

डिजिटल मार्केटिंग: २१ व्या शतकातील महिला नेतृत्वापुढील आव्हाने आणि संक्षी

श्री अनिल पोपट लोखंडे

सहा. प्राध्यापक, राजे रामराव महाविद्यालय, जत जि. सांगली.

Email- lokhandeanil143@gmail.com

सारांश:

डिजिटल मार्केटिंग मराठी मध्ये दोन शब्द आहेत. पहिला शब्द डिजिटल म्हणजे इंटरनेट, कम्प्युटर व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आणि दुसरा शब्द मार्केटिंग म्हणजेच प्रचार. जर आपण आपल्या सेवेची किंवा कोणत्याही उत्पादनाची मार्केटिंग इंटरनेट, कम्प्युटर आणि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सारख्या डिजिटल तंत्रज्ञानाचा वापर विक्रीसाठी करत असेल तर त्याला डिजिटल मार्केटिंग असे म्हणतात. ऑनलाइन मार्केटिंग करण्याचे बरेच मार्ग आहेत जे काळानुसार वाढत आहेत. ऑफलाइन मार्केटिंग आणि ऑनलाइन मार्केटिंग मध्ये बरेच अंतर आहे. ऑनलाइन मार्केटिंगचा उपयोग करून आपण आपल्या हव्या असलेल्या लोकांपर्यंत आपली सेवा व उत्पादनाचा प्रचार करू शकतो. आपले उत्पादन योग्य लोकांपर्यंत पोहोचण्याचा डिजिटल मार्केटिंग हा एक वेगवान मार्ग आहे. मोठ्या कंपन्या त्यांच्या उत्पादनाची जाहिरात करण्यासाठी लाखो रुपये खर्च करतात आणि केलेल्या खर्चाच्या दुप्पट त्यांना त्यांच्या बिजनेस मध्ये फायदा देखील होतो. याचे सर्वात मोठे कारण म्हणजे हल्ली लोक इंटरनेटवर जास्त वेळ घालवतात. इंटरनेट वापरणारी व्यक्ती दररोज इंटरनेटवर दोन ते तीन तास घालवते. म्हणूनच इंटरनेट ही सर्वात मोठी मार्केटिंगसाठी जागा बनली आहे. ऑफलाइन मार्केटिंग करणे खूप महाग आहे या उलट ऑनलाइन मार्केटिंग हे स्वस्त आहे आणि त्याचा फायदा देखील हा जास्त आहे.

इतिहास—

पहिला डिजिटल मार्केटर गुगिल्लमो मार्कोनी होता. याने २७ जुलै १८९६ रोजी दोन पोस्ट ऑफिस इमारती दरम्यान सिग्नल पाठवून मार्कोनीने आपली वायरलेस तार प्रणाली (Public Transmission of Wireless Signals) यशस्वीरित्या दर्शवली. वायरलेस सिग्नल्सचे सार्वजनिक ट्रान्समिशन प्रदर्शित करणारा तो पहिला मनुष्य होता. याने रेडिओचा शोध लावला आणि इथूनच डिजिटल मार्केटिंग स्ट्रॅटेजीचा जन्म झाला. पण इतरांच्या मते, १९७१ मध्ये डिजिटल मार्केटिंगचे युग सुरू झाले. जेव्हा रे टॉमलिन्सनने स्वतःला पहिला ईमेल पाठवला तेव्हा त्या वेळी इतर कोणतेही ईमेल परत आले नव्हते. १९९० मध्ये शोध इंजिनचा जन्म झाल्यामुळे डिजिटल मार्केटिंगच्या इतिहासात चांगली सुरुवात झाली. पहिला क्लिक करण्यायोग्य बॅनर १९९३ मध्ये थेट झाला. हॉटवायर्ड नावाच्या कंपनीने वेबसाईटवर जाहिरात करण्यासाठी बॅनर जाहिराती खरेदी केल्या. ऑनलाइन जाहिरात आली होती. याहूचा (yahoo) शोध १९९४ मध्ये लागला. जेव्हा लोक माहितीसाठी वेबसाईटवर शोधू लागले. २१ व्या शतकात मात्र खूप मोठ्या प्रमाणात बदल झालेले आपण पाहिले आहेत. आधुनिक काळात तंत्रज्ञानाच्या व साधनांच्या माध्यमातून विविध क्षेत्रात घडून आलेले बदल हे अतिशय महत्वाचे आहेत. त्याचाच एक भाग म्हणजे डिजिटल मार्केटिंग हा होय.

वैशिष्ट्ये/महत्व —

1. आपल्या सेवा व उत्पादनाचा प्रचार करण्यासाठी हा एक सरळ, सोपा आणि वेगवान मार्ग आहे.

