

पार्टनर डायरेक्टरी प्रोडक्ट और सर्विस को बढ़ाए जाने के बारे में गाइड



हमने Amazon Ads पार्टनर डायरेक्टरी में लिस्ट किए गए प्रोडक्ट और सर्विस को अपडेट करते हुए उन्हें 12 प्रोडक्ट और 38 सर्विस लाइन आइटम तक बढ़ा दिया है. यहां आपके जानने लायक सभी खास बातें बताई गई हैं:

1

हम अब Amazon Ads के सभी मौजूदा प्रोडक्ट की सुविधा उपलब्ध करा रहे हैं

इसमें Amazon ऐड प्रोडक्ट, ब्रैंड शॉपिंग एक्सपीरिंस और ऐड टेक तक की रेंज शामिल है.

2

सर्विस अब पांच मुख्य कैटेगरी में बांटी गई हैं

ये हैं: मीडिया प्लानिंग और खरीदारी, रिटेल, क्रिएटिव और ब्रैंड एक्सपीरिंस, मेजरमेंट वगैरह.

3

क्रिएटिव और मेजरमेंट सर्विस के लिए और भी विकल्प उपलब्ध कराए गए हैं

"क्रिएटिव और ब्रैंड एक्सपीरिंस" के साथ ही "मेजरमेंट और एट्रिब्यूशन" की पिछली लिस्टिंग को कैटेगरी में बढ़ाया गया है.

4

मौजूदा आइटम को और बेहतर बनाना

जैसे, "कैम्पेन मैनेजमेंट" अब "कैम्पेन मैनेजमेंट और ऑप्टिमाइज़ेशन" हो गया है.

5

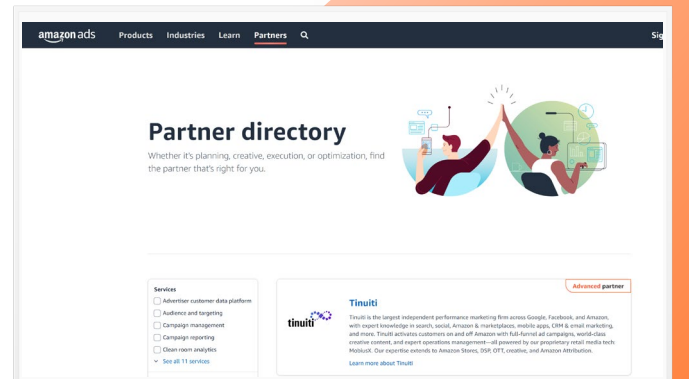
ओरिजिनल कैटेगरी में नई सर्विस जोड़ना

जैसे, "कैम्पेन मॉनिटर करना" को "मीडिया प्लानिंग और खरीदारी" कैटेगरी में जोड़ दिया जाएगा.

Amazon Ads पार्टनर डायरेक्टरी क्या है?

Amazon Ads पार्टनर डायरेक्टरी में ऐसे पार्टनर की लिस्ट शामिल है, जिनके पास ऐसे टूल और ऑफ़र हैं जो आप जैसे एडवरटाइज़र को बिज़नेस के उद्देश्यों को हासिल करने और सार्थक तरीके से Amazon ऑडियंस से जुड़ने में मदद कर सकते हैं.

इन अपडेट के ज़रिए आपको अपने लिए सही पार्टनर को और आसानी से ढूँढने में मदद मिल सकती है.



पार्टनर डायरेक्टरी प्रोडक्ट और सर्विस की परिभाषाएं (सितंबर 2022)

प्रोडक्ट परिभाषाओं की जानकारी [यहां](#) देखी जा सकती है. कैटेगरी के हिसाब से सर्विस की परिभाषाएं नीचे दी गई हैं.

