

# අන්තර්ගත අලෙවිකරණය

වරලත් ගණකාධිකරණය - ව්‍යාපාර අදියර II  
BL8 - ඩිජිටල් ව්‍යාපාරික උපායමාර්ග (DBS)  
**Pack 04**

සුසන්න විරකෝන්  
B.Sc. (MIS), MBA (IMS), PHD (Business Psychology)



BL8/DB/SM/01



# Chartered Accountancy

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

**JMC** ජයසේකර කළමනාකරණ මධ්‍යස්ථානය **Estd. 1972**  
JAYASEKERA MANAGEMENT CENTRE (PVT) LTD



## BL8

# Digital Business Strategy

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

# Chapter 11

## අන්තර්ගත අලෙවිකරණය(Content Marketing)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

### 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?
- අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු ලාභදායී පාරිභෝගික ක්‍රියාවක් මෙහෙයවීමේ අරමුණින් පැහැදිලිව නිර්වචනය කර ඇති ප්‍රේක්ෂකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට සහ ලබා ගැනීමට වටිනා සහ අදාළ අන්තර්ගතයන් නිර්මාණය කිරීම සහ බෙදා හැරීම ය.
- අන්තර්ගත අලෙවිකරණය සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණයෙන් වෙනස් වන්නේ කෙසේද?
  - “සමාජ මාධ්‍ය යනු නාලිකාවකි, අන්තර්ගතය උපක්‍රමයකි”

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(2)

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?
- 1.2.1 බ්ලොග්කරණය

බ්ලොග් යනු ලෝක ව්‍යාප්ත වෙබ් අඩවියේ ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද සාකච්ඡාවක් හෝ තොරතුරු වෙබ් අඩවියකි. එය බොහෝ විට අවිධිමත් දිනපොත විලාසිතාවේ පෙළ ඇතුළත් කිරීම් වලින් සමන්විත වේ.



JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Lt

# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(3)

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?
- 1.2.2 Video

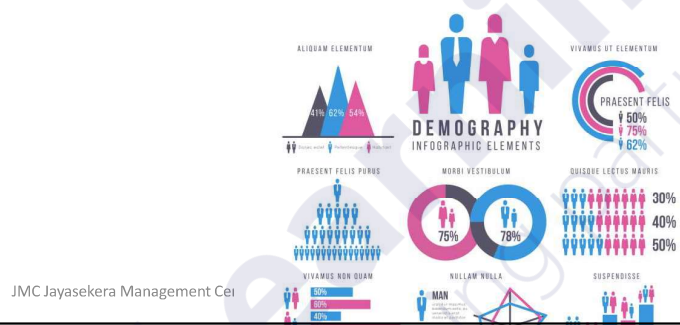


# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(4)

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?

## 1.2.3 .තොරතුරු සංඛය ලේඛන/Infographics

සංඛය තොරතුරු යනු ඉක්මණින් හා පැහැදිලිව තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමට අදහස් කරන තොරතුරු, දත්ත හෝ දැනුමේ ග්‍රැෆික් දායා නිරූපණයන් ය.



# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(4)

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?

## • 1.2.4 සිද්ධි අධ්‍යයන සහ ධ්වල පත්‍රිකා

- ප්‍රේක්ෂකයාට නව ගැඹුරු තොරතුරු සැපයීම සඳහා මෙම වර්ගයේ අන්තර්ගතයන් ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ.

## • 1.2.5 විද්‍යුත් -පොත්

- විද්‍යුත් -පොත් යනු පරිගණක හෝ වෙනත් ඉලෙක්ට්‍රොනික උපකරණවල පැනලි පුවරු සංදර්ශකය මත කියවිය හැකි පෙළ, රූප හෝ දෙකෙන්ම සමන්විත ඩිජිටල් ස්වරූපයෙන් ලබා ගත හැකි පොත් ප්‍රකාශනයකි..



# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(5)

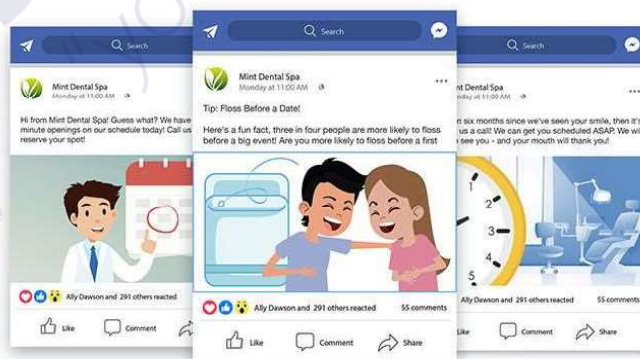
- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?
- 1.2.6 Checklist

Setup Checklist		
Question	Yes	No
The die will be used	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The die assembled in the correct way	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proper die in the furnace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The die reach the specific temperature	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Availability of proper insert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Availability of the coins inside the machine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The operator ready to change the die	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The responsibility for overuse determined	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt)

# 1. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය හඳුන්වාදීම(6)

- 1.1 අන්තර්ගත අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?
- 1.2.7 විචිතයේ, සබැඳි සහ සම්මුඛ සාකච්ඡා ඇතුළු සමාජ මාධ්‍ය පෝස්ට්



JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 2. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය සහ උපායමාර්ගික සන්නිවේදනය

### • 2.1 උපායමාර්ගික සන්නිවේදනය වැදගත් වන්නේ ඇයි?

- සංවිධානයට නවතම මෙවලම් සහ හොඳම අන්තර්ගතයන් තිබිය හැකි නමුත් උපායමාර්ගික ආකාරයකින් සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේදැයි ඔවුන්ට නොතේරුනහොත්, ඔවුන්ගේ දැක්ම ඔවුන්ගේ සමස්ත ඩිජිටල් උපාය මාර්ගයට පෙළගැස්වීමට ඔවුන්ට නොහැකි වනු ඇත.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 2. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය සහ උපායමාර්ගික සන්නිවේදනය(2)

- අන්තර්ගත අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයක් ක්රියාත්මක කිරීමේදී සංවිධානය විවිද හේතු නිසා අසමත් විය හැකිය.
- විශාලතම අන්තර්ගත අලෙවිකරණ අභියෝග



JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

### 3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ව්‍යාපාර ආකෘතිය

3.1 ආදර්ශ ආකෘති වර්ගය: අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ආයතනය විසින් ව්‍යාපාර ආකෘති වර්ග හතරක් හඳුනාගෙන ඇත:

- ක්‍රීඩකයා: දායකයා ලෙස අන්තර්ගතය (Content as a contributor)
  - මෙම ආකෘතිය සමඟ අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ආරම්භ කරයි.
  - අන්තර්ගතය නිර්මාණය කිරීම, නිෂ්පාදනය කිරීම සහ වෙළඳාම කිරීම මගින් ව්‍යාපාරයේ අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා වගකීම දරයි.
  - මෙම ආකෘති කණ්ඩායම මගින් infographics, ඊ-පොත්, විකුණුම් පත්‍ර, බ්ලොග් සටහන් සහ presentations නිර්මාණය කරයි

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

### 3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ව්‍යාපාර ආකෘතිය(2)

3.1 ආදර්ශ ආකෘති වර්ගය:

ඉදිරිපත් කරන්නා/Performer : විශිෂ්ටත්වයේ කේන්ද්‍රය ලෙස අන්තර්ගතය (Content as Centre of excellence)

- මෙම අන්තර්ගත අලෙවිකරණ මාදිලියේ මූලික තල්ලුව වන්නේ බාහිර ප්‍රේක්ෂකයින්ට සිත්ගන්නාසුලු අන්තර්ගතයන් වෙත සෘජු ප්‍රවේශයක් ලබා දීම සහ අලෙවිකරණ දෙපාර්තමේන්තුවක් මෙම ප්‍රේක්ෂකයින් සමඟ ඇති සම්බන්ධතාවය අලෙවිකරණ සහ සන්නිවේදන අරමුණු සඳහා යොදා ගැනීමයි.
- සංවිධානයේ හෝ බාහිර සේවා සපයන ආයතන විසින් අන්තර්ගතය නිර්මාණය කරන්නේ කෙසේද සහ කළමනාකරණය කරන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳ ප්‍රමිති සකසා ඇත.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd



### 3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ව්‍යාපාර ආකෘතිය(3)

#### 3.1 ආදර්ශ ආකෘති වර්ගය:

- වේදිකාව: ඒකාබද්ධ ව්‍යාපාරයක් ලෙස අන්තර්ගතය (**content as integrated Business**)

සන්නාමයේ සීමාව සමඟ මාධ්‍ය මෙහෙයුමක සියලු අංග කළමනාකරණය කිරීමේ වගකීම අලෙවිකරණ කණ්ඩායම සතු ව්‍යාපාරයක් සමඟ අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ හා පූර්ණ ක්‍රියාකාරී ව්‍යාපාරයක් ලෙස සංවිධානයක් සලකයි..

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

### 3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ව්‍යාපාර ආකෘතිය(4)

#### 3.1 ආදර්ශ ආකෘති වර්ගය:

- සකසනය: සේවාව ලෙස අන්තර්ගතය (**content as service**)

එහි නිෂ්පාදන හෝ සේවාවේ ස්වභාවය නිසා අන්තර්ගතය අතිශයින්ම විශේෂිත වන අතර එමඟින් විශේෂිත අන්තර්ගතයන් වර්ධනය කිරීමේ අවශ්‍යතාවය මතු වෙයි.

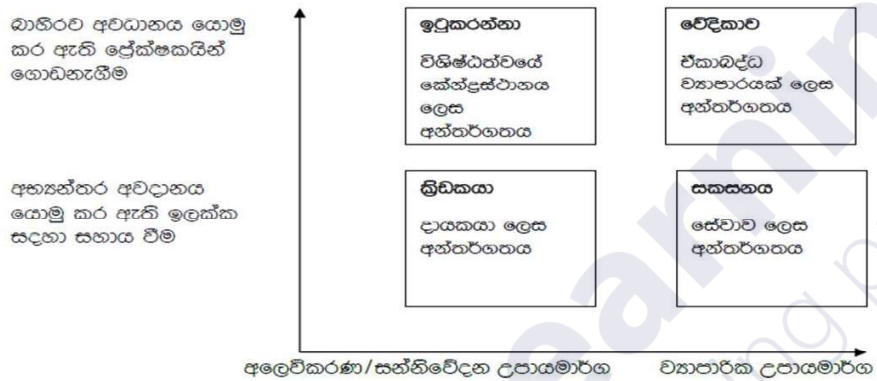
නිෂ්පාදන විශේෂාංගවල සංකීර්ණත්වය සහ තාක්ෂණික ප්‍රේක්ෂකයින්ට නිවැරදි භාෂාව කපා කිරීම

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

### 3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ව්‍යාපාර ආකෘතිය(5)

#### 3.1 ආදර්ශ ආකෘති වර්ගය:අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ආයතනයවිසින්

ව්‍යාපාර ආකෘති වර්ග හතරක් හඳුනාගෙන ඇත:



### 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය

- ඔවුන්ගේ අන්තර්ගත අලෙවිකරණ උපායමාර්ගය කෙතරම් ශක්තිමත් හෝ දුර්වලද යන්න එළඳායී ලෙස මැනිය හැකි බව සංවිධානය සහතික කළ යුතුය.
- කල්පිරීමේ ආකෘතිය ව්‍යාපාරයට පරිණතභාවය අනුව ඔවුන් ගමන් කරන්නේ කෙසේද යන්න සහ ඔවුන්ගේ උපාය මාර්ග වැඩිදියුණු කිරීමට හෝ සංවර්ධනය කිරීමට කළ යුතු දේ තේරුම් ගැනීමට උපකාරී වේ
- අන්තර්ගත අලෙවිකරණ ආකෘතිය වැඩිවන පරිමාණයෙන් අලෙවිකරණ අන්තර්ගත පරිණතභාවයේ පියවර හඳුනා ගනී.
- සෑම පියවරක්ම තීරණය වන්නේ සංවිධානාත්මක වෙබ් අඩවිය එහි පරිණත අන්තර්ගත පරිණතභාවය කොතැනද යන්නයි.

