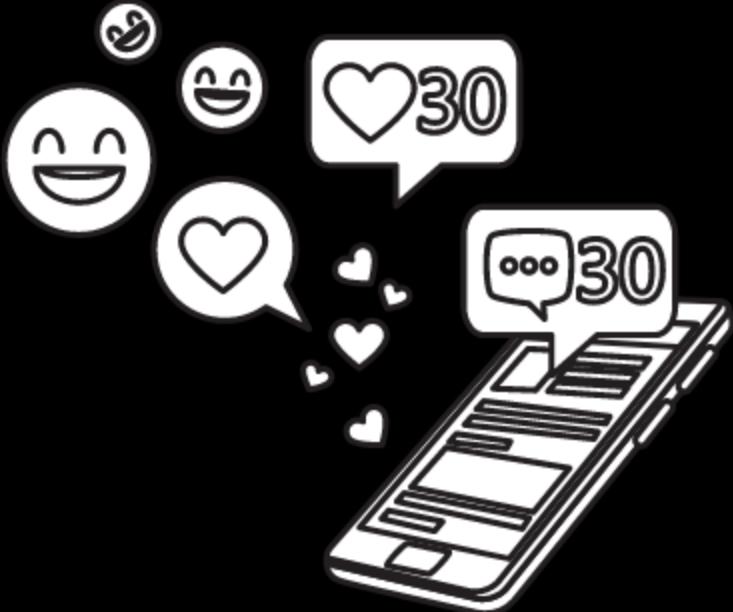


LEARNER'S JUNCTION PRESENTS



সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং

হান্ডবুক

সম্পূর্ণ বাংলায়, অ্যাডভান্সড সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং

৮০% ক্রেতার সিদ্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসার পেছনে সোশ্যাল মিডিয়ার ক্ষমতা সবচেয়ে বেশি! আর 'সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং হান্ডবুক' বইটি আপনাকে সেই ক্ষমতাটুকু সঠিকভাবে ও স্মার্টেজিক্যালি ব্যবহার করার পথে বাতলে দেবে!

মুনতামির মাহদী

লেখক পরিচিতি

মুনতাসির মাহদী (Muntasir Rahman Mahdi – منتصر رحمن مهدي) প্রফেশনালি একজন লেখক ও ব্যবসায়ী। এখন পর্যন্ত তার ৬টি বই অমর একুশে বইমেলায় প্রকাশিত হয়েছে!

তিনি প্রায় সাত বছর ধরে লেখালেখি ও অনলাইন বিজনেসের সাথে যুক্ত! হার্ডব্যাক ও ইবুকসহ এখন পর্যন্ত তিনি সর্বমোট ৯টি বই প্রকাশ করেছেন! গত পাঁচ বছরে তিনি ৩০০০০ এর বেশি শিক্ষার্থীকে অনলাইনে ও অফলাইনে ব্যবসা ও মানি মের্কিং স্কিল ডেভেলপমেন্টে নিয়ে ট্রেইন করেছেন!

মাহদী'র ভাষায়; তার লক্ষ্য, I'm helping people build a Philosophically Positive Money Mindset.

তার সাথে যোগাযোগ করতে পারেন,
ইমেইলঃ hello@muntasirmahdi.com
ওয়েবসাইটঃ muntasirmahdi.com

উৎসর্গ

আবু'কে!

লেখকের কথা

৮০% ক্রেতার সিন্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসার পেছনে সোশ্যাল মিডিয়ার ক্ষমতা সবচেয়ে বেশি! আর আমার এই “সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং হ্যান্ডবুক” আপনাকে সেই ক্ষমতাটুকু সঠিকভাবে ও স্ট্র্যাটেজিক্যালি ব্যবহার করার প্রসেস বাতলে দেবে!

E.Q.U.I.P. Framework থেকে S.T.A.R.S. Blueprint, কিংবা A.C.E.S. Theory থেকে E.V.O.L.V.E. Model আপনাকে প্র্যাকটিক্যালি দেখাবে; কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়ার ইমোশনকে কন্ট্রোল করা যায়, কীভাব অথেন্টিক কানেকশন তৈরি করা যায় এবং কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়াতে ড্যালুয়েবল অ্যাঙ্জেজমেন্ট জেনারেট করা যায়!

আর এগুলো পড়লে - শিখলে- জানলে; লাভ কী হবে?

রেফারাল ট্র্যাফিকে ৪০% গ্রোথ, কনভার্শন রেটে ২৫% গ্রোথ, অ্যাঙ্জেজমেন্ট রেটে ২৫% গ্রোথ এবং ব্র্যান্ড/বিজনেস/প্রোডাক্ট ডিজিবিলিটিতে অন্তত ৪৫% গ্রোথ আশা করা যায়!

শুধুমাত্র ট্যাকটিকসই নয়, এই বই আপনাকে শেখাবে স্টোরিটেলিং, রিলেশনশিপ বিল্ডিং কিংবা ব্র্যান্ড ডেভেলপমেন্ট - সবকিছুই কীভাবে সুত্রের মাধ্যমে সম্ভব, কীভাবে থিওরী আর ফর্মুলার মাধ্যমে সম্ভব!

আর সেজন্যেই আপনার কাছে প্রার্থনা থাকবে, এই বইটাকে কম্পাসের মতো ব্যবহার করার জন্য! যাতে করে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং নিয়ে এই ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি, থিওরী আর ফ্রেমওয়ার্কগুলো আপনাকে, সোশ্যাল মিডিয়ায় ‘Ordinary’ থেকে ‘Extraordinary’ করে তুলতে পারে!

সূচীপত্র

পরিখন্ড ০১

সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলোর ক্ষমতা
কেন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং জানা উচিত?
শক্তিশালী সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড তৈরি
সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম
সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্সের ব্যবহার
সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ৬টি মাইক্রো স্কিল

পরিখন্ড ০২

E.Q.U.I.P. Framework (ইকুইপ ফ্রেমওয়ার্ক)
C.R.O.W.N. Methodology (ক্রাউন ম্যাথডলজি)
F.L.U.ID. Strategy (ফ্লুইড স্ট্র্যাটেজি)
R.O.A.M. Model (রোম মডেল)
A.C.E.S. Theory (অ্যাসেস থিওরি)
P.O.W.E.R. Method (পোওয়ার ম্যাথড)
P.R.I.M.E. Content Strategy (প্রাইম কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি)
M.A.G.I.C. Equation (ম্যাজিক ইকুয়েশন)
S.T.A.R.S. Blueprint (স্টারস ক্লুপ্রিন্ট)
C.O.R.E. Matrix (কোর ম্যাট্রিক্স)
E.V.O.L.V.E. Model (ইভোলভ মডেল)
C.A.R.E. Framework (কেয়ার ফ্রেমওয়ার্ক)
F.O.C.U.S Model (ফোকাস মডেল)
P.E.A.K. Framework (পিক ফ্রেমওয়ার্ক)

পরিখন্ড ০৩

সোশ্যাল মিডিয়া মনিটাইজেশন টেকনিকস
সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি (SMMA)
৪২টি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং কেইস স্টাডি
৪৭টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং টুলস
২৫টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং টার্মস
২২টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং ফর্মুলা
৪৯টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং থিওরি
সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য রিসোর্স

সর্বশেষ পরিখন্ড

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য খোলা চিঠি

সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলোর ক্ষমতা

আজকের এই ডিজিটাল দুনিয়ায় সোশ্যাল স্ট্রাকচারের কথা চিন্তা করলেই আমার অবাক হতেই হয়, এই কথা ভেবে যে, গত ৪০-৪২ বছর আগেও 'সোশ্যাল' শব্দটার সাথে 'ডিজিটাল' শব্দটা এক বাকে ব্যবহার করাটা অতোটা নিয়মিত ছিলো না!

কিন্তু এখন আশেপাশে কান দিয়েই দেখুন! চারদিকে তাকিয়ে দেখুন - সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোতে শ'কোটির বেশি মানুষের আনাগোনা আপনার চোখে পড়বেই! ভাবতেই অবাক লাগে, আজকের সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলোর কারণে আমাদের মডার্ন কমিউনিকেশন, ইনফ্লুয়েন্স এবং আমাদের বাজার-চাহিদা; সবকিছুতেই এত পরিবর্তন!

সোশ্যাল মিডিয়ার সম্ভাবনাময় দরজায় আপনাকে স্বাগতম; যেখানে ব্র্যান্ড, ট্রেন্স এবং বিপল্লের জন্ম হয়, প্রত্যেক মূহূর্তে!

চলুন তাহলে সোশ্যাল মিডিয়ার যাত্রা, শুরু করা যাক!

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোতে, তাঁতবুনোনের মতো একজন মানুষ আরেকজন মানুষের সাথে; অভিন্ন গল্প, আকঙ্খা আর পরিচয় নিয়েও জুড়ে আছে!

এই সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলো, সেটা ফেসবুক থেকে ইন্টার্টার্গাম কিংবা টুইটার থেকে টিকটক; প্রত্যেক ধাপেই সমাজের ছোট থেকে বড়, সবধরনের অনুভূতিকে প্রকাশ করার একটা মাধ্যম হিসেবে ব্যবহার হয়ে আসছে! যেখানে আমরা লাইক, কমেন্ট আর শেয়ার করার মাধ্যমে আমাদের ন্যাচারাল হিউম্যান এক্সপ্রেশনের প্রকাশ ছাড়া আর কিছুই করছি না!

একবার ভাবুন তো!

একটা ছোট ফুড কার্ট বিজনেস - মাত্র কয়েক মাসের মধ্যে তাদের ইন্টার্টার্গাম প্রোফাইলে, তাদের খাবারের আকর্ষণীয় সব ছবি পাবলিশ করে, তাদের বিক্রি কয়েকগুণ বাড়িয়ে ফেলেছে! আর সেটাৰ জন্য প্রয়োজন পড়েছে, শুধুমাত্র ৪টা ভাইরাল কন্টেন্টের!

একটা ভাইরাল কন্টেন্টের ফুঁয়েল হচ্ছে, ইমোশন!

আর এই কারণেই বিভিন্ন ব্যাকগ্রাউন্ডের মানুষ, বিভিন্ন এলাকা, বংশ আর জাতের মানুষ এক হয়ে শুধুমাত্র একই 'ইমোশনাল মুভমেন্ট' এর কারণে; প্রত্যেকে এক জায়গায় এসে তাদের ইমোশন প্রকাশ করে যায় - হোক সেটা কমেন্ট করে কিংবা 'হাহা রিয়েক্ট' দিয়ে অথবা পছন্দের বহিঃপ্রকাশ দেখিয়ে!

এগুলো শুধুই 'কিস্মা' নয়; এই ইমোশনাল এক্সপ্রেশনগুলোই সমাজের স্ট্রাকচার গড়তে সাহায্য করে! যেটা আমরা শুরুতে বুঝতে পারি না - কিন্তু, বছবছর দূরে গিয়ে পেছনে তাকালে; সমাজের স্ট্রাকচারাল চেইঞ্জ চোখে পড়তে শুরু করে!

চেষ্টা করেই দেখুন!

শুধু ইমেশনাল কথাবার্তাই নয়, বরঞ্চ সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলো সংখ্যা দিয়েও এগিয়ে আছে, অন্য যেকোনো প্লাটফর্মের চেয়ে!

আপনি কী এটা জানতেন, ২০২২ সালে ফেসবুকের মাসিক অ্যাক্টিভ ইউজারের সংখ্যা ২৮৯ কোটি ছাড়িয়েছে? আর ইঞ্টার্নেশনালের ৪০০ কোটি?

সংখ্যাটা কম মনে হচ্ছে?

একবার চোখ বন্ধ করে ভেবে দেখুন; সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোর কারণে আপনার ব্র্যান্ড, আপনার বিজনেস কিংবা আপনার কমিউনিটি - কত জায়গায়, কত ধরণের মানুষের কাছে পৌছাতে পারে! শুধুমাত্র সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মের কারণে সেটা সন্তুষ্ট হচ্ছে!

যাই হোক, সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোর নাড়ি-নক্ষত্র নিয়ে গত ৬/৭ বছরে ধরে প্র্যাক্টিক্যালি কাজ করতে গিয়ে এবং স্পেশালি ৩০০০০ শিক্ষার্থীকে এই বিষয়গুলো নিয়ে ট্রেইন করতে গিয়ে আমার মনে হয়েছে, যদি আমার শেখার শুরুতে আমি সবকিছু একজায়গায় পেয়ে যেতাম তাহলে হয়তো সবকিছুই খুবই স্ট্রাকচারড হতো!

আর সেই চিন্তা থেকেই এই 'বই' লিখতে বসা!

চলুন শব্দ নষ্ট না করে, প্রথম চ্যাপ্টারেই খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটা ক্যাটালিস্ট নিয়ে কথা বলা যাক! এই ক্যাটালিস্ট আপনার সোশ্যাল মিডিয়াতে জয়ী হওয়ার পেছনে অনেক বড় অবদান রাখবে!

মনোযোগ দিন!

সোশ্যাল মিডিয়ার গ্রোথ নির্ভর করছে, সোশ্যাল মিডিয়ার অসংখ্য স্ট্র্যাটেজি, ফ্রেমওয়ার্ক আর ফর্মুলাগুলোর উপর!

যত পাওয়ারফুল ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি ও ফ্রেমওয়ার্ক নিয়ে আপনার ধারনা থাকবে; তত শক্তিশালীভাবে সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনি ঘাটি গেড়ে বসতে পারবেন! আর মজার ব্যাপার হচ্ছে, আমরা না জেনেও প্রতিনিয়ত সোশ্যাল মিডিয়াতে এই ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি আর ফ্রেমওয়ার্ক অ্যাপ্লাই করছি!

আর এই বইয়ের ভেতরের পৃষ্ঠাগুলোতে আপনি এমন অনেকগুলো ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি আর ফ্রেমওয়ার্ক পাবেন; যেগুলো আপনার প্র্যাকটিক্যালি ব্যবহার করতে হবে! যদি সেগুলো পড়েই ফেলে রেখে দেন, তাহলে এটোও জেন রাখুন; এই বইয়ের পেছনে ব্যয় করা অর্থ বিফলে গেলো!

আর যদি Engagement Equation (E.Q.) কিংবা C.R.O.W.N. Technique অথবা F.L.U.ID. Strategy কিংবা RO.A.M. Model এর মতো অ্যাডভাগ্য, অ্যাকশনেবল ও প্র্যাকটিক্যাল ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি ও থিওরীগুলো মড়ার পর প্র্যাকটিস করতে পারেন; তাহলে আপনার গ্রোথ, আপনি নিজের চোখেই দেখতে পাবেন!

পিয় অনুযায়ী, এই বিষয়টা নিয়ে একটা মিনিট হলেও - চিন্তা করুন;

সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলো শুধুমাত্র পারস্পারিকতা বা আলাপ-আলোচনার জায়গা নয় - বরঞ্চ সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলো বিশাল দেয়ালের মতো, যেখানে নিজের সূজনশীল লক্ষ্যকে হাজার-কোটি মানুষের

সামনে টানিয়ে দেয়া যায় - নিজেকে চেনানোর জন্য, মনে রাখানোর জন্য - হাজার কোটি মানুষের কাছে
পৌঁছে যাওয়া যায়!

সোশ্যাল মিডিয়ার এই ফ্রম্যাটাটাকে নিজের জন্য ব্যবহার করা শিখতে হবে! সোশ্যাল মিডিয়ার এই বইয়ে
দেয়া স্ট্র্যাটেজি, ফর্মুলা আর ফ্রেমওয়ার্কগুলোকে ঢালের মতো ব্যবহার করে আপনার চিন্তা - ধারণা -
ভাবনা - বিচারকে মানুষের কাছে পৌঁছে দেয়া শিখতে হবে!

শুধু চিংকার করলেই হবে না, কমিউনিকেট করা শিখতে হবে!

আর এটাই গ্যারি ভেইনারচাকের (Gary Vaynerchuk) ভাষায়, "Social media is not a megaphone; it's a conversation."

কেন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং জানা উচিত?

সোশ্যাল মিডিয়া এমন একটা জগত যেখানে সম্পর্ক তৈরি হয় পিক্সেলে, যেখানে ছোট থেকে বড় যেকোনো গল্প তার সীমান্ত ছাড়িয়ে যেতে পারে এবং যেখানে ছোট থেকে বড় যেকোনো ব্র্যান্ড/ব্যবসা কিংবা নাম ডিজিটাল কোলাহলের বাইরেও ডানা মেলতে পারে! বর্তমান দুনিয়ায় ডিজিটাল কানেক্টিভিটি নিয়ে কথা বললেই, শুরুতে সোশ্যাল মিডিয়াকে সেজনে জায়গা করে দিতেই হবে!

সারাদিন বসে বসে স্ফুলিং করার জন্য কিংবা অন্য মানুষকে নিয়ে 'খোঁচাখুঁচি' করার জায়গা সোশ্যাল মিডিয়া নয়; বরঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোকে একটা পাওয়ারহাউজ হিসেবে দেখুন, যেখানে ভিন্ন ভিন্ন মতামতের পরিচর্যা হয়, যেখানে লক্ষ কোটি মানুষ ভিন্ন ভিন্ন সিদ্ধান্ত নেয় এবং যেখানে সাধারণ মানুষের সাধারণ আইডিয়া অসাধারণ জায়গায় পৌঁছানোর সাহস করতে পারে!

ভাবুন তো; শ' কোটির বেশি অ্যাক্টিভ ইউজার, প্রত্যেক মিনিটে অসংখ্য ইন্টারেকশন এবং শেষমেষ লক্ষ কোটি সিদ্ধান্তের পরিবর্তন! সোশ্যাল মিডিয়ায় এই সার্কেল, প্রত্যেকদিন ঘটছে! এই চাকা, প্রত্যেকদিন ঘূরছে!

এখনো ভাবছেন, কেন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং শেখা উচিত?
কেন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের আরো গভীরে যাওয়া উচিত?

কারণ, সোশ্যাল মিডিয়া গ্লোবাল ইনফ্লুয়েন্স তৈরি করতে সাহায্য করে! ঘরে বসে আপনার দেশ কিংবা দেশের বাইরের পরিচিত কিংবা অপরিচিত মানুষের চিত্তায় প্রবেশ করে প্রত্যেক মুহূর্তে সিদ্ধান্ত পরিবর্তন করানোর মতো ক্ষমতা আপনি শুধুমাত্রই সোশ্যাল মিডিয়ার কারণে পেয়েছেন!

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোতে বর্তমানে ৪২০ কোটির বেশি মানুষ অ্যাক্টিভ রয়েছে! পৃথিবীর জনসংখ্যার আর কতটা বাকিই-বা রয়েছে, হিসেব করে দেখুন!

এই মানুষগুলোর (অ্যাক্টিভ অডিয়েন্স) কাছে পৌঁছানোর ক্ষমতা আপনার হাতেই রয়েছে! আর সেই ক্ষমতা আপনি পেয়েছেন সোশ্যাল মিডিয়ার কারণে!

পরিসংখ্যান বলছে, ৫৪% সোশ্যাল মিডিয়া ইউজাররা প্রোডাক্ট রিসার্চ করার জন্য - সোশ্যাল মিডিয়াকে ব্যবহার করে!

একবার ভাবুন তো, আপনার মন্তব্য বা সেবা; সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে যদি এই ৫৪% মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে পারেন - তাহলে আপনার গ্রোথ কতটা বৃদ্ধি পাবে; সেটা খেয়াল আছে?

কিন্তু, এই ৫৪% মানুষের কাছে পৌঁছানোর জন্য কি করতে হবে?

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং জানতে হবে! এফেক্টেভলি, লং টার্ম সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং ট্যাকচিকস অ্যাপ্লাই করা শিখতে হবে!

যেসব বিজনেস তাদের মার্কেটিং প্ল্যানে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং যুক্ত করেছে; তারা তাদের বিজনেস
রেভিন্যুতে অন্তত ২৪% গ্রোথ দখতে পেয়েছে! জব মার্কেটপ্লেসগুলোতে, এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া
মার্কেটারের চাহিদা ৯৩% বেড়েছে!

তারপরেও কি মনে প্রশ্ন আসছে, কেন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং জানা উচিত?

চলুন, পরিসংখ্যান আর ইমোশনাল কথাবার্তা বাদ দিই!

সরাসরি কিছু রিয়্যাল লাইফ ব্র্যান্ড কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে
প্রফিটেবল হচ্ছে; সেটা দেখি!

আর একটু সময় নিয়ে ভেবে দেখি, যদি আমাদের প্রিয় ব্র্যান্ডগুলো সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটার দিয়ে
তাদের গ্রোথ বাড়ানোর প্র্যাকটিস করে; তাহলে আপনার-আমার কি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং শেখা
উচিত নয়? ব্যবহার করা, প্র্যাকটিস করা, অ্যাপ্লাই করা উচিত নয়?

কোকা-কোলার 'Share a Coke' সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনে প্রায় ৪৩ লক্ষের বেশি ইউজার
জেনারেটেড পোষ্ট জমা পড়ে; যেটা তাদের ব্র্যান্ড ভিজিবিলিটি, বিজনেস ভিজিবিলিটি এবং
অ্যান্জেজমেন্ট রেট প্রায় ৪৩০% বাড়িয়ে দেয়!



২০১৩ সালে সুপার বোলের ৪৭তম চ্যাম্পিয়নশিপ চলা অবস্থায় স্টেডিয়ামে বিদ্যুৎ চলে যায়!

তখন Oreo তাদের টুইটার পেইজ থেকে রিয়্যাল টাইম টুইট করে, "You can still dunk in the dark" -
যেটা অনেক ভাইরাল হয়ে যায় এবং এই টুইটে ৪৫০০০+ রিটুইট পড়ে!

যেটা মরবর্তী চবিশ ঘন্টায় তাদের অ্যান্জেজমেন্ট বাড়িয়ে দেয় ৩৩০%!

Oreo Cookie @Oreo

Power out? No problem.

pic.twitter.com/dnQ7pOgC

Reply Retweet Favorite More

YOU CAN STILL DUNK IN THE DARK

15,370 RETWEETS 5,510 FAVORITES

12:48 PM - 4 Feb 13 Flag media

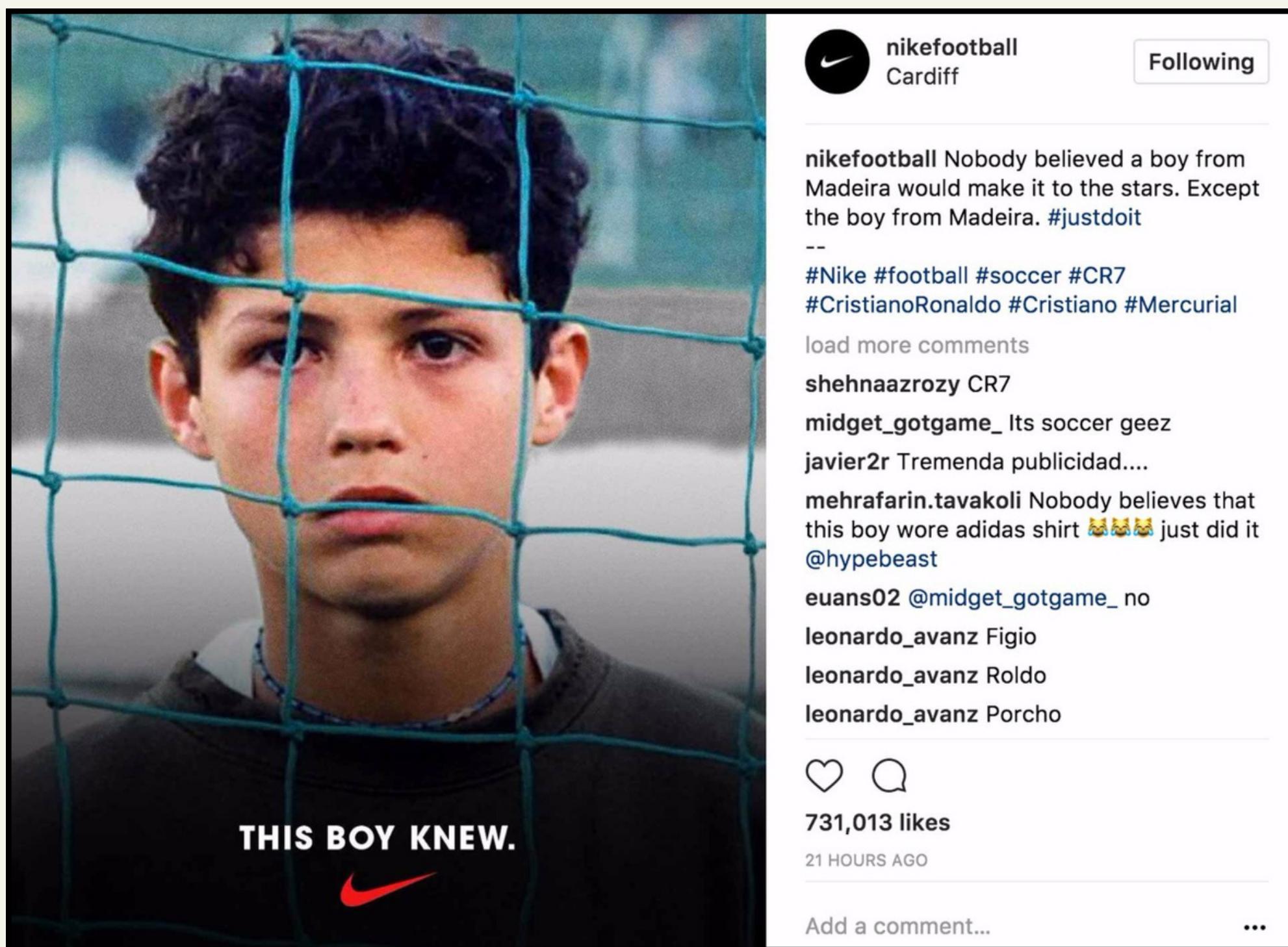
Airbnb এর অফিশিয়াল ইন্টার্গ্রাম পেইজে তারা ভিজুয়াল কন্টেন্টকে এতটা পারসুয়েসিভলি ও স্ট্র্যাটেজিক্যালি পোষ্ট করে থাকে, যেটা এক বছরে তাদের ফলোয়ারের সংখ্যা ৩০০০ থেকে ৮০০০০ এ নিয়ে যায়!

আর শুধুমাত্র হাই কোয়ালিটি ইন্টার্গ্রাম পোষ্ট করার কারণে তাদের বুকিংস রেট বেড়ে যায় ৩০০%!

Starbucks এর #RedCupContest এ প্রায় ৪০০০০ ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট পোষ্ট হয়, যেটা তাদের ব্র্যান্ড ভিজিবিলিটি বাড়িয়ে দেয় ২০০%!



নাইকি, ইঞ্টার্নামে ক্রিস্টিয়ানো রোনালদোর সাথে যখন কোলাব করে, তখন সেই কোলাবেরেশন ক্যাম্পেইন চলা অবস্থায় তারা ২৪ ঘণ্টায় ৭ লক্ষ ইউনিক রিয়েকশন ও ৩০০০০ এর বেশি কমেন্ট জড়ে করে! আর এই কারণে ক্যাম্পেইন চলা অবস্থায় তাদের ওভারল সেলস গ্রোথ বেড়ে যায় ৪৮%!



আরো উদাহরণ দিতে হবে?

আচ্ছা, চলুন আমার সবচেয়ে বেশি ফলো করা ৩টা ব্র্যান্ড কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের কাজে লাগিয়ে; তাদের ব্র্যান্ডের গ্রোথ বাড়িয়ে নিচ্ছে; সেটা দেখা যাক!

শুরুতেই অ্যাপল!

Apple যখন লাইভ স্ট্রিমে তাদের প্রোডাক্ট লঞ্চ করে; তখন সোশ্যাল মিডিয়াতে ভুলস্তুল বেঁধে যায়! ইউটিউবে বা টুইটারে গেলেই সেগুলো দেখতে পাবেন!

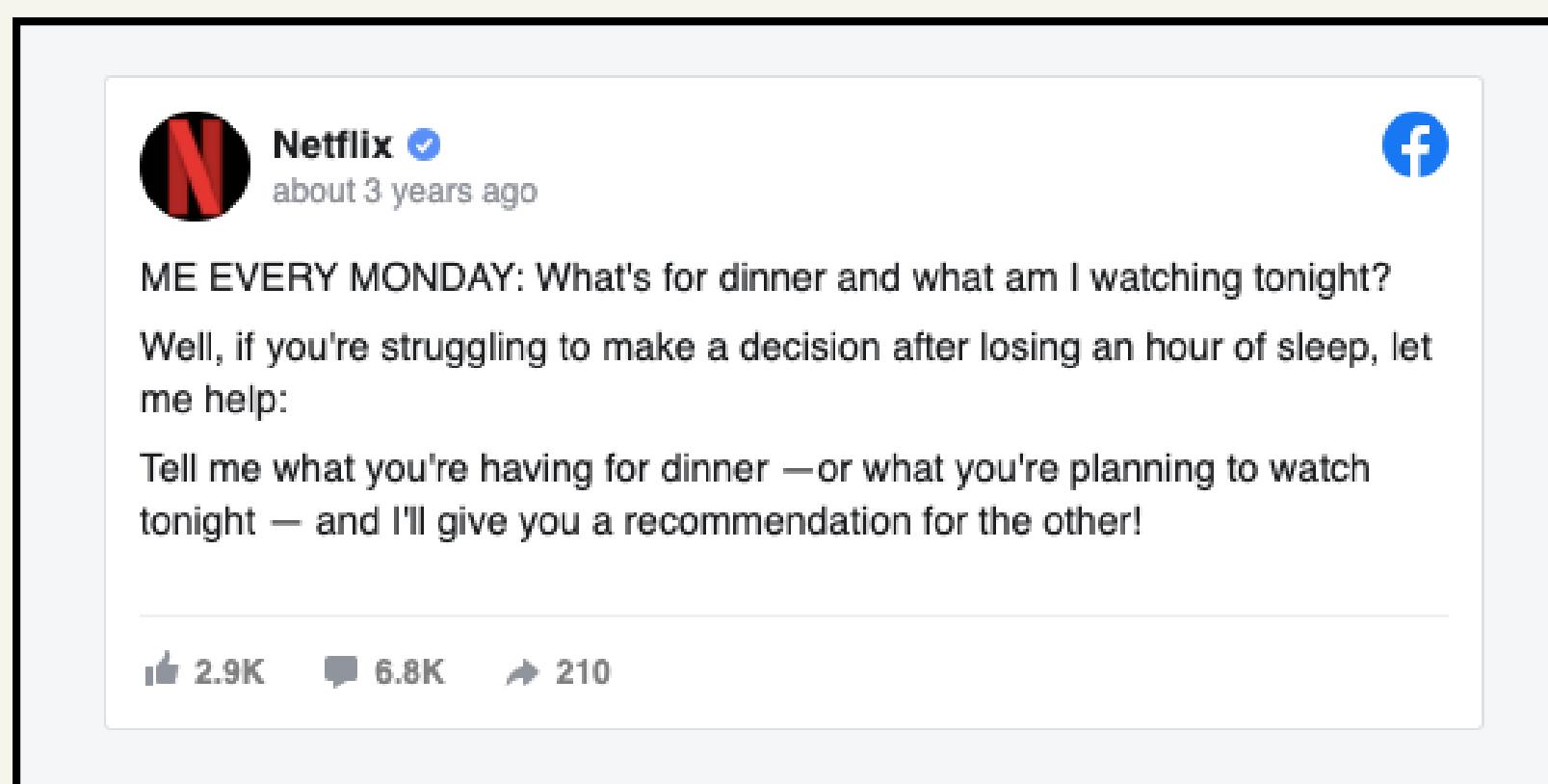


অ্যাপলের এই লাইভ ইভেন্টগুলো তাদের গড়ে প্রায় ৩০ লক্ষের বেশি ব্র্যান্ড ম্যানশন জড়ো করে দেয়;
যার ফলে লাইভ স্ট্রিমগুলোর পরবর্তী চর্বিশ ঘন্টায় গড়ে তাদের সেইল বৃদ্ধি প্রায় ২০০%

অ্যাপলের এই অনলাইন প্রোডাক্ট সেলিং ট্যাকটিকস; কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি আর হাইলি অ্যাডভান্সড
মার্কেটিং ট্রিক্সগুলো থেকে শেখার অনেক কিছুই আছে!

আরেকটা ব্র্যান্ডকে আমি সোশ্যাল মিডিয়াতে সাইলেন্টলি ফলো করে থাকি; কিন্তু যথেষ্ট মনোযোগ
দিয়ে! আর সেই ব্র্যান্ড হচ্ছে, নেটফ্লিক্স!

কারণ, আমি কন্টেন্ট এর বিজনেসে আছি, তাহি না? আমার বই, আমার প্রোগ্রাম, আমার প্রোডাক্টস,
আমার বিজনেস, আমার প্লাটফর্ম - সবকিছুই কন্টেন্ট বেইজড! আর সেজনেই, নেটফ্লিক্স আমাকে
কন্টেন্ট বেইজড বিজনেসে - নতুন আইডিয়া দিয়ে সাহায্য করে থাকে, প্রায়ই!



তো নেটফ্লিক্সের কাহিনী হচ্ছে, নেটফ্লিক্স টুইটারে প্রায়ই বিভিন্ন ধরণের ক্যাম্পেইন পোষ্ট করে থাকে;
যেখানে ইউজাররা ইন্টারেক্টিভলি সেই ক্যাম্পেইনে যুক্ত হতে পারে!

এমন একটা ক্যাম্পেইন হচ্ছে, "Choose Your Own Adventure" টাইপের টুইট পোষ্ট করা! ইউজাররা
সেটোতে অংশ নেয় এবং এতে শেষমেষ নেটফ্লিক্সের গড় ইউজার অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেড়ে যায়
৪৫০%-৪৭০%!

আর সবার শেষে, টেসলা!

One of the most powerful and influential brands of all time - Tesla.



Tesla নিয়ে ইলন মাস্কের স্ট্র্যাটেজিক টুইটারের ব্যবহার, টেসলার স্টক প্রাইস বাড়িয়ে দেয় গড়ে প্রায় ৪৩%-৪৬%! শুধুমাত্র ন্যাচারাল কমিউনিটির কিংবা গড-গিফটেড সেলসপার্সন বলেই এটা সম্ভব হচ্ছে, তা কিন্তু নয়! সবকিছুর পেছনে কিন্তু প্লাটফর্ম হিসেবে ছিলো, টুইটার!

Seth Godin -এর শব্দে, "Marketing is no longer about the stuff that you make, but about the stories you tell."

আর এই গল্পগুলো - চরিত্রগুলো, একটা আরেকটীর সাথে সুই-সুতোর মতো গেঁথে আছে; পুরো সোশ্যাল মিডিয়া জুড়ে! প্রত্যেকটা গাঁথুনিতে, প্রত্যেকটা গল্পে আপনি চাইলে হাজার লক্ষ মানুষকে জ্ঞানের দিকে প্রগিয়ে দিতে পারবেন; আবার আপনিই চাইলে হাজার লক্ষ মানুষকে ভুল পথে ডেকে নিয়ে যেতে পারবেন!

আর এই হাজার লক্ষ মানুষকে পারসুয়েড করার ক্ষমতা, ইনফুয়েণ্ট করার ক্ষমতা, মোটিভেট করার টেকনিক শুধুমাত্র জানা আছে, একজন এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারের!

শক্তিশালী সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড তৈরি

এই চ্যাপ্টার শুধুমাত্র 'সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড তৈরি করা' নিয়েই নয়; বরঞ্চ এই অধ্যায়ে আমরা কথা বলবো; কীভাবে হাজার হাজার ডিজিটাল আইডেন্টিটি এক জায়গায়, এক ছাদের নিচে দাঁড়িয়ে নিজের ও আশেপাশের প্রত্যেকটা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহারকারির সিদ্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসতে পারে!

ডিজিটাল দুনিয়ায়, আমাদের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিগুলো অনেকটা ফিজিক্যাল দোকানের মতো! বাইরে হাটতে বেরোলে আমরা না চাইলেও আশেপাশে অনেকগুলো বিজনেস স্টোর/ফিজিক্যাল শপ দেখতে পাই! প্রত্যেকটাই একেকটা ব্র্যান্ড! আরো স্পেস্ফিক্যাল বললে, প্রত্যেকটাই একেকটা ব্র্যান্ড হওয়ার ঘোষণা রাখে!

আর এই ব্র্যান্ডগুলো/ব্যবসাগুলো যখন, সোশ্যাল মিডিয়াতে এসে তাদের ডিজিটাল আইডেন্টিটি তৈরি করে; ফিজিক্যাল স্টোরের মতোই - তাদের ডিজিটাল স্টোর অর্থাৎ সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে আরো মানুষের কাছে পৌছে দিতে চায়; তখন ফিজিক্যাল সেই ব্র্যান্ড/ব্যবসা - ডিজিটাল ব্র্যান্ড কনভার্ট হয়ে যায়!

তবে 'এফেক্টিভ' সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড তৈরি করা মানেই শুধুমাত্র রঙ-বেরঙের ডিজাইন কিংবা লোগো অথবা আইডিয়াই নয়; বরঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড বা একটা ডিজিটাল ব্র্যান্ড হতে গেলে - আপনার ডিজিটাল ব্র্যান্ড বা অনলাইন ব্যবসাতে এই দুটো মূল পয়েন্ট থাকতেই হবেং

১. পরিচিতি
২. অনুভূতি

আপনার অনলাইন বিজনেস, মাস শেষে হ্যান্ডসাম অ্যামাউন্ট জেনারেট করতে পারলেই - সেটা ব্র্যান্ড নয়! ব্র্যান্ড হতে গেল, পরিচিতির দরকার! আর সাথে প্রয়োজন, সেই পরিচিতি'তে মানুষের 'অনুভূতি' তৈরি করা!

আপনাকে মানুষ চেনে, তার মানেই আপনি ব্র্যান্ড নন!

আপনাকে মানুষ চেনে এবং আপনার স্টেটমেন্ট, কন্টেন্ট, আইডিয়া, মন্তব্য, সেবা - এগুলোর সাথে মানুষ বেশ কানেক্টেড; তবেই আপনি সফল একটা ডিজিটাল বা সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড!

নাইকি'র মন্তব্য বা সেবাগুলো সম্পর্কে তো আমরা সবাই-ই জানি; তাই না?

নাইকি এমন একটা ব্র্যান্ড, যেটা তাদেরকে স্পোর্টসওয়্যার ইন্ডাস্ট্রি শক্তি ও সহনশীলতার একটা প্রতীক হিসেবে দাঢ় করিয়েছে!

তাদের লোগান, "Just Do It," - শুধুমাত্র একটা ট্যাগলাইন-ই নয়; বরঞ্চ এটা লক্ষ কোটি মানুষের জন্য একটা নীতিকথা, একটা আচরণধর্ম, একটা অনুভূতি!

এই অনুভূতিটা প্রোডাক্টের থেকেও বেশি পাওয়ারফুল; যেটা নাইকির ভ্যালুগুলোকে রিপ্রেজেন্ট করে বেড়ায় — যা লক্ষ কোটি মানুষকে মোটিভেট করে, ইন্সপায়ার করে!



ব্র্যান্ডের এই অনুভূতির ক্ষমতা কতটা -

৭৪% কনজুমার একটা ব্র্যান্ডকে রেকোমেন্ড করে থাকে; যদি তাদের সেই ব্র্যান্ডের সাথে সোশ্যাল মিডিয়াতে একটা পজিটিভ অভিজ্ঞতা তৈরি হয়!

তাহলে, কি বুঝতে পারছেন?

ব্র্যান্ডিং শুধুমাত্র পন্য বা সেবা বিক্রি বাড়ানোর জন্যেই নয়, বরঞ্চ ব্র্যান্ডিং ইমোশনাল কানেকশন তৈরি করতে পারে – যে ‘ইমোশনাল কানেকশন’, যেকোনো মূল্যের ‘ট্রাঙ্কেশনের’ থেকে বেশি ভ্যালুয়েবল!

একটা শক্তিশালী সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড তৈরির রেসিপিতে আপনাকে তিনটা উপাদান মেশাতেই হবেঃ

১. Authenticity অর্থাৎ সত্যতা
২. Consistency অর্থাৎ নিয়মিততা
৩. Engagement অর্থাৎ যোগাযোগ

এই তিনি বিষয়ের সংমিশ্রণ – যেকোনো ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি তৈরি হওয়ার পেছনে মূল উপকরণ হিসেবে কাজ করে!

চলুন A.C.E.S. Theory নিয়ে কথা বলা যাক!

Authenticity + Consistency + Engagement + Storytelling = Super Visible Brand Identity

এই সূত্রমতে, যদি আপনার ব্র্যান্ডকে আরো বেশি মানুষের একেবারে হৃদয়ের কাছে নিয়ে যেতে চান - তাহলে আপনার ব্র্যান্ডকে অথেনটিক হতে হবে + কনসিস্টেন্ট হতে হবে + অ্যাঙ্জেজড হতে হবে + আপনার ব্র্যান্ডকে তার গল্প বলে যেতে হবে; সবসময়েই!

অথেনটিক হওয়া মানেই কিন্তু ১০০% বাস্তব হতে হবে - সেটা নয়; বরঞ্চ অথেনটিসিটি তখনই কাজ করে যখন আপনার ব্র্যান্ডের মূল ভ্যালু লক্ষ্য বা টার্গেট নিয়ে আপনি 'জেনুইনলি মানুষের সমস্যার সমাধান' করতে চাইছেন!

আবার কনসিস্টেন্ট হওয়া মানেই কিন্তু শুধুমাত্র নিয়মিত পোস্ট/কন্টেন্ট পাবলিশ করা নয়; বরঞ্চ কনসিস্টেণ্টি হচ্ছে; আপনার ব্র্যান্ডের কন্টেন্ট, পণ্য, সেবা, পরিচিত এবং USP (ইউনিক সেলিং প্রপোজিশন) নিয়ে গানের সুরের মতো তাল মিলিয়ে প্রত্যেকটা প্লাটফর্মে ব্র্যান্ডের গল্প (স্টোরিটেলিং) বলে যাওয়া - যে গল্প যুগ যুগ পরেও মানুষ পড়তে চাইবে, জানতে চাইবে!

আর অ্যাঙ্জেজমেন্ট মানে শুধু লাইক-রিয়েক্ট-কমেন্ট-শেয়ার বাড়ানো বা জমানো নয়; অ্যাঙ্জেজমেন্ট মানে একটা ডিজিটাল সংস্কৃতি তৈরি করা; যেখানে ভিন্ন জাতের মানুষ, ভিন্ন ভিন্ন চাহিদা আর আকাঙ্ক্ষা নিয়ে - এক জায়গায় শুধুমাত্র আপনার ব্র্যান্ডের ট্যাগলাইনকে, অনুভূতিকে অনুসরণ করে!

মাথায় রাখবেন, আপনাকে শুরুতেই একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি বা ডিজিটাল আইডেন্টিটি তৈরি করার স্ট্র্যাটেজি প্রস্তুত করে ফেলতে হবে! এমন একটা স্ট্র্যাটেজি তৈরি করুন, যেটা আপনার ব্র্যান্ডের লক্ষ্য আর আপনার অভিয়ন্তার চাহিদাকে এক বাস্ত্রে বন্দি করতে সাহায্য করে!

আর আপনি যখন আপনার অভিয়ন্তার প্রত্যাশা আর পেইন পয়েন্টগুলোকে আপনার সূত্রে, আপনার কন্টেন্টে, আপনার পণ্য/সেবা কিংবা আপনার আইডিয়াগুলোতে ইমপ্লিমেন্ট করতে পারবেন তখনই আপনি আপনার অভিয়ন্তার সমস্যার সমাধান করছেন!

আর অভিয়ন্তার সমস্যার সমাধান করাটাই - একমাত্র 'Nirvana' হতে পারে - একটা সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডের জন্য!

তাহলে প্রতটুকু তো আমরা বলতেই পারি, সোশ্যাল মিডিয়াতে ব্র্যান্ড তৈরি করাটা একটা 'আর্ট', এক ধরণের 'শিল্প' - একটা এফেক্টিভ আইডেন্টিটি খোদাই করে তৈরি করার, সম্পর্ক তৈরি ও প্রচার করার এবং ডিজিটাল দুনিয়ায় অপোহনীয় চিঙ্গ রেখে যাওয়ার, একটা 'এভারচেইঙ্গ' প্রসেস হচ্ছে;

সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডিং!

আবারো মনে করিয়ে দিচ্ছি, আপনার ব্র্যান্ড শুধুমাত্র একটা লোগো বা একটা নাম নয়; বরঞ্চ আপনার ব্র্যান্ড - একটা গল্প, একটা প্রতিজ্ঞা এবং একটা অভিজ্ঞতা!

ব্র্যান্ডিং মানে শুধুমাত্র প্রোডাক্ট বিক্রি নয় - ব্র্যান্ডিং একটা মূভমেন্ট!

ব্র্যান্ডিং - একটা অনুভূতির বাতি, যেটা কনজুম করে মানুষ অনুপ্রাণিত হয় এবং নিজের আগ্রহ প্রকাশের জন্য একজন, আরেকজনের কাছে এগিয়ে আসে!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম

আজকের এই ডিজিটাইজড বিশ্ব, একগুচ্ছ জটিল নিয়মকানুন দিয়ে তৈরি - অ্যালগরিদম দিয়ে তৈরি! আর এই অদৃশ্য নিয়মনীতিই ঠিক করে দেয়, সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে আমরা কখন কী দেখবো - কোথায় দেখবো - কিভাবে দেখবো এবং কেনো দেখবো!

আর সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের দুনিয়ায় সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম জানাটা শুধুমাত্র একটা সুবিধাই নয়; বরঞ্চ অ্যাঙ্গেজমেন্ট ও ডিজিবিলিটি বাড়ানোর সিক্রেট সম হচ্ছেঃ ‘সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম সম্পর্কে যথেষ্ট জ্ঞান রাখা!’

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়ার কিছু নিয়মকানুন ও রীতিনীতি - যেগুলোর উপরেই আমাদের সোশ্যাল মিডিয়ার কন্টেন্ট থেকে শুরু করে পন্য/সেবা/ব্র্যান্ড/ব্যবসাসহ প্রায় সবকিছুই - সব ধরণের আইডেন্টিটিই - কোনদিকে এগুবে; সেটা নির্ভর করে!

চলুন আরেকটু বিস্তারিত জানা যাক!

