

வீர்த்தகம்
மற்றும்
வணிக
வாய்ப்புகள்

குறியீட்டு

- 1 சந்தைப்படுத்தல்
- 2 டிஜிட்டல் சந்தைப்படுத்தல்
- 3 இ-காமர்ஸ்
- 4 இ-காமர்ஸ் இயங்குதளங்கள்
- 5 உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகள்
- 6 முக்கிய குறிப்புகள்



பாட திட்டம்

இந்த தொகுதி பங்கேற்பாளருக்கு டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங், மின்வணிகம் மற்றும் உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகளின் கருத்துகளை அறிமுகப்படுத்துகிறது. இந்தக் கருத்துகளைப் பற்றிய அறிவும் அதைத் தங்கள் வணிகத்தின் நன்மைக்காகப் பயன்படுத்தும் திறனும் பங்கேற்பாளருக்குப் பயன்படுத்தப்படாத வர்த்தகம் மற்றும் வணிக வாய்ப்புகளை ஆராய உதவும்.



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

குறிக்கோள்கள்/எதிர்பார்ப்புகள்

- டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங், இ-காமர்ஸ் மற்றும் உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகளின் கருத்துகளை அறிமுகப்படுத்த.
- பங்கேற்பாளர்கள் மேலே குறிப்பிடப்பட்ட கருத்துக்கள், அவற்றின் பயன்பாடுகள் மற்றும் வணிகத்திற்கான நன்மைகளைப் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கும், பயன்படுத்தப்படாத வர்த்தகம் மற்றும் வணிக வாய்ப்புகளை ஆராய்வதன் மூலம் பங்கேற்பாளரை தங்கள் வணிகத்தின் நன்மைக்காகப் பயன்படுத்த ஊக்குவிக்கவும்.



தேவையான பொருள்

- அடிப்படைகளின் மென் நகல் மற்றும் கடின நகல் - டிஜிட்டல் மயமாக்கல் கையேடுகள் மற்றும் சுய மதிப்பீட்டு தாள்கள்.
- வெற்று **A4** அளவு தாள்கள்
- புரொஜெக்டர்
- மடிக்கணினி
- வெண்பலகை
- டஸ்டர்
- எழுதும் பேனா (ஓயிட்போர்டுக்கு)



டிஜிட்டல்
சந்தைப்படுத்தல்

01



சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

அமெரிக்கன் மார்க்கெட்டிங் அசோசியேஷனின் கூற்றுப்படி, "மார்க்கெட்டிங் என்பது வாடிக்கையாளர்கள், கூட்டாளர்கள் மற்றும் சமூகத்திற்கு மதிப்புள்ள சலுகைகளை உருவாக்குதல், தொடர்புகொள்வது, வழங்குதல் மற்றும் பரிமாற்றம் செய்வதற்கான செயல்பாடு, நிறுவனங்களின் தொகுப்பு மற்றும் செயல்முறைகள் ஆகும்". எளிமையான வார்த்தைகளில், சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை வாங்குதல் அல்லது விற்பதை ஊக்குவிக்க ஒரு நிறுவனம் மேற்கொள்ளும் செயல்பாடுகளைக் குறிக்கிறது. அதன் மையத்தில், மார்க்கெட்டிங் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை எடுக்க முயல்கிறது, அதன் சிறந்த வாடிக்கையாளர்களைக் கண்டறிந்து, கிடைக்கும் தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் மீது வாடிக்கையாளர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கவும். - அமெரிக்கன் மார்க்கெட்டிங் அசோசியேஷன்.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

செல்வாக்கு செலுத்தும் சந்தைப்படுத்தல்

- இன்ஃப்ளூயன்சர் மார்க்கெட்டிங் சாத்தியமான வாங்குபவர்கள் மீது செல்வாக்கு செலுத்தும் நபர்களைப் பார்க்கிறது மற்றும் ஒரு பிராண்ட் செய்தியை இயக்க இந்த நபர்களைச் சுற்றியுள்ள சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளை மையப்படுத்துகிறது.
- இன்ஃப்ளூயன்ஸர் மார்க்கெட்டிங்கில், ஒரு பெரிய அளவிலான நுகர்வோருக்கு நேரடியாக சந்தைப்படுத்துவதை விட, பிரபலங்கள், உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குபவர்கள், வாடிக்கையாளர் வகீல்கள் மற்றும் பணியாளர்களை உள்ளடக்கிய செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களுக்கு ஒரு பிராண்ட் ஈடுசெய்கிறது.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

உறவு சந்தைப்படுத்தல்

- ரிலேஷன்ஷிப் மார்க்கெட்டிங் என்பது, வாடிக்கையாளர்களைப் பிரித்து விசுவாசத்தை உருவாக்குவதற்கான உத்திகள் மற்றும் தந்திரோபாயங்களைக் குறிக்கிறது. இது தரவுத்தள சந்தைப்படுத்தல், நடத்தை விளம்பரம் மற்றும் பகுப்பாய்வுகளை நுகர்வோரை துல்லியமாக குறிவைத்து, விசுவாச திட்டங்களை உருவாக்குகிறது.
- உதாரணம் - டெபிட் அல்லது கிரெடிட் கார்டு லாய்ல்டி திட்டங்கள்.

