

இலத்திரனியல்-சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

மின்னியல்-சந்தைப்படுத்தல் உங்கள் மின்னியல்-சுற்றுலா செயல் திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும்: டிஜிட்டல் யுகத்தில் சுற்றுலா முகாமைத்துவத்திற்கான, மீண்டும் மீண்டும் சுழற்சியான செயல்முறையாகும்.

இ-சுற்றுலா பாடத்திட்டத்தில் ஏற்கனவே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளபடி, இ-சந்தைப்படுத்தல், டிஜிட்டல் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் இணைய சந்தைப்படுத்தல் ஆகிய அனைத்தும் ஒன்றுடன் ஒன்று பகிர்ந்து கொள்கின்றன, ஆனால் ஒவ்வொன்றும் சற்று வித்தியாசமான அணுகுமுறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன. இணைய சந்தைப்படுத்தலை விட மின்னியல்-சந்தைப்படுத்தல் மிகவும் உறவு சார்ந்ததாகும், இது பல சமயங்களில் தகவல்களின் ஒரு வழி விநியோகமாகும். இணையத்தின் ஆரம்ப நாட்களில், மக்கள் செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளில் விளம்பரம் போடுவதைப் போலவே பெரிய பெரிய பதாகை விளம்பரங்களையும் வலைத்தளங்களில் வைப்பார்கள்.

உங்களுடைய மின்னியல்-சந்தைப்படுத்தல் உத்தி என்பது குறிப்பிட்ட பார்வையாளர்களை இலத்திரனியல் வழிகளில் (பேஸ்புக் போன்ற சமூக ஊடகங்கள்; வலைத்தளங்கள்; யூடியூப் போன்றவை) குறிவைத்து அவர்களுடன் உறவை வளர்த்துக் கொள்வதற்கான செயல்முறையாகும்.

இந்த உறவானது அடைவுமட்டம் மற்றும் ஈடுபாடு ஆகிய இரண்டாலும் அளவிடப்படுகின்றது.

ஏனெனில் நீங்கள் ஒன்லைனில் செய்யும் அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளும் அளவிடக்கூடியது-உங்கள் சந்தைப்படுத்தலை எத்தனை பேர் வாசிக்கின்றார்கள், உங்கள் இணைப்புகளை எத்தனை பேர் கிளிக் செய்தார்கள், உங்கள் தகவலை எத்தனை பேர் பகிர்ந்துள்ளார்கள் என்பதை எளிதாகக் கண்டறியலாம். இ-சந்தைப்படுத்தலானது அதன் மீள் செயற்பாட்டால் வகைப்படுத்தப்படுகின்றது: எது வேலை செய்கின்றது என்பதை நீங்கள் விரைவாகக் கற்றுக்கொள்கின்றீர்கள், மேலும் நீங்கள் அதை அதிகமாகச் செய்கின்றீர்கள்.

வலைத்தளங்களுக்கான அறிமுகம்

அடுத்த பாடங்களில் நாங்கள் எங்கள் வணிகத்திற்கான வலைத்தளங்களைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளப் போகின்றோம் மற்றும் கேள்விகளுக்கு பதிலளிக்கப் போகின்றோம்:

- ஒரு வலைத்தளம், வலைப்பக்கம், பதிவு மற்றும் கட்டமைப்புகளிற்கிடையிலான வேறுபாடு என்ன?
- எனக்கு ஒரு வலைத்தளம் தேவையா? அவ்வாறெனில், ஏன்?
- எனது சொந்த வலைத்தளப் பெயர் அல்லது டொமைன் பெயரை எவ்வாறுப் பெறுவது?
- வெப் ஹோஸ்டிங் என்றால் என்ன, எனக்கு ஏன் வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநர் தேவை?

இதன் முடிவில் நீங்கள் இதை செய்ய வேண்டும்:

- ஒரு வலைத்தளம், பக்கம், பதிவு, கட்டமைப்பு மற்றும் ஒவ்வொன்றையும் உருவாக்குவதற்கான அடிப்படைகள் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வித்தியாசத்தைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்.
- டொமைன் பெயர்கள் மற்றும் அவற்றை எவ்வாறு முற்பதிவு செய்வது என்பதைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்.
- ஹோஸ்டிங் வழங்குநரின் பங்கைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- ஒரு சுற்றுலா வணிக வலைத்தளத்தை மேம்படுத்துதல் அல்லது உருவாக்குவதற்கான தேவைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
- ஒரு இலவச இணையதளத்தை அமைத்து ஒரு டொமைன் பெயரை பதிவு செய்யவும்.

சொற்களஞ்சியம்

நாம் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய சில சொற்களைப் பார்ப்போம்:

இணையதளம்

ஒற்றை டொமைன் பெயர் அல்லது தள முகவரியைப் பகிர்ந்து கொள்வதற்கான இணைய அணுகலாகும், இது ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட வலைப்பக்கங்களின் தொகுப்பாகும்.

வலைப்பக்கம்

இது ஒரு இணையதளத்தில் உள்ள ஒற்றை ஆவணம். ஒரு வலைப்பக்கம் வாக்கியங்கள், படங்கள் மற்றும் பிற வலைப்பக்கங்களுக்கான இணைப்புகளைக் கொண்டிருக்கலாம். பக்கங்கள் பொதுவாக பக்கத்தின் மேல் அல்லது பக்கத்தில் உள்ள மெனு வழியாக அணுகப்படும். கீழே உள்ள உதாரணத்தில், இது 'முகப்பு (Home)' பக்கம். 'பற்றிய (About)' மற்றும் 'திறன் நிதி (Skills Fund)' போன்ற பிற பக்கங்கள் பக்கத்தின் மேலே உள்ள மெனுவிலிருந்து இணைக்கப்பட்டுள்ளன.

அஞ்சல்

இது பொதுவாக வலைப்பதிவுகளில் காணப்படும் ஒரு குறிப்பிட்ட வகை வலைப்பக்கம். அவை வலைப்பக்கங்களைப் போலவே இருக்கின்றன, ஆனால் திகதி அடிப்படையில் கோரப்படுகின்றன, மேலே சமீபத்திய பதிவுகள் உள்ளன. வலைப்பதிவு வலைத்தளமானது வலைப்பதிவுகள் இல்லாமல் வலைப்பதிவு பிரதிகளைக் கொண்டிருக்கும், ஆனால் இவை பெரும்பாலும் தனிப்பட்ட வலைத்தளங்கள். வணிக வலைத்தளங்கள் போன்ற வலைப்பக்கங்களைக் கொண்டிருக்கும், ஆனால் தற்போதைய நிகழ்வுகளுடன் தொடர்ந்து புதுப்பிக்கப்படும் வலைப்பதிவைச் சேர்க்கலாம்.

மேலே உள்ள இணையதளத்தில், 'செய்திகள் (News)' என்பதைக் கிளிக் செய்வது, பார்வையாளரை தொடர்புடைய செய்திகளின் வலைப்பதிவிற்கு அழைத்துச் செல்லும். சமீபத்திய செய்திகள் (Latest news) மேற்பக்கம் உள்ளன என்பதை நினைவில் கொள்க.

விபரக்கோவை

பல்வேறு வகையான தயாரிப்புகள், படங்கள் அல்லது திட்டங்களைக் காட்ட பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு வகை இணையதளம்.

டொமைன் பெயர்

இணையதளத்தில் பெயர் அல்லது இணையதள முகவரி இணையத்தில் குறிப்பிட்ட இணையதளத்தைக் கண்டுபிடிக்கப் பயன்படுகின்றது. *example.com* அல்லது *example.lk*. இரண்டு டொமைன் பெயர்களும் சரியாக ஒரே மாதிரியாக இருக்க முடியாது, எனவே ஒரு தனிப்பட்ட டொமைன் பெயரைத் தேட வேண்டும் மற்றும் அதை வணிக உரிமையாளரிடம் பதிவு செய்ய வேண்டும்.

வலை தொகுப்பாளர்

உங்கள் வலைத்தளத்தின் அனைத்துப் பக்கங்களையும் சேமித்து இணையத்துடன் இணைக்கப்பட்ட கணினிகளுக்குக் கிடைக்கச் செய்யும் நிறுவனமாகும். உங்கள் தேவைகளுக்கு ஏற்ப, பல்வேறு அளவிலான அடுக்குமாடி குடியிருப்புகளை வாடகைக்கு விடும் ஒரு பெரிய குடியிருப்பு தொகுதியை என்று நினைத்துப் பாருங்கள்.

ஒரு இணையதளத்தின் பாகங்கள்

பெரும்பாலான வலைத்தளங்கள் பின்வரும் அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளன:

முகப்புப்பக்கம் (Home Page)

ஒரு வலைத்தளத்தின் முகப்புப்பக்கம் பொதுவாக உங்கள் டொமைன் பெயரில் அமைந்துள்ள **தொடக்கப் பக்கமாகும்**. அதன் குறிக்கோள்களாவன:

- பார்வையாளர்களை வரவேற்கின்றோம்
- நீங்கள் என்ன செய்கின்றீர்கள் என்பதை உடனடியாக தெளிவுபடுத்துங்கள்
- பார்வையாளர்களுக்கு வலைத்தளத்திற்கு மேலும் வழிகாட்டுதல்

தலைப்பு

ஒரு வலைத்தளத்தின் தலைப்பானது பொதுவாக ஒரு **தலைப்பு** அல்லது **லோகோ** மற்றும் **வலைத்தளத்திற்கான வசனத்தையும்**, பெரும்பாலும் வழிசெலுத்தல் மெனுவையும் உள்ளடக்கும். தலைப்பு பொதுவாக ஒரு தளத்தின் அனைத்து பக்கங்களிலும் ஒரே மாதிரியாக இருக்கும், அதாவது இது பார்வையிடும் தளத்தின் பயனருக்கு நினைவூட்டுகின்றது, மேலும் தளத்திற்கான ஒரு நிலையான வடிவமைப்பு பாணியை வைத்திருக்கின்றது.

வழிசெலுத்தல் தளம் (Navigation menu)

வலைத்தளம் ஒரு பக்கத்தை மட்டுமே கொண்டிருக்காவிட்டால், ஒரு வழிசெலுத்தல் தளம் (Navigation menu) தேவை. இந்த தளம் பயனரை வலைத்தளத்தின் மற்ற பக்கங்களுடன் இணைக்கின்றது. இதனை இணையதளத்தில் எங்கும் காணலாம் என்றாலும் இது **மேலே** காணப்படுவது மிகப் பொதுவானது.

அடிக்குறிப்பு

ஒரு வலைத்தளத்தின் **அடிக்குறிப்பு பக்கத்தின்** கீழே அமைந்துள்ளது மற்றும் தலைப்பைப் போலவே, அனைத்து பக்கங்களிலும் சீராக உள்ளது. பொதுவாக, ஒரு வலைத்தள அடிக்குறிப்பின் காட்சி பாணி மிகவும் எளிது; தகவல் பொதுவாக சிறிய, எளிய வாக்கியத்தில் அமையும்.

இது பதிப்புரிமைத் தகவல், தொடர்புத் தகவல், ஒரு வரைபடம், இணைப்புகள், விருப்பத்தெரிவுகள் மற்றும் சமூக சின்னங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கலாம்.

சாராம்சம்

- வலைத்தளமானது பக்கங்கள், பதிவுகள் அல்லது விபரக்கோவைகளை உள்ளடக்கியிருக்கும்.
- வலைத்தளங்கள் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியது
 - முகப்புப்பக்கம் (Homepage)
 - தலைப்பு (Header)
 - ஊடுருவல் தளம் (navigation menu)
 - அடிக்குறிப்பு (Footer)

எனக்கு ஏன் ஒரு இணையதளம் தேவை?

சுமார் 2 பில்லியன் செயலில் உள்ள வலைத்தளங்கள் உள்ளன, எனவே **உங்கள் வணிகத்திற்கு ஏன் ஒரு வலைத்தளம் இருக்க வேண்டும்?** பல காரணங்களுக்காக உங்கள் வணிகத்திற்கு ஒரு தரமான இணையதளம் முக்கியம்:

1. இது உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுடனான **தொடர்புக்கான முதல் புள்ளியாகும்**, எனவே இது ஒரு நல்ல அபிப்பிராயத்தை உருவாக்குவதை உறுதிப்படுத்த வேண்டும். நல்ல படங்கள் மற்றும் தெளிவான தகவல்களுடன் கூடிய நவீன இணையதளம் மூலம் இது செய்யப்படுகின்றது.
2. ஒரு வலைத்தளம் **24 மணி நேரமும் கிடைக்கும்**. நீங்கள் வேலை செய்யாவிட்டாலும் கூட, உங்கள் இணையதளம் இன்னும் ஒன்லைனில் உள்ளது மற்றும் உங்களுக்காக வேலை செய்கின்றது.
3. உங்கள் சொந்த டொமைன் பெயருடன் ஒரு வலைத்தளத்தை வைத்திருப்பது உங்கள் **வணிக நம்பகத்தன்மையை அளிக்கின்றது** - இது உங்கள் வணிகம் அல்லது சேவையைப் பற்றி நீங்கள் தீவிரமாக இருப்பதையும் வாடிக்கையாளர் உங்களை நம்பலாம் என்பதையும் காட்டுகின்றது.
4. இணையதளங்கள் **செலவு குறைந்தவை**. ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்கி ஹோஸ்ட் செய்வது உங்களுக்கு பணம் செலவாகும் என்றாலும், வலைத்தளங்களானது மலிவான விளம்பர வடிவங்களில் ஒன்றாகும்.
5. உங்கள் வலைத்தளத்தில் **சிற்பேடு** அல்லது பிற விளம்பர வடிவங்களை **விட அதிக தகவல்கள்** இருக்கலாம். உங்களிடம் ஒரு விருந்தினர் விடுதி இருந்தால், நீங்கள் பார்வையிட்டால் அவர்கள் என்ன எதிர்பார்க்கலாம் என்பதை பார்வையாளர்கள் அறிந்து கொள்வதற்காக படங்களின் தொகுப்பினை நீங்கள் காண்பிக்கலாம்.

ஒரு வலைத்தளத்தைத் திட்டமிடுதல்

இந்த காணொளியில், உங்கள் வலைத்தளத்திற்கான திட்டத்தை உருவாக்கும் போது சிந்திக்க சில கேள்விகளை நாங்கள் தருகின்றோம்.

1. உங்கள் வலைத்தளத்தின் குறிக்கோள் என்ன?

உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதற்கான ஒரு வழியாக நீங்கள் ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்குகின்றீர்கள் என்றால், அதிக வாடிக்கையாளர்களைச் சென்றடையுங்கள் அல்லது வாடிக்கையாளர்கள் உங்களைக் கண்டுபிடிப்பதை எளிதாக்க, எளிமையான, நேரடியான வலைத்தளம் உங்களுக்குத் தேவை.

குறைந்தபட்சம், உங்கள் வலைத்தளம் மக்களிடம் பேச வேண்டும்:

- நீங்கள் யார் (**எங்களைப் பற்றிய பக்கம்**)
- நீங்கள் என்ன வழங்குகின்றீர்கள் (**பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் பக்கம்**)
- உங்களை எவ்வாறு தொடர்புகொள்வது மற்றும் எங்கு தேடுவது (**எங்களை தொடர்பு கொள்ளவும்**).

உங்கள் வணிகத்திற்கான ஒரு **தகவல்** அல்லது விழிப்புணர்வு இணையதளம் உங்கள் ஒன்லைன் தளத்தை தொடங்க ஒரு சிறந்த இடம் மற்றும் ஒரு பக்கத்தில் கூட இதனை செய்ய முடியும்.

உங்கள் வலைத்தளத்தில் நீங்கள் அதிக வசதியுடன் இருந்தால், அதிக நேரம் அல்லது உங்கள் வணிகம் வளரும்போது, நீங்கள் எப்போதும் பக்கங்களைச் சேர்க்கலாம், மேலும் தொடர்புடைய படிவங்கள் அல்லது வாடிக்கையாளர் சான்றுகள் போன்றவற்றைச் சேர்க்கலாம் அல்லது சமூக ஊடகங்களுடன் ஒருங்கிணைக்கலாம்.

உங்கள் வலைத்தளத்தின் முக்கிய குறிக்கோள் ஒன்லைன் வணிகமாக இருந்தால் அல்லது நீங்கள் ஏதாவது விற்க திட்டமிட்டால், ஒன்லைன் தயாரிப்பு பட்டியலுக்கான தரவுத்தளங்கள் மற்றும் நிதி பரிவர்த்தனை செயலாக்கம் போன்ற வலுவான வலைத்தள அம்சங்களை நீங்கள் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

கவலைப்பட வேண்டாம், இது அதிக வேலை அல்லது சிக்கலான தன்மையைக் குறிக்கவில்லை, ஆனால் நீங்கள் உங்கள் வலைத்தளத்தில் விற்க விரும்பினால், உங்கள் தளத்திற்குத் தேவைப்படும் கூடுதல் செயற்பாட்டைக் கருத்தில் கொள்வது அவசியம்.

2. உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்கள் யார்?

சிறு வணிக வலைத்தளத்திற்கான உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களான உங்கள் **வாடிக்கையாளர்கள்** மற்றும் உங்கள் **சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள்**. உங்கள் தயாரிப்புகளை யார் வாங்குகின்றார்கள் அல்லது உங்கள் சேவைகளைப் பயன்படுத்துகின்றார்கள்? உங்கள் வாடிக்கையாளர் தளத்தில் வேறு யாரைச் சேர்க்க விரும்புகின்றீர்கள்?

ஒரு புதிய வலைத்தளத்தை வடிவமைக்கும் வேடிக்கையில் சிக்கிக் கொள்வது எளிது, ஆனால் இது உங்களைப் பற்றியோ அல்லது உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றியோ மட்டும் அல்ல என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். உங்கள் வலைத்தளம் உண்மையில் உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கானது, மேலும் அவர்கள் பார்க்க விரும்புவதை அது பிரதிபலிக்க வேண்டும்.

இந்த சூழ்நிலையை கருத்தில் கொள்ளுங்கள்.... உங்களுக்குச் சொந்தமான சிறிய அக்கம் பக்க உணவகத்திற்காக நீங்கள் ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்குகின்றீர்கள். உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் எப்போதும் உங்கள் அழகாக அலங்கரிக்கப்பட்ட மற்றும் சுவையான விருந்தளிப்புகள் மற்றும் வசதியான சூழ்நிலையைப் பற்றி இரசிக்கிறார்கள்.

உங்கள் வலைத்தளம் எப்படி இருக்கும்?

இப்போது நீங்கள் ஒரு கடலோர நகரத்தில் ஒரு அலைச்சறுக்கு கடையின் உரிமையாளர் என்று கற்பனை செய்து பாருங்கள். உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் ஆர்வமுள்ள அலைச்சறுக்கு மற்றும் உள்ளூர் அலைச்சறுக்கு நிலைமைகளைப் புரிந்துகொள்வதில் நீங்கள் ஒரு குழு என்று பாராட்டுகின்றார்கள்.

