

**ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද ?**

ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණය යනු ඔබගේ ඉලෙක්ට්‍රොනික සංචාරක ව්‍යාපාරයේ මූලික අංගයකි. ඩිජිටල් යුගයේ සංචාරක ව්‍යාපාර කළමනාකරණය සඳහා වූ වක්‍රීය සහ පුනර්කාරී ක්‍රියාවලියකි.

ඉලෙක්ට්‍රොනික සංචාරක ව්‍යාපාර පාඨමාලාවේදී සාකච්ඡා කළ පරිදි, ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණය, ඩිජිටල් අලෙවිකරණය සහ අන්තර්ජාල අලෙවිකරණය යන සියල්ලෙහි පොදු ලක්ෂණ පැවතියද, ඒවා එකිනෙකට වෙනස් ප්‍රවේශයන්ගෙන් යුක්තය.

ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණය යනු අන්තර්ජාල අලෙවිකරණයට වඩා පාරිභෝගිකයා හා සමග ඇති බැඳීම් මත පදනම්වූවකි. බොහෝ අවස්ථාවන්හිදී එක්මං තොරතුරු ව්‍යාප්තියක් සිදුවේ. අන්තර්ජාලයේ මුල් කාලයේදී, මිනිසුන් අන්තර්ජාලයේ විශාල බැහැර දැන්වීම් පළකලේ, පුවත්පත් වල සහ සඟරාවල වෙලඳ දැන්වීම් පළකරන ආකාරයටමය.

**විශේෂිතවූ සමූහයක් ඉලක්ක කරගැනීම සඳහා ඔවුන් සමග හොඳ සම්බන්ධතාවයක් ගොඩනගා ගැනීමට ඉලෙක්ට්‍රොනික ආකාරවලින් ( ෆෙස්බුක්, වෙබ් අඩවි, යූ ටියුබ් වැනි සමාජ මාධ්‍යජාලා ඔස්සේ ) ඔබ අනුගමණයකරන ක්‍රමවේදය, ඔබගේ ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණ උපායමාර්ගයයි**

මෙම සබඳතාවය මනිනු ලබන්නේ ඔබගේ ව්‍යාපාරයට ලගාවීමට සහ සම්බන්ධවීමට ඇති හැකියාව මතයි.

ඉලෙක්ට්‍රොනික අලෙවිකරණය එහි ඇති පුනර්කාරී සහ බලය වැඩිකිරීමේ ස්වභාවයෙන් විදහාදක්වයි. එමඟින් ඔබට සුදුසුම ක්‍රමය තෝරා විය වැඩි වාරගණනක් ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවස්ථාව සලසයි.

**වෙබ් අඩවි ■ හඳුන්වාදීම**

මීලඟ පාඩමේදී අපගේ ව්‍යාපාර සඳහා යොදාගත හැකි වෙබ් අඩවි පිලිබඳ අපි ඉගෙන ගනිමු. එමඟින් පහත සඳහන් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු ඔබ වෙත ලැබෙනු ඇත.

- වෙබ් අඩවියක්, වෙබ් පිටුවක්, පොස්ට් එකක් සහ පෝර්ට්ෆෝලියෝවක් අතර වෙනස කුමක්ද ?
- මා හට වෙබ් අඩවියක් අවශ්‍යද ? එසේනම් කුමක් සඳහාද ?
- මා හට මගේම වෙබ් අඩවි නාමයක් හෝ ඩොමේනයක් ලබාගන්නේ කෙසේද ?
- වෙබ් හොස්ටින් යනු කුමක්ද ? මා හට වෙබ් හොස්ටින් සේවා සපයන්නෙකු සිටිය යුත්තේ ඇයි ?

## මෙම ඒකකය අවසානයේදී ඔබට

- වෙබ් අඩවියක, වෙබ් පිටුවක, පෝස්ටුවක, පෝට්ෆෝලියෝවක අතර වෙනස අවබෝධ කරගැනීමට සහ නිර්මාණය කර ගැනීමට
- ඩොමේන් නාම පිලිබඳ අවබෝධයක් සහ ඒවා වෙන්කර ගැනීම පිලිබඳව
- හොස්ටින් සේවා සපයන්නෙකුගේ කාර්යභාරය පිලිබඳව
- සංචාරක ව්‍යාපාර වෙබ් අඩවියක් වැඩිදියුණු කිරීමට හෝ අළුතින් නිර්මාණය කිරීමට අවශ්‍යතා ලැයිස්තුගත කිරීමට
- නොමිලේ වෙබ් අඩවියක් පිහිටුවීමට සහ ඩොමේන් නාමයක් ලියාපදිංචි කිරීමට

හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

## පාරිභාෂික ශබ්ද මාලාව

### අප දැනගතයුතු පාරිභාෂික වචන කිහිපයක් බලමු

- වෙබ් අඩවිය

එක අඩවි ලිපිනයකින් හෝ ඩොමේන් නාමයකින් සමන්විත අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ලගාවිය හැකි, එකිනෙකට සම්බන්ධවූ වෙබ් පිටු වෙබ් අඩවියක් වේ.

- වෙබ් පිටුව

මෙය වෙබ් අඩවියක් තුළ ඇති තනි පිටුවකි. වෙබ් පිටුවක වගන්ති, රූප හෝ වෙනත් වෙබ් පිටු වලට ඇමිණුම් ඇතුලත්විය හැකිය. වෙබ් පිටුවලට සාමාන්‍යයෙන් පිවිසිය හැක්කේ, වෙබ් පිටුවේ ඉහළ හෝ පැත්තකින් පිහිටි මනුවකින්ය.

පහත උදාහරණයේ ඇත්තේ මූලික පිටුවයි. “About” සහ “Skills Fund” යන අනෙක් පිටු පිටුවේ ඉහළ ඇති මනුවෙන් පරිශීලනය කළ හැකිය.

- පෝස්ටුව

මෙය බ්ලොග්වල හමුවන විශේෂිත වූ ආකාරයේ වෙබ් පිටුවකි. වෙබ් පිටුවලට සමාන වුවද, දිනය අනුව පෙළගස්වා ඇති අතර, අලුත්ම පෝස්ටු ඉහළින් පෙන්වයි. බ්ලොග් වෙබ් අඩවි බොහෝවිට පෞද්ගලික වෙබ් අඩවි සඳහා යොදාගන්නා අතර, වෙබ් පිටු වලින් තොරව, බ්ලොග් පෝස්ටු වලින්ම පමණක් සමන්විතවේ. ව්‍යාපාර වෙබ් අඩවි සාමාන්‍යයෙන් වෙබ් පිටු වලින් සමන්විත වන අතර, වදිනෙදා සිද්ධීන් පළ කිරීම සඳහා වන පෝස්ටු අන්තර්ගත බ්ලොග් කොටසක් එකතු කළ හැක.

ඉහත සඳහන් වෙබ් අඩවියෙහි නිවිස් ලින්ක් එක වෙත පිවිසීමෙන්, වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන්නාහට සබැඳි ප්‍රවෘති සහිත බ්ලොග් කොටස වෙත පිවිසිය හැක. මෙහිදී නවතම ප්‍රවෘති ඉහළින්ම පෙන්වනු ඇත.

- පෝට්ෆෝලියෝව

මෙම වර්ගයේ වෙබ් අඩවි යොදාගන්නේ විවිධ නිෂ්පාදනයන්, රූප සහ ව්‍යාපෘති පිලිබඳ විස්තර ලබාදීමටයි.

- වසම් නාමය

මෙය විශේෂ වෙබ් අඩවියක් සොයාගැනීමට යොදාගන්නා වෙබ් අඩවු නාමය හෝ වෙබ් අඩවි ලිපිනයයි. ( උදා ■ හෝ ) එකම ආකාරයේ ඩොමේන් නාම දෙකක් පැවතිය නොහැක. එනිසා අසමසම ඩොමේන් නාමයක් ව්‍යාපාර හිමිකරු විසින් සොයාගෙන එය ලියාපදිංචි කිරීම වැදගත් වේ.

- වෙබ් හොස්ට්

මෙය ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ ලිපිගොණු ගබඩාකරගනිමින්, අන්තර්ජාලයට සම්බන්ධ අනෙකුත් පරිඝණක වලට භාවිතාකළ හැකි පරිදි ලබාදෙන ව්‍යාපාරයයි. මෙය ඔබගේ අවශ්‍යතාවය අනුව විවිධ ප්‍රමාණවල ගෙවල් ලබා දෙන විශාල නිවාස සංකීර්ණයක් ලෙස ඔබට තේරුම්ගත හැකිය.

### වෙබ් අඩවියක කොටස්

බොහෝ වෙබ්අඩවි පහත් ලක්ෂණයන්ගෙන් යුක්තය.

#### මුල් පිටුව

සාමාන්‍යයෙන් වෙබ් අඩවියක මුල් පිටුව වන්නේ වසම් නාමය මත පිහිටා ඇති ආරම්භක පිටුවයි. සාමාන්‍යයෙන් එහි අරමුණු වනුයේ

- පිවිසෙන්නන් පිළිගැනීමට
- ක්ෂණිකයෙන් ඔබ කරන දෙය හුවා දැක්වීමට
- වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන්නන්ට වෙනත් කොටස් වෙත මග පෙන්වීමට

### ශීර්ෂකය

ශීර්ෂකය සාමාන්‍යයෙන් සමන්විත වන්නේ මාතෘකාව, ව්‍යාපාර ලාංඡනය සහ වෙබ් අඩවියේ උප මාතෘකාවෙන් මෙන්ම බොහෝ අවස්ථාවන්හිදී මගපෙන්වීමේ මෙනුව සහිතය. ශීර්ෂය සාමාන්‍යයෙන් පිවිසෙන්නාට මතකයේ රැකෙන අයුරින් සහ වෙබ් අඩවිය ස්ථාවර සැලසුමක පවතින ආකාරයෙන් වෙබ් අඩවියේ සෑම පිටුවකම එකම ආකාරයෙන් පවතී.

### මං සෙවුම් මෙනුව

වෙබ් අඩවිය තනි පිටුවක වෙබ් අඩවියක් නො වේනම්, මං සෙවුම් මෙනුවක් අවශ්‍යය. මෙම මෙනුව පරිශීලකයා වෙබ් අඩවියේ ඇති අනෙකුත් පිටු සමග සම්බන්ධ කිරීමට පහසුකම් සලස්වයි. එය වෙබ් අඩවියේ ඕනෑම තැනක ස්ථානගත කළ හැකි වුවද බොහෝ විට ඇත්තේ වෙබ් අඩවියේ ඉහළ කෙළවරෙහිය.

### පාදකය

වෙබ් අඩවියේ පහළම පාදකය ස්ථානගත කරණු ලබයි. ශීර්ෂකය මෙන්ම මෙයද සෑම වෙබ් පිටුවක් ඔස්සේම ස්ථාවර ස්ථානයක පිහිටුවා තබයි. සාමාන්‍යයෙන් පාදකයේ දෘශ්‍ය විලාසය ඉතාමත් සරලය. එහි විස්තර කුඩා සරල අකුරු වලින් සමන්විතය.

එහි ප්‍රකාශන අයිතිය පිලිබඳ විස්තර, සම්බන්ධීකරණ විස්තරම්, සිතියම, සන්ධාන, සහ සමාජ නිරූපක වැනි විස්තර අඩංගු වේ.

**සාරාංශය**

- වෙබ් අඩවියක වෙබ් පිටු, පොස්ට් සහ පෝර්ට්ෆෝලියෝ අඩංගු විය හැක.
- වෙබ් අඩවිවල
  - මුල් පිටුව
  - ශීර්ෂකය
  - මං සෙවුම් මෙහුව
  - සහ පාදකය අඩංගු වේ.

මා හට වෙබ් අඩවියක් අවශ්‍යවන්නේ ඇයි ?

දැනට ඩිලියන දෙකක පමණ සක්‍රීය වෙබ් අඩවි අන්තර්ජාලයේ පවතී. ඔබගේ ව්‍යාපාරයටත් වෙබ් අඩවියක් අවශ්‍ය ඇයි ? තත්වයෙන් උසස් වෙබ් අඩවියක් ඔබගේ ව්‍යාපාරය සතුටුමේ අවශ්‍යවීමට හේතු කිහිපයක් පවතී.

1 එය බොහෝවිට ඔබගේ පාරිභෝගිකයින් සමග පළමු සම්බන්ධතා ස්ථානය වන නිසා එමඟින් ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිලිබඳව ඉතා හොඳ පළමු හැඟීමක් ඇතිකළ හැකිය. මෙය සුදුසු රූප සහ පැහැදිලි තොරතුරු සහිත නවීන වෙබ් අඩවි මගින් කරනු ලබයි.

2 වෙබ් අඩවියක් පැය විසිහතර තුලම පාරිභෝගිකයින්හට විවෘතය. ඔබ වැඩ නොකරන අවස්ථාවලදී ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔබ වෙනුවෙන් මාර්ගගතව සේවය සපයනු ඇත.

3 එමෙන්ම එය ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාරය හෝ සේවාව පිලිබඳ වැදගත්කමකින් කටයුතු කරන නිසා පාරිභෝගිකයින්ට ඔබ ගැන විශ්වාසයක් තැබිය හැකි බව පෙන්වයි.

4 වෙබ් අඩවි ලාබදායීය. වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීමට සහ හොස්ටින් සඳහා ඔබට මුදලක් දැරීමට සිදුවුවද, වෙබ් අඩවි යනු ලාබදායීම වෙලඳ ප්‍රචාරණ ක්‍රමවේදයකි.

5 අත් පත්‍රිකාවල හෝ අනෙකුත් වෙලඳ ප්‍රචාරණ ක්‍රමවලට වඩා විශාල තොරතුරු ප්‍රමාණයක් ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙහි අන්තර්ගත කළ හැකිය. උදා ■ ඔබ නවාතන් පහසුකම් සපයන ව්‍යාපාරයක නිමිකරුවෙක්නම්, ඔබට සැපයිය හැකි සේවාවන්ගේ පින්තූර සහිත සම්පූර්ණ ගැලරියක් ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙහි ප්‍රදර්ශනය කළ හැකිය.

**වෙබ් අඩවියක් සැලසුම් කිරීම**

මෙම විඩියෝවෙහි ඔබට වෙබ් අඩවියක් සැලසුම් කිරීමට අවශ්‍යවන ප්‍රශ්න කිහිපයක් ඔබ වෙත ගෙන එන්නෙමු.

1 ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙහි අරමුණ කුමක්ද ?

ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිලිබඳව දැනුවත්තාවය ඇතිකිරීමට, වැඩි පිරිසක් වෙත ලඟා වීමට, ඔබගේ පාරිභෝගිකයින්ට ඔබගේ ව්‍යාපාරය සොයාගැනීම පහසු වීමට වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කරන්නේනම්, ඔබට අවශ්‍ය වන්නේ සරළ සහ සෘජු වෙබ් අඩවියකි.

අවම වශයෙන් ඔබගේ වෙබ් අඩවිය මිනිසුන්ට පැවසිය යුත්තේ

- ඔබ කවුද යන්න ( About us පිටුවෙන් )
- ඔබ සපයන භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් පිලිබඳ ( Products හෝ Services පිටුවෙන් )
- ඔබ හා සම්බන්ධවිය හැකි ආකාරය සහ ඔබගේ ව්‍යාපාර ස්ථානය පිලිබඳ විස්තර ( Contact us පිටුවෙන් )

ඔබගේ ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය තොරතුරුමය හෝ දැනුවත්කිරීමේ වෙබ් අඩවියක්, ඔබගේ මාර්ගගතව සිටීම සඳහා හොඳ ආරම්භයකි. එමෙන්ම එය ඔබට තනි වෙබ් පිටුවකින් වුවද කළ හැකිය.

ඔබ ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සමග වඩාත් සමීප වන විට හෝ ඔබට වැඩිපුර කාලය ඇති විට හෝ ඔබගේ ව්‍යාපාරය වර්ධනය වනවිට, ඔබට අලුතෙන් වෙබ් පොටු එකතු කිරීම සහ සම්බන්ධවීමේ පෝරම එක් කිරීම, පාරිභෝගික ප්‍රතිචාර එක් කිරීම හෝ සමාජ මාධ්‍ය වැනල සමග සම්බඳකිරීම වැනි සැකසීම් කළ හැකිය.

ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ මූලික අරමුණ මාර්ගගත ව්‍යාපාරයක් වීමටනම් හෝ ඔබ යමක් විකිණීමට සැලසුම් කරන්නේනම්, ඔබ වඩාත් ශක්තිමත් මාර්ගගත නිශ්පාදන නාමාවලි දත්ත සමුදාය සහ මූල්‍ය ගණුදෙනු සැකසීම වැනි වෙබ් පහසුකම් ගත අවධානය යොමු කළ යුතුය.

මෙය අවශ්‍යවන්නේ ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔස්සේ විකිණීමට අවශ්‍යනම් පමණක් නිසා ඔබ කළබලවියයුතු නැත. මෙයින් තවත් වැඩි අධික බවක් හෝ සංකීර්ණ බවක් අදහස් වෙන්නේ නෑ

2 ඔබගේ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් කවුද ?

කුඩා ව්‍යාපාරික වෙබ් අඩවියක් සඳහා ඔබගේ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් වනුයේ ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන් සහ අනාගත ගනුදෙනුකරුවන්ය. ඔබගේ භාණ්ඩ හා සේවාවන් මිලදී ගන්නේ කවුද ? අලුතින් ඔබගේ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ලැයිස්තුවට ඇතුලත් කිරීමට අදහස් කරන්නේ කවුරුන්ද ?

නව වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීම සතුටුදායක කාරණයක් වුවද, එම වෙබ් අඩවිය ඔබ හෝ ඔබේ ව්‍යාපාරය පිලිබඳ පමණක් නො වන බව මතක තබාගන්න. ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔබගේ ගණුදෙනුකරුවන් සඳහා විය යුතුය. එමෙන්ම ඔබගේ ගණුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතාවයන් පිලිබිඹු වියයුතුය.

මෙම අවස්ථාව සලකා බලන්න. ඔබ ඔබගේ ප්‍රදේශයේ ඔබට අයත් කුඩා ආපනශාලාවක් වෙනුවෙන් වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කරනවායැයි සිතන්න. ඔබගේ ගණුදෙනුකරුවන් සැමවිටම අලංකාර ලෙස සරසා ඇති ආහාර සහ සුවපහසු වටපිටාව ගැන කතා කරාවි.

ඔබගේ වෙබ් අඩවිය කුමන ස්වරූපයක් ගත යුතුද ?

හිතන්න ඔබ සර්ග් අයිතමම් විකුණන මුහුදු බඩ වෙලඳසලක අයිතිකරු ඔබනම්, ඔබේ ගණුදෙනුකරුවන් ඉතා උනන්දු සහිත කරන අයනම් සහ ඔවුන් ඔබ සහිත වල දේශීය තත්ව පිලිබඳ විශේෂඥයෙක් ලෙස දකිනම්

දැන් ඔබගේ වෙබ් අඩවිය කුමන ස්වරූපයක් ගත යුතුද ?

