

ਲੋਕਲ ਸੋਚੋ | ਲੋਕਲ ਖਰੀਦੋ



ਮਜ਼ਬੂਤ
ਸਰੀ

ਸਰੀ ਸਟਰੋਂਗ ਕਮਪੇਨ ਬਾਰੇ ਜਾਣੋ ਅਤੇ ਇਹ ਜਾਣੋ ਕਿ ਸਾਡੀ

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੂਲਕਿਟ

ਨਾਲ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ 'ਤੇ ਆਪਣੀ ਪਹੁੰਚ ਵਿਚ ਵਾਧਾ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ

ਤੁਹਾਡੇ ਤੱਕ ਲਿਆਉਣ ਵਾਲਾ

SBOT
SURREY BOARD OF TRADE





ਵਿਸ਼ਾ-ਸੂਚੀ

ਜਾਣ ਪਛਾਣ

#SurreyStrong ਕੀ ਹੈ?

01

ਤੁਹਾਡੀ ਕਮਪੇਨ ਦੀ ਸੰਪਤੀ

ਆਪਣਾ ਮਾਣ ਦਿਖਾਉ

02

#SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ

02

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ

02

ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ

ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਗਿਵਾਹਵੇਅ

03

ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਸਿੱਖਿਆ

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਲਈ ਨੁਸਖੇ

04

“ਮੈਨੂੰ ਕਿਹੜੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਵਰਤੋ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ?”

04

ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ

04

ਫੇਸਬੁੱਕ

05

ਟਵਿੱਟਰ

05

ਟਿਕਟੋਕ

05

ਯੂਟਿਊਬ

06

ਪਿਨਟਰਿਸਟ

06

ਲਿੰਕਡਇਨ

07

ਈਮੇਲ ਨੁਸਖੇ

07

ਆਪਣੇ ਛੋਟੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ

ਲਾਭ ਲਈ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ

07

“ਮੇਰਾ ਖਿਆਲ ਸੀ ਕਿ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਖਤਮ ਹੋ ਚੁੱਕੀ ਹੈ”

08

“ਮੈਂ ਕਿੱਥੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਹੈ?”

08

“ਸੈਗਮੈਂਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ?”

08

“ਹੁਣ ਮੈਂ ਕੀ ਕਰਨਾ ਹੈ?”

09

“ਸੈਂਡ ਹਿੱਟ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਮੇਰਾ ਕੰਮ ਮੁੱਕ ਗਿਆ ਹੈ...ਸਹੀ?”

09

ਪੰਜ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਮ

10

ਈਮੇਲ ਪ੍ਰੋਫੋਰਮੈਂਸ ਮੈਟਰਿਕਸ

ਸਿੱਟਾ

ਵੱਖਰੇ ਬਣੋ

11

ਜਾਣ ਪਛਾਣ

#SurreyStrong ਕੀ ਹੈ

ਇਹ ਪਬਲਿਕ ਨੂੰ ਲੋਕਲ ਖਰੀਦਣ ਅਤੇ ਇਕ ਦੂਜੇ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੇਣ ਵਾਸਤੇ ਇਕ ਉੱਦਮ ਹੈ। 2 ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਾਲਾਂ ਦੀ ਮਹਾਂਮਾਰੀ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਥੱਕੇ ਹੋਏ ਹਨ, ਹੰਭੇ ਹੋਏ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾ-ਉਮੀਦ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

ਇਸ ਕਮਪੇਨ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਇਸ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸ਼ਹਿਰ ਵਿਚ ਮਾਣ ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਨੂੰ ਭਖਾਉਣ ਅਤੇ ਸਰੀ ਦੇ ਸਾਰੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਮਾਲਕਾਂ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਲਈ ‘ਪੇਂਡੂ ਮਾਨਸਿਕਤਾ’ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਨਾ ਦੇਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ ਤਾਂ ਜੋ ਅਸੀਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਰਹਿ ਸਕੀਏ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਮੌਜੂਦਾ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਅਤੇ ਅਣਚਿਤਵੇ ਨੁਕਸਾਨਾਂ ’ਤੇ ਕਾਬੂ ਪਾਉਣ ਵਿਚ ਆਪਣੇ ਸ਼ਹਿਰ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕੀਏ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਅਸੀਂ ਸਾਰੇ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ। ਅਸੀਂ ਰਲ ਕੇ ਬਿਹਤਰ ਹਾਂ।

#SurreyStrong ਦਾ ਬੈਜ ਇਸ ਨੂੰ ਤਕੜਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਸਟੋਰ ਅੱਗੇ #SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ ਦੇਖਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਦੀ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਫੀਡ ਉੱਪਰ #hashtag ਦੇਖਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਇਹ ਯਾਦ ਕਰਵਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਹਨ। #SurreyStrong ਕਮਿਊਨਟੀ ਇਕ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਥਾਂ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਫਰਕਾਂ ਨੂੰ ਪਰ੍ਹਾਂ ਰੱਖ ਕੇ, ਆਪਣੇ ਗੁਆਂਢੀਆਂ ਦਾ ਖਿਆਲ ਰੱਖਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਸਰੀ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਰਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

ਹੈਸ਼ਟੈਗ ਦੀ ਤਾਕਤ।

ਜੇ ਰਣਨੀਤੀ ਨਾਲ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਤਾਂ ਹੈਸ਼ਟੈਗ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਉੱਪਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਫਾਇਦੇ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਅੱਗੇ ਤੁਹਾਡੀ ਸਾਮੱਗਰੀ ਲਿਜਾਣ, ਤੁਹਾਡੇ ਬਰਾਂਡ ਬਾਰੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ, ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਕਿਸੇ ਬਹੁਤ ਹੀ ਖਾਸ ਗਰੁੱਪ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਐੱਸ ਈ ਓ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। #SurreyStrong ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਸਰੀ ਭਰ ਵਿਚ ਸੋਸ਼ਲ ਫੀਡਜ਼ ਉੱਪਰ ਕਮਿਊਨਟੀ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ। ਸਰੀ ਬੋਰਡ ਔਫ ਟਰੇਡ, ਲੋਕਲ ਬਿਜ਼ਨਸ ਮਾਲਕਾਂ ਦੀਆਂ ਪਿਛਲੇ ਕੁਝ ਸਾਲਾਂ ਦੀਆਂ ਕਹਾਣੀਆਂ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਮਯਾਬੀਆਂ ਸ਼ੇਅਰ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਲੋਕਲ ਖਰੀਦ ਕਰਨਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਣਾ ਵੀ ਜਾਰੀ ਰੱਖੇਗਾ।

#SurreyStrong ਵਿਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਵੋ। ਇਹ ਸੌਖਾ ਹੈ।

1. #SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ ਮੰਗੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਸਟੋਰ ਦੇ ਅੱਗੇ ਲਗਾਉ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਇਸ ਦਾ ਡਿਜੀਟਲ ਵਰਜ਼ਨ ਆਪਣੇ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਦੇ ਫੁੱਟਰ ਵਿਚ ਲਗਾਉ
2. ਆਪਣੇ ਪੋਸਟ ਕੀਤੇ ਗਏ ਇਮੇਜਿਜ਼ ’ਤੇ ਓਵਰਲੇਅ ਕਰਨ ਲਈ ਸਾਡਾ ਲਾਂਚ ਪੋਸਟ ਇਮੇਜ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ ਡਾਊਨਲੋਡ ਕਰੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਫੋਲੋਅਰਜ਼ ਨੂੰ ਦੱਸੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਰਲ ਕੇ #SurreyStrong ਹੋ।
3. ਓਪਸ਼ਨਲ: ਫੋਲੋਅਰਜ਼ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਨੂੰ ਤੇਜ਼ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰੀ ਬੋਰਡ ਔਫ ਟਰੇਡ ਦਾ #SurreyStrong ਗਿਵਾਵੇਅ ਜੋਆਇਨ ਕਰੋ



