

Digital Marketing

(Minor from Vocational)

Sem. VIII

Advertising & its importance, Digital Advertising

Dr. Santosh Kumar Lal



Meaning and Definition of Advertising

Advertising is a paid form of non-personal communication used by an identified sponsor to inform, persuade and remind customers about products, services, ideas or brands. It is an important element of the promotion mix and helps businesses communicate with their target audience.

विज्ञापन एक भुगतान-आधारित, गैर-व्यक्तिगत संचार का माध्यम है, जिसका उपयोग कोई पहचाना गया विज्ञापनदाता वस्तुओं, सेवाओं, विचारों या ब्रांडों के बारे में ग्राहकों को जानकारी देने, उन्हें खरीदने के लिए प्रेरित करने तथा उत्पादों की याद दिलाने के लिए करता है। यह विपणन मिश्रण (Promotion Mix) का एक महत्वपूर्ण अंग है।

Example / उदाहरण: Television advertisements for automobiles, newspaper advertisements for educational institutions and advertisements for consumer goods.

Features of Advertising

विज्ञापन की विशेषताएँ

1. Paid Communication (भुगतान आधारित संचार): Advertising generally requires payment for space, time or placement in a selected medium.
 - विज्ञापन के लिए सामान्यतः समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो या डिजिटल प्लेटफॉर्म पर स्थान अथवा समय खरीदना पड़ता है।
2. Non-Personal Communication (गैर-व्यक्तिगत संचार): It communicates with a large audience without direct, individual interaction.
 - इसमें प्रत्येक ग्राहक से व्यक्तिगत रूप से बातचीत किए बिना बड़ी संख्या में लोगों तक संदेश पहुँचाया जाता है।
3. Identified Sponsor (पहचाना गया विज्ञापनदाता): The organization or person responsible for the advertisement is generally identifiable.
 - विज्ञापन देने वाली संस्था या व्यक्ति की पहचान सामान्यतः स्पष्ट होती है।

4. Mass Reach (व्यापक पहुँच): Advertising can reach a large number of potential customers.

- विज्ञापन के माध्यम से बड़ी संख्या में संभावित ग्राहकों तक पहुँचा जा सकता है।

5. Persuasive Nature (प्रेरणात्मक प्रकृति): It encourages customers to consider, purchase or use a product or service.

- यह ग्राहकों को उत्पाद या सेवा खरीदने अथवा उसका उपयोग करने के लिए प्रेरित करता है।

6. Controlled Message (नियंत्रित संदेश): The advertiser generally controls the content, design and timing of the advertisement.

- विज्ञापनदाता सामान्यतः विज्ञापन की सामग्री, डिजाइन और प्रसारण के समय को नियंत्रित करता है।

Objectives of Advertising

विज्ञापन के उद्देश्य

- Creating Awareness — जागरूकता उत्पन्न करना: To inform customers about new products and services.
- Increasing Sales — बिक्री में वृद्धि करना: To encourage customers to purchase products.
- Building Brand Image — ब्रांड छवि का निर्माण: To create a positive image of a company or product.
- Persuading Customers — ग्राहकों को प्रेरित करना: To influence buying decisions.
- Providing Information — जानकारी प्रदान करना: To communicate price, features, quality and availability.
- Facing Competition — प्रतिस्पर्धा का सामना करना: To differentiate a product from competing products.
- Reminding Customers — ग्राहकों को याद दिलाना: To maintain awareness of an established brand.
- Expanding Markets — बाजार का विस्तार करना: To attract new customers and enter new market segments.

Importance of Advertising

विज्ञापन का महत्व

1. Importance for Business — व्यवसाय के लिए महत्व

- Advertising increases product awareness, supports sales growth, strengthens brand recognition and helps businesses introduce new products.
- विज्ञापन उत्पादों की जानकारी बढ़ाता है, बिक्री में सहायता करता है, ब्रांड की पहचान मजबूत करता है तथा नए उत्पादों को बाजार में प्रस्तुत करने में मदद करता है।

2. Importance for Consumers — उपभोक्ताओं के लिए महत्व

- It informs consumers about product features, prices, availability and alternatives, helping them make informed purchasing decisions.
- यह उपभोक्ताओं को उत्पाद की विशेषताओं, कीमत, उपलब्धता और विकल्पों की जानकारी देकर उचित खरीद निर्णय लेने में सहायता करता है।

