

अनुसूचि १२ : सन्देश प्रवाह गर्न डिजिटल मिडिया कसरी प्रयोग गर्ने सामाजिक सञ्जाल प्रयोगगर्नको लक्ष्य निर्धारण गर्नुहोस्

सामाजिक सञ्जालमा बजारीकरण गर्ने लक्ष्य निर्धारण गर्नु तपाईंको रणनीति रूपान्तरण गर्ने दिशामा पहिलो कदम हो । तपाईं सामाजिक सञ्जाल/मिडियाबाट वास्तवमा के प्राप्त गर्न चाहनुहुन्छ, त्यो सोच्नुहोस् । तल केही उदाहरणहरू दिइएकाछन्, जसले तपाईंलाई सामाजिक सञ्जालको लागि लक्ष्य निर्धारण गर्न मद्दत पुर्याउन सक्छन् ।

- वेबसाइटमा धेरै मान्छेहरू आउनु
- अभियानको बारेमा सचेतना वृद्धि गर्न
- अभियानमा सहभागिताको वृद्धि गर्न
- नयाँ लक्षित समूहको चासो बढाउन
- लक्षित समूहको चासो कायम राख्न
- आफ्नो अभियान वरिपरि समुदाय बढाउन
- प्राविधिक र उद्योग विशेषज्ञता स्थापना गर्न ।

यसको उद्देश्य भनेको तपाईंको सामाजिक सञ्जालमा गरेका प्रयत्नलाई अभिप्राय (अर्थ्याउन खोजिएका कुराको सार) प्रदान गर्नु हो । तपाईंले सामाजिक सञ्जालको लागि लक्ष्य निर्धारण गरिसकेपछि तपाईंले उत्पादन गर्ने र वितरण गर्ने प्रत्येक सामग्री/विषयवस्तु/सामग्रीले ती लक्ष्यहरूलाई निरन्तर मद्दत गरेको हुनुपर्छ ।

तपाईंको सफलता मापन गर्ने इकाइहरू परिभाषित गर्नुहोस्

आफ्नो सफलता मापन गर्ने एकाइहरूनिर्धारण गर्दा, आफ्नो सामाजिक अभियानको स्तर स्पष्ट हुनेगरी तोक्नुहोस्, यसो गर्दा तपाईंले कहिले सफलता प्राप्त गर्नुभयो भन्ने थाहा पाउनुहुन्छ । यदि तपाईं स्रोत-दर्शकको सक्रियता खोजिरहनु भएको छ भने, तपाईं के लाई आफ्नो सामाजिक विषयवस्तु/सामग्रीका सफलतापूर्ण सक्रियता दर मान्नुहुन्छ ?

तपाईंले उत्पादन गर्ने सामग्रीको प्रकार, त्यसलाई वितरण गरिएको स्थान र सामाजिक सञ्जालमा बजारीकरण गर्नुको लक्ष्य अनुसार आफ्नो सफलता मापन गर्ने एकाइहरूमापरिवर्तन आउनसक्छ ।

आफ्नो विषयवस्तु/सामग्रीको परीक्षण गर्नुहोस्

आफ्नो उत्कृष्ट-प्रस्तुतियुक्त विषयवस्तु/सामग्री र सबैभन्दा लोकप्रिय माध्यमहरूको पहिचान गर्नलाई सामाजिक सञ्जालपरीक्षणसञ्चालन गर्नुहोस् । यसले भविष्यमा तपाईंलाई आफ्नो स्रोत-दर्शकहरूलाई चाख लाग्ने गरी तपाईंको विषयवस्तु/सामग्रीलाई सबैभन्दा प्रभावकारी ढङ्गबाट उत्पादन गर्न र वितरण गर्न सहयोग गर्दछ ।

सान्दर्भिक मुख्य शब्दहरूको सूचि तयार गर्नुहोस्

तपाईंको अभियानसँग सम्बन्धित मुख्य-शब्दहरूको पहिचान गर्न सामाजिक सञ्जालमा त्यस्तै खाले अन्य अभियानहरू खोज्नसक्नुहुन्छ । ती अभियानहरूमा प्रयोग गरिएका मुख्य शब्दहरूलाई आफ्ना विषयवस्तु/सामग्री वितरण गर्न र अभियानको रचना प्रक्रियालाई निर्देश गर्नमा सहयोग लिन उपयोगी हुन्छ ।

