभी भी अधिक महत्वपूर्ण या अधिक चुनौतीपूर्ण नहीं रहा है।

तो आप इन महत्वपूर्ण क्षणों में उपयोगकर्ताओं के साथ कैसे जुड़ते हैं और उन्हें और अधिक के लिए वापस आने के लिए कैसे प्रेरित करते हैं? दुर्भाग्य से, उत्तर कोई चतुर हैक नहीं है। हालाँकि, अद्वितीय सामग्री का निर्माण करके और उपयोगकर्ताओं को शानदार अनुभव से प्रसन्न करके, आप अपने दर्शकों के साथ पहले की तरह जुड़ने की राह पर होंगे। प्रॉक्टर एंड गैबल के पूर्व वैश्विक विपणन अधिकारी जिम स्टेंगल ने इसे इस तरह परिभाषित किया, "हमें वास्तव में मानसिकता में बदलाव की जरूरत है जो हमें आज के उपभोक्ताओं के लिए प्रासंगिक बनाएगी, मानसिकता में बदलाव 'कहने और बेचने' से लेकर संबंध बनाने तक की है।"

उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री आपके दर्शकों के साथ संबंध बनाने और सकारात्मक बातचीत चलाने के लिए महत्वपूर्ण है। इस गाइड में, हम विभिन्न प्रकार की कार्रवाइयों को शामिल करेंगे जो आप अपनी सामग्री के साथ दर्शकों की सहभागिता बढ़ाने के लिए अभी कर सकते हैं। हम चर्चा करेंगे:

- ✓ अपने दर्शकों को अपने ब्रांड से परिचित होने में कैसे मदद करें
- ✓ आनंददायक उपयोगकर्ता यात्राओं को डिज़ाइन करने की सर्वोत्तम प्रथाएँ
- ✓ ऐसी सामग्री कैसे विकसित करें जो आपके दर्शकों को पसंद आए
- ✓ आपकी सामग्री का उपभोग करना आसान बनाने के तरीके
- ✓ आपको अच्छे स्रोतों का हवाला देकर अन्य साइटों के साथ प्यार क्यों साझा करना चाहिए



आपके दर्शकों के साथ आपके
ब्रांड के कई संपर्क बिंदुओं पर
लगातार ब्रांड उपस्थिति स्थापित
करें

अपने दर्शकों को अपने ब्रांड से परिचित होने में सहायता करें

"सर्वेक्षण में शामिल 60% सहस्राब्दी ब्रांड से लगातार अनुभव की उम्मीद करते हैं, चाहे वे ऑनलाइन, स्टोर में या फोन के माध्यम से बातचीत करें।" 2

अपनी साइट के आगंतुकों पर स्थायी प्रभाव छोड़ने के लिए अपनी सामग्री को अपने प्रतिस्पर्धियों से अलग करें। ऐसा करने का एक तरीका यह है कि आपके दर्शकों के साथ आपके ब्रांड के कई संपर्क बिंदुओं पर लगातार ब्रांड की उपस्थिति स्थापित की जाए।

1 अपनी आवाज़ परिभाषित करें

एक शैली चुनें और उन संदेशों के लिए एक अलग ब्रांड बनाएं जिन्हें आप संप्रेषित करना चाहते हैं। क्या आपकी लेखन शैली अनौपचारिक, आधुनिक संदर्भों से युक्त है? या क्या यह अधिक सीधा और सरल है, अच्छी तरह से शोध की गई जानकारी का उपयोग करके बिंदुओं को घर तक पहुंचाना?

2 स्तिर रहो

एक बार जब आप अपनी आवाज़ स्थापित कर लेते हैं, तो सुनिश्चित करें कि आप अपनी संपूर्ण सामग्री में सुसंगत रहें ताकि लोग आपके ब्रांड को पहचानें और उससे परिचित हों और जानें कि जब वे आपकी साइट, मोबाइल ऐप या यहां तक कि आपकी सामाजिक संपत्तियों पर जाएं तो उनसे क्या अपेक्षा की जाए।



3 उपयोगकर्ताओं की रुचियों से संबंधित

हालाँकि, केवल अपनी शैली चुनना ही महत्वपूर्ण नहीं है। आपको यह भी सुनिश्चित करना होगा कि पाठक सोचें कि आपके द्वारा चुने गए विषय महत्वपूर्ण और उनकी रुचि के लिए प्रासंगिक हैं।

गूगल एनालिटिक्स का प्रयोग करें

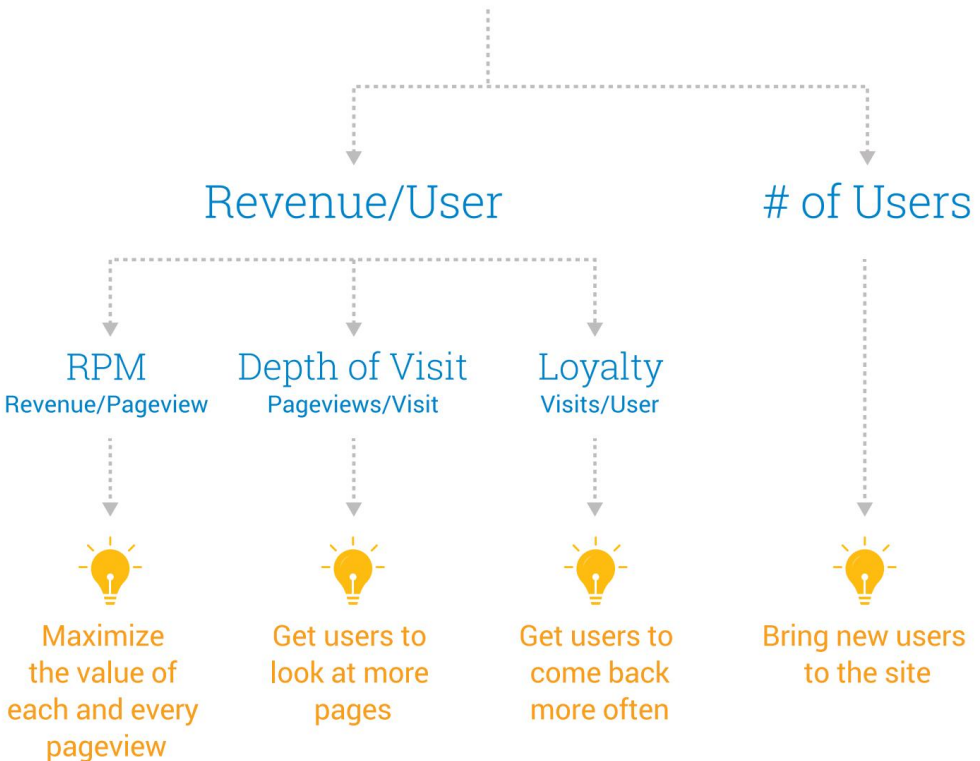
आपके ब्रांड के लिए मायने रखने वाले प्रत्येक उपयोगकर्ता की अपनी विशिष्ट प्राथमिकताएँ, रुचियाँ और ज़रूरतें होती हैं। ये अंतर तब मायने रखते हैं जब वह तय कर रहा हो कि क्या पढ़ना है, कहां खरीदारी करनी है और क्या साझा करना है। आपकी साइट के विश्लेषण का अध्ययन करने से आपको यह निर्धारित करने में मदद मिल सकती है कि आपके दर्शकों के लिए कौन से विषय महत्वपूर्ण हैं और कौन से नहीं।



- ✓ एक डैशबोर्ड सेट करें जो आपके लिए सबसे महत्वपूर्ण मेट्रिक्स को ट्रैक करता है। जब आप अपने एनालिटिक्स खाते में लॉग इन करेंगे तो यह पहली चीज़ है जो आपको दिखाई देगी और यह आपको तुरंत निर्णय लेने में मदद कर सकती है।
- ✓ दीर्घकालिक राजस्व ढांचे पर ध्यान दें । यह उन चार लीवरों को समझने में आपकी मदद करने के लिए एक सरल, लेकिन शक्तिशाली ढांचा है जो आपकी साइट को विकसित करने में मदद कर सकते हैं। इस ढांचे के साथ, निम्नलिखित चार्ट में उल्लिखित चार लीवरों के संदर्भ में अपनी साइट अनुकूलन प्रयासों पर विचार करें।

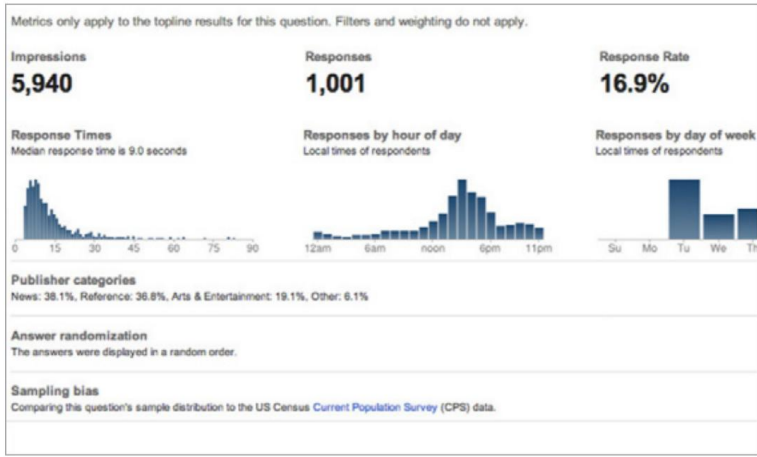
Google AdSense Long-term Revenue Framework

As a publisher, to grow your revenue you should aim to increase



Google उपभोक्ता सर्वेक्षण का उपयोग करें

गूगल उपभोक्ता सर्वेक्षण लोग आपके ब्रांड के बारे में क्या सोचते हैं, उनके लिए क्या मायने रखता है, और यहां तक कि आपके डिज़ाइन के लिए कौन से रंग सबसे अच्छा काम करते हैं, इस पर डेटा और आंकड़े इकट्ठा करने के लिए आपको अपना स्वयं का वेब सर्वेक्षण बनाने की अनुमति देता है।





आपके विभिन्न उपयोगकर्ता वर्गों के लिए एक स्पष्ट कार्य योजना होने से मूल्यवान अंतर्दृष्टि और प्रसन्नता प्राप्त होगी

उपयोगकर्ता, और वृद्धि

अपने ब्रांड के साथ जुड़ाव।

केवल वेब पेज ही नहीं, बल्कि उपयोगकर्ता यात्राएँ भी डिज़ाइन करें

"केवल 9% उपयोगकर्ता किसी मोबाइल साइट या ऐप पर बने रहेंगे यदि यह उनकी ज़रूरतों को पूरा नहीं करता है (उदाहरण के लिए, जानकारी ढूँढना या जल्दी से नेविगेट करना)।" 3

हमने बताया है कि उच्च गुणवत्ता वाली अद्वितीय सामग्री आगंतुकों और आपकी सामग्री के शेरों को बढ़ाने के लिए एक प्रमुख घटक है। लेकिन उपयोगकर्ता अनुभव के बारे में क्या?

अपने उपयोगकर्ताओं के लिए वेब पेज गंतव्य डिज़ाइन करने के बजाय, उपयोगकर्ता यात्राएँ डिज़ाइन करने का प्रयास करें। एकजुट मैसेजिंग और उपयोगकर्ता केंद्रित साइट डिज़ाइन आपके दर्शकों और आपके व्यवसाय दोनों के लिए बेहतर परिणाम प्रदान करता है।



1 एक क्षण मानचित्र बनाएं



एक क्षण का नक्शा यह उन उपयोक्ता क्षणों के समूह की पहचान करने का आपका समाधान है जिन्हें आप निश्चित रूप से जीतना चाहते हैं या हारना बर्दाश्त नहीं कर सकते।

यह एक सुखद उपयोगकर्ता अनुभव को लागू करने की नींव रखता है और साइट डिज़ाइन को उस प्रवाह पर ध्यान केंद्रित करने के लिए प्रोत्साहित करता है जिसमें आपके उपयोगकर्ता आपकी सामग्री से जुड़ते हैं।

