

डिजिटल मार्केटिंगची आवश्यकता आणि भवितव्य

डॉ. शिंदे संग्राम रामचंद्र

अर्थशास्त्र विभाग, कला व वाणिज्य महाविद्यालय, पुसेगाव

ईमेल: sangramshinde730@gmail.com

प्रस्तावना:

अलिकडच्या काळात डिजिटल मार्केटींगला अधिक महत्व आले आहे. डिजिटल मार्केटींगमुळे आर्थिक विकासाचा वेग झपाट्याने वाढत आहे तसेच बाजारपेठेची व्याप्तीही वाढत आहे. आर्थिक विकासासाठी आवश्यक असणारी साधने मोठ्या प्रमाणात व सहज उपलब्ध होत आहेत. आर्थिक विकासाबरोबरच उपभोक्त्यांच्या उत्पनात वाढ होत आहे. त्यामुळे त्यांच्याकडून समग्र मागणी वाढत आहे. मागणीची पुर्तताही एक क्षणात होत आहे. विक्री खर्च कमी येत असल्यामुळे वस्तूंच्या किंमतीही कमी ठेवणे वित्यांना शक्य होत आहे शिवाय उत्पादनाच्या निर्मितीसाठी अत्याधुनिक यंत्र व तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यामुळे वस्तूची व सेवांची गुणवत्ता वाढली आहे. त्यामुळे समाजाच्या सर्वच स्तरातून एकूण मागणी वाढून उत्पादकांच्या निव्वळ नफ्यात वाढ होत आहे. आजच्या संगणक युगात उत्पादनाच्या तसेच विक्री व्यवस्थेच्या सर्वच क्षेत्रात डिजिटल मार्केटींगचा अवलंब केला जात आहे. भारतासह जगातल्या सर्व देशांना डिजिटल मार्केटींगची गरज भासू लागली आहे. कारण डिजिटल मार्केटींगमुळे वस्तू व सेवांची विपणनव्यवस्था गतिमान व कार्यक्षम झालेली आहे. डिजिटल मार्केटींगमध्ये इंटरनेटचा वापर मोठ्या प्रमाणात होत असल्यामुळे वस्तू व सेवांची गुणवत्ता, त्याचे स्वरूप आणि इतर बाबींची माहिती लोकांना एका क्षणात होत आहे. त्यामुळे लोक कोणत्या वस्तूची खरेदी करावी आणि कोणत्या वस्तूकडे दुर्लक्ष करायचे याचा निर्णय कमीत कमी वेळात घेतला जात आहे. आज ग्राहक कोणत्याही वस्तूची खरेदी ऑनलाईनद्वारे करित असेल तर त्याआगोदर त्या वस्तूची पूर्ण माहिती घेऊनच खरेदी करतो आहे. त्यामुळे ग्राहकांचा वेळ व पैशाची बचत होत आहे. त्याचबरोबर कंपन्याही आपल्या मालाची इंटरनेटच्या माध्यमातून विक्री करण्यासाठी डिजिटल साधनांचा फार मोठ्या प्रमाणात आधार घेत आहेत. मोबाईल, लॅपटॉप, संगणक, इंटरनेट इ. साधनांचा वापर करून लोक घरी बसल्या बसल्या वस्तूची मागणी ऑनलाईन पद्धतीने करित आहेत व व्यवसायिक त्या उत्पादनाची विक्री करित आहेत म्हणून अलिकडच्या काळात डिजिटल मार्केटींगला सर्वाधिक महत्व प्राप्त झाले आहे.

उद्दिष्टे :

१. डिजिटल मार्केटिंग या आधुनिक विपणन पद्धतीच्या संकल्पनेचा अभ्यास करणे.
२. डिजिटल मार्केटिंगची आवश्यकता व भवितव्य या संदर्भात चर्चा करणे.

संशोधन पध्दती: प्रस्तूत संशोधन पेपर लिहण्यासाठी दुय्यम साधनांचाच वापर केलेला आहे. ज्यामध्ये इंटरनेट, संदर्भ ग्रंथ इ.