उदाहरणका लागि, जब व्यक्तिहरू स्मार्ट जीवन अभियानको उल्लेख गर्छन्, तब उनीहरू #परिवारनियोजन का बारेमा पनि कुरा गरिरहेका हुन्छन् । यो एउटा मुख्य शब्द हो जसलाई स्मार्ट जीवन अभियानसँगको संयोजनमा सन् २०१६-१७ मा धेरै पटक प्रयोग गरिएको थियो । परिवार नियोजनका बारेमा छलफलमा संलग्न हुन सजिलो भयो र त्यसले गर्दा अभियानलाई सकारात्मक प्रभाव पऱ्यो । भविष्यमा जो कोहीले पनि आफ्ना यस्तै अभियानको लागि विषयवस्तु/सामग्री रचना गर्दा, यस अभियानको मुख्य शब्दकोप्रयोगबाट संकलित ज्ञानलाई प्रयोग गरी सफलता पाउन सक्छ ।

आफ्नो सामाजिक प्रोफाइलबाट उच्च प्रतिफल आउने बनाउनुहोस्

तपाईंको प्रोफाइलमा राखिएका सूचनाहरू सामाजिक सञ्जालमा बजारीकरणका प्रयासहरूको सफलताका लागि महत्वपूर्ण हुन्छन् । तपाईंको प्रोफाइलमा रहेको सान्दर्भिक दृश्य र लक्षित समूह संलग्न गर्ने पाठ मार्फत तपाईंको संस्था वा अभियान भल्कियोस् । तपाईंको सामाजिक प्रोफाइल समृद्ध बनाउने केही उपायहरू यस प्रकार छन् :

१ प्रोफाइल चित्र एकनासको राख्नुहोस्

यदि तपाईंको संस्था/अभियानले धेरै सामाजिक माध्यमहरू (ट्वीटर, फेसबुक/इन्स्टाग्राम, भाइबर, यु ट्युब आदि) मार्फत सूचना प्रवाह गर्छन् भने, सबै माध्यमहरूमा तपाईंको प्रोफाइल-चित्र एकनासको हुन जरुरी हुन्छ । आफ्नो कार्यालय/संस्था/अभियानको लोगो वा त्यसको सामाजिक माध्यमलाई सुहाउँदो प्रतिरूप प्रयोग गर्नुहोस् । तपाईंका सबै प्रोफाइलहरू एकनासका राखिएमा तपाईंको परिचय बढी उपयुक्त हुन्छ ।

२. तपाईंको प्रोफाइलको प्रत्येक खण्ड पुरा गर्नुहोस्

यसको अर्थ तपाईंको प्रोफाइल पूर्णरूपमा भरिनुपर्छ । यदि सूचनाको लागि त्यहाँ स्थान छ भने त्यसको फाइदा लिएर आफ्नो अभियानलाई बढावा दिन सक्नुहुन्छ । रचनात्मक तरिकाले र छोटकरीमा, तपाईंले तपाईंको अभियान के हो, तपाईं कुन मुद्दालाई सम्बोधन गर्दै हुनुहुन्छ, र वाचा गरिएका प्रतिफलहरू के हुन् भन्ने विषय उल्लेख गर्न सक्नुहुन्छ ।

३. खोजी गर्न सजिलो बनाउन सान्दर्भिक मुख्य शब्दहरू(Key words)को प्रयोग गर्नुहोस्

खोजी गर्न सजिलो बनाउन (सर्च इन्जिन अप्टिमाइजेसन) लाई आफ्नो प्रोफाइलको प्रत्येक खण्डमा सान्दर्भिकमुख्य शब्दहरू प्रयोग गर्नुहोस् । ती शब्दहरू तपाईंको बारेमा पाठ, फोटोका नाम, चासो र अनुभवहरूमा देखिनुपर्छ ।

आफ्नो विषयवस्तु/सामग्रीको प्रकार चयन गर्नुहोस्

आफ्ना स्रोता-दर्शकहरूलाई संलग्न राख्दै, आफ्नो अभियानलाई अधिक फाइदा पुऱ्याउने किसिमका विषयवस्तु/सामग्रीबारे सोच थाल्नुहोस् ।