வைரல் மார்க்கெட்டிங்

- வைரல் மார்க்கெட்டிங் என்பது ஒரு மார்க்கெட்டிங் நிகழ்வு ஆகும்.
 - "வைரல்" என்று செல்லப்பெயர் அழைக்கப்படுகிறது, ஏனெனில் ஒரு செய்திக்கு வெளிப்படும் நபர்களின் எண்ணிக்கை வைரஸ் அல்லது நோயை ஒருவரிடமிருந்து மற்றொருவருக்கு அனுப்பும் செயல்முறையைப் பிரதிபலிக்கிறது.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

பசுமை சந்தைப்படுத்தல்

- பசுமை சந்தைப்படுத்தல் என்பது சுற்றுச்சூழலுக்கு பாதுகாப்பானதாகக் கருதப்படும் தயாரிப்புகளின் வளர்ச்சி மற்றும் சந்தைப்படுத்துதலைக் குறிக்கிறது (அதாவது, உடல் சூழலில் எதிர்மறையான விளைவுகளை குறைக்க அல்லது அதன் தரத்தை மேம்படுத்த வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது).
- சுற்றுச்சூழல் கவலைகளுக்கு உணர்திறன் அல்லது பதிலளிக்கக்கூடிய வகையில் தயாரிப்புகளை உற்பத்தி, விளம்பரப்படுத்த, பேக்கேஜ் மற்றும் மீட்டெடுப்பதற்கான முயற்சிகளை விவரிக்கவும் இந்த சொல் பயன்படுத்தப்படலாம்.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

முக்கிய வார்த்தை சந்தைப்படுத்தல்

- கீவேர்ட் மார்க்கெட்டிங் என்பது பயனர்கள் தேடுவதற்குப் பயன்படுத்தும் குறிப்பிட்ட முக்கிய வார்த்தைகள் மற்றும் சொற்றொடர்களின் அடிப்படையில் ஒரு மார்க்கெட்டிங் செய்தியை அவர்களுக்கு முன் வைப்பதை உள்ளடக்குகிறது.
- இந்த முறையின் முக்கிய நன்மை என்னவென்றால், சரியான நேரத்தில் சரியான செய்தியுடன் சரியான நபர்களைச் சென்றடையும் திறனை இது சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு வழங்குகிறது. பல சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு, சில முக்கிய வார்த்தைகளை உள்ளிடும் போது, முக்கிய மார்க்கெட்டிங் ஒரு விளம்பரத்தை வைக்கும்.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

வெளிச்செல்லும் சந்தைப்படுத்தல்

- வெளிச்செல்லும் மார்க்கெட்டிங்கில், டிவி, ரேடியோ மற்றும் டிஜிட்டல் டிஸ்ப்ளே விளம்பரம் போன்ற முறைகள் மூலம் வாடிக்கையாளருடன் சந்தைப்படுத்துபவர் தொடர்பைத் தொடங்குகிறார். ஒரு பிராண்டிற்கான நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு மற்றும் விருப்பத்தை பாதிக்க இது பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

உள்வரும் சந்தைப்படுத்தல்

- உள்வரும் சந்தைப்படுத்தல் என்பது சந்தைப்படுத்தல் ஆகும், இதில் வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் கவனத்தைப் பெறப் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு முறைகளுக்குப் பதிலளிக்கும் வகையில் சந்தைப்படுத்துபவருடன் தொடர்பைத் தொடங்குகின்றனர். இந்த முறைகளில் மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங், நிகழ்வு சந்தைப்படுத்தல், உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வலை வடிவமைப்பு ஆகியவை அடங்கும்.
- உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்துதலை உள்ளடக்கிய உள்வரும் சந்தைப்படுத்தலின் ஒரு நோக்கம், வணிகத்தை மதிப்புமிக்க தகவல் மற்றும் பிரச்சனைகளுக்கான தீர்வுகளுக்கான ஆதாரமாக நிறுவுதல், அதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் நம்பிக்கை மற்றும் விசுவாசத்தை வளர்ப்பதாகும்.



சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

தேடு பொறி மேம்படுத்தப்படுதல்

- தேடுபொறி உகப்பாக்கம் (SEO) என்பது ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட தேடுபொறிகளுக்குள் தெரிவுநிலையை மேம்படுத்துவதற்கான சந்தைப்படுத்தல்/தொழில்நுட்பத் திட்டத்தை உருவாக்கும் செயல்முறையாகும்.
- மார்க்கெட்டிங் பக்கத்தில், தேடல்களில் தளம் "வெற்றி பெற" வேண்டிய குறிப்பிட்ட முக்கிய வார்த்தைகளை குறிவைக்கும் செயல்முறையை எஸ்சிஓ குறிக்கிறது.

உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல்

- உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல் என்பது, லாபகரமான வாடிக்கையாளர் நடவடிக்கையை இயக்கும் நோக்கத்துடன் தெளிவாக வரையறுக்கப்பட்ட பார்வையாளர்களை ஈர்க்கவும் பெறவும் மதிப்புமிக்க, பொருத்தமான மற்றும் நிலையான உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கி விநியோகிக்கும் ஒரு நுட்பமாகும்.



டிஜிட்டல்
மார்க்கெட்டிங்

02



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

- டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் என்பது இணையம், மொபைல் சாதனங்கள், சமூக ஊடகங்கள், தேடுபொறிகள் மற்றும் பிற சேனல்களைப் பயன்படுத்தி நுகர்வோரைச் சென்றடையும். இது வாடிக்கையாளர் கருத்துக்களுடன் சந்தைப்படுத்தல் என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- இது வாடிக்கையாளர் தளத்தின் ஒரு குறிப்பிட்ட பிரிவை குறிவைக்கிறது மற்றும் ஊடாடத்தக்கது.
- இதில் தேடல் முடிவு விளம்பரங்கள், மின்னஞ்சல் விளம்பரங்கள், விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட ட்வீட்கள், **Instagram** விளம்பரங்கள், **YouTube** விளம்பரங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.



டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் வகைகள்

வலைத்தள சந்தைப்படுத்தல்

- இது பல்வேறு ஆன்லைன் மார்க்கெட்டிங் பிரச்சாரங்களை செயல்படுத்த பயன்படுகிறது. ஒரு இணையதளம் ஒரு பிராண்ட், தயாரிப்பு மற்றும் சேவையை தெளிவான மற்றும் மறக்கமுடியாத வகையில் பிரதிபலிக்க வேண்டும். இது வேகமாகவும், மொபைலுக்கு ஏற்றதாகவும், பயன்படுத்த எளிதாகவும் இருக்க வேண்டும்.



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் வகைகள்

ஒரு கிளிக்கிற்கு பணம் செலுத்துதல் (PPC) விளம்பரம்

- கட்டண விளம்பரங்கள் மூலம் பல டிஜிட்டல் தளங்களில் இணைய பயனர்களை அடைய இது சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு உதவுகிறது.
- விளம்பரங்கள் பின்வரும் தளங்களில் வைக்கப்படுகின்றன - **Google, Bing, LinkedIn, Twitter, Pinterest** அல்லது **Facebook** மற்றும் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் தொடர்பான சொற்களைத் தேடும் நபர்களுக்கு அவர்களின் விளம்பரங்களைக் காண்பிக்கும்.
- இது பயனர்களின் மக்கள்தொகைப் பண்புகளின் அடிப்படையில் (வயது அல்லது பாலினம் போன்றது) அல்லது அவர்களின் ஆர்வங்கள் அல்லது இருப்பிடத்தைக் குறிவைக்கிறது.



டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் வகைகள்

உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல்

- வலைப்பதிவுகள், மின்புத்தகங்கள், ஆன்லைன் படிப்புகள், இன்போ கிராபிக்ஸ், பாட்காஸ்ட்கள் மற்றும் வெபினார் போன்ற உள்ளடக்கத்தைப் பயன்படுத்தி வாடிக்கையாளர்களை அடைய இது பயன்படுகிறது.
- இது வழக்கமாக ஒரு இணையதளத்தில் வெளியிடப்பட்டு பின்னர் சமூக ஊடகங்கள், மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங், எஸ்சிஓ அல்லது PPC பிரச்சாரங்கள் மூலம் விளம்பரப்படுத்தப்படுகிறது.

இ-மெயில் சந்தைப்படுத்தல்

- உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை அல்லது உங்கள் பிராண்டில் ஆர்வமுள்ளவர்களை மின்னஞ்சல் மூலம் தொடர்புகொள்வதற்கான ஊடகம் இது. மின்னஞ்சலின் பட்டியல் பிற வகையான சந்தைப்படுத்தல் மூலம் உருவாக்கப்படுகிறது.



டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் வகைகள்

சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்தல்

- நிச்சயதார்த்தத்தை தூண்டுவதற்கும் ஒருவரின் வணிகத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் ஒவ்வொரு சமூக ஊடக தளத்திற்கும் பொருத்தமான உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கும் செயல்முறை இதுவாகும். சமூக ஊடக மார்க்கெட்டிங் என்பது உங்கள் பார்வையாளர்கள் அல்லது வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைவது மற்றும் உங்கள் பிராண்டை நன்றாகப் புரிந்துகொள்ள அவர்களுக்கு உதவுவது.

இணை சந்தைப்படுத்தல்

- செல்வாக்கு செலுத்துபவர்கள் மற்றவர்களின் தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்துகிறார்கள் மற்றும் ஒவ்வொரு முறை விற்பனை செய்யப்படும் போது அல்லது ஒரு முன்னணி அறிமுகப்படுத்தப்படும்போது கமிஷனைப் பெறுகிறார்கள்.



டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் வகைகள்

வீடியோ சந்தைப்படுத்தல்

- வீடியோ மார்க்கெட்டிங் என்பது உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையைப் பற்றி மக்களுக்குச் சொல்லவும் விளம்பரப்படுத்தவும் வீடியோக்களைப் பயன்படுத்துவதாகும். இது உங்கள் டிஜிட்டல் மற்றும் சமூக சேனல்களில் ஈடுபாட்டை அதிகரிக்க உதவுகிறது, உங்கள் பார்வையாளர்களுக்கு கல்வியை அளிக்கிறது, மேலும் ஒரு புதிய ஊடகத்துடன் அவர்களை அடைய உங்களை அனுமதிக்கிறது.

எஸ்எம் எஸ் சந்தைப்படுத்தல்

- என்ஜிஓக்கள், நிறுவனங்கள் போன்ற பல ஆதாரங்கள் தங்களது சமீபத்திய விளம்பரங்கள் அல்லது விருப்பமுள்ள வாடிக்கையாளர்களுக்கு வாய்ப்புகளை வழங்குவது பற்றிய தகவல்களை அனுப்ப **SMS** அல்லது குறுஞ்செய்திகளைப் பயன்படுத்துகின்றன.



வணிகத்திற்கான டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் பயன்கள்

- அடிக்கடி தொடர்புகொள்வதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தில் அதிகரிப்பு
- ஒவ்வொரு வாங்கும் நிலையிலும் வாடிக்கையாளரை ஈடுபடுத்துகிறது
- சரியான பார்வையாளர்களை குறிவைக்கிறது
- ஒரு நிலையான லீட் பைப்லைனை உருவாக்குகிறது
- சிறந்த மாற்று விகிதங்களை மேம்படுத்துகிறது மற்றும் பெறுகிறது
- அனைத்து முடிவுகளையும் துல்லியமாக அளவிடுகிறது
- பிராண்ட் நம்பகத்தன்மையைப் பெறுங்கள்
- செலவு குறைந்த
- ஒரு நிலை விளையாட்டு மைதானத்தை வழங்குகிறது



வணிகத்திற்கான டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் சவால்கள்

- தொழில்நுட்பத்தை சார்ந்திருத்தல்
- பாதுகாப்பு, தனியுரிமை சிக்கல்கள்
- தொடர்ந்து உருவாகும் சூழல் காரணமாக பராமரிப்பு செலவுகள்
- விலை நிர்ணயம் மற்றும் அதிகரித்த விலைப் போட்டி ஆகியவற்றின் வெளிப்படைத்தன்மை
- உலகமயமாக்கல் மூலம் உலகளாவிய போட்டி



இ-காமர்ஸ்

03



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

இ-காமர்ஸ் என்றால் என்ன?

எலக்ட்ரானிக் காமர்ஸ் அல்லது ஈ-காமர்ஸ் என்பது நிறுவனங்கள் மற்றும் தனிநபர்கள் இணையத்தில் பொருட்களை வாங்கவும் விற்கவும் அனுமதிக்கும் வணிக மாதிரி. இது கணினிகள், டேப்லெட்டுகள் அல்லது ஸ்மார்ட்போன்கள் மூலம் நடத்தப்படலாம். ஈகாமர்ஸ் மூலம் கிடைக்கும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் எடுத்துக்காட்டுகள் - புத்தகங்கள், இசை, விமான டிக்கெட்டுகள் மற்றும் பங்கு முதலீடு மற்றும் ஆன்லைன் வங்கி போன்ற நிதிச் சேவைகள் ஆகியவை அடங்கும்.



மின் வணிகத்தின் வகைகள்?

E-காமர்ஸ் பின்வரும் நான்கு முக்கிய சந்தைப் பிரிவுகளிலும் செயல்படுகிறது:
வணிகம் முதல் வணிகம் (B2B)

பிசினஸ்-டு-பிசினஸ் (பி2பி), பி-டு-பி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு உற்பத்தியாளர் மற்றும் மொத்த விற்பனையாளர் அல்லது மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர் போன்ற வணிகங்களுக்கு இடையிலான பரிவர்த்தனையின் ஒரு வடிவமாகும். இது ஒரு நிறுவனத்திற்கும் தனிப்பட்ட நுகர்வோருக்கும் இடையே நடத்தப்படுவதை விட நிறுவனங்களுக்கு இடையே நடத்தப்படுகிறது.



இ- காமர்சின் வகைகள்?

வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர் (B2C)

இது ஒரு வணிகத்திற்கும் அதன் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் இறுதிப் பயனர்களான நுகர்வோருக்கும் இடையே நேரடியாக தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்யும் செயல்முறையைக் குறிக்கிறது. இந்த பிரிவில் நேரடி நுகர்வோர் (D2C) விற்பனையும் அடங்கும் - சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விநியோக சேனல்களுக்குச் செல்லாமல் நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விற்க பிராண்ட் உரிமையாளர்கள்/தயாரிப்பாளர்கள் குறிப்பாக சிறு மற்றும் குறு நிறுவனங்களால் இணையவழி தளங்கள் பயன்படுத்தப்படும் சமீபத்திய நிகழ்வு.



இ- காமர்சின் வகைகள்?

நுகர்வோர் முதல் நுகர்வோர் (C2C)

இது ஒரு வணிக மாதிரியாகும், இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு அடிக்கடி ஆன்லைன் சூழலில் வர்த்தகம் செய்ய உதவுகிறது. C2C வணிகங்கள் என்பது ஈ-காமர்ஸ் தொழில்நுட்பம் மற்றும் பகிர்வு பொருளாதாரத்துடன் உருவான ஒரு வகை வணிக மாதிரியாகும்.

நுகர்வோர் முதல் வணிகம் (C2B)

C2B என்பது தனிப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களுக்கு தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்கும் நிறுவனங்களுக்கு சேவைகளை வழங்குவதற்கும் பரிந்துரைக்கும் சமீபத்திய ஈ-காமர்ஸ் வணிக மாதிரியாகும்.



இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

விரைவான கொள்முதல் செயல்முறை:

வாடிக்கையாளர்கள் ஷாப்பிங் செய்வதில் குறைந்த நேரத்தைச் செலவிடுகிறார்கள் மற்றும் அதிக தயாரிப்புகளை உலாவுகிறார்கள், மேலும் அவர்களின் உள்ளூர் கடைகளில் கிடைக்காத தயாரிப்புகளைக் கண்டறிய முடியும்.

ஸ்டோர் மற்றும் தயாரிப்பு பட்டியல்:

விற்பனையாளர்கள் பல படங்கள், விளக்கம், தயாரிப்பு வகை, விலை, கப்பல் கட்டணம் மற்றும் விநியோக தேதி ஆகியவற்றைச் சேர்க்கலாம். ஒரு படியில் நீங்கள் வாடிக்கையாளருக்கு உருப்படியைப் பற்றிய பல விஷயங்களைச் சொல்லலாம். உங்கள் பட்டியலை உருவாக்குவது வாங்குபவர்களுக்கு உங்களிடம் உள்ளதைக் காட்டுகிறது.



இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

செலவு குறைப்பு:

ஒரு மின்வணிகக் கடை மலிவு விலையில் உள்ளது மற்றும் இயற்பியல் கடையுடன் ஒப்பிடும்போது குறைந்த முதலீடு தேவைப்படுகிறது. வருமானம் ஈட்டி விரும்பும் ஆனால் தேவையான தொடக்க மூலதனம் இல்லாத தனிநபர் மற்றும் சிறிய அளவிலான விற்பனையாளர்களுக்கு இது ஒரு நல்ல வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

மலிவு விலையில் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விளம்பரம்:

மின்வணிக சந்தைகள் காட்சி சேனல்கள் - மற்றும் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை உண்மையில் காட்ட முடியும். பல இணையவழி சந்தைகள் வாடிக்கையாளர் நுண்ணறிவு கருவிகளை வழங்குகின்றன, அவை வாடிக்கையாளர்களைப் பகுப்பாய்வு செய்யப் பயன்படுகின்றன, இது அனைத்து ஆர்டர்களையும் காட்டுகிறது - நிலுவையில் உள்ள, அனுப்பப்படாத, அனுப்பப்பட்ட, ரத்துசெய்யப்பட்ட, வருமானம்.



இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

வாடிக்கையாளர்களுக்கான நெகிழ்வுத்தன்மை:

தயாரிப்பு மற்றும் சேவைகள் 24x7 கிடைக்கும் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் எப்போதும் இணையவழி சந்தையில் இருப்பார்கள். இதன் விளைவாக, விற்பனையாளர் தங்கள் தயாரிப்புகளை எந்த இடத்திலும், எந்த நேரத்திலும் வழங்க முடியும்.

விற்பனையாளர்கள் தங்கள் வருவாயைக் கட்டியெழுப்ப இந்த வாடிக்கையாளர் நெகிழ்வுத்தன்மையைப் பயன்படுத்தலாம். வாங்குபவர்கள் ஏராளமாக இருப்பதை அறிந்து அவர்கள் நம்பிக்கையுடன் ஆன்லைன் சந்தையில் விற்கலாம்.



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

தயாரிப்புக்கும் விலைக்கும் இடையிலான ஒப்பீடு:

மின்வணிகத்தில், விற்பனையாளர்கள் கருவிகளைப் பயன்படுத்தி அல்லது சொந்தமாக தயாரிப்புகளை ஒப்பிடலாம். ஒரு தயாரிப்பு தேவை பூர்த்தி செய்யப்படாவிட்டால், கிடைக்கக்கூடிய தயாரிப்பு மாற்றுகள், நிலையான விலைகள் பற்றிய நல்ல யோசனையை இது வழங்குகிறது.



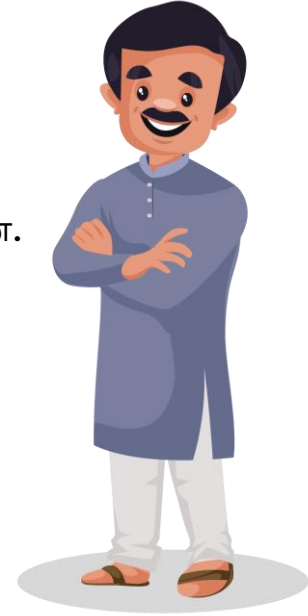
Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

வரம்புகளை கடக்கிறது:

- ஃபிசிக்கல் ஸ்டோர் உள்ள ஒரு விற்பனையாளர் குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான வாங்குபவர்களை மட்டுமே அடைய முடியும். அவர்கள் வாடிக்கையாளர்களின் வீடுகளுக்கு டெலிவரி செய்யலாம் ஆனால் தூர வரம்புகள் இருக்கலாம். பல ஈ-காமர்ஸ் சந்தைகள் அவற்றின் சொந்த தளவாடங்கள் மற்றும் விநியோக அமைப்புகளைக் கொண்டுள்ளன.
- புதிய வாடிக்கையாளர்களைக் கண்டறிய தங்கள் வரம்பை விரிவுபடுத்த வேண்டிய விற்பனையாளர்கள் இதன் மூலம் பயனடையலாம். இது ஆன்லைன் விற்பனையாளர்களுக்கும், ஃபிசிக்கல் ஸ்டோர் உள்ளவர்களுக்கும் பொருந்தும்.
- ஆன்லைனில் மட்டுமே விற்பனையாளர்கள் தளவாடச் செலவுகளைச் சேமிக்க முடியும் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நிச்சயமாக இருக்க முடியும். ஒரு உடல் அங்காடியுடன் விற்பனையாளர்கள் தங்கள் பொருட்களை உள்ளூர் வாங்குபவர்களுக்கு விற்கத் தொடங்குகின்றனர்.



இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

வாடிக்கையாளர் மற்றும் சந்தை தேவைக்கு விரைவான பதில்:

- மின்வணிக சந்தைகள் உங்களுக்கு நெறிப்படுத்தப்பட்ட தளவாடங்கள் அல்லது விநியோக முறையை வழங்குகின்றன. இதன் பொருள் என்னவென்றால், வாங்குபவர்களின் ஆர்டர் திறமையாக டெலிவரி செய்யப்படுகிறது. தயாரிப்பு ரிட்டர்ன்ஸ் மேலாண்மை என்பது இன்னும் ஒரு பிளஸ் பாயிண்ட், அதை விரைவாகக் கையாளலாம் - நீங்கள் பணம் செலுத்தியதைத் திரும்பப் பெறலாம் அல்லது மாற்றீடு செய்யலாம்.
- வணிகர்கள் விரைவில் ஒப்பந்தங்கள், விளம்பரங்களை உருவாக்க முடியும். இது வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கிறது மற்றும் அதிக விற்பனையை உருவாக்கும் வாய்ப்புகளை அதிகரிக்கிறது. ஈ-காமர்ஸ் விற்பனையாளர்கள் அவர்கள் விரும்பும் போது கூப்பன்களைத் திட்டமிட்டு விண்ணப்பிக்கலாம் - அத்தகைய சலுகைகளைத் தனிப்பயனாக்கவும்



இ- காமர்ஸ் வணிகத்தின் நன்மைகள்

பல கட்டண முறைகள்:

- மின்வணிக சந்தைகள் **UPI**, கேஷ் ஆன் டெலிவரி, கார்டு ஆன் டெலிவரி, நெட் பேங்கிங், கிரெடிட் அல்லது டெபிட் கார்டில் **EMI**கள் மற்றும் பிற்பாடு கடன் வசதி போன்ற பல கட்டண முறைகளை அனுமதிக்கின்றன.



ஈ.காமர்ஸ்
தளங்கள்

04



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

தனியார் துறை (முக்கிய மின்வணிக தளங்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்)

ப்ளிப்கார்ட்

- அக்டோபர் 2007 இல் தொடங்கப்பட்டது, இது 80 வகைகளில் 80 மில்லியனுக்கும் அதிகமான தயாரிப்புகளுடன் இந்தியாவின் முன்னணி இணையவழி சந்தையாகும்.

அமேசான்

- **Amazon.com (Amazon.in)**, ஆன்லைன் சில்லறை விற்பனையாளர், மின்னணு புத்தக வாசகர்களின் உற்பத்தியாளர் மற்றும் இணைய சேவை வழங்குநர், இது மின்னணு வர்த்தகத்தின் சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. இதன் தலைமையகம் சியாட்டில், வாஷிங்டனில் உள்ளது.



தனியார் துறை (முக்கிய மின்வணிக தளங்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்)

ஸ்னாப்டீல்

- பிப்ரவரி 2010 இல், குணால் பாஹ்ல் ரோஹித் பன்சால் உடன் இணைந்து **Snapdeal.com** ஐத் தொடங்கினார்.
- இந்தியாவின் மிகப்பெரிய ஆன்லைன் சந்தையானது, பிராந்திய, தேசிய மற்றும் சர்வதேச பிராண்டுகள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்களிடமிருந்து **800** வகைகளில் **60** மில்லியனுக்கும் அதிகமான தயாரிப்புகளின் பரந்த வகைப்படுத்தலைக் கொண்டுள்ளது.



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

தனியார் துறை (முக்கிய மின்வணிக தளங்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்)

இந்தியா மார்ட்

- வாங்குபவர்களை சப்ளையர்களுடன் இணைக்கும் இந்தியாவின் மிகப்பெரிய ஆன்லைன் **B2B** சந்தை. இந்தியாவில் ஆன்லைன் **B2B** வகைப்படுத்தப்பட்ட இடத்தின் **60%** சந்தைப் பங்கைக் கொண்டு, சேனல் சிறியவர்களுக்கு ஒரு தளத்தை வழங்குவதில் கவனம் செலுத்துகிறது



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

அரசாங்கம்

- GeM

இது ஒரு ஸ்டாப் அரசாங்க இ-மார்க்கெட் பிளேஸின் குறுகிய வடிவமாகும், இது அரசு அதிகாரிகளால் கொள்முதல் செய்வதற்கான ஆற்றல்மிக்க, தன்னிறைவு மற்றும் பயனர் நட்பு போர்ட்டல் ஆகும்.

மத்திய பொது கொள்முதல் போர்டல்

இந்தியாவின் **eProcurement** அமைப்பு, டெண்டர் அட்டவணையை இலவசமாக பதிவிறக்கம் செய்து, இந்த போர்டல் மூலம் ஆன்லைனில் ஏலங்களைச் சமர்ப்பிக்க டெண்டர்தாரர்களுக்கு உதவுகிறது. பல்வேறு அமைச்சகங்கள் மற்றும் வரித் துறைகளில் செய்யப்பட்ட கொள்முதல் பற்றிய தகவல்களுக்கு இந்த போர்டல் ஒற்றை புள்ளி அணுகலை வழங்குகிறது.