স্ট্যাটিস্টিকস অনুসারে, শুধুমাত্র ফেসবুকেই প্রত্যেকদিনে প্রায় ৪৭৫ কোটি কন্টেন্ট শেয়ার হয়!

এই চারশ'কোটি কন্টেন্টের ভেতরে কীভাবে একটা প্ল্যাটফর্ম বাছাই করে - আসলে কোন কন্টেন্টের গুরুত্ব পাওয়া উচিত আর কোন কন্টেন্ট আপনার কনজুম করা উচিত?

এই প্রশ্নের উত্তর আমরা পেয়ে যাবো, যদি আমরা সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম সম্পর্কে ধারনা নিই - যেখানে ঘাটলে আমরা অ্যাংগেজমেন্ট, টাইমলাইনেস এবং বেলিভেণ্টি ফ্যাক্টুরের নিয়মকানুন দেখতে পাবো!

হাজার হাজার সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমিক রুলস ও র্যাংকিং ফ্যাক্টুরস রয়েছে, যেগুলো ফলো করে আপনার পক্ষেও সোশ্যাল মিডিয়াকে কন্ট্রোল করা সম্ভব!

কিন্তু, এতগুলো রুলস আপনাকে-আমাকে কি মুখস্থ করতে হবে?

আঞ্জে না!

কিছু ফর্মুলা রয়েছে, যেগুলো আপনাকে এই সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের পক্ষে কাজ করতে সাহায্য করবে - কোনো ধরণের নিয়মকানুনের বই মুখস্থ না করবেও!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের এই জটিল জালে, যাতে না ফেঁসে যেতে হয় সেজন্য আমি সবসময়েই চেষ্টা করি P.O.W.E.R. Method ফলো করে সোশ্যাল মিডিয়াতে ফুটপিন্ট ফেলতে! এই P.O.W.E.R. Method আপনাকে ইনডি঱েক্টেলি সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের হয়ে কাজ করতে সাহায্য করতে পারে!

**Precision + Optimization + Winning Execution + Result-driven Campaigns =
Precision-based Algorithmic Alignment**

চলুন ইংটার্গ্রামের অ্যালগরিদমকে একটু কাছে থেকে দেখা যাক –

অ্যাঙ্জেজমেন্ট ও ইউজার বিহেভিয়ার - এই দুটো পাওয়ারফুল অ্যালগরিদমিক মেট্রিক্সের ব্যবহারেই ইংটার্গ্রামে গ্রো করা সম্ভব! ইংটার্গ্রামে আরো মানুষের কাছে পৌঁছানোর মানে পোস্টের সংখ্যা বাড়ানোই নয়; বরঞ্চ মিনিংফুল কানেকশন তৈরি হবে - এমন কন্টেন্ট ও বিহেভিয়ার আপনাকে ইংটার্গ্রামে গ্রো করতে সাহায্য করবে!

আপনি কি এটা জানতেন, ইংটার্গ্রামে পোস্ট করার প্রথম এক ঘন্টার ভেতরে আপনার পোস্টে যদি যথেষ্ট 'জেনুইন অ্যাঙ্জেজমেন্ট' দেখা যায় - তাহলে আপনার সেই কন্টেন্ট এক্সপ্লোর পেইজ কিংবা ফিড পেইজে আরো বেশিক্ষণ থাকার চান্দা পায়!

দেখলেন?

অ্যালগরিদম জানলে, এই তথ্যগুলো আপনাকে গ্রো করতে সাহায্য করতে পারে!

আচ্ছা, অ্যাঙ্জেজমেন্টের কথা বলতে গিয়ে মার্কেটিং গুরু, Seth Godin এর একটা উক্তি মাথায় আসলো -

"Content is king, but engagement is queen, and she rules the house."

প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম অনুসারেই, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির ভ্যালু নির্ধারণ হয়, অ্যাংগেজমেন্ট! অ্যাঙ্জেজমেন্ট না থাকলে, লক্ষ ফলোয়ার বা লক্ষ লাইক/রিয়েল্যুন্ট কিংবা দুনিয়ার সবচেয়ে ইউনিক সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিরও কোনো মূল্য নেই!

আচ্ছা, এবার টিকটক অ্যালগরিদম নিয়ে কিছু কথা বলা যাক, কারণ অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়া থেকে টিকটক বেশ আলাদা আর সেই কারণেই টিকটকের অ্যালগরিদমকে অনেকে বলে থাকে, 'Algorithmic Dance!'

টিকটকের অ্যালগরিদম অনুসারে, অ্যাঙ্জেজমেন্টের চেয়েও বেশি গুরুত্বপূর্ণ হচ্ছেঃ 'প্রত্যেক ইউজারের নিজস্ব মহন্দ ও চাহিদা!'

অর্থাৎ টিকটক অ্যালগরিদমে, একই সূত্র প্রত্যেকের জন্য প্রযোজ্য নয়!

বরঞ্চ এক্ষেত্রে প্রত্যেক ইউজারের ইন্টারেকশন, চাহিদা ও মহন্দ অনুসারে সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে সার্ভ করা হয়ে থাকে! আর সেজন্যেই টিকটক থেকেই ট্রেন্ডি বা ভাইরাল কন্টেন্ট - শেয়ার হয়ে থাকে - সবচেয়ে বেশি!

কারণ, টিকটকে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর-বেইজড অ্যালগরিদম ও রুলস - প্রত্যেকের জন্যই আলাদা আলাদা এবং যাতে করে প্রত্যেক ব্যক্তিই তার নিজস্ব আইডেন্টিটিকে আরো মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে সক্ষম হয়!

তাহলে, টিকটকের অ্যালগরিদম যদি এতটো ডায়নামিক হয়ে থাকে - কীভাবে একজন মানুষ টিকটকের অ্যালগরিদম ফলো করবে?

আমাৰ মনে হয়, সক্ষেত্ৰে আপনাকে A.L.I.V.E. Strategy অনেক সাহায্য কৰতে পাৱে!

Authenticity + Listening + Innovation + Value + Engagement = Virality-based Algorithmic Alignment

এই ফৰ্মুলা অ্যাপ্লাই কৰে, টিকটকে আপনার কন্টেন্ট, মন্য, সেবা বা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিচিতে ভাইৱালিটি ফ্যাক্টুৱ যুক্ত কৰতে পাৱবেন! যেটা আপনাকে আৱো বেশি মানুষেৱ কাছে পৌছে দিতে সক্ষম!

তাহলে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম বোৰ্ডোৱ মানে এই নয় যে, আপনাকে খুবই জটিল ও দুৰ্বোধ্য সমীকৰণ খুঁজে বেৱ কৰতে হবে বা শিখতে হবে বা মুখস্থ কৰতে হবে!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম বোৰ্ডোৱ মানে, এই ডিজিটাইজড দুনিয়াৰ শ'কোটি ইন্টাৱেকশনেৱ অনুভূতি পড়তে জানা, নাড়ি পড়তে জানা, পালস (pulse) পড়তে জানা!

আৱ সোশ্যাল মিডিয়া মাৰ্কেটোৱ হিসেবে আমাদেৱ দায়িত্ব হচ্ছে, এই অ্যালগরিদমগুলোৱ সাথে তাল মিলিয়ে চলা শেখা এবং সেই নিয়মকানুন ও সিস্টেমগুলোকে ব্যবহাৱ কৰে আমাদেৱ মেসেজ, আমাদেৱ কন্টেন্ট, আমাদেৱ আইডেন্টিচিতে আৱো মানুষেৱ কাছে পৌছে দেয়া!

মনে রাখবেন, অ্যালগরিদম কিন্তু বাঁধা নয়; বৰঞ্চ তাৰা আমাদেৱ অডিয়েণ্ডেৱ সাথে আমাদেৱ জুড়ে দেয়াৰ ব্রিজ! সেজন্য অ্যালগরিদম নিয়ে আৱো জানুন, আৱো এক্সপেৰিমেন্ট কৰুন এবং আৱো প্র্যাকটিস কৰুন!

CHEATSHEET

Instagram Algorithm

5 most important ranking factors:

- Relationship between viewer and creator
- Interest
- Relevancy
- Platform usage frequency
- Session time

Instagram Algorithm Updates: about.instagram.com/blog/announcements

TikTok Algorithm:

7 most important ranking factors:

- User interactions
- Video information & settings
- Device and account settings
- Duplicate content check, Content you've already seen
- Content the algorithm flags as spam
- Potentially upsetting content check

TikTok Algorithm Updates: newsroom.tiktok.com

Facebook Algorithm:

5 most important ranking factors

- Who posted it
- Type of content
- Interactions with the post
- Favorites
- In-feed options

Facebook Algorithm Updates: tech.facebook.com/engineering/

Youtube Algorithm:

7 most important ranking factors:

- What videos have they enjoyed in the past?
- What topics or channels have they watched previously?
- What videos are typically watched together?
- Do people actually watch it?
- How long do people watch it?
- Did viewers like it?
- What is your regional context?

Youtube Algorithm Updates: blog.youtube/news-and-events

LinkedIn Algorithm:

5 most important ranking factors:

- Spam or good content check
- LinkedIn test check
- Identity
- Content type
- User activity

LinkedIn Algorithm Updates: news.linkedin.com

X (Twitter) Algorithm:

4 most important ranking factors:

- Recency
- Relevance
- Engagement
- Rich Media

X Algorithm Updates: blog.twitter.com

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্সের ব্যবহার

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স কিন্তু শুধুমাত্র স্ক্রিনে লেখা কিছু নাস্বার আর গ্রাফ-ই নয়; বরঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স আপনার অডিয়েণ্ডের পালস, সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স আপনার এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজির রোডম্যাপ এবং সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স ডিজিটাল দুনিয়ায় আপনার ব্র্যান্ডকে গাইড করার ক্ষমতাসম্পর্ক!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৯০% ব্যবসার মতে অ্যানালিটিক্স - সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ে সফল হওয়ার জন্য খুবই প্রয়োজন!

কিন্তু কেন?

কারণ, ডেটা শুধুমাত্র কিছু সংখ্যা বা অঙ্ক নয়; এটা আপনার অডিয়েণ্ডের ডিজিটাল ফুটপিণ্ডে!

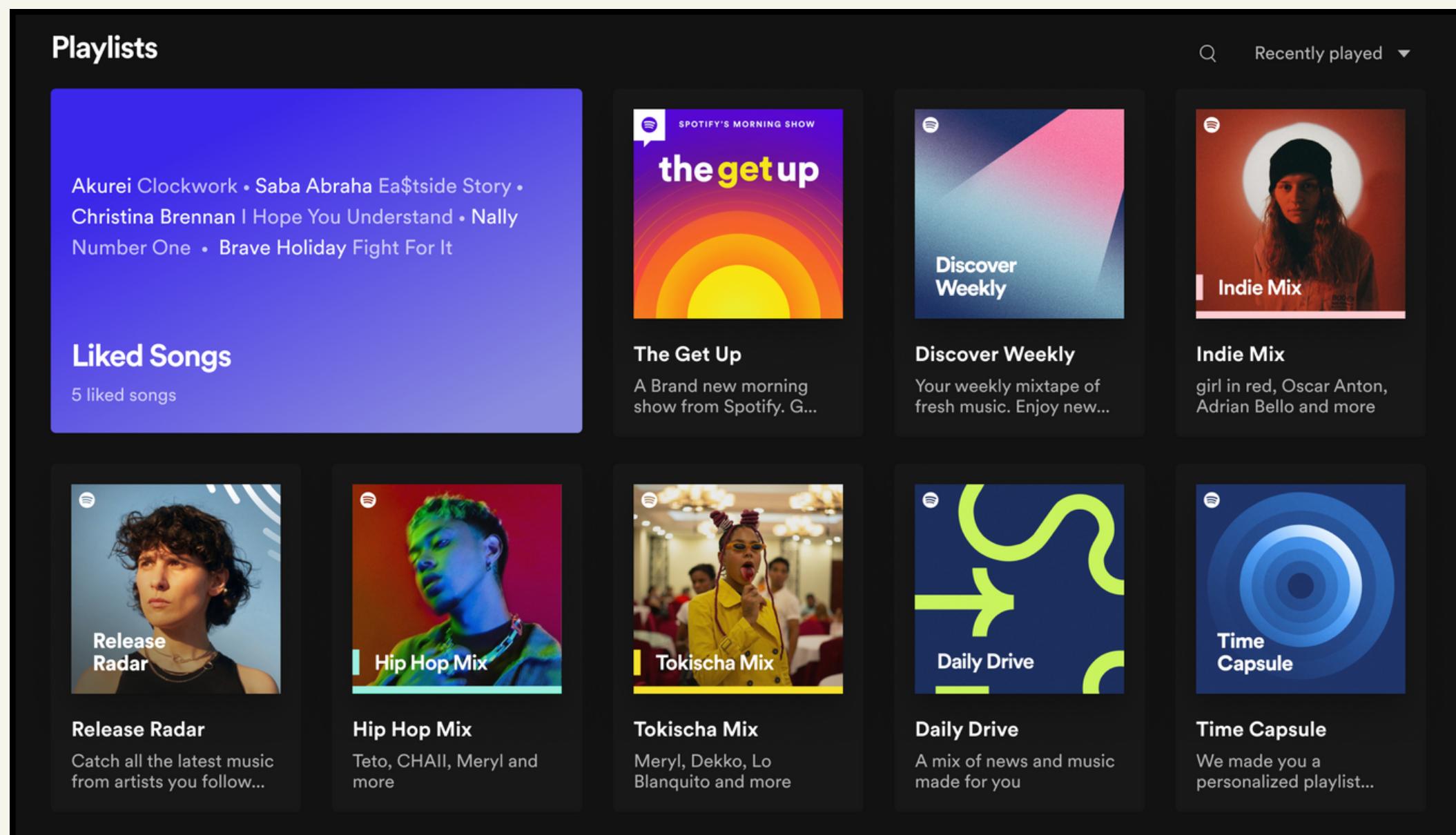
এই সংখ্যাগুলো পড়তে জানলে আপনার অডিয়েণ্ডের আচার-আচরণ, মচন্দ-অপচন্দ এবং কী ঘটছে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে ঘিরে; সেটা পানির মতো পরিষ্কার হয়ে যাবে!

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোর দুনিয়ায়, অ্যানালিটিক্স গাইডপোষ্টের মতো কাজ করে!

যেমন, ইঞ্টার্নেটে যদি 'High Colored' কন্টেন্ট পোষ্ট করেন তাহলে অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেটে বেড়ে যেতে পারে, অন্যদিকে টুইটারে এই একই পোষ্ট করলে - রিচ বাড়ার সম্ভাবনাটা ততটা বেশি নয়!

অথচ, টুইটারে যদি 'ছোট ছোট কনভার্সেশন টাইপ' কন্টেন্ট প্রকাশ করেন, তাহলে যতটো রিচ বা অ্যাঙ্গেজমেন্ট জেনারেট করা সম্ভব - ইঞ্টার্নেটে সেটা সম্ভব হবে না!

স্পটিফাইয়ের সফলতার গল্পটা একবার চোখে ভাসানোর চেষ্টা করুন — তারা কীভাবে শুধুমাত্র অ্যানালিটিক্সের সঠিক ব্যবহারে তাদের গ্রোথ বাড়িয়ে ফেললো!



স্পষ্টিফাইয়ের প্লেলিস্ট কিউরেশন, তাদের ডেটা-ড্রিভেন অ্যাপ্রোচ; একটা জ্বলজ্যান্ত প্রমাণ হতে পারে, কীভাবে অ্যানালিটিক্স আপনাকে অডিয়েণ্টের সাথে আরো ফ্লুটফুল কানেকশন তৈরি করতে সাহায্য করতে পারে!

স্পষ্টিফাই, তাদের অডিয়েণ্টের মছন্দ-অপছন্দ এবং তাদের আচার-আচরণকে ট্র্যাক করে তাদের জন্য পার্সোনালাইজড রেকোমেন্ডেশন লিস্ট তৈরি করে থাকে! যেটা প্রত্যেক ইউজারের জন্য পার্সোনাল অভিজ্ঞতার মতো!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্সগুলো আপনাকে একটা লাইভ ড্যাশবোর্ড দেবে, যেখানে আপনার অডিয়েণ্ট ও আপনার ক্যাম্পেইনের পারফর্ম্যান্স দেখা যাবে এবং রিয়্যাল টাইমে কোথায়-কিসে পরিবর্তন নিয়ে আসতে হবে - সেটাও অ্যানালিটিক্স থেকেই জেনে নেয়া সম্ভব!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স, আপনার অডিয়েণ্টকে আরো কাছে থেকে বুঝে উঠতে সাহায্য করবে! সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্যাল টুলসগুলো সম্পর্কে যথেষ্ট ধারণা থাকলে আপনি খুব সহজেই বুঝতে পারবেন কখন আপনাকে কোন ধরনের সিদ্ধান্ত নিতে হবে; আপনার সোশ্যাল মিডিয়ার আইডেন্টিটিকে গ্রো করার জন্য!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স কিন্তু শুধুমাত্রই সংখ্যার খেলা নয়; আপনার ব্র্যান্ডের ডিজিটাল ডেস্টিনি নিজের হাতে গড়তে চাইলে, অ্যানালিটিক্সের ব্যবহার শেখাটা খুবই দরকার - আর এটাই হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স ম্যানেজমেন্ট!

একটা চেকলিস্ট দিয়ে দিচ্ছি, যেটা আপনাদের সাহায্য করবে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালিটিক্স টুলসগুলো সহজে অ্যাক্সেস করতেঃ

TOP 9 SOCIAL MEDIA ANALYTICAL/INSIGHT TOOLS

- **Facebook Insights:** facebook.com/business/insights/tools/audience-insights
- **X (Twitter) Analytics:** analytics.twitter.com
- **LinkedIn Analytics:** linkedin.com/dashboard
- **Instagram Insights:** facebook.com/help/instagram/788388387972460
- **YouTube Analytics:** youtube.com/analytics
- **Pinterest Analytics:** analytics.pinterest.com
- **TikTok Analytics:** tiktok.com/business/en-US/ads-manager
- **Reddit Insights:** redditinc.com/advertising
- **Tumblr Analytics:** tumblr.com/analyze

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ৬টি মাইক্রো স্কিল

এই অধ্যায়ে আমি আপনাদের ৬টা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং-বেইজড মাইক্রো স্কিলের সাথে পরিচয় করিয়ে দেবো; যেগুলো আপনাদের সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ে মাস্টার হতে প্রয়োজন পড়বে!

অর্থাৎ, **সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ভেতর এই ৬টি মাইক্রো স্কিল সম্পর্কে যথেষ্ট জ্ঞান থাকতে হবে; না-হয় আপনি এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটার ননঃ**

১. সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) ক্রিয়েশন
২. সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) অপ্টিমাইজেশন
৩. সোশ্যাল মিডিয়া প্রমোশন
৪. সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডভাটাইজিং
৫. সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েশন/সোশ্যাল মিডিয়া কম্পিউটাইটিং
৬. সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) ম্যানেজমেন্ট

এই ৬টি মাইক্রো স্কিল শিখে ফেললে এবং প্র্যাকটিক্যালি ব্যবহার করতে জানলেই আপনি নিজেকে একজন দক্ষ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটার বলতে পারবেন!

চলুন আরেকটু বিস্তারিত জানা যাক!

সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) ক্রিয়েশন

এই ধাপটা হচ্ছে, ডেভেলপমেন্ট স্টেজ!

একটা পারফর্ম্যান্স শুরুর আগে যেভাবে আমাদের স্টেজটাকে প্রফেশনালি সাজিয়ে নিতে হয়, ঠিক সেভাবেই সোশ্যাল মিডিয়াতে লং টার্মের জন্য গ্রো করতে চাইলে, অডিয়েন্সের সাথে আরো যুক্ত হতে চাইলে - প্রফেশনালি সোশ্যাল মিডিয়াতে পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল তৈরি করার প্রসেস শিখে ফেলতে হবে!

সোশ্যাল মিডিয়াতে প্রফেশনাল পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল তৈরির সময় মাথায় রাখতে হবে, সবগুলো সোশ্যাল মিডিয়া সেটিংস - সবরকমের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য নয়!

সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) অপ্টিমাইজেশন

তারপর আসে, অপ্টিমাইজেশন - যেখানে স্ক্র্যাটেজিক্যালি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি'কে ফরম্যাট করতে হবে, যাতে আপনার প্রতিদ্বন্দ্বীর চেয়ে আপনি এগিয়ে থাকতে পারেন এবং লং টার্মে অডিয়েন্সের ব্রেইনে ইম্প্যাক্ট ফেলতে পারেন!

সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি অপ্টিমাইজ করার জন্য, আপনি চাইলে A.B.C.D. Principle ব্যবহার করতে পারেন! অর্থাৎ, আপনার আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) অপ্টিমাইজ করার সময় এই ৪টা বিষয় মাথায় রাখবেন,

- **Audience:** আইডেন্টিটিটা কাদের জন্য
- **Brand:** আইডেন্টিটিটাকে ব্র্যান্ড হিসেবে রিপ্রেজেন্ট করবে কী-না
- **Content:** আইডেন্টিটিটা কোন ধরণের কন্টেন্ট প্রকল্প করে থাকে
- **Data:** আইডেন্টিটি থেকে যথেষ্ট তথ্য পাওয়া যায় কী না

সোশ্যাল মিডিয়া প্রমোশন

প্রমোশন – টার্গেটিং এবং প্রারফেক্ট ক্যাম্পেইনের কম্বিনেশন!

সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি তৈরি করে সেটাকে অপ্টিমাইজ করার পর, প্রমোশনের কাজ! সময়মতো কন্টেন্ট প্রকল্প করা, স্ট্র্যাটেজিক ক্যাম্পেইন রান করা এবং টার্গেটেড অডিয়েন্টা তৈরির মাধ্যমে এফেক্টিভলি সোশ্যাল মিডিয়া প্রমোশন করা সম্ভব!

প্রমোশনের লক্ষ্য হবে, A.C.T. Principle এর মতো!

অর্থাৎ, এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া প্রমোশনের মূল টার্গেট হবে অডিয়েন্টাকে Attract করা, অডিয়েন্টাকে আগ্রহী/Convert করা এবং সবার শেষে সেই আগ্রহী অডিয়েন্টাকে, ক্রেতায় Transform করার চেষ্টা করা!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডভার্টাইজিং

বাজেট ও ক্রিয়েটিভিটির প্রারফেক্ট কম্বিনেশনে আপনি সোশ্যাল মিডিয়াতে এফেক্টিভলি অ্যাডভার্টাইজ করতে পারবেন! প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়াতেই আপনি অর্থ খরচ করে বিজ্ঞাপন প্রচার করতে পারবেন!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডভার্টাইজিংয়ে আরো দয়ক হতে চাইলে, এই তিনটি ফর্মুলা আপনাদের সাহায্য করতে পারেং:

ACE Formula = (Audience Understanding) + (Content Relevance) + (Engagement Strategy)

এই ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে বিজ্ঞাপন তৈরি করুন, যেটা অডিয়েন্টের সমস্যার সমাধান করছে + যেটা অডিয়েন্টের চাহিদা মেটাচ্ছে + যেটাতে অ্যান্জেজমেন্ট স্ট্র্যাটেজি অ্যাপ্লাই করা হয়েছে! এই ফর্মুলা দিয়ে তৈরি করা বিজ্ঞাপন 'অডিয়েন্ট অ্যান্জেজমেন্টের' উপর গুরুত্ব দিচ্ছে!

CPR Framework = (Compelling Content) + (Platform Optimization) + (Relevance Targeting)

এই ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে বিজ্ঞাপন তৈরি করুন, যেখানে কন্টেন্ট অডিয়েন্টকে প্রারম্ভিকভাবে প্রকল্প করতে পারবে + যেখানে আপনার আইডেন্টিটি অপ্টিমাইজড + যেখানে টার্গেটিং ও কন্টেন্ট অডিয়েন্টের চাহিদা অনুসারেই যুক্ত করা হয়েছে! এই ফর্মুলা দিয়ে তৈরি করা বিজ্ঞাপন 'কন্টেন্টের চাহিদার' উপর গুরুত্ব দিচ্ছে!

STAMP Principle = (Storytelling + Trust + Authority + Memorability + Personalization)

এই ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে বিজ্ঞাপণ তৈরি করুন, যেটাতে একটা রেলেভেন্ট গল্প থাকবে + যেই অ্যাড অডিয়েণ্ডের মনে বিশ্বাস তৈরি করবে + যেই বিজ্ঞাপণ অথরিটি তৈরি করবে + অডিয়েণ্ডের মনে রাখার মতো অ্যাড কমি থাকবে + টার্গেটেড অডিয়েণ্ডের জন্য পার্সোনালাইজড হবে!

এই ফর্মুলা দিয়ে তৈরি করা বিজ্ঞাপণ মূলত 'লং টার্ম প্রফিটেবিলিটি'র উপর গুরুত্ব দিয়ে থাকে!

সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েশন/সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি

সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনার আইডেন্টিটিকে সফল করে তুলতে আপনি ব্যর্থ হয়ে যাবেন, যদি সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি বা সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েশনের দিকে মনোযোগী না হয়ে থাকেন!

সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনি রাইটিংস, গ্রাফিক্যাল, ভিডিও এবং অডিও কন্টেন্ট তৈরি করতে পারবেন; কিন্তু সবকিছুর শুরুটা হবে - সোশ্যাল মিডিয়া রাইটিংস বেইজড কন্টেন্ট তৈরির মাধ্যমেই।

আর রাইটিংস বেইজড কন্টেন্টের ভবিষ্যৎ হচ্ছে, **সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি**!

অডিয়েণ্ডকে আগ্রহী করে তোলা কিংবা অডিয়েণ্ডের চাহিদা মেটানো অথবা ব্যবসার খবরাখবর প্রকাশ করা কিংবা অ্যাডভার্টাইজিং/প্রমোশনের জন্য কন্টেন্ট তৈরি - প্রত্যেক ক্ষেত্রেই আপনাকে হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরি করার চেষ্টা করতে হবে!

আর সেই চেষ্টাকে সফল করার জন্য অর্থাৎ হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরির বা আরো স্পেসিফিক্যালি বললে, **হাই কোয়ালিটি সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি করার তিনটা ফর্মুলা বাতলে দিচ্ছ**; যেগুলো অ্যাপ্লাই করে তৈরি করা কন্টেন্ট/কমি প্রত্যেকবার আপনাকে হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট জেনারেট করে দেবে!

FAB Formula

এই ফর্মুলাটি আপনি সেলস কন্টেন্ট কিংবা প্রোডাক্ট/সার্ভিস কন্টেন্ট তৈরির ক্ষেত্রে সবচেয়ে ভালোভাবে অ্যাপ্লাই করতে পারবেন। FAB ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে বেশ পাওয়ারফুল ও আকর্ষণীয় কন্টেন্ট তৈরি করা সম্ভব।

সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েটররা যখন FAB ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করে, তারা তখন কন্টেন্ট শুরু করে থাকে কোনো মণ্য বা সেবার Features অর্থাৎ মণ্য বা সেবার ভেতরের গুরুত্বপূর্ণ, প্রয়োজনীয় ও আকর্ষণীয় দিকগুলো দেখানোর মাধ্যমে।

তারপর তারা সেই মণ্য বা সেবা কেনার Advantages বা লাভগুলো শেয়ার করবে, তাদের কন্টেন্টে। অর্থাৎ আপনার কন্টেন্টে এখন মণ্য বা সেবা কেনার পর ক্রেতার লাভগুলো কি কি হবে এবং ক্রেতা কিভাবে সাহায্য পাবে মণ্য বা সেবার কেনার পর; সেগুলো স্পষ্টভাবে উল্লেখ করে দিতে হবে।

সেবার শেষে কন্টেন্টটা শেষ করতে হবে, সেই মণ্য বা সেবার Benefits অর্থাৎ উপকারীতাগুলো যুক্ত করে। অর্থাৎ এক্ষেত্রে আপনাকে মণ্য বা সেবা কেনার পর অডিয়েণ্ডের কীভাবে উপকার হবে; সেটা স্পষ্টভাবে কন্টেন্টে দেখাতে হবে।

ACCA Formula

ACCA ফর্মুলা সবচেয়ে ভালো কাজ করে, লং ফর্ম কন্টেন্ট ও ভিডিও কন্টেন্ট তৈরির ক্ষেত্রে। এই ফর্মুলা দিয়ে আপনি হাজার শব্দের বেশি আর্টিকেল কিংবা পারসুয়েসিভ স্ক্রিপ্ট তৈরি করতে সহজ হবেন।

এই ফর্মুলাটি ব্যবহার করে কন্টেন্ট তৈরির সময়, ক্রিয়েটররা মূলত চারটা বিষয়ের দিকে মনোযোগ দিয়ে থাকে। এই চারটা ম্যানেজেন্ট হচ্ছে,

- **Awareness**, অর্থাৎ অডিয়েন্টকে মূল ম্যানেজেন্ট বোঝানোর আগে; আপনি কেন এবং কি নিয়ে কথা বলছেন; সেটা বলুন। অডিয়েন্ট যদি ব্যাসিকটা না বোঝে, তাহলে আপনি যা-ই বলুন না কেন; অডিয়েন্টের মনোযোগ সেদিকে থাকবে না।
- **Comprehension**, অর্থাৎ অডিয়েন্ট যখন আপনার কন্টেন্টের মূল আইডিয়া সম্পর্কে ধারনা পেয়ে যাবে, তারপর তাকে ডিটেইলসে আপনার বিষয়বস্তু বোঝান। এই ধাপে আপনি যত বেশি সন্তুষ্ট হয় ফ্যাক্টস, গুরুত্বপূর্ণ তথ্য অর্থাৎ, আপনার আইডিয়া সম্পর্কে আরো বিস্তারিত ধারণা দিন।
- **Conviction**, অর্থাৎ আগের ধাপে আপনি যে তথ্য আর ফ্যাক্টস যুক্ত করেছেন; সেগুলোকে প্রমাণ করুন। সোশ্যাল প্রফ দিন। রিভিউস ও টেষ্টিমোনিয়াল ব্যবহার করুন। অডিয়েন্টকে বোঝান, কেন আপনার থেকে বেস্ট সার্ভিস - আর হতেই পারে না!
- **Action**, অর্থাৎ সবার শেষ ধাপে আপনাকে কন্টেন্ট শেষ করতে হবে একটা কল টু অ্যাকশন ব্যবহার করে। এটা হতে পারে, কোনো একটা বাটন কিংবা একটা ফোন নাম্বার অথবা একটা ইমেইল কিংবা কোনো একটা লং টার্ম মেট্রিক্স ইত্যাদি!

4P Formula

4p ফর্মুলাটা যেকোনো ধরনের কন্টেন্টে ব্যবহার করা যায়। এমনকি যেকোনো ধরনের সাধারণ কন্টেন্টে আপনি এই 4p ফর্মুলাটি অ্যাপ্লাই করে, সেই কন্টেন্টকে আরো হাই কোয়ালিটি কনভার্ট করতে পারবেন।

ক্রিয়েটররা যখন 4p ফর্মুলাটি অ্যাপ্লাই করে একটা কন্টেন্ট তৈরি করে থাকে, তখন তারা মূলত চারটা 'P' ফলো করে থাকে। এই চারটা 'P' হচ্ছে,

- **Picture**, অর্থাৎ আপনার অডিয়েন্টের মাথায় যেন শুরুতেই আপনার মণ্য বা সেবা নিয়ে কিংবা আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি নিয়ে; সেটাৰ একটা ভালো ধারনা চলে আসে। শুরুতেই অডিয়েন্টের ব্রেইনে যেন, আপনার লেখা পড়ে বা বুঝে বা শুনে বা দেখে; ক্লিয়ারলি আপনার কন্টেন্ট সম্পর্কে আইডিয়া চলে আসে।
- **Promise**, অর্থাৎ অডিয়েন্টের মাথায় যখন আপনার কন্টেন্ট সম্পর্কে একটা ভালো দৃশ্য ঘূরছে তখন তাকে সাথে সাথেই একটা প্রমিজ করুন। তাকে স্পষ্টভাবে বোঝান কেন আপনার কন্টেন্ট তার প্রয়োজন, আপনি তাকে কি প্রতিজ্ঞা করছেন, কন্টেন্ট পড়ার পর বা দেখার পর বা বোঝার পর; সে কি পেতে চলেছে!
- **Prove**, অর্থাৎ শুধু শুধু প্রমিজ করলেই তো আর হবে না? আপনি যেটা প্রমিজ করেছেন মাত্র, সেটাকে এবার প্রমাণ করার পালা। এবার অডিয়েন্টকে কিছু প্রমাণ দেখান, কিছু টেষ্টিমোনিয়াল দেখান, কিছু রিভিউস দেখান। এগুলো সোশ্যাল প্রফ হিসেবে কাজ করবে। আর সোশ্যাল প্রফ অডিয়েন্টের ভেতর, ইমোশন তৈরি করে। আর আমাদের ৯৫% চয়েস, ইমোশনাল; র্যাশিওনাল নয়!
- **Push**, অর্থাৎ যখনই আপনার সোশ্যাল প্রফ দেখে ফেলার পর অডিয়েন্টের ভেতর ইমোশন জন্মেছে, তখনই আপনাকে সাথে সাথে পুশ করতে হবে। এখন কন্টেন্টে একটা কল টু অ্যাকশন দিন। ইমোশনাল হওয়ার সাথে সাথেই অডিয়েন্ট পুশ করার জন্য একটা অপশন খুঁজবে, আর আপনাকে সেই মুহূর্তেই অডিয়েন্টের সামনে পুশ বা কল টু অ্যাকশন বাটন তুলে ধরতে হবে।

সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট

সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট, আলাদা কিছু নয় - আপনি যদি একটা সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম, যেকোনো ব্যবসা বা ব্র্যান্ডের জন্যঃ

- একটা প্রফেশনাল আইডেন্টিটি তৈরি করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটিকে অপ্টিমাইজ করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটির প্রমোশন করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটির অ্যাডভার্টাইজিং করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটির জন্য হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরি করতে জানেন

তাহলে আপনি সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট জানেন!

Congratulations!

একজন সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের কাজ; **সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্রত্যেকটা মাইক্রো স্কিলে দক্ষ হওয়া!**

I wish, আমাকে স্কুলে বা কলেজে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং, বিশেষ করে সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট শেখানো হতো!

২০২২ সালের একটা পরিসংখ্যান অনুযায়ী, সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মগুলোতে বর্তমানে ৪২০ কোটির বেশি মানুষ অ্যাক্টিভ রয়েছে!

অর্থাৎ, পুরো বিশ্বের জনসংখ্যার প্রায় অর্ধেকের বেশি মানুষ সোশ্যাল মিডিয়া সাইটগুলোতে নিয়মিত অ্যাক্টিভ! পুরো বিশ্বে যত ইন্টারনেট ব্যবহারকারী রয়েছেন, তাদের মধ্যে ৮০% মানুষই সোশ্যাল মিডিয়া ইউজার!

একটাবার চিত্তা করুন, এই শ'কোটি মানুষগুলোই কিন্তু আপনার ক্ষেত্রে হতে পারে।

আপনি আপনার বিজনেস/ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটিকে সোশ্যাল মিডিয়ায় নিয়ে আসতে চাইছেন না, কারণ এটা হয়তো আপনার কাছে বাচ্চাদের খেলনা কিংবা সময় নষ্ট করার জায়গা!

কিন্তু ট্রান্স মি, বর্তমানে যত বড় বড় ব্যবসা/ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি রয়েছে প্রত্যেকটাই সোশ্যাল মিডিয়ার সাথে যুক্ত। একটা-দুটো নয়, বরঞ্চ অনেকগুলো সোশ্যাল মিডিয়ার সাথে কানেক্টেড থেকে মাসে অর্ধ কোটি টাকা পর্যন্ত আয় করছে অনেক ব্যবসায়ীরা!

এখনো সময় আছে, আপনার ব্যবসা/ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটিকে ভার্চুয়ালি কানেক্ট করুন সোশ্যাল মিডিয়ার সাথে! সেটা একটা গ্রোসারি শপ হোক কিংবা একটা ফার্মেসি কিংবা নিজের শখের কোনো কাজ বা পরিচিতিই হোক না কেন!

সোশ্যাল মিডিয়াতে হাজার হাজার ছবি আপলোড করা কিংবা অ্যাডভার্টাইজ করানোটাই কিন্তু সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং নয়! ফেসবুকে "বুষ্টিং" করানোটাই ফেসবুক মার্কেটিং নয়! ইঞ্টার্গ্রামে হাজার হাজার ফলোয়ার জমানোকে ইঞ্টার্গ্রাম মার্কেটিং বলে না! পিন্টারেষ্টে অ্যাকাউন্ট খুলতে পারলেই পিন্টারেষ্ট মার্কেটিং হয় না! লিংকডইনে কোটি কোটি কানেকশনের জন্ম দিলেই লিংকডইন মার্কেটিং হয় না!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং তখনই সম্পূর্ণ হয়, যখন সেখানে এই ছয়টা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের মাইক্রো স্কিল; সফলভাবে অ্যাপ্লাই করা সম্ভব হয়!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে হাজার হাজার ফলোয়ার বা লাইকের চেয়ে বেশি প্রয়োজন অ্যাঙ্গেজমেন্টের! আর আপনি জোর করে কাউকে দিয়ে প্রোডাক্ট কেনাতে পারবেন না, জোর করে কারো ব্রেইনে স্থরণীয় হয়ে যেতে পারবেন না!

Maya Angelou কোথায় যেন একবার বলেছিলেন, "People will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel."

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের দুনিয়ায়, শুধুমাত্র কন্টেন্ট পোস্ট করাটাই কাজ নয়; বরঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের লক্ষ্য হওয়া উচিত, অভিয়ন্তার সাথে অভিজ্ঞতা তৈরি করা - স্মৃতি তৈরি করা!

সেজন্যে এই মাইক্রো স্কিলগুলো শিখুন আর এগুলোকে কম্পাসের মতো ব্যবহার করুন; যাতে এগুলো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে গাইড করতে পারে, লং টার্ম প্রফিটেবিলিটির জন্য!

E.QU.I.P. Framework (ইকুইপ ফ্রেমওয়ার্ক)

E.QU.I.P. Framework এর লক্ষ্য; **সোশ্যাল মিডিয়ায় আপনাকে ইমোশনালি অ্যান্টিভ কন্টেন্ট ও অ্যাঙ্গেজমেন্ট' তৈরি করতে সাহায্য করা!**

সোশ্যাল মিডিয়ার প্রত্যেক কন্টেন্ট, প্রত্যেক পেইজ, প্রত্যেক ইঞ্জিনে ইঞ্জিনে আপনি ইমোশনের ব্যবহার দখলে পাবেন - প্রতিনিয়ত!

আর এই ইমোশনাল কন্টেন্ট বা অ্যাঙ্গেজমেন্টগুলোকে, এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটাররা কন্ট্রোল করে থাকে; এবং এটাকেই ম্যানেজ ও অপ্টিমাইজ করে তাদের অডিয়েন্সকে আগ্রহী করে তুলতে কাজে লাগিয়ে থাকে!

আজ থেকে সোশ্যাল মিডিয়াতে যখনই কোনো কন্টেন্ট প্রাবলিশ করবেন কিংবা যখনই আপনার পন্য/সেবা/আইডেন্টিটি নিয়ে আপনার অডিয়েন্সের সাথে কমিউনিকেট করবেন - তখনই মাথায় এই E.QU.I.P. Framework গেঁথে নেবেন এবং এই ফ্রেমওয়ার্ক ফলো করেই আপনার অডিয়েন্সের সাথে অ্যাঙ্গেজ করার চেষ্টা করবেন কিংবা কন্টেন্ট তৈরি করবেন!

শুরুতেই সোশ্যাল মিডিয়ার মেট্রিক্সগুলোকে শুধুমাত্রই কিছু সংখ্যা হিসেবে না দেখে কিংবা ডিজিটাল ট্রান্সেকশন হিসেবে না দেখে, দেখার চেষ্টা আরেকটা প্রারম্পকচিত্ত থেকে; যেখানে প্রত্যেকটা লাইক, কমেন্ট, শেয়ার, মেসেজ – ভিন্ন ভিন্ন ইমোশনাল অ্যান্টিভিটি!

আর সেই প্রারম্পকচিত্ত থেকে দেখলে, E.QU.I.P. Framework মাথায় রেখে তৈরি করা কন্টেন্ট কিংবা কনভার্সেশন আপনাকে সাহায্য করবে -

- অনুভূতিতে কন্ট্রোল করতে
- ব্যাসিক হিউম্যান সাইকোলজি বুঝতে
- জেনুইন ইন্টারেকশন তৈরি করতে

চলুন, আরেকটু বিস্তারিত জানা যাক!

E.QU.I.P. Framework

Empathy (কন্টেন্টে সহানুভূতির ব্যবহার)

সহানুভূতি, শুধুমাত্র একটা প্রচলিত শব্দই নয়, বরঞ্চ সহানুভূতি এখন সোশ্যাল মিডিয়ার সবচেয়ে ব্যবহৃত মূদ্রা! সহানুভূতি, E.QU.I.P. Framework এর মূল উপাদান, যেটার মানে শুধুমাত্রই অডিয়েন্সকে বুঝতে পারাই নয়, বরঞ্চ সহানুভূতির মূল মানে; আপনার অডিয়েন্সকে অনুভব করতে পারা! আপনার অডিয়েন্সের জায়গায় নিজেকে দাঁড় করিয়ে, সমস্যাকে অনুভব করতে জানা!

পরিসংখ্যান অনুসারে ৬৫% কনজুমাররা নিজেদেরকে ব্র্যান্ডের একটা অংশ মনে করে, যদি ব্র্যান্ড মাত্র ৫% শুরুত্ব বাড়িয়ে দেয় - অডিয়েন্সের দিকে! শুধুমাত্র ট্রান্সেকশনের জন্যেই নয় – লং টার্মে সম্পর্ক গড়ে তুলতে; আপনার কন্টেন্ট কিংবা কমিউনিকেশনে সহানুভূতির ব্যবহার আপনাকে ৪% হলেও এগিয়ে রাখবে!

Quickly Understanding (দ্রুত সোশ্যাল মিডিয়া ডায়নামিক্স বোকার চেষ্টা করুন)

সোশ্যাল মিডিয়া ও সোশ্যাল মিডিয়াতে মানুষের চাহিদা-আকাঙ্ক্ষা প্রত্যেক সেকেন্ডে পরিবর্তন হচ্ছে! E.Q.U.I.P. Framework এর এই ধাপে আমাদের কাজ হবে, সেই এভার চেইজিং ডায়নামিক্সের সাথে তাল মিলিয়ে চলার চেষ্টা করা!

কখন আপনার নিশে কী হচ্ছে, কী ঘটছে আর অডিয়েন্স কীভাবে রিয়েক্স্ট করছে; এটা যত দ্রুত বুঝতে পারবেন; তত দ্রুত সেই সিচুয়েশনকে আপনার কন্টেন্ট আর কমিউনিকেশন যুক্ত করতে পারবেন - যেটা আপনাকে অন্যদের চেয়ে দ্রুত মার্কেট স্পেস কন্ট্রোল করতে সাহায্য করবে!

একটা রিসার্চ অনুসারে, ৪৯% কনজুমাররা সোশ্যাল মিডিয়াতে ইনফুয়েশনের উপর পন্য/সেবা ক্রয় করে থাকে! যত দ্রুত আপনার কন্টেন্ট বা আপনার অ্যাঙ্গেজমেন্ট সেই ডেটা যুক্ত করতে পারবেন, তত দ্রুত আপনার অডিয়েন্সকে কনভার্ট করতে পারবেন!

Inspiring (অডিয়েন্সের মাঝে অনুপ্রেরণা জোগান)

অনুপ্রেরণা – যেটা থেকে অ্যাকশনের শুরু হয়! অনুপ্রেরণামূলক কন্টেন্ট মানেই কিন্তু মোটিভেশনাল কন্টেন্ট বা কমিউনিকেশন নয়; বরঞ্চ অনুপ্রেরণামূলক কন্টেন্টগুলো একজন ব্যক্তিকে অ্যাকশন নিতে সাহায্য করে - প্র্যাকটিক্যাল হতে সাহায্য করে!

যখন আপনার কন্টেন্টে এই অনুপ্রেরণা যুক্ত করতে পারবেন কিংবা আপনার কমিউনিকেশনে যখন আপনার অডিয়েন্স অনুপ্রাণিত হবে, তখন তারাঃ

- অ্যাঙ্গেজ করবে
- শেয়ার করবে
- আরো বেশি কনভার্শন ট্রিগার করবে

অনুপ্রেরণামূলক কন্টেন্টগুলো, প্রমোশনাল কন্টেন্ট থেকে প্রায় ৩০% বেশি অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট নিয়ে আসতে পারে! তাহলে কেন আমরা আরো বেশি অনুপ্রেরণা যোগাচ্ছি না?!

Positivity (পজিটিভ আইডেন্টিটি = লং টার্ম গ্রোথ)

পজিটিভিটি কোনো টাইমটেবিল মেনে যাওয়া-আসা করে না; হয়, আপনি একজন পজিটিভ ব্যক্তি, অথবা পজিটিভ ব্যক্তি নন!

পজিটিভিটি একটা চুম্বকের মতো অ্যাঙ্গেজমেন্ট জড়ে করতে পারে, আর সেই কারনেই পজিটিভিটি শেখাটা খুবই জরুরি! পজিটিভিটির প্র্যাকটিস আপনার আইডেন্টিটিতে; অডিয়েন্সের মনে লং টার্মের জন্য পজিটিভ আউটলুক তৈরি করবে, যেটা আপনার আইডেন্টিটির ওভারঅল গ্রোথ বাড়াতে সাহায্য করবে!

একটা স্টাডি অনুসারে, পজিটিভ কন্টেন্টের অডিয়েন্স প্রায় আড়াই গুণ বেশি কনভার্ট হয় - নেগেটিভ কন্টেন্টের অডিয়েন্স থেকে!

সেজনে পজিটিভ কন্টেন্ট আর পজিটিভ কমিউনিকেশন, আপনার অ্যাঙ্গেজমেন্ট এবং লং টার্মের সাইস্টেনিবিলিটি স্কোর; অনেকটা বাড়িয়ে দিতে পারে!

E.Q.U.I.P. Framework একটা স্ট্র্যাটেজিক টুলকিট তো বটেই; একহসাথে এটা একটা মাইন্ডসেট – যেখানে একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি তার কানেকশনকে গুরুত্ব দিতে শেখে ও অনুপ্রাণিত করতে শেখে!