ब्लग पोष्टमा लिङ्कभएको इमेज (छवि) वा ट्वीटर च्याट वा फेसबुकबाट गरिने प्रत्यक्ष प्रसारण मध्ये कुन माध्यम बढी उपयुक्त हुन्छ भन्ने पत्ता लगाउन आफ्ना लक्षित स्रोता-दर्शकसँग सम्पर्क गर्नुहोस् । तपाईंसँग उपलब्ध स्रोतहरू कति छन् विचार पुऱ्याउनुहोस् ताकि तपाईंसँग पर्याप्त स्रोत भएमा गुणस्तरीय भिडियो निर्माण गर्न सक्नुहुन्छ वा नभएमा उही विषयवस्तु/सामग्री लिएर कम लगानीमा तथ्याङ्कको श्रव्यदृश्य प्रस्तुति (इन्फोग्राफिक) निर्माण गर्न सक्नुहुन्छ ।

सर्वोत्तम परिणामहरूका लागि, आफ्ना स्रोता-दर्शकहरूको चाखलाई कायम राख्न आफ्नो विषयवस्तु/सामग्रीलाई विविधिकरण गर्नुहोस् । यदि तपाईं दिनहुँ वा हप्तासम्म एउटै प्रकारको विषयवस्तु/सामग्री पोष्ट गरिरहनुहुन्छ भने निश्चय नै तपाईंका स्रोता-दर्शकहरू निस्कृय हुनेछन् ।

तपाईंले आफ्नो सामाजिक सञ्जालमा बजारीकरणका लागि प्रयोग गर्न सक्नुहुने केहीसम्भावित सामग्रीहरू तल उल्लेख गरिएको छ :

- इन्फोग्राफिक (तथ्याङ्कको श्रव्यदृश्य प्रस्तुति)
- प्रतिस्पर्धा
- प्रयोगकर्ताद्वारा उत्पादित विषयवस्तु/सामग्री
- फोटो तथा भिडियो ।

सामाजिक सञ्जालमा शेयर गर्ने विषयवस्तु/सामग्रीको खोजी गर्नु अघि, तपाईंले आफ्ना स्रोता-दर्शकहरू वास्तवमा के मन पराउछन् भनी पत्ता लगाउनु पर्छ । त्यसो गर्ने एउटा उपाय भनेको सोसल मिडियाका विगतका पोष्टहरूलाई नियाल्ने, जुन सबैभन्दा सफल (सबैभन्दा बढी शेयर गरिएको, सबैभन्दा बढी लाइक गरिएका आदि) थिए ।

पोष्ट गर्ने कार्यतालिका बनाउनुहोस्

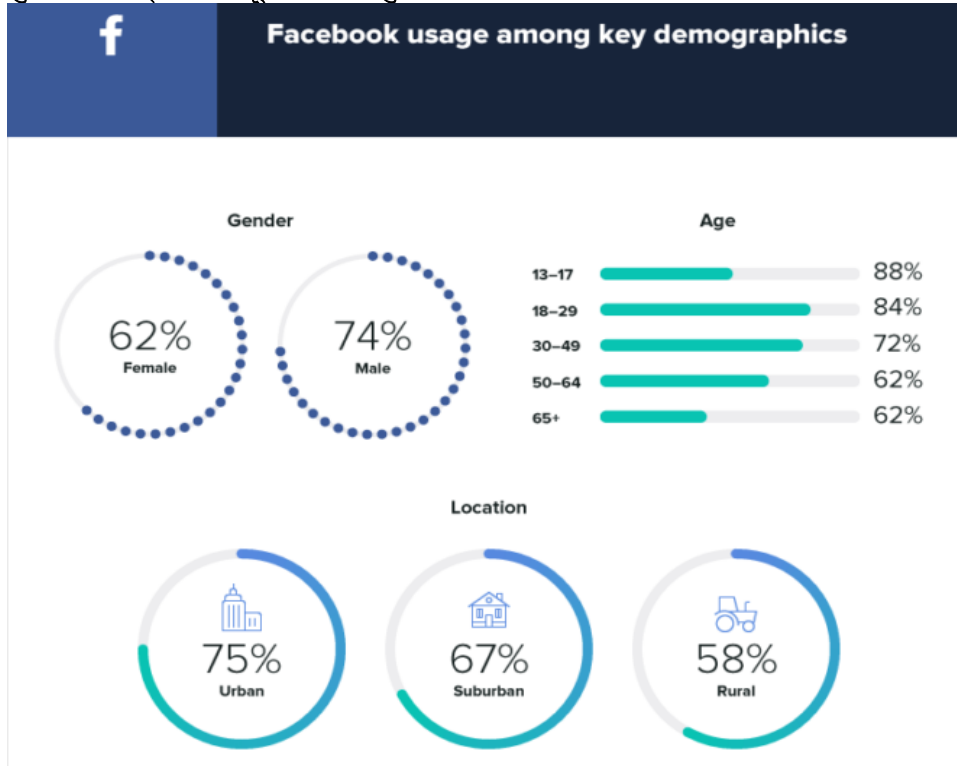
यो कार्य तपाईंका स्रोता-दर्शक, अभियान र प्रयोग गरिएका सामाजिक सञ्जालहरू जस्ता विभिन्न कुराहरूमा निर्भर रहन्छ ।