ඔබගේ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ කැමැත්ත සහ අවශ්‍යතාවය අවබෝධකරගැනීම ඔබගේ වෙබ් අඩවියට සුදුසුම අන්තර්ගතය තෝරා ගැනීමට රුකුල් වෙනු ඇත.

ඔබගේ වෙබ් අඩවිය පරිශීලනය කරන පිවිසෙන්නන් කළ යුතුයැයි ඔබ බලාපොරොත්තු වන දේ මොකක්ද ?

ඔබට අවශ්‍යය ඔවුන් ඔබසමග සම්බන්ධ වීමද ? ඔබගේ ව්‍යාපාර ස්ථානයට පිවිසීමද ? මර්ගගතව මිලදී ගැනීමද ?

සෘජුව සහ විශේෂිත ආකාරයකින් ඔවුන්ගේ අදහස් ලබාගැනීම පැහැදිලිව දැක්වන්න. සරළව පවසුවහොත් ඔවුන්ට කළයුතු දේ සඳහා පැහැදිලි උපදෙස් ලබාදෙන්න.

විය සිදුකරන්න.

ඔබට සිතීමට සුළු කරුණු කිහිපයක් දෙන්නමී, නමුත් ඒ පිලිබඳව ඕනෑවට වඩා සිතීමෙන් වළකින්න. ඉක්මනින් පටන්ගෙන ඔබගේ මූලික තොරතුරු මාර්ගගත කරන්න, තනි වෙබ් පිටුවක අඩවියක් වුවද ප්‍රමාණවත් වේවි.

ඔබ සතු වේලාව සහ හැකියාවන් ඉහළ ගිය පසු, ඔබගේ වෙබ් අඩවිය නවීකරණය කිරීමට සහ පුළුල් කිරීමට ඔබට අවකාශ හිමිවනු ඇත.

**සාරාංශය**

පෙනුමෙන් මනා වූ පමණක් නොව, ආකර්ෂණීය වූ කාර්යක්ෂම වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීමට, ඔබ ඔබගේ විශේෂිත වූ පහත සඳහන් ගැටළු පිලිබඳව අවධානය යොමු කළයුතුය.

- ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙහි අරමුණ කුමක්ද ?
- ඔබගේ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් කවුද ?
- ඔබගේ වෙබ් අඩවිය පරිශීලනය කරන පිවිසෙන්නන් කළ යුතුයැයි ඔබ බලාපොරොත්තු වන දේ මොකක්ද ?

**වෙබ් හොස්ටින් යනු කුමක්ද ?**

මුලින්ම ඔබට වෙලදසැලක් විවෘත කිරීමටනම්, ඔබට ඉඩමක් අවශ්‍යය. ඉඩමක් රහිතව ඔබට ඔබගේ වෙලද සළ ප්‍රදර්ශනය කිරීමට හෝ භාණ්ඩ ගබඩා කිරීමට හෝ නො හැකිවනු ඇත.

විපරිද්දෙන්ම අන්තර්ජාලයේ, ඔබගේ භාණ්ඩ ප්‍රදර්ශනය කරන වෙලදසළ වන්නේ ඔබගේ වෙබ් අඩවියයි. මේ සඳහා ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ දත්ත ගබඩා කිරීමට අවකාශයක් අවශ්‍යය.

ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ දත්ත ගබඩා කර තැබීමට වෙබ් සත්කාරක සමාගම විසින් ඔබට අවකාශයක් ලබාදෙනු ඇත.

ඔවුන් මෙය කරන්නේ කෙසේද ?

ඔබ වෙබ් සත්කාරක පැකේජයක් මිලදීගත් පසු, ඔවුන් ඔබ වෙනුවෙන් ඔවුන්ගේ සේවාදායකය තුල නියමිත ඉඩ ප්‍රමාණයක් වෙන්කර තබනු ලැබේ. එම සත්කාරකය පූර්ණකාලීනව අන්තර්ජාලය හා සම්බන්ධව පවතී.

නාවිකාකරන්නන් ඔබගේ වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන විට, ඔවුන් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සම්බන්ධ වෙන්නේ ඔබගේ වෙබ් අඩවිය පිලිබඳව ගොනු ගබඩා කර ඇති වෙබ් සත්කාර සපයන්නේ සත්කාරකයාටයි. එවිට තොරතුරු ඔවුන්ගේ පරිඝණක වෙත යොමු කළ පසු ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔවුන්ගේ තිරයේ දිස්වනු ඇත.

**සාරාංශය**

- ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔබගේ භාණ්ඩ ප්‍රදර්ශනය කරන වෙලඳසැලක් වැනිය.
- වෙබ් සත්කාරක සමාගම් විසින් ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ ගොනු ගබඩාකර තබාගැනීමට අවශ්‍ය අවකාශය ලබාදෙනු ඇත.
- ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ ගොනු, පිවිසෙන්නන් වෙත ලබා දෙන්නේ අන්තර්ජාලය හරහාය.

**වසම් නාමය සහ වෙබ් අඩවි**

වසම් නාම සහ වෙබ් අඩවි ඉතා සමීපව බැඳී තිබුනද ඉතා වෙනස් දේවල් දෙකකි.

වසම් නාමයක් ලියාපදිංචියෙන් පසුව, එහි සේවය නියමිත ආකාරයෙන් ලබාගැනීමට ඔබ සුළුදෙයක් කළ යුතුය. ඔබගේ වසම් නාමය වෙබ් අඩවියක් සඳහා හෝ විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් සඳහා හෝ ඒ දෙකම සඳහා යොදාගත හැකිය.

ඔබට වසම් නාමයක් ලියාපදිංචියෙන් පසු විය වෙබ් අඩවියක් හෝ විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් සඳහා යොදා නොගෙන සිටිය හැකිමුත්, වසම් නාමයක් නොමැතිව ඔබට වෙබ් අඩවියක් හෝ විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් පවත්වාගෙන යා නො හැකිය.

වෙබ් අඩවියක් සඳහා නාවිකා කිරීමේදී, පිවිසෙන්නන් විසින් ඔවුසරය මත ටයිප් කරනු ලබන්නේ ඔබගේ වසම් නාමයයි. එනිසා විය වෙබ් ලිපිනය ලෙසද සමහර අවස්තාවන්හිදී හඳුන්වනු ලබයි.

Godaddy හි වසම් නාමය ලෙස නාවිකා කරන්නේ [godaddy.com](http://godaddy.com) ය.

නමුදු වසම් නාමයක් ලියාපදිංචි කළ පමණින් වෙබ් අඩවියක් ස්වයංක්‍රීයව නිර්මාණය නො වනු ඇත. එයින් අදහස් වන්නේ ඔබ විසම් නාමය ලියාපදිංචි කළ බව පමණි.

උදාහරණයක් ලෙස, ඔබ ඉතා සුදුසු නාමයක් සහිතව ඔබගේම ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට තීරණය කළහමුත්, ඔබට එම නාමයෙ ආරක්ෂාව සඳහා හිමිකම් සහතිකයක් ලබාගත යුතුවේ. කෙසේහෝ ව්‍යාපාරයට නමක් තැබීම ව්‍යාපාරයක් සංවර්ධනය කිරීමේ පියවර වලින් එකක් පමණි.

ඒ ආකාරයෙන්ම ඔබ වසම් නාමයක් ලියාපදිංචි කර විය ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සඳහා නාවිතයට ගැනීමේදී, විය අන්තර්ජාලයේ ප්‍රදර්ශනය වීමට ඔබට මුලින් වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීමට සිදුවන අතර පසුව වෙබ් සත්කාරක සේවයක් සොයාගනීමට සිදුවනු ඇත.

සත්කාරකයක් යනු කුමක්ද ?

වෙබ් අඩවි සත්කාරක යනු, වෙබ් අඩවියක් හෝ වැඩි ප්‍රමාණයක් සඳහා ගොනු ගබඩාකර සේවය සපයන ආයතනයයි.

වෙබ් සත්කාරක ආයතනයක්, සාප්පු සංකීර්ණයක් ලෙස සිතන්න. ඔබට එම සාප්පු සංකීර්ණයේ වෙලඳසලක් පවත්වාගෙන යාමට අවශ්‍යයනම් එහි අවකාශයක් බදු මත ලබාගත හැකිය.

සාප්පු සංකීර්ණ මෙන්ම වෙබ් සත්කාරක ආයතන ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙ ගොනු අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිලිබඳ තොරතුරු දනගැනීමට කැමති පිරිස් සඳහා ප්‍රදර්ශනය කිරීමට ඔවුන්ගේ සේවාදායකයන් මත ගබඩා කර තබනු ලැබේ.

ඔබ ඔබගේ වසම් නාමය ලියාපදිංචි කළ පසු, ඔබට කැමති වෙබ් සත්කාරක සේවාවක විය හැකි කළ හැකිය.

සාප්පු සංකීර්ණයේ ඇති ඔබගේ වෙලඳසැල මතකද ? ඔබට එම වෙලඳ සළ වෙනත් ස්ථානයකට ගෙන යාමට අවශ්‍ය වූයේයැයි සිතන්න, ඔබගේ භාණ්ඩ අසුරාගෙන වෙනත් ස්ථානයකට ගියද, ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය ඒ ආකාරයෙන්ම ඔබට භාවිතා කිරීමට ඔබට හැකිවෙනු ඇත.

වසම් නාමයක් මේ ආකාරයෙන්මය. ඔබගේ වෙබ් ගොනු මොන සේවාදායක සමාගමක් යටතේ ගබඩා කළද, වසම් නාමයේ ලියාපදිංචිය වලංගු වනතුරු වසම් නාමයේ අයිතිය ඔබ සතුව පවතිනු ඇත.

**සාරාංශය**

- ඔබගේ වසම් නාමය ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සඳහා සහ / හෝ විද්‍යුත් තැපෑල සඳහා භාවිතා කළ හැකිය.
- වසම් නාමයක් නොමැතිව ඔබට වෙබ් අඩවියක් පවත්වාගෙන යා නොහැකිය.
- වසම් නාමය වෙබ් ලිපිනය ලෙසද හඳුන්වනු ලබයි.
- ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සත්කාර කිරීමට වෙබ් සත්කාරක ආයතනයක් අවශ්‍යය.

**වසම් නාමයක් තෝරාගන්නේ කෙසේද ?**

අපි දන්නවා අපේ ව්‍යාපාරයට වසම් නාමයක් අවශ්‍ය බව. අපි බලමු එය තෝරාගන්නේ කොතොමද කියලා

ඔබේ වසම් නාමය ඔබගේ මාර්ගගත අනන්‍යතාවයේ තීරණාත්මක කොටසකි. එහිසා හොඳ වසම් නාමයක් තෝරා ගැනීම ඉතා වැදගත්ය.

තෝරාගනීමේදී කෙටි සහ ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල වසම් නාමයක් තෝරාගන්න. දිග සහ සංකීර්ණ වසම් නාම වලට වඩා උචිතරණය කිරීමට සහ ටයිප් කිරීමට පහසු වසම් නාමයක් තෝරාගන්න.

උදාහරණයක් ලෙස ඔබගේ ව්‍යාපාරය ජනෙල් සහ වීදුරු පිරිසිදුකරන ව්‍යාපාරයක්නම්, ඔබගේ වසම් නාමයට “Window” , “Clean” හෝ “Cleaning” වැනි මූල පද එකතු කිරීම සුදුසුය. එයට හේතුව, අන්තර්ජාලය භාවිතාකරන්නන් ඔබගේ සේවාව අවශ්‍යවූ විට සොයන්නේ එවැනි වචන වලින් වීමයි.

ඉලක්කම් ලෙසකියවූවද හැකිවූවද අංක, සහ ඉරි භාවිතය භාවිතයේදී ව්‍යාකූලතා ඇතිකළ හැකිය.

උදාහරණයක් ලෙස "number1-windowcleaning-4u.com" වසම් නාමයට වඩා කෙටි වචන තුනකින් සැදුණු "bestwindowcleaning.com," මතක තබා ගැනීමට පහසු වනු ඇත.

දේශීය ව්‍යාපාර සඳහා ඔබගේ නගරය, පළාත වසම් නාමය නිර්මාණයේදී භාවිත කිරීමෙන් පාරිභෝගිකයින්ට පහසුවෙන් සොයාගත හැකිවනු ඇත.උදාහරණයක් ලෙස "colombowindowcleaning.com" යන්න "bestwindowcleaning.com" ට වඩා ඉලක්ක වනු ඇත.

දැන් දිගුව පිලිබඳව බැලීමේදී... එය ඩොට් සලකුණෙන් පසු ඇති කොටසයි. “.com” ඔබට ලබා ගත හැකිනම් සුදුසුය. එය වඩාත් පුළුල්ව භාවිතා කරන දිගුවයි. නමුත් එය ඉතාමත් දිගු කලයක් භාවිතවේ යෙදුණු හිසා කෙටි සහ මතක තබා ගත හැකි දිගුවක් ලබාගැනීම අභියෝගාත්මක වනු ඇත.



අත. අනෙකුත් ප්‍රසිද්ධ දිගු වනුයේ .net, .org., .info. සහ .biz ය. අනිවාර්යයෙන් රටට ආවේනික වූ දිගුවක් භාවිතා කිරීමට බලන්න. ලංකාව සඳහා .lk ය.

වැරදි අක්ෂර වින්‍යාස සහිත වසම් නාම මිලදී ගැනීමෙන් වැරදීමකින් ටයිප් කරන ලද පාරිභෝගිකයින්ද ඔබගේ වෙබ් අඩවිය වෙත අයොමු කරගත හැකිවනු ඇතර විය ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය ආරක්ෂා කර ගැනීමට සහ වර්ධනය කට ගැනීමට රැකුල් වනු ඇත.

**වැදගත්**

- වසම් නාමය සැමවිටම ව්‍යාපාර අයිතිකරුගේ නමට ලියාපදිංචි කරගත යුතුය. වෙන කෙනෙකු ඔබ වෙනුවෙන් වසම් නාමය ලියාපදිංචි කරන්නේ නම් ඔබ වසම් නාමයේ ලියාපදිංචි කරුවකු ලෙස ලැයිස්තුගත කිරීමට වගබලා ගන්න. අවසානයේ විය ඔබගේ ව්‍යාපාරය වන අතර වෙබ් අඩවි නාමයද ඔබ සතුව තිබීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි.
- .lk වසම් නාමයක් ලබා ගැනීම ඉතාමත් අසීරු කරුණකි. නමුත් ලංකාවේ දේශීය ව්‍යාපාර සඳහා .lk වසම් නාමයක් ලබාගැනීම හොඳ තේරීමකි. මේවා රට මට්ටමේ විස්මි ලෙස හැඳින්වේ. වසම් නාමයක් සොයා ගැනීමට <https://www.nic.lk/> වෙත පිවිසෙන්න.
- ඔබගේ වසම් නාමය ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමයම විය යුතු නැත. උදාහරණයක් ලෙස ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය Sara's Homestay නම්, ඔබගේ වසම් නාමය 'sarashomestay.lk' හෝ 'sunriseview.lk' වැනි ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය නිරූපණය කරන වසම් නාමයක් තෝරාගත හැකිය.

**වෙබ් සත්කාරක වර්ග**

වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීම ඉතාමත් භයානක කාර්යයක් ලෙස පෙනෙනු ඇත. විය ඔබටම කරගැනීමට හැකි කාර්යයක් ලෙස හෝ හැඳින්වීම වියට වෙනත් කෙනෙකුගේ හෝ ආයතනයක සහය ලබා ගැනීම වැදගත්ය. ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ඔබගේ ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් කරන විශාල ආයෝජනයක් නිසා විය නිසියාකාරව කර ගැනීම ඉතා වැදගත්ය.

මතක තබාගන්න බොහෝ වෙබ් සත්කාරක සේවාවන් මුල් මාසය හෝ අවුරුද්ද ඉතාමත් අඩු මුද්දකට ලබාදුන්නද, නැවත අලුත් කිරීමේදී විශාල මුදලක් ලබාගත හැකිවන පරිදි ඔබ බැඳ තබා ගැනීමට හැකිය. එනිසා දෙවැනි මාසයේ හෝ අවුරුද්දේ මිල සොයාබැලීමට පරීක්ෂාකාරී වන්න. අවුරුද්දකට එක්වර ගෙවීම ලාබදයි විය හැකි වුවද ඔබගේ අවශ්‍යතාවය මත පැකේජය තෝරාගන්න. හොස්ටින් පැකේජය උත්සාහ කර බැලීමකටනම්, මාසික ගිවිසුමක් තෝරාගැනීම සුදුසුය.

ඔබගේ වසම් නාමය, වෙබ් අඩවිය සහ විද්‍යුත් තැපෑල සහිත සත්කාරක පැකේජයක් තෝරාගන්න,

**වර්ඩ්ප්‍රෙස්**

ලොව පුරා 30%ක් පමණ වෙන් අඩවි භාවිතාකරනුයේ වර්ඩ්ප්‍රෙස්ය. මෙය ඉතාම බලගතු සහ නොමිලේ ලබාදෙන බොහෝ සත්කාරක සේවා සමග භවිතා කළ හැකි මෘදුකාංගයකි.

**වාසි**

- HTML හෝ කේතීකරණ දැනුම අවශ්‍ය නො වේ.
- මෙයට සහය ලබාගත හැකි ඉගෙනුම් සම්පත් අන්තර්ජාලයේ නොමිලේම ලබාගත හැකිය. “Wordpress Basics” සොයා බලන්න.

- Wordpress අඩවියක් ඉතා පහසුවෙන් වෙනත් සත්කාරක සේවාවක් වෙත පහසුවෙන් මාරු කළ හැකිය.

අවාසි

- ඉතා පහසුවෙන් කොටස් ඇද දමා සෑදිය හැකි වෙබ් අඩවි නිර්මාණය මෙන් පහසු නැත.
- සියලුම මාර්ගගත සම්පත් වල ව්‍යාකූලතා පෙන්නුම් හැකිය.

අඩවි නිර්මාණ වැඩසටහන්

[Wix](#), [Weebly](#), [GoDaddy](#). වැනි බොහෝ වෙබ් සත්කාරක සපයන්නන් ඔවුන්ගේම වෙබ් අඩවි නිර්මාණය කරන මෘදුකාංග ලබාදෙනු ඇත.

වාසි

- HTML හෝ කේතීකරණ දැනුම අවශ්‍ය නො වේ.
- පහසු සංවරක ඇද දැමීමෙන් නිර්මාණය කළ හැකිය.

අවාසි

- සීමිත උපකාරී සම්පත් වලින් යුක්තය
- ඔබගේ වෙබ් අඩවිය වෙනත් සත්කාරක සේවාවක් වෙත යොමු කළ නොහැකිය

## HTML සහ CSS

වෙබ් අඩවිය HTML සහ CSS කේතයන් භාවිතයෙන්ද සාදාගත හැකිය නමුත් මෙය පළපුරුදු වෙබ් අඩවි නිර්මාණකරුවන් සඳහා පමණි.

වාසි

- ඉතා නම්‍යශීලීය

අවාසි

- කේතීකරණ පළපුරුද්ද අවශ්‍යය.

නොමිලේ සපයන වෙබ් සත්කාරක සේවා.

