

## उद्योजकतेची इ-पहाट अर्थात online मार्केटिंग!

मी स्वतः “online मार्केटिंग सल्लागार” किंवा इंग्रजीत “Online Marketing Consultant” अशी माझी ओळख करून द्यायला लागल्यापासून मला अनेक प्रकारचे प्रश्न विचारले जाऊ लागले-अजूनही विचारले जातात. उदा....

“हे online मार्केटिंग म्हणजे नक्की काय भानगड आहे हो?”

“हां.. म्हणजे तुम्ही शेअर मार्केटचं काम करता तर!”

“तुमच्याकडे वेब साईट डिझायनिंग करून मिळतं ना?”

“ते जरा.. फेसबुक शिकवाल का आपल्याला?”

काही जण तर चक्क...

“ते lottery चंच काम ना?” असही म्हणून गेले.

किंवा ज्या आप्तस्वकीयांना “काळजी” वगैरे वाटायची ते भीत भीत...

“बरं चाललय ना रे बाबा ? नाही म्हणजे हल्ली काहीतरी काम्प्युटर चं काम करतोस असं ऐकलं; म्हणून काळजीने विचारलं हो !”

खरं म्हणजे त्यांना “भागतंय ना रे बाबा?” असंच विचारायचंअसेल कदाचित; पण तो मुद्दा येथे नाही. उद्योजकाला एखादी नवीन वाट चोखाळताना विचारल्या जाणारया असंख्य प्रश्नांपैकीच तो एक. काही खवचट, तर काही खरोखर काळजीने ओतप्रोत भरलेले. आणि त्या प्रश्नांद्वारे माझ्यासारख्या सरावलेल्या उद्योजकाला त्रास बीस होण्याचा प्रश्नच उद्भवत नाही. प्रत्येक वेळी मी तो एक नवा “F.A.Q” म्हणजेच “Frequently Asked Questions” अर्थात “वारंवार विचारले जाणारे प्रश्न” ह्यापैकी एक प्रश्न म्हणूनच घेत आलो आहे. त्यामुळे होतंय काय, की माझी “Repository” म्हणजेच “ज्ञान-ठेव” प्रत्येक प्रश्नागणिक वाढत जाते, आणि कधी कधी, काही प्रश्न अगदीमुळापासून हादरवून टाकतात. त्यांचं उत्तर शोधता शोधता, मलाही माझी गाडी नक्की रुळावर चालली आहे कि नाही; हे तपासता येतं आणि नसेल तर तिला आणताही येतं.

आता ह्यापुढे ह्या लेखात एका उद्योजकासाठी (प्रस्थापित किंवा नव्याने व्यवसाय करू इच्छिणाऱ्या सर्वांसाठी) online मार्केटिंग हे काय करू शकते, आणि हे सगळं कसं करायचं ह्याचा आपण बऱ्यापैकी लेखाजोखा घेऊ, म्हणजे हा लेख वाचल्यावर तुम्हालाही online मार्केटिंग त्वरित करायची प्रेरणा तर नक्कीच मिळेल.

### online मार्केटिंग म्हणजे नक्की काय?

“online” चा अर्थ इंटरनेट ला कनेक्टेड असणे.

“मार्केटिंग” म्हणजेतुमच्या बाजारपेठेपर्यंत पोचण्यासाठी केल्या जाणाऱ्या क्रिया किंवा कृती.

म्हणजेच online मार्केटिंग म्हणजे इंटरनेट ला कनेक्ट झाल्यावर होणारे मार्केटिंग.

इतका साधा आणि सरळ विचार करूयात. तुमचा जर व्यवसाय असेल, किंवा चालू करायचा असेल, तर तुम्हाला इंटरनेट मार्फत “व्यवसाय” किंवा “विचारणा” हव्या आहेत. वेब साईट किंवा सोशल मिडिया किंवा SEO वगैरे तत्सम शब्द जरा बाजूलाच ठेवूयात. फक्त एवढा एक आणि एकच विचार मनाशी धरूयात की ....

*“मला इंटरनेट द्वारे “थंदा” हवाय” किंवा “inquiries” हव्या आहेत”*

हयासोबत त्या विचारणा ह्या order मध्ये रुपांतरीत करणे, नंतर चा पाठ पुरावा करणे इत्यादी कामेही online द्वारे करता येतीलच. परंतु हि तंत्रे तुम्हाला कदाचित अवगत असतील. अडचण मुख्य आहे ती म्हणजे विचारणा म्हणजेच inquiries किंवा लीड्स ची.

तर आता आणखी सोपं करूयात:-

“online मार्केटिंग म्हणजे इंटरनेट द्वारे लीड निर्माण करण्यासाठी केलेलं विशिष्ट मार्केटिंग”

### काही शंका-कल्पनांचे निराकरण

- online मार्केटिंग केल्या केल्या एका रात्रीत किंवा महिन्यात गुगल वर पहिल्या नंबर ला येत नाही.
- online मार्केटिंग साठीही प्रचंड कष्ट करावे लागतात - कदाचित सुरुवातीला थोडे अधिकच.
- जास्त नाही, परंतु ह्याकरीताही तुम्हाला काही “बजेट” लागेलच.
- इंटरनेट म्हणजे सगळं “चकट-फू” हा भ्रम डोक्यातून काढून टाका.
- एखाद्या संस्थेला जरी हे काम दिलंत, तरीही ८०-२० तत्त्वाप्रमाणे २०% च काम तुम्हाला करावं लागेल, जे अपेक्षित परिणामांकरिता ८०% महत्त्वाचे ठरते.
- खरं म्हणजे अपेक्षित परिणामांकरिता online मार्केटिंग ही एक सवय म्हणूनच भिनायला हवी.
- नुसती वेब साईट करून (त्याच्यावर कितीही पैसे खर्च केलेले असले तरीही) भागत नाही.

