Performance of Digital Advertising Process & players, Display Advertising Media, Digital metrics

Minor from Vocation

(Sem. VIII)

Dr. Santosh Kumar Lal)



Meaning and Definition (अर्थ एवं परिभाषा)

Performance of digital advertising refers to the evaluation of how effectively an online advertising campaign achieves its objectives, such as increasing brand awareness, generating website traffic, obtaining leads, encouraging app installations, or increasing sales.

डिजिटल विज्ञापन का प्रदर्शन उस प्रक्रिया को कहते हैं जिसके अंतर्गत यह मूल्यांकन किया जाता है कि कोई ऑनलाइन विज्ञापन अभियान अपने उद्देश्यों—जैसे ब्रांड जागरूकता बढ़ाना, वेबसाइट पर ट्रैफिक लाना, संभावित ग्राहक प्राप्त करना, ऐप इंस्टॉल करवाना या बिक्री बढ़ाना—को कितनी प्रभावशीलता से पूरा करता है।

Objectives of Performance Evaluation (प्रदर्शन मूल्यांकन के उद्देश्य)

- Measure effectiveness — प्रभावशीलता मापना: To determine whether the advertising campaign achieves its goals. यह जानना कि विज्ञापन अभियान अपने उद्देश्यों को प्राप्त कर रहा है या नहीं।
- Control advertising costs — विज्ञापन लागत पर नियंत्रण: To use the advertising budget efficiently. विज्ञापन बजट का कुशलतापूर्वक उपयोग करना।
- Understand customer behaviour — ग्राहक व्यवहार को समझना: To learn how people respond to advertisements. ग्राहक विज्ञापनों पर किस प्रकार प्रतिक्रिया देते हैं, यह समझना।
- Improve conversion rates — रूपांतरण दर में सुधार: To encourage more users to take the desired action. अधिक उपयोगकर्ताओं को वांछित कार्य करने के लिए प्रेरित करना।
- Compare advertising channels — विज्ञापन माध्यमों की तुलना: To identify which platform performs better for a particular objective. किसी विशेष उद्देश्य के लिए बेहतर प्रदर्शन करने वाले प्लेटफॉर्म की पहचान करना।
- Support decision-making — निर्णय लेने में सहायता: To improve future advertising strategies using data. आँकड़ों के आधार पर भविष्य की विज्ञापन रणनीतियों में सुधार करना।

Process of Digital Advertising
डिजिटल विज्ञापन की प्रक्रिया

Step 1: Set Advertising Objectives — उद्देश्य निर्धारित करना

- The advertiser first decides what the campaign should achieve, such as awareness, traffic, leads or sales.
- विज्ञापनदाता सबसे पहले यह तय करता है कि अभियान का उद्देश्य ब्रांड जागरूकता, वेबसाइट ट्रैफिक, संभावित ग्राहक या बिक्री बढ़ाना है।

Step 2: Identify the Target Audience — लक्षित ग्राहकों की पहचान

- The advertiser identifies the relevant audience based on factors such as location, interests, needs and permitted demographic information.
- विज्ञापनदाता स्थान, रुचि, आवश्यकताओं तथा अनुमत जनसांख्यिकीय जानकारी के आधार पर उपयुक्त ग्राहक समूह की पहचान करता है।

Step 3: Select Platforms and Formats — प्लेटफॉर्म एवं प्रारूप का चयन

- The advertiser selects suitable channels such as search engines, social media, websites, mobile apps or video platforms.
- विज्ञापनदाता सर्च इंजन, सोशल मीडिया, वेबसाइट, मोबाइल ऐप या वीडियो प्लेटफॉर्म जैसे उपयुक्त माध्यमों का चयन करता है।

Step 4: Create the Advertisement and Set the Budget — विज्ञापन निर्माण एवं बजट निर्धारण

- The advertiser prepares suitable text, images or videos and determines the campaign budget, schedule and bidding strategy.
- विज्ञापनदाता उपयुक्त टेक्स्ट, चित्र या वीडियो तैयार करता है तथा बजट, समय-सारणी और बोली लगाने की रणनीति निर्धारित करता है।

Step 5: Launch the Campaign — अभियान शुरू करना

- The advertisement is published or delivered to the selected audience through the chosen advertising platform.
- चयनित विज्ञापन प्लेटफॉर्म के माध्यम से विज्ञापन को लक्षित ग्राहकों तक पहुँचाया जाता है।

Step 6: Measure Performance — प्रदर्शन का मापन

- The advertiser examines impressions, clicks, click-through rate, conversions, cost and return on advertising spend.
- विज्ञापनदाता इम्प्रेशन, क्लिक, क्लिक-थ्रू दर, रूपांतरण, लागत तथा विज्ञापन व्यय पर प्रतिफल का मूल्यांकन करता है।

