ابتدائی سے ایڈوانس سطح تک

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کورس

آن لائن کاروبار، برانڈ گروتھ اور
ڈیجٹل کامیابی کی مکمل رہنمائی

FACEBOOK MARKETING

GOOGLE ADS

SEO

INSTAGRAM MARKETING

CONTENT MARKETING

EMAIL MARKETING

E-COMMERCE

ANALYTICS



Facebook Ads | Google Ads | SEO | Social Media Marketing | Lead Generation

پریکٹیکل مثالیں • لائیو پروجیکٹس • آسان زبان میں مکمل کورس • ایک کامیاب کی طرف پہلا قدم

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کورس

آن لائن کامیابی آپ کے ہاتھ مین

سیکھیئے اور کمائیں

آسان اردو زبان میں

بن سیدای بک سنٹر

Bin Syed E Book Center

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔

موبائل نمبر:03285740788

فہرست عنوانات

فہرست عنوانات 3
انتساب 19
باب 1: ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا تعارف اور بنیادی تصورات 20
1۔ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟ 21
ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے بنیادی مقاصد 21
1۔ برانڈ کی پہچان بڑھانا 21
2۔زیادہ سے زیادہ ممکنہ گاہکوں تک پہنچنا 21
3۔فروخت میں اضافہ کرنا 22
4۔صارفین کا اعتماد حاصل کرنا 22
5۔کاروبار کو مستقل ترقی دینا 22
ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی نمایاں خصوصیات 22
کم بجٹ میں مارکیٹنگ 22
دنیا بھر کے صارفین تک رسائی 22
نتائج کی پیمائش 22
ہدفی صارفین تک رسائی 22
فوری تبدیلی کی سہولت 23
روزمرہ زندگی کی مثال 23
2۔روایتی اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں فرق 23
روایتی مارکیٹنگ کی مثالیں 23
روایتی اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا تقابلی جائزہ 24
کون سی مارکیٹنگ بہتر ہے؟ 24
3۔ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی اہمیت 24
ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیوں ضروری ہے؟ 24

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

کن افراد کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ ضروری ہے؟ 26
آن لائن بزنس کے لیے درست حکمتِ عملی 27
1۔اپنا مقصد واضح کریں 27
2۔اپنا مخصوص شعبہ منتخب کریں 27
3۔اپنے صارفین کو پہچانیں 28
4۔مضبوط برانڈ بنائیں 28
5۔معیاری مواد تیار کریں 28
6۔مناسب پلیٹ فارم کا انتخاب کریں 28
7۔ مسلسل سیکھتے رہیں 28
نئے سیکھنے والوں (Beginners) کے لیے روڈمیپ 28
پہلا مرحلہ: بنیادی معلومات حاصل کریں 29
دوسرا مرحلہ: کمپیوٹر اور انٹرنیٹ استعمال کرنا سیکھیں 29
تیسرا مرحلہ: سوشل میڈیا استعمال کریں 29
چوتھا مرحلہ: کانٹینٹ بنانا سیکھیں 29
پانچواں مرحلہ SEO: سیکھیں 29
چھٹا مرحلہ: اشتہارات چلانا سیکھیں 29
ساتواں مرحلہ: نتائج کا تجزیہ کرنا سیکھیں 29
آٹھواں مرحلہ AI: ٹولز استعمال کریں 30
نواں مرحلہ: اپنی عملی مشق شروع کریں 30
10۔ عملی مشق 30
باب2: برانڈنگ اور مارکیٹ ریسرچ 31
1۔برانڈ (Brand) کیا ہے؟ 32
برانڈ کی سادہ تعریف 32
برانڈ کے اہم عناصر 32

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

برانڈ کیوں ضروری ہے؟..... 32
مضبوط برانڈ کی خصوصیات 33
2۔ذاتی برانڈ نگ(Personal Branding) 34
ذاتی برانڈ نگ کیوں ضروری ہے؟..... 34
ذاتی برانڈ بنانے کے مراحل 34
1۔اپنی مہارت کا انتخاب کریں..... 34
2۔اپنی منفرد پہچان بنائیں 34
3۔ مفید معلومات شیئر کریں..... 35
4۔ مستقل مزاجی اختیار کریں 35
5۔لوگوں سے اچھے تعلقات قائم کریں 35
ذاتی برانڈ نگ میں عام غلطیاں 35
3۔کاروباری برانڈ نگ(Business Branding) 36
کاروباری برانڈ نگ کے بنیادی عناصر 36
1۔کاروبار کا نام 36
2۔لوگو 36
3۔ برانڈ کے رنگ 36
4۔ برانڈ کا پیغام 36
5۔یکساں معیار 36
6۔بہترین کسٹمر سروس 37
کامیاب کاروباری برانڈ نگ کے فوائد 37
4۔مارکیٹ ریسرچ کیسے کریں؟..... 37
پہلا مرحلہ: مقصد طے کریں..... 37
دوسرا مرحلہ: صارفین کو سمجھیں..... 38
5۔ہدفی صارفین کی پہچان(Target Audience) 38

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

6۔صارف کی فرضی شخصیت تیار کرنا..... 38
7۔مقابلہ کرنے والے کاروباروں کا تجزیہ(Competitor Analysis) 38
مقابلہ کرنے والے کاروبار (Competitor Analysis) کا جائزہ اور اس کے فوائد 39
SWOT تجزیہ 39
8۔مخصوص شعبے کا انتخاب(Niche Selection) 39
10۔عملی مشق..... 40
باب 3: سوشل میڈیا مارکیٹنگ 41
1۔سوشل میڈیا مارکیٹنگ کا تعارف 42
سوشل میڈیا مارکیٹنگ کے اہم عناصر 42
سوشل میڈیا مارکیٹنگ کے فوائد 42
2۔ Facebook مارکیٹنگ..... 42
Facebook مارکیٹنگ 42
Facebook Page کیا ہے؟ 43
Facebook Page بنانے کا طریقہ 43
Step 1: Facebook میں لاگ اِن کریں 43
Step 2: Pages سیکشن کھولیں 43
Step 3: Create Page منتخب کریں 44
Step 4: معلومات درج کریں..... 44
Step 5: تصاویر شامل کریں 45
Step 6: رابطے کی معلومات شامل کریں..... 45
Step 7: Page پبلش کریں..... 45
Facebook Marketing کے طریقے 46
Facebook Ads کے فوائد 46
4۔ TikTok مارکیٹنگ 46

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

TikTok مارکیٹنگ 46
TikTok Marketing کیا ہے؟ 46
TikTok Marketing کے طریقے 47
TikTok Marketing کے فوائد 47
5۔ LinkedIn مارکیٹنگ 47
LinkedIn مارکیٹنگ 47
LinkedIn Marketing کیا ہے؟ 47
LinkedIn Marketing کے طریقے 47
LinkedIn Marketing کے فوائد 48
7۔ بغیر پیسے کے ترقی 48
Organic Growth کے طریقے 48
Organic Growth کے فوائد 49
۔ عملی مشق (Practical Exercises) 49
باب 4: کانٹینٹ مارکیٹنگ اور کاپی رائٹنگ 51
1۔ Content Marketing کیا ہے؟ 52
Content Marketing کا مقصد 52
مثال 52
2۔ اچھا Content کیسے لکھیں؟ 52
اچھا Content لکھنے کے اصول 52
3۔ Blog Writing 53
بلاگ لکھنے کے اصول 53
Blog Writing کے فوائد 53
4۔ سوشل میڈیا پوسٹس 53
اچھی سوشل میڈیا پوسٹ کی خصوصیات 53

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

5۔ای میل کے لیے مؤثر مواد 54
اچھی ای میل لکھنے کے اصول 54
مثال 54
6۔ عملی مشق 54
باب 5: سرچ انجن آپٹیمائزیشن (SEO) 55
1۔ SEO کیا ہے؟ 56
سادہ تعریف 56
2۔ سرچ انجن کیسے کام کرتے ہیں؟ 56
سرچ انجن کے کام کرنے کے مراحل 56
گوگل کن باتوں پر توجہ دیتا ہے؟ 57
3۔کلیدی الفاظ کی تحقیق (Keyword Research) 57
Keyword Research کیوں ضروری ہے؟ 57
Keywords کی اقسام 57
4۔ویب سائٹ کے اندر کی بہتری (On-Page SEO) 58
On-Page SEO کے اہم عناصر 58
مثال 58
5۔ویب سائٹ کے باہر کی بہتری (Off-Page SEO) 59
Off-Page SEO کے اہم طریقے 59
On-Page اور Off-Page SEO میں فرق 59
6۔بیک لنکس (Backlinks) 60
بیک لنکس کیوں اہم ہیں؟ 60
بیک لنکس کی اقسام 60
بیک لنکس حاصل کرنے کے طریقے 60
کن باتوں سے بچنا چاہیے؟ 61

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

7۔مقامی(Local SEO) SEO 61
Local SEO کیوں ضروری ہے؟ 61
Local SEO کے اہم عناصر 61
8۔ SEO Tools کا استعمال 62
اہم SEO Tools 62
SEO Tools کیوں ضروری ہیں؟ 62
باب6:پیڈ ایڈورٹائزنگ 63
1۔پیڈ ایڈز (Paid Ads) کیا ہیں؟ 64
غیر اداشدہ مارکیٹنگ(Organic Marketing) 64
Paid Ads کیوں ضروری ہیں؟ 64
2۔میٹا ایڈز مینیجر (Meta Ads Manager) کا تعارف 64
اشتہارات مینیجر (Ads Manager) کیا ہے؟ 64
Meta Ads Manager میں کیا کیا جا سکتا ہے؟ 65
Meta Ads Manager کیوں ضروری ہے؟ 65
3۔کیمپین اسٹرکچر - (Campaign Structure) اشتہاری مہم کا نظام(..... 65
1۔کیمپین(Campaign) 65
2۔ایڈ سیٹ(Ad Set) 66
3۔ایڈ(Ad) 66
4۔ Facebook Ads چلانے کا مکمل طریقہ(Step-by-Step) 66
1۔فیس بک ایڈز اکاؤنٹ بنانا 67
فیس بک ایڈز اکاؤنٹ کیا ہے؟ 67
فیس بک ایڈز اکاؤنٹ کیوں ضروری ہے؟ 67
فیس بک ایڈز اکاؤنٹ بنانے کے مراحل 67
یاد رکھنے کی باتیں 67

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

2۔ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ بنانا(SadaPay/NayaPay) 68
ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ کیا ہوتا ہے؟ 68
ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ کیوں ضروری ہے؟ 68
اکاؤنٹ بنانے کا طریقہ 68
فوائد 68
احتیاطی تدابیر 68
3۔ورچوئل یا ڈیبٹ کارڈ حاصل کرنا(Getting a Virtual/Debit Card) 69
ورچوئل کارڈ کیا ہوتا ہے؟ 69
ڈیبٹ کارڈ کیا ہوتا ہے؟ 69
فیس بک ایڈز کے لیے کون سا کارڈ بہتر ہے؟ 69
کارڈ حاصل کرنے کا طریقہ 69
کارڈ استعمال کرنے سے پہلے 69
یاد رکھنے کی باتیں 69
4۔کارڈ کو Facebook Ads Account کے ساتھ منسلک کرنا (Adding a Payment Method) 70
Payment Method کیا ہوتا ہے؟ 70
کارڈ منسلک کرنا کیوں ضروری ہے؟ 70
کارڈ منسلک کرنے کا طریقہ 70
احتیاطی تدابیر 70
5۔ Facebook Ads میں فنڈز شامل کرنا 71
فنڈز شامل کرنے کا مقصد 71
فنڈز کیسے شامل کیے جاتے ہیں؟ 71
فنڈز شامل کرنے کے مراحل 71
فنڈز شامل کرتے وقت احتیاط 71

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

یادرکھنے کی باتیں 72
6۔پہلی Facebook Ad Campaign بنانا 72
Campaign کیاہوتی ہے؟ 72
Campaign بنانے کا طریقہ 72
درست Campaign Objective کا انتخاب 72
کامیابی کے لیے رہنما اصول 73
7۔Audience ، Budget اور Ad کی ترتیبات مکمل کرنا 73
Audience کا انتخاب 73
Budget مقرر کرنا 73
اشتہار کی تیاری 73
Campaign شائع کرنا 74
یادرکھنے کی باتیں 74
8۔اشتہار شائع کرنا(Publishing the Advertisement) 74
اشتہار شائع کرنا کیا ہے؟ 74
اشتہار شائع کرنے سے پہلے کیا چیک کریں؟ 74
اشتہار شائع کرنے کا طریقہ 75
اگر اشتہار منظور نہ ہو؟ 75
یادرکھنے کی باتیں 75
9۔اشتہار کی کارکردگی کا جائزہ لینا(Monitoring and Optimizing Ads) 75
کارکردگی کا جائزہ لینا کیوں ضروری ہے؟ 75
کن چیزوں پر نظر رکھنی چاہیے؟ 75
اشتہار کو بہتر بنانے کے طریقے 76
کامیاب اشتہار کی نشانیاں 76
عام غلطیاں 76

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

یادرکھنے کی باتیں 76
عملی مشق 77
Step 1: Facebook Business Page بنائیں 77
Step 2: Meta Ads Manager کھولیں 77
Step 3: نئی Campaign بنائیں 78
Step 4: Target Audience منتخب کریں 78
Step 5: Budget مقرر کریں 79
ایڈ سیٹ لیول پر بجٹ اور شیڈول سیٹ کرنے کا طریقہ (Schedule Setup & Budget) 80
1. بجٹ کی قسم کا انتخاب (Choose Budget Type) 80
2. رقم کا اندراج (Enter Budget Amount) 81
3. تاریخ اور وقت کا تعین (Set Schedule) 81
4. بجٹ محفوظ کرنا (Proceed & Save) 81
Step 6: اپنا اشتہار تیار کریں 81
Step 7: اشتہار شائع کریں 81
4۔ ہدفی سامعین کا انتخاب (Audience Targeting) 82
ہدفی سامعین (Target Audience) کیا ہیں؟ 82
ہدفی سامعین کی اقسام 82
1۔ آبادیاتی انتخاب (Demographic Targeting) 82
2۔ مقامی انتخاب (Geographic Targeting) 82
3۔ دلچسپی کی بنیاد پر انتخاب (Interest Targeting) 82
4۔ رویے کی بنیاد پر انتخاب (Behavioral Targeting) 83
Audience Targeting کیوں ضروری ہے؟ 83
5۔ پکسل (Facebook Pixel) کیا ہے؟ 83
ٹریکنگ (Tracking) کیا ہے؟ 83

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Facebook Pixel کیوں ضروری ہے؟ 84
Facebook Pixel کیسے کام کرتا ہے؟ 84
6۔ کنورژن کیمپین (Conversion Campaign) 84
کنورژن (Conversion) کیا ہے؟ 84
Conversion Campaign کے مقاصد 84
Conversion Campaign کیسے کام کرتی ہے؟ 85
7۔ گوگل ایڈز کا تعارف (Google Ads) 85
سرچ انجن مارکیٹنگ (Search Engine Marketing - SEM) 85
Google Ads کہاں دکھائے جاتے ہیں؟ 85
Google Ads کی اقسام 86
1۔ سرچ اشتہارات (Search Ads) 86
2۔ ڈسپلے اشتہارات (Display Ads) 86
3۔ ویڈیو اشتہارات (Video Ads) 86
Google Ads کیوں اہم ہیں؟ 86
باب 7: ای کامرس مارکیٹنگ (E-commerce Marketing) 87
1۔ ای کامرس (E-commerce) کیا ہے؟ 88
آن لائن دکان (Online Store) کیا ہے؟ 88
ای کامرس کیسے کام کرتا ہے؟ 88
ای کامرس کی مثالیں 88
ای کامرس کے فوائد 88
2۔ پروڈکٹ ریسرچ (Product Research) 89
طلب (Demand) کیا ہے؟ 89
اچھی پروڈکٹ کیسے منتخب کریں؟ 89
پروڈکٹ ریسرچ کرنے کے طریقے 89

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

1۔ Amazon اور Daraz پر تحقیق کریں 89
2۔ Google Trends استعمال کریں 89
3۔ سوشل میڈیا کا جائزہ لیں 89
4۔ مقابلہ کرنے والوں کا تجزیہ کریں 90
پروڈکٹ ریسرچ کی مثالیں 90
3۔ پروڈکٹ لسٹنگ (Product Listing) 90
پروڈکٹ صفحہ (Product Page) کیا ہے؟ 90
ایک اچھی Product Listing کے اہم عناصر 90
کنورژن ریٹ (Conversion Rate) کیا ہے؟ 91
Product Listing کیوں اہم ہے؟ 92
4۔ لینڈنگ پیج (Landing Page) 92
کنورژن (Conversion) کیا ہے؟ 92
ایک اچھے Landing Page کی خصوصیات 92
مثال 93
Landing Page کیوں ضروری ہے؟ 93
5۔ سیلز فنل (Sales Funnel) 93
آسان تعریف 93
سیلز فنل کے مراحل 93
لیڈ (Lead) کیا ہے؟ 94
Sales Funnel کیوں ضروری ہے؟ 94
6۔ ڈراپ شپنگ (Dropshipping) 94
آسان تعریف 95
Dropshipping کیسے کام کرتا ہے؟ 95
سپلائر (Supplier) کیا ہے؟ 95

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Dropshipping کے فوائد 95
Dropshipping کے نقصانات 95
7۔ کیش آن ڈیلیوری (COD) اور آن لائن ادائیگی (Online Payment) 96
1۔ کیش آن ڈیلیوری (Cash on Delivery - COD) 96
2۔ آن لائن ادائیگی (Online Payment) 96
پیمنٹ گیٹ وے (Payment Gateway) کیا ہے؟ 96
8۔ اپ سیلنگ اور کراس سیلنگ (Upselling & Cross-selling) 97
اپ سیلنگ (Upselling) 97
کراس سیلنگ (Cross-selling) 97
اوسط آرڈر ویلیو (Average Order Value - AOV) کیا ہے؟ 98
9۔ کسٹمر سپورٹ (Customer Support) 98
کسٹمر سپورٹ کیوں ضروری ہے؟ 98
کسٹمر سپورٹ کے عام طریقے 98
کسٹمر برقرار رکھنا (Customer Retention) کیا ہے؟ 99
اچھی Customer Support کی خصوصیات 99
باب 8: ای میل مارکیٹنگ اور آٹومیشن 100
1۔ ای میل مارکیٹنگ (Email Marketing) کیا ہے؟ 101
ای میل (Email) کیا ہے؟ 101
ای میل مارکیٹنگ کیوں ضروری ہے؟ 101
2۔ ای میل لسٹ (Email List) بنانا 101
سبسکرائبر (Subscriber) کیا ہے؟ 101
ای میل لسٹ کیسے بنائی جاتی ہے؟ 101
3۔ لیڈ میگنٹ (Lead Magnet) 102
آسان تعریف 102

بن سیدا ای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

عام مثالیں 102
Lead Magnet کے فوائد 102
4۔نیوز لیٹر (Newsletter) 102
Newsletter میں کیا شامل کیا جا سکتا ہے؟ 102
5۔ویلکم سیکوینس (Welcome Sequence) 103
Welcome Sequence کی مثال 103
Welcome Sequence کیوں ضروری ہے؟ 103
6۔آٹومیشن (Automation) 103
آسان تعریف 103
مثالیں 104
آٹومیشن کے فوائد 104
7۔براڈکاسٹ ای میلز (Broadcast Emails) 104
آسان تعریف 104
مثالیں 104
Broadcast Email کیوں اہم ہے؟ 104
8۔اوپن ریٹ اور سی ٹی آر (Open Rate & CTR) 105
اوپن ریٹ (Open Rate) 105
سی ٹی آر (CTR - Click Through Rate) 105
Open Rate اور CTR کیوں اہم ہیں؟ 105
9۔ای میل مارکیٹنگ ٹولز (Email Marketing Tools) 105
مشہور Email Marketing Tools 105
CRM (Customer Relationship Management) کیا ہے؟ 106
Email Marketing Tools کیوں ضروری ہیں؟ 106
باب 9: فری لانسنگ، کلائنٹس اور عملی پروجیکٹ (Freelancing, Clients & Practical Project) 107

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔فری لانسنگ (Freelancing) کیا ہے؟ 108
فری لانسر (Freelancer) کیا ہے؟ 108
فری لانسنگ پلیٹ فارمز 108
فری لانسنگ کے فوائد 108
2۔پورٹ فولیو (Portfolio) بنانا 108
نمونہ کام (Sample Work) کیا ہے؟ 108
پورٹ فولیو میں کیا شامل ہونا چاہیے؟ 109
پورٹ فولیو کی مثالیں 109
3۔کلائنٹ کیسے حاصل کریں؟ 109
آسان تعریف 109
کلائنٹ حاصل کرنے کے طریقے 109
1۔فری لانسنگ ویب سائٹس 109
2۔سوشل میڈیا 109
3۔براہِ راست رابطہ (Direct Messaging) 110
لیڈ (Lead) کیا ہے؟ 110
4۔پروپوزل رائٹنگ (Proposal Writing) 110
ایک اچھا Proposal کیسے لکھیں؟ 110
مثال 110
کنورژن (Conversion) کیا ہے؟ 110
5۔کلائنٹ کمیونیکیشن (Client Communication) 110
اچھی Client Communication کے اصول 110
فیڈبیک (Feedback) کیا ہے؟ 111
مثال 111
8۔ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایجنسی کیسے شروع کریں؟ 111

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

ایجنسی (Agency) کیا ہے؟ 111
ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایجنسی شروع کرنے کے مراحل 111
1۔ضروری مہارتیں سیکھیں (Skills Development) 111
2۔اپنی سروسز کا انتخاب کریں (Services Selection) 112
3۔اپنا برانڈ بنائیں (Brand Creation) 112
برانڈنگ (Branding) کیا ہے؟ 112
4۔اپنا پورٹ فولیو تیار کریں (Portfolio) 112
5۔کلائنٹس حاصل کریں (Client Acquisition) 113
6۔معیاری سروس فراہم کریں (Service Delivery) 113
کامیاب ایجنسی کے لیے چند اہم باتیں 113
9۔مکمل ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مثال (Case Study) 114
کاروبار کا تعارف 114
مرحلہ 1: ہدفی صارفین کی پہچان 114
مرحلہ 2: برانڈ تیار کرنا 114
مرحلہ 3: کورس کی معلومات تیار کرنا 114
مرحلہ 4: مفید مواد شیئر کرنا 114
مرحلہ 5: سوشل میڈیا مارکیٹنگ 114
مرحلہ 6: اشتہارات چلانا 115
مرحلہ 7: لینڈنگ پیج تیار کرنا 115
مرحلہ 8: ای میل مارکیٹنگ 115
مرحلہ 9: نتائج کا جائزہ لینا 115
اس مثال سے کیا سیکھا؟ 115
ایک اہم اور مخلصانہ پیغام — آپ کی کامیابی کا سفر اب اور بھی آسان! 116

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

بسم اللہ الرحمن الرحیم

انتساب

میں یہ کاوش (ڈیجیٹل مارکیٹنگ اور اکیڈمک بزنس گائیڈ) منسوب کرتا ہوں:

ان تمام محنتی اساتذہ، مخلص محققین اور علم کے پروانوں کے نام، جو اردو زبان و ادب کی ترویج اور اس کے دامن کو جدید علوم سے مالا مال کرنے کے لیے دن رات مصروفِ عمل ہیں۔

اور بالخصوص پاکستان کے ان تمام نوجوانوں اور ابھرتے ہوئے کاروباری ذہنوں کے نام، جو محدود وسائل کے باوجود اپنے ہنر، خلوصِ نیت اور جدید ٹیکنالوجی کے بل بوتے پر ایک باوقار روزگار کمانے اور ملک و قوم کا نام روشن کرنے کے لیے کوشاں ہیں۔

ترتیب و تدوین: **سید صادق شاہ**

مئی، 2026ء

خبردار!

اگر یہ کتاب Bin Syed E Book Center کے علاوہ کسی اور فرد یا ادارے کی طرف سے فروخت کی گئی تو اس کے خلاف قانونی کارروائی کی جائے گی۔

یہ کتاب تجارتی مقاصد کے لیے نہیں، بلکہ نوجوانوں اور ان تمام افراد کے لیے تیار کی گئی ہے جو آن لائن کام سیکھنے کے خواہش مند ہیں۔ اس کتاب کو بغیر اجازت فروخت کرنا قانوناً جرم ہے۔

ہمارا آفیشل فیس بک پیج:

Bin Syed E Book Center

واٹس ایپ نمبر:

0328 5740788

بن سید ای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

باب 1: ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا تعارف اور بنیادی تصورات

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟

موجودہ دور کو انفارمیشن اور ٹیکنالوجی کا دور کہا جاتا ہے۔ آج دنیا بھر میں اربوں لوگ انٹرنیٹ استعمال کرتے ہیں اور روزانہ مختلف ویب سائٹس، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، موبائل ایپلیکیشنز اور سرچ انجنز کے ذریعے معلومات حاصل کرتے ہیں۔ اسی وجہ سے کاروبار کرنے کے طریقے بھی تبدیل ہو چکے ہیں۔ پہلے کاروبار صرف دکانوں، اخبارات، رسائل، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے ذریعے فروغ پاتے تھے، لیکن اب زیادہ تر کاروبار انٹرنیٹ کے ذریعے اپنے صارفین تک پہنچتے ہیں۔ اسی جدید طریقۂ تشہیر کو ڈیجیٹل مارکیٹنگ (Digital Marketing) کہا جاتا ہے۔

سادہ الفاظ میں، ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے مراد ایسی تمام مارکیٹنگ سرگرمیاں ہیں جن میں انٹرنیٹ یا ڈیجیٹل ذرائع استعمال کر کے کسی پروڈکٹ، سروس یا برانڈ کو لوگوں تک پہنچایا جاتا ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ صارفین حاصل کیے جا سکیں اور فروخت میں اضافہ ہو۔

مثال کے طور پر اگر کوئی شخص کپڑوں کا کاروبار کرتا ہے اور اپنی مصنوعات سوشل میڈیا پر تصاویر اور ویڈیوز کے ذریعے فروخت کرتا ہے، یا سرچ انجن میں اشتہار دے کر گاہک حاصل کرتا ہے، یا ای میل کے ذریعے اپنے صارفین کو نئی آفرز بھیجتا ہے، تو یہ سب ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مثالیں ہیں۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ صرف اشتہار دینے کا نام نہیں بلکہ ایک مکمل نظام ہے جس میں مارکیٹ ریسرچ، صارفین کی ضروریات کو سمجھنا، معیاری مواد (Content) تیار کرنا، مناسب پلیٹ فارم کا انتخاب، اشتہارات چلانا، نتائج کا تجزیہ کرنا اور صارفین سے اچھے تعلقات قائم رکھنا شامل ہے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے بنیادی مقاصد

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا مقصد صرف مصنوعات یا خدمات کی تشہیر کرنا نہیں، بلکہ صحیح لوگوں تک پہنچ کر کاروبار کو ترقی دینا بھی ہے۔ اس کے چند اہم مقاصد درج ذیل ہیں:

1۔ برانڈ کی پہچان بڑھانا

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مدد سے زیادہ سے زیادہ لوگوں کو اپنے کاروبار، برانڈ یا سروس کے بارے میں آگاہ کیا جاتا ہے تاکہ وہ اسے پہچان سکیں۔

2۔زیادہ سے زیادہ ممکنہ گاہکوں تک پہنچنا

انٹرنیٹ کے ذریعے ایسے لوگوں تک پہنچا جا سکتا ہے جو آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہوں اور مستقبل میں آپ کے گاہک بن سکتے ہوں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

3۔فروخت میں اضافہ کرنا

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا ایک اہم مقصد زیادہ سے زیادہ فروخت حاصل کرنا اور کاروبار کی آمدنی بڑھانا ہے۔

4۔صارفین کا اعتماد حاصل کرنا

مفید معلومات، معیاری خدمات اور اچھی کسٹمر سروس کے ذریعے گاہکوں کا اعتماد حاصل کیا جاتا ہے، جس سے وہ دوبارہ بھی خریداری کرتے ہیں۔

5۔کاروبار کو مستقل ترقی دینا

اچھی مارکیٹنگ کی بدولت کاروبار میں مسلسل نئے گاہک شامل ہوتے ہیں، جس سے کاروبار لمبے عرصے تک ترقی کرتا رہتا ہے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی نمایاں خصوصیات

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی کئی ایسی خصوصیات ہیں جو اسے روایتی مارکیٹنگ سے زیادہ مؤثر بناتی ہیں۔

کم بجٹ میں مارکیٹنگ

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کم سرمایہ سے بھی شروع کی جاسکتی ہے، اس لیے چھوٹے کاروبار بھی آسانی سے اس سے فائدہ اٹھا سکتے ہیں۔