वेळोवेळी अशा सूचना येत राहतील, पण एकदम घाबरून जाऊ नका. ह्यासूचना आवश्यकच आहेत, म्हणजे तुमचीही तयारी होईल कारण online मार्केटिंग हे तुम्हाला प्रचंड फायदेशीर असे तंत्र आहे. जरी तुम्हाला ठाऊक असले (म्हणूनचतर तुम्ही हा लेख वाचताय ना!) तरीही थोडक्यात आपण ह्याचे प्रमुख फायदे पाहूयात:-

- ✓ online म्हणजे 24 x 7 म्हणजेच कायमस्वरूपी उघडे असलेले दुकान.
- ✓ स्थानाचे बंधन नाही. कोठूनही तुम्हाला ग्राहक हाताळता येतात.
- ✓ वेळेचे बंधन नाही. कोणत्याही वेळी, उपलब्ध वेळेनुसार काम करता येते.
- ✓ प्रचंड आवाका - तुमचा माल तुम्ही कोठेही विकू शकता.
- ✓ क्षणार्धात व्यवहार पूर्ण होतात.

हे फायदे बघितले तर, काही पथ्य पळून हा मार्ग स्वीकारायला तुमच्या माझ्यासारखा उद्योजक हसत-खेळत तयार होईलच. प्रत्यक्ष विषयाला हात घालण्यापूर्वी एक - दोन गोष्टींचे आणखी स्पष्टीकरण करण्याची मला गरज वाटते:-

Online नी काय होत नाय राव !

“online नी काय होत नाय राव, शेवटी आपलं रेग्युलर मार्केटींगच बरं!” असं म्हणणारीही बरीच मंडळी असतात. त्यांनी एक तर ह्या प्रकारात व्यवस्थित लक्ष घातलेलं नसतं , किंवा त्यांना काही चुकीचे अनुभव आलेले असतात. मुळात“फक्त online” असं काहीच नसतं, त्याला offline ची जोड हवीच; तशी व्युहरचना हवी , तरच अपेक्षित परिणाम मिळू शकतील. त्यामुळे, अडखळत-चुकत जरी सुरुवातीला अपेक्षित परिणाम लाभत नसतील , तरीही एका विश्वासाने ही मार्गक्रमणा करावी लागते, तो विश्वास म्हणजे:-

“एकदा का सर्व गोष्टी सेट झाल्या की, online मार्केटींग द्वारे माझा व्यवसाय एका वेगळ्याच स्तरावर जाईल ह्याची मला खात्री आहे. सुरुवातीस अपेक्षित परिणाम न दिसणे हा ह्याच मार्गावरचा एक टप्पा आहे. It's just a part of the whole process.”

हा विश्वासच तुम्हाला वेळोवेळी बळ देईल

मी सर्वज्ञ नाही

मी हे सगळं लिहितोय, हे “शिकवणे” ह्या उद्देशाने नाही, मला “तज्ञ” म्हणून मिरवायचेही नाही. एक सहप्रवासी-थोडा तुमच्या (कदाचित) आधी निघालेला, ह्याच नात्याने थोडी माहिती द्यावयाची म्हणून हा लेख वगैरे. थोडक्यात काय, तुम्हालाही काही बाबतीत काही अधिक माहिती असू शकेल. ज्ञान हा एक समुद्र आहे. दुसरं म्हणजे, मी हे कुठल्याही “डिजिटल मार्केटींग” संस्थेत (नव्हत्याच पूर्वी) शिकलेलो नाही, तर माझा स्वतःचा इंजिनियरिंग व्यवसाय online माध्यमातून वाढवताना कमावलेल्या यशावरून शिकलेल्या चार गोष्टी आहेत.

चला, लागूयात कामाला आता.

### ○ पायरी एक: तुम्हाला काय विकायचं ते ठरवा

व्यवसाय करायचाय ना? मग काहीतरी विकायला लागेल ना! ते आधी ठरवा. साधारणतः दोन प्रकारचे “पदार्थ” तुम्ही विकू शकता:-

एखादं उत्पादन (product) किंवा एखादी सेवा.

तुमचा व्यवसाय अस्तित्वात असेलच किंवा ठरवलेला असेल तर काही अवघड नाही. पण जर का नसेल तर मात्र ठरवावा लागेल. आपल्या उद्योजक च्याच ऑगस्ट च्या अंकात Affiliate Marketing विषयी लिहिलेला लेख वाचल्यास ह्याची कल्पना येईल.

### ○ पायरी दोन: ग्राहक आकर्षित करण्यासाठी व्युहरचना (strategy)

व्युहरचना म्हणजे सध्या भाषेत सावज जाळ्यात पकडण्याकरीता केलेली ज्य्यत तयारी. “Preparation is Half Done” अर्थात योग्य तयारीत अर्धे यश सामावलेले असते असं म्हणतात. ही व्युहरचना म्हणजे तुमचे उत्पादन अथवा सेवा विकत घेणारे ग्राहक हे कोठे सापडेल, त्याला आकर्षित करण्यासाठी काय काय करावे लागेल इ. ठरवणे म्हणजे व्युहरचना. साधारणपणे इंटरनेट वर २ प्रमुख मार्गांनी ग्राहक आकर्षित केले जाते:-

### मार्ग १: कंटेंट मार्केटींग

“कंटेंट मार्केटींग” म्हणजेच ग्राहकास भावणारा, त्याच्या समस्या सोडविणारा किंवा त्याला आवश्यक वाटणारा असा मजकूर किंवा कंटेंटसतत लिहित राहून त्यास आकर्षित करणे. ह्यासाठी हा मजकूर प्रथम तयार करावा

लागेल. आणि मग तो त्याच्यापर्यंत पोहोचवायलाही लागेल. म्हणजे मग हळू हळू आपले वाचकांबरोबर एक नाते निर्माण होते. एकाच विषयावर (ज्यात आपल्याला अधिक माहिती आहे) असा मजकूर लिहित राहिल्याने हळू हळू आपले नाव पसरू लागते, व आपण सदर विषयातील एक अधिकारी व्यक्ती म्हणून गणले जाऊ लागतो.

मान्य, कि सुरुवातीला ह्यात थोडा वेळ लागेल, आणि तुमच्या संयमाची तशी कसोटीच पाहणारं हे काम आहे, परंतुत्या मानाने offline पेक्षा म्हणजे प्रत्यक्ष जाहिरात, live शोज, किंवा इव्हेंट्स वगैरे करण्यापेक्षा हे खूपच कमी खर्चिक पडेल, आणि इंटरनेट ची व्याप्ती पहिली तर तुम्ही फार झपाट्याने प्रसिद्ध होऊ शकता, शिवाय तुमचं प्रसिद्धी माध्यमही तुमच्याच हातात राहतं !

**तर ह्यातल्या प्रमुख पायऱ्या म्हणजे:-**

**अ. तुमच्या उत्पादन अथवा सेवेविषयी मजकूर तयार करणे. (एकदाच): (Primary Content)**

हा मजकूर बहुधा स्थिर राहतो. फार बदल होत नाहीत. परंतु हा तयार करताना फोटो वगैरे एकदाच परंतु उत्तमच काढून घ्या. मजकुराचा दर्जा, त्याचं प्रुफ रीडिंग वगैरे व्यवस्थित असू द्या. व्याकरणातील चुका वगैरे नकोत. हा मजकूर तुमच्या वेब साईट वरच असणार आहे आणि हि वेब साईट म्हणजे तुमचा online आरसा असतो. तो उत्तमच असायला हवा. अनेक कंपन्यांच्या वेब साईटसवर अत्यंत निष्काळजी पणाने हा मजकूर टाकलेला दिसतो. ह्यामुळे प्रतिमा डागाळते.

तात्पर्य:- तुमचे उत्पादन किंवा सेवा कितीही उत्तम असली तरीही, वेब साईट वरील मजकुराचे प्रुफ रीडिंग कराच, खरं म्हणजे हा मजकूर व्यवस्थित, चांगल्याव्यक्ती अथवा संस्थेकडून लिहूनच घ्या. पैसे पडतील, पण एकदाच.

हा मजकूर तुमच्या साईट वर स्थिर पानांच्या स्वरूपात राहतो.

**ब. तुमचे उत्पादन अथवा सेवा ह्यांचे विविध पैलू ग्राहकांना कशाप्रकारे उपयुक्त पडू शकतील असा मजकूर तयार करीत राहणे (सतत): (Appealing Content)**

सततह्याचा अर्थ असा अजिबात नाही, कि सकाळ संध्याकाळ लोकांना फेसबुक-whatsapp वरून अनावश्यक मेसेजेस पाठवत राहायचे. साधारणतः प्रथम तुमचं उत्पादन अथवा सेवा ही नक्की कुठली समस्या हाताळती आहे हे ठरवा आणि मजकूर तयार करा.

**उदा.** आमचे एक ग्राहक "विघ्नहर्ता" जे पुण्यात Fire Alarm Systems तयार करतात. ही Fire Alarm System काय करते; तर आग इमारतीतली अथवा कारखान्यातल्या कुठल्याही भागात आग लागली, कि त्वरित तेथील धूर किंवा तापमान Detect करते, आणि परिसरातले अलार्म्स घणाघणा वाजू लागतात. त्यामुळेकर्मचारी जागृत होवून लगेच आग विझविण्याची तयारी युद्धपातळीवर करतात.

इथे, म्हणजे "विघ्नहर्ता" च्या बाबतीत बोलायचं झालं; तर त्यांचं उत्पादन झालं-Fire Alarm Systems. म्हणजे आधी मजकूर तयार करायचा तो Fire Alarm Systems बाबत म्हणजे सर्व

तांत्रिक तपशील. आणि नंतर करायचा तो त्यांची Fire Alarm Systems जी समस्या हाताळते, त्याचा. Fire Alarm Systems ही Fire किंवा आग विझविणारी यंत्रणा नसून, ती लागल्याच्या धोक्याची त्वरित सूचना देणारी यंत्रणा आहे. त्यामुळे Fire Alarm Systems समस्या कुठली हाताळते तर : “आग लागली; तरी कळलीच नाही” ही. त्यामुळे हा असा मजकूर ह्या प्रमुख समस्येला केंद्रस्थानी धरून लिहायला हवा.

एकदाका तुम्हाला तुमचे उत्पादन किंवा सेवा कोणती समस्या हाताळते हे कळलं ,की तुमच्या अवती भवती घडणाऱ्या सर्व प्रकारच्या घटनांमधून हा मजकूर तयार करता येतो. तुमच्याच बाबतीत ह्या गोष्टी घडायला हव्यात असंच काही नाही. ज्या प्रकारच्या व्यवसायात तुम्ही काम करीत असाल; त्या क्षेत्रातल्या महत्त्वाच्या वाटणाऱ्या घडामोडींवर तुमचे लक्ष असतेच; ते फक्त लोकांबरोबर “शेअर” करण्याची सवय लावून घ्यायची आहे. बस्स. ह्या विविध घटनांचा आधार घेऊन तुम्हाला छोटे छोटे लेख, व्हिडिओ, स्लाईड शोज तयार करावे लागतील किंवातयार करून घ्यावे लागतील. स्वतः करणेही काही खूप अवघड नाही हे. एकदा सवय लागली ,कि अगदी सहजहोऊ लागेल. फक्त म्हटल्याप्रमाणे हा एक “सवयीचा” भाग व्हायला हवा.

हा मजकूर तुमच्या साईट वर “ब्लॉग” किंवा “लेख” अथवा एखाद्या दुसऱ्या संकेत स्थळावर देखील असेल, असू शकेल. व्हिडिओ साठी युट्युब हि साईट तर स्लाईड शो साठी स्लाईड शेअर हि अत्यंत उपयुक्त साईट आहे.

**टीप:** लेख कोठेही असला/असले तरीही, त्यात तुमच्या उत्पादनांचा मजकूर असलेल्या स्थिर पानांची लिंक टाकायला अजिबात विसरू नका.

### क. लघु-मजकूर अर्थात micro content

तुमच्या क्षेत्रात होणाऱ्या विशेष घटना, घडामोडी, नवीन बदल इत्यादी विषयी सतत whatsapp किंवा फेसबुक, ट्विटर, लिंकड इन वर पोस्टिंग करीत जा. जेथे गरज पडेल तेथे तुमच्या वेब साईट ची लिंक सुद्धा देत रहा. फक्त सतत नको. लोकांना त्यांना काही विकलेले आवडत नाही; तुम्हाला आवडते का? ऐवजी एखादा प्रश्न हाताळून मोकळेपणाने त्याचे उत्तरही त्यात समाविष्ट करा.

### मार्ग २ : इंटरनेटवर जाहिरात करणे

कंटेंट मार्केटिंग साठी वेळ मिळत नसेल, तर सुरुवातीला (किंवा कायमही) इंटरनेट वर जाहिरात करता येते. गुगल adwords, फेसबुकही माध्यमे सर्वाधिक वापरली जातात. ह्यांचे कार्य पीपीसी वर चालते, म्हणजे “पेपर क्लिक” म्हणजे जितक्या क्लिक्स होतील, तितकेच पैसे द्यायचे. ह्याचे खूपच फायदे आहेत. उदा. आपले बजेट ठरविता येते, कोणापर्यंत जाहिरात पोहोचवायची हे ठरविता येते, हवं तेव्हा थांबता येते, वगैरे.

ह्याशिवाय औद्योगिक उत्पादक वापरत असलेला लोकप्रिय मार्ग म्हणजे indiamart व तत्सम वेब पोर्टल्स वर जाहिरात करणे. B2B म्हणजेच बिझनेस टू बिझनेस साठी हा उत्तम पर्याय आहे; तसेच B2C म्हणजेच बिझनेस टू कॅन्झ्युमर साठी “just dial” हे देखील चालेल. परत हे पर्याय सर्वांना चालतील का? विवादय. करून पहा.

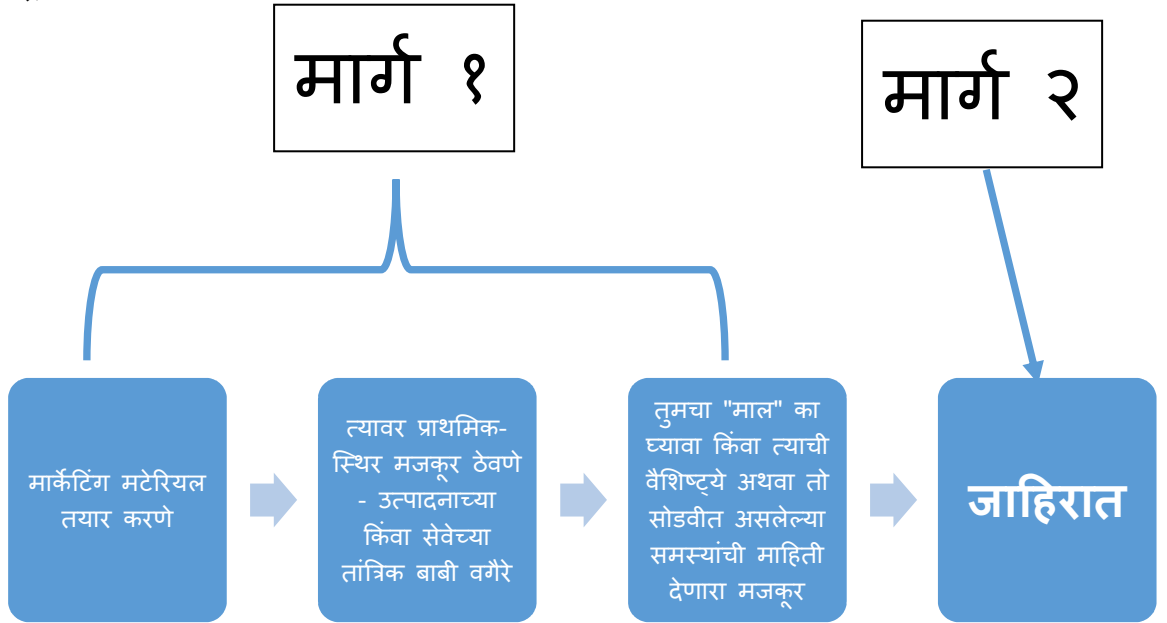
## कुठला मार्ग निवडाल? मार्ग १ की मार्ग २

कोणताही मार्ग निवडला, तरीही अपेक्षित काय आहे; तर संभाव्य ग्राहकाने तुमच्या “दुकानावर” येणे व मालाची विचारणा करणे किंवा माल खरेदी करणे किंवा तुम्हाला अपेक्षित एखादी कृती करणे. उदा. “sms” करा; किंवा “whatsapp” ग्रुप ला जॉईन व्हा वगैरे. ह्यालाच म्हणतात “कॉल टू अॅक्शन” म्हणजेच तुमच्या साईट वर किंवा इतर ठिकाणी असं काहीतरी असणे किंवा प्रदर्शित करणे, ज्याद्वारे ग्राहक तुम्हाला हवी असणारी कृती करेल.

दुकाने म्हणजेच तुमचं इंटरनेट वर असलेलं विविध प्रकारचं अस्तित्व. त्यातल्या त्यात तुमच्या वेब साईट ला आपण तुमचं online दुकान म्हणू शकू, जिथे येवून ग्राहक तुमच्या विविध दालनांत ठेवलेला “माल” पाहू शकतील. रस वाटल्यास विकत वगैरे घेऊ शकतील. अर्थात ह्याकरिता तुमच्या वेब साईट वर तशी सुविधा हवी. म्हणजे e-commerce वगैरे. पण हे सर्वस्वी तुमच्या व्यवसाय स्वरूपावरच ठरेल; नाही का? असो.पण जरी तुमची वेब साईट हि e-commerce नसली तरीही ग्राहकाने संपर्क पानावरून तुम्हाला फोन अथवा इमेल माध्यमातून तुम्हाला संपर्क साधावा हि तर तुमची अपेक्षा असणारच.

सांगायचा मुद्दा असा, की अगदी तुम्ही “मार्ग २: पैसे देवून जाहिरात” हा जरी मार्ग निवडलात, तरी त्यातून निर्माण झालेला “लीड” हा ग्राहकात रुपांतरीत करायला तुम्हाला त्याच्याशी एक नातं निर्माण करावं लागतं. हे नातं निर्माण करणारा दुवा म्हणजे तुमच्या वेब साईट वर असणारा “कंटेंट”.

“मार्ग १ की मार्ग २” ह्या प्रश्नाच्या फंदात न पडता, तुम्ही खालील मार्ग वापरल्यास अधिक श्रेयस्कर ठरेल :



१. प्रथम मुलभूत मार्केटिंग मटेरियल तयार करून घ्या, उदा. वेब साईट, व्हिडियो, online माहितीपत्रक, स्लाईड शो इत्यादी. (पुढे आपण पाहूयात)

2. त्यावर मूळ मजकूर (स्थिर स्वरूपातील अचल मजकूर) टाकून घ्या, शेवटी “येथे” ग्राहक येणे अपेक्षित आहे. ही तुमच्या वेब साईट ची “पेजेस” असतील.
3. तुमच्या सेवा किंवा उत्पादने ग्राहकांनी “का” घ्याव्यात किंवा घ्यावीत ह्याविषयी थोडा मजकूर तयार करा. हा मजकूर तुमच्या वेब साईट वर अथवा इतर ठिकाणी विराजमान हवा. हा मजकूर शक्यतो ब्लॉग किंवा आर्टिकल ह्या प्रकारचा असेल.
4. आता तुम्हाला मार्ग २ अर्थात “जाहिरात” करायला हरकत नाही.

