# DIGITAL MARKETING FREE E-BOOK

# 30 DAYS OF DIGITAL MARKETING

A Practical Beginner's Guide

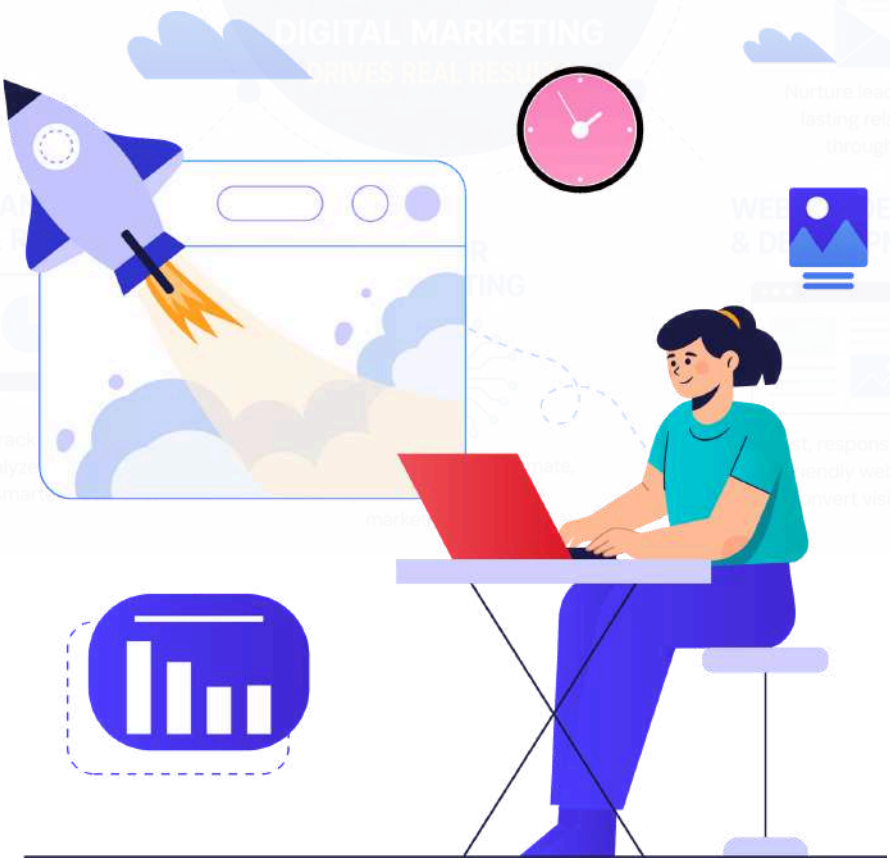
**Learn • Implement • Measure • Grow**

## About This Book

This book is designed for beginners, small business owners, students, freelancers and professionals who want to understand digital marketing in simple language and start applying it. Each day covers one practical concept and ends with an action step.

## How to Use This Book

Read one chapter per day.
Complete the Action step before moving to the next day.
Keep a simple notebook or spreadsheet for ideas, tests and results.
Do not chase views alone—track meaningful business outcomes.
After Day 30, repeat the cycle with real campaigns and improved data.



# TABLE OF CONTENTS


Day 1: Digital Marketing అంటే ఏమిటి?
Day 2: Traditional Marketing vs Digital Marketing
Day 3: Businessకి Website ఎందుకు అవసరం?
Day 4: Instagram ద్వారా Customers ఎలా వస్తారు?
Day 5: Reel Views ≠ Sales — ఎందుకు?
Day 6: SEO అంటే ఏమిటి?
Day 7: Googleలో Business ఎలా కనిపిస్తుంది?
Day 8: Leads అంటే ఏమిటి?
Day 9: Google Ads vs Instagram Ads
Day 10: ₹500 Ads Budgetతో ఏమి చేయాలి?
Day 11: Lead vs Customer
Day 12: Content Marketing అంటే ఏమిటి?
Day 13: Hook అంటే ఏమిటి?
Day 14: Viral Content Formula
Day 15: Hashtags నిజంగా అవసరమా?
Day 16: AIతో Content ఎలా Create చేయాలి?
Day 17: ChatGPTని Marketingలో ఎలా ఉపయోగించాలి?
Day 18: Small Businessకి Social Media Strategy
Day 19: Competitorsని ఎలా Analyze చేయాలి?
Day 20: Branding vs Marketing
Day 21: Personal Branding అంటే ఏమిటి?
Day 22: WhatsApp Marketing
Day 23: Google Business Profile
Day 24: Websiteకి Traffic ఎలా తీసుకురావాలి?
Day 25: Conversion Rate అంటే ఏమిటి?
Day 26: Why Ads Fail?
Day 27: ₹10,000 Marketing Budgetని ఎలా Divide చేయాలి?
Day 28: Digital Marketingలో Beginners చేసే 5 Mistakes
Day 29: Businessకి Complete Digital Marketing Funnel
Day 30: 30 Daysలో నేర్చుకున్న Digital Marketing Summary

## Day 1: Digital Marketing అంటే ఏమిటి?

Digital Marketing అంటే digital channels మరియు technologies ఉపయోగించి products, services లేదా brands ను ప్రజలకు చేరవేయడం. ఇందులో Instagram, Facebook, YouTube, Google Search, websites, email, WhatsApp మరియు paid advertising వంటి channels ఉంటాయి.
సింపుల్‌గా చెప్పాలంటే: మీ customer onlineలో ఎక్కడ ఉన్నారో అక్కడ మీ business కనిపించేలా చేయడం Digital Marketing.