3. Importance for Society and the Economy — समाज एवं अर्थव्यवस्था के लिए महत्व

- Advertising can support business growth, employment in media and marketing, product innovation and consumer awareness. However, its social impact depends on the truthfulness and responsibility of the message.
- विज्ञापन व्यवसाय के विकास, मीडिया एवं विपणन क्षेत्र में रोजगार, उत्पाद नवाचार तथा उपभोक्ता जागरूकता को बढ़ावा दे सकता है। इसका सामाजिक प्रभाव विज्ञापन की सत्यता और जिम्मेदारी पर निर्भर करता है।

Types of Advertising



Print Advertising



Broadcast Advertising



Outdoor Advertising



Transit Advertising



Direct Advertising



Digital Advertising

Types of Advertising

विज्ञापन के प्रकार

Type / प्रकार	
Print Advertising (मुद्रित विज्ञापन)	Newspapers, magazines, brochures and pamphlets. समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तिकाएँ और पर्चे।
Broadcast Advertising (प्रसारण विज्ञापन)	Television and radio advertisements. टेलीविजन और रेडियो के विज्ञापन।
Outdoor Advertising (बाहरी विज्ञापन)	Hoardings, billboards, banners and posters. होर्डिंग, बिलबोर्ड, बैनर और पोस्टर।
Transit Advertising (परिवहन विज्ञापन)	Advertisements on buses, trains and other transport. बसों, ट्रेनों तथा अन्य परिवहन साधनों पर विज्ञापन।
Direct Advertising (प्रत्यक्ष विज्ञापन)	Promotional messages sent directly to selected customers. चुने हुए ग्राहकों को सीधे भेजे जाने वाले प्रचार संदेश।
Digital Advertising (डिजिटल विज्ञापन)	Online advertisements on websites, search engines, apps and social media. वेबसाइट, सर्च इंजन, ऐप और सोशल मीडिया पर ऑनलाइन विज्ञापन।

Advantages and Limitations of Advertising

विज्ञापन के लाभ एवं सीमाएँ

Advantages / लाभ

- - Reaches a large audience — बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँच।
- - Creates product and brand awareness — उत्पाद एवं ब्रांड के प्रति जागरूकता।
- - Supports sales and market expansion — बिक्री एवं बाजार विस्तार में सहायता।
- - Helps introduce new products — नए उत्पादों को प्रस्तुत करने में सहायक।
- - Provides product-related information — उत्पाद संबंधी जानकारी प्रदान करना।

Limitations / सीमाएँ

- - Advertising can be expensive — विज्ञापन महँगा हो सकता है।
- - It does not guarantee sales — विज्ञापन से बिक्री की गारंटी नहीं होती।
- - Repeated advertisements may irritate consumers — बार-बार विज्ञापन से ग्राहक परेशान हो सकते हैं।
- - Misleading advertisements can harm consumers — भ्रामक विज्ञापन उपभोक्ताओं को नुकसान पहुँचा सकते हैं।
- - Advertising may encourage unnecessary consumption — यह अनावश्यक उपभोग को बढ़ावा दे सकता है।

Meaning and Definition of Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन का अर्थ एवं परिभाषा

- Digital advertising refers to the promotion of products, services, brands or ideas through internet-based platforms and digital technologies. It includes paid advertisements on search engines, social media, websites, mobile applications, video platforms and other online channels.
- Digital advertising enables businesses to reach specific audiences, measure campaign performance and modify their advertising strategies using data.
- डिजिटल विज्ञापन से तात्पर्य इंटरनेट आधारित प्लेटफॉर्म और डिजिटल तकनीकों के माध्यम से वस्तुओं, सेवाओं, ब्रांडों अथवा विचारों का प्रचार-प्रसार करना है। इसमें सर्च इंजन, सोशल मीडिया, वेबसाइट, मोबाइल एप्लिकेशन, वीडियो प्लेटफॉर्म तथा अन्य ऑनलाइन माध्यमों पर दिए जाने वाले भुगतान-आधारित विज्ञापन शामिल हैं।
- डिजिटल विज्ञापन व्यवसायों को लक्षित ग्राहकों तक पहुँचने, विज्ञापन के परिणामों का मूल्यांकन करने तथा उपलब्ध आँकड़ों के आधार पर अपनी विज्ञापन रणनीति में सुधार करने की सुविधा प्रदान करता है।
- Examples / उदाहरण: Sponsored posts on Instagram, search advertisements on Google, video advertisements on YouTube and banner advertisements on websites.

Characteristics of Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन की विशेषताएँ

1. Global Reach (वैश्विक पहुँच): Businesses can reach audiences across geographical boundaries through the internet.
2. Targeted Advertising (लक्षित विज्ञापन): Advertisements can be directed towards relevant audiences based on factors such as location, interests and search intent, subject to platform rules and privacy requirements.
3. Measurable Performance (मापनीय परिणाम): Businesses can measure impressions, clicks, conversions and other campaign outcomes.
4. Interactive Communication (अंतःक्रियात्मक संचार): Customers can click advertisements, visit websites, ask questions and respond to promotional content.
5. Cost Flexibility (लागत में लचीलापन): Advertisers can often set budgets and adjust spending according to their objectives.

