

Online Business Transactions

Online business transactions are electronic payments between businesses and customers over the internet to settle funds for goods or services. They enable global reach, 24/7 availability, and lower costs, but present disadvantages like security risks, lack of personal interaction, and technological dependency.

ऑनलाइन व्यावसायिक लेनदेन, वस्तुओं या सेवाओं के लिए धन का निपटान करने हेतु इंटरनेट के माध्यम से व्यवसायों और ग्राहकों के बीच इलेक्ट्रॉनिक भुगतान हैं। ये वैश्विक पहुँच 24/7 उपलब्धता और कम लागत प्रदान करते हैं, लेकिन सुरक्षा जोखिम, व्यक्तिगत संपर्क की कमी और तकनीकी निर्भरता जैसे नुकसान भी प्रस्तुत करते हैं।

Meaning

- Online transactions are any business exchange that takes place electronically over the internet, including buying products and services.
- This involves using digital payment methods like credit cards, debit cards, and digital wallets to transfer funds between parties.
 - ऑनलाइन लेनदेन कोई भी व्यावसायिक लेन-देन है जो इंटरनेट पर इलेक्ट्रॉनिक रूप से होता है, जिसमें उत्पादों और सेवाओं की खरीदारी भी शामिल है।
 - इसमें पक्षों के बीच धन हस्तांतरण के लिए क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड और डिजिटल वॉलेट जैसी डिजिटल भुगतान विधियों का उपयोग करना शामिल है।

Purpose

- To facilitate convenient and fast payment processing for online sales.
- To allow businesses to sell to customers anywhere in the world, expanding their market reach.
- To reduce the costs associated with traditional in-person sales, such as physical store upkeep and some staffing needs.
 - ऑनलाइन बिक्री के लिए सुविधाजनक और तेज़ भुगतान प्रक्रिया को सुगम बनाना।
 - व्यवसायों को दुनिया में कहीं भी ग्राहकों को बेचने की सुविधा प्रदान करना, जिससे उनकी बाज़ार पहुँच बढ़े।
 - पारंपरिक व्यक्तिगत बिक्री से जुड़ी लागतों को कम करना, जैसे कि भौतिक स्टोर का रखरखाव और कुछ कर्मचारियों की ज़रूरतें।

Advantages

- **Global Reach:** Businesses can sell to customers worldwide without a physical presence everywhere.
- **24/7 Availability:** A business can operate and process transactions at any time of day, giving customers flexibility.
- **Lower Costs:** Reduced overhead from not needing a large physical store and potentially fewer staff.
- **Speed and Efficiency:** Transactions are processed quickly, saving time for both the customer and the business.
- **Scalability:** It is easier to scale up business operations to meet increased demand compared to a physical store.

- वैश्विक पहुँच व्यवसाय बिना किसी भौतिक उपस्थिति के, दुनिया भर के ग्राहकों को उत्पाद बेच सकते हैं।
- 24/7 उपलब्धता: व्यवसाय दिन के किसी भी समय संचालन और लेनदेन कर सकता है, जिससे ग्राहकों को लचीलापन मिलता है।
- कम लागत: बड़े भौतिक स्टोर और संभावित रूप से कम कर्मचारियों की आवश्यकता न होने से ओवरहेड कम होता है।
- गति और दक्षता: लेनदेन तेज़ी से संसाधित होते हैं, जिससे ग्राहक और व्यवसाय दोनों का समय बचता है।
- मापनीयता: भौतिक स्टोर की तुलना में बढ़ी हुई माँग को पूरा करने के लिए व्यावसायिक संचालन का विस्तार करना आसान होता है।

Disadvantages

- **Security Risks:** Vulnerable to hacking, data breaches, and fraud, leading to risks like identity theft or leaked financial information.
- **Lack of Personal Interaction:** The absence of face-to-face contact can lead to a "lack of personal touch," making it difficult to build strong customer relationships for certain types of products.
- **Technology Dependence:** Transactions rely on the internet and technology, meaning problems like server downtime or power outages can halt sales.
- **Intense Competition:** Online markets can be highly saturated, making it harder for a business to stand out.
- **Shipping and Logistics:** Businesses must handle shipping, returns, and the potential for logistical issues, which can add complexity and cost.

- सुरक्षा जोखिम: हैंकिंग, डेटा उल्लंघन और धोखाधड़ी के प्रति संवेदनशील, जिससे पहचान की चोरी या वित्तीय जानकारी लीक होने जैसे जोखिम हो सकते हैं।
- व्यक्तिगत संपर्क का अभाव: आमने-सामने संपर्क के अभाव से "व्यक्तिगत स्पर्श का अभाव" हो सकता है, जिससे कुछ प्रकार के उत्पादों के लिए मजबूत ग्राहक संबंध बनाना मुश्किल हो जाता है।
- तकनीक पर निर्भरता: लेन-देन इंटरनेट और तकनीक पर निर्भर करते हैं, जिसका अर्थ है कि सर्वर डाउनटाइम या बिजली कटौती जैसी समस्याएँ बिक्री को रोक सकती हैं।
- तीव्र प्रतिस्पर्धा: ऑनलाइन बाज़ार अत्यधिक संतृप्त हो सकते हैं, जिससे किसी व्यवसाय के लिए अलग दिखना मुश्किल हो जाता है।
- शिपिंग और लॉजिस्टिक्स: व्यवसायों को शिपिंग, रिटर्न और संभावित लॉजिस्टिक्स समस्याओं को संभालना होता है, जिससे जटिलता और लागत बढ़ सकती है।

E-commerce applications are used in various industries

E-commerce applications are used in various industries, including retail (online stores, marketplaces), finance (online banking, payment processing), travel and tourism (booking flights and hotels), and manufacturing (B2B transactions, supply chain management). Other sectors include media (selling digital products like e-books) and food services (online ordering and delivery).

ई-कॉमर्स अनुप्रयोगों का उपयोग विभिन्न उद्योगों में किया जाता है, जिनमें खुदरा (ऑनलाइन स्टोर, बाज़ार), वित्त (ऑनलाइन बैंकिंग, भुगतान प्रक्रिया), यात्रा और पर्यटन (उड़ान और होटल बुकिंग), और विनिर्माण (बी2बी लेनदेन, आपूर्ति शृंखला प्रबंधन) शामिल हैं। अन्य क्षेत्रों में मीडिया (ई-पुस्तकों जैसे डिजिटल उत्पादों की बिक्री) और खाद्य सेवाएँ (ऑनलाइन ऑर्डर और डिलीवरी) शामिल हैं।

• Applications of E-Commerce in Banking

Here are some of the most important current applications of e-commerce in banking.

1. Electronic billing

Electronic billing is one of the biggest benefits that e-commerce has brought to both consumers and businesses. Banks now offer the ability to automatically pay your bills through their website or on their app. Companies can send out electronic invoices to their customers and receive payment automatically instead of waiting for and cashing a physical check. The connection between the ability for banks to send and receive payment digitally and the rise of e-commerce as a primary driver of sales and revenue in many businesses is not a coincidence; it would be nearly impossible to effectively have one without the other.

इलेक्ट्रॉनिक बिलिंग, ई-कॉमर्स द्वारा उपभोक्ताओं और व्यवसायों, दोनों के लिए लाए गए सबसे बड़े लाभों में से एक है। बैंक अब अपनी वेबसाइट या ऐप के माध्यम से आपके बिलों का स्वचालित भुगतान करने की सुविधा प्रदान करते हैं। कंपनियाँ अपने ग्राहकों को इलेक्ट्रॉनिक इनवॉइस भेज सकती हैं और भौतिक चेक का इंतज़ार करने और उसे भुगतान के बजाय स्वचालित रूप से भुगतान प्राप्त कर सकती हैं। बैंकों द्वारा डिजिटल रूप से भुगतान भेजने और प्राप्त करने की क्षमता और कई व्यवसायों में बिक्री और राजस्व के प्राथमिक चालक के रूप में ई-कॉमर्स के उदय के बीच का संबंध कोई संयोग नहीं है; एक के बिना दूसरे का प्रभावी ढंग से उपयोग करना लगभग असंभव होगा।

2. ID verification

Banks can and should take identification very seriously. The job of a credible financial institution is to ensure that the person spending is the person who should have access to the funds in the account. This has become harder the more technology has advanced. But technology has also helped drive innovation in the ability to confirm the identity and other credentials so that customers can conduct their e-commerce transaction more securely, without the possibility of data being stolen or leaked. This identification process is not just a protection for the customer, but also for the retailer or vendor. It's the responsibility of all stakeholders – banks and e-commerce retailers alike – to uphold ID verification and customer information security standards.

बैंक पहचान को बहुत गंभीरता से ले सकते हैं और उन्हें लेना भी चाहिए। एक विश्वसनीय वित्तीय संस्थान का काम यह सुनिश्चित करना है कि खर्च करने वाला व्यक्ति ही खाते में जमा धनराशि तक पहुँच पाए। तकनीक के विकास के साथ यह और भी कठिन होता गया है। लेकिन तकनीक ने पहचान और अन्य क्रेडेंशियल्स की पुष्टि करने की क्षमता में नवाचार को बढ़ावा देने में भी मदद की है ताकि ग्राहक अपने ई-कॉमर्स लेनदेन को अधिक सुरक्षित रूप से कर सकें, बिना डेटा चोरी या लीक होने की संभावना के। यह पहचान प्रक्रिया न केवल ग्राहक के लिए, बल्कि खुदरा विक्रेता या विक्रेता के लिए भी सुरक्षा प्रदान करती है। पहचान सत्यापन और ग्राहक सूचना सुरक्षा मानकों को बनाए रखना सभी हितधारकों - बैंकों और ई-कॉमर्स खुदरा विक्रेताओं दोनों - की ज़िम्मेदारी है।

3. Mobile payments

Mobile commerce, or m-commerce, is an important part of e-commerce. Mobile focused commerce has become a new normal for many people who are now able to buy everything from a dog sitter to a plane ticket from their phone. A smartphone has become another important e-commerce tool, however – a digital wallet. Customers can now pay for many of their in-person purchases with a smartphone app, whether it's a bank-backed credit card app or an app like Apple Pay which keeps payment options for customers' various financial sources together in one place for easy payment. While mobile payments are more often used to describe in-person digital transactions, they are definitely born out of the application of e-commerce in banking endeavors.

मोबाइल कॉमर्स, या एम-कॉमर्स, ई-कॉमर्स का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। मोबाइल-केंद्रित कॉमर्स कई लोगों के लिए एक नई सामान्य बात बन गया है, जो अब अपने फ़ोन से कुत्ते की देखभाल से लेकर हवाई जहाज का टिकट तक सब कुछ खरीद सकते हैं। हालाँकि, एक स्मार्टफ़ोन एक और महत्वपूर्ण ई-कॉमर्स उपकरण बन गया है - एक डिजिटल वॉलेट। ग्राहक अब अपनी कई व्यक्तिगत खरीदारी का भुगतान स्मार्टफ़ोन ऐप से कर सकते हैं, चाहे वह बैंक-समर्थित क्रेडिट कार्ड ऐप हो या ऐप्पल पे जैसा ऐप जो ग्राहकों के विभिन्न वित्तीय स्रोतों के भुगतान विकल्पों को आसान भुगतान के लिए एक ही स्थान पर एक साथ रखता है। हालाँकि मोबाइल भुगतान का उपयोग अक्सर व्यक्तिगत डिजिटल लेनदेन के लिए किया जाता है, लेकिन निश्चित रूप से बैंकिंग प्रयासों में ई-कॉमर्स के अनुप्रयोग से ही इसकी उत्पत्ति हुई है।

4. Digital-only banking

E-commerce has enabled app payments and transactions, leading the way for reeducation in physical brick and mortar banks. While many large banks with an e-commerce presence do still have in-person presences in certain communities, many banks have opened as online-only operations, such as Ally. Mortgage brokers have joined the only online finance trend as well. Having users interact with their banking primarily through an app is in line with how consumers interact with many other parts of their daily lives, from paying for coffee to ordering groceries to set doctor's appointments and more. Online-only banks can also offer a better banking experience by often being able to give customers a better interest rate on savings accounts or loans because of the money the bank itself was able to save by not having to pay overhead costs like rent, etc.

ई-कॉमर्स ने ऐप भुगतान और लेन-देन को सक्षम किया है, जिससे भौतिक भौतिक बैंकों में पुनः शिक्षा का मार्ग प्रशस्त हुआ है। हालाँकि ई-कॉमर्स उपस्थिति वाले कई बड़े बैंकों की अभी भी कुछ समुदायों में प्रत्यक्ष उपस्थिति है, फिर भी कई बैंकों ने केवल-ऑनलाइन संचालन के रूप में शुरआत की है, जैसे कि एली। बंधक दलाल भी केवल ऑनलाइन वित्त प्रवृत्ति में शामिल हो गए हैं। उपयोगकर्ताओं का अपने बैंकिंग के साथ मुख्य रूप से ऐप के माध्यम से इंटरैक्ट करना, उपभोक्ताओं के अपने दैनिक जीवन के कई अन्य पहलुओं के साथ इंटरैक्ट करने के तरीके के अनुरूप है, कॉफी के लिए भुगतान करने से लेकर किराने का सामान ॲडर करने, डॉक्टर की अपॉइंटमेंट सेट करने आदि तक। ऑनलाइन-ओनली बैंक अक्सर ग्राहकों को बचत खातों या ऋणों पर बेहतर ब्याज दर देने में सक्षम होने के कारण बेहतर बैंकिंग अनुभव भी प्रदान कर सकते हैं क्योंकि बैंक स्वयं किराए आदि जैसी ओवरहेड लागतों का भुगतान न करके पैसे बचाने में सक्षम था।

5. B2B innovation

The e-commerce experience has changed the way B2B buyers anticipate buying and selling experiences to go. This has largely been due to the implication of e-commerce in banking in B2C spheres. E-commerce has enabled banks to offer faster account opening, digital invoice payment, and other conveniences that B2C buyers have long enjoyed. B2B buyers have experienced these features in their non-business life and are making demands in the marketplace that their B2B experience is more consistent and matches the rest of modern life. E-commerce and banking, then, have a responsibility to continue to elevate the customer experience.