Traditional marketingలో newspaper, TV, radio, banners వంటి media ఎక్కువగా ఉపయోగిస్తారు. Digital marketingలో audienceని target చేయడం, resultsని measure చేయడం మరియు campaignని త్వరగా మార్చడం సులభం.

ఒక మంచి digital marketing systemలో మూడు ముఖ్యమైన విషయాలు ఉంటాయి: Attention, Trust, Conversion. ముందుగా content లేదా ads ద్వారా attention తీసుకోవాలి. తరువాత useful information ద్వారా trust build చేయాలి. చివరగా website, WhatsApp, call లేదా form ద్వారా customer action తీసుకునేలా చేయాలి.

Action: మీ businessకి సరిపోయే 3 digital channels ఎంచుకుని, ప్రతి channelలో customer ఏం కోరుకుంటున్నాడో రాయండి.

## Day 2: Traditional Marketing vs Digital Marketing

Traditional Marketingలో TV, newspaper, radio, outdoor banners, flyers వంటి channels ఉపయోగిస్తారు. Digital Marketingలో social media, search engines, websites, email, messaging apps మరియు online ads ఉపయోగిస్తారు.

Traditional marketing యొక్క advantage broad visibility. కానీ ఎవరు చూశారు, ఎవరు interested అయ్యారు అనేది measure చేయడం కొన్ని సందర్భాల్లో కష్టం. Digital marketingలో impressions, clicks, leads, conversions వంటి metrics track చేయవచ్చు.

Digital marketingలో small businesses కూడా comparatively small budgetsతో specific audiencesని target చేయగలవు. ఉదాహరణకు Vijayawadaలో ఉన్న ఒక local service business తనకు దగ్గరలో ఉన్న peopleని target చేయవచ్చు.

ఇది traditional marketing పనికిరాదని కాదు. Best strategy business, audience మరియు budget మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. చాలాసార్లు offline + online combination ఉత్తమంగా పనిచేస్తుంది.
Action: మీ businessకి customers ఎక్కడి నుంచి వస్తున్నారు—offline, referrals, Google, Instagram లేదా WhatsApp? ఒక నెల data note చేయండి.

### Day 3: Businessకి Website ఎందుకు అవసరం?

Social media profile ఒక rented digital space లాంటిది; website మీ businessకి own digital home లాంటిది. Websiteలో మీ services, products, pricing approach, portfolio, testimonials, contact details మరియు FAQsని ఒకే చోట చూపించవచ్చు.

Website credibilityని పెంచుతుంది. Customer మీ brand గురించి Googleలో search చేసినప్పుడు professional website కనిపించడం trustకి సహాయపడుతుంది. Website search engine trafficకి కూడా ఒక ముఖ్యమైన base. మరొక advantage: social media algorithm మారినా, website మీద మీ content మరియు customer journey మీ controlలో ఉంటాయి. Landing pages ద్వారా particular campaignకి వచ్చిన visitorsని focused action వైపు తీసుకెళ్లవచ్చు.

కానీ website ఉండటం మాత్రమే సరిపోదు. Mobile-friendly design, fast loading, clear messaging, strong call-to-action మరియు useful content అవసరం.

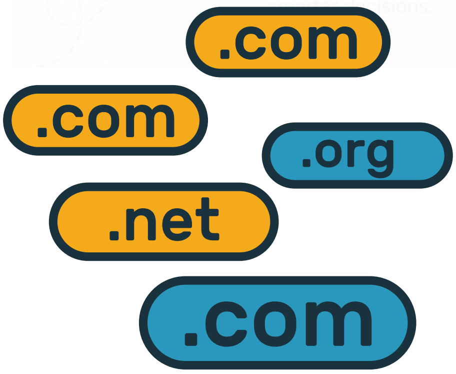
### Day 4: Instagram ద్వారా Customers ఎలా వస్తారు?