मीडिया प्लानिंग और खरीदारी

कैम्पेन सेटअप	आपको कैम्पेन बनाने में मदद करने वाले फ़ीचर और सर्विस में ये शामिल हैं: कीवर्ड, प्रोडक्ट, बजट के सुझाव, कैम्पेन के पूर्वानुमान और कैम्पेन बनाने के टूल.
कैम्पेन मैनेजमेंट और ऑप्टिमाइज़ेशन	आपके कैम्पेन को मैनेज करने और ऑप्टिमाइज़ करने वाले फ़ीचर और सर्विस में ये शामिल हैं: बोली ऑप्टिमाइज़ेशन, बजट मैनेजमेंट, कीवर्ड और प्रोडक्ट टारगेट के अपडेट.
कैम्पेन को मॉनिटर करना	अगर आपकी इन्वेंटी या बजट खत्म होने जा रहा है, तो अलर्ट की मदद से अपने कैम्पेन मॉनिटर करें. अपनी लिस्टिंग और फ़ीचर्ड-ऑफ़र की स्थिति मॉनिटर करें.
कैम्पेन रिपोर्टिंग और एनालिटिक्स	Amazon Ads कैम्पेन की परफ़ॉर्मेंस को समझने वाली रिपोर्टिंग और डैशबोर्डिंग.
ऑडियंस मैनेजमेंट और एंगेजमेंट	Amazon पर और उससे बाहर सबसे ज़्यादा संबंधित ऑडियंस से जुड़ने के लिए खास इनसाइट और खरीदारी सिग्नल इस्तेमाल करने में आपकी मदद करने वाली सर्विस और सोल्यूशन.

रिटेल

प्रोडक्ट रिसर्च	कस्टमर की मांग जैसे क्राइटेरिया इस्तेमाल करके संभावित प्रोडक्ट की जांच-परख करें, इससे आपको डेटा पर आधारित फ़ैसले लेने की सुविधा मिलती है.
इन्वेंटी और ऑर्डर मैनेजमेंट	अपने Amazon ऑर्डर मैनेजमेंट को ऑटोमेट करें और अपने इन्वेंटी लेवल को अपने सभी सिस्टम पर सिंक रखें.
प्रोडक्ट जानकारी पेज का सेटअप और ऑप्टिमाइज़ेशन	Amazon प्रोडक्ट लिस्टिंग को ऐसे टूल और सर्विस के ज़रिए मैनेज करें, जिनसे आपको नए प्रोडक्ट या ऑफ़र लिस्ट करने, अपना कैटलॉग ऑप्टिमाइज़ करने और इंसानी गड़बड़ी कम करने में मदद मिलती है. इसमें इस तरह के फ़ीचर शामिल हैं: आपके बिज़नेस को दुनिया भर बढ़ाने के लिए A+ कॉन्टेंट, इमेजिंग और लिस्टिंग के अनुवाद.
A+ कॉन्टेंट	अपने जानकारी पेज पर प्रोडक्ट की पूरी जानकारी और फ़ीचर शामिल करें, ताकि कन्वर्ज़न को बढ़ाने में मदद मिल सके. सिर्फ़ Amazon Brand Registry में रजिस्टर किए हुए ब्रैंड ही A+ कॉन्टेंट जोड़ सकते हैं.
Store सेटअप और ऑप्टिमाइज़ेशन	अपने ब्रैंड और प्रोडक्ट को मल्टीपेज, इमर्सिव शॉपिंग एक्सपीरिएंस में शोकेस करने के लिए अपना Amazon Store बनाएं, उसका विश्लेषण करें और उसे ऑप्टिमाइज़ करें.
बिक्री और प्राइसिंग रणनीति	आपकी प्रोडक्ट प्राइसिंग को आपके बिज़नेस के नियमों के हिसाब से ऑटोमेट करने वाले टूल की मदद से कीमतों के मामले में प्रतिस्पर्धी बने रहें.
प्रमोशन	संबंधित और एंगेज करने वाले प्रमोशन बनाकर प्रोडक्ट ट्रेंडने पर मिलने की संभावना को बेहतर बनाएं.