ई-कॉर्मर्स अनुभव ने B2B खरीदारों के खरीदारी और बिक्री के अनुभवों के प्रति दृष्टिकोण को बदल दिया है। यह मुख्यतः B2C क्षेत्रों में बैंकिंग में ई-कॉर्मर्स के प्रभाव के कारण हुआ है। ई-कॉर्मर्स ने बैंकों को तेज़ खाता खोलने, डिजिटल इनवॉइस भुगतान और अन्य सुविधाएँ प्रदान करने में सक्षम बनाया है जिनका B2C खरीदार लंबे समय से आनंद ले रहे हैं। B2B खरीदारों ने अपने गैर-व्यावसायिक जीवन में इन सुविधाओं का अनुभव किया है और बाज़ार में यह माँग कर रहे हैं कि उनका B2B अनुभव अधिक सुसंगत और आधुनिक जीवन के बाकी हिस्सों से मेल खाता हो। इसलिए, ई-कॉर्मर्स और बैंकिंग की यह ज़िम्मेदारी है कि वे ग्राहक अनुभव को बेहतर बनाते रहें।

6. International commerce

E-commerce has made it easier for people to bank internationally or pay for goods and services from another country without having to work around banking regulations or exchange rates. Third-party vendors like PayPal work as a go-between for e-commerce retailers and financial organizations and banks.

E-commerce has created a lot of opportunities for banking and the applications of e-commerce in banking continue to grow, with both retailers and finance organizations working to create a better customer experience through technology that will help businesses from both industries grow revenue and strengthen their brand.

ई-कॉर्मर्स ने लोगों के लिए अंतरराष्ट्रीय बैंकिंग करना या किसी अन्य देश से वस्तुओं और सेवाओं के लिए भुगतान करना आसान बना दिया है, बिना बैंकिंग नियमों या विनिमय दरों के। पेपाल जैसे तृतीय-पक्ष विक्रेता ई-कॉर्मर्स खुदरा विक्रेताओं, वित्तीय संगठनों और बैंकों के बीच मध्यस्थ के रूप में काम करते हैं।

ई-कॉर्मर्स ने बैंकिंग के लिए कई अवसर पैदा किए हैं और बैंकिंग में ई-कॉर्मर्स के अनुप्रयोग लगातार बढ़ रहे हैं। खुदरा विक्रेता और वित्तीय संगठन, दोनों ही तकनीक के माध्यम से बेहतर ग्राहक अनुभव बनाने के लिए काम कर रहे हैं, जिससे दोनों उद्योगों के व्यवसायों को राजस्व बढ़ाने और अपने ब्रांड को मजबूत करने में मदद मिलेगी।

• Applications of E-Commerce in Insurance

E-commerce in the insurance industry involves the online purchase, management, and claiming of policies, making the entire process digital, from getting quotes to receiving claims payouts. Applications include online marketplaces for comparing products, AI-powered chatbots for customer service and risk assessment, and platforms for digital signature and online payments. This digital shift improves efficiency, offers greater transparency, and can lower costs for both customers and providers.

बीमा उद्योग में ई-कॉर्मर्स में पॉलिसियों की ऑनलाइन खरीदारी, प्रबंधन और दावा करना शामिल है, जिससे कोटेशन प्राप्त करने से लेकर दावों का भुगतान प्राप्त करने तक की पूरी प्रक्रिया डिजिटल हो जाती है। इसके अनुप्रयोगों में उत्पादों की तुलना के लिए ऑनलाइन मार्केटप्लेस, ग्राहक सेवा और जोखिम मूल्यांकन के लिए एआई-संचालित चैटबॉट, और डिजिटल हस्ताक्षर और ऑनलाइन भुगतान के लिए

प्लेटफॉर्म शामिल हैं। यह डिजिटल बदलाव दक्षता में सुधार करता है, अधिक पारदर्शिता प्रदान करता है, और ग्राहकों और प्रदाताओं दोनों के लिए लागत कम कर सकता है।

Applications In Insurance

- **Online sales and comparison:** Websites and apps act as marketplaces where customers can compare various insurance products, get instant quotes, and complete the entire application and purchase process online.
- **Digital policy management:** Customers can view, manage, and update their policies digitally, reducing reliance on physical paperwork and in-person visits.
- **Online claims processing:** Customers can submit claims online, and companies can process them digitally, sometimes directly transferring claim amounts to a customer's bank account.
- **AI and chatbot assistance:** AI-powered chatbots handle customer inquiries, assist with policy questions, and can even help with risk assessment or initial claim processing.
- **Electronic signatures:** E-commerce enables the use of electronic signatures for policy documents, streamlining the underwriting and contract finalization process.
- **Data-driven personalization:** Companies use data analytics to offer highly personalized insurance products based on individual customer behaviors and needs, moving away from one-size-fits-all policies.
- **Insurance-as-a-Service (IaaS):** The rise of the gig economy has led to the development of more flexible, short-term policies purchased online for specific activities, such as ride-sharing or equipment use.

- ऑनलाइन बिक्री और तुलना: वेबसाइट और ऐप्स बाज़ार के रूप में कार्य करते हैं जहाँ ग्राहक विभिन्न बीमा उत्पादों की तुलना कर सकते हैं, तुरंत कोटेशन प्राप्त कर सकते हैं, और पूरी आवेदन और खरीद प्रक्रिया ऑनलाइन पूरी कर सकते हैं।
- डिजिटल पॉलिसी प्रबंधन: ग्राहक अपनी पॉलिसियों को डिजिटल रूप से देख, प्रबंधित और अपडेट कर सकते हैं, जिससे कागजी कार्रवाई और व्यक्तिगत मुलाकातों पर निर्भरता कम हो जाती है।
- ऑनलाइन दावा प्रक्रिया: ग्राहक ऑनलाइन दावे जमा कर सकते हैं, और कंपनियाँ उन्हें डिजिटल रूप से संसाधित कर सकती हैं, कभी-कभी दावे की राशि सीधे ग्राहक के बैंक खाते में स्थानांतरित कर सकती हैं।
- एआई और चैटबॉट सहायता: एआई-संचालित चैटबॉट ग्राहकों की पूछताछ का समाधान करते हैं, पॉलिसी संबंधी प्रश्नों में सहायता करते हैं, और जोखिम मूल्यांकन या प्रारंभिक दावा प्रक्रिया में भी मदद कर सकते हैं।
- इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर: ई-कॉर्मसे पॉलिसी दस्तावेज़ों के लिए इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षरों के उपयोग को सक्षम बनाता है, जिससे अंडरराइटिंग और अनुबंध को अंतिम रूप देने की प्रक्रिया सुव्यवस्थित हो जाती है।

- डेटा-संचालित वैयक्तिकरण: कंपनियाँ व्यक्तिगत ग्राहक व्यवहार और ज़रूरतों के आधार पर अत्यधिक वैयक्तिकृत बीमा उत्पादों की पेशकश करने के लिए डेटा एनालिटिक्स का उपयोग करती हैं, जिससे सभी के लिए एक जैसी पॉलिसी की नीति से हटकर काम चल रहा है।
- बीमा-एज़-ए-सर्विस (IaaS): गिग अर्थव्यवस्था के उदय ने अधिक लचीली, अल्पकालिक पॉलिसियों के विकास को बढ़ावा दिया है, जिन्हें विशिष्ट गतिविधियों, जैसे कि राइड-शेयरिंग या उपकरण उपयोग के लिए ऑनलाइन खरीदा जा सकता है।

Payment Of Utility Bills

Online businesses can facilitate utility bill payments through platforms that integrate with bill payment systems, allowing them to process payments via UPI, cards, net banking, and other methods. Key steps involve using a dashboard to add billers, which can be a one-time setup, and then using the platform to either manually make payments or set up automated, recurring payments for business expenses. Businesses can also offer this service to their customers, processing payments for them and earning a commission.

ऑनलाइन व्यवसाय ऐसे प्लेटफॉर्म के माध्यम से उपयोगिता बिल भुगतान की सुविधा प्रदान कर सकते हैं जो बिल भुगतान प्रणालियों के साथ एकीकृत होते हैं, जिससे उन्हें UPI, कार्ड, नेट बैंकिंग और अन्य तरीकों से भुगतान संसाधित करने की सुविधा मिलती है। मुख्य चरणों में बिलर्स को जोड़ने के लिए एक डैशबोर्ड का उपयोग करना शामिल है, जो एक बार का सेटअप हो सकता है, और फिर प्लेटफॉर्म का उपयोग करके या तो मैन्युअल रूप से भुगतान करना या व्यावसायिक खर्चों के लिए स्वचालित, आवर्ती भुगतान सेट करना शामिल है। व्यवसाय अपने ग्राहकों को भी यह सेवा प्रदान कर सकते हैं, उनके लिए भुगतान संसाधित कर सकते हैं और कमीशन कमा सकते हैं।

For the businesses own utility bills

व्यवसायों के अपने उपयोगिता बिलों के लिए

- **Log in to a payment portal:** Access your business's online payment dashboard or a dedicated utility bill payment service portal.
- **Add billers:** Navigate to the "utility payment" section and add your service providers (electricity, water, gas, etc.) by entering their details. Some platforms allow you to auto-fetch bills once the biller is registered.
- **Pay bills:** Pay manually or set up automated payments for recurring bills. You can choose from various payment methods like UPI, net banking, or cards.
- **Track expenses:** Use the dashboard to generate reports for reconciliation and to track all utility-related expenses, which helps in expense management.

- भुगतान पोर्टल में लॉग इन करें: अपने व्यवसाय के ऑनलाइन भुगतान डैशबोर्ड या किसी समर्पित उपयोगिता बिल भुगतान सेवा पोर्टल पर जाएँ।
- बिलर्स जोड़ें: "उपयोगिता भुगतान" अनुभाग पर जाएँ और अपने सेवा प्रदाताओं (बिजली, पानी, गैस, आदि) का विवरण दर्ज करके उन्हें जोड़ें। कुछ प्लेटफॉर्म आपको बिलर के पंजीकृत होने के बाद बिलों को स्वचालित रूप से प्राप्त करने की सुविधा देते हैं।
- बिल भुगतान: आवर्ती बिलों के लिए मैन्युअल रूप से भुगतान करें या स्वचालित भुगतान सेट अप करें। आप UPI, नेट बैंकिंग या कार्ड जैसी विभिन्न भुगतान विधियों में से चुन सकते हैं।
- खर्चों पर नज़र रखें: समायोजन के लिए रिपोर्ट तैयार करने और सभी उपयोगिता-संबंधी खर्चों पर नज़र रखने के लिए डैशबोर्ड का उपयोग करें, जिससे व्यय प्रबंधन में मदद मिलती है।

For business-to-customer utility payment services

व्यवसाय-से-ग्राहक उपयोगिता भुगतान सेवाओं के लिए

- **Sign up as a merchant:** Register with a platform that offers utility bill payment services and complete any required KYC.
- **Collect bill details:** Ask your customers for their bill or account number and then select the correct biller from the provided list.
- **Process the payment:** Enter the bill amount and complete the transaction using the customer's preferred payment method (e.g., credit card, UPI, etc.).
- **Provide confirmation:** Issue a digital receipt to the customer and receive a commission for the service.

व्यापारी के रूप में साइन अप करें: ऐसे प्लेटफॉर्म पर रजिस्टर करें जो उपयोगिता बिल भुगतान सेवाएँ प्रदान करता हो और आवश्यक KYC पूरा करें।

- बिल विवरण एकत्र करें: अपने ग्राहकों से उनका बिल या खाता संख्या पूछें और फिर दी गई सूची में से सही बिलर चुनें।
- भुगतान प्रक्रिया: बिल राशि दर्ज करें और ग्राहक की पसंदीदा भुगतान विधि (जैसे, क्रेडिट कार्ड, UPI, आदि) का उपयोग करके लेनदेन पूरा करें।
- पुष्टिकरण प्रदान करें: ग्राहक को एक डिजिटल रसीद जारी करें और सेवा के लिए कमीशन प्राप्त करें।

General online payment methods (सामान्य ऑनलाइन भुगतान विधियाँ)

- **Through a Bill Payment System:** Many platforms are based on systems like the Bharat Bill Payment System (BBPS), which is an interoperable and secure system conceptualized by the RBI and driven by the NPCI.
- **Using APIs:** Utility bill payment APIs can be used by platforms to automate the process by directly communicating with the service provider's systems to retrieve bill details and process payments.

- बिल भुगतान प्रणाली के माध्यम से: कई प्लेटफॉर्म भारत बिल भुगतान प्रणाली (BBPS) जैसी प्रणालियों पर आधारित हैं, जो RBI द्वारा परिकल्पित और NPCI द्वारा संचालित एक अंतर-संचालनीय और सुरक्षित प्रणाली है।
- API का उपयोग: उपयोगिता बिल भुगतान API का उपयोग प्लेटफॉर्म द्वारा बिल विवरण प्राप्त करने और भुगतान प्रक्रिया के लिए सेवा प्रदाता के सिस्टम के साथ सीधे संचार करके प्रक्रिया को स्वचालित करने के लिए किया जा सकता है।

Online marketing definition

Online marketing, also known as digital marketing or internet marketing, is a form of marketing that uses the internet and technology to connect with potential customers.

Traditional marketing channels include billboards, radio, print, and television, while online marketing shows up in many forms including social media, email, influencer marketing, search engine optimization (SEO), pay-per-click ads, videos, and much more.

The methods, strategies, and channels that fall under the umbrella of online marketing are diverse, but they all seek to use the internet to connect to larger and more targeted audiences.

