



AI - పవర్ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్స్ మెటీరియల్

వెబ్‌సైట్ డిజైనింగ్ సూచిక

S.no	అంశాలు	పేజీ నం.
1	డొమైన్, పొడిగింపులు, సర్వర్, హోస్టింగ్	3 -13
2	లాగిన్, ప్రాథమిక WordPress వెబ్‌సైట్ దశలు	14 -18
3	ప్లగిన్లు, విడ్జెట్లు	19 - 32
4	బ్లాగింగ్	33 - 36
5	ఎలిమెంటర్, ఎలిమెంట్స్, ఆస్ట్రా	37 -44
6	ఎలిమెంటర్ హెడర్ మరియు ఫుటర్, క్లోస్ ప్లగ్‌ఇన్	44 - 48
7	ఇకామర్స్ వెబ్‌సైట్	49 - 67
8	కూపన్లు, కన్వర్ట్‌ఫుల్ ప్లగిన్	68 - 67
9	షిప్పింగ్	68 - 75
10	చెల్లింపు గేట్‌వేలు	76 - 84

WEBSITE DESIGNING

Website అంటే ఏమిటి?

వెబ్సైట్ వెబ్ బ్రౌజర్ని ఉపయోగించి ఇంటర్నెట్ ద్వారా కనెక్ట్ చేయబడిన మరియు యాక్సెస్ చేయగల వెబ్ పేజీల సమాహారం. వెబ్సైట్లు కలిగి ఉండవచ్చు వచనం, చిత్రాలు, వీడియోలు మరియు ఇంటరాక్టివ్ అంశాలు, మరియు అవి సాధారణంగా ప్రత్యేకమైన డొమైన్ పేరు ద్వారా గుర్తించబడతాయి.

డొమైన్ + హోస్టింగ్ = వెబ్సైట్

ఉదాహరణ: <https://www.odmt.in/>

Domain అంటే ఏమిటి?

డొమైన్ అర్థం వెబ్సైట్ పేరు. డొమైన్ వెబ్సైట్ను సందర్శించడానికి వ్యక్తులు ఉపయోగించే ఏకైక వెబ్ చిరునామా. సైట్ను యాక్సెస్ చేయడానికి వినియోగదారులు వారి బ్రౌజర్ అడ్రస్ బార్లో టైప్ చేసేది ఇదే. ఉదాహరణకు, <https://www.odmt.in/> ఒక డొమైన్.

Domain ఎలా పని చేస్తుంది?

మీరు మీ బ్రౌజర్లో డొమైన్ (ఉదా., <https://www.odmt.in/>)ని నమోదు చేసినప్పుడు, అది డొమైన్ నేమ్ సిస్టమ్ (DNS)కి కనెక్ట్ అవుతుంది.

DNS డొమైన్ పేరును IP చిరునామాగా అనువదిస్తుంది (ఉదా., 192.168.1.1), ఇది వెబ్సైట్ హోస్ట్ చేయబడిన సర్వర్ను గుర్తిస్తుంది.

అప్పుడు మీ బ్రౌజర్ ఆ సర్వర్ నుండి వెబ్సైట్ను లోడ్ చేస్తుంది

డొమైన్ పేరు యొక్క భాగాలు

ఉదాహరణ: <https://www.odmt.in/>

WWW – (వరల్డ్ వైడ్ వెబ్) ఒక సాధారణ సబ్-డొమైన్ (ఐచ్ఛికం).

odmt - వెబ్సైట్ కోసం ఎంచుకున్న ఏకైక పేరు.

.in – అగ్ర-స్థాయి డొమైన్ (TLD), డొమైన్ పొడిగింపు అని కూడా పిలుస్తారు

డొమైన్ ఎలా పొందాలి?

మీరు డొమైన్ రిజిస్ట్రార్ల నుండి డొమైన్‌ను కొనుగోలు చేసి నమోదు చేసుకోవచ్చు:

- ✓ Bluehost
- ✓ Hostinger
- ✓ Go Daddy
- ✓ Bigrock

డొమైన్ పొడిగింపులు అంటే ఏమిటి?

డొమైన్ పొడిగింపు అనేది వెబ్‌సైట్ చిరునామా యొక్క ముగింపు భాగం. ఇది వెబ్‌సైట్ రకం లేదా ఉద్దేశ్యాన్ని నిర్దేశిస్తుంది.

.com - వాణిజ్య లేదా సాధారణ ఉపయోగం

.org - లాభాపేక్ష రహిత సంస్థలు & సంస్థలు

.net - నెట్‌వర్కింగ్ & టెక్నాలజీ

.edu - విద్యా సంస్థలు

.gov - ప్రభుత్వ వెబ్‌సైట్‌లు

దేశం కోడ్:

.us (యునైటెడ్ స్టేట్స్), .uk (యునైటెడ్ కింగ్‌డమ్), .ca (కెనడా), .in (భారతదేశం)

Domain పేరు సాంకేతికతలు:

మీ వెబ్‌సైట్ విజయానికి మంచి డొమైన్ పేరును ఎంచుకోవడం చాలా ముఖ్యం. చిన్న డొమైన్ పేరు (ఉదా., **google.com**) గుర్తుంచుకోవడం సులభం.

పొడవైన లేదా సంక్లిష్టమైన పేర్లను నివారించండి. మీ వెబ్‌సైట్ దేనికి సంబంధించినదో వివరించే పదాలను ఉపయోగించండి.

చిన్న మరియు సాధారణ (15 అక్షరాల కంటే తక్కువ)

ఉచ్చరించడం మరియు ఉచ్చరించడం సులభం

మీ వ్యాపారం లేదా సముచితానికి సంబంధించినది

సంఖ్యలు మరియు హైఫన్లు లేకుండా

రిజిస్ట్రేషన్ కోసం అందుబాటులో ఉంది

https vs http మధ్య తేడా?

రెండూ **HTTP** మరియు **HTTPS** వెబ్ బ్రౌజర్ మరియు వెబ్సైట్ మధ్య డేటాను బదిలీ చేయడానికి ఉపయోగించే ప్రోటోకాల్లు.

HTTP (హైపర్టెక్స్ట్ ట్రాన్స్ఫర్ ప్రోటోకాల్) వెబ్ బ్రౌజర్లు మరియు సర్వర్ల మధ్య కమ్యూనికేషన్ కోసం ఉపయోగించే ప్రోటోకాల్. ఇది వెబ్ పేజీలను లోడ్ చేయడానికి మరియు డేటాను బదిలీ చేయడానికి వినియోగదారులను అనుమతిస్తుంది. HTTP ద్వారా పంపబడిన డేటా గుప్తీకరించబడలేదు, హ్యాకర్లకు హాని కలిగించేలా చేస్తుంది. ఎన్క్రిప్షన్ లేదు, అంటే డేటా (పాస్వర్డ్లు వంటివి) దొంగిలించబడవచ్చు. ఆన్లైన్ లావాదేవీలు లేదా సున్నితమైన సమాచారం కోసం సురక్షితం కాదు. ఇప్పుడు చాలా ఆధునిక బ్రౌజర్లు HTTP సైట్లను సందర్శించేటప్పుడు వినియోగదారులను హెచ్చరిస్తున్నాయి.

HTTPS (హైపర్టెక్స్ట్ ట్రాన్స్ఫర్ ప్రోటోకాల్ సెక్యూర్) ఇది HTTP యొక్క సురక్షిత సంస్కరణ **SSL** గుప్తీకరణ డేటాను రక్షించడానికి. బ్రౌజర్ మరియు వెబ్సైట్ మధ్య పంపబడిన డేటాను నిర్ధారిస్తుంది హ్యాకర్ల నుండి సురక్షితం. హ్యాకింగ్ను నిరోధించడానికి డేటాను ఎన్క్రిప్ట్ చేస్తుంది. యూజర్ ట్రస్ట్ మరియు సెక్యూరిటీని మెరుగుపరుస్తుంది. దీనికి సహాయపడుతుంది. **SEO** ర్యాంకింగ్ (Google HTTPS వెబ్సైట్లను ఇష్టపడుతుంది). ఆన్లైన్ చెల్లింపులు మరియు సున్నితమైన లావాదేవీల కోసం అవసరం.

SSL = సురక్షిత సాకెట్ లేయర్

Server అంటే ఏమిటి?

సర్వర్ అంటే మన వెబ్సైట్లన్నీ ఉన్న ప్రదేశం. ఇది ఇంటర్నెట్ ద్వారా వెబ్సైట్లను నిల్వ చేస్తుంది, ప్రాసెస్ చేస్తుంది మరియు వినియోగదారులకు అందిస్తుంది. ఎవరైనా బ్రౌజర్లో వెబ్సైట్ URLని నమోదు చేసినప్పుడు, వెబ్ సర్వర్ అభ్యర్థించిన వెబ్ పేజీని తిరిగి పొందుతుంది మరియు దానిని ప్రదర్శన కోసం బ్రౌజర్కు పంపుతుంది.

Web Server WordPressతో ఎలా పని చేస్తుంది?

ఒక వినియోగదారు మీ వెబ్సైట్ డొమైన్ను (ఉదా., example.com) బ్రౌజర్లో టైప్ చేస్తారు.

వెబ్ సర్వర్ అభ్యర్థనను స్వీకరిస్తుంది మరియు అవసరమైన WordPress ఫైల్లను తిరిగి పొందుతుంది.

PHP ప్రాసెసర్ WordPress కోర్ను నడుపుతుంది మరియు డేటాబేస్ సర్వర్ (MySQL/MariaDB) కంటెంట్ను పొందుతుంది.

వెబ్ సర్వర్ తుది వెబ్ పేజీని వినియోగదారు బ్రౌజర్కు తిరిగి పంపుతుంది.

Hosting అంటే ఏమిటి?

హోస్టింగ్ అర్థం సర్వర్ లోపల ఖాళీ. హోస్టింగ్ వ్యక్తులు మరియు సంస్థలు తమ వెబ్సైట్లను ఇంటర్నెట్లో ప్రచురించడానికి అనుమతించే సేవను సూచిస్తుంది. ఇది మీ వెబ్సైట్ ఫైల్లను (చిత్రాలు, వీడియోలు మరియు వచనం వంటివి) లో నిల్వ చేయడం సర్వర్ లో మరియు వాటిని సందర్శకులకు అందుబాటులో ఉంచడం ద్వారా డొమైన్ పేరు (ఇలా <https://www.amazon.in/>)

Hosting రకాలు

Shared(షేర్డ్ హోస్టింగ్): చాలా వెబ్సైట్లు ఒక సర్వర్ను షేర్ చేస్తాయి (రూమ్మేట్లతో ఇంటిని పంచుకోవడం వంటివి).చౌకగా, కానీ ఇతరులతో షేర్ చేయబడ్డాయి.

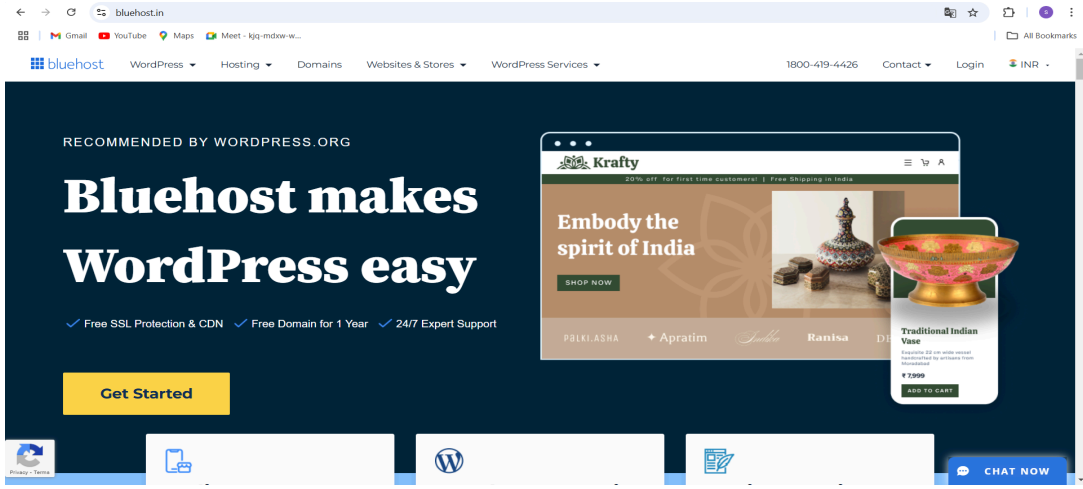
VPS (వర్చువల్ ప్రైవేట్ సర్వర్) హోస్టింగ్: అనేక వెబ్సైట్లు ఒక సర్వర్ను షేర్ చేస్తాయి (రూమ్మేట్లతో ఇంటిని భాగస్వామ్యం చేయడం వంటివి).మరింత నియంత్రణ, కానీ ఇప్పటికీ భాగస్వామ్యం చేస్తోంది.

Dedicated(అంకితమైన హోస్టింగ్): మీరు మీ కోసం మొత్తం సర్వర్ను పొందుతారు (ఇంటిని సొంతం చేసుకోవడం వంటివి).ఉత్తమ పనితీరు, కానీ ఖరీదైనది.

బ్లూహోస్ట్లో డొమైన్ కొనుగోలు మరియు హోస్టింగ్ కోసం దశల వారీ గైడ్:

Step 1: Bluehost వెబ్సైట్ను సందర్శించండి

మీ వెబ్ బ్రౌజర్ని తెరిచి, వెళ్ళండి www.bluehost.com.



Step 2: డొమైన్ పేరును ఎంచుకోండి

ఇప్పుడు, మీరు డొమైన్ పేరును నమోదు చేసుకోవాలి. మీకు మూడు ఎంపికలు ఉన్నాయి:

కొత్త డొమైన్‌ను సృష్టించండి - శోధన పట్టిలో మీకు కావలసిన డొమైన్ పేరును టైప్ చేయండి (ఉదా., **yourwebsite.com**)

ఇప్పటికే ఉన్న డొమైన్‌ని ఉపయోగించండి – మీకు ఇప్పటికే మరొక ప్రొవైడర్ నుండి డొమైన్ ఉంటే, దాన్ని ఇక్కడ నమోదు చేయండి.

దాటవేసి, తర్వాత ఎంచుకోండి – మీకు ఇంకా డొమైన్ లేకపోతే, మీరు తర్వాత ఒకదాన్ని ఎంచుకోవచ్చు.

bluehost WordPress Hosting Domains Websites & Stores WordPress Services 1800-419-4426 Contact Login INR

DOMAIN NAME SEARCH AND REGISTRATION

Make a name for your website. Literally.

Your domain helps people find you online and makes a first impression. Find one that represents you perfectly.

digital .com Search

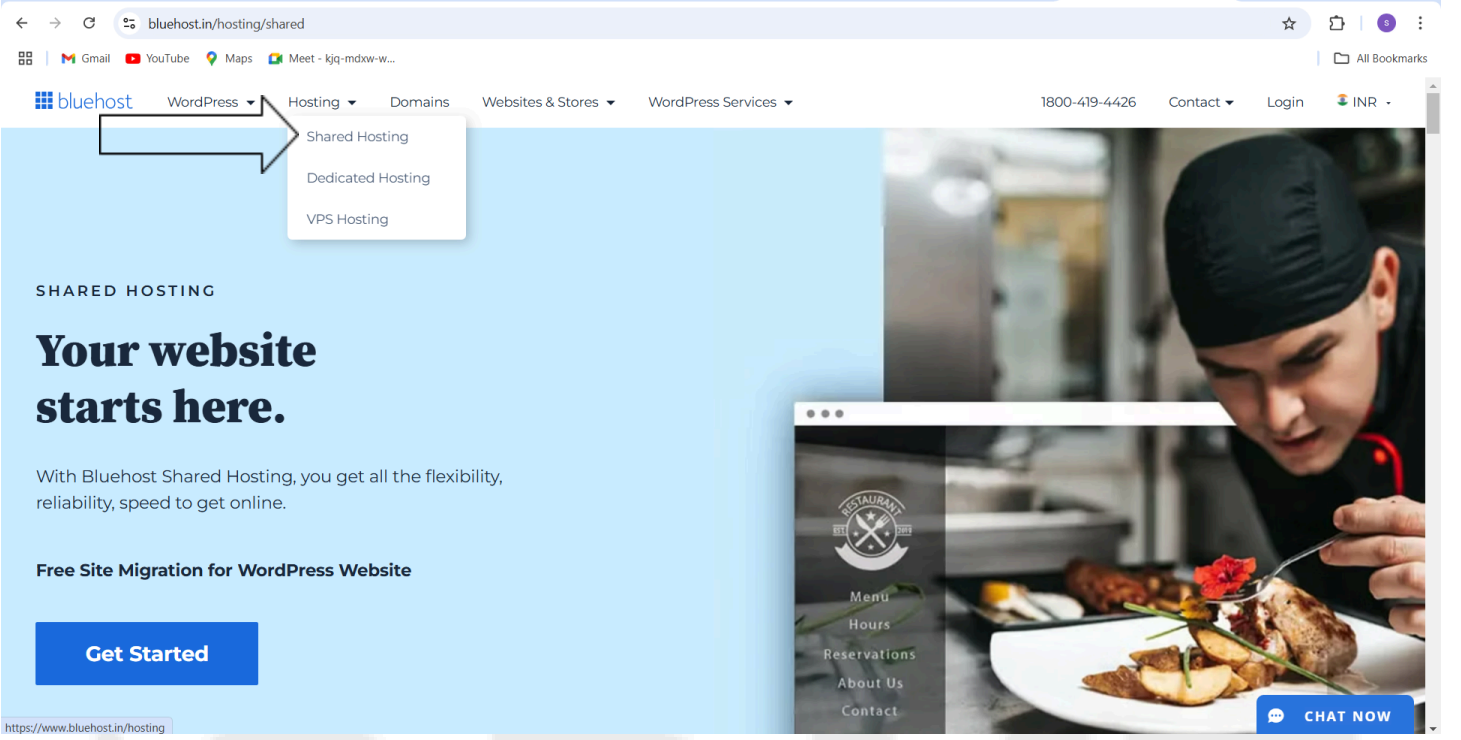
- .com
- .net
- .in
- .org
- .co.in
- .biz
- .co
- .online

CHAT NOW

క్లిక్ చేయండి "శోధన" మీ డొమైన్ పేరును నమోదు చేసిన తర్వాత మరియు అది అందుబాటులో ఉందో లేదో తనిఖీ చేయండి.
ఆ తర్వాత మీరు హోస్టింగ్ ప్లాన్ని ఎంచుకోవాలి.

Step 3: హోస్టింగ్ ప్లాన్ను ఎంచుకోండి

Bluehost విభిన్న హోస్టింగ్ ప్లాన్లను అందిస్తుంది. మీరు వెతుకుతున్నారా కాబట్టి భాగస్వామ్య హోస్టింగ్, మీరు ఈ ఎంపికలను చూస్తారు:



ప్రాథమిక ప్రణాళిక - ఒక వెబ్‌సైట్‌కు అనుకూలం (ప్రారంభకులకు సిఫార్సు చేయబడింది).
 ఎంపిక ప్లాన్ - బహుళ వెబ్‌సైట్‌లకు మంచిది.
 ఆన్‌లైన్ స్టోర్ ప్లాన్ - డొమైన్ గోప్యత మరియు సైట్ బ్యాకప్‌ను కలిగి ఉంటుంది.
 ప్రో ప్లాన్ - అధిక-పనితీరు గల వెబ్‌సైట్‌లకు ఉత్తమమైనది.

	Recommended	Sell Online	
<p>BASIC For quickly getting started</p> <p>₹279/mo* Normally ₹399 12/mo term</p> <p>Select</p> <p>USA Data Center</p> <p>Hosting</p> <p>1 Website</p> <p>50 GB SSD Storage @</p> <p>Unmetered Bandwidth</p> <p>Domain for 1 Year ₹1,399/yr value</p>	<p>CHOICE PLUS For managing multiple sites with backup</p> <p>₹429/mo* Normally ₹659 12/mo term</p> <p>Select</p> <p>USA Data Center</p> <p>Hosting</p> <p>Unlimited Websites</p> <p>Unmetered SSD Storage</p> <p>Unmetered Bandwidth</p> <p>Domain for 1 Year ₹1,399/yr value</p>	<p>ONLINE STORE For selling online</p> <p>₹699/mo* Normally ₹1,649 12/mo term</p> <p>Select</p> <p>USA Data Center</p> <p>Hosting</p> <p>Unlimited Websites</p> <p>100 GB SSD Storage</p> <p>Unmetered Bandwidth</p> <p>Domain for 1 Year ₹1,399/yr value</p>	<p>PRO For growing businesses with high-traffic</p> <p>₹949/mo* Normally ₹1,599 12/mo term</p> <p>Select</p> <p>USA Data Center</p> <p>Hosting</p> <p>Unlimited Websites</p> <p>Unmetered SSD Storage</p> <p>Unmetered Bandwidth</p> <p>Domain for 1 Year ₹1,399/yr value</p> <p>CHAT NOW</p>

క్లిక్ చేయండి "ఎంచుకోండి" కొనసాగడానికి

bluehost

Next we'll set up your domain.

Your domain will be your website's address.
You can create a new domain, use one you already own, or make one later.

Create a new domain

Search available domains

Next

Use a domain you own

Enter your existing domain name

Next

Or you can skip this step and create a domain later.
[I'll create my domain later](#)

మళ్ళీ మీ డొమైన్ పేరును ఇక్కడ నమోదు చేస్తున్నాము.

Step 4: మీ ఖాతా సమాచారాన్ని నమోదు చేయండి

మీ వ్యక్తిగత వివరాలను పూరించండి, ఉదాహరణకు:

మొదటి పేరు, చివరి పేరు

వ్యాపారం పేరు (ఐచ్ఛికం)

దేశం, చిరునామా, ఫోన్ నంబర్

ఇమెయిల్ చిరునామా (ముఖ్యమైనది! Bluehost లాగిన్ వివరాలను ఇక్కడ పంపుతుంది

bluehost.in/web-hosting/signup

Create your account

The domain digilaboratory.org is available!

Use Google Single Sign-On to make creating your account even easier.

Sign in with Google

Account Information

All fields are required unless otherwise noted.

First Name

Last Name

(optional) Business Name

Country

Street Address

City

Step 5: మీ ప్యాకేజీ మరియు అదనపు అంశాలను ఎంచుకోండి

మీరు ఎంచుకున్న ప్లాన్ మరియు ధర ఎంపికలను మీరు చూస్తారు:

12 నెలలు (1 సంవత్సరం) - చౌకైన ముందస్తు, కానీ పునరుద్ధరణ ఖర్చులు ఎక్కువగా ఉంటాయి.

36 నెలలు (3 సంవత్సరాలు) - ఉత్తమ దీర్ఘకాలిక విలువ, తక్కువ నెలవారీ ఖర్చు.

bluehost.in/web-hosting/signup/billed/cancel/c1eeeff463c35a8f3f78db2c5938291000fd2041a619040655231f012a14009239f5a550959d71437ab9e63c09af7f69

Package Information

Account Plan

Server Location

Hosting Price ₹3,348 (₹279 for 12 months)

Primary Domain Registration **Free**

Let's Encrypt SSL **Free - terms**

Package Extras

Domain Privacy + Protection - ₹37.42 per month (Billed annually at ₹449 .digilaboratory.org)
More information

Website Backup Protection - ₹119 per month (Billed annually at ₹1,428)
More information

Protect Your Site with Comodo SSL - ₹149 per month (Billed annually at ₹1,788)
More information

Boost SEO Ranking with Yoast Premium - ₹229 per month (Billed annually at ₹2,748)
More information

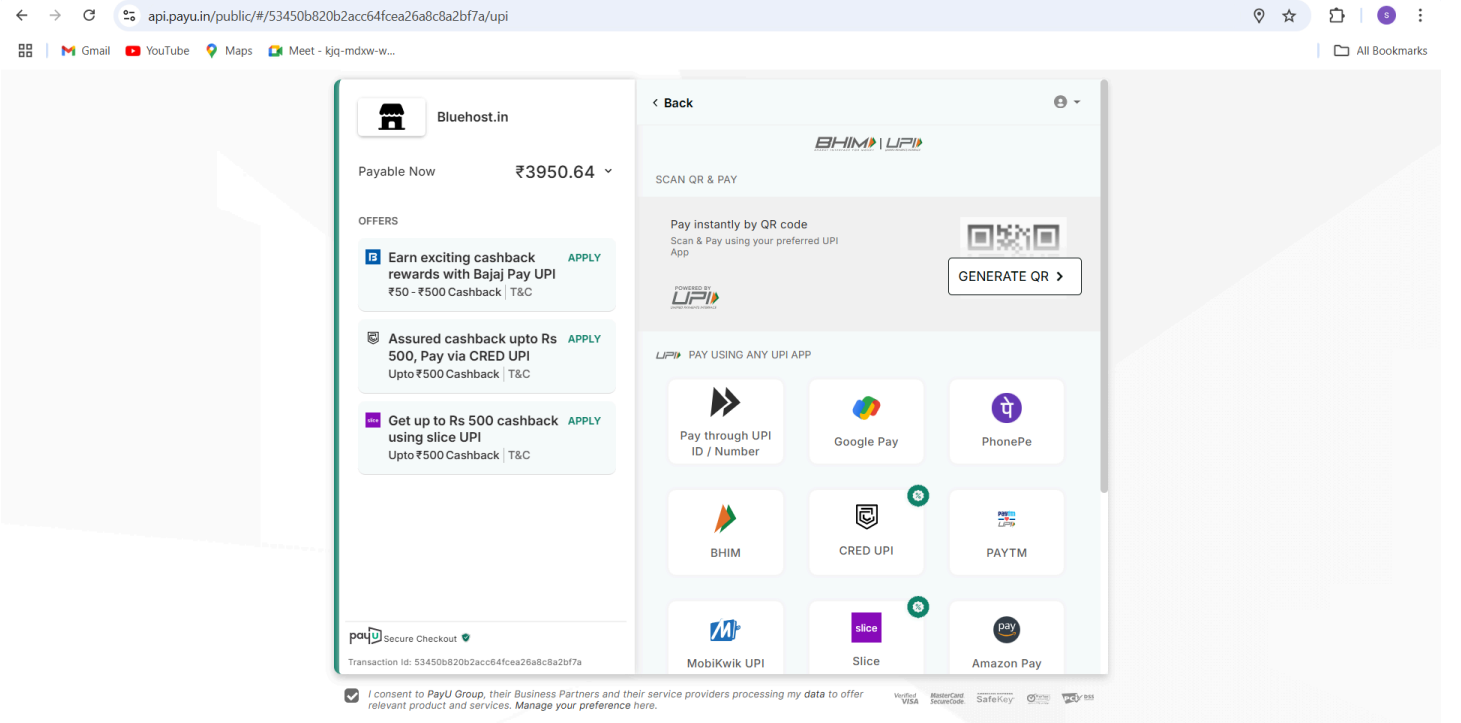
Website Malware Protection - ₹99 per month (Billed annually at ₹1,188)
More information

Savings ₹1,440 (30% off)

మీ వివరాలను సమర్పించిన తర్వాత మీరు మళ్ళించబడతారు:

Step 6: చెల్లింపు వివరాలను నమోదు చేయండి

1. మీ నమోదు చేయండి క్రెడిట్/డెబిట్ కార్డ్ వివరాలు (వీసా, మాస్టర్ కార్డ్ లేదా పేపాల్).
2. తనిఖీ చేయండి నిబంధనలు మరియు షరతులు పెట్టె.
3. క్లిక్ చేయండి "సమర్పించు" మీ కొనుగోలును పూర్తి చేయడానికి



Step 7: మీ బ్లూహోస్ట్ ఖాతాకు లాగిన్ చేయండి

వెళ్ళండి www.bluehost.com మరియు క్లిక్ చేయండి "లాగిన్" ఎగువ-కుడి మూలలో.

మీ నమోదు చేయండి ఇమెయిల్ లేదా రూట్డొమైన్ మరియు పాస్వర్డ్ (నిర్ధారణ ఇమెయిల్ నుండి).

క్లిక్ చేయండి "లాగిన్" మీ బ్లూహోస్ట్ డాష్‌బోర్డ్‌ను యాక్సెస్ చేయడానికి.

Step 8: WordPress ఇన్‌స్టాల్ చేయండి (వెబ్‌సైట్ సెటప్ కోసం)

మీలో బ్లూహోస్ట్ డాష్‌బోర్డ్, కనుగొనండి **WordPress** ఇన్‌స్టాల్ ఎంపిక.

క్లిక్ చేయండి "**WordPress** ఇన్‌స్టాల్ చేయి" మరియు సెటప్ సూచనలను అనుసరించండి.

ಮೈಲೈನ್ ನಿ ಎಂಕುಕುನಿ, ಕ್ಲಿಕ್ ಕೆಯಂಡಿ ಇನ್ಸ್ಟಾಲ್ ಕೆಯಂಡಿ.



bluehost WordPress Hosting Domains Websites & Stores WordPress Services 1800-419-4426 Contact Login INR

RECOMMENDED BY WORDPRESS.ORG

Bluehost makes WordPress easy

✓ Free SSL Protection & CDN ✓ Free Domain for 1 Year ✓ 24/7 Expert Support

Get Started

Privacy - Terms

CHAT NOW

my.bluehost.in/web-hosting/cplogin

We just launched a new & improved experience!

- If you have previously transacted on bluehost.com (in USD) [Click Here](#)
- If you created an account on bluehost.in before 20th November 2019 [Click Here](#)

Hosting Login Webmail Login

Log in to your account

Domain Name
domain

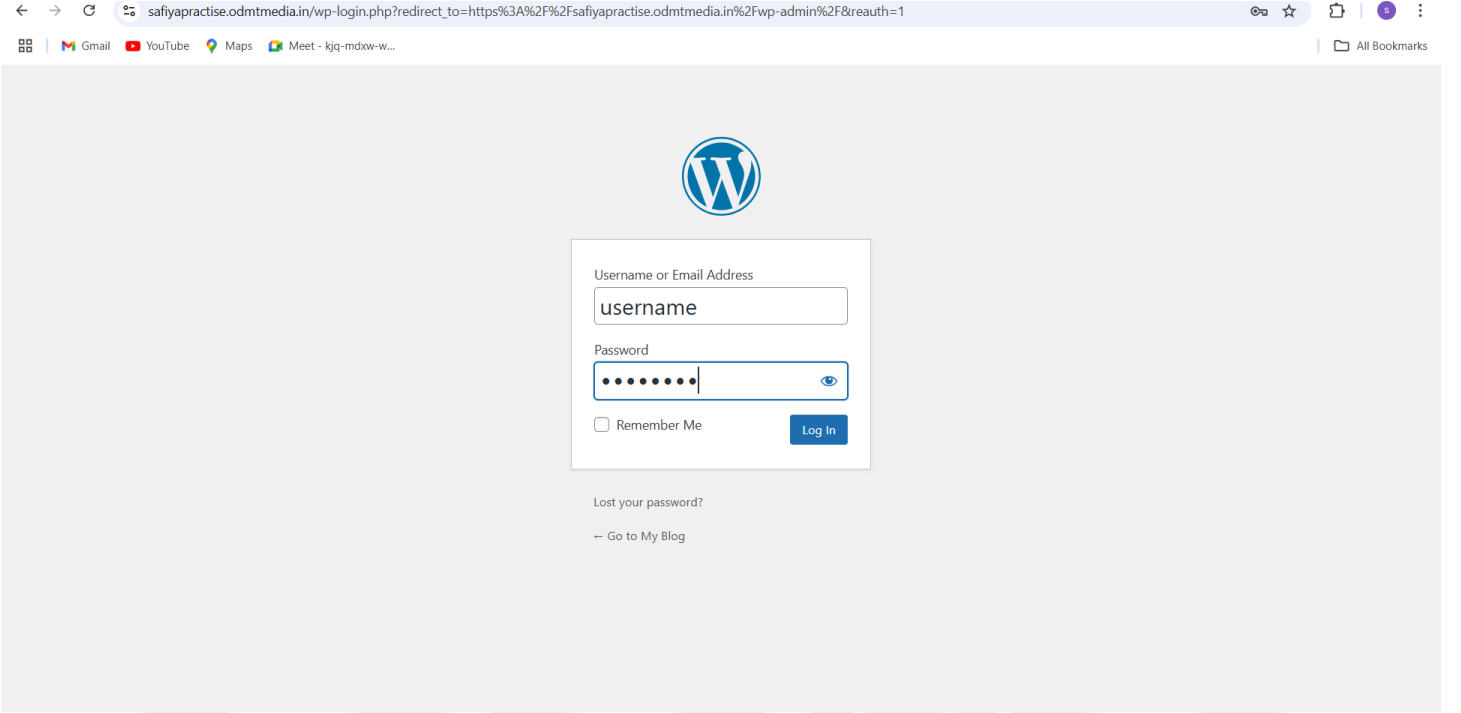
Password
.....

Log In

[Forgot Password](#) [Create Account](#)

మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌కి ఎలా లాగిన్ చేయాలి:

<https://www.website.in/wp-admin>



ప్రాథమిక WordPress వెబ్‌సైట్ నిర్మాణం:

మీరు వెబ్‌సైట్‌ను సృష్టించినప్పుడు **WordPress**, ఇది ఒక ప్రాథమిక నిర్మాణాన్ని కలిగి ఉంటుంది పేజీలు, థీమ్‌లు, మెనూలు మరియు అనుకూలీకరణ ఎంపికలు. WordPress ఎలా పనిచేస్తుందో అర్థం చేసుకోవడానికి ఇక్కడ ఒక సాధారణ గైడ్ ఉంది:

పేజీలు(స్టాటిక్ కంటెంట్):

పేజీలు ఉపయోగించబడతాయి స్టాటిక్ కంటెంట్ అది తరచుగా మారదు (ఉదా., ఇల్లు, మా గురించి, సంప్రదించండి).

హోమ్ పేజీ – ప్రధాన పేజీ సందర్శకులు మొదట చూస్తారు.

మా గురించి – మీ వ్యాపారం లేదా బ్రాండ్ గురించిన సమాచారం.

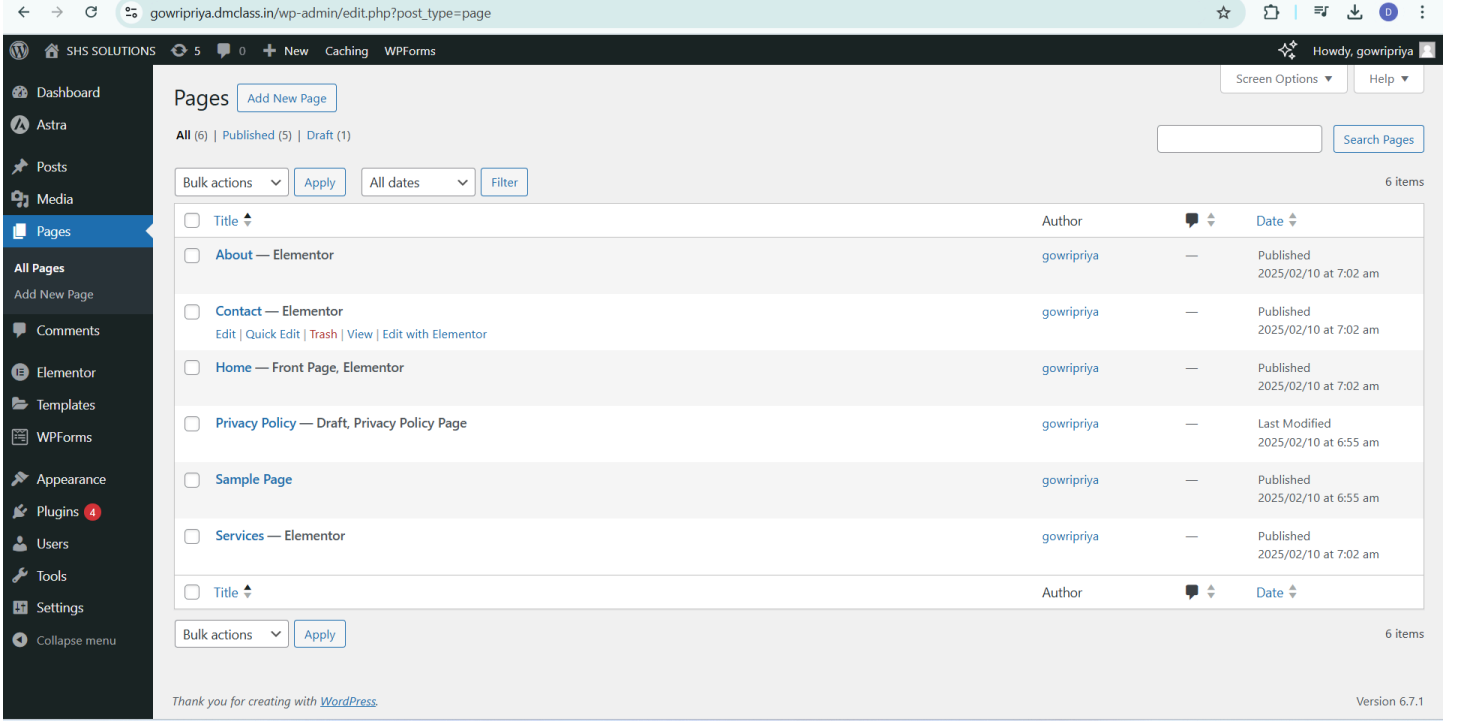
సేవలు/ఉత్పత్తులు - మీరు అందించే వాటిని వివరిస్తుంది.

బ్లాగు – మీరు సాధారణ కథనాలు లేదా నవీకరణలను పోస్ట్ చేస్తే.

మమ్మల్ని సంప్రదించండి - సంప్రదింపు ఫారమ్, ఇమెయిల్ లేదా చిరునామాను కలిగి ఉంటుంది.

WordPress లో పేజీని ఎలా సృష్టించాలి?

వెళ్ళండి **WordPress** డాష్‌బోర్డ్ → క్లిక్ చేయండి పేజీలు → కొత్తదాన్ని జోడించండి.
ఎని నమోదు చేయండి శీర్షిక (ఉదా., "మా గురించి") మరియు కంటెంట్ రాయండి.
క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి దానిని జీవించడానికి.



థీమ్లు(వెబ్‌సైట్ డిజైన్):

మీ వెబ్‌సైట్ ఎలా కనిపిస్తుందో (లేఅవుట్, రంగులు, ఫాంట్లు) థీమ్ నియంత్రిస్తుంది.

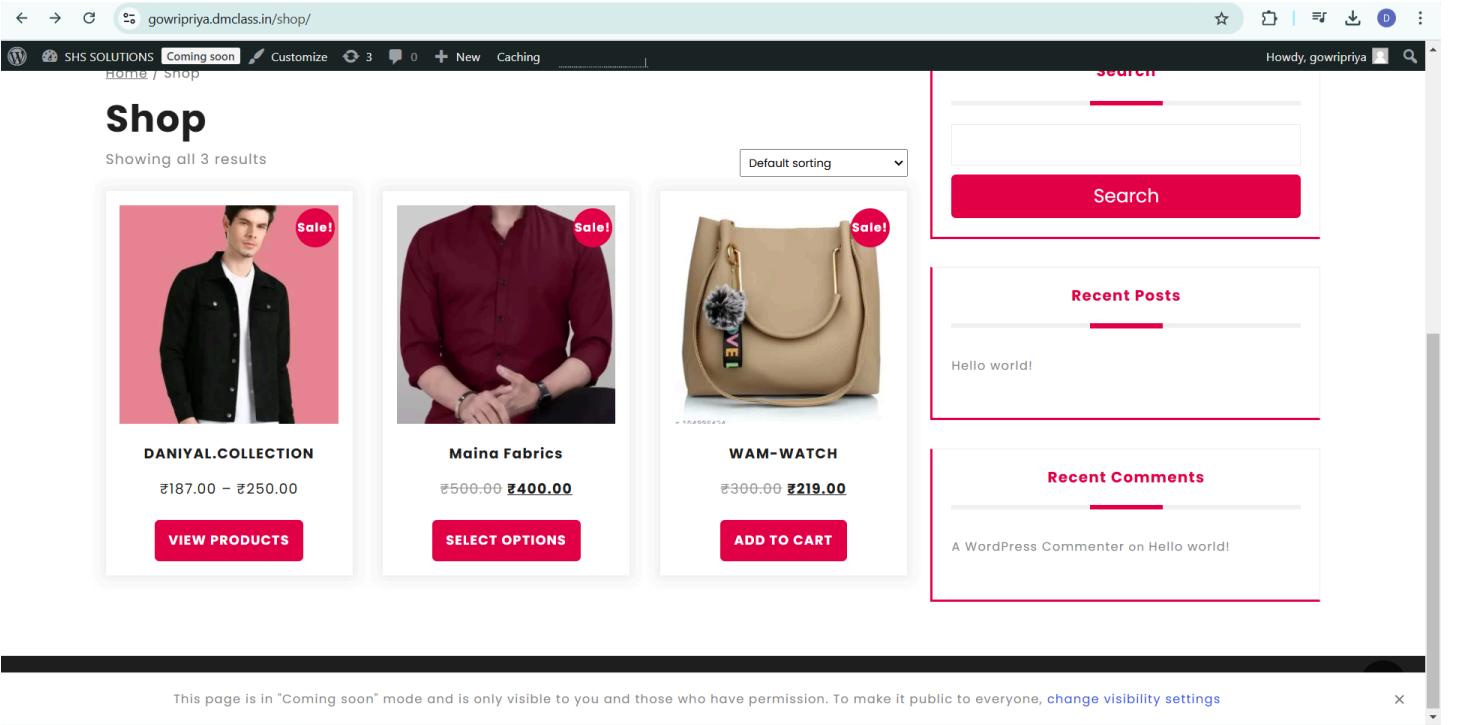
WordPress కలిగి ఉంది ఉచిత మరియు చెల్లింపు థీమ్లు.

థీమ్ను ఎలా మార్చాలి?

వెళ్ళండి డాష్‌బోర్డ్ → స్వరూపం → థీమ్స్.

క్లిక్ చేయండి "కొత్తది జోడించు" థీమ్లను బ్రౌజ్ చేయడానికి.

క్లిక్ చేయండి "ఇన్‌స్టాల్", అప్పుడు "సక్రియం చేయి" మీరు ఎంచుకున్న థీమ్.



మెనూలు (వెబ్‌సైట్ నావిగేషన్):

మీ వెబ్‌సైట్‌ను నావిగేట్ చేయడానికి మెనూలు సందర్భకులకు సహాయపడతాయి.

మీరు జోడించవచ్చు పేజీలు, పోస్ట్‌లు, వర్గాలు లేదా అనుకూల లింక్‌లు ఒక మెనుకి.

WordPress లో మెనూని ఎలా సృష్టించాలి?

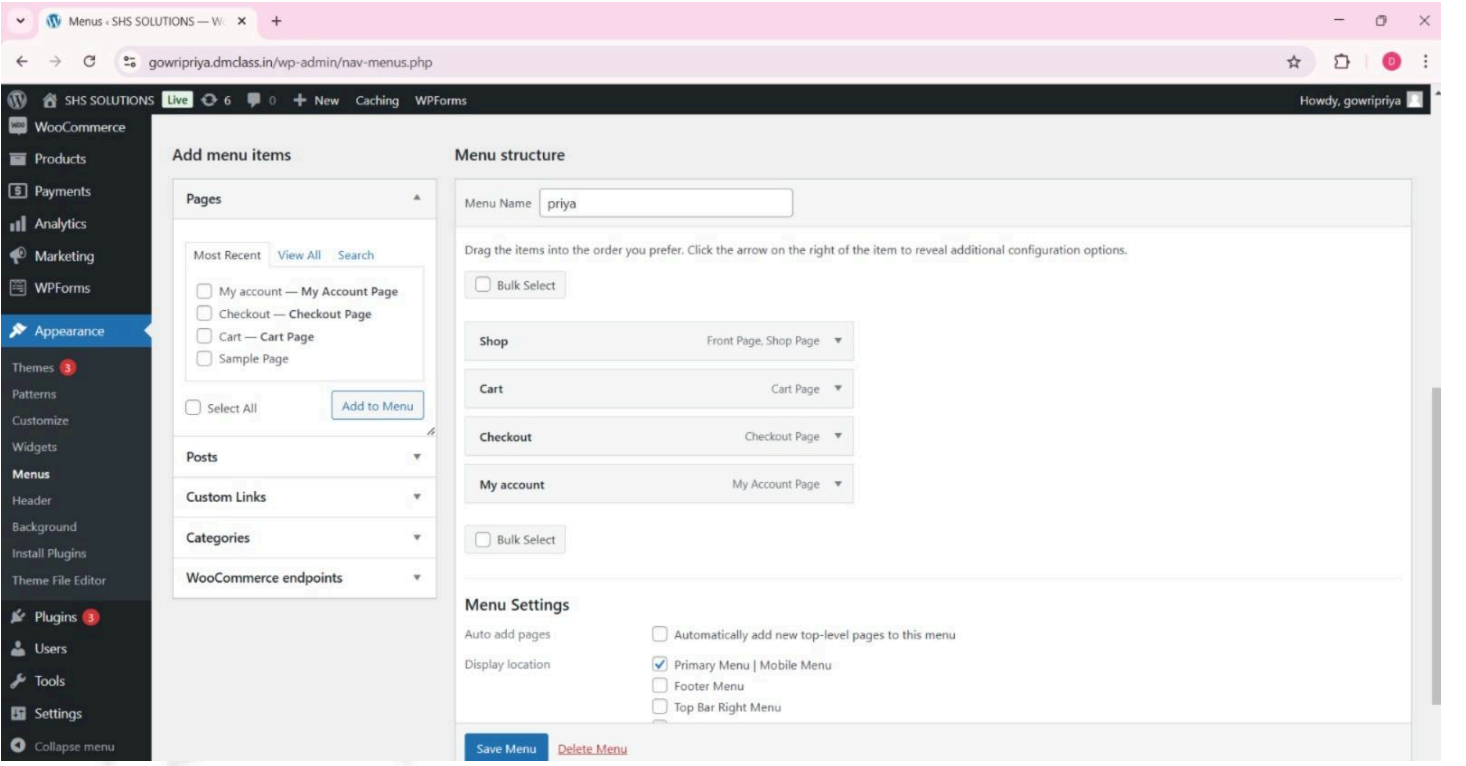
వెళ్ళండి డాష్‌బోర్డ్ → స్వరూపం → మెనూలు.

క్లిక్ చేయండి కొత్త మెనూని సృష్టించండి మరియు దానికి పేరు పెట్టండి (ఉదా., "మెయిన్ మెనూ").

జోడించు పేజీలు, పోస్ట్‌లు లేదా అనుకూల లింక్‌లు మెనుకి.

ఎంచుకోండి మెను స్థానం (ఉదా., హెడర్ లేదా ఫుటర్).

క్లిక్ చేయండి సేవ్ మెను



అనుకూలీకరించండి (వెబ్సైట్ సెట్టింగ్లు & డిజైన్):

కస్టమైజర్ మీ వెబ్సైట్ రూపాన్ని మరియు సెట్టింగ్లను నిజ సమయంలో సవరించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

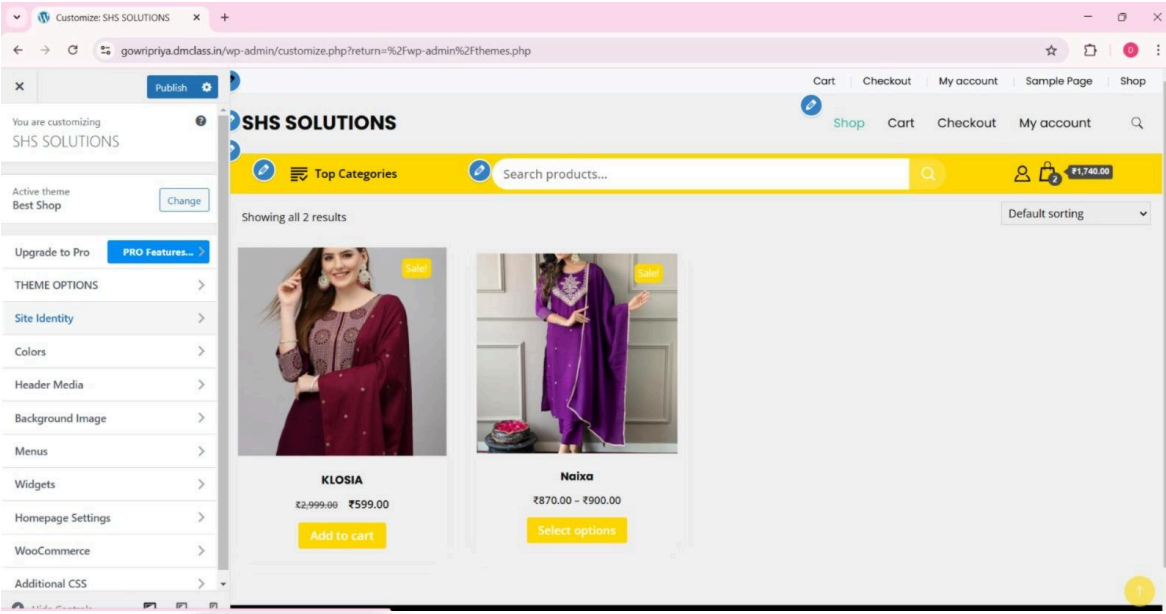
మీ **WordPress** సైట్ని ఎలా అనుకూలీకరించాలి?

వెళ్ళండి డాష్బోర్డ్ → స్వరూపం → అనుకూలీకరించండి.

ఇక్కడ నుండి, మీరు సవరించవచ్చు:

- సైట్ గుర్తింపు (లోగో, సైట్ శీర్షిక, ట్యాగ్లైన్)
- రంగులు & ఫాంట్లు
- హెడర్ & ఫుటర్
- హోమ్పేజీ సెట్టింగ్లు
- మెనూలు & విడ్జెట్లు

క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మార్పులను సేవ్ చేయడానికి.



Plugins:

WordPressలో, ప్లగిన్లు అనేది వెబ్సైట్ యొక్క కార్యాచరణను మెరుగుపరిచే యాడ్-ఆన్లు లేదా పొడిగింపులు. మీరు నేరుగా WordPress ప్లగిన్ డైరెక్టరీ నుండి ప్లగిన్లను ఇన్స్టాల్ చేయవచ్చు లేదా మూడవ పక్ష ప్రొవైడర్ల నుండి ప్రీమియం ప్లగిన్లను అప్లోడ్ చేయవచ్చు.

ప్లగిన్లు ఏమి చేస్తాయి?

వెబ్సైట్కి కొత్త ఫీచర్లను జోడించండి

వెబ్సైట్ యొక్క కార్యాచరణను మెరుగుపరచండి

కోడ్ రాయకుండానే సైట్లను సృష్టించడానికి వినియోగదారులను అనుమతించండి

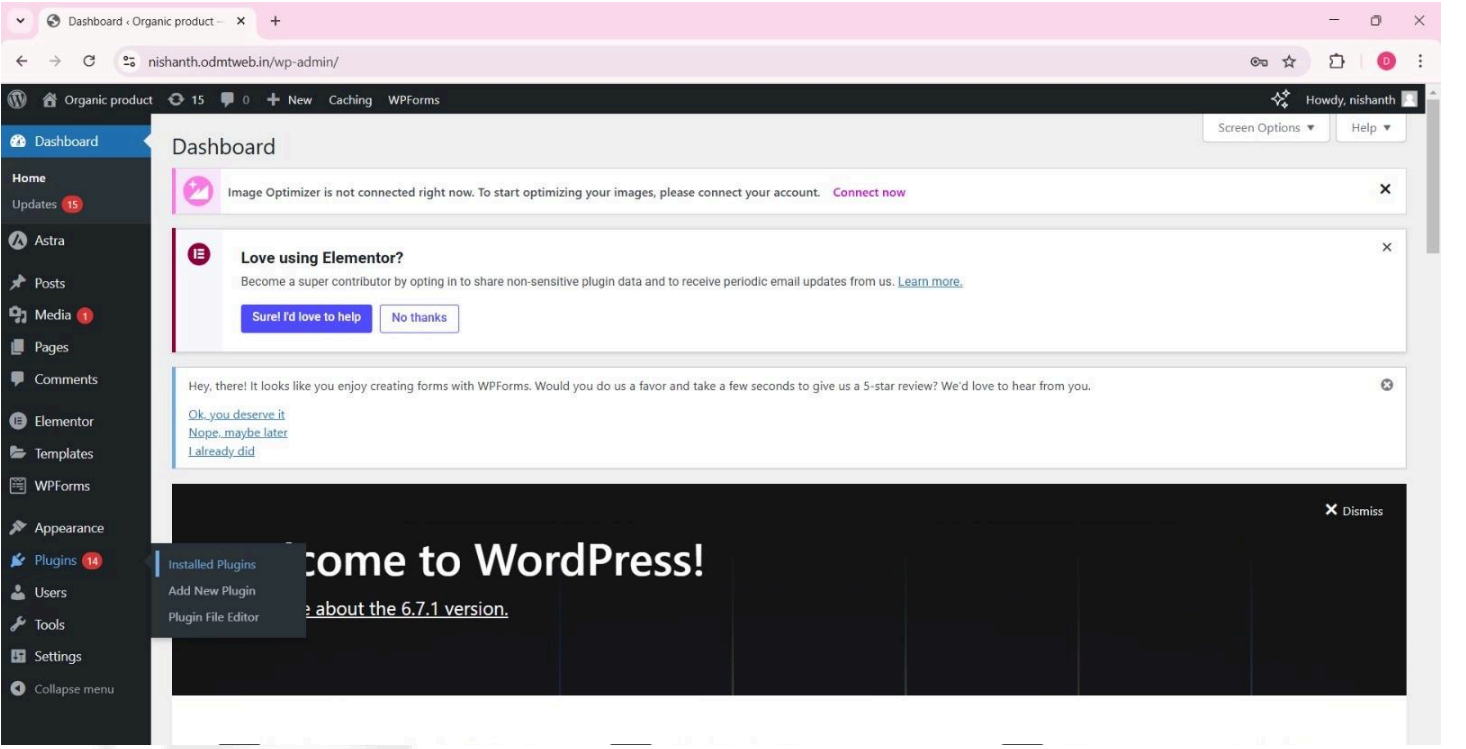
ప్లగిన్లను ఎలా ఇన్స్టాల్ చేయాలి?

అడ్మిన్ డాష్బోర్డ్కి వెళ్లండి

ప్లగిన్లను ఎంచుకోండి > కొత్తదాన్ని జోడించండి

ప్లగిన్ కోసం శోధించండి లేదా సూచించబడిన ప్లగిన్లను బ్రౌజ్ చేయండి

ఇన్స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయి క్లిక్ చేయండి



Wp Forms:

WPForms అనేది కాంటాక్ట్ ఫారమ్లను సృష్టించడానికి ఉపయోగించే ఒక ప్రసిద్ధి WordPress ప్లగ్ ఇన్. దాని డ్రాగ్-అండ్-డ్రాప్ ఇంటర్‌ఫేస్ కు ప్రసిద్ధి చెందింది, ఇది బిగినర్స్-ఫ్రెండ్లీ మరియు అత్యంత అనుకూలీకరించదగినదిగా చేస్తుంది.

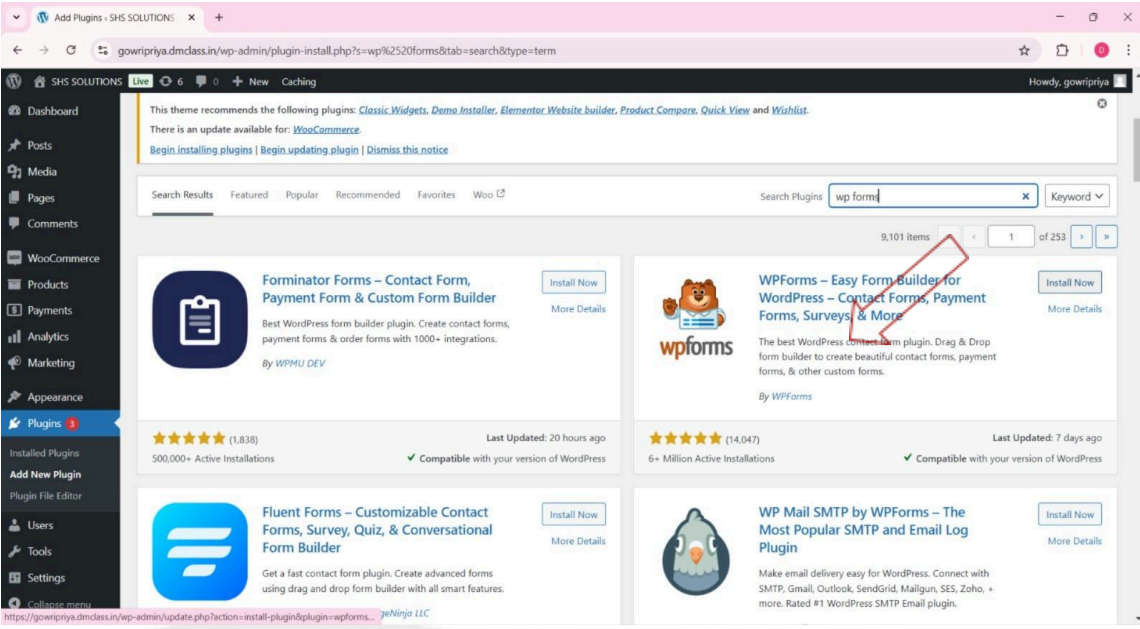
WordPressలో WPFormsని ఎలా ఇన్‌స్టాల్ చేయాలి?

Step 1: WPFormsని ఇన్‌స్టాల్ చేయండి మరియు యాక్టివేట్ చేయండి
మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్ కి లాగిన్ చేయండి.

ప్లగిన్లకు వెళ్ళండి > కొత్తది జోడించండి.

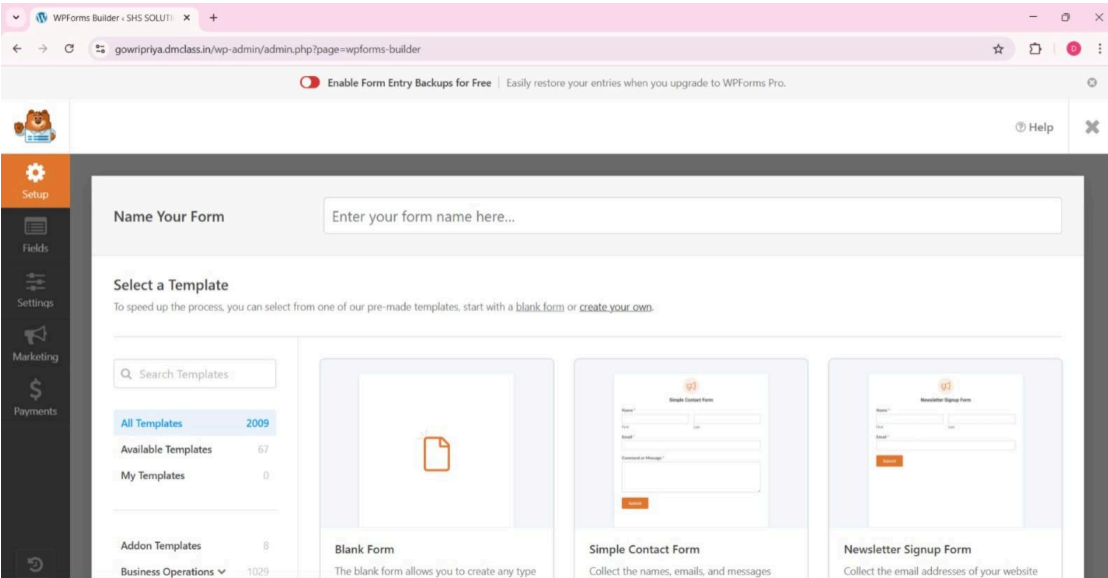
శోధన పట్టిలో, WPForms అని టైప్ చేయండి.

ఇప్పుడు ఇన్‌స్టాల్ చేయి క్లిక్ చేసి, ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.



యాక్టివ్ చేసిన తర్వాత, మీరు మీ డాష్బోర్డ్లో కొత్త WPForms మెనుని చూస్తారు.

Step 2: కొత్త సంప్రదింపు ఫారమ్ను సృష్టించండి
 WPFormsకు వెళ్ళండి > కొత్తదాన్ని జోడించండి.
 మీ ఫారమ్ కోసం పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "మమ్మల్ని సంప్రదించండి ఫారమ్").
 టెంప్లేట్ని ఎంచుకోండి:
 ఖాళీ ఫారమ్ (మొదటి నుండి ప్రారంభం)
 సాధారణ సంప్రదింపు ఫారమ్ (ప్రారంభకుల కోసం సిఫార్సు చేయబడింది)
 వార్తాలేఖ సైన్ అప్ ఫారమ్, సర్వే ఫారమ్ మొదలైనవి.



Step 3: మీ ఫారమ్ను అనుకూలీకరించండి (డ్రాగ్ & డ్రాప్ బిల్డర్)

ఎడమ పానెల్ నుండి మీ ఫారమ్కు ఫీల్డ్లను లాగండి మరియు వదలండి.

జోడించడానికి సాధారణ ఫీల్డ్లు:

పేరు (టెక్స్ట్ ఫీల్డ్)

ఇమెయిల్ (ఇమెయిల్ ఫీల్డ్)

సందేశం (పేరాగ్రాఫ్ టెక్స్ట్ ఫీల్డ్)

ఫోన్ నంబర్ (ఐచ్ఛికం)

ఏదైనా ఫీల్డ్ దాని లేబుల్ని సవరించడానికి లేదా తయారు చేయడానికి దానిపై క్లిక్ చేయండి అవసరం.

Step 4: ఫారమ్ సెట్టింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి

కు వెళ్ళండి సెట్టింగ్లు ట్యాబ్.

కింద సాధారణ సెట్టింగులు, అవసరమైతే ఫారమ్ టైటిల్ మరియు బటన్ వచనాన్ని మార్చండి.

కింద నోటిఫికేషన్లు, ఫారమ్ సమర్పణలను స్వీకరించడానికి మీ ఇమెయిల్ను నమోదు చేయండి.

కింద నిర్ధారణలు, కృతజ్ఞతా సందేశాన్ని సెట్ చేయండి లేదా వినియోగదారులు ఫారమ్ను

సమర్పించిన తర్వాత అనుకూల పేజీకి దారి మళ్ళించండి.

క్లిక్ చేయండి సేవ్ చేయండి పూర్తి చేసినప్పుడు.

Step 5: ఫారమ్ను పేజీ లేదా పోస్ట్కి జోడించండి

మీరు ఫారమ్ను జోడించాలనుకుంటున్న పేజీని తెరవండి (ఉదా., మమ్మల్ని సంప్రదించండి పేజీ).

క్లిక్ చేయండి + బ్లాక్ జోడించండి (గూటెన్బర్గ్ని ఉపయోగిస్తుంటే).

ఎంచుకోండి **WPForms** బ్లాక్.

డ్రాప్ డౌన్ నుండి మీరు ఇప్పుడే సృష్టించిన ఫారమ్ను ఎంచుకోండి.

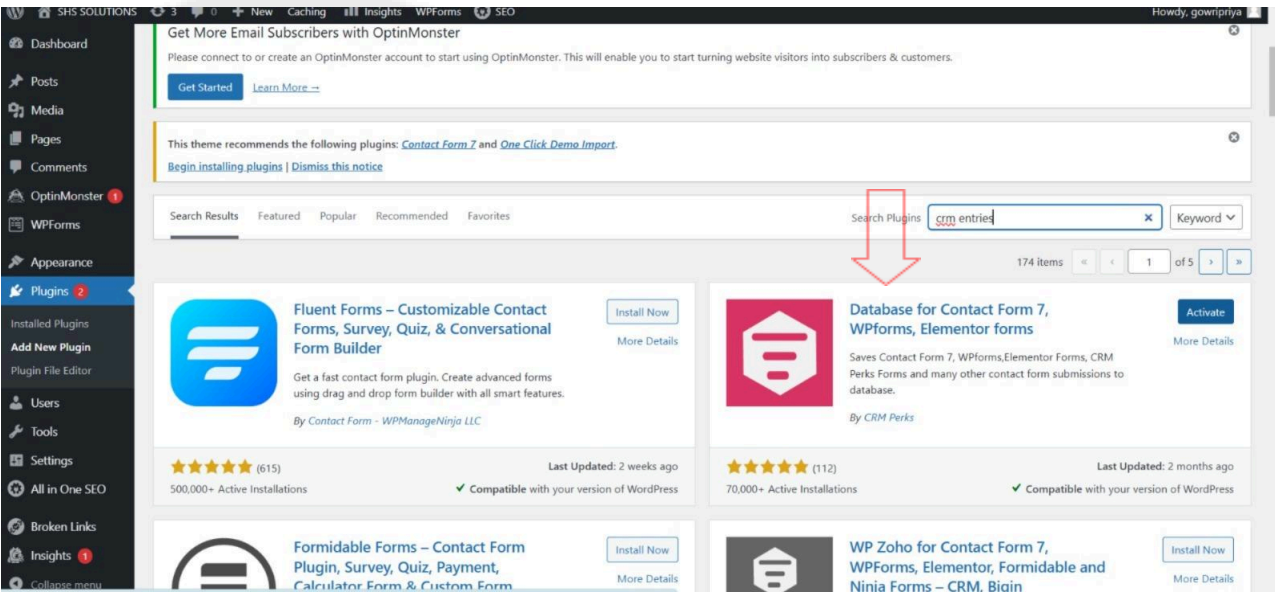
క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి లేదా నవీకరించు పేజీ.

మీ ఫారమ్ ఇప్పుడు ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయబడింది!

CRM ఎంట్రీల ఫ్లగ్ ఇన్:

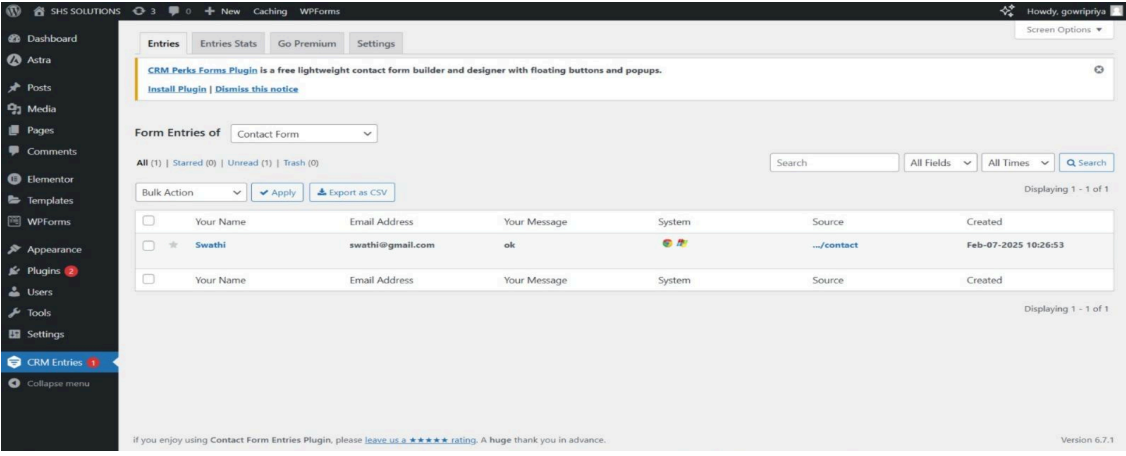
CRM ఎంట్రీల ఫ్లగిన్ WordPress కోసం ఏకీకృతం చేయడానికి రూపొందించబడిన సాధనం కస్టమర్ రిలేషన్ షిప్ మేనేజ్ మెంట్ (**CRM**) మీ WordPress వెబ్ సైట్ లోని సిస్టమ్. ఫ్లగిన్ మిమ్మల్ని కస్టమర్ ఇంటరాక్షన్లను నిర్వహించడానికి మరియు ట్రాక్ చేయడానికి, సంప్రదింపు వివరాలను నిల్వ చేయడానికి మరియు నేరుగా WordPress డాష్ బోర్డ్ నుండి లీడ్స్, సేల్స్ లేదా సపోర్ట్ కేసులను నిర్వహించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

ఫ్లగిన్ ను ఇన్ స్టాల్ చేయండి: ఏదైనా WordPress ఫ్లగ్ ఇన్ లాగా, మీరు CRM ఫ్లగిన్ ను ఇన్ స్టాల్ చేయడం మరియు యాక్టివేట్ చేయడం ద్వారా ప్రారంభించండి.



CRMలో ఫారమ్ సమర్పణలను వీక్షించండి:

CRM డాష్ బోర్డ్: wpformsలో ఫారమ్ ను సమర్పించిన తర్వాత, మీరు దానిని మీ క్రింద చూడవచ్చు లీడ్స్, పరిచయాలు, లేదా వినియోగదారులు మీ CRM ఫ్లగిన్ లోని విభాగం.



Collect.chat ప్లగిన్:

Collect.chat chatbot ప్లగిన్ వ్యాపారాలను అనుమతించే WordPress కోసం సంభాషణలను ఆటోమేట్ చేయండి వెబ్సైట్ సందర్శకులతో. ఇది లీడ్లను సేకరించడం, అపాయింట్మెంట్లను బుక్ చేయడం మరియు కస్టమర్ మద్దతును అందించడంలో సహాయపడుతుంది మానవ ప్రమేయం లేకుండా.

WordPressలో Collect.chatని ఎలా ఇన్స్టాల్ చేయాలి & ఉపయోగించాలి (దశల వారీగా)

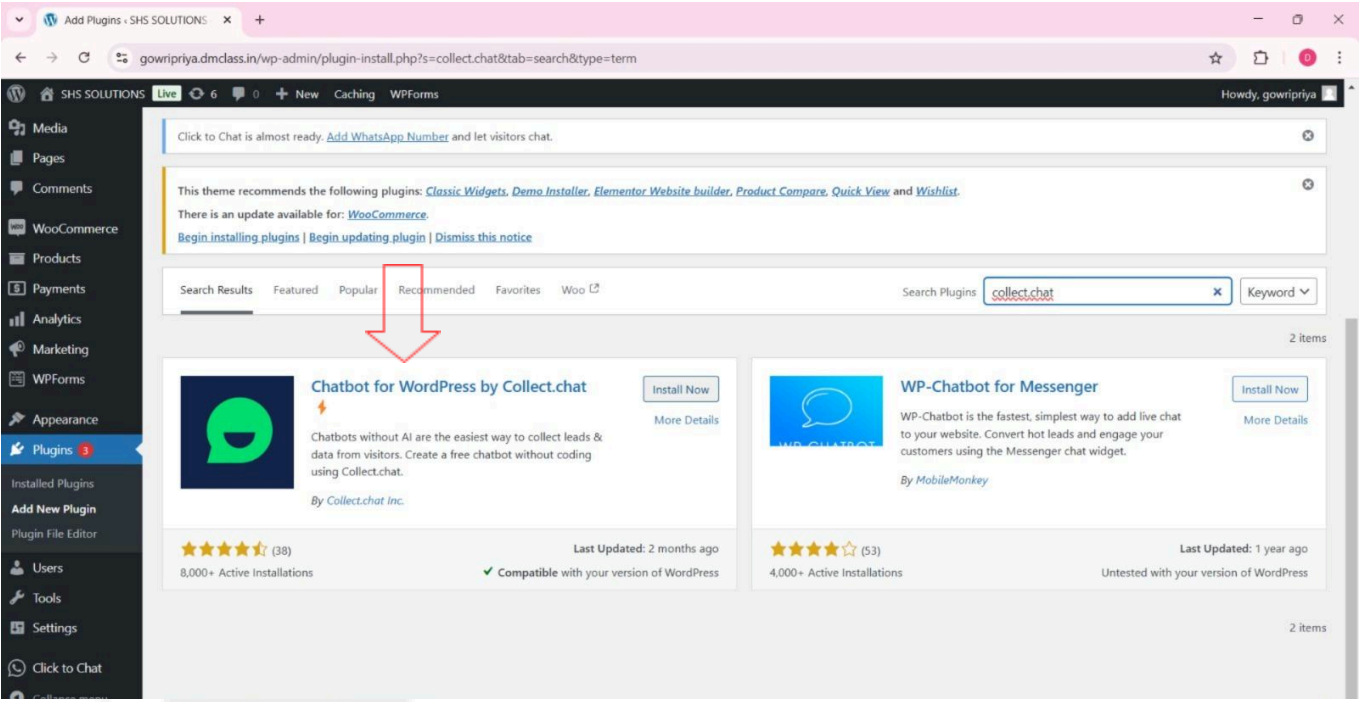
Step 1: Collect.chat ప్లగిన్ని ఇన్స్టాల్ చేయండి

లాగిన్ చేయండి మీ WordPress డాష్బోర్డ్కు.

వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తదాన్ని జోడించండి.

కోసం వెతకండి **Collect.chat**.

క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.



Step 2: Collect.chatలో చాట్బాట్ను సృష్టించండి

వెళ్ళండి **Collect.chat** వెబ్సైట్ (<https://collect.chat>) మరియు ఖాతాను సృష్టించండి. క్లిక్ చేయండి కొత్త బాట్ని సృష్టించండి.

ఉపయోగించండి డ్రాగ్ అండ్ డ్రాప్ బిల్డర్ మీ చాట్బాట్ ప్రవాహాన్ని రూపొందించడానికి:

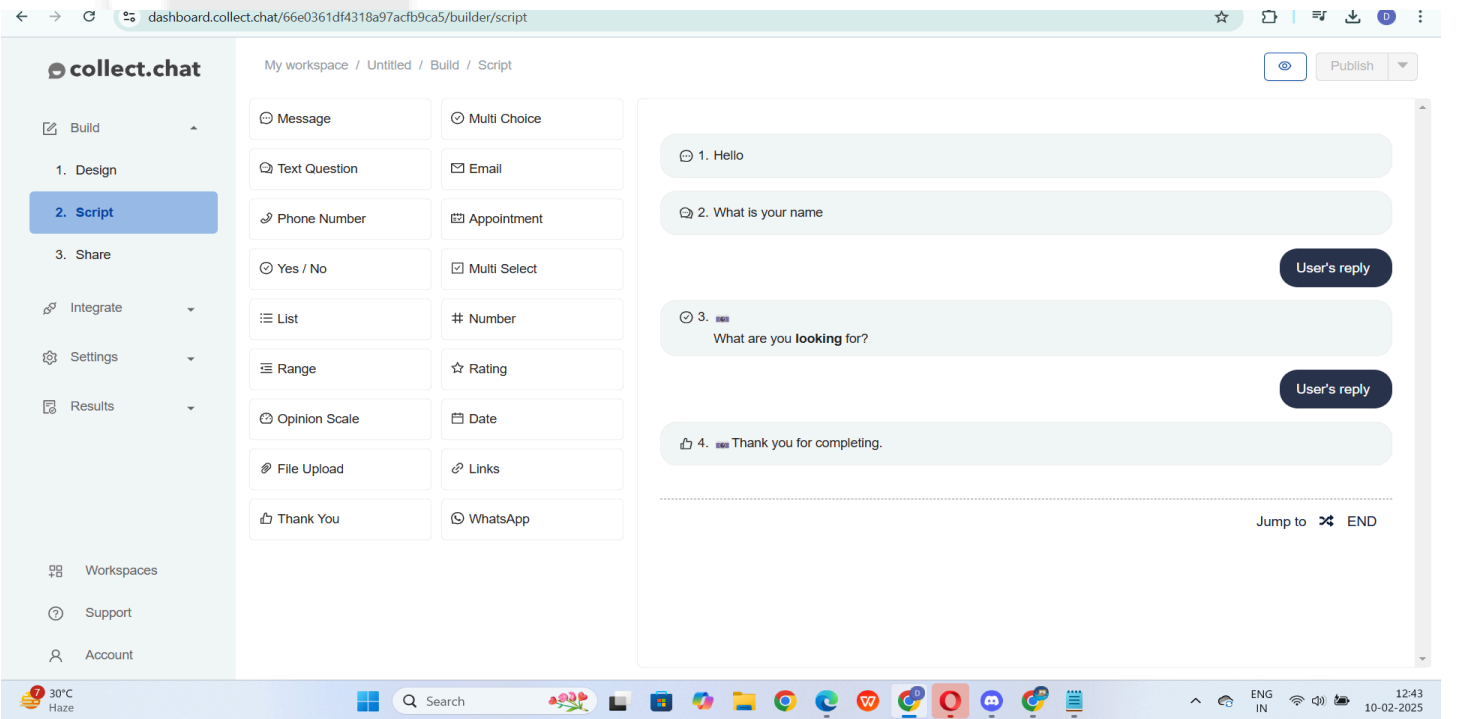
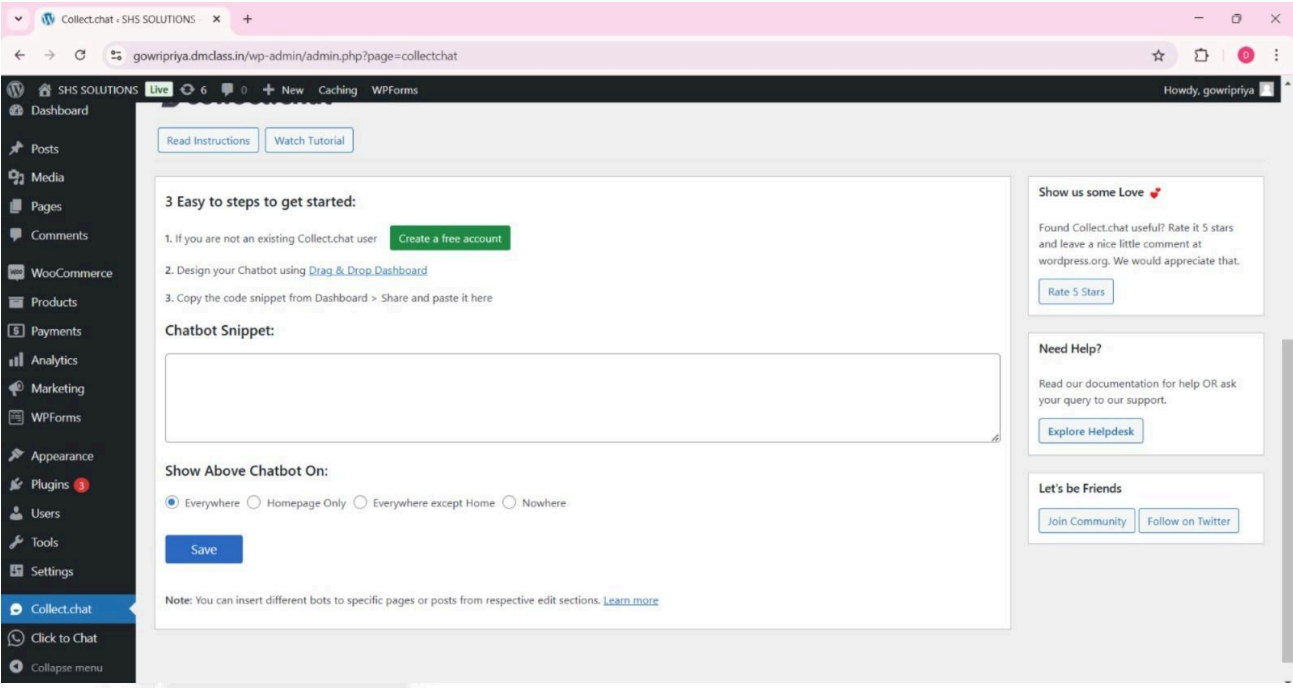
జోడించు స్వాగత సందేశాలు

ప్రశ్నలు అడగండి (పేరు, ఇమెయిల్, ఫోన్ నెంబర్లను.)

ఆఫర్ బహుళ-ఎంపిక ఎంపికలు

ప్రారంభించు అపాయింట్మెంట్ బుకింగ్

క్లిక్ చేయండి సేవ & ప్రచురించు పూర్తి చేసినప్పుడు.



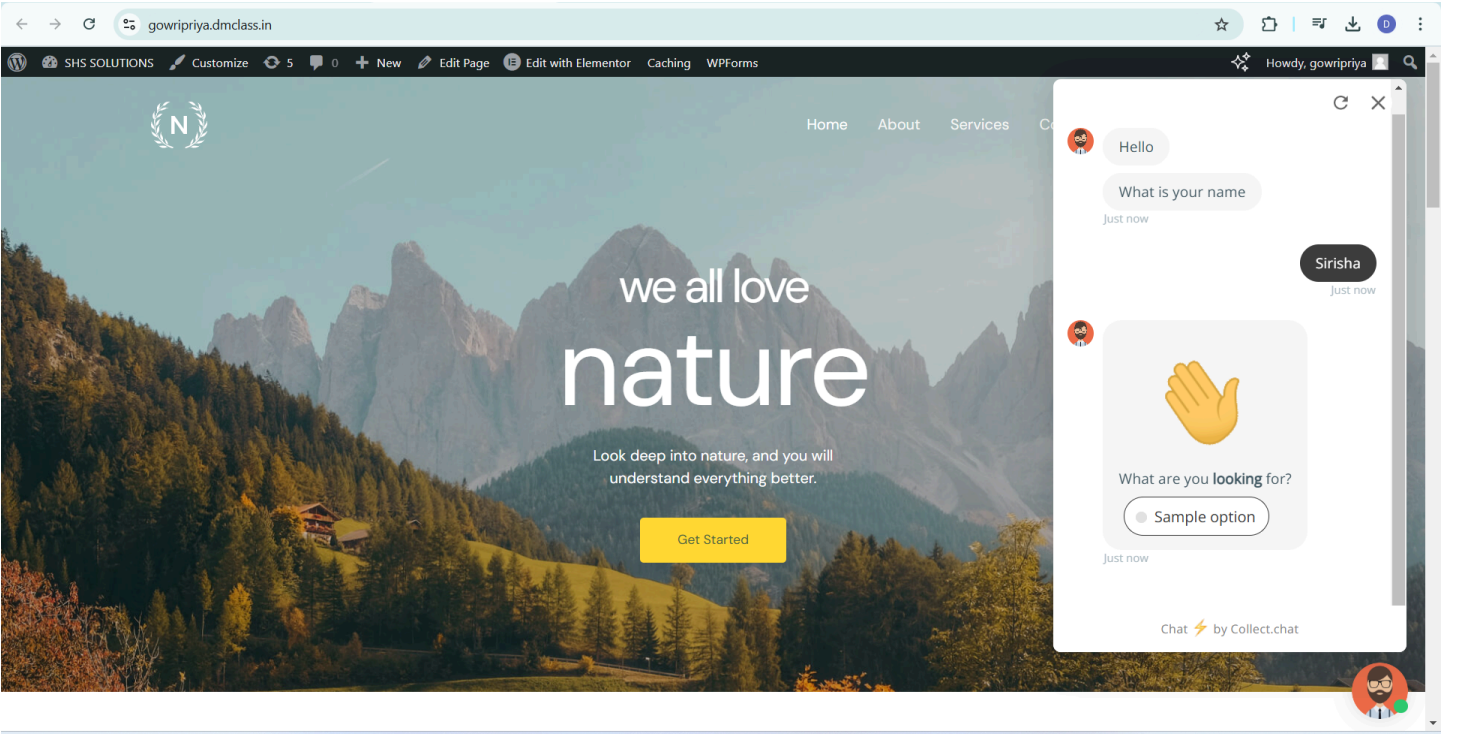
Step 3: WordPressకు Chatbotని కనెక్ట్ చేయండి

వెళ్ళండి **Collect.chat** డాష్‌బోర్డ్ > పొందుపరిచిన కోడ్.

కాపీ చేయండి **chatbot** పొందుపరిచిన కోడ్.

WordPress లో, వెళ్ళండి సెట్టింగ్‌లు > **Collect.chat**.

పొందుపరిచిన కోడ్‌ను అతికించండి మరియు మార్పులను సేవ్ చేయండి.



Chat Plugin కోసం Whatsapp క్లిక్ చేయండి:

చాట్ చేయడానికి **WhatsApp** క్లిక్ చేయండి ప్లగ్‌ఇన్ సందర్భకులను మీతో సంభాషణను ప్రారంభించడానికి అనుమతిస్తుంది **WhatsApp** నేరుగా మీ WordPress వెబ్‌సైట్ నుండి. ఇది వ్యాపారాలు అందించడంలో సహాయపడుతుంది నిజ-సమయ కస్టమర్ మద్దతు, లీడ్‌లను రూపొందించడం మరియు మార్పిడులను పెంచడం కమ్యూనికేషన్‌ను సులభతరం చేయడం ద్వారా.

వాట్సాప్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయడం మరియు సెటప్ చేయడం ఎలాగో చాట్ ప్లగిన్‌కి క్లిక్ చేయండి (దశల వారీగా)

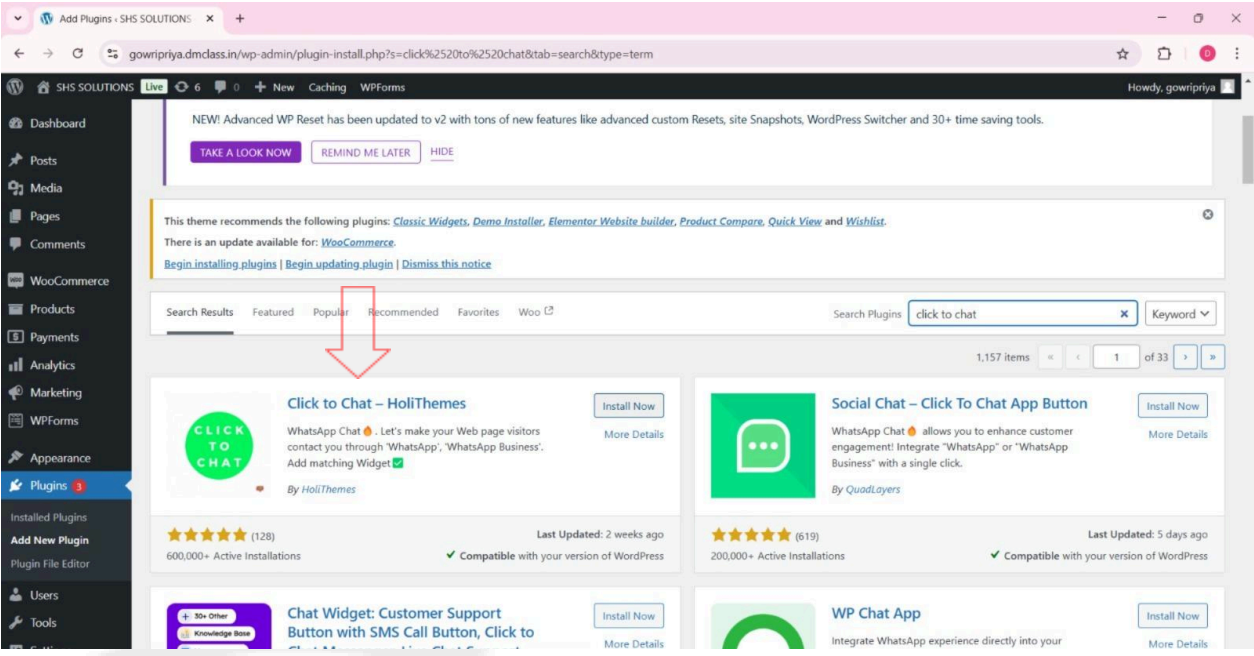
Step 1: ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్‌బోర్డ్.

వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తదాన్ని జోడించండి.

కోసం వెతకండి చాట్ చేయడానికి **WhatsApp** క్లిక్ చేయండి.

క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్‌స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.



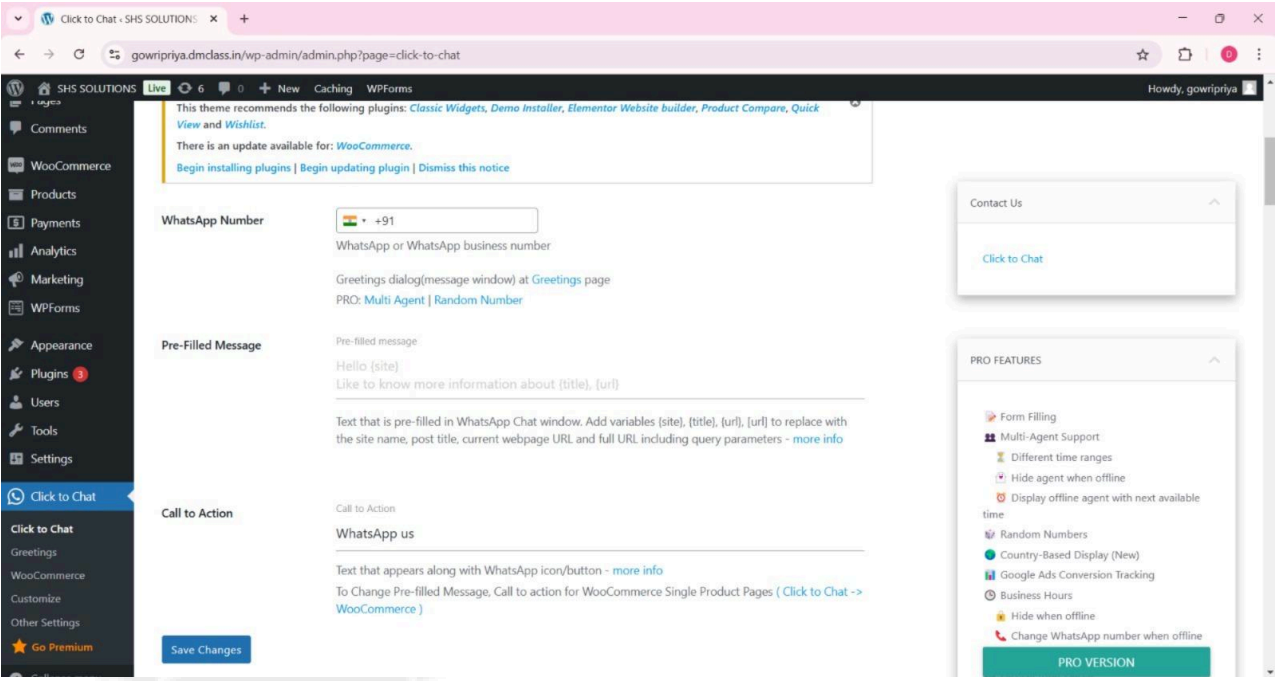
Step 2: WhatsApp బటన్‌ను కాన్ఫిగర్ చేయండి

వెళ్ళండి సెట్టింగ్‌లు > చాట్ చేయడానికి **WhatsApp** క్లిక్ చేయండి.

మీ నమోదు చేయండి **WhatsApp** ఫోన్ నంబర్ (దేశం కోడ్‌తో). ఉదాహరణ: **+1 1234567890**.

అనుకూలీకరించండి చాట్ బటన్ వచనం (ఉదా., "WhatsAppలో మాతో చాట్ చేయండి").
 a జోడించండి ముందే నిర్వచించబడిన సందేశం (ఐచ్ఛికం) - వినియోగదారులు చాట్ ప్రారంభించినప్పుడు ఈ సందేశం కనిపిస్తుంది. ఉదాహరణ:

"హలో, నా ఆర్డర్‌తో నాకు సహాయం కావాలి!"
 ఎంచుకోండి బటన్ స్థానం (దిగువ ఎడమ లేదా కుడి).
 క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.



Translation ప్లగిన్:

అనువాదకుడు ప్లగిన్ మీ WordPress వెబ్‌సైట్ బహుళ భాషలకు మద్దతు ఇవ్వడానికి అనుమతిస్తుంది, ఇది ప్రపంచ ప్రేక్షకులను చేరుకోవడంలో మీకు సహాయపడుతుంది.

అనువాదకుడిని ఎలా ఇన్‌స్టాల్ చేయాలి మరియు సెటప్ చేయాలి (దశల వారీ గైడ్)

Step 1: ట్రాన్స్‌లేటర్ ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి
మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్‌బోర్డ్.

వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > క్రొత్తదాన్ని జోడించండి.

కోసం వెతకండి అనువాదకుడు.

క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్‌స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.

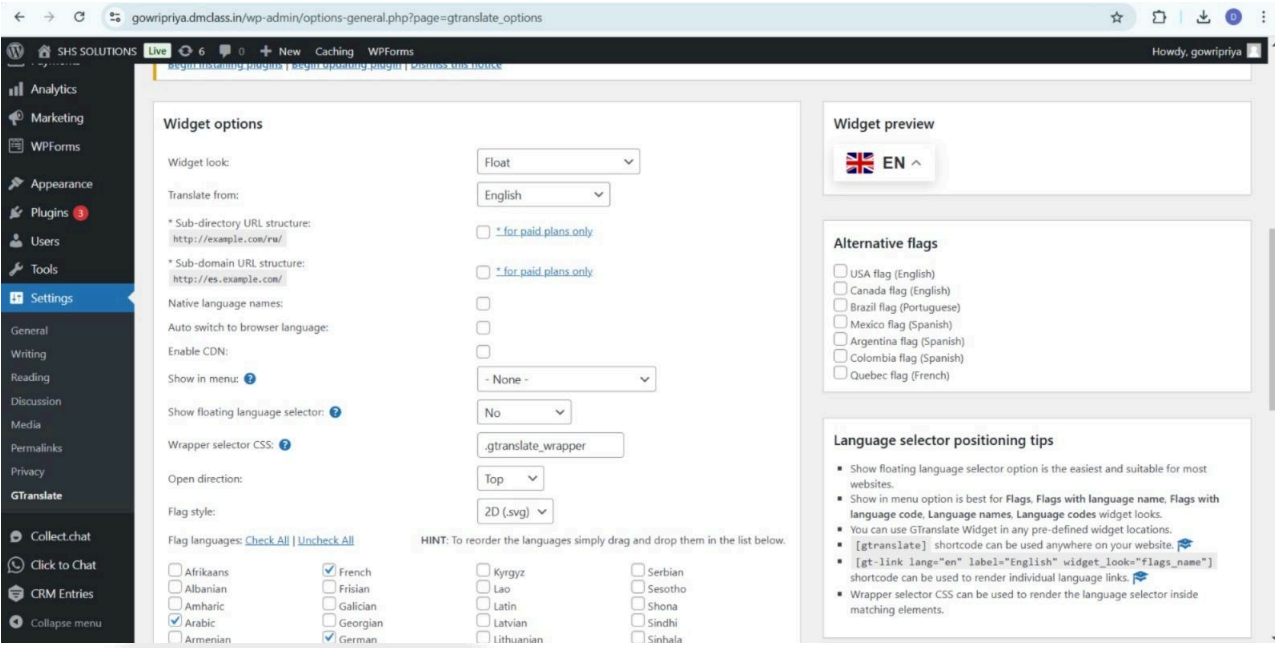
Step 2: భాషా సెట్టింగ్‌లను కాన్ఫిగర్ చేయండి

సెట్టింగ్‌లు > అనువాదకుడుకి వెళ్ళండి.

మీ డిఫాల్ట్ భాషను (మీ వెబ్‌సైట్ యొక్క అసలైన భాష) ఎంచుకోండి.

భాషని జోడించు క్లిక్ చేసి, మీరు అనువదించాలనుకుంటున్న భాషను ఎంచుకోండి.

మార్పులను సేవ్ చేయి క్లిక్ చేయండి



Step 3: మీ వెబ్‌సైట్ కంటెంట్‌ను అనువదించండి

క్లిక్ చేయండి సైట్‌ని అనువదించండి WordPress మెను నుండి.

మీ వెబ్‌సైట్ యొక్క ప్రత్యక్ష ప్రివ్యూ ఒకతో తెరవబడుతుంది ఇన్స్టాన్ అనువాద ఎడిటర్.

పేజీలో ఏదైనా వచనాన్ని ఎంచుకోండి మరియు అనువాద పెట్టె కనిపిస్తుంది.

అనువదించబడిన వచనాన్ని మాన్యువల్‌గా నమోదు చేయండి లేదా ప్రారంభించండి స్వయంచాలక అనువాదం.

క్లిక్ చేయండి అనువాదాన్ని సేవ్ చేయండి.

WP Reset ప్లగిన్:

WP Reset రికవరీ సాధనం ఇది సైట్ యజమానులకు మరియు పరిశ్రమకులకు సహాయపడుతుంది రీసెట్ చేయండి, పునరుద్ధరించండి మరియు నిర్వహించండి వారి వెబ్‌సైట్‌లు సమర్థవంతంగా. ఇది వినియోగదారులు వారి WordPress ఇన్‌స్టాల్‌షన్‌ను రీసెట్ చేయడానికి అనుమతిస్తుంది అవసరమైన ఫైల్‌లను తొలగించకుండా.

WP రీసెట్‌ను ఎలా ఇన్‌స్టాల్ చేయాలి మరియు ఉపయోగించాలి (దశల వారీ గైడ్)

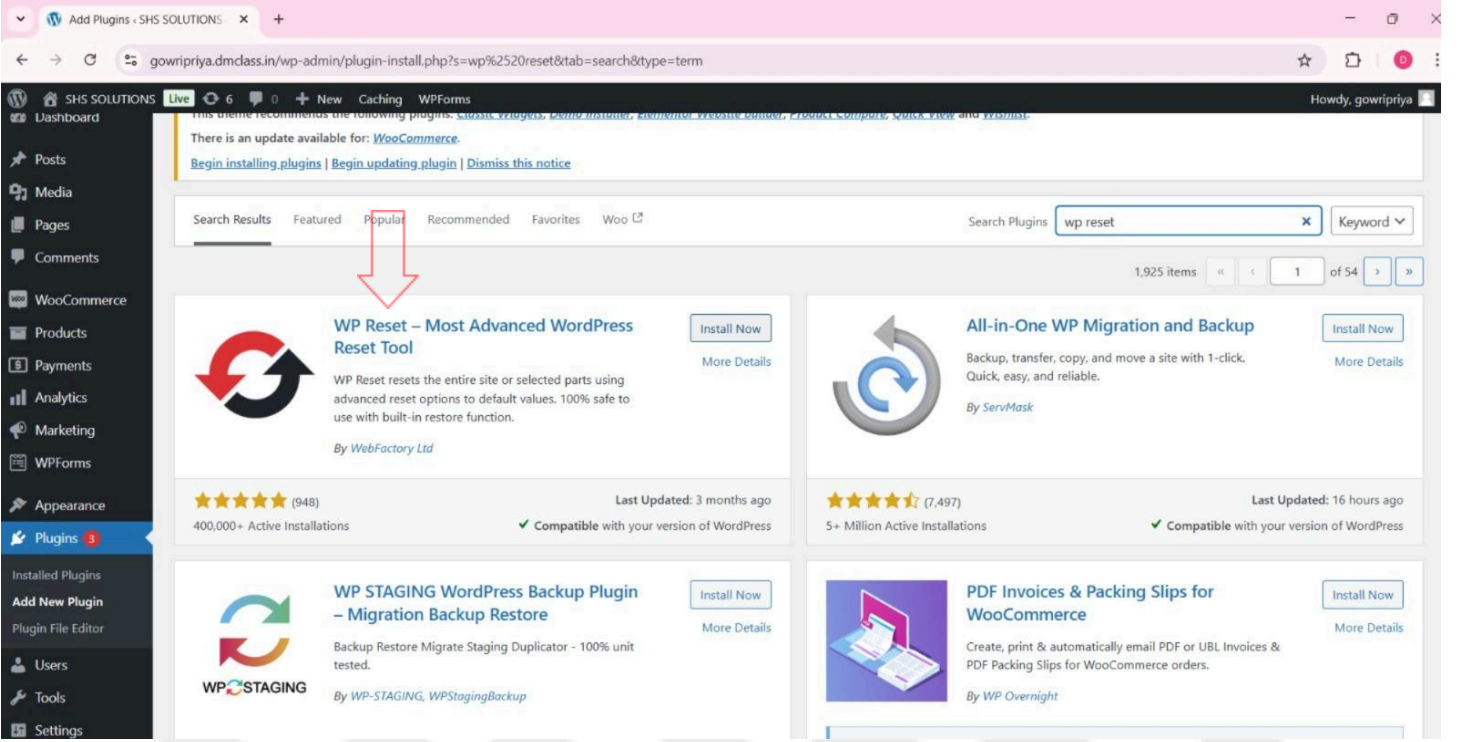
Step 1: WP రీసెట్ ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌కి లాగిన్ చేయండి.

ప్లగిన్‌లకు వెళ్ళండి > కొత్తది జోడించండి.

సిగ్మా ద్వారా WP రీసెట్ కోసం శోధించండి.

ఇప్పుడు ఇన్స్టాల్ చేయి క్లిక్ చేసి, ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.



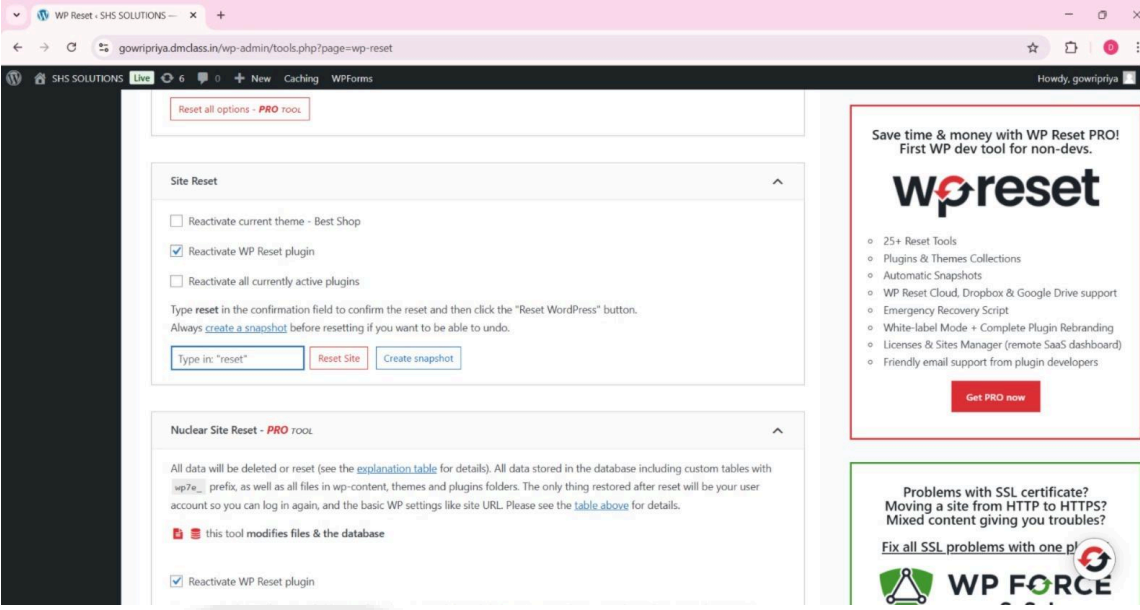
Step 2: సైట్ రీసెట్ చేయండి

రీసెట్ ట్యాబ్లో, సైట్ రీసెట్ విభాగానికి క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి.

నిర్ధారణ పెట్టెలో "రీసెట్" అని టైప్ చేయండి.

WordPressని రీసెట్ చేయి క్లిక్ చేయండి.

మీ సైట్ రీసెట్ చేయబడుతుంది, కంటెంట్ని తీసివేస్తుంది కానీ WordPress కోర్ ఫైల్లను ఉంచుతుంది.



WordPressలో Widgets:

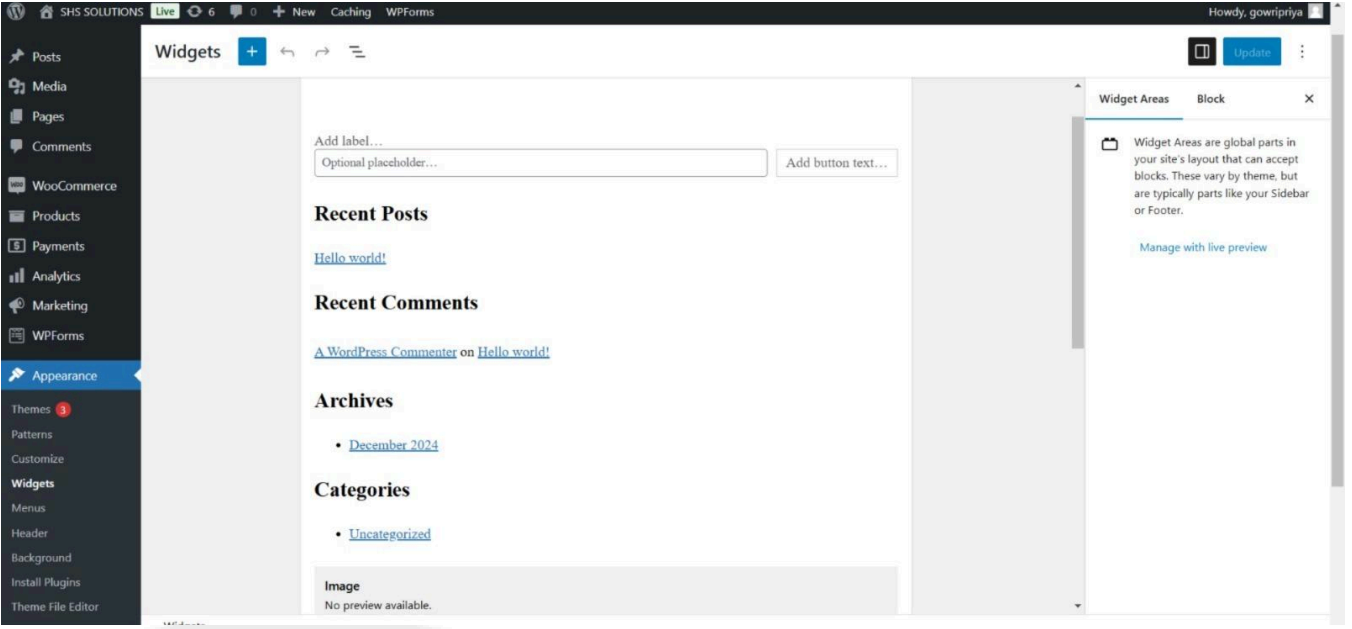
విడ్జెట్లు WordPress లో ఉన్నాయి చిన్న కంటెంట్ బ్లాక్లు మీరు జోడించవచ్చు సైడ్బార్లు, ఫుటర్లు, హెడర్లు మరియు ఇతర విడ్జెట్-సిద్ధంగా ఉన్న ప్రాంతాలు మీ వెబ్సైట్ యొక్క. అవి మీకు ప్రదర్శించడంలో సహాయపడతాయి డైనమిక్ కంటెంట్ మెనూలు, ఇటీవలి పోస్ట్లు, సర్వ్ బార్లు, సోషల్ మీడియా లింక్లు వంటివి.

WordPressలో విడ్జెట్లను ఎలా ఉపయోగించాలి (దశల వారీ)

Step 1: విడ్జెట్ల విభాగాన్ని యాక్సెస్ చేయండి
లాగిన్ చేయండి మీ **WordPress** డాష్బోర్డ్.

వెళ్ళండి స్వరూపం > విడ్జెట్లు.

మీరు చూస్తారు అందుబాటులో ఉన్న విడ్జెట్లు ఎడమవైపు మరియు విడ్జెట్ ప్రాంతాలు (సైడ్బార్, ఫుటర్, మొదలైనవి) కుడివైపున.



Step 2: మీ సైట్ కి విడ్జెట్ ని జోడించండి
 విడ్జెట్ ను కనుగొనండి మీకు కావాలి (ఉదా., "శోధన").
 లాగండి మరియు వదలండి అది ఒక విడ్జెట్ ప్రాంతంలోకి (ఉదా., "సైడ్ బార్").
 విడ్జెట్ సెట్టింగ్ లను అనుకూలీకరించండి (వర్తిస్తే).
 క్లిక్ చేయండి సేవ్ చేయండి.

ప్రత్యామ్నాయ పద్ధతి:

విడ్జెట్ పై క్లిక్ చేసి, ఎ ఎంచుకోండి విడ్జెట్ ప్రాంతం, మరియు క్లిక్ చేయండి విడ్జెట్ జోడించండి.

Blogging:

బ్లాగింగ్ అనేది ఇంటర్నెట్ లో బ్లాగుల రూపంలో సమాచారాన్ని క్రమం తప్పకుండా పంచుకోవడంతో వ్యవహరిస్తుంది. బ్లాగింగ్ పై అంతర్దృష్టిని పొందడానికి బ్లాగ్ భావనను అర్థం చేసుకోవడం చాలా అవసరం.

Blogger ఎవరు?

బ్లాగర్ అంటే బ్లాగును కలిగి ఉన్న, నడుపుతున్న లేదా నిర్వహించే వ్యక్తి. అంటే, కథనాలు లేదా కొత్త పోస్ట్ లు, సమాచారాన్ని పోస్ట్ చేయడం మరియు అత్యంత తాజా వార్తలు, అభిప్రాయాలు మరియు కేస్ స్టడీస్ ని భాగస్వామ్యం చేయడం.

WordPressలో పేజీలు మరియు పోస్ట్ ల మధ్య వ్యత్యాసం

WordPress లో, పేజీలు మరియు పోస్ట్లు కంటెంట్ యొక్క రెండు ప్రధాన రకాలు. అవి ఒకేలా కనిపించినప్పటికీ, అవి వేర్వేరు ప్రయోజనాలను అందిస్తాయి.

పేజీలను ఉపయోగించడం కోసం:

శాశ్వత కంటెంట్ – మా గురించి, సేవలు, సంప్రదింపులు, గోప్యతా విధానం.

ఇ-కామర్స్ స్టోర్ పేజీలు – ఉత్పత్తి వివరణలు, చెక్అవుట్ పేజీలు.

పోస్ట్లను ఉపయోగించడం కోసం:

బ్లాగింగ్ – వ్యాసాలు, ట్యుటోరియల్స్, కేస్ స్టడీస్.

వార్తల నవీకరణలు - తాజా ప్రకటనలు, పత్రికా ప్రకటనలు.

Service-oriented బ్లాగింగ్ వెబ్సైట్:

సేవా ఆధారిత వెబ్సైట్ కోసం బ్లాగింగ్ మీ ప్రేక్షకులతో పరస్పర చర్చకు ఒక అద్భుతమైన మార్గం.

Step 1 - బ్లాగ్ థీమ్ని ఎంచుకోండి

స్వరూపం > థీమ్లకు వెళ్లి, కొత్తదాన్ని జోడించు క్లిక్ చేసి, "బ్లాగ్" థీమ్ కోసం శోధించండి. మీ శైలికి సరిపోయేదాన్ని ఎంచుకోండి, ఇన్స్టాల్ చేయి క్లిక్ చేసి, ఆపై దాన్ని సక్రియం చేయండి.

The screenshot shows a WordPress website with the following elements:

- Header: SHS SOLUTIONS, Customize, 4, 0, New, Caching, Howdy, gowripriya
- Navigation: HOME, BEAUTY, FOOD, TRAVEL
- Main Content:
 - Post 1: "Top 5 Tourist Places to Visit in Rajahmundry" by gowripriya, dated February 10, 2025. The post features an image of a bridge over a river and text describing Rajahmundry's cultural heritage.
 - Post 2: "Top 5 Restaurants in India for a Culinary Delight" by gowripriya, dated February 10, 2025. The post features an image of various Indian dishes and text about India's diverse culinary scene.
 - Post 3: "Top 5 Beauty Products in India for..." (partially visible).
- Right Sidebar:
 - SEARCH: A search bar with a "Search" button.
 - Recent Posts: A list of three posts: "Top 5 Tourist Places to Visit in Rajahmundry", "Top 5 Restaurants in India for a Culinary Delight", and "Top 5 Beauty Products in India for 2025".
 - Recent Comments: "No comments to show."

Step 2 - మీ బ్లాగ్ పోస్ట్ని సృష్టించండి

- మీ WordPress డాష్బోర్డ్లో, పోస్ట్లకు వెళ్ళండి > కొత్తదాన్ని జోడించండి.
- “నా మొదటి బ్లాగ్ సాహసం!” వంటి పోస్ట్ శీర్షికను నమోదు చేయండి

- బ్లాక్ ఎడిటర్లో మీ కంటెంట్ను వ్రాయండి, మీరు టెక్స్ట్, ఇమేజ్లు, వీడియోలు మరియు ఇతర మీడియాను జోడించవచ్చు. WordPress ఒక కలిగి ఉంది బ్లాక్ ఎడిటర్, కాబట్టి మీరు పేరాలు, శీర్షికలు, చిత్రాలు, కోట్లు మరియు మరిన్నింటి వంటి విభిన్న రకాల కంటెంట్లను సులభంగా జోడించవచ్చు మరియు అనుకూలీకరించవచ్చు.
- పేజీని క్రిందికి స్కోల్ చేయండి మరియు దాని కోసం చూడండి ఫీచర్ చేయబడిన చిత్రం కుడి వైపున విభాగం
- ఫీచర్ చేసిన చిత్రాన్ని సెట్ చేయి క్లిక్ చేయండి చిత్రాన్ని అప్లోడ్ చేయడానికి లేదా ఎంచుకోవడానికి
- వర్గాలను జోడించండి: కొత్త వర్గాన్ని సృష్టించండి, క్లిక్ చేయండి + కొత్త కేటగిరీని జోడించండి వర్గాల జాబితా క్రింద. మీ కొత్త వర్గానికి పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "వెబ్ డిజైన్ చిట్కాలు" లేదా "క్లయింట్ విజయ కథనాలు") మరియు క్లిక్ చేయండి కొత్త కేటగిరీని జోడించండి.

The screenshot shows a WordPress post editor. The title is "Top 5 Restaurants in India for a Culinary Delight". The content starts with "India's diverse culinary scene is a paradise for food lovers, with countless restaurants offering delectable flavors from across the globe. Here's a list of the top 5 restaurants that promise a unique gastronomic experience:". The first item is "1. Indian Accent – New Delhi". Below the text is an image of various Indian dishes. The right sidebar shows the post is in "Draft" status, published "Immediately", with a link of "/top-5-restaurant...", author "gowripriya", and the "Food" category selected.

Step 3 - మీ పోస్ట్ను ప్రచురించండి:

మీరు కంటెంట్తో సంతృప్తి చెందిన తర్వాత, ప్రచురించు క్లిక్ చేయండి. మళ్ళీ ప్రచురించు క్లిక్ చేయడం ద్వారా నిర్ధారించండి.

అన్ని పోస్ట్లను పేజీకి ఎలా కనెక్ట్ చేయాలి:

అనుకూలీకరించండి -> హోమ్ పేజీ సెట్టింగ్లు -> స్టాటిక్ పేజీని ఎంచుకోండి -> హోమ్ పేజీ (ఉదాహరణ: హోమ్) -> పోస్ట్ల పేజీ (ఉదాహరణ : బ్లాగులు)

Fulledged బ్లాగింగ్ వెబ్సైట్:

అన్ని పేజీలను తీసివేయండి మరియు హోమ్ పేజీ సెట్టింగ్లకు వెళ్లి తాజా పోస్ట్లను ఎంచుకోండి. క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

వర్గాలను సృష్టించండి & మీ పోస్ట్లను ప్రచురించండి

1. వెళ్ళండి పోస్ట్లు > వర్గాలు మరియు బ్లాగ్ వర్గాలను సృష్టించండి.
2. నావిగేట్ చేయండి పోస్ట్లు > కొత్తవి జోడించండి.
3. మీ బ్లాగ్ పోస్ట్ వ్రాయండి:
 - పోస్ట్లను జోడించండి శీర్షిక.
 - ఆకర్షణీయంగా వ్రాయండి కంటెంట్ శీర్షికలు, పేరాలు, కోట్లు మరియు మరిన్నింటితో.
 - చొప్పించు చిత్రాలు ఉపయోగించి "మీడియాను జోడించు".
 - క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి.

The screenshot shows a web browser displaying the SHS SOLUTIONS website. The page has a dark header with the site name and navigation links: HOME, BEAUTY, FOOD, TRAVEL. The main content area features a featured article titled "Top 5 Tourist Places to Visit in Rajahmundry" with a sub-header "Rajahmundry" and a post date of February 10, 2025. Below the title is a paragraph of text. To the right of the article is a search bar with a "Search" button. Below the search bar is a "Recent Posts" section listing three articles: "Top 5 Tourist Places to Visit in Rajahmundry", "Top 5 Restaurants in India for a Culinary Delight", and "Top 5 Beauty Products in India for 2025". Below this is a "Recent Comments" section with the text "No comments to show." The browser's address bar shows "gowripriya.dncclass.in" and the page title is "SHS SOLUTIONS".

Elementor:

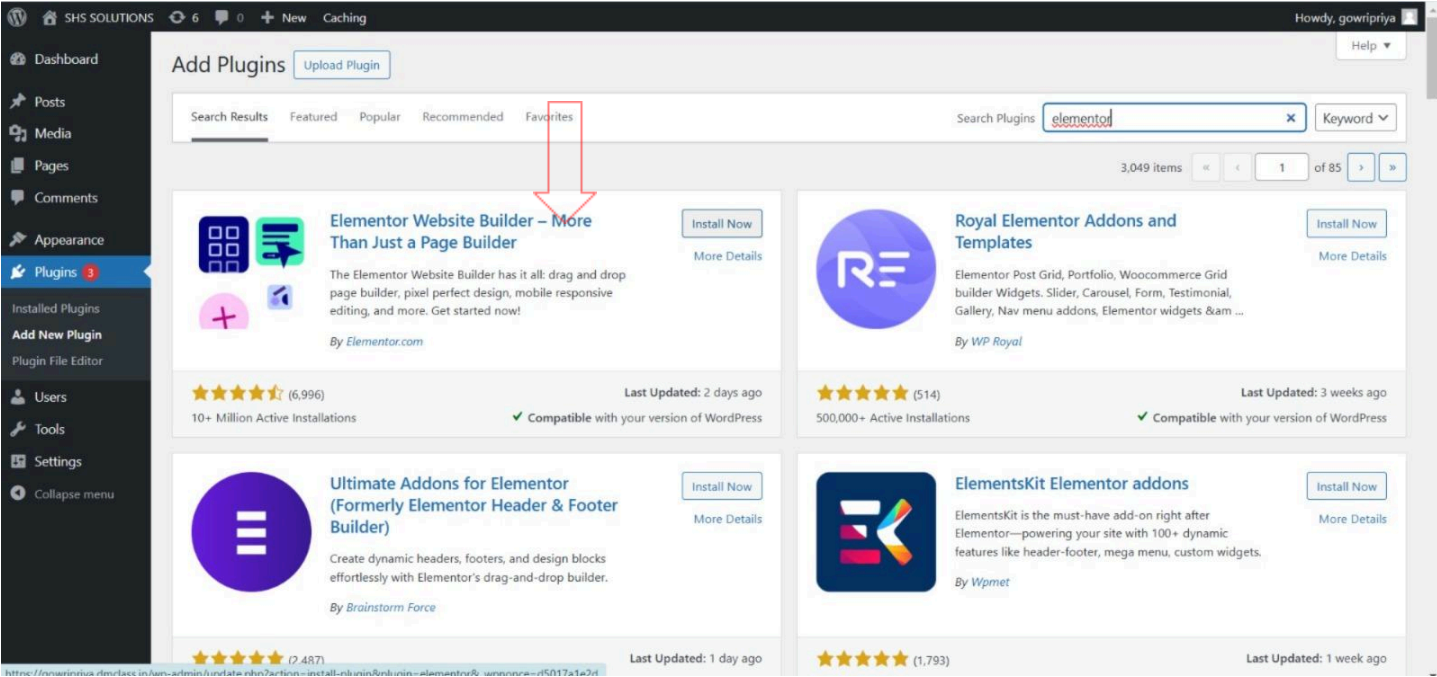
ఎలిమెంటర్ ప్లగిన్లో ఒకటి. ఎలిమెంటర్ ఉపయోగించి మేము పేజీలను నిర్మించవచ్చు మరియు వెబ్సైట్లను రూపొందించవచ్చు ఉత్తమ పేజీ బిల్డర్లో ఒకటి WordPress కోసం. ఎలిమెంటర్ అనేది శక్తివంతమైన డ్రాగ్ అండ్ డ్రాప్ పేజీ బిల్డర్ అద్భుతమైన వెబ్సైట్లను రూపొందించడానికి వినియోగదారులను అనుమతించే WordPress కోసం కోడింగ్ లేకుండా. మీరు అనుభవశూన్యమైన లేదా అధునాతన వినియోగదారు అయినా, ఎలిమెంటర్ దానితో వెబ్సైట్ నిర్మాణాన్ని సులభతరం చేస్తుంది నిజ-సమయ విజువల్ ఎడిటర్ మరియు అనుకూలీకరించదగిన విడ్జెట్లు.

పేజీ బిల్డర్గా ఎలిమెంటర్:

ఎలిమెంటర్ మీకు రూపకల్పన చేయడంలో సహాయపడుతుంది అందమైన, ప్రతిస్పందించే పేజీలు అందించడం ద్వారా 2 ప్రత్యక్ష సంపాదకుడు మీరు మూలకాలను (టెక్స్ట్, ఇమేజ్లు, బటన్లు మొదలైనవి) లాగి వాటిని తక్షణమే అనుకూలీకరించవచ్చు.

ఎలిమెంటర్ను ఎలా ఇన్స్టాల్ చేయాలి?

WordPress లో, వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
కోసం వెతకండి "ఎలిమెంటర్".
క్లిక్ చేయండి ఇన్స్టాల్ > యాక్టివేట్ చేయండి.



ఎలిమెంటర్ ఎలా ఉపయోగించాలి?

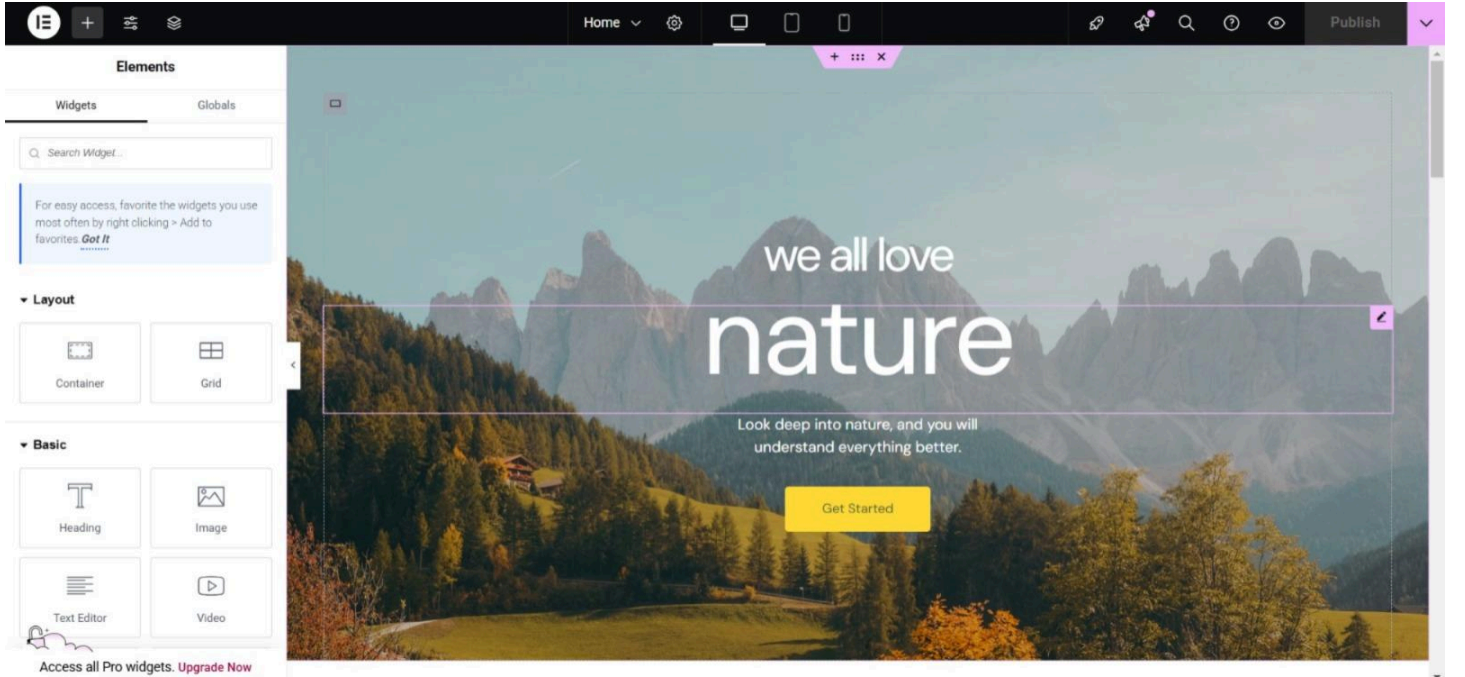
వెళ్ళండి పేజీలు > కొత్తవి జోడించండి.

క్లిక్ చేయండి “ఎలిమెంటర్తో సవరించండి”.

విడ్జెట్లను లాగండి మరియు వదలండి (టెక్స్ట్, చిత్రాలు, బటన్లు మొదలైనవి).

శైలులు, రంగులు, ఫాంట్లు మరియు లేఅవుట్లను అనుకూలీకరించండి.

క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి పూర్తి చేసినప్పుడు.



Elementskit:

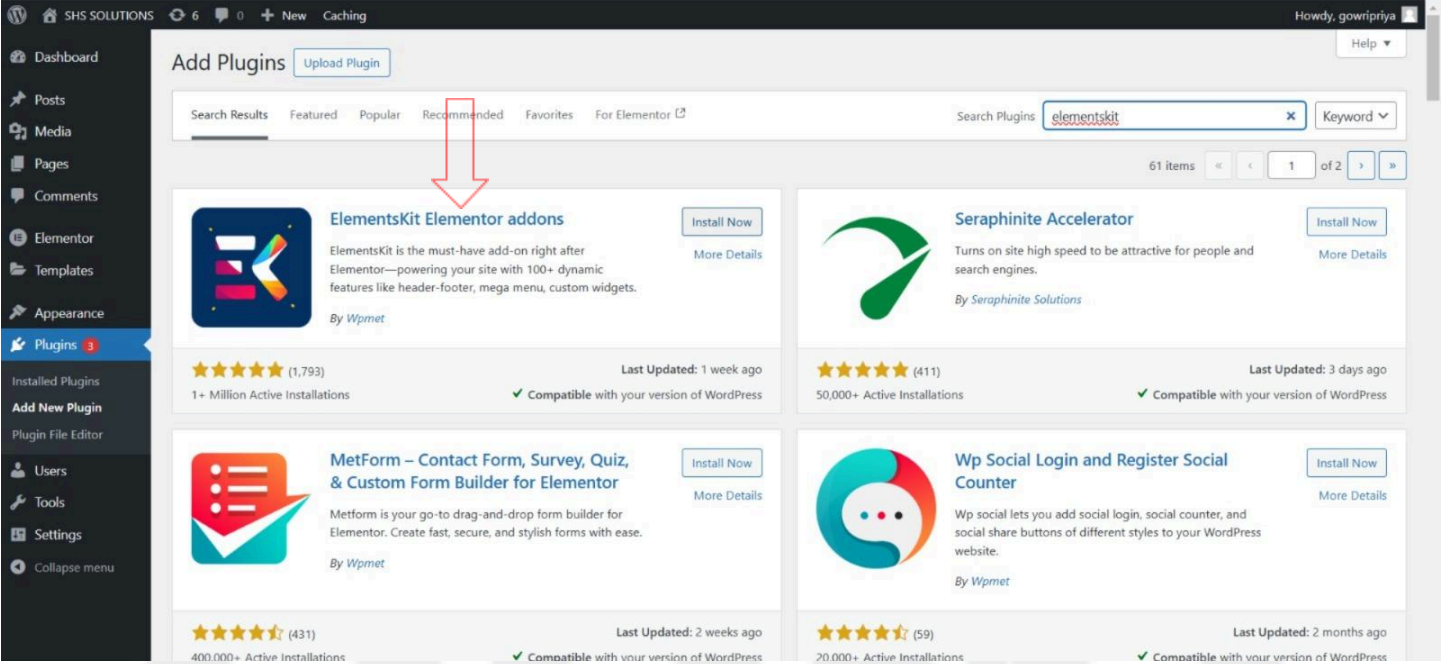
Elementskit అనేది ఒక ఎలిమెంటర్ కోసం **addon** ప్లగ్ ఇన్ అందించడం ద్వారా దాని కార్యాచరణను మెరుగుపరుస్తుంది అదనపు విడ్జెట్లు, మాడ్యూల్స్, టెంప్లేట్లు మరియు లేఅవుట్ ఎంపికలు. ఇది సృష్టించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది మరియు అధునాతన మరియు వృత్తిపరమైన వెబ్సైట్లు అదనపు ప్లగిన్లు లేదా అనుకూల కోడింగ్ అవసరం లేకుండా.

Elementskit ను ఎలా ఇన్స్టాల్ చేయాలి?

Step 1: ప్లగిన్ను ఇన్స్టాల్ చేయండి

మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్బోర్డ్.

వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
 కోసం వెతకండి "ఎలిమెంట్స్ కిట్".
 క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి > యాక్టివేట్ చేయండి.



ముందుగా నిర్మించిన టెంప్లేట్లు & విభాగాలను ఎలా ఉపయోగించాలి:
 ElementsKit డిజైన్ సమయాన్ని ఆదా చేయడానికి రెడీమేడ్ విభాగాలు మరియు టెంప్లేట్లను
 అందిస్తుంది.

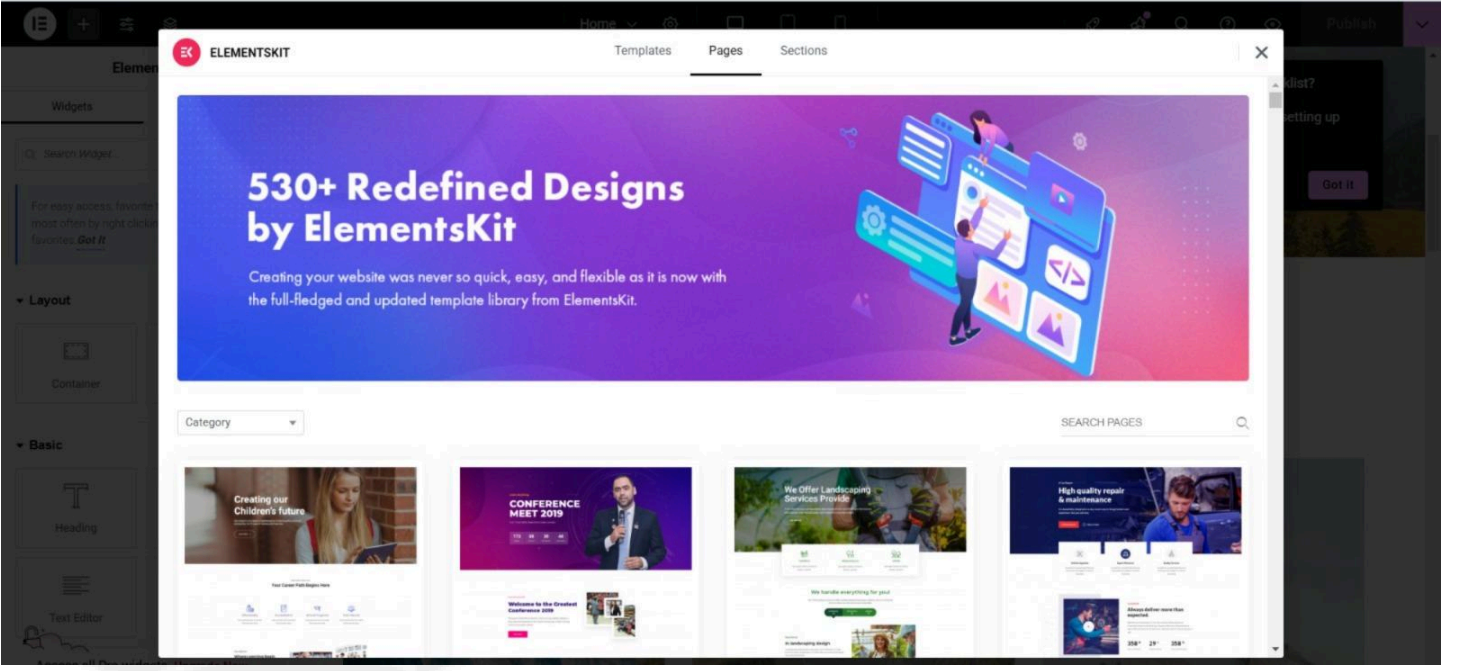
ముందుగా తయారుచేసిన విభాగాలను ఎలా చొప్పించాలి:

లో ఒక పేజీని తెరవండి ఎలిమెంట్లతో సవరించండి మోడ్.

క్లిక్ చేయండి **ElementsKit** చిహ్నం ఎడిటర్ లోపల.

ట్రాజ్ చేయండి **100+** ముందే తయారు చేసిన డిజైన్లు.

క్లిక్ చేయండి చొప్పించు మరియు అవసరమైన విధంగా కంటెంట్ను అనుకూలీకరించండి.



Astra తో వెబ్‌సైట్ బిల్డర్‌గా ఎలిమెంటర్:

Astra అనేది వేగవంతమైన, తేలికైన మరియు అనుకూలీకరించదగినది WordPress థీమ్, ఎలిమెంటర్‌తో ఉపయోగించడానికి సరైనది. ఇది కూడా వస్తుంది స్టార్టర్ టెంప్లేట్లు, ఇది నిమిషాల్లో అందమైన వెబ్‌సైట్‌ను సృష్టించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

Step 1: ఎలిమెంటర్ ప్లగిన్‌ని ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.

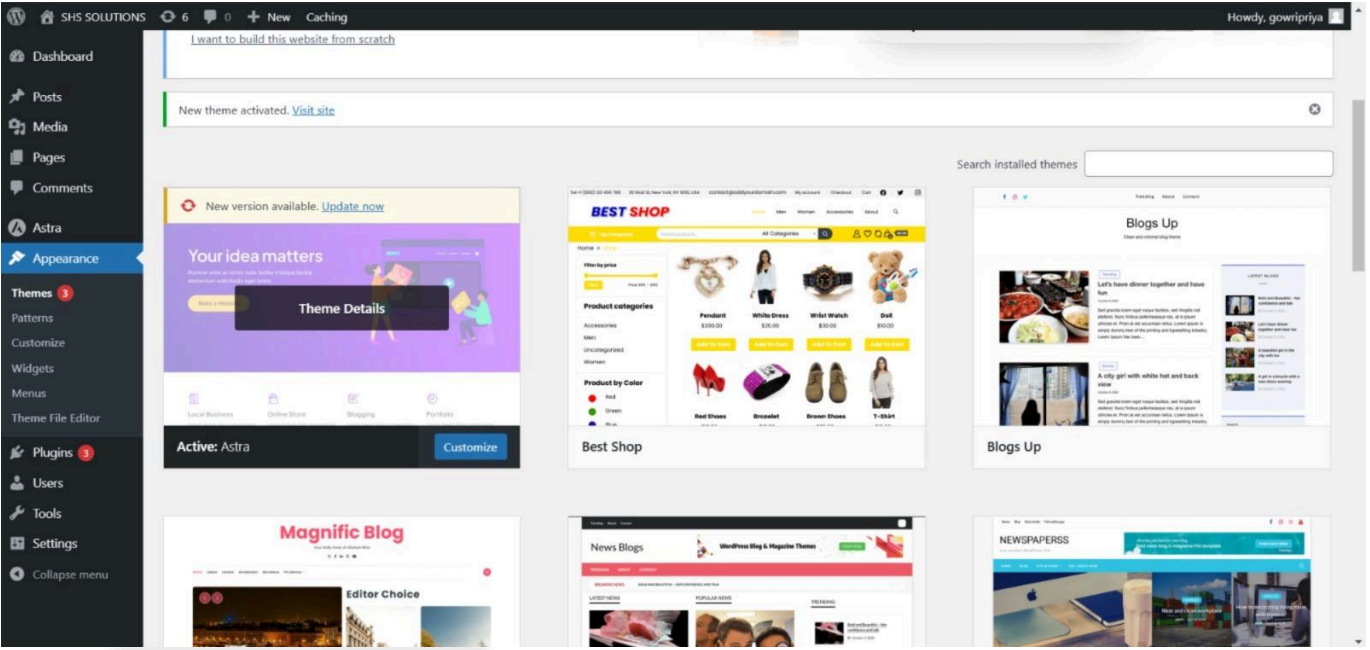
కోసం వెతకండి "ఎలిమెంటర్".

క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్‌స్టాల్ చేయండి > యాక్టివేట్ చేయండి.

Step 2: ఆస్ట్రా థీమ్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

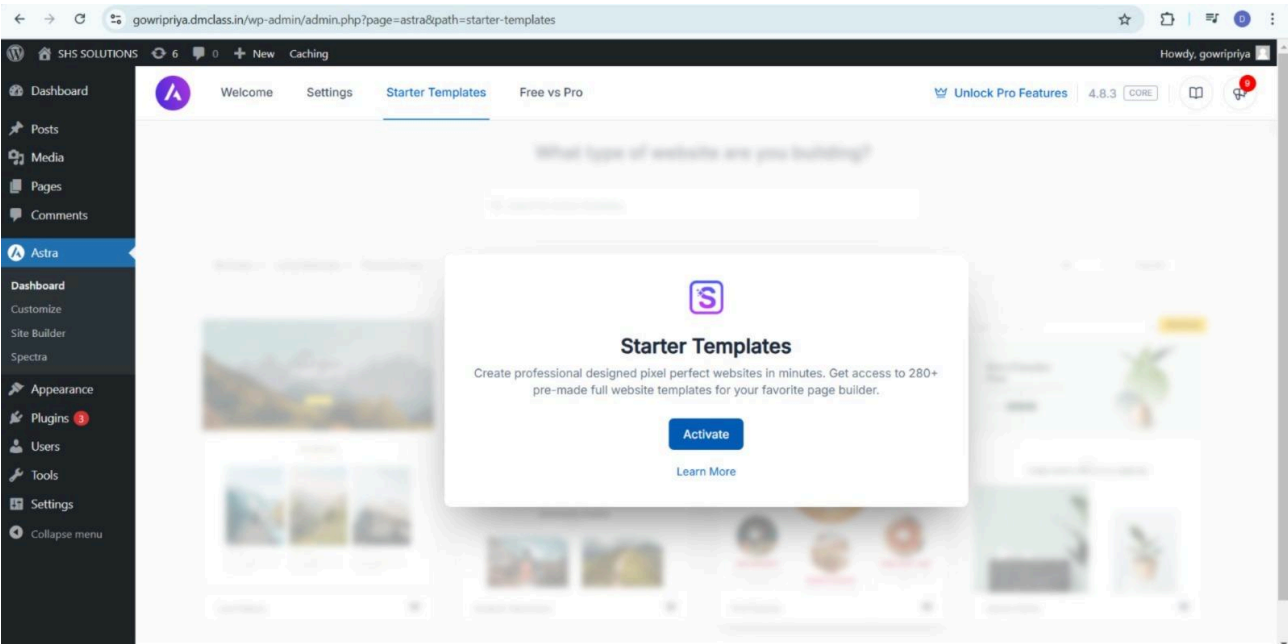
WordPress లో, వెళ్ళండి స్వరూపం > థీమ్లు > కొత్తవి జోడించండి.

కోసం వెతకండి "అస్ట్రా" మరియు క్లిక్ చేయండి ఇన్‌స్టాల్ > యాక్టివేట్ చేయండి.



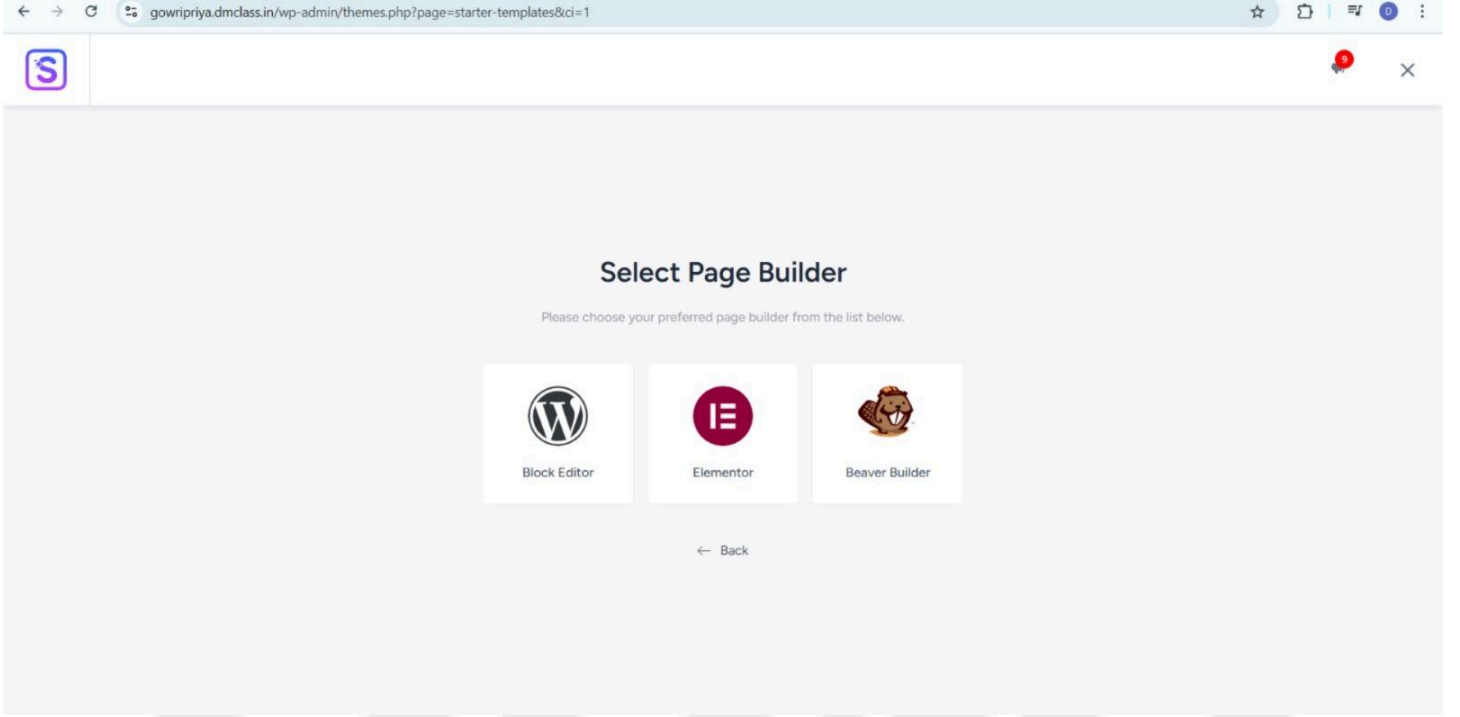
Step 3: Starter templates ఫ్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

1. వెళ్ళండి ఫ్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
2. కోసం వెతకండి "స్టార్టర్ టెంప్లేట్లు".
3. క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్‌స్టాల్ చేయండి > యాక్టివేట్ చేయండి.

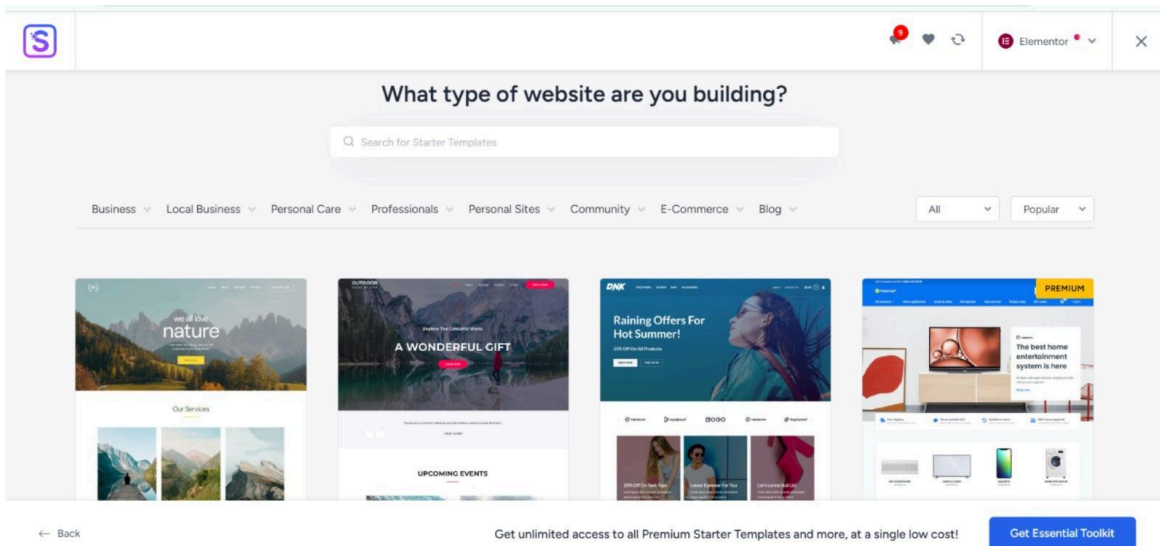


Step 4: స్టార్టర్ టెంప్లేట్‌ను దిగుమతి చేయండి

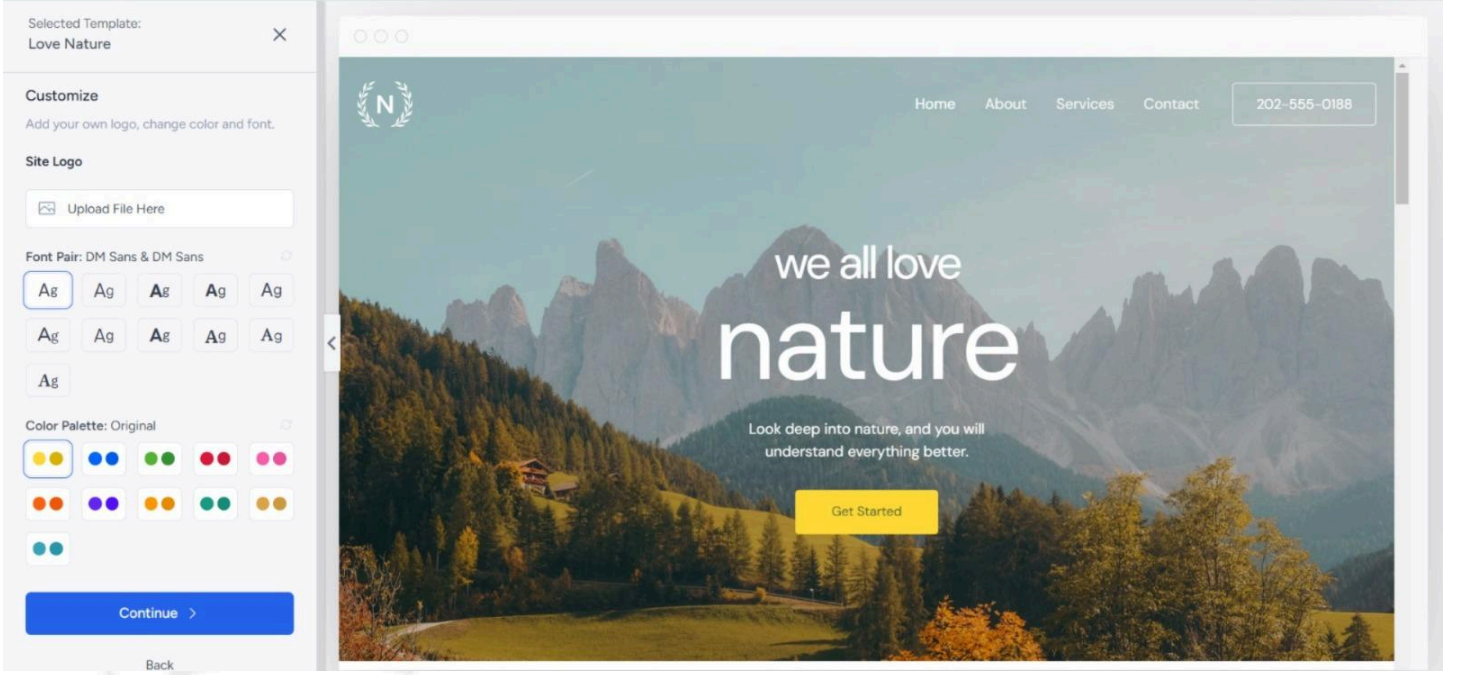
1. వెళ్ళండి స్వరూపం > స్టార్టర్ టెంప్లేట్లు.
2. ఎ ఎంచుకోండి పేజీ బిల్డర్ (ఎంచుకోండి ఎలిమెంటర్)



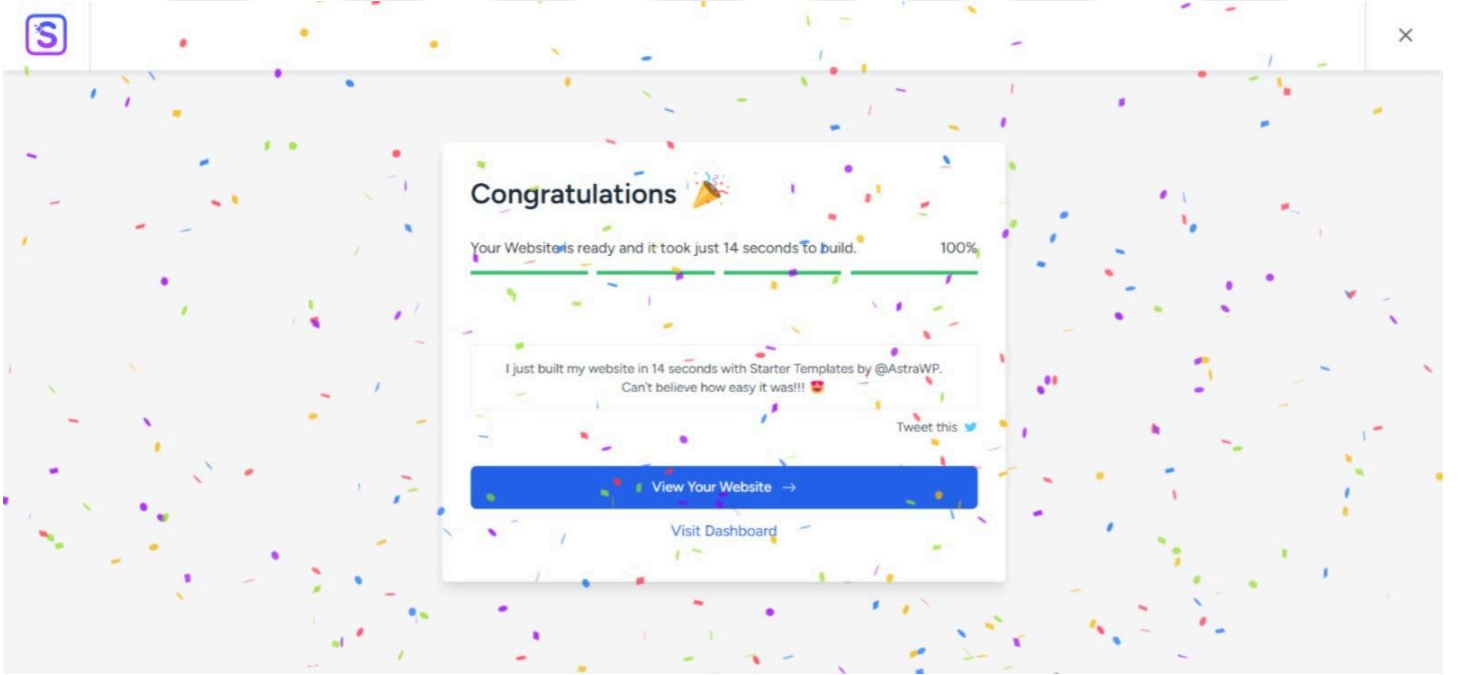
3. బ్రాజ్ చేసి ఎ టెంప్లేట్ (ఉదా., వ్యాపారం, పోర్ట్‌ఫోలియో, ఇకామర్స్).