आवश्यकता

प्रस्तूत संशोधन पेपर हा प्रामुख्याने व्यावसायिक, उद्योजक आणि संशोधक यांच्या दृष्टीने फायदेशिर आहे. कारण या लेखामध्ये डिजिटल मार्केटिंगची प्राथमिक व मुलभूत माहिती दिलेली आहे. या माहितीच्या आधारे उत्पादकाला आपल्या व्यावसायाची व्याप्ती वाढवण्यासाठी, ग्राहकांची संख्या वाढविण्यासाठी डिजिटल मार्केटिंगचा वापर करण्यास भाग पाडेल आणि त्यामुळे पारंपारीक विपणनव्यवस्थेची जागा डिजिटल मार्केट घेईल यामध्ये या पेपरचे थोड्या प्रमाणात का होईना हातभार असेल. ग्राहकांनाही डिजिटल मार्केटिंग काय असते याची कल्पना या लेखामुळे येवू शकते.

संशोधन पध्दती

प्रस्तूत संशोधन पेपर लिहण्यासाठी दुय्यम साधनांचाच वापर केलेला आहे. ज्यामध्ये इंटरनेट, संदर्भ ग्रंथ इ.

डिजिटल मार्केटिंगचा पूर्वइतिहास

डिजिटल मार्केटिंगची सुरुवात तेंव्हाच झाली जेंव्हा सन १९७१ मध्ये रे टॉमलिनसनने पहिला ईमेल पाठवला तेंव्हापासून लोक आपल्या वेगवेगळ्या फाईल्स मशीनद्वारे ऑनलाईन पध्दतीने एका ठिकाणापासून दुस-या ठिकाणी पाठवू लागले व प्राप्त करू लागले. पुढे चालून सन १९९० साली आर्ची शोध इंजिन FTP साइट्ससाठी अणुक्रमणिका म्हणून तयार केले गेले. १९८० च्या दशकातच संगणकांची साठवणूक क्षमता वाढली. त्यामुळे कंपन्यांनी मर्यादित लिस्ट बोकरोएवजी डाटाबेस मार्केटिंगसारखी ऑनलाईन तंजनिवडण्यास सुरुवात केली. या प्रकारच्या डाटाबेसने कंपन्यांना ग्राहकांच्या माहितीचा अधिक प्रभावीपणे परवानगी दिली त्यामुळे खरेदीदार व विक्रेता यांच्यातील संबंध बदलले. १९९० च्या दशकातच डिजिटल मार्केटिंग हा शब्दप्रयोग केला गेला आणि अल्पावधितच हा शब्द लोकप्रिय झाला. सन २००० मध्ये इंटरनेट वापरणा-यांची संख्या वाढली. याच दरम्यान आयफोनचा जन्म झाला. आयफोनद्वारे ग्राहक उत्पादनासंबंधी माहिती घेऊ लागले आणि आपल्या गरजांची माहिती ऑनलाईन पध्दतीने घेऊ लागले. सन २००७ MarketingAutomation चा विकास झाला ज्यामुळे डिजिटल मार्केटिंगचा विकास व्हायला प्रेरणा मिळाली. डिजिटल मार्केटिंगला ऑनलाईन मार्केटिंग इंटरनेट मार्केटिंग किंवा वेब मार्केटिंग असेही म्हटले जाते. डिजिटल मार्केटिंग हा शब्द कालांतराने लोकप्रिय झाला आहे. यूएसए मध्ये ऑनलाईन विपणन अजूनही एक लोकप्रिय शब्द आहे. इटलीमध्ये डिजिटल मार्केटिंगला वेब मार्केटिंग असे संबोधले जाते.

जगभरात डिजिटल मार्केटिंग ही सर्वात सामान्य संज्ञा बनली आहे विशेषतः वर्ष 2013 नंतर 2010 मध्ये 48% वाढीसह डिजिटल मीडिया खर्चासह वार्षिक 4.5 ट्रिलियन ऑनलाइन जाहिराती दिल्या गेल्याचा अंदाज व्यक्त करण्यात आला.

