

Google

AdSense



Google AdSense

# Contents

Introduction.....	1
Help your audience become familiar with your brand.....	3
Design user journeys, not just web pages .....	8
Develop content that resonates with your audience .....	13
Make your content easy to consume .....	17
Share the love with other sites by referring to good sources.....	20

# Introduction

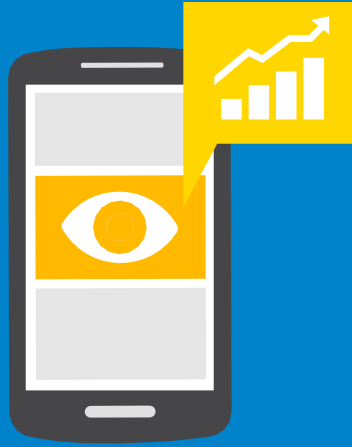
61% ଉପଭୋକ୍ତା ଶୀଘ୍ର ଅନ୍ୟ ସାଇଟକୁ ଯିବେ ଯଦି ସେମାନେ ତୁରନ୍ତ ଯାହା ଖୋଜୁଥିଲେ ତାହା ନ ପାଇଲେ ।

ଆଜି, ସୂଚନା ଆମ ଆଖିରେ ଅଛି ଏବଂ ଆମେ ଯେକ **any** ଶସି ଉପକରଣରେ ଯେକ **anywhere** ଶସି ସ୍ଥାନରୁ ଏହାକୁ ପ୍ରବେଶ କରିପାରିବା । କେବଳ କିଛି ଚ୍ୟାପ୍ ଲକ୍ଷ ଲକ୍ଷ ୱେବସାଇଟ୍ ଟାଣିଆଏ ଯାହା ଆମ ଧ୍ୟାନ ପାଇଁ ପ୍ରତିବନ୍ଧିତା କରେ । ପ୍ରକାଶକମାନଙ୍କ ପାଇଁ, ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବା କଦାପି ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ କିମ୍ବା ଅଧିକ ଚ୍ୟାଲେଞ୍ଜିଂ ହୋଇନାହିଁ ।

ତେବେ ଏହି ମୁହୂର୍ତ୍ତରେ ଆପଣ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ସହିତ କିପରି ଜଡ଼ିତ ହେବେ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ଅଧିକ ଫେରି ଆସିବାକୁ ପାଇବେ? ଦୁର୍ଭାଗ୍ୟବଶତା, ଉତ୍ତରଟି ଏକ ଚତୁର ହ୍ୟାକ୍ ନୁହେଁ । ତଥାପି, ଅନନ୍ୟ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉପାଦାନ କରି ଏବଂ ଏକ ଉତ୍ତମ ଅଭିଜ୍ଞତା ସହିତ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଆନନ୍ଦିତ କରି, ତୁମେ ତୁମର ଶ୍ରେଣୀତାମାନଙ୍କ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବା ପାଇଁ ଆଗେଇବ । ପ୍ରକୃତ ଆଣ୍ଡ ଡାମ୍ ବଲ୍ ର ପୂର୍ବତନ ଗ୍ଲୋବାଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଫିସର ଜିମ୍ ଷ୍ଟେଲେଲ୍ ଏହାକୁ ଫ୍ରେମ୍ କରି କହିଛନ୍ତି, “ଆମକୁ ଯାହା ଦରକାର ତାହା ହେଉଛି ଏକ ମାନସିକତା ପରିବର୍ତ୍ତନ ଯାହା ଆମକୁ ଆଜିର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ କରିବ, କହିବା ଏବଂ ବିକ୍ରୟ ’ଠାରୁ ସମ୍ପର୍କ ଗ to ିବା ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଏକ ମାନସିକ ପରିବର୍ତ୍ତନ ।

ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ ଗ and ିବା ଏବଂ ସକରାତ୍ମକ ପାରସ୍ପରିକ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପ ପାଇଁ ଉଚ୍ଚ-ଗୁଣାତ୍ମକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏହି ଗାଇଡ୍ ରେ, ଆମେ ଆପଣଙ୍କର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଯୋଗଦାନକୁ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଆପଣ ବର୍ତ୍ତମାନ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ବିଭିନ୍ନ କାର୍ଯ୍ୟକୁ କଭର୍ କରିବୁ । ଆମେ ଆଲୋଚନା କରିବୁ:

- ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ତୁମର ଶ୍ରେଣୀତାମାନଙ୍କୁ କିପରି ପରିଚିତ ହେବାକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ।  
ତୁମର ଶ୍ରେଣୀତାମାନଙ୍କ ସହିତ ପୁନଃ on ପ୍ରକାଶିତ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ କିପରି ବିକାଶ କରାଯିବ ।
- ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ସହଜରେ ବ୍ୟବହାର କରିବାର ଉପାୟ ।
- ଭଲ ଉତ୍ତରକୁ ଅନୁସରଣ କରି ତୁମେ କାହିଁକି ଅନ୍ୟ ସାଇଟ୍ ସହିତ ପ୍ରେମ ବାଣ୍ଟିବା ଉଚିତ୍ ।



ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର  
ଅନେକ ଟଚ୍ ପଏଣ୍ଟରେ ଏକ ସ୍ଥିର ବ୍ରାଣ୍ଡର  
ଉପସ୍ଥିତି ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରନ୍ତୁ।

ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ପରିଚିତ ହେବାକୁ ସାହାଯ୍ୟ କରନ୍ତୁ ।

ସର୍ବେକ୍ଷଣ କରାଯାଇଥିବା ସହସ୍ର ବର୍ଷର 60% ବ୍ରାଣ୍ଡରୁ ଅନଲାଇନରେ, ଷ୍ଟୋରରେ କିମ୍ବା ଫୋନ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଯୋଗାଯୋଗ କରିବା ପାଇଁ ଏକ ସ୍ଥିର ଅଭିଜ୍ଞତା ଆଣା କରନ୍ତୁ । ୨

ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ତୁମର ପ୍ରତିଯୋଗୀମାନଙ୍କଠାରୁ ପୃଥକ କର 'ତୁମର ସାଇଟର ପରିଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ଉପରେ ଏକ ଚିରସ୍ଥାୟୀ ଭାବନା ଛାଡ଼ିବାକୁ । ଏହା କରିବାର ଗୋଟିଏ ଉପାୟ ହେଉଛି ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ଥିବା ଅନେକ ଚର୍ଚ୍ଚା ପଏଣ୍ଟରେ ଏକ ସ୍ଥିର ବ୍ରାଣ୍ଡର ଉପସ୍ଥିତି ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବା ।

### 1. ତୁମର ସ୍ଵରକୁ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କର |( Define your voice)

ଆପଣ ଜଣାଇବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ସନ୍ଦେଶଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଏକ ଶ style ଲୀ ବାଛିନ୍ତୁ ଏବଂ ଏକ ଭିନ୍ନ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ । ତୁମର ଲେଖା ଶ style ଲୀ କାଳ୍ପିତାଲ, ଗ୍ରହଣ ରେଫରେନ୍ସ ସହିତ ଲେଖି ହୋଇଛି କି? କିମ୍ବା ପଏଣ୍ଟଗୁଡ଼ିକୁ ଘରକୁ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଭଲ-ଅନୁସନ୍ଧାନିତ ସୂଚନା ବ୍ୟବହାର କରି ଏହା ଅଧିକ ସରଳ ଏବଂ ସରଳ କି?

## 2.Be consistent(ସ୍ଥିର ରୁହ |)



ଅରେ ତୁମେ ଏକ ସ୍ଵର ପ୍ରତିଷ୍ଠା କର, ନିଶ୍ଚିତ କର ଯେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟରେ ସ୍ଥିର ରୁହ, ଯାହା ଦ୍ଵ people ାରା ଲୋକମାନେ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ପରିଚିତ ହୁଅନ୍ତି ଏବଂ ପରିଚିତ ହୁଅନ୍ତି ଏବଂ ଯେତେବେଳେ ସେମାନେ ତୁମର ସାଇଟ୍, ମୋବାଇଲ୍ ଆପ୍ କିମ୍ବା ତୁମର ସାମାଜିକ ଗୁଣ ପରିଦର୍ଶନ କରନ୍ତି କି' ଶ ଆଣା କରିବେ ଜାଣନ୍ତି ।

### 3.Relate to users' interests(ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ଆଗ୍ରହ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ କରନ୍ତୁ ।)

ଯଦିଓ ଆପଣଙ୍କ ଶ style ନୀ ବାଛିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ନୁହେଁ ।

ଆପଣ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ମଧ୍ୟ ପଡ଼ିବ ଯେ ପାଠକମାନେ ଭାବନ୍ତି ଯେ ଆପଣ ବାଛିଥିବା ବିଷୟଗୁଡ଼ିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଅଟେ ।

### Use Google Analytics(ଗୁଗୁଲ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ ।)

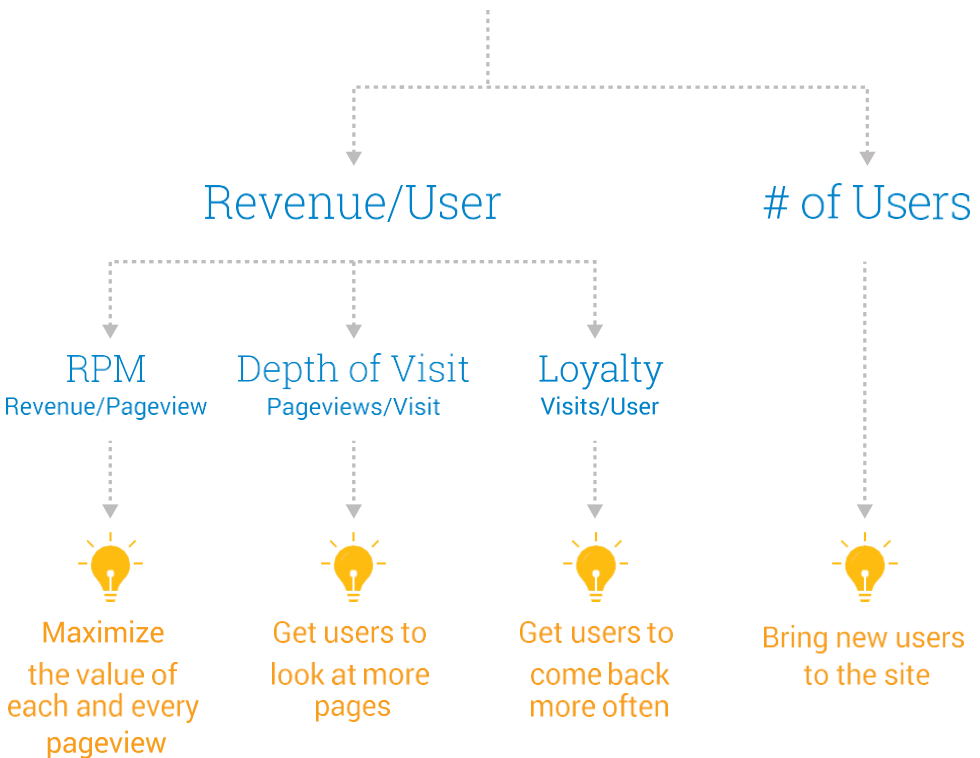


ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ସେମାନଙ୍କର ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ପସନ୍ଦ, ଆଗ୍ରହ ଏବଂ ଆବଶ୍ୟକତା ଅଛି । ସେ କ'ଣ ପଢ଼ିବେ, କେଉଁଠାରେ କିଣିବେ ଏବଂ କ'ଣ ବାଣ୍ଟିବେ ସେ ସ୍ଥିର କରୁଥିବାବେଳେ ଏହି ପାର୍ଥକ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟର ଆନାଲିଟିକ୍ସ ଅଧ୍ୟୟନ କରିବା ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ କେଉଁ ବିଷୟଗୁଡ଼ିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ, ଏବଂ କେଉଁଟି ତାହା ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ।