4. టెంప్లేట్పై క్లిక్ చేసి, డిజైన్ను ప్రివ్యూ చేయండి.



క్లిక్ చేయండి పూర్తి సైట్ని దిగుమతి చేయండి (లేదా ఎంచుకోండి సింగిల్ పేజీని దిగుమతి చేయండి) దిగుమతి పూర్తయ్యే వరకు వేచి ఉండండి (దీనికి కొన్ని నిమిషాలు పట్టవచ్చు).



Step 5: దిగుమతి చేసుకున్న టెంప్లేట్‌ను అనుకూలీకరించండి

1. పేజీలకు వెళ్ళండి > ఎలిమెంటర్‌తో సవరించండి కంటెంట్‌ని సవరించడానికి.
2. మార్చండి వచనం, చిత్రాలు మరియు రంగులు ఎలిమెంటర్ ఎడిటర్ ఉపయోగించి.
3. సవరించు మెను మరియు లోగో కింద స్వరూపం > అనుకూలీకరించండి.
4. క్లిక్ చేయండి నవీకరించు మార్పులను సేవ్ చేయడానికి.

Elementor Header&Footer ప్లగ్‌ఇన్:

ది ఎలిమెంటర్ హెడర్ & ఫుటర్ బిల్డర్ ప్లగ్‌ఇన్ ఎలిమెంటర్ పేజీ బిల్డర్‌ని ఉపయోగించి మీ WordPress వెబ్‌సైట్ కోసం అనుకూల శీర్షికలు మరియు ఫుటర్‌లను రూపొందించడంలో మీకు సహాయపడటానికి రూపొందించబడిన ఒక ఆచరణాత్మక సాధనం

ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి:

- ముందుగా, మీరు ఇన్స్టాల్ చేయాలి ఎలిమెంటర్ హెడర్ & ఫుటర్ బిల్డర్ ప్లగిన్.
- మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్ > ప్లగిన్‌లు > కొత్తదాన్ని జోడించి, ఆపై "ఎలిమెంటర్ హెడర్ & ఫుటర్ బిల్డర్" కోసం శోధించండి.
- ప్లగిన్‌ని ఇన్‌స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయండి.

The screenshot shows the WordPress 'Add Plugins' interface. The search bar contains 'Elementor header and footer'. The search results are displayed in a grid. The first result is 'Ultimate Addons for Elementor (Formerly Elementor Header & Footer Builder)' by Brainstorm Force, with a 5-star rating and 2+ million active installations. A red arrow points to the 'Install Now' button for this plugin. Other visible results include 'ElementsKit Elementor addons' by Wpmet, 'Elementor Website Builder - More Than Just a Page Builder' by Elementor.com, and 'Royal Elementor Addons and Templates' by WP Royal.

కొత్త హెడర్/ఫుటర్‌ని సృష్టించండి

- ఫ్లగ్‌ఇన్‌ని యాక్టివేట్ చేసిన తర్వాత, మీరు కింద కొత్త మెను ఐటెమ్‌ని చూస్తారు స్వరూపం అని పిలిచారు హెడర్ ఫుటర్ & బ్లాక్‌లు.
- దానిపై క్లిక్ చేయండి మరియు మీరు ఒక ఎంపికను చూస్తారు కొత్తదాన్ని జోడించండి. మీరు సృష్టించడానికి ఎంచుకోవచ్చు హెడర్ లేదా ఫుటర్.
- మీరు దీనికి పేరు పెట్టమని మరియు అది దీని కోసం కాదా అని పేర్కొనమని అడగబడతారు హెడర్, ఫుటర్, లేదా కస్టమ్ బ్లాక్. ఉదాహరణకు, మీరు "అనుకూల ఫుటర్"ని సృష్టించవచ్చు.

ఎలిమెంట్‌తో డిజైన్ చేయండి

- మీరు హెడర్ లేదా ఫుటర్‌ని సృష్టించిన తర్వాత, అది మీ ఎలిమెంట్ ఇంటర్‌ఫేస్‌లో చూపబడుతుంది.
- క్లిక్ చేయండి ఎలిమెంట్‌తో సవరించండి బటన్, మరియు మీరు ఎలిమెంట్ విడ్జెట్‌లను ఉపయోగించి మీ హెడర్ లేదా ఫుటర్‌ని డిజైన్ చేయడం ప్రారంభించవచ్చు.
- మీరు లోగోలు, నావిగేషన్ మెనులు, సోషల్ మీడియా చిహ్నాలు, సంప్రదింపు సమాచారం మరియు మరిన్ని వంటి అంశాలను జోడించవచ్చు.
- స్టైలింగ్, అమరిక మరియు లేఅవుట్‌పై కూడా మీకు పూర్తి నియంత్రణ ఉంటుంది.

వెళ్ళండి హెడర్ ఫుటర్ & బ్లాక్‌లు > కొత్త > ఫుటర్ జోడించండి.

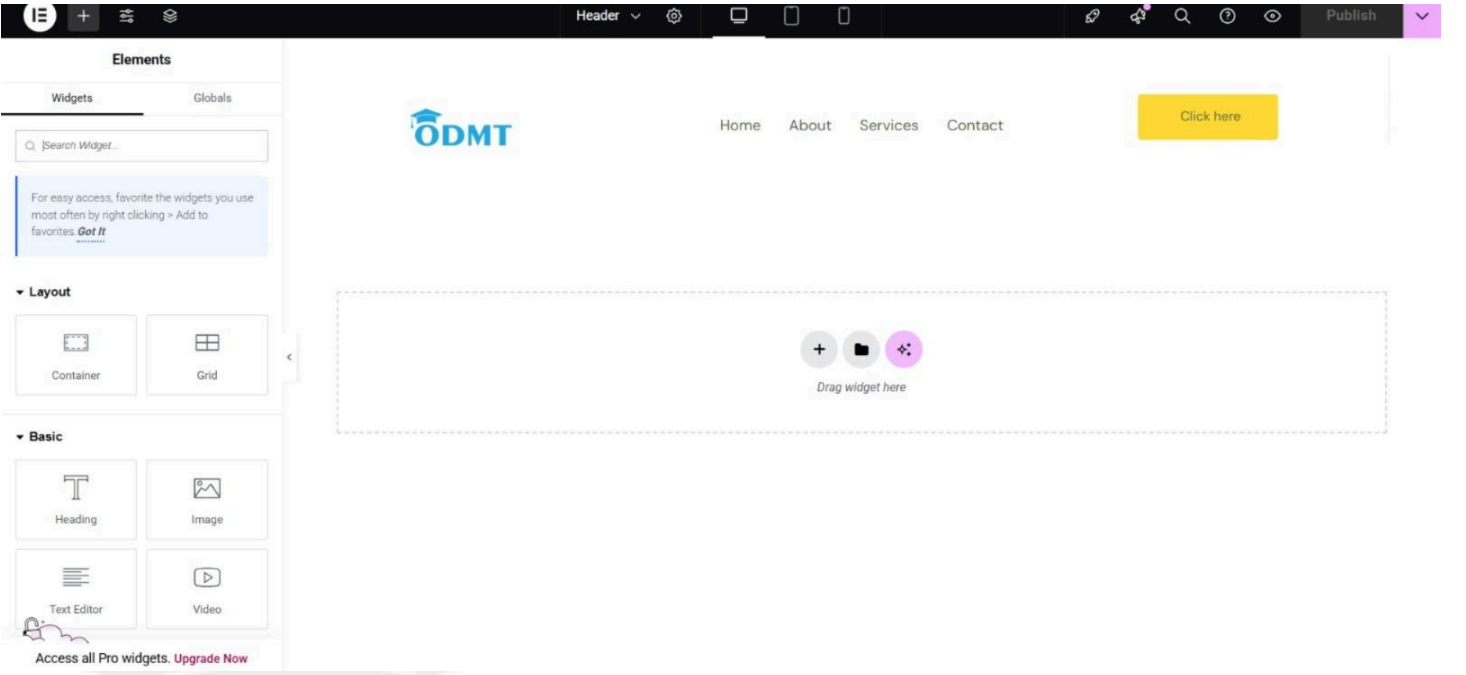
దీనికి పేరు పెట్టండి (ఉదా., "అనుకూల ఫుటర్").

క్లిక్ చేయండి ఎలిమెంట్‌తో సవరించండి.

ఎలిమెంట్ విడ్జెట్‌లను ఉపయోగించి ఫుటర్‌ని డిజైన్ చేయండి: డ్రాగ్ మరియు డ్రాప్ చేయండి ఐకాన్ జాబితా సోషల్ మీడియా లింక్‌ల కోసం విడ్జెట్, ది టెక్స్ట్ ఎడిటర్ సంప్రదింపు వివరాల కోసం విడ్జెట్, మరియు నవ్ మెనూ నావిగేషన్ లింక్‌ల కోసం విడ్జెట్.

మీరు పూర్తి చేసిన తర్వాత, ఈ ఫుటర్ సైట్ అంతటా కనిపించేలా ప్రదర్శన పరిస్థితులను సెట్ చేయండి.

దానిని ప్రచురించండి.



క్లోన్ ప్లగ్ ఇన్:

ది క్లోన్ పేజీల ప్లగ్ ఇన్ మీ వెబ్ సైట్ లోని పేజీలు మరియు పోస్ట్ లను నకిలీ చేయడానికి లేదా క్లోన్ చేయడానికి మిమ్మల్ని అనుమతించే WordPress ప్లగ్ ఇన్. మీరు ఇప్పటికే ఉన్న అదే లేఅవుట్ మరియు కంటెంట్ తో కొత్త పేజీని సృష్టించాలనుకుంటే, మొదటి నుండి ప్రారంభించడంతో పోలిస్తే మీ సమయం మరియు కృషిని ఆదా చేయాలనుకుంటే ఇది చాలా ఉపయోగకరంగా ఉంటుంది. దీన్ని ఆచరణాత్మకంగా ఎలా ఉపయోగించాలో ఇక్కడ ఉంది:

ప్లగిన్ ను ఇన్ స్టాల్ చేయండి

- మీ WordPress డాష్ బోర్డ్ కి వెళ్ళండి.
- నావిగేట్ చేయండి ప్లగిన్లు > కొత్తదాన్ని జోడించండి.
- కోసం వెతకండి క్లోన్ పేజీ
- క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్ స్టాల్ చేయండి ఆపై ప్లగిన్ ని యాక్టివేట్ చేయండి.

పేజీని క్లోన్ చేయండి లేదా పోస్ట్ చేయండి

- ప్లగ్ ఇన్ సక్రియం అయిన తర్వాత, వెళ్ళండి పేజీలు లేదా పోస్ట్ లు (మీరు క్లోన్ చేయాలనుకుంటున్న దాన్ని బట్టి).
- మీరు కొత్తదాన్ని చూస్తారు క్లోన్ జాబితా చేయబడిన ప్రతి పేజీ లేదా పోస్ట్ పక్కన లింక్.

- క్లిక్ చేయండి క్లోస్ మీరు నకిలీ చేయాలనుకుంటున్న పేజీ లేదా పోస్ట్ కోసం లింక్.

క్లోస్ చేసిన పేజీని సవరించండి

- క్లిక్ చేసిన తర్వాత క్లోస్, పేజీ లేదా పోస్ట్ యొక్క కొత్త చిత్తుప్రతి సృష్టించబడుతుంది.
- ఈ డ్రాఫ్ట్ అసలైన కంటెంట్, లేఅవుట్ మరియు సెట్టింగ్లను కలిగి ఉంటుంది, కానీ ఇది "డ్రాఫ్ట్" స్థితిలో ఉంటుంది, కనుక ఇది వెంటనే ప్రచురించబడదు.
- మీరు ఇప్పుడు డ్రాఫ్ట్ని తెరిచి, అవసరమైన ఏదైనా మార్పులు చేయవచ్చు. ఉదాహరణకు, మీరు కొత్త పేజీ అవసరాలకు సరిపోయేలా శీర్షికను నవీకరించవచ్చు, కంటెంట్ను సవరించవచ్చు లేదా లేఅవుట్ని మార్చవచ్చు.

క్లోస్ చేసిన పేజీని ప్రచురించండి

- మీరు మార్పులతో సంతృప్తి చెందిన తర్వాత, మీరు WordPressలో ఏదైనా ఇతర పేజీతో చేసినట్లుగా క్లోస్ చేసిన పేజీని ప్రచురించవచ్చు.

Ecommerce వెబ్సైట్:

Ecommerce వెబ్సైట్ WordPress అనేది WordPressని ఉపయోగించి నిర్మించిన వెబ్సైట్, ఇది వ్యాపారాలు ఆన్లైన్లో ఉత్పత్తులు లేదా సేవలను విక్రయించడానికి అనుమతిస్తుంది. ఈ వెబ్సైట్లు సాధారణంగా ఇంటిగ్రేటెడ్ షాపింగ్ కార్డ్ సిస్టమ్, పేమెంట్ గేట్వేలు, ప్రోడక్ట్ కేటలాగ్ మరియు ఆన్లైన్ లావాదేవీలను సులభతరం చేసే ఇతర ముఖ్యమైన ఇ-కామర్స్ కార్యాచరణలను కలిగి ఉంటాయి.

WordPress లో, **WooCommerce** ఒక సాధారణ WordPress సైట్ను పూర్తిగా పనిచేసే eCommerce స్టోర్గా మార్చడానికి ఉపయోగించే అత్యంత ప్రజాదరణ పొందిన ప్లగ్ఇన్. ఇది భౌతిక మరియు డిజిటల్ ఉత్పత్తులను విక్రయించడానికి, ఇన్వెంటరీని నిర్వహించడానికి, చెల్లింపులను నిర్వహించడానికి మరియు ఆర్డర్లను సులభంగా ట్రాక్ చేయడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

WordPressలో ఇకామర్స్ వెబ్సైట్ను రూపొందించడానికి దశలు:

ఉపయోగించి eCommerce వెబ్సైట్ను రూపొందించడానికి ఇక్కడ ఆచరణాత్మక దశల వారీ గైడ్ ఉంది **WooCommerce** WordPress లో.

WooCommerce ప్లగిన్ను ఇన్స్టాల్ చేయండి:

WooCommerceని ఇన్స్టాల్ చేయండి: మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్ నుండి, వెళ్ళండి **ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి**. కోసం వెతకండి **WooCommerce** మరియు క్లిక్ చేయండి **ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి**, ఆపై **ప్లగిన్**ని సక్రియం చేయండి.

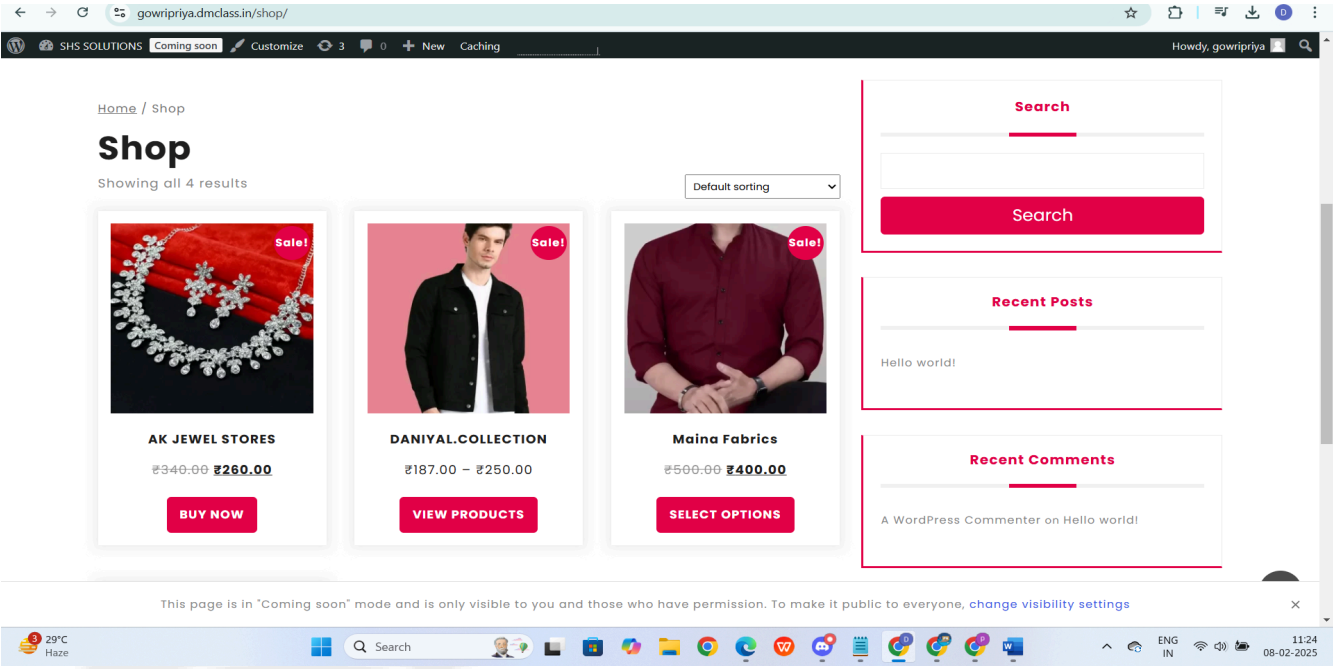
WooCommerce సెటప్ విజార్డ్: యాక్టివేషన్ తర్వాత, **WooCommerce** సెటప్ విజార్డ్ ద్వారా మీకు మార్గనిర్దేశం చేస్తుంది. సెటప్ విజార్డ్ మీకు అవసరమైన సెటింగ్‌లను కాన్ఫిగర్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది:

- స్టోర్ స్థానం: మీ స్టోర్ ఉన్న దేశం.
- కరెన్సీ: మీ ఉత్పత్తులు విక్రయించబడే కరెన్సీ.
- చెల్లింపు పద్ధతులు: PayPal, గీత లేదా క్రెడిట్ కార్డ్ చెల్లింపుల వంటి చెల్లింపు గేట్‌వేలను ఎంచుకోండి.
- షిప్పింగ్: షిప్పింగ్ జోన్లు, పద్ధతులు మరియు ధరలను సెటప్ చేయండి.
- పన్ను సెటింగ్‌లు: మీ స్థానం ఆధారంగా పన్ను నియమాలను కాన్ఫిగర్ చేయండి.

Theme ఎంచుకోండి:

- **WooCommerce**-అనుకూల థీమ్‌ను ఎంచుకోండి: **WooCommerce**తో బాగా పనిచేసే థీమ్‌ను ఎంచుకోండి. అనేక WordPress థీమ్‌లు ప్రత్యేకంగా **WooCommerce**తో సజావుగా కలిసిపోవడానికి మరియు అందమైన షాపింగ్ అనుభవాన్ని అందించడానికి రూపొందించబడ్డాయి.

WooCommerce కోసం ప్రసిద్ధ థీమ్‌లు ఉన్నాయి దుకాణం ముందరి (అధికారిక **WooCommerce** థీమ్) మరియు ఆస్ట్రా, **OceanWP**, లేదా **ప్లాట్యూమ్**.



- ఢీమ్ను అనుకూలీకరించండి: మీరు ద్వారా ఢీమ్ అనుకూలీకరించవచ్చు **WordPress** కస్టమైజర్ (క్రింద కనుగొనబడింది స్వరూపం > అనుకూలీకరించండి), ఇక్కడ మీరు ఇలాంటి వాటిని సర్దుబాటు చేయవచ్చు:

లోగో మరియు బ్రాండ్ రంగులు

ఫాంట్ శైలి మరియు పరిమాణం

పేజీ లేఅవుట్లు (ఉత్పత్తి పేజీలు, చెక్అవుట్ పేజీ మొదలైనవి)

మీ స్టోర్కు ఉత్పత్తులను జోడించండి:

ఒక ఉత్పత్తిని జోడించండి, వెళ్ళండి ఉత్పత్తులు > కొత్తవి జోడించండి.

ఇకామర్స్లో, మీరు విక్రయించగల అనేక రకాల ఉత్పత్తులు ఉన్నాయి, ప్రతి ఒక్కటి విభిన్న లక్షణాలు మరియు లక్షణాలతో ఉంటాయి. అవి:

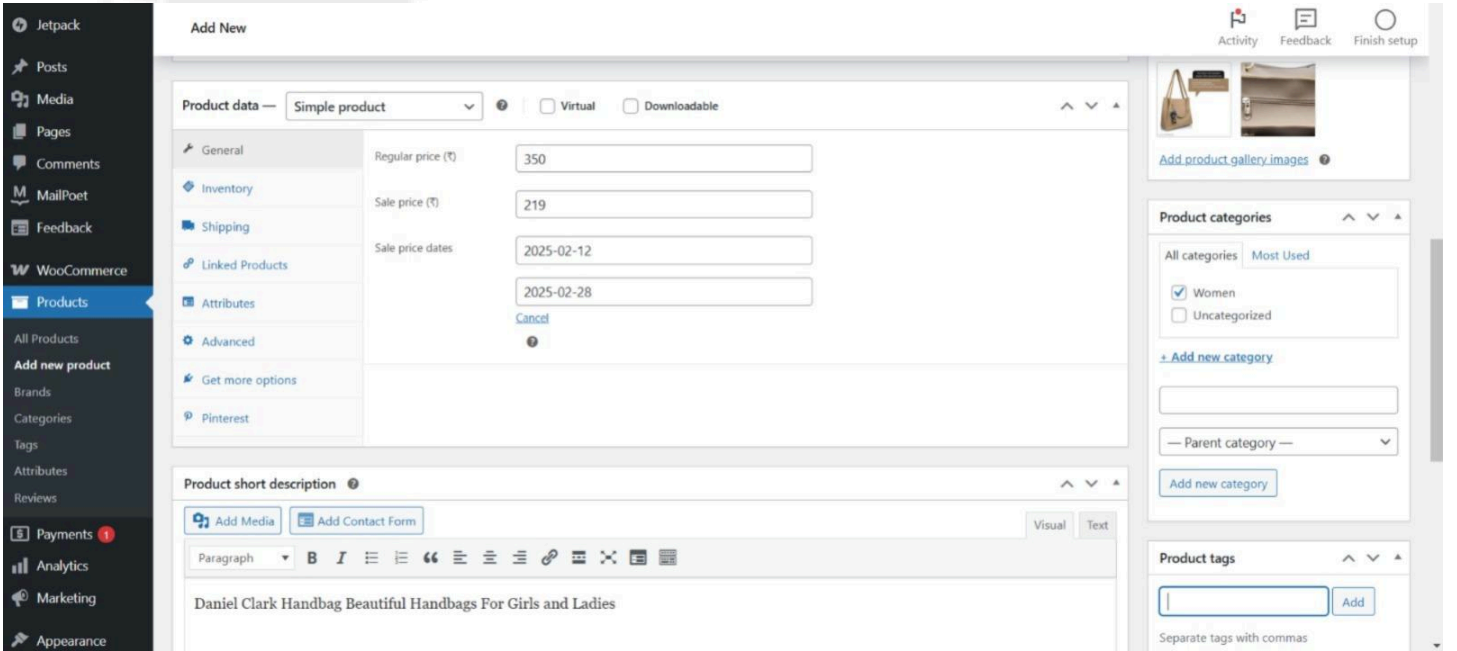
- సాధారణ ఉత్పత్తులు
- వేరియబుల్ ఉత్పత్తులు
- సమూహ ఉత్పత్తులు
- అనుబంధ ఉత్పత్తులు

Simple Product:

Simple product WooCommerceలో వైవిధ్యాలు (పరిమాణం లేదా రంగు ఎంపికలు వంటివి) లేని సూటిగా ఉండే ఉత్పత్తి రకాన్ని సూచిస్తుంది మరియు సాధారణంగా ఒకే వస్తువుల కోసం ఉపయోగించబడుతుంది. ఉదాహరణకు, ఒకే-పరిమాణ టీ-షర్టు, పుస్తకం లేదా కప్పు.

Products విభాగానికి నావిగేట్ చేయండి:

WordPress డాష్బోర్డ్లో, వెళ్ళండి **Products > add new**. ఇది మీరు కొత్త ఉత్పత్తిని జోడించగల పేజీని తెరుస్తుంది.



Product Title మరియు Description నమోదు చేయండి:

Product Title: మీ ఉత్పత్తి పేరును నమోదు చేయండి. ఉదాహరణకు, "సంద్రియ సోయా కొవ్వొత్తి."

Product Description: ఇది ఉత్పత్తి పేజీలో కనిపించే ఉత్పత్తి యొక్క సుదీర్ఘ వివరణ. ఇక్కడ, మీరు ఉత్పత్తికి సంబంధించిన లక్షణాలు, ప్రయోజనాలు, పదార్థాలు, వినియోగ సూచనలు మొదలైన వాటి గురించి వివరణాత్మక సమాచారాన్ని చేర్చవచ్చు.

Product Data విభాగం:

ఉత్పత్తి రకం: డిఫాల్ట్ రకం "సాధారణ ఉత్పత్తి." WooCommerce మీకు అనేక రకాల ఉత్పత్తులను (సింపుల్, వేరియబుల్, గ్రూపేడ్, మొదలైనవి) అందిస్తుంది, అయితే ఈ ఉదాహరణ కోసం, మేము దీన్ని సాధారణ ఉత్పత్తిగా వదిలివేస్తాము.

జనరల్: ఈ ట్యాబ్లో, మీరు ధరను సెట్ చేస్తారు.

- సాధారణ ధర: ఉత్పత్తి యొక్క సాధారణ ధరను నమోదు చేయండి. ఉదాహరణకు, "\$15.00."
- అమ్మకపు ధర (ఐచ్ఛికం): మీరు డిస్కాంట్ను ఆఫర్ చేస్తున్నట్లయితే, మీరు ఇక్కడ విక్రయ ధరను జోడించవచ్చు. ఉదాహరణకు, "\$12.00."

Inventory:

- మీరు స్టాక్ను నిర్వహించాలనుకుంటే, టీక్ చేయండి స్టాక్ని నిర్వహించాలా? చెక్బాక్స్.
- **SKU:** మీ ఉత్పత్తి కోసం ప్రత్యేకమైన SKU (స్టాక్ కీపింగ్ యూనిట్)ని నమోదు చేయండి. ఇది మీ ఇన్వెంటరీలోని ఉత్పత్తిని ట్రాక్ చేయడంలో మీకు సహాయపడుతుంది.
- స్టాక్ స్థితి: స్టాక్ స్థితిని ఇలా సెట్ చేయండి స్టాక్లో ఉంది (లేదా స్టాక్ లేదు, లభ్యతను బట్టి).
- బ్యాక్ఆర్డర్లను అనుమతించాలా?: ఉత్పత్తి స్టాక్ అయిపోతే, మీరు ఆర్డర్లను అనుమతించాలనుకుంటే బ్యాక్ఆర్డర్లను ప్రారంభించవచ్చు లేదా నిలిపివేయవచ్చు.

Shipping:

- బరువు: మీరు భౌతిక ఉత్పత్తిని విక్రయిస్తున్నట్లయితే, మీరు షిప్పింగ్ లెక్కల కోసం బరువును నమోదు చేయాలనుకోవచ్చు.
- కొలతలు: సంబంధితంగా ఉంటే కొలతలు (పొడవు, వెడల్పు, ఎత్తు) జోడించండి.
- షిప్పింగ్ క్లాస్: షిప్పింగ్ రేట్లను మరింత ఖచ్చితంగా లెక్కించడంలో సహాయపడటానికి మీరు షిప్పింగ్ తరగతిని (ఉదా., "చిన్న," "పెద్ద," "ఉచిత షిప్పింగ్") కేటాయించవచ్చు

Linked products (ఐచ్ఛికం):

- అధిక విక్రయాలు: ఇక్కడ, మీరు అధిక ధర గల వస్తువులను సిఫార్సు చేయవచ్చు.
- అడ్డంగా అమ్ముతుంది: కార్డ్కు జోడించగల సంబంధిత ఉత్పత్తులను సూచించండి.

Product సంక్షిప్త వివరణ:

ఇది ఉత్పత్తి పేజీలో ఉత్పత్తి చిత్రం పక్కన కనిపించే సంక్షిప్త ఉత్పత్తి సారాంశం

Product చిత్రాలు:

Product చిత్రం: కుడి వైపున, మీరు ఉత్పత్తి చిత్రాన్ని సెట్ చేసే ఎంపికను చూస్తారు. ఇది మీ ఉత్పత్తి పేజీలో కనిపించే ప్రధాన చిత్రం. ఉత్పత్తి యొక్క అధిక-నాణ్యత చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి.

Product గ్యాలరీ: ప్రధాన చిత్రం క్రింద, మీరు గ్యాలరీ కోసం బహుళ చిత్రాలను కూడా జోడించవచ్చు.

Product వర్గాలు మరియు ట్యాగ్‌లు

- **స్లివిభాగాలు:** మీరు ఈ ఉత్పత్తిని నిర్దిష్ట వర్గానికి కేటాయించవచ్చు (ఉదా., "కొవ్వొత్తులు," "గృహ అలంకరణ"). మీకు ఇంకా వర్గం లేకపోతే, మీరు ఒకదాన్ని సృష్టించవచ్చు.
- **ట్యాగ్లు:** SEO మరియు ఫిల్టరింగ్‌తో ట్యాగ్‌లు సహాయం చేస్తాయి. ఉదాహరణకు, మీరు "సోయా కొవ్వొత్తి," "లావెండర్" లేదా "చేతితో తయారు చేసినవి" జోడించవచ్చు.
- **Product ని ప్రచురించండి:**

మీరు అవసరమైన అన్ని ఫీల్డ్‌లను పూరించిన తర్వాత, ప్రచురించండి ఉత్పత్తిని మీ స్టోర్‌లో ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడానికి.

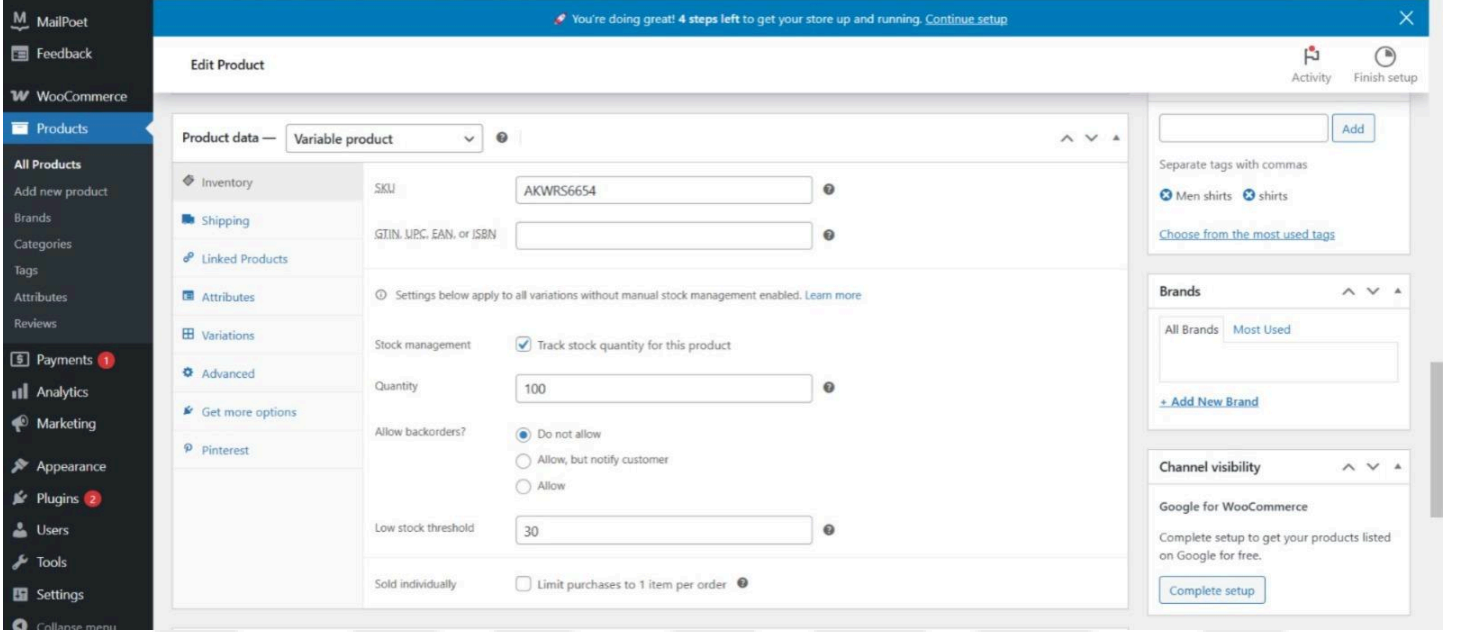
The screenshot shows a product page for a handbag. The top navigation bar includes links for Cart, Checkout, My account, Sample Page, and Shop. The product image is a tan handbag with a fur pom-pom. The product name is 'WAM-WATCH' with a price of ₹350.00. Below the image, there is a description: 'Daniel Clark Handbag Beautiful Handbags For Girls and Ladies'. There is an 'Add to cart' button with a quantity of 1. The SKU is AKWRS6653 and the category is Women. Tags include Bags, Brown Colour Bags, Hand bags, and Women hand bags. There are tabs for Description and Reviews (0). The page is in 'Coming soon' mode.

Variable Product:

ఎ వేరియబుల్ ఉత్పత్తి WooCommerce అనేది విభిన్న ధరలు, స్టాక్ స్థాయిలు మరియు లక్షణాలతో బహుళ వైవిధ్యాలను (ఉదా., పరిమాణం, రంగు, శైలి) కలిగి ఉండే ఒక రకమైన ఉత్పత్తి. దుస్తులు, బూట్లు లేదా ఎలక్ట్రానిక్ గాడ్జెట్‌లు వంటి వివిధ ఎంపికలలో వచ్చే ఉత్పత్తులకు ఇది అనువైనది.

కొత్త ఉత్పత్తిని సృష్టించండి

1. మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌లో, దీనికి వెళ్ళండి **products > add new**.
2. ఇది మీరు మీ కొత్త ఉత్పత్తిని జోడించగల పేజీని తెరుస్తుంది



Product Title మరియు Description నమోదు చేయండి:

"Variable product" రకాన్ని ఎంచుకోండి

- క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి ఉత్పత్తి డేటా విభాగం (ఉత్పత్తి వివరణ క్రింద).
- ఉత్పత్తి రకం డ్రాప్‌డౌన్, ఎంచుకోండి వేరియబుల్ ఉత్పత్తి. డిఫాల్ట్‌గా, WooCommerce ఉత్పత్తి రకాన్ని సెట్ చేస్తుంది సాధారణ ఉత్పత్తి. వేరియబుల్ ఉత్పత్తుల కోసం, మీరు దీన్ని మార్చాలి వేరియబుల్ ఉత్పత్తి తద్వారా మీరు వివిధ వైవిధ్యాలను సెట్ చేయవచ్చు (ఉదా., పరిమాణం, రంగు).

Add Product Attributes

గుణాలు మీ ఉత్పత్తిని వేరియబుల్ చేస్తాయి. ఉదాహరణకు, పరిమాణం, రంగు లేదా పదార్థం.

- "గుణాలు" ట్యాబ్‌కు వెళ్ళండి కింద ఉత్పత్తి డేటా విభాగం.
- క్లిక్ చేయండి జోడించు కొత్త లక్షణాన్ని సృష్టించడానికి (ఉదా., పరిమాణం, రంగు).
- కోసం పరిమాణం:

పేరును జోడించండి: పరిమాణం.

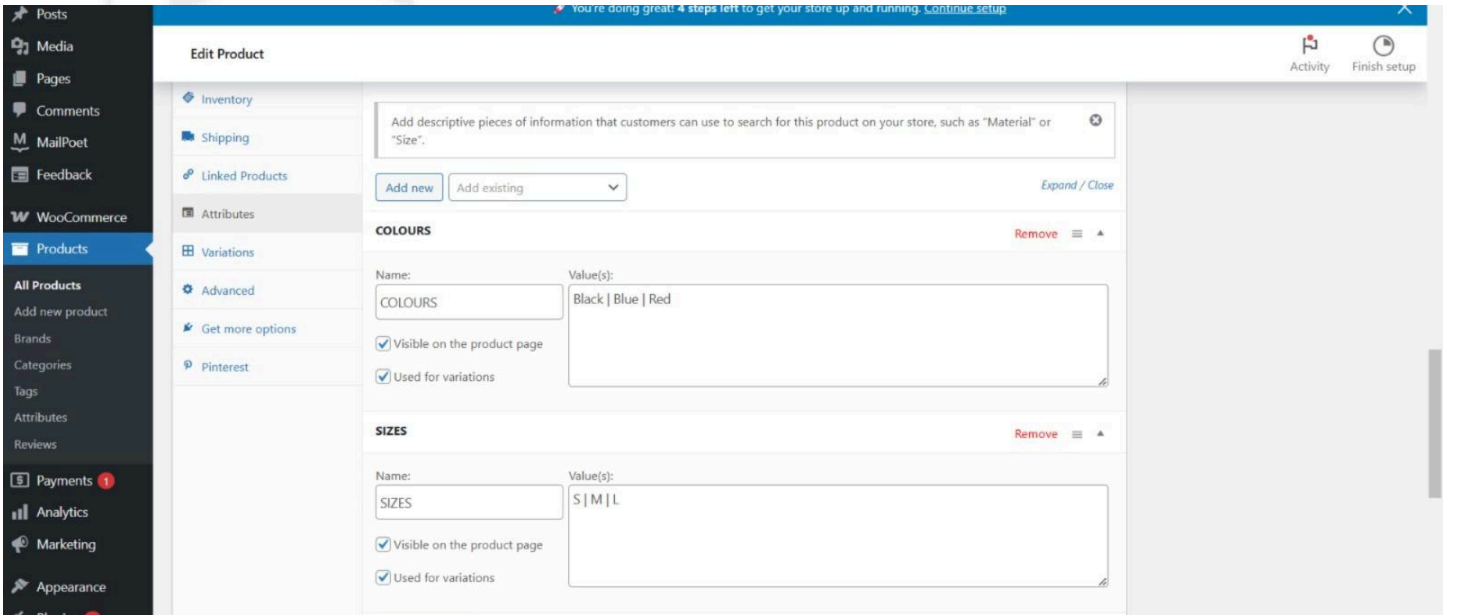
కింద విలువ(లు), మీ ఉత్పత్తి అందుబాటులో ఉన్న వివిధ పరిమాణాలను ఇన్పుట్ చేయండి (ఉదా., చిన్నది, మధ్యస్థం, పెద్దది, అదనపు పెద్దది). ప్రతి ఎంపికను నిలువు పట్టీతో వేరు చేయండి (|), ఇలా: చిన్న | మధ్యస్థం | పెద్ద | XL.

- కోసం రంగు:

పేరును జోడించండి: రంగు.

కింద విలువ(లు), మీ ఉత్పత్తి అందుబాటులో ఉన్న వివిధ రంగులను ఇన్పుట్ చేయండి (ఉదా., ఎరుపు, నీలం, ఆకుపచ్చ). మళ్ళీ, ప్రతి ఎంపికను నిలువు పట్టీతో వేరు చేయండి: ఎరుపు | నీలం | ఆకుపచ్చ.

- "వైవిధ్యాల కోసం ఉపయోగించబడుతుంది"ని ప్రారంభించండి: ప్రతి లక్షణం కోసం, చెప్పే పట్టిను ఎంచుకోండి వైవిధ్యాల కోసం ఉపయోగించబడుతుంది. మీరు ఈ లక్షణాల ఆధారంగా వైవిధ్యాలను సృష్టించాలనుకుంటున్నారని ఇది WooCommerceకి చెబుతుంది.



Variations సృష్టించండి

మీరు మీ లక్షణాలను జోడించిన తర్వాత, తదుపరి దశ వైవిధ్యాలను సృష్టించడం.

- "వైవిధ్యాలు" ట్యాబ్కు వెళ్ళండి కింద ఉత్పత్తి డేటా.
- కోసం డ్రాప్ డౌన్ క్లిక్ చేయండి వైవిధ్యాన్ని జోడించండి మరియు ఎంచుకోండి అన్ని లక్షణాల నుండి వైవిధ్యాలను సృష్టించండి.

WooCommerce స్వయంచాలకంగా మీ లక్షణాల యొక్క అన్ని కలయికలను సృష్టిస్తుంది. ఉదాహరణకు, మీరు 3 పరిమాణాలు మరియు 3 రంగులను కలిగి ఉంటే, WooCommerce 9 వైవిధ్యాలను సృష్టిస్తుంది (ఉదా., చిన్న-ఎరుపు, మధ్యస్థ-నీలం, పెద్ద-ఆకుపచ్చ, మొదలైనవి).

- వెళ్లు క్లిక్ చేయండి ఈ వైవిధ్యాలను సృష్టించడానికి.

ప్రతి Variation కోసం ధరలు, స్టాక్ మరియు ఇతర సమాచారాన్ని సెట్ చేయండి

ఇప్పుడు, మీరు ధర, స్టాక్ స్థితి, చిత్రం, SKU మొదలైన ప్రతి వైవిధ్యం కోసం నిర్దిష్ట వివరాలను నిర్వచించాలి.

- ధర: ప్రతి వైవిధ్యం కోసం, మీరు వేరే ధరను సెట్ చేయవచ్చు. ఉదాహరణకు:

రెడ్-స్మాల్ ధర \$20 కావచ్చు.

బ్లూ-మీడియం ధర \$22 కావచ్చు.

- స్టాక్: మీరు ఒక్కొక్క వైవిధ్యం కోసం స్టాక్ను వ్యక్తిగతంగా నిర్వహించవచ్చు. మీరు ఎనేబుల్ చేయవచ్చు స్టాక్ని నిర్వహించాలా? ప్రతి వైవిధ్యం కోసం స్టాక్ స్థాయిలను ట్రాక్ చేయడానికి చెక్‌బాక్స్.

ఉదాహరణకు, మీరు 10 యూనిట్లను కలిగి ఉండవచ్చు ఎరుపు-చిన్న మరియు 5 యూనిట్లు నీలం-మీడియం.

- **SKU:** మీరు ప్రతి వైవిధ్యానికి ప్రత్యేకమైన SKUని కేటాయించవచ్చు (ఐచ్ఛికం కానీ జాబితా నిర్వహణ కోసం సిఫార్సు చేయబడింది).

- చిత్రం: మీరు ప్రతి వైవిధ్యం కోసం ఒక ప్రత్యేక చిత్రాన్ని జోడించవచ్చు. ఉదాహరణకు:

రెడ్-స్మాల్ వేరియంట్‌లో చిన్న రెడ్ షర్ట్ ఇమేజ్ ఉండవచ్చు.

బ్లూ-మీడియం వేరియంట్‌లో మీడియం బ్లూ షర్ట్ ఇమేజ్ ఉండవచ్చు.

- బరువు, కొలతలు మరియు షిప్పింగ్: అవసరమైతే, మీరు ప్రతి వైవిధ్యానికి వేర్వేరు బరువు లేదా కొలతలు కేటాయించవచ్చు (మీ ఉత్పత్తి పరిమాణాలు గణనీయంగా భిన్నంగా ఉంటే ఉపయోగకరంగా ఉంటుంది).

Variations సేవ్ చేయండి

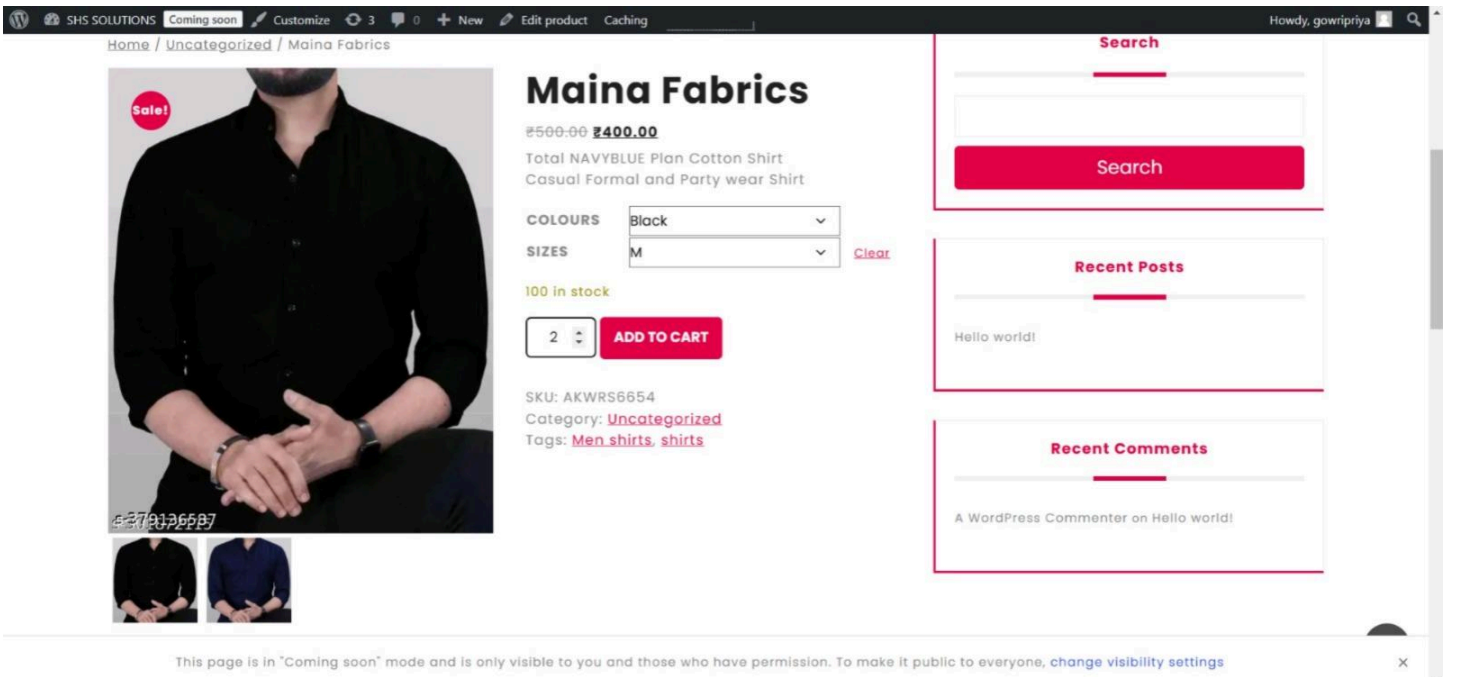
మీరు ప్రతి వైవిధ్యానికి సంబంధించిన మొత్తం సమాచారాన్ని పూరించిన తర్వాత (ఉదా., ధర, స్టాక్, చిత్రం మొదలైనవి), క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

ఉత్పత్తి చిత్రాలను జోడించండి

ఉత్పత్తి వర్గాలు మరియు ట్యాగ్లను సెట్ చేయండి

ఉత్పత్తిని ప్రచురించండి

మీరు మీ ఉత్పత్తిని కాన్ఫిగర్ చేయడం పూర్తి చేసిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ స్టోర్లో ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడానికి.



Swatches plugin:

WooCommerce కోసం స్వాచ్లు విక్రయించే WooCommerce స్టోర్లలో వినియోగదారు అనుభవాన్ని మెరుగుపరచడానికి ఫ్లగిన్ ఉపయోగకరమైన సాధనం వేరియబుల్ ఉత్పత్తులు (వేర్వేరు రంగులు, పరిమాణాలు, పదార్థాలు మొదలైన వాటిలో వచ్చే దుస్తులు, ఉపకరణాలు మరియు ఇతర ఉత్పత్తులు వంటివి). ఈ ఫ్లగ్ ఇన్ ఉత్పత్తి వైవిధ్యాల (పరిమాణం, రంగు లేదా పదార్థం వంటివి) కోసం ప్రామాణిక డ్రాప్ డౌన్ మెనులను మరింత దృశ్యమానంగా మరియు వినియోగదారు-స్నేహపూర్వకంగా భర్తీ చేయడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది స్వాచ్లు.

"WooCommerce కోసం స్వాచ్లు" ఫ్లగిన్ ను ఎలా ఉపయోగించాలో దశల వారీ మార్గదర్శి:

ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

1. మీ వద్దకు వెళ్ళండి **WordPress** డాష్‌బోర్డ్.
2. నావిగేట్ చేయండి **plugins >add new**.
3. శోధన పట్టిలో, టైప్ చేయండి **“WooCommerce కోసం స్వాచ్‌లు”**.
4. ద్వారా ప్లగిన్‌ను కనుగొనండి **ఇమ్మాన్ అహ్మద్ మరియు క్లిక్** చేయండి **ఇప్పుడే ఇన్‌స్టాల్** చేయండి.
5. **ఇన్‌స్టాల్‌షన్ తర్వాత**, **క్లిక్** చేయండి **యాక్టివేట్** చేయండి **ప్లగ్‌ఇన్‌ని సక్రియం** చేయడానికి.

ఉత్పత్తి లక్షణాలను సృష్టించండి

- మీరు swatches ఉపయోగించే ముందు, మీరు కలిగి ఉండాలి ఉత్పత్తి లక్షణాలు వంటి వైవిధ్యాల కోసం ఉపయోగించబడతాయి రంగు లేదా పరిమాణం.
- వెళ్ళండి ఉత్పత్తులు > గుణాలు మీ **WooCommerce** డాష్‌బోర్డ్‌లో.
- ఒక లక్షణాన్ని జోడించండి (ఉదా., రంగు):

పేరు: రంగు

స్లగ్: రంగు

ఎంచుకోండి టైప్ చేయండి: ఎంచుకోండి రంగు మీరు కలర్ స్వాచ్‌లను ఉపయోగించాలనుకుంటే.

- జోడించండి నిబంధనలు ఈ లక్షణం కోసం (ఉదా., ఎరుపు, నీలం, ఆకుపచ్చ).

వేరియబుల్ ఉత్పత్తిని సెటప్ చేయండి

మీకు ఒక అవసరం వేరియబుల్ ఉత్పత్తి swatches ఎలా పని చేస్తాయో చూడటానికి. ఉదాహరణకు, మీరు వివిధ రంగులు మరియు పరిమాణాలలో వచ్చే టీ-షర్టును విక్రయిస్తున్నట్లయితే, మీరు వేరియబుల్ ఉత్పత్తిని సృష్టించాలి.

- వెళ్ళండి ఉత్పత్తులు > కొత్తవి జోడించండి మరియు కొత్త ఉత్పత్తిని సృష్టించండి (ఉదా., "పురుషుల T- షర్టు").
- లో ఉత్పత్తి డేటా విభాగం, ఉత్పత్తి రకాన్ని మార్చండి వేరియబుల్ ఉత్పత్తి.
- "గుణాలు" ట్యాబ్‌కు వెళ్ళండి మరియు మీరు ఇంతకు ముందు సృష్టించిన లక్షణాలను జోడించండి (ఉదా., రంగు, పరిమాణం).

- కింద వైవిధ్యాల ట్యాబ్, ప్రతి కలయిక కోసం వైవిధ్యాలను సృష్టించండి (ఉదా., రెడ్-స్మాల్, బ్లూ-మీడియం).

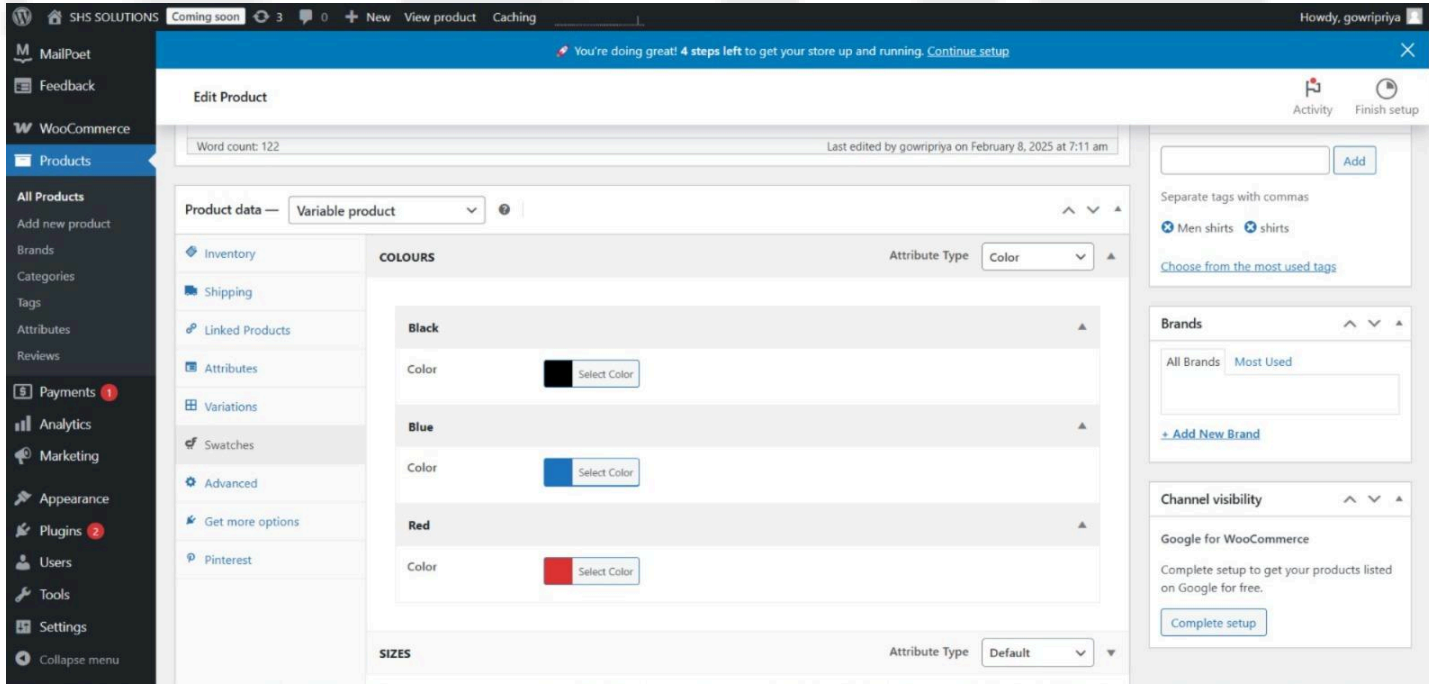
లక్షణాలకు స్వాచ్‌లను కేటాయించండి

ఇప్పుడు, మీరు సృష్టించిన లక్షణాలకు స్వాచ్‌లను కేటాయించండి (ఉదా., రంగు):

- తిరిగి వెళ్ళు ఉత్పత్తులు > గుణాలు.
- కోసం రంగు లక్షణం, క్లిక్ చేయండి నిబంధనలను కాన్ఫిగర్ చేయండి రంగు ఎంపికలను నిర్వహించడానికి బటన్.
- ప్రతి రంగు కోసం (ఉదా., ఎరుపు, నీలం, ఆకుపచ్చ), మీరు వీటిని చేయవచ్చు:

ఒక చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి రంగు కోసం (మీరు ఇమేజ్ స్వాచ్‌లను ఉపయోగిస్తుంటే).

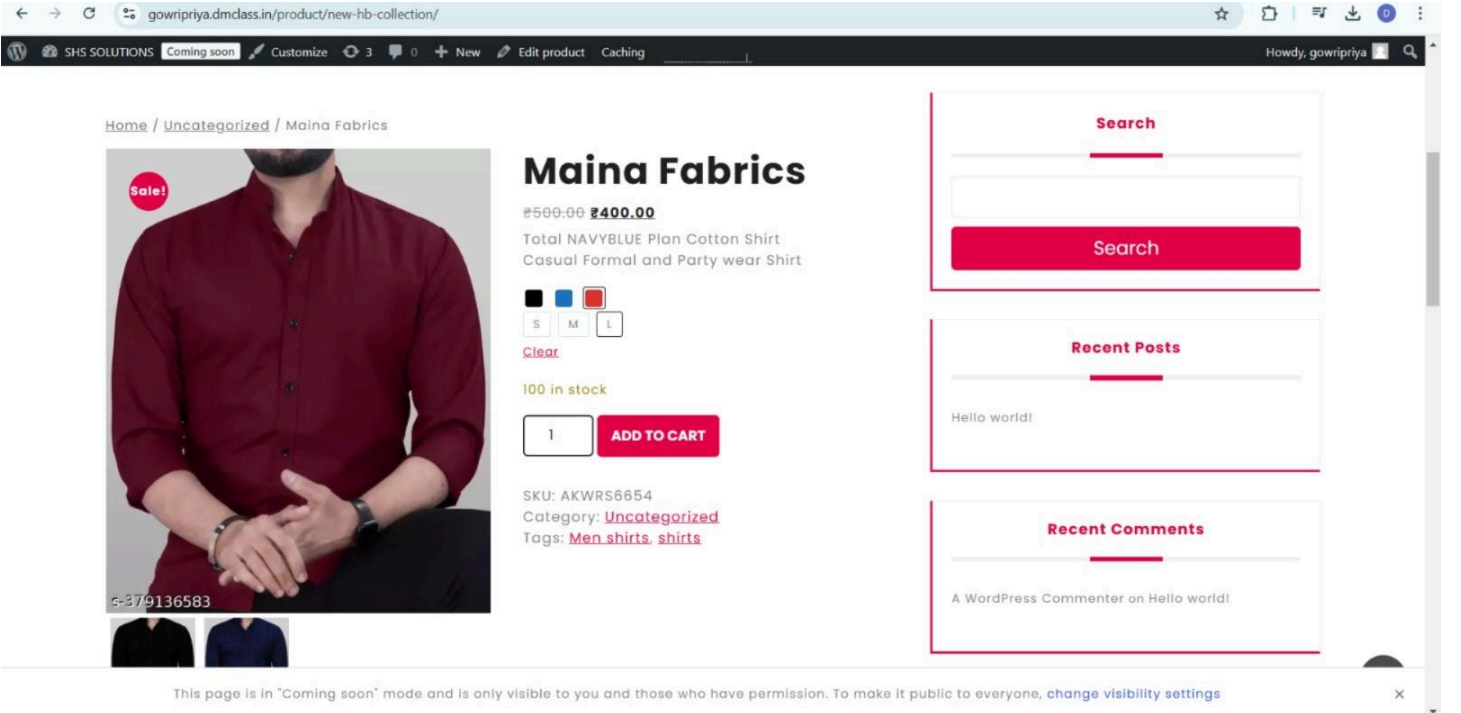
ఒక రంగును ఎంచుకోండి (మీరు రంగు స్విచ్‌లను ఉపయోగిస్తుంటే). మీరు ప్రతి పదానికి నిర్దిష్ట హెక్స్ రంగును ఎంచుకోవచ్చు (ఉదా. హెక్స్ కోడ్‌తో ఎరుపు #FF0000)



ఉత్పత్తి పేజీలలో స్వాచ్‌లను ప్రదర్శించండి

- మీరు సృష్టించినప్పుడు లేదా సవరించినప్పుడు a వేరియబుల్ ఉత్పత్తి, మీరు దానిని గమనించవచ్చు స్వాచ్ ఎంపికలు ఇప్పుడు వైవిధ్య సెట్టింగ్‌లలో కనిపిస్తుంది.
- లో ఉత్పత్తి డేటా > వైవిధ్యాలు tab, ప్రతి వైవిధ్యం ఇప్పుడు ఒక స్వాచ్ ఎంపికను కలిగి ఉంటుంది (ఉదా., రంగు swatches, చిత్రం swatches లేదా లేబుల్‌లు).

- మీరు ప్రతి వైవిధ్యానికి స్వాచ్‌లను కేటాయించిన తర్వాత, ఉత్పత్తిని సేవ్ చేయండి.



Grouped product:

సమూహ ఉత్పత్తి WooCommerce అనేది సమూహంలోని అన్ని లేదా కొన్ని వస్తువులను కొనుగోలు చేయడానికి కస్టమర్ల కోసం బహుళ వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను సమూహపరచడానికి మిమ్మల్ని అనుమతించే ఒక రకమైన ఉత్పత్తి. సమూహంలోని ప్రతి ఉత్పత్తి ఇప్పటికీ ప్రత్యేక ఉత్పత్తి, కానీ అవి ఒకే ఉత్పత్తి పేజీలో ఒక బండిల్‌లో ప్రదర్శించబడతాయి.

మీరు అనేక సంబంధిత ఉత్పత్తులను కలిగి ఉన్నప్పుడు సమూహ ఉత్పత్తులు సాధారణంగా ఉపయోగించబడతాయి మరియు కస్టమర్లు కలిసి వాటిని కొనుగోలు చేయడాన్ని మీరు సులభతరం చేయాలనుకుంటున్నారు.

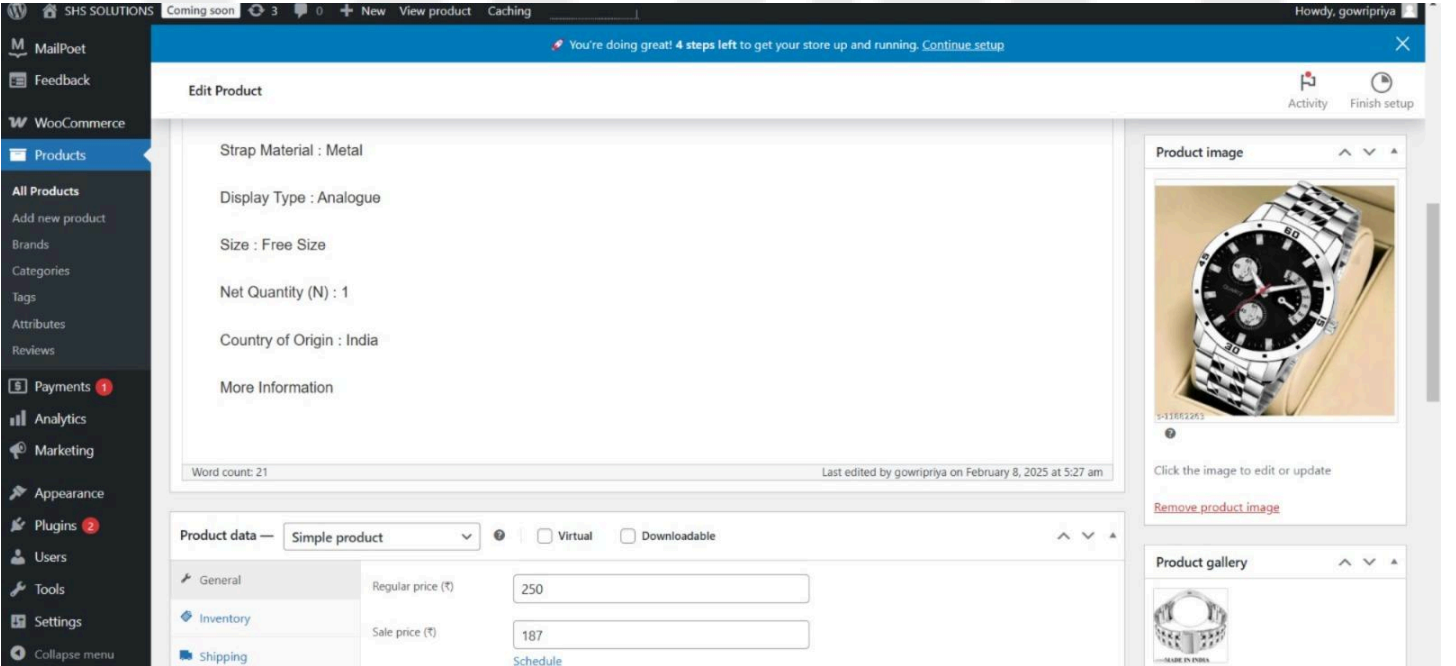
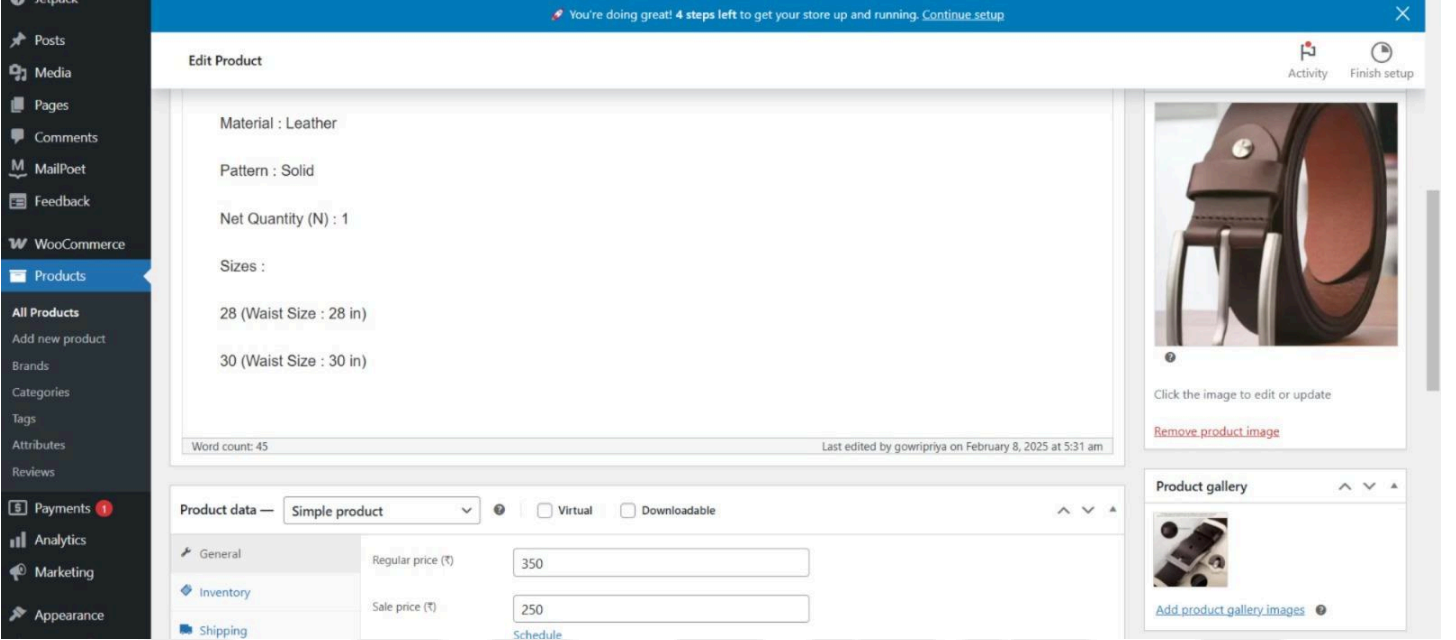
జోడించడానికి దశల వారీ గైడ్ 2 సమూహ ఉత్పత్తి

సమూహం కోసం వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను సృష్టించండి

మీరు సమూహ ఉత్పత్తిని సృష్టించడానికి ముందు, మీరు మొదట సమూహంలో చేర్చాలనుకుంటున్న వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను తప్పనిసరిగా సృష్టించాలి.

- మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌లో ప్రోడక్ట్‌లు > యాడ్ కొత్తవికి వెళ్ళండి.
- మీరు సమూహంలో చేర్చాలనుకుంటున్న ప్రతి ఉత్పత్తిని సృష్టించండి.

- ప్రతి ఉత్పత్తిని 2గా సెట్ చేయండి సాధారణ ఉత్పత్తి (వేరియబుల్ కాదు), మరియు సాధారణ ఉత్పత్తి సమాచారాన్ని నమోదు చేయండి (శీర్షిక, వివరణ, ధర, చిత్రం మొదలైనవి).
- మీరు ప్రతి ఉత్పత్తిని జోడించిన తర్వాత, వాటిని ప్రచురించండి. సమూహం చేయబడిన ఉత్పత్తికి జోడించడానికి ఇవి ఇప్పుడు అందుబాటులో ఉంటాయి.



సమూహ ఉత్పత్తిని సృష్టించండి:

ఇప్పుడు, ఇది సృష్టించడానికి సమయం సమూహ ఉత్పత్తి ఇది అన్ని వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను కలిసి ప్రదర్శిస్తుంది.

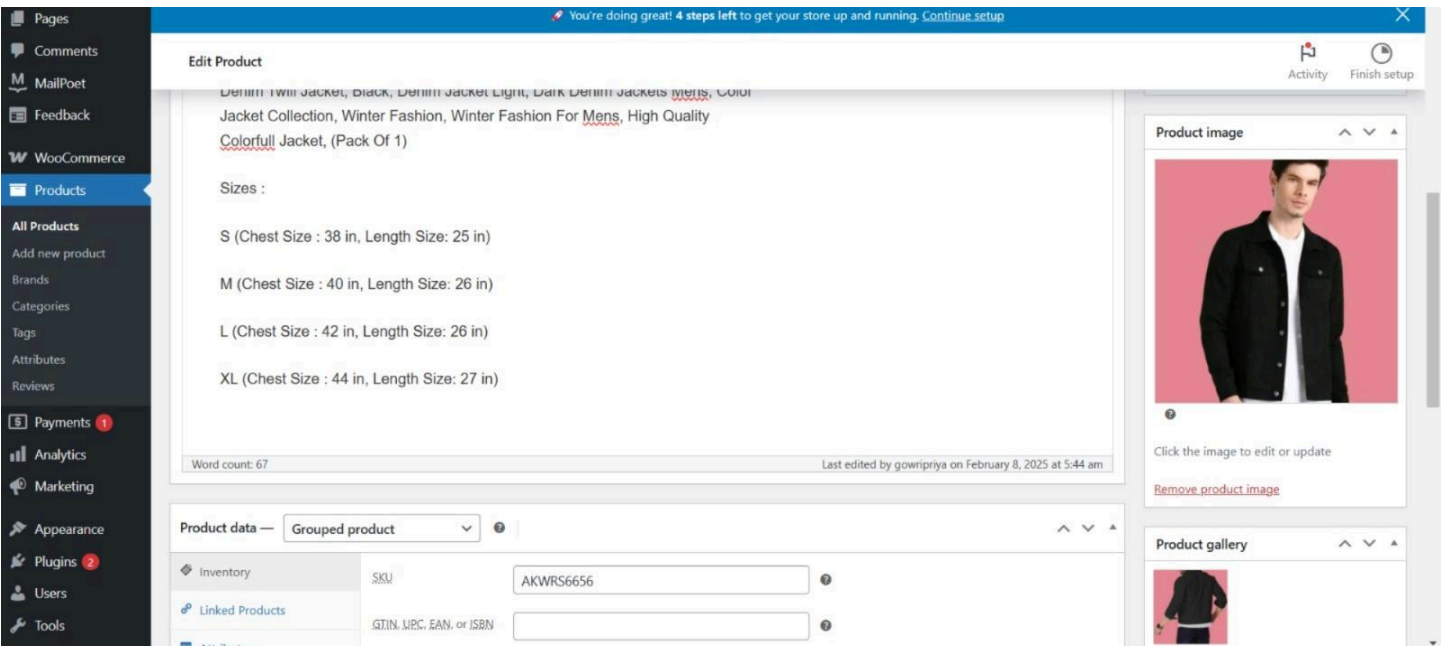
- వెళ్ళండి ఉత్పత్తులు > కొత్తవి జోడించండి మళ్ళీ కొత్త ఉత్పత్తిని సృష్టించడానికి.
- సమూహం చేయబడిన ఉత్పత్తి శీర్షికను నమోదు చేయండి
- ఉత్పత్తి వివరణను వ్రాయండి

ఉత్పత్తి రకాన్ని సమూహానికి సెట్ చేయండి

ఉత్పత్తి డేటా విభాగానికి క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి (వివరణ క్రింద).

ఉత్పత్తి రకం డ్రాప్ డౌన్ లో, సమూహ ఉత్పత్తిని ఎంచుకోండి.

సమూహానికి వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను జోడించండి



ఇప్పుడు, మీరు సమూహాన్ని రూపొందించే వ్యక్తిగత ఉత్పత్తులను అనుబంధించాలి.

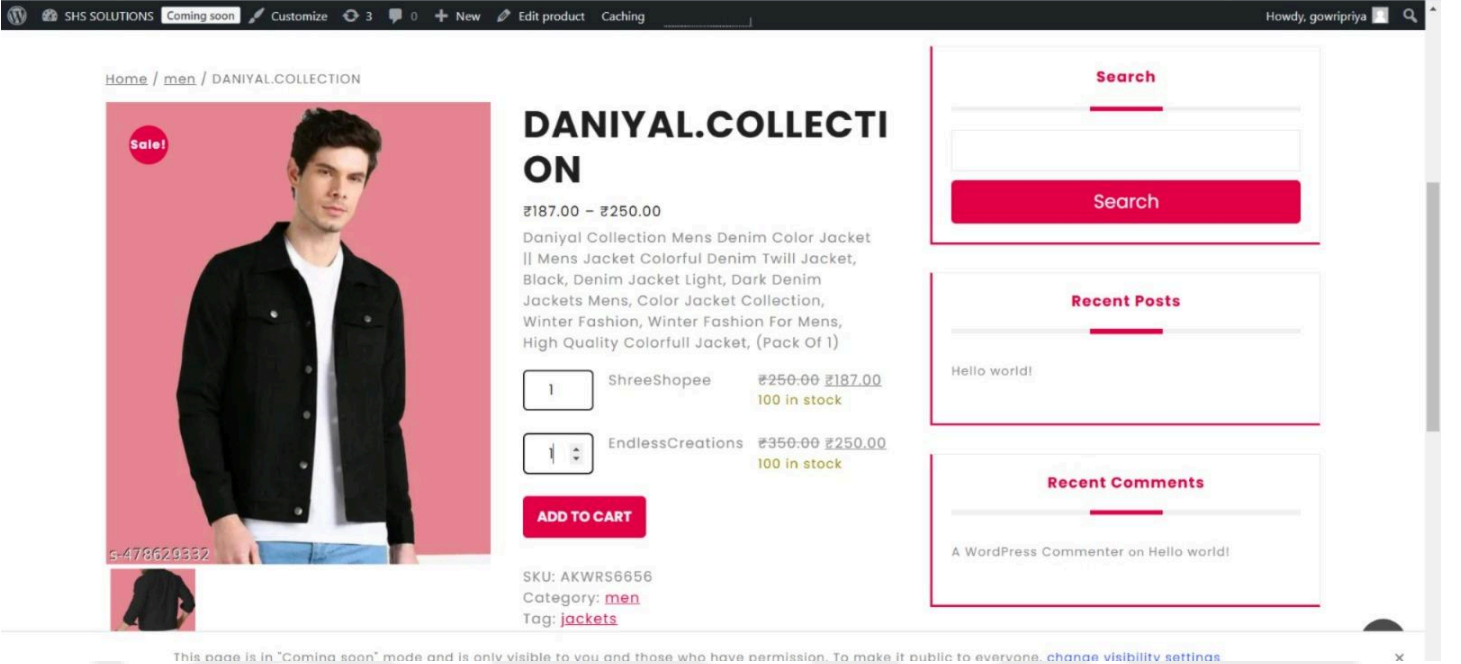
- ఉత్పత్తి డేటా విభాగంలోని "లింక్ చేయబడిన ఉత్పత్తులు" ట్యాబ్ కు వెళ్ళండి.
- సమూహ ఉత్పత్తుల ఫీల్డ్ లో, మీరు ఇంతకు ముందు సృష్టించిన వ్యక్తిగత ఉత్పత్తుల పేర్లను టైప్ చేయడం ప్రారంభించండి (ఉదా., లాస్ మొవర్, లాస్ ఫర్టిలైజర్, గ్రాస్ సీడ్).
- మీరు సమూహంలో చేర్చాలనుకుంటున్న ఉత్పత్తులను ఎంచుకోండి. ఇవి ఇప్పుడు సమూహ ఉత్పత్తికి లింక్ చేయబడతాయి.

ఉత్పత్తి చిత్రం మరియు గ్యాలరీని సెట్ చేయండి

కేటగిరీలు మరియు ట్యాగ్లను సెట్ చేయండి

ఉత్పత్తిని ప్రచురించండి

మీరు అవసరమైన అన్ని ఫీల్డ్లను పూర్తి చేసిన తర్వాత, సమూహ ఉత్పత్తిని మీ వెబ్‌సైట్‌లో ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడానికి ప్రచురించు బటన్‌ను క్లిక్ చేయండి.



Affiliate product:

eCommerce వెబ్‌సైట్‌లోని అనుబంధ ఉత్పత్తి అనేది మీరు మీ సైట్‌లో ప్రచారం చేసే లేదా విక్రయించే ఉత్పత్తులను సూచిస్తుంది, కానీ అవి మరొక కంపెనీ యాజమాన్యంలో ఉంటాయి మరియు నెరవేర్చబడతాయి. మీ అనుబంధ లింక్ ద్వారా కస్టమర్ కొనుగోలు చేసినప్పుడు, మీరు కమీషన్ పొందుతారు. ఉత్పత్తులను స్టాక్ చేయాల్సిన అవసరం లేకుండా కంటెంట్‌ను మానిట్రైజ్ చేయడానికి ఈ మోడల్ తరచుగా బ్లాగ్‌లు, సమీక్ష సైట్‌లు లేదా సముచిత ఇకామర్స్ స్టోర్‌లలో ఉపయోగించబడుతుంది.

అనుబంధ ప్రోగ్రామ్‌ను ఎంచుకోండి

- మీరు ముందుగా అనుబంధ ప్రోగ్రామ్‌తో భాగస్వామి కావాలి. కొన్ని ప్రసిద్ధమైనవి:

అమెజాన్ అసోసియేట్స్ (అమెజాన్)

ShareASale

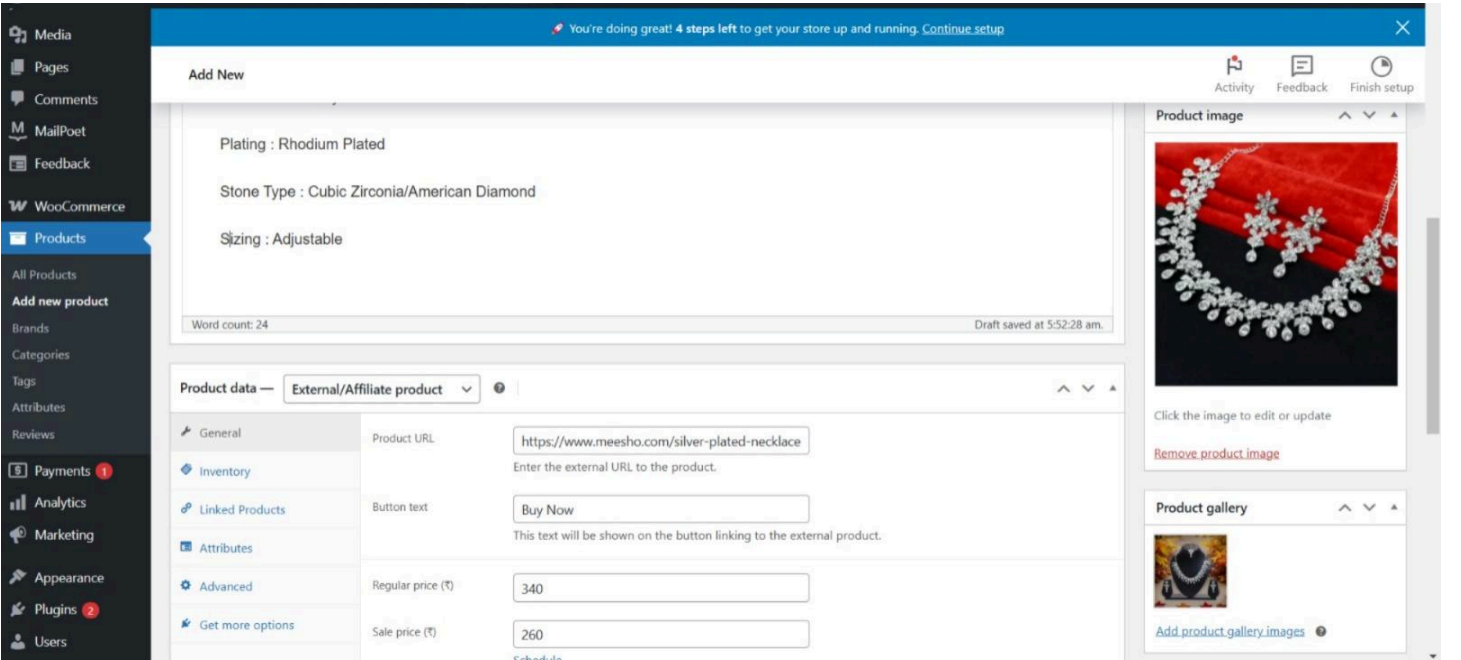
చేరిన తర్వాత, మీరు ప్రోత్సహించడానికి ఉత్పత్తుల కోసం అనుబంధ లింక్‌లను పొందుతారు.

మీ సైట్‌కు అనుబంధ ఉత్పత్తులను జోడిస్తోంది

అనుబంధ ఉత్పత్తులను జోడించడానికి రెండు ప్రధాన మార్గాలు ఉన్నాయి:

a. అనుబంధ ఉత్పత్తులను మాన్యువల్ గా జోడించడం:

- మీ WordPress డాష్ బోర్డ్ కి వెళ్లండి.
- మీరు WooCommerceని ఉపయోగిస్తుంటే పోస్ట్లు > కొత్తవి జోడించండి (బ్లాగ్ పోస్ట్ల కోసం) లేదా పేజీలు > కొత్తవి (పేజీల కోసం) లేదా ఉత్పత్తులు > కొత్తవి జోడించండి.
- ఉత్పత్తికి సంబంధించిన కంటెంట్ ను జోడించండి (వివరణ, ప్రయోజనాలు మొదలైనవి).
- సంబంధిత లింక్ ను పొందుపరచండి లేదా WooCommerceని ఉపయోగిస్తుంటే, ఉత్పత్తి యొక్క బాహ్య/అనుబంధ ఉత్పత్తి విభాగంలో అనుబంధ URLని నమోదు చేయండి.




బి. WooCommerceని ఉపయోగించడం:

- మీరు ఇప్పటికే ఇన్ స్టాల్ చేయకపోతే WooCommerce ప్లగిన్ ని ఇన్ స్టాల్ చేయండి.
- ప్రోడక్ట్లు > యాడ్ కొత్తవికి వెళ్లి, పేరు, వివరణ మరియు ధర వంటి ఉత్పత్తి వివరాలను నమోదు చేయండి.
- "ఉత్పత్తి డేటా" విభాగంలో, బాహ్య/అనుబంధ ఉత్పత్తిని ఎంచుకోండి.
- "ఉత్పత్తి URL" ఫీల్డ్ లో అనుబంధ URLని జోడించండి.
- ఐచ్ఛికంగా, "ఇప్పుడే కొనండి" లేదా "ధరను తనిఖీ చేయండి" వంటి బటన్ వచనాన్ని సెట్ చేయండి.
- ఈ విధంగా, వినియోగదారులు అనుబంధ లింక్ పై క్లిక్ చేసి, నేరుగా వ్యాపారి సైట్ లోని ఉత్పత్తి పేజీకి తీసుకెళ్లబడతారు.

meesho.com/silver-plated-necklace-set-with-white-american-diamond/p/414pgh

meesho Try Saree, Kurti or Search by Product Code Download App Become a Supplier Newsroom Profile Cart

Women Ethnic Women Western Men Kids Home & Kitchen Beauty & Health Jewellery & Accessories Bags & Footwear Electronics Sports & Fitness Car & Motorbik



Silver Plated Necklace Set With White American Diamond

₹166

4.0 41176 Ratings, 13207 Reviews

Free Delivery

Select Size

Free Size

Product Details

Name : Silver Plated Necklace Set With White American Diamond
Base Metal : Alloy
Plating : Rhodium Plated
Stone Type : Cubic Zirconia/American Diamond
Sizing : Adjustable
Type : Necklace and Earrings
Net Quantity (N) : 1
Country of Origin : India

Add to Cart Buy Now

Coupons:

WooCommerceలోని కూపన్లు కస్టమర్లకు డిస్కౌంట్లు, ప్రమోషన్లు మరియు డీల్లను అందించడానికి స్టోర్ యజమానులను అనుమతిస్తాయి. ఈ కూపన్లను కనీస కొనుగోలు మొత్తాలు, ఉత్పత్తి-నిర్దిష్ట తగ్గింపులు మరియు గడువు తేదీలు వంటి వివిధ నియమాలు మరియు పరిమితులతో కాన్ఫిగర్ చేయవచ్చు.

WooCommerceలో కూపన్ను ఎలా సృష్టించాలి (దశల వారీగా)

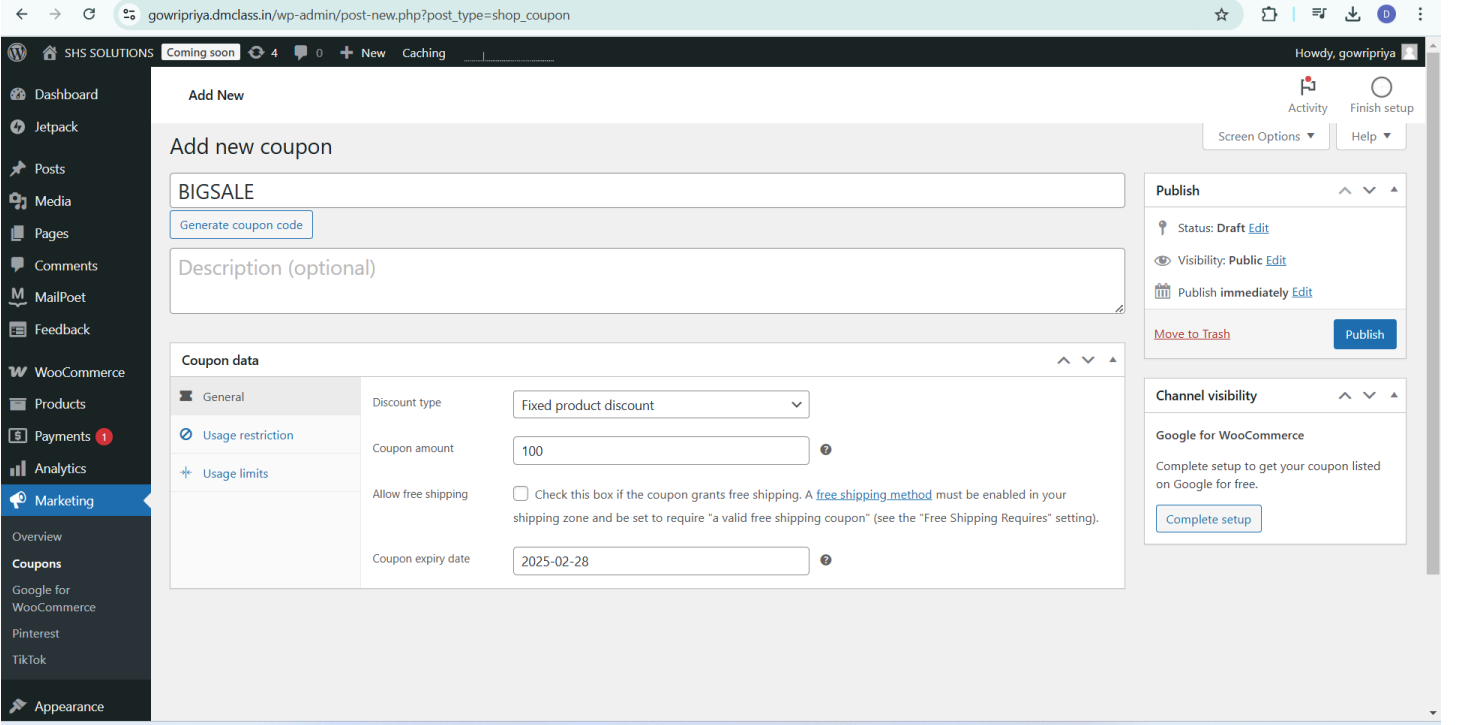
Step 1: WooCommerceలో కూపన్లను ప్రారంభించండి

- మీ WordPress డాష్బోర్డ్కి లాగిన్ చేయండి.
- WooCommerce > సెట్టింగ్లకు నావిగేట్ చేయండి.
- జనరల్ ట్యాబ్పై క్లిక్ చేయండి.
- కూపన్లను ప్రారంభించు విభాగానికి క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి మరియు "కూపన్ కోడ్ల వినియోగాన్ని ప్రారంభించు" తనిఖీ చేయబడిందని నిర్ధారించుకోండి.
- మార్పులను సేవ్ చేయండి.

కూపన్ను సృష్టించండి

1. వెళ్ళండి మార్కెటింగ్ > కూపన్లు (పాత సంస్కరణల్లో, ఇది WooCommerce > కూపన్ల క్రింద ఉండవచ్చు).
2. క్లిక్ చేయండి కూపన్ జోడించండి.

3. ఎని నమోదు చేయండి కూపన్ కోడ్ (ఉదా., "SUMMER10").
4. a జోడించండి వివరణ (ఐచ్ఛికం) అంతర్గత సూచన కోసం.



కూపన్ సెటింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి

A. సాధారణ సెటింగ్లు

- తగ్గింపు రకం:

శాతం తగ్గింపు - ఈ తగ్గింపు మొత్తం కార్డ్ విలువలో కొంత శాతాన్ని వర్తిస్తుంది. ఉదా., 10% తగ్గింపు.

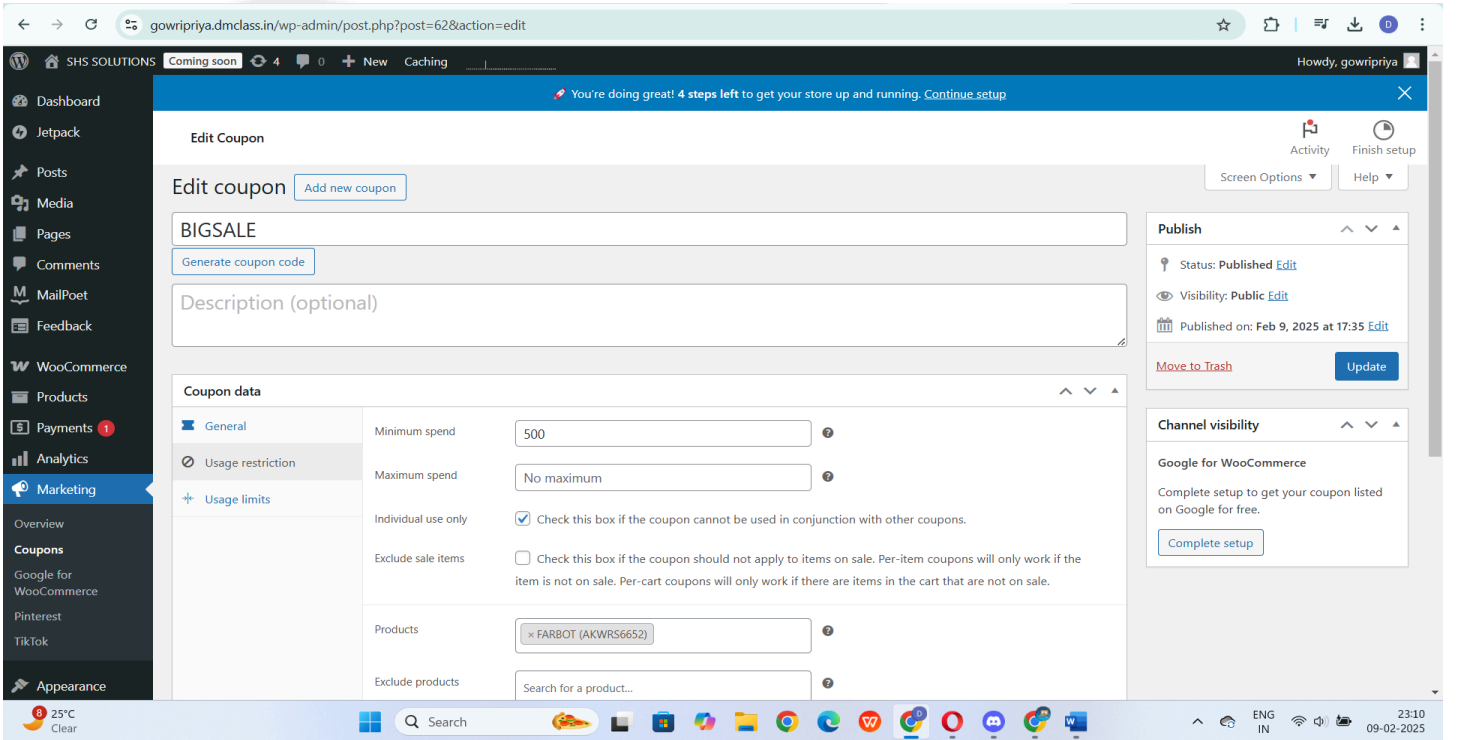
స్థిర కార్డ్ తగ్గింపు - కార్డ్లోని ఉత్పత్తులతో సంబంధం లేకుండా మొత్తం కార్డ్ విలువకు ఈ తగ్గింపు వర్తిస్తుంది. ఉదా., మొత్తం కార్డ్ విలువపై \$20 తగ్గింపు.

స్థిర ఉత్పత్తి తగ్గింపు - ఈ తగ్గింపు నిర్దిష్ట ఉత్పత్తులకు మాత్రమే వర్తిస్తుంది. ఉదా., నిర్దిష్ట ఉత్పత్తులపై \$5 తగ్గింపు.

- కూపన్ మొత్తం - తగ్గింపు మొత్తాన్ని నమోదు చేయండి (ఉదా., 10% లేదా \$10 కోసం 10).
- ఉచిత షిప్పింగ్ను అనుమతించండి - ఐచ్ఛికంగా, కూపన్ వర్తింపజేసినప్పుడు ఉచిత షిప్పింగ్ని ప్రారంభించడానికి దీన్ని తనిఖీ చేయండి.
- కూపన్ గడువు తేదీ - కూపన్కు గడువు తేదీని సెట్ చేయండి.

వినియోగ పరిమితి

- కనీస ఖర్చు – కూపన్‌ని ఉపయోగించడానికి అవసరమైన కనీస కార్డ్ విలువను సెట్ చేయండి.
- గరిష్ట వ్యయం – కూపన్ వర్తింపు కోసం గరిష్ట కార్డ్ విలువను సెట్ చేయండి.
- వ్యక్తిగత ఉపయోగం మాత్రమే - ఈ కూపన్‌ను ఇతర కూపన్‌లతో ఉపయోగించకుండా నిరోధిస్తుంది.
- విక్రయ వస్తువులను మినహాయించండి - ఇప్పటికే తగ్గింపు ఉన్న ఉత్పత్తులకు కూపన్‌ను వర్తింపజేయడాన్ని అనుమతించదు.
- ఉత్పత్తులు & వర్గాలు - కూపన్ కోసం నిర్దిష్ట ఉత్పత్తులు లేదా వర్గాలను ఎంచుకోండి.
- ఉత్పత్తులు & వర్గాలను మినహాయించండి – కూపన్ వర్తించని అంశాలు/కేటగిరీలను ఎంచుకోండి.

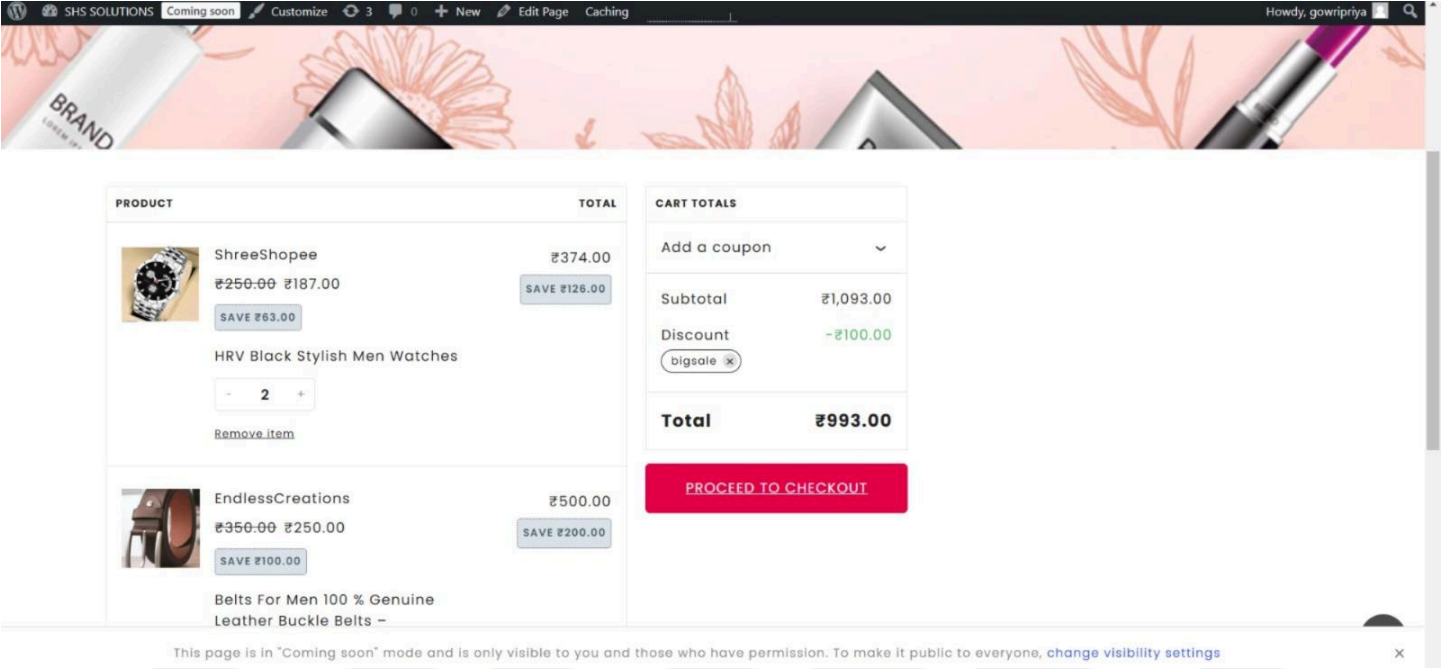


సి. వినియోగ పరిమితులు

- ఒక్కో కూపన్‌కు వినియోగ పరిమితి – ఈ కూపన్‌ని మొత్తంగా ఎన్నిసార్లు ఉపయోగించవచ్చో పరిమితం చేయండి.
- ఒక్కో వినియోగదారుకు వినియోగ పరిమితి - కస్టమర్ కూపన్‌ని ఎన్నిసార్లు ఉపయోగించవచ్చో పరిమితం చేయండి.

Step 2: ప్రచురించండి మరియు భాగస్వామ్యం చేయండి

- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి కూపన్ ని యాక్టివేట్ చేయడానికి.
- ఇమెయిల్, సోషల్ మీడియా ద్వారా కూపన్ కోడ్ను భాగస్వామ్యం చేయండి లేదా మీ వెబ్సైట్లో ప్రదర్శించండి.



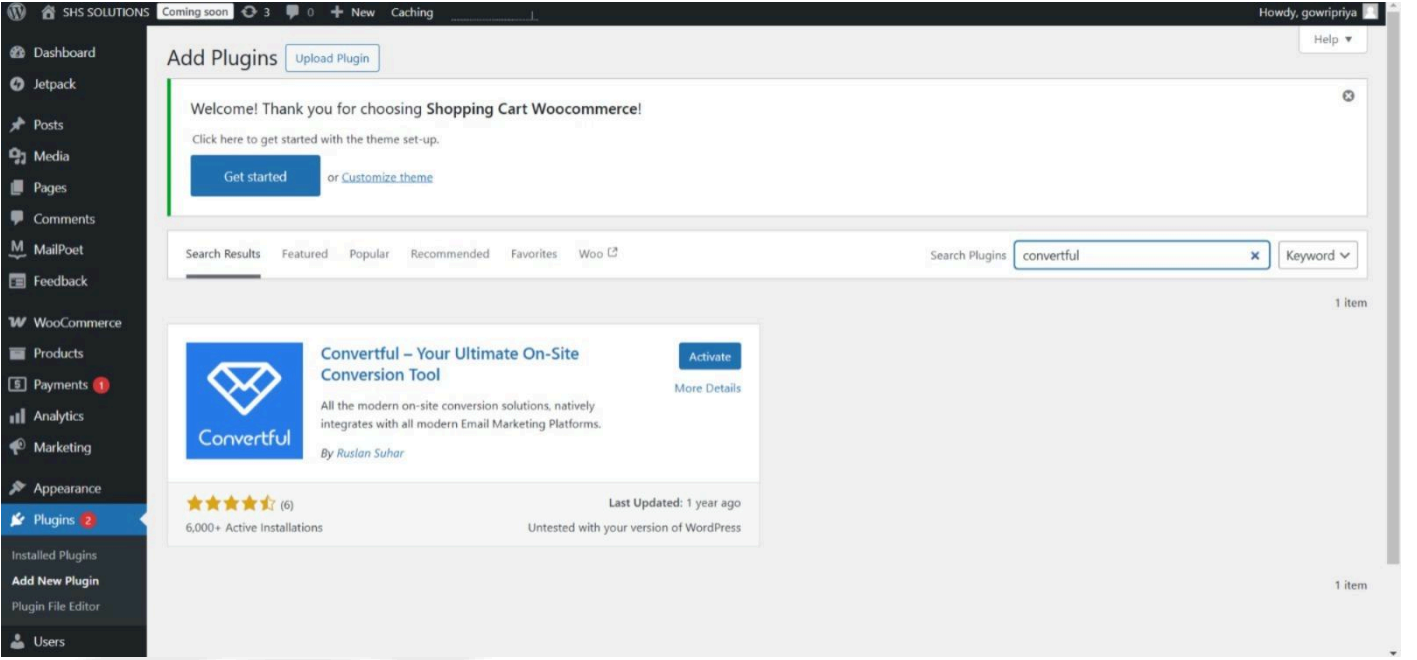
Convertful Plugin : WooCommerce వెబ్సైట్లో కూపన్లను ప్రదర్శిస్తోంది

కన్వర్ట్ఫుల్ అనేది WordPress కోసం శక్తివంతమైన లీడ్ జనరేషన్ మరియు కన్వర్షన్ ఆప్టిమైజేషన్ ప్లగ్ఇన్, ఇది మీ WooCommerce స్టోర్లో డిస్కాంట్ కూపన్లు మరియు ప్రత్యేక ఆఫర్లను ప్రదర్శించడానికి పాపవలు, ప్లోటింగ్ బార్లు, స్లైడ్-ఇన్లు మరియు ఎంబెడెడ్ ఫారమ్లను సృష్టించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

కన్వర్ట్ఫుల్ని ఉపయోగించి కూపన్లను ప్రదర్శించడానికి దశల వారీ గైడ్

Step 1: కన్వర్ట్ఫుల్ ప్లగిన్ ని ఇన్స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయండి

- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్బోర్డ్.
- వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
- కోసం వెతకండి కన్వర్ట్ ఫుల్ మరియు క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి.
- ఇన్స్టాల్షన్ తర్వాత, క్లిక్ చేయండి యాక్టివేట్ చేయండి.



Step 2: మీ వెబ్‌సైట్‌కి కన్వర్షన్‌పుల్‌ని కనెక్ట్ చేయండి

- వెళ్ళండి కన్వర్షన్‌పుల్ > సెట్టింగ్‌లు మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌లో.
- క్లిక్ చేయండి సైన్ అప్ చేయండి లేదా లాగిన్ చేయండి మీ కన్వర్షన్‌పుల్ ఖాతాను సృష్టించడానికి/కనెక్ట్ చేయడానికి.
- లాగిన్ అయిన తర్వాత, స్క్రీన్‌పై ఉన్న దశలను అనుసరించండి మీ **WooCommerce** వెబ్‌సైట్‌ను కనెక్ట్ చేయండి.

My Sites

Add Site

Site	Pageviews/30d	Impressions/30d	Subscribers/30d	Actions
safiya.dgweb.co.in	0	0	0	

Try Premium Features for Free

@ Convertful, 2025 Terms of Service Privacy Policy

Wordze at 25% OFF for a limited time

TRY WORDZE NOW

Try our AI-powered content generation & optimization tool at an insanely low price

Coupon code: WDWZ25

Step 3: కన్వర్ట్‌పుల్‌లో కూపన్ పాప్‌అప్‌ని సృష్టించండి

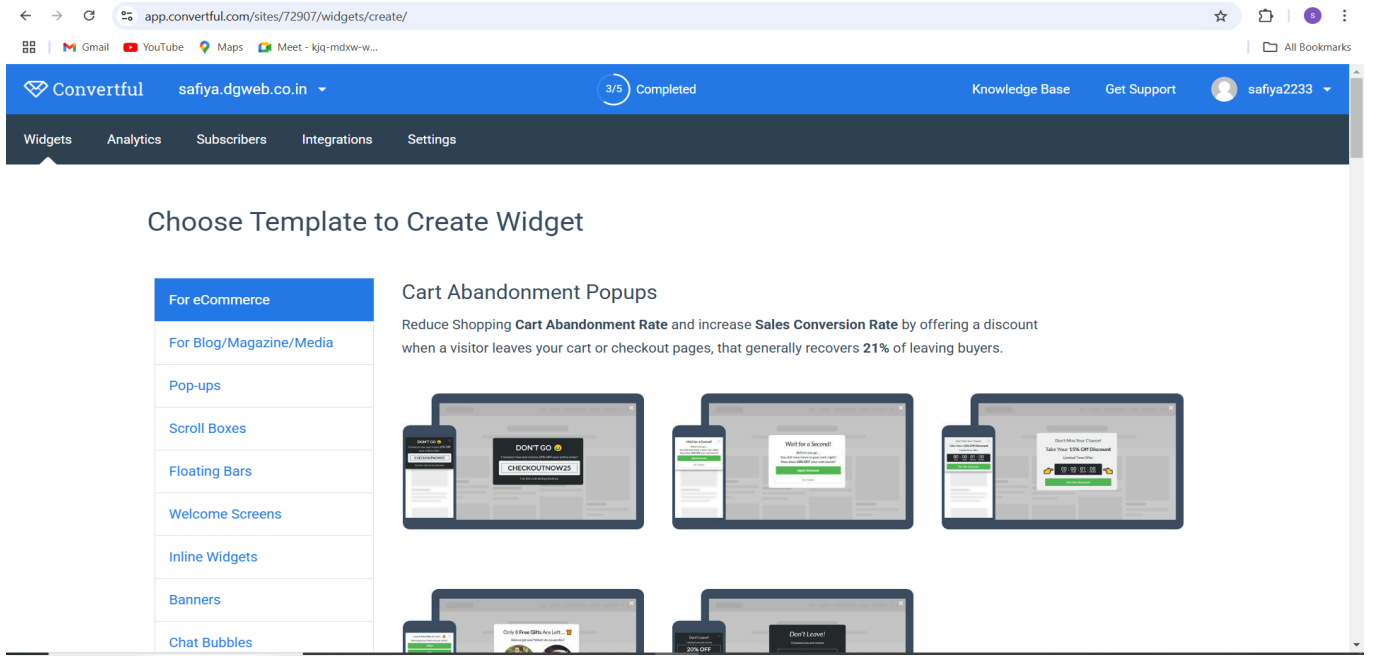
ఎ. విడ్జెట్ రకాన్ని ఎంచుకోండి

- వెళ్ళండి కన్వర్ట్‌పుల్ డ్యాష్‌బోర్డ్.
- క్లిక్ చేయండి విడ్జెట్ సృష్టించండి మరియు డిజైన్ ఆకృతిని ఎంచుకోండి, ఉదాహరణకు:

పాప్‌అప్ (శ్రద్ధను ఆకర్షించడానికి ఉత్తమం)

ప్లోటింగ్ బార్ (పేజీ ఎగువన/దిగువలో చూపడానికి అనువైనది)

స్లయిడ్-ఇన్ (సూక్ష్మమైన విధానం కోసం వైపు నుండి కనిపిస్తుంది)

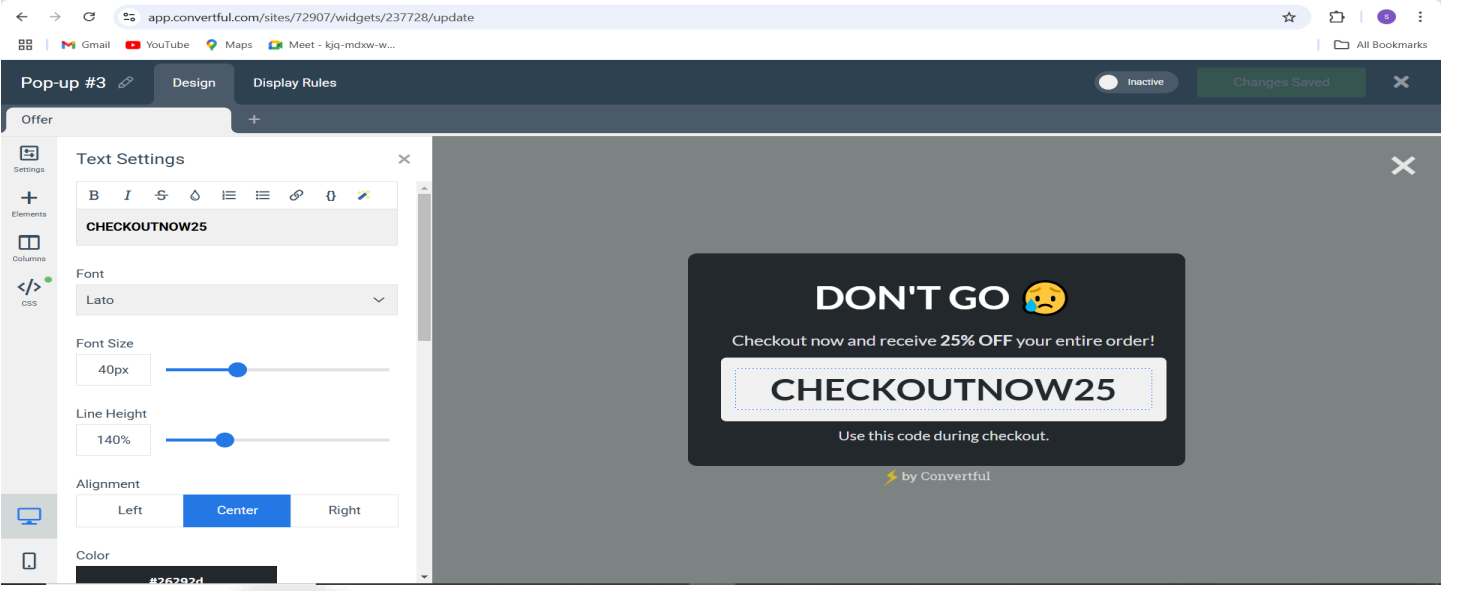


బి. కూపన్ డిస్‌ప్లేను అనుకూలీకరించండి

- ఎ ఎంచుకోండి ముందుగా నిర్మించిన టెంప్లేట్ లేదా మొదటి నుండి ప్రారంభించండి.
- 2 జోడించండి శీర్షిక (ఉదా., "మీ మొదటి ఆర్డర్‌పై 10% తగ్గింపు పొందండి!").
- 2 చేర్చండి కూపన్ కోడ్ (ఉదా., "స్వాగతం10").
- మీ బ్రాండ్‌కు సరిపోయేలా రంగులు, ఫాంట్‌లు మరియు చిత్రాలను అనుకూలీకరించండి.

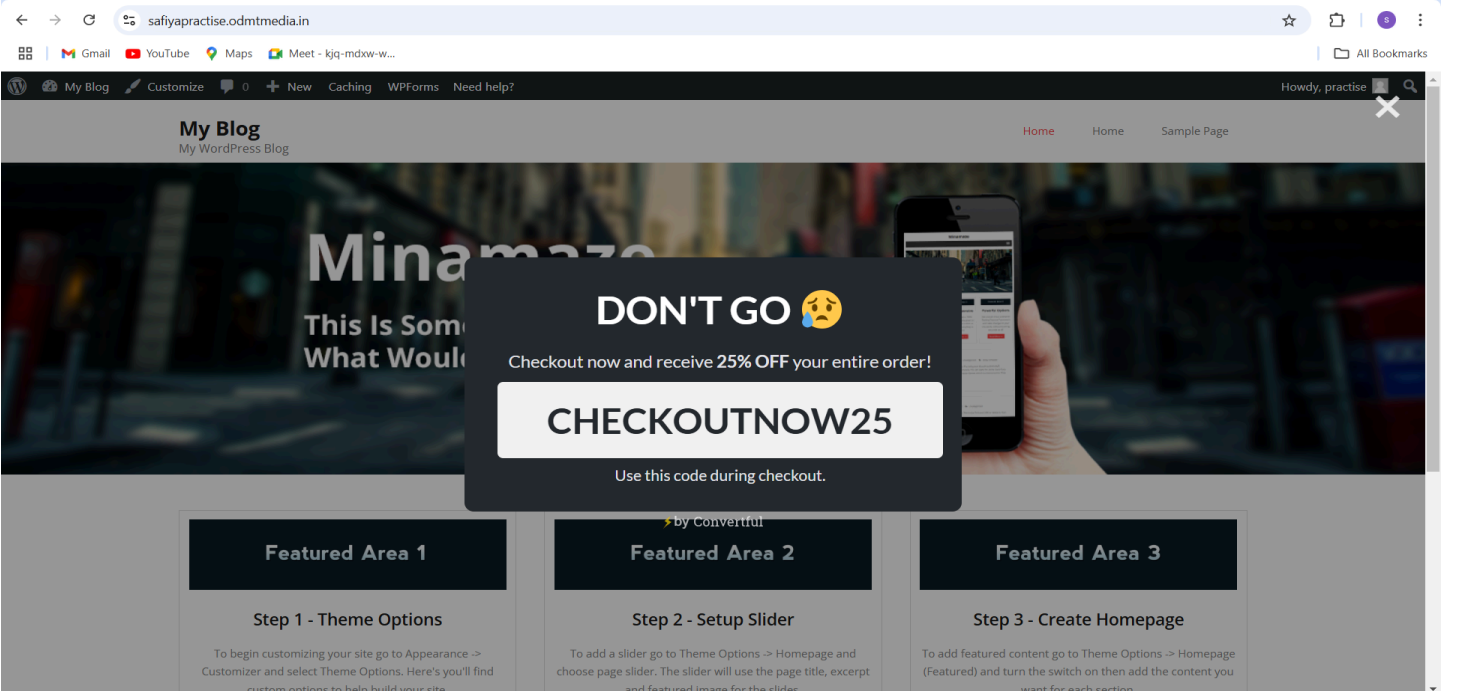
సి. ప్రదర్శన నియమాలను సెట్ చేయండి

- పాపప్‌ని చూపండి వినియోగదారు నిర్దిష్ట పేజీని సందర్శించినప్పుడు (ఉదా., కార్ట్ లేదా చెక్‌అవుట్ పేజీ).
- దాన్ని ట్రిగ్గర్ చేయండి ఒక వినియోగదారు నిష్క్రమించబోతున్నప్పుడు (నిష్క్రమణ-ఉద్దేశం పాప్‌అప్).
- దానిని ప్రదర్శించు కొత్త సందర్శకుల కోసం మాత్రమే లేదా లాగిన్ అయిన వినియోగదారులు.



Step 4: కూపన్ విడ్జెట్‌ను ప్రచురించి పరీక్షించండి

1. క్లిక్ చేయండి సేవ & ప్రచురించు కన్వర్ట్‌పుల్‌లో.
2. మీ WooCommerce స్టోర్‌ని సందర్శించండి మరియు కూపన్ పాపప్ ఊహించిన విధంగా కనిపిస్తుందో లేదో తనిఖీ చేయండి.
3. ఇది పని చేస్తుందని నిర్ధారించుకోవడానికి చెక్‌అవుట్ వద్ద కూపన్‌ను వర్తింపజేయడం ద్వారా పరీక్షించండి.

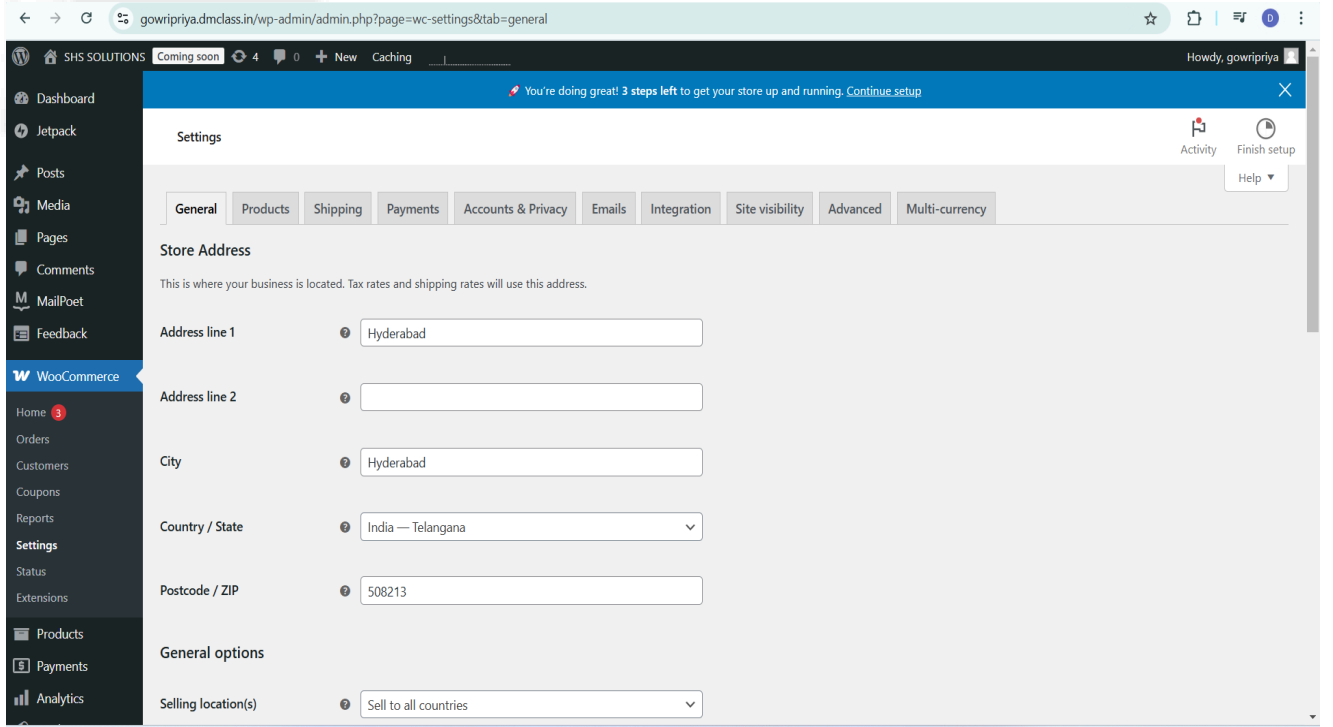


Shipping:

షిప్పింగ్ ఏదైనా ఒక కీలకమైన భాగం **WooCommerce** స్టోర్, లొకేషన్, బరువు మరియు మరిన్నింటి ఆధారంగా డెలివరీ ఎంపికలు, ధరలు మరియు నియమాలను సెటప్ చేయడానికి స్టోర్ యజమానులను అనుమతిస్తుంది. దేశీయ మరియు అంతర్జాతీయ షిప్పింగ్ను సమర్థవంతంగా నిర్వహించడానికి WooCommerce అనువైన షిప్పింగ్ సెట్టింగ్లను అందిస్తుంది.

Step 1: WooCommerceలో షిప్పింగ్ని ప్రారంభించండి

1. మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్‌బోర్డ్.
2. వెళ్ళండి **WooCommerce** > సెట్టింగ్లు.
3. పై క్లిక్ చేయండి షిప్పింగ్ ట్యాబ్.
4. షిప్పింగ్ ప్రారంభించడకపోతే, మీ స్టోర్ స్థానం కింద సెట్ చేయబడిందో లేదో తనిఖీ చేయండి **WooCommerce** > సెట్టింగ్లు > సాధారణం.



Step 2: షిప్పింగ్ జోన్లను సృష్టించండి

ఎ షిప్పింగ్ జోన్ మీరు షిప్పింగ్ పద్ధతులు మరియు రేట్లను సెట్ చేసే భౌగోళిక ప్రాంతం.

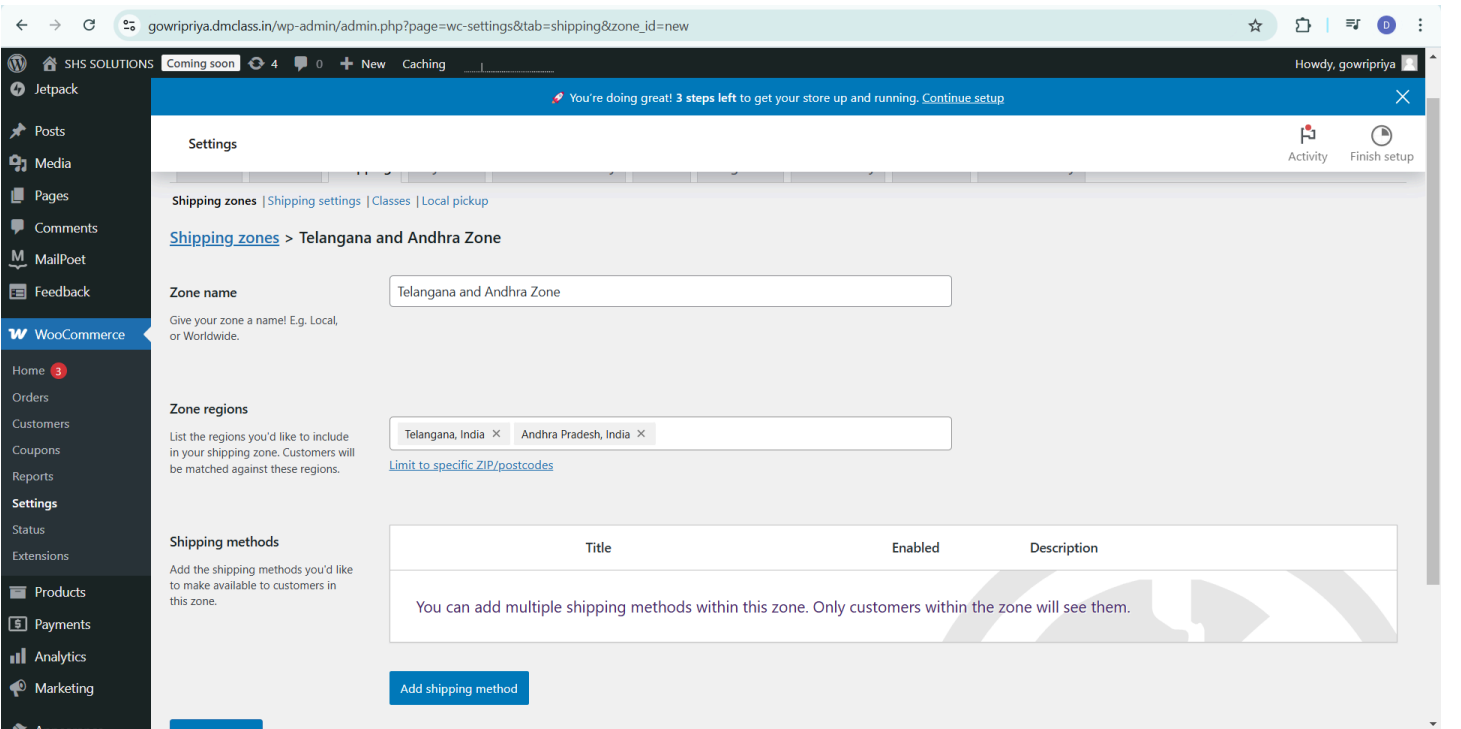
ఉదాహరణ:

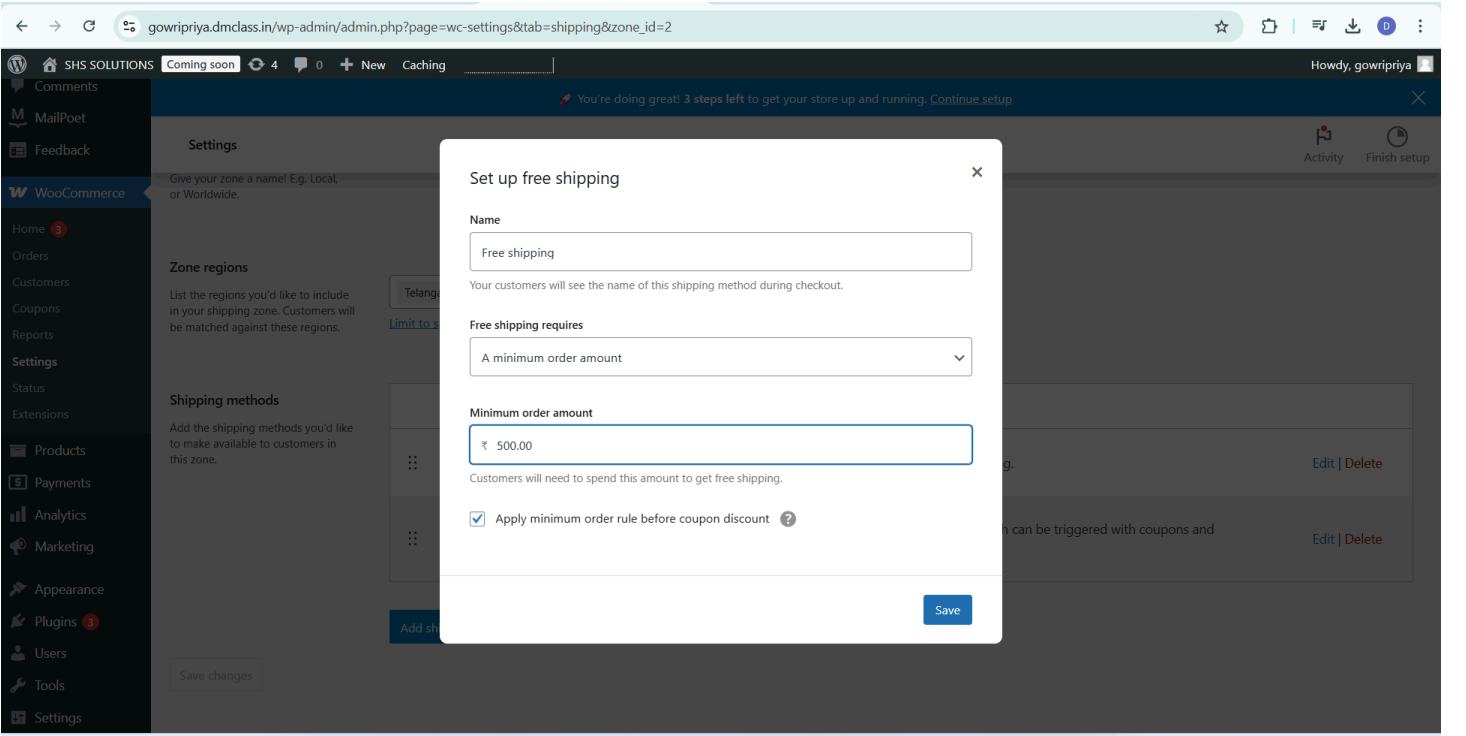
- జోన్ 1: USA (ఉచిత షిప్పింగ్)
- జోన్ 2: యూరప్ (ఫ్లాట్ రేట్ షిప్పింగ్)

- జోన్ 3: రెస్ట్రైన్డ్ ఆఫ్ ది వరల్డ్ (బరువు-ఆధారిత పిప్పింగ్)

పిప్పింగ్ జోన్‌ను ఎలా జోడించాలి

1. వెళ్ళండి **WooCommerce** > సెటింగ్‌లు > పిప్పింగ్.
2. క్లిక్ చేయండి పిప్పింగ్ జోన్‌ను జోడించండి.
3. నమోదు చేయండి జోన్ పేరు (ఉదా., USA, యూరోప్).
4. ఎంచుకోండి జోన్ ప్రాంతం (ఉదా., యునైటెడ్ స్టేట్స్).
5. క్లిక్ చేయండి పిప్పింగ్ పద్ధతిని జోడించండి కస్టమర్‌లకు ఎలా ఛార్జీ విధించబడుతుందో నిర్వచించడానికి.





Step 3: షిప్పింగ్ పద్ధతులను కాన్ఫిగర్ చేయండి

WooCommerce మూడు అంతర్నిర్మిత షిప్పింగ్ పద్ధతులను అందిస్తుంది:

1. ఉచిత షిప్పింగ్.

- ఉదాహరణ: "\$100 కంటే ఎక్కువ ఆర్డర్లపై ఉచిత షిప్పింగ్"
- ఎలా సెటప్ చేయాలి:
 1. ఎంచుకోండి ఉచిత షిప్పింగ్ షిప్పింగ్ జోన్ కింద.
 2. వంటి షరతులను సెట్ చేయండి కనీస ఆర్డర్ మొత్తం లేదా కూపన్ ఆధారిత ఉచిత షిప్పింగ్.

gowripriya.dmclass.in/cart/

SHS SOLUTIONS Coming soon Customize 4 0 + New Edit Page Caching Howdy, gowripriya

Cart

Search Search

FARBOT ₹300.00

~~₹500.00~~ ₹300.00

SAVE ₹200.00

FARBOT Latest Stylish Polyester Printed Men Full Sleeve T-shirt

- 1 +

Remove item

Add a coupon

Subtotal ₹300.00

Delivery **FREE**
Free shipping

Delivers to **CALIFORNIA, UNITED STATES (US)**

Free shipping
FREE

Total ₹300.00

This page is in "Coming soon" mode and is only visible to you and those who have permission. To make it public to everyone, [change visibility settings](#)

2. ఫ్లాట్ రేట్ షిప్పింగ్.

- ఉదాహరణ: "షిప్పింగ్ కోసం ఆర్డర్కు \$10 వసూలు చేయండి"
- ఎలా సెటప్ చేయాలి:
 1. ఎంచుకోండి ఫ్లాట్ రేట్ షిప్పింగ్ జోన్ కింద.
 2. షిప్పింగ్ ధరను నమోదు చేయండి (ఉదా., \$10 ఆర్డర్ ప్రకారం).

gowripriya.dmclass.in/wp-admin/admin.php?page=wc-settings&tab=shipping&zone_id=2

SHS SOLUTIONS Coming soon 4 0 + New Caching Howdy, gowripriya

You're doing great! 3 steps left to get your store up and running. [Continue setup](#)

Comments MailPoet Feedback

WooCommerce

Home Orders Customers Coupons Reports Settings Status Extensions

Products Payments Analytics Marketing Appearance Plugins Users Tools Settings

Settings

Give your zone a name! E.g. Local, or Worldwide.

Zone regions

List the regions you'd like to include in your shipping zone. Customers will be matched against these regions.

Shipping methods

Add the shipping methods you'd like to make available to customers in this zone.

Save changes

Set up flat rate

Name

Flat rate

Your customers will see the name of this shipping method during checkout.

Tax status

Taxable

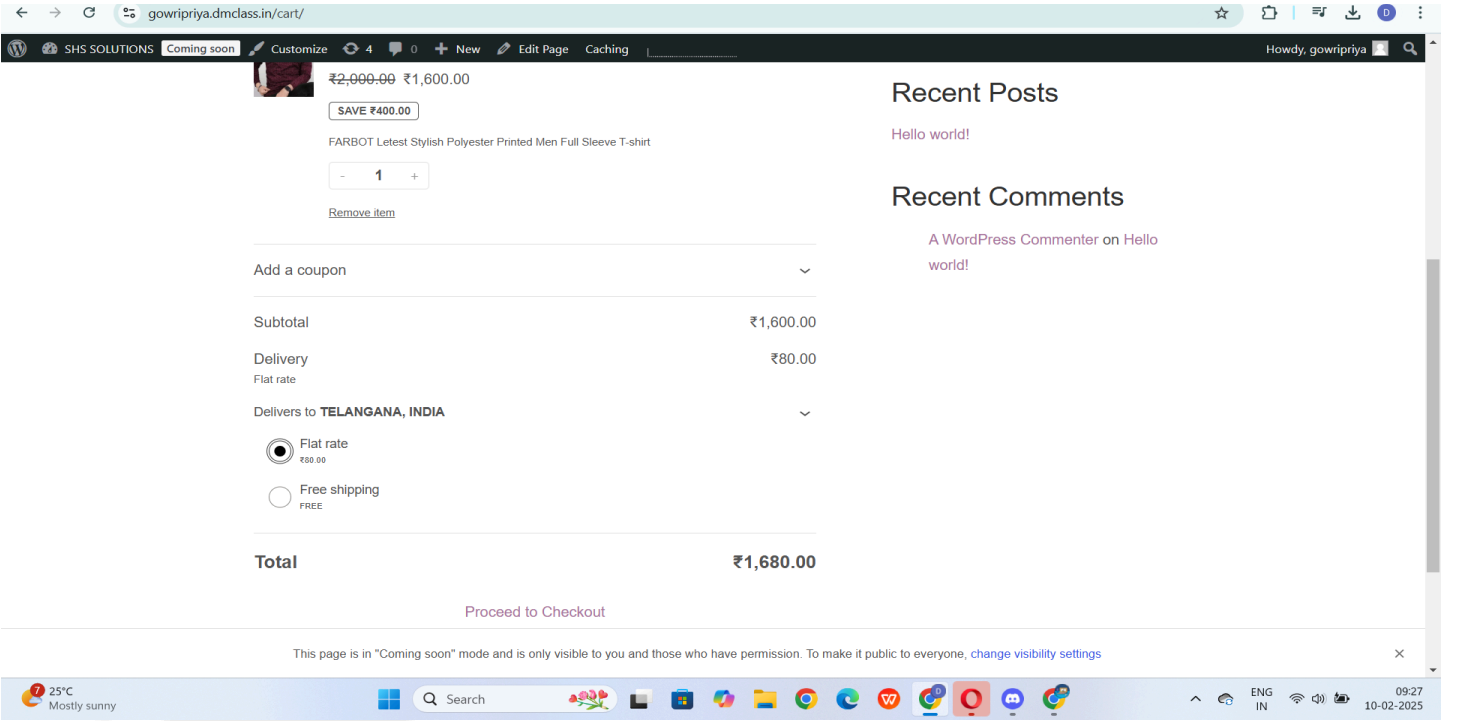
Cost

₹ 80.00*[qty]

Add shipping class costs

STEP 2 OF 2

Back Create and save



WooCommerce UPIలో చెల్లింపు గేట్వేలు:

WooCommerce మద్దతు ఇస్తుంది **100+** చెల్లింపు గేట్వేలు ప్రపంచవ్యాప్తంగా, వ్యాపారాలు చెల్లింపులను ఆమోదించడానికి అనుమతిస్తుంది క్రెడిట్/డెబిట్ కార్డులు, **UPI**, నెట్ బ్యాంకింగ్, వాలెట్లు మరియు క్రిప్టోకరెన్సీలు. అందుబాటులో ఉన్న గేట్వేల సంఖ్య ఆధారపడి ఉంటుంది మీ దేశం మరియు వ్యాపార అవసరాలు.

UPI:

ఎ **UPI** (యూనిఫైడ్ పేమెంట్స్ ఇంటర్ఫేస్) ప్లగ్ ఇన్ WooCommerceలో స్టోర్ యజమానులు అంగీకరించడానికి అనుమతిస్తుంది ప్రత్యక్ష **UPI** చెల్లింపులు చెక్అవుట్ సమయంలో కస్టమర్ల నుండి.

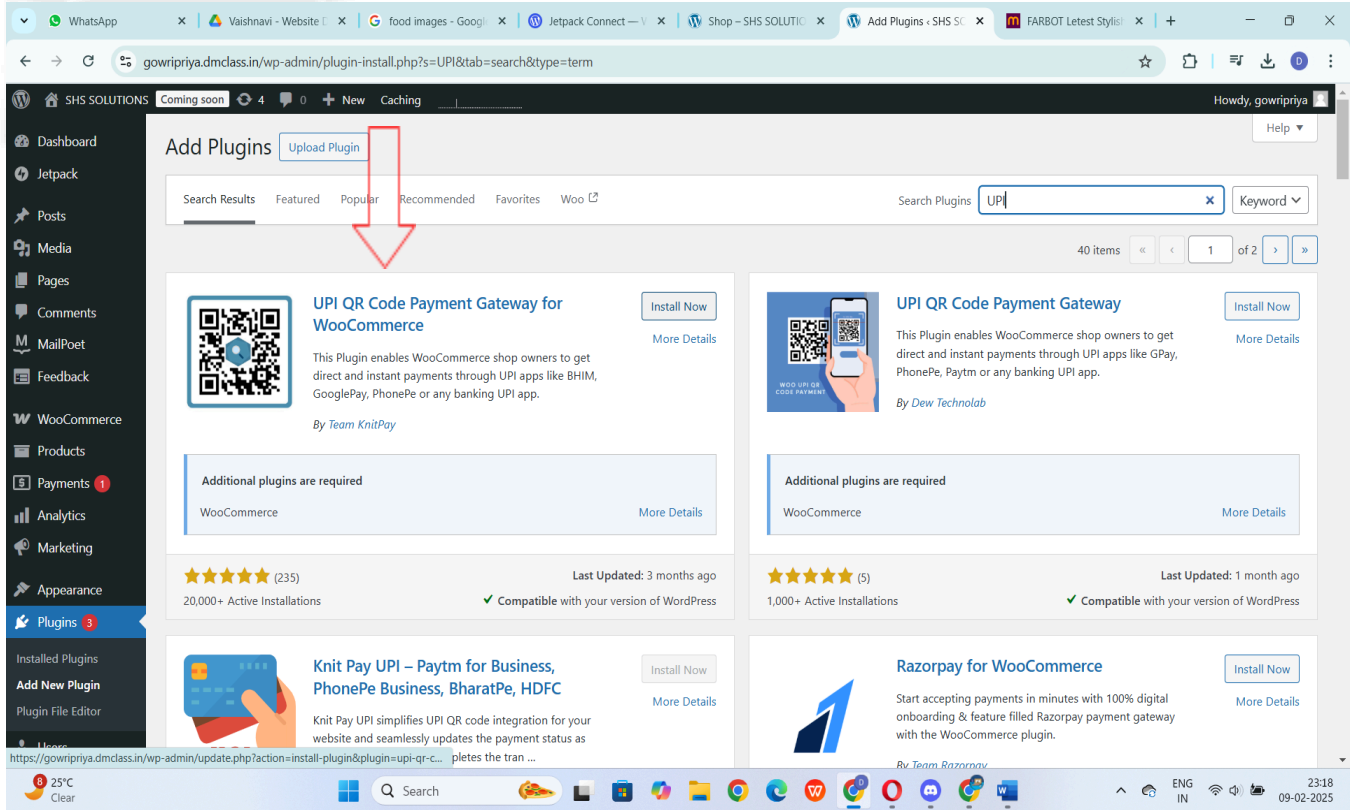
ది నిట్ పే **UPI** ప్లగ్ ఇన్ మీ WooCommerce స్టోర్లో ఏకీకృత చెల్లింపుల ఇంటర్ఫేస్ (UPI) చెల్లింపు సామర్థ్యాలను ఏకీకృతం చేయడానికి రూపొందించబడిన WordPress పొడిగింపు. ఈ అనుసంధానం BHIM, Google Pay, Paytm, PhonePe లేదా ఏదైనా బ్యాంకింగ్ UPI అప్లికేషన్ వంటి UPI యాప్లను ఉపయోగించి నేరుగా మరియు తక్షణ చెల్లింపులు చేయడానికి కస్టమర్లను అనుమతిస్తుంది.

UPI ప్లగ్ ఇన్ ఏమి చేస్తుంది?

- ప్రారంభిస్తుంది ప్రత్యక్ష చెల్లింపులు Google Pay, PhonePe, Paytm, BHIM మరియు WhatsApp Pay వంటి UPI యాప్లను ఉపయోగించడం.
- a ఉత్పత్తి చేస్తుంది QR కోడ్ సులభమైన చెల్లింపుల కోసం చెక్అవుట్ వద్ద.
- వినియోగదారులను అనుమతిస్తుంది UPI IDని నమోదు చేయండి మరియు నేరుగా చెల్లించండి.
- అందిస్తుంది తక్షణ డబ్బు పరిష్కారం ఆలస్యం లేకుండా.

Installation:

- మీ WordPress డాష్బోర్డ్కి నావిగేట్ చేయండి.
- వెళ్ళండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
- "Knit Pay UPI" కోసం శోధించి, క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి.
- ఇన్స్టాల్షన్ తర్వాత, క్లిక్ చేయండి యాక్టివేట్ చేయండి.



UPI చెల్లింపు సెట్టింగులను కాన్ఫిగర్ చేయండి

1. వెళ్ళండి **WooCommerce** > సెట్టింగులు > చెల్లింపులు.
2. కనుగొనండి **UPI చెల్లింపు** గేట్వే మరియు క్లిక్ చేయండి నిర్వహించండి.
3. చెల్లింపు పద్ధతిని ప్రారంభించి, మీ నమోదు చేయండి **UPI ID** (ఉదా., yourname@upi).
4. ఎంచుకోండి **QR కోడ్ ప్రదర్శన (ఐచ్ఛికం)** మరియు సూచనలను కాన్ఫిగర్ చేయండి.

5. క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

మీ **WordPress** వెబ్‌సైట్‌కి "**GST QR కోడ్ లేకుండా**" ఎలా జోడించాలి:

1. QR కోడ్ ప్లగిన్‌ని ఎంచుకోండి:

ప్లగిన్ రిపోజిటరీ నుండి "QR కోడ్ జనరేటర్" లేదా "Kaya QR కోడ్ జనరేటర్" వంటి WordPress ప్లగిన్‌ను ఇన్‌స్టాల్ చేయండి.

2. QR కోడ్‌ని రూపొందించండి:

ప్లగిన్ సెట్టింగ్‌లను యాక్సెస్ చేయండి మరియు మీరు QR కోడ్ లింక్ చేయాలనుకుంటున్న URLని ఇన్‌పుట్ చేయండి (ఉదా., మీ సంప్రదింపు పేజీ).

3. మీ పేజీలో పొందుపరచండి:

రూపొందించబడిన షార్ట్‌కోడ్‌ను కాపీ చేసి, మీ వెబ్‌సైట్‌లో మీరు QR కోడ్ కనిపించాలనుకుంటున్న చోట దాన్ని అతికించండి.

ముఖ్యమైన పరిగణనలు:

GST వ్యాపారాలకు వర్తింపు:

మీరు GST కంప్లైంట్ ఇన్‌వాయిస్‌లను రూపొందించడానికి అవసరమైన వ్యాపారం అయితే, అవసరమైన అన్నీ GST వివరాలను కలిగి ఉన్న QR కోడ్‌లను రూపొందించడానికి మీకు ప్రత్యేక పరిష్కారం అవసరం.

UPI చెల్లింపు ఇంటిగ్రేషన్:

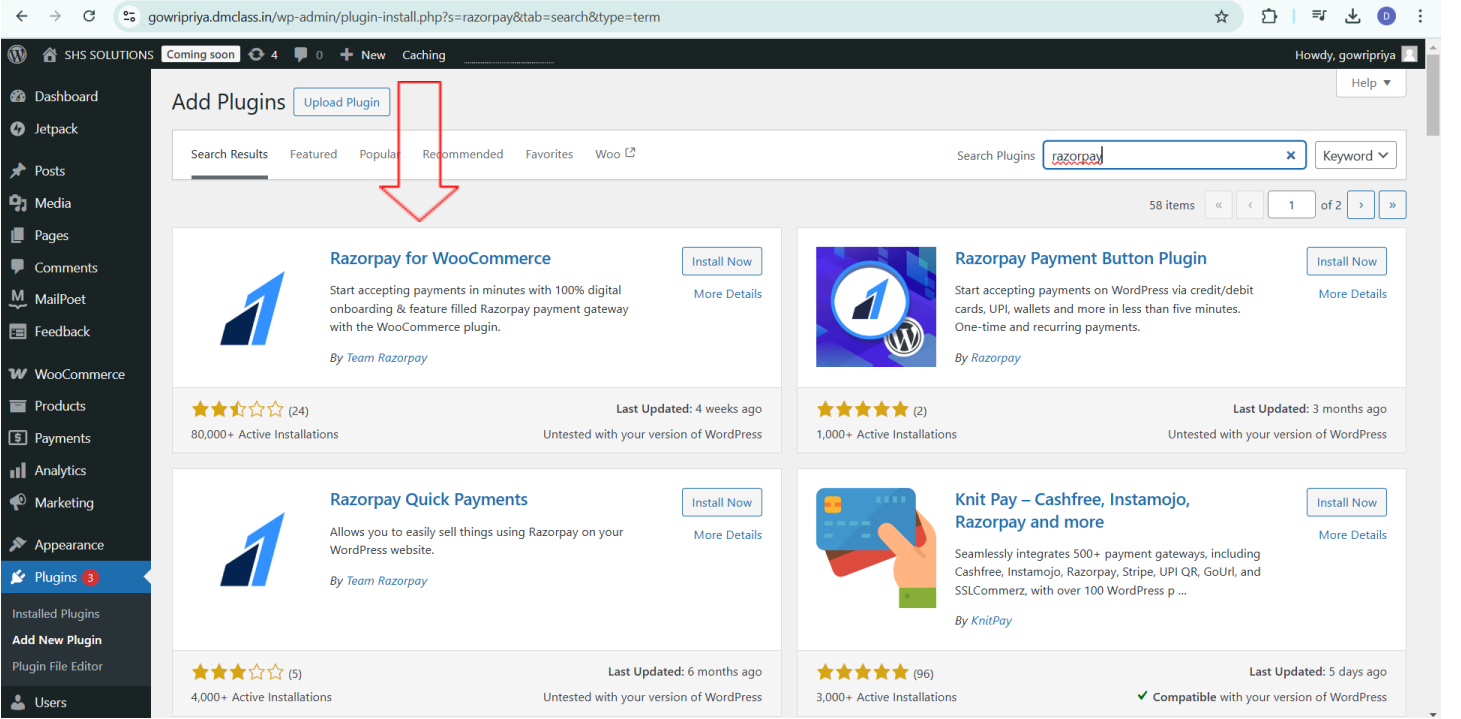
మీరు QR కోడ్‌ల ద్వారా UPI చెల్లింపులను ప్రారంభించాలనుకుంటే, UPI ఇంటిగ్రేషన్ కోసం రూపొందించబడిన నిర్దిష్ట ప్లగిన్‌లు అందుబాటులో ఉన్నాయి మరియు బదులుగా వాటిని ఉపయోగించవచ్చు.

Razorpay:

Razorpay అనేది భారతదేశంలో ఆన్‌లైన్ చెల్లింపులను అంగీకరించడానికి వ్యాపారాలను అనుమతించే ప్రముఖ చెల్లింపు గేట్‌వే. మీరు WooCommerce Razorpay చెల్లింపు గేట్‌వే వంటి ప్లగిన్‌లను ఉపయోగించి మీ WordPress ఇ-కామర్స్ సైట్‌లో Razorpayని ఇంటిగ్రేట్ చేయవచ్చు.

ప్లగిన్ ఇన్స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయండి

1. మీ **WordPress** డాష్‌బోర్డ్‌కి లాగిన్ చేయండి.
2. నావిగేట్ చేయండి ప్లగిన్లు > కొత్తవి జోడించండి.
3. కోసం వెతకండి "**WooCommerce Razorpay**".
4. క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి ప్లగిన్



Razorpay API ఆధారాలను పొందండి

1. సైన్ అప్ చేయండి లేదా లాగిన్ చేయండి మీ Razorpay ఖాతాకు: Razorpay డ్యాష్‌బోర్డ్
2. వెళ్ళండి సెట్టింగ్లు > **API** కీలు.
3. క్లిక్ చేయండి లైవ్ కీని రూపొందించండి (నిజమైన లావాదేవీల కోసం) లేదా పరీక్ష కీని రూపొందించండి (పరీక్ష కోసం).
4. కాపీ చేయండి కీ ID మరియు కీలక రహస్యం.

WooCommerceలో Razorpayని కాన్ఫిగర్ చేయండి

1. వెళ్ళండి **WooCommerce** > సెట్టింగ్లు > చెల్లింపులు.
2. కనుగొనండి రేజర్పే చెల్లింపు ఎంపికలలో మరియు క్లిక్ చేయండి నిర్వహించండి.
3. ప్రారంభించు **Razorpay** చెల్లింపు గేట్‌వే.
4. అతికించండి కీ ID మరియు కీలక రహస్యం Razorpay నుండి.

5. ప్రారంభించు పరీక్ష మోడ్ మీరు ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడానికి ముందు లావాదేవీలను పరీక్షించాలనుకుంటే.
6. క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయి

1. ఆపివేయి పరీక్ష మోడ్ WooCommerce Razorpay సెట్టింగ్లలో.
2. ఉపయోగించండి ప్రత్యక్ష **API** కీలు మీ Razorpay డ్యాష్‌బోర్డ్ నుండి.
3. నిజమైన లావాదేవీలతో పరీక్షించండి.



SEO యొక్క సూచిక

S.no	అంశాలు	పేజీ నం.
------	--------	----------

1	SEO నిర్వచనం, SERP, శోధన ఇంజిన్ పనిచేస్తుంది	86 - 88
2	SEO టెక్నిక్లు, Google నవీకరణలు	89 - 92
3	ఆన్‌పేజ్ SEO, Google శోధన కన్సోల్	93 - 109
4	ఆఫ్‌పేజ్ SEO	110 -136
5	సాంకేతిక SEO	137 -160
6	Grammarly	161 -163
7	AIPRM	164 -165
8	Quilbot	166 -167
9	SEMrush	168 -170
10	Uber suggest	171 - 172

SEO (సెర్చ్ ఇంజన్ ఆప్టిమైజేషన్)

SEO అంటే ఏమిటి?

మరింత సేంద్రియ (చెల్లించని) ట్రాఫిక్ను ఆకర్షించడానికి గూగుల్, బింగ్ మరియు యాహూ వంటి సెర్చ్ ఇంజన్లలో మన వెబ్‌సైట్‌లను అగ్రస్థానంలో ఉంచే ప్రక్రియ. శోధన ఫలితాల్లో అధిక ర్యాంక్ పొందడానికి కంటెంట్, సాంకేతిక అంశాలు మరియు బ్యాక్‌లింక్‌లను ఆప్టిమైజ్ చేయడం ఇందులో ఉంటుంది.

SERP అంటే ఏమిటి?

SERP నిలుస్తుంది శోధన ఇంజిన్ ఫలితాల పేజీ. ఇది Google వంటి శోధన ఇంజిన్‌లో ప్రశ్నను నమోదు చేసిన తర్వాత మీరు చూసే పేజీ. SERP మీ శోధనకు సరిపోలే ఫలితాల జాబితాను ప్రదర్శిస్తుంది, ఇందులో వెబ్‌సైట్‌లు, చిత్రాలు, వీడియోలు, మ్యాప్‌లు, ప్రకటనలు మరియు మరిన్ని ఉంటాయి.