دنیا بھر کے صارفین تک رسائی

انٹرنیٹ کے ذریعے آپ اپنے شہر ہی نہیں بلکہ دوسرے شہروں اور ممالک کے لوگوں تک بھی اپنی مصنوعات یا خدمات پہنچا سکتے ہیں۔

نتائج کی پیمائش

ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں یہ معلوم کرنا آسان ہوتا ہے کہ کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا، کتنے لوگوں نے کلک کیا اور کتنے لوگوں نے خریداری کی۔

ہدفی صارفین تک رسائی

آپ اپنی مارکیٹنگ صرف انہی لوگوں کو دکھا سکتے ہیں جو عمر، شہر، زبان یا دلچسپی کے لحاظ سے آپ کی پروڈکٹ کے لیے موزوں ہوں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

فوری تبدیلی کی سہولت

اگر کسی اشتہار یا مہم سے اچھے نتائج نہ ملیں تو اسے فوراً تبدیل کیا جا سکتا ہے، جس سے وقت اور پیسے دونوں کی بچت ہوتی ہے۔

روزمرہ زندگی کی مثال

فرض کریں آپ Facebook یا Instagram استعمال کر رہے ہیں۔ وہاں آپ کو **آن لائن قرآن پاک کورس یا ای کامرس کورس** کا ایک اشتہار نظر آتا ہے۔ آپ اس اشتہار پر کلک کرتے ہیں، ویب سائٹ پر جا کر کورس کی معلومات پڑھتے ہیں اور آخر میں داخلہ لے لیتے ہیں۔

اشتہار دیکھنے سے لے کر ویب سائٹ پر جانے اور داخلہ لینے تک کا یہ پورا عمل **ڈیجیٹل مارکیٹنگ** کی ایک بہترین اور عملی مثال ہے۔

2۔ روایتی اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں فرق

مارکیٹنگ کا مقصد ہمیشہ سے ایک ہی رہا ہے، یعنی اپنی مصنوعات یا خدمات کو زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچانا۔ تاہم وقت کے ساتھ اس کے ذرائع بدل گئے ہیں۔ پہلے اخبارات، رسائل، بینرز، پوسٹرز، ریڈیو اور ٹی وی مارکیٹنگ کے اہم ذرائع تھے، جبکہ آج انٹرنیٹ نے ان کی جگہ بڑی حد تک لے لی ہے۔

روایتی مارکیٹنگ میں اشتہار عام طور پر ہر شخص تک پہنچتا ہے، چاہے وہ اس چیز میں دلچسپی رکھتا ہو یا نہیں۔ اس کے برعکس ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں صرف انہی لوگوں کو اشتہار دکھایا جا سکتا ہے جو اس پروڈکٹ یا سروس میں دلچسپی رکھتے ہوں۔

روایتی مارکیٹنگ کی مثالیں

- اخبارات میں اشتہار
- رسائل میں اشتہار
- ٹی وی کمرشل
- ریڈیو اشتہار
- بینرز اور ہورڈنگز
- پمفلٹس تقسیم کرنا

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مثالیں

- سوشل میڈیا اشتہارات
- سرچ انجن اشتہارات
- ای میل مارکیٹنگ
- ویڈیو مارکیٹنگ
- ویب سائٹ مارکیٹنگ
- موبائل ایپ مارکیٹنگ

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

روایتی اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا تقابلی جائزہ

روایتی مارکیٹنگ اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ دونوں کا مقصد مصنوعات یا خدمات کی تشہیر کرنا ہے، لیکن ان کے طریقہ کار، لاگت اور نتائج میں کافی فرق ہوتا ہے۔ آج کے دور میں زیادہ تر کاروبار اپنی ضروریات کے مطابق دونوں طریقوں سے فائدہ اٹھاتے ہیں، تاہم ڈیجیٹل مارکیٹنگ کم خرچ اور زیادہ مؤثر سمجھی جاتی ہے۔

نتیجہ

اگر آپ کم خرچ میں زیادہ لوگوں تک پہنچنا چاہتے ہیں، نتائج کو آسانی سے جانچنا چاہتے ہیں اور اپنے اشتہارات کو ضرورت کے مطابق تبدیل کرنا چاہتے ہیں تو **ڈیجیٹل مارکیٹنگ** ایک بہتر انتخاب ہے۔ یہی وجہ ہے کہ آج چھوٹے اور بڑے کاروبار تیزی سے ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی طرف منتقل ہو رہے ہیں۔

کون سی مارکیٹنگ بہتر ہے؟

اگرچہ دونوں کی اپنی اہمیت ہے، لیکن موجودہ دور میں زیادہ تر کاروبار ڈیجیٹل مارکیٹنگ کو ترجیح دیتے ہیں کیونکہ یہ نسبتاً سستی، تیز، مؤثر اور قابل پیمائش ہے۔ البتہ بڑے برانڈز اکثر دونوں طریقوں کو ملا کر استعمال کرتے ہیں تاکہ زیادہ سے زیادہ نتائج حاصل کیے جا سکیں۔

3۔ ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی اہمیت

آج دنیا تیزی سے ڈیجیٹل ہوتی جا رہی ہے۔ لوگ خریداری سے پہلے انٹرنیٹ پر معلومات تلاش کرتے ہیں، مصنوعات کا موازنہ کرتے ہیں، صارفین کے تبصرے پڑھتے ہیں اور پھر خریدنے کا فیصلہ کرتے ہیں۔ اس لیے ہر کاروبار کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ اختیار کرنا تقریباً ضروری ہو چکا ہے۔

اگر کسی کاروبار کی آن لائن موجودگی نہیں ہے تو وہ بہت سے ممکنہ گاہکوں سے محروم رہ سکتا ہے۔ ایک چھوٹا کاروبار بھی مؤثر ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے ذریعے بڑے کاروباروں سے مقابلہ کر سکتا ہے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیوں ضروری ہے؟

آج کے دور میں زیادہ تر لوگ انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا استعمال کرتے ہیں، اسی لیے کاروبار کو ترقی دینے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ بہت اہم بن چکی ہے۔ اس کی مدد سے کم خرچ میں زیادہ لوگوں تک پہنچنا اور بہتر نتائج حاصل کرنا ممکن ہو جاتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ وسیع رسائی

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مدد سے آپ اپنے شہر یا ملک ہی نہیں بلکہ دنیا کے مختلف ممالک میں موجود لوگوں تک بھی اپنی مصنوعات یا خدمات آسانی سے پہنچا سکتے ہیں۔

2۔ کم خرچ مارکیٹنگ

روایتی اشتہارات کے مقابلے میں ڈیجیٹل مارکیٹنگ پر کم خرچ آتا ہے۔ چھوٹے کاروبار بھی محدود بجٹ کے ساتھ اپنی تشہیر شروع کر سکتے ہیں۔

3۔ ہدفی اشتہارات

ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں آپ اپنے اشتہارات صرف انہی لوگوں کو دکھا سکتے ہیں جو آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہوں۔ مثال کے طور پر عمر، جنس، شہر، زبان اور دلچسپی کی بنیاد پر ہدفی صارفین منتخب کیے جا سکتے ہیں۔

4۔ نتائج کی پیمائش

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی ایک بڑی خوبی یہ ہے کہ آپ آسانی سے جان سکتے ہیں کہ کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا، کتنے لوگوں نے اس پر کلک کیا اور کتنے لوگوں نے خریداری کی۔

5۔ چوبیس گھنٹے کاروبار

ویب سائٹ یا آن لائن اسٹور ہر وقت کھلا رہتا ہے، اس لیے گاہک دن ہو یا رات، کسی بھی وقت معلومات حاصل کر سکتا ہے یا خریداری کر سکتا ہے۔

6۔ صارفین سے براہِ راست رابطہ

Facebook، Instagram، WhatsApp، ای میل اور دیگر ذرائع کے ذریعے گاہکوں سے فوری رابطہ کیا جا سکتا ہے، ان کے سوالات کے جواب دیے جا سکتے ہیں اور بہتر سروس فراہم کی جا سکتی ہے۔

7۔ برانڈ کی مضبوط شناخت

اگر آپ مسلسل معیاری مواد شیئر کریں، اچھی سروس فراہم کریں اور گاہکوں کے ساتھ اچھا برتاؤ رکھیں تو لوگ آپ کے کاروبار پر اعتماد کرنے لگتے ہیں۔ اس طرح آپ کے برانڈ کی پہچان مضبوط ہوتی ہے اور کاروبار میں مسلسل ترقی ہوتی ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

کن افراد کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ ضروری ہے؟

آج کے دور میں تقریباً ہر وہ شخص جو آن لائن کام کرنا چاہتا ہے یا اپنے کاروبار کو ترقی دینا چاہتا ہے، اس کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ سیکھنا فائدہ مند ہے۔

طلبہ

طلبہ ڈیجیٹل مارکیٹنگ سیکھ کر نئی مہارت حاصل کر سکتے ہیں، فری لانسنگ شروع کر سکتے ہیں یا مستقبل میں بہتر ملازمت کے مواقع حاصل کر سکتے ہیں۔

فری لانسرز

فری لانسرز اپنی خدمات زیادہ لوگوں تک پہنچانے، نئے کلائنٹس حاصل کرنے اور اپنی آمدنی بڑھانے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ استعمال کرتے ہیں۔

چھوٹے اور بڑے کاروباری افراد

کاروباری افراد اپنی مصنوعات یا خدمات کی تشہیر، نئے گاہک بنانے اور فروخت بڑھانے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے فائدہ اٹھاتے ہیں۔

آن لائن اسٹور مالکان

ای کامرس کاروبار چلانے والے افراد اشتہارات، سوشل میڈیا اور SEO کی مدد سے زیادہ آرڈرز حاصل کر سکتے ہیں۔

اساتذہ اور ٹرینرز

اساتذہ اپنے کورسز، ورکشاپس اور تربیتی پروگرام زیادہ لوگوں تک پہنچانے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ استعمال کر سکتے ہیں۔

یوٹیوبرز اور کانٹینٹ کریئیٹرز

کانٹینٹ کریئیٹرز اپنے ویڈیوز، پوسٹس اور چینلز کی پہنچ بڑھانے اور زیادہ فالوورز حاصل کرنے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے فائدہ اٹھاتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

سروس فراہم کرنے والے ادارے

تعلیمی ادارے، ہسپتال، ٹریول ایجنسیاں، آئی ٹی کمپنیاں اور دیگر ادارے اپنی خدمات کی تشہیر اور نئے گاہک حاصل کرنے کے لیے ڈیجیٹل مارکیٹنگ استعمال کرتے ہیں۔

آن لائن بزنس کے لیے درست حکمتِ عملی

صرف ویب سائٹ یا سوشل میڈیا پیج بنا لینا کامیابی کی ضمانت نہیں ہوتا۔ کامیاب آن لائن کاروبار کے لیے ایک واضح منصوبہ اور درست حکمتِ عملی ضروری ہوتی ہے۔

1۔ اپنا مقصد واضح کریں

سب سے پہلے یہ طے کریں کہ آپ اپنے کاروبار سے کیا حاصل کرنا چاہتے ہیں۔ مثال کے طور پر:

- مصنوعات فروخت کرنا
- خدمات فراہم کرنا
- آن لائن کورسز فروخت کرنا
- برانڈ کو مشہور کرنا
- نئے گاہک (Leads) حاصل کرنا

جب مقصد واضح ہو گا تو آگے کی منصوبہ بندی کرنا آسان ہو جائے گا۔

2۔ اپنا مخصوص شعبہ منتخب کریں

کسی ایک مخصوص شعبے پر توجہ دینے سے کامیابی کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔ مثال کے طور پر:

- کپڑوں کا کاروبار
- ای کامرس کورس
- گرافک ڈیزائننگ
- فری لانسنگ
- اسلامی کتابیں
- صحت اور فٹنس

جتنا واضح اور مخصوص شعبہ ہو گا، اتنا ہی بہتر نتیجہ ملنے کا امکان ہو گا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

3۔اپنے صارفین کو پہچانیں

کاروبار شروع کرنے سے پہلے یہ جاننا ضروری ہے کہ آپ کے گاہک کون ہیں۔اس کے لیے ان کی عمر، رہائش، دلچسپیوں، ضروریات اور پسندیدہ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کو سمجھنے کی کوشش کریں۔جب آپ اپنے صارفین کو اچھی طرح جان لیں گے تو ان تک صحیح پیغام پہنچانا آسان ہو جائے گا۔

4۔مضبوط برانڈ بنائیں

ہر کامیاب کاروبار کی ایک الگ پہچان ہوتی ہے۔ایک اچھا نام، پروفیشنل لوگو، خوبصورت ڈیزائن، مناسب رنگ اور واضح پیغام آپ کے برانڈ کو مضبوط بناتے ہیں اور لوگوں کا اعتماد بڑھاتے ہیں۔

5۔معیاری مواد تیار کریں

ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں مفید اور معیاری مواد بہت اہم ہوتا ہے۔ایسا مواد تیار کریں جو لوگوں کی رہنمائی کرے، ان کے سوالات کے جواب دے اور ان کے مسائل حل کرے۔اس کے لیے معلوماتی پوسٹس، مختصر ویڈیوز، بلاگز، سوال و جواب اور کامیاب صارفین کی آراء شیئر کی جاسکتی ہیں۔

6۔مناسب پلیٹ فارم کا انتخاب کریں

ہر کاروبار کے لیے ایک ہی پلیٹ فارم مؤثر نہیں ہوتا۔اپنے کاروبار اور ہدفی صارفین کے مطابق مناسب پلیٹ فارم منتخب کریں۔مثال کے طور پر نوجوانوں تک پہنچنے کے لیے مختصر ویڈیوز والے پلیٹ فارم مؤثر ہوتے ہیں، جبکہ پیشہ ور افراد تک پہنچنے کے لیے پروفیشنل نیٹ ورکنگ پلیٹ فارمز زیادہ فائدہ دیتے ہیں۔

7۔مسلسل سیکھتے رہیں

ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایک ایسا شعبہ ہے جو مسلسل تبدیل ہوتا رہتا ہے۔اس لیے نئی معلومات، نئے ٹولز اور جدید طریقے سیکھتے رہنا کامیابی کے لیے ضروری ہے۔

نئے سیکھنے والوں (Beginners) کے لیے روڈمیپ

اگر آپ پہلی بار ڈیجیٹل مارکیٹنگ سیکھ رہے ہیں تو پریشان ہونے کی ضرورت نہیں۔اگر آپ مرحلہ وار سیکھیں اور مسلسل مشق کریں تو آپ بھی ایک کامیاب ڈیجیٹل مارکیٹر بن سکتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

پہلا مرحلہ: بنیادی معلومات حاصل کریں

سب سے پہلے ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا بنیادی تصور سمجھیں، اس کی مختلف اقسام جانیں اور عام اصطلاحات سے واقفیت حاصل کریں۔

دوسرا مرحلہ: کمپیوٹر اور انٹرنیٹ استعمال کرنا سیکھیں

کمپیوٹر اور انٹرنیٹ کا بنیادی استعمال سیکھیں، جیسے ای میل بنانا، فائلیں محفوظ کرنا، براؤزر استعمال کرنا اور انٹرنیٹ پر معلومات تلاش کرنا۔

تیسرا مرحلہ: سوشل میڈیا استعمال کریں

Facebook، Instagram اور دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر پروفیشنل اکاؤنٹس بنائیں، باقاعدگی سے پوسٹس کریں اور اپنے صارفین سے رابطے میں رہیں۔

چوتھا مرحلہ: کانٹینٹ بنانا سیکھیں

اچھی پوسٹس لکھنا، تصاویر تیار کرنا، مختصر ویڈیوز بنانا اور مؤثر انداز میں اپنی بات پیش کرنا سیکھیں۔

پانچواں مرحلہ SEO: سیکھیں

یہ جانیں کہ لوگ گوگل پر معلومات کیسے تلاش کرتے ہیں، مناسب Keywords کیسے منتخب کیے جاتے ہیں اور ویب سائٹ کو سرچ انجن کے لیے بہتر کیسے بنایا جاتا ہے۔

چھٹا مرحلہ: اشتہارات چلانا سیکھیں

Facebook اور Google پر اشتہارات بنانے، بجٹ مقرر کرنے، صحیح ہدفی صارفین منتخب کرنے اور اشتہارات کے نتائج دیکھنے کا طریقہ سیکھیں۔

ساتواں مرحلہ: نتائج کا تجزیہ کرنا سیکھیں

یہ سمجھیں کہ کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا، کتنے لوگوں نے کلک کیا اور کتنے لوگوں نے خریداری کی۔ اسی معلومات کی بنیاد پر اپنی مارکیٹنگ کو مزید بہتر بنائیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

آٹھواں مرحلہ AI :ٹولزاستعمال کریں

مصنوعی ذہانت (AI) کے جدید ٹولز استعمال کرنا سیکھیں تاکہ مواد جلدی تیار ہو، وقت کی بچت ہو اور کام زیادہ مؤثر انداز میں کیا جاسکے۔

نواں مرحلہ :اپنی عملی مشق شروع کریں

جو کچھ سیکھیں،اس پر خود عمل بھی کریں۔ایک Facebook Page یاویب سائٹ بنائیں، باقاعدگی سے مواد شائع کریں، چھوٹے اشتہارات چلائیں اور ان کے نتائج کا جائزہ لیتے رہیں۔یہی مسلسل مشق آپ کو ایک کامیاب ڈیجیٹل مارکیٹر بنائے گی۔

10۔ عملی مشق

اس باب کو مکمل کرنے کے بعد درج ذیل مشقیں ضرور کریں۔

مشق نمبر 1

اپنے الفاظ میں لکھیں کہ ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے اور اس کی کیا اہمیت ہے؟

مشق نمبر 2

اپنے علاقے کے کسی کاروبار کا انتخاب کریں اور بتائیں کہ وہ ڈیجیٹل مارکیٹنگ سے کیسے فائدہ اٹھا سکتا ہے۔

مشق نمبر 3

روایتی مارکیٹنگ اور ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے درمیان کم از کم پانچ فرق لکھیں۔

مشق نمبر 4

ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی دس اقسام کے نام لکھیں اور ہر ایک کا ایک ایک جملے میں تعارف دیں۔

مشق نمبر 5

کسی بھی معروف کاروبار کا سوشل میڈیا پیج دیکھیں اور درج ذیل نکات نوٹ کریں:

- وہ کس قسم کا مواد شائع کرتا ہے؟
- روزانہ کتنی پوسٹس کرتا ہے؟
- صارفین کی تعداد کتنی ہے؟
- لوگوں کی دلچسپی کس قسم کی پوسٹس میں زیادہ ہے؟

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب2: برانڈنگ اور مارکیٹ ریسرچ

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ برانڈ(Brand) کیا ہے؟

بہت سے لوگ سمجھتے ہیں کہ برانڈ صرف کسی کمپنی کا نام یا لوگو ہوتا ہے، لیکن حقیقت میں برانڈ اس سے کہیں زیادہ وسیع تصور ہے۔ برانڈ وہ شناخت، اعتماد، معیار اور احساس ہے جو کسی کاروبار، پروڈکٹ یا سروس کے بارے میں لوگوں کے ذہن میں قائم ہو جاتا ہے۔

جب کوئی صارف کسی کمپنی کا نام سنتا ہے اور فوراً اس کے معیار، سروس یا شہرت کا تصور ذہن میں آتا ہے، تو یہی اس کمپنی کا برانڈ ہوتا ہے۔

برانڈ کی سادہ تعریف

"برانڈ وہ منفرد شناخت ہے جو کسی کاروبار، پروڈکٹ یا سروس کو دوسروں سے ممتاز کرتی ہے اور صارفین کے ذہن میں اس کے بارے میں ایک خاص تاثر پیدا کرتی ہے۔"

مثال کے طور پر اگر دو دکانیں ایک جیسی چیز فروخت کر رہی ہوں، لیکن لوگ صرف ایک دکان سے خریدنا پسند کریں کیونکہ انہیں اس پر زیادہ اعتماد ہے، تو اس دکان کا مضبوط برانڈ قائم ہو چکا ہے۔

برانڈ کے اہم عناصر

- معیاری مصنوعات یا خدمات
- اچھا رویہ اور کسٹمر سروس
- کاروبار کا منفرد پیغام
- کاروبار کا منفرد نام
- یاد رہنے والا لوگو
- مخصوص رنگ
- صارفین کا اعتماد

برانڈ کیوں ضروری ہے؟

ایک مضبوط برانڈ میں کیا ہونی چاہیے۔

- مقابلہ کرنے والے کاروباروں سے ممتاز بناتا ہے۔
- کاروبار کی قدر (Value) میں اضافہ کرتا ہے
- لوگوں کا اعتماد حاصل کرتا ہے۔
- نئے گاہک پیدا کرتا ہے۔
- پرانے گاہکوں کو دوبارہ خریدنے پر آمادہ کرتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

مضبوط برانڈ کی خصوصیات

1۔ منفرد شناخت

ہر مضبوط برانڈ کی اپنی ایک الگ پہچان ہوتی ہے۔ لوگ اس کے نام، لوگو، رنگ یا انداز کو دیکھتے ہی اسے پہچان لیتے ہیں۔ یہی الگ پہچان برانڈ کو دوسروں سے ممتاز بناتی ہے۔

2۔ ہمیشہ ایک جیسا اچھا معیار

ایک اچھا برانڈ ہر بار اپنے گاہک کو ایک ہی معیار کی چیز یا خدمت فراہم کرتا ہے۔ اگر معیار ہمیشہ اچھا رہے تو گاہک کا اعتماد بڑھتا ہے اور وہ دوبارہ بھی اسی برانڈ سے خریداری کرتا ہے۔

3۔ ایمانداری اور صاف گوئی

ایک مضبوط برانڈ اپنے گاہکوں سے ہمیشہ سچ بولتا ہے۔ وہ اپنی چیز کے بارے میں صحیح معلومات دیتا ہے، جھوٹے وعدے نہیں کرتا اور نہ ہی کسی بات کو چھپاتا ہے۔ اسی وجہ سے لوگ اس پر اعتماد کرتے ہیں۔

4۔ گاہکوں کے ساتھ اچھا برتاؤ

ایک اچھا برانڈ اپنے گاہکوں کی بات توجہ سے سنتا ہے، ان کے سوالوں کے جواب دیتا ہے اور اگر کوئی مسئلہ ہو تو اسے جلد حل کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ اچھا برتاؤ گاہک کو دوبارہ آنے پر آمادہ کرتا ہے۔

5۔ واضح مقصد

ہر کامیاب برانڈ کا ایک مقصد ہوتا ہے۔ اسے معلوم ہوتا ہے کہ وہ کیا کام کرنا چاہتا ہے، لوگوں کو کیا فائدہ پہنچانا چاہتا ہے اور مستقبل میں کہاں تک جانا چاہتا ہے۔ واضح مقصد برانڈ کو صحیح سمت میں آگے بڑھنے میں مدد دیتا ہے۔

مثال

فرض کریں دو افراد ایک جیسے آن لائن کورس فروخت کر رہے ہیں۔ ایک شخص باقاعدگی سے مفید معلومات شیئر کرتا ہے، طلبہ کے سوالات کے جواب دیتا ہے اور معیاری سروس فراہم کرتا ہے، جبکہ دوسرا صرف اشتہارات چلاتا ہے۔ وقت کے ساتھ پہلے شخص کا برانڈ زیادہ مضبوط ہو جائے گا کیونکہ لوگوں کا اعتماد اس پر بڑھ جائے گا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

2۔ذاتی برانڈنگ(Personal Branding)

ذاتی برانڈنگ سے مراد اپنی شخصیت، مہارت، علم اور تجربے کو اس انداز میں پیش کرنا ہے کہ لوگ آپ کو کسی خاص شعبے کا ماہر سمجھیں۔

آج کے ڈیجیٹل دور میں صرف کمپنیوں ہی نہیں بلکہ افراد کے لیے بھی مضبوط برانڈ بنانا ضروری ہو گیا ہے۔ اگر لوگ آپ پر اعتماد کرتے ہیں تو وہ آپ کی خدمات، کورسز، مشورے یا مصنوعات خریدنے میں زیادہ دلچسپی لیتے ہیں۔

ذاتی برانڈنگ کیوں ضروری ہے؟

ذاتی برانڈنگ اس لیے ضروری ہے کہ اس سے لوگوں کو آپ کی پہچان بنتی ہے اور وہ آپ پر اعتماد کرتے ہیں۔ ایک مضبوط ذاتی برانڈ آپ کو دوسروں سے ممتاز بناتا ہے، نئے گاہک اور بہتر مواقع حاصل کرنے میں مدد دیتا ہے اور آپ کی کامیابی کے امکانات بڑھاتا ہے۔

ذاتی برانڈ بنانے کے مراحل

1۔اپنی مہارت کا انتخاب کریں

سب سے پہلے فیصلہ کریں کہ آپ کس شعبے میں پہچانے جانا چاہتے ہیں۔

مثالیں:

- ڈیجیٹل مارکیٹنگ
- ای کامرس
- گرافک ڈیزائننگ
- ویڈیو ایڈیٹنگ
- ویب ڈویلپمنٹ
- تعلیم
- کاروباری مشاورت

2۔اپنی منفرد پہچان بنائیں

اگر آپ چاہتے ہیں کہ لوگ آپ کو یاد رکھیں اور آپ پر اعتماد کریں، تو سب سے پہلے اپنی ایک اچھی اور منفرد پہچان بنائیں۔ اس کے لیے اپنی صاف، پروفیشنل اور مناسب تصویر استعمال کریں تاکہ لوگ آپ کو آسانی سے پہچان سکیں۔ اپنے بارے

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

میں مختصر اور سادہ تعارف لکھیں، جس سے لوگوں کو معلوم ہو کہ آپ کون ہیں اور کیا کام کرتے ہیں۔اس کے ساتھ اپنا مقصد بھی واضح رکھیں تاکہ لوگ سمجھ سکیں کہ آپ کس شعبے میں خدمات یا معلومات فراہم کرتے ہیں۔آخر میں، ہر جگہ ایک ہی انداز اختیار کریں، یعنی اپنی تصویر، نام، لوگو، رنگ اور بات کرنے کا طریقہ یکساں رکھیں۔اس سے آپ کی پہچان مضبوط ہوتی ہے اور لوگ آپ پر زیادہ اعتماد کرتے ہیں۔

3۔مفید معلومات شیئر کریں

لوگ صرف اشتہارات دیکھنا پسند نہیں کرتے بلکہ وہ ایسی معلومات چاہتے ہیں جن سے انہیں کچھ سیکھنے یا فائدہ حاصل ہو۔اس لیے اپنی سوشل میڈیا پوسٹس میں ہمیشہ مفید اور دلچسپ معلومات شامل کریں۔آپ تعلیمی پوسٹس، مختصر ویڈیوز، آسان ٹپس، لوگوں کے سوالات کے جوابات اور کامیابی کی کہانیاں شیئر کر سکتے ہیں۔جب آپ باقاعدگی سے مفید معلومات فراہم کرتے ہیں تو لوگوں کا اعتماد بڑھتا ہے اور وہ آپ کے کام میں زیادہ دلچسپی لینے لگتے ہیں۔

4۔مستقل مزاجی اختیار کریں

ذاتی برانڈ ایک دن یا چند ہفتوں میں نہیں بنتا، بلکہ مسلسل محنت، ایمانداری اور معیاری کام سے مضبوط ہوتا ہے۔اگر آپ باقاعدگی سے مفید معلومات شیئر کریں اور اپنے کام کا معیار برقرار رکھیں تو لوگ آہستہ آہستہ آپ پر اعتماد کرنے لگتے ہیں۔

5۔لوگوں سے اچھے تعلقات قائم کریں

ایک کامیاب ذاتی برانڈ صرف اچھے کام سے نہیں بنتا بلکہ لوگوں کے ساتھ اچھے رویے سے بھی بنتا ہے۔اگر آپ اپنے فالوورز اور گاہکوں کے سوالات کے جواب دیں، ان کی رہنمائی کریں اور خوش اخلاقی سے پیش آئیں تو ان کا اعتماد مزید بڑھ جاتا ہے۔

اچھے تعلقات قائم کرنے کے لیے:

- تبصروں کا بروقت جواب دیں۔
- لوگوں کے سوالات اور مسائل حل کریں۔
- ہمیشہ خوش اخلاقی سے بات کریں۔
- اپنے وعدے پورے کریں اور اعتماد قائم رکھیں۔

ذاتی برانڈنگ میں عام غلطیاں

بعض غلطیاں ذاتی برانڈ کی ترقی کو سست کر دیتی ہیں، اس لیے ان سے بچنا ضروری ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- ہر روز اپنا موضوع تبدیل کرنا۔
- صرف فروخت پر توجہ دینا۔
- غیر معیاری یا غلط معلومات شیئر کرنا۔
- لمبے عرصے تک غیر حاضر رہنا۔
- دوسروں کی مکمل نقل کرنا اور اپنی منفرد پہچان نہ بنانا۔

