

डिजीटल मार्केटिंग – आव्हाने आणि संधी

डॉ. एच. व्ही. संकपाळ<sup>१</sup> श्रीमती अश्विनी बाबासो पाटील<sup>२</sup>

<sup>१</sup>सहा. प्राध्यापक, अर्थशास्त्र विभाग, राजर्षी शाहु कला व वाणिज्य महाविद्यालय, रूकडी

<sup>२</sup>सहा. प्राध्यापक, कॉमर्स, राजर्षी शाहु कला व वाणिज्य महाविद्यालय, रूकडी

प्रस्तावना –

पुर्वी प्रत्येक मोठी कंपनी आपली मार्केटिंग मोहिम राबविण्यासाठी टी.व्ही., वृत्तपत्र, मासिके, रेडिओ, कागद, पोस्टर आणि बॅनर यासारख्या साधनांचा वापर करित असे. बऱ्याच कंपन्या घरोघरी जाऊन देखील आपल्या उत्पादनाबद्दल माहिती सांगत असत. परंतु आता काळानुसार मार्केटिंगचा मार्ग हा बदलेला आहे. लहान, मोठ्या व प्रसिध्द कंपन्यासुध्दा आपल्या सेवा आणि प्रॉडक्टचे मार्केटिंग करण्यासाठी डिजीटल मार्केटिंगचा खुप मोठ्या प्रमाणात वापर करत आहेत. आपला व्यवसाय पसरविण्याचा आणि ब्रॅन्ड वॅल्यू वाढवण्याचा डिजीटल मार्केटिंग ;कपहपजंस इंतापदहद्द हा एक आधुनिक मार्ग आहे.

ऑनलाईन मार्केटिंगचा उपयोग करून आपण आपल्याला हव्या असलेला लोकांपर्यंत आपली सेवा व उत्पादनाचा प्रचार करू शकतो. आपले उत्पादन योग्य लोकांपर्यंत पोहोचण्याचा डिजीटल मार्केटिंग हा एक वेगवान मार्ग आहे. भारतातही डिजीटल मार्केटिंग वेगाने वाढत आहे. याचा मुख्य कारण म्हणजे भारतात इंटरनेट सेवा ही खुप स्वस्त झाली आहे. त्याचमुळे भारतात इंटरनेट वापरणाऱ्यांची संख्या प्रचंड वाढली आहे. भारत जगातील दुसऱ्या क्रंमाकाचा देश आहे. जिथे जगातील सर्वाधिक इंटरनेट वापरणारी लोकसंख्या आहेत.

मोठ्या कंपन्या त्यांच्या उत्पादनांची ऑनलाईन जाहिरात करण्यासाठी लाखो रूपये खर्च करतात आणि या केलेल्या खर्चाच्या दुप्पट त्यांना त्यांच्या बिझनेस मध्ये फायदा देखील होतो. हल्ली लोक इंटरनेट वर जास्त वेळ घालवतात. इंटरनेट वापरणारी व्यक्ती दररोज इंटरनेटसाठी ३ तास घालवताना दिसून येतात. विपणन किंवा मार्केटिंग हा त्यातील एक महत्त्वाचा भाग आहे. हा एक व्यापक विषय असून सर्वच क्षेत्रात अत्यंत उपयुक्त मानला जातो.

मार्केटिंगच प्लॅनिंग आणि त्यातील वेगवेगळे टप्पे महत्त्वाचे आहेत. व्यवसायिक उत्पादने ही मुख्यतः एका व्यवसायामधून दुसऱ्या व्यवसायाची निर्मिती करत असतात. त्याचे मार्केटिंग कसे झाले पाहिजे हे पाहणे महत्त्वाचे आहे. भारतातील डिजीटल मार्केटिंग म्हणून पहिली प्रसिध्द झालेली ऑनलाईन शॉपिंग वेबसाइट १९९९ मध्ये सुरू झाली. के. वैथीस्वरन या उदयोजकाने फॅबमार्ट ही वेबसाइट सुरू केली. भारतात इंटरनेट आणि ऑनलाईन खरेदी या दोन्ही बाबत कमी असलेली माहिती आणि उपलब्धता यामुळे ही वेबसाइट काळाच्या पुढे असलेली होती. पुढे आदित्य बिल्वा ग्रुपने ती विकत घेतली आणि तिचे नाव बदलून मोअर केल. के. वैथीस्वरन मात्र इंडियाप्लाझा डॉटकॉम नावाने ऑनलाईन मार्केटप्लेस चालवत राहिला. भारतात माहिती तंत्रज्ञान कायदा २००८ सुधारित डिजीटल मार्केटिंग नियमन करतो.