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(2)

### • අදියර 1: තාවකාලික

#### • ගතිලක්ෂණ:

- අන්තර්ගත සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් ව්‍යුහය හා ඒකාකාරී භාවිතයේ දුර්වලතා
- ලේඛකයින් බොහෝ විට වෙනත් ක්ෂේත්‍රයක අයෙකු විසින් කුලියට ගෙන කළමනාකරණය කරනු ලැබේ
- ලිවීමේ ගුණාත්මකභාවය තනි ලේඛකයා මත සම්පූර්ණයෙන්ම රඳා පවතී
- පාරිභෝගික අවශ්‍යතා තේරුම් ගැනීමට සුළු හෝ අවස්ථාවක් නොමැත.

### • ඊළඟ අදියර කුරා ඉදිරියට යන්නේ කෙසේද?

- අන්තර්ගත සංවර්ධකයින් අතර සහයෝගීතාවය ගොඩනඟා පොදු ක්‍රියාවලීන් සහ සැලසුම් ප්‍රමිතීන් ආරම්භ කිරීමට කළමනාකරුවෙකු පත් කරන්න.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(3)

### • අදියර 2: මූලික

- සමහර අන්තර්ගත ව්‍යුහයන් ක්‍රියාත්මක වේ
- නව කළමනාකරණය කලින් හුදකලා වූ අන්තර්ගත සංවර්ධකයින් එක් කරයි
- පිටපත් සංස්කරණය කිරීමේ සංවර්ධන සංස්කරණය සහ සම වයස් සමාලෝචන ඇතුළු තත්ත්ව සහතික කිරීමේ ක්‍රියාවන් ක්‍රියාත්මක කිරීමට ගෙන එන්න
- නව භාවිතයන් බොහෝ විට නියමිත දින වකවානු වල පීඩනය යටතේ අතහැර දමනු ලැබේ, නිරන්තරයෙන් වෙනස් වන අවශ්‍යතා සහ වෙනස් වීමට ප්‍රතිරෝධී වේ

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(4)

### • අදියර 2: මූලික

- ඊළඟ අදියර කරා ඉදිරියට යන්නේ කෙසේද?
  - සම්මත අවිච්චි ක්‍රියාත්මක කිරීමට හා අනුගමනය කිරීමට කළමනාකරණයට දැඩි කැපවීමක් අවශ්‍ය වේ. ශෛලීය මාර්ගෝපදේශයක්, ව්‍යාපෘති කාර්ය ප්‍රවාහයක් සහ ව්‍යාපෘති කළමනාකරණ භාවිතයන්

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

### • අදියර 3: සංවිධානාත්මක හා නැවත නැවත කළ හැකි

- කාර්ය මණ්ඩලයේ බහුතරයක් ඒකාකාරී ක්‍රියාදාමයන්, තාවකාලික හා ප්‍රමිතීන් අනුගමනය කිරීමට කැපවී සිටිති
- සංවිධානය පිළිබඳ දැක්මක් ඇති සහ මෙම දර්ශනය ලබා ගැනීමේදී අන්තර්ගතයේ වැදගත්කම දකින ශක්තිමත් නායකයෙකුගේ සහාය
- සැලසුම් කිරීම සහ තත්ත්ව සහතික කිරීමේ ක්‍රියාකාරකම් සෑම ව්‍යාපෘතියකටම ඇතුළත් වේ
- උරුම අන්තර්ගතයන් නැවත සැලසුම් කිරීම සඳහා පාරිභෝගික අධ්‍යයන සහ අන්තර්ගත පරීක්ෂණ සිදු කිරීමට සහ කාර්ය මණ්ඩලයට අඛණ්ඩ අධ්‍යාපනය ලබා දීමට අවස්ථා සොයාගත හැකිය