91% स्मार्टफोन उपयोगकर्ता किसी कार्य को करते समय विचारों के लिए अपने फोन का सहारा लेते हैं। एक क्षण मानचित्र बनाएं; आप अपने उपयोगकर्ताओं की ज़रूरतों का अनुमान लगाएंगे और उन ज़रूरतों को पूरा करने में उनके लिए उपयोगी होंगे। 4



अपने ब्रांड के लिए उपयोगकर्ता यात्रा के सभी चरणों की जांच करें और उनका मानचित्रण करें, और उन क्षणों को देखें जब लोग प्रेरणा पाना चाहते हैं, आप जिस चीज़ के बारे में रिपोर्ट कर रहे हैं उसके बारे में सीखना चाहते हैं, कोई सामाजिक वक्तव्य देना चाहते हैं, या बीच में कुछ भी करना चाहते हैं। फिर विभिन्न विज़िटर प्रकारों की समय सीमाओं को पूरा करते हुए अपनी सामग्री साझा करने के लिए सर्वोत्तम प्रारूप निर्धारित करें।

उदाहरण के लिए, क्या वे समय नष्ट कर रहे हैं? कुछ खरीदना चाह रहे हैं?

या, क्या वे आपके उत्पादों की तुलना आपके प्रतिस्पर्धियों से कर रहे हैं?

अपनी वेबसाइट डिज़ाइन की संकल्पना शुरू करने से पहले उपयोगकर्ता के उद्देश्यों को समझने से आपको एक आनंददायक उपयोगकर्ता अनुभव बनाने में मदद मिलती है, जिससे विभिन्न प्रकार के विज़िटर आपकी साइट का उपयोग करते हैं और साथ ही वे वहां समय बिताने के इच्छुक होते हैं।

2 उपयोगकर्ताओं के लिए यथासंभव कम चरणों में अपने वांछित परिणाम तक पहुंचना आसान बनाएं।

उदाहरण: गेटेड सामग्री के साथ उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि प्राप्त करें

फॉर्म के पीछे विशिष्ट, वांछनीय सामग्री प्राप्त करना, न्यूज़लेटर साइनअप के लिए प्रेरित करना या सर्वेक्षण प्रश्न पूछना उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि एकत्र करने के लिए बेहद उपयोगी रणनीतियाँ हो सकती हैं। उपयोगकर्ता अंतर्दृष्टि आपको अपने दर्शकों की जनसांख्यिकी को बेहतर ढंग से समझने और उनकी रुचियों के अनुरूप अधिक लक्षित सामग्री तैयार करने में मदद करती है।

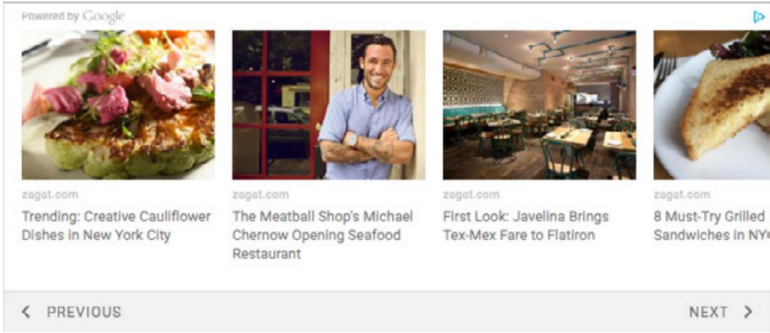
उपयोगकर्ताओं के लिए उनके द्वारा अनुरोधित सामग्री प्राप्त करना आसान बनाएं, शोध से पता चलता है कि यदि वांछित जानकारी खरीदने या प्राप्त करने के लिए बहुत अधिक कदम उठाने पड़ते हैं तो 67% उपयोगकर्ता स्विच कर देंगे। 5



उदाहरण: प्रासंगिक सामग्री की अनुशंसा करके पृष्ठ दृश्य बढ़ाएँ।

मिलान की गई सामग्री के लिए एक निःशुल्क सामग्री अनुशंसा उपकरण है

AdSense प्रकाशक जो आपकी साइट की सामग्री को आपके वर्तमान आगंतुकों के लिए प्रचारित करते हैं। आप उपयोगकर्ताओं को और अधिक संलग्न करने के लिए मेल खाने वाली सामग्री की प्रासंगिक रूप से प्रासंगिक और वैयक्तिकृत लेख अनुशंसाओं से लाभ उठा सकते हैं।



