

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Wednesday, 23 September 2026

Zoho Mail पर कम पड़ गया स्टोरेज ? जानिए 10GB स्पेस खरीदने के लिए कितने रुपये चुकाने होंगे

Publisher

Published on 09 Oct 2025



अगर आप अपने ऑफिस या बिज़नेस के लिए **Zoho Mail** का इस्तेमाल करते हैं और आपको बार-बार “Storage Full” का नोटिफिकेशन दिखाई दे रहा है, तो अब परेशान होने की जरूरत नहीं है। Zoho ने अपने यूजर्स के लिए एक नया विकल्प पेश किया है, जिसके तहत वे अतिरिक्त **10GB से लेकर 1TB तक** का स्टोरेज खरीद सकते हैं। कंपनी ने यह सुविधा खासतौर पर उन उपयोगकर्ताओं के लिए शुरू की है, जो बड़े पैमाने पर ईमेल स्टोरेज का इस्तेमाल करते हैं और जिनकी ईमेल डेटा ज़रूरतें लगातार बढ़ रही हैं।

Zoho Mail, जो कि भारत की टेक कंपनी **Zoho Corporation** का हिस्सा है, बिज़नेस ईमेल सॉल्यूशंस में विश्व स्तर पर एक बड़ा नाम बन चुका है। इसकी खासियत यह है कि यह विज्ञापन-मुक्त, सुरक्षित और प्राइवसी-फोकस्ड ईमेल सर्विस प्रदान करता है। लेकिन जैसे-जैसे कंपनियों का डिजिटल डाटा बढ़ रहा है, ईमेल स्टोरेज की कमी एक बड़ी चुनौती बनती जा रही है। इसी समस्या को ध्यान में रखते हुए Zoho ने अब अपने स्टोरेज प्लान्स को लचीला बनाया है।

कंपनी के अनुसार, जो यूजर्स बेसिक फ्री या स्टैंडर्ड प्लान पर हैं, वे भी अब अपनी ज़रूरत के अनुसार अतिरिक्त स्पेस खरीद सकते हैं। सबसे छोटे प्लान की शुरुआत **10GB स्टोरेज** से होती है, जिसकी कीमत लगभग **₹120 प्रति माह (या ₹1200 सालाना)** रखी गई है। वहीं, अगर आपको और ज्यादा स्टोरेज चाहिए, तो कंपनी ने **1TB तक के विकल्प** भी उपलब्ध कराए हैं, जिसकी कीमत उपयोग और क्षेत्र के हिसाब से अलग-अलग तय की गई है।

Zoho के प्रवक्ता ने जानकारी दी कि, “हमारा लक्ष्य छोटे और मध्यम आकार के व्यवसायों को एक किफायती और भरोसेमंद ईमेल समाधान देना है। नए स्टोरेज प्लान्स से यूजर्स को अपनी ज़रूरत के मुताबिक स्पेस बढ़ाने की स्वतंत्रता मिलेगी, जिससे उनका डेटा सुरक्षित और संगठित रहेगा।”

Zoho Mail की सबसे बड़ी खासियत है कि यह पूरी तरह से **एड-फ्री (Ad-Free)** अनुभव देता है। इसके साथ ही यह ईमेल को एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन के जरिए सुरक्षित रखता है, जिससे किसी तीसरे पक्ष को डेटा एक्सेस करने का खतरा नहीं रहता। बिज़नेस यूजर्स के लिए यह एक बहुत बड़ा प्लस पॉइंट है, क्योंकि डेटा सिक्योरिटी आज के दौर में सबसे अहम मुद्दा बन चुकी है।

जो यूजर्स Zoho Mail का **फ्री वर्जन** इस्तेमाल कर रहे हैं, उनके पास शुरुआत में सीमित स्टोरेज (5GB प्रति यूजर) होता है। जैसे ही यह सीमा पार हो जाती है, यूजर को ईमेल भेजने या रिसीव करने में दिक्कत आने लगती है। ऐसे में Zoho ने अब उन्हें एक आसान विकल्प दिया है कि वे **“Add Storage”** सेक्शन में जाकर कुछ क्लिक में अतिरिक्त स्पेस खरीद सकते हैं।

स्टोरेज अपग्रेड करने की प्रक्रिया भी बेहद आसान रखी गई है। यूजर को अपने अकाउंट सेटिंग्स में जाकर **“Manage Storage”** पर क्लिक करना होगा, जहाँ विभिन्न प्लान्स और उनकी कीमतें दिखाई देती हैं। वहाँ से इच्छित प्लान चुनने के बाद ऑनलाइन पेमेंट के जरिए तुरंत अपग्रेड किया जा सकता है।

Zoho Mail का यह नया ऑफर न केवल व्यक्तिगत उपयोगकर्ताओं के लिए बल्कि **कॉर्पोरेट और स्टार्टअप्स** के लिए भी फायदेमंद है। बड़ी कंपनियों को रोजाना हजारों ईमेल भेजने-प्राप्त करने पड़ते हैं, जिससे स्टोरेज जल्दी भर जाता है। Zoho Mail के नए टियर-प्लान मॉडल से अब वे अपनी टीम के लिए अनुकूल मात्रा में स्टोरेज खरीद सकते हैं, जिससे संचालन में कोई बाधा न आए।

कंपनी का कहना है कि Zoho Mail में निवेश करने का मतलब सिर्फ स्टोरेज खरीदना नहीं, बल्कि एक बेहतर ईमेल इकोसिस्टम का हिस्सा बनना है। Zoho का **ईकोसिस्टम 55 से ज्यादा ऐप्स** का समूह है, जिसमें CRM, बुक्स, डेस्क, राइटर, शीट्स और अन्य बिज़नेस सॉल्यूशंस शामिल हैं। इस तरह यह कंपनियों को एकीकृत डिजिटल प्लेटफॉर्म मुहैया कराता है।

हाल ही में कई Zoho Mail यूजर्स ने सोशल मीडिया पर अपने अनुभव साझा करते हुए कहा कि स्टोरेज अपग्रेड फीचर आने से उनका कामकाज और भी स्मूद हो गया है। पहले जब ईमेल में “क्वोटा फुल” का मैसेज आता था, तो उन्हें पुराने मेल्स डिलीट करने पड़ते थे, जिससे कई बार जरूरी डॉक्यूमेंट्स भी हट जाते थे। अब इस समस्या से पूरी तरह छुटकारा मिल गया है।

Zoho Mail की लोकप्रियता खासकर भारतीय बाजार में तेजी से बढ़ रही है क्योंकि यह **गूगल वर्कस्पेस और माइक्रोसॉफ्ट आउटलुक** जैसी सेवाओं के मुकाबले काफी **किफायती** है। जहां गूगल वर्कस्पेस की कीमतें हर साल बढ़ती जा रही हैं, वहीं Zoho अपने भारतीय यूजर्स को लोकल करेंसी में सुविधाजनक प्राइसिंग ऑफर करता है।

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Publisher, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsoever.