

ವ್ಯಾಪಾರ  
ಮತ್ತು  
ವ್ಯಾಪಾರ  
ಅವಕಾಶಗಳು

# ಸೂಚ್ಯಂಕ



- 1 ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- 2 ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- 3 ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್
- 4 ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು
- 5 ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳು
- 6 ಪ್ರಮುಖ ಟೇಕ್‌ಅವೇಗಳು



# ಪಾರ ಯೋಜನೆ

ಈ ಮಾಡ್ಯೂಲ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಗ್ಲೋಬಲ್ ವ್ಯಾಲೂ ಚೈನ್‌ಗಳ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ತಮ್ಮ ವ್ಯವಹಾರದ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಪಾಲೊಳ್ಳುವವರಿಗೆ ಬಳಸದ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.



# ಉದ್ದೇಶಗಳು/ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು

- ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಗ್ಲೋಬಲ್ ವ್ಯಾಲೂ ಚೈನ್‌ಗಳ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲು.
- ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು, ಅವುಗಳ ಉಪಯೋಗಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಬಳಸದ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸುವ ಮೂಲಕ ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು.



# ಮಟೀರಿಯಲ್ ಅಗತ್ಯವಿದೆ

- ಮಾಡ್ಯೂಲ್ನ ಸಾಫ್ಟ್ ಕಾಪಿ ಮತ್ತು ಹಾರ್ಡ್ ಕಾಪಿ - ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ-ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಹಾಳೆ.
- ಖಾಲಿ ಎ4 ಗಾತ್ರದ ಹಾಳೆಗಳು
- ಪ್ರೊಜೆಕ್ಟರ್
- ಲ್ಯಾಪ್ಟಾಪ್
- ವೈಟ್‌ಬೋರ್ಡ್
- ಡೆಸ್ಕ್
- ಬರವಣಿಗೆ ಪೆನ್ (ವೈಟ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ಗಾಗಿ)



ಡಿಜಿಟಲ್  
ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

01



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

## ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದರೇನು?

"ಅಮೇರಿಕನ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಸೋಸಿಯೇಷನ್ ಪ್ರಕಾರ, "ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಚಟುವಟಿಕೆ, ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸೆಟ್ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು, ಗ್ರಾಹಕರು, ಪಾಲುದಾರರು ಮತ್ತು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು, ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು, ತಲುಪಿಸಲು ಮತ್ತು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು". ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಖರೀದಿ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಕಂಪನಿಯು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರ ಮಧ್ಯಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತದೆ, ಅದರ ಆದರ್ಶ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯತ್ತ ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತದೆ. - ಅಮೇರಿಕನ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಸೋಸಿಯೇಷನ್.



# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಪ್ರಭಾವಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಚಾಲನೆ ಮಾಡಲು ಈ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಸುತ್ತ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.
- ಪ್ರಭಾವಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ದೊಡ್ಡ ಗುಂಪಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಬದಲು, ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಪ್ರಭಾವಿಗಳನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸುತ್ತದೆ, ಅದು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು, ವಿಷಯ ರಚನೆಕಾರರು, ಗ್ರಾಹಕ ವಕೀಲರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.





# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಸಂಬಂಧ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ರಿಲೇಶನ್‌ಶಿಪ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ವಿಭಾಗಿಸುವ ತಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಗುರಿಯಾಗಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿಷ್ಠೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ನಡವಳಿಕೆಯ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ.
- ಉದಾಹರಣೆ - ಡೆಬಿಟ್ ಅಥವಾ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ಲಾಯಲ್ಟಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು.
- ವೈರಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- ವೈರಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿದ್ಯಮಾನವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸಂದೇಶವನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಜನರನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.
- "ವೈರಲ್" ಎಂಬ ಅಡ್ಡಹೆಸರು ಏಕೆಂದರೆ ಸಂದೇಶಕ್ಕೆ ಒಡ್ಡಿಕೊಂಡ ಜನರ ಸಂಖ್ಯೆಯು ವೈರಸ್ ಅಥವಾ ರೋಗವನ್ನು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ರವಾನಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಕರಿಸುತ್ತದೆ.



# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಗ್ರೀನ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಹಸಿರು ವ್ಯಾಪಾರೋದ್ಯಮವು ಪರಿಸರ ಸುರಕ್ಷಿತವೆಂದು ಭಾವಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ (ಅಂದರೆ, ಭೌತಿಕ ಪರಿಸರದ ಮೇಲೆ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಅದರ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ).
- ಪರಿಸರ ಕಾಳಜಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಅಥವಾ ಸ್ಪಂದಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು, ಉತ್ಪೇಜಿಸಲು, ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಮರುಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಈ ಪದವನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.



Confederation of Indian Industry

Digital Saksham

# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಕೀವರ್ಡ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಕೀವರ್ಡ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಬಳಕೆದಾರರ ಮುಂದೆ ಅವರು ಹುಡುಕಲು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಪದಗುಚ್ಛಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಇರಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
- ಈ ವಿಧಾನದ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ ಅದು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಸಂದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅನೇಕ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ, ಕೆಲವು ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ನಮೂದಿಸಿದಾಗ ಕೀವರ್ಡ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಜಾಹೀರಾತಿನ ನಿಯೋಜನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.



# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಹೊರಹೋಗುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಹೊರಹೋಗುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ, ಟಿವಿ, ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಡಿಸ್‌ಪ್ಲೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಂತಹ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟಗಾರ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾನೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಅರಿವು ಮತ್ತು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನ ಆದ್ಯತೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ಇದನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.



# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಒಳಬರುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಒಳಬರುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಆಗಿದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಬಳಸುವ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಇಮೇಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಈವೆಂಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ವಿಷಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ವೆಬ್ ವಿನ್ಯಾಸ ಸೇರಿವೆ.
- ಕಂಟೆಂಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಒಳಬರುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಒಂದು ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಮೂಲವಾಗಿ ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು, ಆ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ನಂಬಿಕೆ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುವುದು.



# ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಹುಡುಕಾಟ ಎಂಜಿನ್ ಆಪ್ಟಿಮೈಸೇಶನ್

- ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್ ಆಪ್ಟಿಮೈಸೇಶನ್ (ಎಸ್‌ಇಒ) ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್/ತಾಂತ್ರಿಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ.
- ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಹುಡುಕಾಟಗಳಲ್ಲಿ ಸೈಟ್ "ಗೆಲ್ಲಬೇಕಾದ" ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಗುರಿಪಡಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಎಸ್‌ಇಒ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.
- ವಿಷಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- ಕಂಟೆಂಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಲಾಭದಾಯಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಚಾಲನೆ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಮತ್ತು ಸ್ವಾಧೀನಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ, ಸಂಬಂಧಿತ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿತರಿಸುವ ತಂತ್ರವಾಗಿದೆ.



ಡಿಜಿಟಲ್  
ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

02



- ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಇಂಟರ್ನೆಟ್, ಮೊಬೈಲ್ ಸಾಧನಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಚಾನಲ್‌ಗಳ ಬಳಕೆಯಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂವಾದಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಇದು ಹುಡುಕಾಟ ಫಲಿತಾಂಶ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಇಮೇಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿದ ಟ್ವೀಟ್‌ಗಳು, ಇನ್ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಯು ಟ್ಯೂಬ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.





# ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ವಿವಿಧ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪ್ರಚಾರಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಇದನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಬ್ರಾೞಂಡ್, ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯನ್ನು ಸೞಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಸ್ಮರಣೀಯ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಬೇಕು. ಇದು ವೇಗವಾಗಿ, ಮೊಬೈಲ್ ಸ್ನೇಹಿ ಮತ್ತು ಬಳಸಲು ಸುಲಭವಾಗಿರಬೇಕು.



# ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಪೇ-ಪರ್-ಕ್ಲಿಕ್ (ಪಿಪಿಸಿ) ಜಾಹೀರಾತು

- ಪಾವತಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಹಲವಾರು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತಲುಪಲು ಇದು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಶಕ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.
- ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲಾಗಿದೆ - ಗೂಗಲ್, ಬಿಂಗ್, ಲಿಂಕ್ಡ್ ಇನ್, ಟ್ವಿಟ್ಟರ್, ಪಿಂಟ್ ರೆಸ್ಟ್, ಅಥವಾ ಫೇಸ್ ಬುಕ್ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪದಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಜನರಿಗೆ ಅವರ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.
- ಇದು ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಅವರ ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವಿಭಾಗಿಸುತ್ತದೆ (ಉದಾಹರಣೆಗೆ ವಯಸ್ಸು ಅಥವಾ ಲಿಂಗದ ಮೂಲಕ), ಅಥವಾ ಅವರ ಆಸಕ್ತಿಗಳು ಅಥವಾ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸುತ್ತದೆ.



# ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ವಿಷಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು, ಇಪುಸ್ತಕಗಳು, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳು, ಇನ್ಫೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್, ಪಾಡ್‌ಕಾಸ್ಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ನಾರ್‌ಗಳಂತಹ ವಿಷಯವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಇದನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಇದನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ, ಇಮೇಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಎಸ್ ಇ ಓ, ಅಥವಾ ಪಿ ಪಿ ಸಿ ಪ್ರಚಾರಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಇಮೇಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- ಇಮೇಲ್ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರು ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಜನರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರಲು ಇದು ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಇತರ ರೀತಿಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮೂಲಕ ಇಮೇಲ್ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.



# ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಇದು ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಒಬ್ಬರ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಪ್ರತಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಬ್ರಾಂಡ್ ಅನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು.
- ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್
- ಪ್ರಭಾವಿಗಳು ಇತರ ಜನರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಬಾರಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದಾಗ ಅಥವಾ ಸೀಸವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದಾಗ ಕಮಿಷನ್ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.



# ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು

## ವೀಡಿಯೋ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ವೀಡಿಯೋ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಕುರಿತು ಜನರಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಹೇಳಲು ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮದೊಂದಿಗೆ ಅವರನ್ನು ತಲುಪಲು ನಿಮಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.

## ಎಸ್ ಎಂ ಎಸ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್

- ಎನ್‌ಜಿಒಗಳು, ಕಂಪನಿಗಳಂತಹ ಅನೇಕ ಮೂಲಗಳು ತಮ್ಮ ಇತ್ತೀಚಿನ ಪ್ರಚಾರಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲು ಅಥವಾ ಇಚ್ಛಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಎಸ್ ಎಂ ಎಸ್ ಅಥವಾ ಪಠ್ಯ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸಹ ಬಳಸುತ್ತವೆ.



## ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಉಪಯೋಗಗಳು

- ಆಗಾಗ್ಗೆ ಸಂವಹನಗಳೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಷ್ಠೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ
- ಪ್ರತಿ ಖರೀದಿ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತೊಡಗಿಸುತ್ತದೆ
- ಸರಿಯಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸುತ್ತದೆ
- ಸ್ಥಿರವಾದ ಲೀಡ್ ಪೈಪ್‌ಲೈನ್ ಅನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುತ್ತದೆ
- ಉತ್ತಮವಾದ ಪರಿವರ್ತನೆ ದರಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ
- ಎಲ್ಲಾ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಅಳೆಯುತ್ತದೆ
- ಬ್ರಾಂಡ್ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸಿ
- ವೆಚ್ಚ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ
- ಒಂದು ಮಟ್ಟದ ಆಟದ ಮೈದಾನವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ



## ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಸವಾಲುಗಳು

- ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬನೆ
- ಭದ್ರತೆ, ಗೌಪ್ಯತೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
- ನಿರಂತರವಾಗಿ ವಿಕಸನಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಪರಿಸರದಿಂದಾಗಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ವೆಚ್ಚಗಳು
- ಬೆಲೆಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪಾರದರ್ಶಕತೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿದ ಬೆಲೆ ಸ್ಪರ್ಧೆ
- ಜಾಗತೀಕರಣದ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ವಾದ್ಯಂತ ಸ್ಪರ್ಧೆ



ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್

03





## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಎಂದರೇನು?

ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಕಾಮರ್ಸ್ ಅಥವಾ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಎನ್ನುವುದು ವ್ಯವಹಾರ ಮಾಡರಿಯಾಗಿದ್ದು ಅದು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಮೂಲಕ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳು, ಟ್ಯಾಬ್ಲೆಟ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ನಡೆಸಬಹುದು. ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮೂಲಕ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳು - ಪುಸ್ತಕಗಳು, ಸಂಗೀತ, ವಿಮಾನ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಷೇರು ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ನಂತಹ ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವಿಧಗಳು?

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಮುಖ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ:

ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ (ಬಿ2ಬಿ )

ಬಿಸಿನೆಸ್-ಟು-ಬಿಸಿನೆಸ್ (ಬಿ2ಬಿ ), ಇದನ್ನು ಬಿ-ಟು-ಬಿ ಎಂದೂ ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ, ಇದು ತಯಾರಕರು ಮತ್ತು ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಮತ್ತು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ನಡುವಿನ ವಹಿವಾಟಿನ ಒಂದು ರೂಪವಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವೆ ನಡೆಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಪನಿಗಳ ನಡುವೆ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವಿಧಗಳು?

ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ (ಬಿ2ಸಿ)

ಇದು ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಅದರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಾದ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವೆ ನೇರವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ವಿಭಾಗವು ಡೈರೆಕ್ಟ್ ಟು ಕನ್ಸೂಮರ್ (ಡಿ2ಸಿ) ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ - ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮಾಲೀಕರು/ನಿರ್ಮಾಪಕರು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಉದ್ಯಮಗಳು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ಚಾನಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೋಗದೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಇತ್ತೀಚಿನ ವಿದ್ಯಮಾನವಾಗಿದೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವಿಧಗಳು?

### ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ (ಸಿ2ಸಿ)

ಇದು ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಹಕರು ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಆಗಾಗ್ಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಸಿ2ಸಿ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಹಂಚಿಕೆ ಆರ್ಥಿಕತೆಯೊಂದಿಗೆ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದ ಒಂದು ರೀತಿಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಯಾಗಿದೆ.

### ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ (ಸಿ2ಬಿ)

ಸಿ2ಬಿ ಎಂಬುದು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಲು ಇತ್ತೀಚಿನ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿಯಾಗಿದೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

ವೇಗದ ಖರೀದಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ:

ಗ್ರಾಹಕರು ಶಾಪಿಂಗ್ ಮಾಡಲು ಕಡಿಮೆ ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬ್ರೌಸ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಸ್ಥಳೀಯ ಅಂಗಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡುಬರದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡಬಹುದು.

ಅಂಗಡಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಪಟ್ಟಿ:

ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅನೇಕ ಚಿತ್ರಗಳು, ವಿವರಣೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ವರ್ಗ, ಬೆಲೆ, ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದು. ಕೇವಲ ಒಂದು ಹಂತದಲ್ಲಿ ನೀವು ವಸ್ತುವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಅನೇಕ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದು. ನಿಮ್ಮ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವುದು ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿರುವದನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ವೆಚ್ಚ ಕಡಿತ:

ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಅಂಗಡಿಯು ಕೈಗೆಟುಕುವ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿದೆ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿಯೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಕಡಿಮೆ ಹೂಡಿಕೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಬಯಸುವ ಆದರೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಆರಂಭಿಕ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಹೊಂದಿರದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಇದು ಉತ್ತಮ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

### ಕೈಗೆಟುಕುವ ದರದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು:

ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳಗಳು ದೃಶ್ಯ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಾಗಿವೆ - ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ತೋರಿಸಬಹುದು. ಅನೇಕ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಒಳನೋಟ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ, ಅದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ, ಇದು ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ - ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿರುವ, ಅನ್‌ಶಿಪ್ ಮಾಡದ, ಕಳುಹಿಸಲಾದ, ರದ್ದುಪಡಿಸಿದ, ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವಿಕೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನಮ್ಯತೆ:

ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು 24x7 ಲಭ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವಾಗಲೂ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಇರುತ್ತಾರೆ. ಫಲಿತಾಂಶವೆಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ, ಯಾವುದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೀಡಬಹುದು.

ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಆದಾಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಈ ಗ್ರಾಹಕರ ನಮ್ಯತೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸಾಕಷ್ಟು ಖರೀದಿದಾರರು ಇದ್ದಾರೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಂಡು ಅವರು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದು.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಬೆಲೆ ನಡುವಿನ ಹೋಲಿಕೆ:

ಇಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಅಥವಾ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಸಬಹುದು. ಇದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಪೂರೈಸದಿದ್ದರೆ, ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಪರ್ಯಾಯಗಳ ಉತ್ತಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ, ಪ್ರಮಾಣಿತ ದರಗಳು.





## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ರೀಚ್ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಮೀರಿಸುತ್ತದೆ:

ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಮಾತ್ರ ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರ ಮನೆಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸಬಹುದು ಆದರೆ ದೂರದ ಮಿತಿಗಳಿರಬಹುದು.

ಹಲವಾರು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ.

ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹುಡುಕಲು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಬೇಕಾದ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇದರಿಂದ ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆಯಬಹುದು. ಇದು ಆನ್‌ಲೈನ್-ಮಾತ್ರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿ ಹೊಂದಿರುವವರಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ.

ಆನ್‌ಲೈನ್-ಮಾತ್ರ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಉಳಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ಖಚಿತವಾಗಿರಬಹುದು. ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ವೇಗವಾದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ:

ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳಗಳು ನಿಮಗೆ ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅಥವಾ ವಿತರಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಇದರ ಅರ್ಥವೇನೆಂದರೆ, ಖರೀದಿದಾರರ ಆದೇಶವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಒಂದು ಪ್ಲಸ್ ಪಾಯಿಂಟ್ ಆಗಿದ್ದು ಅದನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ನಿಭಾಯಿಸಬಹುದು - ನೀವು ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡಿ ಅಥವಾ ಬದಲಿ ನೀಡಿ.

ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಡೀಲ್‌ಗಳು, ಪ್ರಚಾರಗಳನ್ನು ರಚಿಸಬಹುದು. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅವರು ಬಯಸಿದಾಗ ಕೂಪನ್‌ಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅನ್ವಯಿಸಬಹುದು - ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಅಂಗಡಿಗಾಗಿ ಅಂತಹ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಕಸ್ಟಮೈಸ್ ಮಾಡಬಹುದು.



## ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

### ಬಹು ಪಾವತಿ ವಿಧಾನಗಳು:

ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳಗಳು ಯುಪಿಐ, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಆನ್ ಡೆಲಿವರಿ, ಕಾರ್ಡ್ ಆನ್ ಡೆಲಿವರಿ, ನೆಟ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅಥವಾ ಡೆಬಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಇಎಂಐಗಳು ಮತ್ತು ಪಾವತಿ-ನಂತರದ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಬಹು ಪಾವತಿ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನುಮತಿಸುತ್ತವೆ.



ಇ ಕಾಮರ್ಸ್  
ಪ್ಲಾಟ್ಫಾರ್ಮ್  
ಗಳು

04



# ಖಾಸಗಿ ವಲಯ (ಪ್ರಮುಖ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ)

## ಫಿಪ್ಪಾಟ್

ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2007 ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು, ಇದು 80+ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ 80 ಮಿಲಿಯನ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳವಾಗಿದೆ

## ಅಮೆಜಾನ್

ಅಮೆಜಾನ್.ಕಾಂ (ಅಮೆಜಾನ್.ಇನ್), ಆನ್‌ಲೈನ್ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿ, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಬುಕ್ ರೀಡರ್‌ಗಳ ತಯಾರಕರು ಮತ್ತು ವೆಬ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ವಾಣಿಜ್ಯದ ಅಪ್ರತಿಮ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿ ವಾಷಿಂಗ್ಟನ್‌ನ ಸಿಯಾಟಲ್‌ನಲ್ಲಿದೆ.



# ಖಾಸಗಿ ವಲಯ (ಪ್ರಮುಖ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ)

## ಸ್ನಾಪ್ಪೀಲ್

ಫೆಬ್ರವರಿ 2010 ರಲ್ಲಿ, ರೋಹಿತ್ ಬನ್ಸಾಲ್ ಜೊತೆಗೆ ಕುನಾಲ್ ಬಹ್ಲಾ ಸ್ನಾಪ್ಪೀಲ್ ಡೀಲ್.ಕಾಂ ಅನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು.

ಪ್ರಾದೇಶಿಕ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ 800 ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ 60 ಮಿಲಿಯನ್ ಪ್ಲಸ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವ್ಯಾಪಕ ವಿಂಗಡಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಭಾರತದ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ.



# ಖಾಸಗಿ ವಲಯ (ಪ್ರಮುಖ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ)

## ಇಂಡಿಯಾ ಮಾರ್ಟ್

ಭಾರತದ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬಿ2ಬಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ,  
ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತದೆ.  
ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬಿ2ಬಿ ವರ್ಗೀಕೃತ ಜಾಗದ 60% ಮಾರುಕಟ್ಟೆ  
ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಚಾನಲ್, ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ  
ಉದ್ಯಮಗಳು (ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಳು), ದೊಡ್ಡ ಉದ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು  
ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.  
1999 ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದ ಕಂಪನಿಯ ಧ್ಯೇಯವೆಂದರೆ  
'ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು'.



# ಸರ್ಕಾರ

- ಜಿ ಇ ಎಂ
- ಇದು ಸರ್ಕಾರಿ ಇ-ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಥಳದ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ರೂಪವಾಗಿದೆ, ಇದು ಸರ್ಕಾರಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ, ಸ್ವಾವಲಂಬಿ ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರ ಸ್ನೇಹಿ ಪೋರ್ಟಲ್ ಆಗಿದೆ.
- ಕೇಂದ್ರ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಪೋರ್ಟಲ್
- ಭಾರತದ ಇ-ಪ್ರೊಕ್ಯೂರ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಿಸ್ಟಮ್ ಟೆಂಡರ್‌ದಾರರಿಗೆ ಟೆಂಡರ್ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ನಂತರ ಈ ಪೋರ್ಟಲ್ ಮೂಲಕ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಿಡ್‌ಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಪೋರ್ಟಲ್ ವಿವಿಧ ಸಚಿವಾಲಯಗಳು ಮತ್ತು ಲೈನ್ ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾದ ಸಂಗ್ರಹಣೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಒಂದೇ ಪಾಯಿಂಟ್ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.





# ಸರ್ಕಾರ

## ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು

ಕೇಂದ್ರ ಮತ್ತು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಸಚಿವಾಲಯಗಳು, ಇಲಾಖೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, ಪಿ ಎಸ್ ಯು ಗಳು ಮತ್ತು ಪಿ ಎಸ್ ಬಿ ಗಳಿಂದ ಟೆಂಡರ್ ಮತ್ತು ಬಿಡ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ವೇದಿಕೆ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಟೆಂಡರ್ ದಾಖಲೆಗಳಿಗೆ ಉಚಿತ ಪ್ರವೇಶ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಫಾರ್ಮ್ ಮೂಲಕ ಎನ್ ಟಿ ಐ ಅನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಸೌಲಭ್ಯ ಟೆಂಡರ್ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು, ದಾಖಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಕೊರಿಜೆಂಡಮ್ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಲು ಸೌಲಭ್ಯ ಒಪ್ಪಂದದ ದಾಖಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಬಿಡ್ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ಸೌಲಭ್ಯ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಡೊಮೇನ್‌ನಲ್ಲಿ, ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಂದ ಪ್ರವೇಶ/ವೀಕ್ಷಣೆಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ ನೋಂದಣಿ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ



# ಸರ್ಕಾರ

## ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು

ವಿವಿಧ ಮೈಲಿಗಲ್ಲುಗಳಲ್ಲಿ ಇಮೇಲ್ / ಎಸ್ ಎಂ ಎಸ್ ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳು.  
ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಟೋಲ್ ಫ್ರೀ ಹೆಲ್ಪ್ ಲೈನ್ ಸೌಲಭ್ಯ.  
ಟೆಂಡರ್‌ಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನ ವಿಭಾಗಗಳು, ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳು ಮತ್ತು  
ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರಿನ ಪ್ರಕಾರ ವರ್ಗೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ.  
ಆರ್ಕೈವ್ ಮಾಡಿದ ಟೆಂಡರ್‌ಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಡೊಮೇನ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ  
ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳು, ಸ್ಥಳ, ಮೌಲ್ಯ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರು, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಟೆಂಡರ್  
ಪ್ರಕಾರ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ವರ್ಗಗಳಂತಹ ನಿಯತಾಂಕಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು  
ಹುಡುಕಾಟ ಸೌಲಭ್ಯ ಲಭ್ಯವಿದೆ



# ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವಾಗ ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆಗಳು

## ಕಾರ್ಯ ವಿಧಾನ - ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಂಚನೆಗಳು

- ವಂಚಕರು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರಂತೆ ನಟಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ನಿಮಗೆ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸುವ ಬದಲು, ಅವರು UPI ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮೂಲಕ "ಹಣವನ್ನು ವಿನಂತಿಸಿ" ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಯಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಎಳೆಯಲು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಹಣವನ್ನು ಎಳೆಯುವ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಅನುಮೋದಿಸಲು ಒತ್ತಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆಗಳು
- ಯಾವಾಗಲೂ ನೆನಪಿಡಿ, ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಪಿನ್ / ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಎಲ್ಲಿಯೂ ನಮೂದಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ.
- ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಪಿನ್ ಅನ್ನು ನಮೂದಿಸಲು ಯು ಪಿ ಐ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿದರೆ, ನೀವು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಬದಲು ಹಣವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದರ್ಥ.



ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ  
ಸರಪಳಿಗಳು

05



## ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿ ಎಂದರೇನು?

- ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪನೆಯಿಂದ ವಾಸ್ತವಕ್ಕೆ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಹಂತ-ಹಂತದ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿಯಾಗಿದೆ.
- ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು (ವಿನ್ಯಾಸ, ಉತ್ಪಾದನೆ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ವಿತರಣೆ ಮತ್ತು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಬೆಂಬಲ, ಇತ್ಯಾದಿ) ಅನೇಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕರ ನಡುವೆ ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಳಗಳಾದ್ಯಂತ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಅದರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಿಂದ ಅದರ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆಗೆ ತರಲು ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ.
- ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳು ವ್ಯಾಪಾರದ ದಕ್ಷತೆಯ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಕನಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.
- ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯು ಅದರ ದಕ್ಷತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಕಂಪನಿಗೆ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.