- ✓ ଏକ ତ୍ୟାସବୋର୍ଡ଼ ସେଟ୍ ଅପ୍ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ପାଇଁ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମେଟ୍ରିକ୍ ଟ୍ରାକ୍ କରେ । ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ଆନାଲିଟିକ୍ସ ଆକାଉଣ୍ଟରେ ଲଗ୍ କର, ଏହା ହେଉଛି ପ୍ରଥମ ଜିନିଷ ଯାହା ତୁମେ ଶୀଘ୍ର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିପାରିବ ।
- ✓ ଦୀର୍ଘକାଳୀନ ରାଜସ୍ୱ framework ାଞ୍ଚା ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦିଅନ୍ତୁ । ଏହା ଏକ ସରଳ, କିନ୍ତୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ framework ାଞ୍ଚା ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ଚାରୋଟି ଲିଭର ବୁ understand ିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟ୍ ବ grow ାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ । ଏହି framework ାଞ୍ଚା ସହିତ, ନିମ୍ନ ଚାର୍ଟରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ଚାରୋଟି ଲିଭର ଅନୁଯାୟୀ ତୁମର ସାଇଟ୍ ଅପ୍ଟିମାଇଜେସନ୍ ପ୍ରୟାସକୁ ବିଚାର କର ।

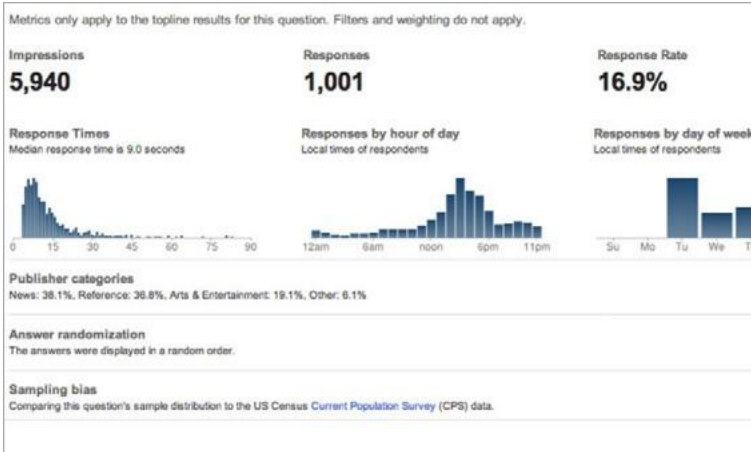
# Google AdSense Long-term Revenue Framework

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



## Use Google Consumer Surveys

ଗୁଗୁଲ ଗ୍ରାହକ ସର୍ବେକ୍ଷଣ ଆପଣଙ୍କୁ ଉତ୍ପାଦ ସଂଗ୍ରହ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କ ନିଜ



ଖେବ୍ ସର୍ତ୍ତେ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେଇଥାଏ ଯାହା ଦ୍ your ାରା ଲୋକମାନେ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିଷୟରେ କ'ଣ ଭାବନ୍ତି, ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ କ'ଣ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ, ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ଡିଜାଇନ୍ ପାଇଁ କେଉଁ ରଙ୍ଗ ସର୍ବୋତ୍ତମ କାର୍ଯ୍ୟ କରେ ।



ଆପଣଙ୍କର ବିଭିନ୍ନ ଉପଭୋକ୍ତା ବିଭାଗଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ଏକ ସ୍ୱଚ୍ଛ  
ଯୋଜନା-କାର୍ଯ୍ୟ କରିବା ମୂଲ୍ୟବାନ ଜ୍ଞାନ ପ୍ରଦାନ କରିବ,  
ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଆନନ୍ଦିତ କରିବ ଏବଂ ସହଭାଗିତା ବୃଦ୍ଧି  
କରିବ ।

ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ

କେବଳ ଷ୍ଟେପ୍ ପୃଷ୍ଠା ନୁହେଁ, ଉପଭୋକ୍ତା ଯାତ୍ରା ଡିଜାଇନ୍ କରନ୍ତୁ ।

"କେବଳ 9% ଉପଭୋକ୍ତା ମୋବାଇଲ୍ ସାଇଟ୍ କିମ୍ବା ଆପରେ ରହିବେ ଯଦି ଏହା ସେମାନଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ ନକରେ (ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ସୂଚନା ଖୋଜିବା କିମ୍ବା ଶୀଘ୍ର ନେଭିଗେଟ୍ କରିବା) ।" 3

ଆମେ ସୂଚାଇଛୁ ଯେ ଉଚ୍ଚ-ଗୁଣାତ୍ମକ ଅନନ୍ୟ ବିଷୟବସ୍ତୁ ହେଉଛି ଭ୍ରମଣକାରୀ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବିଷୟବସ୍ତୁର ଅଂଶୀଦାରକୁ ଚଳାଇବା ପାଇଁ ଏକ ପ୍ରମୁଖ ଉପାଦାନ । କିନ୍ତୁ ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତା ବିଷୟରେ କ'ଣ?

ଆପଣଙ୍କର ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଷ୍ଟେପ୍ ପୃଷ୍ଠା ଗନ୍ତବ୍ୟକ୍ଷମ ଡିଜାଇନ୍ କରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ, ଉପଭୋକ୍ତା



ଯାତ୍ରା ଡିଜାଇନ୍ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତୁ । ସମ୍ବନ୍ଧିତ ମେସେଜିଂ ଏବଂ ଉପଭୋକ୍ତା ଫୋକସ୍ ସାଇଟ୍ ଡିଜାଇନ୍ ଆପଣଙ୍କ ଶ୍ରୋତା ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଅଧିକ ଫଳାଫଳ ପ୍ରଦାନ କରେ ।

### 1 Create a moments map (ଏକ ମୁହୂର୍ତ୍ତ ମାନଚିତ୍ର ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ ।)

ଏକ ମୁହୂର୍ତ୍ତ ମାନଚିତ୍ର ହେଉଛି ଉପଭୋକ୍ତା ମୁହୂର୍ତ୍ତଗୁଡ଼ିକର ସେଟ୍ ଚିହ୍ନଟ କରିବା ପାଇଁ ତୁମର ସମାଧାନ ଯାହା ତୁମେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଜିତିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି କିମ୍ବା ହରାଇବାକୁ ସମ୍ଭାବନା ନୁହେଁ ।

ଏହା ଏକ ଆନନ୍ଦଦାୟକ ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତାକୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବା ପାଇଁ ମୂଳଦୁଆ ପକାଇଥାଏ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଆପଣଙ୍କର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ପ୍ରବାହ ଉପରେ ଧ୍ୟାନ ଦେବାକୁ ସାଇଟ୍ ଡିଜାଇନ୍‌କୁ ଉତ୍ସାହିତ କରନ୍ତି ।

ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାବେଳେ 91% ସ୍ମାର୍ଟଫୋନ୍ ବ୍ୟବହାରକାରୀ ଧାରଣା ପାଇଁ ନିଜ ଫୋନକୁ ଯାଇଥାନ୍ତି । ଏକ



ମୁହୂର୍ତ୍ତ ମାନଚିତ୍ର ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ; ତୁମେ ତୁମର ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କର ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଅନୁମାନ କରିବ ଏବଂ ସେହି ଆବଶ୍ୟକତା ପୂରଣ କରିବାରେ ସେମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଉପଯୋଗୀ ହେବ । 4

ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡ ପାଇଁ ଉପଭୋକ୍ତା ଯାତ୍ରାର ସମସ୍ତ ପର୍ଯ୍ୟାୟ ପରୀକ୍ଷା ଏବଂ ମାନଚିତ୍ର କରନ୍ତୁ, ଏବଂ ସେହି ମୁହୂର୍ତ୍ତଗୁଡ଼ିକ ଖୋଜି, ଯେତେବେଳେ ଲୋକମାନେ ପ୍ରେରଣା ପାଇବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି, ଆପଣ ରିପୋର୍ଟ କରୁଥିବା କିଛି ବିଷୟରେ ଜାଣନ୍ତି, ଏକ ସାମାଜିକ ବିବୃତ୍ତି କରନ୍ତି କିମ୍ବା ଏହା ମଧ୍ୟରେ କିଛି କରନ୍ତି । ତା’ ପରେ ବିଭିନ୍ନ ପରିବର୍ତ୍ତନ ପ୍ରକାରର ସମୟ ସୀମା ପୂରଣ କରିବାବେଳେ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଫର୍ମାଟ୍ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କର । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ସେମାନେ ସମୟକୁ ହତ୍ୟା କରୁଛନ୍ତି କି? କିଛି କିଣିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି କି? କିମ୍ବା, ସେମାନେ ତୁମର ଉତ୍ପାଦକୁ ତୁମର ପ୍ରତିଯୋଗୀମାନଙ୍କ ସହିତ ତୁଳନା କରୁଛନ୍ତି କି?

ତୁମର ଖେବସାଇଟ୍ ଡିଜାଇନକୁ ସଂକଳ୍ପ କରିବା ଆରମ୍ଭ କରିବା ପୂର୍ବରୁ ଉପଭୋକ୍ତା ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ରୁ you ିବା ତୁମକୁ ଏକ ଆନନ୍ଦଦାୟକ ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ।

ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ପରିବର୍ତ୍ତନମାନେ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବା ସହିତ ସେଠାରେ ବିତାଇବାକୁ ଇଚ୍ଛୁକ ଥିବା ସମୟକୁ ପୂରଣ କରନ୍ତି ।

# ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ତୁମର ଇଚ୍ଛାକୃତ ଫଳାଫଳକୁ ଯଥାସମ୍ଭବ ପଦକ୍ଷେପରେ ପହଞ୍ଚାଇବା ସହଜ କର ।

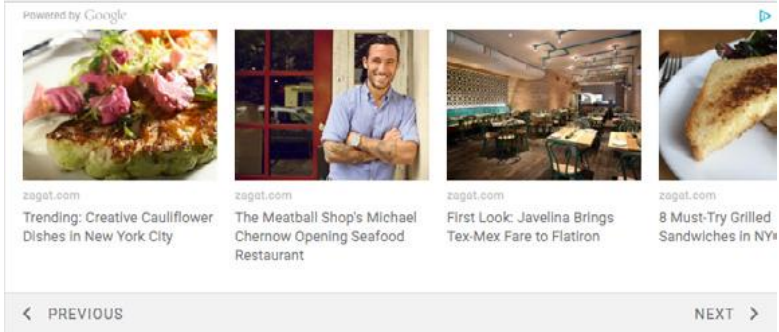
Example: Gain user insights with gated content(ଉଦାହରଣ: ଗେଟେଡ଼ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଉପଭୋକ୍ତା ଜ୍ଞାନ ପ୍ରାପ୍ତ କରନ୍ତୁ ।)

ଫର୍ମ ପଛରେ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର, ଆକାଂକ୍ଷିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଗେଟ୍ କରିବା, ନ୍ୟୁଜଲେଟର ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରିବା କିମ୍ବା ସର୍ଭେ ପ୍ରଶ୍ନ ପଚାରିବା ଉପଭୋକ୍ତା ଜ୍ଞାନ ସଂଗ୍ରହ ପାଇଁ ଅତ୍ୟନ୍ତ ଉପଯୋଗୀ କି stratag ଶିଳ ହୋଇପାରେ । ଉପଭୋକ୍ତା ଦର୍ଶକ ଆପଣଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ଜନସଂଖ୍ୟାକୁ ଭଲ ଭାବରେ ବୁଝି understand ୀବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ଏବଂ ଅଧିକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ରଖାଯାଇଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ଉପାଦାନ କରେ ଯାହା ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥକୁ ପୂରଣ କରେ । ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସେମାନେ ଅନୁରୋଧ କରିଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ସହଜ କରନ୍ତୁ, ଅନୁସନ୍ଧାନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି ଯେ 67% ଉପଭୋକ୍ତା ସୁଇଚ୍ କରିବେ ଯଦି ଏହା କ୍ରମ କିମ୍ବା ଆବଶ୍ୟକୀୟ ସୂଚନା ପାଇବା ପାଇଁ ବହୁତ ପଦକ୍ଷେପ ନିଏ ।



Example: Drive page views by recommending relevant content.( ଉଦାହରଣ: ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ସୁପାରିଶ କରି ପୃଷ୍ଠା ଦୃଶ୍ୟକୁ ଡ୍ରାଇଭ୍ କରନ୍ତୁ ।)

ମେଳ ହୋଇଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ହେଉଛି AdSense ପ୍ରକାଶକଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ମାଗଣା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୁପାରିଶ



ଉପକରଣ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟରୁ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଆପଣଙ୍କର ସାମ୍ପ୍ରତିକ ପରିଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ପ୍ରୋତ୍ସାହିତ କରେ । ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଅଧିକ ଜଡ଼ିତ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣ ମେଳ ହୋଇଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଏବଂ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ପ୍ରବନ୍ଧ ସୁପାରିଶରୁ ଉପକୃତ ହୋଇପାରିବେ ।

**3** Create clearly defined, interactive callsto action(କାର୍ଯ୍ୟକୁ ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ବ୍ୟାଖ୍ୟା କରାଯାଇଥିବା, ଇଣ୍ଟରାକ୍ଟିଭ୍ କଲ୍ ସ୍ପଷ୍ଟ କରନ୍ତୁ ।)

ଏଥିରେ ବୋଲନ୍ତୁ “ସାଇନ୍ ଅପ୍” ବଟନ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ ଏବଂ ଦର୍ଶକମାନଙ୍କୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ବିଷୟବସ୍ତୁ କିମ୍ବା ପୃଷ୍ଠାଗୁଡ଼ିକୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେବା ପାଇଁ କାନ୍ଥୁଆଲ୍ ପ୍ରମ୍ପ୍ଟ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରାଯାଇପାରେ ଏବଂ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ କାର୍ଯ୍ୟକୁ ସ୍ଥାନାନ୍ତର କରିବାର ଉତ୍ତ୍ରେକ୍ଷ୍ମ ଉପାୟ ।



Get into the minds, and  
hearts, of your target  
audience.( ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ  
ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନ, ଏବଂ ହୃଦୟରେ  
ପ୍ରବେଶ କର ।)



## Develop content that resonates with your audience (ବିଷୟବସ୍ତୁ ବିକାଶ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କ ସହିତ ପୁନଃ ପ୍ରକାଶିତ |)

୫୫% ଉପଭୋକ୍ତା [ଅନଲାଇନ୍ ବିଷୟବସ୍ତୁ] ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ କିଏ ଏବଂ ସେମାନେ କ'ଣ ଚିନ୍ତା କରନ୍ତି ତାହା ଲୋକଙ୍କୁ ଭଲ ଭାବରେ ଅନୁଭବ କରିବାକୁ | ୬

ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ, ବ୍ୟାପକ ମୂଳକ ଅଂଶୀଦାର ଏବଂ ସେମାନେ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଚିନ୍ତା ଆଶା କରନ୍ତି | ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଦର୍ଶକଙ୍କ ମନ, ଏବଂ ହୃଦୟରେ ପ୍ରବେଶ କର | ନିଜକୁ ସେମାନଙ୍କ ଜୋଡ଼ାରେ ରଖ; ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ସୂଚନା, ଧାରଣା, ପ୍ରେରଣା ଏବଂ ମନୋରଞ୍ଜନ ଦୃଷ୍ଟିରୁ ସେମାନେ କ'ଣ ଚାହାଁନ୍ତି ଏବଂ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି?

ଆବେଗ ବହନ କରୁଥିବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ |

- 1 ବିଷୟବସ୍ତୁ ବିକାଶ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଏକ ଭାବପ୍ରବଣ କିମ୍ବା ପୁନଃ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା ସୃଷ୍ଟି କରିବାର ସମ୍ଭାବନା |.

### Be relevant to their interests (ସେମାନଙ୍କ ସ୍ୱାର୍ଥ ପାଇଁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ହୁଅନ୍ତୁ:)



### ଲୋକମାନେ ଆଗ୍ରହୀ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତି |

Be relatable and provide practical guidance: (ସମ୍ପର୍କୀୟ ହୁଅନ୍ତୁ ଏବଂ ବ୍ୟବହାରିକ ମାର୍ଗଦର୍ଶନ ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତୁ:)

ଆପଣ ପୂର୍ବରୁ ଏକ ସ୍ୱର ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିସାରିଛନ୍ତି ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ସମ୍ପର୍କ କରିପାରିବେ | ବର୍ତ୍ତମାନ ସେମାନଙ୍କୁ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେବା ପାଇଁ ଏହାକୁ ବ୍ୟବହାର କରନ୍ତୁ |

ସେମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ନିୟୋଜିତ ରଖିବା ପାଇଁ କାହାଣୀ କୁହ:

ଲୋକମାନେ କାହାଣୀଗୁଡ଼ିକ ଉପରେ ଭଲ ପ୍ରତିକ୍ରିୟା କରନ୍ତି ଯାହା ପ୍ରସଙ୍ଗଭିତ୍ତିକ |  
ଲୋକମାନେ କାହାଣୀ ବାଣ୍ଟିବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ, ସୂଚନା ନୁହେଁ |

- 2 Take a diversified approach to your content strategy (ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ରଖିନୀତି ପାଇଁ ଏକ ବିବିଧ ଆଭିମୁଖ୍ୟ ଗ୍ରହଣ କର |)

Evergreen content:( ଚିର ସବୁଜ ବିଷୟବସ୍ତୁ:)

ଚିର ସବୁଜ ବିଷୟବସ୍ତୁ ହେଉଛି ବିଷୟବସ୍ତୁ ଯାହାକି ଯେତେବେଳେ ଆକ୍ସେସ୍ ହୁଏ ସେଥିରେ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ଅଟେ | ଯଦି ଆପଣ ସାନ ପ୍ରାକ୍ରିୟା ଫୁଟି ଦୃଶ୍ୟ ବିଷୟରେ କଲିଂ କରୁଛନ୍ତି, ଏହି ଗ୍ରୀଷ୍ମର ଗ୍ରେଣ୍ଡିଂ ଖାଦ୍ୟ ଟୁକ ବିଷୟରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସବୁବେଳେ ସବୁଜ ନୁହେଁ | ଏକ ମିଶନ ଜିଲ୍ଲା ପାଇଁ ପ୍ରେରିତ କାର୍ନେ ଆସତା ବୁରିଟୋ, ଯଦିଓ, ଯେହେତୁ ଆପଣଙ୍କର ଶ୍ରେଣୀମାନେ ଖାଦ୍ୟ ପ୍ରତି ଆଗ୍ରହୀ, ଏହି ବିଷୟବସ୍ତୁଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରତ୍ୟେକଟି ଅତ୍ୟନ୍ତ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ, ତଥାପି ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ ସମୟ ସହିତ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ରହିବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଧିକ | ଚିର ସବୁଜ ବିଷୟବସ୍ତୁ |