உங்கள் இணையதளம் இப்போது எப்படி இருக்கும்?

உங்கள் **இலக்கு பார்வையாளர்களின் விருப்பங்களையும் தேவைகளையும்** புரிந்துகொள்வதானது உங்கள் வலைத்தளத்திற்கான சரியான உள்ளடக்கத்தைத் தெரிவுசெய்ய உதவும்.

3. உங்கள் தளத்தில் பார்வையாளர்கள் என்ன செய்ய வேண்டும் என்று விரும்புகின்றீர்கள்?

அவர்கள் உங்களைத் **தொடர்பு கொள்ள வேண்டுமா?** உங்கள் வணிகத்தைப் **பார்வையிடவா?** உங்கள் தளத்தில் ஏதாவது **வாங்கவா?**

நேரடியாகவும் குறிப்புடனும் இருங்கள், பின்னர் உங்கள் வலைத்தளத்தின் அழைப்பு-நடவடிக்கை மிகத் தெளிவாக உள்ளது என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். சுருக்கமாக, நீங்கள் என்ன செய்ய விரும்புகின்றீர்கள் என்று அவர்களிடம் சொல்லுங்கள்!

இன்றே செய்யுங்கள்!

நீங்கள் சிந்திப்பதற்கான சில குறிப்புகள் ... ஆனால் அதை பற்றி சிந்திக்க வேண்டாம். ஒரேப் பாய்ச்சலில் உங்கள் அடிப்படை தகவல்களை ஒன்லைனில் பெறுங்கள்-ஒற்றை பக்க தளம் கூட இதனை செய்யும்.

உங்களுக்கு நேரம் மற்றும் உங்கள் திறன்கள் வளரும்போது, நீங்கள் உங்கள் வலைத்தளத்தை செம்மைப்படுத்தி விரிவாக்கலாம்.

சாராம்சம்

ஒரு நல்ல வலைத்தளத்தை உருவாக்க, அது அழகாக மட்டுமில்லை, ஆனால் வணிகத்தையும் ஈர்க்கின்றது, உங்கள் குறிப்பிட்ட வணிகத்தைப் பற்றிய பின்வரும் கேள்விகளை நீங்கள் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

- உங்கள் வலைத்தள இலக்கு என்ன?
- உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்கள் யார்?
- உங்கள் தளத்தில் பார்வையாளர்கள் என்ன செய்ய விரும்புகின்றீர்கள்?

வெப் ஹோஸ்டிங் என்றால் என்ன?

நீங்கள் ஒரு கடையைத் திறக்க விரும்பும் போது முதலில் தேவைப்படுவது ஒரு நிலப்பகுதி. நிலம் இல்லாமல் உங்கள் பொருட்களை காட்சிப்படுத்த மற்றும் சேமித்து வைக்க உங்களுக்கு இடம் இருக்காது

அதேபோல இணையத்தில், **உங்கள் வலைத்தளமானது உங்கள் தயாரிப்புகளைக் காண்பிக்கும் உங்கள் கடை**. இதைச் செய்ய உங்கள் வலைத்தளக் கோப்புகளைச் சேமிக்க உங்களுக்கு ஒரு இடம் தேவை.

A **web hosting company** provides you with **space to store your website files**.

ஒரு வெப் ஹோஸ்டிங் நிறுவனம் உங்கள் வலைத்தள கோப்புகளை சேமிப்பதற்கான இடத்தை வழங்குகின்றது.

அவர்கள் இதை எப்படி செய்கின்றார்கள்?

நீங்கள் ஒரு வலை ஹோஸ்டிங் திட்டத்தை வாங்கும்போது, ஹோஸ்டிங் வழங்குநர் தங்கள் சேவையகங்களில் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு இடத்தை ஒதுக்குகின்றார், இது எப்போதும் இணையத்துடன் இணைக்கப்பட்டிருப்பதை உறுதி செய்கின்றது.

எனவே மக்கள் உங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்வையிடும்போது, அவர்களின் கணினி இணையம் வழியாக உங்கள் இணையதளக் கோப்புகள் சேமிக்கப்பட்ட உங்கள் வலை ஹோஸ்டிங் வழங்குநரின் சேவையகங்களுடன் இணைகின்றது. தகவல் பின்னர் அவர்களின் கணினிக்கு அனுப்பப்பட்டு உங்கள் வலைத்தளம் காட்டப்படும்.

சாராம்சம்

- உங்கள் வலைத்தளம் உங்கள் தயாரிப்புகளை காண்பிக்கும் கடை போன்றது.
- ஒரு வலைத்தள ஹோஸ்டிங் நிறுவனம் உங்கள் வலைத்தள கோப்புகளை சேமிக்க சேமிப்பு வழங்குகின்றது.
- உங்கள் இணையதள கோப்புகள் இணையதளத்தில் உங்கள் வலைத்தளத்தின் பார்வையாளர்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றது.

டொமைன்கள் மற்றும் இணையதளங்கள்

டொமைன்கள் மற்றும் வலைத்தளங்கள் நெருக்கமாக இணைக்கப்பட்டிருந்தாலும், அவை இரண்டு வெவ்வேறு விடயங்களாகும்.

ஒரு டொமைனைப் பதிவுசெய்த பிறகு, நீங்கள் அதனுடன் ஏதாவது செய்ய வேண்டும், அதை உங்களுக்காக வேலை செய்ய வைக்கவும். உங்கள் டொமைன் இணையதளம், மின்னஞ்சல் கணக்கு அல்லது இரண்டிற்கும் பயன்படுத்தப்படலாம்.

எவ்வாறாயினும், நீங்கள் ஒரு டொமைனைப் பதிவுசெய்யலாம் மற்றும் அதை ஒரு வலைத்தளம் அல்லது மின்னஞ்சல் கணக்கிற்குப் பயன்படுத்த வேண்டாம் என்பதைத் தெரிவுசெய்யலாம் ஆனால் நீங்கள் ஒரு டொமைன் இல்லாமல் ஒரு வலைத்தளம் அல்லது மின்னஞ்சல் கணக்கு வைத்திருக்க முடியாது.

ஒரு வலைத்தளத்திற்குப் பயன்படுத்தும்போது, உங்கள் தளத்தைக் கண்டுபிடிக்க மக்கள் தங்கள் உலாவியில் தட்டச்சு செய்கின்றார்கள் - அதனால்தான் அவை சில நேரங்களில் வலை முகவரிகள் என குறிப்பிடப்படுகின்றன.

எனவே Godaddy.com என்பது GoDaddy இன் வலைத்தளத்திற்கு பயன்படுத்தப்படும் டொமைன்களாகும்.

இருப்பினும், ஒரு டொமைனைப் பதிவு செய்வது தானாகவே ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்காது - இதன் பொருள் நீங்கள் டொமைனைப் பதிவு செய்திருக்கின்றீர்கள் என்பதாகும்.

உதாரணமாக, நீங்கள் உங்கள் சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்க முடிவு செய்து, அதற்குப் பெரிய பெயரை நினைத்திருந்தால், அந்தப் பெயரைப் பாதுகாக்க நீங்கள் பதிப்புரிமை பெறலாம். இருப்பினும், உங்கள் வணிகத்திற்கு ஒரு பெயரைக் கொடுப்பது உங்கள் வணிகத்தை கட்டியெழுப்பும் பல படிக்களில் ஒன்றாகும்.

அதே வழியில், நீங்கள் ஒரு **டொமைனைப் பதிவுசெய்து** அதை ஒரு வலைத்தளத்திற்குப் பயன்படுத்த விரும்பும் போது, நீங்கள் **முதலில் வலைத்தளத்தை உருவாக்க** வேண்டும், பின்னர் **அதற்காக ஒரு ஹோஸ்டைக் கண்டுபிடிக்க** வேண்டும், அதனால் அது வலையில் தெரியும்.

Host என்றால் என்ன?

வலைத்தள ஹோஸ்ட் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட வலைத்தளங்களுக்கான கோப்புகளை வைக்கும், இவை சேவை செய்யும் மற்றும் பராமரிக்கும் நிறுவனங்களாகும்.

பல தனிப்பட்ட கடைகளைக் கொண்ட ஒரு கடை தொகுதியைப் போன்ற வலைத்தள ஹோஸ்டிங் நிறுவனத்தைப் பற்றி சிந்தியுங்கள். நீங்கள் ஒரு கடை தொகுதியில் ஒரு கடையைத் திறக்க விரும்பினால், நீங்கள் இடத்தை குத்தகைக்கு எடுத்து கடை அமைக்கலாம்.

ஒரு கடை தொகுதியைப் போலவே, **வலைத்தள ஹோஸ்டிங் நிறுவனங்களும் தங்கள் வலை சேவையகங்களில் இடத்தை குத்தகைக்கு விடலாம், அங்கு நீங்கள் உங்கள் வலைத்தள கோப்புகளை சேமித்து பார்வையாளர்களின் பார்வைக்கு கிடைக்கச் செய்யலாம்.**

நீங்கள் உங்கள் டொமைனை பதிவு செய்துள்ளதால், நீங்கள் விரும்பும் எந்த வெப் ஹோஸ்டிங் நிறுவனத்திலும் இதைப் பயன்படுத்தலாம்.

கடை தொகுதியில் உங்களது கடை ஞாபகம் இருக்கின்றதா? நீங்கள் உங்கள் கடையை நகர்த்தி வேறு கடை தொகுதியில் இடத்தை குத்தகைக்கு எடுக்க முடிவு செய்தீர்கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். நீங்கள் உங்கள் தயாரிப்புகளை பொதி செய்து புதிய இடத்திற்கு மாற்றினால், உங்கள் கடைக்கு அதே பெயரை நீங்கள் இன்னும் பயன்படுத்த முடியும்.

The same is true for your domain — **regardless of where you decided to host your website's files, your domain remains yours for the duration of your registration.**

உங்கள் டொமைனுக்கும் இது பொருந்தும் - **உங்கள் வலைத்தளத்தின் கோப்புகளை எங்கு ஹோஸ்ட் செய்ய முடிவு செய்தாலும், உங்கள் பதிவு செய்யும் காலத்திற்கு உங்கள் டொமைன் உங்களுடையது.**

சாராம்சம்

- உங்கள் டொமைன் ஒரு வலைத்தளம் மற்றும்/அல்லது மின்னஞ்சலுக்குப் பயன்படுத்தப்படலாம்.
- டொமைன் இல்லாமல் நீங்கள் ஒரு வலைத்தளத்தை வைத்திருக்க முடியாது.
- ஒரு டொமைன் இணையதள முகவரி என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது.
- உங்கள் வலைத்தளத்தை ஹோஸ்ட் செய்ய உங்களுக்கு ஒரு வலைத்தள ஹோஸ்ட் (ஹோஸ்டிங் வழங்குநர்) தேவை.

ஒரு டொமைன் பெயரை எப்படி தேர்வு செய்வது

எங்கள் வணிகத்திற்கு ஒரு டொமைன் பெயர் தேவை என்பது எங்களுக்குத் தெரியும். அவ்வாறான ஒன்றைத் தெரிவுசெய்வதைப் பற்றி நாம் எவ்வாறு செல்லலாம் என்று பார்ப்போம்:

உங்கள் டொமைன் பெயர் உங்கள் ஒன்லைன் அடையாளத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும், எனவே ஒரு நல்ல டொமைன் பெயர் என்ன என்பதை அறிவது முக்கியம்.

அதை சுருக்கமாகவும் உங்கள் வணிகத்திற்கு பொருத்தமானதாகவும் வைக்க முயற்சி செய்யுங்கள். உச்சரிக்க மற்றும் தட்டச்சு செய்ய எளிதான பெயரானது நீண்ட அல்லது சிக்கலான பெயர்களை விட விரும்பத்தக்கது.

உதாரணமாக, உங்கள் வணிகம் ஜன்னல்களை சுத்தம் செய்தால், உங்கள் டொமைன் பெயர் "**விண்டோ**" மற்றும் "**க்ளீனிங்**" அல்லது "**க்ளீன்**" ஆகிய முக்கிய வார்த்தைகளை சேர்க்க வேண்டும்- ஏனென்றால் உங்கள் சேவை தேவைப்படும் போது மக்கள் தேடும் வார்த்தைகள் அவை.

எண்கள், உச்சரிக்கப்பட்டாலும் அல்லது இலக்கங்கள் மற்றும் கோடுகளாக இருந்தாலும் குழப்பத்தை உருவாக்கலாம்.

டொமைன் "**bestwindowcleaning.com**", மூன்று குறுகிய வார்த்தைகள், "**number1-windowcleaning-4u.com**" ஐ விட நினைவில் மற்றும் தட்டச்சு செய்ய எளிதான வழியாகும்.

உங்கள் டொமைனில் உள்ள உங்கள் நகரம், மாநிலம் அல்லது பிராந்தியம் உள்ளிட்ட உள்ளூர் வணிகங்களுக்கு, உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் உங்களை வேகமாக கண்டுபிடிக்க உதவுகின்றது. உதாரணமாக, "**bestwindowcleaning.com**" ஐ விட "**seattlewindowcleaning.com**" என்பதில் இலக்கு புலப்படுகின்றது.

இப்போது **நீட்டிப்புக்காக** அது புள்ளியைத் தொடர்ந்து டொமைன் பெயரின் பகுதியாகும். நீங்கள் ".com" பெற முடிந்தால், அதற்கு செல்லுங்கள். இது மிகவும் பரவலாக பயன்படுத்தப்படும் நீட்டிப்பாகும், ஆனால் இது நீண்ட காலமாக உள்ளது. Com இல் முடிவடையும் ஒரு குறுகிய, மறக்கமுடியாத பெயரை பெறுவது ஒரு சவாலாக இருக்கலாம். பிற பிரபலமான நீட்டிப்புகளில் .net, .org, .info ஆகியவை அடங்கும். மற்றும். biz. ஒரு நாட்டின் குறியீடு நீட்டிப்பைப் பயன்படுத்துவதைக் கருத்தில் கொள்ளவும்; இலங்கைக்கு ".lk"

உங்கள் டொமைன் பெயரின் தவறாக எழுதப்பட்ட பதிப்புகளை வாங்குவதன் மூலம் உங்கள் தரக்குறியீட்டை நீங்கள் பாதுகாக்கலாம் மற்றும் உருவாக்கலாம், அதனால் தவறாகப் பெறும் வாடிக்கையாளர்கள் இன்னும் உங்கள் இணையதளத்தில் சேர்க்கப்படுவார்கள்.

முக்கியமானது

- டொமைன்கள் எப்போதும் **வணிக உரிமையாளரின் பெயரில்** பதிவு செய்யப்பட வேண்டும். உங்களுக்காக வேறு யாராவது டொமைனைப் பதிவு செய்தால், நீங்கள் டொமைன் **பதிவாளராக** பட்டியலிடப்பட வேண்டும் என்று வலியுறுத்துங்கள். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, இது உங்கள் வணிகம் மற்றும் வலைத்தளப் பெயரையும் நீங்கள் 'சொந்தமாக்க வேண்டும்'.
- கிடைக்கக்கூடிய .com டொமைன் பெயர்களைக் கண்டறிவது மிகவும் கடினம், ஆனால் இலங்கையில் உள்ள உள்ளூர் வணிகங்களுக்கு **.lk டொமைனைப்** பயன்படுத்துவது ஒரு சிறந்த வழி. இவை 'நாட்டு நிலை களங்கள்' என்று அழைக்கப்படுகின்றன. <https://www.nic.lk/> இல் .lk டொமைன்களைத் தேடுங்கள்
- உங்கள் **டொமைன் பெயர்** உங்கள் **வணிகப் பெயரைப்** போலவே இருக்கத் தேவையில்லை. உதாரணமாக, உங்கள் வணிகப் பெயர் சாராவின் ஹோம்ஸ்டே என்று சொல்லுங்கள், நீங்கள் 'sarashomestay.lk' டொமைனை அல்லது உங்கள் முக்கிய விற்பனைப் புள்ளியை விபரிக்கும் முற்றிலும் மாறுபட்ட ஒன்றைத் தேர்வு செய்யலாம். 'sunriseview.lk'.

வெப் ஹோஸ்டிங் வகைகள்

ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்குவது கடினமான பணியாகத் தோன்றலாம். இது உங்களை நீங்களே நிர்வகிக்க முடியும் என்று நீங்கள் நினைக்கும் ஒன்று இல்லையென்றால், உங்களுக்காக அதை உருவாக்க யாரையாவது கண்டுபிடிப்பது ஒரு நல்ல வழி என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள், உங்கள் வலைத்தளம் ஒரு சிறந்த முதலீடு, எனவே அது நன்றாக செய்யப்பட்டுள்ளதா என்பதை உறுதி செய்வது பெறுமதிமிக்கது.

பல ஹோஸ்டிங் வழங்குநர்கள் முதல் மாதம் அல்லது வருடத்திற்கு மிகவும் மலிவான விலையை வழங்குகின்றார்கள் என்பதை அறிந்திருங்கள், ஆனால் நீங்கள் அடிக்கடி விலையுயர்ந்த புதுப்பித்தலுக்கு உட்படுத்தப்படுகின்றீர்கள், எனவே இரண்டாவது மாதம் அல்லது வருடத்தில் விலை என்ன என்பதை சரிபார்க்கவும். ஒரு வருடத்திற்கு முன்கூட்டியே பணம் செலுத்துவது தொகுப்பை மிகவும் மலிவானதாக ஆக்குகின்றது, ஆனால் அந்த பேக்கேஜ் உங்கள் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் என்று உறுதியாக இருந்தால் மட்டுமே இதைச் செய்யுங்கள் - நீங்கள் முதலில் ஹோஸ்டிங்கை முயற்சிக்க விரும்பினால், மாதாந்த ஒப்பந்தத்தை தெரிவு செய்யவும்.

உங்கள் **டொமைன்**, **வலைத்தளம்** மற்றும் **மின்னஞ்சலை** உள்ளடக்கிய ஹோஸ்டிங் தொகுப்பைத் தேடுங்கள்.

வேர்ட்பிரஸ்

உலகளவில் உள்ள அனைத்து வலைத்தளங்களிலும் சுமார் 30% வேர்ட்பிரஸ் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இது மிகவும் சக்திவாய்ந்த மற்றும் நெகிழ்வான இலவச மென்பொருள், இது பெரும்பாலான வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநர்களுடன் பயன்படுத்தப்படலாம்.