क्रिएटिव और ब्रैंड का अनुभव

प्रोडक्ट की पिक्चर	प्रोडक्ट से जुड़े कई तरह के संदर्भ और इमोशन को बखूबी निखारने में माहिर फ़ोटोग्राफ़र इन पिक्चर को प्रोफ़ेशनल तरीके से शूट करते हैं.
तरीका बताने वाले वीडियो	प्रोडक्ट से जुड़े फ़ीचर के बारे में हर तरह की जानकारी, उसे इस्तेमाल करने का तरीका और उसके इस्तेमाल से कस्टमर को होने वाले फ़ायदों की जानकारी.
लाइफ़स्टाइल से जुड़े वीडियो	ऐसा कॉन्टेंट जो प्रोडक्ट की वजह से रोज़मर्रा की जिंदगी में होने वाले बदलावों की जानकारी देता है और बढ़ावा देने वाली इमोशनल कहानी सुनाने की काबिलियत रखता है.

पार्टनर डायरेक्टरी प्रोडक्ट और सर्विस की परिभाषाएं (सितंबर 2022)

क्रिएटिव और ब्रैंड का अनुभव

एनिमेटेड वीडियो	आम तौर पर कुछ ग्राफिक तस्वीरों वाला कार्टून-शैली का वीडियो.
टीवी ऐड (15 से 30 सेकंड के)	हायर किए गए एक्टर के साथ प्रोफेशनल तरीके से तैयार की गई स्क्रिप्टेड कहानियां, आम तौर पर इन्हें लाइसेंस प्राप्त साउंड ट्रैक और विजुअल एलिमेंट के साथ लाइव सेटिंग में फिल्माया जाता है.
ऑडियो ऐड	ये ऐसे ऑडियो नैरेशन होते हैं जिन्हें स्टीमिंग सर्विस और रेडियो के ऐड में काम करने वाले हायर किए गए एक्टर की आवाज़ में रिकॉर्ड किया जाता है.
वेब डिज़ाइन	डेस्कटॉप और ऐप पर किसी ब्रैंड या प्रोडक्ट का पूरा डिजिटल एक्सपीरिंस, इन्हें आम तौर पर Amazon पर ब्रैंड के Store पेज जैसे बाहर के पेज पर भी उसी तरीके से दिखाया जाता है.