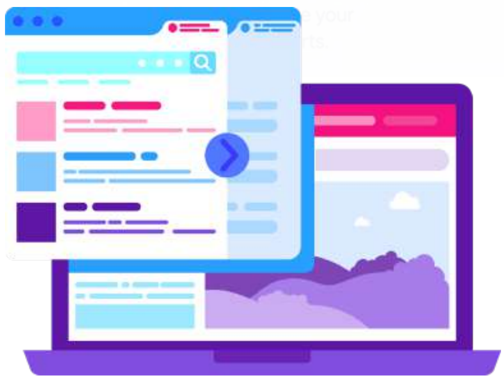
Instagramలో customer acquisition సాధారణంగా Content → Attention → Profile Visit → Trust → DM/Website → Enquiry అనే journeyలో జరుగుతుంది.

Reels కొత్త audienceకి reach ఇవ్వవచ్చు. Carousels educational value ఇవ్వవచ్చు. Stories daily interactionకి ఉపయోగపడతాయి. Profile bio మాత్రం చాలా clearగా ఉండాలి: మీరు ఎవరు, ఎవరికి help చేస్తారు, ఏమి offer చేస్తారు, next step ఏమిటి.

ఉదాహరణకు ఒక digital marketing consultant "We help local businesses generate enquiries online" అని clear positioningతో content చేస్తే, educational posts ద్వారా relevant audienceని attract చేయవచ్చు.

Customers రావాలంటే ప్రతి postలో direct selling అవసరం లేదు. Problems, mistakes, tips, case studies, FAQs మరియు behind-the-scenes content ద్వారా trust build చేయండి. CTAగా "DM 'AUDIT'", "Visit website" లేదా "WhatsApp us" వంటి specific action ఇవ్వండి.





## Day 5: Reel Views ≠ Sales — ఎందుకు?

10,000 views రావడం impressive. కానీ 10,000 views = 10,000 customers కాదు. Views attention metric; sales business outcome.

ఒక Reel viral కావచ్చు కానీ అది wrong audienceకి వెళ్లితే enquiries రావు. మరో Reel 2,000 views మాత్రమే పొందినా, highly relevant audienceని reach చేసి 20 enquiries తీసుకురావచ్చు.

Sales కోసం contentలో three things అవసరం: Right Audience, Right Message, Right Offer. మీ Reel చూసిన వ్యక్తి problemని recognize చేయాలి. మీ solution మీద trust రావాలి. చివరగా action తీసుకోవడానికి clear next step ఉండాలి.

Metricsని funnelగా చూడండి: Reach → Profile Visits → Website/DM Clicks → Leads → Qualified Leads → Sales. ఏ stageలో drop జరుగుతుందో identify చేయండి.

Action: గత 10 postsలో views మాత్రమే కాకుండా saves, shares, profile visits, DMs మరియు enquiries కూడా note చేయండి.

## Day 6: SEO అంటే ఏమిటి?

SEO అంటే Search Engine Optimization. Google వంటి search enginesలో relevant searchesకి మీ website లేదా content కనిపించే అవకాశాన్ని పెంచే practicesని SEO అంటారు.

SEOలో keyword research, useful content, technical website health, internal links, page titles, headings, mobile usability మరియు trustworthy references వంటి అంశాలు ఉంటాయి.

SEOలో ముఖ్యమైన principle: Search engineని impress చేయడానికి కాకుండా user intentని satisfy చేయడానికి content తయారు చేయాలి. “best website designer in Vijayawada” వంటి query వెనుక ఉన్న userకి pricing, portfolio, process, FAQs మరియు contact information అవసరం కావచ్చు.

SEO immediate results ఇవ్వకపోవచ్చు. కానీ useful content consistently publish చేస్తే long-term organic traffic sourceగా మారవచ్చు.

Action: మీ business గురించి customers Googleలో search చేసే 10 phrases రాయండి. వాటిని informational మరియు buying-intent keywordsగా విడగొట్టండి.

### Day 7: Googleలో Business ఎలా కనిపిస్తుంది?

Local businessకి Google Search మరియు Google Maps visibility చాలా valuable. Business name, category, phone, website, address/service area, opening hours, photos మరియు customer reviews వంటి information consistentగా ఉండాలి.

Google Business Profileని completeగా maintain చేయడం local discoveryకి ఉపయోగపడుతుంది. Regular updates, accurate information మరియు genuine reviews customer trustని కూడా పెంచుతాయి.

Search visibilityకి relevance, distance మరియు prominence వంటి factors ప్రభావం చూపుతాయి. అందుకే local business తన websiteలో కూడా location-specific services, useful pages మరియు contact information clearగా ఉంచడం మంచిది.

Reviewsని fakeగా create చేయకండి. Genuine customersని honest feedback ఇవ్వమని అడగండి.

Action: మీ business listingలో category, phone, hours, photos, website మరియు description అన్నీ accurateగా ఉన్నాయో check చేయండి.

### Day 8: Leads అంటే ఏమిటి?

Lead అంటే మీ product లేదా serviceపై potential interest చూపించి, follow-up చేయడానికి ఉపయోగపడే information లేదా contact action ఇచ్చిన వ్యక్తి.

Lead examples: website form submit, WhatsApp enquiry, phone call, demo request, consultation booking లేదా quote request.