நன்மைகள்:

- html அல்லது குறியீட்டு அனுபவம் தேவையில்லை.
- உங்களுக்கு உதவ ஒன்லைனில் ஏராளமான இலவச ஆதாரங்கள் உள்ளன - 'வேர்ட்பிரஸ் அடிப்படைகளை' தேட முயற்சிக்கவும்.
- ஒரு வேர்ட்பிரஸ் தளத்தை வேறு வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநருக்கு எளிதாக நகர்த்தலாம்.

தீமைகள்:

- சில இழுத்தல் (drag-and-drop) மற்றும் வலைத்தள வடிவமைப்பாளர்களைப் போல பயன்படுத்த எளிதானது அல்ல
- அனைத்து ஒன்லைன் ஆதாரங்களும் குழப்பமாக மாறும்.

Sitebuilders

தளத்தை உருவாக்குபவர்கள்

பல வலை ஹோஸ்டிங் வழங்குநர்கள் தங்கள் சொந்த வலைத்தள கட்டுமான மென்பொருளை வழங்குகின்றார்கள். உதாரணங்கள் [Wix](#), [Weebly](#), [GoDaddy](#).

நன்மைகள்:

- html அல்லது குறியீட்டு அனுபவம் தேவையில்லை.
- எளிதாக இழுத்துச் செல்லும் செயற்பாடு.

தீமைகள்:

- மட்டுப்படுத்தப்பட்ட உதவி ஆதாரங்கள் உள்ளன.
- உங்கள் வலைத்தளத்தை வேறு வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநருக்கு நகர்த்த முடியாது.

HTML மற்றும் CSS

ஆனால் இது மேம்பட்ட வலை உருவாக்குநர்களுக்கு மட்டுமே.

நன்மை:

- மிகவும் நெகிழ்வானது

தீமைகள்:

- குறியீட்டு அனுபவம் தேவை.

இலவச வெப் ஹோஸ்டிங்

உங்கள் வலைத்தளத்தை இலவசமாக ஹோஸ்ட் செய்ய முடியும் என்றாலும், எப்போதும் தீமைகள் உள்ளன மற்றும் பொதுவாக பரிந்துரைக்கப்படுவதில்லை. இந்த விருப்பங்களில் சில:

விளம்பரம்

சில ஹோஸ்ட் இலவச வலைத்தளங்களை வழங்குகின்றன, ஆனால் உங்கள் வலைத்தளத்தில் விளம்பரம் குறைபாட்டுடன் உள்ளடங்கும். இது உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றி ஒரு தொழில்முறை எண்ணத்தை உருவாக்காது.

எல்லைகள்

சில ஹோஸ்ட் தங்கள் சிறிய ஹோஸ்டிங் தொகுப்பை இலவசமாக வழங்குகின்றன, ஆனால் வரையறுக்கப்பட்ட செயல்பாட்டுடன். அத்தகைய தொகுப்பை எடுக்கும்போது, நீங்கள் பொதுவாக அனைவருக்கும் கட்டண ஹோஸ்டிங் தொகுப்புக்கு மேம்படுத்த வேண்டும் என்று ஒருவர் கண்டறிவார்

டொமைன் பெயர் இல்லை

WordPress.com போன்ற பிற ஹோஸ்ட்கள், தங்கள் டொமைன் பெயரைப் பயன்படுத்தி இலவச ஹோஸ்டிங்கை வழங்குகின்றன. yoursite.wordpress.com.

வேர்ட்பிரஸ் மூலம் ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்கவும்

உலகின் 30% க்கும் அதிகமான வலைத்தளங்களில் பயன்படுத்தப்படும் மிகவும் பிரபலமான மற்றும் நெகிழ்வான நிரலான **வேர்ட்பிரஸ்** மூலம் உங்கள் வலைத்தளத்தை எவ்வாறு உருவாக்குவது என்பதை இந்த காணொளி காட்டுகின்றது. இது இலவச மென்பொருளாகும், இது பெரும்பாலான வலைத்தள வடிவமைப்பாளர் அல்லாத ஹோஸ்டிங் வழங்குநர்களுடன் பயன்படுத்தலாம் வேர்ட்பிரஸ் நீங்கள் விரும்பும் வடிவமைப்பு மற்றும் செயற்பாட்டை வழங்க **கருப்பொருள்கள்** மற்றும் **செருகுநிரல்களைப்** பயன்படுத்துகின்றது. தெரிவு செய்ய ஆயிரக்கணக்கான இலவச மற்றும் பணம் செலுத்தும் கருப்பொருள்கள் மற்றும் செருகுநிரல்கள் உள்ளன.

செல்போனில் பயன்பாடுகளைச் சேர்ப்பதைப் போன்றே உங்கள் வேர்ட்பிரஸ் இணையதளத்தில் புதிய அம்சங்களையும் செயல்பாடுகளையும் சேர்க்க அனுமதிக்கும் செயலிகளே **செருகுநிரல்கள்** ஆகும். <https://wordpress.org/plugins/> இல் செருகுநிரல்களைக் கண்டறியவும்

தளங்கள், வண்ணங்கள் மற்றும் எழுத்துருக்கள் போன்ற அம்சங்களை ஒரு வலைத்தளத்தின் அனைத்து பக்கங்களிலும் சேர்க்க அனுமதிக்கும் ஒரு வலைத்தளத்திற்கான பாணிகள் அல்லது வடிவமைப்புக்களே **கருப்பொருள்கள்**. <https://wordpress.org/themes/> இல் கருப்பொருள்களைக் கண்டறியவும்

பின்வரும் காணொளி ஒரு வேர்ட்பிரஸ் வலைத்தளத்தை எவ்வாறு உருவாக்குவது என்பதற்கான குறிப்பை வழங்குகின்றது:

1. உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு ஒரு பெயரைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

உங்களிடம் ஏற்கனவே ஒரு டொமைன் பெயர் பதிவு செய்யப்பட்டிருந்தால், இந்தப் பெயரைப் பயன்படுத்தவும். மாற்றாக, நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்த டொமைன் பெயரின் கிடைக்கும் தன்மையை சரிபார்த்து, ஹோஸ்டிங் கணக்கிற்கு பதிவு செய்யும் போது டொமைனை பதிவு செய்யவும்.

2. வெப் ஹோஸ்டிங்கை பெறவும்

ஒரு பெரிய சர்வதேச வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநரான Go Daddy மூலம் ஒரு டொமைனைப் பதிவு செய்து இணைய ஹோஸ்டிங்கை தெரிவு செய்யும் செயல்முறையை இந்த காணொளி காட்டுகின்றது. அவர்கள் சிறந்த வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநர் அல்ல, ஆனால் நீங்கள் கருத்தில் கொள்ள விரும்பும் ஹோஸ்டிங்களில் ஒருவர். டொமைன் பதிவு மற்றும் ஹோஸ்டிங்கிற்கு பதிவு செய்வதைப் போல் மற்ற வலை ஹோஸ்ட்களும் இதேபோன்ற செயல்முறையைக் கொண்டுள்ளன. இந்த காணொளி இந்திய ரூபாயில் விலை நிர்ணயம் செய்வதைக் குறிக்கின்றது - விலைகள் வேறுபடலாம்.

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வெப் ஹோஸ்டிங் வழங்குநருடன் ஒரு கணக்கை உருவாக்கவும்.

உங்கள் கட்டண விருப்பங்களைத் தெரிவு செய்யவும். ஒரு முழு வருடத்திற்கு முன் வருடாந்த ஹோஸ்டிங் (வருடாந்த ஹோஸ்டிங்) க்கு பணம் செலுத்துவது வழக்கமாக மாதந்தோறும் பணம் செலுத்துவதை விட மலிவானது என்பதை கவனத்தில் கொள்ளவும், இருப்பினும் நீங்கள் முழு வருடத்திற்கும் கடமைப்பட்டுள்ளீர்கள்.

3. வேர்ட்பிரஸ் நிறுவல்

இப்போது உங்களிடம் ஒரு டொமைன் மற்றும் வெப் ஹோஸ்டிங் தொகுப்பு உள்ளது, நாங்கள் உண்மையான வலைத்தளத்தை உருவாக்கத் தொடங்கலாம். முதல் படி இலவச ஹோஸ்டிங் கணக்கில் இலவச வேர்ட்பிரஸ் மென்பொருளை நிறுவ வேண்டும்.

வேர்ட்பிரஸ் நிர்வாகி உள்நுழைவுக்கான பயனர்பெயர் மற்றும் கடவுச்சொல் உங்கள் ஹோஸ்டிங் வழங்குநர் கணக்கு உள்நுழைவு போன்றது அல்ல என்பதை நினைவில் கொள்க. வேர்ட்பிரஸ் உள்நுழைவு உங்கள் வலைத்தளத்தை நிர்வகிக்கின்றது, ஹோஸ்டிங் வழங்குநர் உள்நுழைவு உங்கள் ஹோஸ்டிங் கணக்கை நிர்வகிக்கின்றது.

உங்கள் வலைத்தளத்தை கட்டுப்படுத்த வேர்ட்பிரஸ் கட்டமைப்பு (டாஷ்போர்ட்) பயன்படுத்தப்படுகின்றது மற்றும் உங்கள் டொமைன் பெயரை முகவரி புலத்தில் சேர்த்தல்/உள்நுழைதல் மூலம் அணுகலாம் உ.ம். <https://example.lk/login>

4. ஒரு புதிய கருப்பொருளை நிறுவவும்

குறைந்தபட்ச செயற்பாட்டைக் கொண்ட இயல்புநிலை கருப்பொருளை பயன்படுத்தி ஒரு மாதிரி இணையதளத்தை வேர்ட்பிரஸ் நிறுவுகின்றது. இந்த கருப்பொருளை மாற்றுவதற்கு ஆயிரக்கணக்கான கருப்பொருட்கள் உள்ளன. இந்த வழக்கில், நாங்கள் அஸ்ட்ரா (Astra) கருப்பொருளை நிறுவ போகின்றோம்.

(Themes menu) கண்டறியவும் (மேல் இடதுபுறத்தில் உள்ள 'எனது தளத்திலிருந்து' (My site) அல்லது 'தோற்றம் (Appearance)' இலிருந்து) புதிய கருப்பொருளைத் தேர்ந்தெடுத்து நிறுவவும்.

5. செருகுநிரல்களை நிறுவவும்

இடது மெனுவிடமிருந்து 'செருகுநிரல்களை (Plugins)' தேர்ந்தெடுத்து, உங்கள் சொருகி (அஸ்ட்ரா) ஐத் தேடி, நிறுவி செயற்படுத்தவும்.

ஒரு வடிவமைப்பைத் தேர்ந்தெடுத்து, 'செருகுநிரல்களை இறக்குமதி செய்க (Import plugins)' மற்றும் 'இந்தத் தளத்தை நிறுவுக (install this site)' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.

உதாரண உள்ளடக்கம் நிறுவப்பட்ட தளத்தைப் பார்வையிடவும் 'தளத்தைப் பார்க்கவும் (view site)' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும். இது தளத்தை உங்கள் சொந்தமாக்க நீங்கள் திருத்தும் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குகின்றது.

6. உள்ளடக்கத்தை திருத்துவதற்காக

உங்கள் தளத்தின் எந்தப் பக்கத்தையும் திருத்துவதற்காக

- அந்தப் பக்கத்திற்குச் செல்லவும்
- 'Edit with Elementor' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்
- உங்கள் வலைத்தளத்தின் தலைப்பு அல்லது அடிக்குறிப்பைத் திருத்த, மேல் மெனுவிடமிருந்து 'Customise' விருப்பத்தைப் பயன்படுத்தவும்.
- ஒரு பகுதியைக் கிளிக் செய்து விரும்பியபடி திருத்தவும், பிறகு சேமிக்க 'Publish' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.

புதிய பக்கங்களைச் சேர்க்க, மேல் மெனுவிடமிருந்து 'New' > 'Page' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும். நீங்கள் பக்கங்களை பிரிவாக உருவாக்கலாம் அல்லது திருத்த ஒரு மாதிரியை பயன்படுத்தி திருத்தலாம்.

உங்கள் தளம் முழுமையாகத் தனிப்பயனாக்கப்படும்வரை பக்கங்களைத் திருத்துதல் மற்றும்/அல்லது சேர்ப்பதைத் தொடரவும். மாற்றப்படாத எந்த உதாரண உள்ளடக்கத்தையும் நீக்கலாம்.

நீங்கள் எந்த நிலையில் சிக்கியிருந்தாலும், கூகுள் உதவியை தேடுங்கள்.

சாராம்சம்

1. உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு ஒரு பெயரைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்
2. வெப் ஹோஸ்டிங்கை பெறவும்
3. வேர்ட்பிரைஸ் நிறுவவும்
4. ஒரு புதிய கருப்பொருளை நிறுவவும்
5. உள்ளடக்கத்தை திருத்தவும்

தள அமைப்பைப் பயன்படுத்தி ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்கவும்

ஒரு வலைத்தளத்தை எளிதாக உருவாக்க உங்களை அனுமதிக்கும் தள அமைப்பு மென்பொருளுக்கு விக்ஸ் ([Wix](#)) ஒரு உதாரணமாகும்.

வலைத்தள அமைப்பை முடிந்தவரை எளிதாக்க இது ஒரு இழுத்தல் மற்றும் திருத்தல் குறியீட்டை பயன்படுத்துகின்றது. விக்ஸ் உங்கள் தளத்தைத் தனிப்பயனாக்க உதவும் செயற்கை வடிவமைப்பு நுண்ணறிவு என்ற கருவியைப் பயன்படுத்துகின்றது.

குறிப்பு:

- விக்ஸ் அல்லது பிற தளப்பணியாளர்களால் உருவாக்கப்பட்ட வலைத்தளங்களை மற்றொரு ஹோஸ்டிங் வழங்குநருக்கு நகர்த்த முடியாது.
- இலவச பதிப்பில் அடிப்படை வலைத்தளத்திற்கு தேவையான அனைத்தும் இருந்தாலும், **உங்கள் சொந்த டொமைனுடன் இணைக்க இது உங்களை அனுமதிக்காது.** உங்களுக்கு பணம் செலுத்திய தவணை (பிரீமியம்) திட்டம் தேவைப்படும். அவர்களின் மிகச் சிறிய கட்டண ஹோஸ்டிங் திட்டத்தில் விக்ஸ் விளம்பரங்களும் அடங்கும், இது ஒரு தொழில்முறை தளத்திற்கு பரிந்துரைக்கப்படவில்லை

உங்கள் வலைத்தளத்தை உருவாக்குவதற்கான படிகள்:

1. Wix.com இல் தேடல் மற்றும் **பதிவு செய்யவும்.**
2. உங்களுக்குத் தேவையான இணையதளத்தின் வகையை முடிவு செய்து **தேடவும்.**
3. உங்கள் வலைத்தளத்தைத் தொடங்க **Wix ADI** ஐத் தேர்ந்தெடுக்கவும். நீங்கள் அதை பின்னர் விக்ஸ் எடிட்டர் (**Wix Editor**) மூலம் திருத்தலாம். உங்கள் வகை வணிகம், இருப்பிடம் மற்றும் தொடர்பு விபரங்கள் பற்றி பல்வேறு கேள்விகளைக் கேட்டு ADI வேலை செய்கின்றது. இது உங்கள் தனிப்பயன் தளத்தை உருவாக்க இந்தத் தகவலைப் பயன்படுத்துகின்றது
4. ஒரு **வடிவமைப்பைத்** தேர்ந்தெடுக்கவும்.
5. விக்ஸ் இப்போது நீங்கள் வழங்கிய தகவலின் அடிப்படையில் ஒரு வலைத்தளத்தை உருவாக்கும். இது பொருத்தமானதாகக் கருதும் படங்களை உள்ளடக்கும் - நீங்கள் இதை பின்னர் திருத்தலாம்.
6. கீழ் வலதுபுறத்தில் உள்ள பொத்தான் உங்கள் முழு வலைத்தளத்தை உருவாக்க வழிகாட்டும் விருப்பங்களின் பட்டியலைத் திறக்கின்றது.
 1. உங்கள் தளத்தைப் பார்க்க மேலே உள்ள 'முன்னோட்டம் (Preview)' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.

2. இணையதள வடிவமைப்பு, வண்ணங்கள், எழுத்துருக்கள், பிரிவு அமைப்பை 'Show me how' விருப்பத்தைப் பயன்படுத்தி விருப்பப்படி மாற்றவும்.
3. பிரிவுகள் மற்றும் பக்கங்களை திருத்தலாம் அல்லது தேவைக்கேற்ப சேர்க்கலாம்.
4. நீங்கள் திருத்தி முடித்ததும், மேல் வலது மெனுவில் 'Publish' என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.
7. அடுத்ததாக, **உங்கள் புதிய தளத்தை ஒரு டொமைனுடன் இணைப்பது.** இலவச Wix டொமைன் உங்கள் வலைத்தளத்தை உருவாக்கும் போது அதைப் பார்க்க பயனுள்ளதாக இருக்கும், ஆனால் நிரந்தர பயன்பாட்டிற்கு அல்ல - நீங்கள் கண்டிப்பாக உங்கள் சொந்த டொமைனைப் பயன்படுத்த வேண்டும். இதற்காக நீங்கள் கட்டண ஹோஸ்டிங் திட்டத்தினை மேம்படுத்த வேண்டும்.

சமூக ஊடகங்களை ஏன் பயன்படுத்த வேண்டும்?

சமூக ஊடகங்கள் என்பது தகவல் பரிமாற்றத்திற்காக மக்களை ஒன்றிணைக்கும் தளங்களை விபரிக்க நாம் பயன்படுத்தும் சொல்லாகும். மிகவும் பிரபலமான சமூக ஊடக தளங்கள்: பேஸ்புக், ட்விட்டர், Pinterest, Instagram, Tumblr, LinkedIn மற்றும் YouTube.

உங்கள் வணிகத்தை உருவாக்க சமூக ஊடகங்கள் எவ்வாறு ஒரு முக்கியமான கருவியாக இருக்கும் என்பதை பார்ப்போம்:

காணொளியின் எழுத்தாக்கம்:

LinkedIn ஆய்வின் படி, 61 சதவீத சிறு வணிகங்கள் புதிய வாடிக்கையாளர்களைப் பெறுவதில் சமூக ஊடகங்கள் பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்த காணொளியில், சமூக ஊடக தளங்களைப் பயன்படுத்துவது வணிகத்தை எவ்வாறு ஊக்குவிக்கும் என்பதை நீங்கள் கற்றுக் கொள்வீர்கள்.

ஒரு சிறு வணிகம் பயன்படுத்தக்கூடிய மிக சக்திவாய்ந்த சந்தைப்படுத்தல் கருவிகளில் ஒன்று சமூக ஊடகமாகும். சமூக ஊடகங்கள் உலகளவில் அணுகக்கூடிய தளங்கள், வலைத்தளங்கள் மற்றும் கையடக்க தொலைபேசி பயன்பாடுகள் (பயன்பாடுகள்) மூலம் மக்கள் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்புகொண்டு உள்ளடக்கத்தை பகிர்ந்து கொள்கின்றார்கள்.

