

ডিজিটাল জীবন

মা পিউলার অর্থ সামগ্ৰ



মূলতাসির সাংস্কৃতিক

ডিজিটাল সেলসঃ দ্য ফিউচার অব সেলস

লেখকের কথা

'ডিজিটাল সেলস' নিয়ে বাংলায় লেখা প্রথম বই 'ডিজিটাল সেলসঃ দ্য ফিউচার অব সেলস!'

এই বইয়ের প্রত্যেকটা মৃঙ্গা ছিড়ে ফেলে দিলেও সেটাৱ ভালু কমে যাবে না! বাংলাদেশে বাংলা ভাষায় সেলস বা ডিজিটাল সেলস নিয়ে এৱে চেয়ে তথ্যবহুল ও ইন-ডেপথ বই আৱ কখনো আসে নি! 'ডিজিটাল সেলসঃ দ্য ফিউচার অব সেলস' বইটি আপনাকে সেলসে হাতেখড়ি দেবে না, বৱণ্ণ আপনি একহসাথে সেলসের অ্যাডভায়ড লেভেল সম্পর্কে জানতে, শিখতে ও সহজে বুঝতে পাৱবেন! আপনার বয়স যদি ১৫ এৱে বেশি হয়ে থাকে, তাহলে এই বই পড়ে ক্ষিলগুলোকে কাজে লাগাতে আপনাকে ততটা বেগ পেতে হবে না!

মুনতাসির মাহদী, ডিজিটাল সেলসঃ দ্য ফিউচার অব সেলস বইটি লিখেছেন তার নয়/দশ বছৱের সেলসের অভিজ্ঞতা থেকে। মাত্ৰ দু বছৱে ২০০০০ মেইড শিক্ষার্থী তৈরি কৱেছেন, ডিজিটাল সেলসের এই বইয়ের মেথডসগুলো অনুসৰণ কৱেই! গত সাত বছৱ ধৰে ডিজিটাল প্ৰোডাক্টস বিক্ৰি কৱে জেনাৱেট কৱেছেন প্ৰায় ৫ লক্ষ ডলাৰ! আৱ সেটা, আপনার পক্ষেও সন্তুষ্ট!

'কিন্তু... কীভাবে?'

... সেটাৱ উত্তৰ জানতে হলে 'ডিজিটাল সেলসঃ দ্য ফিউচার অব সেলস' বইটা পড়তে হবে যে!

লেখক পরিচিতি

পড়তে পড়তেই লেখালিখিতে আগ্রহ জন্মায় তার। লেখালিখিটা তিনি শুধুর বসে শুরু করে থাকেন! যদিও বেশ কিছু স্বনামধন্য ওয়েবসাইটের কন্টেন্ট রাইটার হিসেবে কাজ করেছেন তিনি। ২০০০০ এর বেশি শিক্ষার্থীকে ডিজিটাল মার্কেটিং, বিজনেস এবং সেলস শিখিয়েছেন, তার ওয়েবসাইটের মাধ্যমে!

রিসালাহ নামে একটা অনলাইন ম্যাগাজিনের ফাউন্ডিং এডিটর তিনি! রিসালাহ ম্যাগাজিন, বাংলাদেশের প্রথম সাবস্ক্রিপশন-বেহেজড অনলাইন সাংগ্রাহিক ম্যাগাজিন। 'সাইলো' নামে বাংলাদেশের সর্বপ্রথম ডিজিটাল প্রোডাক্ট স্টোরহাউসের প্রতিষ্ঠাতা তিনি! এছাড়াও মুনতাসির মাহদী ডিজিটাল লেখকদের জন্য 'ডিজিটাল অথোরস সোসাইটি' প্রতিষ্ঠা করেন!

তার সাথে যোগাযোগ করতে পারেন,

ইমেইলঃ muntasirrahmanmahdi@gmail.com

ফেসবুকঃ www.facebook.com/muntasir666

ওয়েবসাইটঃ www.muntasirmahdi.com

উৎসর্গ

আমি স্কুলে-কলেজে-ইউনিভার্সিটিতে কখনো সেলস বা মার্কেটিংয়ের শিক্ষার্থী ছিলাম না।
বিজ্ঞানের ছাত্র ছিলাম, সিএসই নিয়ে পড়েছি। তারপরেও গত নয়/দশ বছর ধরে সেলস, মার্কেটিং
আর লেখালেখি নিয়ে কাজ করেছি এবং কাজ করে যাচ্ছি এখনো!

একদিন আমি এক ক্লায়েন্টের কনসালটেণ্টি করছিলাম তার সেলসের গ্রোথ নিয়ে। সেদিন আম্মু
আমার কথা শোনার কিছুক্ষণ পর আমার কামে এসে আমাকে বললেন,

“মাহদী, আমাকে একটা ফেসবুক প্রোফাইল খুলে দিস! আমি যে কাপড় সেলাই করি - সেটা
ফেসবুকে বিক্রি করা যাবে!”

আমি হাসলাম! কাপড় সেলাই করাটা আমার আম্মুর শখ!

সেই শখটাকে আম্মু এই বয়সে এসে যদি ফেসবুকে বিক্রি করার মতো চিন্তা করতে পারেন -
তাহলে ‘আপনি’ কেন ভয় পাচ্ছেন? চেষ্টা তো করে দেখুন!

বহুটা আম্মুকে উৎসর্গ করলাম, যার ডিএনএ আমার শরীরের অংশ না হলে; আমি হয়তো
সেলস বিষয়টাকে ভুতের মতো ভয় পেতাম।

মূঢ়ীপত্র

সেলসের সাথে পরিচয়

সেলস কী?

ডিজিটাল সেলস কী?

সোশ্যাল সেলিং কী?

সেল নাকি সেইল - কোনটা?

কেন সেলস জানা জরুরী?

বিভিন্ন ধরণের সেলস

সেলস উপাদান কী ও কয়টি?

সেলস কত ধরণের ও কী কী?

সেলস মেথডোলজি কী ও কত ধরণের?

সেলস রিলেসনশিপ কী ও কত ধরণের হয়ে থাকে?

কাস্টোমার পার্সোনালিটি কী এবং কত ধরণের হয়ে থাকে?

সেলসের সাথে মার্কেটিং

মার্কেটিং ও ডিজিটাল মার্কেটিং কী?

কীভাবে মার্কেটিং ও সেলস একটা আরেকটাৰ সাথে যুক্ত?

কেন সেলসম্যানদের মার্কেটিং জানা জরুরী?

সেলসপার্সনদের জন্য মার্কেটিং

সেলসের সাথে কন্টেন্ট

কন্টেন্ট কী?

কীভাবে সেলস ও কন্টেন্ট একটা আরেকটাৰ সাথে যুক্ত?

সেলস কন্টেন্ট বা সেলস কপি কী?

হাই কোয়ালিটি সেলস কপি লখার ট্যাকচিকস

সেলসের সাথে কমিউনিকেশন

ষ্টোরিটেলিং: দ্য সিক্রেট সম

কমিউনিকেশনের রাইট হ্যান্ড: ষ্টোরিটেলিং

সেলস দর-কষাকষি

সেলস নেগোসিয়েশন এন্ড বারগেইনিং

নেগোসিয়েশন স্টাইল

নেগোসিয়েশন চাইপ

এফেক্টিভ সেলস নেগোসিয়েশনের ধাপগুলো

সেলসম্যান = সুপার হিউম্যান = সেলস মাইভসেট

সেলস পারসুয়েশন: দ্য পেন্ডুলাম অব কমিউনিকেশন

কয়েকটি হাইলি অ্যাডভাগড পারসুয়েশন টেকনিকস

৪০০+ সেলস পাওয়ার ওয়ার্ডস লিস্ট

সেলস নিয়ে আরো কিছুক্ষণ

সেলস নিয়ে আমার প্রিয় দশটি ব্লগ ও ইউটিউব চ্যানেল

সেলস নিয়ে সেরা দশটি সিনেমা

পৃথিবীর সেরা ১০ জন সেলসপ্রার্ণ (আমার লিস্ট)

Who are you?

সেলসের সাথে পরিচয়

সেলস কী?

এক কথায় যদি বলতে হয়, সেলস হচ্ছে কোনো মন্য বা সেবা, অর্থ কিংবা অর্থের সমান মূল্যের কোনোকিছুর বিনিময়ে আদানপ্রদান করা!

অর্থাৎ, সেলস হতে পারে -

- যদি আপনি টাকার বিনিময়ে কারো থেকে কোন মন্য বা সেবা কিনে নেন!
- যদি আপনি আপনার ক্ষিলের বিনিময়ে কোনো অর্থ বা সম্মানী নিয়ে থাকেন!
- আপনার দক্ষতা বা আপনার কাজের বিনিময়ে আপনাকে যদি কেউ অর্থের বদলে খাইয়ে থাকে - সেটাও সেলস!

ধরুন, আপনি একটা চাকরির ইন্টারভিউতে বসবেন। এখন ইন্টারভিউতে আপনাকে যে প্রশ্নগুলো করা হবে; সেগুলোর উত্তর দিলেই তো আর আপনার চাকরি হয়ে যাবে না, তাই না?

কারণ, এই প্রশ্নগুলোর উত্তর তো অনেকেই সঠিকভাবে দিচ্ছে! তাহলে কোন কাজটা করলে আপনার চাকরি পাওয়ার সম্ভাবনা বেড়ে যাবে?

যদি আপনি আপনাকে 'সেল/বিক্রি' করতে পারেন, তাহলে আপনার চাকরি পাওয়ার সম্ভাবনা বাড়বে। আপনাকে সেল করা বলতে আমি কিন্তু সত্যিকার অর্থেই আপনাকে বিক্রি করতে বলছি না!

আমি যেটা বোঝাতে চাইছি সেটা হচ্ছে, আপনি যদি আপনার সিভিতে আরো ভালো দক্ষতা দেখাতে পারেন কিংবা আপনি যদি ইন্টারভিউতে আপনার দক্ষতাগুলোকে আরো ভালোভাবে প্রকাশ করতে পারেন অথবা আপনি যদি আপনার দক্ষতাগুলোকে কাজে লাগিয়ে আরো উন্নত পোর্টফোলিও তৈরি করতে পারেন - তাহলে আপনার চাকরি পাওয়ার সন্তুষ্টিবান্না বেড়ে যাবে!

আর এটাই হচ্ছে, নিজেকে অর্থাৎ নিজের স্কিলস বা দক্ষতাগুলোকে বিক্রি করা!

শুধুমাত্র লিংকডইনে গিয়ে 'চাকরি দেন' লিখে কমেন্ট করলে আর ফেসবুকে এসে মেসেজে চাকরি খুঁজলে চাকরি পাবেন না! চাকরির জন্য নেটওয়ার্ক তৈরি করুন, নিজেকে ডেভেলপ করুন, নিজেকে সেল করুন!

এখানে আপনি নিজের স্কিলস বা দক্ষতাগুলো (আরো স্পেসিফিক্যালি বললে, সময়) যেকোন কোম্পানিকে অর্থের বিনিময়ে বিক্রি করে যাচ্ছেন!

আর এই প্রসেসটাই হচ্ছে, চাকরির ফ্রেন্ডে সেলস!

চলুন কিছু আভিধানিক সেলসের সংজ্ঞা জেনে নেয়া যাক! নাহলে হয়তো এটাকে বই বলে গন্য করাটা অনেকের জন্য কষ্টকর হয়ে পড়তে পারে!

ইনভেস্টোপিডিয়ার মতে,

A sale is a transaction between two or more parties in which the buyer receives tangible or intangible goods, services, or assets in exchange for money.

উইকিপিডিয়া অনুসারে,

Sales are activities related to selling or the number of goods sold in a given targeted time period. The delivery of a service for a cost is also considered a sale.

হাবস্পটের মতে,

By definition, the term "sales" refers to all activities involved in selling a product or service to a consumer or business. But in practice, it means so much more.

... এই হচ্ছে সেলস!

প্রত্যেকটা সংজ্ঞা শুধুমাত্র একটা কথাই, একটাই বিষয়, একটাই মোটিভে এগুচ্ছে; আর সেটা হচ্ছে; সেলস এমন কিছু অ্যাকটিভিটিস, এমন একটা প্রসেস; যেটাৰ রাজত্ব অনেক অনেক অনেক বড়।

সেলসের মানে শুধু বিক্রি করাই নয়! মেটাভার্সের এই দুনিয়ায়, সেলস এখন আরো বিশাল জায়গা দখল করে আছে! প্রত্যেকটা সেক্টরে এখন, সেলস নির্ভর!

কিন্তু বর্তমানের এই সেলস কি আগের পুরনো দিনের গবাঁধা সেই সেলস?!

নাকি সেলসেরও প্রভালুণ্ঠন হয়েছে?!

আরেহ, সেটা নিয়েই তো পরের অধ্যায়!

ডিজিটাল সেলস কী?

সেলস ২.০ - এর যুগে স্বাগতম!

মেটাভার্সের টাইমলাইন যখনই গোনা শুরু হয়েছে, তখন থেকে আবন্ধ করে দুনিয়ার প্রত্যেকটা
ব্যবসার মন্য বা সেবাগুলোর ভবিষ্যৎ নির্ধারণ করা হয়ে গিয়েছে!

মেটাভার্স আমাদের সামনে শুধুমাত্র কয়েকটা ওয়েবসাইট বা কয়েকটা গেইমস বা কয়েকটা
অ্যাপ কিংবা আপনি আশেপাশে মেটাভার্স নিয়ে যা কিছু শুনে থাকেন - তার এক পার্সনেও নয়!
মেটাভার্স আমাদের জন্য ফিউচার প্রেডিকশন!

আপনি কিন্তু আর কোনো ইউনিভার্সে নেই।

Funny enough, you are in Metaverse now!



সে আপনার ব্যবসার মন্য চাল-ডাল থেকে শুরু করে কয়েক কোটি টাকার বাড়ি-গাড়িও হোক না কেন;

সে আপনার ব্যবসার মন্য সফটওয়্যার কিংবা হার্ডওয়্যার - যা কিছুই হোক না কেন;

সে আপনার ব্যবসার মন্য একটা পিডিএফ বই কিংবা কাগজের পত্রিকা - যা কিছুই হোক না কেন;

সে আপনার ব্যবসার মন্য ছবি আঁকা কিংবা ছবি তোলা - যা কিছুই হোক না কেন;

সে আপনি রিকশা চালান আর সিনেমা করেন - যাই করেন না কেন;

আপনাকে এই মেটাভার্স টিকে থাকতে হলে - আপনার ক্ষিলস/দক্ষতা বা মন্য/সেবাগুলোকে একদিন না একদিন মেটাভার্সের অন্তর্ভুক্ত করতেই হবে!

অর্থাৎ, আপনার মন্য এখন হয়তো 'আলু' হতে পারে, কিন্তু সেটাকে একসময় ডিজিটাল মন্য অর্থাৎ কোনো না কোনো সেবাতে যুক্ত বা বদল করতেই হবে!

কিংবা আপনার মন্য হয়তো এখন ‘গান গাওয়া’ হতে পারে। অর্থাৎ, আপনি গান গাওয়ার ক্ষিল
বেঁচে আয় করেন! যদি আপনি সারাজীবন ফিজিক্যাল কনসার্ট করেই আসেন; তাহলে
মেটাভার্সে সেটা নিয়ে টেকা কষ্টকর হয়ে যাবে! আপনাকেও আপনার এই সেবাগুলোকে
ডিজিটাল মন্য বা ডিজিটাল সেবাতে রূপান্তর বা যুক্ত করতে হবে!

অথবা আপনি হয়তো একজন ডাক্তার। আপনি চাইলে অনলাইনে আপনার সেবা/মন্যগুলো
বিক্রি করা সম্ভব অনলাইনে, কোনো একটা ফেসবুক পেইজ কিংবা ইউটিউব চ্যানেল অথবা
পার্সোনাল ওয়েবসাইটের মাধ্যমে। কারণ, ডিজিটাল প্রোডাক্ট বা সেবা না থাকলে বা আপনার
বর্তমান সেবা/মন্যগুলোকে ডিজিটাল সার্ভিসে কনভার্ট না করলে - আপনি মেটাভার্সের অন্তর্ভুক্ত
নন!

সিম্পল অ্যাজ দ্যাট!

আর আপনার মন্য বা সেবাগুলোকে যখনই আপনি ডিজিটাল করবেন কিংবা যখনই আপনি
কোনো ডিজিটাল প্রোডাক্ট বা সেবা বিক্রি করার চিন্তা মাথায় নিয়ে আসবেন - তখনই আপনাকে
ডিজিটাল সেলসের সংস্পর্শে আসতে হবে!

আপনাকে সেজন্য জানতে হবে, ডিজিটাল সেলস আসলে কী!

বহুয়ের শুরুতে আমি বলেছিলাম, সেলসের সংজ্ঞা!

মনে আছে সেটা?

সেলস হচ্ছে, কোনো মন্য বা সেবা, অর্থ কিংবা অর্থের সমান মূল্যের কোনো কিছুর বিনিময়ে
আদানপ্রদান করা!

আর এই 'আদানপ্রদান' করার কাজটা যখন আমরা ডিজিটাল কোনো
চ্যানেল/মিডিয়াম/মেথডে করে থাকি - তখন সেটাই হচ্ছে, ডিজিটাল সেলস!

এক্ষেত্রে, ডিজিটাল চ্যানেল হতে পারে একটা ফেসবুক পেইজ কিংবা একটা ইউটিউব চ্যানেল
অথবা একটা ওয়েবসাইট অথবা ইমেইল অথবা কোনো কম্পিউনিটি/ফোরাম! অর্থাৎ,
যেকোনো ইন্টারনেট কানেকশন যুক্ত ডিজিটাল মেথডই এক্ষেত্রে ডিজিটাল সেলসে ব্যবহৃত হতে
পারে!

আরো স্পষ্টভাবে বললে,
কোনো পন্য বা সেবা, অর্থ কিংবা সমান মূল্যের কোনো কিছুর বিনিময়ে আদানপ্রদান করার
জন্য যখন আমরা ডিজিটাল কোনো মাধ্যম ব্যবহার করে থাকি, তখন সেটাই ডিজিটাল সেলস!

এতটুকুই?

আঞ্জে না!

মনোযোগ সহকারে এই অংশটুকু পড়ুন! কারণ, এখানেই সাধারণ বা টিপিক্যাল বা ট্র্যাডিশনাল
সেলস থেকে ডিজিটাল সেলস কীভাবে আলাদা - সেটা বোঝানোর চেষ্টা করবো!

মার্কেটিংজের মতে,

Digital sales involves the use of virtual channels to reach out to prospects, provide education, and ultimately offer a solution that uniquely meets their needs. Think of it as 1-1 marketing.

ট্র্যাডিশনাল সেলসে আপনাকে মার্কেটারের কাজ কিংবা কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের কাজ কিংবা
রিসার্চারের কাজ অথবা কমিউনিকেটরের কাজ করতে হতো না। মার্কেটাররা সেলসপ্রার্থনদের
কাছে টার্গেটেড অডিয়েণ্টের কিছু তথ্য ও ডেটা দিয়ে দিতো, যাদের কাছে সেই সেলসম্যানরা
শুধুমাত্র মন্য বা সেবা বিক্রি করে অর্থ নিয়ে আসতো!

কিন্তু, ডিজিটাল সেলসে আপনাকে শুধুমাত্র একজন সেলসপ্রার্থনের দায়িত্ব পালন করলেই হবে
না! আপনাকে ডিজিটাল সেলসপ্রার্থন হতে হলে, অবশ্যই সেলসের সাথে যুক্ত বিষয়গুলো
সম্পর্কেও ভাল ধারনা রাখতে হবে।

এখন প্রশ্ন হচ্ছে, ডিজিটাল সেলসের সাথে কোন বিষয়গুলো যুক্ত?

অর্থাৎ, কোন বিষয়গুলো ট্র্যাডিশনাল সেলসে ছিলো না, কিন্তু ডিজিটাল সেলসপ্রার্থন হতে হলে
যে বিষয়গুলো জানা দরকার, সেগুলো হচ্ছে -

- ট্র্যাডিশনাল সেলস
- মার্কেটিং
- হিউম্যান সাইকোলজি
- কন্টেন্ট ক্রিয়েশন
- কমিউনিকেশন
- স্টোরিটেলিং
- ডেটা, মার্কেট এবং অডিয়েণ্ট রিসার্চ

তাহলে এখন যদি আমাকে জিজ্ঞেস করবেন, ডিজিটাল সেলস কী, তাহলে আমার উত্তর হবে -

যখন আমরা কোনো ইমোশনাল কন্টেন্ট ব্যবহার ও সেটাকে মার্কেটিংয়ে ব্যবহার করে সঠিক অভিয়েগ্নি বাছাই করে কোনো একটা পন্য বা সেবার বিনিময়ে অর্থ কিংবা এর সমমানের কোনো ডিজিটাল/ট্র্যাডিশনাল মেডিয়া/অ্যাসেট পেয়ে থাকি তখন সেটাকেই আমরা ডিজিটাল সেলস বলবো!

যদিও সংজ্ঞাটা একটু জটিল! কিন্তু, ডিজিটাল সেলস টপিকটাও তো অনেক বিশাল - সেটাও তো মাথায় রাখা লাগবে, তাই না?

একজন ডিজিটাল সেলসপার্সন, ওয়ান ম্যান আর্মি!

অর্থাৎ, আপনি যদি ডিজিটাল সেলসে দয়ক হতে পারেন তাহলে আপনি নিচের কাজগুলো কোনো ধরণের বাঁধা ছাড়াই করতে পারবেন,

- যেকোন কোম্পানির সেলস বৃদ্ধি করতে পারবেন!
- যেকোনো কোম্পানির আগের সেলস ডেটা থেকে নতুন সেলস কীভাবে জেনারেট করবেন সেটা রিসার্চ করে বের করতে পারবেন!
- যেকোনো কোম্পানির জন্য পাওয়ারফুল মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি তৈরি করে দিতে পারবেন!
- ইমোশনাল স্টোরিটেলিং করে আরো সহিল বৃদ্ধি করতে পারবেন!
- যেকোনো এক/দু টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করে সেটার মার্কেটিং করতে পারবেন!
- যেকোনো স্টার্টআপকে আপনি একাই ম্যানেজ ও প্রো করতে পারবেন!
- আপনার ক্লায়েন্ট/কাস্টোমারের সাথে আরো ভালোভাবে কমিউনিকেট করতে পারবেন!
- আপনার সেলস কমিউনিকেশন হ্যাকস ও ফর্মুলাগুলো ব্যবহার করে আপনার কর্ম ও ব্যক্তিগত জীবনে আরো ভালো কমিউনিকেটর হিসেবে পরিচিত হতে পারবেন!

উপরের সবগুলো কাজই আপনার পক্ষে করা সম্ভব হবে, যদি আপনি ডিজিটাল সেলসে দক্ষ
হতে পারেন! ভুলে যাবেন না, ডিজিটাল সেলসই কিন্তু সেলস সেক্টরের ভবিষ্যৎ!

আর দুনিয়া শুধু ডিজিটাল হয় নি, আরো অনেক বেশি ডিজিটালি, সোশ্যাল-ও হয়েছে! আর
যেখানে 'সমাজ' আছে, সেখানে 'সেল'ও আছে!

আর সেখান থেকেই আইডিয়া, সোশ্যাল সেলিংয়ের!

সোশ্যাল সেলিং কী?

ডিজিটাল সেলসের একটা অংশ হচ্ছে, সোশ্যাল সেলিং!

যখন আপনি একটা মন্তব্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য সোশ্যাল মিডিয়াগুলো ব্যবহার করবেন
তখন সেটাই সোশ্যাল সেলিং!

ধরুন, আপনি ফেসবুকে আপনার পেইজের শপে কিছু টি-শার্ট আপলোড করেন এবং সেই
টি-শার্টগুলো থেকে একটা টি-শার্ট কারো পছন্দ হয়ে গেলে সে আপনাকে পেইজে মেসেজ করবে।

আপনি মেসেজে তার সাথে কথা বলবেন! তার সাথে কথা বলে, নেগোসিয়েশন ও বারগেইনিং
করে তাকে পেমেন্ট করার জন্য বললেন! সে আপনার দেয়া পেমেন্ট মেথডে পেমেন্ট করে দিলো!

আপনি তার থেকে টি-শার্ট কোথায় ডেলিভারি দেবেন সেই ঠিকানা নিয়ে ডেলিভারির প্রসেস শুরু
করলেন! পেমেন্ট চলে আসলো!

এই যে উপরের ঘটনায় সম্পূর্ণ বিক্রি, ম্যানেজমেন্ট, কন্টেন্ট ক্রিয়েশন এবং মার্কেটিংসহ যাই-ই
হয়েছে সবকিছুই কিন্তু সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে হয়েছে! তাই না?

আর সেজন্যে এই সম্পূর্ণ প্রসেসটাকে আপনি সোশ্যাল সেলিং বলতে পাবেন!

ডিজিটাল সেলিংয়ের অন্যতম একটা অংশ হচ্ছে এই সোশ্যাল সেলিং। করোনায় কত-শত নতুন
ফেসবুক ব্র্যান্ড ও স্টোর্টআপের জন্য হয়েছে সেটাতো আর না বললেও চলবে! আপনারই পাশের

ঘরের কেউ হয়তো ইন্টার্নেটে মাছ বিক্রি করে লক্ষ লক্ষ টাকা আয় করেছে করোনায়! কিংবা আপনার কোনো বন্ধুর আর্থীয় হয়তো করোনায় বাইক বিক্রি করে আজকে লাখপতি! এগুলো কিন্তু বানানো ঘটনা নয়! আপনার-আমার আশেপাশেই এই ধরনের ছোটখাটো স্টার্টআপ তৈরি হচ্ছে এবং শুধুমাত্র সোশ্যাল সেলিং প্রসেস ব্যবহার করেই তারা মাসে আজ লক্ষ লক্ষ টাকা আয় করছে!



যেকোনো সোশ্যাল মিডিয়া ওয়েবসাইট ব্যবহার করেই কিন্তু আপনি আপনার পন্য বা সেবা বিক্রি করতে পারবেন। আমি নিচে ৭টি সোশ্যাল মিডিয়া সম্পর্কে একটু করে ধারণা দিচ্ছি, যাতে আপনি এখান থেকে যেকোনো ২-৪টা সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনার ব্র্যান্ড বা স্টার্টআপ দাঁড় করানোর জন্য সঠিক সিদ্ধান্তটা নিতে পারেন!

ফেসবুকঃ দ্য কিং অফ সোশ্যাল মিডিয়া বলা হয় ফেসবুককে! তার কারণ, প্রত্যেক মাসে প্রায় ২৫০ কোটির বেশি মানুষ এই সোশ্যাল মিডিয়াতে অ্যাকচিভ থাকে - যেটা মুরো পৃথিবীর জনসংখ্যার তিন ভাগের এক ভাগ!

ফেসবুকে ব্যবসা শুরু করাটা একেবারে সহজ। আপনি একটা পেইজ তৈরি করে সেখানে আপনার মন্য বা সেবার ছবি কিংবা ভিডিও অথবা আর্টিকেল কিংবা অডিও কন্টেন্ট আপলোড করে সেখান থেকেই অর্থ আয় করা শুরু করতে পারবেন। ফেসবুক অ্যাডভার্টইজ করাটাও অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়া থেকে অপেক্ষাকৃত সহজ।

ইন্টার্নেটঃ দ্য কুইন অফ সোশ্যাল মিডিয়া বলা হয় ইন্টার্নেটকে। তার কারণ, প্রত্যেক মাসে শুধুমাত্র ইমেজ ও ভিডিও টেইপের কন্টেন্ট দেখার জন্য প্রায় ৪২০ কোটির বেশি মানুষ এই সোশ্যাল মিডিয়াতে অ্যাকচিভ থাকে।

ইন্টার্নেট মূলত ইমেজ বা ভিডিও কন্টেন্ট বেইজড মন্যের জন্য অপ্টিমাইজড। অর্থাৎ, আপনার মন্য বা সেবা নিয়ে যদি ছবি বা ভিডিও কন্টেন্ট তৈরি করা সম্ভব হয়, তাহলে আপনার সেই ব্র্যান্ড বা স্টোর্টআপকে আপনি খুব সহজেই বিজনেস বা প্রফেশনাল বা পার্সোনাল অ্যাকাউন্ট তৈরি করে দাঢ় করাতে পারবেন।

ইউটিউবঃ ইউটিউব মূলত একটি ভিডিও শেয়ারিং প্লাটফর্ম ও ভিডিও সার্চ ইঞ্জিন! তবে ইউটিউবের বেশ কিছু ফাংশনালিটির জন্য ইউটিউবকে আমরা সোশ্যাল মিডিয়া ওয়েবসাইটগুলোর মধ্যেও অন্তর্ভুক্ত করে থাকি।

ইউটিউবে প্রত্যেক মাসে প্রায় ২০০ কোটির বেশি মানুষ ভিডিও বেইজড কন্টেন্ট দেখার জন্য অ্যাকচিভ থাকে। ইউটিউব যদিও স্টোর্টআপ দাঢ় করানোর জন্য ততটা ভালো সুযোগ-সুবিধা আপনাকে দেবে না। কিন্তু আপনি যদি ইউটিউবের সাধারণ ফিচারসগুলোকেই আপনার ব্যবসার

কাজে সঠিকভাবে ব্যবহার করতে পারেন তাহলে যেকোনো মন্য বা সেবা নিয়েই আপনি ইউটিউবে
ভাল একটি ব্র্যান্ড বা স্টার্টআপ দাঢ় করাতে পারবেন।

লিংকডইনঃ এই জব এন্ড রিজুমি রিসার্চ ওয়েবসাইটের ক্ষমতা ধীরে ধীরে অনেকটা গ্রো করছে।
তার কারণ, বর্তমানে লিংকডইনে প্রায় ৩ কোটির বেশি মাসিক অ্যাকচিভ ইউজার রয়েছে।

লিংকডইনে আপনি যেমন আপনার স্কিল নিয়ে চাকরি খুঁজতে পারবেন ঠিক তেমনি আপনার
সিভি বা পোর্টফোলিওকে শক্তিশালী করার জন্যও লিংকডইন আপনাকে সাহায্য করবে।
লিংকডইনে বেশিরভাগ ব্যবহারকারীই কর্মোরেট ও বিটুবি সেক্টরের হয়ে থাকে, যার ফলে যদি
আপনার ব্র্যান্ড বা স্টার্টআপের টার্গেট ক্লায়েন্ট বিটুবি বেইজড হয়ে থাকে তাহলে লিংকডইন
আপনার জন্য পারফেক্ট অপশন!

টিকটকঃ প্রত্যেক মাসে ৫ কোটির বেশি মাসিক ইউজার রয়েছে টিকটকের। চায়নিজ এই
সোশ্যাল মিডিয়া আপনিটি আপনার ব্র্যান্ড বা স্টার্টআপ দাঢ় করানোর জন্য অনেক ধরনের
সুযোগ-সুবিধা দিচ্ছে।

আপনি চাইলে টিকটকে অ্যাকাউন্ট করে আপনার মন্য বা সেবা নিয়ে প্রতিদিন মাত্র আধ ঘন্টা
সময় দিয়েই ভালো কিছু কন্টেন্ট তৈরি করে আপনার মন্য বা সেবা বিক্রি করতে পারবেন। তবে
টিকটকের অ্যাকচিভ ইউজারের বেশিরভাগই ৪৮ থেকে ২৯ বছর বয়সের মধ্যে হয়ে থাকে। যার
ফলে আপনার মন্য বা সেবা যদি এই বয়সের মানুষের জন্য পারফেক্ট হয়ে থাকে তাহলে আপনার
জন্য টিকটক ভালো একটি সোশ্যাল মিডিয়া হতে পারে।

টুইটারঃ যদিও টুইটার মূলত মাইক্রোব্লগিং ওয়েবসাইট কিন্তু টুইটার কমিউনিটি কিংবা সোশ্যাল
নেটওয়ার্কিংয়ের ফিচারস থাকার কারণে সোশ্যাল মিডিয়া হিসেবেও টুইটারকে আমরা ব্যবহার
করে থাকি। তবে টুইটার মূলত ‘ট্রেন্ড’ তৈরি করার জন্য ব্যবহার করা হয়।

অর্থাৎ, টুইটারে আপনি ‘রিয়েল টাইম’ তথ্যগুলো খুবই তাড়াতাড়ি জানতে পারবেন ও হ্যাশট্যাগের মাধ্যমে জানাতে পারবেন। টুইটার সেজন্য কোনো টিপিক বা খবর কিংবা কোনো বিষয় সম্পর্কে ‘হাইপ’ তোলার জন্য ব্যবহার করা হয়। টুইটারের বর্তমান মাসিক অ্যাকচিভ ইউজারের সংখ্যা প্রায় সাড়ে তিনি কোটির বেশি।

‘হাইপ’ তোলার বাংলা মনে আসছে না এই মূহূর্তে। যদি মনে না আসে, তাহলে এভাবেই পড়ে ফেলবেন। আমরা আমরাই তো!

পিন্টারেষ্টেঃ পিন্টারেষ্টে মূলত একটি ইমেজ/ছবি শেয়ারিং প্লাটফর্ম, যেটার সোশ্যাল নেটওয়ার্কিং ফাংশনালিটি থাকার কারণে আমরা এটাকে সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর মধ্যে ফেলে থাকি। পিন্টারেষ্টের বর্তমান মাসিক অ্যাকচিভ ইউজারের সংখ্যা প্রায় আড়াই কোটির বেশি।

পিন্টারেষ্টে যেহেতু ইমেজ বেইজড ওয়েবসাইট, সেহেতু আপনার পন্য বা সেবাগুলো নিয়ে যদি প্রাফিক্যাল কন্টেন্ট তৈরি করা সম্ভব হয় তাহলে আপনার ব্র্যান্ড বা স্টোর্চআপের জন্য অনেক উন্নত একটি সোশ্যাল মিডিয়া হতে পারে পিন্টারেষ্টে।

উপরের এই সাতটি সোশ্যাল মিডিয়া ওয়েবসাইট মিলিয়ে প্রায় ৪৫০ কোটির বেশি মাসিক অ্যাকচিভ ইউজার রয়েছে।

সোশ্যাল সেলিং মেথডটি অ্যাপ্লাই করে আপনি যদি প্রত্যেক মাসে এই ৪৫০ কোটি মানুষ থেকে মাত্র ৪০০ জন মানুষের কাছে আপনার ৫০০ টাকা দামের পন্য বা সেবা বিক্রি করতে পারেন তাহলেও তো সেই লাভের সংখ্যা অর্ধ লক্ষের কাছে গিয়ে দাঢ়ায়।

আমাৰ মনে হয় না - আপনাৰ নতুন ৰ্যান্ড বা স্টার্টআপেৰ জন্য এটা কোনো খাৰাপ সংবাদ!

কিন্তু, সমস্যা তো ওখানে নয়!

সমস্যা হচ্ছে, সেলসেৱ বানানই তো ঠিকমতো বুঝি না। কোনটা যে 'সেইল' আৱ কোনটা যে 'সেলস' - সেটাই তো ক্লিয়াৰ না এখনো!

প্যারা নাই ম্যান! বুঝিয়ে দিচ্ছি!

সেল নাকি সেইল - কোনটা?

সেলস নিয়ে কথা উঠলেই আমাকে এই পশ্চের উত্তর দিতে হয়। বর্তমানে বিভিন্ন জায়গায় আমরা এই দুটো শব্দ প্রায়ই দেখে থাকি, শুনে থাকি এবং এগুলো ব্যবহারও করে থাকি। কিন্তু প্রায়শই আমাদেরকে কনফিউশনে পড়ে যেতে হয়, আসলে ‘সেইল’ আর ‘সেল’ থেকে কোন শব্দটা কোন জায়গায় কখন ব্যবহার করতে হবে - সেটা নিয়ে!

Dictionary.com অনুসারে,

সেইল হচ্ছে,

“The act of selling”, “a special disposal of goods”, “as at reduced prices”, “the opportunity to sell.”

আর **সেল** হচ্ছে,

“To exchange something for money.”

অর্থাৎ, ‘সেইল’ শব্দটা মূলত ‘অল্প মূল্যে ছাড় দেয়া’কে বোঝায় আর ‘সেল/সেলস’ শব্দের মানে ‘কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করা’কে বোঝায়!

মাঝে মাঝে বিভিন্ন বিজ্ঞাপনে বা পোষ্টারে অথবা ফেসবুকের কোনো অ্যাডে দেখে থাকবেন লেখা থাকে,

- For sale
- On sale
- Weekend sale
- Holiday sale

এগুলো প্রত্যেকটার মানেই হচ্ছে, তাৰা তাদেৱ যেকোনো মন্য বা সেবায় ছাড় দিচ্ছে!

আমি যখন ক্লাস সেভেন কিংবা এইটে পড়ি! তখন আমাদেৱ সামাজিক বিজ্ঞান পড়াতেন হেদায়াতউল্লাহ স্যার। তখন 'প্ৰিয় শিক্ষক' বাছাই কৱাৰ কোনো চিন্তা মাথায় আসে নি। যদি আসতো তাহলে হেদায়াত স্যারকেই আমি আমাৰ স্কুল জীবনেৱ সবচেয়ে প্ৰিয় শিক্ষকেৱ তালিকায় প্ৰথমে রাখতাম।

হেদায়াত স্যারকে আমাৰ ভাল্লাগতো দুটো কাৰণে!

প্ৰথমত, তিনি ক্লাসে তাৰ বিষয়েৱ বাইৱে গিয়ে কথা বলতেন। অৰ্থাৎ, সমাজ পড়াতে পড়াতে তিনি আমাদেৱ ধৰ্ম বা ইতিহাস কিংবা রাজনীতি নিয়ে গল্প কৱতেন এবং সেটা নিয়ে স্টোরিটেলিং কৱতেন। আৱ আমি ক্লাসেৱ পড়া না পাৱলেও শুধুমাত্ৰ স্যারেৱ গল্প শোনাৰ জন্য ক্লাসেৱ মাঝখানে মাথা গুঁজে বসে থাকতাম।

না পাৱতাম ক্লাস থেকে বেৱ হয়ে যেতে, না পাৱতাম স্যারেৱ বকাখকাৰ ভয়ে ক্লাসে থাকতে!

স্যারকে ভালো লাগাৰ আৱেকটা কাৰণ হলো, তিনি ক্লাসে এসে খুব বেয়াৱলি বসতেন। তাৰ গল্প বলাটা আৱো ইন্টাৱেষ্টিং ছিল এই একটা কাৰনে। তিনি এমনভাৱে বহুটা হাতে নিয়ে পুৱো ক্লাসে ঘূৱতেন আৱ হাঁটিতেন আৱ আমাদেৱ পড়াতেন - স্যারেৱ প্রত্যেকটা ক্লাস তাই আমাদেৱ কাছে একেকটা মোটিভেশনাল স্পিচেৱ মতো শোনাতো!

অন্য কাৱো কানে শোনাতো কী-না, আমি জানি না! কিন্তু আমাৰ কানে স্যারেৱ বজ্রঝনি বাজতো!

আমাৰ ভাল্লাগতো!

তো স্যারের কথা কেন এখন বলছি...

হেদায়াত স্যার একদিন কোনো এক ক্লাসে আমাদের বাড়ির কাজের পশ্চগুলো করছেন - আমরা নিজেদের জায়গা থেকে দাঢ়িয়ে উত্তর দিচ্ছিলাম! এমন সময় এক ছেলেকে তিনি সমাজের কোনো একটা শব্দের সংজ্ঞা জিজ্ঞেস করলেন। সেই ছেলে অনেকক্ষণ ভেবে (পড়ুন ভাবার অভিনয় করে!) উত্তর দিতে পারলো না!

স্যার তখন সেই ছেলেকে কোনো শব্দের সংজ্ঞা বা কোনো শব্দের সাথে জড়িত কোনো ঘটনা মনে রাখার একটা টেকনিক শিখিয়ে দিয়েছিলেন। আর সেই টেকনিকটা হচ্ছে,

যে শব্দটা আপনি শিখতে যাচ্ছেন, সেটার সমার্থক শব্দ খুঁজে বের করে - ২/৪টা সমার্থক শব্দ মুখস্থ করে রাখুন। এতে করে আপনি কখনোই সেই শব্দের সংজ্ঞা বা অর্থ বলতে গিয়ে আটকাবেন না!

ধরুন, 'সেইল' ও 'সেল' - শব্দদুটো আপনাকে বারবার কনফিউজ করে ফেলছে। আপনি আড়ে বারবার 'সেইল' এর বদলে 'সেল' লিখে দিচ্ছেন।

যদি আপনি এখন 'সেইল' শব্দের কয়েকটা সমার্থক শব্দ মনে রাখতে পারেন, তাহলে সেই শব্দগুলো থেকে যেকোনো একটা ব্যবহার করেই আপনি আপনার কনফিউশন দূর করতে পারবেন।

কারণ, আপনি এখন জানেন - 'সেইল' শব্দের বদলে আপনি এখন আড়ে লিখতে পারবেন - ডিল (Deal) অথবা বারগেইন (Bargain) অথবা ক্লিয়ারেন্স (Clearance) অথবা ডিসকাউন্ট (Discount) কিংবা অকশন (Auction)।

আপনি কিন্তু শুধুমাত্র ‘সেইল’ শব্দেরই কয়েকটা সমার্থক শব্দ জানেন না, বরঞ্চ আপনি ‘সেল’ শব্দেরও কয়েকটা সমার্থক শব্দ জানেন। যেমন, আপনি জানেন ‘সেল’ অর্থাৎ ‘বিক্রি করা’ শব্দটার বদলে আপনি ব্যবহার করতে পারেন -

বার্টাৰ (Barter) অথবা এক্সচেঞ্জ (Exchange) অথবা ট্ৰেড (Trade) অথবা ক্লোজ (Close) অথবা কন্ট্ৰাক্ট (Contract) অথবা ট্ৰান্সেকশন (Transaction) কিংবা ডিসপোজাল (Disposal)।

আশা করি, ‘সেল’ আৰ ‘সেইল’ নিয়ে আপনার এখন আৱ কোনো সমস্যা হবে না! যদি আপনি আবাৰ কখনো কনফিউশনে পঢ়েন, তাহলে হোয়াত স্যারকে মনে করতে ভুলবেন না!

অ্যাকচুয়েলি, আপনি কখনোই আৱ হোয়াত স্যারকে ভুলবেন না। হোয়াত স্যার এখন আপনার লাইফের সাথেও যুক্ত হয়ে গেছেন। তিনি এখন আপনাকে সারাজীবন, ‘সেলস’ আৰ ‘সেল’ শব্দ দুটো মনে কৱিয়ে দিয়ে যাবেন।

‘সেইল’ আৰ ‘সেলস’ নিয়ে যে উদ্বৃট সমস্যা ছিল, আশা কৱি সেটা এখন পৰিষ্কাৰ হয়ে গেছে! কিন্তু, শুধুমাত্র এতটুকু জানলেই তো হবে না।

বানান জেনেছেন, কেন এত কষ্ট কৱে বানান শিখলেন; সেটা জানবেন না?

কেন সেলস জানা জরুরী?

এই একটা প্রশ্ন আমাকে করলেন, তো আপনি মরলেন!

হাহা!

এর মানে হচ্ছে, এই প্রশ্নের উত্তরে আমি হাজার হাজার লাইন বলে যেতে, লিখে যেতে পারবো! এই প্রশ্নের উত্তরে আমি আপনাকে হাজার হাজার কারণ দেখাতে পারবো!

শুধুমার একটা বই-ই লিখে ফেলা যাবে এই প্রশ্নের উত্তরে!

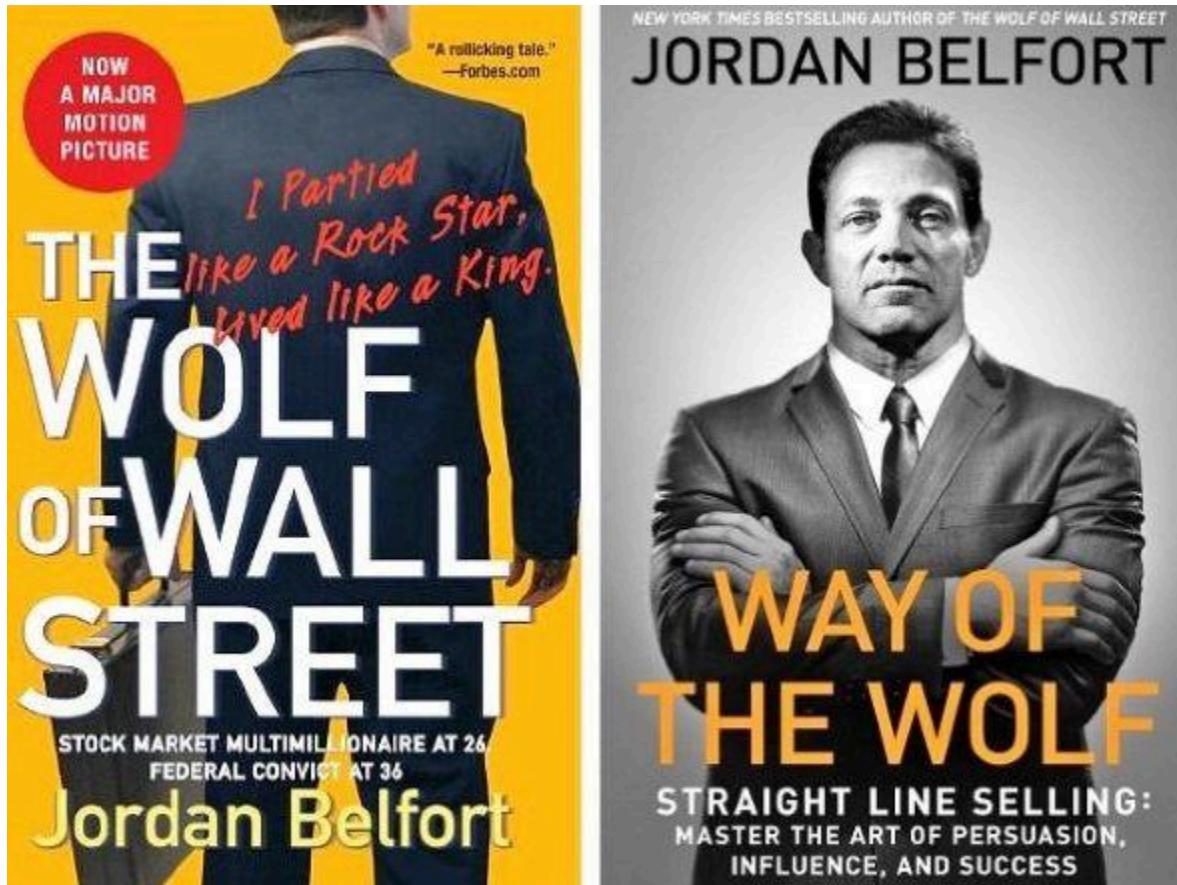
তারপরেও চেষ্টা করবো, এই প্রশ্নের উত্তর যতটা সন্তুষ্ট সংযমে থেকে যেন দিতে পারি! তা নাহলে এই বইয়ের মৃঙ্গাসংখ্যা চার-পাঁচশ ক্রস করতে পারে!

“So you listen to me and you listen well. Are you behind on your credit card bills? Good, pick up the phone and start dialing! Is your landlord ready to evict you? Good! Pick up the phone and start dialing! Does your girlfriend think you're a worthless loser? Good! Pick up the phone and start dialing! I want you to deal with your problems by becoming rich!” - Jordan Belfort (*Wolf of Wall Street*)

দেখেছিলেন ‘ডেলফ অফ ওয়াল স্ট্রিট’ সিনেমাটি?

যদি আপনি একজন সেলসম্পার্সন হতে চান কিন্তু 'উলফ অফ ওয়াল স্ট্রিট' সিনেমাটি না দেখে থাকেন, তাহলে আপনার এই বই মড়া বাদ দিয়ে শুরুতেই এই সিনেমাটি দেখে আসা উচিত।

'উলফ অফ ওয়াল স্ট্রিট' সিনেমাটি আপনাকে সেলস সম্পর্কে যা শেখাবে সেটা একটা কয়েক শ' ঘন্টার কোর্সও আপনাকে শেখাতে পারবে না! তার কারণ, এই সিনেমাটি 'জর্ডান বেলফোর্ট' নামে একজন মাল্টিমিলিওনিয়ার সেলসম্যানের জীবনের সত্যিকার ঘটনা থেকে নিয়ে তৈরি করা হয়েছে। বিশ্বাস হয় না?



এই নিন, 'উলফ অফ ওয়াল স্ট্রিট' খ্যাত জর্ডান বেলফোর্টের ইউটিউব চ্যানেলঃ

<https://www.youtube.com/user/wolfofwallst>

আমি এই ব্যাক্তির অন্ধক্ষণ। আমি জানি, আমি নিজেই সোশ্যাল মিডিয়াতে বলে বেড়াই -
কারো অন্ধক্ষণ হওয়া উচিত নয়! কিন্তু... আই জাস্ট লাভ হিম!

যাই হোক!

এই উক্তিটা যত বারই আমি পড়ি বা শুনি বা দেখি ততবারই আমার মনে হয়, সেলসের প্রয়োজন
আসলে কতটা আমাদের লাইফে।

অনেকের মতে, আমাদের জীবনে সবচেয়ে বেশি যেটা দরকার সেটা হচ্ছে টাকা বা অর্থ! আর
আপনি যদি 'সেলস' জানেন অর্থাৎ, আপনাকে যেকোনো মন্য বা সেবা দেয়া হলে আপনি যদি
সেটা বিক্রি করতে পারেন, তাহলে আপনি আপনার জীবনে কোনোদিনও গরীব থাকবেন না বা
আপনার কখনো অর্থের অভাব হবে না!

হওয়া উচিত নয়!

ধরুন, আপনি আপনার স্কুল-কলেজ জীবনে ঠিকভাবে পড়াশোনা করেন নি! এখন
বিবিএ/সিএসই/ইংরেজি নিয়ে ভার্সিটিতে ভর্তি হয়েছেন, কিন্তু সেই আগের মতোই পড়াশোনা
মাথায় চুকচে না! করতেও ইচ্ছে করছে না!

ভার্সিটিতে দু বছর চলে গেলো। চাকরি খোঁজার চিন্তা মাথায় এসে চুকেছে। বাসা থেকে তো আর এই বয়সে বারবার টাকা চাওয়া যায় না! তারপরেও বেহায়ার মতো থার্ড ইয়ার পর্যন্ত চেয়ে চেয়েই কাটিয়ে দিলেন।

ভার্সিটির চারটা বছর শেষ! চাকরি আর পেলেন না!

কী করবেন, চিন্তা করছেন। টেনশনে সিগারেট ধরেছেন, কিন্তু তারপরেও টেনশন তো আর কমে না! চা সিগারেটের কারণে এখন অতিরিক্ত টাকা খরচ হওয়াও শুরু হয়েছে। চাকরির আসলেই একটা দরকার!

মানুষের মুখে বিভিন্ন ধরণের কোর্সের কথা শোনা শুরু করলেন। মানুষ বলছে, কোর্স করে নাকি আলাদা কাজ শিখে আয় করা যায়। কয়েকটা সেমিনারে গেলেন, কয়েকটা ফিজিক্যাল কোর্স করলেন, কয়েকটা স্কিল ডেভেলপমেন্টের কোর্স অনলাইন থেকে করলেন।

এইসব করতে করতে আপনার ছয়-সাতমাস চলে গেলো। আপনি এখন অনেকগুলো কাজ জানেন। কিন্তু তারপরেও আপনি সেগুলো থেকে ক্লায়েন্ট নিয়ে আসতে পারছেন না!

আপনার সমস্যাটা আপনার ট্রেইনারদের বললেন। তারা আপনাকে কাজ পাওয়ার কিছু প্রসেস দেখিয়ে দিলো। এভাবে আরো দু-চার মাস কাজ করলেন, কাজ পেলেন। কিন্তু তারপরে আবার সেই আগের মতোই কাজ আটকে গেলো। কেউ কাজ দিচ্ছে না!