Lead generationలో quantity మాత్రమే చూడకండి. Quality కూడా ముఖ్యమే. 100 irrelevant leads కంటే 10 relevant leads businessకి valuable కావచ్చు.

Lead capture formలో అవసరమైన information మాత్రమే అడగండి. Too many questions conversion తగ్గించవచ్చు. Lead వచ్చిన తర్వాత fast response కూడా important.

Action: మీ businessకి "qualified lead" అంటే ఎవరు? Budget, location, need మరియు timeline వంటి 3–4 qualification criteria define చేయండి.

### Day 9: Google Ads vs Instagram Ads

Google Ads సాధారణంగా existing search intentని capture చేయడంలో బలంగా ఉంటుంది. ఒక వ్యక్తి "AC repair near me" అని search చేస్తున్నప్పుడు ad కనిపిస్తే, అతనికి immediate need ఉండే అవకాశం ఉంది.

Instagram/Facebook Ads demand creation మరియు audience targetingలో బలంగా ఉంటాయి. Interests, demographics, behaviors మరియు engagement ఆధారంగా audiencesని test చేయవచ్చు.

Google Ads = "I am looking for something." Instagram Ads = "This looks interesting; maybe I need it." ఏది better అనేది business మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. High-intent servicesకి search ads useful కావచ్చు. Visual products, lifestyle brands మరియు awareness campaignsకి social ads useful కావచ్చు.

Action: మీ offer existing demandని capture చేస్తుందా లేక demand create చేయాలా నిర్ణయించండి. దాని ఆధారంగా first ad channel ఎంచుకోండి

### Day 10: ₹500 Ads Budgetతో ఏమి చేయాలి?

₹500తో పెద్ద sales campaign చేయాలని ప్రయత్నించకండి. మొదటి goal learning. ఒక simple audience, one clear offer మరియు one measurable actionతో test చేయండి.

ఉదాహరణకు ₹500ని 3–5 రోజుల testగా ఉపయోగించి ఒక local serviceకి leads లేదా WhatsApp messages generate చేయడానికి ప్రయత్నించవచ్చు. Creativeలో problem, benefit మరియు CTA clearగా ఉండాలి.
Budget చిన్నదైతే too many audiences, too many creatives, too many objectives split చేయడం avoid చేయండి. ఒక variableను test చేసి data collect చేయండి.

Results చూసేటప్పుడు impressions మాత్రమే కాకుండా cost per click, click-through rate, messages/leads మరియు lead quality చూడాలి. Cheap leads always good leads కావు.
Action: ₹500 test కోసం objective, audience, creative, CTA మరియు success metricని ముందే రాసుకోండి.

### Day 11: Lead vs Customer

Lead ఇంకా కొనుగోలు చేయలేదు; customer కొనుగోలు చేశాడు. ఈ difference digital marketing strategyకి చాలా important.

Lead generation campaign successfulగా కనిపించినా, leads salesగా convert కాకపోతే business outcome weak. అందుకే marketing team మరియు sales process కలిసి పనిచేయాలి.

ఒక simple journey: Lead → Contacted → Qualified → Proposal/Offer → Follow-up → Customer → Repeat Customer. Follow-up timing, clear offer, trust signals, testimonials మరియు objection handling conversionని ప్రభావితం చేస్తాయి.

Action: మీ businessలో lead వచ్చిన తర్వాత customer అయ్యే వరకు ఉండే stepsని ఒక simple flowగా రాయండి.

## Day 12: Content Marketing అంటే ఏమిటి?

Content Marketing అంటే audienceకి useful, relevant మరియు consistent content ఇవ్వడం ద్వారా attention, trust మరియు business results build చేయడం.

Content formats: Reels, carousels, blogs, videos, newsletters, guides, case studies, FAQs మరియు webinars.
Good content మూడు questionsకి answer చేస్తుంది: Customer problem ఏమిటి? Solution ఏమిటి? Why should they trust you?

80% educational/value content + 20% promotional approach ఒక useful starting point కావచ్చు, కానీ exact ratio businessకి అనుగుణంగా మార్చాలి.

Content calendarలో awareness, consideration మరియు conversion content mix చేయండి.
Action: మీ customers frequently అడిగే 20 questions collect చేసి వాటినే content ideasగా మార్చండి.

## Day 13: Hook అంటే ఏమిటి?

Hook అంటే content ప్రారంభంలో attention capture చేసే line, visual లేదా idea. First few secondsలో audienceకి "ఇది నాకు useful" అనే feeling రావాలి.

Weak hook: "Today we are going to talk about digital marketing." Stronger hook: "Your business has followers—but why are customers still not calling?"

Good hooks curiosity, pain point, benefit, surprise, mistake, comparison లేదా specific resultపై ఆధారపడవచ్చు. కానీ misleading clickbait long-term trustని damage చేస్తుంది.