சமூக ஊடகங்கள் பயனர்களை பெரும்பாலும் ஒரு பொத்தானை அழுத்துவதன் மூலம் 'பகிர் (Share)' அல்லது ஒரு தளத்தில் பார்க்கும் உள்ளடக்கத்தை தங்கள் நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினருக்கு அனுப்பும் கருவிகளைப் பயன்படுத்துகின்றன,

சமூக ஊடகங்களில் பகிர்தலானது இறுதிக்கட்டத்திற்கு உங்களை அழைத்து செல்லும், பல பேரிலிருந்து பல பேருக்கு சந்தைப்படுத்தல் கருவியாக உருவாகுகின்றது, இது வேகமான வேகத்தில் உள்ளடக்கத்தை பரப்பும் திறன் கொண்டது. வணிகத்தை இயக்க சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தக்கூடிய ஐந்து வழிகளைப் பார்ப்போம்.

முதலில், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் வாய்ப்புக்களை உலக அளவில் தனிப்பட்ட தொகுதலுடன் **இணைக்க** நீங்கள் சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தலாம். நீங்கள் சமூக ஊடகங்களில் வாடிக்கையாளர்களுடன் இணையும்போது, அவர்களுடனும் அவர்களுக்கிடையில் உரையாடல்களை உருவாக்க விரும்புகின்றீர்கள், அது அவர்கள் விரும்பி திரும்பி வர வைக்கின்றது - நீங்கள் உங்கள் சமூக ஊடக தளத்தின் **இரசிகர்களையோ** அல்லது **பின்தொடர்பவர்களையோ** உருவாக்குகின்றீர்கள்.

ஒரு உரையாடலை உருவாக்க, உதாரணமாக, ஒரு ஆடை நிறுவனமானது இன்ஸ்டாகிராமில் ஒரு புதிய நவநாகரீக போக்கின் படங்களைப் பகிர்வதன் மூலம் தொடங்கலாம், மேலும் இந்த நவநாகரீக ஆடையை அணிந்து செல்ஃபிக்களைப் பதியுமாறு பின்தொடர்பவர்களைக் கேட்கவும்.

இரண்டாவதாக, உங்கள் தரக்குறியீட்டை உருவாக்க நீங்கள் சமூக ஊடகத்தைப் பயன்படுத்தலாம். உங்கள் வணிகத்தின் ஆளுமை, நுண்ணறிவு மற்றும் உணர்வுகளைப் பிரதிபலிக்கும் உள்ளடக்கத்தைப் பகிர உங்கள் சமூக ஊடக தளங்களைப் பயன்படுத்தும் போது, உங்களையும் உங்கள் தரக்குறியீட்டையும் உங்கள் போட்டியாளர்களிடமிருந்து வேறுபடுத்தி உங்கள் வணிகத்திற்கு ஒரு தனித்துவமான குரலை வழங்குகின்றீர்கள்.

உதாரணமாக, ஒரு உள்ளூர் உடற்பயிற்சியகம், தங்கள் ட்விட்டர் பதிவில் தினசரி ஊக்கமூட்டும் மேற்கோள்கள் அல்லது படங்களை வெளியிடுவதன் மூலம் தங்கள் பதிவில் உருவாக்கலாம்.

மூன்றாவதாக, உங்கள் வலைத்தளத்திற்கான போட்டியை இயக்க சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தலாம். சமூக ஊடகங்களில் நீங்கள் பகிரும் அனைத்து உள்ளடக்கங்களும் உங்கள் தளத்துடன் மீண்டும் இணைக்கப்படாது என்றாலும், சில. ஒரு சுவாரஸ்யமான வலைப்பதிவு இடுகை அல்லது புதிய தயாரிப்பு அறிவிப்பைப் பகிர்வது உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை உற்சாகப்படுத்தி மேலும் உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு அனுப்பலாம்.

உதாரணமாக, ஒரு அழகுசாதன பொருட்களை விற்கும் கடையானது அவர்களின் புதிய வசந்தகாலத்திற்கான வாசனைதிரவியத்தை தங்கள் முகநூல் பக்கத்தில் அறிவிக்கலாம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் வலைத்தளத்திலிருந்து வாங்கும்போது தள்ளுபடி விளம்பரக் குறியீட்டையும் சேர்க்கலாம்.

நான்காவதாக, உங்கள் நிபுணத்துவத்தை நிறுவ நீங்கள் சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தலாம். உங்கள் அறிவையும் அனுபவத்தினையும் நீங்கள் பகிர்ந்து கொள்ளும்போது, பின்வருவனவற்றை நீங்கள் உருவாக்க முடியும் - பார்வையாளர்கள் உங்களை ஒரு சிந்தனைத் தலைவராகப் பார்க்க வருவார்கள். நீங்கள் உங்கள் பார்வையாளர்களை உருவாக்கும்போது, உங்கள் செல்வாக்கு அதிகரிக்கும்.

ஒரு பூக்கடை நிபுணராக தனது நிபுணத்துவத்தை நிலைநாட்ட, ஒரு வடிவமைப்பாளர் யூடியூபில் ஒரு காணொளியை வெளியிடலாம், அவர் குளிர்கால திருமணங்களுக்கு எப்படி மையப்பொருட்களை செய்கின்றார் என்பதை நிரூபிக்கலாம்.

ஐந்தாவதாக, விற்பனையை அதிகரிக்க நீங்கள் சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தலாம். இறுதியில், இந்த நடவடிக்கைகள் அனைத்தும் - இணைத்தல், தரக்குறியீட்டு உருவாக்கம், போட்டியை சமாளித்தல், நிபுணத்துவத்தை நிறுவுதல் - ஒரே இடத்திற்கு தலைமை வகிக்கும்: அதாவது விற்பனை ஆகும்.

முக்கிய விடயம் என்னவென்றால், வணிகத்திற்கான சமூக ஊடகங்கள் உங்கள் அடிமட்டத்தை பாதிக்கும் ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளன. **தயாராகுங்கள், அமைக்கவும், சமூகத்துடன் இணையுங்கள்!**

சாராம்சம்

சமூக ஊடகங்கள் இதற்குப் பயன்படுத்தப்படும்:

- வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைக்கவும்
- உங்கள் தரக்குறியீட்டை உருவாக்குங்கள்
- உங்கள் வலைத்தளத்திற்கான போட்டியை இயக்கவும்
- உங்கள் நிபுணத்துவத்தை நிறுவுங்கள்
- விற்பனை அதிகரிக்கும்

சமூக ஊடகங்களை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது

மேலே உள்ள சிறந்த காணொளியில், நீல் பட்டேல் சமூக ஊடகங்கள் மூலம் ஒரு வியாபாரத்தை சந்தைப்படுத்துவதற்கான முக்கிய குறிப்புகளை வழங்குகின்றார். டிஜிட்டல் யுகத்தில் உங்கள் வியாபாரத்தை சந்தைப்படுத்துவதில் இது ஒரு முக்கியமான பகுதியாக இருப்பதால், நீங்கள் இப்போது கற்றுக்கொண்டதை இன்னொரு முறை படிக்க வேண்டியது அவசியம்:

நீங்கள் சமூக ஊடகத்தில் இருக்க வேண்டும் என்பது உங்களுக்குத் தெரியும். YouTube, Facebook, Twitter, Instagram. இணையத்தில் மிகவும் பிரபலமான சில தளங்களாகும். Snapchat கூட, இன்ஸ்டாகிராம் அதை நசுக்கினாலும், இன்னும் நன்றாகவே இருக்கின்றது. அவர்களுக்கு தினமும் நூறு மில்லியனுக்கும் அதிகமான செயலில் உள்ள பயனர்கள் உள்ளனர். ஆனால் ஒரு தொடக்கமாக, இவை அனைத்தும் மிகப்பெரிய மற்றும் சிக்கலானவை. எனவே நீங்கள் எப்படி தொடங்குகின்றீர்கள்?

உதவிக்குறிப்பு #1

நீங்கள் செய்ய வேண்டிய முதல் விடயம் **சரியான சமூக வலைப்பின்னலைத் தேர்ந்தெடுப்பதாகும்**. ஆம், அவற்றில் நிறைய உள்ளன. அது ஃபேஸ்புக்காக இருந்தாலும் சரி, லிங்க்ட்இனாக இருந்தாலும் சரி, ட்விட்டராக இருந்தாலும் சரி, நீங்கள் எந்த வலையமைப்பில் இருக்க விரும்புகின்றீர்கள் என்பது உங்களுடையது. நீங்கள் அனைவரிடமும் இருக்க முடியும் ஆனால் நீங்கள் அனைத்திலும் இருந்தால் இந்த சுயவிபரங்களை அற்புதமாக்க நீங்கள் போதுமான நேரத்தை செலவிடப் போவதில்லை.

உதவிக்குறிப்பு #2

ஆனால் இப்போது உங்களிடம் சரியான ஒன்று உள்ளது, நீங்கள் செய்ய வேண்டிய இரண்டாவது விடயம் **உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கத் தொடங்குவதாகும்**. ஆமாம், நீங்கள் " எனக்கு நண்பர்கள் இல்லை, என்னை பின்தொடர்பவர்கள் இல்லை" எனக்கூறினாலும். பரவாயில்லை, உங்களிடம் உள்ளடக்கம் இல்லையென்றால் யாரும் பின்பற்ற மாட்டார்கள். எனவே உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கத் தொடங்குங்கள். உங்கள் சுயவிபரத்தை நிறைவு செய்வதன் மூலம் தொடங்குகின்றது.

உதவிக்குறிப்பு #3

இப்போது நீங்கள் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குகின்றீர்கள், அடுத்ததாக நீங்கள் ஒரு இணைப்பை உருவாக்க வேண்டும். நீங்கள் மக்களுடன் ஒரு தொடர்பை உருவாக்க வேண்டும்; இது ஒரு சமூக வலைப்பின்னல். நீங்கள் கணினியில் இருப்பதால், நீங்கள் மனிதர்களுடன் இணைப்பில் இல்லை என்று அர்த்தமல்ல. எனவே, உங்களுக்குத் தெரிந்த அனைத்து நபர்களையும் நீங்கள் பின்தொடர்கின்றீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். நீங்கள் ஈடுபடுகின்றீர்கள், நீங்கள் இணைப்புகளை உருவாக்குகின்றீர்கள்.

உதவிக்குறிப்பு #4

கடைசி குறிப்பு பின்தொடர்பவர்களின் எண்ணிக்கைக்கு செல்ல வேண்டாம். இது மதிப்புமிக்க இணைப்புகளைக் கொண்டுள்ளது, தனிப்பட்டவை. ஏனென்றால் உங்கள் முதல் 100 இரசிகர்கள் அல்லது பின்தொடர்பவர்கள் உங்களுடன் தொடர்பில் இல்லை என்றால், இந்த சமூக வலைப்பின்னல்கள் அனைத்திலும் அவற்றுக்கான வழிமுறைகள் உள்ளன, அங்கு அவர்கள் பிணைப்பின் சதவீதத்தைப் பார்க்கின்றார்கள்.

சாராம்சம்

1. சரியான சமூக வலைப்பின்னலைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்
2. உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கவும்
3. இணைப்புகளை உருவாக்குங்கள்
4. பின்தொடர்பவர்களின் எண்ணிக்கைக்கு செல்ல வேண்டாம்

முகநூல்

2.25 பில்லியனுக்கும் அதிகமான மாதாந்த பயனர்களுடன், பேஸ்புக் உங்கள் சேவைகளை ஊக்குவிக்கவும், வாடிக்கையாளர் ஆதரவை அதிகரிக்கவும் மற்றும் அங்கீகாரத்தை அதிகரிக்கவும் ஒரு சக்திவாய்ந்த கருவியாகும். பேஸ்புக் வியாபார பக்கங்களை அமைப்பது மற்றும் பராமரிப்பது மிகவும் எளிதானது, எனவே ஒவ்வொரு வணிகமும் ஒன்றை வைத்திருப்பது சாத்தியமாகும்.

தனிப்பட்ட பயன்பாட்டிற்காக பேஸ்புக்கின் பக்கங்களை பெரும்பாலான மக்கள் அறிந்திருக்கின்றார்கள். வணிக பயன்பாட்டிற்கு, தனிப்பட்ட சுயவிபரங்கள் பயன்படுத்தப்படவில்லை; அதற்கு பதிலாக, பேஸ்புக் வணிகப் பக்கங்களை வழங்குகின்றது.

சுயவிபரங்கள் மற்றும் பக்கங்கள்

ஒரு சுயவிபரம் என்பது உங்கள் ஆர்வங்கள், புகைப்படங்கள், காணொளிகள், தற்போதைய நகரம் மற்றும் சொந்த ஊர் போன்ற உங்களைப் பற்றிய தகவல்களைப் பகிரக்கூடிய ஒரு இடமாகும். உங்கள் சுயவிபரத்தைப் பார்க்க, பேஸ்புக்கின் மேலே உள்ள உங்கள் பெயர் அல்லது சுயவிபரப் படத்தைக் கிளிக் செய்யவும் அல்லது தட்டவும்.

பேஸ்புக்கில் வணிகங்கள், தரக்குறியீடுகள், நிறுவனங்கள் மற்றும் பொது நபர்கள் தங்கள் இரசிகர்கள் அல்லது வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைக்கக்கூடிய இடங்கள் **பக்கங்களாகும்**. ஒரு பக்கத்தை உருவாக்க ([create a page](#)) அல்லது ஒன்றை நிர்வகிக்க உதவுவதற்கு உங்களிடம் ஒரு சுயவிபரம் இருக்க வேண்டும். பேஸ்புக்கில் யாராவது ஒரு பக்கத்தை விரும்பும்போது அல்லது பின்தொடரும்போது, அவர்கள் தங்கள் செய்தி ஊட்டத்தில் (News Feed) அந்தப் பக்கத்திலிருந்து புதுப்பிப்புகளைப் பார்க்கத் தொடங்கலாம்.

உங்கள் பேஸ்புக் பக்கத்தை நீங்கள் அமைக்க உங்களுக்கு தேவையானவை:

1. உங்கள் வணிக பெயர் மற்றும் விளக்கம்

உங்கள் வணிகத்திற்குப் பிறகு உங்கள் பக்கத்திற்குப் பெயரிடுங்கள் அல்லது உங்கள் வணிகத்தைக் கண்டுபிடிக்க மக்கள் தேடும் மற்றொரு பெயருக்குப் பெயரிடுங்கள். உங்கள் வணிகம் என்ன செய்கின்றது என்பதை மக்களுக்குத் தெரிவிக்க அறிமுகப் பகுதியைப் பயன்படுத்தவும்.

2. ஒரு சுயவிபரப் புகைப்படம் மற்றும் அட்டைப் படம்

உங்கள் வணிகத்தை நன்கு பிரதிபலிக்கும் புகைப்படங்களைத் தெரிவு செய்யவும். பல வணிகங்கள் தங்கள் சின்னத்தை சுயவிபரப் புகைப்படமாகப் பயன்படுத்தத் தெரிவு செய்கின்றன. அட்டைப் புகைப்படத்திற்கு, உங்கள் கடை, தயாரிப்புகள் அல்லது தற்போதைய சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரத்திலிருந்து ஒரு படத்தை தெரிவு செய்யவும்.

[படத்தின் பரிமாணங்களைப் பெறுங்கள்](#)

3. மக்கள் எடுக்க வேண்டிய நடவடிக்கை

உங்கள் பக்கத்தின் மேற்புறத்தில், உங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்வையிடவும் அல்லது உங்கள் கடைக்கு அழைப்பினை ஏற்படுத்தவும்.

இந்த பயண முகவர் நிறுவனம் அவர்களின் வணிகப் பக்கத்தை எவ்வாறு உருவாக்கியிருக்கின்றது என்பதைப் பார்க்கவும், பார்வையாளரை அவர்களின் அழகான படங்கள் (கவர் அட்டைப் படத்தொகுப்பு குறிப்பு) மற்றும் 'எங்களைத் தொடர்பு கொள்ளவும்' என்ற தெளிவான அழைப்பு அனைத்து தொடர்பு விபரங்களும், வரைபட திசைகள், இணையதள முகவரி மற்றும் தொலைபேசி எண் உள்ளிட்டவை வழங்கப்படுகின்றன.

நீங்கள் ஒரு பக்கத்தை உருவாக்கியவுடன் என்ன செய்ய வேண்டும்

புதிய உள்ளடக்கத்தை வெளியிடவும்

நீங்கள் அதை விளம்பரப்படுத்தத் தொடங்குவதற்கு முன் உங்கள் பக்கம் செயலில் தகவலறிந்ததாக இருக்க வேண்டும், எனவே நேரலையில் புதுப்பிப்புகளை வெளியிடத் தொடங்குங்கள். புதிய புகைப்படங்கள் மற்றும் புதுப்பிப்புகள் பார்வையாளர்களுக்கு உங்கள் பக்கத்தை புதியதாக வைத்திருக்க உதவுகின்றன. உங்கள் இடுகைகளை அதிகரிப்பதன் மூலமும் நீங்கள் இணைக்க விரும்பும் நபர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலமும் உங்கள் பக்கத்தைப் பின்தொடர்பவர்களுக்கு அப்பால் உங்கள் [இடுகைகளின் வரம்பை நீட்டிக்க](#) முடியும்.

செய்தி அனுப்பத் தொடங்குங்கள்

கேள்விகளைக் கேட்கவும், தொடர்பு கொள்ளவும் அல்லது பரிந்துரைகள் செய்யவும் [மக்கள் உங்கள் வணிகத்திற்கு தனிப்பட்ட செய்திகளை அனுப்பட்டும்](#). பேஸ்புக் மெசஞ்சர் உங்கள் பக்கத்துடன் ஒருங்கிணைக்கப்பட்டுள்ளது, எனவே நீங்கள் வாடிக்கையாளர்களுடன் ஒன்றோடு ஒன்று இணைய முடியும். இந்த செய்திகளுக்கு நீங்கள் விரைவில் பதிலளிப்பதை உறுதிசெய்துக் கொள்ளுங்கள்.

சிறப்பு அம்சங்களைச் சேர்க்கவும்

உங்கள் பக்கத்தை மக்களுக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக மாற்ற, உங்கள் பேஸ்புக் பக்கத்தில் [உங்கள் மெனுவைக் காண்பிப்பது](#), [உங்கள் சேவைகளை பட்டியலிடுவது](#) அல்லது [உங்கள் தயாரிப்புகளை கடைப் பிரிவில் காண்பிப்பது](#) போன்ற சிறப்பு உள்ளடக்கத்தையும் நீங்கள் சேர்க்கலாம்.