C.R.O.W.N. Methodology (ক্রাউন ম্যাথডলজি)

C.R.O.W.N Methodology এর লক্ষ্য; **সোশ্যাল মিডিয়ায় আপনার অভিয়েগ্নের সাথে লং লাস্টিং ও শক্তিশালী রিলেশনশিপ তৈরিতে সাহায্য করা!**

C.R.O.W.N Methodology শুধুমাত্র কন্টেন্টে নয়; অ্যাঙ্গেজমেন্ট থেকে শুরু করে, প্রত্যেক ধাপেই আপনার ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি যেন, এই ম্যাথডোলজিকে রিপ্রেজেন্ট করে! আর যদি সেটা করা সম্ভব হয়, তাহলে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির গ্রোথ শুধুমাত্র একটা কন্টেন্টেই বন্দি থাকবে না, বরঞ্চ সেটা কন্টেন্ট কিংবা মন্য বা সেবা ছাড়িয়ে; আন্তরিকতায় রূপ নেবে!

আজ থেকে সোশ্যাল মিডিয়াতে যখনই কোনো অথেন্টিক রিলেশনশিপ তৈরি করতে চাইবেন কিংবা কোনো কন্টেন্ট/অ্যাঙ্গেজমেন্টের মূল লক্ষ্য হিসেবে, লং টার্ম প্রফিটেবিলিটির চিন্তা করবেন - তখন এই C.R.O.W.N Methodology অনুসরণ করে সেই টার্গেটেড অভিয়েগ্নের সাথে অ্যাঙ্গেজ করার চেষ্টা করবেন!

C.R.O.W.N Methodology অনুসারে, আপনার টার্গেটেড অভিয়েগ্নের সাথে লং টার্ম রিলেশনশিপ তৈরি করার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ছেটা অ্যাকশন হচ্ছেঃ

- Communicate
- Relate
- Optimize
- Win-Win
- Nurture

এই প্রসেস ফলো করে টার্গেট অভিয়েগ্নের সাথে লং টার্মের জন্য রিলেশনশিপ তৈরি করতে চাইলে,

এই ৫টা অ্যাকশন দিয়ে আমাদের আইডেন্টিটিকে রিপ্রেজেন্ট করতে হবে!

অর্থাৎ, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে আপনি যেসব কন্টেন্ট তৈরি করেন, যেভাবে অ্যাঙ্গেজ করেন, যেভাবে নিজেকে বা নিজের পন্য/সেবাগুলোকে রিপ্রেজেন্ট করে থাকেন - অডিয়েণ্টের সামনে; সেই প্রসেসটাতে যদি কমিউনিকেশন না থাকে - রিলেটিভিলিটি না থাকে - অপ্টিমাইজেশন না থাকে - উভয়পক্ষের জন্য উইন/উইন সিচুয়েশন তৈরি না হয় এবং যদি অডিয়েণ্টকে স্কেল করতে সাহায্য না করা হয়; তাহলে সেই অডিয়েণ্ট যতই টার্গেটেড হোক না কেন; লং টার্মের রিলেশনশিপ তৈরি হবে না, কখনোই!

C.R.O.W.N Methodology

Communication (যোগাযোগ)

কমিউনিকেশন মানে শুধুমাত্র একটা বার্তা পাঠানোই নয়; অনেকগুলো শব্দ, ছবি, ভিডিও এবং অ্যাক্টিভিটি যখন একসাথে, আপনার আইডেন্টিটি আর অডিয়েণ্টের মাঝের দূরত্বটাকে বিজের মতো যুক্ত করে দেয়, তখন সেটাকে আমরা এফেক্টিভ কমিউনিকেশন বলতে পারি!

আর এফেক্টিভ কমিউনিকেশন শুরু হয়, মনোযোগ দিয়ে শোনার মাধ্যমে! সোশ্যাল লিসেনিং স্কিল, আপনার অডিয়েণ্টের মূল পেইনপয়েন্টগুলো আপনাকে দেখিয়ে দিতে পারে!

স্ট্যাটিস্টিকস অনুসারে ৬৭% কনজুমার আশা করে, তারা যেসব ব্র্যান্ড/ব্যবসাগুলোকে অনুসরণ করে সেগুলো তাদের সমস্যার সমাধান করে দেবে চাবিশ ঘন্টার ভেতরে! আর সোশ্যাল লিসেনিং আপনার এই সমস্যার সমাধান করতে পারে!

কনভার্সেশনাল কন্টেন্ট ও অথেন্টিক কমিউনিকেশন এবং মিনিংফুল অ্যাপ্রোচ আপনার লং টার্ম কানেকশন তৈরির প্রথম ধাপ! আর এই ধরণের কমিউনিকেশন ও অ্যাপ্রোচ আপনার অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেটে বাড়িয়ে দিতে পারে অন্তত ৫০%!

Relate (সম্পর্কস্থাপন)

অডিয়েণ্টের মনে জায়গা করে নেয়ার সবচেয়ে সহজ প্রসেস হচ্ছে, রিলেটিভিলিটি!

কিন্তু, অডিয়েণ্টের সমস্যার সাথে নিজেকে কানেক্ট করা মানে, শুধুমাত্র অডিয়েণ্টকে বোঝার চেষ্টা করাই নয়; বরঞ্চ অডিয়েণ্টের অভিজ্ঞতা আর অনুভূতির সাথে নিজের অভিজ্ঞতা আর অনুভূতিকে যুক্ত করার চেষ্টা করা!

যেসব ব্র্যান্ড/বিজনেস তাদের কনভার্সেশনে বা কন্টেন্টে, অডিয়েণ্টের সমস্যা/অভিজ্ঞতার সাথে সম্পর্কিত কোনো পয়েন্ট যুক্ত করে, সেগুলোতে ৪০% কনজুমার ট্রাস্ট বৃদ্ধি পেতে দেখা যায়!

আর ভুলে যাবেন না, সহানুভূতি থেকেই কিন্তু রিলেটিভিলিটির সূচনা হয়!

আপনি যখন সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি হিসেবে আপনার কন্টেন্ট আর মেসেজগুলোতে একটা লং টার্ম এফেক্ট তৈরি করতে চাহিবেন, তখন সবচেয়ে সহজ পদ্ধতি হতে পারে, ইমোশনাল স্টোরিটেলিং!

কারণ, এই ধরনের অ্যাপ্লিকেশনে ৩৫% শেয়ার বেড়ে যায় এবং যেটা লং টার্ম রিলেশনশিপে অভিয়ন্ত্রের সাথে আপনার ব্রিজকে আরো শক্তিশালী করে গড়ে তোলে!

Optimize (ম্যাক্সিমাইজ টার্গেটিং)

অপ্টিমাইজেশন শুধুমাত্র আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে আপগ্রেড করাই নয়; একেবারে সুস্থ টার্গেটিং করে আপনার কন্টেন্ট, মেসেজ ও প্রমোশনকে আরো বুলেটপ্রফ করাটাই সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি অপ্টিমাইজেশন!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে যখন কন্টেন্ট ডেলিভারি করছেন তখন যেন সেখানে যথেষ্ট পরিমাণ তথ্য, তত্ত্ব এবং ‘এডুটেইনমেন্ট’ থাকে, যাতে করে আপনার অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেটে অন্তত ২০% বাড়ানো সম্ভব হয়!

আর একহসাথে আপনার কন্টেন্ট ও সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে অন্তত ৫টি চ্যানেলে ডিস্ট্রিবিউট করুন; যেটা আপনার ব্র্যান্ড ভিজিবিলিটি ও রিচ বাড়িয়ে দেবে অন্তত ৩৪% এবং লং টার্ম অভিয়ন্ত্রের সাথে রিলেশনশিপ তৈরিতে আপনার অর্থোরিটি বৃদ্ধি করতে সাহায্য করবে!

Win-Win (দু'পক্ষের জয়)

সোশ্যাল মিডিয়াতে সেই ব্র্যান্ড/বিজনেসগুলোর সবচেয়ে বেশি সন্তুষ্ট অভিয়েন্টা দেখা যায়, যেগুলোতে অভিয়েন্টা ও আইডেন্টিটি উভয়পক্ষই একটা কনভার্সেশনে জয়ী হয়! ব্র্যান্ড/ব্যবসা এবং তাদের অভিয়েন্টা - দু'পক্ষই যদি সন্তুষ্ট থাকে - যেকোনো আঞ্চলিক কিংবা অ্যাঙ্গেজমেন্টে - তাহলে সেক্ষেত্রে সেই রিলেশনশিপ বছদিন টিকে থাকার সম্ভাবনা অনেক বেশি!

যখন ব্র্যান্ড/ব্যবসা, অ্যাঙ্গেজমেন্টের বদলে ভ্যালু অফার করে থাকে, ভ্যালুয়েবল কন্টেন্ট শেয়ার করে থাকে, অভিয়েন্টাকে পুরস্কৃত করে থাকে; তখন ক্রেতাদের রিটেনশনে গড়ে ২৫% গ্রোথ দেখা যায়; কারণ এতে দু'পক্ষের মাঝেই উইন-উইন সিচুয়েশন তৈরি হয়!

আরেকটা পরিসংখ্যান বলছে, ইনফ্লুয়েন্সারদের সাথে সোশ্যাল মিডিয়ার আইডেন্টিটিগুলো যখন কোলাবোরেট করে থাকে তখন প্রত্যেক ১ ডলার খরচ করে, সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিগুলোকে প্রায় ৬.৫০ ডলার রেভিনু জেনারেট করে থাকে!

এদিক থেকে দেখলে, একেবারেও কিন্তু ব্র্যান্ড/ব্যবসার সাথে অভিয়েন্টের একটা উইন-উইন সিচুয়েশন তৈরি হয়েছে!

Nurture (যত্ন নিয়ে গ্রোথ)

যত্ন নিয়ে আপনার অভিয়েন্টাকে আপনার আইডেন্টিটিতে পরিচয় করানো কিন্তু একেবারের কাজ নয়! প্রতিনিয়ত প্রত্যেকটা ভ্যালুয়েবল অভিয়েন্টাকে গুরুত্ব দিয়ে তাদের সমস্যার সমাধান করে, আপনার আইডেন্টিটিকে গ্রো করতে পারাটা, অভিয়েন্টের সাথে লং টার্ম রিলেশনশিপ নিশ্চিত করে!

আপনার আইডেন্টিটির কমিউনিটে নিয়মিত অ্যাঙ্গেজ করে এবং সেই কমিউনিটিকে সামোর্ট করে গ্রো করতে সাহায্য করলেই আপনার লয়ালিটি স্কোর অন্তত ৪২ গুণ বেড়ে যাবে; যেটা আপনার অভিয়েন্টের সাথে আপনাকে আরো কাছ থেকে জুড়ে দেবে!

আর একহসাথে এই কথাটা মাথায় রাখবেন, যত বেশি পার্সোনালাইজ করবেন; ততে দ্রুত আপনার অভিয়েন্টকে কনভার্ট করার চান্দও বেড়ে যাবে!

অবশ্যই মনে রাখবেন, C.R.O.W.N. Methodology শুধুমাত্র কয়েকটা ধাপই নয়; বরঞ্চ এটা খুবই কমপ্লেক্স একটি ম্যাথড - যেটা ঠিকঠাক অ্যাপ্লাই করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট, কানেকশন এবং রিলেশনশিপ তৈরি করার প্রসেসটা আরো সহজ করা সম্ভব!

F.L.U.ID. Strategy (ফুইড স্ট্র্যাটেজি)

F.L.U.ID Strategy এর লক্ষ্য; কেন আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির, ট্রেন্ড ও ভবিষ্যতের এত আপডেগ্রেডের সাথে মানিয়ে নেয়াটা জরুরী এবং কীভাবে সেটা এফেক্টিভলি করতে হবে; সেই সমস্যার সমাধান করা!

এই চ্যাপ্টার শুরু করতে না করতেই, Darwin এর একটা উক্তি মনে পড়ে গেলো -

"It is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent; it is the one most adaptable to change."

সোশ্যাল মিডিয়ার প্রত্যেক কানেকশনেই লক্ষ কোটি ডেটা একটা আরেকটার সাথে প্রতিনিয়ত জুড়ছেই এবং এই ডেটার ব্যবহার থেকেই বোঝা যায়, সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে কি পরিমাণ মানুষ তাদের সময় অতিবাহিত করছে! আর যেখানে লক্ষ-কোটি মানুষ আছে, সেখানে পরিবর্তন তো আসবেই!

আর এটাই তো স্বাভাবিক, তাই না?

আর সেজন্যে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের জগতেও এটাকে একটা সুযোগ হিসেবে ধরে নিয়েই আমাদের এই পরিবর্তনের সাথে নিজেদের মানিয়ে নিতে হবে ও আপগ্রেড করতে হবে এবং F.L.U.ID. Strategy এক্ষেত্রে আপনাদের সাহায্য করতে পারে; এই সমস্যার সমাধান করে!

পরিসংখ্যান অনুসারে – প্রত্যেক প্ল্যাটফর্মে, অ্যালগরিদমে এবং কনজুমারের সাথে আচার-ব্যবহারেও পরিবর্তন লক্ষ্য করা যায়! আর সেজন্য নিজেকে মানিয়ে নেয়ার স্ট্র্যাটেজি শেখাটা এখন শুধুমাত্র একটা অপশনই নয়, বরঞ্চ এটা প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য প্রয়োজন!

ফেসবুকের কথাই ধরুন!

ফেসবুকের অ্যালগরিদম যখন আপডেট করা হয়, তখন বেশিরভাগ বিজনেস পেইজেই গড়ে ৫২% অর্গানিক রিচ নেমে যায়!

একবার ভেবে দেখুন, এই আপডেটের সাথে যদি নিজেকে মানিয়ে নিতে না পারেন বা মানিয়ে নেয়াটা শিখে না রাখেন; তাহলে আপনার ব্যবসার/ব্র্যান্ডের/আইডেন্টিটির গ্রোথ মাত্র কয়েক মাসের ব্যবধানেই অর্ধেকেরও নিচে নেমে চলে আসতে পারে!

দোষটা তখন কাকে দেবেন? ফেসবুককে? দিয়ে লাভ হবে?

F.L.U.ID. Strategy অনুসরণ করে ৪টা পয়েন্ট অ্যাপ্লাই করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির প্রমোশন, মার্কেটিং, ক্রিয়েশন, ডেভেলপমেন্ট এবং অ্যাঙ্গেজমেন্ট অ্যাক্টিভিটি স্থির রাখা সম্ভব!

অর্থাৎ, যদি আপনি এই চারটা বিষয় আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে এক্সারসাইজ করেন তাহলে, যেকোনো ধরণের আপডেট আসুক না কেন - আপনি সবসময়েই প্রস্তুত থাকতে পারবেন এবং আপনাকে '৫০% গ্রোথ ডাউন' কিংবা '৭৩% কনভার্শন ডাউন' অথবা '৯০% রিচ ডাউন' - এগুলো নিয়ে টেনশন করতে হবে না!

F.L.U.ID Strategy

Flexibility (পরিস্থিতি মেনে পরিবর্তন)

হাবস্পটের করা একটা পরিসংখ্যানে দেখা যায়, ৫০% মার্কেটারের কাছে ফ্লেক্সিবিলিটি - সোশ্যাল মিডিয়াতে সফল হওয়ার মূল পয়েন্ট!

সাধারণ একটা আইডেন্টিটির সাথে ফ্লেক্সিবল আইডেন্টিটির মূল পার্থক্য হচ্ছে, ফ্লেক্সিবল সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি - নিজেকে যেকোনো ট্রেন্ড বা আপডেটের সাথে স্ট্র্যাটেজিক্যালি পরিবর্তন করতে পারে!

তাহলে এক কথায় বললে, ফ্লেক্সিবিলিটি হচ্ছে স্ট্র্যাটেজিক্যালি আপগ্রেড করা!

শয়ে শয়ে অ্যালগরিদম আপডেট বা ট্রেন্ড আপডেটের সাথে তাল মিলিয়ে প্ল্যান করে চলাটা বেশ কষ্টকর! কিন্তু তারপরেও প্রতিদিনের সোশ্যাল মিডিয়ার মাইনর থেকে মেজর প্রত্যেক আপডেটের সাথে আপনাকে কন্টেন্ট ডেভেলপমেন্ট স্ট্র্যাটেজি, কন্টেন্ট ডিস্ট্রিবিউশন স্ট্র্যাটেজি এবং কন্টেন্ট ফরম্যাট স্ট্র্যাটেজিতে পরিবর্তন নিয়ে আসতে হবে!

যেসব ফরম্যাট ও স্ট্র্যাটেজি খুব ভালো গ্রোথ নিয়ে আসতে সাহায্য করতে পারে, যেগুলো ট্রেন্ডের সাথে কিছুটা হলেও মিলছে কিংবা যেগুলো অ্যালগরিদমকে সামোর্ট করছে; সেইসব কন্টেন্ট পাবলিশ করার দিকে মনোযোগী হলে অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেটে ৫০% গ্রোথ দেখা যেতে পারে!

Leverage (সুযোগের সন্দৰ্ভ)

সোশ্যাল মিডিয়াতে ইনফ্লুয়েণ্সার মার্কেটিংয়ের ব্যবহার কিংবা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে কন্টেন্ট মার্কেটিংয়ের ব্যবহার অথবা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে হাই টিকেট সেলস ট্যাকচিকসের ব্যবহার; আপনাকে অন্যান্য ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি থেকে, আলাদা করবে!

আমি ৮টি ট্যাকচিকস বলে দিচ্ছি, যেগুলো আপনি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে ব্যবহার করে; আপনার মানিয়ে নেয়ার ক্ষমতাকে অর্থাৎ অ্যাডাপ্টিভিলিটি আরো বৃদ্ধি করতে পারবেনঃ

- **সোশ্যাল মিডিয়াতে ইনফ্লুয়েণ্সারদের সাথে কোলাবোরেশন করুনঃ** ইনফ্লুয়েণ্সারদের সাথে পার্টনারশিপ করলে আপনার রিটোর্ন অব ইনভেস্টমেন্ট অনেক বেড়ে যাবে! পরিসংখ্যানে দেখা গিয়েছে, ইনফ্লুয়েণ্সারদের সাথে কোলাবোরেশন করার মাধ্যমে অডিয়েন্সের পন্য বা সেবা কেনার আগ্রহ ৫.২ গুণ বাঢ়ানো সম্ভব!
- **পরিসংখ্যানের ব্যবহারঃ** আপনার আইডেন্টিটির কনভার্শন রেট ৩০% বাড়িয়ে ফেলা সম্ভব, সঠিকভাবে তথ্য, তত্ত্ব ও পরিসংখ্যানের ব্যবহারের মাধ্যমে! কন্টেন্ট, মার্কেটিং আর ডিস্ট্রিবিউশন - প্রত্যেক ধাপেই যদি অ্যানালিটিক্স/ইনসাইটস থেকে অডিয়েন্সের আচার-আচরণের তথ্য অ্যানালাইজ করে ব্যবহার করতে পারেন, তাহলে আপনার ক্লিক থ্রি রেট বা সিটিআর অন্তত ৪০% বাড়িয়ে ফেলা সম্ভব!
- **এফেক্টিভ অ্যাড কপি ও ক্যাম্পেইনঃ** স্ট্র্যাটেজিক্যালি এফেক্টিভ কপিরাইটিং করে তৈরি সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডকপি - সেই ক্যাম্পেইনের কনভার্শন রেট ২৫% বাড়িয়ে দিতে পারে!
- **এসইও ও কীওয়ার্ড অপ্টিমাইজেশনঃ** আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে এসইও অর্থাৎ সার্চ ইঞ্জিন অপ্টিমাইজেশন ট্যাকচিকস ও সঠিকভাবে রিসার্চ করা কীওয়ার্ডকে অপ্টিমাইজ করে ব্যবহার করতে পারলে - আপনার আইডেন্টিটির ওভারঅল গ্রোথ ৭০% বাড়িয়ে ফেলা সম্ভব!
- **কমিউনিটি তৈরির পেছনে সময় দিনঃ** আপনার ব্র্যান্ডের লয়্যালিটি ৩০% বাঢ়ানো সম্ভব, শুধুমাত্র রেগুলার কমিউনিটি অ্যাঙ্গেজমেন্টের মাধ্যমেই! ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্টগুলোকে ব্যবহার করে আপনার ওভারঅল গ্রোথ ২০০% বাড়িয়ে ফেলা সম্ভব!
- **স্টোরিটেলিং ঘূর্ত্ব করুন সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতেঃ** যেসব ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি স্টোরিটেলিং ব্যবহার করে থাকে, সেগুলোর ওভারঅল রিচে ৫৫% গ্রোথ দেখা যায়!
- **নিশ বেইজড ভাইরাল ট্রেন্ডে ঘূর্ত্ব হোনঃ** আপনার নিশের উপর ভাইরাল ট্রেন্ডে ঘূর্ত্ব হয়ে আপনার ডিজিবিলিটি ৪৫০% বাড়িয়ে ফেলা সম্ভব! কিন্তু, সেটা অবশ্যই নিশ বেইজড হতে হবে!
- **পার্সোনালাইজড মার্কেটিংঃ** খুবই স্পেসিফিক সেগমেন্টেশনে তৈরি টার্গেটেড অডিয়েন্সের জন্য পার্সোনালাইজড ক্যাম্পেইন, সেলস কনভার্শন ৩০% বাড়িয়ে দিতে পারে!

Unconventionality (ইউনিক আইডিয়ার প্র্যাকচিস)

ইউনিক অ্যাপ্রোচে তৈরি অ্যাড ক্যাম্পেইন কিংবা কন্টেন্ট অথবা প্রমোশনাল কপি - মানুষের মনে থাকে!

Nielsen এর একটা স্টাডি অনুসারে, ৯২% কনজুমার অর্গানিক ও ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট বেশি বিশ্বাস করে - সাধারণ ও ট্র্যাডিশনাল অ্যাডভার্টাইজমেন্টের চেয়ে!

মনে রাখবেন, ইউনিক চিত্তাভাবনায় তৈরি অ্যাড কপি কিংবা কন্টেন্ট; অথেন্টিসিটির জন্ম দেয়!

যার ফলে, সেটা অডিয়েন্সের সাথে আরো বেশি কানেক্ট করতে সক্ষম হয়! আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির ইউনিক অ্যাপ্রোচ, সাধারণ মানুষের চিত্তাভাবনাকে বাস্তুর বাইরে নিয়ে যাবে এবং নতুন উদ্যমতা তৈরি করতে সাহায্য করবে অডিয়েন্সের ভেতরে!

যেসব ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি ইউনিক স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে থাকে, তারাই কিন্তু সবচেয়ে কোলাহলপূর্ণ ডিজিটাল দুনিয়ায় টিকে থাকতে পারে!

Iterative Development (নিয়মিত আপডেট)

স্প্রাউট সোশ্যালের একটা পরিসংখ্যান অনুযায়ী, Iterative development অর্থাৎ নিয়মিত সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির আপডেট ও আপগ্রেড - আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির লং টার্ম গ্রোথ ৫৭% বাড়িয়ে দিতে সক্ষম!

আর এটা আপনার আইডেন্টিটির মাইক্রো লেভেলেও নিয়মিত সফলতা এনে দেবে!

নিয়মিত আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে আপডেট ও আপগ্রেড করতে, সাহায্য নিতে হবে ইনসাইটস, ফিডব্যাক, তথ্য এবং তত্ত্বে! যখন আপনি নিয়মিত আপনার কন্টেন্ট, মার্কেটিং, ক্যাম্পেইন, প্রমোশন ও সেলসে A/B testing করবেন এবং মাইক্রো লেভেলে অপ্টিমাইজ করবেন তখন আপনার কনভার্শন রেটে গড়ে ৩২% গ্রোথ দেখতে পাবেন!

সোশ্যাল মিডিয়ার এই ভয়ংকর চেউ-খেলা সমুদ্রে F.L.U.ID. Strategy শুধুমাত্র একটা ফ্রেমওয়ার্ক হিসেবেই নয়; বরঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের ভবিষ্যতের জন্য একটা লাইফলাইন, একটা রোডম্যাপ হিসেবে পথ চলতে ও বেড়ে উঠতে সাহায্য করতে পারে!

আর Albert Einstein এর এই কথাটুকু না বলে আমি এই অধ্যায়টাকে সমাপ্ত ঘোষণা করতে পারবোই না,

"The measure of intelligence is the ability to change."

যে সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি নিজেকে সময়ের সাথে পরিবর্তন করতে পারবে না, সেই সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির মৃত্যু অনিবার্য!

RO.A.M. Model (রোম মডেল)

RO.A.M Model এর লক্ষ্য; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য ইমোশনাল সেলস কন্টেন্ট তৈরি করতে সাহায্য করা - যাতে যেকোনো কন্টেন্ট, পন্য, সেবা কিংবা প্রমোশনকে অভিয়েন্ন আরো সহজে গ্রহণ করে!

বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়ার দুনিয়ায় শত শত অ্যাডভার্টাইজমেন্ট, সেলস কপিসহ আরো হাজার ধরনের, হাজার রঙের কন্টেন্ট আমাদের কনজুম করতে হয় - কিছু ফ্রেছে না চাইলেও!

আর সেগুলোর ভিড়ে, আপনার অ্যাকশনেবল কন্টেন্টকে সবার চেয়ে আলাদা করে তুলতে চাইলে; এমন কন্টেন্ট তৈরি করতে হবে যেগুলো আপনার অভিয়েন্নের মনে ইমোশন ট্রিগার করে এবং একইসাথে তাদেরকে একটা অ্যাকশন নিতে বাধ্য/আগ্রহী করে!

RO.A.M. Model — আপনাকে এফেক্টিভে সাহায্য করতে পারে ইমোশনালি পাওয়ারড অ্যাকশনেবল কন্টেন্ট তৈরি করতে, খুবই সহজে!

কিন্তু RO.A.M. Model সম্পর্কে আরো বিস্তারিত জানার পূর্বে আপনাদের, কিছু ইমোশনাল কন্টেন্ট এর সাথে যুক্ত ফর্মুলা দিয়ে দিচ্ছি; এই ফর্মুলাগুলো খুব সহজেই ইমোশনাল কন্টেন্টের স্ট্র্যাটেজি, ট্যাকটিকস ও মাইন্ডসেট বুঝতে সাহায্য করবেং

- **Offer Value** = Benefit - Cost
- **CTA Effectiveness** = (Number of Clicks) / (Number of Impressions)
- **Engagement Rate** = (Total Engagement / Total Reach) * 100
- **Authenticity Score** = (Transparency + Consistency) / 2
- **Emotional Resonance** = (Positive Emotion - Negative Emotion) * Audience Attachment
- **Bridge Building** = Trust + Relatability

RO.A.M Model

Reasonable Offer (কন্টেন্টের শুরুটা হবে যৌক্তিক অফার/ডিসকাউন্ট দিয়ে)

হাজার হাজার বিজ্ঞাপনের মাঝে, ডিসকাউন্ট, কুপন আর ভাইচারের মাঝে, দুপক্ষেরই লাভ হবে এমন একটা অফার/ডিসকাউন্ট - আপনাকে অন্যদের চেয়ে সহজেই অভিয়েন্নের চাখে পড়তে সাহায্য করবে!

পরিসংখ্যান মতে, ৬৭% কনজুমাররা ডিসকাউন্ট আর অফার দেখে সোশ্যাল মিডিয়া থেকে পন্য ক্রয় করে থাকে!

আর এই একটা পরিসংখ্যানই যথেষ্টে, এটা বোঝাতেও আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতেও যৌক্তিক, লজিক্যাল, উইন-উইন অফার,ডিসকাউন্ট আর বিজ্ঞাপণ তৈরি করা প্রয়োজন!

অ্যানালিটিক্স কিংবা ইনসাইটস এর মতো চুলসগুলো আমাদের সাহায্য করতে পারে অডিয়েন্টের পছন্দ-অপছন্দ আর পেইন পয়েন্টগুলো দেখিয়ে দিয়ে! আর সেই হিসেবেই আমাদেরকে অফার আর ডিসকাউন্ট তৈরি করতে হবে, যাতে সেটা অডিয়েন্টের সাথে ইমোশনালি কানেক্ট হতে পারে!

আমাদের লক্ষ্য শুধুমাত্র দেখতে সুন্দর বা পড়তে সুন্দর এমন কন্টেন্ট তৈরিই নয়; বরঞ্চ সেই কন্টেন্টের শুরুটা যেন, গ্রহণযোগ্য ও যুক্তিযুক্ত স্টেটমেন্ট হয়ে থাকে!

Action (কন্টেন্টে থাকতে হবে অ্যাকশনেবল এলিমেন্ট)

আপনার কন্টেন্টে এফেক্টিভ ও ফ্লুটফুল অ্যাংগেজমেন্ট তৈরির জন্য দরকার পড়বে অ্যাকশনেবল কোনো এলিমেন্ট এর — সেটা হতে পারে; একটা বাটন কিংবা একটা ফোন নাম্বার অথবা একটা প্রশ্ন কিংবা একটা চিত্তা!

স্ট্র্যাটেজিক্যালি যখন আপনার কন্টেন্টে কল টু অ্যাকশন যুক্ত করেন, তখন সেটা অ্যাংগেজমেন্ট বাড়াতে শুরু করে! কল টু অ্যাকশন হিসেবে আপনি অ্যাকশনেবল পাওয়ার ওয়ার্ডস ব্যবহার করতে পারেন কিংবা প্রশ্ন করতে পারেন অথবা অনুরোধ করতে পারেন!

সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত ১৫টি অ্যাকশনেবল পাওয়ার ওয়ার্ড - যেগুলো আপনার কন্টেন্টে ব্যবহার করতে পারেনঃ

- Discover
- Join
- Unlock
- Get Started
- Experience
- Transform
- Upgrade
- Empower
- Claim
- Unleash
- Elevate
- Revolutionize
- Inspire
- Create
- Dominate

এছাড়াও কন্টেন্টের অ্যাকশন যুক্ত করার ধাপে, ইন্টারেক্টিভ এলিমেন্টও যুক্ত করতে পারেন!

অর্থাৎ আপনার কন্টেন্টে পোল, কুইজ কিংবা কনটেন্টের মতো ইন্টারেক্টিভ এলিমেন্ট যুক্ত করলে সেটাও অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়াতে সাহায্য করবে!

Modesty (কন্টেন্ট বিনয় প্রকাশ করা)

অডিয়েগ্রোর সমস্যা ও পেইনপয়েন্টগুলো বোঝার চেষ্টা করা এবং তাদের সমস্যাগুলোর সমাধানকে ধিরে কন্টেন্ট তৈরির মাধ্যমে আপনি নম্রতা প্রকাশ করছেন! আর সেই উদ্বত্তার বিপরীতে আপনি পাচ্ছেন, আপনার অডিয়েগ্রোর সাথে ইমোশনাল কানেকশন!

আপনার নিজের ব্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি নিয়ে খোলামেলা ও অথেনটিক স্টোরিটেলিং এবং ‘বিহাইন্ড দ্য সিন’ কন্টেন্ট আপনার ইউনিক সেলিং প্রপোজিশনকে আরো শক্তিশালী করে তুলতে পারে!

যখন কমিউনিকেশনে আছেন, অ্যাংগেজ করছেন কিংবা কন্টেন্ট/কপি তৈরি করছেন তখন প্রত্যেক শব্দ দিয়ে অডিয়েগ্রোর মনে আপনার আইডেন্টিটি নিয়ে বিশ্বাস জোগানোর চেষ্টা করুন!

কারণ বিশ্বাস, সবচেয়ে শক্তিশালী ইমোশন হিসেবে আপনাকে ফুয়েলের মতো সাহায্য করতে পারে; আপনার লং টার্ম সেইল ও লয়ালিটি বৃদ্ধিতে! আর বিশ্বাস তৈরির জন্য, শুরুটা করতে হয় - Modesty দিয়েই!

RO.A.M. Model দিয়ে তৈরি করা কন্টেন্ট কিংবা আয়াপ্রোচ প্র্যাকটিস করার সময় মনে রাখবেন, ইমোশনাল সেলস কন্টেন্ট তৈরি করাটা শুধুমাত্র শব্দ বা বাকের উপরেই নয়, বরঞ্চ মাথায় রাখতে হবে ‘কতটা’ ও ‘কোন’ ইমোশন আপনার অডিয়েগ্রোর মনে আপনি তৈরি করতে চাহিছেন - আর সেই হিসেবেই কন্টেন্ট লিখতে বসবেন!

A.C.E.S. Theory (অ্যাসেস থিওরি)

A.C.E.S Theory এর লক্ষ্য; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে স্থায়ী ও টেকসই করে তুলতে পথ দেখানো!

এই অধ্যায়ে আমরা A.C.E.S. Theory নিয়ে কথা বলবো, যেটা টেকসই আইডেন্টিটি তৈরির মূল ক্যাটালিস্ট হিসেবে কাজ করে থাকে!

A.C.E.S. Theory -তে চারটা মূল উপাদান রয়েছে;

- Authenticity
- Consistency
- Engagement এবং
- Storytelling!

তবে এগুলো শুধুমাত্রই উপাদান নয়; একটা ব্র্যান্ডের ডিজিটাল পারসোনাকে শক্তিশালী করতে এবং জন্যুইন কানেকশন তৈরির মাধ্যমে লং লাস্টিং আইডেন্টিটি গড়ে তুলতে এই উপাদানগুলোই মূল চরিত্রে অভিনয় করে থাকে!

সোশ্যাল মিডিয়াতে অথেনটিসিটি; কম্পাসের মতো আপনাকে গাইড করবে স্থায়ী কানেকশন তৈরি করতে! সোশ্যাল মিডিয়াতে কনসিস্টেন্সি; অডিয়েণ্ট্রের কাছে আপনাকে বিশ্বাসী করে তুলবে!

সোশ্যাল মিডিয়াতে নিয়মিত অ্যাঙ্গেজমেন্ট; অডিয়েণ্ট্রের লং টার্মের জন্য কনভার্ট হওয়ার চান্দা বাঢ়াবে! আর সোশ্যাল মিডিয়া স্টোরিটেলিং; সেই কনভার্ট হওয়া অডিয়েণ্ট্রেকে সারাজীবনের জন্য স্থায়ীভাবে আপনার সাথে যুক্ত থাকতে সাহায্য করবে!

চলুন, আরেকটু বিস্তারিত বোঝার চেষ্টা করি!

কিন্তু A.C.E.S Theory সম্পর্কে আরো বিস্তারিত জানার পূর্বে আপনাদের, কিছু সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি তৈরির সাথে যুক্ত ফর্মুলা দিয়ে দিচ্ছি; যেগুলো খুব সহজেই সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি তৈরির স্ট্র্যাটেজি, ট্যাকটিকস ও মাইন্ডসেট বুঝতে সাহায্য করবেং

- **Authenticity Ratio** = Authentic content/Total content posted
- **Consistency Quotient** = Frequency of consistent messaging/ Frequency of posting
- **Engagement Index** = Engaged audience size/Total audience size
- **Authentic Interactions** = Genuine engagements initiated/Total interactions
- **Engagement Diversity** = Variety in engagement methods used/Total engagement strategies
- **Authenticity Expansion Rate** = New authentic content creation rate/Total content creation rate
- **Storytelling Influence Index** = Impact of stories on audience growth/Total storytelling impact

A.C.E.S. Theory

Authenticity (বিশ্বাস জোগাড় করুন)

অথেনটিসিটি মানে; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির কন্টেন্ট, মন্য, সেবা এবং অ্যাঙ্গেজমেন্টসহ প্রত্যেক ধাপেই ৪০০% বিশুদ্ধতা ও নিখাদ আন্তরিকতা প্রকাশ করা!

একটা পরিসংখ্যান অনুসারে, ৯০% কনজুমার একটা ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি থেকে অথেনটিসিটি আশা করে! আর এই কারণেই অডিয়েন্সের মাঝে বিশ্বাস ও লয়্যালিটি তৈরি হয়!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে এই লয়্যালিটি তৈরি করতে হলে, আপনাকেও ভালো-মন্দ দুদিকটাই অকপটে অডিয়েন্সের সামনে প্রকাশ করা শিখতে হবে; হোক সেটা মেসেজে কিংবা কন্টেন্টে অথবা মন্য/সেবায়!

Consistency (প্রত্যেকদিন হাজির হোন)

শুধুমাত্র প্রত্যেকদিন হাজির হলেও চলবে না, এমনকি প্রত্যেকদিন নিয়ম করে পোষ্ট শিডিউল করলেও সেটাকে কনসিস্টেন্সি বলা যায় না! কনসিস্টেন্ট একটা ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটিতে; অডিয়েন্সের বিশ্বাস থাকে, অডিয়েন্স নির্ভরযোগ্য হয়!

রিসার্চ অনুসারে, যেসব ব্র্যান্ড নিয়মিত সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলোতে তাদের অডিয়েন্সের সাথে অ্যাংগেজড হচ্ছে, কন্টেন্ট আদান-প্রদান করছে; তাদের লং টার্ম রেভিন্যু অন্তত ২৩% বেড়ে গিয়েছে!

কনসিস্টেন্সি মানে, একটা আশা তৈরি করা যেটাতে আপনার অডিয়েন্স ভরসা করতে পারে – একটা প্রতিজ্ঞা, যেটা আপনি নিয়মিত পূরন করে যাচ্ছেন এবং যাবেন!

Engagement (ভ্যালুয়েবল ইন্টারেকশন খুবই জরুরী)

অ্যাংগেজমেন্ট শুধুমাত্র লাইক আর শেয়ারের আদান-প্রদানই নয়; এর মূল অর্থ হচ্ছে, অর্থমূল আলাপ-আলোচনা!

এই তথ্যটা জানতেন, ৭৩% কনজুমাররা সেই ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটি থেকে মন্য বা সেবা ক্রয় করতে চায়, যারা মিনিংফুল, অর্থমূল এবং ভ্যালুয়েবল রিপ্লাই করে থাকে!

মনোযোগ দিয়ে অডিয়েন্সের সমস্যা ও প্রশ্নগুলো শোনা, সেগুলোতে অডিয়েন্সের সমস্যাকে মাথায় রেখে করা উত্তর এবং অর্থমূল কনভার্সেশন; এই বিষয়গুলো একটা অডিয়েন্সকে ভাবায় - ‘অমুক আইডেন্টিটি আমার কথা শুনছে এবং আমাকে সময় দিচ্ছে!’

এই ভাবনাটুকুই আপনাকে লং লাস্টিং রিলেশনশিপ তৈরিতে এগিয়ে রাখবে!

Storytelling (ইমোশনালি যুক্ত হোন)

শুধুমাত্র কিছু ফ্যাক্টুস আৱ পৰিসংখ্যান বললেই স্টোরিটেলিং হয়ে যায় না! স্টোরিটেলিং যতটা না শব্দ আৱ বাক্য দিয়ে তৈৰি; তাৰ চেয়ে বেশি বৱণ্ণ অনুভূতি দিয়ে তৈৰি! আমাদেৱ ৰেইন অন্যান্য তথ্য বা সংখ্যার চেয়ে - গল্প সহজেই মনে রাখতে পাৰে!

৭৫% ক্রেতা যখন কোনো পন্য বা সেবা ক্ৰয় কৱাৱ সিদ্ধান্ত নেয়, তখন সেটা ইমোশনাল হয়েই; আৱ সেই ইমোশন ট্ৰিগাৰ হয় স্টোরিটেলিং দিয়েই!

স্টোরিটেলিংয়েৰ মাধ্যমে, আপনাৱ অডিয়েণ্ডেৰ সাথে ইনষ্ট্যান্টেলি ইমোশনাল কানেকশন তৈৰি কৱা সম্ভব হয়। আৱ তখন আপনাৱ আইডেন্টিটি শুধুমাত্র একটা প্ৰোডাক্টকে মাৰ্কেট কৱছে না, বৱণ্ণ সেই আইডেন্টিটি আৱ পন্য/সেবাগুলো তখন একটা গল্পেৰ অংশ হয়ে যায়!

তাহলে, কী দাঢ়াচ্ছে?

অথেনটিসিটি তৈৰিৰ জন্য,

- ট্ৰাঞ্চপাৰেন্ট কন্টেন্ট শেয়াৱ কৱন (যেমনঃ বিহাইন্ড দ্য সিন)
- ৱ্যান্ডেৰ সাথে যুক্ত গল্পগুলো শেয়াৱ কৱন
- ক্রেতাদেৱ টেষ্টিমোনিয়াল শেয়াৱ কৱন

কনসিস্টেন্ট থাকাৱ চেষ্টা কৱন,

- কন্টেন্ট
- মেসেজ বা কমেন্ট
- পুৱো প্লাটফৰ্মজুড়ে

অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়ানোৰ চেষ্টা কৱন,

- দ্রুত কমেন্ট আৱ মেসেজেৰ বিপ্লাই কৱে
- ফলো-আপ কৱে
- পোলেৱ আয়োজন কৱে
- সৱাসিৱ অডিয়েণ্ডকে প্ৰশ্ন কৱে

এবং এমনভাৱে স্টোরিটেলিং কৱন যাতে,

- অডিয়েণ্ডেৰ চাহিদা মেটে
- অডিয়েণ্ডেৰ সমস্যাৰ সমাধান হয়
- অডিয়েণ্ড, নিজেদেৱ সাথে মেলাতে পাৰে
- ইমোশন তৈৰি হয়

A.C.E.S. Theory শুধুমাত্র একটা ফৰ্মুলা নয় — A.C.E.S. Theory একটা ফিলোসফি; যেটা অ্যাপ্লাই কৱতে পাৱলে আপনাৱ আইডেন্টিটিৰ সাথে প্ৰত্যেকটা অডিয়েণ্ডেৰ সম্পর্ক হবে, BSRM ষ্টিলেৱ মতে টেকসই ও স্থায়ী!

P.O.WE.R. Method (পাওয়ার ম্যাথড)

P.O.WE.R Method এর লক্ষ্য; **সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের উপর বেইজ করে অর্থাৎ অফিশিয়াল সোশ্যাল মিডিয়া রুলস অ্যান্ড রেগুলেশনস এর উপর ভিত্তি করে, একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইন প্রচার করতে সাহায্য করা!**

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের এই জটিল জালে, যাতে না ফেঁসে যেতে হয় সেজন্য আমি সবসময়েই চেষ্টা করি P.O.WE.R. Method ফলো করে সোশ্যাল মিডিয়াতে ফুটপিন্ট ফেলতে!

এই P.O.WE.R. Method আপনাকে ইনডিরেক্টিলি সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদমের হয়ে কাজ করতে সাহায্য করতে পারে!

Precision + Optimization + Winning Execution + Result-driven Campaigns = Precision-based Algorithmic Alignment

এই ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করতে পারলে - আপনার কন্টেন্ট, মন্ত্র, সেবা বা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি খুবই টার্গেটেড ও এফেক্টিভ অডিয়েণ্টের কাছে আপনাকে পৌঁছে দিতে পারে!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যালগরিদম মনে এগুনোর জন্য, এত নিয়মকানুন মাথায় না রেখে - এই ধরনের স্পেসিফিক ফর্মুলা; আরো বেশি গ্রো করতে সাহায্য করতে পারে!

বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের জগতে, সফল সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইন তৈরিতে শুধুমাত্র ক্রিয়েটিভিটি দেখালেই চলছে না — বরঞ্চ বিভিন্ন ফুলপ্রফ ফর্মুলা, স্ট্র্যাটেজি, ফ্রেমওয়ার্ক ও ম্যাথড ব্যবহার করেই আপনাকে একটা সফল সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইন প্রচার করতে হবে!

আর সেজন্যেই আমি এই P.O.WE.R. Method — এই বইয়ে ঘূর্ণ করে দিচ্ছি! এই ম্যাথড আপনাকে ক্লিপিন্টের মতো সাহায্য করবে, একটা সফল ক্যাম্পেইন তৈরিতে!

কিছুদিন আগে করা একটা স্টোডি অনুসারে, ৭৩% মার্কেটারের মতে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং তাদের জন্য বেশ এফেক্টিভ ছিলো!

আর এই 'এফেক্টিভ ক্যাম্পেইন' শুধুমাত্র কথার কথাই নয় - বরঞ্চ এটা একটা স্ট্র্যাটেজিক্যাল প্রসেস, যেটার ফলাফল খুবই মেমে মেমে নিয়ে আসতে হয়েছে!

চলুন কিছু ফর্মুলা দেখে ফেলা যাক, যেগুলো P.O.W.E.R. Method সম্পর্কে আরো বিস্তারিত জানার পূর্বে আপনাদের একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইন তৈরির স্ট্র্যাটেজি, ট্যাকটিকস ও মাইন্ডসেট বুঝতে সাহায্য করবেং।

- **Precision Formula:** $P = T + S + V$ (Precision equals 'Targeting' plus 'Segmentation' plus 'Value-driven Content.)
- **Optimization Rate:** $OR = (TC - BC) / BC \times 100$ (Optimization Rate measures the percentage increase in 'Targeted Conversions' over 'Baseline Conversions.)
- **Content Relevance Score:** $CRS = (AW + CR + UR) / T$ (Content Relevance Score factors in 'Audience Watch-time', 'Click-through Rate', and 'User Retention' divided by 'Total Engagements').
- **Social Sentiment Score:** $SSS = (PS + NS) / T$ (Social Sentiment Score calculates 'Positive Sentiments' and 'Negative Sentiments' divided by 'Total Sentiment.')
- **Engagement Quality Score:** $EQS = (LR + RR + DR) / T$ (Engagement Quality Score = 'Likes Ratio', 'Retention Ratio', and 'Direct Responses' divided by 'Total Engagement').
- **Content Value Index:** $CVI = (UV + PC + GD) / T$ (Content Value Index = 'Useful Value', 'Problem-solving Content', and 'Gamified Content' divided by 'Total Views.)
- **Campaign Success Indicator:** $CSI = (CF + CR + CL) / T$ (Campaign Success Indicator combines 'Conversion Funnel', 'Conversion Rate', and 'Click-through Leads' divided by 'Total Reach.)

P.O.W.E.R Method

Precision (এফেক্টিভ টার্গেটিং)

এফেক্টিভ টার্গেটিং মানে শুধুমাত্র একটা/দুটো ফ্যাক্টুর থেকেই টার্গেট অডিয়েন্স বাছাই করা নয়; বরঞ্চ অনেকগুলো ফ্যাক্টুরের উপর ভিত্তি করে যখন আমরা খুবই স্পেসিফিক অডিয়েন্স বাছাই করি; তখন সেটাকে আমরা বলতে পারি পিসাইজ টার্গেটিং বা এফেক্টিভ টার্গেটিং!