### सरळ सरळ मार्ग २ (जाहिरात) का नको?

पारंपारिक मार्केटिंग मध्ये काय होतं; की आकर्षक जाहिरात करून ग्राहक तुमच्याकडे आकर्षित होतो, नंतरतुम्ही तुमच्या वाक-चातुर्याच्या कौशल्याने, अथवा निरंतर पाठ पुराव्याने त्याला तुमचा “माल” विकण्यात यशस्वी होता.मुळात पारंपारिक मार्केटिंग मध्ये तुमचा व तुमच्या ग्राहकाचा जसा थेट संबंध येतो, तो online मध्ये येईलच असे नाही; किंबहुना, बहुतांशी नाहीच. त्यामुळे तुमचे वाकचातुर्य प्रत्यक्ष दाखविण्याची तुम्हाला मुळात संधीच मिळत नाही. online ग्राहक तुमच्या जाहिरातीद्वारे तुमच्या दुकानापर्यंत म्हणजेच तुमच्या landing पेज वर म्हणजे तुम्हाला तो जेथे यायला हवाय, तिथे आल्यावर तुमच्या दुकानातल्या विविध दालनात फिरतो (पेजेस- आर्टिकल्स) आणि ते पाहून तुमच्या विषयी मत बनवितो. मग तो ठरवतो, की तुमच्याकडून “माल” घ्यायचा की नाही.

इथे जर त्याला आवश्यक, योग्य असं काही सापडलं नाही, तर तो काहीच घेत नाही, संपर्क बिम्पर्क तर सोडाच. त्यामुळे योग्य माहिती, मजकूर असल्याशिवाय जाहिरात करणं अतिशय धोक्याचं ठरू शकतं. बहुतेक “offline” मंडळी इथेच चुकतात; लाखो रुपये खर्च करून बसतात, हाती काहीच पडत नाही, आणि म्हणतात... “online नी काय होत नाय राव”

### कंटेंट ला पर्याय नाहीच

पैसे देवून जरी मार्केटिंग केले, तरीही त्यातून अपेक्षित परिणाम मिळविण्यासाठी तुम्हाला सतत विविध प्रकारे ग्राहकाशी संपर्क ठेवावा लागतोच.ह्याकरितात्यांना कधी एखादे उपयुक्त आर्टिकल पाठवावे किंवा त्यांना एखाद्या whatsapp ग्रुप ला सदस्य करून घ्यावे. सोशल मिडिया अर्थात फेसबुक पेज “Like” करायला सांगणे किंवा लिंकड इन ला संपर्कात ठेवणे ह्या सगळ्या त्यांच्या सोबत नातं घट्ट करीत जाण्याकरिता केलेल्या क्लुप्त्याच आहेत.

हे सर्व जरी तुम्ही केले किंवा करून घ्यावयाचे ठरविलेत, तरीही कंटेंट ला पर्याय नाहीच. फेसबुक वर “Like” जरी एखाद्याने केले, तरी त्याने तुमच्या पेज वर पुन्हा पुन्हा यायला तर हवे ना! त्याकरिता, तुम्ही त्याला उपयुक्त किंवा आवडेल असे काही तरी, नियमितपणे “पोस्ट” करत राहावे लागते. हाच तो “कंटेंट”.

### पायरी तीन: मार्केटिंग मटेरियल तयार करा

मार्केटिंग मटेरियल मध्ये प्रामुख्याने खालील गोष्टींचा समावेश होईल:-

#### १. वेब साईट

एक वेब साईट तयार करून घ्या ज्यावर तुमच्या सर्व उत्पादनांची/सेवांची माहिती असेल. तुमच्या बजेट प्रमाणे ठरवा की त्यावरून थेट पेमेंट करून माल खरेदी करता यायची सुविधा ठेवायची आहे किंवा नाही ते. थेट माल विक्री नसेल, तर सुरुवात अगदी जुजबी वेब साईट ने करता येईल. परंतु त्यावर आवश्यक पाने हवीतच.

- “about us” अर्थात तुमच्या विषयीचे पान
- तुमच्या सेवा/उत्पादनांची माहिती
- “contact us” अर्थात संपर्काचे पान
- “reviews” अथवा “testimonials” म्हणजेच समाधानी ग्राहकांच्या प्रतिक्रियांचे पान
- “photo gallery” किंवा “न्यूज” चे पान

### २. उत्तम ग्राफिक्स व फोटोज

online मार्केटिंग हे तुमच्या अपरोक्ष होत असते. ह्याचाच अर्थ तुमच्याबद्दल मत बनविताना online ग्राहक हा तुमच्या online असणाऱ्या विविध साहित्यावरून नजर टाकतो. त्याचवेळी तो इतर वेब साईटसुद्धा पाहत असतोच. त्यामुळे तुमचे फोटो, लोगो वगैरे चांगल्या दर्जाचे असायला हवेत. अर्थात ते व्यावसायिक मंडळींकडून करून घ्या. हीच बाब फोटोज बाबत. आपले आपण फोटो काढणं आणि एखाद्या व्यावसायिक फोटोग्राफर ने ते काढून प्रोसेस करून दिल्याने खूपच फरक पडतो.

### ३. कॉर्पोरेट प्रोफाईल तसेच प्रेझेंटेशन

कॉर्पोरेट प्रोफाईल म्हणजे तुमचा व्यावसायिक लेखाजोखा. ह्यात तुमचा व्यावसायिक अनुभव, तुमचे नामचीन ग्राहक, तुमचेसध्या चालू असलेले प्रकल्प तसेच भविष्यातल्या योजनांची रीतसर मांडणी करता येईल. व्यवसाय सुरु करावयाचा असेल, तर त्या विषयाचे तुमचे ज्ञान, अधिकार त्यातून कळायला हवा. तुमचं क्षेत्र सोडून एखादं वेगळंच क्षेत्र तुम्ही निवडलं असेल, तर त्या क्षेत्रातल्या अधिकारी व्यक्तीशी “टाय-अप” करून छानपैकी सर्व लिहून-तयार करून घ्या. जेणेकरून तुमचा तुमच्या क्षेत्रातला अधिकार समोरच्या व्यक्तीला दिसेल. हे प्रोफाईल पीपीटी स्वरूपातही करून ठेवा.

