

വ്യാപാരവും
ബിസിനസും
സംബന്ധിച്ച
അവസരങ്ങൾ



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham



സൂചിക

- 1 മാർക്കറ്റിംഗ്
- 2 ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്
- 3 ഇ-കൊമേഴ്സ്
- 4 ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ
- 5 ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകൾ
- 6 പ്രധാന പോയിന്റുകൾ



പാഠ പദ്ധതി

ഈ മൊഡ്യൂളിലൂടെ ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, ഇ-കൊമേഴ്സ്, ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകൾ എന്നീ ആശയങ്ങളെ കുറിച്ച് പങ്കെടുക്കുന്നവർക്ക് ആമുഖം ലഭിക്കുന്നു. ഈ ആശയങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുന്നതും ബിസിനസ് നേട്ടങ്ങൾക്കായി അവ ഉപയോഗിക്കുന്നതും, ആരു ഇതുവരെ പരീക്ഷിച്ചിട്ടില്ലാത്ത അവസരങ്ങൾ ബിസിനസ്സിലും വ്യാപാരത്തിലും ഉപയോഗിക്കാൻ പങ്കെടുക്കുന്നവരെ സഹായിക്കുന്നു.



ലക്ഷ്യങ്ങൾ/പ്രതീക്ഷകൾ

- ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, ഇ-കൊമേഴ്സ്, ആഗോള മുഖ്യ ശൃംഖലകൾ എന്നീ ആശയങ്ങൾ പങ്കെടുക്കുന്നവർക്ക് പരിചിതമാക്കുക.
- മുകളിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്ന ആശയങ്ങളെക്കുറിച്ചും ബിസിനസിനായി അവയുടെ ഉപയോഗവും പ്രയോജനങ്ങളും പങ്കെടുക്കുന്നവർക്ക് മനസ്സിലാക്കാനും ആരും പരീക്ഷിച്ചിട്ടില്ലാത്ത അവസരങ്ങൾ അടുത്തറിയുന്നതിലൂടെ അവരുടെ ബിസിനസിന്റെ നേട്ടങ്ങൾക്കായി അവ ഉപയോഗപ്പെടുത്താനും സഹായിക്കാൻ.



ആവശ്യമായ മെറ്റീരിയൽ

- വ്യാപാരവും ബിസിനസും സംബന്ധിച്ച അവസരങ്ങൾ എന്ന മൊഡ്യൂളിന്റെ സോഫ്റ്റ് കോഴിയും ഹാർഡ് കോഴിയും സ്വയം വിലയിരുത്തൽ ഷീറ്റും.
- ശൂന്യമായ എ4 വലുപ്പത്തിലുള്ള ഷീറ്റുകൾ
- പ്രൊജക്ടർ
- ലാപ്പ്ടോപ്പ്
- വൈറ്റ്ബോർഡ്
- ഡസ്സർ
- പേന(വൈറ്റ്ബോർഡിനുള്ളത്)



ഡിജിറ്റൽ
മാർക്കറ്റിംഗ്

01



എന്താണ് മാർക്കറ്റിംഗ്?

“അമേരിക്കൻ മാർക്കറ്റിംഗ് അസോസിയേഷന്റെ നിർവചനമനുസരിച്ച്, “ ഉപഭോക്താക്കൾക്കും ക്ലയന്റുകൾക്കും പങ്കാളികൾക്കും സമൂഹത്തിനും മൂല്യമുള്ള ഓഫറുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതും ആശയവിനിമയം നടത്തുന്നതും അവ നൽകുന്നതും കൈമാറ്റം ചെയ്യുന്നതുമായ പ്രവർത്തനങ്ങളും സ്ഥാപനങ്ങളുടെ കൂട്ടങ്ങളും പ്രക്രിയകളുമാണ് മാർക്കറ്റിംഗ്”. ലളിതമായി പറഞ്ഞാൽ, ഉൽപ്പന്നമോ സേവനമോ വിൽക്കുന്നതിനെയോ വാങ്ങുന്നതിനെയോ പ്രമോട്ട് ചെയ്യാൻ കമ്പനി നടത്തുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് മാർക്കറ്റിംഗ്. പ്രധാനമായും, മാർക്കറ്റിംഗിലൂടെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റേയോ സേവനത്തിന്റേയോ യഥാർത്ഥ ഉപഭോക്താക്കളെ മനസ്സിലാക്കു ലഭ്യമായ ഉൽപ്പന്നത്തിലേക്കും സേവനത്തിലേക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെയും ശ്രദ്ധ ക്ഷണിക്കുന്നു.” - **അമേരിക്കൻ മാർക്കറ്റിംഗ് അസോസിയേഷൻ.**



Confederation of Indian Industry

Digital Saksham

മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

ഇൻഫ്ലുവൻസർ മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഉപഭോക്താക്കളാകാൻ സാധ്യതയുള്ളവരിൽ സ്വാധീനമുള്ള വ്യക്തികളെ കണ്ടെത്തി അവരിലൂടെ ബ്രാൻഡ് സന്ദേശം വ്യാപിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് ഇൻഫ്ലുവൻസർ മാർക്കറ്റിംഗ്.
- ഇൻഫ്ലുവൻസർ മാർക്കറ്റിംഗിൽ, വലിയൊരു വിഭാഗം ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് നേരിട്ട് മാർക്കറ്റിംഗ് ചെയ്യുന്നതിന് പകരം, സെലിബ്രിറ്റികളും ഉള്ളടക്ക സ്രഷ്ടാക്കളും ഉപഭോക്തൃ സേവനം നൽകുന്നവരും ജീവനക്കാരും ഉൾപ്പെടെയുള്ള ഇൻഫ്ലുവൻസർമാർക്ക് ബ്രാൻഡ് പ്രതിഫലം നൽകുന്നു.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

റിലേഷൻഷിപ്പ് മാർക്കറ്റിംഗ്

- വിശ്വാസ്യത വളർത്തിയെടുക്കാൻ ഉപഭോക്താക്കളെ വ്യത്യസ്ത വിഭാഗങ്ങളാക്കി തിരിക്കുന്നതിനുള്ള തന്ത്രങ്ങളെയും പ്രവർത്തനങ്ങളെയുമാണ് റിലേഷൻഷിപ്പ് മാർക്കറ്റിംഗ് എന്നതിലൂടെ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. ഉപഭോക്താക്കളെ കൃത്യമായി ടാർഗറ്റ് ചെയ്യാനും വിശ്വാസ്യതാ പ്രോഗ്രാമുകൾ സൃഷ്ടിക്കാനും ഡാറ്റാബേസ് മാർക്കറ്റിംഗ്, പ്രവർത്തനരീതിയനുസരിച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങൾ, അനലിറ്റിക്സ് എന്നിവ ഇത് പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു. ഉദാഹരണം - ഡെബിറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ ക്രെഡിറ്റ് കാർഡ് വിശ്വാസ്യതാ പ്രോഗ്രാമുകൾ.