3۔کاروباری برانڈنگ (Business Branding)

کاروباری برانڈنگ سے مراد کسی کمپنی، کاروبار یا ادارے کی ایسی منفرد پہچان بنانا ہے جس سے لوگ اس پر اعتماد کریں اور اسے دوسروں سے الگ پہچان سکیں۔ ایک مضبوط برانڈ گاہکوں کے ذہن میں اچھا تاثر پیدا کرتا ہے، جس کی وجہ سے لوگ دوبارہ بھی اسی کاروبار سے خریداری کرنا پسند کرتے ہیں۔

کاروباری برانڈنگ کے بنیادی عناصر

1۔کاروبار کا نام

کاروبار کا نام آسان، مختصر اور یاد رکھنے کے قابل ہونا چاہیے تاکہ لوگ اسے آسانی سے یاد رکھ سکیں۔

2۔لوگو

لوگو کاروبار کی پہچان ہوتا ہے۔ اس کا ڈیزائن سادہ، خوبصورت اور کاروبار کی نوعیت کے مطابق ہونا چاہیے۔

3۔برانڈ کے رنگ

ہر کاروبار کو چند مخصوص رنگ استعمال کرنے چاہئیں تاکہ لوگ ان رنگوں کو دیکھتے ہی اس برانڈ کو پہچان سکیں۔

4۔برانڈ کا پیغام

کاروبار کا پیغام واضح ہونا چاہیے تاکہ لوگوں کو فوراً معلوم ہو جائے کہ آپ کون سی پروڈکٹ یا سروس فراہم کرتے ہیں اور کس مسئلے کا حل پیش کرتے ہیں۔

5۔یکساں معیار

ہر پروڈکٹ یا سروس میں ایک جیسا معیار برقرار رکھنا مضبوط برانڈ کی بنیادی علامت ہے۔ اگر معیار اچھا ہو تو گاہک دوبارہ بھی آپ سے خریداری کرتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

6۔بہترین کسٹمر سروس

گاہکوں کے ساتھ خوش اخلاقی، بروقت جواب دینااوران کے مسائل جلد حل کرنا ایک مضبوط اور کامیاب برانڈ کی اہم خصوصیات ہیں۔

کامیاب کاروباری برانڈنگ کے فوائد

اگر کسی کاروبار کی برانڈنگ مضبوط ہو تو اسے بہت سے فائدے حاصل ہوتے ہیں۔

- لوگوں کا اعتماد بڑھتا ہے۔
- فروخت میں اضافہ ہوتا ہے۔
- کاروبار کی اچھی شہرت بنتی ہے۔
- گاہک بار بار خریداری کرتے ہیں۔
- نئے گاہک حاصل کرنا آسان ہو جاتا ہے۔
- کاروبار دوسروں کے مقابلے میں نمایاں نظر آتا ہے۔
- زیادہ منافع
- مقابلہ میں برتری

4۔مارکیٹ ریسرچ کیسے کریں؟

کسی بھی کاروبار کو شروع کرنے سے پہلے یہ جاننا ضروری ہے کہ لوگ کیا خریدنا چاہتے ہیں، کس چیز کی زیادہ مانگ ہے اور آپ کے ممکنہ گاہک کون ہیں۔ یہی عمل **مارکیٹ ریسرچ** کہلاتا ہے۔ اچھی مارکیٹ ریسرچ آپ کو درست فیصلہ کرنے اور نقصان سے بچنے میں مدد دیتی ہے۔

پہلا مرحلہ: مقصد طے کریں

سب سے پہلے یہ فیصلہ کریں کہ آپ کیا جاننا چاہتے ہیں۔ مثال کے طور پر آپ کون سی پروڈکٹ فروخت کرنا چاہتے ہیں، اسے کس شہر یا علاقے میں فروخت کرنا چاہتے ہیں اور کن لوگوں کو اپنا گاہک بنانا چاہتے ہیں، جیسے طلبہ، خواتین، مرد یا کسی خاص عمر کے افراد۔ جب آپ کا مقصد واضح ہو گا تو تحقیق کرنا بھی آسان ہو جائے گا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

دوسرا مرحلہ: صارفین کو سمجھیں

اب اپنے ممکنہ گاہکوں کے بارے میں معلومات حاصل کریں۔ یہ جاننے کی کوشش کریں کہ انہیں کس قسم کی چیزیں پسند ہیں، وہ کتنی قیمت ادا کر سکتے ہیں، زیادہ تر کہاں سے خریداری کرتے ہیں اور ان کی اصل ضرورت کیا ہے۔ جب آپ اپنے گاہک کو اچھی طرح سمجھ لیں گے تو آپ ان کی ضرورت کے مطابق بہتر مصنوعات اور خدمات پیش کر سکیں گے۔

5۔ ہدفی صارفین کی پہچان (Target Audience)

ہدفی صارفین (Target Audience) سے مراد وہ مخصوص افراد یا گروہ ہیں جن کے لیے آپ اپنی مصنوعات یا خدمات پیش کرتے ہیں۔ ہر شخص آپ کا گاہک نہیں ہو سکتا، اس لیے کامیاب کاروبار وہی ہے جو اپنے اصل صارفین کو پہچان کر انہی تک اپنی مارکیٹنگ پہنچائے۔

مثال کے طور پر اگر آپ آن لائن ای کامرس کورس فروخت کر رہے ہیں تو آپ کے ہدفی صارفین وہ افراد ہوں گے جو آن لائن کاروبار سیکھنا چاہتے ہیں، نہ کہ ہر عمر اور ہر شعبے کے لوگ۔

6۔ صارف کی فرضی شخصیت تیار کرنا

Customer Avatar سے مراد اپنے مثالی (Ideal) گاہک کا ایک تفصیلی خاکہ تیار کرنا ہے۔ اس میں آپ اپنے بہترین ممکنہ صارف کی عمر، تعلیم، پیشہ، دلچسپیاں، ضروریات، مسائل اور خریداری کی عادات کو تحریری شکل دیتے ہیں۔

یہ فرضی شخصیت آپ کی مارکیٹنگ کو زیادہ مؤثر بناتی ہے کیونکہ آپ جانتے ہیں کہ آپ کس سے بات کر رہے ہیں۔

7۔ مقابلہ کرنے والے کاروباروں کا تجزیہ (Competitor Analysis)

Competitor Analysis سے مراد اپنے مقابلے میں موجود کاروباروں کا تفصیلی جائزہ لینا ہے تاکہ ان کی مضبوطیاں، کمزوریاں اور مارکیٹنگ کی حکمتِ عملی کو سمجھا جا سکے۔

کن چیزوں کا تجزیہ کریں؟

- سوشل میڈیا پر کتنے فعال ہیں؟
- کس قسم کا مواد شائع کرتے ہیں؟
- وہ کون سی مصنوعات فروخت کر رہے ہیں؟
- قیمت کتنی ہے؟

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

•ان کی کمزوریاں کیا ہیں؟ •صارفین کے تبصرے کیسے ہیں؟

•ان کی مضبوطیاں کیا ہیں؟

مقابلہ کرنے والے کاروبار (Competitor Analysis) کا جائزہ اور اس کے فوائد

اگر آپ کوئی کاروبار شروع کرنا چاہتے ہیں تو پہلے یہ دیکھیں کہ اسی شعبے میں کام کرنے والے دوسرے لوگ کیسے کام کر رہے ہیں۔ان کی مصنوعات، قیمتیں،اشتہارات، سروس اور گاہکوں کے ساتھ برتاؤ کا جائزہ لیں۔اس عمل کو **Competitor Analysis** یعنی **مقابلہ کرنے والے کاروبار کا جائزہ** کہا جاتا ہے۔

اس سے آپ کو نئی مارکیٹنگ کی بہتر حکمتِ عملی بنانے میں مدد ملتی ہے۔آپ دوسروں کی کامیابیوں سے سیکھ سکتے ہیں اور ان کی غلطیوں سے بچ سکتے ہیں۔اس کے علاوہ آپ اپنی مصنوعات یا خدمات کو مزید بہتر بنا سکتے ہیں اور ایسی خاص بات شامل کر سکتے ہیں جو آپ کو دوسرے کاروباروں سے منفرد بنائے۔

SWOT تجزیہ

کاروبار کا جائزہ لیتے وقت درج ذیل چار باتوں پر بھی ضرور غور کریں:

- **طاقتیں** (Strengths): آپ کے کاروبار کی وہ خوبیاں جو اسے دوسروں سے بہتر بناتی ہیں۔
- **کمزوریاں** (Weaknesses): وہ خامیاں جنہیں بہتر بنانے کی ضرورت ہے۔
- **مواقع** (Opportunities): ایسے نئے مواقع جن سے کاروبار کو آگے بڑھایا جا سکتا ہے۔
- **خطرات** (Threats): وہ مسائل یا مقابلہ جو کاروبار کی ترقی میں رکاوٹ بن سکتے ہیں۔

ان چار نکات کو سمجھ کر آپ اپنے کاروبار کے لیے بہتر منصوبہ بندی کر سکتے ہیں اور کامیابی کے امکانات بڑھا سکتے ہیں۔

8۔ مخصوص شعبے کا انتخاب (Niche Selection)

مخصوص شعبہ (Niche) سے مراد کسی بڑے کاروباری شعبے میں ایک خاص موضوع یا مخصوص قسم کے گاہکوں کا انتخاب کرنا ہے۔مثال کے طور پر **تعلیم** ایک بڑا شعبہ ہے، لیکن اگر آپ صرف **ڈیجیٹل مارکیٹنگ کورسز یا ای کامرس کی تربیت** فراہم کرتے ہیں، تو یہ ایک مخصوص شعبہ (Niche) کہلاتا ہے۔

صحیح مخصوص شعبے کا انتخاب کاروبار کی کامیابی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔اس لیے ایسا شعبہ منتخب کریں جس میں آپ کی دلچسپی ہو، لوگوں کو اس کی ضرورت بھی ہو اور مستقبل میں اس کے بڑھنے کے امکانات موجود ہوں۔اس کے ساتھ یہ بھی ضروری ہے کہ آپ اس شعبے میں اچھی مہارت حاصل کر سکیں تاکہ لوگوں کو معیاری خدمات فراہم کر سکیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

اگر مخصوص شعبے کا انتخاب سوچ سمجھ کر نہ کیا جائے تو کاروبار کو مشکلات کا سامنا کرنا پڑ سکتا ہے۔ فروخت کم ہو سکتی ہے، صحیح گاہک تک پہنچنا مشکل ہو جاتا ہے، اشتہارات پر زیادہ خرچ آتا ہے اور کاروبار کی ترقی بھی سست پڑ جاتی ہے۔ اس لیے کسی بھی کاروبار کو شروع کرنے سے پہلے اپنے مخصوص شعبے کا انتخاب اچھی طرح تحقیق کر کے کرنا چاہیے۔

10۔ عملی مشق

اس باب کا مطالعہ مکمل کرنے کے بعد درج ذیل مشقیں ضرور کریں۔

مشق نمبر 1

اپنے کاروبار یا مستقبل کے کاروبار کے لیے ایک مناسب برانڈ نام تجویز کریں اور اس کی وجہ بھی لکھیں۔

مشق نمبر 2

اپنے کاروبار کے لیے ایک ہدفی صارف (Target Audience) کی مکمل تفصیل لکھیں۔

مشق نمبر 3

اپنے مثالی گاہک (Customer Avatar) کا ایک صفحے پر مکمل پروفائل تیار کریں۔

مشق نمبر 4

اپنے شعبے سے متعلق تین مقابلہ کرنے والے کاروباروں کا انتخاب کریں اور ان کا درج ذیل بنیادوں پر تقابلی جائزہ لیں۔

- مضبوطیاں
- کمزوریاں
- قیمت
- معیار
- سوشل میڈیا سرگرمی

مشق نمبر 5

اپنے کاروبار کے لیے ایک مناسب Niche منتخب کریں اور اس کی وجوہات تحریر کریں۔

مشق

ایک صفحے پر اپنے مستقبل کے کاروبار کا مختصر برانڈ پلان تیار کریں، جس میں درج ذیل نکات شامل ہوں:

- منفرد فروختی خصوصیت (USP)
- مارکیٹنگ کے ذرائع
- ابتدائی مقاصد
- کاروبار کا نام
- لوگو کا تصور
- ہدفی صارفین
- مخصوص شعبہ (Niche)

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

باب 3: سوشل میڈیا مارکیٹنگ

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ سوشل میڈیا مارکیٹنگ کا تعارف

سوشل میڈیا مارکیٹنگ سے مراد سوشل میڈیا پلیٹ فارمز جیسے Facebook، Instagram، TikTok، YouTube اور LinkedIn کے ذریعے کسی کاروبار، پروڈکٹ یا سروس کی تشہیر کرنا ہے۔

آج کے دور میں سوشل میڈیا صرف بات چیت یا تفریح کا ذریعہ نہیں بلکہ ایک مضبوط کاروباری پلیٹ فارم ہے جہاں لاکھوں لوگ روزانہ خریداری کے فیصلے کرتے ہیں۔

سوشل میڈیا مارکیٹنگ کے اہم عناصر

سوشل میڈیا مارکیٹنگ کو کامیاب بنانے کے لیے چند بنیادی چیزوں کا خیال رکھنا ضروری ہے۔ سب سے پہلے **اچھا اور مفید مواد (Content)** تیار کریں، کیونکہ یہی لوگوں کی توجہ حاصل کرتا ہے۔ اس کے بعد اپنے **ہدفی گاہک (Audience)** کو پہچانیں تاکہ آپ کی پوسٹس صحیح لوگوں تک پہنچ سکیں۔

صرف پوسٹ کرنا کافی نہیں ہوتا، بلکہ لوگوں کے **لائکس، کمنٹس اور شیئرز (Engagement)** پر بھی توجہ دینی چاہیے۔ ان کے سوالات کے جواب دیں اور ان سے رابطے میں رہیں۔ اگر زیادہ لوگوں تک جلد پہنچنا چاہتے ہیں تو **سوشل میڈیا اشتہارات (Ads)** بھی استعمال کیے جا سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ وقتاً فوقتاً اپنی پوسٹس اور اشتہارات کے **نتائج (Analytics)** دیکھیں تاکہ معلوم ہو سکے کہ کیا بہتر کام کر رہا ہے اور کس چیز میں بہتری کی ضرورت ہے۔

سوشل میڈیا مارکیٹنگ کے فوائد

سوشل میڈیا مارکیٹنگ کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ کم خرچ میں زیادہ لوگوں تک پہنچا جا سکتا ہے۔ اس سے کاروبار اور برانڈ کی پہچان تیزی سے بڑھتی ہے اور نئے گاہک حاصل کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ اس کے ذریعے گاہکوں سے براہِ راست رابطہ قائم کیا جا سکتا ہے، ان کی رائے معلوم کی جا سکتی ہے اور ان کے سوالات کے فوری جواب دیے جا سکتے ہیں۔ اگر درست منصوبہ بندی کے ساتھ کام کیا جائے تو سوشل میڈیا مارکیٹنگ سے نسبتاً کم وقت میں اچھے نتائج حاصل کیے جا سکتے ہیں۔

2۔ Facebook مارکیٹنگ

Facebook مارکیٹنگ

Facebook دنیا کا سب سے بڑا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے، جہاں کروڑوں لوگ روزانہ سرگرم رہتے ہیں۔ اسی وجہ سے یہ کاروبار کی تشہیر، نئے گاہک بنانے اور فروخت بڑھانے کے لیے ایک بہترین پلیٹ فارم ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

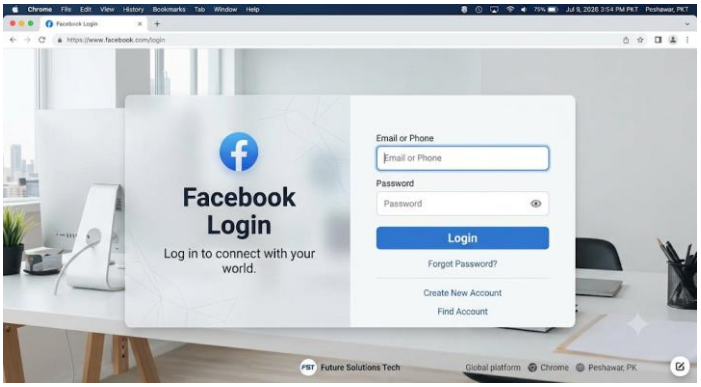
Facebook Page کیا ہے؟

Facebook Page کاروبار، کمپنی، ادارے یا ذاتی برانڈ کے لیے بنایا جانے والا ایک پروفیشنل صفحہ ہے۔ اس کے ذریعے آپ اپنی مصنوعات، خدمات، آفرز اور معلومات لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں۔

Facebook Page بنانے کا طریقہ

Step 1: Facebook میں لاگ اِن کریں

سب سے پہلے اپنے Facebook اکاؤنٹ میں لاگ اِن کریں۔



Step 2: Pages سیکشن کھولیں

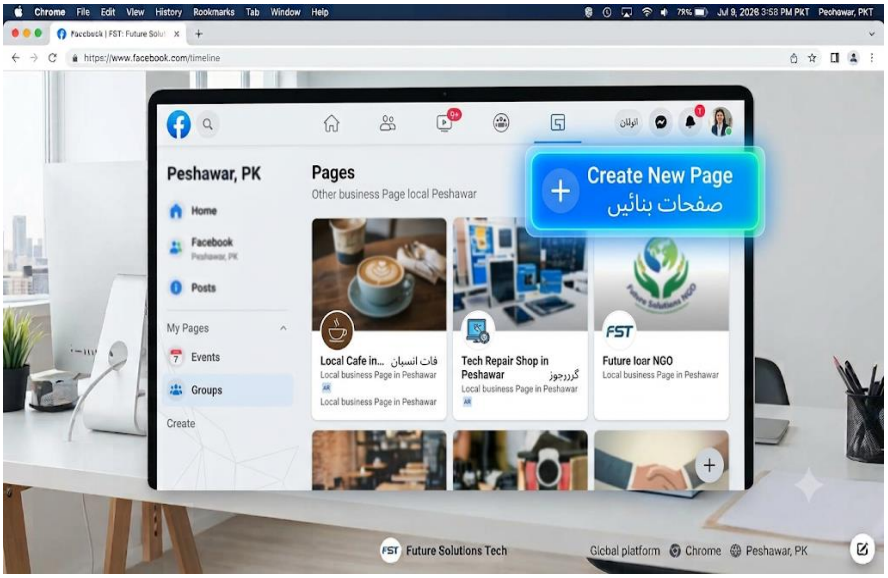
Facebook کے **Menu** میں جائیں اور **Pages** پر کلک کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788



Step 3: Create Page منتخب کریں

اب Create New Page کے بٹن پر کلک کریں۔



Step 4: معلومات درج کریں

اب اپنے Page کی بنیادی معلومات درج کریں، جیسے:

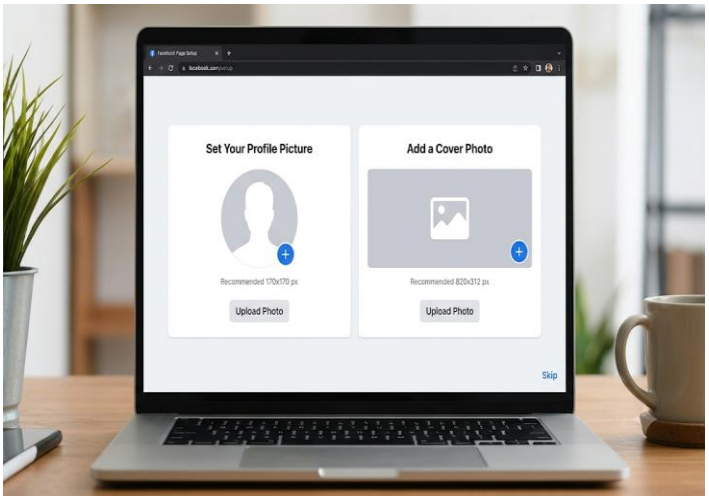
بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- Page Name(کاروبار کا نام)
- Category(مثلاً Business، Education وغیرہ)
- Description(کاروبار کا مختصر تعارف)
-

Step 5: تصاویر شامل کریں

اب اپنے Page کے لیے مناسب تصاویر منتخب کریں۔

- Profile Picture(لوگو)
- Cover Photo(برانڈ یا کاروبار کی تصویر)



Step 6: رابطے کی معلومات شامل کریں

اب اپنے کاروبار کی رابطے کی معلومات درج کریں، جیسے:

- فون نمبر
- ای میل ایڈریس
- ویب سائٹ (اگر موجود ہو)

Step 7: Page پبلش کریں

تمام معلومات مکمل کرنے کے بعد Publish Page کے بٹن پر کلک کریں۔ اس کے بعد آپ کا Facebook Page تیار ہو جائے گا اور لوگ اسے دیکھ سکیں گے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

Facebook Marketing کے طریقے

Facebook پر کامیاب مارکیٹنگ کے لیے ضروری ہے کہ آپ اپنے Page پر باقاعدگی سے سرگرم رہیں۔ روزانہ مفید اور دلچسپ پوسٹس شیئر کریں تاکہ لوگ آپ کے کاروبار سے جڑے رہیں۔ اس کے ساتھ مختصر ویڈیوز اور Reels بھی شائع کریں، کیونکہ ویڈیو مواد لوگوں کی زیادہ توجہ حاصل کرتا ہے اور جلد زیادہ افراد تک پہنچ جاتا ہے۔

اپنے کاروبار سے متعلق Facebook Groups میں بھی مفید معلومات شیئر کریں۔ اس سے آپ کے کاروبار کی پہچان بڑھتی ہے اور نئے لوگوں تک رسائی حاصل ہوتی ہے۔ اگر آپ کم وقت میں زیادہ لوگوں تک پہنچنا چاہتے ہیں تو Facebook Ads کا استعمال کریں، کیونکہ اس کے ذریعے آپ اپنے اشتہارات ان لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں جو واقعی آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہیں۔

Facebook Ads کے فوائد

Facebook Ads کاروبار کی ترقی کا ایک مؤثر ذریعہ ہیں۔ ان کی مدد سے آپ اپنے اشتہارات مخصوص لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں، جس سے غیر ضروری اخراجات کم ہوتے ہیں اور بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔ کم بجٹ میں بھی زیادہ لوگوں تک رسائی ممکن ہوتی ہے، فروخت میں اضافہ ہوتا ہے اور نئے گاہک حاصل کیے جا سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ Facebook Ads برانڈ کی پہچان مضبوط بنانے اور کاروبار کو تیزی سے ترقی دینے میں بھی اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

4۔ TikTok مارکیٹنگ

TikTok مارکیٹنگ

TikTok ایک مشہور سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے، جہاں مختصر ویڈیوز کے ذریعے بہت کم وقت میں لاکھوں لوگوں تک پہنچا جا سکتا ہے۔ آج کل بہت سے کاروبار اپنی مصنوعات اور خدمات کی تشہیر کے لیے TikTok کا استعمال کر رہے ہیں، کیونکہ یہاں اچھی ویڈیو تیزی سے لوگوں تک پہنچ سکتی ہے۔

TikTok Marketing کیا ہے؟

TikTok پر مختصر، دلچسپ اور معلوماتی ویڈیوز کے ذریعے اپنے برانڈ، پروڈکٹ یا سروس کو لوگوں تک پہنچانے کو **TikTok Marketing** کہا جاتا ہے۔ اگر ویڈیو معیاری اور دلچسپ ہو تو وہ کم وقت میں ہزاروں بلکہ لاکھوں لوگوں تک پہنچ سکتی ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

TikTok Marketing کے طریقے

TikTokپر کامیاب مارکیٹنگ کے لیے باقاعدگی سے معیاری ویڈیوز شیئر کریں۔ ویڈیوز مختصر، دلچسپ اور دیکھنے والوں کے لیے فائدہ مند ہونی چاہئیں۔ مقبول اور ٹرینڈنگ آڈیوز کا مناسب استعمال کریں تاکہ ویڈیوز زیادہ لوگوں تک پہنچ سکیں۔ اسی طرح متعلقہ Hashtagsاستعمال کریں، کیونکہ یہ ویڈیوز کو صحیح لوگوں تک پہنچانے میں مدد دیتے ہیں۔ اگر آپ اپنے کاروبار کی تیزی سے تشہیر کرنا چاہتے ہیں تو TikTok Ads بھی استعمال کر سکتے ہیں، جن کے ذریعے مخصوص لوگوں تک آسانی سے رسائی حاصل کی جاسکتی ہے۔

TikTok Marketing کے فوائد

TikTokمارکیٹنگ کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ اچھی ویڈیو کے وائرل ہونے کے امکانات زیادہ ہوتے ہیں۔ اس کے ذریعے کم وقت میں بہت زیادہ لوگوں تک رسائی حاصل کی جاسکتی ہے۔ نوجوانوں کی بڑی تعداد TikTok استعمال کرتی ہے، اس لیے اگر آپ کا کاروبار نوجوانوں سے متعلق ہے تو یہ پلیٹ فارم بہت مفید ثابت ہو سکتا ہے۔ اس کے علاوہ کم بجٹ میں بھی مؤثر تشہیر کی جاسکتی ہے، جس سے کاروبار کی پہچان بڑھتی ہے اور نئے گاہک حاصل کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔

5۔ LinkedIn مارکیٹنگ

LinkedInمارکیٹنگ

LinkedInایک پروفیشنل سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے، جہاں مختلف شعبوں سے تعلق رکھنے والے کاروباری افراد، ملازمین، فری لانسرز اور ماہرین ایک دوسرے سے رابطہ کرتے ہیں۔ اگر آپ اپنی مہارت، خدمات یا کاروبار کو پیشہ ورانہ انداز میں لوگوں کے سامنے لانا چاہتے ہیں تو LinkedIn ایک بہترین پلیٹ فارم ہے۔

LinkedIn Marketing کیا ہے؟

LinkedInپر اپنی مہارت، تجربے، خدمات یا کاروبار کو پیشہ ورانہ انداز میں لوگوں کے سامنے پیش کرنا LinkedIn Marketing کہلاتا ہے۔ اس کے ذریعے آپ نئے کلائنٹس، کاروباری شراکت دار اور ملازمت کے مواقع بھی حاصل کر سکتے ہیں۔

LinkedIn Marketing کے طریقے

LinkedInپر سب سے پہلے اپنی مکمل اور پروفیشنل پروفائل بنائیں، جس میں اپنی تصویر، تعارف، تعلیم، تجربہ اور مہارتیں واضح طور پر درج کریں۔ اس کے بعد اپنے شعبے سے متعلق مفید اور معلوماتی پوسٹس باقاعدگی سے شیئر کریں تاکہ لوگ

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

آپ کی صلاحیتوں سے واقف ہوں۔ دوسرے پروفیشنلز سے رابطہ قائم کریں، ان کی پوسٹس پر مثبت رائے دیں اور اپنے نیٹ ورک کو بڑھائیں۔ اگر آپ اپنی خدمات یا کاروبار کو زیادہ لوگوں تک پہنچانا چاہتے ہیں تو LinkedIn Ads کا بھی استعمال کر سکتے ہیں۔

LinkedIn Marketing کے فوائد

LinkedIn کے ذریعے آپ کو پیشہ ورانہ کلائنٹس اور کاروباری مواقع حاصل ہو سکتے ہیں۔ یہ پلیٹ فارم فری لانسرز کے لیے بھی بہت مفید ہے، کیونکہ یہاں سے نئے کلائنٹس ملنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ کاروباری تعلقات مضبوط ہوتے ہیں، نئی شراکت داریاں قائم ہوتی ہیں اور لوگوں کا آپ پر اعتماد بھی بڑھتا ہے، جس سے آپ کی پیشہ ورانہ پہچان مزید مضبوط ہوتی ہے۔

7۔ بغیر پیسے کے ترقی

Organic Growth سے مراد یہ ہے کہ بغیر اشتہارات پر پیسے خرچ کیے اپنے سوشل میڈیا پیج، کاروبار یا برانڈ کو زیادہ سے زیادہ لوگوں تک پہنچایا جائے۔ اس میں کامیابی مسلسل محنت، معیاری مواد اور لوگوں سے اچھے رابطے کے ذریعے حاصل ہوتی ہے۔

Organic Growth کے طریقے

بغیر پیسے کے ترقی حاصل کرنے کے لیے سب سے پہلے ایسا معیاری اور مفید مواد تیار کریں جو لوگوں کے مسائل حل کرے یا انہیں نئی معلومات فراہم کرے۔ اس کے بعد باقاعدگی سے پوسٹس کریں تاکہ آپ کے فالوورز ہمیشہ آپ سے جڑے رہیں۔