यदि तपाईं कुनै आधारभूत मापदण्डको खोजीमा हुनुहुन्छ भने, यहाँ केही मुख्य कुराहरू दिइएका छन् :

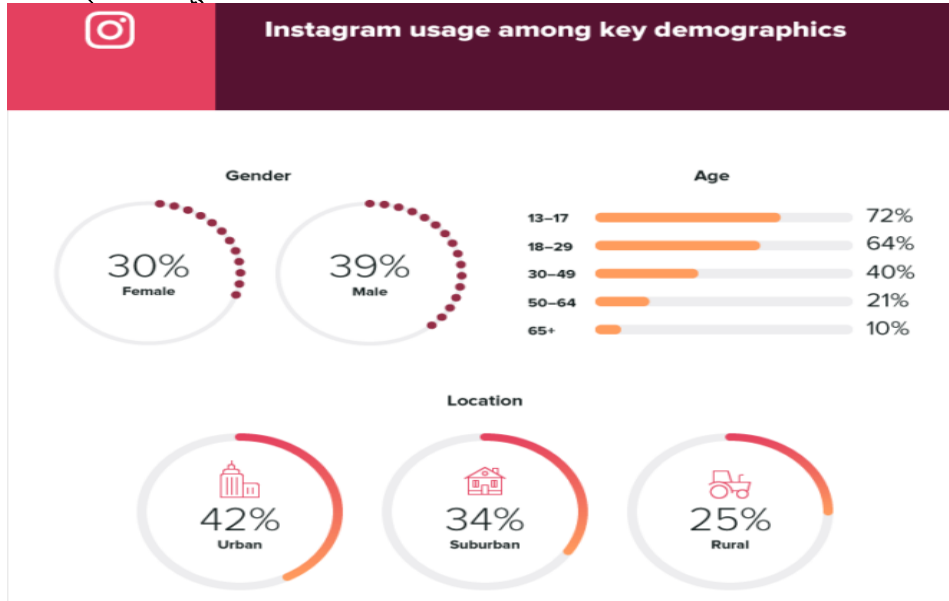
- फेसबुक: हप्तामा ३-१० पटक
- ट्वीटर: कम्तिमा दिनमा ५ पटक

