DIGITAL MARKETING



انٹرنیٹ پر مارکیٹنگ کرنے کے بہترین اصول اور طریقے

اردو کورس

تحریر: عاصم سفیر

ASIM SAFEER • ASIM DIGITAL HUB

فہرستِ مضامین

تعارف 4
ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟ 5
سیکشن 2 6
سیکشن 3 7
ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایکسپرٹ بننے کے لیے کیا کچھ سیکھنا ضروری ہے 8
نیا فیس بک الگورتھم 9
آن لائن ریپوٹیشن مینجمنٹ 10
انفلوئنسر مارکیٹنگ 11
ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں سرمایہ کاری 12
ڈیجیٹل مارکیٹنگ ٹولز 13
کینوا 14
موز 15
پوسٹ پلانر 16
سوشل ڈرافٹ 17
نمبل 18
انیموٹو 19
انسٹا پلش 20

سوشل رپورٹ 21
مارکیٹنگ کیا ہے؟ 22
سیکشن 19 23
سیکشن 20 24
سیکشن 21 25
مارکیٹنگ اور اشتہار بازی کے درمیان فرق 26
تشہیر یا اشتہار بازی کی تعریف 27
مارکیٹنگ اور اشتہار بازی کے مابین چند اختلافات 28
سیکشن 25 29
مارکیٹنگ اور ریسرچ کی اہمیت 30
سیکشن 26 31
اختتامیہ 32

تعارف

میرا نام عاصم سفیر ہے، اور میں پچھلے 7 سال سے بطور فری لانسر انٹرنیٹ پر اپنی خدمات سر انجام دے رہا ہوں، اور میں خود جن پلیٹ فارم پر کام کر رہا ہوں، میں اپنے ذاتی تجربات کی روشنی میں آپ تک اپنے تجربات اور علم کو کتابوں کی شکل میں پہنچا رہا ہوں، یہ میری دسویں کتاب ہے، جو ڈیجیٹل مارکیٹنگ پر لکھی گئی ہے، کہ ہم کن طریقوں اور اصولوں کو مد نظر رکھتے ہوئے انٹرنیٹ پر مارکیٹنگ کر سکتے ہیں، اس سے پہلے میں 9 کتابیں مزید لکھ چکا ہوں جن میں سر فہرست ہیں،

ایمیزون ورچوئل اسسٹنٹ ■ آن لائن کاروبار ■ کونٹینٹ رائٹنگ ■ فاریکس ٹریڈنگ ■ دراز ای کامرس ■ بلاگ رائٹنگ ■ یوٹیوب اسٹوڈیو ■ ایمیزون پرائیویٹ لیبل

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟

آج کے جدید دور میں ٹیکنالوجی نے انسان کا کام بہت آسان کر دیا ہے اب کاروبار کرنا اور پیسہ کمانا بہت آسان ہے لیکن اسکے لئے آپ کے پاس ڈیجیٹل ہنر ہونا بہت ضروری ہے جسے استعمال کرتے ہوئے آپ گھر بیٹھے کر کاروبار کر سکتے ہیں اور اپنے لئے ایک اچھی آمدنی بنا سکتے ہیں۔ اس موضوع کو پڑھنے کے بعد ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے حوالہ سے آپ کے علم میں کافی حد تک اضافہ ہو گا ڈیجیٹل مارکیٹنگ تیزی سے پھیلتی پھوٹتی جا رہی ہے، آئے دن نئی نئی اسٹڈیز اور رپورٹس بھی اس رجحان کی بھرپور عکاسی کرتی ہیں۔ دنیا کے سر فہرست مصنفین اور بلاگرز جدید ترین مارکیٹنگ ٹیکنیکس پر سرعت سے لکھ رہے ہیں اور بعض تو زبردست مانگ رکھنے والی ان ٹیکنیکس کو سمجھنے اور سمجھانے کیلئے اپنی زندگیاں وقف کر رہے ہیں۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے پیسہ کمانا یا ویب پلیٹ فارم چلانا آسان ہے اور نہ ہی مشکل۔ اس کے لیے مستقل مزاجی پہلی شرط ہے۔

سیکشن 2

کیونکہ صرف اپنے کام پر توجہ دینا کافی نہیں بلکہ ڈیجیٹل کی دنیا میں اپنے مد مقابل کی کارکردگی پر بھی نظر رکھنا کامیابی کی کنجی تصور کی جاتی ہے۔