ऑनलाइन मार्केटिंग, जिसे डिजिटल मार्केटिंग या इंटरनेट मार्केटिंग भी कहा जाता है, मार्केटिंग का एक ऐसा रूप है जो संभावित ग्राहकों से जुड़ने के लिए इंटरनेट और तकनीक का उपयोग करता है।

पारंपरिक मार्केटिंग चैनलों में बिलबोर्ड, रेडियो, प्रिंट और टेलीविजन शामिल हैं, जबकि ऑनलाइन मार्केटिंग कई रूपों में दिखाई देती है, जिनमें सोशल मीडिया, ईमेल, प्रभावशाली मार्केटिंग, सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (एसईओ), पे-पर-क्लिक विज्ञापन, वीडियो और बहुत कुछ शामिल हैं।

ऑनलाइन मार्केटिंग के अंतर्गत आने वाले तरीके, रणनीतियाँ और चैनल विविध हैं, लेकिन वे सभी बड़े और अधिक लक्षित दर्शकों से जुड़ने के लिए इंटरनेट का उपयोग करना चाहते हैं।

Online marketing benefits

The internet has opened new possibilities and new benefits to marketers. In addition to driving traffic to your site, generating leads, and driving sales, online marketing offers:

- **Reduced expenses.** Online marketing strategies like content marketing generate three times more leads and cost 62% less than other marketing methods. Online marketing tends to be both more effective and affordable, which is useful for both SMBs and enterprise marketing teams.
- **Speed.** Your audience can act on your messaging right away, giving you a quick turnaround on your investment.
- **Elegant communications.** You can schedule marketing messages and even personalize messaging to each customer individually, allowing for seamless and targeted experiences.

- **Better control.** Online marketing strategies like pay-per-click ads allow you to set spending limits. They also allow you to gate content, segment audiences, and distribute content on your own terms. This gives businesses a greater degree of control over their messaging and brand that traditional marketing just can't offer.
- **Improved customer service.** Shoppers expect near-immediate answers from the brands they buy from, which just isn't possible with traditional marketing. With online marketing you can engage with customers quickly over many channels such as email, text messages, chatbots, and other online tools.
- **Competitive advantage.** Your business can get an easy edge over other providers that don't invest in online marketing. This expands your audience, increases customer engagement, and ultimately boosts sales, which can help you stand out in a crowded market.

इंटरनेट ने मार्केट्स के लिए नई संभावनाओं और नए लाभों के द्वारा खोल दिए हैं। आपकी साइट पर ट्रैफ़िक लाने, लीड उत्पन्न करने और बिक्री बढ़ाने के अलावा, ऑनलाइन मार्केटिंग आपको ये सुविधाएँ प्रदान करती हैं:

- कम खर्च। कंटेंट मार्केटिंग जैसी ऑनलाइन मार्केटिंग रणनीतियाँ अन्य मार्केटिंग विधियों की तुलना में तीन गुना ज्यादा लीड उत्पन्न करती हैं और 62% कम खर्च करती हैं। ऑनलाइन मार्केटिंग ज्यादा प्रभावी और किफायती होती है, जो SMB और एंटरप्राइज मार्केटिंग टीमों, दोनों के लिए उपयोगी है।
- गति। आपके दर्शक आपके संदेश पर तुरंत कार्रवाई कर सकते हैं, जिससे आपको अपने निवेश पर तुरंत लाभ मिलता है।
- शानदार संचार। आप मार्केटिंग संदेशों को शेड्यूल कर सकते हैं और यहाँ तक कि प्रत्येक ग्राहक के लिए व्यक्तिगत रूप से संदेश भी भेज सकते हैं, जिससे निर्बाध और लक्षित अनुभव प्राप्त होता है।
- बेहतर नियंत्रण। पे-पर-किलक विज्ञापनों जैसी ऑनलाइन मार्केटिंग रणनीतियाँ आपको खर्च की सीमाएँ तय करने की सुविधा देती हैं। ये आपको सामग्री को नियंत्रित करने, दर्शकों को अलग-अलग श्रेणियों में बाँटने और अपनी शर्तों पर सामग्री वितरित करने की भी सुविधा देती हैं। इससे व्यवसायों को अपने संदेश और ब्रांड पर बेहतर नियंत्रण मिलता है, जो पारंपरिक मार्केटिंग में संभव नहीं है।

- बेहतर ग्राहक सेवा। खरीदार जिन ब्रांडों से खरीदारी करते हैं, उनसे लगभग तुरंत जवाब की उम्मीद करते हैं, जो पारंपरिक मार्केटिंग में संभव नहीं है। ऑनलाइन मार्केटिंग से आप ईमेल, टेक्स्ट मैसेज, चैटबॉट और अन्य ऑनलाइन टूल जैसे कई माध्यमों से ग्राहकों से तेज़ी से जुड़ सकते हैं।

- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ। आपका व्यवसाय उन अन्य प्रदाताओं पर आसानी से बढ़त हासिल कर सकता है जो ऑनलाइन मार्केटिंग में निवेश नहीं करते। इससे आपके दर्शकों का विस्तार होता है, ग्राहक जुड़ाव बढ़ता है और अंततः बिक्री में वृद्धि होती है, जिससे आपको भीड़-भाड़ वाले बाज़ार में अलग दिखने में मदद मिल सकती है।

Types of online marketing

1. Social Media Marketing: Social media is one of the most powerful platforms in today's world. Almost every person is engaged with one or the other social media sites such as Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter or YouTube. Therefore, marketers must necessarily promote their products through such platforms since today's audiences make their purchase decisions based on likes, comments and reviews. These platforms also make it easier for marketers to initiate two-way communication with their consumers and reply to their queries.

सोशल मीडिया आज की दुनिया के सबसे शक्तिशाली प्लेटफॉर्म में से एक है। लगभग हर व्यक्ति किसी न किसी सोशल मीडिया साइट जैसे फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम, ट्विटर या यूट्यूब से जुड़ा हुआ है। इसलिए मार्केटिंग करने वालों को अपने उत्पादों का प्रचार ऐसे प्लेटफॉर्म के माध्यम से करना ज़रूरी है क्योंकि आज के दर्शक लाइक्स, कमेंट्स और रिव्यूज़ के आधार पर खरीदारी का फैसला लेते हैं। ये प्लेटफॉर्म मार्केटिंग करने वालों के लिए अपने उपभोक्ताओं के साथ दोतरफ़ा संवाद शुरू करना और उनके सवालों के जवाब देना भी आसान बनाते हैं।

2. Search Engine Optimization (SEO): Improving search engines leads to higher user engagement and improves traffic. Using certain keywords and links enables the websites to stand at a higher rank in the unpaid organic search engines such as Google and Bing. For example, if a person searches for "Best Value Stocks", there is a higher probability that he/she will click on the top results available on Google.

सर्च इंजन में सुधार से उपयोगकर्ता जुड़ाव बढ़ता है और ट्रैफ़िक में सुधार होता है। कुछ खास कीवर्ड और लिंक का इस्तेमाल करने से वेबसाइटें गूगल और बिंग जैसे बिना भुगतान वाले ऑर्गेनिक सर्च इंजनों में ऊँची रैंक पर आ जाती हैं। उदाहरण के लिए, अगर कोई व्यक्ति "बेस्ट

"वैल्यू स्टॉक्स" सर्च करता है, तो इस बात की संभावना ज़्यादा होती है कि वह गूगल पर उपलब्ध सबसे अच्छे नतीजों पर क्लिक करेगा।

3. Pay-Per-Click (PPC): Pay-Per-Click can convert passive buyers into potential customers who may be ready to pay for the products. Pay-per-click is initiated when a person clicks on a certain ad and that leads to another portal providing them with detailed information about the product or an option to buy the one. If the consumer seeks interest in the information provided, he/she automatically makes a buying decision.

पे-पर-क्लिक निष्क्रिय खरीदारों को संभावित ग्राहकों में बदल सकता है जो उत्पादों के लिए भुगतान करने को तैयार हो सकते हैं। पे-पर-क्लिक तब शुरू होता है जब कोई व्यक्ति किसी खास विज्ञापन पर क्लिक करता है और वह किसी अन्य पोर्टल पर ले जाता है जहाँ उन्हें उस उत्पाद के बारे में विस्तृत जानकारी या उसे खरीदने का विकल्प मिलता है। अगर उपभोक्ता दी गई जानकारी में रुचि लेता है, तो वह स्वतः ही खरीदारी का निर्णय ले लेता है।

4. Email Marketing: Email marketing helps marketers to connect with the audiences by sending them exclusive discounts, offers and customized content. Email marketing helps in winning the loyalty of their customers as well as increasing sales. The discounts and offers provided motivate a lot of subscribers to keep up with the updates.

ईमेल मार्केटिंग, मार्केटर्स को विशेष छूट, ऑफर और कस्टमाइज्ड कंटेंट भेजकर अपने दर्शकों से जुड़ने में मदद करती है। ईमेल मार्केटिंग ग्राहकों का विश्वास जीतने के साथ-साथ बिक्री बढ़ाने में भी मदद करती है। दिए गए डिस्काउंट और ऑफर, कई सब्सक्राइबर्स को अपडेट्स के साथ बने रहने के लिए प्रेरित करते हैं।

5. Video Advertisements: Video advertisements are those ads which are released before or during the streaming of a video. The consumers get a chance to buy the product or attain additional information about it at the end of the advertisement.

वीडियो विज्ञापन वे विज्ञापन होते हैं जो किसी वीडियो की स्ट्रीमिंग से पहले या उसके दौरान जारी किए जाते हैं। विज्ञापन के अंत में उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने या उसके बारे में अतिरिक्त जानकारी प्राप्त करने का अवसर मिलता है।

6. Network Marketing: Network marketing is engaged with person-to-person sales. It is that type of marketing channel where the marketers influence their consumers to promote their products among their networks or friends with a basic idea of a reward mechanism. The people associated with sales are known as independent distributors, participants or contractors. Such people earn commissions or rewards based on their product sales, or through sales done by recruiting new agents into the business. This process of targeting consumers attracts early users and trendsetters.

नेटवर्क मार्केटिंग व्यक्ति-से-व्यक्ति बिक्री से जुड़ी होती है। यह एक प्रकार का मार्केटिंग चैनल है जहाँ विपणक अपने उपभोक्ताओं को अपने नेटवर्क या दोस्तों के बीच अपने उत्पादों का प्रचार करने के लिए एक इनाम प्रणाली के मूल विचार के साथ प्रभावित करते हैं। बिक्री से जुड़े

लोगों को स्वतंत्र वितरक, प्रतिभागी या ठेकेदार कहा जाता है। ऐसे लोग अपने उत्पाद की बिक्री के आधार पर, या व्यवसाय में नए एजेंटों की भर्ती करके की गई बिक्री के माध्यम से कमीशन या पुरस्कार कमाते हैं। उपभोक्ताओं को लक्षित करने की यह प्रक्रिया शुरुआती उपयोगकर्ताओं और ट्रैडसेटरों को आकर्षित करती है।

7. Contextual Marketing: Contextual marketing helps in both promoting the product as well as improving brand image. In this strategy, the marketers search and buy platforms which have a larger user engagement and stand as a higher rank search portal. These platforms help the marketers to advertise their products online.

प्रासंगिक मार्केटिंग उत्पाद के प्रचार और ब्रांड छवि को बेहतर बनाने में मदद करती है। इस रणनीति में, विपणक ऐसे प्लेटफॉर्म खोजते और खरीदते हैं जिनमें उपयोगकर्ता जुड़ाव ज़्यादा हो और जो उच्च रैंक वाले सर्च पोर्टल के रूप में खड़े हों। ये प्लेटफॉर्म विपणक को अपने उत्पादों का ऑनलाइन विज्ञापन करने में मदद करते हैं।

8. Affiliate Marketing: Companies use affiliate marketing, a performance-based approach, to work with affiliates who market their products and services using digital channels such as websites, blogs, social media and Email marketing. Advertisers offer affiliates certain tracking codes or links and whenever a customer clicks on the links or buys the product, the affiliate gets paid a commission or a percentage of sales.

कंपनियाँ अपने उत्पादों और सेवाओं का विपणन वेबसाइटों, ब्लॉगों, सोशल मीडिया और ईमेल मार्केटिंग जैसे डिजिटल माध्यमों से करने वाले सहयोगियों के साथ काम करने के लिए, प्रदर्शन-आधारित वृष्टिकोण, सहबद्ध विपणन (एफिलिएट मार्केटिंग) का उपयोग करती हैं। विज्ञापनदाता सहयोगियों को कुछ ट्रैकिंग कोड या लिंक प्रदान करते हैं और जब भी कोई ग्राहक उन लिंक पर क्लिक करता है या उत्पाद खरीदता है, तो सहयोगी को कमीशन या बिक्री का एक प्रतिशत मिलता है।

9. Influencer Marketing: In this form of marketing, the marketers tie up with the influencers (people who have a substantial amount of followers on social media and prominently get higher views on the content posted by them). These influencers promote the products on behalf of the marketers.

मार्केटिंग के इस रूप में, विपणक प्रभावशाली लोगों (ऐसे लोग जिनके सोशल मीडिया पर अच्छी-खासी संख्या में फ़ॉलोअर्स होते हैं और जिनके द्वारा पोस्ट की गई सामग्री को ज़्यादा व्यूज़ मिलते हैं) के साथ गठजोड़ करते हैं। ये प्रभावशाली लोग विपणक की ओर से उत्पादों का प्रचार करते हैं।

10. Audio Marketing: Audio marketing makes use of podcasts such as Spotify as well as smart home assistance such as Amazon Alexa. The biggest advantage of audio marketing is people get to hear the advertisements in the form of audio recordings while they can easily carry on with their other work.

