

यूजर ग्रोथ (○○○○○ ○○○○○○) कैसे करें

हम व्यक्तिगत ब्रांड बनाते हैं, कंपनी का ब्रांड बनाते हैं, उत्पाद बनाते हैं, सामान बेचते हैं, इन सभी के लिए हमें उपयोगकर्ताओं और दोस्तों की आवश्यकता होती है। हालांकि, आज मोबाइल इंटरनेट का विकास दस साल से अधिक हो चुका है, इंटरनेट संबंध स्थिर होने लगे हैं, और विभिन्न प्लेटफॉर्म पर ट्रैफिक स्थिर हो गया है। ऐसे में हम उपयोगकर्ता वृद्धि कैसे कर सकते हैं?

कंटेंट पर निर्भर

हर किसी को शायद अनुभव होता है कि व्हाट्सएप या फेसबुक पर क्या पोस्ट करने से ज्यादा लाइक मिलते हैं, यह भी एक तरह से व्यक्तिगत ब्रांड बनाने का तरीका है। एक बार ज्यादा लाइक मिलना मुश्किल नहीं है, मुश्किल है लंबे समय तक लगातार दोस्तों से ज्यादा लाइक मिलना। यह भी थोड़ा परेशान करने वाला हो सकता है, हमेशा ध्यान खींचने की कोशिश करना। एक जवाब यह है कि अलग-अलग चीजें पोस्ट करें, सेल्फी, लाइफस्टाइल फोटो, यात्रा की तस्वीरें, जीवन के मजेदार किस्से, काम के बारे में, उपलब्धियों और दुखद घटनाओं को साझा करें। सब कुछ साझा करें, बहुत वास्तविक। पहले, मैं हमेशा अपने स्टार्टअप ○○○○○○○○ के बारे में पोस्ट करता था, लाइक कम हो गए, लेकिन जब एक दिन मैंने परिवार की तस्वीरें, बचपन की तस्वीरें, परिवार की कहानियां साझा कीं, तो फिर से ज्यादा लाइक मिले। मुझे समझ में आया, अरे, बदल-बदल कर पोस्ट करना होगा, बारी-बारी से। यह स्टार्टअप, एक तरह का जुनून बन गया है।

इसी तरह, वीचैट पब्लिक अकाउंट और सामग्री बनाने में भी यही सिद्धांत लागू होता है। जब हम कंपनी चलाते हैं, तो कंपनी के बारे में सब कुछ साझा करते हैं - कंपनी का परिचय, टीम की कहानियाँ, अनुभव और दैनिक कहानियाँ आदि। जब हम किसी उद्योग में काम करते हैं, तो उस उद्योग के बारे में सब कुछ साझा करते हैं। हमारा लक्षित समूह कौन है, और वे किस प्रकार की सामग्री देखना चाहते हैं।

इस साल मैंने धीरे-धीरे शॉर्ट वीडियो बनाना शुरू किया है, ○○○○○○○○ और वीडियो चैनल पर दर्जनों वीडियो पोस्ट किए हैं। ○○○○○○○○ पर मेरे कुछ सौ फॉलोअर्स हैं, जबकि वीडियो चैनल पर 150,000 व्यूज और 90 फॉलोअर्स हैं। इस साल मैंने वीचैट पब्लिक अकाउंट पर भी लेख लिखे हैं, करीब 40 से ज्यादा लेख लिख चुका हूँ। मैं बस कंटेंट बनाता हूँ और पोस्ट कर देता हूँ, चाहे कोई देखे या न देखे, मुझे कोई फर्क नहीं पड़ता। हालांकि, निश्चित रूप से हम चाहते हैं कि हमारा प्रभाव और बड़ा हो।

एक दिन, मुझे अपनी समस्या का एहसास हुआ। हालांकि मेरे पूरे सोशल सर्कल में मेरा कंटेंट ठीक-ठाक माना जाता है, लेकिन पूरे इंटरनेट के स्तर पर देखें तो मेरा कंटेंट इतना खास या उपयोगी नहीं है। इस साल मैंने बहुत ज्यादा अपने मन की बात कही है, यहाँ तक कि सोशल सर्कल में भी कुछ लोगों को यह पसंद नहीं आया। कभी-कभी मैं बहुत सीधे और ईमानदारी से बात करता हूँ, कभी-कभी एक ही बात को बार-बार दोहराता हूँ। मैंने बहुत ज्यादा अपने नज़रिए से अपनी कहानियाँ, अनुभव और विचार लिखे हैं, लेकिन यह नहीं सोचा कि दूसरों को क्या चाहिए।