प्रत्येक उदयोजकाला कळले आहे की आपण कपहपजंस इंतामजपदह वरती प्रॉडक्टस व सर्व्हिसची माहिती कळवली पाहिजे. म्हणून कपहपजंस इंतामजपदह ची व्याप्ती जास्त प्रमाणात वाढली आहे. हा फक्त उदयोजकांच्यासाठी नाही तर हा सर्वांसाठी ही जास्त फायदेशीर आहे.

बऱ्याच लोकांना डिजीटल मार्केटिंग या मराठी शब्दाबद्दल माहित नाही. त्यांच्यासाठी आज या लेखामध्ये विपणन प्रणालीविषयी विस्तृतपणे जाणून घेणार आहोत. परंतु आज डिजीटल मार्केटिंग म्हणजे नक्की काय आहे. तर आपल्या सेवेची इंटरनेटच्या माध्यमातून केली जाणारी

विक्री होय. डिजीटल मार्केटिंग हे नवनवीन ग्राहकांपर्यंत आपल्या वस्तु पोहचविण्याचे सर्वात जास्त व सोयीचे माध्यम झाले आहे.

### डिजीटल मार्केटिंग व्याख्या :

डिजीटल मार्केटिंग म्हणजे जर आपण आपल्या सेवेचे किंवा कोणताही उत्पादनाची मार्केटिंग इंटरनेट सारख्या डिजीटल तंत्रज्ञानाचा वापर विक्रीसाठी करत असू तर त्याला डिजीटल मार्केटिंग असे म्हणतात.♾

डिजीटल मार्केटिंग म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आणि इंटरनेट यांच्या माध्यमातून केल्या जाणाऱ्या विपणनाचा एक प्रकार आहे.♾

### अभ्यासाची उद्दिष्ट्ये :

- १ डिजीटल मार्केटिंगची संकल्पना समजावून घेणे.
- २ डिजीटल मार्केटिंगच्या वापरामध्ये वाढ होण्यासाठी उपाय सुचविणे.
- ३ डिजीटल मार्केटिंगमुळे ऑनलाईन पध्दतीने होणाऱ्या तोटयांना सामोरे जाणे.
- ४ डिजीटल मार्केटिंग व ई-कॉमर्सचा अभ्यास करणे.
- ५ डिजीटल मार्केटिंग आणि ग्राहक यांच्यातील परस्परसंबंध अभ्यासणे.

### अभ्यासाची पध्दती :

या प्रस्तुत शोध निबंधामध्ये तयार करण्यात आलेल्या अभ्यासाची पध्दती म्हणून डिजीटल मार्केटिंग आहे. याची माहिती घेण्यासाठी पुस्तके, साप्ताहिके अन्य प्रकारची पुस्तके याचा वापर केला आहे. डिजीटल मार्केटिंग यामध्ये वाढती स्पर्धा, वाढते उत्पादन, खर्च, ऑनलाईन शिक्षण, ऑनलाईन प्रशिक्षण, वाहतूक व्यवस्था इ.बाबींचा आढावा घेण्याचा प्रयत्न केला आहे.

### डिजीटल मार्केटिंगचे महत्त्व :

- १ डिजीटल मार्केटिंगमध्ये उत्पादकाला वितरण, वृद्धी यावर कमी खर्च करावा लागतो. त्यामुळे उत्पादकाला फायदा मिळू शकतो.
- २ डिजीटल मार्केटिंगमुळे ग्राहक हा विक्रेत्याशी सवांद साधून वस्तु खरेदीबाबत चौकशी करू शकतो. व फायदेशीर व्यवहार घडवून आणू शकतो.
- ३ डिजीटल मार्केटिंगमध्ये विक्रेत्यापेक्षा ग्राहक हा महत्त्वाचा ठरतो. कारण ग्राहकाला वेळ, श्रम यामध्ये बचत होते.
- ४ डिजीटल मार्केटिंगमुळे जगातील कोणत्याही उत्पादकाची वस्तु ग्राहक घरबसल्या खरेदी करू शकतो.
- ५ वेगवेगळ्या उत्पादकांच्या वस्तूंची वैशिष्ट्ये, किंमत, दर्जा, सेवा याबाबत ग्राहकाला माहिती मिळू शकते.