වෙබ් අඩවි නොමිලේ සත්කාරක කළහැකි වුවද සැමවිටම අවාසි පවතින නිසා අප අනුමත කරන්නේ නැත. සමහර හේතු වනුයේ.

## ප්‍රචාරක දැන්වීම්

සමහර සත්කාරක නොමිලේ සේවාව ලබාදෙන්නේ ඔවුන්ගේ ප්‍රචාරක දැන්වීම් ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ පළකිරීමේ අවාසියද සමගය. මෙය ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ වෘත්තීය පෙනුමට හානි කරයි.

සීමා කිරීම්

සමහර සත්කාරක සේවාවන් ඉතාමත් සීමිත පහසුකම් සහිතව ලබාදෙන අතර සමර අවස්ථාවන්හිදී පූර්ණ සේවාවක් ලබාගනීමට ඔබට ගෙවිය යුතු පැකේජ සඳහා මාරු වීමට සිදුවනු ඇත.

වසම් නාමයක් රහිතය

Wordpress.com වැනි අනෙකුත් වෙබ් සත්කාරක සේවාවන් ඔවුන්ගේ වසම් නාමයන් ඔබගේ අඩවියට එකතු කරනු ලබයි.

උද. [yoursite.wordpress.com](http://yoursite.wordpress.com).

වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් භාවිතයෙන් වෙබ් අඩවියක් සාදාගනිමු.

විය නිදහස් විවෘත මුද්‍රාකාංගයක් වන අතර මෙය අඩවි හෝ සාදන සත්කාරක සේවාවන් සමග හවිතා කළ හැකිය.

වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් විසින් ඔබ බලපොරොත්තු වෙන නිර්මාණාත්මක බව සහ ක්‍රියාකාරීත්වය ලබාදෙන්නේ තේමා සහ ප්ලගින් භාවිතයෙනි. නොමිලේ සහ ගෙවීමක් කර ලබාගත හැකි බොහෝ තේමා සහ ප්ලගින් අන්තර්ජාලයේ ඇත.

**ප්ලගින්** යනු ඔබගේ වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් වෙබ් අඩවියට නවතම විශේෂාංග සහ ක්‍රියාකාරීත්වයන් ඇතුලත් කළ හැකි යෙදුම්ය. ඔබගේ ජංගම දුරකථනයට යෙදුම් ඇතුලත් කළහැකි සේම කළ හැකිය. මෙම ප්ලගින් <https://wordpress.org/plugins/> ඔස්සේ ලබාගත හැකිය.

**තේමා** යනු ඔබගේ වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් වෙබ් අඩවියට පිරි සැලසුම්, වර්ණ සහ අකුරු ඇතුලත් කළ හැකි මෝස්තර සහ ස්ටයිලය. මේවා ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ සියළුම පිටු වලට බලපාන අයුරින් සකස් කළ හැකිය. ඔබට අවශ්‍ය තේමා <https://wordpress.org/themes/> ඔස්සේ ලබාගත හැකිය.

1 ඔබගේ වෙබ් අඩවියට නමක් තෝරාගන්න.

නැතිනම් ඔබ තෝරාගත් වසම් නාමයක් ඇත්නම් එහි ලබාගතහැකි බව පිරික්සීමෙන් අනතුරුව විය හොස්ටින් පැකේජය ලියාපදිංචි කිරීමේදී ලියාපදිංචි කළ හැකිය.

2 වෙබ් සත්කාරක ලබාගන්න

දැවැන්ත අන්තර්ජාතික වෙබ් සත්කාරක සපයන ආයතනයක් වන Go Daddy වෙතින් වෙබ් සත්කාරක ඇණවුම් කරන ආකාරය සහ වසම් නාමයක් ලියාපදිංචි කරන ආකාරය මෙම විඩියෝවෙන් පෙන්වාදෙයි. ඔවුන් දැනට පවතින හොඳම සත්කාරක සේවාව හෝ වුවද, ඔබගේ සේවාවට උචිත විය හැකියයි සැලකිය හැකි ආයතනයකි.

අනෙක් වෙබ් සත්කාරක සේවයන්හිදී ඇත්තේ මෙයට සමාන වෙබ් සත්කාරක සහ වසම් නාම ලියාපදිංචි ක්‍රමයකි. මෙම විඩියෝවෙහි ඇති මිල ගණන් ඉංදියන් රුපියල් වලින් ප්‍රදර්ශනය කරන බවත් එහිසා මිල ගණන් වල වෙනස්කම් සිදුවිය හැකි බවත් මතකයේ තබා ගන්න.

තෝරාගත් වෙබ් සත්කාරක සපයුම්කරු සමග ගිණුමක් ලියාපදිංචි කරන්න.

ඔබ ගෙවීම් කිරීමට බලාපොරොත්තු වන ආකාරය තෝරන්න. සත්කාර වෙනුවෙන් පූර්ණ වසරක් සඳහා සම්පූර්ණයෙන් ගෙවීම මාසිකව ගෙවීමට වඩා ලාබාදායී වන බව දැනුවත් වන්න. නමුත් ඔබ වසර සඳහාම ගෙවීමට බැඳී සිටී.

### 3 වර්ඩ්ප්‍රෙස් පිහිටුවන්න

දැන් ඔබ සතුව වසම් නාමයක් සහ සත්කාරක පැකේජයක් ඇති නිසා අපට සැබෑ වෙබ් අඩවිය නිර්මාණය කිරීමට හැකිය. පළමු පියවර වනුයේ ඔබගේ සත්කාරක ගිණුමට වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් මෘදුකාංගය පිහිටුවීමයි.

ඔබගේ වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් පරිපාලක පිවිසුමට අදාළ පරිශීලක නාමය සහ මුරපදය, ඔබගේ සත්කාරක ගිණුමට අදාළ පරිශීලක නාමය සහ මුරපදයම හෝ වන බව මතකයේ තබාගන්න. වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් පිවිසුම ඔබගේ වෙබ් අඩවිය කළමණාකරනය කරන අතර සත්කාරක පිවිසුම ඔබගේ සත්කාරක ගිණුම කළමණාකරනය කරනු ඇත.

වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් උපකරණ පිවර්ච භාවිතා කරනුයේ ඔබගේ වෙබ් අඩවිය පාලනය කිරීමට වන අතර. එයට ප්‍රවේශවීමට නම් "/login" යන්න ඔබගේ වෙබ් ලිපිනයට පසු එකතු කළ යුතුය.

උදා : <https://example.lk/login>

### 4 නව තේමාවක් පිහිටුවන්න

වර්ඩ්ප්‍රෙස්ස් අවම ක්‍රියාකාරීත්වයෙන් යුතු පෙරහිමි තේමාවකින් වෙබ් අඩවි සාම්පලයක් පිහිටුවනු ඇත. එම තේමාව ප්‍රතිස්ථාපනය කිරීමට අවශ්‍යයනම් දහසකට අධික ඉතා විශාල ප්‍රමාණයක තේමා පවතී.

මේ අවස්ථාවේදී අප [Astra](#) නම් තේමාව පිහිටුවමු.

තේමා මෙහුව සොයාගන්න ( එයට ඉහළ වම්පස කෙළවරේ 'My site' සම්බන්ධකය මත හෝ 'Appearance' ඔස්සේ ප්‍රවේශ විය හැකිය ) මිනිපසු තේමාව තෝරාගෙන පිහිටුවන්න.

## 5 ප්ලගින් පිහිටුවන්න

වම් පස ඇති මෙනුවෙන් 'Plugins' තෝරන්න. ඔබට අවශ්‍ය ප්ලගින් එක Astra එහි සොයන්න. පිහිටුවා සක්‍රිය කරන්න.

ඔබට අවශ්‍ය ඩිසයිනය තෝරන්න. ඉන්පසු 'Import plugins' යන්නට පිවිසි 'Install this site' ක්ලික් කරන්න.

'View site' යන්න ක්ලික් කර ආදර්ශන අන්තර්ගතයක් සහිත වෙබ් අඩවිය බලන්න. මෙහි ඇති අන්තර්ගතය ඔබට අවශ්‍ය ආකාරයට සංස්කරණය කරගත හැකිය.

## 6 අන්තර්ගතය සංස්කරණය කරන්න.

ඔබගේ වෙබ් අඩවියේ ඕනෑම පිටුවක් සංස්කරණය කිරීමට

- සංස්කරණය කිරීමට අවශ්‍ය පිටුව වෙත යන්න.
- 'Edit with Elementor' යන්න ක්ලික් කරන්න
- ශීර්ෂකය සහ පාදකය සංස්කරණය කිරීමට අවශ්‍යයනම්, ඉහළ මෙනුවේ ඇති 'Customise' විකල්පය තෝරන්න.
- අවශ්‍ය ආයිතමක් මත ක්ලික් කර ඔබට අවශ්‍ය පරිදි සංස්කරණය කරගන්න. ඉන්පසු 'Publish' ක්ලික් කිරීමෙන් කරගත හැකිය.

නව පිටුවක් එකතු කිරීමට අවශ්‍යයනම්, ඉහළ මෙනුවේ ඇති 'New' ක්ලික් කර 'Page' යන්න තෝරන්න.

ඔබට අවශ්‍යයනම් කොටසින් කොටස පිටු සෑදිය හැකි අතර එසේ නැත්නම් සංස්කරණය කිරීමට සැකසූ අවිච්චිත භාවිතා කළ හැකිය.

ඔබගේ වෙබ් අඩවිය සම්පූර්ණයෙන් අහිරැව්කරණය කරගන්නා තෙක් ඔබට වෙබ් පිටු අළුතින් ඇරෙකුලත් කිරීම සහ සංස්කරණය කිරීම කළ හැකිය. අවශ්‍ය නොවන ආදර්ශන අන්තර්ගතයන් ඇත්නම් ඒවා මකා දැමිය හැකිය.

ඔබට මෙම ක්‍රියාදාමයේ කිසියම් අසීරු අවස්ථාවක් පැමිණියහොත්, Google ඔස්සේ සෙවුම් කිරීමෙන් උදව් ලබාගත හැකිය.

සාරාංශය

- ඔබගේ වෙබ් අඩවියට නමක් තෝරාගන්න
- වෙබ් සත්කාරක ලබාගන්න
- වර්ඩ්ප්‍රෙස් පිහිටුවන්න
- නව තේමාවක් පිහිටුවන්න
- අන්තර්ගතය සංස්කරණය කරන්න

Sitebuilder පාවිච්චිකර වෙබ් අඩවියක් සාදා ගනිමු

[Wix](#) යනු ඔබට ඉතා පහසුවෙන් වෙබ් අඩවියක් තන ගත හැකි Sitebuilder මෘදුකාංග සඳහා වූ හොඳ උදාහරණයකි. එය සතුව පවතින drag-and-drop නම් ඉතාමත් පහසු සංස්කාරකය යොදාගනිමින් වෙබ් අඩවි ඉතාමත් පහසුවෙන් නිර්මාණය කරගත හැකිය. Wix යොදාගනු ලබන්නේ කෘතීම සැලසුම් බුද්ධිය නම් මෙවලමයි.

සටහන

- Wix හෝ අනෙකුත් මෘදුකාංග මගින් නිර්මාණය කරන වෙබ් අඩවි වෙනත් සත්කරක සේවාවන්ට මාරු කළ නො හැකිය.
- නොමිලේ ලබාදෙන අනුචාදනය තුල සරළ වෙබ් අඩවියක් සඳහා අවශ්‍ය සියලුම දේ තිබුණද එය ඔබගේම වසම් නාමයක් වෙත සම්බන්ධ කිරීමට අවශ්‍ය අවසර ලබා නොදේ. ඒ සඳහ ඔබට මුදල් ගෙවා ලබාගත් වාර්ත සැලැස්මක් සඳහා ලියපදිංචිවීමට වනු ඇත. ඔවුන්ගේ මිල අඩුම සැලැස්මේ පවා Wix වෙලඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරණය වන බව මතකයේ තබා ගන්න.

ඔබගේ වෙබ් අඩවිය තැනීමට අවශ්‍ය පියවර

1. Wix.com වෙත පිවිසි ලියාපදිංචි වන්න.
2. ඔබට අවශ්‍ය වෙබ් අඩවි වර්ගය තීරණය කරන්න.

3. ඔබගේ වෙබ් අඩවිය ආරම්භ කිරීමට Wix ADI තෝරන්න. Wix Editor භාවිතා කරමින් වෙබ් අඩවිය පසුව අවශ්‍ය පරිදි සංස්කරණය කළ හැකිය.

ADI විසින් ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය, ස්ථානය, සම්බන්ධතා විස්තර වැනි දේ පිලිබඳ ප්‍රශ්නාවලියකින් ක්‍රියා කරනු ඇත. මෙම විස්තර අනුව ඔබට සරිලන වෙබ් අඩවිය නිර්මාණය කරනු ඇත.

1. ඔබ කැමති ඩිසයිනයක් තෝරාගන්න.
2. දැන් ඔබ ලබාදුන් තොරතුරු මත Wix වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කරනු ඇත. ඔබගේ වෙබ් අඩවියට සුදුසුයැයි හැඟෙන රූප වියට අන්තර්ගත කරනු ඇත. පසුව ඔබට ඒවා සංස්කරණය කිරීමට හැකිවනු ඇත.
3. පහත දැකුණුපස කෙළවරෙහි ඇති බටහන මත ක්ලික් කිරීමෙන් ඔබට ඔබගේ සම්පූර්ණ වෙබ් අඩවිය නිර්මාණය කරගනීමට ඔබව යොමුකරන අවශ්‍ය විකල්ප ලැයිස්තුවක් විවෘත කරනු ඇත.
  - 1 ඔබගේ වෙබ් අඩවිය දැක ගැනීමට ඉහළ කෙළවරෙහි ඇති 'Preview' මත ක්ලික් කරන්න.
  - 2 වෙබ් අඩවියෙහි ඩිසයිනය, වර්ණයන්, අකුරු රටාවන්, කොටස් සැකැස්ම ඔබට අවශ්‍ය පරිදි සකසා ගැනීමට 'Show me how' විකල්පය භාවිතා කරන්න.
  - 3 කොටස් සහ පිටු ඔබට අවශ්‍ය පරිදි සංස්කරණය කිරීම හෝ ඉවත් කිරීම කළ හැකිය.
  - 4 සියලුම සංස්කරණ කටයුතු නිම කළ පසු දැකුණුපස ඉහළ කෙළවරෙහි ඇති 'Publish' මත ක්ලික් කළ යුතුය.
4. මීලඟ පියවර වනුයේ ඔබගේ වෙබ් අඩවිය වසම් නාමය වෙත සම්බන්ධ කිරීමයි. ඔබට නොමිලේ ලබාදෙන වසම් නාමය ඔබ වෙබ් අඩවිය නිර්මාණය කරන විට දැක ගැනීමට ප්‍රමාණවත් වන නමුත් දීර්ඝ කාලීන භාවිතයට සුදුසු නොවෙනු ඇත. ඔබ අනිවාර්යයෙන් ඔබගේම වසම් නාමයක් භාවිතා කළ යුතුය. මේ සඳහා ඔබ මුදල් ගෙවා උසස් සත්කාරක පැකේජයක් ලබාගත යුතුය.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කළයුත්තේ ඇයි ?

සමාජ මාධ්‍ය යනු මිනිසුන්ගේ තොරතුරු හුවමාරු කරගැනීමට චිකිතේකා අතර සම්බන්ධයක් ඇතිකරන වේදිකා විස්තර කිරීමට අප භාවිතා කරන යෙදුමකි. Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Tumblr, LinkedIn සහ YouTube යනු දැනට පවතින ඉතාමත්ම ප්‍රසිද්ධ සමාජ මාධ්‍ය වේදිකාවන්ය.

සමාජ මාධ්‍යයන් ඔබගේ ව්‍යාපාරය නගාසිටුවීමට වැදගත් මෙවලමක් වන ආකාරය අපි බලමු.

වීඩියෝ පිටපත

මගින් කරන ලද අධ්‍යයනයකට අනුව, සුළු ව්‍යාපාර වලින් 60%ක් පමණ නව පාරිභෝගිකයින් සොයා ගැනීමේදී සමාජ මාධ්‍යයන් රැකුල් වනබව සොයාගෙන ඇත. සමාජ මාධ්‍ය ජාල භාවිතයෙන් ව්‍යාපාර මෙහෙයවන හැටි මෙම වීඩියෝවෙන් ඉගෙන ගත හැකිය.

සමාජ මාධ්‍ය යනු කුඩා පරිමාණ ව්‍යාපාර වලට භාවිතා කළහැකි ඉතාම බලවත් අලෙවිකරණ මෙවලමකි. සමාජ මාධ්‍ය යනු මිනිසුන් එකිනෙකා අතර තොරතුරු හුවමාරු කරගැනීමට සහ සංකීර්ණ සඳහා ගෝලීයව ප්‍රවේශවිය හැකි වේදිකා, වෙබ් අඩවි සහ ජංගම දුරකතන යෙදුම්ය.

සමාජ මාධ්‍යයන් විසින් යොදාගනු ලබන්නේ භාවිතාකරන්නන්ට ඔවුන් යම් අඩවියක දැකීම අන්තර්ගතයන් යහළුවන් හා පවුලේ අය අතර බෙදාගැනීමට හෝ යැවීමට බටහයක් ක්ලික් කළ පමණින් අවස්තාව සලසා දෙන මෙවලම්ය.

බෙදා හැරීම තුලින් සමාජ මාධ්‍ය බලවත් වේ. බොහෝ දෙනෙකුගෙන් බොහෝ දෙනෙකුට ගෙන යා හැකි අලෙවිකරණ මෙවලමක් ලෙසින් ඉතාමත් ශීඝ්‍රයෙන් අන්තර්ගතය බෙදා හැරීමට අවස්තාවක් සැලසේ. සමාජ මාධ්‍යවල භාවිතයෙන් ඔබගේ ව්‍යාපාරය ඉතා සාර්ථක ස්ථානයකට මෙහෙයවිය හැකි ආකාර පහක් බලමු.

මුලින්ම, ඔබට ඔබගේ පාරිභාගිකයින් හා සම්බන්ධවීමට සහ ගෝලීය මට්ටමකින් පෞද්ගලිකව ඔබගේ පාරිභෝගිකයින්ගේ සිත් අල්ලාගැනීමට ඔබට හැකිවනු ඇත. සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඔබගේ පාරිභෝගිකයින් හා සම්බන්ධවීමට ඔවුන් නැවත ඔබගේ ව්‍යාපාරය වෙත ගෙන්වාගැනීමට හැකිවන ආකාරයට ඔවුන් සහ ඔවුනොවුන් අතර සංවාද ගොඩනැගිය හැකිවනු ඇත. ඔබගේ ව්‍යාපාරයට අනුගාමිකයින් හෝ ලෝලීන් ගොඩනගාගැනීමට ඔබට හැකිවනු ඇත.