ਤੁਹਾਡੀ ਕਮਪੇਨ ਦੀ ਸੰਪਤੀ

ਆਪਣਾ ਮਾਣ ਦਿਖਾਉ



#SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ

ਆਪਣੀਆਂ ਵਿੱਡੋਆਂ ਅਤੇ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਉੱਪਰ ਬਰਾਂਡਿਡ ਸਟਿੱਕਰ ਦਿਖਾ ਕੇ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿਚ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਅਤੇ ਮਾਣ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਿਚ ਮਦਦ ਕਰੋ।

ਸੌਪ ਦੀਆਂ ਵਿੱਡੋਆਂ ਲਈ

ਆਪਣਾ #SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ

info@businessinsurrey.ca 'ਤੇ ਈਮੇਲ ਕਰਕੇ ਆਰਡਰ ਕਰੋ

*ਇਹ ਚੀਨੀ, ਟੈਗਾਲੋਗ, ਪੰਜਾਬੀ ਵਿਚ ਵੀ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋਵੋ ਤਾਂ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਅਨੁਵਾਦ ਹੋਇਆ ਰੂਪ ਮੰਗੋ।

ਵੈੱਬਸਾਈਟਾਂ ਲਈ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਵਰਜ਼ਨ

#SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ ਦਾ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਵਰਜ਼ਨ ਇੱਥੇ [ਡਾਊਨਲੋਡ](#) ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਈਕਮਰਸ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਦੇ ਫੁੱਟਰ ਵਿਚ ਪਾਉ, ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋਵੋ। [ਇੱਥੇ ਡਾਊਨਲੋਡ ਕਰੋ।](#)

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ

ਅਸੀਂ ਸਰੀ ਕਮਿਊਨਟੀ ਦੇ ਮਾਣਮੱਤੇ ਮੈਂਬਰ ਹਾਂ ਅਤੇ ਇਹ ਸ਼ੇਅਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਰਲ ਕੇ ਅਸੀਂ #SurreyStrong ਹਾਂ। ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਟੂਲਕਿਟ ਇਕ **ਲਾਂਚ ਪੋਸਟ ਇਮੇਜ** ਅਤੇ **12 ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ** ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਕਾਨਵਾ ਐਪ ਰਾਹੀਂ ਜਾਂ ਆਪਣੀ ਮਰਜ਼ੀ ਦੇ ਫੋਟੋ ਐਡਿਟਿੰਗ ਐਪ ਰਾਹੀਂ ਇਮੇਜਾਂ ਜਾਂ ਸਟੋਰੀਜ਼ ਦੇ ਉੱਪਰ ਓਵਰਲੇਅ ਵਜੋਂ ਪਾਏ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕਮਿਊਨਟੀ ਵਿਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ ਲਈ #SurreyStrong ਨਾਲ ਸਾਡੀਆਂ ਚੋਣਵੀਆਂ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਕੋਈ ਇਮੇਜ ਜਾਂ ਸਟੋਰੀ ਪੋਸਟ ਕਰੋ। ਆਪਣੇ ਬਿਜ਼ਨਸ, ਪ੍ਰੋਡਕਟਸ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ #SurreyStrong ਹੈਸ਼ਟੈਗ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕਾ ਹੋਵੇਗਾ।

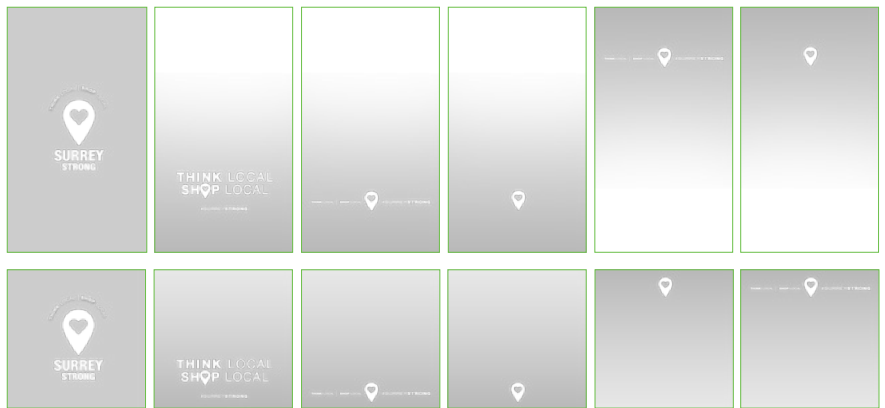
ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੈਮਪਲੇਟਸ [ਇੱਥੇ](#) ਡਾਊਨਲੋਡ ਕਰੋ।

ਇਹ ਸੌਖੀਆਂ ਪੋਸਟਾਂ ਕਾਨਵਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀਆਂ ਹਨ, ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਇਕ ਸੌਖੀ ਵੀਡੀਓ [ਇੱਥੇ](#) ਦੇਖੋ।

ਲਾਂਚ ਪੋਸਟ ਇਮੇਜ



ਟੈਮਪਲੇਟ ਓਵਰਲੇਅਜ਼



ਨੋਟ: ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੀ ਕੈਪਸ਼ਨ ਨਾਲ **ਪਹਿਲਾਂ ਲਾਂਚ ਪੋਸਟ ਇਮੇਜ ਪੋਸਟ** ਕਰਨਾ ਯਾਦ ਰੱਖੋ। ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਫੋਲੋਅਰਜ਼ ਨੂੰ ਸਰੀ ਸਟੋਰੀਜ਼ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੇਣ ਵਿਚ ਮਦਦ ਲਈ ਆਪਣੇ ਨੌਰਮਲ ਪੋਸਟ ਇਮੇਜ ਟੈਮਪਲੇਟ ਓਵਰਲੇਅਜ਼ ਨਾਲ ਪੋਸਟ ਕਰੋ।

ਅਸੀਂ **ਸਰੀ ਸਟੋਰੀਜ਼** ਹਾਂ। ਅਸੀਂ ਰਲ ਕੇ ਬਿਹਤਰ ਹਾਂ। ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਗੁਆਂਢੀਆਂ ਦਾ ਖਿਆਲ ਰੱਖਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਲੋਕਲ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਸਾਰੇ ਜਿੱਤਦੇ ਹਾਂ। ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ [@ssoft](#) 'ਤੇ ਜਾਉ।



ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ

ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਗਿਵਾਅਵੇਅ

ਅਸੀਂ ਸਰੀ ਦੇ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਨੂੰ ਸਾਡੇ 4 ਹਫਤੇ ਦੇ ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਬਣਨ ਲਈ ਸੱਦਾ ਦੇ ਰਹੇ ਹਾਂ ਜੋ ਕਿ ਅਪਰੈਲ ਵਿਚ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਗਿਵਾਅਵੇਅਜ਼, ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਵਧਾ ਕੇ, ਬਰਾਂਡ ਬਾਰੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਪੈਦਾ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਦੀ ਗੂੰਜ ਪੈਦਾ ਕਰਕੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਰਨ ਦੇ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਿਚ ਮਦਦ ਲਈ ਇਕ ਤਕੜਾ ਟੂਲ ਹਨ।

ਇਸ ਇਨਾਮ ਵਿਚ **ਲੋਕਲ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਹੋਈਆਂ ਵਸਤਾਂ** ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਗੀਆਂ। ਸਰੀ ਬੋਰਡ ਔਫ ਟਰੇਡ **500 ਡਾਲਰ ਦੇ ਗਿਫਟ ਕਾਰਡ** ਦਾ ਯੋਗਦਾਨ ਵੀ ਪਾਵੇਗਾ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਵਿਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋਵੋ ਤਾਂ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ info@businessinsurrey.ca 'ਤੇ 11 ਮਾਰਚ, 2022 ਤੱਕ ਇਹ ਦੱਸਦੇ ਹੋਏ ਈਮੇਲ ਭੇਜੋ ਕਿ ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਲਈ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਦੇਣਾ ਚਾਹੋਗੇ ਅਤੇ ਅਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਚੁੱਕਣ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਲਈ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੇਣ ਵਾਲੇ ਸਾਰੇ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦਾ ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਪੋਸਟ ਵਿਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਜੋਂ ਜ਼ਿਕਰ/ਟੈਗ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