আপনি রাগের মাথায় ইউটিউবে কাজ খুঁজে পাওয়ার কয়েকটা কোর্স করলেন, ভিডিও দেখলেন। কিন্তু সেগুলোর প্রসেসও আরো দু-চার মাস পরেই কাজ করা বন্ধ করে দিচ্ছে!

আপনি সমস্যাটা ধরতে পারছেন না! কাজ শিখে এখন গত সাত-আট মাস ধরে বসে আছেন,
কিন্তু কাজ পাচ্ছেন না!

একদিন ফেসবুকে ‘স্ক্রল’ আর ‘চিঞ্চা’ এই দুটো কাজ একসাথে করতে করতে ভুট করে আমার
একটা পোষ্ট সামনে চলে আসলো! পোষ্ট পড়ে প্রোফাইলে গিয়ে দেখলেন, আমি
সেলস-মার্কেটিং-কন্টেন্ট রাইটিং নিয়ে ক্লাস করাই, কোর্স করাই। আপনি আমার ওয়েবসাইটে
গেলেন। গিয়ে মানুষের রিভিউ দেখলেন! পড়লেন! বুঝলেন!

আপনি আমাকে মেসেজে জিঞ্জেস করলেন, “ভাই, অনেকগুলো কোর্স করেছি। মার্কেটিং আমি
জানি, কন্টেন্ট লেখাও আমি জানি। কিন্তু কাজ পাচ্ছি না ভাই।”

আমি আপনার কথা ভেরিফাই করার জন্য আপনার পোর্টফোলিও চাইলাম!

আপনি আমাকে পরিষ্কার এবং সুন্দর একটা পোর্টফোলিও দেখালেন। আর পোর্টফোলিও দেখার
পর আমি মুচকি মুচকি হাসতে শুরু করলাম।

আপনি আমাকে মন খারাপ করে জিঞ্জেস করলেন, “ভাই হাসতেছেন কেন? কাজ তো আমি
জানিই!”

আমি বললাম, “সেতো অবশ্যই! কাজ তো আপনি জানেনই! আপনার স্কিল খুব ভালো। সত্যই
বলছি! কিন্তু আমি হাসছিলাম, অন্য কারণে!”

“কোন কারণে ভাই?”, আপনি জিঞ্জেস করলেন!

আমি আবারো মুচকি হেসে উত্তর দিলাম, “আপনি কাজ জানেন, সেটাতে আমার কোনো সন্দেহ নেই। কিন্তু আপনার সবচেয়ে বেশ প্রয়োজন যে স্কিলটার সেটাই তো আপনি জানেন না!”

“কোন স্কিল ভাই?”, আপনি আবারো অবাক হয়ে আমাকে জিজ্ঞেস করলেন।

“সেলস!” আমি এক শব্দে উত্তর দিলাম।

উপরের এই ঘটনা যদিও কাল্পনিক, কিন্তু এর পেছনে থাকা প্রত্যেকটা ভাব, সম্পূর্ণভাবে সত্তা!

আপনি যেকোনো কাজ শিখুন না কেন, আপনাকে সেই কাজটা শিখে বসে থাকলে ক্লায়েন্ট বা কাস্টোমার আসবে না! আপনাকে মার্কেটিং করে মানুষকে জানাতে হবে। আপনি মার্কেটিং করে মানুষকে জানালেন, আপনি ‘অমুক’ কাজ জানেন। মানুষ আসলো, দেখলো, চলে গেলো!

কারণ?

কারণ, মার্কেটিং করার পেছনে মূল টার্গেট হতে হবে সেলস বেইজড! এই জন্যেই ‘ডিজিটাল সেলসপার্সন’দের ‘ওয়ান ম্যান আর্মি’ বলা হয়।

আপনি মার্কেটিং করলেন, আপনার ক্লায়েন্ট আসলো। কিন্তু সেই ক্লায়েন্ট থাকবে না বা সেই ক্লায়েন্ট আপনাকে কাজ দেবে না, যদি আপনার মার্কেটিংয়ের স্ট্র্যাটেজির সাথে ‘সেলস স্ট্র্যাটেজি’ জড়িত না থাকে।

আপনি যখনই ক্লায়েন্টের সাথে সেলস মাইন্ডসেটে কথা বলবেন, তখন ক্লায়েন্ট আপনার সার্ভিস সহজেই নিতে চাইবে বা আপনি সহজেই ক্লায়েন্ট-এর কাছে আপনার সার্ভিস বিক্রি করতে পারবেন।

‘সেলস’ স্কিলটা ছাড়া, আপনার কোনো স্কিলই কাজে লাগবে না! সেলস স্কিল ছাড়া আপনি কোনো কাজেই সফল হতে পারবেন না!

আপনি সেলস জানেন না মানে, আপনি গান গেয়ে সেটা বিক্রি করে আয় করে নিজের পেট চালাতে পারবেন না! সেক্ষেত্রে ‘গান গাইতে’ জেনেও মানসিক সুখ ছাড়া আর কিছুই সন্তুষ্টি হবে না!

আপনি সেলস জানেন না মানে, আপনার কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করে আয় করার চিন্তা মাথায়ও নিয়ে আসতে পারবেন না! সেক্ষেত্রে ব্যবসা করা আর হচ্ছে না!

আপনি সেলস জানেন না মানে, ফাইডার থেকে কোনো ক্লায়েন্টের সাথে কথা বলে কাজ নিয়ে আসতে পারবেন না! সেক্ষেত্রে ফিল্যাণ্ডিংও হচ্ছে না!

আপনি সেলস জানেন না মানে, আপনার চাকরির ইন্টারভিউতে আপনি আপনাকে অর্থাৎ আপনার স্কিলগুলোকে বিক্রি করতে পারবেন না। সেক্ষেত্রে আপনার চাকরি কিন্তু হচ্ছে না!

সেলস ছাড়া কিছুই সন্তুষ্টি নয়, তার পেছনে কিন্তু অনেকগুলো কারণ রয়েছে।

অর্থাৎ, আপনি যখন সেলস শেখেন তখন আপনি আসলে শুধুমাত্র ‘মন্য বিক্রি করা’টাই শেখেন না! বরঞ্চ আপনি যদি ভালো কোনো সেলস কোর্সে উত্তি হয়ে থাকেন, তাহলে দেখতে পাবেন সেই সেলস কোর্সে আপনাকে একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করার পাশাপাশি আরো অনেক কিছুই শেখানো হবে!

আমি গত নয়/দশ বছর ধরে সেলস নিয়ে কাজ করতে গিয়ে, সেলস বিষয়টাকে অন্যভাবে দেখতে শিখেছি। আর সেটা সম্ভব হয়েছে শুধুমাত্র প্র্যাকটিসের কারণে।

এই কারণেই তো বলা হয়, সেলস হচ্ছে ৯০% কনডিকশন এবং ১০% পারসুয়েশন (শিব খেরা - লেখক ও সেলফ হেলপ এক্সপার্ট)

সেলস শিখতে ও প্র্যাকটিস করতে গিয়ে আমি বেশ কিছু পয়েন্ট আমার পারস্প্রেকটিভ থেকে নেট করে রেখেছিলাম। এই পয়েন্টীরগুলো আপনাকে আরো ভালভাবে বুঝতে সাহায্য করবে, কেন আপনার সেলস শেখা উচিত?!

আপনার সেলস শেখা উচিত তার কারণ, **সেলসে আপনি নেগোশিয়েট (দর কষাকষি) করা শুধুমাত্র**। আর এই নেগোসিয়েশন স্কিল আপনার দৈনন্দিন জীবন থেকে শুরু করে আপনার জীবনের প্রত্যেকটা মুহূর্তে কাজে আসবে।

শুধুমাত্র বাজারসদাইয়ের ফ্রেন্ডেই এই নেগোসিয়েশন স্কিল কাজে আসবে না, বরঞ্চ ;
আপনার গার্লফ্রেন্ডের সাথে তর্ক হচ্ছে - সেখানে এই নেগোসিয়েশন টেকনিক অ্যাপ্লাই করুন!
আপনার বয়ফ্রেন্ডকে সন্দেহ হচ্ছে - সেখানে এই স্কিলগুলো ব্যবহার করুন!
আপনার অফিসের বসের সাথে মন কষাকষি হচ্ছে - সেটাকে নেগোসিয়েশনে বদলে দিন!
আপনার বাড়িওয়ালা খুব বেশি ম্যারা দিচ্ছে - সেখানে এই নেগোসিয়েশন টেকনিক অ্যাপ্লাই করুন!
আপনার দোকানে বা ব্যবসায় টাকা আটকে আছে - সেখানে এই নেগোসিয়েশন স্কিলগুলোকে ব্যবহার করুন!

আপনার সেলস শেখা উচিত তার কারণ, সেলস আপনাকে পারসিস্টেন্সি (অধ্যবসায়)

শেখায়! সেলসম্যানদের প্রতিনিয়ত ‘না’ শুনে আসতে হয়। আর এই নেগেটিভ সিচুয়েশনগুলোতেও সেলসপার্সনদের মাথা ঠান্ডা রেখে সামনে এগিয়ে যেতে হয়। আর সেজন্য সেলস আপনাকে শেখাবে ‘কীভাবে একেবারে মৃত একটা সিচুয়েশনেও অধ্যবসায় বজায় রেখে সামনের সিদ্ধান্তটা নিতে হবে!’

উইজার্ড অফ ওজ (Wizard of Oz) দেখেছেন?

সেখানে ডরোথির একটা টার্গেট, একটা মোটিভ, একটা অবজেকটিভ থাকে। আর সেই অবজেকটিভটা হচ্ছে, নিজের শহর ক্যানসাসে পৌঁছানো। যখন তাকে স্ক্যারক্রো'র মুখোমুখি আসতে হয়েছে তখন সে স্ক্যারক্রোকে এই কথাই বলেছে। যখন তাকে ‘টিম ম্যান’ এর মুখোমুখি করতে হয়েছে তখনও সেই ‘টিম ম্যান’কে একই কথাই বলেছে! যখন তাকে ‘কাওয়ার্ডলি লায়ন’ এর সামনে এসে দাঁড়াতে হয়েছে, তখন সে ‘কাওয়ার্ডলি লায়ন’কেও ঐ একই কথাই বলেছে!

এবার সবার শেষে যখন ডরোথির ‘উইজার্ড’ এর সাথে দেখা হয়, তখন তাকেও সে বলেছে, তার মূল টার্গেট, অবজেকটিভ আর মোটিভ শুধুমাত্র একটাই। আর সেটা হচ্ছে, ক্যানসাসে পৌঁছানো!

এই সিনেমার গল্পে ডরোথি জানতো, সে আসলে কী চায়! আর সেটা সিনেমার শুরু থেকেই। আর সেজন্যে সে যতবার বাঁধার সম্মুখীন হয়েছে, ততবার সে সেই বাঁধা পেরিয়ে সামনে যেতে পেরেছে।

সেলস আপনার মধ্যে থাকা অধ্যবসায়কে খুঁজে বের করে নিয়ে আসে। আর আপনিও তখন শুধুমাত্র একটা অবজেকটিভেই হাঁটেন।

আপনার সেলস শেখা উচিত তার কারণ, সেলস আপনাকে সেলফ ডিসিপ্লিন (আত্ম শৃঙ্খলা)
শেখায়! সেলসে কাজ করতে হলে আপনাকে একটা টার্গেটে হাঁটতে হবে। সে আপনি বই বিক্রি করা শিখুন কিংবা কোনো সার্ভিস; আপনাকে সেলস ‘মোটিভ’ নিয়ে হাঁটতে শেখায়, প্ল্যান করতে শেখায়। আর সেই অভেস আপনার মধ্যে শৃঙ্খলা তৈরি করে।

আপনার সেলস শেখা উচিত তার কারণ, সেলস আপনার সেলফ কনফিডেন্স (নিজের উপর আত্মবিশ্বাস) বাড়ায়! আপনাকে সেলসে সবসময়েই কিছু না কিছু বিক্রি করতে হবে, সবসময়েই! আর সেজন্য আপনাকে অনেক মানুষের সাথে কমিউনিকেট করতে হবে। আপনার যদি মানুষের সাথে কথা বলতে ‘লজ্জা করে’ অর্থাৎ, শাইনেসের পারফেক্ট ওষুধ হচ্ছে সেলস।

সেলস আপনাকে ক্রাইসিসে অথবা কাজের চাপে নিজেকে নিয়ন্ত্রন করা শেখায় এবং সেলসের কারনেই আপনি আরো ভালো একজন কমিউনিকেটর হতে পারবেন।

শুধুমাত্র এগুলোই নয়, সেলস আপনাকে একজন ওয়ান ম্যান আর্মি হিসেবে গড়ে উঠতে সাহায্য করে। সেলস আপনাকে একজন সুপারহিউম্যানে পরিণত করে।

উহু, আর্যাজ্ঞারসের মতো ফেইক সুপারহিউম্যান নয়, বরঞ্চ সত্ত্বিকার সুপারহিউম্যান পাওয়ার পাওয়া সম্ভব সেলস থেকে।

বেশি হয়ে যাচ্ছে?

একটুও না!

সেলসপার্সনদের 'আলকেমি' সুপারপাওয়ারটা রয়েছে। যেকোনো ভালো সেলসম্যানকে আপনি যেকোনো মন্য বা সেবা দিন না কেন - সে সেই মন্য বা সেবাকে বিক্রি করে দেখাবে! সে জানে কীভাবে আর কখন কোন ফর্মুলা আর টেকনিক অনুসরণ করলে সেই মন্য বিক্রি করা সম্ভব হবে। সেলসপার্সনরা তাই পুরনো ময়লা থেকে শুরু করে বাতাস - যেকোনো কিছুকেই অর্থে রূপান্তর করার ক্ষমতা রাখে!

সেলসপার্সনদের 'এক্স-রে ভিশন' সুপারপাওয়ারটা রয়েছে। যেকোনো দক্ষ সেলসম্যান হাজারটা বাঁধার পরেও তার মূল গন্তব্য, তার মূল আরওআই, তার মূল টার্গেট থেকে সরে যায় না! হোক সেটা দর কষাকষির ফ্রেন্টে কিংবা সঠিক ক্রেতা খোঁজার বেলায় - একজন দক্ষ সেলসম্যান জানে কখন কোথায় কোন তীরটা ছুঁড়তে হবে।

সেলসপার্সনদের 'হাইপার স্পিড' সুপারপাওয়ারটা রয়েছে। যেকোনো উন্নত সেলসপার্সন সকালের নাস্তার আগেই বেশ কিছু ক্রেতা জোগাড় করে ফেলবে। একইসাথে তার কফিও তৈরি করা হয়ে যাবে। একইসাথে সাথে সে কথা বলছে অনেকগুলো মানুষের সাথে অনেকগুলো মন্য বা সেবা নিয়ে - আর এই বিষয়গুলো তার মাঝে একটা 'প্যাটার্ন' তৈরি করবে। সেই 'প্যাটার্ন' থেকেই তার এই সুপারস্পিডে ভাবার ও কাজ করার ক্ষমতাটা তৈরি হবে!

সেলসপার্সনদের 'টেক মাস্টারি' সুপারপাওয়ারটা রয়েছে। যেকোনো দক্ষ সেলসম্যান জানে কীভাবে কোন মন্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য বা ক্লায়েন্টের সাথে কমিউনিকেট করার জন্য কিংবা কোন কফি মেশিনের কফি ভালো হয় সেটার জন্য কখন কোন টুলস বা সফটওয়্যার বা হার্ডওয়্যার ব্যবহার করতে হবে! একজন সেলসম্যান শুধুমাত্র মন্য বা সেবা বিক্রি করাটাই জানে না বরঞ্চ সে কখন কোন টেকনোলজি বা প্রযুক্তির সাহায্যে কোন কাজটা দ্রুত করা যাবে - সেটা সম্পর্কেও ভালো ধারনা রাখে।

সেলসপার্সনদের 'সুপার হিয়ারিং' সুপারপ্রাওয়ারটা রয়েছে। একজন পারফেক্ট সেলসম্যান ক্রেতাদের কথা সবসময়েই শুনে থাকেন। যার ফলে সারাদিনরাত ক্রেতা এবং সন্তাব্য ক্রেতাদের সাথে কমিউনিকেট করতে করতে তাদের কথা শোনার অভিযন তৈরি হয়ে যায়। আর এই অভিযন থেকেই একজন সেলসম্যান তার জীবনের ছোট থেকে বড় - যেকোনো কথাই শুনতে শুনে তারপরে অ্যাকশন নেয়াটা শেখে।

সেলসপার্সনদের 'সেলফ ক্লোনিং' সুপারপ্রাওয়ারটা রয়েছে। একজন দক্ষ সেলসম্যান একইসাথে প্রেস কনফারেন্স, সেলস মিটিং, সেলস ট্রেইনিংসহ ক্রেতাদের সাথে কথা বলা বা দেখা করা - প্রায় সবকিছুই করে ফেলতে পারেন কোনো ধরনের সমস্যা ছাড়াই! প্রত্যেক দক্ষ সেলসম্যানকে দেখবেন তারা একইসাথে মোটিভেটর, এনথুজিয়াস্ট, স্পিকার, কমিউনিকেটর, টিচার, মেন্টর, স্টুডেন্ট, বন্ধু, শক্র - সব ধরণের ভূমিকা একইসাথে পালন করতে পারে।

সেলসপার্সনদের 'মাইন্ড রিড' করার সুপারপ্রাওয়ারটা রয়েছে। একজন অভিজ্ঞ সেলসম্যান জানে কখন কোথায় কোন কথাটা বলতে হবে। ক্রেতা কি ভাবছে বা কি ভাবতে পারে এবং ক্রেতা প্রত্যেকটা প্রশ্নের উত্তরে কোন দিকে মুগ্ধ করতে পারে - প্রত্যেকটা বিষয় একজন দক্ষ সেলসম্যান জানে ও সেটাকে নিয়ন্ত্রণ করার ক্ষমতা রাখে।

শুধুমাত্র 'সুপারপ্রাওয়ার' এর জন্যেই নয়, বরঞ্চ সেলস আপনাকে আপনার প্রাত্যাহিক জীবনও অনেক ভূমিকা রাখতে পারে। প্রত্যেক সেলসম্যানদের দেখবেন, তারা আপনাকে এমন একটা গল্প শোনাবে যেটাকে আপনি আপনার চোখের সামনে দেখতে পাবেন। এটাকে ভিজুয়ালাইজেশন বলে।

এই ভিজুয়ালাইজ করার ক্ষমতা প্রত্যেক সেলসম্যানের থাকে। আপনি যখন সেলসে দক্ষ হয়ে যাবেন, তখন আপনি আপনার গল্প দিয়েই মানুষকে এমন সব পন্য বা সেবা সম্পর্কে বলতে

পারবেন, যেগুলো পখনো পৃথিবীতে আবিষ্কারই হয় নি। কিন্তু শুধুমার সেলসম্যান সেই
ভবিষ্যতটাকে দেখতে পারে।

যে স্টিভ জবসকে পৃথিবীর প্রত্যেক সিইও একদিক থেকে হিংসে করে, অন্যদিক থেকে মাথা নত
করে সম্মান করে - পৃথিবীর সবচেয়ে শক্তিশালী, ইউনিক এবং পাওয়ারফুল ব্র্যান্ড 'আপল' এর
প্রতিষ্ঠাতা স্টিভ জবসকে তার পাওয়ারফুল এবং ইউনিক সেলস মুভের জন্য অনেকেই বলে
থাকেন, ওয়ার্ল্ডস গ্রেটেষ্ট সেলসপার্সন!

অনেকেই ভেবে থাকেন, সেলস মানে শুধুমাত্র মন্য বিক্রি করা! সেলসে কাজ করা মানে শুধুমাত্র
মন্য বিক্রি করে আয় করাটাই বুঝে থাকেন, বেশিরভাগ মানুষ।

কিন্তু না...!

সেলস আপনাকে শেখাবে কীভাবে আপনি আপনার কমফোর্ট জোন তৈরি করতে হবে এবং
কীভাবে প্রত্যেক সমস্যাকে সেই কমফোর্ট জোনের মধ্যে নিয়ে এসে সমস্যার সমাধান করতে হবে।

সেলস আপনাকে অভ্যাস তৈরি করতে শেখাবে। যারা সেলসে কাজ করে, তারা খুব দ্রুত
যেকোনো অভ্যাস আয়ত্ত করতে পারে।

সেলস আপনাকে স্ট্র্যাটেজিক করে গড়ে তুলবে। সেলসপার্সনদের সারাদিন বিভিন্ন ধরনের
নেগোসিয়েশন ফর্মুলা ফলো করে চলতে হয়। আর সেজন্য সেলসপার্সনরা সবসময়েই প্ল্যানিং ও
স্ট্র্যাটেজিতে এগিয়ে থাকে।

সেলস আপনাকে ইন্ডাস্ট্রি এক্সপার্ট করে গড়ে তুলবে। আপনি যে মন্য বিক্রি করেন বা যে কোম্পানি বা ব্র্যান্ডের জন্য আপনি কাজ করছেন - সেই ইন্ডাস্ট্রি সম্পর্কে আরো অনেক গভীরে জানতে পারবেন - যখন আপনি সেলসে দক্ষ হয়ে যাবেন!

সেলস আপনার কমিউনিকেশনের দক্ষতাকে আরো শক্তিপূর্ণ করে তুলবে। সেলস জানলে আপনি আপনার পুরো জীবনে কখনো কোথাও কথা বলতে আটকাবেন না! 'কথা খুঁজে পাই না' - এই সমস্যায় আপনাকে আর পড়তে হবে না! কারণ, সেলস আপনাকে বিভিন্ন ইমোশনাল টেকনিক, পারসুয়েশন টেকনিক শেখাবে - যেগুলো অনুসরণ করে আপনি যেকোনো সিচুয়েশনে নিজেকে ম্যানেজ করতে পারবেন!

সেলস আপনাকে 'কেয়ার' শেখাবে। সারাদিনরাত মানুষের সাথে কথা বলতে বলতে আপনি মানুষের ইমোশনাল দিকটাও বুঝতে শুরু করবেন। যার ফলে আপনি চাইবেন, মানুষের উপকার করতে আপনার কাজ দিয়ে। মানুষকে সাহায্য করতে, আপনার কাজ দিয়ে!

সেলস আপনাকে টিম ম্যানেজমেন্ট শেখাবে! একজন সেলসম্যান যেমন 'একা' কাজ করতে জানে, ঠিক একইভাবে সে সমান গুরুত্ব দিয়েই যেকোনো টিম ম্যানেজ করা কিংবা টিমের সাথে টিম-প্লেয়ার হিসেবে কাজ করতে পারে।

বৈর্য, 'না' শোনার অভ্যস, পজিটিভিজম এগুলো সেলসম্যানের কাছে অক্ষিজনের মতো। একজন সেলসম্যানকে ভয়ংকর বৈর্যশীল হতে হয়। দিনে হাজার হাজার মানুষের থেকে হয়তো 'না' শুনতে হয়! কত মানুষের কত ধরনের অদ্ভুত কথাবার্তাও সেলসম্যানকে সহ করতে হয়। আর এইসবকিছুকেই জায়গায় রেখে পজিটিভ হয়ে সারাটাদিন কাটিয়ে দিতে হয় একজন সেলসপ্রার্সনকে।

একজন সেলসম্যান জানে কোন ধরণের মানুষের সাথে কোন ধরণের ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে কথা বলতে হবে অর্থাৎ, কার সাথে কীভাবে কথা বললে আরো একটা মন্য বা সেবা বিক্রি হবে - সেই ফ্লেক্ট্রিভিলিটি থাকতেই হবে একজন সেলসম্যানের।

সেলস আপনাকে 'নেগোশিয়েশন' শেখায়। সেলস আপনাকে মাষ্টার লেভেলের নেগোশিয়েটের হিসেবে গড়ে তোলে। একজন সেলসম্যানের কাজ শুধুমাত্র একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করাই নয়, বরঞ্চ সঠিক মন্য সঠিক ব্যক্তির কাছে সঠিক দামে পৌঁছে দিয়ে বায়ার-সেলারের মধ্যে এক ধরনের রিলেশনশিপ তৈরি করাও সেলসপ্রার্সনদের কাজ।

সেলস আপনাকে কৌতুহলী করে তুলবে। সেলসে আপনাকে বিভিন্ন ধরনের মানুষের সাথে কথা বলতে হবে, বিভিন্ন ধরনের রিলেশনশিপ তৈরি করতে হবে। সেলসে আপনাকে বিভিন্ন বিষয় নিয়ে রিসার্চও করতে হবে। আর এই কাজগুলো ধীরে ধীরে আপনাকে কৌতুহলী করে তুলবে। যা সামনের দিনগুলোতে আপনার প্রাত্যাহিক জীবনেও কাজে আসবে।

সেলস আপনাকে ট্রেন্ডি করে তুলবে। আপনাকে যদি বর্তমানের এই জেনারেশনে এসে কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করতে হয়, তাহলে অবশ্যই আপনাকে 'আশেপাশে কী চলছে' অর্থাৎ কখন কোন বিষয় আর কি নিয়ে কোথায় ট্রেন্ড চলছে - সেই বিষয়াদি সম্পর্কে ভালো ধারনা রাখাটাও সেলস আপনাকে শেখায়।

২০২৪ সাল পর্যন্ত আপনার মোট শিক্ষার্থীর সংখ্যা প্রায় ৪৭০০০ এর বেশি। আমি ২০১৮ সাল থেকে চেষ্টা করে যাচ্ছি প্রত্যেক স্কুল-কলেজের শিক্ষার্থীদের; মার্কেটিং, সেলস, কন্টেন্ট রাইটিংসহ আরো বেশ কিছু বিষয় নিয়ে সঠিক রিসোর্স দেয়ার! আমার ওয়েবসাইটে থাকা কোর্সগুলোও তৈরি করা হয়েছে এদিকে তাকিয়েই। এই সতের হাজার শিক্ষার্থীর মধ্যে অনেকেই

অনলাইনে লাইভ ক্লাস করেছেন ব্যাচে কিংবা প্রাইভেটেলি, অনেকেই রেকর্ডেড ভিডিও কোর্স করে শিখেছেন, অনেকেই সরাসরি আমার বাসায় এসে ক্লাস করেছেন, আবার অনেক ব্যাচকেই আমার হয়তো কোথাও গিয়ে শিখিয়ে আসতে হয়েছে।

আমার প্রত্যেকটা শিক্ষার্থীকে আমি যাই-ই শেখাই না কেন - তাদের প্রত্যেককেই আমি সেলস শেখার জন্য ব্যাসিকটা প্রত্যেকটা কোসেই যুক্ত করে দিই। আমার প্রত্যেক শিক্ষার্থীকেই আমি সেলস নিয়ে বিভিন্ন মেইড ও ফ্রি কোর্স করতে বলি।

বিশ্বাস করুন, আপনি সেলস না জানলে আর্ট করে সেটা বিক্রি করতে পারবেন না।

আপনি সেলস না জানলে গান গেয়ে সেটা বিক্রি করতে পারবেন না!

আপনি সেলস না জানলে বই লিখে বিক্রি করতে পারবেন না!

আপনি সেলস না জানলে ভিডিও করে সেখান থেকে আয় করতে জানবেন না!

আপনি 'আলু' বিক্রি করেন বা 'গ্রাফিক্স ডিজাইনের সার্ভিস' বিক্রি করেন - 'সেলস' জানেন না মানে; বিক্রি হবে না। আয় হবে না! ক্ষিল শিখেও কোনো লাভ নেই!

একটা কথা স্পষ্ট জেনে রাখুন!

আপনি যেকোনো কাজই শিখুন না কেন, আপনাকে চাকরি বা ফ্রিল্যান্ডিং কিংবা ব্যবসা থেকে একটা অপশন বা একটা রাঞ্চ বাছাই করতেই হবে। আর যে চাকরি করবে বা যে ব্যবসা করবে অথবা যে ফ্রিল্যান্ডিং করবে; কারোরই কিন্তু 'সেলস' ছাড়া গতি নেই!

একটুও গতি নেই!

ম্যাচবক্সে যেমন ম্যাচ না থাকলে, সেটার কোনো ভ্যালু থাকে না; ঠিক তেমনি একটা স্কিলের পাশাপাশি 'সেলস' না জানলে - ডিজিটাল সেলস না জানলে - আপনার স্কিলের কোনো মূল্য নেই!

তো, এখন প্রশ্নটি ডিজিটাল সেলস সম্পর্কে আরো জানার জন্য?

শুরু করা যাক, সেলসের একেবারে শূন্য থেকে...!

বিভিন্ন ধরণের সেলস

সেলস উপাদান কী ও কয়টি?

সেলসের উপাদান বা সেলস ইলিমেন্ট মূলত সেই বিষয়গুলো, যেগুলো বাদ দিয়ে আপনি 'সেলস' সেক্টরটাকে চিন্তাও করতে পারবেন না! সেলসের উপাদানগুলো মূলত সেই বিষয়গুলো, যেগুলো বাদ দিয়ে আপনি কোনো পণ্য বা সেবা বিক্রি করতে পারবেন না!

উল্লেখ্য যে, যখন এক ব্যক্তি অন্যজনের কাছে কোনো পণ্য সফলভাবে বিক্রি করে অর্থ (বা অর্থের সমমূল্য) নেয় তখন সেটাকে অ্যাকাউন্টিংয়ের ভাষায় বলা হয় 'Contract of Sale.'

আর যে চারটি উপাদান বা ইলিমেন্ট ছাড়া একটা পণ্য বিক্রি করা যায় না বা একটা সফল কন্ট্রাক্ট অব সেইল হয় না; সেই চারটি উপাদানকে একত্রে সেলস ফিচারসও বলা হয়।

সেলসের প্রথম উপাদান বা ইলিমেন্ট বা ফিচারটি হচ্ছে, গুডস (Goods) বা পণ্য/সেবা (Product/Service)। যদি আপনার কাছে বিক্রি করার মতো কোনো পণ্যই না থাকে, তাহলে আপনি অর্থ আশা করবেন কিসের জন্য?

সেজন্য আপনি যদি সেলস সেক্টর আসতে চান কিংবা কোনো পণ্য বা সেবা বিক্রি করতে হয় আপনাকে - তাহলে শুরুতেই আপনার সেলসের এই প্রথম ফিচারটি অর্থাৎ পণ্য বা সেবার প্রয়োজন পড়বে। যখন আপনার কাছে বিক্রি করার মতো যেকোনো পণ্য বা সেবা থাকবে - তখন আপনি সেলসের দ্বিতীয় উপাদানের দিকে মনোযোগ দেবেন!

সেলসের দ্বিতীয় উপাদান বা ইলিমেন্ট বা ফিচারটি হচ্ছে, Two Parties (দুই পক্ষ) বা Buyer-Seller (ক্রেতা-বিক্রেতা)। আপনার কাছে বিক্রি করার মতো পণ্য বা সেবা আছে, আপনিও সেলার হিসেবে রেডি বিক্রি করার জন্য কিন্তু যদি বায়ার বা ক্রেতা না থাকে - তাহলে কার কাছে আপনার পণ্য বা সেবা বিক্রি করবেন?

সেলসে তাই আপনাকে শেখানো হবে কীভাবে আপনার ক্রেতাকে খুঁজে বের করতে হয়, কীভাবে সঠিক অডিয়েগ্রে কাছে পৌঁছাতে হয়। সেলসে আপনাকে শেখানো হবে কীভাবে লক্ষ-লক্ষ মানুষের মধ্য থেকে আপনার পণ্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য সঠিক অডিয়েগ্র খুঁজে বের করবেন।

সেলসের তৃতীয় উপাদান বা ইলিমেন্ট বা ফিচারটি হচ্ছে, Value (মূল্য) বা Price (দাম)! আপনার কাছে এখন বিক্রি করার মতো একটা পণ্য বা সেবা আছে, অডিয়েগ্রও তৈরি করলেন অর্থাৎ এখন বায়ার-সেলার দুজনেই রেডি কিন্তু আপনি আপনার পণ্যের দাম বা মূল্য রাখলেন শূন্য টাকা অর্থাৎ লিটারেলিই এই পণ্য বা সেবার কোন মূল্য বা দাম নেই!

সেক্ষেত্রে আপনার এই ফ্রি বা বিনামূল্যের এই পণ্য বা সেবাটি কী বিক্রি করার কোন প্রয়োজন রয়েছে?

উহু!

কারণ, এই ফ্রি পণ্য বা সেবাটি আপনাকে শুধু মার্কেটিং করে মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে হবে। তারপরেই কাজ শেষ। এখানে কেনার কিছুই নেই! যখন ইচ্ছে বায়ার এই পণ্য বা সেবার অ্যাক্রেস নিতে পারছে। আর ফ্রি থাকার কারণে, এই মণের অ্যাক্রেস শুধুমাত্র আপনার একজন বায়ারই নয়, বরঞ্চ যে কেউ এই পণ্য বা সেবাটি ব্যবহার করতে পারছে।

সেক্ষেত্রে এই ট্রাঞ্জেকশনে বায়ার-সেলারের প্রয়োজনও নেই! এখানে একজন মার্কেটার শুধুমাত্র মন্য বা সেবা সম্পর্কে মানুষকে আগ্রহী করলেই সেটা বায়ার ব্যবহার করতে পারবে। সেজন্য এটা সেলসের অঙ্গভূক্তও হবে না।

তবে সেলসে ‘প্রাইস’ কিংবা ‘ভ্যালু’ বলতে শুধুমাত্র অর্থকেই বোঝানো হয় না। কোনো কোনো সেলস ট্রাঞ্জেকশনে অর্থের বদলে বায়ার (ক্রেতা) হয়তো সেলারকে (বিক্রেতা) অর্থের সমমূলের কিছু দিয়ে ট্রাঞ্জেকশন কমপ্লিট করে।

সেলসের চতুর্থ ও সর্বশেষ উপাদান বা ইলিমেন্ট বা ফিচারটি হচ্ছে, Transfer of Ownership (স্বত্ত্বাধিকার) বা Unique access (শুধুমাত্র ক্রেতার ব্যবহারের অধিকার)।

ধরুণ, আপনি একটা মন্য বা সেবা একজন ক্রেতার কাছে বিক্রি করতে চাইছেন। আপনার মণ্যের দাম ৫০ টাকা। ক্রেতা সেটা আপনাকে বিকাশে পাঠালো। আপনি মণ্যের পেমেন্ট এক্সেপ্ট করলেন।

তাহলেই কি এটাকে একটা সফল সেলস ট্রাঞ্জেকশন বলা যাবে?

আজ্ঞে না! আপনাকে পেমেন্ট এক্সেপ্ট করার পর মন্য বা সেবার সম্পূর্ণ স্বত্ত্বাধিকার দেয়া লাগবে সেই ক্রেতাকে। যাতে করে আপনি কখনো আর বলতে না পারেন যে, এই মন্য বা সেবাটির মালিক আপনি নিজে। কোনো কোনো ক্ষেত্রে মন্য বা সেবার পেমেন্ট গ্রহণ করার আগেই হয়তো আপনাকে মন্য বা সেবা ব্যবহারের অধিকার বা আংশিক অধিকার দেয়া লাগতে পারে।

আপনি হয়তো এই মন্য বা সেবাটি তৈরি করেছন, কিন্তু আপনি এই মন্য বা সেবাটি বিক্রি করে দেয়ার পর সেটা ব্যবহারের অধিকার আর আপনার নেই। আইনগতভাবেই তাই আপনাকে সেই

ମନ୍ୟ ବା ସେବା ବ୍ୟବହାରେର ଓ ନିୟନ୍ତ୍ରନେର ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଧିକାର ଟ୍ରୋନ୍‌ଗ୍ରାଫାର କରତେ ହବେ ବର୍ତ୍ତମାନ ମାଲିକ ଅର୍ଥାଏ 'କ୍ରେତା'ର କାଛେ।

ଆର ଏଟାଇ ଟ୍ରୋନ୍‌ଗ୍ରାଫାର ଅବ ଓଡ଼େନାରଶିମ୍ବା ଆର ଏଟା ଛାଡ଼ାଓ ଏକଟା ମନ୍ୟ ବା ସେବା ସଫଳଭାବେ ବିକ୍ରି କରା ସମ୍ଭବ ହ୍ୟ ନା।

ମେଲ୍‌ସେର ଏହି ଚାରଟି ଉପାଦାନ ଛାଡ଼ା ଆମନି ମେଲ୍‌ସ ମେଷ୍ଟିରେ ମା ରାଖତେ ପାରବେନ ନା। ମେଲ୍‌ସ ମେଷ୍ଟିରେ ଟିକେ ଥାକତେ ହଲେ, ଆମନାକେ ସବସମୟେଇ ଏହି ଚାରଟା କାର୍ଡକେ ମାଠେ ରାଖତେ ହବେ। କାରଣ, ଏକଟା ମାଠ ଥିକେ ନେମେ ଗେଲେଇ ସେହି ଟ୍ରୋନ୍‌ଜ୍ଞେକଶନକେ ଆମନି 'ମେଲ୍‌ସ' ବଲତେ ପାରବେନ ନା।

ମେଲ୍‌ସେର ଉପାଦାନଗୁଲୋ ପ୍ରୟୋଜନ ମଡ଼ଲେ, ଆରେକବାର ଉପର ଥିକେ ପଡ଼େ ଆସୁନ! ଏଟା କିଛୁଟା କମଲିକେଟେଡ ଏକଟା ବିଷୟ ହଲେଓ, ଖୁବହି ଦରକାରି ଏକଟା ଅଧ୍ୟାୟ।

ଆର ଏଟା ନା ବୁଝିଲେ, ମରେର ଅଧ୍ୟାୟେ ମେଲ୍‌ସେର ପ୍ରକାରଭେଦ ବୁଝାତେ କିନ୍ତୁ ଏକଟୁ କଷ୍ଟ ହତେ ପାରେ।

সেলস কত ধরনের ও কী কী?

সেলস টাইপ বা সেলসের ধরণ হচ্ছে সেই প্রসেসগুলো, যেগুলো অনুসরণ করে একজন বিক্রেতা কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকে।

মূলত সেলস ছয় ধরণের। অর্থাৎ ছয়ভাবে সেলসপার্সনরা কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকেন। এই ছয়টি সেলস টাইপ হচ্ছে,

আউটসাইড সেলস (Outside Sales)

মাঝে মাঝে দেখবেন সকাল হলে কিছু ফর্ম্যাল শার্ট-প্যান্ট পরা ভদ্রলোক, বিভিন্ন দোকানে বা বিশেষ করে ফার্মেসিগুলোতে হাঁটতে হাঁটতে কি যেন করছে। তারাই এই আউটসাইড সেলস পদ্ধতি অবলম্বন করে, তারা যে কোম্পানিতে সেলসম্যান হিসেবে চাকরি করছে ও সেই কোম্পানির মন্য বিক্রি করছে।

যখন সেলসপার্সনরা তাদের প্রস্তুতি ও নির্দিষ্ট একটি সময়ের মধ্যে একত্রে তাদের সেলস টিমের সাথে একটি নির্দিষ্ট অফিস থেকে, সেই কোম্পানির মন্য বিক্রি করতে বের হয়; তখন তারা এই আউটসাইড সেলস বা বাহ্যিক বিক্রয় পদ্ধতি অনুসরণ করে।

ইনসাইড সেলস (Inside Sales)

উলফ অফ ওয়াল স্ট্রিট সিনেমাতে 'জর্ডান বেলফোর্ট' ও তার কোম্পানির প্রত্যেক কর্মচারীকেই দেখবেন হাতে একটা কাগজ ধরে, সেটা পড়তে পড়তে কাস্টোমারদের কাছে শেয়ার (মন্য) বিক্রি করছে। সেলসপার্সনদের প্রক্রম বিভিন্ন সেলস স্ক্রিপ্ট, সেলস প্রস্তুতি দিয়ে দেয়া হয়; যেগুলো অনুসরণ করে ঘরে বসে সেলসপার্সনরা, রিমোটলি একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকে। আর এটাই হচ্ছে, ইনসাইড সেলস।

বিটুবি সেলস (B2B Sales)

বিটুবি সেলস মানে, বিজনেস টু বিজনেস সেলস! অর্থাৎ, যখন একটা কোম্পানি তাদের পণ্য বা সেবাগুলো আরেকটা কোম্পানির কাছে সরাসরি বিক্রি করে তখন সেটা বিটুবি সেলস প্রসেসের মাধ্যমেই হয়ে থাকে।

ধরুন, আপনি প্রোগ্রামিং জানেন। আপনি দিন-রাত প্রোগ্রাম লিখে একটা অ্যাপ্লিকেশন তৈরি করলেন। নাম দিলেন, আল্ট্রাসন! আপনার অ্যাপ মূলত আল্ট্রাসনোগ্রাফ করার ক্ষেত্রে সাহায্য করবে।

পরের দিন ফেসবুকে গিয়ে একটা কোম্পানি বা বিজনেস পেইজ করে আপনার অ্যাপটাকে সেই বিজনেস পেইজে আপলোড করলেন। আপলোড করে ইউটিউবে সার্চ করে আমাকে খুঁজে বের করলেন। আমার ফ্রি দুটো কোর্স ইউটিউবে থেকে করে রাতে নক করে আমার মার্কেটিং আর সেলস কোর্স ইনরোল হয়ে গেলেন। কোর্স অনুসরণ করে দু সপ্তাহের মধ্যেই আপনার পেইজে অনেকগুলো মেসেজ আসতে শুরু করলো।

কিন্তু, কেউ এই ‘আল্ট্রাসন’ অ্যাপটা কিনতে চাইছে না।

কিন্তু কেন? আপনি বুঝতে পারছেন না।

আমি আর জ্যোতি একদিন ঘূরতে গেলাম, সেইন্টমার্টিন। আর তখন স্থানে আপনার সাথে আমার দেখা হয়ে গেলো। আপনি আমাকে পুরো সমস্যাটা খুলে বললেন।

আমি তখন হাসবো। কেন জানেন?

কারণ, আপনার ভুলটা ছোট কিন্তু খুবই মাঝেমাঝে। আর সেটা হচ্ছে, আপনি যখন আপনার বিজনেস/কোম্পানির পেইজে অ্যাড রান করে কাস্টোমারদের কাছে আল্ট্রাসন অ্যাপটা বিক্রি করার অ্যাড দিয়েছিলেন তখন আপনি 'টার্গেটিং' করেছেন 'ব্যক্তিগত' ক্রেতাদের জন্য। আপনার টার্গেটিং করা উচিত ছিল, বিজনেস বা কোম্পানির জন্য।

তার কারণ, অ্যাল্ট্রাসন কোন ব্যক্তিগত ব্যবহারের অ্যাপ নয়। আপনার অ্যাপ বিজনেসের জন্য।

আল্ট্রাসন অ্যাপ কাজে আসবে মেডিক্যাল বা হেলথ সেক্টরে যারা আল্ট্রাসনোগ্রাফি মেশন কেনা-বেচার সাথে যুক্ত তাদের। তাহলে কেন এই অ্যাপটা একটা সাধারণ ব্যক্তি কিনতে যাবে?

আপনি যখন আপনার বিজনেস বা কোম্পানি পেইজ থেকে আপনার অ্যাপটা সঠিক টার্গেটিং করে আরেকটা বিজনেস বা কোম্পানির কাছে বিক্রি করতে পারবেন, তখন আপনার এই অ্যাপও বিক্রি হবে আর আপনার এই প্রসেসটাকে তখন বলা হবে, বিটুবি সেলস।

কারণ, আপনি একটা বিজনেস হিসেবে আরেকটা বিজনেসের কাছে মন্য বা সেবা বিক্রি করেছেন।

বিটুবি সেলস (B2C Sales)

বিটুবি সেলস মানে, বিজনেস টু কনজুমার সেলস! অর্থাৎ, যখন একটা কোম্পানি তাদের মন্য বা সেবাগুলো আরেকটা কোম্পানির কাছে নয় বরঞ্চ, কোনো নির্দিষ্ট এক বা একাধিক ব্যক্তির কাছে সরাসরি বিক্রি করে তখন সেটা বিটুবি সেলস প্রসেসের মাধ্যমেই হয়ে থাকে।

উপরের ঘটনার কথাই ধরি!

আপনি 'আল্ট্রাসন' অ্যাপের বদলে আরেকটা অ্যাপ তৈরি করলেন। অথবা ধরুন, আপনি কোনো গেইম তৈরি করলেন। সেই গেইমে কিছু কয়েন আছে। যে কয়েন আপনি বিক্রি করতে চাইছেন। সেই কয়েন বিক্রি করার জন্য আপনার একটা ব্যক্তিগত/পার্সোনাল ফেসবুক পেইজ থেকে অ্যাড রান করলেন।

এখন বলুন, আপনার গেইম কারা খেলে থাকে? কোনো বিজনেস? নাকি কোনো ব্যক্তি? এই যে কয়েন বিক্রি করছেন, এটা কাদের প্রয়োজন? যারা গেইম খেলে অর্থাৎ কনজুমার নাকি যারা গেইম কেনাবেচা করে - বিজনেস?

কাদের দরকার?

অবশ্যই কনজুমার, তাই না?

সেক্ষেত্রে আপনি যখন আপনার ব্যক্তিগত অর্থাৎ পার্সোনাল পেইজ থেকে আপনার অ্যাপের সেবাটা অথবা গেইমের ভেতরকার কয়েনগুলো সঠিক টার্গেটিং করে এক বা একাধিক গেইমার বা ব্যক্তির কাছে বিক্রি করতে পারবেন, তখন আপনার এই গেইমের কয়েনও বিক্রি হবে আর আপনার এই প্রসেসটাকে তখন বলা হবে, বিটুসি সেলস।

কারণ, আপনি একটা পার্সোনাল পেইজ থেকে আরেকটা ব্যক্তির কাছে মন্য বা সেবা বিক্রি করেছেন।

বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেলস (Business Development Sales)

সেলসের সংজ্ঞাটা মনে আছে আপনার?

সেলসের সংজ্ঞাটা ছিল এমন - "এক কথায় যদি বলতে হয়, সেলস হচ্ছে কোনো মন্য বা সেবা, অর্থ কিংবা অর্থের সমান মূল্যের কোনোকিছুর বিনিময়ে আদানপ্রদান করা!"

তাই না?

এই সংজ্ঞায় ‘অর্থ কিংবা অর্থের সমান মূল্যের কোনো কিছু’ বলতে যে বিষয়টাকে বোঝানো হয়েছে সেটা নিয়েই এই বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেলস গঠিত।

অর্থাৎ, যদি আবারো আগের উদাহরণে যাই!

আপনি একটি আপ তৈরি করলেন। সেই আপ সম্পূর্ণ ফ্রি করে দিলেন। কিন্তু আপের ভেতরে কিছু পেইড ফিচারস রাখলেন, যেগুলো আপের ইউজারকে কিনে নিতে হবে।

প্রত্যেক মাসে বেশ ভালো পরিমাণ ইউজার আপনার আপ ব্যবহার করে থাকে। সেখান থেকে বেশ ভাল পরিমাণ আয়ও হচ্ছে আপনার। কিন্তু আপনার এই আপের আয়টা বা প্রফিটটা প্রত্যেক মাসে, প্রত্যেক বছরে একই থেকে যায়।

এখন আপনার প্রয়োজন আপনার এই আপের বিজনেসের গ্রোথ অর্থাৎ আপনাকে এখন এই আয় বাড়াতে হবে। আপনি চাইছেন আপনার যাতে এই আপ থেকে আয় ধীরে ধীরে বাড়তে থাকে। এই আয় বাড়ানোর জন্য আপনার আপের ‘ভ্যালু’ বাড়াতে হবে। তাই না?

আর এটাই বিজনেস ডেভেলপমেন্ট। আপনার এই আপের মার্কেট ভ্যালু বাড়াতে হলে আপনার যে সেলস প্রসেস ফলো করতে হবে সেটাই বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেলস।

শুধুমাত্র বিজনেসের গ্রোথের জন্যেই নয়, অনেকেই আছেন যাদের কাছে মন্য বা সেবার ভালো সন্ধান রয়েছে কিন্তু তারা জানে না কীভাবে সেই মন্য বা সেবাকে ঘিরে একটা ব্যবসা দাঢ় করাতে

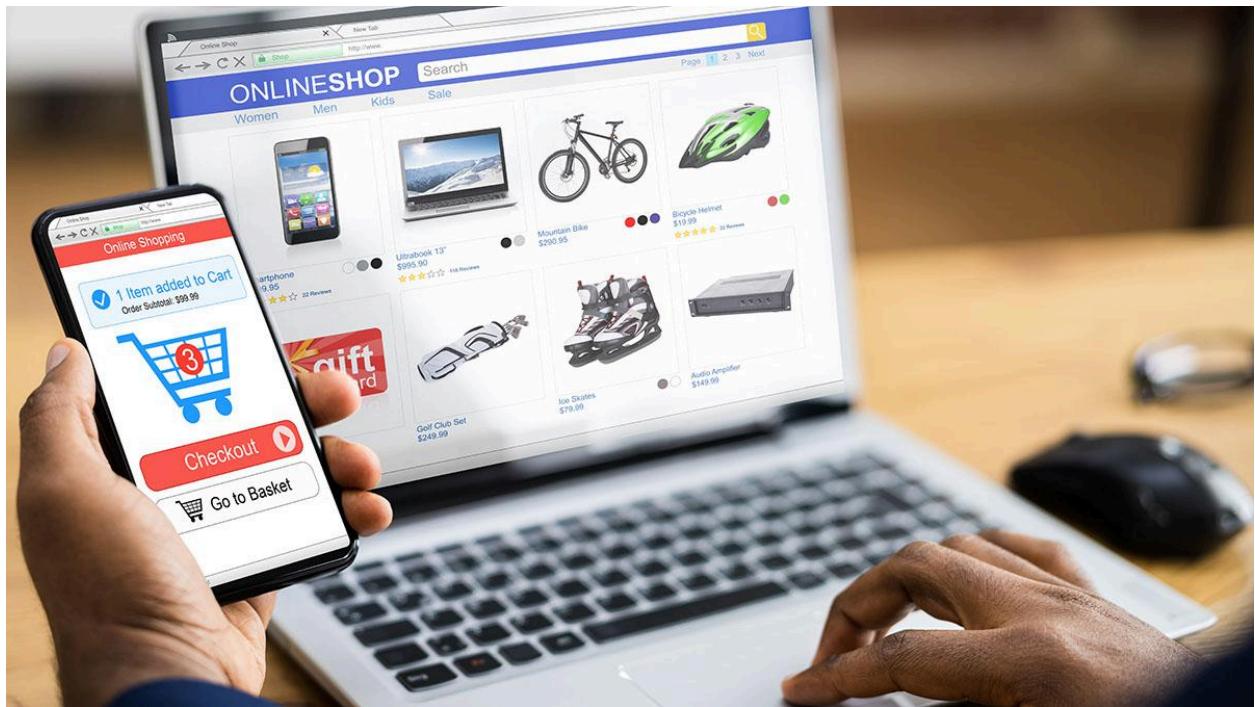
হয়। তারা এটাও জানে না, কীভাবে সেই ব্যবসাকে পকেবারে শূন্য থেকে ধীরে ধীরে বড় করতে হয়।

আর এই কাজগুলোই করে থাকেন, একজন বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেলসপার্সন। তিনি যেকোনো/নির্দিষ্ট সেক্টরের মন্য বা সেবার বিজনেস ডেভেলপমেন্টের জন্য স্ট্র্যাটেজি বিক্রি করেন, প্ল্যানিং বিক্রি করেন, পাবলিক রিলেশনশিপ গ্রোথ এর সার্ভিসও বিক্রি করেন। আর এই প্রসেসই বিজনেস ডেভেলপমেন্ট সেলস।

ইকমার্স সেলস (E-commerce Sales)

এই ধরনের সেলস মূলত শুধুমাত্র একটি ইকমার্স বিজনেসকে ঘিরেই হয়ে থাকে।

অর্থাৎ, ধরুন আপনার একটা মন্য বা সেবা আপনি বাংলাদেশের সবচেয়ে বড় ইকমার্স ওয়েবসাইটে দারাজে আপলোড করলেন। সেখানে কোনো ক্রেতা যদি আপনার সেই মন্য কেনার জন্য মেসেজ করে দারাজের মাধ্যমেই পেমেন্ট করে তাহলে সেই ট্রাঞ্চেকশন একটা ইকমার্স ওয়েবসাইটের মাধ্যমে হওয়ার কারণে সেই সেলসকে আপনি ইকমার্স সেলস বলতে পারবেন।



এই ছয় ধরনের সেলস মূলত সেলসের একেবারে ব্যাসিক টাইপ! সেলসের অ্যাডভাগ্রাউড কিছু টাইপ
রয়েছে, যেগুলো নিয়েই পরের অধ্যায় সেলস মেথডোলজি!