SERP లేఅవుట్

|

టాప్ 4 ప్రకటనలు

|

10 సేంద్రియ ఫలితాలు

|

దిగువ 3 ప్రకటనలు

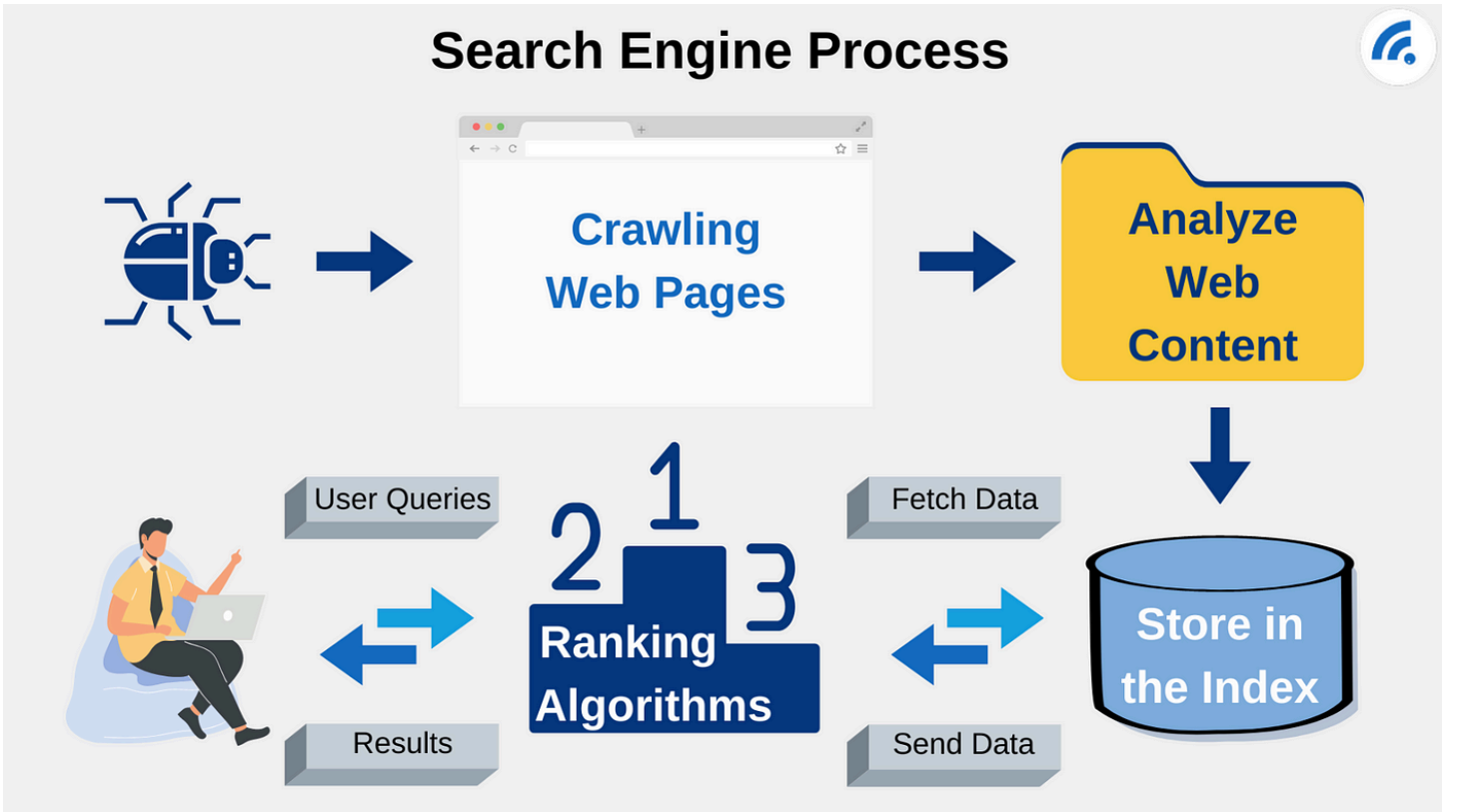
Search Engines ఎలా పని చేస్తాయి:

క్రాలింగ్ - డేటా సేకరణ

ఇండెక్సింగ్ - డేటా యొక్క వర్గీకరణ

రిలవెన్స్ని గణించడం - ర్యాంకింగ్ కారకాలు

ఫలితాలను తిరిగి పొందుతోంది - సెర్చ్లో ఫలితాలను ప్రదర్శిస్తోంది



క్రాలింగ్ చేయడం:

క్రాలింగ్ అనేది శోధన ఇంజిన్లు బాట్లను పంపి ప్రక్రియ, దీనిని కూడా పిలుస్తారు "వెబ్ క్రాలర్లు" లేదా "సాలెపురుగులు," వెబ్లో కొత్త మరియు అప్డేట్ చేయబడిన కంటెంట్ను కనుగొనడానికి. క్రాలర్ వెబ్ పేజీలను సందర్శిస్తుంది, కంటెంట్ను చదువుతుంది మరియు ఇతర పేజీలకు లింక్లను అనుసరిస్తుంది. ఇది టెక్స్ట్, చిత్రాలు, వీడియోలు, PDFలు మరియు మరిన్నింటిని స్కాన్ చేస్తుంది. ఉదాహరణ: ఒక లైబ్రెరీయన్ లైబ్రరీలోని ప్రతి కొత్త పుస్తకాన్ని దాని గురించి ఏమిటో చూడటానికి తనిఖీ చేస్తున్నట్లుగా.

ఇండెక్సింగ్:

ఇండెక్సింగ్ అనేది క్రాల్ చేస్తున్నప్పుడు కనుగొనబడిన కంటెంట్ను నిల్వ చేయడం మరియు నిర్వహించడం. ఈ "సూచిక" అనేది ఒక పెద్ద లైబ్రరీ డేటాబేస్ వంటిది, ఇక్కడ ప్రతి పేజీని జాబితా చేస్తారు. శోధన ఇంజిన్ కంటెంట్, కీలకపదాలు, మెటాడేటా, చిత్రాలు మరియు పేజీ యొక్క నిర్మాణాన్ని విశ్లేషిస్తుంది.

పేజీలు Google యొక్క భారీ సూచికలో నిల్వ చేయబడతాయి, ఎవరైనా సంబంధిత సమాచారం కోసం శోధించినప్పుడు తిరిగి పొందేందుకు సిద్ధంగా ఉంటాయి.

ఉదాహరణ: లైబ్రేరియన్ నిర్దిష్ట కేటగిరీలలో పుస్తకాలను దాఖలు చేస్తారు కాబట్టి వాటిని తర్వాత సులభంగా కనుగొనవచ్చు.

ఔచిత్యాన్ని లెక్కించడం:

వినియోగదారు ప్రశ్నను టైప్ చేసినప్పుడు, అత్యంత సంబంధిత ఫలితాలను కనుగొనడానికి శోధన ఇంజిన్ దాని సూచికను విశ్లేషిస్తుంది. కీలకపదాలు, బ్యాక్లింక్లు, పేజీ వేగం, మొబైల్-స్నేహపూర్వకత మరియు వినియోగదారు నిశ్చితార్థం వంటి వందలాది ర్యాంకింగ్ కారకాల ఆధారంగా ఔచిత్యాన్ని గుర్తించడానికి Google సంక్లిష్ట అల్గారిథమ్లను ఉపయోగిస్తుంది.

ఉదాహరణ: పాఠకుడు వెతుకుతున్న దాని ఆధారంగా ఉత్తమ పుస్తకాన్ని సిఫార్సు చేస్తున్న లైబ్రేరియన్.

ఫలితాలను తిరిగి పొందుతోంది:

శోధన ఇంజిన్ ఫలితాల పేజీ (SERP)లో శోధన ఫలితాలను అందించడం చివరి దశ. Google సంబంధిత పేజీలను వాటి నాణ్యత మరియు సంబంధిత స్కోర్ ఆధారంగా ర్యాంక్ చేస్తుంది. ఫలితాలలో ఆర్గానిక్ జాబితాలు, ప్రకటనలు, ఫీచర్ చేయబడిన స్నిప్పెట్లు, చిత్రాలు మరియు మరిన్ని ఉండవచ్చు.

ఉదాహరణ: లైబ్రేరియన్ చాలా వరకు క్రమబద్ధీకరించబడిన పుస్తకాల స్టాక్ను అందజేస్తారు.

Keyword research టెక్నిక్స్:

కీవర్డ్ పరిశోధన అనేది సమాచారం కోసం శోధిస్తున్నప్పుడు వ్యక్తులు ఉపయోగించే పదాలు లేదా ప్రశ్నలను కనుగొని విశ్లేషించే ప్రక్రియ.

Brainstorming - మీ వ్యాపారం, ఉత్పత్తులు, సేవలు లేదా మీరు లక్ష్యంగా చేసుకున్న అంశం గురించి ఆలోచించండి.

Google suggest - మీరు Google శోధన బార్లో టైప్ చేయడం ప్రారంభించినప్పుడు కనిపించే డ్రాప్ డౌన్ జాబితా Google సూచన

Ubersuggest - Ubersuggest అనేది నీల్ పటేల్ రూపొందించిన ఉచిత కీవర్డ్ పరిశోధన సాధనం. ఇది కీవర్డ్ ఆలోచనలను రూపొందించడంలో సహాయపడుతుంది మరియు SEO మెట్రిక్లను అందిస్తుంది.

SEO Techniques అంటే ఏమిటి?

ఇది (శోధన ఇంజిన్ ఆప్టిమైజేషన్) వెబ్‌సైట్ ర్యాంకింగ్‌ను మెరుగుపరచడానికి వివిధ సాంకేతికతలను కలిగి ఉంటుంది **Google, Bing** మరియు ఇతర శోధన ఇంజిన్లు. సరైన SEO పద్ధతులను ఉపయోగించడం ద్వారా, మీరు ఆకర్షించవచ్చు సేంద్రీయ (ఉచిత) ట్రాఫిక్ మరియు మీ వెబ్‌సైట్ దృశ్యమానతను పెంచుకోండి.

1. వైట్ **Hat SEO**(ONPAGE SEO, OFF PAGE SEO, TECHNICAL SEO) – నైతిక మరియు Google ఆమోదించిన పద్ధతులు
2. బ్ల్యాక్ హాట్ **SEO** - త్వరిత ఫలితాల కోసం అనైతిక, నియమాలను ఉల్లంఘించే పద్ధతులు.
3. గ్రే **Hat SEO** – వైట్ Hat మరియు Black Hat వ్యూహాల మిశ్రమం.

Black Hat SEO (అనైతిక & ప్రమాదకర పద్ధతులు):

Black Hat SEO కలిగి ఉంటుంది మానిప్యులేటివ్ పద్ధతులు శోధన ఇంజిన్లలో త్వరగా ర్యాంక్ చేయడానికి. ఈ పద్ధతులు **Google** మార్గదర్శకాలను ఉల్లంఘించడం మరియు దారితీయవచ్చు జరిమానాలు లేదా వెబ్‌సైట్ డీఇండెక్సింగ్.

సాధారణ Black Hat SEO పద్ధతులు:

కీవర్డ్ స్టఫింగ్ – ర్యాంకింగ్‌లను మార్చేందుకు కంటెంట్‌లో అసహజంగా కీలక పదాలను పునరావృతం చేయడం.

దాచిన వచనం & లింక్లు - శోధన ఇంజిన్లను మోసగించడానికి అదృశ్య కీలకపదాలు లేదా లింక్లను ఉంచడం.

స్వయంచాలక కంటెంట్ (**AI** స్పామ్) - వాస్తవ విలువ లేకుండా తక్కువ-నాణ్యత, AI-వ్రాతపూర్వక కంటెంట్‌ను రూపొందించడం.

వచన నేపథ్య రంగును మార్చడం.

Grey Hat SEO (బోర్డర్లైన్ టెక్నిక్స్ - ప్రమాదకరం కానీ చట్టవిరుద్ధం కాదు) :

Grey Hat SEO మిశ్రమం వైట్ టోపీ మరియు బ్లాక్ టోపీ పద్ధతులు. ఇది శోధన ఇంజిన్లచే స్పష్టంగా నిషేధించబడలేదు కానీ కావచ్చు ప్రమాదకరం అతిగా వాడితే.

సాధారణ Grey Hat SEO పద్ధతులు:

క్లోకింగ్ - శోధన ఇంజిన్లు మరియు వినియోగదారులకు విభిన్న కంటెంట్ను చూపుతోంది.

డూప్లికేట్ కంటెంట్ - ఇతర వెబ్సైట్ల నుండి కంటెంట్ను కాపీ చేయడం.

స్పామ్ బ్యాక్లింక్లు - తక్కువ-నాణ్యత, అసంబద్ధమైన సైట్ల నుండి బ్యాక్లింక్లను కొనుగోలు చేయడం

నకిలీ సామాజిక సంకేతాలు - నకిలీ Facebook ఇష్టాలు, Twitter అనుచరులు లేదా YouTube వీక్షణలను కొనుగోలు చేయడం.

White Hat SEO (నైతిక & సురక్షిత పద్ధతులు):

White Hat SEO సూచిస్తుంది చట్టబద్ధమైన, **Google** ఆమోదించిన పద్ధతులు శోధన ఇంజిన్ మార్గదర్శకాలను అనుసరిస్తుంది. ఇది దీర్ఘకాలిక వెబ్సైట్ వృద్ధిపై దృష్టి పెడుతుంది.

కీలకమైన వైట్ హాట్ **SEO** పద్ధతులు:

నాణ్యమైన కంటెంట్ - విలువైన, ప్రత్యేకమైన మరియు సమాచార కంటెంట్ను వ్రాయండి.

కీవర్డ్ ఆప్టిమైజేషన్ - సగ్గుబియ్యం లేకుండా సహజంగా కీలకపదాలను ఉపయోగించండి.

మొబైల్ ఆప్టిమైజేషన్ - మీ సైట్ మొబైల్ అనుకూలమైనదని నిర్ధారించుకోండి.

పేజీ స్పీడ్ ఆప్టిమైజేషన్ - మెరుగైన వినియోగదారు అనుభవం కోసం లోడింగ్ సమయాన్ని మెరుగుపరచండి.

బ్యాక్లింక్ బిల్డింగ్ (నైతిక పద్ధతులు) - ప్రసిద్ధ వెబ్సైట్ల నుండి లింక్లను పొందండి.

అంతర్గత లింకింగ్ - మీ వెబ్సైట్లో సంబంధిత పేజీలను కనెక్ట్ చేయండి.

Google నవీకరణలు:

Google నవీకరణలు శోధన ఫలితాల నాణ్యత, ఔచిత్యం మరియు ఖచ్చితత్వాన్ని మెరుగుపరచడానికి Google శోధన అల్గారిథమ్లు మరియు సిస్టమ్లకు చేసిన మార్పులు లేదా సవరణలను చూడండి. ఈ అప్డేట్లు వినియోగదారులు Googleలో శోధించినప్పుడు అత్యంత ఉపయోగకరమైన మరియు నమ్మదగిన సమాచారాన్ని పొందడంలో సహాయపడతాయి.

1. Google పాండా అప్డేట్ (2011)

- ప్రయోజనం: తక్కువ-నాణ్యత కంటెంట్‌ను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి మరియు అధిక-నాణ్యత వెబ్‌సైట్‌ల కోసం ర్యాంకింగ్‌లను మెరుగుపరచడానికి.
- దృష్టి: సన్నని కంటెంట్, డూప్లికేట్ కంటెంట్, కంటెంట్ ఫామ్‌లు, కీవర్డ్ స్టఫింగ్ మరియు పేలవమైన వినియోగదారు అనుభవం.
- ప్రభావం: విలువైన, అసలైన మరియు ఇన్ఫర్మేటివ్ కంటెంట్ ఉన్న వెబ్‌సైట్‌లు మెరుగైన ర్యాంకింగ్‌లను సాధించగా, తక్కువ-నాణ్యత కంటెంట్ ఉన్న సైట్‌లకు జరిమానా విధించబడింది.

2. Google పెంగ్విన్ అప్డేట్ (2012)

- ప్రయోజనం: వెబ్ స్పామ్‌తో పోరాడటానికి, ప్రత్యేకంగా మానిప్యులేటివ్ లింక్-బిల్డింగ్ పద్ధతులను లక్ష్యంగా చేసుకుంటుంది.
- దృష్టి: ఓవర్-ఆప్టిమైజ్ చేసిన యాంకర్ టెక్స్ట్, లింక్ స్కీమ్‌లు, అసహజ బ్యాక్‌లింక్‌లు మరియు బ్లాక్-టోపి SEO పద్ధతులు.
- ప్రభావం: స్పామ్మీ లింక్-బిల్డింగ్ వ్యూహాలను ఉపయోగించే సైట్‌లకు జరిమానా విధించబడింది, అయితే సహజమైన, అధిక-నాణ్యత బ్యాక్‌లింక్‌లు ఉన్నవి ప్రయోజనం పొందాయి.

3. Google Pigeon Update (2014)

- ప్రయోజనం: Google స్థానం మరియు దూర ర్యాంకింగ్ పారామితులను మెరుగుపరచడం ద్వారా స్థానిక శోధన ఫలితాలను మెరుగుపరచడానికి.
- దృష్టి: స్థానిక SEO, Google Maps ఇంటిగ్రేషన్ మరియు సామీప్య-ఆధారిత శోధనలు.
- ప్రభావం: సాంప్రదాయ వెబ్ ర్యాంకింగ్ కారకాలతో మరింత సన్నిహితంగా స్థానిక శోధనను సమలేఖనం చేస్తూ శోధన ఫలితాల్లో స్థానిక వ్యాపారాల దృశ్యమానతను పెంచింది.

4. ఖచ్చితమైన మ్యాచ్ డొమైన్ (EMD) అప్డేట్ (2012)

- ప్రయోజనం: తక్కువ-నాణ్యత కంటెంట్ ఉన్నప్పటికీ అత్యధిక ర్యాంక్ పొందిన ఖచ్చితమైన-మ్యాచ్ డొమైన్‌ల ప్రభావాన్ని తగ్గించడానికి.
- దృష్టి: శోధన ప్రశ్నలకు సరిగ్గా సరిపోలిన డొమైన్‌లు (ఉదా., "cheapflights.com") కానీ పేలవమైన కంటెంట్‌ను అందించాయి.
- ప్రభావం: ప్రభావితమైన తక్కువ-నాణ్యత EMDలు మాత్రమే; ఖచ్చితమైన సరిపోలిక డొమైన్‌లతో ఉన్న అధిక-నాణ్యత సైట్‌లు ప్రభావితం కాలేదు.

5. Google హమ్మింగ్‌బర్డ్ అప్డేట్ (2013)

- ప్రయోజనం: శోధన ప్రశ్నల వెనుక ఉద్దేశాన్ని బాగా అర్థం చేసుకోవడానికి Google యొక్క ప్రధాన అల్గారిథమ్ యొక్క పూర్తి సమగ్ర మార్పు.
- దృష్టి: సెమాంటిక్ శోధన, సహజ భాషా ప్రాసెసింగ్ మరియు సంభాషణ ప్రశ్నలు.
- ప్రభావం: క్లిష్టమైన ప్రశ్నల కోసం సంబంధిత ఫలితాలను అందించడంలో Google సామర్థ్యాన్ని మెరుగుపరచడం, ఖచ్చితమైన కీలకపదాలపై అర్థాన్ని నొక్కి చెప్పడం

6. Mobilegaddon నవీకరణ (2015)

- ప్రయోజనం: మొబైల్ శోధన ఫలితాల్లో మొబైల్ అనుకూల వెబ్సైట్లకు ప్రాధాన్యత ఇవ్వడానికి.
- దృష్టి: మొబైల్ పరికరాలలో మొబైల్ వినియోగం, ప్రతిస్పందించే డిజైన్ మరియు పేజీ లోడ్ వేగం.
- ప్రభావం: మొబైల్-ఆప్టిమైజ్ చేయని సైట్లు మొబైల్ శోధన ర్యాంకింగ్లలో తగ్గుదలని చూశాయి, ప్రతిస్పందించే వెబ్ డిజైన్ను విస్తృతంగా స్వీకరించడాన్ని ప్రోత్సహిస్తుంది.

On-Page SEO అంటే ఏమిటి?

ఆన్-పేజీ SEO సూచిస్తుంది వ్యక్తిగత వెబ్ పేజీలను ఆప్టిమైజ్ చేయడం Google వంటి శోధన ఇంజిన్లలో ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడానికి. ఇందులో ఆప్టిమైజింగ్ ఉంటుంది కంటెంట్, HTML అంశాలు మరియు వెబ్సైట్ నిర్మాణం మరియు చేయడానికి శోధన ఇంజిన్ మరియు యూజర్ ఫ్రెండ్లీ.

SEO ఫ్లగిన్లను ఇన్స్టాల్ చేయండి

మంచి SEO ఫ్లగ్ ఇన్ పేజీలను సులభంగా ఆప్టిమైజ్ చేయడంలో మీకు సహాయపడుతుంది. ఉత్తమ ఎంపికలు:

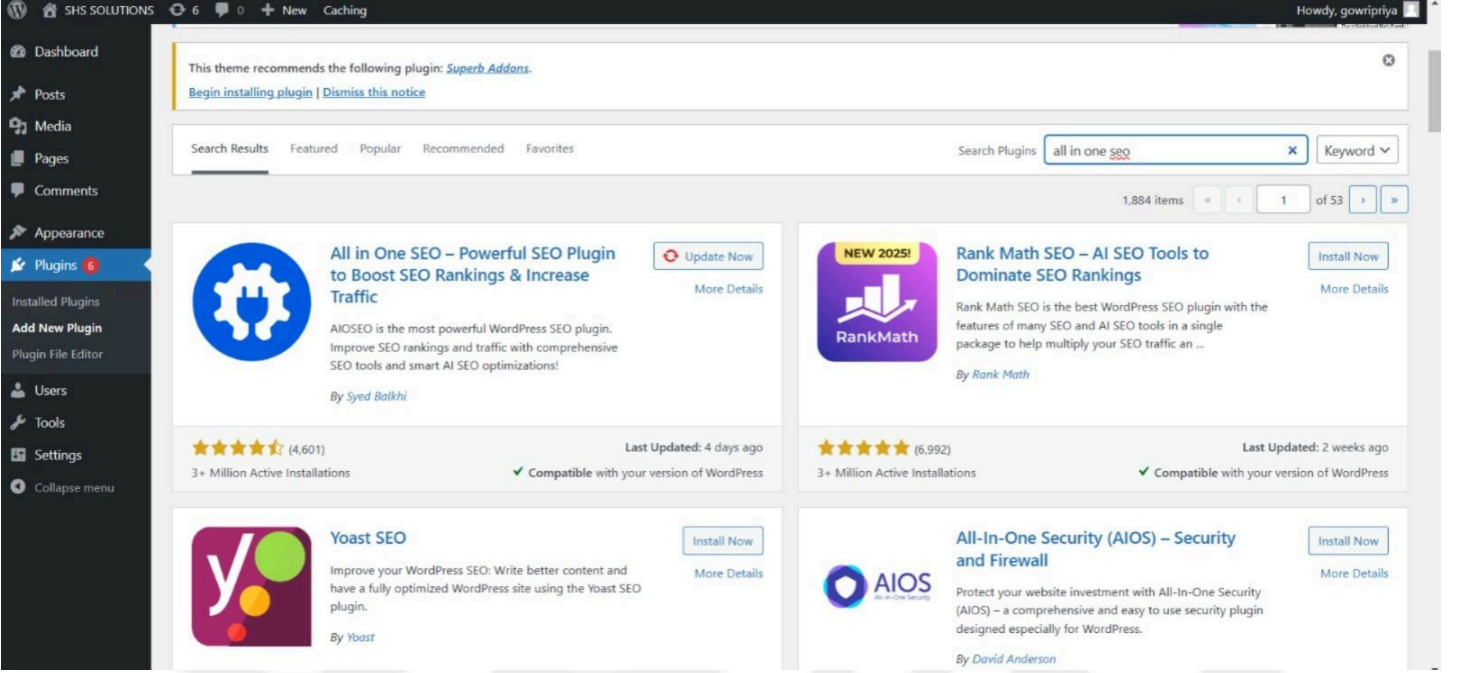
- ఆల్ ఇన్ వన్ SEO (AIOSEO)
- Yoast
- ర్యాంక్ గణితం

అన్నీ ఒకే SEO ఫ్లగిన్లో:

ఆల్ ఇన్ వన్ SEO (AIOSEO) ఫ్లగిన్ WordPress కోసం ఉత్తమ SEO సాధనాల్లో ఒకటి. ఇది శోధన ఇంజిన్ల కోసం మీ వెబ్సైట్ను ఆప్టిమైజ్ చేయడంలో, ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడంలో మరియు మరింత ట్రాఫిక్ను పెంచడంలో సహాయపడుతుంది

AIOSEO ప్లగిన్ని ఇన్స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయండి:

- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్ బోర్డ్.
- వెళ్ళండి ప్లగిన్లు → కొత్తవి జోడించండి.
- కోసం వెతకండి అన్నీ ఒక **SEO**లో.
- క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.



SEO కోసం బ్లాగ్ పోస్టులు & పేజీలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

SEO కోసం పోస్ట్ లేదా పేజీని ఆప్టిమైజ్ చేయడానికి, ఈ దశలను అనుసరించండి:

మీ పోస్ట్/పేజీలో AIOSEO సెట్టింగ్లను తెరవండి

పోస్టులకు వెళ్ళండి → కొత్తవి జోడించండి (లేదా ఇప్పటికే ఉన్న పోస్టును సవరించండి).

క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి **AIOSEO** సెట్టింగ్లు కంటెంట్ ఎడిటర్ క్రింద.

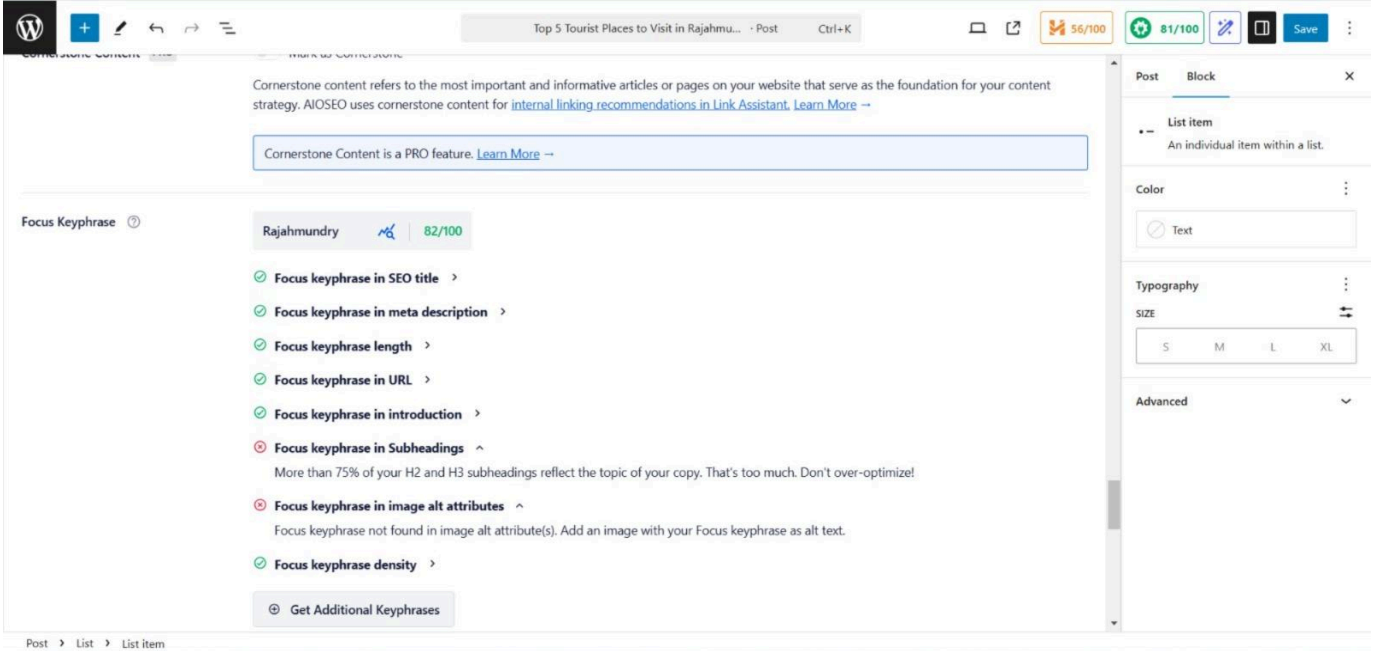
- ఫోకస్ కీప్రేజ్ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి (కీవర్డ్ ఆప్టిమైజేషన్)
- URLని ఆప్టిమైజ్ చేయండి (పర్మా లింక్ స్ట్రక్చర్)
- సరైన హెడ్డింగ్లను ఉపయోగించండి (H1, H2, H3 స్ట్రక్చర్)
- అంతర్గత & బాహ్య లింక్లను జోడించండి
- చిత్రాలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి (Alt Text)
- బోల్డ్లు & ఇటాలిక్లు

- పేరా మొదటి పంక్తి
- స్కీమా మార్కుప్ ను ప్రారంభించండి (రిచ్ స్నిప్పెట్లు)

వెబ్సైట్ నుండి Google ఖచ్చితంగా ఏమి సేకరిస్తుంది:

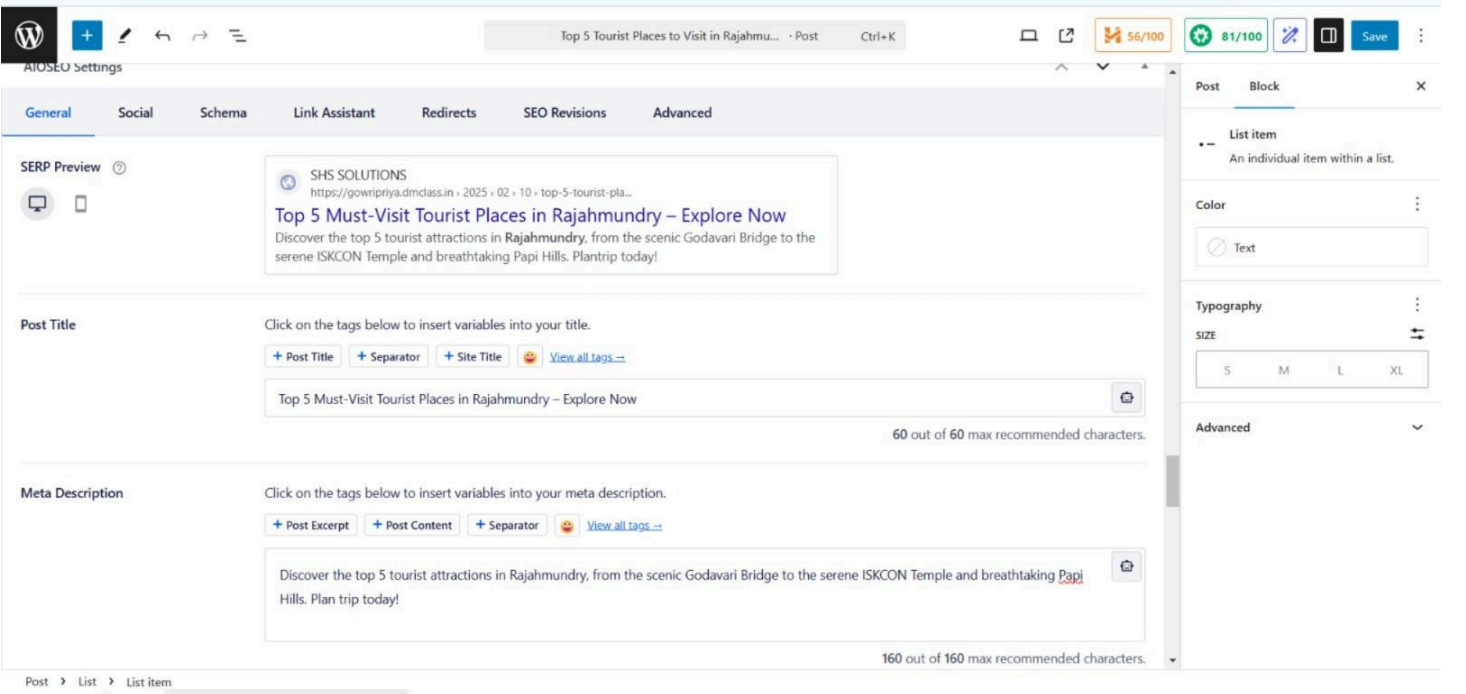
Google మీ వెబ్సైట్ ను క్రాల్ చేసినప్పుడు, కంటెంట్ ను అర్థం చేసుకోవడానికి మరియు శోధన ఫలితాల్లో దాన్ని ఎలా ర్యాంక్ చేయాలో వివిధ పారామితులను చూస్తుంది. మీరు పేర్కొన్న పారామితులు SEO మరియు ఇండెక్సింగ్ కోసం ముఖ్యమైనవి. ప్రతి పారామితి అంటే ఏమిటి మరియు Google వాటిని ఎలా ఉపయోగిస్తుంది అనే దాని గురించిన వివరాలు ఇక్కడ ఉన్నాయి: **ఫోకస్ కీఫ్రేజ్:**

ఫోకస్ కీఫ్రేజ్ (లేదా ఫోకస్ కీవర్డ్) అనేది సెర్చ్ ఇంజన్ ఫలితాలలో నిర్దిష్ట వెబ్సైట్ కి ర్యాంక్ ఇవ్వాలని మీరు కోరుకునే ప్రధాన పదం లేదా పదబంధం. ఇది మీ కంటెంట్ యొక్క అంశాన్ని ఉత్తమంగా సూచించే మరియు మీ లక్ష్య ప్రేక్షకుల శోధన ఉద్దేశంతో సమలేఖనం చేసే ప్రాథమిక కీవర్డ్.



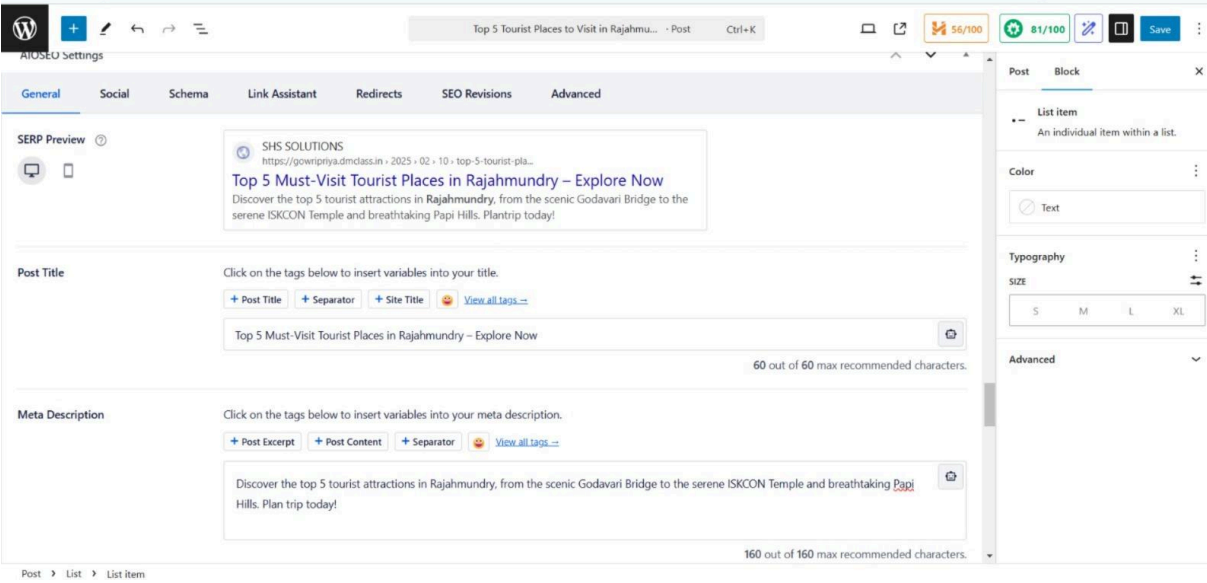
శీర్షిక:

ఇది పేజీ శీర్షిక. పేజీ యొక్క ప్రధాన అంశాన్ని అర్థం చేసుకోవడానికి Google శీర్షికను ఉపయోగిస్తుంది. ఇది చాలా ముఖ్యమైన SEO కారకాల్లో ఒకటి, కాబట్టి సంబంధిత కీలకపదాలను చేర్చేటప్పుడు ఇది కంటెంట్ ను ఖచ్చితంగా వివరించాలి.



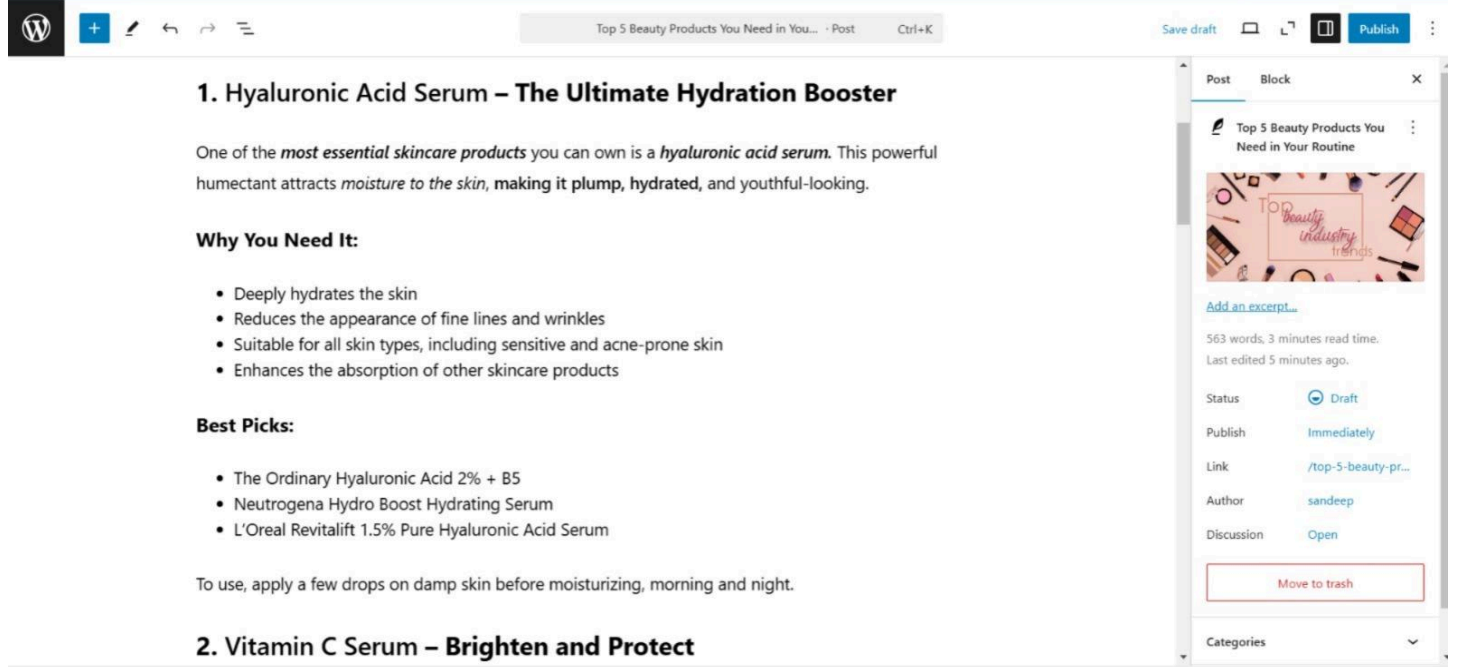
వివరణ:

శోధన ఫలితాల స్పెల్స్ లో oogle ఈ వివరణను చూపవచ్చు. ఇది నేరుగా ర్యాంకింగ్ లను ప్రభావితం చేయనప్పటికీ, బాగా వ్రాసిన, కీవర్డ్-రిచ్ వివరణ మీ సైట్ కి క్లిక్-త్రూ రేట్ (CTR) ని మెరుగుపరుస్తుంది. వివరణ సంక్షిప్తంగా ఉండాలి మరియు కంటెంట్ ను సంగ్రహించాలి.



ముఖ్యాంశాలు (H1, H2, H3, మొదలైనవి):

కంటెంట్ నిర్మాణాన్ని అర్థం చేసుకోవడానికి Google హెడ్డింగ్లను చూస్తుంది. ది <h1> పేజీ యొక్క ప్రధాన అంశాన్ని గుర్తించడానికి ట్యాగ్ ఉపయోగించబడుతుంది. ఉపశీర్షికలు (H2, H3) కంటెంట్ ని తార్కిక విభాగాలుగా నిర్వహించడంలో సహాయపడతాయి మరియు పేజీలో ఏమి కవర్ చేస్తుందో Googleకి సులభంగా అర్థమవుతుంది.



The screenshot shows a WordPress editor interface. The main content area displays a draft post titled "Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine". The post content includes a section for "1. Hyaluronic Acid Serum – The Ultimate Hydration Booster" and a section for "2. Vitamin C Serum – Brighten and Protect". The right sidebar shows post details like status (Draft), publish options, link, author (sandeep), and discussion settings.

శాశ్వత లింక్ (URL):

URL నిర్మాణం సాధారణంగా పేజీ చిరునామాలో భాగంగా కనిపిస్తుంది (ఉదా., www.example.com/blog-post-title/) క్లిస్, కీవర్డ్-రిచ్ URL క్రాల్ చేయడానికి మరియు అర్థం చేసుకోవడానికి Googleకి సులభం. Google వివరణాత్మకమైన, చిన్నదైన మరియు సంబంధిత కీలకపదాలను కలిగి ఉన్న URLలను ఇష్టపడుతుంది.

Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine - Post Ctrl+K

Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine

The beauty industry is constantly evolving, with new products emerging that promise to enhance your skincare and makeup routine. However, some beauty essentials stand out due to their effectiveness, quality, and popularity among consumers. If you're looking to invest in beauty products that truly make a difference, here are the **top five must-have items for your collection.**

1. Hyaluronic Acid Serum – The Ultimate Hydration Booster

One of the **most essential skincare products** you can own is a **hyaluronic acid serum**. This powerful humectant attracts moisture to the skin, making it plump, hydrated, and youthful-looking.

Why You Need It:

- Deeply hydrates the skin
- Reduces the appearance of fine lines and wrinkles
- Suitable for all skin types, including sensitive and acne-prone skin

Link: /top-5-beauty-products-you-need-
<https://sandeep.odmweb.in/top-5-beauty-products-you-need-in-your-routine/>

Post Block: Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine
 Add an excerpt...
 563 words, 3 minutes read time.
 Last edited 7 minutes ago.
 Status: Published
 Publish: February 19, 2025 3:09 am UTC+0
 Link: /top-5-beauty-pr...
 Author: sandeep
 Discussion: Open
 Revisions: 2
 Move to trash

బోల్డ్లు & ఇటాలిక్లు:

బోల్డ్ టెక్స్ తరచుగా ముఖ్యమైన కీలక పదాలు లేదా పదబంధాలను హైలైట్ చేస్తుంది మరియు ఇటాలిక్ టెక్స్ ప్రాముఖ్యతను చూపుతుంది. ఇది నేరుగా SEOని ప్రభావితం చేయనప్పటికీ, ఈ ఫార్మాటింగ్ సాధనాలను వ్యూహాత్మకంగా ఉపయోగించడం ద్వారా వినియోగదారులు మరియు శోధన ఇంజిన్లు రెండింటికీ ముఖ్యమైన కంటెంట్ను ప్రత్యేకంగా ఉంచడంలో సహాయపడుతుంది

Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine - Post Ctrl+K

Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine

The beauty industry is constantly evolving, with new products emerging that promise to enhance your skincare and makeup routine. However, some beauty essentials stand out due to their effectiveness, quality, and popularity among consumers. If you're looking to invest in beauty products that truly make a difference, here are the **top five must-have items for your collection.**

1. Hyaluronic Acid Serum – The Ultimate Hydration Booster

One of the **most essential skincare products** you can own is a **hyaluronic acid serum**. This powerful humectant attracts moisture to the skin, making it plump, hydrated, and youthful-looking.

Why You Need It:

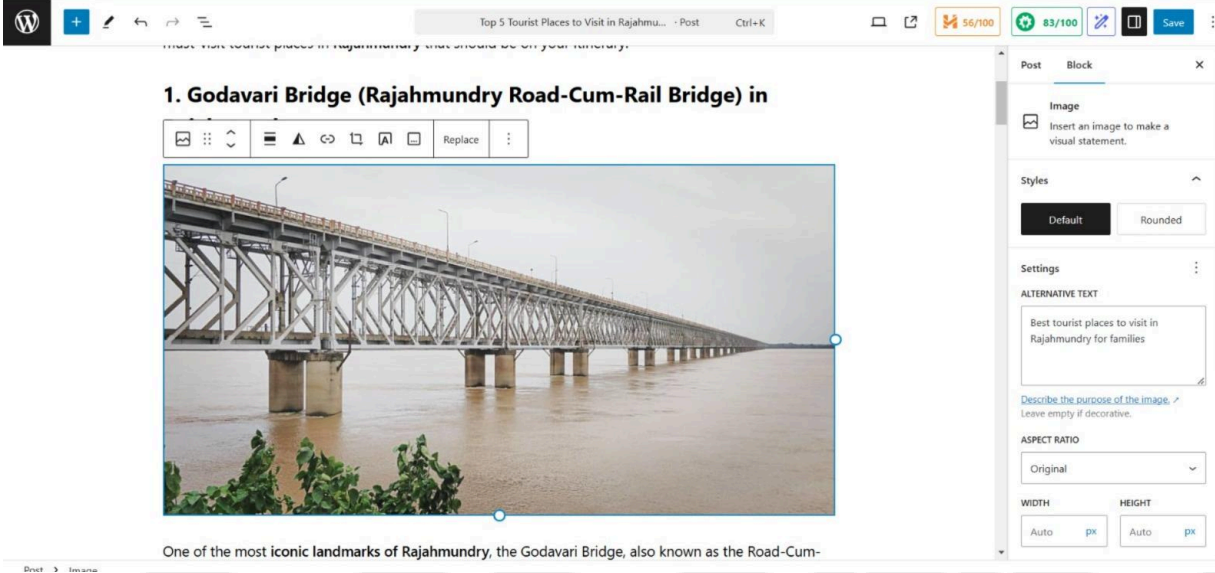
- Deeply hydrates the skin
- Reduces the appearance of fine lines and wrinkles
- Suitable for all skin types, including sensitive and acne-prone skin

Link: /top-5-beauty-products-you-need-
<https://sandeep.odmweb.in/top-5-beauty-products-you-need-in-your-routine/>

Post Block: Top 5 Beauty Products You Need in Your Routine
 Add an excerpt...
 563 words, 3 minutes read time.
 Last edited 4 minutes ago.
 Status: Draft
 Publish: Immediately
 Link: /top-5-beauty-pr...
 Author: sandeep
 Discussion: Open
 Move to trash
 Categories

చిత్రం ఆల్ట్ టెక్స్ట్:

మనుషులు చూసే విధంగా Google చిత్రాలను "చూడదు", కనుక ఇది వీటిపై ఆధారపడుతుంది అన్ని చిత్రం యొక్క కంటెంట్ను అర్థం చేసుకోవడానికి టెక్స్ట్. ప్రాప్యత మరియు SEO కోసం ఇది ముఖ్యమైనది. వివరణాత్మక, కీవర్డ్-రిచ్ ఆల్ట్ టెక్స్ట్ మీ చిత్రాలను ఇమేజ్ సెర్చ్లో ర్యాంక్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది మరియు మొత్తం పేజీ ఔచిత్యానికి దోహదం చేస్తుంది.



The screenshot shows a WordPress post editor for a page titled "Top 5 Tourist Places to Visit in Rajahmundry". The main heading is "1. Godavari Bridge (Rajahmundry Road-Cum-Rail Bridge) in". Below the heading is an image of the Godavari Bridge. The alt text field is populated with "Best tourist places to visit in Rajahmundry for families". The settings panel on the right shows the alt text field with the text "Best tourist places to visit in Rajahmundry for families". Below the alt text field, there is a link to "Describe the purpose of the image" and a note "Leave empty if decorative". The aspect ratio is set to "Original" and the width and height are set to "Auto".

లింక్లు (అంతర్గతం):

మీ సైట్లో కొత్త పేజీలను కనుగొనడంలో మరియు సూచిక చేయడంలో Googleకి అంతర్గత లింక్లు సహాయపడతాయి. వారు ఒక పేజీ నుండి మరొక పేజీకి "లింక్ ఈక్విటీ"ని కూడా పాస్ చేస్తారు, ఇది ర్యాంకింగ్లను పెంచడంలో సహాయపడుతుంది. మంచి అంతర్గత లింకింగ్ నిర్మాణం సైట్ నావిగేషన్ను మెరుగుపరుస్తుంది మరియు SEOతో సహాయపడుతుంది.

• Burt's Bees All-Weather SPF 15 Lip Balm
• Jack Black Intense Therapy Lip Balm SPF 25
• Sun Bum SPF 30 Lip Balm

Apply throughout the day, especially when exposed to the sun.

Make Your Eyes

A high-quality mascara can make a world of difference in your [makeup look](#), making your lashes appear longer, fuller, and more defined.

Why You Need It:

- Opens up your eyes for a more awake look
- Defines and volumizes lashes without clumping
- Long-lasting and smudge-proof formulas available

Best Picks:

- Too Faced Better Than Sex Mascara
- Maybelline Lash Sensational Mascara

లింకులు (బాహ్య):

బాహ్య లింక్లు విశ్వాసం మరియు అధికారం యొక్క సంకేతాలుగా పరిగణించబడతాయి, ప్రత్యేకించి మీరు అధిక-నాణ్యత, అధికారిక మూలాధారాలకు లింక్ చేస్తున్నట్లయితే. ఇతర విశ్వసనీయ వెబ్‌సైట్‌లతో మీ కంటెంట్ ఎంత బాగా కనెక్ట్ చేయబడిందో అర్థం చేసుకోవడానికి బాహ్య లింకుల ఔచిత్యాన్ని మరియు నాణ్యతను Google మూల్యాంకనం చేస్తుంది.

Why You Need It:

- Opens up your eyes for a more awake look
- Defines and volumizes lashes without clumping
- Long-lasting and smudge-proof formulas available

Best Picks:

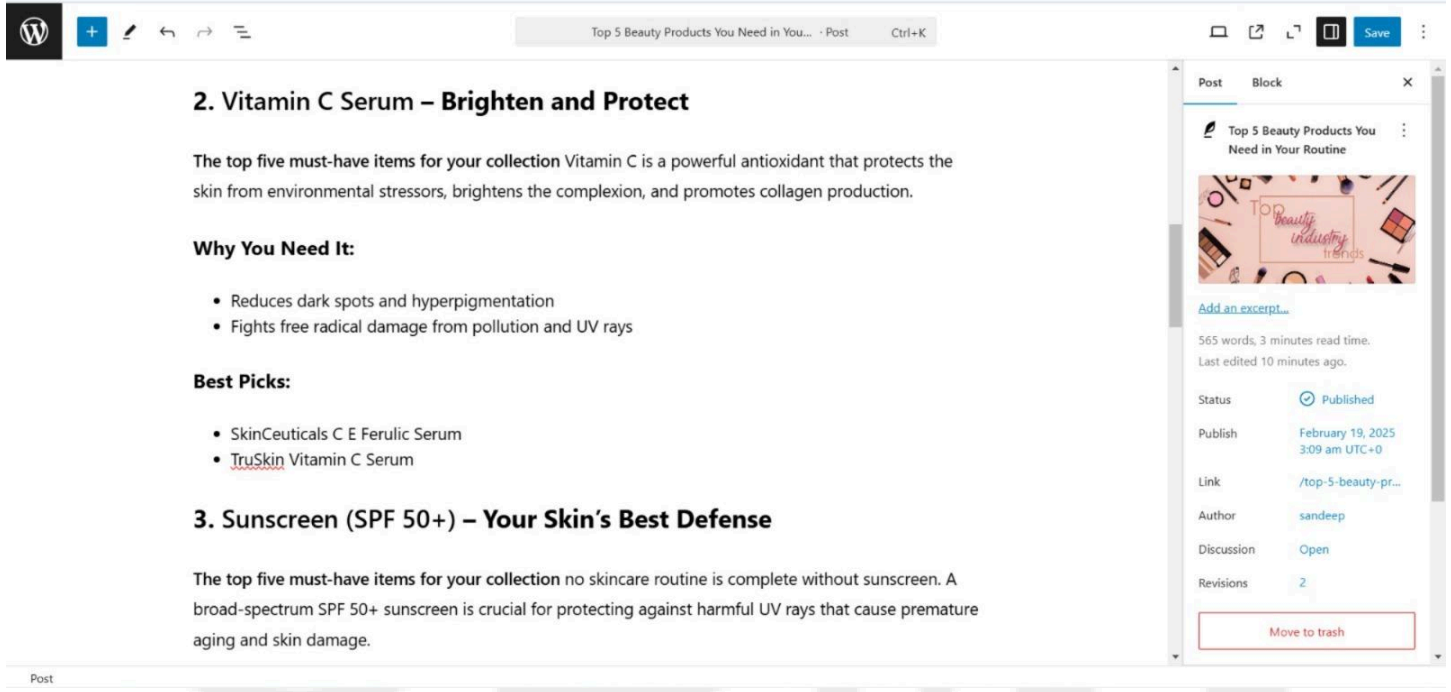
- Too Faced Better Than Sex Mascara
- Maybelline Lash Sensational Mascara
- L'Oréal Paris Voluminous Lash Paradise Mascara

Apply one or two coats for a natural look or layer for dramatic volume.

Investing in the right beauty products can enhance your [skincare and makeup routine](#), helping you achieve healthy, glowing skin and a polished look. [Buy Cosmetics Products & Beauty Products Online at Nykaa.com](#) Choose volumizing mascaras, these top five beauty products are high-quality products that suit your skin type and lifestyle for the best results!

పేరా మొదటి పంక్తి:

Google ప్రత్యేకంగా పేజీలోని మొదటి పంక్తిని ర్యాంకింగ్ కారకంగా ఉపయోగించదు, అయితే ఇది కంటెంట్ యొక్క సందర్భం మరియు ఔచిత్యాన్ని ఆకృతి చేయడంలో సహాయపడుతుంది. వినియోగదారుల కోసం, శోధన ఉద్దేశ్యంతో సమల్పనం చేసే స్పష్టమైన, సంబంధిత పరిచయంతో ముందుగానే వారి దృష్టిని ఆకర్షించడం చాలా ముఖ్యం. SEO కోసం, మొదటి పంక్తిలో ప్రాథమిక కీవర్డ్ లేదా దాని యొక్క వైవిధ్యాన్ని ఆదర్శంగా చేర్చాలి, ఎందుకంటే ఇది వినియోగదారులకు మరియు శోధన ఇంజిన్లకు కంటెంట్ ఏమిటో సూచించడంలో సహాయపడుతుంది.



కీవర్డ్ డెన్సిటీ ఫార్ములా:

కీవర్డ్ డెన్సిటీ ఫార్ములా SEOలో మొత్తం పదాల సంఖ్యతో పోలిస్తే కంటెంట్లో నిర్దిష్ట కీవర్డ్ లేదా పదబంధం ఎంత తరచుగా కనిపిస్తుందో సూచిస్తుంది. ఇది సాధారణంగా శాతంగా వ్యక్తీకరించబడుతుంది.

ఫార్ములా:

$$\text{కీవర్డ్ సాంద్రత (\%)} = \frac{\text{మీరు మీ ఫోకస్ కీప్రేజ్ని పునరావృతం చేసిన సంఖ్య}}{\text{మొత్తం సంఖ్య. పదాల}} * 100$$

వివరణ:

- కీవర్డ్ యొక్క సంఘటనల సంఖ్య: ఇది మీ కంటెంట్లో మీ టార్గెట్ కీవర్డ్ (లేదా కీలక పదబంధం) కనిపించే మొత్తం సంఖ్య.

- కంటెంట్లోని మొత్తం పదాల సంఖ్య: ఇది పేజీ లేదా కథనం యొక్క మొత్తం పదాల గణన.

ఉదాహరణ:

మీ పేజీ 500 పదాలను కలిగి ఉంటే మరియు మీ లక్ష్య కీవర్డ్ 10 సార్లు కనిపిస్తే, కీవర్డ్ సాంద్రత ఇలా ఉంటుంది:

$$\text{కీవర్డ్ సాంద్రత (\%)} = (10/500) \times 100 = 2\%$$

SEO కోసం కీవర్డ్ డెన్సిటీ అంటే ఏమిటి?

- చాలా తక్కువ: కీవర్డ్ సాంద్రత చాలా తక్కువగా ఉంటే, ర్యాంకింగ్లను ప్రభావితం చేసే మీ పేజీ దేనికి సంబంధించినదో Google స్పష్టంగా అర్థం చేసుకోకపోవచ్చు.
- చాలా ఎక్కువ: కీవర్డ్ సాంద్రత చాలా ఎక్కువగా ఉంటే (సాధారణంగా "కీవర్డ్ స్టఫింగ్"గా సూచిస్తారు), అది అసహజంగా చూడవచ్చు మరియు జరిమానాలు లేదా పేలవమైన వినియోగదారు అనుభవానికి దారితీయవచ్చు.

చదవదగినది:

SEOలోని రీడబిలిటీ అనేది వినియోగదారులు మీ వెబ్సైట్లోని కంటెంట్ను ఎంత సులభంగా మరియు సౌకర్యవంతంగా చదవగలరు మరియు అర్థం చేసుకోగలరు. ఇది వినియోగదారు అనుభవంలో మరియు పరోక్షంగా మీ ర్యాంకింగ్లలో ముఖ్యమైన పాత్ర పోషిస్తుంది. Google ప్రాప్యత చేయగల మరియు సులభంగా జీర్ణమయ్యే కంటెంట్కు విలువనిస్తుంది, అందుకే SEOలో చదవగలిగేది కీలకమైన అంశం.

SEOలో రీడబిలిటీని ప్రభావితం చేసే అంశాలు:

- వాక్య నిడివి
- పేరా నిర్మాణం
- సాధారణ భాష యొక్క ఉపయోగం
- వ్యాకరణపరంగా

Google search console :

Google శోధన కన్సోల్ (**GSC**) వెబ్సైట్ యజమానులు, SEO నిపుణులు మరియు వెబ్మాస్టర్లు Google శోధన ఫలితాల్లో వారి సైట్ ఉనికిని పర్యవేక్షించడం, నిర్వహించడం మరియు మెరుగుపరచడంలో సహాయపడటానికి Google అందించిన ఉచిత సాధనం. ఇది Google మీ సైట్ని ఎలా క్రాల్ చేస్తుంది, ఇండెక్స్ చేస్తుంది మరియు ర్యాంక్ చేస్తుంది అనే దాని గురించి విలువైన అంతర్దృష్టులను అందిస్తుంది, అలాగే SEO పనితీరును ప్రభావితం చేసే సంభావ్య సమస్యలపై వివరాలను అందిస్తుంది.

Google శోధన కన్సోల్ను ఉపయోగించడానికి ఆచరణాత్మక దశలు:

Step 1: Google శోధన కన్సోల్కి సైన్ ఇన్ చేయండి

- వెళ్ళండి Google శోధన కన్సోల్.
- సైన్ ఇన్ చేయండి మీ Google ఖాతాతో.

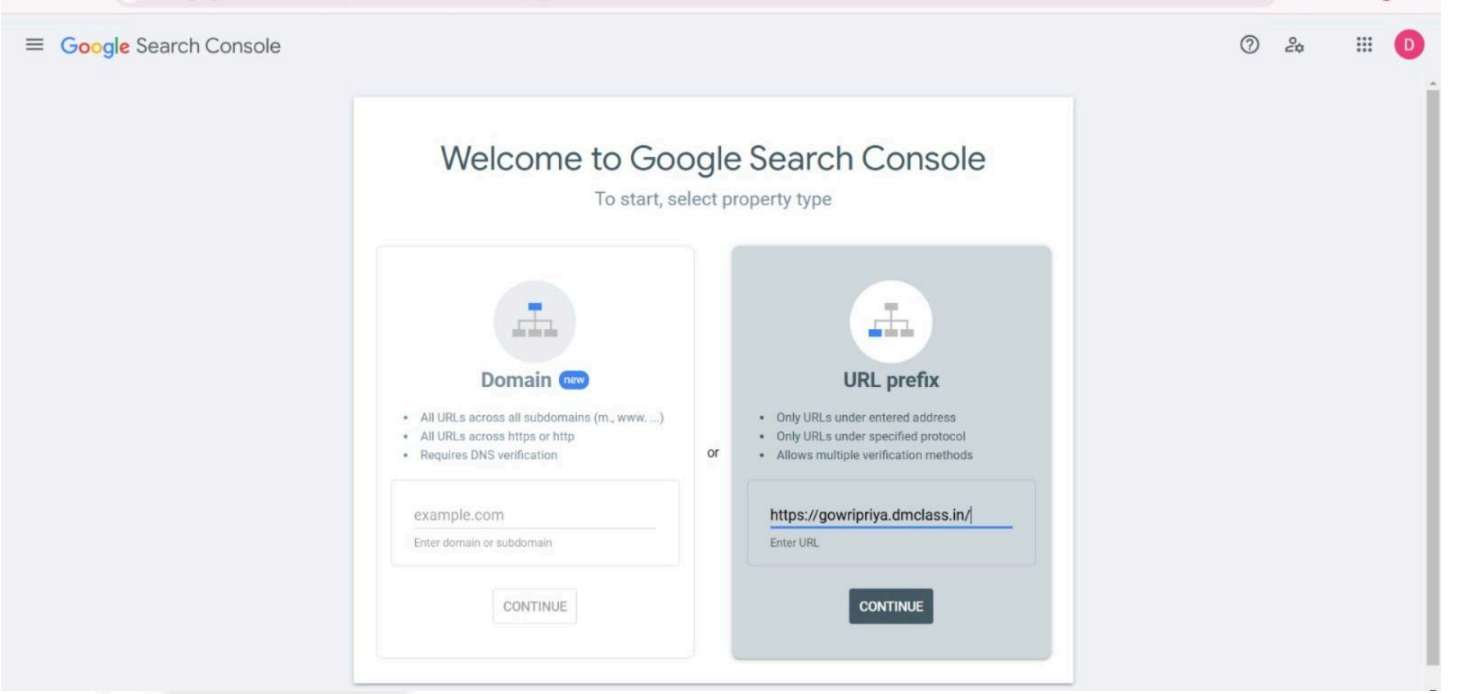
Step 2: మీ వెబ్సైట్ను Google శోధన కన్సోల్కు జోడించండి

- క్లిక్ చేయండి "ఆస్తిని జోడించు" (ఎగువ-ఎడమ మూలలో).
- ఎంచుకోండి ఆస్తి రకం:

డొమైన్ ఆస్తి (సిఫార్సు చేయబడింది) – అన్ని URLలను కవర్ చేస్తుంది (www, www యేతర, HTTP, HTTPS).

URL ఉపసర్గ - నిర్దిష్ట సంస్కరణ కోసం (ఉదా., <https://yourwebsite.com>)

- మీ వెబ్సైట్ **URL**ని నమోదు చేయండి మరియు క్లిక్ చేయండి "కొనసాగించు."



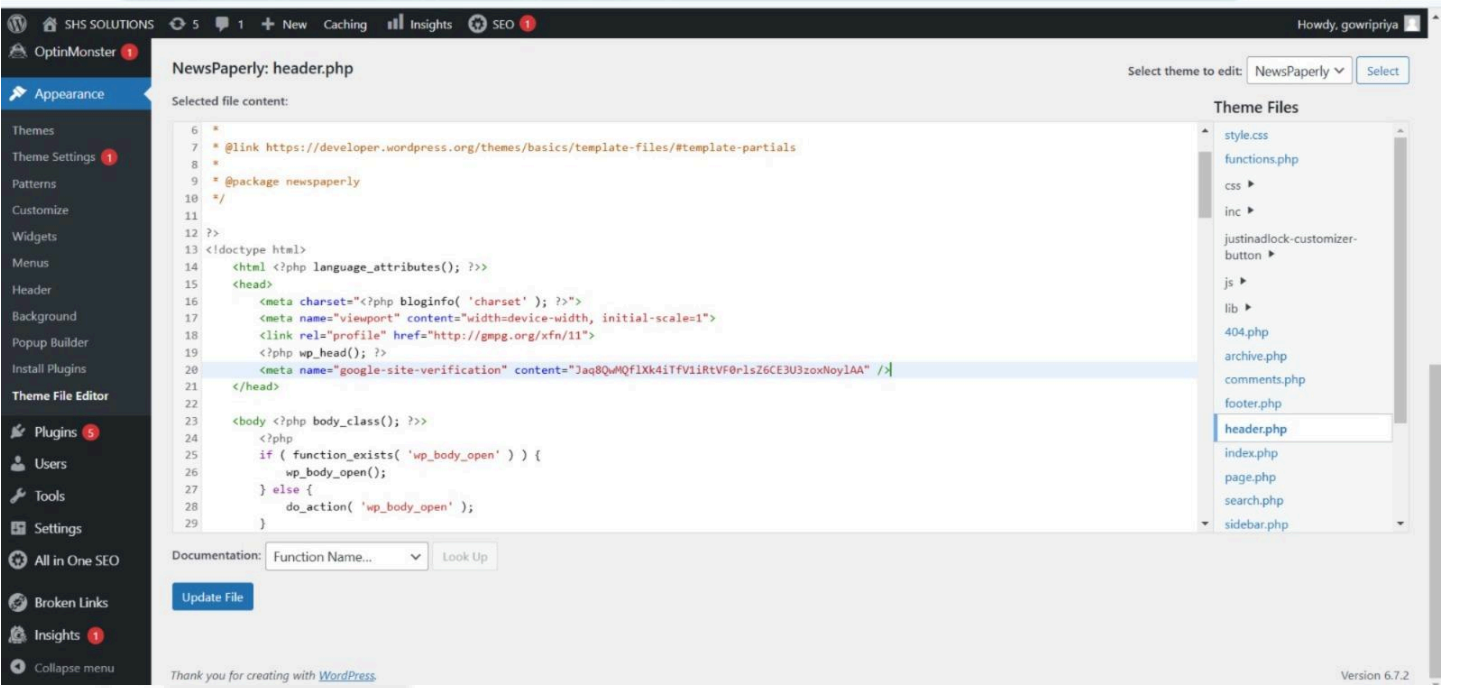
Step 3: యాజమాన్యాన్ని ధృవీకరించండి

వెబ్‌సైట్ మీ స్వంతమని Google నిర్ధారించాలి. మీరు క్రింది పద్ధతుల్లో ఒకదాన్ని ఉపయోగించి ధృవీకరించవచ్చు:

WordPressలో HTML ట్యాగ్‌ని జోడించడం (ప్లగిన్లు లేకుండా)

- **WordPress** డాష్‌బోర్డ్‌కు లాగిన్ చేయండి.
- వెళ్ళండి స్వరూపం > థీమ్ ఎడిటర్.
- పైల్‌ను గుర్తించండి **header.php** ("థీమ్ పైల్స్" కింద).
- కనుగొనండి **<తల>** విభాగం మరియు మెటా ట్యాగ్‌ని అతికించండి ముందు ముగింపు **</head>** ట్యాగ్.

క్లిక్ చేయండి "పైల్‌ను నవీకరించండి."



WordPress వినియోగదారులకు ప్రత్యామ్నాయం (ప్లగిన్ ని ఉపయోగించడం)

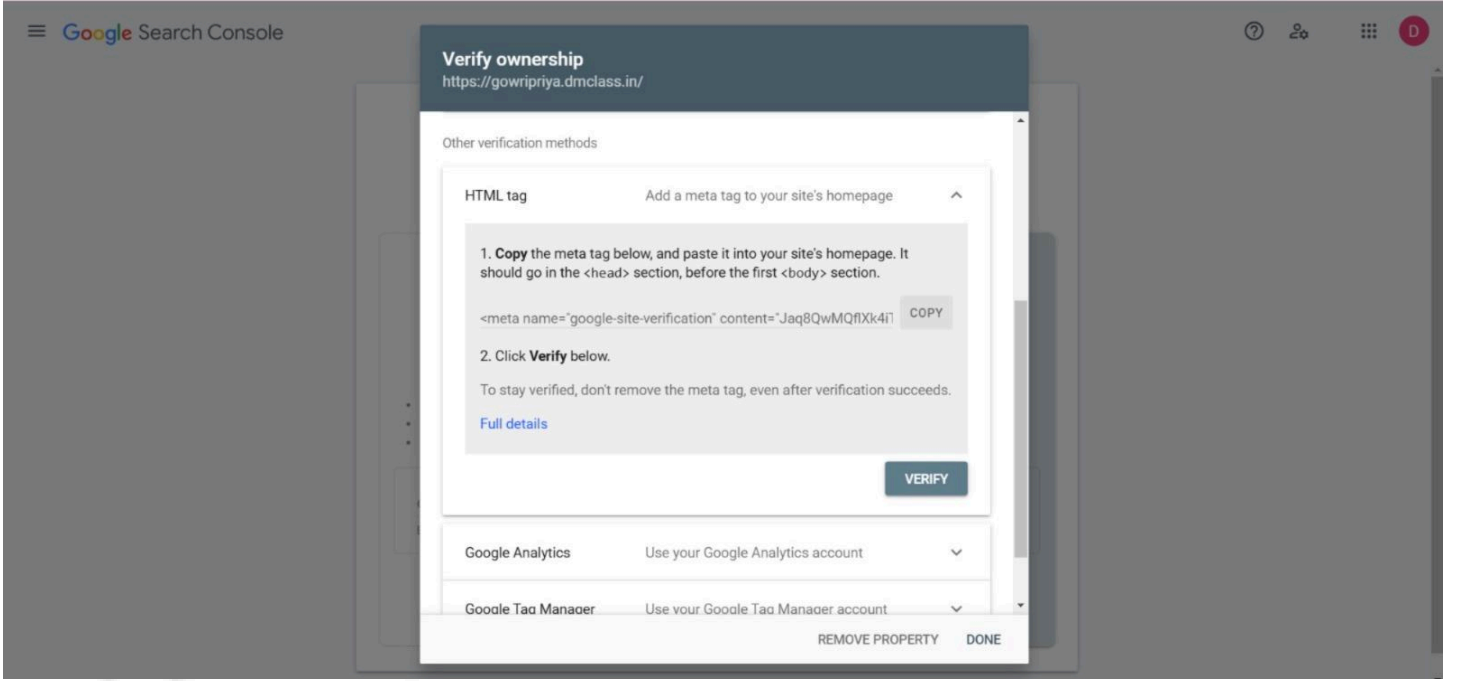
మీరు కోడ్ ను మాన్యువల్ గా సవరించకూడదనుకుంటే, దీన్ని ఉపయోగించండి శీర్షికలు మరియు ఫుటర్ లను చొప్పించండి ప్లగిన్:

- ఇన్స్టాల్ చేసి యాక్టివేట్ చేయండి శీర్షికలు మరియు ఫుటర్ లను చొప్పించండి ప్లగిన్.
- వెళ్ళండి సెట్టింగ్లు > శీర్షికలు మరియు ఫుటర్ లను చొప్పించండి.
- లోపల HTML ట్యాగ్ ని అతికించండి "హెడర్ లో స్క్రిప్ట్ లు" విభాగం.
- క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

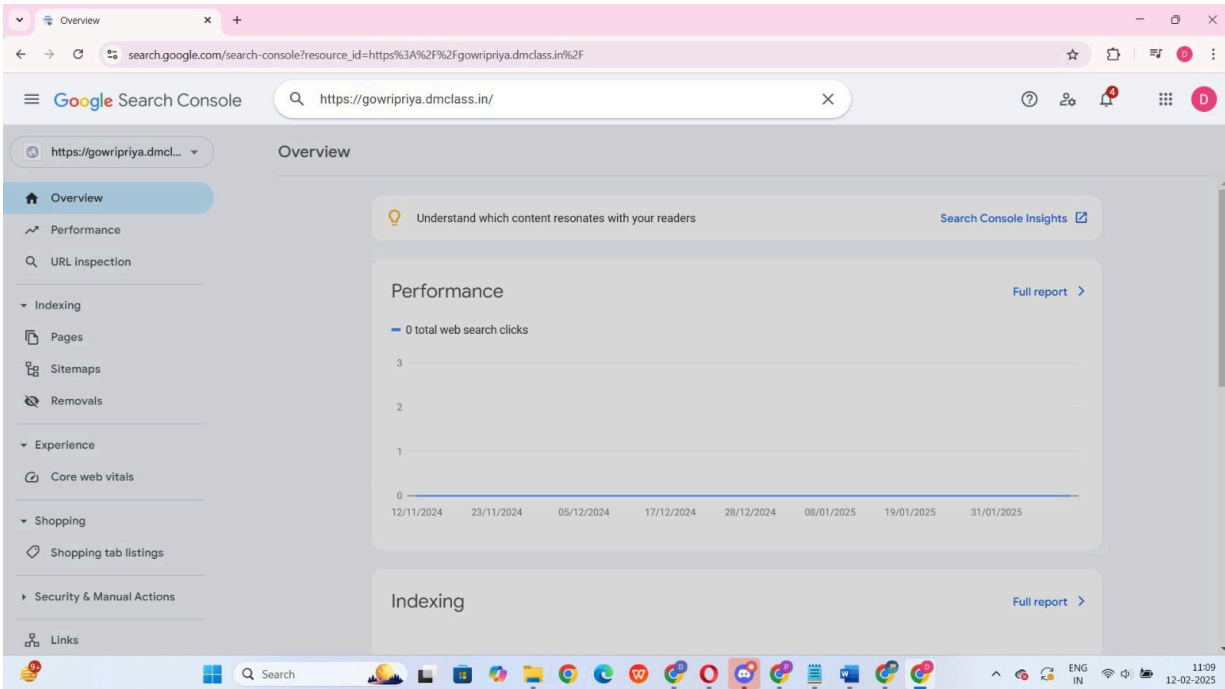
HTML ఫైల్ ను అప్ లోడ్ చేయండి (ప్రత్యామ్నాయం)

- డౌన్ లోడ్ చేయండి **HTML** ధృవీకరణ ఫైల్ Google నుండి.
- తెరవండి మీ **WordPress** హోస్టింగ్ ఫైల్ మేనేజర్ (cPanel లేదా FTP ద్వారా).
- వెళ్ళండి **public_html** ఫోల్డర్ చేసి ఫైల్ ను అప్ లోడ్ చేయండి.
- శోధన కన్సోల్ కి తిరిగి వెళ్లి, క్లిక్ చేయండి "ధృవీకరించండి." డొమైన్ నేమ్ ప్రొవైడర్ ద్వారా ధృవీకరించండి (సిఫార్సు చేయబడింది)
- Google అందించిన TXT రికార్డ్ ను కాపీ చేయండి.
- మీ డొమైన్ ప్రొవైడర్ (GoDaddy, Namecheap, Bluehost మొదలైనవి) DNS సెట్టింగ్ లను తెరవండి.
- కొత్త TXT రికార్డ్ ను జోడించి, కాపీ చేసిన విలువను అతికించండి.
- మార్పులను సేవ్ చేసి, శోధన కన్సోల్ కి తిరిగి వెళ్ళండి.

"ధృవీకరించు" క్లిక్ చేయండి. దీనికి కొన్ని నిమిషాలు పట్టవచ్చు.

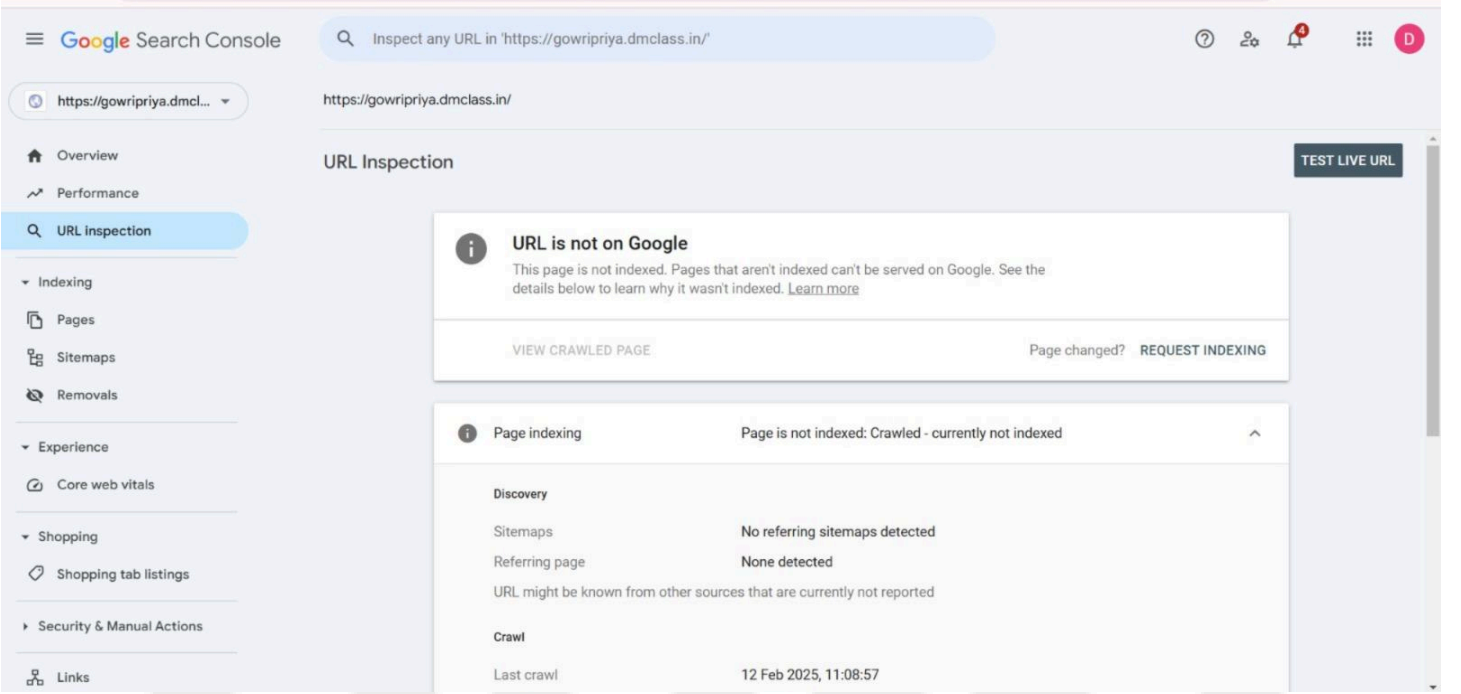


Step 4: మీ పేజీలు/పోస్ట్ల కోసం ఇండెక్సింగ్ని అభ్యర్థించండి
వెళ్ళండి **Google** శోధన కన్సోల్ → **URL** తనిఖీ సాధనం.
బ్లాగ్ పోస్ట్ లేదా పేజీ యొక్క URLని నమోదు చేయండి



క్లిక్ చేయండి ఇండెక్సింగ్ను అభ్యర్థించండి.

ముఖ్యమైన పేజీలు/పోస్ట్ల కోసం ఈ విధానాన్ని పునరావృతం చేయండి.



Step 5: మీ WordPress సైట్మ్యాప్ను సమర్పించండి

సైట్మ్యాప్ మీ వెబ్సైట్ను సమర్థవంతంగా క్రాల్ చేయడానికి మరియు సూచిక చేయడానికి Googleకి సహాయపడుతుంది.

సైట్మ్యాప్ను రూపొందించండి:

AIOSEO ప్లగిన్ను ఇన్స్టాల్ చేసి, యాక్టివేట్ చేయండి

- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **WordPress** డాష్బోర్డ్.
- వెళ్ళండి ప్లగిన్లు → కొత్తవి జోడించండి.
- కోసం వెతకండి అన్నీ ఒక **SEO**లో.
- క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి ఆపై యాక్టివేట్ చేయండి.

సైట్మ్యాప్ లక్షణాన్ని ప్రారంభించండి

- లో **WordPress** డాష్బోర్డ్, వెళ్ళండి అన్నీ ఒక **SEO** → సైట్మ్యాప్లలో.
- మీరు చూస్తారు సైట్మ్యాప్ని ప్రారంభించండి ఎంపిక. అది తిరిగినట్లు నిర్ధారించుకోండి ఆన్ (అవసరమైతే దాన్ని టోగుల్ చేయండి).

- క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

మీ సైట్‌మ్యాప్‌ని వీక్షించండి

- సైట్‌మ్యాప్‌ను ప్రారంభించిన తర్వాత, క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి మరియు దాని కోసం చూడండి సైట్‌మ్యాప్ ప్రివ్యూ విభాగం.
- పై క్లిక్ చేయండి సైట్‌మ్యాప్‌ని తెరవండి బటన్.
- ఆ URLని కాపీ చేయండి—సమర్పించడానికి మీకు ఇది అవసరం **Google** శోధన కన్సోల్.

మీ సైట్‌మ్యాప్‌ను **Google** శోధన కన్సోల్‌కు సమర్పించండి

ఒకసారి మీరు మీ సైట్‌మ్యాప్ URL (<https://yourwebsite.com/sitemap.xml>), దీన్ని సమర్పించండి **Google** శోధన కన్సోల్:

- తెరవండి **Google** శోధన కన్సోల్.
- మీ వెబ్‌సైట్ ప్రాపర్టీని ఎంచుకోండి.
- క్లిక్ చేయండి సైట్‌మ్యాప్‌లు ఎడమ మెనులో.
- మీ అతికించండి సైట్‌మ్యాప్ **URL** (ముగింపు భాగం మాత్రమే, ఉదా., [sitemap.xml](https://yourwebsite.com/sitemap.xml))
- క్లిక్ చేయండి సమర్పించండి.

Google ఇప్పుడు మీ సైట్‌మ్యాప్‌ను క్రాల్ చేస్తుంది మరియు మీ పేజీలను సూచిక చేయడం ప్రారంభిస్తుంది.

OFF PAGE SEO:

ఆఫ్-పేజ్ **SEO** చేసిన అన్ని కార్యకలాపాలను సూచిస్తుంది మీ వెబ్‌సైట్ వెలుపల Google వంటి శోధన ఇంజిన్‌లలో దాని ర్యాంకింగ్‌ను మెరుగుపరచడానికి. ఈ పద్ధతులు పెరగడానికి సహాయపడతాయి వెబ్‌సైట్ అధికారం, నమ్మకం మరియు దృశ్యమానత.

బ్యాక్లింక్ అంటే ఏమిటి?

ఎ బ్యాక్ లింక్ (అని కూడా అంటారు ఇన్బౌండ్ లింక్ లేదా ఇన్కమింగ్ లింక్) a ఒక వెబ్సైట్ నుండి మరొక వెబ్సైట్ కి లింక్. బ్యాక్లింక్లు సహాయం చేస్తాయి మీ వెబ్సైట్ ర్యాంకింగ్ను మెరుగుపరచండి Google వంటి శోధన ఇంజిన్లలో.

బ్యాక్లింక్ల రకాలు:

DoFollow (అత్యంత విలువైనది):

ఎ **DoFollow** ఒక వెబ్సైట్ నుండి మరొక వెబ్సైట్ కి "లింక్ జ్యూస్" అని కూడా పిలువబడే SEO (సెర్చ్ ఇంజిన్ ఆప్టిమైజేషన్) విలువను పాస్ చేసే హైపర్లింక్ రకం.

ఈ లింక్లు ముఖ్యమైనవి ఎందుకంటే అవి వెబ్సైట్ యొక్క అధికారం మరియు బెచిత్వాన్ని గుర్తించడంలో Google వంటి శోధన ఇంజిన్లకు సహాయపడతాయి. DoFollow బ్యాక్లింక్తో వెబ్సైట్ మీ సైట్ కి లింక్ చేసినప్పుడు, శోధన ఇంజిన్లు దానిని విశ్వాస ఓటుగా గుర్తిస్తాయి, ఇది మీ వెబ్సైట్ శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్ను మెరుగుపరచడంలో సహాయపడుతుంది.

NoFollow లింక్లు:

ఎ **NoFollow** లింక్ గమ్యస్థాన వెబ్సైట్ కి ఏదైనా SEO విలువ లేదా "లింక్ జ్యూస్"ని పాస్ చేయవద్దని సెర్చ్ ఇంజిన్లకు చెప్పే హైపర్లింక్ రకం. వెబ్సైట్ లింక్ కి NoFollow లక్షణాన్ని జోడించినప్పుడు, Google వంటి శోధన ఇంజిన్లు లింక్ను అనుసరించవద్దని లేదా శోధన ఫలితాల్లో లింక్ చేయబడిన సైట్ ర్యాంకింగ్ను ప్రభావితం చేయడానికి దాన్ని ఉపయోగించవద్దని సూచించబడతాయి.

DA,PA,SS అంటే ఏమిటి?

DA (డొమైన్ అథారిటీ), **PA** (పేజ్ అథారిటీ) మరియు **SS** (స్పామ్ స్కోర్) వెబ్సైట్ లేదా వెబ్సైట్ యొక్క నాణ్యత మరియు విశ్వసనీయతను అంచనా వేయడానికి SEOలో ఉపయోగించే ముఖ్యమైన మెట్రిక్లు. ప్రతి పదానికి అర్థం ఇక్కడ ఉంది:

మరియు: డొమైన్ యొక్క మొత్తం అధికారాన్ని కొలుస్తుంది.

బాగా: నిర్దిష్ట పేజీ యొక్క ర్యాంకింగ్ సంభావ్యతను కొలుస్తుంది.

SS: వెబ్సైట్ స్పామ్ గా పరిగణించబడే సంభావ్యతను కొలుస్తుంది.

DA (డొమైన్ అథారిటీ):

- డొమైన్ అథారిటీ (**DA**) వెబ్సైట్ దాని మొత్తం అధికారం మరియు బ్యాక్లింక్ ప్రొఫైల్ ఆధారంగా సెర్చ్ ఇంజిన్లలో ర్యాంక్ ఎంతవరకు ఉంటుందో అంచనా వేసే MOZ చే అభివృద్ధి చేయబడిన మెట్రిక్.

- ఇది 0 నుండి 100 వరకు స్కోర్లో స్కోర్ చేయబడింది, సెర్చ్ ఇంజన్ ఫలితాల్లో మంచి ర్యాంక్ని పొందే అధిక సంభావ్యతను సూచిస్తున్న అధిక సంఖ్యలు.
- అధిక DA ఉన్న వెబ్సైట్ సాధారణంగా బలమైన, బాగా స్థిరపడిన ఆన్లైన్ ఉనికిని, అనేక అధిక-నాణ్యత బ్యాక్లింక్లను మరియు మంచి SEO అభ్యాసాలను కలిగి ఉంటుంది.

PA (పేజీ అధికారి):

- పేజీ అధికారి (PA) MOZ మెట్రిక్ కూడా, కానీ ఇది మొత్తం డొమైన్పై కాకుండా నిర్దిష్ట వెబ్సైట్ యొక్క బలంపై దృష్టి పెడుతుంది.
- DA వలె, ఇది 0 నుండి 100 వరకు స్కోర్ చేయబడుతుంది మరియు వెబ్సైట్లోని నిర్దిష్ట పేజీ శోధన ఫలితాల్లో ఎంత ర్యాంక్ ఇస్తుందో అంచనా వేస్తుంది.
- అధిక PA అంటే, నాణ్యమైన కంటెంట్, బలమైన బ్యాక్లింక్లు మరియు మంచి ఆన్-పేజీ SEO కారణంగా సంబంధిత శోధన ప్రశ్నల కోసం పేజీకి ర్యాంక్ ఇవ్వడానికి ఎక్కువ సామర్థ్యం ఉంటుంది.

SS (స్పామ్ స్కోర్):

- స్పామ్ స్కోర్ (SS) స్పామ్ లేదా మానిప్యులేటివ్ SEO పద్ధతుల కారణంగా శోధన ఇంజిన్ల ద్వారా వెబ్సైట్కు జరిమానా విధించబడే సంభావ్యతను కొలిచే MOZ ద్వారా అభివృద్ధి చేయబడిన మెట్రిక్.
- ఇది 0% మరియు 100% మధ్య ఉన్న స్కోర్, అధిక శాతాలు స్పామ్గా ప్లాగ్ చేయబడే అధిక ప్రమాదాన్ని సూచిస్తాయి.
- స్పామ్ ప్రాక్టీస్లో అసహజమైన లింక్-బిల్డింగ్, తక్కువ-నాణ్యత కంటెంట్ని ఉపయోగించడం లేదా కీలక పదాలను ఓవర్-ఆప్టిమైజ్ చేయడం వంటి అంశాలు ఉంటాయి. అధిక స్పామ్ స్కోర్లను కలిగి ఉన్న వెబ్సైట్లు తరచుగా ప్రమాదకరమైనవిగా పరిగణించబడతాయి మరియు శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్లో జరిమానా విధించబడవచ్చు.

రెఫరింగ్ డొమైన్:

ఎ డొమైన్ను సూచిస్తోంది హైపర్లింక్ ద్వారా మీ సైట్కి లింక్ చేసే వెబ్సైట్. మరో మాటలో చెప్పాలంటే, ఇది మీ పేజీలలో ఒకదానికి లింక్ చేయడం ద్వారా మీ వెబ్సైట్కి ట్రాఫిక్ లేదా "లింక్ జ్యూస్"ని పంపే డొమైన్ (వెబ్సైట్).

ఉదాహరణ దృశ్యం:

- వెబ్సైట్ ఎ తోటపని గురించి ప్రముఖ బ్లాగ్.
- వెబ్సైట్ బి తోటపని ఉత్పత్తుల దుకాణం.
- వెబ్సైట్ సి గార్డెనింగ్ ఫోరమ్.
- వెబ్సైట్ డి తోటపని వార్తల సైట్.

బ్యాక్లింక్లు:

- వెబ్సైట్ ఎ మీ వెబ్సైట్కి లింక్లు (1 బ్యాక్లింక్).
- వెబ్సైట్ బి మీ వెబ్సైట్కి లింక్లు (1 బ్యాక్లింక్).
- వెబ్సైట్ బి మరోక పేజీలో (మరో 1 బ్యాక్లింక్) మీ వెబ్సైట్కి మళ్ళీ లింక్ చేస్తుంది.
- వెబ్సైట్ సి మీ వెబ్సైట్కి లింక్లు (1 బ్యాక్లింక్).
- వెబ్సైట్ డి మీ వెబ్సైట్కి లింక్లు (1 బ్యాక్లింక్).

ఈ దృష్టాంతంలో, మీరు ఇప్పుడు కలిగి ఉన్నారు 5 బ్యాక్లింక్లు, ఎందుకంటే 4 వేర్వేరు వెబ్సైట్ల నుండి మీ సైట్కు 5 విభిన్న లింక్లు ఉన్నాయి. అయినప్పటికీ వెబ్సైట్ బి రెండుసార్లు లింక్ చేయబడింది, మేము బ్యాక్లింక్లను ఒక్కొక్కటిగా లెక్కిస్తున్నందున ఇది ప్రస్తుతానికి ఒక బ్యాక్లింక్గా మాత్రమే పరిగణించబడుతుంది.

డొమైన్లను సూచిస్తోంది:

- మీకు బ్యాక్లింక్లు ఉన్నాయి వెబ్సైట్ ఎ (1 సూచించే డొమైన్).
- మీకు బ్యాక్లింక్లు ఉన్నాయి వెబ్సైట్ బి (1 సూచించే డొమైన్).
- మీకు బ్యాక్లింక్లు ఉన్నాయి వెబ్సైట్ సి (1 సూచించే డొమైన్).
- మీకు బ్యాక్లింక్లు ఉన్నాయి వెబ్సైట్ డి (1 సూచించే డొమైన్).

అయినప్పటికీ వెబ్సైట్ బి మీ సైట్కి రెండుసార్లు లింక్ చేయబడింది, ఇది మాత్రమే లెక్కించబడుతుంది 1 సూచించే డొమైన్ ఎందుకంటే ఇది ఒక ప్రత్యేకమైన వెబ్సైట్. కాబట్టి, మొత్తంగా, మీరు కలిగి ఉన్నారు 4 సూచించే డొమైన్లు.

- బ్యాక్లింక్లు = మీ సైట్ని సూచించే అన్ని వ్యక్తిగత లింక్లు.
- డొమైన్లను సూచిస్తోంది = మీ సైట్కి లింక్ చేస్తున్న ఏకైక వెబ్సైట్ల సంఖ్య.

ఆఫ్ పేజీ టెక్నిక్స్:

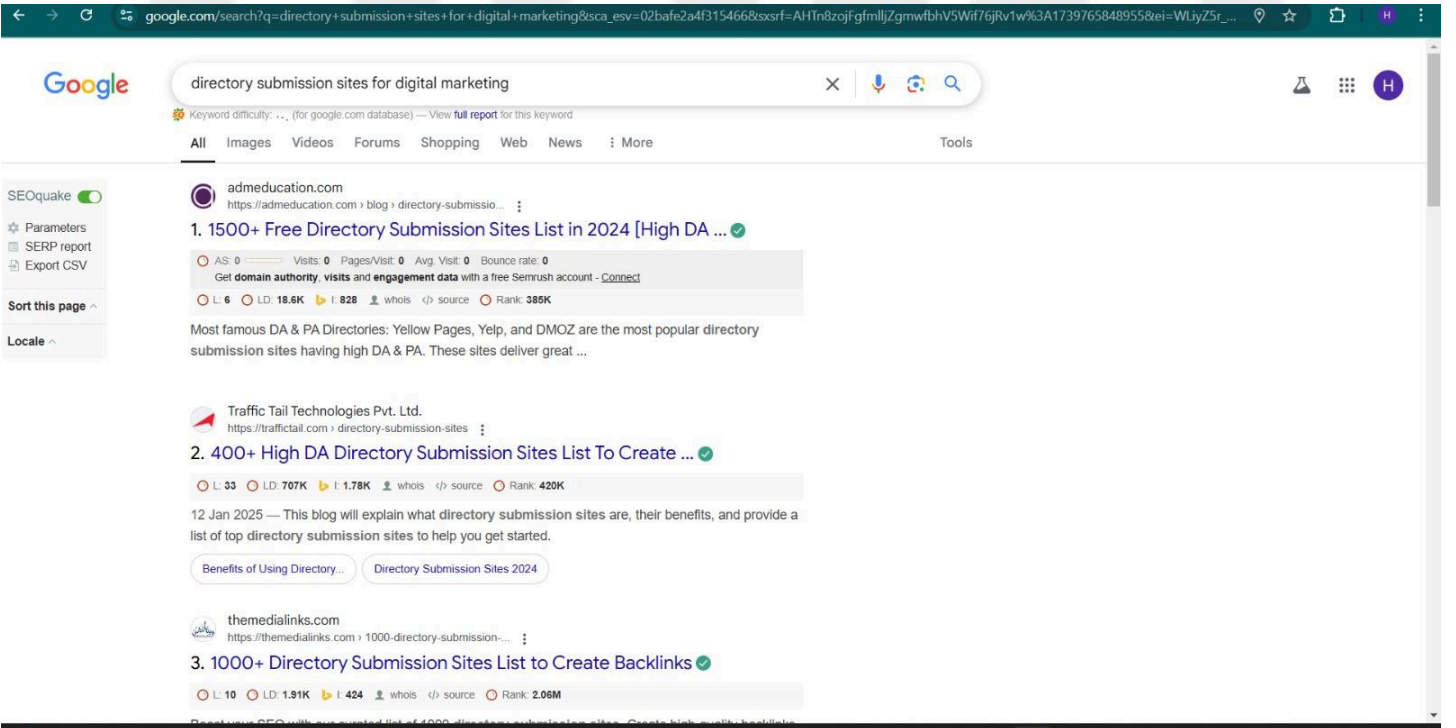
మీ వెబ్సైట్ శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడానికి దాని వెలుపల మీరు తీసుకునే చర్యలు ఆఫ్-పేజీ SEO పద్ధతులు. ఈ పద్ధతులు ప్రధానంగా బ్యాక్లింక్లను నిర్మించడం, ట్రాండ్ విజిబిలిటీని పెంచడం మరియు మీ సైట్కి ట్రాఫిక్ను నడపడంపై దృష్టి పెడతాయి.

డైరెక్టరీ సమర్పణ:

డైరెక్టరీ సమర్పణ మీరు మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఆన్‌లైన్ డైరెక్టరీలకు సమర్పించే ఆఫ్-పేజీ SEO టెక్నిక్. ఈ డైరెక్టరీలు వెబ్‌సైట్‌లను సముచితం లేదా పరిశ్రమ ఆధారంగా వర్గీకరిస్తాయి, వినియోగదారులు సంబంధిత వెబ్‌సైట్‌లను సులభంగా కనుగొనడానికి అనుమతిస్తుంది. మీ వెబ్‌సైట్ డైరెక్టరీలో జాబితా చేయబడినప్పుడు, ఇది బ్యాక్‌లింక్‌ను అందిస్తుంది, ఇది మీ సైట్ యొక్క దృశ్యమానతను మెరుగుపరచడంలో, ట్రాఫిక్‌ను నడపడానికి మరియు దాని SEO ర్యాంకింగ్‌ను సమర్థవంతంగా మెరుగుపరచడంలో సహాయపడుతుంది. ఆన్‌లైన్ వ్యాపార డైరెక్టరీలు లేదా సముచిత-నిర్దిష్ట డైరెక్టరీలకు మీ వెబ్‌సైట్‌ను సమర్పించడం.

డైరెక్టరీ సమర్పణ బ్యాక్‌లింక్‌లను పొందడానికి మరియు దృశ్యమానతను పెంచడానికి మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఆన్‌లైన్ డైరెక్టరీలకు సమర్పించడం.

మొదట, మీరు కనుగొనవలసి ఉంటుంది సంబంధిత మరియు ప్రసిద్ధ ఆన్‌లైన్ డైరెక్టరీలు మీరు మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఎక్కడ సమర్పించవచ్చు. ఈ డైరెక్టరీలు కావచ్చు సాధారణ (పసుపు పేజీలు లేదా Yelp వంటివి) లేదా సముచిత-నిర్దిష్ట (టెక్నాలజీ, ఫ్యాషన్ లేదా స్థానిక వ్యాపారాలపై దృష్టి కేంద్రీకరించిన డైరెక్టరీల వంటివి).



మీ వెబ్‌సైట్‌ను సమర్పించడం:

మీరు డైరెక్టరీని కనుగొన్న తర్వాత, సమర్పణ పేజీకి వెళ్ళండి. చాలా డైరెక్టరీలు మిమ్మల్ని అడుగుతాయి:

- వెబ్‌సైట్ **URL**: మీ వెబ్‌సైట్ చిరునామా.
- వ్యాపారం పేరు: మీ వ్యాపారం లేదా బ్రాండ్ పేరు.
- వివరణ: మీ వెబ్‌సైట్ దేని గురించి సంక్షిప్త వివరణ. చేర్చడం ఉత్తమం కీలకపదాలు SEO ప్రయోజనాల కోసం ఇక్కడ మీ వ్యాపారం లేదా సముచితానికి సంబంధించినది.
- సంప్రదింపు వివరాలు: ఇమెయిల్, ఫోన్ నంబర్ మరియు చిరునామా (వర్తిస్తే).
- వర్గం: మీరు మీ వ్యాపారం లేదా వెబ్‌సైట్‌కు బాగా సరిపోయే సరైన వర్గం లేదా ఉపవర్గాన్ని ఎంచుకోవాలి. ఉదాహరణకు, 2 శుభ్రపరిచే వ్యాపారం "హోమ్ సర్వీసెస్" కేటగిరీ కిందకు వెళ్తుంది.

Do not submit links to pornographic sites or web sites that have links or banners that lead to pornographic web sites.

Do not submit sites that are still under construction.

Do not submit link redirect pages such as "welcome.to" or "come.to". These redirect sites are very busy and frequently fail to complete the link causing an overwhelming number of reports of "Broken Links" for sites that are properly functioning. Submit the direct link to your web site only to ensure the best web surfing experience for visitors.

Sites titles and descriptions must be in English.

Use proper case for significant words in the title. Capitalize the first letter of each sentence in descriptions, as well as proper nouns. Submissions that contain fields in all UPPER CASE or all lower case will not be accepted.

Homepage and inner page submissions are accepted, as long as they are submitted to an appropriate category.

If you agree with the submission rules above, please complete the following form. All fields are required.

Listing type: Premium Links (\$15.95 one time fee) Regular Links (free)

Category: Blogs > Education

Web URL: (max 200 chars)

Title: (max 70 chars)

Description: (max 250 chars)

Your Name:

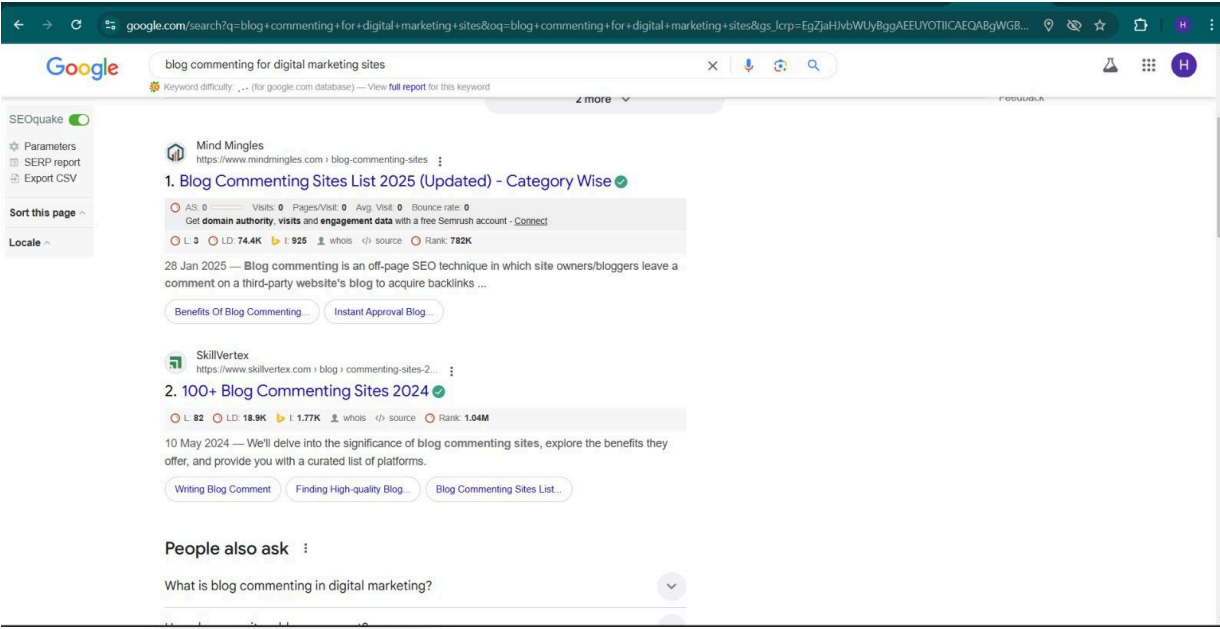
Email:

Notes:

- Email addresses are never sold or provided to third parties. Your email address is used solely for correspondence with our editor.
- Full refund if link is declined and no refund once listed.

బ్లాగ్ వ్యాఖ్యానించడం:

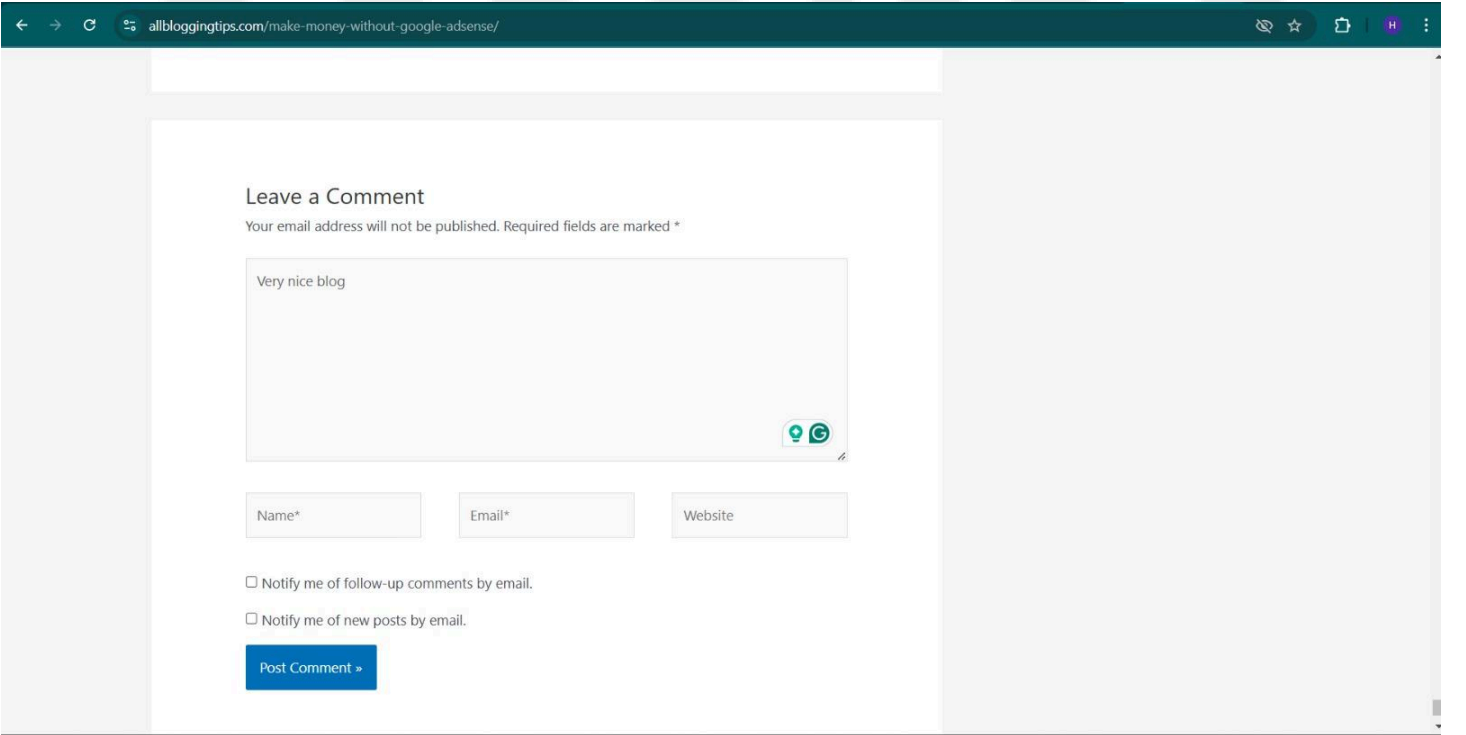
బ్లాగ్ వ్యాఖ్యానించడం మీరు మీ సముచిత లేదా పరిశ్రమలోని ఇతర బ్లాగ్‌లు లేదా వెబ్‌సైట్‌లపై వ్యాఖ్యలు చేసే ఆఫ్-పేజ్ SEO టెక్నిక్, తరచుగా మీ స్వంత సైట్‌కి లింక్‌తో. ఇది ఇతర బ్లాగర్‌లతో సంబంధాలను ఏర్పరచుకోవడానికి, దృశ్యమానతను పెంచడానికి మరియు SEOని మెరుగుపరచడానికి బ్యాక్‌లింక్‌లను అందించడానికి సహాయపడుతుంది. బ్లాగ్ వ్యాఖ్యానించడం బ్యాక్‌లింక్‌లను నిర్మించడం, ట్రాఫిక్‌ను పెంచడం మరియు అధికారాన్ని ఏర్పాటు చేయడం ద్వారా SEOను మెరుగుపరచడంలో సహాయపడుతుంది.



సంబంధిత బ్లాగులను కనుగొనండి:

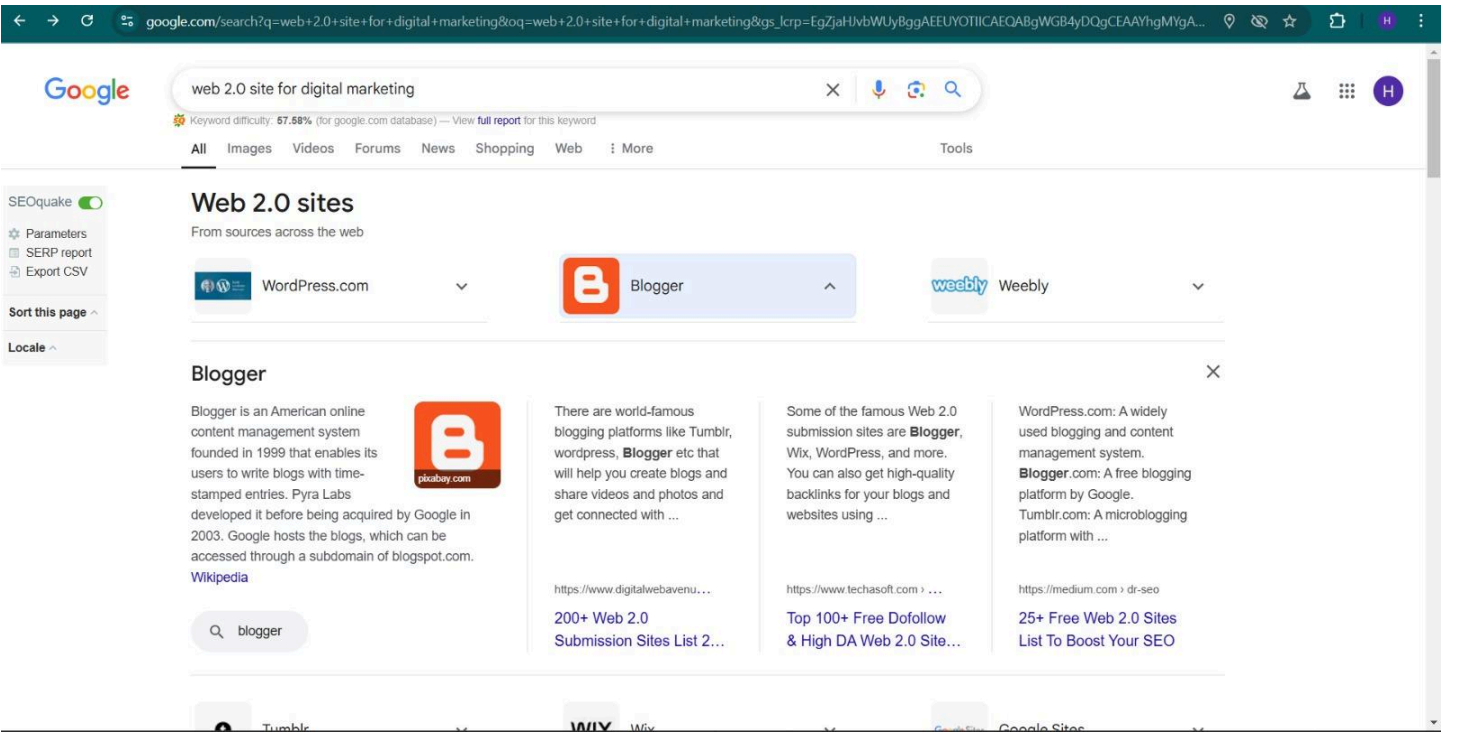
- గుర్తించడం ద్వారా ప్రారంభించండి మీ సముచిత బ్లాగులు లేదా పరిశ్రమ. ఇవి మీ లక్ష్య ప్రేక్షకులు కంటెంట్‌ని చదవడం మరియు నిమగ్నమయ్యే బ్లాగ్‌లు.

“గొప్ప పోస్ట్!” వంటి సాధారణ వ్యాఖ్యను మాత్రమే వదలకండి. లేదా "నాకు ఇది ఇష్టం."



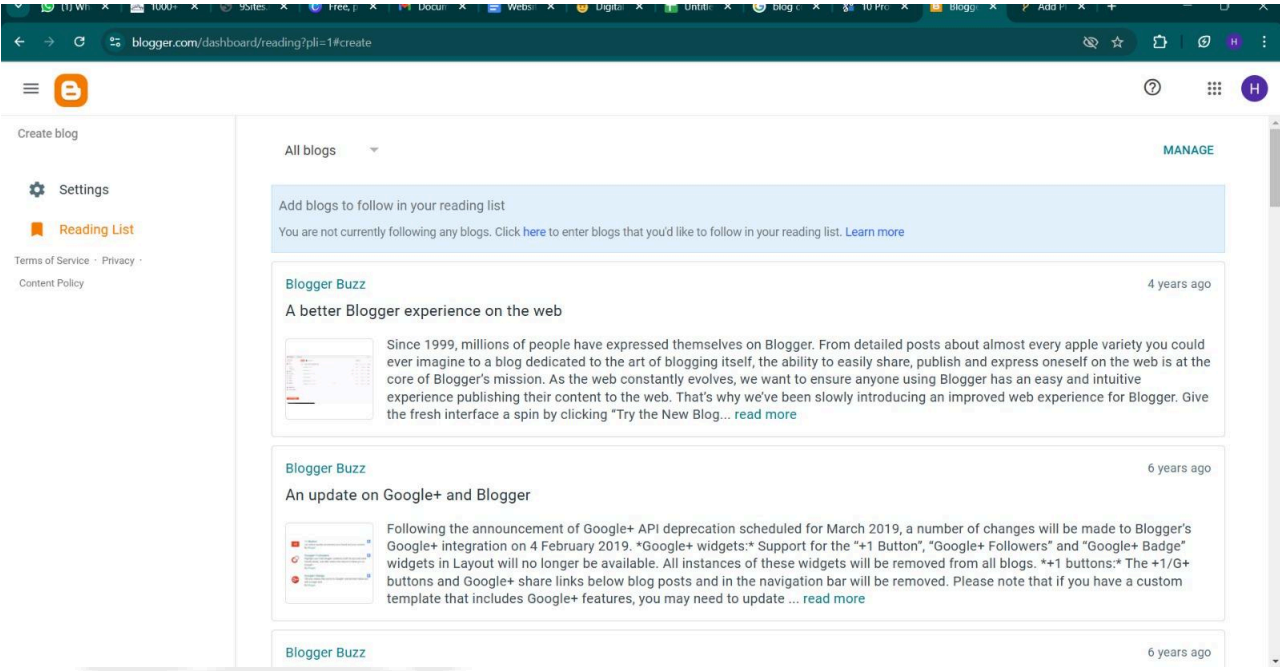
వెబ్ 2.0 సైటు:

వెబ్ 2.0 సైట్లు తరచుగా బ్లాగులు, కథనాలు, వీడియోలు, చిత్రాలు మరియు ఇతర మాధ్యమాల రూపంలో వినియోగదారులు కంటెంట్‌ని సృష్టించి మరియు భాగస్వామ్యం చేయగల వినియోగదారు రూపొందించిన కంటెంట్ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లను చూడండి. ఈ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లు వ్యక్తులు మరియు వ్యాపారాలను సృష్టించడానికి అనుమతిస్తాయి ప్రొఫైల్, కంటెంట్‌ను ప్రచురించండి మరియు పెద్ద సంఘంతో పరస్పర చర్య చేయండి. SEO పరంగా, వెబ్ 2.0 సైట్‌లు శక్తివంతమైన సాధనాలు బ్యాక్‌లింక్‌లను నిర్మించడం, విజిబిలిటీని పెంచడం మరియు మీ సైట్ అధికారాన్ని మెరుగుపరచడం. వెబ్ 2.0 సైట్లు మీరు మీ వెబ్‌సైట్‌కి తిరిగి లింక్ చేసే కంటెంట్‌ని సృష్టించగల ప్లాట్‌ఫారమ్‌లు, SEOతో సహాయం చేస్తాయి. ఈ సైట్‌లు ఉన్నాయి **WordPress**, మధ్యస్థం, బ్లాగర్, **Tumblr**, **Wix**, **Weebly** మొదలైనవి

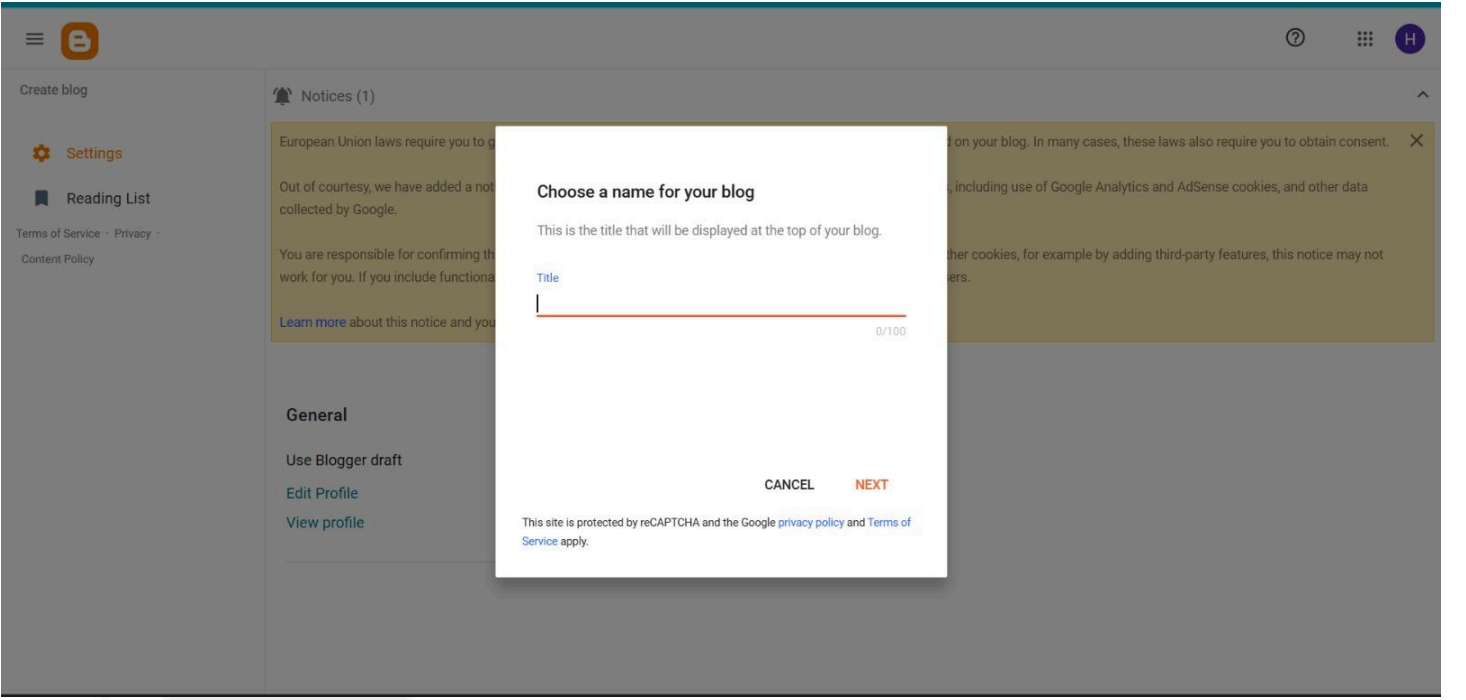


ప్రోఫైల్‌ను సృష్టించండి మరియు సైట్‌ను రూపొందించండి:

- సైన్ అప్ చేయండి ఎంచుకున్న ప్లాట్‌ఫారమ్‌లో ఉచిత ఖాతా కోసం (ఉదా., Blogger లేదా Tumblr).
- సృష్టించు a ప్రొఫైల్ మీ వ్యాపారం పేరు, లోగో మరియు సంప్రదింపు సమాచారంతో. మీ వ్యాపారం ఏమి చేస్తుందో సంక్షిప్త వివరణను జోడించండి మరియు దానిని మీకు తిరిగి లింక్ చేయండి ప్రధాన వెబ్‌సైట్.



- అనుకూలీకరించండి థీమ్ ఇది ఆకర్షణీయంగా మరియు వృత్తిపరమైనదిగా చేయడానికి. లేఅవుట్ మీ బ్రాండింగ్తో సరిపోలుతుందని మరియు మీ లక్ష్య ప్రేక్షకులతో ప్రతిధ్వనిస్తుందని నిర్ధారించుకోండి.
- వెబ్ 2.0 సైట్లలో నాణ్యమైన కంటెంట్ను సృష్టించండి
- అంతర్గత మరియు బాహ్య లింక్లను జోడించండి
- మీ ప్రధాన వెబ్సైట్కి బ్యాక్లింక్లను చేర్చండి
- సంఘంతో పాలుపంచుకోండి

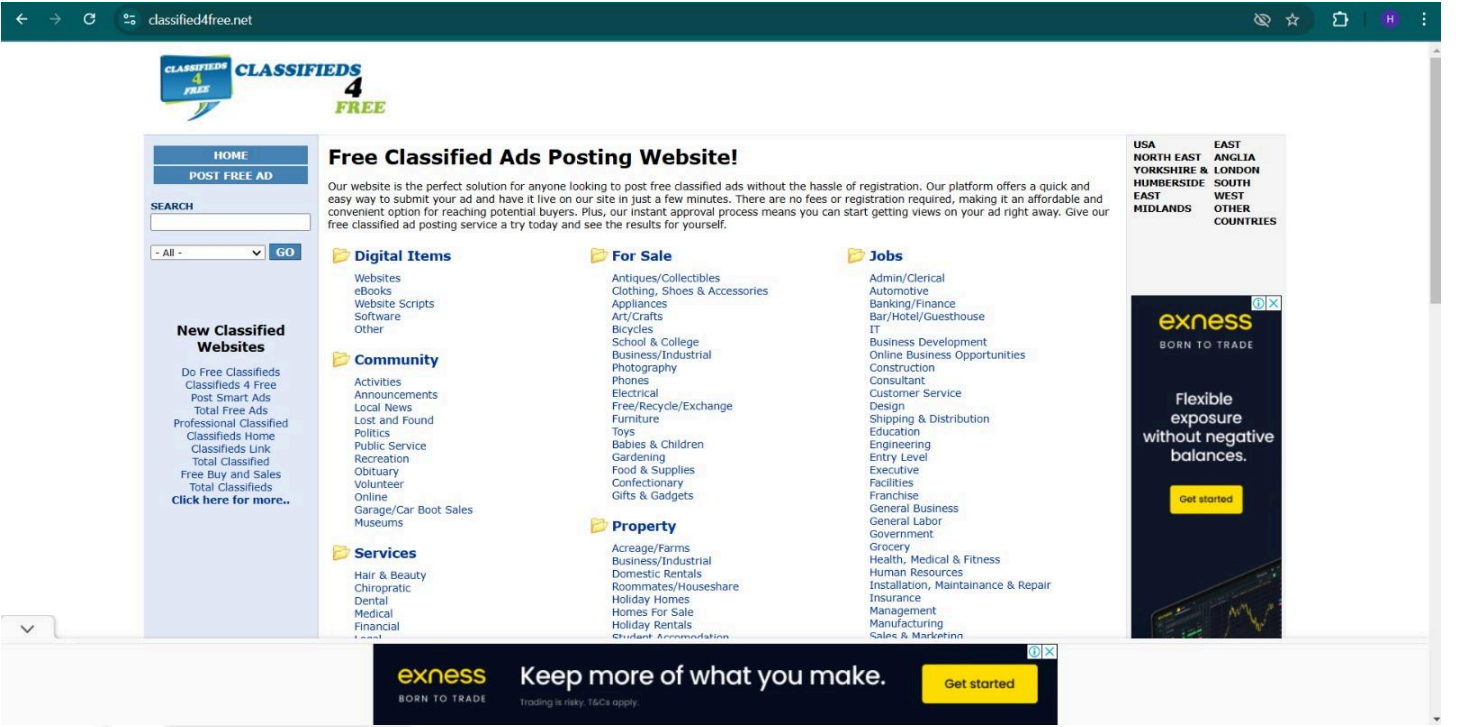


వర్గీకృత సమర్పణ:

WordPress బ్లాగింగ్ వెబ్సైట్లకు క్లాసిఫైడ్ సమర్పణ అనేది వినియోగదారులకు వారి వ్యాపారం లేదా సేవలను ప్రోత్సహించడానికి అనుమతించే క్లాసిఫైడ్ యాడ్ వెబ్సైట్లలో ప్రకటన లేదా జాబితాను సమర్పించే ప్రక్రియను సూచిస్తుంది. ఈ అభ్యాసం ప్రయోజనకరంగా ఉంటుంది. ఈ ఎందుకంటే అది ఉత్పత్తి చేస్తుంది బ్యాక్లింక్లు, రెఫరల్ ట్రాఫిక్, మరియు పెరిగిన ఎక్స్పజర్ విస్తృత ప్రేక్షకులకు.

WordPress ఆధారిత క్లాసిఫైడ్ ప్రకటన వెబ్సైట్లను కనుగొనండి

నమోదు చేసుకోండి మరియు ఖాతాను సృష్టించండి



మీ క్లాసిఫైడ్ ప్రకటన లేదా జాబితాను సమర్పించండి

- నమోదు చేసిన తర్వాత, కు నావిగేట్ చేయండి వర్గీకృత ప్రకటన సమర్పణ పేజీ లేదా ఫారమ్. క్లాసిఫైడ్ సమర్పణలకు మద్దతు ఇచ్చే చాలా WordPress సైట్లు మీ వ్యాపారం లేదా సేవ గురించి వివరాలను అడిగే సులభమైన ఫారమ్ను కలిగి ఉంటాయి.
- ఫారమ్ను పూరించండి జాగ్రత్తగా:

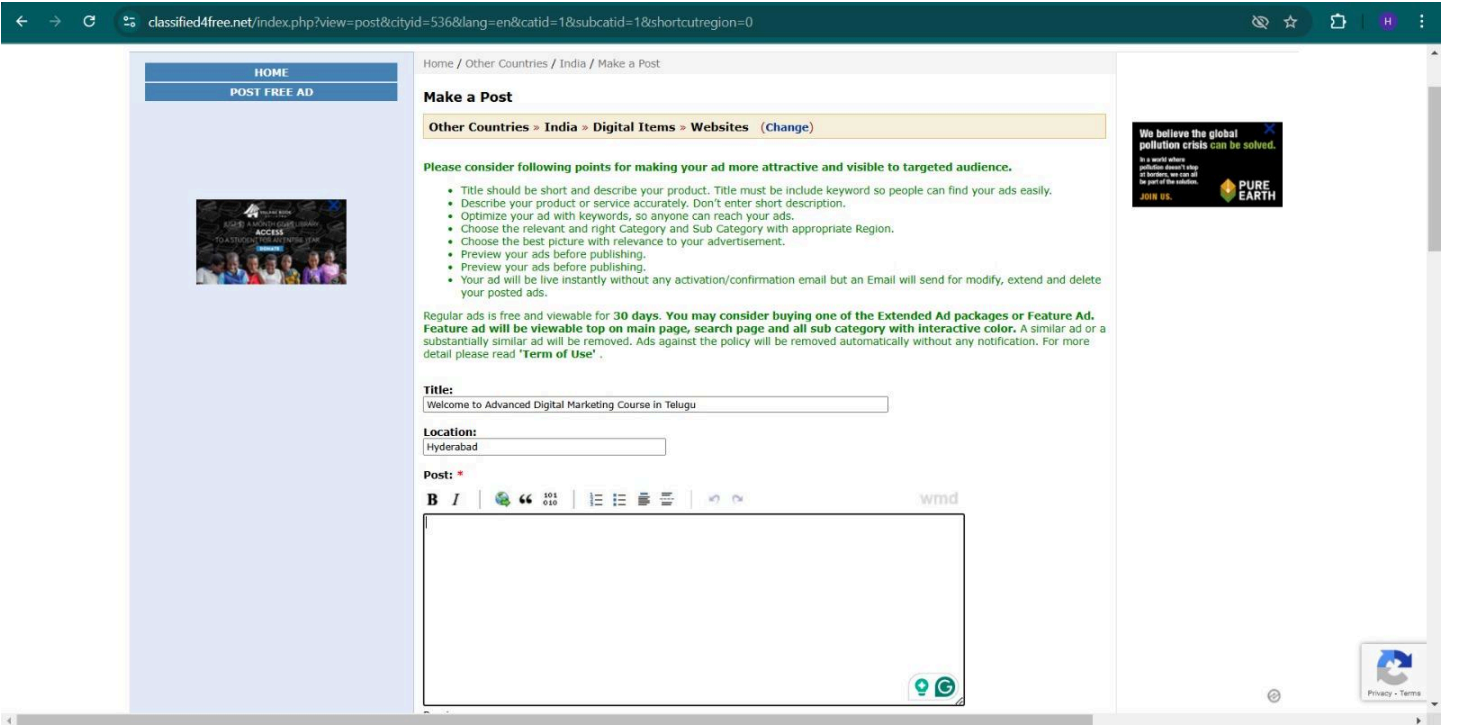
శీర్షిక: దృష్టిని ఆకర్షించే సంబంధిత శీర్షికను ఎంచుకోండి

వివరణ: వ్రాయండి a వివరణాత్మక వివరణ మీ వ్యాపారం, సంభాష్య క్లయింట్లకు విలువను అందిస్తోంది. మీ వ్యాపారానికి సంబంధించిన కీలకపదాలపై దృష్టి కేంద్రీకరించండి, కానీ దానిని సహజంగా ఉంచండి.

సంప్రదింపు సమాచారం: మీ చేర్చండి ఫోన్ నంబర్, ఇమెయిల్ చిరునామా, మరియు వ్యాపార వెబ్సైట్ URL.

వర్గాలు: మీ సేవ కోసం అత్యంత సంబంధిత వర్గాన్ని ఎంచుకోండి

చిత్రం లేదా లోగో: ప్లాట్ఫారమ్ అనుమతించినట్లయితే, ఒక అప్లోడ్ చేయండి చిత్రం లేదా వ్యాపార లోగో మీ జాబితాను మరింత ఆకర్షణీయంగా చేయడానికి.



చిత్ర సమర్పణ:

చిత్రం సమర్పణ కు **WordPress** బ్లాగింగ్ వెబ్‌సైట్‌లు WordPress ఆధారిత బ్లాగులు లేదా వెబ్‌సైట్‌లలో చిత్రాలను అప్‌లోడ్ చేయడం మరియు భాగస్వామ్యం చేసే ప్రక్రియ. కంటెంట్‌ని మెరుగుపరచడం, SEOను మెరుగుపరచడం మరియు మీ సైట్‌కి ట్రాఫిక్‌ని నడపడం కోసం ఇది ఒక సాధారణ వ్యూహం. "చిత్రం సమర్పణ" అనే భావన సూచిస్తుంది బ్లాగ్ పోస్ట్‌లకు చిత్రాలను జోడించడం, వ్యాసాలు, మరియు పేజీలు.

మెరుగుపరచడానికి చిత్రాలను ఉపయోగించవచ్చు వినియోగదారు అనుభవం, దృశ్య అప్పీల్, మరియు నిశ్చితార్థం, SEO సరిగ్గా ఆప్టిమైజ్ చేయబడితే కూడా ప్రయోజనం పొందుతుంది.

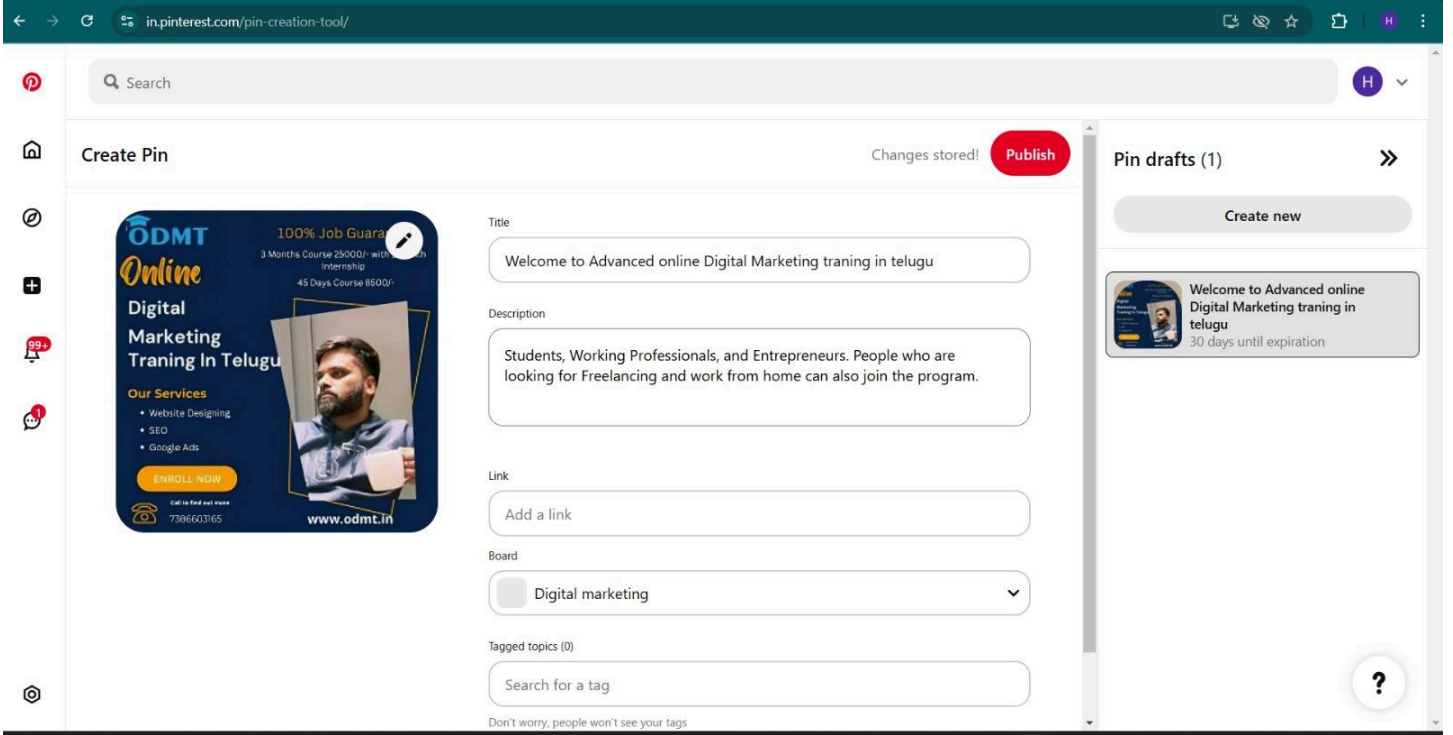
సమర్పణ కోసం మీ చిత్రాలను సిద్ధం చేయండి:

చిత్ర పరిమాణాన్ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి: మీ చిత్రాలు నివారించేందుకు చాలా పెద్దవిగా లేవని నిర్ధారించుకోండి నెమ్మదిగా లోడ్ అయ్యే సమయాలు, ఇది వినియోగదారు అనుభవం మరియు SEOని ప్రతికూలంగా ప్రభావితం చేస్తుంది.

చిత్రం ఫార్మాట్: వంటి సాధారణ ఇమేజ్ ఫార్మాట్‌లను ఉపయోగించండి **JPEG, PNG**, లేదా **GIF**, అవి చాలా ప్లాట్‌ఫారమ్‌లలో విస్తృతంగా ఆమోదించబడినందున.

కంటెంట్‌ను ప్రచురించండి లేదా మీ చిత్రాన్ని సమర్పించండి:

మీ చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేసి, అవసరమైన వివరాలను జోడించిన తర్వాత, కంటెంట్‌ని ప్రచురించండి లేదా చిత్రాన్ని సమర్పించండి సమీక్ష కోసం.



వీడియో సమర్పణ:

వీడియో సమర్పణ శక్తివంతమైనది ఆఫ్-పేజీ **SEO** వెబ్‌సైట్ ర్యాంకింగ్‌లను మెరుగుపరచడంలో, ట్రాఫిక్‌ను పెంచడంలో మరియు బ్రాండ్ దృశ్యమానతను మెరుగుపరచడంలో సహాయపడే వ్యూహం. ఈ టెక్నిక్‌లో వీడియోలను వివిధ వీడియో-షేరింగ్ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లకు సమర్పించడం, అవి SEO కోసం ఆప్టిమైజ్ చేయబడిందని నిర్ధారిస్తుంది. అధిక-నాణ్యత వీడియోని సృష్టించండి

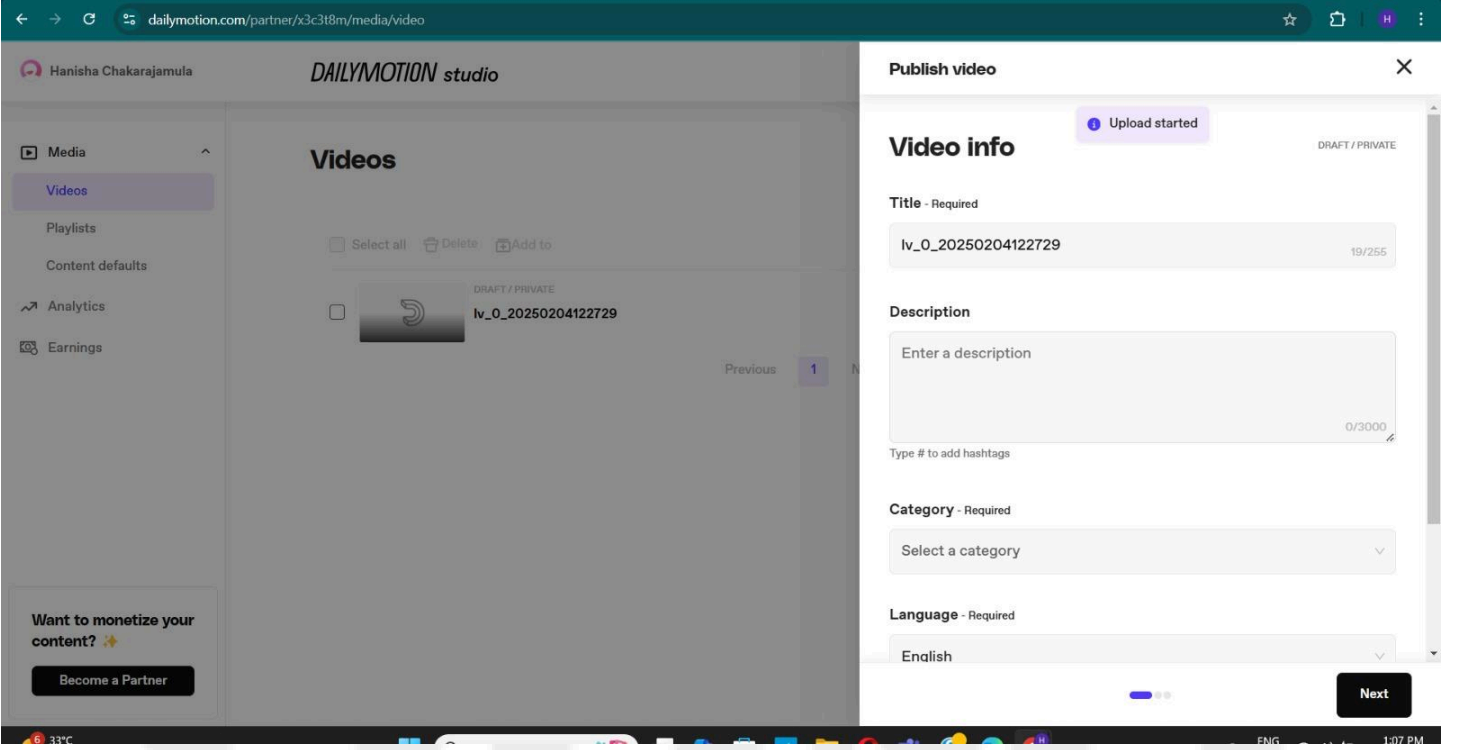
SEO కోసం వీడియోను ఆప్టిమైజ్ చేయండి

సమర్పణకు ముందు, కింది వాటిని ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

- శీర్షిక: కీవర్డ్-రిచ్ టైటిల్‌ను ఉపయోగించండి (ఉదా., "#1 ర్యాంక్‌కు ఉత్తమ SEO ఆఫ్-పేజ్ టెక్నిక్స్")
- వివరణ: మీ వెబ్‌సైట్ మరియు సోషల్ మీడియాకు లింక్‌లతో సహా 300-500 పదాల SEO-స్నేహపూర్వక వివరణను జోడించండి
- టాగ్లు: 5-10 సంబంధిత కీలకపదాలను ఉపయోగించండి (ఉదా., SEO చిట్కాలు, వీడియో సమర్పణ, డిజిటల్ మార్కెటింగ్)

- సూక్ష్మచిత్రం: ఆకర్షణీయమైన, క్లిక్ చేయగల సూక్ష్మచిత్రాన్ని రూపొందించండి

సరైన వీడియో సమర్పణ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లను ఎంచుకోండి
 మీ వీడియోను సమర్పించండి మరియు భాగస్వామ్యం చేయండి



ఇన్స్పిరేషన్ సమర్పణ:

ఇన్స్పిరేషన్ సమర్పణ శక్తివంతమైనది ఆఫ్-పేజీ **SEO** అధిక-నాణ్యత బ్యాక్‌లింక్‌లను రూపొందించడంలో, ట్రాఫిక్‌ను నడపడానికి మరియు నిశ్చితార్థాన్ని పెంచడంలో సహాయపడే వ్యూహం. ఈ సాంకేతికత దృశ్యమానంగా ఆకట్టుకునేలా సృష్టించడం డేటా-ఆధారిత గ్రాఫిక్స్ మరియు వాటిని వివిధ ఇన్స్పిరేషన్-పేరింగ్ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లకు సమర్పించడం.

అధిక-నాణ్యత ఇన్స్పిరేషన్‌ని సృష్టించండి

SEO కోసం మీ ఇన్స్పిరేషన్‌ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి

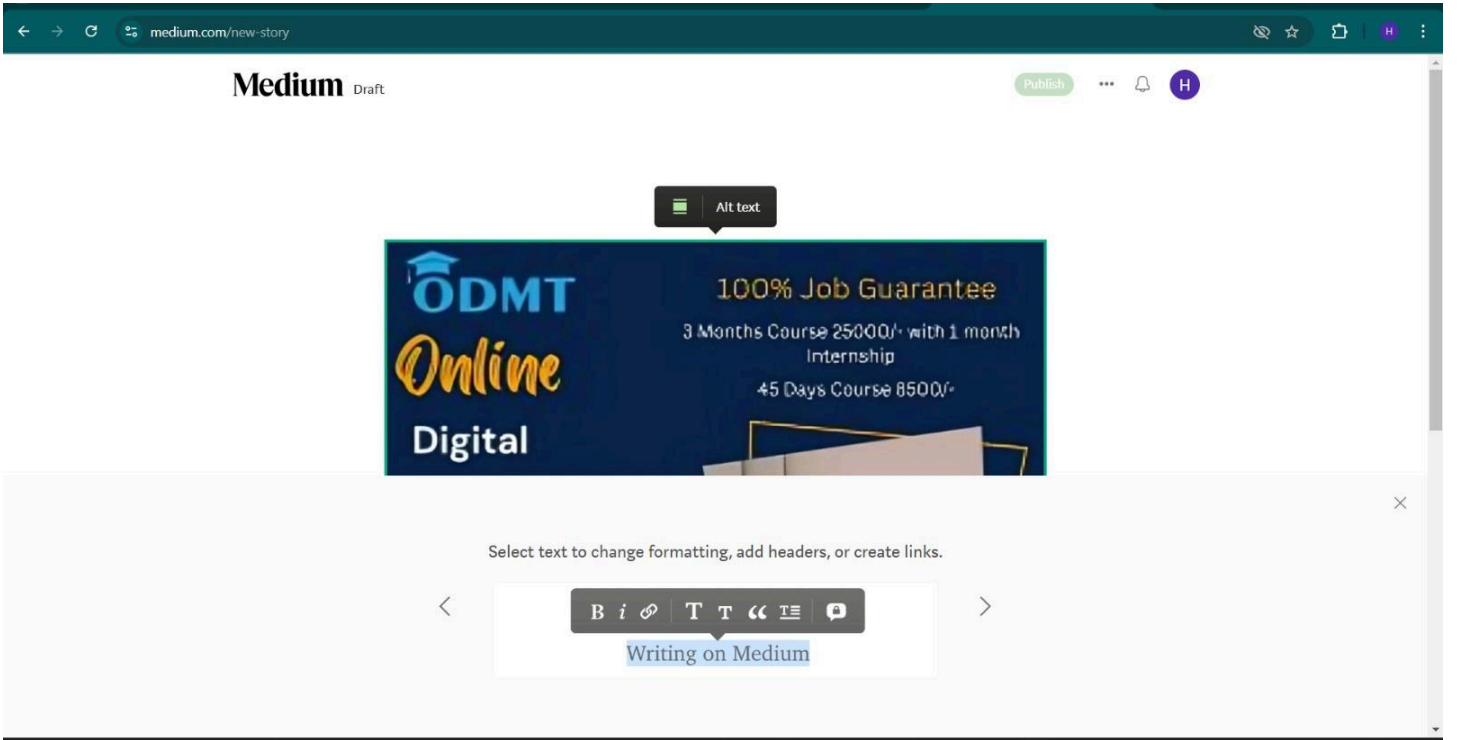
సమర్పణకు ముందు, కింది అంశాలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

- శీర్షిక: కీవర్డ్-రిచ్ శీర్షికను ఉపయోగించండి (ఉదా., "బెస్ట్ ఆఫ్-పేజీ SEO టిప్స్ - ఇన్స్పిరేషన్")
- వివరణ: మీ వెబ్‌సైట్ లింక్‌తో సహా 200-300 పదాల SEO-స్నేహపూర్వక వివరణను జోడించండి

- చిత్రం పేరు: కీవర్డ్లతో ఫైల్ పేరు మార్చండి (ఉదా., best-seo-practices-2024.png)
- చిత్రం ఆల్ట్ టెక్స్ట్: శోధన ఇంజిన్ల కోసం ఇన్ఫోగ్రాఫిక్ని వివరించండి
- ఫైల్ పరిమాణం & ఆకృతి: ఉపయోగించండి కంప్రెస్డ్ PNG/JPEG వేగవంతమైన లోడ్ కోసం

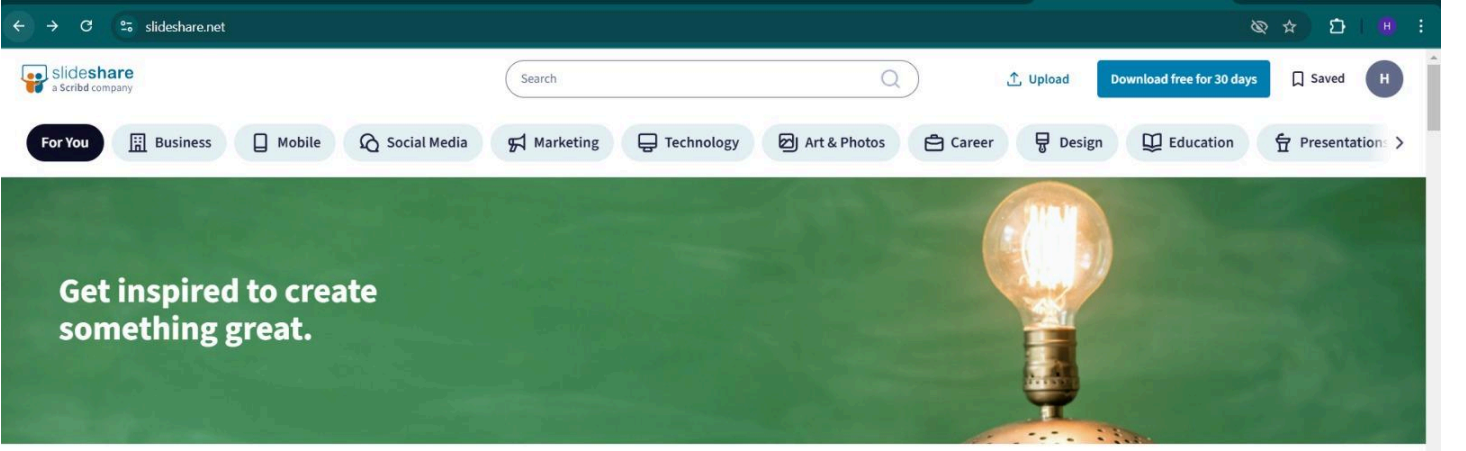
సరైన ఇన్ఫోగ్రాఫిక్ సమర్పణ ప్లాట్ఫారమ్లను ఎంచుకోండి
Visual.ly, ఇన్ఫోగ్రాఫిక్ జర్నల్, Pinterest, Reddit, InfographicBee

మీ ఇన్ఫోగ్రాఫిక్ని సమర్పించండి & ప్రచారం చేయండి



పత్ర సమర్పణ:

పత్రం సమర్పణ ఒక ఆఫ్-పేజీ **SEO** అధిక-అధికార పత్రం-భాగస్వామ్య వెబ్సైట్లకు చక్కగా నిర్మాణాత్మక పత్రాలను (PDFలు, PPTలు, DOCలు) సమర్పించడాన్ని కలిగి ఉన్న వ్యూహం. ఇది అధిక-నాణ్యత బ్యాక్లింక్లను రూపొందించడంలో, శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడంలో మరియు మీ వెబ్సైట్కి ట్రాఫిక్ని నడపడంలో సహాయపడుతుంది.



