Type of Videos, Buying Models, Targeting & Optimization

Digital Marketing

(Minor from Vocational)

Dr. Santosh Kumar Lal



Types of Videos (वीडियो के प्रकार)

Video marketing is an important part of digital marketing. It uses videos to promote products, services, brands and ideas, attract customers and communicate information effectively.

वीडियो मार्केटिंग डिजिटल मार्केटिंग का एक महत्वपूर्ण भाग है। इसमें वीडियो के माध्यम से उत्पादों, सेवाओं, ब्रांड और विचारों का प्रचार किया जाता है तथा ग्राहकों को आकर्षित करके जानकारी प्रभावी ढंग से पहुँचाई जाती है।

Major Types of Videos (वीडियो के प्रमुख प्रकार)

1. Explainer Videos (व्याख्यात्मक वीडियो): Explain a product, service or concept in a simple way.
- किसी उत्पाद, सेवा या अवधारणा को सरल तरीके से समझाते हैं।
2. Brand Videos (ब्रांड वीडियो): Build brand identity and awareness.
- ब्रांड की पहचान और लोकप्रियता बढ़ाते हैं।
3. Testimonial and Review Videos (प्रशंसापत्र एवं समीक्षा वीडियो): Share customer experiences and build trust.
- ग्राहकों के अनुभव साझा करके विश्वास बढ़ाते हैं।
4. Social Media Videos (सोशल मीडिया वीडियो): Short, engaging videos designed for social platforms.
- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए छोटे और आकर्षक वीडियो।
5. Live Videos (लाइव वीडियो): Enable real-time interaction with audiences.
- दर्शकों के साथ वास्तविक समय में संवाद करने में मदद करते हैं।
6. Animated Videos (एनिमेटेड वीडियो): Use animation to explain complex information creatively.
- जटिल जानकारी को रचनात्मक ढंग से समझाते हैं।

Buying Models (खरीद मॉडल)

Buying models are pricing methods that determine how advertisers pay for digital advertisements. The choice depends on campaign objectives, budget and desired results.

खरीद मॉडल वे मूल्य निर्धारण पद्धतियाँ हैं जिनके आधार पर विज्ञापनदाता डिजिटल विज्ञापनों के लिए भुगतान करते हैं। इनका चयन विज्ञापन के उद्देश्य, बजट और अपेक्षित परिणामों के आधार पर किया जाता है।

Major Buying Models (प्रमुख खरीद मॉडल)

1. CPC (Cost Per Click): Advertisers pay for each click on an advertisement.

- विज्ञापन पर प्रत्येक क्लिक के लिए भुगतान किया जाता है।

2. CPM (Cost Per Mille): Advertisers pay per 1,000 ad impressions.

- विज्ञापन के प्रत्येक 1,000 बार दिखाए जाने पर भुगतान किया जाता है।

3. CPV (Cost Per View): Advertisers pay according to qualifying video views, as defined by the advertising platform.

- विज्ञापन प्लेटफॉर्म के निर्धारित नियमों के अनुसार योग्य वीडियो व्यू के आधार पर भुगतान किया जाता है।

4. CPA (Cost Per Acquisition/Action): Payment is based on a specified action or acquisition.

- किसी निर्धारित कार्य या ग्राहक प्राप्ति के आधार पर लागत तय होती है।

5. CPL (Cost Per Lead): Advertisers pay for generating a potential customer or lead.

- संभावित ग्राहक या लीड प्राप्त करने के लिए भुगतान किया जाता है।

6. Fixed Cost/Sponsorship (निश्चित लागत/प्रायोजन): A fixed amount is paid for an agreed advertising placement or sponsorship.

- विज्ञापन स्थान या प्रायोजन के लिए एक निश्चित राशि का भुगतान किया जाता है।

Importance / महत्व: Buying models help control advertising expenditure, select suitable campaigns and evaluate advertising costs.