உங்கள் பக்கத்தை விளம்பரப்படுத்தவும்

உங்கள் பக்கம் அமைக்கப்பட்டவுடன், [உங்களுடன் தொடர்பு கொள்ள உங்கள் வாடிக்கையாளர்களையும் தொடர்புகளையும் அழைக்கவும்](#), என்ன நடக்கிறது என்பதைத் தெரிந்து கொள்ளவும். [புதிய பின்தொடர்பவர்களைக் கண்டறிய நீங்கள் விளம்பரங்களையும் இயக்கலாம்](#).

மேம்படுத்திக்கொண்டே இருங்கள்

[உங்கள் வணிகத்தில் மக்கள் எவ்வாறு ஈடுபடுகின்றார்கள்](#) என்பதைப் பார்க்க உங்கள் பக்கத்தின் மேலே உள்ள நுண்ணறிவுகளைக் கிளிக் செய்யவும் - உங்கள் இடுகைகளுடன் நீங்கள் எத்தனை பேரை அடைகின்றீர்கள், எந்த உள்ளடக்கத்தை அவர்கள் விரும்புகின்றார்கள் என்பதை நீங்கள் காண்பீர்கள். உங்கள் பக்கம் எவ்வாறு செயல்படுகின்றது என்பதைப் பார்ப்பது சிறந்த உள்ளடக்க மூலோபாயத்தை வரையறுக்க உதவும்.

சாராம்சம்

- ஒரு வணிகப் பக்கத்தை உருவாக்க நீங்கள் பேஸ்புக்கில் ஒரு சுயவிபரத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- உங்கள் வணிகப் பக்கத்திற்கு உங்கள் வணிகப் பெயர் மற்றும் விளக்கம், கவர் மற்றும் சுயவிபரப் புகைப்படங்கள் மற்றும் மக்கள் எடுக்க விரும்பும் நடவடிக்கை அதாவது அழைப்பிற்கான நடவடிக்கை பொத்தான் தேவை.
- உங்கள் பக்கம் ஒரு வலைத்தளம் போல நிலையானதாக இல்லை ஆனால் புதிய பதிவுகள், படங்கள் மற்றும் பயனர்களுடன் தொடர்பு கொண்டு தொடர்ந்து புதுப்பிக்கப்பட வேண்டும்.

இன்ஸ்டாகிராம்

Instagram ஒரு இலவச புகைப்படம் மற்றும் காணொளி பகிர்வுடனான கையடக்க தொலைபேசி பயன்பாடு ஆகும். இன்ஸ்டாகிராமில் உள்ளவர்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் உட்பட தங்களுக்கு விருப்பமான விடயங்களைக் கண்டறிந்து கண்டுபிடிக்க விரும்புகின்றார்கள்.

உங்கள் வணிகத்தை இயல்பாக வளர்க்க Instagram ஐ இலவசமாகப் பயன்படுத்தலாம் அல்லது Instagram இல் விளம்பரம் செய்ய நீங்கள் பணம் செலுத்தலாம். இரண்டின் கலவையையும் நீங்கள் செய்யலாம்.

இன்ஸ்டாகிராம் "மொபைல்-ஃபர்ஸ்ட்" என வடிவமைக்கப்பட்டிருப்பதால்-அதாவது இது ஒரு கணினியை விட கையடக்க தொலைபேசியில் பயன்படுத்தவும் பார்க்கவும் ஏற்றவகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது-இது கையடக்க தொலைபேசி செயலி வழியான முழு செயற்பாட்டைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் இணைய உலாவி வழியாக பார்க்கும் போது கணினியில் மிகக் குறைந்த செயற்பாடு மட்டுமேயாகும்.

வணிகக் கணக்கைத் தொடங்குவது விரைவானது மற்றும் எளிதானது

நீங்கள் வழங்குவதைப் பற்றிய மேலதிக தகவலை மக்களுக்கு வழங்க Instagram வணிகக் கணக்கை அமைக்கவும். உங்களிடம் ஏற்கனவே உள்ள கணக்கை வணிகக் கணக்காக மாற்றலாம்.

குறிப்பு: உங்கள் இன்ஸ்டாகிராம் கணக்கில் அனைத்து அமைப்புகளும் மாற்றங்களும் **கையடக்க தொலைபேசி செயலி** மூலம் செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் பெரும்பாலும் இணைய உலாவி மூலம் செய்ய முடியாது



படி 1: பயன்பாட்டைப் பதிவிறக்கி தொடங்கவும்.

[App Store](#), [Google Play](#) அல்லது [Windows Phone Store](#) ஆகியவற்றிலிருந்து இன்ஸ்டாகிராம் செயலியைப் பதிவிறக்கவும்.

படி 2: ஒரு இலவச வணிக சுயவிபரத்தை அமைக்கவும்

இன்ஸ்டாகிராமில், ஒரு வணிக இருப்பை நிறுவ மற்றும் வணிக இலக்குகளை அடைய உதவும் அம்சங்களுக்கான அணுகலைப் பெற உங்கள் கணக்கினை வணிகக் கணக்காக மாற்றலாம்.

உங்கள் சுயவிபரத்தை வணிகக் கணக்கிற்கு மாற்ற:

1. உங்கள் சுயவிபரத்திற்கு சென்று தட்டவும் 
2. அமைப்புகளைத்  தட்டவும்
3. கணக்கைத் தட்டவும்
4. வணிகக் கணக்கிற்கு மாற்றுக (Switch to Business Account) என்பதைத் தட்டவும்
5. உங்கள் வணிகக் கணக்கை உங்கள் வணிகத்துடன் தொடர்புடைய பேஸ்புக் பக்கத்துடன் இணைக்க பரிந்துரைக்கின்றோம். இது வணிகங்களுக்கு கிடைக்கும் அனைத்து அம்சங்களையும் எளிதாகப் பயன்படுத்தும்.

6. உங்கள் வணிகம் அல்லது கணக்கின் வகை மற்றும் தொடர்புத் தகவல் போன்ற விபரங்களைச் சேர்க்கவும்.
7. முடிந்தது (Done) என்பதைத் தட்டவும்

நீங்கள் ஒரு வணிகக் கணக்கைப் பெற்றவுடன், வணிக நேரம், வணிக முகவரி, தொலைபேசி எண் மற்றும் உங்கள் இணையதளத்திற்கான இணைப்பு போன்ற பொருத்தமான வணிகத் தகவல்களைச் சேர்க்கலாம்.

இந்த இலவச ப்ளூபிரிண்ட் பாடத்திட்டத்தில் [இன்ஸ்டாகிராம வணிகத்திற்கு எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்பதை அறிக.](#)

ஈர்க்கும் பக்கத்திற்கான (Appealing Page) உதாரணம் இங்கே:

படி 3: உள்ளடக்கத்தை பதிவிடவும் மற்றும் நபர்கள் அல்லது வணிகங்களைப் பின்தொடரவும்.

தொடர்புடைய ஹேஷ்டேக்குகளைப் பயன்படுத்தி உங்கள் பக்கத்தில் நீங்கள் பார்க்க விரும்பும் உள்ளடக்கத்தை பதிவிடத் தொடங்குங்கள், மேலும் இது போன்ற கணக்குகளைப் பின்தொடரத் தொடங்குங்கள்.

வழக்கமான பதிவிடும் அட்டவணையில் ஈடுபடுங்கள்

நீங்கள் இன்ஸ்டாகிராமில் பின்தொடர்பவர்களை உருவாக்கத் தொடங்கியதும், உங்கள் இரசிகர்கள் தொடர்ந்து உங்களிடமிருந்து பதிவிடல்களைப் பார்ப்பார்கள். உங்கள் தரக்குறியீட்டைப் பற்றி அவர்களுக்குத் தெரியப்படுத்தவும், உங்கள் உள்ளடக்கத்துடன் அவர்களை சிரமப்படுத்தாது அவர்களை ஈடுபடுத்தவும் - அல்லது மோசமாக, துரதிஷ்டவசமாக பின்தொடர்வது நிறுத்தப்படும்.

தொழில்முறை தோற்றமுடைய புகைப்படங்களைச் சேர்க்கவும்

சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் உங்கள் வியாபாரத்தை கவனிக்கும்படி உங்கள் புகைப்படங்கள் தெளிவாகவும் கவர்ச்சிகரமானதாகவும் இருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். புகைப்படத் தரத்தை மேம்படுத்த வடிகட்டிகளை (filters) கவனமாகப் பயன்படுத்தவும்.

மற்ற Instagram பயனர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுங்கள்.

பிற பயனர்களின் கருத்துகளுக்கு பதிலளிக்கவும். உங்கள் புகைப்படங்களுக்கு மக்கள் கருத்து தெரிவிக்கும் போது, அவர்களுக்கு நன்றியுடன் பதிலளிக்கவும். உங்கள் சொந்தப் பகுதியில் அல்லது உங்கள் வணிகப் பகுதியில் ஆர்வமுள்ள வணிகங்களைப் பின்தொடரவும் - இது ஒரு பரந்த பார்வையாளர்களை அடைய உதவும் ஒரு வலையமைப்பினை உருவாக்குகின்றது.

ஹேஷ்டேக்குகளைப் பயன்படுத்தவும் (#)

சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட ஹேஷ்டேக்கைத் தேடும்போது உங்களைக் கண்டுபிடிக்க ஹேஷ்டேக்குகள் அனுமதிக்கின்றன. இன்னும் முக்கியமாக, ஒரு பார்வையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட ஹேஷ்டேக் கொண்ட ஒரு படத்தை விரும்பினால், இன்ஸ்டாகிராம் அந்த பார்வையாளருக்கு அதே ஹேஷ்டேக்குடன் மற்ற படங்களைக் காண்பிக்கும். உதாரணமாக, # கடற்கரைவிடுமுறை என்ற ஹேஷ்டேக் கொண்ட ஒரு படத்தை யாராவது விரும்பியிருந்தால், இன்ஸ்டாகிராம்

அவர்களுக்கு உங்கள் படத்தை # கடற்கரைவிடுமுறை என்று குறிக்கப்பட்டால் அவர்களுக்கு உங்கள் படத்தை காட்டலாம்.

இந்த முக்கியமான கருவியைப் பற்றிய மேலதிக தகவலுக்கு [ட்விட்டர்](#), [பேஸ்புக்](#) மற்றும் [இன்ஸ்டாகிராமில்](#) ஹேஷ்டேக்குகளை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்பது குறித்த விரிவான வழிமுறைகளைப் பார்க்கவும்.

ஹேஷ்டேக்குகளைப் பற்றிய சில முக்கியமான விடயங்களைக் கவனியுங்கள்:

- அவை ஒரே வார்த்தையாக இருக்க வேண்டும், இடைவெளிகள் இல்லாமல், உ.ம். #கடற்கரை விடுமுறை இல்லை #கடற்கரை விடுமுறை.
- அவை கடிதங்கள், எண்கள் மற்றும் உருவங்களைக் கொண்டிருக்கலாம், ஆனால் நிறுத்தற்குறிகள் அல்லது வேறு எதுவும் இல்லை, எ.கா. #எண் 1 கடற்கரை அல்லது #*□விடுமுறை

கொடுப்பனவுகள் மற்றும் விளம்பரங்களை இயக்கவும்

மக்கள் எப்போதும் விற்பனை மற்றும் கொடுப்பனவுகளில் ஆர்வம் காட்டுகின்றார்கள், இது ஒரு நல்ல கவனத்தை ஈர்ப்பதாகும். உங்கள் பதவி உயர்வுக்கு ஒரு தனித்துவமான ஹேஷ்டேக்கை வழங்கவும் மற்றும் உங்களைப் பின்தொடர்பவர்களைப் பகிருமாறு கேட்கவும். ஹேஷ்டேக்கில் தேடி, இந்தப் பட்டியலில் இருந்து வெற்றியாளரைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் - மேலும் வெற்றியாளர்களைப் பற்றி இடுகையிடவும்.

மேலும் பார்க்கவும்: [உங்கள் சுயவிபரத்தை மேம்படுத்தவும்](#) [Optimise your Profile](#)

சாராம்சம்

- இன்ஸ்டாகிராம் ஒரு இலவச புகைப்படம் மற்றும் காணொளி பகிர்வு பயன்பாடு ஆகும். இன்ஸ்டாகிராமில் உள்ளவர்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் உட்பட தங்களுக்கு விருப்பமான விடயங்களைக் கண்டறிந்து கண்டுபிடிக்க விரும்புகின்றார்கள்.
- உங்கள் வணிகத்தை விளம்பரப்படுத்த, ஒரு இலவச வணிகச் சுயவிபரத்தை உருவாக்கவும்.
- இன்ஸ்டாகிராம் தேடலுக்கு ஹேஷ்டேக்குகளை (#) பயன்படுத்துகின்றது, எனவே அனைத்து படங்களும் பொருத்தமான பல குறிச்சொற்களுடன் ஹேஷ்டேக் செய்யப்பட வேண்டும்.

Pinterest

Pinterest ஒரு ஒன்லைன் அறிவித்தற் பலகை ஆகும், அங்கு பயனர்கள் படங்களை வகைப்படுத்தி பகிர்ந்து கொள்கின்றார்கள். பேஸ்புக் மற்றும் ட்விட்டர் போன்ற பிற சமூக ஊடக தளங்களைப் போலல்லாமல், ஒரு படம் சம்பந்தப்படாவிட்டால் நீங்கள் எந்த உள்ளடக்கத்தையும் வெளியிட முடியாது.

தனிப்பட்ட மற்றும் வணிகக் கணக்குகள்

வணிகக் கணக்குகள் தனிப்பட்ட கணக்குகளைப் போலவே இருந்தாலும், 5 முக்கிய வேறுபாடுகள் உள்ளன:

1. ஒரு வணிகக் கணக்கை உருவாக்க, நீங்கள் இந்த URL இல் உள்ள வழிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும் <https://business.pinterest.com>, அதேசமயம் தனிப்பட்ட Pinterest கணக்கை உருவாக்க நீங்கள் இந்த URL இல் உள்ள வழிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும்: <https://www.pinterest.com>.

2. ஒரு வணிகக் கணக்கை உருவாக்க, நீங்கள் **வணிக-குறிப்புடனான சேவை விதிமுறைகளை** ஏற்க வேண்டும்.

3. ஒரு வணிகக் கணக்குடன், உங்கள் கணக்கிற்கு உங்கள் **தரக்குறியீடு அல்லது வணிகப் பெயரைப்** பெயரிடலாம். எனவே உங்கள் கணக்கிற்கு உங்கள் முதல் மற்றும் கடைசிப் பெயரைப் பெயரிடுவதற்குப் பதிலாக, உங்கள் கணக்கிற்கு உங்கள் வணிகத்தின் பெயரைப் பெயரிடுங்கள்.

4. Pinterest வணிகக் கணக்கு மூலம் Pinterest இல் உங்கள் பார்வையாளர்கள் மற்றும் உங்கள் செயல்திறன் பற்றிய நுண்ணறிவுகளை வழங்க நீங்கள் **பகுப்பாய்வுகளை** அணுக முடியும்.

5. ஒரு வணிகக் கணக்கானது "**rich pins**" உருவாக்க அனுமதிக்கின்றது, இது "சூப்பர் பின்ஸ்" அல்லது "மேம்படுத்தப்பட்ட ஊசிகள்" என்றும் அழைக்கப்படுகின்றது.

Rich Pinsகளாவன Pins பற்றிய கூடுதல் தகவல்களை உள்ளடக்கிய ஊசிகளாகும். 6 வகையான Rich Pins உள்ளன: அவையாவன, செயலி, படம், செய்முறை, கட்டுரை, தயாரிப்பு மற்றும் இடம் ஆகும்.

நீங்கள் ஏற்கனவே தனிப்பட்ட Pinterest கணக்கை உருவாக்கியிருந்தால், <https://business.pinterest.com> க்குச் சென்று "இப்போது மாற்று (convert now)" என்பதைக் கிளிக் செய்வதன் மூலம் வணிகக் கணக்கிற்கு எளிதாக மாறலாம்.

கவர்ச்சிகரமான Pinterest வணிகச் சுயவிபரத்திற்கான உதாரணம் இங்கே:

கலைச்சொல்

மற்ற சமூக வலையமைப்புகளைப் போலவே, Pinterest அதன் சொந்த சொற்களைப் பயன்படுத்துகின்றது. எனவே நீங்கள் Pinterest ஐப் பயன்படுத்தத் தொடங்குவதற்கு முன், பின்வரும் விதிமுறைகளை நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்:

பின்ஸ் (Pins) என்பது Pinterest இல் வெளியிடப்பட்ட படங்கள் (ஒரு சமூக ஊடக பதிவிற்கு சமம்)

ஊசிகளை வகைப்படுத்தும் **பலகைகள் (Boards)** Pinterest இன் கோப்புறைகளாகும்

ஒரு **Pinner** ஒரு Pinterest இன் பயனராகும்

Repin செய்வது என்பது உங்கள் Pinterest பலகைகளில் ஒன்றினை வெளியிடுவதன் மூலம் உங்கள் Pinterest பின்தொடர்பவர்களுடன் வேறொருவரின் Pinஐ பகிர்ந்து கொள்ளும் செயல் ஆகும்

பின்தொடர்பவர்கள் Pinterest பயனர்கள், அவர்கள் உங்கள் கணக்கில் குழுசேர்ந்துள்ளனர் மற்றும் உங்கள் ஊசிகளை அவர்களின் நிnewsfeedல் பார்க்க முடியும்

பின்வருபவை நீங்கள் பதிவுசெய்த Pinterest பயனர்கள், உங்கள் செய்தி ஊட்டத்தில் அவர்களின் Pins களைப் பார்ப்பவர்கள்.

நீங்கள் Pinterest இல் உள்ளுழையும்போது நீங்கள் பார்ப்பது **ஊட்டங்கள்**. நீங்கள் பின்தொடரும் நபர்களிடமிருந்து அனைத்து சமீபத்திய Pinsகளும் இதில் உள்ளடங்கும்.

நீங்கள் Pinterest சொற்களை நன்கு அறிந்தவுடன், நீங்கள் ஒரு கணக்கைத் திறந்து Pinterest ஐ திறம்பட பயன்படுத்தத் தொடங்கலாம்.

ஒரு கணக்கைத் திறக்கவும்

முதலில், உங்களிடம் ஒரு வணிகக் கணக்கு இருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். பதிவு செய்வது இலவசம், மேலும் பகுப்பாய்வு மற்றும் ஒரு சிறப்பு வணிகச் சுயவிபரம் போன்ற கருவிகளுக்கான அணுகலைப் பெறுவீர்கள். தரக்குறியீடு மற்றும் உள்ளடக்க பண்புகூறு போன்றவற்றின் மீதும் நீங்கள் அதிக கட்டுப்பாட்டைப் பெறுவீர்கள். வணிக அம்சங்களைப் பயன்படுத்த நீங்கள் ஒரு புதிய கணக்கிற்கு பதிவு செய்யலாம் அல்லது [உங்கள் தனிப்பட்ட கணக்கை மேம்படுத்தலாம்](#).