Featured



అధిక-నాణ్యత పత్రాన్ని సృష్టించండి

SEO కోసం పత్రాన్ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి

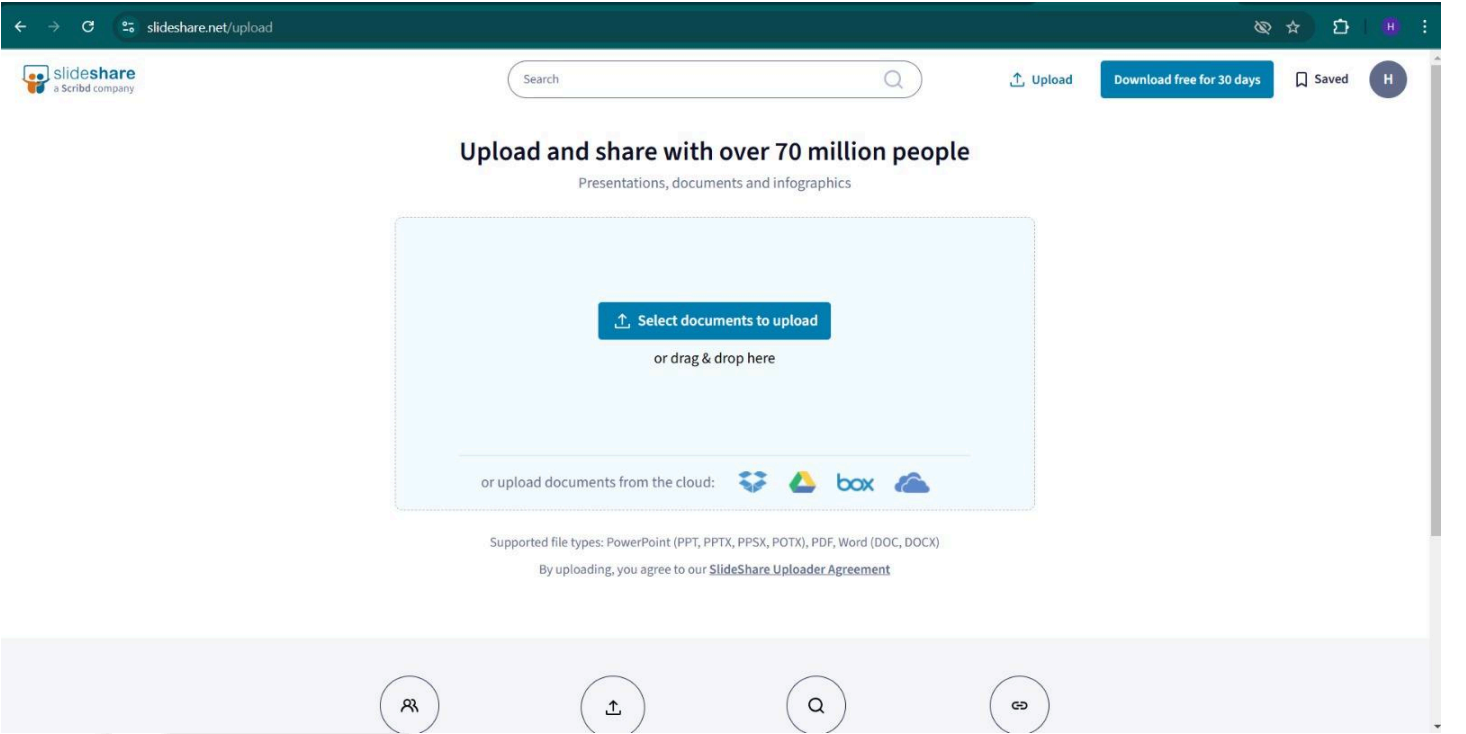
సమర్పణకు ముందు, కింది అంశాలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

- **శీర్షిక:** SEO-స్నేహపూర్వక శీర్షికను ఉపయోగించండి (ఉదా., "టాప్ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలు - ఉచిత ఇబుక్")
- **వివరణ:** మీ వెబ్‌సైట్ లింక్‌తో సహా 200-300 పదాల SEO-ఆప్టిమైజ్ చేసిన వివరణను జోడించండి
- **ఫైల్ పేరు:** కీవర్డ్‌లను ఉపయోగించి ఫైల్ పేరు మార్చండి (ఉదా., seo-trends-2024.pdf)
- **ప్రత్యామ్నాయ వచనం (PDFలలోని చిత్రాల కోసం):** మెరుగైన ఇండెక్సింగ్ కోసం దృశ్యాలను వివరించండి
- **లింకులు:** మీ వెబ్‌సైట్ లేదా సేవలకు క్లిక్ చేయగల లింక్‌లను చేర్చండి

సరైన పత్ర సమర్పణ ప్లాట్‌ఫారమ్‌లను ఎంచుకోండి

SlideShare, Scribd, Google Drive (పబ్లిక్), DocDroid, Zoho డాక్స్

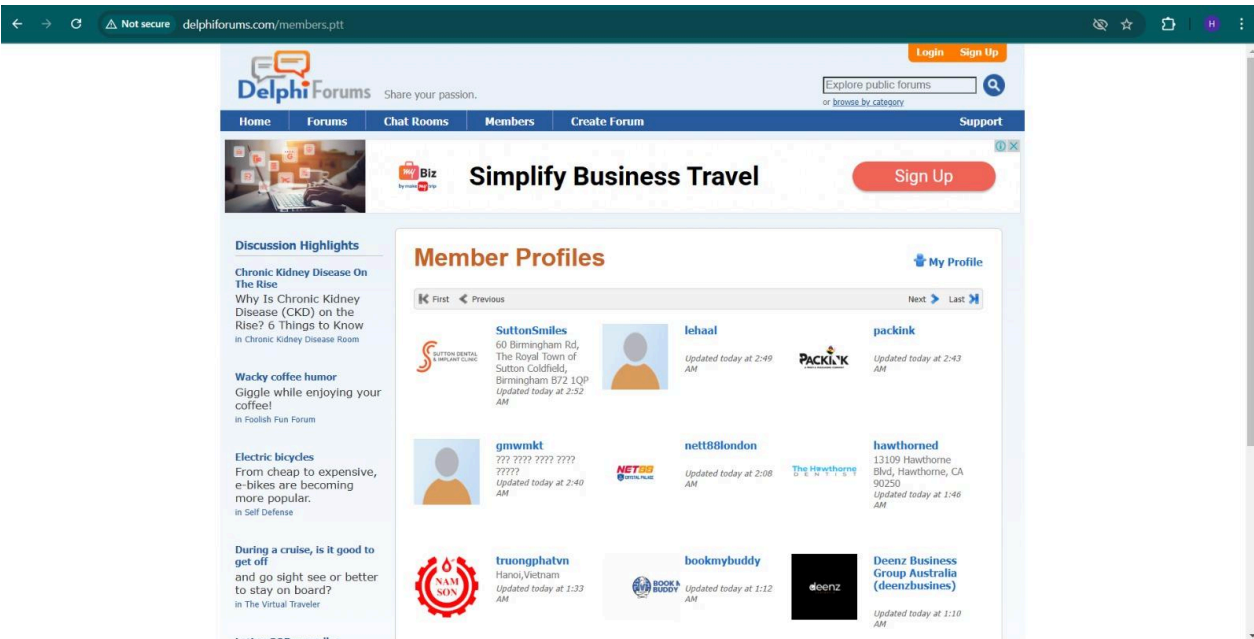
మీ పత్రాన్ని సమర్పించండి & ప్రచారం చేయండి



ఫోరమ్ సమర్పణ:

ఫోరమ్ సమర్పణ సమర్థవంతమైనది ఆఫ్-పేజీ **SEO** మీ సముచితానికి సంబంధించిన ఆన్లైన్ చర్చా వేదికలలో మీరు పాల్గొనే సాంకేతికత. చర్చలలో పాల్గొనడం, ప్రశ్నలకు సమాధానం ఇవ్వడం మరియు విలువైన అంతర్దృష్టులను పంచుకోవడం ద్వారా మీరు నిర్మించవచ్చు బ్యాక్లింక్లు, టార్గెటెడ్ ట్రాఫిక్ను డ్రైవ్ చేయండి మరియు డొమైన్ అధికారాన్ని మెరుగుపరచండి.

మీ సముచితంలో సంబంధిత ఫోరమ్లను కనుగొనండి



ఫోరమ్లను ఎలా కనుగొనాలి?

Google శోధన ఆపరేటర్లను ఉపయోగించండి:

- "వారుమీ కీవర్డ్" + ఫోరమ్
- "మీ కీవర్డ్" + చర్చా బోర్డు
- "మీ కీవర్డ్" + సంఘం

హై-అథారిటీ ఫోరమ్ సమర్పణ సైట్లను ఎంచుకోండి

Quora, వారియర్ ఫోరమ్, డిజిటల్ పాయింట్, Moz కమ్యూనిటీ

ఖాతాను సృష్టించండి మరియు మీ ప్రొఫైల్ను సెటప్ చేయండి

చర్చలలో పాల్గొనండి & సహకరించండి

ఫోరమ్ థ్రెడ్లను సృష్టించండి & తరచుగా అడిగే ప్రశ్నలకు సమాధానాలు ఇవ్వండి

ఫోరమ్ ఎంగేజ్మెంట్ను ప్రోత్సహించండి & పర్యవేక్షించండి

delphiforums.com/CreateForum.ptt

Forum Setup

Create Your Free Forum

Provide these few simple pieces of information to complete the setup of your new forum.

Forum Name

Something like "The Gardener's Corner" or "Fred's Comic Book Club." This is the text that appears at the top of your forum pages. You can change it at any time.

Webtag

The permanent web address for your forum will be <http://forums.delphiforums.com/yourWebtag>

Description

Describe the kind of forum you're building. This description will appear at the top of your forums and when your forum comes up in the Delphi Forums index and in search results.

Category Education & Alumni

How would you categorize your new forum? Don't worry, you can change this later if you change your mind.

Create

వ్యాస సమర్పణ:

వ్యాసం సమర్పణ సమర్థవంతమైనది ఆఫ్-పేజీ **SEO** బ్యాక్లింక్లను పొందడానికి, బ్రాండ్ ఎక్స్పోజర్ను పెంచడానికి మరియు మీ వెబ్సైట్కి ఆర్గానిక్ ట్రాఫిక్ను పెంచడానికి మీరు థర్డ్-పార్టీ వెబ్సైట్లలో అధిక-నాణ్యత కథనాలను ప్రచురించే సాంకేతికత. ఇది సహాయపడుతుంది అధికారాన్ని నిర్మించడం, శోధన ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడం మరియు లక్ష్య సందర్శకులను రూపొందించడం.

అధిక-నాణ్యత, **SEO-ఆప్టిమైజ్** చేసిన కథనాన్ని సృష్టించండి

SEO కోసం కథనాన్ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి

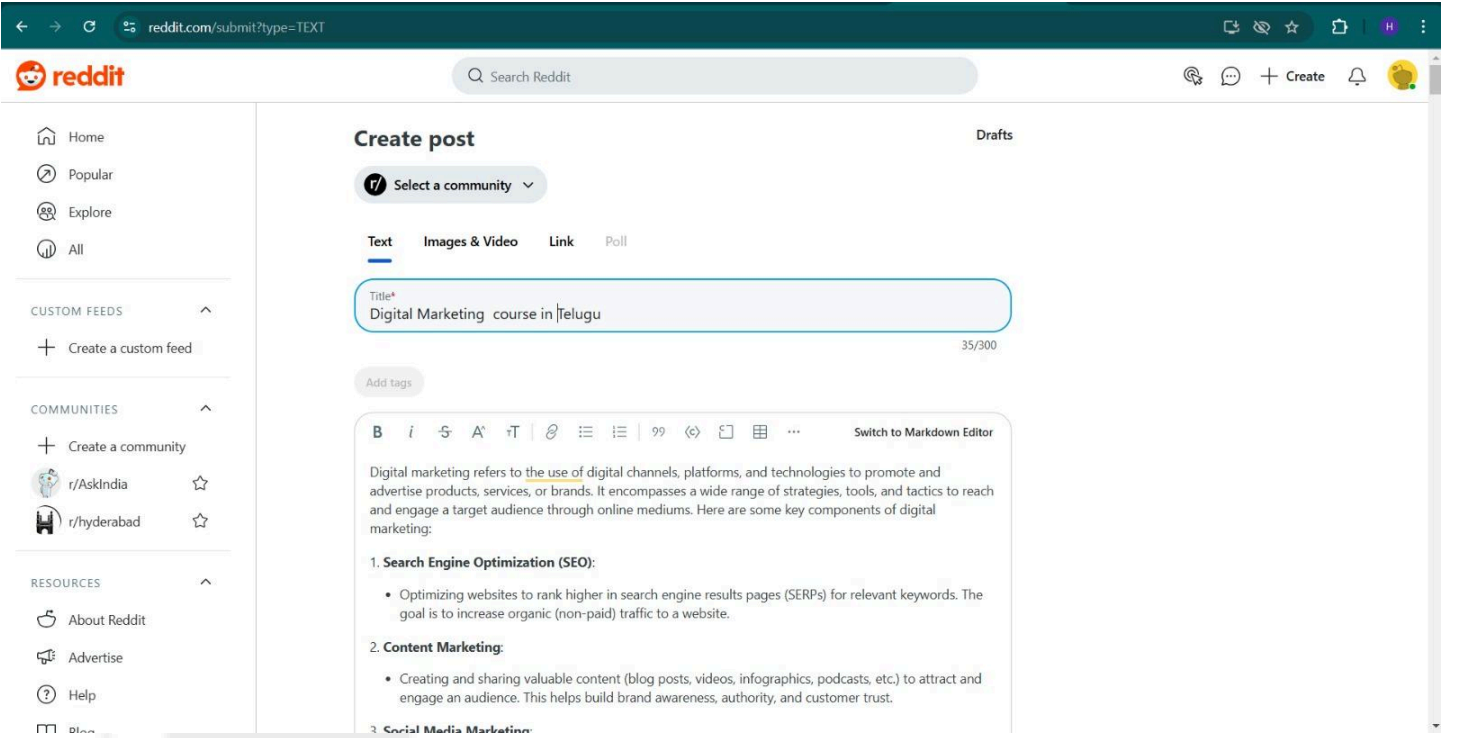
సమర్పణకు ముందు, కింది అంశాలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

- **శీర్షిక:** కీవర్డ్-రిచ్, ఆకర్షణీయమైన శీర్షికను ఉపయోగించండి (ఉదా., "2024 కోసం టాప్ 10 SEO వ్యూహాలు")
- **మెటా వివరణ:** a జోడించండి **150-160** అక్షరాలు కీలక పదాలతో సారాంశం
- **శీర్షికలు & ఉపశీర్షికలు:** ఉపయోగించండి **H2, H3** నిర్మాణాత్మక కంటెంట్ కోసం
- **అంతర్గత & బాహ్య లింకులు:** దీనికి లింక్ చేయండి సంబంధిత అంతర్గత పేజీలు మరియు అధిక-అధికార సైట్లు
- **ఇమేజ్ ఆప్టిమైజేషన్:** జోడించు **alt** టెక్స్ట్ మరియు వివరణాత్మక ఫైల్ పేర్లు
- **యాంకర్ వచనం:** సహజమైన వాడండి యాంకర్ టెక్స్ట్ బ్యాక్లింక్ల కోసం

అధిక-అధికార కథన సమర్పణ సైట్లను ఎంచుకోండి

మీడియం, EzineArticles, HubPages, ArticleBiz, LinkedIn కథనాలు

మీ కథనాన్ని సమర్పించండి & ప్రచారం చేయండి



సామాజిక బుక్మార్కింగ్:

సోషల్ బుక్మార్కింగ్ అనేది ఒక ప్రభావవంతమైన ఆఫ్-పేజ్ SEO టెక్నిక్, ఇక్కడ మీరు బ్యాక్లింక్లను రూపొందించడానికి, ట్రాఫిక్ను పెంచడానికి మరియు శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడానికి మీ వెబ్సైట్ లేదా కంటెంట్ను అధిక-అధికార బుక్మార్కింగ్ సైట్లకు సమర్పించవచ్చు.

మీరు ఈ ప్లాట్ఫారమ్లలో మీ కంటెంట్ను బుక్మార్క్ చేసినప్పుడు, శోధన ఇంజిన్లు మీ పేజీని త్వరగా సూచిక చేసి, శోధన ఫలితాల్లో దాని దృశ్యమానతను మెరుగుపరుస్తాయి.

అధిక-అధికార సామాజిక బుక్మార్కింగ్ సైట్లను ఎంచుకోండి

రెడ్డిట్, మిక్స్ (గతంలో స్టంబుల్అపాస్), ఫ్లిప్బోర్డ్, పాకెట్

google.com/search?q=Social+Bookmarking+sites&scas_esv=89dbe79c79d2cf28&svsf=AHTn&zo-W-9a5LDN73TXGjpm6rc8mz0P8g%3A173977929056&ei=We-yZ8qFA9yOseMPiSh8A8&...
 Social Bookmarking sites
 Keyword difficulty: - (for google.com database) — View full report for this keyword
 All Images Videos Forums Shopping News Web : More Tools

Social bookmarking sites
 From sources across the web

reddit Reddit
 diigo Diigo
 Flipboard

Pinterest
 Slashdot
 Pocket

Scoop.it
 Digg
 Tumblr

15 more

Traffic Tail Technologies Pvt. Ltd.
 https://traffictail.com/social-bookmarking-sites
 1. 250+ High PR Social Bookmarking Sites With Free Download
 AS: 0 Visits: 0 Pages/Visit: 0 Avg. Visit: 0 Bounce rate: 0
 Get domain authority, visits and engagement data with a free Semrush account - Connect
 L: 34 LD: 707K t: 1.79K whois source Rank: 420K
 Direct Traffic Generation: Pinterest, Reddit, and Digg are some examples of bookmarking sites that can help you attract a lot of visitors to your website.

33°C Sunny
 Search
 ENG IN
 1:44 PM
 2/17/2025

బుక్‌మార్కింగ్ కోసం కంటెంట్‌ని సిద్ధం చేయండి
 సామాజిక బుక్‌మార్కింగ్ పైట్‌లలో కంటెంట్‌ను సమర్పించండి
 మీ బుక్‌మార్కింగ్ పోస్ట్‌లను ప్రచారం చేయండి

write.as/new
 W Anonymous Tr 941 words
 Publish

Digital marketing refers to the use of digital channels, platforms, and technologies to promote and advertise products, services, or brands. It encompasses a wide range of strategies, tools, and tactics aimed at reaching and engaging a target audience through online mediums. Here are some key components of digital marketing:

1. Search Engine Optimization (SEO):
 Optimizing websites to rank higher in search engine results pages (SERPs) for relevant keywords. The goal is to increase organic (non-paid) traffic to a website.
2. Content Marketing:
 Creating and sharing valuable content (blog posts, videos, infographics, podcasts, etc.) to attract and engage an audience. This helps build brand awareness, authority, and customer trust.
3. Social Media Marketing:
 Using social media platforms like Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, and TikTok to connect with your audience, build relationships, and promote products or services.
4. Pay-Per-Click (PPC) Advertising:
 Running paid ads on platforms like Google Ads or social media. Advertisers pay each time someone clicks on their ad. PPC campaigns can target specific demographics, locations, and interests.
5. Email Marketing:
 Sending targeted email campaigns to nurture relationships with leads and

అతిథి బ్లాగింగ్:

అతిథి బ్లాగింగ్, అని కూడా పిలుస్తారు అతిథి పోస్టింగ్, ఒక ఆఫ్-పేజీ **SEO** మీరు మీ సముచితంలో ఉన్న ఇతర వెబ్‌సైట్‌ల కోసం అధిక-నాణ్యత కథనాలను వ్రాసే వ్యూహం. బదులుగా, మీరు మీ సైట్‌కు బ్యాక్‌లింక్‌లను పొందుతారు, బ్రాండ్ అధికారాన్ని మెరుగుపరచండి మరియు రిఫరల్ ట్రాఫిక్‌ను డ్రైవ్ చేస్తారు.

అధిక-అధికార అతిథి బ్లాగింగ్ సైట్‌లను కనుగొనండి

- "మా కోసం వ్రాయండి" + [మీ సముచితం]
- "అతిథి పోస్ట్ ద్వారా" + [మీ సముచితం]

The screenshot shows a Google search for "Keyword + write for us". The search results are as follows:

- 1. Write for Us - SEO, Digital Marketing, Development Guest ...**
Source: logicsofts.co.uk
URL: https://www.logicsofts.co.uk/blog/write-for-us
Metrics: AS: 0, Visits: 0, Pages/Visit: 0, Avg. Visit: 0, Bounce rate: 0
Description: We are inviting creative marketing writers. Become a contributor. Email us for guest post at content@logicsofts.com.
- 2. Write for Us: Guest Post Submission Guidelines**
Source: Digital Success
URL: https://www.digitalsuccess.us/guest-blogging
Metrics: L: 21, LD: 13.2K, I: 585, Rank: 1.65M
Description: Check out our guest post submission guidelines. Share your content with us to get it published on our digital marketing blog.
- 3. Write for us on Convert Blog**
Source: convert.com
URL: https://www.convert.com/write-for-us
Metrics: L: 3.21K, LD: 560K, I: 1.56K, Rank: 252K
Description: Writing For Us? Choose a main keyword for the post that's relevant to the CRO niche. Use it in the headline you're crafting.

అధిక-DA గెస్ట్ పోస్టింగ్ సైట్‌లను ఎంచుకోండి

హబ్స్పాట్ బ్లాగ్, సెర్ప్ ఇంజన్ జర్నల్, షాట్‌మీలాడ్, బిజినెస్2 కమ్యూనిటీ

అధిక నాణ్యత గల అతిథి పోస్ట్‌ను వ్రాయండి

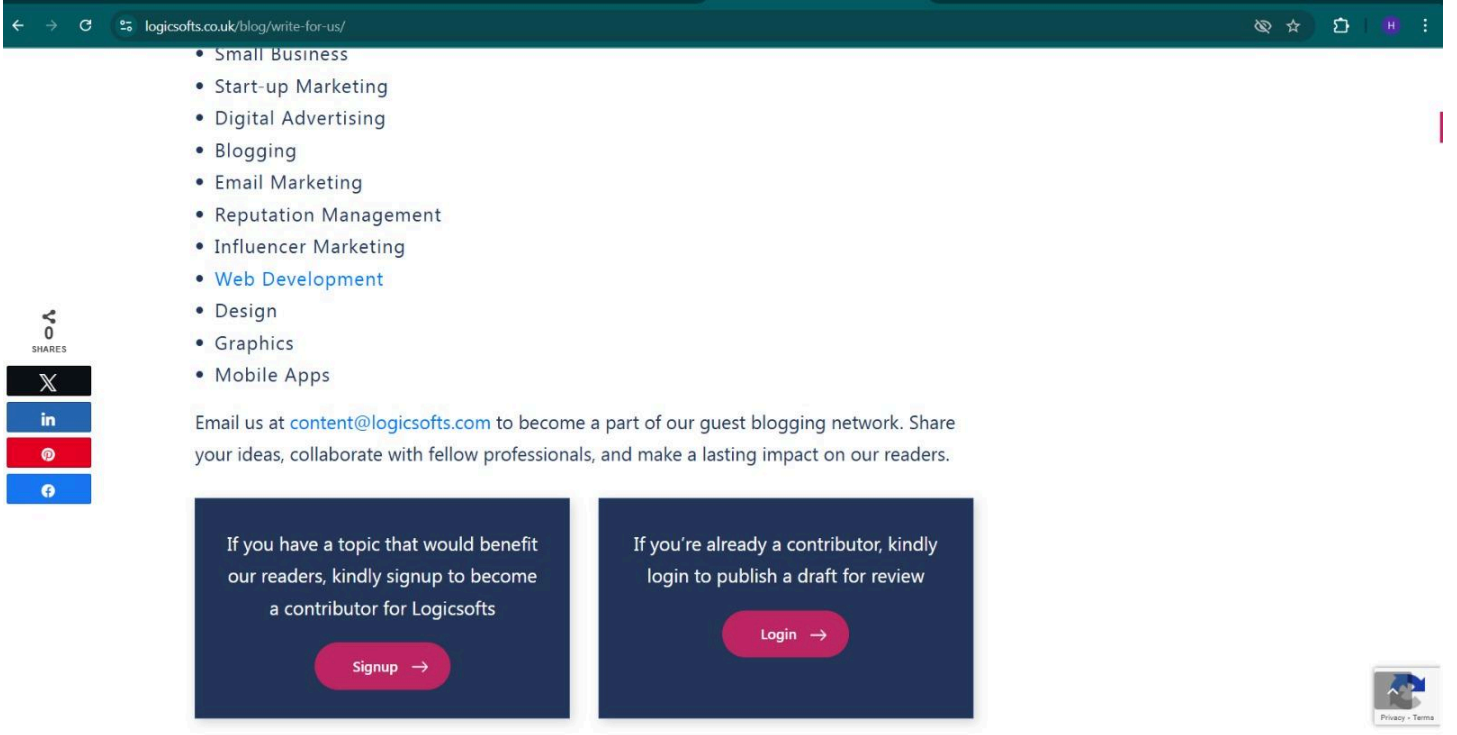
మీ గెస్ట్ పోస్ట్‌లో వ్యూహాత్మక బ్యాక్‌లింక్‌లను చేర్చండి

మీ అతిథి పోస్ట్‌ను సమర్పించండి & ప్రేక్షకులతో పరస్పర చర్చ చేయండి

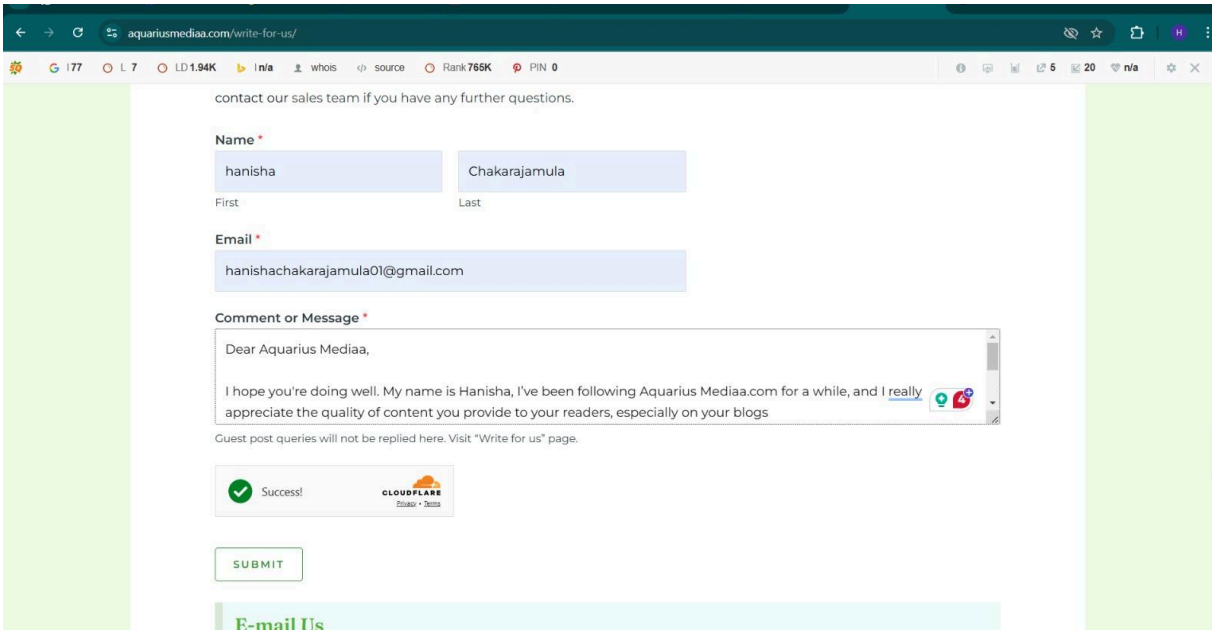
అతిథి బ్లాగింగ్‌ని ఎలా చేరుకోవాలి:

అతిథి బ్లాగింగ్ అవకాశాల కోసం చేరుకున్నప్పుడు, వెబ్‌సైట్ యజమానులను సంప్రదించడానికి రెండు ప్రాథమిక మార్గాలు ఉన్నాయి:

ఇమెయిల్ ఔట్రిచ్ (డైరెక్ట్ అప్రోచ్) - వెబ్సైట్ యజమానులను సంప్రదించడానికి ఇమెయిల్ ఉత్తమ మార్గం ఎందుకంటే ఇది ప్రత్యక్షమైనది, వృత్తిపరమైనది మరియు వ్యక్తిగతీకరణను అనుమతిస్తుంది.



సంప్రదింపు ఫారమ్ సమర్పణ (వెబ్సైట్ విచారణ ఫారమ్) - బ్లాగ్ ఇమెయిల్ చిరునామాను అందించకపోతే, వారు తరచుగా మీ అభ్యర్థనను పంపగలిగే సంప్రదింపు ఫారమ్ను కలిగి ఉంటారు.



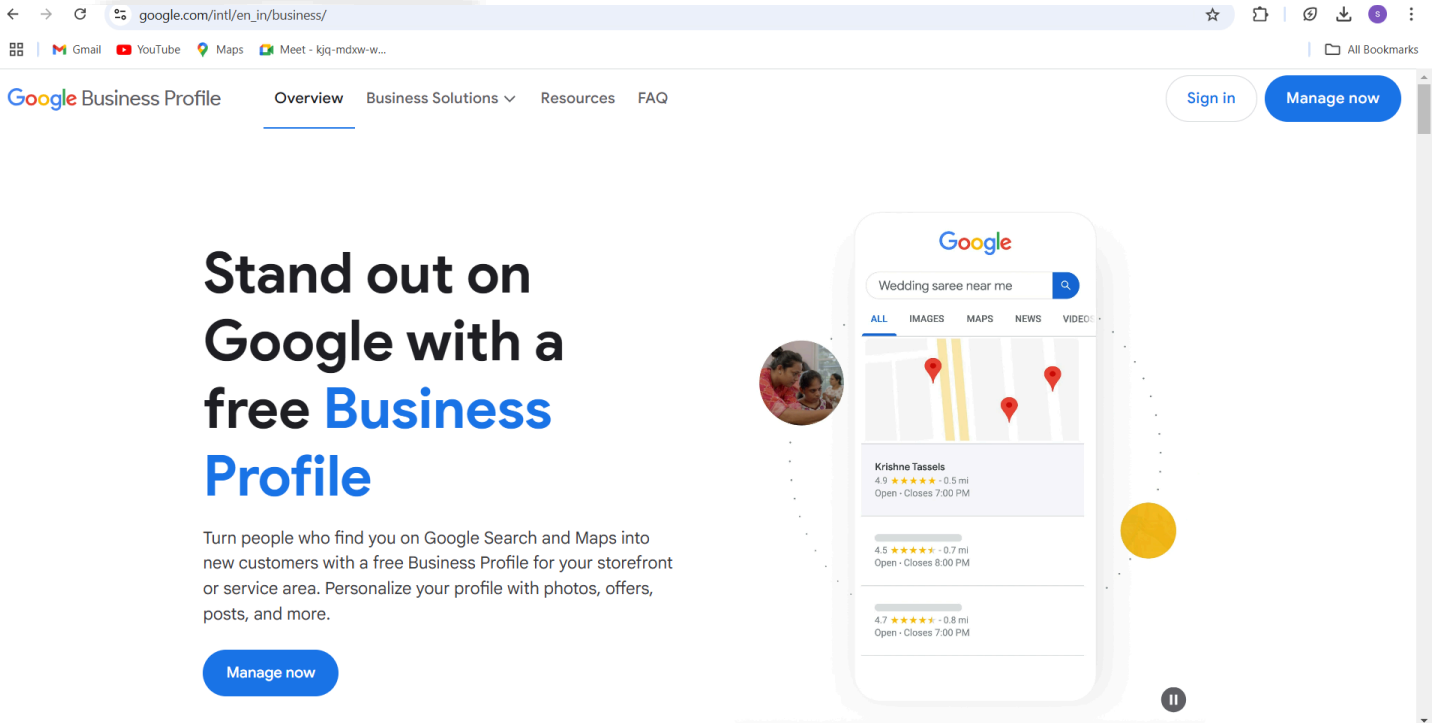
రెండు పద్ధతులు ప్రభావవంతంగా ఉంటాయి, కానీ వాటికి వేర్వేరు వ్యూహాలు అవసరం.

గూగుల్ మై బిజినెస్ (GMB) & స్థానిక SEO:

Googleలో మీ వ్యాపారం యొక్క భౌతిక ఉనికిని గుర్తించడాన్ని గూగుల్ మై బిజినెస్ అంటారు. **Google My Business (GMB)** ఆప్టిమైజేషన్ మరియు స్థానిక **SEO** కీలకమైనవి ఆఫ్-పేజీ **SEO** వ్యాపారాలు వారి దృశ్యమానతను మెరుగుపరచడంలో సహాయపడే పద్ధతులు **Google** శోధన మరియు **Google** మ్యాప్స్. కోసం ఈ వ్యూహాలు అవసరం స్థానిక వ్యాపారాలు, సర్వీస్ ప్రొవైడర్లు మొదలైనవి వారి ప్రాంతంలో కస్టమర్లను ఆకర్షించడానికి.

మీ **Google My Business** ప్రొఫైల్ ని సృష్టించండి & ధృవీకరించండి

- సందర్శించండి **Google** నా వ్యాపారం మరియు క్లిక్ చేయండి "ఇప్పుడే నిర్వహించండి"



- నమోదు చేయండి వ్యాపారం పేరు (మీ వెబ్సైట్ మరియు జాబితాలలో ఉన్న ఖచ్చితమైన పేరును ఉపయోగించండి)

business.google.com/create?gmb-src=in-en-z-z-al-gmb-s-z-l~mbi%7Clump&skipLandingPage&service=ome&original_intent=GMB&omesrcexp=97643701&omec=ELXZxy4YA...

Google

Start building your Business Profile

This will help you get discovered by customers on Google Search and Maps

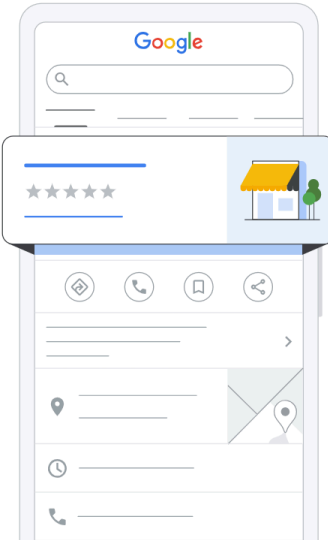
Business name*
ODMT

Business category*
Education Department

You can change and add more later

By continuing, you're agreeing to these [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#)

Next



- ఎంచుకోండి వ్యాపార వర్గం (ఉదా., “ప్లంబర్,” “SEO ఏజెన్సీ,” “రెస్టారెంట్”)
- జోడించు భౌతిక చిరునామా (వర్తిస్తే) లేదా ఎంచుకోండి సేవా ప్రాంతం
- నమోదు చేయండి ఫోన్ నంబర్ & వెబ్సైట్ URL

business.google.com/create?gmb-src=in-en-z-z-al-gmb-s-z-l~mbi%7Clump&skipLandingPage&service=ome&original_intent=GMB&omesrcexp=97643701&omec=ELXZxy4YA...

Google

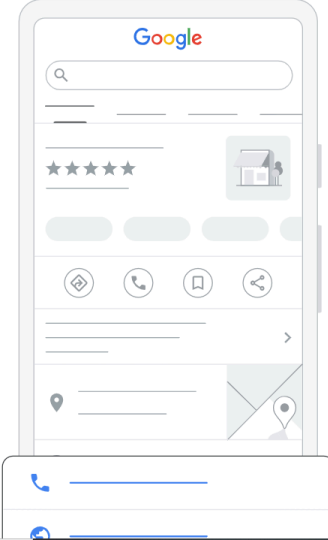
What contact details do you want to show to customers?

Help customers get in touch by including this info on your listing

Phone number
1234567898

Website (optional)
<https://www.odmt.in/>

Next



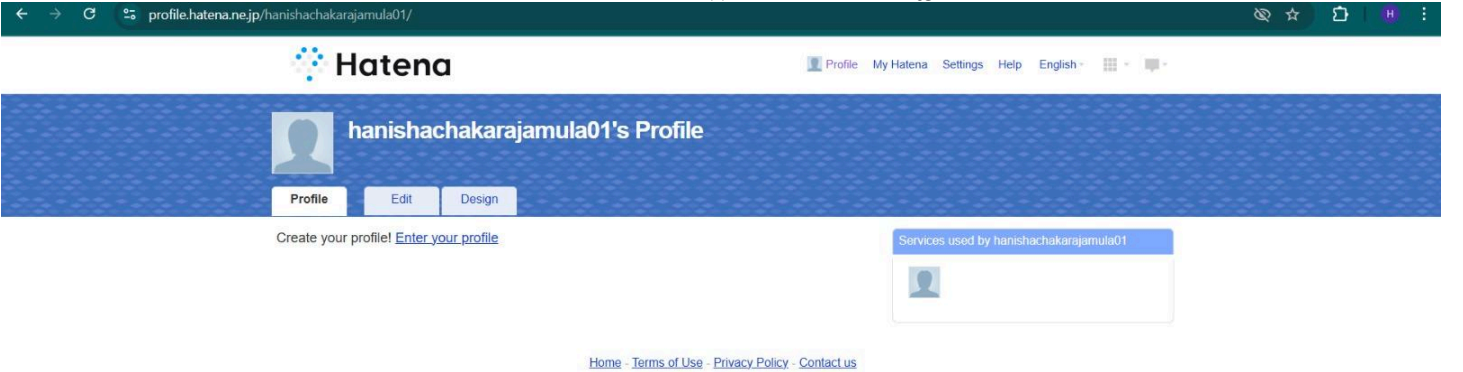
- పూర్తి ధృవీకరణ ప్రక్రియ (Google మెయిల్, ఫోన్ లేదా ఇమెయిల్ ద్వారా ధృవీకరణ కోడ్ను పంపుతుంది)

గరిష్ట విజిబిలిటీ కోసం మీ **GMB** ప్రొఫైల్ను ఆప్టిమైజ్ చేయండి
 మరిన్ని సానుకూల **Google** సమీక్షలను పొందండి (సామాజిక రుజువు)
 “నా దగ్గర” మరియు స్థానిక కీవర్డ్ల కోసం ఆప్టిమైజ్ చేయండి
 స్థానిక లింక్ భవనం
GMBలో రెగ్యులర్ అప్డేట్లను పోస్ట్ చేయండి

ప్రోఫైల్ సృష్టి:

ప్రోఫైల్ సృష్టి సమర్థవంతమైనది ఆఫ్-పేజీ **SEO** మీరు వ్యాపారం లేదా వ్యక్తిగత ప్రొఫైల్లను సృష్టించే వ్యూహం అధిక-అధికార వెబ్సైట్లు బ్యాక్లింక్లను పొందడానికి, శోధన ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడానికి మరియు బ్రాండ్ దృశ్యమానతను పెంచడానికి.

- అధిక-అధికార ప్రొఫైల్ సృష్టి సైట్లను కనుగొనండి
 లింక్డెయిన్, ఫేస్బుక్ బిజినెస్ పేజీ, ప్లికర్, అబొట్.మీ, కోరా
- **SEO** ఆప్టిమైజేషన్తో ప్రొఫెషనల్ ప్రొఫైల్ను సృష్టించండి
- **SEO** ప్రయోజనాల కోసం మీ ప్రొఫైల్లో పాల్గొనండి & నిర్వహించండి.



సాంకేతిక SEO:

సాంకేతిక SEO వెబ్‌సైట్ శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్‌లను మెరుగుపరచడానికి దాని సాంకేతిక అంశాలను ఆప్టిమైజ్ చేసే ప్రక్రియను సూచిస్తుంది. ఆన్-పేజీ SEO కంటెంట్ మరియు వినియోగదారు అనుభవంతో వ్యవహరిస్తుంది మరియు ఆఫ్-పేజీ SEO బ్యాక్‌లింక్‌లపై దృష్టి పెడుతుంది, సాంకేతిక SEO వెబ్‌సైట్ యొక్క బ్యాకెండ్ మరియు సైట్‌ను క్రాల్ చేయడానికి, సూచిక చేయడానికి మరియు ర్యాంక్ చేయడానికి శోధన ఇంజిన్‌లకు సులభతరం చేయడానికి దాని మౌలిక సదుపాయాలపై దృష్టి పెడుతుంది.

వెబ్‌సైట్ స్పీడ్ ఆప్టిమైజేషన్ - పేజీ లోడ్ సమయం అనేది Googleకి ర్యాంకింగ్ అంశం మరియు వెబ్‌సైట్‌లు త్వరగా లోడ్ అవుతాయని వినియోగదారులు ఆశించారు.

మొబైల్ స్పేహూర్వకత - Google మొబైల్-ఫస్ట్ ఇండెక్సింగ్‌ని ఉపయోగిస్తుంది, అంటే మీ వెబ్‌సైట్‌ని ర్యాంక్ చేసేటప్పుడు అది ప్రాథమికంగా మొబైల్ వెర్షన్‌ను చూస్తుంది.

సైట్ నిర్మాణం మరియు URL ఆప్టిమైజేషన్ - స్పష్టమైన మరియు తార్కిక నిర్మాణం శోధన ఇంజిన్‌లు మీ సైట్‌ను సమర్థవంతంగా క్రాల్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది మరియు వినియోగదారులు నావిగేట్ చేయడాన్ని సులభతరం చేస్తుంది

క్రాల్ లోపాలను పరిష్కరిస్తోంది - క్రాల్ లోపాలు మీ పేజీలను సూచిక చేయకుండా శోధన ఇంజిన్‌లను నిరోధించవచ్చు, ఇది ర్యాంకింగ్‌లను దెబ్బతీస్తుంది.

HTTPS (సురక్షిత వెబ్‌సైట్) - Google HTTPSని ర్యాంకింగ్ కారకంగా పరిగణిస్తుంది మరియు వినియోగదారులు సురక్షితమైన సైట్‌ను విశ్వసించే అవకాశం ఉంది.

నిర్మాణాత్మక డేటా (స్కీమా మార్కప్) - నిర్మాణాత్మక డేటా శోధన ఇంజిన్‌లు మీ సైట్‌లోని కంటెంట్‌ను బాగా అర్థం చేసుకోవడంలో సహాయపడుతుంది, ఇది రిచ్ స్నిప్పెట్‌లకు దారితీయవచ్చు (ఉదా., సమీక్షలలో స్టార్ రేటింగ్‌లు).

సైట్‌మ్యాప్:

సైట్‌మ్యాప్ అంటే వెబ్‌సైట్‌లోని నిర్దిష్ట పేజీ/పోస్ట్/ప్రోడక్ట్‌ని గుర్తించడానికి అతి తక్కువ మార్గం. ఎ సైట్ మ్యాప్ శోధన ఇంజిన్‌లు మీ సైట్ యొక్క నిర్మాణాన్ని అర్థం చేసుకోవడానికి మరియు మీ కంటెంట్ మొత్తాన్ని మరింత సమర్థవంతంగా కనుగొనడంలో సహాయపడటానికి మీ వెబ్‌సైట్‌లోని అన్ని పేజీలను జాబితా చేసే ఫైల్. ఇది శోధన ఇంజిన్‌ల కోసం మ్యాప్‌లా పనిచేస్తుంది, వాటిని అన్ని ముఖ్యమైన పేజీలకు మార్గనిర్దేశం చేస్తుంది.

సైట్‌మ్యాప్‌ల రకాలు:

- **XML సైట్మ్యాప్(సర్వర్):** SEO ప్రయోజనాల కోసం ఇది అత్యంత సాధారణ రకం. ఇది ప్రధానంగా శోధన ఇంజిన్ల కోసం (గూగుల్ లేదా బింగ్ వంటివి) మరియు మీరు ఇండెక్స్ చేయాలనుకుంటున్న మీ సైట్లోని అన్ని పేజీల గురించి వారికి తెలియజేస్తుంది.
- **HTML సైట్మ్యాప్(వినియోగదారులు):** మీ వెబ్సైట్ పేజీల నిర్మాణాత్మక జాబితాను అందించడం ద్వారా వినియోగదారులకు ఇది మరింత ఎక్కువ. నేరుగా SEOతో ముడిపడి ఉండనప్పటికీ, ఇది వినియోగదారు నావిగేషన్ను మెరుగుపరుస్తుంది.

XML సైట్మ్యాప్ను రూపొందించండి:

మీ వెబ్సైట్ కోసం XML సైట్మ్యాప్ను రూపొందించడానికి అనేక మార్గాలు ఉన్నాయి:

WordPress కోసం: మీరు వంటి ప్లగిన్లను ఉపయోగించవచ్చు అన్నీ ఒకే **SEO**లో లేదా ర్యాంక్మ్యాత్. ఇన్స్టాల్ చేసిన తర్వాత, ఈ ప్లగిన్లు మీ కోసం సైట్మ్యాప్ను స్వయంచాలకంగా ఉత్పత్తి చేస్తాయి మరియు అప్డేట్ చేస్తాయి. ఉదాహరణకు, Yoastలో, సైట్మ్యాప్ URL కావచ్చు https://www.yourwebsite.com/sitemap_index.xml.

SEOQUAKEలో సైట్ మ్యాప్ని ఎలా తనిఖీ చేయాలి:

SEOQUAKE -> డయాగ్నోసిస్ -> xml సైట్మ్యాప్లను ఇన్స్టాల్ చేయండి

The screenshot shows the Chrome Web Store page for the SEOquake extension. The page includes the following elements:

- Header:** chrome web store, Search extensions and themes, Discover, Extensions, Themes.
- Extension Info:**
 - SEOquake** (Logo)
 - www.seoquake.com
 - Featured
 - 4.5 ★ (2.5K ratings)
 - Extension
 - Developer Tools
 - 1,000,000 users
 - Add to Chrome button
- Preview Cards:**
 - A Powerful SEO Toolbox for your Browser:**
 - Key SEO metrics
 - Backlinks, Traffic, Ads
 - Keyword difficulty
 - On-page SEO audit
 - SERP overlay
 - SEO-toolbar
 - GSC integration
 - Advanced configuration
 - Custom metrics
 - Advanced SERP overlay:** Shows a screenshot of the SERP overlay for a search on eBay, displaying metrics like DS: 84, TS: 67, L: 1.52M, LR: 1.23B, Rank: 32, Traffic: 91.0M, PIN: 719K.
- Notification:** A black box at the bottom left states "SEOquake has been removed from Chrome."

SEOquakeని ఉపయోగించి సైట్మ్యాప్ని తనిఖీ చేయడానికి, ఈ దశలను అనుసరించండి:

- **SEOquake**ని ఇన్స్టాల్ చేయండి: మీరు ఇప్పటికే కలిగి ఉండకపోతే, SEOquake బ్రౌజర్ పొడిగింపును ఇన్స్టాల్ చేయండి. ఇది Chrome మరియు Firefox రెండింటికీ అందుబాటులో ఉంది.
- వెబ్సైట్ను తెరవండి: మీరు విశ్లేషించాలనుకుంటున్న వెబ్సైట్కి వెళ్ళండి.
- **SEOquake**ని సక్రియం చేయండి: దీన్ని యాక్టివేట్ చేయడానికి మీ బ్రౌజర్ టూల్బార్లోని SEOquake చిహ్నంపై క్లిక్ చేయండి.
- సైట్మ్యాప్ని తనిఖీ చేయండి:

SEOquake టూల్బార్లో, క్లిక్ చేయండి "రోగ నిర్ధారణ" ట్యాబ్.

క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి మరియు కింద "సైట్మ్యాప్" విభాగంలో, మీరు వెబ్సైట్ సైట్మ్యాప్ అందుబాటులో ఉంటే దానికి లింక్ని చూడవచ్చు.

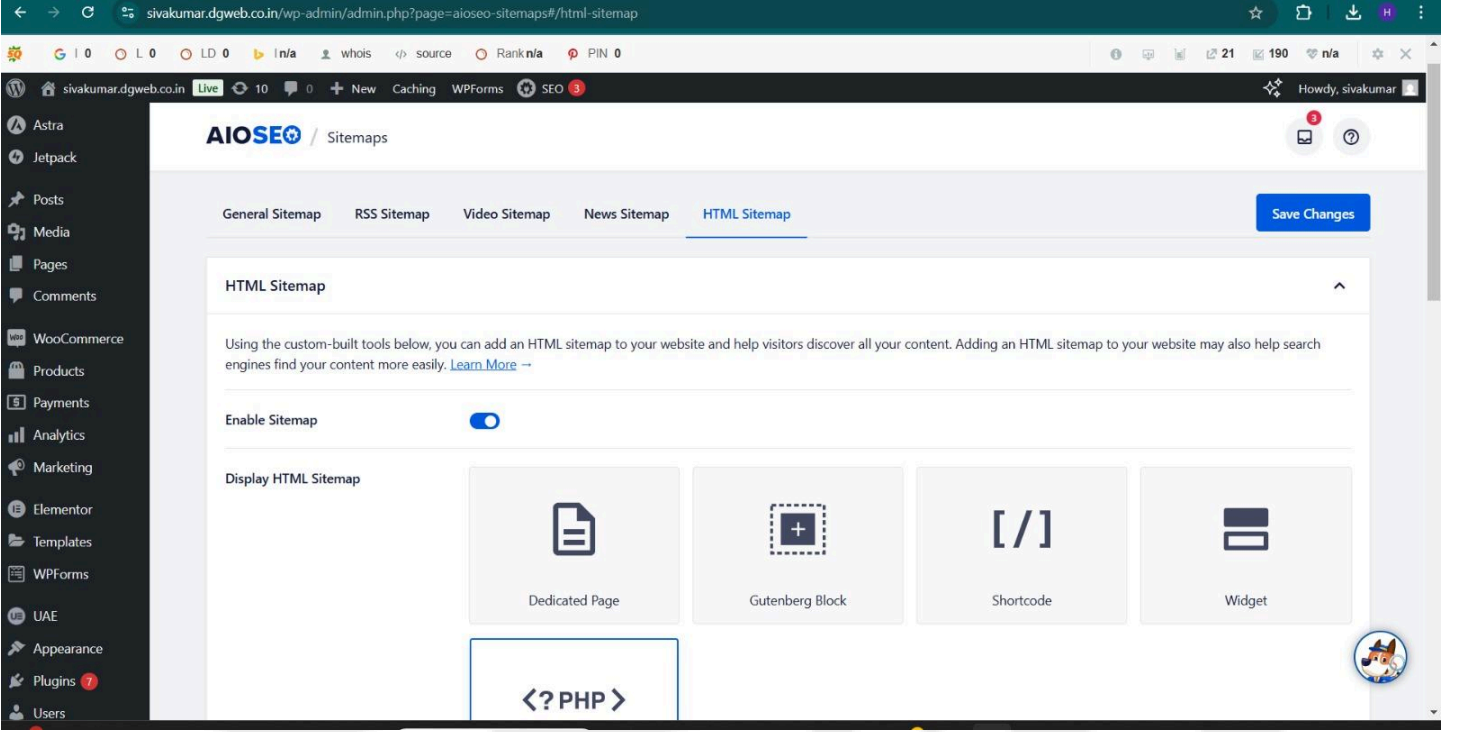
ప్రత్యామ్నాయంగా, వెబ్సైట్లో sitemap.xml ఫైల్ ఉంటే, మీరు వెబ్సైట్ డొమైన్కు "/sitemap.xml"ని జోడించడం ద్వారా నేరుగా URLని తనిఖీ చేయవచ్చు (ఉదా., <https://www.example.com/sitemap.xml>)

The screenshot shows the SEOquake extension interface. The browser address bar displays the URL: <https://sivakumar.dgweb.co.in/>. The page title is "PAGE SEO AUDIT". The audit results are as follows:

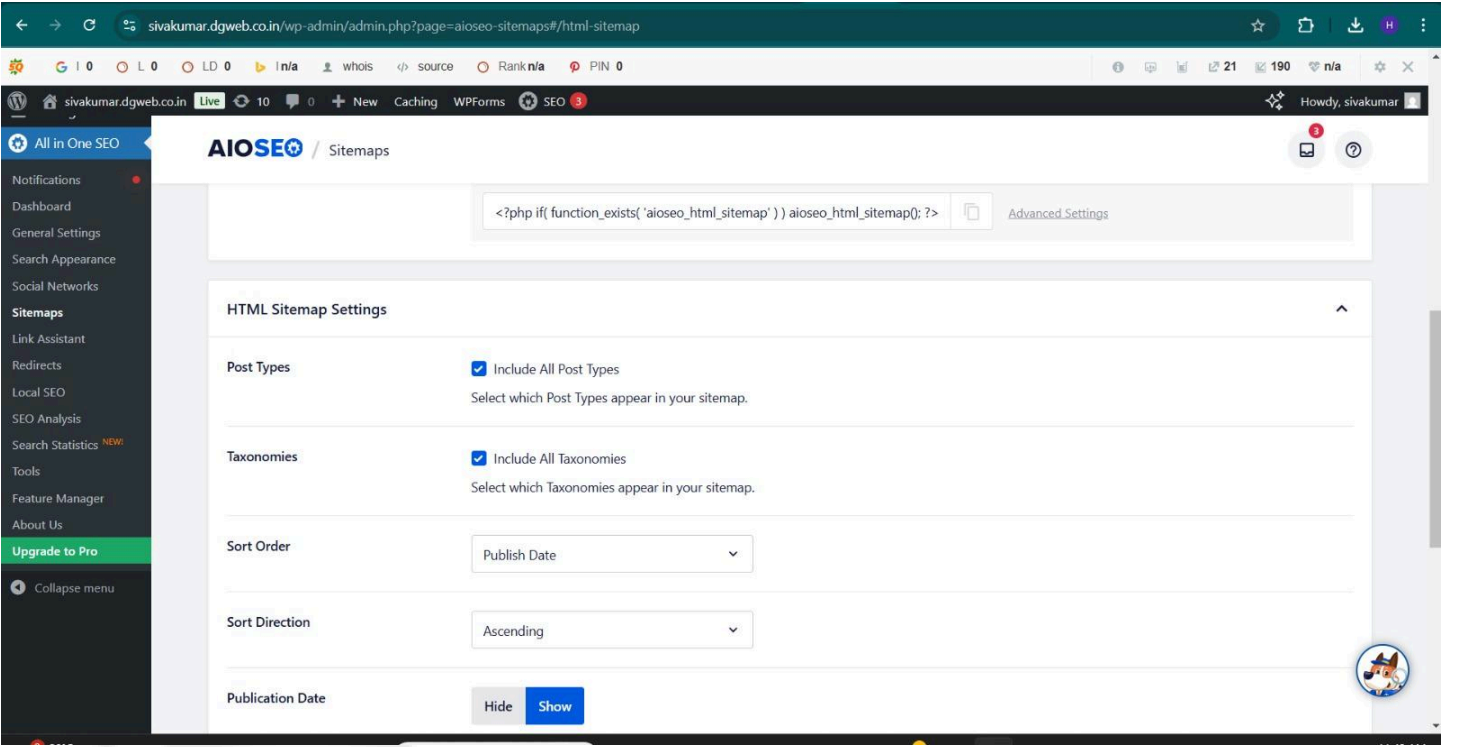
Category	Status	Details	Tip
URL	✓	22 characters – optimal. sivakumar.dgweb.co.in/	Tips
Canonical	⚠	Processing...	Tips
Title	✗	0 characters – not good. Try to enlarge title to 10 characters.	Tips
Meta description	✗	0 characters – try to enlarge description to 160 characters.	Tips
Headings	✓	Good! Your page implements HTML headings (<H1> through <H3>) and only one <H1> heading is used. H1 (1), H2 (5), H3 (1), H4 (13), H5 (1), H6 (0) <H1>: Transforming Ideas into Digital Success	Tips

ఒక **SEO** ప్లగ్ ఇన్ లో అన్నింటిలో వినియోగదారుల కోసం **HTML** సైట్ మ్యాప్ ను ఎలా సృష్టించాలి:

అన్నీ ఒకే **SEO** ప్లగ్ ఇన్ లో -> సైట్ మ్యాప్ -> ప్రారంభించు **HTML** సైట్ మ్యాప్ -> **HTML** సైట్ మ్యాప్ ను ప్రదర్శించండి [షార్ట్ కోడ్] -> చిన్న కోడ్ ను కాపీ చేయండి -> **HTML** సైట్ మ్యాప్ పేజీని రూపొందించండి -> సైట్ మ్యాప్ పేజీని ప్రచురించండి -> సైట్ మ్యాప్ ను మీ నావిగేషన్ కు జోడించండి (మెనూలు).



- వెళ్ళండి అన్నీ ఒక **SEO** లో మీ WordPress డాష్ బోర్డ్ లో.
- క్లిక్ చేయండి సైట్ మ్యాప్ లు ప్లగ్ ఇన్ సెట్టింగ్ ల మెను నుండి.
- అని నిర్ధారించుకోండి **XML** సైట్ మ్యాప్ మీ వెబ్ సైట్ కోసం ప్రారంభించబడింది (ఇది శోధన ఇంజిన్ ల కోసం స్వయంచాలకంగా **XML** సైట్ మ్యాప్ ను రూపొందిస్తుంది).
- క్రిందికి స్క్రోల్ చేయండి **HTML** సైట్ మ్యాప్ లోపల విభాగం సైట్ మ్యాప్ సెట్టింగులు.
- కోసం ఎంపికను ఆన్ చేయండి **HTML** సైట్ మ్యాప్. ఇది వినియోగదారు-స్నేహపూర్వక **HTML** సైట్ మ్యాప్ ను రూపొందించడానికి ప్లగ్ ఇన్ ని అనుమతిస్తుంది.
- చిన్న కోడ్ ని కాపీ చేయండి
- మీ వెబ్ సైట్ కి **HTML** సైట్ మ్యాప్ ని జోడించండి - దీనికి వెళ్ళండి పేజీలు లేదా పోస్ట్ లు మీ WordPress డాష్ బోర్డ్ నుండి.



Robots.txt:

నిర్దిష్ట పేజీ/పోస్ట్/ఉత్పత్తిని క్రాల్ చేయవద్దని Googleకి చెప్పడం. **robots.txt** వెబ్ క్రాలర్లకు (రోబోట్లు లేదా బాట్లు అని కూడా పిలుస్తారు) వెబ్సైట్లోని ఏ పేజీలు లేదా విభాగాలు క్రాల్ చేయడానికి మరియు ఇండెక్స్ చేయడానికి అనుమతించబడతాయో లేదా అనుమతించబడవు అనే దాని గురించి సూచనలను అందించడానికి ఉపయోగించే ఒక సాధారణ టెక్స్ట్ ఫైల్.

robots.txtని నిర్వహించడానికి ఫ్లగిన్ని ఉపయోగించడం:

అన్నింటినీ ఒక **SEO** ఫ్లగిన్లో ఉపయోగించడం

అన్నీ ఒకే **SEO** లో -> సాధనాలు -> నియమాన్ని జోడించండి(*/*Allow/Disallow/page url)

అన్నింటినీ ఒక **SEO**లో ఇన్స్టాల్ చేయండి:

మీ WordPress డాష్బోర్డ్ నుండి, వెళ్ళండి ఫ్లగిన్లు > కొత్తదాన్ని జోడించండి.

"ఆల్ ఇన్ వన్ SEO" కోసం శోధించండి మరియు క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి మరియు యాక్టివేట్ చేయండి.

Robots.txt ఎడిటర్ని యాక్సెస్ చేయండి:

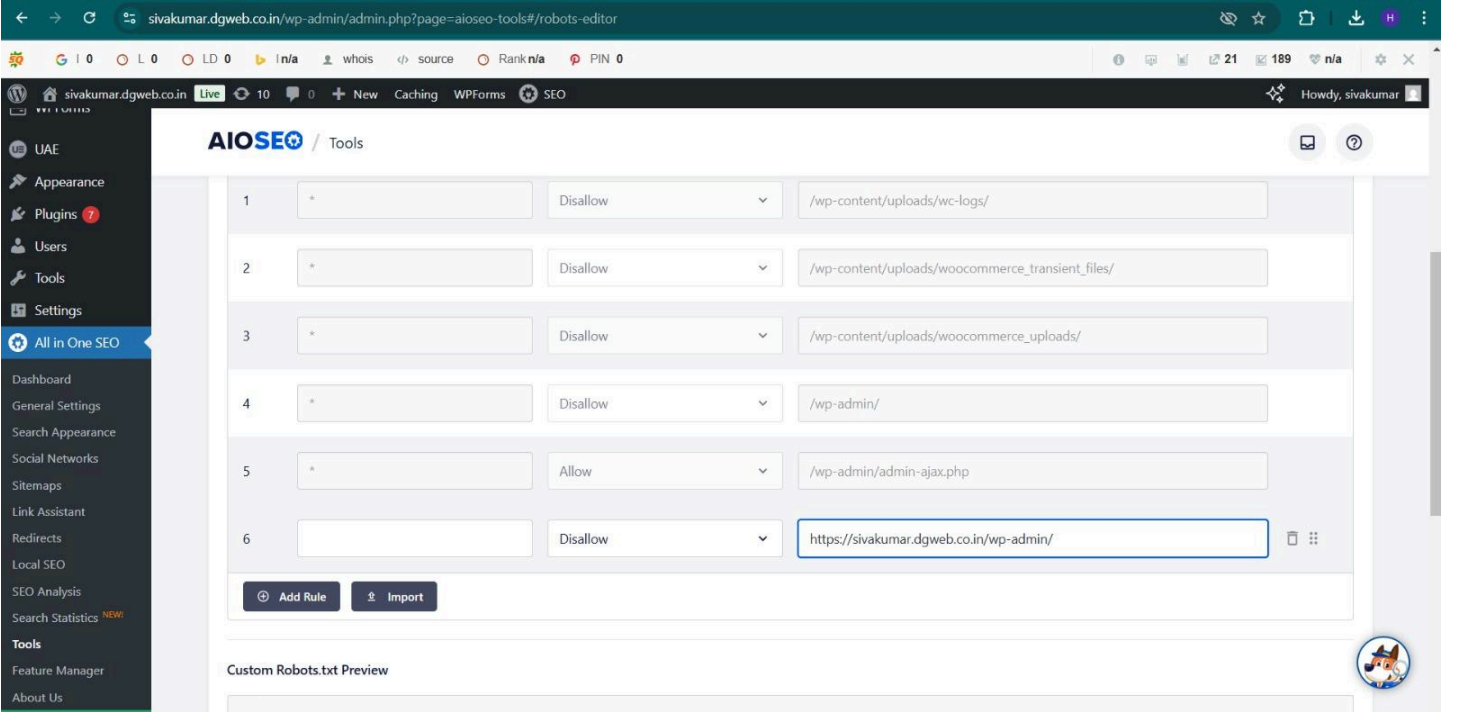
వెళ్ళండి అన్నీ ఒక **SEO**లో > ఉపకరణాలు.

Robots.txt ఫైల్ని సవరించండి:

- కింద **Robots.txt** విభాగంలో, మీరు ఫైల్ కంటెంట్ను సవరించగల బాక్స్ను చూస్తారు
- మీరు నేరుగా ఇక్కడ సూచనలను జోడించవచ్చు లేదా తీసివేయవచ్చు.

మార్పులను సేవ్ చేయండి:

సవరించిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి మార్పులను సేవ్ చేయండి.

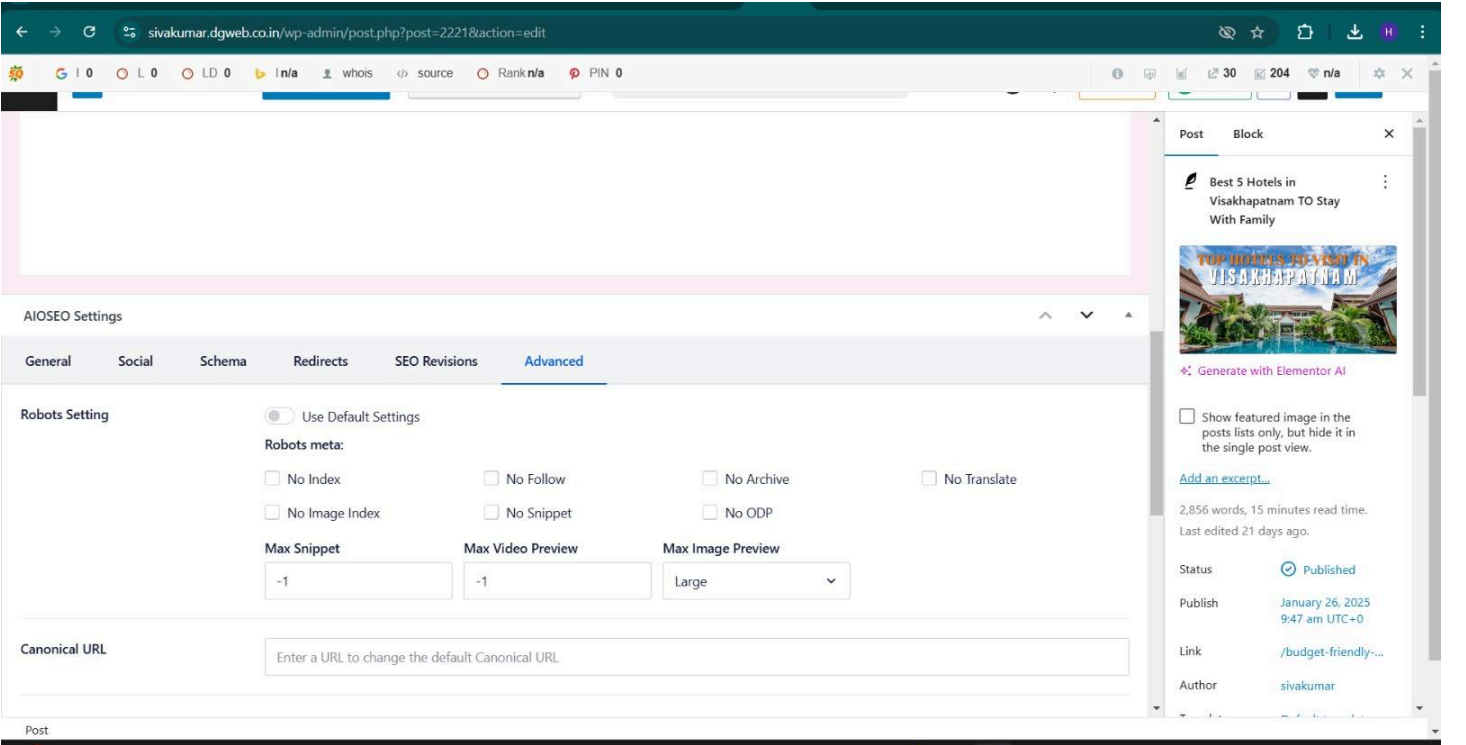


robots.txt ఫైల్ని తనిఖీ చేయండి:

సందర్శించండి <http://yourwebsite.com/robots.txt> మీ మార్పులు ప్రతిబింబిస్తున్నాయని నిర్ధారించుకోవడానికి.

ఒక **SEO** ప్లగిన్లో అన్నీ మాన్యువల్గా ఎలా చేయాలి:

అవసరమైన పేజీ/పోస్ట్/ప్రోడక్ట్కి వెళ్ళండి -> ఆల్ ఇన్ వన్ SEOకి స్కోల్ బాటమ్ -> అడ్వాన్స్డ్ -> డిఫాల్ట్ సెట్టింగ్లను ఉపయోగించడాన్ని నిలిపివేయండి -> మీ అవసరాలకు అనుగుణంగా రోబోట్స్ మెటాపై క్లిక్ చేయండి (సూచిక లేదు, అనుసరించవద్దు, ఇమేజ్ ఇండెక్స్ లేదు మొదలైనవి).



దారి మళ్లింపులు:

దారి మళ్లింపులు వినియోగదారులు మరియు శోధన ఇంజిన్లు రెండింటినీ ఒక URL నుండి మరొకదానికి ఫార్వార్డ్ చేసే మార్గం. కంటెంట్ తరలించబడినప్పుడు, తొలగించబడినప్పుడు లేదా భర్తీ చేయబడినప్పుడు ఇది తరచుగా జరుగుతుంది. మళ్లింపులు సందర్భాలు ఇప్పటికీ లోపాలు లేదా విరిగిన లింక్లను ఎదుర్కోకుండా కంటెంట్ను యాక్సెస్ చేయగలరని నిర్ధారిస్తుంది మరియు పాత పేజీ నుండి కొత్త పేజీకి లింక్ ఈక్విటీ (ర్యాంకింగ్ పవర్)ని బదిలీ చేయడం ద్వారా SEO విలువను నిర్వహించడంలో కూడా సహాయపడతాయి.

అనేక రకాల దారి మళ్లింపులు ఉన్నాయి, కానీ చాలా సాధారణమైనవి

301 దారి మళ్లింపులు (శాశ్వత) - పేజీ శాశ్వతంగా కొత్త స్థానానికి మారినప్పుడు ఉపయోగించబడుతుంది

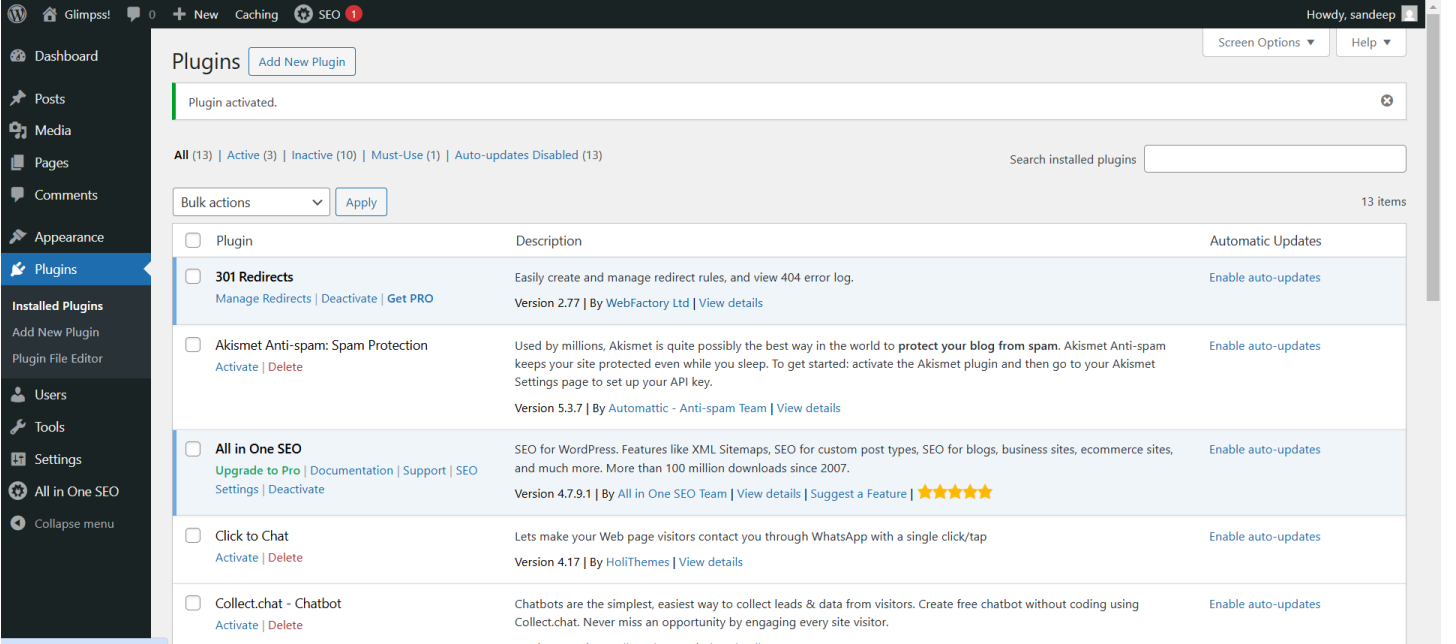
302 దారి మార్పులు (తాత్కాలికం) - పేజీని తాత్కాలికంగా తరలించినప్పుడు లేదా అందుబాటులో లేనప్పుడు ఉపయోగించబడుతుంది. మీరు తాత్కాలికంగా కొత్త పేజీని నిర్వహణ లేదా పరీక్షిస్తున్నప్పుడు ఇది జరగవచ్చు.

WordPressలో దారి మళ్లింపులను ఎలా సెటప్ చేయాలి

Step 1: దారి మళ్లింపుల ప్లగిన్ను ఇన్స్టాల్ చేసి, యాక్టివేట్ చేయండి

- మీ WordPress డాష్బోర్డ్కి వెళ్ళండి.

- నావిగేట్ చేయండి ప్లగిన్లు > కొత్తదాన్ని జోడించండి.
- శోధన పట్టిలో, టైప్ చేయండి వెబ్ ఫ్యాక్టరీ లిమిటెడ్ ద్వారా దారి మళ్లింపులు.
- క్లిక్ చేయండి ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి ప్లగ్ ఇన్ పక్కన.
- ఇన్స్టాల్ చేసిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి యాక్టివేట్ చేయండి.



Step 2: దారి మళ్లింపుల ప్లగిన్‌ని యాక్సెస్ చేయండి

యాక్టివేషన్ తర్వాత, వెళ్ళండి ఉపకరణాలు > దారి మళ్లింపులు మీ WordPress డాష్‌బోర్డ్‌లో. ఇక్కడ మీరు చేయగలరు మీ అన్ని దారి మళ్లింపులను నిర్వహించండి.

Step 3: కొత్త దారిమార్పును జోడించండి

- మళ్లింపుల విభాగంలో ఒకసారి, మీరు ఇప్పటికే ఉన్న దారి మళ్లింపుల జాబితా (ఏదైనా ఉంటే) మరియు కొత్త వాటిని జోడించే ఎంపికలతో స్క్రీన్‌ను చూస్తారు.
- కొత్త దారిమార్పును సృష్టించడానికి జోడించు కొత్త దారిమార్పు బటన్‌ను క్లిక్ చేయండి.

Step 4: 301 దారిమార్పును సెటప్ చేయండి

మూల URL: In "మూల URL" ఫీల్డ్‌లో, మీరు దారి మళ్లింపులను కుంటున్న పాత URLని నమోదు చేయండి. మీరు డొమైన్ పేరు తర్వాత మాత్రమే మార్గాన్ని నమోదు చేశారని నిర్ధారించుకోండి.

ఉదాహరణకు:

- పాత URL: <https://www.yourwebsite.com/old-page>
- మూలాధార URLలో నమోదు చేయండి: /పాత పేజీ

లక్ష్య URL: "టార్గెట్ URL" ఫీల్డ్లో, మీరు వినియోగదారులను దారి మళ్ళించాలనుకుంటున్న కొత్త URLని నమోదు చేయండి. దానితో సహా పూర్తి URLని చేర్చారని నిర్ధారించుకోండి <https://> లేదా <http://> భాగం.

- కొత్త URL: <https://www.yourwebsite.com/new-page>

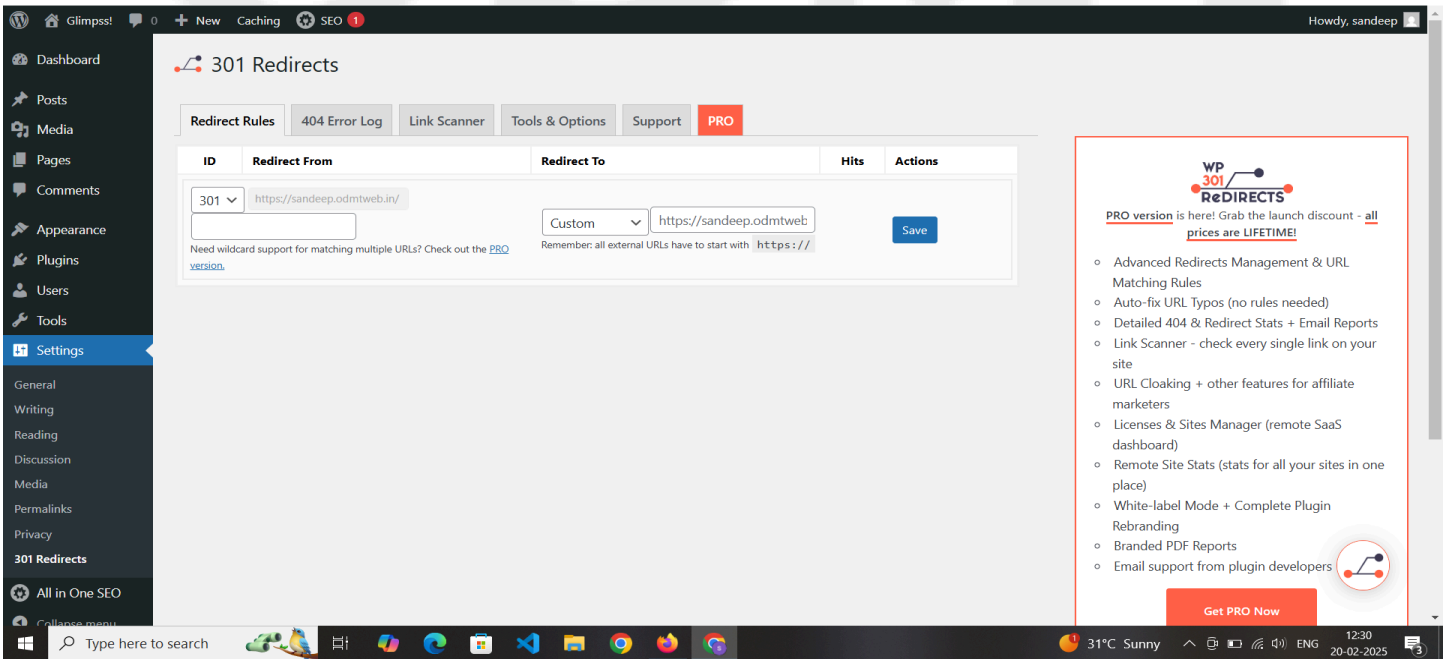
ఉదాహరణకు:

- మూల URL: /పాత పేజీ
- లక్ష్య URL: <https://www.yourwebsite.com/new-page>

దారి మళ్ళింపు రకాన్ని ఎంచుకోండి:

- URL ఫీల్డ్ల క్రింద, మీరు దారి మళ్ళింపు రకం అని లేబుల్ చేయబడిన డ్రాప్ డౌన్ మెనుని చూస్తారు.
- డ్రాప్ డౌన్ నుండి, 301 శాశ్వతంగా తరలించబడింది ఎంచుకోండి. పేజీ శాశ్వతంగా కొత్త స్థానానికి మారినప్పుడు ఇది ఉత్తమ ఎంపిక.

మళ్ళింపును జోడించు క్లిక్ చేయండి: ఫీల్డ్లను పూరించిన తర్వాత, 301 దారిమార్పును సేవ్ చేయడానికి యాడ్ రీడైరెక్ట్ బటన్ ను క్లిక్ చేయండి.



307 దారిమార్పు అంటే ఏమిటి?

307 దారిమార్పు అనేది అభ్యర్థించిన వనరు తాత్కాలికంగా వేరొక స్థానానికి తరలించబడిందని సూచించడానికి ఉపయోగించే తాత్కాలిక HTTP స్థితి కోడ్. ఇది మళ్ళింపు సమయంలో అభ్యర్థన పద్ధతిని (ఉదా., GET లేదా POST) భద్రపరుస్తుంది కాబట్టి ఇది 302 దారిమార్పును పోలి ఉంటుంది కానీ మరింత నిర్దిష్టంగా ఉంటుంది. ఎవరైనా POST అభ్యర్థనను పంపితే, సర్వర్ 307 స్థితి కోడ్తో ప్రతిస్పందిస్తుంది మరియు బ్రౌజర్ POST అభ్యర్థనను GET అభ్యర్థనకు బదులుగా కొత్త URLకి పంపుతుంది, ఇది 301 లేదా 302 వంటి ఇతర దారి మళ్ళింపులతో జరుగుతుంది.

Orphan పేజీలు:

అనాధ పేజీలు వెబ్‌సైట్‌లోని వెబ్ పేజీలు, అదే వెబ్‌సైట్‌లోని ఇతర పేజీల నుండి లింక్ చేయబడవు. మరో మాటలో చెప్పాలంటే, ఈ పేజీలు వేరుచేయబడి ఉంటాయి మరియు వాటి URLని నేరుగా లేదా శోధన ఇంజిన్‌ల ద్వారా నమోదు చేయడం ద్వారా మాత్రమే యాక్సెస్ చేయబడతాయి. అనాధ పేజీలు సాధారణంగా వాటిని సూచించే అంతర్గత బ్యాక్‌లింక్‌లను కలిగి ఉండవు, తద్వారా వినియోగదారులు మరియు శోధన ఇంజిన్‌లు రెండింటికీ వాటిని కనుగొనడం కష్టమవుతుంది.

కానానికల్ ట్యాగ్:

నకిలీ కంటెంట్‌ను నివారించండి: డూప్లికేట్ కంటెంట్ SEOని ప్రతికూలంగా ప్రభావితం చేస్తుంది ఎందుకంటే శోధన ఇంజిన్‌లు పేజీ యొక్క ఏ వెర్షన్‌కు ఎక్కువ ర్యాంక్ ఇవ్వాలో నిర్ణయించడానికి కష్టపడవచ్చు. కానానికల్ ట్యాగ్ పేజీ యొక్క ఏ వెర్షన్‌ను అసలైన లేదా అత్యంత అధికారికంగా పరిగణించాలో స్పష్టం చేస్తుంది.

సారూప్య కంటెంట్‌తో బహుళ పేజీలు ఉన్నట్లయితే, కంటెంట్ యొక్క SEO విలువ (బ్యాక్‌లింక్‌లు మరియు శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్ వంటివి) వేర్వేరు పేజీల మధ్య విభజించబడకుండా ప్రాధాన్య URLకి మళ్ళించబడిందని నిర్ధారించడంలో నియమానుగుణ ట్యాగ్ సహాయపడుతుంది.

స్క్రీమా:

స్క్రీమా అనేది స్క్రీమా మార్కెట్ లేదా స్ట్రక్చర్ డేటాను సూచిస్తుంది, ఇది సెర్చ్ ఇంజన్లు పేజీలోని కంటెంట్ను బాగా అర్థం చేసుకోవడంలో సహాయపడేందుకు వెబ్పేజీ యొక్క HTMLకి జోడించబడిన కోడ్ రకం. ఈ డేటా పేజీలోని సమాచారం గురించి సందర్భం మరియు వివరాలను అందిస్తుంది, శోధన ఇంజన్లు రిచ్ స్నిప్పెట్లను ప్రదర్శించడానికి, శోధన ఫలితాలను మెరుగుపరచడానికి మరియు దృశ్యమానతను మెరుగుపరచడానికి అనుమతిస్తుంది.

స్కీమా మార్కప్ అంటే ఏమిటి?

స్కీమా మార్కప్ అనేది Google, Bing, Yahoo మరియు Yandex వంటి ప్రధాన శోధన ఇంజిన్ల మధ్య సహకార ప్రాజెక్ట్ అయిన Schema.org ద్వారా అభివృద్ధి చేయబడిన ప్రామాణిక పదజాలం ఆధారంగా నిర్మాణాత్మక డేటా యొక్క ఒక రూపం. ఇది శోధన ఇంజిన్లకు పేజీలోని డేటాను అర్థం చేసుకోవడానికి మరియు మరింత సమాచారం మరియు వినియోగదారు-స్నేహపూర్వక మార్గంలో ప్రదర్శించడంలో సహాయపడుతుంది.

ఉదాహరణకు, శోధన ఫలితాల్లో పేజీ యొక్క శీర్షిక మరియు URLని చూపడానికి బదులుగా, స్కీమా మార్కప్ సమీక్షలు, రేటింగ్లు, చిత్రాలు, ఈవెంట్ తేదీలు మరియు ఇతర సంబంధిత సమాచారం వంటి అదనపు వివరాలను చూపడంలో సహాయపడుతుంది.

Google శోధన కన్సోల్ (GSC) డాష్‌బోర్డ్:

Google శోధన కన్సోల్ (GSC) డాష్‌బోర్డ్ అనేది Google అందించే ఉచిత సాధనం, ఇది వెబ్‌సైట్ యజమానులు, వెబ్‌మాస్టర్లు మరియు SEO నిపుణులు Google శోధన ఫలితాల్లో వారి సైట్ ఉనికిని పర్యవేక్షించడం, నిర్వహించడం మరియు ట్రబుల్‌షూట్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది. ఇది Google మీ సైట్‌ని ఎలా క్రాల్ చేస్తుంది మరియు ఇండెక్స్ చేస్తుంది అనే దాని గురించి విలువైన అంతర్దృష్టులను అందిస్తుంది, అలాగే శోధన ఫలితాల్లో మీ సైట్ ఎలా కనిపిస్తుంది అనే దానిపై అభిప్రాయాన్ని అందిస్తుంది.

Google శోధన కన్సోల్ డాష్‌బోర్డ్ యొక్క ముఖ్య లక్షణాలు మరియు విభాగాలు:

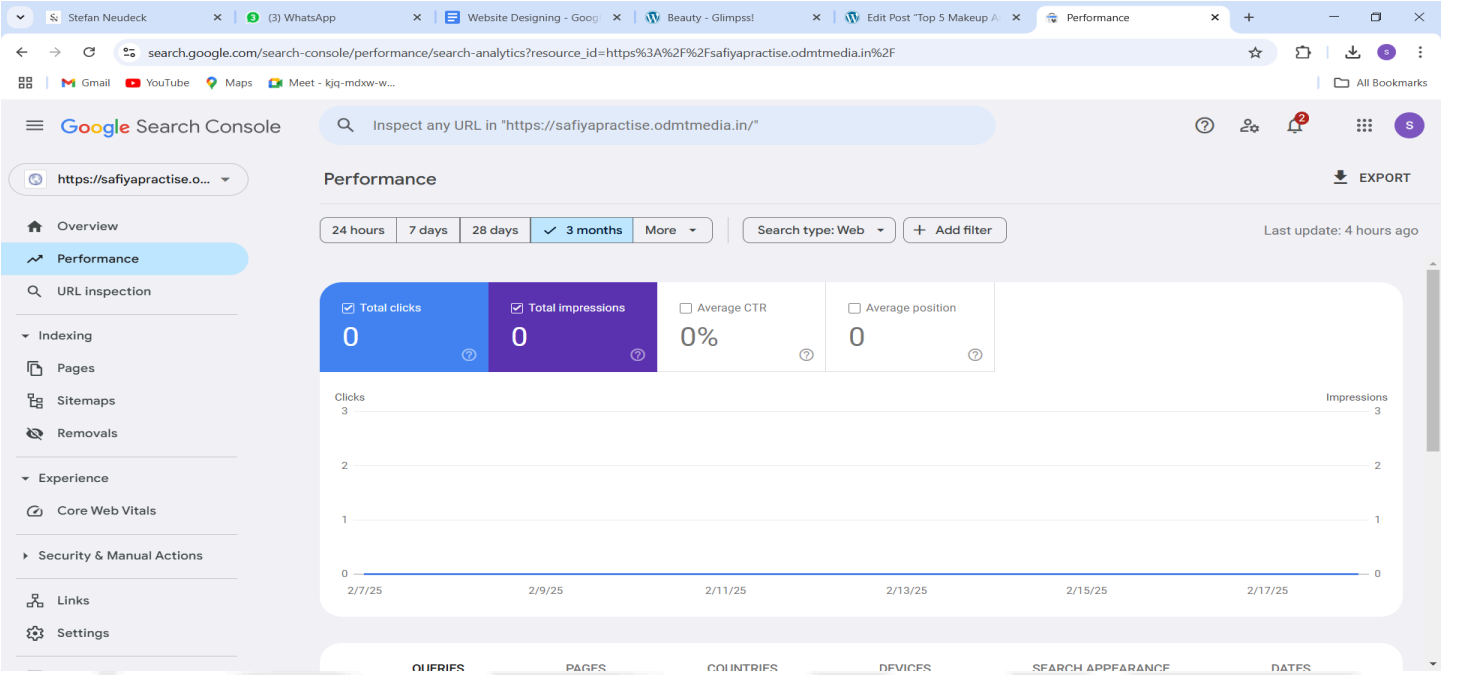
1. పనితీరు నివేదిక:

- అవలోకనం: మొత్తం క్లిక్‌లు, మొత్తం ఇంప్రెషన్‌లు, సగటు క్లిక్-త్రూ రేట్ (CTR) మరియు శోధన ఫలితాల్లో సగటు స్థానం వంటి కొలమానాలను అందించడం ద్వారా Google శోధనలో మీ సైట్ ఎలా పని చేస్తుందో ఈ విభాగం చూపుతుంది.
- ముఖ్య కొలమానాలు:
- మొత్తం క్లిక్‌లు: Google శోధన నుండి వినియోగదారులు మీ వెబ్‌సైట్‌పై ఎన్నిసార్లు క్లిక్ చేశారో.

మొత్తం ఇంప్రెషన్‌లు: శోధన ఫలితాల్లో మీ సైట్ ఎంత తరచుగా కనిపిస్తుంది.

సగటు CTR: ఒక క్లిక్‌కి దారితీసిన ఇంప్రెషన్ల శాతం.

- సగటు స్థానం: శోధన ఫలితాల్లో మీ సైట్ పేజీల సగటు ర్యాంకింగ్ స్థానం.
- ఫిల్టర్‌లు: నిర్దిష్ట కీలకపదాలు లేదా ప్రాంతాల కోసం మీ సైట్ ఎలా పని చేస్తుందనే దానిపై మరింత గ్రాన్యులర్ అంతర్దృష్టులను పొందడానికి మీరు ప్రశ్నలు, పేజీలు, దేశాలు, పరికరాలు మరియు తేదీల ద్వారా డేటాను ఫిల్టర్ చేయవచ్చు.



2. కవరేజ్ రిపోర్ట్:

- అవలోకనం: ఈ నివేదిక Google మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఎలా క్రాల్ చేస్తుంది మరియు సూచిక చేస్తుంది, మీ పేజీలను పూర్తిగా క్రాల్ చేయకుండా Googleని నిరోధించే ఏవైనా సమస్యలను గుర్తిస్తుంది.
- ముఖ్య విభాగాలు:
- చెల్లుబాటు అయ్యే పేజీలు: Google ద్వారా విజయవంతంగా క్రాల్ చేయబడిన మరియు సూచిక చేయబడిన పేజీలు.
- లోపాలు: సమస్యలు ఉన్న పేజీలు, వాటిని ఇండెక్స్ చేయకుండా నిరోధించడం. సాధారణ దోషాలలో 404 (పేజీ కనుగొనబడలేదు), 500 (సర్వర్ లోపాలు) మరియు దారి మళ్లింపులు ఉన్నాయి.
- హెచ్చరికలతో చెల్లుబాటు అయ్యేవి: ఇండెక్స్ చేయబడిన పేజీలు కొన్ని సమస్యలను కలిగి ఉంటాయి (ఉదా., నెమ్మదిగా లోడ్ అవుతున్న సమయం లేదా మొబైల్ వినియోగ సమస్యలు).
- మినహాయించబడినవి: Google ఉద్దేశపూర్వకంగా ఇండెక్సింగ్ నుండి మినహాయించిన పేజీలు, నకలీలు లేదా robots.txt ద్వారా బ్లాక్ చేయబడిన పేజీలు వంటివి.
- చర్యలు: మీరు "వాలిడేట్ ఫిక్స్" ఎంపిక ద్వారా స్థిర పేజీలను మళ్లీ క్రాల్ చేయమని Googleని అభ్యర్థించవచ్చు.

3. URL తనిఖీ సాధనం:

అవలోకనం: ఈ సాధనం Google ద్వారా నిర్దిష్ట URL ఎలా సూచిక చేయబడుతుందో తనిఖీ చేయడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది. ఇది URL సూచిక చేయబడిందా, ఏవైనా సమస్యలు ఉంటే మరియు Google పేజీని సరిగ్గా క్రాల్ చేయగలదా అని చూపిస్తుంది.

ముఖ్య సమాచారం:

- ప్రత్యక్ష పరీక్ష: పేజీని నిజ సమయంలో Google క్రాల్ లు యాక్సెస్ చేయగలరో లేదో చూపుతుంది.
- సూచిక స్థితి: పేజీ సూచిక చేయబడిందా మరియు శోధన ఫలితాల్లో అది ఎలా కనిపిస్తుంది.
- క్రాల్ లోపాలు: పేజీని క్రాల్ చేస్తున్నప్పుడు Google ఎదుర్కొన్న ఏవైనా సమస్యలను గుర్తిస్తుంది.
- రిచ్ ఫలితాలు: పేజీ స్క్రీమా మార్కప్ ని ఉపయోగిస్తుంటే, నిర్మాణాత్మక డేటాను Google సరిగ్గా చదవగలిగితే ఈ సాధనం మీకు తెలియజేస్తుంది.

4. సైట్ మ్యాప్లు:

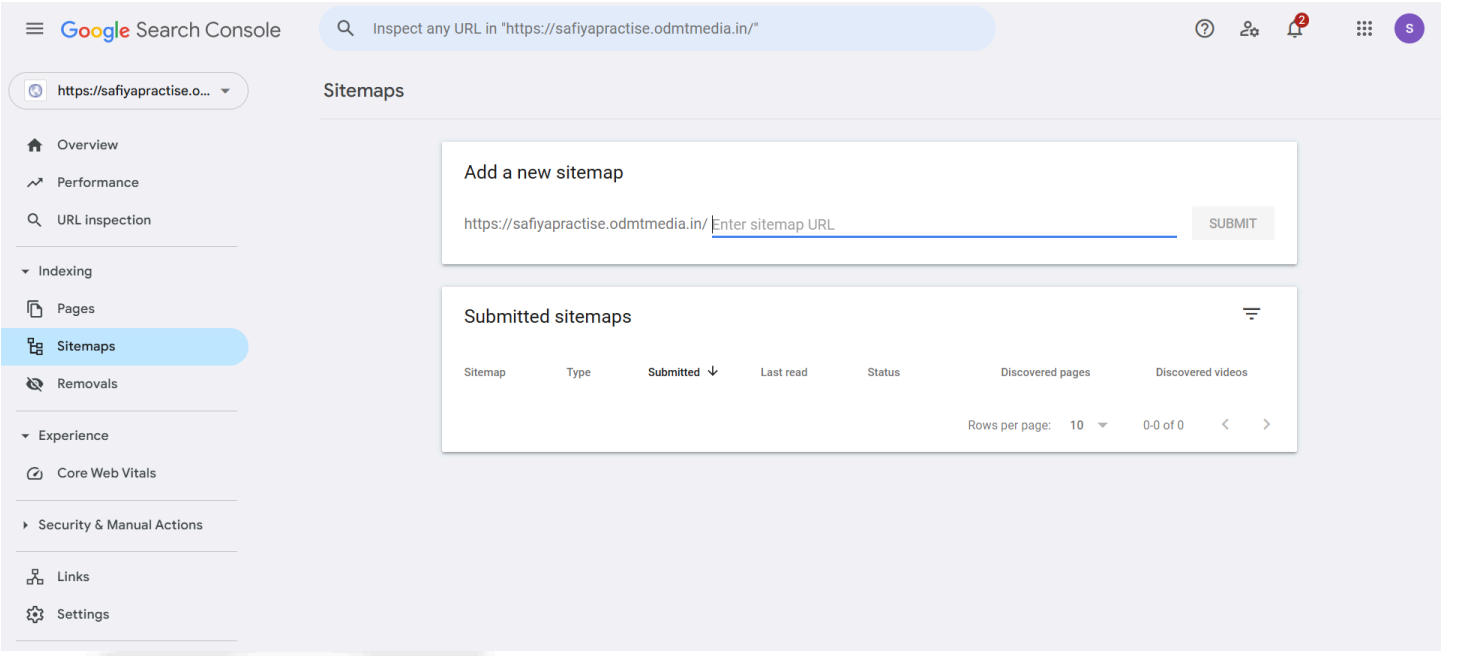
అవలోకనం: ఈ విభాగం మీ వెబ్ సైట్ సైట్ మ్యాప్ ను Google కి సమర్పించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది, శోధన ఇంజిన్లు మీ పేజీలను మరింత సమర్థవంతంగా కనుగొనడంలో సహాయపడుతుంది.

చర్యలు:

కొత్త సైట్ మ్యాప్ ను సమర్పించండి.

గతంలో సమర్పించిన సైట్ మ్యాప్ల స్థితిని తనిఖీ చేయండి.

మీ సైట్ మ్యాప్ లోని ఎన్ని పేజీలు Google ద్వారా క్రాల్ చేయబడి మరియు సూచిక చేయబడిందో వీక్షించండి.



5. మొబైల్ వినియోగం:

అవలోకనం: ఈ నివేదిక మీ వెబ్‌సైట్‌లో ఏవైనా మొబైల్ వినియోగ సమస్యలను చూపుతుంది, ఇది SEOకి ముఖ్యమైనది ఎందుకంటే Google మొబైల్-ఫస్ట్ ఇండెక్సింగ్‌ను ఉపయోగిస్తుంది.

ముఖ్య సమస్యలు:

టెక్స్ చదవడానికి చాలా చిన్నది

స్క్రీన్ కంటే విశాలమైన కంటెంట్

క్లిక్ చేయగల అంశాలు చాలా దగ్గరగా ఉన్నాయి

చర్యలు: మీ సైట్ యొక్క మొబైల్ అనుభవాన్ని మెరుగుపరచడానికి జాబితా చేయబడిన సమస్యలను పరిష్కరించండి.

6. లింక్ నివేదిక:

అవలోకనం: ఈ విభాగం మీ వెబ్‌సైట్‌కి అంతర్గత మరియు బాహ్య లింక్‌లను చూపుతుంది. బాహ్య లింక్‌లు (బ్యాక్‌లింక్‌లు) SEOలో ముఖ్యమైన ర్యాంకింగ్ అంశం.

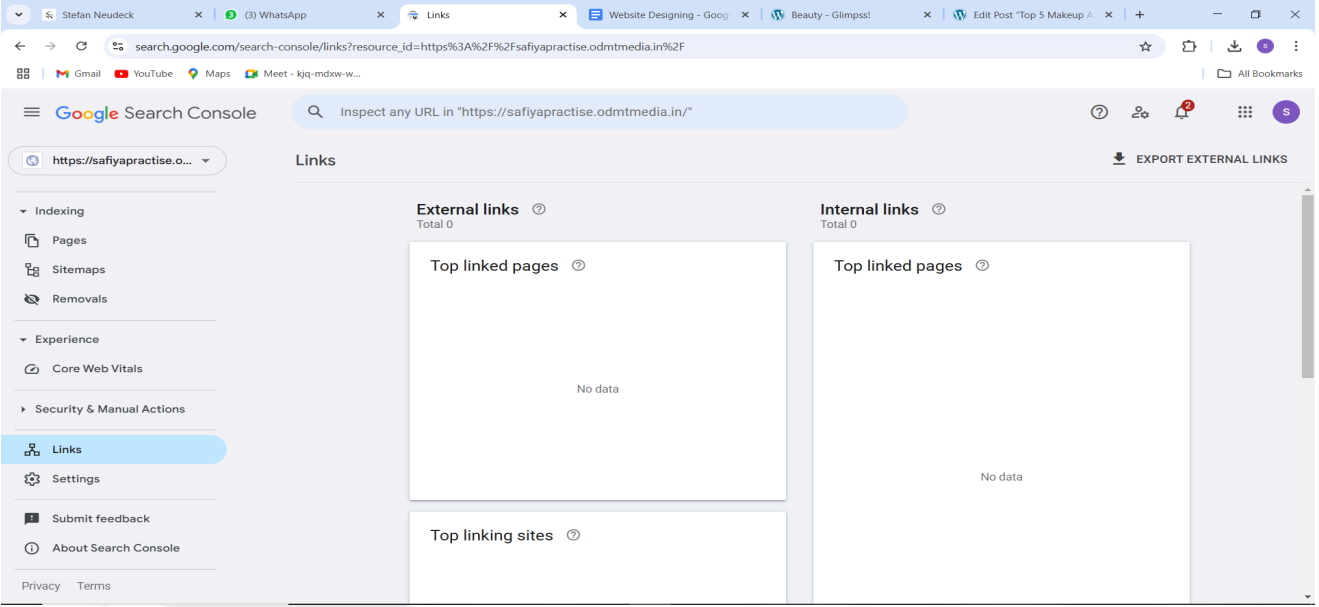
ముఖ్య విభాగాలు:

అగ్ర లింక్డ్ పేజీలు: మీ సైట్‌లో ఎక్కువగా లింక్ చేయబడిన పేజీలను ప్రదర్శిస్తుంది.

అగ్ర లింక్ సైట్‌లు: మీ సైట్‌కి ఏ వెబ్‌సైట్‌లు ఎక్కువగా లింక్ చేస్తున్నాయో చూపుతుంది.

అంతర్గత లింక్‌లు: మీ వెబ్‌సైట్ యొక్క అంతర్గత లింకింగ్ నిర్మాణాన్ని ప్రదర్శిస్తుంది.

చర్యలు: మీ లింక్ ప్రొఫైల్‌ను పర్యవేక్షించడానికి మరియు ఏ పేజీలు ఎక్కువగా బ్యాక్‌లింక్‌లను పొందుతున్నాయో చూడటానికి ఈ డేటాను ఉపయోగించండి.

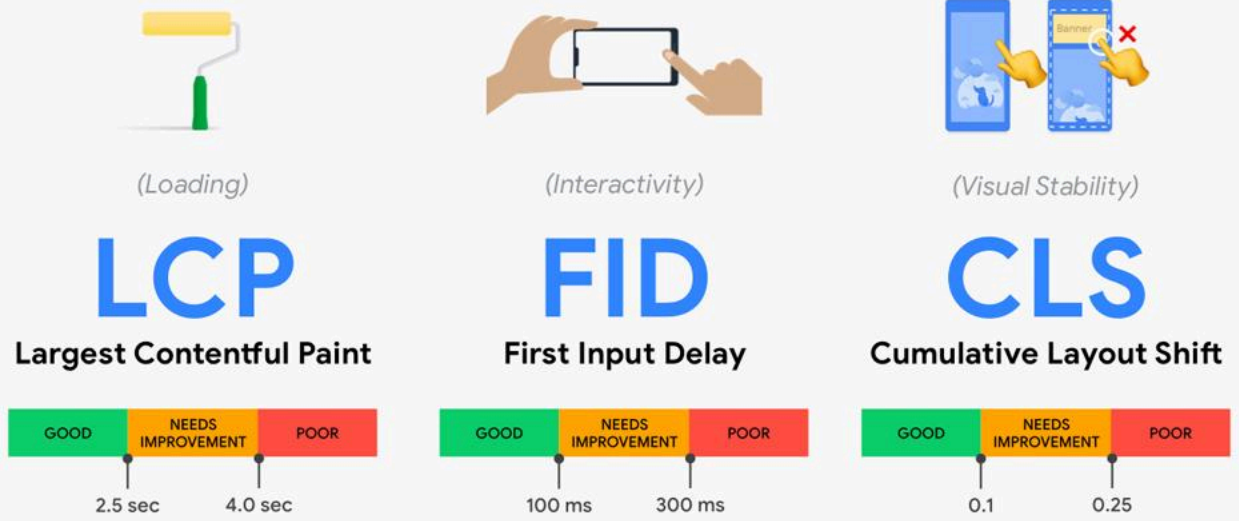


7. కోర్ వెబ్ వైటల్స్:

అవలోకనం: ఈ విభాగం వినియోగదారు అనుభవ సంకేతాలపై దృష్టి సారిస్తుంది, ప్రత్యేకంగా కోర్ వెబ్ వైటల్స్ ఆధారంగా మీ సైట్ పనితీరు, వీటిలో ఇవి ఉన్నాయి:

- అతిపెద్ద కంటెంట్‌పుల్ పెయింట్ (LCP): పేజీలో కనిపించే అతిపెద్ద కంటెంట్ మూలకం లోడ్ కావడానికి ఎంత సమయం పడుతుందో కొలుస్తుంది.
- మొదటి ఇన్‌పుట్ ఆలస్యం (FID): వినియోగదారు పరస్పర చర్యకు సైట్ ఎంత త్వరగా స్పందిస్తుందో కొలుస్తుంది (ఉదా., క్లిక్‌లు).
- క్యూములేటివ్ లేఅవుట్ షిఫ్ట్ (CLS): దృశ్య స్థిరత్వాన్ని కొలుస్తుంది, లోడ్ అవుతున్నప్పుడు పేజీ మూలకాలు ఊహించని విధంగా కదలకుండా చూసుకుంటుంది.

Core Web Vitals



Google నిరాకరణ సాధనం:

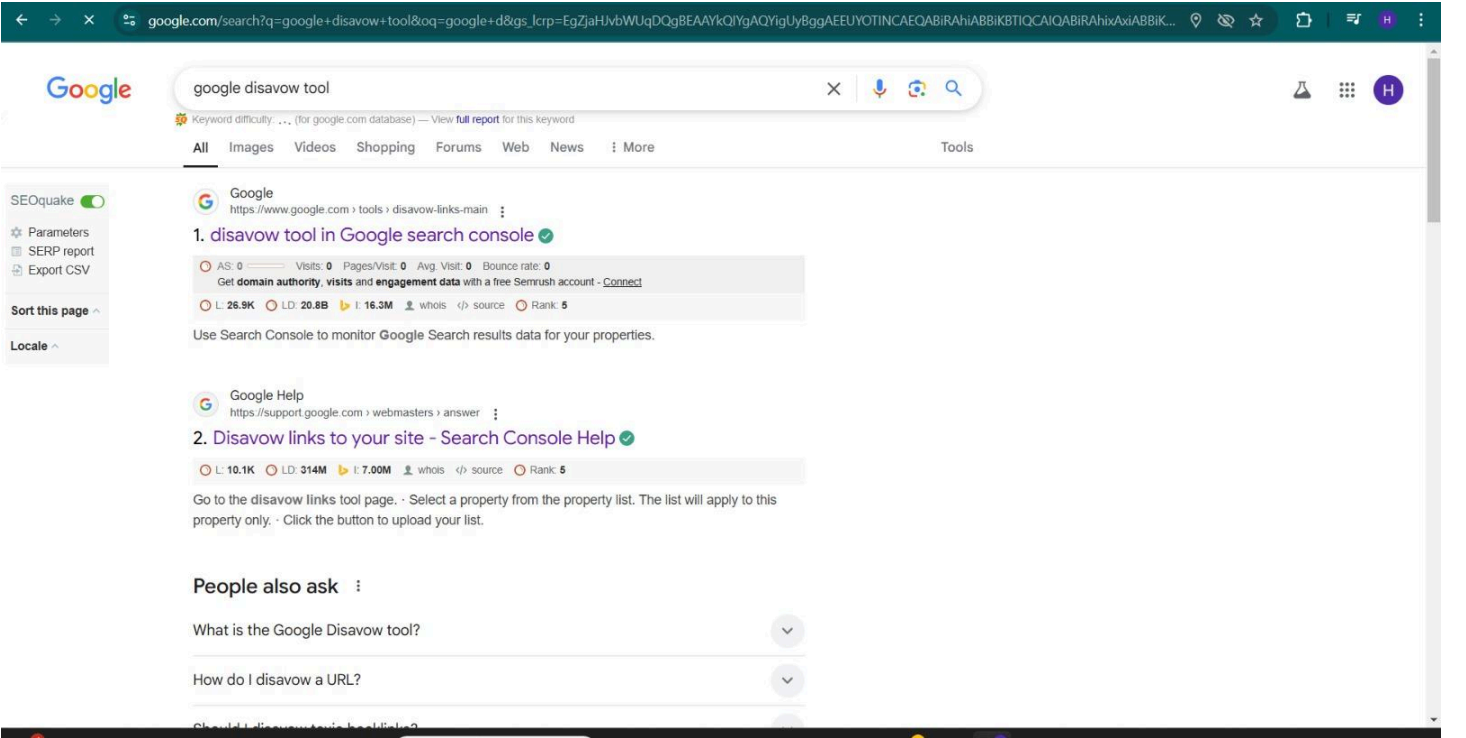
Google Disavow Tool అనేది Google శోధన కస్టోమైజేషన్లో Google అందించిన లక్షణం, ఇది వెబ్సైట్ యజమానులు దాని SEO మరియు ర్యాంకింగ్ను మూల్యాంకనం చేసేటప్పుడు వారి సైట్కి నిర్దిష్ట బ్యాక్లింక్లను విస్మరించమని Googleకి చెప్పడానికి అనుమతిస్తుంది. వెబ్సైట్ అసహజమైన, తక్కువ-నాణ్యత లేదా స్పామ్ బ్యాక్లింక్లను సూచించే పరిస్థితులను పరిష్కరించడానికి ఈ సాధనం సాధారణంగా ఉపయోగించబడుతుంది, ఇది శోధన ఫలితాల్లో దాని ర్యాంకింగ్కు హాని కలిగించవచ్చు.

Google నిరాకరణ సాధనాన్ని ఉపయోగించడానికి దశలు:

హానికరమైన బ్యాక్లింక్లను గుర్తించండి:

ముందుగా, హానికరమైన లేదా తక్కువ నాణ్యత గల బ్యాక్లింక్లను గుర్తించండి. Google Search Console, Ahrefs, SEMrush మరియు Moz వంటి సాధనాలు మీ బ్యాక్లింక్ ప్రొఫైల్ను ఆడిట్ చేయడంలో మీకు సహాయపడతాయి.

మీ వెబ్సైట్ SEOకి హాని కలిగించే అసంబద్ధమైన, స్పామ్ లేదా తక్కువ-అధికార సైట్ల నుండి లింక్ల కోసం చూడండి.



నిరాకరణ ఫైల్ను సిద్ధం చేయండి:

మీరు తిరస్కరించాలనుకుంటున్న URLలు లేదా డొమైన్ల జాబితాతో సాదా టెక్స్ట్ ఫైల్ (.txt)ని సృష్టించండి.

మీరు వ్యక్తిగత URLలు లేదా మొత్తం డొమైన్లను తిరస్కరించవచ్చు.

ఫైల్ ఫార్మాట్ చాలా సులభం:

నిర్దిష్ట URLని నిరాకరించడానికి:

పేర్

కాపీ చేయండి

<https://www.example.com/spammy-link>

మొత్తం డొమైన్లను తిరస్కరించడానికి (ఆ డొమైన్ నుండి అన్ని లింక్లు):

తయారుచేయు

కాపీ చేయండి

డొమైన్:spammydomain.com

ఫైల్లో ఒక పంక్తికి ఒక URL లేదా డొమైన్ ఉందని నిర్ధారించుకోండి. మీరు లైన్ ప్రారంభంలో # చిహ్నాన్ని ఉపయోగించడం ద్వారా ఫైల్లో వ్యాఖ్యలను జోడించవచ్చు, ఉదా., # ఇది వ్యాఖ్య.

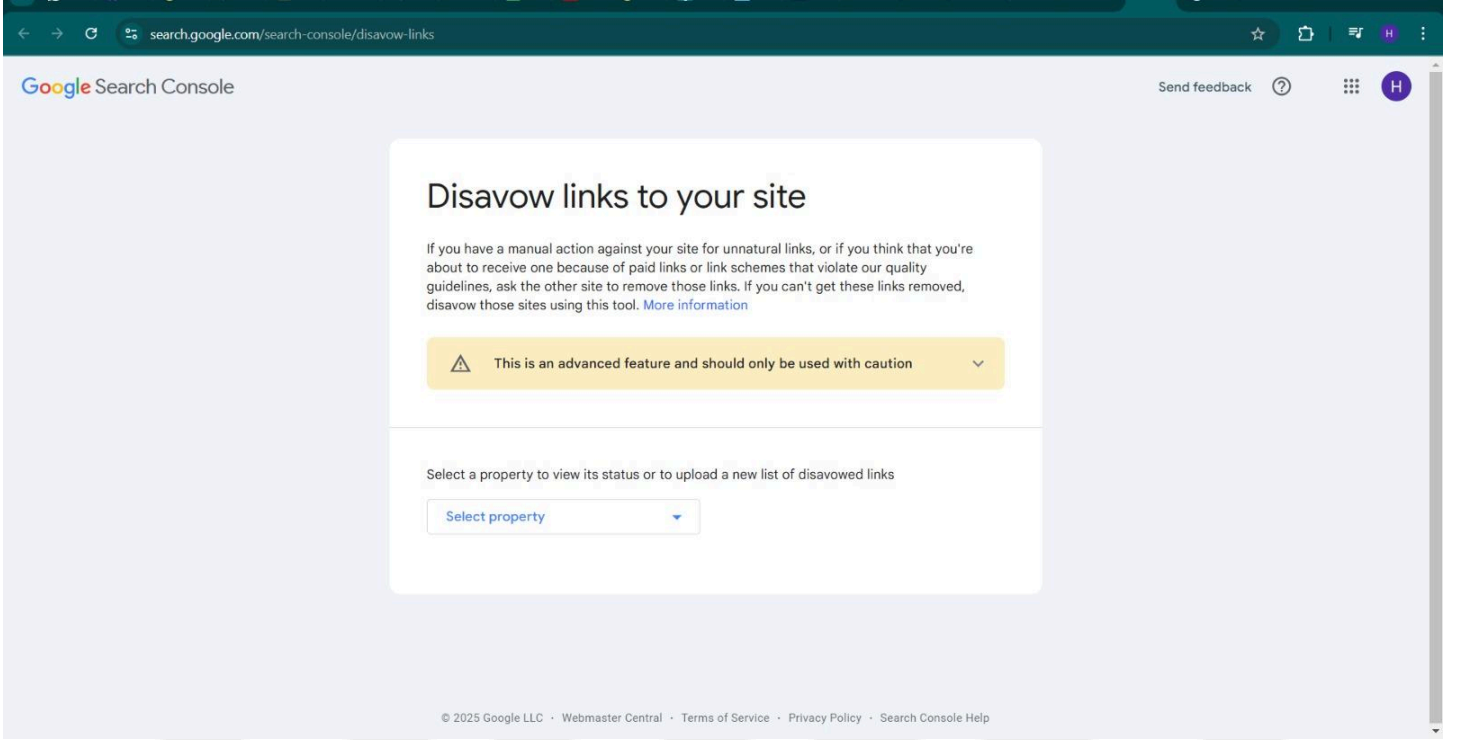
ఫైల్ను Google శోధన కన్సోల్కు సమర్పించండి:

Google శోధన కన్సోల్లోని Google నిరాకరించు సాధనం పేజీకి వెళ్ళండి.

మీరు లింక్లను తిరస్కరించాలనుకుంటున్న ఆస్తిని (వెబ్సైట్) ఎంచుకోండి.

మీరు తిరస్కరించాల్సిన URLలు లేదా డొమైన్ల జాబితాతో సృష్టించిన .txt ఫైల్ను అప్లోడ్ చేయండి.

సమర్పించిన తర్వాత, Google ఫైల్ను ప్రాసెస్ చేస్తుంది మరియు దాని ర్యాంకింగ్ మూల్యాంకనం సమయంలో లింక్లను విస్మరిస్తుంది.



పలితాలను పర్యవేక్షించండి:

నిరాకరణ ఫైల్ను సమర్పించిన తర్వాత, అభ్యర్థనను ప్రాసెస్ చేయడానికి Google చాలా వారాలు పట్టవచ్చు. తక్షణ ప్రభావం ఉండదు మరియు వారు ఫైల్ను ప్రాసెస్ చేసినప్పుడు Google మీకు తెలియజేయదు.

సైట్ ఆడిట్:

ఎ సైట్ ఆడిట్ SEOలో వెబ్సైట్ పనితీరు, నిర్మాణం మరియు ఆప్టిమైజేషన్ సమస్యల యొక్క సమగ్ర విశ్లేషణ. వెబ్సైట్ శోధన ఇంజిన్ ర్యాంకింగ్లు మరియు వినియోగదారు అనుభవాన్ని ప్రభావితం చేసే సాంకేతిక, ఆన్-పేజీ మరియు ఆఫ్-పేజీ SEO సమస్యలను గుర్తించడంలో ఇది సహాయపడుతుంది.

సైట్ ఆడిట్ సాధారణంగా పరిశీలిస్తుంది:

- సాంకేతిక **SEO** సమస్యలు (క్రాలబిలిటీ, ఇండెక్సబిలిటీ, వేగం)
- ఆన్-పేజీ **SEO** కారకాలు (మెటా ట్యాగ్లు, కంటెంట్ ఆప్టిమైజేషన్)
- ఆఫ్-పేజీ **SEO** కారకాలు (బ్యాక్లింక్లు, డొమైన్ అధికారం)
- వినియోగదారు అనుభవం (**UX**) & మొబైల్-స్నేహపూర్వకత

- భద్రతా సమస్యలు (HTTPS, మాల్యేర్, మొదలైనవి)

దశల వారీ గైడ్: **SEMrushలో WordPress** బ్లాగ్ కోసం సైట్ ఆడిట్ చేయడం

Step 1: SEMrushToolలో సైట్ ఆడిట్ని సెటప్ చేయండి: SEMrush సైట్ ఆడిట్

ఆచరణాత్మక దశలు:

- SEMrushకి లాగిన్ చేయండి → వెళ్ళండి "సైట్ ఆడిట్" కింద **SEO** డాష్‌బోర్డ్.
- క్లిక్ చేయండి "+ కొత్త ప్రాజెక్ట్", మీ నమోదు చేయండి **WordPress** వెబ్‌సైట్ **URL**, మరియు క్లిక్ చేయండి ప్రాజెక్ట్ సృష్టించండి.

క్లిక్ చేయండి ఆడిట్ ప్రారంభించండి మరియు మీ సైట్ని స్కాన్ చేయడానికి SEMrush కోసం వేచి ఉండండి.

Step 2: సాంకేతిక SEO సమస్యలను పరిష్కరించండి

దృష్టి: ఇండెక్సింగ్, క్రాలబిలిటీ, స్పీడ్, HTTPS

ఆచరణాత్మక దశలు:

1. క్రాలబిలిటీ సమస్యలను తనిఖీ చేయండి:

- నావిగేట్ చేయండి సైట్ ఆడిట్ > క్రాలబిలిటీ.
- వెతకండి బ్లాక్ చేయబడిన పేజీలు (**robots.txt**), అనాథ పేజీలు మరియు **404** లోపాలు.
- పరిష్కరించండి:

ఉపయోగించండి ర్యాంక్ మ్యాథ్ / **Yoast SEO** సరైన క్రాలింగ్ కోసం robots.txtని సవరించడానికి.

దారి మళ్లించండి **404** పేజీలు ఉపయోగించి దారి మళ్లంపు ఫ్లగ్‌ఇన్.

2. HTTPS & భద్రతా సమస్యలను తనిఖీ చేయండి:

- SEMrush ప్లాగ్లు ఉంటే **SSL** సమస్యలు, మీ WordPress సైట్ ఉందని నిర్ధారించుకోండి **HTTPS** ప్రారంభించబడింది (ఉపయోగించు నిజంగా సాధారణ **SSL** ప్లాగ్‌ఇన్)
- కోసం స్కాన్ చేయండి మాల్వేర్ ఉపయోగించి **Wordfence** సెక్యూరిటీ ప్లాగ్‌ఇన్.

3. వెబ్‌సైట్ వేగాన్ని ఆప్టిమైజ్ చేయండి:

- SEMrush హైలైట్ చేస్తుంది నెమ్మదిగా లోడ్ అవుతున్న పేజీలు కింద పనితీరు నివేదిక.
- పరిష్కరించండి:

ఇన్‌స్టాల్ చేయండి **WP** రాకెట్ కాపింగ్ కోసం.

దీనితో చిత్రాలను ఆప్టిమైజ్ చేయండి షార్ట్‌పిక్చర్స్ లేదా స్మష్.

a ఉపయోగించండి **CDN (Cloudflare, BunnyCDN)** వేగవంతమైన డెలివరీ కోసం.

Step 3: ఆన్-పేజీ SEO సమస్యలను పరిష్కరించండి

దృష్టి: మెటా ట్యాగ్‌లు, కీవర్డ్ ఆప్టిమైజేషన్, డూప్లికేట్ కంటెంట్

Step 4: ఆన్-పేజీ SEO సమస్యలను పరిష్కరించండి

దృష్టి: మెటా ట్యాగ్‌లు, కీవర్డ్ ఆప్టిమైజేషన్, డూప్లికేట్ కంటెంట్

Step 5: బ్యాక్‌లింక్‌లు & ఆఫ్-పేజీ SEOని విశ్లేషించండి

దృష్టి: లింక్ బిల్డింగ్ & టాక్సిక్ లింక్‌లు

Meta Title	Get Latest News, India News, Breaking News, Today's News - NDTV	Healthline: Medical information and he	Sports, Business and Political News Times of India	Dailyhunt	Tours, Activities, Adventures & Things to do Thrillphilia
Meta Description	NDTV.com provides latest news from India and around the world. Get breaking news alerts from India and follow today's live news updates in field of politics, business, technology, Bollywood, cricket and more.	We're committed to being your source for expert health guidance. Come to us in your pursuit of wellness.	Top News in India Read Latest News on Election Results, Sports, Business, Entertainment, Blogs and Opinions from leading columnists Times of India brings the Breaking News and Latest News		Find & book tours, adventures, activities, things to do, rentals and offbeat places
Headings	H1 (1), H2 (21), H3 (91), H4 (45), H5 (16), H6 (0)	H1 (1), H2 (9), H3 (12), H4 (0), H5 (0), H6 (0)	H1 (1), H2 (57), H3 (15), H4 (15), H5 (0), H6 (0)	H1 (0), H2 (17), H3 (3), H4 (0), H5 (0), H6 (0)	H1 (0), H2 (21), H3 (120), H4 (0), H5 (0), H6 (0)
Image Alts	All images have ALT attribute.	44 images without ALT.	All images have ALT attribute.	35 images without image alt	All images have ALT attribute.
Back Links	137.3M	293.2M	406.8M		4,089,332 289.3k
Do Follow/ No Follow		Do Follow - / No Follow - 10,924,974	Do Follow - / No follow - 36.6M	Do Follow - / No Follow - 1,221,794	Do Follow - / No Follow -
Referring Domains	295.5K	558.1K		534876	24,486 18.7k
Canonical Tag	YES - https://www.ndtv.com	Yes - https://www.healthline.com	https://timesofindia.indiatimes.com	No canonical tag is set for this page.	A canonical tag is set for this page and the link is working fine.
Organic Traffic	132.6M	212.M	183.8m		197,151 6,029
Source of the Traffic					Direct - / Organic Search - /
Monthly Visits	102.6M	86.1M	70.30M	21.59M	3.550M
Page Speed					
Broken Links			No	No	
Indexed					
Devices	Desktop - 11.27% Mobile - 88.23%	Desktop - 17.86% Mobile - 82.14		Desktop - 1.93 Mobile - 98.07	Desktop - 17.41 / Mobile - 82.59
Location			Desktop - 24.62 Mobile - 75.38		
Internal Links		323	125	773	41

Competitor Analysis:

పోటీదారుల విశ్లేషణ SEO అనేది శోధన ర్యాంకింగ్ లో మీతో పోటీపడే వెబ్సైట్లను గుర్తించడం మరియు విశ్లేషించడం. వారి బలాలు మరియు బలహీనతలను అర్థం చేసుకోవడం ద్వారా, మీరు చేయగలరు మీ **WordPress** బ్లాగును ఆప్టిమైజ్ చేయండి వాటిని అధిగమించడానికి.

స్టెప్-బై-స్టెప్ గైడ్: **SEMrush**లో **WordPress** బ్లాగ్ కోసం పోటీదారు విశ్లేషణ

Step 1: మీ **SEO** పోటీదారులను గుర్తించండి

సాధనం: SEMrush సేంద్రీయ పరిశోధన

ఆచరణాత్మక దశలు:

- SEMrushకి లాగిన్ చేసి, SEO డాష్బోర్డ్ క్రింద "సేంద్రీయ పరిశోధన"కి వెళ్ళండి.
- మీ WordPress బ్లాగ్ డొమైన్ ను నమోదు చేయండి.
- "ప్రధాన సేంద్రీయ పోటీదారులు" విభాగానికి క్రిందికి స్కోల్ చేయండి.
- SEMrush సారూప్య కీలకపదాలకు ర్యాంక్ ఇచ్చే పోటీ డొమైన్ల జాబితాను చూపుతుంది.

Step 2: పోటీదారుల టాప్-ర్యాంకింగ్ కీవర్డ్లను విశ్లేషించండి

సాధనం: **SEMrush** కీవర్డ్ గ్యాప్ సాధనం

ఆచరణాత్మక దశలు:

- SEO > పోటీ పరిశోధన కింద "కీవర్డ్ గ్యాప్"కి వెళ్ళండి.

- మీ బ్లాగ్ డొమైన్ మరియు 3-5 పోటీదారుల వెబ్సైట్లను నమోదు చేయండి.
- SEMrush చూపుతుంది:
 - భాగస్వామ్య కీలకపదాలు (మీరు పోటీ చేసే చోట).
 - కీవర్డ్లు లేవు (కీవర్డ్లు ర్యాంక్ ఇస్తాయి కానీ మీరు చేయనివి).
 - బలహీనమైన కీలకపదాలు (అవి మీ కంటే ఎక్కువ ర్యాంక్లో ఉన్నాయి).

Step 3: పోటీదారుల కంటెంట్ వ్యూహాన్ని విశ్లేషించండి

Step 4: పోటీదారుల బ్యాక్లింక్ వ్యూహాన్ని విశ్లేషించండి

సాధనం: SEMrush బ్యాక్లింక్ అనలిటిక్స్ & బ్యాక్లింక్ గ్యాప్

ఆచరణాత్మక దశలు:

- బ్యాక్లింక్ అనలిటిక్స్కి వెళ్ళండి → మీ పోటీదారు డొమైన్ను నమోదు చేయండి.
- వారికి ఎవరు లింక్ చేస్తున్నారో SEMrush చూపుతుంది.
- మీకు కాకుండా పోటీదారులకు లింక్ చేసే అధిక-అధికార డొమైన్లను గుర్తించండి.
- మీకు మరియు పోటీదారుల మధ్య బ్యాక్లింక్లను పోల్చడానికి బ్యాక్లింక్ గ్యాప్ సాధనాన్ని ఉపయోగించండి.

Step 5: పోటీదారుల సాంకేతిక SEO తనిఖీ చేయండి

సాధనం: SEMrush సైట్ ఆడిట్

ఆచరణాత్మక దశలు:

- వెళ్ళండి సైట్ ఆడిట్ → మీ పోటీదారు డొమైన్ను నమోదు చేయండి.
- SEMrush చూపబడుతుంది సాంకేతిక SEO సమస్యలు ఇష్టం:
 - నెమ్మదిగా లోడ్ అవుతున్న పేజీలు
 - మొబైల్ వినియోగ సమస్యలు
 - విరిగిన లింకులు

	A	B	C	D
1		1st Competitor	2nd Competitor	
2	Website URL	https://www.healthline.com/health/beauty-skin-care/shampoo-or-conditioner-first	https://goldielocks.com/blogs/news/how-to-shampoo-condition-hair?srsltid=AfmBOoqD1BTbigYW8HazkV1Oc4ewnHvnQGA6pU37XPRKecapN8lmsu2	
3	Meta Title	Shampoo or Conditioner First? What Order to Use Them While Bathing	How To Shampoo and Condition Hair (For Best Results)	
4	Meta Description		This step by step process will ensure that your hair is washed THE RIGHT WAY every time Plus, learn how to improve your hair health	
5	Length of the Content (words)		1988	2855
6	Images	17 Images without ALT.	Yes - All images have ALT attribute.	
7	Videos			
8	Internal Link		139	152
9	External Link		47	15
10	Organic Traffic			27,376
11	Keywords they are ranking for			53,615
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

Grammarly:

వ్యాకరణపరంగా AI-ఆధారితమైనది రైటింగ్ అసిస్టెంట్ టూల్ అది మెరుగుపరచడానికి సహాయపడుతుంది వ్యాకరణం, స్పెల్లింగ్, విరామ చిహ్నాలు, స్పష్టత మరియు శైలి వ్రాతపూర్వకంగా. ఇది బ్లాగర్లు, రచయితలు, విద్యార్థులు మరియు నిపుణులు తమ కంటెంట్ను మెరుగుపరచడానికి విస్తృతంగా ఉపయోగిస్తున్నారు.

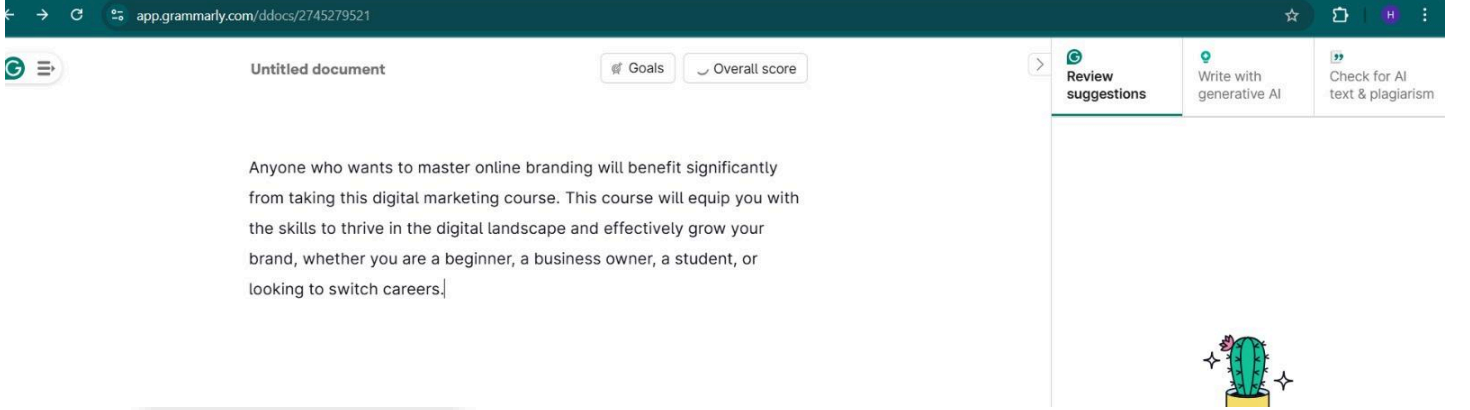
వ్యాకరణాన్ని ఆచరణాత్మకంగా ఎలా ఉపయోగించాలి?

Step 1: వ్యాకరణాన్ని ఇన్స్టాల్ చేయండి లేదా సైన్అప్ చేయండి

Step 2: వ్యాకరణ లోపాలను తనిఖీ చేయండి మరియు సరి చేయండి

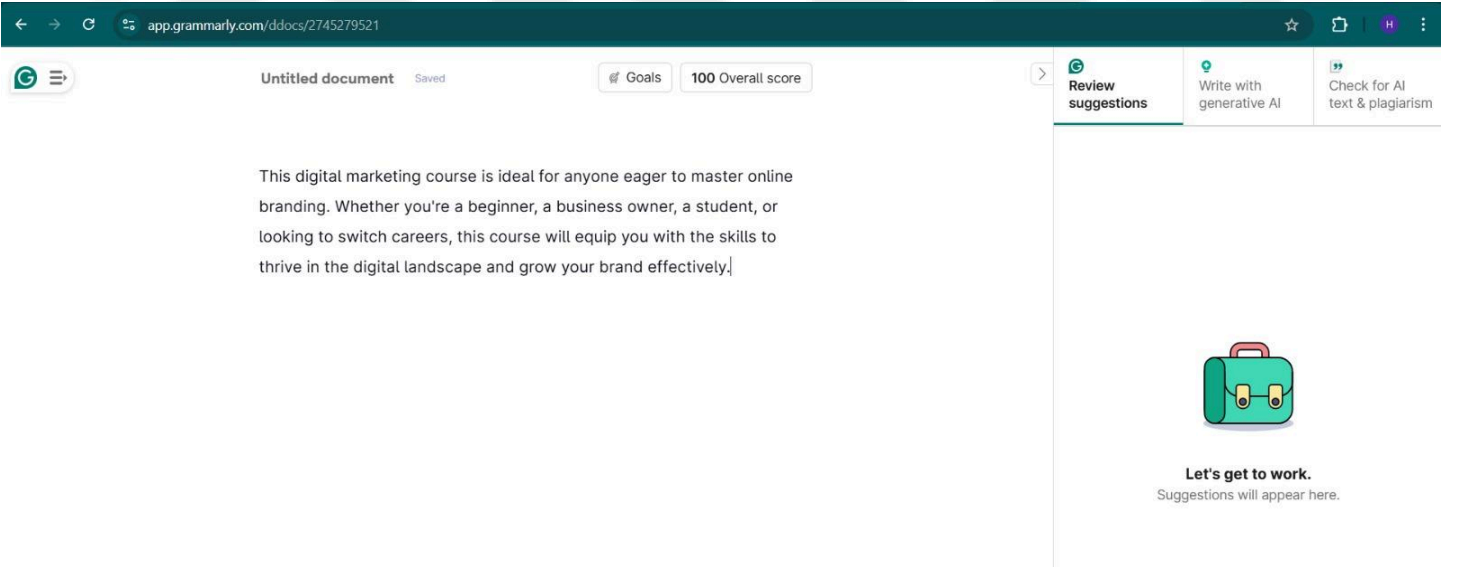
ఉదాహరణ వాక్యం (దిద్దుబాటుకు ముందు):

"ఈ బ్లాగ్ పోస్ట్ ప్రజలకు చాలా ఉపయోగకరంగా ఉండే అనేక సమాచారాన్ని కలిగి ఉంది."



సరిదిద్దబడిన వాక్యం (వ్యాకరణ పరిష్కారాల తర్వాత):

"ఈ బ్లాగ్ పోస్ట్ ప్రజలకు చాలా ఉపయోగకరమైన సమాచారాన్ని కలిగి ఉంది."



Step 3: స్పష్టత మరియు పఠనీయతను మెరుగుపరచండి

Step 4: ప్లాజియారిజం కోసం తనిఖీ చేయండి (ప్రీమియం ఫీచర్)

వచనాన్ని వ్యాకరణంలో అతికించండి.

క్లిక్ చేయండి ప్లాగియారిజం చెకర్ → ఇది కాపీ చేయబడిన విభాగాలను హైలైట్ చేస్తుంది.

అవసరమైతే మూలాలను తిరిగి వ్రాయండి లేదా ఉదహరించండి.

AIPRM అంటే ఏమిటి?

AIPRM (AI ప్రాంప్ట్ మార్కెట్ప్లేస్) a Chrome పొడిగింపు మెరుగుపరచడానికి రూపొందించబడింది **ChatGPT** అందించడం ద్వారా ముందుగా నిర్మించిన **AI ప్రాంప్ట్లు** వివిధ ఉపయోగ సందర్భాలలో, సహా **SEO**, కంటెంట్ రైటింగ్, డిజిటల్ మార్కెటింగ్ మరియు సేల్స్ ఆటోమేషన్.

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోసం **AIPRM**ని ఆచరణాత్మకంగా ఎలా ఉపయోగించాలి

Step 1: AIPRM పొడిగింపును ఇన్స్టాల్ చేయండి

ఆచరణాత్మక దశలు:

- తెరవండి **Google Chrome**.
- కు వెళ్ళండి **AIPRM Chrome** పొడిగింపు పేజీ.
- క్లిక్ చేయండి **"Chromeకి జోడించు"** మరియు పొడిగింపును ఇన్స్టాల్ చేయండి.
- లోనికి ప్రవేశించండి **ChatGPT (OpenAI) → AIPRM ChatGPT** లోపల కనిపిస్తుంది.

The screenshot displays a Google search for 'AIPRM for ChatGPT'. The search results are as follows:

- 1. AIPRM for ChatGPT - Chrome Web Store**
URL: <https://chromewebstore.google.com/aiprm-for-chatgpt>
Stats: AS: 0, Visits: 0, Pages/Visit: 0, Avg Visit: 0, Bounce rate: 0
Description: AIPRM is your cheat code for ChatGPT. Adds a list of curated prompt templates and advanced features. Try today.
- 2. AIPRM for ChatGPT & Claude**
URL: <https://app.aiprm.com>
Stats: L: 148, LD: 3.53K, I: 19.8K, Rank: 122K
Description: The AIPRM extension adds a list of curated prompt templates for you to ChatGPT and Claude. Don't miss out on this productivity boost! Use it now for FREE.
- 3. AIPRM: Your Cheat Code for AI like ChatGPT, Claude ...**
URL: <https://www.aiprm.com>
Stats: L: 98.0K, LD: 114K, I: 92.3K, Rank: 122K
Description: AIPRM is the Ultimate Time Saver for ChatGPT and other AI models! Trusted by over 2 million users and some of the world's biggest brands.

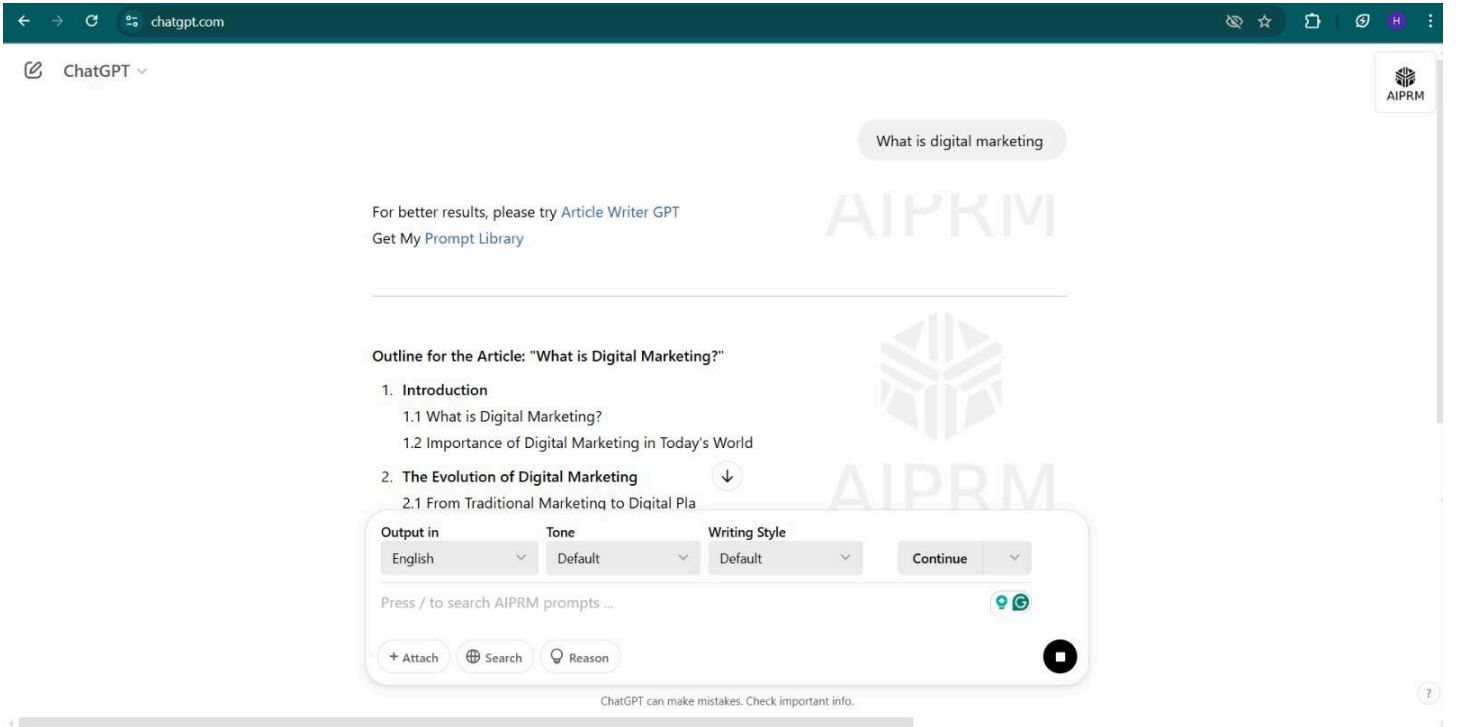
People also ask :

Step 2: ముందుగా నిర్మించిన ప్రాంప్ట్లను ఎంచుకోండి

ఆచరణాత్మక దశలు:

- తెరవండి **ChatGPT**.
- పై క్లిక్ చేయండి **AIPRM** ట్యాబ్ (మీరు బహుళ ప్రాంప్ట్ వర్గాలను చూస్తారు).
- ఒక ఎంచుకోండి ప్రాంప్ట్ టెంప్లేట్ మీ మార్కెటింగ్ లక్ష్యం ఆధారంగా:
 - **SEO & కీవర్డ్ రీసెర్చ్**
 - కంటెంట్ సృష్టి (బ్లాగ్ రైటింగ్, ఉత్పత్తి వివరణలు మొదలైనవి)
 - సోషల్ మీడియా మార్కెటింగ్ (యాడ్ కాపీ, ట్వీట్టర్ & ఇన్స్టాగ్రామ్ పోస్ట్లు)

ఉదాహరణ: మీకు అవసరమైతే ఒక కీవర్డ్ పరిశోధన వ్యూహం, SEO-సంబంధిత AIPRM ప్రాంప్ట్ ని ఎంచుకోండి.



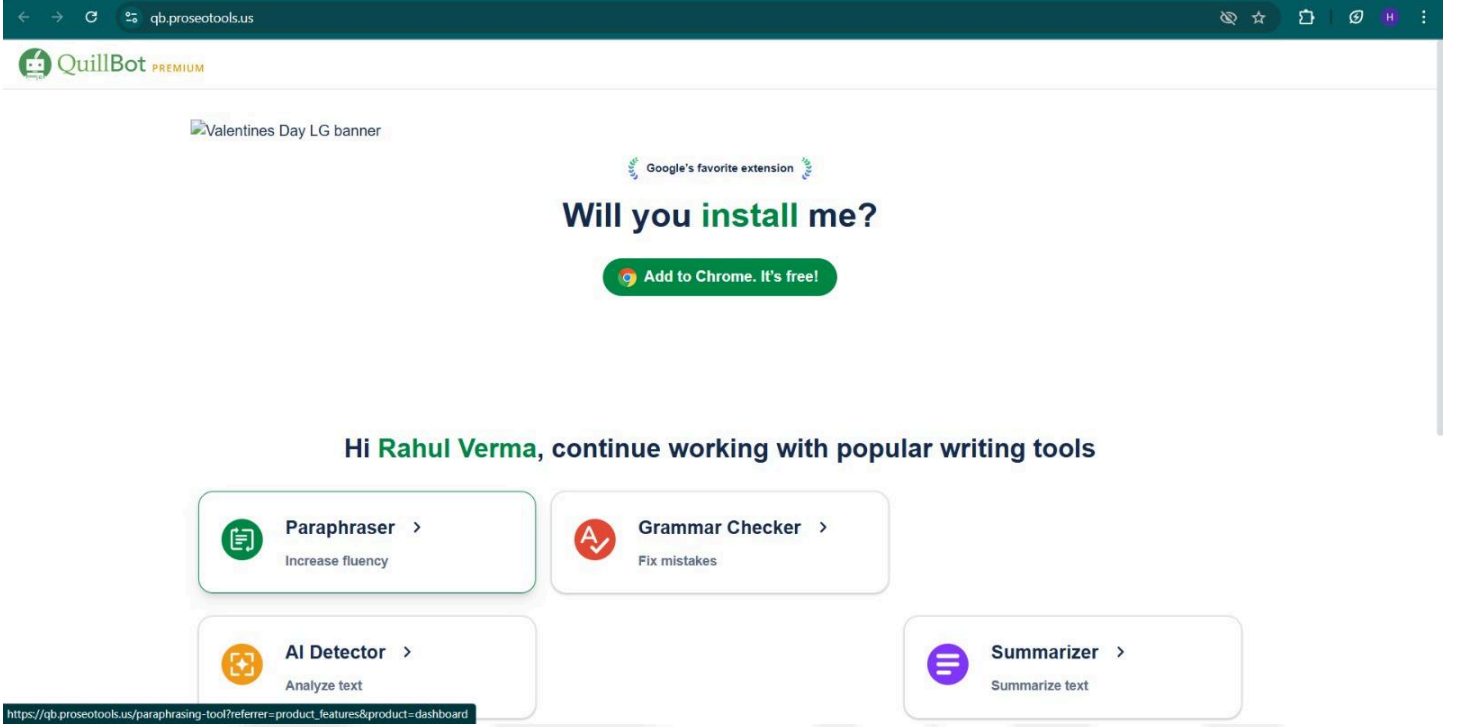
QuillBot అంటే ఏమిటి?

QuillBot ఒక AI-ఆధారిత పారాఫ్రేసింగ్ మరియు రైటింగ్ అసిస్టెంట్ టూల్ ఇది వినియోగదారులు తమ కంటెంట్ ను తిరిగి వ్రాయడానికి, సంగ్రహించడానికి మరియు మెరుగుపరచడంలో సహాయపడుతుంది. దీనిని విస్తృతంగా ఉపయోగిస్తున్నారు రచయితలు, విద్యార్థులు, బ్లాగర్లు మరియు డిజిటల్ విక్రయదారులు వారి రచనల నాణ్యతను పెంచడానికి.

QuillBotని యాక్సెస్ చేయండి:

ఎంపికలు:

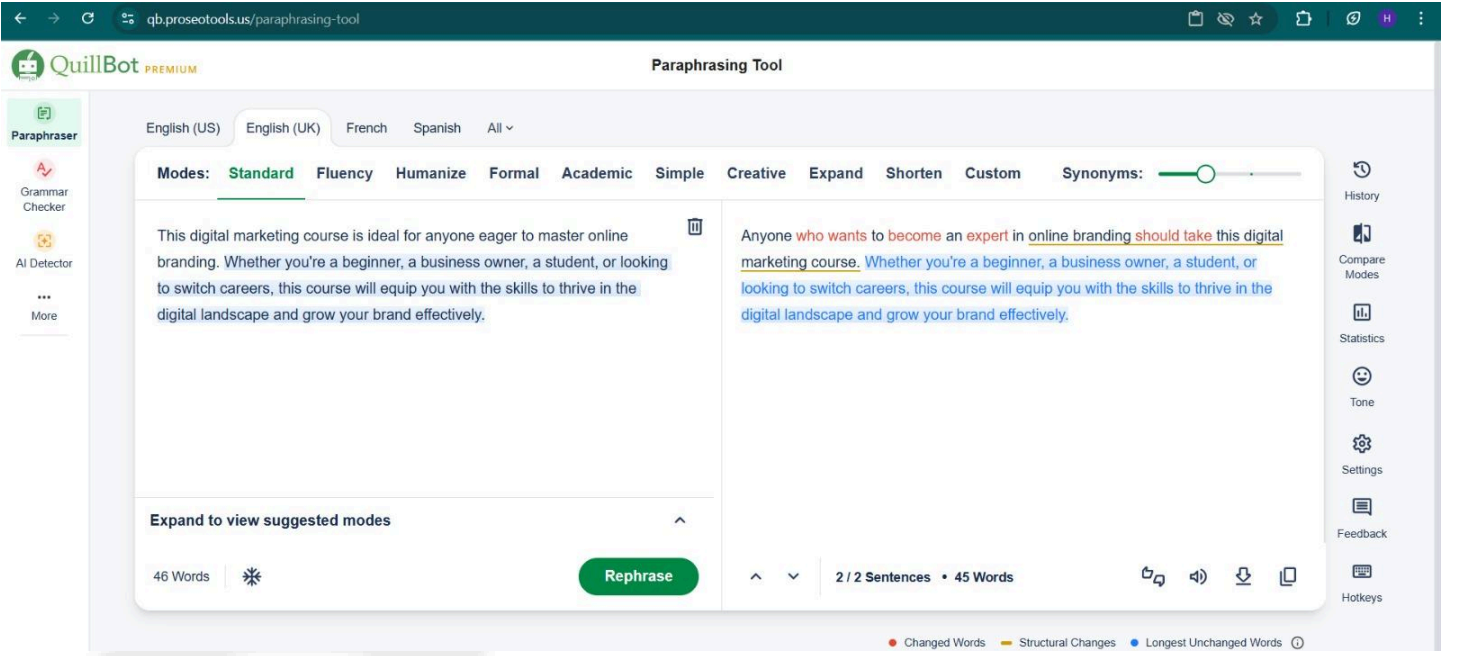
- వెబ్సైట్: వెళ్ళండి [QuillBot.com](https://quillbot.com)
- **Chrome** పొడిగింపు: ఇన్స్టాల్ చేయండి **Chrome** కోసం **QuillBot**



QuillBotతో పారాఫ్రేసింగ్ టెక్స్ట్:

ఆచరణాత్మక దశలు:

- **QuillBot** పారాఫ్రేసింగ్ సాధనాన్ని తెరవండి.
- ఇన్పుట్ బాక్స్లో మీ వచనాన్ని కాపీ చేసి అతికించండి.
- పారాఫ్రేసింగ్ మోడ్ను ఎంచుకోండి:
 - స్టాండర్డ్: బ్యాలెన్స్డ్ రీరైటింగ్
 - పటిమ: రీడబిలిటీని మెరుగుపరుస్తుంది
 - అధికారికం: వృత్తిపరమైన స్వరం
 - సృజనాత్మక: ప్రత్యేకమైన వైవిధ్యాలను సృష్టిస్తుంది
- "పారాఫ్రేజ్" క్లిక్ చేయండి → **QuillBot** తిరిగి వ్రాసిన సంస్కరణను రూపొందిస్తుంది.



అసలు వచనం:

"డిజిటల్ వ్యాపారాలు కస్టమర్లను ఆకర్షించడానికి మరియు నిలుపుకోవడానికి కంటెంట్ మార్కెటింగ్ అవసరం."

QuillBot అవుట్పుట్ (పారాఫ్రేజ్):

"డిజిటల్ వ్యాపారాల కోసం, కస్టమర్లను ఆకర్షించడంలో మరియు ఉంచడంలో కంటెంట్ మార్కెటింగ్ కీలకం."

వ్యాకరణం & అక్షరక్రమ తనిఖీ

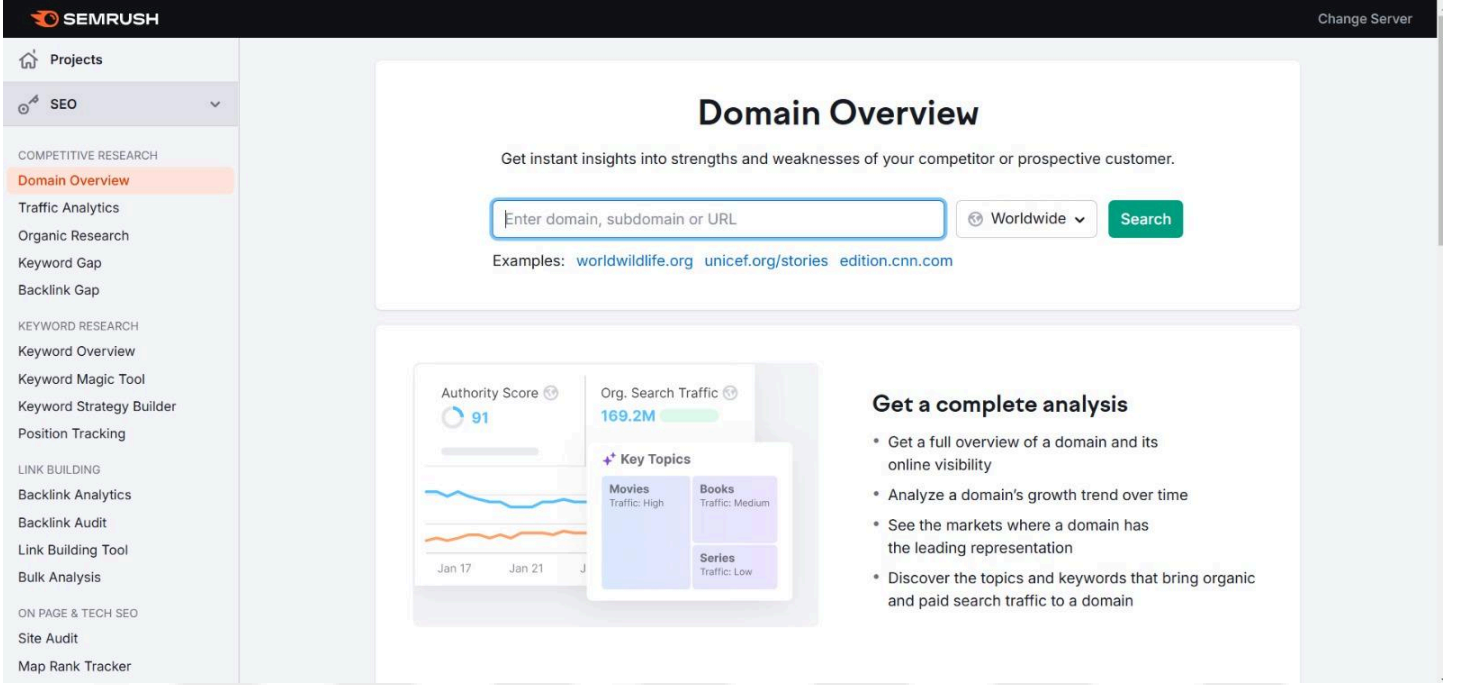
SEMrush:

SEMrush ఒక ఆల్ ఇన్ వన్ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ సాధనం కోసం ఉపయోగిస్తారు **SEO**, కీవర్డ్ రీసెర్చ్, కాంపిటీటర్ అనాలిసిస్, కంటెంట్ మార్కెటింగ్, **PPC** (పేపర్-క్లిక్) మరియు సోషల్ మీడియా మేనేజ్మెంట్.