**टीप:** ह्या प्रेझेंटेशन चा एक छोटासा व्हिडिओ (प्रत्यक्ष शूटींग नसलेला) बनवून घेतल्यास प्रचंड फायदा होतो.

### ४. फेसबुक पेज वगैरे

वगैरे म्हणण्याचं कारण असं, की काही व्यवसाय फेस बुक च्या ऐवजी लिंक्ड इन ला झुकतं माप देतील. एखाद्या कलाकाराचा मंच असेल, तर तो यु ट्यूब channel ला प्रथम पसंती देईल. तुमच्या व्यवसायाप्रमाणे ठरवून निर्णय घ्या. इतकंच.

वेब साईट संदर्भात थोडं...

स्वतः करायची कि करून घ्यायची?



तुमच्या डोक्यात जर affiliate मार्केटिंग म्हणजे इतरांचे product विकून पैसे मिळविणे असे करावयाचे असल्यास, स्वतः बनवाच. परंतु तुमचे व्यवसाय मॉडेल वेगळे असेल, व वेब साईट हे फक्त मध्यम असेल, तर बनवून घ्या.

तुमची वेब साईट तुम्ही स्वतःच तयार करू शकता (वेळ असल्यास). ह्याकरिता ३ च गोष्टींची आवश्यकता आहे, त्या म्हणजे:-

१. डोमेन नेम
२. होस्टिंग म्हणजे जेथे तुमची वेब साईट "ठेवली" जाते ती जागा.
३. वेब साईट तयार करण्याचे ज्ञान.

डोमेन नेम देणाऱ्या खास कंपनी आहेत, namecheap.com तसेच godaddy ह्या त्यातल्या सुप्रसिद्ध. डोमेन नेम साधारणतः ८००-१००० रु वर्षाला(उपलब्ध असल्यास) मिळेल, तर होस्टिंग साठी ५-६,००० रु. वार्षिक पडतील. ह्यात अनेक वेब साईट तुम्हाला होस्ट करता येतात; म्हणजे "होस्ट" करता येतील. Hostgator.com किंवा hostgator.in ह्या कंपनी ह्यासाठी उत्तम! (इतरही असू शकतील, मी वापरत असलेल्या देतोय)

आता राहिलं वेब साईट तयार करण्याचे ज्ञान. Wordpress हे एक तुमच्या माझ्या सारख्यांसाठी वरदान ठरेल असे software आहे. थोडीशी अभ्यासू वृत्ती आणि MS word येत असेल, तर तुमची पहिली वेबसाईट तुम्ही अक्षरशः २ दिवसांत बनवू शकाल. तुम्हाला "कोडींग" अथवा "वेब डिझायनिंग" वगैरे येण्याची अजिबात आवश्यकता नाही.

(२०१० पासून कंपनी चालवितो, मला स्वतः ला कोडींग येत नाही, आम्ही अत्यंत उत्कृष्ट अशा-म्हणजे माल विकून चांगले पैसे मिळविणाऱ्या वेब साईट Wordpress वापरूनच बनविल्या आहेत, बनवितो.)

वर्डप्रेस वापरून वेब साईट कशी बनवायची ह्याचे व्हिडिओ देखील Hostgator घ्याल तेव्हा त्यांच्या कडून उपलब्ध होतात.

**टीप:** वेब साईट साधारणतः ५,००० ते २०,००० पर्यंत तयार करून मिळेल. अगदी ५ पानांची बेसिक साईट ५,००० मध्ये बनवून घ्या व स्वतःला त्यात कंटेंट टाकता येईल अशी व्यवस्था करून घ्या (म्हणजे स्वतःला एक युझर तयार करून घ्या), म्हणजे सुवर्ण मध्य. वेब साईट "responsive" असेल ह्याची खात्री करा. Responsive म्हणजे मोबाईल वरही व्यवथित दिसेल असे डिझाईन. परवडत असेल, तर वेगळी मोबाईल साईटच करून घ्या.

### पायरी चार: प्रत्यक्ष कामाला सुरुवात करा.

एकदाका मुद्दा १-२-३ प्रमाणे पूर्वतयारी झाली, कि प्रत्यक्ष कामाला सुरुवात करायला हरकत नाही. तुमचं काम आहे:-

१. जास्तीत जास्त लीड्स मिळविणे तसेच
२. मिळालेले लीड्स orders मध्ये रूपांतरीत करणे.

जास्तीतजास्त लीड्स मिळविण्याकरिता जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचणे आवश्यक आहे. तुमच्या व्युहरचनेप्रमाणे (पायरी २) नुसार हे कसे पोहोचायचे हे तुम्हीच ठरवायचे आहे.