3 स्पष्ट रूप से परिभाषित, इंटरैक्टिव कॉल टू एक्शन बनाएं

इनमें बोल्ट "साइन अप" बटन और दर्शकों को विशिष्ट सामग्री या पृष्ठों की ओर निर्देशित करने वाले आकस्मिक संकेत शामिल हो सकते हैं, और उपयोगकर्ताओं को कार्रवाई के लिए प्रेरित करने के उत्कृष्ट तरीके हैं।



मन में उतरो, और
दिल, अपने लक्ष्य का
श्रोता।

ऐसी सामग्री विकसित करें जो आपके दर्शकों को पसंद आए

"68% उपयोगकर्ता लोगों को बेहतर जानकारी देने के लिए [ऑनलाइन सामग्री] साझा करते हैं कि वे कौन हैं और उनकी क्या परवाह है।" 6

उपयोगकर्ता दृश्यात्मक, बाध्यकारी हिस्सेदार हैं और वे वैयक्तिकृत क्यूरेशन की अपेक्षा करते हैं। अपने लक्षित दर्शकों के दिलो-दिमाग में उतरें। अपने आपको उनके स्थान पर रख कर देखें; प्रासंगिक जानकारी, विचार, प्रेरणा और मनोरंजन के संदर्भ में वे क्या चाहते हैं और उन्हें क्या चाहिए?

जो सामग्री भावनाओं से भरी होती है, उसके आपके दर्शकों से संबंधित होने की अधिक संभावना होती है।

1 ऐसी सामग्री विकसित करें जिससे भावनात्मक या संबंधित प्रतिक्रिया उत्पन्न होने की संभावना हो।

उनके हितों के प्रति प्रासंगिक रहें:

लोग वह सामग्री साझा करते हैं जिसमें वे रुचि रखते हैं।



भरोसेमंद बनें और व्यावहारिक मार्गदर्शन प्रदान करें:

आपने पहले ही एक ऐसी आवाज़ स्थापित कर ली है जिससे उपयोगकर्ता जुड़ सकते हैं। अब इसका उपयोग उन्हें मार्गदर्शन देने के लिए करें जिसका वे वास्तव में उपयोग कर सकते हैं।

उन्हें आकर्षित करने और उन्हें व्यस्त रखने के लिए कहानियाँ सुनाएँ:

लोग उन कहानियों पर बेहतर प्रतिक्रिया देते हैं जो प्रासंगिक होती हैं। लोग जानकारी नहीं बल्कि कहानियाँ साझा करने की अधिक संभावना रखते हैं।

2 अपनी सामग्री रणनीति के लिए विविध दृष्टिकोण अपनाएं

सदाबहार सामग्री:

सदाबहार सामग्री वह सामग्री है जो अभी भी प्रासंगिक है, भले ही इसे एक्सेस किया गया हो। यदि आप सैन फ्रांसिस्को के खाद्य परिदृश्य के बारे में ब्लॉगिंग कर रहे हैं, तो इस गर्मी के सबसे आधुनिक खाद्य ट्रकों के बारे में सामग्री सदाबहार नहीं है। हालाँकि, मिशन डिस्ट्रिक्ट से प्रेरित कार्ने असाडा बरिटो के लिए एक नुस्खा है। चूंकि आपके दर्शक भोजन में रुचि रखते हैं, इसलिए इनमें से प्रत्येक सामग्री प्रकार बेहद प्रासंगिक है, हालांकि बाद वाले के समय के साथ प्रासंगिक बने रहने की अधिक संभावना है। सदाबहार सामग्री हमेशा खोजी जा रही है, और उपयोग में वृद्धि जारी रहेगी।

अपनी संग्रहीत सामग्री को खंगालें और जो सदाबहार है उसे अपने सोशल मीडिया दर्शकों के साथ पुनः साझा करने से न डरें।