සංවාදයක් ආරම්භ කිරීමට උදාහරණයක් ලෙස ඔබගේ ව්‍යාපාරය ඇඳුම් පැලඳුම් නම් අලුත් මෝස්තරයක ඇඳුමක පින්තූරයක් ඔබගේ ඉන්ස්ටග්‍රෑම් ගිණුමෙහි පළකොට ඔබගේ ව්‍යාපාර අනුගාමිකයින්ට එයට සමාජ විලාසිතාවක සෙල්ඊයක් පළ කිරීමට ඔවුන්ට ආරාධනා කළ හැකිය.

දෙවනුව, ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය ශක්තිමත් කර ගැනීමට සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කළ හැකිය. ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ පෞරුෂය, කැමැත්ත සහ තීක්ෂණ බුද්ධිය නිරූපණය කරන අන්තර්ගතයන් බෙදා හැරීමට ඔබ සමාජ මාධ්‍ය අඩවි භාවිතා කිරීමේදී ඔබගේ ව්‍යාපාරයට ඔබ සහ ඔබේ වෙලඳ නාමය අනෙක් තරඟකරුවන්ගෙන් වෙන් කර තැබිය හැකි අද්විතීය ස්වරූපයක් ලබාදිය හැකිය.

උදාහරණයක් ලෙස අපි දේශීය කායවර්ධන මධ්‍යස්තානයක් ගතහොත්, ඔවුන්ගේ ටීට්ට්ට් ගිණුමෙහි අතිප්‍රේරණ වාක්‍ය හෝ පින්තූර පළකිරීමෙන් ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර නාමය බලගැන්විය හැකිය.



තෙවනුව, ඔබගේ වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන ප්‍රමාණය වැඩිකරගැනීමට සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කළ හැකිය. මෙහිදී ඔබ සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ පලකරන අන්තර්ගතයන් සියල්ලක්ම ඔබගේ වෙබ් අඩවියට සම්බන්ධ කර නො තිබුනද, සමහර පෝස්ට් පමණක් සම්බන්ධ කර තැබිය හැකිය.

සිතැදගන්නාසුලු බ්ලොග් සටහනක් හෝ නවීනම භාණ්ඩයක විස්තර සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ බෙදා හැරීමෙන් තවත් විවැනි දේ දැක බලා ගැනීමට සහ විස්තර ලබා ගැනීමට ඔබගේ ව්‍යාපාර අනුගාමිකයින් ඔබගේ වෙබ් අඩවිය වෙත පිවිසීමට අවකාශ ඇත.

උදාහරණයක් ලෙස bath and body ආයිත්තම් විකුණන ව්‍යාපාරයක නවතම සුවඳ විලවුන් වර්ගය පිලිබඳව ඔවුන්ගේ ෆෙස්බුක් පිටුවෙහි සටහන් කර වට්ටම් කේතයක් වෙබ් අඩවියෙන් මිලදී ගැනීම් සඳහා ලබාදිය හැක.

සිව්වෙනුව, ඔබගේ විශේෂඥතාවය තහවුරුකර පෙන්වීමට ඔබට සමාජ මාධ්‍යයන් භාවිතා කළ හැකිය. ඔබ ඔබගේ දැනුම සහ විශේෂඥතාව පෙන්වීමේදී ඔබගේ සිතුවිලි වලට අනුගාමිකයින් පිරිසක් ගොඩනැගෙනු ඇත. එම ප්‍රේක්ෂකයන් පිරිසේ වර්ධනයත් සමගම ඔවුන්ගේ තෝරාගැනීම් කෙරෙහි ඇති ඔබගේ බලපෑමද වර්ධනය වනු ඇත.

මල් අලංකරණ ව්‍යාපාරයක් ලෙස දැනුම සැපයීමේදී, නිර්මාණකරුවෙකුට කිසියම් විශේෂිත අවස්ථාවක් සඳහා මේසය මත මල් සැරසීම් කරන ආකාරය දැක්වෙන විඩියෝවක් පළකළ හැකිය.

පස්වැනිව, ඔබගේ අලෙවියේ වුධිතයක් ඇති කරගැනීමට සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කළ හැකිය. අවසානයේදී, සම්බන්ධතා ඇතිකිරීම, ව්‍යාපාර නාම ප්‍රවර්ධනය, පිරිස් ඇදගැනීම, විශේෂඥතාවය ස්ථපිත කිරීම වැනි මෙම සෑම ක්‍රියාවක්ම යොමුවන්නේ එකම දෙයකටයි. ඒ අලෙවියයි.

අවසාන කරුණනම්, ඔබගේ ව්‍යාපාරයට සැලකියයුතු බලපෑමක් සමාජ මාධ්‍ය තුලින් ලැබෙන බවයි. එහිසා සුදානම්වන්න. ස්තෘපිත කරගන්න. සමාජයට විවර වන්න.

**සාරාංශය**

සමාජ මාධ්‍ය

- පාරිභෝගිකයින් හ සම්බන්ධවීමට
- ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය වර්ධනය කර ගැනීමට
- පිරිස් ඔබගේ ව්‍යාපාරය වෙත ඇද ගැනීමට
- විශේෂඥතාවය තහවුරුකිරීමට
- අලෙවිය වැඩිකරගැනීමට

ඔබට නිසැකවම භාවිතාකළ හැකිය.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කළයුත්තේ කෙසේද?

ඉහත විච්ඡේදයේ, සමාජ මාධ්‍ය යොදාගනිමින් ව්‍යාපාරයක් අලෙවිකරණයේ යෙදියයුතු ආකාරය පිලිබඳව වැදගත් උපදෙස් කිහිපයක් හිල් පටෙල් විසින් ලබාදේ.

ඩිජිටල් ලෝකයේ ඔබගේ ව්‍යාපාරය අලෙවිකළරණයෙහි යෙදවීම ඉතාමත් වැදගත් නිසා ඔබ ඉගෙනගත් දේ පිලිබඳව සමාලෝචනයක් කිරීම ඉතා වැදගත්ය.

ඔබ දන්නවා ඔබ සමාජ මාධ්‍යයේ සිටිය යුතු බව. වෙබ් අවකාශයේ ඉතාමත් ප්‍රසිද්ධ සමාජ මාධ්‍යයන් වනුයේ YouTube, Facebook, Twitter සහ Instagram ය. Snapchat වුවද Instagram විසින් අතිබවා සිටියද තවමත් වෙනස් ක්‍රියාකාරී භාවිතාකරන්නන් මිලියන සියයකට වඩා සිටී. නමුත් නවකයෙකු ලෙස මෙම සියල්ලක්ම අතිමහත් හා සංකීර්ණය. ඉතිං ඔබ පටන්ගතයුත්තේ කෙසේද ?

**උපදෙස් අංක 1**

ඔබ මුලින්ම කළයුත්තේ නිවැරදි සමාජ ජාලය තෝරා ගැනීමයි. ඔව්. සමාජ ජාලා බොහොමයක් ඇත. එය වුවද, වුවද, වුවද, ඔබ සිටිය යුතු සමාජ ජාලය තීරණය කිරීම ඔබ සතිය. ඔබට ඒවා සෑම විකක්ම භාවිතා කළ හැකිවුවද, කාලය මදිකම නිසා එහිදී ඔබට සෑම ගිණුමක්ම ඉතා සාර්ථකව පවත්වාගෙන යමට අපහසු වනු ඇත.

**උපදෙස් අංක 2**

දැන් ඔබට සුදුසු සමාජ ජාලය ලැබී ඇත. දැන් ඔබ එයට සරිළන අන්තර්ගතය නිර්මාණයේ යෙදිය යුතුය. ඔව්, ඔබ දැන් “මට අනුගාමිකයින් හෝ මිතුරන් නැත ” යනතැනට පත්වී ඇත. එසේ වීම ගැටලුවක් නොවේ. ඔබගේ අන්තර්ගතයක් නොමැතිනම් කිසි කෙනෙකු ඔබව අනුගමනය නොකරනු ඇත. එනිසා අන්තර්ගතයක් සාදාගන්න. එය පටන් ගන්නේ ඔබගේ ප්‍රොෆයිලය සෑදීමෙන්ය.

**උපදෙස් අංක 3**

දැන් ඔබ අන්තර්ගතය නිර්මාණය කරමින් සිටී. මීලඟට ඔබ කළ යුත්තේ මිහිසුන් සමග සබඳතා ගොඩනංවගැනීමයි. එය සමාජ මාධ්‍යජාලයකි. ඔබ පරිගණකයක සිටිය පමණින් ඔබ මිනිස් සබඳතා ගොඩ නොගන්නා බව කිව නො හැකිය. එනිසා ඔබ දන්නා සියළුම අය මිතුරන් සේ සම්බන්ධ කරගන්න. ඔවුන් අනුගමනය කිරීමෙන් ඔබට ඔබට සබඳතා ගොඩනගාගැනීමට පහසු වනු ඇත.

## උපදෙස් අංක 4

අවසාන උපදේශය වනුයේ අනුගාමිකයින්ගේ ප්‍රමාණය ගැන වැඩිය නොසිතීමයි. අවශ්‍ය වනුයේ පෞද්ගලික වන වටිනා සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගැනීමයි. ඔබගේ මුල් අනුගාමිකයින් 100 දෙනා මනාලෙස ඔබගේ අන්තර්ගතය හා සම්බන්ධවීන්තේ නැතිනම්, සෑම සමහ මාධ්‍යයකම සම්බන්ධතා මත පදනම් වූ ඇල්ගොරිතමයක් පවතී.

### සාරාංශය

1. නිවැරදි සමාජජාලය තෝරාගන්න.
2. අන්තර්ගතයක් නිර්මාණය කරන්න
3. සබඳතා ගොඩනගාගන්න
4. අනුගාමිකයින්ගේ ප්‍රමාණය මත හඹානොයන්න.

### Facebook

බිලියන 2.25 කට වඩා වැඩි භාවිතා කරන්නන් පිරිසක් සමගින්, Facebook යනු ඔබගේ සේවාචන් ප්‍රවර්ධනය සඳහා, පාරිභෝගික සහය ඉහල නැංවීමට සහ පිළිගැනීම ඉහලනැංවීමට යොදාගත හැකි ඉතාම බලවත් මෙවලමකි. Facebook ව්‍යාපාර පිටු ස්ථාපිත කිරීම සහ කළමණාකරනය ඉතාමත් පහසුය. එහිසා ඕනෑම ව්‍යාපාරයකට තිබිය හැකිය.

බොහෝඅය Facebook පිටු තමන්ගේ පෞද්ගලික පාවිච්චිය සඳහා භාවිතා කරයි. ව්‍යාපාර සඳහා පෞද්ගලික ප්‍රොෆයිල භාවිතා නොකරන අතර ඒ සඳහ විශේෂිත වූ ව්‍යාපාර පිටු (Business Pages) හඳුන්වාදී ඇත.

ප්‍රොෆයිල සහ පිටු අතර වෙනස

ප්‍රොෆයිලයක් යනු කෙනෙකුගේ පෞද්ගලික තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමට ගොඩනැගූ ස්ථානයකි. ඔබගේ රැඹි අරුචිකම්, පින්තූර, විඩියෝ, දැනට පදිංචි නගරය, උපන් ස්ථානය වැනි දේ මෙයට අදාලය. ඔබගේ ප්‍රොෆයිලය බලාගනීමට ඉහල කෙළවරෙහි ඇති ඔබගේ නම හෝ ප්‍රොෆයිල පින්තූරය මත ක්ලික් කල යුතුය.

පිටු යනු ව්‍යාපාර, සංවිධාන සහ ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින්ට ඔවුන්ගේ අනුගාමිකයින්, ලෝලීන් සහ පාරිභෝගිකයින් හා සම්බන්ධ වීමට ඇති ස්ථානයකි. ෆෙස්බුක් පිටුවක් සෑදීමට හෝ කළමණාකරනය කිරීමට ඔබට ෆෙස්බුක් ප්‍රොෆයිලයක් තිබිය යුතුමය. කිසියම් කෙනෙකු අනුගමනය කිරීමක් හෝ ලයික් කිරීමක් කළ විට, ඔවුන්ගේ නිවුස් ෆීඩ් ඔස්සේ ඔබගේ ෆෙස්බුක් පිටුවෙහි පළවන නවතම තොරතුරු දැකබලාගැනීම ආරම්භ කළ හැකිය.

ෆෙස්බුක් පිටුවක් ස්ථාපිත කිරීමට අවශ්‍යවන දේවල් කිහිපයක් ඇත.

1. ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය සහ විස්තරය

ඔබගේ පිටුවට ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමය හෝ ව්‍යාපාරය සෙවීමට භාවිතාකරන නමක් යොදන්න. කොටසෙහි ඔබගේ ව්‍යාපාරයෙහි කරන දේ පිලිබඳව විස්තරයක් තබන්න.

2. ප්‍රොෆයිල පින්තූරය සහ කවරය.

ඔබගේ ව්‍යාපාරය නිරූපණය කිරීමට සුදුසුම පින්තූර භාවිතා කරන්න. බොහෝ ව්‍යාපාරය ඔවුන්ගේ වෙබ් ලාංඡනය ප්‍රොෆයිල පින්තූරය සඳහා භාවිතා කරනු ලබයි. කවරය සඳහා ඔබගේ වෙබ් සැලැස්මෙහි පින්තූරයක්, භාණ්ඩවල පින්තූරයක් හෝ වර්තමාන අලෙවි ප්‍රවර්ධන පින්තූරයක් භාවිතා කළ හැකිය.

[පින්තූර සඳහා අවශ්‍ය නිවැරදි මිණුම් ලබාගන්න.](#)

3. පිවිසෙන්නන් විසින් සිදුකළයුතු ක්‍රියාව.

Facebook පිටුව ඉහළම ඇති බටහයට ක්‍රියාකාරී විධනයක් ලබාදිය හැකිය. මෙය ඔබගේ වෙබ් අඩවියට පිවිසීමට හෝ වෙබ් සැලැස්මට ඇමතීමට විය හැකිය.

මෙහි සඳහන් සංචාරක ආයතනය ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර පිටුව නිර්මාණය කර ඇති ආකාරය බලන්න. ආකර්ෂණීය පින්තූර යොදාගනිමින් පිවිසෙන්නා ඇදගැනීමටත්. ඉතා පැහැදිලි ක්‍රියාකාරී බටහයක් ඔස්සේ සිතියම, වෙබ් ලිපිනය සහ දුරකථන අංකයද ඇතුල්කර ඇත.

ඔබ ෆෙස්බුක් පිටුවක් නිර්මාණය කළ පසු කළ යුත්තේ කුමක්ද ?

නව අන්තර්ගතයක් ප්‍රකාශයට පත් කිරීම.

ඔබ ආරම්භ කිරීමට පෙර ඔබගේ පිටුව ක්‍රියාකාරී සහ විස්තරාත්මක විය යුතුය. එමගින් ඔබට විය සිටී වුන සැනෙකින් ඔබගේ තොරතුරු එක් කළ හැකිය. නව ජායාරූප සහ යාවත්කාලීන ඔබගේ පිටුව පිවිසෙන්නන් වෙත නැවුම්ව තබයි. ඔබගේ පිටුවට අනුගාමිකයින්ට අමතරව ලඟාවෙන ප්‍රමාණය වැඩිකිරීමට පෝස්ට් [boost](#) කිරීම් සහ ඔබට ඔබගේ සේවාවන් හඳුන්වාදීමට අවශ්‍ය අය තෝරාගත හැකිය

පණිවුඩ යැවීම ආරම්භ කරන්න.

විවිධ ප්‍රශ්න ඇසීමට, සමීපතාවය පවත්වා ගැනීමට සහ විවිධ අදහස් දැක්වීම සඳහා පුද්ගලයින්ට ඔබගේ ව්‍යාපාරයට පෞද්ගලික පණිවුඩ යැවීමේ පහසුකම සලස්වන්න. Facebook Messenger ඔබගේ පිටුව සමග ඒකාබද්ධව පවතී. එමනිසා ඔබට ඔබගේ පාරිභෝගිකයන් සමග

චිකිතසාගෙන් චිකිතසාකාට සම්බන්ධ විය හැකිය. ඔබට ලැබෙන පණිවුඩ සඳහා ක්ෂණික පිළිතුරු යැවීමට වගබලාගන්න.

විවිධ විශේෂාංග චිකිතසා කරන්න

භාවිතාකරන්නන්ට ඔබගේ පිටුව වඩාත් උපකාරී වීමට ඔබගේ පිටුවට ඔබගේ මෙහුව ඉදිරිපත් කිරීම, ඔබගේ සේවා ලැයිස්තුගත කිරීම, ඔබගේ භාණ්ඩ පිලිබඳ විස්තර [shop section](#) කොටසට ඇතුලත් කිරීම වැනි විශේෂ අන්තර්ගතයන් චිකිතසා කළ හැකිය. .

ඔබගේ පිටුව ප්‍රවර්ධනය කිරීම

ඔබගේ පිටුව පිහිටුවීමෙන් පසුව, ඔබගේ පාරිභෝගිකයින්ට සහ ඔබගේ සම්බන්ධතා ඇති පුද්ගලයින් පිටුව හ සම්බන්ධ වීමට අරාධනා කරන්න. ඒ ඔවුන් හා සම්බන්ධව පැවතීමට සහ ඔවුන් ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ චිකිතසා තොරතුරු දැනුම්දීමටය. නවතම අනුගාමිකයින් සොයා ගනීමට ඔබට ගෙස්බුක් වෙලඳ දැන්වීම්ද පළකල හැකිය.

වැඩිදියුණුකිරීම.

ඔබගේ ව්‍යාපාරය සමග පුද්ගලයින් සම්බන්ධ වන ආකාරය දැකගනීමට පිටුවේ ඉහළම කෙළවරේ ඇති Insights මත ක්ලික් කරන්න. ඔබ ඔබගේ පොස්ට් ඔස්සේ පුද්ගලයින් කී දෙනෙකු වෙත ලඟාවෙන්නේද යන්නත්, ඔවුන් වැඩියෙන්ම කැමති මොන අන්තර්ගතයන්ටද යන්නත් ඔබට දැකගත හැකිය. ඔබගේ පිටුව ක්‍රියාත්මක වීම දැක බලාගැනීමෙන් ඔබට වඩාත් ඵලදායී උපායමාර්ග යෙදවීම කළ හැකිවනු ඇත.

සාරාංශය

- ගෙස්බුක් පිටුවක් පිහිටුවීමටනම් ඔබට ගෙස්බුක් ප්‍රොෆයිලයක් තිබිය යුතුය.
- ඔබගේ ව්‍යාපාර පිටුවට නමක් සහ විස්තරයක්, කවරයක් සහ ප්‍රොෆයිල පින්තූරයක්, සහ පිවිසෙන්නන් හට ක්‍රියාත්මක කරවන call-to-action බොත්තමක් තිබිය යුතුය.

- ඔබගේ පිටුව ඔබගේ වෙබ් අඩවිය මෙන් ස්ථාවර වූවක් නොවෙනමුත් නිරතුරුව අලුත් පෝස්ට් සහ ඡායාරූප යොදාගනිමින් යාවත්කාලීන් කළ යුතු අතර පිවිසෙන්නන් සමග සම්බන්ධවිය යුතුය.