ਗਿਵਾਅਵੇਅ ਪੋਸਟ ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ

ਚੱਲਣ ਦੀਆਂ ਤਾਰੀਕਾਂ: 1 ਅਪਰੈਲ - 2 ਮਈ

📣 🌱 #SURREYSTRONG ਮੁਕਾਬਲੇ ਬਾਰੇ ਸੂਚਨਾ 🌱 📣

ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੀਆ #SurreyStrong ਪੈਕੇਜ ਦਾ ਤੋਹਫਾ ਦੇਣ ਲਈ ਅਸੀਂ ਕੁਝ ਕਮਾਲ ਦੇ ਲੋਕਲ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਨਾਲ ਟੀਮ ਬਣਾਈ ਹੈ।

ਇਨਾਮ

- @sboft ਤੋਂ 500 ਡਾਲਰ ਦਾ ਗਿਫਟ ਕਾਰਡ
- ਹਰ ਆਈਟਮ ਨੂੰ ਲਿਸਟ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਹੈ, ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦੇ ਟੈਗ ਨਾਲ।

ਦਾਖਲ ਕਿਵੇਂ ਹੋਣਾ ਹੈ

1. ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਉਪਰਲੇ ਹਰ ਬਿਜ਼ਨਸ ਨੂੰ ਫੋਲੋ ਕਰੋ
2. ਇਸ ਪੋਸਟ ਨੂੰ ਲਾਈਕ ਕਰੋ
3. ਹੇਠਾਂ ਕੋਮੈਂਟਸ ਵਿਚ 3 ਫਰਿਡਜ਼ ਨੂੰ ਟੈਗ ਕਰੋ 🙌

🌟 ਬੋਨਸ ਇੰਟਰੀ: ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ #SurreyStrong ਸਟਿੱਕਰ ਔਨਲਾਈਨ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਸਟੋਰ

ਵਿਚ ਦੇਖੋ ਤਾਂ ਫੋਟੋ ਖਿੱਚੋ ਅਤੇ ਪੰਜ ਇੰਟਰੀਆਂ ਲਈ @sboft ਟੈਗ ਕਰੋ!

ਇਹ ਕੋਨਟੈਸਟ 4 ਹਫਤਿਆਂ ਲਈ ਚੱਲੇਗਾ ਅਤੇ 1 ਮਈ ਦੀ ਅੱਧੀ ਰਾਤ ਨੂੰ ਬੰਦ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ, ਅਤੇ ਜੇਤੂ ਦਾ ਐਲਾਨ 2 ਮਈ ਨੂੰ @sboft ਸਟੋਰੀ ਰਾਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਇੰਟਰ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸੁਭ ਇੱਛਾਵਾਂ!

ਫਾਈਨ ਪ੍ਰਿੰਟ

* ਇਸ ਕੋਨਟੈਸਟ ਨੂੰ ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਨੇ ਸਪੌਂਸਰ, ਇਨਡੋਰਸ, ਜਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਹੈ।

** ਜੇਤੂ ਨਾਲ ਸਿੱਧਾ @sboft ਅਕਾਊਂਟ ਵਲੋਂ ਸੰਪਰਕ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ। ਕੋਈ ਵੀ ਹੋਰ ਅਕਾਊਂਟ ਸਕੈਮ ਅਕਾਊਂਟ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਹੈ।

*** ਇੰਟਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਬ੍ਰਿਟਿਸ਼ ਕੋਲੰਬੀਆ, ਕੈਨੇਡਾ ਦਾ ਵਸਨੀਕ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

#giveaway #surreyboardoftrade #surreystrong #surrey #contest



ਡਿਜੀਟਲ ਸਿੱਖਿਆ

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਲਈ ਨੁਸਖੇ

ਅੱਗੇ ਦਿੱਤੀ ਇਹ ਸਾਮੱਗਰੀ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਲੋਂ ਲਿਆਂਦੀ ਗਈ ਹੈ

blue/meta

ਆਪਣਾ ਬਿਜ਼ਨਸ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਜੋਂ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਅਜੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀਂ ਕਰ ਰਹੇ ਤਾਂ ਸਾਡੇ ਕੋਲ ਕੁਝ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਵਿਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ। ਅਤੇ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਤਾਂ ਸਾਨੂੰ ਆਸ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਯਤਨਾਂ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਸੁਧਾਰਨ ਵਿਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

“ਮੈਨੂੰ ਕਿਹੜੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਵਰਤੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ?”

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਦੁਨੀਆ ਛੋਟੇ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਲਈ ਅਕਸਰ ਇਕ ਵਰਦਾਨ ਅਤੇ ਇਕ ਮਾਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਨਿਸ਼ਾਨੇ ਵਾਲੇ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਲਿਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸੇ ਸਮੇਂ, ਬਾਹਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹਨ, ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਔਖਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਹੜਾ ਵਰਤਣਾ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਸਲੈਕਟ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਢੁਕਵੇਂ ਹੋਣ।

ਸਿਰਫ ਇਕ ਜਾਂ ਦੋ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਨਾ ਡਰੋ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰੋ ਜਿਹੜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਢੁਕਵੇਂ ਹਨ। ਚੇਤੇ ਰੱਖੋ ਕਿ ਆਪਣੇ ਵਸੀਲੇ ਉੱਥੇ ਲਗਾਉਣਾ ਬਿਹਤਰ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਤੁਸੀਂ ਯਕੀਨ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਉਹ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਸਰਦਾਰ ਹੋਣਗੇ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਬਿਹਤਰ ਨਤੀਜੇ ਕੱਢਣਗੇ। **ਤੁਹਾਡੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਲਈ ਕਿਹੜਾ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਸਭ ਤੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹੈ, ਇਸ ਬਾਰੇ ਇਕ ਸੰਖੇਪ ਗਾਈਡ ਇਹ ਹੈ:**

ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ

ਇਹ ਬਿਲਕੁਲ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਪਲੇਟਫਾਰਮ, ਆਪਣਾ ਬਰਾਂਡ, ਆਪਣੀਆਂ ਪ੍ਰੋਡਕਟਸ ਅਤੇ ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਆਪਣੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਹੈ। ਇਹ ਕਹਾਣੀ ਦੱਸਣ ਲਈ ਵਧੀਆ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ 'ਤੇ ਸਦਾ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜੇ ਤੁਹਾਡਾ ਧਿਆਨ ਬਰਾਂਡ ਬਾਰੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਸਮਰਪਿਤ, ਵਫ਼ਾਦਾਰ ਗਾਹਕ ਵਧਾਉਣ 'ਤੇ ਹੈ।



ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਸੋਚਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਰਗਰਮੀਆਂ ਤੋਂ ਫਾਇਦਾ ਹੋਵੇਗਾ - ਉਹ ਲੋਕ ਜਿਹੜੇ ਕਰੀਏਟਿਵ ਸਾਮੱਗਰੀ ਰਾਹੀਂ ਦਿਲਚਸਪੀ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸੇਲਜ਼ ਵਧਾਉਣ ਵਿਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ - ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਪਤਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਉੱਪਰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦੀ ਇਕ ਵੱਡੀ ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਹੈ। ਇਸ ਗਰੁੱਪ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨਾਲ ਪਾਰਟਨਰ ਬਣ ਕੇ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਸਪੋਂਸਰ ਕੀਤੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਪੋਸਟਾਂ, ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਈ, ਢੁਕਵੀਂ ਜਨਤਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੇ ਤੁਹਾਡੇ ਮੌਕੇ ਵਧਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੋਸ਼ਲ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਨਾਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ, ਔਰਗੈਨਿਕ ਯੂਜ਼ਰ-ਜਨਰੇਟਿਡ ਕੌਨਟੈਂਟ (ਯੂ ਜੀ ਸੀ) ਦੇ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਲਈ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਥਾਂ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ, ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ, ਖਾਸ ਪ੍ਰੋਡਕਟਸ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਯੂ ਜੀ ਸੀ ਮੂਲ ਸਾਮੱਗਰੀ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ - ਟੈਕਸਟ, ਚਿੱਤਰ, ਵੀਡੀਓਜ਼, ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਰਿਵੀਊਜ਼ ਵੀ - ਜਿਹੜੇ ਬਰਾਂਡਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਲੋਕਾਂ ਵਲੋਂ ਪੈਦਾ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਸਹੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਰਤਣ ਨਾਲ, ਯੂ ਜੀ ਸੀ ਭਰੋਸਾ ਅਤੇ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਵੱਖ ਵੱਖ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਵਿਚ ਅਨੇਕਾਂ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨਾਂ ਹਨ।

ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਵਿਚ ਪਾਇਆ ਗਿਆ ਇਕ ਜ਼ਿਆਦਾ ਤਾਜ਼ਾ ਫੀਚਰ ਈ-ਕਮਰਸ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ, ਜਿਹੜਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਬਰਾਂਡਾਂ ਲਈ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਗਾਹਕਾਂ ਵਿਚ ਤਬਦੀਲ ਕਰਨ 'ਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹਨ।



ਫੇਸਬੁੱਕ

ਸਾਰੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਵਿਚਾਲੇ, ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪਛਾਣੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ, ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵਰਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਸਾਈਟਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਫੇਸਬੁੱਕ ਹੈ ਜੋ ਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਬਰਾਂਡਾਂ ਲਈ ਮਨਭਾਉਂਦਾ ਚੈਨਲ ਹੈ ਜਦੋਂ ਮਕਸਦ ਵੀਡੀਓਜ਼, ਫੋਟੋਆਂ, ਕੰਪਨੀਆਂ ਅਪਡੇਟਸ, ਟੀਮ ਬਾਇਓ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਾਮੱਗਰੀ ਸ਼ੇਅਰ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਵਾਂਗ ਹੀ, ਇਹ ਇੱਕ ਅਜਿਹਾ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਬਰਾਂਡ ਜਾਗਰੂਕਤਾ, ਭਰੋਸਾ, ਅਤੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।



ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਲੰਮੇ ਸਮੇਂ ਕਾਰਨ, ਫੇਸਬੁੱਕ ਨੇ ਫੈਲਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਿਆ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਹੁਣ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਲਈ ਐਡਵਰਟਾਈਜ਼ਿੰਗ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੁਝ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੂਖਮ ਟੂਲਜ਼ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਅਤੇ ਇਨਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਵਾਂਗ ਹੀ, ਇਸ ਉੱਪਰ ਈ-ਕਮਰਸ ਦੇ ਵਿਆਪਕ ਫੀਚਰ ਹਨ।

ਫੇਸਬੁੱਕ ਉੱਪਰ ਮੌਜੂਦ ਕਿਸੇ ਵੀ ਬਰਾਂਡ ਨੂੰ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੇ ਜ਼ਬਰਦਸਤ ਐਨਾਲਿਟਿਕ ਟੂਲਜ਼ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਆਪਣੇ ਫੋਲੋਅਰਜ਼ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰੋਫਾਇਲਜ਼ ਦੀ ਡੂੰਘੀ ਸੂਝ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵਾਲੀ ਸੂਝ ਮੈਸੇਜਿੰਗ ਅਤੇ ਐਨਲਾਈਨ ਸਰਗਰਮੀਆਂ ਨੂੰ ਘੜਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਕੋਈ ਹੋਰ ਫੀਚਰ ਜਿਹੜਾ ਫੇਸਬੁੱਕ ਨੂੰ ਹੋਰ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਚੈਨਲਾਂ ਤੋਂ ਅੱਡ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਇਸ ਉੱਪਰ ਫੇਸਬੁੱਕ ਗਰੁੱਪਸ, ਮੈਸੇਂਜਰ ਰੂਮਜ਼ ਅਤੇ ਲਾਈਵ ਇਵੈਂਟਸ ਵਰਗੇ ਬਹੁਤ ਹੀ ਅਡਵਾਂਸਡ ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਫੋਰਮ ਹਨ। ਇਹ ਫੋਰਮ ਕੰਪਨੀਆਂ ਅਤੇ ਬਰਾਂਡਾਂ ਲਈ ਆਪਣੀ ਮਾਰਕੀਟ ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਹੋਰ ਜੁੜਨ ਲਈ ਵਾਧੂ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਟਵਿੱਟਰ

ਆਪਣੀ ਤੇਜ਼ੀ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਨਾਲ, ਟਵਿੱਟਰ ਇੱਕ ਅਜਿਹਾ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਬਰਾਂਡਾਂ ਵਲੋਂ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਛੋਟੇ ਪੀਸ ਸ਼ੇਅਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਤੇਜ਼ ਸੁਨੇਹੇ, ਕੰਪਨੀ ਅਪਡੇਟ ਅਤੇ ਪਬਲਿਕ ਅਨਾਊਂਸਮੈਂਟਾਂ।



ਜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਮੁੱਖ ਧਿਆਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਧਿਆਨ ਕਸਟਮਰ ਸਰਵਿਸ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਸੁਪੋਰਟ ਉੱਪਰ ਹੈ ਤਾਂ ਟਵਿੱਟਰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਵਾਲਾ, ਹੁੰਗਾਰਾ ਭਰਨ ਵਾਲਾ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਇਸ ਮੰਤਵ ਲਈ ਬਹੁਤ ਢੁਕਵਾਂ ਹੈ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਕਿਉਂਕਿ ਰੀਅਲ ਟਾਈਮ ਵਿੱਚ ਜੁੜਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਅਕਸਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਲਈ ਉਪਰਲੀ ਚੋਣ ਹੈ ਜਿਹੜੀਆਂ ਲਗਾਤਾਰ ਖਬਰਾਂ, ਅਪਡੇਟਸ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਫੋਲੋਅਰਜ਼ ਨੂੰ ਢੁਕਵੇਂ ਅਤੇ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਲੱਗਣਗੇ। ਇਸੇ ਸਮੇਂ, ਇਹ ਗਾਹਕਾਂ ਤੋਂ ਇੱਕ ਤਰਫਾ ਫੀਡਬੈਕ ਲੈਣ ਅਤੇ ਫੌਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਧੀਆ ਟੂਲ ਵੀ ਹੈ।

ਟਿਕਟੋਕ

ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਸੋਚਦੇ ਹੋ ਕਿ ਟਿਕਟੋਕ ਜਵਾਨ ਬੱਚਿਆਂ ਲਈ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਇਸ 'ਤੇ ਦੁਬਾਰਾ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਚੈਨਲ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਪਲੇਅਰ ਹੈ, ਟਿਕਟੋਕ ਉਨ੍ਹਾਂ ਬਰਾਂਡਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਠੋਸ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤਾਕਤ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਇਸ ਨੂੰ ਵਰਤਿਆ ਹੈ।