जनसङ्ख्या अनुसार सामाजिक सञ्जालमा प्ल्याटफर्म चयन गर्नुहोस्

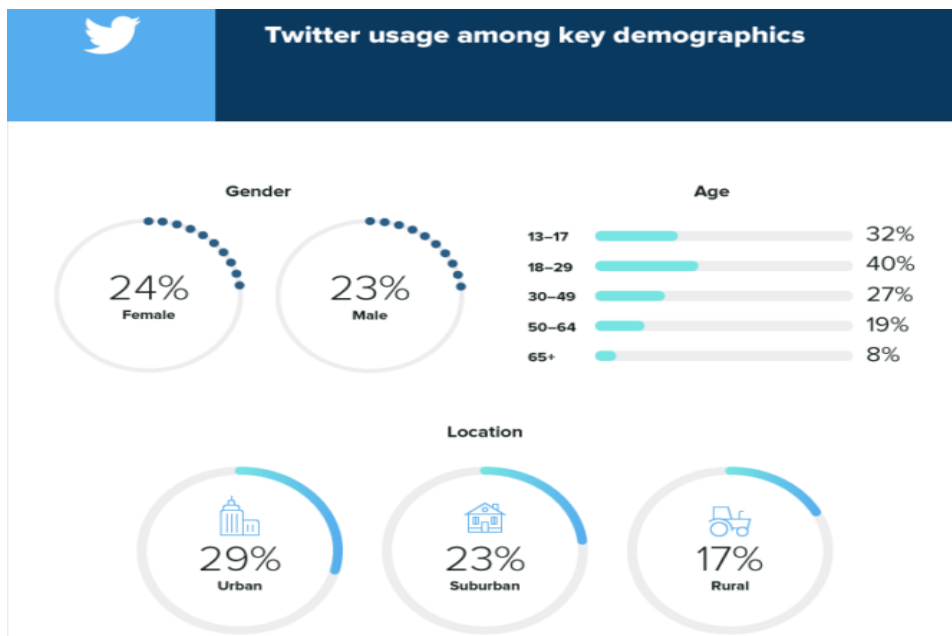
मुख्य जनसाङ्ख्यिक समूहबीच फेसबुकको प्रयोग



जनसाङ्ख्यिक समूहबीच इन्स्टाग्रामको प्रयोग



जनसाङ्ख्यिक समूहबीच ट्वीटरको प्रयोग



आफ्नो विषयवस्तु/सामग्री उपयोगी बनाउनुहोस्

विषयवस्तु रचना गर्ने क्रममा, त्यसलाई उपयोगी बनाउनु र स्तरवृद्धि गर्नु आवश्यक हुन्छ, जसले गर्दा सामाजिक सञ्जालका सामग्रीहरूको भिडमा तपाईंका प्रयाशहरू नहराओस् ।

सामाजिक सञ्जालमा तपाईंको सूचनाको पहुँच र लक्षित स्रोत-दर्शकसँग सहभागिता बढाउन तपाईंको विषयवस्तु/सामग्रीको स्तरवृद्धि गर्ने केही उपायहरू यस प्रकार छन् :

- ह्यासट्याग (#) समावेश गर्नुहोस्
- लिङ्कहरू (अन्य सामग्रीमा पहुँच) लाई छोट्याउनुहोस्
- तस्वीरहरू प्रयोग गर्नुहोस्
- विषयवस्तु/सामग्रीलाई विभिन्न सामाजिक च्यानलहरूका लागि हुनेगरी अनुकूलनगर्नुहोस्

निर्धारित कार्य गर्न आह्वान गर्नुहोस्

तपाईंले सामाजिक सञ्जालमा शेयर गरेका सबै विषयवस्तु/सामग्रीले लक्षित समूहलाई कुनै कार्य गर्न प्रेरित गर्नुपर्छ भन्ने जरुरी छैन ।

तपाईंका केही सबैभन्दा लोकप्रिय पोस्टहरूले तपाईंको अभियानलाई साधारण रूपमा दर्शाएको मात्र पनि हुनसक्छ ।

तपाईंको सामाजिक सञ्जालमा बजारीकरण गर्नको प्राथमिक लक्ष्य नयाँ लक्षित समूहको चासो बढाउनु र लक्षित समूहलाई तपाईंको पथमार्ग तर्फ डोच्याउनु हो भने तपाईंले आफ्ना स्रोत-दर्शकहरूलाई उनीहरूले चाल्न पर्ने अर्को कदम उपलब्ध गराउन सक्नुपर्छ । आफ्नो कार्य अघि बढाउनका लागि प्रयोग गर्न लाग्नु भएका पोस्टहरूमा प्रष्ट देख्न सकिने गरी **निर्धारितकार्यका लागि आह्वान** समावेश गर्नुहोस् ।

- निर्धारित जोखिम न्यून गर्न केही प्रस्ताव गर्ने- फाइदाहरूमा माथि केन्द्रित गर्दै, सम्भावित लक्षित समूहलाई सो निर्धारित कार्यगर्न निर्णय लिन आत्मविश्वासी बनाउने
- लिनुपर्ने कदम के हुन्छन् भनेर व्याख्या गर्ने । के सम्भावित लक्षित समूहलेक्लिक गर्नुपर्छ ? तत्कालै डाउनलोड गर्ने ? सामाजिक सञ्जालमा शेयर गर्ने ?