সেলস মেথডোলজি কী ও কত ধরণের?

সেলস মেথডস অথবা সেলসের অ্যাডভাগ্রাউড টাইপগুলো নিয়েই এই সেলস মেথডোলজি। সেলস
মেথডলজি মূলত 'কীভাবে' সেলসম্যানরা একটা মন্ত্র বা সেবা বিক্রি করে থাকে; সেই
প্রসেসগুলো নিয়েই আলোচনা করে থাকে।

ଆରୋ ସ୍ପଷ୍ଟଭାବେ ବଲଲେ, ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜି ହଚ୍ଛ କିଛୁ ରୁଲସ ଏନ୍ ରେଗ୍ଳେଶନ ଯେଉଁଲୋ ଅନୁସରଣ କରେ ଏକଜନ ସେଲସପାର୍ସନ ଏକଟା କାଷ୍ଟୋମାରେର କାହେ ମନ୍ୟ ବା ସେବା ବିକ୍ରି କରେ ଥାକେ।

ଆମନି ଆମନାର ଜୀବନେ ଯେକୋନୋ ମନ୍ୟ ବା ସେବା ବିକ୍ରି କରତେ ଯାନ ନା କେନ, ଆମନାକେ ଏହି ମେଥ୍ୱୋଲଜିଗୁଲୋ ଥିକେ ଯେକୋନୋ ଏକଟା ବା ଏକାଧିକ ମେଥ୍ୱୋଲଜି ଅନୁସରଣ କରତେହି ହବେ।

ଏହି ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜିଗୁଲୋ ଶୁଦ୍ଧମାତ୍ର ଟିପିକାଲ ସେଲସେର ଜନ୍ୟେହି ନୟ ବରଞ୍ଚ ଡିଜିଟାଲ ସେଲେର ଫେତ୍ରେ ଓ ସମାନଭାବେ ଶୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ। ଆମନି ଏକ ହାଲି କଲା ଥିକେ ଶୁରୁ କରେ ଓ ଯେବସାଇଟ୍ ଡେଭେଲପମେନ୍ଟେର ସାର୍କିସ - ଯେକୋନୋ ମନ୍ୟ ବା ସେବା ବିକ୍ରି କରୁନ ନା କେନ - ଆମନାକେ ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜି ସମ୍ପର୍କେ ଭାଲୋ ଧାରନା ରାଖିତେ ହବେ।

ଯଦିଓ ସବ ଧରନେର ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜି ସମ୍ପର୍କେ ଧାରଣା ରାଖା ଖୁବହି କଷ୍ଟକରା। କିନ୍ତୁ, ଆମି ଚଢ଼ିବା କରବୋ ସବଚୟେ ଶୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଓ ସକଳ ଧରନେର ମନ୍ୟ ବା ସେବାର ଜନ୍ୟ ବ୍ୟବହଳତ ହ୍ୟ ଏମନ ସବ ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜି ନିଯେ ଆଲୋଚନା କରାର।

କିନ୍ତୁ ମନେ ରାଖିବେନ, ସେଲସେର ପ୍ରତ୍ୟେକଟା ମେଥ୍ୱୋଲଜି ନିଯେ ଆଲାଦାଭାବେ ବହି ଲେଖା ସନ୍ତ୍ଵବ। ଆର ମେଜନ୍ୟେହି ସେଲସ ନିଯେ ଆମି ୨୦ ଘନ୍ତାରେ ବେଶି ଦୈର୍ଘ୍ୟେର 'ଡିଜିଟାଲ ସେଲସ ପ୍ରଫେଶନାଲ କୋର୍ସ'ଟି ତୈରି କରେଛି।

ସବଚୟେ ଶୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ସେଲସ ମେଥ୍ୱୋଲଜିଗୁଲୋର ମଧ୍ୟେ ଏକଟି ହଚ୍ଛ, ସ୍ପିନ ସେଲିଂ (SPIN Selling)।

Neil Rackham তার বই, 'SPIN Selling' এ স্পিন সেলিং সেলস মেথডোলজি নিয়ে কথা
বলেছেন সবচেয়ে বেশি।

SPIN শব্দটাকে ভাঙলে চারটা শব্দ মাওয়া যায়। সিচুয়েশন (Situation), প্রবলেম (Problem),
ইমপ্লিকেশন (Implication) এবং নিউ পে-অফ (Need Pay-off)।

আপনাকে স্পিন সেলিং মেথডে কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করতে হলে, এই চারটা শব্দের উপর
বেইজ করে কাষ্টোমারকে প্রশ্ন করতে হবে।

ধরুন, আমি একটা ইবুক বিক্রি করতে চাচ্ছি। সেক্ষেত্রে আমি কাষ্টোমারকে স্পিন সেলিং মেথডে
প্রশ্ন করতে পারি এভাবে,

- “আপনি কী বর্তমানে ইবুক পড়েন?” অথবা “আপনি মাসে কয়টা ইবুক পড়েন?”
(সিচুয়েশন বেইজ প্রশ্ন)
- “আপনার কী মনে হয় না, হার্ডকপি বই থেকে ইবুক পড়াটা বা অ্যাক্রোস করাটা সহজ?”
অথবা “আপনি হার্ডকপি যে দামে কেনেন, ইবুক তার চেয়েও অর্ধেক দামে কিনে সেটা
পড়াটা সহজ না?” (প্রলেম বেইজ প্রশ্ন)
- “আপনি যখনে হার্ডকপি পাচ্ছেন ২০০ টাকায়, সেখানে ইবুক এখনই ডাউনলোড করে
পড়ে ফেলতে পারেন মাত্র ৫০ টাকায়! আর ৫০ টাকায় তো এক কাপ কফিই খাওয়া যায়।
সেটার বদলে ইবুকের এই অফার নেয়াটা ভালো না?” (ইমপ্লিকেশন বেইজ প্রশ্ন)
- “চিন্তা করুন, যদি আপনি ইবুক কিনে এখনই পড়া শুরু করেন তাহলে যে হার্ডকপি কিনছে
তার থেকে আগে শেষ করে আপনি নতুন বই পড়া শুরু করতে পারবেন। আপনার
হার্ডকপি রাখার জন্য আলাদা জায়গাও খুবচ হবে না। আপনি অর্ধেকেরও কম দামে
আরো বেশি পড়ি ইবুক পাচ্ছেন। এটা কী হার্ডকপি কেনার চেয়ে ভালো না?” (নিউ পে-অফ
বেইজ প্রশ্ন)

দেখলেন?

যদি আপনি লজিক্যালি ক্রেতাকে নেগোসিয়েশনে আটকে দিতে পারেন তাহলে ক্রেতা আপনার থেকে পন্য কিনতে বাধ্য। উপরের উদাহরণে আমি দেখিয়েছি কীভাবে আপনি স্পিন সেলিং মেথড অনুসরণ করে চারটা প্রশ্ন করেছেন ক্রেতাকে। এই প্রশ্নগুলো এমনভাবে তৈরি করা হয়েছে যাতে করে ক্রেতার উত্তরকে আপনি নিয়ন্ত্রণ করতে পারেন।

কীভাবে?

শুরুতেই আমি ইবুক বিক্রি করার জন্য, “প্লিজ ইবুকটা কিনে ফেলেন” বলে ক্রেতার কাছে অ্যাপ্রোচ করি নি। আমি শুরুতেই একটা সিচুয়েশন বেইজ প্রশ্ন করে ক্রেতার থেকে তার বর্তমান অবস্থা জেনে নিলাম। ক্রেতার উত্তর যদি ‘না’ হয়, তাহলে আমি কখনোই এই ক্রেতার কাছে আর অ্যাপ্রোচ করবো না। আমার কাস্টোমার লিস্টে থেকে এই ক্রেতাকে আমি বের করে দেবো, কারণ এই ক্রেতা আমার টার্গেটেড অডিয়েন্স নয়।

এক্ষেত্রে সিচুয়েশন বেইজ প্রশ্নে ক্রেতার উত্তর ‘হ্যাঁ’ হলে, আমি পরের প্রশ্নে যাবো। আর পরের প্রশ্নটা করেছি, ক্রেতার বর্তমান সমস্যার আলোকে। ক্রেতা বর্তমানে যদি হার্ডকপি পড়ে থাকেন, তাহলে তিনি যেসব সমস্যা ঝুঁগছেন, সেগুলো তাকে মনে করিয়ে দিয়েছি এই প্রশ্নের মাধ্যমে। তারপর ক্রেতাকে এমন একটা সমাধান দেয়ার চেষ্টা করেছি বা ইমপ্লিকেশন বেইজ প্রশ্ন দ্বারা এমন একটা সমাধান ক্রেতাকে দেখাবো, যেটা ক্রেতার বর্তমান সমস্যাগুলোর সবচেয়ে ভালো সমাধান নিয়ে আসবে। আর সবার শেষে ক্রেতাকে বলেছি, ‘কোন সল্যুশন’ ব্যবহার করলে ক্রেতার সমস্যা নিয়ে আর ভাবতে হবে না। আর সেই সল্যুশনই হচ্ছে, নিউ পে অফ বেইজ প্রশ্ন।

স্পিন সেলিং মেথডে চেষ্টা করবেন ক্রেতার থেকে যতটুকু সম্ভব তথ্য নিয়ে আসার জন্য। এতে করে পরের বারে যখন সেই ক্রেতার কাছে অন্য পন্য বা সেবা বিক্রি করতে যাবেন তখন আপনাকে হয়তো স্পিন সেলিং মেথড আর অনুসরণ করতে না-ও হতে পারে।

সেলসের অন্যতম একটা মেথডোলজি হচ্ছে, নিট সেলিং (NEAT Selling)।

হ্যারিস কনসাল্টিং ফ্রাম ও সেলস হ্যাকার টিম, একত্রে এই নিট সেলিং মেথডোলজি তৈরি করে। তাদের এই সেলস মেথডোলজি মূলত পুরনো আরো দুটো সেলস মেথডোলজির (বেন্ট ও এনাম) আলোকে তৈরি।

নিট সেলিং মেথডের, 'N' দ্বারা নিড (Need) বোঝায়। অর্থাৎ, আপনাকে ক্রেতার সাথে কথা বলতে বলতে ক্রেতার মূল প্রয়োজনতা খুঁজে বের করতে হবে। আগের উদাহরণেই, আমি যদি ইবুক বিক্রি করতে চাই তাহলে আমি ক্রেতাকে ইবুক রিলেটেড অনেকগুলো প্রশ্ন করবো, যাতে করে আমি ক্রেতার থেকে ইবুক সম্পর্কে আরো তথ্য জানতে পারি। ক্রেতার মূল প্রয়োজনটা যদি আমি ধরতে পারি, তাহলে আমাকে এই ক্রেতার কাছে পন্য বা সেবা বিক্রি করাটা ততটা কঠিন হবে না।

নিট সেলিং মেথডের, 'E' দ্বারা ইকোনমিক ইমপ্যাক্ট (Economic Impact) বোঝায়। অর্থাৎ, ক্রেতাকে বোঝান যে, আপনার সল্যুশন (পন্য বা সেবা) তার কতটা অর্থ সঞ্চয় করবে। আমরা প্রত্যেকেই এমন কোনো পন্য বা সেবা চাই, যেটাৰ মূল্য কম কিন্তু কোয়ালিটিতে ভালো। আর সেজন্য আমি যদি ক্রেতাকে বলি, হার্ডকপি বইয়ের চেয়ে ইবুক কিনলে শুধুমাত্র আপনার পড়ার সুবিধাই নয়, বরঞ্চ আপনি একটা হার্ডকপি বইয়ের দামে কমপক্ষে ৪ টা ইবুক কিনতে পারবেন - তাহলে আপনার কী মনে হয় না, ক্রেতা ইবুক কিনতে কিছুটা হলেও কনভিন্য হবে?

নিট সেলিং মেথডের, 'A' দ্বারা অ্যাক্সেস (Access) বোঝায়। অর্থাৎ, আপনি যে মন্য বা সেবা বিক্রি করছেন, সেটার একটা টেষ্ট ক্রেতাকে দিন। ক্রেতাকে আপনার মন্য বা সেবা ব্যবহার করতে দিন, কিন্তু কিছুক্ষণের জন্য! এক্ষেত্রে, ইবুক বিক্রি করতে চাইলে আমি যদি নিট সেলিং মেথড অনুসরণ করি তাহলে আমি ক্রেতাকে আমার ইবুকের কয়েক মৃষ্টা বা নির্দিষ্ট কিছু অংশ পড়তে দেবো। ক্রেতাকে এই 'এক্সক্লুসিভ অ্যাক্সেস' দেয়ার কারনে অর্থাৎ, ক্রেতাকে আমার মন্য বা সেবা ব্যবহার করতে দেয়ার কারনে - ক্রেতা হার্ড কপি থেকে ইবুকের দিকে আরেকটু ঝুঁকবে!

নিট সেলিংয়ের, 'T' দ্বারা টাইমলাইন (Timeline) বোঝায়। অর্থাৎ, ক্রেতাকে একটা নির্দিষ্ট সময় বেঁধে দিন। ক্রেতাকে যদি কোনো মন্য বা সেবা কেনার জন্য একটা নির্দিষ্ট সময় বেঁধে দেয়া হয়, তাহলে ক্রেতা স্বাভাবিকভাবে 'ফোমো অ্যাফেক্ট' এর কারণে আপনার এই মন্য বা সেবার প্রতি আকৃষ্ট হবে এবং মানুষ তখনই ভুল করে বসে, যখন সে ভাবার সময় পায় না! এক্ষেত্রে, আমি যদি ইবুক বিক্রি করতে হয়, তাহলে আমি হয়তো ক্রেতাকে একটা নির্দিষ্ট সময় বেঁধে দিতে পারি। আমি বলতে পারি, "আপনি ১০০ টাকায় হার্ডকপি না কিনে ৫০ টাকা করে চারটা ইবুক কিনে ফেলতে পারেন। তবে সেটা সীমিত সময়ের জন্য, 'অমুক' তারিখ পর্যন্ত!"

দ্যাটস অল!

এবার চলুন কথা বলা যাক, চ্যালেঞ্জার সেলিং (Challenger Selling) নিয়ে!

'দ্য চ্যালেঞ্জার সেল' বইয়ের লেখক Matthew Dixon ও Brent Adamson এর মতে, বিটুবি মার্কেটে অর্থাৎ বিজনেস টু বিজনেস মার্কেটে যেসব সেলসপার্সনরা কাজ করতে চাইছে - তাদের জন্য সবচেয়ে পাওয়ারফুল একটি সেলস মেথডোলজি হচ্ছে এই চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথড।

যারা চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথডোলজি অনুসরণ করে বিভিন্ন পন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকে, তাদের বলা হয় চ্যালেঞ্জার সেলসম্যান। আর চ্যালেঞ্জার সেলসম্যানরা এত বেশি এফেক্টিভ কেন বলতে পারবেন?

কারণ, তারা খুবই সাধারণ কিন্তু ডয়ংকর শক্তিশালী একটি কন্ট্রোলিং প্রসেসে তাদের পন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকে। আর সেই কন্ট্রোলিং প্রসেসটাকে বলে, টিচ-টেইলর-টেইক (Teach-Tailor-Take) কন্ট্রোল প্রসেস।

চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথডে কোনো পন্য বা সেবা বিক্রি করতে চাইলে, আপনাকেও টিচ-টেইলর-টেইক কন্ট্রোল প্রসেস অনুসরণ করতে হবে।

(Teach) এক্ষেত্রে, শুরুতেই সেলসপ্রার্সন একটা পন্য বা সেবা নিয়ে ক্রেতাকে বোঝাবে, শেখাবে, প্রয়োজন পড়লে ক্রেতাকে সময় দেবে, ক্রেতার সাথে তার নিজের আইডিয়া শেয়ার করবে এবং ক্রেতাকে কোনো ধরণের পিছুটান না রেখেই ক্রেতার সমস্যা সমাধানে (সম্প্রদানে সাহায্য) সাহায্য করবে।

(Tailor) তারপর যখনই ক্রেতার টপিকের সাথে সেলসপ্রার্সনের পন্য বা সেবার কোনো মিল পাওয়া যাবে, সেখানেই তাকে সেটা যুক্ত করে দিতে হবে। ক্রেতাকে আপনি শুরুতেই কোনো ধরনের পিছুটান ছাড়াই সাহায্য করেছেন। ক্রেতার সমস্যার সমাধানে এগিয়ে এসেছেন।

(Take) তারপরেই সেলসপ্রার্সন হিসেবে আপনি ক্রেতাকে একটা ভালো পন্য বা সেবা অর্থাৎ আপনার পন্য বা সেবা রেকমেন্ড করবেন। আর এই সময়টাতেই আপনাকে মুরো সিচুয়েশন নিজের নিয়ন্ত্রণে নিয়ে আসতে হবে। অর্থাৎ, ক্রেতা এখন আপনার সেই সাহয়ীর খাতিরেই আপনার দেয়া সমাধান অর্থাৎ আপনার রেকমেন্ড করা পন্য বা সেবা কিনতে বাধ্য!

তবে একটা কথা মনে রাখবেন, চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথডোলজি মূলত বিটুবি সেলসপার্সনদের জন্য সবচেয়ে বেশি উপযুক্ত। তারপরেও আপনি চাইলে আপনার ব্যক্তিগত ব্যবসাতেও এই মেথডোলজি কাজে লাগিয়ে দেখতে পারেন।

আরেকটা সাধারণ কিন্তু বেশ কাজের সেলস মেথডোলজি হচ্ছে, দ্য স্যান্ডলার সেলিং সিস্টেম (The Sandler Selling System)।

স্যান্ডলার সেলিং সিস্টেম মূলত সার্ভিস (সেবা) রিলেটেড মন্য অর্থাৎ ডিজিটাল মন্য যারা বিক্রি করে থাকে, তাদের জন্য বেশি কার্যকরী। কারণ, এই সেলিং সিস্টেম অন্যান্য সেলস মেথড থেকে অনেকটা আলাদা।

স্যান্ডলার সেলিং সিস্টেম অনুসারে, ক্রেতা ও বিক্রেতাকে সমানভাবে দেখা হয়েছে। অর্থাৎ, বিক্রেতার কাজ শুধু মন্য বিক্রি করাই নয়, বরঞ্চ বিক্রেতার মূল কাজ হবে তার নিজের ব্যক্তিগত ভ্যালুটা বিক্রি করা। অর্থাৎ, বিক্রেতা একেব্রত্রে সরাসরি তার নিজের ভ্যালুকে বিক্রি করছে না; কিন্তু বিক্রেতাকে, ক্রেতার সাথে একটা বিশ্বাসের সম্পর্ক তৈরি করতে হবে।

আর যখনই একজন ক্রেতা ও বিক্রেতার সম্পর্ক, শুধুমাত্র ক্রেতা-বিক্রেতার সম্পর্ক থেকে একটা বিশ্বাসের সম্পর্কে পরিণত হবে - তখন স্যান্ডলার সিস্টেম অনুসারে সেই বিক্রেতা, ক্রেতার কাছে বর্তমানে ও ভবিষ্যতে যেকোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করতে পারবে।

ডিজিটাল প্রোডাক্টস অর্থাৎ সার্ভিস বিক্রি করার জন্য আরেকটা ভালো সেলস মেথডোলজি হচ্ছে, সল্যুশন সেলিং (Solution Selling)।

ধীরে ধীরে বড় বড় কোম্পানিগুলো তাদের পন্য বা সেবার জন্য এই সল্যুশন সেলিং
মেথডোলজিতেই বেশি গুরুত্ব দিচ্ছে।

সাইকোলজিক্যাল দিক থেকে বললে, আমাদের সামনে যতগুল অপশন থাকুক না কেন,
আমরা সবার প্রথমে আমাদের সমস্যাগুলোকেই সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দিই। আর সেজন্য
ন্যাচারালি আমাদের ব্রেইন সবার প্রথমে, সমস্যার সমাধান খুঁজে বের করার দিকে মনোযোগ
দিতে চায়।

আর আপনি যদি একটা পন্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য এই সল্যুশন সেলিং মেথডোলজি
অনুসরণ করেন তাহলে অবশ্যই আপনার সেল বৃদ্ধি পাওয়ার সম্ভাবনা বেড়ে যাবে।

সল্যুশন সেলিং মেথডে, একটা পন্য বা সেবা ক্রেতার কাছে সরাসরি বিক্রি না করে - ক্রেতাকে
কিছুটা সময় দিয়ে ক্রেতার সমস্যার সমাধান খুঁজে বের করে দিলে - সেই ক্রেতা কখনোই আর
আপনার থেকে আপনার প্রতিযোগীর কাছে যাবে না! যার ফলে আপনি শুধুমাত্র একটা পন্যই
বিক্রি করছেন না, বরঞ্চ আপনি কিছুটা সময় বের করে সল্যুশন দেয়ার জন্য - ক্রেতার সাথে
আপনার লং লাষ্টিং একটা রিলেশন তৈরি হয়ে গেল।

আচ্ছা, আপনিই বলুন!

ধরুন, জ্যোতির একটা শাড়ি কেনা দরকার। সে বিভিন্ন ফেসবুক পেইজে, গ্রুপে, ইকমার্স সাইটে
ঘূরে ফিরে শাড়ি দেখছে। ভুট করে আপনার শাড়ির পেইজে তার চোখ আটকে যায়। সে একটা
শাড়ির দাম জিজ্ঞেস করে আপনাকে!

আপনি সরাসরি দরাদরি না করে, জ্যোতির সাথে দশ মিনিট মেসেজে কথা বলে জেনে নিলেন,

“জ্যোতি কেন শাড়ি পড়ে?”

“জ্যোতির পিয় রঙ কী?”

“কোন রঙের শাড়িতে জ্যোতিকে মানাবে?”

“জ্যোতির শাড়ি কেনার বাজেট কেমন?”

এই প্রশ্নগুলো আপনি সরাসরি না করে, জ্যোতির সাথে কথা বলছেন দশ-বিশ মিনিট খবচ করে।
বিশ মিনিট কথা বলে, জ্যোতির থেকে তার পছন্দ-অপছন্দ সম্পর্কে আপনার ভালো ধারনা চলে
আসলো!

আপনি জ্যোতিকে এবার তার বাজেটের মধ্যে আপনার লাভ হবে সবচেয়ে বেশি এমন শাড়িটাই
দেখাবেন এবং জ্যোতির পছন্দের রঙে আরো কয়েকটা শাড়ি দেখাবেন।

জ্যোতি আপনার থেকে এখন শুধুমাত্র একটা শাড়ি কিনে নিচ্ছে। যদি ঠিকভাবে আপনি
জ্যোতির পছন্দ বুঝতে পারেন -

তাহলে জ্যোতি আপনার থেকে এই শাড়িটাই কিনবে না বরঞ্চ শাড়ির সাথে আপনি একই রঙের
বা ডিজাইনের ব্লাউজ দেখালে সেটা কিনতে পারে’; অথবা

জ্যোতি আপনার থেকে একই ডিজাইনের ভিন্ন রঙের শাড়ির সাথে কিনে নিতে পারে অথবা
ভবিষ্যতে কেনার জন্য আপনার নাম্বার অথবা আপনার পেইজ সেইভ করে রাখতে পারে।

পরের বার যখন জ্যোতি আপনার থেকে একটা শাড়ি বা ব্লাউজ বা অন্যকিছু কিনবে - তখন
কিন্তু আপনাকে অত বেশি বোঝাতেও হবে না। আপনাকে জ্যোতির জন্য মার্কেটিংয়ের পেছনে
আর কোনো খরচ কোনোদিনও করতে হবে না।

তার কারণ?

জ্যোতির সাথে আপনার পেইজের একটা ভালো সম্পর্ক তৈরি হয়ে গিয়েছে। আর এটা সন্তুষ্ট হয়েছে, “সেদিনের বিশ মিনিট কথা বলার কারণে!”

সল্যুশন সেলিং মেথডোলজি ভবিষ্যতে আরো বাড়বে। আমরা সামাজিক প্রাণী। সবজায়গাতেই সম্পর্ক তৈরি করাটা আমাদের রক্তের সাথে মিশে আছে।

আমরা একা থাকার প্রাণী নই! একা থাকা আমাদের সংযোগ না। আমাদের তাই, ‘রিলেশনশিপে’ যেতে হয় - যেকোনো টাইপের রিলেশনশিপে!

চেষ্টা করুন, আপনার মন্তব্য বা সেবা বিক্রি করার সময় এই সল্যুশন সেলিং মেথডোলজি অনুসরণ করতে। এভাবেই তো তৈরি হয়, বায়ার-সেলারের রিলেশন!

ইনবাউন্ড সেলিং (Inbound Selling), আরেকটা সেলস মেথডোলজি; যেটা ডিজিটাল প্রোডাক্টস বা সার্ভিস বিক্রি করার জন্য খুবই কার্যকরী।

ইনবাউন্ড সেলিং কী, সেটা যদি সংজ্ঞায় বোঝাতে যাই তাহলে আপনার-আমার দুজনেরই দাঁত পড়ে যাওয়ার সম্ভাবনা রয়েছে। তারচেয়ে ভালো, আপনাকে আমি সহজ একটা সূত্র বলি। সেটা মনে রাখুন!

ইনবাউন্ড সেলিং = মার্কেটিং + রিসার্চ + ডেটা + সেলস

অর্থাৎ, যারা ইনবাউন্ড সেলসপার্সন বা যারা ইনবাউন্ড সেলস মেথডোলজি অনুসরণ করে কোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করে থাকেন;

তারা শুধুমাত্র একটা মন্য বা সেবা বিক্রিই করেন না বরঞ্চ তারা সেই মন্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য যদি কোনো নতুন মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি অ্যাপ্লাই করতে হয় তাহলে সেটা করবে,
তারা শুধুমাত্র একটা মন্য বা সেবা বিক্রিই করেন না বরঞ্চ তারা সেই মন্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য যদি কোনো নতুন তথ্য রিসার্চ করে বের করতে হয় তাহলে সেটা করবে,
তারা শুধুমাত্র একটা মন্য বা সেবা বিক্রিই করেন না বরঞ্চ তারা সেই মন্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য যদি কোনো নতুন তথ্য যুক্ত করতে হয় কিংবা নতুন কোনো রিসোর্স যুক্ত করতে হয় তাহলে সেটা করাটাও কিন্তু একজন ইনবাউন্ড সেলসপার্সনের কাজ।

একজন ইনবাউন্ড সেলসম্যানের দায়িত্ব ক্রেতার কাছে পৌঁছানো। যাতে ক্রেতাকে সেলসপার্সনের কাছে পৌঁছাতে না হয়।

একজন ইনবাউন্ড সেলসপার্সনকে সবগুলো মাইক্রো ও সাব স্লিলে দরক্ষ হতে হবে। যেখানে ক্রেতা আটকে যাবে, সেখান থেকে ক্রেতাকে হাত ধরে রাস্তা দেখিয়ে মন্য বা সেবা বিক্রি করার পথটা দেখানোও একজন ইনবাউন্ড সেলসপার্সনের দায়িত্ব।

অন্য সব সেলস মেথডোলজিতে সেলসপার্সনরা মূলত “কীভাবে একটা মন্য বিক্রি করবে”; সেটা শেখান হয়। কিন্তু ইনবাউন্ড সেলসে শুধুমাত্র একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করা শেখান হয় না।
ইনবাউন্ড সেলস মেথডোলজি অনুসারে কোনো একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করতে গেলে আপনাকে ক্রেতার সাথে কমিউনিকেট করে ক্রেতার বর্তমান অবস্থা বুঝে নিতে হবে।

ধরন, ফারহান একটা শার্ট কিনতে চায়। একজন ইনবাউন্ড সেলসম্যান হিসেবে আপনি ফারহানের সাথে কথা বলে ফারহানের থেকে কিছু গুরুত্বপূর্ণ তথ্য নিয়ে নিলেন।

যমন,

আপনি ফারহানের সাথে কথা বলে জানতে পারলেন, (১) ফারহান আসলে লাল রঙের শার্ট
ছাড়া আর কোনো রঙের শার্ট পড়ে না; (২) ফারহান প্রত্যেক মাসে অন্তত একটা হলেও শার্ট
কেনে; এবং (৩) ফারহানের শার্ট কেনার বাজেট ৫০০-৭০০ টাকার মধ্যে হয়ে থাকে।

একজন ইনবাউন্ড সেলসম্যান হিসেবে আপনি এখন ফারহানের কাছে শুধুমাত্র একটা শার্টই বিক্রি
করবেন না, বরঞ্চ আপনি এখন নতুন একটা ‘অফার’ বা ‘পন্য’ আবিষ্কার করবেন। অর্থাৎ,
আপনি এখন ফারহানকে বললেন, “আপনি যেহেতু প্রত্যেক মাসেই ৫০০-৭০০ টাকার মধ্যে একই
রঙের শার্ট কিনে থাকেন, তাহলে আমি আপনাকে একটা ভালো অফার দিতে পারি। আমি
শুধুমাত্র আপনার জন্য একটা মাসিক প্যাকেজ করে দিতে পারি। আপনার বাসায় একই রঙের
তো শার্ট আমি প্রত্যেক মাসে পাঠিয়ে দেবো, কিন্তু আপনাকে এক্ষেত্রে শুধুমার পে করতে হবে
৪০০০ টাকা।”

এখন ফারহানের সামনে দুটো অপশন আছে!

অপশন ০১: ফারহান আগের মতোই প্রত্যেক মাসে একই রঙের একটা শার্ট ৫০০-৭০০ টাকায়
কিনবে!

অপশন ০২: ফারহান ৪০০০ টাকায় মাসে তিনটা শার্ট পেয়ে যাবে কোনো ধরনের কষ্টে ছাড়াই!

আপনি ফারহানের জায়গায় হলে কি করতেন?

অবশ্যই দুই নাস্বার অপশনটা বাছাই করতেন! আমিও সেটাই করতাম!

দেখলেন?

ইনবাউন্ড সেলস মেথডোলজি অনুসরণ করে আমি শুধুমাত্র একটা পন্থ বিক্রি করবো না, বরঞ্চ আমি রিসার্চ করে কমিউনিকেট করে ক্রেতার জন্য আগের চেয়ে ভালো একটা অপশন বাছাই করে দেবো! এতে করে আমার পন্থ বা সেবা বিক্রি হবে আর ক্রেতার সাথে আমার একটা সম্পর্কও তৈরি হবে।

গ্যাপ সেলিং (Gap Selling) আরেকটি পাওয়ারফুল সেলস মেথডোলজি!

যদিও এই সেলস মেথডোলজি অন্যান্য সেলস মেথড থেকে একটু কঠিন, কিন্তু অন্যান্য সেলস মেথডোলজি থেকে এই সেলস মেথডে পন্থ বা সেবা বিক্রি হওয়ার কিংবা আপসেল-ক্রসসেলে আয় করার চান্দা বেড়ে যায়।

অর্থাৎ, গ্যাপ সেলিং হচ্ছে ক্রেতার সমস্যার মধ্যে যে 'শূন্যস্থান/গ্যাপ'টা রয়েছে; সেটাকেই কাউন্ট করে দেয়া। এক্ষেত্রে, সেটা নতুন পন্থ বা সেবা দিয়েই হোক কিংবা আপসেল-ক্রসসেল করেই হোক; এই সেলস মেথডোলজি ঠিকভাবে অনুসরণ করতে পারলে আপনার পন্থ বা সেবা বিক্রি হওয়ার চান্দা সত্ত্বিকার অর্থেই বেড়ে যাবে।

ধরুন, আপনি ফিলোসফি নিয়ে পড়াশোনা শেষ করলেন। অনার্সে ভাল রেজাল্ট করলেন, মাস্টারসও শেষ করলেন। ফিলোসফি নিয়ে পড়াশোনা করার পর, আপনি চাকরি করতে চাইছেন না। কারণ আপনি চাইছেন না, শিক্ষকতা করতে কিংবা পলিটিশিয়ান হতে অথবা স্পিকার হতে।

আপনি ব্যবসা করতে চাইছেন। কিন্তু, আপনি আপনার সারাটাজীবন দিয়ে ফিলোসফি নিয়ে পড়ে এখন ব্যবসা করবেন কীভাবে? আপনি তো ব্যবসার কিছুই জানেন না, কখনো ব্যবসা করেনও নি!

তাহলে, এখন? কীভাবে ব্যবসা করবেন?

অনেক ভেবে-চিন্তে আপনি কয়েকটা প্রোডাক্ট জোগাড় করলেন, যেগুলো ফিলোসফি'র সাথে যুক্ত। যে প্রোডাক্টগুলো আপনি বিক্রি করতে পারবেন,

- ফিলোসফির মাঠ্য বই
- ফিলোসফির নোটস
- ফিলোসফির থিওরীসমূহ

আপনি আপনার সারাজীবনে যত ফিলোসফির সম্পৃক্ত জ্ঞান জমিয়েছেন, সবকিছু দিয়ে এই তিনটা বই লিখলেন। সেগুলোকে নিজে নিজেই হার্ডকপি করে নিজের ফেসবুক পেইজ থেকে বিক্রি করা শুরু করলেন।

মানুষ শুরুতে বেশ কয়েকদিন আপনার মন্য বা সেবা কিনলো। একদিন এক ক্রেতা আপনাকে জিজ্ঞেস করলো, “ভাই, ফিলোসফির থিওরীসমূহ বইটা কিনতে চাচ্ছি।” আপনি বইয়ের দাম বললেন আর বই সম্পর্কিত কিছু তথ্য দিলেন। কীভাবে বইটা সে কিনতে পারবে, সেটা তাকে জানিয়ে দিলেন।

“কিন্তু ভাই, আমার কাছে আসলে ২৫০ টাকা নেই। কিন্তু বইটা আমার খুব প্রয়োজন। আমি কি এখন ৪০০ টাকা দিয়ে, সপ্তাহখানেক পরে বাকি টাকা দিতে পারি?”, সে জিজ্ঞেস করলো আপনাকে! আপনি বললেন, “ভাই, এভাবে তো সম্ভব নয়। তবে আপনার জন্য আমি আরেকটা ভালো অপশন দিতে পারি।”

[এখান থেকে আপনি ‘গ্যাপ সেলিং’ মেথডোলজি অনুসরণ করে আপনার মন্য বা সেবাকে অন্যভাবে (নতুন মন্য/সেবা তৈরি করে) বিক্রি করার চেষ্টা করতে পারেন।]

আপনার ক্রেতা আপনাকে জিজ্ঞেস করলেন, “কী অপশন ভাই?”

[এতটুকু অবধি কনভার্সেশন করার পর, আপনি ক্রেতা সম্পর্কে দুটো ময়েন্ট ক্লিয়ারলি বুমতে পারছেন!]

প্রথমত, ক্রেতার কাছে এখন, রাইট নাও; ৪০০ টাকা আছে!

দ্বিতীয়ত, ক্রেতা আপনাকে এখনই সেটা মে করতে রাজি বলেই সে ফ্রি'তে বইটা না চেয়ে, ইন্যাটলমেন্টে কিনতে চাইছে!

আর এই দুটো ময়েন্ট আপনাকে এটাই বোমায়,

“এই ক্রেতার কাছে এখনই বই বিক্রি করা সম্ভব। কিন্তু সেই বইটার দাম হতে হবে, ৪০০ টাকার কম! আর একইসাথে এই ক্রেতা আপনার থেকে বইটা কিনবেই, কারণ এখন বইটা তার প্রয়োজন/চাহিদা।”

আর আমাদের একেবারে ব্যাসিক সেলসের সূত্রটা মনে আছে?

ডিমান্ড এন্ড সাপ্লাই!

যেখানে চাহিদা আছে, সেখানে মন্য বিক্রি হবেই!

যাই হোক!

আপনার ক্রেতা আপনাকে ‘অপশন কী’ জিজ্ঞেস করার পর আপনি ক্রেতাকে নতুন একটা অপশন এই মুহূর্তেই ‘হাওয়া’ থেকে তৈরি করে দিয়ে দিলেন।

সাথে যুক্ত করে দিলেন, “এই নিন ভাই, শুধুমাত্র আপনার জন্য এই অফারটা। এই অফারের কথা আর কাউকে বলার দরকার নেই ভাই। যেহেতু আপনার বইটা দরকার, আর আমি জানি যে; ফিলোসফির থিওরীসমূহ বইটার চেয়ে উন্নত আর কোয়ালিটিফুল ফিলোসফির থিওরী নিয়ে বই আর একটিও নেই। সেজন্য আপনাকে আপনার জ্ঞান আহরণ থেকে আমি বঞ্চিত করতে চাচ্ছি না! আপনার জন্য তাই এই স্পেশাল এক্স্যুসিভ ডিসকাউন্টেড এই অফারটা দিচ্ছি।”

এই কথাগুলো বলেই আপনি তাকে পরের মেসেজে একটা স্পেশাল অফার তৈরি করে দিলেন,

স্পেশাল এক্স্যুসিভ ডিসকাউন্ট ফর পিমিয়াম কাস্টোমারস

ফিলোসফির পাঠ্য বই

হার্ডকপিঃ ১৫০ টাকা

সফটকপি/পিডিএফঃ ৯৫ টাকা

ফিলোসফির নোটস

হার্ডকপিঃ ২০০ টাকা

সফটকপি/পিডিএফঃ ৭৫ টাকা

ফিলোসফির থিওরীসমূহ

হার্ডকপিঃ ২৫০ টাকা

সফটকপি/পিডিএফঃ ৮০ টাকা

অফারের শেষ সময়ঃ আজ/কাল/পরশ্ব’

এই অফারটি তাকে পাঠালেন।

এখন আপনিই বলুন, “আপনার যদি একটা বই মড়তেই হয়, আর আপনার কাছে যদি সেটার হার্ডকপি কেনার টাকা আগামী মাস/সপ্তাহ/বছর পর্যন্ত না আসে - তাহলে আপনি কি অর্ধেকের চেয়ে কম দামে এর পিডিএফ কিনে পড়ে ফেলবেন না?”

অবশ্যই!

যদিও পিডিএফ পড়ে হয়তো অনেকের অভ্যাস নেই, কিন্তু এই ঘটনায় ‘পিডিএফ’, হার্ডকপির চেয়ে বেটার প্রোডাক্ট।

উপরে আপনি কাস্টোমারকে যখন অফারটি দিয়েছেন, তখন সেই অফারে আপনি ‘পিডিএফ/সফটকপি’ দিয়ে একই প্রোডাক্টের আরেকটি ভ্যারিয়েশন তৈরি করেছেন। আর এই ভ্যারিয়েশনটাকেই আপনি বিক্রি করছেন, ক্রেতার কাছে।

উপরের ক্রেতার কাছে টাকা কম, কিন্তু চাহিদা বেশি! আর আপনি সেটাকেই কাজে লাগিয়েছেন।

আপনি এর আগে কখনো হার্ডকপি ছাড়া অন্য কোনো টাইপের বই বিক্রি করেন নি, কিন্তু আজকে হট করে এই অফার দেয়ার পর আপনাকে সেই বইগুলোর পিডিএফ করতে হয়েছে। যদিও সেটা করতে তেমন একটা সময় লাগে নি, কারণ আপনার বই তো আগেই লেখা ছিল। সেটাকে শুধু পিডিএফ ফরমেটে রূপ দিতে হয়েছে।

কোনো খরচ ছাড়াই আপনি একটা ক্রেতার কাছে আপনার পন্য বা সেবা বিক্রি করে ফেললেন!
অথচ, এই ক্রেতা আসার আগে কখনোই আপনি সফটকপি বিক্রি করেন নি।

মাত্রই তৈরি করলেন সফটকপি। দশ মিনিটে ক্রেতা আপনাকে পেমেন্ট করে দিলো আর
তারপরেই আপনি তার ইমেইলে বইটি সেভ করে দিলেন।

কোনো ডেলিভারি চার্জ নেই, প্যাকেটিং চার্জ নেই, এক্স্ট্রাচার্জ নেই।
প্রোডাক্টের পেছনেও কোনো খরচ নেই!
কিন্তু, আয় ঠিকই হয়েছে।

তাই না?

উপরে আপনি যেভাবে একটা পণ্যের নতুন ভ্যারিয়েশন তৈরি করে সেটাকে বিক্রি করেছেন; এই
প্রসেসটাই মূলত গ্যাপ সেলিং মেথডোলজিতে দেখানো হয়।

উপরে বই বিক্রির ক্ষেত্রে আপনি যে ‘গ্যাপ’টা পূরণ করেছেন সেটা হচ্ছে, ক্রেতার কাছে অর্থ নেই
কিন্তু চাহিদা আছে। আর আপনি নতুন পণ্য/সেবা দিয়ে ক্রেতার এই অর্থসংকটটাকে মেটালেন
আর একইসাথে ক্রেতার সেই চাহিদাটোও পূরণ হলো।

এইতো!

সবচেয়ে শুরুত্বপূর্ণ এবং যেকোনো পণ্য বা সেবা বিক্রির ক্ষেত্রে ব্যবহার করা সম্ভব; এমন কিছু
সেলস মেথডোলজি সম্পর্কে এতক্ষণ পড়লেন। এখন সেগুলোকে কাজে লাগানোর পালা।

সেলস আপনি বই পড়ে শিখতে পারবেন না। উপরের প্রত্যেকটা মেথডোলজি আপনি মুখস্থ করে ফেললেও কোনো কাজে আসবে না, যদি আপনি আপনার মন্ত্র বা সেবা বিক্রির জন্য এই সেলস মেথডোলজিগুলো কাজে না লাগান।

সেজন্যেই বারবার বলছি, এই সেলস মেথডোলজিগুলো নিয়ে আরো বেশি প্র্যাকটিস করুন। আরো বেশি জানার চেষ্টা করুন, আর কোনো মেথডোলজি কাজে লাগিয়ে যদি আপনি একটা মন্ত্র বা সেবা, বেশি বিক্রি করতে পারেন; তাহলে আমাকে ইঘাটাতে সেটা জানাতে ভুলবেন না!

“

The way to get started is to quit talking and begin doing.

-Walt Disney

সেলস ইলিমেন্টস, সেলস মেথডস, সেলস মেথডোলজি, সেলস টাইপস - এসবের মতো কঠিন বিষয়গুলো নিয়ে পড়তে পড়তে হয়তো কিছুটা বোরিং ফিল করছেন।

চলুন, কথা বলা যাক সেলস রিলেশনশিপ নিয়ে!

সেলস রিলেশনশিপ কী এবং কত ধরণের হয়ে থাকে?

ক্রেতা আর বিক্রেতার মধ্যে শুধু একটা মণ্য বা সেবা বেচাকেনাই হয় না, বরঞ্চ একটা সম্পর্কও তৈরি হয়। সহজে বললে, সেটাই হচ্ছে সেলস রিলেশনশিপ!

"সেলস রিলেশনশিপ" আসলে কী?

বিক্রেতা ও ক্রেতার মধ্যে যে পার্সোনাল ও প্রফেশনাল সম্পর্ক তৈরি হয়, সেটাই সেলস রিলেশনশিপ।

কিন্তু কেন সেলসে অর্থাৎ মণ্য বেচাকেনায় রিলেশনশিপ তৈরি করা নিয়ে মাথা ঘামানো উচিত?

Why?

কেন আমরা সেলস রিলেশনশিপ তৈরি করবো?

কারণ,

সেলসে ক্রেতা আর বিক্রেতার মধ্যে একটা রিলেশনশিপ তৈরি হলে, সেটা শুধু হেসে-হেসে পশ-উত্তর দেয়ার ফ্রেন্টেই সাহায্য করে না, বরঞ্চ সেটা বিক্রেতার বিক্রি ও বাড়ায়; আর একইসাথে

ক্রেতাও, বিক্রেতার সাথে সম্পর্ক তৈরি করার কারণে; পুর্বের চেয়ে মণ্য বা সেবা কেনায় বেশি ডিস্কাউন্ট পেয়ে থাকে।

একইসাথে, লয়্যালিটি তৈরি হয়। ক্রেতা বিক্রেতাকে বিশ্বাস করতে শুরু করে আর বারবার সেই বিক্রেতার কাছেই ফিরে যায়। শুধু নিজেই বারবার ফিরে যায় না, বরঞ্চ সেই ক্রেতা তার আশেপাশের মানুষদের সেই বিক্রেতার কাছেই যাওয়ার জন্য রেকমেন্ডও করে থাকে।

অন্যদিকে, বিক্রেতা ক্রেতাকে ভরসা করে, ক্রেতা লয়্যালিটি দেখে ক্রেতাকে বারবার অন্যদের থেকে বেশি ছাড় দিয়ে মণ্য বা সেবা বিক্রি করে থাকে।

ছোটখাটো ঢীকার অঙ্গে ভুল হয়ে যাওয়া কিংবা মাঝে মাঝে ওজনে ভুলে কম দিয়ে দেয়ার মতো কাজগুলোতে ক্রেতা, বিক্রেতাকে ঝমা করে দিতে শুরু করে আর বিক্রেতাও, ক্রেতাকে ছাড় দিতে থাকে।

আর এই বড়িং গড়ে ওঠে, সেলস রিলেশনশিপের কারণেই।

আর এই গভীর সম্পর্ক কখনোই তৈরি হবে না, যদি না আপনি সেলসে, রিলেশনশিপ যুক্ত করতে না পারেন।

এক কথায় বললে, ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে মোট পাঁচ ধরণের সেলস রিলেশনশিপ তৈরি হওয়া সম্ভব -

- Spectator লেভেল রিলেশনশিপ
- Vendor লেভেল রিলেশনশিপ
- Consultant লেভেল রিলেশনশিপ

- Preferred Provider লেভেল রিলেশনশিপ এবং
- Partner লেভেল রিলেশনশিপ

ক্রেতা-বিক্রেতার সম্পর্কটা একেবারে নিচের দিকে হলে, একেবারেই অল্প হলে - সেটাকে আমরা স্পেক্ট্রেটর লেভেল রিলেশনশিপে ফেলে থাকি।

এই ধরনের সেলস রিলেশনশিপে কোনো ধরণের ট্রাষ্ট থাকে না ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে।
স্পেক্ট্রেটর রিলেশনশিপ স্টেজে, একজন ক্রেতার কাছে মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা ও বেশ কষ্টকর।
ক্রেতা ও বিক্রেতার মাঝে স্পেক্ট্রেটর লেভেল রিলেশনশিপ তৈরি হতে, কমপক্ষে ২-৪ দিন সময়
লাগতে পারে।

ভেন্ডর লেভেল রিলেশনশিপও, ক্রেতা ও বিক্রেতার সম্পর্কের মাপকাঠিতে অনেকটা নিচেই। এই
ধরনের সেলস রিলেশনশিপে ক্রেতা ও বিক্রেতার মাঝে মূলত দায়িত্ব ও কর্তব্য থাকে; কোনো
ধরনের ট্রাষ্ট থাকে না।

ভেন্ডর রিলেশনশিপ স্টেজে থাকা ক্রেতাদের কাছেও মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা বেশ কষ্টকর।
ক্রেতা ও বিক্রেতার মাঝে ভেন্ডর লেভেল রিলেশনশিপ তৈরি হতে, কমপক্ষে সপ্তাহখানেক সময়
লাগতে পারে।

কনসালটেন্ট লেভেল রিলেশনশিপ ততটা অল্প চেনায় তৈরি হয় না। ক্রেতা ও বিক্রেতার মাঝে
অন্তত ৭/৮ বার দেখা না হলে বা কথা না হলে কনসালটেন্ট লেভেল রিলেশনশিপ তৈরি করা
যায় না। এই ধরনের ক্রেতাদের কাছে মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা ততটা কঠিনও না, আবার
একেবারে সহজও নয়!

এই ধরনের রিলেশনশিপ স্টেজে থাকা ক্রেতাদের সাথে বিক্রেতার প্রফেশনালিজম বজায় রেখে কাজ করতে হয়। তবে, যেহেতু ৩/৪ সপ্তাহ না গেলে এই ধরনের রিলেশনশিপ তৈরি হয় না; সেহেতু এই ধরণের রিলেশনশিপে কিছুটা হলেও ট্রাস্ট থাকে বা জন্মাতে শুরু করে।

প্রেফারড প্রোভাইডার লেভেল রিলেশনশিপ মূলত মিড লেভেল রিলেশনশিপের অন্তর্ভুক্ত হয়ে থাকে। এই ধরনের রিলেশনশিপে যদিও ট্রাস্ট বেশ ভালোভাবেই কাজ করে কিন্তু ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে বেশ ভালো আন্ডারস্ট্যান্ডিং তৈরি হওয়া শুরু হয়, এই ধরনের রিলেশনশিপ স্টেজেই।

প্রেফারড প্রোভাইডার রিলেশনশিপ স্টেজে থাকা ক্রেতাদের সাথে বিক্রেতাদের বেশ গভীর সম্পর্ক তৈরি হওয়ার কারণে, বিক্রেতাদের মন্য বা সেবা বিক্রি করাটা ও সহজ হয়ে যায় এবং ক্রেতারা আগের তুলনায় বেশি ছাড়ে মন্য বা সেবা কিনতে পারে।

পার্টনার লেভেল রিলেশনশিপ সবচেয়ে "হাইয়েস্ট" লেভেল অফ রিলেশনশিপ" হয়ে থাকে। এই ধরনের রিলেশনশিপ অল্প দিনে তৈরি হয় না। এই ধরনের রিলেশনশিপে ক্রেতা ও বিক্রেতা উভয়েই একে অপরকে সম্পূর্ণভাবে বিশ্বাস করে যেকোনো সিদ্ধান্তে পৌঁছায়।

মাঝে মাঝে কিছু দোকানে দেখবেন, বিক্রেতারা স্পেসিফিক কিছু ক্রেতাদের সাথে কথা বলার সময়, সেই ক্রেতাদের বাসার অবস্থা, ভাবী ভালো আছে কী না, বাচ্চাকাচ্চা ভালো আছে কী না - এই টাইপের প্রশ্ন করে থাকে।

এই ধরনের রিলেশনশিপ তৈরি হয়, পার্টনার লেভেল রিলেশনশিপ স্টেজ। ক্রেতা ও বিক্রেতা একে অপরকে সম্পূর্ণ বিশ্বাস রেখে মন্য বা সেবা বেচাকেনা করে থাকে। পার্টনার লেভেল রিলেশনশিপ স্টেজ থাকা একজন বিক্রেতার জন্য মন্য বা সেবা বিক্রি করাটা মানির চেয়েও সহজ আর

ক্রেতারও একইভাবে, বিক্রেতার সাথে গভীর রিলেশনশিপ তৈরি হওয়ার কারণে অনেক বেশি ডিসকাউন্টে বা ছাড়ে মণ্য বা সেবা কিনতে পারে।

তো, এই হচ্ছে পাঁচ ধরনের ক্রেতা।

চলুন একবার এগুলোর মধ্যে "হাইয়েস্ট লেভেল অফ রিলেশনশিপ" থেকে "লোয়েস্ট লেভেল অফ রিলেশনশিপ" পর্যন্ত যাচাই করে দেখা যাক।

সবচেয়ে হাইয়েস্ট লেভেলের ক্রেতা-বিক্রেতার রিলেশনশিপ হচ্ছে, পার্টনার লেভেল রিলেশনশিপ। আপনি চেষ্টা করবেন, আপনার প্রত্যেক ক্রেতার সাথেই এই ধরনের রিলেশনশিপ তৈরি করার। যদিও সেটা সবসময় সম্ভব হয় না।

তারপরেই আছে প্রেফারড প্রোভাইডার লেভেল রিলেশনশিপ, কনসালটেন্ট লেভেল রিলেশনশিপ এবং ভেন্ডর লেভেল রিলেশনশিপ।

তবে যে টাইপের রিলেশনশিপ আপনি একজন ক্রেতার সাথে কখনোই তৈরি করতে চাহিবেন না, সেটা হচ্ছে, সবচেয়ে লোয়েস্ট লেভেল অফ রিলেশনশিপ - স্পেক্ট্রেট রিলেশনশিপ স্টেজ!