ਵੀਡਿਓ ਵਾਲਾ, ਵੀਡਿਓ ਫੋਕਸਡ ਅਤੇ ਵੀਡਿਓ 'ਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ, ਟਿਕਟੋਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣ ਵਾਲੀ, ਮਨੋਰੰਜਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀ, ਸਿਰਜਣਾਤਮਿਕ ਸਾਮੱਗਰੀ ਲੱਭਣ ਲਈ ਇਕ ਥਾਂ ਹੈ। ਇਹ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਪ੍ਰਡਕਟ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਕੋਈ ਚੀਜ਼ ਕਿਵੇਂ ਬਣਾਈ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਪ੍ਰਡਕਟ ਲਾਂਚਿੰਗ ਜਾਂ ਪ੍ਰੀਵਿਊਜ਼, ਪਰਦੇ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਜਾਣਾ, ਟਿਪਸ, ਹਿੱਟਸ ਦੇਣਾ, ਹੈਕਸ ਜਾਂ ਹਾਓ-ਟੂਜ਼ ਅਤੇ ਟਰੈਂਡਿੰਗ ਚੈਲੇਂਜਿੰਗ ਵਿਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ (ਕੁਝ ਆਪਣੇ ਪਿੱਛੇ ਫੰਡ ਇਕੱਠੇ ਕਰਨ ਦੇ ਯਤਨਾਂ ਨਾਲ)।

ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੇ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਵਾਨ ਲੋਕ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਲਈ ਬਹੁਤ ਢੁਕਵੇਂ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਜੈਨ ਜੈਡਜ਼ ਮਾਰਕੀਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਬਰਾਂਡ ਇਹ ਧਿਆਨ ਦੇ ਰਹੇ ਹਨ ਕਿ ਇਹ ਜਨਸੰਖਿਆ ਬਦਲ ਰਹੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਸ ਵਿਚ ਮਿਲੀਨਅਲਜ਼ ਪਹਿਲਾਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੇਂ ਨਾਲ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜੋਆਇਨ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

ਯੂਟਿਊਬ

ਕੋਈ ਲੰਮੀ ਵੀਡਿਓ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਥਾਂ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ? ਯੂ ਟਿਊਬ ਬਾਰੇ ਸੋਚੋ!



ਸਿੱਖਿਆ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਸਾਮੱਗਰੀ, ਕਦਮ-ਦਰ-ਕਦਮ ਹਿਦਾਇਤਾਂ, ਵਿਸਥਾਰ ਵਿਚ ਦਿਖਾਵੇ, ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਇੰਟਰਵਿਊਆਂ ਵੀ, ਟਿਊਟੋਰੀਅਲਜ਼ ਅਤੇ ਪੂਰਨ ਰੂਪ ਪਰਿਵਰਤਨ (“ਪਹਿਲਾਂ” ਅਤੇ “ਬਾਅਦ”): ਇਹ ਅਤੇ ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਯੂ ਟਿਊਬ ਉੱਪਰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਢੁਕਵੀਆਂ ਹਨ। ਇਹ ਕਿਉਂਕਿ ਲੰਮੀਆਂ ਵੀਡਿਓਜ਼ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ (ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ 128 ਜੀ ਦੀ ਫਾਇਲ ਜਾਂ 12 ਘੰਟੇ), ਇਸ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿਚ ਯੂ ਟਿਊਬ ਹੋਰ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਤੋਂ ਸਭ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਹੈ।

ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਲੰਮੀ ਵੀਡਿਓ ਦੀ ਸਾਮੱਗਰੀ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਕਾਫੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਸੀਲਿਆਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਪਲੇਟਫਾਰਮ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇੱਥੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਸ਼ਕਤੀ ਲਾਉਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਰੱਖਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ ਦੇ ਸੰਭਵ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵੱਡੇ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਫਾਇਦਾ ਹੋਵੇਗਾ।

ਇਕ ਚੀਜ਼ ਚੇਤੇ ਰੱਖਣ ਵਾਲੀ ਗੱਲ: ਯੂਟਿਊਬ ਨੂੰ ਕਿਉਂਕਿ ਅਕਸਰ ਇਕ ਸਰਚ ਇੰਜਨ ਸਮਝਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿਸੇ ਨੇ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਵਿਸ਼ੇ ਬਾਰੇ ਕਿਸੇ ਬਰਾਂਡ ਲਈ ਸਰਚ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਰਾਂਡ ਤੋਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੱਭੀ ਹੈ ਤਾਂ ਇਸ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਇਸ ਚੀਜ਼ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਉਸ ਕੰਪਨੀ ਵਿਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦਾ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਅਗਾਂਹ ਹੋਰ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਹੋਵੇਗਾ।

ਪਿਨਟਰਿਸਟ

ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵੈੱਬਸਾਈਟ 'ਤੇ ਟਰੈਫਿਕ ਲਿਆਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ? ਕੀ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਔਰਤਾਂ ਹਨ? ਆਪਣੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਚੈਨਲਾਂ ਵਿਚ ਪਿਨਟਰਿਸਟ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ।



ਇਸ “ਵਿਜ਼ੁਅਲ ਡਿਸਕਵਰੀ” ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਨੂੰ, ਯੂਟਿਊਬ ਵਾਂਗ, ਅਕਸਰ ਇਕ ਸਰਚ ਇੰਜਨ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਕਰਨ ਲਈ ਬਹੁਤ ਢੁਕਵਾਂ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿਚ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੈ। ਅਤੇ ਕਿਉਂਕਿ ਪਿਨਟਰਿਸਟ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ “ਕਲਿੱਕ ਕਰਨ ਯੋਗ” ਹੈ, ਬਰਾਉਜ਼ਰ ਮਾਊਸ ਦੀ ਇਕ ਕਲਿੱਕ ਨਾਲ ਗਾਹਕ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਪਿਨਟਰਿਸਟ ਉੱਪਰ, ਵਰਤੋਂਕਾਰ ਇਮੇਜ “ਪਿਨ” ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਉਹ “ਬੋਰਡਜ਼” ਕਰਨਾ ਪਸੰਦ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਨਿੱਜੀ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ, ਦਿਲਚਸਪੀਆਂ, ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦਾ ਅਕਸ ਦਿਖਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਇਮੇਜਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ ਵੱਖ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ, ਪ੍ਰਡਕਟ ਪੇਜਾਂ, ਬਲੌਗ ਆਰਟੀਕਲਾਂ ਅਤੇ ਵੈੱਬ ਤੋਂ ਹੋਰ ਸੰਬੰਧਿਤ ਸਾਮੱਗਰੀ ਨਾਲ ਬੈਕਲਿੱਕ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਪਿਨ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਇਮੇਜ ਸਦਾ ਹੀ ਬਹੁਤ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਦੇਖਣ ਨੂੰ ਖਿੱਚ ਪਾਉਣ ਵਾਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਬਰਾਂਡ ਦੇ ਟ੍ਰਿਫਿਕੋਣ ਤੋਂ, ਕਿਉਰੇਟਿਡ ਪਿਨਾਂ ਨਾਲ ਅਜਿਹੇ ਬੋਰਡਜ਼ ਬਣਾਉਣਾ ਜਿਹੜੇ ਪ੍ਰੋਡਕਟਸ, ਸੇਵਾਵਾਂ, ਲੋਕਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕਈ ਕੁਝ ਨੂੰ ਕਵਰ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਨਾ ਸਿਰਫ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਉਹ ਚੀਜ਼ ਲੱਭਣਾ ਸੌਖਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ ਜਿਸ ਵਿਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੈ, ਸਗੋਂ ਆਪਣੇ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਵੱਲ ਨੂੰ ਟਰੈਫਿਕ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਅਤੇ ਲੀਡਜ਼ ਨੂੰ ਤਬਦੀਲ ਕਰਨ ਦਾ ਸਾਧਨ ਵੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹੋ।