വൈറൽ മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഒരു മാർക്കറ്റിംഗ് സന്ദേശം ആളുകളിൽ നിന്ന് ആളുകളിലേക്ക് കൈമാറാൻ പ്രോത്സാഹിക്കുന്ന മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രതിഭാസമാണ് വൈറൽ മാർക്കറ്റിംഗ്. വൈറസോ അസുഖമോ ആളുകളിൽ നിന്ന് ആളുകളിലേക്ക് പടർന്നുപിടിക്കുന്നതിന് സമാനമായ പ്രക്രിയ ആയതിനാലാണ് "വൈറൽ" എന്ന പേര് നൽകിയിരിക്കുന്നത്.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

ഗ്രീൻ മാർക്കറ്റിംഗ്

- പരിസ്ഥിതി സൗഹൃദവും സുരക്ഷിതവുമെന്ന് കരുതപ്പെടുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ (അതായത്, പരിസ്ഥിതിക്കുണ്ടാകുന്ന ദോഷകരമായ പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ കുറയ്ക്കാനോ പരിസ്ഥിതിക്ക് ഗുണമുണ്ടാക്കുന്നതോ ആയ തരത്തിൽ രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിരിക്കുന്നത്). വികസനവും മാർക്കറ്റിംഗുമാണ് ഗ്രീൻ മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന് അറിയപ്പെടുന്നത്.
- പാരിസ്ഥിതിക ആശങ്കകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് സംവേദനക്ഷമവും പ്രതികരണാത്മകതയുള്ളതുമായ തരത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനും പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്നതിനും പാക്ക് ചെയ്യുന്നതിനും വീണ്ടും ക്ലെയിം ചെയ്യുന്നതിനുമുള്ള ശ്രമങ്ങളെ വിവരിക്കാനും ഈ പദം ഉപയോഗിച്ചേക്കാം.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

കീവേഡ് മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഉപയോക്താക്കൾ തിരയാനുദ്ദേശിക്കുന്ന കീവേഡുകളോ ശൈലികളോ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് സന്ദേശം ഉപയോക്താക്കൾക്ക് മുന്നിലെത്തിക്കുന്നതാണ് കീവേഡ് മാർക്കറ്റിംഗ്.
- ഉചിതമായ സന്ദേശം ഉചിതമായ ആളുകളിലേക്ക് കൃത്യ സമയത്ത് എത്തിക്കാൻ കഴിയുമെന്നതാണ് ഈ രീതിയുടെ പ്രധാന നേട്ടം. മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുന്ന മിക്ക ആളുകളെയും, ഏതാനും കീവേഡുകൾ നൽകുമ്പോൾ ഒരു പരസ്യം നൽകുന്നതിലേക്കാണ് കീവേഡ് മാർക്കറ്റിംഗ് നയിക്കുന്നത്.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

ഔട്ട്ബൗണ്ട് മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഔട്ട്ബൗണ്ട് മാർക്കറ്റിംഗിൽ, ടിവി, റേഡിയോ, ഡിജിറ്റൽ ഡിസ്പ്ലേ പരസ്യം ചെയ്യൽ എന്നീ രീതികളിലൂടെ മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുന്നയാൾ ഉപഭോക്താവിനെ ബന്ധപ്പെടുന്നു. ഒരു ബ്രാൻഡിനുള്ള ഉപഭോക്തൃ ബോധവൽക്കരണവും മുൻഗണനയും വളർത്തിയെടുക്കാനാണ് ഇത് സാധാരണയായി ഉപയോഗിക്കുന്നത്.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

ഇൻബൗണ്ട് മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഉപഭോക്താക്കളുടെ ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കാൻ ഉപയോഗിച്ച വ്യത്യസ്ത രീതികളെ തുടർന്ന് ഉപഭോക്താക്കൾ മാർക്കറ്റിംഗ് ബന്ധപ്പെടുന്ന തരത്തിലുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് ആണ് ഇൻബൗണ്ട് മാർക്കറ്റിംഗ്. ഇമെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, ഇവൻ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ്, ഉള്ളടക്ക മാർക്കറ്റിംഗ് വെബ് ഡിസൈൻ എന്നിവ ഈ രീതികളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.
- ഉള്ളടക്ക മാർക്കറ്റിംഗ് ഉൾപ്പെടുന്ന ഇൻബൗണ്ട് മാർക്കറ്റിംഗിന്റേ ഒരു ദൃശ്യമെന്ന് പറയുന്നത്, ബിസിനസിനെ മൂല്യമേറിയ വിവരങ്ങളുടെ ഉറവിടമായും പ്രശ്നങ്ങൾക്കുള്ള പരിഹാരമായും അവതരിപ്പിക്കുക എന്നതാണ്, ഇതുവഴി ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിശ്വാസത വളർത്തിയെക്കാനാകും.



മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

സെർച്ച് എഞ്ചിൻ ഒപ്റ്റിമൈസേഷൻ

- ഒന്നോ അതിലധികമോ സെർച്ച് എഞ്ചിനുകളിൽ ദൃശ്യപരത മെച്ചപ്പെടുത്താൻ മാർക്കറ്റിംഗ് /സാങ്കേതിക പ്ലാൻ വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് സെർച്ച് എഞ്ചിൻ ഒപ്റ്റിമൈസേഷൻ (SEO).
- മാർക്കറ്റിംഗ് എന്ന രീതിയിൽ, തിരയലുകളിൽ സൈറ്റ് ദൃശ്യമാകുന്ന തരത്തിലുള്ള നിർദ്ദിഷ്ട കീവേഡുകൾ ടാർഗ്റ്റ് ചെയ്യുന്ന പ്രക്രിയയാണ് SEO.

ഉള്ളടക്ക മാർക്കറ്റിംഗ്

- വ്യക്തമായി നിർവ്വചിച്ചിരിക്കുന്ന പ്രേക്ഷകരെ ആകർഷിക്കാനും നേടാനും മൂല്യമേറിയതും പ്രസക്തവുമായ ഉള്ളടക്കം തുടർച്ചയായി സൃഷ്ടിച്ച് വിതരണം ചെയ്യുന്ന വിദ്യയാണ് ഉള്ളടക്ക മാർക്കറ്റിംഗ് –ലാഭം നേടാനാകുന്ന ഉപഭോക്തൃ പ്രവർത്തനം സൃഷ്ടിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ലക്ഷ്യം.