तरीहीमार्केटिंग मटेरियल केल्या केल्या, सहजरीत्या २-३ मार्गांनी तुम्ही लगेचच अगदी शून्य बजेट मध्ये खालील मार्ग वापरू शकता:-

### अ. इ-मेल स्वाक्षरीत तुमच्या वेब-साईट ची माहिती द्या.

प्रत्येक वेळी तुमच्या व्यवसायाची आपसूक माहिती देत राहणारे माध्यम म्हणजे तुमची इमेल स्वाक्षरी. ह्या स्वाक्षरीत तुमच्या वेबसाईटचीतसेच सोशल नेटवर्क्स ची लिंक जरूर द्या. नेहमी तुम्ही इमेल पाठवाल तेव्हा ही माहिती इमेल मिळणाऱ्या व्यक्तीला पोहोचत राहिल.

### ब. गुगल-माय-बिझनेस ला तुमचा व्यवसाय नोंदणे.

हे गुगल maps वरचे लिस्टिंग असते. ह्याचे अनन्यसाधारण महत्त्व आहे. गुगल वर कोणतीही सेवा अथवा उत्पादन शोधावयाचे झाल्यास उजव्या बाजूस तुम्हाला एक “लोकल” व्यवसायाचेचित्र दिसते, हे म्हणजे गुगल - माय - बिझनेसवरील लोकल अर्थात त्या त्या शहरातील व्यवसायाचे लिस्टिंग. लवकरात लवकर तुमचा व्यवसाय येथे नोंदून घ्या. स्थानिक शोध मोहीम अधिक कार्यक्षम करण्यासाठी गुगल ने ह्याला सध्या अग्रस्थानावर घेतले आहे.

**टीप:** गुगलच्या म्हणण्याप्रमाणे ९०% व्यवसाय अजूनही ह्यात “लीस्टेड” नाहीत; इथेच तुम्ही त्यांच्या पुढे झटक्यात मजल मारू शकता.

### क. व्हिजिटिंग कार्ड, लेटर हेड इ.

अशीच सर्व माहिती तुमच्या व्हिजिटिंग कार्ड तसेच लेटर हेड वरही असू द्या. भेटणाऱ्या प्रत्येकास तुमच्या वेब साईट वर आवर्जून भेट द्यायला सांगा.

### पायरी पाच: उत्तम पाठपुरावा करा.

वरीलसर्व मार्गांनी आपण ग्राहक तर आकर्षित करत राहूच; पण ते खरं म्हणजे अजून “संभाव्य” ग्राहक किंवा “prospect” आहे. त्याला वास्तविक ग्राहकात रुपांतरीत करण्यासाठी त्याच्या विचाराणांचा (leads) व्यवस्थित पाठपुरावा म्हणजेच follow-up करा, करीत रहा. follow-up करणे म्हणजे त्याला सतत फोन करून किंवा मेल करून हैराण करून सोडणे नव्हे. follow-up ची मी एक सुंदर अशी व्याख्या बघितल्याची आठवते:

“follow-up means doing what you said you will do”

अर्थाततुम्ही जे सांगितले आहेत, ते करणे. उदा. एखाद्यासंभाव्य ग्राहकाने तुमच्याकडे दर मागितले असतील, तर ते त्या त्या वेळेत देणे. दिल्यानंतर त्यांना “मिळाले का” हि खात्री करून घेऊन पुढची पायरी ठरवा. जर असं ठरलं, की त्यांना अजून आठवडाभर अवधी हवा आहे; तर आठ नव्हे तर ९ दिवस वाट बघून मगच संपर्क करा. असुरक्षित वाटून घेऊन उगाच फोन किंवा मेल्स करू नका. त्या-ऐवजी, प्रथम जे काही तुमचं सादरीकरण असेल; ते नेमकं आणि सुरेख करा. त्याकरिता बाहेरील तज्ञ

व्यक्ती-संस्थांची मदत घेतली तरीही हरकत नाही. म्हणजे संभाव्य पुरावठादारांमध्ये तुमचा विचार केला जाऊ शकेल.

### follow-up साठी खालील साधनेही उपयुक्त ठरू शकतील:-

- गुगल टास्क
- गुगलकॅलेंडर
- सी आर एम अर्थात Customer Relationship Management पद्धती.
- online मीटिंग साठी स्काईप, गो टू मीटिंग इत्यादी softwares.

साधने काहीही असोत, वेळच्यावेळी ठराविक काम करणे अधिक महत्त्वाचे ठरते.

ह्या फक्त पाचपायऱ्या जरी वापरत राहिलात ना; तरीही अगदी लक्षवेधी परिणाम तुम्हाला दिसून येतील. शिवाय सतत आपल्या व्यवसायाविषयी लिहित राहिल्याने, म्हणजेच पोस्टिंग करित राहिल्यामुळे तुम्ही एक अधिकारी व्यक्ती म्हणून गणले जाऊ. काही कालावधीतच धुवाप्रमाणे तुमच्या क्षेत्रातील एक अढळ पद प्राप्त होण्यास वेळ नाही लागायचा. मग काय? तुम्ही म्हणाल, ती पूर्व दिशा.

लागताय ना कामाला?

**-सौमित्र मोहन घोटीकर, पुणे.**

गेले २५ वर्षांपासून मशिनरी उत्पादक, व आता सल्लागार, तसेच Joy Web Services Pvt.. Ltd. या online मार्केटिंग कंपनीचे संस्थापक-संचालक.

**Email: [contact@joywebservices.com](mailto:contact@joywebservices.com) Website: [www.joywebservices.com](http://www.joywebservices.com) Mobile: 9850997110, 9822478111**