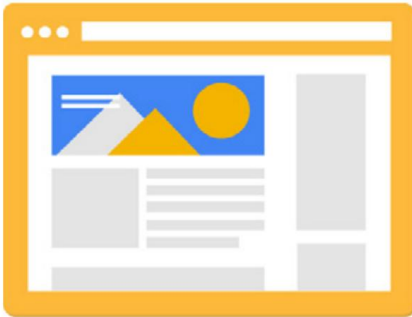
रुझान वाली सामग्री:

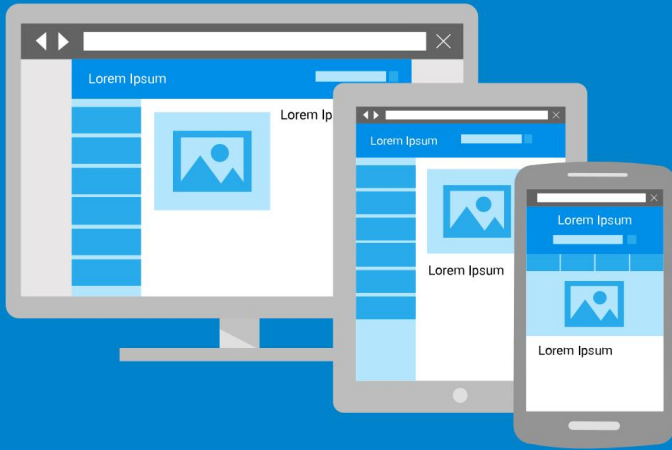
हमारे उदाहरण पर वापस जाएं, इस गर्मी के सबसे आधुनिक खाद्य ट्रकों के बारे में सामग्री ट्रेंडिंग सामग्री में फिट बैठती है। Google रुझानों पर मौजूद प्रचुर जानकारी का लाभ उठाएं आपके क्षेत्र के लोग क्या खोज रहे हैं, इसके बारे में और अधिक जानने में आपकी सहायता के लिए। और यदि आपके उपयोगकर्ता ऐसे क्षेत्र से हैं जो आपके लिए अपरिचित है, तो आप Google पंचांग का उपयोग कर सकते हैं आपको छुट्टियों और उनके आस-पास होने वाली घटनाओं की पहचान करने में मदद करने के लिए ताकि आपको प्रेरणा मिल सके।



गहन सामग्री:

यह ज्ञात है कि उपयोगकर्ता अक्सर किसी त्वरित प्रश्न का उत्तर देने के लिए Google की ओर रुख करते हैं, लेकिन शोध से पता चलता है उपयोगकर्ताओं की दैनिक सूचना आवश्यकताओं में से 10% तक एक व्यापक विषय के बारे में सीखना शामिल है। इन सर्वोत्तम प्रथाओं का पालन करें हमारे वेबमास्टर दिशानिर्देशों के साथ **यह हमारे सिस्टम को आपकी साइट की सामग्री को बेहतर ढंग से समझने में मदद करता है, और खोज परिणामों के गहन सेट में इसके प्रदर्शित होने की संभावनाओं में सुधार करता है।**





दृश्य सामग्री है

40X से भी अधिक

अन्य की तुलना में सोशल मीडिया पर
साझा किए जाने की संभावना है

सामग्री के प्रकार.

7

अपनी सामग्री का उपभोग करना आसान बनाएं

अपने दर्शकों को शामिल करने का मतलब उस कहानी को बताना है जो उपयोगकर्ता तलाश रहे हैं, अनोखे और रचनात्मक तरीके से। कभी-कभी इसका मतलब शब्दों से परे जाना और मीडिया का उपयोग करना होता है। एक प्रकाशक के रूप में, लोगों के लिए सामग्री का उपभोग करना आसान बनाना आपकी भूमिका है। कम ध्यान अवधि के साथ, ऐसी सामग्री बनाना महत्वपूर्ण है जो उपयोगकर्ताओं को व्यस्त रख सके और उनका मनोरंजन कर सके।