6. Real-Time Optimization (तत्काल सुधार): Campaigns can be monitored and modified while they are running.
7. Personalization (व्यक्तिकरण): Advertisements may be tailored to audience interests and relevant customer needs, within applicable privacy rules.
8. Multimedia Content (बहुमाध्यमीय सामग्री): Digital advertisements can combine text, images, audio, animation and video.

Types of Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन के प्रकार

1. Search Engine Advertising (सर्च इंजन विज्ञापन)

- Paid advertisements appear on search engine results pages when users search for relevant keywords.
- जब उपयोगकर्ता संबंधित शब्दों को सर्च इंजन में खोजते हैं, तब खोज परिणामों के साथ भुगतान-आधारित विज्ञापन दिखाई दे सकते हैं।
- Example: Sponsored search results for college admission.

2. Social Media Advertising (सोशल मीडिया विज्ञापन)

- Paid advertisements are displayed on social media platforms such as Facebook, Instagram and LinkedIn.
- फेसबुक, इंस्टाग्राम और लिंकडइन जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर भुगतान करके विज्ञापन प्रदर्शित किए जाते हैं।
- Example: A college promoting its admission notice through a sponsored post.

3. Video Advertising (वीडियो विज्ञापन)

- Video advertisements appear before, during or alongside online video content.
- ऑनलाइन वीडियो सामग्री से पहले, उसके दौरान अथवा उसके साथ वीडियो विज्ञापन दिखाए जा सकते हैं।

4. Display Advertising (डिस्प्ले विज्ञापन)

- These advertisements use banners, images, animations or other visual formats on websites and applications.
- वेबसाइटों और ऐप्स पर बैनर, चित्र, एनिमेशन तथा अन्य दृश्य प्रारूपों के माध्यम से विज्ञापन प्रदर्शित किए जाते हैं।

5. Email Advertising (ईमेल विज्ञापन)

- Promotional emails communicate offers, product information and special announcements to customers who can appropriately receive them.
- ईमेल के माध्यम से ग्राहकों को ऑफर, उत्पाद संबंधी जानकारी तथा विशेष घोषणाएँ भेजी जाती हैं। इसमें सहमति और लागू नियमों का पालन आवश्यक है।

6. Mobile Advertising (मोबाइल विज्ञापन)

- These advertisements appear in mobile applications, mobile games and mobile websites.
- मोबाइल ऐप, मोबाइल गेम और मोबाइल वेबसाइटों पर प्रदर्शित विज्ञापन मोबाइल विज्ञापन कहलाते हैं।

Importance of Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन का महत्व

1. Wider Market Reach — व्यापक बाजार पहुँच

- Digital advertising helps businesses connect with customers across cities, states and countries.
- डिजिटल विज्ञापन व्यवसायों को विभिन्न शहरों, राज्यों तथा देशों में स्थित ग्राहकों तक पहुँचने में सहायता करता है।

2. Cost-Effectiveness — लागत प्रभावशीलता

- Campaigns can be designed for different budgets, making digital advertising accessible to small businesses and large organizations alike. Its actual cost-effectiveness depends on campaign performance.
- डिजिटल विज्ञापन को विभिन्न बजटों के अनुसार तैयार किया जा सकता है। इससे छोटे व्यवसायों और बड़ी संस्थाओं दोनों को प्रचार का अवसर मिलता है। इसकी वास्तविक लागत प्रभावशीलता अभियान के परिणामों पर निर्भर करती है।

3. Precise Targeting — सटीक लक्ष्य निर्धारण

- Advertisers can target relevant customer groups using permitted demographic, geographic and interest-related information.
- विज्ञापनदाता अनुमत जनसांख्यिकीय, भौगोलिक तथा रुचि संबंधी जानकारी के आधार पर उपयुक्त ग्राहक समूहों को लक्षित कर सकते हैं।

4. Measurable Results — मापनीय परिणाम

- Digital tools help advertisers evaluate the number of impressions, clicks, leads and conversions generated by campaigns.
- डिजिटल उपकरणों से विज्ञापन के प्रदर्शन, क्लिक, संभावित ग्राहकों तथा वास्तविक रूपांतरणों का मूल्यांकन किया जा सकता है।