## ವಹಿವಾಟು ನಿಗಮ

- ಇದು ಉದ್ಯಮವಾಗಿದೆ (ಖಾಸಗಿ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಅಥವಾ ಮಿಶ್ರಿತ ಸೇರಿದಂತೆ ಅದರ ಮೂಲ ಮತ್ತು ಮಾಲೀಕತ್ವದ ದೇಶವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ) ಇದು ಕಂಪನಿಗಳು ಅಥವಾ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಎರಡು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಲೀಕತ್ವ ಅಥವಾ ಇತರ ಅಂಶಗಳಿಂದ, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಇತರರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಗಮನಾರ್ಹ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ, ಅವರೊಂದಿಗೆ ಜ್ಞಾನ, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯ ಉದಾಹರಣೆ:

A smart phone assembled in China might include graphic design elements from the United States, computer code from France, silicone chips from Singapore, and precious metals from Bolivia. Throughout this process, all countries involved retain some value and benefit from the export of the final product.

## ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

- ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಮುಂದಕ್ಕೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ದೇಶಗಳು ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಬಹುದು.
- ಗ್ಲೋಬಲ್ ವ್ಯಾಲೂ ಚೈನ್ ರಫ್ತುಗಳು ದೇಶದ ತಲಾ ಜಿಡಿಪಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಎಸ್‌ಎಂಇಗಳ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಕ್‌ವರ್ಡ್ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ತಲಾ ಆದಾಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮೇಲೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ.
- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳ ರಫ್ತು ಮತ್ತು ಅದರ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಕೊಡುಗೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಮಿಕ ಉತ್ಪಾದಕತೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ.



## ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದರಿಂದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಉತ್ಪಾದಕವಾಗಿರುವ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯ ಆ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷತೆಯಿಂದ ಲಾಭ ಪಡೆಯಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
- ಅವರು ಸುಧಾರಿತ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಅಗ್ಗದ ಒಳಹರಿವು ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ (ಪ್ರಮಾಣದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು) ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.
- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿ ರಫ್ತುಗಳಲ್ಲಿನ ಹೆಚ್ಚಳವು ಹೂಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಬೆಳವಣಿಗೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಏಕೀಕರಣಗೊಳ್ಳಲು ವಿವಿಧ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ನೆಲೆಗೊಂಡಿರುವ ತಮ್ಮ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಾಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಬಂಡವಾಳದ ವರ್ಗಾವಣೆಯಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ.





## ಗೋಬಲ್ ವ್ಯಾಲೂಸ್ ಚೈನ್‌ನಿಂದ ಅವಕಾಶಗಳು

- ಕಾರ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಂತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರವು ಸಣ್ಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಅಥವಾ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪೂರೈಕೆ ಸರಪಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ.
- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳ ಮೂಲಕ, ಎಂ ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಳು ಈಗ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಭಾಗಗಳು ಮತ್ತು ಘಟಕಗಳ ಪೂರೈಕೆದಾರರಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು.
- ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಖರೀದಿದಾರ-ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಸಂಬಂಧಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತಷ್ಟು ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಳನ್ನು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
- ಈ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಪೂರೈಕೆಗಾಗಿ ಹೊಸ ವಲಯಗಳ ಮೂಲಕ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ.
- ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗಿನ ಸಂವಹನವು ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಎಂ ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಳ ನಡುವೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಯ ಹರಿವನ್ನು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು ಎಂ ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯ ಮಟ್ಟಗಳಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.



ಪ್ರಮುಖ  
ಟೆಕೆಂಕ್ ಅವೆಗಳೆ

06



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham

## ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕೆಗಳೇಗಳು

- ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ನೀಡಲು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಏಕೆಂದರೆ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಸರಿಯಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ, ವೇಗದ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಖಾತ್ರಿಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.
- ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವ್ಯವಹಾರವು ಕೈಗೆಟುಕುವ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಉತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತದೆ.
- ಜಾಗತಿಕ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಗಳು ಎಂ ಎಸ್ ಎಂ ಇ ಗಾಗಿ ಕೆಳಗಿನ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ - ಅವರು ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಪೂರೈಕೆ ಸರಪಳಿಯ ಭಾಗವಾಗಬಹುದು, ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು, ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಹೂಡಿಕೆಯ ವರ್ಗಾವಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.





ಧನ್ಯವಾದಗಳು!!!



Confederation of Indian Industry

Digital  
Saksham