একটা এফেক্টিভ অডিয়েন্স গ্রুপ বাছাই করার আগে, আমাদের তৈরি করতে হয় - একটা এফেক্টিভ ইউজার প্রোফাইল বা পারসোনা!

আর সেই ইউজার প্রোফাইল বা পারসোনা তৈরির জন্য আমাদের ৩টা বিষয়ের উপর খুব বেশি মনোযোগী হতে হবেং।

- Demographics অর্থাৎ জনগণ বা জনসংখ্যা
- Interests অর্থাৎ আগ্রহ বা ইচ্ছা
- Behaviors অর্থাৎ আচার-আচরণ

যেকোনো ক্যাম্পেইনের ভাগ্য পরিবর্তনের জন্য অর্থাৎ সফল ক্যাম্পেইন তৈরির জন্য এই ৩টা বিষয়ের উপর যথেষ্ট মনোযোগ দিয়ে আমাদের টার্গেট অডিয়েন্স তৈরি করতে হবে!

পরিসংখ্যান অনুসারে, এফেক্টিভ টার্গেটিভ আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের কনভার্শন রেট
অন্তত ৩৭% বাড়িয়ে দিতে পারে!

আর এটাই তো প্রমাণ করে, একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনে আপনার অডিয়েন্সকে চেনা-জানা
আর পারফেক্ট অডিয়েন্স খুঁজে বের করাটা খুবই শুরুত্বপূর্ণ টাক্ষণ্যলো একটা!

আর যখন আপনি সঠিক টাইমে, সঠিক অডিয়েন্সের কাছে, সঠিক মেসেজটা পৌছাতে পারবেন - তখনই
আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের এফেক্টিভনেস কাজ দেবে!

Optimization (এফেক্টিভ ইস্প্রভমেন্ট)

অপ্টিমাইজেশন মানে শুধুমাত্র ছোট কিছু সেটিংস পরিবর্তন করা নয়; অপ্টিমাইজেশন আপনার
সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের ফিল্টারিং প্রসেস অর্থাৎ, কখন আপনি কোন গ্রাফিক্স ব্যবহার করবেন,
কখন কোন ধরণের কপি লিখবেন, কোথায় কীওয়ার্ড বসাবেন, কাদের জন্য ক্যাম্পেইন তৈরি করবেন;
এমনকি ছোট একটা বাটনও আপনি কোথায় বসাচ্ছেন, কেন বসাচ্ছেন - প্রত্যেকটা বিষয়
অপ্টিমাইজেশনের অংশ!

পরিসংখ্যান অনুসারে, একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের মাত্র ৪০% এফেক্টিভ ইস্প্রভমেন্ট;
কনভার্শন রেটে ৫৫% গ্রোথ এনে দিতে পারে!

অপ্টিমাইজেশন, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের ক্ষমতাকে আরো আপগ্রেড করতে সাহায্য
করে - যার ফলে, আপনার ক্যাম্পেইনের পারফর্ম্যান্স আরো ভালো হয়!

সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশনের জন্য ইন্টারনেটে হাজার হাজার ম্যাথড, ফ্রেমওয়ার্ক আর টেকনিক
দেয়া আছে! আমি নিজেও বিভিন্ন কোর্স আর ট্রেইনিংয়ে ৩/৪টা মডেল নিয়ে কথা বলেছি!

আপনি যেকোনো স্ট্র্যাটেজি বা ফ্রেমওয়ার্ক ব্যবহার করতে পারেন আপনার সোশ্যাল মিডিয়া
আইডেন্টিটিকে অপ্টিমাইজ করার জন্য!

তবে, আমি ৮টা পয়েন্ট বলে দিচ্ছি - সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশনের সময় যেগুলোতে আপনাকে
অবশ্যই অবশ্যই অবশ্যই মনোযোগ রাখতে হবেঃ

- **বায়ো, পরিষ্কার ও সুস্পষ্ট হতে হবেঃ** আপনার আইডেন্টিটির যথেষ্ট পরিচয় যেন, বায়ো মড্লেই
জানা যায়! অ্যাপলের টুইটার বায়ো - "Taking a bite out of the internet."
- **ভিজুয়াল কনসিস্টেন্সি:** রঙের ব্যবহার, ফিল্টার এবং ছবি/ভিডিও এলিমেন্টগুলোর ব্যবহার
যেন, কনসিস্টেন্ট হয় অর্থাৎ, একেকজায়গায় একেক ফন্ট আর একেক রঙ - আপনার
অপ্টিমাইজেশন স্কোর কমিয়ে দেবে! ন্যাশনাল জিওগ্রাফিকের ইঞ্টার্নাল চ্যানেলে নিয়মিত একই
থিম ও কনসিস্টেন্সি বজায় রেখে হাই কোয়ালিটি ছবি প্রক্রিয়াজ করা হয়! দেখে আসুন!
- **হ্যাশট্যাগ ও কীওয়ার্ডের ব্যবহারঃ** আপনার নিশের সাথে যায় এবং ট্রেন্ডে রয়েছে এমন হ্যাশট্যাগ ও
কীওয়ার্ডগুলো আপনাকে সহজেই খুঁজে পেতে সাহায্য করবে! বেড বুলের নিয়মিত হ্যাশট্যাগ
ক্যাম্পেইনগুলো কখনো খেয়াল করেছেন?
- **ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্টের ব্যবহারঃ** নিয়মিত ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্টের ব্যবহার,
আপনাকে কমিউনিটির সাথে যুক্ত থাকতে সাহায্য করে এবং ভিজিবিলিটি বাড়ায়! GoPro এর
গ্যাজেটস ব্যবহার করে যারা কন্টেন্ট তৈরি করে ও সেটা সোশ্যাল মিডিয়ায় প্রক্রিয়াজ করে - গোপ্তা
তাদের পেইজ থেকে সেটা শেয়ার করেই তাদের ভিজিবিলিটি বাড়িয়ে ফেলছে!

- **কল টু অ্যাকশনের স্ট্র্যাটেজিক ব্যবহারঃ** প্রত্যেক কন্টেন্টের সাথেই স্ট্র্যাটেজিক্যালি কল টু অ্যাকশন ব্যবহার করুন! নেটফ্লিক্সের প্রত্যেক পোস্টের নিচে "Watch Now" বাটনের কাজ কিন্তু এটাই!
- **কন্টেন্ট মাবলিশের ফ্রেন্ড্ৰে কনসিস্টেন্ট হোনঃ** অডিয়েণ্ডের অ্যাক্টিভিটি বুম্বে নিয়মিত একই সময়ে, কন্টেন্ট মাবলিশ করলে - সেটাতে অগ্রন্তি বুষ্ট পাওয়ার চান্দা অনেক বেশি! চাইলে এই কাজটা করার জন্য Hootsuite এর শিডিউলার ব্যবহার করে একেবারে পারফেক্ট টাইমে আপনার কন্টেন্ট মাবলিশ করতে পারেন!
- **বিভিন্ন ফরম্যাটে কন্টেন্ট তৈরি করুনঃ** একই কন্টেন্টকে বিভিন্ন ফরম্যাটে রিপ্রেজেন্ট করতে পারেন; ভিন্ন ভিন্ন ফরম্যাট থেকে অপ্টিমাইজড ও টার্গেটেড ভিজিবিলিটি বাড়ানোর জন্য! যেমন, একটা ফেসবুক লিস্টকে ছোট ভিডিও কন্টেন্ট করে সেটাকে রিলস ও শর্টস আকারে মাবলিশ করা যাবে এবং সেই লিস্টের স্ক্রিনশট নিয়ে সেটাকে ইঞ্টার্গ্রামে ও লিংকডিনে মাবলিশ করা যাবে!
- **নিয়মিত আইডেন্টিটির তথ্যাদি আপডেট করুনঃ** যোগাযোগের মাধ্যমে, বায়ো, অফারস, সার্ভিস, টাইমিং, লিংক ও বিজনেস রিলেটেড তথ্যাদি নিয়মিত আপডেট হচ্ছে কী-না সেটার দিকে মনোযোগ দিন! অ্যামাজনকে দখবেন, তারা নিয়মিত তাদের প্রোফাইলে নতুন নতুন অফারস ও ডিসকাউন্ট যুক্ত করে দিচ্ছে!

Winning Execution (এফেক্টিভ ইম্প্রিমেন্টেশন)

এক্সিকিউশন বা ইম্প্রিমেন্টেশন মানে শুধুমাত্রই একটা প্ল্যান ফলো করা নয়; বরঞ্চ এফেক্টিভলি একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের প্রত্যেকটা গুরুত্বপূর্ণ ধাপ অনুসরণ করতে পারা!

একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া স্ট্র্যাটেজি অনুসরণ করে যখন আপনি ক্যাম্পেইনের প্রত্যেকটা ধাপ এক্সিকিউট করতে পারবেন - তখনই সেই ক্যাম্পেইনকে, সফল ক্যাম্পেইন বলতে পারবেন!

কথায় আছে না, "Action is the foundational key to all success."

যখন আপনি একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের কন্টেন্ট/কপি, ভিজুয়াল/মিডিয়া, কল টু অ্যাকশন, স্টোরিলাইন, ডেটা, টার্গেটিং থেকে শুরু করে প্রত্যেকটা ধাপে এফেক্টিভ হতে পারবেন তখন খুব সহজেই আপনার ক্যাম্পেইনের গ্রোথ বাড়িয়ে ফেলতে পারবেন!

এফেক্টিভ ইম্প্রিমেন্টেশন করে একটা ক্যাম্পেইন রান করতে পারলে, সেটা ২০০% পর্যন্ত ROI বাড়িয়ে দিতে সক্ষম! সেজন্য, শুধুমাত্র কপি বা মিডিয়ার দিকে না তাকিয়ে - ক্যাম্পেইনের প্রত্যেকটা অংশে সমান গুরুত্ব দিন!

Results (ফলাফল গণনা)

ফলাফল শুধুমাত্র কয়েকটা সংখ্যায় বন্দি নয়; আপনি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া স্ট্র্যাটেজি অনুসরণ করে কর্তৃত এফেক্টিভলি আপনার ক্যাম্পেইন প্রচার করতে পারছেন - সেটার উপরেই নির্ভর করে একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের ফলাফল!

আর এই ফলাফল মাপতে আপনাকে সাহায্য করতে পারে, অ্যানালিটিক্স বা ইনসাইটস টুলসগুলো! কোন মেট্রিক্সটা আপনার KPI অর্থাৎ কী পারফরম্যান্স ইন্ডিকেটর এবং কোনটা আপনার পারফরম্যান্স মেট্রিক্স ও কোনটা ভ্যানিটি মেট্রিক্স - সেটা বুঝতে সাহায্য করতে পারে প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়া ইনসাইটস টুলসগুলো!

পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স হচ্ছে সেই মেট্রিক্সগুলো, যেগুলোর খাঁটি ভ্যালু রয়েছে আর ভ্যানিটি মেট্রিক্স হচ্ছে সেই মেট্রিক্সগুলো, যেগুলোর পর্যোজন বা ভ্যালু প্রায় নেই বললেই চলে!

যেমন, নাহিদের একটা ফেসবুক পেইজ আছে; যেখানে নাহিদ ‘ফ্যাশন’ নিশের উপর নিয়মিত কন্টেন্ট আপলোড করছে! নাহিদের পেইজের ফলোয়ার ৫ লক্ষ কিন্তু প্রত্যেক কন্টেন্টে গড় রিচ/ইম্প্রেশন ৪০-৫০০!

তাহলে, নাহিদের সেই ৫ লক্ষ ফলোয়ারের কোনো ভ্যালু নেই!

কারণ, সেই ফলোয়ারের বেশিরভাগই টার্গেটেড নয় - আর আমরা সেটা কীভাবে বুঝতে পারলাম?

নাহিদের পেইজের গড় ‘রিচ/ইম্প্রেশন’ দেখে!

একেবারে, নাহিদের পেইজের জন্য পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স অর্থাৎ রিচ/ইম্প্রেশন বেশি থাকাটা জরুরী; অথচ নাহিদের পেইজে ভ্যানিটি মেট্রিক্স অর্থাৎ ফলোয়ারের সংখ্যা বেশি - যদিও সেটার গুরুত্ব এই পেইজের জন্য নেই বললেই চলে!

অন্যদিকে, সামিনের একটা টুইটার পেইজ আছে, যেখানে সে ‘কুকিং’ নিশে ভিডিও তৈরি করে! তার ফলোয়ার মাত্র ৫৮৯ জন, অথচ তার প্রত্যেক কন্টেন্টের গড় রিচ/ইম্প্রেশন ৫০০০-৫০০০ এবং অ্যাঙেজমেন্ট গড়ে ৭০০-৮৫০০!

তাহলে, সামিনের টুইটার পেইজের ভ্যানিটি মেট্রিক্স হচ্ছে, রিচ/ইম্প্রেশন; কারণ, এটার গুরুত্ব ততোটা থাকছে না - যখন সামিনের পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স অর্থাৎ অ্যাঙেজমেন্ট রেট; অনেক অনেক বেশি!

তাহলে এক কথায় বললে, প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স ও ভ্যানিটি মেট্রিক্স আলাদা আলাদা হতে পারে!

অভিনেত্রী পরিমনির ফেসবুক পেইজের অ্যাঙেজমেন্ট কয়েক লক্ষ হলেও সেটা ভ্যানিটি মেট্রিক্স কারণ, সেটার ভ্যালু প্রায় নেই বললেই চলে! কিন্তু, অভিনেত্রী হিসেবে তার এক কোটি ফলোয়ার থাকাটা - পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স! কারণ, সেটাই তার অথেন্টিসিটি ও অফিশিয়ালিটি রিপ্রেজেন্ট করছে!

আবার, রান্নাঘরের জিনিসপাতি বিক্রি করছে এমন একটা সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস ‘কিচেন ফেডারিটেস’ এর ফলোয়ার ৩০০০০ হলেও, তাতে কোনো সমস্যা নেই; কারণ সেটা তাদের জন্য ভ্যানিটি মেট্রিক্স! তাদের জন্য পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স হতে পারে, শেয়ার বা কমেন্ট বা মেসেজ!

রিসার্চ অনুসারে, ৫২% সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের মতে সবচেয়ে বড় চ্যালেঞ্জ হচ্ছে, এফেক্টিভলি ROI প্রোভাইড করা! তাহলে বুজতেই পারছেন, সঠিকভাবে মেট্রিক্স মাপতে শেখা এবং সঠিক মেট্রিক্সে গুরুত্ব দিয়ে ক্যাম্পেইন প্রচার করলে সেটার সফল হওয়ার চান্দা বেড়ে যাবে!

আর সেজন্যেই P.O.W.E.R. Method অ্যাপ্লাই করে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ক্যাম্পেইন তৈরিটাকে আরো সহজ করে ফেলতে পারেন!

এই ম্যাথড সর্বোপরি আপনাকে এফেক্টিভ টার্গেটিং, অপ্টিমাইজেশন, ইমপ্লিমেন্টেশন এবং সঠিক মেট্রিক্স অ্যাপ্লাই করে ফুল্ফুল ক্যাম্পেইন তৈরি করতে সাহায্য করবে!

P.R.I.M.E. Content Strategy (প্রাইম কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি)

P.R.I.M.E Content Strategy এর লক্ষ্য; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য এফেক্টিভ
ও ১০০% ওয়ার্কিং সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি তৈরিতে সাহায্য করা!

ডিজিটাল দুনিয়ায়, কন্টেন্টের রাজত্ব সর্বত্র!

অ্যান্জেজমেন্টের তাল ঠিক রেখে অভিয়ন্ত্রের সিদ্ধান্তে পরিবর্তন নিয়ে আসা এবং নেটওয়ার্ক তৈরিতে -
কন্টেন্টের গুরুত্ব বলে শেষ করার মতো নয়!

আর সোশ্যাল মিডিয়াতেও আপনার আইডেন্টিটি নিয়ে টিকে থাকার জন্য কন্টেন্টের প্রয়োজন সবচেয়ে
বেশি! আর প্রত্যেকদিন নতুন নতুন কন্টেন্ট তৈরি করাটাও বেশ শ্রান্তিকর! সেজন্য একটা এফেক্টিভ
সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি আপনাকে এফেক্টিভে অনেক সাহায্য করতে পারে!

P.R.I.M.E. Content Strategy -তে স্বাগতম — যেখানে এফেক্টিভ টার্গেটিং, নিশ বেইজড প্রাসঙ্গিকতা,
তথ্য ও তত্ত্ব, প্রেরনা আর অ্যান্জেজমেন্টের উপর গুরুত্ব দিয়ে একটা এফেক্টিভ ক্লিপিন্স তৈরি করা হয়েছে;
যেটা আপনার আইডেন্টিটির জন্য খুবই শক্তিশালী, পারসুয়েসিভ ও লং লাস্টিং কন্টেন্ট তৈরিতে
আপনাকে সাহায্য করতে পারে!

চলুন কিছু কন্টেন্ট বেইজড ফর্মুলা দেখে নেয়া যাক, যেগুলো P.R.I.M.E. Content Strategy সম্পর্কে
আরো বিস্তারিত জানার পূর্বে আপনাদের একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি তৈরির
ট্যাকটিকস ও মাইন্ডসেট বুঝতে সাহায্য করবে�ঃ

- **Precision Ratio (PR)** = $(TC + DI) / ECo$. [Precision Ratio = 'Targeted Content' plus 'Data Insights' divided by 'Emotional Connection.]
- **Information Impact Index (III)** = $(EK + SV) / VT$ [Information Impact Index = 'Educative Knowledge' plus 'Solutions-oriented Value' divided by 'Visual Transformation.]
- **Engagement Index (EI)** = $(DA + UC) / CE$ [Engagement Index = 'Direct Audience' interaction plus 'User-generated Content' divided by 'Community Engagement.]
- **Content Relevance Percentage (CRP)** = $(RA + SA) / TPA \times 100$ [Content Relevance Percentage = 'Relevant Articles' plus 'Specific Articles' divided by 'Total Published Articles' multiplied by 100.]
- **Value-driven Content Ratio (VCR)** = $(VC + RT) / PS$ [Value-driven Content Ratio = 'Valuable Content' plus 'Resourceful Tips' divided by 'Problem-solving Strategies.]
- **Engagement Reaction Rate (ERR)** = $(LR + RC) / FT \times 100$ [Engagement Reaction Rate = 'Like Responses' plus 'Reactionary Comments' divided by 'Follow-throughs' multiplied by 100.]
- **Engagement Depth Quotient (EDQ)** = $(PE + FC) / TT$ [Engagement Depth Quotient = 'Personal Engagement' plus 'Follower Commitment' divided by 'Total Tags.]
- **Community Building Efficiency (CBE)** = $(AN + RN) / IN$ [Community Building Efficiency = 'Active Networks' plus 'Relational Networks' divided by 'Interactive Networks.]

P.R.I.M.E Content Strategy

Precision (এফেক্টিভ টার্গেটিং)

ঠিক একটু আগেই যেটা বলেছিলাম - এফেক্টিভ টার্গেটিং মানে শুধুমাত্র একটা/দুটো ফ্যাক্টুর থেকেই টার্গেট অডিয়েন্স বাছাই করা নয়; বরঞ্চ অনেকগুলো ফ্যাক্টুরের উপর ভিত্তি করে যখন আমরা খুবই স্পেসিফিক অডিয়েন্স বাছাই করি; তখন সেটাকে আমরা বলতে পারি প্রিসাইজ টার্গেটিং বা এফেক্টিভ টার্গেটিং!

আর সেজনে এফেক্টিভ টার্গেটিং মানে অডিয়েন্সকে খুবই 'Narrow' করতে হবে - সেটাও সবসময় সঠিক নয়!

একটা এফেক্টিভলি টার্গেটেড অডিয়েন্সের জন্য কন্টেন্ট তৈরি করলে, সেই কন্টেন্ট পার্সোনালাইজ করা কিংবা সেই কন্টেন্টকে আরো বেশি অপ্টিমাইজ করা সম্ভব হয়!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৫৩% কনজুমার সেইসব ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটির সাথে অ্যাঙ্গেজড হয়ে থাকে, যারা তাদের কন্টেন্ট অডিয়েন্সের জন্য পার্সোনালাইজ করে থাকে!

কন্টেন্ট তৈরির সময় এই ফর্মুলাটি মাথায় রাখবেনঃ

এফেক্টিভ টার্গেটিং = পার্সোনালাইজেশন + তথ্য ও তত্ত্ব + ইমোশনাল কানেকশন

Relevance (প্রাসঙ্গিকতা)

নিশ বেইজড, ইন্ডাস্ট্রি বেইজড, ট্রেন্ড ও প্রাসঙ্গিকতা — এফেক্টিভ কন্টেন্টের খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটা উপাদান! অডিয়েন্সের চাহিদা আর আকাঙ্ক্ষার উপর ভিত্তি করে তৈরি কন্টেন্ট - অডিয়েন্সের সমস্যার সমাধান করে!

যার ফলে, সেই কন্টেন্টের কনভার্শন বেট বৃদ্ধি পায়! পরিসংখ্যান অনুসারে, ৭৮% কনজুমার অন্যান্য কন্টেন্টের চেয়ে, পার্সোনালাইজড কন্টেন্ট বেশি পছন্দ করে!

আর কন্টেন্টে প্রাসঙ্গিকতা তখনই সফলভাবে যুক্ত করা সম্ভব হয় - যখন সেই কন্টেন্টে, অডিয়েন্সের চাহিদা মেটে + পার্সোনালাইজেশন থাকে + সোশ্যাল প্রফ থাকে!

Information (তথ্য ও তত্ত্ব)

অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়ানোর জন্য তথ্য ও তত্ত্বের ব্যবহার খুবই এফেক্টিভ! তথ্য আর তত্ত্বের ব্যবহার একটা কন্টেন্টকে ভ্যালুয়েবল ও শিক্ষামূলক করে তোলে! ৬৭% কনজুমারের কাছে শিক্ষামূলক কন্টেন্ট এর গুরুত্ব অপরিসীম!

একটা শিক্ষামূলক কন্টেন্টে এই ৩টা বিষয় থাকতেই হবে,

- প্রয়োজনীয় তথ্য/তত্ত্ব
- লজিক্যালি সমস্যার সমাধান
- ভিজুয়াল ট্রান্সফর্মেশন

Motivation (প্রেরণা)

অডিয়েন্স আপনার কন্টেন্ট কনজুম করে অ্যাকশন নেবে না, যদি না সেখানে মোটিভেশন অর্থাৎ প্রেরণা, উৎসাহ বা প্রণোদনা থাকে! সেজন্যে আপনার কন্টেন্টে অবশ্যই - অন্তত একটা বাক্য হলেও - প্রেরণা/উৎসাহ/প্রণোদনার ছিটেফোঁটা থাকতেই হবে!

কারণ, ৪৫% কনজুমার একটা অনুপ্রেরনামূলক কন্টেন্ট কনজুম করে সাথে সাথেই অ্যাকশন নিতে চায়!

এই ৪টা স্ট্রেইটকাট ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করতে পারেন আপনার কন্টেন্টে - যাতে করে অডিয়েন্সের ভেতর ইমোশন ও মোটিভেশন তৈরি হয় এবং অডিয়েন্স অ্যাকশন নিতে চায়ঃ

- **Storytelling Formula:**

- শুরু করুন একটা গল্প দিয়ে (setup)
- গল্পে এবার সমস্যা/চ্যালেঞ্জ যুক্ত করুন (conflict)
- এবার গল্পে সমাধান যুক্ত করুন (resolution)
- একটা অ্যাকশন নেয়ার ব্যবস্থা করে দিন (call to action)

- **PAS Formula (Problem-Agitate-Solve):**

- অডিয়েন্স তাদের নিজেদের সাথে মেলাতে পারে এমন একটা সমস্যা দেখান
- সমস্যার সমাধান না হলে, কি হতে পারে ভবিষ্যতে - এবার সেটা দেখান
- এবার সমস্যার সমাধানটাকে অ্যাকশনেবল সিস্টেমে পরিচয় করিয়ে দিন

- **Problematic 5 Formula:**

- শুরুতেই একটা সমস্যার কথা বলুন
- সেই সমস্যাটাকে ৫ ভাবে অডিয়েন্সকে দেখান
- এবার সেই ৫ ফরম্যাটের সমস্যার সমাধান দিন ও অ্যাকশন নিতে বলুন

- **Curiosity Gap Formula:**

- সমস্যার সাথে যুক্ত প্রশ্ন দিয়ে কন্টেন্ট শুরু করুন
- সমস্যার সমাধান, পুরোটা না দিয়ে - কিছুটা প্রকাশ করুন
- এবার কন্টেন্টজুড়ে গল্প আকারে বাকি সমাধানটুকু প্রকাশ করুন

Engagement (লং লাস্টিং নেটওয়ার্ক)

অ্যাঙ্গেজমেন্ট শুধু লাইক আর শেয়ার গুণলৈহ মাপা যায় না! অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি হয় এফেক্টিভ কমিউনিকেশনের মাধ্যমে, এফেক্টিভ কন্টেন্টের মাধ্যমে এবং কমিউনিটি তৈরির মধ্য দিয়ে! যেসব ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি অডিয়েন্সের সাথে নিয়মিত অ্যাঙ্গেজ করে থাকে, তাদের অডিয়েন্সের লয়্যালিটি ক্ষেত্রে প্রায় সাড়ে চারগুণ বেড়ে যায় - মাত্র কয়েক মাসেই!

আর সেজন্যে, একটা কন্টেন্টের মাধ্যমে যখন আপনি অডিয়েন্সের সাথে কমিউনিকেট করবেন এবং সেই কন্টেন্টে সোশ্যাল প্রফ, টেক্ষিমানিয়াল আর রিভিউসের মতো 'ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট' যুক্ত করবেন - তখন আপনি সেখানে জেনুইন অথেন্টিসিটি ও কানেকশন তৈরি করছেন!

আর সেই কানেকশনের ভ্যালু আপনার কন্টেন্টকে আরো এফেক্টিভ করে তুলবে!

তাহলে মোটকথা, P.R.I.M.E. Content Strategy আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে তৈরি হওয়া যেকোনো ধরনের কন্টেন্টকে আরো এফেক্টিভ, স্মরণীয় এবং অ্যাকশনেবল করে তুলতে সাহায্য করবে - যদি আপনি সঠিকভাবে সেই কন্টেন্টে টার্গেটিং, প্রাসঙ্গিকতা, তথ্য, প্রেরণা এবং অ্যাঙ্গেজমেন্ট যুক্ত করতে পারেন!

M.A.G.I.C. Equation (ম্যাজিক ইকুয়েশন)

M.A.G.I.C. Equation এর লক্ষ্য; **একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাড কপি লিখতে সাহায্য করা!**

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডভার্টাইজিংয়ের দুনিয়ায়, একটা অ্যাড কপি -শুধুমাত্রই বিজ্ঞাপনের কিছু শব্দ নয়; বরঞ্চ অ্যাড কপিতে লেখা শব্দগুলোই একটা অডিয়েণ্টকে আগ্রহী করে ধরে রাখে এবং কনভার্ট হতে সাহায্য করে!

আর সঠিকভাবে M.A.G.I.C. Equation অঙ্গালী করে লেখা অ্যাড কপি, এতটাই এফেক্টিভ হতে পারে - যেটা কনজুম করে অডিয়েণ্ট আপনার কন্টেন্টে আগ্রহী হয়ে আঁকড়ে ধরে থাকবে, অ্যাঙ্গেজ করবে এবং অডিয়েণ্টকে কনভার্ট হতে বাধ্য করবে!

আজ থেকে ৫/৭ বছর আগে হয়তো অ্যাড কপি না লিখতে পারলেও কিংবা এফেক্টিভ কপিরাইটিং না জানলেও সোশ্যাল মিডিয়াতে টিকে থাকা সন্তুষ্ট ছিলো! কিন্তু, কন্টেন্ট রাইটিংয়ের ভবিষ্যৎ এখন, কপিরাইটিংয়ের হাতে!

রিসার্চ অনুসারে, গড়ে একটা ব্যক্তি প্রত্যেকদিন ৬০০০ থেকে ৪০০০০ বিজ্ঞাপনের সম্মুখীন হয়!

আর তাই এখন সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি নিয়ে টিকে থাকার জন্য এবং অডিয়েণ্টের ব্রেইনে নিজেকে গেঁথে ফেলার জন্য; শুধু সাধারণ কন্টেন্ট দিয়ে অ্যাডভার্টাইজিং করাটা - বোকামি! এক্ষেত্রে রিটার্ন অব ইনভেস্টমেন্ট, শূন্য বললেই চলে!

বর্তমানে প্রয়োজন, এফেক্টিভ অ্যাড কপি'র!

একটা বিষয় এক্ষেত্রে না বললেই হচ্ছে না!

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাড কপিরাইটিং, মূলত কপিরাইটিংয়ের একটি ছোট্ট অংশ! M.A.G.I.C. Equation আপনাকে সাহায্য করতে পারে একটা এফেক্টিভ অ্যাড কপি লিখতে!

তবে, এই ফর্মুলা ছাড়াও এফেক্টিভ অ্যাড কপি লেখার আরো বেশ কিছু জনপ্রিয় ও বহুল ব্যবহৃত ফর্মুলা রয়েছে! আমার "কপিরাইটিং: দ্য ফিউচার অব কন্টেন্ট" বইয়ে আমি কপিরাইটিং নিয়ে আরো ডিটেইলসে আলোচনা করেছি!

সেটা মড়ে ফেললে, আশা করা যায় কপিরাইটিং নিয়ে শুরুতে একজন ব্যক্তির যতগুলো প্রশ্ন থাকা উচিত - সেগুলোর উত্তর পেয়ে যাবেন!

আর একইসাথে জানার সুবিধার্থে আমি ৪৫টি অ্যাড কপি লেখার ফর্মুলা এখানে সংক্ষেপে দিয়ে দিচ্ছঃ

- **Problem-Agitate-Solution (PAS):** Identify Problem + Agitate Problem + Provide Solution
- **Attention-Interest-Desire-Action (AIDA):** Gain Attention + Create Interest + Arouse Desire + Encourage Action
- **Pain-Agitate-Solution (PAS):** Address Pain Points + Agitate Problem + Offer Solution
- **Problem-Promise-Proof-Proposal (PPP):** Address Problem + Make Promise + Provide Proof + Offer Proposal
- **Question-Answer-Benefit (QAB):** Ask Question + Provide Answer + Highlight Benefit
- **Value Proposition Formula (VPF):** Problem Solved + Unique Selling Proposition + Benefits Stated
- **Attention-Hook-Desire-Action (AHDA):** Grab Attention + Hook Audience + Create Desire + Call to Action
- **FOMO Technique (Fear Of Missing Out):** Highlight Scarcity + Create Urgency + Emphasize Exclusive Offer
- **Problem-Solution-Testimonial (PST):** Describe Problem + Offer Solution + Present Testimonial
- **Rational-Emotional-Fear (REF):** Appeal to Rationality + Evoke Emotion + Address Fear
- **Bandwagon Effect Formula:** Appeal to Group Mentality + Highlight Popularity + Encourage Joining
- **Hero's Journey Formula:** Present Challenge + Offer Solution + Propose Action as Hero's Journey
- **The Great Offer Formula (TGO):** Magnify Benefits + Minimize Cost + Showcase Offer Value
- **Sudden Curiosity Formula:** Ask a Curious Question + Provoke Interest + Resolve with Solution
- **Big Claim Formula:** Make Bold Claim + Support with Evidence

M.A.G.I.C. Equation

Meaningful (দরকারি তথ্য দিয়ে শুরু করুন)

কাজে লাগবে না বা না লিখলেও চলতো - এমন কিছু দিয়ে কপি শুরু না করে, অ্যাড কপি লিখুন অডিয়েণ্টের চাহিদা আর অডিয়েণ্টের জন্য কাজে আসবে এমন ২/৩টা বাক্য দিয়ে!

রিসার্চ অনুসারে, ৯৪% কনজুমার অ্যাডভার্টাইজিংয়ে অথেন্টিক ও ভ্যালুয়েবল অর্থাৎ পণ্য/সেবা রিলেটেড প্রয়োজনীয় তথ্য দেখতে বা পড়তে পছন্দ করে!

আর যদি কন্টেন্টে সততার ছোয়া থাকে এবং যদি অডিয়েণ্টের চাহিদা অনুসারে সেই কন্টেন্টে ভ্যালুয়েবল হয়ে থাকে, তাহলে ৬৪% কনজুমার সেই ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটিকে বিশ্বাস করতে শুরু করে!

Authenticity (নির্ভেজালত্ব যুক্ত করুন)

নির্ভেজালত্ব থেকেই কিন্তু বিপ্লবের জন্ম হয়! সেজন্য আপনার অ্যাড কমিতে যদি জেন্যহৈন তথ্য আর গল্প যুক্ত করতে পারেন, তাহলে সেটা আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির ট্রাষ্ট স্কোর আরো বাড়িয়ে দিতে পারে!

অথেনটিসিটি — একটা এফেক্টিভ অ্যাড কমিতির মেরুদণ্ড!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৮৬% কনজুমার একটা ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি কে সাপোর্ট বা ফলো করার আগে - সেই ব্র্যান্ড অথেনটিক কী-না সেটা দেখে থাকে! কন্টেন্টে অথেনটিসিটি যুক্ত করলে, সেই কন্টেন্টে তুলনামূলকভাবে অন্যান্য কন্টেন্টের চেয়ে ২.৪ গুণ বেশি অ্যাঙ্গেজমেন্ট জেনারেট করে থাকে!

Graphical (ভিজুয়াল অ্যাপিল নিয়ে আসুন)

এমনকিছু শব্দ আর বাক্য ব্যবহার করুন, যেগুলো কনজুম করে অভিয়েগ ছবি বা ভিডিও না দেখেও; আপনি যেটা বোঝাতে চাইছেন, সেটা ভিজুয়ালাইজ করতে পারে! এমনভাবে লিখুন যাতে সেটা শব্দ আর বাক্যের বাইরেও অভিয়েগকে মোহিত করে রাখে!

আর একটা এফেক্টিভ কমিতে যখন আপনি ভিজুয়াল অ্যাপিল শুধুমাত্র শব্দ আর বাক্য দিয়েই ফুটিয়ে তুলতে পারবেন, তখন সেই কমি, অ্যাডভার্টাইজমেন্ট এবং আইডেন্টিটি - মানুষের মনে থাকবে, মানুষ মনে রাখবে!

আর কমিতে এই ধরণের ভিজুয়াল অ্যাপিল নিয়ে আসার জন্য ব্যবহার করতে পারেন এই ফর্মুলাটিঃ

Visual Appeal = CL + VI + EA

এই ফর্মুলা অনুসারে, যেকোনো কমিতে ভিজুয়াল অ্যাপিল নিয়ে আসার জন্য এই তিনটা বিষয় রাখতেই হবে,

- পরিষ্কার কন্টেন্ট স্ট্রাকচার
- ইমোশনাল স্টোরিলাইন
- ভিজুয়াল পাওয়ার ওয়ার্ডস

Impactful (প্রভাব ফেলবে এমন শব্দ আর বাক্যের ব্যবহার)

আপনি কী বলতে চাইছেন, সেটা শুধু বলে ফেলতে পারলেই একটা মানুষ তার মকেট থেকে আপনাকে টাকা বের করে দেবে না অথবা শুধু শুধুই একটা ব্যক্তি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি কে অনুসরণ করবে না বা মনে রাখবে না!

তাহলে মনে রাখানোর জন্য কী করতে হবে?

আপনি যেটা বলছেন - সেটা অভিয়েগকে অনুভব করানোর চেষ্টা করুন!

আপনি যদি অ্যাড কমিতে লিখে থাকেন, "আপনার মন্তব্য তার রাতের ঘুম আরো সুখকর করে তুলবে" - তাহলে সেটা শব্দ আর বাক্যগঠনে তাকে অনুভব করানোর চেষ্টা করুন! আপনার লেখা, উচ্চারিত প্রত্যেকটা শব্দ যেন সে অনুভব করতে পারে; তার ভেতর যেন, ছোট্ট হলেও একটা ইমোশন ট্রিগার করে!

পরিসংখ্যান অনুসারে, অডিয়েন্ডের কোনো মণি বা সেবা কেনার সিদ্ধান্ত পরিবর্তন হওয়ার পেছনে আপনার অ্যাড কমিতে ব্যবহৃত শব্দ ও বাক্য বেশ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে!

আর শুধু কন্টেন্টের ভেতরেই নয়, বরঞ্চ কন্টেন্টের সাথে যুক্ত প্রত্যেকটা অংশে; বিশেষ করে 'কল টু অ্যাকশন' এর অংশটুকুতে কিংবা এই অংশটুকুর সাথে যদি আপনি ইম্প্যাক্টফুল কিছু পাওয়ার ওয়ার্ডস ব্যবহার করতে পারেন; তাহলে আপনার ক্লিক প্রে ২৮৫% পর্যন্ত বেড়ে পাওয়ার সন্তোষজনক রয়েছে!

আপনাদের সুবিধার জন্য আমি কিছু পাওয়ার ওয়ার্ড ও ইম্প্যাক্টফুল বাক্যের স্ট্রাকচার এখানে দিয়ে দিচ্ছি - যেগুলো ব্যবহার করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির অ্যাড কমিকে আরো বেশি এফেক্টিভ করা সম্ভব!

সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত ও কনভার্শন রেটে তুলনামূলকভাবে বেশি এমন ২০টি পাওয়ার ওয়ার্ড:

- Exclusive/এক্সক্লুসিভ
- Limited/লিমিটেড
- Free/ফ্রি
- Proven/প্রমাণিত
- Guaranteed/গ্যারান্টেড
- Instant/ইন্ট্রান্ট
- Now/এখনই
- Revolutionary/যুগান্তকারী
- Offer/অফার
- Limited Time/অল্প সময়ের জন্য
- Results/ফলাফল
- Valuable/ভ্যালুয়েবল
- Join Now/এখনই যুক্ত হোন
- Unlimited/আনলিমিটেড
- Ultimate/আল্টিমেট
- You/Your/তুমি/তোমার/আপনি/আপনার
- Save/বাঁচান
- Best-Selling/বেস্ট সেলিং
- Upgrade/আপগ্রেড
- Easy/সহজ

আর এই হচ্ছে, সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত ও কনভার্শন রেটে তুলনামূলকভাবে বেশি এমন ২০টি ইম্প্যাক্টফুল বাক্যের স্ট্রাকচার:

- Join now for an exclusive offer, available for a limited time only!
- Guaranteed results with our revolutionary approach—try it for free today!
- Limited time offer: Instant savings on our proven products!
- Unleash the ultimate solution for your needs—join now!
- Your exclusive chance to save big—don't miss out!
- Experience the best-selling product that guarantees results!
- Discover the ultimate solution for your needs—join now!
- Get started now for exclusive benefits—limited slots available!

- The proven method for ultimate success—join for free today!
- Instant upgrade available now—get started instantly!
- Limited time, unlimited possibilities—join now!
- Ultimate satisfaction guaranteed—get started for free!
- Limited time offer: Instantly upgrade your experience!
- Your ultimate opportunity for instant upgrades—don't miss out!
- Your exclusive chance to upgrade for free—act now!
- Limited slots available for our best-selling product—get yours now!
- Revolutionary tech with proven results—get it for free!
- Get started now for your guaranteed results—don't wait!
- Experience the ultimate upgrade—limited slots available!
- Proven solutions for instant upgrades—your free trial awaits!

Creativity (ইউনিক ও ক্রিয়েটিভ এলিমেন্ট যুক্ত করুন)

স্টোরিটেলিং থেকে শুরু করে, কম্পির স্ক্রাকচার পর্যন্ত প্রত্যেকটা বিষয়ে ক্রিয়েটিভিটি ও ইউনিকনেস আপনাকে এগিয়ে রাখবে অন্য সবার থেকে! ৭৩% কনজুমার ইউনিক ও ক্রিয়েটিভ আইডিয়া দিয়ে তৈরি অ্যাডভাটাইজমেন্ট সেইড/বুকমার্ক করে রাখে!

শুধুমাত্র ভালো লিখতে পারাটাই কিংবা উচ্চমার্গীয় শব্দের ব্যবহার করাটাই ক্রিয়েটিভিটি নয়; অভিয়েগ্নের মনে যদি ভিজুয়ালি কিছু শব্দকে গেঁথে দিতে পারেন এবং অন্যদের চেয়ে আলাদা হয়ে দাঢ়াতে পারেন - তাহলে সেটা ক্রিয়েটিভিটি! ৯০% কনজুমার নতুন, ইউনিক এবং ক্রিয়েটিভ মণ্য/সেবা ও অভিজ্ঞতা আশা করে তাদের পছন্দের ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি থেকে!

তাহলে সবার শেষে M.A.G.I.C. Equation নিয়ে এতটুকু বলতে পারি, সোশ্যাল মিডিয়াতে এফেক্টিভ ও ফুল্ফুল অ্যাড কম্পি লেখার জন্য এই ফ্রেমওয়ার্ক আপনাকে গাইড করবে অ্যাঙ্গেজেবল ও কনভার্ট হবে এমন অভিয়েগ্ন তৈরি করতে!

আর এটাও মাথায় রাখবেন, সোশ্যাল মিডিয়াতে অ্যাড কম্পি লেখা মানে শুধুমাত্রই একটা মেসেজ অভিয়েগ্নের কাছে পৌছানো নয়;

... এমনভাবে লিখতে হবে যাতে সেটা, একটা ম্যাজিক স্পেলের মতো অভিয়েগ্নের মনে আপনার মন্য/সেবা/কম্পিটাকে গেঁথে ফেলতে পারে, যাতে অভিয়েন্তা আপনাকে অনেকদিন মনে রাখতে পারে!

S.T.A.R.S. Blueprint (ষ্টারস ক্লপিন্ট)

S.T.A.R.S. Blueprint এর লক্ষ্য; **আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির/সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য, একটা এফেক্টিভ বিজনেস প্ল্যান তৈরি করতে সাহায্য করা!**

ক্লপিন্ট ও প্ল্যানিং ছাড়া সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের যাত্রা শুরু করা আর মানচিত্র ছাড়া সমৃদ্ধ পাড়ি দেয়ার চিন্তা করা - একই বিষয় - দুটোই প্রায় অসম্ভব!

S.T.A.R.S. Blueprint আপনাকে সাহায্য করবে, একটা এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস প্ল্যান তৈরি করতে! একটা ডিটেইলড গাইডবুক হিসেবে, এই ক্লপিন্ট অ্যাপ্লাই করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির লং টার্ম গ্রোথের জন্য, একটা স্ট্র্যাটেজিক প্ল্যানিং তৈরি করতে সক্ষম হবেন!

এইতো কিছুদিন আগের একটা স্টাডি অনুসারে, যেসব সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস একটা এফেক্টিভ প্ল্যান অ্যাপ্লাই করে থাকে, সেইসব বিজনেসে ওভারঅল ৩৪৩% গ্রোথ দেখা যায়! S.T.A.R.S. Blueprint - আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য এই ৩৪৩% গ্রোথ নিয়ে আসার একটা পথ বাতলে দিতে সক্ষম!

এই ক্লপিন্ট সম্পর্কে আরো ডিটেইলসে ধারণা নেয়ার আগে, আমরা কয়েকটা ফর্মুলা দেখে নিই -
যেগুলো একটা সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের স্ট্র্যাটেজি ও প্ল্যানিংকে আরো সহজ করে তুলবেং:

- **Engagement Rate Formula:** Engagement Rate = $((Likes + Comments + Shares) / Total Followers) \times 100$
- **Click-Through Rate (CTR) Formula:** CTR = $(Total Clicks / Total Impressions) \times 100$
- **Conversion Rate Formula:** Conversion Rate = $(Number of Conversions / Total Clicks) \times 100$
- **Cost Per Click (CPC) Formula:** CPC = $Total Ad Spend / Total Clicks$
- **Return on Investment (ROI) Formula:** ROI = $((Revenue - Cost) / Cost) \times 100$
- **Customer Acquisition Cost (CAC) Formula:** CAC = $Total Marketing Expenses / Number of New Customers Acquired$
- **Lifetime Value of a Customer (LTV) Formula:** LTV = $Average Purchase Value \times Average Purchase Frequency \times Customer Lifespan$
- **Frequency Formula:** Frequency = $Total Impressions / Total Reach$
- **Post Reach Percentage Formula:** Post Reach Percentage = $(Post Reach / Total Followers) \times 100$
- **Engagement Rate per Post Formula:** Engagement Rate per Post = $(Post Engagements / Post Reach) \times 100$
- **Average Engagement Time Formula:** Average Engagement Time = $(Total Engagement Time / Total Engagements)$
- **Average Response Time Formula:** Average Response Time = $(Sum of Response Times) / Number of Responses$
- **Engagement Ratio Formula:** Engagement Ratio = $(Engagement / Total Followers) \times 100$
- **Social Media Growth Rate Formula:** Growth Rate = $((Current Followers - Previous Followers) / Previous Followers) \times 100$

আচ্ছা, আরেকটা বিষয়; সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের প্ল্যানিং করা আর সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিং করা - দুটো কিন্তু আলাদা কাজ!

S.T.A.R.S. Blueprint আপনাকে সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য 'এফেক্টিভ বিজনেস প্ল্যান' তৈরি করতে সাহায্য করবে, যেটা নিয়ে আমরা বিস্তারিত কথা বলবো একটু পরেই!

তার আগে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিং কীভাবে করবেন - সেটা নিয়ে একটু সংক্ষেপে বলে নিই!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিং করাটা কিন্তু, সহজ কোনো কাজ নয়!

২/৪ দিন পর পরেই সোশ্যাল মিডিয়াগুলো আপডেট হচ্ছে, যার ফলে সোশ্যাল মিডিয়ার অ্যালগরিদমের সাথে টিকে থাকাটাও বেশ কষ্টকর হয়ে পড়ছে!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিং করা মানে, কীভাবে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের পণ্য বা সেবাটাকে সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর মাধ্যমে প্রচার করবেন এবং সেটা থেকে কীভাবে একটা ভালো ফলাফল জেনারেট করবেন!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং বিষয়টা আসলে কী, সে সম্পর্কে যদিও আমাদের কিছুটা হলও ধারণা রয়েছে; কিন্তু সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিংয়ের সুবিধার্থে আবারো বলে দিই সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংটা আসলে কী!