پاکستان ٹیلی کمیونیکیشن کے اعداد و شمار کے مطابق پاکستان میں موبائل کی رسائی 16 کروڑ افراد تک ہے جب کہ تھری جی اور فور جی استعمال کرنے والوں کی تعداد سات کروڑ تیس لاکھ کے قریب ہے اور براڈبینڈ صارفین کی کُل تعداد سات کروڑ پچاس لاکھ ہے۔

اور ان میں سے کتنے ڈیجیٹل مارکیٹنگ یا آن لائن کمانے کی طرف راغب ہیں یہ بتانا بھی مشکل ہے۔ کیونکہ ہمارے لوگوں کا زیادہ تر جھان صرف ٹائم پاس ہے نہ کہ انٹرنیٹ کا مثبت استعمال۔

اس کتاب میں آپ ڈیجیٹل میڈیا کے بارے میں تفصیل سے جانیں گے اور سیکھیں گے کہ آپ کس طرح انٹرنیٹ کا مثبت استعمال کر کے ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے پیسہ کما سکتے ہیں۔

سیکشن 3

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کو آن لائن، ویب، انٹرنیٹ مارکیٹنگ بھی کہا جاتا ہے۔ ڈیجیٹل ڈیوائسس جیسے کمپیوٹر، لیپ ٹاپ، موبائل وغیرہ کا استعمال کرتے ہوئے انٹرنیٹ کی مدد سے جو کاروبار یا مارکیٹنگ کی جاتی ہے اسے ڈیجیٹل مارکیٹنگ کہا جاتا ہے۔ اس میں ہم اپنے پروڈکٹس کو اپنی ویب سائٹ یا پھر سوشل میڈیا کے ذریعے بیچ سکتے ہیں۔ بہت سی بڑی ای کامرس ویب سائٹس مثلاً دراز، ایمیزون، فلیپ کارٹ، علی بابا اپنی ویب سائٹ پر سیل کر کے آمدنی کماتے ہیں۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایکسپرٹ بننے کے لیے کیا کچھ سیکھنا ضروری ہے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کو صحیح طور پر سمجھنے اور انٹرنیٹ کی دنیا پر ایک طائرانہ نظر ڈالنے کیلئے آپ کو سینکڑوں کی تعداد میں بلاگز چھاننے پڑیں گے اور دنیا بھر میں ہونے والے ایونٹس میں شرکت کرنی ہوگی اور اس سب میں بہت زیادہ وقت اور پیسہ خرچ کرنا پڑے گا۔ کئی کمپنیوں کے پاس اس کیلئے نہ تو وسائل ہیں اور نہ ہی گنجائش۔ تاہم، اس ضمن میں اگر آپ چار سر فہرست موضوعات پر دسترس حاصل کر لیں تو اس سے نہ صرف آپ کی آگہی میں اضافہ ہو گا بلکہ آپ کی آمدنی بھی بڑھ سکتا ہے۔ سوال یہ پیدا ہوتا ہے کہ کیا کوئی طریقہ ایسا ہے جس کے ذریعے اپنے بزنس کو ترقی کے زینے پر چڑھانے کیلئے موزوں ترین موضوعات کو سمجھا جا سکے؟ تو جواب ہے، ہاں!

ڈیٹیر وینٹ ریجنل چیپٹرز کی ڈیجیٹل مارکیٹنگ ٹیم نے انٹرنیٹ پر ڈھیر سارا وقت لگانے اور مارکیٹنگ کے حوالے سے کی جانے والی سر فہرست بات چیت کو سنا اور ان میں سب سے زیادہ زیر بحث رہنے والے موضوعات کو آشکار کیا۔ پیشہ ور اور سمجھدار کاروباری حضرات ان موضوعات سے بہت کچھ سیکھ سکتے ہیں۔ سال گزشتہ کے سب سے بڑے ڈیجیٹل موضوعات کچھ یوں ہیں:

نیا فیس بک الگورتھم۔

کچھ عرصے قبل فیس بک نے اپنا نیا فیڈ الگورتھم تبدیل کیا، جس نے ڈیجیٹل دنیا کو غضبناک بنا دیا۔ کچھ بلاگرز کا یقین تھا کہ یہ محض اشتہارات کے ذریعے زیادہ ڈالرز کمانے کی چال تھی جبکہ دیگر نے اس تبدیلی کی تعریف کی کہ اس کی وجہ سے زیادہ معنی خیز اور مشغولیت والا کانٹینٹ سامنے آیا ہے۔ نئے الگورتھم اور اس کی وجہ سے سامنے آنے والی تبدیلی پر تقریباً ہر بلاگر رائے زنی کر چکا ہے اور مستقبل مزاجی سے ہونے والی سوشل نیٹ ورک کی ان تبدیلیوں پر نظر رکھے ہوئے ہے۔

آن لائن ریپوٹیشن مینجمنٹ۔

آن لائن ریویوز دہائیوں سے لوگوں کو متاثر کرتے رہے ہیں۔ جب سے انٹرنیٹ کا آغاز ہوا ہے، لوگ اپنی خریداریوں کے متعلق کمپنیوں کی ویب سائٹس پر، چیٹ رومز میں، فورمز پر یا ابتدائی سوشل نیٹ ورکس پر ریٹنگ کرتے رہے ہیں۔ لیکن اب، آن لائن ریویوز زیادہ منظم اور وسیع پیمانے پر استعمال ہو رہے ہیں، یعنی ایسے جو 2000ء میں نہیں ہو رہے تھے۔ اب کچھ بھی خریدنے سے قبل 92 فیصد صارفین آن لائن ریویوز پڑھتے ہیں اور ہر سال اس تعداد میں اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ اسی طرح، 40 فیصد صارفین کسی پراڈکٹ یا کمپنی کے بارے میں اپنا ذہن بنا لیتے ہیں۔ یہ اصول بزنس ٹو بزنس (B2B) یا بزنس ٹو کنزیومر (B2C) کمپنیوں پر لاگو ہوتا ہے، اس کا مطلب یہ ہے کہ اب تمام صنعتوں کو اپنی آن لائن ساکھ کے بارے میں سوچنا ہوگا۔

انفلوئنسر مارکیٹنگ۔

انفلوئنسر سے مراد کوئی بھی مشہور پرسنالٹی یا سیلیبرٹی لوگوں کو آپ کی پراڈکٹ استعمال کرنے کا مشورہ دے۔ اس ٹرینڈ کو انسٹاگرام، اسنیپ چیٹ ٹک ٹاک اور یوٹیوب نے اور بھی مقبول بنا دیا ہے۔ یہ مؤثر اس لیے بھی ہے کہ ان سوشل نیٹ ورکس پر کسی بھی سیلیبرٹی کے لاکھوں فالوورز متاثر ہو کر تجویز کردہ پراڈکٹ کو آزمانے یا خریدنے کی ضرور کوشش کرتے ہیں لیکن ابھی بھی بہت سی کمپنیاں ہیں، جو اس طرح کی مارکیٹنگ کو اپنانے کی کوشش نہیں کرتیں اور روایتی طریقے اپنائے ہوئے ہیں۔ اگر آپ یہ سمجھتے ہیں کہ سیلیبرٹیز کی بات لوگ پر اثر نہیں کرتی، تو آپ کا کائلی جینر کے ایک ٹوئٹ کا اثر دیکھیں، جو اس نے اسنیپ چیٹ کی جدوجہد کے بارے میں کیا تھا۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں سرمایہ کاری۔

لازمی سی بات ہے، درج بالا تین ڈیجیٹل مارکیٹنگ موضوعات کو آپ کو نئے پڑھ اور سمجھ لیا ہے تو لامحالہ انہی تینوں محاذ پر آپ کو سرمایہ کاری کرنی ہے، جس پر بہت توجہ دی جاتی ہے۔ تاہم یہ مد نظر رکھنا ضروری ہے کہ کسی ایک فرد کیلئے اپنے بڑے بزنس کی آن لائن ساکھ کو سنبھالے رکھنا، انفلوئنسرز کے نیٹ ورک کو منظم کرنا اور سوشل میڈیا الگورتھم میں ہونے والی نت نئے تبدیلیوں سے آگاہ رہنا بہت مشکل ہوتا ہے۔ بہر حال کمپنیوں کو جب بھی سوشل مارکیٹنگ کے ذرائع میں سرمایہ کاری کرنی ہو گی تو ان کو یہ آپشنز دھیان میں رکھنے ہوں گے۔ مارکیٹنگ ایجنسیاں بھرپور ڈیجیٹل مارکیٹنگ مینجمنٹ پیکیج فراہم کرتی ہیں تاکہ کمپنیز آن لائن بزنس کی مشکلات کا سامنا نہ کریں جبکہ دوسری جانب، کمپنیاں ڈیجیٹل پروموشن کیلئے اپنے ہی کسی ملازم یا انٹرن کو یہ ذمہ داری سونپ سکتی ہیں کہ وہ اس پر نظر رکھے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ ٹولز۔