எப்படி உதவுகின்றீர்கள் என்பதை அடிக்கோடிட்டுக் காட்டும் ஒரு **முக்கிய சொல் நிறைந்த விபரத்தை** எழுதுவதை உறுதிசெய்து கொள்ளுங்கள். சுயவிபரப்படத்தைச் சேர்க்கவும், இது உங்கள் வர்த்தக சின்னமாக இருக்கலாம் அல்லது நீங்கள் தரக்குறியீட்டின் முகமாக இல்லாவிட்டால் அல்லது அது உங்கள் தலைப்பாக இருக்கலாம். பின்னர், உங்கள் பின்தொடர்பவர்களை சுட்டிக்காட்ட விரும்பும் ஒரு URL ஐச் சேர்க்கவும். இது உங்கள் வலைப்பதிவாகவோ அல்லது உங்கள் வலைத்தளமாகவோ இருக்கலாம் ...

உள்ளடக்கத்தை சேர்க்கவும்

வணிகத்திற்காக Pinterest ஐப் பயன்படுத்துவதன் அடுத்த கட்டம் உங்கள் கணக்கில் உள்ளடக்கத்தை சேர்க்கத் தொடங்குவதாகும். **முக்கிய வார்த்தைகள் நிறைந்த தலைப்புகளுடன் பலகைகளை உருவாக்குவதன்** மூலம் தொடங்கவும். ஒவ்வொரு Pinterest பலகைக்கும் ஒரு **வகையைத்** தேர்ந்தெடுப்பதை உறுதிசெய்து, மக்கள் அவற்றைக் கண்டுபிடிக்க உதவுங்கள் மற்றும் Pinterest உங்கள் Pinterest பலகையை பரிந்துரைக்க வேண்டும். உங்கள் பலகைகள் உங்கள் தலைப்புடன் சீரமைக்கப்பட வேண்டும் மற்றும் உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களுக்கு ஆர்வமாக இருக்க வேண்டும்.

உங்கள் பலகைகளை அசல் மற்றும் தொடர்புடைய Pinகளால் நிரப்பவும். Pinterest உங்கள் தயாரிப்புகளுக்கான ஒன்லைன் பட்டியல் அல்ல. அதற்கு பதிலாக, இது தனித்துவமான மற்றும் சுவாரஸ்யமான படங்களை மக்கள் தேடும் மற்றும் பகிரும் இடமாகும், **எனவே உங்கள் சொந்த (புதிய உள்ளடக்கம்) இரண்டு படங்களையும் பின் மற்றவர்களுக்கு மறுபதிப்பு செய்யவும்.**

Pinterestஇல் உங்கள் வாய்ப்புகளை அதிகரிக்க, **Pinterest கருவிகளைப்** பயன்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். உங்கள் இணையதளத்தில் Pinterest நிரல் பலகை இணையத்தைச் சேர்க்கவும்: மக்கள் உங்கள் வலைத்தளத்தை உலாவுமபோது மற்றும் நிரல் பலகை இணையத்தை (widget) கிளிக் செய்தால், அவர்கள் உங்கள் Pinterest கணக்கிற்கு திருப்பி விடப்படுவார்கள். உங்கள் Pins, பலகைகள் அல்லது சுயவிவரத்தை உங்கள் வலைத்தளம் அல்லது வலைப்பதிவில் உட்பொதிக்கலாம். அவ்வாறு செய்ய, <https://developers.pinterest.com/tool> க்குச் செல்லவும் ... பின்னர் உங்கள் வலைத்தளம் அல்லது வலைப்பதிவில் நீங்கள் காட்ட விரும்பும் Pinterest பலகை, pin அல்லது சுயவிவரத்தின் இணைப்பைச் சேர்த்து உட்பொதி குறியீட்டைப் பிடிக்கவும்.

உங்கள் பார்வையாளர்களை உருவாக்குங்கள்

Lastly, when using Pinterest for business, you'll want to build your audience. To grow your Pinterest followers, a good habit to adopt is **following people** so a percentage of them follow you back. Follow up-to 100 people a day. This should get you an additional 20 followers if not more, a day. Another way to get noticed is by **engaging regularly with other pinners' content**, who attract a similar audience as yours. You can engage by **liking their pins, sharing them** and more importantly, by **leaving interesting comments**.

கடைசியாக, வணிகத்திற்காக Pinterest ஐப் பயன்படுத்தும் போது, நீங்கள் உங்கள் பார்வையாளர்களை உருவாக்க வேண்டும். உங்கள் Pinterest **பின்தொடர்பவர்களை** வளர்க்க, ஒரு நல்ல பழக்கம் மக்களைப் பின்தொடர்கின்றது, எனவே அவர்களில் ஒரு சதவீதம் பேர் உங்களைப் பின்தொடர்கின்றார்கள். ஒரு நாளைக்கு 100 பேரைப் பின்தொடரவும். இது ஒரு நாளைக்கு கூடுதலாக 20 பின்தொடர்பவர்களைப் பெற வேண்டும். உங்களைப் போன்ற பார்வையாளர்களை ஈர்க்கும் **பிற Pinnerகளின் உள்ளடக்கத்துடன்** தவறாமல் ஈடுபடுவதன் மூலம் கவனிக்கப்படுவதற்கான மற்றொரு வழி. **அவர்களின் pinகளை விரும்புவதன் மூலமும், பகிர்வதன் மூலமும், மிக முக்கியமாக, சுவாரசியமான கருத்துகளை தெரிவிப்பதன் மூலமும்** நீங்கள் ஈடுபடலாம்.

சாராம்சம்

1. வணிகச் சுயவிபரத்தைத் திறக்கவும்.
2. உள்ளடக்கத்தைச் சேர்க்கவும் - உங்கள் சொந்த (புதிய உள்ளடக்கம்) இரண்டு படங்களையும் பின் மற்றவற்றை மறுபதிப்பு செய்யவும்.
3. பிறரைப் பின்தொடர்ந்து மற்றும் பிற pinnersகளின் உள்ளடக்கத்தில் ஈடுபடுவதன் மூலம் உங்கள் பார்வையாளர்களை உருவாக்குங்கள்

வலைஒளி (YouTube)



[யூடியூப்](#) ஒரு இலவச காணொளி ஹோஸ்டிங் வலைத்தளமாகும், இது உலகெங்கிலும் உள்ள மக்கள் காணொளிகளைப் பகிர உதவுகின்றது - அவர்கள் இந்த காணொளிகளை சுயமாக எடுத்திருந்தாலும் அல்லது மற்றவர்களின் காணொளிகளை அவர்கள் கவர்ந்தாலும் பகிர்ந்தாலும். உங்கள் பார்வையாளர்களுடன் உள்ளடக்கத்தை பகிர்ந்து கொள்ள இது ஒரு சிறந்த வழியாகும்.

காணொளிகளை உலாவவும் தேடவும் அல்லது மக்களின் ஊடகங்களைப் பார்க்கவும் உங்களுக்கு YouTube இல் ஒரு கணக்கு தேவையில்லை, ஆனால் உங்கள் **சொந்த காணொளிகளை உங்கள் ஊடகத்தில் பதிவேற்ற** அல்லது **உங்களுக்கு பிடித்தவற்றை பிளேலிஸ்ட்டில் சேமிக்க உங்களுக்கு ஒரு கணக்கு தேவை.**

யூடியூப்பில் ஒரு கணக்கிற்கு நீங்கள் பதிவுசெய்த பிறகு, உங்கள் சொந்த காணொளிகளை படம்பிடித்து ஒன்லைனில் பதிவிடலாம், அங்கு மக்கள் அவற்றை உங்கள் யூடியூப் ஊடகத்தில் பார்க்கலாம். உங்கள் யூடியூப் ஊடகத்தில் வேறொருவரின் காணொளியைப் பயன்படுத்த

விரும்பினால், உங்கள் பிளேலிஸ்ட்டில் பிடித்தவற்றை பகிர உங்கள் கணக்கு அமைப்புகளை மாற்றலாம். உங்கள் சொந்த காணொளிகளை உருவாக்க வேண்டிய அவசியமின்றி உங்கள் ஊடகத்தை உருவாக்க இது ஒரு சக்திவாய்ந்த வழியாகும்.

உதாரணமாக, கடற்கரையில் உள்ள ஒரு விருந்தினர் மாளிகை தங்கள் சொந்த விருந்தினர்களிடமிருந்தும் உள்ளூர் நிகழ்வுகள் பற்றிய பிற YouTube ஊடகங்களிலிருந்தும் காணொளிகளைப் பகிரலாம், உ. ம்.

- கடற்கரை திருமணங்கள்
- அலைசறுக்கல் போட்டிகள்
- அந்த பகுதியில் செயற்படும் சுற்றுப்பயணங்கள்
- இலங்கையை ஊக்குவிக்கும் சுற்றுலா காணொளிகள்
- பாரம்பரிய உணவு
- திருவிழாக்கள்

இந்த வழியில், "இலங்கையில் கடற்கரை திருமணத்திற்காக" சாத்தியமான பார்வையாளர்கள் யூடியூப் அல்லது கூகிளைத் தேடும்போது விருந்தினர் விடுதி ஊடகத்தைக் காணலாம், இது சிறந்த விளம்பரமாக இருக்கும். விருந்தினர் மாளிகை இப்பகுதியில் ஒரு அதிகாரியாக அறியப்படுகின்றது மற்றும் இந்த பாடங்களில் ஏதேனும் ஆர்வமுள்ள வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க முடியும்.

முடிவுகளைக் காட்டும் YouTube தேடல் பக்கம் இங்கே. ஊடக பெயர்களைக் கவனியுங்கள்:

யூடியூப் வணிகக் கணக்கை உருவாக்குவது எப்படி

யூடியூப் என்பது கூகுள் குழுவின் ஒரு பகுதியாகும் மேலும் இது ஒரு கூகுள் கணக்கு மூலம் நிர்வகிக்கப்படுகின்றது.

1. ஏற்கனவே உள்ள **Google** கணக்கில் உள்ளுழையவும் அல்லது புதிய **YouTube** வணிக ஊடகத்தை உருவாக்கவும்.
2. முகப்புப்பக்கத்தில் ([YouTube homepage](#)), திரையின் மேல் வலது மூலையில் உள்ள avatarஐ கிளிக் செய்யவும்.

3. கீழ்தோன்றும் விருப்பங்களிலிருந்து "My channel" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.
4. **யூடியூப் வணிக கணக்கை** உருவாக்குவதற்கு, "**ஒரு வணிகம் அல்லது வேறு பெயரைப் பயன்படுத்துக (Use a business or other name)**" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும், இது உங்கள் தரக்குறியீட்டின் பெயரை உள்ளிடக்கூடிய ஒரு திரைக்கு உங்களை அழைத்துச் செல்லும்.
5. உங்கள் புதிய YouTube கணக்கைச் செயல்படுத்த "**உருவாக்குக (Create)**" என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.

படிப்படியான விபரங்களுக்கு பார்க்கவும்: [யூடியூப் வணிகக் கணக்கை உருவாக்குவது எப்படி](#)

மற்ற சமூக வலைப்பின்னல்களைப் போலவே, யூடியூப்பும் ஒரு **சமூகத்தைக்** குறிக்கின்றது. சமூகத்தில் செயலில் பங்கேற்பாளராக மாறுவது என்பது மற்ற ஊடகங்களைப் **பின்தொடர்வது**, மற்ற காணொளிகளை **விரும்புவது** மற்றும் உங்கள் தொழிலில் நீங்கள் ஈடுபட்டுள்ளீர்கள் என்பதை உங்கள் பார்வையாளர்களுக்கு தெரியப்படுத்துவதாகும்.

யூடியூப் உள்ளடக்கத்தின் ஒரு சிறந்த நன்மை என்னவென்றால், அது தேடக்கூடியதாகவும் கிடைக்கக்கூடியதாகவும் உள்ளது - இது நீண்ட காலம் நீடிக்கும். ஃபேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராமில் உள்ள பார்வையாளர்கள், ஒப்பிடுகையில், அவர்களின் ஊட்டத்தில் சமீபத்திய பதிவுகளை மட்டுமே பார்க்கின்றார்கள் மற்றும் உங்கள் பெரும்பாலான உள்ளடக்கங்களை இழக்க நேரிடும்.

சாராம்சம்

- காணொளிகளைப் பகிர யூடியூப் அனுமதிக்கின்றது - அவற்றை நீங்களே படம்பிடித்தாலும் அல்லது உங்கள் பிளேலிஸ்ட் மூலம் வேறொருவரினதை பகிர்ந்தாலும் சரி.
- காணொளிகளைப் பார்க்க உங்களுக்கு ஒரு கணக்கு தேவையில்லை, ஆனால் காணொளிகளைப் பதிவேற்ற மற்றும் பகிர உங்களுக்கு ஒரு கணக்கு (ஊடகம்) தேவை.
- YouTube உள்ளடக்கம் நீண்ட காலம் நீடிக்கும் மற்றும் எப்போதும் தேடல் மூலம் கிடைக்கும்.

About Google My Business பற்றி

Google இல் உங்கள் இலவச வணிகச் சுயவிபரத்தின் மூலம் புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும்.

Google Search அல்லது Maps இல் உங்கள் வணிகம் அல்லது உங்களைப் போன்ற வணிகங்களைத் தேடும்போது உங்கள் வணிகச் சுயவிபரம் சரியாகத் தோன்றும். Google My Business உங்கள் வணிகச் சுயவிபரத்தை உருவாக்குவதையும் புதுப்பிப்பதையும் எளிதாக்குகின்றது - இதன் மூலம் நீங்கள் தனித்து நின்று வாடிக்கையாளர்களை உள்ளே அழைத்து வர முடியும்.

Google My Business மூலம் நீங்கள் என்ன செய்ய முடியும்

கூகுள் மை பிசினஸின் (Google My Business) நன்மைகளைப் பற்றி நீங்கள் மூன்று வகைகளில் சிந்திக்கலாம்.

உங்கள் வணிகத்தைப் பற்றிய துல்லியமான தகவல்களை ஒன்லைனில் பராமரிக்கவும்

- உங்கள் வேலைநேரம், இணையதளம், தொலைபேசி எண் மற்றும் இருப்பிடம் (தெரு முகவரி, சேவை பகுதி அல்லது எல்லை குறியீடுகள், உங்கள் வணிகத்தைப் பொறுத்து)

வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுங்கள்

- உங்கள் வணிகம் மற்றும் அதன் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் புகைப்படங்களை பதிவிடவும்
- வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து மதிப்புரைகளைச் சேகரித்து பதிலளிக்கவும்

புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும்

- புதிய வாடிக்கையாளர்கள் உங்களைக் கண்டறியும் வகையில் உங்கள் வணிகம் ஒன்லைனில் எவ்வாறு தோன்றுகின்றது என்பதை மேம்படுத்தவும்
- உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை உங்கள் இணையதளத்தில் சுட்டிக்காட்டவும்

சாராம்சம்

- கூகுள் தேடல் மற்றும் கூகுள் மேப்ஸில் உங்கள் வணிகம் பற்றிய புதுப்பித்த தகவல்களை இலவசமாக வைத்திருங்கள்.
- புகைப்படங்கள் மற்றும் விமர்சனங்கள் மூலம் வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளுங்கள்.
- புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும்.

1. உங்கள் வணிகத்தை பதிவு செய்து சரிபார்க்கவும்

உங்கள் வணிகத்தை பட்டியலிடுவதற்கான இரண்டு பகுதிகள் உள்ளன:

பகுதி 1: உங்கள் வணிகப் பட்டியலைச் சேர்க்கவும் அல்லது உரிமை கோரவும்
உங்கள் வணிக அமைவிடத்தை பார்க்க Google வரைபடத்தைப் பயன்படுத்தவும்

Google வரைபடத்தில் உங்கள் வணிக அமைவிடத்தை பார்க்க, இந்த வழிமுறைகளைப் பின்பற்றவும்:

1. உங்கள் தொலைபேசி அல்லது டேப்லெட்டில், Google வரைபட பயன்பாட்டைத் திறக்கவும்.
2. உங்கள் வணிகத்தைத் தேடுங்கள்.
3. வணிக தகவல் அமைப்பைத் திறந்து, கீழே உருட்டி இந்த வணிகத்தை உரிமைகோருவதைத் தட்டவும்

உங்கள் வணிகத்தை Google வரைபடத்தில் காணவில்லை என்றால்:

உங்கள் வணிகத்தைப் பெற உங்கள் கணினியைப் பயன்படுத்தவும்

1. உங்கள் கணினியில், [Google My Business](#)க்குச் செல்லவும்.
2. உள்நுழைக என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.
3. உங்கள் Google கணக்கிற்கு உள்நுழையவும் அல்லது ஒன்றை உருவாக்கவும். பின்னர், அடுத்து என்பதைக் கிளிக் செய்யவும்.

இந்த கணக்கு உங்கள் வணிகத்திற்காக இருக்கும் என்பதால் உங்கள் வணிக மின்னஞ்சல் களத்தில் பதிவு செய்யவும். உங்கள் வணிகத்தின் பெயரை உள்ளிடவும் அல்லது நீங்கள் தட்டச்சு செய்யும் போது தோன்றும் பரிந்துரைகளில் இருந்து தேர்ந்தெடுக்கவும்.

4. உங்கள் வணிக முகவரியை உள்ளிடவும். உங்கள் வணிக இடத்தில் ஒரு குறியீட்டை ஒரு வரைபடத்தில் வைக்கும்படி கேட்கப்படலாம்.
5. கூகிள் மை பிசினஸுக்கு (Google my business) பதிவுபெறுவதை முடிக்க திரையில் உள்ள வழிமுறைகளைப் பின்பற்றவும்.

பகுதி 2: சரிபார்த்தல்

சரிபார்த்தல் செயல்முறை உங்கள் வணிகத் தகவல் துல்லியமானது என்பதை உறுதிப்படுத்த Google க்கு உதவுகின்றது மற்றும் வணிக உரிமையாளர் அல்லது மேலாளர் உங்களுக்கு மட்டுமே அணுகல் உள்ளது.

உங்கள் வணிகத்தை எவ்வாறு சரிபார்க்கலாம் என்பது தொடர்பாக இங்கே:

அஞ்சல் மூலம் வணிகப் பட்டியலைச் சரிபார்க்கவும்

உங்கள் வணிகப் பட்டியலை அஞ்சல் மூலம் சரிபார்க்க, Google My Business இல் உங்கள் வணிக முகவரியை உள்ளிடவும். சரிபார்ப்புக் குறியீட்டைக் கொண்ட அஞ்சல் அட்டையை அவர்கள் உங்களுக்கு அனுப்புவார்கள். பெரும்பாலான அஞ்சல் அட்டைகள் 14 நாட்களுக்குள் வரும். அஞ்சல் மூலம் உங்கள் பட்டியலை சரிபார்க்க கோருவதற்கு முன், உங்கள் வணிக முகவரி அவர்களின் [முகவரி நுழைவு வழிகாட்டுதல்களுடன்](#) இணங்குவதை உறுதி செய்யவும்.