ഡിജിറ്റൽ
മാർക്കറ്റിംഗ്

02



- ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് എത്താൻ ഇന്റർനെറ്റ്, മൊബൈൽ ഉപകരണങ്ങൾ, സോഷ്യൽ മീഡിയ, സെർച്ചിനുകൾ, മറ്റ് ചാനലുകൾ എന്നിവ ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്. ഉപഭോക്തൃ ഫീഡ്ബാക്കോടെയുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് എന്നാണ് അത് അറിയപ്പെടുന്നത്.
- ഇത് ഒരു നിർദ്ദിഷ്ട വിഭാഗം ഉപഭോക്താക്കളെ ലക്ഷ്യമിടുന്നു, ഇത് സംവേദനാത്മകവുമാണ്.
- തിരയൽ ഫലങ്ങളിലെ പരസ്യങ്ങൾ, ഇമെയിൽ പരസ്യങ്ങൾ, പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്ന ട്വീറ്റുകൾ, ഇൻസ്റ്റഗ്രാം പരസ്യങ്ങൾ, YouTube പരസ്യങ്ങൾ എന്നിവ ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.



ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

വെബ്സൈറ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ്

- വ്യത്യസ്ത തരത്തിലുള്ള ഓൺലൈൻ മാർക്കറ്റിംഗ് ക്യാമ്പെയ്നുകൾ നടപ്പാക്കുന്നതിനാണ് ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡ്, ഉൽപ്പന്നം, സേവനം എന്നിവയെ വ്യക്തമായും മനസ്സിൽ നിലനിൽക്കുന്ന തരത്തിലും പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നതായിരിക്കണം വെബ്സൈറ്റ്. അത് വേഗതയേറിയതും മൊബൈൽ സൗഹാർദ്ദവും എളുപ്പത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്നതും ആയിരിക്കണം.



ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

പേ-പെർ-ക്ലിക്ക് (PPC) പരസ്യം ചെയ്യൽ

- പണമടച്ചുള്ള പരസ്യങ്ങളിലൂടെ നിരവധി ഡിജിറ്റൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോക്താക്കളിലേക്ക് എത്താൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.
- ഇനിപ്പറയുന്ന പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലാണ് പരസ്യങ്ങൾ നൽകുന്നത് - Google, Bing, LinkedIn, Twitter, Pinterest, അല്ലെങ്കിൽ Facebook എന്നിവയിൽ പരസ്യങ്ങൾ നൽകി ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ ആയി ബന്ധപ്പെട്ടുള്ള പദങ്ങൾ തിരയുന്ന ആളുകളെ അവരുടെ പരസ്യങ്ങൾ കാണിക്കുന്നു.
- ഉപയോക്താക്കളെ അവരുടെ ജനസംഖ്യാപരമായ സവിശേഷകളുടെ (പ്രായമോ ലിംഗഭേദമോ പോലുള്ളവ) അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉപയോക്താക്കളെ വിഭാഗീകരിക്കുക അല്ലെങ്കിൽ അവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങളോ ലൊക്കേഷനോ ടാർഗ്റ്റ് ചെയ്യുക.



ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

ഉള്ളടക്ക മാർക്കറ്റിംഗ്

- ബ്ലോഗുകളും ഇ-ബുക്കുകളും ഓൺലൈൻ കോഴ്സുകളും ഇൻഫോഗ്രാഫിക്സും പോഡ്കാസ്റ്റുകളും വെബിനാറുകളും പോലുള്ള ഉള്ളടക്കത്തിലൂടെ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് എത്താനാണ് ഇത് ഉപയോഗിക്കുന്നത്.
- അത് സാധാരണയായി ഒരു വെബ്സൈറ്റിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച് സോഷ്യൽ മീഡിയ, ഇമെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, എസ്ഇഒ അല്ലെങ്കിൽ PPC ക്യാമ്പെയ്നുകൾ വഴി പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്നു.

ഇമെയിൽ മാർക്കറ്റിംഗ്

- നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്കോ നിങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡിൽ താൽപ്പര്യമുള്ള ആളുകളിലേക്കോ ഇമെയിൽ വഴി എത്താനുള്ള മാധ്യമമാണ് ഇത്. മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ മറ്റ് രീതികളിലൂടെയാണ് ഇമെയിലിന്റെ ലിസ്റ്റ് സൃഷ്ടിക്കുന്നത്.



ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

സോഷ്യൽ മീഡിയ മാർക്കറ്റിംഗ്

- ബിസിനസ് പ്രമോട്ട് ചെയ്യാനും ഇടപഴകൽ വർദ്ധിപ്പിക്കാനും ഓരോ സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്ലാറ്റ്ഫോമിനും അനുയോജ്യമായ ഉള്ളടക്കം സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രക്രിയ ആണിത്. നിങ്ങളുടെ പ്രേക്ഷകരും ഉപഭോക്താക്കളുമായി കണക്റ്റ് ചെയ്യാനും നിങ്ങളുടെ ബ്രാൻഡ് മികച്ച രീതിയിൽ മനസ്സിലാക്കാൻ സോഷ്യൽ മീഡിയ മാർക്കറ്റിംഗ് സഹായിക്കുന്നു.

അഫിലിയേറ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഇൻഫ്ലുവൻസർമാർ മറ്റ് ആളുകളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രമോട്ട് ചെയ്ത് വിൽപ്പന നടക്കുന്ന ഓരോ സമയത്തും കമ്മീഷൻ നേടുന്നു.



ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് തരങ്ങൾ

വീഡിയോ മാർക്കറ്റിംഗ്

- പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് വീഡിയോകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതും അതുവഴി നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ കുറിച്ച് ആളുകളോട് പറയുന്നതുമാണ് വീഡിയോ മാർക്കറ്റിംഗ്. നിങ്ങളുടെ ഡിജിറ്റൽ, സോഷ്യൽ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിലെ ഇടപഴകൽ വർദ്ധിപ്പിക്കാനും നിങ്ങളുടെ പ്രേക്ഷകരുടെ അറിവ് വർദ്ധിപ്പിക്കാനും പുതിയൊരു മാധ്യമം വഴി നിങ്ങളിലേക്ക് എത്താൻ ഇത് അവരെ അനുവദിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

എസ്എംഎസ് മാർക്കറ്റിംഗ്

- ഏറ്റവും പുതിയ പ്രമോഷനുകളെ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ അയയ്ക്കാനും താൽപ്പര്യമുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് അവസരങ്ങൾ നൽകാനും എൻജിഒ-കൾ, കമ്പനികൾ എന്നിവ പോലുള്ള നിരവധി ഉറവിടങ്ങൾ എസ്എംഎസ് അല്ലെങ്കിൽ ടെക്സ്റ്റ് സന്ദേശങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു.



ബിസിനസിനായുള്ള ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് ഉപയോഗങ്ങൾ

- പതിവ് ആശയവിനിമയങ്ങളിലൂടെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിശ്വാസ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കൽ
- വാങ്ങുന്ന ഓരോ ഘട്ടത്തിലും ഉപയോക്താക്കളെ വ്യാപൃതരാക്കൽ
- ഉചിതമായ ഉപഭോക്താക്കളെ ലക്ഷ്യം വയ്ക്കൽ
- തുടർച്ചയായുള്ള ലീഡ് പൈപ്പ് ലൈൻ സൃഷ്ടിക്കൽ
- മികച്ച കൺവേർഷൻ നിരക്കുകൾ ഒപ്റ്റിമൈസ് ചെയ്യൽ, അവ നേടൽ
- എല്ലാ ഫലങ്ങളും കൃത്യമായി അളക്കൽ
- ബ്രാൻഡിംഗ് വിശ്വാസ്യത നേടൽ
- ചെലവ് സംബന്ധിച്ച് ഫലപ്രദം
- എല്ലാവർക്കും ന്യായമായ അവകാശങ്ങൾ നൽകൽ



ബിസിനസിനായുള്ള ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് വെല്ലുവിളികൾ

- സാങ്കേതികവിദ്യയെ അമിതമായി ആശ്രയിക്കൽ
- സുരക്ഷാ, സ്വകാര്യതാ പ്രശ്നങ്ങൾ
- തുടർച്ചയായി പരിണാമം സംഭവിക്കുന്ന സാഹചര്യത്തെ തുടർന്നുണ്ടാകുന്ന അറ്റകുറ്റപ്പണി ചെലവുകൾ
- നിരക്കും നിരക്കുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഉയർന്ന മത്സരവും സംബന്ധിച്ച് കൂടിയ സുതാര്യത
- ആഗോളവൽക്കരണത്തിലൂടെ ലോകമെമ്പാടും ഉടലെടുക്കുന്ന മത്സരം



ഇ-കൊമേഴ്സ്

03



ഇ-കൊമേഴ്സ് എന്നാൽ എന്താണ്?

ഇന്റർനെറ്റിൽ വസ്തുക്കൾ വാങ്ങാനും വിൽക്കാനും സ്ഥാപനങ്ങളെയും വ്യക്തികളെയും അനുവദിക്കുന്ന ബിസിനസ് മോഡലാണ് ഇലക്ട്രോണിക് കൊമേഴ്സ്. അല്ലെങ്കിൽ ഇ-കൊമേഴ്സ്. കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, ടാബ്ലറ്റുകൾ അല്ലെങ്കിൽ സ്മാർട്ട്ഫോണുകൾ എന്നിവയിലൂടെ ഇത് നടത്താം. പുസ്തകങ്ങൾ, സംഗീതം, വിമാന ടിക്കറ്റുകൾ, സ്റ്റോക്ക് നിക്ഷേപവും ഓൺലൈൻ ബാങ്കിംഗും പോലുള്ള സാമ്പത്തിക സേവനങ്ങളും ഇ-കൊമേഴ്സ് വഴി ലഭ്യമാകുന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലും സേവനങ്ങളിലും ഉൾപ്പെടുന്നു.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ തരങ്ങൾ?

ഇനിപ്പറയുന്ന പ്രധാന മാർക്കറ്റ് വിഭാഗങ്ങളിൽ എല്ലാം ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്രവർത്തിക്കുന്നു :

ബിസിനസിൽ നിന്ന് ബിസിനസിലേക്ക്(B2B)

ബി-ടു-ബി എന്നും അറിയപ്പെടുന്ന, ബിസിനസിൽ നിന്ന് ബിസിനസിലേക്ക് (B2B) എന്ന തരം, നിർമ്മാതാക്കളെയും മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരെയും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നത് അല്ലെങ്കിൽ മൊത്തക്കച്ചവടക്കാരെയും റീട്ടെയിൽ കച്ചവടക്കാരെയും ഉൾപ്പെടുത്തുന്നത് പോലെ, ബിസിനസുകൾ തമ്മിലുള്ള ഇടപാടിന്റെ രീതിയാണ്. ഒരു കമ്പനിയും വ്യക്തിഗത ഉപഭോക്താവും എന്നതിലുപരി ബിസിനസുകൾ തമ്മിലാണ് ഇത് നടത്തുന്നത്.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ തരങ്ങൾ?

ബിസിനസിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താവിലേക്ക്(B2C)

ബിസിനസും അതിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെയോ സേവനങ്ങളുടെയോ അന്തിമ ഉപയോക്താക്കളായ ഉപഭോക്താക്കളും തമ്മിൽ നേരിട്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിൽക്കുന്ന പ്രക്രിയയാണ് ഇത്.

ഡയറക്ട് ടു കസ്റ്റമർ (D2C) വിൽപ്പനയും ഇതിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു - മാർക്കറ്റിംഗ്, വിതരണ ചാനലുകൾ ഇല്ലാതെ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് നേരിട്ട് വിൽപ്പന നടത്താൻ ബ്രാൻഡ് ഉടമകളും /നിർമ്മാതാക്കളും, പ്രത്യേകിച്ച് ചെറുകിട, മാക്രോ സ്ഥാപനങ്ങൾ ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന സാഹചര്യം.



ഇ-കൊമേഴ്സ് തരങ്ങൾ?

ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് (C2C)

ഓൺലൈൻ പരിതസ്ഥിതിയിൽ ഉപഭോക്താക്കളെ പരസ്പരം വ്യാപാരം നടത്താൻ അനുവദിക്കുന്ന ബിസിനസ് മോഡൽ ആണിത്. ഇ-കൊമേഴ്സ് സാങ്കേതിക വിജ്യയും പങ്കിടുന്ന സാമ്പത്തികവ്യവസ്ഥയും ഉപയോഗിച്ച് ഉടലെടുത്ത ബിസിനസ് തരമാണ് C2C ബിസിനസുകൾ.

ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്ന് ബിസിനസിലേക്ക് (C2B)

കമ്പനികൾക്ക് ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാനും സേവനങ്ങൾ നൽകാനും നിർദ്ദേശങ്ങൾ നൽകുന്നതിന് വ്യക്തിഗത ഉപഭോക്താക്കളെ അനുവദിക്കുന്ന, പുതിയ ബിസിനസ് മോഡലാണ് C2B.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

വേഗത്തിലുള്ള വാങ്ങൽ പ്രക്രിയ:

ഉപഭോക്താക്കൾ ഷോപ്പിംഗിനായി കുറച്ച് സമയം ചെലഴിക്കുകയും കൂടുതൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ബ്രൗസ് ചെയ്യുകയും അവരുടെ പ്രാദേശിക സ്റ്റോറുകളിൽ കണ്ടെത്താൻ കഴിയാത്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യുന്നു.

സ്റ്റോറും ഉൽപ്പന്ന ലിസ്റ്റിംഗും:

വിൽപ്പനക്കാർക്ക് ചിത്രങ്ങളും വിവരവും ഉൽപ്പന്ന വിഭാഗവും നിരക്കും ഷിപ്പിംഗ് നിരക്കും ഡെലിവറി തീയതിയും ചേർക്കാനാകും. ഒറ്റ ഘട്ടത്തിലൂടെ ഇനത്തെ കുറിച്ച് ഒരുപാട് കാര്യങ്ങൾ നിങ്ങൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കളോട് പറയാം. നിങ്ങളുടെ ലിസ്റ്റിംഗ് സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലൂടെ നിങ്ങളുടെ പക്കലുള്ള കാര്യങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ കാണിക്കാം.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

ചെലവ് കുറയ്ക്കൽ:

ഭൗതിക സ്റ്റോറിനെ അപേക്ഷിച്ച്, ഇ-കൊമേഴ്സ് സ്റ്റോറിന് ചെലവ് കുറവാണ്, നിക്ഷേപവും കുറച്ചേ ആവശ്യമുള്ളൂ. ആവശ്യമായ സ്റ്റാർട്ട് അപ്പ് മൂലധനമില്ലെങ്കിലും വരുമാനം നേടണമെന്നുള്ള വ്യക്തികൾക്കും ചെറുകിട വിൽപ്പനക്കാർക്കും മികച്ച അവസരം നൽകുന്നു.

ചെലവ് കുറഞ്ഞ മാർക്കറ്റിംഗും പരസ്യം ചെയ്യലും:

ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണികേന്ദ്രങ്ങൾ വിഷ്വൽ ചാനലുകളാണ്- വിൽപ്പനക്കാർക്ക് യഥാർത്ഥത്തിൽ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കാം. ഉപഭോക്താക്കളെ വിലയിരുത്താൻ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ഉപഭോക്തൃ ഉൾക്കാഴ്ചാ ടൂളുകൾ മിക്ക ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണികേന്ദ്രങ്ങളും നൽകുന്നു, തീർച്ചപ്പെടുത്താത്തതും ഷിപ്പ് ചെയ്യാത്തതും അയച്ചതും റദ്ദാക്കിയതും തിരികെ നൽകിയതുമായ എല്ലാ ഓർഡറുകളും അത് കാണിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സൗകര്യപ്രദമായ കാര്യങ്ങൾ:

ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണികേന്ദ്രത്തിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും 24x7 ലഭ്യമാണ്, എപ്പോഴും ഉപഭോക്താക്കളുടെ സാന്നിധ്യവും ഉണ്ടായിരിക്കും. ഇതിന്റെ ഫലമായി വിൽപ്പനക്കാർക്ക് അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഏത് സ്ഥലത്തും ഏത് സമയത്തും നൽകാം.

വിൽപ്പനക്കാർക്ക് അവരുടെ വരുമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ലഭ്യമായ ഈ സൗകര്യങ്ങൾ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്താം. നിരവധി ഉപഭോക്താക്കളുണ്ടെന്ന ആത്മവിശ്വാസത്തിൽ അവർക്ക് ഓൺലൈൻ വിപണികേന്ദ്രത്തിൽ വിൽപ്പന നടത്താം.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

ഉൽപ്പന്നവും നിരക്കും തമ്മിലുള്ള താരതമ്യം :

ഇ-കൊമേഴ്സിൽ, വിൽപ്പനക്കാർക്ക് ടൂളുകൾ ഉപയോഗിച്ച് സ്വന്തം ശേഷി ഉപയോഗിച്ചോ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ തമ്മിൽ താരതമ്യം ചെയ്യാം. ലഭ്യമായ ഇതര ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ, സാധാരണ നിരക്കുകൾ, ഉൽപ്പന്ന ആവശ്യകത നിറവേറ്റുന്നുണ്ടോ എന്നിവയെ കുറിച്ച് മികച്ച അറിവ് നൽകുന്നു.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

റീച്ചിനുള്ള പരിമിതികൾ തരണം ചെയ്യുന്നു:

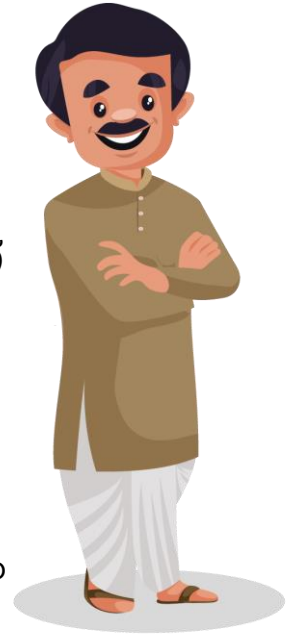
- ഭൗതിക സ്റ്റോറുള്ള ഒരു വിൽപ്പനക്കാരന് നിശ്ചിത എണ്ണത്തിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് മാത്രമേ എത്താൻ കഴിഞ്ഞേക്കൂ. അവർക്ക് ഉപഭോക്താക്കളുടെ വീടുകളിലേക്ക് ഡെലിവർ ചെയ്യാനാകുമെങ്കിലും ദൂര പരിധികളുണ്ടാകാം. നിരവധി ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണികേന്ദ്രങ്ങൾക്ക് സ്വന്തം ലോജിസ്റ്റിക്സ്, ഡെലിവറി സംവിധാനം ഉണ്ടായിരിക്കും. പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്താൻ റീച്ച് വിപുലീകരിക്കണമെന്നുള്ള വിൽപ്പനക്കാർക്ക് ഇതിൽ നിന്ന് പ്രയോജനമുണ്ടാക്കാം. ഇത് ഓൺലൈനിൽ മാത്രമുള്ള വിൽപ്പനക്കാർക്കും ഭൗതിക സ്റ്റോറുള്ള വിൽപ്പനക്കാർക്കും ബാധകമാകുന്നു.
- ഓൺലൈനിൽ മാത്രമുള്ള വിൽപ്പനക്കാർക്ക് ലോജിസ്റ്റിക്സ് ചെലവുകൾ ലഭിക്കാം, ഉപഭോക്താക്കളുടെ കാര്യത്തിൽ ആശങ്കയും വേണ്ട. ഭൗതിക സ്റ്റോറുള്ള വിൽപ്പനക്കാർക്ക് പ്രാദേശിക ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വസ്തുക്കൾ വിറ്റു തുടങ്ങാം.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

ഉപഭോക്താക്കളുടെയും വിപണിയുടെയും ആവശ്യകതയ്ക്ക് വേഗത്തിലുള്ള പ്രതികരണം:

- കാര്യക്ഷമമായ ലോജിസ്റ്റിക്സ്, ഡെലിവറി സംവിധാനം ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണികേന്ദ്രങ്ങൾ നിങ്ങൾക്ക് നൽകുന്നു. ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഓർഡർ ഫലപ്രദമായി ലഭിക്കുമെന്നാണ് ഇതിനർത്ഥം. ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ തിരികെ നൽകൽ മാനേജ് ചെയ്യുന്നതും എളുപ്പമാണ് - ഒന്നുകിൽ പേയ്മെന്റുകൾ തിരികെ നൽകാം അല്ലെങ്കിൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ മാറ്റി നൽകാം.
- വ്യാപാരികൾക്ക് ഡീലുകളും പ്രമോഷനുകളും എളുപ്പത്തിൽ സൃഷ്ടിക്കുകയും ചെയ്യാം. ഇത് ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കുകയും കൂടുതൽ വിൽപന നടക്കാനുള്ള സാധ്യത വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇ-കൊമേഴ്സ് വ്യാപാരികൾക്ക് കുപ്പനുകൾ സൃഷ്ടിക്കുകയും ബാധകമാക്കുകയും ചെയ്യാം - അവരുടെ സ്വന്തം സ്റ്റോറുകൾക്കായി അവ ഇഷ്ടാനുസൃതമാക്കുകയും ചെയ്യാം.



ഇ-കൊമേഴ്സിന്റെ പ്രയോജനങ്ങൾ

ഒന്നിലധികം പേയ്മെന്റ് മോഡുകൾ:

- യുപിഐ, ക്യാഷ് ഓൺ ഡെലിവറി, കാർഡ് ഓൺ ഡെലിവറി, നെറ്റ് ബാങ്കിംഗ്, ക്രെഡിറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ ഡെബിറ്റ് കാർഡ് ഇഎംഐകൾ, പിന്നീട് പണം നൽകാനുള്ള സൗകര്യം എന്നിവ ഉൾപ്പെടെ ഒന്നിലധികം പേയ്മെന്റ് മോഡുകൾ ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണിക്കേന്ദ്രങ്ങൾ നൽകുന്നു.



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

ഇ-കൊമേഴ്സ്
പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ

04



ഏിപ്പ്കാർട്ട്

- 2007 ഒക്ടോബറിൽ ലോഞ്ച് ചെയ്ത്, 80+ വിഭാഗങ്ങളിലൂടെ നീളമായി 80 ദശലക്ഷത്തിലധികം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി ഇന്ത്യയിലെ മുൻനിര ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണി കേന്ദ്രമാണിത്.

ആമസോൺ

- ഇലക്ട്രോണിക് ബുക്ക് റീഡറുകളുടെ നിർമ്മാതാക്കളും വെബ് സേവന ദാതാവുമായ Amazon.com (Amazon.in) എന്ന ഓൺലൈൻ റീട്ടെയിലർ ഇന്ന് ഇലക്ട്രോണിക് കൊമേഴ്സിന്റെ ഉത്തമ ഉദാഹരണമാണ്. വാഷിങ്ടണിലെ സിയാറ്റിൽ ആണ് ആമസോണിന്റെ ആസ്ഥാനം.



സ്റ്റാപ്പ്ഡീൽ

- 2010 ഫെബ്രുവരിയിൽ, രോഹിത് ബൻസാലും കുനാൽ ബാഹ് Snapdeal.com ആരംഭിച്ചത്.
- പ്രാദേശിക, ദേശീയ, അന്തർദ്ദേശീയ ബ്രാൻഡുകളിലും നീട്ടെയിലർമാരിലുമായി 800 വിഭാഗങ്ങളിലായി 60 ദശലക്ഷത്തിലധികം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഓൺലൈൻ വിപണി കേന്ദ്രത്തിലൊന്ന്.



ഇന്ത്യമാർട്ട്

- ഉപഭോക്താക്കളെയും വിതരണക്കാരെയും ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന, ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഓൺലൈൻ B2B വിപണികേന്ദ്രം. ഇന്ത്യയിലെ ഓൺലൈൻ B2B ക്ലാസിഫൈഡ് സ്പെഷ്യാൽസ് 60% മാർക്കറ്റ് ഷെയറുമുള്ള ചാനൽ, ചെറുകിട, ഇടത്തരം സംരംഭങ്ങൾക്കും (SMEs) വലിയ സംരംഭങ്ങൾക്കും വ്യക്തികൾക്കും പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽകുന്നതിലാണ് ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നത്. 1999-ൽ സ്ഥാപിതമായ കമ്പനിയുടെ ലക്ഷ്യം, 'ബിസിനസ് ചെയ്യുന്നത് എളുപ്പമാക്കുക' എന്നതാണ്.



സർക്കാർ

- ജിഇഎം

സർക്കാരിന്റെ ഇ-വിപണികേന്ദ്രത്തിന്റെ ചുരുക്കപ്പേരാണ് ഇത്. സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥർ സംഭരണം നടത്തുന്ന ചലനാത്മകവും സ്വയം സുസ്ഥിരവും ഉപയോക്തൃ സൗഹാർദ്ദവുമാണ് ഇത്.

കേന്ദ്ര പൊതു സംഭരണ പോർട്ടൽ

ടെൻഡർ നൽകുന്നവർക്ക് ടെൻഡർ ഷെഡ്യൂൾ സൗജന്യമായി ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യാനും ഈ പോർട്ടൽ വഴി ബിഡുകൾ ഓൺലൈനായി സമർപ്പിക്കാനും ഇന്ത്യയിലെ ഇ-സംഭരണ സംവിധാനം അനുവദിക്കുന്നു. വ്യത്യസ്ത മന്ത്രാലയങ്ങളും വകുപ്പുകളും നടത്തിയ സംഭരണങ്ങളെ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങളിലേക്കുള്ള ആക്സസ് പോയിന്റ് പോർട്ടൽ നൽകുന്നു.