এক কথায় বলতে গেলে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর (ফেসবুক, টুইটার, ইঞ্টার্নেল মার্কেটিং, লিংকডিন ইত্যাদি) মাধ্যমে আপনার পণ্য বা সেবাটাকে প্রচার করা ও অডিয়েন্সের মনে আগ্রহ তৈরি করা!

বর্তমানে প্রায় প্রত্যেকটা সোশ্যাল মিডিয়াই - মার্কেটিংয়ের জন্য আলাদা আলাদা অ্যানালিটিক্যাল টুলস ও রিসার্চ টুলস যুক্ত করে দিয়েছে।

যার ফলে আপনি এখন আপনার পণ্যের প্রচারণার পাশাপাশি সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে আপনার পণ্য বা সেবার অ্যাঙ্গেজমেন্ট, ক্লিক, ভিজিটর এবং প্রগ্রেস সম্পর্কে ধারণা পেতে পারবেন!

সোশ্যাল মিডিয়া থেকে আপনি কী ধরণের ফলাফল আশা করছেন, সেটার উপরেও কিন্তু আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিং নির্ভর করবে।

যার ফলে আপনাকে প্রথমে ঠিক করতে হবে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ফলে আপনি কী ধরণের লাভ আশা করতে পারেন বা চাইছেন!

একেত্রে বেশ কিছু প্রশ্ন আপনাকে, নিজেকে করতে হবে! যেমন,

- সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের থেকে আপনি কী ধরণের ফলাফল আশা করছেন?
- আপনার ব্যবসাটি কী সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের জন্য উপযুক্ত?
- কোন কোন সোশ্যাল প্ল্যাটফর্মগুলো ব্যবহারে আপনার ব্যবসা, বেশি উপকৃত হবে?
- আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং টিমে কারো রয়েছেন? কতজন রয়েছেন?

এই পশ্চিমালোর উত্তর খুঁজে পাওয়াটা খুবই জনুরী!

কারণ, এই পশ্চিমালোর উত্তরই আপনাকে পরবর্তী ধাপে নিয়ে যেতে সাহায্য করবে! তাই একদমে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ে পা দেয়ার আগে, এই পশ্চিমালোর উত্তর তৈরি করুন!

দরকার পড়লে কিছুটা সময় নিয়ে উত্তরগুলো ভাবুন! সেগুলোকে লিখে ফেলুন! যতক্ষণ পর্যন্ত না আপনি উত্তরগুলো নিয়ে সন্তুষ্ট, ততক্ষণ পর্যন্ত এগুলো নিয়ে ঘাটাঘাটি করতে থাকুন!

কেপিআই বা কী পারফর্ম্যান্স ইন্ডিকেটর হচ্ছে, এমন কিছু 'কী-ওয়ার্ড/মেট্রিক্স' যেগুলো সম্পর্কে আপনার স্পষ্ট ধারণা থাকতে হবে!

ধরুন, আপনি যদি ইউটিউবের মাধ্যমে মার্কেটিং করতে চান, তাহলে আপনার কাছে মেট্রিক্স থাকবে অনেকগুলো! যেমন: লাইক বাড়ানো, ডিসলাইক কমানো, সাবস্ক্রাইবার বাড়ানো, ডিউয়ার বাড়ানো অথবা কমেন্ট বৃদ্ধি করা, এইতো! এই প্রত্যেকটাই হচ্ছে একেকটা কেপিআই।

আর আপনাকে এখন আপনার প্ল্যানিং ও ফলাফলের প্রগ্রেসের দিকে চিন্তা করে সঠিক কেপিআই বাছাই করতে হবে!

একসাথে একাধিক কেপিআই বাছাই করতে যাওয়াটা, একটা বড় ধরণের ভুল। কিন্তু অনেকেই এই কাজটা করে থাকেন!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ক্ষেত্রে সময় দিয়ে আপনাকে এগুতে হবে! যার ফলে দৈর্ঘ্য ধরুন!

বেশ কিছু কেপিআই যেগুলো বর্তমানে বড় বড় সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসগুলো, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ক্ষেত্রে ব্যবহার করছে,

- ফলোয়ার বৃদ্ধি
- লাইক/রিয়েল্টে বৃদ্ধি
- অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধি
- সোশ্যাল শেয়ার বৃদ্ধি
- মেসেজ বৃদ্ধি
- কনভার্শন বৃদ্ধি
- ট্র্যাফিক বৃদ্ধি

একটা নিয়মের মধ্যে ফেলে আপনার প্ল্যানিংটাকে চলতে দিন, দখবেন অটোমেটিক্যালি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং S.M.A.R.T হতে থাকবে!

এখন যেহেতু আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্ল্যানিংটা বেশ S.M.A.R.T ও আপনার লক্ষ্য সম্পর্কে আপনি পরিষ্কারভাবে সচেতন হয়ে গিয়েছেন, সেহেতু এখন আপনার কাজ হবে অ্যান্টিভিটিসের উপর!

বিভিন্ন ধরনের অ্যান্টিভিটিস রয়েছে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং করার জন্য। যেমন,

প্লাটফর্ম: যেহেতু আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের একটা প্ল্যান তৈরি হয়ে গিয়েছে, সেহেতু এখন আপনাকে বাছাই করতে হবে, আপনি কোন প্লাটফর্মে কাজ করবেন আর কোনগুলোকে আপনার লিস্টে থেকে ছুঁড়ে ফেলবেন!

বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য ৯টি সেরা সোশ্যাল প্লাটফর্ম রয়েক করা হয়েছে নিচের লিস্টেঃ

১. ফেসবুক
২. ইণ্টার্নেশাম
৩. ইউটিউব
৪. টিকটক
৫. টুইটার
৬. লিংকডইন
৭. টেলিগ্রাম
৮. পিন্টারেস্ট
৯. মিডিয়াম

সময়ঃ যদি আপনি লিস্ট থেকে যেকোনো ৩টি সোশ্যাল প্লাটফর্ম বাছাই করে থাকেন তাহলে সেগুলোতে কর্তৃক্রম কাজ করবেন সেটার দিকে এখন মনোযোগ দিতে হবে!

আপনি যদি সবগুলোতেই অ্যাপ্রেজ করতে চান তাহলে সেক্ষেত্রে কর্তৃক্রম করে প্রত্যেকটাতে সময় দেয়া আপনার পক্ষে সম্ভব, সেটাও হিসেব করে ফেলুন! এছাড়াও, দিনে বা রাতে, কখন এবং কত সময় করে একেকটা সোশ্যাল প্লাটফর্মে আপনি সময় দেবেন সেটা সম্পর্কে ক্লিয়ার হোন।

বাজেটঃ প্রত্যেকটা সোশ্যাল প্লাটফর্মে, বর্তমানে বিনামূল্যে অর্থাৎ অর্গানিক্যালি এবং অর্থ খরচ করে অর্থাৎ অ্যাডভার্টাইজিং করে মার্কেটিং করা যায়! এবার আপনাকে বাছাই করতে হবে, আপনি কোন মেথডে সোশ্যাল মিডিয়াতে মার্কেটিং করবেন!

এগুলো থেকে কোনটা ব্যবহার করছেন, কেমন বাজেট রাখছেন, কোথায় করছেন, কীভাবে করছেন ইত্যাদি সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা নিন! এগুলোর হিসেবটা আলাদা করে ফেলুন!

এই প্ল্যানিংয়ে আপনার ব্যবসার জন্য সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং চালিয়ে যেতে থাকুন, আশা করা যায় বেশ সহজেই আপনার পণ্য বা সেবার প্রচারণার কাজে সফল হতে পারবেন!

চলুন এবার কথা বলা যাক, সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য একটা এফেক্টিভ বিজনেস প্ল্যান তৈরির - S.T.A.R.S. Blueprint নিয়ে, আরেকটু ডিটেইলসে!

S.T.A.R.S. Blueprint

Strategy (স্ট্র্যাটেজি)

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস স্ট্র্যাটেজি অঙ্গাতঙ্গিভাবে যুক্ত, যদিও দুটো আলাদা! আপনার নেয়া প্রত্যেকটা ব্যবসার সিদ্ধান্ত, আপনার স্ট্র্যাটেজির সাথে খাপ খাওয়া উচিত।

স্ট্র্যাটেজিকে আপনি অ্যাকশন প্ল্যান বলতে পারেন, মাস্টার প্ল্যান বলতে পারেন কিংবা গেইম প্ল্যান বলতে পারেন! আপনার ব্যবসা কিংবা পণ্য কিংবা সেবাদানের ক্ষেত্রে আপনাকে এমন একটি গেইম প্ল্যান সাজাতে হবে, যেটা শুধুমাত্র আপনার এবং আপনারই ব্যবসার সাথে মেলে!

সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের ভিত্তি হচ্ছে, এর স্ট্র্যাটেজি!

একটা এফেক্টিভ স্ট্র্যাটেজি তৈরি করার জন্য প্রয়োজন অডিয়েন্স সম্পর্কে গভীর ধারণা, মারসোনা ও সেগমেন্টেশন সম্পর্কে দয়কতা এবং মার্কেট পজিশনিং নিয়ে ভালো আইডিয়া!

একটা প্রফেশনাল সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস স্ট্র্যাটেজিতে এই বিষয়গুলো ঘূর্ত্ব করতেই হবেঃ

১. বিজনেসের গোল/অবজেকটিভ (Business Goals/Objectives)
 ২. টার্গেট অডিয়েন্স ও বায়ার পারসোনা তৈরি (Target Audience and Buyer Persona)
 ৩. প্লাটফর্ম বাছাই (Platform Selection)
 ৪. কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি (Content Strategy)
 ৫. অ্যার্ডেজমেন্ট ও কমিউনিটি বিল্ডিং (Engagement and Community Building)
 ৬. ইনফ্লুয়েন্সার ও পার্টনারশিপ স্ট্র্যাটেজিস (Influencer and Partnership Strategies)
 ৭. পেইড অ্যাডভার্টাইজমেন্ট ও বাজেট বরাদ্দ (Paid Advertising and Budget Allocation)
 ৮. অ্যানালিটিক্স ও ইনসাইটস (Analytics and Insights)
 ৯. ব্র্যান্ড ভয়েস ও গাইডলাইন (Brand Voice and Guidelines)
 ১০. ক্রাইসিস ম্যানেজমেন্ট প্ল্যান (Crisis Management Plan)
 ১১. টেষ্টিং ও অপ্টিমাইজেশন (Testing and Optimization)
 ১২. টাইমলাইন ও অ্যাকশন প্ল্যান (Timeline and Action Plan)

ମନେ ରାଖିବେନ, ଏହି ବିଷୟଙ୍ଗଲୋ ଶୁଦ୍ଧମାତ୍ରାହି ଏକଟା ବ୍ୟାସିକ ଫ୍ଲେଟେଜି ଫ୍ଲୋକଚାରେ ଦେଖା ଯାଯି!

এগুলোর সাথে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের ইউনিক চাহিদা, ইন্ডাস্ট্রি ও রিসোর্সের উপর
আপগ্রেড-ডাউনগ্রেড করুন!

Targeting (ଟାର୍ଗେଟିଙ୍)

সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসে সফল হওয়ার মূল মন্ত্রটাই হচ্ছে, সঠিক অডিয়েন্সের সামনে কথা বলতে পারা! একটা পরিসংখ্যান মতে, সঠিকভাবে টার্গেটেড অডিয়েন্স একটা সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনের কনভার্শন রেটে ৩২৪% বৃদ্ধি করতে পারে!

আপনার অডিয়েণ্টের মেইন পয়েন্ট, পছন্দ-অপছন্দ এবং আচার-আচরণ বুজতে পারলে ও সেটাকে ব্যবহার করে মেসেজিং ও কন্টেন্টে পার্সোনালাইজ করলে; অডিয়েণ্টের মাঝে সেটা অনেক ভালো প্রভাব ফেলতে পারে!

এছাড়াও একইসাথে ইনসাইটস টুলসগুলো থেকে ডেমোগ্রাফিক্স ডেটা, সাইকগ্রাফিক ডিটেইলস এবং বিহেভিয়েরাল প্যাটার্ন সংগ্রহ করে সেটাকে কাজে লাগিয়ে সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের প্ল্যানিং করলে; সেটার ইমপ্যাক্ট হবে, মাঝিমাম!

Analysis (অ্যানালাইসিস)

টার্গেটিং রিলেটেড ডেটা যেমন ইনসাইটস বা অ্যানালিটিক্স টুলগুলো থেকে আপনি জানতে পারবেন; তেমনি এই টুলসগুলোর সঠিক ব্যবহারে জানা সম্ভবঃ

- **অভিযন্ন ডেমোগ্রাফিক্স:** বয়স, লিঙ্গ, লোকেশন, ভাষা ইত্যাদি

- **অ্যান্জেজমেন্ট মেট্রিক্সঃ** লাইক, রিয়েল্ট, কমেন্ট, শেয়ার, সেইড ইত্যাদি
- **রিচ ও ইস্প্রেশনঃ** কতজন আপনার কন্টেন্ট দেখছে (ইস্প্রেশন) ও কতজন ইউনিক ইউজার বিচ করেছে (রিচ)
- **সঠিক পোষ্ট করার সময়ঃ** অডিয়েণ্ডের অ্যাক্টিভিটি
- **সেরা কন্টেন্ট/বাজে কন্টেন্টঃ** কোন ধরণের কন্টেন্ট, কেমন মেট্রিক্স রিসিভ করছে
- **ক্লিক থ্রু রেট (CTR):** কল টু অ্যাকশন কাজ করছে কী না, কোনটা কেমন কাজ করছে ইত্যাদি
- **কনভার্শন মেট্রিক্সঃ** সাইনআপ, বিক্রি, স্টোর ভিজিট এগুলো কনভার্শন মেট্রিক্স; এগুলো কেমন কাজ করছে, কীভাবে করছে ইত্যাদি
- **ফলোয়ার গ্রোথঃ** ফলোয়ারদের গ্রোথ রেট আর গ্রোথ ম্যাটার্ন
- **প্রতিযোগী সম্পর্কিত তথ্যঃ** প্রতিযোগীর তথ্যের সাথে আপনার পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স এর অ্যাক্টিভিটি
- **সেন্টিমেন্ট/ইমোশন অ্যানালাইসিসঃ** আপনার কন্টেন্ট ও অ্যাক্টিভিটি; মজিটিভ নাকি নেগেটিভ নাকি নিউট্রাল ইত্যাদি
- **ইনফুয়েন্সার পারফর্ম্যান্সঃ** ইনফুয়েন্সারদের সাথে কোলাবের অ্যান্জেজমেন্ট ও রিচ
- **অ্যাড পারফর্ম্যান্স ডেটাঃ** পেইড অ্যাডভার্টাইজমেন্ট সম্পর্কিত তথ্য, অর্থাৎ ROI, CTR ইত্যাদি
- **কন্টেন্ট সম্পর্কিত ডেটাঃ** কোন থিম ভালো কাজ করছে, কোন টাইপের কন্টেন্টে ভালো অ্যান্জেজমেন্ট ও রিচ আসছে ইত্যাদি
- **প্লাটফর্ম বেইজড ডেটাঃ** বিভিন্ন প্লাটফর্মে ট্রেন্ড সম্পর্কিত তথ্য
- **কাস্টোমার সার্ভিস ডেটাঃ** রেসপন্স করতে কতক্ষণ সময়ের প্রয়োজন পড়ছে, রিভিউ, টেষ্টিমোনিয়াল ইত্যাদি
- **অডিয়েণ্ডের আচার-আচরণ সম্পর্কিত তথ্যঃ** কীভাবে অডিয়েণ্ড ইন্টারেক্ট করছে, রিয়েল্ট করছে, কোন ম্যাটার্ন রেসপন্স ও অ্যান্জেজ হচ্ছে ইত্যাদি
- **লং টার্ম ট্রেন্ডঃ** কোন ধরণের কন্টেন্ট, অফারস ও প্রোডাক্ট/সার্ভিস লং টার্ম ভালো কাজ করবে সেই তথ্য

এখন জিজ্ঞেস করতে পারেন, "মাহদী ভাই, এই তথ্যগুলো অ্যানালিটিক্স ও ইনসাইটস টুলসগুলো থেকে জানতে পারবো, সেটা তো বুঝলাম! কিন্তু কোন স্পেসিফিক্যালি কোন টুলসগুলো ব্যবহার করবো?"

এই ২৭টি টুলস আপনাকে সাহায্য করতে পারে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস থেকে অডিয়েণ্ডের ইনফরমেশন সংগ্রহ ও সেই তথ্যগুলোকে অ্যানালাইসিস করতেঃ

- Zoho Social Analytics - zoho.com/social
- Quintly - quintly.com
- Vaizle - vaizle.com
- Rival IQ - rivaliq.com
- BrandMentions - brandmentions.com
- Klear - klear.com
- Sotrender - sotrender.com
- BuzzSumo - buzzsumo.com
- Keyhole - keyhole.co
- Talkwalker - talkwalker.com
- Oktopost Analytics - oktopost.com/analytics
- Mention - mention.com
- Nuvi - nuvi.com
- Snaplytics - snaplytics.io
- Socialbakers Suite - socialbakers.com/social-media-analytics

Relationships (নেটওয়ার্কিং)

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসে লং টার্ম সফলতা নিয়ে আসার জন্য অবশ্যই আপনাকে অভিয়েগ্নের সাথে অ্যাঙ্গেজড হতে হবে, কানেক্টেড হতে হবে!

পরিসংখ্যান অনুসারে, প্রতিযোগীর থেকে ৮৫% সেলস গ্রোথ বাড়াতে চাইলে, ক্রেতার সাথে আরো ভালো নেটওয়ার্ক গড়ে তুলতে হবে!

অথেন্টিক্যালি ক্রেতার সাথে কন্টেন্টে অ্যাঙ্গেজ করুন, পার্সোনালাইজড ইন্টারেকশন করুন, তাদের প্রশ্ন করুন এবং তাদের রিভিউ ও ফিডব্যাকের এফেক্টিভ রেসপন্স করুন - এগুলো আপনাকে লং টার্মে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসে গ্রো করতে সাহায্য করবে!

Aআপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস প্ল্যানে নেটওয়ার্কিং রিলেটেড এই তথ্যগুলো যুক্ত করুন, সেটাকে আরো বেশি এফেক্টিভ করতে:

- ক্রেতার প্রারম্ভিক প্রোফাইল (Customer Persona Profiles)
- অ্যাঙ্গেজমেন্ট স্ট্র্যাটেজি (Engagement Strategy)
- কমিউনিটি বিল্ডিং স্ট্র্যাটেজি (Community Building Strategy)
- নেটওয়ার্কিং স্ট্র্যাটেজি (Networking Strategy)
- কাস্টোমার সার্ভিস গাইডলাইন (Customer Service Guidelines)
- ফিডব্যাক মেকানিজম (Feedback Mechanisms)
- রিটেনশন স্ট্র্যাটেজি (Retention Strategies)
- প্রোগ্রাম স্ট্র্যাটেজি (Personalization Tactics)
- ইভেন্ট ও ওয়ার্কশপ/ওয়েবিনার (Events, Webinars/Workshops)
- রেফারাল প্রোগ্রাম স্ট্র্যাটেজি (Referral Programs Strategy)
- নেটওয়ার্কিং গোল ও কেপিআই (Networking Goals and KPIs)
- সোশ্যাল লিসেনিং ট্যাক্টিকস (Social Listening Tactics)
- ট্রান্সপারেন্সি ও অথেন্টিসিটি (Transparency and Authenticity)

Scalability (গ্রোথ ও অ্যাডাপ্টিবিলিটি)

S.T.A.R.S. Blueprint এর সর্বশেষ ধাপ - স্কেলেবিলিটি (Scalability) হচ্ছে, বিজনেসের শুরুর দিকে আপনার গ্রোথ ও লং টার্ম সফলতা নিশ্চিত করার জন্য যা যা দরকার পড়ে; সেই কাজগুলো করতে পারার ক্ষমতা!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের যাতে নিয়মিত গ্রোথ হতে পারে এবং সেটা যাতে যেকোনো ধরনের সমস্যায় নিজেকেই সামলে নিতে পারে; এই দুটো কাজ করাই হচ্ছে, স্কেলেবিলিটি!

Aআপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস প্ল্যানে স্কেলেবিলিটি সম্পর্কিত এই তথ্যগুলো যুক্ত করুন, সেটাকে আরো বেশি এফেক্টিভ করতে:

- Infrastructure Scalability Strategy: সফটওয়্যার, টেকনিক্যাল, রিসোর্স এবং ওভারঅল বিজনেস গ্রোথ রিলেটেড স্ট্র্যাটেজি
- Scalable Processes and Workflows: কন্টেন্ট ক্রিয়েশন, শিডিউলিং, অ্যাঙ্গেজমেন্ট এবং অ্যানালাইসিসের জন্য স্কেলেবল ও উত্তম প্রসেস
- Team Structure and Scalability: বিজনেস টিমের ওভারঅল গ্রোথ স্ট্র্যাটেজি

- Technology and Tools Scalability: জটিলতা ও আকার-আয়তনের সাথে খাপ খাইয়ে নেয়ার মতো টেকনোলজি ও টুলসের ক্ষেত্রে ক্ষেত্রে প্রসেস
- Automation and AI Integration: ডেটা ও ইনফরমেশনে অটোমেশন ও আর্টিফিশিয়াল ইন্টেলিজেন্সের ব্যবহার
- Performance Metrics and Monitoring: পারফর্ম্যান্স মেট্রিক্স ও সেগুলোর নিয়মিত গ্রোথ অ্যানালাইসিস
- Budgeting and Financial Scalability: অ্যাড, টুলস, মার্কেটিং, প্রমোশন, সেলস ও গ্রোথের জন্য ওভারঅল ক্ষেত্রে বাজেট বরাদ্দতা ও আর্থিক সমস্যার ক্ষেত্রে প্রসেস
- Customer Support and Scalability: অ্যাঙ্গেজমেন্ট, ফিডব্যাক, রিভিউ, রিফার্নেল ও ওভারঅল ক্রেতার সাথে যুক্ত সমস্যা সমাধানের ক্ষেত্রে প্রসেস
- Legal and Compliance Scalability: আইনী সমস্যা, প্রাইভেসি পলিসি, রেগুলেশন এবং ডেটা প্রক্রিয়াজ সংক্রান্ত সমস্যার ক্ষেত্রে প্রসেস
- Adaptability and Flexibility: নিত নতুন ট্রেন্ড ও মার্কেট ডায়নামিক্স সংক্রান্ত সমস্যার খাপ খাইয়ে নেয়ার মতো প্রসেস

তো এই হচ্ছে, S.T.A.R.S. Blueprint - যেটার মূল লক্ষ্যই হচ্ছে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য এফেক্টিভ একটা বিজনেস প্ল্যান তৈরি করতে সাহায্য করা; যেই বিজনেস প্ল্যানে থাকবে,

- বিজনেস সম্পর্কিত স্ট্র্যাটেজি
- টার্গেটেড অডিয়েন্স সম্পর্কিত তথ্য
- অ্যানালিটিক্স টুলস থেকে সংগৃহীত তথ্য
- নেটওয়ার্কিং সংক্রান্ত তথ্য, এবং
- গ্রোথ ও অ্যাডাপ্টিবিলিটি সংক্রান্ত সমস্যার ক্ষেত্রে সমাধান সংক্রান্ত তথ্য!

এবার এটা অনুসরণ করে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসের জন্য একটা বিজনেস প্ল্যান লিখে ফেলুন তো!

লিখে, আমাকে দেখাতে পারেন এখানেঃ muntasirmahdi.com

M.O.V.E. Strategy (মুভ স্ট্র্যাটেজি)

M.O.V.E. Strategy এর লক্ষ্য হচ্ছে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির কন্টেন্টগুলোতে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে সাহায্য করা!

আপনার পার্সোনালিটি, আপনার পারস্প্রেকটিভ, আপনার ক্রিয়েটিভিটি; আপনার কন্টেন্টকে আরো সুন্দর করে তোলে!

কিন্তু আমরা যখন কন্টেন্ট তৈরি করি, হোক সেটা গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট বা ভিডিও কন্টেন্ট বা লং ফর্ম কন্টেন্ট; আমরা পার্সোনালিটি বা পারস্প্রেকটিভের দিকে তাকাই না! আমরা চষ্টা করি, সরাসরি মূল টার্গেটের দিকে এগিতে!

আর মূল টার্গেটের দিকে এগিতে গিয়ে আমরা ভুলে যাই, কন্টেন্টের সৌন্দর্য নির্ভর করে আপনার-আমার চিত্তাধারার উপর!

একটা কন্টেন্টের সবচেয়ে বড় সৌন্দর্য বোধার জন্য, আপনার আইএমডিবির সেরা ৪০০ টিভি সিরিজ দেখা উচিত, কোরিয়ান টিভি সিরিজগুলো দেখা উচিত!

আমরা যখন প্রায়ই কন্টেন্ট তৈরি করি, তখন আমরা সাধারণত নিচের ফর্মুলাটিই ব্যবহার করে থাকিঃ
৫% ইমোশন + ৪০% অ্যাকশন + ৫% অডিয়েণ্টের চাহিদা + ৭০% গ্রামার/রাইটিং + ৪০% অন্যান্য বিষয়!

কিন্তু একটা হাই কোয়ালিটি, ভাইরাল ও ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্ট,

- কখনোই গ্রামারের জন্য আটকে থাকে না
- কখনোই লেখার দক্ষতার জন্য আটকে থাকে না
- কখনোই আকারের বা শব্দসংখ্যার উপর নির্ভর করে না

তাহলে একটা হাই কোয়ালিটি, ভাইরাল ও ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্টের ফর্মুলাটা কী?

একটা হাই কোয়ালিটি, ভাইরাল ও ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্টের ফর্মুলাঃ
২০% ইমোশন + ২০% ক্রেতার চাহিদা + ২০% কন্টেন্ট থিম + ৫% গ্রামার/রাইটিং + ১০% আপনার পার্সোনালিটি/আইডিয়া/ক্রিয়েটিভিটি + ২০% অ্যাকশন + ৫% অন্যান্য বিষয়

কন্টেন্টের অবজেক্টিভ পূরণ করা মানেই, সেটা একটা হাই কোয়ালিটি, ভাইরাল ও ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্ট - এমনটা কিন্তু নয়! যেটা দেখ-শুনে-পড়ে অডিয়েণ্টের মাঝে একটা ইমোশন নাড়া দেবে, সেটাই হাই কোয়ালিটি, ভাইরাল ও ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্ট!

এখানে উল্লেখ করতেই হয়, যে কন্টেন্ট উচ্চ কোয়ালিটি ও ইমোশনালি সুপারচার্জড হয়ে থাকে, সেই কন্টেন্টকে আলাদা করে ভাইরাল করতে হয় না! সেই কন্টেন্ট নিজে থেকেই ভাইরাল হতে বাধ্য!

একটা পরিসংখ্যানে দেখা গিয়েছে, সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টগুলো থেকে যেটা ইমোশনালি সুপারচার্জড অর্থাৎ, যে কন্টেন্ট যেকোনো ইমোশন জাগ্রত করতে পারে - অডিয়েণ্টের মাঝে; সেই কন্টেন্টেই অ্যাঙ্গেজমেন্টের বৃদ্ধি লক্ষ্য করা যায়! আর অ্যাঙ্গেজমেন্টের বৃদ্ধি মানেই, সেই কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত রয়েছে! শুধুমাত্র সঠিক অডিয়েণ্টের ছোয়া পাওয়ার সাথে সাথেই সেই কন্টেন্ট, সোশ্যাল মিডিয়ায় ভাইরাল হয়ে যাবে!

"কিন্তু, মাহনী ভাই! কোন ইমোশনগুলো যুক্ত করবো কন্টেন্টে?" - যাদের মাথায় এই প্রশ্ন ঘূরছে; তাদের জন্য কয়েকটা ইমোশন/অনুভূতির লিস্ট দিয়ে দিচ্ছি আপনাদের কন্টেন্টে ব্যবহারে জন্য; আশা করা যায় লিস্টটা, বেশ কাজে দেবেঃ

- আনন্দ/সুখ (Joy/Happiness)
- দুঃখ (Sadness)
- আশ্চর্য/অবাক (Surprise/Shock)
- ভয়/উদ্বেগ (Fear/Anxiety)
- রাগ/ঘৃণা (Anger/Disgust)
- ভালোবাসা/অনুরাগ (Love/Affection)
- উৎসাহ (Excitement)
- আশা/আশ্বাস (Hope/Optimism)
- গর্ব/সন্তুষ্টি (Pride/Satisfaction)
- বিশ্বাস/অনিশ্চয়তা (Confusion/Uncertainty)
- উৎসাহ/আগ্রহ (Curiosity/Interest)
- দোষবোধ/অকৃতজ্ঞতা (Guilt/Remorse)
- উঃসি/জালমোহ (Envy/Jealousy)
- অপেক্ষিত (Anticipation)
- আঘাত/বেদনা (Hurt/Agony)

M.O.V.E. Strategy শুধুমাত্র একটা কন্টেন্ট ক্রিয়েশন ফর্মুলাই নয়, বরঞ্চ এটা একটা টুলকিটের মতো আপনাকে সাহায্য করবে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়ার সাধারণ কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে!

এই স্ট্র্যাটেজি সম্পর্কে আরো ডিটেইলসে ধারণা নেয়ার আগে, আমরা কয়েকটা ফর্মুলা দেখে নিই -
যেগুলো একটা সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েশন ও ভাইরালিটি ফ্যাক্টুরের সাথে ওতপ্রোতভাবে যুক্তঃ

- **Virality Coefficient Formula:** Shares / Views
- **Viral Content Score:** (Shares × Comments) / Views
- **Amplification Rate:** Shares / Follower Count
- **Social Media Influence Score:** (Engagement + Shares) / Followers
- **Virality Potential Formula:** (Likes + Shares) / Time
- **Social Sharing Ratio:** Shares / Total Actions Taken
- **Virality Growth Rate:** (New Shares - Previous Shares) / Time
- **Viral Impact Score:** (Shares × Impressions) / Total Views
- **Virality Multiplier Formula:** Shares × Engagement Rate

M.O.V.E. Strategy

Meaningful (অর্থপূর্ণ)

M.O.V.E. Strategy অনুসারে, যে কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে চাইছেন, সেই কন্টেন্টে 'Meaningful' অর্থাৎ অর্থবহ শব্দ আর বাক্য যুক্ত করুন! অথেনটিক ও জেনুইন বাক্য, উক্তি, গল্প,
তথ্য আর তত্ত্বের ব্যবহার আপনার কন্টেন্টকে অর্থবহ করে তোলে!

যেসব কন্টেন্ট অডিয়োগ্রে মনে থাকবে ও অডিয়োগ্রে ভেতর যেকোনো ইমেশন ত্রিগার করতে পারবে, সেই কন্টেন্টগুলোই, মিনিংফুল/অর্থবহ!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৬২% কনজুমার ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটির সাথে আরো বেশি ক্লোজ ও কানেক্টেড অনুভব করে যদি সেই ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি - নিয়মিত পারসুয়েসিভ গল্প শেয়ার করে থাকে!

সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টে, স্টোরিটেলিং করার জন্য এই কাটি স্টোরিটেলিং ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করতে পারেনঃ

- **Hero's Journey:** (The Hero + Their Challenge + Transformation)
- **Before-After-Bridge:** (Before Situation + Transformation + After Outcome)
- **3-Act Structure:** (Setup + Confrontation + Resolution)
- **Pixar Pitch:** (Once Upon a Time + Every Day + One Day + Because of That + Because of That + Until Finally)
- **Monomyth Formula:** (Departure + Initiation + Return)
- **"Create Curiosity" Formula:** (Pose a Question + Tease a Solution + Build Suspense)
- **"Show, Don't Tell" Formula:** (Visual Storytelling + Emotive Context + Implied Resolution)
- **"What If?" Formula:** (Present a Hypothetical Scenario + Explore Potential Outcomes)
- **Emotional Rollercoaster:** (Evoke Different Emotions + Take Audience on a Journey)

Observant (চোখ কান খোলা রাখা)

M.O.V.E. Strategy অনুসারে, চোখ কান খোলা রাখা বলতে বোঝানো হয়েছে ট্রেন্ড ও সোশ্যাল কনভার্সেশন মনোযোগ দিয়ে শোনার, দেখার ও বোঝার চষ্টা করা!

কারণ, সোশ্যাল লিসেনিংয়ে ভালো না হলে, ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর কোন কন্টেন্টে থাকতে পারে বা কোন কন্টেন্টের ভাইরাল হওয়ার চান্দা বেশি কিংবা কোন কন্টেন্ট অডিয়োগ্রে চাহিদা মেটাবে - সেটা বুঝতে পারবেন না!

আর ডিজিটাল দুনিয়ায়, ট্রেন্ড খুব দ্রুত যাওয়া-আসা করছে! তার উপর আপনার স্পেসিফিক নিষে ট্রেন্ডগুলোকে আলাদা করে ক্যাটাগরাইজ করে, সেগুলোর সাথে আপনার কন্টেন্টকে 'মিঞ্চ অ্যান্ড ম্যাচ' করার মাধ্যমে ট্রেন্ডে টিকে থাকাটা - বেশ কষ্টকর দায়িত্ব!

অথচ এই কাজের উপরেই আপনার কন্টেন্টের ডিজিবিলিটি অনেকটা নির্ভর করছে!

একটা রিসার্চ মতে, ট্রেন্ডি টেমিক নিয়ে কথা বললে কিংবা আপনার কন্টেন্টে ট্রেন্ড সম্পর্কিত তথ্য যুক্ত করলে; অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট ৩০% বেড়ে যেতে পারে!

এই ১৩টি টুলস ব্যবহার করে আপনি ট্রেন্ড অ্যানালাইসিস ও কোন বিষয়গুলো ট্রেন্ড হতে পারে; সেই সম্পর্কিত তথ্য জানতে, বুঝতে ও অ্যানালাইজ করতে পারবেনঃ

- TrendHunter - trendhunter.com
- Google Trends - trends.google.com
- Trend Watching - trendwatching.com
- Brandwatch - brandwatch.com
- Social Mention - socialmention.com
- Talkwalker - talkwalker.com
- Keyhole - keyhole.co
- Trendalytics - trendalytics.co
- Zignal Labs - zignalabs.com
- ListenFirst - listenfirst.com
- Quintly - quintly.com
- Klear - klear.com
- Awario - awario.com

Valuable (চাহিদা + ভ্যালু)

M.O.V.E. Strategy অনুসারে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর নিয়ে আসার জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটা এলিমেন্ট হচ্ছে, অডিয়েণ্টের চাহিদা মিটিবে এবং অডিয়েণ্টের কাজে আসবে এমন কিছু আপনার কন্টেন্টে যুক্ত করা!

একটা পরিসংখ্যান অনুসারে, ৬০% কনজুমারা আশা করে - ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটিগুলো সোশ্যাল মিডিয়ায় তাদের এমন কন্টেন্ট প্রোভাইড করবে যেগুলো তাদের চাহিদা ও আগ্রহ মেটায়!

যখন আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টের সাথে,

- ইউনিক কিছু যুক্ত করবেন
- অডিয়েণ্টের সমস্যার সমাধান যুক্ত করবেন
- দরকারি তথ্য বা তত্ত্ব যুক্ত করবেন
- গল্প যুক্ত করবেন
- ভ্যালু প্রোজিশন যুক্ত করবেন
- ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট যুক্ত করবেন
- রিসোর্স ফাইলস যুক্ত করবেন

... তখন সেই কন্টেন্টে অটোমেটিক্যালি ভ্যালু যুক্ত হয়ে যাবে! আর ভ্যালু যুক্ত হয়ে গেলে, অডিয়েণ্ট আপনার কন্টেন্টকে আরো বেশি গ্রাহ করবে এবং আপনার ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটির ট্রাষ্ট স্কোর আরো বেড়ে যাবে!

Engaging (প্রয়োজনীয় অ্যাঙ্গেজমেন্ট)

M.O.V.E. Strategy অনুসারে, আপনার কন্টেন্টে যদি অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট যুক্ত না থাকে; তাহলে সেটা অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি করবে না! আর অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি না হলে, অডিয়েণ্টের ইন্টারেকশন বাড়বে না, সোশ্যাল মেট্রিক্স বাড়বে না! যার ফলে, কন্টেন্টেও ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর আর থাকবে না!

অ্যান্জেজমেন্ট, সেজনেই ক্যাটালিস্টের মতো কাজ করে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে - যেকোনো ধরণের সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টে!

আব অ্যান্জেজমেন্ট তৈরির জন্য এই কয়েক ধরণের অ্যান্জেজিং এলিমেন্ট, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টে ব্যবহার করতে পারেনঃ

- হাই রেজুলেশন ছবি, ভিডিও, ইনফোগ্রাফিক্স, জিফ ইত্যাদি
- ইন্টারেক্টিভ পোল ও সার্ভে
- পারসুয়েসিভ হেডলাইন ও ভক্স
- গল্প
- প্রশ্ন-উত্তর
- কনটেক্ট ও গিভঅ্যাওয়ে
- রিভিউ, টেস্টিমোনিয়াল, ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট
- কুইজ/গেইম

ইন্টারেক্টিভ কন্টেন্ট, ম্যাসিভ কন্টেন্টের চেয়ে ৪-৫ গুণ বেশি অ্যান্জেজমেন্ট জেনারেট করে থাকে! সেজন্য, কন্টেন্টে যেমন অ্যান্জেজিং এলিমেন্ট যুক্ত করতে হবে, ঠিক তেমনি কন্টেন্ট পাবলিশের পর কনভার্সেশন শুরু করা উচিত, অডিয়েন্সের সমস্যার সমাধান করতে ব্যস্ত হয়ে পড়া উচিত!

তো সবার শেষ কথা হচ্ছে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে চাইলে; আপনার কন্টেন্ট হতে হবেঃ

- অর্থবহ
- ট্রেন্ডি ও রেলেভেন্ট
- প্রয়োজনীয়
- অ্যান্জেজিং

এই ফ্রেমওয়ার্ক অ্যাপ্লাই করে আপনার প্রতেকটো সাধারণ কন্টেন্টে ভাইরালিটি ফ্যাক্টুর যুক্ত করতে পারবেন; যেটা আপনার কন্টেন্টের লং টার্ম ও শর্ট টার্ম গ্রোথ বাড়াবে ৪০০%

C.O.R.E. Matrix (কোর ম্যাট্রিক্স)

C.O.R.E. Matrix এর লক্ষ্য হচ্ছে, আপনাকে সোশ্যাল মিডিয়াতে একটা শক্তিশালী কমিউনিটি তৈরি করতে সাহায্য করা!

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোতে শক্তিশালী ও এফেক্টিভ কমিউনিটি তৈরি করার জন্য C.O.R.E. Matrix আপনাকে চারটা বিষয় সঠিকভাবে ব্যবহার করতে নির্দেশনা দিচ্ছে!

এই চারটা বিষয় আপনার কমিউনিটিতে নিয়মিত অ্যাপ্লাই করে আপনার কমিউনিটিকে নার্চার করার মাধ্যমে, লং লাস্টিং রিলেশনশিপ ও হাই টিকেট প্রোডাক্ট/সার্ভিস বিক্রির সুযোগ তৈরি করা সম্ভব!

রিসার্চ অনুসারে, যেসব ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটির অন্তত একটা অ্যাক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি রয়েছে, তাদের ক্ষেত্রে লয়ালিটি ৩৬% বৃদ্ধি পেতে দেখা যায়!

C.O.R.E. Matrix শুধুমাত্র একটা থিওরিটিক্যাল সিস্টেমই নয়, এটা একটা প্রাকটিক্যাল রোডম্যাপ – যেটা অনুসরণ করে আপনি অ্যাঙ্গেজিং, ডেভিকেটেড ও লয়াল কমিউনিটি তৈরি করতে পারবেন!

C.O.R.E. Matrix সম্পর্কে আরো ডিটেইলসে ধারণা নেয়ার আগে, আমরা কয়েকটা ফর্মুলা দেখে নিই - যেগুলো একটা সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি তৈরি, নার্চার ও গ্রোথের সাথে ওতপ্রোতভাবে জড়িতঃ

- **Community Engagement Rate:** $(\text{Total Engagements} / \text{Total Followers}) \times 100$
- **Community Growth Rate:** $[(\text{New Followers} - \text{Lost Followers}) / \text{Total Followers}] \times 100$
- **Community Interaction Ratio:** $(\text{Total Interactions} / \text{Total Community Members}) \times 100$
- **Community Retention Rate:** $((\text{Ending Community Members} - \text{New Community Members}) / \text{Starting Community Members}) \times 100$
- **Community Conversion Rate:** $(\text{Number of Conversions} / \text{Total Engagements}) \times 100$
- **Community Reach Percentage Formula:** $(\text{Community Reach} / \text{Total Audience Reach}) \times 100$
- **Community Loyalty Index Formula:** $(\text{Average Time Spent by Members} / \text{Total Time Available}) \times 100$
- **Community Response Rate:** $(\text{Replies or Comments} / \text{Total Messages or Queries}) \times 100$
- **Community Trust Index Formula:** $(\text{Trustworthy Content Shares} / \text{Total Shares}) \times 100$

C.O.R.E. Matrix

Caring (নেটওয়ার্ক তৈরির ভিত্তিপ্রস্তর)

C.O.R.E. Matrix অনুসরণ করে, আপনার প্রথম কাজ হবেং সাপোর্ট দেয়া!

আপনার কমিউনিটিতে নিয়মিত সাপোর্ট দেয়ার চেষ্টা করুন, তাদের সমস্যার কথা নিজে থেকে জিজ্ঞেস করুন আর তারপর তাদের সেই সমস্যার সমাধান করার চেষ্টা করুন! নেটওয়ার্ক তৈরির জন্য ও সেই নেটওয়ার্ককে বৃদ্ধিনের জন্য টিকিয়ে রাখতে চাইলে, কেয়ারিং হওয়াটা খুবই জরুরি!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৭৩% ক্রেতা সেইসব ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি থেকে মন্য বা সেবা নিতে চায় - যারা কেয়ারিং ও আভারস্ট্যান্ডিং!

আপনার কমিউনিটির গ্রোথের জন্য জেনুইন সাপোর্ট দিয়ে ও অডিয়েন্টের সমস্যার সমাধান করার মাধ্যমে তাদের চাহিদা পূরণ করে - লং লাষ্টিং রিলেশনশিপ তৈরি করা স্তর; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি মেম্বারদের সাথে!

এখন মাথায় প্রশ্ন আসতে পারে, "আচ্ছা, প্র্যাকটিক্যালি কী কী কাজ করে, একটা কমিউনিটি মেম্বারদের কেয়ার বা সাপোর্ট দেয়া যায়?"

এই কাজগুলো করতে পারেন, কমিউনিটিতে সাপোর্ট দেয়ার জন্যঃ

- অ্যাক্টিভলি অ্যাঙ্গেজ করুন, কমেন্ট ও মেসেজের দ্রুত রিপ্লাই করুন
- ইনফরমেটিভ, রেলেভেন্ট ও এন্টারটেইনিং কন্টেন্ট শেয়ার করুন
- কমিউনিটি মেম্বারদের সমস্যা নিয়ে তাদের সাথে আলোচনা করুন
- নিয়মিত ফিডব্যাক ও সাজেশন নেয়ার ক্ষেত্রে মেম্বারদের মতামতের গুরুত্ব দিন
- মেম্বারদের মাঝে সবচেয়ে বেশি অ্যাঙ্গেজ করা ব্যক্তিকে পুরস্কৃত করুন
- যারা কমিউনিটিতে ভিন্ন ভিন্ন খাতে নিয়মিত কন্ট্রিবিউট করে থাকে, তাদের পুরস্কৃত করুন
- নিয়মিত মেম্বারদের উপদেশ দিন, সমস্যার সমাধান দিন এবং তাদের সাহায্যের দরকার পড়লে হাত বাড়িয়ে দিন
- কমিউনিটিতে ফ্রি অথবা পেইড ইভেন্ট অর্গানাইজ করুন এবং ওয়েবইনার, ওয়ার্কশপ, Q&A সেশনের আয়োজন করুন
- কমিউনিটির মেম্বারদের, অন্যদের চেয়ে একটু হলেও সুবিধা ও গুরুত্ব বেশি দেয়ার চেষ্টা করুন
- কমিউনিটি মেম্বারদের মাইলস্টোনগুলো সেলিব্রেট করুন
- কমিউনিটিতে ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট - শেয়ার করার জন্য পুরস্কৃত করুন
- কমিউনিটিতে নেটওয়ার্ক তৈরি করা নিয়ে উৎসাহ জোগানোর চেষ্টা করুন
- কমিউনিটির ফিচারস ও বেনেফিটস, নিয়ম করে আপগ্রেড করার চেষ্টা করুন

Opportunity (সুযোগ করে দেয়া)

কমিউনিটিতে নেটওয়ার্ক তৈরির জন্য ও লং লাষ্টিং রিলেশনশিপ তৈরির জন্য, মেম্বারদের বিভিন্ন পুরস্কার জেতার কিংবা গিফটস পাওয়ার অথবা প্রিমিয়াম সার্ভিস পাওয়ার কিংবা কাজ পাওয়ার - সুযোগ করে দিন! যত বেশি আপনি ফ্রিতে ভ্যালুয়েবল রিসোর্স আপনার কমিউনিটিতে দিয়ে যেতে পারবেন - তত দ্রুত আপনার পক্ষে একটা কমিউনিটিতে গ্রোথ নিয়ে আসা স্তর হবে!

Resourceful (রিসোর্স = ভ্যালু)

আপনার কমিউনিটিতে ভ্যালুয়েবল তথ্য দিন, টুলস ও রিসোর্স শেয়ার করুন - এগুলো কমিউনিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়াবে এবং এতে কমিউনিটির ওভারঅল ভ্যালুও বৃদ্ধি পাবে! একইসাথে সঠিক এবং নিশ/ইন্ডাস্ট্রি/সেক্টর বেইজড রিসোর্স কনজুম করে অডিয়েন্ট তাদের নিজেদের গ্রোথ নিয়ে আসতে সক্ষম হবে!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ৭৮% কনজুমার সেহসব ব্র্যান্ড/ব্যবসার থেকে পন্য বা সেবা ক্রয় করতে চায়; যাদের থেকে তারা ইনফরমেটিভ ও এডুকেশনাল তথ্য ও তত্ত্ব পেয়ে থাকে!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটিতে এগলো রিসোর্স হিসেবে শেয়ার করতে পারেন, ভ্যালু বাড়ানোর জন্যঃ

- ইবুক/বুকলেট
- গাইড/হোয়াইটপেপার
- কেইস স্টোডি
- চেকলিষ্ট, চিটিশিট, ওয়ার্কশিট
- টেমপ্লেটস
- টুলকিটস
- ইনফোগ্রাফিক্স
- ভিডিও টিউটোরিয়াল/ভিডিও কোর্স
- ওয়েবইনার/ওয়ার্কশপ
- প্রিন্টেবল পোষ্টার/ওয়ালপেপার
- এক্স্ট্রাক্সি প্রিমিয়াম এক্সেস
- ফ্রি ট্রায়াল/স্যাম্পল/MVP
- রেফারেণ্স গাইড
- অ্যাসেম্মেন্ট গাইডলাইন
- ফ্রি কোচিং
- ফ্রি কনসাল্টেশন

Engaging (অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট)

আপনার কমিউনিটির কন্টেন্ট, প্রোডাক্টে, সেবায় এবং রেসপন্সে অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট যুক্ত করুন; নাহলে কিন্তু, অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি হবে না! আর অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি না হলে, অডিয়েণ্ডের ইন্টারেকশন বাড়বে না!