- खरीद मॉडल विज्ञापन खर्च नियंत्रित करने, उपयुक्त अभियान चुनने और विज्ञापन की लागत का मूल्यांकन करने में सहायता करते हैं।

Targeting (लक्ष्यीकरण)

Targeting is the process of selecting a specific audience for digital advertisements based on characteristics such as age, interests, location and online behaviour. It helps deliver relevant advertisements to suitable people.

लक्ष्यीकरण वह प्रक्रिया है जिसमें आयु, रुचि, स्थान और ऑनलाइन व्यवहार जैसी विशेषताओं के आधार पर डिजिटल विज्ञापनों के लिए विशेष दर्शकों का चयन किया जाता है। इससे उपयुक्त लोगों तक प्रासंगिक विज्ञापन पहुँचाए जा सकते हैं।

Types of Targeting (लक्ष्यीकरण के प्रकार)

1. Demographic Targeting (जनसांख्यिकीय लक्ष्यीकरण): Targets audiences by age, gender and other demographic characteristics, where available.

- आयु, लिंग तथा उपलब्ध अन्य जनसांख्यिकीय विशेषताओं के आधार पर दर्शकों का चयन।

2. Interest Targeting (रुचि आधारित लक्ष्यीकरण): Reaches people according to their interests and preferences.

- लोगों की रुचियों और पसंद के आधार पर विज्ञापन दिखाना।

3. Behavioral Targeting (व्यवहार आधारित लक्ष्यीकरण): Uses relevant online activities and behaviour signals to reach audiences.

- ऑनलाइन गतिविधियों और व्यवहार संबंधी संकेतों के आधार पर दर्शकों तक पहुँचना।

4. Geographic Targeting (भौगोलिक लक्ष्यीकरण): Targets people in selected countries, states, cities or regions.

- निर्धारित देश, राज्य, शहर या क्षेत्र के लोगों को लक्षित करना।

5. Device Targeting (डिवाइस आधारित लक्ष्यीकरण): Selects eligible devices such as mobiles, computers or tablets.

- मोबाइल, कंप्यूटर या टैबलेट जैसे उपयुक्त उपकरणों के आधार पर दर्शकों का चयन।

6. Remarketing/Retargeting (रीमार्केटिंग/पुनर्लक्ष्यीकरण): Reaches previous website visitors or other eligible audiences who have interacted with a business.

- वेबसाइट पर पहले आ चुके या व्यवसाय से संपर्क कर चुके पात्र दर्शकों तक दोबारा पहुँचना।

Importance / महत्व: Targeting reduces irrelevant ad exposure, improves audience engagement and helps businesses use their advertising budget effectively

लक्ष्यीकरण अप्रासंगिक विज्ञापनों को कम करता है, दर्शकों की सहभागिता बढ़ाता है तथा विज्ञापन बजट का प्रभावी उपयोग करने में सहायता करता है।

Optimization (अनुकूलन)

Optimization is the continuous process of improving a digital advertising campaign to achieve better results at an appropriate cost. It involves analysing performance data and making necessary changes to the audience, advertisement, bidding or landing page.

अनुकूलन डिजिटल विज्ञापन अभियान में सुधार करने की एक निरंतर प्रक्रिया है, जिसका उद्देश्य उचित लागत पर बेहतर परिणाम प्राप्त करना है। इसमें प्रदर्शन संबंधी आँकड़ों का विश्लेषण करके लक्षित दर्शकों, विज्ञापन, बोली या लैंडिंग पेज में आवश्यक बदलाव किए जाते हैं।

Major Optimization Methods (अनुकूलन की प्रमुख विधियाँ)