Hook తర్వాత immediately value ఇవ్వండి. Hook strongగా ఉండి content weakగా ఉంటే retention తగ్గుతుంది.
Action: ఒకే topicకి 10 different hooks రాసి, వాటిలో clearest and most audience-focused hookని select చేయండి.

## Day 14: Viral Content Formula

Viral contentకి guaranteed formula లేదు. కానీ shareability పెంచే patterns ఉన్నాయి: strong hook + relatable problem + useful or surprising insight + simple presentation + emotional or practical payoff + clear CTA.
People share content when it makes them look helpful, informed, entertained or understood. Therefore "Would my audience send this to a friend?" అనే question అడగండి.

Trends ఉపయోగించవచ్చు, కానీ trendకి మీ niche connection ఉండాలి. Trend కోసం brand messageని పూర్తిగా sacrifice చేయకండి.

Focus on retention, shares, saves and meaningful comments—not views alone.
Action: మీ nicheలో already performing 5 topics identify చేసి, వాటిని మీ own expertiseతో better angleలో recreate చేయండి.

### Day 15: Hashtags నిజంగా అవసరమా?

Hashtags useful context and discovery signalగా పనిచేయవచ్చు, కానీ hashtags alone postని viral చేయవు.

Content topic, keywords, caption, on-screen text, audience relevance మరియు engagement signals కూడా important. Generic hashtags మాత్రమే use చేయడం కంటే niche-specific and relevant hashtags better.

ఉదాహరణకు digital marketing pageకి #digitalmarketing, #smallbusinessmarketing, #seo వంటి relevant tags ఉపయోగపడవచ్చు. కానీ 30 unrelated hashtags పెట్టడం strategy కాదు.

Hashtagsని content strategyకి supportగా చూడండి, substituteగా కాదు.

Action: మీ nicheకి 15 relevant hashtags create చేసి broad, niche మరియు local categoriesగా group చేయండి.

### Day 16: AIతో Content ఎలా Create చేయాలి?

AI tools idea generation, outlines, captions, hooks, content repurposing, research assistance మరియు variations కోసం useful. కానీ AI outputని blindly publish చేయడం మంచిది కాదు.

Simple workflow: Goal → Audience → Topic → Prompt → Draft → Human Review → Fact Check → Brand Edit → Publish.

AIకి context ఎక్కువగా ఇస్తే output usefulగా ఉంటుంది. మీ audience, tone, offer, platform, content length మరియు CTA చెప్పండి.

AI generic contentని fastగా create చేయగలదు; your real experiences, examples and opinions contentకి differentiation ఇస్తాయి.

Action: ఒక topicకి AIతో 10 hooks generate చేయించి, best 3ని మీ own language మరియు experienceతో rewrite చేయండి.

### Day 17: ChatGPTని Marketingలో ఎలా ఉపయోగించాలి?

ChatGPTని marketing assistantలా ఉపయోగించవచ్చు: customer personas, content ideas, ad variations, email drafts, FAQs, SEO outlines, social captions, competitor-question analysis మరియు campaign brainstorming కోసం.

Prompt structure: Role + Context + Audience + Goal + Constraints + Output format.
ఉదాహరణ: "You are a digital marketing strategist. Create 10 Instagram Reel ideas for small business owners in India. Each idea should have a hook, 3 value points and a CTA."

ChatGPT outputని starting pointగా చూడండి. Facts, pricing, platform rules and business-specific claimsని verify చేయండి.

Action: మీ business కోసం reusable prompt template తయారు చేసి, ప్రతి week content planningలో ఉపయోగించండి.

## Day 18: Small Businessకి Social Media Strategy

Small businessకి ప్రతి platformలో activeగా ఉండాల్సిన అవసరం లేదు. Target audience ఎక్కువగా ఉన్న 1–2 primary platformsతో start చేయండి.

Strategyకి 5 parts: Positioning, Content Pillars, Posting System, Engagement, Measurement.
Content pillars ఉదాహరణలు: Education, Proof, Product/Service, Behind the Scenes, Customer Questions.

Posting frequency కన్నా consistency and quality important. Comments and DMsకి response ఇవ్వడం కూడా marketingలో భాగమే.

Monthly reviewలో top-performing topics, formats, audience response and enquiries identify చేసి next month contentని optimize చేయండి.
Action: మీ businessకి 4 content pillars define చేసి, ప్రతి pillarకి 5 topics రాయండి.

## Day 19: Competitorsని ఎలా Analyze చేయాలి?

Competitor analysis అంటే copy చేయడం కాదు. Marketలో ఏమి work అవుతోంది, customers ఏమి expect చేస్తున్నారు, మీరు ఎలా differentiate కావచ్చో అర్థం చేసుకోవడం.

Analyze: positioning, offers, website, social content, reviews, customer complaints, ad messages, content formats and calls-to-action.

Competitor weaknessesలో opportunities ఉంటాయి. Example: competitors confusing pricing communicate చేస్తే, మీరు transparent process and FAQsతో stand out కావచ్చు.