मार्केटिंगचे प्रकार

मार्केटिंगचे प्रामुख्याने दोन प्रकार पडतात १ ट्रेडिशनल मार्केटिंग आणि २. डिजिटल मार्केटिंग. ट्रेडिशनल मार्केटिंग ही जुनी पध्दत आहे. तसेच ती खर्चिक, वेळखाऊ, कमी प्रभावी आणि सक्सेस रेट कमी असणारी अशी ही पध्दत आहे. या पध्दतीत विक्रेता आपल्या वस्तू व सेवांची जाहिरात ही प्रामुख्याने न्यूजपेपर, टेलिव्हिजन, रेडिओ, बॅनर किंवा होर्डिंग यांच्या मदतीने करतो तेव्हा या पध्दतीला ट्रेडिशनल मार्केटिंग म्हणतात. ट्रेडिशनल मार्केटिंगमुळे व्यवसायाचा विस्तार करण्यावर मर्यादा पडतात. त्यामुळे या पध्दतीऐवजी डिजिटल मार्केटिंग विपणन व्यवस्थेत मोठ्या प्रमाणात लोकप्रिय होत आहे.

डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे काय?

डिजिटल मार्केटिंग ही नवीन आणि कमी खर्चीक पध्दती आहे. या पध्दतीत विक्रेता आपल्या वस्तूची माहिती ग्राहकांना सहज व कमी वेळात तसेच कमी खर्चात देऊ शकतो. तसेच या पध्दतीत स्वतःच्या व्यवसायाचा विस्तार जलद गतीने करता येतो. जेव्हा उत्पादक आपल्यावस्तूची जाहिरात इंटरनेटचा वापर करून Website Facebook, Instagram, WhatsApp, Tweeter, YouTube या सारख्या साधनांचा वापर करून करतो आणि आपली भागिदारी विपणन व्यवस्थेत वाढवतो, तेव्हा या पध्दतीला डिजिटल मार्केटिंग असे म्हणतात. अलिकडच्या काळात Facebook, Instagram, Whatsapp, Tweeter, YouTube या सारख्या Social Media चा वापर लोक मोठ्या प्रमाणात करत असल्याचे दिसते. साधारणतः लोकदिवसाचे तीन ते चार तास सोशल मीडियावर वेळ घालतात. त्यामुळे उत्पादकाने आपल्या उत्पादनाची जाहिरात सोशल मीडियावर टाकली तर त्यांच्या उत्पादनाची माहिती देशातच नाही तर जगातील इतर देशांतील लोकांनाही होवू शकते. त्यामुळे त्यांच्या वस्तूंना मागणी प्रचंड वाढून त्यांच्या व्यवसायाचा विस्तार स्वतःच्या देशाबरोबर इतर देशातही होण्यास मदत होते.

डिजिटल मार्केटिंगची व्याख्या:

डिजिटल मार्केटिंग या शब्दामधील डिजिटल या शब्दाला इंग्रजीत पर्यायी शब्द इंटरनेट आणि मार्केटिंग ला मराठीत विपणन व्यवस्था म्हणतात. याचाच अर्थ इंटरनेट बाजार या दोन शब्दांनी मिळून

डिजिटल मार्केटिंग हा शब्द बनला आहे. इंटरनेटच्या साहाय्याने डिजिटल साधनांचा वापर करून वस्तूची व सेवांची खरेदी व विक्रीच्या बाजारात होते त्या बाजाराला डिजिटल मार्केटिंग असे म्हणतात.

"डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे इंटरनेटच्या साहाय्याने मार्केटिंग करणे होय."

"इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आणि इंटरनेटच्या माध्यमातून वस्तू व सेवांची केली जाणारी देवाण घेवाण म्हणजे डिजिटल मार्केटिंग होय",

"उत्पादकांकडून वस्तू व सेवांना इंटरनेटच्या मदतीने तसेच इलेक्ट्रॉनिक मीडियाचा वापर करून promote करणे म्हणजे डिजिटल मार्केटिंग होय".

डिजिटल मार्केटिंगमध्ये डिजिटल तंत्राचा वापर करून ग्राहकांशी संपर्क साधण्याबरोबरच इतरही व्यवहार केले जातात. जसे, आयफोन किंवा लॅपटॉपद्वारे ऑनलाईन शॉपिंग, तिकिट बुकिंग, रिचार्ज, बिल पेमेंट्स, ऑनलाईन ट्रान्जेक्शन इ. व्यवहार घरी बसून इंटरनेटच्या मदतीने सहज करू शकतो. जगातील मोठ्या कंपन्या त्यांच्या उत्पादनाचा प्रसार करण्यासाठी इंटरनेटच्या माध्यमातून स्मार्टफोन, कॉम्प्यूटर, टॅब्लेट आणि इंटरनेट या सारख्या डिजिटल साधनांचा वापर करून ग्राहकांशी सवाद साधतात आणि लाखो रुपये खर्च करतात आणि अल्पावधितच हा खर्च डिजिटल मार्केटिंगमध्ये भरून काढतात.