SEMrush ఖాతాను సృష్టించండి

- వెళ్ళండి [SEMrush.com](https://www.semrush.com).

- a కోసం సైన్ అప్ చేయండి ఉచిత లేదా చెల్లింపు ఖాతా.
- యాక్సెస్ చేయండి **SEMrush** డాష్‌బోర్డ్, ఇక్కడ మీరు SEO సాధనాలను అన్వేషించవచ్చు.



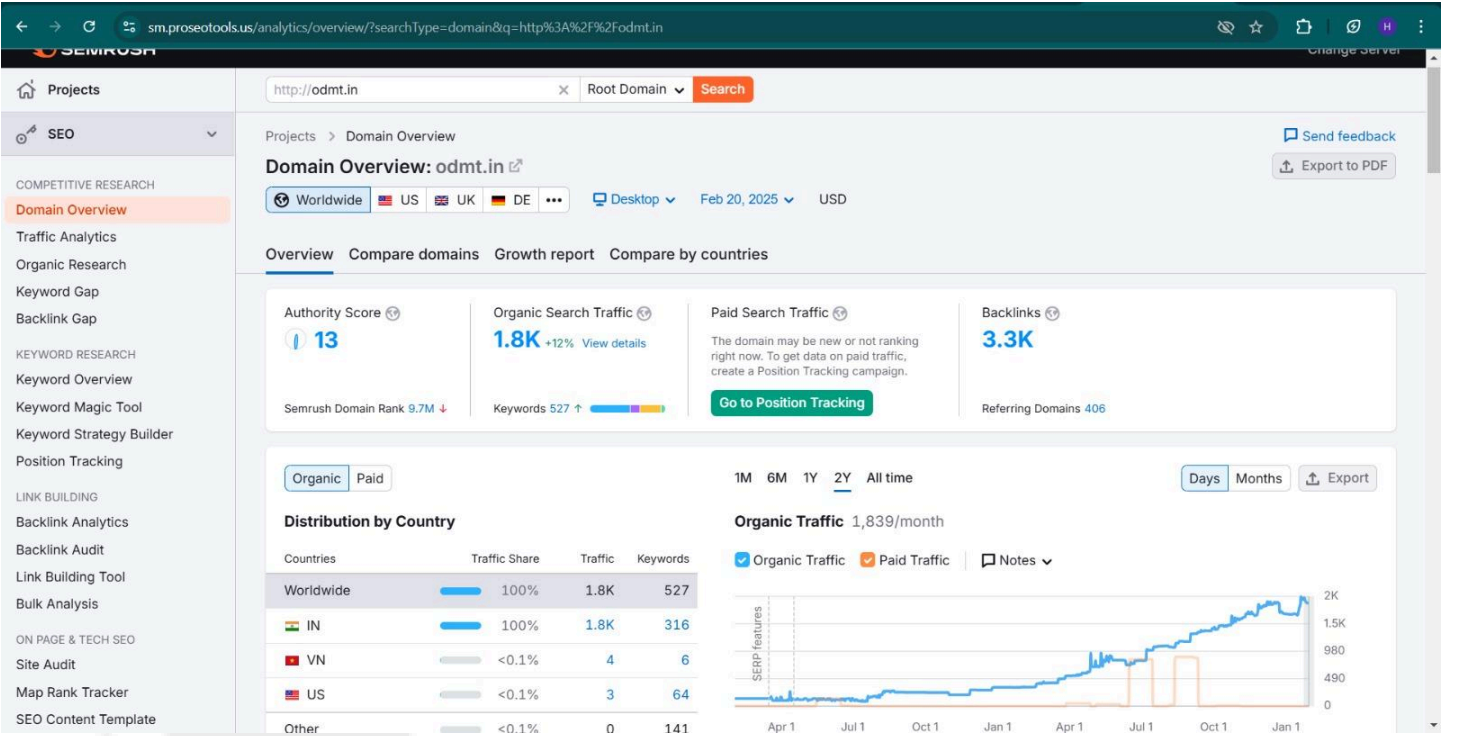
SEO కోసం కీవర్డ్ రీసెర్చ్ చేయండి

వెళ్ళండి కీవర్డ్ అవలోకనం SEMrush లో.

ఎని నమోదు చేయండి కీవర్డ్ (ఉదా., "ఉత్తమ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్సు").

SEMrush ప్రదర్శిస్తుంది:

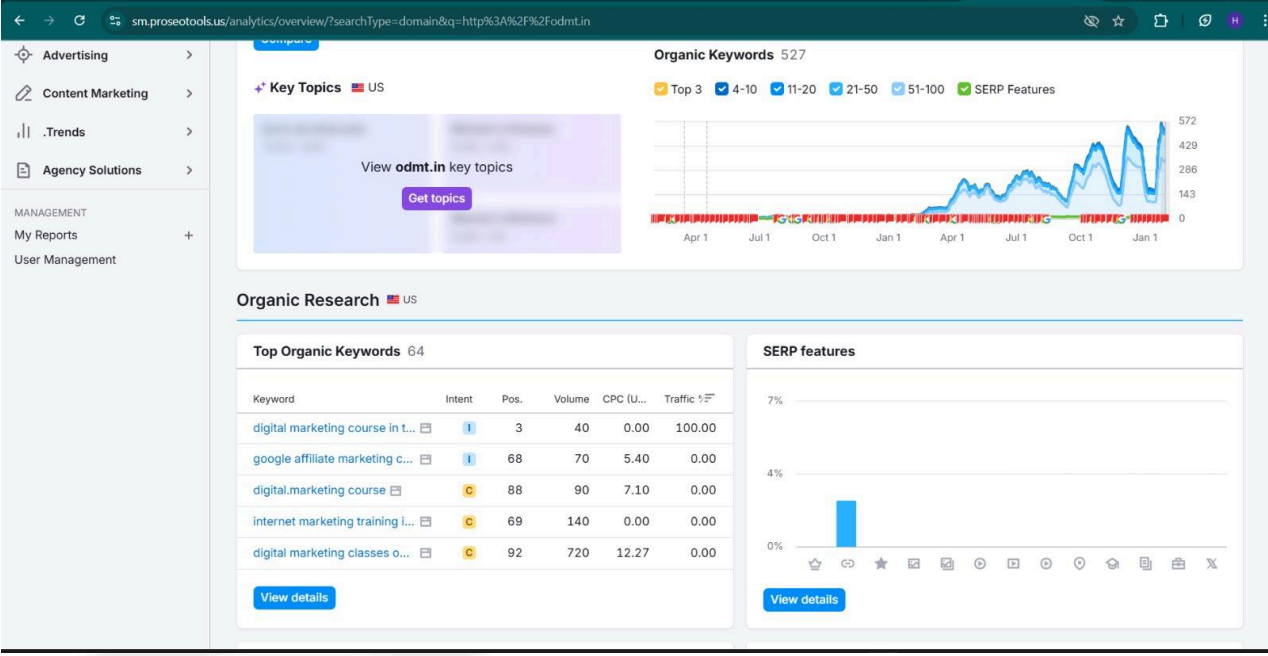
- శోధన వాల్యూమ్ (నెలవారీ ఎంత మంది దీని కోసం వెతుకుతున్నారు).
- కీవర్డ్ కష్టం (KD%) (ర్యాంక్ ఇవ్వడం ఎంత కష్టం).
- **CPC** (క్లిక్ కి ధర) (మీరు ప్రకటనలను అమలు చేస్తుంటే).
- సంబంధిత & పొడవాటి తోక కీలకపదాలు.



పోటీదారు వెబ్‌సైట్‌లను విశ్లేషించండి

కేసు ఉపయోగించండి: తెలుసుకోండి మీ పోటీదారులు ఏ కీలకపదాలకు ర్యాంక్ ఇస్తారు.

- తెరవండి **SEMrush** > డొమైన్ అవలోకనం.
- ఎని నమోదు చేయండి పోటీదారు వెబ్‌సైట్(ఉదా., “travelblog.com”).
- SEMrush ప్రదర్శిస్తుంది:
 - టాప్ ఆర్గానిక్ కీలకపదాలు.
 - ట్రాఫిక్ మూలాలు.
 - బ్యాక్‌లింక్‌లు (వాటికి ఎవరు లింక్ చేస్తున్నారు?).



సైట్ ఆడిట్ (SEO హెల్త్ చెక్) నిర్వహించండి

కేసు ఉపయోగించండి: కనుగొని పరిష్కరించండి **SEO** లోపాలు WordPress వెబ్సైట్లో.

- వెళ్ళండి **SEMrush** > సైట్ ఆడిట్.
- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ **URL** (ఉదా., myblog.com).
- SEMrush దీని కోసం స్కాన్ చేస్తుంది:
 - విరిగిన లింకులు.
 - స్లో లోడ్ వేగం.
 - మెటా వివరణలు లేవు.
 - డూప్లికేట్ కంటెంట్ సమస్యలు.

బ్యాక్లింక్ అవకాశాలను కనుగొనండి

- వెళ్ళండి **SEMrush** > బ్యాక్లింక్ అనలిటిక్స్.
- ఎని నమోదు చేయండి పోటీదారు డొమైన్.
- కనుగొనండి వాటిని ఎవరు లింక్ చేస్తారు మరియు బ్యాక్లింక్ల కోసం ఔట్రీచ్.

Ubersuggest:

ఉబెర్ సజెస్ట్ ఒక **SEO** మరియు డిజిటల్ మార్కెటింగ్ సాధనం ద్వారా సృష్టించబడింది నీల్ పటేల్. ఇది సహాయపడుతుంది కీవర్డ్ పరిశోధన, పోటీదారు విశ్లేషణ, బ్యాకలింక్ ట్రాకింగ్ మరియు సైట్ ఆడిట్లు Googleలో వెబ్సైట్ ర్యాంకింగ్లను మెరుగుపరచడానికి.

Ubersuggest ఖాతాను సృష్టించండి

- వెళ్ళండి **Ubersuggest.com**.
- a కోసం సైన్ అప్ చేయండి ఉచిత లేదా చెల్లింపు ఖాతా.
- యాక్సెస్ చేయండి **SEO** డాష్బోర్డ్ కీవర్డ్ పరిశోధన, పోటీదారు విశ్లేషణ మరియు మరిన్నింటి కోసం.

The screenshot shows the Ubersuggest website interface. The top navigation bar includes the Ubersuggest logo, language (EN), location (US), and a search bar. The main content area features a search input field with the placeholder text "Enter a keyword (I.e. 'meal delivery')", a language dropdown set to "English", and a location dropdown set to "India". A "SEARCH" button is visible to the right of the input field. Below the search bar, there is a "Get started" instruction: "Enter in a keyword and click 'Search' to find all the related search terms that people are searching for on Google." The page also displays a "Keyword Discovery Tool" section with the following text: "Find profitable SEO keywords that are easy to win. Use our keyword discovery tool to get maximum results." Below this text, there are three bullet points: "✓ Traffic volume - find the number of buyers searching these keywords", "✓ Trends - see how search volume has been changing over time", and "✓ Difficulty - find easy-to-rank-for keywords". A "Help" button is located in the bottom right corner of the page.

కీవర్డ్ పరిశోధన జరుపుము

- తెరవండి **Ubersuggest** > కీవర్డ్ ఓవర్వ్యూ.
- ఎని నమోదు చేయండి కీవర్డ్ (ఉదా., "ఉత్తమ ప్రయాణ గమ్యస్థానాలు").
- Ubersuggest డిస్పేలు:
 - శోధన వాల్యూమ్ (నెలవారీ ఎంత మంది దీని కోసం వెతుకుతున్నారు).
 - **SEO** కష్టం (**SD**) (ర్యాంక్ ఇవ్వడం ఎంత కష్టం).
 - **CPC** (క్లిక్కి ధర) (చెల్లింపు ప్రకటనల కోసం).

- కంటెంట్ ఆలోచనలు & సంబంధిత కీలకపదాలు.

The screenshot displays the Ubersuggest interface. On the left, the 'Keyword Rank Tracking' section shows a list of keywords: 'account create fb' (Position: 58, Volume: 14,800), 'google classes digital marketing' (Position: 93, Volume: 14,800), and 'digital marketing courses in hyd' (Position: 38, Volume: 8,100). A search bar on the right contains 'online digital marketing training in telugu'. On the right side, the 'Website Overview - odmt.in' section provides SEO performance metrics: Domain Authority (18), Organic Traffic (887), and Organic Keywords (128). It also includes meta information and a site preview.

పోటీదారు వెబ్సైట్లను విశ్లేషించండి

- తెరవండి **Ubersuggest** > ట్రాఫిక్ ఎనలైజర్.
- ఎని నమోదు చేయండి పోటీదారు వెబ్సైట్(ఉదా., “travelblog.com”).
- Ubersuggest ప్రదర్శించబడుతుంది:
 - టాప్ ఆర్గానిక్ కీలకపదాలు.
 - అంచనా వేసిన ట్రాఫిక్.
 - బ్యాక్లింక్ ప్రొఫైల్.
 - అత్యధికంగా పని చేస్తున్న బ్లాగ్ పోస్ట్లు.

GOOGLE ప్రకటనల సూచిక

S.no	అంశాలు	పేజీ నం.
1	Google ప్రకటనలు, CPC, PPC, CTR అంటే ఏమిటి	174 -175
2	Google ప్రకటనల నిర్మాణం, Google ప్రకటనల ఖాతాను ఎలా సృష్టించాలి	176 - 182
3	కీవర్డ్ మ్యాచ్ రకాలు, పొడిగింపులు	183 - 190
4	నాణ్యత స్కోర్, AdRank, వాస్తవ CPC	191 - 192
5	మార్పిడి ట్రాకింగ్ , రీమార్కెటింగ్	193 - 207
6	Google ప్రకటనల నెట్వర్క్లు, అధునాతన శోధన నెట్వర్క్	208 - 214
7	డిస్ప్లీ నెట్వర్క్	215 - 222
8	వీడియో నెట్వర్క్	223 - 229
9	యాప్ నెట్వర్క్	230 - 216
10	షాపింగ్ నెట్వర్క్	217 - 224
11	పనితీరు గరిష్ట ప్రచారం	225 - 229
12	పోస్ట్పోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాలు, GCLID	230 - 231
13	డైనమిక్ శోధన ప్రకటనలు, కాల్ ప్రకటనలు	232 - 236

GOOGLE ప్రకటనలు (SEM)

- షాపింగ్ ప్రకటనలు: ఇ-కామర్స్ వ్యాపారాల కోసం, ఇవి శోధన ఫలితాల్లో నేరుగా ఉత్పత్తి చిత్రాలు మరియు ధరలను చూపుతాయి.
- యాప్ ప్రకటనలు: Play Store, YouTube మరియు ఇతర యాప్ల వంటి Google నెట్వర్క్లలో యాప్లను ప్రచారం చేయండి.

కీవర్డ్ టార్గెటింగ్: మీరు మీ వ్యాపారానికి సంబంధించిన కీలకపదాలను ఎంచుకుంటారు.

ప్రకటన నాణ్యత స్కోర్: Google మీ ప్రకటనలకు "నాణ్యత స్కోర్"ని కేటాయిస్తుంది, ఇది మీ కీలకపదాల ఔచిత్యం, మీ ప్రకటన నాణ్యత మరియు ల్యాండింగ్ పేజీ అనుభవం ఆధారంగా ఉంటుంది. మీ నాణ్యత స్కోర్ ఎంత ఎక్కువగా ఉంటే, మీ ప్రకటనలను చూపడానికి మీరు తక్కువ వేలం వేయవలసి ఉంటుంది.

బడ్జెట్ మరియు బిడ్డింగ్: మీరు మీ ప్రకటనల కోసం రోజువారీ బడ్జెట్ను సెట్ చేసి, మీరు ఎలా బిడ్ చేయాలనుకుంటున్నారో ఎంచుకోవచ్చు (ఉదా., ఒక్కో క్లిక్కి ధర (CPC), ఒక్కో ఇంప్రెషన్ (CPM) లేదా కాస్ట్-పర్-అక్విజిషన్ (CPA)).

CPC మరియు PPC అంటే ఏమిటి

CPC (క్లిక్కి ధర):

వినియోగదారు వారి ప్రకటనపై క్లిక్ చేసినప్పుడు ప్రకటనదారు చెల్లించే మొత్తాన్ని CPC సూచిస్తుంది.

CPC ఎలా పనిచేస్తుంది:

- మీరు నిర్దిష్ట కీలకపదాలపై వేలం వేస్తారు మరియు మీ ప్రకటనపై ఎవరైనా క్లిక్ చేసిన ప్రతిసారీ, మీరు ముందుగా నిర్ణయించిన మొత్తాన్ని చెల్లిస్తారు. కీవర్డ్ పోటీ, మీ నాణ్యత స్కోర్ మరియు మీరు ఎంత బిడ్ చేయడం వంటి అంశాలపై ఆధారపడి ధర మారవచ్చు.
- ఉదాహరణ: మీరు కస్టమ్ టీ-షర్ట్ వ్యాపారాన్ని ప్రచారం చేస్తుంటే మరియు "కస్టమ్ టీ-షర్ట్లు" అనే కీవర్డ్ కోసం మీరు \$2 వేలం వేస్తే, ఎవరైనా మీ ప్రకటనను క్లిక్ చేసిన ప్రతిసారీ మీరు \$2 చెల్లించాలి.

PPC (క్లిక్కి చెల్లించండి):

PPC అనేది విస్తృతమైన ప్రకటనల నమూనా **CPC** కానీ క్లిక్లు లేదా చర్యల ఆధారంగా ఇతర రకాల చెల్లింపు నమూనాలను కూడా కవర్ చేయవచ్చు.

PPC ఎలా పనిచేస్తుంది:

- **PPC** అనేది ప్రకటనల నమూనా, అయితే **CPC** ధరల వ్యూహాలలో ఒకటి PPC లోపల.
- PPCతో, ప్రకటనకర్తలు క్లిక్లు (CPC) లేదా ఇంప్రెషన్లు (CPM – ప్రతి వెయ్యి ఇంప్రెషన్లు) లేదా సముపార్జనలు (CPA – ప్రతి-సముపార్జన) వంటి ఇతర చర్యల ఆధారంగా చెల్లిస్తారు.
- **PPC** ప్లాట్ఫారమ్ల ఉదాహరణ: Google ప్రకటనలు, బింగ్ ప్రకటనలు, Facebook ప్రకటనలు మొదలైనవి.

CPC విస్తృత PPC గొడుగు కింద ఒక నిర్దిష్ట ధర నమూనా. ఇది మీ ప్రకటనపై అసలు క్లిక్ల కోసం చెల్లించడాన్ని మాత్రమే సూచిస్తుంది.

PPC మీరు మీ ప్రకటనలతో పరస్పర చర్యల కోసం చెల్లించే మొత్తం ప్రకటనల నమూనాను సూచిస్తుంది (అది క్లిక్లు, ఇంప్రెషన్లు లేదా ఇతర చర్యలు అయినా).

ఇంప్రెషన్ అంటే ఏమిటి?

ఇంప్రెషన్ వినియోగదారు స్క్రీన్పై ప్రకటన ఎన్నిసార్లు ప్రదర్శించబడుతుందో, వారు దానిపై క్లిక్ చేసినా లేదా అనే దానితో సంబంధం లేకుండా చూడండి. మరో మాటలో చెప్పాలంటే, మీ ప్రకటన వినియోగదారుకు చూపబడిన ప్రతిసారీ, వారు దానితో పరస్పర చర్య చేయనప్పటికీ, ఇంప్రెషన్ లెక్కించబడుతుంది.

క్లిక్-త్రూ రేట్ (CTR)

క్లిక్-త్రూ రేట్ (CTR) మీ ప్రకటనను చూసిన తర్వాత వ్యక్తులు ఎంత తరచుగా దానిపై క్లిక్ చేస్తారో కొలిచే ఆన్లైన్ ప్రకటనలలో ఉపయోగించే మెట్రిక్. ఇది శాతంగా వ్యక్తీకరించబడింది మరియు చర్య తీసుకునేలా వినియోగదారులను ప్రోత్సహించడంలో మీ ప్రకటనల ప్రభావాన్ని సూచిస్తుంది

CTR ఫార్ములా:

CTRని లెక్కించడానికి సూత్రం:

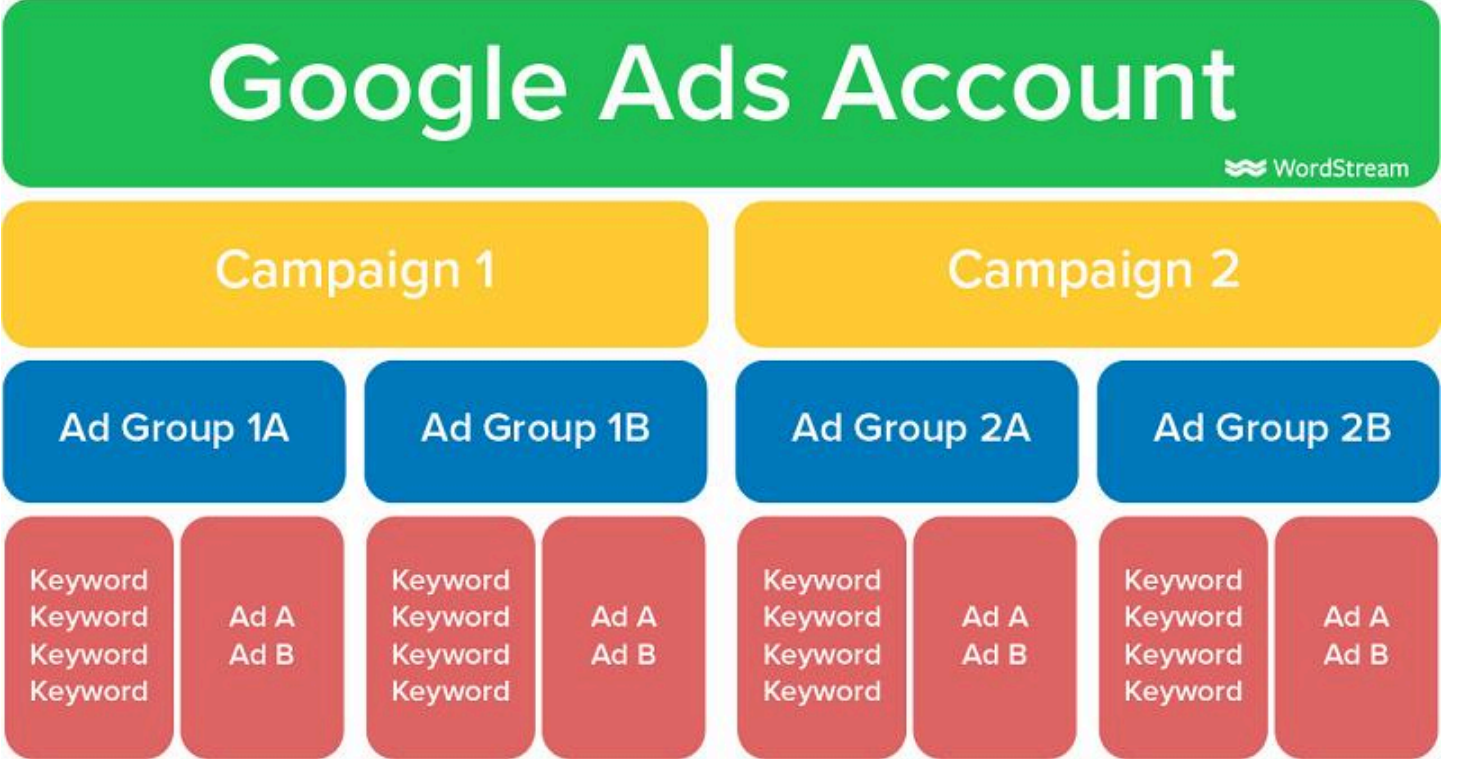
$CTR = (\text{క్లిక్ల సంఖ్య} / \text{మొత్తం ఇంప్రెషన్ల సంఖ్య}) * 100$

ఎక్కడ:

- క్లిక్లు = మీ ప్రకటన క్లిక్ చేయబడిన మొత్తం సంఖ్య.
- ముద్రలు = మీ ప్రకటన చూపబడిన మొత్తం సంఖ్య.

Google ప్రకటనల నిర్మాణం:

మీ ప్రకటనల ప్రచారాలను సమర్థవంతంగా నిర్వహించడంలో మీకు సహాయపడే క్రమానుగత పద్ధతిలో Google ప్రకటనలు రూపొందించబడ్డాయి. నిర్మాణం కలిగి ఉంటుంది ఖాతాలు, ప్రచారాలు, ప్రకటన గుంపులు, మరియు ప్రకటనలు.

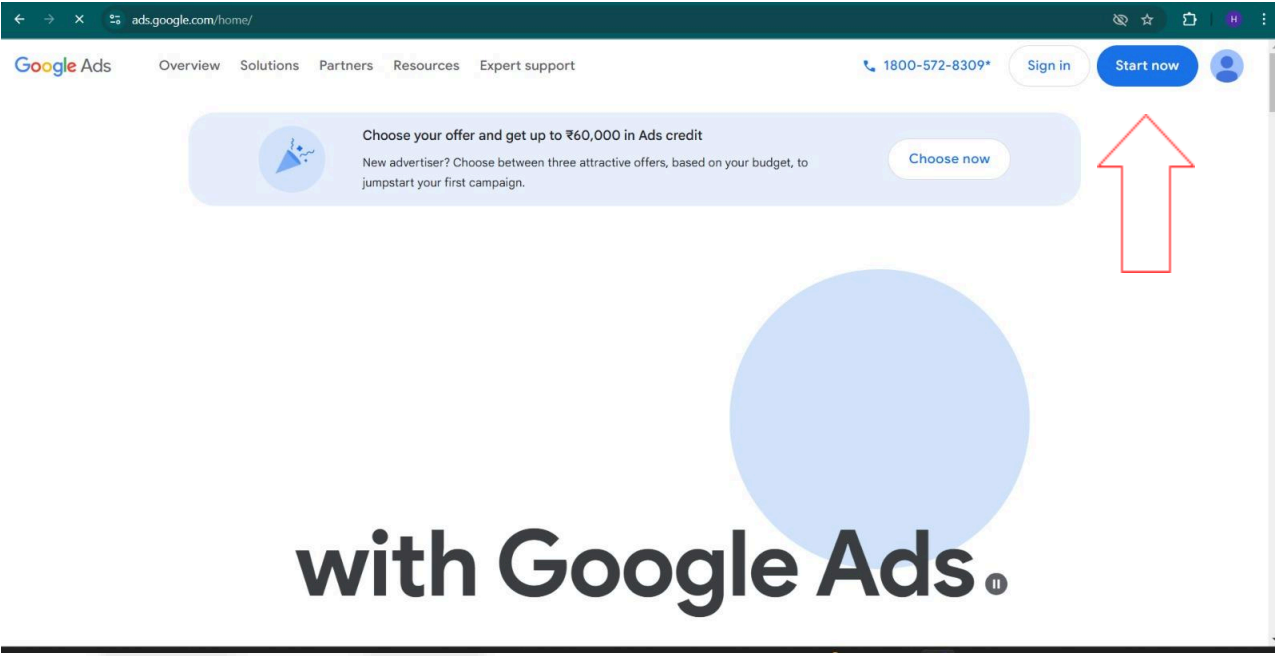


Google ప్రకటనల ఖాతాను ఎలా సృష్టించాలి

Step 1: Google ప్రకటనలకు వెళ్లండి

Google ప్రకటనల వెబ్సైట్కి వెళ్లండి: [Google ప్రకటనలు](#).

"ఇప్పుడే ప్రారంభించు"పై క్లిక్ చేయండి ప్రక్రియను ప్రారంభించడానికి.



Step 2: మీ Google ప్రకటనల ఖాతాను సెటప్ చేయండి

మీ ఖాతా సెట్టింగ్లను నిర్ధారించండి:

ముందుగా, మీరు మీ Google ప్రకటనల ఖాతా కోసం సరైన వివరాలను నమోదు చేశారని నిర్ధారించుకోండి.

- బిల్లింగ్ దేశం:
- మీ వ్యాపారం నిర్వహించే దేశాన్ని ఎంచుకోండి, ఇది మీ బిల్లింగ్ వివరాలను మరియు వర్తించే పన్ను రేట్లను నిర్ణయిస్తుంది.
- సమయమండలి:
- మీరు ప్రధానంగా పనిచేసే స్థానానికి సరిపోయేలా మీ ఖాతా టైమ్జోన్ని సెట్ చేయండి. ఇది మీ ప్రకటనలు సరైన స్థానిక సమయానికి అనుగుణంగా షెడ్యూల్ చేయబడిందని నిర్ధారిస్తుంది.
- కరెన్సీ
- మీరు బిల్లింగ్ కోసం ఉపయోగించాలనుకుంటున్న కరెన్సీని ఎంచుకోండి.

ads.google.com/aw/signup/aboutyourbusiness?authuser=0&ecd=1489968847%2C1504102281%2C1524815165%2C6451671747%2C6469267124%2C6639957273%2C6630692822%2C665...

Google Ads Create your first campaign

Help 892-386-6362 hanishachakarajamula01@gm...

Billing country
India

Time zone
(GMT+05:30) India Time

Currency
Indian Rupee (INR ₹)

Back Continue

Need help? Call for free ad setup help at 1800-419-3355, 9.00 am to 6.00 PM IST, Mon-Fri. [Help articles](#)

- చెల్లింపుల ప్రొఫైల్:
- ఎంచుకోండి వ్యక్తిగత మీరు వ్యక్తిగత ఉపయోగం కోసం లేదా చిన్న వ్యాపారం కోసం ఖాతాను సెటప్ చేస్తున్నట్లయితే. మీరు వ్యాపార ఖాతాను సెటప్ చేస్తున్నట్లయితే, మీరు ఎంచుకోవచ్చు వ్యాపారం.
- చెల్లింపు విధానం:
- క్రెడిట్ లేదా డెబిట్ కార్డ్ వంటి మీ ప్రాధాన్య చెల్లింపు పద్ధతిని ఎంచుకోండి. మీ Google ప్రకటనల ఖాతాను సక్రియం చేయడానికి అవసరమైన చెల్లింపు వివరాలను నమోదు చేయండి

ads.google.com/aw/signup/payment?ocid=6935162812&subid=in-en-awhp-g-aw-c-home-top%21o2-ahpm-000000174-000000000&authuser=0&ecd=1489968847%2C1504102281%2...

Google Ads Start reaching more people

India

(GMT+05:30) India Time

Time zone applies to your entire account and cannot be changed later.


Offer code Apply

Payments profile


Hanisha Chakarajamula
Individual • Also used with Google Ads • India • ID: 7925-1983-7021 Change

Your payment information is saved in a payments profile, which is associated with your Google Account and shared across Google services. [Learn more about payments profile](#)

Payment method


 Pay with Bank transfer Change

Information about transferring money to Google will appear on the next page

 Due to Reserve Bank of India regulations, new account holders must temporarily make manual payments. [Learn more about RBI regulation](#)

ads.google.com/aw/signup/congrats?ocid=6935162812&subid=in-en-awhp-g-aw-c-home-top%21o2-ahpm-000000174-000000000&authuser=0&ecd=1489968847%2C1504102281%2...

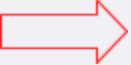
Google Ads Start reaching more people



Your account was created

To start running your ads, you'll need to complete advertiser verification

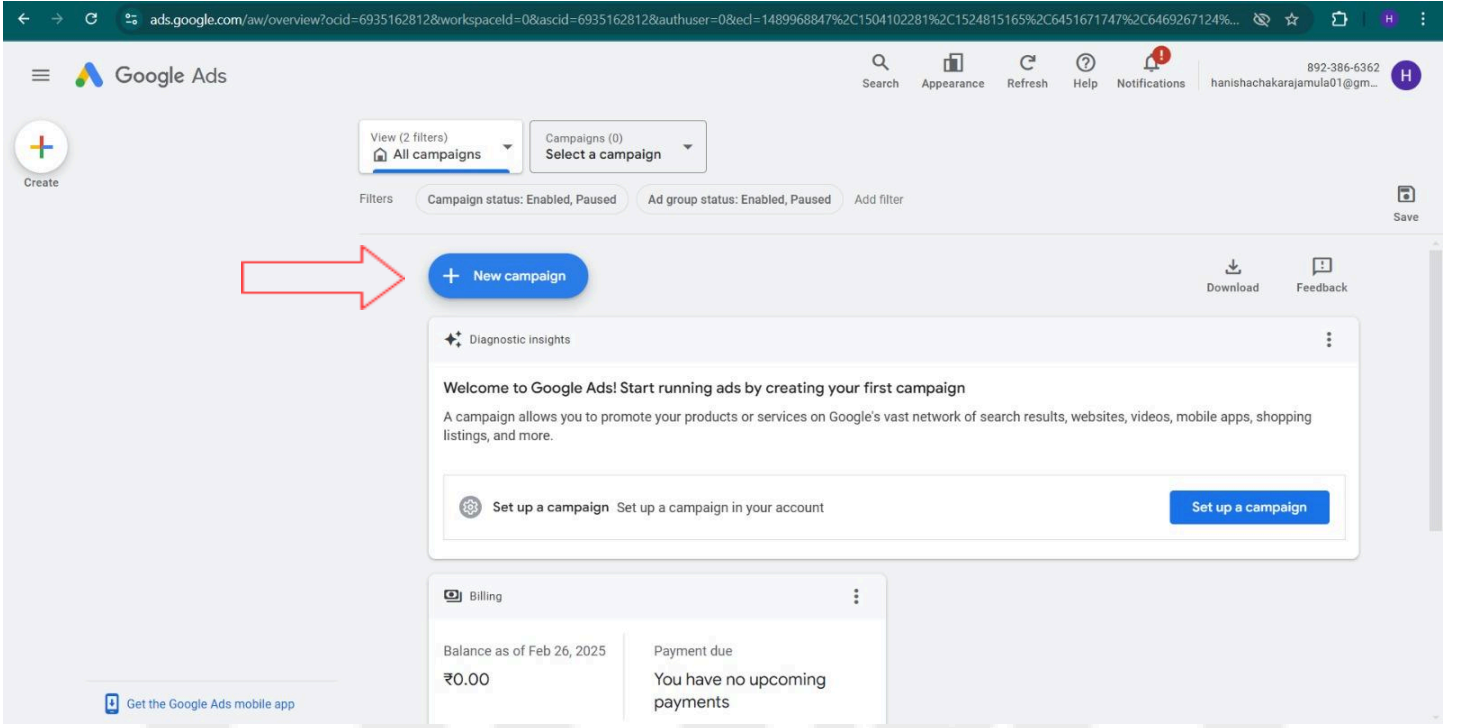
This helps Google Ads verify every advertiser, giving people more transparency, choice, and control. [Learn more about why we're doing this](#)

 Continue

Need help? Call for free ad setup help at 1800-572-8304, 9.00 am to 6.00 PM IST, Mon-Fri. [Help articles](#)

Step 3: కొత్త ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి + కొత్త ప్రచారం హోమ్ పేజీలో బటన్.
- మీరు ప్రచార లక్ష్యాన్ని ఎంచుకోమని ప్రాంప్ట్ చేయబడతారు. శోధన నెట్వర్క్ ప్రచారం కోసం, మీ లక్ష్యాలను బట్టి.



ప్రచార రకాన్ని ఎంచుకోండి

- శోధన ప్రచారాలు: Google శోధన ఫలితాల్లో చూపబడే ప్రకటనలు.
- ప్రదర్శన ప్రచారాలు: Google నెట్వర్క్లోని వెబ్సైట్లలో బ్యానర్ ప్రకటనలు.
- వీడియో ప్రచారాలు: YouTube ప్రకటనలు.
- షాపింగ్ ప్రచారాలు: ఆన్లైన్ స్టోర్ల కోసం (మీరు భౌతిక ఉత్పత్తులను విక్రయిస్తున్నట్లయితే).
- కింద ప్రచారం రకం, ఎంచుకోండి శోధించండి.
- అప్పుడు ఎంచుకోండి శోధన నెట్వర్క్.

క్లిక్ చేయండి శోధన (మీ అవసరం ప్రకారం ఏదైనా నెట్వర్క్).

- ప్రచారం పేరును సెట్ చేయండి: గుర్తుంచుకోవడానికి సులభమైన మరియు మీ లక్ష్యాన్ని ప్రతిబింబించే పేరును ఎంచుకోండి.
- మీ లక్ష్య స్థానాలను సెట్ చేయండి: మీరు నిర్దిష్ట దేశాలు, ప్రాంతాలు లేదా నిర్దిష్ట నగరాలను కూడా లక్ష్యంగా ఎంచుకోవచ్చు.
- భాషలను సెట్ చేయండి: మీరు ఇంగ్లీష్, స్పానిష్ మొదలైన నిర్దిష్ట భాషలను లక్ష్యంగా చేసుకోవచ్చు.

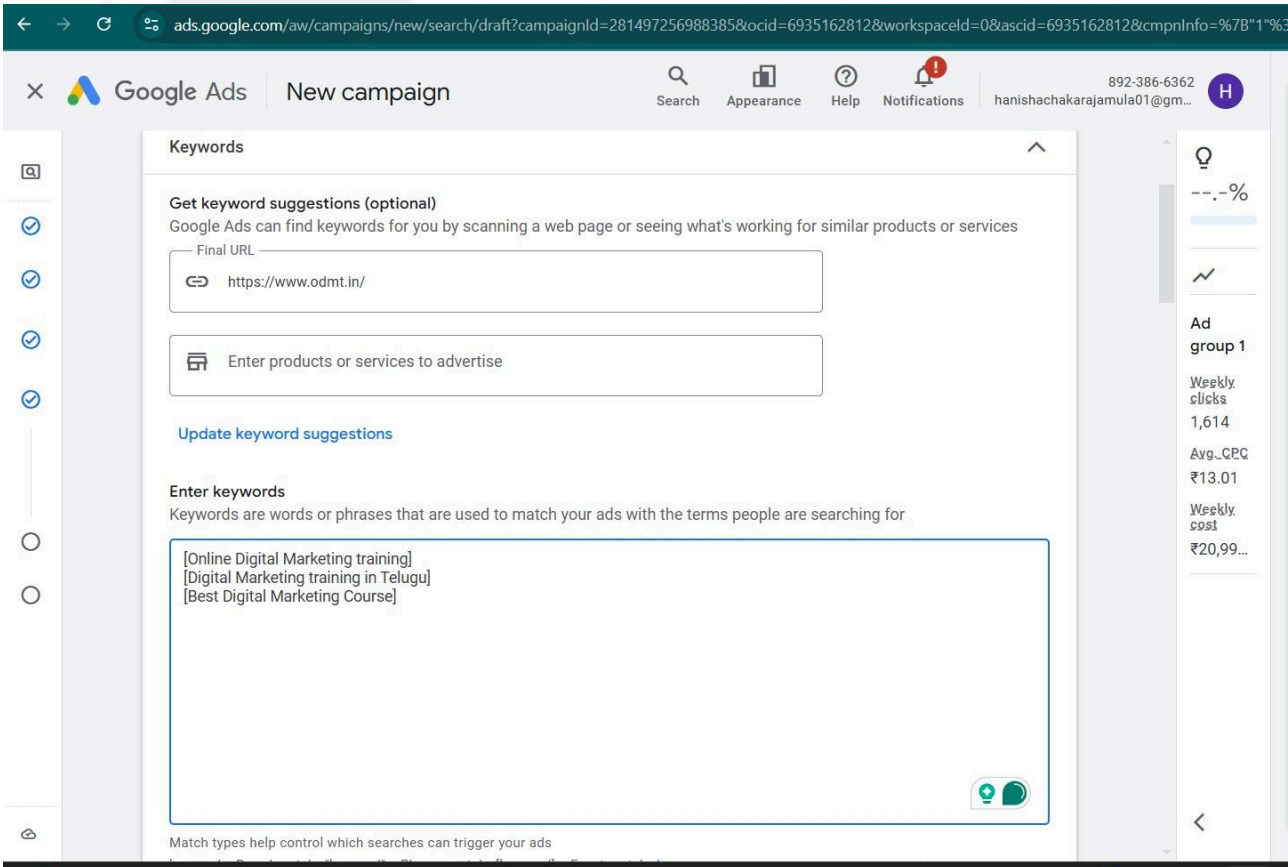
- మీ బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి: ప్రారంభకులకు, Google సాధారణంగా ఆటోమేటెడ్ బిడ్డింగ్ వంటి వాటిని సిఫార్సు చేస్తుంది మార్పిడులను పెంచండి లేదా క్లిక్లను పెంచండి, ఇది మొదటిసారి ప్రచారం కోసం సులభమైన మరియు ప్రభావవంతమైనది. మీరు ఒక క్లిక్కి నిర్దిష్ట ధర (CPC) పరిమితిని కూడా సెట్ చేయవచ్చు, కానీ Google యొక్క ఆటోమేటెడ్ బిడ్డింగ్ మీ కోసం మీ బడ్జెట్ని నిర్వహిస్తుంది.

Step 4: ప్రకటన సమూహాలను సృష్టించండి

ప్రకటన సమూహం అనేది ఒకే విధమైన లక్ష్యాన్ని పంచుకునే ప్రకటనల సమూహం.

ప్రకటన సమూహం పేరు: సారూప్య ప్రకటనలు మరియు కీలకపదాలను సమూహపరచడానికి ఇది ఒక మార్గం.

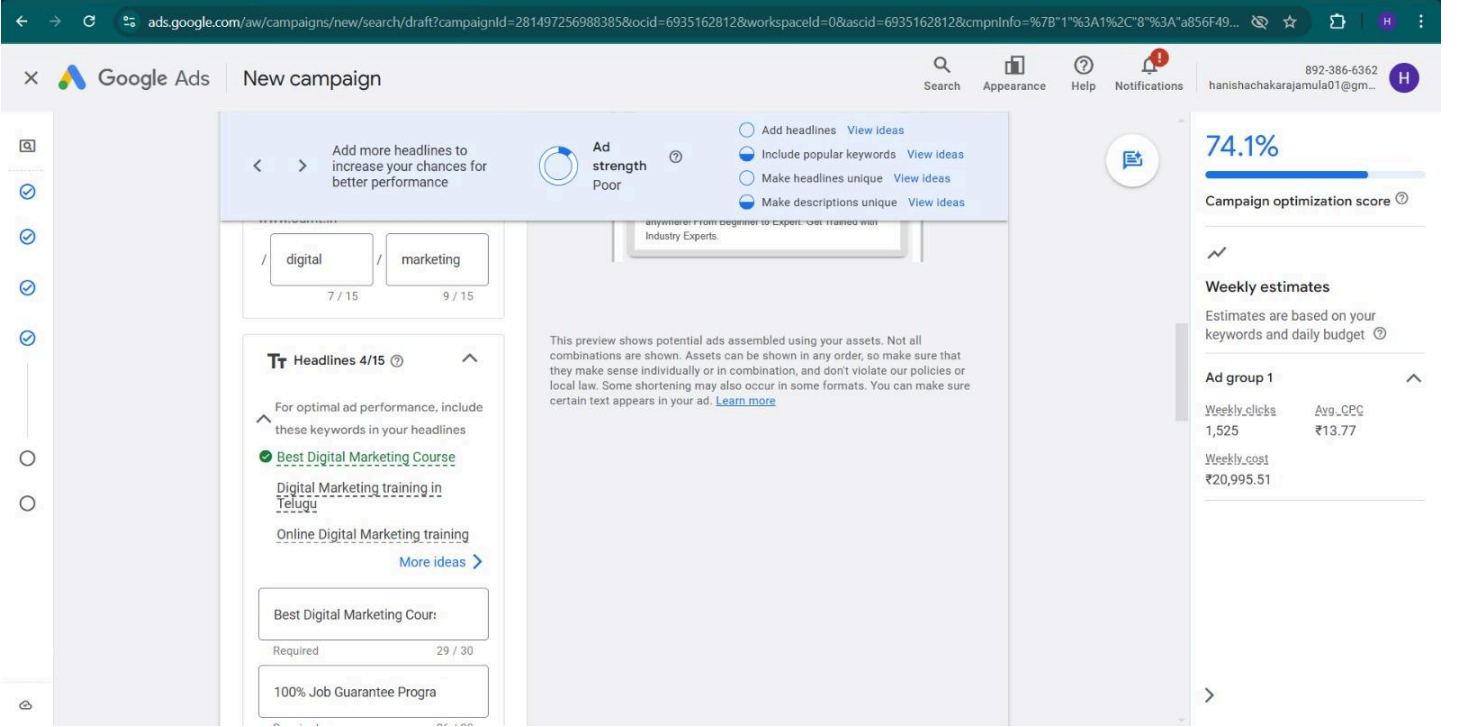
కీలకపదాలు: మీ ప్రకటన సమూహానికి సంబంధిత కీలక పదాలను జోడించండి. శోధనలకు మీ ప్రకటనను సరిపోల్చడానికి Google వీటిని ఉపయోగిస్తుంది. ఉపయోగించండి కీవర్డ్ ప్లానర్ సాధనం మీ ప్రచారం కోసం ఉత్తమ కీలక పదాలను కనుగొనడానికి.



ప్రకటనలను సృష్టించండి

- చివరి URL: వినియోగదారులు మీ ప్రకటనను క్లిక్ చేసినప్పుడు వారు మళ్ళించబడే ల్యాండింగ్ పేజీ ఇది.

- ముఖ్యాంశాలు: Google వరకు అనుమతిస్తుంది 3 ముఖ్యాంశాలు (ఒక్కొక్కటి వరకు 30 అక్షరాలు). వాటిని సంబంధితంగా, యాక్షన్-ఓరియెంటెడ్ మరియు కీవర్డ్-ఫోకస్ గా చేయండి.
- వివరణ: వ్రాయండి 2 వివరణలు మీ ఆఫర్ లేదా ఉత్పత్తిని వివరించడానికి (ఒక్కొక్కటి 90 అక్షరాలు వరకు) మీ ప్రత్యేక విక్రయ పాయింట్లను చేర్చండి మరియు చర్యకు కాలే చేయండి.



కీవర్డ్ మ్యాచ్ రకాలు:

విస్తృత మ్యాచ్:

విస్తృత సరిపోలిక అనేది డిఫాల్ట్ మ్యాచ్ రకం. పర్యాయపదాలు మరియు సంబంధిత పదాలతో పాటు ఏ క్రమంలోనైనా మీ కీవర్డ్ ని కలిగి ఉన్న ఏదైనా శోధన కోసం ఇది మీ ప్రకటనను ట్రిగ్గర్ చేస్తుంది. ఇది విస్తారమైన ప్రేక్షకులను చేరుకుంటుంది, కానీ అది తక్కువ లక్ష్యంతో ఉంటుంది.

మీ కీవర్డ్ "డిజిటల్ మార్కెటింగ్" అయితే

విద్యార్థుల కోసం డిజిటల్ మార్కెటింగ్
గృహిణుల కోసం డిజిటల్ మార్కెటింగ్

పదబంధ సరిపోలిక:

మేము నమూనాకు భంగం కలిగించకూడదు. పదబంధం సరిపోలికతో, శోధన ప్రశ్న తప్పనిసరిగా మీరు ఎంచుకున్న ఖచ్చితమైన పదబంధాన్ని (లేదా దగ్గరగా ఉన్న వైవిధ్యాలు) అదే క్రమంలో కలిగి ఉండాలి, అయితే ఇతర పదాలు ముందు లేదా తర్వాత రావచ్చు.

ఉదాహరణ:

- మీ కీవర్డ్ "డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్సు" అయితే (కొటేషన్ మార్కులలో), మీ ప్రకటన దీని కోసం చూపవచ్చు:
 - "తెలుగులో డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్సు"
 - "ఆన్లైన్లో డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్సు"

ఖచ్చితమైన మ్యాచ్:

ఖచ్చితమైన సరిపోలిక అనేది అత్యంత పరిమిత కీవర్డ్ మ్యాచ్ రకం. శోధన ప్రశ్న కీవర్డ్తో సరిగ్గా సరిపోలినప్పుడు మాత్రమే మీ ప్రకటన చూపబడుతుంది (లేదా అక్షరదోషాలు లేదా బహువచనాలు వంటి ముగింపు వైవిధ్యాలు).

ఉదాహరణ:

- మీరు మీ ఖచ్చితమైన మ్యాచ్ కీవర్డ్గా "డిజిటల్ మార్కెటింగ్"ని ఉపయోగిస్తే, మీ ప్రకటన ఇలాంటి శోధనల కోసం మాత్రమే కనిపిస్తుంది:
 - "డిజిటల్ మార్కెటింగ్"
 - "డిజిటల్ మార్కెట్" (క్లోజ్ వేరియంట్)

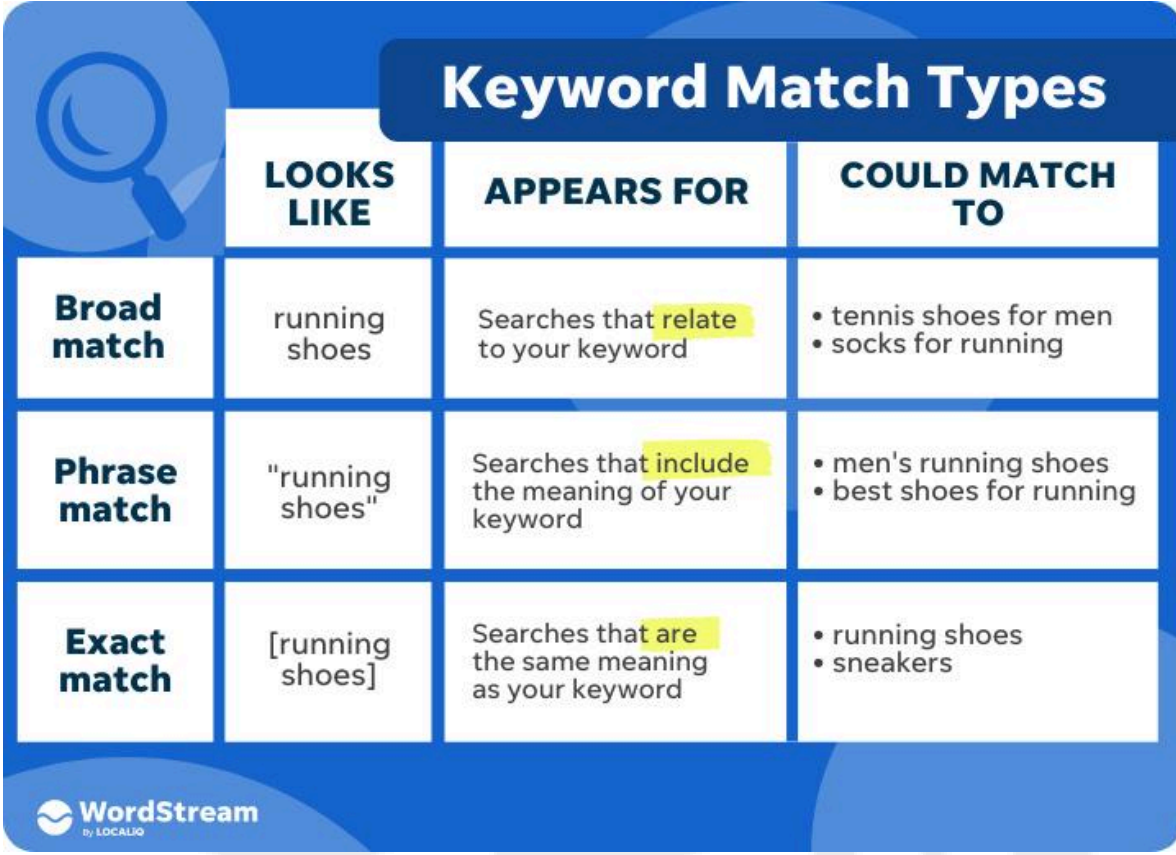
ప్రతికూల మ్యాచ్

నిర్దిష్ట శోధన ప్రశ్నలపై మీ ప్రకటన కనిపించకుండా నిరోధించడానికి ప్రతికూల సరిపోలిక ఉపయోగించబడుతుంది. ఇది మీ బడ్జెట్ను వృధా చేసే అసంబద్ధ ట్రాఫిక్ను నివారించడంలో మీకు సహాయపడుతుంది.

ఉదాహరణ:

ఉచిత డిజిటల్ మార్కెటింగ్

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి



The infographic is titled "Keyword Match Types" and features a magnifying glass icon in the top left corner. It is structured as a table with three rows and three columns. The columns are labeled "LOOKS LIKE", "APPEARS FOR", and "COULD MATCH TO". The rows represent different match types: "Broad match", "Phrase match", and "Exact match". Each row provides a visual example of the match type, a description of what it searches for, and a list of related search terms. The WordStream logo is located at the bottom left of the infographic.

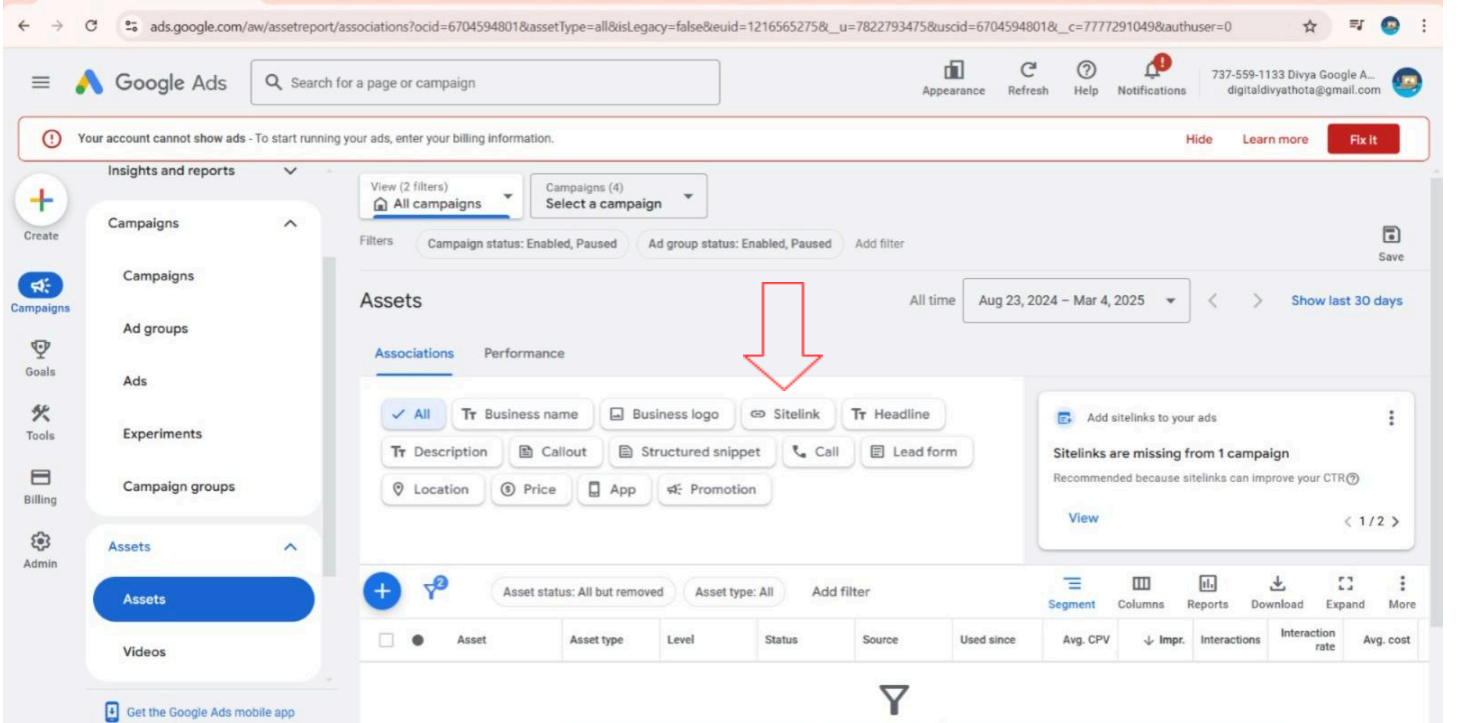
	LOOKS LIKE	APPEARS FOR	COULD MATCH TO
Broad match	running shoes	Searches that relate to your keyword	<ul style="list-style-type: none">• tennis shoes for men• socks for running
Phrase match	"running shoes"	Searches that include the meaning of your keyword	<ul style="list-style-type: none">• men's running shoes• best shoes for running
Exact match	[running shoes]	Searches that are the same meaning as your keyword	<ul style="list-style-type: none">• running shoes• sneakers

WordStream
by LOCALIQ

పొడిగింపులు:

Google ప్రకటనలలోని పొడిగింపులు వినియోగదారులకు మరింత విలువను అందించడానికి మరియు మీ ప్రకటన పనితీరును మెరుగుపరచడానికి మీ ప్రకటనలకు జోడించబడే అదనపు సమాచారం. ఈ పొడిగింపులు మీ ప్రకటనను ప్రత్యేకంగా ఉంచడంలో సహాయపడతాయి, క్లిక్-త్రూ

రేట్లను (CTR) పెంచుతాయి మరియు మీ ప్రకటనపై క్లిక్ చేయడానికి వినియోగదారులకు మరిన్ని కారణాలను అందిస్తాయి.



సైట్లింక్ పొడిగింపులు:

సైట్లింక్ పొడిగింపులు మీ ప్రధాన ప్రకటన వచనం క్రింద అదనపు లింకలను జోడించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తాయి, మీ వెబ్సైట్లోని నిర్దిష్ట పేజీలకు వినియోగదారులను మళ్లిస్తాయి. ఈ లింకులు వినియోగదారులు మీ మొత్తం సైట్లో నావిగేట్ చేయాల్సిన అవసరం లేకుండా వారు వెతుకుతున్న వాటిని సరిగ్గా కనుగొనడంలో సహాయపడతాయి.

సైట్లింక్ పొడిగింపులను సెటప్ చేస్తోంది:

Google ప్రకటనలకు వెళ్లండి: మీ ఖాతాలో, మీరు సైట్లింక్లను జోడించాలనుకుంటున్న ప్రచారానికి లేదా ప్రకటన సమూహానికి నావిగేట్ చేయండి.

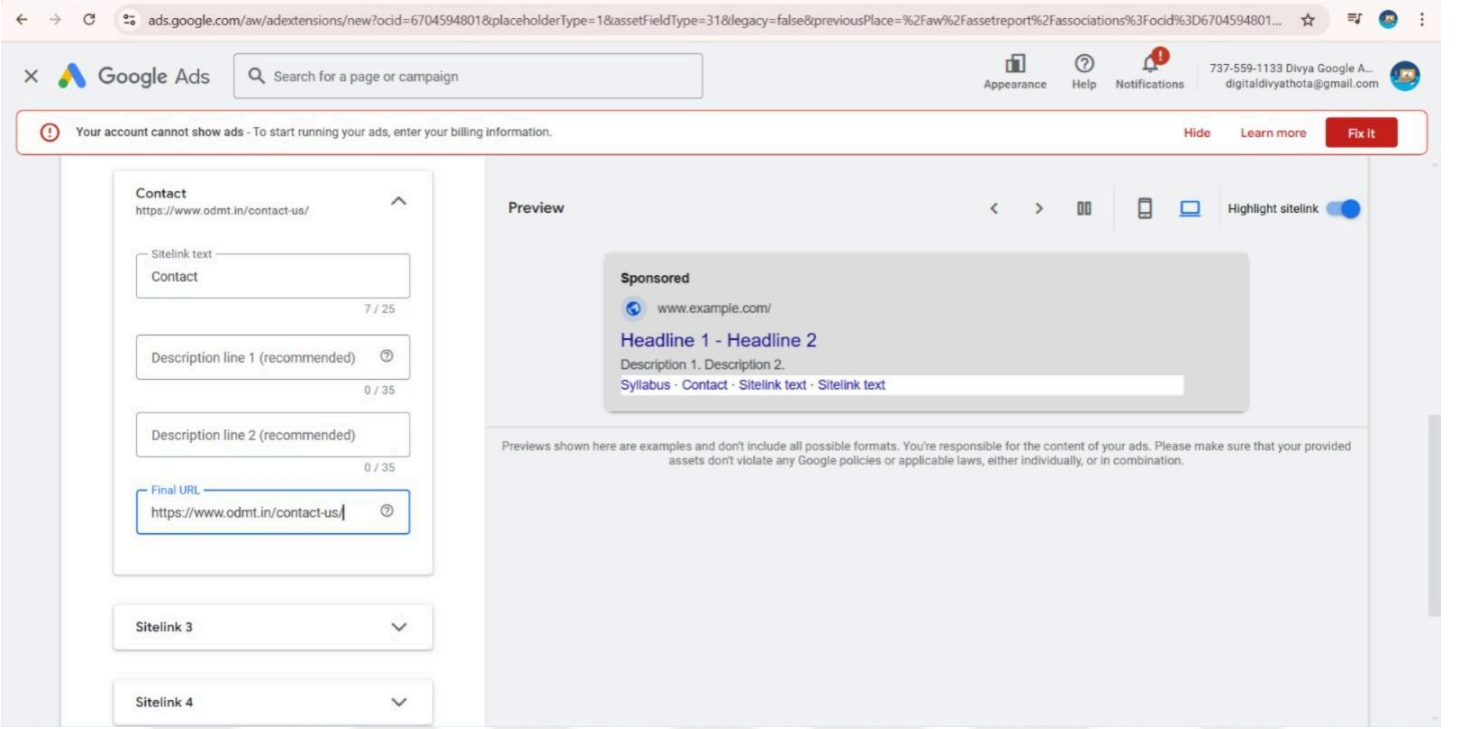
పొడిగింపులపై క్లిక్ చేయండి: మీరు ఎడమ వైపున ఉన్న నావిగేషన్ మెనులో ఈ ఎంపికను కనుగొంటారు.

సైట్లింక్ పొడిగింపును జోడించండి: కొత్త సైట్లింక్ని సృష్టించడానికి "ప్లస్" బటన్పై క్లిక్ చేయండి. మీరు ప్రతి ప్రచారానికి బహుళ సైట్లింక్లను జోడించవచ్చు.

వివరాలను నమోదు చేయండి: ప్రతి సైట్లింక్ కోసం, మీరు నమోదు చేయాలి:

- లింక్ టెక్స్ట్: ప్రకటన క్రింద కనిపించే క్లిక్ చేయగల వచనం (ఉదా., "డిజిటల్ మార్కెటింగ్").
- చివరి **URL**: ఆ సైట్లింక్ కోసం గమ్యస్థాన URL.

సేవ్ చేసి అప్లై చేయండి: మీరు దీన్ని సెటప్ చేసిన తర్వాత, మీ సైట్‌లింక్‌లను సేవ్ చేసి, వర్తింపజేయండి.



కాల్‌అవుట్ పొడిగింపులు:(అదనపు వివరణ కోసం)

Google ప్రకటనలలోని కాల్‌అవుట్ పొడిగింపులు మీ ప్రకటనలకు అదనపు వచనాన్ని జోడించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతించే ఒక రకమైన ప్రకటన పొడిగింపు. ఇవి మీ ప్రామాణిక వచన ప్రకటనలతో పాటుగా కనిపించే చిన్న, వివరణాత్మక స్పిప్పెట్‌లు, మీరు అందించే వాటి గురించి మరిన్ని వివరాలను అందిస్తాయి.

కాల్‌అవుట్ పొడిగింపులను సెటప్ చేస్తోంది:

ప్రకటనలు & పొడిగింపులకు నావిగేట్ చేయండి

- ఎడమ చేతి మెనులో, క్లిక్ చేయండి "ప్రకటనలు & పొడిగింపులు".
- పేజీ ఎగువ నుండి, క్లిక్ చేయండి "పొడిగింపులు" ట్యాబ్.

కొత్త కాల్‌అవుట్ పొడిగింపును జోడించండి

- నీలంపై క్లిక్ చేయండి "+" బటన్ (సాధారణంగా పేజీ ఎగువన ఎడమవైపు).
- డ్రాప్ డౌన్ మెను నుండి, ఎంచుకోండి "కాల్ అవుట్ పొడిగింపు".

కాల్ అవుట్ పొడిగింపును ఎక్కడ వర్తింపజేయాలో ఎంచుకోండి

- మీరు వివిధ స్థాయిలలో కాల్ అవుట్ పొడిగింపులను జోడించవచ్చు:
 - ఖాతా స్థాయి: ఇది మీ ఖాతాలోని అన్ని ప్రచారాలకు పొడిగింపును వర్తింపజేస్తుంది.
 - ప్రచార స్థాయి: నిర్దిష్ట ప్రచారానికి కాల్ అవుట్ పొడిగింపులను వర్తింపజేయండి.
 - ప్రకటన సమూహం స్థాయి: నిర్దిష్ట ప్రకటన సమూహానికి కాల్ అవుట్ పొడిగింపులను వర్తింపజేయండి (ఇది చాలా గ్రాన్యులర్).
- మీ వ్యూహానికి బాగా సరిపోయే స్థాయిని ఎంచుకోండి.

కాల్ అవుట్ వచనాన్ని నమోదు చేయండి

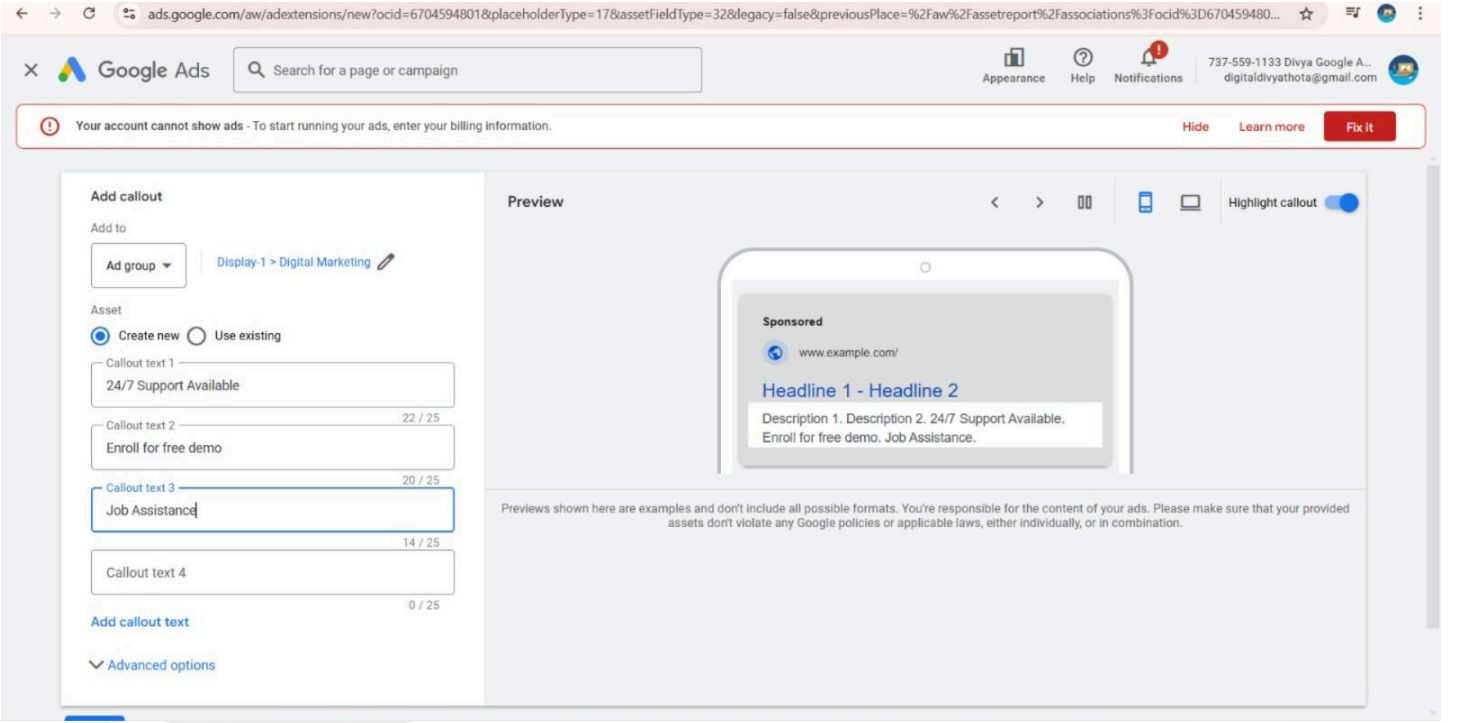
- పాప్-అప్ విండోలో, మీరు జోడించమని ప్రాంప్ట్ చేయబడతారు కాల్ అవుట్ టెక్స్ట్.
 - ఉదాహరణ కాల్ అవుట్ టెక్స్ట్: "ఉచిత షిప్పింగ్," "24/7 మద్దతు," "ప్రత్యేకమైన ఆఫర్లు," "సులభమైన రిటర్న్స్."
 - ప్రతి కాల్ అవుట్ లో గరిష్టంగా 25 అక్షరాలు ఉండవచ్చు.
- విభిన్న సందేశాలను పరీక్షించడానికి మరియు మీ ఉత్పత్తి లేదా సేవ యొక్క వివిధ లక్షణాలను హైలైట్ చేయడానికి బహుళ కాల్ అవుట్లను జోడించండి.

కాల్ అవుట్ పొడిగింపు స్థితిని సెట్ చేయండి

- మీరు మీ కాల్ అవుట్ పొడిగింపుని దేనికైనా సెట్ చేయవచ్చు:
 - చురుకుగా: పొడిగింపు ఉపయోగించడానికి సిద్ధంగా ఉంది.
 - పాజ్ చేయబడింది: పొడిగింపు మీ ప్రకటనలతో చూపబడదు.
- మీరు సిద్ధమైన తర్వాత, స్థితి సెట్ చేయబడిందని నిర్ధారించుకోండి చురుకుగా.

కాల్ అవుట్ పొడిగింపును సేవ్ చేయండి

- మీ కాల్ అవుట్ టెక్స్ట్ ను నమోదు చేసిన తర్వాత, వివరాలను సమీక్షించి, ప్రతిదీ సరిగ్గా ఉందని నిర్ధారించుకున్న తర్వాత, క్లిక్ చేయండి "సేవ్" బటన్.



కాల్ పొడిగింపులు:

ప్రకటనలు & పొడిగింపులకు నావిగేట్ చేయండి

- ఎడమ చేతి మెనులో, క్లిక్ చేయండి "ప్రకటనలు & పొడిగింపులు".
- ఎగువ మెనులో, క్లిక్ చేయండి "పొడిగింపులు" ట్యాబ్.

కొత్త కాల్ పొడిగింపును జోడించండి

- నీలం రంగుపై క్లిక్ చేయండి "+" బటన్ (సాధారణంగా పేజీ ఎగువ ఎడమవైపున ఉంటుంది).
- డ్రాప్ డౌన్ నుండి, ఎంచుకోండి "కాల్ పొడిగింపు".

కాల్ పొడిగింపును ఎక్కడ దరఖాస్తు చేయాలో ఎంచుకోండి

మీరు వివిధ స్థాయిలలో కాల్ పొడిగింపులను జోడించవచ్చు:

- ఖాతా స్థాయి: ఇది మీ ఖాతాలోని అన్ని ప్రచారాలకు వర్తిస్తుంది.
- ప్రచార స్థాయి: నిర్దిష్ట ప్రచారానికి కాల్ పొడిగింపును వర్తింపజేయండి.
- ప్రకటన సమూహం స్థాయి: దీన్ని నిర్దిష్ట ప్రకటన సమూహానికి వర్తింపజేయండి.

మీ ప్రచార నిర్మాణానికి సరిపోయే స్థాయిని ఎంచుకోండి.

కాల్ పొడిగింపు వివరాలను నమోదు చేయండి

- ఫోన్ నంబర్: మీరు మీ ప్రకటనలో ప్రదర్శించాలనుకుంటున్న ఫోన్ నంబర్‌ను నమోదు చేయండి. వినియోగదారులు నేరుగా కాల్ చేయగల నంబర్ ఇది.
- దేశం: మీ వ్యాపారం ఉన్న దేశాన్ని ఎంచుకోండి. మీరు ఎంచుకున్న దేశం ఆధారంగా Google ప్రకటనలు నంబర్‌ను ఫార్మాట్ చేస్తుంది.

కాల్ పొడిగింపును సేవ్ చేయండి

వివరాలను పూరించిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి "సేవ్" మీ ప్రచారానికి లేదా ప్రకటన సమూహానికి కాల్ పొడిగింపును వర్తింపజేయడానికి.

The screenshot shows the Google Ads interface for adding a call extension. The 'Add call' section is active, with the 'Add to' dropdown set to 'Display-Network > Ad group 1'. The 'Asset' section has 'Create new' selected. The 'Phone number' field is set to 'India' and '7671868723'. The 'Conversion action' is set to 'Use account settings (Calls from ads)'. The 'Preview' section shows a mobile ad preview with a 'Sponsored' header, a website link 'www.example.com/', a headline 'Headline 1 - Headline 2', a description 'Description 1. Description 2.', and a call button 'Call 7671868723'. A red arrow points to the 'Cancel' button at the bottom left of the form.

నాణ్యత స్కోరు:

నాణ్యత స్కోర్ అనేది Google ప్రకటనలలోని మెట్రిక్, ఇది మీ కీలకపదాలు, ప్రకటనలు మరియు ల్యాండింగ్ పేజీల యొక్క ఔచిత్యం మరియు నాణ్యతను స్కోల్‌లో రేట్ చేస్తుంది 1 నుండి 10 వరకు. అధిక నాణ్యత స్కోర్ అంటే ప్రతి క్లిక్‌కి తక్కువ ఖర్చులు (CPC) మరియు మెరుగైన ప్రకటన నియామకాలు.

నాణ్యత స్కోర్ను ప్రభావితం చేసే అంశాలు

Google మూడు ప్రధాన అంశాల ఆధారంగా నాణ్యత స్కోర్ను గణిస్తుంది:

- ఆశించిన క్లిక్-తూ రేట్ (CTR): వినియోగదారులు మీ ప్రకటనను క్లిక్ చేయడానికి ఎంత అవకాశం ఉంది.
- ప్రకటన బెచిత్వం: మీ ప్రకటన వినియోగదారు ఉద్దేశంతో ఎంతవరకు సరిపోలుతుంది.
- ల్యాండింగ్ పేజీ అనుభవం: మీ ల్యాండింగ్ పేజీ ఎంత సందర్భోచితంగా మరియు యూజర్ ఫ్రెండ్లీగా ఉంది.

ప్రకటన ర్యాంక్:

ప్రకటన ర్యాంక్ Google శోధన ఫలితాల్లో మీ ప్రకటన స్థానాన్ని మరియు అది చూపబడుతుందో లేదో నిర్ణయిస్తుంది. ఇది సూత్రాన్ని ఉపయోగించి లెక్కించబడుతుంది:

$$\text{అడ్వాంక్ స్కోర్} = \text{CPC} * \text{QS}$$

ప్రకటన ర్యాంక్ గణన యొక్క ఆచరణాత్మక ఉదాహరణ

ముగ్గురు ప్రకటనదారులు (A, B మరియు C) "ఆన్లైన్ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్స్" అనే కీవర్డ్ కోసం బిడ్డింగ్ చేస్తున్నారు

ప్రతి ప్రకటనదారు వేర్వేరు Max CPC బిడ్ మరియు నాణ్యత స్కోర్ను కలిగి ఉన్నారు:

ప్రకటనకర్త	గరిష్ట CPC బిడ్ \$	QS (1- 10)	ప్రకటన ర్యాంక్
ఎ	5.00	6	30
బి	4.00	8	32
సి	6.00	4	24

ప్రకటన స్థానం ఫలితాలు:

- **B** అగ్ర ప్రకటన స్థానాన్ని గెలుచుకుంది అధిక నాణ్యత స్కోర్ (ప్రకటన ర్యాంక్ = 32) కారణంగా C కంటే తక్కువ వేలం వేసినప్పటికీ.
- **A** రెండవ స్థానం పొందింది (ప్రకటన ర్యాంక్ = 30).
- **C** మూడవ స్థానాన్ని పొందింది (ప్రకటన ర్యాంక్ = 24) అత్యధిక బిడ్ ఉన్నప్పటికీ.

వాస్తవ CPC:

ఒక్కో క్లిక్ కి వాస్తవ ధర (CPC) ఎవరైనా మీ ప్రకటనపై క్లిక్ చేసినప్పుడు మీరు నిజంగా చెల్లించే మొత్తం. ఇది సాధారణంగా ఉంటుంది మీ గరిష్ట CPC బిడ్ కంటే తక్కువ ఎందుకంటే Google ప్రకటనలు రెండవ ధర వేలం వ్యవస్థను ఉపయోగిస్తాయి.

వాస్తవ CPC కోసం ఫార్ములా:

వాస్తవమైనది CPC + పోటీదారు CPC + 0.01 \$

ప్రకటనకర్త	గరిష్ట CPC బిడ్ \$	QS	ప్రకటన ర్యాంక్	వాస్తవ CPC
ఎ	2 \$	10	20	1.6 \$
బి	4 \$	4	16	3.01 \$
సి	6 \$	2	12	4.01\$
డి	8 \$	1	8	8 \$

"D"కి ప్రత్యక్ష పోటీదారు లేరు .కాబట్టి Google నేరుగా అతని గరిష్ట CPCని 8గా తీసుకుంటుంది.

కన్వర్షన్ ట్రాకింగ్:

కన్వర్షన్ ట్రాకింగ్ అంటే వెబ్సైట్లో కస్టమర్ చేసే చర్యలను Google ట్రాక్ చేస్తుంది. వినియోగదారు చేసిన లాభదాయకమైన చర్య.

Google ప్రకటనలలో మార్పిడి ట్రాకింగ్ని సెటప్ చేయడానికి దశల వారీ మార్గదర్శి

మార్పిడి సెట్టింగ్లకు నావిగేట్ చేయండి

- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **Google** ప్రకటనలు ఖాతా.
- క్లిక్ చేయండి సాధనాలు & సెట్టింగ్లు (రెంచ్ చిహ్నం) ఎగువ కుడి మూలలో.
- కింద కొలత, ఎంచుకోండి మార్పిడులు.

ads.google.com/aw/conversions?ocid=6704594801&euid=1216565275&_u=7822793475&uscid=6704594801&_c=7777291049&authuser=0&subid=in-en-awhp-g-aw-c-home-top-bgc%21o2

Google Ads

Your account cannot show ads - To start running your ads, enter your billing information. [Hide](#) [Learn more](#) [Fix it](#)

Conversions

Summary

Goals Diagnostics

View your goal performance across objectives, campaigns, and optimization strategies. Results shown here refer to the number of your conversions across primary conversion actions for standard goals. [Learn more about goals reporting](#)

Sales Leads

+ Create new chart

Edit chart

Your sales goals will appear here

You currently don't have any sales goals, which you need to measure your sales journey

Get the Google Ads mobile app

కొత్త మార్పిడి చర్యను సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి + కొత్త మార్పిడి చర్య బటన్.
- ఎంచుకోండి వెబ్సైట్ ట్రాకింగ్ రకంగా.

ads.google.com/aw/conversions/selection?ocid=6704594801&ctinfo=UNKNOWN_SELECTION&source=UNKNOWN_SOURCE&euid=1216565275&_u=7822793475&uscid=6704594801&_c=777...

Google Ads New conversion action

Your account cannot show ads - To start running your ads, enter your billing information. [Hide](#) [Learn more](#) [Fix it](#)

Start tracking conversions

Conversion tracking is critical to successful online marketing. It lets you see what people do - the conversion actions they take - after seeing your ad. You set up one conversion action at a time, but you can track multiple conversion actions at once. [Learn more](#)

Select the kind of conversions you want to track.

Website
Track actions on your website

App
Track actions on your app

Phone calls
Track calls from your ads or website

Import
Import data from Google Analytics or another source

© Google, 2025.

వెబ్‌సైట్ URLని నమోదు చేసి, స్కాన్ చేయండి

- మీ నమోదు చేయండి వెబ్‌సైట్ URL అక్కడ మార్పిడులు జరుగుతాయి.
- క్లిక్ చేయండి స్కాన్ చేయండి - ట్యాగ్ ఇప్పటికే ఉండే లోదో Google తనిఖీ చేస్తుంది.

ads.google.com/aw/conversions/new?ocid=6704594801&ctInfo=BULK_WEBPAGE&source=UNKNOWN_SOURCE&eid=1216565275&u=7822793475&uscid=6704594801&c=7777291049&au...

Google Ads New conversion action Search for a page or campaign

Your account cannot show ads - To start running your ads, enter your billing information. Hide Learn more Fix It

1 Add conversion actions 2 Get instructions and finish

Enter the URL for the website where you want to measure your conversions

Scanning your website will determine if it's already set up to measure conversions. You may also see suggestions for conversion actions you can create to measure conversions on your website.

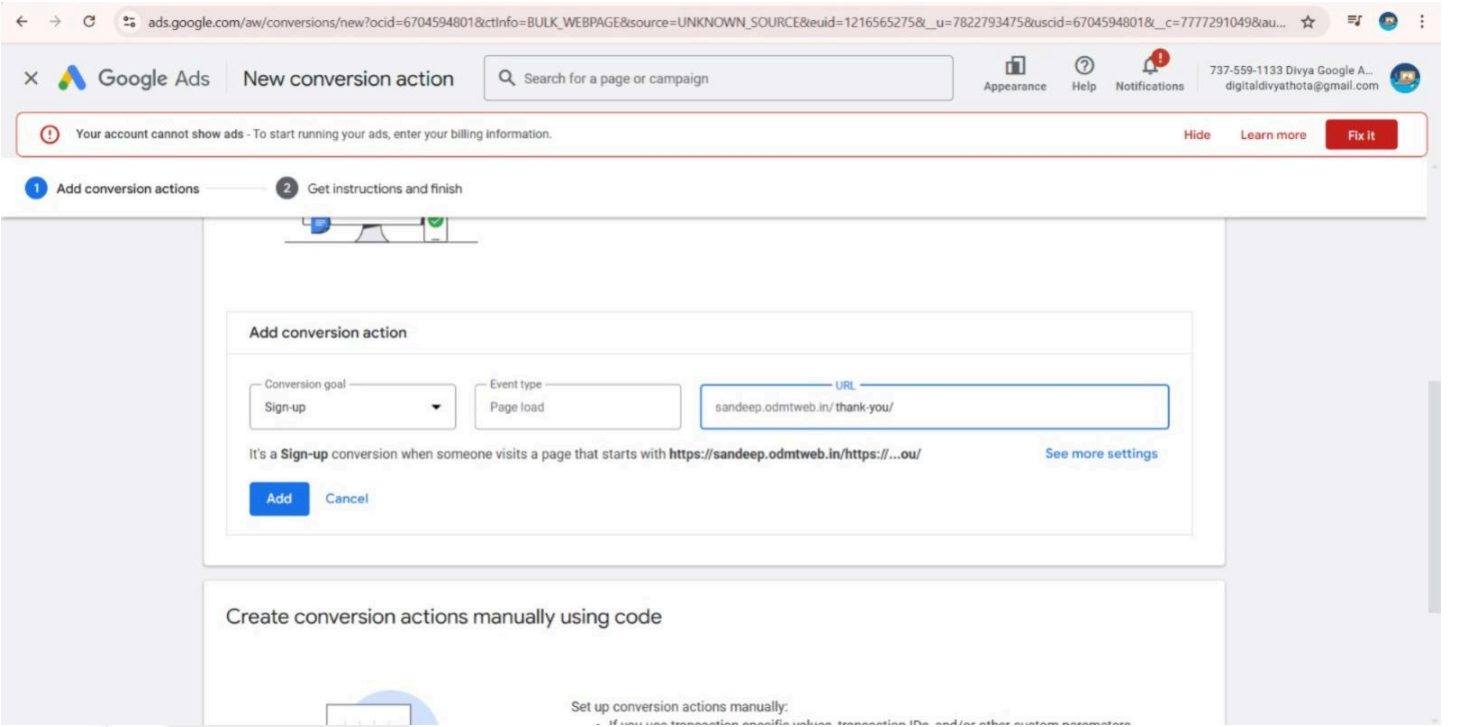
Website domain
https://sandeep.odmtweb.in/ Scan

Save and continue Cancel

© Google, 2025.

మార్పిడి చర్యను జోడించండి

- క్లిక్ చేయండి మార్పిడి చర్యను జోడించండి.
- సెట్ చేయండి మార్పిడి లక్ష్యం (ఉదా., "కాంటాక్ట్ ఫారమ్ సమర్పణ").
- నమోదు చేయండి ధన్యవాదాలు పేజీ URL (ఉదా., www.example.com/thank-you)

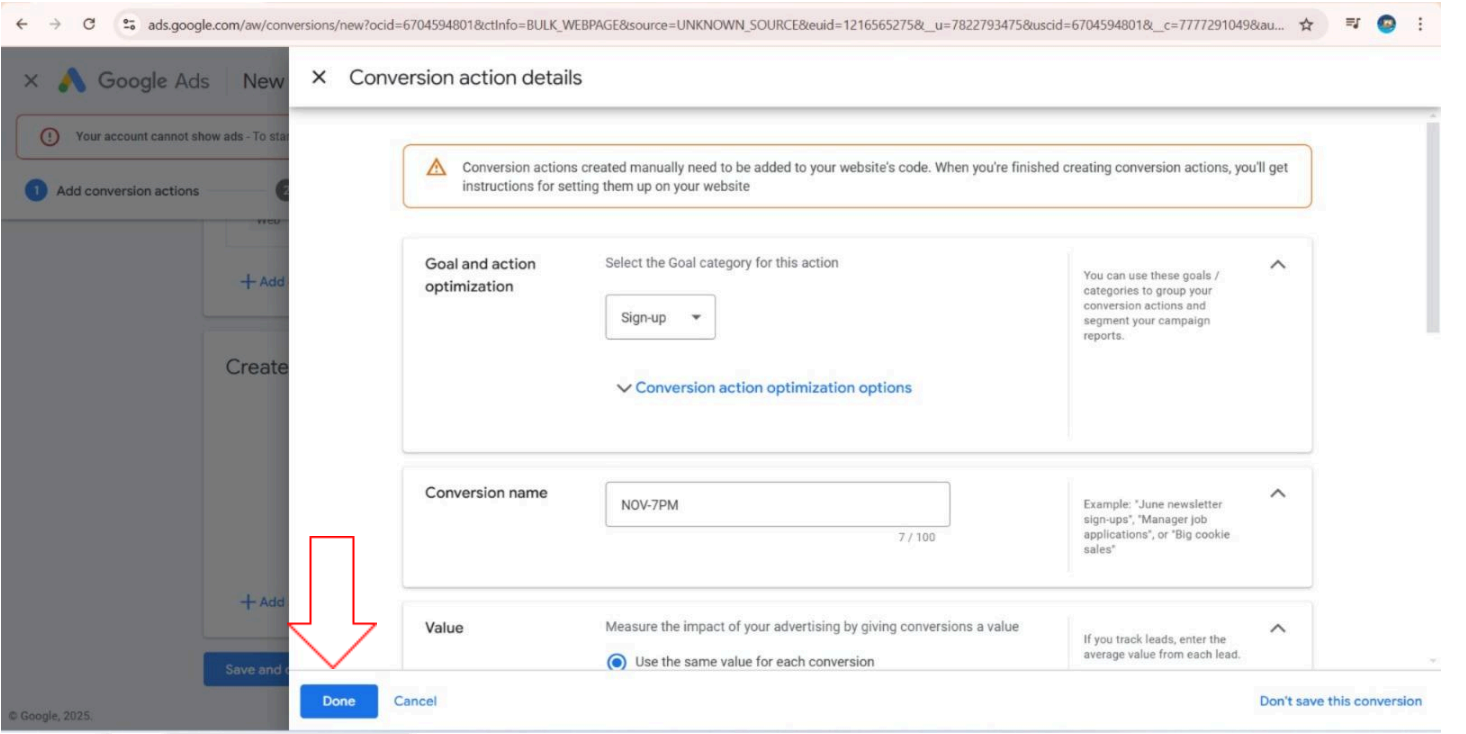


మార్పిడిని ఎలా సెటప్ చేయాలో ఎంచుకోండి

- స్వయంచాలక సెటప్: Google ప్రకటనలు స్వయంచాలకంగా ట్రాకింగ్ను కాన్ఫిగర్ చేస్తాయి.
- మాన్యువల్ సెటప్: మీరు మార్పిడి ట్రాకింగ్ కోడ్ను మాన్యువల్గా ఇన్స్టాల్ చేయండి.

మార్పిడి చర్యను సృష్టించండి (మాన్యువల్ సెటప్)

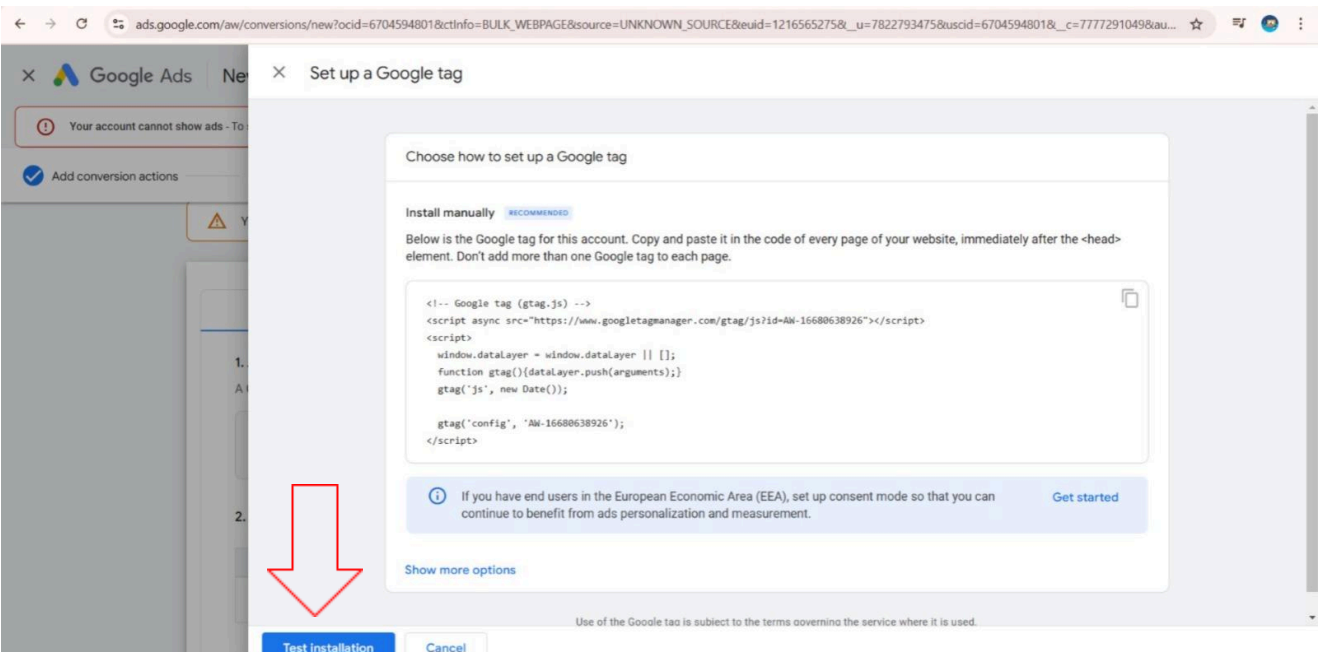
- క్లిక్ చేయండి మానవీయంగా మార్పిడి చర్యను సృష్టించండి.
- ఎంచుకోండి లక్ష్యం & చర్య ఆప్టిమైజేషన్: ఎంచుకోండి సంప్రదించండి (ఫారమ్ సమర్పణలను ట్రాకింగ్ చేస్తే).
- క్లిక్-త్రూ కన్వర్షన్ విండోను సెట్ చేయండి: ఒక క్లిక్ తర్వాత ఎంత సమయం వరకు మార్పిడి లెక్కించబడుతుందో నిర్వచించండి (ఉదా., 30 రోజులు).



- వ్యూ-త్రూ కన్వర్షన్ విండోను సెట్ చేయండి: వినియోగదారు తర్వాత మార్పిడి ఎంతకాలం లెక్కించబడుతుందో నిర్వచించండి చూస్తాడు మీ ప్రకటన (క్లిక్ చేయకుండా).

Google ట్యాగ్ను మాన్యువల్గా ఇన్స్టాల్ చేయండి

- ఎంచుకోండి **Google** ట్యాగ్ సెటప్ → ఎంచుకోండి మాన్యువల్గా ఇన్స్టాల్ చేయండి.



- కాపీ చేయండి మార్పిడి ట్రాకింగ్ కోడ్.
- లోపల కోడ్ను అతికించండి <తల> మీ విభాగం వెబ్‌సైట్ యొక్క **HTML** (అన్ని పేజీలలో).

ఇన్‌స్ట్రాల్‌షన్‌ని నిర్ధారించండి & పూర్తయింది!

- సేవ మరియు ప్రచురించండి మీ వెబ్‌సైట్‌లో మార్పులు.
- క్లిక్ చేయండి పూర్తయింది Google ప్రకటనలలో.
- సందర్శించడం ద్వారా సెటప్‌ను పరీక్షించండి ధన్యవాదాలు పేజీ మరియు Google ప్రకటనలలో ట్రాకింగ్ యాక్టివిటీ కోసం తనిఖీ చేస్తోంది.

Remarketing

రీమార్కెటింగ్ Google ప్రకటనలలో ప్రకటనలను కలిగి ఉన్న వ్యక్తులకు ప్రకటనలను చూపడానికి మిమ్మల్ని అనుమతించే వ్యూహం మునుపు మీ వెబ్‌సైట్‌ని సందర్శించారు లేదా మీ వ్యాపారంతో పరస్పర చర్య చేశారు. ఇది మీకు సహాయం చేస్తుంది సంభావ్య కస్టమర్లను మళ్ళీ నిమగ్నం చేయండి వారి మొదటి సందర్శనలో ఎవరు మారలేదు.

Google ప్రకటనలలో రీమార్కెటింగ్ చేయడానికి దశల వారీ గైడ్

- నిర్వచించడం a రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులు
- కనెక్ట్ అవుతోంది **Google** ట్యాగ్ మేనేజర్‌ని ఉపయోగించి **WordPress**కి **Google** ప్రకటనలు
- సృష్టిస్తోంది a రీమార్కెటింగ్ ప్రచారం (డిస్ట్రిబ్యూట్ లేదా వీడియో నెట్వర్క్)

1. రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులు?

రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులు అంటే మునుపు మీ వెబ్‌సైట్‌ను సందర్శించిన లేదా మీ యాప్‌తో పరస్పర చర్య చేసిన కానీ కోరుకున్న చర్యను పూర్తి చేయని వినియోగదారుల సమూహం (కొనుగోలు, సైన్-అప్ మొదలైనవి).

రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకుల ఉదాహరణలు: వెబ్‌సైట్ సందర్శకులు, గత వినియోగదారులు.

దశల వారీ గైడ్: **Google** ప్రకటనలలో రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను సృష్టించడం

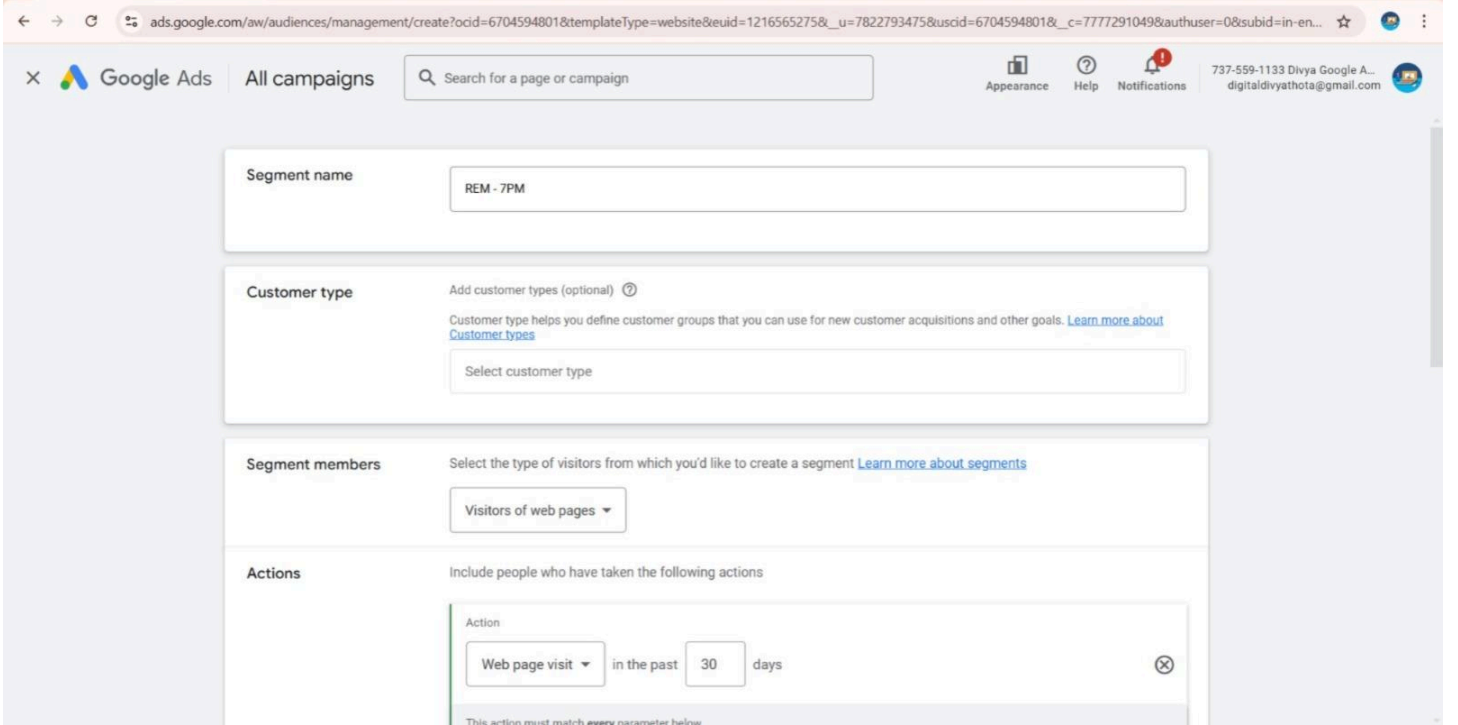
Google ప్రకటనలలో ఆడియన్స్ మేనేజర్‌ని యాక్సెస్ చేయండి

- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **Google** ప్రకటనల ఖాతా → పై క్లిక్ చేయండి సాధనాలు & సెటింగ్‌లు (రెంచ్ చిహ్నం).

- కింద షేర్డ్ లైబ్రరీ, ఎంచుకోండి ఆడియన్స్ మేనేజర్.
- నీలం రంగుపై క్లిక్ చేయండి "+" (ప్లస్) బటన్ → ఎంచుకోండి వెబ్సైట్ సందర్శకులు.

మీ ప్రేక్షకుల విభాగాన్ని నిర్వచించండి

- సెగ్మెంట్ పేరు → మీ ప్రేక్షకులకు స్పష్టమైన పేరు ఇవ్వండి (ఉదా., "REM - 7pm").



- సెగ్మెంట్ సభ్యులు → ఈ రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులలో ఎవరిని చేర్చాలో ఎంచుకోండి:
 - ఒక పేజీ సందర్శకులు (ఉదా., ఉత్పత్తి లేదా సేవా పేజీని చూసిన వ్యక్తులు).
 - మరొక పేజీని కూడా సందర్శించిన పేజీ సందర్శకులు (ఉదా., కార్డ్ కి బోడించబడింది కానీ కొనుగోలు పూర్తి కాలేదు).
 - మరొక పేజీని సందర్శించని పేజీ యొక్క సందర్శకులు (ఉదా., హోమ్ పేజీని సందర్శించారు కానీ ఎన్నడూ తనిఖీ చేయలేదు).
 - నిర్దిష్ట తేదీలలో పేజీని సందర్శించేవారు (సీజనల్ ప్రమోషన్లు).
 - నిర్దిష్ట ట్యాగ్లతో కూడిన పేజీ సందర్శకులు (అధునాతన ట్రాకింగ్).

ప్రేక్షకుల నియమాలు & ఫిల్టర్లను సెట్ చేయండి

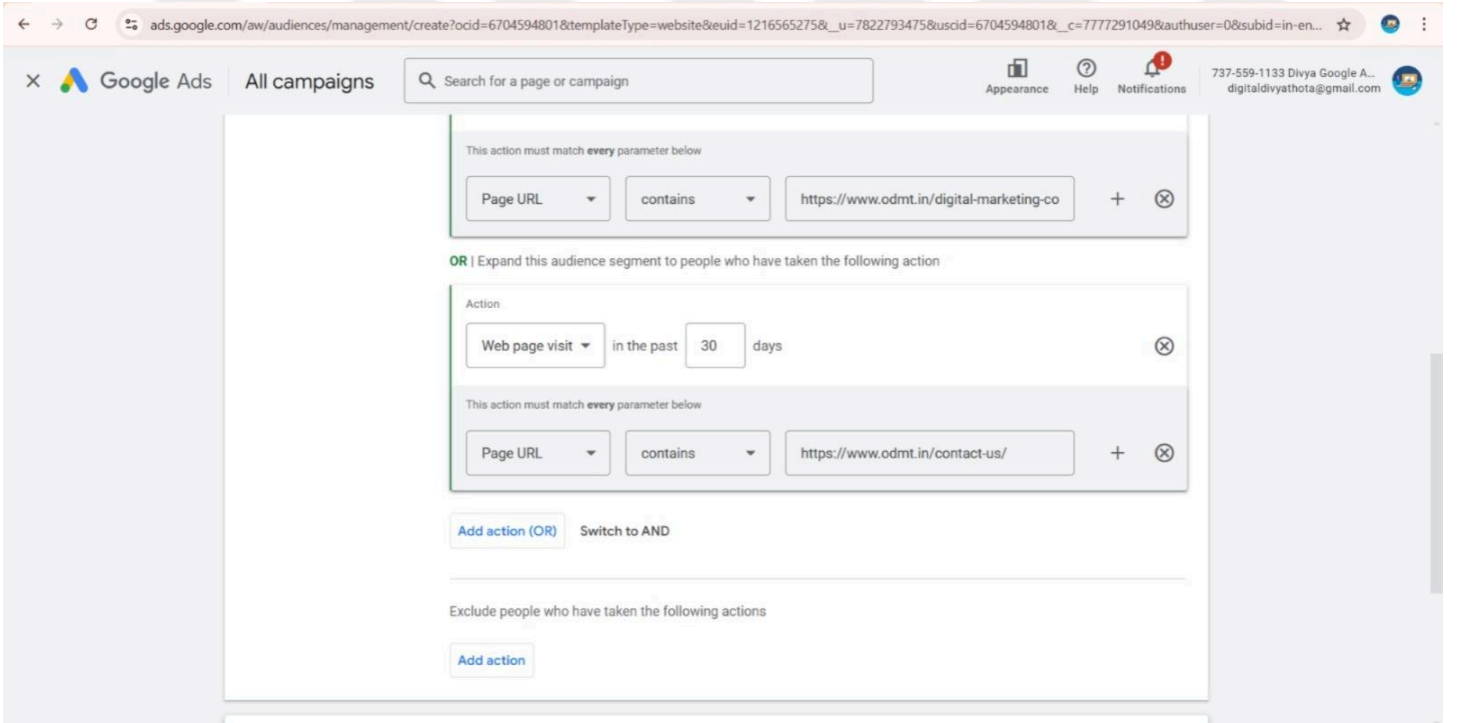
చర్యలను మెరుగుపరచండి (పేజీ URL కలిగి ఉంటుంది):

- క్లిక్ చేయండి “చర్యలు (చర్యలను మెరుగుపరచండి)”

- ఎంచుకోండి పేజీ **URL** → కలిగి ఉంది → పేజీ URLని నమోదు చేయండి (ఉదా., example.com/cart)
- ఉపయోగించండి “మరియు” లేదా “**OR**” మీరు బహుళ పేజీలను కలపవలసి వస్తే షరతులు.
- ఉదాహరణ:
 - కార్ట్ పేజీ: example.com/cart
 - చెక్అవుట్ పేజీ (మినహాయింపు): example.com/thank you
 - దీని అర్థం వినియోగదారులు ఎవరు కార్ట్ని సందర్శించారు కానీ ధన్యవాదాలు పేజీకి చేరుకోలేదు లక్ష్యంగా ఉంటుంది.

ప్రీఫిల్ ఎంపికలు:

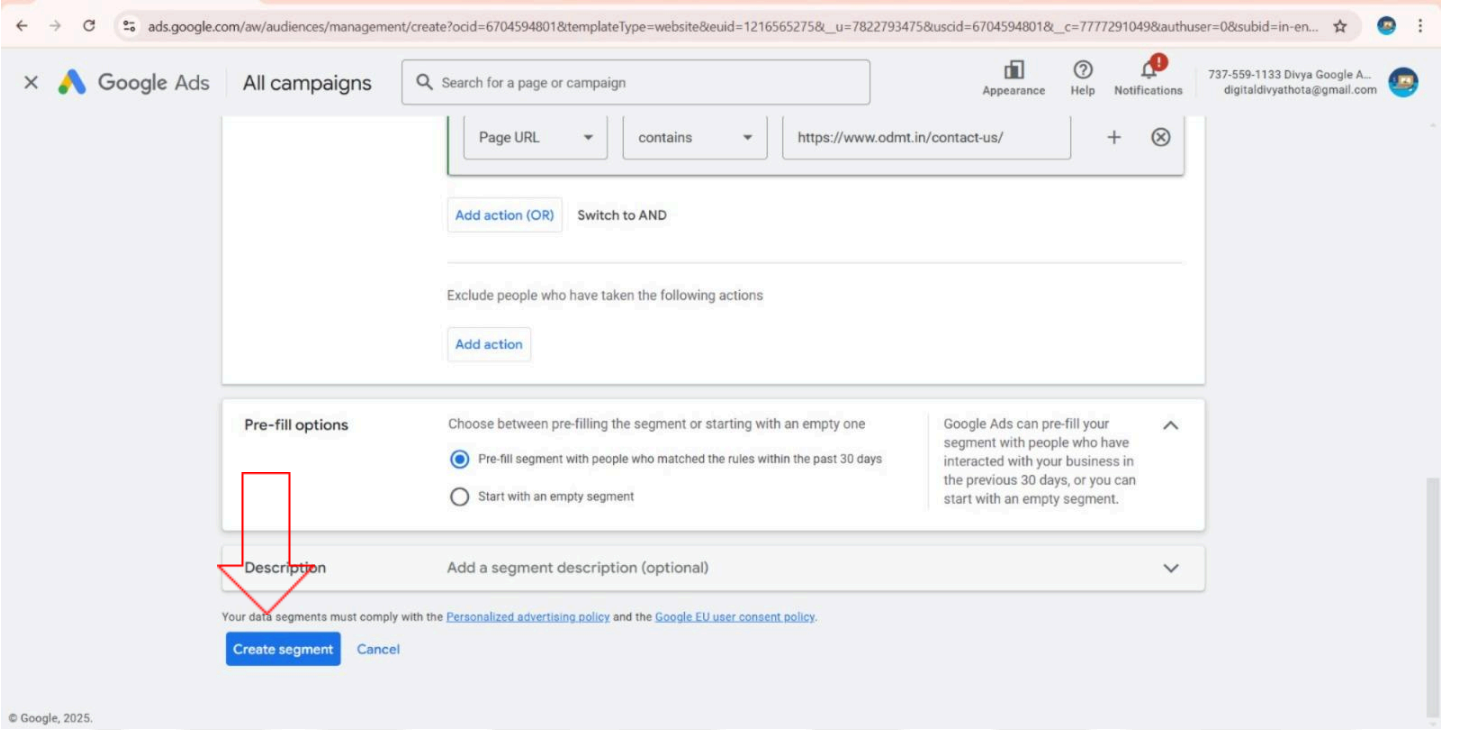
- ఎంచుకోండి "గత **30** రోజుల నుండి గత సందర్శకులను చేర్చండి" (లేదా వ్యాపార అవసరాల ఆధారంగా 60/90/180 రోజులకు సర్దుబాటు చేయండి).
- మీరు సెటప్ చేస్తున్నట్లయితే **a** కొత్త రీమార్కెటింగ్ జాబితా, ఎంచుకోండి "ఇప్పటి నుండి సందర్శకులను సేకరించడం ప్రారంభించండి".



విభాగాన్ని సృష్టించండి & సేవ్ చేయండి

- క్లిక్ చేయండి విభాగాన్ని సృష్టించండి సేవ్ చేయడానికి.

- మీ రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులు ఇప్పుడు డేటాను సేకరించడం ప్రారంభిస్తారు.



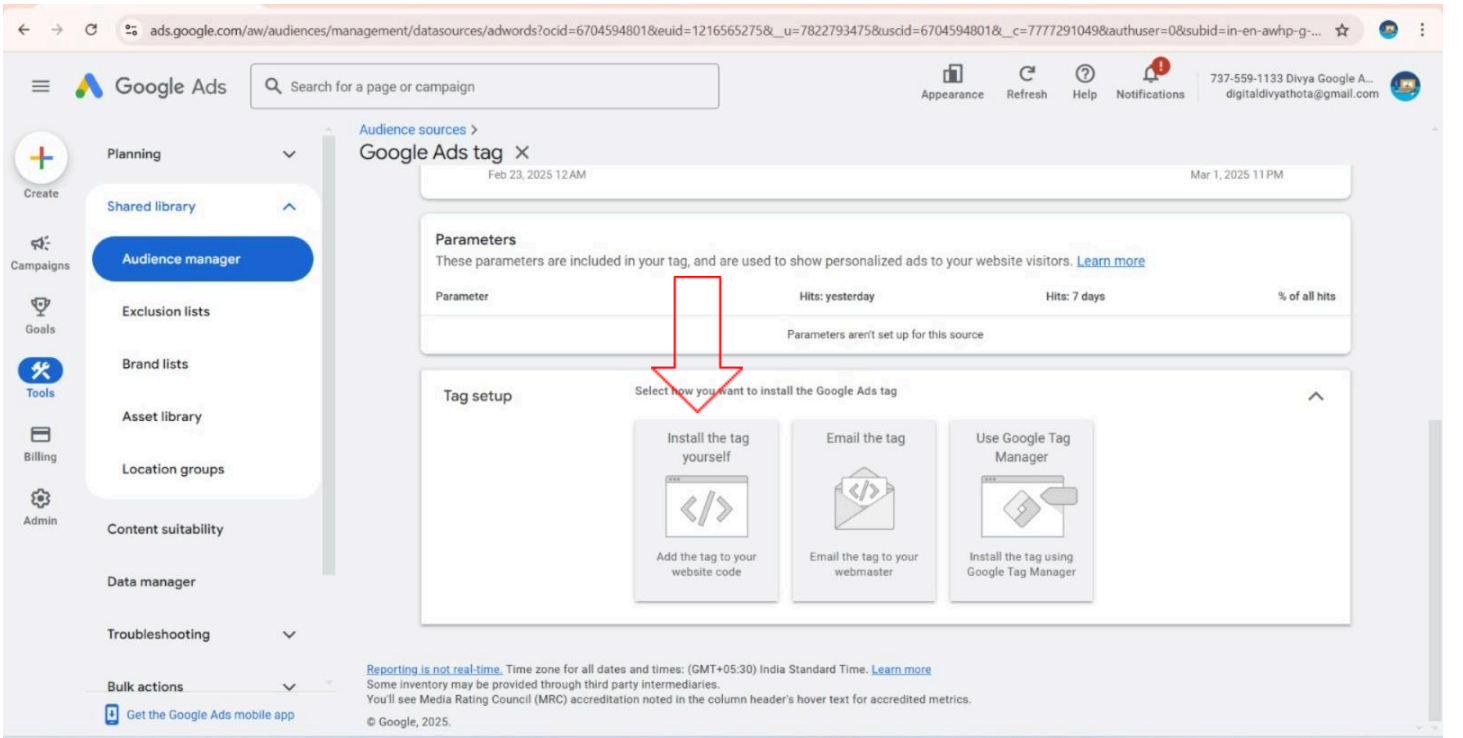
2. Google ట్యాగ్ మేనేజర్ని ఉపయోగించి **Google** ప్రకటనలను **WordPress**కి కనెక్ట్ చేయండి దశల వారీ గైడ్: **Google** ట్యాగ్ని ఉపయోగించి **WordPress** వెబ్సైట్కి **Google** ప్రకటనలను కనెక్ట్ చేయడం

వెబ్సైట్ సందర్శకులను ట్రాక్ చేయడానికి మరియు **Google** ప్రకటనలలో రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను సెటప్ చేయడానికి, మీరు మీ **WordPress** సైట్లో **Google** ప్రకటనల ట్యాగ్ని ఇన్స్టాల్ చేయాలి.

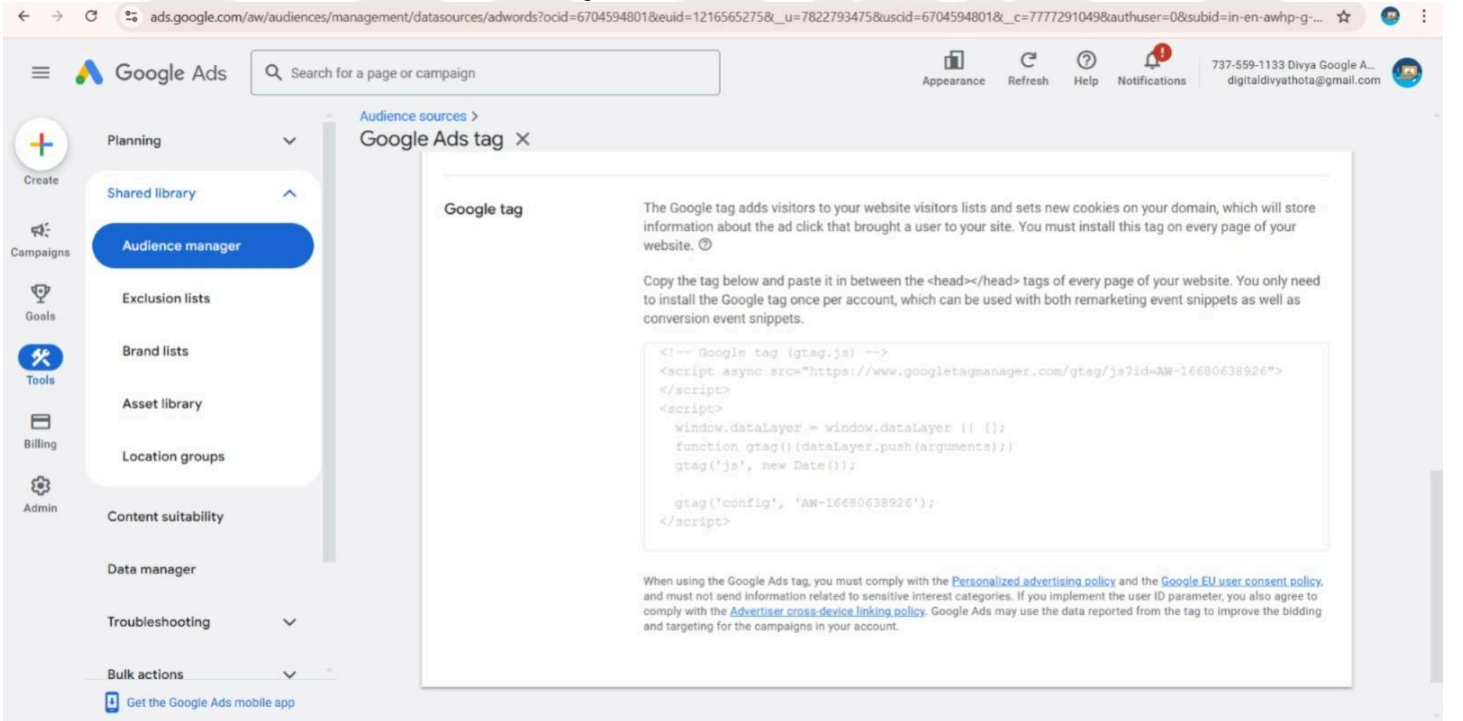
ఈ ఆచరణాత్మక దశలను అనుసరించండి:

ఆడియన్స్ మేనేజర్లో **Google** ప్రకటనల ట్యాగ్ని యాక్సెస్ చేయండి

1. **Google** ప్రకటనలకు లాగిన్ చేయండి → క్లిక్ చేయండి సాధనాలు & సెట్టింగ్లు.
2. కింద షేర్డ్ లైబ్రరీ, ఎంచుకోండి ఆడియన్స్ మేనేజర్.
3. క్లిక్ చేయండి మీ డేటా సోర్స్ .
4. కనుగొనండి **Google** ప్రకటనల ట్యాగ్ మరియు క్లిక్ చేయండి వివరాలు.
5. కింద ట్యాగ్ సెటప్, ఎంచుకోండి ట్యాగ్ని మీరే ఇన్స్టాల్ చేసుకోండి.



**WordPressకు ట్యాగ్‌ను మాన్యువల్‌గా జోడించండి
Google ప్రకటనల నుండి గ్లోబల్ సైట్ ట్యాగ్‌ని కాపీ చేయండి.**



**WordPressలో, స్వరూపం → థీమ్ ఫైల్ ఎడిటర్‌కి వెళ్ళండి.
header.phpని తెరిచి, ట్యాగ్‌ని లోపల అతికించండి <తల> విభాగం.
మార్పులను సేవ్ చేయడానికి ఫైల్‌ని నవీకరించు క్లిక్ చేయండి.**

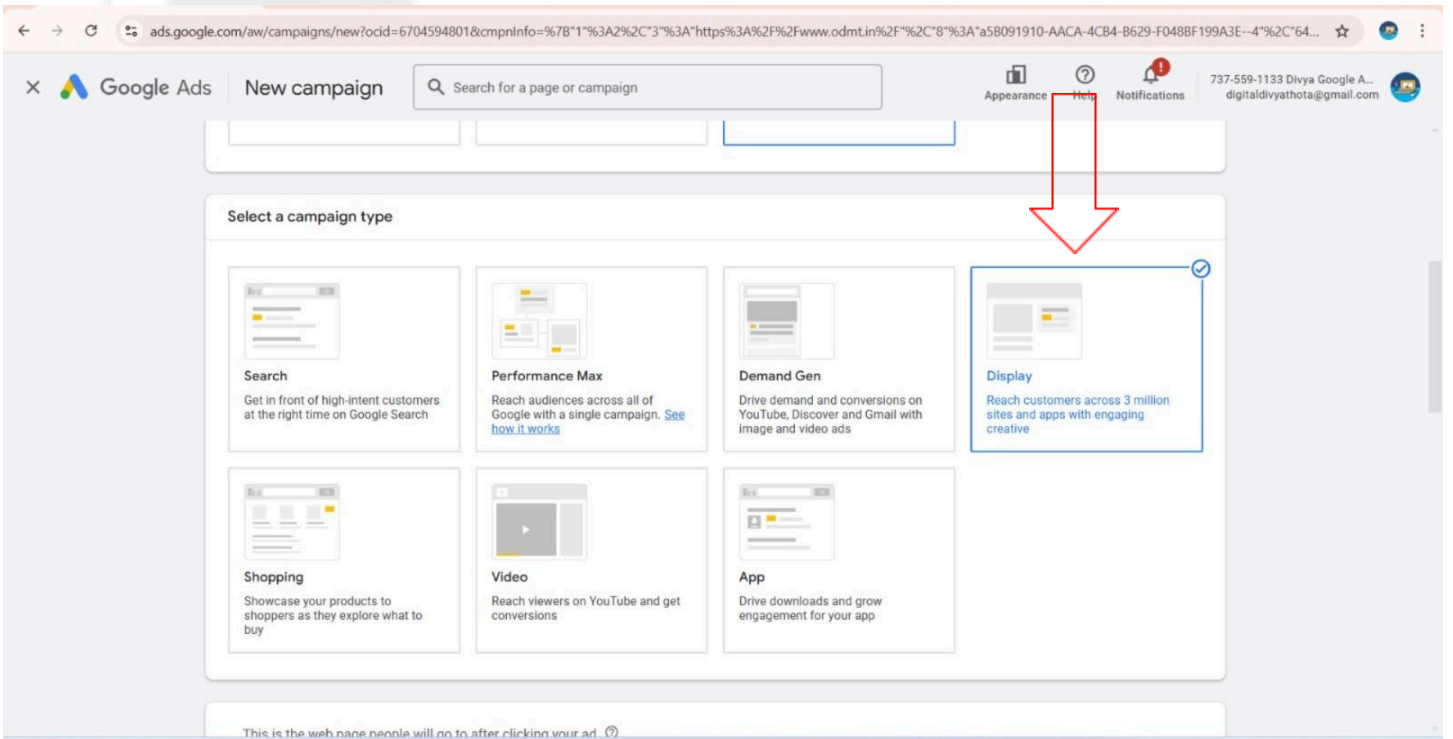
Google ప్రకటనల ట్యాగ్‌ని ధృవీకరించండి & పరీక్షించండి

- తిరిగి వెళ్ళు **Google** ప్రకటనలు → ఆడియన్స్ మేనేజర్ → మీ డేటా సోర్సెస్.
- తనిఖీ చేయండి **Google** ప్రకటనల ట్యాగ్ స్థితి (నవీకరించడానికి కొన్ని గంటలు పట్టవచ్చు).

3. రీమార్కెటింగ్ ప్రచారాన్ని సృష్టించండి (ప్రదర్శన లేదా వీడియో నెట్‌వర్క్)

కొత్త రీమార్కెటింగ్ ప్రచారాన్ని సెటప్ చేయండి

- Google ప్రకటనలు → ప్రచారాలు → కొత్త ప్రచారానికి వెళ్ళండి
- లక్ష్యాన్ని ఎంచుకోండి (లక్ష్యాలు మరియు మార్గదర్శకత్వం లేకుండా)
- డిస్ప్లీ నెట్‌వర్క్ (బ్రానర్ ప్రకటనల కోసం) లేదా వీడియో నెట్‌వర్క్ (YouTube ప్రకటనల కోసం) ఎంచుకోండి



- ప్రామాణిక ప్రదర్శన ప్రచారం లేదా ప్రామాణిక వీడియో ప్రచారాన్ని ఎంచుకోండి
- మీ వెబ్‌సైట్ URLని నమోదు చేయండి మరియు రోజువారీ బడ్జెట్‌ను సెట్ చేయండి.

మీ రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి

- ఆడియన్స్ సెగ్మెంట్ విభాగంలో, బ్రౌజ్ → వారు మీ వ్యాపారంతో ఎలా పరస్పర చర్య చేశారు అనే దానిపై క్లిక్ చేయండి

The screenshot shows the Google Ads 'Audience Segments' selection interface. The left sidebar includes 'Display', 'Campaign settings', 'Budget and bidding', 'Targeting', and 'Review'. The 'Audience Segments' section is active, showing a list of categories: 'Who they are (Detailed demographics)', 'What their interests and habits are (Affinity)', 'What they are actively researching or planning (In-market and life events)', 'How they have interacted with your business (Your data segments)', and 'Your combined audience segments (Combined segments)'. A red arrow points to the 'How they have interacted with your business' category. The right sidebar shows 'Weekly estimates' and 'Your estimated performance'.

- వెబ్‌సైట్ సందర్శకులను ఎంచుకోండి (లేదా అనుకూల ప్రేక్షకుల విభాగాన్ని ఉపయోగించండి).

The screenshot shows the Google Ads 'Audience Segments' selection interface. The left sidebar is the same as in the previous image. The 'Audience Segments' section is active, and the 'How they have interacted with your business' category is selected. Under this category, 'Website visitors' is chosen. A red arrow points to the 'REM - 7PM' segment under 'Website visitors'. The right sidebar shows 'Weekly estimates' and 'Your estimated performance'.

- మీ రీమార్కెటింగ్ జాబితాను ఎంచుకోండి (ఉదా., "గత 30 రోజులలో సందర్శకులు").

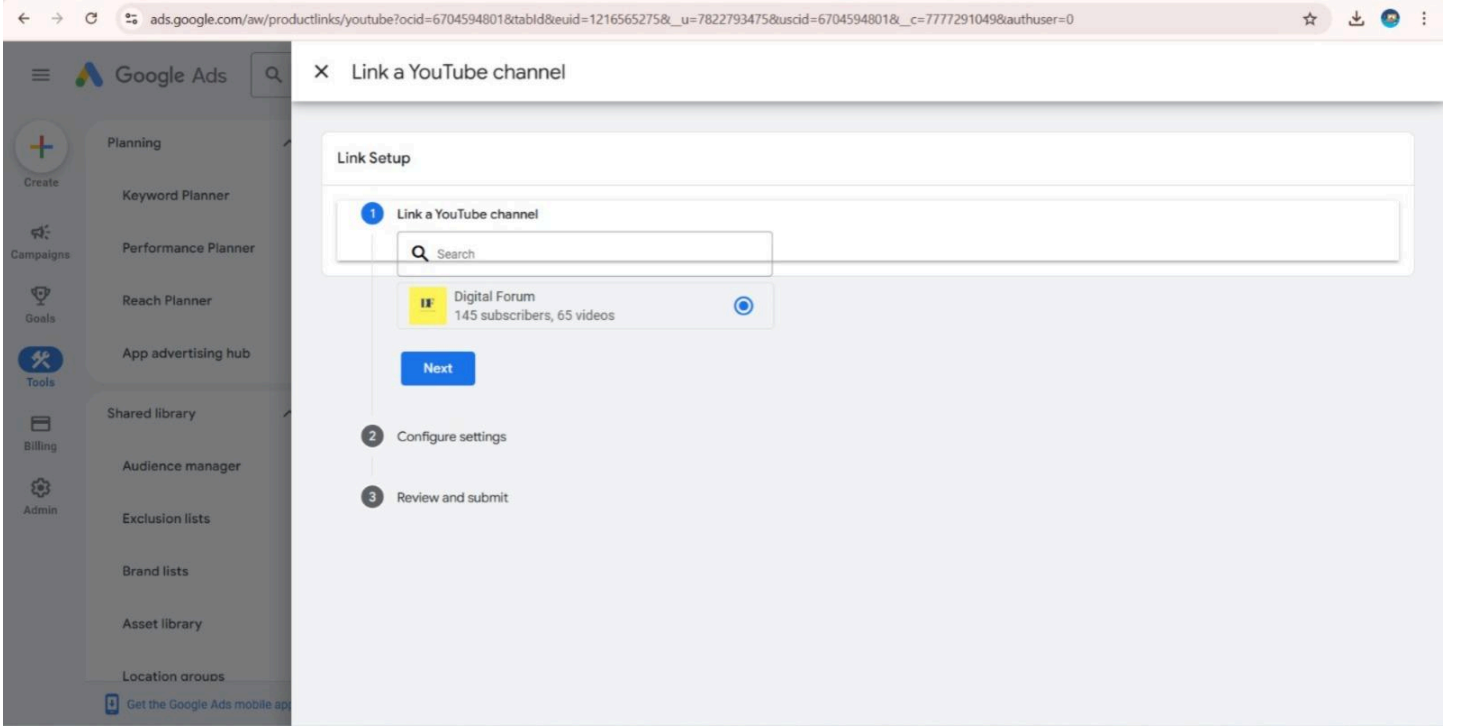
ప్రకటన క్రియేటివ్‌లను సెటప్ చేయండి

ప్రదర్శన ప్రకటనల కోసం:

- బ్యానర్ ప్రకటనలను అప్లోడ్ చేయండి.
- ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి మరియు CTAని చేర్చండి

వీడియో ప్రకటనల కోసం:

- YouTube వీడియో ప్రకటనను అప్లోడ్ చేసి, లక్ష్య ఎంపికలను ఎంచుకోండి.



- బిడ్డింగ్ వ్యాహాన్ని సర్దుబాటు చేయండి (లక్ష్యం CPA లేదా మార్పిడులను పెంచండి).

ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి

- మీ ప్రేక్షకులు, బడ్జెట్ మరియు ప్రకటనలను సమీక్షించండి.
- ప్రచురించు క్లిక్ చేసి, మార్పిడులను ట్రాక్ చేయడం ప్రారంభించండి!

Google ప్రకటనల నెట్వర్క్లు

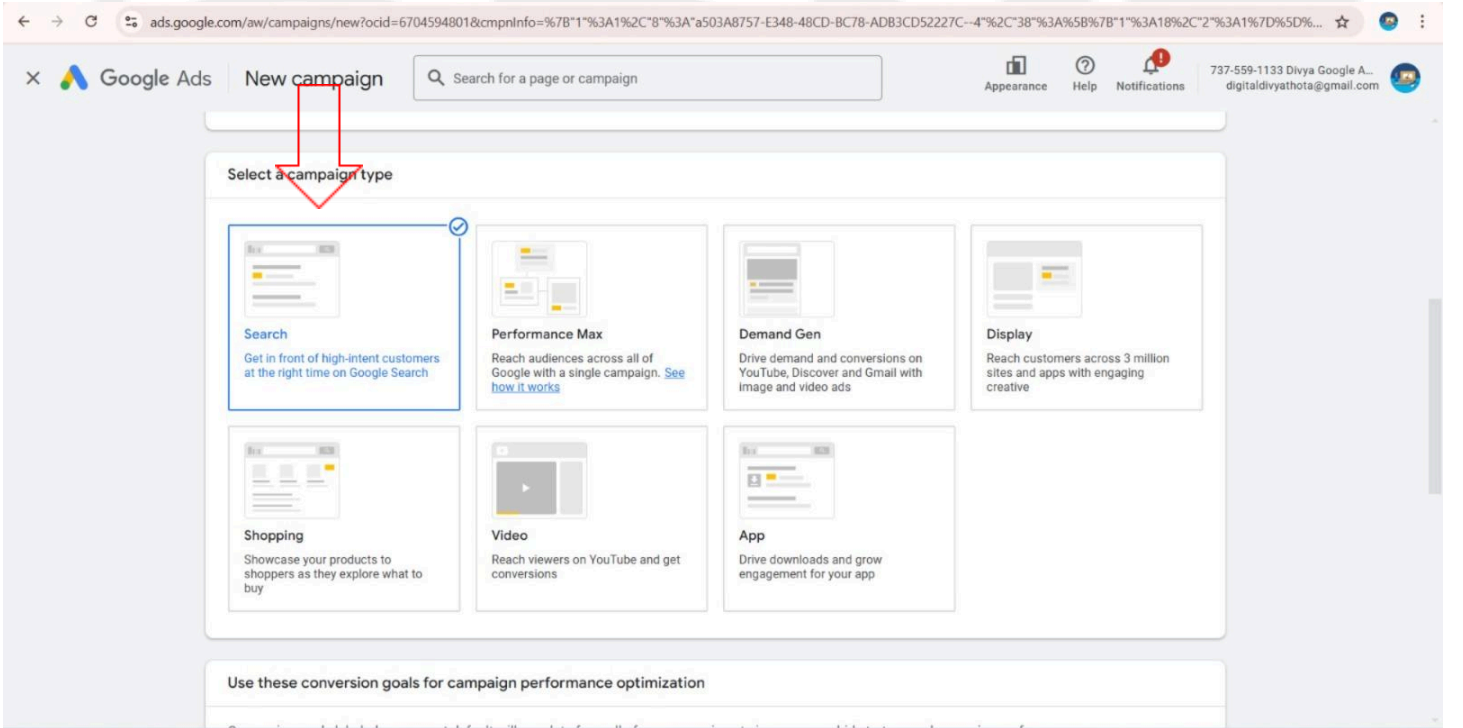
నెట్వర్క్	రకం	బిడ్డింగ్	ప్రకటన ఎక్కడ కనిపిస్తుంది	లక్ష్యంగా పెట్టుకోవడం
శోధించు	TEXT	CPC	SERP	కీలకపదాలు, స్థానం
ప్రదర్శన	చిత్రం/వీడియో	సిపిఎం	GDPW/APPS/ యూట్యూబ్	వయస్సు, లింగం, స్థానం, అంశం, అనుబంధం, కీలకపదాలు, ప్లేస్ మెంట్లు
వీడియో	వీడియోలు	CPV/CPM	యూట్యూబ్	వయస్సు, లింగం, స్థానం, అంశాలు, అనుబంధం, ప్లేస్ మెంట్లు
APP	చిత్రం/టెక్స్ట్	సిపిఐ	SERP, ప్లేస్టోర్, GDPW, యూట్యూబ్	స్థానం
షాపింగ్	టెక్స్ట్/చిత్రం/ వీడియో	CPC/CPA	SERP	ఫీడ్/ స్థానం

Google ప్రకటనలలో అధునాతన శోధన నెట్వర్క్ ప్రచారం

ఒక అధునాతన శోధన నెట్వర్క్ ప్రచారం అత్యంత ఆప్టిమైజ్ చేయబడిన కీలకపదాలు, ప్రేక్షకుల లక్ష్యం, ప్రకటన పొడిగింపులు మరియు బిడ్డింగ్ వ్యూహాలను ఉపయోగించి మీ ఉత్పత్తులు లేదా సేవల కోసం చురుకుగా శోధించే వినియోగదారులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి Google ప్రకటనలలో మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

కొత్త శోధన ప్రచారాన్ని సృష్టించండి:

- **Google** ప్రకటనలకు లాగిన్ చేయండి (ads.google.com)
- క్లిక్ చేయండి ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారం
- ఒక ఎంచుకోండి లక్ష్యం (మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి)
- ఎంచుకోండి శోధన నెట్వర్క్

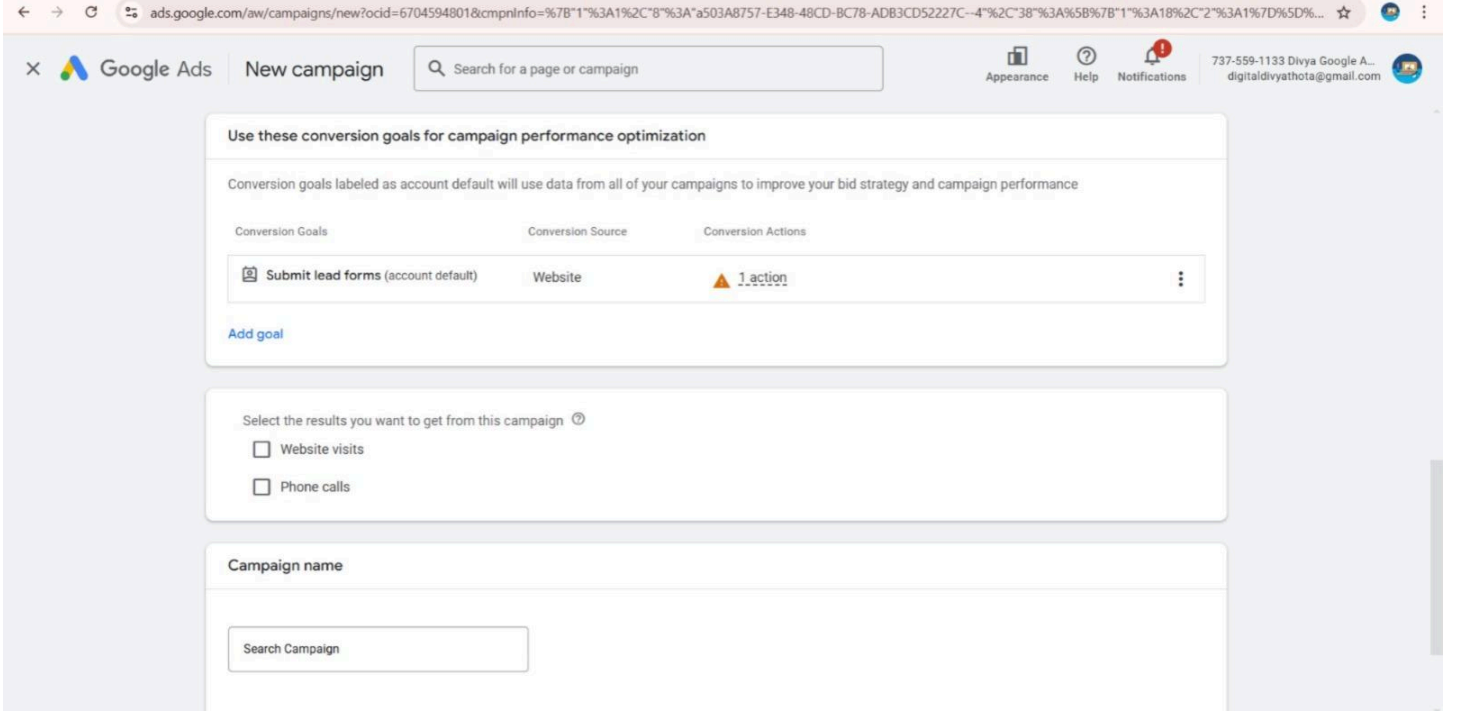


- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ **URL** (వర్తిస్తే)
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు

ప్రచార సెట్టింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & నెట్వర్క్లను నిర్వచించండి

- మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి
- "డిస్ట్రిబ్యూట్ నెట్వర్క్ని చేర్చు" ఎంపికను తీసివేయండి శోధనపై మాత్రమే దృష్టి పెట్టడానికి



స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి

- ఎంచుకోండి భౌగోళిక స్థానాలు మీరు లక్ష్యం చేయాలనుకుంటున్నారు (దేశం, నగరం లేదా అనుకూల వ్యాసార్థం)
- ఎంచుకోండి భాష మీ కస్టమర్లు మాట్లాడతారు

అధునాతన చిట్కా: లొకేషన్ ఆప్షన్లపై క్లిక్ చేయండి → ఉనికిని ఎంచుకోండి: అసంబద్ధమైన క్లిక్లను నివారించడానికి మీ లక్ష్య స్థానాల్లో లేదా క్రమం తప్పకుండా వ్యక్తులు.

ads.google.com/aw/campaigns/new/search/draft?campaignId=281497271393725&ocid=6704594801&cmpnInfo=%7B%7D%3A%2C%8%3A%503A8757-E348-48CD-BC78-ADB3CD52227C--4%2C%28%3A%2C%31%3Atrue...

Google Ads New campaign Search for a page or campaign Appearance Help Notifications 737-559-1133 Divya Google A... digitaldivyathota@gmail.com

Search

Bidding

Campaign settings

- Network
- Locations
- Languages
- Audiences
- Broad match keywords
- Ad rotation
- Ad Schedule
- Start and end dates
- Keyword and asset generation
- Keywords and ads

All changes saved

Locations

Select locations for this campaign

All countries and territories

India

Enter another location

Locations (1) Reach

Hyderabad, Telangana, India district	7,170,000
--------------------------------------	-----------

Enter a location to include or exclude Advanced search

For example, a country, city, region, or postal code

Location options

Include

Presence or interest: People in, regularly in, or who've shown interest in your included locations (recommended)

Presence: People in or regularly in your included locations

Languages

Your estimated performance is shown after you've entered

- Keywords

బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి

మీ నమోదు చేయండి రోజువారీ బడ్జెట్

ఒక ఎంచుకోండి బిడ్డింగ్ వ్యూహం: క్లిక్లు ,గరిష్ట **CPC**

ads.google.com/aw/campaigns/new/search/draft?ocid=6704594801&cmpnInfo=%7B%7D%3A%2C%8%3A%503A8757-E348-48CD-BC78-ADB3CD52227C--4%2C%28%3A%2C%31%3Atrue...&Display=1%2C%31%3Atrue...

Google Ads New campaign Search for a page or campaign Appearance Help Notifications 737-559-1133 Divya Google A... digitaldivyathota@gmail.com

Search

Bidding

Customer acquisition

Campaign settings

Keyword and asset generation

Keywords and ads

Budget

Review

Bidding

What do you want to focus on?

Clicks

Set a maximum cost per click bid limit

Maximum CPC bid limit

₹100

Alternative bid strategies like portfolios are available in settings after you create your campaign

Customer acquisition

Bid for new customers only

This option limits your ads to only new customers, regardless of your bid strategy

By default, your campaign bids equally for new and existing customers. However, you can configure your customer acquisition settings to optimize for acquiring new customers. [Learn more about customer acquisition.](#)

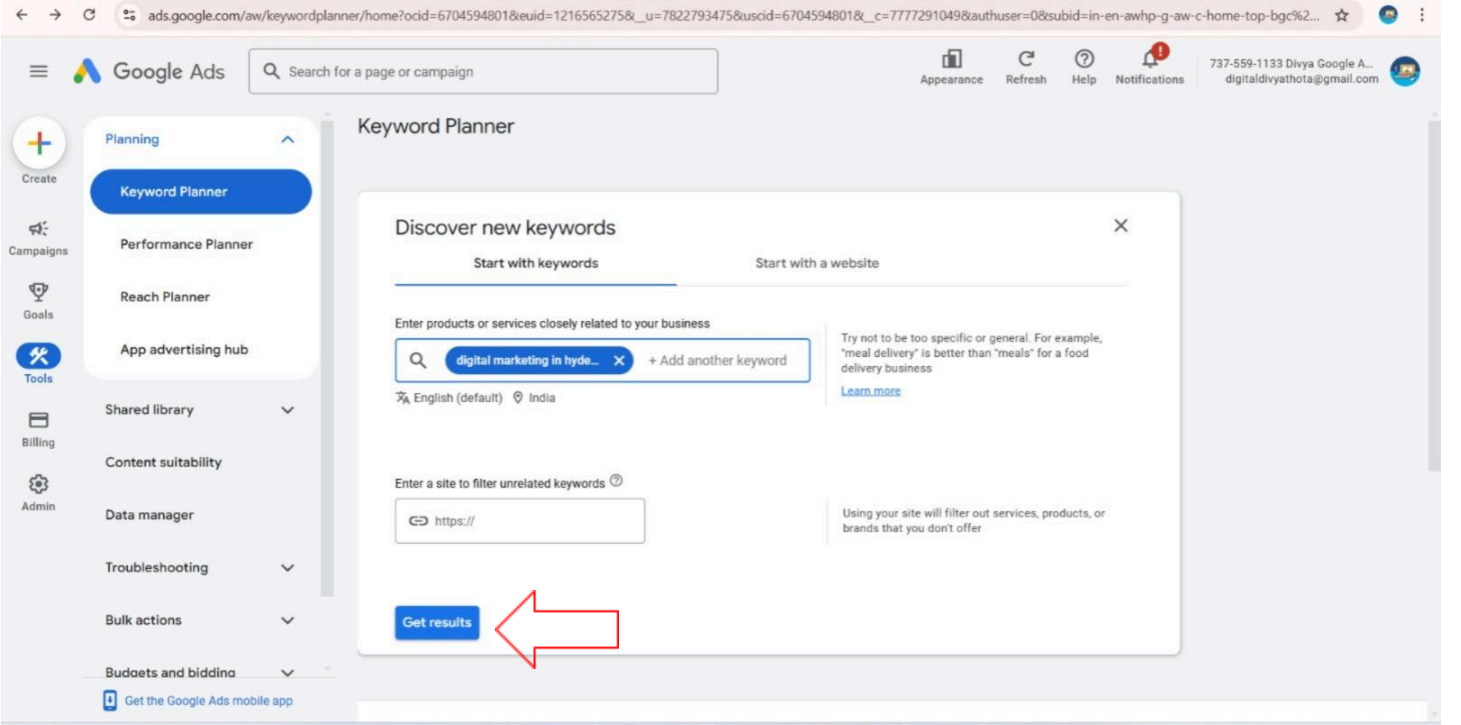
Your estimated performance is shown after you've entered

- Keywords

మీ ప్రకటన సమూహం & కీలక పదాలను సెటప్ చేయండి

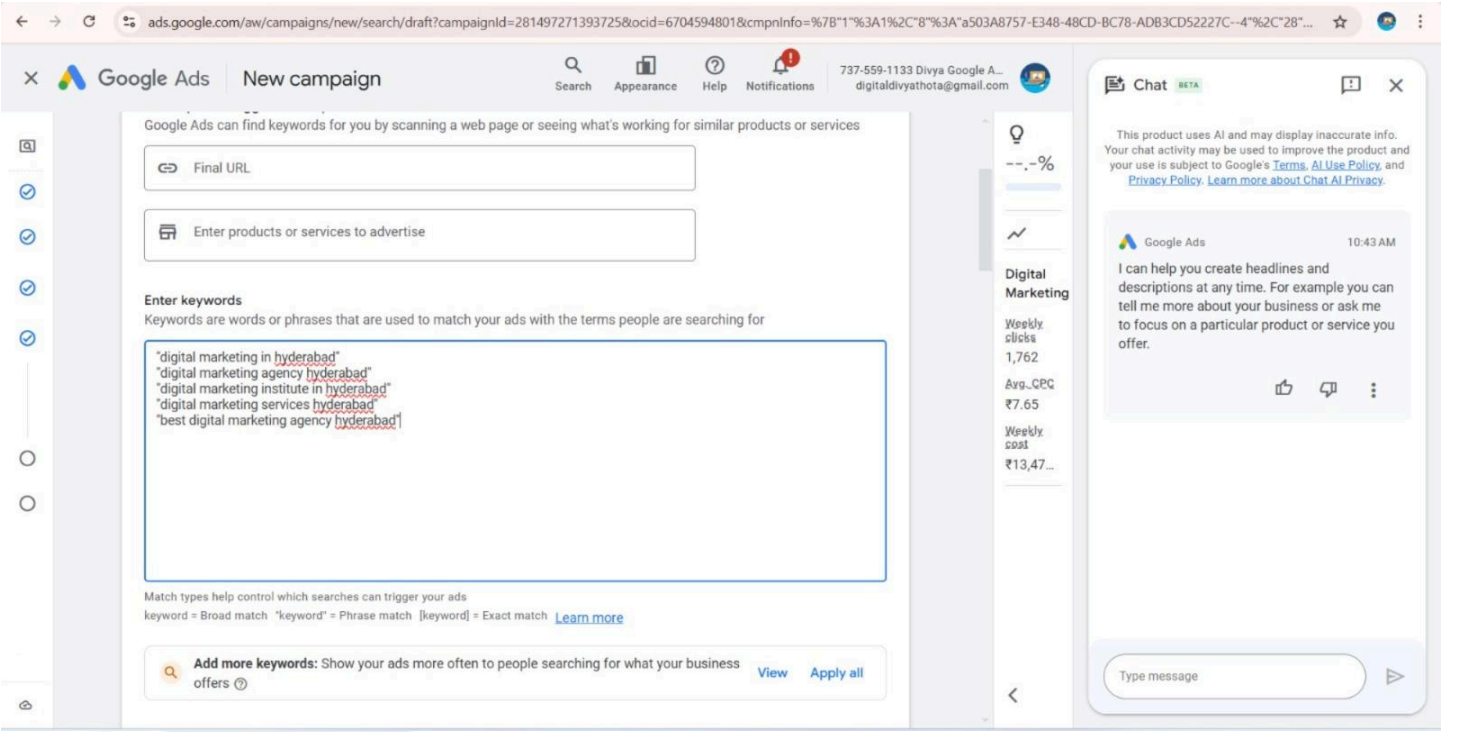
టార్గెటెడ్ కీవర్డ్లను జోడించండి

ఉపయోగించండి **Google** కీవర్డ్ ప్లానర్ సంబంధిత, అధిక-ఉద్దేశం కీలకపదాలను కనుగొనడానికి.



మ్యాచ్ రకాలు ఉత్తమ పద్ధతులు:

- ఖచ్చితమైన మ్యాచ్ → [డిజిటల్ మార్కెటింగ్]
- పదబంధ సరిపోలిక → "డిజిటల్ మార్కెటింగ్"



అధునాతన చిట్కా: జోడించు ప్రతికూల కీలకపదాలు (ఉదా., ఉచితం, ఏది) అర్హత లేని క్లిక్లను నివారించడానికి.