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

- අදියර 3: සංවිධානාත්මක හා නැවත නැවත කළ හැකි

ඊළඟ අදියර කරා ඉදිරියට යන්නේ කෙසේද:

- කාලෝචිත පීඩන යටතේ වුවද ව්‍යාපෘති කළමනාකරණ භාවිතයන් ඇතුළුව උසස් තත්ත්වයේ භාවිතයන් අනුගමනය කිරීමට කළමනාකරණයට දැඩි කැපවීමක් අවශ්‍ය වේ.
- පාරිභෝගික අධ්‍යයනයන් සඳහා ක්‍රියාකාරීව කටයුත් කිරීම හා පාරිභෝගික අවශ්‍යතා අන්තර්ගත සංවර්ධනයට ගෙන ඒමට සෑම අවස්ථාවක්ම ගන්න

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

- 4 වන අදියර: කළමනාකරණය සහ තිරසාර

- සැලසුම් කිරීමේ ගුණාත්මකභාවය, සහතික කිරීම, බඳවා ගැනීම සහ පුහුණුව සහ අයවැය සඳහා කැපවීමකින් තොරව නායකත්වය වෙනස් විය හැකිය
- පාරිභෝගික අධ්‍යයන භාරදීමේ වැඩි වැඩියෙන් නවීන ක්‍රමවේදයන්ට විශ්ලේෂණය, උපයෝගීතා විශ්ලේෂණය සහ ආයෝජන මත ප්‍රතිලාභ කළමනාකරණය කිරීම අවශ්‍ය වේ
- විශාල සංවිධානය විසින් ඵලදායී ලෙස යැයි හඳුනාගෙන ඇති අතර නිෂ්පාදන සැලසුම් කිරීම, අලෙවිකරණ ආධාරක විකුණුම් හෝ පුහුණුව වැනි සංවිධාන සිලෝස් හරහා බොහෝ විට වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

### • 4 වන අදියර: කළමනාකරණය සහ තිරසාර

ඊළඟ අදියර කරා ඉදිරියට යන්නේ කෙසේද

- නායකත්වයට ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර අවබෝධය වැඩි කිරීම සහ ඵලදායීතාවය ඉහළ නැංවීම, පිරිවැය අඩු කිරීම, පාරිභෝගික තෘප්තිය සහ උපායමාර්ගික ව්‍යාපාරික අරමුණු සමඟ සන්ධානගත වීම අවශ්‍ය වේ

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

### අදියර 5: ප්‍රශස්ත

- සංවිධානය පුරා ගුණාත්මක අන්තර්ගතයේ ප්‍රතිලාභ ප්‍රවර්ධනය කිරීමට ක්‍රියාකාරීව සම්බන්ධ වේ
- කණ්ඩායම ප්‍රජා ව්‍යාපාර විශ්ලේෂණ පිළිගැනීම, වැලඳ ගැනීම සහ පෝෂණය කිරීම
- අන්තර්ගත උපායමාර්ගය සංස්ථාවේ ව්‍යාපාර උපාය මාර්ගයට සමීපව සම්බන්ධ වේ
- කණ්ඩායම සංවිධානය තුළ මෙන්ම අන්තර්ගත-සංවර්ධන ප්‍රජාව තුළ අන්තර්ගත නායකත්වය සපයයි
- අන්තර්ගත වෘත්තිකයන්ට මෙහි වැඩ කිරීමට අවශ්‍යයි..

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 4. අන්තර්ගත පරිණත ආකෘතිය(5)