ऑडियो मार्केटिंग में स्पॉटिफ़ाइ जैसे पॉडकास्ट और अमेज़न एलेक्सा जैसे स्मार्ट होम असिस्टेंस का इस्तेमाल किया जाता है। ऑडियो मार्केटिंग का सबसे बड़ा फ़ायदा यह है कि लोगों को ऑडियो रिकॉर्डिंग के रूप में विज्ञापन सुनने को मिलते हैं और वे आसानी से अपने दूसरे काम कर सकते हैं।

E-Tailing

E-tailing is the sale of goods and services online through platforms like websites, apps, and social media, making it popular for its convenience and global reach. Key benefits include lower operational costs, personalized marketing, and 24/7 availability, but it faces challenges like the lack of physical interaction, managing logistics, and high initial setup costs.

ई-टेलिंग, वेबसाइटों, ऐप्स और सोशल मीडिया जैसे प्लेटफ़ॉर्म के ज़रिए वस्तुओं और सेवाओं की ऑनलाइन बिक्री है, जो इसे अपनी सुविधा और वैश्विक पहुँच के कारण लोकप्रिय बनाती है। इसके प्रमुख लाभों में कम परिचालन लागत, व्यक्तिगत मार्केटिंग और 24/7 उपलब्धता शामिल हैं, लेकिन इसमें भौतिक संपर्क की कमी, लॉजिस्टिक्स प्रबंधन और उच्च प्रारंभिक सेटअप लागत जैसी चुनौतियाँ भी शामिल हैं।

Meaning

- **Definition:** E-tailing, or electronic retailing, is the process of selling products and services to consumers via the internet.
- **Platforms:** This can be done through dedicated websites, online marketplaces, mobile apps, or social media platforms.
- **Process:** It involves all aspects of the online shopping experience, from browsing and selection to payment and delivery.

Popularity

- **24/7 convenience:** Customers can shop anytime, anywhere, which is a major driver of its popularity.
- **Growing adoption:** Online retail is a significant and growing part of the overall retail market.
- **Examples:** Major companies like Amazon and Dell were early adopters, and companies like Alibaba operate exclusively online.

• परिभाषा: ई-टेलिंग, या इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग, इंटरनेट के माध्यम से उपभोक्ताओं को उत्पाद और सेवाएँ बेचने की प्रक्रिया है।

• प्लेटफ़ॉर्म: यह समर्पित वेबसाइटों, ऑनलाइन मार्केटप्लेस, मोबाइल ऐप या सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से किया जा सकता है।

• प्रक्रिया: इसमें ब्राउज़िंग और चयन से लेकर भुगतान और डिलीवरी तक, ऑनलाइन शॉपिंग अनुभव के सभी पहलू शामिल हैं।

लोकप्रियता

- **24/7 सुविधा:** ग्राहक कभी भी, कहीं भी खरीदारी कर सकते हैं, जो इसकी लोकप्रियता का एक प्रमुख कारण है।
- **बढ़ता हुआ प्रचलन:** ऑनलाइन रिटेल समग्र खुदरा बाजार का एक महत्वपूर्ण और बढ़ता हुआ हिस्सा है।
- **उदाहरण:** अमेज़न और डेल जैसी प्रमुख कंपनियाँ शुरुआती अपनाने वाली थीं, और अलीबाबा जैसी कंपनियाँ विशेष रूप से ऑनलाइन काम करती हैं।

Benefits

- **For businesses:** (व्यवसायों के लिए)
 - **Lower operational costs:** E-tailers can save on expenses like rent and utilities, as noted in Shopify and Debutify.
 - **Global market access:** Businesses can reach customers beyond their geographical location.
 - **Data analytics:** Online platforms generate data that can be used for targeted marketing and better decision-making.
 - कम परिचालन लागत: ई-रिटेलर किराए और उपयोगिताओं जैसे खर्चों पर बचत कर सकते हैं, जैसा कि Shopify और Debutify में बताया गया है।
 - वैश्विक बाजार पहुँच व्यवसाय अपने भौगोलिक स्थान से परे ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं।
 - डेटा विश्लेषण: ऑनलाइन प्लेटफॉर्म डेटा उत्पन्न करते हैं जिसका उपयोग लक्षित मार्केटिंग और बेहतर निर्णय लेने के लिए किया जा सकता है।
- **For customers:** (ग्राहकों के लिए)
 - **Wide variety:** Access to a much larger selection of products than a physical store might offer.
 - **Convenience:** Shop from home, which saves time and effort.
 - **Lower prices and discounts:** Often, e-tailing can lead to lower prices and better deals.
 - विस्तृत विविधता: भौतिक स्टोर की तुलना में उत्पादों के कहीं अधिक बड़े संग्रह तक पहुँच।
 - सुविधा: घर बैठे खरीदारी करें, जिससे समय और मेहनत की बचत होती है।
 - कम कीमतें और छूट: अक्सर, ई-टेलिंग से कीमतें कम और सौदे बेहतर हो सकते हैं।

Problems (समस्याएँ)

- **Lack of physical interaction:** Customers cannot physically touch, feel, or try on products before buying, which can lead to dissatisfaction.
- **Logistics and delivery:** Managing shipping, delivery, and returns can be complex and costly.
- **High initial setup:** Setting up a robust e-commerce operation can require a significant initial investment.
- **Security concerns:** While less prevalent now, some customers may still have concerns about the security of online transactions.

- शारीरिक संपर्क का अभाव: ग्राहक खरीदने से पहले उत्पादों को शारीरिक रूप से छू, महसूस या आज़मा नहीं सकते, जिससे असंतोष हो सकता है।
- लॉजिस्टिक्स और डिलीवरी: शिपिंग, डिलीवरी और रिटर्न का प्रबंधन जटिल और महंगा हो सकता है।
- उच्च प्रारंभिक सेटअप: एक मजबूत ई-कॉर्मर्स संचालन स्थापित करने के लिए एक महत्वपूर्ण प्रारंभिक निवेश की आवश्यकता हो सकती है।
- सुरक्षा संबंधी चिंताएँ: हालाँकि अभी यह कम प्रचलित है, फिर भी कुछ ग्राहकों को ऑनलाइन लेनदेन की सुरक्षा को लेकर चिंताएँ हो सकती हैं।

Features (विशेषताएँ)

- **Online storefront:** A digital location, such as a website or app, where products are displayed.
- **Detailed product information:** Virtual storefronts can provide extensive details, descriptions, and images of products.
- **Secure payment gateways:** Systems that allow for safe and secure online transactions.
- **Customer reviews and ratings:** Users can see what other customers think of products before purchasing.
- **Personalization:** Tools that can offer tailored product recommendations and promotions based on browsing history and data.

- **ऑनलाइन स्टोरफ्रंट:** एक डिजिटल स्थान, जैसे कि वेबसाइट या ऐप, जहाँ उत्पाद प्रदर्शित होते हैं।
- **विस्तृत उत्पाद जानकारी:** वर्चुअल स्टोरफ्रंट उत्पादों का विस्तृत विवरण, वर्णन और चित्र प्रदान कर सकते हैं।
- **सुरक्षित भुगतान गेटवे:** ऐसी प्रणालियाँ जो सुरक्षित ऑनलाइन लेनदेन की अनुमति देती हैं।
- **ग्राहक समीक्षाएं और रेटिंग:** उपयोगकर्ता खरीदारी करने से पहले देख सकते हैं कि अन्य ग्राहक उत्पादों के बारे में क्या सोचते हैं।
- **वैयक्तिकरण:** ऐसे उपकरण जो ब्राउज़िंग इतिहास और डेटा के आधार पर अनुकूलित उत्पाद अनुशंसाएँ और प्रचार प्रदान कर सकते हैं।

Types of e-tailing business models

Online retailers

Online retailers connect directly with customers through websites or mobile apps. Online stores offer 24/7 availability, global reach, and bear lower operating costs than brick and mortar stores. Customers favor online shopping due to the ease of comparing products and prices across various stores without having to physically visit.

Competition in online retailing is fierce. To succeed, you need a reliable logistics network to ensure fast, efficient delivery and a website with a smooth user experience.

ऑनलाइन रिटेलर वेबसाइट या मोबाइल ऐप के ज़रिए ग्राहकों से सीधे जुड़ते हैं। ऑनलाइन स्टोर चौबीसों घंटे उपलब्धता, वैश्विक पहुँच प्रदान करते हैं और भौतिक दुकानों की तुलना में कम परिचालन लागत वहन करते हैं। ग्राहक ऑनलाइन शॉपिंग को इसलिए पसंद करते हैं क्योंकि उन्हें बिना किसी स्टोर पर जाए विभिन्न उत्पादों और कीमतों की तुलना करने में आसानी होती है।

ऑनलाइन रिटेलिंग में प्रतिस्पर्धा कड़ी है। सफल होने के लिए, आपको तेज़ और कुशल डिलीवरी सुनिश्चित करने के लिए एक विश्वसनीय लॉजिस्टिक्स नेटवर्क और एक सहज उपयोगकर्ता अनुभव वाली वेबसाइट की आवश्यकता होती है।

Marketplaces

Marketplaces like Amazon, Etsy, and eBay are e-tail platforms where sellers can reach millions of potential customers without managing their own inventory. These selling sites function as search engines where many buyers start their product searches, and thus they can give seller listings valuable exposure.

Selling on marketplaces gives you instant access to a large, pre-existing customer base. On platforms like Amazon or Etsy, your products can reach customers without any investment in ads or digital marketing strategies.

Amazon, Etsy और eBay जैसे मार्केटप्लेस ई-टेल प्लेटफॉर्म हैं जहाँ विक्रेता अपनी इन्वेंट्री प्रबंधित किए बिना लाखों संभावित ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं। ये विक्रय साइटें सर्च इंजन की तरह काम करती हैं जहाँ कई खरीदार अपने उत्पादों की खोज शुरू करते हैं, और इस प्रकार वे विक्रेता लिस्टिंग को मूल्यवान प्रदर्शन प्रदान कर सकते हैं। मार्केटप्लेस पर बेचने से आपको एक बड़े, पहले से मौजूद ग्राहक आधार तक तुरंत पहुँच मिलती है। Amazon या Etsy जैसे प्लेटफॉर्म पर, आपके उत्पाद विज्ञापनों या डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियों में किसी भी निवेश के बिना ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं।

Subscriptions

A subscription service lets customers pay a set price at regular intervals in exchange for products or services. In ecommerce, subscriptions extend to industries such as food and beauty products.

Subscriptions are a powerful tool for building customer loyalty and generating recurring income. They ensure consistent repeat purchases, allowing e-tailers to better forecast sales and plan inventory. A subscription business model can also open opportunities for upselling and cross-selling, helping boost average order value, all while keeping the customer experience personalized.

सब्सक्रिप्शन सेवा ग्राहकों को उत्पादों या सेवाओं के बदले नियमित अंतराल पर एक निश्चित मूल्य का भुगतान करने की सुविधा देती है। ईकॉर्मर्स में, सब्सक्रिप्शन का दायरा खाद्य और सौंदर्य उत्पादों जैसे उद्योगों तक फैला हुआ है।

सब्सक्रिप्शन ग्राहक निष्ठा बनाने और आवर्ती आय उत्पन्न करने का एक शक्तिशाली साधन है। ये लगातार बार-बार खरीदारी सुनिश्चित करते हैं, जिससे ई-रिटेलर बिक्री का बेहतर अनुमान लगा सकते हैं और इन्वेंट्री की योजना बना सकते हैं। सब्सक्रिप्शन बिज़नेस मॉडल अपसेलिंग और क्रॉस-सेलिंग के अवसर भी खोल सकता है, जिससे औसत ॲडर मूल्य को बढ़ाने में मदद मिलती है, और साथ ही ग्राहक अनुभव को वैयक्तिकृत बनाए रखा जा सकता है।

Social commerce

Social commerce uses platforms like Instagram and TikTok to sell products directly within each app, allowing buyers and sellers to interact in real time. They offer native shopping features, such as in-app checkout and shoppable posts, letting customers buy products without leaving the platform.

A downside of social commerce is that you don't own the audience. If your social media account is suspended or deleted, all your customers are lost. That's why it's often best to combine social commerce with your own website to ensure you maintain control over your customer relationships.

सोशल कॉर्मर्स, इंस्टाग्राम और टिकटॉक जैसे प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल करके हर ऐप में सीधे उत्पाद बेचता है, जिससे खरीदार और विक्रेता रीयल-टाइम में बातचीत कर सकते हैं। ये प्लेटफॉर्म इन-ऐप चेकआउट और शॉपिंग योग्य पोस्ट जैसी नेटिव शॉपिंग सुविधाएँ प्रदान करते हैं, जिससे ग्राहक प्लेटफॉर्म छोड़ बिना ही उत्पाद खरीद सकते हैं।

सोशल कॉर्मर्स का एक नुकसान यह है कि आपके पास दर्शक नहीं होते। अगर आपका सोशल मीडिया अकाउंट स्पैंड या डिलीट कर दिया जाता है, तो आपके सभी ग्राहक खो जाते हैं। इसलिए, अपने ग्राहक संबंधों पर नियंत्रण बनाए रखने के लिए सोशल कॉर्मर्स को अपनी वेबसाइट के साथ जोड़ना अक्सर सबसे अच्छा होता है।

Auction sites

Auction sites like eBay are digital marketplaces where buyers engage in competitive bidding for different kinds of products, from rare collectibles to everyday items.

The excitement of auction sites comes from their unpredictability. Buyers might win items at prices far below retail, while sellers stand to benefit from bidding wars that drive prices higher than expected.

ईबे जैसी नीलामी साइटें डिजिटल बाज़ार हैं जहाँ खरीदार दुर्लभ संग्रहणीय वस्तुओं से लेकर रोज़मर्रा की चीज़ों तक, विभिन्न प्रकार के उत्पादों के लिए प्रतिस्पर्धी बोलियाँ लगाते हैं।

नीलामी साइटों का रोमांच उनकी अप्रत्याशितता से उपजता है। खरीदार खुदरा मूल्य से काफ़ी कम कीमत पर वस्तुएँ जीत सकते हैं, जबकि विक्रेताओं को बोली-प्रक्रिया से फायदा होता है जिससे कीमतें अपेक्षा से ज्यादा बढ़ जाती हैं।

Online financial services

Online financial services in e-commerce, primarily driven by financial technology (fintech), include a range of solutions that facilitate payments, lending, and financial management for both consumers and businesses.