### डिजीटल मार्केटिंग वाढीसाठी कारणीभूत घटक :

- १ इंटरनेट वापराची साधने तसेच इंटरनेट वापरणाऱ्या लोकांच्या संख्येतील प्रचंड वाढ.



- २ इंटरनेट सेवेचा वाढलेला वेग, कमी झालेली किंमत आणि इंटरनेट सेवा व्यापणाऱ्या भौगोलिक क्षेत्रातील वाढ.

- ३ इंटरनेट बँकिंग आणि मोबाइल बँकिंग तंत्रज्ञानाचा वाढता वापर.
- ४ डिजीटल मार्केटिंग सेवांचे शक्य झालेले वैयक्तिकरण.
- ५ डिजीटल मार्केटिंग क्षेत्रातील कंपन्यांतील ग्राहक मिळविण्यासाठी आणि वाढविण्यासाठीची लागलेली तीव्र स्पर्धा, ज्याचा अप्रत्यक्ष फायदा ग्राहकांना मिळतो.
- ६ डिजीटल मार्केटिंग व्यवहारांना मिळालेली कायदेशीर मान्यता तसेच अशा व्यवहारांतील वाढलेली विश्वासार्हता आणि सुरक्षितता.
- ७ इंटरनेट वापरणा तुरूणाईत डिजीटल मार्केटिंगचे वाढलेले आकर्षण.
- ८ डिजीटल मार्केटिंगमध्ये येणाऱ्या सेवा वापरातील सुलभता व वेग व अशा सेवा वापरातून ग्राहकाचा वाचणारा वेळ आणि पैसा.
- ९ ग्राहक समाधान सेवांचा वाढलेला दर्जा.
- १० डिजीटल मार्केटिंग व्यवहारातील पारदर्शकता व अचूकता.
- ११ डिजीटल मार्केटिंग बाजारपेठ आणि सेवांची चोवीस तास व वर्षाचे तीनशे पासष्ट दिवस असणारी उपलब्धता व इंटरनेट उपलब्ध असणाऱ्या कोणत्याही ठिकाणी योग्य साधनाआधारे डिजीटल मार्केटिंगचा शक्य असणारा वापर.

### डिजीटल मार्केटिंगचे फायदे :

#### १ परिमाण मोजणे शक्य

डिजीटल मार्केटिंगमुळे वस्तू व सेवांची खूप प्रमाणात विक्री होत असल्याचे दिसून येते. त्यांचा परिमाण मोजणे शक्य होत असते. आपली वेबसाइट लोकांनी कितपत पाहिली आहे. हे इंटरनेटवरून समजले जाऊ शकते. आपण जी जाहिरात करतो ती किती प्रमाणात पहिली आहे, किती लोकांनी वस्तू व सेवा विकत घेतल्या आहेत, हे परिमाण मोजणे शक्य होऊ लागले आहे. बहुतेक लोक आपल्या वेबसाईटवर किती वेळ घालवत असतात. लोक आपल्या जाहिरातीनुसार आपण किती प्रमाणात वस्तुची खरेदी करतो यांचे परिमाण मोजणे आवश्यक असते. हे डिजीटल मार्केटिंगमुळे शक्य होते.

#### २ ग्राहकांशी संवाद

डिजीटल मार्केटिंगमुळे ग्राहकांशी संवाद साधता येतो. त्यासाठी अनेक माध्यमांचा वापर केला जातो. ग्राहकांशी संवाद साधण्यासाठी विविध प्रकारच्या जाहिराती उपलब्ध केल्या जातात. त्यामधून ग्राहकांशी आपला संवाद वाढवा याचे पुरेपूर प्रयत्न केले जातात. जाहिरातीतून आपली वस्तू विकत घेण्यासाठी माध्यमाद्वारे ग्राहकांना सुचवले जाते. वस्तूची कोणत्याही परिस्थितीत वस्तूचे ब्रॅन्ड ग्राहकांशी कनेक्ट कसे राहू शकलो. यावर पूर्णपणे अवलंबून असते. ग्राहकांशी आपल्या वस्तूची ओळख ग्राहकांच्या संवादातून सांगता येते. आपली वस्तू व ग्राहक यांचा खूप जवळचा संबंध असतो. वस्तू घेण्यासाठी ग्राहकांना प्रवृत्त करण्यासाठी डिजीटल मार्केटिंगच्या मार्गाने संवाद साधता येतो.