اپنی پوسٹس میں مناسب **Hashtags** استعمال کریں تاکہ زیادہ لوگ انہیں دیکھ سکیں۔ اس کے ساتھ لوگوں کے کمنٹس اور پیغامات کا بروقت جواب دیں اور ان سے خوش اخلاقی کے ساتھ گفتگو کریں۔ مختصر ویڈیوز، جیسے **Reels** اور **Shorts** بھی باقاعدگی سے شیئر کریں، کیونکہ یہ زیادہ لوگوں تک جلد پہنچتی ہیں۔ اسی طرح وقت کے مطابق مقبول موضوعات (Trending Topics) پر مفید مواد تیار کریں تاکہ آپ کی پوسٹس کی رسائی مزید بڑھ سکے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Organic Growth کے فوائد

Organic Growth کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ اس میں اشتہارات پر خرچ نہیں کرنا پڑتا۔ اس طریقے سے حقیقی اور دلچسپی رکھنے والے فالوورز حاصل ہوتے ہیں، جو آپ کے کام کو پسند کرتے ہیں۔ اس کے نتائج زیادہ دیر تک برقرار رہتے ہیں اور لوگوں کا آپ کے برانڈ پر اعتماد بھی بڑھتا ہے، جس سے کاروبار کو مستقل فائدہ حاصل ہوتا ہے۔

عملی مشق (Practical Exercises)۔

اس باب کو مکمل سمجھنے کے لیے درج ذیل مشقیں کریں:

مشق 1

اپنا ایک Facebook بنائیں اور مکمل پروفائل تیار کریں۔

مشق 2

ایک پوسٹ کے لیے Hashtags منتخب کریں اور دیکھیں کون سے زیادہ reach دیتے ہیں۔

مشق 3

ایک ہفتے کا Content Calendar تیار کریں۔

مشق 4

اپنے کسی بھی سوشل میڈیا اکاؤنٹ پر 5 پوسٹس کریں اور ان کا Engagement نوٹ کریں۔

مشق 5

ایک چھوٹی ویڈیو (Reel یا Short) بنائیں اور اس کے Views اور Likes کا تجزیہ کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب 4: کانٹینٹ مارکیٹنگ اور کاپی رائٹنگ

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ Content Marketing کیا ہے؟

Content Marketing سے مراد ایسا مفید، معلوماتی اور دلچسپ مواد تیار کرنا ہے جو لوگوں کو نئی معلومات دے، ان کے مسائل کا حل پیش کرے اور ان کا اعتماد حاصل کرے۔ جب لوگ آپ کے مواد سے فائدہ اٹھاتے ہیں تو وہ آپ کے برانڈ یا کاروبار پر زیادہ اعتماد کرتے ہیں اور مستقبل میں آپ کی مصنوعات یا خدمات لینے میں دلچسپی دکھاتے ہیں۔

یہ مواد مختلف صورتوں میں پیش کیا جا سکتا ہے، جیسے بلاگز، ویڈیوز، سوشل میڈیا پوسٹس، ای بکس اور معلوماتی مضامین۔

Content Marketing کا مقصد

Content Marketing کا بنیادی مقصد لوگوں کو مفید معلومات فراہم کرنا، ان کا اعتماد حاصل کرنا، اپنے برانڈ کی پہچان مضبوط بنانا اور بالآخر کاروبار کی فروخت میں اضافہ کرنا ہے۔

مثال

فرض کریں آپ **ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا کورس** فروخت کرتے ہیں۔ اگر آپ سوشل میڈیا پر مفت ٹپس، رہنمائی اور معلوماتی ویڈیوز شیئر کرتے ہیں تو لوگ آپ کی مہارت کو پہچانتے ہیں اور آپ پر اعتماد کرنے لگتے ہیں۔ یہی Content Marketing ہے۔

2۔ اچھا Content کیسے لکھیں؟

اچھا Content وہ ہوتا ہے جو پڑھنے والے کی توجہ حاصل کرے، اسے آخر تک پڑھنے پر آمادہ کرے اور اس کے کسی مسئلے کا آسان حل پیش کرے۔ ایسا مواد نہ صرف معلومات فراہم کرتا ہے بلکہ لوگوں کے دل میں آپ کے لیے اعتماد بھی پیدا کرتا ہے۔

اچھا Content لکھنے کے اصول

اچھا Content لکھتے وقت ہمیشہ آسان اور عام فہم زبان استعمال کریں تاکہ ہر شخص اسے باآسانی سمجھ سکے۔

کوشش کریں کہ آپ کا مواد لوگوں کے کسی نہ کسی مسئلے کا حل پیش کرے، کیونکہ مفید معلومات ہی لوگوں کو زیادہ پسند آتی ہیں۔

اپنے مضمون کو ترتیب سے لکھیں۔ مناسب عنوانات، چھوٹے پیراگراف اور ضروری نکات استعمال کریں تاکہ پڑھنے والے کو سمجھنے میں آسانی ہو۔ تحریر کا انداز ایسا رکھیں جو دلچسپ اور دل کو چھو لینے والا ہو، کیونکہ اچھی تحریر لوگوں کی توجہ زیادہ دیر تک قائم رکھتی ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

آخر میں، جہاں مناسب ہو وہاں حقیقی مثالیں ضرور دیں۔ مثالوں سے بات آسانی سے سمجھ آ جاتی ہے اور پڑھنے والا موضوع کو بہتر انداز میں یاد رکھتا ہے۔

Blog Writing۔3

بلاگ لکھنا سے مراد کسی موضوع پر تفصیلی، مفید اور معلوماتی مضمون لکھنا ہے، جو ویب سائٹ پر شائع کیا جاتا ہے۔ بلاگ کا مقصد لوگوں کو درست معلومات فراہم کرنا، ان کے سوالات کے جواب دینا اور کسی موضوع کو آسان انداز میں سمجھانا ہوتا ہے۔

بلاگ لکھنے کے اصول

ایک اچھے بلاگ کی شروعات ایسے عنوان سے ہونی چاہیے جو پڑھنے والے کی توجہ حاصل کرے اور اسے مضمون پڑھنے پر آمادہ کرے۔ اس کے بعد مختصر تعارف لکھیں تاکہ قاری کو موضوع کا اندازہ ہو جائے۔

مضمون کو مختلف عنوانات اور ذیلی عنوانات میں تقسیم کریں تاکہ پڑھنے میں آسانی ہو۔ ہر عنوان کے تحت مفید، درست اور آسان زبان میں معلومات فراہم کریں۔ غیر ضروری باتوں سے گریز کریں اور صرف وہی معلومات شامل کریں جو قاری کے لیے فائدہ مند ہوں۔ آخر میں مضمون کا مختصر نتیجہ لکھیں تاکہ اہم باتیں دوبارہ ذہن نشین ہو جائیں۔

Blog Writing کے فوائد

باقاعدگی سے اچھے بلاگز لکھنے سے ویب سائٹ کی اہمیت بڑھتی ہے اور وہ گوگل پر بہتر نظر آنے لگتی ہے۔ اس کے نتیجے میں ویب سائٹ پر آنے والے لوگوں کی تعداد میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ مفید معلومات فراہم کرنے سے لوگوں کا آپ کے برانڈ پر اعتماد بھی بڑھتا ہے، جس سے مستقبل میں کاروبار کو فائدہ پہنچتا ہے۔

4۔ سوشل میڈیا پوسٹس

سوشل میڈیا پوسٹس سے مراد مختصر، دلچسپ اور مؤثر مواد ہے جو فیس بک، انسٹاگرام، لنکڈ اِن، ٹک ٹاک اور دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر شیئر کیا جاتا ہے۔ ایک اچھی پوسٹ لوگوں کی توجہ حاصل کرتی ہے، انہیں معلومات فراہم کرتی ہے اور کسی نہ کسی عمل کی ترغیب دیتی ہے۔

اچھی سوشل میڈیا پوسٹ کی خصوصیات

اچھی سوشل میڈیا پوسٹ ہمیشہ مختصر اور آسان الفاظ میں لکھی جاتی ہے تاکہ ہر شخص اسے باآسانی سمجھ سکے۔ پوسٹ کی ابتدا ایسی ہونی چاہیے جو پڑھنے والے کی توجہ فوراً اپنی طرف کھینچ لے۔ اگر پوسٹ کے ساتھ مناسب تصویر یا ویڈیو شامل کی جائے تو اس کا اثر مزید بڑھ جاتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

پوسٹ کے آخر میں لوگوں کو کوئی واضح ہدایت ضرور دیں، جیسے **"ابھی رابطہ کریں"**، **"مزید معلومات حاصل کریں "** یا **"آج ہی آرڈر کریں"**۔اس سے لوگوں کے جواب دینے یا خریداری کرنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

5۔ای میل کے لیے مؤثر مواد

ای میل مارکیٹنگ میں گاہکوں کو ای میل کے ذریعے معلومات، نئی آفرز، رعایتیں یا اہم اعلانات بھیجے جاتے ہیں۔اگر ای میل آسان، مختصر اور دلچسپ ہو تو لوگ اسے پڑھتے ہیں اور اس پر عمل کرنے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں۔

اچھی ای میل لکھنے کے اصول

ایک اچھی ای میل کی شروعات ایسے عنوان (Subject) سے کریں جو پڑھنے والے کی توجہ حاصل کرے۔اس کے بعد مختصر اور واضح انداز میں اپنا پیغام لکھیں تاکہ قاری آسانی سے بات سمجھ سکے۔ای میل میں یہ ضرور بتائیں کہ آپ کی پیشکش یا معلومات سے پڑھنے والے کو کیا فائدہ ہوگا۔آخر میں اسے کوئی واضح ہدایت دیں، جیسے **"آج ہی رجسٹریشن کریں"**، **"مزید معلومات حاصل کریں "** یا **"ابھی رابطہ کریں"**۔

مثال

عنوان :آپ کے لیے ایک خاص آفر!

السلام علیکم!

ہم آپ کے لیے ایک نیا **ڈیجیٹل مارکیٹنگ کورس** لے کر آئے ہیں، جس میں آپ آسان اردو میں آن لائن کمائی کے جدید طریقے سیکھ سکتے ہیں۔

آج ہی رجسٹریشن کریں اور اپنی کامیابی کا سفر شروع کریں۔

6۔ عملی مشق

مشق 1

ایک سادہ Content لکھیں: "ڈیجیٹل مارکیٹنگ کیا ہے؟"

مشق 3

ایک مختصر Blog تیار کریں(300–500الفاظ)۔

مشق 4

ایک Social Media Post لکھیں جس میں کوئی کورس یا پروڈکٹ promote کیا گیا ہو۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب 5: سرچ انجن آپٹیمائزیشن (SEO)

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

1۔ SEO کیا ہے؟

SEOکا مطلب ہے Search Engine Optimization یعنی ویب سائٹ یا ویب پیج کو اس طرح بہتر بنانا کہ وہ گوگل یا دوسرے سرچ انجنز میں اوپر نظر آئے۔

جب کوئی شخص گوگل پر کچھ تلاش کرتا ہے، تو جو ویب سائٹس پہلے نمبر پر آتی ہیں، ان پر زیادہ لوگ جاتے ہیں۔

SEOکا مقصد یہی ہوتا ہے کہ آپ کی ویب سائٹ بھی ان میں شامل ہو۔

سادہ تعریف

SEOوہ عمل ہے جس کے ذریعے ویب سائٹ کو گوگل کے پہلے صفحے پر لایا جاتا ہے تاکہ زیادہ ٹریفک حاصل ہو۔

SEOکیوں ضروری ہے؟

- مفت ٹریفک حاصل ہوتی ہے
- زیادہ لوگوں تک رسائی ملتی ہے
- برانڈ کی پہچان بڑھتی ہے
- سیلز اور آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے

مثال

اگر آپ "Digital Marketing Course" لکھتے ہیں اور آپ کی ویب سائٹ پہلے نمبر پر آتی ہے، تو زیادہ لوگ آپ کے کورس کو دیکھیں گے اور خریدیں گے۔

2۔ سرچ انجن کیسے کام کرتے ہیں؟

سرچ انجن جیسے **Google** ایک ایسا نظام ہے جو انٹرنیٹ پر موجود کروڑوں ویب سائٹس میں سے مطلوبہ معلومات تلاش کر کے صارف کے سامنے پیش کرتا ہے۔ جب کوئی شخص گوگل میں کوئی لفظ یا سوال لکھتا ہے تو گوگل چند لمحوں میں اس سے متعلق بہترین ویب سائٹس دکھا دیتا ہے۔

سرچ انجن کے کام کرنے کے مراحل

سرچ انجن سب سے پہلے مختلف ویب سائٹس پر جا کر وہاں موجود معلومات کو دیکھتا اور جمع کرتا ہے۔ اس کے بعد وہ اس معلومات کو اپنے ڈیٹا بیس میں محفوظ کر لیتا ہے تاکہ ضرورت پڑنے پر اسے آسانی سے تلاش کیا جا سکے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

جب کوئی صارف گوگل میں کچھ تلاش کرتا ہے تو سرچ انجن محفوظ شدہ معلومات میں سے ایسی ویب سائٹس منتخب کرتا ہے جو اس موضوع سے زیادہ متعلقہ، مفید اور معیاری ہوں، پھر انہیں ترتیب وار نتائج میں دکھاتا ہے۔

گوگل کن باتوں پر توجہ دیتا ہے؟

گوگل ہمیشہ ایسی ویب سائٹس کو ترجیح دیتا ہے جن کا مواد مفید، درست اور معیاری ہو۔ اس کے علاوہ وہ یہ بھی دیکھتا ہے کہ ویب سائٹ میں متعلقہ Keywords مناسب انداز میں استعمال کیے گئے ہیں یا نہیں۔

گوگل ویب سائٹ کی رفتار (Speed) کو بھی اہمیت دیتا ہے، کیونکہ تیزی سے کھلنے والی ویب سائٹس صارف کے لیے بہتر ہوتی ہیں۔ اسی طرح اگر ویب سائٹ استعمال کرنے میں آسان ہو اور دوسرے معتبر ویب سائٹس بھی اس کا حوالہ دیں، تو اس کے گوگل میں بہتر مقام حاصل کرنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

3۔ کلیدی الفاظ کی تحقیق (Keyword Research)

Keyword Research سے مراد ایسے الفاظ یا جملوں کو تلاش کرنا ہے جو لوگ گوگل میں کسی معلومات، پروڈکٹ یا سروس کو ڈھونڈنے کے لیے لکھتے ہیں۔ ان الفاظ کو **کلیدی الفاظ** (Keywords) کہا جاتا ہے۔ اگر آپ اپنی ویب سائٹ یا مضمون میں صحیح Keywords استعمال کریں تو گوگل آپ کے مواد کو متعلقہ لوگوں تک پہنچانے میں آسانی محسوس کرتا ہے۔

مثال کے طور پر اگر آپ **ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا کورس** فروخت کر رہے ہیں تو لوگ گوگل میں Digital Marketing Course، Online Earning Course یا SEO Course in Urdu جیسے الفاظ تلاش کر سکتے ہیں۔ یہی الفاظ آپ کے Keywords ہیں۔

Keyword Research کیوں ضروری ہے؟

صحیح Keywords منتخب کرنے سے آپ کا مواد ان لوگوں تک پہنچتا ہے جو واقعی اس موضوع میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ اس سے ویب سائٹ پر آنے والے لوگوں کی تعداد بڑھتی ہے، گوگل میں بہتر مقام حاصل کرنے میں مدد ملتی ہے اور آپ کے کاروبار یا برانڈ کو زیادہ لوگوں تک پہنچنے کا موقع ملتا ہے۔

Keywords کی اقسام

1۔ Short Tail Keywords

- SEO
- Marketing

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Long Tail Keywords۔2

- SEO course in Urdu for beginners
- Best digital marketing course online

4۔ویب سائٹ کے اندر کی بہتری(On-Page SEO)

On-Page SEO سے مراد وہ تمام کام ہیں جو ویب سائٹ کے اندر کیے جاتے ہیں تاکہ گوگل آپ کے مواد کو آسانی سے سمجھ سکے اور اسے بہتر انداز میں لوگوں کے سامنے پیش کرے۔

On-Page SEO کے اہم عناصر

ویب سائٹ کے ہر صفحے کا عنوان واضح، مختصر اور موضوع سے متعلق ہونا چاہیے تاکہ گوگل اور صارف دونوں آسانی سے سمجھ سکیں کہ صفحہ کس بارے میں ہے۔

ہر صفحے کے لیے مختصر تعارف (Meta Description) بھی لکھیں، کیونکہ یہی عبارت اکثر گوگل کے نتائج میں نظر آتی ہے اور لوگوں کو ویب سائٹ کھولنے کی ترغیب دیتی ہے۔

اپنے مضمون کو مختلف عنوانات اور ذیلی عنوانات میں تقسیم کریں تاکہ مواد منظم رہے اور پڑھنے میں آسانی ہو۔

اپنے موضوع سے متعلق **Keywords** کو قدرتی انداز میں استعمال کریں۔ غیر ضروری طور پر ایک ہی لفظ کو بار بار لکھنے سے گریز کریں۔

اگر مضمون میں تصاویر شامل کریں تو ان کے بارے میں مختصر وضاحت بھی لکھیں، تاکہ گوگل تصویر کے موضوع کو بہتر انداز میں سمجھ سکے۔

اپنی ویب سائٹ کے دوسرے متعلقہ صفحات کے لنک بھی شامل کریں۔ اس سے صارفین کو مزید معلومات حاصل کرنے میں آسانی ہوتی ہے اور ویب سائٹ کی ترتیب بھی بہتر ہوتی ہے۔

اسی طرح ویب سائٹ کے صفحے کا لنک (URL) مختصر، واضح اور موضوع کے مطابق ہونا چاہیے تاکہ اسے پڑھنا اور یاد رکھنا آسان ہو۔

مثال

غلط:URL

page123.html

صحیح:URL

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

digital-marketing-course-urdu

5۔ویب سائٹ کے باہر کی بہتری(Off-Page SEO)

Off-Page SEOسے مراد وہ تمام اقدامات ہیں جو ویب سائٹ کے باہر کیے جاتے ہیں تاکہ گوگل میں اس کی ساکھ بہتر ہواوراس کی درجہ بندی میں اضافہ ہو۔

اس میں دوسری معتبر ویب سائٹس سے اپنی ویب سائٹ کا لنک حاصل کرنا، سوشل میڈیا پر اپنے مواد کو شیئر کرنا، مختلف آن لائن پلیٹ فارمز پر اپنے برانڈ کا تعارف کروانااور لوگوں کا اعتماد حاصل کرنا شامل ہے۔جب زیادہ لوگ آپ کی ویب سائٹ کا ذکر کرتے ہیں یااس کا لنک شیئر کرتے ہیں تو گوگل اسے ایک قابل اعتماد ویب سائٹ سمجھتا ہے، جس سے سرچ نتائج میں بہتر مقام حاصل کرنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

Off-Page SEOکے اہم طریقے

1۔Backlinks

جب دوسری ویب سائٹس آپ کی ویب سائٹ کو لنک کرتی ہیں۔

2۔Social Media Sharing

ویب سائٹ کا مواد سوشل میڈیا پر شیئر کرنا۔

3۔Guest Posting

دوسری ویب سائٹس پر آرٹیکلز لکھ کر لنک لینا۔

4۔Forum Participation

آن لائن فورمز میں حصہ لے کر لنکس حاصل کرنا۔

5۔Brand Mentions

دوسری ویب سائٹس پر آپ کے برانڈ کا ذکر ہونا۔

Backlinksکیوں اہم ہیں؟

گوگل سمجھتا ہے کہ اگر دوسری ویب سائٹس آپ کو recommend کر رہی ہیں تو آپ کا مواد قابل اعتماد ہے۔

On-Pageاور Off-Page SEO میں فرق

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

On-Page SEOویب سائٹ کے اندر کا مویب سائٹ کے باہر کام Off-Page SEO Content
optimizationاور promotion کنٹرول ہمارے پاس ہوتا ہے جزوی کنٹرول ہوتا ہے Backlinks

6۔بیک لنکس(Backlinks)

بیک لنکس (Backlinks) وہ لنکس ہوتے ہیں جو دوسری ویب سائٹس سے آپ کی ویب سائٹ کی طرف آتے ہیں۔آسان الفاظ میں، اگر کوئی دوسری ویب سائٹ اپنے مضمون یا صفحے میں آپ کی ویب سائٹ کا لنک شامل کرے تو اسے **بیک لنک** کہا جاتا ہے۔

بیک لنکس کیوں اہم ہیں؟

بیک لنکس گوگل کو یہ اشارہ دیتے ہیں کہ آپ کی ویب سائٹ قابلِ اعتماد اور مفید ہے۔اگر اچھی اور معتبر ویب سائٹس آپ کی ویب سائٹ کا حوالہ دیں تو گوگل آپ کی ویب سائٹ کو زیادہ اہمیت دیتا ہے۔اس سے ویب سائٹ کی درجہ بندی بہتر ہوتی ہے، زیادہ لوگ آپ کی ویب سائٹ تک پہنچتے ہیں اور اس کی ساکھ بھی مضبوط ہوتی ہے۔

بیک لنکس کی اقسام

بیک لنکس کی دو عام اقسام ہیں۔

DoFollow Backlinks وہ لنکس ہیں جو گوگل کو یہ بتاتے ہیں کہ دوسری ویب سائٹ آپ کی ویب سائٹ پر اعتماد کرتی ہے۔یہ لنکس ویب سائٹ کی درجہ بندی بہتر بنانے میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔

NoFollow Backlinks وہ لنکس ہیں جو گوگل کو براہِ راست درجہ بندی بڑھانے کا اشارہ نہیں دیتے، لیکن ان کے ذریعے لوگ آپ کی ویب سائٹ پر آ سکتے ہیں، جس سے ٹریفک میں اضافہ ہوتا ہے۔

بیک لنکس حاصل کرنے کے طریقے

اچھے بیک لنکس حاصل کرنے کے لیے ہمیشہ معیاری اور مفید مواد تیار کریں تاکہ دوسری ویب سائٹس خود آپ کے مضمون کا حوالہ دیں۔اس کے علاوہ دوسری ویب سائٹس کے لیے معلوماتی مضامین لکھنا، سوشل میڈیا پر اپنا مواد شیئر کرنا، معتبر آن لائن ڈائریکٹریز میں اپنی ویب سائٹ شامل کرنا اور متعلقہ فورمز میں مفید معلومات فراہم کرنا بھی فائدہ مند ثابت ہوتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

کن باتوں سے بچنا چاہیے؟

کبھی بھی پیسے دے کر غیر معیاری یا جعلی بیک لنکس نہ خریدیں اور نہ ہی ایسی ویب سائٹس سے لنکس حاصل کریں جن کی ساکھ اچھی نہ ہو۔ ایسے طریقے وقتی فائدہ تو دے سکتے ہیں، لیکن بعد میں گوگل آپ کی ویب سائٹ کی درجہ بندی کم کر سکتا ہے، جس سے کاروبار کو نقصان پہنچ سکتا ہے۔

7۔ مقامی SEO (Local SEO)

مقامی SEO سے مراد اپنے کاروبار کو کسی خاص شہر یا علاقے کے لوگوں تک پہنچانا ہے۔ اگر کسی شخص کو اپنے قریب کوئی دکان، ادارہ یا سروس چاہیے اور وہ گوگل پر تلاش کرے، تو مقامی SEO کی مدد سے آپ کا کاروبار اس کے سامنے آ سکتا ہے۔

مثال کے طور پر اگر آپ کا کاروبار لاہور میں ہے اور کوئی گوگل پر **"Digital Marketing Course in Lahore"** یا **"Digital Marketing Course Near Me"** تلاش کرے، تو اچھی Local SEO کی وجہ سے آپ کا کاروبار تلاش کے نتائج میں نمایاں ہو سکتا ہے۔

Local SEO کیوں ضروری ہے؟

Local SEO کی مدد سے آپ اپنے علاقے کے گاہکوں تک آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ یہ خاص طور پر ان کاروباروں کے لیے بہت فائدہ مند ہے جن کی دکان، دفتر یا ادارہ کسی مخصوص شہر میں موجود ہو۔ مقامی سطح پر مقابلہ بھی نسبتاً کم ہوتا ہے، اس لیے اچھے نتائج حاصل کرنے کے امکانات زیادہ ہوتے ہیں۔

Local SEO کے اہم عناصر

Local SEO کو بہتر بنانے کے لیے سب سے پہلے اپنے کاروبار کو **Google Business Profile** پر رجسٹر کریں تاکہ لوگ گوگل سرچ اور گوگل میپس پر آپ کو آسانی سے تلاش کر سکیں۔

اپنے شہر یا علاقے کا نام اپنے مواد میں مناسب جگہ استعمال کریں، جیسے **"SEO Course in Karachi"** یا **"Digital Marketing Course in Peshawar"**۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

اپنے گاہکوں سے مثبت ریویوز حاصل کرنے کی کوشش کریں، کیونکہ زیادہ اچھے ریویوز گوگل میں آپ کے کاروبار کی اہمیت بڑھاتے ہیں۔اس کے ساتھ یہ بھی ضروری ہے کہ آپ کے کاروبار کا **نام، پتہ اور فون نمبر** ہر جگہ ایک ہی انداز میں درج ہو تاکہ کسی قسم کی الجھن پیدا نہ ہو۔

8۔ SEO Tools کا استعمال

SEO کو بہتر بنانے اور ویب سائٹ کی کارکردگی جانچنے کے لیے مختلف ٹولز استعمال کیے جاتے ہیں۔ یہ ٹولز آپ کو بتاتے ہیں کہ آپ کی ویب سائٹ کتنی اچھی کارکردگی دکھا رہی ہے، لوگ اسے کیسے تلاش کر رہے ہیں اور کن چیزوں میں مزید بہتری کی ضرورت ہے۔

اہم SEO Tools

Google Search Console ویب سائٹ کی کارکردگی، سرچ کے نتائج اور ممکنہ مسائل جاننے میں مدد دیتا ہے۔

Google Analytics یہ بتاتا ہے کہ کتنے لوگ آپ کی ویب سائٹ پر آئے، وہ کہاں سے آئے اور ویب سائٹ پر کتنا وقت گزارا۔

Google Keyword Planner ایسے الفاظ تلاش کرنے میں مدد کرتا ہے جنہیں لوگ گوگل پر زیادہ تلاش کرتے ہیں۔

Ahrefs بیک لنکس، Keywords اور ویب سائٹ کی مجموعی کارکردگی کا تجزیہ کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔

Ubersuggest نئے Keywords تلاش کرنے، مواد کے موضوعات منتخب کرنے اور SEO بہتر بنانے میں مدد دیتا ہے۔

Screaming Frog ویب سائٹ کی تکنیکی خامیوں کو تلاش کرنے اور انہیں درست کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

SEO Tools کیوں ضروری ہیں؟

SEO Tools کی مدد سے درست معلومات حاصل ہوتی ہیں، جس کی بنیاد پر بہتر فیصلے کیے جا سکتے ہیں۔ یہ وقت کی بچت کرتے ہیں، ویب سائٹ کی کمزوریاں سامنے لاتے ہیں اور SEO کی بہتر حکمتِ عملی بنانے میں مدد دیتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ کامیاب ویب سائٹس اپنی کارکردگی بہتر بنانے کے لیے ان ٹولز سے فائدہ اٹھاتی ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب6: پیڈ ایڈورٹائزنگ

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔پیڈایڈز (Paid Ads) کیاہیں؟

پیڈایڈز (Paid Ads) ایسے اشتہارات ہوتے ہیں جن کے ذریعے آپ اپنی مصنوعات یاخدمات کو زیادہ لوگوں تک پہنچانے کے لیے سوشل میڈیا یادیگر آن لائن پلیٹ فارمز کو پیسے ادا کرتے ہیں۔اس کے بعد وہ پلیٹ فارم آپ کا اشتہار ان لوگوں کو دکھاتاہے جو آپ کے کاروبار میں دلچسپی رکھنے کا امکان رکھتے ہیں۔

مثال کے طور پر اگر آپFacebook ، Instagram یا Google پر اپنے کاروبار کا اشتہار چلاتے ہیں اور اس کے لیے رقم ادا کرتے ہیں،تو اسے **Paid Ads** کہا جاتاہے۔

غیر اداشدہ مارکیٹنگ(Organic Marketing)

Organic Marketing سے مراد بغیر پیسے خرچ کیے اپنے کاروبار کی تشہیر کرنا ہے۔اس میں آپ مفید پوسٹس،ویڈیوز،تصاویر اور معلوماتی مواد شیئر کرتے ہیں تاکہ لوگ قدرتی طور پر آپ کے برانڈ تک پہنچیں اور آپ کو فالو کریں۔

