

सोशल मीडिया मार्केटिंग कम लागत में ब्रैंडिंग

ज्वाइन अस ऑन फेसबुक, फॉलो अस ऑन ट्वीटर. यह लाइनें अब लगभग हर जगह पढ़ने को मिलती हैं. इंटरनेशनल अपैरल ब्रैंड्स हो या भारतीय, मार्केटिंग के लिए वे फेसबुक, ट्वीटर और ऐसी दूसरी सोशल मीडिया साइट्स का अपनी वेबसाइट से ज्यादा प्रयोग कर रहे हैं. इसकी बड़ी वजह है सोशल मीडिया साइट्स का जबरदस्त मार्केटिंग टूल बनना, जैसे भारत में इस समय साढ़े चार करोड़ से ज्यादा लोग फेसबुक प्रयोग कर रहे हैं. और इनमें से ज्यादातर वही युवावर्ग है जिन्हें कोई भी अपैरल ब्रैंड सबसे ज्यादा फोकस करता है. सोशल मीडिया मार्केटिंग पिछले कुछ वर्षों में बहुत तेजी से उभर कर सामने आई और अपैरल इंडस्ट्री में भी इसका भरपूर इस्तेमाल हो रहा है. अपैरल ऑनलाइन ने सोशल मीडिया मार्केटिंग प्रयोग कर रही कुछ कंपनियों से इसके विभिन्न पहलुओं को जानने का प्रयास किया.

फेसबुक, ट्वीटर व गूगल के जरिए ज्यादा से ज्यादा लोगों को अपने साथ जोड़ने की कोशिश का सीधा फायदा हमें अपने कारोबार में 20-25 प्रतिशत ग्रोथ के रूप में देखने को मिला." **आइरनी ब्रैंड, मुंबई के रीजनल सेल्स मैनेजर आलोक पांडे** के यह शब्द सोशल मीडिया मार्केटिंग की सफलता का एक उदाहरण हैं. 1994 से जींस और ट्राउजर्स मैन्युफैक्चरिंग बनाने वाली आइरनी क्लोदिंग ने यह सफलता सोशल मीडिया मार्केटिंग की दुनिया में सिर्फ 3 साल पहले कदम रख कर हासिल की है. **न्यूमेरो उनो, गुड़गांव के सी.ई.ओ. बादल चौधरी** मानते हैं कि डिजिटल मीडिया के क्षेत्र में आया बड़ा बदलाव बजट की दृष्टि से किफायती साबित हुआ है. प्रिंट ऐड का अपना महत्व है लेकिन उसमें ग्राहकों की प्रतिक्रिया मिलना निश्चित नहीं होता लेकिन आज आप ऑनलाइन उपलब्ध प्रत्येक माध्यम जैसे ऑडियो, विजुअल, गेम्स, प्रेसेंटेशन्स, ऐप्लिकेशंस के साथ उनसे संपर्क में बने रह सकते हैं. पिछले 25 वर्षों से भारतीय डेनिम इंडस्ट्री के जाने-माने ब्रैंड **न्यूमेरो**

उनो ने काफी समय पहले ही सोशल मीडिया का उपयोग करना शुरू कर दिया था, लेकिन पिछले 7 महीनों से कंपनी अपने कस्टमर्स के साथ लगातार संपर्क में बने रहने के माध्यम के रूप में सक्रिय तौर पर फेसबुक और ब्लॉगिंग प्रयोग कर रही है, जिसकी देख-रेख एक डिजिटल मीडिया एजेंसी करती है.

सोशल मीडिया मार्केटिंग का एक बड़ा फायदा कम बजट में, व्यापक पहुंच और अपने लक्षित वर्ग से तुरंत प्रतिक्रिया मिलना है. इसे पूरे तरीके से प्रयोग किया जाए तो आसानी से पता लग जाता है कि सोशल मीडिया मार्केटिंग के माध्यम से कही गई बात, पेश किए गए डिजाइन को किस क्षेत्र में, किस आयु वर्ग, लैंगिक वर्ग में पसंद या नापसंद किया गया है. यानी इस मार्केटिंग में संचार दोतरफा है. जो प्रतिक्रियाएं आपको मिलती हैं, उन पर तुरंत अमल कर फायदा उठाया जा सकता है.

युवा वर्ग का इंटरनेट ज्यादा प्रयोग करना मार्केटिंग के इस तरीके के प्रसिद्ध होने की बड़ी वजह है. मेन्स और विमेन्स वियर में तेजी से उभरती अहमदाबाद