Competitor dataని ethicalగా use చేయండి. Fake reviews, impersonation లేదా misleading tactics avoid చేయండి.

Action: 5 competitorsకి ఒక comparison sheet తయారు చేసి strengths, weaknesses, content themes మరియు differentiation opportunities note చేయండి.

### Day 20: Branding vs Marketing

Branding అంటే people మీ businessని ఎలా గుర్తుంచుకుంటారు మరియు perceive చేస్తారు. Marketing అంటే ఆ brand/messageని audienceకి చేరవేయడానికి చేసే activities.

Logo brandingలో ఒక భాగం మాత్రమే. Brand promise, tone, visual identity, customer experience and reputation కూడా brandingలో భాగాలు.

Marketing attention తీసుకురాగలదు; strong brand trust and preference build చేయడంలో సహాయపడుతుంది. Marketing campaign ముగిసినా brand memory కొనసాగవచ్చు.

Example: two businesses same service offer చేసినా, one has clear positioning, consistent visuals, helpful communication and strong reviews—customers దానిని ఎక్కువగా trust చేయవచ్చు.

Action: మీ brandకి one-line promise, 3 brand values మరియు consistent tone define చేయండి.

### Day 21: Personal Branding అంటే ఏమిటి?

Personal Branding అంటే ఒక వ్యక్తి expertise, experience, values మరియు perspective ఆధారంగా recognizable professional identity build చేసుకోవడం.

Personal brandకి three pillars: Expertise, Proof, Personality. మీరు ఏ problem solve చేస్తారో expertise చూపిస్తుంది. Results, projects, testimonials and case studies proof ఇస్తాయి. మీ communication style personalityని చూపిస్తుంది.

Personal brandingలో ప్రతి post sales pitch కావాల్సిన అవసరం లేదు. మీ thinking, lessons, mistakes, frameworks and experiences share చేయండి.

Consistency over time authority build చేయడంలో సహాయపడుతుంది.

Action: "I help [audience] achieve [result] through [expertise]" అనే formulaతో మీ positioning sentence రాయండి.

### Day 22: WhatsApp Marketing

WhatsApp marketingలో permission-based communication ముఖ్యమైనది. Customersకి useful updates, offers, reminders, support and follow-ups పంపవచ్చు.

Good WhatsApp message short, personal and action-orientedగా ఉంటుంది. ఒక messageలో one primary CTA ఉంచడం మంచిది.

Customer segmentation చేయండి: new leads, existing customers, repeat customers, inactive leads. అందరికీ ఒకే message పంపడం కంటే relevant communication better.

Spam చేయకండి. Consent, privacy and platform rulesని గౌరవించండి.

Action: మీ customers కోసం 3 WhatsApp message templates తయారు చేయండి: enquiry follow-up, useful tip, special offer.

### Day 23: Google Business Profile

Google Business Profile local discoveryకి ముఖ్యమైన tool. Business name, category, service details, phone, website, hours, photos and updates accurateగా ఉంచండి.

Customer reviews credibilityకి సహాయపడతాయి. Genuine customersని feedback అడగండి మరియు positive/negative reviewsకి professional response ఇవ్వండి.

Photosలో storefront, team, products, completed work and services వంటి real visuals ఉపయోగించండి. Outdated information remove or update చేయండి.

Local SEOకి website and business profile information consistentగా ఉండటం helpful.

Action: మీ profileని customerలా open చేసి, "ఈ business గురించి తెలుసుకోవడానికి నాకు ఇంకేం కావాలి?" అని check చేయండి.

### Day 24: Websiteకి Traffic ఎలా తీసుకురావాలి?

Websiteకి traffic sources అనేకం: SEO, Google Ads, social media, email, WhatsApp, referrals, YouTube, partnerships and direct traffic.

Traffic strategyలో quantity కన్నా relevance important. Wrong audienceకి thousands of visits వచ్చినా business value తక్కువ.

Content marketing ద్వారా organic traffic build చేయవచ్చు. Paid ads ద్వారా faster testing చేయవచ్చు. Social media ద్వారా content-to-website journeys create చేయవచ్చు.

UTM tracking లేదా analytics ఉపయోగించి traffic source performance measure చేయండి.

Action: మీ websiteకి వచ్చే top 3 traffic sources identify చేసి, ఒక్కో sourceకి ఒక improvement idea రాయండి.

### Day 25: Conversion Rate అంటే ఏమిటి?

Conversion Rate అంటే visitorsలో desired action తీసుకున్న వారి percentage.
Formula: Conversion Rate = Conversions ÷ Total Visitors × 100.
Example: 1,000 website visitorsలో 30 enquiry forms వచ్చినట్లయితే conversion rate 3%.