అత్యంత ఆప్టిమైజ్ చేసిన ప్రకటనలను సృష్టించండి

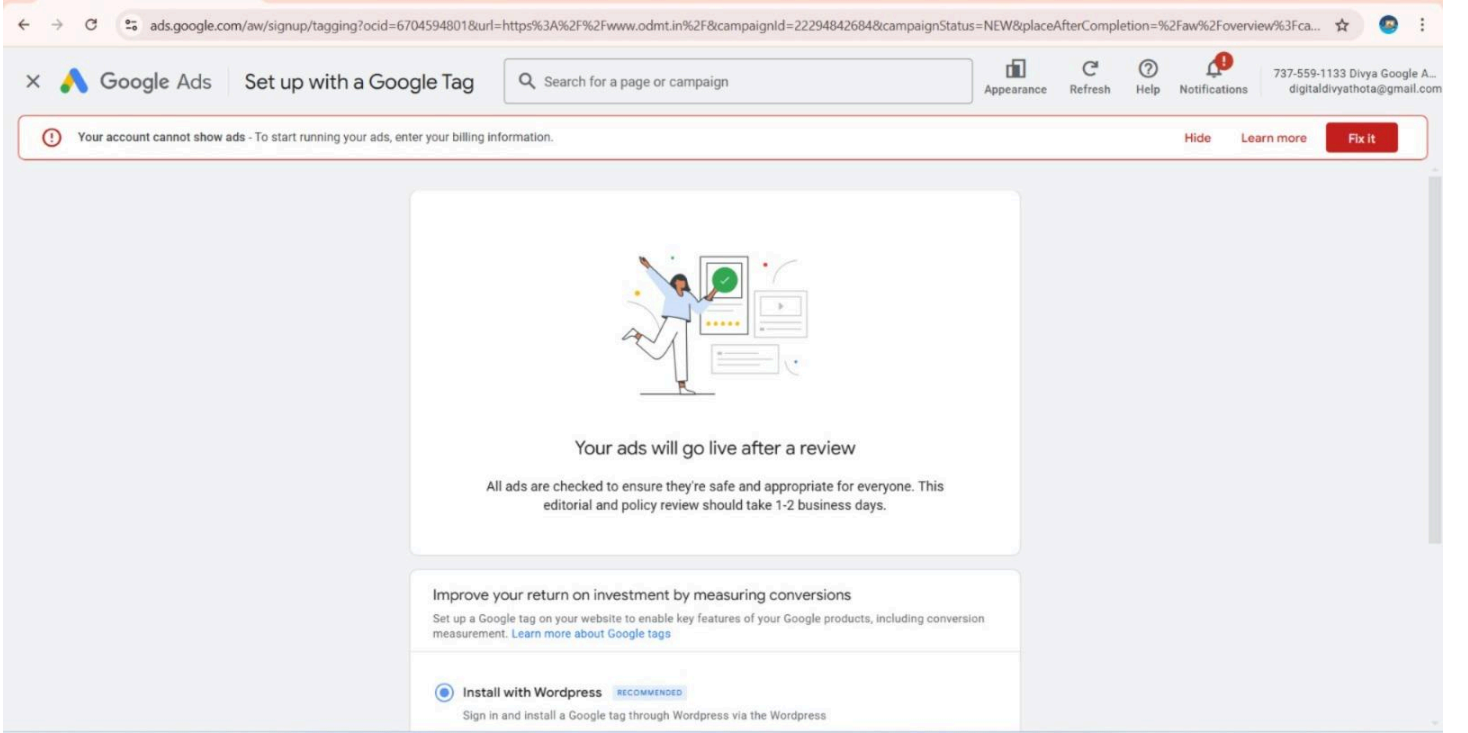
నమోదు చేయండి **3-5** ముఖ్యాంశాలు (ఉదా., "ఉచిత డెమో కోసం నమోదు చేసుకోండి")
 జోడించు **2** వివరణలు (ఉదా., "తెలుగులో అధునాతన డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్సుకు స్వాగతం")
 2 ఉపయోగించండి చివరి **URL** (వినియోగదారులు ల్యాండ్ అయ్యే ల్యాండింగ్ పేజీ)

ప్రకటన పొడిగింపులను జోడించండి

- సైట్ లింక్ పొడిగింపులు
- కార్టర్లు పొడిగింపులు
- నిర్మాణాత్మక స్లిప్పర్లు
- కార్టర్ పొడిగింపులు

మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి & ప్రారంభించండి

- సెట్టింగ్లు, కీలకపదాలు మరియు ప్రకటనలను ఒకటికి రెండుసార్లు తనిఖీ చేయండి
- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి
- పనితీరును పర్యవేక్షించండి **Google** ప్రకటనలు → నివేదికలు → శోధన నిబంధనలు



Google ప్రకటనలలో నెట్వర్క్ ప్రచారాన్ని ప్రదర్శించండి

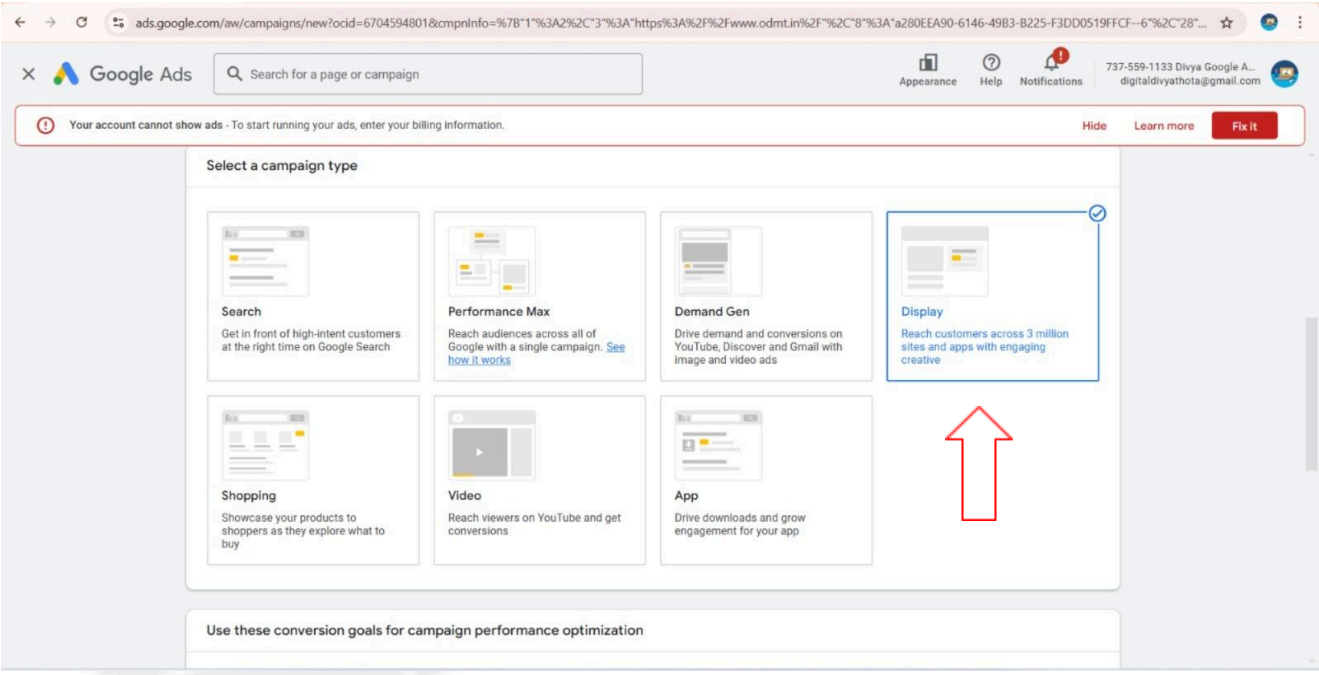
కొత్త ప్రదర్శన ప్రచారాన్ని సృష్టించండి:

ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారంపై క్లిక్ చేయండి:

- ఎంచుకోండి మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి (ఈ ఎంపిక మీ ప్రచారాన్ని పూర్తిగా అనుకూలీకరించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది).

డిస్ట్రిబ్యూట్ నెట్వర్క్ని ఎంచుకోండి:

- ఎంచుకోండి డిస్ట్రిబ్యూట్ నెట్వర్క్ వెబ్సైట్లు, యాప్లు మరియు Google డిస్ట్రిబ్యూట్ నెట్వర్క్ అంతటా విజువల్ యాడ్ ప్లేస్మెంట్లపై దృష్టి పెట్టే ఎంపిక.



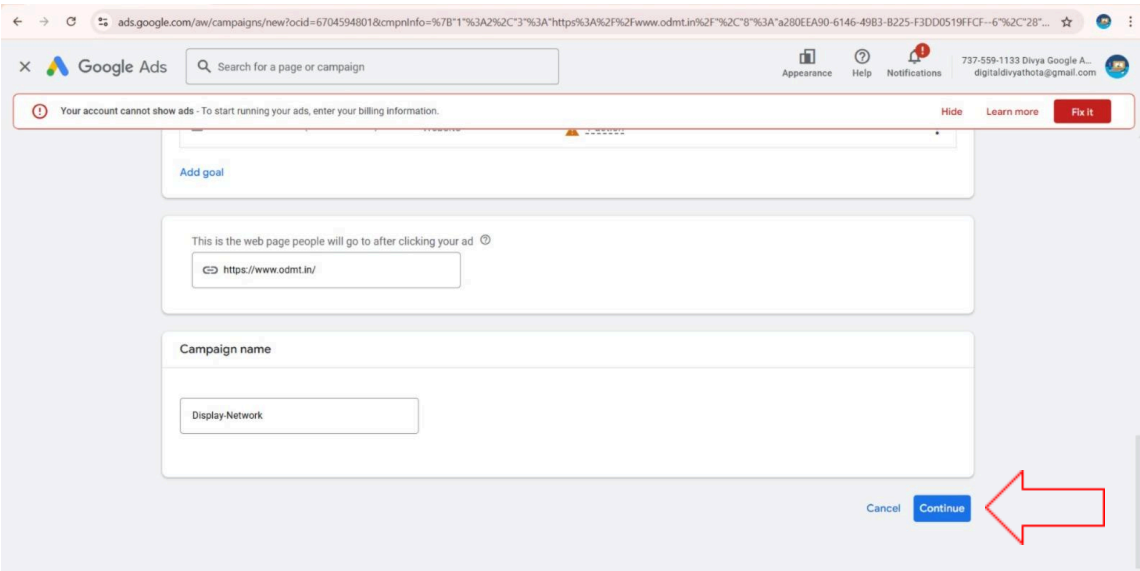
మీ వెబ్‌సైట్ **URL**ని నమోదు చేయండి:

- వర్తిస్తే మీ వెబ్‌సైట్ URLని అందించండి.
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు.

ప్రచార సెట్టింగ్‌లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

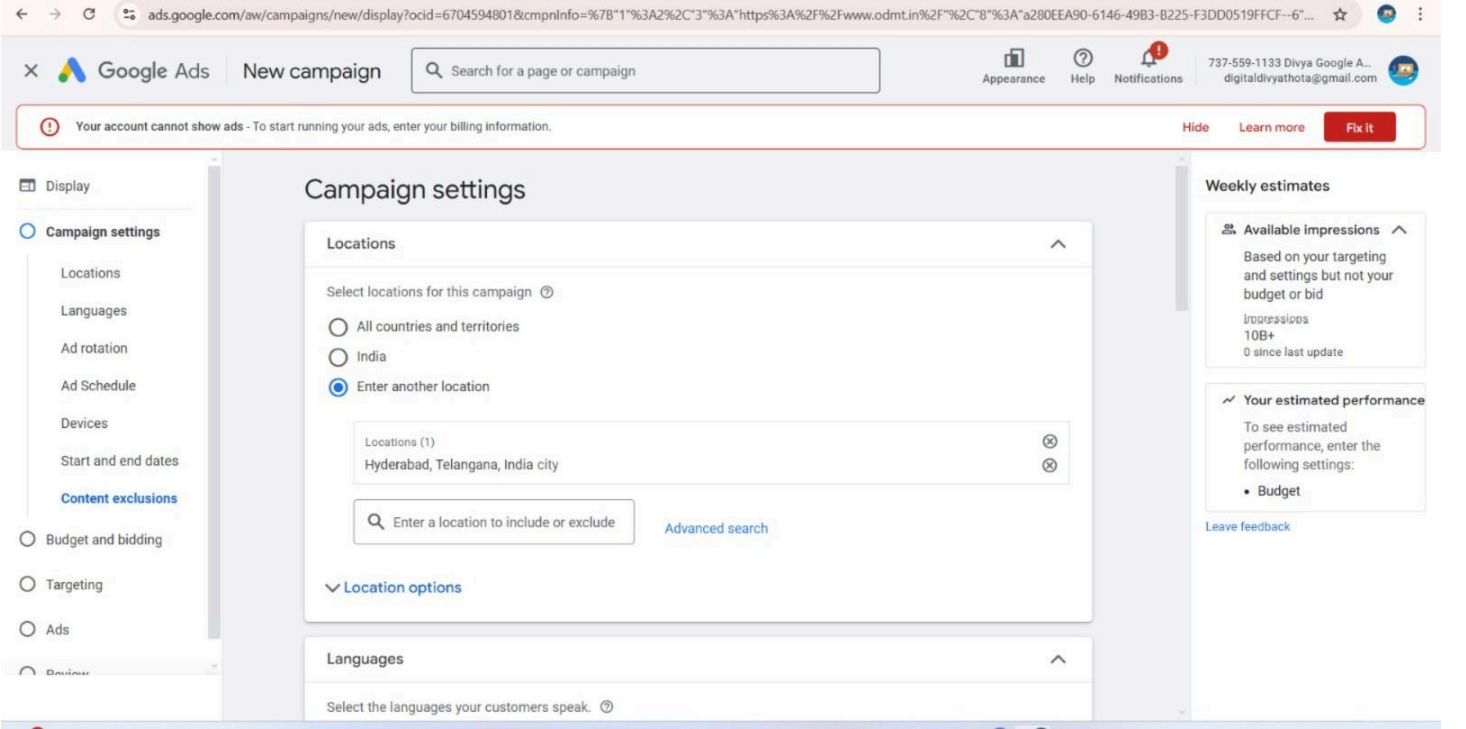
ప్రచారం పేరు & నెట్‌వర్క్‌లను నిర్వచించండి:

మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి.



స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి:

- లక్ష్య స్థానాలు: భౌగోళిక ప్రాంతాలను (దేశం, నగరం లేదా అనుకూల వ్యాసార్థం) ఎంచుకోండి.
- లక్ష్య భాషలు: మీ ప్రేక్షకులు మాట్లాడే భాషను ఎంచుకోండి.
- అధునాతన చిట్కా: క్లిక్ చేయండి స్థాన ఎంపికలు → ఉనికి మీ స్థానాల్లో లేదా క్రమం తప్పకుండా ఉండే వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి. ఇది అసంబద్ధమైన క్లిక్లను నివారించడంలో సహాయపడుతుంది.



బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి:

- రోజువారీ బడ్జెట్ను సెట్ చేయండి: మీరు ప్రతిరోజూ ఎంత ఖర్చు చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్నారో నిర్ణయించండి.
- బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి:
 - వీక్షించదగిన ప్రభావాలు

మీ యాడ్ గ్రూప్ & టార్గెటింగ్ ని సెటప్ చేయండి:

మీ ప్రకటన సమూహాన్ని నిర్వచించండి:

- మీ ప్రకటన సమూహానికి పేరు పెట్టండి మరియు లక్ష్య ప్రమాణాలను సెట్ చేయండి.

టార్గెట్ ఆడియన్స్ & ప్లేస్ మెంట్స్:

- మీరు మీ ప్రేక్షకులను ఎలా లక్ష్యంగా చేసుకోవాలనుకుంటున్నారో ఎంచుకోండి:
 - డెమోగ్రాఫిక్ టార్గెటింగ్: వయస్సు, లింగం, తల్లిదండ్రుల స్థితి మొదలైనవి.

- ఆడియన్స్ టార్గెటింగ్: ఆసక్తి-ఆధారిత, అనుబంధం, మార్కెట్లోని విభాగాలు.
- ప్లేస్ మెంట్స్: మీరు మీ ప్రకటనలు ఎక్కడ కనిపించాలనుకుంటున్నారో నిర్దిష్ట వెబ్ సైట్లు లేదా యాప్ లను ఎంచుకోండి.

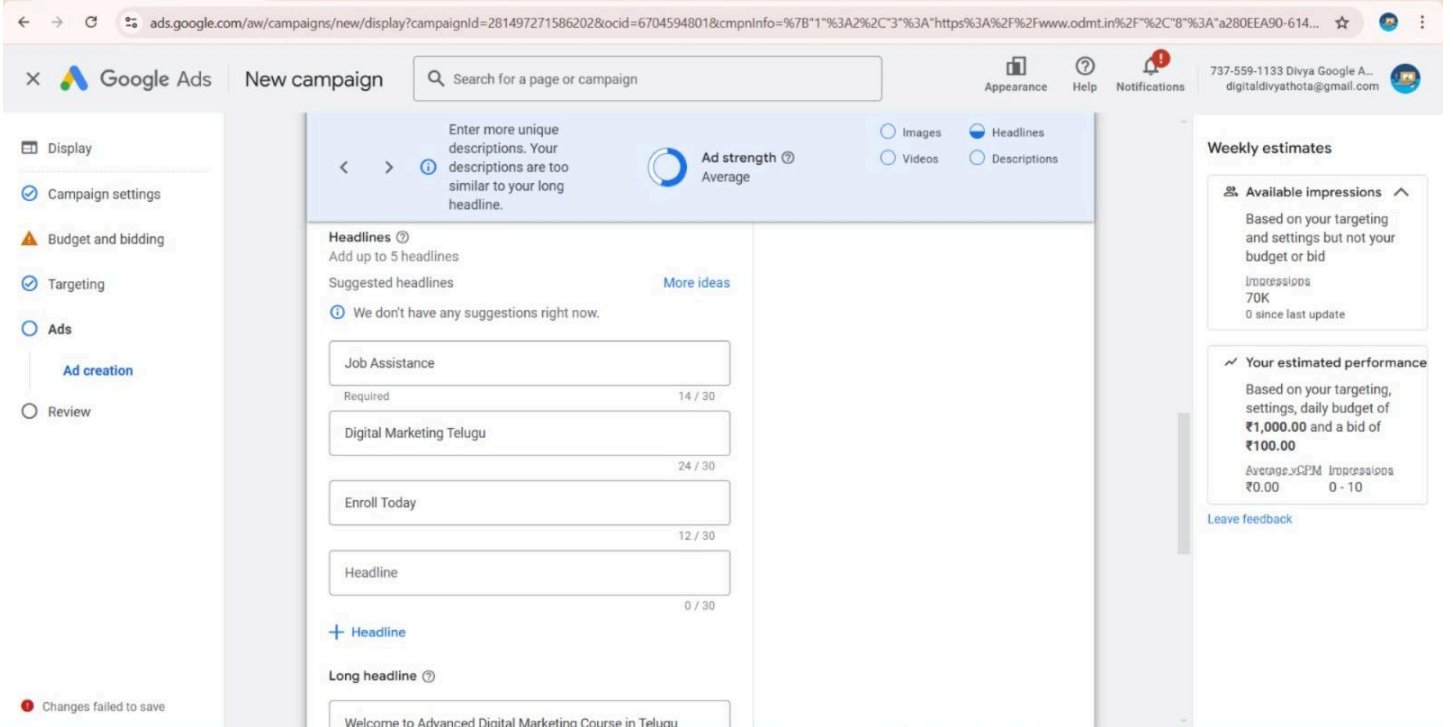
The screenshot shows the 'Edit targeted placements' window in Google Ads. It features a 'Browse' tab with a list of websites: cardekho.com (selected), nissanmagnite.com, carwale.com, and cartrade.com. A 'Done' button is at the top right. Below the list, the 'Optimized targeting' toggle is set to 'On'. On the right, the 'Weekly estimates' section displays 'Available impressions' of 70K and 'Your estimated performance' based on a daily budget of ₹1,000.00 and a bid of ₹100.00.

- అధునాతన చిట్కా: మీరు ఉపయోగించవచ్చు టాపిక్ టార్గెటింగ్ నిర్దిష్ట విషయాలకు సంబంధించిన పేజీలలో ప్రకటనలను ప్రదర్శించడానికి.

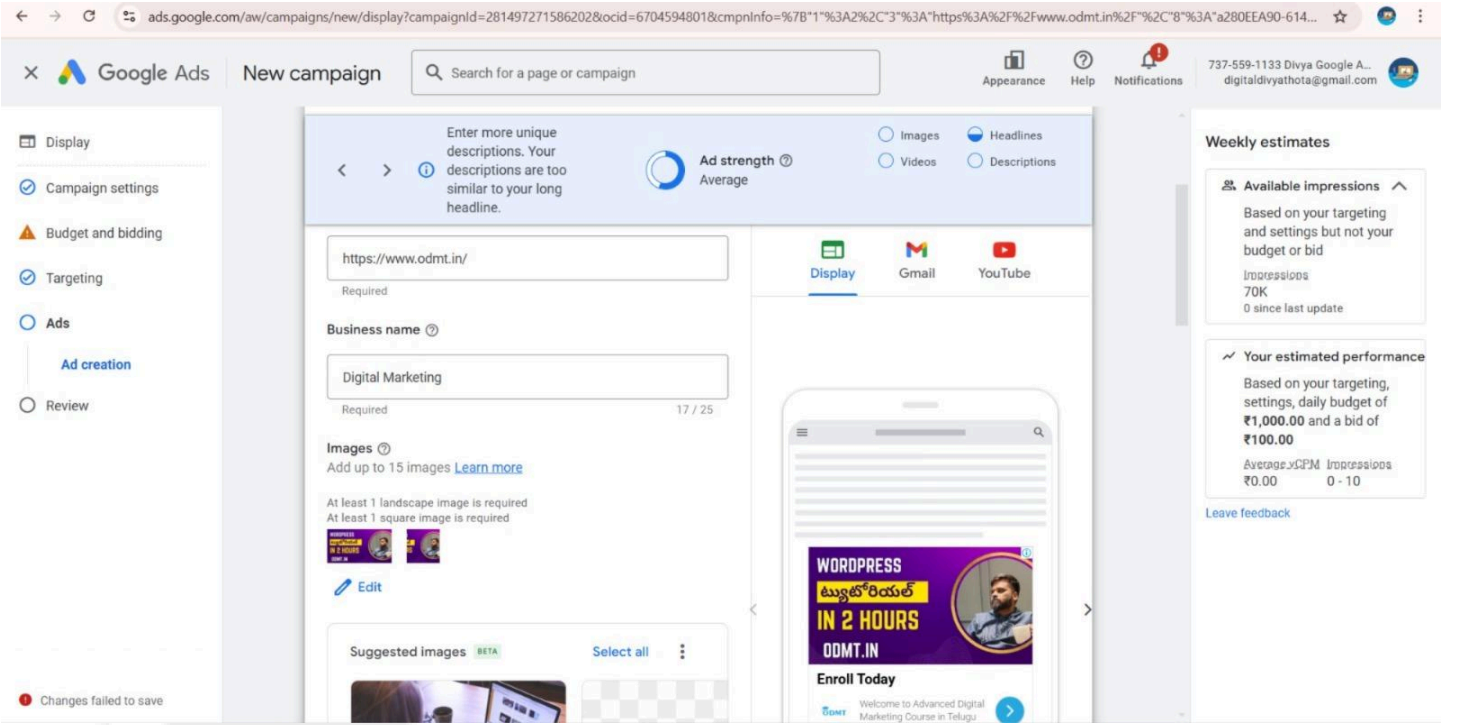
The screenshot shows the 'Edit targeted segments' window in Google Ads. It features a 'Browse' tab with a list of audience segments: 'Who they are' (single, in a relationship, married) and 'Education' (Current College Students, selected). A 'Done' button is at the top right. On the right, the 'Weekly estimates' section displays 'Available impressions' of 2.2M and 'Your estimated performance' based on a daily budget of ₹1,000.00 and a bid of ₹100.00.

ప్రకటనలను సృష్టించండి మరియు అప్లోడ్ చేయండి:

- ప్రతిస్పందనాత్మక ప్రదర్శన ప్రకటనలు: బహుళ చిత్రాలు, లోగోలు మరియు ముఖ్యాంశాలను జోడించండి మరియు Google స్వయంచాలకంగా ఉత్తమంగా పనిచేసే ప్రకటన కలయికలను సృష్టిస్తుంది.
 - ముఖ్యాంశాలు: 5 ముఖ్యాంశాల వరకు (ఉదా., "24/7 మద్దతు").



- వివరణలు: గరిష్టంగా 5 వివరణలు (ఉదా., "ఇన్స్టిట్యూట్ ఫర్ ప్రొవైడింగ్ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కోర్స్ ఇన్ తెలుగులో. ఇండస్ట్రీ నిపుణులచే శిక్షణ పొందండి").
- చిత్రాలు & లోగోలు: దృశ్యమానంగా ఆకట్టుకునే ఆస్తులను అప్లోడ్ చేయండి (ఇమేజ్లు అధిక-నాణ్యత మరియు ప్రదర్శన కోసం ఆప్టిమైజ్డ్గా ఉన్నాయని నిర్ధారించుకోండి).
- చివరి URL: ప్రకటనను క్లిక్ చేసిన తర్వాత వినియోగదారులు ల్యాండ్ అయ్యే ల్యాండ్లింగ్ పేజీని నమోదు చేయండి.



ప్రకటన ఆకృతులు:

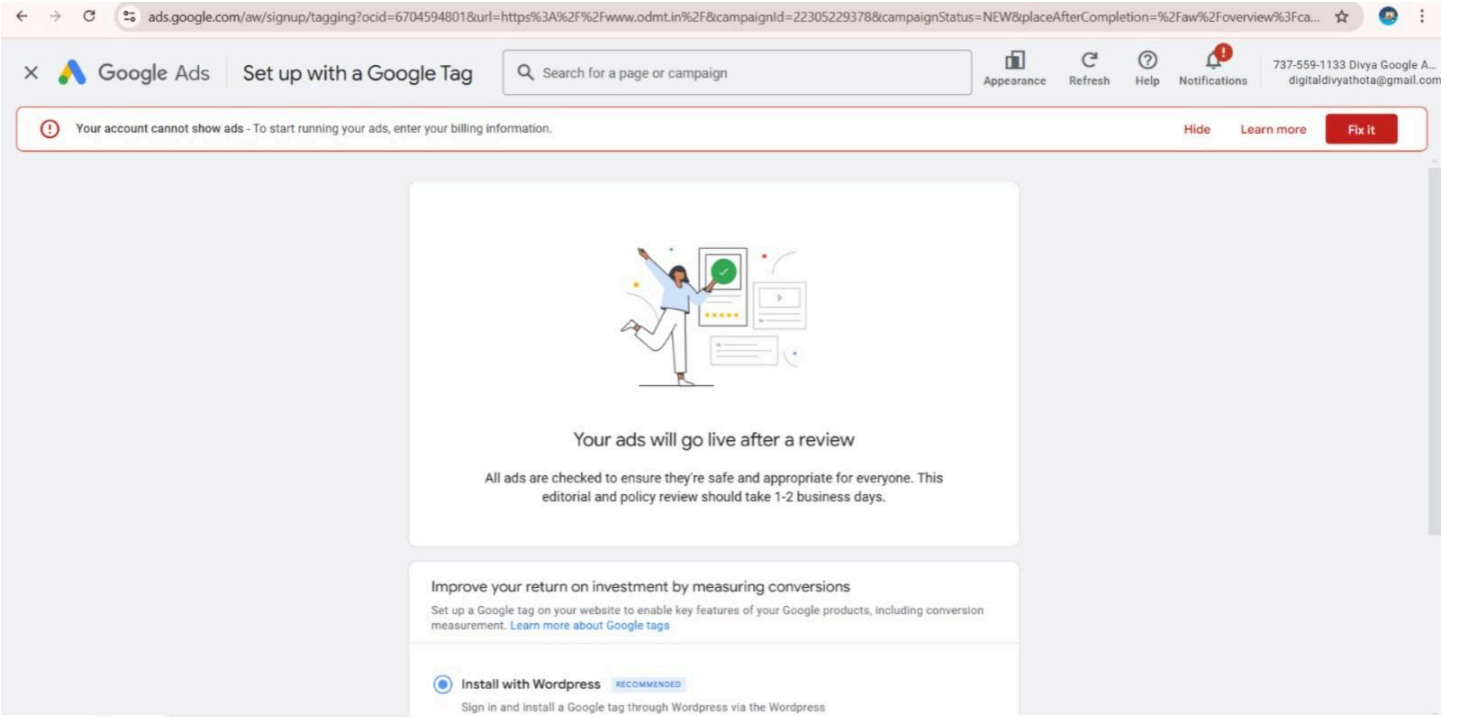
- స్టాటిక్ ఇమేజ్ యాడ్స్: ఉపయోగించడానికి సిద్ధంగా ఉన్న చిత్ర బ్యానర్లను అప్లోడ్ చేయండి.

ప్రకటన పొడిగింపులను జోడించండి (ఐచ్ఛికం):

- సైట్లింక్ పొడిగింపులు: మీ వెబ్సైట్లోని నిర్దిష్ట పేజీలకు లింకులు.
- కాలేవుట్ పొడిగింపులు: అదనపు ప్రయోజనాలు లేదా ఆఫర్లను హైలైట్ చేయండి.
- నిర్మాణాత్మక స్నిప్పెట్లు: మీ ఆఫర్ల గురించి మరింత వివరణాత్మక సమాచారాన్ని అందించండి.
- కాల పొడిగింపులు: డైరెక్ట్ కాల్స్ కోసం ఫోన్ నంబర్లను జోడించండి.

మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి మరియు ప్రారంభించండి:

- ప్రచార సెట్టింగ్లను ఒకటికి రెండుసార్లు తనిఖీ చేయండి:
 - ప్రతిదీ సరిగ్గా సెటప్ చేయబడిందని నిర్ధారించుకోవడానికి మీ లక్ష్యం, బడ్జెట్ మరియు ప్రకటనలను సమీక్షించండి.
- ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి:
 - సంతృప్తి చెందిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ డిస్ప్లై నెట్వర్క్ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి.



Google ప్రకటనలలో వీడియో నెట్వర్క్ ప్రచారం

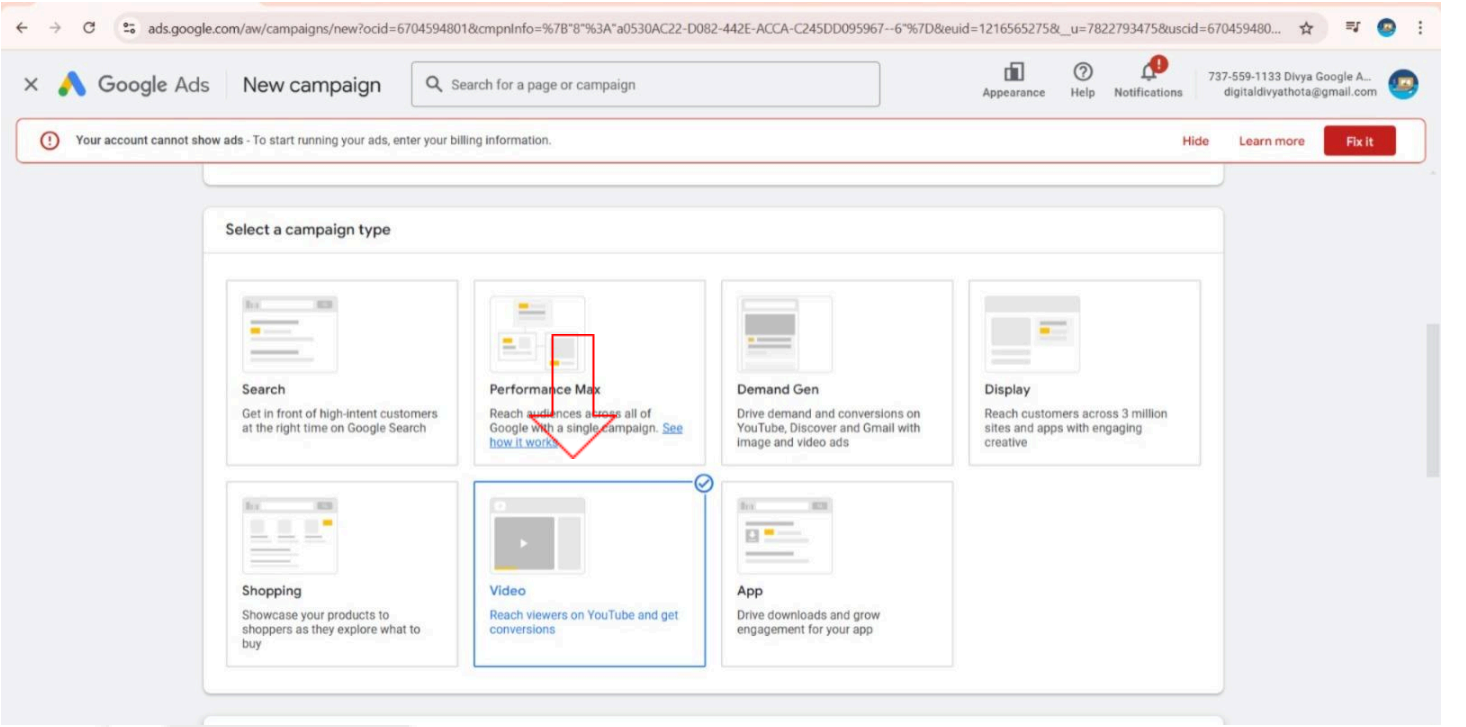
కొత్త వీడియో ప్రచారాన్ని సృష్టించండి:

ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారంపై క్లిక్ చేయండి:

- ఎంచుకోండి మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి మీ సెట్టింగ్లపై పూర్తి నియంత్రణను కలిగి ఉండటానికి.

వీడియో ప్రచారాన్ని ఎంచుకోండి:

- ఎంచుకోండి వీడియో ప్రచారం రకం.



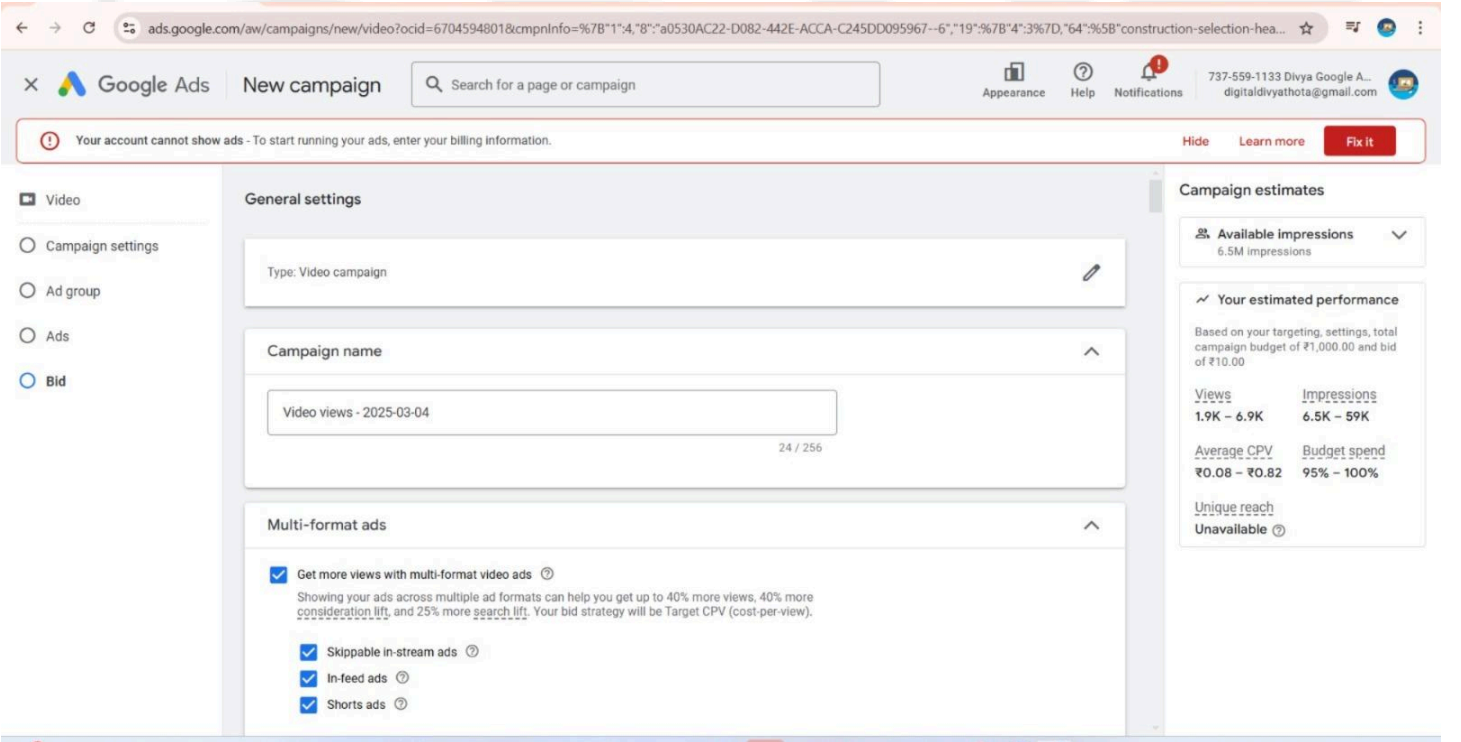
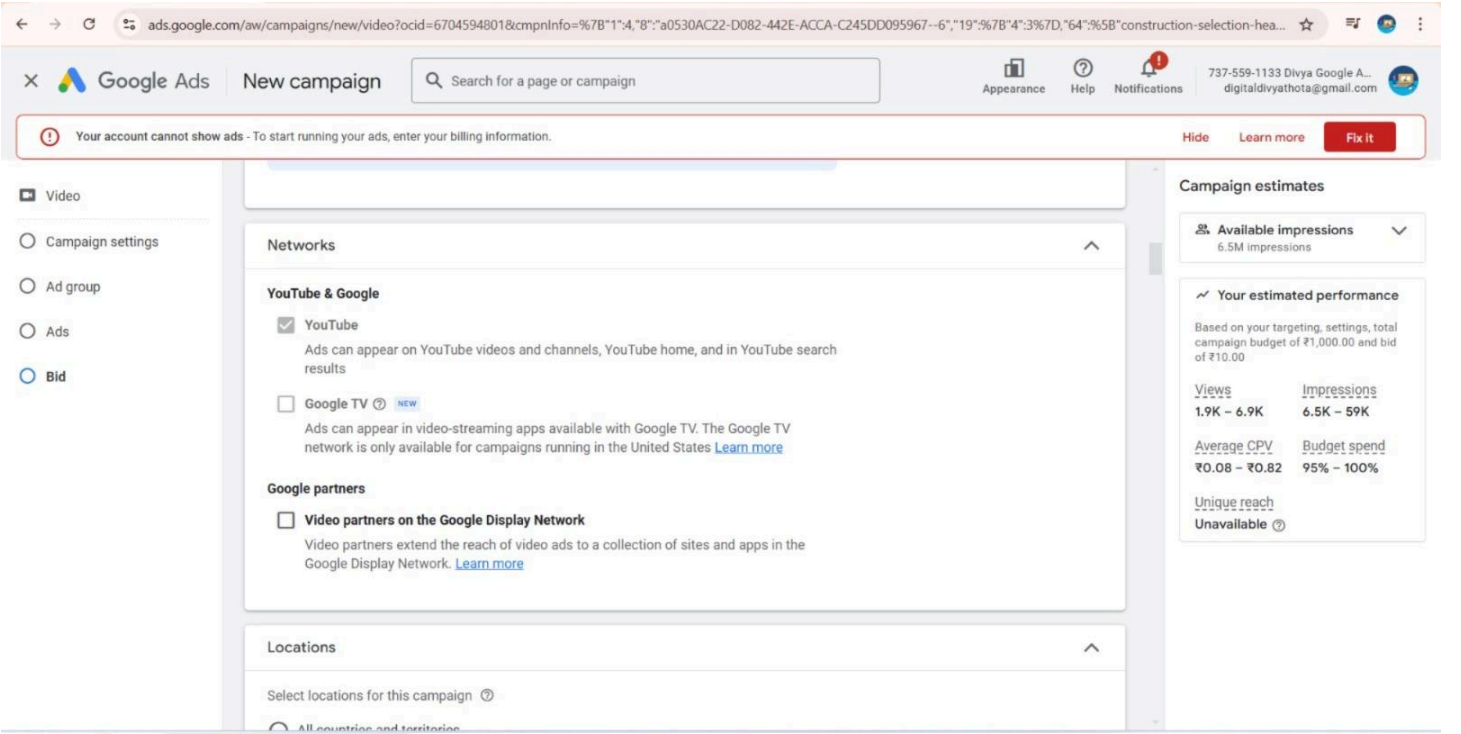
మీ వెబ్‌సైట్ URLని నమోదు చేయండి:

- వర్టికల్, మీ వెబ్‌సైట్ URLని నమోదు చేసి, క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు.

ప్రచార సెట్టింగ్‌లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & నెట్‌వర్క్‌లను నిర్వచించండి:

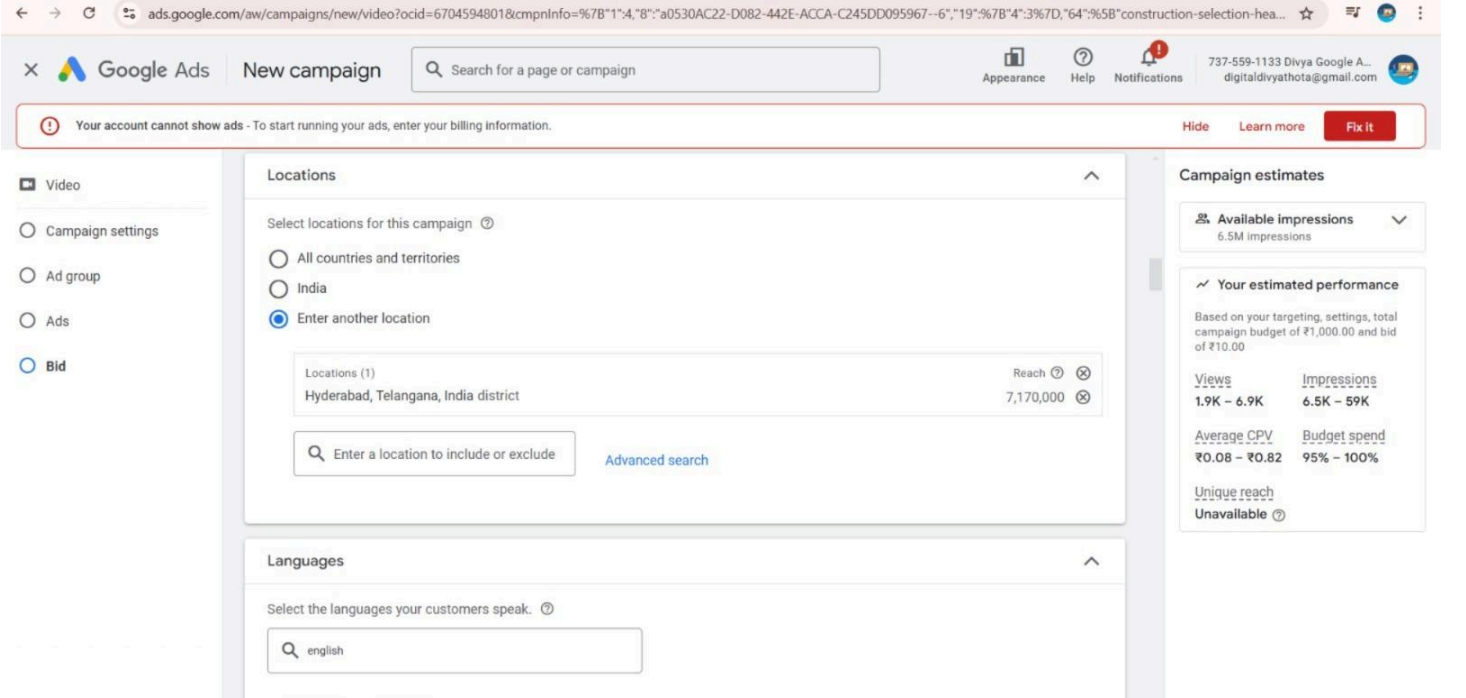
- సులభంగా గుర్తింపు కోసం మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి.
- నెట్‌వర్క్‌లను ఎంచుకోండి:
 - **YouTube** వీడియోలు: YouTubeలో మీ వీడియో ప్రకటనలను ప్రదర్శించండి.
 - **YouTube** శోధన ఫలితాలు: వినియోగదారులు సంబంధిత కంటెంట్ కోసం శోధించినప్పుడు YouTubeలో శోధన ఫలితాల్లో ప్రకటనలను చూపండి.
 - డిస్‌ప్లే నెట్‌వర్క్‌లో వీడియో భాగస్వాములు: Google డిస్‌ప్లే నెట్‌వర్క్‌లోని భాగస్వామి సైట్‌లలోని వీడియో కంటెంట్‌కు మీ పరిధిని విస్తరించండి.



స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి:

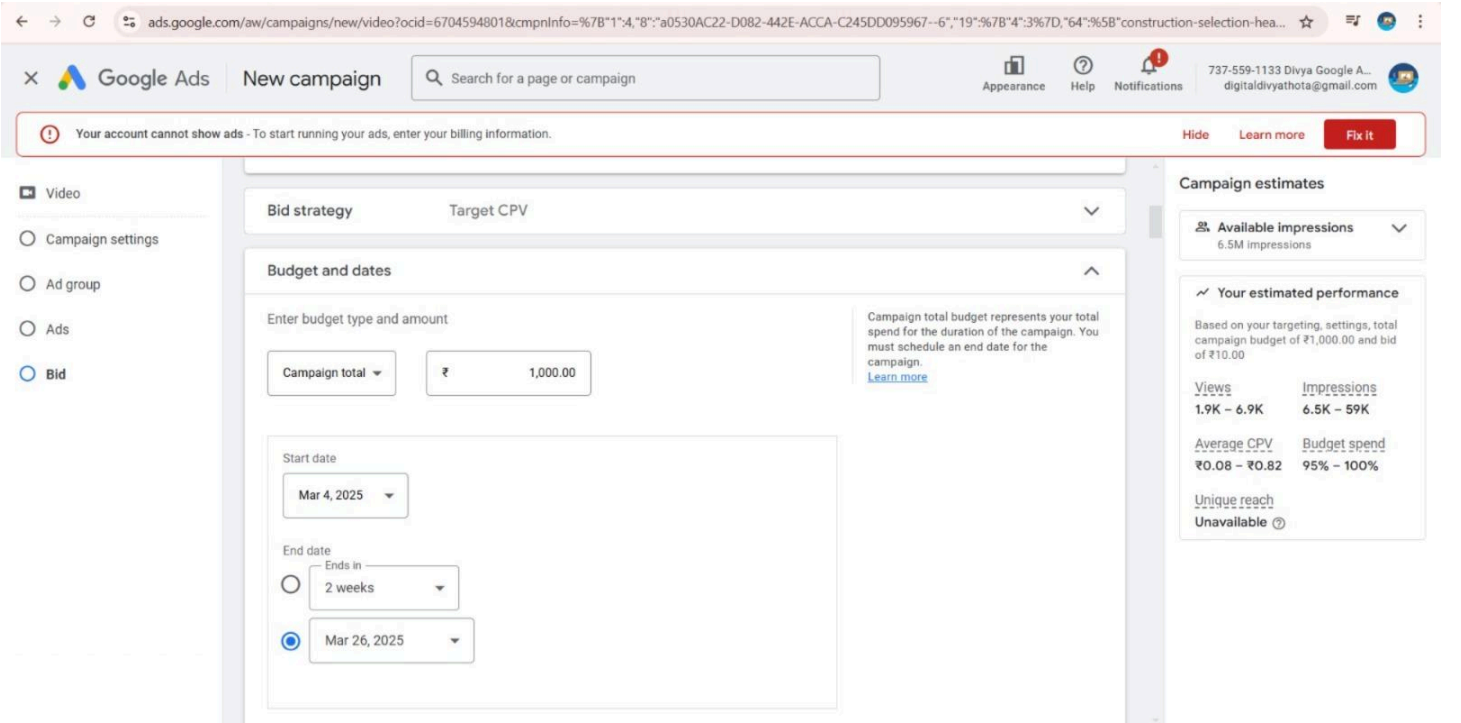
- లక్ష్య స్థానాలు: మీ లక్ష్య ప్రేక్షకులు నివసించే దేశాలు, నగరాలు లేదా ప్రాంతాలను ఎంచుకోండి.
- లక్ష్య భాషలు: మీ ప్రేక్షకులు మాట్లాడే భాష(ల)ని ఎంచుకోండి.

- అధునాతన చిట్కా: క్లిక్ చేయండి స్థాన ఎంపికలు → ఉనికి ఎంచుకున్న స్థానాల్లో లేదా క్రమం తప్పకుండా ఉండే వ్యక్తులను భౌతికంగా లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి. ఇది అసంబద్ధ వీక్షణలను నివారించడానికి సహాయపడుతుంది.



బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి:

- రోజువారీ బడ్జెట్ను సెట్ చేయండి: మీ వీడియో ప్రచారం కోసం మీరు రోజుకు ఖర్చు చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్న మొత్తాన్ని నిర్వచించండి.
- బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి: CPV (ప్రతి వీక్షణకు ధర): ప్రతి వీక్షణకు లేదా మీ ప్రకటనతో పరస్పర చర్యకు చెల్లించండి.



మీ యాడ్ గ్రూప్ & టార్గెటింగ్ ని సెటప్ చేయండి:

మీ ప్రకటన సమూహాన్ని నిర్వచించండి:

మీ ప్రకటన సమూహానికి పేరు పెట్టండి మరియు మీ ప్రేక్షకులను మరియు లక్ష్య ఎంపికలను పేర్కొనండి.

లక్ష్య ప్రేక్షకులు & ప్లేస్ మెంట్:

- మీరు మీ వీడియో ప్రచార ప్రేక్షకులను ఎలా లక్ష్యంగా చేసుకోవాలనుకుంటున్నారో ఎంచుకోండి:
 - డెమోగ్రాఫిక్ టార్గెటింగ్: వయస్సు, లింగం, తల్లిదండ్రుల స్థితి మరియు కుటుంబ ఆదాయం.
 - ఆడియన్స్ టార్గెటింగ్: ఆసక్తి-ఆధారిత, ఇన్-మార్కెట్ విభాగాలు (ఉదా., వ్యక్తులు మీ వంటి ఉత్పత్తుల కోసం చురుకుగా వెతుకుతున్నారు), రీమార్కెటింగ్ (మీ మునుపటి వీడియోలు లేదా వెబ్సైట్తో పరస్పర చర్య చేసిన వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి).
 - కీలకపదాలు: మీ వీడియో కంటెంట్ కు సంబంధించిన కీలక పదాల ఆధారంగా వినియోగదారులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి.
 - అంశాలు: మీ వీడియో కంటెంట్ కు సంబంధించిన అంశాలను ఎంచుకోండి (ఉదా., విద్య).
 - ప్లేస్ మెంట్స్: మీరు మీ వీడియో ఎక్కడ కనిపించాలనుకుంటున్నారో నిర్దిష్ట YouTube ఛానెల్లు, వీడియోలు లేదా వెబ్సైట్లను ఎంచుకోండి.

వీడియో ప్రకటన సెట్టింగ్లు:

- వీడియో **URL**: YouTubeని ఉపయోగిస్తుంటే, మీరు ప్రచారం చేయాలనుకుంటున్న వీడియో యొక్క URLని అతికించండి.
- కాలర్ టు యాక్షన్ (**CTA**): "మరింత తెలుసుకోండి," "ఇప్పుడే షాపింగ్ చేయండి" లేదా "సభ్యత్వం పొందండి" వంటి CTAని జోడించండి.
- **URL**ని ప్రదర్శించు: ప్రకటనలో చూపబడిన URL మీ వీడియోకు సంబంధించినదని నిర్ధారించుకోండి.
- చివరి **URL**: ల్యాండింగ్ పేజీ వినియోగదారులు ప్రకటనతో పరస్పర చర్య చేసిన తర్వాత ల్యాండ్ అవుతారు.
- ప్రకటన కాపీ: చర్య తీసుకోవడానికి వీక్షకులను ప్రోత్సహించే బలవంతపు ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి.

మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి మరియు ప్రారంభించండి:

1. ప్రచార సెట్టింగ్లను ఒకటికి రెండుసార్లు తనిఖీ చేయండి:
 - మీ వీడియో ప్రకటన, లక్ష్యం, బిడ్డింగ్ వ్యూహం మరియు బడ్జెట్ను సమీక్షించండి.
2. ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి:

- ప్రతిదీ కాన్సిగర్ చేసిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ వీడియో ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి.

Google ప్రకటనలలో మొబైల్ నెట్వర్క్ ప్రచారం

కొత్త మొబైల్ నెట్వర్క్ ప్రచారాన్ని సృష్టించండి:

ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారంపై క్లిక్ చేయండి:

- ఎంచుకోండి మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి మీ ప్రచార సెట్టింగ్లపై పూర్తి నియంత్రణను కలిగి ఉండటానికి.

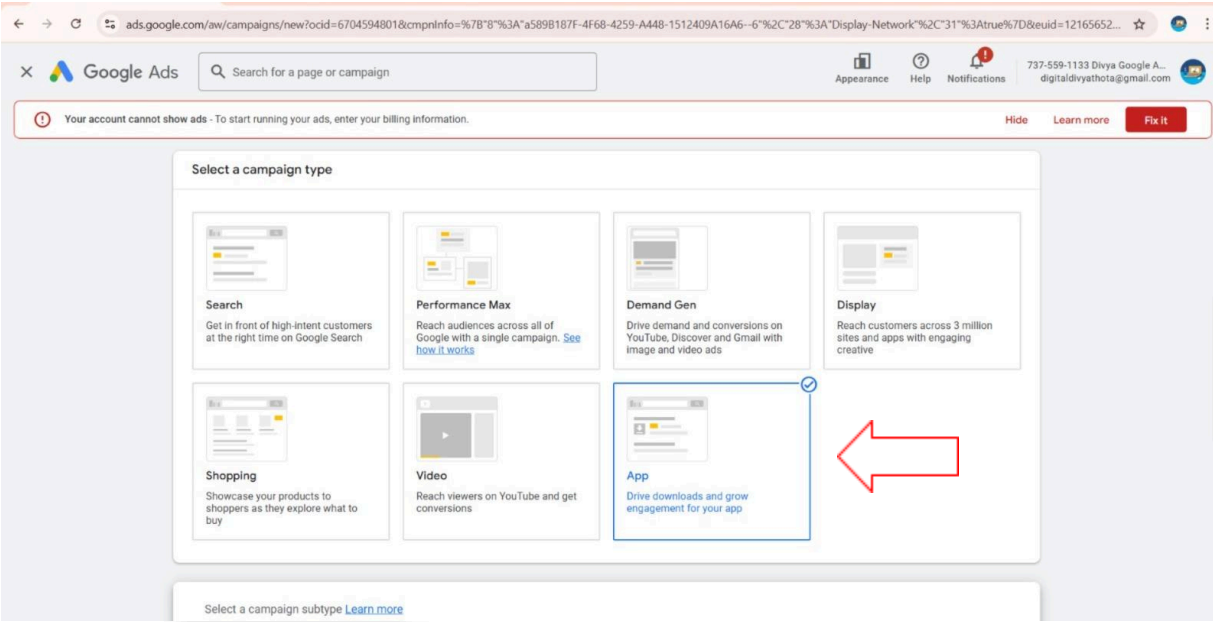
ప్రచార రకాన్ని ఎంచుకోండి

మీ వెబ్సైట్ URLని నమోదు చేయండి:

- మీరు ప్రచారం చేయాలనుకుంటున్న ల్యాండింగ్ పేజీ యొక్క URLని నమోదు చేసి, కొనసాగించు క్లిక్ చేయండి.

ప్రచార రకాన్ని ఎంచుకోండి:

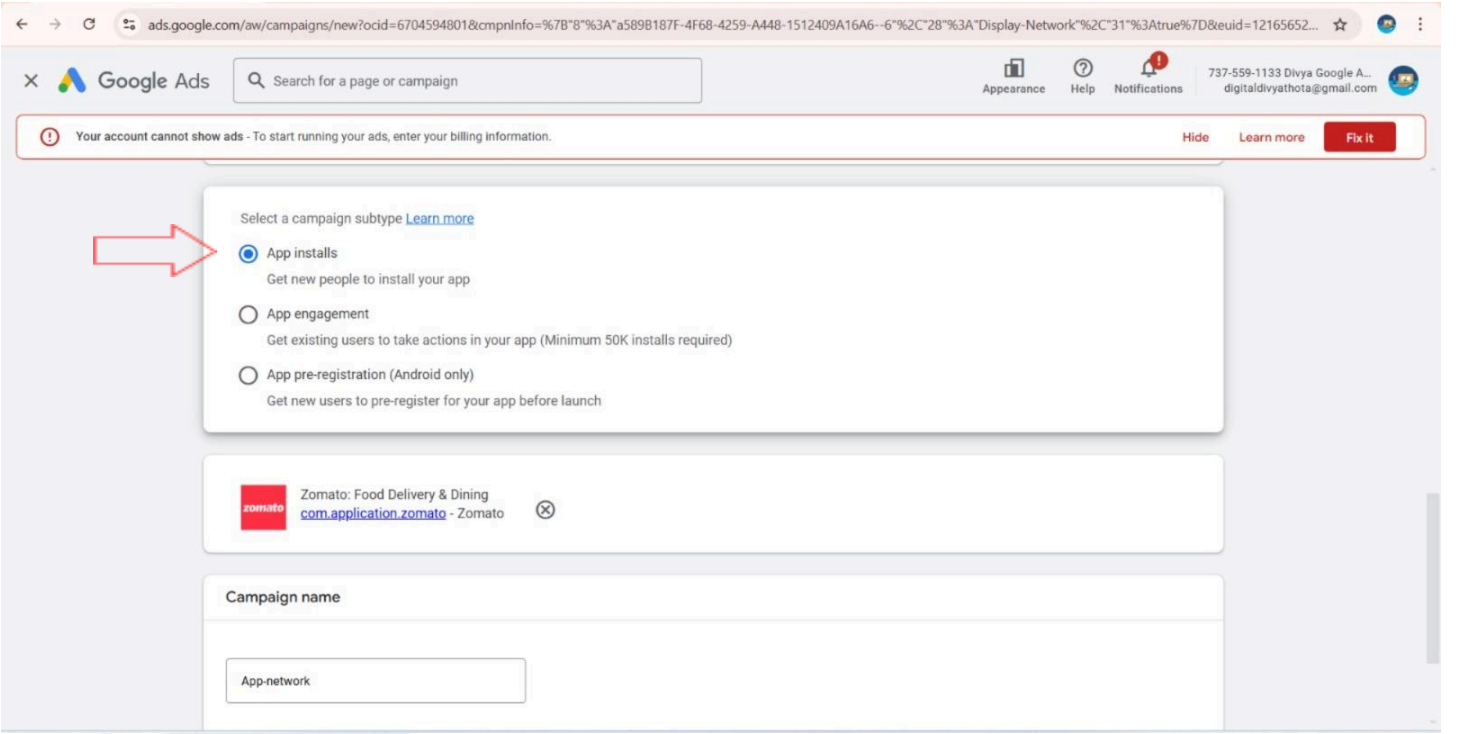
- ఎంచుకోండి యాప్ ప్రచారం.



- Google ప్రకటనలు Google నెట్వర్క్లో శోధన, ప్రదర్శన, YouTube మరియు Google Playతో సహా మీ యాప్ను ప్రచారం చేయడానికి అనేక రకాల ఫార్మాట్లను స్వయంచాలకంగా ఉపయోగిస్తాయి.
- ఎంచుకోండి యాప్ను ఇన్స్టాల్ చేయండి యాప్ డౌన్లోడ్లను పెంచడం మీ లక్ష్యం అయితే, లేదా యాప్తో నిశ్చితార్థం మీరు ఇప్పటికే ఉన్న వినియోగదారుల నుండి యాప్లో చర్యలను ప్రోత్సహించాలనుకుంటే.

మీ యాప్ సమాచారాన్ని నమోదు చేయండి:

- మీ యాప్లను అందించండి పేరు మరియు **URL** (యాప్ స్టోర్ లేదా గూగుల్ ప్లే స్టోర్ URL).
- మీ యాప్ ఆధారంగా సరైన ప్లాట్ఫారమ్ను (iOS లేదా Android) ఎంచుకోండి.
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు.



ప్రచార సెట్టింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & బిడ్డింగ్ నిర్వచించండి:

- సులభమైన గుర్తింపు కోసం మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి (ఉదా., “యాప్ ఇన్స్టాల్ క్యాంపెయిన్”).
- బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి: CPA (ఇన్స్టాల్‌షన్‌కు ఖర్చు)

బడ్జెట్ & స్థానాలను సెట్ చేయండి:

రోజువారీ బడ్జెట్‌ను సెట్ చేయండి: మీ యాప్ ప్రమోషన్ క్యాంపెయిన్‌లో మీరు రోజు ఎంత ఖర్చు చేయాలనుకుంటున్నారో పేర్కొనండి.

లక్ష్య పరికరాలు:

- మీరు వినియోగదారులను లక్ష్యంగా చేసుకోవచ్చు మొబైల్ పరికరాలు మీ యాప్ ప్రచారం కోసం (స్మార్ట్ఫోన్లు లేదా టాబ్లెట్లు).
- అధునాతన చిట్కా: మీరు iOS లేదా Android పరికరాలను మాత్రమే లక్ష్యంగా చేసుకోవాలనుకుంటే, సెట్టింగ్లలో తదనుగుణంగా లక్ష్యాన్ని సర్దుబాటు చేసినట్లు నిర్ధారించుకోండి.

మీ ప్రకటన సమూహం & ఆస్తులను సెటప్ చేయండి:

ప్రకటన ఆస్తులను సృష్టించండి:

- యాప్ ప్రచారాల కోసం, వివిధ ఫార్మాట్లలో (శోధన ప్రకటనలు, ప్రదర్శన ప్రకటనలు, YouTube వీడియో ప్రకటనలు మొదలైనవి) స్వయంచాలకంగా ప్రకటనలను సృష్టించడానికి Google ప్రకటనలు అనేక రకాల ఆస్తులను ఉపయోగిస్తాయి. మీరు అందించవలసినవి ఉంటుంది:

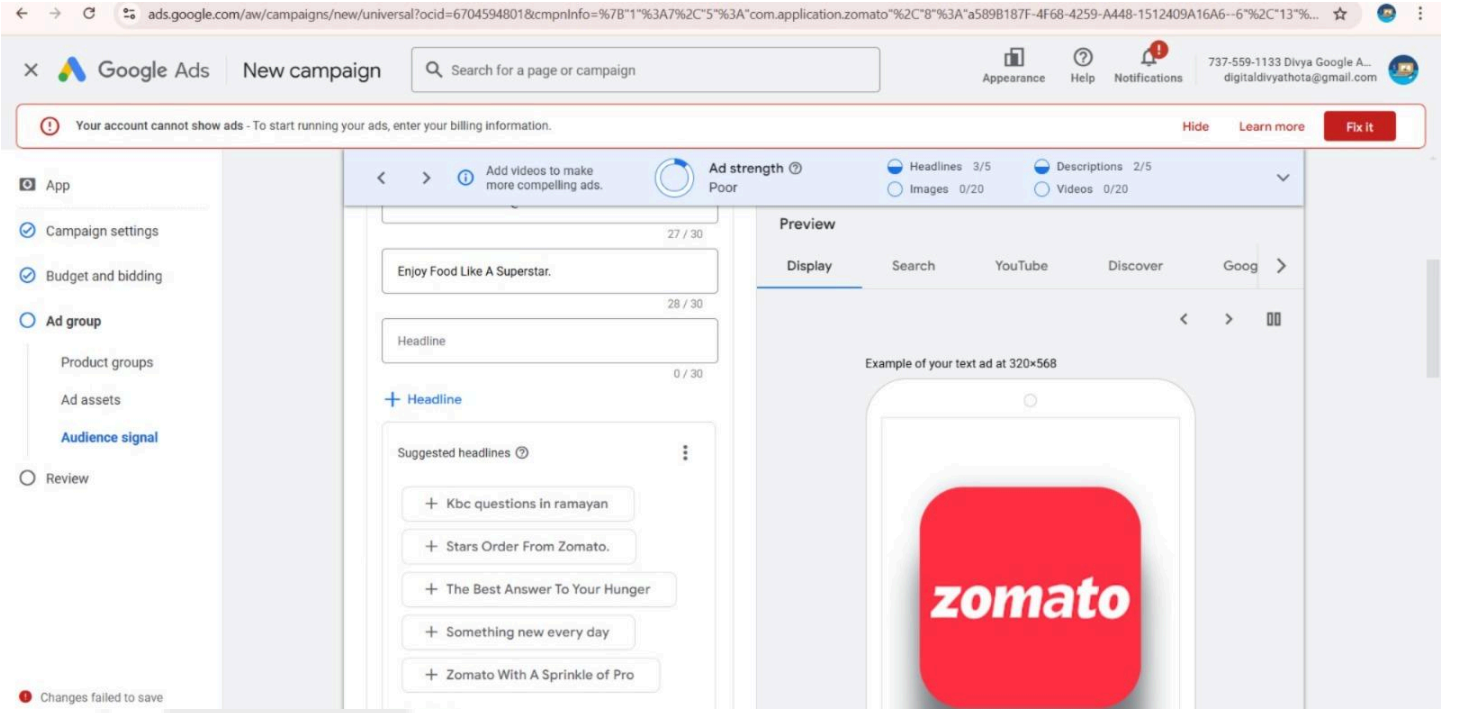
వచన ఆస్తులు: 3-5 ముఖ్యాంశాలు మరియు 2-5 వివరణలు. నెట్వర్క్ అంతటా మీ ప్రకటనలను సృష్టించడానికి ఇవి ఉపయోగించబడతాయి.

- ఉదాహరణ హెడ్లైన్: "మా యాప్ని ఇప్పుడే డౌన్లోడ్ చేసుకోండి"
- ఉదాహరణ వివరణ: "ప్రత్యేకమైన ఆఫర్లను పొందండి మరియు ప్రతి కొనుగోలుపై ఆదా చేయండి. ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయండి!"

చిత్ర ఆస్తులు: మీ ప్రదర్శన ప్రకటనలలో ఉపయోగించబడే చిత్రాలను అప్లోడ్ చేయండి.

వీడియో ఆస్తులు (ఐచ్ఛికం): మీరు YouTube కోసం వీడియోలను అప్లోడ్ చేయవచ్చు మరియు ప్రకటనలను ప్రదర్శించవచ్చు. వీడియోలు సాధారణంగా యాప్ ఎంగేజ్మెంట్ను మెరుగుపరుస్తాయి, కాబట్టి వాటిని జోడించడం ప్రయోజనకరంగా ఉంటుంది.

యాప్ స్టోర్ లింక్లు: Google Play Store మరియు Apple App Store రెండింటికీ మీ యాప్ డౌన్లోడ్ లింక్లను జోడించండి.



కాల్-టు-యాక్షన్ (CTA) జోడించండి:

- ప్రచార లక్ష్యం ఆధారంగా Google ప్రకటనలు సంబంధిత CTAని (ఉదా., “ఇప్పుడే ఇన్స్టాల్ చేయి” లేదా “మరింత తెలుసుకోండి”) ఎంచుకుంటుంది.

మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి మరియు ప్రారంభించండి:

1. ప్రచార సెట్టింగ్లను ఒకటికి రెండుసార్లు తనిఖీ చేయండి:
 - మీ అన్ని ప్రకటన ఆస్తులు, బడ్జెట్, బిడ్డింగ్ వ్యూహం మరియు లక్ష్య సెట్టింగ్లను సమీక్షించండి. ప్రారంభించే ముందు మొత్తం సమాచారం సరైనదని నిర్ధారించుకోండి.
2. ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి:
 - ప్రతిదీ సరిగ్గా కనిపించిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ యాప్ నెట్వర్క్ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి.

షాపింగ్ Google ప్రకటనలలో నెట్వర్క్ ప్రచారం

Step 1: మీ ఇ-కామర్స్ వెబ్సైట్ను సెటప్ చేయండి

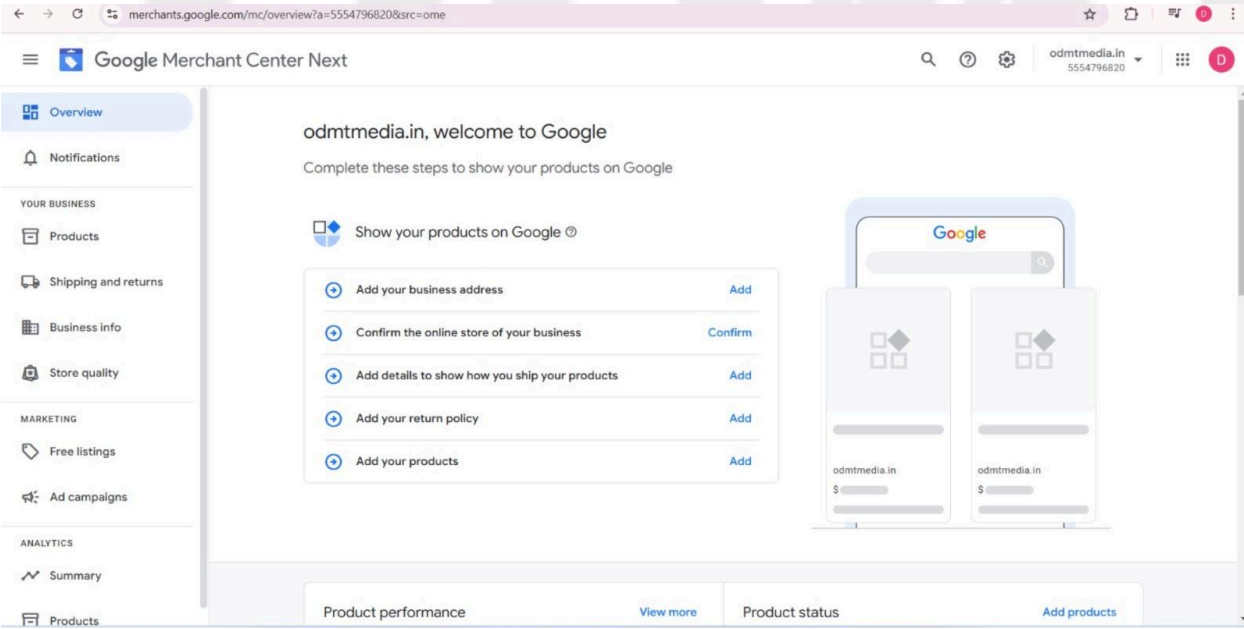
మీ వెబ్సైట్ ఇ-కామర్స్ సిద్ధంగా ఉందని నిర్ధారించుకోండి: మీ సైట్ ఒక కలిగి ఉండాలి సురక్షిత చెక్అవుట్ ప్రక్రియ (SSL సర్టిఫికేషన్), స్పష్టంగా ఉంది ఉత్పత్తి పేజీలు, మరియు వినియోగదారులకు సులభమైన నావిగేషన్.

మీ ఉత్పత్తి డేటాను సిద్ధం చేయండి: మీ Google మర్చంట్ సెంటర్ ఫీడ్లో ఉపయోగించబడే మీ ఉత్పత్తుల గురించి (శీర్షిక, వివరణ, ధర, చిత్రం, లభ్యత మొదలైనవి) అవసరమైన సమాచారాన్ని సేకరించండి.

Step 2: Google మర్చంట్ సెంటర్ (GMC) ఫీడ్ని సెటప్ చేయండి

Google మర్చంట్ సెంటర్ ఖాతాను సృష్టించండి:

- వెళ్ళండి [Google వ్యాపార కేంద్రం](#) మరియు మీకు ఇప్పటికే ఖాతా లేకుంటే ఖాతాను సృష్టించండి.



- మీ వెబ్సైట్ URL, వ్యాపార సమాచారం మరియు దేశాన్ని నమోదు చేయండి.
- మీ సైట్ మీ వ్యాపార కేంద్రం ఖాతాకు లింక్ చేయబడిందని నిర్ధారించుకోవడానికి GMCలో మీ వెబ్సైట్ను ధృవీకరించండి మరియు క్లెయిమ్ చేయండి.

Confirm the online store of your business

odmtmedia.in
5554796820

Enter your online store URL

Your online store URL
https://safiyapracitise.odmtmedia.in/
Example: https://www.store.example.com

Not yet verified
Not yet claimed

Select how you want to verify
[How verification works](#) [More options](#)

Get a code sent to your business email
If you have a business email address

Use your ecommerce platform
If you're already using a supported platform (select to see the full list below)

Add an HTML tag or file
If you have access to your server, this method works best for most merchants

Use Google Tag Manager
If you're already using Google Tag Manager on your online store

Cancel [Verify your online store](#)

మీ ఉత్పత్తి ఫీడ్ని సెటప్ చేయండి:

- ఉత్పత్తి ఫీడ్: మీ ఉత్పత్తి వివరాలను (ఉత్పత్తి IDలు, శీర్షికలు, వివరణలు, ధరలు, చిత్రాలు, లభ్యత మొదలైనవి) కలిగి ఉన్న షైల్స్ను అప్లోడ్ చేయండి. మీరు ఈ ఫీడ్ని మాన్యువల్గా అప్లోడ్ చేయవచ్చు లేదా Google షీల్స్ టెంప్లేట్ లేదా APIని ఉపయోగించి ఆటోమేటిక్ ఫీడ్ని సెటప్ చేయవచ్చు.

ఫీడ్ నియమాలు: మీ ఉత్పత్తి ఫీడ్ Google విధానాలకు కట్టుబడి ఉందని నిర్ధారించుకోండి.

ఉదాహరణకు:

- శీర్షిక: కీలక పదాలను నింపకుండా సంబంధిత కీలకపదాలను చేర్చండి.
- వివరణ: ఉత్పత్తుల యొక్క స్పష్టమైన, సంక్షిప్త మరియు ఖచ్చితమైన వివరణలను అందించండి.

← → ↻ merchants.google.com/mc/directoffers/create?a=5554796820&tab=direct&initialLanguage=en&back=%252Fmc%252Fproducts%252Fsources%252FcreatePrimaryFeed%253Fa%253D555... ☆

odmtmedia.in 5554796820

Add products one by one

Product details
Make sure to add high quality product details that match your online store, if you have one. Add more details to help your products appear in more places on Google.

Product page on your online store*
https://safiyapractise.odmtmedia.in/shop/

Example: https://www.mystore.com/product1 41 / 2000

Title
Kyara Collection Woman's Star Printed Crepe Blue Tunic Tops 59 / 150

Brand
KYARA FASHION 13 / 70

Description*
Product Details
Name : Kyara Collection Woman's Star Printed Crepe Blue Tunic Tops
Fabric : Crepe
Sleeve Length : Three-Quarter Sleeves
Pattern : Printed
Net Quantity (N) : 1
Sizes :
S (Bust Size : 36 in, Length Size: 27 in)
M, L, XL (Bust Size : 42 in, Length Size: 27 in)
XXL (Bust Size : 44 in, Length Size: 27 in)

This is the page on your website where people land when they click this product on Google

* Required field

Cancel Save & add another Save

- చిత్రాలు: Google అవసరాలకు అనుగుణంగా ఉండే అధిక-నాణ్యత చిత్రాలను ఉపయోగించండి.
- ధర & లభ్యత: ధర మరియు లభ్యత ఖచ్చితమైనవి మరియు క్రమం తప్పకుండా నవీకరించబడతాయని నిర్ధారించుకోండి.

← → ↻ merchants.google.com/mc/directoffers/create?a=5554796820&tab=direct&initialLanguage=en&back=%252Fmc%252Fproducts%252Fsources%252FcreatePrimaryFeed%253Fa%253D555... ☆

odmtmedia.in 5554796820

Add products one by one

Product images
Additional images are often critical for users to understand what the product looks like from different angles and in different contexts

Transform your product images into lifestyle images with AI-generated backgrounds to attract customers
Get started

Non-apparel images: at least 100 x 100 pixels
Apparel images: at least 250 x 250 pixels
No image larger than 64 megapixels
No image file larger than 16MB
[Learn more about images](#)

Main image

Price, condition & availability
Set category, condition, price and availability here. If you have multiple

Product type
Cloth
Example: Garden furniture 5 / 750

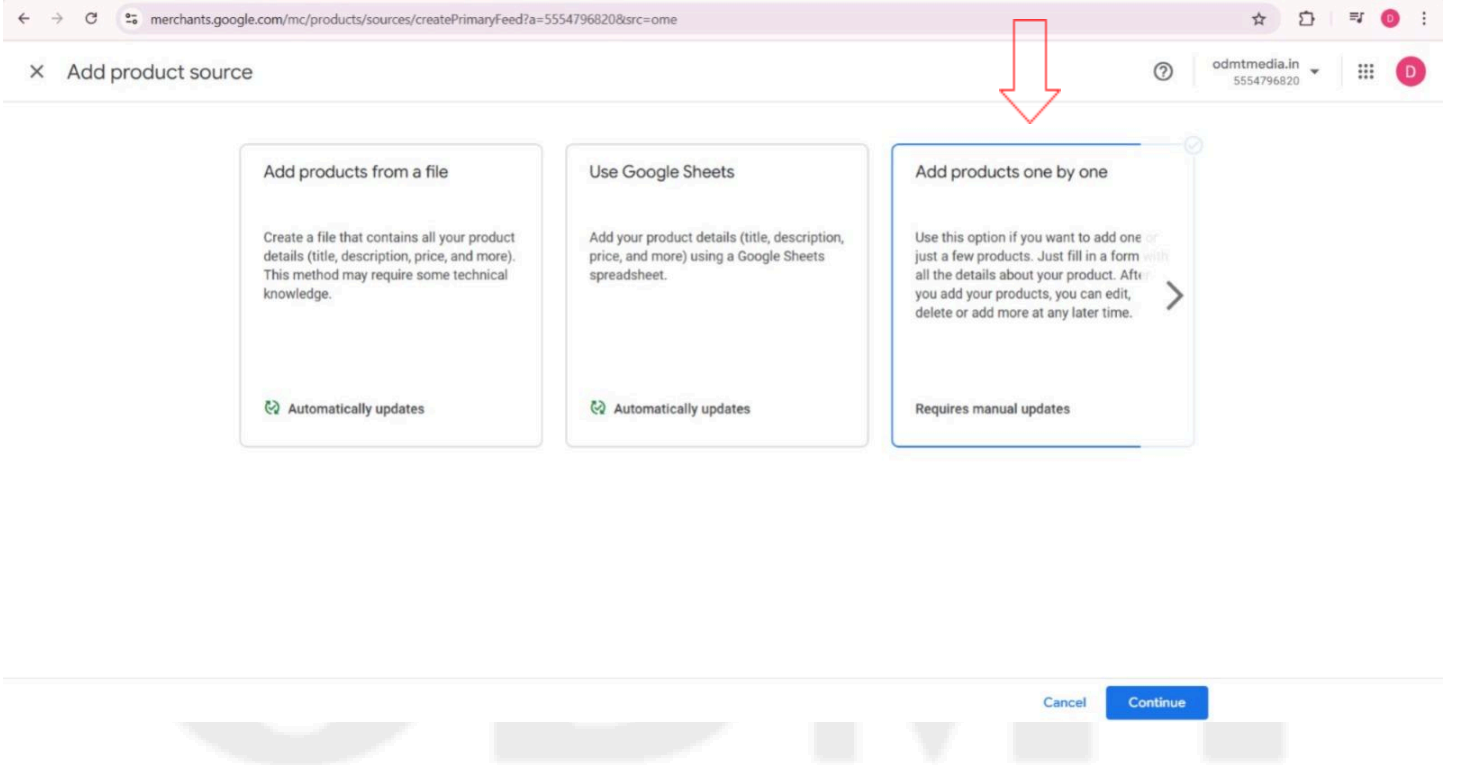
Use the product type attribute to include your own product categorization system in your product data

* Required field

Cancel Save & add another Save

ఫీడ్ ఫార్మాట్ ఎంపికలు:

- మీరు వంటి ఫార్మాట్లలో ఫీడ్లను అప్లోడ్ చేయవచ్చు **CSV, TSV** లేదా **XML**.
- Google కూడా అందిస్తుంది ఆటోమేటెడ్ ఫీడ్ మీరు మీ ఇ-కామర్స్ ప్లాట్ఫారమ్తో ఇంటిగ్రేషన్ సిస్టమ్ను కలిగి ఉంటే (ఉదా., Shopify, WooCommerce, BigCommerce) ఎంపిక.



మీ ఫీడ్ని సమీక్షించండి & సమర్పించండి:

- అప్లోడ్ చేసిన తర్వాత, Google మీ ఫీడ్ని ప్రాసెస్ చేస్తుంది. లేవని నిర్ధారించుకోండి లోపాలు తనిఖీ చేయడం ద్వారా మీ ఫీడ్లో డయాగ్నోస్టిక్స్ Google మర్చంట్ సెంటర్లో ట్యాబ్.
- అధునాతన చిట్కా: ఏర్పాటు ఆటోమేటిక్ ఫీడ్ రిఫ్రెష్ Google మర్చంట్ సెంటర్తో మీ ఉత్పత్తి డేటాను తాజాగా ఉంచడానికి.

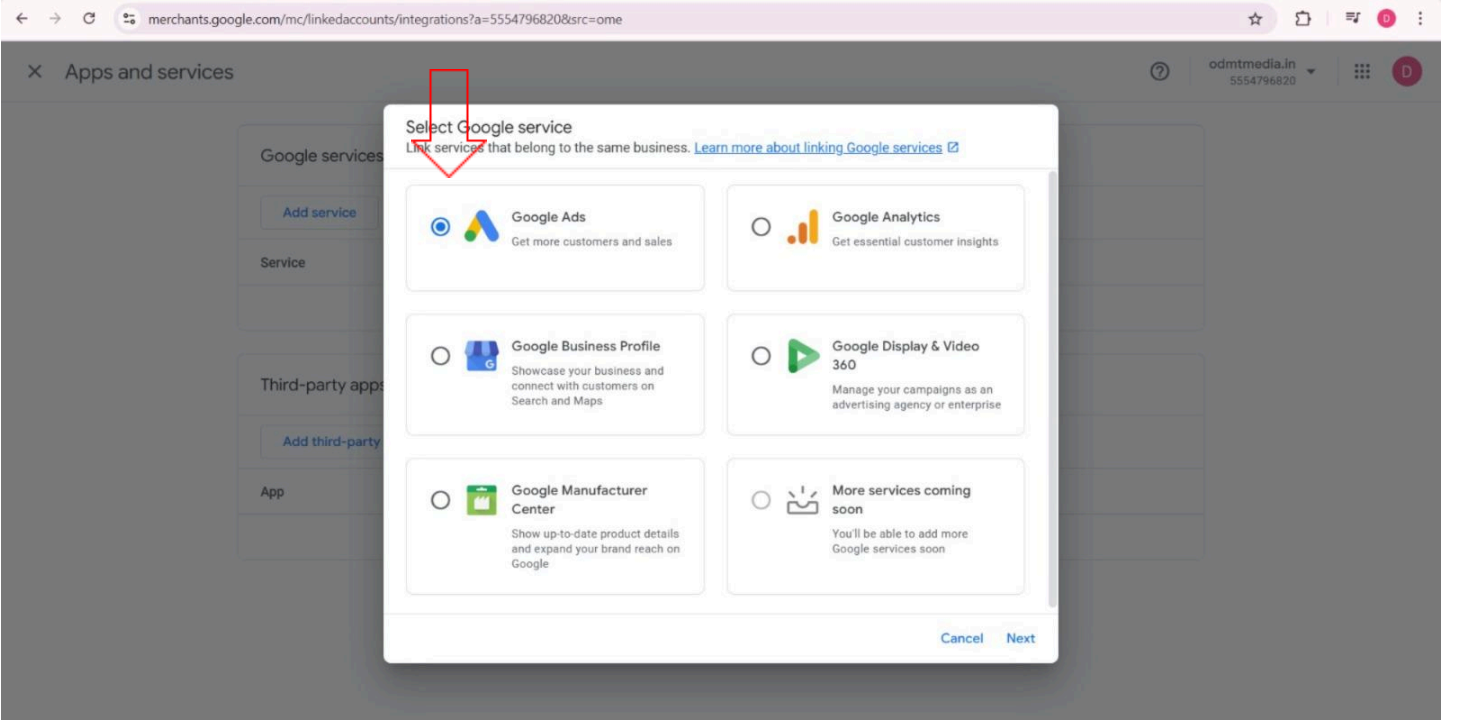
Step 3: Google ప్రకటనలు మరియు Google మర్చంట్ సెంటర్ (GMC)ని లింక్ చేయండి

Google ప్రకటనల ఖాతాకు వెళ్ళండి:

- మీ Google ప్రకటనల ఖాతాకు లాగిన్ చేయండి.
- నావిగేట్ చేయండి సాధనాలు & సెట్టింగ్లు → లింక్డ్ ఖాతాలు.

Google వ్యాపార కేంద్రాన్ని Google ప్రకటనలకు లింక్ చేయండి:

- కింద లింక్ చేయబడిన ఖాతాలు, ఎంచుకోండి **Google** వ్యాపార కేంద్రం.
- క్లిక్ చేయండి + మీ వ్యాపార కేంద్రం ఖాతాను Google ప్రకటనలకు లింక్ చేయడానికి.
- మీ ఎంపికను ఎంచుకోవడం ద్వారా లింక్ను ధృవీకరించండి వ్యాపార కేంద్రం ఖాతా జాబితా నుండి.
- మీరు మీ ఇ-కామర్స్ స్టోర్తో అనుబంధించబడిన సరైన Google మర్చంట్ సెంటర్ ఖాతాను ఎంచుకున్నారని నిర్ధారించుకోండి.



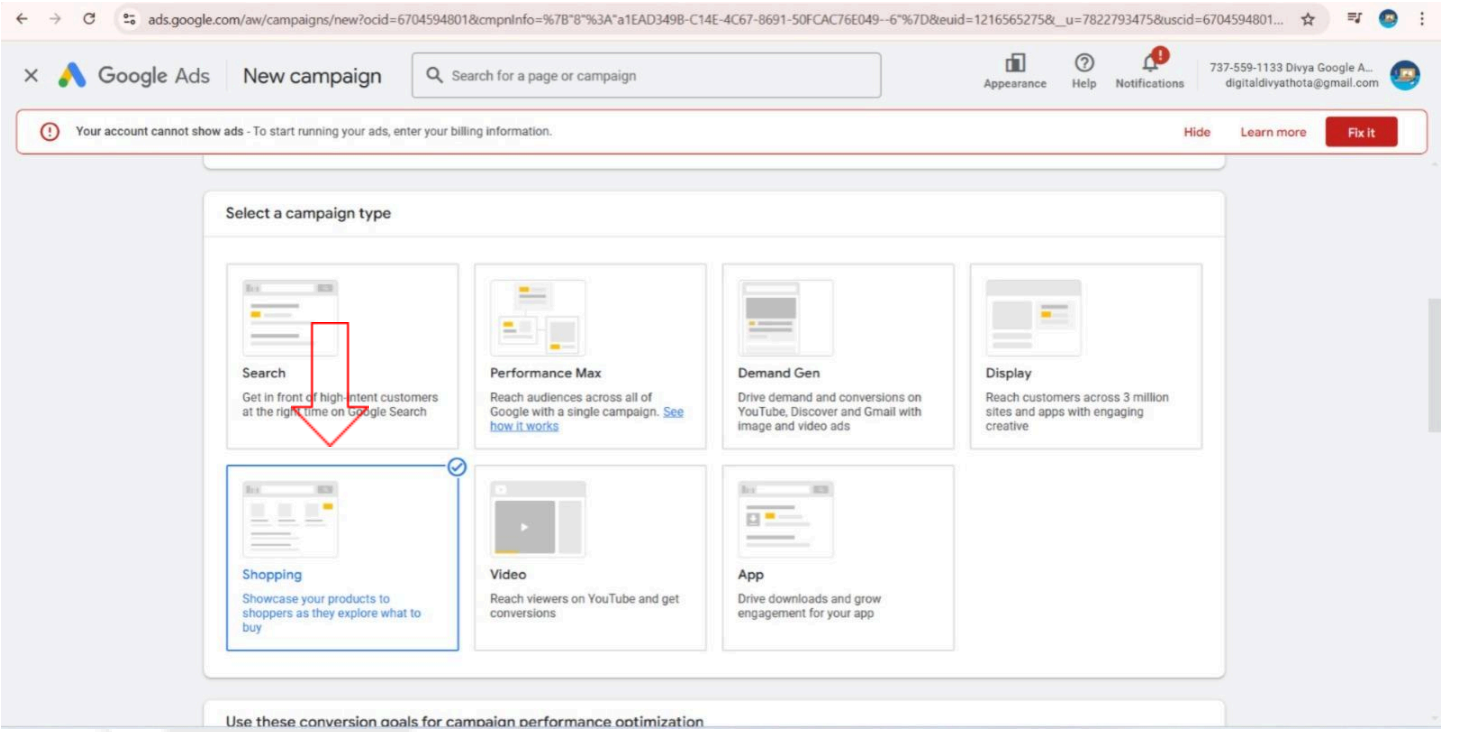
Step 4: Google ప్రకటనలలో షాపింగ్ ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారంపై క్లిక్ చేయండి:

- ఎంచుకోండి మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి మీ ప్రచార సెట్టింగ్లపై పూర్తి నియంత్రణ కోసం.
- ప్రత్యామ్నాయంగా, మీరు ఎంచుకోవచ్చు అమ్మకాలు ఇ-కామర్స్ మార్పిడులపై దృష్టి పెట్టడం లక్ష్యంగా.

ప్రచార రకాన్ని ఎంచుకోండి:

- ఎంచుకోండి షాపింగ్ ప్రచార రకంగా.
- ఈ రకమైన ప్రచారం మీ ఆన్‌లైన్ స్టోర్ కోసం ప్రకటనలను సృష్టించడానికి మీ ఉత్పత్తి ఫీడ్‌ను స్వయంచాలకంగా ఉపయోగిస్తుంది, ఇది Google షాపింగ్, Google శోధన మరియు డిస్‌ప్లే నెట్‌వర్క్‌లో కనిపిస్తుంది.



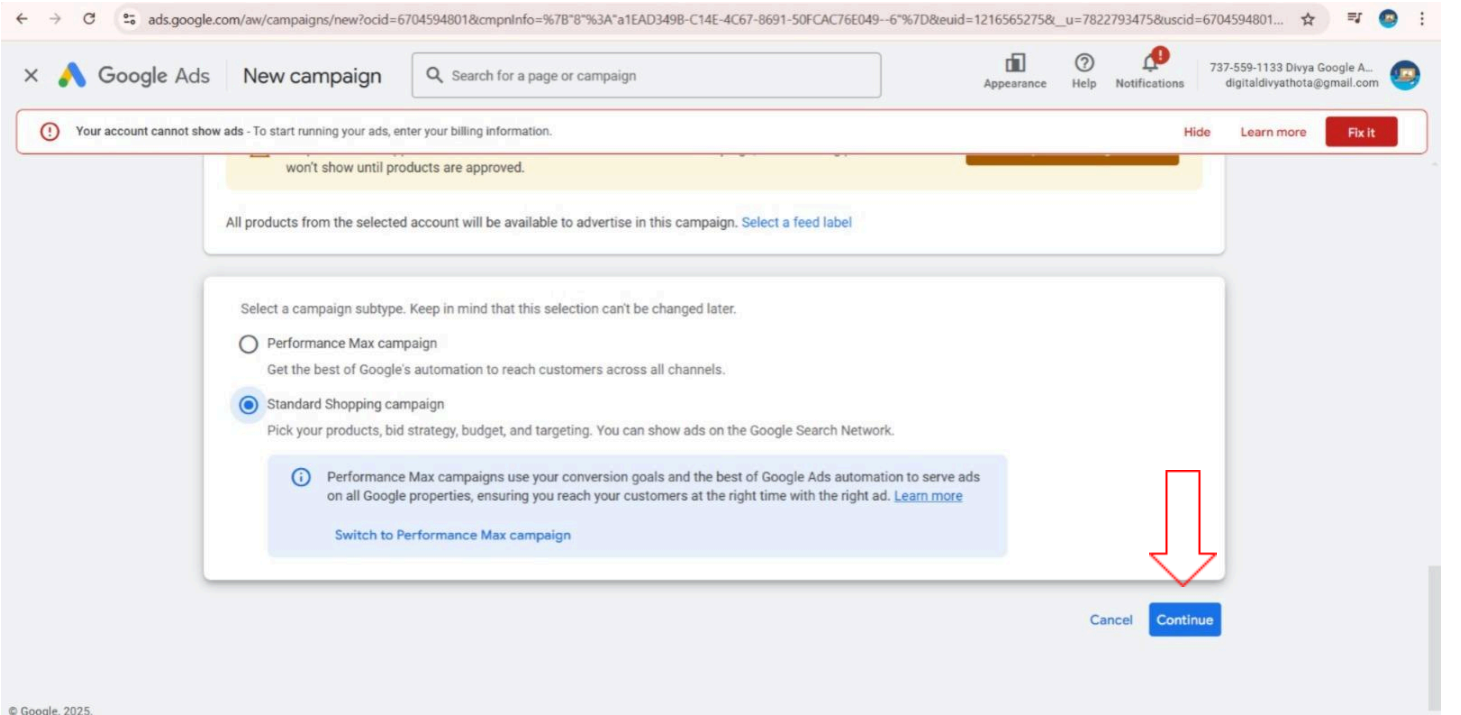
ప్రచార సెట్టింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & బిడ్డింగ్ నిర్వచించండి:

- మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి
- బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి: **CPC**(క్లిక్కు ధర) **CPA**ని మారుస్తుంది (సముపార్జనకు ధర)

స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి:

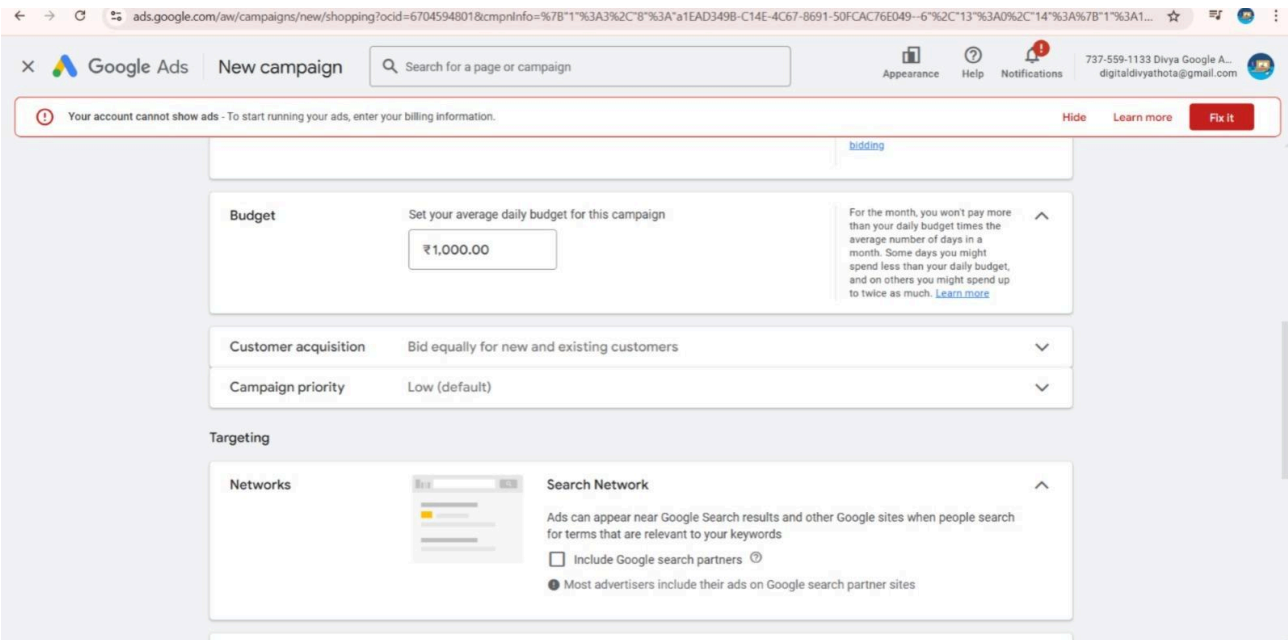
- లక్ష్య స్థానాలు: మీరు మీ ప్రకటనలను చూపాలనుకుంటున్న దేశాలు, నగరాలు లేదా ప్రాంతాలను ఎంచుకోండి.
- లక్ష్య భాషలు: మీ కస్టమర్లు మాట్లాడే భాషలను ఎంచుకోండి.
- అధునాతన చిట్కా: అసంబద్ధమైన క్లిక్లను నివారించడానికి ఎంచుకున్న స్థానాల్లో భౌతికంగా లేదా క్రమం తప్పకుండా ఉండే వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి స్థాన ఎంపికలు → ఉనికిని ఉపయోగించండి.



బడ్జెట్ & షెడ్యూల్ని సెట్ చేయండి:

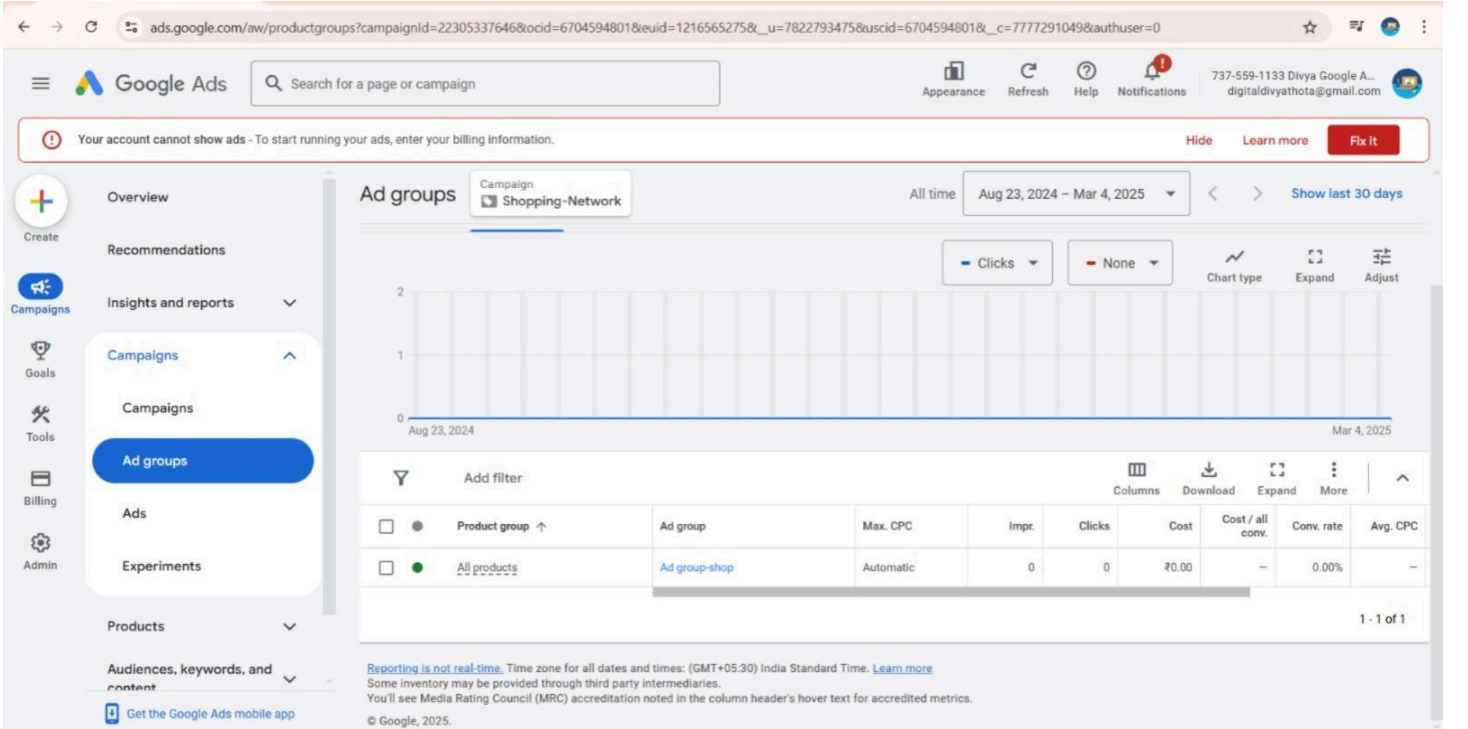
రోజువారీ బడ్జెట్ను సెట్ చేయండి: ప్రచారం కోసం మీరు ప్రతిరోజూ ఎంత ఖర్చు చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్నారో నిర్వచించండి.

ప్రారంభ మరియు ముగింపు తేదీలను సెట్ చేయండి: వర్తిస్తే, మీ ప్రచారం ఎప్పుడు నడుస్తుందో నియంత్రించడానికి ప్రచార ప్రారంభ మరియు ముగింపు తేదీని సెట్ చేయండి.



ఉత్పత్తి సమూహాలను సృష్టించండి:

- మీ ఉత్పత్తులను నిర్వహించండి ఉత్పత్తి సమూహాలు. మీరు వాటిని వర్గాలు, బ్రాండ్లు లేదా అనుకూల లేబుల్ల వారీగా సమూహపరచవచ్చు.
- ఉదాహరణకు:
 - ఉత్పత్తి సమూహం 1: మహిళల బూట్లు
 - ఉత్పత్తి సమూహం 2: పురుషుల దుస్తులు
 - కస్టమ్ లేబుల్స్: టెస్ట్ సెల్లర్స్, సీజనల్ ఉత్పత్తులు



మీ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి:

- ప్రతిదీ సెటప్ చేసిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ షాపింగ్ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి.

Step 5: అసంబద్ధమైన కీవర్డ్లు & ఫీడ్ సమస్యలను నిర్వహించడం

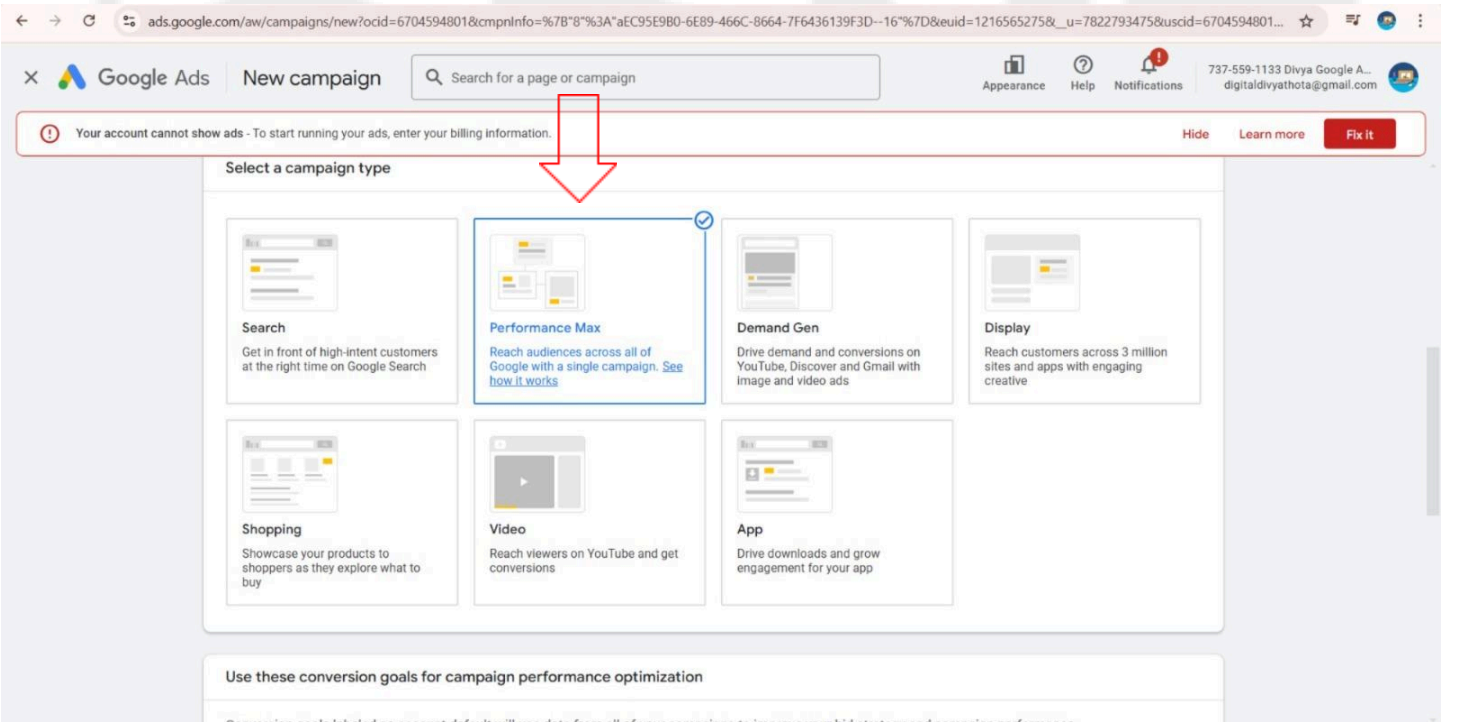
Google ప్రకటనలలో Performance max Campaign :

కొత్త ప్రచారాన్ని సృష్టించండి:

- పై క్లిక్ చేయండి ప్రచారాలు ఎడమ సైడ్‌బార్‌లో ట్యాబ్‌ను క్లిక్ చేసి, ఆపై క్లిక్ చేయండి + కొత్త ప్రచారం బటన్.
- ఎంచుకోండి మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి మీ ప్రచార సెట్టింగ్‌లపై పూర్తి నియంత్రణను కలిగి ఉండటానికి.

ప్రచార రకంగా పనితీరు గరిష్టాన్ని ఎంచుకోండి:

- ఎంచుకోండి పనితీరు గరిష్టం యాక్సెస్ చేయడానికి **Google** యొక్క మొత్తం ఇన్వెంటరీ (శోధన, ప్రదర్శన, YouTube, Gmail, డిస్కవర్ మరియు మ్యాప్స్).
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు కొనసాగడానికి.



ప్రచార సెట్టింగ్‌లను కాన్ఫిగర్ చేయండి

ప్రచారం పేరు & నెట్‌వర్క్‌లను నిర్వచించండి:

- మీ పేరు పనితీరు గరిష్టం తగిన ప్రచారం చేయండి.

స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి:

- లక్ష్య స్థానాలు: భౌగోళిక ప్రాంతాలను (దేశం, నగరం లేదా అనుకూల వ్యాపారం) ఎంచుకోండి.
- లక్ష్య భాషలు: మీ ప్రేక్షకులు మాట్లాడే భాషలను ఎంచుకోండి.
- అధునాతన చిట్కా: క్లిక్ చేయండి స్థాన ఎంపికలు → ఉనికికి ఎంచుకున్న స్థానాల్లో లేదా క్రమం తప్పకుండా ఉండే వినియోగదారులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి.

బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి:

- రోజువారీ బడ్జెట్: మీరు రోజుకు ఎంత ఖర్చు చేయాలనుకుంటున్నారో నిర్ణయించుకోండి.

The screenshot shows the Google Ads campaign setup interface. The main heading is "Your account cannot show ads - To start running your ads, enter your billing information." Below this, there are several sections:

- Bidding:** Three options are shown: "₹3,546.38 Recommended", "₹2,837.10", and "Set custom budget". The "Set custom budget" option is selected.
- Set your average daily budget for this campaign:** A text input field contains "₹1000".
- Weekly estimates:** A table shows "Weekly conv." as 1.8 and "Cost/L.Conv." as ₹7.78. Below it, "Weekly cost" is ₹14.00.
- Warning:** A blue box states: "Your budget is lower than other advertisers' budgets, which may affect performance. Try raising it to at least ₹3,546.38 per day".

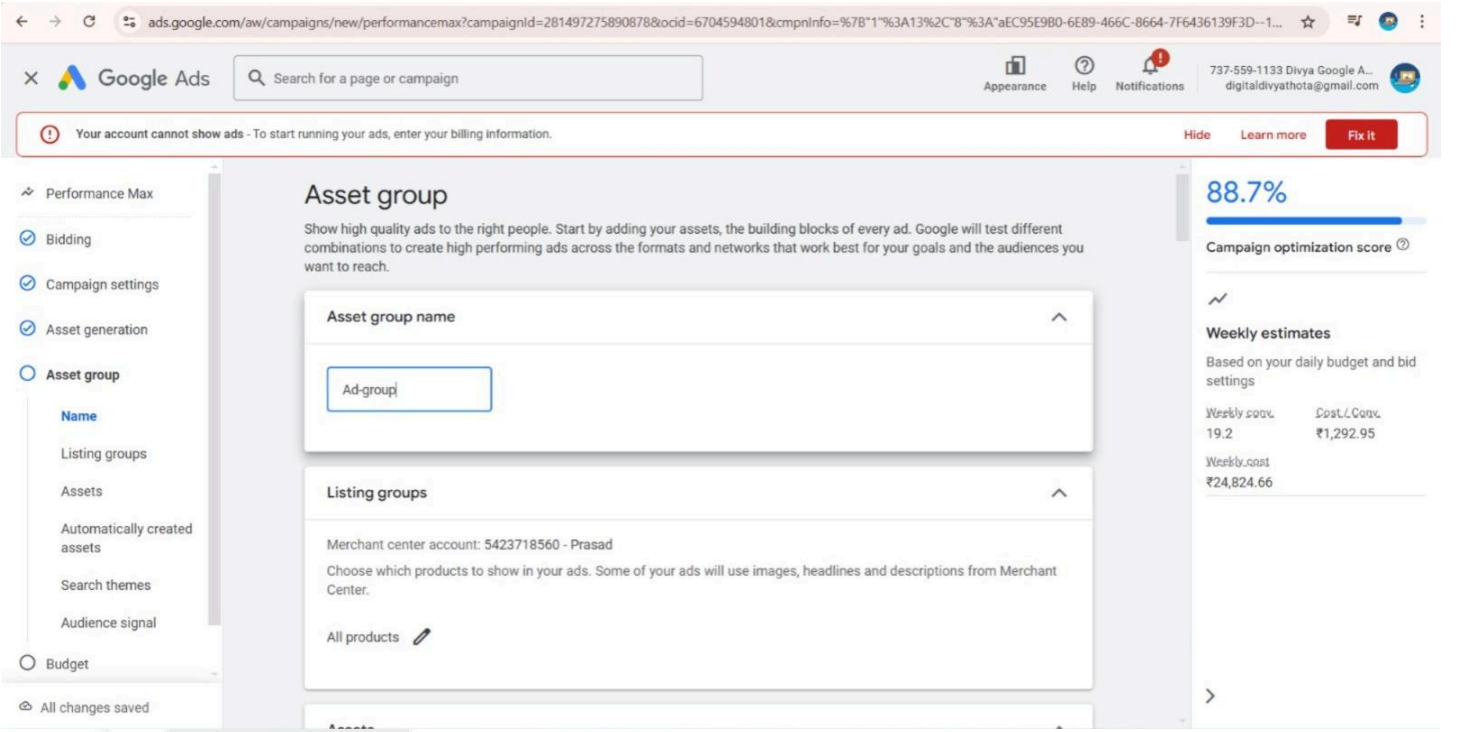
బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి:

- మార్పిడులను పెంచండి: మీ లక్ష్యం ఎక్కువ లీడ్స్ లేదా కొనుగోళ్లు.

మీ అసెట్ గ్రూప్ & టార్గెటింగ్ని సెట్ చేయండి

ఆస్తి సమూహాన్ని సృష్టించండి:

- మీ ఆస్తి సమూహానికి పేరు పెట్టండి లక్ష్య వ్యూహం ఆధారంగా



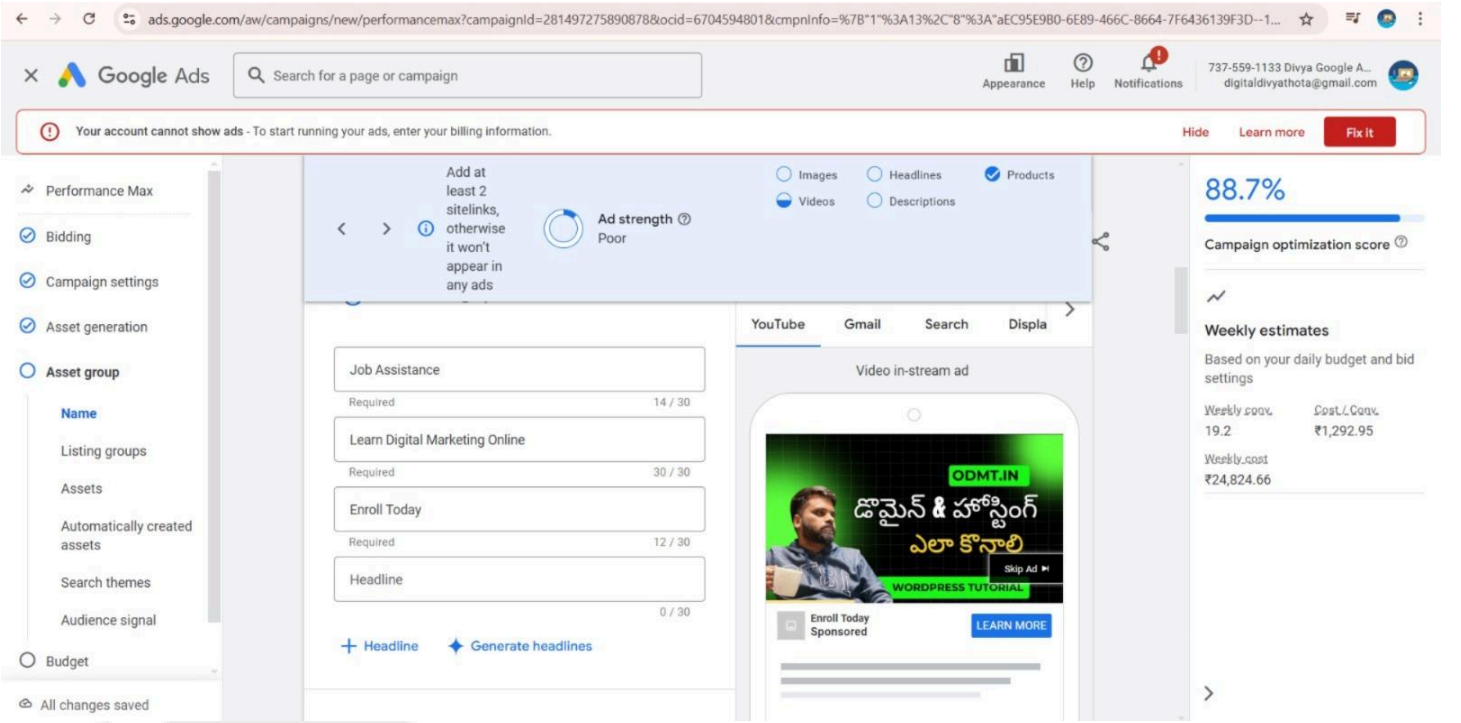
వివిధ ప్రకటన ఆస్తులను అప్‌లోడ్ చేయండి:

- ముఖ్యాంశాలు: గరిష్టంగా 5 ముఖ్యాంశాలు (ఉదా., "పరిమిత-సమయ ఆఫర్, ఇప్పుడే కొనండి!").
- వివరణలు: గరిష్టంగా 5 వివరణలు (ఉదా., "మీ మొదటి ఆర్డర్‌పై 20% తగ్గింపు పొందండి.").
- చిత్రాలు: విభిన్న ఫ్లేస్‌మెంట్‌ల కోసం ఆప్టిమైజ్ చేయబడిన అధిక-నాణ్యత చిత్రాలను అప్‌లోడ్ చేయండి.
- లోగోలు: లోగోలు స్పష్టంగా మరియు బ్రాండ్‌గా ఉన్నాయని నిర్ధారించుకోండి.
- వీడియోలు: వీడియో అందించబడకపోతే, Google ఒకదాన్ని స్వయంచాలకంగా రూపొందించవచ్చు.
- CTA (కాల్-టు-యాక్షన్): ప్రీసెట్ ఎంపికల నుండి ఎంచుకోండి (ఉదా., "ఇప్పుడే షాపింగ్ చేయండి," "సైన్ అప్").

చివరి URL & ప్రకటన పొడిగింపులు

చివరి URLని సెట్ చేయండి:

- అందించండి ల్యాండింగ్ పేజీ URL మీ యాడ్‌ని క్లిక్ చేసిన తర్వాత యూజర్లు ఎక్కడ ల్యాండ్ అవుతారు.
- ప్రారంభించు చివరి URL విస్తరణ అత్యుత్తమ పనితీరు కనబరుస్తున్న ల్యాండింగ్ పేజీలకు ట్రాఫిక్‌ని మళ్లించడానికి Googleని అనుమతించడానికి.



మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి & ప్రారంభించండి

ప్రచార సెట్టింగ్లను ఒకటికి రెండుసార్లు తనిఖీ చేయండి:

- సమీక్షించండి లక్ష్యం, బడ్జెట్, ఆస్తి సమూహాలు మరియు ప్రేక్షకుల సంకేతాలు ప్రతిదీ సరిగ్గా అమర్చబడిందని నిర్ధారించుకోవడానికి.

మీ ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి:

- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ సక్రియం చేయడానికి పనితీరు గరిష్ట ప్రచారం.

Google ప్రకటనలలో పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాలు

పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాలు Google ప్రకటనలు ఒకే ఆటోమేటెడ్ బిడ్డింగ్ వ్యూహం కింద బహుళ ప్రచారాలు, ప్రకటన సమూహాలు మరియు కీలక పదాలను నిర్వహించడానికి ప్రకటనకర్తలను అనుమతించండి.

Google ప్రకటనలలో పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాల రకాలు

- టార్గెట్ CPA (సముపార్జనకు ధర) - - స్థిర ధరతో మరిన్ని మార్పిడులను పొందండి
- టార్గెట్ ROAS (ప్రకటన ఖర్చుపై రాబడి) - రాబడి గరిష్టికరణపై దృష్టి పెట్టండి
- మార్పిడులను గరిష్టికరించండి - సాధ్యమయ్యే అత్యధిక మార్పిడులను పొందండి
- మార్పిడి విలువను పెంచండి - అధిక-విలువ విక్రయాలకు ప్రాధాన్యత ఇవ్వండి

- క్లిక్‌లను పెంచండి - మీ వెబ్‌సైట్‌కి మరింత ట్రాఫిక్‌ను డ్రైవ్ చేయండి

Google ప్రకటనలలో పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాలను ఎలా సెటప్ చేయాలి (దశల వారీ గైడ్)

Step 1: బిడ్ వ్యూహాల విభాగానికి వెళ్ళండి

- క్లిక్ చేయండి "సాధనాలు మరియు సెట్టింగ్‌లు"
- కింద "బడ్జెట్ మరియు బిడ్డింగ్" విభాగం, ఎంచుకోండి "బిడ్ వ్యూహాలు".

Step 2: కొత్త పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సృష్టించండి

- నీలం రంగుపై క్లిక్ చేయండి "+" (ప్లస్) బటన్ కొత్త బిడ్ వ్యూహాన్ని రూపొందించడానికి.
- మీ లక్ష్యాలకు అనుగుణంగా ఉండే బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని ఎంచుకోండి.

ఉదాహరణ:

- మీరు సముపార్జనకు నిర్ణీత ధరతో మరిన్ని మార్పిడులను పొందాలనుకుంటే, ఎంచుకోండి "టార్గెట్ CPA".

Step 3: టార్గెట్ CPAని కాన్ఫిగర్ చేయండి (సముపార్జనకు ధర)

- మీ వ్యూహానికి పేరు పెట్టండి → ఉదాహరణ: "లీడ్ జనరేషన్ - టార్గెట్ CPA \$20"
- మీ టార్గెట్ CPAని సెట్ చేయండి → ఉదాహరణ: నమోదు చేయండి \$20 ప్రతి మార్పిడి (లీడ్ లేదా కొనుగోలు).
- ఈ వ్యూహాన్ని వర్తింపజేయడానికి ప్రచారాలను ఎంచుకోండి.

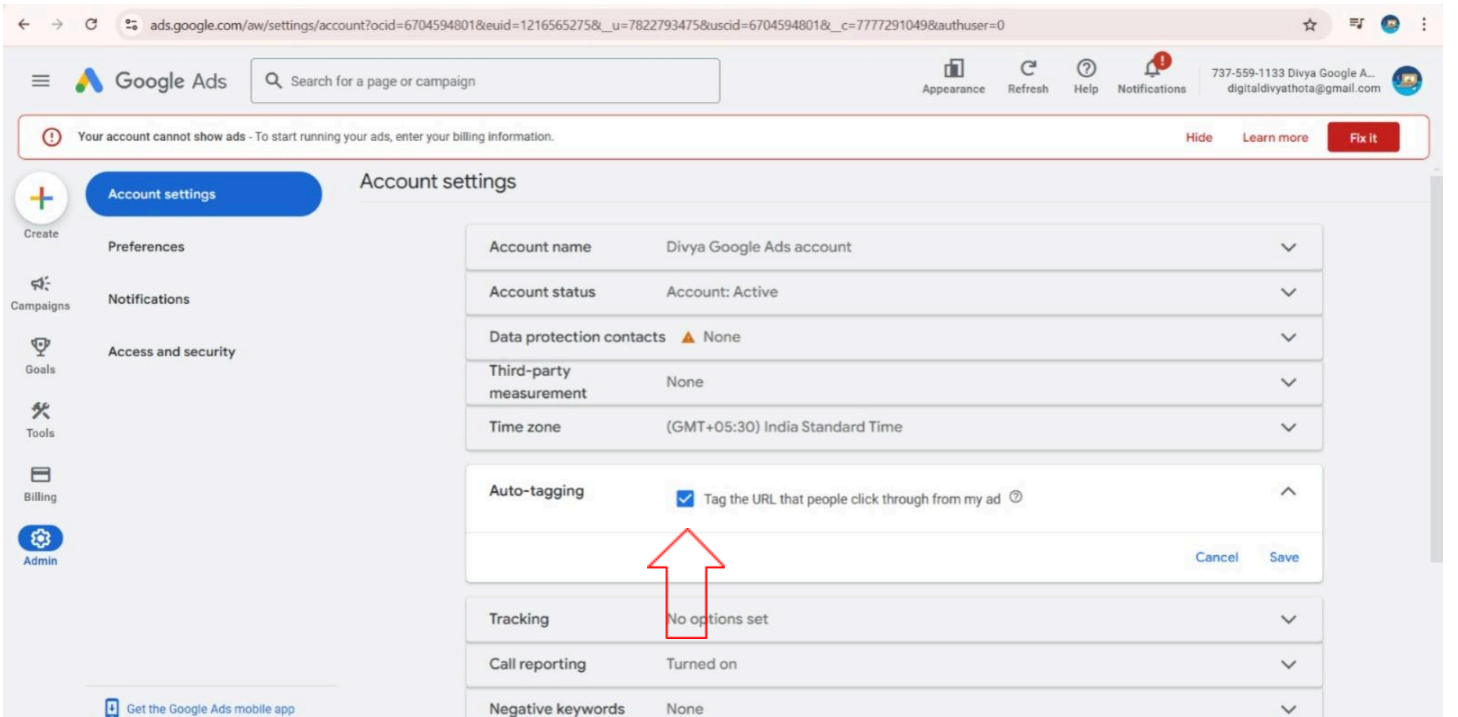
Step 4: ప్రచారాలకు సేవ్ చేయండి మరియు వర్తించండి

- ప్రచారాలను ఎంచుకున్న తర్వాత, క్లిక్ చేయండి "సేవ్".
- ది పోర్ట్‌ఫోలియో బిడ్ వ్యూహం ఇప్పుడు ఎంచుకున్న ప్రచారాలకు వర్తించబడుతుంది.
- Google ప్రకటనలు చేస్తుంది బిడ్‌లను స్వయంచాలకంగా ఆప్టిమైజ్ చేస్తుంది లక్ష్యం CPA వద్ద లేదా అంతకంటే తక్కువ లీడ్‌లను పొందడానికి.

Google ప్రకటనలలో GCLID (Google క్లిక్ ఐడెంటిఫైయర్) అంటే ఏమిటి?

GCLID (Google క్లిక్ ఐడెంటిఫైయర్) a ప్రత్యేక ట్రాకింగ్ పరామితి ఎవరైనా Google ప్రకటనల ప్రకటనపై క్లిక్ చేసినప్పుడు URLలకు జోడించబడుతుంది. ఇది వినియోగదారు పరస్పర చర్యలను ట్రాక్ చేయడంలో మరియు ప్రచార పనితీరును కొలవడంలో సహాయపడుతుంది **Google** ప్రకటనలు, **Google Analytics** మరియు **CRM** సిస్టమ్లు.

ఎప్పుడు ఆటో-ట్యాగింగ్ Google ప్రకటనలలో ప్రారంభించబడింది, GCLID స్వయంచాలకంగా ల్యాండింగ్ పేజీ URLకి జోడించబడుతుంది.



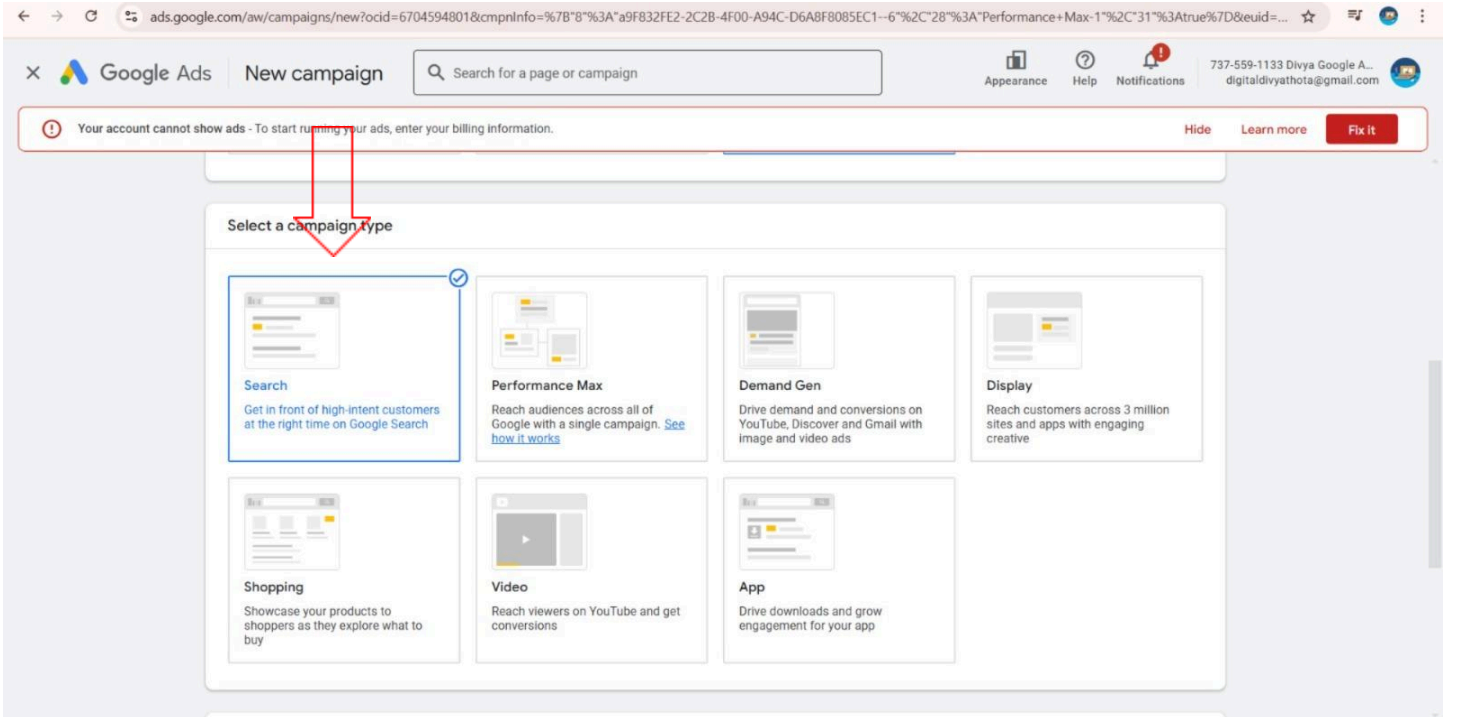
Google ప్రకటనలలో డైనమిక్ శోధన ప్రకటనలు (DSA) అంటే ఏమిటి?

డైనమిక్ శోధన ప్రకటనలు (DSA) ఒక రకం స్వయంచాలక ప్రకటన ఆకృతి వెబ్సైట్ కంటెంట్ ఆధారంగా ముఖ్యాంశాలు మరియు ల్యాండింగ్ పేజీలను డైనమిక్ గా రూపొందించే Google ప్రకటనలలో. కీవర్డ్లను మాన్యువల్ గా ఎంచుకునే బదులు, **Google** మీ వెబ్సైట్ ని స్కాన్ చేస్తుంది మరియు మీ సైట్ లోని సంబంధిత పేజీలకు వినియోగదారు శోధన ప్రశ్నలను స్వయంచాలకంగా సరిపోల్చుతుంది.

Google ప్రకటనలలో డైనమిక్ శోధన ప్రకటనలను (DSA) ఎలా సెటప్ చేయాలి

కొత్త శోధన ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

- Google ప్రకటనలకు లాగిన్ చేయండి (ads.google.com)
- క్లిక్ చేయండి ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారం
- ఒక ఎంచుకోండి లక్ష్యం (మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి)
- ఎంచుకోండి శోధన నెట్వర్క్
- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ URL (వర్తిస్తే)
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు



ప్రచార సెటింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & నెట్వర్క్లను నిర్వచించండి

- మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి

స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి

- ఎంచుకోండి భౌగోళిక స్థానాలు మీరు లక్ష్యం చేయాలనుకుంటున్నారు (దేశం, నగరం లేదా అనుకూల వ్యాసార్థం)
- ఎంచుకోండి భాష మీ కస్టమర్లు మాట్లాడతారు

The screenshot shows the Google Ads interface for setting up a new campaign. The 'Locations' section is expanded, showing the following details:

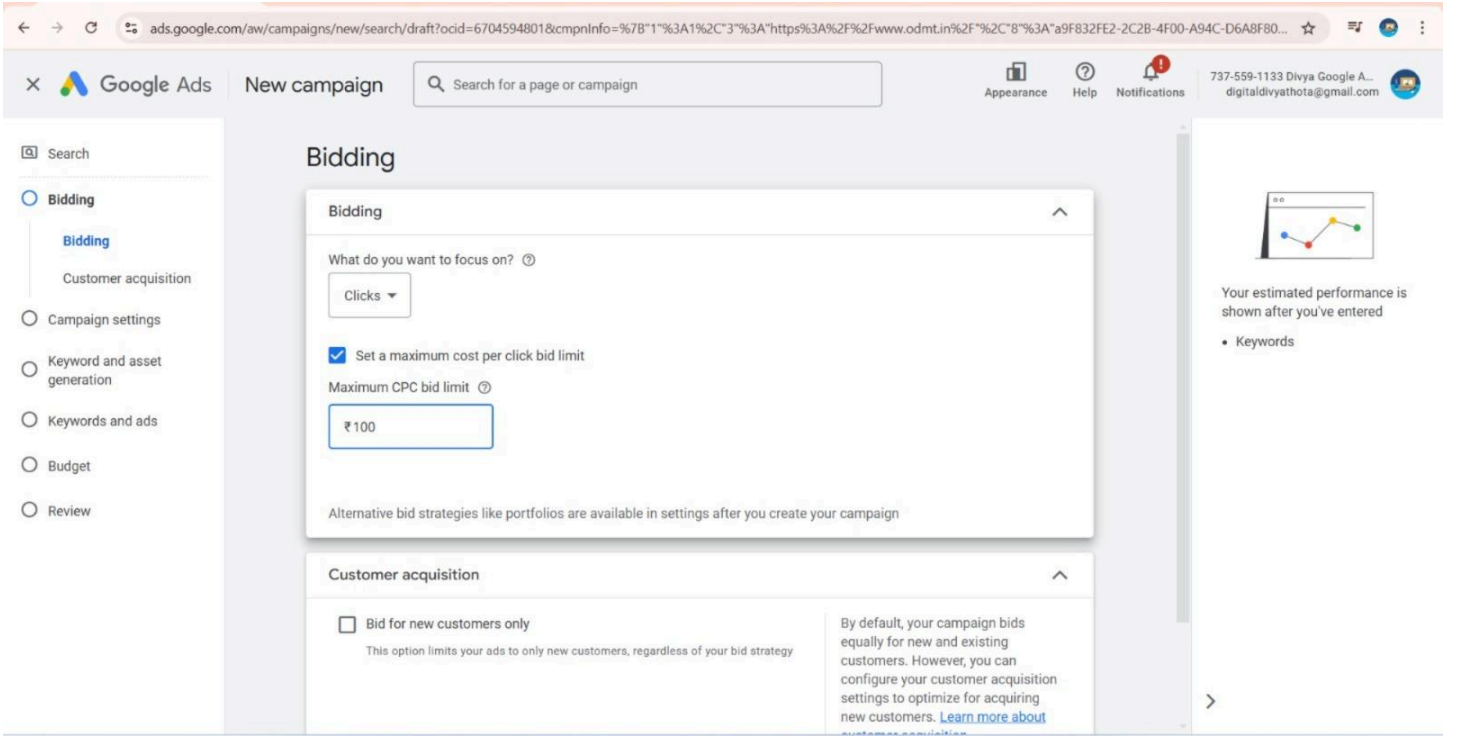
Locations (1)	Reach
Hyderabad, Telangana, India district	7,170,000

The 'Languages' section is also visible, with 'telugu' entered in the search box and 'English' and 'Telugu' selected as options.

బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి

మీ నమోదు చేయండి రోజువారీ బడ్జెట్

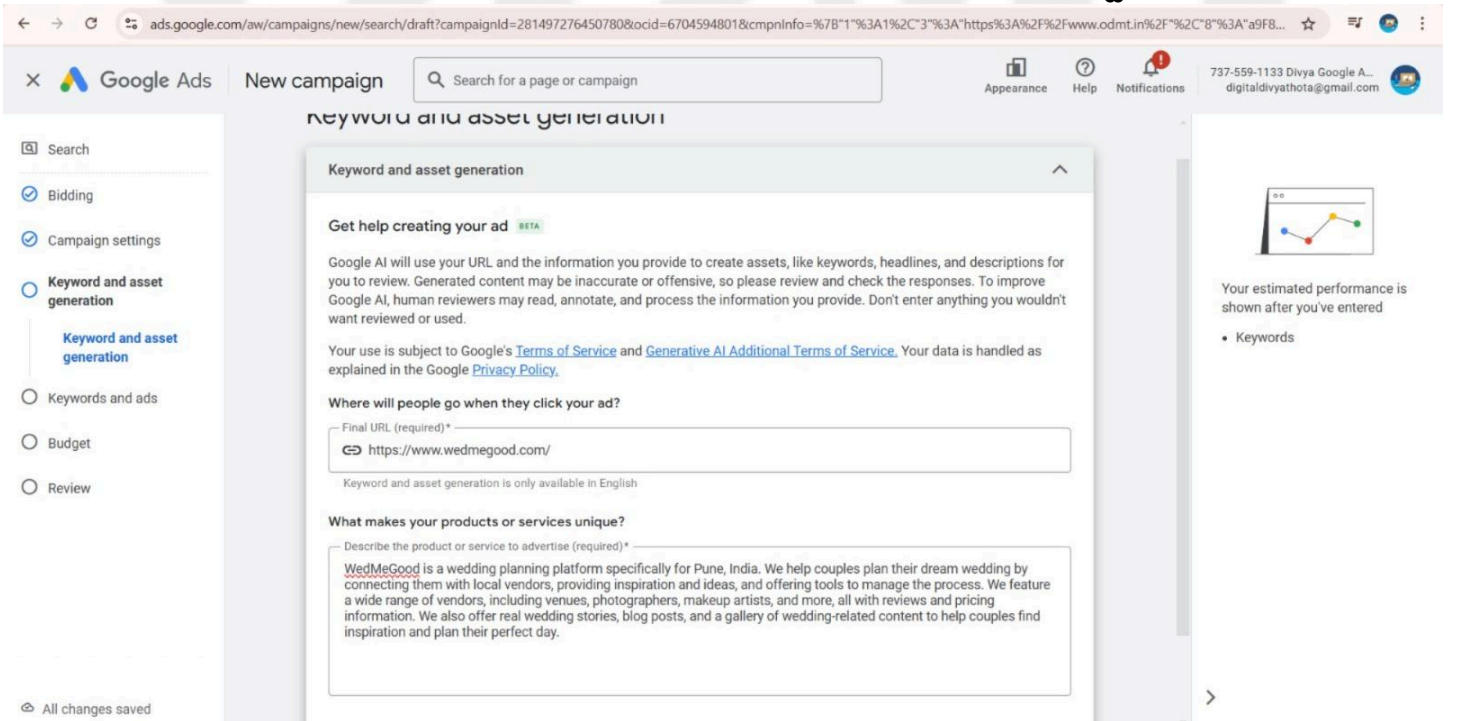
ఒక ఎంచుకోండి బిడ్డింగ్ వ్యూహం: క్లిక్లు



కీవర్డ్ మరియు ఆస్తి ఉత్పత్తి

మీ వెబ్సైట్ url -> రూపొందించండి.

ఇందులో ఆటోమేటిక్ గా ప్రకటన సమూహం వారి వెబ్సైట్ కంటెంట్ ప్రకారం సృష్టిస్తుంది



మీ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి & ప్రారంభించండి

Google ప్రకటనలలో ప్రకటనలను కాల్ చేయాలా?

ప్రకటనలకు కాల్ చేయండి Google ప్రకటనలలో మీ వ్యాపారానికి నేరుగా కాల్ చేయమని వినియోగదారులను ప్రోత్సహించడానికి రూపొందించబడిన ఒక రకమైన ప్రకటన ఆకృతి. వెబ్సైట్ లింక్పై క్లిక్ చేయడానికి బదులుగా, వినియోగదారులు కాల్ చేయడానికి ప్రకటనను నొక్కండి వారి మొబైల్ పరికరాల నుండి మీ వ్యాపారం.

Google ప్రకటనలలో కాల్ ప్రకటనలను ఎలా సెటప్ చేయాలి

- **Google** ప్రకటనలకు లాగిన్ చేయండి (ads.google.com)
- క్లిక్ చేయండి ప్రచారాలు → + కొత్త ప్రచారం
- ఒక ఎంచుకోండి లక్ష్యం (మార్గదర్శకత్వం లేకుండా ప్రచారాన్ని సృష్టించండి)
- ఎంచుకోండి శోధన నెట్వర్క్
- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ URL (వర్తిస్తే)
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు

ప్రచార సెట్టింగ్లను కాన్ఫిగర్ చేయండి:

ప్రచారం పేరు & నెట్వర్క్లను నిర్వచించండి

- మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి

స్థానాలు & భాషలను సెట్ చేయండి

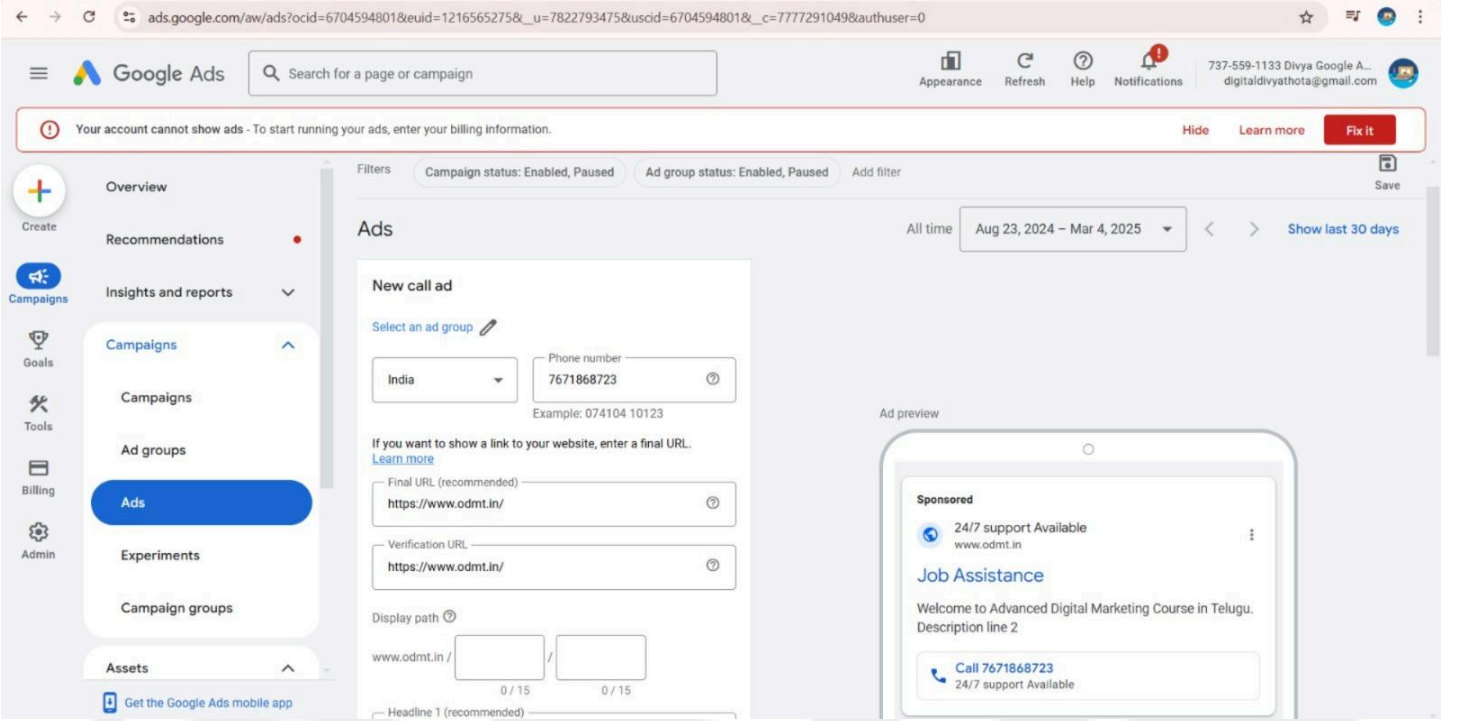
- ఎంచుకోండి భౌగోళిక స్థానాలు మీరు లక్ష్యం చేయాలనుకుంటున్నారు (దేశం, నగరం లేదా అనుకూల వ్యాసార్థం)
- ఎంచుకోండి భాష మీ కస్టమర్లు మాట్లాడతారు

బడ్జెట్ & బిడ్డింగ్ వ్యూహాన్ని సెట్ చేయండి

మీ నమోదు చేయండి రోజువారీ బడ్జెట్

ఒక ఎంచుకోండి బిడ్డింగ్ వ్యూహం: క్లిక్లు

Adcopyలో కాలే ప్రకటనను ఎంచుకోండి



మీ కాలే ప్రకటనను వ్రాయండి

ఉదాహరణ కాలే ప్రకటన:

- ఫోన్ నంబర్: (123) 456-7890
- వ్యాపారం పేరు: "మైక్ యొక్క ఫ్లంబింగ్ సేవలు"
- హెడ్‌లైన్ 1: "24/7 ఎమర్జెన్సీ ఫ్లంబింగ్ - ఇప్పుడే కాలే చేయండి"
- హెడ్‌లైన్ 2: "ఫాస్ట్ సర్వీస్ & సరసమైన ధరలు"
- వివరణ: "లైసెన్సు పొందిన ఫ్లంబర్లు ఇప్పుడు అందుబాటులో ఉన్నారు. దాచిన రుసుములు లేవు. ఉచిత అంచనా కోసం కాలే చేయండి!"
- చివరి URL (ఐచ్ఛికం): www.example.com

మీ కాలే ప్రకటనలను సేవ్ చేయండి & ప్రారంభించండి

- క్లిక్ చేయండి "సేవ్ చేసి కొనసాగించు".
Google ప్రకటనలు ఇప్పుడు మీ చూపుతాయి ప్రకటనలకు కాలే చేయండి వినియోగదారులు సంబంధిత కీలక పదాల కోసం శోధిస్తున్నప్పుడు.

ads.google.com/aw/ads?ocid=6704594801&euid=1216565275&_u=7822793475&uscid=6704594801&c=7777291049&authuser=0

Google Ads Search for a page or campaign

Your account cannot show ads - To start running your ads, enter your billing information. [Hide](#) [Learn more](#) [Fix it](#)

Overview
Recommendations
Insights and reports
Campaigns
Campaigns
Ad groups
Ads
Experiments
Campaign groups

View (2 filters)
All time Aug 23, 2024 - Mar 4, 2025
Clicks - None Expand Adjust

Aug 23, 2024 Wed, Nov 13, 2024 Clicks - 0 Mar 4, 2025

Ad status: Enabled, Paused Add filter

Ad	Campaign	Ad group	Status	Ad type	Avg. CPV
<input type="checkbox"/> Call 7671968723 24/7 support Available · Job Assistance. Enr... www.odmt.in Welcome to Advanced Digital Marketing Course in Telugu	Display-1	Digital Marketing	Pending Under review	Call ad	-
<input type="checkbox"/> WORDPRESS IN 2 HOURS +1 image	Job ... +2 more Welcome to A... Advanced Digi... View asset details	Display-Network	Ad group 1	Eligible	Responsive display ad

Digital Marketing in Hyderabad | Digital Marketing Course | Enroll now. 13 mos

ODMT

సోషల్ మీడియా సూచిక

S.no	అంశాలు	పేజీ నం.
1	సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్	257 - 258
2	సోషల్ మీడియా మార్కెటింగ్	259 - 261
3	Facebook పేజీ సృష్టి,మెటా వ్యాపార సూట్	262 - 264
4	Facebook యాడ్స్ మేనేజర్, యాక్సెస్ ఎలా ఇవ్వాలి, బడ్జెట్ను జోడించడం ఎలా	265 - 267
5	FB ఖాతా నిర్మాణం, అవగాహన, లీడ్ జనరేషన్ ప్రచారం	268 - 281
6	వ్యాపార ఖాతా, FB మార్పిడి ట్రాకింగ్ FB రీమార్కెటింగ్	282 - 289
7	లింక్డింగ్ మార్కెటింగ్, అవగాహన ప్రచారం, లీడ్ జనరేషన్ ప్రచారం	290 - 302
8	మార్పిడి ట్రాకింగ్, రీమార్కెటింగ్	303 - 310
9	ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్	311 - 306
10	అనుబంధ మార్కెటింగ్	307 - 329
11	ఇన్ఫ్లుయెన్సర్ మార్కెటింగ్, గూగుల్ యాడ్సెన్స్	330 - 342
12	గూగుల్ అనలిటిక్స్	343 - 347

సోషల్ మీడియా

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO)

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO) అనేది బ్రాండ్ అవగాహన, నిశ్చితార్థం మరియు ట్రాఫిక్‌ను పెంచడానికి మీ సోషల్ మీడియా ప్రొఫైల్‌లు, కంటెంట్ మరియు పరస్పర చర్యలను మెరుగుపరచడం. మీ సోషల్ మీడియా ఉనికిని మరింత ప్రభావవంతంగా మరియు లక్ష్య ప్రేక్షకులకు కనిపించేలా చేసే వ్యూహాలను ఉపయోగించడం ఇందులో ఉంటుంది.

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO) అంటే సేంద్రీయ ప్రక్రియ.

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్‌లో ఎడ్జ్‌ర్యాంక్ అల్గారిథమ్ అంటే ఏమిటి?

EdgeRank అనేది యూజర్ యొక్క న్యూస్ ఫీడ్‌లో ఏ పోస్ట్‌లు కనిపించాలో గుర్తించడానికి ఉపయోగించే Facebook అల్గారిథమ్. ఇది ఔచిత్యం, నిశ్చితార్థం మరియు పరస్పర చర్యల ఆధారంగా కంటెంట్‌కు ప్రాధాన్యతనిస్తుంది, వినియోగదారులు ఎక్కువగా నిమగ్నమయ్యే పోస్ట్‌లను చూసేలా చేస్తుంది. Facebook దాని ర్యాంకింగ్ వ్యవస్థను అభివృద్ధి చేసినప్పటికీ, EdgeRank యొక్క సూత్రాలు ఇప్పటికీ కంటెంట్ దృశ్యమానతను ప్రభావితం చేస్తాయి.

EdgeRank అల్గారిథం ఎలా పని చేస్తుంది?

అల్గారిథం మూడు ప్రధాన అంశాలను పరిగణనలోకి తీసుకుంటుంది:

- అనుబంధం (యూజర్ ఇంటరాక్షన్)
 - వినియోగదారు మరియు కంటెంట్ సృష్టికర్త మధ్య సంబంధాన్ని కొలుస్తుంది.
 - మరిన్ని పరస్పర చర్యలు (ఇష్టాలు, షేర్లు, వ్యాఖ్యలు) = అధిక అనుబంధం = మరింత దృశ్యమానత.
- బరువు (నిశ్చితార్థం రకం)
 - వివిధ రకాల పరస్పర చర్యలు వేర్వేరు విలువలను కలిగి ఉంటాయి.
 - వ్యాఖ్యలు & భాగస్వామ్యాలు > ఇష్టాలు > క్లిక్‌లు (మరింత విలువైన పరస్పర చర్యలు కంటెంట్‌ను అధికం చేస్తాయి).
- కాల క్షీణత (ఇటీవల)
 - పాత పోస్ట్‌ల కంటే కొత్త పోస్ట్‌లకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యత ఇస్తారు.
 - పోస్ట్‌లు ఎంగేజ్‌మెంట్ పొందడం కొనసాగించకపోతే కాలక్రమేణా దృశ్యమానతను కోల్పోతాయి.

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్లో 80/20 నియమం ఏమిటి?

ది 80/20 నియమం ఇన్ సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO) సూచిస్తుంది మీ కంటెంట్లో 80% మీ ప్రేక్షకులకు విలువను అందించాలి (విద్యాపరమైన, వినోదాత్మకమైన లేదా ఆకర్షణీయమైన), అయితే కేవలం 20% మాత్రమే ప్రచారం చేయాలి (నేరుగా ప్రకటన ఉత్పత్తులు లేదా సేవలు).

పుష్ మరియు పుల్ పద్ధతులు లో సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO)

పుష్ టెక్నిక్:

ఈ పద్ధతిలో తరచుగా చెల్లింపు ప్రకటనలు, ప్రత్యక్ష ప్రమోషన్లు లేదా ఇన్ఫ్లయెన్సర్ సహకారాల ద్వారా కంటెంట్ను వినియోగదారులకు చురుకుగా నెట్టడం జరుగుతుంది.

పుష్ టెక్నిక్ ఉదాహరణలు:

చెల్లింపు ప్రకటనలు - లక్ష్యంగా ఉన్న ప్రేక్షకులకు కంటెంట్ను చూపించడానికి Facebook, Instagram లేదా YouTube ప్రకటనలను అమలు చేయడం.

ప్రాయోజిత పోస్ట్లు - ఉత్పత్తిని ప్రోత్సహించడానికి ఇన్ఫ్లయెన్సర్లు లేదా బ్రాండ్లతో సహకరించడం.

ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్ - సోషల్ మీడియా సబ్స్క్రిబర్లకు వార్తాలేఖలు లేదా ప్రమోషన్లను పంపడం.

పుల్ టెక్నిక్:

ఈ పద్ధతి ఆకర్షిస్తుంది ఆకర్షణీయమైన, విలువైన మరియు భాగస్వామ్యం చేయగల కంటెంట్ ద్వారా సహజంగా ప్రేక్షకులు. చురుకుగా ప్రచారం చేయడానికి బదులుగా, ఇది శోధన ఆప్టిమైజేషన్, వినియోగదారు రూపొందించిన కంటెంట్ మరియు నిశ్చితార్థ వ్యూహాలపై ఆధారపడుతుంది.

పుల్ టెక్నిక్ యొక్క ఉదాహరణలు:

- **SEO** ఆప్టిమైజే చేసిన బ్లాగ్ పోస్ట్లు - కీలక పదాలతో సమాచార కథనాలను వ్రాయడం వలన అవి Google శోధన ఫలితాలలో కనిపిస్తాయి.
- సోషల్ మీడియా కంటెంట్ని ఎంగేజ్ చేయడం - వైరల్ వీడియోలు, మీమ్స్ మరియు ఇంటరాక్టివ్ పోల్లను సృష్టించడం.
- హ్యాష్ట్యాగ్ ప్రచారాలు - నిర్దిష్ట హ్యాష్ట్యాగ్ని ఉపయోగించి కంటెంట్ను భాగస్వామ్యం చేయమని వినియోగదారులను ప్రోత్సహించడం.

సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO)లో A/B టెస్టింగ్

A/B టెస్టింగ్ (దీనిని స్పిట్ టెస్టింగ్ అని కూడా అంటారు) అనేది సోషల్ మీడియా ఆప్టిమైజేషన్ (SMO)లో ఏది మెరుగ్గా పని చేస్తుందో నిర్ణయించడానికి రెండు వెర్షన్ కంటెంట్లను (A & B) పోల్చడానికి ఉపయోగించే పద్ధతి.