#### ३ वैयक्तिक संवाद

डिजीटल मार्केटिंगमुळे ग्राहकांना वैयक्तिक संवाद साधणे सहज शक्य झाले आहे. डिजीटल मार्केटिंगमुळे आपल्याला ग्राहकांपर्यंत पोहचणे सहज शक्य झाले आहे. यातून ग्राहकांच्या आवडीनिवडी यांवर सुद्धा पूर्णपणे लक्ष दिले जाते. ग्राहकांची गरज कोणत्या प्रकारची आहे. हे या मार्केटिंगमधून लक्षात येऊ शकते. त्यामधून त्यांना वैयक्तिकपणे व्यक्तिशः आपल्या वस्तू व सेवांचा लाभ दिला जातो. त्यामधून ग्राहकांचा वैयक्तिक संवाद हा इंटरनेटच्याद्वारे खूप मोठ्या प्रमाणात प्रस्थापित झाला आहे. आपल्या वस्तू घेण्यास प्रवृत्त करण्यास व्यावसायिक ग्राहकांना इच्छा व्यक्त करतो. यामध्ये त्यांची गरज लक्षात घेऊन त्यांना संवाद साधून आपल्या वस्तुची विक्री वाढवू शकतो.

#### ४ कमी खर्चिक

डिजीटल मार्केटिंगमध्ये एखादी वस्तू खरेदी करताना अत्यंत महत्त्वाचे योगदान आहे. तसेच डिजीटल मार्केटिंगमुळे वस्तू खरेदी करण्यास कमी खर्च येत असतो. त्यामुळे जास्तीत जास्त ग्राहक

इंटरनेटच्याद्वारे कोणत्याही वस्तू कमी खर्चीमध्ये ऑनलाईन खरेदी करू शकतात. एखादी जाहिरात पाहून आपण डिजीटल मार्केटिंगद्वारे वस्तू खरेदी करत असल्यास त्यांच्यावर येणारा खर्च कमी प्रमाणात येतो. ग्राहकांची खरेदी वाढेल तसेच मार्केटिंगमध्ये येणारा खर्च ही कमी असतो. आपल्या प्रॉडक्टची जाहिरात बजेटप्रमाणे करणे सहज शक्य होत असते. आपल्या वस्तूची जाहिरात कमीत कमी खर्चात जास्तीत जास्त लोकांच्यापर्यंत पोहचविता येते. ग्राहकांची खरेदी वाढल्यास जाहिरातीमध्ये सुद्धा खर्च कमी होतो.

#### ५ गुंतवणूकीपेक्षा जास्त फायदा

डिजीटल मार्केटिंगमध्ये एखादी वस्तू विक्री अथवा उत्पादित करण्याची असेल तर गुंतवणूक ही संकल्पना खूप महत्त्वाची आहे. डिजीटल मार्केटिंगमुळे गुंतवणूकीमध्ये जास्त फायदा मिळत असतो. डिजीटल मार्केटिंगमध्ये हमी खर्चात आपण आपल्या टारगेट कस्टमरपर्यंत कसे पोहोचू शकतो. यावर भर देण्यात आला आहे. त्यामुळे या पध्दतीमध्ये आपण केलेल्या गुंतवणूकीवर जास्त फायदा मिळत असल्याने डिजीटल मार्केटिंग गरजेचे आहे. पारंपरिक मार्केटिंगमुळे गुंतवणूकीवर आपल्याला चांगला प्रतिसाद मिळत नसतो.



#### डिजीटल मार्केटिंगचे तोटे :

##### १ नेटवर्क प्रॉब्लेम :

डिजीटल मार्केटिंगसाठी इंटरनेटची गरज असते. जर आपल्या इंटरनेटला काही प्रॉब्लेम येत असेल तर आपणास मार्केटिंग/खरेदी करता येत नाही. इंटरनेटच्या माध्यमातून आपले मार्केटिंग होऊ शकते. मोबाईल, लॅपटॉप अशा प्रकारच्या माध्यमांची गरज भासत असते. त्यातून डेटा आपल्याला फॉरवर्ड करण्यासाठी प्रॉब्लेम येत असतात.

##### २ वेबसाईट प्रॉब्लेम :

आपण जेव्हा इंटरनेटवरून खरेदी करत असतो तेव्हा वेबसाईट मध्ये काही प्रॉब्लेम येत असतात. कारण त्यांचा सर्व्हर डाउन असू शकतो. त्यामुळे आपली खरेदी ठप्प होण्याची शक्यता असते. काही तांत्रिक अडचणी सुद्धा नेटमध्ये येऊ शकतात.