Conversion rate improve చేయడానికి clearer headline, stronger CTA, better offer, social proof, simpler forms, faster website and mobile-friendly design ఉపయోగపడవచ్చు.
Traffic పెంచే ముందు existing traffic convert అవుతోందా చూడండి. Sometimes more visitors కంటే better landing page bigger improvement ఇస్తుంది.
Action: మీ primary conversion define చేయండి—call, WhatsApp, form, booking లేదా purchase—and track it monthly.

### Day 26: Why Ads Fail?

Ads fail అవడానికి common reasons: wrong audience, weak offer, unclear creative, poor landing page, wrong objective, insufficient testing, slow response and poor follow-up.

"Ads don't work" అని conclude చేసే ముందు funnel check చేయండి. Ad click రావడం లేదా? Creative/message problem కావచ్చు. Clicks వస్తున్నాయి కానీ leads రావడం లేదా? Landing page/offer problem కావచ్చు. Leads వస్తున్నాయి కానీ sales రావడం లేదా? Qualification, sales pitch లేదా follow-up problem కావచ్చు.

One campaignలో too many changes చేస్తే learning difficult. Controlled testing better.

Action: మీ next ad campaignకి hypothesis రాయండి: "If we show X offer to Y audience with Z message, we expect A action."

## Day 27: ₹10,000 Marketing Budgetని ఎలా Divide చేయాలి?

₹10,000 budgetకి universal formula లేదు. Business goal, margins, audience and current assets ఆధారంగా allocation చేయాలి.

Example starting model: ₹4,000 paid ads testing, ₹2,000 creative/content production, ₹1,500 website/landing page improvements, ₹1,000 retargeting or follow-up tools, ₹1,500 experimentation/reserve.

ఇది fixed rule కాదు. Organic content already strongగా ఉంటే creative budget తక్కువ చేసి ads testing పెంచవచ్చు. High-ticket service అయితే lead quality and follow-up systemsకి more budget అవసరం కావచ్చు.

Budgetలో కొంత reserve ఉంచడం useful because winning campaignకి later scale చేయాల్సి రావచ్చు.

Action: మీ ₹10,000 budgetని goal-basedగా divide చేసి, ప్రతి amountకి expected outcome define చేయండి.

## Day 28: Digital Marketingలో Beginners చేసే 5 Mistakes

1. Strategy లేకుండా random posting.
2. Followers మరియు viewsనే successగా చూడటం.
3. Wrong audienceని target చేయడం.
4. Website, offer లేదా follow-up weakగా ఉండటం.
5. Resultsకి వెంటనే unrealistic expectations పెట్టుకోవడం.

Another major mistake is copying competitors without understanding why their strategy works. Your business economics, audience and positioning different.

Digital marketing requires testing. Some content fails. Some ads fail. The goal is to learn quickly, keep what works and improve what doesn't.

Action: మీ current marketingలో ఈ 5 mistakesలో ఏవి ఉన్నాయి గుర్తించి, ఒక్కో mistakeకి correction step రాయండి.

### Day 29: Businessకి Complete Digital Marketing Funnel

Complete funnelని Awareness → Interest → Consideration → Conversion → Retentionగా చూడవచ్చు. Awareness: Reels, SEO, YouTube, ads.Interest: educational content, website, profile, lead magnet.Consideration: testimonials, case studies, FAQs, demos.Conversion: offer, consultation, WhatsApp, checkout.Retention: support, follow-ups, email/WhatsApp, repeat offers and referrals.

ప్రతి stageకి different content అవసరం. Awareness contentతో immediate sale expect చేయడం లేదా conversion audienceకి generic content మాత్రమే ఇవ్వడం effective కాదు.

Funnelలో data track చేయండి: reach, clicks, leads, qualified leads, sales and repeat customers.

Action: మీ business funnelని paperపై draw చేసి ప్రతి stageకి 2 channels మరియు 2 content types add చేయండి.

### Day 30: 30 Daysలో నేర్చుకున్న Digital Marketing Summary

ఈ 30-day journeyలో మనం digital marketing fundamentals నుంచి complete funnel వరకు చూశాం.

Digital marketing అంటే simply social media posting కాదు. It is a system that connects audience, content, channels, website, advertising, leads, sales and retention.

Core lessons:• Right audience > random audience.• Useful content > constant promotion.• Leads > vanity metrics.• Conversion matters more than traffic alone.• Testing beats guessing.• Consistency beats occasional effort.• Strong brand + smart marketing creates long-term value.• AI can accelerate work, but human strategy and judgment remain important.

30 రోజుల తర్వాత మీ next step learning మాత్రమే కాదు—implementation. One audience, one clear offer, one or two channels, one tracking systemతో start చేయండి. Every week data review చేసి improve చేయండి.

Final Action: వచ్చే 30 రోజులకు ఒక simple plan తయారు చేయండి: 3 content posts/week, 1 experiment/week, 1 analytics review/week, and one measurable business goal.
Learn. Implement. Measure. Improve. Grow.

## 30-Day Implementation Checklist

Define your target audience.