मेजरमेंट

क्लीन रूम एनालिटिक्स	प्राइवैसी के लिहाज़ से सुरक्षित मेजरमेंट और इनसाइट की सुविधा देने के लिए सख्त प्राइवैसी कंट्रोल के साथ Amazon Marketing Cloud में स्टोर किए गए और बनावटी नाम वाले सिग्नल इस्तेमाल करता है.
क्लीन रूम डेवलपर	इनसाइट जनरेट करने, कैम्पेन ऑडियंस ऑप्टिमाइज़ करने और कैम्पेन एडवरटाइज़ करने के कामों को ऑटोमेट करने के लिए कस्टम डेवलपमेंट सर्विस देने के मामले में Amazon Marketing Cloud API सबसे आगे हैं.
क्लीन रूम इंटीग्रेशन	कैम्पेन प्लानिंग, ऑडियंस मैनेजमेंट, रिपोर्टिंग और इनसाइट जनरेशन के लिए Amazon Marketing Cloud के भीतर एग्निगेट और बनावटी नाम वाले ऑडियंस सिग्नल को इंटीग्रेट करने के लिए सॉफ़्टवेयर देता करता है.
एडवरटाइज़र कस्टमर डेटा प्लेटफ़ॉर्म	एडवरटाइज़र की ओर से कई सोर्स से फ़र्स्ट-पार्टी ऑडियंस सिग्नल इकट्ठे और एकजुट करता है, ताकि कैम्पेन पहुंच और मेजरमेंट इस्तेमाल के मामलों के लिए सिंगल, सुसंगत, पूरा व्यू बनाया जा सके.
मल्टी-टच एट्रिब्यूशन	यह मार्केटिंग के असर को मापने की ऐसी तकनीक जो कस्टमर के खरीदारी के सफ़र के हर एक टच पॉइंट को क्रेडिट देती है, इससे मार्केटर को बिक्री से जुड़े हर चैनल के असर को मापने की सुविधा मिलती है.
मोबाइल और ऐप एट्रिब्यूशन	मार्केटर को चैनल और पार्टनर के बीच कैम्पेन परफ़ॉर्मेंस का मिला-जुला व्यू देने के लिए मोबाइल और ऐप परफ़ॉर्मेंस डेटा को सेव करता है, व्यवस्थित करता है और उसे विजुअलाइज़ करता है.
ऑडियो मेजरमेंट	ऑडियो एडवरटाइज़िंग की पहुंच और असर को तय करने वाले मेट्रिक को सपोर्ट करता है (जैसे इम्प्रेशन/लिसनर, क्वार्टाइल, कम्प्लीट).
वीडियो मेजरमेंट	यह इसका मेजरमेंट देता है: टीवी, STV और वीडियो कैम्पेन के लिए पहुंच और फ़्रीकेंसी, पहुंच को बढ़ाना, नतीजे और ऑडियंस
ऑडियंस मेजरमेंट	ऐड एक्सपोज़र के बाद ब्रैंड के बारे में देखने और सुनने वाली ऑडियंस की देखे जाने की संभावना और उनकी पहुंच को मापता है.
ऑडियंस वेरिफ़िकेशन	एडवरटाइज़र को एग्निगेट लेवल पर, उनकी ऐड देख रही ऑडियंस का डेमोग्राफ़िक मेकअप (जैसे, उम्र, शिक्षा स्तर, HHI रेंज, आदि) देखने की क्षमता देता है .
ब्रैंड मेजरमेंट	ब्रैंड को अपने प्रोडक्ट पोर्टफ़ोलियो और मार्केटिंग/एडवरटाइज़िंग एक्टिविटी के बारे में पूरी जानकारी के साथ रणनीतिक फ़ैसला करने की सुविधा देने के लिए ब्रैंड एनालिटिक्स और इनसाइट उपलब्ध कराता है.
ब्रैंड सुरक्षा	ऐसे तरीकों का सेट उपलब्ध करता है, जिनका मकसद ब्रैंड को जोखिम भरे कॉन्टेंट के साथ या परेशान करने वाले माहौल में दिखाए जाने से बचाना है.
एडवरटाइज़िंग का असर	ब्रैंड के नज़रिए और Amazon से बाहर की बिक्री पर डिजिटल एडवरटाइज़िंग के असर और उसकी वजह से पड़ने वाले फ़र्क को मापता है. इसमें ब्रैंड को आगे बढ़ाना, लोकेशन और साइट पर आने को आगे बढ़ाना और ऑफ़लाइन बिक्री को आगे बढ़ाना शामिल हैं.
रिपोर्टिंग और एनालिटिक्स	मेट्रिक को इस तरह से बदल देता है कि उसे इस्तेमाल किया जा सके और उससे यूज़र के हिसाब से जानकारी और इनसाइट मिल सके.

पार्टनर डायरेक्टरी प्रोडक्ट और सर्विस की परिभाषाएं (सितंबर 2022)