کینوا۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ (Digital Marketing) ایجنسیوں کو نہ صرف اچھی زبان استعمال کرنے کی ضرورت ہے بلکہ اپنے سامعین کی توجہ اپنی طرف راغب کرنے کے لئے خوبصورت بصری تخلیق کرنے کی بھی ضرورت ہے۔ اگر وہ برانڈ کی نمائش کو بڑھانا چاہتے ہیں تو کینوا ایک سادہ تصویر بنانے والا ٹول ہے جو خوبصورت تخلیقات کے ذریعے آپ کی سوشل میڈیا مارکیٹنگ مہم میں رنگ ڈالے گا۔ بہت سارے سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہیں جیسے فیس بک، انسٹاگرام، اور اسنیپ چیٹ۔ ان جیسے مشہور پلیٹ فارم پر، فوٹو اور ویڈیو انتہائی اثر انداز ہوتے ہیں۔ اس کے نتیجے میں، مارکیٹرز کی ٹیموں پر اکثر دباؤ ڈالا جاتا ہے کہ وہ اپنی توجہ کو راغب کرنے اور برانڈ کی نمائش کو بڑھانے کے لئے خوبصورت بصری اور گرافکس تیار کریں۔

موز۔

موز ایک ایسا ایس ای او پیک ہے جو ڈیجیٹل مارکیٹنگ (Digital Marketing) ایجنسیوں اور آن لائن مارکیٹرز کے لئے مفید خصوصیات کی دولت ہے۔ سائٹ آڈٹ سے لے کر، کی ورڈز کی درجہ بندی تک، ویب سائٹ کی کامیابی یا ناکامیوں تک (میٹرکس اور ڈیٹا کی مدد سے) بہت اچھا ہے آپ کے لئے آن لائن مارکیٹنگ کا ٹول جو چلانا بھی آسان ہے لائیو ٹریننگ فراہم کرتا ہے اور مہارت کو سمجھنے اور بہتر بنانے کے لئے استعمال ہوتا ہے۔ SEO ہے

پوسٹ پلانر۔

اپنے پورے سوشل میڈیا کیلنڈر کی منصوبہ بندی کرنا آپ کے لئے درد سر بن سکتا ہے، خاص طور پر اگر آپ مستقل طور پر اپنے سوشل پروفائل میں تازہ مواد شائع کرنا چاہتے ہیں تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگ آپ کی توجہ حاصل کر سکیں۔ یہیں سے پوسٹ پلانر آپ کی مدد کرتا ہے۔ اس میں ایک بدیہی پوسٹ شیڈولنگ ٹول شامل ہے، جس میں سوشل میڈیا مارکیٹرز کو زیادہ سے زیادہ موثر انداز میں پوسٹ کرنے کی اجازت دی جاتی ہے تاکہ اس بات کی ضمانت دی جاسکے کہ انتہائی موثر مواد مناسب وقت پر پوسٹ کیا گیا ہے۔

سوشل ڈرافٹ۔

سوشل ڈرافٹ ایک انسٹاگرام مارکیٹر کا سب سے اچھا دوست ہے۔ یہ پلیٹ فارم انسٹاگرام کی بات چیت کو خودکار کرتا ہے، جس سے ترتیب کے مطابق حساب کو بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔ صارفین کو صرف انسٹاگرام پیروکاروں کے بارے میں معلومات کے ساتھ سوشل ڈرافٹ فراہم کرنے کی ضرورت ہے، اور یہ پلیٹ فارم صارفین کو پسندیدگی، تبصرے، اور پیروی کے ذریعے مشغول کرنے کے لئے مشین لرننگ کا استعمال کرے گا۔