Paid Adsکیوں ضروری ہیں؟

اگر آپ کم وقت میں زیادہ لوگوں تک پہنچنا چاہتے ہیں تو Paid Ads ایک مؤثر ذریعہ ہیں۔ان کی مدد سے آپ اپنے اشتہارات صرف ان لوگوں کو دکھا سکتے ہیں جو آپ کی مصنوعات یاخدمات میں دلچسپی رکھتے ہوں۔اس سے نئے گاہک حاصل کرنا آسان ہو جاتاہے،فروخت میں اضافہ ہوتاہے اور کاروبار کی ترقی کی رفتار بھی تیز ہو جاتی ہے۔یہی وجہ ہے کہ آج دنیا بھر کے چھوٹے اور بڑے کاروبار اپنی تشہیر کے لیے Paid Ads کا استعمال کرتے ہیں۔

2۔میٹاایڈز مینیجر (Meta Ads Manager) کاتعارف

Meta Ads Manager ایک آن لائن ٹول ہے جس کی مدد سے **Facebook** اور **Instagram** پر اشتہارات بنائے،چلائے اور ان کی کارکردگی دیکھی جاتی ہے۔اگر آپ اپنے کاروبار،پروڈکٹ یاسروس کی تشہیر کرنا چاہتے ہیں تو یہی وہ پلیٹ فارم ہے جہاں سے تمام اشتہارات کا انتظام کیا جاتاہے۔

اشتہارات مینیجر (Ads Manager) کیاہے؟

Ads Manager ایک ایسا نظام ہے جو آپ کو اپنے تمام اشتہارات ایک ہی جگہ سے کنٹرول کرنے کی سہولت دیتاہے۔اس کے ذریعے آپ نیا اشتہار بنا سکتے ہیں،پہلے سے موجود اشتہارات میں تبدیلی کر سکتے ہیں اور ان کے نتائج بھی دیکھ سکتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یافرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

Meta Ads Managerمیں کیا کیا جاسکتا ہے؟

Meta Ads Managerکے ذریعے آپ آسانی سے نئے اشتہارات تیار کر سکتے ہیں، اپنے ہدفی گاہک (Audience)کا انتخاب کر سکتے ہیں، اشتہار کا بجٹ مقرر کر سکتے ہیں اور اپنی مہم (Campaign) شروع کر سکتے ہیں۔ اشتہار چلنے کے بعد آپ یہ بھی دیکھ سکتے ہیں کہ کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا، کتنے لوگوں نے اس پر کلک کیا اور اس سے کیا نتائج حاصل ہوئے۔

Meta Ads Managerکیوں ضروری ہے؟

Meta Ads Managerآپ کو اپنے اشتہارات پر مکمل کنٹرول فراہم کرتا ہے۔ اس کی مدد سے آپ اپنے اشتہارات صحیح لوگوں تک پہنچا سکتے ہیں، اپنے بجٹ پر نظر رکھ سکتے ہیں اور اشتہار کی کارکردگی کا جائزہ لے سکتے ہیں۔ اس طرح آپ بہتر منصوبہ بندی کر کے کم خرچ میں زیادہ لوگوں تک پہنچ سکتے ہیں، جس سے کاروبار کی فروخت اور ترقی کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں۔

3۔ کیمپین اسٹرکچر - Campaign Structure) اشتہاری مہم کا نظام(

Campaign Structureسے مراد وہ طریقہ ہے جس کے تحت Meta Ads Manager میں اشتہارات کو منظم کیا جاتا ہے۔ اس نظام کی مدد سے آپ اپنے اشتہار کا مقصد طے کرتے ہیں، ہدفی گاہک منتخب کرتے ہیں اور آخر میں اشتہار تیار کر کے چلاتے ہیں۔ Campaign Structure تین حصوں پر مشتمل ہوتا ہے**Campaign**: ، **Ad Set**اور**Ad** ۔

1۔ کیمپین(Campaign)

Campaignاشتہار کا پہلا مرحلہ ہوتا ہے۔ اس مرحلے میں آپ یہ فیصلہ کرتے ہیں کہ آپ اشتہار کیوں چلا رہے ہیں اور اس کا مقصد کیا ہے۔ اسے **Campaign Objective**کہا جاتا ہے۔

عام طور پر درج ذیل مقاصد منتخب کیے جاتے ہیں:

- **Awareness:** زیادہ سے زیادہ لوگوں تک اپنے برانڈ کی پہچان پہنچانا۔
- **Traffic:** لوگوں کو اپنی ویب سائٹ یا لینڈنگ پیج پر لانا۔
- **Leads:** ممکنہ گاہکوں کی معلومات حاصل کرنا۔
- **Sales:** اپنی مصنوعات یا خدمات کی فروخت میں اضافہ کرنا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

صحیح مقصد منتخب کرنے سے Facebook آپ کے اشتہار کو اسی مقصد کے مطابق بہتر طریقے سے لوگوں تک پہنچاتا ہے۔

2۔ایڈ سیٹ(Ad Set)

Ad Set اشتہار کا دوسرا مرحلہ ہوتا ہے۔ یہاں آپ یہ طے کرتے ہیں کہ آپ کا اشتہار کن لوگوں کو دکھایا جائے، کتنے بجٹ میں چلے اور کہاں دکھائی دے۔

اس مرحلے میں آپ درج ذیل چیزیں منتخب کرتے ہیں:

- **عمر (Age):** آپ کن عمر کے لوگوں کو اشتہار دکھانا چاہتے ہیں۔
- **جنس (Gender):** صرف مرد، صرف خواتین یا دونوں۔
- **مقام (Location):** وہ شہر، صوبہ یا ملک جہاں آپ کا اشتہار دکھایا جائے۔
- **دلچسپیاں (Interests):** ان لوگوں کی دلچسپیاں جن تک آپ اشتہار پہنچانا چاہتے ہیں، جیسے Digital Marketing، Online Shopping یا Freelancing۔
- **بجٹ (Budget):** روزانہ یا پورے اشتہار پر خرچ ہونے والی رقم۔
- **پلیسمنٹ (Placements):** اشتہار کہاں دکھایا جائے، جیسے Facebook، Instagram، Messenger یا Audience Network۔

اگر ہدفی گاہک درست منتخب کیے جائیں تو اشتہار بہتر نتائج دیتا ہے اور کم خرچ میں زیادہ فائدہ حاصل ہوتا ہے۔

3۔ایڈ(Ad)

Ad Campaign Structure کا آخری حصہ ہے۔ اسی مرحلے میں اصل اشتہار تیار کیا جاتا ہے۔ یہاں آپ تصویر یا ویڈیو منتخب کرتے ہیں، اشتہار کا متن لکھتے ہیں، عنوان شامل کرتے ہیں اور آخر میں ایسا بٹن منتخب کرتے ہیں جو لوگوں کو کسی عمل کی ترغیب دے، جیسے Learn More، Shop Now یا Send Message۔

اچھی تصویر، واضح پیغام اور مناسب بٹن والا اشتہار زیادہ لوگوں کی توجہ حاصل کرتا ہے اور بہتر نتائج دیتا ہے۔

4۔ Facebook Ads چلانے کا مکمل طریقہ (Step-by-Step)

Facebook Ads چلانے کے لیے درج ذیل مراحل پر عمل کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ فیس بک ایڈز اکاؤنٹ بنانا

فیس بک ایڈز اکاؤنٹ کیا ہے؟

فیس بک ایڈز اکاؤنٹ (Facebook Ads Account) وہ اکاؤنٹ ہوتا ہے جس کے ذریعے آپ فیس بک اور انسٹا گرام پر اشتہارات چلاتے ہیں۔ اسی اکاؤنٹ میں آپ اشتہارات بناتے ہیں، بجٹ مقرر کرتے ہیں، ادائیگی کا طریقہ شامل کرتے ہیں اور اشتہار کی کارکردگی دیکھتے ہیں۔

فیس بک ایڈز اکاؤنٹ کیوں ضروری ہے؟

اگر آپ اپنے کاروبار، مصنوعات یا خدمات کی تشہیر کرنا چاہتے ہیں تو فیس بک ایڈز اکاؤنٹ لازمی ہوتا ہے۔ اس کے ذریعے آپ اپنے مطلوبہ علاقے، عمر، دلچسپی اور دیگر خصوصیات کے مطابق لوگوں تک اپنے اشتہارات پہنچا سکتے ہیں۔

فیس بک ایڈز اکاؤنٹ بنانے کے مراحل

- اپنے Facebook اکاؤنٹ میں لاگ اِن کریں۔
- Meta Business Suite یا Ads Manager کھولیں۔
- نیا Ads Account بنائیں۔
- اکاؤنٹ کا نام درج کریں۔
- اپنی کرنسی (Currency) منتخب کریں۔
- اپنا ٹائم زون (Time Zone) منتخب کریں۔
- تمام معلومات محفوظ (Save) کریں۔

اکاؤنٹ بننے کے بعد آپ اس میں ادائیگی کا طریقہ شامل کر کے اشتہارات چلانا شروع کر سکتے ہیں۔

یاد رکھنے کی باتیں

- ہمیشہ اپنا ذاتی اور اصلی Facebook اکاؤنٹ استعمال کریں۔
- درست نام اور معلومات درج کریں۔
- اکاؤنٹ کی حفاظت کے لیے مضبوط پاس ورڈ اور Two-Factor Authentication استعمال کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

2۔ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ بنانا(SadaPay/NayaPay)

ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ کیا ہوتا ہے؟

ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ ایسا اکاؤنٹ ہوتا ہے جسے آپ اپنے موبائل فون کے ذریعے کھول اور استعمال کر سکتے ہیں۔اس کے لیے بینک کی شاخ میں جانے کی ضرورت نہیں ہوتی۔پاکستان میں SadaPay اور NayaPay اس مقصد کے لیے مقبول سروسز ہیں۔

ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ کیوں ضروری ہے؟

اگر آپ فیس بک ایڈز چلانا چاہتے ہیں تو آپ کو ایک ایسا بینک اکاؤنٹ درکار ہو گا جس سے آن لائن ادائیگی کی جا سکے۔اسی اکاؤنٹ کے ذریعے آپ اپنے کارڈ میں رقم شامل کرتے ہیں اور فیس بک کی ادائیگی کرتے ہیں۔

اکاؤنٹ بنانے کا طریقہ

- اپنے موبائل میں متعلقہ ایپ انسٹال کریں۔
- اپنا موبائل نمبر رجسٹر کریں۔
- قومی شناختی کارڈ کی معلومات درج کریں۔
- شناخت کی تصدیق (Verification) مکمل کریں۔
- اکاؤنٹ منظور ہونے کا انتظار کریں۔

منظوری کے بعد آپ کا ڈیجیٹل اکاؤنٹ استعمال کے لیے تیار ہو جاتا ہے۔

فوائد

- گھر بیٹھے اکاؤنٹ کھولنے کی سہولت۔
- آن لائن رقم بھیجنے اور وصول کرنے کی سہولت۔
- ورچوئل اور ڈیبٹ کارڈ حاصل کرنے کی سہولت۔
- محفوظ اور تیز رفتار لین دین۔

احتیاطی تدابیر

- ہمیشہ اپنی اصل معلومات استعمال کریں۔
- OTP یا PIN کسی کے ساتھ شیئر نہ کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- صرف سرکاری موبائل ایپ استعمال کریں۔

3۔ورچوئل یاڈیبٹ کارڈ حاصل کرنا(Getting a Virtual/Debit Card)

ورچوئل کارڈ کیا ہوتا ہے؟

ورچوئل کارڈ ایک ڈیجیٹل بینک کارڈ ہوتا ہے جس کا کوئی پلاسٹک کارڈ نہیں ہوتا۔یہ صرف آن لائن ادائیگیوں کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔اس میں کارڈ نمبر، Expiry Date اور CVV موجود ہوتے ہیں، جن کی مدد سے آپ آن لائن ادائیگی کر سکتے ہیں۔

ڈیبٹ کارڈ کیا ہوتا ہے؟

ڈیبٹ کارڈ ایک پلاسٹک کارڈ ہوتا ہے جو بینک کی طرف سے جاری کیا جاتا ہے۔اس سے آپ آن لائن ادائیگی کرنے کے ساتھ ساتھ اے ٹی ایم سے رقم بھی نکال سکتے ہیں اور دکانوں پر بھی استعمال کر سکتے ہیں۔

فیس بک ایڈز کے لیے کون سا کارڈ بہتر ہے؟

فیس بک ایڈز چلانے کے لیے ورچوئل کارڈ اور ڈیبٹ کارڈ دونوں استعمال کیے جا سکتے ہیں۔اگر آپ صرف آن لائن ادائیگی کرنا چاہتے ہیں تو ورچوئل کارڈ کافی ہوتا ہے، جبکہ روزمرہ مالی لین دین کے لیے ڈیبٹ کارڈ زیادہ مفید ثابت ہوتا ہے۔

کارڈ حاصل کرنے کا طریقہ

- اپنے ڈیجیٹل بینک اکاؤنٹ میں لاگ اِن کریں۔
- Card کے سیکشن میں جائیں۔
- ورچوئل یاڈیبٹ کارڈ کی درخواست کریں۔
- کارڈ جاری ہونے کے بعد اس کی معلومات محفوظ رکھیں۔

کارڈ استعمال کرنے سے پہلے

- کارڈ میں مطلوبہ رقم موجود ہونی چاہیے۔
- کارڈ کو آن لائن ادائیگی کے لیے فعال (Activate) کریں۔
- کارڈ نمبر، Expiry Date اور CVV کو محفوظ رکھیں اور کسی غیر متعلقہ شخص کے ساتھ شیئر نہ کریں۔

یاد رکھنے کی باتیں

- کارڈ صرف قابلِ اعتماد ویب سائٹس پر استعمال کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- ادائیگی کے بعد اپنے اکاؤنٹ کا ریکارڈ ضرور چیک کریں۔
- اگر کارڈ گم ہو جائے یا معلومات لیک ہونے کا خدشہ ہو تو فوراً اسے بلاک کر دیں۔

4۔کارڈ کو Facebook Ads Account کے ساتھ منسلک کرنا (Adding a Payment Method)

Payment Method کیا ہوتا ہے؟

Payment Method سے مراد وہ ذریعہ ہے جس کے ذریعے آپ فیس بک کو اشتہارات کی ادائیگی کرتے ہیں۔عام طور پر فیس بک ایڈز کے لیے ڈیبٹ کارڈ، کریڈٹ کارڈ یا ورچوئل کارڈ استعمال کیا جاتا ہے۔

کارڈ منسلک کرنا کیوں ضروری ہے؟

فیس بک پر اشتہار چلانے سے پہلے ادائیگی کا طریقہ شامل کرنا ضروری ہوتا ہے۔جب تک آپ اپنے Ads Account میں Payment Method شامل نہیں کریں گے، آپ اشتہار شائع نہیں کر سکیں گے۔

کارڈ منسلک کرنے کا طریقہ

- Meta Ads Manager یا Business Manager کھولیں۔
- **Billing & Payments** یا **Payment Settings** میں جائیں۔
- **Add Payment Method** پر کلک کریں۔
- اپنے کارڈ کا نمبر درج کریں۔
- Expiry Date اور CVV درج کریں۔
- تمام معلومات کی تصدیق کر کے **Save** پر کلک کریں۔

اگر تمام معلومات درست ہوں تو کارڈ کامیابی سے آپ کے Facebook Ads Account کے ساتھ منسلک ہو جائے گا۔

احتیاطی تدابیر

- صرف اپنا ذاتی اور فعال کارڈ استعمال کریں۔
- کارڈ میں مناسب رقم موجود ہونی چاہیے۔
- کارڈ کی معلومات کسی غیر متعلقہ شخص کے ساتھ شیئر نہ کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- ادائیگی کے بعد اپنے اکاؤنٹ کا ریکارڈ ضرور چیک کریں۔

5۔ Facebook Ads میں فنڈز شامل کرنا

فنڈز شامل کرنے کا مقصد

اشتہارات چلانے کے لیے آپ کے Ads Account میں رقم موجود ہونا ضروری ہے۔ فیس بک اسی رقم کو استعمال کر کے آپ کے اشتہارات مختلف لوگوں تک پہنچاتا ہے۔

فنڈز کیسے شامل کیے جاتے ہیں؟

اگر آپ پری پیڈ (Prepaid) ادائیگی کا طریقہ استعمال کر رہے ہیں تو پہلے اپنے کارڈ میں رقم شامل کریں، پھر Facebook Ads Account میں **Add Funds** کے ذریعے مطلوبہ رقم جمع کریں۔ اس کے بعد آپ اسی بیلنس سے اشتہارات چلا سکتے ہیں۔

فنڈز شامل کرنے کے مراحل

- Ads Manager میں **Billing** یا **Payments** کا صفحہ کھولیں۔
- **Add Funds** پر کلک کریں۔
- مطلوبہ رقم درج کریں۔
- منسلک کارڈ منتخب کریں۔
- ادائیگی کی تصدیق کریں۔
- چند لمحوں بعد رقم آپ کے Ads Balance میں ظاہر ہو جائے گی۔

فنڈز شامل کرتے وقت احتیاط

- بجٹ کے مطابق ہی رقم شامل کریں۔
- ادائیگی سے پہلے تمام معلومات دوبارہ چیک کریں۔
- ادائیگی کی رسید یا ٹرانزیکشن ریکارڈ محفوظ رکھیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

یاد رکھنے کی باتیں

- فنڈز شامل ہونے کے بعد ہی اشتہار چلایا جا سکتا ہے۔
- Ads Balance ختم ہونے پر اشتہار خود بخود رک سکتا ہے۔
- اپنے بجٹ پر مسلسل نظر رکھیں تاکہ غیر ضروری اخراجات سے بچا جا سکے۔
-

6۔ پہلی Facebook Ad Campaign بنانا

Campaign کیا ہوتی ہے؟

Campaign فیس بک اشتہارات کا بنیادی حصہ ہے۔ اسی کے ذریعے آپ یہ طے کرتے ہیں کہ آپ کا اشتہار کس مقصد کے لیے چلایا جا رہا ہے، جیسے زیادہ پیغامات حاصل کرنا، ویب سائٹ پر لوگوں کو بھیجنا یا کسی پروڈکٹ کی فروخت بڑھانا۔

Campaign بنانے کا طریقہ

- Ads Manager کھولیں۔
- **Create** کے بٹن پر کلک کریں۔
- اپنے کاروبار کے مطابق Campaign Objective منتخب کریں۔
- Campaign کا مناسب نام رکھیں۔
- ضرورت کے مطابق دیگر بنیادی ترتیبات مکمل کریں۔
- اگلے مرحلے پر جائیں۔

درست Campaign Objective کا انتخاب

فیس بک مختلف مقاصد کے لیے الگ الگ Objectives فراہم کرتا ہے، جیسے:

- Messages
- Leads
- Sales
- Traffic
- Engagement
- Awareness

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

ہمیشہ وہ Objective منتخب کریں جو آپ کے کاروباری مقصد سے مطابقت رکھتا ہو۔

کامیابی کے لیے رہنما اصول

- Campaignکا نام واضح رکھیں۔
- ایک وقت میں ایک ہی مقصد پر توجہ دیں۔
- نتائج کی بنیاد پر بعد میں تبدیلیاں کریں۔

7۔Audience ، Budgetاور Ad کی ترتیبات مکمل کرنا

Audienceکا انتخاب

Audience سے مراد وہ لوگ ہیں جنہیں آپ اپنا اشتہار دکھانا چاہتے ہیں۔درست Audience منتخب کرنے سے اشتہار صحیح لوگوں تک پہنچتا ہے اور بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

Audience منتخب کرتے وقت درج ذیل باتوں پر توجہ دیں:

- ملک یا شہر
- عمر
- جنس
- زبان
- دلچسپیاں(Interests)
- رویے(Behaviors)

Budgetمقرر کرنا

Budgetوہ رقم ہے جو آپ اشتہار پر خرچ کرنا چاہتے ہیں۔

فیس بک میں عام طور پر دو قسم کے بجٹ استعمال ہوتے ہیں:

- **Daily Budget:** روزانہ خرچ ہونے والی رقم۔
- **Lifetime Budget:** پوری Campaign کے لیے مقرر کردہ مجموعی رقم۔

ہمیشہ اتنا بجٹ مقرر کریں جو آپ کی مالی منصوبہ بندی کے مطابق ہو۔

اشتہار کی تیاری

اب اپنے اشتہار کا مواد تیار کریں، جس میں درج ذیل چیزیں شامل ہوتی ہیں:

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- معیاری تصویر یا ویڈیو
- مؤثر عنوان
- مختصر اور واضح تفصیل
- مناسب Call to Action جیسے Learn More یا Send Message

Campaign شائع کرنا

تمام ترتیبات مکمل کرنے کے بعد دوبارہ جائزہ لیں اور Publish کے بٹن پر کلک کریں۔ فیس بک آپ کے اشتہار کا جائزہ لے گا، اور منظوری ملنے کے بعد آپ کی Campaign چلنا شروع ہو جائے گی۔

یاد رکھنے کی باتیں

- صحیح Audience بہتر نتائج دیتی ہے۔
- مناسب Budget غیر ضروری اخراجات سے بچاتا ہے۔
- معیاری تصویر، واضح پیغام اور درست Targeting کامیاب Facebook Ads کی بنیاد ہیں۔

8۔ اشتہار شائع کرنا (Publishing the Advertisement)

اشتہار شائع کرنا کیا ہے؟

جب آپ اپنی Campaign، Audience، Budget اور اشتہار کی تمام ترتیبات مکمل کر لیتے ہیں تو آخری مرحلہ اسے شائع (Publish) کرنا ہوتا ہے۔ اس کے بعد فیس بک آپ کے اشتہار کا جائزہ لیتا ہے، اور اگر وہ اس کی پالیسیوں کے مطابق ہو تو اسے منظور کر کے متعلقہ افراد کو دکھانا شروع کر دیتا ہے۔

اشتہار شائع کرنے سے پہلے کیا چیک کریں؟

اشتہار شائع کرنے سے پہلے درج ذیل امور کا ضرور جائزہ لیں:

- Campaign کا مقصد درست منتخب کیا گیا ہے۔
- Audience صحیح منتخب کی گئی ہے۔
- روزانہ یا مجموعی بجٹ درست مقرر کیا گیا ہے۔
- تصویر یا ویڈیو واضح اور معیاری ہے۔
- اشتہار کا متن املا کی غلطیوں سے پاک ہے۔
- ویب سائٹ یا WhatsApp کا لنک درست کام کر رہا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

- ادائیگی کا طریقہ (Payment Method) فعال ہے۔

اشتہار شائع کرنے کا طریقہ

- Ads Manager میں تمام ترتیبات مکمل کریں۔
- ایک بار تمام معلومات دوبارہ چیک کریں۔
- **Publish** کے بٹن پر کلک کریں۔
- فیس بک اشتہار کا جائزہ لے گا۔
- منظوری ملنے کے بعد اشتہار چلنا شروع ہو جائے گا۔

اگر اشتہار منظور نہ ہو؟

بعض اوقات اشتہار فیس بک کی پالیسیوں کی خلاف ورزی کی وجہ سے مسترد (Reject) ہو سکتا ہے۔ایسی صورت میں:

- مسترد ہونے کی وجہ پڑھیں۔
- مطلوبہ تبدیلیاں کریں۔
- دوبارہ جائزے کے لیے اشتہار جمع کروائیں۔

یاد رکھنے کی باتیں

- اشتہار شائع کرنے میں جلد بازی نہ کریں۔
- تمام معلومات اچھی طرح چیک کرنے کے بعد ہی Publish کریں۔
- فیس بک کی اشتہاری پالیسیوں پر عمل کرنا کامیاب Campaign کے لیے ضروری ہے۔

9۔اشتہار کی کارکردگی کا جائزہ لینا(Monitoring and Optimizing Ads)

کارکردگی کا جائزہ لینا کیوں ضروری ہے؟

اشتہار شائع کرنے کے بعد کام ختم نہیں ہوتا بلکہ اصل مرحلہ اس کی کارکردگی کو جانچنا ہے۔اگر آپ باقاعدگی سے نتائج کا جائزہ لیتے رہیں تو کم خرچ میں بہتر نتائج حاصل کیے جا سکتے ہیں۔

کن چیزوں پر نظر رکھنی چاہیے؟

Ads Manager میں درج ذیل معلومات باقاعدگی سے دیکھیں:

- کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا؟

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- کتنے لوگوں نے اس پر کلک کیا؟
- کتنے پیغامات یا آرڈرز موصول ہوئے؟
- ایک نتیجہ حاصل کرنے پر کتنی رقم خرچ ہوئی؟
- روزانہ کتنا بجٹ خرچ ہو رہا ہے؟

اشتہار کو بہتر بنانے کے طریقے

اگر نتائج توقع کے مطابق نہ ہوں تو درج ذیل اقدامات کیے جا سکتے ہیں:

- Audience میں تبدیلی کریں۔
- اشتہار کی تصویر یا ویڈیو تبدیل کریں۔
- اشتہار کا متن زیادہ مؤثر بنائیں۔
- بجٹ میں مناسب تبدیلی کریں۔
- مختلف اشتہارات کا موازنہ کر کے بہترین اشتہار جاری رکھیں۔

کامیاب اشتہار کی نشانیاں

- کم خرچ میں زیادہ نتائج حاصل ہوں۔
- لوگوں کی دلچسپی میں اضافہ ہو۔
- زیادہ پیغامات یا آرڈرز موصول ہوں۔
- اشتہار مسلسل بہتر کارکردگی دکھاتا رہے۔

عام غلطیاں

- اشتہار شائع کرتے ہی بار بار تبدیلیاں کرنا۔
- صرف ایک دن کے نتائج دیکھ کر فیصلہ کر لینا۔
- کارکردگی کا تجزیہ کیے بغیر بجٹ بڑھا دینا۔
- کمزور نتائج والے اشتہار کو مسلسل چلائے رکھنا۔

یاد رکھنے کی باتیں

- کامیاب اشتہارات مسلسل نگرانی اور بہتری کا نتیجہ ہوتے ہیں۔
- اعداد و شمار کی بنیاد پر فیصلے کریں، اندازوں پر نہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- بہترین نتائج حاصل کرنے کے لیے مختلف حکمتِ عملیوں کو آزماتے رہیں۔

عملی مشق

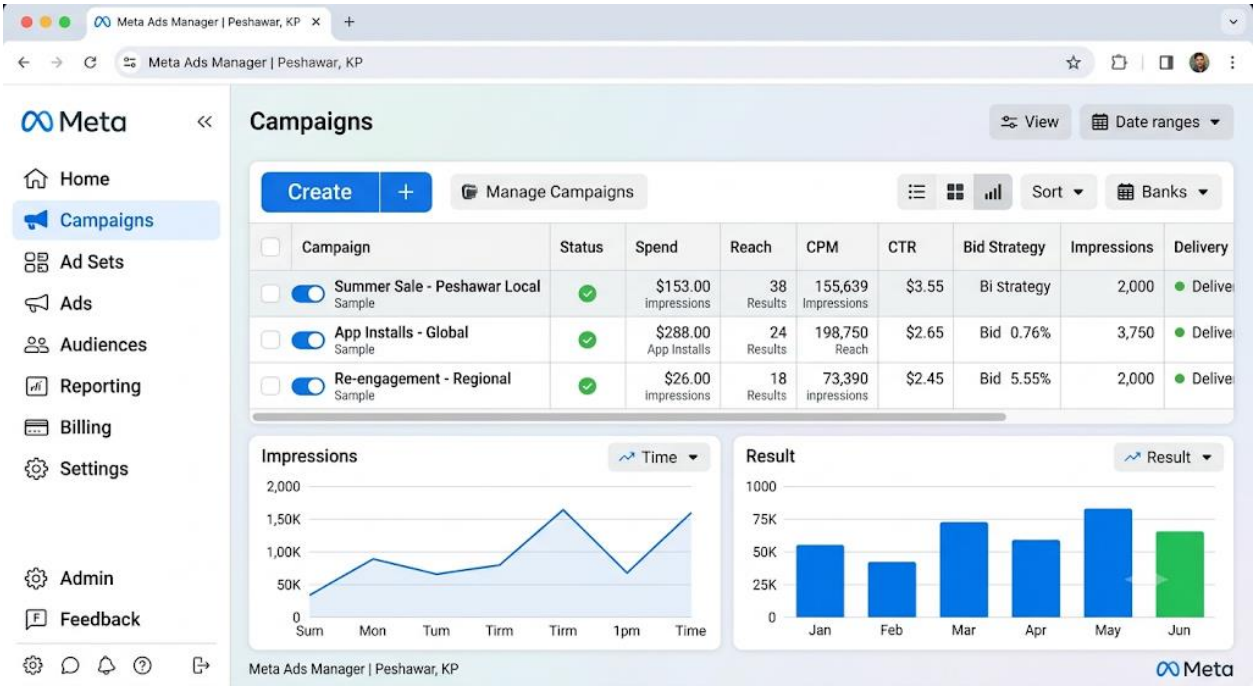
ایک فرضی Facebook Ad Campaign چلائیں، پھر تین دن تک اس کی کارکردگی کا جائزہ لیں۔ یہ نوٹ کریں کہ کتنے لوگوں تک اشتہار پہنچا، کتنے افراد نے اس پر کلک کیا، کتنے پیغامات موصول ہوئے اور آئندہ بہتر نتائج کے لیے آپ کون سی تبدیلیاں کریں گے۔