ई-कॉर्मर्स में ऑनलाइन वित्तीय सेवाएं, जो मुख्य रूप से वित्तीय प्रौद्योगिकी (फिनटेक) द्वारा संचालित होती हैं, में समाधानों की एक श्रृंखला शामिल होती है जो उपभोक्ताओं और व्यवसायों दोनों के लिए भुगतान, ऋण और वित्तीय प्रबंधन की सुविधा प्रदान करती है।

For Consumers (उपभोक्ताओं के लिए)

- **Online Payment Systems & Gateways:** These services securely process various electronic payments, such as credit/debit cards, direct bank transfers (NetBanking), and Electronic Fund Transfers (EFT). Examples of providers include PayPal, Stripe, and Square.
 - **Digital/Mobile Wallets:** Platforms like Apple Pay, Google Pay, and Amazon Pay allow users to securely store payment information and make purchases with a single tap, streamlining the checkout process and reducing cart abandonment.
 - **Buy Now, Pay Later (BNPL) Options:** BNPL services (e.g., Affirm) offer short-term financing, allowing customers to receive products immediately and pay in installments, often without interest, which can boost consumer purchasing power.
 - **Personal Finance Management (PFM) Tools:** Some e-commerce or related apps offer features that help users track spending, set budgets, and monitor their overall financial health, leveraging real-time data from linked accounts.
 - **Cryptocurrency:** A more recent option, some platforms accept decentralized digital currencies like Bitcoin for transactions, which use blockchain technology for secure, transparent records.
 - **Loyalty and Reward Programs:** Financial integrations enable e-commerce businesses to offer incentives like cashback, points, or discounts, encouraging repeat purchases and customer retention.
- ऑनलाइन भुगतान प्रणालियाँ और गेटवे: ये सेवाएँ क्रेडिट/डेबिट कार्ड, प्रत्यक्ष बैंक हस्तांतरण (नेटबैंकिंग) और इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (EFT) जैसे विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक भुगतानों को सुरक्षित रूप से संसाधित करती हैं। प्रदाताओं के उदाहरणों में पेपाल, स्ट्राइप और स्क्वायर शामिल हैं।
 - डिजिटल/मोबाइल वॉलेट: ऐप्पल पे, गूगल पे और अमेज़न पे जैसे प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को भुगतान जानकारी सुरक्षित रूप से संग्रहीत करने और एक ही टैप से खरीदारी करने की सुविधा देते हैं, जिससे चेकआउट प्रक्रिया सरल हो जाती है और कार्ट छोड़ने की संभावना कम हो जाती है।
 - अभी खरीदें, बाद में भुगतान करें (BNPL) विकल्प: BNPL सेवाएँ (जैसे, Affirm) अल्पकालिक वित्तपोषण प्रदान करती हैं, जिससे ग्राहक तुरंत उत्पाद प्राप्त कर सकते हैं और किश्तों में भुगतान कर सकते हैं, अक्सर बिना ब्याज के, जिससे उपभोक्ता की क्रय शक्ति बढ़ सकती है।
 - व्यक्तिगत वित्त प्रबंधन (PFM) उपकरण: कुछ ई-कॉमर्स या संबंधित ऐप ऐसी सुविधाएँ प्रदान करते हैं जो उपयोगकर्ताओं को खर्च पर नज़र रखने, बजट निर्धारित करने और लिंक किए गए खातों से रीयल-टाइम डेटा का लाभ उठाकर उनकी समग्र वित्तीय स्थिति की निगरानी करने में मदद करती हैं।
 - क्रिप्टोकरेंसी: एक और नया विकल्प, कुछ प्लेटफॉर्म लेनदेन के लिए बिटकॉइन जैसी विकेन्ड्रीकृत डिजिटल मुद्राओं को स्वीकार करते हैं, जो सुरक्षित, पारदर्शी रिकॉर्ड के लिए ब्लॉकचेन तकनीक का उपयोग करते हैं।

- लॉयल्टी और रिवॉर्ड प्रोग्राम: वित्तीय एकीकरण ई-कॉमर्स व्यवसायों को कैशबैक, पॉइंट्स या छूट जैसे प्रोत्साहन प्रदान करने में सक्षम बनाते हैं, जिससे बार-बार खरीदारी और ग्राहक प्रतिधारण को बढ़ावा मिलता है।

For Businesses (व्यवसायों के लिए)

- **Merchant Services:** These services allow businesses to accept a wide range of electronic payments, often including a merchant account and a payment processor that handles the authorization, processing, and settlement of funds.
- **Online Lending & Credit Platforms:** Fintech has simplified access to business loans, lines of credit, and working capital for small and medium-sized enterprises (SMEs) through online platforms that bypass traditional banking processes.
- **Automated Accounting & Bookkeeping:** Integration with accounting software and automated bookkeeping services helps e-commerce businesses manage high volumes of transactions, inventory tracking, and sales tax compliance, providing real-time financial insights.
- **Fraud Prevention & Security:** Robust security measures, including data encryption, tokenization, and AI-powered fraud detection, protect sensitive customer and business data during online transactions.
- **Cross-Border Payments & Currency Exchange:** Fintech enables businesses to sell globally by simplifying international payment collections and currency conversion, removing geographical barriers to trade.
- **Real-time Data Analytics:** E-commerce platforms can use financial data analytics to gain insights into sales patterns, customer behavior, and product profitability, informing better business decisions.
 - व्यापारी सेवाएँ: ये सेवाएँ व्यवसायों को कई प्रकार के इलेक्ट्रॉनिक भुगतान स्वीकार करने की अनुमति देती हैं, जिनमें अक्सर एक व्यापारी खाता और एक भुगतान प्रोसेसर शामिल होता है जो धनराशि के प्राधिकरण, प्रसंस्करण और निपटान का प्रबंधन करता है।
 - ऑनलाइन क्रूप और क्रेडिट प्लेटफॉर्म: फिनटेक ने पारंपरिक बैंकिंग प्रक्रियाओं को दरकिनार करते हुए ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से छोटे और मध्यम आकार के उद्यमों (एसएमई) के लिए व्यावसायिक क्रूप, क्रूप और कार्यशील पूँजी तक पहुँच को सरल बनाया है।
 - स्वचालित लेखांकन और बहीखाता पद्धति: लेखांकन सॉफ्टवेयर और स्वचालित बहीखाता पद्धति सेवाओं के साथ एकीकरण, ई-कॉमर्स व्यवसायों को बड़ी मात्रा में

लेनदेन, इन्वेंट्री ट्रैकिंग और बिक्री कर अनुपालन का प्रबंधन करने में मदद करता है, जिससे वास्तविक समय में वित्तीय जानकारी मिलती है।

- धोखाधड़ी की रोकथाम और सुरक्षा: डेटा एन्क्रिप्शन, टोकनाइज़ेशन और एआई-संचालित धोखाधड़ी का पता लगाने सहित मजबूत सुरक्षा उपाय, ऑनलाइन लेनदेन के दौरान संवेदनशील ग्राहक और व्यावसायिक डेटा की सुरक्षा करते हैं।
- सीमा पार भुगतान और मुद्रा विनिमय: फिनटेक, अंतर्राष्ट्रीय भुगतान संग्रह और मुद्रा रूपांतरण को सरल बनाकर, व्यापार में भौगोलिक बाधाओं को दूर करके व्यवसायों को वैश्विक स्तर पर बिक्री करने में सक्षम बनाता है।
- वास्तविक समय डेटा विश्लेषण: ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म बिक्री पैटर्न, ग्राहक व्यवहार और उत्पाद लाभप्रदता के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए वित्तीय डेटा विश्लेषण का उपयोग कर सकते हैं, जिससे बेहतर व्यावसायिक निर्णय लेने में मदद मिलती है।

Online Travel services

Travel online services in e-commerce refer to websites and apps that allow consumers to research, compare, and book travel components like flights, hotels, and car rentals. These services are provided by **Online Travel Agencies (OTAs)** like Expedia and Booking.com, which act as intermediaries between travelers and travel suppliers, offering a wide selection, competitive pricing, and packages.

Online travel services in e-commerce refer to **Online Travel Agencies (OTAs)**, which are websites that sell travel products and services like flights, hotels, car rentals, and packages directly to consumers online. These platforms act as intermediaries, allowing users to search, compare, and book various travel components from different suppliers in one place. Examples of OTAs include giants like Expedia, Booking.com, and TripAdvisor, as well as regional players like MakeMyTrip and Yatra.com.

ई-कॉमर्स में ऑनलाइन यात्रा सेवाएँ उन वेबसाइटों और ऐप्स को संदर्भित करती हैं जो उपभोक्ताओं को फ्लाइट, होटल और कार किराए पर लेने जैसे यात्रा घटकों पर शोध, तुलना और बुकिंग करने की अनुमति देती हैं। ये सेवाएँ एक्सप्रीडिया और बुकिंग डॉट कॉम जैसी ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों (ओटीए) द्वारा प्रदान की जाती हैं, जो यात्रियों और यात्रा आपूर्तिकर्ताओं के बीच मध्यस्थ के रूप में कार्य करती हैं, और विस्तृत चयन, प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण और पैकेज प्रदान करती हैं।

ई-कॉमर्स में ऑनलाइन यात्रा सेवाएँ ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियों (ओटीए) को संदर्भित करती हैं, जो ऐसी वेबसाइटें हैं जो यात्रा उत्पादों और सेवाओं जैसे फ्लाइट, होटल, कार किराए पर लेना और

पैकेज सीधे उपभोक्ताओं को ऑनलाइन बेचती हैं। ये प्लेटफॉर्म मध्यस्थ के रूप में कार्य करते हैं, जिससे उपयोगकर्ता एक ही स्थान पर विभिन्न आपूर्तिकर्ताओं से विभिन्न यात्रा घटकों को खोज, तुलना और बुक कर सकते हैं।

Types of travel e-commerce services

- **Online Travel Agencies (OTAs):** Websites that aggregate and sell travel products from various providers. Examples include Expedia, Booking.com, and Kayak.
- **Comparison websites:** Sites like Skyscanner and Trivago that allow users to compare prices from different OTAs and providers to find the best deals.
- **Specialized booking platforms:** Services focused on specific niches, such as ridesharing (Uber) or accommodations (Airbnb).
- **B2B travel portals:** Platforms designed for travel agents and tour operators to manage their business, find deals, and create packages for their clients (e.g., Etrav, TBO.com).
- **Travel technology providers:** Companies that build the software and booking engines for travel agencies and tour operators, including airline reservation systems and GDS integrations.

- ऑनलाइन ट्रैवल एजेंसियां (OTA): वे वेबसाइटें जो विभिन्न प्रदाताओं के यात्रा उत्पादों को एकत्रित और बेचती हैं। उदाहरणों में एक्सपीडिया, बुकिंग.कॉम और क्याक शामिल हैं।
- तुलना वेबसाइटें: स्कार्फेनर और ट्रिवागो जैसी साइटें जो उपयोगकर्ताओं को विभिन्न OTA और प्रदाताओं की कीमतों की तुलना करके सर्वोत्तम सौदे खोजने की सुविधा देती हैं।
- विशेष बुकिंग प्लेटफॉर्म: विशिष्ट क्षेत्रों पर केंद्रित सेवाएँ, जैसे राइडशेयरिंग (उबर) या आवास (एयरबीएनबी)।
- B2B ट्रैवल पोर्टल: ट्रैवल एजेंटों और दूर ऑपरेटरों के लिए अपने व्यवसाय का प्रबंधन करने, सौदे खोजने और अपने ग्राहकों के लिए पैकेज बनाने हेतु डिज़ाइन किए गए प्लेटफॉर्म (उदाहरण के लिए, Etrav, TBO.com)।
- ट्रैवल टेक्नोलॉजी प्रदाता: वे कंपनियाँ जो ट्रैवल एजेंसियों और दूर ऑपरेटरों के लिए सॉफ्टवेयर और बुकिंग इंजन बनाती हैं, जिनमें एयरलाइन आरक्षण प्रणाली और GDS एकीकरण शामिल हैं।

Key features and functions (मुख्य विशेषताएं और कार्य)

- **Aggregation:** OTAs and comparison sites bring together a wide variety of options for flights, hotels, car rentals, and vacation packages in one place.
- **Price comparison:** Users can easily compare prices from different providers to find the most affordable options.
- **Real-time booking:** Many services allow for 24/7 searching and immediate booking and payment.
- **Packages:** Bundled deals for flights and hotels are often available, providing potential savings.
- **Loyalty programs:** Many platforms offer loyalty programs that provide extra benefits and savings.
- **Mobile access:** A significant portion of travel e-commerce transactions occur on mobile devices.
- **Customer reviews:** Impartial reviews are often available, giving customers confidence when booking.

- एकत्रीकरण: ओटीए और तुलना साइटें उड़ानों, होटलों, कार रेटिंग और छुट्टियों के पैकेजों के लिए विविध विकल्पों को एक ही स्थान पर उपलब्ध कराती हैं।
- मूल्य तुलना: उपयोगकर्ता सबसे किफायती विकल्प खोजने के लिए विभिन्न प्रदाताओं की कीमतों की आसानी से तुलना कर सकते हैं।
- रीयल-टाइम बुकिंग: कई सेवाएँ 24/7 खोज और तत्काल बुकिंग और भुगतान की सुविधा प्रदान करती हैं।
- पैकेज: उड़ानों और होटलों के लिए बंडल डील अक्सर उपलब्ध होती हैं, जिससे संभावित बचत होती है।
- लॉयल्टी प्रोग्राम: कई प्लेटफॉर्म लॉयल्टी प्रोग्राम प्रदान करते हैं जो अतिरिक्त लाभ और बचत प्रदान करते हैं।
- मोबाइल एक्सेस: यात्रा ई-कॉमर्स लेनदेन का एक बड़ा हिस्सा मोबाइल उपकरणों पर होता है।
- ग्राहक समीक्षाएं: निष्पक्ष समीक्षाएं अक्सर उपलब्ध होती हैं, जिससे बुकिंग करते समय ग्राहकों को विश्वास मिलता है।

Online Career services

Careers in e-commerce online services are diverse, with roles ranging from marketing and web development to customer service and management. Common career paths include e-commerce specialist, digital marketing specialist, web developer, customer service representative, and operations manager. These positions often require skills in data analysis, digital marketing, and online platform management to drive online sales and user experience.