একটা মজার ব্যাপার কি জানেন?

আপনি এখন জেনে গিয়েছেন, ঠিক কত ধরনের সেলস রিলেশনশিপ তৈরি হওয়া সম্ভব একজন ক্রেতা আর বিক্রেতার মধ্যে।

এখন এই জ্ঞানটাকে কাজে লাগিয়ে, বাস্তব জীবনেও আপনি যেকোনো ক্রেতা আর বিক্রেতার
মধ্যে কোন ধরনের রিলেশনশিপ গড়ে উঠেছে বা তৈরি হতে যাচ্ছে - একবার দেখাম্বাৰই - সেটা
আপনি বলে দিতে সক্ষম।

এই জ্ঞানটুকুকে ছোটখাটো একটা সুপারপ্যাওয়ার তো বলাই যায়, তাই না?

চলুন এখন কথা বলা যাক, আরেকটা সুপারপ্যাওয়ার নিয়ে!

এখন আপনি এক মলকেই ক্রেতা/কাস্টোমার/ক্লায়েন্ট চিনে ফেলতে পারবেন এবং সেই ক্লায়েন্টে
কেমন ও কীভাবে চিন্তা করছে অর্থাৎ, আপনার ক্লায়েন্ট/ক্রেতারা কোন ক্যাটাগরিতে; সেটা
আপনি শিখে ফেলতে যাচ্ছন।

এই সুপারপ্যাওয়ারটাও কিন্তু awesome!

Trust me. Let's get the power!

কাষ্টোমার পার্সোনালিটি কী এবং কত ধরণের পার্সোনালিটির ক্রেতা আপনাকে হ্যান্ডেল করতে হতে পারে?

ক্রেতার পার্সোনালিটি জেনে কাজ কি? কেন জানা লাগবে ক্রেতার পার্সোনালিটি?

শুরুতেই বলে দিই, কাষ্টোমার পার্সোনালিটি কী!

ক্রেতারা যখন কোন মণ্য বা সেবা কেনার জন্য বিক্রেতার সাথে কমিউনিকেট করে থাকে, তখন ক্রেতাদের মধ্যে কিছু প্যাটার্ন লক্ষ্য করা যায়। আর সেই প্যাটার্নগুলোই মূলত ক্রেতাদের পার্সোনালিটি বোঝায়!

কিন্তু কেন, কাষ্টোমার পার্সোনালিটি জানা দরকার?

"ক্রেতারা আপনার থেকে কতদিন পর পর মণ্য কিনে থাকে?"

"ক্রেতারা কোন ধরণের মণ্য সবচেয়ে বেশি কিনে থাকে?"

"ক্রেতারা কত টাকার ভেতরে মণ্য বা সেবা ক্রয় করে থাকে?"

"ক্রেতারা আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে মানুষকে রেফার করছে?"

"রেফার করলে, কি বলছে? পজিটিভ নাকি নেগেটিভ?"

"ক্রেতারা কি আপনার সার্ভিসে স্যাটিসফাইড?"

"আপনার মণ্যের রিভিউ কেমন দিচ্ছে তারা?"

এই বিষয়গুলো কীভাবে বুঝবেন? কীভাবে জানবেন, এই প্রশ্নগুলোর উত্তর?

এই "কীভাবে" - এর উত্তরই দিচ্ছে;

কাস্টোমার পার্সনালিটি!

ক্রেতার পার্সনালিটি বোঝা মানে, ক্রেতার প্যাটার্ন লক্ষ্য করা।

আর ক্রেতার প্যাটার্ন লক্ষ্য করা মানে, পরেরবার ক্রেতা আপনার থেকে পণ্য কিনতে আসলে -
ক্রেতা রিয়েক্ট করার আগেই আপনি জানতে পারবেন - ক্রেতা কি করতে যাচ্ছে, কি চাইছে!
যেটা বলছে আপনাকে, সেটা আসলে কতটা সত্য বা মিথ্যে?

এক কথায় বললে, কাস্টোমার পার্সনালিটির উপর ভিত্তি করে, ৪৪ ধরণের কাস্টোমার বা ক্রেতা
রয়েছে অর্থাৎ একজন সেলসম্যান হিসেবে আপনার পুরো সেলসলাইফে আপনাকে এই ৪৪
ধরণের কাস্টোমারই হ্যান্ডেল করতে হতে পারে।

এই ৪৪ ধরনের ক্রেতারা হচ্ছে,

- Free Customers
- New Customers
- Bargain Customers or Bargainers
- Informed Customers
- Impulse Customers
- Loyal Customers
- Satisfied Customers
- Curious Customers

- Demanding Customers
- Disgruntled Customers এবং
- Unknown Customers

চলুন শুরুতেই কথা বলা যাক, ফ্রি কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপ নিয়ে!

এই ধরনের ক্রেতারা মূলত যেকোনো পণ্য বা সেবা দেখার জন্য বা যেকোনো পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানার জন্যেই আগ্রহ বোধ করে। অথচ এরাই কিন্তু খরচের দিকে খুব বেশি লক্ষ্য রাখে। খুবই Cost Conscious হয়ে থাকে এরা!

তবে এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, ফ্রিমিয়াম কোনো অফার দেয়া অথবা অল্প মূল্যে বেশি ভ্যালুর কোনো অফার দেয়া। এই ধরণের অফার তারা মিস করতে চায় না।

এদের কাছে পণ্য বিক্রি করাটাও বেশ কষ্টকর হয়ে থাকে।

নিউ কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপ ক্রেতারাও বেশ উৎসাহের সাথে যেকোনো পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানতে চায় বা জানার আগ্রহ প্রকাশ করে। এরা শুরুতেই বেশি টাকা খরচ করে কোনো পণ্য বা সেবা কিনতে চাহিবে না, এরা অর্থ সঞ্চয়ের দিকে বেশ মনোযোগী হয়ে থাকে।

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, ভ্যালুয়েবল কোনো অফার দেয়া কিংবা নতুন কোনো পণ্য বা সেবার সাথে তাদের পরিচয় করিয়ে দেয়া।

এদের কাছে মণ্য বিক্রি করাটা ততটা কষ্টকর হয় না। কারণ, পরা নতুন ক্রেতা। পুরনো ক্রেতার কাছে বেশি দামের মণ্য বিক্রি করাটা যেমন সহজ তেমনি নতুন ক্রেতাদের কাছেও অল্প মূল্যের ভ্যালুয়েবল কোনো মণ্য বা সেবা বিক্রি করাও বেশ সহজ!

আরেক ধরণের ক্রেতাদের নামই হচ্ছে, বারগেইনার। বারগেইনার কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতারা স্বভাবতই, খুব বেশি দামদামি করে থাকে। আর সেজন্যে এদের আপনি হার্ড নেগোশিয়েটরও বলতে পারেন। এদের সাথে দামদামি করে পারাটাও কিন্তু বেশ কষ্টকর।

বারগেইনারদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, ধীরে ধীরে অল্প অল্প করে সাবস্ক্রিপশন মডেলে কোনো মণ্য বা সেবা ব্যবহার করতে পারা। তবে এরা যেকোনো মূল্যের ভ্যালুয়েবল অফার কখনো ছেড়ে যায় না।

এদের আরেকটা ক্রিপ্টোনাইট হচ্ছে, প্রফ! আপনার মণ্য বা সেবার প্রমাণ দেখান, দেখবেন তারা দামদামি বন্ধ করে চুপচাপ আপনার মণ্য বা সেবা কিনে নবে!

বারগেইনারদের কাছেও মণ্য বিক্রি করাটা বেশ কষ্টকর।

ইনফরমড কাস্টোমার পার্সোনালি টাইপের ক্রেতারা মণ্য বা সেবা, বেশ খুঁটিয়ে খুঁটিয়ে দেখে। তারা একেবারে সবকিছু সম্পর্কে জানতে চায়। মণ্যের তারিখ আছে কি না, ভালো কি না, কতদিন আগের, কোথায় হয়েছে ইত্যাদি ইত্যাদি। তারা যুক্তি দিয়ে মূলত একটা মণ্য বা সেবা বাছাই করে থাকে।

এই ধরণের ক্রেতাদের আপনি লজিক্যাল এক্সপ্লেইনেশন ও প্রফ দেখিয়ে যেকোনো মূল্যের মণ্য বা সেবা বিক্রি করতে পারবেন। অর্থ এদের কাছে ততটা ম্যাট্টার করে না। এদের প্রথম শর্তেই কোয়ালিটি প্রয়োজন। এগুলোই ইনফরমড কাস্টোমারদের উইকপয়েন্ট।

এদের কাছেও মণ্য বিক্রি করাটা সহজ। কারণ, এরা লজিক্যাল ইন্টারেকশন পছন্দ করে। যুক্তি পছন্দ করে।

ইমপালস কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতারা, কখন যে - কোন কারণে আপনার মণ্য বা সেবা কিনতে চাইছে, সেটা নিয়ে কেনার আগে-পরে তারা বেশ কনফিউজড থাকে। তারা ভট্ট করেই কোন কিছু না ভেবেই হয়তো লক্ষ টাকার মণ্য বা সেবা কিনে ফেলতে পারে।

যেকোনো বড় রেস্টুরেন্টে যদি ৫/৭ জনের একটা গ্রুপকে টেবিলে খেতে দেখেন, কিন্তু বিল পে করতে দেখেন যেকোনো একজনকে; ধরে নেবেন - হয়তো সে ইমপালস বায়ার অথবা সেদিন তাকে মিলে সবাই পার্টির জন্য ধরেছিল!

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, এরা নতুন ও ইউনিক কোনো মণ্য দখলে সেটার লোভ সামলাতে পারে না। দামে যতই হোক না কেন, এই ধরণের 'হিরো মাইন্ডসেটের' ইমপালস বায়াররা মূলত অর্থের দিকে না তাকিয়ে মণ্যের কোয়ালিটি বা মণ্যের ইউনিকনেসের দিকে লক্ষ্য রাখে। এদের আপনি ভ্যালুয়েবল অফার করলে, সেটাও তারা মিস করতে চাইবে না।

এদের কাছে মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা খুবই সহজ। দু-একটা সেলস টেকনিক ঠিকভাবে অ্যাপ্লাই করে এই ধরনের ক্রেতাদের কাছে খুব সহজেই মণ্য বা সেবা বিক্রি করা যায়।

লয়্যাল কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতারা মূলত আপনার মণ্য একবার কেনার পরে যদি কোয়ালিটিতে কোনো মিসিং না পায়, ল্যাকিংস না পায়; তাহলে আর কোথাও তারা আপনাকে ছেড়ে যাবে না। তারা আপনার মণ্যেই বারবার ফিরে আসবে।

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে ফ্রি গিফটস, আপনার সুন্দর ব্যবহার, স্পেশাল ডিসকাউন্ট; এই বিষয়গুলোতে খুব সহজেই পটে যায়। যার কারণে তারা 'অমুক দিনে' আপনার মণ্য কেনার পেছনে অর্থ খরচ করতে না চাইলেও করেই ফেলবে। কারণ, আগে হোক বা পরে - তারা তো আপনার কাছেই আসছে! তাহলে কেন, এখন নয়!

লয়্যাল কাস্টোমারদের কাছেও মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা বেশ সহজ। তারা যেহেতু লয়্যাল, তারা কিন্তু শুরু থেকেই আপনার মণ্য বা সেবার দিকেই ঝুঁকে থাকে। শুধু ভালো একটা অফারের টোপ ছাড়তেই তারা সেটায় মুখ দিয়ে বসবে!

তাই না?

বাই দ্যা ওয়ে, আমি কিন্তু মেটাফোরে বোঝানোর চেষ্টা করছি। এগুলো মেটাফোর! রূপক অর্থে বোঝানোর চেষ্টা করছি।

পরে আবার বই পড়ে বাইরে গিয়ে বলবেন না, "মাহদী ভাই তো উনার বইয়ে কাস্টোমারদের মাছ বলেছে!"

কাস্টোমার, মাছ নয়! কাস্টোমাররাই আপনার পেট চালানোর দায়িত্ব নয়, ভুলে যাবেন না সেটা!

স্যাটিসফাইড কাস্টোমার পারসোনালিটি টাইপের ক্রেতারা বিক্রেতাদের কাছে স্বপ্নের মতো!



“The key is to set realistic customer expectations, and then not to just meet them, but to exceed them - preferably in unexpected and helpful ways.”

SIR RICHARD BRANSON



তুলনা করলে গর্ব করা হবে, কিন্তু আমি আসলেই এই টাইপের ক্রেতা!

আমি বিক্রেতাদের সাথে তর্ক করতে পছন্দ করি না। তাদের যুক্তি, তাদের মণ্য বা সেবা নিয়ে তাদের আন্ডারস্ট্যান্ডিং বোঝার চেষ্টা করি, শুনি আর তারপরে রিয়েক্ট করি। যদি মণ্যের দামে আমার বাজেটে না মেলে তাহলে 'স্ট্রাকচার্ড নেগোসিয়েশন' করে সেটা সলভ করার চেষ্টা করি। যদি তারপরেও দামে না মেলে, আমি সেটা স্পষ্টভাবে "হচ্ছে না" বা "দামে মিলছে না" বলে চলে আসি!

মণ্য পছন্দ হলে, সেটা কেনার জন্য অতিরিক্ত কথা আমাকে বলতে হয় না। মণ্য ব্যবহার করে স্যাটিসফাইড হলে, রিভিউ দিতেও আমি ভুলি না। আর এগুলোই হচ্ছে, একজন স্যাটিসফাইড ক্রেতার লক্ষণ!

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, এরা স্পষ্ট ভাষা ও স্পষ্ট যুক্তি পছন্দ করব। যার ফলে বিক্রেতা হিসেবে আপনি আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে আমার প্রশ্নের জবাব দিতে পারলে ও সেই জবাবে আমি স্যাটিসফাইড হলে, দামের দিকে না তাকিয়ে; মণ্য কিনে ফেলবো! এটা আমার মতো স্যাটিসফাইড কাস্টোমারদের উইকপয়েন্ট!

আমাদের আরেকটা উইকপয়েন্ট হচ্ছে, আমরা ফ্রি গিফট অনেক পছন্দ করি!

৫ ডলারের একটা মণ্যের সাথে ২০ ডলার মূল্যের একটা গিফট পেলে, মণ্য নিয়ে আর কমপ্লেইন করি না আমরা!

আমার মতো স্যাটিসফাইড কাস্টোমার পার্সোনালিটির ক্রেতাদের কাছেও মণ্য বিক্রি করা বেশ সহজ। তার কারণ, যদি আপনার মণ্য বা সেবায় কোনো সমস্যা না থাকে, তাহলে আপনি হান্ড্রেড পার্সেন্ট আপনার মণ্য বা সেবা নিয়ে আমার সমস্যার সমাধান করতে পারবেন। আর যদি করতে পারেন, তাহলে কেনার কাজটা তো আমিরই করবো!

তাই না?

কিউরিয়াস কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ধরণের ক্রেতারা 'অনেক অনেক অনেক' প্রশ্ন করব। আমি প্রায়ই এই ধরণের ক্রেতাদের সম্মুখীন হই।

এই ধরনের ক্রেতাদের প্রত্যেক বিষয় নিয়ে প্রচুর প্রশ্ন জমে থাকে। একবার আপনাকে পেলেই হল, তাদের প্রশ্ন আর শেষ হবে না। তারা যতটো না মণ্য বা সেবা কিনতে চায়, তার চেয়ে বেশি তারা প্রশ্নই করে ফেলে!

তাদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, তাদের যদি আপনি স্টেপ বাই স্টেপ প্রসেসে দেখিয়ে দিতে পারেন; তাহলে তারা আপনার থেকেই মণ্য বা সেবা কিনবে। কারণ এই ধরণের ক্রেতারা চিউটোরিয়াল 'খুড়েও' পছন্দ করে। একইসাথে তাদের ফ্রি গিফ্টস দিতে পারেন, সেটাও তাদের উইকপয়েন্ট!

তবে যতই পশ্চ করুক না কেন, এদের কাছে মণ্য বিক্রি করাটা ততটা কঠিন নয়!

বিশিষ্টাগক্ষেত্রেই এই ধরনের ক্রেতাই মূলত পশ্চ করে থাকে, তারা জানে না বলেই। আর যখন তারা আপনার থেকে স্টেপ বাই স্টেপ জেনে যাবে, তখন তারা অন্য জায়গায় গিয়ে এই পশ্চগুলো আবার করতে চাহিবে না। আর তখন অপশন হিসেবে তাদের কাছে শুধু আপনিই বেঁচে থাকবেন!

ডিমান্ডিং কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতারা খুবই অবৈর্য হয়ে থাকে।

মাঝে মাঝে দোকানে গেলে দেখবেন, দোকানদার যখন আরেকজন ক্রেতার সাথে কথা বলছে, ঠিক তখনি কিছু লোক এসে দোকানদারকে পশ্চ করতে শুরু করবে। দোকানদার হাজারবার 'দু-মিনিট' অপেক্ষা করতে বললেও তারা অপেক্ষা করতে রাজি নয়। তাদের কথাই আগে শুনে ফেলতে হবে, তাদের মণ্য বা সেবাই আগে দিয়ে দিতে হবে। কি যে এক জ্বালা!

এই ধরনের ক্রেতাদের এক্সপ্রেক্টেশনও, স্বাভাবিকের চেয়ে বেশি হয়ে থাকে। যেসব ক্রেতারা ৫ টাকার মণ্যে ৫০ টাকার লাভ চায়, সেইসব ক্রেতাই হচ্ছে এই ডিমান্ডিং পার্সোনালিটির ক্রেতারা!

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, ফ্রি গিফ্ট। এদের আপনাকে প্রচুর পরিমাণে বা মূল মণ্যের চেয়ে বেশি ভ্যালুয়েবল কিছু ফ্রি গিফ্ট দিয়ে শান্ত রাখতে পারেন, খুশি করতে পারেন; যদি মণ্য বিক্রি করতে চান, তবে!

এই ধরণের ক্রেতাদের ভ্যালু দেখান। এরা ডিমান্ডিং হলেও, যদি আপনি এই ধরনের ক্রেতাদের মণ্যের ভ্যালু দেখাতে পারেন- তাহলেই এদের মুখ বন্ধ হয়ে যায়।

এদের ক্রিপ্টোনাইট হচ্ছে, যদি আপনি আপনার প্রতিযোগীর মণ্যের সাথে আপনার মণ্য বা সেবার পার্থক্য দেখাতে পারেন এবং প্রমাণ করতে পারেন, আপনার মণ্য বা সেবা, আপনার প্রতিযোগীর মণ্য বা সেবার চেয়ে মানে-গুণে ভালো ও উন্নত; তাহলে এদের কাছেও মণ্য সহজে বিক্রি করা যায়।

এদের কাছে স্বাভাবিকভাবেই মণ্য বা সেবা বিক্রি করাটা কষ্টকর। তবে, উইকপয়েন্টগুলো ঠিকভাবে সময়মতো অ্যাপ্লাই করতে পারলে, ডিমান্ডিং পার্সোনালিটির মানুষদেরও আপনার ক্রেতা বানানো সম্ভব হবে।

ডিসগ্রান্টলড কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতাদের আপনি যেকোনো বাজারেই দেখতে পাবেন, মধ্য দুপুরে কিংবা রাতে, একেবারে শেষের দিকে।

এই ধরনের ক্রেতারা মূলত সারাক্ষণই কোনো না কোনো বিষয় নিয়ে রেগে থাকে আর সেই রাগ এসে ঝাড়ে বিক্রেতার উপর বা বিক্রেতার মণ্যের উপর। এই ধরণের ক্রেতারা কোনো কারণ ছাড়াই আপনার মণ্য বা সেবার নিম্না করতে পারে।

এদের উইকপয়েন্ট হচ্ছে, অল্প মূল্যের মণ্য, ফ্রি গিফট আর প্রমাণ। এই তিনটার কম্বাইন করে দেখানোর চেষ্টা করুন এই কাস্টোমার পার্সোনালিটি টাইপের ক্রেতাদের; দেখবেন তারাও আপনার মণ্য বা সেবা কিনতে চাহিছে।

স্বাভাবিকভাবেই এই ধরণের ক্রেতাদের সামাল দেয়া একটু কষ্টকর। কিন্তু 'ডিসগ্রান্টলড' হলেও, প্রমাণ ঠিকভাবে দেখান আর আপনার মণ্যের কোয়ালিটি নিয়ে কথা বলুন;

ব্যাস! আপনার মণ্য এবার বিক্রি হবে।

সবার শেষে যাদের কথা বলবো, তারা মূলত 'আননোন কাস্টোমার পার্সোনালিটি' টাইপের
অঙ্গুক্তি।

এই ধরনের ক্রেতাদের মধ্যে আমরা মিন্তাড পার্সোনালিটি ট্রেইটস দেখতে পাই। এদের
উইকপয়েন্টও প্যাটার্নের বাইরে।

তো এই হচ্ছে, মোট ৪৪ টাইপের কাস্টোমার!

এখন চিনবেন তো, কোন কাস্টোমারের পার্সোনালিটি কেমন?

সেলসের সাথে মার্কেটিং

আজ থেকে দশ-পনের বছর পরে প্রত্যেক কলেজে বা ইউনিভার্সিটিতে, সেলস নামে আলাদা একটা বিষয় থাকবেই।

এটা এই বইয়ে ভবিষ্যৎবাণী হিসেবে থাকলো!

আচ্ছা, একটা বিষয় কখনো ভেবে দেখেছেন, "কেন, হাতেগোনা কয়েকটা ইঞ্চিটিউশন/ইউনিভার্সিটি/কলেজ বাদে বেশিরভাগই অ্যাকাডেমিক বিষয়গুলোতে সেলস শেখানো হয় না?"

আচ্ছা আপনিই বলুন, বাংলাদেশের কয়টা ভার্সিটিতে 'সেলস' অ্যাকাডেমিক সাবজেক্ট হিসেবে শেখানো হয়?!

খুঁজে দখন, নেই বললেই চলে!

আমি যখন সেলস শেখা শুরু করতে চাচ্ছিলাম, প্রায় ৭/৮ বছর আগে; তখন থেকেই এই প্রশ্নের উত্তর খুঁজে বেড়াচ্ছিলাম। শেষমেশ কয়েক বছর যাওয়ার পর, গুগল থেকে ইংল্যান্ডের কিয়েল ইউনিভার্সিটির একটা রিপোর্ট খুঁজে পাই আমি।

সেই রিপোর্টও এই একই বিষয় নিয়েই ছিল,

"Why are so 'few' academic institutions teaching sales?"

আমি আপনাদের রেফারেন্সের সুবিধার্থে রিপোর্টটার গুরুত্বপূর্ণ কিছু অংশ নিচে যুক্ত করে দিচ্ছি।

“ Is teaching ‘sales’ business
academia’s missing link ”

(*Why isn’t sales taught in academia?*)

Timothy Gerber - Mellish

BA (Dual Hons) International Business & International Relations



Sales is FUNDAMENTAL to...

***EVERY* business**

***EVERY* business leader**

***EVERY* department and employee**

Marketing Department

Function

create an environment for
sales to be made

Goal

Meet the customer
need at a profit

*“Sales... are the final, rather than
the beginning of marketing”*

(Kotler and Keller, 2006)

*“The process of meeting
needs profitably”*

(Kotler and Keller, 2006)

Kotler, P., and Keller K. L. (2006). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.



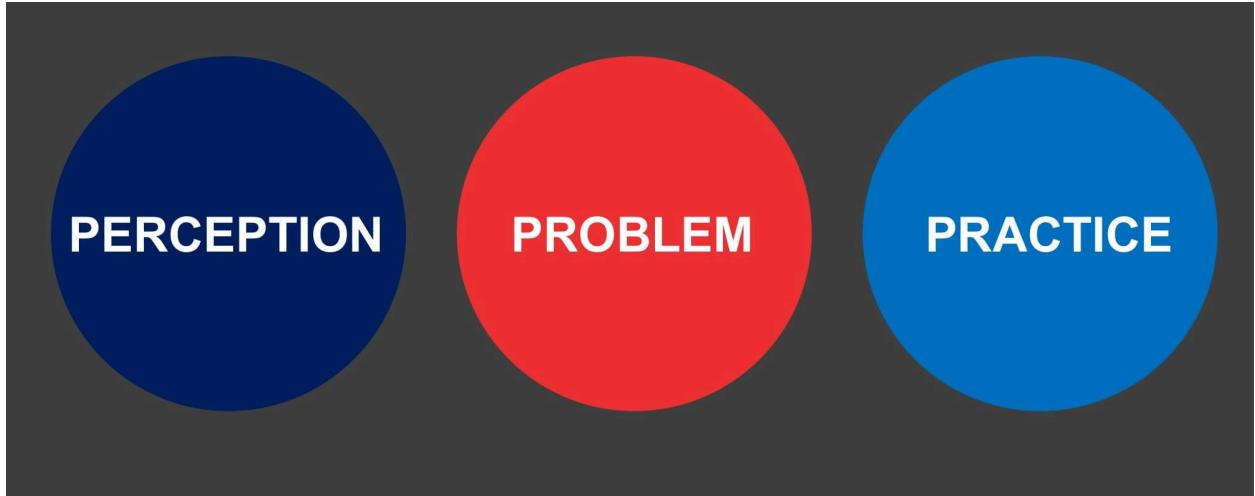


“There is only one valid reason for business purpose: to create a customer”

(Drucker and Ferdinand, 2007)

Drucker, P.F. and Ferdinand, P. (2007) *People and performance: The best of Peter Drucker on management*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

STRATEGIC PLANNING	HUMAN RESOURCES	ACCOUNTING FINANCE	PURCHASING SUPPLY CHAIN	BUSINESS OPERATIONS
Plan direction and purpose of the firm	Hire, train and retain the best people	Manage money, budgets and audits	Buying, Logistics, Outsourcing	Manages the overall day-to-day business
NO SALES?	NO SALES?	NO SALES?	NO SALES?	NO SALES?
You quickly need a new plan!	What does every other employee do?	What cash is there to manage?	What would they buy or supply?	What is there to manage?



3 Perspectives



Perspective 1



PROBLEM

has too many negative
cultural associations

Ignorance of the topic has
devalued the subject

Perspective 2

Has too many negative cultural associations

“

If I am not sure a product is right for a customer,
I will still apply pressure to get him to buy

(Goad and Jaramillo, 2014)

”

Goad, E.A. and Jaramillo, F. (2014) 'The good, the bad and the effective: A meta-analytic examination of selling orientation and customer orientation on sales performance', *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 34(4), pp. 285–301.

Ignorance of the topic has devalued the subject

“

Scholars agree that the sales force

plays a pivotal role

in implementing a firm's marketing strategy

(Terho et al, 2012)

”

Terho, H., Haas, A., Eggert, A. and Ulaga, W. (2012) "It's almost like taking the sales out of selling"—Towards a conceptualization of value-based selling in business markets', *Industrial Marketing Management*, 41(1), pp. 174–18

PRACTICE

Who IS teaching sales at
Undergraduate or Graduate Level?

Perspective 3

Research by DePaul University, Driehaus College of business

Centre for Sales Leadership

“Most MBA programs offer no sales related courses at all, and those that do offer only a single course in sales management.”

“Even at the undergraduate level of business instruction, sales courses are sparse.”

(Fogel, et al, 2012)

479 accredited Business

Schools in the USA *

101 have a sales curriculum

ONLY 15 offer an MBA in sales or sales-orientated curriculum

0 offer a Ph.D.

Fogel, S., Hoffmeister, D. Rocco, R. and Strunk. (2012) *Teaching sales*. Available at: <https://hbr.org/2012/07/teaching-sales> (Accessed: 30 October 2016).

* Association to Advance Collegiate Schools of Business

Research by DePaul University, Driehaus College of business

2011 – 2012 USA Universities and Colleges Sales Education Landscape Survey

Sales-specific degrees

- 2007 44
- 2008 67
- 2011 101

*Universities or colleges
Offering under-graduate or graduate
sales curriculum*

2011

- 32 undergraduate major / minor
- 69 offered a sales curriculum
- 9 offered post-graduate

2%

Hoffmeister, D.C. and Rocco, R.A. (2012) *Universities and Colleges Sales Education Landscape Survey*. Available at: <http://salesleadershipcenter.com/landscape/2011-2012-Sales-Landscape-Survey.pdf> (Accessed: 31 October 2016).

*The National Center for Education Statistics Available at:
<https://nces.ed.gov/fastfacts/display.asp?id=84> (Accessed: 7 November 2016).*

Research by DePaul University, Driehaus College of business

2011 – 2012 USA Universities and Colleges Sales Education Landscape Survey

"students from sales education programs hit the break-even point in their territories 30% faster AND remain with the company 40% longer than traditional business student hires"

(Hoffmeister and Rocco, 2012)

Hoffmeister, D.C. and Rocco, R.A. (2012) *Universities and Colleges Sales Education Landscape Survey*. Available at: <http://salesleadershipcenter.com/landscape/2011-2012-Sales-Landscape-Survey.pdf> (Accessed: 31 October 2016).

ମୁଣ୍ଡଲେନ?

সেলস কর্তা প্রয়োজনীয় একটা সাবজেক্ট, যেটা প্রত্যেক পেশার সাথে কোনো-না-কোনোভাবে যুক্ত। কিন্তু মুরো পৃথিবীতে, সেলসে কোনো ইণ্টিউশন পিএইচডি অফার করে না।

যেটা একইসাথে হাস্যকর এবং খুবই কষ্টের সংবাদ!

যাই হোক, স্লাইডগুলো পঠে ফেললে আপনি এটা ও ক্লিয়ারলি ধরতে পেরেছেন, মার্কেটিংয়ের সাথে একেবারে ওতপ্রোতভাবে জড়িয়ে আছে, সেলস এবং সেলসের যত শাখা-প্রশাখা রয়েছে; সবকিছুই!

চলুন, ব্যাসিক কিছু ধারণা নিয়ে ফেলি; মার্কেটিংয়ের উপর।

সেই কবে, 'ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে হাতেখড়ি' বইটা পড়লেন, হয়তো ঝাপসা হয়ে গেছে মার্কেটিংয়ে আপনার ধারণাটুকু। একটু মনে করিয়ে দেবো শুধু:

মার্কেটিং ও ডিজিটাল মার্কেটিং কী?

বিপণন বা **বাজারজাতকরণ** (ইংরেজি: Marketing) হলো পণ্য বা মূল্যের বিনিময়ে কোনো ব্যক্তি বা দলের প্রয়োজন ও অভাব পূরণ করার সামাজিক এবং ব্যবস্থাপকীয় কার্যক্রম।

Converse-এর মতে,

"সময়গত, স্থানগত এবং স্বত্ত্বগত উপযোগ সৃষ্টি করাই বিপণন!"

আমেরিকান মার্কেটিং এ্যাসোসিয়েশন-এর প্রদত্ত সংজ্ঞানুসারে:

সংগঠন ও স্টেক হোল্ডারদের সুবিধার্থে ক্রেতা সম্পর্কততিক ব্যবস্থাপনা এবং ক্রেতা সৃষ্টি, যোগাযোগ স্থাপন ও ভ্যালু প্রদানের লক্ষ্যে সম্পাদিত সাংগঠনিক কার্যক্রম এবং প্রক্রিয়ার সমষ্টিকেই বিপণন বলে।

এটা আমার দেয়া সংজ্ঞা নয়, উইকিপিডিয়ার দেয়া সংজ্ঞা!

'ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে হাতেখাড়ি' বইয়ে, মার্কেটিং নিয়ে আমি বলেছিলামঃ

শুরু করা যাক একটা গল্প দিয়ে। যদিও এটা মূলত গল্প নয়! আমাদের প্রত্যেকের জীবনের সাথেই এটা মিশে আছে, একেবারে শুরু থেকে।

ডিজিটাল মার্কেটিং শব্দটা আমরা পেয়েছি তখন থেকেই। যদিও সেটা জানি না বা বুঝি নি বলে ততটা পাত্তা দিই নি!

ধরে নিন আপনি ফেসবুকে বেশ পরিচিত একটা মুখ। ফেসবুকে আপনার হাজারের উপর বন্ধু রয়েছে। ফেসবুকে আপনি আপনার জীবনে ঘটে যাওয়া প্রায় প্রত্যেকটা মুহূর্তই শেয়ার করে যাচ্ছেন আপনার বন্ধুদের সাথে।

একদিন আপনার বড় ভাইয়ের কিংবা বড় বোনের একটা বাচ্চার জন্ম হলো। আপনি সেই ছোট বাবুটার ছবি তুলে সেটা ফেসবুকে আপলোড করলেন। ছবিতে ক্যাপশন দিয়ে জানিয়ে দিলেন আপনার বন্ধুদের, “আমার বড় বোনের নতুন বাবুটা!”

আর একসাথে আপনার বন্ধুরাও জানতে পারলো যে, আপনার বড় বোনের একটা বাচ্চা হয়েছে। তাই না?

এখন উপরের এই ঘটনা থেকে আমরা এটা বুঝতে পারছি যে, যদি আপনি ফেসবুকে বাচ্চাটার ছবি আপলোড না করতেন তাহলে আপনার বন্ধুরা কেউই জানতে পারতো না।

এখন ভালোভাবে খেয়াল করে দখন, আপনি সেই বাচ্চাটার (এক্ষেত্রে সার্ভিস/সেবা, প্রোডাক্ট/পণ্য) ছবি তুলে (মার্কেটিং কন্টেন্ট) সেটা ফেসবুকে (মার্কেটিং মেথড) আপলোড করলেন। তারপর লিখে দিলেন (মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি) যে, “আপনার বোনের বাচ্চা হয়েছে!” আর তারপরেই আপনার বন্ধুরা (মার্কেটিং অডিয়েন্স) জানতে পারলো বিষয়টা।

বুঝতে পারছেন কি?

আপনি আপনার বোনের বাচ্চার প্রমোট করাতেই আপনার বন্ধুরা বিষয়টা সম্পর্কে ধারণা পেলো। এখন তারা আগ্রহ দেখাবে কি দেখাবে না সেটা তাদের ব্যাপার। তবে যদি কন্টেন্ট ভালো হয় আর স্ট্র্যাটেজি সঠিক হয়, তাহলে অবশ্যই আপনারা বন্ধুরা অর্থাৎ অডিয়েন্স সেটা দেখবেই!

আমি এই কল্পিত ঘটনা দ্বারা এই বিষয়টি বুঝানোর চেষ্টা করেছি যে, আমাদের জীবনের একেবারে শুরু থেকেই মার্কেটিং আমাদের আঁকড়ে ধরে আছে। একটা বাচ্চা জন্ম নেয়ার শুরু থেকেই এই প্রসেসটা চলছে।

মার্কেটিং বিষয়টা হচ্ছে প্রচার করা। আপনি জন্ম হওয়ার পর যদি আপনার বাবা-মা আপনার জন্ম নেয়ার খবরটা কাউকে না জানাতো তাহলে কেউই জানতে পারতো না। তাই না?

আর এই বিষয়টার আধুনিক উপায় হচ্ছে ডিজিটাল মার্কেটিং।
এবার উদাহরণ ছেড়ে কিছু কঠিন কথা জেনে আসা যাক!

গৃহীত কথা না বললে তো আবার নিন্দুকেরা লাফিয়ে উঠে বলবে, “এই ছেলেটা যদি বই লিখতেই না জানে তাহলে লিখা শুরুই-বা কেন করেছে?”

আর এজনেই এই গৃহীত কিছু কথা! যে কথাগুলোর শুরুত্ব স্বল্প, যে কথাগুলো মুখস্থ বুলি হিসেবেই প্রত্যেক ক্লাসে ক্লাসে পড়ানো হয়, যে কথাগুলো ইন্টারভিউয়ের হাঁটুকাঁপা পরিস্থিতিতে মনে আসে না; সে কথাগুলোই জানবো এখন!

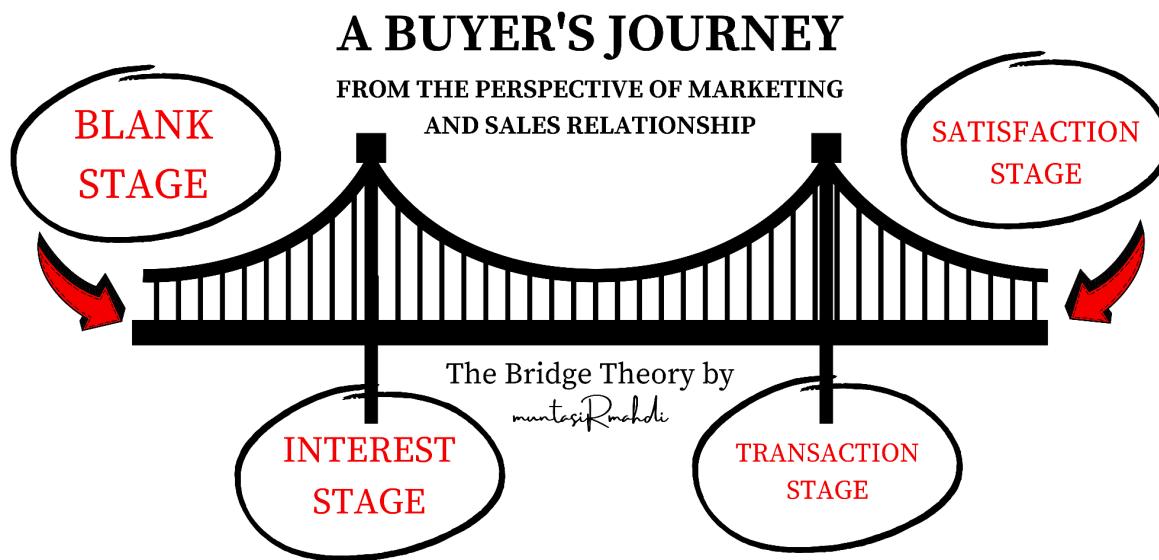
মার্কেটিং হচ্ছে আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে প্রচারণা করে সেটার উপর মানুষের আগ্রহ নিয়ে আসা। আর ডিজিটাল মার্কেটিং হচ্ছে, ডিজিটাল বা আধুনিক কোনো মাধ্যম ব্যবহার করে আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে প্রচারণা করে সেটার উপর মানুষের আগ্রহ তৈরি করা।

পড়লেন?

আমি ডিজিটাল মার্কেটিং হাতেখড়ি বই থেকে সরাসরি 'মার্কেটিং' নিয়ে আমার পারস্প্রেকটিভটী তুলে ধরলাম এখানে।

আশা করছি, মার্কেটিং সম্পর্কে আপনার কিছুটা হলেও ধারণা হয়েছে! চলুন এবার জেনে নেয়া যাক, কীভাবে মার্কেটিং ও সেলস - একটা আরেকটার সাথে ওতপ্রোতভাবে যুক্ত!

কীভাবে মার্কেটিং ও সেলস একটা আরেকটার সাথে যুক্ত?



চোখের সামনে একটা ব্রিজ ভাসানোর চেষ্টা করুন!

ব্রিজটা কীভাবে আসছে, কোথেকে আসছে, কেন আসছে, ব্রিজের আশেপাশে কি আছে- না আছে; এগুলো ইস্পেচার্টেন্ট নয়! শুধু একটা ব্রিজ আপনার চোখের সামনে ভাসানোর চেষ্টা করুন।

এবং ধরে নিন, আপনাকে সেই ব্রিজ ক্রস করতে বা পার হয়ে ওপারে যেতে হবে।

পূর্বের ছবিতে আমার ব্রিজ থিওরি অনুসারে, আপনি যখন চোখের সামনে একটা ব্রিজ ভাসাবেন; তখন আপনার কাছে বেশ কিছু 'অপশন (Choice)' চলে আসবে।

শুরুতেই আপনি চাইলে, ব্রিজে উঠতে পারেন আবার নাও উঠতে চাইতে পারেন। এখানে দুটো 'চয়েস/অপশন' আপনার সামনে উদয় হচ্ছে। তাই না?

অর্থাৎ আপনার সামনে যখন একটা ব্রিজ দাঢ় করানো হবে, তখন আপনি হয় ব্রিজটাতে উঠবেন নাহয় উঠবেন না; সিম্পল, রাইট?

এই অংশটুকুকে, ব্রিজ থিওরিতে আমি বলছি - ল্যাংক স্টেজ।

কারণ, ব্রিজের ওপারে কি আছে সেটা জানার জন্য আপনাকে ব্রিজে উঠতেই হবে (অপশন ০১), আর যদি না জানতে চান, ব্রিজের ওপারে কি আছে - তাহলে আপনি ব্রিজে নাও উঠতে পারেন (অপশন ০২)।

ব্রিজে না ওঠা পর্যন্ত আপনি জানতেই পারবেন না, ব্রিজের ওপারে কি থাকতে পারে। যেহেতু, ব্রিজে ওঠার আগ পর্যন্ত ব্রিজের ওপারের অবস্থা সম্পর্কে কোনো ধারণা আপনি করতে পারবেন না - সেহেতু এই ধাপটাকে আমি বলেছি ল্যাংক স্টেজ।

এখন মনে করুন, আপনি ব্রিজে উঠে পড়েছেন। এবার ব্রিজে উঠে যাওয়ার পর, আপনার কাছে আবারো দুটো অপশন চলে আসবে, হয় (অপশন ০১) আপনি ব্রিজে উঠে সামনের দিকে হাঁটতে থাকবেন নাহয় (অপশন ০২) পেছনের দিকে আবার ফেরত যাবেন।

এই অংশটুকুকে, ব্রিজ থিওরিতে আমি বলছি - ইন্টারেক্ষন স্টেজ।

শুধুমাত্র বিজে উঠলেই তো আর আপনি জানতে পারবেন না যে, আসলে বিজের ওপারের কি
অবস্থা! তাই না?

আপনাকে তাহলে জানার জন্য কি করতে হবে?

সামনে এগুতে থাকতে হবে।

ব্ল্যাংক স্টেজে আপনি 'কোনোভাবেই ধারণা ও' করতে পারবে না, আসলে বিজের ওপারে কি
আছে। কারণ আপনি বিজে পা-ও দেন নি।

কিন্তু, ইন্টারেষ্ট স্টেজে আপনি যেহেতু বিজে উঠে পড়েছেন, এবার আপনি 'কিছুটা হলেও ধারণা'
করতে পারছেন বিজের ওপারের অবস্থা আসলে কি হতে পারে।

বিজের ওপারের অবস্থা সম্পর্কে জানার জন্য, হয়তো আপনি বিজে উঠে কোনো পোষ্টার পড়লেন
বিজের আশপাশ থেকে কিংবা কাউকে জিজেস করলেন অথবা কেউ এসে হয়তো আপনাকে
ধারনা দিয়ে গেলো; যেভাবেই হোক - বিজে যদি আপনি পা-ই না রাখতেন, তাহলে তো এই
ধারণাটুকু পেতেন না; তাই না?

এই অল্প ধারণাটুকু পাওয়ার জন্যে আপনাকে বিজে উঠতে হয়েছে।

এই ধাপটাকে আমি ইন্টারেষ্ট স্টেজ বলছি, তার কারণ হচ্ছে এই ধাপে আপনার কাছে বিজের
ওপারের অবস্থা নিয়ে কিছুটা হলেও ধারণা জনিয়েছে এবং আপনি কিছুটা হলেও এখন আন্দাজ
করতে পারছেন বিজের ওপারের অবস্থা কেমন!

সেই অল্প ধারণাটুকু নিয়ে আপনি চাইলে এখন সামনে এগুতে পারেন কিংবা আবার পেছনের দিকে ফেরত যেতে পারেন। অর্থাৎ আপনি বিজে উঠে সামনে এগুতে থাকবেন নাকি পেছনে ফেরত যাবেন; এটা নির্ভর করছে আপনার 'ইন্টারেষ্ট/আগ্রহ' এর উপর।

আপনি বিজে উঠে কিছুদূর হেঁটে যাওয়ার পর, আপনাকে এসে একজন বলল, "ভাই, বিজের ওপারে একটা বাঘ রাস্তা দিয়ে হাঁটছে!"

আপনার চয়েস কি হবে?

যদি আপনি কখনো বাঘ দেখে না থাকেন বা আপনি যদি অ্যাডভেঞ্চার অনুভব করতে চান; তাহলে বিজের সামনের দিকে এগুতে থাকবেন। অর্থাৎ, আপনি 'আগ্রহী' বিজের ওপারে অবস্থায়!

আর যদি আপনি বাঘ ভয় মান কিংবা বাঘ দেখায় কোনো আগ্রহ না থাকে আপনার, তাহলে আপনি বিজের পেছনের দিকে ফেরত যেতে শুরু করবেন। অর্থাৎ, আপনি 'আগ্রহী নন' বিজের ওপারের অবস্থায়!

আর এই কারণেই এই ধাপকে আমি বলছি, ইন্টারেষ্ট স্টেজ।

তাহলে আপনি ব্ল্যাঙ্ক স্টেজ পার করে এসে ইন্টারেষ্ট স্টেজে, 'ইন্টারেষ্টড/আগ্রহী' হয়ে সামনে এগুতে থাকলেন। আপনি দেখতে চান, বিজের ওপারের মূল অবস্থাটা আসলে কি!

আপনি যত সামনে এগুতে থাকবেন, তত 'বিজের ওপারের অবস্থা' সম্পর্কে আরো ভালো ধারণা পেতে থাকবেন। বিজের অর্দেকের বেশি (প্রায় ৭০%) রাস্তা ক্রস করে ফেললে, আপনি বিজের ওপারের অবস্থা সম্পর্কে অর্দেকের বেশিই (প্রায় ৭০%) জেনে যাবেন।

তাই না?

যত সামনে এগুবেন, তত জানতে থাকবেন; বিজের ওপারের অবস্থা নিয়ে।

বিজের ৭০% রাস্তা ক্রস করে ফেললেন আপনি। এবার দেখতে পেলেন, দূরের রাস্তায় আসলেই একটো বাঘ দৌড়াচ্ছে। আপনি আরো সামনে এগুলেন। আরো কাছে গেলেন বিষয়টা জানার জন্য।

আরো কাছে গিয়ে দেখলেন, আসলে সেটা খেলনা বাঘ। কিন্তু একেবারে লাইফলাইক, জীবন্ত। সত্যিকার বাঘের মতোই মনে হচ্ছে দেখতে।

আপনি বিজের ওপারের অবস্থা সম্পর্কে জেনে গেলেন। আপনি এখন জানেন, বিজের ওপারে আসলে খেলনা বাঘ দৌড়াচ্ছে, সত্যিকারের বাঘ নয়।

আবারো, আপনার কাছে দুটো অপশন এসে দাঁড়াবে। হয় আপনি এখন সেই বাঘ দেখে আবার পেছনের দিকে ফেরত যাবেন (অপশন ০১) নাহয়, সেই বাঘটার উপর আপনার আরো বেশি আগ্রহ জন্মাবে অর্থাৎ, আপনি হয়তো খেলনা বাঘটা কিনে নিজের সাথে নিয়ে যেতে চাহিবেন (অপশন ০২)।

বিজ থিওরিতে এই ধাপটাকে আমি বলছি, ট্রানজেকশন স্টেজ। অর্থাৎ, আপনি যদি অপশন ০১ মনে নিয়ে ফেরত চলে যান; তাহলে আপনি ট্রানজেকশন ধাপ পর্যন্ত আসেন নি। তার আগেই

চলে গিয়েছেন। আর যদি আপনি অপশন ০২ মেনে নিয়ে সামনের দিকে এগিতে চান, তাহলে
অবশ্যই আপনাকে 'ট্রানজেকশন স্টেজ/ আদানপ্রদান' ক্রস করতে হবে।

এই ট্রানজেকশন শুধুমাত্র অর্থের ট্রানজেকশনই নয়।

সেলসের সংজ্ঞাটা মনে আছে?

"সেলস হচ্ছে কোনো মন্ত্র বা সেবা, অর্থ কিংবা অর্থের সমান মূল্যের কোনো কিছুর বিনিময়ে
আদানপ্রদান করা!"

অর্থাৎ, সেলস হতে পারে -

- যদি আপনি টাকার বিনিময়ে কারো থেকে কোন মন্ত্র বা সেবা কিনে নেন!
- যদি আপনি আপনার ক্ষিলের বিনিময়ে কোনো অর্থ বা সম্মানী নিয়ে থাকেন!
- আপনার দক্ষতা বা আপনার কাজের বিনিময়ে আপনাকে যদি কেউ অর্থের বদলে
খাইয়ে থাকে - সেটাও সেলস!

এক্ষেত্রে, এই ট্রানজেকশন স্টেজে, যেকোনো কিছুর আদানপ্রদান/বিনিময়/ট্রানজেকশন হতে
পারে। আর ট্রানজেকশন ধাপ কমপ্লিট করে ফেললে, এবার আপনি চলে যাবেন
'স্যাটিসফ্যাকশন স্টেজে।'

স্যাটিসফ্যাকশন ধাপে, আপনি যদি বিজের ওপারের অবস্থা, অর্থাৎ এই ঘটনায় ওপারের
অবস্থাটা হচ্ছে "একটা খেলনা বাস কেনা" - কমপ্লিট করে ফেলেন; তাহলে আপনার সামনে
আবারো দুটো অপশন চলে আসবে।

হয় আপনি ট্রানজেকশন করে স্যাটিসফাইড/সন্তুষ্ট হবেন (অপশন ০১) নাহয়

অসন্তুষ্ট/আনস্যাটিসফাইড হবেন (অপশন ০২)।

যদি আপনি স্যাটিসফাইড হয়ে থাকেন, তাহলে ব্ল্যাংক স্টেজ থেকে শুরু করে আবারো আপনি সময়ে সময়ে স্যাটিসফাইড স্টেজ পর্যন্ত হাঁটবেন বা রিপিট করবেন। আর যদি অসন্তুষ্ট হয়ে থাকেন অর্থাৎ অপশন ০২ বাছাই করে থাকেন, তাহল আপনি আর কখনো এই ব্রিজেই উঠবেন না, অর্থাৎ আর কখনো ব্ল্যাংক স্টেজেই মা রাখবেন না।

এইতো, ব্রিজ থিওরি।

এতক্ষণ উদাহরণ দিয়ে আপনাকে আমি যেটা বোঝানোর চেষ্টা করেছি, সেটা হচ্ছে -

ধরুন একজন সাধারণ ব্যক্তি (আপনি) কোনো একটা মণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানেন না, কোনো একটা মণ্য বা সেবা সম্পর্কে কোনো ধারনা নেই আপনার। অর্থাৎ আপনি এখন ব্ল্যাংক স্টেজে আছেন।

এখন আপনি (সাধারণ ব্যক্তি) যদি সেই মণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানতে চান তাহলে সেই মণ্য বা সেবা নিয়ে রিসার্চ করবেন বা কাউকে জিজ্ঞেস করবেন অথবা কেউ এসে আপনাকে বলবে অথবা আপনি কোথাও হয়তো অ্যাড দেখবেন। যত জানতে থাকবেন, ধারণা নিতে থাকবেন - তত বেশি আপনি (আগ্রহী ব্যক্তি) আগ্রহ বোধ করতে শুরু করবেন সেই মণ্য বা সেবা নিয়ে। অর্থাৎ আপনি (আগ্রহী ব্যক্তি) এখন ইন্টারেষ্ট স্টেজে আছেন।

আচ্ছা, এখানে খ্যাল করুন -

ବ୍ଲ୍ୟାଂକ ସ୍ଟେଜେ ଥାକା ଅବସ୍ଥାୟ, ଆମନି ଏକଜନ ସାଧାରଣ ବ୍ୟକ୍ତି ଛିଲେନା କିନ୍ତୁ ସଖାନି ଆମନି ମଣ୍ୟ ବା ସେବା ସମ୍ପର୍କେ ଜାନତେ ଶୁରୁ କରେଛେନ, ଆଗ୍ରହ ବୋଧ କରତେ ଶୁରୁ କରେଛେନ ତଥାନି ଆମନି ସାଧାରଣ କ୍ରେତା ଥିକେ ଆଗ୍ରହୀ କ୍ରେତାୟ କନଭାଟ୍ ହୟେ ଗେଲେନା।

ସତ ବେଶି ଜାନତେ ଥାକବେନ, ତତ ଆଗ୍ରହ ବାଡ଼ତେ ଥାକବେ ବା କମତେ ଥାକବେ। ଅର୍ଥାଏ, ଏକ୍ଷେତ୍ରେ ଆମନି ମଣ୍ୟ ବା ସେବା, ହୟ କିନତେ ଚାଇବେନ (ଆଗ୍ରହ ବାଡ଼ତେ ଥାକଲେ) ନାହୟ, କିନତେ ଚାଇବେନ ନା (ଆଗ୍ରହ କମତେ ଥାକଲେ)। ଏହି ଧାପଟୀତେ ଏକନ ଟ୍ରୀନଜେକ୍ଷନ ହବେ ବଲେ, ଏହି ଧାପଟୀଇ ହଚ୍ଛେ ଟ୍ରୀନଜେକ୍ଷନ କରନ ସ୍ଟେଜ୍।

ଯଦି ଆମନି ଟ୍ରୀନଜେକ୍ଷନ କରେ ସନ୍ତୁଷ୍ଟ ହୟେ ଥାକେନ, ତାହଲେ ଆମନି ସ୍ୟାଟିସଫ୍ୟାକ୍ଷନ ସ୍ଟେଜ୍ ଆଛେନା। ଆର ଏହି ଧାପଟୀ ମୂର୍ଖ ହୟେ ଗେଲେ, ଆମନି ଆବାରୋ ଏକେବାରେ ଶୁରୁ ଥିକେ ଅର୍ଥାଏ ବ୍ଲ୍ୟାଂକ ସ୍ଟେଜ୍ ଥିକେ ଅନ୍ୟ କୋନୋ ମଣ୍ୟ ବା ସେବା କେନାର ଜନା; ସ୍ୟାଟିସଫ୍ୟାକ୍ଷନ ସ୍ଟେଜ ଅବଧି ପା ମାଡ଼ିଯେ ଯାବେନା।

ଏହି ବ୍ରିଜ ଥିଓରି ସର୍ବୋମରି ଆମନାକେ ଏଟୀଇ ବୋକ୍ଷାୟ, ମାର୍କେଟିଂ ଆର ସେଲସେର ମଧ୍ୟେ ସମ୍ପର୍କଟୀ ଆସଲେ କେମନ ଆର କତଟା ପ୍ରୟୋଜନୀୟ!