Step 1: Facebook Business Page بنائیں

سب سے پہلے اپنے کاروبار کے لیے ایک **Facebook Business Page** بنائیں۔ اس پر اپنے کاروبار کا نام، مختصر تعارف، پروفائل تصویر اور کور تصویر شامل کریں تاکہ آپ کا Page پروفیشنل نظر آئے۔

Step 2: Meta Ads Manager کھولیں

اب **Meta Ads Manager** کھولیں۔ اگر آپ پہلی بار استعمال کر رہے ہیں تو اپنا اشتہاری اکاؤنٹ (Ad Account) بنائیں اور ضروری معلومات مکمل کریں۔

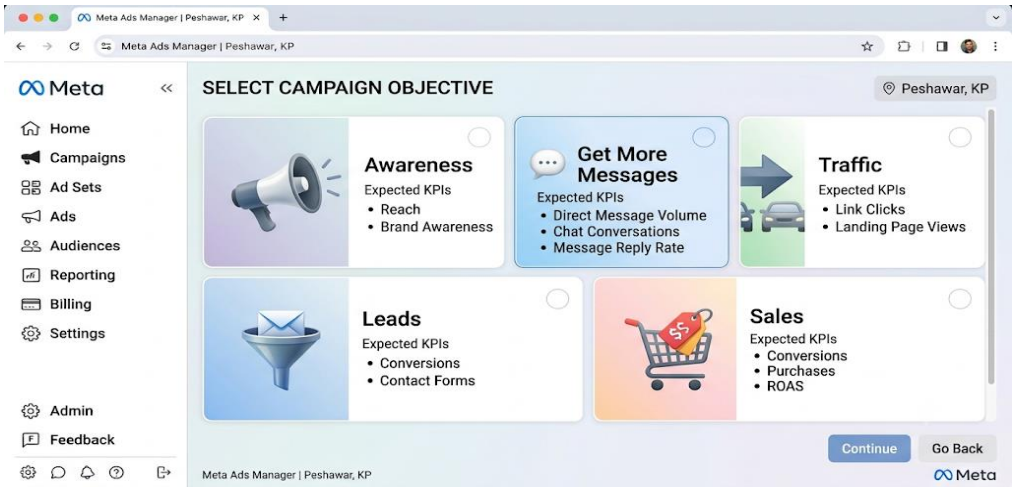


بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

Step 3: نئی Campaign بنائیں

Create Campaign پر کلک کریں اور اپنے اشتہار کا مقصد منتخب کریں، جیسے Sales، Traffic، Leads یا Awareness۔

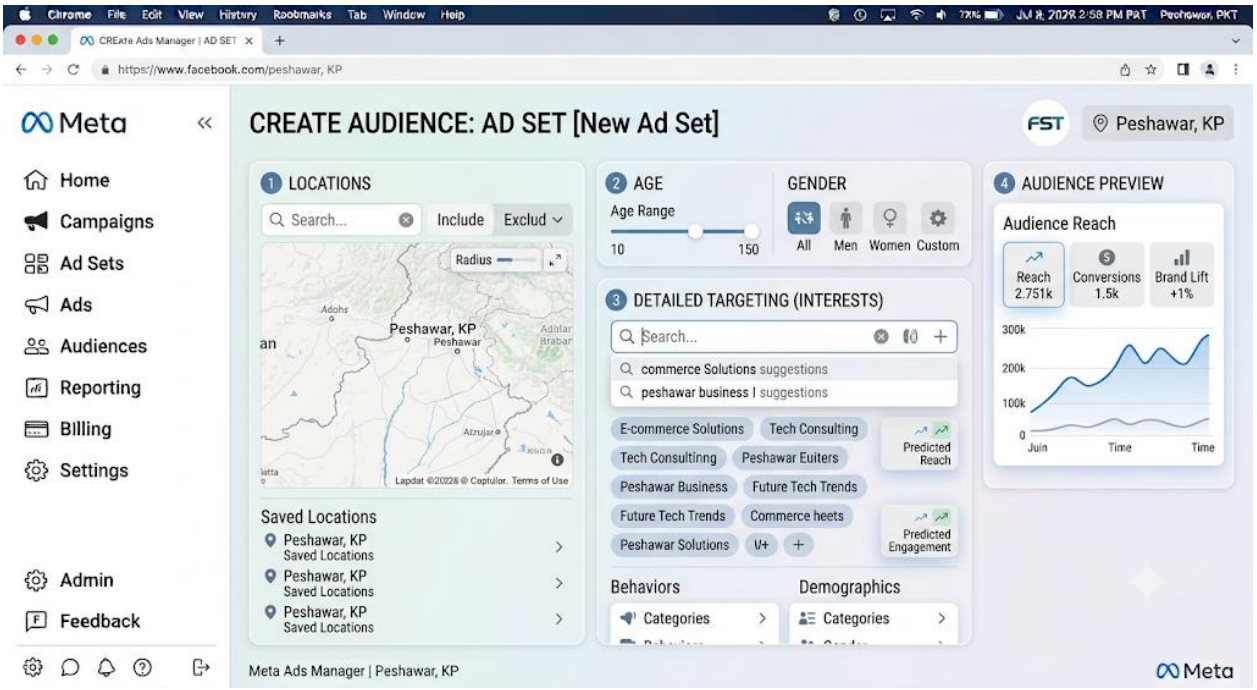
اگر آپ چاہتے ہے کہ لوگ آپ کو واٹس ایپ پر میسج کرے اور آرڈر کرے تو آپ نے GET MORE MESSAGES والا آپشن منتخب کرنا ہو گا۔



Step 4: Target Audience منتخب کریں

اب اپنے اشتہار کے لیے ہدفی گاہک منتخب کریں۔ اس میں عمر، جنس، ملک یا شہر اور دلچسپیاں شامل کریں تاکہ اشتہار صحیح لوگوں تک پہنچ سکے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788



اس اوپر تصویر میں آپکو تین آپشن دکھائی دے گا جس میں پہلا آپشن Locations ہے اس میں آپ نے یہ شامل کرنا ہو گا کہ آپ اپنا اشتہار کن علاقوں میں دکھانا چاہتے ہیں، آپ نے لوکیشن میں ان علاقوں کے نام لکھنا ہو گا،

اس کے بعد دوسرا آپشن Age کا ہے، اس میں آپ نے اس عمر کے لوگ شامل کرنے ہونگے جس عمر کے لوگ آپ کے اشتہار میں دل چسپی رکھتے ہوں تو اسی کے مطابق عمر سیٹ کرنا ہو گا،

اس کے بعد Gender والا آپشن ہے، اگر آپ کا پراڈکٹ مرد حضرات کے لیے ہو تو آپ نے صرف MEN والا آپشن منتخب کرنا ہو گا، اور آپ کا پراڈکٹ صرف عورتوں کے استعمال کی ہو تو آپ نے صرف FEMALE والا آپسن منتخب کرنا ہو گا، اور اگر آپ کا پراڈکٹ مرد اور عورت دونوں کے استعمال کے لیے ہو تو آپ نے ALL کا آپشن منتخب کرنا ہو گا۔

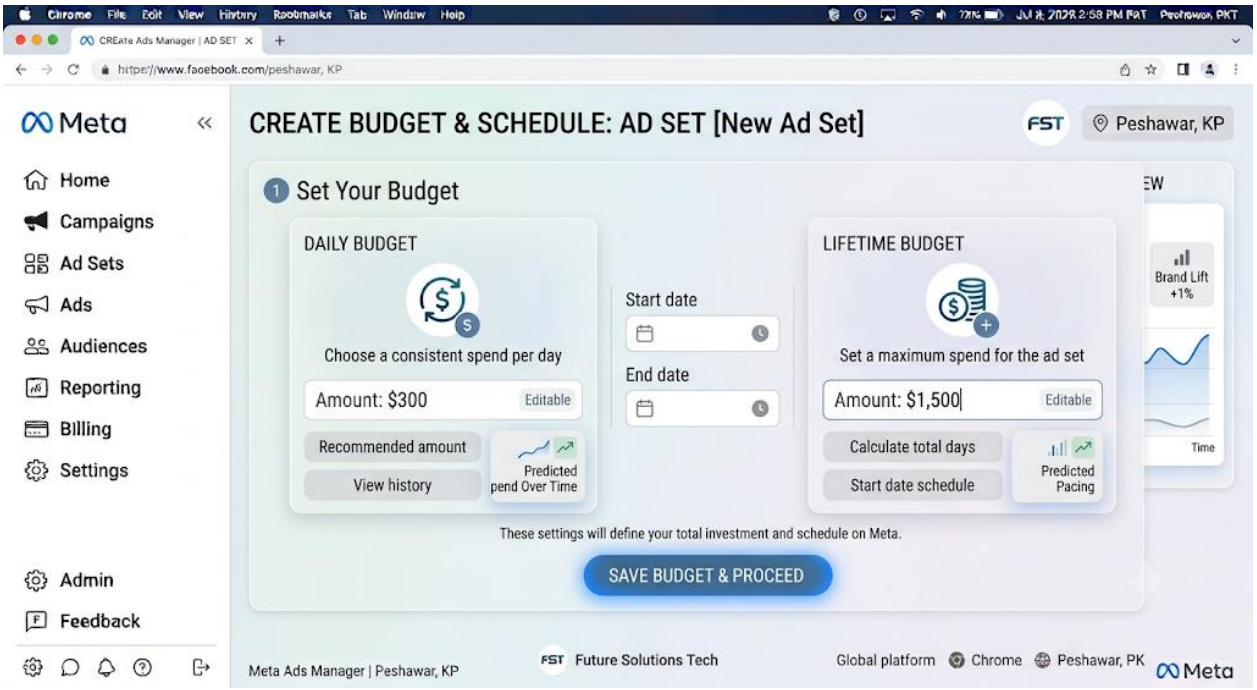
اگر اب بھی اس کی سمجھ نہیں آئی تو یوٹیوب پر فیس بک پیج بنانے کا اور فیس بک پر اشتہار چلانے کے متعلق ویڈیو سرچ کر کے دیکھ سکتے ہیں۔

Step 5: Budget مقرر کریں

اب اپنے اشتہار کا بجٹ مقرر کریں۔

Budget(بجٹ) سے مراد وہ رقم ہے جو آپ روزانہ یا پورے اشتہار پر خرچ کرنا چاہتے ہیں۔ آپ اپنی ضرورت کے مطابق **Daily Budget** یا **Lifetime Budget** منتخب کر سکتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788



ایڈسیٹ لیول پر بجٹ اور شیڈول سیٹ کرنے کا طریقہ (Schedule Setup & Budget)

جب آپ مہم کا مقصد (Campaign Objective) منتخب کر لیتے ہیں، تو اگلے مرحلے یعنی **ایڈسیٹ (Ad Set)** میں آپ کو بجٹ اور وقت کا تعین کرنا ہوتا ہے۔ اس کے لیے درج ذیل مراحل پر عمل کریں:

1. بجٹ کی قسم کا انتخاب (Choose Budget Type)

میٹا آپ کو بجٹ لگانے کے دو بنیادی آپشنز فراہم کرتا ہے:

- **روزانہ کا بجٹ (Daily Budget)**: اس آپشن کے تحت آپ ایک مخصوص رقم طے کرتے ہیں جو فیس بک روزانہ آپ کے اشتہار پر خرچ کرتا ہے۔ یہ ان مہمات کے لیے بہترین ہے جو مستقل چلانی ہوں۔
- **لائف ٹائم بجٹ (Lifetime Budget)**: اس آپشن میں آپ پوری مہم کا ایک مجموعی بجٹ (مثلاً 1,500$) سیٹ کر دیتے ہیں۔ فیس بک دی گئی تاریخوں کے اندر اس رقم کو بہترین نتائج کے لیے خود کار طریقے سے تقسیم کر کے خرچ کرتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

2.رقم کا اندراج(Enter Budget Amount)

- اپنی پسند کی بجٹ ٹائپ منتخب کرنے کے بعد **Amount** والے خانے میں وہ رقم لکھیں جو آپ اشتہارات پر لگانا چاہتے ہیں۔
- آپ اپنی مارکیٹ اور گنجائش کے مطابق اس رقم کو کسی بھی وقت تبدیل (Edit) کر سکتے ہیں۔

3.تاریخ اور وقت کا تعین(Set Schedule)

بجٹ کے بالکل ساتھ آپ کو مہم کا دورانیہ طے کرنا ہوتا ہے:

- **شروع ہونے کی تاریخ (Start Date):** وہ دن اور وقت منتخب کریں جب سے آپ اشتہار لائیو کرنا چاہتے ہیں۔
- **ختم ہونے کی تاریخ (End Date):** اگر آپ نے لائف ٹائم بجٹ چنا ہے، تو اشتہار ختم ہونے کی تاریخ لازمی سیٹ کریں۔ روزانہ کے بجٹ میں یہ آپشن اختیاری ہوتا ہے، جسے آپ جب چاہیں مینوئل بھی بند کر سکتے ہیں۔

4.بجٹ محفوظ کرنا(Proceed & Save)

تمام سیٹنگز مکمل کرنے کے بعد نیچے دیے گئے نیلے بٹن **"PROCEED & SAVE BUDGET"** یا **"Next"** پر کلک کریں تاکہ آپ کی بجٹ سیٹنگز محفوظ ہو جائیں اور آپ اگلے مرحلے یعنی اشتہار کے ڈیزائن (Ad Creative) کی طرف بڑھ سکیں۔

Step 6: اپنا اشتہار تیار کریں

اب اصل اشتہار بنائیں۔ اس میں مناسب تصویر یا ویڈیو شامل کریں، ایک اچھا عنوان (Headline) لکھیں، مختصر وضاحت (Description) دیں اور آخر میں مناسب **Call to Action (CTA)** بٹن منتخب کریں، جیسے **Learn More**، **Shop Now** یا **Send Message**۔

Step 7: اشتہار شائع کریں

تمام معلومات دوبارہ چیک کریں۔ اگر سب کچھ درست ہو تو **Publish** بٹن پر کلک کریں۔ اس کے بعد Meta آپ کے اشتہار کا جائزہ لے گا، اور منظوری ملنے کے بعد اشتہار چلنا شروع ہو جائے گا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

4۔ہدفی سامعین کاانتخاب(Audience Targeting)

Audience Targeting سے مراد یہ ہے کہ آپ پہلے سے یہ طے کریں کہ آپ کا اشتہار کن لوگوں کو دکھایا جائے۔اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ اشتہار صرف انہی افراد تک پہنچے جو آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہوں۔اگر صحیح لوگوں کا انتخاب کیا جائے تو اشتہار کے بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں اور غیر ضروری اخراجات سے بھی بچا جا سکتا ہے۔

ہدفی سامعین (Target Audience) کیا ہیں؟

Target Audience سے مراد وہ مخصوص افراد ہیں جنہیں آپ اپنا اشتہار دکھانا چاہتے ہیں۔مثال کے طور پر اگر آپ آن لائن کورس فروخت کر رہے ہیں تو آپ ایسے لوگوں کو ہدف بنا سکتے ہیں جو آن لائن سیکھنے یا کمائی میں دلچسپی رکھتے ہوں۔

ہدفی سامعین کی اقسام

1۔آبادیاتی انتخاب(Demographic Targeting)

اس طریقے میں لوگوں کا انتخاب ان کی ذاتی معلومات کی بنیاد پر کیا جاتا ہے، جیسے:

- عمر(Age)
- جنس(Gender)
- تعلیم(Education)
- پیشہ(Occupation)

مثال کے طور پر اگر آپ طلبہ کے لیے کوئی کورس فروخت کر رہے ہیں تو آپ زیادہ تر نوجوانوں کو ہدف بنا سکتے ہیں۔

2۔مقامی انتخاب(Geographic Targeting)

اس طریقے میں آپ یہ طے کرتے ہیں کہ اشتہار کس شہر، صوبے، ملک یا مخصوص علاقے کے لوگوں کو دکھایا جائے۔
مثال کے طور پر اگر آپ کا کاروبار صرف لاہور میں ہے تو آپ صرف لاہور کے لوگوں کو اپنا اشتہار دکھا سکتے ہیں۔

3۔دلچسپی کی بنیاد پر انتخاب(Interest Targeting)

اس طریقے میں ان لوگوں کو منتخب کیا جاتا ہے جن کی دلچسپیاں آپ کے کاروبار سے ملتی ہوں۔
مثال کے طور پر:

- آن لائن کمائی

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- تعلیم
- کاروبار
- ٹیکنالوجی

اگر آپ ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا کورس فروخت کر رہے ہیں تو انہی دلچسپیوں والے افراد کو ہدف بنانا بہتر ہو گا۔

4۔رویے کی بنیاد پر انتخاب(Behavioral Targeting)

اس طریقے میں لوگوں کا انتخاب ان کی آن لائن سرگرمیوں کی بنیاد پر کیا جاتا ہے۔

مثال کے طور پر:

- آن لائن خریداری کرنے والے افراد
- بار بار ویب سائٹ دیکھنے والے افراد
- آن لائن خدمات استعمال کرنے والے صارفین

اس طریقے سے اشتہار ایسے لوگوں تک پہنچتا ہے جن کے خریداری کرنے کے امکانات زیادہ ہوتے ہیں۔

Audience Targeting کیوں ضروری ہے؟

صحیح ہدفی سامعین کا انتخاب کامیاب اشتہار کی بنیاد ہوتا ہے۔اس سے اشتہار صرف ان لوگوں تک پہنچتا ہے جو واقعی آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہیں۔اس کے نتیجے میں غیر ضروری اخراجات کم ہوتے ہیں، کم بجٹ میں بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں اور فروخت بڑھنے کے امکانات بھی زیادہ ہو جاتے ہیں۔

5۔پکسل (Facebook Pixel) کیا ہے؟

Facebook Pixel ایک خاص ٹریکنگ کوڈ ہے جسے ویب سائٹ میں شامل کیا جاتا ہے۔اس کی مدد سے یہ معلوم کیا جا سکتا ہے کہ ویب سائٹ پر آنے والے صارفین کیا کرتے ہیں، کون سے صفحات دیکھتے ہیں اور آیا وہ خریداری کرتے ہیں یا نہیں۔

ٹریکنگ (Tracking) کیا ہے؟

Tracking سے مراد صارف کی سرگرمیوں کو ریکارڈ کرنا ہے۔مثال کے طور پر یہ جاننا کہ کسی شخص نے اشتہار پر کلک کیا، ویب سائٹ دیکھی، کسی پروڈکٹ کو کھولا یا خریداری مکمل کی۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

Facebook Pixel کیوں ضروری ہے؟

Facebook Pixel کی مدد سے آپ اپنے اشتہارات کی کارکردگی کو بہتر انداز میں سمجھ سکتے ہیں۔ اس سے معلوم ہوتا ہے کہ کتنے لوگ اشتہار دیکھنے کے بعد ویب سائٹ پر آئے اور کتنے لوگوں نے مطلوبہ عمل مکمل کیا۔

اس کی ایک اہم خوبی یہ بھی ہے کہ آپ دوبارہ انہی لوگوں کو اشتہار دکھا سکتے ہیں جو پہلے آپ کی ویب سائٹ پر آ چکے ہوں۔ اس طریقے کو **Retargeting** کہا جاتا ہے، جس سے فروخت کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

Facebook Pixel آپ کو یہ جاننے میں بھی مدد دیتا ہے کہ آپ کے اشتہارات سے کتنی فروخت ہوئی اور کون سا اشتہار بہتر نتائج دے رہا ہے۔ اس معلومات کی بنیاد پر آپ اپنے اشتہارات کو مزید مؤثر بنا سکتے ہیں۔

Facebook Pixel کیسے کام کرتا ہے؟

جب کوئی صارف آپ کے Facebook یا Instagram اشتہار پر کلک کر کے آپ کی ویب سائٹ پر آتا ہے تو Facebook Pixel اس کی سرگرمی کو ریکارڈ کرتا ہے۔ اگر وہ کسی پروڈکٹ کو دیکھے، خریداری کرے یا کوئی فارم پُر کرے تو یہ معلومات بھی محفوظ ہو جاتی ہیں۔ بعد میں آپ Meta Ads Manager میں ان نتائج کو دیکھ سکتے ہیں اور انہی معلومات کی بنیاد پر بہتر اشتہاری فیصلے کر سکتے ہیں۔

6۔ کنورژن کیمپین (Conversion Campaign)

Conversion Campaign ایسی اشتہاری مہم ہوتی ہے جس کا مقصد صرف لوگوں کو اشتہار دکھانا نہیں بلکہ ان سے کوئی خاص عمل کروانا ہوتا ہے۔ یہ عمل خریداری، کورس میں داخلہ، فارم پُر کرنا یا ویب سائٹ پر رجسٹریشن ہو سکتا ہے۔

کنورژن (Conversion) کیا ہے؟

Conversion سے مراد وہ عمل ہے جو آپ چاہتے ہیں کہ صارف آپ کا اشتہار دیکھنے کے بعد کرے۔ مثال کے طور پر اگر کوئی شخص آپ کا اشتہار دیکھ کر پروڈکٹ خرید لے، کورس میں داخلہ لے یا اپنی معلومات فارم میں درج کر دے تو اسے **Conversion** کہا جاتا ہے۔

Conversion Campaign کے مقاصد

Conversion Campaign مختلف مقاصد کے لیے استعمال کی جا سکتی ہے، جیسے:

- مصنوعات کی فروخت بڑھانا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

- آن لائن کورس میں داخلے حاصل کرنا۔
- ممکنہ گاہکوں کی معلومات (Leads) جمع کرنا۔
- ویب سائٹ پر نئے صارفین کی رجسٹریشن کروانا۔

Conversion Campaign کیسے کام کرتی ہے؟

Conversion Campaign عموماً **Facebook Pixel** یا **Meta Pixel** سے حاصل ہونے والے ڈیٹا کی مدد سے کام کرتی ہے۔ یہ نظام ایسے لوگوں کو شناخت کرنے کی کوشش کرتا ہے جو خریداری کرنے یا مطلوبہ عمل مکمل کرنے کے زیادہ امکانات رکھتے ہیں۔ پھر اشتہار انہی لوگوں کو زیادہ دکھایا جاتا ہے۔

اس طریقے سے اشتہار کا بجٹ بہتر انداز میں استعمال ہوتا ہے، فروخت کے امکانات بڑھتے ہیں اور کاروبار کو اپنے خرچ کے مقابلے میں بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

7۔ گوگل ایڈز کا تعارف (Google Ads)

Google Ads گوگل کا ایک اشتہاری پلیٹ فارم ہے، جس کی مدد سے آپ اپنی ویب سائٹ، مصنوعات یا خدمات کی تشہیر کر سکتے ہیں۔ اس میں آپ گوگل کو اشتہار چلانے کے لیے رقم ادا کرتے ہیں، اور پھر گوگل آپ کا اشتہار ایسے لوگوں کو دکھاتا ہے جو آپ کی مصنوعات یا خدمات میں دلچسپی رکھتے ہوں۔

سرچ انجن مارکیٹنگ (Search Engine Marketing - SEM)

Search Engine Marketing (SEM) سے مراد گوگل اور دیگر سرچ انجنوں پر پیسے دے کر اشتہارات چلانا ہے، تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگ آپ کی ویب سائٹ تک پہنچ سکیں اور آپ کے کاروبار کے بارے میں جان سکیں۔

Google Ads کہاں دکھائے جاتے ہیں؟

Google Ads مختلف جگہوں پر دکھائے جا سکتے ہیں، جیسے:

- **Google Search:** جب کوئی شخص گوگل پر کسی چیز کی تلاش کرتا ہے تو نتائج کے اوپر یا درمیان میں اشتہارات نظر آتے ہیں۔
- **YouTube:** ویڈیوز شروع ہونے سے پہلے، دورانِ ویڈیو یا ویڈیو کے آخر میں اشتہارات دکھائے جاتے ہیں۔
- **ویب سائٹس (Display Ads):** مختلف ویب سائٹس پر بینر یا تصویری اشتہارات کی صورت میں۔
- **موبائل ایپس (Apps):** مختلف اینڈرائیڈ اور دیگر موبائل ایپس میں بھی اشتہارات دکھائے جا سکتے ہیں۔
-

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Google Adsکی اقسام

1۔سرچ اشتہارات(Search Ads)

یہ اشتہارات اس وقت دکھائے جاتے ہیں جب کوئی صارف گوگل پر کسی مخصوص چیز کو تلاش کرتا ہے۔یہ عام طور پر سرچ نتائج کے اوپر نظر آتے ہیں اور ان کا مقصد ایسے لوگوں تک پہنچنا ہوتا ہے جو کسی پروڈکٹ یا سروس کی تلاش میں ہوں۔

2۔ڈسپلے اشتہارات(Display Ads)

یہ تصویری یا بینر کی صورت میں مختلف ویب سائٹس پر دکھائے جاتے ہیں۔ان کا مقصد زیادہ سے زیادہ لوگوں کو برانڈ سے متعارف کروانا اور کاروبار کی پہچان بڑھانا ہوتا ہے۔

3۔ویڈیو اشتہارات(Video Ads)

یہ اشتہارات YouTube پر ویڈیوز کے شروع میں،دورانِ ویڈیو یا آخر میں دکھائے جاتے ہیں۔ویڈیو اشتہارات لوگوں کی توجہ حاصل کرنے اور برانڈ کو مؤثر انداز میں متعارف کرانے کا ایک بہترین ذریعہ ہیں۔

Google Adsکیوں اہم ہیں؟

Google Adsکے ذریعے آپ کم وقت میں اپنے ممکنہ گاہکوں تک پہنچ سکتے ہیں۔چونکہ گوگل پر زیادہ تر لوگ اپنی ضرورت کی چیز تلاش کرتے ہیں،اس لیے ایسے صارفین کے خریداری کرنے کے امکانات بھی زیادہ ہوتے ہیں۔یہی وجہ ہے کہ Google Ads کاروبار کی فروخت بڑھانے،نئے گاہک حاصل کرنے اور کاروبار کو تیزی سے ترقی دینے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب 7: ای کامرس مارکیٹنگ (E-commerce Marketing)

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

1۔ای کامرس (E-commerce) کیا ہے؟

ای کامرس (E-commerce) سے مراد انٹرنیٹ کے ذریعے مصنوعات یا خدمات کی خرید و فروخت کرنا ہے۔ آج کے دور میں لوگ گھر بیٹھے موبائل یا کمپیوٹر کے ذریعے مختلف چیزیں خریدتے اور فروخت کرتے ہیں۔ اس طریقہ کار کو ای کامرس کہا جاتا ہے۔

آن لائن دکان (Online Store) کیا ہے؟

آن لائن دکان (Online Store) ایسی ویب سائٹ یا پلیٹ فارم ہوتا ہے جہاں مصنوعات یا خدمات انٹرنیٹ کے ذریعے فروخت کی جاتی ہیں۔ گاہک اپنی پسند کی چیز منتخب کرتا ہے، آرڈر دیتا ہے اور آن لائن یا ڈیلیوری کے وقت ادائیگی کرتا ہے۔

ای کامرس کیسے کام کرتا ہے؟

ای کامرس کا طریقہ بہت آسان ہے۔

سب سے پہلے فروخت کرنے والا اپنی مصنوعات یا خدمات آن لائن اسٹور پر شامل کرتا ہے۔ اس کے بعد گاہک ویب سائٹ یا ایپ پر جا کر مصنوعات دیکھتا ہے اور اپنی پسند کی چیز کا آرڈر دیتا ہے۔ آرڈر موصول ہونے کے بعد فروخت کرنے والا پروڈکٹ پیک کر کے گاہک تک پہنچاتا ہے، اور آخر میں ادائیگی وصول کر لیتا ہے۔

ای کامرس کی مثالیں

ای کامرس کی عام مثالیں یہ ہیں:

- Daraz سے موبائل، کپڑے یا دیگر مصنوعات خریدنا۔
- Amazon سے کتاب یا دوسری اشیاء منگوانا۔
- Shopify پر بنے کسی آن لائن اسٹور سے خریداری کرنا۔

ای کامرس کے فوائد

ای کامرس کی سب سے بڑی خوبی یہ ہے کہ کاروبار شروع کرنے کے لیے بڑی دکان کی ضرورت نہیں ہوتی۔ آپ کم سرمایہ سے اپنا آن لائن کاروبار شروع کر سکتے ہیں اور مختلف شہروں یا ممالک کے گاہکوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ اس کے علاوہ آن لائن اسٹور دن رات کھلا رہتا ہے، جس کی وجہ سے کسی بھی وقت آرڈر وصول کیے جا سکتے ہیں اور کاروبار کے بڑھنے کے امکانات بھی زیادہ ہوتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