2. ऑनलाइन मार्केटिंग हे ऑफलाईन मार्केटिंग पेक्षा स्वस्त आहे.
3. डिजिटल मार्केटिंग आपल्याला चांगला परतावा देते किंवा देतो.
4. डिजिटल मार्केटिंग हे आपले उत्पादन आणि सेवा योग्य लोकांपर्यंत पोहोचविण्याचा सर्वोत्तम मार्ग आहे.
5. डिजिटल मार्केटिंग मध्ये आपल्याला आपल्या सेवा आणि उत्पादनाचा प्रचार करण्यासाठी या
6. माध्यमातून विविध मार्ग मिळतात.
7. डिजिटल मार्केटिंग मुळे आपल्या कंपनीचे ब्रँड मूल्य निश्चितपणे वाढते.
8. डिजिटल मार्केटिंग च्या मदतीने आपण आपल्या सेवेचा आणि उत्पादनाचा प्रचार आणि प्रसार
9. जागतिक स्तरावर करू शकतो.
10. आपण आपल्या उत्पादनाचे डिजिटल मार्केटिंग करून आपण आपल्या उत्पादित मालाची/उत्पादनाची
11. अशनलाइन विक्री देखील करू शकतो.

#### डिजिटल मार्केटिंग आणि महिला त्यांच्या पुढील आव्हाने —

##### स्त्रियांना फॉलो (follow) करतात—

साधारणपणे सध्याच्या युगात डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात काम करणा—या महिलांना पुरुष वर्गाकडून फॉलो केले जात असते. मात्र कालांतराने फॉलोवर्स यांच्याकडून अश्लील कमेंट जाणीवपूर्वक करून असा त्रास दिला जातो. यामुळे महिलांना होणारा नाहक त्रास दिला जातो. परंतु या महिला कधीही बदनाम होण्याच्या भीतीने व्यक्त करत नाहीत. त्यामुळे फॉलोवर्स कडून फॉलो करून होणारा त्रास महिला नेतृत्वापुढील एक आव्हान आहे.

##### स्त्रियांना ब्लॉकमेल केले जाते —

डिजिटल मार्केटिंग या क्षेत्रात खाजगी नोकरी करणाऱ्या महिला वर्गाचे प्रमाण अलीकडील काळात मोठ्या प्रमाणात वाढत आहे. मात्र कामाच्या ठिकाणच्या व कामाच्या व्याप्तीमुळे संपर्कात आलेल्या पुरुष वर्गाकडून महिलांना ब्लॉकमेल केले जात असल्याची अनेक उदाहरणे आपण पाहत असतो. मात्र नोकरी टिकवण्यासाठी नाइलाजाने त्या सहन करतात. हे देखील एक आव्हान आहे.

##### फोटो मॉर्फिंग (photo morphing) करतात—

आपल्या व्यवसायाचा प्रचार आणि प्रसार करण्यासाठी वेगवेगळ्या डिजिटल मार्केटिंग माध्यमांचा वापर केला जातो. त्यावेळी जाहिराती प्रभावी बनविण्यासाठी महिलांच्या फोटोंचा वापर केला जात आहे. या फोटोंच्या मुळ रूपात बदल करून त्या मध्ये विकृतीकरण होत असल्याने या क्षेत्रात काम करण्यासाठी महिला पुढे येण्याचे धाडस करत नाहीत. काम करणा—या महिलांची समाजात बदनामी होते व तिला मानसिक, कौटुंबिक, सामाजिक समस्यांना सामोरे जावे लागते.

**महिलांच्या नावाने पैसे उकळतात —**

डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात उद्योग व व्यवसाय वाढवण्यासाठी आणि प्रभावी अंमलबजावणी करण्यासाठी महिलांच्या नावांचा वापर करून ग्राहकांची फसवणूक केली जाते. वेगवेगळी आमिषे दाखवून पैसे उकळून शोषण केले जात आहे. अशी अनेक उदाहरणे घडली आहेत. या क्षेत्रातील महिला वर्गाला नव्याने ग्राहकांचा विश्वास संपादन करणे हे देखील महिला नेतृत्वासमोरील आव्हान आहे.

**महिलांचा अतिरेकी वापर —**

डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रावर प्रामुख्याने पुरुषी वर्गाची मक्तेदारी असलेली आपणाला पाहायला मिळते. मात्र या क्षेत्रातील व्यवसाय वाढवण्यासाठी महिलांच्या नावांचा, छायाचित्रांचा अतिरेकी वापर होत असलेला दिसून येते. महिलांच्या भावनांचा, मतांचा विचार न करता या गोष्टी सक्तीने घडवून आणल्या जातात. असा महिलांचा अतिरेकी वापर हे ही एक आव्हान आहे.