Players in Digital Advertising
डिजिटल विज्ञापन के प्रमुख भागीदार

1. Meaning of Players (प्रमुख भागीदारों का अर्थ)

- Players in digital advertising are the individuals, organizations and technological platforms that participate in creating, buying, selling, delivering and measuring online advertisements.
- डिजिटल विज्ञापन के प्रमुख भागीदार वे व्यक्ति, संस्थाएँ और तकनीकी प्लेटफॉर्म हैं जो ऑनलाइन विज्ञापनों के निर्माण, खरीद-बिक्री, प्रदर्शन तथा उनके परिणामों के मूल्यांकन में भाग लेते हैं।

2. Major Players in Digital Advertising (डिजिटल विज्ञापन के प्रमुख भागीदार)

(1). Advertiser (विज्ञापनदाता)

- The individual or organization that pays for advertising to promote its products, services or brand.
- वह व्यक्ति या संस्था जो अपने उत्पाद, सेवा या ब्रांड के प्रचार के लिए विज्ञापन पर खर्च करती है।

Example: A college promoting its admission process.

(2). Advertising Agency (विज्ञापन एजेंसी)

- An organization that plans campaigns, designs advertisements, selects media and helps evaluate campaign performance.
- यह संस्था विज्ञापन अभियान की योजना बनाती है, विज्ञापन तैयार करती है, माध्यम चुनती है तथा प्रदर्शन का मूल्यांकन करने में सहायता करती है।

(3). Publisher (प्रकाशक)

- A website, app or digital content owner that provides advertising space to advertisers.
- वेबसाइट, ऐप या डिजिटल सामग्री का वह स्वामी जो विज्ञापनदाताओं को विज्ञापन दिखाने के लिए स्थान उपलब्ध कराता है।

(4). Advertising Platforms and Networks (विज्ञापन प्लेटफॉर्म एवं नेटवर्क)

- These connect advertisers with available advertising opportunities and help deliver ads to selected audiences.
- ये विज्ञापनदाताओं को उपलब्ध विज्ञापन अवसरों से जोड़ते हैं और विज्ञापनों को लक्षित दर्शकों तक पहुँचाने में सहायता करते हैं।

Examples: Google Ads and Meta Ads.

(5). Ad-Tech and Measurement Providers (विज्ञापन तकनीक एवं मापन प्रदाता)

- These provide tools for ad delivery, audience selection, tracking, analytics and campaign measurement.
- ये विज्ञापन वितरण, दर्शक चयन, ट्रैकिंग, विश्लेषण तथा अभियान के प्रदर्शन को मापने के लिए तकनीकी उपकरण प्रदान करते हैं।

(6). Audience or Consumer (दर्शक अथवा उपभोक्ता)

- The people who see, interact with or respond to advertisements.
- वे लोग जो विज्ञापन देखते हैं, उससे जुड़ते हैं या उसके आधार पर कोई कार्य करते हैं।

Display Advertising Media
डिस्प्ले विज्ञापन माध्यम

- Display advertising is a form of digital advertising that uses visual elements such as images, banners, graphics, animations and interactive formats to promote products, services or brands on websites and applications.
- डिस्प्ले विज्ञापन डिजिटल विज्ञापन का एक प्रकार है, जिसमें वेबसाइटों और मोबाइल ऐप पर वस्तुओं, सेवाओं या ब्रांडों के प्रचार के लिए चित्र, बैनर, ग्राफिक्स, एनिमेशन तथा अंतःक्रियात्मक प्रारूपों का उपयोग किया जाता है।

1. Banner Advertising (बैनर विज्ञापन)

- Rectangular visual advertisements placed at the top, bottom or sides of websites.
- वेबसाइट के ऊपर, नीचे या किनारों पर लगाए जाने वाले आयताकार दृश्य विज्ञापन।

Example: A banner promoting an online shopping sale.

2. Native Advertising (नेटिव विज्ञापन)

- Advertisements designed to match the appearance and format of the surrounding content while being identified as sponsored.
- आसपास की सामग्री के स्वरूप से मेल खाने वाले विज्ञापन, जिन्हें प्रायोजित सामग्री के रूप में पहचाना जा सकता है।

3. Rich Media Advertising (रिच मीडिया विज्ञापन)

- Interactive advertisements containing animations, audio, video or expandable elements.
- ऐसे अंतःक्रियात्मक विज्ञापन जिनमें एनिमेशन, ऑडियो, वीडियो या विस्तारित होने वाले तत्व शामिल हो सकते हैं।

4. Pop-up Advertising (पॉप-अप विज्ञापन)

- Advertisements that appear in a separate window or overlay while a user browses a website or app.
- वेबसाइट या ऐप देखते समय अलग विंडो अथवा ओवरले के रूप में दिखाई देने वाले विज्ञापन।

Display Advertising Media

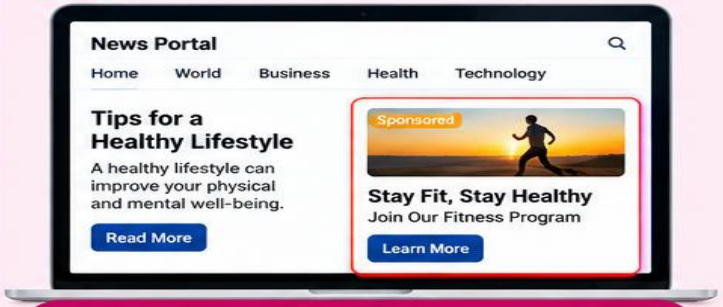
Visual Ads | Banners | Images | Animations | Interactive Formats

1 Banner Advertising



Rectangular banners placed at the top, bottom or sides of websites.