2۔پروڈکٹ ریسرچ(Product Research)

پروڈکٹ ریسرچ (Product Research) سے مراد ایسی مصنوعات تلاش کرنا ہے جن کی مارکیٹ میں اچھی مانگ ہو، مقابلہ مناسب ہو اور فروخت سے اچھا منافع حاصل کیا جا سکے۔کامیاب آن لائن کاروبار کی بنیاد درست پروڈکٹ کے انتخاب پر ہوتی ہے۔

طلب (Demand) کیا ہے؟

Demand(طلب) سے مراد یہ ہے کہ کسی پروڈکٹ کو خریدنے والے لوگوں کی تعداد کتنی ہے۔اگر کسی چیز کی طلب زیادہ ہو تو اس کے فروخت ہونے کے امکانات بھی زیادہ ہوتے ہیں۔

اچھی پروڈکٹ کیسے منتخب کریں؟

پروڈکٹ کا انتخاب کرتے وقت چند اہم باتوں کا خیال رکھنا چاہیے۔ایسی پروڈکٹ منتخب کریں جس کی مارکیٹ میں اچھی طلب موجود ہو، مقابلہ بہت زیادہ نہ ہو، منافع مناسب ہو اور جسے آسانی سے گاہک تک پہنچایا جا سکے۔اس کے علاوہ ایسی مصنوعات کا انتخاب بہتر ہوتا ہے جنہیں لوگ بار بار خریدتے ہوں۔

پروڈکٹ ریسرچ کرنے کے طریقے

1۔ Amazon اور Daraz پر تحقیق کریں

Amazonاور Daraz جیسے آن لائن پلیٹ فارمز پر جا کر **Best Selling** یا زیادہ فروخت ہونے والی مصنوعات دیکھیں۔اس سے آپ کو اندازہ ہو جائے گا کہ لوگ اس وقت کن چیزوں میں زیادہ دلچسپی لے رہے ہیں۔

2۔ Google Trends استعمال کریں

Google Trends کی مدد سے معلوم کیا جا سکتا ہے کہ لوگ گوگل پر کون سی مصنوعات یا موضوعات زیادہ تلاش کر رہے ہیں۔اس سے نئی اور مقبول مصنوعات کا انتخاب آسان ہو جاتا ہے۔

3۔سوشل میڈیا کا جائزہ لیں

TikTok، Instagramاور Facebook پر وائرل ہونے والی مصنوعات پر نظر رکھیں۔اکثر نئی اور ٹرینڈنگ مصنوعات سب سے پہلے سوشل میڈیا پر مقبول ہوتی ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

4۔ مقابلہ کرنے والوں کا تجزیہ کریں

اپنے شعبے کے کامیاب کاروباروں کو دیکھیں کہ وہ کون سی مصنوعات فروخت کر رہے ہیں، کس قیمت پر بیچ رہے ہیں اور کس انداز میں اپنی مارکیٹنگ کر رہے ہیں۔ اس سے آپ کو بہتر منصوبہ بندی کرنے میں مدد ملتی ہے۔

پروڈکٹ ریسرچ کی مثالیں

پروڈکٹ ریسرچ کے بعد آپ مختلف اقسام کی مصنوعات منتخب کر سکتے ہیں، جیسے:

- موبائل کی لوازمات (Mobile Accessories)
- بیوٹی اور اسکن کیئر مصنوعات (Beauty Products)
- فٹنس سے متعلق سامان (Fitness Equipment)
- ڈیجیٹل مصنوعات، جیسے آن لائن کورسز، ای بکس اور ڈیزائن ٹیمپلیٹس (Digital Products)

درست پروڈکٹ ریسرچ آپ کے کاروبار میں کامیابی کے امکانات بڑھا دیتی ہے، کیونکہ آپ ایسی مصنوعات منتخب کرتے ہیں جنہیں لوگ واقعی خریدنا چاہتے ہیں۔

3۔ پروڈکٹ لسٹنگ (Product Listing)

Product Listing سے مراد اپنی پروڈکٹ کو آن لائن اسٹور یا ویب سائٹ پر مکمل اور درست معلومات کے ساتھ شامل کرنا ہے۔ اچھی پروڈکٹ لسٹنگ گاہک کو پروڈکٹ کے بارے میں واضح معلومات فراہم کرتی ہے، جس سے خریداری کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

پروڈکٹ صفحہ (Product Page) کیا ہے؟

Product Page وہ صفحہ ہوتا ہے جہاں کسی پروڈکٹ کی مکمل معلومات موجود ہوتی ہیں، جیسے اس کا نام، تصاویر، قیمت، خصوصیات اور دیگر ضروری تفصیلات۔ گاہک خریداری سے پہلے یہی صفحہ دیکھتا ہے۔

ایک اچھی Product Listing کے اہم عناصر

1۔ عنوان (Title)

پروڈکٹ کا عنوان مختصر، واضح اور ایسا ہونا چاہیے جو پروڈکٹ کی صحیح پہچان کرائے۔ عنوان میں متعلقہ **Keywords** شامل کرنے سے گاہک اور سرچ انجن دونوں کے لیے پروڈکٹ تلاش کرنا آسان ہو جاتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

2۔ تصاویر (Images)

پروڈکٹ کی صاف، واضح اور اچھی معیار کی تصاویر استعمال کریں۔ مختلف زاویوں سے لی گئی تصاویر گاہک کو پروڈکٹ بہتر انداز میں سمجھنے میں مدد دیتی ہیں۔

3۔ تفصیل (Description)

پروڈکٹ کی تفصیل میں اس کی اہم خصوصیات، فوائد، استعمال کا طریقہ اور دیگر ضروری معلومات آسان الفاظ میں لکھیں تاکہ گاہک خریداری کا فیصلہ آسانی سے کر سکے۔

4۔ قیمت (Price)

پروڈکٹ کی قیمت واضح طور پر درج کریں۔ اگر کوئی رعایت یا خصوصی آفر موجود ہو تو اسے بھی نمایاں انداز میں لکھیں۔

5۔ ریویوز (Reviews)

گاہکوں کی آراء اور تجربات نئی خریداری کرنے والے افراد کا اعتماد بڑھاتے ہیں۔ مثبت ریویوز فروخت میں اضافہ کرنے میں اہم کردار ادا کرتے ہیں۔

مثال

غلط عنوان:

Good Product

درست عنوان:

High Quality Wireless Bluetooth Headphones for Music Lovers

کنورژن ریٹ (Conversion Rate) کیا ہے؟

Conversion Rate سے مراد یہ ہے کہ کتنے لوگ آپ کی پروڈکٹ کا صفحہ دیکھنے کے بعد واقعی خریداری کرتے ہیں۔ اگر 100 لوگ پروڈکٹ دیکھیں اور ان میں سے 10 خرید لیں، تو آپ کا Conversion Rate بہتر سمجھا جاتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

Product Listing کیوں اہم ہے؟

اچھی Product Listing سے گاہک کو مکمل معلومات ملتی ہیں، جس سے اس کا اعتماد بڑھتا ہے۔اس کے علاوہ پروڈکٹ سرچ انجن میں بہتر نظر آتی ہے، فروخت کے امکانات بڑھ جاتے ہیں اور زیادہ لوگ صفحہ دیکھنے کے بعد خریداری کرتے ہیں۔

4۔لینڈنگ پیج (Landing Page)

Landing Page ویب سائٹ کا ایک خاص صفحہ ہوتا ہے جسے کسی ایک مخصوص مقصد کے لیے بنایا جاتا ہے۔ جب کوئی شخص اشتہار، ای میل یا سوشل میڈیا پوسٹ پر کلک کرتا ہے تو وہ اسی صفحے پر آتا ہے۔اس صفحے کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ صارف کوئی خاص عمل کرے، جیسے پروڈکٹ خریدے، فارم پُر کرے یا کورس میں داخلہ لے۔

کنورژن (Conversion) کیا ہے؟

Conversion سے مراد وہ عمل ہے جو آپ چاہتے ہیں کہ صارف آپ کی ویب سائٹ پر آ کر مکمل کرے۔مثال کے طور پر اگر کوئی شخص پروڈکٹ خرید لے، کورس میں داخلہ لے یا اپنا نام اور فون نمبر درج کر دے، تو اسے Conversion کہا جاتا ہے۔

ایک اچھے Landing Page کی خصوصیات

1۔واضح اور سادہ ڈیزائن

Landing Page کا ڈیزائن صاف، سادہ اور سمجھنے میں آسان ہونا چاہیے تاکہ صارف کو مطلوبہ معلومات فوراً مل جائیں۔

2۔مضبوط عنوان (Headline)

صفحے کا عنوان ایسا ہونا چاہیے جو فوراً صارف کی توجہ حاصل کرے اور اسے صفحہ پڑھنے پر آمادہ کرے۔

3۔پروڈکٹ یا سروس کے فوائد

صرف خصوصیات لکھنے کے بجائے یہ بھی بتائیں کہ گاہک کو اس پروڈکٹ یا سروس سے کیا فائدہ ہوگا۔واضح فوائد صارف کو خریداری کا فیصلہ کرنے میں مدد دیتے ہیں۔

4۔معیاری تصاویر یا ویڈیو

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

پروڈکٹ یا سروس کی اچھی تصاویر یا مختصر ویڈیو شامل کریں تاکہ صارف کو بہتر انداز میں سمجھ آ سکے کہ آپ کیا پیش کر رہے ہیں۔

5۔واضح Call to Action (CTA)

صفحے پر ایسا بٹن ضرور شامل کریں جو صارف کو اگلا قدم اٹھانے کی ترغیب دے، جیسے **Buy Now**، **Order Now**، **Register Now** یا **Sign Up**۔

مثال

فرض کریں آپ **SEO Course** فروخت کر رہے ہیں۔اس صورت میں Landing Page پر صرف اسی کورس کی معلومات، اس کے فوائد، فیس، طلبہ کے تجربات اور آخر میں **"ابھی داخلہ لیں"** یا **"Buy Now"** کا بٹن موجود ہوگا۔اس صفحے پر غیر ضروری معلومات شامل نہیں کی جاتیں تاکہ صارف آسانی سے خریداری یا رجسٹریشن مکمل کر سکے۔

Landing Page کیوں ضروری ہے؟

ایک اچھا Landing Page وزیٹر کو الجھن میں ڈالنے کے بجائے سیدھا مطلوبہ عمل کی طرف لے جاتا ہے۔ اس سے خریداری، رجسٹریشن یا آرڈر مکمل ہونے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں، جس کے نتیجے میں کاروبار کی فروخت اور کامیابی میں اضافہ ہوتا ہے۔

5۔ سیلز فنل (Sales Funnel)

Sales Funnel ایک ایسا مرحلہ وار نظام ہے جس کے ذریعے ایک عام شخص کو آہستہ آہستہ ممکنہ گاہک اور پھر خریدار بنایا جاتا ہے۔ ہر شخص اشتہار دیکھتے ہی خریداری نہیں کرتا، اس لیے اسے مختلف مراحل سے گزارا جاتا ہے تاکہ اس کا اعتماد بڑھے اور وہ خریداری کا فیصلہ کر سکے۔

آسان تعریف

Sales Funnel ایک ایسا راستہ ہے جو کسی عام وزیٹر کو مرحلہ وار ایک مستقل گاہک میں تبدیل کرتا ہے۔

سیلز فنل کے مراحل

1۔آگاہی (Awareness)

یہ پہلا مرحلہ ہوتا ہے، جس میں لوگ پہلی بار آپ کے کاروبار، برانڈ یا پروڈکٹ کے بارے میں جانتے ہیں۔ یہ معلومات انہیں اشتہارات، سوشل میڈیا، ویب سائٹ یا دیگر ذرائع سے ملتی ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

2۔دلچسپی(Interest)

جب لوگوں کو آپ کی پروڈکٹ یا سروس پسند آتی ہے تو وہ اس کے بارے میں مزید معلومات حاصل کرتے ہیں۔ وہ آپ کی ویب سائٹ دیکھتے ہیں، ویڈیوز دیکھتے ہیں یا مزید تفصیلات پڑھتے ہیں۔

3۔فیصلہ(Decision)

اس مرحلے میں صارف مختلف آپشنز کا موازنہ کرتا ہے اور سوچتا ہے کہ آیا اسے آپ کی پروڈکٹ خریدنی چاہیے یا نہیں۔ اگر آپ اچھی معلومات، مناسب قیمت اور اعتماد فراہم کریں تو خریداری کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

4۔عمل(Action)

یہ آخری مرحلہ ہے، جس میں صارف مطلوبہ عمل مکمل کرتا ہے، جیسے پروڈکٹ خرید لیتا ہے، کورس میں داخلہ لے لیتا ہے یا آرڈر کر دیتا ہے۔

لیڈ (Lead) کیا ہے؟

Lead ایسے شخص کو کہتے ہیں جو آپ کی پروڈکٹ یا سروس میں دلچسپی تو رکھتا ہو، لیکن ابھی تک خریداری نہ کی ہو۔ مثال کے طور پر اگر کوئی شخص آپ کا فارم پُر کرے، معلومات حاصل کرے یا رابطہ کرے، تو وہ ایک **Lead** کہلاتا ہے۔

Sales Funnel کیوں ضروری ہے؟

Sales Funnel کی مدد سے آپ اپنے ممکنہ گاہکوں کو بہتر انداز میں سمجھ سکتے ہیں اور انہیں مرحلہ وار خریداری کی طرف لے جا سکتے ہیں۔ اس سے فروخت میں اضافہ ہوتا ہے، مارکیٹنگ زیادہ مؤثر بنتی ہے اور کم بجٹ میں بھی بہتر نتائج حاصل کیے جا سکتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ کامیاب آن لائن کاروبار اپنی مارکیٹنگ میں Sales Funnel کا ضرور استعمال کرتے ہیں۔

6۔ڈراپ شپنگ(Dropshipping)

Dropshipping ای کامرس کا ایک ایسا کاروباری طریقہ ہے جس میں آپ کے پاس اپنی پروڈکٹس کا اسٹاک موجود نہیں ہوتا۔ جب کوئی گاہک آپ کے آن لائن اسٹور سے آرڈر کرتا ہے تو آپ وہ آرڈر سپلائر کو بھیج دیتے ہیں، اور سپلائر براہِ راست پروڈکٹ گاہک تک پہنچا دیتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

آسان تعریف

Dropshippingایسا آن لائن کاروبار ہے جس میں آپ خود سامان خرید کر ذخیرہ نہیں کرتے، بلکہ صرف آرڈر وصول کرتے ہیں اور اسے سپلائر تک پہنچا دیتے ہیں۔

Dropshippingکیسے کام کرتا ہے؟

Dropshippingکا طریقہ بہت آسان ہے۔

سب سے پہلے آپ اپنی پروڈکٹس کو آن لائن اسٹور پر شامل کرتے ہیں۔ جب کوئی گاہک آرڈر دیتا ہے تو آپ وہ آرڈر اپنے سپلائر کو بھیج دیتے ہیں۔ اس کے بعد سپلائر پروڈکٹ پیک کر کے براہِ راست گاہک کے پتے پر بھیج دیتا ہے۔ گاہک سے وصول ہونے والی رقم میں سے سپلائر کی قیمت ادا کرنے کے بعد باقی رقم آپ کا منافع ہوتی ہے۔

سپلائر (Supplier) کیا ہے؟

Supplierوہ شخص، کمپنی یا فیکٹری ہوتی ہے جو اصل پروڈکٹ تیار کرتی ہے یا فراہم کرتی ہے اور آپ کے آرڈر کے مطابق اسے گاہک تک پہنچاتی ہے۔

Dropshippingکے فوائد

Dropshippingکا سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ کاروبار شروع کرنے کے لیے زیادہ سرمایہ درکار نہیں ہوتا۔ آپ کو پہلے سے سامان خرید کر رکھنے کی ضرورت نہیں ہوتی، جس سے اسٹاک کا خرچ اور خطرہ دونوں کم ہو جاتے ہیں۔ اس کے علاوہ آپ گھر بیٹھے اپنا آن لائن کاروبار شروع کر سکتے ہیں اور مختلف شہروں یا ممالک کے گاہکوں کو مصنوعات فروخت کر سکتے ہیں۔

Dropshippingکے نقصانات

اس کاروبار میں کچھ چیلنجز بھی ہوتے ہیں۔ اگر سپلائر وقت پر سامان نہ بھیجے تو ڈیلیوری میں تاخیر ہو سکتی ہے، جس سے گاہک ناراض ہو سکتا ہے۔ چونکہ پروڈکٹ آپ کے پاس موجود نہیں ہوتی، اس لیے اس کے معیار اور پیکنگ پر آپ کا مکمل کنٹرول بھی نہیں ہوتا۔ بعض اوقات زیادہ مقابلے کی وجہ سے منافع بھی کم رہ جاتا ہے، اس لیے قابلِ اعتماد سپلائر کا انتخاب بہت اہم ہوتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

7۔ کیش آن ڈیلیوری (COD) اور آن لائن ادائیگی (Online Payment)

ای کامرس میں گاہکوں سے رقم وصول کرنے کے دو عام طریقے ہیں : **کیش آن ڈیلیوری (Cash on Delivery - COD)** اور **آن لائن ادائیگی (Online Payment)** ۔ ہر طریقے کے اپنے فوائد ہیں، اور کاروبار کی نوعیت کے مطابق ان میں سے ایک یا دونوں طریقے اختیار کیے جا سکتے ہیں۔

1۔ کیش آن ڈیلیوری (Cash on Delivery - COD)

کیش آن ڈیلیوری وہ طریقہ ہے جس میں گاہک پروڈکٹ وصول کرنے کے بعد اس کی قیمت ادا کرتا ہے۔ یعنی پہلے سامان گاہک تک پہنچایا جاتا ہے، پھر وہ نقد رقم یا دستیاب ادائیگی کے ذریعے قیمت ادا کرتا ہے۔

کیش آن ڈیلیوری کے فوائد

- گاہک کا اعتماد زیادہ ہوتا ہے۔
- پاکستان میں یہ طریقہ بہت زیادہ استعمال کیا جاتا ہے۔
- نئے گاہک بھی آسانی سے آرڈر دینے پر آمادہ ہو جاتے ہیں۔

2۔ آن لائن ادائیگی (Online Payment)

آن لائن ادائیگی وہ طریقہ ہے جس میں گاہک آرڈر دیتے وقت ہی انٹرنیٹ کے ذریعے رقم ادا کر دیتا ہے۔ اس کے بعد فروخت کنندہ آرڈر تیار کر کے گاہک کو بھیج دیتا ہے۔

آن لائن ادائیگی کے عام طریقے

- ڈیبٹ یا کریڈٹ کارڈ (Debit/Credit Card)
- Easypaisa
- JazzCash
- بینک ٹرانسفر (Bank Transfer)

پیمنٹ گیٹ وے (Payment Gateway) کیا ہے؟

Payment Gateway ایک ایسا محفوظ نظام ہے جو آن لائن ادائیگی کو محفوظ طریقے سے وصول کرنے اور اس کی تصدیق کرنے میں مدد دیتا ہے۔ جب گاہک آن لائن رقم ادا کرتا ہے تو یہی نظام ادائیگی کو مکمل کرتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

دونوں طریقوں کے اپنے فوائد ہیں۔ اگر آپ پاکستان میں آن لائن کاروبار شروع کر رہے ہیں تو COD ضرور رکھیں، جبکہ Online Payment کی سہولت بھی شامل کریں تاکہ گاہک اپنی پسند کے مطابق ادائیگی کر سکیں۔

8۔اپ سیلنگ اور کراس سیلنگ (Upselling & Cross-selling)

ای کامرس میں صرف زیادہ گاہک حاصل کرنا ہی کامیابی نہیں ہوتی، بلکہ موجودہ گاہک سے زیادہ فروخت حاصل کرنا بھی ایک اہم حکمتِ عملی ہے۔اسی مقصد کے لیے Upselling اور Cross-selling کی تکنیکیں استعمال کی جاتی ہیں۔

اپ سیلنگ (Upselling)

Upselling سے مراد گاہک کو اسی پروڈکٹ کا بہتر، جدید یا مہنگا ورژن خریدنے کی ترغیب دینا ہے۔اس کا مقصد گاہک کو زیادہ فائدہ پہنچانا اور ساتھ ہی کاروبار کی آمدنی بڑھانا ہوتا ہے۔

مثال

- عام موبائل کے بجائے زیادہ RAM اور بہتر فیچرز والا موبائل تجویز کرنا۔
- Basic کورس کے بجائے Advanced یا Premium کورس خریدنے کی پیشکش کرنا۔

Upselling کے فوائد

- ایک گاہک سے زیادہ منافع حاصل ہوتا ہے۔
- بہتر اور اعلیٰ معیار کی مصنوعات فروخت ہوتی ہیں۔
- کاروبار کی آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔

کراس سیلنگ (Cross-selling)

Cross-selling سے مراد گاہک کو اس کی خریدی گئی پروڈکٹ کے ساتھ متعلقہ مصنوعات بھی خریدنے کی تجویز دینا ہے۔

مثال

- موبائل خریدنے والے گاہک کو موبائل کور، چارجر یا اسکرین پروٹیکٹر کی پیشکش کرنا۔
- آن لائن کورس خریدنے والے کو اس کے ساتھ کتاب، نوٹس یا دیگر مفید ٹولز خریدنے کی تجویز دینا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

Cross-sellingکے فوائد

- ایک ہی آرڈر سے زیادہ فروخت ہوتی ہے۔
- گاہک کو اپنی ضرورت کی اضافی چیزیں ایک ہی جگہ سے مل جاتی ہیں۔
- کاروبار کی مجموعی آمدنی میں اضافہ ہوتا ہے۔

اوسط آرڈر ویلیو (Average Order Value - AOV) کیا ہے؟

Average Order Value (AOV)سے مراد یہ ہے کہ ایک گاہک ایک آرڈر میں اوسطاً کتنی رقم خرچ کرتا ہے۔اگر آپ Upselling اور Cross-selling کو صحیح طریقے سے استعمال کریں تو AOV میں اضافہ ہوتا ہے،یعنی ہر آرڈر سے زیادہ آمدنی حاصل ہوتی ہے۔

9۔کسٹمر سپورٹ(Customer Support)

Customer Supportسے مراد وہ سروس ہے جس کے ذریعے آپ اپنے گاہکوں کے سوالات کے جواب دیتے ہیں،ان کی شکایات سنتے ہیں اور ان کے مسائل حل کرتے ہیں۔اچھی کسٹمر سپورٹ کسی بھی کامیاب کاروبار کا اہم حصہ ہوتی ہے،کیونکہ ایک مطمئن گاہک دوبارہ بھی خریداری کرتا ہے اور دوسروں کو بھی آپ کے کاروبار کے بارے میں بتاتا ہے۔

کسٹمر سپورٹ کیوں ضروری ہے؟

کسٹمر سپورٹ کی بدولت گاہک کا آپ کے کاروبار پر اعتماد بڑھتا ہے۔جب گاہک کو بروقت مدد ملتی ہے تو وہ دوبارہ خریداری کرنے میں ہچکچاہٹ محسوس نہیں کرتا۔اس کے علاوہ اچھی سروس سے کاروبار کی ساکھ (Reputation) بھی بہتر ہوتی ہے اور نئے گاہک حاصل کرنا آسان ہو جاتا ہے۔

کسٹمر سپورٹ کے عام طریقے

کاروبار کی نوعیت کے مطابق مختلف ذرائع سے گاہکوں کی مدد کی جاسکتی ہے،جیسے:

- WhatsApp Support:گاہکوں کے سوالات اور آرڈرز کا جواب WhatsApp کے ذریعے دینا۔
- Email Support:ای میل کے ذریعے تفصیلی رہنمائی اور مسائل کا حل فراہم کرنا۔
- Live Chat:ویب سائٹ پر فوری پیغامات کے ذریعے گاہک سے رابطہ کرنا۔
- Phone Support:فون کال کے ذریعے براہِ راست گاہک کی رہنمائی کرنا۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

کسٹمر برقرار رکھنا (Customer Retention) کیا ہے؟

Customer Retention سے مراد اپنے موجودہ گاہکوں کو دوبارہ خریداری پر آمادہ کرنا اور ان کے ساتھ اچھا تعلق برقرار رکھنا ہے۔ نئے گاہک حاصل کرنے کے مقابلے میں پرانے گاہک کو برقرار رکھنا اکثر زیادہ آسان اور کم خرچ ہوتا ہے۔

اچھی Customer Support کی خصوصیات

اچھی کسٹمر سپورٹ کے لیے ضروری ہے کہ گاہک کو جلد جواب دیا جائے، اس سے ہمیشہ شائستگی سے بات کی جائے اور اس کے مسئلے کو سمجھ کر مناسب حل پیش کیا جائے۔ اگر ممکن ہو تو زیادہ سے زیادہ وقت گاہکوں کی مدد کے لیے دستیاب رہیں تاکہ وہ کسی بھی وقت آپ سے رابطہ کر سکیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب 8: ای میل مارکیٹنگ اور آٹومیشن

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

1۔ای میل مارکیٹنگ (Email Marketing) کیا ہے؟

Email Marketing سے مراد ای میل کے ذریعے لوگوں تک اپنی مصنوعات، خدمات، معلومات یا خصوصی آفرز پہنچانا ہے۔ اس کا مقصد گاہکوں سے رابطہ قائم رکھنا، ان کا اعتماد حاصل کرنا اور فروخت میں اضافہ کرنا ہے۔

ای میل (Email) کیا ہے؟

Email انٹرنیٹ کے ذریعے پیغام بھیجنے اور وصول کرنے کا ایک آسان اور تیز ذریعہ ہے۔ آج دنیا بھر میں کاروباری رابطوں کے لیے ای میل کا بہت زیادہ استعمال کیا جاتا ہے۔

ای میل مارکیٹنگ کیوں ضروری ہے؟

ای میل مارکیٹنگ کم خرچ میں زیادہ لوگوں تک پہنچنے کا مؤثر ذریعہ ہے۔ اس کی مدد سے آپ براہِ راست اپنے گاہکوں سے رابطہ کر سکتے ہیں، انہیں نئی معلومات اور آفرز بھیج سکتے ہیں اور بار بار اپنی مصنوعات یا خدمات سے متعارف کرا سکتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ای میل مارکیٹنگ فروخت بڑھانے میں اہم کردار ادا کرتی ہے۔

2۔ای میل لسٹ (Email List) بنانا

Email List ان لوگوں کی فہرست ہوتی ہے جنہوں نے اپنی مرضی سے اپنا ای میل ایڈریس آپ کو دیا ہوتا ہے تاکہ وہ آپ سے معلومات، آفرز یا اپڈیٹس حاصل کر سکیں۔

سبسکرائبر (Subscriber) کیا ہے؟

Subscriber وہ شخص ہوتا ہے جو اپنی مرضی سے آپ کی ای میل لسٹ میں شامل ہوتا ہے اور آپ کی ای میلز وصول کرنے کی اجازت دیتا ہے۔

ای میل لسٹ کیسے بنائی جاتی ہے؟

آپ مختلف طریقوں سے اپنی ای میل لسٹ بنا سکتے ہیں، جیسے:

- ویب سائٹ پر رجسٹریشن فارم کے ذریعے۔
- سوشل میڈیا کے ذریعے۔
- مفت تحفہ (Lead Magnet) دے کر۔
- Signup Page کے ذریعے۔

جتنی بہتر اور معیاری آپ کی Email List ہوگی، اتنی ہی مؤثر آپ کی Email Marketing ہوگی۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

3۔لیڈ میگنٹ(Lead Magnet)

Lead Magnetایک مفت تحفہ یا مفید چیز ہوتی ہے جو لوگوں کو اس شرط پر دی جاتی ہے کہ وہ اپنا ای میل ایڈریس فراہم کریں۔

آسان تعریف

Lead Magnetایک ایسی مفت پیشکش ہے جو لوگوں کو آپ کی ای میل لسٹ میں شامل ہونے کی ترغیب دیتی ہے۔

عام مثالیں

- مفت ای بک(Free eBook)
- مفت آن لائن کورس(Free Course)
- ڈسکاؤنٹ کوپن(Discount Coupon)
- مفت گائیڈ یا چیک لسٹ

Lead Magnetکے فوائد

Lead Magnetکی مدد سے آپ اپنی ای میل لسٹ تیزی سے بڑھا سکتے ہیں۔اس کے علاوہ لوگ آپ پر اعتماد کرنا شروع کرتے ہیں اور بعد میں آپ کی مصنوعات یا خدمات خریدنے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں۔

4۔نیوز لیٹر(Newsletter)

Newsletterایک معلوماتی ای میل ہوتی ہے جو آپ اپنے سبسکرائبرز کو باقاعدگی سے بھیجتے ہیں۔اس کا مقصد گاہکوں سے مسلسل رابطہ برقرار رکھنا اور انہیں نئی معلومات فراہم کرنا ہوتا ہے۔