نمبل۔

جیسے ہی آپ کی کسٹمر لسٹ میں اضافہ ہوتا ہے، ڈیٹا مینجمنٹ کو خودکار کرنے کے لئے ایک طاقتور سی آر ایم (CRM) کی ضرورت ہوتی ہے۔ آپ کو انتہائی درست معلومات دینے کیلئے یہ آپ کی ٹیم کے گوگل ایپس یا مائیکروسافٹ آفس 365 ای میل، کیلنڈر، روابط اور سماجی تعامل کو خود بخود جوڑتا ہے۔ سماجی پروفائلز کو اختلاط کرنا اور لوگوں، کمپنیوں پر کاروباری بصیرت رکھنا طبقات کی تشکیل اور اس کے مطابق لوگوں تک پہنچنا، نمبل یہ سب کام آپ کے لئے کرتا ہے تاکہ آپ آن لائن مارکیٹنگ کو صحیح طریقے سے کر سکیں۔

انیموٹو۔

انیموٹو ایک اور میڈیا ایڈیٹنگ ٹول ہے جو ویڈیوز بنانے میں مدد کرتا ہے۔ اگر ہم سوشل میڈیا ٹولز کی بات کریں تو فیس بک، ٹویٹر اور انسٹاگرام میں سب سے زیادہ نام ہے۔ ان میڈیا ٹولز پر ویڈیوز کو زیادہ سے زیادہ شیئر کیا جاتا ہے اور اگر آپ اچھی ویڈیوز بنانے میں قاصر ہیں تو آپ انیموٹو کی مدد سے یہ کام کر سکتے ہیں۔ یاد رکھیں ! آپ کو بار بار آن لائن میڈیا پر ایسی تصاویر، پوسٹس اور ویڈیوز لگانا ہوں گے جس کی مدد سے آپ ان کی توجہ اپنی طرف راغب کر سکیں گے۔

انسٹا پلش۔

اعلی درجے کے متن مواد کے ساتھ حیرت انگیز تصاویر کا ہونا بہت ضروری ہے۔ انسٹا پلش تصاویر کا ایک بہترین ڈیٹا بیس فراہم کرتا ہے جسے آپ اپنی اشاعتوں کے ساتھ استعمال کر سکتے ہیں، اس حقیقت سے بھی انکار نہیں کیا جا سکتا کہ ایک اچھی تصویر کی اپنی الگ اہمیت ہے۔ ہر تصویر کو مناسب طریقے سے ٹیگ کیا گیا ہے تاکہ آپ اپنی پوسٹ کے لئے انتہائی مناسب تصویر تلاش کر سکیں۔

سوشل رپورٹ۔

سوشل رپورٹس ایک زبردست سوشل میڈیا مینجمنٹ ٹول ہے جو آپ کو قابل بناتا ہے کہ وہ وسیع پیمانے پر سوشل میڈیا پروفائلز کو ایک ہی جگہ پر ترتیب دیا جا۔ سوشل رپورٹ میں دوسری خصوصیات بھی شامل ہیں جیسے سوشل آٹو میشن، اسمارٹ سوشل ان باکس اور کنورژن ٹریکنگ جو سوشل رپورٹ کو ایک بہترین ٹول بناتی ہے۔

سوشل رپورٹ کے ذریعے اپنی آن لائن مارکیٹنگ (Digital Marketing) مہم کا تجزیہ کریں، آسانی سے ایک جگہ سے اپنے تمام سوشل ڈیٹا تک رسائی حاصل کریں۔ یہ آپ کو اپنے سامعین کے ساتھ جلدی اور آسانی سے مشغول ہونے کا موقع فراہم کرتا ہے۔ نیٹ ورک کی کارکردگی کا موازنہ کریں اور اپنے سوشل میڈیا کے کاروبار پر پڑنے والے اثرات کو سمجھیں اور اسی کے مطابق آسانی سے آن لائن مارکیٹنگ کریں۔

مارکیٹنگ کیا ہے؟

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اس کے پاس گئے اور کہا، "میں بہت امیر آدمی ہوں۔ مجھ سے شادی کر لو۔"