Online career services include platforms that offer job searching, career guidance, skill development, and professional networking. These services can be found through government portals like the National Career Service (NCS) platform, which connects job seekers with employers, and private websites that provide tools like psychometric tests, career counseling, and training resources. Other options include professional networking sites, job boards, and freelancing platforms that offer career services and opportunities.

ई-कॉमर्स ऑनलाइन सेवाओं में करियर विविध हैं, जिनमें मार्केटिंग और वेब डेवलपमेंट से लेकर ग्राहक सेवा और प्रबंधन तक की भूमिकाएँ शामिल हैं। आम करियर पथों में ई-कॉमर्स विशेषज्ञ, डिजिटल मार्केटिंग विशेषज्ञ, वेब डेवलपर, ग्राहक सेवा प्रतिनिधि और संचालन प्रबंधक शामिल हैं। इन पदों के लिए अक्सर डेटा विश्लेषण, डिजिटल मार्केटिंग और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म प्रबंधन में कौशल की आवश्यकता होती है ताकि ऑनलाइन बिक्री और उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ावा मिल सके।

ऑनलाइन करियर सेवाओं में ऐसे प्लेटफॉर्म शामिल हैं जो नौकरी खोजने, करियर मार्गदर्शन, कौशल विकास और पेशेवर नेटवर्किंग की सुविधा प्रदान करते हैं। ये सेवाएँ राष्ट्रीय करियर सेवा (एनसीएस) प्लेटफॉर्म जैसे सरकारी पोर्टलों के माध्यम से प्राप्त की जा सकती हैं, जो नौकरी चाहने वालों को नियोक्ताओं से जोड़ता है, और निजी वेबसाइटें जो साइकोमेट्रिक टेस्ट, करियर परामर्श और प्रशिक्षण संसाधन जैसे उपकरण प्रदान करती हैं। अन्य विकल्पों में पेशेवर नेटवर्किंग साइट्स, जॉब बोर्ड और फ्रीलांसिंग प्लेटफॉर्म शामिल हैं जो करियर सेवाएँ और अवसर प्रदान करते हैं।

Government resources

- **National Career Service (NCS):** This platform from the Indian government provides career guidance, training resources, and job listings for both public and private sector jobs. It also offers psychometric and aptitude tests to help users choose a career path.
- **National Classification of Occupation (NCO):** The NCS portal provides detailed career information on job roles within various sectors, based on the NCO-2015, which includes both video and text formats.
 - राष्ट्रीय करियर सेवा (एनसीएस): भारत सरकार का यह प्लेटफॉर्म सार्वजनिक और निजी दोनों क्षेत्रों की नौकरियों के लिए करियर मार्गदर्शन, प्रशिक्षण संसाधन और नौकरी सूची प्रदान करता है। यह उपयोगकर्ताओं को करियर पथ चुनने में मदद करने के लिए साइकोमेट्रिक और योग्यता परीक्षण भी प्रदान करता है।
 - राष्ट्रीय व्यवसाय वर्गीकरण (एनसीओ): एनसीएस पोर्टल एनसीओ-2015 के आधार पर विभिन्न क्षेत्रों में नौकरी की भूमिकाओं पर विस्तृत करियर जानकारी प्रदान करता है, जिसमें वीडियो और टेक्स्ट दोनों प्रारूप शामिल हैं।

Private platforms

- **Career Counselling and Guidance:** Websites like Mindgroom, CareerGuide, and invest4Edu offer personalized career guidance through assessments, expert counselors, and detailed roadmaps.
- **Job Search and Networking:** Websites like LinkedIn, Indeed, and ZipRecruiter are popular for finding job listings and networking with professionals.
- **Skill Development:** Many platforms provide specific training modules, such as those offered by CareerGuide for working professionals, to help improve career readiness.
- **Freelancing Marketplaces:** Platforms like Upwork connect users with experts for career advice and also offer opportunities for freelancers to find work.

- करियर परामर्श और मार्गदर्शन: माइंडग्रूम, करियरगाइड और इन्वेस्ट4एड जैसी वेबसाइटें मूल्यांकन, विशेषज्ञ परामर्शदाताओं और विस्तृत रोडमैप के माध्यम से व्यक्तिगत करियर मार्गदर्शन प्रदान करती हैं।
- नौकरी खोज और नेटवर्किंग: लिंकडइन, इनडीड और ज़िपरिकूटर जैसी वेबसाइटें नौकरी की सूची खोजने और पेशेवरों के साथ नेटवर्किंग के लिए लोकप्रिय हैं।
- कौशल विकास: कई प्लेटफॉर्म विशिष्ट प्रशिक्षण मॉड्यूल प्रदान करते हैं, जैसे कि करियरगाइड द्वारा कार्यरत पेशेवरों के लिए प्रदान किए जाने वाले मॉड्यूल, जो करियर की तैयारी में सुधार करने में मदद करते हैं।
- फ्रीलांसिंग मार्केटप्लेस: अपवर्क जैसे प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को करियर सलाह के लिए विशेषज्ञों से जोड़ते हैं और फ्रीलांसरों को काम खोजने के अवसर भी प्रदान करते हैं।

Services offered

- **Career Assessments:** Many services provide online psychometric and aptitude tests to help you understand your strengths and interests.
- **One-on-one Counselling:** Some platforms offer sessions with professional career counselors for personalized guidance.
- **Job Postings:** Job boards and professional networks have vast databases of job openings for various industries.
- **Training Resources:** Websites provide access to training modules and resources to improve skills.
- **Career Roadmaps:** Some services help you plan your career path with actionable steps and guidance.

- करियर मूल्यांकन: कई सेवाएँ आपकी खूबियों और रुचियों को समझने में आपकी मदद करने के लिए ऑनलाइन साइकोमेट्रिक और योग्यता परीक्षण प्रदान करती हैं।
- व्यक्तिगत परामर्श: कुछ प्लेटफॉर्म व्यक्तिगत मार्गदर्शन के लिए पेशेवर करियर परामर्शदाताओं के साथ सत्र प्रदान करते हैं।
- नौकरी पोस्टिंग: जॉब बोर्ड और पेशेवर नेटवर्क में विभिन्न उद्योगों के लिए नौकरी के अवसरों का विशाल डेटाबेस होता है।
- प्रशिक्षण संसाधन: वेबसाइटें कौशल सुधारने के लिए प्रशिक्षण मॉड्यूल और संसाधनों तक पहुँच प्रदान करती हैं।
- करियर रोडमैप: कुछ सेवाएँ आपको कार्रवाई योग्य चरणों और मार्गदर्शन के साथ अपने करियर पथ की योजना बनाने में मदद करती हैं।

Auctions in e-commerce

Auctions in e-commerce are online platforms where goods or services are sold to the highest bidder, or prices are determined through competitive bidding. These online auctions can be conducted in various formats, including English, Dutch, and sealed-bid auctions, and operate across business-to-consumer (B2C), consumer-to-consumer (C2C), and business-to-business (B2B) markets.

ई-कॉमर्स में नीलामी ऑनलाइन प्लेटफॉर्म हैं जहाँ वस्तुओं या सेवाओं को सबसे ऊँची बोली लगाने वाले को बेचा जाता है, या प्रतिस्पर्धी बोली के माध्यम से कीमतें तय की जाती हैं। ये ऑनलाइन नीलामी विभिन्न प्रारूपों में आयोजित की जा सकती हैं, जिनमें अंग्रेजी, डच और सीलबंद बोली नीलामी शामिल हैं, और ये व्यवसाय-से-उपभोक्ता (B2C), उपभोक्ता-से-उपभोक्ता (C2C), और व्यवसाय-से-व्यवसाय (B2B) बाज़ारों में संचालित होती हैं।

How e-commerce auctions work

- **Platform:** An e-commerce site or marketplace serves as an intermediary, providing a platform for sellers to list items and for buyers to submit bids.
- **Bidding:** Buyers place bids on products or services according to the rules of the specific auction type.
- **Winning:** The transaction is finalized when the auction closes, with the highest bidder often winning the item.
- **Transactions:** The platform facilitates the process, and successful bidders often pay for their winning items through the system, sometimes even on their smartphones.

- **प्लेटफॉर्म:** एक ई-कॉमर्स साइट या मार्केटप्लेस एक मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है, जो विक्रेताओं को वस्तुओं को सूचीबद्ध करने और खरीदारों को बोलियाँ प्रस्तुत करने के लिए एक प्लेटफॉर्म प्रदान करता है।
- **बोली:** खरीदार विशिष्ट नीलामी प्रकार के नियमों के अनुसार उत्पादों या सेवाओं पर बोली लगाते हैं।
- **जीत:** नीलामी समाप्त होने पर लेन-देन अंतिम रूप से हो जाता है, और सबसे ऊँची बोली लगाने वाला अक्सर वस्तु जीत जाता है।
- **लेन-देन:** प्लेटफॉर्म इस प्रक्रिया को सुगम बनाता है, और सफल बोलीदाता अक्सर अपनी विजेता वस्तुओं के लिए सिस्टम के माध्यम से, कभी-कभी अपने स्मार्टफोन पर भी भुगतान करते हैं।

Types of e-commerce auctions

- **English Auction:** The most common type, where bidders openly bid against each other, with the highest bidder winning at the final price.
- **Dutch Auction:** The auctioneer starts with a high price that is progressively lowered until a bidder accepts the current price. This is useful for quickly selling perishable goods.
- **Sealed-Bid Auction:** Bidders submit a single bid in a closed format. The highest bid wins, but the amount is not revealed to other bidders.

- अंग्रेज़ी नीलामी: यह सबसे आम प्रकार है, जहाँ बोलीदाता एक-दूसरे के खिलाफ़ खुलेआम बोली लगाते हैं, और सबसे ऊँची बोली लगाने वाला अंतिम मूल्य पर जीतता है।
- डच नीलामी: नीलामीकर्ता ऊँची कीमत से शुरुआत करता है, जिसे तब तक धीरे-धीरे कम किया जाता है जब तक कि बोलीदाता वर्तमान कीमत स्वीकार नहीं कर लेता। यह जल्दी खराब होने वाली वस्तुओं को जल्दी बेचने के लिए उपयोगी है।
- सीलबंद बोली नीलामी: बोलीदाता बंद प्रारूप में एकल बोली प्रस्तुत करते हैं। सबसे ऊँची बोली लगाने वाला जीतता है, लेकिन राशि अन्य बोलीदाताओं को नहीं बताई जाती।

Types of markets

- **Business-to-Consumer (B2C):** Businesses sell directly to individual consumers through online auctions.
 - **Consumer-to-Consumer (C2C):** Consumers sell items directly to other consumers, with platforms like eBay being a prime example.
 - **Business-to-Business (B2B):** Companies use e-auctions to bid on contracts or sell goods and services to other businesses.
- व्यवसाय-से-उपभोक्ता (B2C): व्यवसाय ऑनलाइन नीलामी के माध्यम से सीधे व्यक्तिगत उपभोक्ताओं को सामान बेचते हैं।
 - उपभोक्ता-से-उपभोक्ता (C2C): उपभोक्ता सीधे अन्य उपभोक्ताओं को सामान बेचते हैं, eBay जैसे प्लेटफॉर्म इसका एक प्रमुख उदाहरण है।
 - व्यवसाय-से-व्यवसाय (B2B): कंपनियाँ अनुबंधों पर बोली लगाने या अन्य व्यवसायों को सामान और सेवाएँ बेचने के लिए ई-नीलामी का उपयोग करती हैं।

Online Portal

An e-commerce portal is a centralized online platform that facilitates online transactions between buyers and sellers. It acts as a gateway to a business's e-commerce activities, offering a unified interface for functions like browsing product catalogs, managing shopping carts, processing payments, and tracking orders. These portals simplify the buying and selling process for various models, including Business-to-Consumer (B2C), Business-to-Business (B2B), and Consumer-to-Consumer (C2C).

ई-कॉमर्स पोर्टल एक केंद्रीकृत ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है जो खरीदारों और विक्रेताओं के बीच ऑनलाइन लेनदेन को सुगम बनाता है। यह व्यवसाय की ई-कॉमर्स गतिविधियों के लिए एक प्रवेश द्वार के रूप में कार्य करता है, और उत्पाद कैटलॉग ब्राउज़ करने, शॉपिंग कार्ट प्रबंधित करने, भुगतान संसाधित करने और ऑर्डर ट्रैक करने जैसे कार्यों के लिए एक एकीकृत इंटरफ़ेस प्रदान करता है। ये पोर्टल विभिन्न मॉडलों, जैसे कि बिज़नेस-टू-कंज्यूमर (B2C), बिज़नेस-टू-बिज़नेस (B2B), और कंज्यूमर-टू-कंज्यूमर (C2C) के लिए खरीद और बिक्री प्रक्रिया को सरल बनाते हैं।

Key features and functions

- **Product catalog and search:** Displays products and allows users to search for items, often with advanced filtering options.
- **Shopping cart:** Enables users to add and manage multiple items before purchasing.
- **Payment gateway:** Securely processes online payments.
- **Order management:** Allows for tracking orders from purchase to delivery.
- **Customer accounts:** Provides personalized experiences for registered users.
- **Customer support:** Integrates tools like chat functionality for user assistance.
- **Bulk ordering and pricing:** Common in B2B portals, allowing for streamlined bulk purchases and volume-based pricing.