ଆମନି ବ୍ରିଜଟୀ କଥନେଇ କ୍ରସ କରତେନ ନା, ଯଦି ଆମନି ବ୍ରିଜେର ଆଶେମାଶେ କୋନୋ ପୋଷ୍ଟାର ନା ଦେଖତେନ ବା ଆମନାକେ କେଉଁ ବ୍ରିଜେ ଓଠାର ପର କିଛୁ ନା ବଲତୋ ବା ଆମନି ଯଦି ଆଗ୍ରହୀ ନା ହତେନ!

ତାଇ ନା?

କଥନେଇ କି କ୍ରସ କରତେନ?

ଡେହ୍!

শুধুমাত্র, সেই মণ্য বা সেবার (খেলনা বাঘ) মার্কেটিং করা হয়েছিলো বলেই, আপনি সেই সিচুয়েশনে বা মণ্যে বা সেবায় বা খেলনা বাঘে - আগ্রহী হয়েছিলেন। কোনো না কোনোভাবে আপনাকে মার্কেটাররা, সেই মণ্য বা সেবায়, আগ্রহী করতে সক্ষম হয়েছিলো বলেই আপনি সেই ব্রিজের ইন্টারেস্ট স্টেজ ক্রস করে, ট্র্যাঙ্কেশন স্টেজে গিয়েছিলেন এবং আজকে আপনি সেটা নিয়ে স্যাটিসফাইডও!

আমরা যতকিছুই কিনে থাকি, মণ্য ক্রয়ে যেকোনো সিদ্ধান্তই নিই না কেন - সেটা ফিল্টারড। ফিল্টার কারা করেছে?

মার্কেটাররা!

আর এটাই মার্কেটারদের কাজ। আপনাকে-আমাকে মণ্য বা সেবায় আগ্রহী করানো! আপনাকে-আমাকে ব্রিজের ওপারে নিয়ে যাওয়া।

আর ওপারে চলে গেলে, মার্কেটাররা আপনাকে-আমাকে তুলে দেয় সেলসপার্সনদের হাতে। বাকিটা পথ সেলসম্যানদের বাঁশির সুরে আমরা এগুতে থাকি।

আর এটাই পৃথিবীর প্রত্যেকটা ট্র্যাঙ্কেশনের মূল প্রসেস।

তাহলে বুঝতেই পারছেন, মার্কেটিং আর সেলস ছাড়া আপনার গতি নেই। আপনি না চাইলেও আপনি মার্কেটিং আর সেলসের মাঝেই দিন কাটিয়েছেন, কাটাচ্ছেন আর ভবিষ্যতেও কাটাবেন।

কেন সেলসম্যানদের মার্কেটিং জানা জরুরী?

একটা পার্টির ইনভাইটেশন পেলেন। আপনি, আপনার বন্ধু আর আপনার গ্রামের চাচাতো ভাই (!) সেই পার্টিতে গেলেন। পার্টিতে অনেকেই এসেছে, বেশ 'posh' একটা পার্টি চলছে। সবাই আধুনিকতার ছোয়াতে ভেসে বেড়াচ্ছে।

আপনি আপনার দুই সাথীকে দেখালেন, পার্টিতে আসা এক সুন্দরীকে। সমস্যা হয়ে গেলো, তিনজনই এখন সেই সুন্দরীর প্রেমে হাবুড়ুর খেতে শুরু করলেন। কি যে এক মহা মুসিবৎ হয়ে গেলো!

আপনার চাচাতো ভাই, তাড়াছড়া করতে গিয়ে শুরুতেই সেই সুন্দরীকে গিয়ে বলে ফেললো, "আমি তোমাকে পছন্দ করি! চলো ডেটে যাওয়া যাক!" আর সেই সুন্দরীও 'ঠাস' শব্দ করে একটা চড় কষলো আপনার সেই চাচাতো ভাইয়ের গালে।

এই অবস্থা দেখে হাসতে আপনার বন্ধু এবার এগিয়ে গিয়ে সুন্দরীকে বললো, "আমার নাম অমুক। আমি তমুক জায়গায় থাকি। আমি আপনাকে পছন্দ করি। চলুন ডেটে যাওয়া যাক।" সেই সুন্দরীর এবারের রিপ্লাইটাও ছিলো, পাঁচ আঙুলের দাগ। আর সেটা ফেরত নিয়েই আবার ঘরে ফিরে আসলো, আপনার বন্ধু!

এবার আপনার পালা। আপনি ধীরেসুস্থে হেঁটে গিয়ে দশ মিনিট মেয়েটার সাথে কথা বললেন। মেয়েটা আপনার কথা মনোযোগ দিয়ে শুনলো। দশ-পনের মিনিট কথা বলার পর, আপনি মেয়েটার হাতে ধরে তাকে নিয়ে পার্টি থেকে বেরিয়ে গেলেন।

ইউ আর সাক্ষেপফুল!

কিন্তু, কীভাবে?

আপনি সেলস জানতেন। আপনি ভালোভাবেই জানতেন, আপনার চাচাতো ভাই কিংবা আপনার বন্ধু - দুজনের কেউই - কোনোধরনের মার্কেটিং বা প্রমোশন ছাড়াই সরাসরি গিয়ে প্রেমের প্রত্নাব দিয়ে বসে। কিন্তু এই একই জায়গায় আপনি আলাদা কিছুই করেন নি! আপনি শুধুমাত্র সময় দিয়ে আপনার অভিয়েনকে (সুন্দরী মেয়েটা) বোমানোর চেষ্টা করছিলেন। আর এটাই আপনাকে সফলতা প্রদান দিয়েছে।

এই একই সিচুয়েশনটাকে আপনি যদি একটা পণ্য বা সেবা বেচাকেনার সাথে মেলান, তাহলেই বুঝে যাবেন, 'মার্কেটিং' আর 'সেলস' আসলে ওতপ্রোতভাবে জড়িত।

এক কথায় বললে, মার্কেটিং ছাড়া সেলস সম্ভব নয়।

আপনাকে আমি যদি না চিনে থাকি, না জেনে থাকি - তাহলে কি আমার পকেট থেকে আপনি অর্থ বের করতে পারবেন?

কখনওই নয়!

একজন ভালো এবং দক্ষ সেলসপ্রার্সন শুধুমাত্র বিক্রি করতেই জানে না, বরঞ্চ সে জানে কীভাবে সেই বিক্রি পর্যন্ত ক্রেতাকে নিয়ে গিয়ে - সঠিকভাবে ক্রেতাকে ইনফ্লুয়েন্স করে স্যাটিসফাইড করতে হবে।

আর এই কাজটো শুধুমাত্র সেলসের অংশই নয়, যেটো একইসাথে 'মূল অর্থে' মার্কেটিং!

সেলসপার্সনদের জন্য মার্কেটিং

তাহলে, 'আপনি অলরেডি একজন সেলসম্যান' অথবা "আপনি একজন সেলসম্যান হতে চাইছেন!"

তাই তো?

একজন সেলসম্যানের জন্য মার্কেটিং কেন জরুরী, সেটা নিয়ে নিশ্চয়ই আমাদের আর কথা বলতে হবে না, তাই না?

একজন ডিজিটাল সেলসপার্সন হচ্ছেন তিনি, যিনি শুধুমাত্র সেলসই নয়, বরঞ্চ সেলসের সাথে মার্কেটিং, কন্টেন্ট, ডেটা এবং রিসার্চ সম্পর্কেও ভালো ধারণা রাখেন। আর ভবিষ্যতের জন্য হোক কিংবা আজকের জন্য হোক - ট্র্যাডিশনাল সেলসপার্সনের চেয়ে বেশ কয়েকগুণ বেশি শক্তিশালী একজন ডিজিটাল সেলসপার্সন।

সেলসপার্সনদের জন্য, মার্কেটিং শেখাটা খুবই প্রয়োজনীয় একটা ক্ষিল। তবে মাথায় রাখতে হবে, একজন প্রফেশনাল মার্কেটার হওয়ার জন্য মার্কেটিং শেখায়, আপনার যে ক্লিপিন্ট ফলো করতে হবে - একজন সেলসপার্সনের কিন্তু মার্কেটিং শেখার জন্য সেটার থেকে আলাদা বা ভিন্ন ক্লিপিন্ট ফলো করতে হবে।

একজন সেলসপার্সনের, মার্কেটিং শেখার শুরুটা হবে; একেবারে ব্যাসিক দিয়েই! মার্কেটিংয়ের ব্যাসিকটা সিলেবাস ধরে ধরেই একজন সেলসপার্সনকে কমপ্লিট করতে হবে।

একজন সেলসপার্সন যদি না জানেন,
মার্কেটিং কি, মার্কেটিং কত ধরণের, মার্কেটিং কনসেপ্ট কি, মার্কেটিংয়ের চারটা পি, ডিজিটাল
মার্কেটিং কত ধরণের, সেগমেন্টস অব মার্কেটিং, মার্কেটিং অরিয়েন্টেশন, মার্কেটিং
এনভায়রনমেন্ট, প্যাস্টেল অ্যানালাইসিস, সোওট অ্যানালাইসিস, মার্কেটিং রিসার্চ কি, মার্কেট
রিসার্চের ধাপগুলো, মার্কেটিং মিঞ্চ কি, মার্কেটিং প্ল্যান কি, মার্কেটিং প্ল্যান করার ধাপগুলো,
প্রোডাক্ট লাইফ সাইকেল, মার্কেটিংয়ের চারটা আর, মার্কেটিংয়ের কিছু টেকনিকস, হ্যাকস, পণ্যে
অনুভূতির ব্যবহার কীভাবে করা হয়, ফোমো এফেক্ট, গোল্ডিলকস এফেক্ট, চার্ম প্রাইসিং,
বোগোফ মেথড ইত্যাদি - তাহলে সে কখনওই ভালো সেলসপার্সন হতে পারবে না!

একজন দক্ষ সেলসপার্সন হওয়ার জন্য শুরুতেই আপনার ব্যাসিক ক্লিয়ার থাকতে হবে; হোক
সেটো মার্কেটিংয়ের বা টেকনোলজির বা কন্টেন্টের কিংবা সেলসের।

ব্যাসিকটা এতটুকু ক্লিয়ার হয়ে গেল, এবার উচিত হবে বেশ কিছু মার্কেটিং রিলেটেড বই পড়ে
ফেলা। আমি এখানে আপনার সুবিধার জন্যে, হেটো বাংলা আর হেটো ইংরেজি বইয়ের নাম বলে
দিচ্ছি, যেগুলো দিয়ে আপনি আপনার মার্কেটিং লার্নিংটাকে পরের ধাপে নিয়ে যেতে পারবেন।

আমার রেকমেন্ডেড দশটা মার্কেটিং রিলেটেড বই -

- (০১) Social Media Marketing: Theories and Applications by Stephan Dahl
- (০২) ইমোশনাল মার্কেটিং by Munir Hasan
- (০৩) This is Marketing: You Can't be Seen Until You Learn to See by Seth Godin
- (০৪) ৱেইনফুয়েন্স দ্য সাইকোলজি অব মার্কেটিং by Muntasir Mahdi
- (০৫) 1- Page Marketing Plan by Allan Dib
- (০৬) ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে হাতেখড়ি by Muntasir Mahdi

(০৭) Wiley International Encyclopedia of Marketing by Naresh Malhotra and Jagdish N. Sheth

(০৮) ৪০০ গ্রেট মার্কেটিং আইডিয়া by Jim Bleith, Translation (Hasan Aziz)

(০৯) Legends in Marketing (All Series) by Jagdish N. Sheth

(১০) গ্রোথ হ্যাকিং মার্কেটিং by Munir Hasan

এই দশটা বইতো পড়াই লাগবে, মার্কেটিং শেখার জন্য। এগুলো শেষ করে আপনার কাজ হবে, মার্কেটিং নিয়ে নতুন বইগুলো পড়া।

তারপর কিছু স্পেসিফিক মার্কেটিং রিলেটেড কোর্স করুন, যেগুলো সেলসম্পার্সনদের জন্য তৈরি করা হয়েছে বা যে কোর্সগুলো সেলসম্পার্সনরাই তৈরি করেছেন।

পেইড কোর্স করতে থাকুন, বই পড়তে থাকুন - এই দুটো কাজ আপনাকে মার্কেটিংয়ের আরো গভীরে নিয়ে যাবে। আর সর্বোপরি আপনিও সেটাকে কাজে লাগাতে শুরু করবেন, সেলস!

একজন সেলসম্পার্সনের জন্য যে মার্কেটিং ম্যাথডসগুলো জানা খুবই জরুরী, সেগুলো হচ্ছেঃ

(০১) সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং

(০২) কন্টেন্ট মার্কেটিং

(০৩) গেরিলা মার্কেটিং

(০৪) ওয়েব মার্কেটিং

(০৫) প্রোডাক্ট/সার্ভিস মার্কেটিং এবং

(০৬) নিউরোমার্কেটিং

এই মার্কেটিং ম্যাথডসগুলো শিখে ফেলতে পারলেই আপনি একজন সুপারপ্যাওয়ারড সেলসম্পার্সন হিসেবে নিজেকে আরো এক ধাপ এগিয়ে নিয়ে গেলেন।

সেলসের সাথে কন্টেন্ট

সেলস পড়তে পড়তে আমরা কন্টেন্টে চলে এসেছি!

হয়তো আপনার খুবই বিরক্ত লাগছে, সেলস নিয়ে বই কিনে অন্য বিষয় নিয়ে পড়তে কিন্তু সেলস যেভাবে মার্কেটিংয়ের সাথে যুক্ত, ঠিক একইভাবে সেলস - কন্টেন্টের সাথেও যুক্ত।

এক কথায় বললে, সেলস ছাড়া আপনি কন্টেন্ট দিয়ে কোনো কাজ করতে পারবেন না, কন্টেন্টের কোনো ভ্যালু থাকবে না এবং অন্যদিকে কন্টেন্ট ছাড়া আপনি সেলস; করবেন কি দিয়ে?

আমার ভাষায় বললে, কন্টেন্ট যদি কিং হয় তাহলে সেলস হচ্ছে; সেই রাজার সকল ধনসম্পত্তি। রাজার ধনসম্পত্তি ছাড়া, রাজা কিন্তু 'রাজা' হয় না আর রাজার ধনসম্পত্তি যার কাছে থাকে, সেই-তো রাজা; তাই না?

ঠিক একইভাবে, সেলস না থাকলে, কন্টেন্টের ক্ষমতা থাকে না আবার কন্টেন্টের ক্ষমতা না বুঝালে, কেউ সেলসপার্সন হতে পারে না; কেউ কিছু বিক্রি করতেও পারে না।

সেলস আর কন্টেন্টের এই সম্পর্ক আমরা ধীরে ধীরে আরো গভীরে বুঝাতে পারবো।

পড়তে থাকুন।

কন্টেন্ট কী?

কন্টেন্ট হচ্ছে, ইন্টারনেটের প্রাণ। দ্যা সোল অফ ইন্টারনেট!

কন্টেন্ট ছাড়া পত্রিকায় শুধু দাগ দখতে পাবেন, কারণ বাকি সবকিছুই তো কন্টেন্ট!

কন্টেন্ট ছাড়া গানের লিরিক্স কিংবা সুর কোনোটার অস্তিত্বই থাকবে না!

কন্টেন্ট ছাড়া সিনেমা কিংবা সিনেমার অভিনেতাদের আমরা কেউই চিনতাম না!

কন্টেন্ট ছাড়া ব্যবসা হবে না!

কন্টেন্ট ছাড়া মার্কেটিং হবে না!

কন্টেন্ট ছাড়া সেলস হবে না!

কন্টেন্ট ছাড়া মৃথিবীতে আপনার-আমার কোনো 'উদ্দেশ্য' নেই, 'লক্ষ্য' নেই - আমাদের বেঁচে থাকাটাই বৃথাই!

খুব বেশি হয়ে যাচ্ছে?

আমার মনে হয় না!

আমরা ঘুমে যে স্বপ্ন দেখি, সেই স্বপ্ন থেকে শুরু করে চাখ খোলার পর আমরা যাই-ই দেখি;
সবকিছুই কন্টেন্ট।

আমি কন্টেন্ট নিয়ে প্রাইভেট প্রোগ্রামে প্রায়ই বলে থাকি, সৈম্পর যদি 'দ্য আলিমেট ক্রিয়েটর' হয়ে
থাকেন, তাহলে আমরাসহ সবকিছুই তার আবিষ্কার, সবকিছুই তার ক্রিয়েশন আর সেজন্য

আমরাই তার কন্টেন্ট! আর জৈশ্বরই হচ্ছেন, দ্য আলিমেট কন্টেন্ট ক্রিয়েটর - যিনি পৃথিবী
পরিপূর্ণ করেছেন 'বিভিন্ন ধরনের কন্টেন্ট' দিয়ে!

ভাবুন এক মিনিট! মানির মতো পরিষ্কার হয়ে যাবে!

আর একইভাবে আমাদের মাঝেও আছে এই 'গড়লাইক ক্রিয়েশন' এর ক্ষমতা। আমরাও
পৃথিবীতে চার ধরণের কন্টেন্ট তৈরি করতে পারি। অর্থাৎ, আমাদের তৈরি করা পৃথিবীর
যেকোনো কন্টেন্টকে চারটা ভাগে ফেলা যায়!

এই চার টাইপের কন্টেন্ট হচ্ছে,

০১. আর্টিকেল বা রাইটিংস কন্টেন্ট

০২. ইমেজ বা গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট

০৩. ভিডিও কন্টেন্ট

০৪. অডিও কন্টেন্ট

এই চার ধরণের কন্টেন্ট ব্যবহার করেই আমরা পৃথিবীতে সবকিছুই, রিপিট করছি 'লিটারেলি
সবকিছুই', করে বেড়াচ্ছি!

সকালে চায়ের কাপে চুমুক দিয়ে আমরা যখন ফেসবুকে লগইন করে আমাদের প্রিয়
মানুষগুলোর দিনের শুরুটা জেনে যাই বা যখন পত্রিকার পাতায় চোখ বুলিয়েই আমরা সারা
পৃথিবীর খবর পেতে শুরু করি; তখন এই প্রত্যেক ধাপেই 'কন্টেন্ট' বড়সড় ধরনের অবদান রাখছে!

যদি উপরের চার টাইপের কন্টেন্ট না থাকতো, তাহলে পত্রিকা হতো শূন্য!

যদি উপরের চার টাইপের কন্টেন্ট না থাকতো, তাহলে ফেসবুক-গুগল এগুলো থাকতো না!

শুধু এখানেই শেষ নয়, আমাদের দিনরাত চবিশ ঘণ্টা আর তিনশ মাঁয়ষটি দিনের প্রত্যেক মুহূর্তে
আমরা কোনো না কোনোভাবে, কোনো না কোনোধরনের কন্টেন্ট ব্যবহার করছি!

আপনি ভাবছেন, তাহলে কেন সবাই কন্টেন্ট ক্রিয়েটর হতে পারে না?

আসলেই তো, সবাই কিন্তু কন্টেন্ট ক্রিয়েটর নয়। কিন্তু তারপরও সবাই কন্টেন্ট ক্রিয়েট করতে
জানে!

মাথা ঘোলাচ্ছ?

ঘাবড়ানোর কিছু নেই!

বিষয়টা হচ্ছে, এটা আমাদের সুপারপ্যার থাকার মতো সিচুফেশন!

অর্থাৎ, আপনি না চাইলেও যদি আকাশে উড়তে পারেন; তাহলেই যে আপনাকে সুপারহিরো
হিসেবে দেখতে হবে; সেটা কিন্তু কোথাও লেখা নেই! আপনি সুপারহিরো হতে পারেন, আপনি
সুপারভিলেন হতে পারেন, আপনার এই ক্ষমতার কথা আপনি কাউকে নাও বলতে পারেন! কিন্তু,
আপনি কাউকে না জানালেই যে, আপনার আকাশে উড়ার ক্ষমতা নেই - সেটাও তো নয়; তাই
না?

বুঝেছেন লজিকটা?

কন্টেন্ট তৈরি করার ক্ষমতা, টুলস আর জ্ঞান আহরণের জন্য যা কিছু দরকার পড়ে; সবকিছুই আমাদের, এই সাতশ কোটি মানুষের মাঝে আছে! কিন্তু, ক্ষমতা থাকলেই তো আর আপনাকে এখন কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের মুকুট পড়িয়ে দেয়া যাবে না!

কারণ, কন্টেন্ট ক্রিয়েশন মানে শুধুমাত্র কন্টেন্ট তৈরি করতে জানা-ই নয়, বরঞ্চ কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের দায়িত্ব, 'যখন যে টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করার কারণে সিচুয়েশনের চাহিদা মেটে' - সেই টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করতে পারা।

যাই হোক মূলকথা হচ্ছে, কন্টেন্ট ছাড়া প্রায় সবকিছুই অচল!

কিন্তু, সেলসের সাথে আসলে কন্টেন্টের সম্পর্কটা কোথায় - এটাই যদি ভেবে থাকেন; তাহলে আপনার 'ভাবনা', পূরণ হলো! চলুন কথা বলা যাক এই গুরুত্বপূর্ণ বিষয়টা নিয়ে!

কীভাবে সেলস ও কন্টেন্ট একটা আরেকটাৰ সাথে যুক্ত?

একেবাৰে শুকুতেই যদি আমৰা যেকোনো পণ্য বা সেবা বেচাকেনাৰ প্ৰসেসটা একবাৰ ভালাই কৰে ফেলি, তাহলে বুঝতে আৱো সুবিধে হবে!

ধৰন, আপনি একটা পণ্য বা সেবা নিয়ে ব্যবসা দাঢ় কৰালেন। সখানে বেশ ভালো প্ৰোডাক্ট আছে, বেশ ভালো প্ৰাইসিং স্ট্র্যাটেজি মেনে পণ্যেৰ দামদৰ ঠিক কৰলেন, ভালো দেখে একটা জায়গায় ব্যবসাটা শুকু কৰলেন কিন্তু, যদি মাৰ্কেটিং না কৰেন তাহলে এতকিছু কৰে লাভ আছে?

মাৰ্কেটিং ছাড়া ক্ৰেতা আসবে না, আৱ ক্ৰেতা না আসলে ব্যবসাৰ অস্তিত্বহী তো থাকে না!

তাহলে, মাৰ্কেটিং বেশ শুৰুত্বপূৰ্ণ একটা ধাপ যেকোনো সেলসেৰ জন্য! কাৰণ, মাৰ্কেটিং না হল পণ্য বেচা হবে না! আৱ আপনি যে মাধ্যমেই মাৰ্কেটিং কৰুন না কেন, সব ম্যাথডই একটা বিষয় ছাড়া অচল;

"কন্টেন্ট!"

আপনি 'ওয়ার্ড অব মার্টিথ', মাৰ্কেটিং ম্যাথড ফলো কৰলেও আপনাকে শব্দ বা অডিও কন্টেন্ট ব্যবহাৰ কৰতে হচ্ছে!

আপনি ইশাৱায় মাৰ্কেটিং কৰলেও আপনাকে কোনো না কোনোভাবে সেটাকে প্ৰকাশ কৰতেই হচ্ছে, সেটাও কন্টেন্ট!

আপনি সোশ্যাল মিডিয়াতে পোষ্ট লিখে মার্কেটিং করুন আর গান/কবিতা লিখে আপনার পণ্যের মার্কেটিং করুন, সেটাও রাইটিংস টাইপ কন্টেন্ট!

আপনি ইন্টারেভিউতে ছবি আপলোড করে মার্কেটিং করুন আর সেলফি পাঠিয়ে মার্কেটিং করুন, সেটাও গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট!

আপনি ইউটিউবে ভিডিও আপলোড করে মার্কেটিং করুন আর সিনেমা বানিয়ে মার্কেটিং করুন, সেটাও ভিডিও টাইপ কন্টেন্ট!

আপনি কোনো মার্কেটিং ম্যাথডেই, কন্টেন্ট ছাড়া এক পা-ও এগুতে পারবেন না। কারণ, কন্টেন্ট যদি কিং হয়, তাহলে মার্কেটিং হচ্ছে সেই রাজার, রাণী - দ্য কুইন!

মার্কেটিংয়েই কিন্তু কন্টেন্টের ব্যবহার শেষ নয়!

ক্লায়েন্টের সাথে কমিউনিকেশনের জন্য আপনার কন্টেন্ট ব্যবহার করতেই হবে!

সেলসে নেগোসিয়েশনের ক্ষেত্রে আপনাকে কন্টেন্ট ব্যবহার করতে হবে!

সেলসে বারগেইনিংয়ের জন্য আপনাকে কন্টেন্টের ব্যবহার জানতে হবে!

যে অ্যাডভার্টাইজিং কম্পি দিয়ে আপনি ক্রেতা নিয়ে আসছেন, সেটাও তো কন্টেন্ট!

সহজে বললে, কন্টেন্টের সাথে সেলসের সম্পর্কটা - আপনার হাতের মোবাইল ফোন আর সেটার চার্জারের মতো!

এই এক্সাক্ট চার্জারই লাগবে সেটা কিন্তু নয়, অন্যান্য চার্জার দিয়েও চালানো যাবে কিন্তু চার্জার লাগবেই! ব্যাটারি চেইঞ্চ করে বেশিদূর এগুনো যাবে না!

সেলসের চার্জারও হচ্ছে, কন্টেন্ট! যেকোনো টাইপের হোক - কন্টেন্ট তৈরি করুন। কন্টেন্ট ছাড়া সেলসের গতি নেই!

কিন্তু, ইউনিক এবং ভ্যালুয়েবল কন্টেন্ট হতে হবে! কম্পি করা কন্টেন্ট আর নেগোচিভ কন্টেন্ট দিয়ে, ব্যাটারি চেইঞ্চ করার মতোই - বেশিদূর এগুনো যাবে না!

মেলস কন্টেন্ট বা মেলস কপি কী?

কেন এই লাইনগুলোই লেখা হলো এখানে?

অন্য কিছুও তো লেখা যতো, যেকোনো কিছু লেখা যতো!

এখান,

4,518 teams signed up last week. Join them.

Impressive social proof

Basecamp Business: \$99/month flat

If you want to run your business on Basecamp, this is the plan for you. Includes **every feature** we offer plus **unlimited projects, unlimited users**, and **no per user fees**.

Start a free 30 day trial
no credit card required, cancel any time

Compelling CTA while addressing objections

বা এখান,

iPhone
This is 7.

[Learn more >](#) [Buy >](#)

Or visit an [Apple Store](#) today.



অথবা এখানে,

Not the usual blah blah

We are a free-range, artisanal, cruelty-free team, full of geeky, quirky, lovely, funny people. We don't want caged hens working in a battery farm because we know that people do their best work when they are free to fully deploy their talent. We are a **Certified B Corporation®**

We invest in nurturing people. For example, everyone gets an individual budget to spend on training (or anything else that will help them with their work). Our approach to pair working means that we all get constant feedback and mentoring. All our studio staff have one or more HubSpot marketing certifications.

- Team members: 18
- Locations: 8 cities in 3 countries
- Years experience: 98.5
- Slack messages sent: 55,092

কিংবা এখানে,



Blows other phones out of the water.

Industry-leading
IP68 water resistance³

সে আপনি যেকোনো জায়গায়, যেকোনো ম্যাথডে, যেকোনো মণ বা সেবা বিক্রি করতে যান না কেন, আপনাকে কন্টেন্ট ছাড়ছে না! আপনাকে কিছু না কিছু তো, লিখতে বা দেখাতে বা শোনাতে বা বলতে হবে! আর সেই লেখাটুকুই হচ্ছে, সেলস কন্টেন্ট বা সেলস কম্পি!

এমনকি প্রত্যেকদিন, প্রত্যেক মুহূর্তে, গুগলের প্রত্যেক সার্চ রেজাল্টে আপনি ম্যানুপুলেট হচ্ছেন - কতভাবে - সেটার হিসেব আপনার জন্যেই ছেড়ে দিলাম!

Google holiday marketing strategies

All Images News Maps Videos More Tools

About 80,100,000 results (0.52 seconds)

compelling stat ↗ **fear/emotion**

Ad · https://www.sitecore.com/ Holiday Season Strategy 2021 - Download US Report
41% Of US Marketers Feel The 2021 Holiday Season Is Make Or Break For Their Business. See How You Can Connect With Customers And Secure Sales With Our Holiday Trends Report. Check Products. Browse Resources. Request A Demo.

benefits ↗ ↘

Ad · https://www.affirm.com/ 5 Tactics That Win Customers Big Ideas For Growth In 2021
Your new marketing strategy starts here. Download our free guide on winning new customers. Learn tactics that best-in-class retailers are using to build their customer base in 2021. Pay-Over-Time Solutions. Let Shoppers Buy Today. Grow Your Sales.

urgency ↗ ↘ **Drop Everything and Plan Your Holiday Marketing Strategy**

Ad · https://go.inmarket.com/ 2021 Holiday Marketing Guide - Outperform Advertising KPIs
An advertiser's guide to engaging consumers and driving sales this holiday season. Download now and unlock 7 key strategies for success today! Activation. Attribution. Geolink. Analytics. Case Studies. Audiences. Insights. Location Based Marketing.
Press Center · Meet Our Team · About Us · Request Information

এক কথায় বললে, সেলস কম্পি হচ্ছে কিছু লেখা - যে লেখাটুকু মড়ার বা দেখার বা শোনার বা বোমার পর, একজন সাধারণ ব্যক্তি আপনার ক্রেতায় পরিণত হয়।

তাহলে বুঝতেই পারছেন, সেলস কম্পি লিখতে জানলে আপনি যেকোনো মণ্য বা সেবা; বিক্রি করতে সক্ষম হবেন। কিন্তু ভুলে যাবেন না, সেজন্যে অবশ্যই পারফেক্ট সেলস কম্পি লেখা শিখতে হবে।

আরো একটা ছোট কিন্তু খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটা বিষয় হচ্ছে, সেলস মাইন্ডসেট তৈরি করা।

কারণ, আপনাকে অবশ্যই এই ব্যাসিক ধারণাটুকু রাখতে হবে যে,
যেকোনো ব্যক্তির সামনে মুখ থেকে বের হওয়া 'একটা কথার' সাথেও সেলস জড়িত। তার কারণ,
আপনার সেই 'একটা কথার' কোনো দাম বা মূল্য থাকবে না, যদি আপনি সেই 'একটা কথা'; সেই
ব্যক্তিকে বিশ্বাস করাতে বা 'সেল' করতে না পারেন!

শুরুতেও বলেছি, আর আবারো বলছি!

পৃথিবীর সবকিছুই একটা ট্র্যাঙ্গেকশন! আপনি একটা কথা বললেই, সবাই শুনবে না; আপনি
একটা কথা লিখলেই, সবাই সেটা পড়বে না! আপনাকে বলার মতো করে বলতে হবে, লেখার
মতো করে লিখতে হবে!

আর 'এই লেখার মতো করে লেখা'র টেকনিকটাই হচ্ছে, সেলস কমিউনিকেশন! আর যারা এই
'সেলস কমিউনিকেশন' সুপার পাওয়ারটা অর্জন করেছে; তাদের আমরা বলি - কমিউনিকেশনের বা
আরো স্পেসিফিক্যালি বললে - সেলস কমিউনিকেশন!

কমিউনিকেশন হচ্ছে সেই সুপার পাওয়ার, যেটা জানলে আপনি যেকোনো মন্ত্র বিক্রি করতে পারবেন।
আপনার 'একটা বাক্যে'র মূল্য হতে পারে, অমূল্য! আপনার মুখ থেকে বের হওয়া প্রত্যেকটা
বাক্যের সাথে তখন আপনি ইনফ্লুয়েন্স করার স্ক্রমতা যুক্ত করতে পারবেন! আপনি যেভাবে
চাইবেন, আপনার অভিযোগও সেদিকেই আপনাকে নিয়ে যাবে আর সেভাবেই আপনাকে গ্রহণ
করবে!

সবই সম্ভব, যদি আপনি কমিউনিকেশন করতে জানেন!

আমাৰ সবচেয়ে ফেভারিট ক্লিপলোৱ মধ্যে 'কপিৱাইটিং' অন্যতম। আৱ সেজনেই তো আমি 'কপিৱাইটিং' দ্য ফিউচাৰ অব কন্টেন্ট রাইটিং' নামে আৱেকটা বই লিখেছি! যেখানে আপনি কপিৱাইটিং সম্পর্কে আৱো ডিটেইলসে জেনে নিতে পাৱবেন!

শুধু বই মড়ে কিন্তু কপিৱাইটিং শেখা সন্তুষ্ট হবে না। শুধু কপিৱাইটিং নিয়েই আমাৰ ৪২ ঘণ্টাৰ বেশি দৈর্ঘ্যের 'কপিৱাইটিং প্ৰফেশনাল কোৰ্স' রয়েছে, যেখানে আমি কপিৱাইটিংয়ের অনেক অনেক, অনেকগুলো অ্যাডভাগড ট্যাকটিকস নিয়ে কথা বলেছি।

তবে, এখান থেকে মনমৰা হয়ে একেবাৰেই খালি হাতে আপনাকে ফেরত পাঠাচ্ছি না! কপিৱাইটিংয়ের ভালো কিছু ট্যাকটিকস বলে দিচ্ছি, এগুলো কাজে লাগাতে পাৱেন আপনাৰ মণ্য বা সেবা নিয়ে 'সেলস কপি' তৈৰি কৱাৰ সময়!

হাই কোয়ালিটি সেলস কপি লেখার ট্যাকটিকস

আপনার মণ্য বা সেবার সেলস কপি লেখার সময় আপনাকে শুধু লিখে গেলেই হবে না! তার কারণ, আপনি আমাকে মেসেজ করে আপনার মণ্য বা সেবা কিনে নিতে বললেই তো আর কেনা যায় না! তাই না?

আমাকে আপনার লেখা বা সেলস কপি পড়ে বা দেখে বা শুনে বা বুঝে; আগ্রহী হতে হবে! আর তারপরই আপনি আমার মকেট থেকে টাকা বের করতে পারবেন!

এটাই তো প্রসেস, তাই না?

তাহলে সহজেই বুঝতে পারছেন, আপনার সেলস কপি যত বেশি কোয়ালিটিফুল হবে তত বেশি আপনার সেলস কপিতে অভিয়েন্তা কনভার্ট হবে আর যত বেশি আপনার সেলস কপি পড়ে অভিয়েন্তা, ক্রেতায় কনভার্ট হবে তত বেশি আপনার সেইল বৃদ্ধি পাবে! আর এটাই তো আমাদের সর্বোপরি টার্গেট, তাই না?

শুধুমাত্র 'কপিরাইটিং' এত বড় একটা বিষয়, যেটাকে আমি একটা ছোট্ট অধ্যায়ে কমপ্লিট করতে পারবো না! আর সেজন্যেই কপিরাইটিং নিয়ে আলাদা বই লিখেছি, আলাদাভাবে কোর্স তৈরি করেছি! এমনকি 1-1 মেন্টরশিপ প্রাইভেটে প্রোগ্রামে আমি, অফলাইন এবং অনলাইন লাইভও স্পেসিফিক কিছু শিক্ষার্থীদের প্রফেশনালি হাতে ধরে কপিরাইটিং শেখাচ্ছি!

কিন্তু এই অধ্যায়টাতে আমি ভালো কিছু হাইলি কনভার্শন ট্রেইন্ট আছে, এমন কিছু সেলস কপি লেখার ট্যাকটিকস যুক্ত করে দিচ্ছি! শুধু পড়ে গেলেই হবে না, প্র্যাকটিস করতে হবে! ভালো সেলস কপি লেখার সবচেয়ে বড় টেকনিক হচ্ছে, লিখতে থাকা!

এক. যতটুকু স্পেসিফিক্যালি লেখা সন্তুষ্ট হয়, ততটুকু স্পেসিফিক্যালি লিখুন! অতিরিক্ত কথা বাড়াতে যাবেন না। যদি আপনার সম্পূর্ণ মতামত আপনি দুলাইনে কম্প্লিট করে বোর্মাতে পারেন, তাহলে সেটাই সহী!

বেস্ট প্র্যাকচিসঃ

by WILLY FRANZEN ■ 172 COMMENTS

How to Increase Your Blog Subscription Rate by 254%

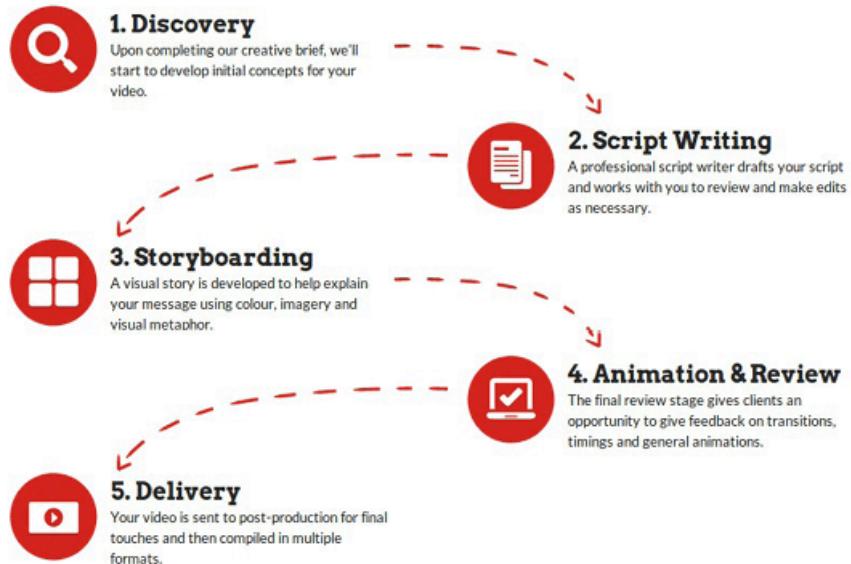


দুই. টিউটোরিয়াল, নাস্বারিং, স্টেপস - এগুলো দেখান, এগুলো ব্যবহার করুন আপনার সেলস কমিতে! আপনি যে মণ্য বা সেবা নিয়ে সেলস কমি লিখছেন, সেখানে পয়েন্ট আকারে আপনার মণ্য বা সেবার ফিচারস, বেনেফিটস, পজিটিভ-নেগেটিভ দিকগুলো তুলে ধরুন! ইমোজি ব্যবহার করতে ভয় পাবেন না। মানুষ যাতে আপনার সেলস কমি দেখার পর, 'বোরিং' অনুভব না করো। মানুষ যাতে আপনার সেলস কমি দেখে না বলে, "আহহা! এত বড় লেখা পড়তে হবে?"

বেস্ট প্র্যাকটিসঃ

Our Proven, 5-step Process.

At Switch Video, we produce all of our explainer videos using a proven 5-phase process, from the initial ideas and concepts, through to the final delivery.



তিনি. এমন সব শব্দ আর বাক্য ব্যবহার করুন, যেগুলো মড়ার পর; অভিয়ন্ত্রের কাছে নিজেকে এক্তাক্তুসিভ মনে হয়! আমরা প্রায়ই বলে থাকি, "শুধু আপনার জন্য" বা "এই ছাড় আপনার জন্য বাড়ানো যেতে পারে" বা "আপনি আমাদের শেষ ক্রেতা, তাই সর্বোচ্চ ছাড়ে মণ্য দিয়ে দেবো!" এই বাক্যগুলো দ্বারা আমরা 'এক্তাক্তুসিভিটি' প্রকাশ করি! ক্রেতা যাতে নিজেকে অন্যদের চেয়ে আলাদা করে দেখতে পারে, সেদিকে মনোযোগ দিয়ে কম্পি লিখুন!

বেস্ট প্র্যাকটিসঃ



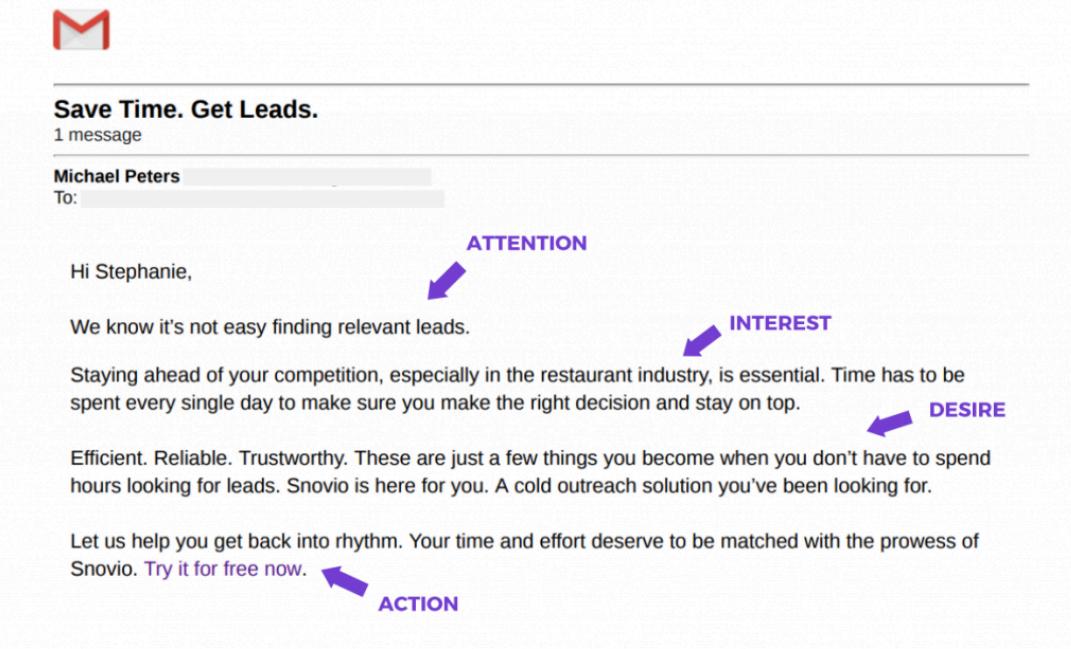
চার. AIDA ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে সেলস কমিলি লিখুন! AIDA ফর্মুলা দিয়ে যেকোনো ধরনের মণ্য বা সেবার জন্য আপনি হাই কোয়ালিটি এবং হাই কনভার্টিং সেলস কমিলি লিখতে পারেন।

AIDA Formula = Attention + Information + Desire + Action.

AIDA ফর্মুলা দিয়ে সেলস কমিলি লেখার আগে কমিউনিটির নিজেকে মূলত চারটা প্রশ্ন করে থাকে,

- আমি কীভাবে আমার অধিয়ন্ত্রের বা ক্রেতার অ্যাটেনশন (A) নেবো?
- এই অভিয়ন্ত্রের বা ক্রেতার আমার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে কোন তথ্যগুলো (I) জানা দরকার?
- আমি কীভাবে এই অভিয়ন্ত্রের বা ক্রেতার মাঝে আকর্ষণ/আগ্রহ (D) তৈরি করবো?
- এবং,
- আমি কীভাবে আমার মণ্য বা সেবা তাদের কাছে বিক্রি (A) করবো?

বেষ্টে প্র্যাকটিসঃ



পাঁচ. BAB ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে পৃথিবীতে সবচেয়ে বেশি কপিরাইটিং করা হয়েছে অর্থাৎ, সেলস কপি লখা হয়েছে! এটা অ্যাপ্লাই করাও তেমন একটা কষ্টকর নয়। BAB ফর্মুলা প্রয়োগ করেও প্রায় যেকোনো ধরনের সেলস কন্টেন্ট তৈরি করা সম্ভব!

BAB Formula = Before + After + Bridge

BAB ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে সেলস কন্টেন্ট লেখার ক্ষেত্রে শুরুটা হতে হবে, অডিয়েন্ডের সমস্যাগুলোকে চোখে আঙুল দিয়ে দেখানোর মাধ্যমে। যেটাকে আমরা বলছি, Before. তারপর অডিয়েন্ডের দেখান, সে যদি আপনার মণ্য বা সেবা ক্রয় করে থাকে, তাহলে তার আগের সমস্যাগুলোর সলুশন কর্তৃত কার্যকরী হতে পারে। এই ধাপটাকে আমরা বলছি, After. এবার ক্রেতার 'সমস্যা' আর 'সলুশন' এর মাঝখানে আপনার প্রোডাক্ট বা সার্ভিস নিয়ে আসুন, একমাত্র সমাধান বা মেডিসিন হিসেবে! আর এই ধাপে আপনি ক্রেতাকে চোখে আঙুল দিয়ে ক্রেতার সমস্যা থেকে Bridge ক্রস করে সমাধান পর্যন্ত পার হওয়ার রাস্তা দেখিয়ে দিলেন।

বেস্ট প্র্যাকটিসঃ

Hi Yeti,

Before →

If you're like most companies, sales transactions increase significantly in Q3/Q4, yet most executives have no way of knowing the ROI of their commission spend.

After →

Xactly's compensation platform allows you to customize sales plans that cut errors in payments and eliminate the pain of calculating and adjusting commissions for your reps.

Bridge →

If you are willing to give us 15 minutes, I can show you how on average our customers see a 19% lower sales turnover, 5% more reps hitting quota and 37% faster sales cycles.

What's the best way to earn your ear for a few minutes and share how your peers are leveraging incentive pay to drive corporate strategy?

এই পাঁচটা ছিলো, অ্যাডভাইজড কম্পিউটাইটিং ট্যাকটিকস! যত বেশি অ্যাডভাইজড ট্যাকটিকস আপনি জানবেন, তত বেশি আপনার সেইল বৃদ্ধি মাবে! তত বেশি আপনি, ক্রেতা তৈরি করতে পারবেন!

... সাথে আরো কিছু শর্টকাট টিপস দিয়ে দিচ্ছি, ভালো সেলস কর্মী লেখার জন্য এগুলো কাজে আসবে, অনেক অনেক অনেক বেশি!

কুইক সেলস কম্পিউটাইটিং টিপসঃ

- ইউনিক প্রোডাক্ট হলেই বিক্রি বেশি হবে, এমন কোনো হাদিস নেই! সেজন্য, প্রোডাক্ট যেমনই হোক, সেটাৱ কপি হতে হবে - বেশ উন্নত!
- আপনার সেলস কপি শুধুমাত্র আপনার অভিয়েগের জন্যই লিখবেন না, বরঞ্চ আপনার প্রতিযোগীদের জন্যও লিখুন!
- সেলস কপিতে পাওয়াৱ ওয়ার্ডস ব্যবহাৱ কৱা শিখুন! এই বইয়েই আমি ৪০০+ পাওয়াৱ ওয়ার্ডসেৱ একটা লিস্ট যুক্ত কৱে দিয়েছি!
- শুধু লিখতে হবে বলেই লিখবেন না, লেখাটাকে জীবন্ত কৱে তুলুন! কনভারসেশনেৱ মতো!
- ইমোশন আপনার সেলস কপিৰ ক্ষমতা, কয়েকশ' গুণ বৃদ্ধি কৱে দিতে পাৱে। সঠিক ইমোশন ব্যবহাৱ কৱা ও সেটাকে সেলস কপিতে সঠিকভাৱে যুক্ত কৱতে পাৱলে; আপনার সেলস কপিৱ 'ইমমোট্টাল' হয়ে যাবে!
- সহজ ভাষা, সহজ অৰ্থ আৱ সহজ ভাব; আপনার সেলস কপিকে আৱো পাওয়াৰফুল কৱে দেয়!
- আপনার সেলস কপিৰ উন্নতি-অবনতি নিৰ্ভৰ কৱে, হেডলাইনেৱ উপর! হেডলাইন অৰ্থাৎ প্ৰথম ২/৪ লাইনেৱ দিকে সবচেয়ে বেশি মনোযোগ দিন।
- অ্যাকশন ছাড়া সেলস কপি, আৱ ফুল ছাড়া ফুলকপি; একই জিনিস! দুটোকেই ভিন্নভাৱে কাজে লাগানো যায় কিন্তু, মূল স্বাদটা চিকে থাকে না!
- লিখতে গেলে, ভয় পাৱেন না! আপনি ভয় পেলেই আপনার সেলস কপিৱ কুঁকড়ে যাবে!
- কাদেৱ জন্য লিখছেন, সেটা জানেন তো?
- সেলস কপিতে অবশ্যই আপনাকে কোনো না কোনো, 'সাইকোলজিক্যাল ইনফুয়েগ্র ট্যাকটিক্স' ব্যবহাৱ কৱতে হবে; যা আপনার সেলস কপিকে 'প্ৰাণ' দেবে, এক্ষেত্ৰে 'লাইফ' দেবে!

এগুলোর সাথে অ্যাডভান্সড কিছু ট্যাকটিকস শিখ নিয়ে, প্র্যাকটিস করতে থাকলে; আপনিও
এক সময় 'ফিউচার অব কন্টেন্ট ক্রিয়েটর' হিসেবে নিজেকে পরিচয় করিয়ে দিতে পারবেন
মেটাভার্সের সাথে!

ভুলে যাবেন না, আপনি যা-ই বিক্রি করতে যান না কেন; কন্টেন্ট ইজ অ্যা মাস্ট!
শুধু কন্টেন্ট হলেই হবে না, ভালো কন্টেন্ট; সেলস কম্পি ইজ অ্যা মাস্ট!

কিন্তু, এখানেই শেষ নয়!

সেলসের সাথে আমাদের নিত্যদিনের কমিউনিকেশনের-ও বেশ ভালো সম্পর্ক রয়েছে! আর
পরের অধ্যায়ে আমরা, সেলস কমিউনিকেশন আর তার সাথে যুক্ত বিষয়গুলো নিয়েই
আলোচনা করবো!