##### ३ सुरक्षिततेचा अभाव :

जेव्हा इंटरनेट हाताळण्यात येत असतो. त्याला सुरक्षितेची सुद्धा काळजी घ्यावी हा सर्वात महत्त्वाचा तोटा आहे. ऑनलाईन जेव्हा वस्तू व सेवांची खरेदी करत असताना ऑनलाईन पेमेंट करतात. तेव्हा सुरक्षा खूप आवश्यक आहे. अशावेळी आपल्या वेबसाईटवर काम करत असताना सुरक्षितेची जाणीव नसेल तर खूप धक्कादायक गोष्ट घडण्याची शक्यता असते. म्हणून सुरक्षिता ही खूप महत्त्वाची आहे.

##### ४ वस्तूची उपयोगिता अयोग्य :

अयोग्य वस्तूचा उपयोगिता जास्त महत्त्वाची असते. ज्यावेळी आपण ऑनलाईन खरेदी करतो त्यावेळी त्यांनी दिलेल्या वस्तूच्या प्रतिमेवरून आपण वस्तूची खरेदी करतो. परंतु, वस्तू घरी

पोहचल्यावर त्या वस्तूंची उपयोगिता, वस्तुचे स्वरूप हे वेगळीच असते. आपल्याला त्यावेळी वस्तुंचा उपभोग घेता येत नाही.

#### ५ तीव्र स्पर्धा :

आपल्या वस्तूंची गुणवत्ता वाढवण्यासाठी, वस्तूंची विक्री वाढविण्यासाठी तीव्र स्पर्धा वाढवावी लागते. वस्तूंची डिलीव्हरी ही वस्तूंच्या उपलब्धतेवर अवलंबून असते अनेक कारणांनी उत्पादकांची एकमेकांसोबत तीव्र पध्दतीची स्पर्धा चालू असते. विविध वस्तूंच्यामध्ये स्पर्धा केली जाते. तीव्र स्पर्धा अनेक उदयोगांमध्ये असू शकतात. त्यामुळे डिजीटल मार्केटिंगमुळे देशात तीव्र स्पर्धा निर्माण होत असते. त्याचा प्रतिकूल परिणाम होत असतो.

#### सारांश :

प्रत्येक व्यवसायात उच्च फायदा प्राप्त करण्यासाठी डिजीटल मार्केटिंगचा आराखडा गरजेचे आहे. खुप व्यवसायांमध्ये डिजीटल मार्केटिंगचा वापर केला जातो. कमीत कमी खर्चात जास्तीत जास्त नफा हा डिजीटल मार्केटिंगमुळे होतो. डिजीटल मार्केटिंग व्यवसायांच्या वाढीसाठी आता खूप आवश्यक बनले आहे. डिजीटल मार्केटिंग लॉकडाउनच्या काळात सुद्धा ग्राहकांपर्यंत सेवा पुरवणे शक्य झाले आहे. त्यामुळे कंपन्यांनादेखील या मार्केटिंगचे महत्त्व कळले आहे. डिजीटल मार्केटिंग हि बदलत्या काळाची गरज आहे.

#### संदर्भ :

- १ शडिजीटल मार्केटिंगश — डॅमियन रायन — सन — २००८
- २ शआधुनिक डिजीटल मार्केटिंगसाठी चरणश — दर — चरण मार्गदर्शक — सुरेश बाबू — सन — २००२
- ३ शई—मार्केटिंगश — रॉबर्ट स्टोक्स — ४ मिइ २०१४
- ४ शइंटरनेट मार्केटिंगच्या प्रत्येक पैलूसाठी एक अत्यंत व्यावसयिक मार्गदर्शकश — अॅलेक्स ट्रेनोव्ह जॉन — सन — २०११
- ५ शडिजीटल मार्केटिंग धोरण — जीवन विपणनश — सन — २०१९
- ६ शलघुव्यवसाय ऑनलाईन विपणन मार्गदर्शकश — ब्रायन झुकारी — सन — २०१०
- ७ शडिजीटल मार्केटिंगच्या ६ मुलभूत गोष्टी नेटवर्कचे २०१६ मार्गदर्शकश — डॅन मॉरली — सन २०१९ — २०२०