సోషల్ మీడియా మార్కెటింగ్ (SMM)

సోషల్ మీడియా మార్కెటింగ్ (SMM) అనేది బ్రాండ్, ఉత్పత్తి లేదా సేవను ప్రచారం చేయడానికి Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn మరియు ఇతర సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫారమ్లను ఉపయోగించే ప్రక్రియ. ఇది బ్రాండ్ అవగాహన, వెబ్‌సైట్ ట్రాఫిక్ మరియు విక్రయాలను పెంచడానికి కంటెంట్ సృష్టి, ప్రేక్షకుల నిశ్చితార్థం, చెల్లింపు ప్రకటనలు మరియు విశ్లేషణలను కలిగి ఉంటుంది.

Facebook:

ఫేస్‌బుక్ దాని పెద్ద యూజర్ బేస్ మరియు అడ్వాన్స్డ్ అడ్వర్టైజింగ్ ఫీచర్ల కారణంగా సోషల్ మీడియా మార్కెటింగ్ కోసం అత్యంత శక్తివంతమైన ప్లాట్‌ఫారమ్లలో ఒకటి. వ్యాపారాలు తమ బ్రాండ్‌ను ప్రమోట్ చేయడానికి, కస్టమర్లతో కనెక్ట్ అవ్వడానికి మరియు ఆర్గానిక్ మరియు పెయిడ్ మార్కెటింగ్ స్ట్రాటజీల ద్వారా విక్రయాలను పెంచుకోవడానికి Facebookని ఉపయోగిస్తాయి. మార్కెటింగ్ కోసం **Facebook** యొక్క ముఖ్య లక్షణాలు:

- Facebook పేజీలు
Facebook పేజీ వ్యాపార ప్రొఫైల్‌గా పనిచేస్తుంది, ఇక్కడ బ్రాండ్‌లు అప్‌డేట్‌లను పంచుకోవచ్చు, కంటెంట్‌ను పోస్ట్ చేయవచ్చు మరియు కస్టమర్లతో పరస్పర చర్య చేయవచ్చు.
- ఫేస్‌బుక్ గుంపులు
- Facebook Marketplace
- Facebook కథలు & రీల్స్
- ఫేస్‌బుక్ మెసెంజర్

Instagram:

Instagram మార్కెటింగ్ కోసం అత్యంత ప్రజాదరణ పొందిన సోషల్ మీడియా ప్లాట్‌ఫారమ్లలో ఒకటి, ముఖ్యంగా యువ ప్రేక్షకులను లక్ష్యంగా చేసుకునే బ్రాండ్‌ల కోసం. ఇది చిత్రాలు మరియు వీడియోల వంటి దృశ్యమాన కంటెంట్‌పై దృష్టి సారిస్తుంది, ఇది వ్యాపారాల కథనానికి మరియు నిశ్చితార్థానికి పరిపూర్ణంగా చేస్తుంది.

మార్కెటింగ్ కోసం Instagram యొక్క ముఖ్య లక్షణాలు

- Instagram వ్యాపార ప్రొఫైల్
- Instagram పోస్ట్లు (చిత్రాలు & రంగులరాట్నం)
- Instagram కథనాలు
- Instagram రీల్స్
- Instagram ప్రత్యక్ష ప్రసారం
- Instagram షాపింగ్
- Instagram ముఖ్యాంశాలు
- Instagram ప్రకటనలు (చెల్లింపు ప్రమోషన్)
- Instagram హ్యాష్ట్యాగ్లు & SEO

Linkedin:

లింక్డిన్ అనేది ప్రపంచంలోనే అతిపెద్ద ప్రొఫెషనల్ నెట్వర్కింగ్ ప్లాట్ఫారమ్, దీని కోసం ఇది అనువైన ప్రదేశం **B2B** (బిజినెస్-టు-బిజినెస్) మార్కెటింగ్, ప్రొఫెషనల్ బ్రాండింగ్ మరియు కార్పొరేట్ ఎంగేజ్మెంట్. ఇది వ్యాపారాలు పరిశ్రమ నాయకులతో కనెక్ట్ అవ్వడానికి, ప్రతిభను రికార్డ్ చేయడానికి, తెలివైన కంటెంట్ను పంచుకోవడానికి మరియు అధిక-నాణ్యత లీడ్లను రూపొందించడంలో సహాయపడుతుంది.

మార్కెటింగ్ కోసం లింక్డిన్ యొక్క ముఖ్య లక్షణాలు

- లింక్డిన్ వ్యాపార పేజీ
- లింక్డిన్ పోస్ట్లు (టెక్స్ట్, చిత్రాలు మరియు వీడియోలు)
- లింక్డిన్ కథనాలు
- లింక్డిన్ ప్రకటనలు (చెల్లింపు ప్రకటనలు)
- లింక్డిన్ గుంపులు
- లింక్డిన్ లైవ్

Twitter:

Twitter (ఇప్పుడు రీబ్రాండ్ చేయబడింది **X**) అనేది వేగవంతమైన సోషల్ మీడియా ప్లాట్ఫారమ్, ఇది వ్యాపారాలు నిజ సమయంలో ప్రేక్షకులతో సన్నిహితంగా ఉండటానికి, అప్డేట్లను పంచుకోవడానికి మరియు ట్రెండింగ్ సంభాషణలలో పాల్గొనడానికి అనుమతిస్తుంది. ఇది బ్రాండ్ అవగాహన, కస్టమర్ సేవ మరియు పరిశ్రమ చర్చల కోసం విస్తృతంగా ఉపయోగించబడుతుంది. ఇది కేవలం 280 అక్షరాలతో మైక్రో బ్లాగింగ్ సైట్ అని కూడా పిలువబడుతుంది.

మార్కెటింగ్ కోసం **Twitter** యొక్క ముఖ్య లక్షణాలు

- ట్వీట్లు (చిన్న-రూప కంటెంట్)
- Twitter డ్రెడ్లు
- Twitter హ్యాష్ట్యాగ్లు (#)
- Twitter ట్రెండ్లు & ట్రెండింగ్ అంశాలు
- Twitter ప్రకటనలు (చెల్లింపు ప్రమోషన్లు)
- ట్వీట్టర్ పోల్స్

Facebook పేజీని ఎలా సృష్టించాలి - దశల వారీ గైడ్

సృష్టిస్తోంది a **Facebook** వ్యాపార పేజీ ఇది ఉచితం మరియు వ్యాపారాలు, బ్రాండ్లు మరియు పబ్లిక్ ఫిగర్లు వారి ప్రేక్షకులతో కనెక్ట్ కావడానికి సహాయపడుతుంది. మీ పేజీని సృష్టించడానికి ఈ ఆచరణాత్మక దశలను అనుసరించండి:

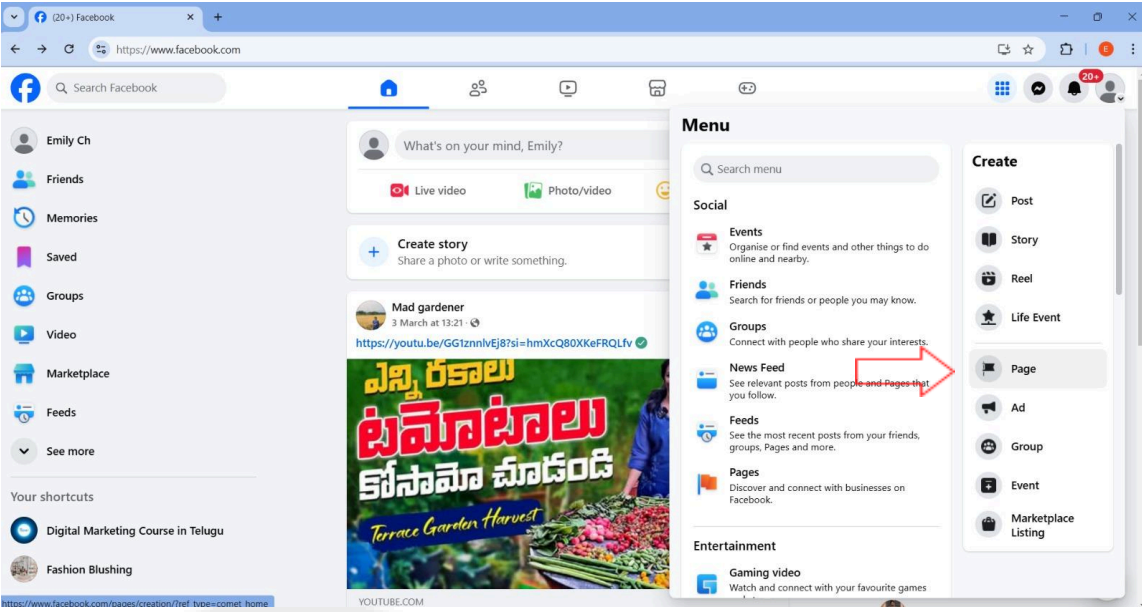
Step 1: Facebookకి లాగిన్ చేయండి

వెళ్ళండి [Facebook.com](https://www.facebook.com) మరియు మీ వ్యక్తిగత ఖాతాతో లాగిన్ అవ్వండి.

గమనిక: వ్యాపార పేజీని సృష్టించడానికి మీరు తప్పనిసరిగా వ్యక్తిగత Facebook ఖాతాను కలిగి ఉండాలి.

Step 2: పేజీ సృష్టికి వెళ్ళండి

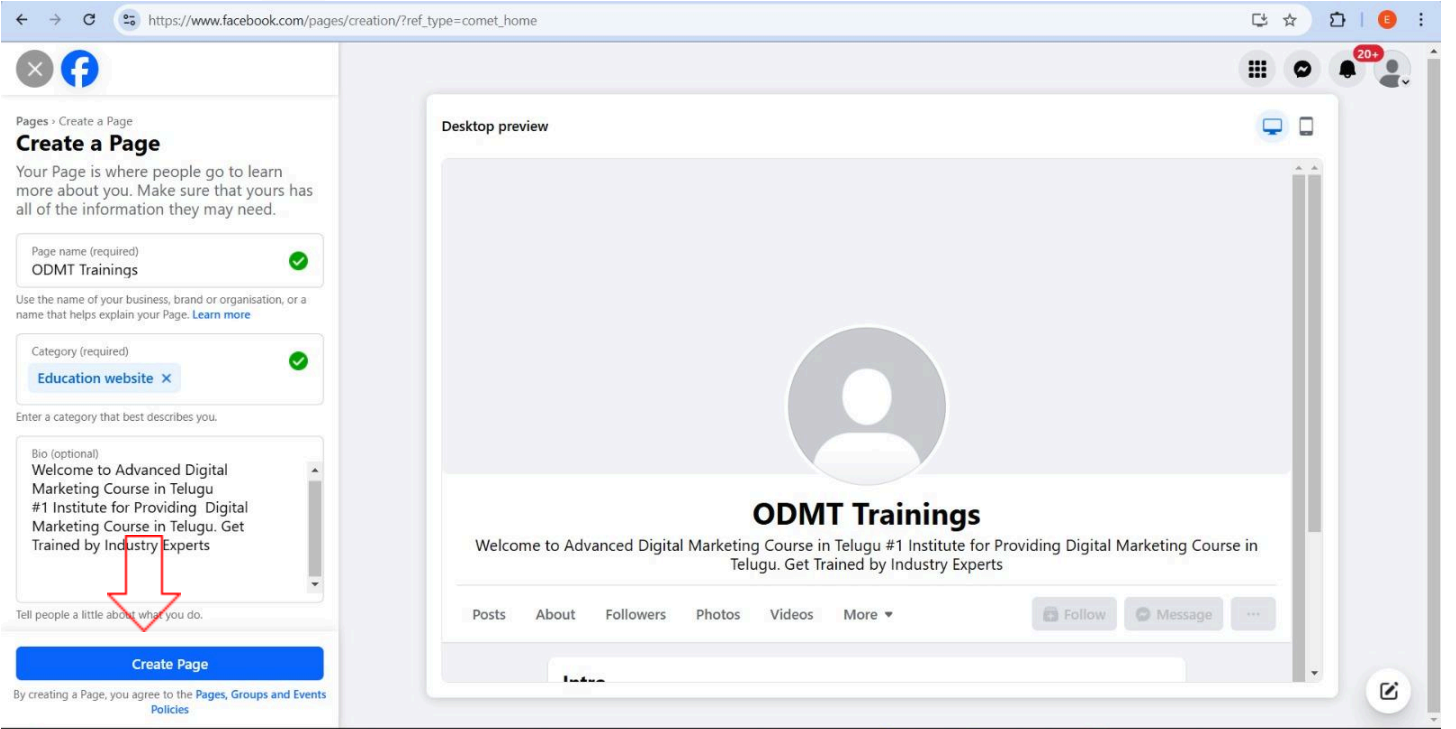
- పై క్లిక్ చేయండి మెను (≡) ఎగువ-కుడి మూలలో.
- ఎంచుకోండి "పేజీలు" ఎంపికల నుండి.



- క్లిక్ చేయండి "కొత్త పేజీని సృష్టించు."

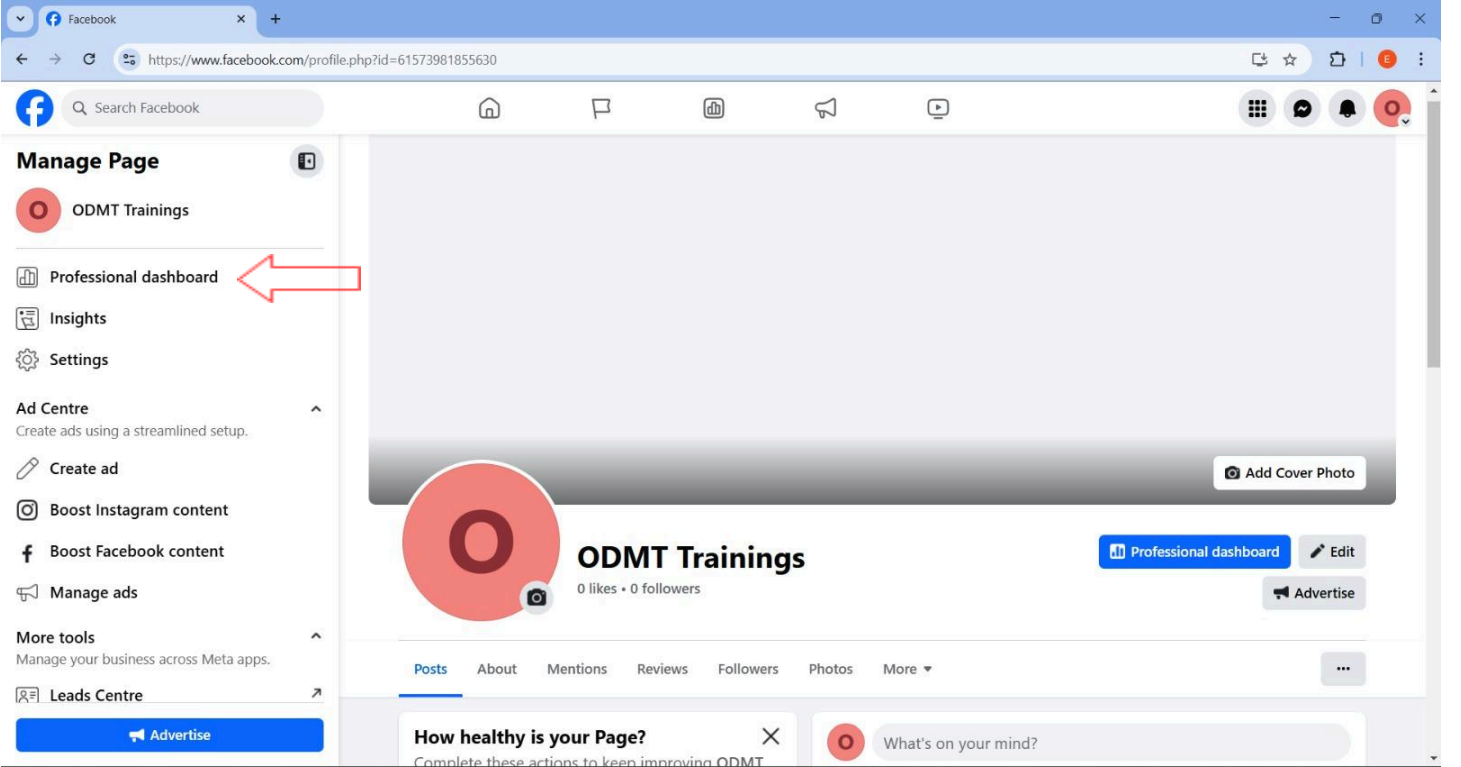
Step 3: ప్రాథమిక పేజీ సమాచారాన్ని నమోదు చేయండి మీరు వీటిని పూరించాలి:

- పేజీ పేరు:
- వర్గం:
- వివరణ:
- క్లిక్ చేయండి 'పేజీని సృష్టించు' పూర్తి చేసినప్పుడు.



Step 4: ప్రొఫైల్ & కవర్ ఫోటోలను జోడించండి

Step 5: సంప్రదింపు & వ్యాపార వివరాలను జోడించండి



Facebookలో Meta Business Suite అంటే ఏమిటి?

Meta Business Suite అనేది Meta (Facebook యొక్క మాతృ సంస్థ) అందించిన ఉచిత సాధనం, ఇది వ్యాపారాలు తమ Facebook మరియు Instagram ఖాతాలను ఒకే చోట నిర్వహించడంలో సహాయపడుతుంది. ఇది వినియోగదారులను పోస్ట్లను సృష్టించడానికి మరియు పెడ్యూల్ చేయడానికి, సందేశాలకు ప్రతిస్పందించడానికి, అంతర్దృష్టులను వీక్షించడానికి మరియు ప్రకటనలను సమర్థవంతంగా అమలు చేయడానికి అనుమతిస్తుంది.

మెటా బిజినెస్ సూట్ను ఎలా ఉపయోగించాలి (దశల వారీ గైడ్)

Step 1: మెటా బిజినెస్ సూట్ని యాక్సెస్ చేయండి

- వెళ్ళండి business.facebook.com
- మీ Facebook ఖాతాతో లాగిన్ చేయండి
- మీరు నిర్వహించాలనుకుంటున్న Facebook పేజీ లేదా Instagram ఖాతాను ఎంచుకుని, దానిపై క్లిక్ చేయండి వృత్తిపరమైన డాష్‌బోర్డ్.

మెటా బిజినెస్ సూట్ యొక్క పీచర్లు & ఆచరణాత్మక ఉపయోగాలు:

హోమ్ డ్యాష్‌బోర్డ్ - త్వరిత అవలోకనం

- Facebook & Instagramలో నోటిఫికేషన్లు, అంతర్దృష్టులు మరియు తాజా కార్యాచరణను చూపుతుంది

- ఇటీవలి వ్యాఖ్యలు, సందేశాలు మరియు పోస్ట్ పనితీరును ప్రదర్శిస్తుంది

కంటెంట్ - పోస్ట్లను సృష్టించండి & షెడ్యూల్ చేయండి

- Facebook & Instagram రెండింటి కోసం పోస్ట్లు, కథనాలు మరియు రీల్స్ని సృష్టించండి మరియు షెడ్యూల్ చేయండి

- కంటెంట్ను ముందుగానే ప్లాన్ చేయడం ద్వారా సమయాన్ని ఆదా చేసుకోండి

ఇన్బాక్స్ - సందేశాలు & వ్యాఖ్యలను నిర్వహించండి

- ఒక ఇన్బాక్స్ నుండి Facebook మరియు Instagram సందేశాలకు ప్రత్యుత్తరం ఇవ్వండి

అంతర్దృష్టులు & విశ్లేషణలు - పనితీరును ట్రాక్ చేయండి

- పై డేటాను అందిస్తుంది చేరుకోవడం, నిశ్చితార్థం, ఇష్టాలు మరియు అనుచరులు

- చూపిస్తుంది టాప్-పెర్ఫార్మింగ్ పోస్ట్లు మరియు ఉత్తమ పోస్టింగ్ సమయాలు

లింక్ చేయబడిన ఖాతాలు

Meta Business Suiteలో ఖాతాలను లింక్ చేయడం వలన వ్యాపారాలు తమ Facebook పేజీలు, Instagram ఖాతాలు మరియు WhatsApp వ్యాపార ఖాతాలను ఒకే చోట నిర్వహించగలుగుతాయి.

ప్లానర్

మెటా బిజినెస్ సూట్లోని ప్లానర్ అనేది కంటెంట్ షెడ్యూలింగ్ మరియు మేనేజ్మెంట్ సాధనం, ఇది వ్యాపారాలు Facebook మరియు Instagram కోసం పోస్ట్లు, కథనాలు మరియు రీల్లను ఒకే చోట ప్లాన్ చేయడం, సృష్టించడం మరియు షెడ్యూల్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది.

Facebook యాడ్స్ మేనేజర్ని ఎలా యాక్సెస్ చేయాలి - దశల వారీ గైడ్

Facebook ప్రకటనల మేనేజర్ వ్యాపారాలు సృష్టించగల, నిర్వహించగల మరియు విశ్లేషించగల వేదిక Facebook & Instagram ప్రకటన ప్రచారాలు. ఇది ప్రేక్షకులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి, బడ్జెట్లను సెట్ చేయడానికి మరియు పనితీరును ట్రాక్ చేయడానికి సాధనాలను అందిస్తుంది.

Step 1: Facebookకి లాగిన్ చేయండి

- వెళ్ళండి [Facebook.com](https://www.facebook.com)
- మీ వ్యక్తిగత ఖాతాతో లాగిన్ అవ్వండి (వ్యాపార పేజీకి తప్పనిసరిగా లింక్ చేయబడి ఉండాలి)

Step 2: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్ని తెరవండి

- ప్రత్యక్ష లింక్: సందర్శించండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](https://www.facebook.com/adsmanager)
ప్రత్యామ్నాయ పద్ధతి:

- క్లిక్ చేయండి మెను (≡) Facebook యొక్క కుడి ఎగువ మూలలో
- ప్రొఫెషనల్ టూల్స్ విభాగంలో "యాడ్స్ మేనేజర్"ని ఎంచుకోండి

Step 3: సరైన వ్యాపార ఖాతాను ఎంచుకోండి

- మీరు బహుళ ఖాతాలను నిర్వహిస్తుంటే, క్లిక్ చేయండి డ్రాప్-డౌన్ మెను ఎగువ ఎడమవైపు
- ఎంచుకోండి సరైన వ్యాపార ఖాతా మీరు దీని కోసం ప్రకటనలను నిర్వహించాలనుకుంటున్నారు

Step 4: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్ డాష్ బోర్డ్ను అన్వేషించండి

లో కీలక విభాగాలు ప్రకటనల మేనేజర్:

- ప్రచారాల ట్యాబ్ → ప్రకటనల ప్రచారాలను వీక్షించండి & సృష్టించండి
- ప్రకటన సెట్ల ట్యాబ్ → ప్రేక్షకులు, బడ్జెట్ మరియు నియామకాలను నిర్వహించండి
- ప్రకటనల ట్యాబ్ → వ్యక్తిగత ప్రకటనలను సృష్టించండి, సవరించండి మరియు పర్యవేక్షించండి
- అంతర్దృష్టులు & నివేదికలు → ప్రకటన పనితీరును విశ్లేషించండి

ఫేస్బుక్ యాడ్స్ అకౌంట్ యాక్సెస్లో యాక్సెస్ ఎలా ఇవ్వాలి

Step 1: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్ని తెరవండి

వెళ్ళండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](#)
క్లిక్ చేయండి ఛ (సెట్టింగ్లు) దిగువ ఎడమవైపున

Step 2: "ప్రకటన ఖాతా సెట్టింగ్లు"కి వెళ్ళండి

కనుగొనండి "ప్రకటన ఖాతా పాత్రలు"
క్లిక్ చేయండి "వ్యక్తిని జోడించు"

Step 3: అనుమతులు కేటాయించి & ఆహ్వానాన్ని పంపండి

వ్యక్తి యొక్క Facebook ఇమెయిల్ను నమోదు చేయండి
వారి పాత్రను ఎంచుకోండి (అడ్మిన్, ప్రకటనకర్త లేదా విశ్లేషకుడు)
"నిర్ధారించు" క్లిక్ చేయండి

వ్యక్తికి నోటిఫికేషన్ వస్తుంది మరియు యాక్సెస్ పొందడానికి ఆహ్వానాన్ని తప్పనిసరిగా ఆమోదించాలి.

Facebook ప్రకటనల ఖాతాలో బడ్జెట్‌ను ఎలా జోడించాలి (దశల వారీ గైడ్)

Step 1: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్‌ని తెరవండి

వెళ్ళండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](#)

క్లిక్ చేయండి ≡ (మెనూ) బటన్ ఎగువ ఎడమ మూలలో
ఎంచుకోండి "బిల్లింగ్"

Step 2: చెల్లింపు సెట్టింగ్‌లకు వెళ్ళండి

క్లిక్ చేయండి "చెల్లింపు సెట్టింగ్‌లు"

మీరు చూస్తారు ప్రస్తుత చెల్లింపు పద్ధతి మరియు బిల్లింగ్ వివరాలు

Step 3: చెల్లింపు పద్ధతిని జోడించండి లేదా నవీకరించండి

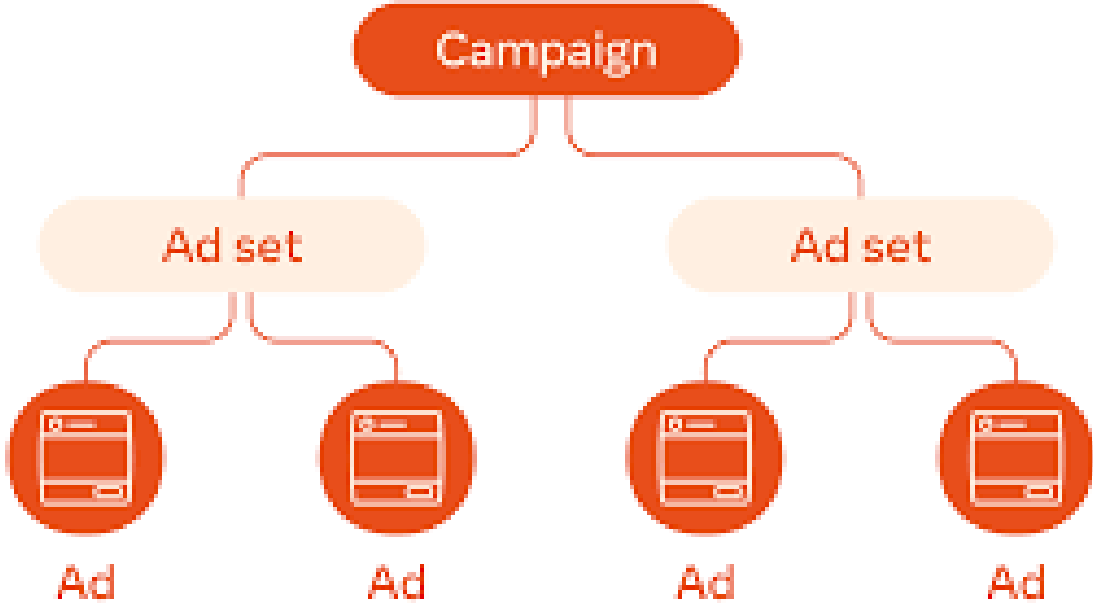
క్లిక్ చేయండి "చెల్లింపు పద్ధతిని జోడించు"

చెల్లింపు ఎంపికను ఎంచుకోండి:

- క్రెడిట్/డెబిట్ కార్డ్ (వీసా, మాస్టర్ కార్డ్, **AMEX**, మొదలైనవి)
- పేపాల్
- ఆన్‌లైన్ బ్యాంకింగ్ (కొన్ని ప్రాంతాలలో అందుబాటులో ఉంది)

మీ నమోదు చేయండి బిల్లింగ్ వివరాలు మరియు క్లిక్ చేయండి "సేవ్"

Facebook ఖాతా నిర్మాణం



ఫేస్బుక్ యాడ్స్ మేనేజర్లో ప్రచారాన్ని ఎలా సృష్టించాలి

Step 1: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్కి లాగిన్ చేయండి

- వెళ్ళండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](#)
- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **Facebook** వ్యాపార ఖాతా.

Step 2: కొత్త ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి "సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి

- ప్రచారాల ట్యాబ్లో, క్లిక్ చేయండి ఆకుపచ్చ "+ సృష్టించు" బటన్.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and a 'Campaigns' tab highlighted with a red arrow. Below the search bar, there are filters for 'All ads', 'Active ads', and 'Had delivery'. A table lists various campaigns with columns for 'Off/On', 'Campaign', 'Delivery', 'Bid strategy', 'Budget', 'Attribution setting', 'Results', 'Reach', and 'Impressions'. The table includes campaigns like 'Leads Odmr', 'New Awareness campaign', and 'odmt test'.

Step 3: మీ ప్రచార లక్ష్యాన్ని ఎంచుకోండి

Facebook విభిన్న లక్ష్యాలను అందిస్తుంది. మీ లక్ష్యం ఆధారంగా ఒకదాన్ని ఎంచుకోండి:

- అవగాహన: బ్రాండ్ అవేర్నెస్, రీచ్
- పరిశీలన: ట్రాఫిక్, ఎంగేజ్మెంట్, యాప్ ఇన్స్టాల్లు, వీడియో వీక్షణలు, లీడ్ జనరేషన్, సందేశాలు

The screenshot shows the 'Create new campaign' dialog box in Facebook Ads Manager. The 'Buying type' is set to 'Auction'. Under 'Choose a campaign objective', 'Traffic' is selected with a radio button. A red arrow points to the 'Traffic' option. The 'Traffic' objective description is: 'Send people to a destination, such as your website, app, Instagram profile or Facebook event. Learn more'. Below this, it lists 'Good for:' with options like 'Link clicks', 'Landing page views', and 'Instagram profile visits'.

Step 4: మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి & బడ్జెట్‌ని సెట్ చేయండి

ప్రచారం పేరు: పేరును నమోదు చేయండి .

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The left sidebar contains navigation icons and a search bar. The main content area is titled 'New Traffic ODMT' and shows a list of ad sets: 'New Traffic ad set' and 'Traffic ad odmt'. The right panel displays the 'Campaign name' section with a text input field containing 'New Traffic ODMT' and a 'Create Template' button. Below this is the 'Special ad categories' section, which includes a text area for declaring special categories, a 'Benefits of declaring special ad categories' section, and a 'Categorise your ads' button. The 'Campaign details' section is partially visible at the bottom. At the bottom right, there are buttons for 'Close', 'Discard Draft', and 'Publish'.

ప్రచార బడ్జెట్:

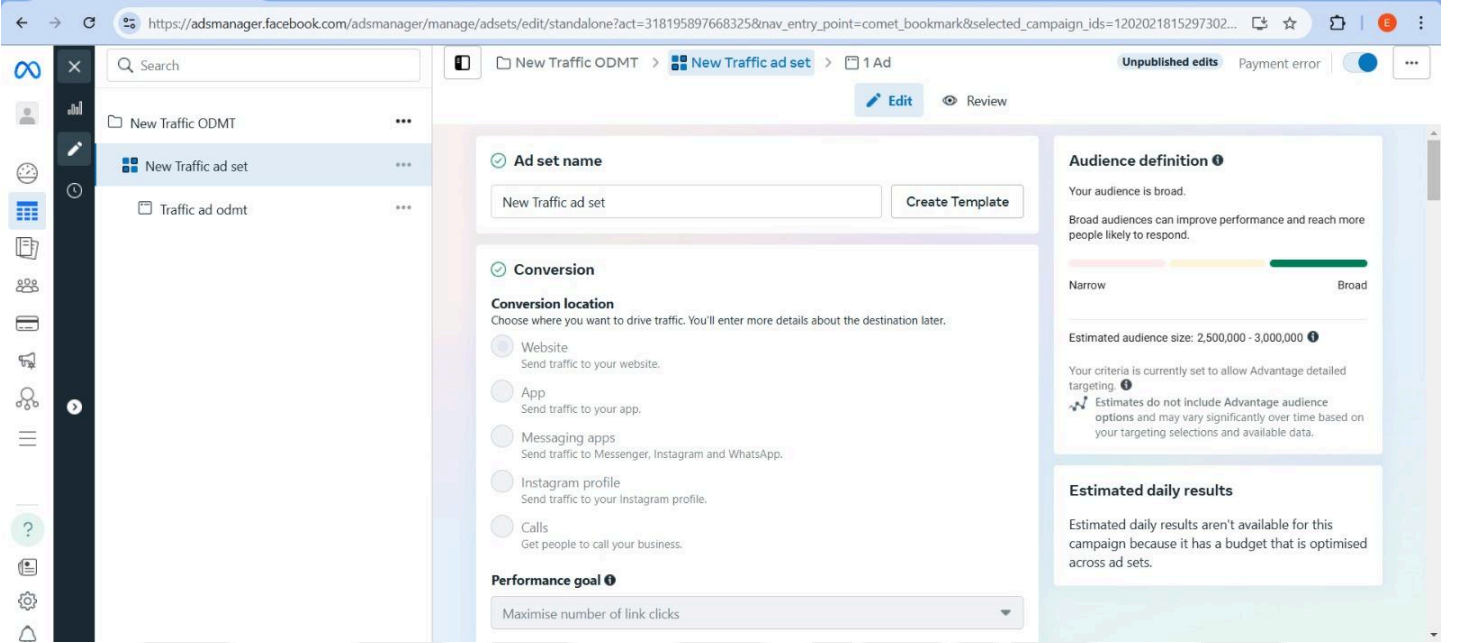
- రోజువారీ బడ్జెట్: రోజువారీ పరిమితిని సెట్ చేయండి.
- జీవితకాల బడ్జెట్: ప్రచార వ్యవధి కోసం మొత్తం ఖర్చు.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The left sidebar contains navigation icons and a search bar. The main content area is titled 'New Traffic ODMT' and shows a list of ad sets: 'New Traffic ad set' and 'Traffic ad odmt'. The right panel displays the 'Budget' section with a 'Daily budget' input field set to '₹500.00' and 'INR'. Below this is the 'Campaign bid strategy' section, which is set to 'Highest volume'. The 'Budget scheduling' section has a checkbox for 'Increase your budget during specific time periods' which is unchecked. The 'Ad scheduling' section is set to 'Run ads all the time'. The 'A/B test' section has a 'Create A/B test' button. At the bottom right, there are buttons for 'Close', 'Discard Draft', and 'Publish'.

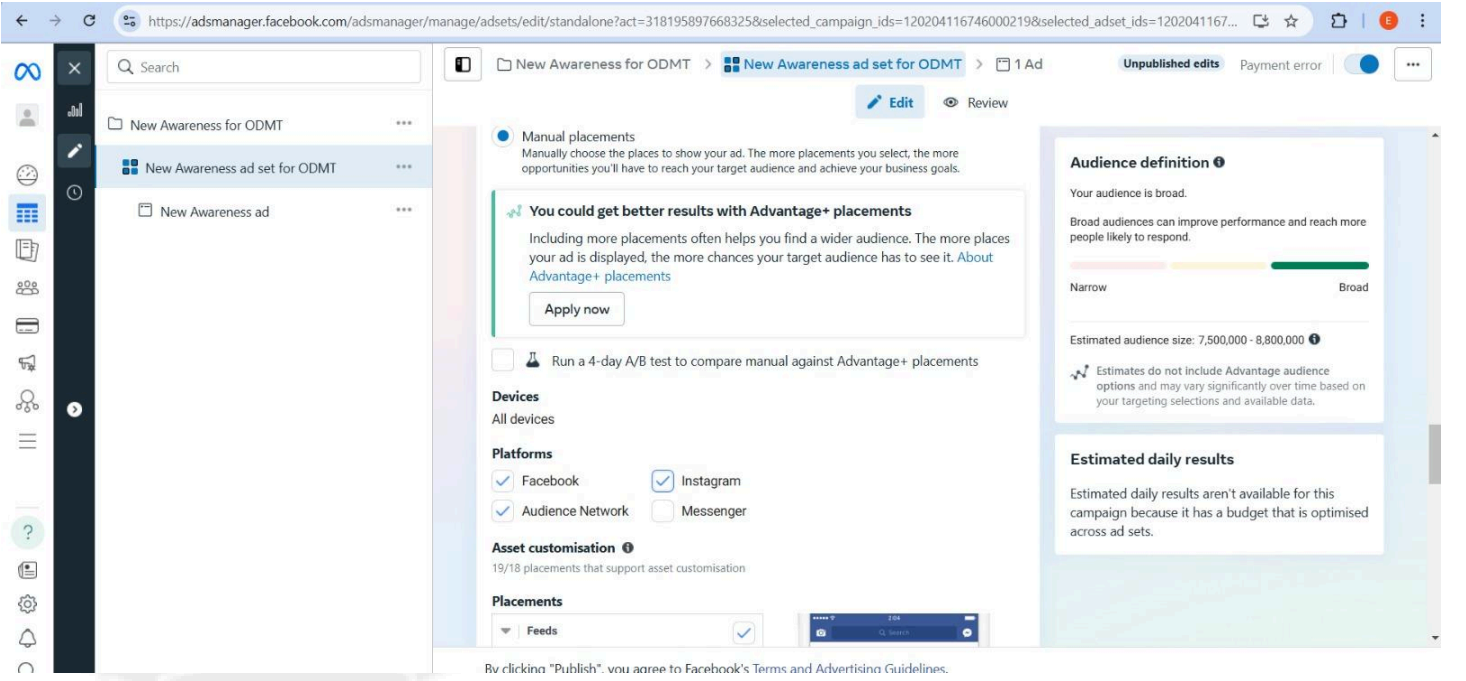
A/B పరీక్ష (ఐచ్చికం): మీరు బహుళ సంస్కరణలను పరీక్షించాలనుకుంటే ప్రారంభించండి.

క్లిక్ చేయండి తదుపరి కొనసాగించడానికి.

Step 5: మీ ప్రకటన సెట్‌ను సెటప్ చేయండి

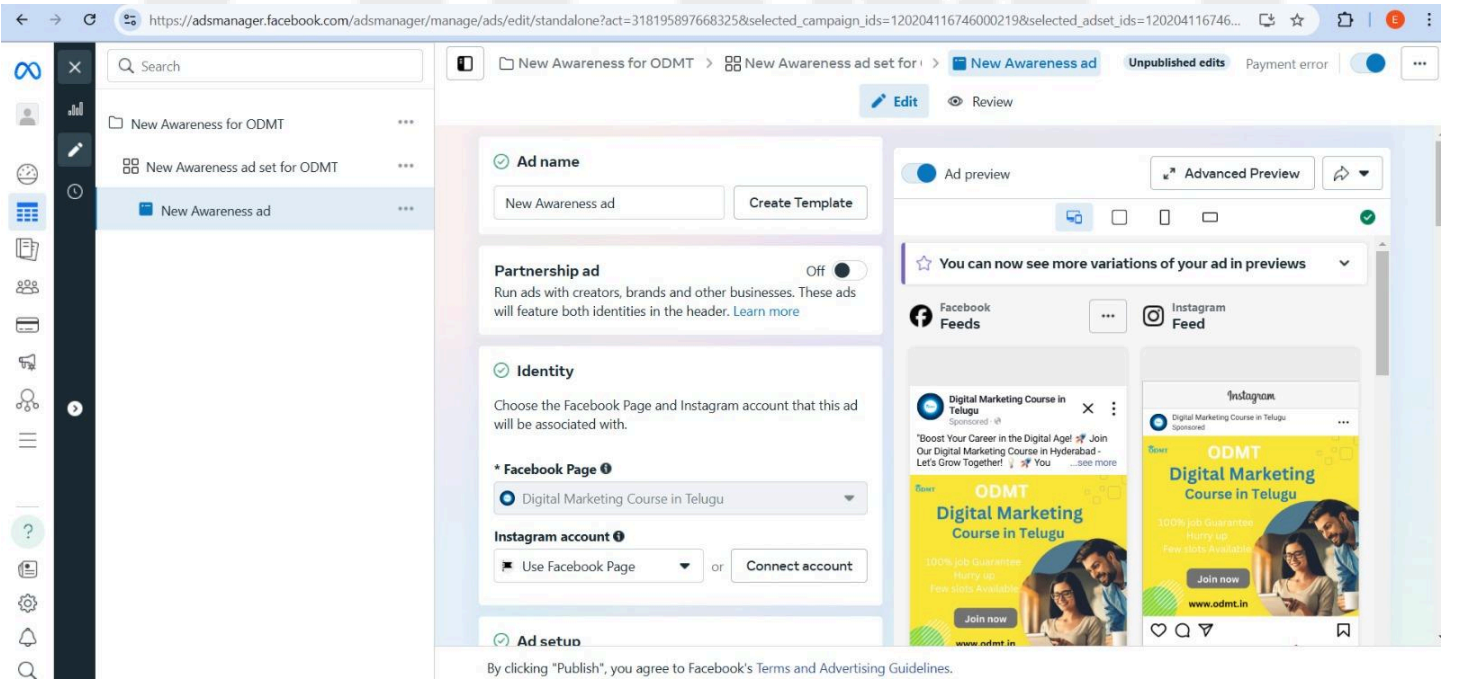


- ట్రాఫిక్ గమ్యం: వెబ్‌సైట్, యాప్, మెసెంజర్ లేదా WhatsAppని ఎంచుకోండి.
- ప్రేక్షకుల లక్ష్యం:
 - అనుకూల ప్రేక్షకులు: ఇమెయిల్ జాబితాలను అప్‌లోడ్ చేయండి లేదా వెబ్‌సైట్ సందర్శకులను ఉపయోగించండి.
 - స్థానం: దేశం, నగరం లేదా నిర్దిష్ట ప్రాంతాన్ని లక్ష్యంగా చేసుకోండి.
 - వయస్సు & లింగం: మీ ప్రేక్షకుల ఆధారంగా ఎంచుకోండి.
 - ఆసక్తులు & ప్రవర్తన: సంబంధిత ఆసక్తులను ఎంచుకోండి (ఉదా., విక్రయదారులను లక్ష్యంగా చేసుకుంటే "డిజిటల్ మార్కెటింగ్").
- నియామకాలు:
 - ఆటోమేటిక్ ప్లేస్‌మెంట్స్ (సిఫార్సు చేయబడింది)
 - మాన్యువల్ ప్లేస్‌మెంట్స్: Facebook Feed, Instagram, స్టోరీస్ మొదలైనవాటిని ఎంచుకోండి.



కొనసాగించడానికి తదుపరి క్లిక్ చేయండి.

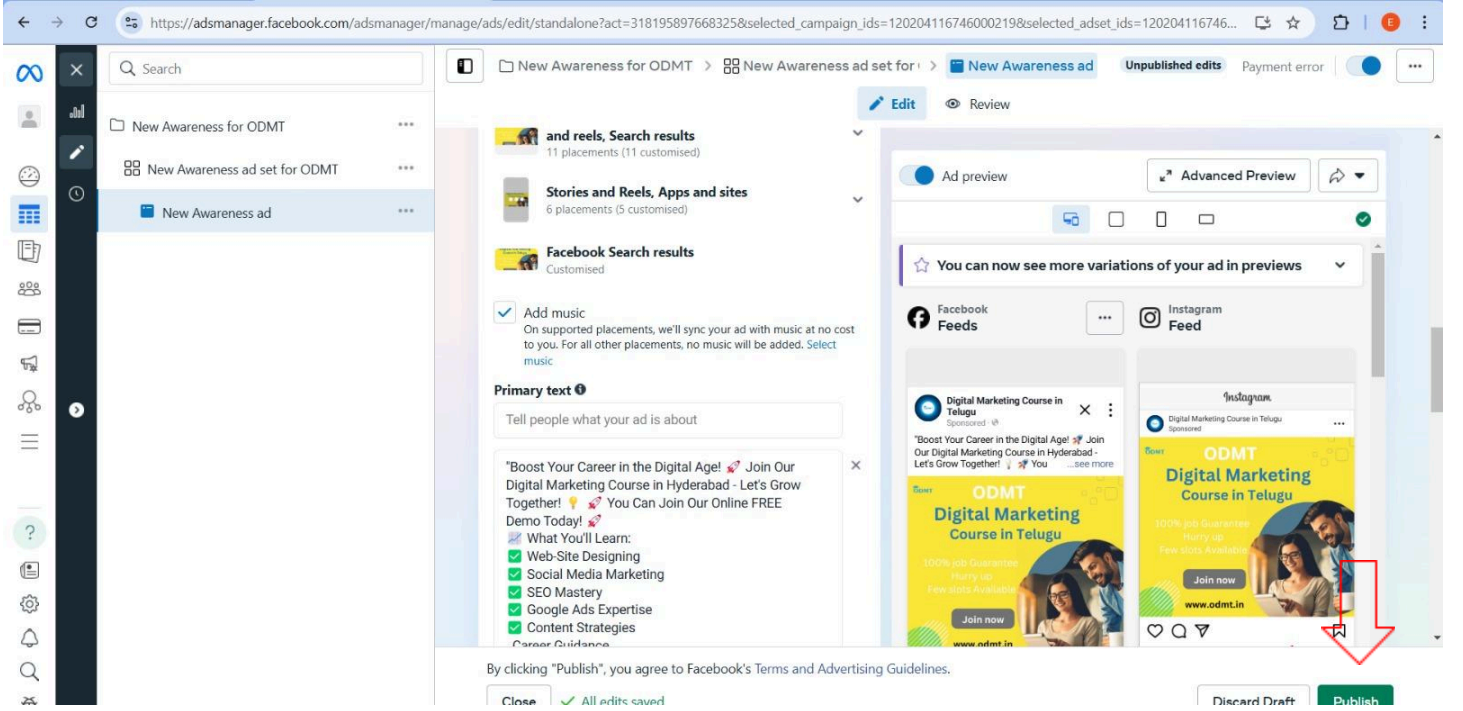
Step 6: మీ ప్రకటనను సృష్టించండి



- ఫార్మాట్: సింగిల్ ఇమేజ్, రంగులరాట్నం లేదా వీడియో ప్రకటనను ఎంచుకోండి.
- మీడియా: చిత్రం లేదా వీడియోను అప్‌లోడ్ చేయండి.
- ప్రాథమిక వచనం: ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి.

- శీర్షిక: చిన్నది మరియు ఆకర్షణీయమైనది (ఉదా., "ఈ రోజు మీ వెబ్‌సైట్ ట్రాఫిక్‌ను పెంచుకోండి!").
- కాలర్ టు యాక్షన్ (CTA): CTA బటన్‌ను ఎంచుకోండి (ఉదా., "మరింత తెలుసుకోండి" లేదా "సైన్ అప్").
- గమ్యం URL: మీ వెబ్‌సైట్ లింక్‌ని నమోదు చేయండి.

వివిధ ప్లేస్‌మెంట్‌లలో మీ ప్రకటనను ప్రివ్యూ చేయండి.



Step 7: మీ ప్రకటనను ప్రచురించండి

- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి మీ ప్రచారాన్ని సమర్పించడానికి.
- Facebook మీ ప్రకటనను ఆమోదానికి ముందే సమీక్షిస్తుంది (సాధారణంగా కొన్ని గంటల్లో).

Step 8: మానిటర్ & ఆప్టిమైజ్

- యాడ్స్ మేనేజర్ డాష్‌బోర్డ్‌కి వెళ్ళండి.
- పనితీరును ట్రాక్ చేయండి: CTR (క్లిక్-త్రూ రేట్), CPC (క్లిక్‌కి ధర), మార్పిడులు.
- అవసరమైతే మార్పులు చేయండి (లక్ష్యం, బడ్జెట్ లేదా సృజనాత్మకతలను సర్దుబాటు చేయండి).

ఫేస్బుక్ యాడ్స్ మేనేజర్లో లీడ్ జనరేషన్ ప్రచారం

Step 1: Facebook యాడ్స్ మేనేజర్కి లాగిన్ చేయండి

- వెళ్ళండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](#)
- మీలోకి లాగిన్ అవ్వండి **Facebook** వ్యాపార ఖాతా.

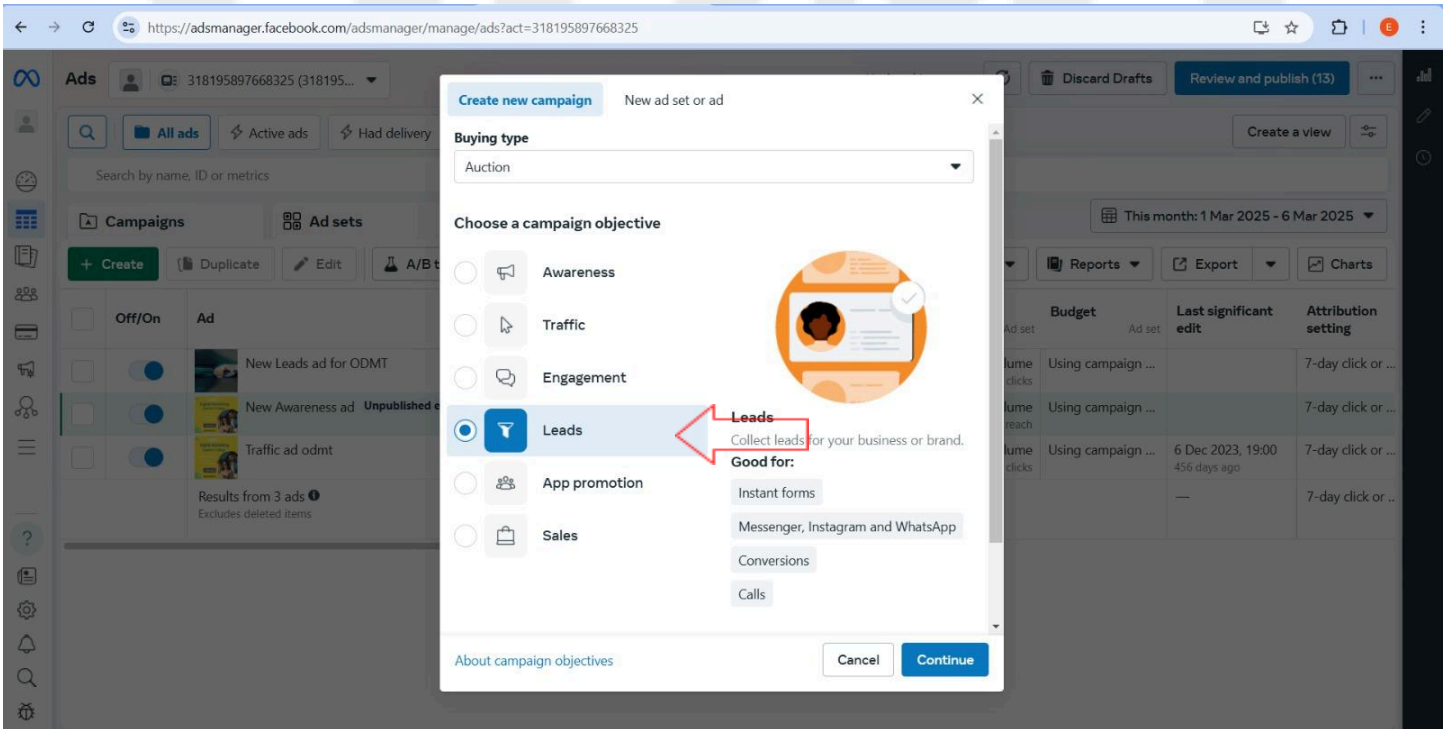
Step 2: కొత్త ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి "సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి

- ప్రచారాల ట్యాబ్లో, క్లిక్ చేయండి ఆకుపచ్చ "+ సృష్టించు" బటన్.

Step 3: మీ ప్రచార లక్ష్యంగా "లీడ్ జనరేషన్"ని ఎంచుకోండి

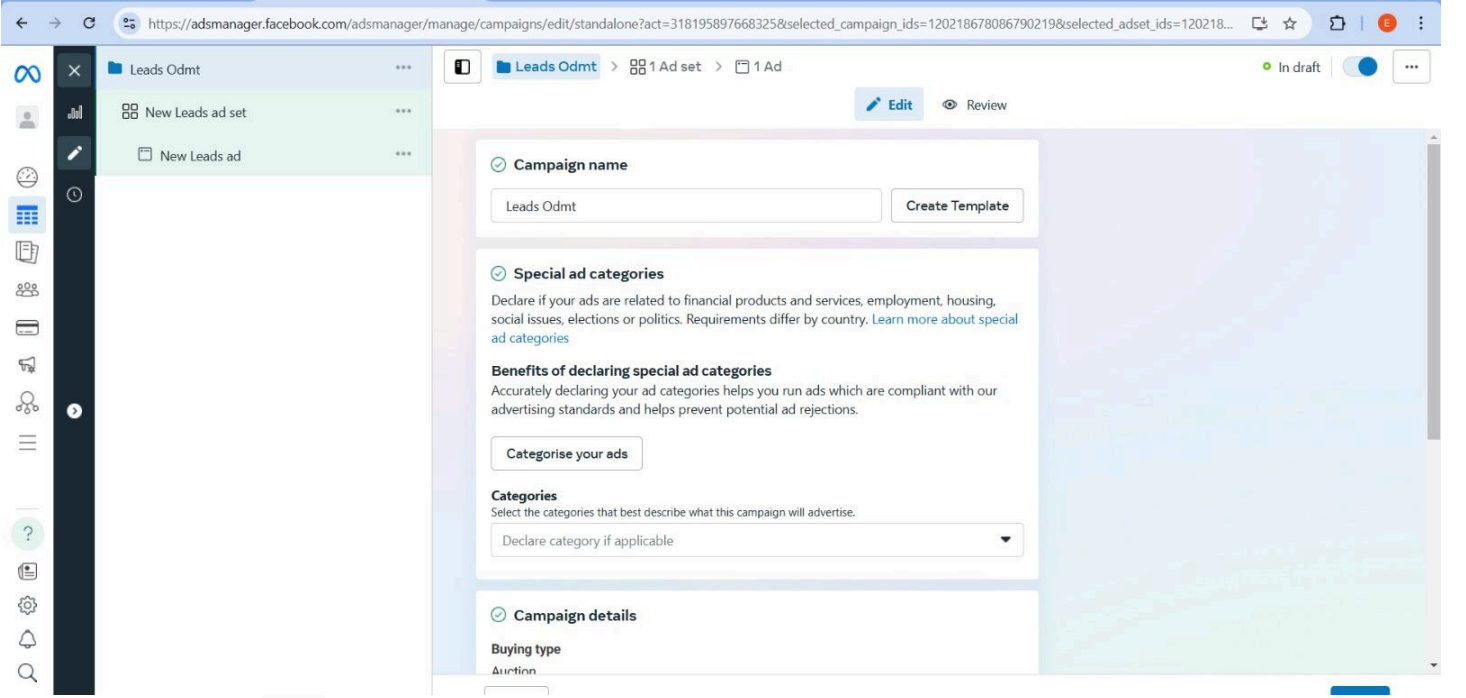
Facebook విభిన్న లక్ష్యాలను అందిస్తుంది. ఎంచుకోండి "లీడ్ జనరేషన్" ఎందుకంటే మీరు లీడ్లను సేకరించాలనుకుంటున్నారు (ఉదా., ఇమెయిల్లు, ఫోన్ నంబర్లు).

కొనసాగించు క్లిక్ చేయండి.



Step 4: మీ ప్రచారాన్ని సెటప్ చేయండి

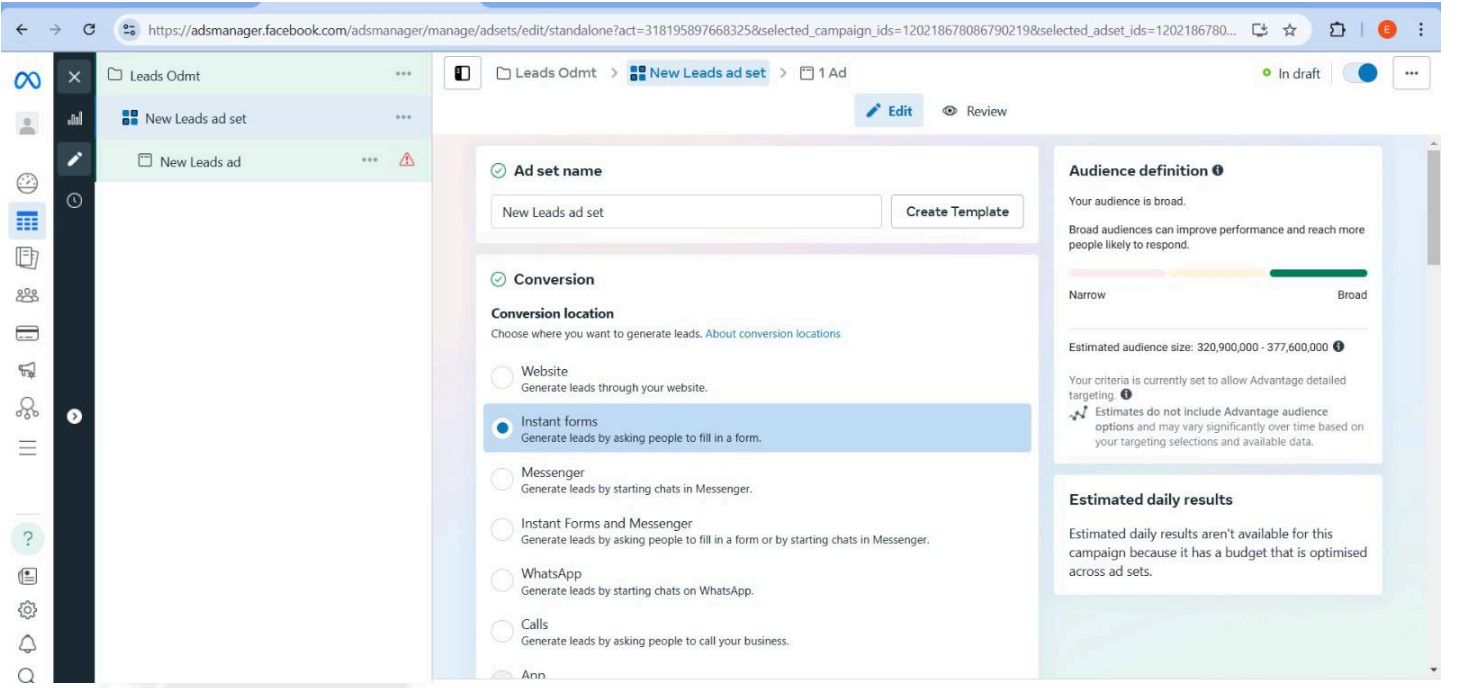
- ప్రచారం పేరు: పేరును నమోదు చేయండి



- ప్రత్యేక ప్రకటన వర్గం: అవసరమైతే ఎంచుకోండి
- A/B పరీక్ష (ఐచ్ఛికం): మీరు విభిన్న సంస్కరణలను పరీక్షించాలనుకుంటే ప్రారంభించండి.

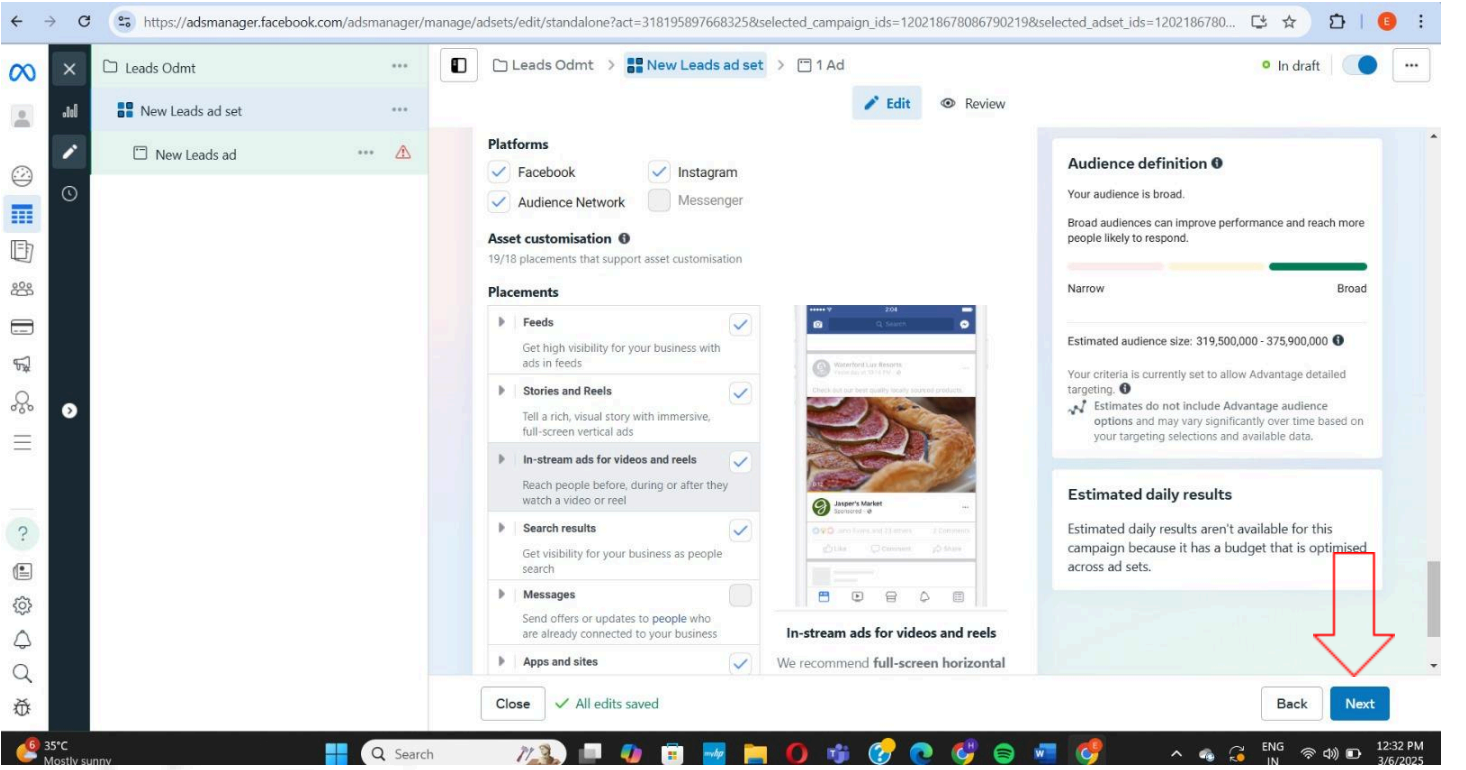
Step 5: మీ ప్రకటన సెట్‌ను సెటప్ చేయండి

- ప్రకటన సెట్ పేరు: పేరును ఎంచుకోండి (ఉదా., "లీడ్ ఫారమ్ - టార్గెట్ ఆడియన్స్ 1").
- Facebook పేజీ: మీ వ్యాపార పేజీని ఎంచుకోండి.
- తక్షణ ఫారమ్: ఫేస్‌బుక్ నేరుగా ఫేస్‌బుక్‌లోనే లీడ్‌లను సేకరిస్తుంది (యూజర్లు ప్లాట్‌ఫారమ్‌ను విడిచిపెట్టాల్సిన అవసరం లేదు)



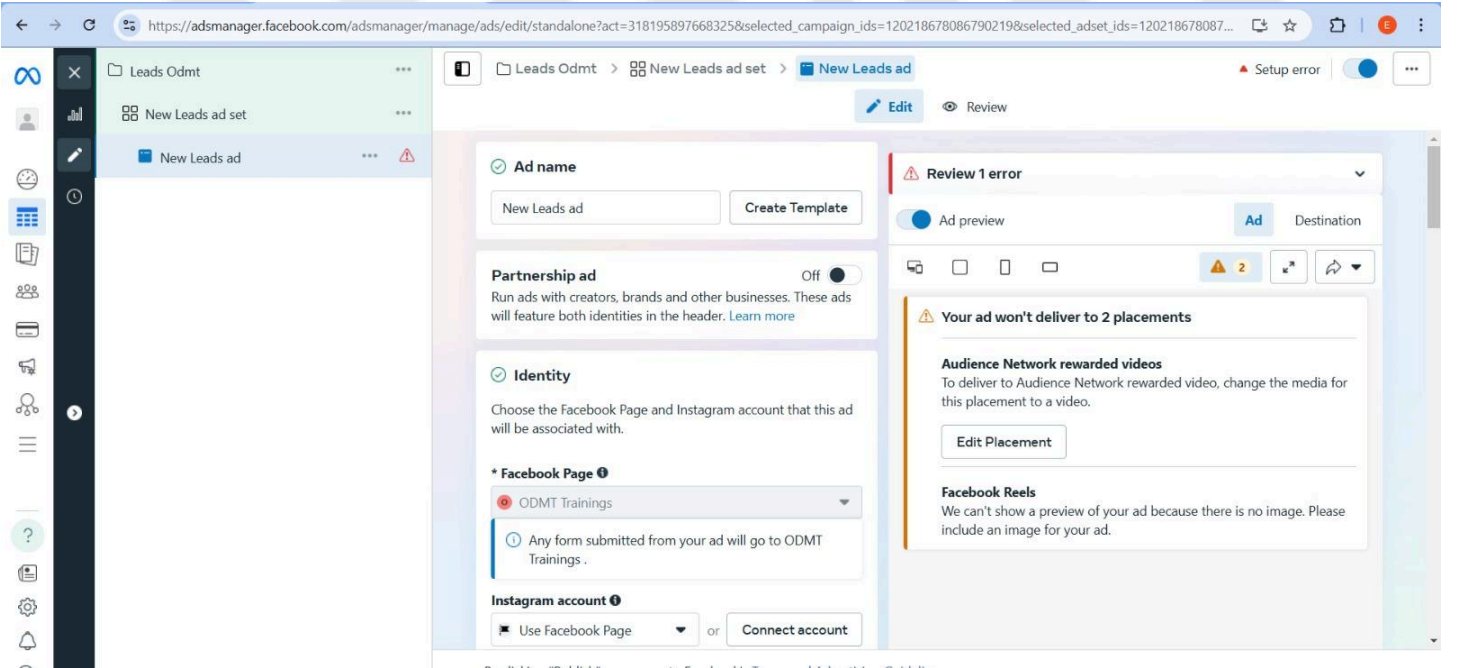
- **బడ్జెట్ & షెడ్యూల్:**
 - రోజువారీ బడ్జెట్ (ఉదా., \$10/రోజు) లేదా జీవితకాల బడ్జెట్ (ఉదా., 30 రోజులకు \$300) ఎంచుకోండి.
 - ప్రారంభ మరియు ముగింపు తేదీని సెట్ చేయండి (అవసరమైతే).
- **ప్రేక్షకుల లక్ష్యం:**
 - అనుకూల ప్రేక్షకులు: ఇప్పటికే ఉన్న లీడ్లను అప్లోడ్ చేయండి లేదా వెబ్సైట్ సందర్శకులను ఉపయోగించండి.
 - స్థానం: నిర్దిష్ట స్థానం చుట్టూ లక్ష్య దేశం, నగరం లేదా వ్యాసార్థాన్ని ఎంచుకోండి.
 - వయస్సు & లింగం: మీ ప్రేక్షకుల వయస్సు పరిధి మరియు లింగాన్ని నిర్వచించండి.
 - వివరణాత్మక లక్ష్యం: మీ ప్రేక్షకులకు సంబంధించిన ఆసక్తులు, ప్రవర్తనలు లేదా ఉద్యోగ శీర్షికలను ఎంచుకోండి.
- **నియామకాలు:**
 - ఆటోమేటిక్ ప్లేస్మెంట్స్ (సిఫార్సు చేయబడింది)
 - మాన్యువల్ ప్లేస్మెంట్లు: మీ ప్రకటనలు ఎక్కడ కనిపించాలో ఎంచుకోండి (ఉదా., Facebook Feed, Instagram, Stories).

క్లిక్ చేయండి తదుపరి.



Step 6: మీ ప్రకటనను సృష్టించండి

- ప్రకటన పేరు: మీ ప్రకటనకు పేరు పెట్టండి (ఉదా., "లీడ్ యాడ్ - ఉచిత ఈబుక్").



- ఫార్మాట్: సింగిల్ ఇమేజ్, రంగులరాట్నం లేదా వీడియో ప్రకటనను ఎంచుకోండి.

- మీడియా: చిత్రం లేదా వీడియోను అప్‌లోడ్ చేయండి (సిఫార్సు చేయబడిన పరిమాణం: 1080x1080px).
- ప్రాథమిక వచనం: ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి (ఉదా., "మరిన్ని మార్కెటింగ్ చిట్కాలు కావాలా? మా ఉచిత గైడ్‌ని డౌన్‌లోడ్ చేసుకోండి!").
- శీర్షిక: చిన్నది మరియు ఆకట్టుకునేది (ఉదా., "ఇప్పుడే మీ ఉచిత మార్గదర్శిని పొందండి").
- కాల్ టు యాక్షన్ (CTA): "సైన్ అప్", "ఆఫర్ పొందండి" లేదా "మరింత తెలుసుకోండి" ఎంచుకోండి.

Step 7: లీడ్ ఫారమ్‌ను సృష్టించండి

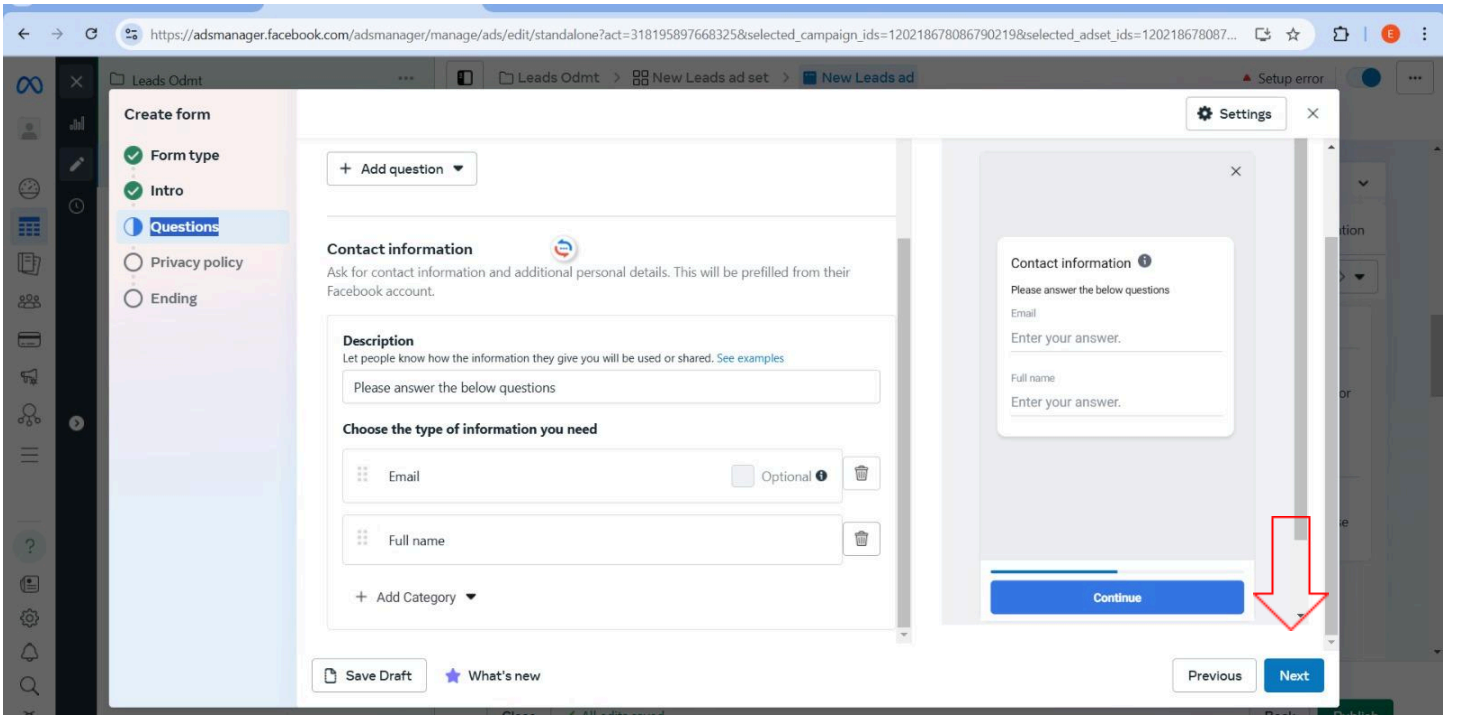
- క్లిక్ చేయండి ఫారమ్‌ను సృష్టించండి.
- ఎంచుకోండి ఫారమ్ రకం

పరిచయ విభాగాన్ని జోడించండి (ఐచ్ఛికం)

- నేపథ్య చిత్రం: 1200x628px చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి (ఉదా., మీ బ్రాండ్ లోగో లేదా ఉత్పత్తి చిత్రంతో కూడిన బ్యానర్).
- గ్రీటింగ్ హెడ్‌లైన్: చిన్న, ఆకర్షణీయమైన గ్రీటింగ్‌ను వ్రాయండి (ఉదా., "మీ ఉచిత డిజిటల్ మార్కెటింగ్ ఈబుక్‌ని పొందండి!").
- వివరణ: ఆఫర్‌ను క్లుప్తంగా వివరించండి (ఉదా., "డిజిటల్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలపై మా ప్రత్యేక గైడ్‌ని డౌన్‌లోడ్ చేయడానికి మీ వివరాలను పూరించండి."). క్లిక్ చేయండి తదుపరి.

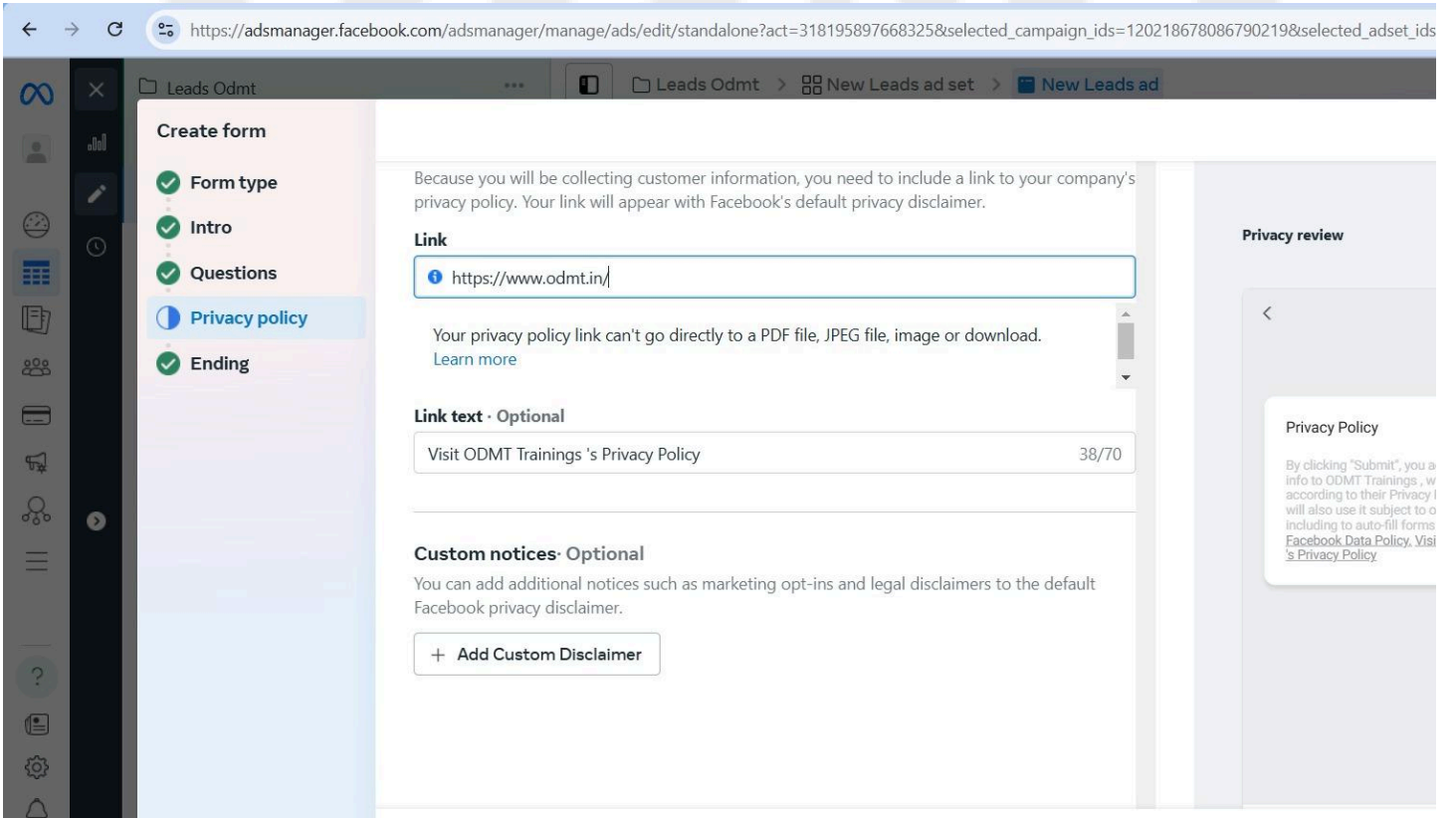
లీడ్‌లను సేకరించడానికి ప్రశ్నలను జోడించండి

- డిఫాల్ట్‌గా, Facebook సేకరిస్తుంది:
 - పూర్తి పేరు
 - ఇమెయిల్
 - ఫోన్ నంబర్
- మీరు చెయ్యగలరు అనుకూల ప్రశ్నలను జోడించండి (ఐచ్ఛికం)



గోప్యతా విధానాన్ని జోడించండి

- Facebook అవసరం గోప్యతా విధానం లింక్.
- మీ యొక్క URLని అతికించండి గోప్యతా విధానం పేజీ

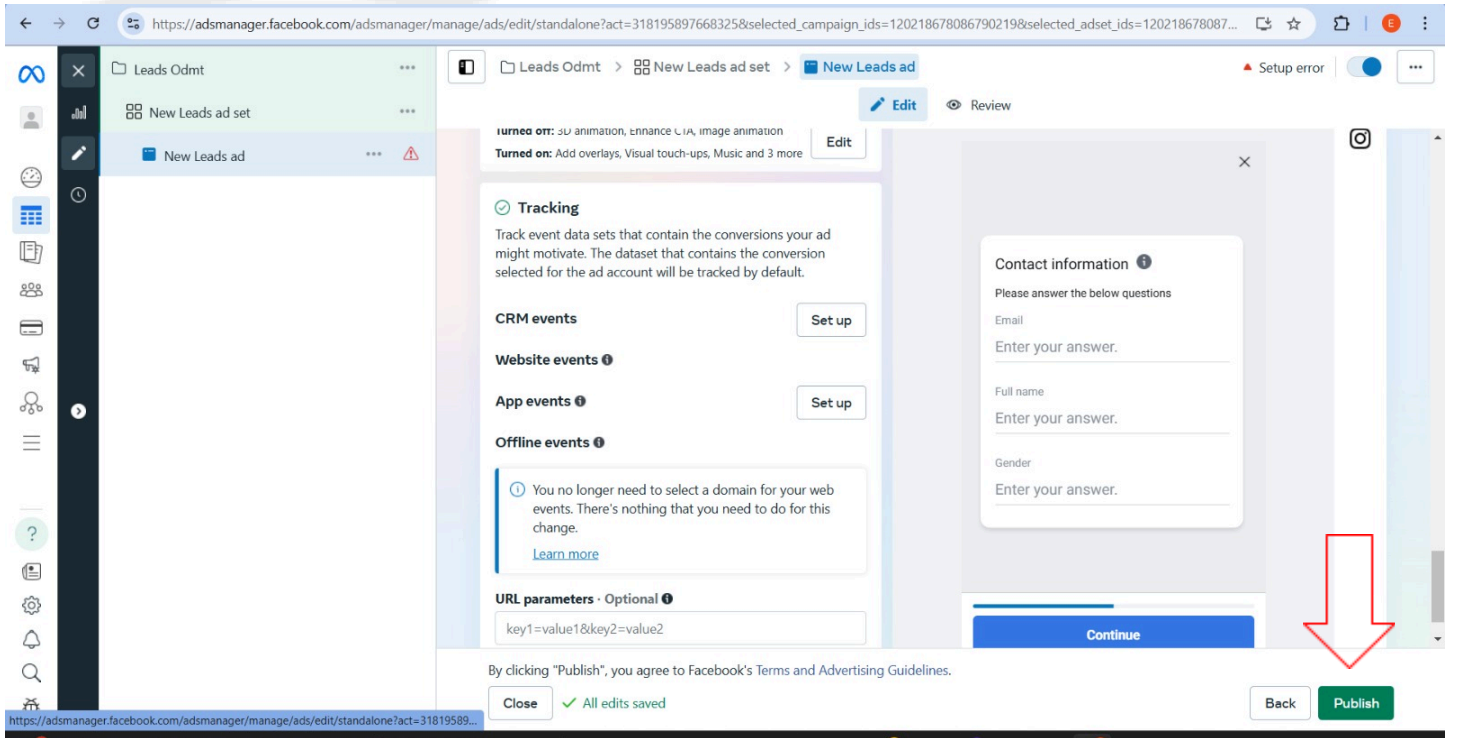


ధన్యవాదాలు స్క్రీన్‌ని అనుకూలీకరించండి

- శీర్షిక: (ఉదా., "ధన్యవాదాలు! మీ ఉచిత గైడ్ మార్గంలో ఉంది!")
- వివరణ: (ఉదా., "డౌన్‌లోడ్ లింక్ కోసం మీ ఇమెయిల్‌ని తనిఖీ చేయండి. మా బృందం త్వరలో మిమ్మల్ని సంప్రదిస్తుంది!").
- కాల్-టు-యాక్షన్ బటన్ (ఒకటి ఎంచుకోండి):
 - వెబ్‌సైట్‌ను సందర్శించండి (మీ వెబ్‌సైట్ URLని నమోదు చేయండి)
 - వ్యాపారానికి కాల్ చేయండి (ఫోన్ నంబర్‌ను నమోదు చేయండి)
 - డౌన్‌లోడ్ చేయండి (మీ ఈబుక్ లేదా రిసోర్స్‌కు ప్రత్యక్ష లింక్‌ను అందించండి)

క్లిక్ చేయండి ముగించు.

- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి ఆమోదం కోసం సమర్పించడానికి.



Step 8: మీ ప్రకటనను ప్రచురించండి

- అన్ని సెట్టింగ్‌లను సమీక్షించండి.
- క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి ప్రచారాన్ని సమర్పించడానికి.

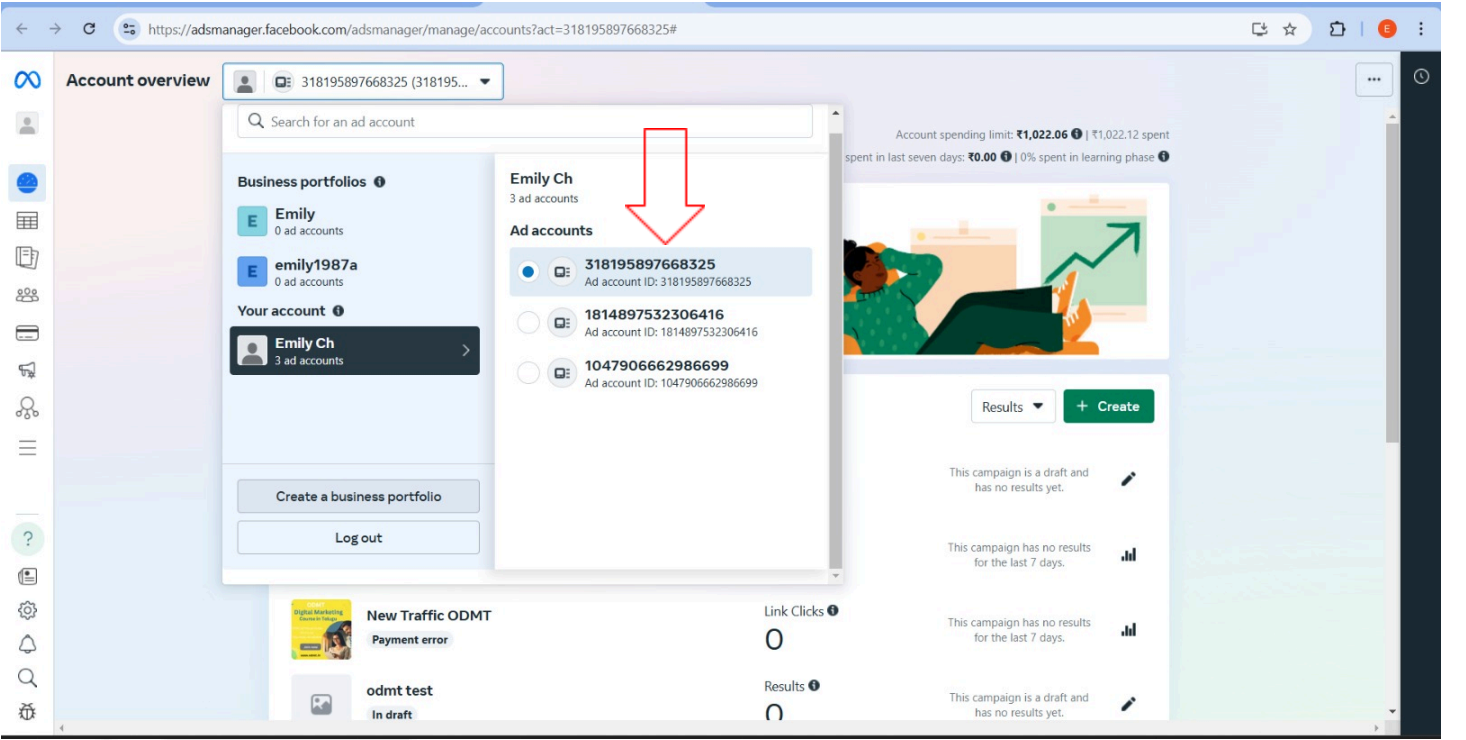
ఫేస్‌బుక్‌లోని మెటా బిజినెస్ సూట్‌లో బిజినెస్ పోర్ట్‌ఫోలియో ఖాతాను ఎలా సృష్టించాలి

Step 1: మెటా బిజినెస్ సూట్‌ని యాక్సెస్ చేయండి

- **Facebook**కి లాగిన్ చేయండి
 - వెళ్ళండి [Facebook](#) మరియు మీ వ్యక్తిగత ఖాతాతో లాగిన్ అవ్వండి.
- మెటా బిజినెస్ సూట్‌ని తెరవండి
 - సందర్శించండి [మెటా బిజినెస్ సూట్](#).
 - మీరు మొబైల్ పరికరాన్ని ఉపయోగిస్తుంటే, డౌన్‌లోడ్ చేయండి మెటా బిజినెస్ సూట్ యాప్ యాప్ స్టోర్ లేదా Google Play నుండి.
- "ఖాతా సృష్టించు"పై క్లిక్ చేయండి
 - మీరు Meta Business Suiteకి కొత్త అయితే, ఇది ఒక సృష్టించమని మిమ్మల్ని అడుగుతుంది వ్యాపార పోర్ట్‌ఫోలియో ఖాతా.

Step 2: మీ వ్యాపార పోర్ట్‌ఫోలియో ఖాతాను సెటప్ చేయండి

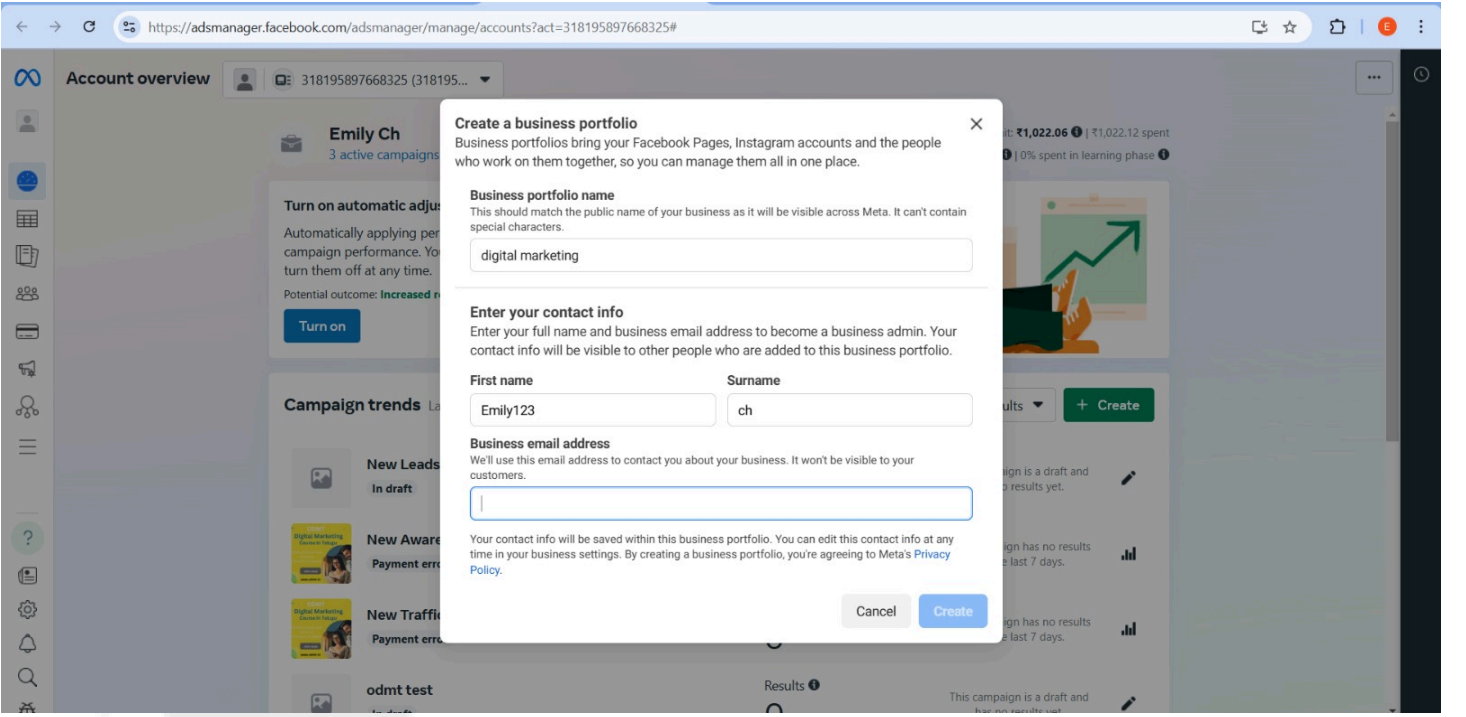
- వ్యాపార వివరాలను నమోదు చేయండి
 - వ్యాపారం పేరు: మీ అధికారిక వ్యాపార పేరును ఉపయోగించండి.
 - మీ పేరు & ఇమెయిల్: మీ వ్యాపారానికి లింక్ చేయబడిన ఇమెయిల్‌ను ఉపయోగించండి.
- మీ **Facebook** పేజీని కనెక్ట్ చేయండి
 - మీకు Facebook బిజినెస్ పేజీ ఉంటే, దాన్ని కనెక్ట్ చేయండి.
 - మీకు ఒకటి లేకుంటే, కొత్త Facebook పేజీని సృష్టించండి.



Step 3: వ్యాపార ఆస్తులను జోడించండి

మీ ఖాతాను సెటప్ చేసిన తర్వాత, మీరు క్రింది వాటిని జోడించవచ్చు మరియు నిర్వహించవచ్చు:

- పేజీలు
 - క్లిక్ చేయండి "ఖాతాలు" → "పేజీలు" → మీ Facebook పేజీని జోడించండి.
- ప్రకటన ఖాతాలు
 - మీరు ప్రకటనలను అమలు చేస్తే, వెళ్ళండి "ఖాతాలు" → "ప్రకటన ఖాతాలు" మరియు ప్రకటన ఖాతాను సృష్టించండి లేదా జోడించండి.
- Instagram ఖాతా
 - కింద మీ Instagramని కనెక్ట్ చేయండి "ఖాతాలు" → "ఇన్స్టాగ్రామ్ ఖాతాలు".
- వ్యక్తులు & పాత్రలు
 - కింద జట్టు సభ్యులను జోడించండి "ప్రజలు" మరియు అడ్మిన్, ఎడిటర్ లేదా అడ్వర్టైజర్ వంటి పాత్రలను కేటాయించండి.



Step 4: మీ పోర్ట్‌ఫోలియోను ఆప్టిమైజ్ చేయండి

వ్యాపార సమాచారాన్ని అప్డేట్ చేయండి

- వెళ్ళండి "వ్యాపార సెట్టింగ్‌లు" → "వ్యాపార సమాచారం" మరియు మీ:
 - వెబ్సైట్
 - వ్యాపార వర్గం
 - సంప్రదింపు సమాచారం

Step 5: మీ వ్యాపార పోర్ట్‌ఫోలియోను ఉపయోగించడం ప్రారంభించండి

Facebookలో కన్వర్షన్ ట్రాకింగ్?

మార్పిడి ట్రాకింగ్ Facebookలో (మెటా) అనేది మీతో పరస్పర చర్య చేసిన తర్వాత వినియోగదారు చర్యలను (మార్పిడులు) ట్రాక్ చేయడానికి ఒక పద్ధతి **Facebook** ప్రకటనలు.

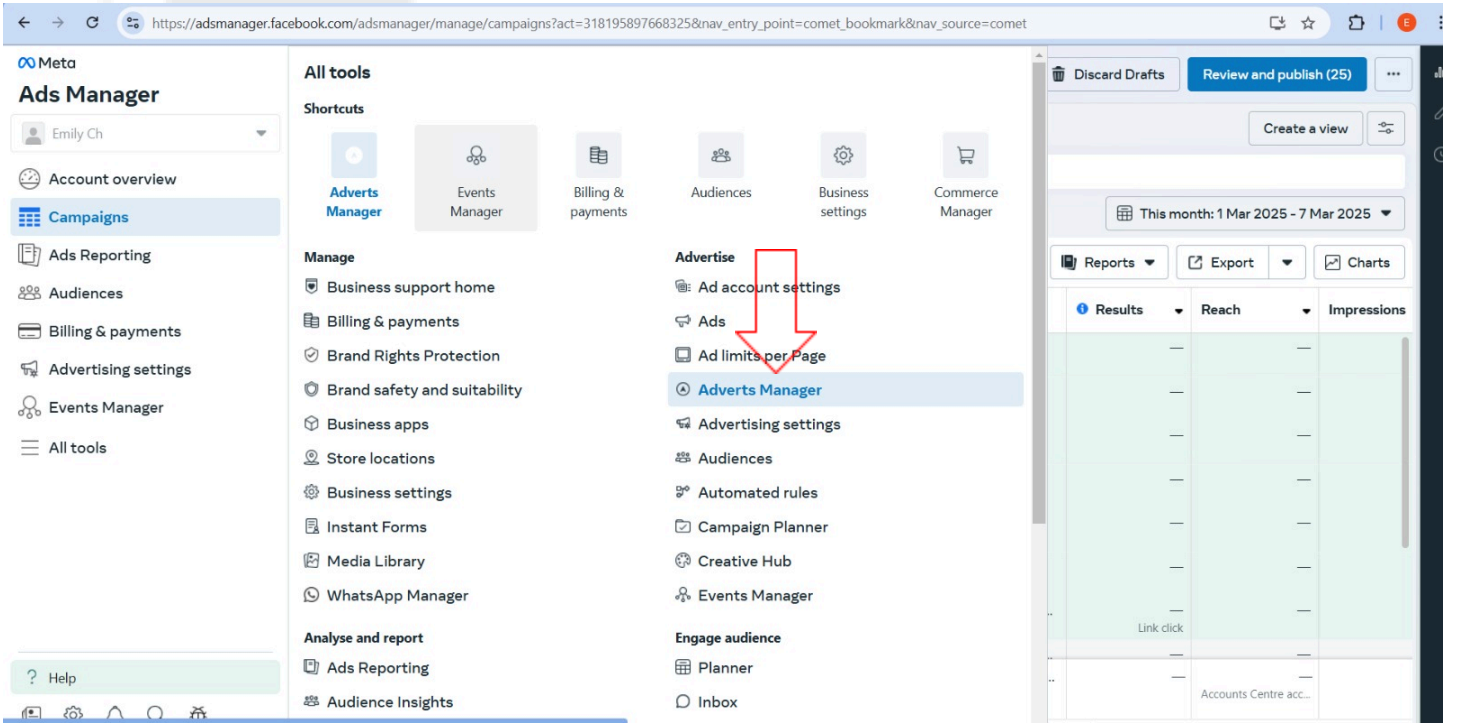
Meta Pixel (వెబ్సైట్ల కోసం) సెటప్ చేయండి

Meta Pixel అంటే ఏమిటి?

మెటా పిక్సెల్ వినియోగదారు పరస్పర చర్యలను ట్రాక్ చేయడానికి మీరు మీ వెబ్సైట్కి జోడించే చిన్న కోడ్.

మెటా పిక్సెల్ని ఎలా సెటప్ చేయాలి?

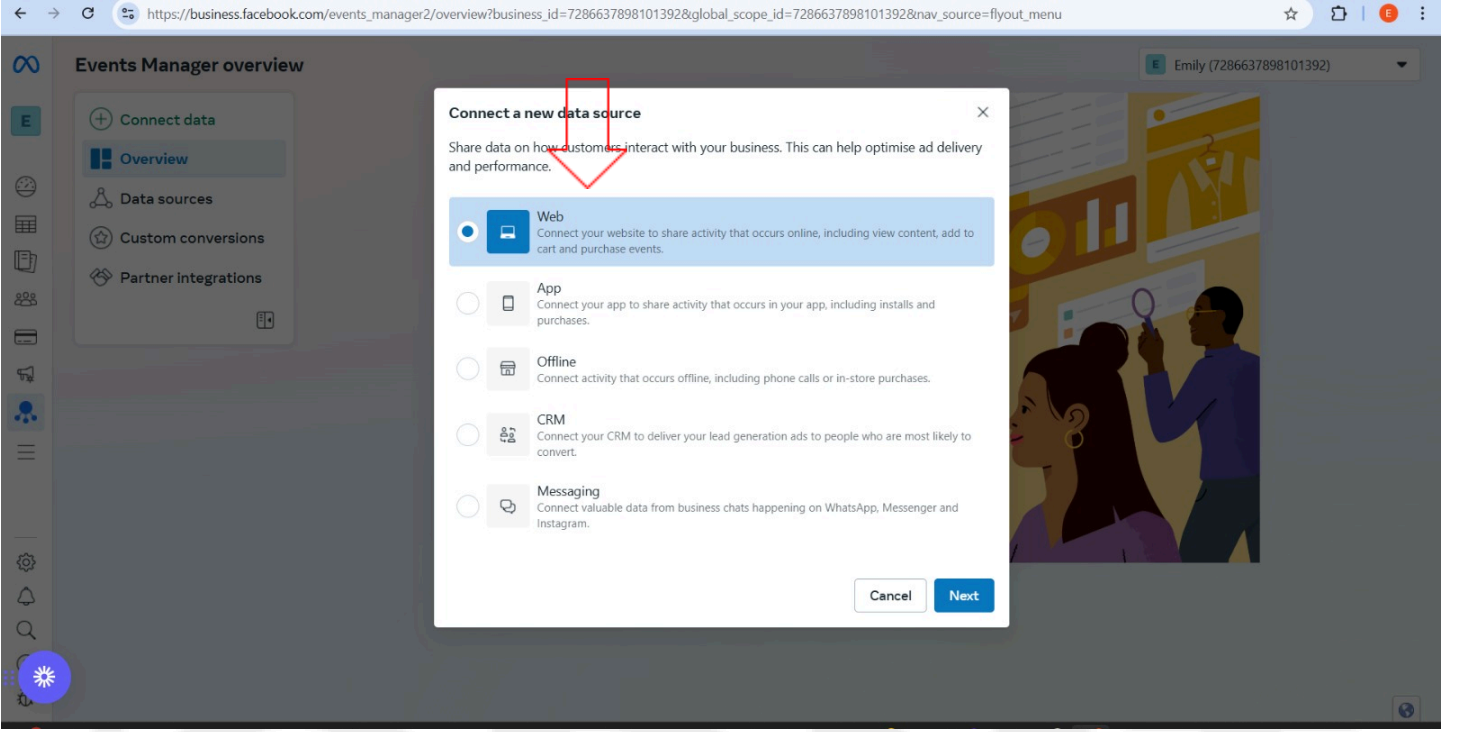
- "అన్ని సాధనాలు"పై క్లిక్ చేయండి → "ఈవెంట్స్ మేనేజర్" ఎంచుకోండి



కొత్త పిక్సెల్ని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి "డేటా మూలాలను కనెక్ట్ చేయండి" → ఎంచుకోండి "వెబ్"
- క్లిక్ చేయండి "మెటా పిక్సెల్" → కొనసాగించు

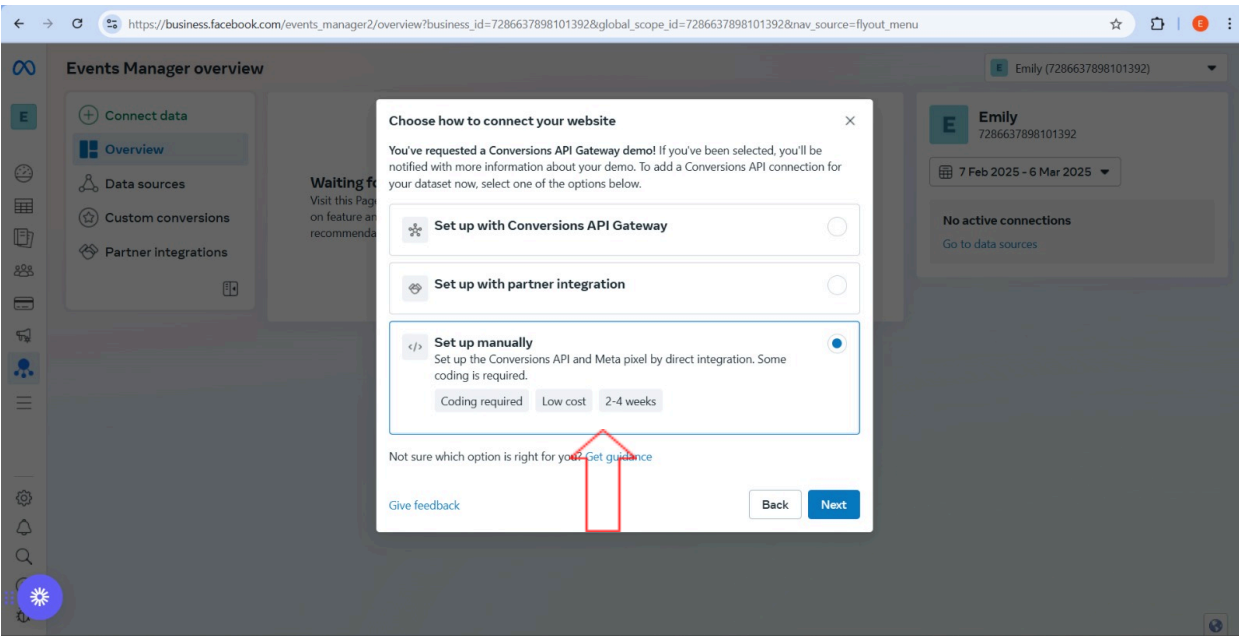
- మీ పిక్సెల్ కు పేరు పెట్టండి మరియు మీ వెబ్సైట్ URL ని నమోదు చేయండి



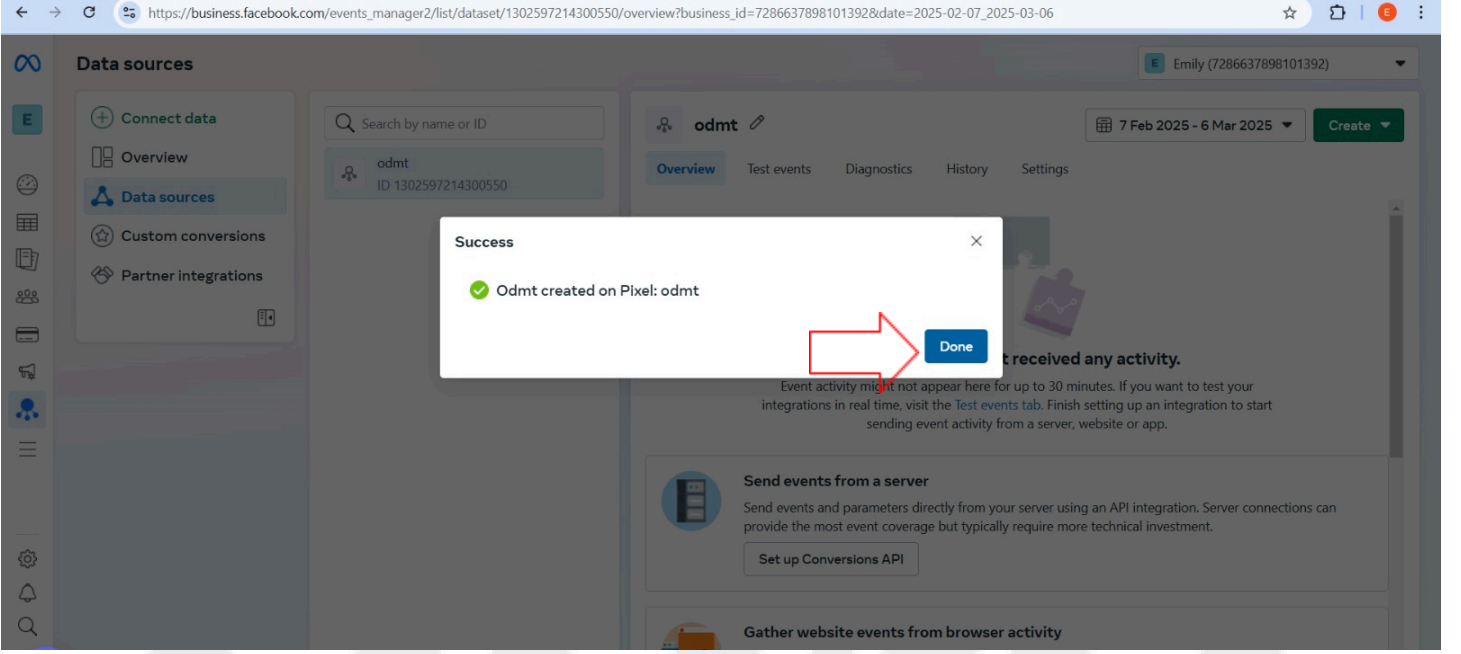
మీ మెటా పిక్సెల్ కోడ్ ని పొందండి

పిక్సెల్ కోడ్ ను కాపీ చేయండి

- Pixel ని సృష్టించిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి "కోడ్ ను మాన్యువల్ గా ఇన్స్టాల్ చేయండి".



- మీరు 2 చూస్తారు జావాస్క్రిప్ట్ కోడ్ స్నిప్పెట్.
- క్లిక్ చేయండి "కాపీ కోడ్".



మీ వెబ్సైట్కి పిక్సెల్ కోడ్ని జోడించండి

- లోనికి ప్రవేశించండి **WordPress** అడ్మిన్.
- వెళ్ళండి స్వరూపం → థీమ్ ఎడిటర్.
- తెరవండి **header.php** ఫైల్.
- అతికించండి పిక్సెల్ కోడ్ లోపల `<head>...</head>`.
- క్లిక్ చేయండి "ఫైల్ను నవీకరించండి".

Facebook ఈవెంట్ల మేనేజర్లో అనుకూల మార్పిడిని సృష్టించండి

అనుకూల మార్పిడిని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి "అనుకూల మార్పిడులు" ఎడమ పానెల్లో.
- క్లిక్ చేయండి "అనుకూల మార్పిడిని సృష్టించండి".

కస్టమ్ మార్పిడిని నిర్వచించండి

- పేరు: "ODMT ఫారమ్ సమర్పణ" (లేదా ఏదైనా సంబంధిత పేరు).

- డేటా మూలం: మీ మెటా పిక్చర్స్ ని ఎంచుకోండి.
- మార్పిడి ఈవెంట్: "అన్ని URL ట్రాఫిక్" ఎంచుకోండి.
- నియమాలు:
 - "URL కలిగి ఉంది" ఎంచుకోండి
 - నమోదు చేయండి: **ధన్యవాదాలు** (లేదా ఫారమ్ ను సమర్పించిన తర్వాత వినియోగదారులు ల్యాండ్ అయ్యే ఖచ్చితమైన పేజీ).

సేవ్ చేసి ముగించు

- క్లిక్ చేయండి "సృష్టించు" మీ అనుకూల మార్పిడిని సేవ్ చేయడానికి.

Facebook రీమార్కెటింగ్:

రీమార్కెటింగ్ (రిటార్గెటింగ్) Facebookలో మీరు ప్రకటనలను కలిగి ఉన్న వ్యక్తులకు చూపించే వ్యూహం. ఇప్పటికే మీ వెబ్సైట్ ను సందర్శించారు, మీ పోస్ట్లతో నిమగ్నమై ఉన్నారు లేదా మీ వ్యాపారంతో పరస్పర చర్య చేశారు కానీ ఇంకా మార్చబడలేదు (ఉదా., ఫారమ్ ను కొనుగోలు చేయలేదు, సైన్ అప్ చేయలేదు లేదా పూర్తి చేయలేదు).

రీమార్కెటింగ్ కోసం అనుకూల ప్రేక్షకులను సృష్టించండి మీ వెబ్సైట్, యాప్ లేదా సోషల్ మీడియా పేజీలతో పరస్పర చర్యల ఆధారంగా వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోవడానికి అనుకూల ప్రేక్షకులు మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

Facebook యాడ్స్ మేనేజర్లో అనుకూల ప్రేక్షకులను సృష్టించండి

- వెళ్ళండి [Facebook ప్రకటనల మేనేజర్](#).
- ఎడమ ప్యానెల్లో ప్రేక్షకులను క్లిక్ చేయండి.
- ప్రేక్షకులను సృష్టించు క్లిక్ చేయండి → అనుకూల ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి.
- మీరు వినియోగదారులను ఎలా ట్రాక్ చేయాలనుకుంటున్నారో ఎంచుకోండి (వెబ్సైట్, Facebook ఎంగేజ్మెంట్ లేదా కస్టమర్ జాబితా).

మీరు సృష్టించగల సాధారణ రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులు:

వెబ్సైట్ సందర్శకులు:

- గత 30, 60 లేదా 90 రోజులలో మీ వెబ్సైట్ ను సందర్శించిన వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి.
- ఉదాహరణ: సందర్శించిన వ్యక్తులు www.yoursite.com కానీ కొనలేదు.

నిర్దిష్ట పేజీ సందర్శకులు:

- నిర్దిష్ట కోర్సు లేదా సేవా పేజీని వీక్షించిన వ్యక్తులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి.
- ఉదాహరణ: URLలో "కోర్సు-వివరాలు" ఉన్నాయి.

కార్డ్కి జోడించిన వ్యక్తులు (కానీ కొనుగోలు చేయలేదు):

- కార్డ్కి ఉత్పత్తిని జోడించి చెక్అవుట్ పూర్తి చేయని సందర్శకులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి

క్లిక్ చేయండి "స్పష్టించు" మీ ప్రేక్షకులను రక్షించడానికి.

Facebook యాడ్స్ మేనేజర్లో రీమార్కెటింగ్ ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

ఇప్పుడు, ఒక రన్ చేద్దాం ఈ వినియోగదారులను రీటార్గెట్ చేయడానికి ప్రకటన ప్రచారం.

వెళ్ళండి **Facebook** ప్రకటనల మేనేజర్ → క్లిక్ చేయండి సృష్టించు.

ఎంచుకోండి "అమ్మకాలు" లేదా "ట్రాఫిక్" ప్రచార లక్ష్యం.

ఎంచుకోండి "వెబ్సైట్" మీ మార్పిడి స్థానంగా.

కింద ప్రేక్షకులు, ఎంచుకోండి అనుకూల ప్రేక్షకులు మీరు ఇప్పుడే సృష్టించారు.

మీ సెట్ చేయండి బడ్జెట్ & షెడ్యూల్ (చిన్న బడ్జెట్తో ప్రారంభించండి, ఉదా. \$10/రోజు).

మీ ఎంచుకోండి ప్రకటన ఫార్మాట్ (చిత్రం, వీడియో లేదా రంగులరాట్నం).

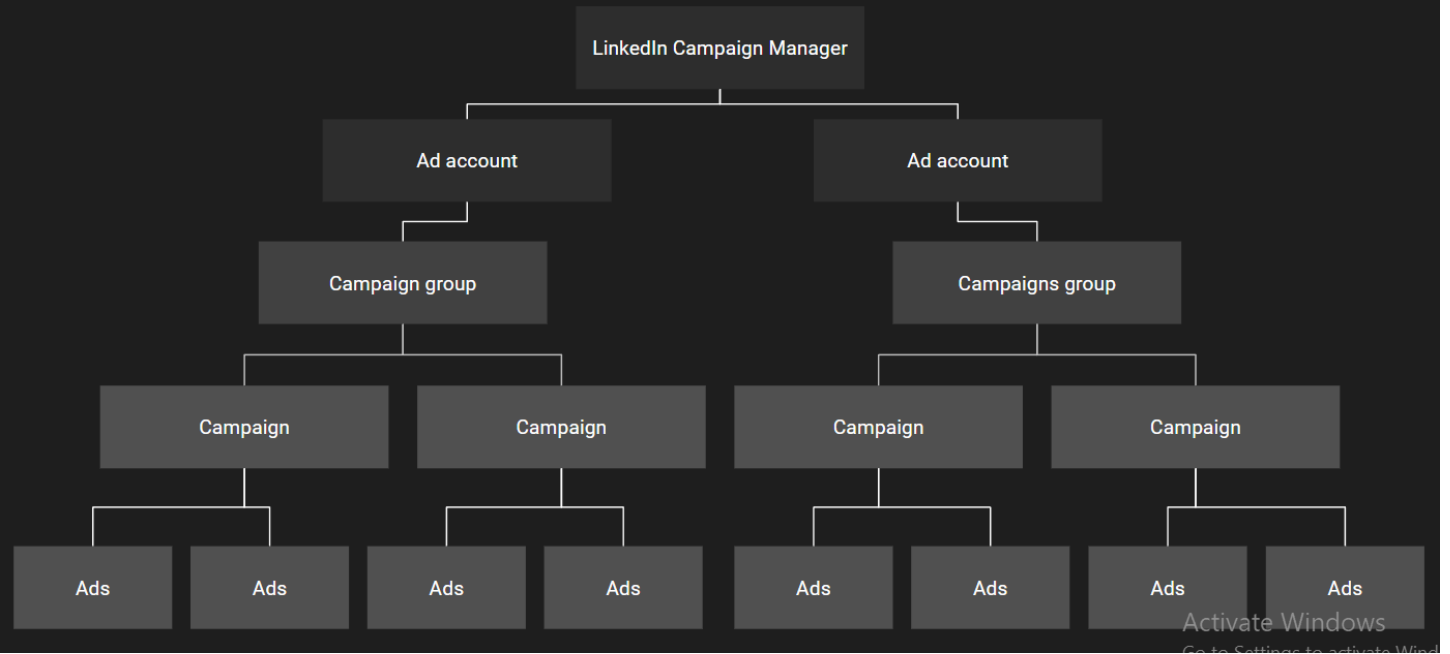
క్లిక్ చేయండి ప్రచురించండి ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి.

లింక్డ్ఇన్ మార్కెటింగ్

లింక్డ్ఇన్ మార్కెటింగ్ అనేది ప్రక్రియ లింక్డ్ఇన్లో మీ వ్యాపారం, ఉత్పత్తులు లేదా సేవలను ప్రచారం చేయడం నిపుణులు, వ్యాపార యజమానులు మరియు నిర్ణయాధికారులను చేరుకోవడానికి. వంటి వ్యూహాలు ఇందులో ఉన్నాయి ఆర్గానిక్ కంటెంట్ మార్కెటింగ్, లింక్డ్ఇన్ యాడ్స్, నెట్వర్కింగ్ మరియు లీడ్ జనరేషన్ బ్రాండ్ అవగాహన పెరగడానికి మరియు విక్రయాలను పెంచడానికి.

లింక్డిన్ ప్రకటన నిర్మాణం

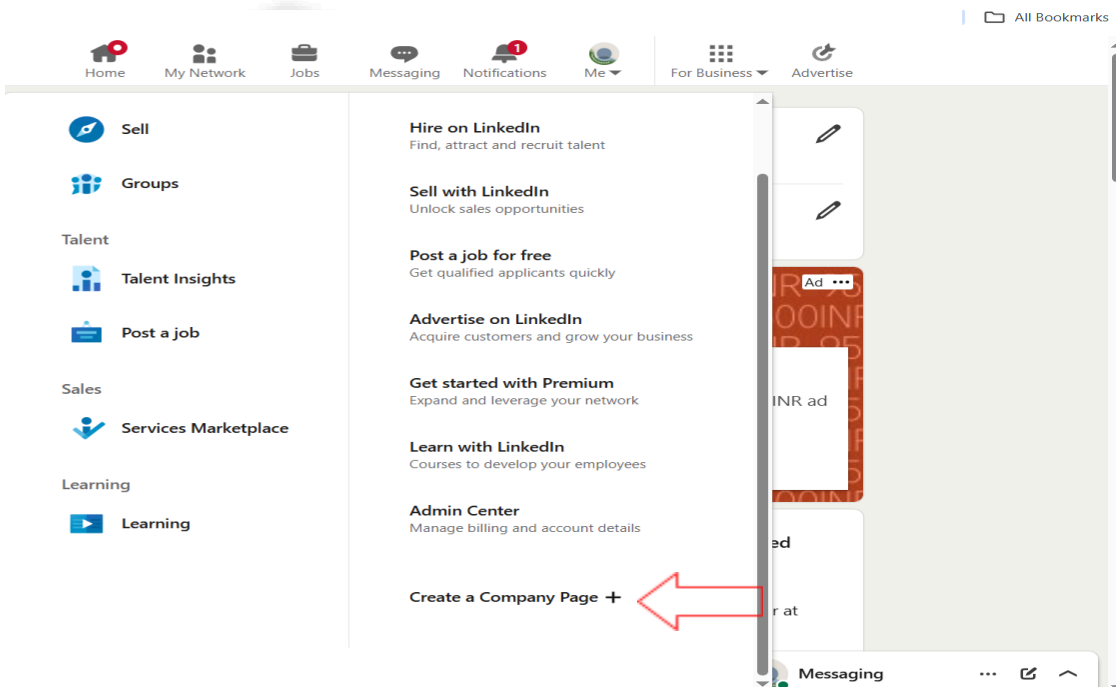
LinkedIn Ad Structure



LinkedIn Business పేజీని ఎలా సృష్టించాలి (దశల వారీ గైడ్)

Step 1: లింక్డిన్‌కి లాగిన్ చేయండి

వెళ్ళండి [LinkedIn.com](https://www.linkedin.com) మరియు మీ ఖాతాకు లాగిన్ అవ్వండి.
పై క్లిక్ చేయండి "పని" చిహ్నం (గ్రీడ్ చిహ్నం) కుడి ఎగువ మూలలో.
క్రిందికి స్క్రోల్ చేసి ఎంచుకోండి "కంపెనీ పేజీని సృష్టించండి".



Step 2 : మీ పేజీ రకాన్ని ఎంచుకోండి

Step 3: వ్యాపార వివరాలను పూరించండి

Step 4: మీ కంపెనీ లోగో & బ్యానర్ చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి

Step 5: "పేజీని సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి

Let's get started with a few details about your company.

* indicates required

Name*
Add your organization's name

linkedin.com/company/*
Add your unique LinkedIn address
[Learn more about the Page Public URL](#)

Website
Begin with http://, https:// or www.

Industry*
ex: Information Services

Organization size*
Select size

Organization type*
Select type

Page preview

Company name
Tagline
Industry
[+ Follow](#)

Messaging

LinkedIn లో ప్రచారాన్ని ఎలా సృష్టించాలి

Step 1: మీ లక్ష్యాలు & ప్రేక్షకులను నిర్వచించండి

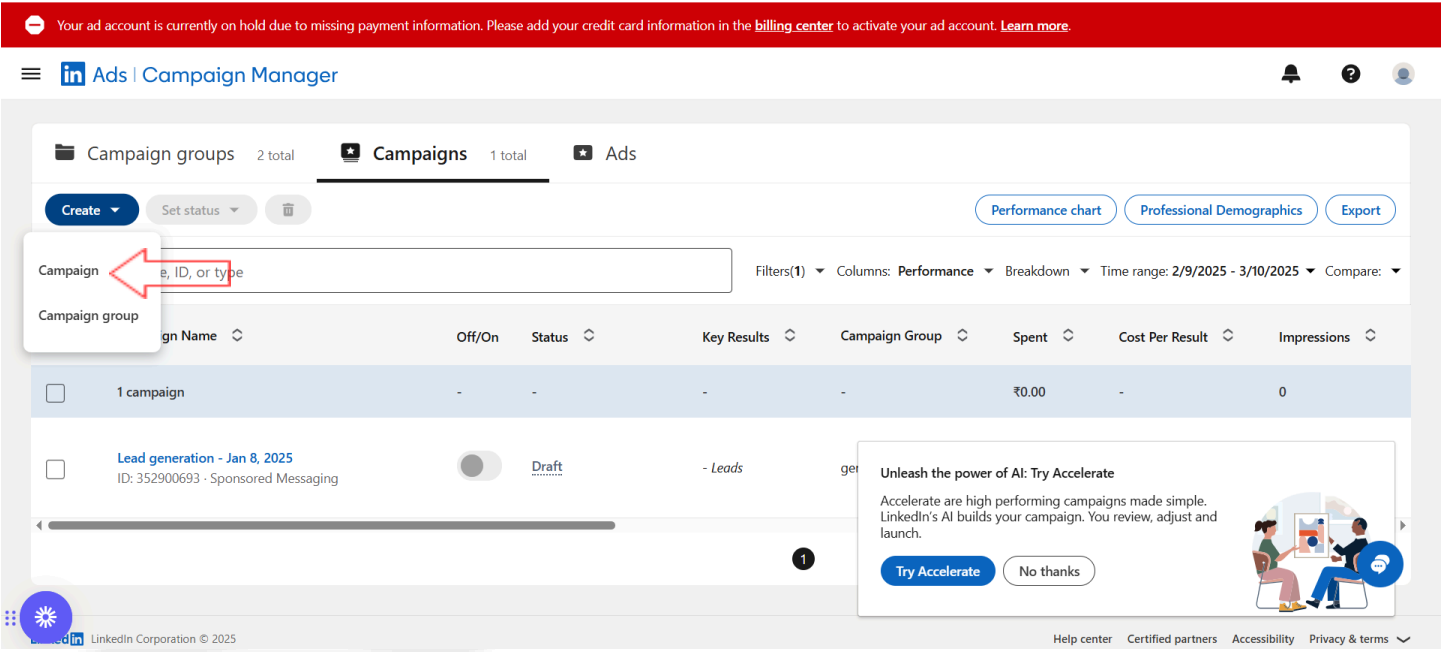
లక్ష్యం: బ్రాండ్ అవగాహనను పెంచడం (అనుచరులు, నిశ్చితార్థం, వెబ్‌సైట్ సందర్శనలు).

Step 2 : కొత్త ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి "ప్రచారాలు" అగ్ర నావిగేషన్‌లో.
- క్లిక్ చేయండి "ప్రచారాన్ని సృష్టించండి"

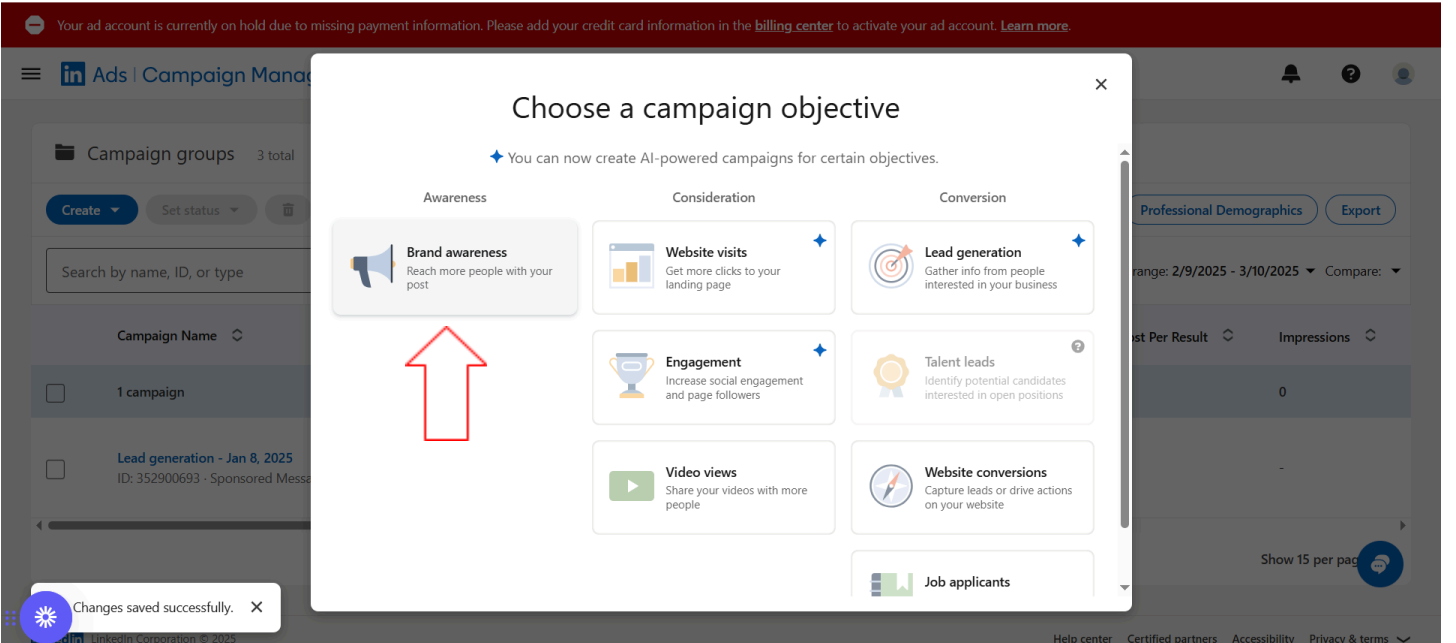
Step 3: ప్రచార సమూహాన్ని ఎంచుకోండి

- ప్రచారాలు సమూహాలుగా నిర్వహించబడతాయి.
- గాని ఇప్పటికే ఉన్న ప్రచార సమూహాన్ని ఉపయోగించండి లేదా కొత్తదాన్ని సృష్టించండి.



Step 4: ప్రచార లక్ష్యాన్ని సెట్ చేయండి

- మీ లక్ష్యం ఆధారంగా లక్ష్యాన్ని ఎంచుకోండి:
 - అవగాహన: బ్రాండ్ అవగాహన



Step 5: లక్ష్య ప్రేక్షకులను నిర్వచించండి

- స్థానం: భౌగోళిక ప్రాంతాన్ని ఎంచుకోండి.
- ప్రేక్షకుల గుణగణాలు:

- ఉద్యోగ శీర్షిక, కంపెనీ పేరు, పరిశ్రమ, సీనియారిటీ, నైపుణ్యాలు మొదలైనవి.
- ఉపయోగించండి సరిపోలిన ప్రేక్షకులు రిటార్గేటింగ్ కోసం.

← No Campaign Group selected
Untitled Campaign New Campaign

Step 1
Select Campaign Group

Step 2
Set up Campaign

- Objective selection
- Audience
- Ad format
- URL Parameters
- Placement
- Budget & schedule
- Conversion tracking

Step 3
Set up Ads

Step 4
Review & Launch

Back to account

Group your campaigns based on what's important to you, for example by objective, project, location, or budget. [Learn more](#)

Name
awareness

Group Objective Change

Brand awareness
Reach more people with your post

Group Budget & Schedule

Define how and when you plan to spend across your campaigns.

Budget Optimization Off

We'll automatically distribute your group budget across your best performing campaigns for better ROI based on your bid strategy. [Learn more](#)

Run continuously from a start date

Step 6: ప్రకటన ఆకృతిని ఎంచుకోండి

- ప్రాయోజిత కంటెంట్ (ఒకే చిత్రం, రంగులరాట్నం, వీడియో)
- సందేశ ప్రకటనలు (ప్రత్యక్ష సందేశాలు)
- వచన ప్రకటనలు (సైడ్ బార్ ప్రకటనలు)
- డైనమిక్ ప్రకటనలు (వ్యక్తిగతీకరించిన ప్రకటనలు)

← awareness
Brand awareness - Mar 10, 2025 New Campaign

Step 1
Select Campaign Group

Step 2
Set up Campaign

- Campaign details
- Audience
- Ad format
- URL Parameters
- Placement
- Budget & schedule
- Conversion tracking

Step 3
Set up Ads

Step 4
Review & Launch

Back to account

Changes saved successfully. ✕

Ad format

Select an ad format that will perform best with your campaign objective

Single image

Carousel image

Video

Text

Spotlight

Follower

Document

Conversation

Event

New Article and newsletter

Forecasted results ⊕

Target audience size
160,000,000+

1-day 7-day 30-day

30-day spend
₹170,000.00 - ₹299,988.00

30-day reach Key Result
290,000 - 1,200,000

30-day cost per 1,000 member accounts reached
₹513.36 - ₹603.54

30-day average frequency
2.7 - 4.2

Forecasted results are directional estimates and do not guarantee performance. [Learn more](#)

Is this helpful? Yes No

Step 7: బడ్జెట్ & పెడ్యూల్ని సెట్ చేయండి

- బడ్జెట్ ఎంపికలు:
 - రోజువారీ బడ్జెట్ (ఉదా., \$10/రోజు)
 - మొత్తం బడ్జెట్(ఉదా., మొత్తం \$500)
 - బిడ్డింగ్ ఎంపికలు: ఆటోమేటెడ్, CPC (క్లిక్కి ధర), CPM (ప్రతి ఇంప్రెషన్కు ధర)
- పెడ్యూల్: ప్రారంభ మరియు ముగింపు తేదీలను ఎంచుకోండి.

The screenshot displays the LinkedIn Campaign Manager interface for a new campaign. The top navigation bar shows 'awareness' and 'Brand awareness - Mar 10, 2025'. The left sidebar lists four steps: Step 1 (Select Campaign Group), Step 2 (Set up Campaign), Step 3 (Set up Ads), and Step 4 (Review & Launch). The main content area is divided into three sections: 'Placements', 'Brand safety & suitability', and 'Budget & schedule'. The 'Placements' section shows selected placements: LinkedIn and LinkedIn Audience Network. The 'Brand safety & suitability' section includes options to 'Exclude categories' and 'Upload block or allow list'. The 'Budget & schedule' section shows the campaign is scheduled to run from 3/10/2025 and has a budget dropdown set to 'Set a daily budget'. On the right, the 'Forecasted results' section displays key metrics: Target audience size (160,000,000+), 30-day spend (₹170,000.00 - ₹299,988.00), 30-day reach (290,000 - 1,200,000), and 30-day average frequency (2.7 - 4.2). A 'Back to account' notification bubble is visible in the bottom left corner.

Step 8: యాడ్ క్రియేట్ & అప్లోడ్ మీడియా

- ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి.
- సంబంధితంగా అప్లోడ్ చేయండి చిత్రాలు, వీడియోలు లేదా రంగులరాట్నం స్లయిడ్లు.
- 2 జోడించండి కాల్-టు-యాక్షన్ (CTA) ఇష్టం "మరింత తెలుసుకోండి", "డౌన్లోడ్", లేదా "సైన్ అప్".

Step 9: సమీక్ష & ప్రారంభించండి

- సెట్టింగులు, బడ్జెట్ మరియు లక్ష్యాన్ని తనిఖీ చేయండి.
- క్లిక్ చేయండి "ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి".

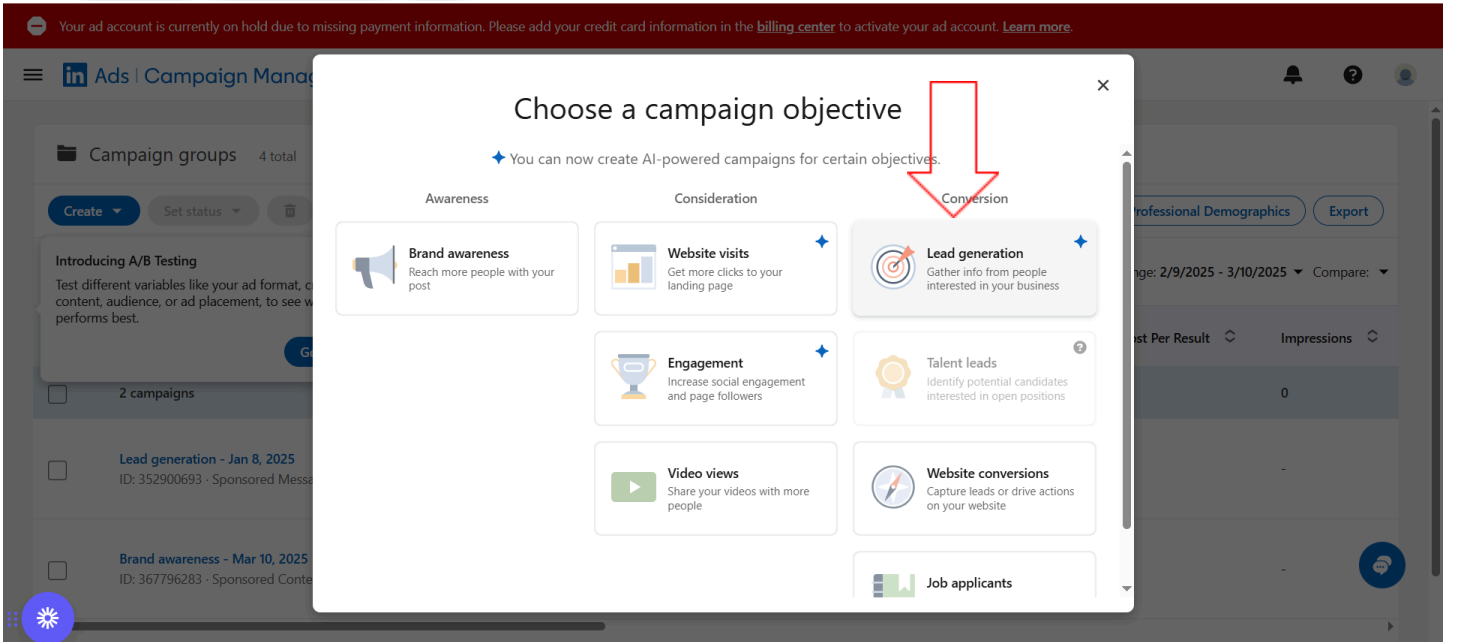
లింక్డ్ఇన్ యాడ్స్ మేనేజర్లో లీడ్ జనరేషన్ క్యాంపెయిన్

Step 1: కొత్త ప్రచారాన్ని ప్రారంభించడానికి "స్పష్టించు" క్లిక్ చేయండి

1. లో ప్రచారాలు ట్యాబ్, క్లిక్ చేయండి "స్పష్టించు" బటన్.
2. ఎంచుకోండి "ప్రచారం" డ్రాప్ డౌన్ నుండి.

Step 2: మీ ప్రచార లక్ష్యంగా "లీడ్ జనరేషన్"ని ఎంచుకోండి

- లింక్డ్ఇన్ విభిన్న లక్ష్యాలను అందిస్తుంది.
- ఎంచుకోండి "లీడ్ జనరేషన్", మీరు లీడ్లను సేకరించాలనుకుంటున్నారు (ఉదా., ఇమెయిల్లు, ఫోన్ నంబర్లు).
- క్లిక్ చేయండి "తదుపరి".



Step 3: మీ ప్రచారాన్ని సెటప్ చేయండి

- ప్రచారం పేరు: పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "లీడ్ ఫారమ్ - మార్కెటింగ్ లీడ్స్").
- లింక్డ్ఇన్ పేజీ: మీ వ్యాపార పేజీని ఎంచుకోండి.
- ప్రచార సమూహం: ఇప్పటికే ఉన్న సమూహాన్ని ఎంచుకోండి లేదా కొత్తదాన్ని సృష్టించండి.
- A/B పరీక్ష (ఐచ్ఛికం): మీరు విభిన్న సంస్కరణలను పరీక్షించాలనుకుంటే ప్రారంభించండి.

← No Campaign Group selected
Untitled Campaign New Campaign

Step 1
Select Campaign Group

Step 2
Set up Campaign

- Objective selection
- Audience
- Ad format
- URL Parameters
- Placement
- Budget & schedule
- Conversion tracking

Step 3
Set up Ads

Step 4
Review & Launch

Back to account

Campaign Group Details Select group

Group your campaigns based on what's important to you, for example by objective, project, location, or budget. [Learn more](#)

Name

Group Objective Change

Lead generation
Gather info from people interested in your business

Group Budget & Schedule

Define how and when you plan to spend across your campaigns.

Budget Optimization Off

We'll automatically distribute your group budget across your best performing campaigns for better ROI based on your bid strategy. [Learn more](#)

Step 4: మీ ప్రకటన సెట్‌ని సెటప్ చేయండి (లక్ష్యం & బడ్జెట్)

ప్రకటన సెట్ పేరు

- పేరును ఎంచుకోండి (ఉదా., "లీడ్ ఫారమ్ - టార్గెట్ ఆడియన్స్ 1").

ఆడియన్స్ టార్గెటింగ్

- అనుకూల ప్రేక్షకులు: ఇప్పటికే ఉన్న లీడ్‌లను అప్‌లోడ్ చేయండి లేదా వెబ్‌సైట్ సందర్శకులను రిటార్గెట్ చేయండి.
- స్థానం: లక్ష్య దేశం, నగరం లేదా వ్యాసార్థాన్ని ఎంచుకోండి.
- ఉద్యోగ శీర్షికలు: వారి ఉద్యోగ పాత్రల ఆధారంగా వినియోగదారులను లక్ష్యంగా చేసుకోండి (ఉదా., "మార్కెటింగ్ మేనేజర్లు").
- పరిశ్రమలు: మీ ఉత్పత్తి/సేవకు సంబంధించిన పరిశ్రమను ఎంచుకోండి.
- కంపెనీ పరిమాణం: చిన్న, మధ్యస్థ లేదా పెద్ద వ్యాపారాల వారీగా ఫిల్టర్ చేయండి.

← lead
Lead generation - Mar 10, 2025 New Campaign

Step 1
Select Campaign Group

Step 2
Set up Campaign

- Campaign details
- Audience**
- Ad format
- URL Parameters
- Placement
- Budget & schedule
- Conversion tracking

Step 3
Set up Ads

Step 4
Review & Launch

Back to account

Changes saved successfully. ✕

Who is your target audience?

Start building your audience by searching for attributes of professionals you want to reach Close

🔍 Search [Learn more about targeting criteria](#)

<p>Audiences Use your data to retarget website visitors or reach known contacts and accounts</p>	<p>Company</p> <p>Demographics ➔</p> <p>Education</p> <p>Job Experience</p> <p>Interests and Traits</p>
<p>Audience attributes Add targeting criteria like job title, industry, or skills</p>	

Exclude people by audience attributes and Matched Audiences

LinkedIn tools may not be used to discriminate based on personal characteristics like gender, age, or actual or perceived race/ethnicity. [Learn more](#)

Enable Audience Expansion ⓘ

Forecasted results ⓘ

Target audience size
160,000,000+

ⓘ Forecasting is not yet available for your current campaign setup.

బడ్జెట్ & షెడ్యూల్

- రోజువారీ బడ్జెట్ (ఉదా., \$10/రోజు) లేదా జీవితకాల బడ్జెట్ (ఉదా., 30 రోజులకు \$500) ఎంచుకోండి.
- ప్రారంభ మరియు ముగింపు తేదీని సెట్ చేయండి (అవసరమైతే).

← No Campaign Group selected
Untitled Campaign New Campaign

Step 1
Select Campaign Group

Step 2
Set up Campaign

- Objective selection
- Audience
- Ad format
- URL Parameters
- Placement
- Budget & schedule
- Conversion tracking

Step 3
Set up Ads

Step 4
Review & Launch

Back to account

Group Budget & Schedule

Define how and when you plan to spend across your campaigns.

Budget Optimization
We'll automatically distribute your group budget across your best performing campaigns for better ROI based on your bid strategy. [Learn more](#) On

Budget **Daily Budget**

Set a daily budget ₹5,000.00

Bidding Strategy

Maximum delivery - Get the most results possible with your full budget

Cost cap - Get as many results as possible while staying under your desired maximum cost per result

[Show additional options](#) ▼

ప్లేస్మెంట్స్

- ఎల్LinkedIn Network (Recommended)

- మాన్యువల్ ప్లేస్మెంట్లు: లింక్డ్ఇన్ పీడ్లు, లింక్డ్ఇన్ ఆడియన్స్ నెట్వర్క్ లేదా ఇన్మెయిల్లో ప్రకటనలను చూపించాలా వద్దా అని ఎంచుకోండి.

"తదుపరి" క్లిక్ చేయండి.

Step 5: మీ ప్రకటనను సృష్టించండి

ప్రకటన పేరు

- మీ ప్రకటనకు పేరు పెట్టండి (ఉదా., "లీడ్ యాడ్ - ఉచిత ఈబుక్").

ఫార్మాట్

- సింగిల్ ఇమేజ్ యాడ్, రంగులరాట్నం ప్రకటన లేదా వీడియో ప్రకటన నుండి ఎంచుకోండి.

వీడియో

- చిత్రం లేదా వీడియోను అప్లోడ్ చేయండి (సిఫార్సు చేయబడిన పరిమాణం: చిత్రాల కోసం 1200x627px).

ప్రకటన కాపీ

- ప్రాథమిక వచనం: ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని వ్రాయండి (ఉదా., "మరిన్ని మార్కెటింగ్ చిట్కాలు కావాలా? మా ఉచిత గైడ్ని డౌన్లోడ్ చేసుకోండి!").
- హెడ్లైన్: చిన్నది మరియు ఆకట్టుకునేది (ఉదా., "ఇప్పుడే మీ ఉచిత మార్గదర్శిని పొందండి").
- కాల్ టు యాక్షన్ (CTA): "సైన్ అప్", "ఆఫర్ పొందండి" లేదా "మరింత తెలుసుకోండి" ఎంచుకోండి.

"తదుపరి" క్లిక్ చేయండి.

Step 6: లీడ్ ఫారమ్ను సృష్టించండి

క్లిక్ చేయండి "లీడ్ ఫారమ్ను సృష్టించండి" మరియు కింది వాటిని సెటప్ చేయండి:

ఫారమ్ వివరాలు

- ఫారమ్ పేరు: పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "మార్కెటింగ్ లీడ్స్ - ఉచిత ఈబుక్").
- ఆఫర్ హెడ్లైన్: (ఉదా., "మీ ఉచిత డిజిటల్ మార్కెటింగ్ ఈబుక్ని పొందండి!").
- ఆఫర్ వివరాలు: ఆఫర్ను క్లుప్తంగా వివరించండి (ఉదా., "డిజిటల్ మార్కెటింగ్ వ్యూహాలపై మా ప్రత్యేక గైడ్ని డౌన్లోడ్ చేయడానికి మీ వివరాలను పూరించండి.").

లీడ్లను సేకరించడానికి ప్రశ్నలను జోడించండి

డిఫాల్ట్గా, లింక్డ్ఇన్ సేకరిస్తుంది:

- పూర్తి పేరు
- ఇమెయిల్
- కంపెనీ పేరు
- ఉద్యోగ శీర్షిక
- మీరు అనుకూల ప్రశ్నలను జోడించవచ్చు (ఐచ్ఛికం).

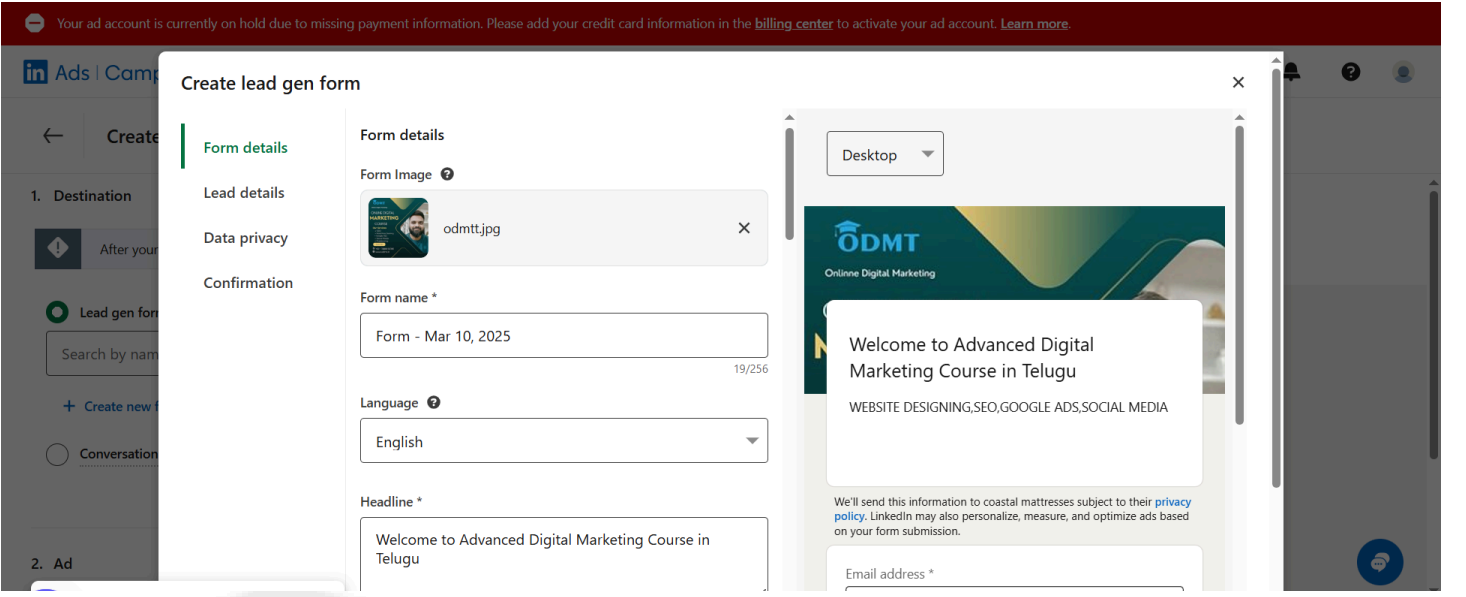
గోప్యతా విధానాన్ని జోడించండి

- లింక్డ్ఇన్కి గోప్యతా పాలసీ లింక్ అవసరం.
- మీ గోప్యతా విధానం పేజీ యొక్క URLని అతికించండి.

ధన్యవాదాలు స్క్రీన్ని అనుకూలీకరించండి

- శీర్షిక: (ఉదా., "ధన్యవాదాలు! మీ ఉచిత గైడ్ మార్గంలో ఉంది!").
- వివరణ: (ఉదా., "డౌన్లోడ్ లింక్ కోసం మీ ఇమెయిల్ని తనిఖీ చేయండి. మా బృందం త్వరలో మిమ్మల్ని సంప్రదిస్తుంది!").
- కాల్-టు-యాక్షన్ బటన్ (ఒకటి ఎంచుకోండి):
 - వెబ్సైట్ను సందర్శించండి (మీ వెబ్సైట్ URLని నమోదు చేయండి)
 - వ్యాపారానికి కాల్ చేయండి (ఫోన్ నంబర్ను నమోదు చేయండి)
 - డౌన్లోడ్ చేయండి (మీ ఈబుక్ లేదా రిసోర్స్కి డైరెక్ట్ లింక్ను అందించండి)

"సెవ్" క్లిక్ చేయండి.



Step 7: మీ ప్రకటనను ప్రచురించండి

- అన్ని సెటింగ్‌లను సమీక్షించండి.
- ఆమోదం కోసం ప్రచారాన్ని సమర్పించడానికి "ప్రచారాన్ని ప్రారంభించు" క్లిక్ చేయండి.

లింక్డ్‌ఇన్‌లో Conversion Tracking:

మార్పిడి ట్రాకింగ్ లింక్డ్‌ఇన్‌లో వినియోగదారులు లింక్డ్‌ఇన్ ప్రకటనపై క్లిక్ చేసిన తర్వాత తీసుకునే చర్యలను కొలవడానికి ప్రకటనకర్తలను అనుమతిస్తుంది. ఇది వెబ్‌సైట్ సందర్శనలు, ఫారమ్ సమర్పణలు, డౌన్‌లోడ్‌లు మరియు కొనుగోళ్లను ట్రాక్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది.

Step 1: లింక్డ్‌ఇన్ క్యాంపెయిన్ మేనేజర్‌కి లాగిన్ చేయండి

- సందర్శించండి [లింక్డ్‌ఇన్ క్యాంపెయిన్ మేనేజర్](#).
- మీ ప్రకటన ఖాతాను ఎంచుకోండి.

Step 2: మార్పిడి ట్రాకింగ్‌కి వెళ్ళండి

- ఎగువ నావిగేషన్‌లో, "విశ్లేషణ" > "మార్పిడి ట్రాకింగ్" క్లిక్ చేయండి.
- "మార్పిడిని సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి.

Step 3: మార్పిడి వివరాలను నిర్వచించండి

మీ మార్పిడి కోసం వివరాలను పూరించండి:

- మార్పిడి పేరు → (ఉదా., "జాబ్ ట్రాకింగ్‌ని వర్తింపజేయి")
- మార్పిడి రకం → "ఉద్యోగాన్ని వర్తింపజేయి" ఎంచుకోండి (మీరు జాబ్ అప్లికేషన్‌లను ట్రాక్ చేస్తున్నారా కాబట్టి).
- మార్పిడి విలువను సెట్ చేయండి → (ఐచ్ఛికం) ప్రతి మార్పిడికి డాలర్ విలువను కేటాయించండి. ఉదాహరణ: ఉద్యోగ దరఖాస్తుకు \$50.
- సమయ ప్లేమ్ → వినియోగదారు ప్రకటనను క్లిక్ చేసిన తర్వాత లింక్‌ఇన్ ఎంత కాలం మార్పిడిని లెక్కించాలో ఎంచుకోండి. ఉదాహరణ: 30 రోజులు (డిఫాల్ట్).
- క్లిక్ చేయండి "తదుపరి".

1 — 2 — 3
Settings Sources Review

Define the rules of the conversion
Learn about Insight Tag conversions at the Help Center. [Learn more](#)

Name *
lead page 9/100

Select the category of the conversion *
Sign Up

Set the value of the conversion
₹100.00

Note that in some cases, the value will be treated differently. [Learn more](#)

Select the timeframe for when the conversion can be counted. [Learn more](#)

Clicks Views

Cancel Next step

Step 4: మాన్యువల్ కన్వర్షన్ సెటప్ (అంతర్దృష్టి ట్యాగ్)

ఇప్పుడు, మీరు లింక్‌ఇన్ ఇన్‌సైట్ ట్యాగ్‌ని ఉపయోగించి ట్రాకింగ్‌ని సెటప్ చేయాలి.