2017 में, जब मैंने कुछ लेख लिखे थे, तो उनकी पढ़ाई चार-पाँच हज़ार के आसपास होती थी, और कुछ लेखों ने दस हज़ार से अधिक पढ़े जाने का आंकड़ा पार किया। ○○○○○○○○○○ ज्ञान लाइवस्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म पर एक साल के दौरान, मैंने दर्जनों शेयरिंग सत्र आयोजित किए, जिनमें हर लाइवस्ट्रीम शेयरिंग में दो-तीन हज़ार विज़िट और तीन-चार सौ लोगों की भागीदारी होती थी। 2018 में, मैंने सॉफ्टवेयर आउटसोर्सिंग में कदम रखा और फिर सेल्फ-मीडिया नहीं किया, और दोस्त बनाने पर ज्यादा ध्यान नहीं दिया। 2020 में, जब मैंने फिर से कोशिश की, तो पाया कि फॉलोअर्स बढ़ाना और दोस्त बनाना बहुत मुश्किल है। वीडियो चैनल पर, अधिकांश वीडियो एक-दो हज़ार व्यूज तक पहुँचते हैं, और कुछ वीडियो दस हज़ार से अधिक व्यूज प्राप्त करते हैं।

ये कुछ लेख हैं जिनके पढ़ने वालों की संख्या दस हज़ार या उसके आसपास है: एक उद्यम शुरू करने के बारे में, मेरी विकास की कहानी, फंडिंग प्राप्त करने की कहानी, और एक आउटसोर्सिंग कंपनी को घाटे से मुनाफे में बदलने की कहानी। वीडियो चैनल पर दस हज़ार से

हम वास्तव में दोस्ती करना चाहते हैं। हमारे जीवन और काम में भी, हमें कुछ लोगों से संपर्क करना पड़ता है, यह सामान्य है। हालांकि, हमें यह सोचना चाहिए कि हमें उन्हें जोड़ने की क्या आवश्यकता है। हमें यह स्पष्ट होना चाहिए। कोई भी फैन के रूप में नहीं बनना चाहता, जब तक कि हम बहुत बड़े न हों। और अक्सर एक इंजीनियर के रूप में, एक फ्रीलांसर के रूप में, हम लोगों को भर्ती करने, नौकरी खोजने या सहयोग की तलाश में संबंधित समूहों में कई दोस्तों को जोड़ते हैं, यह बहुत उचित है और इसे समझा जा सकता है।

कभी-कभी मैं कुछ भर्ती संबंधी लेख पढ़ता हूँ, जिनके हज़ारों व्यूज़ होते हैं, लेकिन सक्रिय रूप से वेब पर जुड़ने वाले लोग केवल कुछ दर्जन ही होते हैं। अगर हम उन सभी लोगों को जानते हों जो इन लेखों को पढ़ते हैं, और हम सक्रिय रूप से उनसे जुड़ने और उन्हें समझने की कोशिश करें, कुछ दोस्तों से मिलने का समय निकालें, तो क्या यह बेहतर तरीके से लोगों को भर्ती करने का तरीका नहीं होगा?

हालांकि ऐसा लगता है कि हम सक्रिय रूप से दूसरों को जोड़ रहे हैं, यह कुछ हद तक साधारण लग सकता है। हालांकि, यह वास्तव में एक प्रभावी तरीका है। दोस्त बनाने के लिए, चाहे आप मुझे जोड़ें या मैं आपको जोड़ूँ, इससे कोई फर्क नहीं पड़ता। मुख्य बात यह है कि हम क्या करना चाहते हैं और क्या हम दूसरे व्यक्ति के लिए मूल्य ला सकते हैं, नहीं तो दोस्त बनाने का कोई मतलब नहीं है, है ना? हालांकि, यह कहना मुश्किल है, क्योंकि जीवन लंबा है और ग्राहकों या दोस्तों का जीवन भर का मूल्य तुरंत नहीं देखा जा सकता। इसका मतलब यह भी है कि हमारे लिए ईमानदारी से दोस्ती करना कितना महत्वपूर्ण है। हमारे दोस्त हो सकते हैं जिनसे हम सालों तक बात नहीं करते, लेकिन जब वे हमसे संपर्क करते हैं, तो यह 50,000 या 100,000 के प्रोजेक्ट के बारे में हो सकता है। हाँ, हर दिन दुनिया को थोड़ा बेहतर बनाने की कोशिश करें, और हो सकता है कि दुनिया हमें इसका बदला दे।