اس کو "ڈائریکٹ مارکیٹنگ" کہتے ہیں۔

آپ ایک پارٹی میں اپنے چند دوستوں کے ساتھ گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ کا ایک دوست اس لڑکی کے پاس گیا اور آپ کی طرف اشارہ کر کے کہنے لگا، "وہ بہت امیر آدمی ہے۔ اس سے شادی کر لو۔"

اس کو "ایڈورٹائزنگ" کہتے ہیں۔

سیکشن 19

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اس کے پاس گئے اور اس سے اس کا فون نمبر دریافت کیا۔ اگلے دن آپ نے اسے فون کیا اور کہا، "میں بہت امیر آدمی ہوں۔ مجھ سے شادی کر لو۔"

اس کو "ٹیلی مارکیٹنگ" کہتے ہیں۔

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اپنی نشست سے اٹھے، اپنی ٹائی کو درست کیا، بالوں پر ہاتھ پھیرا پھر اس کے قریب پہنچے اور اسے ایک ڈرنک بنا کر پیش کی۔ اس کے لئے دروازہ کھولا، اس نے جان بوجھ کر اپنا پرس نیچے پھینک دیا، آپ نے جلدی سے اٹھا کر اسے واپس کر دیا، اسے سواری کی پیشکش کی اور کہا، "بائی دے وے میں بہت امیر آدمی ہوں۔ کیا آپ مجھ سے شادی کریں گی۔"

اس کو "پبلک ریلیشن" کہتے ہیں۔

سیکشن 20

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ وہ آپ کے پاس آتی ہے اور کہتی ہے، "آپ بہت امیر آدمی ہیں۔"

اس کو "برانڈڈ پروڈکٹ" کہتے ہیں۔

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اس کے پاس گئے اور کہا، "میں بہت امیر آدمی ہوں۔ مجھ سے شادی کر لو۔" اس نے پلٹ کر ایک زناٹے دار تھپڑ آپ کی گال پر رسید کر دیا۔

اس کو "کسٹمر فیڈبیک" کہتے ہیں۔

سیکشن 21

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اس کے پاس گئے اور کہا، "میں بہت امیر آدمی ہوں۔ مجھ سے شادی کر لو۔" اُس نے جواب میں آپ کا اپنے خاوند سے تعارف کروا دیا۔

اس کو "ڈیمانڈ اور سپلائی گیپ" کہتے ہیں۔

آپ ایک پارٹی میں گئے، وہاں ایک خوبصورت لڑکی کو دیکھا۔ آپ اس کے پاس گئے اورپیشتر اس کے کہ آپ کہیں کہ میں بہت امیر ہوں۔ مجھ سے شادی کر لو۔ وہ پلٹ کر آپ کی طرف دیکھتی ہے۔ اوہ یہ تو آپ کی اپنی بیوی ہے۔

اس کو " کمپیٹیشن جو مارکیٹ سے آپ کا شیئر کھا رہی ہے" کہتے ہیں۔

مارکیٹنگ اور اشتہار بازی کے درمیان فرق۔

مارکیٹنگ کی تعریف۔

ایک طویل مدتی کاروباری سرگرمی ہے، جو مارکیٹ ریسرچ سے صارفین کے اطمینان تک شروع ہوتی ہے۔ مارکیٹنگ ایک اہم سرگرمی ہے جو تمام مصنوعات کی تشہیر کے بارے میں نہیں ہے، بلکہ اس کا مقصد مارکیٹ کے حالات کو سمجھنا، صارفین کی ضروریات کی نشاندہی کرنا، ضرورت کے مطابق مصنوع کو ڈیزائن کرنا، مصنوعات کو فروغ دینے کے لئے بہترین میڈیا کا انتخاب کرنا، مختلف چینلز کے ذریعے اس کی تشہیر کرنا ہے۔ قیمت کا تعین، تقسیم اور مصنوع کو فروخت کرنا، تعلقات عامہ پیدا کرنا، صارفین کو مطمئن کرنے کے لئے سیلز سروس کے بعد فراہم کرنا، مختصراً، مارکیٹنگ صحیح مصنوعات کو صحیح قیمت پر صحیح لوگوں کے لئے صحیح مارکیٹ میں لانے کا ایک پروموشنل عمل ہے، مارکیٹنگ یہ ہے کہ صارفین کو اس طرح متاثر کرنے کے لئے آپ اپنی مصنوع یا خدمات کی قدر کو کس حد تک مؤثر طریقے سے بیان کرتے ہیں کہ آخر کار وہ اسے خریدتے ہیں۔