- उत्पाद कैटलॉग और खोज: उत्पादों को प्रदर्शित करता है और उपयोगकर्ताओं को अक्सर उन्नत फ़िल्टरिंग विकल्पों के साथ वस्तुओं की खोज करने की सुविधा देता है।
- शॉपिंग कार्ट: उपयोगकर्ताओं को खरीदारी से पहले कई वस्तुओं को जोड़ने और प्रबंधित करने में सक्षम बनाता है।
- भुगतान गेटवे: ऑनलाइन भुगतानों को सुरक्षित रूप से संसाधित करता है।
- ऑर्डर प्रबंधन: खरीदारी से लेकर डिलीवरी तक ऑर्डर ट्रैक करने की सुविधा देता है।
- ग्राहक खाते: पंजीकृत उपयोगकर्ताओं के लिए वैयक्तिकृत अनुभव प्रदान करता है।
- ग्राहक सहायता: उपयोगकर्ता सहायता के लिए चैट कार्यक्षमता जैसे टूल एकीकृत करता है।
- बल्क ऑर्डरिंग और मूल्य निर्धारण: B2B पोर्टल्स में आम, सुव्यवस्थित बल्क खरीदारी और मात्राआधारित मूल्य निर्धारण की सुविधा देता है।

Types of e-commerce portals

- **B2C (Business-to-Consumer):** Businesses sell directly to individual consumers (e.g., Amazon, Walmart).
 - **B2B (Business-to-Business):** Businesses sell to other businesses, often facilitating wholesale transactions and communication between partners.
 - **C2C (Consumer-to-Consumer):** Individuals sell directly to each other (e.g., eBay, Craigslist).
 - **Niche Portals:** Specialize in specific product categories, such as handmade crafts (Etsy) or footwear (Zappos).
-
- B2C (बिजनेस-टू-कंज्यूमर): व्यवसाय सीधे व्यक्तिगत उपभोक्ताओं को बेचते हैं (जैसे, अमेज़न, वॉलमार्ट)।
 - B2B (बिजनेस-टू-बिजनेस): व्यवसाय अन्य व्यवसायों को बेचते हैं, जिससे अक्सर थोक लेनदेन और साझेदारों के बीच संचार सुगम होता है।
 - C2C (उपभोक्ता-से-उपभोक्ता): व्यक्ति सीधे एक-दूसरे को बेचते हैं (जैसे, eBay, Craigslist)।
 - विशिष्ट पोर्टल: विशिष्ट उत्पाद श्रेणियों में विशेषज्ञता, जैसे हस्तनिर्मित शिल्प (Etsy) या जूते (Zappos)।

Online learning in e-commerce refers to courses and programs that teach the skills needed to build, manage, and grow an online business, covering topics like digital marketing, platform specifics (like Shopify, Amazon, or Etsy), supply chain management, and e-payment systems. These online courses can be for beginners or advanced learners, and are offered by various platforms, from large universities and MOOC providers to e-commerce platforms and specialized training institutes. They offer flexible learning options and often include practical skills, toolkits, and certifications.

ई-कॉमर्स में ऑनलाइन शिक्षा उन पाठ्यक्रमों और कार्यक्रमों को संदर्भित करती है जो ऑनलाइन व्यवसाय बनाने, प्रबंधित करने और विकसित करने के लिए आवश्यक कौशल सिखाते हैं, जिनमें डिजिटल मार्केटिंग, प्लेटफॉर्म विशिष्टताएँ (जैसे Shopify, Amazon, या Etsy), आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन और ई-भुगतान प्रणाली जैसे विषय शामिल हैं। ये ऑनलाइन पाठ्यक्रम शुरुआती या उन्नत शिक्षार्थियों के लिए हो सकते हैं, और बड़े विश्वविद्यालयों और MOOC प्रदाताओं से लेकर ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म और विशिष्ट प्रशिक्षण संस्थानों तक, विभिन्न प्लेटफॉर्म द्वारा प्रदान किए जाते हैं। ये लचीले शिक्षण विकल्प प्रदान करते हैं और अक्सर व्यावहारिक कौशल, ट्रूलिकिट और प्रमाणन शामिल करते हैं।

Key areas covered in e-commerce online learning

- **E-commerce Fundamentals:** Learn the basics of e-commerce, different business models, and how to compare traditional commerce with online commerce.
- **Digital Marketing:** Study strategies for attracting and engaging customers through channels like search engines, social media, and email marketing.
- **E-commerce Platforms:** Get training on specific platforms such as Shopify, Amazon, Flipkart, and Etsy.
- **Website and Store Management:** Learn how to build, design, and launch an e-commerce website, including using platforms like WordPress or WooCommerce.
- **Payments and Finance:** Understand e-payment systems, payment verification, and financial management related to online sales.
- **Logistics and Operations:** Study e-commerce supply chain management and fulfillment.
- **Analytics and Growth:** Learn how to use data to make informed decisions, measure performance, and foster customer loyalty.

- ई-कॉमर्स की बुनियादी बातें: ई-कॉमर्स की मूल बातें, विभिन्न व्यावसायिक मॉडल और पारंपरिक वाणिज्य की ऑनलाइन वाणिज्य से तुलना कैसे करें, यह जानें।
- डिजिटल मार्केटिंग: सर्च इंजन, सोशल मीडिया और ईमेल मार्केटिंग जैसे माध्यमों से ग्राहकों को आकर्षित करने और उनसे जुड़ने की रणनीतियों का अध्ययन करें।
- ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म: Shopify, Amazon, Flipkart और Etsy जैसे विशिष्ट प्लेटफॉर्म पर प्रशिक्षण प्राप्त करें।
- वेबसाइट और स्टोर प्रबंधन: वर्डप्रेस या वूकॉमर्स जैसे प्लेटफॉर्म का उपयोग करके ई-कॉमर्स वेबसाइट बनाना, डिज़ाइन करना और लॉन्च करना सीखें।

- भुगतान और वित्त: ऑनलाइन बिक्री से संबंधित ई-भुगतान प्रणालियों, भुगतान सत्यापन और वित्तीय प्रबंधन को समझें।
- लॉजिस्टिक्स और संचालन: ई-कॉमर्स आपूर्ति शृंखला प्रबंधन और पूर्ति का अध्ययन करें।
- विश्लेषण और विकास: सूचित निर्णय लेने, प्रदर्शन को मापने और ग्राहक निष्ठा को बढ़ावा देने के लिए डेटा का उपयोग करना सीखें।

Where to find online e-commerce courses

- **Massive Open Online Course (MOOC) platforms:** Websites like Coursera and Swayam offer a wide range of courses, sometimes with university affiliations.
- **E-commerce platforms:** Companies like Shopify and HubSpot Academy provide training specifically for their platforms and related strategies.
- **Google:** Offers a professional certificate through a partnership with Coursera, focusing on digital marketing and e-commerce skills.
- **Specialized training providers:** Companies like Digital Marketing Institute and International Career Institute offer career-focused courses and certifications.
- **Marketplaces:** Platforms like Udemy feature a vast selection of courses taught by various instructors.

- मैसिव ओपन ऑनलाइन कोर्स (MOOC) प्लेटफॉर्म: कोर्सेरा और स्वयं जैसी वेबसाइट्स कई तरह के पाठ्यक्रम प्रदान करती हैं, कभी-कभी विश्वविद्यालयों से संबद्धता के साथ।
- ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म: शॉपिफाई और हबस्पॉट अकादमी जैसी कंपनियाँ अपने प्लेटफॉर्म और संबंधित रणनीतियों के लिए विशेष रूप से प्रशिक्षण प्रदान करती हैं।
- गूगल: कोर्सेरा के साथ साझेदारी के माध्यम से डिजिटल मार्केटिंग और ई-कॉमर्स कौशल पर केंद्रित एक पेशेवर प्रमाणपत्र प्रदान करता है।
- विशिष्ट प्रशिक्षण प्रदाता: डिजिटल मार्केटिंग इंस्टीट्यूट और इंटरनेशनल करियर इंस्टीट्यूट जैसी कंपनियाँ करियर-केंद्रित पाठ्यक्रम और प्रमाणन प्रदान करती हैं।
- मार्केटप्लेस: उडेमी जैसे प्लेटफॉर्म विभिन्न प्रशिक्षकों द्वारा पढ़ाए जाने वाले पाठ्यक्रमों का एक विशाल चयन प्रस्तुत करते हैं।

Online publishing

Online publishing in e-commerce refers to the creation, distribution, and sale of digital content through online channels, often using e-commerce platforms to facilitate transactions for digital products like e-books, courses, or premium articles. This approach allows businesses to reach a wider audience, reduce traditional publishing costs, and use data analytics to improve their content and sales strategies.

ई-कॉमर्स में ऑनलाइन प्रकाशन, ऑनलाइन चैनलों के माध्यम से डिजिटल सामग्री के निर्माण, वितरण और बिक्री को संदर्भित करता है, जिसमें अक्सर ई-पुस्तकों, पाठ्यक्रमों या प्रीमियम लेखों जैसे डिजिटल उत्पादों के लेन-देन को सुविधाजनक बनाने के लिए ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग किया जाता है। यह इष्टिकोण व्यवसायों को व्यापक दर्शकों तक पहुँचने, पारंपरिक प्रकाशन लागतों को कम करने और अपनी सामग्री और बिक्री रणनीतियों को बेहतर बनाने के लिए डेटा विश्लेषण का उपयोग करने की अनुमति देता है।

Key aspects of online publishing in e-commerce

- **Content creation:** This involves using digital tools to create a variety of content, such as articles, blogs, e-books, online magazines, and multimedia content.
- **Distribution:** Content is distributed digitally via the internet to a global audience through websites, e-readers, tablets, and smartphones.
- **Monetization:** E-commerce models can be used to generate revenue through the sale of digital products. Common methods include:
 - **Selling digital products:** E-books, online courses, and other digital content can be sold directly to consumers.
 - **Affiliate links:** Publishers can earn commissions by promoting other businesses' products within their content.
 - **Subscription models:** Businesses can offer premium content or services through a paid subscription.
 - **Digital sales:** Selling archival prints or other physical goods that are digitally published.
- **E-commerce integration:** Online publishing platforms can integrate e-commerce solutions to help businesses manage sales, subscriptions, and transactions directly within their content platform.

- **सामग्री निर्माण:** इसमें लेख, ब्लॉग, ई-पुस्तकें, ऑनलाइन पत्रिकाएँ और मल्टीमीडिया सामग्री जैसी विविध सामग्री बनाने के लिए डिजिटल उपकरणों का उपयोग करना शामिल है।
- **वितरण:** सामग्री को इंटरनेट के माध्यम से वेबसाइटों, ई-रीडर, टैबलेट और स्मार्टफोन के माध्यम से वैश्विक दर्शकों तक डिजिटल रूप से वितरित किया जाता है।
- **मुद्रीकरण:** डिजिटल उत्पादों की बिक्री के माध्यम से राजस्व उत्पन्न करने के लिए ई-कॉमर्स मॉडल का उपयोग किया जा सकता है। सामान्य तरीकों में शामिल हैं:
 - **डिजिटल उत्पाद बेचना:** ई-पुस्तकें, ऑनलाइन पाठ्यक्रम और अन्य डिजिटल सामग्री सीधे उपभोक्ताओं को बेची जा सकती है।
 - **संबद्ध लिंक:** प्रकाशक अपनी सामग्री के भीतर अन्य व्यवसायों के उत्पादों का प्रचार करके कमीशन कमा सकते हैं।
 - **सदस्यता मॉडल:** व्यवसाय संशुल्क सदस्यता के माध्यम से प्रीमियम सामग्री या सेवाएँ प्रदान कर सकते हैं।
 - **डिजिटल बिक्री:** डिजिटल रूप से प्रकाशित अभिलेखीय प्रिंट या अन्य भौतिक वस्तुओं की बिक्री।

- ई-कॉमर्स एकीकरण: ऑनलाइन प्रकाशन प्लेटफॉर्म व्यवसायों को सीधे अपने सामग्री प्लेटफॉर्म के भीतर बिक्री, सदस्यता और लेनदेन प्रबंधित करने में मदद करने के लिए ई-कॉमर्स समाधानों को एकीकृत कर सकते हैं।

Advantages of Online Publishing:

- Electronically published documents can be sent all over the world in a matter of seconds, which is a huge advantage to both reader and writer who does not like to wait.
- Accepted manuscripts may get published faster. This method generally publishes work within a few weeks to a few months after acceptance.
- More flexible within the writer-publisher relationship. Electronic publishing affords more say to writers in preparing work for publication.
- Writers can update the text whenever required and with much ease at virtually no cost.. This is specifically helpful for works related to fast-moving industries, such as computer technology. Since the publisher does not have any investment in printed books already lining shelves, texts can be electronically updated in seconds.
- E-publishing often has a longer life with slower sales. While paper publishers will remove slow movers from active status (print) electronics storage afford unlimited archiving.
- Works published electronically have an ISBN number, just as printed books. This means anyone can walk into a bookstore and order an electronic copy of the book.

- इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रकाशित दस्तावेज़ों को कुछ ही सेकंड में दुनिया भर में भेजा जा सकता है, जो पाठक और लेखक, दोनों के लिए एक बड़ा फायदा है, जो इंतज़ार नहीं करना चाहते।
- स्वीकृत पांडुलिपियाँ तेज़ी से प्रकाशित हो सकती हैं। इस पद्धति में आमतौर पर स्वीकृति के कुछ हफ्तों से लेकर कुछ महीनों के भीतर रचना प्रकाशित हो जाती है।
- लेखक-प्रकाशक संबंध में अधिक लचीलापन। इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन, लेखकों को प्रकाशन के लिए रचना तैयार करने में ज़्यादा अधिकार देता है।
- लेखक ज़रूरत पड़ने पर और लगभग बिना किसी लागत के, आसानी से पाठ को अपडेट कर सकते हैं। यह कंप्यूटर तकनीक जैसे तेज़ी से आगे बढ़ने वाले उद्योगों से संबंधित कार्यों के लिए विशेष रूप से उपयोगी है। चूंकि प्रकाशक का पहले से अलमारियों में सजी मुद्रित पुस्तकों में कोई निवेश नहीं होता, इसलिए पाठ को कुछ ही सेकंड में इलेक्ट्रॉनिक रूप से अपडेट किया जा सकता है।
- ई-प्रकाशन अक्सर धीमी बिक्री के साथ लंबे समय तक चलता है। जबकि कागज़ के प्रकाशक धीमी गति से चलने वाली रचनाओं को सक्रिय स्थिति (मुद्रित) से हटा देते हैं, इलेक्ट्रॉनिक भंडारण असीमित संग्रहण की सुविधा प्रदान करता है।
- इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रकाशित रचनाओं में मुद्रित पुस्तकों की तरह ही एक ISBN नंबर होता है। इसका मतलब यह है कि कोई भी व्यक्ति किसी किताब की दुकान में जाकर पुस्तक की इलेक्ट्रॉनिक प्रति मंगवा सकता है।

Disadvantages of Electronic Publishing:

- With e-publishing writers normally retain all other rights to the work, such as the option to go to the paper publisher later, adapt a screenplay, or use the work in some other capacity.
- Some might argue that the quality of writing of an e-published document doesn't compare to that of paper documents. Many people aren't aware of e-publishing and others prefer reading a document from print rather than electronically.
- Writers are typically responsible for providing their own ongoing marketing for e-published work. A book might be good, but if nobody knows about its content, it won't sell. Authors also can't count on the public seeing their documents on shelves or in store windows.
- Electronically published works do not always carry the same weight as traditional paper publishers. This may vary with time, however, as the industry becomes more established.

- Writers don't receive anything in advance. This is not just a financial disadvantage but might disqualify e-published authors from participating in certain organizations where membership requirements include works paid by advance.
- Prices are not always significantly cheaper for e-documents, despite the lower overhead. This might be a deterrent to sales.

• ई-प्रकाशन में लेखक आमतौर पर रचना के अन्य सभी अधिकार अपने पास रखते हैं, जैसे कि बाद में प्रकाशक के पास जाने, पटकथा पर रूपांतरित करने या रचना को किसी अन्य रूप में उपयोग करने का विकल्प।

• कुछ लोग तर्क दे सकते हैं कि ई-प्रकाशित दस्तावेज़ की लेखन गुणवत्ता, कागज़ी दस्तावेज़ों के बराबर नहीं होती। बहुत से लोग ई-प्रकाशन के बारे में नहीं जानते और कुछ लोग इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रकाशित करने के बजाय मुद्रित रूप में दस्तावेज़ पढ़ना पसंद करते हैं।

• लेखक आमतौर पर ई-प्रकाशित रचना के लिए अपनी स्वयं की निरंतर मार्केटिंग की ज़िम्मेदारी लेते हैं। एक किताब अच्छी हो सकती है, लेकिन अगर किसी को उसकी विषय-वस्तु के बारे में पता नहीं है, तो वह नहीं बिकेगी। लेखक यह भी उम्मीद नहीं कर सकते कि जनता उनके दस्तावेज़ों को अलमारियों या दुकानों की खिड़कियों में देखेगी।

• इलेक्ट्रॉनिक रूप से प्रकाशित रचनाएँ हमेशा पारंपरिक कागज़ी प्रकाशकों के समान महत्व नहीं रखतीं। हालाँकि, समय के साथ इसमें बदलाव हो सकता है, क्योंकि यह उद्योग अधिक स्थापित होता जाता है।

• लेखकों को अग्रिम राशि नहीं मिलती। यह न केवल एक वित्तीय नुकसान है, बल्कि ई-प्रकाशित लेखकों को कुछ ऐसे संगठनों में भाग लेने से भी वंचित कर सकता है जहाँ सदस्यता की शर्तों में अग्रिम भुगतान शामिल है।

• कम ओवरहेड के बावजूद, ई-दस्तावेज़ों की कीमतें हमेशा बहुत कम नहीं होतीं। यह बिक्री में बाधा बन सकता है।

Online Entertainment

Online entertainment includes a wide variety of digital content accessible over the internet, such as **streaming services** (movies, TV shows, music), **video games**, and **social media**. The industry also encompasses digital reading, podcasts, audiobooks, and online gambling, driven by factors like increased internet penetration and the use of smart devices.

Online entertainment is merging with e-commerce through "shoppertainment," where brands use interactive content like shoppable videos and live streams to engage customers and drive sales. This is also seen in retailainment, which uses engaging formats like creative videos, gamification, and personalized feeds to make online shopping an entertaining experience itself, rather than just a transaction. Examples include platforms like Netflix and TikTok Live, which integrate direct purchasing into entertainment content.

ऑनलाइन मनोरंजन में इंटरनेट पर उपलब्ध विविध प्रकार की डिजिटल सामग्री शामिल है, जैसे स्ट्रीमिंग सेवाएँ (फ़िल्में, टीवी शो, संगीत), वीडियो गेम और सोशल मीडिया। इस उद्योग में डिजिटल रीडिंग, पॉडकास्ट, ऑडियोबुक और ऑनलाइन जुआ भी शामिल हैं जो इंटरनेट की बढ़ती पहुँच और स्मार्ट उपकरणों के उपयोग जैसे कारकों से प्रेरित हैं।

ऑनलाइन मनोरंजन "शॉपरटेनमेंट" के माध्यम से ई-कॉमर्स के साथ जुड़ रहा है, जहाँ ब्रांड ग्राहकों को आकर्षित करने और बिक्री बढ़ाने के लिए खरीदारी योग्य वीडियो और लाइव स्ट्रीम जैसी इंटरैक्टिव सामग्री का उपयोग करते हैं। यह रिटेलटेनमेंट में भी देखा जाता है, जो ऑनलाइन खरीदारी को केवल एक लेनदेन के बजाय एक मनोरंजक अनुभव बनाने के लिए रचनात्मक वीडियो, गेमिफिकेशन और वैयक्तिकृत फ़िड जैसे आकर्षक प्रारूपों का उपयोग करता है। उदाहरणों में नेटफिलक्स और टिकटॉक लाइव जैसे प्लेटफॉर्म शामिल हैं, जो मनोरंजन सामग्री में प्रत्यक्ष खरीदारी को एकीकृत करते हैं।

Types of online entertainment

- **Streaming video:** Services like Netflix, Disney+, and YouTube offer on-demand movies, TV shows, and user-generated content.
- **Music and audio:** This includes streaming music services like Spotify, as well as podcasts and audiobooks.
- **Video games:** Online gaming, from casual mobile games to complex, multi-player experiences, is a major part of online entertainment.
- **Social media:** Platforms like TikTok and others provide entertainment through short-form videos and social interaction.
- **Digital reading:** E-books are accessible through apps and devices, providing an alternative to physical books.

- स्ट्रीमिंग वीडियो: नेटफिलक्स, डिज्नी+ और यूट्यूब जैसी सेवाएँ ऑनडिमांड फ़िल्में, टीवी शो और उपयोगकर्ता-जनित सामग्री प्रदान करती हैं।
- संगीत और ऑडियो: इसमें स्पॉटिफ़ाइ जैसी स्ट्रीमिंग संगीत सेवाओं के साथ-साथ पॉडकास्ट और ऑडियोबुक भी शामिल हैं।
- वीडियो गेम: ऑनलाइन गेमिंग, साधारण मोबाइल गेम से लेकर जटिल, मल्टी-प्लेयर अनुभव तक, ऑनलाइन मनोरंजन का एक प्रमुख हिस्सा है।
- सोशल मीडिया: टिकटॉक और अन्य प्लेटफॉर्म छोटे वीडियो और सामाजिक संपर्क के माध्यम से मनोरंजन प्रदान करते हैं।
- डिजिटल रीडिंग: ई-पुस्तकों ऐप्स और उपकरणों के माध्यम से उपलब्ध हैं, जो भौतिक पुस्तकों का एक विकल्प प्रदान करती हैं।

Key characteristics

- **On-demand access:** Users can access content whenever they want, either through live streaming or by downloading it for later.
- **Personalization:** Platforms often use algorithms to recommend content based on user preferences.
- **Interactive experiences:** Some forms of online entertainment, like video games and some live streams, allow for direct user interaction.
- **Monetization:** Many platforms are free for users, with revenue generated through advertising, while others are subscription-based.

- ऑन-डिमांड एक्सेस: उपयोगकर्ता जब चाहें, लाइव स्ट्रीमिंग के ज़रिए या बाद में इस्तेमाल के लिए डाउनलोड करके, सामग्री तक पहुँच सकते हैं।
- निजीकरण: प्लेटफॉर्म अक्सर उपयोगकर्ता की प्राथमिकताओं के आधार पर सामग्री की सिफारिश करने के लिए एल्गोरिदम का इस्तेमाल करते हैं।
- इंटरैक्टिव अनुभव: ऑनलाइन मनोरंजन के कुछ रूप, जैसे वीडियो गेम और कुछ लाइव स्ट्रीम, सीधे उपयोगकर्ता के साथ बातचीत की सुविधा देते हैं।
- मुद्रीकरण: कई प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं के लिए मुफ्त होते हैं, और विज्ञापनों से राजस्व प्राप्त होता है, जबकि अन्य सब्सक्रिप्शन-आधारित होते हैं।

Online Shopping

Online shopping is a form of e-commerce where consumers purchase goods or services directly from a seller over the internet through a digital storefront. The process involves browsing products, adding them to a virtual cart, and completing the transaction by paying online, after which the product is shipped to the customer. E-commerce encompasses various models, from business-to-consumer (B2C) sites like Amazon to business-to-business (B2B) transactions and online marketplaces.

ऑनलाइन शॉपिंग ई-कॉर्मस का एक रूप है जहाँ उपभोक्ता किसी विक्रेता से सीधे इंटरनेट पर एक डिजिटल स्टोरफ्रंट के माध्यम से सामान या सेवाएँ खरीदते हैं। इस प्रक्रिया में उत्पादों को ब्राउज़ करना, उन्हें एक वर्चुअल कार्ट में जोड़ना और ऑनलाइन भुगतान करके लेनदेन पूरा करना शामिल है, जिसके बाद उत्पाद ग्राहक को भेज दिया जाता है। ई-कॉर्मस में अमेज़न जैसी बिज़नेस-टू-कंज्यूमर (B2C) साइट्स से लेकर बिज़नेस-टू-बिज़नेस (B2B) लेनदेन और ऑनलाइन मार्केटप्लेस तक, कई मॉडल शामिल हैं।

How it works

- **Browsing and selection:**
Customers use a computer, smartphone, or tablet to visit an online store or search for products using a shopping search engine.
- **Virtual cart:**
Items of interest are added to a virtual shopping cart.
- **Digital checkout:**
The customer proceeds to checkout, providing shipping information and making a digital payment via credit/debit cards, digital wallets, or other online payment methods.
- **Order fulfillment:**
The business receives the order, processes it, and arranges for the product to be shipped or the service to be provided.
- **Delivery:**
The product is delivered to the customer's specified address or designated pickup location.

- **ब्राउजिंग और चयन:**

ग्राहक किसी ऑनलाइन स्टोर पर जाने या शॉपिंग सर्च इंजन का उपयोग करके उत्पादों की खोज करने के लिए कंप्यूटर, स्मार्टफोन या टैबलेट का उपयोग करते हैं।

- **वर्चुअल कार्ट:**

रुचि की वस्तुओं को वर्चुअल शॉपिंग कार्ट में जोड़ा जाता है।

- **डिजिटल चेकआउट:**

ग्राहक चेकआउट के लिए आगे बढ़ता है, शिपिंग जानकारी प्रदान करता है और क्रेडिट/डेबिट कार्ड, डिजिटल वॉलेट या अन्य ऑनलाइन भुगतान विधियों के माध्यम से डिजिटल भुगतान करता है।

- **ऑर्डर पूर्ति:**

व्यवसाय ऑर्डर प्राप्त करता है, उसे संसाधित करता है, और उत्पाद की शिपिंग या सेवा प्रदान करने की व्यवस्था करता है।

- **डिलीवरी:**

उत्पाद ग्राहक के निर्दिष्ट पते या निर्दिष्ट पिकअप स्थान पर पहुँचाया जाता है।

Key aspects of e-commerce

- **Global reach:**
E-commerce allows businesses to sell to customers around the world and provides customers with a wider selection of products than typically available in physical stores.
- **Accessibility:**
Customers can shop from anywhere, at any time, as long as they have an internet connection.
- **Platform options:**
Businesses can set up their own e-commerce websites or use online marketplaces like Amazon, Etsy, or Shopify to sell their products.
- **Hybrid models:**
Many businesses have a "click-and-mortar" model, combining a physical store with an online presence.

- वैश्विक पहुँच

ई-कॉमर्स व्यवसायों को दुनिया भर के ग्राहकों को उत्पाद बेचने की सुविधा देता है और ग्राहकों को भौतिक दुकानों में उपलब्ध उत्पादों की तुलना में उत्पादों का एक व्यापक चयन प्रदान करता है।

- पहुँच

ग्राहक कहीं से भी, कभी भी खरीदारी कर सकते हैं, बशर्ते उनके पास इंटरनेट कनेक्शन हो।

- प्लेटफॉर्म विकल्प:

व्यवसाय अपनी खुद की ई-कॉमर्स वेबसाइट बना सकते हैं या अपने उत्पाद बेचने के लिए Amazon, Etsy, या Shopify जैसे ऑनलाइन मार्केटप्लेस का उपयोग कर सकते हैं।

- हाइब्रिड मॉडल:

कई व्यवसायों का "किलक-एंड-मोर्टर" मॉडल होता है, जो एक भौतिक स्टोर को ऑनलाइन उपस्थिति के साथ जोड़ता है।