একটানা বই পড়তে থাকলে, ফিল্ডে লেগে যেতে পারে। লিখতে গিয়ে, আমার তো বেশ ফিল্ডে
পেয়েছে! খায়ে আসছি, পরের অধ্যায়ে দেখা হচ্ছে!

সেলসের সাথে কমিউনিকেশন

সেলসের সাথে শুধু মার্কেটিং বা কন্টেন্টের সম্পর্কই নেই, বরঞ্চ সেলসের সাথে কমিউনিকেশন-ও একেবারে ওতপ্রোতভাবে যুক্ত।

আপনি একটা মণ্য বিক্রি করতে গেলে, আপনাকে অডিয়েণ্ডের সাথে কথা বলে, ফুটফুল কমিউনিকেশনের মাধ্যমে, সেই অডিয়েণ্ডকে ক্রেতায় কনভার্ট করতে হবে। শুধুমাত্র কনভার্ট করেই কিন্তু কাজ শেষ নয়।

আপনাকে সেই কনভার্টেড অডিয়েণ্ড অর্থাৎ ক্রেতার কাছে মণ্য বিক্রি করার পর, তাকে স্যাটিসফাইড করতে হবে; যাতে করে সে সন্তুষ্ট হয়ে আবারো আপনার কাছে মণ্য বা সেবা ক্রয় করতে আসে। আর এভাবে তৈরি হয়, রিকারিং কাস্টোমার; যারা বারবার আপনার থেকে এসে মণ্য বা সেবা নিয়ে যায়!

একটা মণ্য বা সেবা অডিয়েণ্ডকে প্রথমবার দেখানোর সময় থেকে শুরু করে সেই অডিয়েণ্ডকে রিকারিং ক্রেতা পর্যন্ত নিয়ে যাওয়া পর্যন্ত আপনাকে যে প্রসেসটা, যে সাইকেলটা ফলো করতে হয়; সেটাই পারফেক্ট সেলস কমিউনিকেশন!

কিন্তু, আপনার-আমার আর এই সাতশ কোটি মানুষের সবার মণ্য বা সেবা বা ক্রেতা বা অডীয়েণ্ড বা অডিয়েণ্ডের করা প্রশংসন্ত কিংবা ভাষা কিংবা ভাব - এগুলো তো মিলবে না; তাহলে পারফেক্ট সেলস কমিউনিকেশন শেখার কোনো প্রসেস আছে কি?

আমাকে বছরে-বছরে অনেকেই জিজ্ঞেস করেছেন এই একই প্রশ্ন, "মাহদী তাই, আপনি অর্গানিকালি প্রত্যেক মাসে এত সেইল নিয়ে আসেন কীভাবে?"

আমি সেই প্রশ্নের উত্তর দিতাম, "ফ্লুটফুল সেলস কমিউনিকেশনের মাধ্যমে!"

আপনার প্রোডাক্ট কী, আপনার সার্ভিস কী, আপনার দোকান কোথায়, আপনার ওয়েবসাইট আছে কি না, আপনি কেমন টাইপের কন্টেন্ট ক্রিয়েট করেছিলেন, আপনি মার্কেটিং কর্তৃ করেছেন; এইসব কোনো কিছুই ম্যাটার করে না; যখন আপনি ক্রেতার সাথে কথা বলেন বা কমিউনিকেট করেন।

আর এটা শুধু বলার জন্যেই বলছি না, লেখার জন্যেই লিখছি না - আমার অভিজ্ঞতা থেকে ৫ লক্ষ ডলার ভ্যালুর প্রোডাক্ট বিক্রি করেই তারপর বলছি!

আপনার প্রোডাক্ট বা সেবার কোয়ালিটি যদি খুবই খারাপও হয়ে থাকে; আপনি সেটা বিক্রি করতে পারবেন; এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন দিয়ে!

আপনি বই সেল করেন বা কাপড় বিক্রি করেন কিংবা ইউটিউব এসইও-এর সার্ভিস দিন; কি সার্ভিস দিচ্ছেন, সেটা ম্যাটার করে না; যদি আপনি এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন জানেন!

আপনার প্রোডাক্ট বা সেবার দাম ফ্রি হোক কিংবা কয়েক পঁয়সা হোক অথবা কয়েক লক্ষ কোটি টাকা হোক, সেটাকেও বিক্রি করা সম্ভব; যদি আপনি এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন জানেন!

আপনার দোকান স্যান ফ্রান্সিসকোতে হোক কিংবা উগান্ডায় অথবা ডার্ক ওয়েবে; ডাজেন্ট ম্যাটার; আপনি সেখানে ব্যবসা করতে পারবেন যদি আপনি এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন জানেন!

আপনি আদো মার্কেটিং করেছেন কিনা; সেটা ও ম্যাটার করে না; যদি আপনি এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন জানেন!

শুধুমাত্র এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশনের মাধ্যমেই - সম্পূর্ণ অর্গানিক্যালি - আমি, গত পাঁচ বছর ধরে ডিজিটাল প্রোডাক্টে বিক্রি করে আসছি। আমাকে কোনো ধরনের পেইড অ্যাড রান করতে হয় নি!

একটা স্টোর তৈরি করেছি!

সেখানে ডিজিটাল প্রোডাক্ট আপলোড করেছি!

সেই স্টোরে মার্কেটিং করে অভিযন্তা নিয়ে আসছি নিয়মিত!

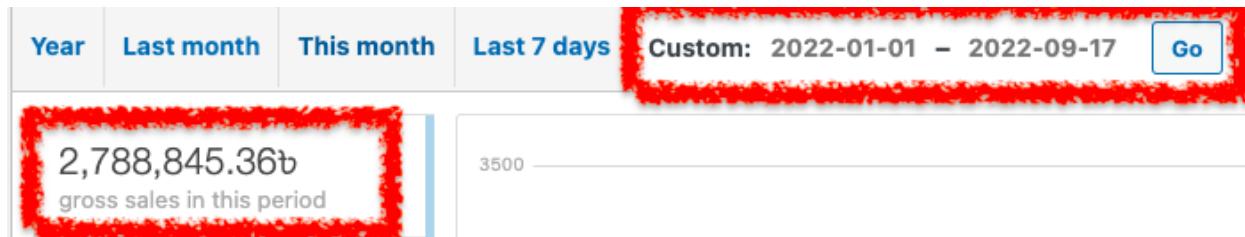
কম্পিউটারে ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে কন্টেন্ট তৈরি করে নিয়মিত আগ্রহী ক্রেতা তৈরি করে যাচ্ছি।

সেই আগ্রহী ক্রেতারা আমাকে বা আমার এফেক্টিভ সেলস টিমকে যখনই মেসেজ করে থাকে বা কল করে থাকে; তখনই আমাদের 'এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন' শুরু হয়।

আর এই এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন ট্যাকটিকসগুলো অ্যাপ্লাই করেই আমি গত সাত বছরে জেনারেট করতে সক্ষম হয়েছি প্রায় ৫ লক্ষ ডলার বা ৫ কোটি ২২ লক্ষ টাকার বেশি!

এই বইটির এই অংশটুকু লিখছি, ২০২২ সালের সেপ্টেম্বরে!

শুধুমাত্র ২০২২ এর জানুয়ারির এক তারিখ থেকে সেপ্টেম্বরের সতের তারিখ অব্ধি, আমার স্টোর
থেকে ডিজিটাল প্রোডাক্টস বিক্রি করে জেনারেট করেছি ২৭ লক্ষ টাকার বেশি! নিচে সেটার
স্ক্রিনশটও যুক্ত করে দিচ্ছি!



আর গ্রোস সেলের মুরোটাই জেনারেট করেছি; অগ্নিক্যালি, কোনো ধরনের পেইড অ্যাড বা
পেইড ক্যাম্পেইন ছাড়াই। মার্কেটিং হিসেবে, আমার ফেসবুক পেইজ ব্যবহার করা হয়েছে; যেখানে
কম্পিউটারে ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে কন্টেন্টও দিয়েছি আমি!

আর বাকিটা শুধুই, এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন!

আর আমি মনে করি না যে, এটা কোনো গড় গিফটেড ট্যালেন্ট! এফেক্টিভলি সেলস
কমিউনিকেশন, শেখা যায়; আপনিও শিখে সেটাকে কাজে লাগিয়ে আপনার বিক্রি ও বৃদ্ধি করতে
পারবেন!

তাহলে সেলসের সাথে কমিউনিকেশনের সম্পর্কটা কোথায় বুঝতে পারছেন?

কতটা গভীরে আর কতটা প্রয়োজনীয়; বুঝতে পারছেন সেটা?

একটু ভাবুন!

ভাবা শেষ হলে, আরেকটা ভাবনার বিষয় নিয়ে আলোচনা করা যেতে পারে,

"স্টোরিটেলিং!"

ষ্টোরিটেলিং দ্য সিক্রেট সস

বছরখানেক আগে আমি একটা চাইনিজ সিনেমা দেখেছিলাম।

সিনেমার নামটা মনে করতে পারছি না বলে, নামটা লিখলাম না! যাই হোক, সিনেমার কাহিনী বলতে যাচ্ছি না; কিন্তু সেই সিনেমার একটা ছোট্ট একটা পার্ট বেশ ইন্টারেষ্টিং!

সিনেমাতে একটা লোক, প্রথমদিনই তার শাশ্বতির রান্না করা বিফ ষ্টেকের স্বাদ ভুলতে পারে না। সে তার শাশ্বতিকে বেশ কয়েকবার, বেশ কয়েকভাবে বুঝিয়েসুবিয়ে চেষ্টা করেছে সেই সিক্রেট বিফ ষ্টেক রেসিপি হাতিয়ে নেয়ার। কিন্তু সব চেষ্টাতেই সেই লোক ব্যর্থ!

এই রেসিপি কোথাও নেই! কেউ জানে না, এতো স্বাদের বিফ ষ্টেক কীভাবে তৈরি করতে হয়! এমনকি, তার শাশ্বতিও তাকে কোনোভাবেই সেই বিফ ষ্টেকের সিক্রেট রেসিপি দেবে না।

এভাবে অনেকদিন চলে যায়!

তার শাশ্বতিরও মৃত্যুর সময় চলে আসে। খাটিয়ায় শুয়ে তার শাশ্বতি তাকে কান বাড়িয়ে দিতে বলে। সে তার শাশ্বতির কথা শোনার জন্য, তার কান ঝুঁকিয়ে দেয় খাটিয়ার দিকে...!

তার শাশ্বতির মৃত্যু হয়! মৃত্যুর পর সে তার শাশ্বতির রেখে যাওয়া একটা চিঠি পায়! সেই চিঠিতে তার শাশ্বতি তাকে সেই সিক্রেট রেসিপির কথা বলে যায়!

তো শেষটা হচ্ছে এমন,

তার শাশ্বতির, আসলে সিক্রেট রেসিপি বলতে কিছুই ছিল না! তার শাশ্বতি কখনোই বিফ ষ্টেক তৈরি করতেন না! তিনি বাইরে থেকে অর্ডার করতেন। ষ্টেক হাতে পাওয়ার পর, সেটাতে তিনি লেবু, সয়া সস আর বিট লবণ মিশিয়ে আধ ঘণ্টা রেখে তারপর সার্ভ করতেন! আর এটাই ছিলো, তার সিক্রেট সস!

এই অংশটুকু লেখার কারণ হচ্ছে, স্টোরিটেলিং!

আজ্ঞে হাঁ, স্টোরিটেলিং হচ্ছে সেই সিক্রেট সস; যেটা সহজেই পাওয়া যায়, আশেপাশেই গল্লের অভাব নেই; ঠিক পূর্বের গল্লের লেবু, সয়া সস আর বিট লবণের মতো!

কিন্তু এই ছোট একটা বিষয়ই সম্পূর্ণ একটা রেসিপির স্বাদ মাল্টি দিয়ে, সেটাকে অনেক উপরে তুলে দিতে পারে! অথচ, এই ছোট বিষয়টাই আমাদের চিত্তার বাইরে ছিলো!

আর সেই চিত্তা বাইরে থাকা সিক্রেট সস; স্টোরিটেলিং!

স্টোরিটেলিং হচ্ছে, গল্ল বলা বা লেখা বা যেকোনো একভাবে গল্ল প্রকাশ করা!

কিসের গল্ল?

আপনি যার/যেটার স্টোরিটেলিং করছেন, তার/সেটার গল্ল!

কে চরিত্র? কোথাকার গল্ল? কিভাবে লিখবো? কেন লিখবো?

আরেহ! আরেহ!

ওয়েট ওয়েট! বি পেশেন্টে!

এতকিছু একসাথে বুঝতে গেলে তো ব্রেইন প্রক্লিপ্স করবে! বলছি, আস্তে ধীরে!

তার আগে উত্তর দিন, "প্রত্যেকটা ধর্মের মধ্যেই একটা বড়সড় মিল রয়েছে। বলুনতো সেটা কী?"

Yeah, you guessed it right!

প্রত্যেকটা ধর্মগ্রন্থই আমাদের 'স্টোরিটেলিং'য়ের মাধ্যমে শিক্ষা দিয়েছে!

The Bible says in Isaiah 48:10 - "Behold, I have refined you, but not with silver; I have tested you in the furnace of affliction". Our Almighty God has not drop the pen that he is using to **write yours and my story** and so keep the faith and walk with the Holy Spirit for better understanding of your purpose. Sep 3, 2017

আপনাকে আমি যেকোনো ধর্মগ্রন্থের কথাই জিজ্ঞেস করি না কেন, সেখান থেকে আপনি আমাকে যাই-ই বলবেন; সবকিছুই কোনো না কোনো গল্পের মাধ্যমে আমরা শিখছি বা শিখে যাচ্ছি!

শুধু ধৈর্যই নয়, ফিলোসফিক্যাল পারস্প্রেকটিভ থেকেও যেকোনো কিছুই আমাদের শেখানোর জন্য গল্পের ব্যবহার করা হয়। কারণ, স্টোরিটেলিং ইজ অ্যাম্যাজিক!

এই নিন কিছু স্ট্যাটিস্টিকস, যেগুলো স্টোরিটেলিংয়ের ক্ষমতা সম্পর্কে আমার থেকেও বেশি ভাবাবে আপনাকে;

- According to recent Twitter statistics, **70% of consumers** think **brands should** boost positivity and **share positive stories** during the pandemic. (*Source: ContentWorks*)
- In his book (*Actual Minds, Possible Worlds*) Bruner estimates that facts are approximately **22 times more** likely to be remembered **if** they are part of **a story**.
- **Storytelling** can boost conversion rates by **30%**. (*Search Engine Watch*)
- If people love a brand **story**, **55% are more likely to buy** the product in future, **44% will share** the story, and **15% will buy** the product immediately. (*Headstream*)
- **62% of B2B marketers** hold **storytelling in high regard** as an **effective content marketing tactic**. (*Search Engine Watch*)

স্টোরিটেলিং পৃথিবীর সবচেয়ে পুরনো সুপারপ্যাওয়ারগুলোর ভেতরে একটা! আপনি স্টোরিটেলিং করতে পারেন মানে, আপনি অলরেডি একজন সুপারহিউম্যান!

কীভাবে?

- Stories can enable empathize with unfamiliar people or places or situations.
- Stories can offer insights into different traditions, histories and values.
- Stories can offer insights into universal life experiences.
- Stories can help visualize, think and consider new ideas.
- Stories can reveal differences and commonalities of cultures around the world.
- Stories can promote a feeling of well-being, fun and relaxation.
- Stories can increase willingness to communicate thoughts and feelings.
- Stories can motivate, persuade and influence anyone.
- Stories can encourage active participation.
- Stories can increase verbal proficiency.
- Stories can encourage use of imagination and creativity.
- Stories can help to calm anyone.
- Stories can enhance listening skills.

এখানেই শেষ নয়, স্টোরিটেলিং করতে জানলে আপনি 'লিটারেলি' যে কারো ব্রহ্মেন
নিউরোকেমিক্যাল রিলিজ করাতে পারবেন! স্টোরিটেলিং আপনাকে যে কাউকে, যেকোনোদিকে
ইন্স্প্রিয়েশ্ন করার স্ফুরণ দেবে!

সেজন্যে, যাই-ই করুন; সতর্কতার সাথে!

তবে সবচেয়ে খুশির সংবাদটা কি জানেন?

স্টোরিটেলিং জানা বা স্টোরিটেলিং করতে পারার ক্ষমতা আপনার-আমার সবার মাঝেই আছে!
আমরা এটা শিখে শিখেই বড় হয়েছি!

বিশ্বাস হচ্ছে না?

ওকে!

আমি যদি আপনাকে এখন - এই মুহূর্তে একটা গল্প মনে করতে বলি; যেকোনো গল্প! অ্যানি
স্টোরি! আপনি কি কখনো বলবেন, "আমি কোনো গল্প জানি না!"

আজ্জে না!

আপনি আপনার পুরো লাইফে হাজার হাজার লক্ষ লক্ষ গল্প দেখেছেন, পড়েছেন, শুনেছেন বা
বুঝেছেন। আর সেখান থেকে একটা হলেও গল্প, আপনার মাথায় আছে!

কারণ আমরা গল্প ভুলতে পারি না, এই ফাংশনালিটি আমাদের মাঝে দেয়া হয় নি! ইউ ক্যান্ট
ফরগেট আঁ গুড স্টোরি! নেভার!

আপনি, আমি; আমরা প্রত্যেকেই গল্প বলতে জানি! কিন্তু আমরা বেশিরভাগই সেগুলোকে যুক্ত
করতে জানি না, আমাদের বাস্তব জীবনের সাথে! আর সেজন্যেই গল্প টিকে আছে, কিন্তু
স্টোরিটেলি করার মানুষগুলো কোথায়? তারা কি তাদের সুপারপাওয়ারের কথা ভুলে গেলো?
তারাও তো তাদের জীবনের গল্পকার, তারাও তো স্টোরিটেলার। কিন্তু তারা কোথায়...

যাই হোক!

স্টোরিটেলিংয়ের ক্ষমতা বলে শেষ করার মতো টপিক নয়! আরো জানার থাকলে, আমার কন্টেন্ট রাইটিং বা কপিরাইটিংয়ের বইগুলো পড়ে ফেলুন; সেখানে আরো কথা বলেছি এই 'সিক্রেট সম' নিয়ে!

কিন্তু, একটা কিন্তু-তো থেকেই যাচ্ছে! স্টোরিটেলিং; সেলসের বইয়ে কি করছে?

এটাই তো?

স্টোরিটেলিংয়ের সাথে সরাসরি সেলসের কোনো সম্পর্ক নেই; সেলসের সম্পর্ক কমিউনিকেশনর সাথে! আর এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশনের জন্য আপনার ব্রহ্মাণ্ড হচ্ছে; স্টোরিটেলিং!

চলুন, পানির মতো পরিষ্কার হওয়া যাক!

কমিউনিকেশনের রাইট হ্যান্ডঃ স্টোরিটেলিং

২০০৯ সালের দিকে, রব ওয়াকার নামে এক সাংবাদিক একটা রিপোর্ট করেছিলেন!

তিনি তার কম্পিউটারে যান, তার ইবে (ebay) অ্যাকাউন্টে লগইন করেন এবং তিনি ইবে থেকে ২০০টি প্রোডাক্ট অর্ডার করেন। এই ২০০ প্রোডাক্টের প্রত্যেকটার গড় মূল্য ছিল, ৫০ থেকে ১০০ টাকা!

তারপর তিনি ২০০ জন লেখক খুঁজে বের করেন। প্রত্যেককে তিনি অনুরোধ করেন তার 'সিগনিফিকেন্ট' অবেজক্ট স্টোডি'তে যুক্ত হওয়ার জন্য। তার রিপোর্ট তাকে সাহায্য করার জন্য। অর্থাৎ, রব সেই ২০০ জন লেখককে বলেন, তার কেনা ২০০টি প্রোডাক্ট নিয়ে ২০০টি গল্প লিখে দেয়ার জন্য!

প্রত্যেক লেখকই রাজি হলেন এবং কিছুদিনের মধ্যেই রব ২০০টি গল্প হাতে পেয়ে গেলেন। এখন তার কাছে ২০০টি প্রোডাক্ট আছে এবং প্রত্যেক প্রোডাক্টের জন্য একটা করে গল্প তৈরি আছে! তিনি আবার এই ২০০টি প্রোডাক্ট নিয়ে ইবে-তে লগইন করলেন!

তিনি ইবেতে তার প্রোডাক্টগুলো আপলোড করলেন। পার্থক্য শুধু এটাই যে, আগে তিনি যখন প্রোডাক্টগুলো কিনেছিলেন তখন, সেগুলোর সাথে কোনো গল্প বা সেগুলোর পেছনে কোনো কাহিনী বা ইতিহাস ছিল না! কিন্তু, রব এবার সেই ২০০টি প্রোডাক্টের সাথে ২০০টি গল্পও জুড়ে দিলেন।

কি মনে হয়?

ରବେର ଲାଭ ହେଯେଛେ ନାକି ଫତି?

ରବ ୨୦୦ଟି ପ୍ରୋଡାକ୍ଟ୍ କିନେଛିଲେନ ସର୍ବମୋଟ ୪୨୦୦୦ ଟାକାୟ!

ରବ ମେହେ ୨୦୦ଟି ପ୍ରୋଡାକ୍ଟ୍‌ର ସାଥେ ସଖନ 'ଷ୍ଟୋରି' ଯୁକ୍ତ କରେ ଦିଲେନ, ତଥନ ତିନି ମେହେ ୨୦୦ଟି ପ୍ରୋଡାକ୍ଟ୍ ବିକ୍ରି କରଲେନ, ପାଇଁ ସାଡ଼େ ସାତ ଲକ୍ଷ ଟାକାୟ!

ଆର ଏଠା ସମ୍ଭବ ହେଯେଛେ ଶୁଧୁମାତ୍ର, ପ୍ରୋଡାକ୍ଟ୍‌ର ସାଥେ ଏକଟା ଗଲ୍ଲ ଯୁକ୍ତ କରେ ଦେୟାର ଜନ୍ୟ!

କି ବୁଝାଲେନ?

ଷ୍ଟୋରିଟେଲିଂ ଇଂଜ ମ୍ୟାଜିକ, ଆଗେଇ ବଲେଛିଲାମ!

ଶୁଧୁ ଏଟାଇ ନୟ। ଷ୍ଟୋରିଟେଲିଂଯେର ଫତମତା ନିଯେ ଆରେକଟା ଭାଲୋ ଉଦାହରଣ ହଚ୍ଛ; ସିନେମା/ଟିଭି ସିରିଜ!

ବାହ୍ରବଳି ସିନେମାଟା ଦେଖେଛେନ?

ମେହେ ସିନେମାର ବାଜେଟ ଛିଲ, ୨୫୦ କୋଟି ରୁପି; ଆର ତାଦେର ବଞ୍ଚି ଅଫିସେର ପ୍ରଫିଟ ଛିଲ ୪୮୬୦ କୋଟି ରୁପି!

ଅର୍ଥାତ, ଭେବେ ଦେଖୁନ; ବାହ୍ରବଳି ସିନେମାର ବାତତାର ସାଥେ କୋନୋ ମିଳ ନେହି ଆର ଏଠା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣଭାବେଇ ଏକଟା ଗଲ୍ଲ; ଆର କିଛୁଇ ନା!

'অ্যাভেঞ্জারসং এন্ড গেইম' সিনেমাতে বাজেট ছিল ৫০০ মিলিয়ন ডলারের বেশি; তাদের মোট প্রফিট ছিল; আড়াই বিলিয়ন ডলারের বেশি!

অথচ, এটা ও সম্পূর্ণভাবে অবাস্তব এবং একহসাথে গল্প ছাড়া আর কিছুই না!

আর সবচেয়ে ভয়ংকর কিন্তু অসাধারণ ফ্যাক্ট কি জানেন?

এই যে সিনেমা প্রোডাকশন হাউজগুলো, হাজার লক্ষ কোটি টাকা খরচ করছে একটা মুভি তৈরি করার পেছনে; সেটা কিন্তু শুধুমাত্র একটা বিশ্বাসের উপর ভিত্তি করেই!

আর সেটো হচ্ছে, Audience loves stories!

এতশত টাকার প্রোডাক্ট লঞ্চ করার পেছনে সবচেয়ে বড় কনফিডেন্স হচ্ছে এই জায়গাতেই যে, স্টোরিটেলিং ক্যান গ্রো ইউর প্রফিট!

স্টোরিটেলিং! স্টোরিটেলিং! স্টোরিটেলিং!

আমেরিকান সাইকোলজিস্ট মল একম্যানের মতে, আমাদের মাঝে ব্যাসিক ইমোশন; ছয়টি!

মজার ব্যাপার কি জানেন?

স্টেরিটেলিং আপনাকে, আপনার অডিয়েন্ডের মাঝে এই ছয়টি ব্যাসিক ইমোশন রিলিজ করার
ক্ষমতা দেবে!

এই ছয়টি ব্যাসিক ইমোশন হচ্ছে,

1. Anger.
2. Disgust.
3. Fear.
4. Happiness.
5. Sadness.
6. Surprise.

প্রত্যেকটা ইমোশন যখন একজন মানুষের মাঝে প্রকাশ পায়, তখন তার ব্রেইনে
নিউরোকেমিক্যাল রিলিজ হয়! যেমন,

যখন কেউ রেগে থাকে তখন তার ব্রেইনে রিলিজ হয় অ্যাড্রিনালিনের মতো নিউরো কেমিক্যাল!
যখন কেউ খুশিতে থাকে, আনন্দে থাকে তখন তার ব্রেইনে রিলিজ হয় ডোপামিনের মতো
নিউরোট্রাঘামিটার! যখন কেউ বিস্মিত হয়, তখন তার ব্রেইনে রিলিজ হয় এপিনেফ্রিনের মতো
নিউরোকেমিক্যাল!

ওয়েট, ওয়েট, ওয়েট!

আমরা ইমোশন নিয়ে পড়ছি কেন? এটা তো সেলসের বই!

আমি আগেই বলেছিলাম, স্টোরিটেলিংয়ের সাথে সরাসরি সেলসের কোনো সম্পর্ক নেই; সেলসের সম্পর্ক কমিউনিকেশনর সাথে! আর এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশনের রাইট হ্যান্ড হচ্ছে, স্টোরিটেলিং!

মনে আছে না?

সেলস কমিউনিকেশনে যদি ভালো না হোন আপনি, তাহলে; মণ্য বা সেবা বিক্রি করবেন কীভাবে?

তাহলে প্রথম কাজ হচ্ছে, সেলস কমিউনিকেশন ভালো করা; আরো বেশি এফেক্টিভ করা। তাহলে, সেলস শেখার আগে 'এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন' শেখা দরকার!

কিন্তু, এফেক্টিভ সেলস কমিউনিকেশন; এফেক্টিভ হবে না, যদি আপনি সেই সেলস কমিউনিকেশনে স্টোরি যুক্ত করতে না পারেন!

দেখলেন কীভাবে স্টোরিটেলিং কানেক্ট হলো, সেলসের সাথে?

এখন একটা সিঙ্গেট বলতে যাচ্ছি!

আমরা স্টোরিটেলিং শিখছি বা স্টোরিটেলিং শেখা দরকার আমাদের; তার কারণ,

শুধুমাত্র এই 'স্টোরিটেলিং'ই হচ্ছে একমাত্র ব্রহ্মাণ্ড, যেটা ব্যবহার করে, আপনি যার সাথে কথা বলছেন তার ব্রহ্মে 'সম্পূর্ণ নিজের হিচেতে' সেই নিউরোকেমিকালগুলো রিলিজ করতে পারবেন!

ଆର ଆମନାର ଶ୍ରୋତାର ବ୍ରେହିନେ ସେଇ ନିଉରୋକେମିକାଲଗୁଲୋ ରିଲିଜ କରଲେ କି ହବେ?

କି ଆର ହବେ, ଆମନି ସେ ନିଉରୋକେମିକାଲ ରିଲିଜ କରବେନ; ସେଟାର ସାଥେ ଯୁକ୍ତ 'ବ୍ୟାସିକ ଇମୋଶନ'ଟା ଶ୍ରୋତାର ମଧ୍ୟେ ଦେଖା ଯାବେ! ଅର୍ଥାତ୍, ଆମନି ସେଇ ନିଉରୋଡ୍ରାଘମିଟାରଗୁଲୋ ବ୍ୟବହାର କରେ ଶ୍ରୋତାର ମଧ୍ୟେ ଇମୋଶନ ତୈରି କରଛେ!

କିନ୍ତୁ, ଶ୍ରୋତାର ମଧ୍ୟେ ଇମୋଶନ ତୈରି କରେ ଲାଭ କୀ?

ସିରିଯାସଲି?

ଏହି ଦେଖୁନ, ଶ୍ରୋତାର ମଧ୍ୟେ ଇମୋଶନ ତୈରି କରଲେ; କୀ କୀ ଲାଭ ହେଯା ସନ୍ତବ -

- Ads with purely **emotional content** perform **twice** as well (31% vs. 16%) compare to those with only rational content (*IPA*)
- **Content** that elicits **anger** has a 38% chance of **going viral** (*Moz*)
- Customers who have **an emotional relationship** with a brand will likely **recommend the company** at a rate of 71% (*Motista*)
- Ads with an above-average **emotional Response** generates a 23% **growth in sales volume** (*Nielsen*)
- **Headlines with negative superlatives** ("worst" or "never") have a **30% more Click-through rate** than headlines with positive superlatives ("best" or "always") (*Outbrain*)
- **Customers** who are **emotionally connected** to a Business are **52% more valuable** than the highly satisfied customers. (*HBR*)
- **Videos** that elicit strong **emotions** are **2X** likely to be **shared** than those that produce a weak emotional response. (*Unruly*)

- **70%** of viewers who experienced an intense **emotional** response to an **ad** were **very likely to buy** the product. (*Unruly*)
- **82% of consumers with high emotional engagement** would **always buy** the brand they are loyal to when making purchasing decisions (compared to 38% of consumers with low emotional engagement) (*Netimperative*)
- **Subconscious factors (feelings/emotions) determine 95% of purchase decisions.** (*Inc/Harvard University*)

একবার চিন্তা করে দেখুন!

শুধুমাত্র ইমোশনালি অ্যাটাচড হতে পারলেই, ৯৫% ক্রেতারই আপনার থেকে মৃণ্য বা সেবা কেনার চাহ্না বেড়ে যায়!

এটা আমার মুখের বুলি নয়, হার্ডিং ইউনিভারসিটির এক প্রফেসর এটা রিসার্চ করে প্রমাণ করেছেন! এই দেখুন,

Harvard Professor Says 95% of Purchasing Decisions Are Subconscious When marketing a product to a consumer, it's most effective to target the subconscious mind. 

আৱ ক্ৰেতাদেৱ উপৱ এত কন্ত্ৰোল শুধুমাত্ৰ ব্ৰহ্মাস্ত্ৰ দিয়েই নিয়ে আসা সন্তুব!

আজ্জে হঁয়া, স্টোরিটেলিং দিয়েই!

আৱ এত কথা, প্ৰতিশত পৰিসংখ্যান দেখিয়ে এটাই বোৰ্মাতে চেয়েছি যে, সেলস কমিউনিকেশন
শেখাৱ জন্য স্টোরিটেলিং শিখুন।

কাৱণ, স্টোরিটেলিং শিখে ফেলতে পাৱলে আপনাৰ ক্ৰেতাৰ ৰেইনে যেকোনো ধৰনেৰ
নিউৱোট্ৰাগ্যমিটাৰ বিলিজ কৰে (ইমোশন তৈৰি কৰে) সেই ক্ৰেতাকে দিয়ে আপনি যেকোনো
ধৰনেৰ পণ্য বা সেবা ক্ৰয় কৰাতে সক্ষম হবেন!

সেলস কমিউনিকেশনেৰ রাইট হ্যান্ড নিয়ে, কথাৰাতা তো পঞ্চুৱ হলো! এই অধ্যায়টা শেষ কৰাবো,
স্টোরিটেলিং নিয়ে আমাৰ সবচেয়ে প্ৰিয় একটা উক্তি দিয়ে!

দ্য হ্যান্ডমেইডস টেইল বহীয়েৱ লেখিকা মার্গাৰেট অ্যাটউডেৱ একটা বিখ্যাত উক্তি,

"You're never going to kill storytelling, because it's built
in the human plan. We come with it."

মেলসে দর কষাকষি

চলুন দর কষাকষি নিয়ে কিছু কথা বলা যাক!

মেলসের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ একটা অংশ হচ্ছে, দর কষাকষি করতে পারা!

সহজে বললে, নেগোসিয়েশন এবং বারগেইনিং!

আপনি দামাদামি করতে না জানলে, আপনি নিজেই ক্রেতার ইমোশনাল এবং ফিজিক্যাল উইকপয়েন্টগুলোকে কন্ট্রোল করতে পারবেন না! দামাদামি করতে না জানলে, ক্রেতার একটা কথায় মণ্যের দাম অর্ধেক কমিয়ে ফেলবেন; যেটা সর্বোপরি আপনার জন্যেই স্ফতিকর হবে!

ব্যবসায় একটা কথা আমরা প্রায়ই শুনে থাকি, "ব্যবসায় কোনো ভাই-বন্ধু নাই!"

এর মানে, ফ্রিতে কাউকেই কোনো মণ্য বা সেবা দেয়া যাবে না, ফ্রিতে কাউকেই কোনো সার্ভিস দেয়া যায় না ব্যবসায়! কারণ, এটা ব্যবসা! এখানেই আপনার সবকিছু, তাই না?

আর সেজন্যেই মেলসে দর কষাকষি জানা অর্থাৎ নেগোসিয়েশন এবং বারগেইনিং জানাটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ!

একজন ক্রেতা ভবিষ্যতে আপনার কাছেই নতুন মণ্য বা সেবা কেনার জন্য আসবে কিনা,
একজন ক্রেতার সাথে আপনার মেলস রিলেশনশিপ কেমন হবে,
একজন ক্রেতা আপনার ব্যবসাকে দশে কত দেবে,
একজন ক্রেতা কত টাকার মণ্য বা সেবা ক্রয় করবে;

এই প্রত্যেকটা বিষয়ই নির্ভর করে সেলস নেগোসিয়েশন এবং বারগেইনিংয়ের উপর!

আপনি যত ভালো সেলস নেগোসিয়েশন জানবেন, যত ভালো সেলস নেগোশিয়েটর হবেন, যত
ভালো বারগেইন করতে পারবেন, যত ভালোভাবে সেলসে নেগোসিয়েশন ট্যাকল করতে পারবেন;
তত আপনার মণ্য বা সেবার গুরুত্ব ক্রেতার কাছে বাড়বে!

সেলসে দর কষাকষি শেখাটো তাই, আপনার জন্য মাস্ট!

শুধুমাত্র সেলস বললে ভুল হবে, সেলসের বাইরেও; প্রায় প্রত্যেকটা জায়গাতেই আপনি সেলস
নেগোসিয়েশন ট্যাকচিকসগুলো কাজে লাগাতে পারবেন।

চলুন সেলস নেগোসিয়েশন নিয়ে আরো জানা যাক!

সেলস নেগোসিয়েশন এবং বারগেইনিং

নেগোসিয়েশন হচ্ছে এমন একটি ম্যাথড যেটা ফলো করে দুই বা দুইয়ের বেশি ব্যক্তিবর্গ তাদের মধ্যকার পার্থক্যগুলোকে নিষ্পত্তি করে একমতে পৌঁছায়!

এটা এমন এক ধরনের প্রসেস যেখানে সব ধরনের বাগবিতঙ্গ আৰ তর্কবিতর্ককে পেছনে ফেলে একদল ব্যক্তি তাদের মধ্যকার পার্থক্যগুলোকে চুকিয়ে নতুন কোনো চুক্তি করে থাকে! এই চুক্তি হতে পারে অর্থের মাধ্যমে কিংবা অন্য যেকোনোভাবে!

সেলস নেগোসিয়েশন হচ্ছে এমন কিছু ডায়লগ, যেগুলো ব্যবহার করে এক বা একাধিক পক্ষের মাঝে একধরনের চুক্তি হয়ে থাকে; যেটা চুক্তি অনুসরণ করে ব্যক্তিবর্গ তাদের মধ্যকার সমস্যাগুলোকে মিটিয়ে একটা সমাধানে পৌঁছায়! এই সমাধান সবসময়েই যে উভয়পক্ষের জন্য সুসংবাদ বয়ে নিয়ে আসে, তা কিন্তু নয়!

সেলস নেগোসিয়েশনে মূলত দুই ধরনের ব্যক্তি অবস্থান করেন, ক্রেতা ও বিক্রেতা; বায়ার এবং সেলার!

আৰ এই দুই ধরণের ব্যক্তিৰ মধ্যে যার নেগোসিয়েশন ট্যাকটিকস যত ভালো; তাৰ লাভ কৱার সম্ভাবনা তত বেশি!

সহজ কথায় বললে, ক্রেতা যদি ভালো দামদামি কৱতে জানে; তাহলে বিক্রেতাকে অল্প লাভেই বা লাভ ছাড়াই পণ্য/সেবা বিক্রি কৱতে হয়। আৰ বিক্রেতা যদি ভালো দামদামি কৱতে জানে;

তাহলে ক্রেতাকে সেই মণ্য বা সেবা কেনার ফেত্তে বেশি টাকা খরচ করতে হয়, যা সর্বোপরি
বিক্রেতার লভ্যাংশে বৃদ্ধি পায়!

নেগোসিয়েশনে কিন্তু এক পক্ষকে সবসময়েই কম্প্রোমাইজ করতে হয়, এক পক্ষকে সবসময়েই
ছাড় দিতেই হবে। নাহলে সেটা ফ্লুটফুল নেগোসিয়েশন/সফল নেগোসিয়েশন হবে না!

এফেত্তে, কে কাকে ছাড় দেবে; সেটা নির্ভর করবে, সেলস নেগোসিয়েশন ট্যাকটিকস উন্নত কার -
সেটার উপর!

একটা সফল নেগোসিয়েশন মূলত তিনটি ব্যাসিক ইলিমেন্টস দিয়ে তৈরি;

- (১) প্রসেস (Process)
- (২) বিহেভিয়ার (Behaviour)
- (৩) সাবস্টেন্স (Substance)

অনেকের মতে আবার, একটা সফল নেগোসিয়েশন চারটা ইলিমেন্টস দিয়ে তৈরি;

- (১) স্ট্র্যাটেজি (Strategy)
- (২) প্রসেস (Process)
- (৩) টুলস (Tools)
- (৪) ট্যাকটিকস (Tactics)

আরেকটা মতবাদ অনুসারে, সফলভাবে সেলস নেগোসিয়েশন করতে হলে ৭টা ইলিমেন্টের প্রয়োজন পড়বে;

- (১) ইন্টারেস্ট (Interests)
- (২) লেজিটিম্যাসি (Legitimacy)
- (৩) রিলেশনশিপস (Relationships)
- (৪) অলটারনেটিভ এবং ব্যাটনা (Alternatives and BATNA)
- (৫) অপশনস (Options)
- (৬) কমিটমেন্টস (Commitments)
- (৭) কমিউনিকেশন (Communication)

হার্ড নেগোসিয়েশন প্রজেক্টের মেষ্টারদের মতে, সাতটা ইলিমেন্টই প্রয়োজন একটা সফল নেগোসিয়েশনের জন্য! আর সেজন্য, আপনাকেও এই সাতটা ইলিমেন্টস ভালোভাবে আয়ত্ত করতে হবে সফলভাবে সেলস নেগোসিয়েশন করতে হলে!

আচ্ছা, নেগোসিয়েশন বুম্লাম - কিন্তু বারগেইনিং কী?

বারগেইনিং কি, নেগোসিয়েশনের থেকে আলাদা কিছু?

আজ্ঞে হ্যাঁ!

এক কথায় বললে, বারগেইনিং হচ্ছে নেগোসিয়েশনের শেষ ধাপ বা নেগোসিয়েশনের একটা অংশ হচ্ছে; বারগেইনিং!

বারগেইনিং হচ্ছে এমন একটি প্রসেস যেটা ফলো করে এক বা একাধিক ব্যক্তির মাঝে কোনো সমস্যার সল্যুশন নিয়ে আসা হয়! নেগোসিয়েশন করার সময় আমরা মূলত কোনো ব্যক্তির সাথে সল্যুশনে বা সমাধানে আসার ক্ষেত্রে যে সিঁড়িটা ধরে হাঁটি; সেই সিঁড়িটা হচ্ছে বারগেইনিং!

যারা বারগেইন করে থাকে তাদের বলে, বারগেইনার আর যারা নেগোসিয়েশন করে থাকে তাদের বলে, নেগোশিয়েটর!

নেগোসিয়েশন স্টাইল

কখনো ভেবে দেখেছেন, কেন ভিৱ ভিৱ নেগোশিয়েটেরদের দৃষ্টিভঙ্গিও পরিস্থিতিৰ সাথে পরিবৰ্তন হয়?

কাৰো জন্য একটা মণ্য বা সেবা বিক্ৰি কৱাটা সহজ কিন্তু কাৰো জন্য এই একই মণ্য বা সেবা বিক্ৰি কৱাটা বেশ কষ্টকৰ হয়ে পড়ে! কাৰো জন্য দামী মণ্যেৰ ক্ষেত্ৰে ক্রেতাৰ সাথে নেগোশিয়েট কৱাটা সহজ আবাৰ কাৰো জন্য অল্প মূল্যেৰ মণ্য বা সেবাৰ ক্ষেত্ৰে সেটা সহজ!

কিন্তু, এটা কেন হয়?

তাহলে কি মণ্য বা সেবা বিক্ৰি কৱাৰ অনেকগুলো স্টাইল আছে?

আজ্ঞে হ্যাঁ!

ভিৱ ভিৱ নেগোশিয়েটেদেৱ মণ্য বা সেবা নিয়ে নেগোশিয়েট কৱাৰ ধৰন বা স্টাইলও আলাদা! কিন্তু প্রত্যেক নেগোশিয়েটেৱই যখন সেলস নেগোসিয়েশন শিখে থাকে, তখন তাৰা পঁচটা নেগোসিয়েশন স্টাইলেৱ বাহিৰে কখনো মাৰাখে না!

এই পঁচ ধৰণেৰ সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল হচ্ছে,

- (১) কম্পিটিং (Competing)
- (২) অ্যাকোমোডেটিং (Accommodating)

- (৩) অ্যাভেয়ডিং (Avoiding)
- (৪) কম্প্রোমাইজিং (Compromising)
- (৫) কোলাবোরেটিভ (Collaborative)

যারা সরাসরি স্ট্রেইটকাট কথাবার্তা বলে থাকে, যাদের নিজেদের উপর বেশ ভালো আন্তবিশ্বাস রয়েছে এবং যারা শুধুমাত্র ফলাফল ও মূল কাজের দিকে মনোযোগী; তারাই **মূলত কম্পিটিং সেলস নেগোশিয়েটর!**

এই ধরনের নেগোশিয়েটররা মূলত খুবই ডোমেনেটিং হয়ে থাকে, যার ফলে তারা তাদের পণ্য বা সেবা নিয়ে খুবই আন্তবিশ্বাসের সাথে বারগেইন করতে পারে!

যেসব সেলস নেগোশিয়েটররা মূলত যেকোনো ক্রেতার সাথেই ভালো রিলেশনশিপ বজায় রেখে পণ্য বা সেবা নিয়ে নেগোশিয়েট করে থাকেন; তারাই **অ্যাকোমোডেটিং সেলস নেগোশিয়েটর!**

এই ধরনের সেলস নেগোশিয়েটররা যতটা সম্ভব হয় দুপক্ষের মাঝে টেনশন তৈরি হতে বাধা দেন। এদের মূল লক্ষ্যই থাকে ক্রেতার সাথে ভালো সম্পর্ক বজায় রাখা এবং ক্রেতার মনে এই পণ্য বা সেবা নিয়ে ভালো একটা ছবি এঁকে দেয়া।

যারা ততটা ডি঱েক্ট নন, যারা ততটা টেনশন তৈরি করতে চান না; তারাই **অ্যাভেয়ডিং সেলস নেগোশিয়েটর!** এরা চেষ্টা করেন সবসময় মাঝখানে দাঁড়িয়ে থেকে সমস্যার সমাধান করতে! এরা ক্রেতার মনে কোনো ধরনের শক্তা তৈরি করতে চান না।

এই ধরণের নেগোশিয়েটররা নিজেদের পণ্য বা সেবায় কিছুটা কম্প্রোমাইজ করে হলেও সেলস রিলেশনশিপ বজায় রেখে ধীরে সুস্থ এগুতে চান, যেকোনো ডিলের ফ্রেঞ্চেই।

ଆରେକ ଟାଇପେର ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟର ଆଛେନ, ଯାରା ମୂଲତ ଖୁବହି ଅଳ୍ପ ସମୟେର ମଧ୍ୟେହି
ଅନେକଥାନି କଷ୍ଟୋମାଇଜ କରେ ହଲେଓ ନେଗୋସିଯେଶନ କମପ୍ଲିଟ କରେ ଫେଲେନ; ଯାଦେର ଆମରା ବଲଛି
କଷ୍ଟୋମାଇଜିଂ ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟର!

ଏହି ଧରନେର ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟରରା ମୂଲତ ବାରରଗେହିନିଙ୍ଗେର କ୍ଷେତ୍ରେ ତଡ଼ଟା ସମୟ ଦିଯେ ଥାକେନ ନା।
ତାରା ଚଢ୍ଠୀ କରେନ, ସତ ତାଡ଼ାତାଡ଼ି ସଞ୍ଚବ; ଯେକୋନୋ ମୂଲ୍ୟରେ ଏହି ଅଭିଯେତାକେ କ୍ରେତାଯ କନଭାର୍ଟ୍
କରତେ!

ସବାର ଶେଷେ ଆରେକଧରନେର ନେଗୋସିଯେଶନ ସ୍ଟାଇଲ ଆଛେ, ସେଥାନେ ନେଗୋଶିଯେଟର ମୂଲତ ସଂ ଥିକେ
ନିଜେର ଜାୟଗାୟ ଦାଙ୍ଗିଯେ ଯତଟୁକୁ ସଞ୍ଚବ କ୍ରେତାର ସାଥେ କୋଲାବୋରେଶନେ ଗିଯେ ମଣ୍ୟ ବା ସେବା ବିକ୍ରି
କରେ ଥାକେନ। ଏହି ଧରନେର ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟରଦେର ତାଇ, **କୋଲାବୋରେଟିଭ ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟର**
ବଲା ହୟେ ଥାକେ!

ଏହି ଧରଣେର ନେଗୋଶିଯେଟରରା ଚଢ୍ଠୀ କରେ ଥାକେନ, କୀଭାବେ ଏକଜନ କ୍ରେତାକେ ସର୍ବୋଚ୍ଚ ଲେଭେଲ୍
ସନ୍ତୃଷ୍ଟ କରା ସଞ୍ଚବ ହୟ। ଏରା କ୍ରେତାର ସାଥେ କମିଉନିକେଶନେର ମାଧ୍ୟମେ ଫ୍ରୁଟଫୁଲ ଏକଟା ସଲ୍ୟୁଶନେ
ଆସାର ଚଢ୍ଠୀ କରେ ଥାକେ।

ଏହି ପାଁଚ ଧରଣେର ସେଲସ ନେଗୋଶିଯେଟର ଆଛେନ, ଯାଦେର ମାଥାଡଗୁଲୋ ଆରୋ ଭାଲୋଭାବେ ଜେନେ
ଗେଲେ ଆମନି ନିଜେଓ ଏହି ନେଗୋସିଯେଶନ ସ୍ଟାଇଲ ଥିକେ ଯେକୋନୋ ଏକଟା କିଂବା ଏକାଧିକ
ନେଗୋସିଯେଶନ ସ୍ଟାଇଲକେ କଷାହିନ କରେ ନତୁନ କୋନୋ ନେଗୋସିଯେଶନ ସ୍ଟାଇଲ ତୈରି କରେ ଆମନାର
ମଣ୍ୟ ବା ସେବାର କ୍ଷେତ୍ରେ କାଜେ ଲାଗାତେ ପାରବେନ।

ଚଲୁନ ଏବାର ନେଗୋସିଯେଶନେର କତଞ୍ଗୁଲୋ ଧରଣ ରଯେଛେ, ମେଟୀ ଜେନେ ନୟା ଯାକ!

নেগোসিয়েশন টাইপস/ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিস

কতভাবে আপনি নেগোসিয়েশন করতে পারেন, সেটাই নেগোসিয়েশন টাইপ! আর এই নেগোসিয়েশন প্রসেসগুলোই বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি!

ভিন্ন ভিন্ন কনটেক্টে নেগোসিয়েশন ভিন্ন ভিন্ন রূপ ধারণ করতে পারে, অর্থাৎ ভিন্ন ভিন্ন পরিস্থিতে বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিস আলাদা হয়ে থাকে!

যেমন, আন্তর্জাতিক কোনো সমস্যার সমাধান করার ফেত্রে যে নেগোসিয়েশন প্রসেস ফলো করা হয়, যে বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি অ্যাপ্লাই করা হয়; নিশ্চয়ই মণ্য বেচাকেনার ফেত্রে সেটা অ্যাপ্লাই করতে যাবো না আমরা, তাই না?

আবার, মিলিটারিতে দু পক্ষের মাঝে যে যুদ্ধ হয়ে থাকে; সেক্ষেত্রেও নেগোসিয়েশন টাইপ আলাদা হয়ে থাকে কিংবা দুটো কোম্পানির মাঝে যখন কোনো মণ্য বা সেবা নিয়ে দ্বন্দ্ব তৈরি হয়; সেটার নেগোসিয়েশন প্রসেস ভিন্ন! ঠিক না?

আর সেজনেই বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিস অর্থাৎ নেগোসিয়েশন টাইপস ভিন্ন ভিন্ন পরিস্থিতে ভিন্ন হয়ে থাকে। তবে সাধারণত আমরা পাঁচ ধরণের নেগোসিয়েশন প্রসেস সেলসে দেখে থাকি;

- (১) ডিস্ট্রিবিউটিভ নেগোসিয়েশন বা ডিস্ট্রিবিউটিভ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি (Distributive)
- (২) ইন্টিগ্রেটিভ নেগোসিয়েশন বা ইন্টিগ্রেটিভ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি (Integrative)
- (৩) টেক্সট বেইজড নেগোসিয়েশন বা টেক্সট বেইজড বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি (Text Based)
- (৪) ইন্টিগ্রেটেড নেগোসিয়েশন বা ইন্টিগ্রেটেড বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি (Integrated)

(৫) ব্যাড ফেইথ নেগোসিয়েশন বা ব্যাড ফেইথ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি (Baid Faith)

তবে বেশিরভাগ নেগোশিয়েটররা যখন নেগোসিয়েশন টাইপ বাছাই করে থাকেন তখন মূলত তারা ডিস্ট্রিবিউটিভ নেগোসিয়েশন বা ডিস্ট্রিবিউটিভ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি এবং ইন্টিগ্রেটিভ নেগোসিয়েশন বা ইন্টিগ্রেটিভ বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজি; এই দুটিই বেশিরভাগ ক্ষেত্রে অ্যাপ্লাই করে থাকেন!

নেগোসিয়েশন টাইপস কি সেটাতো জানলেন, কিন্তু কীভাবে একজন এফেক্টিভ সেলস নেগোশিয়েটর হবেন?

কারণ, এটাই তো মূল লক্ষ্য - তাই না?

এতকিছু জানার পর যদি, এফেক্টিভ সেলস নেগোশিয়েটর হতে না পারলেন, তাহলে এই জানার কোনো মানে আছে কী?

চলুন, জানার 'মানে' খুঁজে বের করা যাক!

এফেক্টিভ সেলস নেগোশিয়েটর হবেন কীভাবে?