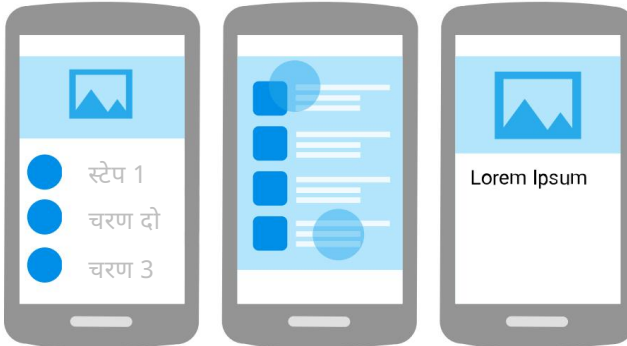
- ✓ एक ट्वीट 140 अक्षरों का होता है
- ✓ एक स्नेपचैट 10 सेकंड का होता है
- ✓ एक वाइन 6 सेकंड की होती है
- ✓ शेयर एक क्लिक है
- ✓ टिंडर मैच एक स्वाइप है



1 सूचियाँ, इन्फोग्राफिक्स, चित्र, शामिल करें जीआईएफ, और वीडियो

दृश्य और ऑनलाइन मीडिया के अन्य रूप, उपयोगकर्ताओं का ध्यान आपके मुख्य संदेशों की ओर निर्देशित करते हैं। दर्शकों के लिए इनसे जुड़ना और सामाजिक शेयरों को प्रोत्साहित करना आसान है।

जिन साइटों में वीडियो शामिल है उनमें उन साइटों की तुलना में औसतन 2 मिनट का अतिरिक्त समय लगता है जिनमें वीडियो शामिल नहीं है। 8



2 लंबी-फ़ॉर्म वाली सामग्री को छवियों के साथ तोड़ें

सुपाच्य सामग्री को हमेशा छोटे ध्वनि अंशों की आवश्यकता नहीं होती है।

लंबी-फ़ॉर्म वाली सामग्री तब सफल हो सकती है जब आप विज़िटर्स को देखने से रोकने के लिए कॉपी को चार्ट और ग्राफ़ जैसे दृश्यों के साथ विभाजित करते हैं।

3 अपनी सामग्री में सामाजिक प्रमाण मिलाएं

सकारात्मक सामाजिक प्रमाण प्रदर्शित करने के लिए, अपनी सामग्री में आसानी से जुड़ने वाली गतिविधियों को शामिल करें। उपयोगकर्ता के निर्णय को प्रभावित करने में सहायता के लिए सूचना के दृश्य प्रदर्शन के माध्यम से सामाजिक प्रमाण प्राप्त किया जा सकता है।

यहां आसानी से जुड़ने वाली गतिविधियों के उदाहरण दिए गए हैं:

क्रियाओं की तरह

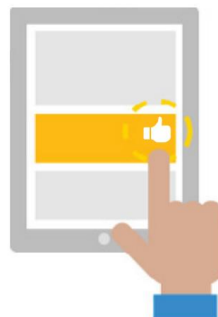
- जैसे, प्यार, दिल, अंगूठे ऊपर, ऊपर-वोट, आदि।
- के लिए "पसंद" कार्रवाइयों की संख्या प्रदर्शित करें
सामग्री का प्रत्येक टुकड़ा

क्रियाएँ साझा करना

- सामग्री साझा करना आसान बनाएं
- सामाजिक शेयरों की संख्या प्रदर्शित करें
सामग्री प्राप्त हुई है

कस्टम क्रियाएं

- प्रशंसापत्र, बैज, प्रभावशाली व्यक्तियों का समर्थन, ग्राहकों की संख्या, रेटिंग, समीक्षाएं आदि।





80% उपभोक्ताओं ने कहा
सामग्री की प्रामाणिकता
सबसे प्रभावशाली है
उनके निर्णय में कारक
अनुयायी बनो
एक ब्रांड का. 9