डिजिटल मार्केटिंगची साधने



डिजिटल मार्केटिंगचे प्रकार

डिजिटल मार्केटिंगमध्ये विक्रेत्यांना किंवा उत्पादकांना ग्राहकापर्यंत पोहचण्यासाठी अनेक डिजिटल साधने आहेत. त्याद्वारे विक्रेता आपल्या वस्तूची विक्री करू शकतो आणि ग्राहक घरी बसून Online वस्तू व सेवांची मागणी करू शकतो अशा काही महत्वाच्या प्रकारांचा अभ्यास खालीलप्रमाणे करणार आहोत.

सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन (Search Engine Optimization)

SEO म्हणजे विशिष्ट कीवर्ड वापरून आपल्या Website ला गूगल सर्च इंजिनमध्ये सगळ्यात अव्वल स्थानावर नेणे होय. SEO म्हणजे उत्पादकाला त्यांच्या कंपनीच्या वेबसाईटला गुगलच्या पहिल्या पेजवरसर्वात वरच्या स्थानावर नेणे होय. त्यामुळे त्यांच्या Website वर जास्त ग्राहक येतील आणि त्यामुळे व्यवसाय जलद गतीने वाढायला मदत होईल.

SEO चे प्रामुख्याने दोन प्रकार पडतात

1. On Page SEO आणि
2. Off Page SEO

शोध इंजिन विपणन (SEM)

सर्च इंजिन मार्केटिंग म्हणजे Google Page वर आपल्या वेबसाईटसाठी गुगलच्या सर्च इंजिनमध्ये जागा खरेदी करणे होय. यालाच पेड जाहिरात असेही म्हणतात. यात पेड जाहिरात करून आपली वेबसाईट गुगलच्या सर्च इंजिनमध्ये पहिल्या पेजवर आणि अव्वल स्थानावर घेऊन जावू शकतो आणि ग्राहकांची गर्दी वाढवू शकतो.

सोशल मीडिया मार्केटिंग (SMM):

अलिकडच्या काळात सोशल मीडियाचा वापर करणाऱ्या लोकांची संख्या वाढत आहे. त्यामुळे उत्पादकाला आपल्या उत्पादनाची जाहिरात सोशल मीडियावर टाकून प्रचंड विक्री वाढवता येते. SMM म्हणजे WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, इत्यादींच्या मदतीने आपल्या प्रॉडक्टची जाहिरात करणे होय. तसेच ग्राहकांशीसंवाद साधणे, त्यांच्या आवडीनिवडी माहित करून घेणे होय.

कन्टेन्ट मार्केटिंग(Content Marketing)

कन्टेन्ट मार्केटिंगमध्ये ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी व ग्राहकांची संख्या वाढवण्यासाठी उत्पादक त्यांच्या उत्पादनाबाबत ब्लॉग तसेच आवडतील असे व्हिडीओ बनवून सोशल मीडियावर share केले जातात. तसेच ग्राहकांना आवडेल अशा डिझाईनमध्ये उत्पादनासंबंधीची माहिती लिहून सोशल मीडियाच्या सर्व प्लॅटफॉर्मवर टाकली जाते. त्यामुळे सुधदा मोठया प्रमाणात वस्तू व सेवांची मागणी वाढू शकते.

ईमेल विपणन(Email Marketing)

ईमेल मार्केटिंगच्या माध्यमातून आपल्या कंपनी आणि सेवांची माहिती ईमेलमधून ग्राहकांना देऊ शकता. ईमेलमुळे एकाच वेळी जास्त ग्राहकांशी संपर्क ठेवता येतो आणि आपल्या व्यवसायाचा विस्तार करता येतो



अफिलिएट मार्केटिंग किंवा संलग्न विपणन (Affiliate Marketing)

अफिलिएट मार्केटिंग एखाद्या कंपनीच्या वस्तू किंवा सेवा आपण लोकांना विकणे आणि त्यातून मिळालेले कमिशन घेणे याला अफिलिएट मार्केटिंग असे म्हणतात. अलिकडच्या काळात लोक किंवा कंपन्या अशा प्रकारचा व्यवसाय करून मोठ्या प्रमाणात पैसे कमवत आहेत. ज्यात Amazon, Flipkart, Bluehost आणि इतर एजेंट लोक.