அரசாங்கம்

முக்கிய அம்சங்கள்

- மத்திய மற்றும் மாநில அரசு அமைச்சகங்கள், துறைகள் மற்றும் நிறுவனங்கள், பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் மற்றும் பொதுத்துறை வங்கிகள் மூலம் டெண்டர் மற்றும் ஏல விருது விவரங்களை வெளியிடுவதற்கான தளம்
- அனைவருக்கும் டெண்டர் ஆவணங்களுக்கான இலவச அணுகல்
- ஆன்-லைன் படிவம் மூலம் என்ஐடியை வெளியிடும் வசதி
- டெண்டர் ஆவணங்களை வெளியிடும் வசதி, ஆவணத்துடன் கோரியெண்டம் சேர்க்க
- ஒப்பந்த ஆவணத்துடன் ஏல விருது விவரங்களை வெளியிடும் வசதி
- பொது களத்தில், பொதுமக்கள் அணுக/பார்க்க பதிவு தேவையில்லை



அரசாங்கம்

முக்கிய அம்சங்கள்

- பல்வேறு மைல்கற்களில் மின்னஞ்சல் / எஸ்எம்எஸ் எச்சரிக்கைகள்.
- அனைவருக்கும் இலவச ஹெல்ப் லைன் வசதி.
- டெண்டர் வகைகள், தயாரிப்பு வகைகள், நிறுவனங்களின் வகைகள் மற்றும் நிறுவனத்தின் பெயர் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.
- காப்பகப்படுத்தப்பட்ட டெண்டர்கள் பொது களத்தில் கிடைக்கின்றன
- முக்கிய வார்த்தைகள், இருப்பிடம், மதிப்பு, நிறுவனத்தின் பெயர், நிறுவன வகை, டெண்டர் வகை மற்றும் தயாரிப்பு வகைகள் போன்ற அளவுருக்களைப் பயன்படுத்தி தேடல் வசதி உள்ளது



மின்வணிக தளங்களைப் பயன்படுத்தும் போது முன்னெச்சரிக்கைகள்

செயல் முறை - ஆன்லைன் விற்பனை தளங்களைப் பயன்படுத்தி மோசடிகள்

- மோசடி செய்பவர்கள் ஆன்லைன் விற்பனை தளத்தில் வாங்குபவர்களாக நடிக்கிறார்கள் & தயரிப்பில் விருப்பத்தைக் காட்டுகிறார்கள்.
- உங்களிடம் பணம் செலுத்துவதற்குப் பதிலாக, அவர்கள் UPI செயலி மூலம் “பணம் கோருதல்” என்ற விருப்பத்தைப் பயன்படுத்துகின்றனர் மற்றும் உங்கள் வங்கிக் கணக்கிலிருந்து பணத்தை எடுக்க உதவும் பணத்தை இழுப்பதற்கான கோரிக்கையை ஏற்க வலியுறுத்துகின்றனர்.

தற்காப்பு நடவடிக்கைகள்

- எப்பொழுதும் நினைவில் கொள்ளுங்கள், பணத்தைப் பெற உங்கள் PIN / கடவுச்சொல்லை எங்கும் உள்ளிட வேண்டிய அவசியமில்லை.
- பரிவர்த்தனையை முடிக்க உங்கள் பின்னை உள்ளிடுமாறு UPI அல்லது வேறு ஏதேனும் ஆப்ஸ் உங்களிடம் கேட்டால், அதைப் பெறுவதற்குப் பதிலாக நீங்கள் பணத்தை அனுப்புவீர்கள்.



உலகளாவிய
மதிப்பு
சங்கிலிகள்

05



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

மதிப்பு சங்கிலி என்றால் என்ன?

- மதிப்புச் சங்கிலி என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை யோசனையிலிருந்து யதார்த்தத்திற்கு மாற்றுவதற்கான படிப்படியான வணிக மாதிரியாகும்.
- பின்வரும் செயல்பாடுகள் (வடிவமைப்பு, உற்பத்தி, சந்தைப்படுத்தல், விநியோகம் மற்றும் இறுதி நுகர்வோருக்கு ஆதரவு போன்றவை) பல நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழிலாளர்களிடையே புவியியல் இடைவெளியில் ஒரு பொருளை அதன் கருத்தாக்கத்திலிருந்து அதன் இறுதிப் பயன்பாட்டிற்குக் கொண்டுவருவதற்காகப் பிரிக்கப்படுகின்றன.
- மதிப்புச் சங்கிலிகள் வணிகத்தின் செயல்திறனை அதிகரிப்பதற்கு வழிவகுக்கும் குறைந்த செலவில் அதிக மதிப்பை வழங்குவதில் வணிகத்தை எளிதாக்குகிறது.
- மதிப்பு சங்கிலி ஒரு போட்டியை உருவாக்குகிறது.



பரிவர்த்தனை நிறுவனம்

- இது ஒரு நிறுவனமாகும் (தனியார், பொது அல்லது கலப்பு உட்பட, அதன் சொந்த நாடு மற்றும் உரிமையைப் பொருட்படுத்தாமல்) இது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நாடுகளில் அமைந்துள்ள நிறுவனங்கள் அல்லது நிறுவனங்களை உள்ளடக்கியது, உரிமை அல்லது பிற காரணிகளால், அவற்றில் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்டவை இருக்கலாம். மற்றவர்களின் செயல்பாடுகளில் குறிப்பிடத்தக்க செல்வாக்கை செலுத்த முடியும் மற்றும் குறிப்பாக, அறிவு, வளங்கள் மற்றும் பொறுப்புகளை அவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ள முடியும்.
- உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலியின் எடுத்துக்காட்டு:

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.

உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகளின் முக்கியத்துவம்

- பின்தங்கிய அல்லது முன்னோக்கி இணைப்புகளில் ஈடுபடுவதன் மூலம் நாடுகள் உலகளாவிய மதிப்புச் சங்கிலிகளில் பங்கேற்கலாம்.
- உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலி ஏற்றுமதிகள் ஒரு நாட்டின் தனிநபர் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியை உயர்த்த பங்களிக்கின்றன. **SME** களின் முன்னோக்கி மற்றும் பின்தங்கிய பங்கேற்பு தனிநபர் வருமான வளர்ச்சியில் சாதகமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.
- உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகள் ஏற்றுமதிகள் மற்றும் அதன் கூறுகளில் அதிக பங்கேற்பு மற்றும் பங்களிப்புடன் தொழிலாளர் உற்பத்தித்திறன் உயர்கிறது.



உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகளின் முக்கியத்துவம்

- உலகளாவிய மதிப்புச் சங்கிலிகளில் பங்கேற்பதன் மூலம், நிறுவனங்கள் அதிக உற்பத்தித் திறன் கொண்ட மதிப்புச் சங்கிலியின் அந்த பகுதியில் நிபுணத்துவம் பெறலாம்.
- அவர்கள் மேம்பட்ட தொழில்நுட்பம், மலிவான உள்ளீடுகள் மற்றும் உலகளாவிய சந்தைகள் (அளவிலான பொருளாதாரங்களை சுரண்டுவதற்கு) அணுகலைப் பெறுகின்றனர்.
- உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலி ஏற்றுமதியின் அதிகரிப்பு முதலீட்டில் குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சியுடன் தொடர்புடையது. மதிப்புச் சங்கிலிகளில் ஒருங்கிணைக்க பல்வேறு நாடுகளில் அமைந்துள்ள அவற்றின் துணை நிறுவனங்களுக்கு முன்னணி நிறுவனத்திலிருந்து மூலதனத்தை மாற்றுவதன் மூலம் இயக்கப்படுகிறது.



உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகளின் வாய்ப்புகள்

- பணிகள் மற்றும் இடைநிலை நடவடிக்கைகளில் வர்த்தகம் செய்வது சிறு நிறுவனங்கள் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ சர்வதேச விநியோகச் சங்கிலிகளில் பங்கேற்க வழிவகை செய்துள்ளது.
- உலகளாவிய மதிப்பு சங்கிலிகள் மூலம், **MSME**கள் இப்போது முன்னணி நிறுவனங்களுக்கு பாகங்கள் மற்றும் கூறுகளின் சப்ளையர்களாக செயல்பட முடியும்.
- முன்னணி நிறுவனங்களுடனான வாங்குபவர்-சப்ளையர் உறவுகள் **SME** கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நடவடிக்கைகளில் மேலும் நிபுணத்துவம் பெற அனுமதிக்கின்றன.
- இந்த முன்னணி நிறுவனங்களுக்கு புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதற்காக புதிய துறைகள் மூலம் பெரிய பிராந்திய மற்றும் உலகளாவிய சந்தைகளுக்கான அணுகல்
- முன்னணி நிறுவனங்களுடனான தொடர்பு, முன்னணி நிறுவனங்கள் மற்றும் **MSME** களுக்கு இடையே அதிக தகவல் பரிமாற்றத்தை அனுமதிக்கிறது, இது **MSME** களின் மேலாண்மை நடைமுறைகளில் முன்னேற்றம் மற்றும் அவர்களின் தொழில்நுட்பம் மற்றும் திறன் நிலைகளில் முன்னேற்றத்திற்கு வழிவகுக்கிறது



முக்கிய
குறிப்புகள்

06



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham

முக்கிய குறிப்புகள்

- டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் ஒரு வணிகமானது அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்குச் சிறப்பாகச் சேவை செய்ய உதவுகிறது, ஏனெனில் வணிகங்கள் சரியான பார்வையாளர்களை இலக்காகக் கொள்ள முடியும், விரைவான மற்றும் பயனுள்ள வாடிக்கையாளர் கருத்துக்களை செலவு குறைந்த முறையில் உறுதி செய்கிறது.
- இணையவழி வணிகமானது செலவுகளைக் குறைக்க உதவுகிறது, ஏனெனில் அது மலிவானது, சிறந்த வாடிக்கையாளர் சேவையை வழங்குகிறது மற்றும் வணிகத்தின் வரம்பை விரிவுபடுத்துகிறது.
- உலகளாவிய மதிப்புச் சங்கிலிகள் **MSME** க்கு பின்வரும் வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது - அவை முன்னணி நிறுவனங்களின் விநியோகச் சங்கிலியின் ஒரு பகுதியாக மாறலாம், உலகளாவிய சந்தைகளுக்கான அணுகலைப் பெறலாம், முன்னணி நிறுவனத்திடமிருந்து முதலீட்டை மாற்றலாம் மற்றும் திறன் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தில் குறிப்பிடத்தக்க முன்னேற்றம்.





நன்றிகள்
பல!!!



Confederation of Indian Industry

Digital
Saksham