मुझे यह भी एहसास हुआ है कि हर दोस्त अपने काम और जीवन में व्यस्त है, और जब तक यह मेरे साथ सीधे जुड़ा न हो, मैं उनके मामलों में हस्तक्षेप नहीं करता। फ्रेंड्स सर्कल (दोस्तों का समूह) सिर्फ खाली समय में ब्राउज़ करने के लिए है।

शुरुआत में, हमें लगा कि ऑनलाइन दोस्त बनाना बहुत ही कुशल और प्रभावी है। एक ही बार में, इतने सारे लोगों से परिचित हो गए। हालांकि, समय हमें बताता है कि हम अभी भी आलस्य नहीं कर सकते। हमें धीरे-धीरे उद्योग के दोस्तों से परिचित होना पड़ता है, और फिर सहयोग करने वाले ऊपर-नीचे के दोस्तों से मिलने जाना पड़ता है।

हम या तो बहुत अच्छी सामग्री बनाएं, रूपांतरण को अच्छी तरह से करें, और दूसरों को हमें जानने के लिए प्रतीक्षा करें। या फिर हम बहुत सक्रिय और ईमानदार हों, और उद्योग के दोस्तों को जानने के लिए आगे बढ़ें। यह प्यार करने जैसा है, हमेशा एक पक्ष को सक्रिय होना पड़ता है।

सहयोग पर

2013 के साथ, मैंने दर्जनों मेजबानों के साथ सहयोग किया और दर्जनों ज्ञान-आधारित लाइव स्ट्रीमिंग सत्र आयोजित किए, जिनमें लगभग दस लाख विज़िट हुए। यह मुख्य रूप से सहयोग पर निर्भर था। मैंने उद्योग में प्रभावशाली तकनीकी विशेषज्ञों को ढूँढा और उनके साथ मिलकर लाइव स्ट्रीमिंग सत्र आयोजित किए। लाइव स्ट्रीमिंग के दौरान 20 कोड लगाया, 20 पर जोड़ा, उपयोगकर्ता समूह में शामिल किया और मेजबानों के साथ चर्चा की। 20 पब्लिक अकाउंट के वेब पेज पर लाइव स्ट्रीमिंग की और 20 ग्रुप और मोमेंट्स के माध्यम से संचालन किया। इस साल, वे निजी ट्रैफिक (20 20) के बारे में बात कर रहे हैं। मैंने इसे 2016 में ही बखूबी खेल लिया था। शुरुआत में बिना किसी संसाधन के उद्यम शुरू करने वाले मेरे लिए, यह एक स्वाभाविक तरीका था। मेरे ज्यादातर दोस्त 20 पर ही थे। मैं यह भी मानता हूँ कि उद्यम शुरू करना मुश्किल है, और 20 के बाद, मैं अन्य उत्पाद भी बना सकता हूँ। इसे पूरा करने के बाद, मैं खाली हाथ नहीं रह सकता। 2014 में, जब मैं विश्वविद्यालय में था, तो मैंने स्कूल के लिए एक मोबाइल ऐप बनाया जिससे छात्र अपने ग्रेड चेक कर सकते थे। यह ऐप 20 फोन पर स्कूल के शैक्षणिक प्रणाली तक पहुंचने के लिए वेब स्क्रीपिंग का उपयोग करता था। उस समय, मैंने ऐप में अपना 20 नंबर लगाकर कुछ दोस्त बनाए थे।

पहले जब मैं सहयोग करना चाहता था और यह जानना चाहता था कि किन उद्योग के विशेषज्ञों को लाइव स्ट्रीमिंग के लिए आमंत्रित करना

एक अजनबी यूजर भी प्रभावित होगा। हम जो कर रहे हैं, वह वास्तव में समाज को और अधिक सुंदर बना रहा है। हमारी सामग्री, उत्पाद या कहानियाँ लोगों के बीच स्वाभाविक रूप से फैलने लगेंगी। जब हम उस स्तर पर पहुँच जाएंगे, तो शायद हमें यूजर ग्रोथ की भी कोई चिंता नहीं रहेगी। हम बस करते रहेंगे, और समर्पित रहेंगे।