ସର୍ବଦା ଖୋଜାଯାଏ, ଏବଂ ବ୍ୟବହାରରେ ବୃଦ୍ଧି ପାଇବ | ଆପଣଙ୍କର ସଂଗୃହିତ ବିଷୟବସ୍ତୁ ମାଧ୍ୟମରେ ଖୋଲନ୍ତୁ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ସୋସିଆଲ୍ ମିଡ଼ିଆ ଦର୍ଶକଙ୍କ ସହିତ ସବୁବେଳେ ସବୁଜ ରଙ୍ଗର ପୁନ h ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ଭୟ କରନ୍ତୁ ନାହିଁ |

### Trending content:( ଟ୍ରେଣ୍ଡିଂ ବିଷୟବସ୍ତୁ:)

ଆମର ଉଦାହରଣକୁ ଫେରନ୍ତୁ, ଏହି ଗ୍ରୀଷ୍ମର ଟ୍ରେଣ୍ଡିଂ ଖାଦ୍ୟ ଟ୍ରକ୍ ବିଷୟରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଟ୍ରେଣ୍ଡିଂ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଖାପ ଖାଏ । ଗୁଗୁଲ୍ ଟ୍ରେଣ୍ଡଗୁଡ଼ିକରେ ଥିବା ତଥ୍ୟର ସମ୍ପର୍କକୁ ଟ୍ୟାପ୍ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ଅଞ୍ଚଳର ଲୋକମାନେ କ’ଣ ଖୋଜୁଛନ୍ତି ତାହା ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବେ । ଏବଂ ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଏକ କ୍ଷେତ୍ରରୁ ଆସିଛନ୍ତି ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ପାଇଁ ଅପରିଚିତ, ଆପଣ ଏହାକୁ ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ।



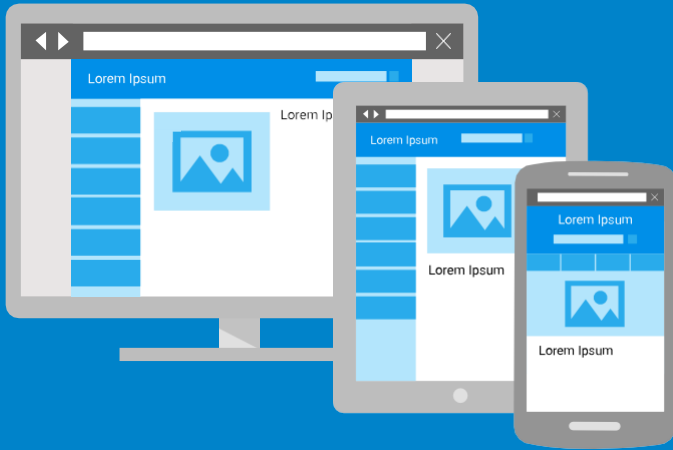
ଗୁଗୁଲ୍ ଆଲମାନାକ ଆପଣଙ୍କୁ ସେହି ପ୍ରେରଣା ଦେବା ପାଇଁ ଛୁଟିଦିନ ଏବଂ ଘଟଣାଗୁଡ଼ିକୁ ଚିହ୍ନଟ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ।

### In-depth content:( ଗଭୀର ବିଷୟବସ୍ତୁ:)

ଏହା ଜଣା ଯେ ଶୀଘ୍ର ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦେବାକୁ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଗୁଗୁଲକୁ ଯାଇଥାନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ଅନୁସନ୍ଧାନରୁ ଜଣାପଡ଼ିଛି ଯେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କ ଦୈନିକ ସୂଚନା ଆବଶ୍ୟକତାର 10% ଏକ ବ୍ୟାପକ ବିଷୟ ବିଷୟରେ ଜାଣିବା ସହିତ ଜଡ଼ିତ । ଆମର ଖେତ୍ରମାନଙ୍କର ଗାଈତଲାଇନ ସହିତ ଏହି ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ଅନୁସରଣ କରିବା ଆମର ସିଷ୍ଟମକୁ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଭଲ ଭାବରେ ବୁଝିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ, ଏବଂ ସନ୍ଧାନ ଫଳାଫଳର ଗଭୀର



ସେଟରେ ଦେଖାଯିବାର ସମ୍ଭାବନାକୁ ଉନ୍ନତ କରିଥାଏ ।



Visual content is  
more than 40X more  
likely to get shared on  
social media than other  
types of content. <sup>7</sup>

(ଭିଜୁଆଲ୍ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅନ୍ୟମାନଙ୍କ ତୁଳନାରେ ସୋସିଆଲ୍ ମିଡ଼ିଆରେ ଅଂଶୀଦାର ହେବାର 40X ରୁ ଅଧିକ | ବିଷୟବସ୍ତୁର ପ୍ରକାରଗୁଡ଼ିକ | 7)

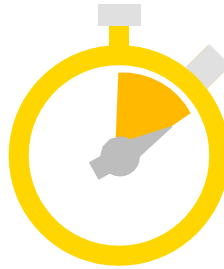


# Make your content easy to consume(ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ସହଜରେ ବ୍ୟବହାର କର |)

ଏକ ଅନନ୍ୟ ଏବଂ ସୂଜନଶୀଳ ଉପାୟରେ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ଖୋଜୁଥିବା କାହାଣୀ କହିବା ବିଷୟରେ ଆପଣଙ୍କର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ଜଡ଼ିତ କରିବା | ବେଳେବେଳେ ଏହାର ଅର୍ଥ ଶବ୍ଦ ବାହାରେ, ଏବଂ ମିଡ଼ିଆ ବ୍ୟବହାର କରିବା | ପ୍ରକାଶକ ଭାବରେ, ବିଷୟବସ୍ତୁ ଖାଇବା ଲୋକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ସହଜ କରିବା ଆପଣଙ୍କର ଭୂମିକା | ସ୍ପଷ୍ଟ ଧ୍ୟାନ ସହିତ,

ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଯାହା ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ନିୟୋଜିତ ଏବଂ ମନୋରଞ୍ଜନ କରିପାରିବ |