സർക്കാർ

പ്രധാന ഫീച്ചറുകൾ

- കേന്ദ്ര, സംസ്ഥാന സർക്കാർ മന്ത്രാലയങ്ങൾ, വകുപ്പുകൾ, സ്ഥാപനങ്ങൾ, PSU-കൾ, PSB-കൾ എന്നിവ നൽകുന്ന ടെൻഡർ, ബിഡ് അവാർഡ് വിശദാംശങ്ങളുടെ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിനുള്ള പ്ലാറ്റ്ഫോം
- ടെൻഡർ രേഖകളിലേക്ക് എല്ലാവർക്കും സൗജന്യ ആക്സസ്
- ഓൺലൈൻ ഫോമിലൂടെ NIT പ്രസിദ്ധീകരിക്കാനുള്ള സൗകര്യം
- ടെൻഡർ രേഖകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാനും രേഖകൾക്കൊപ്പം ശുദ്ധിരേഖ ചേർക്കാനുമുള്ള സൗകര്യം
- കരാർ രേഖക്കൊപ്പം ബിഡ് അവാർഡ് വിശദാംശങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാനുള്ള സൗകര്യം
- പബ്ലിക് ഡയാമെന്റിൽ, ആളുകൾക്ക് ആക്സസ് ചെയ്യാനും / കാണാനും രജിസ്ട്രേഷൻ ആവശ്യമില്ല



പ്രധാന ഫീച്ചറുകൾ

- വ്യത്യസ്ത നാഴികക്കല്ലുകളിൽ ഇമെയിൽ / എസ്എംഎസ് മുന്നറിയിപ്പുകൾ.
- എല്ലാവർക്കും ടോൾ ഫ്രീ ഹെൽപ്പ് ലൈൻ സൗകര്യം.
- ടെൻഡറുകളുടെ തരം, ഉൽപ്പന്ന വിഭാഗങ്ങൾ, സ്ഥാപനങ്ങളുടെ തരം, സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര് എന്നിവ അനുസരിച്ച് വിഭാഗീകരിച്ചിരിക്കുന്നു.
- ആർക്കൈവ് ചെയ്ത ടെൻഡറുകൾ പബ്ലിക് ഡൊമെയ്നിൽ ലഭ്യമാണ്
- കീവേഡുകൾ, ലൊക്കേഷൻ, മൂല്യം, സ്ഥാപനത്തിന്റെ പേര്, സ്ഥാപനത്തിന്റെ തരം, ടെൻഡർ തരം, ഉൽപ്പന്ന വിഭാഗങ്ങൾ എന്നിവ പോലുള്ള പാരാമീറ്ററുകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള തിരയൽ സൗകര്യം ലഭ്യം.



ഇ-കൊമേഴ്സ് പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ സ്വീകരിക്കേണ്ട മുൻകരുതലുകൾ

പ്രവർത്തനരീതി- തട്ടിപ്പുകാർ, ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനാ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ ഉപയോഗിക്കൽ

- തട്ടിപ്പുകാർ, ഓൺലൈൻ വിൽപ്പനാ പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽ ഉപഭോക്താക്കളെന്ന് നടിക്കുകയും ഉൽപ്പന്നങ്ങളിൽ താൽപ്പര്യം കാണിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.
- നിങ്ങൾക്ക് പണം നൽകുന്നതിന് പകരം, അവർ യുപിഐ ആപ്ലിലൂടെ “പണം അഭ്യർത്ഥിക്കുക” ഓപ്ഷൻ ഉപയോഗിക്കുകയും അഭ്യർത്ഥന അംഗീകരിക്കാൻ നിങ്ങളെ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു, ഇതുവഴി നിങ്ങളുടെ ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടിൽ നിന്ന് പണം തട്ടിയെടുക്കുന്നു.

മുൻകരുതലുകൾ

- പണം ലഭിക്കാൻ പിൻ /പാസ്വേഡ് എവിടെയും നൽകേണ്ടതില്ലെന്ന കാര്യം എപ്പോഴും ഓർമ്മിക്കുക. ഇടപാട് പൂർത്തിയാക്കാൻ യുപിഐ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റേതെങ്കിലും ആപ്ലുകൾ നിങ്ങളുടെ പിൻ നൽകാൻ ആവശ്യപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ, നിങ്ങൾക്ക് പണം ലഭിക്കുന്നതിന് പകരം നിങ്ങളുടെ പക്കൽ നിന്ന് പണം നഷ്ടപ്പെടുന്നതിന് ഇടയാക്കും.



Confederation of Indian Industry

Digital Saksham

ആഗോള
മൂല്യ
ശുഖംലകൾ

05



മൂല്യ ശൃംഖല എന്നാൽ എന്താണ്?

- ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെയോ സേവനത്തെയോ ആശയത്തിൽ നിന്ന് യാഥാർത്ഥ്യമാക്കി മാറ്റുന്നതിന് ഘട്ടം ഘട്ടമായുള്ള ബിസിനസ് മോഡലാണ് മൂല്യ ശൃംഖല.
- ഉൽപ്പന്നത്തെ അതിന്റെ ആശയത്തിൽ നിന്ന് അന്തിമ ഉപയോഗത്തിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ വ്യത്യസ്ത ഭൂപ്രദേശങ്ങളിലുള്ള നിരവധി സ്ഥാപനങ്ങളിലും ജീവനക്കാരിലുമായി ഇനിപ്പറയുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ (രൂപകൽപ്പന, നിർമ്മാണം, മാർക്കറ്റിംഗ്, വിതരണം, അന്തിമ ഉപയോക്താക്കൾക്കുള്ള പിന്തുണ മുതലായവ വിഭജിച്ചിരിക്കുന്നു.
- ബിസിനസ്സിന്റെ കാര്യപ്രാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിന് ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ ചെലവിൽ കൂടുതൽ മൂല്യം നൽകുന്നതിന് മൂല്യ ശൃംഖലകൾ ബിസിനസിനെ സഹായിക്കുന്നു.
- കാര്യപ്രാപ്തിയും ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയും വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ മൂല്യ ശൃംഖല ഒരു കമ്പനിയ്ക്ക് മത്സരനേട്ടം സൃഷ്ടിക്കുന്നു.



ട്രാൻസാക്ഷണൽ കോർപ്പറേഷൻ

- രണ്ടോ അതിലധികമോ രാജ്യങ്ങളിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന, ഉടമസ്ഥാവകാശമോ മറ്റ് ഘടകങ്ങളോ വഴി ബന്ധിപ്പിച്ചിരിക്കുന്ന കമ്പനികളോ എൻറിറ്റികളോ അടങ്ങുന്ന എൻറർപ്രൈസ് (അതിന്റെ ഉൽഭവ രാജ്യമോ പ്രൈവറ്റോ പബ്ലിക്കോ സമ്മിശ്രമോ ഉൾപ്പെടെയുള്ള ഉടമസ്ഥാവകാശമോ പരിഗണിക്കാതെ) ആണിത്, ഒന്നോ അതിലധികമോ എണ്ണത്തിന് മറ്റുള്ളവയുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ പ്രധാന സ്വാധീനം ചെലുത്താനാകും, പ്രത്യേകമായി അറിവും വിഭവങ്ങളും ഉത്തരവാദിത്തങ്ങളും പരസ്പരം പങ്കിടാനാകും.
- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലയുടെ ഉദാഹരണങ്ങൾ:

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.