5. Better Customer Engagement — बेहतर ग्राहक सहभागिता

- Customers can interact with businesses through comments, messages, forms and online enquiries.
- ग्राहक कमेंट, संदेश, ऑनलाइन फॉर्म और पूछताछ के माध्यम से व्यवसायों से जुड़ सकते हैं।

6. Support for Small Businesses — छोटे व्यवसायों को सहायता

- Small enterprises can promote their products locally without necessarily spending large amounts on traditional mass media.
- छोटे उद्यम पारंपरिक जनसंचार माध्यमों पर बड़ी राशि खर्च किए बिना भी स्थानीय स्तर पर अपने उत्पादों का प्रचार कर सकते हैं।

7. Quick Feedback and Improvement — त्वरित प्रतिक्रिया एवं सुधार

- Advertisers can identify which advertisements perform better and make appropriate changes.
- विज्ञापनदाता यह जान सकते हैं कि कौन-से विज्ञापन बेहतर परिणाम दे रहे हैं और उसके अनुसार सुधार कर सकते हैं।

Advantages and Disadvantages of Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन के लाभ एवं हानियाँ

Advantages / लाभ	Disadvantages / हानियाँ
Wide audience reach — व्यापक पहुँच	High competition — अधिक प्रतिस्पर्धा
Flexible budgets — बजट में लचीलापन	Costs can rise due to competition — प्रतिस्पर्धा से लागत बढ़ सकती है
Measurable performance — परिणामों का मापन	Requires technical skills — तकनीकी कौशल की आवश्यकता
Quick campaign changes — शीघ्र बदलाव	Ad fraud and fake clicks — विज्ञापन धोखाधड़ी एवं नकली क्लिक
Interactive communication — संवाद की सुविधा	Privacy and data-protection concerns — निजता एवं डेटा सुरक्षा संबंधी चिंताएँ
Access to specific audiences — लक्षित ग्राहकों तक पहुँच	Ad fatigue and ad blockers — विज्ञापन से ऊब तथा विज्ञापन अवरोधक

Difference Between Traditional Advertising and Digital Advertising

पारंपरिक विज्ञापन एवं डिजिटल विज्ञापन में अंतर

Basis / आधार	Traditional Advertising / पारंपरिक विज्ञापन	Digital Advertising / डिजिटल विज्ञापन
Medium (माध्यम)	Newspapers, radio, TV, billboards	Search engines, websites, apps, social media
Targeting (लक्ष्य निर्धारण)	Often broad audience targeting	Often more specific audience targeting
Interaction (सहभागिता)	Usually limited direct interaction	Interactive communication is possible
Measurement (मापन)	Often relies on estimates and surveys	Digital metrics can be measured directly
Modification (बदलाव)	May take more time and cost	Often quicker to modify
Reach (पहुँच)	Local, regional or national, depending on the medium	Local to global, depending on the campaign
हिंदी उदाहरण	समाचार पत्र, रेडियो एवं टेलीविजन	गूगल, वेबसाइट, सोशल मीडिया एवं मोबाइल ऐप

Ethical Issues in Digital Advertising

डिजिटल विज्ञापन में नैतिक मुद्दे

- Truthfulness (सत्यता): Advertisements should not make false or misleading claims.
- Privacy (निजता): Customer information should be collected and used responsibly.
- Transparency (पारदर्शिता): Paid promotions and sponsored content should be clearly identified.
- Consumer Protection (उपभोक्ता संरक्षण): Advertisements should not exploit consumers through deceptive practices.
- Responsible Targeting (जिम्मेदार लक्ष्य निर्धारण): Advertisers should avoid harmful or discriminatory targeting practices.

Conclusion

निष्कर्ष

Advertising is an essential instrument of modern marketing that informs consumers, builds brand awareness and supports business growth. Digital advertising has expanded the scope of advertising through online platforms, audience targeting, interactive communication and measurable results. However, successful advertising requires appropriate planning, truthful information, responsible use of customer data and continuous evaluation.

विज्ञापन आधुनिक विपणन का एक महत्वपूर्ण साधन है। यह उपभोक्ताओं को जानकारी प्रदान करता है, ब्रांड की पहचान विकसित करता है तथा व्यवसाय के विकास में सहायता करता है। डिजिटल विज्ञापन ने ऑनलाइन प्लेटफॉर्म, लक्षित ग्राहक समूह, अंतःक्रियात्मक संचार और परिणामों के मापन के माध्यम से विज्ञापन के क्षेत्र का विस्तार किया है। सफल विज्ञापन के लिए उचित योजना, सत्य जानकारी, ग्राहक डेटा का जिम्मेदार उपयोग तथा निरंतर मूल्यांकन आवश्यक है।