व्हिडीओ मार्केटिंग (Video Marketing)

व्हिडीओ मार्केटिंग म्हणजे उत्पादनासंबंधीची माहिती, त्याचे गुणविशेष इ. संबंधीचे व्हिडीओ बनवून Youtube Instagram, Facebook वर टाकणे आणि जाहिरात करणे आणि त्यातून विक्रीवाढविणे होय. YouTube वर प्रत्येकजण आपल्या कंपनीच्या उत्पादनाची जाहिरात करत आहे subscriber वाढवत आहेत. तसेच Teaching, Learning व इतर माहितीपर व्हिडीओ व इतर विषयात व्हिडीओ तयार करून Youtube वर Share केल्यामुळे चांगली कमाई होत आहे.

PPC मार्केटिंग हा एक जाहिरातीचा चांगला मार्ग आहे, ज्यातून कंपनीला ग्राहकांची संख्यावाढवता येते.

मोबाईल मार्केटिंगद्वारेही वस्तूची खरेदी विक्रीवाढवता येत आहे. स्मार्टफोनचा वापर करणाऱ्या लोकांचे प्रमाण वाढल्यामुळे मोबाईलवरील टेक्स मॅसेज आणि व्हॉट्सअप मेसेजच्या सहाय्याने कंपनीला ग्राहकांशी

जोडल्या जात आहेत, ग्राहकांशी संपर्क करून आपल्या वस्तू व सेवांचे महत्व पटवून देऊन मार्केटिंग मोठ्या प्रमाणात केली जात आहे.

डिजिटल मार्केटिंगची आवश्यकता

योग्य ग्राहकांपर्यंत पोहचणे

डिजिटल मार्केटिंगच्या माध्यमातून तुम्ही ज्यांच्यासाठी वस्तूची निर्मिती केली असेल त्यांचा शोध घेऊन त्यांनाच त्या वस्तूची महत्व पटवून देऊन त्यांनाच त्या वस्तूची विक्री करता येते. वय, लिंग, आवड, इ. चा विचार करून त्या लोकांशीच सहज संपर्क साधता येतो. यासाठी आगोदर ग्राहकांचे विविध गट करून ग्राहकांची निवड करावी लागते. उदा. कोल्हापूर शहरातील वय वर्ष २५ ते ३० मधील फक्त महिलांसाठीच वस्तूची निर्मिती केली असेल तर त्यांचीच निवड करून त्याच महिलांना वस्तूची जाहिरात करून त्या वस्तूची विक्री त्यांनाच करता येते. यासाठी तुम्हाला मोठा डाटा गोळा करावयाची गरज नाही.

जास्तीत जास्त ग्राहकांपर्यंत पोहचणे शक्य होते.

आलिकडच्या काळात इंटरनेटचा सर्वाधिक वापर होत आहे. त्यामुळे इंटरनेटच्या मदतीने तुम्ही घरी बसून जगातील कोणत्याही देशात किंवा खेड्यात वस्तूची विक्री करू शकता. Youtube, Instagram, Facebook च्या मदतीने वस्तूची जाहिरात व्हिडीओ बनवून किंवा ब्लॉक बनवून ग्राहकांची संख्या मोठ्या प्रमाणात वाढवता येते. तसेच ईमेलद्वारे लाखो लोकांशी संपर्क करून व्यवसायाचा विस्तार करता येतो.

मार्केटिंगची स्ट्रॅटेजी ठरवता येते

डिजिटल मार्केटिंगमुळे ग्राहकांचे सर्वेक्षण करणे आणि त्याद्वारे अहवाल तयार करून निष्कर्ष काढणे शक्य झालेले आहे. डिजिटल मार्केटिंग ही संकल्पना सर्वस्वी इंटरनेटशी जोडली गेल्यामुळे ग्राहकांसंबंधीचा डाटा गोळा करणे सहज शक्य झाले आहे. म्हणून आपली जाहिरात कोणी आणि किती ग्राहकांनी पाहिली आहे, जाहिरातीवर कोणी कोणी क्लिक केले आहे, वेबसाईट किती जणांनी पाहिली आहे, किती वेळ वेबसाईटवर थांबले आहेत, कोणत्या शहरातून कोणत्या प्रकारचे ग्राहक आपल्या वस्तूला पसंती देतात इ. प्रकारची माहिती ट्रॅकिंग करता येते आणि या माहितीच्या आधारे पुढची रणनीती ठरवता येते.