2 Native Advertising



Ads that match the look and feel of surrounding content.

3 Rich Media Advertising



Interactive ads with animation, audio, video or expandable elements.

4 Pop-up Advertising



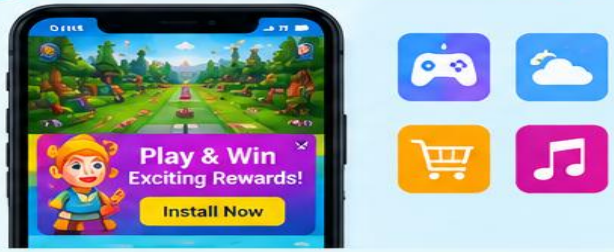
Ads that appear in a separate window or overlay while browsing.

5 Retargeting or Remarketing Ads



Ads shown to users who previously visited a website or interacted with a brand.

6 In-app Display Advertising



Ads displayed within mobile applications, games and mobile websites.

Advantages of Display Advertising (डिस्प्ले विज्ञापन के लाभ)

- Visual Appeal (दृश्य आकर्षण): Images and graphics attract attention. चित्र एवं ग्राफिक्स ध्यान आकर्षित करते हैं।
- Brand Awareness (ब्रांड जागरूकता): Repeated exposure can help customers recognize a brand. बार-बार विज्ञापन देखने से ब्रांड की पहचान विकसित हो सकती है।
- Wide Reach (व्यापक पहुँच): Ads can appear across many websites and apps. अनेक वेबसाइटों और ऐप पर विज्ञापन दिखाए जा सकते हैं।
- Audience Targeting (दर्शक लक्ष्यीकरण): Advertisers can reach relevant audiences through available targeting options. उपलब्ध विकल्पों से उपयुक्त दर्शकों तक पहुँचा जा सकता है।
- Performance Measurement (प्रदर्शन मापन): Impressions, clicks and conversions can be tracked. इम्प्रेशन, क्लिक एवं रूपांतरणों का मापन किया जा सकता है।

Limitations of Display Advertising (डिस्प्ले विज्ञापन की सीमाएँ)

- Banner Blindness: Users may ignore familiar advertising locations. उपयोगकर्ता विज्ञापन वाले स्थानों को अनदेखा कर सकते हैं।
- Ad Blockers: Some users block display advertisements. कुछ उपयोगकर्ता विज्ञापनों को ब्लॉक कर देते हैं।
- Ad Fraud: Invalid impressions and clicks can distort results. अमान्य इम्प्रेशन एवं क्लिक परिणामों को प्रभावित कर सकते हैं।
- Low Engagement: Some ads receive impressions without meaningful interaction. कुछ विज्ञापनों को दिखाए जाने के बावजूद पर्याप्त सहभागिता नहीं मिलती।
- Privacy Concerns: Tracking and targeting must respect privacy and applicable rules. ट्रैकिंग एवं लक्ष्यीकरण में निजता और लागू नियमों का पालन आवश्यक है।

Digital Metrics
डिजिटल मेट्रिक्स

Meaning and Definition (अर्थ एवं परिभाषा)

- Digital metrics are measurable numerical indicators used to evaluate the performance of digital marketing and advertising campaigns. They help advertisers understand how many people see advertisements, how users interact with them, how much the campaign costs and whether it achieves its objectives.
- डिजिटल मेट्रिक्स वे मापनीय संख्यात्मक संकेतक हैं जिनका उपयोग डिजिटल मार्केटिंग एवं विज्ञापन अभियानों के प्रदर्शन का मूल्यांकन करने के लिए किया जाता है। इनके माध्यम से यह समझा जाता है कि कितने लोगों ने विज्ञापन देखा, कितने लोगों ने उस पर प्रतिक्रिया दी, अभियान पर कितना खर्च हुआ तथा निर्धारित उद्देश्य कितनी सफलता से प्राप्त हुए।

Importance of Digital Metrics
डिजिटल मेट्रिक्स का महत्व

- Performance Measurement — प्रदर्शन मापन: Evaluates whether advertising objectives are achieved. विज्ञापन के उद्देश्यों की प्राप्ति का मूल्यांकन।
- Budget Management — बजट प्रबंधन: Identifies inefficient expenditure. अनावश्यक खर्च की पहचान।
- Audience Understanding — दर्शकों की समझ: Shows how users respond to advertising. उपयोगकर्ताओं की प्रतिक्रिया को समझना।
- Campaign Optimization — अभियान में सुधार: Helps improve creative content, targeting and placements. विज्ञापन सामग्री, लक्ष्यीकरण एवं स्थान में सुधार।
- Decision-Making — निर्णय लेना: Supports evidence-based marketing decisions. आँकड़ों पर आधारित विपणन निर्णयों में सहायता।