বা,

এফেক্টিভ সেলস নেগোসিয়েশনের ধারণাগুলো

একজন এফেক্টিভ সেলস নেগোশিয়েটর হতে চাইলে, আপনাকে অবশ্যই, শুরুতেই যেকোনো
এক বা একাধিক সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল বাছাই করতে হবে এবং আয়ত্ত করতে হবে!

সেই সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল আয়ত্ত করার জন্য একটা ম্যাজিক ওয়ার্ড আছে, যেটাকে
আমরা বলে থাকি; প্র্যাকটিস!

সো, প্র্যাকটিস!

যত বেশি আপনি তিনি তিনি ধরনের পণ্য বা সেবার জন্য, তিনি তিনি পার্সোনালিটির
ক্লায়েন্ট/কাস্টোমারের সাথে নেগোশিয়েট করার চেষ্টা করবেন; তত দ্রুত আপনি আপনার জন্য
পারফেক্ট সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল খুঁজে বের করে সেটাকে আয়ত্ত করতে সক্ষম হবেন।

সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল রপ্ত করে ফেললে আপনার কাজ হবে, বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিগুলোকে
আয়ত্ত করা। ঠিক একইভাবে, যেভাবে আপনি সেলস নেগোসিয়েশন স্টাইল আয়ত্ত করেছেন,
সেভাবেই আপনাকে প্র্যাকটিসের মাধ্যমে সবগুলো বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিস অর্থাৎ নেগোসিয়েশন
প্রসেস দক্ষ হতে হবে।

তারপর আপনার কাজ হবে, নেগোসিয়েশন টার্মসগুলো সম্পর্কে ধারনা নিয়া ও সেগুলো আয়ত্ত করা।

নেগোসিয়েশন টার্মসগুলো সম্পর্কে জেনে গেলে আপনাকে এবার নেগোসিয়েশন করার ধারণাগুলো সম্পর্কে জেনে নিতে হবে। যদি অনেকগুলো মতবাদ রয়েছে সেলস নেগোসিয়েশন কীভাবে করতে হয়, সেটা নিয়ে; কিন্তু এখানে আমি সবচেয়ে বহুল ব্যবহৃত একটা সেলস নেগোসিয়েশন প্রসেস বলে দিচ্ছি!

যেকোনো মণ্য বা সেবা নিয়ে নেগোসিয়েশন করতে চাইলে আপনি পাঁচটি ধাপে সেই নেগোসিয়েশন সম্পর্ক করতে পারবেন,

ধাপ ০১: শুরুতেই আপনাকে যথেষ্ট পরিমাণ তথ্য জেনে নিতে হবে আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে। শুধুমাত্র মণ্য বা সেবাই নয়, বরঞ্চ সম্ভাব্য ক্রেতা সম্পর্কে আপনি যত বেশি জানবেন; তত বেশি আপনি সেই ক্রেতার সাথে 'ইমোশনালি' যুক্ত হতে পারবেন।

ধাপ ০২: এই ধাপে আপনাকে কিছু নিয়মকানুন ধার্য করে নিতে হবে। অর্থাৎ, আপনি কতটা বলতে পারবেন নেগোসিয়েশন করতে গেলে কিংবা আপনার ক্রেতার কোন কোন পয়েন্ট তাকে এই নেগোসিয়েশনে সামনে প্রণয়ে নিয়ে যাবে অথবা কোন পথে এগুলো বা কোন পয়েন্ট নিয়ে নেগোসিয়েশনে গেলে ক্রেতাকে সহজেই ইনফ্লুয়েন্স করা সম্ভব হবে; এই বিষয়গুলো সম্পর্কে আপনার যথেষ্ট ধারণা নিয়ে ফেলতে হবে।

ধাপ ০৩: এখন আপনার পয়েন্টগুলো তুলে ধরুন ক্রেতার কাছে এবং আপনাকে চেষ্টা করতে হবে ক্রেতার যে সমস্যাগুলো রয়েছে সেগুলো আপনার নেগোসিয়েশন স্টাইল ফলো করে, আপনার নিজস্ব বারগেইনিং স্ট্র্যাটেজিস আঘাতাই করে ক্রেতাকে সমাধান দেয়ার। এই ধাপে ক্রেতার

সাথে আপনি বারগেইনিং করার মাধ্যমে ক্রেতার সমস্যার সমাধান করে আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে ক্রেতাকে যথেষ্ট জানিয়ে ক্রেতার আগ্রহটাকে ধরে রাখা।

ধাপ ০৪: এই ধাপে ক্রেতাকে সল্যুশন দেখান বা সল্যুশন সম্পর্কে আরো গভীরে বোঝানোর চেষ্টা করন। ক্রেতা যেন, আপনার ধরে রাখা 'পেন্ডুলাম' ছাড়া আর কিছুই দেখতে না পায়।

ধাপ ০৫: এবার সবার শেষ ধাপে, ক্রেতার সাথে ফর্মাল চুক্তি করে নিন।

এই পাঁচ ধাপেই যেকোনো সেলস নেগোসিয়েশন সম্পর্ক করা সম্ভব। তবে অবশ্যই মাথায় রাখতে হবে যে, এর চেয়েও অ্যাডভাঞ্চ সেলস নেগোসিয়েশন ট্যাকটিকস ও নেগোসিয়েশন প্রসেস রয়েছে।

যত অ্যাডভাঞ্চ লেভেলে আপনি সেলসে বারগেইনিং করতে পারবেন, নেগোশিয়েট করতে পারবেন; তত বেশি আপনার পক্ষে সেলস জেনারেট করা সম্ভব হবে।

আর একজন এফেক্টিভ সেলস নেগশিয়েটের হতে চাইলে, আপনাকেও, অ্যাডভাঞ্চ সেলস নেগোসিয়েশন ট্যাকটিকসে দক্ষ হতে হবে।

সেলসম্যান = সুপার হিউম্যান = সেলস মাইন্ডসেট

আপনার মাথায় প্রথমেই যে প্রশ্নটা ঘূরিয়া খাচ্ছে সেটা হচ্ছে, কীভাবে?

How?

কীভাবে সেলসম্যান একজন সুপার হিউম্যান?



আর কীভাবেই-বা, একজন সুপার হিউম্যানের সেলস মাইন্ডসেটের সাথে যুক্ত?

বলছি! বলছি!

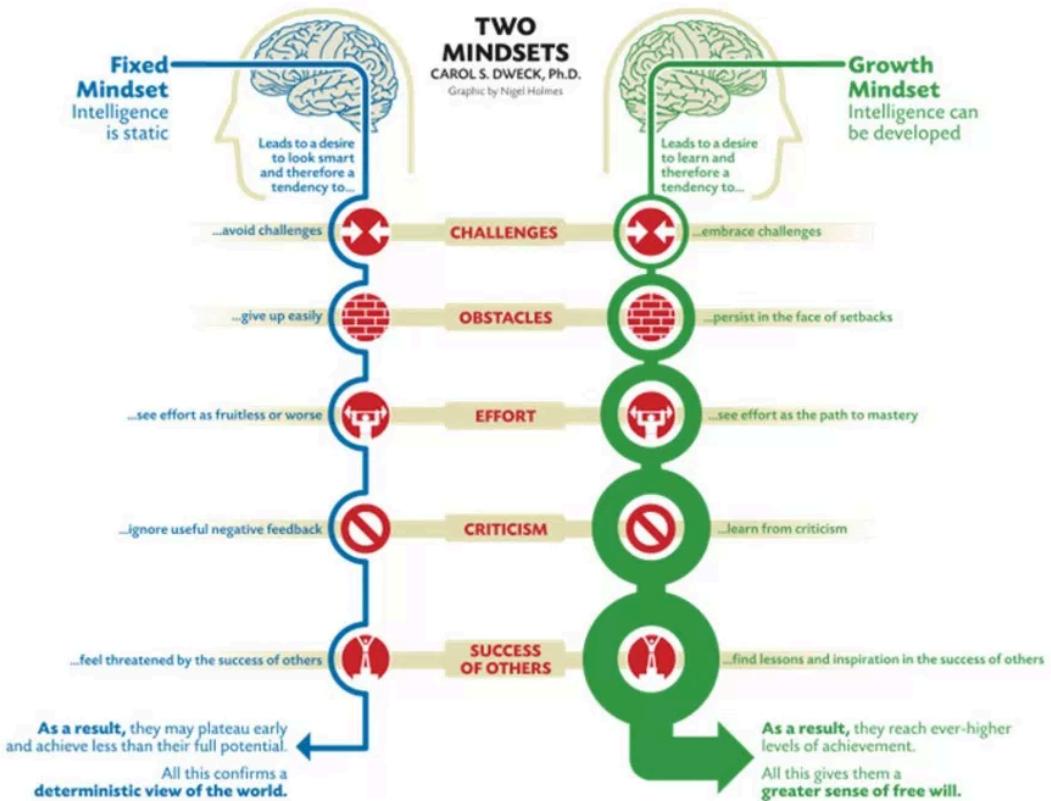
କିନ୍ତୁ ଏହି ଅଧ୍ୟାୟଟା ଶୁରୁ ଆଗେଇ ବଲେ ଦିଚ୍ଛି, ସେଲସେର ଯତ ଭେତରେ ସେତେ ଥାକବେନ ଆମନି ତତ ବେଶି ଆମନାର କାହେ ସେଲସେର କ୍ଷମତା ସମ୍ପର୍କେ ଧାରଣା ଜଡ଼ୋ ହତେ ଥାକବେ, ଶକ୍ତି ହତେ ଥାକବେ। ଏହି ଅଧ୍ୟାୟେଇ ଆମନି ସେଲସେର ବେଶ କିଛୁ ପାଓଯାଇଫୁଲ ଦିକ ସମ୍ପର୍କେ ଜାନତେ ପାରବେନ; ସେଥିଲୋକେ ଆମନି ଚାହିଲେଇ ଆମନାର ନିଜେର ସ୍ଵାର୍ଥ ଉଦ୍ଧାରେ କାଜେ ଲାଗାତେ ପାରବେନ।

କିନ୍ତୁ ସବସମୟ ମାଥାଯ ରାଖବେନ, ନିଜେର ସ୍ଵାର୍ଥେ ସେକୋନୋକିଛୁ କରାଇ କି ଖାଟେ?!

ଆଛା, ସାହିତ୍ୟ ଆର ସତକୀକରଣ ବାଦ ଦିଲାମ। ଚଲୁନ, ଜେନେ ନେଯା ଯାକ; ଆମନାର ସବଞ୍ଚଲୋ 'କୀଭାବେ' -ଏବ ଉତ୍ତର!

ତୋ, କେନ ଆମି ଲିଖିଲାମଃ ସେଲସମ୍ୟାନ = ସୁପାର ହିଉମ୍ୟାନ = ସେଲସ ମାଇଡ୍ସେଟ!

ଶୁରୁ କରା ଯାକ, ସେଲସ ମାଇଡ୍ସେଟ ଥିକେ!



সেলসম্যানদের মাইন্ডসেট, শুধুমাত্র পণ্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য তৈরি হয় না। সেলসপার্সনরা তাদের মাইন্ডসেটকে গড়ে তোলে বেশ কিছু মাওয়ারফুল স্কিল দিয়ে। এতগুলো মাওয়ারফুল স্কিল, শুধুমাত্র একজন সেলসপার্সনের মাঝে দেখা যায়!

একটী এফেক্টিভ সেলস মাইন্ডসেট তৈরি হয় এই স্কিলগুলো দিয়ে -

- একজন সেলসপার্সনের মাইন্ডসেট যেকোনো ক্ষেত্রে রিলেশনশিপ তৈরি করতে সক্ষম!

- একজন সেলসম্পার্সন জানে, কখন তার কথা বলা উচিত; আর কখন তার চূপ থাকা উচিত! কোন পরিস্থিতিতে সেলসম্পার্সনকে কোন সিদ্ধান্ত নয়া লাগবে, সেই দক্ষতা থাকতে হবে।
- সময় সম্পর্কে ভালো ধারণা থাকে একজন সেলসম্পার্সনের। সেলস মাইন্ডসেট টাইম ম্যানেজমেন্টে পারদর্শী!
- সেলস মাইন্ডসেট স্টোরিটেলিংয়ে দক্ষ হয়ে থাকে। সে জানে কীভাবে স্টোরিটেলিংয়ের মাধ্যমে অভিয়েগকে ইনফ্লুয়েন্স করতে হবে।
- একজন সেলসম্পার্সন যথেষ্ট পরিমাণ তথ্য খুঁজে বের করতে সক্ষম হয় এবং রিসার্চ বজায় রেখে তথ্যগুলোকে ভ্যালিডেট করতে পারে।
- কোনো অপিরিচিত কিংবা নিয়ন্ত্রণের বাইরে কোনো অবস্থায়; কীভাবে নিজেকে হ্যান্ডেল করতে হবে, কীভাবে নিজের ক্রিটিক্যাল থিংকিংকে কাজে লাগাতে হবে সেই সম্পর্কে অভিজ্ঞ হয়ে থাকে একটা সেলস মাইন্ডসেট!
- হয়তো প্রোগ্রামারদের মতো কোডিং জানে না সেলসম্পার্সনরা; কিন্তু এর মানে এই নয় যে, সেলস মাইন্ডসেট আপনাকে প্রযুক্তি থেকে দূরে সরিয়ে দিচ্ছে। একজন এফেক্টিভ সেলসম্পার্সন, তার সাথে যুক্ত প্রযুক্তিগুলোকে চেনে ও সেগুলো সম্পর্কে বেশ ভালো ধারনা রাখে।
- সেলস মাইন্ডসেট সবসময়েই কোলাবোরেশনে থেকে উভয় পক্ষের লাভের জন্যেই কাজ করতে চায়।
- একজন সেলসম্পার্সন, যে মণ্য বা সেবা বিক্রি করছে কিংবা যে বিষয় নিয়ে অভিয়েগকে আগ্রহী করছে; সেই মণ্য/সেবা/বিষয় নিয়ে যথেষ্ট জ্ঞান রাখে।
- একটা এফেক্টিভ সেলস মাইন্ডসেট, সেলসের সাথে যুক্ত সফটওয়্যার ও হার্ডওয়্যার সম্পর্কে অভিজ্ঞতা রাখে।
- ক্লায়েন্টের সাথে কীভাবে অ্যাঙ্গেজড হলে, কীভাবে কথা বললে, কোন নেগোসিয়েশন স্টাইল ফলো করে ক্লায়েন্ট মণ্য বা সেবার দিকে মনোযোগী হবে ও কেনার আগ্রহ প্রকাশ করবে; সেটা একজন এফেক্টিভ সেলসম্পার্সনের মাঝে দেখা যায়!

- একজন সেলসপার্সন 'শুধুমাত্র' শোনার জন্য ক্রেতার সাথে কমিউনিকেশনে জড়ায় না।
অ্যাকচিভ লিসেনিং একজন এফেক্টিভ সেলসপার্সনের অনেক বড় একটা গুণ।
- কীভাবে ক্রেতার সমস্যা থেকে সহজভাবে ক্রেতাকে বের করে নিয়ে আসা যায় ও ক্রেতাকে
সমাধান হিসেবে কেমন ধরনের মণ্য বা সেবা অফার করতে হবে; সেটা বেশ ভালোভাবেই
জানে, একটা সেলস মাইন্ডসেট!
- শুধুমাত্র ক্রেতার সাথেই নয়, বরঞ্চ যেকোনো ক্ষেত্রে হাই কোয়ালিটি প্রজেক্টেশন দেয়ার
ক্ষমতা রাখে একজন সেলসপার্সন!
- সোশ্যালি কীভাবে একটা সমস্যার সমাধান করে, একটা মণ্য বা সেবা বিক্রি করতে হবে;
সেটা একজন সেলসপার্সনের চেয়ে ভালো, কেউই জানে না!
- প্রসমেক্টিং সম্পর্কে ভালো ধারনা রাখে একজন সেলসপার্সন। যার ফলে, কীভাবে এবং
কোন পাইপলাইন ধরে হাঁটলে একজন ক্রেতার সমস্যার সমাধান করা সম্ভব হবে; সেটা
একটা সেলস মাইন্ডসেট, ভালো করেই জানে!
- বিভিন্ন সোর্স থেকে সঠিক তথ্য নিয়ে সেটাকে যাচাই-বাছাই করে শুন্দি ও পারফেক্ট
ইনফরমেশন সংগ্রহ করে সেটাকে ব্যবহার করার কাজে বেশ দক্ষ হয়ে থাকে
সেলসপার্সনরা।
- সেলস মাইন্ডসেট তৈরি হয়, কমপ্লেক্স এবং অ্যাডভান্সড নেগোসিয়েশন ট্যাকচিকস দিয়ে।
নেগোসিয়েশন এমন একটা আটি, যেটাতে প্রত্যেক সেলসপার্সন খুবই দক্ষ হয়ে থাকে।
- প্রাইভেসি পলিসি ও লিগ্যাল পয়েন্টগুলোতে বেশ দক্ষ হয়ে থাকে সেলসপার্সনরা। সেজন্যে
ল দিয়ে আপনি কখনো সেলসপার্সনের টিনক নড়াতে পারবেন না।
- সেলসপার্সনরা যেখানেই যায়, যেটা নিয়েই কথা বলে বা যাদের সাথেই অ্যাঙ্গেজড হয়;
প্রত্যেক জায়গাতেই তাদের মূল টার্গেট থাকে; সেল!
- একটা সেলস মাইন্ডসেট, যেকোনো ডিল; সঠিক অডিয়েন্সের কাছে ক্লোজ করতে সক্ষম
হয়। আর সেজন্যে তারা যত বেশি সম্ভব ক্লোজিং ট্যাকচিকসে দক্ষ হয়ে হয়ে থাকে।

- ক্লায়েন্ট বা কাস্টোমারের ডিসিশন মেকিং প্রসেসে সবচেয়ে বেশি যার হাত থাকে; সেটা হচ্ছে সেলসপার্সনের। একটা সেলস মাইন্ডসেট, যেকোনো ক্রেতাকে যেকোনো দিকে ইনফ্লুয়েন্স করতে পারে; যেকোনো অবস্থায় পারসুয়েড করতে পারে।

আরো বলতে হবে?

আরো কারণ দেখানো লাগবে?

কিন্তু আপনার হয়তো বিশ্বাস হচ্ছে না, "কীভাবে এতকিছুতে একজন সেলসপার্সনের দক্ষ হওয়া সম্ভব?"

সেলস অনেক অ্যাডভাঞ্চ বিষয় আছে, সেলসের অনেকগুলো টার্মস, স্ট্র্যাটেজিস, ট্যাকটিকস রয়েছে যেগুলো এক বইয়ে লিখে কমপ্লিট করতে গেলে হাজার পৃষ্ঠা কম মড়ে যাবে! সেজন্যে সেলস নিয়ে আমাকে কোর্সও তৈরি করতে হয়েছে!

যাই হোক, এই বইয়ে আপনাকে প্রমাণ করানোর খাতিরে "সেলস পারসুয়েশন" নিয়ে কিছু আলোচনা করার চেষ্টা করবো! কিন্তু ভুলে যাবেন না, এই বই আপনাকে 'অ্যাকচুয়াল' সেলসে পারসুয়েশনের একটা স্বাদ দেবে, যেটা ভোলার মতো নয়!

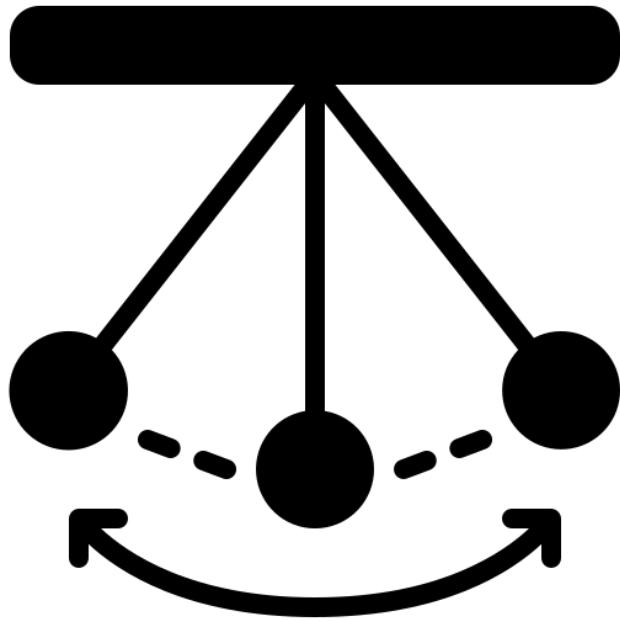
কখনওই না!

সেলস পারসুয়েশনঃ দ্য পেন্ডুলাম অব কমিউনিকেশন

পেন্ডুলাম দেখছেন কখনো?

আজ্জে হঁয়া, ভারী একটা কিছু একটা রশির এক মাথায় ঝুলে থাকে। যেটার এক দিকে টোকা দিলে কিছুক্ষণ সেটা এদিক-ওদিক ঘূরতে থাকে।

বাস্তব জীবনে পেন্ডুলাম ব্যবহার করা হয় দুটো ক্ষেত্রে, হয় ঘর সাজাতে কিংবা হিমনোটিজম নিয়ে যারা কাজ করে থাকে, তাদের কাজের জন্য!



ধারনা করা হয়ে থাকে, আসলেই আমাদের ব্রেইনের আচেনশনাল কন্ট্রোলকে মড্যুলেট করার মাধ্যমে হিমনোসিস করা সম্ভব। আর আমাদের ব্রেইনের এই কন্ট্রোল যখন নড়বড় হয়ে যায়,

তখন আমরা "ট্রান্স স্টেটে" চলে যাই। আর আমাদের ট্রান্স স্টেটে নেয়ার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে, এই পেন্ডুলাম।

কারণ, এই পেন্ডুলাম ব্যবহার করেই একজন হিমনোচিস্ট আমাদের ফোকাসকে একদিকে নিয়ে আসে এবং আমাদের পেরিফেরাল ভিশনকে বাধা দেয়।

আর কমিউনিকেশনের 'পেন্ডুলাম' হচ্ছে -

"পারসুয়েশন!"

আমরা আমাদের ইউনিভার্স যেকোনো জায়গায় যাই না কেন, আমাদের একটা কাজ করতেই হবে; আর সেটা হচ্ছে - কথা বলতে হবে! আর কথা বলার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ যেটা প্রয়োজন প্রত্যেকের, সেটা হচ্ছে - ভাষা!

ভাষা না থাকলে আপনি আপনার আইডিয়া কারো সাথে শেয়ার করতে পারতেন না, কোনো কিছু বিক্রি করা তো অনেক দূরের বিষয়! ভাষা না থাকলে আপনি আপনার পার্সোনালিটি কারো সাথে শেয়ার করতে পারতেন না, আপনার নিজেকে আপনি কারো কাছে প্রকাশ করতে পারতেন না। আর যেহেতু আমরা এখন প্রত্যেকেই কোনো না কোনোভাবে কথা বলতে পারছি, ভাষা ব্যবহার করতে পারছি; আমরা এটাকে ততটা "পাত্র" দিচ্ছি না, ততটা মাথা ঘামাচ্ছি না!

কিন্তু ভাষা, কমিউনিকেশন, পারসুয়েশন এইসব বিষয় নিয়ে অনেকেই পড়াশোনা করছে, এই বিষয়গুলোকে আরো আপগ্রেড করার চেষ্টা করছে দিনে দিনে।

যারা সোশ্যালিংগুইষ্টিকস নিয়ে পড়াশোনা করছে, তারা কাজ করছে সোশ্যাল নেটওয়ার্ক ও ফিজিক্যাল সোশ্যাল লাইফে কীভাবে আমরা ভাষা ব্যবহার করবো - সেটা নিয়ে!

যারা সাইকোলিঙ্গুইষ্টিকস নিয়ে পড়াশোনা করছে, তারা কাজ করছে কীভাবে আমাদের 'মাইন্ড/মন' বিভিন্ন ধরনের ভাষাকে প্রসেস করছে - সেটা নিয়ে!

যারা নিউরোলিঙ্গুইষ্টিকস নিয়ে পড়াশোনা করছে, তারা কাজ করছে কীভাবে আমাদের "ব্রেইন/মন্তিষ্ঠ" বিভিন্ন ধরনের ভাষাকে প্রসেস করছে - সেটা নিয়ে!

আর, যারা "সেলস লিঙ্গুইষ্টিকস" নিয়ে কাজ করছে, তারা মূলত এটা বোঝার চেষ্টা করছে যে, ক্রেতার ডিসিশন মেকিং ধাপে ক্রেতা আসলে কীভাবে ভাষাকে ব্যবহার করে কমিউনিকেট, নেগোসিয়েশন এবং বারগেইনিং করে থাকে?! 'সেলস প্যারসুয়েশন' আপনাকে শেখাবে কীভাবে আপনি সেলস লিঙ্গুইষ্টিকস ব্যবহার করে ক্রেতা সম্পর্কে আরো অভিজ্ঞ হতে পারবেন।

উল্লেখ্য যে,

যে প্যারসুয়েশন ট্যাকটিকস ব্যবহার করে থাকে, সে প্যারসুয়েডার।

প্যারসুয়েডার কাজ, প্যারসুয়েড করা।

তাহলে, প্যারসুয়েশন হচ্ছে এমন একটা প্রসেস যেখানে একটা বিষয় সম্পর্কে আপনার (প্যারসুয়েডার) চিন্তাধারা, আরেকজন (যে প্যারসুয়েড হতে যাচ্ছে) ব্যক্তির চিন্তাধারায় রোপণ করে দেয়া। যাতে করে সেই ব্যক্তির 'সিদ্ধান্ত', প্যারসুয়েডারের মত ও চিন্তার সাথে মিলে যায়।

সেলসপার্সনদের মতে, পারসুয়েশনকে বলা হয় - দ্য আর্ট অফ ইনফ্লুয়েন্স।

শুধু তাই নয়, আর্ট অফ পারসুয়েশন দিয়ে একজন ব্যক্তির বিশ্বাস - চিন্তাধারা - মনোভাব - মোটিভেশন - উৎসাহ এবং বিহেভিয়ার পর্যন্ত ইনফ্লুয়েন্স করা সম্ভব।

পারসুয়েশন শুধুমাত্র সেলস, মার্কেটিং, কপিরাইটিং কিংবা কমিউনিকেশনেই ব্যবহার হয় না, বরঞ্চ পারসুয়েশন বিভিন্ন চেহারায় ও বিভিন্ন রূপে আরো অনেকগুলো স্ক্রিপ্টের সাথে একেবারে ওতপ্রোতভাবে জড়িত। আর সেজন্যই পারসুয়েশনের সবগুলো চেহারার সাথে এই বইয়ে পরিচয় করানো হয়তো সম্ভবপর হবে না। কখনো যদি আমার ওয়েবসাইটের দিকে ভিজিট করতে যান, তাহলে ঘুরে দেখে আসবেন; হয়তো সেখানে আমি কোথাও পারসুয়েশনের আরো অনেকগুলো চেহারার সাথে আপনাদের পরিচয় করিয়ে দিতে পারবো!

পারসুয়েশনের চেহারা মূলত চারটি, অর্থাৎ পারসুয়েশনকে ভিন্ন ভিন্ন স্ক্রিপ্টে চার ধরনের রূপে দেখা যেতে পারে;

(১) কোনো একটা উদ্দেশ্য মূল্যের জন্য যখন একদল লোককে একসাথে সেই উদ্দেশ্যে ব্রেইনওয়াশ করা হয় (নেগেচিভলি অ্যাট্রাক্ট করানো হয়) তখন সেটাও কিন্তু পারসুয়েশন; যেটাকে আমরা চিনি 'প্রোপ্যাগান্ডা/Propaganda' হিসেবে।

আবার, (২) 'কোয়ার্সন/Coercion' হচ্ছে পারসুয়েশনের আরেক চেহারা; যেখানে অ্যাগ্রেসিভ থ্রেট ব্যবহার করে এবং ভয়/লজ্জার উদ্দেক ঘটিয়ে একজন বা একাধিক ব্যক্তির চিন্তাধারা পরিবর্তন করানো হয়।

(৩) 'সিস্টেম্যাটিক পারসুয়েশন/Systematic Persuasion' হচ্ছে আরেক ধরনের পারসুয়েশন; যেখানে যুক্তি ও কারণ দখানোর (ব্যবহার করে) মাধ্যমে একজন বা একাধিক ব্যক্তির চিন্তাধারায় পরিবর্তন নিয়ে আসা।

এবং সবার শেষে পারসুয়েশনের আরেকটা চেহারা হচ্ছে, (৪) 'হিরিষ্টিক পারসুয়েশন/Huristic Persuasion'; যেখানে অভ্যাস ও অনুভূতিকে ব্যবহার করে একজন বা একাধিক ব্যক্তির চিন্তাধারায় পরিবর্তন নিয়ে আসা।

পারসুয়েশনের এই চারটা চেহারা থাকলেও, এই চারটা চেহারায় হাজারটা ট্যাকটিকস লুকিয়ে আছে। অর্থাৎ, পারসুয়েশনের এই চার ফর্মের ভেতরেও অনেকগুলো পারসুয়েশন থিওরি, ট্যাকটিকস, স্ট্র্যাটেজিস এবং ম্যাথডস রয়েছে; যেগুলো সত্যিকার অথেই আপনাকে 'আনবিটেবল সেলস চ্যাম্পিয়ন' হিসেবে গড়ে তুলতে পারে।

কিন্তু...

সবগুলো তো সেলস কাজে লাগবে না, তাই না?

তারপরেও আমি এই বইয়ে কয়েকটা পারসুয়েশন টেকনিকস নিয়ে কথা বলবো; যেগুলো কাজে লাগাতে পারলে আপনার সেলসের কনভার্শন রেট বাড়বেই!

পাঁচটি পাওয়ারফুল পারসুয়েশন টেকনিকস

আমরা প্রত্যেক মিনিটে, প্রত্যেক ঘন্টায়, প্রত্যেক দিন কোনো না কোনোভাবে পারসুয়েশনের শিকার হচ্ছি। পিপিসি প্রটেক্টের একটা রিসার্চ অনুসারে আমরা প্রত্যেকদিন কোনো না কোনো ফর্মে প্রায় ৬০০০ থেকে ৪০০০০ এর মতো অ্যাডভার্টাইজমেন্ট/বিজ্ঞাপন কনজুম করছি। আর এই অ্যাডসগুলোই আমাদের মণ্য বা সেবা কেনার ক্ষেত্রে ইনফ্লুয়েন্স করে থাকে।

খাবারের বিজ্ঞাপন থেকে শুরু করে সিনেমার পোষ্টার কিংবা ফেসবুকের একটা পোষ্ট থেকে শুরু করে একটা ইমেইল অ্যাড কম্পি আপনার চাহিদা, আপনার নিত্যদিনের বিহেভিয়ার, অভ্যাস, অনুভূতি এমনকি বিশ্বাস পর্যন্তও পরিবর্তন করে দিতে পারে। আর এই সবকিছুর পেছনেই থাকে পারসুয়েশন থিওরিস, টেকনিকস, ট্যাক্টিকস এবং ম্যাথডস!

সহজে বললে, পারসুয়েশন টেকনিকস হচ্ছে এমন কিছু সাইকোলজিক্যাল টুলস যেগুলো আপনার অভিয়েগের সিদ্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসতে সক্ষম।

এই টুলসগুলো ব্যবহার করে মার্কেটাররা তাদের মার্কেট গ্রো করতে সক্ষম হবে, সেলসপার্সনরা আরো বেশি কাস্টোমার কনভার্ট করতে পারবে, পলিটিশিয়ানরা তাদের অভিয়েগের সিদ্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসতে পারবে, ডাক্তাররা তাদের রোগীদের সুস্থতার খাতিরে ব্যবহার করতে পারবে, অ্যাডভার্টাইজাররা তাদের বিজ্ঞাপনকে আরো আকর্ষণীয় করতে পারবে, কম্পিউটাররা তাদের কমিকে আরো পাওয়ারফুল করতে পারবে, লেখকরা তাদের বইয়ের চাহিদা বৃদ্ধি করতে পারবে;

... আর এভাবেই প্রত্যেকটা ক্ষেত্রেই, প্রত্যেকটা সেক্টরেই পারসুয়েশন টেকনিকস আপনাকে এক ধাপ এগিয়ে রাখবে সবসময়ই!

শুধুমাত্র চাকরি, ব্যবসা কিংবা ফ্রিল্যান্ডারের ফ্রেঞ্চেই নয়; বরঞ্চ প্রতিদিনকার ছোটখাটো কাজেও আপনি এই একই পারসুয়েশন টেকনিকসগুলো অ্যাপ্লাই করে নিজেকে 'Best Neighbour of the Month' ঘোষণা করে দিতে পারেন।

কয়েকটা পারসুয়েশন টেকনিকস আমি বলে দিচ্ছি, যতটা সম্ভব বুঝিয়ে দিচ্ছি। কিন্তু সেগুলো বোঝার আগে আপনাকে একটু বুঝে নিতে হবে;

আসলে আপনি পারসুয়েশন করছেন কেন? আপনার টার্গেট কী? আপনার গোল কী?
পারসুয়েশনের মূল লক্ষ্যটা কী?

পারসুয়েশনের মূল লক্ষ্য হচ্ছে,
টার্গেটকে (যাকে পারসুয়েড করা হচ্ছে) কনভিন্য করা;
একটা নির্দিষ্ট যুক্তি তর্কের মাধ্যমে (পারসুয়েসিভ আর্গুমেন্ট) হতে হবে সেটা;
টার্গেট যেন নতুন বিশ্বাস (পারসুয়েডার'স আর্গুমেন্ট) মেনে নেয়।

এই তিনটা লক্ষ্য ফিলাপ করতে পারলেই আপনি একজন সাক্ষেসফুল পারসুয়েডার।

পারসুয়েশন টেকনিক একঃ

চলুন কথা বলা যাক, ফ্রেমিং ম্যাথেড (Framing Method) নিয়ে!

এই প্রশ্নটা হয়তো আপনি এর আগেও শনেছেন,

"Are you a glass half-full or a glass half-empty kind of person?"

যারা পজিটিভ থাকতে পছন্দ করে, যাদের উৎসাহ বেশি সবকিছুতেই, যারা সুখে-শান্তিতে আছে; তাদের যদি এই প্রশ্ন জিজ্ঞেস করেন, তাহলে উত্তর পাবেন, "Glass Half-Full Kind of Person!"

আর যাদের মাথায় সারাদিন উল্লেপাল্টা চিন্তা ঘূরছে, যারা চালাক কিন্তু বুদ্ধিমান নয়, যাদের সিচুয়েশন-পরিবেশ ততটা উন্নত নয়, যারা একটু বেশিই দৃঃসাহসী হয়ে থাকে; তাদের জিজ্ঞেস করলে উত্তর পাবেন, "Glass Half-Empty kind of person!"

দুটোই কিন্তু একই বিষয়, একই ধরনের ফিলিংস রাখে এবং দুটোই সঠিক উত্তর! কিন্তু, আমাদের সাবকনসাশ মাইন্ড প্রশ্নের পেছনের থাকা 'ফ্রেমিং'টা ধরতে পারে নি! কারণ, সমস্যাটা উত্তরে নয় - প্রশ্নে!

প্রশ্নটা ভালো করে পড়লেই বুঝে যাবেন, আসলেই প্রশ্নে কি বলা হয়েছে! যার সাবকনসাশ মাইন্ড যেমন, যার পার্সোনালিটি যেমন; সেটার উপর নির্ভর করে একটা 'ফ্রেমিং'গুলো আঘাতে করে!

পারসুয়েশনের অন্যতম একটা স্ট্র্যাটেজি হচ্ছে, এই ফ্রেমিং টেকনিক - যেটা প্র্যাকটিস হয়ে আসছে, সেই ধীক যুগ থেকে এখন অবধি! আমাদের নিয়দিনকার সাধারণ আঞ্চলিকসগুলো থেকে শুরু করে রাজনীতি, ব্যবসা, চাকরি, ফিল্যাণ্ডিং, ধর্ম এমনকি আমাদের ব্যক্তিগত জীবনেও এই সিম্পল ফ্রেমিং টেকনিক অ্যাপ্লাই করে অনেকেই তাদের 'সাবজেক্ট' (যাকে পারসুয়েড করা হয়) - এর জীবনের রাস্তা পরিবর্তন করে দিয়েছে, সিদ্ধান্ত বদলে দিয়েছে!

কেউ এই ফ্রেমিং টেকনিককে কাজে লাগাচ্ছে নেগেটিভলি; আবার কেউ কাজে লাগাচ্ছে পজিটিভলি! এই ফ্রেমিং টেকনিককে আপনি কীভাবে কাজে লাগাবেন সেটা আপনার সিদ্ধান্ত!

ধরুন, আপনাকে যদি আমি প্রশ্ন করি - আপনি চাইলে অপশন 'ক' বাছাই করতে পারেন বা অপশন 'খ' - দুটো থেকে যেকোনো একটা!

অপশন 'ক' - আপনার আয় ৯০% বাড়াতে চান?

অপশন 'খ' - আপনার বর্তমান ৪০% আয়টাই স্ট্যাবল রাখতে চান?

আপনি অপশন 'ক' বাছাই করবেন, যদি আপনি মজিটিভ চিন্তাবাব করে থাকেন। আর আপনি অপশন 'খ' বাছাই করবেন, যদি আপনি ভীতু হয়ে থাকে, যে পেয়ে থাকেন, রিঞ্চ নিতে না চান!

তাই না?

অথচ দুটো অপশন, একই বিষয়কে বোঝাচ্ছে! আর এখানেও, অপশনগুলো ফ্রেমিং করা হয়েছে!

ফ্রেমিং টেকনিক খুবই ক্ষমতাশালী পারসুয়েশন টেকনিক। এই টেকনিক অ্যাপ্লাই করে মোটিভেটরো মোটিভেশন দিয়ে থাকে, এই টেকনিক অ্যাপ্লাই করে যুদ্ধে যাওয়ার আগে সৈনিকদের মোটিভেট করা হয়।

ফ্রেমিং টেকনিককে আপনার বাস্তব জীবনেও ব্যবহার করার চেষ্টা করুন। আপনার আশেপাশের যেকোনো আঞ্চলিকে আপনি ফ্রেমিং টেকনিকের ব্যবহার দেখতে পারবেন।

ফ্রেমিং টেকনিকের একটা অংশ হচ্ছে, ফ্রেম তৈরি করা। যত সুন্দর ফ্রেম হবে, যত মজিটিভ ফ্রেম হবে - সেটাতে মজিটিভ মানুষ, হাসিখুশি মানুষের আনাগোনা বেশি থাকবে। ঠিক এর উল্লেখ্য নেগেটিভ ফ্রেমের দিকে।

ଆର ସେଜନ୍ୟ ଫ୍ରେମ ସମ୍ପର୍କେ ଜାନାଟାଓ ଜରୁରୀ। ଆର ଏକହିସାଥେ ଏକଟା ଫ୍ରେମଡ ସେନଟେଙ୍ଗ ତିରି କରାର ଜନ୍ୟ କୋନ ସରନେର ଇଲିମେନ୍ଟେର ପ୍ରୟୋଜନ; ସେଟାଓ ଜେନେ ନିତେ ହବେ।

ମାର୍କେଟ୍‌ଟାରରା-ସେଲସମାର୍ଶନରା ଏହି ଟେକନିକ ଅୟାପ୍ଳାଇ କରା ନା ଶିଖେଓ କୀଭାବେ ଅୟାପ୍ଳାଇ କରଛେ ଜାନେନ? କାରଣ, ତାଦେର ସିଚୁଯେଶନ ତାଦେର ଫ୍ରେମିଂ ଟେକନିକେର ବ୍ୟବହାର ହାତେଧରେ ଶିଖିଯେ ଦିଯେଛେ, କିନ୍ତୁ ନାମ ବଲେ ଯାଯ ନି!

ପାରସୁଯେଶନ ଟେକନିକ ଦୁଇ

ପାରସୁଯେଶନେର ଆରେକଟା ଭାଲୋ ଟେକନିକ ହଚ୍ଛ, ଅଡିଯେଗ୍ନେର ଉପର ଥିକେ ପ୍ରେଶାର କମିଯେ ଦେଯା - ଯାତେ କରେ ଅଡିଯେଗ୍ନେର ସିନ୍ଧାନ୍ତ ଆପନାର ଦିକେ ମୁଭ୍ୟ କରତେ ପାରେ।

ଧରନ, ଆପନାରା ପାଁଚଜନ ବମେ ଆଜ୍ଞା ଦିଚ୍ଛନ। ଭଟ୍ କରେ ଏକଦଲ ମୁଲିଶ ଏସେ (ସିଚୁଯେଶନ) ଆପନାଦେର ମଧ୍ୟେ ଏକଜନକେ ଦ୍ଵାରାତେ ବଲେ, ଆପନାକେ ନୟ! ଠିକ ଏହି ମୁହଁରେ ଆପନାର ଭେତରେ କଯେକ ସେକେନ୍ ଆଗେ ଜନ୍ୟ ନୟା ଭୟଟୁକୁ, କେଟେ ଯାବେ। ଆପନି କୋନୋ କାରଣ ଛାଡାଇ, ହାଫ ଛେଡ଼ ବାଁଚବେନ!

ଏଖନ ଏକଟାବାର ଚିତ୍ତ କରନ। ଯଦି ସେହି ମୁଲିଶରା ଆସଲେ ଆପନାର ଖୌଜ ନେଯାର ଜନ୍ୟେଇ ଆସେ, କିନ୍ତୁ ଏସେ ଆପନାର ସାଥେ କଥା ନା ବଲେ (ଆପନାକେ ଭୟ ନା ଦେଖିଯେ), ଆପନାର ବନ୍ଧୁର ସାଥେ କଥା ବଲେ (ଆପନି ହାଫ ଛେଡ଼ ବାଁଚଲେନ) ଏବଂ ତାରମର ସବାର ଶେଷେ ଆପନାକେ ଏସେ ଯଦି ଜିଜ୍ଞାସାବାଦ କରା ହୁଏ; ତାହଲେ ଆପନି କି ତାଦେର ସାଥେ, ସେହି ଅବସ୍ଥାଯ 'କୋ-ଅପାରେଟ୍' ନା କରେ ପାରବେନ?

পারসুয়েশন এভাবেই কাজ করে! এখানে পুলিশ আপনাকে প্রেশার দিতে চায় নি ; যাতে করে আপনি মালিয়ে না যান বা উল্টোমাল্টা কিছু ভেবে না বসেন বা করে না বসেন!

ঠিক একই কাজটা করে স্পিকাররা, মার্কেটাররা, মোটিভেটররা, কন্টেন্ট ক্রিয়েটররা, সেলসপার্সনরা, রাজনীতিবিদরা এবং প্রত্যেক সেক্টরেই আপনি এই টেকনিকের অ্যাপ্লাই দখতে পাবেন।

প্রত্যেক পেশাতেই দখবেন, 'আমি' বা 'আমার' বা 'আপনার/তোমার' বা 'আপনাদের/তোমাদের' - এই ধরনের শব্দগুলো ব্যবহার করতে দেখা যায় না। তালো লিডাররা, পজিটিভ লিডাররা এইগুলোর বদলে ব্যবহার করে, 'আমরা' বা 'আমাদের' বা 'একসাথে' বা 'দলগতভাবে' ইত্যাদি!

শুধুমাত্র এই 'আমার' থেকে 'আমাদের' করার কারণেই একদল মানুষকে পজিটিভ দিকে মুড় করা সম্ভব হয়। আর এই একই টেকনিক আপনি অ্যাপ্লাই করতে পারেন, আপনার কন্টেন্টে বা মার্কেটিংয়ে বা সেলসে!

পারসুয়েশন টেকনিক তিন

"আমি 'একটা কাজ' করবো, এতে আমার লাভ কী?"

এই 'একটা কাজ' - এর জায়গায় আপনি যাই-ই বসান না কেন; যেকোনো স্কিল কিংবা যেকোনো কাজই রাখুন না কেন; আমরা এর পেছনের লাভ বা 'পরে কি হবে' বা 'কেন করছি' সেটা না জেনে সামনে এগুতে চাই না!

এটা শুধু আমাদের মাঝেই কাজ করছে, তা কিন্তু নয়! বরঞ্চ একেবারে মানুষ জাতির শুরু থেকে
এখন অঙ্গ; আমরা লাভ ছাড়া এক পাও কোথাও রাখতে চাই না। এমনকি আমরা তো এখন
সামাজিক কাজগুলো করার জন্যও লাভ খুঁজি, পেছনে উদ্দেশ্য রেখে সামনে কাজ করে যাই!

এটা আমাদের ব্যাসিক ইঞ্চিষ্ট! এটাকে পেছনে ফেলে আসার কোনো সুযোগ নেই কিন্তু জেনে
রাখলে, নিয়ন্ত্রণে রাখা সম্ভব।

আর সেজন্যেই যেকোনো মণ্য বা সেবা বিক্রি করছেন যখন, তখন ক্রেতাকে তার লাভটা দেখান।
এই মণ্য বা সেবা কিনলে ক্রেতার কি প্রফিট হবে, ক্রেতা কী কী সুযোগসুবিধা ভোগ করতে পারবে -
সেটাকে সহজে ক্রেতাকে বোমান! ক্রেতা যখন তার লাভটুকু ঢাঁকের সামনে দেখতে পাবে, তখনি
আপনি তাকে সফলভাবে পারসুয়েড করে ফেলেছেন।

পারসুয়েশন টেকনিক চার

আমাদের ব্রেইনে বেশ কিছু এরর রয়েছে, যেগুলো আমাদের মাঝে প্যাটার্ন তৈরি করে। আর
আপনি যখন সেই এররগুলোকে আগে থেকেই জেনে রাখবেন, তখন আপনি আর সেই 'স্পিড
ব্রেকার'গুলতে ধাক্কা খাবেন না। এই বিষয়টাকে বলে, কগনিটিভ বায়াস বা আমি যেটাকে বলি,
দ্য স্পিড ব্রেকারস অফ ব্রেইন! আমাদের ব্রেইনে এমন স্পিড ব্রেকার রয়েছে প্রায় ৪০০ এর বেশি!

যাই হোক, কগনিটিভ বায়াস নিয়ে কথা শুরু করল এই বই আপনার হাতে এসে পৌছাতো না। তবে
কগনিটিভ বায়াস নিয়ে আরেকটা বই লিখাছি। যেটা আপনাকে শেখাবে কীভাবে আপনি এই
কগনিটিভ বায়াস ব্যবহার করে ক্রেতার ব্রেইনকে হ্যাক করে ক্রেতাকে ইনফ্লুয়েন্স করতে পারবেন!

তো মূল কথা হচ্ছে, এই কগনিটিভ বায়াসগুলোর সাথে ইমোশনও জড়িত! হোক সেটা ছোটখাটো (রাগ) কোনো ইমোশন কিংবা কমপ্লেক্স (বিশ্বাস) কোনো ইমোশন।

ইমোশন ছাড়া, ফিলিংস ছাড়া আমরা 'হিউমেইন' হতে পারবো না। এটা অসম্ভব। আর কমপ্লেক্স ইমোশন আমাদের নিত্যদিনকার অংশ। আমরা না চাইলেও সেটা হচ্ছে, তার কারণ ৯৫%ই সাবকনসাশ!

বাইবেলে সাতটি পাপের কথা বলা হয়েছে, যেগুলো সবধরণের পাপের মধ্যে সবচেয়ে জঘন্য। সেই সাতটি পাপ হচ্ছে,

- গর্ব (ইমোশন)
- লোভ (ইমোশন)
- কাম (ইমোশন)
- হিংসা (ইমোশন)
- অতিভোজন
- রাগ (ইমোশন)
- আলস্য

কতগুলো মেটাফিজিক্যাল 'পাপ', দেখলেন?

কিন্তু এই ইমোশনগুলোর নেগেটিভ ব্যবহারটাই হচ্ছে, পাপ; পজিটিভ ব্যবহারটা নয়!

এই ইমোশনগুলোর নেগেটিভ দিকটা সরাসরি আমাদের যেমন ঝর্তি করছে, তেমনি
পরোক্ষভাবেও আমরা এই ইমোশনগুলোর নেগেটিভ ব্যবহারে ঝর্তির সম্মুখীন হচ্ছি। যদি কেউ
বলে থাকে, সে কথনো এই সাতটি পাপ করে নি, তাহলে তাকে এই বইটা গিফট করুন!

বেশিরভাগ আন্ডারওয়্যার, বডি স্প্রে, সাবান ইত্যাদি অ্যাডসে ছেলে-মেয়ের আগ্রহ কীভাবে
জন্মায়?

সেক্সুয়াল অ্যাপিল থেকে আসে।

অভিনেতা বডি স্প্রে দিয়ে রাস্তায় হাটলে মেয়েরা তার পিছু নেয়, আর আমরাও সেই অভিনেতার
পিছু নিয়ে গিয়ে পরের দিনই সেই অ্যাডে দেখা বডি স্প্রে কিনে নিয়ে আসি। এই সেক্সুয়াল অ্যাপিল
হচ্ছে, 'কাম' অথবা 'লাস্ট' এর রূপক - Feelings!

খাবারের পেছনে আপনার প্রতিমাসে কত টাকা খরচ হয়? আপনার একার খরচ না হলেও, পুরো
বাসায় কত টাকা খরচ হয়? হিসেব করে দেখুন তো!

যে খাবারটা না খেলেও চলতো, সেটাও বসে বসে আমরা গিলছি। বর্তমানের ছেলে-মেয়েদের
পার্কে কম, সবুজের মধ্যে কম, আকাশের নিচে কম; নতুন নতুন রেস্টুরেন্টে আর খাবারের
স্টেলগুলোতে বেশি দেখা যায়।

বিশ্বাস হচ্ছে না? ২০০০ সাল থেকে ২০১৯ সাল পর্যন্ত দেশের রেস্টুরেন্টের সংখ্যা বেড়েছে না
কমেছে? হিসেব করে দেখুন!

আর এই ইন্ডিরেক্ট মার্কেটিং অ্যাপ্লিকেশনের নাম হচ্ছে, 'অভিভোজন' বা 'ফ্লটোনি!' (ফ্রেমিং
টেকনিকের অ্যাপ্লাই দেখলেন?!)

লোভ নিয়ে কিছু বলার প্রয়োজন মনে করি না। তারপরেও একটা ছোট উদাহরণ দিচ্ছি।

'একটা কিনলে আবেকটা ফ্রি' নামক অ্যাড দেখেছেন? আর মানুষকে সেই অ্যাডের পেছনে দৌড়াতে দেখেছেন? এখানে মানুষের সবচেয়ে নিকটতম একটা পাপকে কাজে লাগানো হয়েছে, 'লোভ' বা 'গ্রিড' - Feelings!

সিনেমার সংখ্যা দিনে দিনে বাঢ়ছে না কমছে?

'জীবন ছোট, এনজয় করুন' টাইপের কথা বার্তা শুনেছেন?

অনলাইন গেইমিং নিয়ে মানুষকে লাফাতে দেখেছেন?

ঘরে বসে ফুডপান্ডায় খাবার অর্ডার করতে দেখেছেন?

এগুলো কিসের উদাহরণ? এখনো মাথায় আসে নি?

এইসবকিছু সম্ভব হচ্ছে শুধুমাত্র একটা কারণে! আর সেটা হচ্ছে, আলস্য বা 'স্লথ'!

এখন তো এক জায়গায় বসেই সবকিছু ক্রয় করা সম্ভব, সবধরনের কাজ করা সম্ভব। মুভিং চেয়ার আর মুভিং বেড দেখেছেন তো?

'হিংসা করো না' প্রথমবার আপনাকে এই কথাটা কে বলেছে? আপনার বাবা-মা, তাই না?

'হিংসা করো', এটা আপনাকে শিখিয়েছে? আপনার বাবা-মাই! বিশ্বাস হয় না?

একটু মনে করুন তো, ছোটবেলায় ক্লাসে পরীক্ষার খাতায় একটা নাম্বার বেশি যে পেয়েছে, তাকে হিংসা করতে কে শিখিয়েছে? কে আপনার কানের সামনে এসে বলেছে, "ক্লাসমেটদের হিংসে করা যায়!" বা "পড়ালেখায় হিংসে মানায়!"