### ඉන්ස්ටග්‍රෑම් (Instagram)

ඉන්ස්ටග්‍රෑම් යනු නොමිලේ ඡායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදාහැරිය හැකි ජංගම දුරකතන යෙදුමකි. ඉන්ස්ටග්‍රෑම් පාවිච්චි කරන්නන් ඔවුන් කැමති භාණ්ඩ හා සේවාවන් සොයාගැනීමට භාවිතා කරයි.

ඔබගේ ව්‍යාපාරය කාබනිකව වර්ධනය කරගනීමට ඔබට ඉන්ස්ටග්‍රෑම් නොමිලේ භාවිතා කිරීම හෝ මුදල් ගෙවා ප්‍රචාරණය කිරීම හෝ ඒ දෙයාකාරයෙන්ම කළ හැකිය.

ඉන්ස්ටග්‍රෑම් නිර්මාණය කර ඇත්තේ (ජංගම දුරකථන පළමුව) යන සංකල්පය මත නිසා (විය නිර්මාණය කර ඇත්තේ පරිඝණක වල පාවිච්චියට වඩා ජංගම දුරකතන වල පාවිච්චි කිරීමටය.) පරිඝණක මත භාවිතා කිරීමේදී ඉතාමත් සීමා සහිත කාර්යයන් පමණක් කිරීමට හැකිය.

ව්‍යාපාර ගිණුමක් ආරම්භකිරීම ඉතාමත් පහසු කාර්යයකි.

මිනිසුන්ට ඔබගේ ව්‍යාපාරය කරන දේ ගැන වැඩි තොරතුරු ලබාදීමට ඉන්ස්ටග්‍රෑම් ව්‍යාපාර ගිණුමක් ස්ථාපිත කරන්න. ඔබගේ දනට තිබෙන ගිණුම ව්‍යාපාර ගිණුමක් බවට පරිවර්තනය කිරීමද කළ හැකිය.

**සැ.යු :** ඔබ ඔබගේ ඉන්ස්ටග්‍රෑම් ගිණුමෙහි කරන සියලුම වෙනස්කිරීම් ජංගම දුරකතන යෙදුමක් ඔස්සේ කළ යුතුය වෙබ් බ්‍රව්සරයක් හරහා නොකල යුතුය.



පියවර 1 - යෙදුම බාගත කර දියත් කරන්න.

ඉන්ස්ටග්‍රෑම් යෙදුම [App Store](#), [Google Play store](#) හෝ [Windows Phone Store](#) ඔස්සේ බාගත කරන්න.

පියවර 2 - ව්‍යාපාර ප්‍රොෆයිලයක් නොමිලේ ස්ථාපිත කරන්න.

ඉන්ස්ටග්‍රෑම් වල ඔබට ව්‍යාපාර පැවැත්ම සහ ව්‍යාපාරික අරමුණු සාර්ථක කරගැනීමට අවශ්‍ය විශේෂාංග සඳහා ප්‍රවේශයක් ලබා ගැනීමට ඔබගේ ගිණුම ව්‍යාපාර ගිණුමක් බවට පරිවර්තනය කළ හැකිය.

### ඔබගේ ගිණුම ව්‍යාපාර ගිණුමක් බවට පරිවර්තනය කිරීමට

1. ප්‍රොෆයිලය වෙත ගොස්  මත ටැප් කරන්න.
2. සැකසුම් අයිතීම  මත ටැප් කරන්න.
3. ගිණුම (Account) මත ටැප් කරන්න.
4. Switch to business account මත ටැප් කරන්න
5. අපගේ නිර්දේශය වන්නේ ඔබගේ ව්‍යාපාර ගිණුම ඔබගේ ව්‍යාපාරය හා සම්බන්ධ ලෙසින් පිටුවක් සමග සම්බන්ධ කිරීමයි.
6. විස්තර, ගිණුම් කාණ්ඩය හෝ සබඳතා තොරතුරු වැනි දේ එකතු කරන්න.



## 7. Done මත ටැප් කරන්න.

ඔබ ව්‍යාපාර ගිණුමක් සකස් කරගත් පසුව ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරන වේලාව, ව්‍යාපාර ලිපිනය, දුරකථන අංකය සහ ඔහගේ වෙබ් අඩවියට සම්බන්ධකයක් වැනි වියට අදාළ ව්‍යාපාර තොරතුරු එකතු කළ හැකිය.

මෙම [Blueprint පාඨමාලාවෙන් ඉන්ස්ටග්‍රෑම් ඔබගේ ව්‍යාපාරයට භාවිතාකළ හැකි ආකාරය පිලිබඳව ඉගෙන ගන්න.](#)

මේ ආකර්ෂණීය පිටුවක හොඳ උදාහරණයක්

පියවර 3 - අන්තර්ගතයන් පළකර පුද්ගලයින් සහ ව්‍යාපාර අනුගමනය කරන්න.

ඔබගේ වීදිනෙදා ප්‍රවෘත්ති සංග්‍රහයේ දැක්මට කැමති අන්තර්ගතයන් අදාළ හෂ් ටැග් යොදාගනිමින් පළකරන්න. සමාන ගිණුම් අනුගමනය කරන්න.

**නිතිපතා පෝස්ට් කිරීමේ කාලසටහනකට කැපවන්න.**

ඔබ ඉන්ස්ටග්‍රෑමයේ අනුගාමිකයින් ලබාගනිමට පටන්ගත්විට, ඔබගේ ලෝලීන් නිතිපතා පුවත් දැකගැනීමට බලාපොරොත්තු වේවි. ඔවුන්ට ඔබගේ වෙලඳනාමය ගැන දැනුවත් කිරීම් දිගටම කළයුතු අතර ඔබගේ අන්තර්ගතයන් හා සම්බන්ධව පැවතීම අවශ්‍යය. ඔවුන්ගේ අකමැත්තක් ඇති වුවහොත් ඔබව අනුගමනය කිරීමෙන් වලකින බව මතක තබාගන්න.

**වෘත්තීය මට්ටමේ ඡායාරූප පළකරන්න.**

ඔබගේ ඡායාරූප ඉතා පැහැදිලි විය යුතු අතර ඔබගේ ව්‍යාපාරය ගත දැනුවත් වීමට තරමාකර්ෂණීය විය යුතුය. ෆිල්ටර් භාවිතයෙන් එම ඡායාරූපවල ගුණාත්මක බව වැඩිකරගත හැකිය.

**අනෙකුත් ඉන්ස්ටග්‍රෑම් භාවිතාකරන්නන් හා සම්බන්ධවන්න.**

අන් අයගේ කොමෙන්ට් වෙත ප්‍රතිචාර දක්වන්න. ඔබගේ ඡායාරූපවලට කොමෙන්ට් කරන පුද්ගලයින්ට ස්තූති කිරීමට අමතක නො කරන්න. ඔබගේ ප්‍රදේශයේ හෝ ඔබගේ රැවිකත්වය ඇති ප්‍රදේශයක ඇති ව්‍යාපාර අනුගමනය කරන්න. මෙමගින් ඔබට පුළුල් ප්‍රේක්ෂකයින් පිරිසක් ලබාගනිමට හකි ජාලයක් හඳුනාගැනීමට හැකිවනු ඇත.

**හෂ් ටැග් භාවිතා කරන්න**

විශේෂිත හෂ් ටැග් එකක් භාවිතා කිරීමෙන් අනාගත ගණුදෙනුකරුවන් හට ඔබව සොයාගැනීම පහසු කරනු ඇත. විශේෂයෙන්ම නරඹන්නෙකු යම් හෂ් ටැග් එකක් සහිත ඡායාරූපයකට ලයික් කළහොත්, උදාහරණයක් ලෙස #beachholiday සහිත ඡායාරූපයකට ලයික් කළහොත් ඔබගේ පින්තූරයද #beachholiday සහිතවම එය එම නරඹන්නාට පෙන්වනු ඇත.

මෙම විශේෂිත උපාංගය පිලිබඳව වැඩි විස්තර සඳහා [How to Use Hashtags on Twitter, Facebook and Instagram](#) වෙත පිවිසෙන්න.

හෂ් ටැග් පිලිබඳව විශේෂිත වූ කරුණ කිහිපයක් සටහන් කරගන්න

- ඒවා තනිවචනයක් විය යුතු අතර, හිස්තැන් නොතිබිය යුතුය. උදා ■ #beachholiday NOT #beach holiday.
- ඒවායේ අකුරු, අංක සහ ඊමෝජි පැවතිය හැකි වුවද විරාම ලකුණු හෝ කිසිවක් පැවතිය නොහක. උදා ■ #number1beachholiday or #🌴🏖️ holiday

දීමනා හා ප්‍රවර්ධක කටයුතු ක්‍රියාත්මක කරන්න.

පිදිගලයින් දීමනා සහ මිළ අඩුකිරීම් ගත ඉතා උනන්දුනිසා මෙය ඔවුන්ගේ අවධානය ලබාගැනීමට සුදුසුම විදියකි. අද්විතීය හැඟීම් ඔවුන්ට භාවිතා කරමින් ඔබගේ ප්‍රවර්ධන කටයුතු සිදු කිරීම සහ ඔබගේ අනුගාමිකයින්ට බෙදාහරින ලෙස දැනුවත් කරන්න. හැඟීම් ඔවුන් විකමගින් සොයා ලැයිස්තුවෙන් පැහැදිලිව පෙන්වා දිය හැකි තරම් පළ කිරීමට මතක තබා ගන්න.

වැදගත් කියවීම් ■ [Optimise your Profile](#)

සාරාංශය

- ඉන්ස්ටග්‍රෑම් යනු නොමිලේ ඡායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදාහැරිය හැකි ප්‍රධාන දුරකතන යෙදුමකි. ඉන්ස්ටග්‍රෑම් පාවිච්චි කරන්නන් ඔවුන් කැමති භාණ්ඩ හා සේවාවන් සොයාගැනීමට භාවිතා කරයි.
- ඔබගේ ව්‍යාපාරය ප්‍රවර්ධනය කිරීමට නොමිලේ ගිණුමක් සාදාගන්න.
- ඉන්ස්ටග්‍රෑම් සෙවුම් සඳහා හැඟීම් (#) භාවිතා කරයි. එමනිසා සෑම ඡායාරූපයක්ම සුදුසු ටැග් කිහිපයකින් හැඟීම් කළ යුතුය.

**පින්ටරෙස්ට් - Pinterest**

පින්ටරෙස්ට් යනු මාර්ගගත පින් පිවරුවකි. මෙහිදී භාවිත කරන්නන් වර්ගීකරණය කර බෙදා හැරීම සිදුවේ ෆෙස්බුක් සහ ටිට්ට් වැනි අනෙක් සමාජ මාධ්‍ය ජාලා වල මෙන් .නොව පොන්ටරෙස්ට් පළකිරීමටනම් අනිවාර්යයෙන් පින්තූරයක් අන්තර්ගත විය යුතුමය.

පෞද්ගලික ගිණුම් සහ ව්‍යාපාර ගිණුම්

ව්‍යාපාර ගිණුම්, පෙනුමෙන් පෞද්ගලික ගිණුම්වලට ඉතාමත් සමානකම් දක්වුවද, ප්‍රධාන වෙනස්කම් 5ක් පවතී.

1. ව්‍යාපාර ගිණුමක් පිහිටුවීමට මෙම <https://business.pinterest.com> සම්බන්ධකය මත ඇති විමසීන් අනුගමනය කළ යුතුය. එමෙන්ම පෞද්ගලික ගිණුමක් පිහිටුවීමට මෙම <https://www.pinterest.com> සම්බන්ධකය මත ඇති විමසීම් අනුගමනය කළ යුතුය.
2. ව්‍යාපාරික ගිණුමක් පිහිටුවීමේදී ඔබ ව්‍යාපාරික විශේෂිත සේවා කොන්දේසි වලට එකඟ විය යුතුය.



3. ව්‍යාපාරික ගිණුමක් භාවිතයේදී ඔබගේ ගිණුම් නාමයට ඔබගේ ව්‍යාපාර නමය හෝ වෙලඳ නාමය භාවිතා කළ හැකිය. එහිසා ඔබගේ මුල්නම සහ වාසගම වෙනුවට ඔබගේ ගිණුම ඔබගේ ව්‍යාපාර නාමයෙන් ලියාපදිංචි කරනු ලබයි.
4. ඔබ ව්‍යාපාර ගිණුමක් භාවිතයේදී ඔබගේ ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ සහ කාර්ය සාදනය විශ්ලේෂනය සඳහා ඔබට **analytics** භාවිතා කිරීමට අවකාශ ලැබෙනු ඇත.
5. ව්‍යාපාර ගිණුමක් ඔබට “rich pins” සෑදීමට අවස්ථාව දෙනු ඇත. මේවා “super pins” හෝ “enhanced pins” ලෙසද හඳුන්වනු ලැබේ.

රිච් පින්ස් යනු අතිරේක විස්තර ඇතුළත් කිරීමට යොදා ගන්න විදියකි. රිච් පින් ආකාර හයක් පවතී . app, film, recipe, article, product හා place යනුවෙනි

ඔබ දැනටමත් පෞද්ගලික පින්ටරෙස්ට් ගිණුමක් සාදා ඇතිනම් ඔබට ව්‍යාපාර ගිණුමකට මාරු වීම ඉතා පහසුවෙන් කළ හැකිය. මේ සඳහා ඔබ <https://business.pinterest.com> වෙත පිවිස “convert now” මත ක්ලික් කරන්න.

ආකර්ෂණීය පින්ටරෙස්ට් ප්‍රොෆයිලයකට උදහරණයක් පහත දැක්වේ .

පාරිභාෂික

අනෙක් සමාජජාල වල මෙන්ම පින්ටරෙස්ට් එයට අදාළ වාග් මාලාවක් භාවිතා කරයි. එහිසා ඔබ පින්ටරෙස්ට් භාවිතා කිරීමට ප්‍රථමයෙන් ඔබ පහත කොන්දේසි දැනගත යුතුය.

**Pins** යනු පින්ටරෙස්ට් මත පළකරන පින්තූරය. මේවා අනෙකුත් සමාජ මාධ්‍ය පෝස්ට් වලට සමානය.

**Boards** යනු pins වර්ගීකරණයට යොදාගනු ලබන ෆෝල්ඩර වේ.

පින්ටරෙස්ට් භාවිතාකරන්නා **Pinner** ලෙස හඳුන්වයි.

තවත් කෙනෙකුගේ පින් එකක් තමන්ගේ පුවරුවෙහි බෙදාගනිමින් අනෙක් අනුගාමිකයින් සමඟ බෙදාගැනීම **Repin** ලෙස හැඳින්වේ.

**Followers** යනු ඔබගේ පින්ටරෙස්ට් ගිණුමේ අනුගාමිකයින්ය. ඔවුන්ට ඔබගේ පින්ස් දැක ගැනීමට හැකිය.

**Following** යනු ඔබ අනුගමනය කරන ගිණුම්ය. ඔවුන්ගේ පින්ස් ඔබට දකගත හැකිවනු ඇත.

ඔබ පිටරෙස්ට් වෙත ප්‍රවේශ වූ පසු පෙනෙන දේ Feeds ලෙස හැඳින්වේ. මේවා ඔබ අනුගමනය කරන්නන්ගේ සියළුම නවතම පින්ස් වේ.

ඔබ පින්ටරෙස්ට් පාරිභාෂිකය හා සමීප වූ පසුව ඔබට ඉතා පහසුවෙන් ගිණුමක් ආරම්භ කර සක්‍රීයව භාවිතා කළ හැකිය.

### **ගිණුමක් ආරම්භ කරන්න**

පළමුව ඔබට ව්‍යාපාර ගිණුමක් ඇති බව සාක්ෂාත් කරගන්න. එය නොමිලයේම කරගත හැකිය. එවිට ඔබට Analytics වැනි මෙවලම් සහ විශේෂ ව්‍යාපාර ප්‍රොෆයිලයක් භාවිතා කිරීමේ හැකියාව ලැබෙනු ඇත. ඔබට වඩා වෙලඳ නාමකරණය සහ අන්තර්ගත ආරෝපණය පිලිබඳව හොඳ පාලනයක්. ඔබට නව ගිණුමක් සාදා ගැනීම හෝ, ඔබගේ පෞද්ගලික ගිණුම ව්‍යාපාර ගිණුමක් ලෙස උසස් කිරීම කළ හැකිය.

මූලපදයන්ගෙන් පරිපූර්ණ ව්‍යාපාරය පිලිබඳ විස්තරයක් ලිවීමට මතක තබාගන්න. ව්‍යාපාරයක් ලෙස ඔබ කවුද සහ ඔබට උදව් විය හැකි සහ සේවා සැපයිය හැකි ආකාරය සටහන් විය යුතුය. ප්‍රොෆයිල් පින්තූරයක් එක් කරන්න. ව්‍යාපාරයක්නම් මේ සඳහා වෙලඳ ලාංඡනය හෝ පෞද්ගලික ගිණුම් සඳහා උඩුකය ජායාරූපයක් යොදාගත හැකිය. ඉන්පසු ඔබගේ අනුගාමිකයින් යොමු කළ යුතු වෙබ් අඩවියේ සම්බන්ධකයක් පිහිටුවන්න. මෙය බ්ලොග් එකක් හෝ වෙබ් අඩවියක් විය හැකිය.

### **අන්තර්ගතය එකතු කරන්න.**

ව්‍යාපාර සඳහා පින්ටරෙස්ට් පාවිච්චි කිරීමේදී සැලකිය යුතු මිලඟ පියවර වන්නේ ගිණුමට අන්තර්ගතයක් එක් කිරීමයි. මූලපද වලින් පොහොසත් මාතෘකා එකතු කිරීම ඉතා සුදුසුය. සෑම පින්ටරෙස්ට් පුවරුවක් සඳහාම වෙනත් වර්ගීකරණයක් භාවිතා කිරීමට වගබලාගන්න. මෙය භාවිතා කරන්නන් හට එසුවක් වන අතර පින්ටරෙස්ට් ඔබගේ පුවරුව නිර්දේශ කිරීමකටද ලක් කරනු ඇත. ඔබගේ පුවරු, මාතෘකාවන්ට අනුකූල විය යුතු අතර ඔබගේ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ රුචිකත්වය හා බඳිය යුතුය.

ඔබගේ පුවරුව සෑමවිටම අදාළ සහ මුල් පින් වලින් පුරවන්න. පින්ටරෙස්ට් යනු ඔබගේ භාණ්ඩ සඳහා වූ මාර්ගගත නාමාවලියක් නොවේ. එය පිවිසෙන්නන් විසින් රුචිකත්වය පරිදි පින්තූර බැලීමට හා බෙදා ගැනීමට භාවිතා කරන ස්ථානයකි. එහිසා ඔබගේ පින්තූර මෙන්ම නැවත පින් කිරීමද ඇතුලත් කරන්න.

පින්ටරෙස්ට් ඔබගේ ගිණුම අනෙක් අයට සොයා ගැනීමට පහසු වීමට පින්ටරෙස්ට් මෙවලම්හි සහයෝගය ලබාගන්න. පින්ටරෙස්ට් විජටයක් ඔබගේ වෙබ් අඩවියෙහි ස්ථාපිත කරන්න. භාවිතා කරන්නන් ඔබගේ වෙබ් අඩවිය මත ඇති විජටය මත ක්ලික් කිරීමේදී ඔවුන් ඔබගේ

පින්ටරෙස්ට් ගිණුම වෙත ගෙනයනු ඇත. ඔබගේ පින්ස් තනි තනිවම, පුවරු හෝ ප්‍රොෆයිලය වෙබ් අඩවි තුල හෝ බ්ලොග් තුල ස්ථාපනය කිරීමද හළ හැකිය. ඒ සඳහා <https://developers.pinterest.com/tool...> වෙත පිවිසෙන්න. ඉන්පසු ඔබගේ පින්ටරෙස්ට් පුවරුවෙහි, පින් එකෙහි හෝ ප්‍රොෆයිලයෙහි සම්බන්ධකය ලබාදී ස්ථාපනයට අදාල කේතය ලබාගන්න.

**ඔබගේ ප්‍රේක්ෂකයින් ගොඩනගාගන්න.**

අවසානයේදී, ඔබ ව්‍යාපාර සඳහා පින්ටරෙස්ට් භාවිතා කිරීමේදී, ඔබට ප්‍රේක්ෂකයින් ගොඩනගාගැනීමට සිදුවනු ඇත. ඔබගේ පින්ටරෙස්ට් අනුගාමිකයින් වැඩි කර ගැනීමටනම් අනෙක් අය අනුගමනය කිරීම සුදුසුය, ඔවුන්ගෙන් පිරිසක් නැවත ඔබව අනුගමනය කරනු ඇත. පුද්ගලයින් 100කට ආසන්න පිරිසක් දිනපතා අනුගමනය කරන්න. මෙමගින් ඔබට අවම වශයෙන් අනුගාමිකයින් 20ක් වත් ගොඩ නැගෙනු ඇත. ඔබගේ රුචිකත්වයන්ට සමාන රුචිකත්වයක් ඇති අනෙත් අයගේ පින් සමග සම්බන්ධ වීමෙන්ද ඔබට අවිධානයක් ලබාගත හැකිය. ඔවුන්ගේ පින් වලට ලයික් කිරීමෙන්, බෙදා හැරීමෙන් සහ විශේෂයෙන්ම හොඳ ප්‍රතිචාර දැක්වීමෙන් මෙය ලබාගත හැකිය.

**සාරාංශය**

- 1 ව්‍යාපාර ප්‍රොෆයිලයක් ආරම්භ කරන්න.
- 2 අන්තර්ගතය එක් කරන්න - ඔබගේ මුල් අන්තර්ගතයන් සහ අනෙකුත් භාවිතාකරන්නන්ගේ Repin ද යොදන්න
- 3 ඔබගේ ප්‍රේක්ෂකයින් අනුගමනය කිරීමෙන් සහ අනෙකුත් ගිණුම් වල අන්තර්ගතයන් වෙත ප්‍රතිචාර දැක්වීමෙන් සාදාගන්න.

**Youtube**

යූ ටීයුබී යනු ලොව පුරා සිටින අන්තර්ජාල භාවිතාකරන්නන් හට වීඩියෝ බෙදා හැරීමට නොමිලේ වීඩියෝ සත්කාරක සේවය ලබාදෙන අඩවියකි. ඔවුන්ගේම වීඩියෝ මෙන්ම රුචිකත්වය අනුව අනෙකුත් අයගේ වීඩියෝද මේ ආකාරයෙන් බෙදා හැරිය හැක. ඔබගේ ප්‍රේක්ෂකයින් සමග වීඩියෝ බෙදාගනීමට මෙය කදිම මාර්ගයකි.

යු ටියුබ් හි විසියෝ නැරඹීමට, සෙවීමට හෝ අනෙකුත් අයගේ නාලිකා නැරඹීමට ඔබට ගිණුමක් අවශ්‍ය නොවේ. නමුත් ඔබට ඔබගේම විසියෝවක් උඩුගත කිරීමට හෝ විසියෝ ලැයිස්තුවක් සුරැකීමට ඔබ ගිණුමක් ලියාපදිංචි කළ යුතුය.

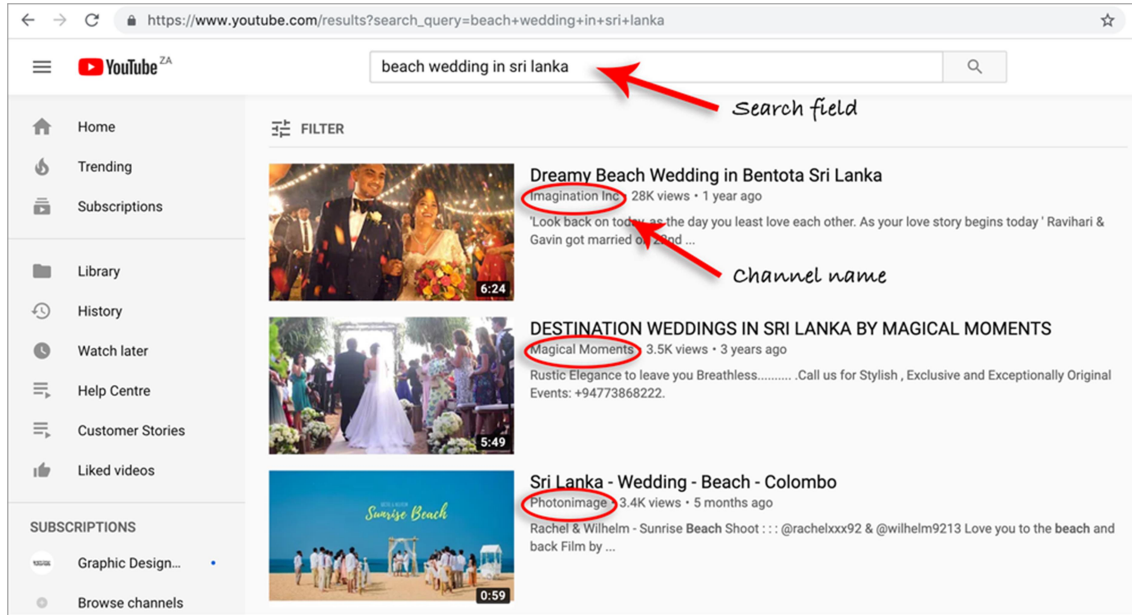
ඔබ යු ටියුබ් හි ගිණුමක් ලියාපදිංචි කළ පසු, ඔබගේම විසියෝ පටිගත කර විය අනෙකුත් භාවිතාකරන්නන්ට නැරඹිය හැකි පරිදි වැනලයක් තුළ මාර්ගගතව උඩුගත කළ හැකිය. ඔබට වෙනත් අයෙකුගේ විසියෝවක් ඔබගේ වනලයෙහි භාවිතා කිරීමට අවශ්‍යනම් ඔබගේ ගිණුම් විස්තරයෙහි සකසුම බෙදාහැරීමට අදාළව සකස් කරගත හැකිය. මෙය ඔබගේ නාලිකාව ඔබගේම විසියෝ උඩුගත කිරීමකින් තොරව ශක්තිමත් කිරීමට සුදුසු ආකාරයකි.

උදාහරණයක් ලෙස ආගන්තුක නිවාසයක් ඔවුන්ගේ යු ටියුබ් නාලිකාවේ ඔවුන්ගේ විසියෝ මෙන්ම වයට අදාළ ප්‍රාදේශීය සිදුවීම් ද බෙදාගත හැකිය.

- මුහුදු වෙරළෙහි පවත්වන මංගල උත්සව.
- සර්ග් තරඟාවලි
- ප්‍රදේශයේ ක්‍රියාත්මක වන සංචාර
- ශ්‍රී ලංකාව ප්‍රචර්ධනය කරන සංචාරක විසියෝ.
- සාම්ප්‍රදායික ආහාර
- උත්සව

මේ ආකාරයෙන් ලෙස සෙවීමේදී පැමිණිය හැකි ආගන්තුකයින්හට ආගන්තුක නිවාසයෙහි නාලිකාව සෙවුම් ඔස්සේ සම්බන්ධ වනු ඇත. මෙය කදිම අලවි ප්‍රචර්ධනයකි. මෙහිදී ආගන්තුක නිවාසය ප්‍රදේශයේ අධිකාරියක් ලෙස ඉහත සඳහන් මාතෘකා වලට ප්‍රියකරන්නන් අතර ජනප්‍රිය වනු ඇත.

පහත දක්වෙන්නේ සෙවුම් ප්‍රතිඵල පෙන්වන යු ටියුබ් සෙවුම් පිටුවකි. නාලිකා නාම පිලිබඳ අවධානය යොමු කරන්න.



යු ටියුබ් ව්‍යාපාරික ගිණුමක් ආරම්භ කරන්නේ කෙසේද ?

යු ටියුබ් යනු ගූගල් සමූහයේ කොටසක් වන අතර එය කළමනාකරනය කල යුත්තේ ගූගල් ගිණුමක් හරහාය.

1 දැනට තිබෙන ගූගල් ගිණුමකට පුරණය වන්න, නැතිනම් නවතම යු ටියුබ් ව්‍යාපාර ගිණුමක් ආරම්භ කරන්න.

2 යු ටියුබ් මුල් පිටුවෙහි ඉහළ දකුණු පස ඇති ඇවට් අයිකනය මත ක්ලික් කරන්න.

3 පහළට ලබෙන චිකල්ප මෙනුවෙන් “My channel” ක්ලික් කරන්න

4 ව්‍යාපාර සඳහා ඇති යු ටියුබ් ගිණුම් සෑදීමට “Use a business or other name” මත ක්ලික් කරන්න. මෙහිදී ඔබට ඔබගේ වෙලඳ නාමය එක් කිරීමට අවස්ථාව ලැබෙනු ඇත.

5 “Create” මත ක්ලික් කිරීමෙන් ඔබගේ අලුත්ම යු ටියුබ් ගිණුම සක්‍රීය කරගන්න.

පියවරෙන් පියවර තොරතුරු සඳහා [How to create a YouTube business account](#) වෙත පිවිසෙන්න.

ප්‍රජාව තුළ ක්‍රියාකාරී සාමාජිකයෙක් වීම යන්නෙන් අදහස් වන්නේ අනෙකුත් නාලිකා අනුගමනය කිරීම, අනෙත් අයගේ විඩියෝස් වල ලයික් පල කිරීම, විෂින් ඔබ ඔබගේ ක්ෂේත්‍රයේ සිටින බව හුවා දැක්වේ.

යු ටියුබ් අන්තර්ගතයෙන් ලැබෙන විශාල වාසියක් වන්නේ එය සෙවිය හැකි ආකාරයට තිබීම සහ එය සෑම විටම ජාලය තුළ පැවතීමයි. දිගු කාලයක් විඩියෝ පවතින අතර ෆෙස්බුක් සහ ඉන්ස්ටග්‍රෑම් වලට සාපේක්ෂව නවතම පෝස්ට් පමණක් දැක්මෙන් භාවිතා කරන්නන් හට සමහර පෝස්ට් මගහැරීම මෙහිදී යු ටියුබ් වල සිදු නොවේ

**සාරාංශය**

- යු ටියුබ් විඩියෝ බෙදාහැරීමට සහය දක්වයි. ඔබගේම විඩියෝවක් බෙදා හැරියද වෙනත් කෙනෙකුගේ විඩියෝවක් ඔබගේ ලැයිස්තුවක තබාගත්තද.
- විඩියෝ බැලීමට ඔබට ගිණුමක් අවශ්‍ය නො වන නමුත් විඩියෝ උඩුගත් කිරීමට හෝ බෙදා හැරීමට ගිණුමක් / නාලිකාවක් අවශ්‍යවේ
- යු ටියුබ් අන්තර්ගත විඩියෝ දිගු කාලයක් පවතින අතර බෙදා හැරීමට සුදුසු පරිදි පවතී.

**Google my Business**

ඔබේ Google නොමිලේ වියාපාරික පැතිකඩ සමඟ නව පාරිභෝගිකයින් ආකර්ෂණය කර ගන්න.

Google සෙවුම හෝ සිතියම් තුළින් මිනිසුන් ඔබේ වියාපාරය හෝ ඔබේ වැනි වියාපාර ජ්‍යෙෂ්ඨ වට ඔබේ වියාපාර පැතිකඩ දිස්වේ. Google my business ඔබේ වියාපාරික පැතිකඩ නිර්මාණය කිරීම සහ යාවත්කාලීන කිරීම පහසු කරන අතර එය ඔබට කැපී පෙනීමට අවස්ථාව සැලසීම සහ නව පාරිභෝගිකයින් වියාපාරය වෙත ගෙන ඒම සිදු කරයි.

**Google my business සමඟ ඔබට කළ හැකි දේ.**

Google my business හි ජ්‍යෙෂ්ඨත පිළිබඳව ඔබට කාණ්ඩ තුනක් යටතේ සිතිය හැකිය.

ඔබේ වියාපාරය පිළිබඳ නිවැරදි තොරතුරු මාර්ගගතව පවත්වාගෙන යාම.

- ඔබේ වේලාවන්, වෙබ් අඩවිය, දුරකථන අංකය සහ ස්ථානය (ඔබේ වියාපාරය අනුව විදි ලිපිනයක්, සේවා ජ්‍යෙෂ්ඨයක් හෝ ස්ථාන සලකුණු කාරකයක්) Google ට කියන්න.

ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ අන්තර් කිරියා කරන්න

- ඔබේ වියාපාරයේ සහ එහි නිෂ්පාදන හා සේවාවන් වල ඡායාරූප පළ කරන්න
- පාරිභෝගිකයින්ගේ සමාලෝචන එකතු කරන්න. සහ ඒවාට ප්‍රතිචාර දක්වන්න

නව ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගන්න

- නව ගනුදෙනුකරුවන්ට ඔබව සොයා ගත හැකි වන පරිදි ඔබේ වියාපාරය මාර්ගගතව දිස්වන ආකාරය වැඩි දියුණු කරන්න
- පාරිභෝගිකයින් ඔබේ වෙබ් අඩවියට යොමු කරන්න

සාරාංශය

1. Google සෙවුම සහ Google සිතියම් තුළ ඔබේ වියාපාරය පිළිබඳ තොරතුරු යාවත්කාලීනව තබා ගැනීම නොමිලේ සිදු කරන්න.
2. ඡායාරූප සහ සමාලෝචන තුළින් පාරිභෝගිකයින් සමඟ අන්තර් කිරියා කරන්න.
3. නව ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගන්න.


### 1. ලියාපදිංචි වීම සහ ඔබේ වියාපාරය සත්යාපනය කිරීම.

ඔබේ වියාපාරය ලැයිස්තුගත කිරීමට කොටස් දෙකක් තිබේ:

1 වෙනි කොටස: ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම හෝ එයට හිමිකම් කීම.

ඔබේ වියාපාරයට හිමිකම් කීමට Google සිතියම් භාවිතා කරන්න.

Google සිතියම් හි ඔබේ වියාපාරයට හිමිකම් කීමට, මෙම පියවර අනුගමනය කරන්න:

1. ඔබගේ දුරකථනයේ හෝ ටැබ්ලටයේ Google සිතියම්  සෙවුම විවෘත කරන්න.
2. ඔබේ වියාපාරය සොයන්න.
3. වියාපාර තොරතුරු පුළුල්ව විවෘත කරන්න, පසුව පහළට අනුවලනය කර මෙම වියාපාරය සඳහා හිමිකම් කීමට තට්ටු(Click) කරන්න

ඔබේ වියාපාරය Google Map හි හමු නොවන්නේ නම්:

ඔබේ වියාපාරයට හිමිකම් කීමට ඔබේ පරිගණකය භාවිතා කරන්න

1. ඔබේ පරිගණකයේ, Google my Business වෙත යන්න.
2. පුරනය ක්ලික් කරන්න.
3. ඔබගේ Google ගිණුමට පුරනය වන්න, ගිණුමක් නැතහොත් ගිණුමක් සාදන්න. ඊට පසු “ඊළඟ” (Next) ක්ලික් කරන්න.

මෙම ගිණුම ඔබේ වියාපාරය සඳහා වන බැවින් ඔබේ වියාපාරික ඊමේල් වසම සමඟ ලියාපදිංචි වන්න. ඔබේ වියාපාරයේ නම ඇතුළත් කරන්න හෝ ඔබ යතුරු ලියනය කරන විට එන යෝජනා වලින් තෝරන්න .

4. ඔබේ වියාපාරික ලිපිනය ඇතුළත් කරන්න. සිතියමෙහි ඔබේ වියාපාරය ඇති ස්ථානය සොයා එය සලකුණු කරන ලෙස ඔබෙන් ඉල්ලීම් කරනු ඇත.
5. Google my business සඳහා ලියාපදිංචි වීම අවසන් කිරීමට තිරයේ ඇති උපදෙස් අනුගමනය කරන්න.

**2 වෙනි කොටස: සත්‍යාපනය**

සත්‍යාපන ක්රියාවලිය Google හට ඔබේ වියාපාර තොරතුරු නිවැරදි දැයි තහවුරු කර ගැනීමට සහ එයට ප්රවේශය ඇත්තේ වියාපාර හිමිකරුට හෝ කළමනාකරුට පමණක් බව තහවුරු කර ගැනීමට උපකාරී වේ.

**ඔබේ වියාපාරය තහවුරු කර ගන්නේ කෙසේද යන්න :**

**තැපැල් මගින් වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම තහවුරු කරන්න**

තැපැල් මගින් ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම තහවුරු කර ගැනීමට Google My Business හි ඔබේ වියාපාරික ලිපිනය ඇතුළත් කරන්න. සත්‍යාපන කේතයක් සහිත තැපැල් පතක් ඔවුන් ඔබට එවනු ඇත. බොහෝ තැපැල්පත් දින 14 ක් තුළ පැමිණේ. තැපැල් මගින් ඔබේ ලැයිස්තුගත කිරීම තහවුරු කිරීමට ඉල්ලීමට පෙර, ඔබේ වියාපාරික ලිපිනය ඔවුන්ගේ ලිපිනය ඇතුළත් කිරීමේ මාර්ගෝපදේශයන්ට අනුකූලයන් තහවුරු කර ගන්න.

තැපැල් පතක් ඉල්ලීම සඳහා ජංගම යෙදුම භාවිතා කිරීමට පහත පියවර අනුගමනය කරන්න:



1. Google my business යෙදුම විවෘත කරන්න.
2. “තැපැල් පත යවන්න” click කරන්න.
3. ඔබ සන්යාපනය කිරීමට කැමති වියාපාරය තෝරන්න, පසුව “මට කේතයක් නැත” click කරන්න.
4. ඔබගේ තැපැල් පත සඳහා තැපෑල පරීක්ෂා කරන්න. එය සති 1-2 කින් පැමිණිය යුතුය. ඔබ තැපැල්පත ලැබෙනතෙක් බලා සිටින විට ඔබේ වියාපාර නාමය, ලිපිනය හෝ වර්ගය සංස්කරණය නොකරන්න, එමෙන්ම නව කේතයක් ඉල්ලා සිටීමෙන්ද වළකින්න. මෙය සන්යාපන ක්රියාවලිය ප්රමාද කළ හැකිය.

**සන්යාපන කේතය ඇතුළත් කිරීමට, මෙම පියවර අනුගමනය කරන්න:**

1. ඔබ ඔබේ තැපැල් පත ලැබුණු පසු Google my business යෙදුම විවෘත කරන්න.
2. ඔබ සන්යාපනය කිරීමට කැමති වියාපාරය තෝරන්න.
3. සන්යාපනය සම්පූර්ණ කිරීමට “කේතය ඇතුළත් කරන්න” තවුල කරන්න ඔබට ඔබේ තැපැල් පත නොලැබුණේ නම් මා සතුව කේතයක් නොමැත තෝරන්න .

ඔබ ඔබේ සන්යාපන කේතය ඇතුළත් කිරීමෙන් පසු, ඔබේ වියාපාරික තොරතුරු සෙවීම, සිතියම් සහ අනෙකුත් Google සේවාවන්හි සජීවී ලෙස පෙනීමට සුදුසුකම් ලබයි.

**මූලාශ්රය:** <https://support.google.com/business/answer/6337431> About Google My Business

**සාරාංශය**

1. ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම එකතු කිරීම හෝ එයට හිමිකම් කීම.
2. Google සෙවුම් සහ සිතියම් තුළ ඔබගේ පාරිභෝගිකයින්ට දිස්වීම සඳහා ඔබගේ වියාපාරය Google සමග සන්යාපනය කරන්න.
3. ප්රාදේශීය වියාපාර තැපැල් මාර්ගයෙන් සන්යාපනය සිදු කරයි .
- 2.ඔබේ මාර්ගගත හැසිරීම ප්රශස්ත(උපරිමයට ළඟා කරවීම) කරන්න.

**වියාපාරික ඡායාරූප හෝ වීඩියෝ එක් කරන්න**

සෙවුම් සහ සිතියම් ඇතුළුව, Google හරහා ඔබේ වියාපාරය සෙවීමට මිනිසුන්ට ඡායාරූප සහ වීඩියෝ උපකාරී වේ. මෙම ඡායාරූප සහ වීඩියෝ වියාපාර වලින් මෙන්ම පාරිභෝගිකයින්ගෙන්ද ලැබේ. ඔබ ලබා දෙන දේ සොයන මිනිසුන්ට ඔබේ

නිෂ්පාදන සහ සේවාවන් ප්‍රදර්ශනය කිරීම සඳහා ඔබේම වියාපාරික ඡායාරූප එකතු කරන්න.

ඔබ ඔබේ වියාපාරය තහවුරු කරන තුරු ඔබේ ඡායාරූප Google හි නොපෙන්වයි.

### **ඡායාරූප වර්ග**

ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තු ගතකිරීමට එකතු කළ හැකි ඡායාරූප වර්ග කිහිපයක් තිබේ:

ලාංඡනය: Google හි ඔබේ වියාපාරය හඳුනා ගැනීමට ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන්ට උදවු කරයි.

- කවර ඡායාරූපය: ඔබේ පිටුවේ පෞරුෂත්වය ප්‍රදර්ශනය කරයි. කවර ඡායාරූපයක් එකතු කළවිට ස්වයංකාරීයව එය ඔබේ ලැයිස්තුගත කිරීමේ කැමතිම ඡායාරූපය ලෙස සකසයි. මෙම ක්‍රියාව ඔබේ වියාපාරයේ පළමු ප්‍රතිරූපය ලෙස ප්‍රසිද්ධ වීම සහතික නොකරන නමුත් ඔබ ප්‍රදර්ශනය කිරීමට කැමති ඡායාරූපය මෙය බව මෙයින් Google හට පවසයි.
- අතිරේක ඡායාරූප: මිලදී ගැනීමේ තීරණ ගැනීමේදී පාරිභෝගිකයින් සලකා බලන ඔබේ වියාපාරයේ විශේෂාංග වල විවිධ ඡායාරූප එක් කරන්න. වියාපාරික ඡායාරූප ගැන තව තොරතුරු දැන ගැනීමට මෙහි පිවිසෙන්න.

### **ජංගම දුරකතන යෙදුම මගින් ඡායාරූපයක් එක් කරන්න**

1. Google my business යෙදුම විවෘත කරන්න.
2. “Home” click කරන්න.
3. පහළ දකුණු කෙළවරේ ඇති එකතු කිරීමේ නිරූපකය click කරන්න.
4. “ඡායාරූප එකතු කරන්න” click කරන්න.
5. ඔබ එකතු කිරීමට කැමති ඡායාරූපය හෝ වීඩියෝ වර්ගය තෝරන්න.
6. ඔබේ කැමරා රෝලයෙන් ඡායාරූපයක් හෝ වීඩියෝවක් තෝරන්න, නැතහොත් අලුත් එකක් ගන්න.
7. “උඩුගත කරන්න” තට්ටු කරන්න.

**වැඩි විස්තර සඳහා** Google Support බලන්න.

### **පාරිභෝගික සමාලෝචන**

ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම මගින් පාරිභෝගිකයින්ට ඔබේ වියාපාරයේ සමාලෝචන පළ කිරීමට ඉඩ සලසයි. මාර්ගගත සමාලෝචන වටිනා වාචික අලෙවිකරණය වෙබ් අඩවිය වෙත ගෙන යාමට හොඳ මාර්ගයක් වන අතර නව පුද්ගලයින්ට ඔබව මාර්ගගතව සොයා ගැනීමට උදවු වේ.

ඔබ මෙම සමාලෝචන වලට ප්රතිචාර දක්වන විට, දැනට සිටින සහ අනාගත ගනුදෙනුකරුවන්ට ඔබ ඔවුන් සමඟ ගනුදෙනු කිරීම අගය කරන බව පෙන්වයි.

ඔබ සමාලෝචන වලට පිළිතුරු දෙන විට එම පිළිතුරු ඔබේ වියාපාරික නාමයෙන් වශයෙන් ඔබ ප්රසිද්ධියේ පළ වන බව මනක තබා ගන්න. Google හි ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීමෙහි ඔබට ලැබෙන සමාලෝචන සඳහා ඔබ දෙන පිළිතුරු ක්ෂණිකව නොපෙන්වීමට ඉඩ ඇත.

**මූලාශ්රය:** <https://support.google.com/business/answer/6337473>

සාරාංශය

1. ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ඔබේ වියාපාර ලැයිස්තුගත කිරීම ප්රශස්ත කරන්න.
2. ඡායාරූප හෝ වීඩියෝ ඔබ හෝ පාරිභෝගිකයින් විසින් එකතු කරනු ලැබිය හැකිය.
3. පාරිභෝගිකයින්ට ඔබේ වියාපාරය සමාලෝචනය කළ හැකි අතර ඔබට ඒවාට ප්රතිචාර දැක්විය හැකිය.

### ඩිජිටල් කට වචනය

උත්සාහ කර පරීක්ෂා කර ඇති කට වචනයෙන් අලෙවිකරණය.

කට වචනයෙන් අලෙවි කිරීම සියවස් ගණනාවක් පුරා පවතින්නකි. අලෙවිකරණය ඇත්ත වශයෙන්ම පැවතීමට පෙර වෙනත් පුද්ගලයින්ගේ තොරතුරු මත පදනම්ව වියාපාරයක් හෝ සේවා සැපයුම්කරුවෙකු තෝරා ගැනීම සාමාන්ය සිරිතකි. සහශ්ර ගණනාවක් තිස්සේ ලොව පුරා ප්රජාවන් තුළ වාචික සන්නිවේදනය (කථා කිරීම) සාකච්ඡා කිරීමේ ප්රධාන මාධ්යයව පැවතුනි.

වාචික අලෙවි කිරීමේ බලය නොවෙනස්ව පැවතුනද, අපි එයින් ප්රයෝජන ගන්නා ආකාර වෙනස් වී ඇත. අන්තර්ජාලය හා සමාජ මාධ්යය විසින් අප අලෙවිකරණ ක්රමයක් ලෙස වාචික අලෙවිකරණ පණිවුඩ භාවිතා කරන ආකාරය ඉතා විප්ලවකාරී ලෙස වෙනස් වී ඇති අතර එමනිසා (Digital Word of Mouth Marketing ) ඉලෙක්ට්රොනික ලෙස වාචික අලෙවිකරණය බිහිවී ඇත.

මිලදී ගැනීමේ තීරණ ගැනීමේදී, වෙනත් ඕනෑම ආකාරයක තොරතුරකට වඩා මිනිසුන් තම පවුලේ අයගෙන් සහ මිතුරන්ගෙන් ලැබෙන තොරතුරු විශ්වාස කරති. ඕනෑම ආකාරයක භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් මිලදී ගැනීමට පෙර නිර්දේශ සඳහා ඔවුන් තම ප්රජාව වෙත හැරේ. හොඳම අලෙවිකරණ දැන්වීමට පවා සවන් දෙනවාට වඩා පාරිභෝගිකයින් තම මිතුරන්, පවුලේ අය, සගයන් සහ සමාජ සගයන්ගේ අදහස් වලට සවන් දෙයි.

දෛනිකව පාරිභෝගිකයින් වටා ජරදර්ශනය වන වෙළඳ අලෙවිකරණය අඩංගු අන්තර්ගතයේ ජරමාණය (ඩිජිටල් හෝ වෙනත් ආකාරයකින්) සමඟ ඔවුන් හොඳ, නරක සහ අසත්‍ය, සත්‍යයෙන් වෙන්කර හඳුනා ගන්නේ කෙසේද? මිනිසුන් කට වචනය විශ්වා කිරීමට කැමති වීම පුදුමයක් නොවේ.

වර්තමානයේදී දුරකථනයෙන් මිතුරෙකු ඇමතීම හෝ විශ්වාසවන්ත මිතුරෙකු සමඟ කෝපි කෝප්පයක් තොල ගාමිත් සංවාදයේ යෙදීමට යාම වෙනුවට පාරිභෝගිකයින් වෙත කවරදාටත් වඩා විශ්වාසදායක අදහස්, සමාලෝචන සහ උපදෙස් ලබා ගැනීමේ මූලාශ්‍රයක් ලෙස අන්තර්ජාලය (විශේෂයෙන් සමාජ ජාල) වෙත යොමු වෙමින් සිටිති.

### **ඉලෙක්ට්‍රොනික වාචික අලෙවිකරණය එතරම් බලවත් කරන්නේ කුමක් ද?**

මිනිසුන් බෙදා ගැනීමට කැමතියි

හුවමාරු කර ගැනීමට අපට ඇති අවශ්‍යතාවය පාරිභෝගික සමාලෝචන අඩවි, සාකච්ඡා සංසද සහ ටීටීටී වැනි සමාජ මාධ්‍ය අඩවි වල සාර්ථකත්වය පැහැදිලි කරයි. මෙම හුවමාරු කර ගැනීමට කැමති හැසිරීම සඳහා සම්බන්ධ වීමේ හා යමකට/ යමෙකුට බව අයිති බව දැනීමේ අවශ්‍යතාවය, අන් අයට උපකාර කිරීමේ අවශ්‍යතාවය සහ නිවැරදි සම්බන්ධතා හා දැනුමක් ඇති අයෙකු ලෙස වටහා ගනු ලැබීමේ අවශ්‍යතාවය වැනි මනෝවිද්‍යාත්මක පැහැදිලි කිරීම් කිහිපයක් තිබේ. එක් පුද්ගලයෙකු තවත් කිහිප දෙනෙකු වෙත ළඟා වන අතර ඒ සෑම කෙනෙකුටම තම තමන්ගේ මිතුරුජාලය සමඟ එම පණිවිඩය හුවමාරු කර ගත හැකිය. මෙය eWOM හි ඉතා ඉක්මණින් ජරවලිත වීමේ විභවය පැහැදිලි කරයි.

මිනිසුන් මාර්ගගතව උපදෙස් පතනි

අපි මිලදී ගැනීමක් කිරීමට අදහස් කරන ඕනෑම අවස්ථාවක අපට මුලින්ම අවශ්‍ය වන්නේ අන්තර්ජාලය හරහා මෙම විෂය පිළිබඳව දැනුවත් කිරීමට ය. මාර්ගගත සමාලෝචන වැදගත් තොරතුරු ජරභවයන් ලෙස භාවිතා කරන අතර නිෂ්පාදනයක් කෙරෙහි පාරිභෝගික ආකල්ප හැඩගස්වා විකිණුම් කෙරෙහි බලපෑම් කරයි.

මිනිස්සු අනෙක් මිනිස්සුන්ව විශ්වාස කරයි

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය මගින් කරන ජරවාරණ, ජරවෘත්ති හෝ ආයතනික වෙබ් අඩවියක තොරතුරු වලට වඩා අපි සැබෑ පුද්ගලයෙකුගේ මතය විශ්වාස කරන්නෙමු. මෙය ‘සමාජ සාක්ෂිය (Social trooff)’ ලෙස හැඳින්වේ. ඉලෙක්ට්‍රොනික කට වචනය පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ තීරණ කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති

කරයි. ඇත්තෙන්ම මිනිසුන්ට මෙයින් ධනාත්මකව හෝ සෘණාත්මකව බලපෑම් කළ හැකිය.

සහභාගිත්වය, කැමැත්ත පළ කිරීම ,බෙදා ගැනීම, අදහස් දැක්වීම, අනුගාමිකයන් ඩිජිටල් වාචික කථාවේ බලය උපයෝගී කර ගැනීම සඳහා, මිනිසුන්ට ඔබගේ මාර්ගගත අන්තර්ගතය සමඟ සහාගිවීමට පෙළඹීමක් ඇතිවන තරම සිත් ගන්නා සුළු ඡායාරූප, වීඩියෝ, කතන්දර වැනි සමාජ මාධ්‍ය සහ මාර්ගගත අන්තර්ගතයන් නිර්මාණය කළ යුතුය. එවිට ජරේක්ෂකයන් කැමැත්ත ප්රකාශ කිරීම, බෙදා ගැනීම, අදහස් දැක්වීම සහ අනුගාමිකයන් වීම මගින් ඔබගේ මාර්ගගත අන්තර්ගතය සමඟ සම්බන්ධ වීම සහ සහභාගි වීම සිදු වේ.

**සහභාගිත්වය** යනු සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම ගැන සියලුම ය. මෙම පුද්ගලයින් ඔබ සමඟ සම්බන්ධව කටයුතු කරන අතර ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව මිලදී ගැනීමට වැඩි ඉඩක් ඇත.

උදාහරණයක් වශයෙන්, ලංකාවේ මුහුදු වෙරළේ පිහිටි සංචාරක නිවසක්, ලස්සන හිරු උදාවක් හෝ මුහුදු වෙරළේ මංගල උත්සවයක් පිළිබඳ පින්තූරයක් සිය ෆේස්බුක් පිටුවේ පළ කරයි. මිතුරෙකුගේ කාලරාමුව මත මෙය නිබෙනු දකින කෙනෙක් ඡායාරූපය අගය කොට, ‘කැමති’ ක්ලික් කර, පසුව එය ඔහුගේ කාලරාමුවට බෙදා ගන්නටද සමහර විට ළඟදීම විවාහ වීමට සිටින මිතුරෙකු “ඇමුණුම්” කිරීමටද ඉඩ ඇත. මෙම මිතුරා ඡායාරූපයෙහි ඇති සංචාරක නිවස වෙත ගොස් පරීක්ෂා කර බැලීමේ අරමුණින් සමාජ මාධ්‍යය ඔස්සේ අදාළ සංචාරක නිවස අනුගමනය කරයි. සමහර විට එම ස්ථානයට යාමට වසරේ හොඳම කාලය වීමසමින් “අදහස්” දක්වති. එම අදහස් දැක්වීමට ප්රයෝජනවත් තොරතුරු සමඟ පිළිතුරු දෙන්නේ නම්, මිතුරා සංචාරක නිවස වෙත් කරවා ගැනීම ගැන සලකා බැලිය හැක. මෙය සහභාගිත්වය හෙවත් නියැලීමයි.

සාම්ප්රදායික කට වචනය යනු තොරතුරු එක් පුද්ගලයෙකුගෙන් තවත් පුද්ගලයෙකුට හුවමාරු වීමයි. ඩිජිටල් කට වචනයේ ඇති අලංකාරය නම් එක් පුද්ගලයෙකු විසින් බෙදා ගන්නා තොරතුරු ඉතා ඉක්මනින් බොහෝ පිරිසක් සමඟ හුවමාරු කර ගැනීමට සහ බොහෝ දෙනෙකුට දැක ගැනීමට හැකි වීමයි.

**සාරාංශය**

කට වචනය යනු තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමේ පැරණි ක්රමයක් වන අතර අන්තර්ජාලය සහ සමාජ මාධ්‍ය උපයෝගී කරමින් ඩිජිටල් යුගයේ කටවචනය ලෙස පරිණාමය වී ඇත.

ආගන්තුකයන්ගෙන් හෝ අලෙවිකරණ දැන්වීම් වලින් ලැබෙන තොරතුරු වලට වඩා මිතුරන්ගෙන් හෝ පවුලේ අයගෙන් ලැබෙන උපදෙස් මිනිසුන් විශ්වාස කිරීමට වැඩි ඉඩක් ඇත.

ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ඔබේ සමාජ මාධ්‍ය හරහා කැමති වීම්, බෙදා ගැනීම, අනුගමනය කිරීම, අදහස් දැක්වීම යනාදිය තුළින් මිනිසුන් සමඟ සම්බන්ධ වීම වැදගත් වේ.

“ක්ලික් කිරීමකට ගෙවීම්” සමඟ ජ්‍යෙෂ්ඨ ජ්‍යෙෂ්ඨ

PPC හෙවත් ක්ලික් කිරීමකට ගෙවීම Google, Facebook, Instagram සහ වෙනත් වේදිකාවල දැන්වීම් ජ්‍යෙෂ්ඨ ජ්‍යෙෂ්ඨ කරන ආකාරයකි. ඔබ google සෙවුමෙහි කෙටි දැන්වීමක් හෝ Facebook හෝ Instagram හි රූප දැන්වීමක් තබන අතර අමුත්තෙක් ඔබේ වෙළඳ දැන්වීම මත ක්ලික් කරන සෑම අවස්ථාවකම ඔබ නියමිත මුදලක් ගෙවයි.

අත්යවශ්‍යයෙන්ම, එය එම වෙබ් අඩවි පිවිසුම් එකින් එක “උපයා ගැනීමට” උත්සාහ කරනවාට වඩා ඔබේ වෙබ් අඩවියට ක්ෂණිකව පිවිසුම් මිලදී ගැනීමේ ක්රමයකි. සෙවුම් යන්ත්‍ර වෙළඳ ජ්‍යෙෂ්ඨ ජ්‍යෙෂ්ඨ (උදා: Google දැන්වීම්) යනු වඩා ජනප්රිය PPC ක්රමයකි. අනෙකුත් ආකාර වන්නේ Facebook සහ Instagram හි අනුග්රහය දක්වන ලද දැන්වීම් (sponsored ads) සහ වර්ධනය කරන ලද දැන්වීම් (boosted posts) වේ.