আর কোনো কমিউনিটিতে ইন্টারেকশন না থাকলে, সেই কমিউনিটিকে আমরা বলে থাকি; Dead Community কিংবা Inactive Community.

আর একটা ইনঅ্যাক্টিভ কমিউনিটি খুলে রাখার চেয়ে, কমিউনিটি না থাকা - শতগুণে ভালো!

অ্যাঙ্গেজমেন্ট ছাড়া কোনো কমিউনিটির - ভ্যালু নেই বললেই চলে!

আর অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরির জন্য এই কয়েক ধরণের অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটিতে শেয়ার করতে পারেনঃ

- হাই রেজুলেশন ছবি, ভিডিও, ইনফোগ্রাফিক্স, জিফ ইত্যাদি
- ইন্টারেক্টিভ পোল ও সার্ভে
- প্যারসুয়েসিভ হেডলাইন ও ভকস
- গল্প
- প্রশ্ন-উত্তর
- কনটেন্ট ও গিভঅ্যাওয়ে
- রিভিউ, টেষ্টিমোনিয়াল, ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট
- কুইজ/গেইম

মনে রাখবেন, ৯০% অ্যাঙ্গেজড কমিউনিটি মেম্বাররা একটা ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটিকে রেকমেন্ড করে থাকে!

সেজন্য, কন্টেন্টে যেমন অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট যুক্ত করতে হবে, ঠিক তেমনি কমিউনিটির প্রত্যেকটা ধাপে অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট যুক্ত করাটাও খুবই জরুরী!

- যদি আপনি কেয়ারিং হতে পারেন, সাপোর্টিভ হতে পারেন;
- যদি আপনি কমিউনিটিতে মেম্বারদের জন্য সুযোগ তৈরি করে দিতে পারেন;
- যদি কমিউনিটিতে রিসোর্স ও ভ্যালু যুক্ত করতে পারেন এবং
- যদি কমিউনিটির প্রত্যেকটা ধাপে অ্যাঙ্গেজিং এলিমেন্ট যুক্ত করতে পারেন;

... তাহলেই C.O.R.E. Matrix এর দায়িত্ব পূরণ হচ্ছে!

অর্থাৎ, C.O.R.E. Matrix অনুসরণ করে এই ৪টা কাজ ঠিকঠাক করতে পারলেই একটা সফল, শক্তিশালী ও এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটি তৈরি করা সম্ভব!

E.V.O.L.V.E. Model (ইভেলভ মডেল)

E.V.O.L.V.E. Model এর লক্ষ্য হচ্ছে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে স্কেল করতে সাহায্য করা, যাতে লং টার্মের জন্য আপনার আইডেন্টিটির গ্রোথ বৃদ্ধি পেতে থাকে!

এই চ্যাপ্টারে আমরা কথা বলবো, আপনার ডিজিটাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে স্কেলিং করা নিয়ে! আমরা কিছু স্ট্র্যাটেজি, টেকনিক ও ফর্মুলা দেখবো - যেগুলো সঠিকভাবে অ্যাপ্লাই করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে আপনি লং টার্মের জন্য বাঁচিয়ে রাখতে পারবেন!

৯০% মার্কেটারের মতেই, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং তাদের গ্রোথের পেছনে অনেক বড় একটা কারণ!

E.V.O.L.V.E. Model - আপনার এই গ্রোথের জানিতে লং টার্মের জন্য আপনার আইডেন্টিটিকে টিকিয়ে রাখা ও স্কেলিং করা শেখাবে!

কিন্তু, তার আগে - যারা জানেন না - তাদের জন্য, স্কেলিং নিয়ে একটু ধারণা দিয়ে নিই!

স্কেলিং (Scaling) বলতে সাধারণত আমরা বুঝে থাকি, কোনো একটা আইডিয়া বা বিজনেস বা আইডেন্টিটি অথবা সিস্টেমের; আকার, সংখ্যা কিংবা সুযোগের দিক থেকে গ্রোথ বৃদ্ধি করার প্রসেস - কিন্তু, মূল গুনাঙ্গণ বা বৈশিষ্ট্য বজায় রেখে!

ধরুন, আপনি বিস্তুর তৈরি করার রেসিপি জানেন! যদি আপনি স্বাদ, টেক্নিক অথবা কোয়ালিটি জায়গায় রেখে প্রত্যেকদিন কিংবা একদিনে অনেক বেশি পরিমাণ বিস্তুর তৈরি করতে চান; তাহলে আপনাকে প্রথমে যে কাজটা করতে হবে; সেটা হচ্ছে, সেই বিস্তুর তৈরির রেসিপিটাকে স্কেল করতে হবে!

আপনি ৫০ মিস বিস্তুর জন্য যে পরিমাণ উপাদান ব্যবহার করেছিলেন, ১০০ মিস বা ১০০০ মিস বা ১০০০০ মিস তৈরির জন্যে একই পরিমাণ উপাদান ব্যবহার করবেন না, তাই না?

আপনাকে পরিমাণ বাড়াতে হবে; কিন্তু শর্ত হচ্ছে - কোয়ালিটি জায়গায় রেখে!

আর এটাই স্কেলিং!

যদি আপনি কোয়ালিটি জায়গায় রেখে ৫০ মিস কিংবা ৫০০০ মিস তৈরি করতে পারেন, তাহলে আপনার এই রেসিপি ও সিস্টেম স্কেলেবল! কিন্তু যদি সেটা না পারেন, তাহলে স্কেলেবল নয়!

একটা ছোট বইয়ের বিজনেসের কথাই ধরুন - যাদের বেশ ভালোই বই বিক্রি হচ্ছে বলে, তারা সেটাকে এখন আরো বাড়াতে চায়, আরো এক্সপান্স করতে চায়! এই ছোট বইয়ের বিজনেসের জন্য স্কেলিং বলতে আমরা বুঝতে পারছি, এই ব্যবসাকে বড় করতে চাওয়া এবং বেশ কয়েকটা প্লাটফর্মে সেটাকে এক্সপান্স করার চেষ্টা করা; কিন্তু, বিজনেসের গ্রোথ ও কোয়ালিটি বজায় রেখে!

তাহলে একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য স্কেলিং মানে দাঁড়াচ্ছে, সেই সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির অপারেশন, দায়িত্ব-ক্ষমতা এবং রিচ/ইস্প্রেশন/অ্যাপ্রেজমেন্ট; এগুলোর পজিটিভ গ্রোথ - কিন্তু, শর্তটা হচ্ছে, কোয়ালিটি ও দক্ষতা বজায় রেখে!

একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য, এই বিষয়গুলো ক্ষেত্র করার প্রয়োজন পড়ে থাকেঃ

- কন্টেন্ট প্রোডাকশন
- অডিয়োগ্রাফি অ্যাঙ্গেজমেন্ট
- প্লাটফর্ম
- পার্টনারশিপ
- কমিউনিটি গ্রোথ
- ব্র্যান্ড কনসিস্টেন্সি ও ইমেজ
- অটোমেশন ও টুলস
- মার্কেটিং ও অ্যাডভার্টাইজিং
- প্রোডাক্ট/সেবা
- অফার/ডিসকাউন্ট/ক্যাম্পেইন
- ইভেন্ট/নেটওয়ার্কিং
- সোশ্যাল মেট্রিক্স
- টিম
- বাজেটিং
- ওভারঅল গ্রোথ

E.V.O.L.V.E. Model

Effectiveness (সবকিছু হতে হবে, এফেক্টিভ)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, আপনার আইডেন্টিটির এফেক্টিভনেস বাড়ানোর জন্য; যেকোনো অপারেশনের প্রসেস আরো স্পষ্ট ও স্মৃথ হতে হবে! এতে, সময় আর রিসোর্স দুটোই বাঁচবে!

যে স্ট্র্যাটেজিগুলো এফেক্টিভ ও অডিয়োগ্রাফ ব্রেহিনে ইমপ্যাক্ট ফেলবে - সেগুলো প্র্যাকটিস করলেই আপনার আইডেন্টিটিকে এফেক্টিভ করে তোলা যাবে!

পরিসংখ্যান অনুসারে, যেসব সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস তাদের প্রত্যেক অপারেশনের প্রসেসকে আরো স্মৃথ ও স্পষ্ট করে প্র্যাক্টিস করে থাকে; তারা মার্কেটিংয়ে ৩২% কম ইনভেস্ট করে, রেজিন্যুরে ২৭% বেশি গ্রোথ নিয়ে আসতে সক্ষম হয়!

Visibility (রিচ ও প্রেসেন্ট বাড়ান)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, আপনার আইডেন্টিটির ভিজিবিলিটি বাড়ানোর দিকে, অর্থাৎ রিচ, অ্যাঙ্গেজমেন্ট ও ভির ভির প্লাটফর্মে প্রেসেন্ট বাড়ানোর দিকে মনোযোগ দিতে হবে; কারণ, এই কাজ না করে, আপনার আইডেন্টিটিকে এক্সপান্ড করা সম্ভব হবে না!

ভিজিবিলিটি বাড়ছে মানে, আপনার আইডেন্টিটির মন্তব্য/সেবা/কন্টেন্ট কিংবা আপনার আইডেন্টিটির নাম-ধার্ম; সহজেই মানুষ - প্রয়োজনে মনে করতে পারবে! এতে রিটোর্ন অডিয়েন্স তৈরির সম্ভাবনা বেড়ে যায়! ৭৩% ক্রেতার মতে, পরিচিত নাম/ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটি থেকেই তারা মন্তব্য/সেবা কেনার সিদ্ধান্ত নেয়!

ভিজিবিলিটি বাড়ানোর জন্য, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে স্ট্র্যাটেজিক্যালি কন্টেন্ট প্রমোট ও ডিস্ট্রিবিউট করুন, কমিউনিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট করুন এবং প্লাটফর্ম-স্পেসিফিক ফিচার অনুসারে আপনার আইডেন্টিটিকে অপ্টিমাইজ করুন!

Objective (মূল লক্ষ্য থেকে দূরে সরে আসা যাবে না)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, প্রত্যেক আইডেন্টিটির গ্রোথের পাশাপাশি সবচেয়ে বেশি যেটার দিকে মনোযোগ দেয়া উচিত; সেটা হচ্ছে, এই আইডেন্টিটি তৈরির পেছনে মূল লক্ষ্য, গোল এবং উদ্দেশ্য কী ছিলো!

যেসব আইডেন্টিটি, তাদের মূল লক্ষ্য ঠিক রেখে তাদের আইডেন্টিটিকে গ্রো করে থাকে; তাদের ওভারঅল গ্রোথ ৬০% বৃদ্ধি পায়! সেজন্যে আপনার আইডেন্টিটিকে শুরুতেই সঠিক ও স্পষ্ট লক্ষ্য ঠিক করে, তারপর গ্রোথের চিন্তা করা উচিত!

কিন্তু, প্র্যাকটিক্যালি কীভাবে?

এই কাজগুলো করেং:

- এমন অবজেকটিভ/গোল/লক্ষ্য সেট করুন, যেগুলো সংখ্যা/অঙ্ক দিয়ে মাপা যায়
- সোশ্যাল মিডিয়া প্রোফাইল অপ্টিমাইজ করার সময় লক্ষ্য/গোল শেয়ার করুন
- নিয়মিত কন্টেন্ট প্রাবলিশ করুন ও অডিয়েন্টকে, আপনার কথা মনে করিয়ে দিন
- আপনার নিশ/ইন্ডাস্ট্রি/সেক্টর বেইজড হ্যাশট্যাগের পাশাপাশি, অবজেক্টিভ হ্যাশট্যাগ ব্যবহার করুন
- একই নিশ/ইন্ডাস্ট্রির অন্যান্য ইনফুয়েন্সারদের সাথে কোলাব করুন
- অবজেক্টিভ বেইজড কনটেন্ট ও গিভআওয়ে দিন
- পেইড অ্যাডভার্টাইজিং করুন
- ইন্ডাস্ট্রি ও অবজেক্টিভ বেইজড ট্রেন্ডের সাথে যুক্ত হোন

Long-lasting (বঙ্গদিন টিকিয়ে রাখার প্র্যানিং করুন)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, এমন কন্টেন্ট তৈরি করা উচিত - যেগুলো ইন্টারেকশন বাড়াবে! আর যত বেশি ইন্টারেকশন, তত লং লাস্টিং ইমপ্যাক্ট!

পরিসংখ্যান অনুসারে, ইমোশনালি সুপারচার্জড কন্টেন্টগুলো, অডিয়েন্টের ভেতর ইমোশন জেনারেট করতে পারে - যার ফলে সেই কন্টেন্টগুলো সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির ব্র্যান্ড লয়্যালিটি বাড়াতে সাহায্য করে!

এই ইমোশনাল কন্টেন্ট ফরম্যাটগুলো অনুসরণ করে আপনার সাধারণ কন্টেন্টকে বঙ্গদিন মনে রাখার ব্যবস্থা করা সম্ভবঃ

- অনুপ্রেরণামূলক গল্প
- রিভিউ/টেষ্টিমোনিয়াল
- সফলতার গল্প
- মোটিভেশনাল উক্তি/গল্প
- ইমোশনাল ভিডিও রিভিউ
- চ্যারিটি কন্টেন্ট
- কৃতজ্ঞতা স্বীকার
- ইমোশনাল পেইড ভিডিও অ্যাডভার্টাইজিং
- নিশ বেইজড মিমস/জিফ

Valuable (প্রয়োজনীয়তা - সবার উপরে)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, অডিয়েন্টের চাহিদা আর আগ্রহের উপর ভিত্তি করে নিয়মিত ভ্যালুয়েবল কন্টেন্ট শেয়ার করলে ও ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্টে যুক্ত হলে - সেই আইডেন্টিটির লং টার্ম সাক্ষেত্রে - নিশ্চিত!

৭৬% ক্রেতাদের লয়ালিটি বাড়াতে চাইছেন?

গুরুত্বপূর্ণ ও প্রয়োজনীয় কন্টেন্ট শেয়ার করুন, ইনফরমেটিভ কনভার্সেশনে অ্যাঙ্গেজড হোন!

ভ্যালু কিন্তু বিভিন্নভাবে দেয়া যায়!

অন্য একটা চ্যাপ্টারে সেটার একটা লিস্ট দিয়েছিলাম! খেয়াল না থাকলে, পড়ে আসুন!

যত বেশি ভ্যালু দেবেন, তত বেশি লয়াল অডিয়েন্ট তৈরি করতে পারবেন! আর যত বেশি লয়াল অডিয়েন্ট, তত বেশিদিনের জন্য আপনার আইডেন্টিটির টিকে থাকার সুযোগ!

Expandable (খাপ খাইয়ে নেয়ার ক্ষমতা থাকতে হবে)

E.V.O.L.V.E. Model অনুসারে, খাপ খাইয়ে নেয়ার ক্ষমতা; যেসব সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির মধ্যে দেখা যায়, সেগুলোর রেভিন্যু গ্রোথ অন্তত ৪৫% বেড়ে যায় এবং সেই আইডেন্টিটিগুলোর মার্কেট থেকে ছিটকে পড়ার সম্ভাবনা অন্তত ৬৭% কমে যায়!

মার্কেটের পরিবর্তন, ট্রেন্ডের পরিবর্তন এবং অডিয়েন্টের আচার-আচরণের পরিবর্তনের সাথে খাপ খাইয়ে নিতে পারার ক্ষমতাটা কিন্তু প্রত্যেক সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির থাকে না!

"তাহলে, আমাদের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে খাপ খাইয়ে চলার জন্য - কী করতে হবে?"

এই অ্যাডাপ্টিবিলিটি ট্যাকটিকসগুলো অনুসরণ করুনঃ

- বিভিন্ন প্লাটফর্মে, ভিন্ন ভিন্ন কন্টেন্ট ফরম্যাটে; একই কন্টেন্ট রিপ্রেজেন্টেশন করে প্রাবলিশ করুন
- যত বেশি অ্যাঙ্গেজড থাকবেন, তত বেশি নতুন খবরাখবর জানতে পারবেন
- অডিয়েন্টকে বিভিন্ন সেগমেন্টে ভাগ করা শিখুন
- যেখানেই ব্র্যান্ডিং সম্ভব, করতে থাকুন
- প্লাটফর্মের অ্যালগরিদমের পরিবর্তনের সাথে সাথে, আপনার স্ট্র্যাটেজিতেও পরিবর্তন নিয়ে আসুন
- নিশ/ইন্ডাস্ট্রি বেইজড ইনফ্লুয়েন্সারদের সাথে প্রার্টনারশিপ করুন
- লোকাল মার্কেট থেকে, অ্যাপ্রোচ শুরু করুন
- প্রত্যেক ক্রেতার মতামতের গুরুত্ব দিন
- নিয়মিত টেষ্টিং করুন, আপগ্রেড করুন
- নিত্য নতুন রিসোর্সের সাথে পরিচিত হোন ও অডিয়েন্টদের পরিচিত করান

E.V.O.L.V.E. Model এর ৬টি এলিমেন্ট মাথায় রেখে একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে স্কেলিং করাটা ততোটা কঠিন কাজ হবে না বলেই, আশা রাখছি!

আর আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির লং টার্ম সফলতা কামনা করছি!

C.AR.E. Framework (কেয়ার ফ্রেমওয়ার্ক)

C.AR.E. Framework এর মূল লক্ষ্য, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি অ্যাঙ্জেজমেন্ট তৈরি করতে সাহায্য করা!

C.AR.E. Framework খুবই শক্তিশালী একটি ফর্মুলা; যেটা অ্যাপ্লাই করে এফেক্টিভলি ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্জেজমেন্ট জেনারেট করতে পারবেন, সম্পূর্ণ বিনামূল্যেই - যেকোনো ধরনের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য!

শুধুমাত্র অ্যাঙ্জেজমেন্টই নয়, বরঞ্চ এই একই ফ্রেমওয়ার্ক ফলো করে ইন্টারেকশন চালিয়ে যেতে পারলে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির সাথে অডিয়েণ্টের সম্পর্ক আরো গভীর হয়ে উঠবে! যেটা সর্বোপরি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির গ্রোথের জন্যে অন্যতম উপাদান হিসেবে কাজে আসবে!

আপনি কী এই তথ্যটা জানতেন, অ্যাঙ্জেজড ক্রেতারা - সাধারণ ক্রেতাদের চেয়ে প্রত্যেক ট্রাঙ্কেশনে ৬০% বেশি খরচ করে থাকে!

C.AR.E. Framework আপনাকে বেশ কিছু স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসের মধ্যে দিয়ে দেখাবে - কীভাবে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির সাধারণ ক্রেতাদের, অ্যাঙ্জেজড ক্রেতায় রূপান্তরিত করবেন!

C.AR.E. Framework

Co-operate (কোলাবোরেশন, সাপোর্ট ও কেয়ার)

আপনার অডিয়েণ্টদের সাথে কোলাব করুন, তাদের মন্য/সেবার প্রমোশন করে দিন! তাদের সমস্যা, চাহিদা আর আগ্রহে; যত্নের সাথে সাপোর্ট দিন! যত বেশি অডিয়েণ্টকে সরাসরি সাপোর্ট দেয়া সম্ভব হয়, দেয়ার চেষ্টা করুন!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- অডিয়েণ্টকে, আপনার মন্য বা সেবা বা আইডেন্টিটির সাথে যুক্ত টপিকে কন্টেন্ট শেয়ার করতে বলুন
- অডিয়েণ্টের জন্য ফ্রি ও পেইড ক্যাম্পেইনের প্রচারণা করুন
- অডিয়েণ্টের আইডিয়া ও মতামত শুনুন এবং সেগুলোর গঠনগত রেসপন্স করুন
- প্রাইভেট কমিউনিটি করুন
- নিয়মিত আলোচনা ও সাপোর্ট ফ্রমে অ্যাক্টিভিটি বাড়ানোর চেষ্টা করুন
- রিভিউ/ফিডব্যাক শেয়ার করুন

Awards and Rewards (পুরষ্কার, গিফ্ট ও গিভঅ্যাওয়ে)

ফ্রি জিনিস, কার না মছন্দ? আর সেজন্যেই ফ্রি গিফ্ট, গিভঅ্যাওয়ে, ফ্রি ক্যাম্পেইন, ফ্রি ভ্যালু এবং ফ্রিতে অংশগ্রহণের পুরষ্কার - আপনার অ্যাঙ্জেজমেন্টে ভাইরালিটি ক্ষেত্রে যুক্ত করে দিতে পারে! অডিয়েণ্টকে নিয়ম করে ফ্রিতে ভ্যালু দেয়াটা এবং অডিয়েণ্টের ইন্টারেকশন ও অ্যাঙ্জেজমেন্টের কারণে পুরষ্কৃত করাটা; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির লয়্যালিটি ও অথোরিটি বৃদ্ধি করতে পারে!

ক্লাউডেজ ও ট্যাকটিকসঃ

- লয়ালিটি প্রোগ্রাম চালু করুন
- অডিয়েণ্ডকে পয়েন্ট/ক্রেডিট হিসেবে এক্সক্লুসিভ বেনেফিট দিতে পারেন
- অ্যাঙ্গেজমেন্টের জন্য ফ্রি ভ্যালু দিন, পুরস্কৃত করুন অডিয়েণ্ডকে
- প্রতিযোগীতা বা চ্যালেঞ্জের আয়োজন করুন
- অংশগ্রহনের জন্য পুরস্কৃত করুন
- সেরা কন্ট্রিবিউটরদের পুরস্কৃত করুন
- সবচেয়ে বেশি অ্যাঙ্গেজড ফলোয়ারদের ফ্রি গিফ্টস দিন
- প্রাইভেট কমিউনিটিতে এক্সক্লুসিভ ছাড় দিন

Educate (শিক্ষামূলক কন্টেন্ট)

নিয়মিত অডিয়েণ্ডের সাথে শিক্ষামূলক কন্টেন্ট শেয়ার করুন, ইনসাইটফুল তথ্য ও তত্ত্ব শেয়ার করুন এবং স্কিল ডেভেলপমেন্টে সাপোর্ট করুন! অডিয়েণ্ডকে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি সম্পর্কে এবং বিভিন্ন শিক্ষামূলক ট্রেন্ড ও খবরাখবর সম্পর্কে নিয়মিত ধারণা দিয়ে গেলে, তারা আপনার লয়াল ক্রেতায় কনভার্ট হতে বাধ্য!

ক্লাউডেজ ও ট্যাকটিকসঃ

- টিউটোরিয়াল/ওয়েবইনার/ওয়ার্কশপ শেয়ার করুন
- অডিয়েণ্ডের চাহিদা বুঝে গাইডলাইন দিন
- নিশ/ইন্ডাস্ট্রির উপর বিভিন্ন টিপস দিন, ট্রেন্ড শেয়ার করুন
- বিভিন্ন টুলস ও রিসোর্স শেয়ার করুন
- শিক্ষামূলক সেশন চালু করুন
- নিয়মিত Q&A সেশনের আয়োজন করুন
- ইনফুয়েণ্ডারদের সাথে কোলাবোরেশন করুন

মোটকথা হচ্ছে, C.A.R.E. Framework অনুসরণ করে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধির জন্য আপনাকে তিনটা কাজ করে যেতে হবেঃ

- প্রতিনিয়ত আপনার অডিয়েণ্ডকে সাপোর্ট দিয়ে যেতে হবে
- প্রতিনিয়ত আপনার অডিয়েণ্ডকে ফ্রি ভ্যালু দিয়ে যেতে হবে, এবং
- প্রতিনিয়ত আপনার অডিয়েণ্ডকে ট্রেইন করে যেতে হবে

এই তিনি কাজ আপনি নিয়মিত করতে থাকলে, আপনার আইডেন্টিটিতে পজিটিভ ও ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্ট আসতে শুরু করবে!

আর ভুলে যাবেন না, যত বেশি পজিটিভ ও ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্ট, তত বেশি লয়াল কাস্টোমার!

এই অধ্যায়ের সাথে, আমি একটা ছোট চেকলিস্ট দিয়ে দিচ্ছি! এই চেকলিস্ট সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের এবং বিশেষ করে, যারা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি ও বৃদ্ধি করতে চাহিছে; তাদের জন্য খুবই কাজে আসবে!

এই চেকলিস্ট অনুসরণ করে, যেকোনো ধরণের ও যেকোনো নিশ/ইন্ডাস্ট্রি/সেক্টরের অন্তর্ভুক্ত সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিভে অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধি করার স্ট্র্যাটেজি, ট্যাকটিকস এবং ওভারঅল গাইডলাইন হিসেবে ব্যাসিক ধারণা পেয়ে যাবেন!

চেকলিস্ট

- **কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি**

- অডিয়েন্স পারসোনা তৈরি
- কন্টেন্ট অডিট ও অ্যানালাইসিস
- কন্টেন্ট মিক্স
- এভারগ্রিন ও ট্রেন্ডিং কন্টেন্ট
- এসইও/কন্টেন্ট অপিটাইজেশন
- কন্টেন্ট ক্যালেন্ডার
- কন্টেন্ট ক্রিয়েশন ফর্মুলা
- ইন্টারেক্টিভ স্টোরিটেলিং
- কন্টেন্ট রি�-পারপাস করা
- ডেটা-ভিভেন কন্টেন্ট ইনসাইট
- কন্টেন্ট ক্যাম্পেইন প্ল্যানিং
- কন্টেন্ট গেইম যুক্ত করা
- কন্টেন্ট লোকালাইজেশন
- কন্টেন্ট পার্সোনালাইজেশন

- **অডিয়েন্স অ্যাঙ্গেজমেন্ট ট্যাকটিকস**

- **পার্সোনালাইজড অ্যাঙ্গেজমেন্ট**

- অ্যাঙ্গেজমেন্ট চ্যালেঞ্জ/প্রতিযোগীতা
- সোশ্যাল লিসেনিং
- এক্সক্লুসিভ কন্টেন্ট অ্যাক্সেস
- ভিডিও রিপ্লাই ও ভয়েস মেসেজ
- ইমোশনালি সুপারচার্জড ইন্টারেকশন
- ইন্টারেক্টিভ স্টোরি ও শর্ট ভিডিও
- জিজ্ঞাসা ও সমাধান
- পোল/সার্ভে করা
- ওয়েবইনার ও ওয়ার্কশপের আয়োজন
- ইউজার বেইজড হ্যাশট্যাগ/হ্যাশট্যাগ ক্যাম্পেইন
- লয়ালিটি প্রোগ্রাম ও রিওয়ার্ড
- অ্যাঙ্গেজমেন্ট বুষ্টিং ক্যাম্পেইন
- রিভিউ/টেষ্টিমোনিয়াল শেয়ার করা.

- **অ্যানালাইসিস ও ইমপ্লিমেন্টেশন ট্যাকটিকস**

- কনভার্শন ট্র্যাক করুন
- হিটম্যাপ থেকে অ্যাঙ্গেজমেন্ট ট্র্যাক করুন
- সেন্টিমেন্ট অ্যানালাইসিস টুলস দিয়ে ইমোশন অ্যানালাইজ করুন
- সোওট (SWOT) অ্যানালাইসিস করুন
- প্রতিযোগীর বেশ্মার্কিং করুন
- সোশ্যাল এসইও'র কীওয়ার্ড অ্যানালাইজ করুন
- ট্যাগ ট্র্যাকিং
- কাষ্টোমার জানি অ্যানালাইসিস
- কনভার্শন ফানেল অ্যানালাইসিস
- ট্রেন্ড প্রেডিকশন মডেলস
- অ্যাঙ্গেজমেন্ট সার্ভে ও ফিডব্যাক

- **কমিউনিটি তৈরির ট্যাকটিকস ও স্ট্র্যাটেজি**
 - কমিউনিটি গাইডলাইনস নিয়ে আলোচনা করুন
 - অডিয়োগ্রে কন্টেন্ট শো-কেসিং করুন
 - প্রাইভেট কমিউনিটি ফ্রম্প
 - পুরষ্কার ও পরিচিতি
 - ইন্টারেক্টিভ চ্যালেঞ্জ/ক্যাম্পেইন
 - প্রফেশনালদের আলোচনা শেয়ার করুন
 - এক্সক্লুসিভ রিসোর্স অ্যাক্সেস
 - কোলাবোরেটিভ প্রজেক্ট করুন
 - ভার্চুয়াল ইভেন্ট/মিটআপ করুন
 - ফ্রি মেন্টরশিপ বা ফ্রি সাপোর্ট দিন

L.E.A.D. Approach (লিড অ্যাপ্রোচ)

L.E.A.D. Approach এর মূল লক্ষ্য, **একটা প্রফিটেবল সোশ্যাল মিডিয়া পার্সোনাল ব্র্যান্ড তৈরি করতে সাহায্য করা!**

প্রফিটেবল পার্সোনাল ব্র্যান্ড তৈরি যতটা সহজ বলে মনে হয়, ততোটা সহজ নয়! শুধুমাত্র দিন-রাত পোষ্ট করে গেলে আর মেসেজের পরে মেসেজ করে গেলে অথবা হাজার হাজার লাইক জমিয়েই প্রফিটেবল পার্সোনাল ব্র্যান্ড হওয়া যায় না!

যাকে আপনি পছন্দ করেন, তার অনেক কিছুই আপনার ভালো লাগবে! বেশ স্বাভাবিক বিষয় সেটা, তাই না?

আর এটাই হচ্ছে, Mere-exposure effect.

ব্র্যান্ড হওয়াটা কেন গুরুত্বপূর্ণ?

কারণ, আপনি ব্র্যান্ড হলে আপনাকে মানুষ বিশ্বাস করতে শুরু করবে। আপনার ব্যবসার ব্র্যান্ড হওয়াটা জরুরী কারণ, এটা আপনাকে আরো বেশি এক্সপোসার এনে দেবে।

এটা আমরা আশেপাশে প্রায়শই দেখি!

আমরা ব্র্যান্ডের কাপড় পড়তে পছন্দ করি, ব্র্যান্ডের খাবার খেতে পছন্দ করি, ব্র্যান্ডের সাথে চলতে পছন্দ করি!

সব জায়গাতেই কোথাও না কোথাও কিছু না কিছু মানুষ থাকবেই, যারা আপনার ব্র্যান্ডকে পছন্দ করে বা করবে। আবার এটা ও স্বাভাবিক যে, কিছু না কিছু মানুষ থাকবেই, যারা আপনার ব্র্যান্ড অথবা আপনাকে অপছন্দ করবেই!

আপনার টার্গেট থাকবে, আপনার ব্যবসা বা প্রোডাক্ট বা মণ্যকে ব্র্যান্ড করা।

আর যদি নিজে পার্সোনাল ব্র্যান্ড হতে পারেন - তাহলে সেটা সবচেয়ে বেষ্টি ব্র্যান্ডিং!

মাথায় রাখবেন, **Brand = More Exposure = More Reach and Engagement = More Profit.**

৬৩% ক্রেতা অধেনটিক ব্র্যান্ডের থেকে মন্য বা সেবা ক্রয় করতে পছন্দ করে!

আর সেজন্যেই L.E.A.D. Approach অ্যাপ্লাই করে আপনার একটা সাধারণ পার্সোনাল ব্র্যান্ডকে এফেক্টিভ ও প্রফিটেবল পার্সোনাল ব্র্যান্ডে কনভার্ট করার চেষ্টা করুন!

কারণ, লিড অ্যাপ্রোচ অনুসরণ করে তৈরি প্রফিটেবল পার্সোনাল ব্র্যান্ডে লয়্যালিটি থাকে, শিক্ষা থাকে, অ্যান্ডেজমেন্ট থাকে এবং ডেভিলেশন থাকে; যেগুলোর স্ট্র্যাটেজিক ব্যবহার একটা পার্সোনাল ব্র্যান্ডকে পুরোপুরি পরিবর্তন করে দিতে পারে!

চলুন কিছু পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ের সাথে যুক্ত ফর্মুলা দেখে নেয়া যাক, যেগুলো L.E.A.D. Approach সম্পর্কে আরো বিস্তারিত জানার পূর্বে আপনাদের একটা প্রফিটেবল সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডের ট্যাকটিকস ও মাইন্ডসেট বুঝতে সাহায্য করবেং

- **Brand Consistency Formula:** Consistent Brand Voice + Uniform Visual Identity = Recognizable Personal Brand
- **Content Strategy Formula:** Value-driven Content + Audience Relevance = Engaging Personal Brand
- **Visibility Formula:** Consistent Posting + Strategic Engagement = Increased Personal Brand Visibility
- **Credibility Formula:** Expertise Showcasing + Consistent Quality = Credible Personal Brand
- **Networking Formula:** Meaningful Connections + Reciprocal Engagement = Expanded Personal Brand Network

L.E.A.D. Approach

Loyal (লয়্যাল অডিয়েন্স তৈরি করুন)

আপনার অডিয়েন্সের সাথে জেনুইন সম্পর্ক গড়ে তুলুন!

লয়্যাল ফলোয়াররা বেশি অ্যান্ডেজ করে থাকে যেটা পরবর্তীতে কনভার্শনে কনভার্ট হয়! পরিসংখ্যান অনুসারে, ৮৪% ক্রেতার মতে - তাদের একটা ব্র্যান্ড থেকে মন্য কেনার আগে সেই ব্র্যান্ডকে বিশ্বাস করতেই হবে!

আর লয়াল অডিয়েন্স = সুপার টার্গেটেড অডিয়েন্স!

তাহলে লয়াল অডিয়েন্স বাড়াতে চাহিলে কী করতে হবে?

এই কাজগুলো করুনঃ

- একই নিশে নিয়মিত কন্টেন্ট দিন! কম্পিউটারে ফর্মুলাগুলো অ্যাপ্লাই করতে পারেন
- কমিউনিটিতে অ্যাঙ্গেজ করুন
- কমিউনিটিকে বেনিফিট দিন, ভ্যালু দিন
- রেসপন্স টাইম কমিয়ে নিয়ে আসুন
- শুধু লয়াল অডিয়েন্সের জন্য প্রাইভেট ডিসকাউন্ট/অফার তৈরি করুন
- অডিয়েন্সের কন্টেন্টে রিপোষ্ট করুন
- অডিয়েন্সের কন্টেন্টকে রিপার্পাস করুন

মনে রাখবেন, **ব্র্যান্ডিং হচ্ছে, লয়াল অডিয়েন্স তৈরি করে যাওয়া – ব্র্যান্ডিং, প্রোডাক্টে নয় বা ইনভেস্টমেন্টে নয়!**

Educate (অডিয়েন্সকে ট্রেইন করুন, সাপোর্ট করুন)

আপনার অডিয়েন্সের সাথে আপনার ট্যাকটিকস, এডুকেশনাল কন্টেন্ট, ভ্যালুয়েবল তথ্য ও তত্ত্ব শেয়ার করার মাধ্যমে লং টার্মের সাপোর্ট দেয়ার কাজটা, অনেকটা হয়ে যায়!

আপনাকে অডিয়েন্সের চাহিদা আর আগ্রহের কথাগুলো শুনে; তাদের সেই বিষয়গুলো নিয়ে আরো জানতে, বুঝতে ও প্যাকটিস করতে সাহায্য করতে হবে; যেটা ৯০% কমিউনিটিতেই হয় না!

আর সেজন্যে, মাত্র ৪০% কমিউনিটিই ব্র্যান্ড হিসেবে পরিচিতি পায়!

মনে রাখবেন, আপনার-আমার ৫০০০০ বা ৫০০০০০ ফলোয়ারের প্রয়োজন নেই! প্রয়োজন ৫০০/৫০০০/৮০০০০ অ্যাঙ্গেজড ও সাপোর্টিভ কানেকশনের,

- যারা আপনার কন্টেন্ট থেকে উপকার পায়
- যাদের প্যাশন আর আপনার প্যাশনে মিল রয়েছে
- যাদের সাথে আপনার মাইন্ডসেট মিলে যায়

ফলোয়ারের সংখ্যা নয়, বরঞ্চ কানেকশনের ডেপথ ও ইমপ্যাক্টের কথা মাথায় রেখে চলা উচিত!

কারণ ফলোয়ার এখন বাজারে বিক্রি হয়! ট্রাষ্ট, ইমপ্যাক্ট কিংবা অথেন্টিসিটি কোনো বাজারে দেখি নি!

Activity (নিয়মিত অ্যাক্টিভ থাকুন)

সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে সারাদিন-রাত চাবিশ ঘন্টা শুধুমাত্র অ্যাক্টিভ থাকলেই চলবে না - অ্যাঙ্গেজ করতে হবে! সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাঙ্গেজমেন্ট আপনার অডিয়েন্সের কনভার্সন রেট বাড়িয়ে দেবে অন্তত ৩৮%

২০১৮ এর জানুয়ারীতে ফেসবুক একটি বড়সড় অ্যানাউন্সমেন্ট করে।

সেখানে ফেসবুক বলে, তারা এখন থেকে ফেসবুকের কন্টেন্ট টাইপের উপর নির্ভর করে, সেটাকে নিউজ ফিডে নিয়ে আসবে! আর যেসব কন্টেন্ট মানুষের ইন্টারেকশন বেশি হবে, সেগুলোই শুরুর দিকে থাকবে! আর এই প্রসেস শুধুমাত্র ফেসবুকের জন্যেই নয়, বেশিরভাগ সোশ্যাল মিডিয়াই অ্যাঙ্গেজমেন্ট আর ইন্টারেকশনকে - অ্যালগরিদমে আলাদা জায়গা করে দিয়েছে!

২০২৩-২০২৪ এ এসে, বর্তমানে যেসব অ্যাঙ্গেজমেন্ট ফ্যাক্টু সোশ্যাল মিডিয়ায় খুব ভালো চলছে - সেগুলো হচ্ছে,

- যদি কোনো লিংক শেয়ার করা হয়, আর সেটা যদি কোনো ভিডিও কন্টেন্ট হয়ে থাকে তাহলে সেটাতে ৪.৫ গুণ বেশি অ্যাঙ্গেজমেন্ট হওয়ার সম্ভাবনা থাকে!
- বর্তমানে লাইভ ভিডিওগুলো, তুলনামূলকভাবে ৬ গুণ বেশি রিচ হওয়ার সম্ভাবনা রয়েছে!
- সবচেয়ে বেশি অ্যাঙ্গেজড হওয়া সোশ্যাল মিডিয়া পোষ্ট টাইপগুলো হচ্ছে - ছবি, শর্ট ভিডিও, স্ট্যাটাস, লাইভ ভিডিও এবং শর্ট কন্টেন্ট ভিডিও!

আর সেজন্যেই আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডে প্রয়োজন - অর্থবহ ইন্টারেকশন আর ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্টের!

এই দুটো, যেকোনো পার্সোনাল ব্র্যান্ডের গ্রোথের জন্য খুবই প্রয়োজন!

Dedicate (কনসিস্টেন্সি + কমিটমেন্ট = ডেডিকেশন)

একেবারে ব্রেইনে সেট করে ফেলুন, এই কথা দুটোঃ

- যদি কনসিস্টেন্সি না থাকে, অর্থাৎ আজকে আপনার ব্র্যান্ডিং করলেন তারপর আবার ২/৪ দিন পর অ্যাক্টিভ হলেন; এভাবে পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং চলবে না!
- যদি কমিটমেন্ট করতে না পারেন, অর্থাৎ আপনার অডিয়েন্সের সাথে-পাশে সবসময় আছেন ; এই ধারণাটুকু যেন তারা বিশ্বাস করতে পারে - যদি সেটা করতে না পারেন, নাহলে পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ে ক্রেডিবিলিটি তৈরি হবে না! কখনোই!

আর এই দুটো বিষয় আপনার পার্সোনাল ব্র্যান্ডে যখন ইমপ্লিমেন্ট করতে পারবেন, তখন ডেডিকেশনের জন্য আপনাকে আলাদা করে কিছুই করতে হবে না! যে পার্সোনাল ব্র্যান্ড, তার অডিয়েন্সে সাথে কনসিস্টেন্ট ও কমিটেড - সেই পার্সোনাল ব্র্যান্ড প্রফিটেবল, অথেন্টিক এবং বিশ্বাসযোগ্য!

আচ্ছা, আরেকটা বিষয় বলে নিই!

সোশ্যাল মিডিয়াতে একটা প্রফিটেবল পার্সোনাল ব্র্যান্ড তৈরি করতে গেলে, কোয়ালিটি কনটেন্টের কিন্তু বিকল্প নেই! আগেও বলেছি, আবারো বলছি!

তবে পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ের জন্য কোয়ালিটি কনটেন্ট তৈরির ক্ষেত্রে আমাদের বেশকিছু বিষয়, প্রফেশনালি খেয়াল রাখতে হবে।

খেয়াল করুন, সার্চ ইঞ্জিনে যখন কেউ কোনো কীওয়ার্ড লিখে সার্চ করে, সেটার ইনটেন্ট অর্থাৎ উদ্দেশ্য; বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই, তার প্রয়োজন। সে যে ফলাফলই দেখতে পাবে, সেটাই সে আগ্রহ নিয়ে পড়বে!

কিন্তু সোশ্যাল মিডিয়াতে সবাই সবসময় প্রয়োজনীয় কন্টেন্ট খুঁজতে আসে না। বেশিরভাগ সোশ্যাল মিডিয়া অডিয়েণ্টের ইনটেন্ট বা উদ্দেশ্য আসলে, কন্টেন্ট কনজুম করা নয়!

সেজন্যে, সোশ্যাল মিডিয়াতে এমন কন্টেন্ট শেয়ার করতে হবে, যাতে অডিয়েণ্টের আগ্রহ তৈরি হয়। তাদের উদ্দেশ্যে ও আগ্রহে পরিবর্তন নিয়ে আসা যায়!

জানার সুবিধার্থে এখানে আমি কয়েকটা সোশ্যাল মিডিয়া হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরির প্রফেশনাল আইটাৰেশন দিয়ে দিচ্ছি!

এগুলো মাথায় রেখে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডের জন্য প্রফেশনালি কন্টেন্ট তৈরি করবেন,

- **সহজ ও সাবলীল ভাষার ব্যবহার:** আপনার অডিয়েণ্ট আপনার কন্টেন্টের ভাষা বুঝতে পারছে কী-না, এটা বেশ গুরুত্বপূর্ণ। ভিডিওতে আপনি যদি সিলেট বা চট্টগ্রামের ভাষা ব্যবহার করেন, আর লেখায় কাজী নজরুলের কবিতার ভাষা; তাহলে আপনার অডিয়েণ্টের জন্য সেটা বোধগম্য না-ও হতে পারে।
- **ছোট ছোট প্যারাগ্রাফ আকারে লিখুন:** সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টের ফ্রেমে বেশিরভাগ মানুষ, ৪/২টা প্যারাগ্রাফেই সবকিছু উগলে দেয়ার চেষ্টা করেন। এই কাজ না করে, ৩ থেকে ৬ লাইনের আলাদা আলাদা প্যারাগ্রাফ তৈরি করে লিখলে অডিয়েণ্টের পড়তে ও মনে রাখতে সুবিধা হবে।
- **কন্টেন্ট খুব বেশি একটা দীর্ঘ করতে যাবেন না:** অডিও, ভিডিও কিংবা আঠিকেল, খুব বেশি একটা লম্বা করতে যাবেন না! অপ্রয়জনীয় বিষয় এড়িয়ে গিয়ে সংক্ষিপ্ত রাখার চেষ্টা করুন। অধিকাংশ মানুষ সোশ্যাল মিডিয়াতে দীর্ঘ পোস্ট পড়তে আগ্রহবোধ করেন না।
- **ড্যালু ছাড়া কন্টেন্ট প্রাবলিশ করবেন না:** আপনার কন্টেন্টে ড্যালু যুক্ত করুন। আপনার অডিয়েণ্ট যা খুঁজছে বা যা জানতে আগ্রহী, সেটাই যদি আপনার কন্টেন্টে না থাকে; তাহলে সে কনজুম করতে যাবে কেন!
- **নিজেকে প্রকাশ করুন:** সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডের জন্য তৈরি করা কন্টেন্ট; অবশ্যই ব্র্যান্ডকে ঠিকভাবে উপস্থাপন করুন। আপনার কন্টেন্টে তৈরির যে উদ্দেশ্য, সেটাই যদি পূরণ না হয় তবে কন্টেন্ট তৈরি করছেন কেন!

আর হ্যাঁ, কন্টেন্ট লিখতে হলে আগে পড়তে হবে। প্রচুর পড়তে হবে!

একইভাবে, ভিডিও তৈরি করতে হলে আগে দেখতে হবে। প্রচুর ভিডিও দেখতে হবে!

আর তাই, ইনভেষ্ট করুন নিজের উপর! যারা অলরেডি ব্র্যান্ড অর্থাৎ যাদেরকে আমরা নিয়মিত অনুসরণ করছি, তারা কিন্তু নিজেদের উপর প্রতিনিয়ত ইনভেষ্ট করেছে এবং করছে!

- বই/গাইড/বুকলেট
- কোচিং/ওয়েবইনার
- প্রোগ্রাম/কোর্স
- প্ল্যানার/ওয়ার্কবুক
- মার্কেটিং/ব্র্যান্ডিং
- প্রোডাক্ট/আইডিয়া/সার্ভিস

এই খরচগুলো নিজের জন্য করলে, সেটা ইনভেষ্টমেন্ট হয়!

এগুলোর রিটার্ন আপনি আজকে বা কালকে বা বিশ বছর পরে হলেও পাবেন!