की कंपनी **जेडेक्स क्लोदिंग** ने 3 महीने पहले ही अपने ब्रैंड **ब्लू बुद्धा** के ऑनलाइन प्रमोशन की जिम्मेदारी एक एजेंसी को सौंपी है. कंपनी के **एम.डी. संजय गोहेल** इसकी जरूरत स्पष्ट करते हैं, "हमारे प्रोडक्ट्स का टार्गेट एज ग्रुप (आयु वर्ग) 15 से 35 वर्ष तक है, और यही वो ग्रुप है जो इंटरनेट का सबसे ज्यादा उपयोग करते हैं. इसलिए सोशल मीडिया मार्केटिंग को सही तरीके से इस्तेमाल करना हमारे लिए फायदेमंद होगा." **भवरलाल आलोक कुमार**, मुंबई पिछले 20 वर्षों से **कैमेरो ब्रैंड** की जींस, ट्राउजर्स और टीशर्ट्स बना रही है. कंपनी ने 1 साल पहले ही यूट्यूब, ट्वीटर और फेसबुक को अपनाया है और यह काम आउटसोर्सिंग से हो रहा है. ब्रैंड के **बिजनेस हेड सौमर जे. शर्मा** के अनुसार, "सोशल मीडिया को मार्केटिंग के तौर पर उपयोग करना ब्रैंड की 'कम्युनिटी बिल्डिंग' में सबसे ज्यादा उपयोगी साबित होता है. इसमें प्रोडक्ट को न दिखाते हुए भी उनका प्रचार किया जाता है, जिससे मार्केट में ब्रैंड अवेयरनेस बढ़ती है. कम्युनिटी बढ़ने से मार्केट में ब्रैंड की रीच में भी बढ़ोतरी होती है."

कतार में हैं कई कंपनियां

मेन्सवियर में **टी.एन.जी.** ब्रैंड के नाम से प्रसिद्ध दिल्ली की कंपनी टी.एन.जी. स्टेशन अप्रैल माह के अंत तक अपनी वेबसाइट में फेसबुक, ट्वीटर व अन्य सोशल मीडिया के लिंक शामिल कर



लोग हमेशा ब्रैंडिंग के नए तरीकों को पसंद करते हैं और इस दिशा में सोशल मीडिया बहुत प्रभावशाली है

● **नितिन डी. शाह**
डायरेक्टर, भक्ति ब्रैंड,
मुंबई



सोशल मीडिया को मार्केटिंग के तौर पर उपयोग करना ब्रैंड की 'कम्युनिटी बिल्डिंग' में सबसे ज्यादा उपयोगी साबित होता है.

● **सौमर जे. शर्मा**
बिजनेस हेड, कैमेरो

सोशल मीडिया के प्रमुख साधन



फेसबुक



ट्वीटर



यूट्यूब



ब्लॉग



लिंक्ड इन



गूगल प्लस



फ्लिकर



कंपनी कस्टमर्स के साथ लगातार संपर्क में बने रहने के माध्यम के रूप में सक्रिय तौर पर फेसबुक और ब्लॉगिंग प्रयोग कर रही हैं.

बादल चौधरी
सी.ई.ओ., न्यूमेरो उनो



सोशल मीडिया बहुत ज्यादा परिवर्तनशील और अप्रत्याशित है. इसे सही ढंग से उपयोग न करने पर कभी-कभी कुछ कंपनियों को भारी नुकसान होता है.

नवनीत कौशल
सी.ई.ओ., पेजट्रैफिक



कस्टमर की कोई भी फीडबैक, चाहे वो सकारात्मक हो या नकारात्मक हो, उस पर तुरंत प्रतिक्रिया दें, कभी किसी शिकायत या नकारात्मक कमेंट को नहीं हटाना चाहिए.

दक्ष शर्मा
डायरेक्टर, इफोर्ट

लेगी. कंपनी के **डायरेक्टर अंकित अग्रवाल** कहते हैं, “फैशन इंडस्ट्री युवा वर्ग आधारित है और सोशल मीडिया को उपयोग करने में युवा वर्ग ही सबसे ज्यादा सक्रिय है. टेलीविजन और प्रिंट मीडिया में प्रचार करने की तुलना में सोशल मीडिया के माध्यम से प्रचार करना लागत में कम होने के साथ साथ ज्यादा सरल व सुविधाजनक है.” लेडिज कुर्ती, सलवार कमीज व लेगिंग्स बनाने वाले **भक्ति ब्रैंड**, मुंबई के **डायरेक्टर नितिन डी. शाह** भी बहुत जल्द इन मार्केटिंग तरीकों को अपनाने वाले हैं, “लोग हमेशा ब्रैंडिंग के नए तरीकों को पसंद करते हैं और इस दिशा में सोशल मीडिया बहुत प्रभावशाली साबित हो रही है. साथ ही एडवर्टाईजिंग के तौर पर भी यह तरीका कुछ हद तक फायदेमंद है. इसलिए हम भी एक माह में इसकी शुरुआत कर रहे हैं.”