कमी खर्चात जाहिरात करता येते

पारंपारिक मार्केटिंगमध्ये जाहिरातीवर प्रचंड खर्च करावा लागतो शिवाय वेळेचा अपव्यायही जास्त प्रमाणात होता. या मार्केटिंगमध्ये आपल्या वस्तूची जाहिरात ही फ्लेक्स बॅनर बनवून करावी लागते ती खर्चिक बाब आहे. शिवाय फ्लेक्स बनवताना जर तुम्ही तुम्हाचा मोबाईल क्रमांक चुकवला असेल किंवा

इतर बाबी लिहावयाच्या विसरल्या असतील तर तुम्हाला तोसंपूर्ण फ्लॅक्सच बदलावा लागतो. म्हणजे पुर्वीएवढाच खर्च करावा लागतो. याउलट डिजिटल मार्केटिंगमध्ये तसे होत नाही. कारण आपण एकदा बनवलेल्या फ्लेक्समधील काही मचकूर चुकिचा असेल किंवा काही नविन मचकूर फ्लॅक्समध्ये लिहायचा असेल तर त्यात तुम्ही कोणताही खर्च न करता लिहू शकता किंवा त्यात कितीही वेळा बदल करू शकता किंवा एडिट करू शकता त्यासाठी वेगळा खर्च करण्याची गरज नसते.

ग्राहकांशी संवाद साधता येतो

ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा विचार करून वस्तूची निर्मीती करणे आणि विकणे हे ज्यांना जमतं त्यांनाच विपणन व्यवस्थेत आपले वर्चेत्व प्रस्थापित करणे शक्य होते असे म्हटले जाते. पारंपारिक मार्केट व्यवस्थेत ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा अंदाज घेणे अशक्य होते. परंतु डिजिटल मार्केटिंगमुळे ग्राहकांशी जवळीकता साधणे, त्यांच्याशी संवाद साधून त्यांच्या आवडीनिवडीची माहित करून घेणे शक्य झाले आहे. त्यामुळे उत्पादकाला वस्तूच्या निर्मीतीबाबतचा निर्णय घेणे सहाज शक्य झाले आहे.

कमी खर्चिक

खर म्हणजे डिजिटल मार्केटिंगमुळे विक्रीखर्च कमी झाल्यामुळे उत्पादकाचा एकूणच उत्पादन खर्च कमी झालेला आहे. पारंपारिक बाजारात जाहिरातीवर पंचड खर्च करावा लागत होता. परंतु डिजिटल मार्केटिंगमध्ये एवढा खर्च येत नाही कमी खर्चात जास्त लोकांना आपल्या वस्तू व सेवांची माहिती देता येते. खर म्हणजे यामध्ये जे ग्राहक तुम्हच्या जाहिरातीवर क्लिक करून जाहिरात बघतात त्यासाठीच तुम्हाला पैसे द्यावे लागतात.

डिजिटल मार्केटिंगचे भवितव्य

डिजिटल मार्केटिंगला उज्वल भवितव्य आहे. जागतिकीकरणाच्या प्रवाहात स्पर्धेची तीव्रता वाढत आहे. जो कोणी या स्पर्धेत टिकेल तोच बाजारात वर्चेत्व प्रस्थापित करू शकणार आहे. त्यामुळे बहुतेक सर्व कंपन्या इंटरनेटचा वापर करून जाहिरातीवरपंचड खर्च करीत आहेत. आपले उत्पादन इतरांपेक्षा कसे दर्जेदार व कमी किंमतीचे आहे हे दाखवून देण्याचा प्रयत्न करीत आहेत. यासाठी डिजिटल साधनांचा वापर मोठ्या प्रमाणात होत आहे. येणाऱ्या काळात संपूर्ण विपणन व्यवस्थाच डिजिटल होण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. असे झाले तर घरी बसल्या बसल्या लोक वस्तू व सेवांची मागणी करू शकतात आणि ही संख्या पंचड वाढू शकते. डिजिटल मार्केटिंग एक रोजगार मिळवून देणारे साधन होत आहे. त्यामुळे युवक रोजगार मिळवण्यासाठी एम.बी.ए सारखी पदवी मिळवण्यावर भर देत आहेत. इंटरनेटचा वापर करून व्यवसाय करण या लाखो कंपन्या आहेत. या कंपन्यांना डिजिटल मार्केटिंग मॅनेजरची आवश्यकता भासते अशा ठिकाणी मोठ्या पगाराची नोकरीमिळू शकते. तसेच पर्यटन,बँकिंग, रिटेल, मीडिया,