Newsletterمیں کیا شامل کیا جا سکتا ہے؟

- نئی معلومات
- خصوصی آفرز
- بلاگ یا آرٹیکل کے لنکس
- کاروبار سے متعلق تازہ اپڈیٹس

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

اگر آپ باقاعدگی سے مفید Newsletter بھیجتے رہیں تو گاہک آپ کے کاروبار کو یاد رکھتے ہیں اور دوبارہ خریداری کرنے کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔

5۔ویلکم سیکوینس(Welcome Sequence)

Welcome Sequence ایسی ای میلز کا سلسلہ ہے جو کسی نئے سبسکرائبر کو خودکار طریقے سے ایک کے بعد ایک بھیجا جاتا ہے۔اس کا مقصد نئے صارف کا استقبال کرنا، اس کا اعتماد حاصل کرنا اور اسے آپ کی مصنوعات یا خدمات سے متعارف کرانا ہوتا ہے۔

Welcome Sequence کی مثال

پہلی ای میل:

نئے سبسکرائبر کو خوش آمدید کہنا اور اس کا شکریہ ادا کرنا۔

دوسری ای میل:

اپنے کاروبار، خدمات یا کورس کے بارے میں مختصر معلومات فراہم کرنا۔

تیسری ای میل:

خصوصی آفر، ڈسکاؤنٹ یا کورس خریدنے کی دعوت دینا۔

Welcome Sequence کیوں ضروری ہے؟

Welcome Sequence نئے گاہک کے ساتھ اچھا تعلق قائم کرنے میں مدد دیتی ہے۔اس سے اعتماد بڑھتا ہے، گاہک آپ کے کاروبار کو بہتر انداز میں سمجھتا ہے اور بعد میں خریداری کرنے کے امکانات بھی زیادہ ہو جاتے ہیں۔

6۔آٹومیشن(Automation)

Automation سے مراد ایسا نظام ہے جس میں کام خودکار طریقے سے انجام پاتے ہیں اور ہر بار انہیں ہاتھ سے کرنے کی ضرورت نہیں رہتی۔ای میل مارکیٹنگ میں آٹومیشن کی مدد سے مختلف ای میلز مخصوص حالات کے مطابق خود بخود بھیجی جاسکتی ہیں۔

آسان تعریف

Automation ایسا سسٹم ہے جو کسی خاص عمل کے بعد خودکار طریقے سے ای میل بھیج دیتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

مثالیں

- اگر کوئی شخص آپ کی ویب سائٹ پر سائن اپ کرے تو اسے خودکار طور پر **ویلکم ای میل** موصول ہو جائے۔
- اگر کوئی گاہک کسی پروڈکٹ کو دیکھے لیکن خریداری نہ کرے تو اسے **یاددہانی (Reminder)** کی ای میل بھیجی جاسکتی ہے۔

آٹومیشن کے فوائد

- وقت کی بچت ہوتی ہے۔
- گاہکوں سے بروقت رابطہ برقرار رہتا ہے۔
- فروخت بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔
- کم محنت میں زیادہ کام مکمل ہو جاتا ہے۔

7۔ براڈکاسٹ ای میلز (Broadcast Emails)

Broadcast Email ایسی ای میل ہوتی ہے جو ایک ہی وقت میں آپ کی پوری ای میل لسٹ کو بھیجی جاتی ہے۔اس کا مقصد تمام سبسکرائبرز کو ایک جیسی معلومات یا آفر سے آگاہ کرنا ہوتا ہے۔

آسان تعریف

Broadcast Email وہ ای میل ہے جو ایک ہی وقت میں تمام سبسکرائبرز کو بھیجی جاتی ہے۔

مثالیں

- نئی آفر کا اعلان کرنا۔
- سیل یا ڈسکاؤنٹ کی اطلاع دینا۔
- نئے کورس یا پروڈکٹ کے آغاز کی خبر دینا۔
- اہم اپڈیٹس یا اعلانات بھیجنا۔

Broadcast Email کیوں اہم ہے؟

اس کی مدد سے آپ بہت کم وقت میں ہزاروں لوگوں تک اپنی بات پہنچا سکتے ہیں، جس سے فروخت اور گاہکوں کی دلچسپی میں اضافہ ہوتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

8۔اوپن ریٹ اور سی ٹی آر(Open Rate & CTR)

ای میل مارکیٹنگ میں یہ جاننا بہت ضروری ہوتا ہے کہ کتنے لوگوں نے آپ کی ای میل پڑھی اور کتنے لوگوں نے اس میں موجود لنک پر کلک کیا۔اس کے لیے دو اہم پیمانے استعمال کیے جاتے ہیں۔

اوپن ریٹ(Open Rate)

Open Rate سے مراد یہ ہے کہ بھیجی گئی ای میلز میں سے کتنے لوگوں نے آپ کی ای میل کھولی۔

مثال:

اگر100 لوگوں کو ای میل بھیجی جائے اور40 لوگ اسے کھولیں، تو40 Open Rate٪ ہوگا۔

سی ٹی آر(CTR - Click Through Rate)

CTR سے مراد یہ ہے کہ کتنے لوگوں نے ای میل کے اندر موجود لنک یا بٹن پر کلک کیا۔

مثال:

اگر100 لوگوں کو ای میل بھیجی جائے اور10 لوگ اس میں موجود لنک پر کلک کریں، تو10 CTR٪ ہوگا۔

Open Rate اور CTR کیوں اہم ہیں؟

ان اعداد و شمار سے معلوم ہوتا ہے کہ آپ کی ای میل کتنی مؤثر تھی، لوگ اس میں کتنی دلچسپی لے رہے ہیں اور آپ کی مارکیٹنگ کی کارکردگی کیسی ہے۔

9۔ای میل مارکیٹنگ ٹولز(Email Marketing Tools)

ای میل مارکیٹنگ کو آسان، منظم اور خودکار بنانے کے لیے مختلف سافٹ ویئر استعمال کیے جاتے ہیں۔ان ٹولز کی مدد سے آپ ای میلز تیار کر سکتے ہیں، بھیج سکتے ہیں اور ان کے نتائج بھی دیکھ سکتے ہیں۔

مشہور Email Marketing Tools

- Mailchimp
- ConvertKit
- Brevo (سابقہ نام Sendinblue:)
- GetResponse

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

CRM (Customer Relationship Management) کیا ہے؟

CRM ایسا نظام ہے جو گاہکوں کی معلومات کو محفوظ رکھنے، منظم کرنے اور ان کے ساتھ بہتر تعلق قائم رکھنے میں مدد دیتا ہے۔ اس کے ذریعے آپ جان سکتے ہیں کہ کون سا گاہک کب رابطہ کر چکا ہے، کیا خرید چکا ہے اور اسے آئندہ کیا پیش کرنا چاہیے۔

Email Marketing Tools کیوں ضروری ہیں؟

ان ٹولز کی مدد سے آپ ہزاروں ای میلز آسانی سے بھیج سکتے ہیں، ای میلز کو خودکار بنا سکتے ہیں، نتائج کا جائزہ لے سکتے ہیں اور اپنے گاہکوں کے ساتھ مضبوط تعلق قائم کر سکتے ہیں، جس سے کاروبار کی ترقی میں مدد ملتی ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

باب 9: فری لانسنگ، کلائنٹس اور عملی پروجیکٹ

(Freelancing, Clients & Practical Project)

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

1۔فری لانسنگ (Freelancing) کیا ہے؟

فری لانسنگ (Freelancing) کام کرنے کا ایک ایسا طریقہ ہے جس میں آپ کسی ایک کمپنی کے مستقل ملازم نہیں ہوتے، بلکہ مختلف افراد یا کمپنیوں کے لیے انٹرنیٹ کے ذریعے کام کرتے ہیں۔ کام مکمل ہونے پر آپ کو اس کی ادائیگی کی جاتی ہے۔

فری لانسر (Freelancer) کیا ہے؟

Freelancer وہ شخص ہوتا ہے جو اپنی مہارت کے ذریعے مختلف کلائنٹس کے لیے آن لائن کام کرتا ہے اور کسی ایک ادارے کا مستقل ملازم نہیں ہوتا۔

فری لانسنگ پلیٹ فارمز

فری لانسنگ کے لیے کئی مشہور ویب سائٹس موجود ہیں، جن میں شامل ہیں:

- Fiverr
- Upwork
- Freelancer.com

فری لانسنگ کے فوائد

- گھر بیٹھے کام کرنے کی سہولت۔
- اپنی مرضی کے وقت کام کرنے کی آزادی۔
- دنیا بھر کے کلائنٹس کے ساتھ کام کرنے کا موقع۔
- کم سرمایہ سے آن لائن کام شروع کیا جا سکتا ہے۔

2۔پورٹ فولیو (Portfolio) بنانا

Portfolio آپ کے کام کا مجموعہ ہوتا ہے جس میں آپ اپنی مہارت، تجربہ اور مکمل کیے گئے منصوبوں کے نمونے دکھاتے ہیں۔ ایک اچھا پورٹ فولیو کلائنٹ کا اعتماد حاصل کرنے میں بہت اہم کردار ادا کرتا ہے۔

نمونہ کام (Sample Work) کیا ہے؟

Sample Work سے مراد وہ مثالیں ہیں جو آپ کی مہارت کو ظاہر کرتی ہیں۔ اگر آپ کے پاس کلائنٹ کا کام موجود نہ ہو تو آپ خود بھی نمونے تیار کر سکتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

پورٹ فولیو میں کیا شامل ہونا چاہیے؟

- اپنا مختصر تعارف۔
- اپنی مہارتیں (Skills) ۔
- مکمل کیے گئے یا نمونہ کام۔
- رابطے کی معلومات (Contact Information) ۔

پورٹ فولیو کی مثالیں

- سوشل میڈیا پوسٹس
- لوگو ڈیزائن
- اشتہارات کے ڈیزائن
- تحریری نمونے (Writing Samples)

3۔ کلائنٹ کیسے حاصل کریں؟

Client Acquisition سے مراد ایسے لوگوں کو تلاش کرنا ہے جو آپ کی خدمات خریدیں اور آپ کو کام دیں۔

آسان تعریف

کلائنٹ حاصل کرنا وہ عمل ہے جس میں آپ اپنی مہارت لوگوں کے سامنے پیش کرتے ہیں تاکہ وہ آپ کو اپنے منصوبے پر کام کرنے کے لیے منتخب کریں۔

کلائنٹ حاصل کرنے کے طریقے

1۔ فری لانسنگ ویب سائٹس

Fiverr، Upwork اور Freelancer.com جیسی ویب سائٹس پر پروفائل بنا کر کام حاصل کیا جا سکتا ہے۔

2۔ سوشل میڈیا

Facebook، LinkedIn اور دیگر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر اپنی خدمات شیئر کریں اور متعلقہ گروپس میں حصہ لیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

3۔ براہِ راست رابطہ (Direct Messaging)

مختلف کاروباروں یا کمپنیوں سے براہِ راست رابطہ کریں اور انہیں اپنی خدمات کے بارے میں بتائیں۔

لیڈ (Lead) کیا ہے؟

Leadوہ شخص یا کمپنی ہوتی ہے جو آپ کی سروس میں دلچسپی رکھتی ہو، لیکن ابھی تک آپ کو کام نہ دیا ہو۔

4۔ پروپوزل رائٹنگ (Proposal Writing)

Proposalایک پیشہ ورانہ پیغام ہوتا ہے جو آپ کسی کلائنٹ کو بھیجتے ہیں تاکہ وہ آپ کو اپنا پروجیکٹ دے۔

ایک اچھا Proposal کیسے لکھیں؟

- اپنا مختصر تعارف دیں۔
- کلائنٹ کی ضرورت کو سمجھیں۔
- واضح کریں کہ آپ اس کا مسئلہ کیسے حل کریں گے۔
- اپنی مہارت یا تجربہ مختصر انداز میں بتائیں۔
- آخر میں کلائنٹ کو جواب دینے یا بات چیت شروع کرنے کی دعوت دیں۔

مثال

Hello,میں نے آپ کا پروجیکٹ دیکھا ہے۔ میں Digital Marketing اور SEO کے شعبے میں آپ کی مدد کر سکتا ہوں۔ مجھے اس کام کا تجربہ ہے اور میں معیاری نتائج فراہم کرنے کی کوشش کروں گا۔ اگر آپ مناسب سمجھیں تو ہم اس پر مزید بات کر سکتے ہیں۔

کنورژن (Conversion) کیا ہے؟

Conversionسے مراد وہ مرحلہ ہے جب ایک دلچسپی رکھنے والا شخص آپ کا باقاعدہ کلائنٹ بن جاتا ہے۔

5۔ کلائنٹ کمیونیکیشن (Client Communication)

Client Communicationسے مراد کلائنٹ کے ساتھ مؤثر، شائستہ اور پیشہ ورانہ انداز میں رابطہ رکھنا ہے۔ اچھی گفتگو سے کلائنٹ کا اعتماد بڑھتا ہے اور طویل عرصے تک کام کرنے کے مواقع پیدا ہوتے ہیں۔

اچھی Client Communication کے اصول

- ہمیشہ صاف اور آسان زبان استعمال کریں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- کلائنٹ کے پیغامات کا بروقت جواب دیں۔
- ہر گفتگو میں پیشہ ورانہ انداز اختیار کریں۔
- صرف وہی وعدے کریں جو آپ پورے کر سکتے ہوں۔
- کام کی پیش رفت سے کلائنٹ کو باخبر رکھیں۔

فیڈبیک (Feedback) کیا ہے؟

Feedback سے مراد کلائنٹ کی وہ رائے یا مشورہ ہے جو وہ آپ کے کام کے بارے میں دیتا ہے۔

مثال

اگر کلائنٹ کہے:

"براہِ کرم اس ڈیزائن کا رنگ تبدیل کر دیں۔"

تو آپ اس کی بات کو مثبت انداز میں قبول کریں اور مطلوبہ تبدیلی کر کے دوبارہ کام بھیج دیں۔ اچھا رویہ اور بروقت تعاون ہی ایک عام کلائنٹ کو مستقل کلائنٹ میں تبدیل کرتا ہے۔

8۔ ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایجنسی کیسے شروع کریں؟

ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایجنسی (Digital Marketing Agency) ایک ایسا کاروبار ہے جس میں آپ مختلف کمپنیوں، دکانوں اور کاروباروں کو آن لائن مارکیٹنگ کی خدمات فراہم کرتے ہیں۔ ان خدمات میں Facebook Ads ، SEO، Content Marketing، Social Media Management اور دیگر ڈیجیٹل سروسز شامل ہوتی ہیں۔

ایجنسی (Agency) کیا ہے؟

Agency ایسے کاروبار کو کہتے ہیں جو اپنے کلائنٹس کو مختلف خدمات فراہم کر کے معاوضہ وصول کرتا ہے۔

ڈیجیٹل مارکیٹنگ ایجنسی شروع کرنے کے مراحل

1۔ ضروری مہارتیں سیکھیں (Skills Development)

سب سے پہلے ان مہارتوں پر اچھی گرفت حاصل کریں جو مارکیٹ میں زیادہ طلب رکھتی ہیں، جیسے:

- Facebook اور Instagram Ads
- SEO (سرچ انجن آپٹیمائزیشن)

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

- Content Writing
- Email Marketing
- Social Media Marketing

اگر آپ شروع میں تمام مہارتیں نہیں سیکھ سکتے تو ایک یا دو مہارتوں سے آغاز کریں اور آہستہ آہستہ اپنی صلاحیتوں میں اضافہ کریں۔

2۔اپنی سروسز کا انتخاب کریں(Services Selection)

یہ فیصلہ کریں کہ آپ اپنے کلائنٹس کو کون سی خدمات فراہم کریں گے۔

مثلاً:

- سوشل میڈیا مارکیٹنگ
- Paid Ads Management
- SEO Services
- Content Creation
- Email Marketing
- Website Management

شروع میں کم سروسز کے ساتھ کام کریں اور تجربہ بڑھنے کے بعد مزید خدمات شامل کریں۔

3۔اپنا برانڈ بنائیں(Brand Creation)

اپنے کاروبار کے لیے ایک اچھا اور یاد رہنے والا نام منتخب کریں۔ اس کے بعد ایک سادہ اور پروفیشنل لوگو بنائیں، Facebook Page، LinkedIn Page یا Website تیار کریں تاکہ لوگ آپ کی ایجنسی پر اعتماد کر سکیں۔

برانڈنگ (Branding) کیا ہے؟

Branding سے مراد اپنے کاروبار کو ایک منفرد شناخت دینا ہے تاکہ لوگ آپ کے نام، لوگو اور خدمات کو آسانی سے پہچان سکیں۔

4۔اپنا پورٹ فولیو تیار کریں(Portfolio)

کلائنٹس کو اپنا کام دکھانے کے لیے ایک مضبوط پورٹ فولیو بنائیں۔ اگر آپ کے پاس حقیقی کلائنٹس کا کام موجود نہیں ہے تو خود نمونہ (Sample) پروجیکٹس تیار کریں، جیسے:

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

- Facebook Adsکے نمونے
- Social Media Posts
- Logo Designs
- SEOرپورٹس
- Content Writingکے نمونے

5۔کلائنٹس حاصل کریں(Client Acquisition)

ایجنسی کی کامیابی کادارومدار کلائنٹس پر ہوتاہے۔نئے کلائنٹس حاصل کرنے کے لیے مختلف ذرائع استعمال کریں، جیسے:

- FiverrاورUpwork
- Facebook Groups
- LinkedIn
- براہِ راست کاروباروں سے رابطہ(Direct Outreach)
- اپنے سوشل میڈیا صفحات

6۔معیاری سروس فراہم کریں(Service Delivery)

جب آپ کو کوئی پروجیکٹ مل جائے تو اسے وقت پر اور بہترین معیار کے ساتھ مکمل کریں۔کلائنٹ کے ساتھ مسلسل رابطہ رکھیں،اس کے سوالات کے جواب دیں اور ضرورت کے مطابق تبدیلیاں بھی کریں۔ایک خوش گاہک مستقبل میں دوبارہ بھی آپ سے کام کرواتاہے اور دوسرے لوگوں کو بھی آپ کی سفارش کرتاہے۔

کامیاب ایجنسی کے لیے چند اہم باتیں

- ہمیشہ معیاری کام کریں۔
- وقت کی پابندی کریں۔
- کلائنٹس کے ساتھ اچھارویہ رکھیں۔
- نئی مہارتیں سیکھتے رہیں۔
- اپنی سروسز اور پورٹ فولیو کو وقتاً فوقتاً بہتر بناتے رہیں۔

ان اصولوں پر عمل کر کے آپ ایک چھوٹی ایجنسی سے آغاز کر سکتے ہیں اور آہستہ آہستہ اسے ایک کامیاب ڈیجیٹل مارکیٹنگ کمپنی میں تبدیل کر سکتے ہیں۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کردی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

9۔ مکمل ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی مثال (Case Study)

اس باب میں ہم ایک فرضی کاروبار کی مثال کے ذریعے سمجھیں گے کہ ڈیجیٹل مارکیٹنگ کے مختلف طریقے مل کر کس طرح کاروبار کو کامیاب بنانے میں مدد دیتے ہیں۔

کاروبار کا تعارف

فرض کریں **"اسمارٹ لرن اکیڈمی "** نامی ایک ادارہ **ڈیجیٹل مارکیٹنگ کا آن لائن کورس** فروخت کرنا چاہتا ہے۔اس کا مقصد زیادہ سے زیادہ طلبہ تک پہنچنا اور آن لائن داخلے حاصل کرنا ہے۔

مرحلہ 1: ہدفی صارفین کی پہچان

سب سے پہلے ادارہ یہ طے کرتا ہے کہ اس کا کورس کن لوگوں کے لیے ہے۔ تحقیق کے بعد معلوم ہوتا ہے کہ 18 سے 35 سال کی عمر کے وہ افراد جو آن لائن کمائی، فری لانسنگ یا کاروبار میں دلچسپی رکھتے ہیں، اس کورس کے لیے بہترین ہدف ہیں۔

مرحلہ 2: برانڈ تیار کرنا

ادارہ اپنے لیے ایک خوبصورت نام، سادہ لوگو اور Facebook ، Instagram اور LinkedIn پر پروفیشنل صفحات بناتا ہے تاکہ لوگ اسے آسانی سے پہچان سکیں اور اس پر اعتماد کریں۔

مرحلہ 3: کورس کی معلومات تیار کرنا

ادارہ کورس کا نام، فیس، دورانیہ، اہم موضوعات اور طلبہ کو حاصل ہونے والے فوائد واضح انداز میں لکھتا ہے تاکہ ہر شخص آسانی سے سمجھ سکے کہ اسے اس کورس سے کیا فائدہ ہوگا۔

مرحلہ 4: مفید مواد شیئر کرنا

صرف اشتہارات چلانے کے بجائے ادارہ روزانہ یا ہفتے میں چند بار مفید معلومات شیئر کرتا ہے، جیسے ڈیجیٹل مارکیٹنگ کی ٹپس، مختصر ویڈیوز، کامیابی کی کہانیاں اور سوال و جواب۔اس سے لوگوں کا اعتماد بڑھتا ہے اور وہ کورس میں دلچسپی لینے لگتے ہیں۔

مرحلہ 5: سوشل میڈیا مارکیٹنگ

ادارہ Facebook ، Instagram اور TikTok پر باقاعدگی سے پوسٹس اور ریلز شیئر کرتا ہے تاکہ زیادہ سے زیادہ لوگ کورس کے بارے میں جان سکیں۔ساتھ ہی کمنٹس اور پیغامات کا بروقت جواب دیا جاتا ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788

مرحلہ 6: اشتہارات چلانا

مزید لوگوں تک پہنچنے کے لیے Facebook اور Instagram پر اشتہارات چلائے جاتے ہیں۔ اشتہار صرف انہی افراد کو دکھایا جاتا ہے جو آن لائن کمائی، فری لانسنگ یا ڈیجیٹل مارکیٹنگ میں دلچسپی رکھتے ہوں۔ اس سے کم بجٹ میں بہتر نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

مرحلہ 7: لینڈنگ پیج تیار کرنا

اشتہار پر کلک کرنے کے بعد صارف ایک ایسے صفحے پر پہنچتا ہے جہاں صرف کورس کی مکمل معلومات، فوائد، فیس اور **"ابھی داخلہ لیں"** کا بٹن موجود ہوتا ہے۔ اس سے صارف کو فیصلہ کرنے میں آسانی ہوتی ہے۔

مرحلہ 8: ای میل مارکیٹنگ

جو لوگ فوراً داخلہ نہیں لیتے، ان کے لیے مفید معلومات، خصوصی آفرز اور یاد دہانی کی ای میلز بھیجی جاتی ہیں تاکہ وہ بعد میں کورس میں داخلہ لے سکیں۔

مرحلہ 9: نتائج کا جائزہ لینا

کچھ دن بعد ادارہ اپنے نتائج دیکھتا ہے۔ وہ معلوم کرتا ہے کہ کتنے لوگوں نے اشتہار دیکھا، کتنے لوگوں نے ویب سائٹ کھولی اور کتنے افراد نے کورس میں داخلہ لیا۔ اگر کسی اشتہار کے نتائج اچھے نہ ہوں تو اسے تبدیل کر دیا جاتا ہے، جبکہ بہتر نتائج دینے والے اشتہارات پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔

اس مثال سے کیا سیکھا؟

اس مثال سے معلوم ہوتا ہے کہ کامیاب ڈیجیٹل مارکیٹنگ صرف اشتہارات چلانے کا نام نہیں، بلکہ صحیح منصوبہ بندی، معیاری مواد، سوشل میڈیا، ای میل مارکیٹنگ، لینڈنگ پیج اور نتائج کے مسلسل جائزے کا مجموعہ ہے۔ جب یہ تمام طریقے مل کر استعمال کیے جائیں تو کم بجٹ میں بھی اچھے نتائج حاصل کیے جا سکتے ہیں اور کاروبار کو تیزی سے ترقی دی جا سکتی ہے۔

بن سیدای بک سنٹر کے علاوہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

ایک اہم اور مخلصانہ پیغام——آپ کی کامیابی کا سفر اب اور بھی آسان!

پیارے قارئین اور متلاشیانِ علم!

اگر آپ اس کورس کے علاوہ ڈیجیٹل دنیا میں اپنے قدم جمانا چاہتے ہیں اور گھر بیٹھے باعزت روزگار کمانا چاہتے ہیں، تو ہمارے پاس آپ کے لیے کتابوں کا ایک بہت بڑا خزانہ موجود ہے۔

ہمیں یہ بتاتے ہوئے خوشی ہو رہی ہے کہ ہمارے پاس جدید دور کے تقاضوں کے عین مطابق، انتہائی آسان زبان میں تیار کردہ پروفیشنل کورسز اور مفید کتابیں PDF فارمیٹ میں دستیاب ہیں۔ یہ کتابیں آپ کے اسکلز (Skills) کو پالش کرنے اور آپ کو ایک کامیاب پروفیشنل بنانے میں بہترین رہنما ثابت ہوں گی۔

ہمارے ہاں چند شاہکار پی ڈی ایف (PDF) کورسز اور کتابیں:

فری لانسنگ کورس (Freelancing Comprehensive Guide):

گھر بیٹھے انٹرنیشنل مارکیٹ (Fiverr, Upwork) سے ڈالرز کمانے کا مکمل اور عملی طریقہ۔

اے آئی کورس: (Artificial Intelligence Easy Urdu)

مصنوعی ذہانت کو آسان اردو زبان میں سیکھیں، جدید AI tools کو سمجھیں، ChatGPT، image generation، content writing اور online earning کے نئے طریقے جانیں، اور اپنے کام یا کاروبار کو جدید انداز میں آگے بڑھانے کے آسان گر سیکھیں۔

فیس بک کورس

فیس بک پیج کا مکمل طریقہ کار سیکھنے کا مکمل اردو گائیڈ

ایمیزون Amazon کورس:

ایمیزون (Amazon) گائیڈ: دنیا کی سب سے بڑی ای کامرس مارکیٹ کو سمجھیں"۔

یوٹیوب کورس:

یوٹیوب سے ماہانہ آمدنی شروع کرنے کا خفیہ فارمولا.

ای کامرس (E-commerce):

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر: 03285740788

آن لائن اسٹور کھولنے اور لوکل یا انٹرنیشنل مارکیٹ میں چیزیں بیچنے کا طریقہ۔

ذاتی ترقی اور بزنس مائنڈ سیٹ(Personal Development Books):

دنیا کے کامیاب ترین لوگوں کی عادات اور کاروباری حکمتِ عملیوں پر مبنی بہترین کتابیں جن کا اردو ترجمہ دستیاب ہے۔

ایک خصوصی اور انتہائی اہم کتاب(Special Feature)

سائبر سیکیورٹی اور ڈیجیٹل تحفظ

(Cyber Security & Digital Safety Guide):

آج کے انٹرنیٹ اور ہیکنگ کے دور میں اپنے موبائل، کمپیوٹر، سوشل میڈیا اکاؤنٹس اور بینکنگ ایپس کو محفوظ رکھنے کا مکمل گائیڈ۔ یہ کتاب آپ کو سکھائے گی کہ آن لائن فراڈ، بلیک میلنگ اور ہیکنگ کے حملوں سے خود کو اور اپنے خاندان کو کیسے محفوظ رکھا جائے۔ ہر انٹرنیٹ استعمال کرنے والے کے لیے ایک لازمی کتاب!

اور اس کے علاوہ ہمارے پاس بہت سی مفید کتابیں Pdf میں دستیاب ہے، اگر کوئی بھی کتاب Pdf میں چاہیے تو نیچے ہمارا وٹس ایپ نمبر موجود ہے اس پر رابطہ کر کے مفید کتابیں حاصل کرے۔

یہ کتابیں آپ کو کیوں پڑھنی چاہئیں؟

مادری زبان میں: تمام پیچیدہ معلومات انتہائی آسان اردو میں سمجھائی گئی ہیں۔

موبائل اور کمپیوٹر پر دستیاب:

آپ کہیں بھی، کبھی بھی اپنے موبائل پر یہ پی ڈی ایف (PDF) کھول کر سیکھ سکتے ہیں۔

عملی معلومات(Practical Knowledge):

صرف کہانیاں نہیں، بلکہ اسٹیپ بائی اسٹیپ گائیڈ دی گئی ہے۔

"آج کا دور اسکلز (Skills) کا ہے، اور صحیح علم ہی آپ کی سب سے بڑی طاقت ہے۔"

Whatsapp

0328 5740788

بن سیدای بک سنٹر کے علاہ کسی اور کے لیے بالکل بھی اجازت نہیں ہے کہ یہ کتاب فروخت کرے۔ اگر کسی بھی ادارے یا فرد نے بغیر اجازت کے فروخت کر دی تو اس پر قانونی کاروائی کی جائے گی۔
موبائل نمبر:03285740788