**महिलांना या क्षेत्रात काम करण्यास कुटुंबियांकडून असहमती/विरोध —**

डिजिटल मार्केटिंग या क्षेत्रात काम करणा—या महिलांना फोलो व ब्लॉकमेल केले जाते, फोटो मॉर्फिंग केले जातात, महिलांच्या नावाने पैसे उकळले जाणे यासारख्या समस्यातून महिलांना विनाकारण बदनामी स्वीकारावी लागते. यामुळे कौटुंबिक स्तरावर महिलांना डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात काम करण्यास सहमती दर्शविली जात नाही किंवा काम करण्यास विरोध होतो. यासारख्या समस्या देखील महिला नेतृत्वापुढील आव्हाने आहेत.

**महिलांचे मानसिक संतुलन टिकवून कामातील योगदान —**

आजच्या काळात महिलांनी प्रत्येक क्षेत्रात भरारी घेतली असली तरी डिजिटल मार्केटिंग सह अनेक क्षेत्रात काम करणा—या महिलांना त्याठिकाणी निर्माण होणा—या त्रासाला, बदनामीस सामोरे जात असताना सामाजिक, कौटुंबिक स्तरावर मानसिक संतुलन टिकवणे आणि कामात योगदान देणे ही दुहेरी तारेवरची कसरत हे देखील एक महत्वपूर्ण आव्हान आहे.

**डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात महिला नेतृत्वास संधी —****महिला असण्याचा फायदा —**

सध्याचे युग हे जाहिरातीचे जग आहे. जाहिराती या प्रभावी बनविण्यासाठी पुरुष वर्गापेक्षा महिलांचे प्रमाण एकंदरीत जास्त असल्याचे दिसून येत आहे. साधारणतः जाहिरातीत महिलांची भूमिका ही प्रभावी ठरत आहे. त्यामागचे प्रमुख कारण म्हणजे त्या महिला असणे हे फायद्याचे ठरत असलेले दिसून येत आहे.

**महिलांचा चेहरा सकारात्मक (Positive) —**

महिला या जाहिरात प्रचार आणि प्रसार करतात. जाहिरात यशस्वी आणि उत्कृष्ट ठरविण्याचे प्रभावी माध्यम हे या महिला आहेत. महिलांचा चेहरा हा नेहमी सकारात्मक आणि ग्राहकांना आकर्षित करत असतो. त्यामुळे या डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात महिला वर्गाला खूप मोठी संधी उपलब्ध असल्याचे दिसून येते.

**महिला आवाजातील जाहिरात प्रभावी —**

महिलांचा आवाज हा साधारणतः कोमल, मधुर, आणि मंजुळ असतो. त्यामुळे या डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात व्यावसायिकाला आपल्या व्यवसायाची, उत्पादनाची माहिती ग्राहक वर्गापर्यंत पोहोचविण्याचे माध्यम म्हणजे महिलांचा जाहिरातीतील आवाज हे देखील प्रभावी साधन ठरत आहे. आवाजामुळे महिला वर्गाला डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात खूप मोठ्या प्रमाणात संधी मिळत आहे.

**शारीरिक ठेवण, केशभूषा, वेशभूषा जाहिरातीवर प्रभाव —**

महिलांचे सौंदर्य हे देखील डिजिटल मार्केटिंग या क्षेत्रात महिलांना व्यवसायाची व चांगल्या नोकरीची संधी निर्माण करून देत आहे. यामध्ये प्रामुख्याने महिलांच्या शरीराची ठेवण ही अतिशय व्यवस्थित, केशभूषा व त्यांची वेगवेगळी रचना, वेशभूषा हा देखील जाहिरात प्रभावी ठरविण्याचे प्रमुख साधन स्त्री सौंदर्य आहे.

**तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात महिलांना सुवर्णसंधी —**

जगात आज महिला सर्वच क्षेत्रात पुरुषांच्या खांद्याला खांदा लावून काम करत आहेत. तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात महिलांनी उच्च शिक्षण घेऊन कामाच्या बाबतीत आपला वेगळा ठसा उमटवला आहे. सध्याच्या काळात तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात वेगवेगळ्या स्तरावर महिलांना संधी आहे.

**महिलांचा कामातील प्रामाणिकपणा व चोख काम करण्याची पध्दत ही एक संधी —**

महिला या आपल्या कामाच्या बाबतीत चोख आणि प्रामाणिक असतात. त्या वेळेला जास्त महत्त्व देऊन कामाचे योग्य नियोजन आणि काटेकोरपणा यानुसार काम पार पडतात. यामुळे त्यांना डिजिटल मार्केटिंग सह इतर क्षेत्रात ही प्रामुख्याने प्राधान्य दिले जात असल्याचे पाहायला मिळत आहे.