ਲਿੰਕਡਇਨ

ਜਿਹੜੇ ਬਰਾਂਡ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾ ਪ੍ਰੋਫੈਸ਼ਨਲ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਲਿੰਕਡਇਨ ਬਹੁਤ ਢੁਕਵਾਂ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਹੈ।



ਅੱਧੇ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਯੂਜ਼ਰ ਮਰਦ ਹੋਣ ਅਤੇ ਬਿਜ਼ਨਸ 'ਤੇ ਤਕੜਾ ਧਿਆਨ ਹੋਣ ਨਾਲ, ਲਿੰਕਡਇਨ ਨੂੰ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨੈੱਟਵਰਕ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਹੜਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਲਈ ਟੈਲੈਂਟ ਭਰਤੀ ਕਰਨ ਦੇ ਟੂਲ ਵਜੋਂ ਦੁੱਗਣੀ ਡਿਊਟੀ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਲਿੰਕਡਇਨ, ਸੰਸਥਾਈ ਸਭਿਆਚਾਰ, ਕੰਪਨੀ ਅਪਡੇਟਸ, ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਬਾਰੇ ਗੰਭੀਰ ਆਰਟੀਕਲ, ਮੀਡੀਆ ਕਵਰੇਜ, ਬਲੌਗ ਪੋਸਟਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਹੋਰ ਸਰਗਰਮੀਆਂ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਇਕ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਚੈਨਲ ਹੈ।

ਡਿਜੀਟਲ ਸਿੱਖਿਆ

ਈਮੇਲ ਨੁਸਖੇ

ਆਪਣੇ ਛੋਟੇ ਬਿਜ਼ਨਸ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਲਾਭ ਲਈ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ

ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਇੰਡਸਟਰੀ ਵਿਚ ਹੋਵੋ ਜਾਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿਚ ਪੈਰ ਜਮਾਉਣ ਦੀ ਆਸ ਰੱਖ ਰਹੇ ਹੋਵੋ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ ਆਪਣੀਆਂ ਸਮੱਚੀਆਂ ਪਲੈਨਾਂ ਵਿਚ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੂੰ ਪੱਕਾ ਹਿੱਸਾ ਬਣਾਉਣਾ ਬਿਜ਼ਨਸ ਲਈ ਚੰਗਾ ਹੈ।

ਜੁਗਤ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਗਈ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ, ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧ ਸੁਧਾਰ ਕੇ, ਤੁਹਾਡਾ ਬਰਾਂਡ ਉਸਾਰ ਕੇ, ਲੀਡਜ਼ ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਵਧਾ ਕੇ ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਫਾਇਦੇ ਦੇ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਹੋਰ ਫਾਇਦਿਆਂ ਵਿਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

- ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਟਿਕੇ ਰਹਿਣ ਵਿਚ ਸੁਧਾਰ
- ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰੋਫਾਇਲ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਸੂਝ
- ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਨਵੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਮੋਟ ਕਰਨਾ
- ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਸਾਮੱਗਰੀ ਨਾਲ ਮਨ ਵਿਚ ਉੱਪਰ ਰਹਿਣਾ ਜਿਹੜਾ ਬਰਾਂਡ ਨੂੰ ਚੇਤੇ ਕਰਨ ਵਿਚ ਵੀ ਸੁਧਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ
- ਲੋਇਲਟੀ ਅਤੇ ਰਿਵਾਰਡਜ਼ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਰਾਹੀਂ ਬਿਹਤਰ ਸੇਲਜ਼
- ਮਾਪਣਯੋਗ, ਡੈਟਾ ਆਧਾਰਿਤ ਆਰ ਓ ਆਈ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ



“ਮੇਰਾ ਖਿਆਲ ਸੀ ਕਿ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਖਤਮ ਹੋ ਚੁੱਕੀ ਹੈ”

ਬਿਲਕੁਲ ਨਹੀਂ। ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਦੇ ਆਗਮਨ ਨਾਲ ਵੀ, ਖੋਜ ਇਹ ਇਸ਼ਾਰਾ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਗਾਹਕ ਅਜੇ ਵੀ ਆਪਣੇ ਪਸੰਦ ਦੇ ਬਰਾਂਡਾਂ ਤੋਂ ਈਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪਿੱਛੇ ਆਰ ਓ ਆਈ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋ - ਖਰਚੇ ਹਰ ਡਾਲਰ ਪਿੱਛੇ, 44 ਡਾਲਰ ਵਾਪਸ ਆਉਂਦੇ ਹਨ - ਤਾਂ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰਨ ਦੇ ਇਸ ਮੁਕਾਬਲਤਨ ਸੌਖੇ, ਸਸਤੇ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਹੋਰ ਵੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਝਦਾਰੀ ਵਾਲਾ ਹੈ।

“ਮੈਂ ਕਿੱਥੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਹੈ?”

ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦਾ ਇਕ ਸਭ ਤੋਂ ਸੌਖਾ, ਅਸਰਦਾਰ ਤਰੀਕਾ, ਆਪਣੀ ਈਮੇਲ ਲਿਸਟ ਲਈ ਸੌਖਾ ਸਾਈਨ ਅੱਪ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਹੋਮਪੇਜ ਉੱਪਰ ਇਕ ਸਾਈਨ-ਅੱਪ ਫਾਰਮ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੋ। ਇਸ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਈਮੇਲ ਸਿਗਨੇਚਰ ਵਿਚ ਪਾਉ ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਵਲੋਂ ਲਿਖੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਆਰਟੀਕਲ ਵਿਚ ਸੌਖੇ ਸਾਈਨ ਔਫ ਵਜੋਂ ਪਾਉ।

ਯਾਦ ਰੱਖੋ ਕਿ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਕੁਝ ਕਰਨ ਲਈ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਕਾਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਐਕਸ਼ਨਾਂ ਦਾ ਫਲ ਮਿਲੇਗਾ।

- ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਆਪਣੀ ਲਿਸਟ ਲਈ ਸਬਸਕਰਾਇਬ ਕਰਨ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕੋਈ ਇਨਸੈਨਟਿਵ ਦੇ ਕੇ ਹਾਸਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- ਇਹ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਰੂਪ ਵਿਚ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿਚ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ “ਕੌਨਟੈਨਟ ਅਪਗਰੇਡ” ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਤੁਸੀਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੀਮਤ ਵਾਲੀ ਸਮਝੀ ਜਾਂਦੀ ਕੋਈ ਚੀਜ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹੋ ਜਿਹੜੀ ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਵੀ ਢੁਕਵੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ (ਇਕਸਕਲੂਸਿਵ ਔਫਰਾਂ, ਡਿਸਕਾਊਂਟ, ਈ-ਬੁੱਕਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਸਾਮੱਗਰੀ)।

“ਸੈਗਮੈਂਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ?”