- तुरन्तै निर्धारितकार्यगर्न प्रोत्साहित गर्ने, सो अवसर सीमित समयावधीकोलागि मात्रउपलब्ध भएको जनाउने वा काममा जुट्न प्रोत्साहन दिनेसम्भावित कारण खुलाउने ।

आफ्ना स्रोता-दर्शकसँग संलग्न हुनुहोस्

तपाईंले आफ्ना स्रोता-दर्शकसँग संलग्न हुन र उनीहरूलाई सम्बोधन गर्न जरुरी हुन्छ । आफ्ना स्रोता-दर्शकहरूसँगको दुईतर्फी संवादले आपसी विश्वास स्थापित गर्छ र तपाईंको संगठनको विश्वसनीयता बढ्छ । जब तपाईं आफ्नो विषयवस्तु/सामग्री माथि स्रोता-दर्शकहरूको प्रतिक्रिया अनुगमन गर्नुहुन्छ, तपाईं आफ्नो विषयवस्तु/सामग्रीको प्रभावकारिताबारे मूल्यवान जानकारी समेत प्राप्त गर्नसक्नुहुन्छ ।

आफ्ना सामाजिक पोष्टहरू माथि गरिएका कमेन्ट (टिप्पणी) हरू पुरापुर पढ्नुहोस् र आवश्यक लागेमा प्रतिउत्तर दिनुहोस् । आफ्ना विषयवस्तु/सामग्री बारे फिडब्याक (पृष्ठपोषण) को चाहना राख्ने सामाजिक बजारीकरणकर्ताहरूका निम्ति कमेन्ट (टिप्पणी) खण्ड एउटा असल साधन बन्न सक्छ र यदि स्रोता-दर्शकहरूले सान्दर्भिक प्रश्नहरू सोच्छन् र जानकारीमूलक कमेन्ट (टिप्पणी) हरू गर्छन् भने, भविष्यका विषयवस्तु/सामग्रीका लागि विचारहरूलाई समेत प्रेरित गर्न सक्छन् ।

आफ्नो सबैभन्दा राम्रो विषयवस्तु/सामग्रीको सशुल्क मार्केटिङ गर्नुहोस्

आफ्ना विषयवस्तु/सामग्रीहरूको जब तपाईं प्रवर्द्धन गर्नुहुन्छ र त्यसलाई विस्तारितरूपमा फैलाउनु हुन्छ, तब तपाईंले चाडै नै केही विषयवस्तु/सामग्रीले अन्य भन्दा राम्रो नतिजा (संलग्नता र वार्तालापको आधारमा हेर्दा) दिइरहेको पाउनु हुनेछ । यस्ता राम्रो नतिजामूलक विषयवस्तु/सामग्रीलाई शुल्कयुक्त-विज्ञापनद्वारा अझ बढी प्रवर्द्धन गर्नुहोस् । तपाईं विशिष्ट स्रोता-दर्शकहरूलाई लक्षित गर्न, सम्भावित लक्षित समूहलाई आकर्षित गर्न र आफ्नो ग्राहकक्षेत्र फैलाउन सक्नुहुन्छ ।

फेसबुक र इन्स्टाग्राम जस्ता ठूला सामाजिक सञ्जालहरूले अचेल प्रयोगगर्ने चरणबद्ध योजना (algorithms) हरूले हाल आएर स्वस्फूर्त शेर गरिएको विषयवस्तु/सामग्रीको तुलनामा शुल्कयुक्त बजारीकरण सामग्रीलाई बढी प्राथमिकता दिन थालेका छन् । यसकारण तपाईंको सामग्रीलाई सम्भावित लक्षित समूहले देख्नसक्ने अवसर दिनका लागि शुल्कयुक्त लगानी गर्न महत्व बढ्दो छ ।

तपाईं कुन सामाजिक मिडिया चयन गर्नुहुन्छ भन्ने कुरा ३ महत्वपूर्ण तत्वहरूमा निर्भर रहन्छ :

- तपाईंका लक्षित ग्राहकहरू कहाँ ज्यादै केन्द्रित छन् ?
- तपाईंका लक्षित ग्राहकहरूको कहाँ पहुँच ज्यादा छ ?
- विज्ञापनहरूमा सक्रियरूपमा संलग्न भएका तपाईंका लक्षित ग्राहकहरू सबैभन्दा बढी कहाँ छन् ?