আপনার কাছে ৫০ টাকা থাকলে, সেটা দিয়ে একটা ইবুক কিনে কিছু শিখে রাখলেন! সাথে সাথে কাজে না লাগ্নক, সেই ইবুক থেকে শেখা একটা স্ট্র্যাটেজির কারণে আপনি ৩/৫/৪০ বছর পরে যখন নিজের বিজনেস দাঁড় করাতে যাবেন — তখন প্রথম বিক্রিটা হয়তো সেই ইবুক থেকে শেখা স্ট্র্যাটেজি ফলো করেই হতে পারে!

যারা আজকে মাসে কয়েক লক্ষ টাকা আয় করছে, তারা সেই টাকা 'জিনের মাধ্যমে' পায় নি! তারা সেই টাকা জেনারেট করার জন্য, টাকা খরচ করেছে - ইনভেষ্ট করেছে!

মাসে একবার, লক্ষ টাকা আয় করাটা আপনার প্ল্যান নয়! আপনার প্ল্যান, মাসে মাসে — লক্ষ টাকা আয় করে যাওয়া! Don't forget that.

যাই হোক!

ব্র্যান্ডিং শব্দটির প্রচলন হয় আনুমানিক ২০০০ বি.সি থেকে! প্রাচীন নরওয়ের 'নর্স' ভাষার একটি শব্দ 'ব্র্যান্ড' থেকে এর উৎপত্তি হয়, যার রূপক অর্থ 'পোড়ানো/চিহ্নিত করা!'

যখন গবাদি পশু, বিশেষ করে গরু বা ষাঁড় কেনাবেচা জনপ্রিয় হয় তখন থেকে এই শব্দের ব্যবহার শুরু হয়! তখন খামারিয়া নিজের পশুকে অন্যান্য খামারিদের পশু থেকে আলাদা করতে প্রত্যেকটা গরুর আলাদা নাম আঁকা লোহার ছাঁচ দিয়ে পশুদের চামড়া পুড়িয়ে স্থায়ী দাগ করে দিতো। এতে করে ক্রেতারা সহজেই এই পশুগুলোকে আলাদাভাবে চিহ্নিত করতে পারতো।

এটা হচ্ছে 'ব্র্যান্ডের' ব্র্যান্ড হওয়ার গল্প! আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডেরও দরকার, এমন একটা ব্র্যান্ড হওয়ার গল্পের - সেই গল্পটা তৈরি করুন L.E.A.D. Approach অ্যাপ্লাই করে!

শুভ কামনা!

F.O.C.U.S. Model (ফোকাস মডেল)

F.O.C.U.S. Model এর মূল লক্ষ্য, আপনাকে একজন এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজার হিসেবে গড়ে উঠতে সাহায্য করা!

ওয়ারেন বাফেটকে চেনেন?

তিনি বিশ্বের অন্যতম শীর্ষ ধনী ব্যক্তিদের একজন! তিনি মোট ৬০টির বেশি কোম্পানির সাথে ব্যক্তিগতভাবে যুক্ত! তিনি প্রায়ই বলেন, ম্যানেজমেন্টের ক্ষেত্রে তার থেকে ভালো বুন্দাবে একজন ম্যানেজার! সুতরাং, তার প্রধান কাজ হচ্ছে একজন যোগ্য ম্যানেজার খুঁজে বের করা।

বুদ্ধিহীন আর অলস লোকের পক্ষে দুরদর্শী সিদ্ধান্ত নেওয়া সম্ভব নয়। তার মতে, আরামপিয়দের ম্যানেজার হিসেবে নিয়েগ দেওয়া যাবে না! কারণ প্রতিকূল পরিস্থিতিতে ভেঙে পড়েন তারা।

আন্তরিকতা কম থাকা ব্যক্তিদের সমস্যা তাদের মাঝে প্রতিনিয়ত ছাড়িয়ে যাওয়ার, উন্নতির চেষ্টা থাকে না খুব একটা! এমন ব্যক্তিদের কোম্পানিতে নিতে হবে, যাদের আদর্শ হচ্ছে, 'You're your job.'

ওয়ারেন বাফেটের মতে, পেশা শুধুমাত্র অর্থ আয়ের পথই নয় বরঞ্চ এটা ব্যক্তিগত একটা গর্ব-ও বটে। তাই তিনি তার কোম্পানির জন্য এমন কিছু সংগ্রামী ও স্বপ্নবাজ ম্যানেজার খুঁজে বের করেন।

ওয়ারেন বাফেট মনে করেন, সর্বোচ্চ আউটপুট পেতে চাইলে এমন ব্যক্তিদেরই দায়িত্ব দিতে হবে! এই ধরনের ব্যক্তিরা কাজের ক্ষেত্রে স্বাধীনচেতা হয়ে থাকেন, নিজের সিদ্ধান্তে অটল থাকেন এবং যেকোন মূল্যে কাজ আদায় করে ছাড়েন।

আর এটাই হচ্ছে, ওয়ারেন বাফেটের ল'!

এই অধ্যায়ে আমরা, সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্টের এই যাত্রায়; একজন বেস্ট ও এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজার হওয়ার জন্য কোন পাঁচটা বিষয়ের দিকে সবচেয়ে বেশি মনোযোগী হওয়া উচিত – সেটা নিয়ে বিস্তারিত আলোচনা করবো!

তার আগে, একজন সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের অবশ্যই জানতে হবে; এমন কিছু ফর্মুলা দিয়ে দিচ্ছি - যেগুলো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্টে কাজে আসবেং:

- **Community Health Ratio:** Positive Interactions ÷ Total Interactions = Community Health Index
- **Community Diversity Index:** Different Audience Segments ÷ Total Audience = Community Diversity Index
- **Viral Potential Indicator:** Shares + Comments ÷ Post Impressions = Viral Potential Indicator
- **Message Impact Score:** Shares × Comments × Likes = Message Impact Score
- **Cross-Platform Resonance:** Engagement on Platform A ÷ Engagement on Platform B = Cross-Platform Resonance

- **Social Listening Depth:** Key Insights ÷ Total Mentions = Social Listening Depth
- **Campaign Growth Factor:** Campaign Shares ÷ Total Impressions = Campaign Growth Factor
- **Digital Inventory Efficiency Formula:** (Number of Access Requests / Total Assets) × 100 = Efficiency Percentage
- **Digital Asset Risk Exposure:** (Number of Unauthorized Access Attempts / Total Access Attempts) × (Data Sensitivity Score) = Risk Exposure Index
- **Digital Asset Relevance Score:** (Relevance Feedback Scores / Total Feedback Scores) × 100 = Relevance Score Percentage
- **Digital Asset Lifecycle Value:** (Total Value Generated / Total Asset Lifecycle Cost) = Asset Lifecycle Value
- **Asset Quality Assessment:** (Quality Ratings / Total Assets Rated) × 100 = Quality Assessment Percentage

চলুন, এবার F.O.C.U.S. Model শুরু করা যাক!

F.O.C.U.S. Model

Faithful (বিশ্বাস তৈরি করুন)

একজন সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের কাছে, ক্লায়েন্ট/কাস্টোমারদের এবং নিজেদের ব্যবসা ও ব্র্যান্ডের সবধরণের অ্যাক্রেস ও ক্ষমতা থাকে! আর সেজন্যে, বিশ্বাসী হিসেবে নিজেকে অভিয়েগ্নের সামনে প্রতিস্থাপন করতে শেখাটা একজন সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের জন্য খুবই জরুরি!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- কনসিস্টেন্ট ব্র্যান্ডিং: ব্র্যান্ড চৌন, ব্র্যান্ড ভিজুয়াল এলিমেন্টস ও ভিন্ন ভিন্ন প্লাটফর্মে একই ব্র্যান্ড অবজেক্টিভে ইন্টারেকশন করুন
- অথেন্টিক অ্যাঙ্গেজমেন্ট: দ্রুত রেসপন্স করার প্র্যাক্টিস করুন এবং অভিয়েগ্নের সমস্যা, প্রশ্ন ও আগ্রহের - জেন্যুইন সমাধান দিন
- প্রতিশ্রুতি দিন ও রাখুন: নিয়মিত কোয়ালিটি কন্টেন্ট প্রাবলিশ করুন এবং প্রতিশ্রুতি দিয়ে সেই প্রতিজ্ঞা অনুসারে ডেলিভারি করুন

Objective (লক্ষ্য ঠিক রাখুন)

এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্টের চাবি হচ্ছে, সঠিক অবজেকটিভে হাঁটা! ডেটা, ইনফরমেশন ও ফ্যাক্টের উপর বেইজ করে আপনার অভিয়েগ্নকে এডুকেট করবেন ঠিকই, কিন্তু সেই অভিয়েগ্নকে কখনই আপনার ব্র্যান্ডের অবজেক্টিভ থেকে দূরে সরে আসতে দেয়া যাবে না!

একটা স্টোডি অনুসারে, যেসব ব্যবসা তাদের ক্যাম্পেইনে সঠিক অবজেক্টিভ বাছাই করে থাকে, তারা ছয়গুণ বেশি প্রফিট দেখতে পায়, তাদের ক্যাম্পেইন থেকে!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- অ্যানালিটিক্স ব্যবহার করুনঃ অডিয়েণ্টের আচার-আচরণ, অ্যাঙ্গেজমেন্ট ও ডেমোগ্রাফি সম্পর্কে আরো জানুন, অ্যানালাইসিস করার টুলসগুলো ব্যবহার করে
- A/B টেষ্টিং করুনঃ ভিন্ন ভিন্ন কন্টেন্ট ফরম্যাট, পাবলিশের সময় ও ক্যাম্পেইন অবজেক্টিভ এবং স্ট্র্যাটেজি পরিবর্তন করার মাধ্যমে সঠিক অবজেক্টিভ খুঁজে বের করুন
- সঠিক কেপিআই (KPI) বাছাই করুনঃ খুবই স্পেসিফিক গোল বাছাই করুন এবং সেগুলোকে ট্র্যাক করা শুরু করুন! সেখান থেকে আপনার কেপিআই কোনটা খুঁজে বের করুন

আমি কিছুদিন আগে ফেসবুকে একটা পোষ্ট করেছিলাম, ৬০০/৭০০ শব্দের! সম্ভবত, রাত ৮টা থেকে ৪৪টার ভেতরে করা হয়েছিল! কন্টেন্টিতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক রিচ এসেছে, +৪৭০০০! পোষ্টিতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক রিয়েল্যুন এসেছে, +৫০০! পোষ্টিতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক কমেন্ট এসেছে, ৬০/৭০টি!

সেই কন্টেন্টে আমি ব্রিজ মেথড ফলো করেছিলাম! অর্থাৎ, সাধারণভাবে আপনি সেই পোষ্টটা মড়লে আপনার কাছে মনে হবে – আপনি মোটিভেশন নিচ্ছেন কিন্তু আসলে সেই পোষ্টের মূল টার্গেটে আপনাকে ব্রিজ ক্রস করিয়ে নিয়ে যাওয়া হচ্ছে!

সেই কন্টেন্টের মূল অবজেক্টিভ ছিল – স্পেসিফিক একটা ডিজিটাল প্রোডাক্ট বিক্রি করা!

পোষ্টিতে ২৪ ঘন্টায় অর্গানিক মেসেজ এসেছে প্রায় ৭০টির কাছাকাছি! সেই ৭০ জন থেকে, প্রোডাক্টিটি বিক্রি হয়েছে - চাবিশ ঘন্টায় – প্রায় ২৩০০০ টাকা বা ২৫০/২৬০ ডলারের মতো!

কনভার্শন রেট, ৬৫% এর কাছাকাছি!

এখন কথা হচ্ছে, কীভাবে?

এই যে চাবিশ ঘন্টায় ২৫০+ ডলারের মতো জেনারেট করলাম – এটা করার জন্য আমার সম্পূর্ণ প্ল্যানিং করে পোষ্ট করতে হয়েছেঃ

- সঠিক কপিরাইটিং ফর্মুলা অ্যাপ্লাই করতে হয়েছে
- একটা পারফেক্টেলি অপ্টিমাইজড কন্টেন্ট লিখতে হয়েছে
- সেই কন্টেন্টে খুবই সুস্ক্রিপ্শন কল টু অ্যাকশন যুক্ত করতে হয়েছে
- প্রোডাক্ট কপি যুক্ত করতে হয়েছে
- সেই কন্টেন্টকে সঠিক টাইমে, সঠিক প্রসেসে পাবলিশ করতে হয়েছে

আর যখন আমি এই কাজগুলো করেছি, তখন আমার মূল অবজেক্টিভ অর্থাৎ "স্পেসিফিক একটা ডিজিটাল প্রোডাক্ট বিক্রি" - মাথায় রেখেই পুরো প্ল্যানটা সাজাতে হয়েছে! যদি অবজেক্টিভ ঠিক না থাকতো, তাহলে হয়তো আমার সেই ৪৭০০০+ অর্গানিক রিচের কোনো মূল্য থাকতো না!

Capable (দক্ষতা, খুবই প্রয়োজন)

মনে আছে একটু আগেই বলেছিলাম, সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট আলাদা কিছু নয় - আপনি যদি একটা সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্ম, যেকোনো ব্যবসা বা ব্র্যান্ডের জন্যঃ

- একটা প্রফেশনাল আইডেন্টিটি তৈরি করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটিকে অপ্টিমাইজ করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটির প্রমোশন করতে পারেন
- সেই আইডেন্টিটির অ্যাডভার্টাইজিং করতে পারেন, এবং
- সেই আইডেন্টিটির জন্য হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরি করতে জানেন;

... তাহলে আপনি সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট জানেন! একজন সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের কাজ; সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের প্রত্যেকটা মাইক্রো স্লিলে দক্ষ হওয়া!

আজ্ঞে হাঁস্য!

আপনার কাজ হবে, একজন প্রফেশনাল সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজার হিসেবে শুধুমাত্র ব্যাগডর্টি সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজারের সার্টিফিকেট জমানোই নয়; বরঞ্চ প্র্যাক্টিক্যালি এই ছয়টি সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট রিলেটেড স্লিলে দক্ষ ও ডায়নামিক হওয়ার চেষ্টা করা!

আর সেজন্যে আপনাকে পড়তে হবে, জানতে হবে, শুনতে হবে এবং প্র্যাক্টিস করতে হবে - নিয়মিত!

কী প্র্যাক্টিস করবেন, ভাবছেন?

- কোর্স করুন, ওয়ার্কশপে ভর্তি হোন, ওয়েবইনারে যুক্ত হোন
- বহু, ইবুক, বুকলেট - এগুলো পড়ুন
- চেকলিস্ট, চিটশিট - এগুলো ওয়ার্কস্টেশনের আশেপাশে রাখুন
- গাইড পড়ুন, কেইস স্টাডি দেখে প্র্যাক্টিস করুন
- পেইড ও ফ্রি নিশ বেইজড কমিউনিটিগুলোতে যুক্ত হোন

এখন ভাবছেন, এগুলো কোথায় পাবেন?

সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট রিলেটেড এই ফ্রি রিসোর্স ওয়েবসাইটগুলো নোট করে রাখতে পারেনঃ

- edX.org
- udemy.com
- facebook.com/blueprint
- socialmediaweek.org
- smexaminer.libsyn.com
- socialmediapros.co
- blog.agorapulse.com
- getresponse.com/resources
- blog.tailwindapp.com/podcast/
- socialmediaexplorer.com
- socialpilot.co/blog
- blog.buzzsumo.com
- sproutsocial.com/insights/topics/
- blog.thesocialms.com
- contently.com/strategist
- socialfresh.com

Understanding (অডিয়েগ্রে, বুরুন)

আপনার অডিয়েগ্রের চাহিদা, আগ্রহ, পছন্দ-অপছন্দ এবং ইমোশনের গুরুত্ব দেয়া শিখুন! তাদের অ্যাকশনকে সিরিয়াসলি নিন! সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজার হিসেবে আপনার কাজ হবে, সোশ্যাল মিডিয়া অডিয়েগ্রের গুরুত্বকে 'গুরুত্ব' দিয়ে চলা!

তাই না?

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- অডিয়েগ্রের পারসোনা তৈরি করুনঃ অডিয়েগ্রাকে বিভিন্ন ফ্যাক্টুরে ভাগ করে তাদের ডিটেইলড প্রোফাইল তৈরি করুন; যেখানে অন্তত তাদের ডেমোগ্রাফি, তাদের আগ্রহ, চাহিদা এবং পেইন-পয়েন্টগুলো উল্লেখ থাকবে!
- শুনুন এবং সেই অনুযায়ী অ্যাকশন নিনঃ অডিয়েগ্রের কমেন্ট, শেয়ার এবং স্টোরি নিয়মিত খেয়াল করুন এবং দরকার পড়লে সার্ভে, পোল, গিভঅ্যাওয়ে ও কল্টেস্টের আয়োজন করতে পারেন! এই তথ্যগুলো জানা হয়ে গেল, সেই অনুযায়ী আপনার মন বা সেবাকে মডিফাই করে দ্রুত অ্যাকশন নিতে সক্ষম হবেন!
- মেসেজিং বা কনভার্সেশন ট্যাকটিকস পরিবর্তন করুনঃ এমনভাবে মেসেজিং করুন, যেটা আপনার অডিয়েগ্রের মূল পেইন পয়েন্টগুলোকে আরো প্রেসার দেবে! যত বেশি আপনার অডিয়েগ্রাকে নিয়ে কথা বলবেন, তাদের সমস্যা নিয়ে কথা বলবেন, তাদের চাহিদা আর আকাঙ্ক্ষাগুলোকে গুরুত্ব দিয়ে কথা বলবেন; তত বেশি অডিয়েগ্র আপনার দিকে, আপনার অবজেক্টিভের দিকে এগিয়ে আসতে থাকবে!

Satisfactory (সন্তুষ্টিতেই তুষ্টি)

আপনি যখন কনসিস্টেন্টেলি এমন টাইপের কল্টেন্ট প্রাবলিশ করবেন, যেগুলো আপনার অডিয়েগ্রের চাহিদা পূরণ করছে - তখন ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি হবে! যেটা সোশ্যাল প্রফ হিসেবে ব্যবহার করে, আপসেল ও ক্রসসেল করতে পারবেন! আর অডিয়েগ্রাকে সন্তুষ্টি করতে পারলে, লয়্যালিটি স্কোর বেড়ে যায়!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- রেলেভেন্ট ও ভ্যালুয়েবল কল্টেন্টঃ অডিয়েগ্রের চাহিদা, আগ্রহ আর প্রয়োজনের উপর ভিত্তি করে কল্টেন্ট প্রাবলিশ করুন
- ইন্টারেকশন বৃদ্ধিতে মনোযোগ দিনঃ অডিয়েগ্রের অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধির জন্য ইন্টারেকশন বাড়ানোর দিকে মনোযোগ দিন
- নিয়মিত রিওয়ার্ড দিনঃ রিওয়ার্ড ও অ্যাওয়ার্ড - অডিয়েগ্রাকে লং টার্ম ধরে রাখার মোক্ষম একটা পন্থা

তো, এই হচ্ছে F.O.C.U.S. Model - যেটি ঠিকঠাক অ্যাপ্লাই করতে পারলে; সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্টের দায়িত্ব; পুরোটাই পূরণ হবে!

ফোকাস মডেলের এই পাঁচটা পয়েন্ট মাথায় রেখে ও ক্লিপিং হিসেবে ব্যবহার করে আপনার এফেক্টিভ সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্টের যাত্রা শুভ হোক, এই প্রার্থনাই থাকবে!

P.E.A.K. Framework (পিক ফ্রেমওয়ার্ক)

P.E.A.K. Framework এর লক্ষ্য, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য অর্গানিক অর্থাৎ ফ্রি সেল জেনারেট করতে সাহায্য করা!

চলুন শুরুতে 'অর্গানিক সেলস' বিষয়টা নিয়ে একটু ব্যাসিক ধারণা নেয়া যাক!

মার্কেটিং দুভাবে করা যায়, অর্গানিক বা বিনামূল্যে মার্কেটিং এবং পেইড বা অর্থ খরচ করে মার্কেটিং! ইনভেষ্ট থাকলে, পেইড মার্কেটিং করতেই পারেন! ভালো ২/৩ টা পেইড অ্যাডভার্টাইজ প্রচার করলেই আপনার প্রথম ৪০/৪৫ জন ক্লায়েন্ট/কাস্টোমার পেয়ে যাবেন!

ঠিক একইভাবে, বিনামূল্যে বা অর্গানিক মার্কেটিং ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করে টার্গেটেড অডিয়েন্স তৈরি করা যায় - কোনো টাকা খরচ না করেই!

আর সেলসের ফেত্রেও প্রসেসটা একইভাবে কাজ করে থাকে!

আপনি চাইলে, অর্থ খরচ করে সেলস টিম রেখে কিংবা সেলসের পেছনে পেইড ক্যাম্পেইন প্রচার করে; সেলস জেনারেট করতে পারবেন! আবার, বিনামূল্যে বা অর্গানিক সেলস জেনারেশন ট্যাকটিকস অ্যাপ্লাই করেও - কোনো টাকা খরচ না করেই - সেলস জেনারেট করা সম্ভব!

P.E.A.K. Framework আপনাকে সাহায্য করবে, একটা রোডম্যাপ হিসেবে; সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য অর্গানিক সেলস জেনারেট করতে!

৫৪% অডিয়েন্স, সোশ্যাল মিডিয়া থেকে প্রোডাক্ট রিসার্চ করে মন্য বা সেবা ক্রয় করে থাকে! আর এই ফ্রেমওয়ার্ক আপনাকে সাহায্য করবে, অডিয়েন্সের সাথে রিলেশনশিপ তৈরির মাধ্যমে ও অডিয়েন্সকে ভ্যালু দিয়ে অর্গানিক সেলস গ্রোথ বাড়াতে, অর্থাৎ সেই ৫৪% অডিয়েন্সকে খুঁজে বের করে কনভার্ট করতে!

কিন্তু, এই ফ্রেমওয়ার্ক শুরু করার আগে আপনাকে ২/৪টা সেলস মেথডোলজি সম্পর্কে আইডিয়া দিয়ে দিচ্ছি!

সেলস মেথডোলজি হচ্ছে; একটা মণ্য বা সেবা সফলভাবে বিক্রি করার কিছু স্ট্র্যাটেজি! আরো সহজে বললে, সেলস মেথডোলজি হচ্ছে, কীভাবে একটা সেলস প্রসেস সফলভাবে কমপ্লিট করবেন - সেটা!

দ্য চ্যালেঞ্জার (CHALLANGER) সেলিং মেথডোলজি

চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথডোলজি'কে অনেকে থ্রি টি (3T) মেথড-ও বলে থাকে। বেশিরভাগ সফল পার্সোনাল ব্যান্ডগুলো মূলত এই চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথডোলজি'ই ফলো করে থাকে।

টিচ (Teach), টেইলর (Tailor), টেক কন্ট্রোল (Take control) - এই তিনটি টি (T) দিয়েই চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথড। আপনি যদি এই তিনটি T, কন্ট্রোল করতে পারেন, তাহলেই আপনি চ্যালেঞ্জার!

চ্যালেঞ্জার সেলিং মেথড অ্যাপ্লাই করার জন্য আপনাকে পাঁচটি ধাপ ফলো করতে হবে -

প্রথম ধাপে, আপনাকে 'কেন' এর উত্তর দিতে হবে। অর্থাৎ, আপনার দক্ষতা শেয়ার করুন, কাজে লাগান। ক্রেতার মনে আগ্রহ জন্মানোর চেষ্টা করুন। ক্রেতাকে মোটিভেট করুন।

দ্বিতীয় ধাপে আপনার বিজনেস/পণ্য/সেবার যদি কোনো নেগেটিভ দিক থাকে, তাহলে সেটা নিয়ে কথা বলুন। কোনো ধরণের ভয় বা নার্ভাসনেস প্রকাশ করতে যাবেন না। যে টপিকে বা যে পণ্য বা সেবা নিয়ে কথা বলছেন - সেটার উপর আপনার কন্ট্রোল নিয়ে আসুন। ক্রেতাকে আপনার কথার প্রমাণ দিতে দিতে এগিয়ে যান।

তৃতীয় ধাপে ক্রেতার সাথে ইমোশনাল কানেকশন তৈরি করার চেষ্টা করুন। কিছুক্ষণের জন্য একটা ছেট্টা রিলেশনশিপ তৈরি করার চেষ্টা করুন। মাইক্রো রিলেশনশিপ সম্পর্কে ধারণা থাকলে, মাইক্রো রিলেশনশিপের ফর্মুলাও অ্যাপ্লাই করতে পারেন।

চতুর্থ ধাপে ক্রেতাকে ভ্যালু প্রপোজিশন দিন। ক্রেতাকে এমন একটা ওয়ান টাইম, স্পেশাল, আল্টিমেট অফার দিন; যেটা কোনো ক্রেতাকেই কখনো ফেরাতে পারবে না।

পঞ্চম ধাপে আপনার পণ্য বা সেবা দেখান। ক্রেতাকে সম্পূর্ণ বিনামূল্যে আপনার পণ্য বা সেবার স্যাম্পল দিন, আগ্রহ জন্মানোর চেষ্টা করুন ক্রেতার মধ্যে।

এইতো!

এই পাঁচটা ধাপ; সফলভাবে এক্সিকিউট করতে পারলে; আপনি যে পণ্য বা সেবা বিক্রি করতে যাচ্ছেন - ক্রেতা সেটা ফিরিয়ে দিতে পারবে না!

Trust me, আমি নিজেও এই পাঁচটা ধাপ অ্যাপ্লাই করে আমার অনেক ডিজিটাল প্রোডাক্ট বিক্রি করেছি এবং করে যাচ্ছি।

স্ন্যাপ (SNAP) সেলিং মেথডোলজি

এই সেলিং মেথডোলজি মূলত চারটা পয়েন্ট নিয়ে তৈরি।

এই চারটা পয়েন্ট হচ্ছে; সিম্পল (Simple), ইনভ্যালুয়েবল (Invaluable), অ্যালাইন (Align) এবং প্রায়োরিটিস (Priorities)

অর্থাৎ শুরুতেই আপনাকে মাথায় রাখতে হবে, ক্রেতাকে যাই-হৈ বলার চেষ্টা করুন, সেটা যদি সহজ আর সিম্পল না হয়; তাহলে সেটা বিক্রি করা খুবই কষ্টকর হয়ে যাবে।

কারণ, কতজন মানুষ পণ্য বা সেবা - না বুঝেই কিনে থাকে?

এমন কিছু আপনার সেলস পিচ-এ রাখুন কিংবা আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে এমন কিছু বলুন বা দেখান বা প্রমাণ করুন ক্রেতাকে; যেটা সে অন্য কোথাও পায় নি। যেটা তার কাছে মনে হবে, ইনভ্যালুয়েবল।

ক্রেতা যেভাবে বা যেদিকে এগিচ্ছে; সেদিকেই ক্রেতার সাথে এগিতে থাকুন। জোর করে কোনো পণ্য বা সেবা বিক্রি করা সম্ভব নয়। তাহী না?

অর্থাৎ, ক্রেতা যখন আপনার মণ্য বা সেবা সম্পর্কে কোনো প্রশ্ন করছে; তখন সেই প্রশ্নের প্যাটার্ন বোঝাব চেষ্টা করুন। ক্রেতা কত দামের মণ্য ক্রয় করতে চাহিছে, কোন ধরণের মণ্য ক্রয় করতে চাহিছে, ক্রেতা আপনার এই মণ্য বা সেবা সম্পর্কে কি ভাবছে - সেগুলো বুঝে ক্রেতা যেদিকে এগুচ্ছে সেদিকে এগুতে থাকুন।

ক্রেতা যদি বেশি দামের মণ্য ক্রয় করতে না চায়; জোর করতে যাবেন না। ক্রেতার চাহিদা ও বাজেট অনুযায়ী ক্রেতাকে মণ্য বা সেবা রেকমেন্ড করুন। এতে করে সেলস প্রসেস আরো দ্রুত কাজ করা শুরু করবে।

ক্রেতাকে বারবার দেখান বা বলুন বা বোঝানোর চেষ্টা করুন, আপনি ক্রেতাকে কতটা প্রায়োরিটি দিচ্ছেন। প্রত্যেক ক্রেতাই একটা জিনিস পছন্দ করে; আর সেটা হচ্ছে - প্রায়োরিটি দেয়া!

এইতো!

সিম্পল, ইনভালুয়েবল, অ্যালাইন এবং প্রায়োরিটিস - এই চারটা বিষয় মাথায় রেখে যে কাউকে অ্যাপ্রোচ করুন; মণ্য বিক্রি করা আরো সহজ হয়ে যাবে!

কিন্তু মনে রাখবেন, অল্প মূল্যের যেকোনো মণ্য বা সেবা বিক্রি করার ফ্রেন্ডেই স্ন্যাপ সেলিং মেথড বেশ কার্যকরী!

মেডিক (MEDDIC) সেলিং মেথডোলজি

মেডিক সেলিং মেথড তৈরি হয়েছে ছয়টি মূল পয়েন্ট মাথায় রেখে।

এই ছয়টি পয়েন্ট হচ্ছে, Metrics, Economic buyer, Decision criteria, Decision process, Identify pain এবং Champion

এই ছটি বিষয় মাথায় রাখুন, আপনি যেকোনো মণ্য বা সেবাই এই মেডিক সেলিং মেথডে বিক্রি করতে পারবেন।

শুরুতেই আপনাকে দেখতে হবে, আপনার মণ্য বা সেবা কেনার সাথে ক্রেতার ইকোনমিক্যাল কি কি ইমপ্যাক্ট পড়ছে! ক্রেতার কি আপনার মণ্য বা সেবা কেনার অর্থ আছে? নাকি নেই? যদি থাকে তাহলে কি আপসেল বা ক্রসসেল করা যাবে? আর যদি না থাকে, তাহলে কত দামের মধ্যে হলে, ক্রেতার কেনার সম্ভাবনা বেড়ে যাবে?

তারপর জানুন; ক্রেতার বাজেট কত বা বাজেট কে কন্ট্রোল করে, ক্রেতা নিজেই নিজের মণ্য কেনে নাকি অন্য কেউ কিনে দেয়? অর্থ পেমেন্ট করে কে? ক্রেতা নিজে নাকি অন্য কেউ? অর্থাৎ, মানি এক্সপেন্ড করার ডিসিশন কার?

তারপর বের করুন; মণ্য বা সেবা কেনার জন্য তারা কোন টাইপের সিদ্ধান্ত নিয়ে থাকে? তাদের ডিসিশন ক্রাইটেরিয়াগুলো কি কি? ক্রেতা একটা মণ্য বা সেবা কেনার আগে কি কি বিষয় খেয়াল করে দেখে থাকে?

এবার কাজ হবে, সেই ক্রেতাদের ডিসিশন মেকিং প্রসেসটা বোঝার।

অর্থাৎ, একজন ক্রেতা আপনার থেকে মণ্য বা সেবা কেনার জন্য কোন কোন ধাপ ফলো করে থাকে? কোন সিঁড়ি বেয়ে ক্রেতা আপনার থেকে মণ্য বা সেবা কিনতে আসে; সেই ধাপগুলো বোঝার চেষ্টা করুন!

ক্রেতার অর্থ রিলেটেড সমস্যাগুলো কি কি হতে পারে বা ক্রেতার বাজেটে রিলেটেড কোনো সমস্যা হচ্ছে কি না বা হতে পারে কি না অথবা রয়েছে কিনা; এইসব বিষয়গুলো ক্লিয়ার হয়ে নিন।

সবার শেষে ক্রেতাকে চ্যাম্পিয়ন হিসেবে প্রকাশ করুন।

ক্রেতাকে এটা বোঝান, দেখান; ক্রেতা এই মণ্য বা সেবা কিনে কতটা লাভ করেছে এবং ক্রেতার বেনিফিটগুলো কি কি!

একটা বিষয় খেয়াল করেছেন কিনা আমি জানি না;

মেডিক সেলিং মেথড সম্পূর্ণভাবে ক্রেতার ইকোনমিক্যাল সিচুয়েশনের উপর বেইজ করে তৈরি হয়েছে। এই সেলিং মেথড অন্য কোনো বিষয়ের দিকে খেয়াল না করে শুধুমাত্র প্রত্যেক ক্রেতার মূল সমস্যা - অর্থ - এর দিকে মনোযোগ দিয়ে থাকে।

এইতে, মেডিক সেলিং মেথডোলজি।

এখন চলুন, একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অর্গানিক সেলস জেনারেট করার জন্য, খুবই কাজে আসবে এমন কিছু ফর্মুলা জেনে নেয়া যাকঃ

- **Organic Reach Conversion Rate Formula:** $(\text{Organic Conversions} / \text{Organic Reach}) \times 100 = \text{Organic Reach Conversion Rate}$
- **Content Resonance Score:** $(\text{Resonant Interactions} / \text{Total Organic Interactions}) \times 100 = \text{Content Resonance Score}$
- **Organic Referral Index:** $(\text{Organic Referrals} / \text{Total Referrals}) \times 100 = \text{Referral Index}$
- **Content Depth Index:** $(\text{Depth of Engagement} / \text{Total Organic Interactions}) \times 100 = \text{Content Depth Index}$
- **Organic Funnel Conversion Rate:** $(\text{Bottom-of-Funnel Conversions} / \text{Top-of-Funnel Reach}) \times 100 = \text{Funnel Conversion Rate}$
- **Engagement-to-Lead Ratio:** $(\text{Leads Generated} / \text{Total Organic Engagement}) \times 100 = \text{Engagement-to-Lead Ratio}$
- **Organic Traffic Quality Score:** $(\text{Quality Visits} / \text{Total Organic Visits}) \times 100 = \text{Traffic Quality Score}$
- **Share-to-Purchase Ratio:** $(\text{Shares that Lead to Purchase} / \text{Total Shares}) \times 100 = \text{Share-to-Purchase Ratio}$
- **Lead Qualification Efficiency:** $(\text{Qualified Leads} / \text{Total Organic Leads}) \times 100 = \text{Lead Qualification Efficiency}$

এবার P.E.A.K. Framework নিয়ে আরেকটু ডিটেইলসে জানা যাক!

P.E.A.K. Framework

Persistency (মূল লক্ষ্য অটল থাকা)

P.E.A.K. Framework অনুসারে, যখনই কোনো মন্তব্য বা সেবা বিক্রির জন্য কনভার্সেশন করছেন বা ইন্টারেকশন করছেন - তখন মূল লক্ষ্য ঠিক রেখে; অর্থাৎ আপনার মন্তব্য বা সেবা বিক্রির লক্ষ্যটা ঠিক করে রেখেই কমিউনিকেশন করা উচিত!

আপনার অভিয়েগের জন্য স্পেসিফিক ও টার্গেটেড অবজেক্টিভ বাছাই করুন, যাতে মূল লক্ষ্য থেকে দূরে সরে যেতে না হয়! নিয়মিত এই কাজ করে গেলে, বিশ্বাস তৈরি হয় - যেটা লং টার্মে অর্গানিক সেইল জেনারেট করতে খুবই কাজে আসবে!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- নিয়মিত কন্টেন্ট প্রাবলিশ করুনঃ একই ব্র্যান্ড ফিম, ব্র্যান্ড ডিজাইন ও ব্র্যান্ড কমিউনিকেশনে নিয়মিত হোন
- ফলো আপ করুনঃ যারা মন্তব্য বা সেবা নিয়ে আগ্রহী, তাদের জন্য স্পেশাল অফারের ব্যবস্থা করে তাদের সমস্যার সমাধান করে, ফলো আপ করুন
- দ্রুত রেসপন্স করুনঃ আপনার মন্তব্য বা সেবার মূল ইউনিক সেলিং প্রপোজিশনকে মাথায় রেখে ভিন্ন ভিন্ন ফরম্যাট ও অ্যাপ্রোচে দ্রুত রেসপন্স করুন

Engagement (অ্যাঙ্গেজমেন্ট)

ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্টে - যুক্ত হোন!

ভ্যালুয়েবল অ্যাঙ্গেজমেন্ট, রিলেশনশিপ তৈরি করে; যেটা ফ্রিতে সেলস জেনারেট করার জন্য খুবই প্রয়োজন! অ্যাঙ্গেজমেন্ট আপনার ফলোয়ারই শুধুমাত্র বাড়িয়ে দেবে না, বরঞ্চ ৭৫% অ্যাঙ্গেজ ক্রেতার মন্তব্য বা সেবায় কনভার্ট হওয়ার সম্ভাবনা বেশি!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- ইন্টারেক্টিভ কন্টেন্ট প্রাবলিশ করুনঃ পোল, কুইজ, লাইভ সেশন এবং প্রশ্ন-উত্তর সেশন অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়িয়ে দেবে
- দ্রুত রেসপন্স করুনঃ দ্রুত মেসেজ, কমেন্ট ও কন্টেন্টের রেসপন্সের কারণে ইন্ট্যাক্ট অ্যাঙ্গেজমেন্ট ভ্যালু বেড়ে যায়
- অভিয়েগকে অ্যাক্টিভ করুনঃ অভিয়েগেক বলুন ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট প্রাবলিশ করতে, তাদের রিভিউ, টেষ্টিমোনিয়াল আর তাদের সমস্যা ও সমাধান নিয়ে কথা বলতে

Affordability (সাধ্যের ভেতরে সাজেশন দেয়া)

একটা মন্তব্য বা সেবা বিক্রির সময়, যদি আপনি সেই মন্তব্য বা সেবায় যথেষ্ট ভ্যালু দিয়ে সেটাকে খুবই অল্প মূল্যে বিক্রি করে দিতে সক্ষম হয়ে থাকেন তাহলে সেই অফার কোনো ক্রেতার পক্ষেই ফিরিয়ে দেয়া সম্ভব হবে না!

৫৬% ক্রেতারা আপনার থেকে অবশ্যই মন্তব্য বা সেবা নেবে যদি আপনি তাদের মন্তব্য বা সেবাকে পার্সনালাইজ করে, তাদের কাষ্টোম চাহিদা অনুসারে অ্যাপ্রোচ করতে পারেন!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- এক্সক্লুসিভ অফারঃ স্পেসিফিক ও এক্সক্লুসিভ ডিসকাউন্ট, প্রমোশন অথবা এক্সক্লুসিভ ডিল; অর্গানিক সেল বাড়িয়ে দেবে
- ভ্যালু-বেইজড কন্টেন্টঃ কীভাবে আপনার পন্য বা সেবা, অডিয়েণ্টের ভ্যালু বাড়াতে পারে, সেটা দেখান - ফ্রি সেল বেড়ে যাবে
- সিক্রেট কমিউনিটিঃ প্রাইভেট কমিউনিটি করুন, লয়াল অডিয়েণ্টের থেকে আপসেল ও ক্রসসেল; অর্গানিক প্রফিট মার্জিন বাড়ানো সম্ভব

Knowledgeable (দক্ষতা)

আপনার পন্য বা সেবা যে ইন্ডাস্ট্রি/নিশে রয়েছে, সেই নিশে/ইন্ডাস্ট্রি আপনার স্পেসিফিক ইউনিক সেলিং প্রমোজিশন নিয়ে আরো দক্ষ হতে হবে! আপনার দক্ষতা, অডিয়েণ্টের সন্তুষ্টির কারণ হবে!

আপনার নিশ সম্পর্কে জানলে, পন্য বা সেবাকে যেমন আপনি খুবই সহজে পার্সোনালাইজ করতে পারবেন, তেমনি নিশ/ইন্ডাস্ট্রি বেইজড ভ্যালু দিয়ে প্রফিট মার্জিনও বাড়িয়ে ফেলতে পারবেন!

স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসঃ

- শিক্ষামূলক কন্টেন্টঃ এমন কন্টেন্ট অডিয়েণ্টকে কনজুম করতে দিন, যেগুলো তাদের প্রয়োজনে কাজে লাগবে! শিক্ষিত অডিয়েণ্ট = কনস্ট্রাকচিভ ক্রিটিসিজম = লং টার্ম রিলেশনশিপ
- ইন্ডাস্ট্রি লিডারঃ আপনার ইন্ডাস্ট্রি/নিশে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডকে ইন্ডাস্ট্রি লিডার হিসেবে প্রতিষ্ঠা করুন
- সোশ্যাল প্রফঃ সফলতার গল্প শেয়ার করতে পারেন! অর্গানিক সেল বাড়াতে, খুবই কাজের! সোশ্যাল প্রফ শেয়ারের মাধ্যমে, একইসাথে আপনার দক্ষতার গল্পও প্রকাশ হয়ে যাবে

P.E.A.K. Framework অ্যাপ্লাই করুন, প্র্যাকটিস করুন!

লং টার্ম রিলেশনশিপ তৈরির পাশাপাশি লাইফটাইম অর্গানিক সেল জেনারেট করার জন্য; প্র্যাকটিস কিন্তু খুবই জরুরী!

আর হ্যাঁ, সেলস মেথডোলজিগুলোও প্র্যাকটিস করতে ভুলবেন না!

সোশ্যাল মিডিয়া মনিটাইজেশন টেকনিকস

এই চ্যাপ্টারে আমি, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে, একটা প্রফিটেবল এক্সিস্টেন্স হিসেবে গড়ে তোলার অর্থাৎ, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিকে মনিটাইজ করার বেশ কয়েকটা ম্যাথডস বলে দেবো!

এই ৪৪টি মনিটাইজেশন ম্যাথডস থেকে এক বা একাধিক মনিটাইজেশন সিস্টেম বাছাই করে; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকেও প্রত্যেক মাসেই ভালো অঙ্কের অর্থ আয় করা সম্ভব!

চলুন, সোশ্যাল মিডিয়া মনিটাইজেশন ম্যাথডসগুলো দেখে ফেলা যাক!

অনলাইন প্রিমিয়াম কমিউনিটি

প্রত্যেক বছর অনলাইন কমিউনিটিগুলোর গ্রোথ ৪৭.৭% বেড়েই চলছে!

এই বিশাল অঙ্কের কমিউনিটি মেষ্টারদের এবং আপনার আইডেন্টিটির ফলোয়ারদের মনিটাইজ করুন! একটা প্রাইভেট কমিউনিটি করুন এবং তাদেরকে ভ্যালুয়েবল অ্যাক্রেস দিয়ে; একটা মাসিক/বাঃসরিক/লাইফটাইম অ্যাক্রেস ফি চার্জ করুন! সেটা হতে পারে, প্রিমিয়াম কন্টেন্ট, সিঙ্ক্রেট টিপস, এক্সক্লুসিভ ভ্যালু ইত্যাদি!

যে ফর্মুলাটি জানা প্রয়োজন: Membership Fee x Number of Subscribers = Potential Revenue

যেকোনো নিশ বাছাই করে সেটার উপর পেইড কন্টেন্ট তৈরি করে সেই কন্টেন্টের জন্য পেইড কমিউনিটি করতে পারেন, ফেসবুক, এমনকি হোয়াটসঅ্যাপেও। সেখানে সার্ভিস ও আপনার পেইড কন্টেন্ট সেল করে, আপনি জেনারেট করতে পারবেন মাসে ভালো অঙ্কের অর্থ!

প্রফেশনাল সার্ভিস

ফিল্যাগ্র মার্কেট ইন্ডাস্ট্রির ভ্যালু আগামী ২০২৫ এর ভেতরে ২০ বিলিয়ন ডলার ছাড়িয়ে যাওয়ার সম্ভাবনা রয়েছে! সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকেও, আপনাদের নিশ/স্কিলের উপর স্পেশালাইজড ও প্রফেশনাল সার্ভিস বিক্রি করতে পারেন!

যে ফর্মুলাটি জানা প্রয়োজন: Hourly Rate x Number of Hours Worked = Potential Earnings

ডিজিটাল প্রোডাক্ট

ডিজিটাল প্রোডাক্ট ইন্ডাস্ট্রি ২০২৪ এর ভেতরে ৪০ বিলিয়ন ডলার ছাড়িয়ে যাবে!

সেজনে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকেও - সম্পূর্ণ বিনামূল্যেই ডিজিটাল প্রোডাক্ট ম্যানুফ্যাকচার/ডেভেলপ করে সেটা বিক্রি করে মনিটাইজ করা যেতে পারে! আপনার নিশে, ইবুক বা কোর্স বা চেকলিস্ট বা প্রিমিয়াম কন্টেন্ট ডাউনলোডেবল প্রোডাক্ট আকারে বিক্রি করতে পারেন!

যে ফর্মুলাটি জানা প্রয়োজনঃ Price of Product x Number of Sales = Potential Revenue

শুধু যদি, ইবুকের কথাই বলি!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে আপনার নিজের লেখা ইবুক বিক্রি করে অথবা চাইলেই সেই ইবুকটিকে অ্যামাজন কিন্ডলের মতো ইবুক মার্কেটপ্লেসগুলোতে প্রকাশ করে স্থান থেকেও আয় করতে পারবেন।

কিন্তু, কেন আমি গত চার-সাড়ে চার বছরের বেশি সময় ধরে, ডিজিটাল প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্ট নিয়ে মানুষকে আগ্রহী করার চেষ্টা করছি - তার একটা বড় কারণ; **সফলভাবে ডিজিটাল প্রোডাক্ট বিজনেস করে বছরে বিশ/পঞ্চিশ লক্ষ টাকা আয় করতে আপনার খরচ, প্রায় শূন্যের কাছাকাছি!**

বিশ্বাস হচ্ছে না তো?!

দেখুন,

- ০ টাকা → সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি তৈরির খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট ডিজাইনের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট তৈরির খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট রিসার্চের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট প্যাকেজিংয়ের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট ডেলিভারির খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট ফানেলিংয়ের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট মার্কেটিংয়ের খরচ
- ০ টাকা → ডিজিটাল প্রোডাক্ট সেলসের খরচ

এই কাজগুলো জানলে, ইনভেস্টমেন্টটা কোথায় লাগছে?

তো, শুরু করবেন কীভাবে?

আপনার সবগুলো স্ট্যাটাস ফেসবুকে বা লিংকডইনে প্রকাশ না করে, কিছু ভালো স্ট্যাটাস আলাদা করে নোটপ্যাডে লিখে - পরে সেটাকে ই-বুকে কনভার্ট করলেই তো সেটা ডিজিটাল প্রোডাক্ট!

ই-বুক, কোর্স, প্রোগ্রাম, নোটস, মডেলস, পডকাস্ট, সাবস্ক্রিপশন, মেমোরশিপ, ডিজিটাল ইভেন্ট, ডিজিটাল কুপনস এন্ড ভাউচারস, অ্যাফিলিয়েশন - এই সবগুলোই ডিজিটাল প্রোডাক্টস!