ਅਸੀਂ ਸੁਝਾਅ ਦਿੰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਈਮੇਲ ਲਿਸਟਾਂ ਨੂੰ ਗਰੁੱਪਾਂ ਜਾਂ ਸਬਸੈਕਸ਼ਨਾਂ ਵਿਚ ਵੰਡੋ (ਸੈਗਮੈਂਟ ਕਰੋ) - ਉਹ ਲੋਕ ਜਿਹੜੇ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਈ, ਉੱਚ-ਕੁਆਲਟੀ ਦੀ ਉਸ ਸਾਮੱਗਰੀ ਤੋਂ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਫਾਇਦਾ ਉਠਾਉਣਗੇ ਜਿਸ ਨੂੰ ਉਹ ਆਪਣੇ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਢੁਕਵੀਂ ਵਜੋਂ ਦੇਖਣਗੇ।

- ਇਨ੍ਹਾਂ ਗਰੁੱਪਾਂ ਬਾਰੇ ਇੱਕੋ ਜਿਹੀਆਂ ਲੋੜਾਂ (“ਮੈਂ ਬੱਚਿਆਂ ਲਈ ਕੱਪੜੇ ਲੱਭ ਰਹੀ ਹਾਂ”) ਜਾਂ ਦਿਲਚਸਪੀਆਂ (ਮੈਂ ਪਹਾੜਾਂ ਵਿਚ ਵੀਕਐਂਡ ਨੂੰ ਹਾਈਕਿੰਗ ਕਰਨਾ ਪਸੰਦ ਕਰਦਾ ਹਾਂ”) ਵਾਲੇ ਲੋਕਾਂ ਵਜੋਂ ਸੋਚੋ।
- ਤੁਸੀਂ ਉਮਰ, ਲਿੰਗ ਅਤੇ ਸਥਾਨ ਮੁਤਾਬਕ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਪਰਚੇਜ ਹਿਸਟਰੀ, ਬਰਾਂਡ ਨਾਲ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਅਤੇ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਵਜੋਂ ਵੀ ਵੰਡ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- ਸੈਗਮੈਂਟਿੰਗ ਤੁਹਾਡੇ ਕਲਿੱਕ-ਥਰੂ ਰੇਟ (ਸੀ ਟੀ ਆਰ) ਵਿਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ - ਜੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਸਾਮੱਗਰੀ ਦੀ ਕੁਆਲਟੀ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਸਮੁੱਚੀ ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਮਪੇਨ ਦੀ ਅਸਰਦਾਰਤਾ ਦਾ ਪਤਾ ਲਾਉਣ ਲਈ ਇਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅੰਕੜਾ ਹੈ।



“ਹੁਣ ਮੈਂ ਕੀ ਕਰਨਾ ਹੈ?”

ਇੱਥੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਪਲੈਨ ਕਿਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਦਿਖਾਈ ਦੇਵੇਗੀ, ਜੋ ਕਿ ਅਕਸਰ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਈਮੇਲ ਸਬਸਕਰਾਈਬਰਜ਼ (ਸੈਗਮੈਂਟਿਸ) ਨੂੰ ਕਿਹੜੀ ਸਾਮੱਗਰੀ ਭੇਜਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਕਿੰਨੀ ਕੁ ਵਾਰੀ (ਫ੍ਰੀਕੁਐਂਸੀ)।

ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਕ ਚੰਗਾ ਆਈਡੀਆ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਹਾਸਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਏ ਗਏ ਲੋਕਾਂ ਤੋਂ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਐਂਗੇਜ਼ਮੈਂਟ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ ਨਾਲ ਉਸ ਸਾਮੱਗਰੀ ਦੀ ਕਿਸਮ ਜਿਹੜੀ ਤੁਹਾਡੇ ਖਿਆਲ ਮੁਤਾਬਕ ਉਹ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁਣਗੇ।

- ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ, ਦਿਲਚਸਪੀਆਂ, ਪਸੰਦਾਂ ਅਤੇ ਨਾਪਸੰਦਾਂ ਨੂੰ ਮਨ ਵਿਚ ਰੱਖੋ।
- ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਇਹ ਪੁੱਛੋ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਤੋਂ ਕੀ ਫਾਇਦਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ?

ਇਸ ਵਿੱਚੋਂ ਕੁਝ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਕੁਝ ਫੈਸਲਾ ਬਿਜ਼ਨਸ ਦੀ ਉਸ ਕਿਸਮ ਨਾਲ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿਸ ਵਿਚ ਤੁਸੀਂ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰੋਡਕਟ/ਸਰਵਿਸ ਕੀ ਹੈ। ਕਿੰਨੀ ਕੁ ਵਾਰੀ (ਫ੍ਰੀਕੁਐਂਸੀ) ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿਚ, ਮਹੀਨਾਵਾਰ ਈਮੇਲ ਨਿਊਜ਼ਲੈਟਰ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਬਿਹਤਰ ਹੈ।

ਈਮੇਲਾਂ ਦੀਆਂ ਜਿਹੜੀਆਂ ਕੁਝ ਕਿਸਮਾਂ ਤੁਸੀਂ ਭੇਜ ਸਕਦੇ ਹੋ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

- ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ (ਸਪੈਸ਼ਲ ਔਫਰਾਂ, ਸੇਲਜ਼)
- ਮੌਸਮੀ (ਛੁੱਟੀਆਂ, ਖਾਸ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ)
- ਨਿੱਜੀ (ਵਫ਼ਾਦਾਰ ਗਾਹਕਾਂ ਜਾਂ ਵੀ ਆਈ ਪੀਜ਼ ਲਈ)
- ਟ੍ਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨਲ (ਕਿਸੇ ਟ੍ਰਾਂਜੈਕਸ਼ਨ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਈਮੇਲਾਂ)

ਸਬਜੈਕਟ ਲਾਈਨ ਬਾਰੇ ਨਾ ਭੁੱਲੋ: ਇਹ ਉਹ ਪਹਿਲੀ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਏ ਗਾਹਕ ਦੇਖਣਗੇ, ਇਸ ਕਰਕੇ ਇਹ ਹੋਰ ਪਤਾ ਲਾਉਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੇਣ ਵਾਲੀ ਹੋਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

“ਸੈਂਡ ਹਿੱਟ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਮੇਰਾ ਕੰਮ ਮੁੱਕ ਗਿਆ ਹੈ...ਸਹੀ?”

ਨਹੀਂ, ਤੁਹਾਡੇ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਅਜੇ ਵੀ ਕੁਝ ਕੰਮ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਨੇ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਠੀਕ? ਕੀ ਇਹ ਸਹੀ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਗਈ ਹੈ? ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਭੇਜਿਆ ਸੀ, ਕੀ ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਇੰਨਾ ਕੁ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਅਤੇ ਢੁਕਵਾਂ ਸੀ ਕਿ ਉਹ ਇਸ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਣਗੇ ਅਤੇ ਅਗਾਂਹ ਪੜ੍ਹਨਗੇ? ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਕੋਈ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਔਫਰ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੀ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਪਤਾ ਲੱਗੇਗਾ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕ ਇਸ ਨੂੰ ਵਰਤ ਰਹੇ ਹਨ?

ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨ ਭੇਜਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਦੀ ਕਾਰਗਰਜ਼ਾਰੀ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਸੀਂ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ? ਈਮੇਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਖੂਬਸੂਰਤੀ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਇਸ ਦੀ ਹੋਰ ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਚੈਨਲਾਂ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪੂਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤੱਕ ਫੌਰਨ ਪਹੁੰਚ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਜਿਹੜੀ ਤੁਸੀਂ ਫਿਰ ਬਾਅਦ ਦੀਆਂ ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨਾਂ ਵਿਚ ਸੁਧਾਰ ਵਿਚ ਮਦਦ ਲਈ ਲਾਗੂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਹਿਮ ਮੈਟਰਿਕਸ ਜਾਂ ਪ੍ਰੋਫੋਰਮੈਂਸ ਮਾਰਕਰ ਕੀ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਜਾਣੂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ? ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਪੰਜਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਤੁਸੀਂ ਕਨਵਰਸ਼ਨ ਰੇਟ ਨੂੰ ਵੀ ਟਰੈਕ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਜੋ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਈਮੇਲ ਸਬਸਕਰਾਈਬਰਜ਼ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਹੈ ਜਿਹੜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਮੰਗੇ ਗਏ ਇੱਛਤ ਐਂਗੇਜ਼ਮੈਂਟ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।



ਪੰਜ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਮ ਈਮੇਲ ਪ੍ਰਫੋਰਮੈਂਸ ਮੈਟਰਿਕਸ

ਓਪਨ ਰੇਟ - ਕੁੱਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨ ਖੋਲ੍ਹੀ ਹੈ

ਕਲਿਕ ਰੇਟ - ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨ ਵਿਚ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਇਕ ਲਿੰਕ ਨੂੰ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ

ਕਲਿਕ-ਥਰੂ ਰੇਟ (ਸੀ ਟੀ ਆਰ) - ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਕਿਸੇ ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ ਪਰ ਸਿਰਫ ਉਨ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਖੋਲ੍ਹੀ ਹੈ

ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਰੇਟ - ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਕਮਪੇਨ ਵਿਚ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਤੋਂ “ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਣ” ਦੀ ਚੋਣ ਕੀਤੀ ਹੈ

ਬਾਊਂਸ ਰੇਟ - ਉਨ੍ਹਾਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਹੜੀਆਂ ਡਲਿਵਰ ਨਹੀਂ ਹੋਈਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾ ਦੇ ਸਰਵਰ ਵਲੋਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ ਗਈਆਂ ਸਨ

ਆਉ ਇਨ੍ਹਾਂ ਸ਼ਬਦਾਂ ਬਾਰੇ ਥੋੜ੍ਹਾ ਜਿਹਾ ਹੋਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰੀਏ

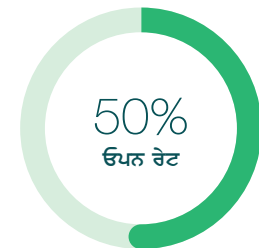
ਓਪਨ ਰੇਟ

ਕੁੱਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨ ਖੋਲ੍ਹੀ ਹੈ।

ਓਪਨ ਰੇਟ (%) = (ਖੁੱਲ੍ਹੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ/ਡਲਿਵਰ ਹੋਈਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) * 100

ਜੇ 100 ਕੌਨਟੈਕਟਸ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਪਰ ਸਿਰਫ 50

ਇਸ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਓਪਨ ਰੇਟ 50% ਹੈ।



ਕਲਿਕ ਰੇਟ

ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਕਮਪੇਨ ਵਿਚ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਇਕ ਲਿੰਕ ਨੂੰ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ।

ਕਲਿਕ ਰੇਟ (%) = (ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਈਮੇਲ ਵਿਚ ਕਿਸੇ ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ/ਡਲਿਵਰ ਹੋਈਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) * 100

ਜੇ 100 ਕੌਨਟੈਕਟਸ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ 20 ਕਿਸੇ

ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕਰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕਲਿਕ ਰੇਟ 20% ਹੈ।



ਕਲਿਕ-ਥਰੂ ਰੇਟ

ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਵਿਚ ਕਿਸੇ ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ ਪਰ ਸਿਰਫ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲਈ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਖੋਲ੍ਹੀ ਹੈ।

ਕਲਿਕ-ਥਰੂ ਰੇਟ (%) = (ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਈਮੇਲ ਵਿਚ ਕਿਸੇ ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕੀਤਾ ਹੈ/ਖੁੱਲ੍ਹੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) * 100

ਜੇ ਤੁਸੀਂ 100 ਕੌਨਟੈਕਟਸ ਨੂੰ ਈਮੇਲ ਭੇਜਦੇ ਹੋ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ 50 ਇਸ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਇਨ੍ਹਾਂ

ਖੋਲ੍ਹਣ ਵਾਲਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ 25 ਕਿਸੇ ਲਿੰਕ 'ਤੇ ਕਲਿਕ ਕਰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਕਲਿਕ-ਥਰੂ ਰੇਟ 50% ਹੈ।



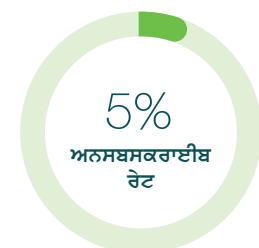
ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਰੇਟ

ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾਵਾਂ ਦੀ ਉਹ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਕਮਪੇਨ ਵਿਚ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਤੋਂ ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਕਰਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕੀਤੀ ਹੈ।

ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਰੇਟ (%) = (ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕੌਨਟੈਕਟਸ ਦੀ ਗਿਣਤੀ/ਡਲਿਵਰ ਹੋਈਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) * 100

ਜੇ 100 ਕੌਨਟੈਕਟਸ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੀ ਈਮੇਲ ਮਿਲਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ 5 ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ

ਵਿੱਚੋਂ “ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਣ” ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਅਨਸਬਸਕਰਾਈਬ ਰੇਟ 5% ਹੈ।





ਬਾਊਂਸ ਰੇਟ

ਉਨ੍ਹਾਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤ ਜਿਹੜੀਆਂ ਡਲਿਵਰ ਨਹੀਂ ਹੋਈਆਂ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾ ਦੇ ਸਰਵਰ ਵਲੋਂ ਵਾਪਸ ਭੇਜੀਆਂ ਗਈਆਂ ਸਨ।

ਬਾਊਂਸ ਰੇਟ (%) = (ਫੇਲ੍ਹ ਹੋਈਆਂ ਡਲਿਵਰੀਆਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ/ਭੇਜੀਆਂ ਈਮੇਲਾਂ ਦੀ ਗਿਣਤੀ) * 100
ਜੇ **1000** ਈਮੇਲਾਂ ਵਿੱਚੋਂ, **5** ਵਾਪਸ ਆਈਆਂ ਹਨ ਤਾਂ ਬਾਊਂਸ ਰੇਟ **0.5%** ਹੈ।



ਈਮੇਲ ਬਾਊਂਸਿਜ਼ ਦੀਆਂ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ:

ਸੌਫਟ ਬਾਊਂਸ: ਇਹ ਡਲਿਵਰੀ ਆਰਜ਼ੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਫੇਲ੍ਹ ਹੋਈ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜਦੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤਕਰਤਾ ਦਾ ਸਰਵਰ ਡਾਊਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਸ ਦਾ ਮੇਲਬੋਕਸ ਭਰਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਹਾਰਡ ਬਾਊਂਸ: ਇਹ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਈਮੇਲ ਡਲਿਵਰ ਨਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਕਿਉਂਕਿ ਈਮੇਲ ਐਡਰੈਸ ਗਲਤ ਹੈ ਜਾਂ ਹੁਣ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਸਿੱਟਾ

ਵੱਖਰੇ ਬਣੋ

ਇਹ ਸਾਡੇ ਸਾਰਿਆਂ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਬਣਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਇਲਾਕੇ ਵਿਚ ਵੱਖਰੇ ਬਣੋ। ਲੋਕਲ ਬਿਜ਼ਨਸਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰੋ। ਆਪਣੇ ਗੁਆਂਢੀਆਂ ਦਾ ਖਿਆਲ ਰੱਖੋ। ਜਿੱਥੇ ਵੀ ਜਾਓ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਦੋਸਤ ਬਣੋ। ਰਲ ਕੇ ਅਸੀਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੁਝ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਰਲ ਕੇ ਅਸੀਂ #SurreyStrong ਬਣ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

ਤੁਹਾਡੇ ਤੱਕ ਲਿਆਉਣ ਵਾਲਾ

ਲੋਕਲ ਸੇਚੋ | ਲੋਕਲ ਖਰੀਦੋ



ਮਜ਼ਬੂਤ
ਸਰੀ

SBOT
SURREY BOARD OF TRADE

ਇਸ ਟੂਲਕਿੱਟ ਬਾਰੇ ਸਵਾਲਾਂ ਲਈ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ info@businessinsurrey.ca 'ਤੇ ਈਮੇਲ ਕਰੋ।

businessinsurrey.com [@SurreyBoardofTrade](https://www.facebook.com/SurreyBoardofTrade) [@SBofT](https://www.instagram.com/SBofT) [@SBofT](https://twitter.com/SBofT) [in @surrey-board-of-trade](https://www.linkedin.com/company/surrey-board-of-trade)