শুধু তাই নয়, গাড়ির অ্যাডগুলো দেখছেন? ওসব দখলে আপনার মনে হিংসে জন্মায় না? যার আছে তার জন্য এই 'হিংসে' বা 'এনভি' (Feelings) করার মানে হয়?

কিন্তু তারপরেও আমাদের পাপ, আমরাই জানি!

কার বাসার দেয়ালে তার স্কুলের কিংবা তার কাজের কিংবা তার কোনো একটা অর্জনের সার্টিফিকেট খোলানো নেই? সবারই আছে, কিছু না কিছু অর্জন? যার সেটা নেই, তার জন্য সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে আছেই। নিজেকে শো-অফ করার জন্য আর নিজেকে নিয়ে গর্ববোধ করার জন্য, এগুলো তো যথেষ্ট! এসব কি 'গর্ব' বা 'প্রাইড' (Feelings) নামক পাপের লক্ষণ নয়?

আর উপরের ছয়টা পাপের শেষ ফল তো 'রাগ' বা 'র্যাথ' - Feelings; তাই না?

So, Use emotion in every aspect, but positively!

পারসুয়েশন টেকনিক পাঁচঃ

Show Quality. Show it BOLDLY!

ফেসবুকের মিশন কি, বলতে পারবেন? কখনো খেয়াল করে দেখছেন? কখনো কোথাও শুনেছেন বা পড়েছেন?

"... to give people the power to build community and bring the world closer together."

কীভাবে?

শুধুমাত্র মেসেজ করার সুযোগ দিয়ে?

শুধুমাত্র টাইমলাইনে কন্টেন্ট আপলোডের সুযোগ দিয়ে?

শুধুমাত্র আপনার বন্ধুদের সাথে সারাদিন আড়ত দেয়ার সুযোগ দিয়ে?

শুধুমাত্র নতুন বন্ধু তৈরি করার সুযোগ দিয়ে?

শুধুমাত্র অনেকগুলো সার্ভিসকে একসাথে একজায়গায় নিয়ে আসার মাধ্যমে?

আমার মনে হয় না!

স্টার ট্রেক সিরিজের 'ভলকান' জাতির কথা মনে আছে?

ভলকান প্লানেটের বাসিন্দারা, সম্পূর্ণভাবে তাদের প্রযুক্তি ব্যবহার করে এবং জিন মোড়ফিকেশনের মাধ্যমে, তাদের সাবকনসাশ মাইন্ডকে ৯৫% এর বেশি কন্ট্রোল করতে পারতো। সাবকনসাশ মাইন্ড কন্ট্রোলে থাকার কারণে, তারা মূলত ব্রেইনের লজিক্যাল সাইড থেকে যেকোনো সিদ্ধান্ত বা চয়েস নিতে পারতো।

যদিও, এটা শুধুমাত্র মূভি আর টিভি সিরিজেই সম্ভব এবং একইসাথে আমরা ও ভলকান জাতি নই, আমরা মানুষ, মানব জাতি!

জেফ জনসন তার 'ডিজাইনিং উইথ দ্য মাইন্ড ইন মাইন্ড' বইয়ে স্পষ্টভাবেই বলে দিয়েছেন,
"Human decision-making is strongly biased by unconscious mental processes."

যেহেতু আমরা আমাদের ব্রেইনে কিংবা সাবকনসাশ মাইন্ড ভলকান জাতির মতো কন্ট্রোল করতে
পারি না, সেহেতু আমাদের লজিক্যাল আর ইলিজিক্যাল - দু ধরণের চয়েসই নিতে হয় এবং
সারাজীবন সেটাই আমরা করে আসছি!

আমরা কখনোই আমাদের জীবনে কোনো সিদ্ধান্ত সাবকনসাশ মাইন্ডের সংস্পর্শ ছাড়া নিই নি!
এমনকি লজিক্যাল ডিসিশন নেয়ার ফ্রেন্ড্রেও আমাদের সাবকনসাশ মাইন্ড কিছুটা হলেও
'ইমোশন' যুক্ত করে দেয়ার চেষ্টা করে!

কিন্তু তার মানে এই নয় যে, আমরা কখনোই লজিক্যাল ডিসিশন নিতে পারি না! আমরা
ডেবে-চিঙ্গে আমাদের প্রত্যেকটা সিদ্ধান্তেই লজিক নিয়ে আসতে পারি! কিন্তু সেটা আমাদের
সাইকোলজিক্যাল ডিসিশন নেয়ার ফ্রেন্ড্রে মন্দ বৈ ভালো হবে না!

যে রাতে মার্ক ফেসবুকের কোডিং করছিল, সেই রাতে মার্ক হয়তো শুধুমাত্র একটা ওয়েবসাইট
তৈরি করার জন্য বা কিছু মানুষকে এক জায়গায় জড়ে করার জন্য বা মানুষের ডেটা চুরি করার
জন্য কোডিং করছিলো না!

অন্তত, আমি সেটা বিশ্বাস করি না!

আমার মনে হয়, মৃথিবীর প্রত্যেকটা ক্রিয়েটর তার ক্রিয়েশন ছাড়া বাকি সবকিছুর কাছে মিথ্যে
বলতে পারে। কিন্তু, তার ক্রিয়েশন তার সবচেয়ে কাছের! আর সেজন্যেই, বিধাতা বা ক্রিয়েটরের

কথা মিথ্যে কি-না, সেটা নিয়ে আমরা মাথা ঘামাই না! কাবণ, আমরা জানি, ক্রিয়েটর তার
ক্রিয়েশনের কাছে মিথ্যে বলে না! কখনোই না!

একটা ছোট ঘটনা বলি!
বেশি লম্বা না! ছোট ঘটনা!

র্যান্ডি স্টিফেন ক্র্যাফট, ১৯৭০ সাল থেকে ১৯৮০ সাল পর্যন্ত মিশিগান থেকে ক্যালিফোর্নিয়া
অবধি প্রায় ৬০ জন মানুষকে খুন করে!

আজ্ঞে হাঁ! র্যান্ডি স্টিফেন একজন সিরিয়াল কিলার! ১৯৮৩ সালে তাকে আরেক্ষ করা হয় তার
নিজের গাড়িতে ঘূমন্ত অবস্থায় এবং তার পাশের সিটেই ছিল, তার ৬০ নাম্বার খুনের লাশ!

একটা মজার তথ্য হচ্ছে, স্টিফেন যতগুলো খুন করেছিলো, সবগুলো সে তার ডায়েরিতে নোট
করে রেখেছিল! স্টিফেনকে যখন এফবিআই প্রশ্ন করে, "কেন তুমি খুন করেছো এদের?"

তখন স্টিফেনের উত্তর ছিল, "আমি এদের খুন করছি না-তো! এদের আমি পুনর্জন্ম দিচ্ছি! এদের
আমি আফটার লাইফের জন্য তৈরি করছি! আফটার লাইফে, এদের ক্রিয়েটর আমিহই!"

কিছু বুঝালেন?

স্টিফেন, তার ক্রিয়েশনের জন্যে খুন করেছে! ক্রিয়েটর হওয়ার জন্যে খুন করেছে! আর আপনি,
একটা কন্টেন্ট তৈরি করতে গেলে হাঁপিয়ে পড়েন!

বাহ! বাহ! বাহ!

ঘাই হোক!

ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট আপনাকে ফেসবুকের সার্ভিস নিয়ে বোঝাবে না, ফেসবুকের প্রোডাক্ট নিয়ে কোনো ধারণা দেবে না! কিন্তু, তারপরেও ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট আপনাকে পজিটিভ ওয়েভে ফেসবুক সম্পর্কে ফার্স্ট ইম্প্রেশন তৈরি করবে!

মার্ক সেদিন রাতে কোডিং করার সময় শুধুমাত্র কী কী সার্ভিস দেবে বা কীভাবে আয় করবে সেটা ভেবে তার ফেসবুক তৈরি করে নি! মার্ক চেয়েছিল তার ক্রিয়েশন যেন মানুষ মনে রাখে, ব্যবহার করে। মার্ক চেয়েছিল, তার ক্রিয়েশন যেন মানুষকে ইমোশনালি অ্যাট্রাচড করতে পারে!

ফেসবুক তৈরির পেছনে অ্যালবার্ট ব্যান্ডুরা'র সোশ্যাল লার্নিং থিওরী অনেকটা কাজ করে। মার্ক মূলত এমন একটা প্রোডাক্ট তৈরি করতে চেয়েছিল, যেখানে শুধুমাত্র বন্ধু বানানোর জন্যেই নয়, বরঞ্চ একটা মানুষ আরেকটা মানুষকে ইমোশনালি এডুকেট করতে পারবে!

আর এই ইমোশনটাই ফেসবুকের স্টেটমেন্টের মাধ্যমে প্রকাশ পায়!

মার্কের ফেসবুকের প্রত্যেকটা সার্ভিসই ইমোশনালি সুপারচার্জড! শুধুমাত্র ফেসবুকই নয়, যতগুলো হাই ক্লাস মোবাইল অ্যাপ আপনি আজকে আপনার ফোনে রেখেছেন, প্রত্যেকটা অ্যাপের কোম্পানি শুধুমাত্র অ্যাপ তৈরি করে নি! তারা প্রত্যেকেই তাদের অ্যাপে ইমোশন যুক্ত করেছে। আর এই ইমোশনকে প্রমোশন করার কারণেই, আজকে তাদের অ্যাপ আমাদের মোবাইলে, মোবাইলে!

আপনি আলু বিক্রি করছেন নাকি ছাতা বিক্রি করছেন নাকি কোর্স বিক্রি করছেন নাকি সার্ভিস বিক্রি করছেন নাকি কাপড় বিক্রি করছেন নাকি কোনো গল্লি বিক্রি করছেন - সেটা কখনোই ম্যাটার করে না!

নেভার! অস্তত, আমার তো মনে হয় না!

আপনার মন্য আপনার ক্রেতার সাথে কতটা ইমোশনালি অ্যাটোচ হতে পারে, সেটা ম্যাটার করে!
আপনার মন্য বা সেবা আপনার ক্রেতাকে কতটা মোচিভেট করতে পারে, সেটা ম্যাটার করে!

আপনার মন্য বা সেবা যদি আপনার ক্রেতাকে ইমোশনালি অ্যাকটিভ করতে না পারে, আপনার
ক্রেতার সাবকনসাশ মাইন্ডকে নাড়া দিতে না পারে - ট্রাষ্ট মি, সেই মন্য ফ্রিতেও কেউ নেবে না!

এতবড়, এতশত কথা বলার পেছনে কারণটা ছোট কিন্তু অনেক অনেক অনেকগুলো ব্যবসাই এই
ছোট বিষয়টাকে কখনো পাত্তা না দেয়ার কারণে টিকে থাকে না!

অনেকেই বলবেন বা ভাববেন, উঁহু! মন্য ম্যাটার করে!

আর আমি বলবো বা বলছি, "উঁহু! মন্যের কোয়ালিটি ক্রেতাকে ডিসিশন নিতে শেখায়!"

তো?

আপনি কোন দলে?

কোয়ালিটি নাকি কোয়ান্টিটি?

কিন্তু একটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ ম্যাটার্ন আপনি লক্ষ্য করেছেন কি-না, আমি জানি না!

পারসুয়েশন টেকনিকসগুলো কাজ করবে তখনি, যখন আপনি সফলভাবে কাউকে পারসুয়েড করতে সক্ষম হবেন। আর সফলভাবে পারসুয়েড করতে হলে, আপনাকে ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে কমিউনিকেট করতে হবে ক্রেতার সাথে। আর কমিউনিকেশন সম্বন্ধে নয়, 'শব্দ' ছাড়া!

আজ্ঞে হ্যাঁ, 'শব্দ/Word' is the key!

আপনি যত বেশি মজিটিভ ওয়ার্ডস জানবেন, যত বেশি আপনি শব্দ জানবেন - তত দক্ষতার সাথে আপনি কাউকে ইনফ্লুয়েণ্ট করতে সক্ষম হবেন। আর এই ধরণের ওয়ার্ডসগুলোকে বলা হয়, পাওয়ার ওয়ার্ডস!

এই বইয়ের সাথে আমি পাওয়ার ওয়ার্ডসের একটা লিস্ট যুক্ত করে দিচ্ছি! এই পাওয়ার ওয়ার্ডসগুলো আপনি আপনার কমিউনিকেশন ব্যবহার করবেন, অ্যাডভাটাইজমেন্টে ব্যবহার করবেন, নেগোসিয়েশনে ব্যবহার করবেন; আপনার শব্দের ভ্যালু এবং একইসাথে আপনার ভ্যালু - দুটোই বেড়ে যাবে।

৪০০+ সেলস মাওয়ার ওয়ার্ডস লিস্ট

আবারো মনে করিয়ে দিচ্ছি, মাওয়ার ওয়ার্ডস হচ্ছে এমন কিছু প্রারম্ভিক শব্দ, যেগুলো
আপনার অভিয়েগের ইমোশনাল/সাইকোলজিকাল রেসপন্সে এফেক্ট করবে!

এই নিন ১০০টির বেশি সেলস মাওয়ার ওয়ার্ডসঃ

অভিয়েগের 'Happiness' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Heartwarming
- Inspiring
- Profound
- Zen
- Alive
- Light
- Healthy

অভিয়েগের 'Indulgence' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Guilt
- Guilt-free
- Indulgent
- Obsessed
- Ravenous
- Lazy

অভিয়েগের 'Prestige' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Expensive
- Glamorous
- Luxurious

অভিয়ন্ত্রের 'Humor' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Funniest
- Hilarious
- Laugh
- Ridiculous

অভিয়ন্ত্রের 'Memorability' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Captivate
- Genius
- Memorable
- Undeniable
- Unforgettable
- Unpopular
- Impressive
- Embarrassing

অভিয়ন্ত্রের 'Lust' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Begging
- Crave
- Decadent
- Delirious
- Fantasy
- Forbidden
- Irresistible
- Naked
- Provocative
- Remarkable
- Seductive
- Sexy
- Sensational
- Sinful
- Tantalizing

- Satisfy

অভিয়েন্টের ‘Simplicity’ ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Basic
- Cheat-Sheet
- Easy
- Effortless
- Ingredients
- Minimalist
- On-Demand
- Painless
- Rules
- Simple
- Step-by-Step
- Stupid-simple
- Tricks
- Tweaks

অভিয়েন্টের ‘Excitement’ ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Bold
- Blast
- Fascinating
- Intriguing
- Essential
- Devastating
- Tempting
- Meticulous
- Exposed
- Deadly
- Transform

অভিয়ন্ত্রের ‘Sadness’ ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Alarming
- Agonizing
- Crushing
- Dead
- Deceptive
- Corrupt
- Excruciating
- Heartbreaking
- Disgusting
- Painstaking
- Sadly
- Shaming
- Suffer
- Hate
- Avoid
- Insane
- Demoralizing
- Lunatic
- Problem

অভিয়ন্ত্রের ‘Authority’ ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Absolute
- All-Inclusive
- Authentic
- Authoritative
- Authority
- Backed
- Elite
- Bona fide
- Emerging
- Complete

- First
- Comprehensive
- Fail-Proof
- Conclusive
- Insider
- Definitive
- Document
- New
- Expert
- Popular
- Final
- Priceless
- Formula
- Rare
- Epic
- Genuine
- Release
- Guaranteed
- Reveal
- Honest
- Secret
- Lifetime
- Heavenly
- Legitimate
- Sneak-Peek
- Jaw-dropping
- Official
- Powerful
- Stealthy
- Legendary
- Proven
- Psychological
- Truth
- Reliable

- Report
- Research
- Uncovered
- Results
- Undercover
- Solution
- Strategy
- Unique
- Unstoppable
- Unleashed
- Studies
- Unseen
- Untapped
- Validate
- Masterclass

এগুলো ব্যবহার করা শিখুন, আপনার হেডলাইন থেকে শুরু করে সিভি পর্যন্ত কিংবা ফেসবুকের পোষ্ট থেকে শুরু করে ক্লায়েন্ট কমিউনিকেশন পর্যন্ত সবকিছুতেই আপনি আরো এক ধাপ এগিয়ে যাবেন!

সেলস নিয়ে আরো কিছু ঝুঞ্চি

সেলস নিয়ে লেখা শুরু করলে, একটা বইয়ে সেটা কমপ্লিট করা বেশ কষ্টকর। সেজন্যেই সেলস রিলেটেড বেশ কিছু বই আপনাদের জন্য লিখিতেই হবে! প্রয়োজন শুধু একটু সময়ের!

সেলস নিয়ে আমার প্রিয় দশটি ব্লগ

সেলসের খুঁটিনাটি অনেককিছুই আমি ফ্রিতে শিখেছি এইসব ব্লগ মড়! আশা করছি এগুলো আপনার সেলসের পথটাকেও আরো মসৃণ করবে!

(01) Gong.io

Web Address: www.gong.io

Topics: Selling Skills, Sales Management, AI Intelligence

(02) Heinz Marketing

Web Address: <http://www.heinzmarketing.com/blog/>

Topics: B2B Sales, Leadership, Pipeline Development

(03) Hubspot Sales Blog

Web Address: <https://blog.hubspot.com/sales>

Topics: Sales Strategy, Entrepreneurship, Inbound Sales, Leadership

(04) The MakelTHappen Blog

Web Address: <https://jbarrows.com/blog/>

Topics: Prospecting, Leadership, Startups

(05) Salesfolk

Web Address: <https://salesfolk.com/blog>

Topics: Outreach Emails, Persuasive Writings, Sales Prospecting

(06) Panda Doc

Web Address: <https://www.pandadoc.com/blog/>

Topics: Sales Tips, Marketing, Proposals, Productivity

(07) Marc Wayshak's Sales Blog

Web Address: <http://www.marcwayshak.com/category/blog/>

Topics: Productivity, Cold Calling, Sales Presentations

(08) Sales Benchmark Index

Web Address: <https://salesbenchmarkindex.com/>

Topics: Growth Strategy, Revenue Market, B2B Sales Approach

(09) Inside Sales Experts Blog

Web Address: <https://blog.bridgegroupinc.com/>

Topics: Sales Training, Coaching

(10) SaaStr Blog

Web Address: <https://www.saastr.com/latest-posts/>

Topics: Sales Performance, Scaling teams and startups, Leadership

এখানেই কিন্তু শেষ নয়। এগুলো থেকে আমি অনেক সেলস নলেজ পেয়েছি। এগুলো দিয়ে
আপনার শুরুটা হোক!

সেলস নিয়ে আমার প্রিয় দশটি ইউটিউব চ্যানেল

কিন্তু, শুধুমাত্র সেলস রিলেটেড ব্লগ পড়লেই তো হবে না, তাই না?

আমার সবচেয়ে ফেভারিট সেলস রিলেটেড দশটা চ্যানেলের লিংক দিয়ে দিচ্ছি। এগুলো দিয়ে
শুরু করতে পারেন!

(01) SalesHacker

(02) Art Sobczak

(03) Jeffrey Gitomer's Sales Training Channel

- (04) LinkedIn Sales Solutions
- (05) Jill Konrath
- (06) Brain Tracy
- (07) Wolf of Wall Street
- (08) Vanessa Ven Edward
- (09) Hubspot Academy
- (10) Mike Wienberg

এখানেই কিন্তু শেষ নয়। এগুলো থেকে আমি অনেক সেলস নলেজ পেয়েছি। এগুলো দিয়ে আপনার শুরুটা হোক!

সেলস নিয়ে আমার প্রিয় দশটি সিনেমা ও সিরিজ

শুধুমাত্র ব্লগ পড়ে আর ইউটিউব চ্যানেল দেখে আপনি সেলস শিখতে পারবেন না, কিন্তু শুরুটা করতে পারবেন। আর সেলসের সিনেমাগুলো আপনাকে মোটিভেট করবে, সেলস ক্যারিয়ারের দিকে।

যদি কখনো দেখার মতো সিনেমা খুঁজে না পান, তাহলে সেলস রিলেটেড এই দশটি সিনেমা-সিরিজ দেখে ফেলুন; আপনার ইচ্ছে করবে সেলসপার্সনের ক্যারিয়ার লিড করতে!

- (01) Boiler Room (Movie)
- (02) Wolf of Wall Street (Movie)
- (03) Mad Men (TV Show)
- (04) Shark Tank (TV Show)
- (05) Billions (TV Show)
- (06) The Office (TV Show)
- (07) Jerry Maguire (Movie)
- (08) Moneyball (Movie)
- (09) The Pursuit of Happiness (Movie)
- (10) Glengarry Glen Ross (Movie)

দেখতে থাকুন, যত দেখবেন তত সেলসের কাছে যেতে থাকবেন আর ততই আপনার আরো
পরিষ্কার হতে শুরু করবে, সেলস আসলে কতটা শক্তিশালী আর প্রয়োজনীয়!

পৃথিবীর সেরা দশ জন সেলসপার্সন (আমার লিস্ট)

আমাদের এই সময়ের প্রত্যেক সফল ব্যক্তিই, সেলসে অভিজ্ঞ এবং দক্ষ। সেলস না জানলে তাদের কাউকেই আমরা চিনতাম না।

কিন্তু, আমার এই লিস্টে আমি শুধুমাত্র হার্ডকোর সেলসপার্সনদের যুক্ত করেছি; যাদের কন্টেন্ট দেখলে, পড়লে আপনার সেলসের অভিজ্ঞতা বেড়ে হাজার বছরে পৌঁছবে!

- (01) Sam Taggart
- (02) Jordan Belfort
- (03) Joe Girard
- (04) Zig Ziglar
- (05) Steve Jobs
- (06) Mary Kay Ash
- (07) Dale Carnegie
- (08) Ron Popeil
- (09) Larry Ellison
- (10) David Ogilvy

এদের বই পড়ুন! এদের ট্রেইনিং দেখুন, ভিডিও দেখুন! সেলসে, যত বেশি শেখা যায় - তত বেশি আপনার পারসুয়েশনের চাপ্টাও বেড়ে যায়!

Who are you?

সেলসম্পার্সনদের জন্য আমার ভালোবাসা কখনো বাড়বে বৈ কমবে না!

আমার কাছে মনে হয়, দুনিয়ার সবচেয়ে কঠিন কাজগুলোর একটা - সেলস!

আপনি রকেট সায়েন্টিষ্ট হোন না কেন, আপনি এই স্কিলটা শিখে কাজে লাগাতে পারবেন।

আপনি ফিজিসিষ্ট হোন না কেন, এই স্কিলটা শিখে কাজে লাগাতে পারবেন!

আপনি যাই-ই করুন না কেন, সেলস আপনার কাজে আসবেই!

আসবেই!

সেলসম্যানদের শেখার শেষ নেই! তাদের বহিয়ের শুরু আছে, শেষটা এখনো কেউ শেখাতে পারে নি! খুঁজেও পায় নি, পাবেও না!

আমি নিজেও বিজনেসম্যান হওয়ার আগে, একজন সেলসম্যান! 'সেলস' সেক্টরটাকে আমি রকেট সায়েন্স থেকে কম কোনোভাবেই বলবো না! কারণ, রকেট সায়েন্টিষ্টরা রকেট নিয়ে কাজ করে আর সেলসম্যানরা মানুষকে নিয়ে কাজ করে, ইমোশন নিয়ে কাজ করে! আর ইমোশনকে ধরাবাঁধা কিংবা দেখার কোনো সুযোগ নেই!

তাই আমার প্রথম বই, 'ডিজিটাল মার্কেটিংয়ে হাতেখাড়ি'; আমি সেলসম্যানদের উৎসর্গ করেছিলাম!

কখনো ভুলবেন না, ব্যবসা হচ্ছে সেলসে! ব্যবসা হচ্ছে মার্কেটিংয়ে! কোথায়, কিভাবে, কেন আর
কি দিয়ে করছেন - সেগুলো ভেবে ব্যবসা হয় না!

আপনি যদি চকলেটও বিক্রি করেন, আর সেটা বিক্রি করে যদি ভালো কিছু করতে পারেন অথবা
ভাল একটা পজিশনে যেতে পারেন; তাহলে আপনার আশেপাশের মানুষগুলো বলবে, "ওরে, সে
তো জোশ ব্যবসায়ি! চকলেট সেল করে কোটিপতি!"

আর, আপনি যদি চকলেট বিক্রি করেন, আর সেটা বিক্রি করে যদি ভাল কিছু করতে না পারেন
অথবা ব্যবসায় যদি লস খান; তাহলে আপনার আশেপাশের মানুষগুলো বলবে, "লস তো
খাবাই, গর্ডভ কোথাকার! আর কোনো প্রোডাক্ট ছিল না? আসছে চকলেট বিক্রি করতে!"

ব্যবসা, প্রোডাক্টে নয়! ব্যবসা হচ্ছে, মার্কেটিং এবং সেলসে!

কি নিয়ে করছেন, ডাজেন্ট ম্যাটার!

মার্কেটিং কেমন হয়েছে, ব্র্যান্ড হতে যাচ্ছেন কি না কিংবা সেইল কেমন হচ্ছে; দ্যাট ম্যাটারস!

বহুয়ের শেষ দিকে চলে প্রসেছি, একেবারে পাড়ে দাঢ়িয়ে আছি আমরা! এটা শেষ করার পরেই
আপনাকে নতুন সেলস রিলেটেড বই খুঁজে বের করে পড়তে হবে, নতুন নতুন চ্যানেল খুঁজে বের
করতে ভিডিও দেখতে হবে, দেখেশুনে ভালো ভালো সেলসের কোর্স করতে হবে। এভাবেই ধীরে
ধীরে বছরখানেকের ভেতরেই সেলস একেবারে পাকাপোক্ত হয়ে যাবেন!

হ্যাঁ, আরেকটা বিষয় মনে পড়েছে!

সেলসে, ক্রেতা আৱ বিক্ৰেতাৱ সম্পর্কেৰ দিকটা মাথায় রাখবেন। পাৰ্সোনালিটি বুঝে ক্রেতাকে হ্যান্ডেল কৰতে হয়! এটা খুবই সেন্সেচিভ এবং ইভলভিং ম্যাটাৱ!

মাঝে মাঝে এমন হয় না?!

একটা প্ৰোডাক্ট/সার্ভিস বিক্ৰি কৰতে যাচ্ছ কিন্তু কোনোভাবেই কাষ্টোমারকে বুঝিয়ে বিক্ৰি কৰানো যাচ্ছেই না! এই সমস্যায় কিন্তু বেশিৱভাগ বিজনেসম্যানদেৱ বা সেলসম্যানদেৱ পড়তেই হয়!

বাৱবাৱ শুনতেই হয়,

"এখন থাক! পৰে কিনবো!"

"টাকা নাই! পৰে কিনবো!"

"বেশি দাম!"

"অনেক কম দাম! জিনিসে সমস্যা আছে!"

ঠিক না?

এই সমস্যাটা কেন হয় জানেন?

'টাইমিং' এৱ কাৱণে!

আপনি হয়, আপনাৱ প্ৰোডাক্ট/সার্ভিস সম্পর্কে বলাৱ সময় — 'প্ৰোডাক্ট কেনাৱ কথাটা' সময়েৱ আগেই বলে ফেলেছেন নাহয় দেৱীতে বলেছেন! আপনাৱ ক্রেতাৱ সাথে সেলস কনভার্সেশনেৱ

'কখন - ঠিক কোন জায়গাটায়' আপনাকে প্রোডাক্ট/সার্ভিস কেনার জন্য অ্যাপ্রোচ করতে হবে —
সেটা জানা থাকা লাগবে!

দেখুন, আপনি কারো সাথে ফার্স্ট ডেইটে গিয়েই তো তাকে বলতে পারেন না, "Will you marry
me?"

তাই না?

সে আপনাকে ভালোভাবে চিনবে, জানবে - তারপরেই তো সে 'Yes/No' কিছু একটা বলবে!

সেলসে, ক্রেতা আর বিক্রেতার সম্পর্কটা অনেকটা এমনই!

ক্রেতাকে, জানার সুযোগ করে দিন!

ক্রেতা নিয়ে কথা বলতে গিয়ে একটা ছোট্ট গল্প মনে পড়ে গেলো!

একজন সিলেটির অভিবাসী (সিলেটি) লভনের প্রিমিয়ার ডাউনটাউন ডিপার্টমেন্ট ষ্টোরগুলোর
একটিতে সেলসম্যানের চাকরীর জন্য আবেদন করেছিলেন। আসলে এটি ছিল লভনের
সর্ববৃহত্তম ষ্টোরগুলোর একটি।

দোকানের মালিক ইন্টারভিউতে তাকে জিজ্ঞাসা করলেন, "আপনি কি আগে কখনও^১
সেলসম্যানের চাকরি করেছিলেন?" "হ্যাঁ স্যার, আমি বাংলাদেশে সেলসম্যানই ছিলাম", লোকটা
জবাব দিল।

দোকানের মালিক তাকে পছন্দ করলেন এবং বললেন, "আপনি আগামীকাল থেকে কাজ শুরু করতে পারেন এবং আমি এসে আপনাকে দেখে যাব।"

লোকটা মুরো দিন অনেক পরিষ্মম করলো এবং শেষমেশ সন্ধ্যা ছয়টায় দোকানের মালিক এসে তাকে জিজ্ঞাসা করলেন, "আপনি আজ কতগুলি মণ্ণ বিক্রি করেছেন?" "স্যার মাত্র একটি মণ্ণ", লোকটি উত্তর দিল।

"মাত্র একটা? না! না! আপনি এখানে দেখুন, আমার বেশিরভাগ স্টাফ আজকের দিনে ২০ বা ৩০টি মণ্ণ বিক্রয় করেছে।" দোকানের মালিক বিরক্তির সুরে বললেন!

দোকানের মালিক বাগতস্বরে জিজ্ঞেস করলেন, "আপনি যদি এই কাজটি ধরে রাখতে চান তবে আপনি কেবলমাত্র একটা মণ্ণ বিক্রি করে সেটা করতে পারবেন না! যাই হোক কত পাউন্ড বিক্রি করেছেন?"

"স্যার, ৪ লক্ষ পাউন্ড!" লোকটি বললো!

"কি? আপনি এতবড় প্রমাণেন্ট কিভাবে বিক্রি করলেন?" দোকানের মালিক অবাক হয়ে জিজ্ঞেস করলেন!

লোকটা বলতে শুরু করলো,

"এক ব্যক্তি এসেছিল এবং আমি তাকে একটি ছোট মাছ ধরার হুক বিক্রি করেছি, তারপরে একটি মাঝারি হুক এবং শেষ মর্যাদা একটি বড় হুক বিক্রি করেছি। তারপরে আমি তাকে জিজ্ঞাসা করলাম তিনি কোথায় মাছ ধরতে যাচ্ছেন এবং তিনি বললেন উপকূলের দিকে। সুতরাং, আমি তাকে বললাম যে, তার একটি নৌকার দরকার হবে। আর তাই আমি তাকে নৌকো বিভাগে নিয়ে গিয়েছিলাম এবং ডুয়েল ইঞ্জিনের একটা নৌকা বিক্রি করেছি।

তারপরে তিনি বলেছিলেন যে তার গাড়ি সম্ভবত এতকিছু টেনে ঘরে নিয়ে যেতে সক্ষম হবে না, তাই আমি তাকে আমাদের মোটরগাড়ি বিভাগে নিয়ে গিয়েছিলাম এবং তাকে নতুন ডিলাক্স ফোর বাই ফোর ব্লেজার বিক্রি করেছি।

আমি তখন তাকে জিজ্ঞাসা করলাম যে, তিনি মাছ ধরার সময় কোথায় থাকবেন! যেহেতু তিনি তখনো সিদ্ধান্ত নেন নি, আমি তাকে ক্যাম্পিং বিভাগে নিয়ে গিয়েছিলাম এবং সেখান থেকে নতুন ইগলু সিক্রি-স্লিপার ক্যাম্পার তাঁবুগুলির মধ্যে একটি বিক্রি করে দিয়েছি।

দোকানের মালিক আবারো অবাক হয়ে জিজ্ঞাসা করলেন, "যে মাছের হুকের জন্য এসেছিল তাকে এতকিছু বিক্রি করে দিয়েছেন?"

"না স্যার! তিনি মাথাব্যাথার ওষুধ নিতে এসেছিলেন এবং আমি তাকে বলেছিলাম যে, মাথাব্যাথার সেরা ওষুধ হচ্ছে মাছ ধরা!" লোকটা উত্তর দিলো!

কাস্টোমার কি চায় সেটা কাস্টোমার নিজেও জানে না। একজন মার্কেটার আর সেলসম্যান হিসেবে আপনাকে কাস্টোমারের চাহিদা জানতে হবে।

আরো অনেককিছুই কিন্তু এখনো বলা হয় নি! অন্য কোনো বইয়ে হয়তো সেলস ফানেল, সেলস ফানেল হ্যাকিং, কগনিটিভ বায়াস, প্যারসুয়েশন থিওরিস; এরকম বিষয়গুলো নিয়ে কথা বলার চেষ্টা করবো!

তারপর এখানেই শেষ নয়, সেলস জানা শুরু করলে সেলসের সাথে যে বিষয়গুলো আছে সেগুলোও আপনাকে বুঝে উঠতে হবে। যেমন কপিরাইটিং, কন্টেন্ট ক্রিয়েশন, মার্কেটিং, ডিজিটাল প্রোডাক্ট ক্রিয়েশন ইত্যাদি! ভুলে যাবেন না, একজন সেলসপার্সন = ওয়ান ম্যান আর্মি!

এখন আপনি জিজ্ঞেস করতে পারেন, সেলসের ভেতরের বিষয়গুলো নাহয় বুঝতে পারলাম কিন্তু
তাই বলে বাইরের সেক্টরের সম্পর্কেও আমার ভালো ধারনা থাকতে হবে?
আজ্ঞে হ্যাঁ!

কারণ, প্রতিথিং ইজ কানেক্টেড! প্রতিথিং!

একটা উদাহরণ দিই!

আমি আমার ফেসবুক পেইজে একটা পোষ্ট করেছিলাম, ৬০০/৭০০ শব্দের!

পোষ্টটা, রাত ৮টা থেকে ৯টাৰ ভেতরে করা হয়েছিলো। যেখানে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক রিচ
এসেছে, ৪৭০০০ এর মতো! পোষ্টটাতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক রিয়েক্ট এসেছে, ৫০০ এর কাছাকাছি!
পোষ্টটাতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক কমেন্ট এসেছে, ৬০/৭০টি!

আমার সেই পোষ্টে আমি ব্রিজ মেথড (কম্পিউটিং ফর্মুলা) অ্যাপ্লাই করেছিলাম! অর্থাৎ,
সাধারণভাবে আপনি সেই পোষ্টটা মড়লে আপনার কাছে মনে হবে — আপনি মোটিভেশন
নিচেন কিন্তু আসলে সেই পোষ্টের মূল টার্গেটে আপনাকে ব্রিজ ক্রস করিয়ে নিয়ে যাওয়া হচ্ছে!

অর্থাৎ, সেই পোষ্টের মূল অবজেক্টিভ ছিল — স্পেসিফিক একটা ডিজিটাল প্রোডাক্ট সেল করা!

পোষ্টাতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক মেসেজ প্রায়, ৭০টার মতো! সেই ৭০ জন থেকে, আমার
সেল এসেছে চবিশ ঘন্টায় — প্রায় ২৩০০০ টাকা বা ২৫০/২৬০ ডলারের মতো! সেলস কনভার্শন
রেট, ৬৫% এর কাছাকাছি!

এখন কথা হচ্ছে, কীভাবে?

এই যে চবিশ ঘন্টায় প্রায় ২৫০ ডলার জেনারেট করলাম — এটা করার জন্য আমার সম্পূর্ণ
শ্লানিং করে পোষ্ট করতে হয়েছে!

- সঠিক কপিরাইটিং ফর্মুলা ফলো করে, একটা পারফেক্টলি অপ্টিমাইজড কন্টেন্ট লিখতে
হয়েছে!
- সেই কন্টেন্টে খুবই সুস্ক্ষণভাবে কল টু অ্যাকশন আর প্রোডাক্টের মার্কেটিং যুক্ত করতে
হয়েছে!
- তারপর, সেই কন্টেন্টকে সঠিক টাইমে, সঠিক প্রসেসে প্রক্রিয়াজ করতে হয়েছে!

... আর হ্যাঁ, **আমার মার্কেটিং আর সেলস** — এই দুটোও কিন্তু শিখে আসতে হয়েছে আট/নয়
বছর খরচ করে!

আর তারপরেই আমি অর্গানিকভাবে কোনো টাকা খরচ না করেও, চবিশ ঘন্টায় কোনো কোনো
পরিবারের মাসিক বেতন জেনারেট করতে পারছি!

তো কি বুঝলেন?

সেলসের আশেপাশের সেক্টরগুলোর দিকে এখন মনোযোগ থাকবে কিছুটা হলেও?!

যাই হোক, আমি জানি না আপনি কী বিক্রি করছেন! আমি জানি না আপনার প্রোডাক্ট কী!
আমি জানি না আপনার সার্ভিস কী!

টিকেট? খাবার? কার্ড? ক্যালেন্ডার? আর্ট? ক্রাফটস? ভিডিও? কোর্স? মেন্টেরশিপ? সার্ভিস?
রাইটিং? সিগারেট? অ্যালকোহল? মাছ ধরার জিনিসপাতি? মাংস? কাপড়? গ্যাজেট? কলম?
বেসিমি? বই?

আই লিটারেলি ডোন্ট কেয়ার!

কারণ, প্রোডাক্ট যাই-ই থাকুক; সবকিছুই বিক্রি করা সম্ভব!

সো, যদি আপনার কাছে প্রোডাক্ট/সার্ভিস নিয়ে আইডিয়া থাকে, কিছুটা ইনভেষ্ট করার সামর্থ্য থাকে আর ভালো একটা সেলস প্ল্যান থাকে কিন্তু তারপরেও দুনিয়ার কোনো না কোনো গর্দভের কথায় কান দিয়ে সেই প্রোডাক্টটাকে মার্কেটে নিয়ে আসছেন না; তাহলে 'আপনার মতো বোকা ব্যক্তি' হয়তো খুবই অল্প সংখ্যক এই দুনিয়াতে!

দয়া করে অন্যের কথা শুনে নিজের আইডিয়াটাকে নষ্ট করবেন না! অন্যের কথা শুনে নিজের প্রোডাক্টটাকে বা সার্ভিসটাকে খারাপ বলে উড়িয়ে দেবেন না! প্লিজ, শুরু করুন!

যেটা আপনি পারেন, সেটাকে বিক্রি করুন! মানিটাইজ করুন!

Monetize your content. Monetize your product. Monetize your service. Sell your skill.

কিছুদিন পূর্বে, পার্সনাল কোচিংয়ের মডিউল দেখে একজন আমাকে মেসেজ করেন। তার মেসেজের সারমর্ম হচ্ছে, তিনি ৪২ বছর বয়সে এসে তারপরে নিজের চাকরি ছেড়ে এখন অনলাইনে কিছু করতে চাচ্ছেন! হোক সেটা ব্যবসা বা অন্যকিছু!

অনেকগুণ কথা বলার পর জানলাম, তিনি সেলস রিপ্রেজেন্টেটিভ হিসেবে দোকানের দ্বারে দ্বারে বছরের বছর ঘুরেছেন, মন্য বিক্রি করেছেন! কিন্তু করোনায় তার কোম্পানি অনলাইনে চলে যায়, যার ফলে তারা এখন ফেসবুকের জন্য সেলস রিপ্রেজেন্টেটিভ খুঁজছে! আর তাই, তার চাকরিটা ও ছেড়ে দিয়ে আসতে হয়!

২০২২ শেষ হওয়ার আগেই এই ধরনের ঘটনা শুনবো, সেটা ভাবি নি! কিন্তু, আশেপাশে হচ্ছে এটা! আসলেই দিনে দিনে প্রত্যেকটা ক্ষিল ডিজিটাইলাইজ হয়ে যাচ্ছে!

বিশ বছর আগে যারা লোগো ডিজাইন করতো, তারা ফিজিক্যালি ডিজাইনারের কাছে যেত; লোগো ডিজাইনের জন্য! কিন্তু এখন? এখন সেই খাতা-কলমের ডিজাইনারকে গ্রাফিক্যালি ডিজাইন জানতে হবে!

বিশ বছর আগে ওষুধ থেকে শুরু করে সবকিছুই ফিজিক্যালি গিয়ে কিনতে হতো! এখন কিছুই আপনাকে বাইরে গিয়ে কিনতে হয় না!

বিশ বছর আগে চাকরি আর ব্যবসা ছাড়া, ফ্রিল্যান্ডিংয়ে পা দেয়ার সাহস বা শক্তি খুব কম মানুষের ছিল! এখন প্রত্যেক কয়েকশ' মানুষে অন্তত দু-চারজন ফ্রিল্যান্ডার পাবেনহ!

আপনি এখন যে কাজ জানেন, সেটাকে যদি আপনি ডিজিটাইলজ করতে পারেন, তাহলেই তে আপনার অনলাইনে পা রাখার অবস্থা তৈরি হয়! নতুন কিছুই করতে হবে না, শুধুমাত্র পুরনো প্রসেসটাকে ডিজিটাইলজ করুন!

খাতায় নিজের নাম ডিজাইন করতে করতে শখানেক পেইজ নষ্ট করার অভ্যেস আছে?
এটাকে ক্যালিগ্রাফিতে নিয়ে যান! তারপর সেই ক্যালিগ্রাফি সেল করুন!

ফিলোসফি নিয়ে পড়ছেন বা পলিটিক্যাল সায়েন্স নিয়ে পড়ছেন আর ভাবছেন, "আয় হায়! কি
একটা সাবজেক্ট! কোনো চাকরিই তো নাই!"; যা পড়ছেন বা শিখছেন, সেগুলোকে নিজের মতো
করে লিখে ব্লগিং করুন বা ব্লগিং করুন!

বয়স ৪০-৫০-৬০? কিন্তু এখনো খুঁজে বেড়াচ্ছেন কি করবেন! আপনার বয়সের অভিজ্ঞতা থেকে
কন্টেন্ট তৈরি করুন! সেল ইউর এক্সপেরিয়েন্স!

আপনি যদি দশ বছর স্কুল লাইফের পড়াশোনা বা কলেজের দু বছরের পড়াশোনা বা ভাসিটির
তিন-চার বছরের পড়াশোনা বা মাস্টার্সের দু বছরের পড়াশোনার পরেও কোনো একটা বিষয়ে
ভালো ধারণা না রাখতে পারেন; তাহলে সেটা আপনার দোষ নয়!

আপনি যদি ২০ বছর বয়সের পর, নিজের ইচ্ছেতে কোনো কাজ না শেখেন বা কোনো এক্সট্রা
স্কিল ডেভেলপ না করেন; তাহলে সেটাও আপনার দোষ নয়!

আপনার দোষ হবে তখন, যখন আপনি ভাববেন, "একটা কোর্স করেই সব শিখে যাবো!" বা
"একটা বই পড়েই সব শিখে যাবো!"

যে একটা কোর্স করে বা একটা বই পড়ে সব শিখে যাওয়ার চিন্তা করে, তার হয়তো কোটি টাকা
আয় হতে পারে! কিন্তু সেটা, টিকে থাকবে না! সেই প্রসেস কন্টিনিউ হবে না! কারণ, Every
Customer or Every Sale is different.

পার্সোনাল কোচিং বা অনলাইনে লাইভ ক্লাস করাতে গিয়ে প্রায়ই আমার এই টাইপের প্রশ্ন শুনতে হয়, "ভাই, তাড়াতাড়ি শেষ করেন সিলেবাস! আর্ন করবো!"

একটাবার ভাবুন তো, "একজন সফল মার্কেটার বা সেলসম্যান বা ব্যবসায়ী কি আছে, যিনি মাত্র কয়েক মাসে বা একটা বই পঢ়ে বা একটা কোর্স করে ভালো অবস্থানে চলে গিয়েছেন?"

ট্রাষ্ট মি, কেউই কয়েক মাসে সব শিখে ফেলে না! আমিও দশ/এগার বছর দিয়েছি আর দিচ্ছি; আপনাকেও দিতে হবে! যদি টিকে থাকতে চান!

জানেন কি, একজন আমেরিকানের গড় আয়ু ৭৮ বছর!

মেটা'র প্রতিষ্ঠাতা মার্ক জাকারবার্গের বর্তমান বয়স ৩৭ বছর। একুশ শতাব্দীর সবচেয়ে অসাধারণ সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সার, গ্যারি ভিং'র বর্তমান বয়স ৪৫ বছর। গুগলের প্রতিষ্ঠাতা, সাগেহি ব্রেন এবং ল্যারি পেইজের বর্তমান বয়স ৪৮ বছর। আমাদের রিয়েল লাইফের আয়রন ম্যান, ইলন মাস্কের বর্তমান বয়স ৫০ বছর! অ্যামাজনের প্রতিষ্ঠাতা, জেফ বেজোসের বর্তমান বয়স ৫৭ বছর! মাইক্রোসফটের কো ফাউন্ডার, বিল গেটসের বর্তমান বয়স ৬৬ বছর! একুশ শতাব্দীর সবচেয়ে জ্ঞানী একজন ব্যবসায়ী ও ইনভেস্টের, ওয়ারেন বাফেটের বর্তমান বয়স ৯৪ বছর।

ভুট করে তাদের বয়স নিয়ে কথা বলছি কেন?!

আমি ভাবছিলাম, এরা প্রত্যেকেই একুশ শতাব্দীর সবচেয়ে ইনফ্লুয়েনশিয়াল ব্যক্তিগুলোর মধ্যে
অন্যতম জায়গা দখল করে আছেন। অর্থাৎ, একুশ শতাব্দীকে পরিবর্তন করার পেছনে এদের
হাত সবচেয়ে বেশি!

এরা শুধুমাত্র একুশ শতাব্দীকে পরিবর্তন করছে না, বরঞ্চ এদের দেখেই নতুন প্রত্যেকটা
ছেলে-মেয়ে তাদের ক্যারিয়ার এবং লাইফস্টাইল নিয়ে মাথা ঘামায়! শুধুমাত্র এদের জন্যেই!

আমি তাদের হেয় করছি না বা দোষ দিছি না! সেই প্যারাস্পেকটিভ থেকে চিন্তা করে তাদের দোষ
বের করার চেষ্টা করি নি!

আমি চিন্তা করছিলাম, এই যে ইনফ্লুয়েনশিয়াল ব্যক্তিরা তাদের নিজেদের পকেটের টাকা দিয়ে
পৃথিবীকে চেঙ্গ করার প্ল্যান করছেন, কিন্তু কেন করছেন সেটা?

কেন মার্ক, মেটা নাম দিয়ে সোশ্যাল টেকনোলজির ভবিষ্যৎ তৈরি করেছে?

কেন গ্যারি, তার সারাজীবন মানুষকে শুধু ইমোশনালি ইন্টার্পায়ার করে এসেছে?

কেন সাগেহি এবং ল্যারি, গুগলের মাধ্যমে পুরো পৃথিবীকে এক পৃষ্ঠায় নিয়ে এসেছে?

কেন মাস্ক সাহেব, ২০৫০ এর মধ্যে মঙ্গলে দশ লক্ষ হ্যাবিটেন্ট নিয়ে শহর গড়ার স্বপ্ন দেখেছে?

কেন বিল, তার নিজের গড়া সম্পত্তি দিয়ে ভারতের কয়েক কোটি মানুষের বাথরুম তৈরি করে
দিচ্ছে?

কেন বেজোস, পৃথিবীর সবচেয়ে বড় মার্কেটপ্লেস অ্যামাজন তৈরি করেছে?

কেন ৯০ বছরের পরেও ওয়ারেন বাফেট এখনো সেই আগের মতোই বিজনেস নিয়েই সারাদিন
কথাবার্তা বলে থাকে?

কেন কেন কেন?!

এর উত্তর নিয়েই আমি ভাবছিলাম!

পৃথিবীর প্রত্যেকটা ইনফুয়েনশিয়াল ব্যক্তি সবসময়েই একটা প্রশ্নের উত্তর খুঁজেছেন। আর সেই প্রশ্নটা হচ্ছে, Why I am here?

বাবেন নি?!

পৃথিবীতে প্রত্যেকটা ব্যক্তিরই একটা পারমাস থাকে, একটা উদ্দেশ্য থাকে। যে উদ্দেশ্যটা সে নিজের জন্য নয়, অন্যের জন্য করে থাকে। যে উদ্দেশ্য পূরণ করার জন্য সে ম্যাক্রো লেভেলে চিন্তাভাবনা আর প্ল্যানিং করে থাকে! এটাকে পারমেনিডিস ফিলোসফিতে ম্যাক্রো লেভেল থটে প্যাটার্ন হিসেবে উল্লেখ করা হয়েছে।

উপরে যাদের কথা বলেছি আমি, প্রত্যেকটা ব্যক্তিই তাদের নিজস্ব জায়গা থেকে, তাদের নিজস্ব সেক্টর থেকে, তাদের প্রত্যেকটা কাজের মাধ্যমে শুধুমাত্র একটা প্রশ্নেরই উত্তর দিয়ে আসছে!

আর সেই প্রশ্নটা হচ্ছে, কেন তাদের জন্য এই পৃথিবীতে হয়েছে?

তারা সেই প্রশ্নের উত্তর তাদের নাম, তাদের কাজ, তাদের চিন্তাভাবনা এবং তাদের কন্টেন্ট দিয়ে প্রতিনিয়ত আমাদের দিয়ে যাচ্ছে। তাই না?

তাদের প্রত্যেকের বয়সই এমন একটা জায়গায় দাঁড়িয়ে আছে, যেখানে তারা চাইলেই যেকোনো কিছু করতে পারে। কিন্তু, তারা তাদের সময়গুলোকে ব্যবহার করছে সেই প্রশ্নের উত্তর খোঁজার পেছনে।

এটাকে আমরা বাংলাদেশিরা সহজভাবে একটা লাইনে বলে থাকি, চাদ ছোয়ার স্বপ্ন না দেখলে চাদ ছোয়া যায় না!

ঠিক একইভাবে, ৪৮ বছর থেকে শুরু করে ৩০ বছর বয়স পর্যন্ত, প্লিজ ম্যাক্রো লেভেলে থিংক করুন! পৃথিবীর মোষ্ট ইনফ্লুয়েনশিয়াল ব্যক্তিদের থট প্যাটার্ন বোঝার চেষ্টা করুন!

আপনি যে কাজটা ভালো জানেন, সেটার সাথেই ফিলোসফি, সাইকোলজি, মেটাফিজিক্স, মার্কেটিং, কমিউনিকেশন, সেলস - এই স্কিলগুলোকে অ্যাটাচ করার ট্রোই করুন। উপরের প্রত্যেক ইনফ্লুয়েনশিয়াল ব্যক্তিই সাইকোলজি, ফিলোসফি থেকে শুরু করে মার্কেটিং আর সেলস পর্যন্ত অনেক কিছুই জানেন!

আপনি যদি প্রোগ্রামিং জানেন, সেটাকে ইউনিক লেভেল, ম্যাক্রো লেভেলে থিংক করুন! আপনি যদি গান গাইতে জানেন, সেটাকে ম্যাক্রো লেভেলে থিংক করুন! আপনি যদি ব্যবসা করতে জানেন, সেটাকে ম্যাক্রো লেভেলে থিংক করুন!

আপনি কোনো কারণ ছাড়া জন্মান নি! এটা আপনি শিউর না হলেও, আমি শিউর!

১৯৭৪-১৯৭৫ সাল পর্যন্ত বাংলাদেশের মোষ্ট ইস্পোর্টেন্ট থিংকারদের খুন করা হয়েছে। এই দেশে থিংকারদের প্রয়োজন অনেক! অনেক প্রয়োজন! অনেক!

ধীরে ধীরে এগুতে থাকুন! বয়স, কাউকে আটকে রাখে না! সময় আছে কী-না সেটার চিঞ্চা না করে, এই সময়টায় একটা প্রশ্নের উত্তর খুঁজুন - আপনার কন্টেন্টের মাধ্যমে, আপনার কাজের মাধ্যমে, আপনার মোমেন্টসগুলোর মাধ্যমে,

"Who are YOU?"

সমাপ্ত