අන්තර්ගත ක්‍රියාවලි පරිණත ආකෘතිය

	1 තාවකාලික (Adhoc)	2 මූලික (Rudimentary)	3 සංවිධානාත්මක හා නව නිල කළ හැකි	4 සලකුණකරණ සහ තීරණ	ප්‍රශස්තිකරණය (Optimised)
රක්ෂණ	ඒකකාරී ප්‍රවෘත්තිමය නොමැතිවීම	සමහර අන්තර්ගත ආධාරක ව්‍යුහයක් ක්‍රියාත්මක වේ	ප්‍රමිති සඳහා කාර්ය මණ්ඩල සැපයීම සහ ශක්තිමත් නායකත්වයක් ඇත.	ප්‍රමිති අතිම නොවී නායකත්වය වෙනස් විය හැකිය.	සමාගම පුරා ගුණාත්මක අන්තර්ගතයේ වටිනාකම ප්‍රවර්ධනය කිරීමයි.
ප්‍රගතියක් ලබන්නේ කෙසේද	පොදු ක්‍රියාවලිය සහ ප්‍රමිතීන් ඇරඹීම කිරීම	ප්‍රමිති ක්‍රියාත්මක කිරීමට දැඩි කැපවීම	නායකත්වයක් ඇත.	පාරිභෝගික අවබෝධය සඳහා කැපවීම.	තීරණ බව කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන්න.
			කාල පිටිය යටතේ වුවද උසස් තත්වයේ භාවිතයන් සඳහා සැපයීම	ව්‍යාපාර සහ පාරිභෝගික අවබෝධය දැඩි කිරීම.	

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම

මූලධර්මය 01: ඉලක්කයක් තබා ගන්න

මූලධර්මය 02: ප්‍රශ්නයකට පිළිතුරු දෙන්න හෝ ගැටලුව විසඳන්න

මූලධර්මය 03: ගැඹුරු හා පටු යන්න

මූලධර්මය 04: පරිශීලක අත්දැකීම් ඇතුළත් කරන්න

මූලධර්මය 05: කාලානුරූපී අන්තර්ගතය සාදන්න

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd



## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම(3)

### මූලධර්මය 01: ඉලක්කයක් තබා ගන්න

- විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය ක්‍රියාත්මක වන්නේ නම් - විද්‍යුත් තැපැල් සම්බන්ධතා ලැයිස්තුව එකතු කර පුළුල් කරන්න.
- ඔබ සෙවුම් ගමනාගමනය පරිවර්තනය කරන්නේ නම් සෙවුම් ගමනාගමනය වැඩි කරන්න
- සමාගමට අලෙවිකරණ ඉලක්කයක් නොමැති නම්, වර්තමාන අලෙවිකරණ අන්තර්ගතය ක්‍රියාත්මක වන්නේ කොතැනද යන්න තීරණය කිරීමට ක්‍රමයක් නොමැත. විකුණුම් සංවාද අනුපාතයට වැඩිම අලෙවිකරණයක් ඇති නාලිකාව මත පදනම්ව සමාගමට ඉලක්කයක් සැකසිය යුතුය

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම(4)

### මූලධර්මය 02: ප්‍රශ්නයකට පිළිතුරු සපයන හෝ ගැටලුවක් විසඳන අලෙවිකරණ අන්තර්ගතයන් සාදන්න

ඔබේ කර්මාන්තයේ පාරිභෝගිකයින් ඔවුන්ගේ සබැඳි සෙවුම් වලදී භාවිතා කරන්නේ කුමන සෙවුම් පද (මූල පද )ද යන්න සංවිධානය දැනගත යුතුය.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd



## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම(5)

**මූලධර්මය 03:** ගැඹුරු සහ පටු යන්න (පුළුල් හා නොගැඹුරු නොව)

- මාතෘකාව තරම් පුළුල් වන පටු හා ගැඹුරු අලෙවිකරණ අන්තර්ගතයන් සාදන්න, එය ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ සිත් ගන්නා තරමට අඩු වේ.
- මාතෘකාවක් ඕනෑවට වඩා පුළුල් වූ විට, පරිශීලකය සමඟ සම්බන්ධ වීමට අපොහොසත් විය හැකිය.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම(6)

**මූලධර්මය 04:** පරිශීලක අත්දැකීම් සහ දෘශ්‍ය අංග ඇතුළත් කරන්න.

- ඔබගේ අන්තර්ගතය පහසුවෙන් ගමන් කළ හැකි වන පරිදි ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් වෙබ් පිටුවේ තබා ගන්න. (තවත් විඩියෝ භාවිතා කර ඇත)