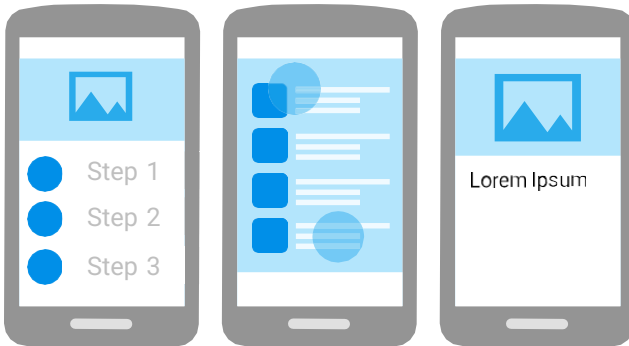
- ✓ ଏକ ଟିଟ୍ ହେଉଛି 140 ଅକ୍ଷର
- ✓ ଏକ ସ୍ୱାପଚର୍ ହେଉଛି 10 ସେକେଣ୍ଡ |
- ✓ ଏକ ଦ୍ରାକ୍ଷାଲତା 6 ସେକେଣ୍ଡ ଅଟେ |
- ✓ ଏକ ସେୟାର ହେଉଛି ଏକ କ୍ଲିକ୍ |
- ✓ ଏକ ଟିଣ୍ଡର ମ୍ୟାଟ୍ ହେଉଛି ଏକ ସ୍କାଇପ୍ |



## 1 Incorporate lists, infographics, images, GIFs, and videos (ତାଲିକା, ଇନଫୋଗ୍ରାଫିକ୍, ପ୍ରତିଛବି, GIF, ଏବଂ ଭିଡ଼ିଓଗୁଡ଼ିକ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ |)

ଭିଡ଼ିଓଆଲ୍, ଏବଂ ଅନଲାଇନ୍ ମିଡ଼ିଆର ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଫର୍ମ, ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରମୁଖ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରତି ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କ ଧ୍ୟାନକୁ ପ୍ରତ୍ୟକ୍ଷ କରେ | ଦର୍ଶକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ସାମାଜିକ ଅଂଶୀଦାର ସହିତ ପୁନଃ ପ୍ରତିରୋପଣ ଏବଂ ଉତ୍ସାହିତ କରିବା ସହଜ ଅଟେ |'

ଯେଉଁ ସାଲଟଗୁଡ଼ିକ ଭିଡ଼ିଓ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ସେହି ସାଲଟଗୁଡ଼ିକ ତୁଳନାରେ ହାରାହାରି ଅତିରିକ୍ତ 2 ମିନିଟର ରହଣି ସମୟ ଅଛି ଯାହା ନାହିଁ | 8



**2** Break up long-form content with images (ପ୍ରତିଛବି ସହିତ ଲମ୍ବା ଫର୍ମ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଭାଙ୍ଗନ୍ତୁ ।)

ହଜନ ଯୋଗ୍ୟ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସବୁବେଳେ ଛୋଟ ଧ୍ୱନି କାମୁଡ଼ିବା ଆବଶ୍ୟକ କରେ ନାହିଁ । ଲମ୍ବା ଫର୍ମ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସଫଳ ହୋଇପାରେ ଯେତେବେଳେ ଆପଣ ଭ୍ରମଣକାରୀଙ୍କୁ ଚ୍ୟୁନ୍ ନକରିବା ପାଇଁ ଚାର୍ଟ ଏବଂ ଗ୍ରାଫ୍ ପରି ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ସହିତ କପି ଭାଙ୍ଗନ୍ତି ।

**3** Blend social proof into your content (ସାମାଜିକ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁରେ ମିଶ୍ରଣ କର ।)

ସକରାତ୍ମକ ସାମାଜିକ ପ୍ରମାଣ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରିବାକୁ, ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ମଧ୍ୟରେ ସହଜ-ସହ-ଜଡ଼ିତ କାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କର । ସାମାଜିକ ପ୍ରମାଣ ହାସଲ କରାଯାଇପାରିବ ।

ଏକ ଉପଭୋକ୍ତାଙ୍କର ନିଷ୍ପତ୍ତିକୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ସୂଚନାର ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ପ୍ରଦର୍ଶନ ମାଧ୍ୟମରେ ।

କାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ଜଡ଼ିତ ହେବାର ସହଜ ଉଦାହରଣ ଏଠାରେ ଅଛି::

*Like actions*

- ପସନ୍ଦ, ପ୍ରେମ, ହୃଦୟ, ଆଜୁଠି ଉଠାଇବା, ଅପ୍ ଡୋଟ୍ ଇତ୍ୟାଦି
- ପାଇଁ “ଲାଭକ୍” କ୍ରିୟାଗୁଡ଼ିକର ସଂଖ୍ୟା ପ୍ରଦର୍ଶନ କରନ୍ତୁ ।
- ପ୍ରତ୍ୟେକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ।



*Sharing actions*

- ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ସହଜ କରନ୍ତୁ ।
- ସାମାଜିକ ଅଂଶୀଦାର ସଂଖ୍ୟା ପ୍ରଦର୍ଶିତ କରନ୍ତୁ ।
- ବିଷୟବସ୍ତୁ ଗ୍ରହଣ କରିଛି ।

*Custom actions*



ପ୍ରଶଂସାପତ୍ର, ବ୍ୟାଜ୍, ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଏଣ୍ଟୋର୍ସମେଣ୍ଟ୍, ଗ୍ରାହକ ଗଣନା, ମୂଲ୍ୟାୟନ, ସମୀକ୍ଷା ଇତ୍ୟାଦି ।



80% of consumers said  
authenticity of content  
is the most influential  
factor in their decision to  
become a follower  
of a brand.