PPC භාවිතා කිරීමේ වාසි

ඔබේ ව්යාපාරයට වඩාත් සුදුසු වේදිකාව කුමක්ද යන්න තීරණය කිරීම වැදගත්ය. වෙනස්කම් උත්සාහ කර බලා ඔබට වඩාත් ගැලපෙන දේ තෝරා ගන්න.

Facebook දැන්වීම් පිළිබඳ තොරතුරු Instagram දැන්වීම් සඳහා ද අදාල වන බව සලකන්න.

**Facebook හෝ Instagram දැන්වීම් සාදන ආකාරය**

ඔබේ Facebook හෝ Instagram දැන්වීම් පළ කරන්නේ කෙසේදැයි දැන ගැනීමට <https://www.facebook.com/business/learn/Facebook-ads-basics> වෙත යන්න.

ඔබට අවශ්‍ය වනුයේ:

1. ඔබේ අරමුණ තෝරන්න - දැන්වීම ක්රියාත්මක කිරීමට ඔබේ හේතුව.
2. වයස, ස්ත්රී පුරුෂ භාවය, ස්ථානය වැනි දෑ අනුව ඔබේ ප්රේක්ෂකයින් තෝරන්න.
3. ඔබේ දැන්වීම ක්රියාත්මක කළ යුත්තේ කොතැනදැයි තීරණය කරන්න - Facebook, Instagram, messenger, ආදිය.

4. ඔබට වියදම් කළ හැකි මුදල තීරණය කරන්න. - ඔබේ දෛනික හෝ “මුළු වියදම් කළ හැකි මුදල” ඇතුළත් කර ඔබේ දැන්වීම් ක්‍රියාත්මක වීමට අවශ්‍ය කාල සීමාව ඇතුළත් කරන්න.
5. ආකෘතියක් තෝරන්න - ඡායාරූප හෝ වීඩියෝ.
6. ඔබේ ඇණවුම ලබා දෙන්න.
7. ඔබේ දැන්වීම මැන බලා කළමනාකරණය කරන්න - කාර්ය සාධනය නිරීක්ෂණය කරන්න.

### Google දැන්වීම් සාදන්න

ඔබේ දැන්වීම සකසන්නේ කෙසේදැයි දැන ගැනීමට Guide to Google add අනුගමනය කරන්න.

ඔබට අවශ්‍ය වනුයේ:

1. Google දැන්වීම් ගිණුමක් සාදන්න
2. ඔබේ ඉලක්කය තෝරන්න.
3. එළදායි දැන්වීම් සාදන්න.
4. ඔබේ ලංසු උපකරමය සහ අයවැය සකසන්න.
5. දිගු එකතු කරන්න.
6. නිරතව සිටින්න.

### සාරාංශය

PPC හෝ ක්ලික් කිරීමකට ගෙවීම Google, Facebook, Instagram සහ වෙනත් වේදිකාවල දැන්වීම් ප්‍රචාරණය කරන ආකාරයකි. ඔබ Google සෙවීමෙහි කෙටි දැන්වීමක් හෝ Facebook හෝ Instagram හි රූප දැන්වීමක් තබන අතර අමුත්තෙක් ඔබේ වෙළඳ දැන්වීම මත ක්ලික් කරන සෑම අවස්ථාවකම ඔබ නියමිත මුදලක් ගෙවයි.

PPC හි ඇති විශාල වාසියක් නම් එය ඔබේ අයවැය සැකසීමට සහ කළමනාකරණය කිරීමට ඉඩ සැලසීමයි.

Facebook සහ Instagram වඩාත්ම සුදුසු වන්නේ වෙළඳ නාම පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සහ සම්බන්ධතා නිර්මාණය කිරීම සඳහා වන අතර Google දැන්වීම් විශේෂිත නිෂ්පාදන හෝ සේවා විකිණීම සඳහා වඩාත් සුදුසු ය.

### Google විශ්ලේෂණ

Google විශ්ලේෂණ යනු වෙබ් අඩවි හිමිකරුවන් සඳහා වන සම්මත වෙබ් අඩවි ලුහුබැඳීමේ මෙවලමකි. ඔබේ දත්ත මැනීම, වාර්තා කිරීම සහ විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා එය ඉතා ප්රබල මෙවලමකි.

ඔබ ඔබේ වෙබ් අඩවිය ගොඩනඟා ගත් පසු, ඔබේ වෙබ් අඩවිය බැලීමට සහ ඔබේ සේවාව ඇණවුම් කිරීමට හැකි තරම් අමුත්තන් උත්පාදනය කිරීමට ඔබට අවශ්ය වේ.

ඔබේ වෙබ් අඩවියට අමුත්තන් කී දෙනෙක් පැමිණියාදැයි ඔබ දැන ගන්නේ කෙසේද?

ඔවුන් පැමිණියේ කොහෙන්ද?

ඔබේ වෙබ් අඩවියේ ඔවුන් කළේ කුමක්ද?

මෙහිදී ඔබට උපකාරී වීමට Google විශ්ලේෂණ පැමිණේ.

1. මිනුම
2. වාර්තාව
3. විශ්ලේෂණය
4. ඔබේ වෙබ් අඩවියට පැමිණෙව පරිශීලකයාගේ හැසිරීම.

## මිනුම

ඔබ Google විශ්ලේෂණ ස්ථාපනය කරන විට, ඔබේ වෙබ් අඩවියට ඇතුළත් කිරීමට අවශ්ය ලුහුබැඳීමේ කේතයක් ඔබට ලැබෙනු ඇත. එතැන් සිට, යමෙකු ඔබේ වෙබ් අඩවියට යන සෑම අවස්ථාවකම, මෙම ලුහුබැඳීමේ කේතය Google විශ්ලේෂණ වෙත තොරතුරු යවනු ඇත.

එම දත්ත පහත පරිදි විය හැකිය.

- පරිශීලකයා දැනට සිටින්නේ කුමන පිටුවේද?
- ඔහු භාවිතා කරන්නේ කුමන බ්රව්සරයද?
- ඔහුගේ බ්රව්සරයේ භාෂා සැකසුම් මොනවාද?
- පරිශීලකයා ඔබේ වෙබ් අඩවියට (යොමු පිටුවට) පැමිණීමට පෙර ඔහු බැඳූ පෙර පිටුව කුමක්ද?



මෙම දත්ත එකතු කිරීම (මැනීම) පසුබිමේ සිදු වන අතර පරිශීලකයා ඔබේ වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන විට මේ කිසිවක් නොදකී. මෙම දත්ත Google විශ්ලේෂණ හි වාර්ථාගතව තැන්පත් වේ.

## **වාර්තා**

බොහෝ වාර්තා ජනනය වන්නේ දත්ත මැනීම ඇසුරිනි. ඒවා පහත ආකාරයට බෙදී ඇත.

ජරේක්ෂක වාර්තාව - ඔබේ පරිශීලකයින් භාවිතා කරන තාක්ෂණය, ඔවුන් කොහේ සිට ආවද යන තොරතුරු පෙන්වන ජරේක්ෂක වාර්තාව, මෙම උදාහරණයෙන් පෙන්වුම් කරන්නේ පරිශීලකයින්ගෙන් වැඩි දෙනෙක් ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ අය බවයි.

## **අත්පත් කර ගැනීම් වාර්තා**

ඔබේ වෙබ් අඩවියට පිවිසි පරිශීලකයා පැමිණියේ කොහෙන්දැයි ඔබට මින් සොයා ගත හැකිය. මෙම උදාහරණයෙන් පෙන්වුම් කරන්නේ බොහෝ පරිශීලකයින් වෙබ් අඩවියට සෙවුම් යන්ත්‍රයක් හරහා පැමිණි බවයි. බොහෝ දෙනෙක් කෙලින්ම වෙබ් අඩවියට පැමිණියහ, එසේ සිදු කිරීමට නම්මි ඔවුන් වසම් නාමය දැන සිටිය යුතුය. අනෙක් පරිශීලකයින් වෙනත් වෙබ් අඩවි (යොමු කිරීම්) තුළින් එන ලද අතර තවත් සමහරෙක් ගෙවන ලද වෙළඳ දැන්වීම් වලින් පැමිණි අය වේ.

2. හැසිරීම් වාර්තා - ඔබේ වෙබ් අඩවියේ පරිශීලකයා කළ දේ, ඔවුන් කුමන පිටු වලට ගියාද සහ ඔවුන් වෙබ් අඩවිය තුළ සිදු කළ අන්තර්කර්යා මොනවාද යන්න දැක්වෙන හැසිරීම් වාර්තා.

3. පරිවර්තන වාර්තා - ඔබේ වෙබ් අඩවියේ දී පරිශීලකයා ගනීවි යැයි ඔබ බලාපොරොත්තු වූ පියවර ගන්නාද යන්න සලකා බැලෙන වාර්තා (සාමාන්යයෙන් භාණ්ඩයක් මිලට ගැනීමට හෝ සේවාවක් වෙන් කරවා ගැනීමට).

මෙම වාර්තා සියල්ලම ගූගල් විශ්ලේෂණ මගින් ස්වයංකාරීයව උත්පාදනය කරන අතර ඔබට ඔබේම අභිරුචි වාර්තා ද සෑදිය හැකිය.

විශ්ලේෂණය

මෙම වාර්තා අපට ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ අප ඒවා විශ්ලේෂණය කරනවානම් පමණි, එනම් පවතින දත්ත උපයෝගී කරගනිමින් අපගේ ප්‍රශ්න වලට පිළිතුරු සැපයීම ය.

- පරිශීලකයා පැමිණියේ කොහෙන්ද, ඔහු පැමිණියේ ගූගල් සෙවුම හරහාද එසේත් නැතිනම් අපේ සමාජ මාධ්‍ය පිටු හරහා පැමිණියේද, නැතහොත් ගෙවූ සෙවීම් (Google adverts ) වැනි වෙළඳ දැන්වීම් හෝ වෙනත් වෙබ් අඩවියක යොමු කිරීම් හරහා පැමිණියේද?
- එය පසුගිය සතිය හා සැසඳෙන්නේ කෙසේද?
- පරිශීලකයා වෙබ් අඩවියේ කුමන පෙදෙසට පිවිසියේද?
- ඔබ “සමාජ මාධ්‍ය මෙහෙයුමක්” දියත් කළ කාලයේම පරිවර්තන වැඩි ප්‍රමාණයක් සිදුවී තිබේද?

දත්ත පෙරීම, තව දුරටත් බිඳ දැමීම, වෙනස් ලෙස දැශයමාන කිරීම, සංසන්දනය කර කොටස් කිරීම වැනි බොහෝ දේ වඩාත් ගැඹුරින් සිදු කිරීමට බොහෝ මෙවලම් තිබේ. ඔබේ විශ්ලේෂණයේ අවසාන පරමාර්ථය නම් අවබෝධය ලබා ගැනීම සහ පසුව ඒ අනුව ක්‍රියාත්මක වීම ය. එබැවින් ඔබ යමක් සොයා ගත් පසු, එයට ගැලපෙන පියවර ගත යුතුය.

- යම් තොරතුරු වඩාත් පහසුවෙන් ලබා ගත හැකි වන පරිදි ඔබේ වෙබ් අඩවිය සකසන්න
- ඔබේ වෙබ් අඩවියට වැඩි පිවිසීම් ප්‍රමාණයක් ලබා දෙන ලෙස ඔබේ සමාජ මාධ්‍ය නාලිකා සකස් කරන්න
- ගූගල් දැන්වීම් යනාදිය සමඟ ඔබේ වෙළඳ ප්‍රචාරණ දැන්වීම් සකසන්න.

ඔබට ලබා ගත හැකි එකම විශ්ලේෂණ වැඩසටහන Google විශ්ලේෂණ ක්‍රමය පමණක් නොවේ, නමුත් එය වසර ගණනාවක සිට පැවති අතර නොමිලයේ ලබා ගත හැකි වඩාත් ජනප්‍රිය වැඩසටහනයි.

Google විශ්ලේෂණ පිහිටුවන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳ මාර්ගෝපදේශනයක් සඳහා බලන්න: <https://www.youtube.com/watch?v=ZM-ZH3m7zSA>

සාරාංශය

- Google විශ්ලේෂණ වෙබ් අඩවි දත්ත මැනීමට, වාර්තා කිරීමට සහ විශ්ලේෂණය කිරීමට භාවිතා කරයි.

- Google විශ්ලේෂණ සක්රිය කිරීම සඳහා, ඔබ ඔබේ වෙබ් අඩවියට ලුහුබැඳීමේ කේතයක් එක් කළ යුතුය.

ඔබේ විශ්ලේෂණයේ පරමාර්ථය නම් අවබෝධය ලබා ගැනීම සහ පසුව ඒ අනුව ක්‍රියාත්මක වීමයි.

### Facebook insights

ඔබේ වෙබ් අඩවි දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමට Google විශ්ලේෂණ භාවිතා කරන ආකාරයටම, Facebook insights මඟින් ඔබේ Facebook පිටුව විශ්ලේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය දත්ත ලබා දේ.

බ්ලිසන 2 කට වැඩි පිරිසක් Facebook භාවිතා කරන අතර එම නිසා ඔබේ වියාපාරය ගැන අවධානය යොමු කරවා ගන්නේ කෙසේද? Facebook insights පැමිණෙන්නේ එම ගැටළුවට විසඳුමක් ලෙසිනි. ඔබේ Facebook පිටුවේ ජ්‍යෙෂ්ඨතා අවබෝධ කර ගැනීමෙන් ඔබ නිවැරදි අන්තර්ගතය ඔබේ පාරිභෝගිකයින් ඉදිරියෙහි තබන බවට වග බලා ගැනීමට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා දේ.

Insights මඟින් ඔබගේ පිටුවේ කාර්ය සාධනය පිළිබඳ තොරතුරු, ජ්‍යෙෂ්ඨතා පිළිබඳ ජන විකාශන දත්ත සහ ඔබේ පළ කිරීම් වලට මිනිසුන් ජ්‍යෙෂ්ඨතා දක්වන ආකාරය වැනි ඔබේ පිටුවේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ තොරතුරු සපයයි.

ඔබේ පිටුවෙහි Insights බැලීමට:

1. ඔබේ වියාපාරික පිටුවේ ඉහළ ඇති Insights ක්ලික් කරන්න. ඔබට insights නොපෙන්වනම්, “තවත්” ක්ලික් කරන්න.
2. වැඩි විස්තර සඳහා වම්පස ඇති කොටස් ක්ලික් කරන්න.

වෙන කවරදාකටත් වඩා ඔබේ ජ්‍යෙෂ්ඨතා දැන ගන්න.

Facebook ජ්‍යෙෂ්ඨතා ක්ලික් කිරීමෙන් insights ඔබට කණ්ඩායම් දෙකක් ගැන තොරතුරු ලබා දේ එනම් දැනටමත් ඔබේ පිටුවට සම්බන්ධ Facebook පරිශීලකයින් සහ පොදු Facebook පරිශීලකයින් එමඟින් ඔබට ඔබේ ජ්‍යෙෂ්ඨතා ක්ලික් වඩාත් ගැලපෙන අන්තර්ගතයක් නිර්මාණය කළ හැකි අතර ඔබේ වර්තමාන ජ්‍යෙෂ්ඨතා ක්ලික් වැනි තවත් අය ඉතා පහසුවෙන් සොයා ගත හැකිය.

මෙම විඩියෝ පටයෙන් අපි ඔබේ Facebook විශ්ලේෂණ විශ්ලේෂණය කිරීම ගැන කතා කරමු.

දත්ත එකතු කරන්න

ආරම්භ කිරීම සඳහා, ඔබ මුලින්ම ඔබට අවශ්‍ය සියලුම දත්ත එකතු කර ගත යුතුය. ඔබේ ෆේස්බුක් insights දළ විශ්ලේෂණ වෙත ගොස්, පසුව “දත්ත අපනයනය කරන්න”. ක්ලික් කරන්න.

ඔබේ විශ්ලේෂණය කරන්න

වඩා හොඳ උපාය මාර්ගයක් සහ අන්තර්ගත අලෙවිකරණ තීරණ ගැනීම සඳහා ඔබ දැනගත යුතු කරුණු කිහිපයක් තිබේ.

1. **හොඳම පළකිරීම** - ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයින් කැමති කුමන ආකාරයේ පළකිරීම් දැයි දැන ගැනීමට “කැමැත්ත පළ කිරීම්” හා “බෙදා ගැනීම්” මගින් ඉහළ ඇති “පළකිරීම්” දෙස බලන්න. මේ සඳහා හොඳම මිනුම නම් “නිරත වීමේ” අනුපාතය වන අතර එය වැඩි වන තරමට ඔබේ අනුගාමිකයින්ට ඉතා ආකර්ෂණීය ලෙස දිස්වනු ඇත.
2. **ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයින්**- ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ ජන විකාශන ඔබට වඩාත් ගැලපෙන අන්තර්ගතයක් නිර්මාණය කිරීමට උපකාරී වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබ දේශීය සංචාරකයින් ඉලක්ක කරනවාද එසේත් නැතිනම් ඔබ නැගෙනහිර හෝ බටහිර සංචාරකයින් ඉලක්ක කර ගන්නවාද? ඔබ ඉලක්ක කරන්නේ විකේන්ද්‍රීය කේන්ද්‍රය වලට වඩාත් කැමති තරුණ ප්‍රේක්ෂකයින් ද? එසේත් නැතිනම් විවේකයට සහ සුබෝසහෝභී බවට කැමති වැඩිහිටි ප්‍රේක්ෂකයින් සඳහාද? ඔබේ ඉලක්ක වෙළඳපොළ කුමක්ද?
3. **හොඳම කාලය**- ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයින් කොපමණ වාරයක් අන්තර්ජාලයට පිවිසෙනවාද සහ ඒ දවසේ කුමන වේලාවකද යන්න බලන්න. ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයින් මාර්ගගතව සිටින කාලය සඳහා ඔබේ එදහා තෝරා ගන්නට උත්සහ ගන්න. එවිට ඔවුන් එය දැකීමට ඇති ඉඩ කඩ වැඩිය.
4. **ඊළඟ පියවර**. ඔබේ ශක්තීන්, දුර්වලතා, අවස්ථා සහ තර්ජන විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා විගණනයක් සිදු කරන්න. ඔබේ අවධානය යොමු කළ යුත්තේ කොතැනදැයි බැලීමට මෙය ඔබට උපකාරී වනු ඇත.

සාරාංශය

- Facebook insights ඔබේ Facebook පිටුව විශ්ලේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය දත්ත සපයයි.
- Facebook ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ insights ඔබට කණ්ඩායම් දෙකක එනම්, ඔබේ පිටුවට දැනටමත් සම්බන්ධ පරිශීලකයින් සහ පොදුවේ Facebook හි පරිශීලකයින් පිළිබඳ සමස්ථ තොරතුරු ලබා දේ.
- ඔබේ අපේක්ෂිත ප්‍රේක්ෂකයින් ආකර්ෂණය කර ගත හැකි පළකිරීම් සකස් කිරීම සඳහා හොඳම පළකිරීම්, ඔබේ ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ වර්ග සහ පළකිරීම් සඳහා දවසේ වඩාත්ම ජනප්‍රිය වේලාව වැනි ප්‍රමිතික භාවිතා කරන්න.