Confederation of Indian Industry

ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളുടെ പ്രാധാന്യം

- ബാക്ക്വേഡ് അല്ലെങ്കിൽ ഫോർവേഡ് ലിങ്കേജുകളിലൂടെ രാജ്യങ്ങൾക്ക് ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളിൽ പങ്കാളികളാകാം.
- ഒരു രാജ്യത്തിന്റെ പെർ ക്യാപിറ്റാ ജിഡിപി ഉയർത്താനും ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലാ എക്സ്പോർട്ടുകൾ സഹായിക്കുന്നു. എസ്എംഇയുടെ ബാക്ക്വേഡ്, ഫോർവേഡ് പങ്കാളിത്തത്തിലൂടെ പെർ ക്യാപിറ്റാ വരുമാന വർദ്ധനവിൽ പോസിറ്റീവായ സ്വാധീനമുണ്ടാകുന്നു.
- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളിലേക്കും അതിന്റെ ഘടകങ്ങളിലേക്കുമുള്ള വലിയ പങ്കാളിത്തവും സംഭാവനയും തൊഴിലാളികളുടെ ഉൽപ്പാദനക്ഷമതയിലും വർദ്ധനവുണ്ടാക്കുന്നു.



ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളുടെ പ്രാധാന്യം

- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളിൽ പങ്കാളിയാകുന്നതിലൂടെ ഒരു സ്ഥാപനം ഏത് മേഖലയിലാണോ കൂടുതൽ ഉൽപ്പാദനക്ഷമത പുലർത്തുന്നത്, ആ മേഖലയിലെ വൈദഗ്ധ്യത്തിൽ നിന്ന് പ്രയോജനമുൾക്കൊള്ളാൻ സ്ഥാപനങ്ങളെ അനുവദിക്കുന്നു.
- മെച്ചപ്പെട്ട സാങ്കേതികവിദ്യ, ചെലവ് കുറഞ്ഞ ഇൻപുട്ടുകൾ, ആഗോള വിപണികൾ (വലിയ പരിണാമങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് നേടുന്ന ആനുപാതിക ലാഭങ്ങൾ) എന്നിവയിലേക്ക് ആക്സസ് ലഭിക്കുന്നു.
- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കയറ്റുമതികളിലെ വർദ്ധന, നിക്ഷേപങ്ങളിലെ വർദ്ധനയുമായും ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. മൂല്യ ശൃംഖലകളിലേക്ക് സംയോജിപ്പിക്കുന്നതിന് പ്രധാന സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്ത ലൊക്കേഷനുകളിൽ സ്ഥിതി ചെയ്യുന്ന അവയുടെ ഉപസ്ഥാപനങ്ങളിലേക്ക് മൂലധനം കൈമാറുന്നതിലൂടെ അത് സംഭവിക്കുന്നു.



ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളിൽ നിന്നുള്ള അവസരങ്ങൾ

- ടാസ്കുകളും ഇന്റർമീഡിയറ്റ് പ്രവർത്തനങ്ങളിലും വ്യാപാരം നടത്തുന്നതിലൂടെ ചെറിയ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് അന്താരാഷ്ട്ര വിതരണ ശൃംഖലകളിൽ നേരിട്ടോ അല്ലാതെയോ പങ്കാളികളാകാൻ അവസരമൊരുക്കുന്നു.
- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകളിലൂടെ, എംഎസ്ഇ-കൾക്ക് ഇപ്പോൾ വിതരണക്കാരായും പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഘടകങ്ങളായും പ്രവർത്തിക്കാം.
- പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങളുമായുള്ള ഉപഭോക്താവ്-വിതരണക്കാർ ബന്ധങ്ങൾ എസ്എംഇ-കളെ നിർദ്ദിഷ്ട പ്രവർത്തനങ്ങളുടെ കൂട്ടത്തിൽ കൂടുതൽ വിദഗ്ദ്ധരാകാൻ അനുവദിക്കുന്നു.
- ഈ പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും സേവനങ്ങളും വിതരണം ചെയ്യുന്നതിന് പുതിയ മേഖലകളിലൂടെ വലിയ, പ്രാദേശിക, ആഗോള വിപണികളിലേക്ക് ആക്സസ്.
- പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങളുമായുള്ള ഇടപഴകലിലൂടെ പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങളും എംഎസ്എം-കളുമായുള്ള ഇടപഴകലിൽ വലിയ ഘോഷം നടക്കുന്നു, എംഎസ്എം-കളുടെ സാങ്കേതികവിദ്യയും കഴിവും മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിനോപ്പം അവരുടെ മാനേജ്മെന്റ് പ്രവർത്തനരീതികളും മെച്ചപ്പെടുന്നു.



പ്രധാന
വേയിൻറുക
ൾ

06



പ്രധാന പോയിന്റുകൾ

- ഉചിതമായ പ്രേക്ഷകരെ ടാർഗറ്റ് ചെയ്യുന്നതിലൂടെയും വേഗത്തിലുള്ളതും കാര്യക്ഷമവും ചെലവ് കുറഞ്ഞതുമായ ഉപഭോക്തൃ ഫീഡ്ബാക്കിലൂടെയും ബിസിനസുകൾക്ക് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് മികച്ച രീതിയിൽ സേവനം നൽകാൻ ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ്, ബിസിനസുകളെ സഹായിക്കുന്നു.
- ചെലവ് കുറഞ്ഞതായതിനാൽ ചെലവുകൾ കുറയ്ക്കാൻ ഇ-കൊമേഴ്സ്, ബിസിനസുകളെ സഹായിക്കുന്നു, അവ മികച്ച ഉപഭോക്തൃ സേവനം നൽകുന്നതിനൊപ്പം ബിസിനസിന്റെ വ്യാപ്തി വർദ്ധിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.
- ആഗോള മൂല്യ ശൃംഖലകൾ എംഎസ്എംഇ-കൾക്ക് ഇനിപ്പറയുന്ന അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നു - അവർക്ക് പ്രമുഖ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ വിതരണ ശൃംഖലയുടെ ഭാഗമാകാം, ആഗോളവിപണികളിലേക്ക് ആക്സസ് നേടാം, പ്രമുഖ സ്ഥാപനത്തിൽ നിന്ന് നിക്ഷേപങ്ങൾ കൈമാറാം, സാങ്കേതിക വിദ്യയിലും കഴിവിലും നിർണ്ണായകമായ മെച്ചപ്പെടുത്തൽ.





നന്ദി!!!