அஞ்சல் அட்டையைக் கோர கையடக்க தொலைபேசி பயன்பாட்டைப் பயன்படுத்த கீழே உள்ள படிகளைப் பின்பற்றவும்:

1. [Google My Business](#) செயலியைத் திறக்கவும்.
2. **அஞ்சலட்டை அனுப்புக** என்பதைத் தட்டவும்.
3. நீங்கள் சரிபார்க்க விரும்பும் வணிகத்தைத் தேர்வுசெய்து, **என்னிடம் குறியீடு இல்லை** என்பதைத் தட்டவும்.
4. உங்கள் அஞ்சலட்டைக்கான அஞ்சலைச் சரிபார்க்கவும். இது 1-2 வாரங்களுக்குள் வர வேண்டும். நீங்கள் ஒரு கடிதத்திற்காக காத்திருக்கும்போது உங்கள் வணிகப் பெயர், முகவரி அல்லது வகையைத் திருத்தவோ அல்லது புதிய குறியீட்டைக் கோரவோ வேண்டாம். இது சரிபார்த்தல் செயல்முறையை தாமதப்படுத்தலாம்.

சரிபார்த்தல்குறியீட்டை உள்ளிட, இந்த வழிமுறைகளைப் பின்பற்றவும்:

1. உங்கள் அஞ்சல் அட்டையைப் பெற்ற பிறகு, [Google My Business](#) செயலியைத் திறக்கவும்.
2. நீங்கள் சரிபார்க்க விரும்பும் வணிகத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
3. சரிபார்த்தலை முடிக்க **குறியீட்டை உள்ளிடவும்** அல்லது உங்கள் அஞ்சலட்டை உங்களுக்கு கிடைக்கவில்லை என்றால் **என்னிடம் குறியீடு இல்லை** என்பதைத் தட்டவும்.

உங்கள் சரிபார்த்தல் குறியீட்டை உள்ளிட்ட பிறகு, உங்கள் வணிகத் தகவல் தேடல், வரைபடம் மற்றும் பிற Google சேவைகளில் நேரலையாகத் தோன்ற தகுதி பெறும்.

ஆதாரம்: <https://support.google.com/business/answer/6337431>

சாராம்சம்

1. உங்கள் வணிகப் பட்டியலைச் சேர்க்கவும் அல்லது உரிமை கோரவும்.
2. கூகுள் மூலம் உங்கள் வணிகத்தைச் சரிபார்க்கவும், அதனால் தேடல் மற்றும் வரைபடத்தில் வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தெரியும்.
3. பெரும்பாலான உள்ளூர் வணிகங்கள் [அஞ்சல் மூலம் சரிபார்க்கின்றன](#).

2. ஒன்லைனில் உங்கள் இருப்பை மேம்படுத்தவும்

வணிக புகைப்படங்கள் அல்லது காணொளிகளைச் சேர்க்கவும்

தேடல் மற்றும் வரைபடங்கள் உட்பட Google முழுவதும் உங்கள் வணிகத்தைக் கண்டறிய புகைப்படங்கள் மற்றும் காணொளிகள் மக்களுக்கு உதவுகின்றன. இந்த புகைப்படங்கள் மற்றும் காணொளிகள் வணிகங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் இருவரிடமிருந்தும் வருகின்றன. நீங்கள் வழங்குவதைத் தேடும் மக்களுக்கு உங்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைக் காண்பிக்க உங்கள் சொந்த வணிகப் புகைப்படங்களைச் சேர்க்கவும்.

உங்கள் வணிகத்தை நீங்கள் சரிபார்க்கும் வரை உங்கள் புகைப்படங்கள் Google இல் காட்டப்படாது.


புகைப்பட வகைகள்

உங்கள் வணிகப் பட்டியலில் நீங்கள் சேர்க்கக்கூடிய பல வகையான புகைப்படங்கள் உள்ளன:

- **லோகோ:** Google இல் உங்கள் வணிகத்தை உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அடையாளம் காண உதவுங்கள்.
- **அட்டைப் படம்:** உங்கள் பக்கத்தின் ஆளுமையைக் காட்டுங்கள். அட்டைப் படத்தைச் சேர்ப்பது தானாகவே உங்கள் பட்டியலின் விருப்பமான புகைப்படமாக அமைகின்றது. இந்த நடவடிக்கை உங்கள் வணிகத்திற்கான முதல் படமாகப் பெருகுவதற்கு உத்தரவாதம் அளிக்காது, ஆனால் இந்த புகைப்படத்தை நீங்கள் காண்பிக்க விரும்புகின்றீர்கள் என்று கூகிளுக்கு தெரிவிக்கின்றது.
- **மேலதிக புகைப்படங்கள்:** வாங்கும் முடிவுகளை எடுக்கும்போது வாடிக்கையாளர்கள் கருத்தில் கொள்ளும் உங்கள் வணிகத்தின் சிறப்பம்சங்களுக்கு பல்வேறு புகைப்படங்களைச் சேர்க்கவும். வணிகப் புகைப்படங்களைப் பற்றி மேலும் அறிக.

Add a photo with the mobile app

கையடக்க தொலைபேசி பயன்பாட்டின் மூலம் புகைப்படத்தைச் சேர்க்கவும்

1. [Google My Business app](#) த் திறக்கவும்.
2. முகப்பைத் தட்டவும்.
3. கீழ் வலது மூலையில், பிளஸ்  ஐகானைத் தட்டவும்.
4. புகைப்படங்களைச் சேர்க் என்பதைத் தட்டவும்.
5. நீங்கள் சேர்க்க விரும்பும் புகைப்படம் [type of photo](#) அல்லது காணொளி வகையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
6. உங்கள் புகைப்பட கருவியில் இருந்து ஒரு புகைப்படம் அல்லது காணொளியைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் அல்லது புதியதை எடுக்கவும்.
7. பதிவேற்றுக் என்பதைத் தட்டவும்.

மேலும் தகவலுக்கு Google ஆதரவைப் [Google Support](#). பார்க்கவும்.

வாடிக்கையாளர் விமர்சனங்கள்

உங்கள் வணிகப் பட்டியல் வாடிக்கையாளர்களை உங்கள் வணிகத்தின் மதிப்புரைகளை பதிவிட அனுமதிக்கின்றது. ஒன்லைன் மதிப்புரைகள் இணையத்தில் மதிப்புமிக்க வாய்வழி சந்தைப்படுத்தலை எடுத்துச் செல்ல ஒரு சிறந்த வழியாகும், மேலும் புதிய நபர்கள் உங்களை ஒன்லைனில் கண்டுபிடிக்க உதவும்.

இந்த மதிப்புரைகளுக்கு நீங்கள் பதிலளிக்கும் போது, இருக்கும் மற்றும் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் வணிகத்தை நீங்கள் மதிக்கின்றீர்கள் என்பதைக் காண்பிப்பீர்கள்.

நீங்கள் மதிப்புரைகளுக்கு பதிலளிக்கும் போது உங்கள் வணிகமாக பகிரங்கமாக பதிவிடுவீர்கள் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். விமர்சனங்களுக்கான பதில்கள் Google இல் உங்கள் வணிகப் பட்டியலில் உடனடியாகத் தோன்றாது.

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

சாராம்சம்

1. வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க உங்கள் வணிகப் பட்டியலை மேம்படுத்தவும்.
2. புகைப்படங்கள் அல்லது காணொளிகளை நீங்கள் அல்லது வாடிக்கையாளர்கள் சேர்க்கலாம்
3. வாடிக்கையாளர்கள் உங்கள் வணிகத்தை மதிப்பாய்வு செய்யலாம் மற்றும் நீங்கள் அவர்களுக்கு பதிலளிக்கலாம்.

டிஜிட்டல் வார்த்தை

வாய்வழி சந்தைப்படுத்தல்: முயற்சித்து பரிசோதிக்கப்பட்டது

வாய்வழி சந்தைப்படுத்தல் பல நூற்றாண்டுகளாக உள்ளது. சந்தைப்படுத்தல் உண்மையில் இருப்பதற்கு முன்பு, மற்றவர்களின் தகவல்களின் அடிப்படையில் ஒரு வணிகம் அல்லது சேவை வழங்குநரைத் தேர்ந்தெடுப்பது பொதுவான நடைமுறையாக இருந்தது. ஆயிரக்கணக்கான ஆண்டுகளாக, வாய்மொழி தொடர்பு (பேசுவது) உலகெங்கிலும் உள்ள சமூகங்களில் விவாதத்தின் முக்கிய முறையாகும்.

ஆனால் வாய்வழி சந்தைப்படுத்தலின் சக்தி மாறாமல் இருந்தாலும், அதை நாம் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் **வழிமுறைகள்** உள்ளன. **இணையம்** மற்றும் **சமூக ஊடகங்கள்** எவ்வாறு வாய்வழிச் செய்தியை சந்தைப்படுத்தல் வழிமுறையாகப் பயன்படுத்துகின்றன, இதன் விளைவாக டிஜிட்டல் வேர்ட்-ஆஃப்-மவுத் சந்தைப்படுத்தல் (அல்லது எலக்ட்ரானிக் வேர்ட்-ஆஃப்-வாய் சந்தைப்படுத்தல்) ஏற்படுகின்றது.

வாங்கும் முடிவுகளை எடுக்கும்போது, மக்கள் தங்கள் குடும்பத்தினர் மற்றும் நண்பர்களிடமிருந்து தகவல்களை வேறு எந்த தகவலையும் விட நம்புகின்றார்கள். எந்தவொரு பொருளையும் அல்லது சேவையையும் வாங்குவதற்கு முன் பரிந்துரைகளுக்காக அவர்கள் தங்கள் சமூகத்திற்குத் திரும்புகின்றார்கள். நுகர்வோர் தங்கள் நண்பர்கள், குடும்பத்தினர், சகாக்கள் மற்றும் சமூக சகாக்களின் கருத்துக்களை கேட்பார்கள் ஆனால் அவர்கள் சிறந்த சந்தைப்படுத்தல் நிபுணர்களிடம் கேட்பதை அதிகமாகத் தவறிவிடுவார்கள்.

தினசரி அடிப்படையில் நுகர்வோரை முற்றுகையிடும் உள்ளடக்கத்தின் அளவு (டிஜிட்டல் அல்லது வேறு), அவர்கள் நல்லது கெட்டதை அல்லது பொய்யை உண்மையிலிருந்து வேறுபடுத்துவார்கள் என்று எப்படி எதிர்பார்க்க முடியும்? மக்கள் வாய்மொழியை இயல்புநிலையாக விரும்புவதில் ஆச்சரியமில்லை.

இப்போது ஒரு சக பணியாளரை அழைக்க அல்லது நம்பகமான நண்பருடன் கோப்பி அருந்துவதற்கு தொலைபேசியில் அழைப்பதற்கு பதிலாக, நுகர்வோர் முன்பை விட அடிக்கடி நம்பகமான கருத்துக்கள், விமர்சனங்கள் மற்றும் ஆலோசனைகளுக்கு ஆதாரமாக இணையத்தை (குறிப்பாக சமூக வலைப்பின்னல்கள்) திரும்புகின்றனர்.

இணைய வழி சந்தைப்படுத்தலை மிகவும் சக்தி வாய்ந்ததாக மாற்றுபவை எவை?

மக்கள் பகிர விரும்புகின்றார்கள்

நுகர்வோர் மதிப்பாய்வு தளங்கள், கலந்துரையாடல் மன்றங்கள் மற்றும் ட்விட்டர் போன்ற சமூக ஊடக தளங்களின் வெற்றியை நாங்கள் பகிர வேண்டும். இந்த பகிர்வு நடத்தைக்கு இணைக்க மற்றும் சொந்தம், மற்றவர்களுக்கு உதவ வேண்டிய அவசியம் மற்றும் சரியான இணைப்புகள் மற்றும் அறிவு உள்ள ஒருவராக உணரப்பட வேண்டிய தேவை ஆகியவற்றிலிருந்து பல உளவியல் விளக்கங்கள் உள்ளன. ஒரு நபர் பலரைச் சென்றடைகின்றார், அவர்கள் ஒவ்வொருவரும் தங்கள் நண்பர்களின் வலைப்பின்னலுடன் செய்தியைப் பகிர்ந்து கொள்ளலாம். இது eWOM இன் வைரஸ் திறனை விளக்குகின்றது.

மக்கள் ஒன்லைனில் ஆலோசனை கேட்கின்றார்கள்

நாம் ஒரு கொள்வனவு செய்யத் திட்டமிடும் போதெல்லாம், முதலில் இந்த விடயத்தைப் பற்றி ஒன்லைனில் தெரிவிக்க விரும்புகிறோம். ஒன்லைன் விமர்சனங்கள் முக்கியமான தகவல் ஆதாரங்களாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, ஒரு தயாரிப்பு மீதான நுகர்வோர் அணுகுமுறையை வடிவமைத்து விற்பனையை பாதிக்கின்றன.

மக்கள் மற்றவர்களை நம்புகின்றார்கள்

நாங்கள் ஒரு உண்மையான நபரின் கருத்தை நம்புவதை விட, விளம்பரங்கள், பாரம்பரிய ஊடகங்களின் செய்திகள் அல்லது நிறுவன இணையதளத்தில் உள்ள தகவல்களை நம்புவோம். இது 'சமூக ஆதாரம் social proof' என்று அழைக்கப்படுகின்றது. மின்னணு சந்தைப்படுத்தல் நுகர்வோர் வாங்கும் முடிவுகளில் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. நிச்சயமாக மக்கள் இதன் மூலம் நேர்மறையாக பாதிக்கப்படலாம் அல்லது எதிர்மறையாக இருக்கலாம்.

நிச்சயதார்த்தம்: விருப்பங்கள், பங்குகள், கருத்துகள், பின்தொடர்பவர்கள்

டிஜிட்டல் வார்த்தையின் சக்தியைப் பயன்படுத்த, உங்கள் உள்ளடக்கத்துடன் மக்கள் ஈடுபட போதுமான அளவு கவர்ந்திழுக்கும் சமூக ஊடகங்கள் மற்றும் புகைப்படங்கள், காணொளிகள், கதைகள் போன்ற ஒன்லைன் உள்ளடக்கத்தை நீங்கள் உருவாக்க வேண்டும். அவர்கள் இதை **விரும்பி, பகிரும்போது** அல்லது **கருத்து தெரிவிப்பதன்** மூலம் மற்றும் சமூக ஊடகங்களில் உங்களைப் **பின்தொடர்வதன்** மூலம் இதைச் செய்கின்றார்கள்.

பிணைப்பு என்பது இணைப்புகளை உருவாக்குவது பற்றியது. இந்த நபர்கள் உங்களுடன் ஈடுபடுகின்றார்கள் மற்றும் உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையை வாங்க அதிக வாய்ப்புள்ளது.

உதாரணமாக, இலங்கையின் கடற்கரையில் உள்ள ஒரு விருந்தினர் மாளிகை ஒரு அழகான சூரிய உதயத்தின் படத்தை அல்லது கடற்கரை திருமணத்தை தங்கள் முகநூல் பக்கத்தில் வெளியிடுகின்றது. நண்பரின் டைம்லைனில் இடுகையைப் பார்க்கும் ஒருவர் புகைப்படத்தைப் பாராட்டுகின்றார், 'லைக்' என்பதைக் கிளிக் செய்து பின்னர் தங்கள் சொந்த காலவரிசையில் பகிர்ந்து கொள்கின்றார் - ஒருவேளை விரைவில் திருமணம் செய்துகொள்ளும் ஒரு நண்பரை டேக் செய்கின்றார். இந்த நண்பர் விருந்தினர் விடுதிக்குச் செல்லும் வாய்ப்பைப் பற்றி உற்சாகமடைந்து சமூக ஊடகங்களில் அவர்களைப் பின்தொடர்கின்றார். வருகைக்கான சிறந்த நேரத்தைக் கேட்டு ஒருவேளை அவர்கள் ஒரு கருத்தை விட்டுவிடுவார்கள். விருந்தினர் விடுதி பயனுள்ள தகவலுடன் கருத்துக்கு பதிலளித்தால், நண்பர் விருந்தினர் விடுதி யில் முன்பதிவு செய்வதை கருத்தில் கொள்கின்றார். இது பிணைப்பாகும்.

ஒருவரிடமிருந்து இன்னொருவருக்கு தகவல் பகிரப்படுவதே பாரம்பரிய வாய்மொழியாகும். digital word-of-mouthன் அம்சம் என்னவென்றால், ஒரு நபர் பகிர்ந்து கொள்ளும் தகவல்கள் மிக விரைவாக பகிரப்பட்டு பலரால் பார்க்க முடியும்.

சாராம்சம்

- வாய்மொழி என்பது தகவல்களைப் பகிரும் ஒரு பழமையான முறையாகும் மற்றும் இணையம் மற்றும் சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தி டிஜிட்டல் யுகத்தில் உருவாகியுள்ளது.
- அந்நியர்கள் அல்லது சந்தைப்படுத்தல் விளம்பரங்களை விட நண்பர்கள் அல்லது குடும்பத்தினரின் ஆலோசனையை மக்கள் நம்புவார்கள்.
- உங்கள் சமூக ஊடகங்கள் மூலம் likes, shares, follows, comments போன்றவற்றின் மூலம் மக்களுடன் ஈடுபடுவது வாடிக்கையாளர்களைக் கவர் முக்கியம்.

PPC உடன் விளம்பரம்

PPC அல்லது **Pay per Click** என்பது கூகிள், பேஸ்புக், இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் பிற தளங்களில் விளம்பரத்தின் ஒரு வடிவமாகும். நீங்கள் கூகிள் தேடலில் ஒரு உரை விளம்பரத்தை அல்லது பேஸ்புக் அல்லது இன்ஸ்டாகிராமில் ஒரு பட விளம்பரத்தை வைக்கின்றீர்கள், ஒவ்வொரு முறையும் ஒரு பார்வையாளர் உங்கள் விளம்பரத்தில் கிளிக் செய்யும் போது நீங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை செலுத்துகின்றீர்கள்.

அடிப்படையில், இது உங்கள் தளத்திற்கு வருகைகளை வாங்குவதற்கான ஒரு வழியாகும், மாறாக அந்த வருகைகளை இயல்பாக "சம்பாதிக்க" முயற்சிப்பதை விட. தேடுபொறி விளம்பரம் (எ.கா. கூகிள் விளம்பரங்கள்) PPC இன் மிகவும் பிரபலமான வடிவங்களில் ஒன்றாகும். மற்ற வடிவங்கள் பேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராமில் விளம்பரம் செய்யப்பட்ட மற்றும் [மேம்படுத்தப்பட்ட பதிவுகளாகும்](#).