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 5. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ මූලධර්ම(7)

**මූලධර්මය 05:** කාලානුරූපී අන්තර්ගතයක් නිර්මාණය කරන්න

- හොඳ අන්තර්ගතයක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා අවම වශයෙන් පැය 12 ක් (පැය 12-60) ගත කිරීමට සැලසුම් කළ යුතුය
- මාසයක් හෝ අවුරුද්දක් තුළ යළි පැන ගිය අන්තර්ගතයන් නිර්මාණය කිරීම සඳහා සමාගම් සැලකිය යුතු කාලයක් ගත කිරීමෙන් වැළකී සිටිය යුතුය.
- අලෙවිකරණ අන්තර්ගත වන සදාහරිත අන්තර්ගතය ණය කාල සීමාවන් සඳහා ඵලදායී වන අතර වෙළඳපල තුළ වෙළඳනාම පිළිබඳ දැනුවත්භාවය, පිළිගැනීම සහ පක්ෂපාතිත්වය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා නැවත නැවතත් භාවිතා කරයි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ ස්වභාවය සහ විෂය පථය

- **6.1 විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය යනු කුමක්ද?**
- සමාගම් තම විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණ ව්‍යාපාරයට අත්සන් තබා ඇති පුද්ගලයින්ගේ ලැයිස්තුවකට පුද්ගලිකරණය කළ වාණිජ අලෙවිකරණ ද්‍රව්‍ය සමඟ ඉලක්කගත පණිවිඩ යවන අලෙවිකරණ නාලිකාවකි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ ස්වභාවය සහ විෂය පථය(2)

### විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය

1. අර්ථ දක්වන්න: වැඩසටහනේ නම / විෂයයේ නම / විස්තර ඇතුළත් කරන්න
2. පරීක්ෂණය: බ්‍රව්සර් හරහා පරීක්ෂා කරන්න, විද්‍යුත් තැපැල් සේවාදායකයා
3. යවන්න: වහාම භාර දෙන්න හෝ නියමිත වේලාවට යවන්න
4. මැනීම: ලොව පුරා ලබන්නන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් විවෘත කර ක්ලික් කරන්න
5. වාර්තාව: ඊමේල් සේවාදායකයින්ගේ භාවිතය සමාජ හුවමාරුව සාරාංශ කරයි

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ ස්වභාවය සහ විෂය පථය(3)

### වැදගත් කරුණු

1. එය කෙටියෙන් තබා ගන්න- තද විෂය මාතෘකාව විවෘත වීමට වැඩි ඉඩක් ඇත
2. එය පුද්ගලීකරණය කරන ලදී- පුද්ගලීකරණය කළ ඊමේල් Click-through rate සැලකිය යුතු ලෙස වැඩි දියුණු කරයි.
  - Click-through rate යනු පිටුවක්, ඊමේල් හෝ වෙළඳ දැන්වීමක් නරඹන මුළු පරිශීලකයින් සංඛ්‍යාවට නිශ්චිත සබැඳියක් ක්ලික් කරන පරිශීලකයින්ගේ අනුපාතයයි.
3. එය මිශ්‍ර කරන්න: නීතිපතා යාවත්කාලීන කිරීම (ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර යවන්න) ◯

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ ස්වභාවය සහ විෂය පථය(3)

- 6.3 විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ පිරිවැය

Webfx.com විසින් ඊමේල් අලෙවිකරණය සඳහා ඔබ වෙන් කළ මුදල උපුටා ගැනීම සාධක ගණනාවක් මත රඳා පවතින බව තහවුරු කර ඇත

- වාර්ෂික ආදායම
- අන්තර්ජාලය හරහා උපයන සමස්ත ආදායමේ ප්‍රතිශතය
- ඔබේ කාර්යාලය
- ඔබ විකුණන භාණ්ඩය / සේවාව
- සමස්ත ඩිජිටල් අලෙවිකරණ ඉලක්කය

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ ස්වභාවය සහ විෂය පථය(4)