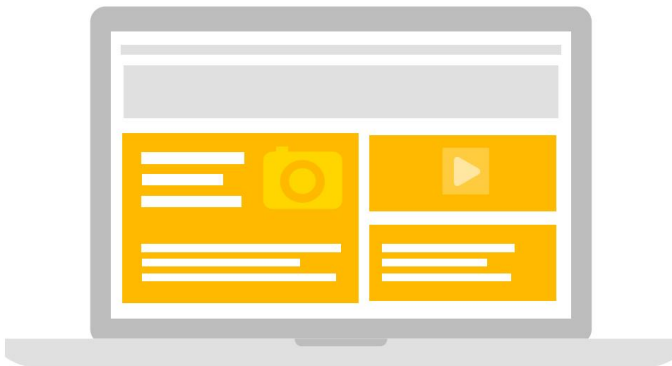
अच्छे स्रोतों का हवाला देकर अन्य साइटों के साथ प्यार साझा करें

80% उपभोक्ताओं ने कहा कि किसी ब्रांड का अनुयायी बनने के उनके निर्णय में "सामग्री की प्रामाणिकता" सबसे प्रभावशाली कारक है। 9

अपनी साइट को ताज़ा सामग्री के स्रोत के रूप में स्थापित करने का मतलब हमेशा यह नहीं होता है कि आपको विषय-क्षेत्र विशेषज्ञ होना होगा। अपने आगंतुकों को उपयोगी संसाधनों या गर्म विषयों पर दिलचस्प दृष्टिकोण की ओर निर्देशित करके जानकारी के एक विश्वसनीय स्रोत के रूप में अपनी साइट की विश्वसनीयता बढ़ाना संभव है। मैत्रीपूर्ण प्रशंसा की पेशकश आपकी सामग्री को मजबूत करती है और आपकी साइट को साथी समुदाय के सदस्यों से प्यार और ध्यान प्राप्त करने के मार्ग पर ले जाती है।

1 जहां क्रेडिट की ज़रूरत है वहां क्रेडिट दें

यदि आप ऐसी सामग्री या कहानी साझा कर रहे हैं जो किसी अन्य प्रकाशक के लिए मूल थी, तो मूल सामग्री स्वामी से वापस लिंक करना सबसे अच्छा अभ्यास है। यह एक बैकलिंक या इनबाउंड लिंक बनाता है, और यदि मूल सामग्री स्वामी अपने विश्लेषण में नोटिस करते हैं, तो वे एहसान वापस कर सकते हैं।



2 अपनी सामग्री के लिए लिंक बनाएं

ध्यान रखें, अन्य प्रकाशक और सोशल नेटवर्क उपयोगकर्ता अपने दर्शकों के लिए अच्छी, प्रासंगिक सामग्री साझा करने में प्रसन्न होते हैं। जब आप अच्छी सामग्री बनाते हैं, तो आप अपनी साइट पर लिंक सहित अन्य साइटों के वापस आने की संभावना बढ़ा देते हैं। इनबाउंड लिंक जो योग्यता आधारित हैं और संपादकीय विकल्प के रूप में स्वतंत्र रूप से स्वेच्छा से दिए गए हैं, खोज इंजन द्वारा आपकी साइट की गुणवत्ता के बारे में सकारात्मक संकेत प्राप्त किए जाते हैं।

संदर्भ

1 स्रोत: <https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/what-users-want-most-from-mobile-sites-today.html>

2 स्रोत: एसडीएल, चैनल अप्रासंगिक हैं <http://www.sdl.com/ilp/cxc/five-future-truths/channels-are-irrelevant.html>

3 स्रोत: <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-wining-shift-to-mobile-download.pdf>

4 स्रोत: Google/Ipsos, माइक्रो-मोमेंट अध्ययन में उपभोक्ता, मार्च 2015। ऑनलाइन जनसंख्या n=9598 पर आधारित।

5 स्रोत: <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-wining-shift-to-mobile-download.pdf>

6 स्रोत: <http://nytmarketing.whsites.net/mediakit/pos/>

7 स्रोत: <https://blog.bufferapp.com/infographics-visual-content-marketing>

8 स्रोत: <http://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing-statistics>

9 स्रोत: सेल्सफोर्स, पार्डॉट: 5 सहभागिता प्रश्नों के उत्तर दिए गए <http://www.slideshare.net/मैथ्यूस्वीज़ी/5-सामग्री-सगाई-प्रश्न-उत्तरित>