

पॉडकास्टिंग बन रहा बेस्ट मार्केटिंग टूल

स्मॉल बजट बिजनेस के लिए पहली चुनौती होती है मार्केट में अपने आइडिया या कॉन्सेप्ट सर्कुलेट करना, जिसे मार्केटिंग कहते हैं। मार्केटिंग बजट और एम्प्लॉई का भार शुरुआती दिनों में यंग एंटरप्रेन्योर के लिए वहन करना आसान नहीं होता है। इसलिए वह सोशल मीडिया मार्केटिंग की ओर ज्यादा रुख करता है। इसमें डिजिटल मार्केटिंग के साथ वह अपने लेवल पर सोशल मीडिया का इस्तेमाल मार्केटिंग में करता है। इन दिनों नया मार्केटिंग टूल ऐसे एंटरप्रेन्योर का आकर्षित कर रहा है, जिसकी कॉस्ट भी कम है और इस्तेमाल भी आसान है। वह टूल है पॉडकास्टिंग जिसे 'इंटरनेट का रेडियो' भी कहा जाता है।



भारत में हालांकि पॉडकास्टिंग का इस्तेमाल अभी बहुत कम हो रहा है लेकिन यह अमरीकन मार्केटिंग टूल आने वाले दिनों में यहां भी अहम रोल निभा सकता है। पॉडकास्ट भारत के लिए नया है, इसलिए इसकी टेक्नोलॉजी और सही से इस्तेमाल करना यंग एंटरप्रेन्योर को सीखना होगा।

कंटेंट कलैण्डर तैयार करें

पॉडकास्टिंग के लिए महीने भर का कंटेंट कलैण्डर तैयार करें। कितने एपिसोड आप एक माह में पब्लिश करना चाहते हैं और समय अंतराल कितना हो। इनकी प्लानिंग करें। इसके लिए किसी स्क्रिप्ट की जरूरत नहीं है। आप ऑडियो में कंवर्सेशन को अपने प्रोडक्ट या सर्विस पर फोकस करें और पॉइंट टू पॉइंट बात करें। एपिसोड्स में आपके प्रोडक्ट के बारे में सभी जानकारी होना भी तय करें।

ऐसे काम करता है पॉडकास्टिंग

पॉडकास्ट मुख्य रूप से ऑडियो मैसेज होते हैं, जिन्हें कि इंटरनेट के माध्यम से भेजा जाता है। इनका इस्तेमाल सीरीज में किया जाता है। इन मैसेज में अधिकतर कंवर्सेशन रिकॉर्ड होती हैं जो कि कंपनी के प्रोडक्ट या उसकी सर्विसेज के बारे में होती हैं। सोशल इश्यूज के लिए यह पॉडकास्टिंग इस्तेमाल की जाती है। इसे बाजार ने

सराहा है। अमरीका की एक रिसर्च कंपनी की वर्ष 2018 की रिपोर्ट के अनुसार पहली बार ऐसा हुआ कि फेसबुक और ट्विटर इस्तेमाल करने वालों की संख्या में कमी आई है। पॉडकास्ट सुनने वालों की संख्या में तेजी से इजाफा हो रहा है। अमरीका में कई छोटी-बड़ी कंपनियां पॉडकास्टिंग का इस्तेमाल मार्केटिंग टूल के तौर पर कर रही हैं।

मैसेज का कंवर्सेशन हो प्रोफेशनली रिकॉर्ड

पॉडकास्टिंग सीरीज में होती है। इसलिए जब भी आप ऑडियो मैसेज भेजें तो अगले मैसेज की जानकारी उसमें अवश्य दें। वहीं आपकी कंवर्सेशन को प्रोफेशनली रिकॉर्ड हो, जिससे कि सुनने वाले को सही सही समझ आ सके। इसके अलावा पॉडकास्ट में कितना खर्च हो रहा है और सिंपल मार्केटिंग टूल में कितना खर्चा होता है, इसका अध्ययन भी समय समय पर करते रहें। पॉडकास्ट से संबंधित डेटा कई कंपनीज उपलब्ध करवाती हैं। इसलिए डेटा लेते समय बजट का ध्यान रखना भी जरूरी है।

इसलिए आसान है पॉडकास्टिंग

प्राइवेट पॉडकास्टिंग के जरिए आप सीधा टारगेट कस्टमर तक पहुंच सकते हैं। इसके लिए आपको किसी एम्प्लॉइज या मार्केटिंग फंड की जरूरत नहीं पड़ती, हालांकि पॉडकास्ट डेटा की आपको जरूरत होगी। यदि आप डेटा मैनेज कर पाएं तो इस बेहतर मार्केटिंग टूल आपको नहीं मिलेगा। भारत में पॉडकास्ट का इस्तेमाल 2-3

प्रतिशत कंपनी ही करती है। इस टूल का सही इस्तेमाल बंगलुरु और चेन्नई जैसे स्टार्टअप सिटी में आयोजित होने वाले वर्कशॉप में सीखा जा सकता है। पॉडकास्ट के माध्यम से आप जो भी डेटा, इन्फॉर्मेशन या अपने प्रोडक्ट की जानकारी दे रहे हैं, वह ज्यादा से ज्यादा प्रसारित हो सकता है। इसे बार-बार सुना भी जा सकता है।