फेसबुकमा विज्ञापनको लागि बजेट

सम्पूर्ण प्रक्रिया ७ सरल कदममा पुरा हुन्छ :

१. आफ्नो फेसबुक अभियानको लक्ष्य उल्लेख गर्नुहोस्
२. लक्ष्य प्राप्तहुने समयबाट सुरु गरेर योजना बनाउने समयतिर पछाडि फर्केर काम थाल्नुहोस्
३. आफ्नो अपेक्षित स्रोता-दर्शक सङ्ख्या अनुमान गर्नुहोस्
 - क) म यो विज्ञापन अभियानलाई कतिञ्जेल चलाउँछु ?
 - ख) यो अभियानका दौरानमा मेरा लक्षित स्रोता-दर्शकहरू कतिमा पनि एकपटक फेसबुकमा हुने सम्भावना कतिको छ ?
 - ग) फेसबुकले मेरो विज्ञापन लक्षित स्रोता-दर्शकहरू समक्ष पुऱ्याउने सम्भावना कतिको छ ?
४. आफ्नो लक्षित समूहले तपाईंको सूचना कति पटक हेर्न पाउँछन् त्यसको गणना गर्नुहोस्
 - क) मेरो अभियानको समयावधि अनुसार विज्ञापनको दोहोरिने औसत कस्तो छ ?
५. आफ्नो प्रति हजार लागत अनुमान गर्नुहोस्
६. प्रति विज्ञापन सेटको लागत अनुमान गर्नुहोस्
७. अभियानको सम्पूर्ण बजेट निर्धारित गर्न तपाईंका सबै विज्ञापन सेटको कूल योग लागत जोड्नुहोस्

लक्ष्य दृष्टिकोण (The goal approach)

उद्देश्यहरू:

१. विज्ञापनको बजेट निर्धारण गर्नु

२. स्रोता-दर्शकको आकार निर्धारण गर्नु

तपाईंको लागत	संख्या	कैफियत
वेबसाइटबाटहुने रूपान्तरण	१००	विक्री
औसत सामाजिकसञ्जालबाट हुने रूपान्तरण दर	३०%	यदि फेसबुकबाट तपाईंको वेबसाइटमा आएका छन् भने ती व्यक्तिहरूको रूपान्तरण दर के छ ?(गुगल एनालाइटिक्स हेर्नुहोस् ।)
अपेक्षित फेसबुक लिङ्क मार्फत आउने दर	३०%	तपाईंको विज्ञापन हेर्ने व्यक्तिहरू मध्ये कति प्रतिशत तपाईंको वेबसाइटमा जान त्यसमा क्लिक गर्ला ?
फेसबुकमा यो अभियान कति लामो समयसम्म चल्ने छ ?	९०	यदि तपाईंको पूरा अभियान २ महिना लामो छ तर तपाईंको १ महिनामात्र वेबसाइट रूपान्तरण अभियान चलाउने अपेक्षा छ भने ६० दिनको सट्टा ३० दिनको लागत गर्नुहोस् ।
अनुमानित प्रति हजार लागत (सिपिएम)	१०	सिपिएमहरू विज्ञापनका उद्देश्यहरू र लक्षित स्रोता-दर्शक अनुसार भिन्न हुन्छन्, जुन परिणामतः प्रतिस्पर्धाहरूबाट प्रभावित हुन्छन् । \$१० एक ठीक अनुमान हो ।
तपाईंका लक्ष्यहरू	संख्या	
तपाईंको वेबसाइटमा आउनेहरूकोलक्ष्य	३३३	
फेसबुक विज्ञापन पहुँच लक्ष्य	११११	
अभियानको अनुमानित दोहोरिने औसत	१०	
फेसबुक विज्ञापन लक्षित समूहले कति पटक हेर्न पाउँछन् त्यसको लक्ष्य	१११११	
पुरा अभियानभरमा कम्तिमा एकपटक अनलाइन	०.९९	
न्यूनतम स्रोता-दर्शकको संख्या	११२२३	
आवश्यक भएको अनुमानित बजेट	\$ ११२.२३	
प्रतिदिन बाँडफाट गरिएको बजेट	\$ १.२५	