تشہیر یا اشتہار بازی کی تعریف۔

ایڈورٹائزنگ مارکیٹنگ کے عمل کا ایک حصہ اور سب سے مہنگا ہے۔ یہ اجارہ داری سرگرمی ہے جس کا مقصد زیادہ سے زیادہ لوگوں کو مصنوعات یا خدمت کی طرف راغب کرنا ہے۔ یہ ایک ایسی تکنیک ہے جس کے ذریعے ایک پیغام سیکنڈوں میں بڑی تعداد میں لوگوں تک پہنچ سکتا ہے۔ لہذا، کمپنی صارفین کی توجہ اپنی طرف متوجہ کرنے کے لئے ان کی مصنوعات یا خدمات کو فروغ دینے کے لئے اس کا استعمال کرتی ہے، اشتہار ریڈیو، ٹیلی ویژن، ویب سائٹ، اخبارات، رسائل، جرائد، ہورڈنگز، بینرز، سوشل میڈیا، اسپانسر شپ، پوسٹرز، بینرز، نیون علامات وغیرہ جیسے اشتہارات مختلف چینلز کے توسط سے کیا جا سکتا ہے۔

اشتہار کسی مصنوع یا خدمات کو فروغ دینے یا کچھ متعلقہ معلومات یا آراء یا عوامی نوٹس فراہم کرنے کے لئے کیا جا سکتا ہے۔ اس سے لوگوں میں مختلف مصنوعات سے آگاہی پیدا ہوتی ہے، یعنی لوگ آسانی سے شناخت کر سکتے ہیں کہ کیا کھائیں، پہنیں، استعمال کریں، وغیرہ۔ وہ سچے اور جھوٹے (گمراہ کن) افراد کے مابین آسانی سے درجہ بندی بھی کر سکتے ہیں۔

مارکیٹنگ اور اشتہار بازی کے مابین چند اختلافات۔

اشتہاری مارکیٹنگ ہے، لیکن مارکیٹنگ اشتہار نہیں ہے۔ مصنوعات، قیمت، فروغ، جگہ، لوگ، عمل مارکیٹنگ کے چھ اہم پہلو ہیں۔ تشہیر کا سب سے بڑا پہلو پروموشن ہے۔ مارکیٹنگ فروخت میں اضافے کے ارادے سے کی جاتی ہے جبکہ اشتہار گاہکوں کو دلانے کے مقصد سے کیا جاتا ہے۔ مارکیٹنگ کی مصنوعات کو مارکیٹ بنانے، اور ساکھ بنانے پر مرکوز ہے جبکہ اشتہار لوگوں کی توجہ حاصل کرنے پر مرکوز ہے۔ مارکیٹنگ ایک طویل مدتی عمل ہے۔ دوسری طرف، اشتہار بازی ایک مختصر مدتی عمل ہے۔

مماثلت۔

اہم مقصد فروخت بڑھانا ہے۔

مصنوع کو فروغ دینا۔

صارفین کو نشانہ بنانے کیلئے مصنوع یا خدمات کی قدر کی وضاحت۔

سیکشن 25

کاروباری سیاق و سباق میں، مارکیٹنگ اور اشتہار بازی بہت بڑی اصطلاحات ہیں جو بہت سے جگہوں پر کئی بار استعمال ہوتی ہیں۔ لہذا دونوں کے درمیان فرق کو سمجھنا ضروری ہے۔ اس مضمون کے اقتباس کو پڑھنے کے بعد، اگر آپ کو ابھی بھی کچھ شکوک و شبہات ہیں تو پھر آپ اسے ایک مثال سے سمجھ سکتے ہیں کہ مارکیٹنگ صارفین کو کھینچنا ہے، جبکہ اشتہار ان کو راغب کرنا ہے۔