**डिजिटल मार्केटिंग प्रचार आणि प्रसार —**

कंपनी/व्यवसायीक/व्यापारी वर्गाकडून आपल्या उत्पादित मालाची/वस्तुंची जाहिरात करण्यासाठी डिजिटल मार्केटिंग या क्षेत्रात सोशल मिडीयाचा वापर प्रामुख्याने होताना दिसत आहे. उदा. फेसबुक,ट्विटर,इन्स्टाग्राम,व्हॉट्सअप, युट्युब चॅनल या बरोबर इमेल मार्केटिंग नेटिव्ह जाहिराती ब्लॉगिंग, सर्च इंजिन ऑप्टिमिझेशन, अफिलेट मार्केटिंग, सर्च इंजिन मार्केटिंग, गुगल अॅडवर्ड्स सारखे सॉफ्टवेअर किंवा इतर ही साधने वापरली जातात. यामुळे जाहिरातीचा प्रचार आणि प्रसार होण्यास गती प्राप्त होते याशिवाय ऑनलाईन वस्तुंची/मालांची खरेदी विक्री होते यामुळे ऑनलाईन व्यवहार हे सुखकर होवू लागले. त्यामुळे ग्राहकांचे प्रमाण वाढले आहे. ग्राहकांनासुध्दा घरपोच सेवा मिळत असल्याने त्यांचा वेळेची बचत होत आहे.

**समारोप —**

डिजिटल युग हे क्रांतीचे युग आहे. डिजिटल साधने यांच्या माध्यमातून जगाच्या वेगवेगळ्या क्षेत्रातील माहिती क्षणात आपणास उपलब्ध होत आहे. त्यामुळे आज प्रत्येक क्षेत्र प्रगती पथावर आहे. मार्केटिंग क्षेत्राने डिजिटल साधनांच्या माध्यमातून आपली प्रगती केली असून ते अत्युच्च यशाच्या शिखरावर जाऊन पोहोचले आहे. या डिजिटल साधनांमुळे मार्केटिंग क्षेत्राला चालना आणि प्रोत्साहन मिळाले आहे. व्यापारी— व्यावसायिकांना आपल्या व्यवसायाची व उत्पादित वस्तुंची माहिती ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी

वेगवेगळ्या पारंपारिक माध्यमांचा वापर हा सध्याच्या युगात खर्चिक आणि वेळेचा अपव्यय ठरत आहे. यासाठी जास्त परिश्रम घ्यावे लागत आहे. सध्याच्या स्पर्धेच्या युगात आपला उद्योग – व्यवसाय वाढवण्यासाठी व त्याची प्रभावी अंमलबजावणी करण्यासाठी डिजिटल मार्केटिंग चा वापर करणे ही काळाची गरज आहे. कारण यामुळे वेळ, पैसा आणि श्रम यांची बचत होऊन व्यावसायिकाचा उत्पादित मालाची व वस्तूची जाहिरात डिजिटल साधनांमुळे होते. यामुळे उत्पादित मालाची व वस्तूची खरेदी आणि विक्री प्रक्रिया गतिमान होईल. डिजिटल मार्केटिंग क्षेत्रात काम करणाऱ्या पुरुष मंडळी बरोबर महिला वर्ग हा देखील महत्वाची भूमिका बजावत आहे. पुरुषांपेक्षा देखील एक पाऊल महिला पुढे आहेत. मात्र महिला वर्गाला सर्व स्तरावर आव्हानांचा/समस्यांचा सामना करावा लागत आहे. या आव्हानांशी सामना करून कर्तृत्ववान महिलांनी या डिजिटल मार्केटिंग या क्षेत्रात कामाच्या माध्यमातून आपले नावलौकिक मिळवलेले पाहायला मिळत आहे. म्हणून माणसाने संकटात, संघर्षात, आव्हानात देखील संधी शोधली पाहिजे आणि तिचे सोने केले पाहिजे.

#### संदर्भ ग्रंथ –

1. समाचार, लेखक—जयदेव डोळे. प्रकाशन : लोकवाड:मय गृह, मुंबई.
2. पांडेपुराण। जाहिरातआणि मी लेखक—पीयूष पांडे प्रकाशन —मनोविकास प्रकाशन ,पुणे. आवृत्ती — पहिली १० मे २०१७
3. जनसंपर्काचे अंतरंग. डॉ. रवींद्र चिंचोलिकर ग्रंथाली प्रकाशन, पुणे आवृत्ती पहिली ०२ फेब्रुवारी २०१४ डिजिटल जर्नालिझम : लेखक — डॉ. शिवाजी जाधव प्रकाशन— ब्लू रोझ, नवी दिल्ली. आवृत्ती— पहिली मार्च २०२२
4. डिजिटल मार्केटिंग सहज सोपे लेखक — प्रफुल्ल सुतार. प्रकाशन मल्टिव्हर्सिटी