(80% ଗ୍ରାହକ କହିଛନ୍ତି ଯେ ବିଷୟବସ୍ତୁର ସତ୍ୟତା

ହେଉଛି ସବୁଠାରୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ |

ସେମାନଙ୍କର ନିଷ୍ପତ୍ତିରେ କାରକ |

ଏକ ବ୍ରାଣ୍ଡର ଅନୁଗାମୀ ହୁଅ | ୨)<sup>୯</sup>



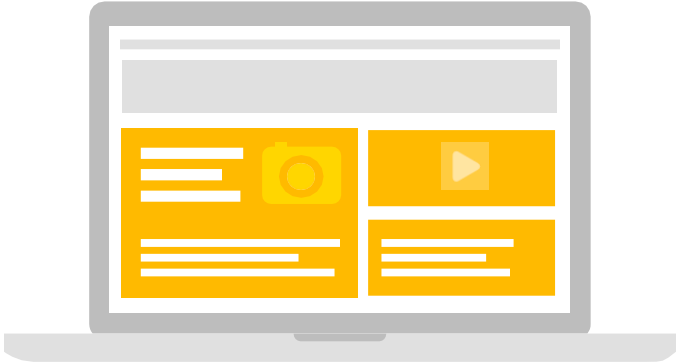
ଭଲ ଉତ୍ସକୁ ଅନୁସରଣ କରି ଅନ୍ୟ ସାଇଟଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ପ୍ରେମ ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତୁ ।

80% ଗ୍ରାହକ କହିଛନ୍ତି ଯେ ଏକ ବ୍ରାଉଜର ଅନୁଗାମୀ ହେବା ନିଷ୍ପତ୍ତିରେ “ବିଷୟବସ୍ତୁର ପ୍ରାମାଣିକତା” ହେଉଛି ସବୁଠାରୁ ପ୍ରଭାବଶାଳୀ କାରକ । 9

ତାଜା ବିଷୟବସ୍ତୁ ପାଇଁ ଏକ ଉତ୍ସ ଭାବରେ ଆପଣଙ୍କର ସାଇଟ ପ୍ରତିଷ୍ଠା କରିବା ସର୍ବଦା ଏହାର ଅର୍ଥ ନୁହେଁ ଯେ ଆପଣଙ୍କୁ ବିଷୟ-କ୍ଷେତ୍ର ବିଶେଷଜ୍ଞ ହେବାକୁ ପଡ଼ିବ । ଆପଣଙ୍କ ଭ୍ରମଣକାରୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟକାରୀ ଉତ୍ସ କିମ୍ବା ହଟ ପ୍ରସଙ୍ଗ ଉପରେ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଦୃଷ୍ଟିକୋଣକୁ ନିର୍ଦ୍ଦେଶ ଦେଇ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟର ବିଶ୍ୱସନୀୟତା ବୃଦ୍ଧି କରିବା ସମ୍ଭବ ଅଟେ । ବନ୍ଧୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଚିତ୍କାର କରିବା ଆପଣଙ୍କ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ମଜବୁତ କରେ ଏବଂ ସାଥୀ ସମ୍ପ୍ରଦାୟର ସହଯୋଗୀତାକୁ ପ୍ରେମ ଏବଂ ଧ୍ୟାନ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟକୁ ପଥରେ ରଖେ ।

**1 Give credit where credit is due(ଯେଉଁଠାରେ credit ଶ ଦେବାର ଅଛି ସେଠାରେ କ୍ରେଡିଟ୍ ଦିଅ ।)**

ଯଦି ଆପଣ ବିଷୟବସ୍ତୁ କିମ୍ବା ଏକ କାହାଣୀ ଅଂଶୀଦାର କରୁଛନ୍ତି ଯାହାକି ଅନ୍ୟ ପ୍ରକାଶକଙ୍କ ପାଇଁ ମୂଳ ଥିଲା, ମୂଳ ବିଷୟବସ୍ତୁ



ମାଲିକ ସହିତ ପୁନ link ଲିଙ୍କ୍ କରିବା ଏକ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଭ୍ୟାସ । ଏହା ଏକ ବ୍ୟାକ୍ ଲିଙ୍କ୍ କିମ୍ବା ଇନବାଉଣ୍ଟ୍ ଲିଙ୍କ୍ ସୃଷ୍ଟି କରେ, ଏବଂ ଯଦି ମୂଳ ବିଷୟବସ୍ତୁ ମାଲିକ ସେମାନଙ୍କ ଆନାଲିଟିକ୍ସରେ ନୋଟିସ୍ କରନ୍ତି, ସେମାନେ ଅନୁଗ୍ରହ ଫେରାଇ ପାରନ୍ତି ।

## 2 Generate links to your content(ତୁମର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ଲିଙ୍କ ସୃଷ୍ଟି କର |)

ମନେରଖନ୍ତୁ, ଅନ୍ୟ ପ୍ରକାଶକ ଏବଂ ସାମାଜିକ ନେଟୱାର୍କ ଉପଭୋକ୍ତାମାନେ ସେମାନଙ୍କ ଦର୍ଶକଙ୍କ ପାଇଁ ଭଲ, ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ବାଣ୍ଟିବାକୁ ଖୁସି | ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ଭଲ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସୃଷ୍ଟି କର, ତୁମେ ତୁମର ସାଇଟକୁ ଲିଙ୍କ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରି ଅନ୍ୟ ସାଇଟଗୁଡ଼ିକର ସୁଯୋଗ ବ increase ାଇବ | ଇନବାଉଣ୍ଡ ଲିଙ୍କ ଯାହା ମେରିଟ-ଆଧାରିତ ଏବଂ ଏକ ସମ୍ପାଦକୀୟ ପସନ୍ଦ ଭାବରେ ସୃଷ୍ଟି କରାଯାଇଛି, ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟର ଗୁଣବତ୍ତା ବିଷୟରେ ଏକ ସକରାତ୍ମକ ସଙ୍କେତ ସର୍ତ୍ତ ଲଞ୍ଜିନ୍ ପୁନରୁଦ୍ଧାର କରିଥାଏ |

## References

- 1 **Source:** <https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/what-users-want-most-from-mobile-sites-today.html>
- 2 **Source:** SDL, Channels are irrelevant <http://www.sdl.com/ilp/cxc/five-future-truths/channels-are-irrelevant.html>
- 3 **Source:** <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>
- 4 **Source:** Google/Ipsos, Consumers in the Micro-Moment study, March 2015. Based on the online population n=9598.
- 5 **Source:** <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>
- 6 **Source:** <http://nytmktg.whsites.net/mediakit/pos/>
- 7 **Source:** <https://blog.bufferapp.com/infographics-visual-content-marketing>
- 8 **Source:** <http://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing-statistics>
- 9 **Source:** Salesforce, Pardot: 5 engagement questions answered <http://www.slideshare.net/MathewSwezey/5-content-engagement-questions-answered>