مارکیٹنگ اور ریسرچ کی اہمیت۔

اگر آپ کسی کمپنی کے مالک یا ڈپارٹمنٹ کے سربراہ ہیں تو کمپنی آپ کے فیصلوں پر انحصار کرتی ہے۔ اسی لیے یہ بات آپ بخوبی جانتے ہیں کہ کسی بھی کمپنی کی بقا اور اُس کے منافع بخش ہونے کے لیے لازمی ہے کہ وقتاً فوقتاً اس کی پالیسیوں پر نظرثانی کی جائے، ورنہ خسارے کی صورت میں کمپنی دیوالیہ بھی ہو سکتی ہے۔ کمپنی کو مالیاتی طور پر مضبوط کرنے کے لیے نت نئے اقدامات اٹھائے جاتے ہیں۔ ایسے میں کسی بھی کمپنی میں مارکیٹنگ کا شعبہ انتہائی اہمیت کا حامل ہوتا ہے جو انتھک محنت کر کے ہر وقت اپنی کمپنی کی آمدنی بڑھانے کی کوشش میں لگا رہتا ہے۔

سیکشن 26

جس کے لیے وہ ان کو اچھی اور وعدہ سے بڑھ کر چیزیں فراہم کرنے کی کوشش کرتے ہیں اور اس وجہ سے صارفین سے ان کا اچھا تعلق قائم ہو جاتا ہے۔

مارکیٹنگ کرنے والے شخص کو چاہیے کہ کمپنی اور برانڈ کی ترقی کے لیے کسٹمرز، ڈسٹریبیوٹرز، ڈیلرز اور سپلائرز سے تبادلہ خیال کرے اور اچھے تعلقات بنائے جس سے مارکیٹ میں اس کا نیٹ ورک مضبوط ہو جائے گا۔ کوئی بھی چیز بناتے وقت اس بات کا خیال رکھا جائے کہ اس کو استعمال کرنے والا کیا آسانی اسے خرید بھی سکے گا۔

اختتامیہ

امید ہے کہ آپ نے ہماری اس ڈیجیٹل مارکیٹنگ کتاب سے کافی کچھ سیکھا ہو گا، آپ ان طریقوں اور اصولوں کو اپنا کے ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں ایک اچھا مقام بنا سکتے ہیں۔

ہمارے پاس ■ ایمازون ورچوئل اسسٹنٹ ■ ڈیجیٹل مارکیٹنگ ■ یہ 2 کورسز بھی آن لائن کروائے جاتے ہیں بہت کم قیمت میں پوری گارنٹی اور تسلی کے ساتھ جن کو کرنے کے بعد آپ انٹرنیٹ سے آن لائن ارننگ کریں گے، انشاء اللہ کورسز کی معلومات اور رجسٹریشن کے لیے ابھی واٹس ایپ پر رابطہ کریں۔

کوچ: عاصم سفیر

اللہ حافظ

About Book

26	8	2
SECTIONS	TOOLS	COURSES

مزید کتابیں

- ایمیزون ورچوئل اسسٹنٹ
- آن لائن کاروبار
- کونٹینٹ رائٹنگ
- فاریکس ٹریڈنگ
- درازای کامرس
- بلاگ رائٹنگ
- یوٹیوب اسٹوڈیو
- ایمیزون پرائیویٹ لیبل

یہ میری دسویں کتاب ہے، جو ڈیجیٹل مارکیٹنگ پر لکھی گئی ہے، کہ ہم کن طریقوں اور اصولوں کو مد نظر رکھتے ہوئے انٹرنیٹ پر مارکیٹنگ کر سکتے ہیں۔ امید ہے کہ آپ نے ہماری اس ڈیجیٹل مارکیٹنگ کتاب سے کافی کچھ سیکھا ہو گا، آپ ان طریقوں اور اصولوں کو اپنا کے ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں ایک اچھا مقام بنا سکتے ہیں۔

اس کتاب میں شامل اہم موضوعات

- ایکسپرٹ بننے کے لیے کیا کچھ سیکھنا ضروری ہے
- آن لائن ریپوٹیشن مینجمنٹ
- ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے بہترین ٹولز
- ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟
- نیا فیس بک الگورتھم
- انفلوئنسر مارکیٹنگ
- مارکیٹنگ اور اشتہار بازی کے درمیان فرق

کورسز کی معلومات اور رجسٹریشن کے لیے ابھی واٹس ایپ پر رابطہ کریں

0340 8426817

Scan Here

asimdigitalhub.com

www.asimdigitalhub.com

تحریر و کوچ: عاصم سفیر