Write your one-line business positioning.

Set up or improve your website.

Optimize your social media profile.

Set up or review your Google Business Profile.

Create 4 content pillars.

Build a 30-day content calendar.

Create one simple lead-generation offer.

Set up a lead tracking sheet.

Run one small marketing experiment.

Measure traffic, leads and conversions.

Review results every week.

Improve your best-performing content.

Retarget or follow up with relevant leads.

Build a repeat-customer/referral process.

## Final Note

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ అనేది సాధన ద్వారా అభివృద్ధి చేసుకునే నైపుణ్యం. ప్రతి ప్లాట్‌ఫారమ్‌ను పూర్తిగా నేర్చుకున్న తర్వాతే ప్రారంభించాల్సిన అవసరం లేదు. నిరంతరం మెరుగుపరుచుకుంటూ, కాలక్రమేణా నమ్మకాన్ని నిర్మించుకోండి.


K. Krishna Satheesh

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ ట్రైనర్ | SEO నిపుణులు | డిజిటల్ మార్కెటింగ్ కన్సల్టెంట్

10+ సంవత్సరాల ప్రాక్టికల్ అనుభవంతో


ఈ పుస్తకం ముఖ్యంగా డిజిటల్ మార్కెటింగ్ అంటే ఏమిటి, అది ఎలా పనిచేస్తుంది, అలాగే వివిధ డిజిటల్ మార్కెటింగ్ ఛానెల్స్‌ను వాస్తవ ప్రపంచంలో ఎలా ఉపయోగించాలి అనే విషయాలను తెలుసుకోవాలనుకునే ప్రారంభ స్థాయి అభ్యాసకుల కోసం ప్రత్యేకంగా రూపొందించబడింది.

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ ప్రపంచంలోకి తమ తొలి అడుగు వేయాలనుకునే ప్రతి ఒక్కరికీ ఇది ఒక సులభమైన మరియు ఆచరణాత్మకమైన ప్రారంభ మార్గదర్శి.

# Digital Marketing Tools List,

🔍 **SEO Tools**

- Google Search Console
- Google Analytics 4 (GA4)
- Google Keyword Planner
- Semrush
- Ahrefs
- Moz
- Ubersuggest
- Screaming Frog
- Yoast SEO

📱 **Social Media Marketing**

- Meta Business Suite
- Meta Ads Manager
- LinkedIn Campaign Manager
- YouTube Studio
- Buffer
- Hootsuite
- Later
- Canva

📢 **Advertising & PPC**

- Google Ads
- Meta Ads
- LinkedIn Ads
- Microsoft Advertising
- Google Keyword Planner
- Google Ads Editor

✍️ **Content & AI Tools**

- ChatGPT
- Google Gemini
- Claude
- Grammarly
- Canva
- Adobe Express
- Copy.ai
- Jasper

📧 **Email Marketing & Automation**

- Mailchimp
- Brevo
- HubSpot
- Klaviyo
- ActiveCampaign

🌐 **Website & Conversion**

- WordPress
- Elementor
- Google PageSpeed Insights
- GTmetrix
- Hotjar
- Microsoft Clarity

⭐ Local SEO

- Google Business Profile
- BrightLocal
- Whitespark
- Semrush
- Ahrefs

🎯 CRM & Marketing Automation

- HubSpot
- Zoho CRM
- Salesforce
- ActiveCampaign
- Zapier

📊 **Analytics & Reporting**

- Google Analytics 4
- Looker Studio
- Google Tag Manager
- Microsoft Clarity
- Hotjar
- Meta Insights

LEARN • PRACTICE • GROW

# DIGITAL MARKETING Course

**Build In-Demand Skills. Grow Your Career.**

## 45 DAYS LIVE TRAINING

## COURSE COVERAGE

- **Digital Marketing Fundamentals** — Overview, Strategy, Online Channels
- **SEO & Google Search** — Keyword Research, On-Page, Technical & Local SEO
- **Google Ads & Meta Ads** — Campaign Setup, Targeting, Optimization
- **Social Media Marketing** — Content Strategy & Engagement
- **AI Video Creation** — Create Stunning Videos Using AI Tools
- **AI Tools for Marketing** — Content, Copywriting, Research & Automation
- **WordPress Website Design** — Design Professional Websites
- **Domain & Hosting Setup** — Buy Domain, Choose Hosting & Connect
- **How to Host Your Website** — Upload, SSL, Security & Settings
- **Live Projects** — Work on Real Projects & Build Portfolio

## COURSE FEE

**₹45,000/-**

## ONLINE CLASSES

LIVE • INTERACTIVE • FROM ANYWHERE

## WHAT YOU GET

- 45 Days Live Training
- Practical Projects
- Study Materials
- Tools & Resources
- Certificate of Completion
- Career Guidance & Support

## ENROLL NOW!

*Learn Today, Lead Tomorrow!*

WhatsApp 94901 08243