- ඊමේල් යනු අංක එකේ සන්නිවේදන නාලිකාවයි

99% පාරිභෝගිකයින් දිනපතාම ඔවුන්ගේ විද්‍යුත් ලිපිනය පරීක්ෂා කරයි

- සමාගමට ඔවුන්ගේ විද්‍යුත් තැපැල් ලැයිස්තුව හිමි වේ

අත්හිටුවීමට හෝ මකා දැමිය නොහැක

- ඊමේල් අලෙවිකරණය සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණයට වඩා අලෙවියට වඩා හොඳ පරිවර්තනය කරයි.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 7. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය යෙදීම

### • 7.1 විද්‍යුත් තැපැල් හා අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ කිරීම

Campaignmonitor.com විසින් අන්තර්ගත අලෙවිකරණයට විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ කිරීමට හා යෙදවීමට ක්‍රම 7 ක් යෝජනා කරයි.

- ඔබේ විද්‍යුත් තැපැල් ග්‍රාහක ලැයිස්තුව විවිධ පාරිභෝගික වර්ග වලට බෙදන්න, විවිධ කණ්ඩායම් වෙත ආයාචනා කිරීම අරමුණු කරගත් විවිධ අලෙවිකරණ පණිවිඩ විවිධ ඉලක්ක කණ්ඩායම් වෙත යැවිය හැකිය.
- ඔබේ ග්‍රාහකයින්ගේ අලෙවිකරණ අන්තර්ගත මනාපය පිළිබඳ රීමේල් සමීක්ෂණ යවන්න

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 7. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය යෙදීම(2)

### • 7.1 විද්‍යුත් තැපැල් හා අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ කිරීම

- ඔබේ අලෙවිකරණ අන්තර්ගතය සමාජ මාධ්‍ය තුළ බෙදා ගැනීමට ග්‍රාහකයින් දිරිමත් කරන්න
- ඔබේ සියලුම අලෙවිකරණ අන්තර්ගතයන් පුරා ස්ථාවර වෙළඳ නාම හ හඩක් පවත්වා ගන්න.
- විද්‍යුත් තැපැල් පණිවිඩ යැවීම, සුවිශේෂී දීමනා ප්‍රවර්ධනයන් සහ සුවිශේෂී සිදුවීම් හෝ නිෂ්පාදන හරහා සන්නාම පක්ෂපාතිත්වය සහ විශ්වාසය ගොඩනගා ගන්න

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 7. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය යෙදීම(3)

### • 7.1 විද්‍යුත් තැපැල් හා අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ කිරීම

- ළඟාවීම වැඩි කිරීම සඳහා ඔබේ ග්‍රාහකයන්ගේ ලැයිස්තුව අඛණ්ඩව වැඩි කරන්න
- අවසාන අලෙවිකරණ අන්තර්ගතය මුදා හැරීමට පෙර බලපෑමේ ඵලදායීතාවය මැනීම සඳහා විවිධ උප සමූහයන් සහිත විවිධ අලෙවිකරණ අන්තර්ගත මාතෘකා වල පරීක්ෂණ භාවිතා කරන්න.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

## 7. අන්තර්ගත අලෙවිකරණයේ විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය යෙදීම(4)

### • 7.1 විද්‍යුත් තැපැල් හා අන්තර්ගත අලෙවිකරණය ඒකාබද්ධ කිරීම

- විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණයේ අනාගතය
  - පුද්ගලාරෝපණය, විශාල දත්ත සහ විශ්ලේෂණ කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කර ඇත.
  - අනාගත මිලදී ගැනීමේ හැසිරීම් අපේක්ෂා කිරීම සඳහා විශාල දත්ත භාවිතා කරනු ඇති අතර ඉල්ලුම සහ පද්ධතිය මෙම හැසිරීම් මත පදනම්ව කොටස් හා තනි මට්ටම්වල ස්වයංක්‍රීයව අලෙවිකරණ අන්තර්ගතයන් රිසිකරණය කරනු ඇත.

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd

# Thank You

JMC Jayasekera Management Centre (Pvt) Ltd



JMC vLearning  
"your virtual learning partner"