1. Audience Optimization (दर्शक अनुकूलन): Improve audience selection according to campaign goals.

- अभियान के उद्देश्यों के अनुसार दर्शकों के चयन में सुधार करना।

2. Ad Creative Optimization (विज्ञापन सामग्री अनुकूलन): Improve video, images, headlines and messages.

- वीडियो, चित्र, शीर्षक और संदेशों को अधिक आकर्षक बनाना।

3. Landing Page Optimization (लैंडिंग पेज अनुकूलन): Make the destination page relevant, clear and easy to use.

- विज्ञापन से जुड़े पेज को प्रासंगिक, स्पष्ट और उपयोग में आसान बनाना।

4. Bid Optimization (बोली अनुकूलन): Adjust bidding strategies to meet campaign objectives and budget limits.

- अभियान के उद्देश्यों और बजट के अनुसार बोली की रणनीति में सुधार करना।

5. A/B Testing (ए/बी परीक्षण): Compare two versions of an advertisement or page to identify which performs better.

- बेहतर प्रदर्शन वाले विकल्प की पहचान करने के लिए विज्ञापन या पेज के दो संस्करणों की तुलना करना।

6. Performance Monitoring (प्रदर्शन निगरानी): Regularly monitor impressions, clicks, conversions, cost and ROI.

- इम्प्रेशन, क्लिक, कन्वर्जन, लागत और ROI की नियमित निगरानी करना।

Importance / महत्व: Optimization improves campaign efficiency, reduces wasted expenditure and helps achieve marketing goals.

- अनुकूलन अभियान की दक्षता बढ़ाता है, अनावश्यक खर्च कम करता है तथा विपणन लक्ष्यों को प्राप्त करने में सहायता करता है।

Digital Marketing | डिजिटल मार्केटिंग |

Type of Videos, Buying Models, Targeting & Optimization

Learn • Apply — Learn • Apply • Grow •

Short Notes (संक्षिप्त नोट्स)

1 Type of Videos (वीडियो के प्रकार)

Videos are an important part of digital marketing. Different types of videos are used for different purposes and audiences.

वीडियो डिजिटल मार्केटिंग का महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। विभिन्न प्रकार के वीडियो अलग-अलग उद्देश्यों और दर्शकों के लिए उपयोग किए जाते हैं।

Main Types / प्रमुख प्रकार

1. **Explainer Videos (व्याख्यात्मक वीडियो)**
   Product/Service को समझाने के लिए।
   (e.g. How it works)
2. **Brand Videos (ब्रांड वीडियो)**
   Brand image और पहचान बनाने के लिए।
   (e.g. Brand story)
3. **Testimonial / Review Videos**
   Customer अनुभव और भरोसा बढ़ाने के लिए।
   (e.g. Customer review)
4. **Social Media Videos (सोशल मीडिया वीडियो)**
   Social platforms (FB, Instagram, etc.) के लिए।
   (e.g. Short & engaging clips)
5. **Live Videos (लाइव वीडियो)**
   Real-time engagement के लिए।
   (e.g. Live Q&A, product launch)
6. **Animated Videos (एनिमेटेड वीडियो)**
   जटिल जानकारी को सरल व आकर्षक बनाने के लिए।
   (e.g. 2D/3D animation)

2 Buying Models (खरीद मॉडल)

Buying models decide how and when advertisers pay for their ads.

खरीद मॉडल यह निर्धारित करते हैं कि विज्ञापनदाता किस प्रकार और कब भुगतान करेंगे।

Types / प्रकार

1. **CPC (Cost Per Click)**
   (प्रति क्लिक लागत)
   जब कोई व्यक्ति विज्ञापन पर क्लिक करता है, तब भुगतान होता है
2. **CPM (Cost Per Thousand Impressions)**
   (प्रति हजार इंप्रेशन लागत)
   जब विज्ञापन 1,000 बार दिखाया जाता है, तब भुगतान होता है।
3. **CPV (Cost Per View)**
   (प्रति व्यू लागत)
   जब वीडियो को देखा जाता है (जैसे 30 सेकंड या पूरा वीडियो), तब भुगतान होता है।
4. **CPA (Cost Per Action)**
   (प्रति कार्य लागत)
   जब कोई विशिष्ट कार्य पूरा होता है (जैसे साइन-अप, खरीदारी), तब भुगतान होता है
5. **CPL (Cost Per Lead)**
   (प्रति लीड लागत)
   जब संभावित ग्राहक (लीड) मिलता है, तब भुगतान होता है।
6. **Fixed Cost / Sponsorship**
   (निश्चित लागत / प्रायोजन)
   किसी निश्चित राशि के बदले विज्ञापन दिखाया जाता है।

3 Targeting (लक्ष्यीकरण)

Targeting helps in showing ads to the right audience at the right time.