PPC ஐப் பயன்படுத்துவதன் நன்மைகள் இங்கே:

உங்கள் வணிகத்திற்கு எந்த மேடை சிறந்தது என்பதை தீர்மானிப்பது முக்கியம். மாறுபாடுகளை முயற்சிக்கவும், உங்களுக்கு எது சிறந்தது என்று பார்க்கவும்.

Facebook விளம்பரங்கள் Instagram விளம்பரங்களையும் குறிக்கின்றது என்பதை நினைவில் கொள்க.

Facebook அல்லது Instagram விளம்பரங்களை உருவாக்கவும்

உங்கள் பேஸ்புக் அல்லது இன்ஸ்டாகிராம் விளம்பரங்களை எப்படி வைப்பது என்பதை அறிய <https://www.facebook.com/business/learn/Facebook-ads-basics> க்கு செல்லவும்.

உங்களுக்கு இது தேவைப்படும்:

1. உங்கள் நோக்கத்தைத் தேர்ந்தெடுங்கள் - விளம்பரத்தை இயக்குவதற்கான உங்களது காரணம்.
2. உங்கள் பார்வையாளர்களைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் - வயது, பாலினம், இருப்பிடம் போன்றவை.
3. உங்கள் விளம்பரத்தை எங்கு இயக்குவது என்பதை முடிவு செய்யுங்கள் - பேஸ்புக், இன்ஸ்டாகிராம், மெசஞ்சர் போன்றவை.
4. உங்கள் வரவுசெலவு திட்டத்தை அமைக்கவும் - உங்கள் தினசரி அல்லது மொத்த வரவுசெலவு திட்டத்தையும், உங்கள் விளம்பரங்களை இயக்க விரும்பும் காலத்தையும் உள்ளிடவும்.
5. ஒரு வடிவத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கவும் - புகைப்படம் அல்லது காணொளி.
6. உங்கள் தெரிவை முன் வைக்கவும்.
7. உங்கள் விளம்பரத்தை அளந்து நிர்வகிக்கவும் - செயல்திறனை கண்காணிக்கவும்.

கூகுள் விளம்பரங்களை உருவாக்கவும்

உங்கள் விளம்பரத்தை எப்படி அமைப்பது என்பதை அறிய [Google விளம்பரங்களுக்கான இந்த வழிகாட்டியைப்](#) பின்பற்றவும்.

உங்களுக்கு இது தேவைப்படும்:

1. [கூகுள் விளம்பரக் கணக்கை](#) உருவாக்கவும்
 2. உங்கள் இலக்கைத் தேர்ந்தெடுங்கள்.
 3. பயனுள்ள விளம்பரங்களை உருவாக்கவும்.
 4. உங்கள் ஏல உத்தி மற்றும் வரவுசெலவு திட்டத்தை அமைக்கவும்.
 5. நீட்டிப்புகளைச் சேர்க்கவும்.
 6. பிணைப்புடன் ஈடுபடவும்
-

சாராம்சம்

- கூகிள், பேஸ்புக், இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் பிற தளங்களில் PPC அல்லது **Pay per Click** விளம்பரத்தின் ஒரு வடிவம். நீங்கள் கூகிள் தேடலில் ஒரு **உரை** விளம்பரத்தை அல்லது பேஸ்புக் அல்லது இன்ஸ்டாகிராமில் ஒரு **பட** விளம்பரத்தை வைக்கின்றீர்கள், ஒவ்வொரு முறையும் ஒரு பார்வையாளர் உங்கள் விளம்பரத்தில் கிளிக் செய்யும் போது நீங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை செலுத்துகின்றீர்கள்.
- பிபிசியின் ஒரு பெரிய நன்மை என்னவென்றால், இது உங்கள் வரவுசெலவு திட்டத்தை அமைக்க மற்றும் நிர்வகிக்க அனுமதிக்கின்றது.
- ஃபேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் பிராண்ட் விழிப்புணர்வு மற்றும் லீட்ஸ் (தொடர்புகள்) உருவாக்குவதற்கு சிறந்தது, அதே நேரத்தில் கூகிள் விளம்பரங்கள் குறிப்பிட்ட தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் விற்பனைக்கு சிறந்தது.

கூகுள் அனலிடிக்ஸ்

கூகுள் அனலிடிக்ஸ் என்பது வலைத்தள உரிமையாளர்களுக்கான நிலையான வலை கண்காணிப்பு கருவியாகும். உங்கள் தரவை அளவிடுவதற்கும், அறிக்கையிடுவதற்கும் மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் இது மிகவும் சக்திவாய்ந்த கருவியாகும்.

நீங்கள் உங்கள் வலைத்தளத்தை உருவாக்கியவுடன், உங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்க்கவும் உங்கள் சேவையை ஆர்டர் செய்யவும் முடிந்தவரை அதிகமான பார்வையாளர்களை உருவாக்க வேண்டும்.

உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு எத்தனை பார்வையாளர்கள் வந்தார்கள் என்பது உங்களுக்கு எப்படித் தெரியும்?

அவர்கள் எங்கிருந்து வந்தார்கள்?

உங்கள் வலைத்தளத்தில் அவர்கள் என்ன செய்தார்கள்?

கூகுள் அனலிடிக்ஸ் உங்களுக்கு உதவுவதற்கான காரணங்கள்

1. அளவீடு
2. அறிக்கை
3. பகுப்பாய்வு

உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு வரும் பயனரின் நடத்தை.

அளவீடு

நீங்கள் Google Analytics ஐ நிறுவும்போது, **உங்கள் வலைத்தளத்தில் நீங்கள் வைக்க வேண்டிய கண்காணிப்பு குறியீட்டைப் பெறுவீர்கள்**. அப்போதிருந்து, ஒவ்வொரு முறையும் யாராவது உங்கள் தளத்திற்கு செல்லும் போது, இந்த கண்காணிப்பு குறியீடு கூகுள் அனலிடிக்ஸுக்கு தகவல்களை அனுப்பும்.

இது போன்ற தரவு:

- பயனர் தற்போது எந்த பக்கத்தில் இருக்கின்றார்?
- அவர் எந்த உலாவியைப் பயன்படுத்துகின்றார்?
- அவரது உலாவியின் மொழி அமைப்புகள் என்ன?
- உங்கள் வலைத்தளத்திற்கு (பரிந்துரை பக்கம்) வருவதற்கு முன்பு பயனர் பார்வையிட்ட முந்தைய பக்கம் என்ன?

இன்னும் பல.

இந்த தரவு சேகரிப்பு (அளவீடு) பின்னணியில் நடக்கின்றது, எனவே பயனர் உங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்வையிடும்போது எதையும் கவனிக்கவில்லை. தரவு Google Analytics இல் பதிவு செய்யப்பட்டு சேமிக்கப்படும்.

அறிக்கை

தரவு அளவீட்டில் இருந்து பல அறிக்கைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன. அவை பின்வருமாறு பிரிக்கப்பட்டுள்ளன:

1. உங்கள் **பயனர்கள்** பயன்படுத்தும் தொழில்நுட்பம், அவர்கள் எங்கிருந்து வருகின்றார்கள் போன்ற தகவல்களைக் காண்பிக்கும் பார்வையாளர்களின் அறிக்கை, இந்த உதாரணம் பெரும்பாலான பயனர்கள் அமெரிக்காவைச் சேர்ந்தவர்கள் என்பதைக் காட்டுகின்றது.
2. **கையகப்படுத்தல்** அறிக்கை, உங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்வையிட்ட பயனர் எங்கிருந்து வந்தார் என்பதை நீங்கள் கண்டுபிடிக்கலாம். இந்த உதாரணம் பெரும்பாலான பயனர்கள் தளத்திற்கு இயல்பாக அதாவது தேடுபொறி வழியாக வந்ததை காட்டுகின்றது; பலர் நேரடியாக தளத்திற்கு வந்தனர், அதாவது அவர்களுக்கு டொமைன் பெயர் தெரியும்; மற்றவை பிற வலைத்தளங்களின் (பரிந்துரைகள்) இணைப்புகள் வழியாக வந்தன, மற்றவை கட்டண விளம்பரத்திலிருந்து வந்தவை.
3. உங்கள் வலைத்தளத்தில் பயனர் **என்ன செய்தார்**, எந்தப் பக்கங்களை அவர்கள் பார்வையிட்டனர் மற்றும் இணையதளத்தில் அவர்கள் எந்த தொடர்புகளை எடுத்துக்கொண்டார்கள் என்பதைக் குறிப்பிடும் நடத்தை அறிக்கைகள்.
4. **மாற்று** அறிக்கை - உங்கள் வலைத்தளத்தில் (வழக்கமாக ஒரு பொருளை வாங்க அல்லது சேவையை பதிவு செய்ய) நீங்கள் விரும்பிய செயலை பயனர் எடுத்தாரா?

இந்த அறிக்கைகள் அனைத்தும் தானாகவே கூகுள் அனலிட்டிக்ஸ் மூலம் உருவாக்கப்படுகின்றன, மேலும் நீங்கள் உங்கள் சொந்த தனிப்பயன் அறிக்கைகளையும் உருவாக்கலாம்.

பகுப்பாய்வு

பகுப்பாய்வு செய்தால் மட்டுமே இந்த அறிக்கைகள் நமக்கு பயனுள்ளதாக இருக்கும், இது கிடைக்கக்கூடிய தரவைப் பயன்படுத்தி எங்கள் கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பது உ. ம்.

- பயனர் எங்கிருந்து வந்தார், அதாவது அவர் கூகிள் தேடலை (ஆர்கானிக்) பயன்படுத்தி, எங்கள் சமூக ஊடக பக்கங்கள் வழியாக, கட்டணத் தேடல்

(கூகிள் ஆட்வேர்ட்ஸ்) அல்லது மற்றொரு தளத்திலிருந்து பரிந்துரைகள் மூலம் விளம்பரம் மூலம் வந்தாரா?

- கடந்த வாரத்துடன் ஒப்பிடுவது எப்படி?
- இணையதளத்தில் பயனர் எங்கு இறங்கினார்?
- நீங்கள் ஒரு சமூக ஊடக பிரச்சாரத்தை நடத்திய அதே சமயத்தில் மதமாற்றங்களில் அதிகரிப்பு இருந்ததா?

ஆழமாக தோண்டுவதற்கு பல கருவிகள் உள்ளன - தரவை வடிகட்டவும், மேலும் அதை உடைக்கவும், வித்தியாசமாக காட்சிப்படுத்தவும், ஒப்பிட்டு பிரிக்கவும். உங்கள் பகுப்பாய்வின் இறுதி குறிக்கோள் **நுண்ணறிவையும்** பின்னர் **செயலையும்** பெறுவதாகும். எனவே நீங்கள் ஏதாவது கண்டுபிடித்தவுடன், நீங்கள் நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும் உ. ம்.

- சில தகவல்களை எளிதாகக் கிடைக்க உங்கள் **வலைத்தளத்தை** சரிசெய்யவும்
- உங்கள் தளத்திற்கு போக்குவரத்தைக் குறிப்பிடும் உங்கள் **சமூக ஊடக** சேனல்களை சரிசெய்யவும்
- கூகிள் **விளம்பரங்கள்** போன்றவற்றின் மூலம் உங்கள் விளம்பரத்தை சரிசெய்யவும்

கூகுள் அனலிடிக்ஸ் மட்டும் பகுப்பாய்வுத் திட்டம் இல்லை, ஆனால் மிகவும் பிரபலமானது, பல ஆண்டுகளாக உள்ளது மற்றும் இலவசமானது.

கூகுள் அனலிடிக்ஸ் அமைப்பது எப்படி என்பதற்கான வழிகாட்டிக்கு, பார்க்கவும்: <https://www.youtube.com/watch?v=ZM-ZH3m7zSA>

சாராம்சம்

- கூகுள் அனலிடிக்ஸ் வலைத்தளத் தரவை **அளவிட, அறிக்கை** மற்றும் **பகுப்பாய்வு** செய்ய பயன்படுகின்றது.
- Google Analytics ஐ செயல்படுத்த, உங்கள் வலைத்தளத்தில் ஒரு **கண்காணிப்பு குறியீட்டைச்** சேர்க்க வேண்டும்.
- உங்கள் பகுப்பாய்வின் குறிக்கோள் **நுண்ணறிவையும்** பின்னர் **செயலையும்** பெறுவதாகும்.

பேஸ்புக் நுண்ணறிவு

உங்கள் **வலைத்தள** தரவை பகுப்பாய்வு செய்ய **கூகுள் அனலிடிக்ஸ்** பயன்படுத்தப்படுவது போல, **பேஸ்புக் நுண்ணறிவு** உங்கள் **பேஸ்புக்** பக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டிய தரவை வழங்குகின்றது.

பில்லியனுக்கும் அதிகமான மக்கள் பேஸ்புக்கைப் பயன்படுத்துகின்றார்கள், எனவே உங்கள் வணிகத்தை எப்படி கவனிக்க வேண்டும்? பேஸ்புக் நுண்ணறிவு இங்குதான் வருகின்றது. உங்கள் பேஸ்புக் பக்கத்தின் அளவீடுகளைப் புரிந்துகொள்வது உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு முன்னால் நீங்கள் சரியான உள்ளடக்கத்தை வைக்கின்றீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்த உங்களுக்குத் தேவையான தகவலை வழங்குகின்றது.

உங்கள் பார்வையாளர்களைப் பற்றிய மக்கள்தொகை தரவு மற்றும் உங்கள் பதிவுகளுக்கு மக்கள் எவ்வாறு பதிலளிப்பது போன்ற உங்கள் பக்கத்தின் செயல்திறன் பற்றிய தகவல்களை நுண்ணறிவு வழங்குகின்றது.

பக்க நுண்ணறிவுகளைப் பார்க்க:

1. உங்கள் வணிகப் பக்கத்தின் மேலே உள்ள **நுண்ணறிவைக்** கிளிக் செய்யவும். நீங்கள் நுண்ணறிவைப் பார்க்கவில்லை என்றால், **மேலும்** கிளிக் செய்யவும்.
2. மேலும் தகவலுக்கு இடதுபுறத்தில் உள்ள பிரிவுகளை கிளிக் செய்யவும்.

முன்னெப்போதும் இல்லாத வகையில் உங்கள் பார்வையாளர்களை அறிந்து கொள்ளுங்கள்.

பேஸ்புக் ஆடியன்ஸ் இன்சைட்ஸ் (Facebook Audience Insights) உங்களுக்கு இரண்டு குழுக்கள் பற்றிய தகவல்களைத் தருகின்றது - **உங்கள் பக்கம் மற்றும் பேஸ்புக்கில் உள்ள நபர்கள்** - எனவே உங்கள் பார்வையாளர்களுடன் எதிரொலிக்கும் உள்ளடக்கத்தை நீங்கள் உருவாக்கலாம் **மேலும்** உங்கள் தற்போதைய பார்வையாளர்களைப் போன்ற பலரை எளிதாகக் காணலாம்.

இந்த காணொளியில் உங்கள் பேஸ்புக் பகுப்பாய்வுகளை பகுப்பாய்வு செய்வது பற்றி பேச உள்ளோம்.

தரவைச் சேகரிக்கவும்

தொடங்குவதற்கு நீங்கள் முதலில் உங்களுக்கு தேவையான அனைத்து தரவையும் சேகரிக்க வேண்டும். உங்கள் பேஸ்புக் நுண்ணறிவில் மேலோட்டப் பார்வைக்குச் சென்று, பின்னர் ஏற்றுமதி தரவைக் கிளிக் செய்யவும்.

உங்கள் பகுப்பாய்வை நடத்துங்கள்

சிறந்த உத்தி மற்றும் உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல் முடிவுகளை எடுக்க நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய பல விடயங்கள் உள்ளன.

1. **சிறந்த பதவி.** உங்கள் பார்வையாளர்கள் எந்த வகையான இடுகைகளை விரும்புகின்றார்கள் என்பதைப் பார்க்க, உங்கள் முதன்மையான பதிவுகளைப் பிடிக்கும் மற்றும் பகிரவும். இதற்கான கணித பிணைப்பு விகிதம் - அதிகமானது, அது உங்களைப் பின்தொடர்பவர்களை ஈர்க்கின்றது
2. **உங்கள் பார்வையாளர்கள்.** உங்கள் பார்வையாளர்களின் மக்கள்தொகை முறிவு உங்களுக்கு ஏற்றவாறு உள்ளடக்கத்தை உருவாக்க உதவுகின்றது. உதாரணமாக, நீங்கள் உள்ளூர் சுற்றுலாப் பயணிகளை அல்லது கிழக்கு அல்லது மேற்கில் இருந்து வந்தவர்களை இலக்காகக் கொண்டிருக்கின்றீர்களா? அதிக சாகசத்தை விரும்பும் இளைய பார்வையாளர்களை அல்லது தளர்வு மற்றும் ஆடம்பரத்தை விரும்பும் பழைய பார்வையாளர்களை நீங்கள் நோக்கமாகக் கொண்டிருக்கின்றீர்களா? உங்கள் இலக்கு சந்தை என்ன?
3. **சிறந்த நேரம்.** உங்கள் பார்வையாளர்கள் எத்தனை முறை ஒன்லைனில் செல்கின்றார்கள் மற்றும் எந்த நாளின் நேரத்தில் பாருங்கள். உங்கள் பார்வையாளர்கள் ஆன்லைனில் இருக்கும் நேரத்திற்கு உங்கள் பதிவுகளைத்

திட்டமிட முயற்சிக்கவும், அதனால் அவர்கள் அதைப் பார்க்க அதிக வாய்ப்பு உள்ளது.

4. **அடுத்த கட்டம்.** உங்கள் பலம், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை பகுப்பாய்வு செய்ய ஒரு கணக்காய்வை நடத்தவும். உங்கள் கவனத்தை எங்கு செலுத்த வேண்டும் என்பதைப் பார்க்க இது உதவும்.

சாராம்சம்

- உங்கள் Facebook பக்கத்தை நீங்கள் பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டிய தரவை **Facebook நுண்ணறிவு** வழங்குகின்றது.
- ஃபேஸ்புக் பயனர் நுண்ணறிவு உங்களுக்கு இரண்டு குழுக்கள் பற்றிய தகவலை வழங்குகின்றது - **உங்கள் பக்கம் மற்றும் பேஸ்புக்கில் உள்ள நபர்கள்.**
- உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை ஈர்க்கும் பதிவுகளை உருவாக்க சிறந்த பதிவுகள், உங்கள் பார்வையாளர்களின் வகை மற்றும் நாளின் மிகவும் பிரபலமான நேரம் போன்ற அளவீடுகளைப் பயன்படுத்தவும்.