मेजरमेंट

बिज़नेस और मार्केटिंग इंटेलिजेंस के टूल	इंटरनल और एक्सटर्नल सिस्टम से बिखरा हुआ डेटा इकट्ठा करता है, विश्लेषण करता है और उसे विज़ुअलाइज़ करता है।
डेटा कनेक्टर	परफॉर्मंस डेटा को कई सोर्स से जोड़ता है, केरी करने और विश्लेषण के मकसद से उसे किसी खास फॉर्मेट या बनावट में बदलता है और इंटरफ़ेस के ज़रिए उसे विज़ुअलाइज़ करता है या किसी दूसरे डेस्टिनेशन पर ले जाता है।
रिटेल परफॉर्मंस मेजरमेंट	डिजिटल शोल्फ़ मेट्रिक और इनसाइट के ज़रिए प्रतिस्पर्धी रिटेल परफॉर्मंस उपलब्ध कराता है।
मार्केट रिसर्च	मैनेज्ड डेटा सोर्स से इनसाइट जनरेट करने के साथ ही मार्केटर को प्रोडक्ट और क्रिएटिव लॉन्च से संबंधित फ़ैसले करने की सुविधा देने वाली सर्विस।
मार्केटिंग मिक्स मॉडलिंग	रणनीति के आने वाले समय के सेट का पूर्वानुमान लगाते हुए बिक्री पर मार्केटिंग रणनीति के असर और उसकी वजह से होने वाले फ़र्क को तय करने का स्टैटिस्टिकल तरीका।

अन्य

डेटा इंटीग्रेशन	बेहतरीन ऑडियंस इनसाइट और रिपोर्टिंग करने के मकसद से Amazon AdTech के ज़रिए एडवरटाइज़र की ओर से मैनेज किए गए कस्टमर के सिग्नल इंटीग्रेट करने के लिए सोल्यूशन देता है।
ट्रेनिंग	Amazon Ads के बारे में ट्रेनिंग/लर्निंग प्रोग्राम/ऑनलाइन और ऑफ़लाइन कोर्स उपलब्ध कराता है, इसमें Amazon Ads, Amazon DSP, Amazon Attribution, Stores, Posts के साथ ही और भी काफ़ी कुछ शामिल है।

अक्सर पूछे जाने वाले सवाल

मुझे एक पार्टनर का इस्तेमाल क्यों करना चाहिए?

Amazon Ads पार्टनर के साथ काम करने से Amazon के स्टोर और Amazon Ads के ज़रिए अपना कारोबार बढ़ाने में मदद मिल सकती है।

पार्टनर डायरेक्टरी का इस्तेमाल करते हुए मैं एक पार्टनर कैसे ढूंढूँ?

हम पार्टनर डायरेक्टरी पेज पर साइड नेविगेशन पर फ़िल्टर का इस्तेमाल करने की सलाह देते हैं। वर्तमान में, आप "प्रोडक्ट," "सर्विस," "न्यूनतम मासिक खर्च," "मार्केटप्लेस" और "ऑफ़िस लोकेशन" क्राइटेरिया से फ़िल्टर कर सकते हैं।

अगर मुझे एक पार्टनर पसंद आता है, तो मैं आगे कैसे बढ़ूँ?

पार्टनर डायरेक्टरी में एक पार्टनर की पहचान करने के बाद, उनकी प्रोफ़ाइल देखने के लिए उनकी लिस्टिंग पर क्लिक करें। वहां आपको उनकी कंपनी, उनकी सर्विस, सामान्य प्राइसिंग, एक संपर्क बटन और उनकी वेबसाइट का लिंक मिलेगा। हम और जानकारी के लिए पार्टनर से संपर्क करने की सलाह देते हैं।

एडवांस या वेरीफ़ाइड पार्टनर क्या है?

पार्टनर डायरेक्टरी लिस्टिंग पर वेरीफ़ाइड या एडवांस पार्टनर बैज वाले पार्टनर वे हैं, जिन्होंने उस स्टेटस लेवल को हासिल करने के लिए ज़रूरी ज़रूरतों को पूरा किया है। हम दिखाई गई विशेषज्ञता, Amazon Ads के साथ एंगेजमेंट और एडवरटाइज़र के लिए की गई बेहतरीन परफॉर्मंस के आधार पर पार्टनर स्टेटस देते हैं।

यहां शामिल नहीं की गई अतिरिक्त जानकारी के लिए, कृपया हमारे [अक्सर पूछे जाने वाले सवाल पेज](#) पर जाएं।