लक्ष्यीकरण (टार्गेटिंग) के माध्यम से विज्ञापनों को सही दर्शकों तक, सही समय पर पहुँचाया जाता हैं।

Types / प्रकार

1. **Demographic Targeting**
   (जनसांख्यिकीय लक्षितरण)
   आयु, लिंग, आय, शिक्षा, पेशा आदि के आधार पर।
   (Age, Gender, Income, Education, etc.)
2. **Interest Targeting**
   (रुचि आधारित लक्षितरण)
   उपयोगकर्ताओं की रुचियों और पसंद के आधार पर।
   (Interests & Preferences)
3. **Behavioral Targeting**
   (व्यवहार आधारित लक्षितरण)
   ऑनलाइन व्यवहार और पिछले अनुभव के आधार पर।
   (Online behavior & past activity)
4. **Geographic Targeting**
   (भौगोलिक लक्षितरण)
   स्थान, शहर, राज्य या देश के आधार पर।
   (Location, City, State, Country)
5. **Device Targeting**
   (डिवाइस आधारित लक्षितरण)
   मोबाइल, डेस्कटॉप, टैबलेट, स्मार्ट टीवी आदि
   (Mobile, Desktop, Tablet, Smart TV)
6. **Remarketing / Retargeting**
   (रीमार्केटिंग)
   पहले देख चुके उपयोगकर्ताओं को पुनः लक्षित करना।
   (Re-engage interested users)

4 Optimization (अनुकूलन)

Optimization improves the performance of campaigns and gives better results with lower cost.

अनुकूलन (ऑप्टिमाइजेशन) से अभियानों की दक्षता बढ़ती हैं और कम लागत में बेहतर परिणाम मिलते हैं।

Key Methods / प्रमुख तरीके

1. **Audience Optimization**
   (दर्शक अनुकूलन)
   सही दर्शकों के चयन और विभाजन को सुधारना।
2. **Ad Creative Optimization**
   (विज्ञापन सामग्री अनुकूलन)
   आकर्षक और प्रासंगिक क्रिएटिव का उपयोग।
3. **Landing Page Optimization**
   (लैंडिंग पेज अनुकूलन)
   तेज, सरल और स्पष्ट पेज बनाना।
4. **Bid Optimization**
   (बोली अनुकूलन)
   बजट का सही उपयोग और अधिक ROI।
5. **A/B Testing**
   (A/B परीक्षण)
   विभिन्न संस्करणों की तुलना कर सर्वश्रेष्ठ चुनना।
6. **Performance Monitoring**
   (प्रदर्शन निगरानी)
   CTR, CPC, CPA, ROAS जैसे मेट्रिक्स से नियमित समीक्षा।

Key Takeaways (मुख्य बिंदु)

- ✔ Right video type + Right buying model + Right targeting + Continuous optimization = Better results
- ✔ सही वीडियो प्रकार + सही खरीद मॉडल + सही लक्ष्यीकरण + निरंतर अनुकूलन = बेहतर परिणाम

Better Targeting
Better Engagement
Higher ROI

Conclusion (निष्कर्ष)

Successful digital marketing requires selecting the right video type, choosing an appropriate buying model, targeting the correct audience and continuously optimizing campaign performance.

सफल डिजिटल मार्केटिंग के लिए सही वीडियो प्रकार का चयन, उपयुक्त खरीद मॉडल का उपयोग, सही दर्शकों का लक्ष्यीकरण तथा विज्ञापन अभियान के प्रदर्शन में निरंतर सुधार आवश्यक है।