ज्यादा फायदे का है सौदा

अपैरल ब्रैंड्स सोशल मीडिया मार्केटिंग का काफी फायदा उठा रहे हैं, इसके कई उदाहरण हैं. सौमर बताते हैं, “हमने अपने एडवर्टाईजिंग कैम्पेन के लिए एक टी.वी. कमर्शियल बनाया. टी.वी. पर लॉन्च करने से पहले हमने उसे यूट्यूब में अपलोड किया. उसमें हमें उम्मीद से अच्छा रिस्पॉन्स मिला और

हजारों लोगों ने उसे देखा व सराहा. उसके बाद हमने उसी विज्ञापन को टी.वी. पर लॉन्च किया तो लोगों को उसे देखते ही तुरंत याद आ गया कि इसे वे पहले भी यूट्यूब में देख चुके हैं. इससे हम कंज्यूमर के दिमाग में अपने ब्रैंड की छवि को ज्यादा बेहतर तरीके से स्थापित कर पाए.” बादल चौधरी के अनुसार, “हमारे प्रत्येक ऐड कैम्पेन में सोशल मीडिया के माध्यम से हमें उम्मीद से अच्छे सी.टी.आर. (क्लिकथ्रू रेट) और जबरदस्त प्रतिक्रियाएं मिली हैं. खास बात यह कि 5 महीनों से भी कम समय में हमारे फैंस की संख्या में 6 गुना बढ़ोतरी हुई. हम लगभग प्रत्येक दिन ही सोशल मीडिया में कुछ न कुछ नया पोस्ट करते रहते हैं, जिससे इसकी निरंतरता बनी रहती है.”

ध्यान से करें प्रयोग

सोशल मीडिया मार्केटिंग के कुछ नकारात्मक पहलू भी हैं जिनका ध्यान रखना जरूरी है. आलोक पांडे अपना अनुभव बताते हैं, “ए ग्रेड ब्रैंड के लिए कोई भी नया डिजाइन सोशल मीडिया की वेबसाइट पर लगाना कभी कभी नुकसानदायक साबित होता है, क्योंकि वहां से कुछ दूसरे ब्रैंड्स इन डिजाइन्स की नकल करके अपने प्रोडक्ट में उपयोग कर लेते हैं.” सौमर बताते हैं, “जो ब्रैंड्स अपना कारोबार ई.बी.ओ.

और एम.बी.ओ. दोनों ही माध्यम से करते हैं, उनके लिए कभी-कभी सोशल मीडिया का उपयोग करना नुकसानदायक साबित होता है. जैसे किसी कंपनी ने अपने किसी ब्रैंड में किसी निर्धारित समय के लिए कोई डिस्काउंट ऑफर लागू किया और सोशल मीडिया के माध्यम से उस ऑफर का प्रचार किया. कोई ग्राहक उस डिस्काउंट का लाभ उठाने के लिए किसी एम.बी.ओ. में जाता है, तो संभव है कि एम.बी.ओ. में वह प्रोडक्ट बिना किसी डिस्काउंट के ही मिले क्योंकि ग्राहकों को डिस्काउंट सिर्फ कंपनी के ई.बी.ओ. में ही मिलता है. ऐसे में ग्राहकों के मन में ब्रैंड की छवि खराब होने और विश्वसनीयता में कमी भी संभव है.” सोशल मीडिया मार्केटिंग सेवाएं मुहैया करवाने वाली कंपनी **इफोर्ट**, नोएडा के **डायरेक्टर दक्ष शर्मा** के अनुसार, “कस्टमर की फीडबैक पर तुरंत प्रतिक्रिया दें, कभी किसी शिकायत या नकारात्मक कमेंट को नहीं हटाना चाहिए. इन साइट्स में कोई भी कमेंट बहुत सोच-समझ कर ही डालें, क्योंकि यह बहुत तेजी से लोगों तक पहुंचता है.” सोशल मीडिया का उपयोग करने वाली कंपनियों के लिए ओ.आर.एम. (ऑनलाइन रेपुटेशन मैनेजमेंट) अपनाना बहुत महत्वपूर्ण

है, क्योंकि इस माध्यम से एक बार कस्टमर बनाना आसान है, लेकिन उसे लगातार अपने साथ बनाए रखना मुश्किल है और ओ.आर.एम. अपनाने वाली कंपनियां ही इसका सही फायदा उठा पाती हैं. ऑनलाइन मार्केटिंग कंपनी **पेजट्रैफिक के सी.ई.ओ. नवनीत कौशल** कहते हैं, “सोशल मीडिया बहुत ज्यादा परिवर्तनशील और अप्रत्याशित है. इसलिए इसे सही ढंग से उपयोग न करने पर नुकसान भी होता है. इसलिए इसे संभालने के लिए प्रोफेशनल टीम का होना बहुत जरूरी है. आपको अपने ब्रैंड के सही दिशा-निर्देशों का हमेशा पालन करना चाहिए, जिससे इसका पूरा फायदा मिल सके.”

इंटरनेट के विस्तार और युवा वर्ग की व्यापक भागीदारी ने सोशल मीडिया को मार्केटिंग व ब्रैंडिंग का महत्वपूर्ण हथियार बनाया है. कम लागत के साथ-साथ इसके प्रभाव और परिणामों को आसानी से मापा जा सकता है, लेकिन ऐसी अपैरल फर्म/कंपनियां बड़ी संख्या में हैं जिनकी अपनी वेबसाइट भी नहीं हैं और वे सोशल मीडिया मार्केटिंग के फायदों से परिचित नहीं हैं. कम लागत में अपनी पहुंच और कारोबार को बढ़ाने के साथ-साथ ब्रैंडिंग को असरदार बनाने के इस तरीके को आप भी जरूर अपनाएं.