- ప్రాధాన్య ట్రాకింగ్ పద్ధతిని ఎంచుకోండి → "అంతర్దృష్టి ట్యాగ్"ని ఎంచుకోండి.
- మార్పిడిని ఎలా ట్రాక్ చేయాలో ఎంచుకోండి:
 - పేజీ లోడ్లు → మార్చిన తర్వాత నిర్దిష్ట పేజీని సందర్శించే వినియోగదారులను ట్రాక్ చేయడానికి ఉత్తమమైనది (ఉదా., ధన్యవాదాలు పేజీ).

- URL-ఆధారిత ట్రాకింగ్ → ఉద్యోగం కోసం దరఖాస్తు చేసిన తర్వాత వినియోగదారులు ల్యాండ్ అయ్యే URLని నమోదు చేయండి (ఉదా., <https://example.com/thank-you>)

"తదుపరి" క్లిక్ చేయండి.

Website actions (new)
Track conversions that matter to you with one click

Manual conversions setup
Manually set up conversion events using the Insight Tag

Tag manager
Use a tag manager to implement Insight Tag and track conversions

Conversions require the Insight Tag
The Insight Tag must be installed on every page of your website for page load and the event-specific conversions to function. If the Insight Tag is already installed in every page of your website, no need to install it again. [Learn More](#)

Insight Tag code
Share and copy the code

Insert the tag or email to your developer [Copy code](#)

```
<script type="text/javascript">
  _linkedin_partner_id = "7908825";
  window_linkedin_data_partner_ids = window_linkedin_data_partner_ids || [];
  window_linkedin_data_partner_ids.push(_linkedin_partner_id);
</script> <script type="text/javascript">
  (function() {
    if (!window.lintrk = function(a,b){window.lintrk.q.push([a,b]);
    window.lintrk.q=[]}
    var s = document.getElementsByTagName("script")[0];
    var b = document.createElement("script");
    b.type = "text/javascript";b.async = true;
    b.src = "https://snap.lidn.com/l/lms-analytics/insight.min.js";
    s.parentNode.insertBefore(b, s);})(window.lintrk);
</script>
<noscript>

</noscript>
```

Cancel Previous step Next step

Step 5: మీ వెబ్‌సైట్‌లో ఇన్‌సైట్ ట్యాగ్‌ని ఇన్‌స్టాల్ చేయండి

విధానం 1: డైరెక్ట్ వెబ్‌సైట్ ఇన్‌స్టాలేషన్

- అంతర్దృష్టి ట్యాగ్ కోడ్‌ను కాపీ చేయండి.
- దానిని అతికించండి <తల> అన్ని పేజీలలో మీ వెబ్‌సైట్ విభాగం.
- మార్పులను సేవ్ చేసి ప్రచురించండి.

Step 6: ట్రాకింగ్ కోసం ప్రచారాలను ఎంచుకోండి

- మీరు ఏ లింక్డ్‌ఇన్ ప్రకటన ప్రచారాల కోసం మార్పిడులను ట్రాక్ చేయాలనుకుంటున్నారో ఎంచుకోండి.
- "పూర్తయింది" క్లిక్ చేయండి.

Settings Edit

Name lead page	Category Sign Up	
Value ₹100.00	Timeframe Clicks: 30 days Views: 7 days	Attribution model Last Touch - Each campaign

Source Edit

Method
Manual conversions setup, page load

Campaigns Edit

Selected campaigns
All conversion campaigns (2)

Campaign selection is determined by the conversion category you specified

Cancel

By clicking "Create" you agree to the [Ads Agreement](#)

Previous step
Create

లింక్డ్ఇన్ ప్రకటనలలో రీమార్కెటింగ్

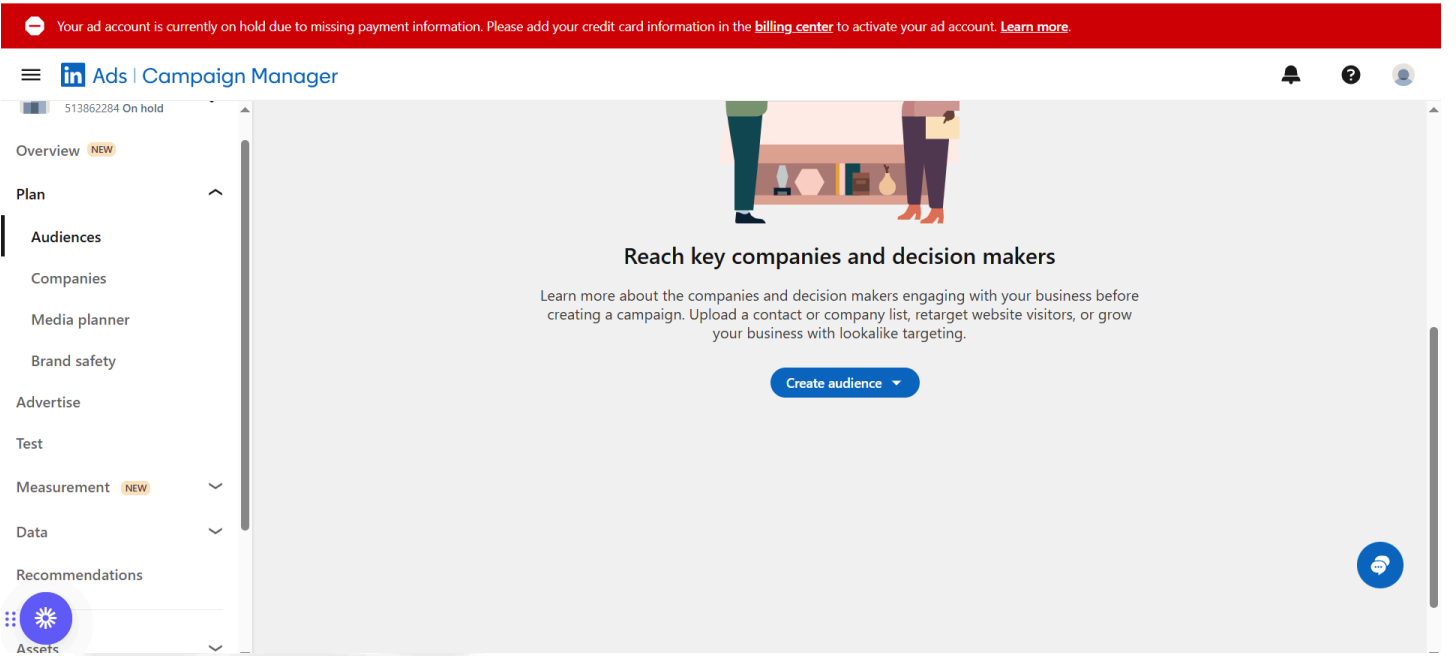
రీమార్కెటింగ్ (రిటార్గెటింగ్) మీ వెబ్సైట్, లింక్డ్ఇన్ పేజీ లేదా ప్రకటనలతో గతంలో పరస్పర చర్య చేసిన వ్యక్తులకు ప్రకటనలను చూపడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది. ఇది మొదటిసారిగా మార్పుకోని సంభావ్య కస్టమర్లను తిరిగి తీసుకురావడానికి సహాయపడుతుంది.

Step 1: లింక్డ్ఇన్ క్యాంపెయిన్ మేనేజర్ కి లాగిన్ చేయండి

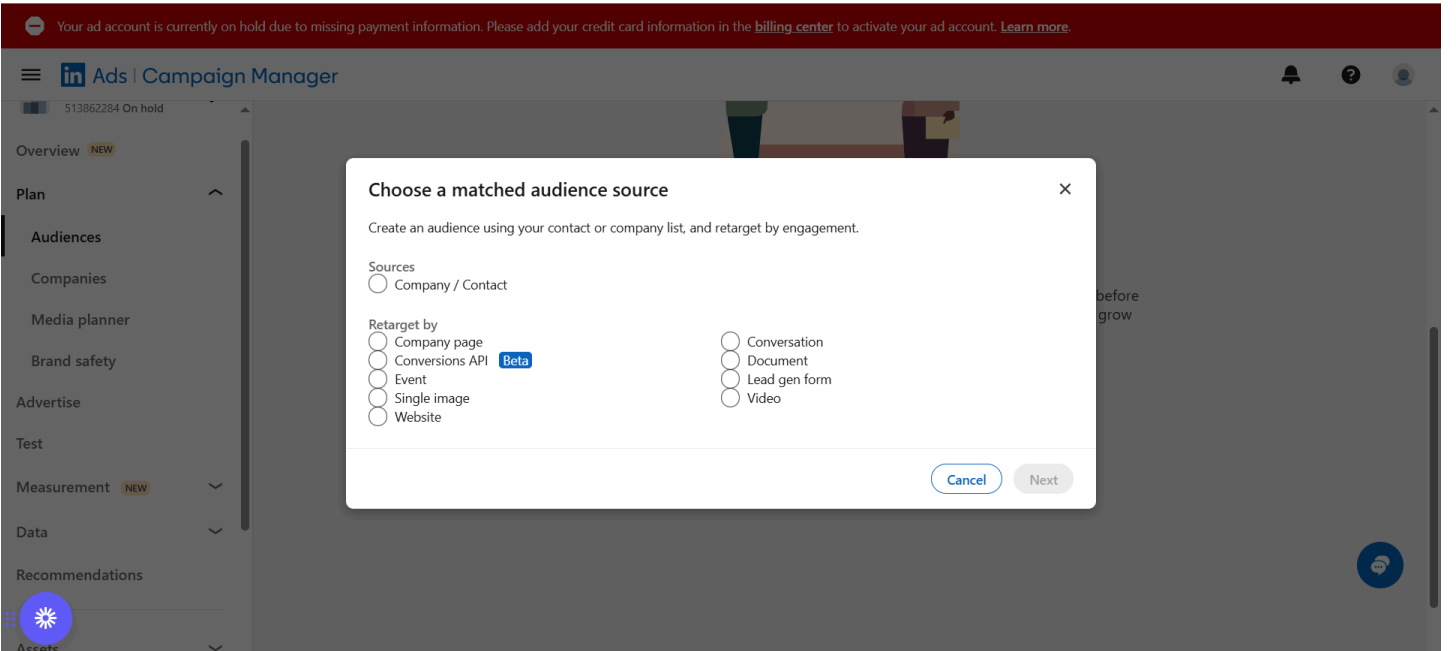
- వెళ్ళండి [లింక్డ్ఇన్ క్యాంపెయిన్ మేనేజర్](#).
- మీ ప్రకటన ఖాతాను ఎంచుకోండి.

Step 2: ప్రేక్షకులకు వెళ్ళండి & రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను సృష్టించండి

- "ప్లాన్" > "ప్రేక్షకులు" క్లిక్ చేయండి.

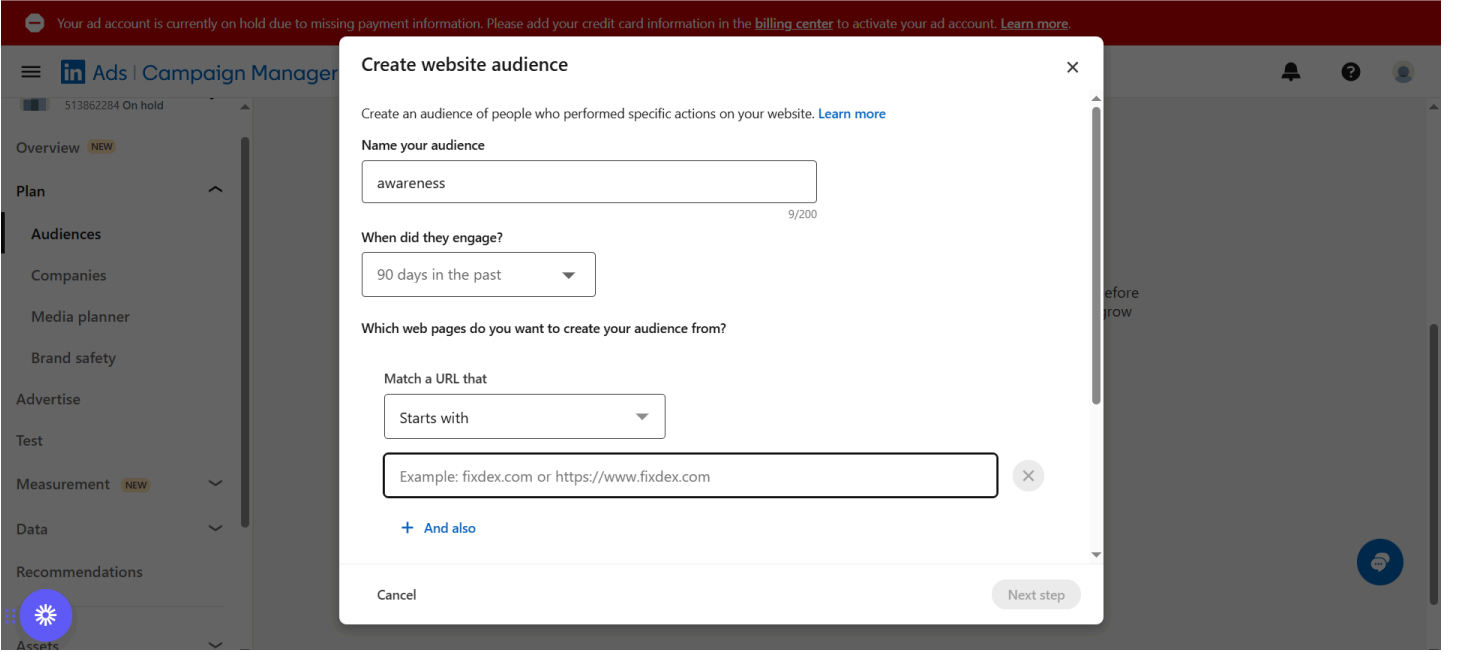


- "ప్రేక్షకులను సృష్టించు" > "వెబ్సైట్ ప్రేక్షకులు" క్లిక్ చేయండి.



- ప్రేక్షకుల పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "సందర్శకులు - గత 30 రోజులు").
- వారు ఎప్పుడు నిమగ్నమయ్యారో ఎంచుకోండి?
 - 30 రోజులను ఎంచుకోండి (గత 30 రోజులలో మీ వెబ్సైట్ను సందర్శించిన వ్యక్తులను ట్రాక్ చేస్తుంది).
- URL నియమాలను నమోదు చేయండి:

- ఉదాహరణ: మీరు మీ ధరల పేజీ యొక్క సందర్శకులను రీటార్గెట్ చేయాలనుకుంటే, నమోదు చేయండి:
 - <https://example.com/pricing>
- మీరు సందర్శకులందరినీ రీటార్గెట్ చేయాలనుకుంటే, నమోదు చేయండి:
 - https://example.com/*
- "స్పష్టించు" క్లిక్ చేయండి.



Step 3: వెబ్సైట్ ట్రాకింగ్ కోసం లింక్డ్ఇన్ ఇన్సైట్ ట్యాగ్ని ఇన్స్టాల్ చేయండి

రీమార్కెటింగ్ కోసం సందర్శకులను ట్రాక్ చేయడానికి, మీ వెబ్సైట్లో లింక్డ్ఇన్ ఇన్సైట్ ట్యాగ్ని ఇన్స్టాల్ చేయండి.

మాన్యువల్ ఇన్స్టాలేషన్

- విశ్లేషణ > అంతర్దృష్టి ట్యాగ్కి వెళ్ళండి.
- అంతర్దృష్టి ట్యాగ్ కోడ్ను కాపీ చేయండి.
- దానిని అతికించండి <తల> మీ వెబ్సైట్ యొక్క విభాగం.

Step 4: ప్రచారాన్ని స్పష్టించండి & రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి

- లింక్డ్‌ఇన్ ప్రకటనల మేనేజర్‌లో "ప్రచారాన్ని సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి.
- ప్రచార లక్ష్యాన్ని ఎంచుకోండి (ఉదా., లీడ్ జనరేషన్ లేదా వెబ్‌సైట్ ట్రాఫిక్).
- ప్రేక్షకుల విభాగంలో, "సేవ్ చేసిన ప్రేక్షకులను ఉపయోగించండి" క్లిక్ చేయండి.
- ముందుగా సృష్టించిన రీమార్కెటింగ్ ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి.

Step 5: ప్రకటన సృజనాత్మకతను నిర్వచించండి & రీమార్కెటింగ్ ప్రకటనలను ప్రారంభించండి

- ప్రకటన ఆకృతిని ఎంచుకోండి: ఒకే చిత్రం, వీడియో లేదా రంగులరాట్నం ప్రకటన.
- బడ్జెట్ & షెడ్యూల్‌ని సెట్ చేయండి: రోజువారీ లేదా జీవితకాల బడ్జెట్‌ని ఎంచుకోండి.
- ఆకర్షణీయమైన ప్రకటన కాపీని సృష్టించండి:
 - హెడ్‌లైన్: "మీరు ఏదైనా మర్చిపోయారా? మీ ఉచిత గైడ్‌ని పొందండి!"
 - CTA: "సైన్ అప్" లేదా "ఇప్పుడే డౌన్‌లోడ్ చేయి".
- "ప్రచారాన్ని ప్రారంభించు" క్లిక్ చేయండి.

Your ad account is currently on hold due to missing payment information. Please add your credit card information in the [billing center](#) to activate your ad account. [Learn more](#).

Ads | Campaign Manager

513862284 On hold

Overview **NEW**

Plan

Audiences

Companies

Media planner

Brand safety

Advertise

Test

Measurement **NEW**

Data

Recommendations

Assets

Audiences

Matched Saved

Create audience Share a copy Delete Add to Campaign Insights

Audience name	Status	Source	Match rate	Active campaigns	Ownership
Search by audience name	All	All	All	All	All
awareness	...	Website	-	-	Owned

Last signal received: No signal yet

Help center Certified partners Accessibility Privacy & terms

ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి?

ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్ పంపే ప్రక్రియ లక్ష్య ఇమెయిల్‌లు సంబంధాలను ఏర్పరచుకోవడానికి, ఉత్పత్తులను ప్రోత్సహించడానికి మరియు మార్పిడులను నడపడానికి అవకాశాలు మరియు కస్టమర్‌లకు.

లావాదేవీ & ప్రచార ఇమెయిల్ల మధ్య వ్యత్యాసం

లావాదేవీ ఇమెయిల్లు

లావాదేవీ ఇమెయిల్లు అనేది వినియోగదారులు వెబ్‌సైట్ లేదా యాప్‌లో నిర్దిష్ట చర్య తీసుకున్న తర్వాత వారికి పంపబడే స్వయంచాలక సందేశాలు. ఈ ఇమెయిల్లు మార్కెటింగ్ కంటెంట్ కంటే ముఖ్యమైన సమాచారాన్ని అందిస్తాయి.

ప్రచార ఇమెయిల్లు

ప్రచార ఇమెయిల్లు ఉత్పత్తులు, సేవలు లేదా ప్రత్యేక ఆఫర్లను ప్రచారం చేయడానికి పంపబడే మార్కెటింగ్ సందేశాలు.

బొమ్మ:

మీరు ఇమెయిల్ ప్రచారాన్ని పంపినప్పుడు, కొన్ని ఇమెయిల్లు బట్వాడా చేయబడకపోవచ్చు. దీనిని ఎ బొమ్మ. బొమ్మలు రెండు రకాలుగా వర్గీకరించబడ్డాయి: సాఫ్ట్ బొమ్మ మరియు హార్డ్ బొమ్మ.

సాఫ్ట్ బొమ్మ:

తాత్కాలిక డెలివరీ వైఫల్యం ఇమెయిల్ ఎక్కడ బట్వాడా కాలేదు, కానీ గ్రహీత ఇమెయిల్ చిరునామా ఇప్పటికీ చెల్లుబాటులో ఉంది.

హార్డ్ బొమ్మ

శాశ్వత డెలివరీ వైఫల్యం ఇమెయిల్ ఎక్కడ బట్వాడా చేయలేము ఎందుకంటే స్వీకర్త ఇమెయిల్ చిరునామా చెల్లదు లేదా బ్లాక్ చేయబడింది.

Mailchimp ఎలా ఉపయోగించాలి - ఒక ప్రాక్టికల్ స్టెప్-బై-స్టెప్ గైడ్

Mailchimp అనేది ఇమెయిల్ ప్రచారాలను సృష్టించడానికి, పంపడానికి మరియు నిర్వహించడానికి మీకు సహాయపడే ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్ ప్లాట్‌ఫారమ్. దీన్ని అనుసరించండి ఆచరణాత్మక గైడ్ Mailchimpని సమర్థవంతంగా ఉపయోగించడం ప్రారంభించడానికి.

- వెళ్ళండి [Mailchimp.com](https://mailchimp.com)
- క్లిక్ చేయండి "ఉచితంగా సైన్ అప్ చేయండి"

mailchimp.com/pricing/marketing/compare-plans/

Solutions and Services ▾ Integrations ▾ Resources ▾ Switch to Mailchimp Pricing

Log In Sign Up

Back to plans

Compare Marketing plans

How many contacts do you have? 500 ▾

₹ INR ▾

PLAN	Premium	Standard	Essentials	Free
	Scale fast with dedicated onboarding, unlimited contacts, and priority support; built for teams.	Data-driven automation and optimization tools for businesses that want to grow faster.	Great for email-only senders who want around-the-clock support.	All the multichannel tools you need to build your business and grow your audience.
PRICING	₹23,000 ₹11,500 /month for 12 months*	₹1,150 ₹575 /month for 12 months*	₹770 ₹385 /month for 12 months*	₹0 /month*
	Buy Now	Buy Now	Buy Now	Sign Up Free
	<small>*See Offer Terms. Overages apply if contact or</small>	<small>*See Offer Terms. Overages apply if contact or</small>	<small>*See Offer Terms. Overages apply if contact or</small>	<small>* Sending will be paused if contact or email send limit is</small>

Feedback

Chat with Sales

- మీ నమోదు చేయండి ఇమెయిల్, వినియోగదారు పేరు మరియు పాస్వర్డ్
- క్లిక్ చేయండి "సైన్ అప్" మరియు మీ ఇమెయిల్ని ధృవీకరించండి

LD 630K 17.54K Rank 1.97K PIN 0

English

Log in

Need a Mailchimp account? [Create an account](#)

Username or Email

hanishachakarajamula01@gmail.co

Password [Show](#)

.....

Keep me logged in

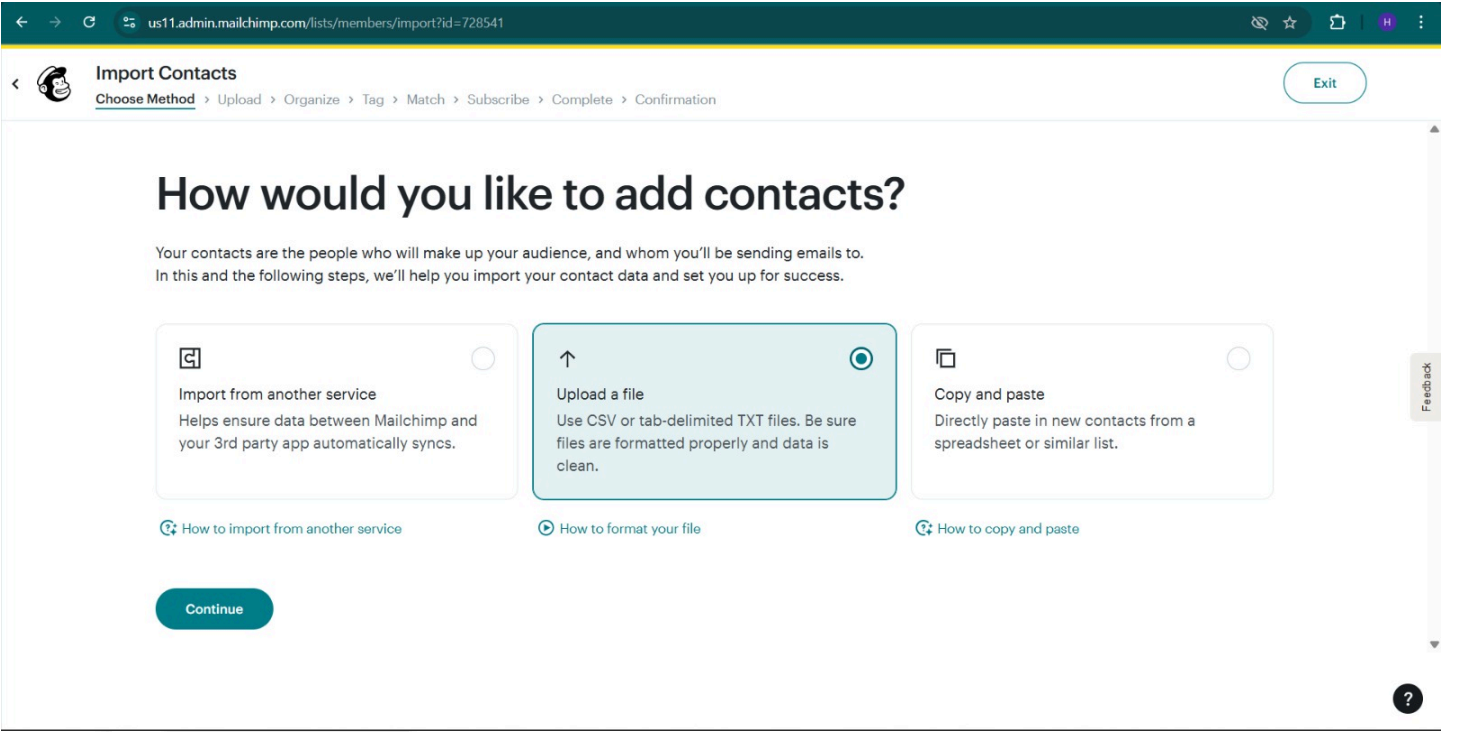
Log in

[Forgot username?](#) [Forgot password?](#) [Can't log in?](#)

Or, if you created your Mailchimp account with

దశ 2: ఇమెయిల్ జాబితాను సృష్టించండి (ప్రేక్షకులు)

మీ ఇమెయిల్ జాబితా (ప్రేక్షకులు) మీ కస్టమర్ల అన్ని ఇమెయిల్ చిరునామాలను కలిగి ఉంటుంది.



ప్రేక్షకులను సృష్టించండి

క్లిక్ చేయండి "ప్రేక్షకులు" → "ప్రేక్షకుల డాష్‌బోర్డ్"

క్లిక్ చేయండి "ప్రేక్షకులను సృష్టించండి"

నమోదు చేయండి:

ప్రేక్షకుల పేరు (ఉదా., "కస్తమర్స్ లిస్ట్")

ఇమెయిల్ చిరునామా నుండి (మీ వ్యాపార ఇమెయిల్)

పేరు నుండి (మీ వ్యాపారం పేరు)

మీ పరిచయాలను జోడించండి (ఫైల్‌ను అప్‌లోడ్ చేయండి)

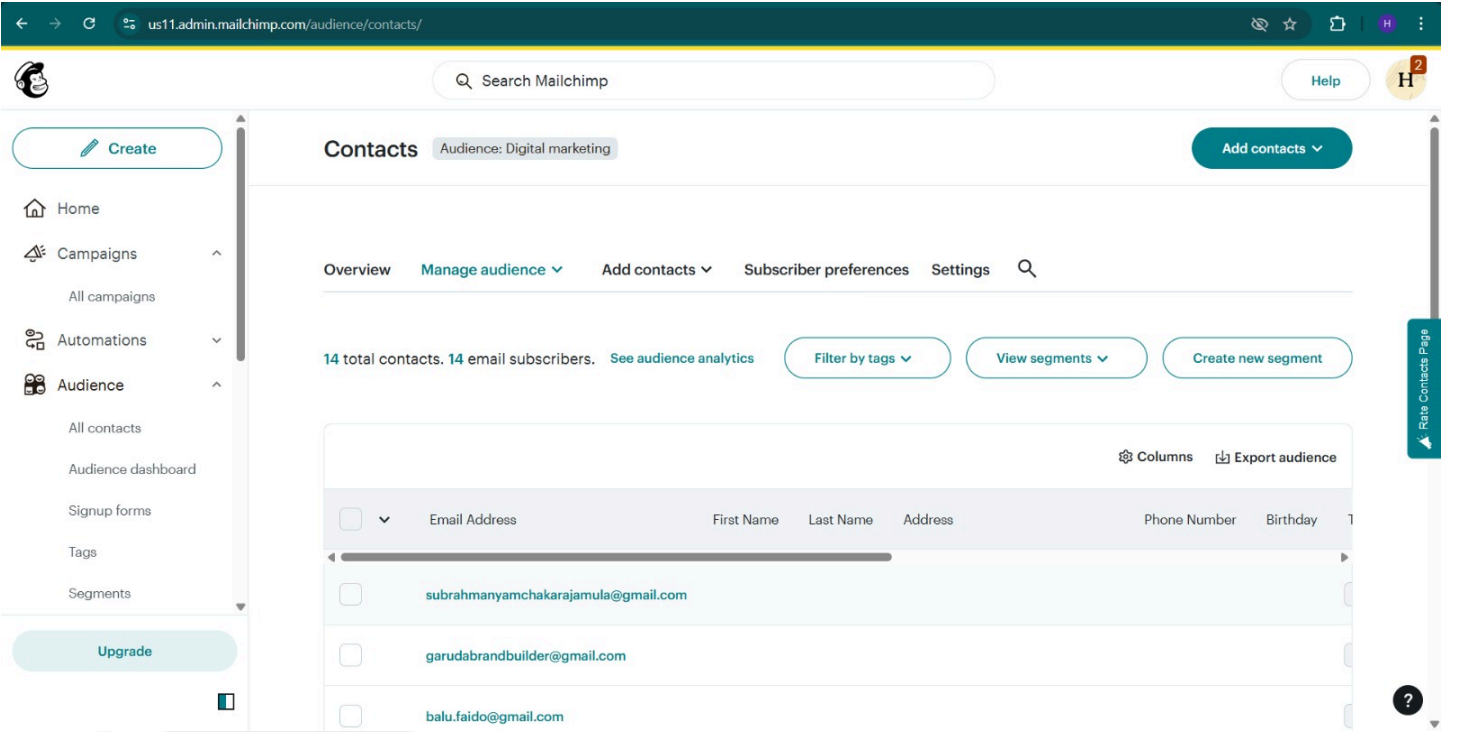
వెళ్ళండి "ప్రేక్షకులు" → "అన్ని పరిచయాలు"

క్లిక్ చేయండి "పరిచయాలను జోడించు" → "పరిచయాలను దిగుమతి చేయి"

ఎంచుకోండి "ఫైల్‌ను అప్‌లోడ్ చేయి" (CSV ఫార్మాట్)

మ్యాప్ నిలువు వరుసలు (ఈమెయిల్, పేరు, ఫోన్ మొదలైనవి)

క్లిక్ చేయండి "పూర్తి దిగుమతి"



దశ 3: ఇమెయిల్ ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

కొత్త ప్రచారాన్ని ప్రారంభించండి

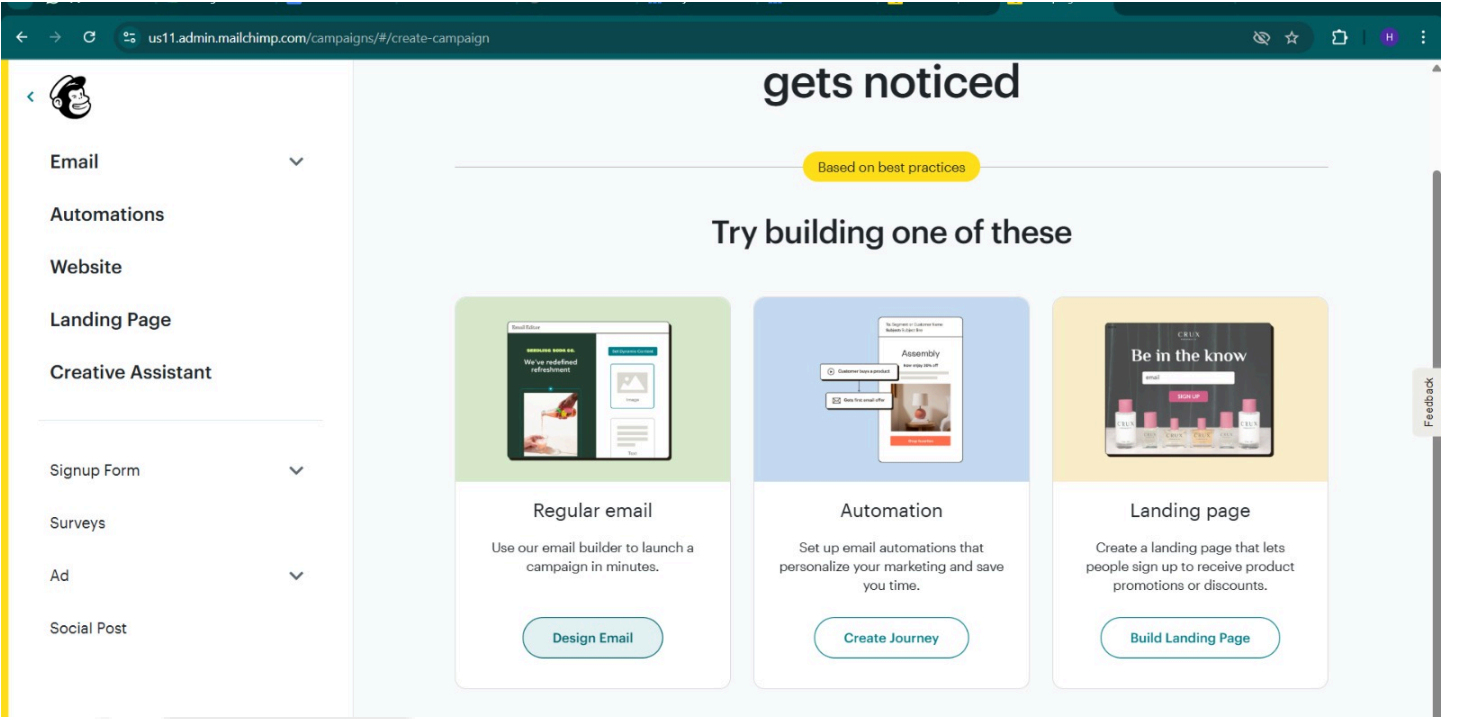
"ప్రచారాలు" → "ప్రచారాన్ని సృష్టించు" క్లిక్ చేయండి

"ఇమెయిల్" ఎంచుకోండి

"సాధారణ ఇమెయిల్" ఎంచుకోండి

ప్రచార పేరును నమోదు చేయండి (ఉదా., "స్పింగ్ సేల్ ఆఫర్")

"ప్రారంభించు" క్లిక్ చేయండి

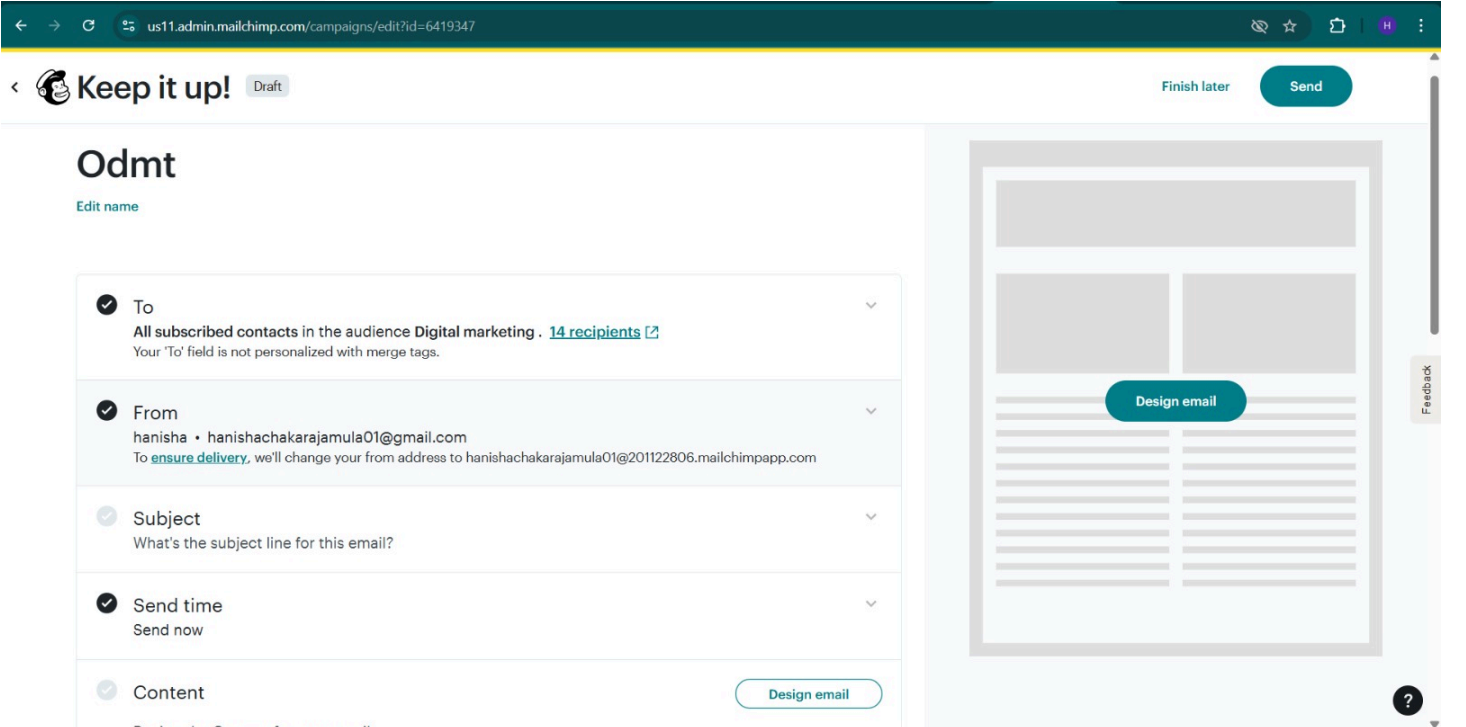


ప్రచార వివరాలను సెటప్ చేయండి

వీరికి: మీ ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి (ఉదా., "కస్టమర్ల జాబితా")

నుండి: పంపినవారి పేరును జోడించండి (ఉదా., "మీ వ్యాపారం పేరు")

సబ్జెక్ట్ లైన్



దశ 4: ఇమెయిల్ కంటెంట్‌ని డిజైన్ చేయండి

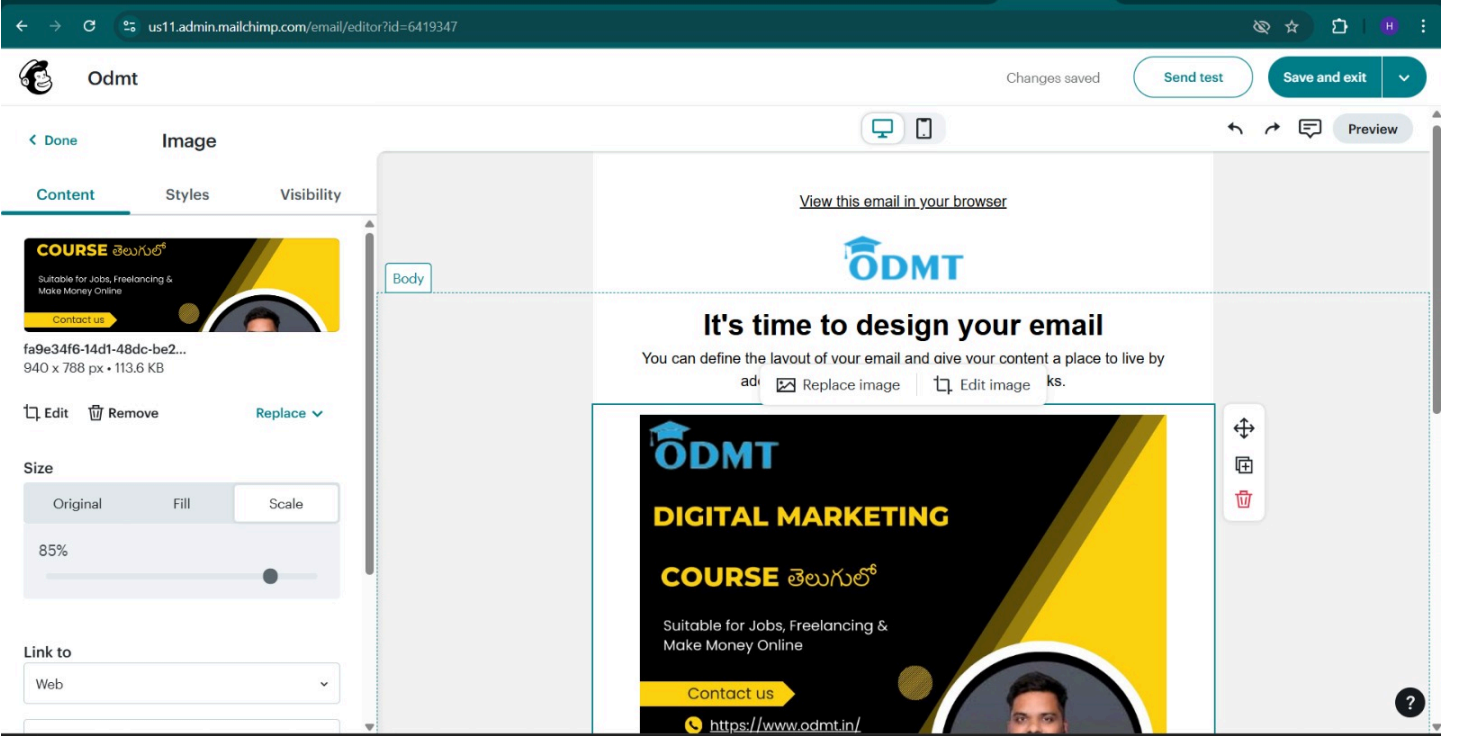
"డిజైన్ ఇమెయిల్" క్లిక్ చేయండి

"ప్రాథమిక లేఅవుట్" లేదా "ముందే తయారు చేసిన టెంప్లేట్లు" ఎంచుకోండి

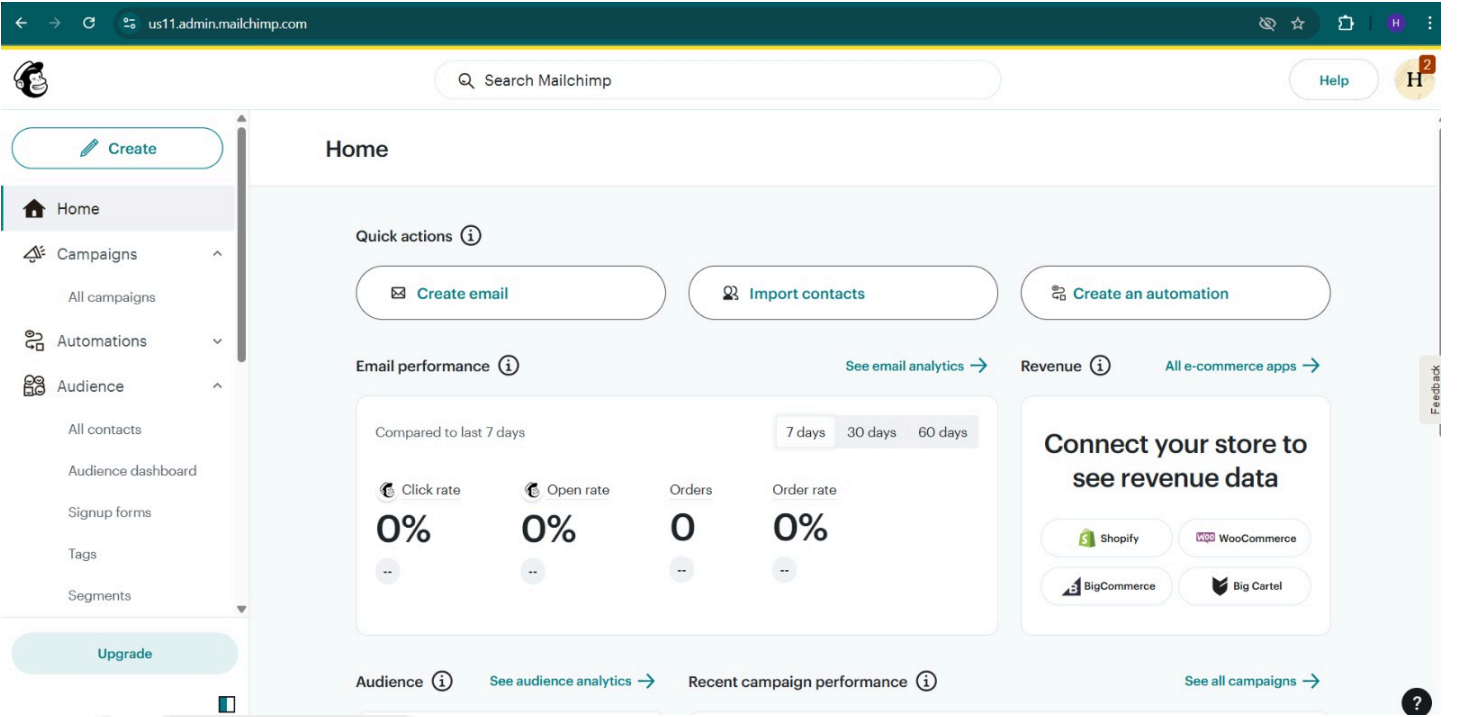
ఎలిమెంట్‌లను లాగి వదలండి (వచనం, చిత్రాలు, బటన్లు)

మీ ఇమెయిల్ కంటెంట్‌ను వ్రాయండి:

- హెడ్‌లైన్: "సంవత్సరంలో అతిపెద్ద అమ్మకం!"
- విషయం: "అన్ని ఉత్పత్తులపై 40% తగ్గింపు పొందండి. పరిమిత-సమయ ఆఫర్!"
- కార్-టు-యాక్షన్ (CTA): "ఇప్పుడే షాపింగ్ చేయండి"
- చిత్రం: బ్యూనర్ చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి (ఉదా., విక్రయ చిత్రం)
- "సేవ్ & క్లోజ్" క్లిక్ చేయండి



దశ 5: ఇమెయిల్ పంపండి లేదా షెడ్యూల్ చేయండి

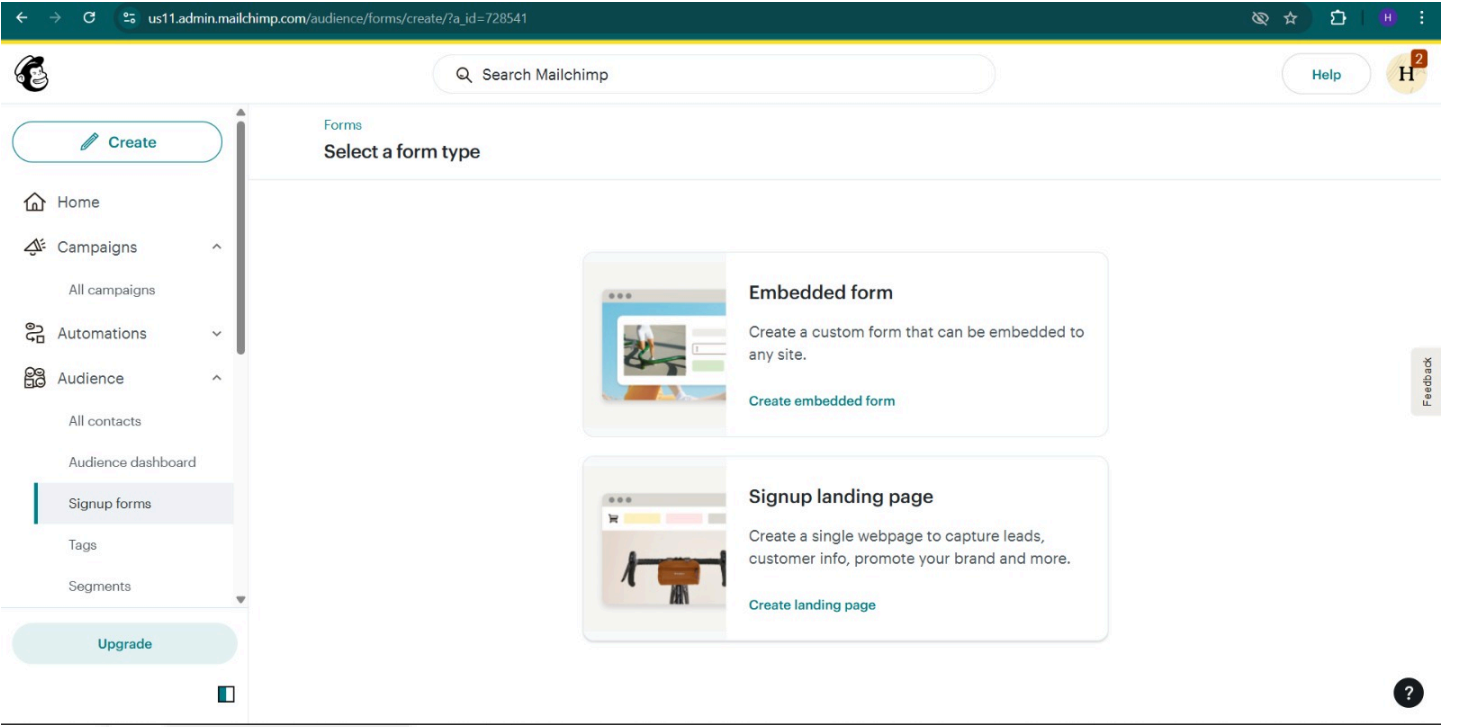


Mailchimpలో ఫారమ్లు

Mailchimpలో సైన్అప్ ఫారమ్ను సృష్టించడం వలన ఇమెయిల్ చిరునామాలను సేకరించి మీ ప్రేక్షకులను స్వయంచాలకంగా నిర్మించడంలో మీకు సహాయపడుతుంది. మీ సైన్అప్ ఫారమ్ను సృష్టించడానికి, అనుకూలీకరించడానికి మరియు భాగస్వామ్యం చేయడానికి ఈ ప్రాక్టికల్ గైడ్ని అనుసరించండి.

Step 1: Mailchimpలో సైన్అప్ ఫారమ్లను యాక్సెస్ చేయండి

- లోనికి ప్రవేశించండి [మెయిల్చింప్](#)
 ఎగువ మెనులో "ప్రేక్షకులు" పై క్లిక్ చేయండి
 ప్రేక్షకుల క్రింద "సైన్అప్ ఫారమ్లు" క్లిక్ చేయండి
 "ఫారమ్ బిల్డర్" ఎంచుకోండి



Step 2: మీ సైన్అప్ ఫారమ్ను అనుకూలీకరించండి

ఫారమ్ బిల్డర్ మీ సైన్అప్ ఫారమ్ను రూపొందించడానికి మరియు రూపొందించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

ఫారమ్ రకాన్ని ఎంచుకోండి

డ్రాప్ డౌన్ మెను నుండి "సైన్అప్ ఫారమ్" ఎంచుకోండి

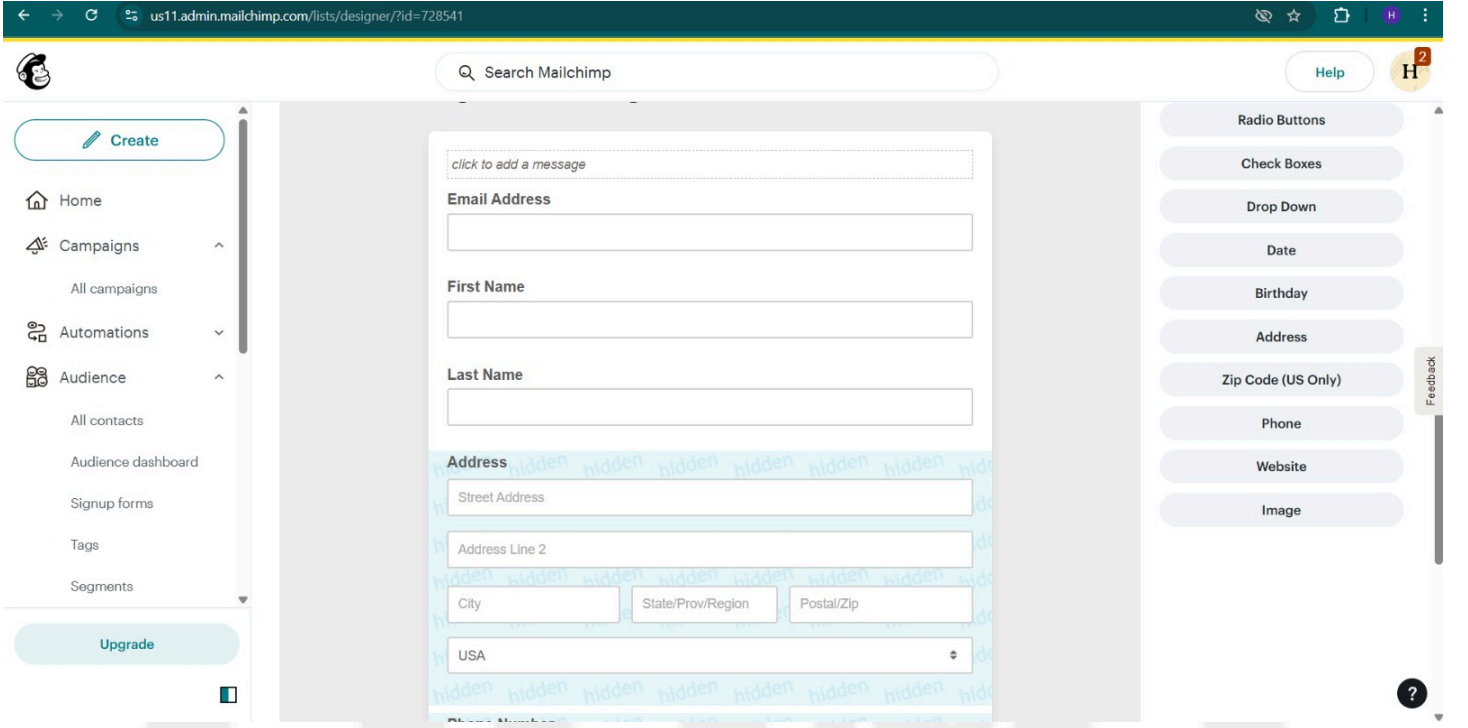
ఫారమ్ ఫీల్డ్లను సవరించండి

Mailchimp డిఫాల్ట్ ఫీల్డ్లను అందిస్తుంది (ఇమెయిల్, మొదటి పేరు, చివరి పేరు) మీరు మరిన్ని ఫీల్డ్లను జోడించవచ్చు:

- ఫోన్ నంబర్
- పుట్టినరోజు
- అనుకూల ప్రశ్నలు (ఉదా., "మీకు ఇష్టమైన ఉత్పత్తి ఏమిటి?")
- ఫీల్డ్లను క్రమాన్ని మార్చడానికి లాగండి & వదలండి

3. ఫారమ్ డిజైన్ను అనుకూలీకరించండి

- "డిజైన్ చేయి" క్లిక్ చేయండి
- నేపథ్య రంగు, వచన రంగు, బటన్ రంగు మార్చండి
మీ లోగో లేదా హెడర్ చిత్రాన్ని అప్‌లోడ్ చేయండి



Step 3: సైన్‌అప్ ఫారమ్ లింక్‌ను పొందండి

మీ ఫారమ్ సిద్ధమైన తర్వాత, Mailchimp ఒక ప్రత్యేక లింక్‌ను రూపొందిస్తుంది.

ఎగువన ఉన్న "సైన్‌అప్ ఫారమ్ URL"ని క్లిక్ చేయండి

లింక్‌ను కాపీ చేయండి (ఉదా., <https://eepurl.com/sampleform>)

దీని ద్వారా భాగస్వామ్యం చేయండి:

- వెబ్‌సైట్ (ఫారమ్‌ను పొందుపరచండి)
- సోషల్ మీడియా (లింక్‌ను పోస్ట్ చేయండి)
- ఇమెయిల్ సంతకం (లింక్‌ను చేర్చండి)

Your form is ready!

Copy & paste this code into your website's HTML where you want the form to appear.

```

Embedded Form Code
Copy Code

<div id="mc_embed_shell">
  <link href="//cdn-images.mailchimp.com/embedcode/classic-061523.css"
  rel="stylesheet" type="text/css">
  <style type="text/css">
    #mc_embed_signup{background:#fff; clear:left; font:14px
    Helvetica,Arial,sans-serif; width: 600px;}
    /* Add your own Mailchimp form style overrides in your site stylesheet or
    in this style block.
    We recommend moving this block and the preceding CSS link to the
    HEAD of your HTML file. */
  </style>
</div id="mc_embed_signup">

```

Step 4: మీ వెబ్‌సైట్‌లో సైన్‌అప్ ఫారమ్‌ను పొందుపరచండి

- మీకు మీ వెబ్‌సైట్ లోపల ఫారమ్ కావాలంటే, ఈ దశలను అనుసరించండి:
- "ప్రేక్షకులు" → "సైన్‌అప్ ఫారమ్‌లు" → "ఎంబెడెడ్ ఫారమ్‌లు"కి వెళ్ళండి
- HTML కోడ్‌ను కాపీ చేయండి
దీన్ని మీ వెబ్‌సైట్ HTMLలో అతికించండి

Step 5: సైన్‌అప్ ఫారమ్‌ను పరీక్షించండి

- కొత్త బ్రౌజర్ ట్యాబ్‌లో ఫారమ్ లింక్‌ని తెరవండి
వివరాలను పూరించండి (పేరు, ఇమెయిల్ మొదలైనవి)
"సభ్యత్వం" క్లిక్ చేయండి
ప్రేక్షకులు → అన్ని పరిచయాలలో కొత్త ఇమెయిల్ కనిపిస్తుందో లేదో తనిఖీ చేయండి

మెయిల్‌చింప్‌లో ట్యాగ్‌లు

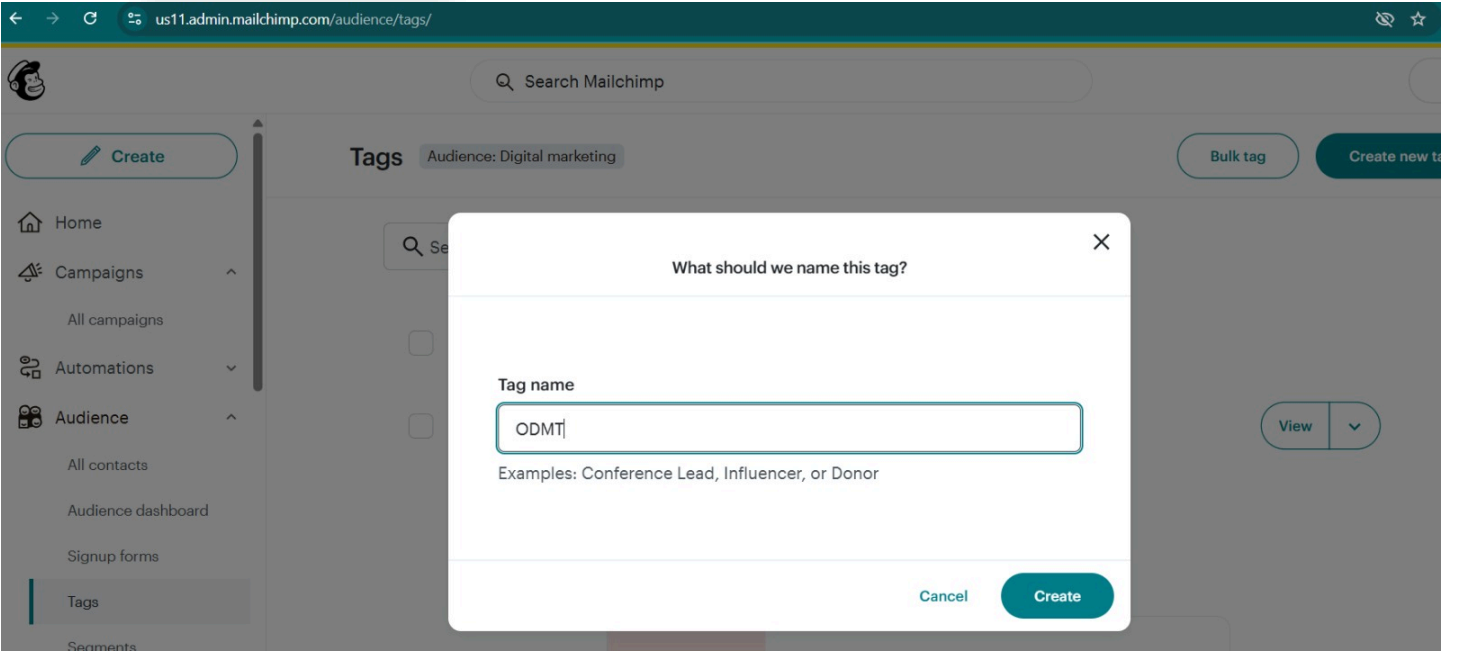
ట్యాగ్‌లు Mailchimpలో వర్గాలు, ఆసక్తులు లేదా ప్రవర్తనల ఆధారంగా పరిచయాలను లేబుల్ చేయడం ద్వారా మీ ప్రేక్షకులను నిర్వహించడానికి మీకు సహాయం చేస్తుంది. ఇది నిర్దిష్ట చందాదారుల సమూహాలకు లక్ష్య ప్రచారాలను పంపడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది.

Step 1: Mailchimpలో ట్యాగ్‌లను యాక్సెస్ చేయండి

- లోనికి ప్రవేశించండి [మెయిల్‌చింప్](#)
క్లిక్ చేయండి "ప్రక్షకులు" ఎగువ మెనులో
క్లిక్ చేయండి "ట్యాగ్‌లు" ప్రక్షకుల కింద

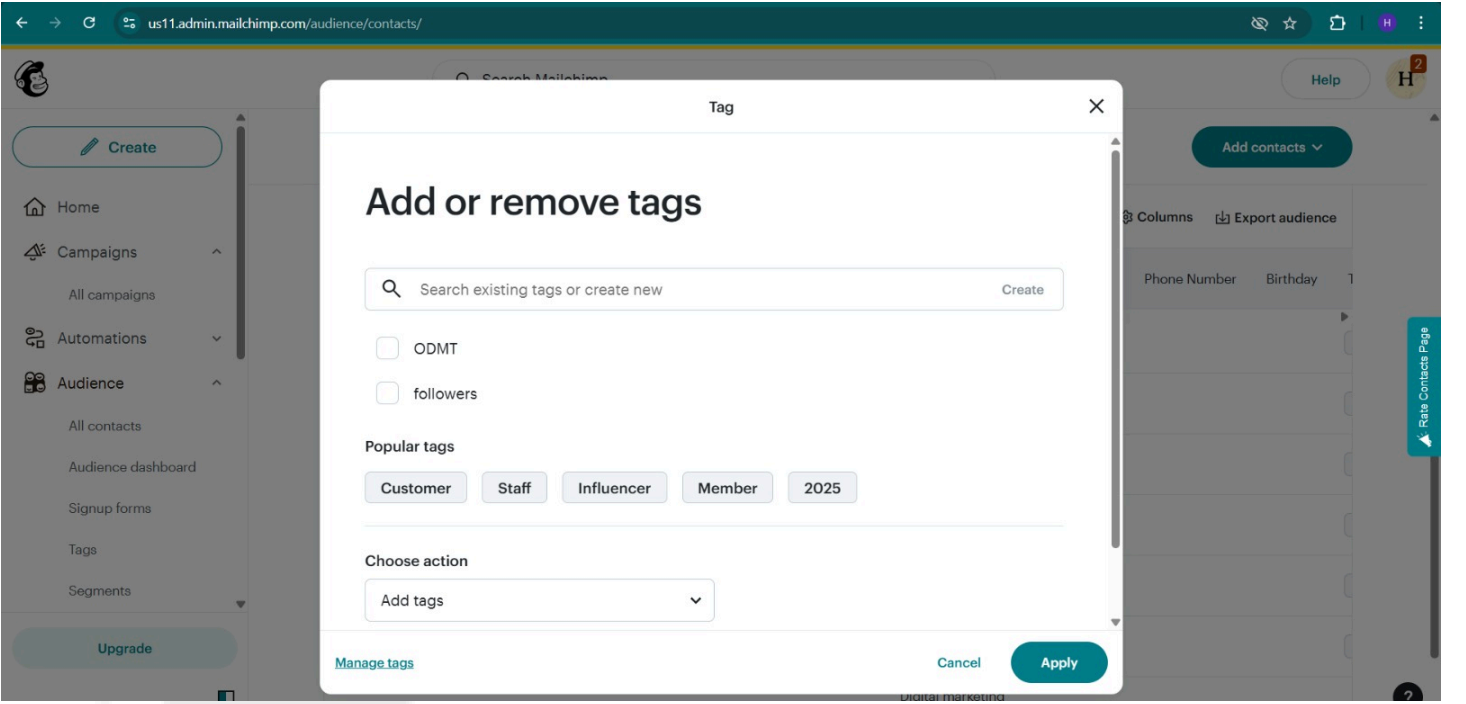
Step 2: కొత్త ట్యాగ్‌ని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి "ట్యాగ్ సృష్టించు"
- ఎని నమోదు చేయండి రోజు పేరు (ఉదా., "VIP కస్టమర్లు", "వెబినార్ హాజరైనవారు", "న్యూస్‌లెటర్ సబ్‌స్క్రిబర్లు")
క్లిక్ చేయండి "సృష్టించు"



Step 3: పరిచయాలకు ట్యాగ్‌లను కేటాయించండి

- వెళ్ళండి "ప్రక్షకులు" → "అన్ని పరిచయాలు"
మీరు ట్యాగ్ చేయాలనుకుంటున్న పరిచయాలను ఎంచుకోండి
క్లిక్ చేయండి "ట్యాగ్ జోడించు"
ఇప్పటికే ఉన్న ట్యాగ్‌ని ఎంచుకోండి లేదా కొత్తదాన్ని సృష్టించండి
క్లిక్ చేయండి "సేవ"



Step 4: ట్యాగ్ చేయబడిన ప్రేక్షకుల కోసం ప్రచారాన్ని సృష్టించండి

- వెళ్ళండి "ప్రచారాలు"
క్లిక్ చేయండి "ప్రచారాన్ని సృష్టించండి" → ఎంచుకోండి "ఇమెయిల్"
ఎంచుకోండి "సాధారణ ఇమెయిల్"
మీ ప్రచారానికి పేరు పెట్టండి (ఉదా., "VIP కస్టమర్ల కోసం ప్రత్యేక ఆఫర్")
క్లిక్ చేయండి "ప్రారంభించు"

Step 5: ట్యాగ్ చేయబడిన ప్రేక్షకులను ఎంచుకోండి

- లో "కి" విభాగం, క్లిక్ చేయండి "గ్రహీతలను సవరించు"
ఎంచుకోండి "ట్యాగ్లు"
నిర్దిష్టమైనదాన్ని ఎంచుకోండి ట్యాగ్ చేయబడిన సమూహం (ఉదా., "VIP కస్టమర్లు")
క్లిక్ చేయండి "సేవ్"

All campaigns						View analytics	Create
Last edited Fri January 10, 2025 9:38 am by hanisha ch							
<input type="checkbox"/>	Beauty Exchange <input checked="" type="checkbox"/> Regular email Last edited Sat December 23, 2023 3:05 pm by hanisha ch	Sent Sat December 23, 2023 3:05 pm	Digital marketing 14 recipients	<input type="checkbox"/> odmt	38.5% 7.7% Opens Clicks	View report ↗ ⌵	
<input type="checkbox"/>	Up to 50% Off Christmas sale <input checked="" type="checkbox"/> Regular email Last edited Sat December 23, 2023 2:21 pm by hanisha ch	Sent Sat December 23, 2023 2:21 pm	Digital marketing 14 recipients	<input type="checkbox"/> odmt	46.2% 0.0% Opens Clicks	View report ↗ ⌵	
<input type="checkbox"/>	Hurry up to join <input checked="" type="checkbox"/> Regular email Last edited Thu November 30, 2023 6:04 pm by hanisha ch	Sent Thu November 30, 2023 6:04 pm	Digital marketing 13 recipients	<input type="checkbox"/> odmt	75.0% 25.0% Opens Clicks	View report ↗ ⌵	

Showing results 1 - 9 of 9 < < Page 1 of 1 > >

Step 6: ఇమెయిల్ టెంప్లేట్‌ను రూపొందించండి

- ఎంచుకోండి "ప్రాథమిక లేఅవుట్" లేదా ఏ ముందుగా తయారు చేసిన టెంప్లేట్ జోడించు:
 శీర్షిక: "VIP కస్టమర్లకు ప్రత్యేక ఆఫర్!"
 శరీరం: "మేము మిమ్మల్ని అభినందిస్తున్నాము! మీ కోసం ప్రత్యేకంగా 20% తగ్గింపు ఇక్కడ ఉంది."
 కాల-టు-యాక్షన్ (CTA): "ఇప్పుడే షాపింగ్ చేయండి"
 క్లిక్ చేయండి "సవ్ & క్లోజ్"

Step 7: ఇమెయిల్ పంపండి లేదా షెడ్యూల్ చేయండి

- క్లిక్ చేయండి "ఇప్పుడే పంపు" వెంటనే పంపాలి లేదా క్లిక్ చేయండి "షెడ్యూల్" తర్వాత పంపడానికి

Step 8: నివేదికలలో పనితీరును ట్రాక్ చేయండి

వెళ్ళండి "ప్రచారాలు" → పంపిన ప్రచారంపై క్లిక్ చేయండి
తనిఖీ:

- ఓపెన్ రేట్ (ఈమెయిల్ను ఎవరు తెరిచారు)
- రేట్ క్లిక్ చేయండి (లింక్లను ఎవరు క్లిక్ చేశారు)
- మార్పిడులు (ఎవరు కొనుగోలు చేశారు)

Mailchimp లో గుంపులు

గుంపులు మీ సబ్స్క్రిబర్లను వారి ఆసక్తులు, ప్రవర్తన లేదా ఏదైనా ఇతర ప్రాధాన్యత ఆధారంగా వర్గీకరించడానికి ఒక మార్గం. ప్రత్యేక జాబితాలను సృష్టించే బదులు (అది అసమర్థంగా ఉంటుంది), మీరు మీ వాటిని విభజించవచ్చు ప్రేక్షకులు వివిధ సమూహాలుగా.

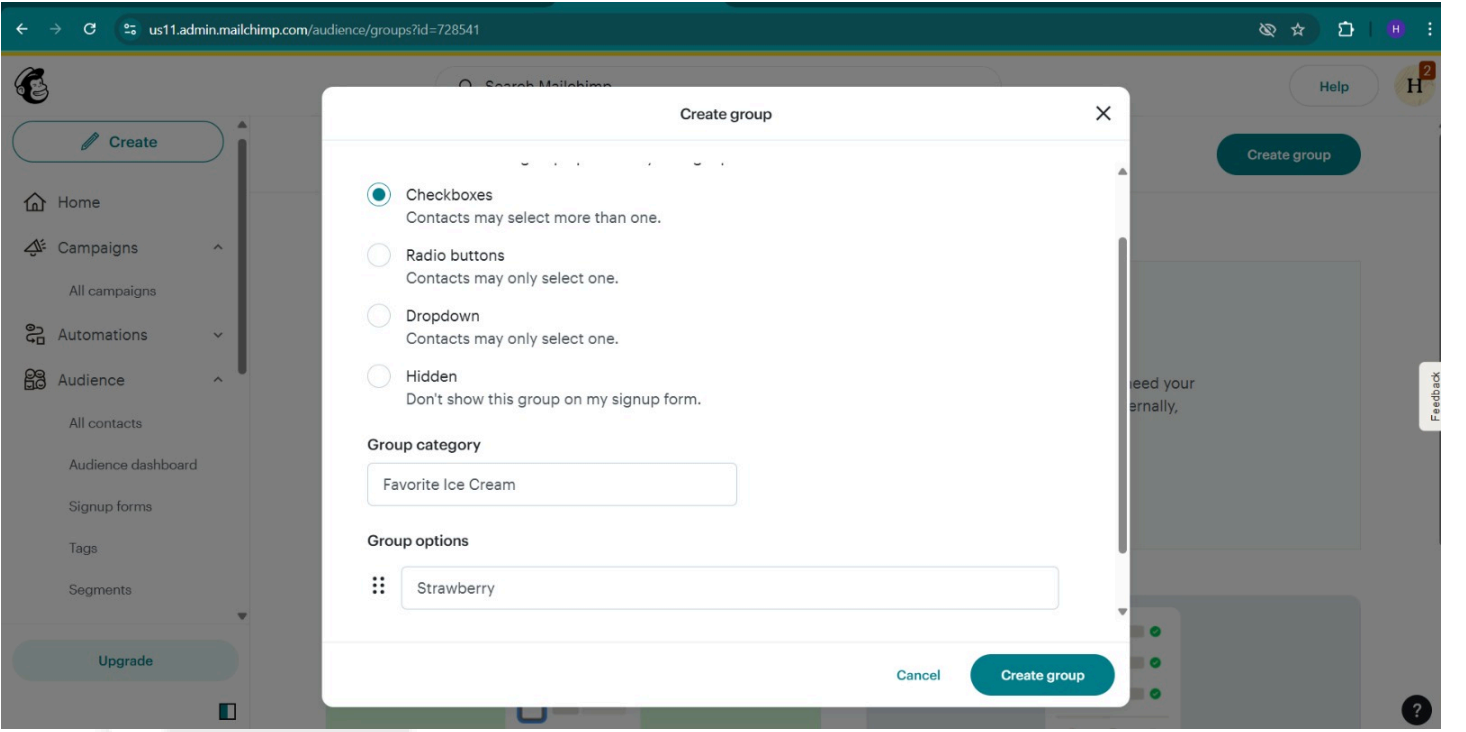
Mailchimpలోని సమూహానికి ఇమెయిల్లను వీక్షించడానికి & పంపడానికి దశలు

Step 1: మీ ప్రేక్షకులు & గుంపులను యాక్సెస్ చేయండి

1. Mailchimp లోకి లాగిన్ చేయండి మరియు వెళ్ళండి ప్రేక్షకులు విభాగం.
2. మీరు పని చేయాలనుకుంటున్న ప్రేక్షకుల జాబితాను ఎంచుకోండి (మీకు బహుళ ఉంటే).
3. క్లిక్ చేయండి ప్రేక్షకులను నిర్వహించండి > గుంపులు.
4. మీరు ఇమెయిల్ చేయాలనుకుంటున్న సమూహాన్ని కనుగొనండి.

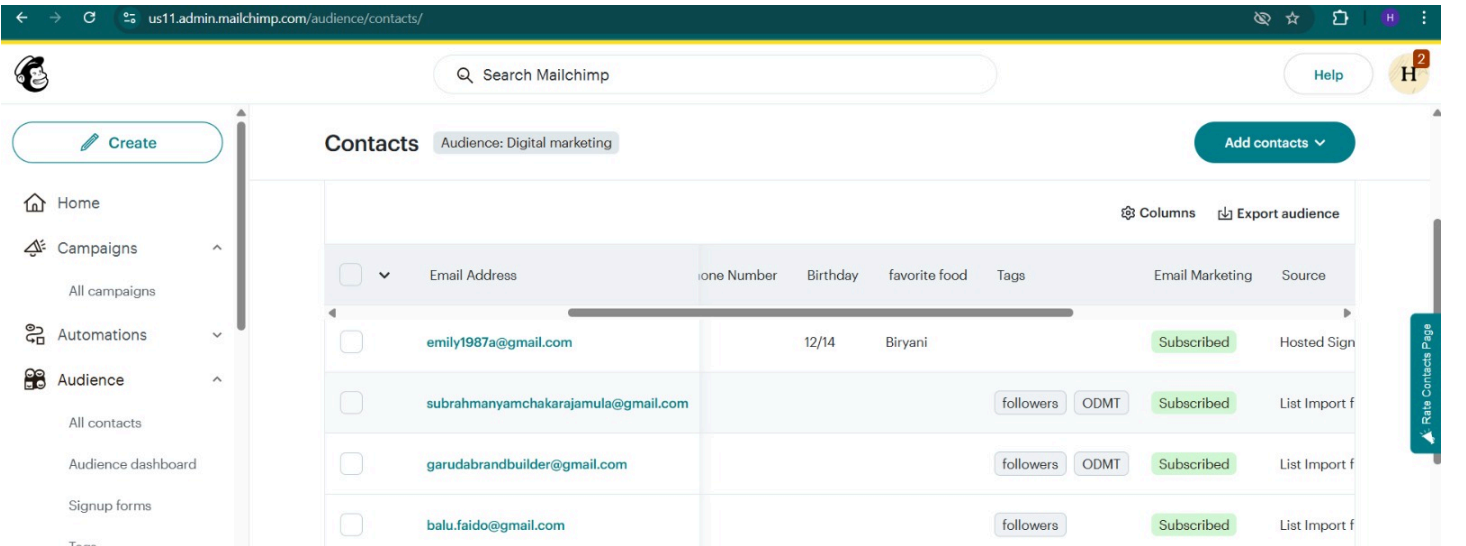
Step 2: గ్రూప్ సబ్స్క్రిబర్లను వీక్షించండి

- లో గుంపులు విభాగంలో, మీరు చూడాలనుకుంటున్న సమూహంపై క్లిక్ చేయండి.
- మీరు ఈ సమూహానికి చెందిన చందాదారుల జాబితాను చూస్తారు.



Step 3: ఒక సమూహానికి సాధారణ ఇమెయిల్ పంపండి

- పై క్లిక్ చేయండి చర్యలు డ్రాప్ డౌన్.
- ఎంచుకోండి రెగ్యులర్ ఇమెయిల్ పంపండి.
- ఇది మిమ్మల్ని ఇమెయిల్ ప్రచార సృష్టి పేజీకి తీసుకెళ్తుంది.
- మీ ఇమెయిల్ను అనుకూలీకరించండి (విషయం, కంటెంట్, డిజైన్ మొదలైనవి).
- క్లిక్ చేయండి పంపండి లేదా షెడ్యూల్ తర్వాత పంపడానికి.



Mailchimp లో డ్రిప్ ప్రచారం

ఎ డ్రిప్ ప్రచారం (అని కూడా అంటారు స్వయంచాలక ఇమెయిల్ సిరీస్) అనేది కొత్త పరిచయాలను పొందడం, లీడ్లను పెంచుకోవడం లేదా ఆన్‌బోర్డ్ కస్టమర్లను పొందడం కోసం కాలక్రమేణా పంపబడిన ముందస్తు షెడ్యూల్ చేయబడిన ఇమెయిల్ల శ్రేణి. వార్తాలేఖ కోసం సైన్ అప్ చేయడం లేదా కొనుగోలు చేయడం వంటి నిర్దిష్ట చర్యల ద్వారా ఈ ఇమెయిల్లు ప్రేరేపించబడతాయి.

లో మెయిల్‌చింప్, మీరు ఉపయోగించి డ్రిప్ ప్రచారాన్ని సృష్టించవచ్చు కస్టమర్ జర్నీ లక్షణం.

Mailchimpలో డ్రిప్ ప్రచారాన్ని రూపొందించడానికి దశలు

Step 1: ఆటోమేషన్లను యాక్సెస్ చేయండి & ప్రీబిల్ట్ జర్నీని ఎంచుకోండి

- **Mailchimp**కి లాగిన్ చేయండి మరియు వెళ్ళండి ఆటోమేషన్లు.
- క్లిక్ చేయండి జర్నీని సృష్టించండి.
- ఎంచుకోండి ముందుగా నిర్మించిన ప్రయాణం (ఇవి సాధారణ ఆటోమేషన్ల కోసం రెడీమేడ్ టెంప్లేట్లు).
- ఎంచుకోండి "కొత్త పరిచయాలకు స్వాగతం" (ఇది కొత్త సబ్స్క్రిబర్లకు స్వాగత ఇమెయిల్ల శ్రేణిని పంపుతుంది).
- క్లిక్ చేయండి "ఈ ప్రయాణాన్ని ఉపయోగించండి" దీన్ని సెటప్ చేయడం ప్రారంభించడానికి.

The screenshot displays the Mailchimp Customer Journeys dashboard. At the top, there's a navigation bar with 'us11.admin.mailchimp.com/customer-journey/my-journeys/' and a search bar. Below the navigation, there's a 'Create' button and a sidebar menu with options like Home, Campaigns, Automations, Audience, and Upgrade. The main content area is titled 'All Journeys' and includes a search bar, filters for Status and Objective, and a 'Sort by: Last created' dropdown. A central message reads 'You don't have any Customer Journeys yet' with a 'Create a Customer Journey' button. The background features a faint 'DMT' watermark.

Step 2: తేదీ & సమయం ట్రిగ్గర్లను సెట్ చేయండి

- పరిచయం సభ్యత్వం పొందిన తర్వాత మొదటి ఇమెయిల్‌ను ఎప్పుడు పంపాలో ఎంచుకోండి:
 - వెంటనే (స్వాగత ఇమెయిల్‌కి అనువైనది).
 - కొన్ని గంటలు లేదా రోజుల తర్వాత (పెంపకం ప్రచారాలకు ఉపయోగపడుతుంది).
- క్లిక్ చేయండి కొనసాగించు తదుపరి దశకు వెళ్ళడానికి.

Step 3: ఇమెయిల్ టెంప్లేట్‌ను ఎంచుకోండి

- Mailchimp అందిస్తుంది ముందుగా రూపొందించిన టెంప్లేట్లు లేదా మీరు ఒక సృష్టించవచ్చు కస్టమ్ డిజైన్.
- టెంప్లేట్‌ను ఎంచుకుని, మీ బ్రాండ్ వచనం, లోగో మరియు చిత్రాలతో అనుకూలీకరించండి.
- a జోడించండి కాల-టు-యాక్షన్ (CTA), వంటి:
 - "మా వెబ్‌సైట్‌ని అన్వేషించండి"
 - "మీ తగ్గింపును క్లెయిమ్ చేయండి"
 - "సోషల్ మీడియాలో మమ్మల్ని అనుసరించండి"
- క్లిక్ చేయండి సేవ & కొనసాగించు.

The screenshot displays the Mailchimp Customer Journey Builder interface. The top navigation bar includes 'Welcome new contacts' (Draft), 'Audience: Digital marketing', 'Help', 'Send Test Emails', and 'Upgrade to continue'. A notification box on the right states: 'You'll need to upgrade to activate a Customer Journey. The Essential Plan includes 4 journey points and a Standard Plan includes 100 journey points.' The main workspace shows a 'Journey Map' with a starting point 'Contact signs up to Digital marketing' and a filter 'Filter who can enter'. Below this, there is an action 'Create an email Welcome email'. The left sidebar contains 'Rules' (If/Else, Split Path, Wait for trigger, Time delay) and 'Actions' (Send email, Send SMS, Webhook, Send survey in email, Group/Ungroup, Tag/Untag).

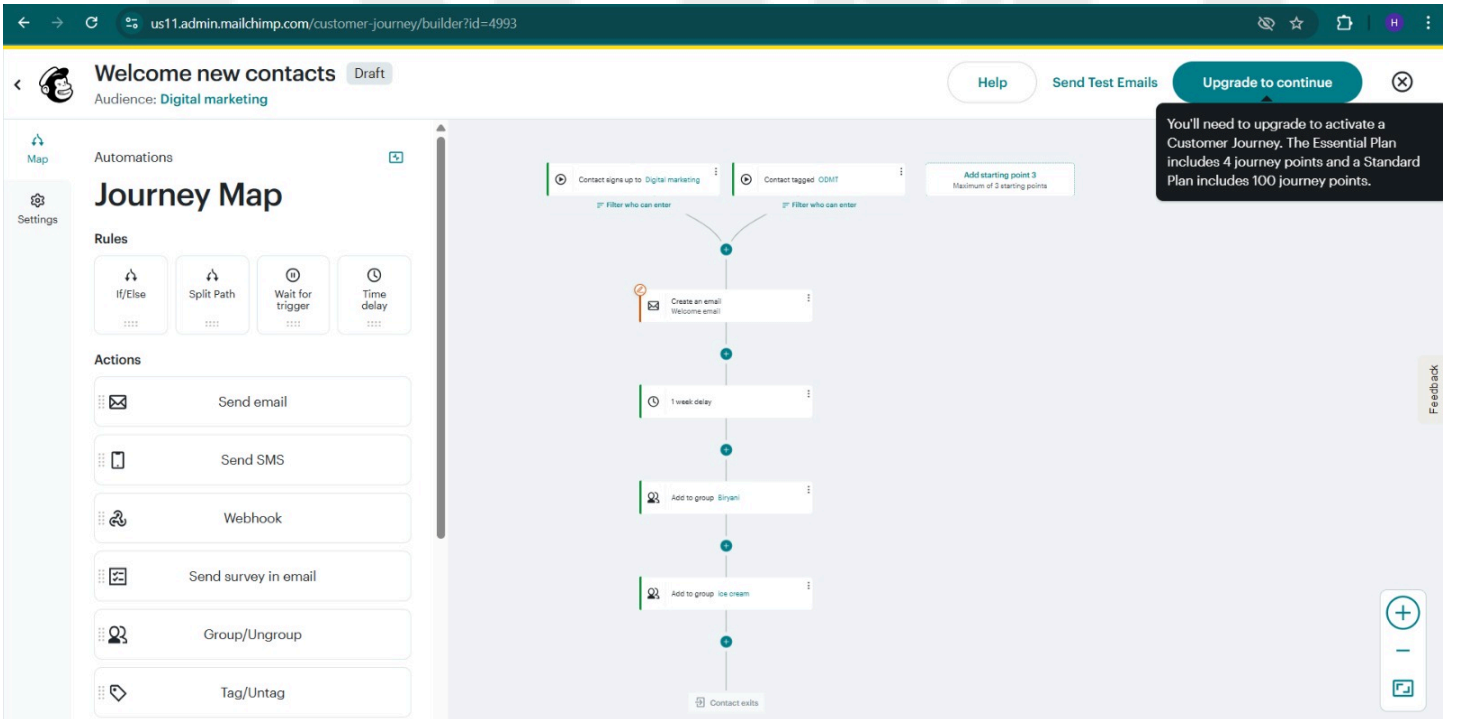
Step 4: జర్నీ పాయింట్‌ను జోడించండి (డ్రీప్ సిక్వెన్స్‌లో తదుపరి ఇమెయిల్)

- మొదటి ఇమెయిల్ తర్వాత, మీరు క్రమంలో మరిన్ని ఇమెయిల్‌లను జోడించవచ్చు.

- క్లిక్ చేయండి జర్నీ పాయింట్‌ని జోడించండి మరియు ఎంచుకోండి ఆలస్యం (సమయం-ఆధారిత ట్రిగ్గర్).
- రెండవ ఇమెయిల్‌ను ఎప్పుడు పంపాలో ఎంచుకోండి (ఉదా., మొదటి ఇమెయిల్ వచ్చిన 3 రోజుల తర్వాత)
- రెండవ ఇమెయిల్‌ను జోడించండి, ఉదాహరణకు:
 - విద్యా ఇమెయిల్: "మా సేవలను ఎలా ఉపయోగించుకోవాలి"
 - ఉత్పత్తి ప్రదర్శన: "మీరు ఇష్టపడే బెస్ట్-సెల్లింగ్ ప్రొడక్ట్స్"
 - డిస్కౌంట్ ఆఫర్: "ఇదిగో 10% తగ్గింపు మీ కోసమే!"
- క్రమానికి మరిన్ని ఇమెయిల్‌లను జోడించడానికి ప్రక్రియను పునరావృతం చేయండి.

Step 5: డ్రాప్ ప్రచారాన్ని సమీక్షించండి & సక్రియం చేయండి

- మొత్తం ప్రయాణాన్ని తనిఖీ చేయండి ఇమెయిల్‌లు సరిగ్గా షెడ్యూల్ చేయబడి ఉన్నాయని నిర్ధారించుకోవడానికి.
- క్లిక్ చేయండి జర్నీ ప్రారంభించండి ప్రచారాన్ని సక్రియం చేయడానికి.
- Mailchimp మీ షెడ్యూల్ ఆధారంగా కొత్త పరిచయాలకు స్వయంచాలకంగా ఇమెయిల్‌లను పంపుతుంది.



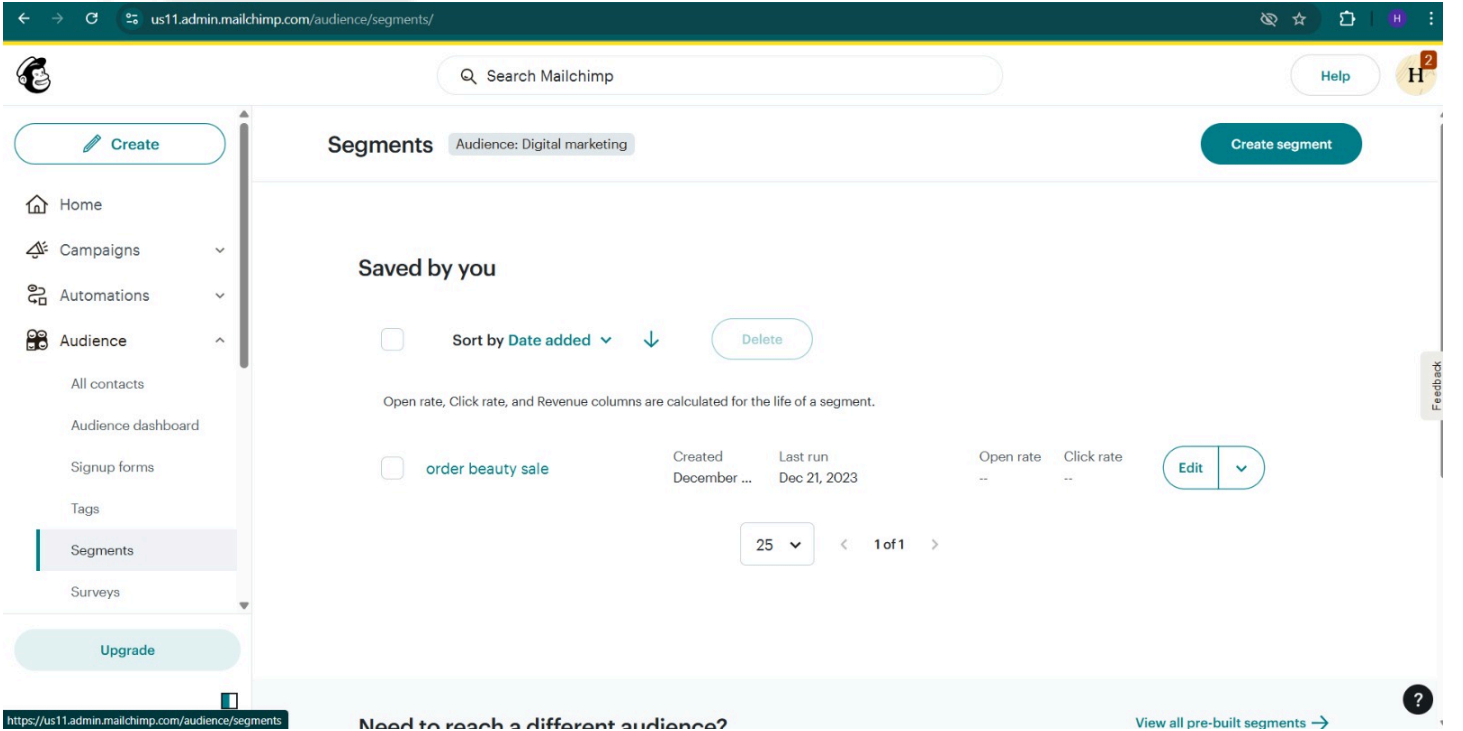
మెయిల్‌చింప్‌లోని విభాగాలు

విభాగాలు సైన్-అప్ తేదీ, స్థానం, కొనుగోలు చరిత్ర లేదా వంటి నిర్దిష్ట షరతుల ఆధారంగా చందాదారులను ఫిల్టర్ చేయడానికి మరియు సమూహపరచడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది పుట్టినరోజులు. కాకుండా గుంపులు, ఇది చందాదారుల ఎంపికలపై ఆధారపడి ఉంటుంది, విభాగాలు చందాదారుల డేటా ఆధారంగా స్వయంచాలకంగా సృష్టించబడతాయి.

ఒక విభాగానికి ఇమెయిల్‌లను వీక్షించడానికి & పంపడానికి దశలు (ఉదా., పుట్టినరోజు నెల)

Step 1: మీ ప్రేక్షకులు & విభాగాలను యాక్సెస్ చేయండి

- Mailchimp లోకి లాగిన్ చేయండి మరియు వెళ్ళండి ప్రేక్షకులు.
- మీరు పని చేయాలనుకుంటున్న ప్రేక్షకుల జాబితాను ఎంచుకోండి.
- క్లిక్ చేయండి ప్రేక్షకులను నిర్వహించండి > విభాగాలు.



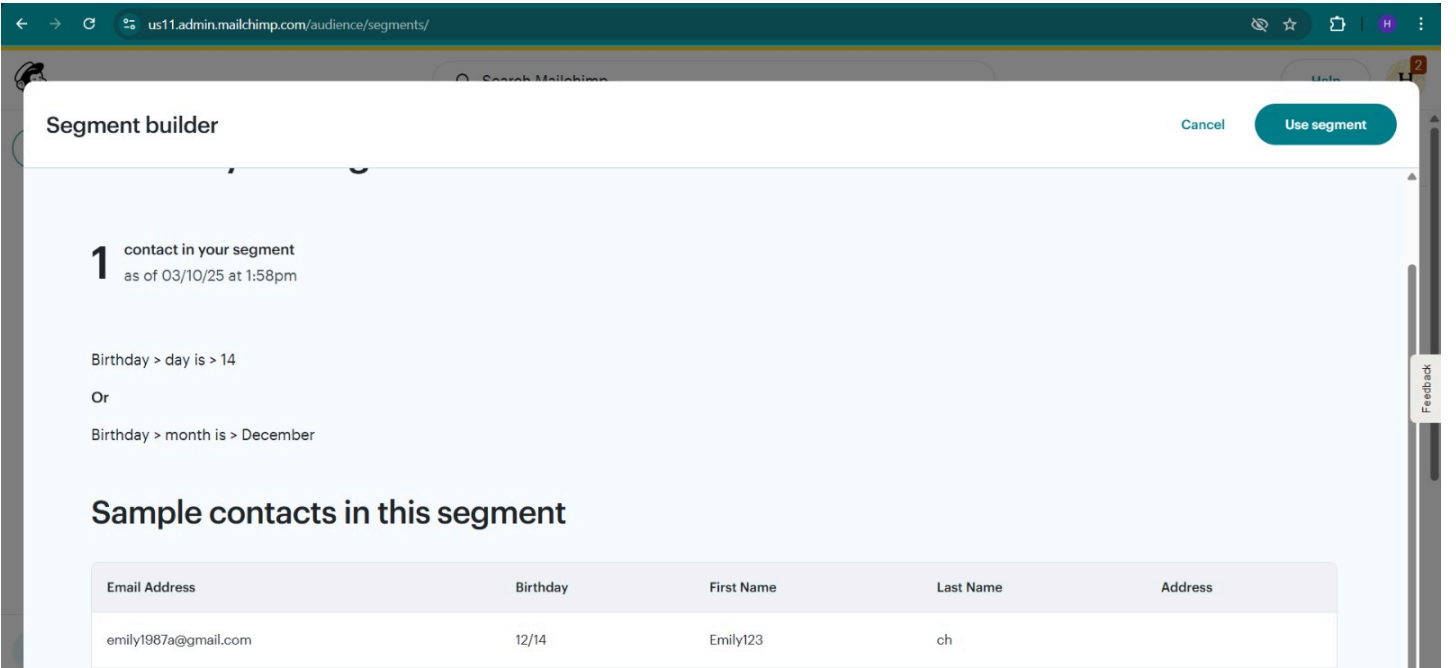
Step 2: పుట్టినరోజు నెల విభాగాన్ని సృష్టించండి

- క్లిక్ చేయండి విభాగాన్ని సృష్టించండి.
- ఎంచుకోవడానికి డ్రాప్‌డౌన్ ఉపయోగించండి పుట్టినరోజు (నెలలు).
- నెలను ఎంచుకోండి (ఉదా., మార్చిలో పుట్టినరోజులు ఉన్న వ్యక్తుల కోసం "మార్చి").
- క్లిక్ చేయండి ప్రివ్యూ విభాగం ఎంత మంది సబ్‌స్క్రిబర్లు ప్రమాణాలకు సరిపోతుందో చూడటానికి.

- మీరు దీన్ని తర్వాత మళ్ళీ ఉపయోగించాలనుకుంటే సెగ్మెంట్‌ను సేవ్ చేయండి.

Step 3: పుట్టినరోజు విభాగానికి రెగ్యులర్ ఇమెయిల్ పంపండి

- విభాగాన్ని సృష్టించిన తర్వాత, క్లిక్ చేయండి చర్యలు > రెగ్యులర్ ఇమెయిల్ పంపండి.
- ఇది మిమ్మల్ని ఇమెయిల్ ప్రచార సృష్టి పేజీకి తీసుకెళ్తుంది.
- మీ ఇమెయిల్‌ను అనుకూలీకరించండి:
 - విషయం: "పుట్టినరోజు శుభాకాంక్షలు! మీ కోసం ఒక ప్రత్యేక బహుమతి!"
 - శరీరం: డిస్కాంట్ కోడ్, ప్రత్యేక సందేశం లేదా వ్యక్తిగతీకరించిన ఆఫర్‌ను చేర్చండి.
- క్లిక్ చేయండి పంపండి లేదా షెడ్యూల్ నెల ప్రారంభంలో ఇమెయిల్ పంపబడుతుంది.



అనుబంధ మార్కెటింగ్

అనుబంధ మార్కెటింగ్ అంటే ఎవరైనా మరొక వ్యక్తి లేదా కంపెనీ ఉత్పత్తులను ప్రమోట్ చేయడం మరియు కమీషన్ సంపాదిస్తుంది ప్రతి అమ్మకానికి. ప్రచురణకర్తలు, కంటెంట్ సృష్టికర్తలు మరియు డిజిటల్ విక్రయదారులు డబ్బు సంపాదించడానికి ఇది ఒక మార్గం.

అనుబంధ సంస్థలు 2 కమీషన్ ప్రతి విక్రయం, క్లిక్ లేదా లీడ్ కోసం వారు తమ ప్రత్యేకమైన రిఫరల్ లింక్ ద్వారా ఉత్పత్తి చేస్తారు.

ఉత్పత్తి లేదా సేవను ప్రచారం చేయండి

- దీని ద్వారా మీ అనుబంధ లింక్‌ను భాగస్వామ్యం చేయండి:
 - బ్లాగ్ పోస్ట్‌లు (ఉదా., "విద్యార్థుల కోసం ఉత్తమ ల్యాప్‌టాప్‌లు")

- YouTube వీడియోలు (ఉదా., "టాప్ 5 ల్యాప్ టాప్ల సమీక్ష")
- సోషల్ మీడియా (ఇన్స్టాగ్రామ్, ట్విట్టర్, ఫేస్ బుక్)
- ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్
- వంటి ఆకర్షణీయమైన కంటెంట్ ని ఉపయోగించండి సమీక్షలు, ట్యుటోరియల్లు మరియు పోలికలు కొనుగోలుదారులను ఆకర్షించడానికి.

అనుబంధ మార్కెటింగ్ చేయవచ్చు రెండు ప్రధాన మార్గాలు:

- డైరెక్ట్ అఫిలియేట్ మార్కెటింగ్ (ఒకరి నుండి ఒకరికి ప్రమోషన్)
- మధ్యవర్తి అనుబంధ మార్కెటింగ్ (థర్డ్-పార్టీ ప్లాట్ ఫారమ్ ని ఉపయోగించడం)

డైరెక్ట్ అఫిలియేట్ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి?

ఈ పద్ధతి ఉంటుంది నేరుగా భాగస్వామ్యం కంపెనీ అనుబంధ ప్రోగ్రామ్ తో ఏ థర్డ్-పార్టీ నెట్ వర్క్ ని ఉపయోగించకుండా. అనుబంధ సంస్థ (మీరు) కంపెనీ నుండి ప్రత్యేకమైన రిఫరల్ లింక్ ను పొందుతుంది మరియు వారి ఉత్పత్తులను నేరుగా ప్రమోట్ చేస్తుంది.

మధ్యవర్తి అనుబంధ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి?

ఈ పద్ధతి ఉంటుంది అనుబంధ నెట్ వర్క్ ను ఉపయోగించడం (మధ్యవర్తి) బహుళ బ్రాండ్లతో కనెక్ట్ అవ్వడానికి. ప్రతి కంపెనీతో నేరుగా సైన్ అప్ చేయడానికి బదులుగా, మీరు అందించే అనుబంధ నెట్ వర్క్ లో చేరండి వేలాది ఉత్పత్తులు ప్రచారం చేయడానికి.

అమెజాన్ అసోసియేట్స్ ఖాతాను ఎలా సృష్టించాలి (దశల వారీ గైడ్)

అమెజాన్ అసోసియేట్స్ అనేది అమెజాన్ అనుబంధ మార్కెటింగ్ ప్రోగ్రామ్, మీరు అమెజాన్ ఉత్పత్తులను ఉపయోగించి ప్రచారం చేయడం ద్వారా కమీషన్లను సంపాదిస్తారు అనుబంధ లింకులు.

అమెజాన్ అసోసియేట్స్ ఖాతాను సృష్టించడానికి దశల వారీ ప్రక్రియ

Step 1: Amazon Associates వెబ్ సైట్ ను సందర్శించండి

- మీ బ్రౌజర్ ని తెరిచి, వెళ్ళండి [అమెజాన్ అసోసియేట్స్](#).
- క్లిక్ చేయండి సైన్ అప్ చేయండి (మీకు Amazon ఖాతా లేకుంటే, ముందుగా ఒకదాన్ని సృష్టించండి).

google.com/search?q=amazon+affiliate&oeq=amazon+af&igs_lcrp=EgZjaHJvbWUqDAgAEEUYOxixAxiABDIMCAAQRrg7GLEdGIAEMgoIARAAGLEDGIAEMgYIAh8FGEAyBggDEEUyOTI...

amazon affiliate

Keyword difficulty: 85.61% (for google.com database) — View full report for this keyword

SEOquake Parameters SERP report Export CSV Sort this page Locale

5. Amazon.in: Affiliate
Rank: 1.85K
Affiliate Marketing: Build Passive Income And Sell Through Affiliate Networks (Master Social Media, Grow Your Brand, Get Customers And Make Profit).

6. SEO:Amazon Affiliate Marketing+SEO |250+ Videos |18.0 ...
Rank: 2.62K
Amazon is one such vendor that has a very, very popular affiliate program. Amazon - and its subsidiaries in several countries - will pay you commissions for ...

People also ask

How much do you make as an Amazon affiliate?

Can you make \$100 a day with affiliate marketing?

Do you need 500 followers for Amazon affiliate?

మీరు అమెజాన్ అనుబంధ కోసం 500 అనుచరులు అవసరం?

Step 2: సైన్ ఇన్ చేయండి లేదా అమెజాన్ ఖాతాను సృష్టించండి

- మీరు ఇప్పటికే ఒక కలిగి ఉంటే అమెజాన్ ఖాతా, మీ ఇమెయిల్ మరియు పాస్వర్డ్ ఉపయోగించి లాగిన్ అవ్వండి.
- లేకపోతే, క్లిక్ చేయండి మీ అమెజాన్ ఖాతాను సృష్టించండి మరియు నమోదు చేయండి:
 - మీ పేరు
 - ఇమెయిల్ చిరునామా
 - పాస్వర్డ్
- క్లిక్ చేయండి ఖాతాను సృష్టించండి మరియు మీ ఇమెయిల్ ని ధృవీకరించండి.

amazon.in

Sign in

+919347731429 Change

Password [Forgot password?](#)

Sign in

or

Get an OTP on your phone

Conditions of Use Privacy Notice Help

© 1996-2025, Amazon.com, Inc. or its affiliates

Step 3: మీ ఖాతా సమాచారాన్ని నమోదు చేయండి

- చెల్లింపులను ఎవరు స్వీకరిస్తారు?
 - ఎంచుకోండి "వ్యక్తిగత" మీరు దీన్ని వ్యక్తిగత ఖాతాగా చేస్తున్నట్లయితే.
 - ఎంచుకోండి "వ్యాపారం" మీరు కంపెనీగా నమోదు చేసుకుంటే.
- మీ వ్యక్తిగత లేదా వ్యాపార వివరాలను నమోదు చేయండి (పూర్తి పేరు, చిరునామా మరియు ఫోన్ నంబర్).
- క్లిక్ చేయండి తదుపరి.

Home > Your Associates Account > Your Payment Method

Your Payment Method

Are you monetizing international traffic? You can now receive earnings in an international bank account. [Click here to learn more.](#)

Pay me by NEFT
Rs. 1000 minimum earnings

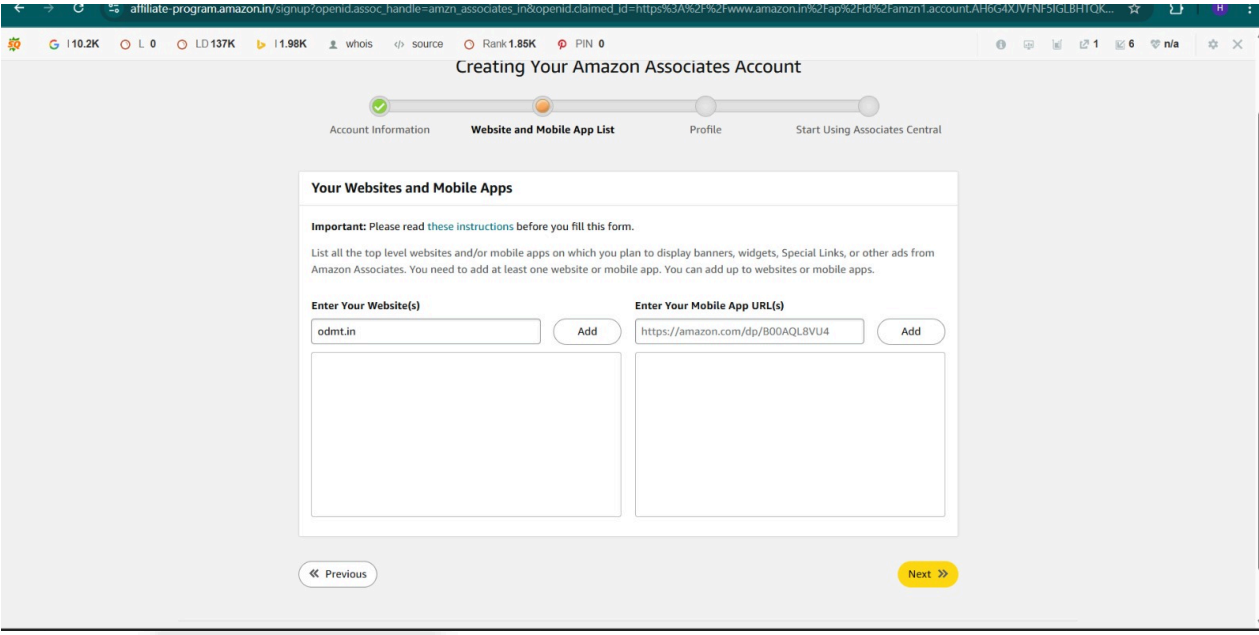
Bank Location* (?) India
Bank Currency* (?) Indian Rupees

Bank Account Holder Name* (?)
Bank Account Number* (?) What's this?
Confirm Bank Account Number* (?)
Bank Name* (?)
IFSC Code* (?) What's this?

Submit and Continue with Tax Information Skip Payment and Continue with Tax Information

Step 4: మీ వెబ్సైట్, బ్లాగ్ లేదా సోషల్ మీడియాను జోడించండి

- అమెజాన్ తెలుసుకోవాలి మీరు వారి ఉత్పత్తులను ఎక్కడ ప్రచారం చేస్తారు.
- మీ:
 - వెబ్సైట్ URL (మీకు బ్లాగ్ లేదా ఆన్లైన్ స్టోర్ ఉంటే).
 - YouTube ఛానెల్ లింక్ (మీరు సమీక్ష వీడియోలను సృష్టిస్తే).
 - Instagram, Facebook, TikTok లేదా Twitter లింక్ (మీరు సోషల్ మీడియాలో ప్రచారం చేస్తే).
- క్లిక్ చేయండి తదుపరి మీ ప్లాట్ఫారమ్లలోకి ప్రవేశించిన తర్వాత



Step 5: మీ సముచిత & మార్కెటింగ్ పద్ధతులను ఎంచుకోండి

- మీ వెబ్‌సైట్ లేదా కంటెంట్ దేనికి సంబంధించినది?
 - మీ ప్రధాన వర్గాన్ని ఎంచుకోండి (ఉదా., ఎలక్ట్రానిక్స్, ఫ్యాషన్, ఆరోగ్యం & అందం).
- మీరు ట్రాఫిక్‌ను ఎలా డ్రైవ్ చేస్తారు?
 - మీరు Amazon ఉత్పత్తులను ఎలా ప్రచారం చేస్తారో ఎంచుకోండి (**SEO**, సోషల్ మీడియా, బ్లాగ్, ఇమెయిల్ మార్కెటింగ్ మొదలైనవి.)
- క్లిక్ చేయండి తదుపరి.

affiliate-program.amazon.in/signup?openid.assoc_handle=amzn_assocates_in&openid.claimed_id=https%3A%2F%2Fwww.amazon.in%2Fap%2Fid%2Famzn1.account.AH6G4XJ

10.2K L 0 LD 137K 1.98K whois source Rank 1.85K PIN 0

What are your websites or mobile apps about?*

Digital marketing

What can users do on your website or mobile app, who is it for, and what kind of products do you intend to promote?


What type are your websites or mobile apps?*

Blog Comparison Shopping Engine
 Content Website Coupons or Deals Website
 Manufacturer/Author with Products Listed on Amazon.in Non Profit or Charitable Organisation
 Social Media Page/Group Web browser
 Other

How did you hear about us?*

Blog Post

By typing the characters you see in the box, you help Amazon prevent automated or scripted form submissions. This enables us to prevent fraud and abuse so that we may continue to ensure a high quality of service to all customers.



Try a different image

Try audio captcha

Type the characters in the above image*

fgggb4

You agree to the terms and conditions of the Associates Program Operating Agreement

Step 6: మీ అమెజాన్ అసోసియేట్స్ IDని సృష్టించండి

- ప్రత్యేకమైనదాన్ని ఎంచుకోండి స్టోర్ ID (ఇది సాధారణంగా మీ పేరు లేదా బ్రాండ్ పేరు).
- మీరు Amazon ఉత్పత్తులను ఎలా ప్రచారం చేయాలని ప్లాన్ చేస్తున్నారో సంక్షిప్త వివరణను నమోదు చేయండి.
- క్లిక్ చేయండి తదుపరి.

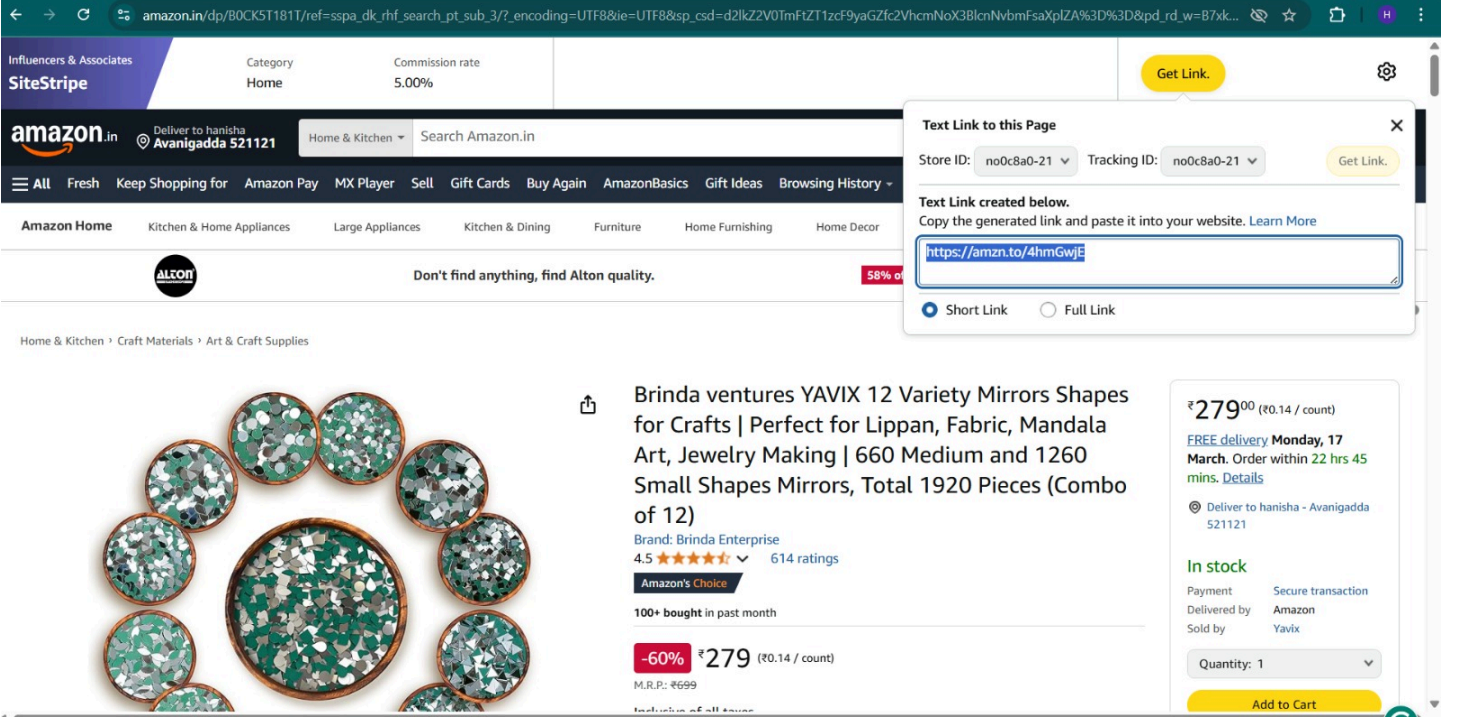
Step 7: మీ చెల్లింపు & పన్ను వివరాలను నమోదు చేయండి

- ఎంచుకోండి మీరు ఎలా చెల్లించాలనుకుంటున్నారు:
 - డైరెక్ట్ బ్యాంక్ బదిలీ (కొన్ని దేశాలకు).
 - అమెజాన్ బహుమతి కార్డులు (US ఆధారిత ఖాతాల కోసం).
 - తనిఖీ (పేపర్ చెక్) (ఎక్కువ సమయం పడుతుంది).
- పూరించండి పన్ను సమాచారం (మీ దేశం ఆధారంగా అమెజాన్ పన్ను వివరాలను అడుగుతుంది).
- క్లిక్ చేయండి సమర్పించు & ముగించు.

Step 8: అనుబంధ లింక్లను రూపొందించడం ప్రారంభించండి

సంపాదించడం ప్రారంభించడానికి:

- వెళ్ళండి అమెజాన్ అసోసియేట్స్ డాష్‌బోర్డ్.
- కోసం వెతకండి మీరు ప్రచారం చేయాలనుకుంటున్న ఏదైనా ఉత్పత్తి.
- క్లిక్ చేయండి లింక్ పొందండి మరియు ప్రత్యేకతను కాపీ చేయండి అనుబంధ లింక్.
- మీలో భాగస్వామ్యం చేయండి బ్లాగ్, YouTube, Instagram, Facebook లేదా వెబ్‌సైట్.



ఎవరైనా మీ లింక్ ద్వారా కొనుగోలు చేసినప్పుడు, మీరు కమీషన్ పొందుతారు!

EarnKaro ఖాతాను ఎలా సృష్టించాలి (దశల వారీ గైడ్)

EarnKaro అనేది భారతదేశంలోని అనుబంధ మార్కెటింగ్ ప్లాట్‌ఫారమ్, ఇది Amazon, Flipkart, Myntra, Ajo మరియు మరిన్ని ఉత్పత్తుల కోసం అనుబంధ లింక్‌లను భాగస్వామ్యం చేయడం ద్వారా డబ్బు సంపాదించడానికి మిమ్మల్ని అనుమతిస్తుంది. మీ లింక్‌ని ఉపయోగించి ఎవరైనా కొనుగోలు చేసిన ప్రతిసారీ మీరు కమీషన్ పొందుతారు.

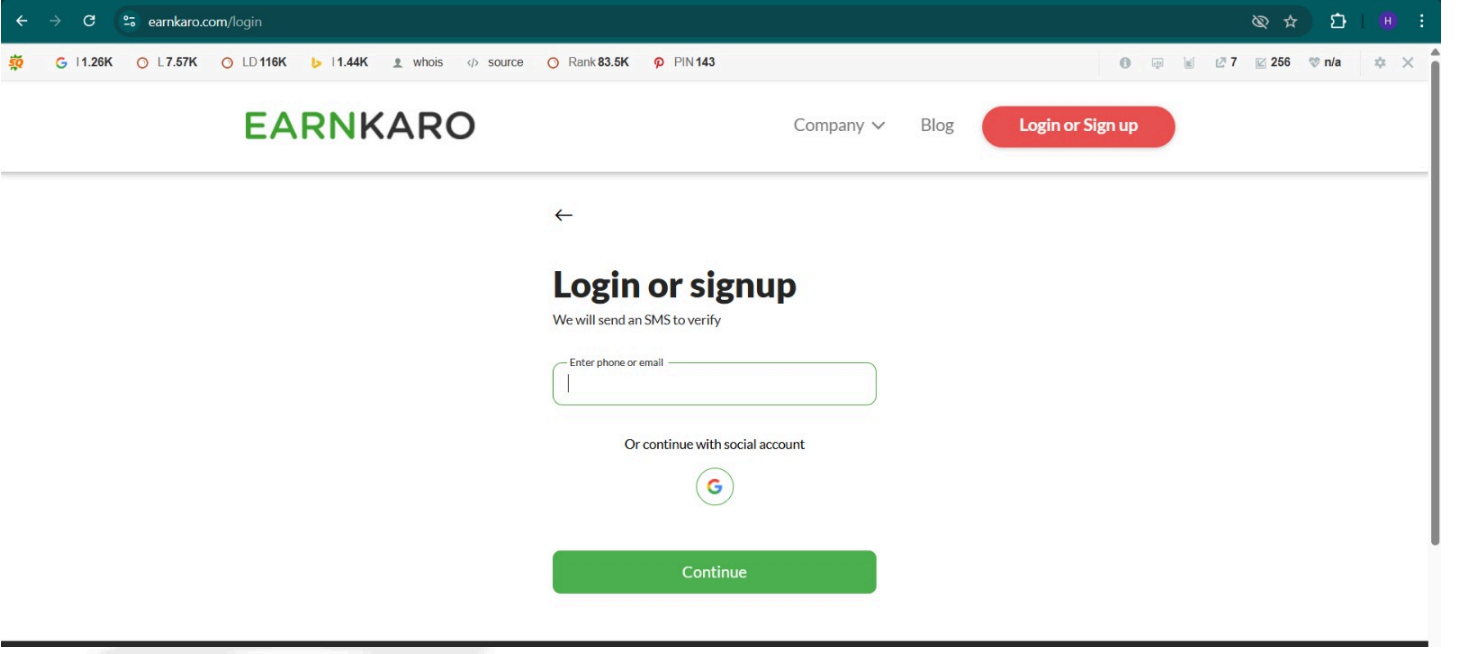
EarnKaro ఖాతాను సృష్టించడానికి దశల వారీ గైడ్

Step 1: EarnKaro వెబ్‌సైట్‌ను సందర్శించండి లేదా యాప్‌ని డౌన్‌లోడ్ చేయండి

- మీ బ్రౌజర్‌ని తెరిచి, వెళ్ళండి www.earnkaro.com.

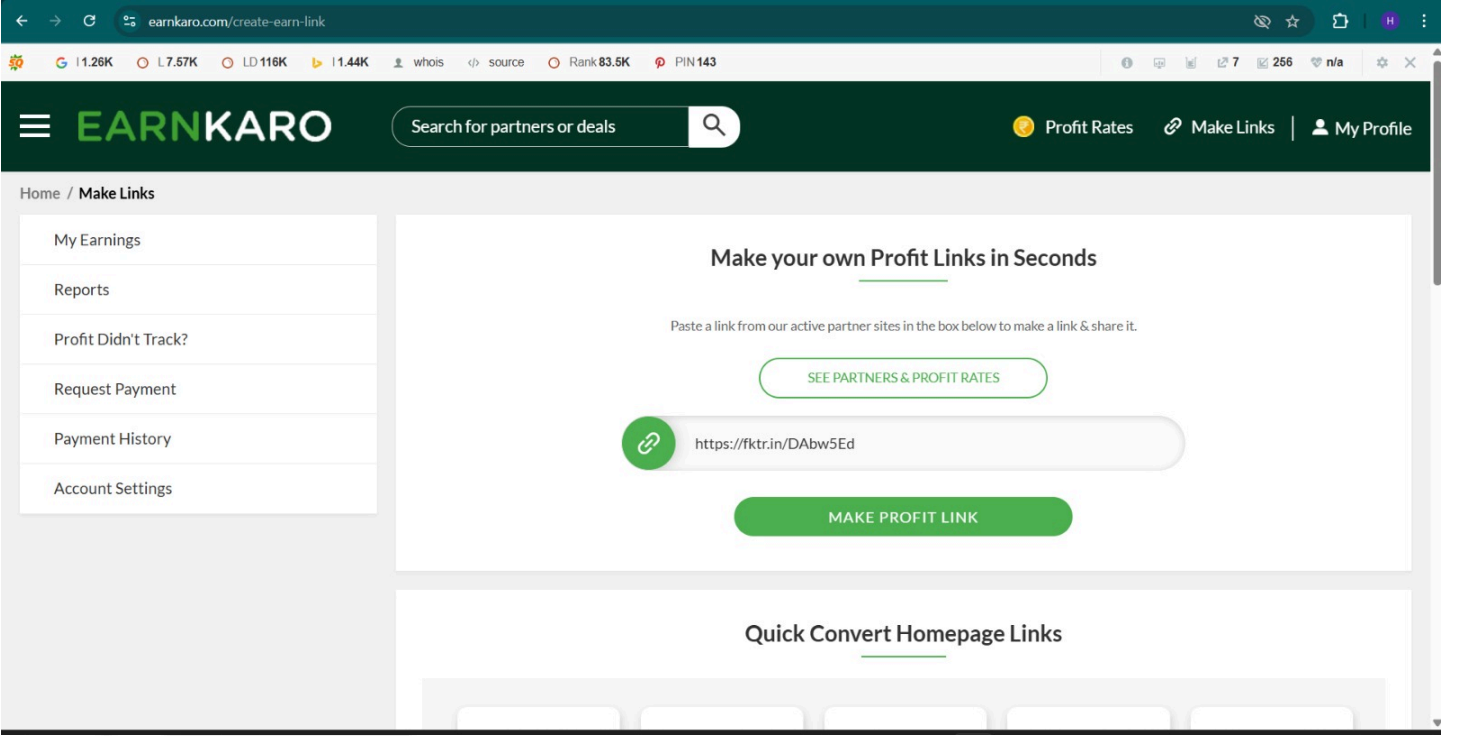
Step 2: ఉచిత ఖాతా కోసం సైన్ అప్ చేయండి

- క్లిక్ చేయండి సైన్ అప్ చేయండి (వెబ్సైట్లో కుడి ఎగువ మూలలో).
- మీ వివరాలను నమోదు చేయండి:
 - పూర్తి పేరు
 - మొబైల్ నంబర్
 - ఇమెయిల్ చిరునామా
 - పాస్వర్డ్
- క్లిక్ చేయండి ఖాతాను సృష్టించండి.
- మీ ధృవీకరించండి మొబైల్ నంబర్ ఒక తో **OTP** మీ ఫోన్కి పంపబడింది



Step 3: ఉత్పత్తులను ఎంచుకోండి & అనుబంధ లింక్‌లను రూపొందించండి

- "లింకులు చేయండి" విభాగానికి వెళ్ళండి EarnKaro లో.
- కాపీ ఎ ఉత్పత్తి లింక్ ఏదైనా మద్దతు ఉన్న రిటైలర్ నుండి (Amazon, Flipkart, Myntra, మొదలైనవి).
- లో లింక్‌ను అతికించండి **EarnKaro** యాప్/వెబ్‌సైట్.
- క్లిక్ చేయండి "లింక్‌ని మార్చు" మీ ప్రత్యేకతను రూపొందించడానికి లాభం లింక్ (అనుబంధ లింక్).



ఇన్ఫ్లయెన్సర్ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి?

ఇన్ఫ్లయెన్సర్ మార్కెటింగ్ అనేది డిజిటల్ మార్కెటింగ్ వ్యూహం బ్రాండ్లు సోషల్ మీడియా ఇన్ఫ్లయెన్సర్లతో సహకరిస్తాయి వారి ఉత్పత్తులు లేదా సేవలను ప్రచారం చేయడానికి. ఇది వ్యాపారాలను చేరుకోవడానికి సహాయపడుతుంది లక్ష్య ప్రేక్షకులు విశ్వసనీయ వ్యక్తుల ద్వారా

ప్రభావితం చేసేవారు = ప్రజలు పెద్ద మరియు నిశ్చితార్థం సోషల్ మీడియా ఫాలోయింగ్. బ్రాండ్లు ప్రభావితం చేసేవారికి చెల్లిస్తాయి ద్వారా వారి ఉత్పత్తులను ప్రచారం చేయడానికి **Instagram, YouTube**, మొదలైనవి.

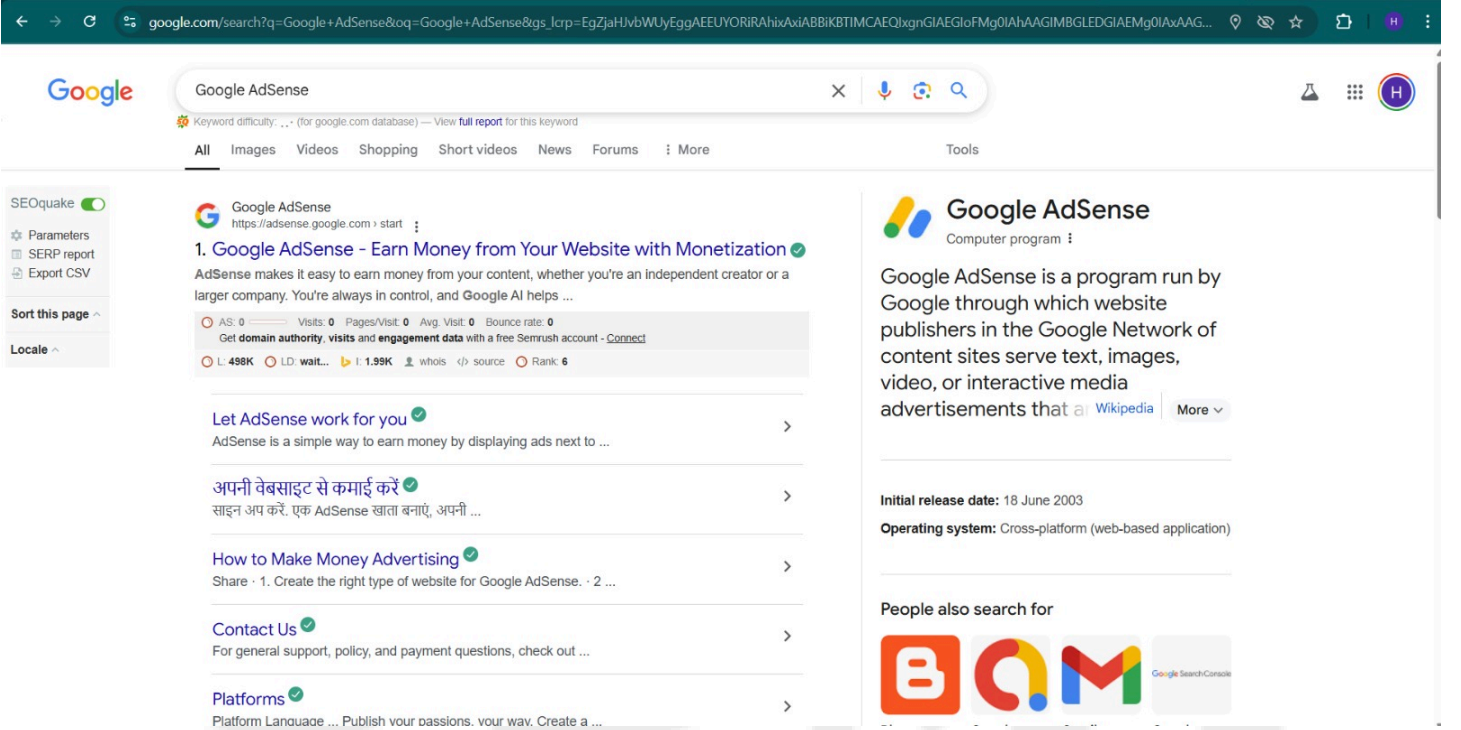
అనుచరులు ప్రభావితం చేసేవారిని విశ్వసిస్తారు, దారితీసింది అధిక విక్రయాలు & బ్రాండ్ అవగాహన.

Google AdSense అంటే ఏమిటి?

Google AdSense అనుమతించే Google ద్వారా ఉచిత ప్రకటనల ప్రోగ్రామ్ వెబ్సైట్ యజమానులు, బ్లాగర్లు మరియు యూట్యూబర్లు ప్రదర్శించడం ద్వారా డబ్బు సంపాదించడానికి ప్రకటనలు వారి కంటెంట్ మీద. సందర్శకులు ఉన్నప్పుడు ఈ ప్రకటనలపై క్లిక్ చేయండి, మీరు సంపాదిస్తారు డబ్బు.

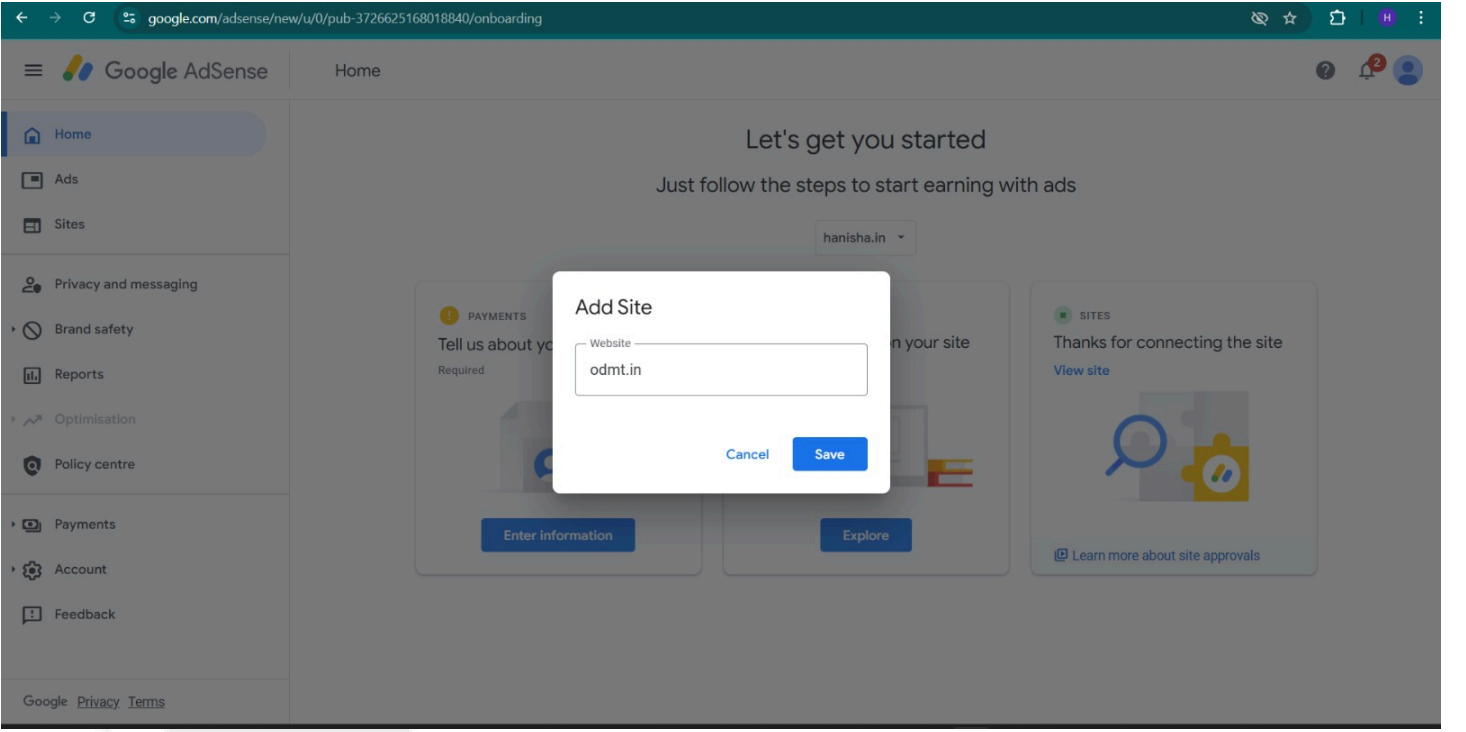
Step 1: Google AdSense కోసం సైన్ అప్ చేయండి

- వెళ్ళండి **Google AdSense**.
- క్లిక్ చేయండి సైన్ అప్ చేయండి మరియు మీతో లాగిన్ అవ్వండి **Google** ఖాతా.
- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ **URL** (ఉదాహరణ: www.yourwebsite.com)
- మీ ఎంచుకోండి దేశం మరియు Googleని అంగీకరించండి **AdSense** నిబంధనలు.
- క్లిక్ చేయండి ఖాతాను సృష్టించండి.



Step 2: మీ వెబ్సైట్ను AdSenseకి జోడించండి

- మీ వద్దకు వెళ్ళండి **AdSense** డాష్‌బోర్డ్.
- క్లిక్ చేయండి సైట్లు > సైట్ని జోడించండి.
- మీ నమోదు చేయండి వెబ్సైట్ **URL** మరియు క్లిక్ చేయండి తదుపరి.



Step 3: AdSense కోడ్ని పొందండి & దానిని మీ వెబ్‌సైట్‌కి జోడించండి

మీ సైట్‌ని జోడించిన తర్వాత, AdSense అందిస్తుంది a ధృవీకరణ కోడ్.

- అతికించండి **AdSense** కోడ్ లోకి **<head>** విభాగం మీ వెబ్‌సైట్ యొక్క.
- వెళ్ళండి **WordPress** అడ్మిన్ ప్యానెల్ → స్వరూపం → థీమ్ ఎడిటర్.
- తెరవండి **header.php** కోడ్‌ను ఫైల్ చేసి అతికించండి **<head>** ట్యాగ్ లోపల.
- మార్పులను సేవ్ చేయండి.

<> Verify site ownership
^

Select verification method:

AdSense code snippet
 Ads.txt snippet
 Meta tag

To get your site ready to show ads, copy and paste this code between the <head></head> tags on each page of your site. [Learn more about the AdSense code.](#)

Your AdSense code

```

<script async src="https://pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js?
client=ca-pub-3726625168018940"
crossorigin="anonymous"></script>

```

[Copy](#)

I've placed the code
 [Verify](#)

Request review

Step 4: Google AdSense ఆమోదాన్ని అభ్యర్థించండి

కోడ్ని జోడించిన తర్వాత:

- మీ AdSense ఖాతాకు తిరిగి వెళ్లండి.
- సమీక్ష కోసం సమర్పించు క్లిక్ చేయండి.
- Google మీ సైట్ని సమీక్షిస్తుంది (దీనికి 1-2 వారాలు పడుతుంది).

← → ↻ google.com/adsense/new/u/0/pub-3726625168018940/sites/detail/url=hanisha.in
🔍 ☆ 🏠 H ⋮

✕ hanisha.in Getting ready
[Delete site](#)

✔ Verify site ownership
▼

✔ Review requested
▼

! Create a consent message for your sites

Collect consent from users in the European Economy Area (EEA), the UK and Switzerland to avoid potential ad revenue loss by adopting a Google certified [consent management platform \(CMP\)](#)

○

Manage options

Consent


○

Do not consent

Consent

Manage options

○



Certified CMP

Use Google's CMP to create a message with two choices (consent and manage options) for my site and future sites

Use Google's CMP to create a message with three choices (consent, do not consent and manage options) for my site and future sites

Adopt an [alternative CMP certified by Google](#)

Remind me later
Submit

Step 5: మీ వెబ్‌సైట్‌లో ప్రకటనలను ప్రదర్శించడం ప్రారంభించండి

ఒకసారి **Google** మీ **AdSense** ఖాతాను ఆమోదిస్తుంది, మీ వెబ్‌సైట్‌లో ప్రకటనలు చూపడం ప్రారంభమవుతుంది స్వయంచాలకంగా!

మీ ప్రకటనలను అనుకూలీకరించడానికి:

- వెళ్ళండి **AdSense** డాష్‌బోర్డ్ > ప్రకటనలు.
- ఎంచుకోండి స్వీయ ప్రకటనలు లేదా మాన్యువల్ ప్రకటనలు.
- మాన్యువల్ ప్రకటనల కోసం, ఉంచండి ప్రకటన కోడ్ బ్లాగ్ పోస్ట్‌లు లేదా సైడ్‌బార్ల లోపల.

Google Analytics అంటే ఏమిటి?

Google Analytics అనేది ఉచిత వెబ్ విశ్లేషణ సాధనం Google ద్వారా వెబ్‌సైట్ యజమానులకు ట్రాక్ మరియు విశ్లేషించడంలో సహాయపడుతుంది వెబ్‌సైట్ ట్రాఫిక్. ఇది అంతర్దృష్టులను అందిస్తుంది:

మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఎంత మంది వ్యక్తులు సందర్శిస్తారు?

మీ సందర్శకులు ఎక్కడ నుండి వచ్చారు (**Google, Facebook, మొదలైనవి**)?

సందర్శకులు ఏ పేజీలను ఎక్కువగా వీక్షిస్తారు?

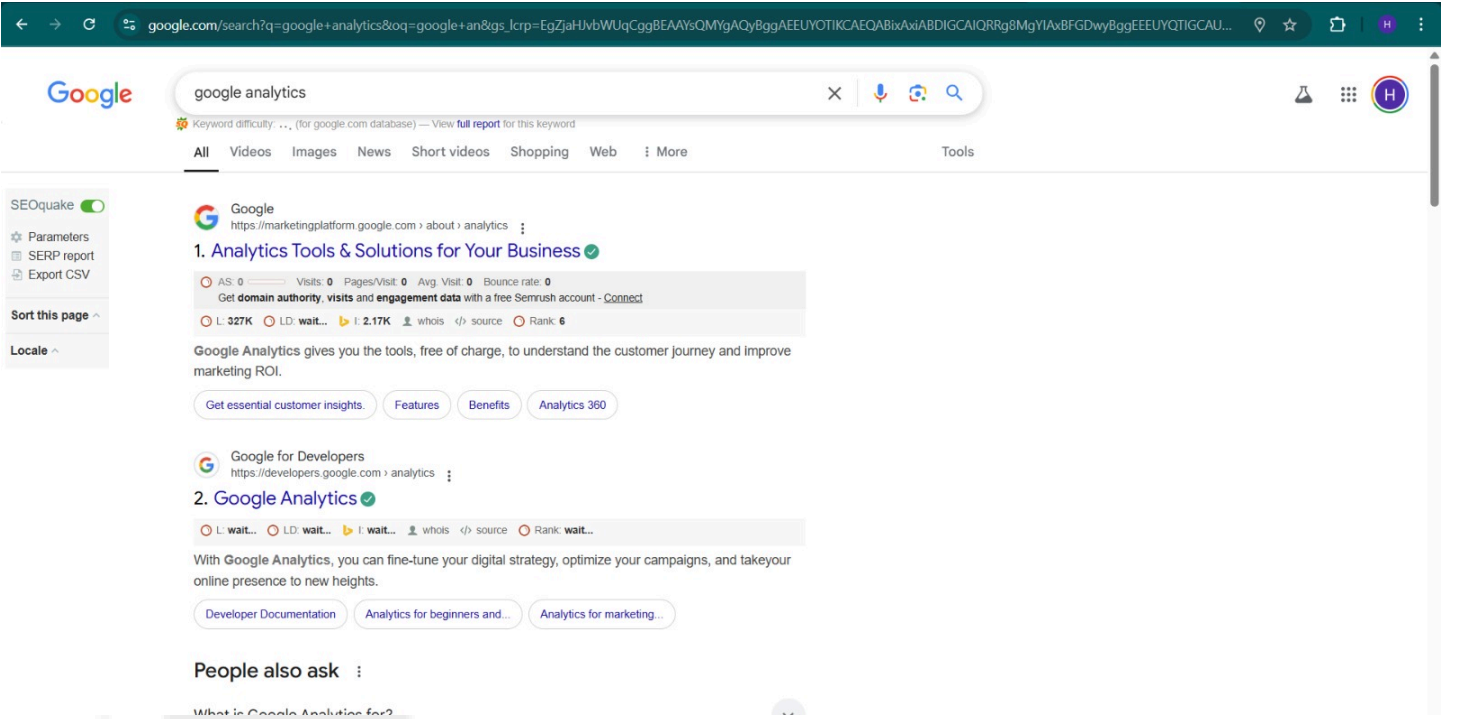
మీ సైట్‌లో సందర్శకులు ఎంతకాలం ఉంటారు?

ఏ కీలకపదాలు మీ సైట్‌కి ట్రాఫిక్‌ని అందిస్తాయి?

Google Analytics ఎలా ఉపయోగించాలి (దశల వారీ గైడ్)

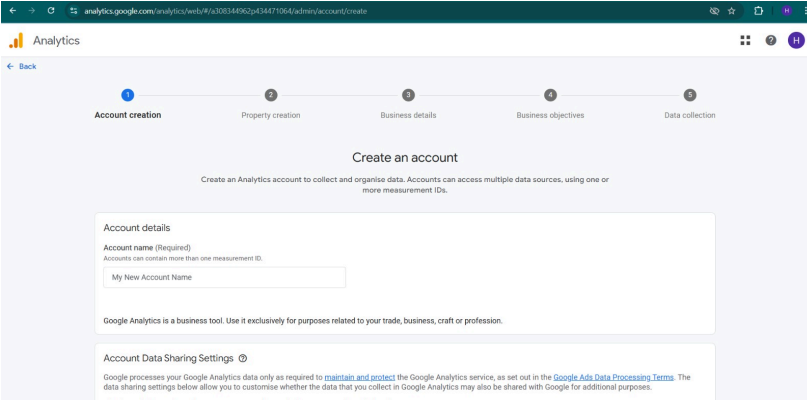
Step 1: Google Analytics ఖాతాను సృష్టించండి

- Google Analyticsకి వెళ్ళండి.
- సైన్ అప్ క్లిక్ చేసి, మీ Google ఖాతాతో లాగిన్ చేయండి.
- కొలవడం ప్రారంభించు క్లిక్ చేయండి.



Step 2: Google Analyticsలో మీ వెబ్‌సైట్‌ను సెటప్ చేయండి

- మీ నమోదు చేయండి వెబ్‌సైట్ పేరు (ఉదా., నా బ్లాగ్).
- మీ ఎంచుకోండి పరిశ్రమ వర్గం (ఉదా., వ్యాపారం, ప్రయాణం మొదలైనవి).
- మీ ఎంచుకోండి టైమ్ జోన్ మరియు కరెన్సీ.
- క్లిక్ చేయండి తదుపరి సృష్టించడానికి a **Google Analytics** ప్రాఫర్ట్.

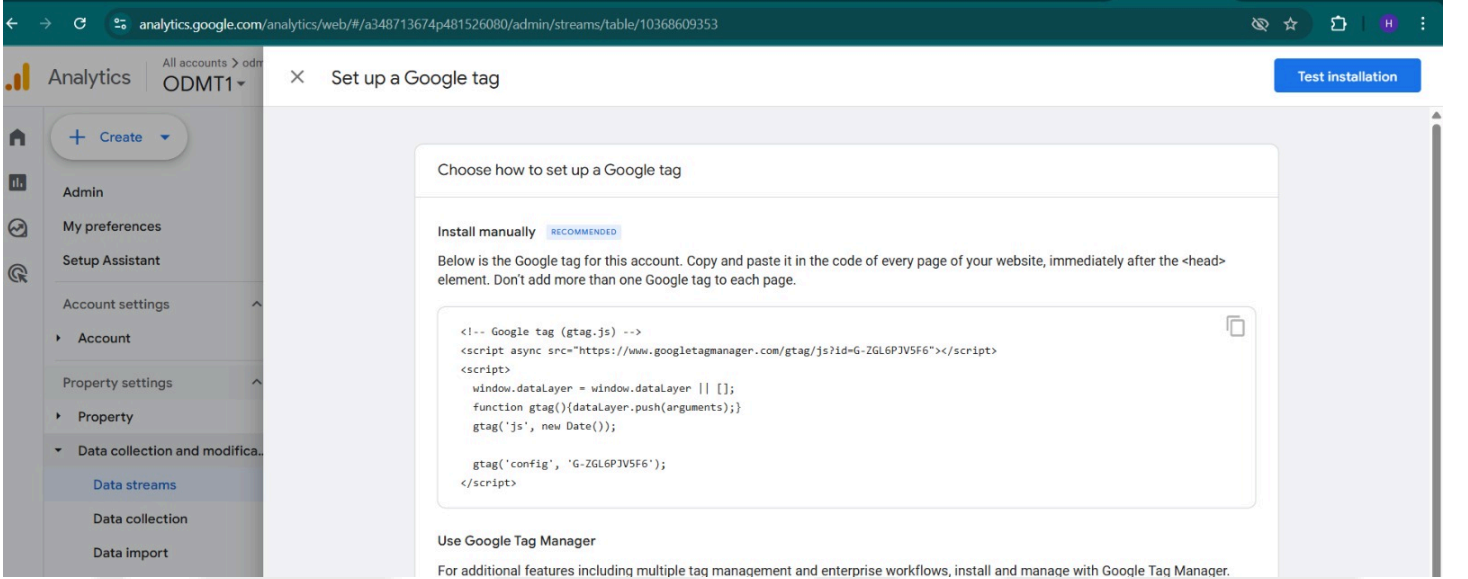


Step 3: మీ Google Analytics ట్రాకింగ్ కోడ్‌ని పొందండి

- సెటప్ చేసిన తర్వాత, Google Analytics అందిస్తుంది a ట్రాకింగ్ ID (ఉదా., **G-XXXXXXXXXX**)
- కాపీ చేయండి **Google Analytics** ట్రాకింగ్ కోడ్.

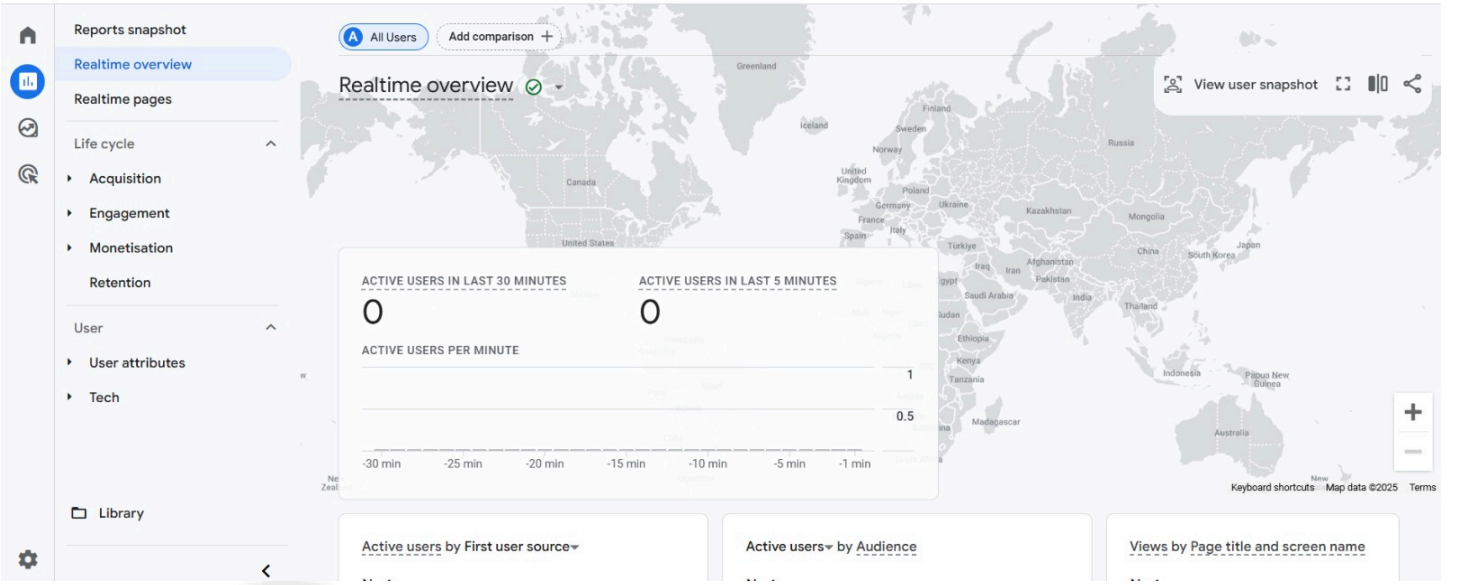
Step 4: మీ వెబ్‌సైట్‌కి Google Analyticsని జోడించండి

- మీ వెబ్‌సైట్‌ని తెరవండి థీమ్ ఫైల్ ఎడిటర్.
- అతికించండి **Google Analytics** ట్రాకింగ్ కోడ్ లోపల **<head>** విభాగం.



Step 5: Google Analyticsలో వెబ్‌సైట్ ట్రాఫిక్‌ను ట్రాక్ చేయండి

- వెళ్ళండి **Google Analytics** డాష్‌బోర్డ్.
- క్లిక్ చేయండి నివేదికలు > రియల్ టైమ్ చూడటానికి ప్రత్యక్ష సందర్భాలు.
- క్లిక్ చేయండి ప్రేక్షకులు > అవలోకనం తనిఖీ చేయడానికి:
 - రోజు, వారం, నెల మొత్తం సందర్భాలు
 - మీ సైట్‌ని సందర్శించే అగ్ర దేశాలు
 - ఉపయోగించిన పరికరాలు (మొబైల్/డెస్క్‌టాప్)



- క్లిక్ చేయండి సముపార్జన > అవలోకనం చూడటానికి:
 - సందర్శకులు మీ వెబ్‌సైట్‌ను ఎలా కనుగొంటారు (గూగుల్, ఫేస్‌బుక్, డైరెక్ట్, మొదలైనవి).
 - అగ్ర సిఫార్సు మూలాలు.
- క్లిక్ చేయండి ప్రవర్తన > సైట్ కంటెంట్ ట్రాక్ చేయడానికి:
 - ఏ పేజీలకు ఎక్కువ ట్రాఫిక్ ఉంటుంది?
 - ప్రతి పేజీలో సందర్శకులు ఎంతకాలం ఉంటారు?
 - బౌన్స్ రేట్ (ఎంత మంది వ్యక్తులు త్వరగా వెళ్లిపోతారు)?

"నేర్చుకోండి, ఎదగండి, విజయం సాధించండి - ప్రామిస్!"

ODMT