हॉस्पिटॅलिटी इ. कंपन्यांनाही डिजिटल मार्केटिंग मैनेजरची आवश्यक असते. अशाच प्रकारच्या job विदेशातही मिळू शकतात. त्यामुळे स्वतःच्या कार्यक्षमतेत वाढ केल्यास डिजिटल युगात नोकरी मिळणे सहज शक्य आहे. थोडक्यात डिजिटल मार्केटिंगची व्याप्ती वाढायला अजून भरपूर स्कोप आहे आणि म्हणून असे म्हणावे लागते की येणारा काळ हा डिजिटल मार्केटिंगचाच आहे.

समारोप:

वरील विश्लेषणावरून असे म्हणता येते की, डिजिटल मार्केटिंग ही आता काळाची गरज बनली आहे. ज्यांना आपल्या व्यवसायाची प्रगती आणि विस्तार करावयाचा आहे त्यांनी डिजिटल मार्केटिंग शिकल पाहिजे आणि त्याचे अनुकरण आपल्या दैनंदिन जिवनात वस्तूची खरेदी व विक्री करण्यासाठी केल पाहिजे. जागतिकीकरणानंतर विकसीत देशातील बलाढ्य उद्योग जगाच्या कानाकोपऱ्यात असणाऱ्या लहान मोठ्या देशात आपल्या वस्तूची विक्री करण्यासाठी तत्पर आहेत. Online च्या माध्यमातून या कंपन्या मोठ्या प्रमाणात वस्तु व सेवांची विक्री करीत आहेत तसेच ग्राहकांच्या दररोज बदलणाऱ्या आवडी निवडीचा विचार करून उत्पादनात बदल करत आहेत. भारतीय उद्योगांनीही डिजिटल मार्केटिंगमध्ये उतरून स्पर्धात्मक युगात आपली कार्यक्षमता वाढवली पाहिजे तरच त्यांचे अस्तित्व टिकून राहू शकेल अन्यथा पारंपारिक मार्केटिंग पध्दतीनुसार व्यावसाय केला तर तुम्ही बाजारपेठेच्या बाहेर फेकले जाऊ याची जाणिव असू द्या. म्हणून जास्तीचा फायदा मिळवायचा असेल तर काळानुसार आपल्यालाही बदल पाहिजे हे नक्की.

संदर्भग्रंथ सूची:

1. <https://marathhitrailer.com/digital-marketing-challenges-for-e-commerce/>
2. <https://www.digitalsakhi.com/2021/08/what-is-digital-marketing-in-marathi> आणि
3. <https://marathibusiness.in/digital-marketing-marathil>
4. डिजिटल मार्केटिंग सहज सोपे: प्रफुल्ल सुतार (मल्टीव्हर्सिटी प्रकाशन)
5. डिजिटल मार्केटिंग: प्रमोद खोत
6. बन्निएसोशल मीडिया मिलियनेयर: दीपक बजाज
7. डिजिटल मार्केटिंगमधून सीखो और कमाओ: पी. सिंग
8. मार्केटिंग: ब्रायन ट्रेसी

9. "Definition of digital marketing". *Financial Times*. Archived from the original on 29 November 2017. Retrieved 22 August 2015
10. World Economics (June 2015). "Digital and Mobile Continues to Dominate Share of Marketing Budgets". *Warc.com*. Retrieved 10 January 2018.
11. <https://360marathi.in/digital-marketing-information-in-marathi/>
12. <https://www.marathispirit.com/what-is-digital-marketing-in-marathi/>
13. <https://digitalvipulk.com/what-is-digital-marketing-in-marathi/>
14. <https://digitaltree.co.in/what-is-digital-marketing-in-marathi/>
15. <https://digitallion.in/what-is-digital-marketing-in-marathi/>
16. <https://hi.wikipedia.org/wiki/>