আপনার ক্ষিলসঞ্চলোকে ডিজিটাল প্রোডাক্ট কনভার্ট করে সেই প্রোডাক্ট বিক্রি করে একটা সোশ্যাল মিডিয়া পেইজ/গ্রুপ থেকেই কীভাবে আয় করতে পারবেন - এটা যদি শিখে ফেলতে পারেন, তাহলে আপনিও প্রত্যেক মাসে আপনার তৈরি করা প্রোডাক্ট দিয়ে বিজনেস করেই আয় করতে পারবেন ভালো একটা অ্যামাউন্ট!

আর আপনার তৈরি করা ডিজিটাল প্রোডাক্ট হতে পারে —

- ওয়েবসাইট টেমপ্লেট
- ওয়ার্ডপ্রেস থিম
- ওয়ার্ডপ্রেস প্লাগইন
- শপিফাই থিম
- এইচটিএমএল ইমেইল টেমপ্লেট
- ওয়েবসাইট পিএসডি ফাইল
- ফটোশপ ব্রাশ
- আইকনস সেট
- ভেক্টর ফাইল
- ইলাস্ট্রেশন
- লোগো টেমপ্লেট
- টেক্নিচার
- ফন্টস সেট
- বুকলেট/ইবুক
- কোর্স/মেন্টরশিপ

কিংবা, যে নিশে আপনি কাজ করছেন; সেই নিশের উপর ভিত্তি করে তৈরি করা একটা ডাউনলোডেবল ফাইল!

মনে রাখবেন, আপনি যদি ডিজাইন বা ওয়েব ডেভেলপমেন্ট বা প্রোগ্রামিং অথবা কন্টেন্ট কিংবা দুনিয়ার যেকোনো সেক্টরের সাথে যুক্ত হয়ে থাকেন — তাহলে আপনিও আপনার সেই ক্ষিলকে যেকোনো একটা ডিজিটাল প্রোডাক্ট কনভার্ট করে মাসে কম করে হলো, ৫০-৫০০ ডলার আয় করতেই পারবেন!

আর এই টার্গেট পূরণ করার ব্যাসিক প্রসেসটা হচ্ছে —

- প্রথমেই একটা ক্ষিল শেখা
- সেই ক্ষিলটাকে ডিজিটাল প্রোডাক্ট কনভার্ট করা
- একটা প্লাটফর্ম বাছাই করা ও অপ্টিমাইজ করা
- প্রোডাক্ট বেইজড কন্টেন্ট মাবলিশ করা
- অডিয়োকে আগ্রহী করে ধরে রাখা
- প্রত্যেকদিন মাইক্রো টার্গেটিংয়ে সেল নিয়ে আসার চেষ্টা করা

এইতো, এবার আপনার চেষ্টা করার পালা!

একটা শর্টকাট টেকনিক

৩০-৪০ মিনিটে, ০ টাকায়; ডিজিটাল প্রোডাক্ট তৈরির প্রসেসটা শিখুন! তারপর, প্রত্যেকদিন অন্তত ১০টা করে ডিজিটাল প্রোডাক্ট তৈরি করুন - কোনো খরচ ছাড়াই! এখন ৪ মাস পর, আপনার কাছে প্রোডাক্ট আছে ৩০০; আরেকটু কমিয়ে ধরি, ২০০ ডিজিটাল প্রোডাক্ট!

প্রত্যেক প্রোডাক্টের ম্যানুফ্যাকচারের খরচ = ০ টাকা
প্রত্যেক প্রোডাক্টের MRP (ম্যাঞ্চিমাম রিটেইল প্রাইস) = ১০০ টাকা [হিসেবের সুবিধার্থে ধরি নিছ]

২০০ টা ডিজিটাল প্রোডাক্টের ভেতর, ১০০ টাকা করে; যদি প্রত্যেক মাসে মাত্র ১০০ ইউনিট ডিজিটাল প্রোডাক্টও আপনি বিক্রি করে থাকেন; তা-ও আপনার কাছে ১০০০০ টাকা চলে আসছে!

এই হিসেব কিন্তু, একেবারেই মিনিমাম!

সোশ্যাল মিডিয়া অর্গানিক মার্কেটিং আর অর্গানিক সেলস জানলে; এই ১০০০০ টাকার পুরোটাই আপনার প্রফিট!

'ওয়ার্ক ফ্রম হোম' চাকরি

সোশ্যাল মিডিয়া থেকে, ঘরে বসে সিঙ্গাপুর কিংবা অস্ট্রেলিয়া অথবা অ্যামেরিকার মতো উন্নত দেশগুলোতে খুব সহজেই নিজের শিল আর অঙ্গিঞ্চিতকে পোর্টফোলিও আকারে দেখিয়ে; প্রজেক্ট বেইজে চাকরি করতে পারেন!

যত বেশি রিমোট জবের জন্য অথবা প্রজেক্টে কোলাবোরেশনের জন্য আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি বা পোর্টফোলিওকে অস্টিমাইজ করবেন; তত ভ্যালুয়েবল 'ওয়ার্ক ফ্রম হোম' চাকরি পাওয়ার সম্ভাবনা বেড়ে যাবে!

যে ফর্মুলাটি জানা প্রয়োজনঃ Monthly Salary + Additional Benefits = Potential Earnings

আরেকটা বিষয়, এই চারটা প্রশ্নের উত্তর যদি আপনার তৈরি না থাকে, তাহলে আপনি ঘরে বসে, ওয়ার্ক ফ্রম হোম চাকরির আশা ছেড়ে দিতে পারেন!

দেশের বাহিরে চাকরির ক্ষেত্রে তারা এই প্রশ্নগুলো সবার শুরুতেই জিজ্ঞেস করে! সে আপনার পিএইচডি থাকুক আর আপনি কোটি টাকার প্রোডাক্ট বিক্রি করলেও!

এই প্রশ্নগুলোর উত্তর রেডি করে রাখুন!

শুধু চাকরি নয়, বরঞ্চ যেকোনোক্ষেত্রেই এই প্রশ্নগুলো আপনাকে, আপনার পাশেরজন থেকে এগিয়ে রাখবেঃ

- Who are you? (আপনার পরিচয়)
- What are your skills? (আপনার দক্ষতা)
- Do you have a portfolio? (কাজের প্রক্টিশনেল পোর্টফোলিও)
- Why should I hire you? (কেন এই চাকরি খুঁজছেন?)

আৱ এই মার্কেটপ্লেসগুলো থেকে সহজেই অনলাইন রিমোট জব খুঁজে পাৰেনঃ

- Remotive
- Jobbatical
- Virtual Vocations
- PowerToFly
- JustRemote
- Authentic Jobs
- Working Nomads
- Pangian
- We Work Remotely
- FlexJobs
- Indeed
- LinkedIn Jobs
- Glassdoor
- AngelList
- Monster
- The Muse
- CareerBuilder
- ZipRecruiter
- Craigslist
- Nextdoor
- Guru
- Toptal
- Upwork
- Freelancermap
- Smashing Jobs
- Cult of Remote Work
- Remote Job Boards

ফিজিক্যাল প্ৰোডাক্ট

২০২৫ এর ভেতৱে সোশ্যাল কমার্সের ইন্ডাস্ট্রি ভালু ৪.৯ ট্ৰিলিয়ন ডলার ছাড়িয়ে যাওয়াৰ সন্ধাবনা রয়েছে!

এই তত্ত্ব আমাদের এটাই ধাৰণা দেয়, আসলে সোশ্যাল মিডিয়াকে শুধুমাত্ৰ লাইক-কমেন্ট আৱ এন্টোৱটেইনমেন্ট হিসেবেই নয়; বৰঞ্চ সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে - যেকোনো ফিজিক্যাল মন্য অৰ্থাৎ শার্ট-প্যান্ট থেকে শুৰু কৱে হাতে ধৰাছোয়া যায় - এমন মণ্যেৰ ব্যবসা কৱে; মাসে মাসেই অন্তত যেকোনো 'সৱকাৱি চাকৱি' চেয়ে তুলনামূলক বেশি অঞ্চলৰ অৰ্থ আয় কৱা সন্ধৰ!

যে ফৰ্মুলা জানা প্ৰয়োজনঃ Product Price x Number of Sales = Potential Revenue

কনসালটেশ্বি

প্রায় ৯০% ব্যবসাতেই কনসালটেন্টের প্রয়োজন পড়ে থাকে, কিন্তু মাত্র ৪২% থেকে ৪৭% ব্যবসা; তাদের বিজনেসের গ্রোথের জন্য কনসালটেন্টের সাহায্য নিয়ে থাকে! বুরুতে পারছেন, মার্কেটটা কত বড়?

আর সেজনেই আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি, যে সেক্টর/ইন্ডাস্ট্রি/নিশের অন্তর্ভুক্ত - সেই ইন্ডাস্ট্রি কনসালটেশ্বির সার্ভিস দিয়েও প্রত্যেক মাসেই হ্যান্ডসাম অ্যামাউন্ট আয় করা সম্ভব!

যে ফর্মুলা জানা প্রয়োজনঃ Hourly Rate x Number of Consultation Sessions = Potential Earnings

ফিতে, মাসে ৪০০০০ অর্গানিক সোশ্যাল ট্র্যাফিক জেনারেট করে, সেখান থেকে মাত্র ৫০ জন মানুষকেও যদি কনসালটেশ্বির সার্ভিসটি সেল করতে পারেন; তাহলেও অন্তত ৫০০০০ টাকা ($৫০*৪০০০$) জেনারেট করা সম্ভব!

মেন্টেরশিপ

মেন্টের ছাড়া, আজকের একজন সফল ব্যবসায়ী - সফল হতে পারতেন না! মেন্টেরের ওরুত্ত আজকে আছে, দশ হাজার বছর আগেও ছিলো আর পৃথিবীর শেষ অবধি থাকবে!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি, যে সেক্টর/ইন্ডাস্ট্রি/নিশের অন্তর্ভুক্ত - সেই ইন্ডাস্ট্রি মেন্টেরশিপ প্রোগ্রাম চালু করুন, যারা একই ইন্ডাস্ট্রি ভালো কিছু করতে চাহিছে - তাদেরকে টার্গেট করে!

যে ফর্মুলা জানা প্রয়োজনঃ Daily Rate x Number of Consultation Sessions = Potential Earnings

এছাড়াও, আপনি যদি নির্দিষ্ট কোনো বিষয় নিয়ে আপনার সোশ্যাল মিডিয়াতে লেখালেখি করে থাকেন, তাহলে সেগুলোকে কম্বাইন করে একটা নির্দিষ্ট বিষয়ের উপর ভিডিও কোর্স চালু করতে পারেন। এতে করে সেই ভিডিও কোর্সের প্রিমিয়াম ভার্সনের আপগ্রেড বিক্রি করে ক্যাশ জেনারেট করা সম্ভব!

স্পন্সরড পোস্ট

৬৩% ব্র্যান্ড-ই, বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়ায় ইনফুয়েন্সার মার্কেটিং বা কোলাবোরেটিভ কন্টেন্টের সাথে যুক্ত!

অর্থাৎ, আপনার ইন্ডাস্ট্রি বা নিশের অন্যান্য দক্ষ ব্র্যান্ড/আইডেন্টিটির সাথে কোলাবোরেশনের মাধ্যমে কিংবা ইনফুয়েন্সার হিসেবে, আপনার নিশের অন্য কোনো আইডেন্টিটির গ্রোথের জন্যে স্পন্সরড কন্টেন্ট প্রকাশ করেও হ্যান্ডসাম অ্যামাউন্ট আয় করা সম্ভব!

যে ফর্মুলাটি জানা প্রয়োজনঃ Sponsorship Fee x Number of Posts = Potential Revenue

নিত্য নতুন অনেক ব্র্যান্ড/ব্যবসা-ই আছে যারা আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে তাদের কন্টেন্টগুলো অর্থের বিনিময়ে প্রকাশ করতে বলবে!

আপনার পেমেন্ট এক্ষেত্রে, আপনার সোশ্যাল ট্র্যাফিকের উপর নির্ভর করছে! যত বেশি ট্র্যাফিক, তত বড় অঙ্কের পেমেন্ট!

আর একহসাথে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিথে থেকে ক্লায়েন্টের যেকোনো একটি পণ্যের রিভিউ করে অর্থাৎ সেই পণ্যের ভালো-মন্দ ও বিভিন্ন দিক সম্পর্কে আর্টিকেল প্রাবলিশ করে ক্যাশ টাকা আয় করতে পারবেন!

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং

সোশ্যাল মিডিয়াতে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং করে আয় করার জন্য আপনাকে শুরুতেই একটা অ্যাফিলিয়েট প্রোগ্রামে যুক্ত হতে হবে! সেই প্রোগ্রামের রেফারাল লিঙ্ক সংগ্রহ করে; সেই লিংকে যত বেশি সোশ্যাল ট্র্যাফিক ভিজিট করাতে পারবেন = তত বেশি ট্র্যাফিক কনভার্ট হওয়ার চান্দা বাঢ়বে! আর যত বেশি ট্র্যাফিক আপনার দেয়া লিংক থেকে ভিজিট করে, কনভার্ট হয়ে; সেই প্রোগ্রামে যুক্ত হবে = তত বেশি আপনার কমিশন!

আর এই কমিশনের ভিত্তিতেই আপনি আয় করবেন!

যত বেশি কমিশন = তত বেশি আয়!

তো, এই হচ্ছে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং।

যে ফর্মুলা জানা প্রয়োজনঃ Commission Rate x Number of Sales = Potential Earnings

ধরুন, আপনার প্রোডাক্ট নেই! সার্ভিস নেই! বিক্রি করার কিছুই নেই!

সক্ষেত্রে, অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং করুন!

অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং করে আয় করতে —

- খরচ নেই
- ইনভেষ্টমেন্ট নেই
- নিজের প্লাটফর্ম/দোকান/স্টোরের প্রয়োজন নেই
- নিজের ওয়্যারহাউজ থাকার দরকার নেই

অর্থে ভালোভাবে শিখে প্রথম নোট হাতে পেতে, মাত্র ৪ মাস যথেষ্ট!

৫ বছর আগেও ঢাকায় একটা মিটাপে বলেছিলাম, এই একই কথাটা!

আর আজকেও এখানে খোদাই করে দিচ্ছি, একটা সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাফিলিয়েট মার্কেটিং করে ২/৩ মাসেরও অল্প সময়েই আয় শুরু করতে পারবেন!

অ্যাডভার্টাইজমেন্ট

গ্লোবাল ডিজিটাল অ্যাডভার্টাইজিং খরচ, ২০২৪ এর ভেতরে প্রায় ৬৪৫ বিলিয়ন ডলার ছাড়িয়ে যাবে!

আর এই বিশাল মার্কেটের অন্তর্ভুক্ত হয়ে, আপনি ও আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে কন্টেন্ট তৈরি করে স্থান অ্যাডস দেখিয়ে - স্থান থেকে আয় করতে পারবেন বেশ ভালো অঙ্গের অর্থ!

যে ফর্মুলা এক্ষেত্রে প্রয়োজনঃ Impressions or Clicks x Ad Revenue = Potential Earnings

এছাড়াও, জববোর্ডের মতো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতেও আপনি অ্যাডভার্টাইজের জন্য জায়গা বিক্রি করতে পারেন। প্রত্যেক কন্টেন্টের সাথে ছবি বা ভিডিও কিংবা কমন্টে আপনি কিছুটা জায়গা বাখতে পারেন, যেখানে আপনার ক্লায়েন্টের বা ক্রেতার বিজ্ঞাপণ যুক্ত করে দেয়া হবে।

ক্রেতা তার পণ্যের অ্যাডভার্টাইজ করার জন্য আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির এই জায়গাটুকু কিনে আপনাকে পেমেন্ট করবে।

প্রিমিয়াম নিউজলেটার

নিউজলেটারের মাধ্যমে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে ইমেইল সংগ্রহ করতে পারেন। বর্তমানে অনেক কোম্পানিই আছে যারা এসব ইমেইল ক্রয় করে ও পরবর্তীতে এসব ইমেইল অন্যান্য ক্লায়েন্টের আছে বিক্রি করে।

গ্রামীনফোন কিংবা বিকাশ অথবা অন্যান্য কোম্পানিকে আপনার ইমেইল না দেয়ার পরেও তারা আপনাকে কীভাবে মেইল করে! তারা আপনাকে মেইল করতে পারে, কারণ আপনি হয়তো এমন কোনো ওয়েবসাইটে আপনার মেইল দিয়েছেন, যেটা পরবর্তীতে বিক্রি হয়ে গিয়েছে। আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতেও আপনি ইমেইল বিক্রি করতে পারেন।

যে ফর্মুলাটি এক্ষেত্রে জানা দরকারঃ Subscription Fee x Number of Subscribers = Potential Revenue

এছাড়াও আপনি পেইড নিউজলেটার হিসেবে, আপনার এক্সক্লুসিভ কন্টেন্ট ও প্রোডাক্ট বা অ্যাক্সেস দিয়ে - সাবস্ক্রিপশনের জন্য হ্যান্ডসাম অ্যামার্টেন্ট আয় করতে পারবেন!

এখন প্রশ্ন হচ্ছে, আয় করা সম্ভব বা আয় করা যাবে; সেটা আমি কিভাবে জানি?

আমি জানি, কারণ এখানের প্রত্যেকটাই আমি করেছি, করছি আর ভবিষ্যতেও করে যাবো!

যাই হোক, **সোশ্যাল মিডিয়া থেকে আরো প্রফিটের জন্য, এই ৬টা সিস্টেম ফলো করতে পারেনঃ**

- আপনার প্রোডাক্ট বা সার্ভিসের বিক্রি ২৯% বাড়াতে চাহলে, সোশ্যাল মিডিয়াতে টার্গেটেড অ্যাড রান করুন!
- ৭৪% মানুষ, সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনার ক্রেতা হবে, যদি তারা এফেক্টিভ ও প্রয়োজনীয় কন্টেন্ট কনজুম করে থাকে আপনার থেকে!
- সোশ্যাল মিডিয়াতে ৯২% প্রোডাক্ট বা সার্ভিস সেল হয়, রেকমেন্ডেশনের মাধ্যমে! আপনার প্রোডাক্ট বা সার্ভিসকে ইনফুয়েগ্রার দিয়ে আরো মার্কেটিং করুন
- পারসোনালাইজড ডিসকাউন্ট আপনাকে ৭৪% সেল বাড়িয়ে দিতে সক্ষম
- ৮৩% মানুষ সেইসব ব্র্যান্ড বা পেইজ বা বিজনেস থেকে প্রোডাক্ট বা সার্ভিস নেয়; যারা সোশ্যাল মিডিয়ায় অ্যাক্টিভ থাকে
- সোশ্যাল মিডিয়ার ৬টা মাইক্রো স্কিল শিখে ফেলুন; আপনার সোশ্যাল মিডিয়ার গ্রোথ অনেকটা বেড়ে যাবে

কিন্তু সব কথার শেষ কথা হলো, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে যদি ট্র্যাফিক বা ভিজিটের না থাকে তাহলে কোনো লাভ-ই নেই।

আর সবার শেষে এই পয়েন্টগুলো মাথায় রাখুন —

- আপনার স্কিল থাকলে, ব্যবসা করতে টাকার দরকার পড়বে না!
- মার্কেটপ্লেসে ফ্রিল্যাণ্ডিং করার চেয়ে, সোশ্যাল মিডিয়া থেকে ফ্রিল্যাণ্ডিং করা — অনেক উত্তম অপশন!
- ফ্রিল্যাণ্ডিং করার চেয়ে, বিজনেস করা — আরো উত্তম অপশন!
- যতই স্কিল শিখুন না কেন, 'মার্কেটিং' আর 'সেলস' না জানলে কোনো লাভ নেই!
- সময় ফিরে আসে না, কিন্তু টাকা ফিরে আসে!
- একটা সোশ্যাল মিডিয়া পেইড কমিউনিটি করুন! কয়েক বছর পরে হলেও সেটা কাজে আসবে!
- আপনার পাশের ছেলে-মেয়ে কি করছে সেটা দেখা বাদ দিন! আপনার হাত-পা-ব্রেইন-নাক-কান-গলা সবই আছে, তাহলে কেন আরেকজনকে কপি করছেন?

মনে রাখবেন, আপনার যেকোনো স্কিলকেই প্রোডাক্টে কনভার্ট করে সেল করে আয় করা সম্ভব - আর সেটাও সোশ্যাল মিডিয়া থেকে!

সর্বোপরি, সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে ইনকাম করার জন্য - সম্ভব হলে, কয়েকটা সোশ্যাল মিডিয়া মনিটাইজেশন ম্যাথডস একইসাথে, একই সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাপ্লাই করুন, ইমপ্লিমেন্ট করুন!

শুভ কামনা, আপনার আর আপনার পাওয়ারফুল সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির জন্য!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি (SMMA)

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি'র (SMMA) এই রোমাঞ্চকর দুনিয়ায় আপনাকে স্বাগতম!

ডিজিটাল কমিউনিকেশন, ডিজিটাল নেটওয়ার্কিং আর পৃথিবীর প্রত্যেকটা মানুষের সাথে সংযুক্ত থাকার সবচেয়ে সেরা মাধ্যম হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়া!

আর যাবা, এই সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের দুনিয়াকে তাদের ইচ্ছেমতো কন্ট্রোল করতে পারে, ম্যানেজ করতে পারে এবং সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের এই ক্ষমতাকে ক্ষেত্রে করতে পারে - তারাই সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি!

চলুন, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সির এই বিশাল দুনিয়া সম্পর্কে ধারণা নেয়া যাক!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি (SMMA) কী?

এক কথায় বললে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সি হচ্ছে, এমন এক ধরনের বিজনেস মডেল যারা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের কাজগুলোতে (ম্যানেজমেন্ট, ক্রিয়েশন, অ্যাডভার্টাইজ ইত্যাদি) দক্ষ হয়ে থাকে ও সেগুলোকে সার্ভিস/ডিজিটাল প্রোডাক্ট আকারে বিভিন্ন ব্যক্তি ও ব্যবসার জন্য সেবা দিয়ে থাকে!

**একটা সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাজেন্সির যে কাজগুলো ভিন্ন ভিন্ন সোশ্যাল মিডিয়ায় করতে হয়,
সেগুলো হচ্ছেঃ**

- সোশ্যাল মিডিয়া প্রফেশনাল আইডেন্টিটি ক্রিয়েশন ও অপ্টিমাইজেশন
- সোশ্যাল মিডিয়া প্রমোশন ও অ্যাডভার্টাইজিং
- সোশ্যাল মিডিয়া গ্রোথ হ্যাকিং
- সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ড অ্যাওয়্যারনেস বৃদ্ধি
- সোশ্যাল মিডিয়া মেট্রিক্স গ্রোথ
- সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট ক্রিয়েশন ও কন্টেন্ট মার্কেটিং
- সোশ্যাল মিডিয়া লিড, সেলস ও ট্র্যাফিক জেনারেশন
- সোশ্যাল মিডিয়া টার্গেটেড অডিয়েন্স ও পারসোনা ডেভেলপমেন্ট
- সোশ্যাল মিডিয়া ওভারঅল সেলস, মার্কেটিং ও গ্রোথ ম্যানেজমেন্ট

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্সিতে সাধারণত ক্লায়েন্টদের চাহিদা ও অবজেক্টিভ বুকে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটাররা; সেবা দিয়ে থাকে!

অনেকেই ভেবে থাকেন, শুধুমাত্র নিয়ম করে দু'বেলা ক্লায়েন্টের পেইজে/গ্রামে পোস্ট করলেই অ্যাজেন্সির কাজ শেষ!

কিন্তু মনে রাখবেন, আপনার ক্লায়েন্টের ব্র্যান্ড স্টোরি ও সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির লং টার্ম গ্রোথের চিন্তা মাথায় রেখেই আপনাকে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাজেন্সির সেবাগুলো নিয়ে কাজ করতে হবে!

আপনার নিজের পার্সোনাল একটা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টি থাকলে, সেখান থেকে আপনি এই ম্যাথডগুলোতে আয় করতে পারবেনঃ

- **ক্লায়েন্ট রিটেইনার মডেলঃ** একটা ক্লায়েন্টের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির অপ্টিমাইজেশন, অ্যাডভাটাইজিং, কন্টেন্ট ক্রিয়েশন এবং ম্যানেজমেন্টের কাজ করার জন্য প্রত্যেক মাসে একটা ছোট্ট ফি; চার্জ করতে পারেন!
- **প্রজেক্ট বেইজড মডেলঃ** একটা ফিক্রাড সার্ভিস চার্জ করে; ক্লায়েন্টের একটা স্পেসিফিক ক্যাম্পেইন বা স্পেসিফিক আইডেন্টিটি প্রজেক্ট আকারে ম্যানেজ করতে পারেন!
- **কনসাল্টেশন সার্ভিসঃ** যেসব ব্যবসা ও প্রফেশনাল আইডেন্টিটির, গ্রোথ রিলেটেড সার্জেশন ও প্র্যাকটিক্যাল মেন্টেরশিপের প্রয়োজন পড়বে; তাদের একটা ছোট্ট ফি, চার্জ করে এই সেবা দেয়া সম্ভব!
- **অ্যাফিলিয়েট পার্টনারশিপঃ** আপনার সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাজেন্টির গ্রোথের জন্য, ডিন ডিন নিশের প্রফেশনাল আইডেন্টিটি ও ব্যবসার সাথে কোলাবোরেশন করতে পারেন!
- **কন্টেন্ট মনিটাইজেশনঃ** আপনার অ্যাজেন্টির মার্কেটিং ও গ্রোথের জন্য; সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং রিলেটেড প্রিমিয়াম কন্টেন্ট বা কোর্স বা ইবুক কিংবা হার্ডব্যাক বই (যেটা আমি করছি, আমার অ্যাজেন্টির জন্য) তৈরি করতে পারেন!

বোঝার চেষ্টা করুন; যেসব ব্যবসা ২০২৪ সালে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সেবাগুলো নিয়েছে; সেইসব ব্যবসায় ২৩% গ্রোথ দেখা গিয়েছে!

একটা অ্যাজেন্টি থাকলে, আপনার পক্ষেও এই ব্যবসা এবং সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিগুলোকে টার্গেট করে; তাদের সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সেবা দিয়ে; আপনার অ্যাজেন্টি থেকে প্রত্যেক মাসে মাত্র ৫টো ক্লায়েন্ট ম্যানেজ করতে পারলেও; অন্তত পঁচিশ-ত্রিশ হাজার টাকার সেবা বিক্রি করা সম্ভব! যেখানে, লাভ; প্রায় অর্ধেকের বেশি হবে!

আর সেজনেই, যারা সোশ্যাল মিডিয়ায় আমার সাথে যুক্ত বা আমার ব্লগ কিংবা আমার কন্টেন্ট ও কমিউনিটির সাথে যুক্ত - তারা কিন্তু ঠিকই জানেন; ২০৪৯ এর ডিসেম্বর থেকে এখন অবধি বলে আসছি; নিজের একটা ব্যক্তিগত সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টি দাঢ় করানোর জন্য!

আমার এই একই কথার রিপিটেশনে, দু'চারশ মানুষ নিজেদের অ্যাজেন্টি দিয়েছেন, লক্ষ টাকার বেশি প্রফিটও করেছেন আবার হাজারেরও বেশি মানুষ শুনেও-জেনেও; বসেই আছেন!

আর এই কথাটোও হাজারবারের বেশি হবে, বসে থাকবেন নাকি কাজ করবেন; সেটা আপনার চয়েস, সম্পূর্ণ আপনার সিদ্ধান্ত!

আর, আমার কাজ হচ্ছে, আপনাকে একটা রোডম্যাপ দিয়ে দেয়া - যেটা ব্যবহার করে আপনি নিজের একটা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টি দাঢ় করাতে পারবেন!

চলুন, ধাপগুলো দেখে ফেলা যাক!

প্রথম ধাপঃ নিশ বাছাই

আপনি কোন নিশগুলো বা ইন্ডাস্ট্রিগুলো টার্গেট করবেন, ক্লায়েন্ট ম্যানেজ করার জন্য; সেটা বাছাই করে ফেলুন! অন্তত ৫টা বাছাই করবেন!

এবার সেই নিশগুলোর মার্কেটে চাহিদা কেমন এবং সেই নিশগুলোতে অভিয়ন্ত্রের আচার-আচরণ কেমন এই বিষয়গুলো আলাদা করে লিখে ফেলুন!

আপনি যদি স্পেসিফিক কিছু নিশে দক্ষতা দখাতে পারেন, তাহলে আপনি আপনার অ্যাজেন্টি থেকে, ক্লায়েন্টদের ৬৫% বেশি চার্জ করতে পারবেন!

দ্বিতীয় ধাপঃ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের খটি মাইক্রো স্কিল দক্ষতা

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ছয়টি মাইক্রো স্কিল এবং সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে যুক্ত অন্যান্য স্কিলগুলোতে যথেষ্ট দক্ষ হতে হবে! একইসাথে সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোর অ্যালগরিদম ও ট্যাকটিকস নিয়েও দক্ষতা থাকতে হবে!

তৃতীয় ধাপঃ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টির বিজনেস প্ল্যান তৈরি

একটা ডিটেইলড বিজনেস প্ল্যান তৈরি করুন! এই বিজনেস প্ল্যানে আপনার অ্যাজেন্টির লক্ষ্য, টার্গেট অভিযন্ত্রে সম্পর্কিত তথ্য, সেবা ও প্রোডাক্ট সম্পর্কিত তথ্য, প্রাইসিং মডেল এবং বাজেট সংক্রান্ত তথ্যগুলো অন্তর্ভুক্ত থাকবে!

যে ফর্মুলাটি একেব্রে কাজে লাগবে, Total Revenue = (Number of Clients) x (Average Monthly Retainer)

চতুর্থ ধাপঃ ফান্ডামেন্টাল সেটআপ

এখন আপনার অ্যাজেন্টির একটা নাম ও ট্যাগলাইন বাছাই করুন! একইসাথে সেই অ্যাজেন্টির লোগো, ব্র্যান্ডিং এলিমেন্টস, প্রোডাক্ট ও ওয়েব কন্টেন্ট, অ্যাডভার্টাইজমেন্ট কন্টেন্ট ও অর্গানিক গ্রোথ প্ল্যান তৈরি করে ফেলুন!

এই ধাপেই আপনি, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টির জন্য পেইজ তৈরি করবেন এবং সেটার জন্য ডোমেইন-হোষ্টিং ফ্রয় করবেন!

পঞ্চম ধাপঃ অ্যাজেন্টির, আইডেন্টিটি তৈরি

তারপর, আপনার অ্যাজেন্টির জন্য একটা প্রফেশনাল ওয়েবসাইট কিংবা একটা প্রফেশনাল অপ্টিমাইজড অ্যাজেন্টি আইডেন্টিটি (পেইজ/গ্রুপ/চ্যানেল) তৈরি করুন!

সেখান আপনার কন্টেন্ট প্রক্রিয়া করুন, শিডিউল করুন, সেটাতে গ্রো করার জন্য যা যা দরকার সেগুলো করুন!

ষষ্ঠ ধাপঃ নেটওয়ার্কিং ও অ্যাঙ্জেজমেন্ট

এবার আপনার অ্যাজেন্টিতে অ্যাঙ্জেজমেন্ট নিয়ে আসার পালা! সন্তুষ্ট হলে, কানেকশন খুঁজুন বা তৈরি করুন এবং অ্যাঙ্জেজমেন্ট জেনারেট করুন! যত বেশি অ্যাঙ্জেজমেন্ট, ততো বেশি ভ্যালুয়েবল ট্র্যাফিক! আর যত বেশি ভ্যালুয়েবল ট্র্যাফিক, ততো বেশি ক্লায়েন্ট কনভার্শন রেট!

৮০% সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টি তাদের প্রথম ক্লায়েন্ট পেয়ে থাকে, সম্পূর্ণ অর্গানিকভাবে; কানেকশন কিংবা অ্যাঙ্জেজমেন্ট থেকে!

সপ্তম ধাপঃ প্রাইসিং স্ট্র্যাটেজি ও সেলস কমিউনিকেশন/সেলস গ্রোথ

আপনার সার্ভিসের সাথে প্রাইসিং কীভাবে মেইনটেন করবেন এবং কীভাবে আপনার অ্যাজেন্টির সেবার সাথে আরো ভ্যালু যুক্ত করা যায় - সেটা নিয়ে একটা প্ল্যান করে ফেলতে হবে! একইসাথে ক্লায়েন্টের সাথে কমিউনিকেশনের সময়, গ্রোথ ও প্রাইসিং স্ট্র্যাটেজির কথা মাথায় রেখে কমিউনিকেট করতে হবে!

ক্লায়েন্ট কমিউনিকেশন ও সেলস গ্রোথ; এই দুটো বিষয়ে দক্ষ হলে - ক্লায়েন্ট হ্যান্ডেল করা ও ক্লায়েন্টকে ভ্যালুয়েবল সেবা দিয়ে লং টার্ম রিলেশনশিপ তৈরি করাটা বেশ সহজ হয়ে যাবে!

এক্ষেত্রে যে ফাইন্যান্সিয়াল ফর্মুলাটি কাজে লাগতে পারে, Desired Profit Margin = (Desired Profit / Total Revenue) x 100

অষ্টম ধাপঃ রিসোর্স ও টুলসে ইনভেষ্ট করুন

আপনার অ্যাজেন্টি, সব ধরনের কাজ যদি আপনি একাই করে থাকেন, তাহলে আপনার উচিত হবে রিসোর্স ও টুলসে ইনভেষ্ট করা! এতে করে আপনি আরো কাজ করার সময় পাবেন এবং আপনার কাজগুলো আরো দ্রুত করতে সক্ষম হবেন!

নবম ধাপঃ ফলো আপ, আপসেল, ক্রসসেল এবং গ্রোথ ট্যাকটিকস

একটা স্লাকচারের ভেতরে নিয়ে আসুন আপনার পুরো ক্লায়েন্ট জেনারেশনের প্রসেসটাকে! নিয়মিত ফলো আপ করুন, আপসেল-ক্রসসেল করার চেষ্টা করুন - প্রফিট মার্জিন বেড়ে যাবে! আর গ্রোথের চিন্তা মাথায় রেখে, স্কেল করার চেষ্টা বজায় রাখবেন, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টিতে!

দশম ধাপঃ ফ্লেক্সিবিলিটি ও অ্যাডাপ্টেবিলিটি

আশেপাশে প্রত্যেকদিন নতুন নতুন আপডেট আসছে, নতুন নতুন টেকনোলজি, সার্ভিস আর সিস্টেম দেখতে পাবেন! আর সেগুলোকে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টিতে যুক্ত করুন!

যদি সময়ের সাথে সাথে খাপ খাওয়াতে না পারেন ও ক্লায়েন্টের সাথে ফ্লেক্সিবল হতে না পারেন; তাহলে স্কেলিং সন্তুষ্ট হবে না!

তা এই হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টির একটা গাইডলাইন, যেটা ব্যবহার করে আপনি আপনার মার্কেটিং অ্যাজেন্টি তৈরির শুরুটা খুব সহজেই করতে পারবেন, আশা করা যায়!

৫ বছরের বেশি সময় ধরে, অ্যাজেন্টি হ্যান্ডেল করার পর এবং প্রায় ৩০০+ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টিকে কনসালটেন্টি করার পর, আপনার জন্য আমার সাজেশন থাকবে;

কোনো সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং অ্যাজেন্টিকে শুধুমাত্র একটা সাধারণ ব্যবসা হিসেবে না দেখে, এটাকে ডিজিটাল দুনিয়ায় ব্র্যান্ডিংয়ের অন্যতম একটা টুল হিসেবে দেখুন!

যে টুল ব্যবহার করতে পারলে ও সেই টুলের ফিচারসগুলো সঠিকভাবে অ্যাপ্লাই করতে পারলে; অর্থ আয় আর ব্র্যান্ডিং - দুটোই সমানতালে চালিয়ে যাওয়া সম্ভব!

৪২টি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং কেইস স্টোডি

এই চ্যাপ্টারে আমি, অতিরিক্ত কোনো কথা না বলে - আপনাদের ৪২টি রিয়্যাল লাইফ কোম্পানি/ব্র্যান্ড/ ব্যবসার সাথে পরিচয় করিয়ে দেবো; যারা প্রতিনিয়ত সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংকে ব্যবহার করছে এবং কিভাবে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং তাদের সাহায্য করছে গ্রোথ, সেলস ও লং টার্ম রিলেশনশিপ তৈরিতে!

আমরা শুরু করতে চলেছি, ৪২টি কেইস স্টোডি - যেগুলো আপনাকে চোখে আঙুল দিয়ে দেখিয়ে দেবে; পৃথিবীর ৪ নাম্বার ধনী ব্যক্তির কোম্পানি থেকে শুরু করে পৃথিবীর সবচেয়ে বড় সিনেমার ডিজিটাল ওয়্যারহাউজ; প্রত্যেকেই কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়াকে ব্যবহার করছে এবং স্থানে থেকে আপনি শিক্ষা নিয়ে - কীভাবে আপনার আইডেন্টিটিকেও গ্রো করতে পারবেন!

Let's dive!

কেইস স্টোডি ০৪ঃ Airbnb



Airbnb, হসপিটালিটি ইন্ডাস্ট্রি অথেন্টিক অভিজ্ঞতা দিয়ে থাকে; তাদের ট্র্যাডিশনাল প্যাকেজগুলোর সাথে!

ঠিক একইভাবে তাদের প্রোডাক্ট/সার্ভিস প্যাকেজের সাথে, নিয়মিত এই অভিজ্ঞতাগুলোকে তারা, ইমোশনাল স্টোরিটেলিংয়ের মাধ্যমে সোশ্যাল মিডিয়া কমিউনিটিতে শেয়ার করছে!

ফলাফলঃ

- ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট ব্যবহারে, বুকিংস বেড়ে গেছে ২০%
- তাদের গ্লোবাল কমিউনিটি এখন ৪ লক্ষ শহরে

করণীয়ঃ

- অথেন্টিক স্টোরিটেলিং করুন
- ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট প্রাবলিশ করুন
- কমিউনিটি তৈরি করুন

কেইস স্টাডি ০২ঃ Nike



Nike, নিয়মিত সোশ্যাল মিডিয়া মাস ক্যাম্পেইন প্রচার করে থাকে, ভিন্ন ভিন্ন ক্যাটাগরিতে!

যেমন, "You're It" ক্যাম্পেইন দিয়ে পৃথিবীর প্রত্যেক খেলোয়ারদের তারা উদ্বৃন্দ করার চেষ্টা করেছে ও কানেক্ট করার চেষ্টা করেছে! যেটা সোশ্যাল মিডিয়াতে খেলোয়াররা ও তাদের ভক্তরা শেয়ার করেছে!

ফলাফলঃ

- ক্যাম্পেইনের কারণে তাদের অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেড়েছে, যেটা সেলস বাড়তে সাহায্য করেছে
- ব্র্যান্ডের স্টোরিলাইন, পাবলিক ইমেজ ও লং টার্ম ব্র্যান্ডিং এলিমেন্ট আরো শক্তিশালী হয়েছে

করণীয়ঃ

- হ্যাশট্যাগ দিয়ে ইমোশনাল কানেকশন তৈরি করতে পারেন
- অডিয়োগ্রে অ্যাঙ্গেজমেন্টের জন্য, তাদের পছন্দের ক্যাম্পেইন প্রচার করতে পারেন
- পাবলিক ইমেজ শক্তিশালী করার জন্য, ইমোশনাল ক্যাম্পেইন ব্যবহার করতে পারেন

কেইস স্টাডি ০৩ঃ GoPro



GoPro, সোশ্যাল মিডিয়ায় তাদের হ্যাশট্যাগ দিয়ে, ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট তৈরিতে উদ্বৃদ্ধ করে থাকে; যেখানে কাস্টমাররা গোপ্রা দিয়ে তৈরি কন্টেন্ট ও তাদের রোমাঞ্চকর অভিজ্ঞতা শেয়ার করে থাকে! এই ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট, GoPro তাদের টাইমলাইন থেকে শেয়ার করে থাকে!

ফলাফলঃ

- #GoPro হ্যাশট্যাগ তাদের ব্র্যান্ড অ্যাঙ্গেজমেন্ট ২৫% বৃদ্ধি করেছে
- অথেন্টিক কন্টেন্ট শোকেসিংয়ের মাধ্যমে ৫০% এর বেশি সেল বেড়েছে

করণীয়ঃ

- কমিউনিটিতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়ানোর চেষ্টা করুন
- ব্র্যান্ডের ক্রেডিবিলিটির দিকে মনোযোগ দিন
- অথেন্টিক প্রোডাক্ট মার্কেটিং করুন

কেইস স্টাডি ০৪: Dove



Dove, প্রায়ই সোশ্যাল মিডিয়ায় তাদের ক্যাম্পেইনের হ্যাশট্যাগ ব্যবহার করে অভিযোগদের শারীরিক পজিটিভিটি এবং ডাইভার্সিটি শেয়ার করতে উদ্বৃদ্ধ করে থাকে!

তাদের "Real Beauty" ক্যাম্পেইন ছিলো, এমনই একটি ক্যাম্পেইন যেখানে অথেন্টিক মানুষ তাদের নিজেদের শারীরিক সৌন্দর্য ও তাদের অনন্যতা শেয়ার করেছে, সোশ্যাল মিডিয়াতে!

ফলাফলঃ

- লক্ষ লক্ষ ক্রেতাদের অথেন্টিক রিয়েকশন ও ভিডিও কন্টেন্টের কারণে, তাদের সেল বেড়ে যায় ৬০%
- একইসাথে ইমোশনাল কানেকশন তৈরির কারণে, ব্র্যান্ড লয়্যালিটি বেড়ে যায় ৪২%

করণীয়ঃ

- ইমোশনালি যুক্ত হওয়ার চেষ্টা করুন
- ইউনিক অ্যাপ্রোচ করতে ভয় পাবেন না
- পজিটিভিটি সবসময়েই বেষ্টে চয়েস

কেইস স্টাডি ০৫: Red Bull



Red Bull, তাদের কন্টেন্ট মার্কেটিংকে সোশ্যাল মিডিয়াতে অন্য লেভেল নিয়ে ঢাঁড় করিয়েছে!

তাদের কন্টেন্ট মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজিতে এক্সট্রিম ও হার্ডকোর স্পোর্টস এবং রোমাঞ্চকর অভিজ্ঞতা যুক্ত করেছে তারা; যেটা তাদের খুবই স্পেসিফিক ও টার্গেটেড অডিয়েন্স তৈরি করতে সাহায্য করেছে!

ফলাফলঃ

- খুবই টার্গেটেড অডিয়েন্স হওয়ার কারণে, তাদের ব্র্যান্ড লয়্যালিটি তে ৮০% গ্রোথ দেখা গিয়েছে
- তাদের সেলস, ৩০% বেড়ে গিয়েছে
- লং টার্ম রিলেশনশিপ তৈরির সুযোগ ও সম্ভাবনা বেড়েছে

করণীয়ঃ

- টার্গেটেড অডিয়েন্স, ব্র্যান্ড লয়্যালিটি বাড়াতে সাহায্য করে
- সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট মার্কেটিং করুন
- নিশ বেইজড কন্টেন্ট ক্রিয়েশন ও মার্কেটিং করতে পারেন

কেইস স্টাডি ০৬ঃ Starbucks



Starbucks, তাদের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে একটা খুবই পাওয়ারফুল ডিজিটাল কমিউনিটি তৈরি করেছে, যেখানে অডিয়েণ্ট সরাসরি তাদের থেকে এক্সক্লুসিভ রিওয়ার্ড কালেক্ট করতে পারছে এবং সেগুলোকে স্টারবাকসের মন্য বা সেবা নেয়ার ফ্রেন্ডে ব্যবহার করছে!

একইসাথে তারা সরাসরি তাদের আইডেন্টিটি থেকেই ইউজারের সাথে অ্যাঙ্গেজমেন্ট করে যাচ্ছে, প্রতিনিয়ত!

ফলাফলঃ

- কমিউনিটি ফোকাসড হওয়ায়, তাদের ব্র্যান্ড লয়ালিটি বেড়েছে ৪০%
- তাদের ক্রেতার রিটেনশন বেড়েছে ৪৫%
- কফিপ্রেমীদের জন্য তারা এখন আইডল

করণীয়ঃ

- অনলাইন কমিউনিটি তৈরি করুন
- এক্সক্লুসিভ ও অ্যাপ্লিকেবল রিওয়ার্ড দিন
- অথেনটিক অ্যাঙ্গেজমেন্ট করুন

কেইস স্টাডি ০৭: Coca-Cola



Coca-Cola-ও নিয়মিত পার্সোনালাইজড সোশ্যাল ক্যাম্পেইন প্রচার করে থাকে! আর ঠিক তেমনই একটা ক্যাম্পেইন ছিল, "Share a Coke" ক্যাম্পেইন; যেখানে তারা বোতলে বোতলে, অথেনটিক মানুষের নাম প্রিন্ট করে দিয়েছিলো! সোশ্যাল মিডিয়ায় এই ক্যাম্পেইনের কারণে, তাদের আইডেন্টিটিতে প্রচুর পরিমান ইউজার জেনারেটেড কর্নেল শেয়ার হয়েছে!

ফলাফলঃ

- পার্সোনাইজড মার্কেটিং ক্যাম্পেইনের কারণে ৭% গ্রোথ দেখা গিয়েছে, তাদের সেলস
- তাদের সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেড়েছে ২৫%

করণীয়ঃ

- লং টার্মের রিলেশনশিপ তৈরিতে মনোযোগ দিন
- কনজুমারের জন্য পার্সোনালাইজড মার্কেটিং করুন
- অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধিতে মনোযোগ দিন

কেইস স্টাডি ০৮ঃ Netflix



Netflix তাদের ইউজারদের জন্য সোশ্যাল মিডিয়ায় নিয়মিত পোল, কুইজ ও রেকমেন্ডেশন টাইপ কন্টেন্ট শেয়ার করে থাকে!

এই ধরনের কন্টেন্ট মার্কেটিংয়ের মাধ্যমে তারা ইউজারের ডেটা কালেক্ট করে থাকে - যেটা ব্যবহার করে পরবর্তীতে তারা ইউজারকে পার্সোনালাইজড কন্টেন্ট রেকমেন্ড করতে পারে!

ফলাফলঃ

- রেকমেন্ডেড কন্টেন্টের কারণে তাদের ইউজার এন্ট্রেপ্রিয়েরে পজিটিভ গ্রোথ, প্রায় ৪৫%
- তাদের সংগ্রহে থাকা ডেটা ব্যবহার করার কারণে ইউজারের রিটেনশন লেভেল প্রায় ২৫% বেড়ে যায়

করণীয়ঃ

- অভিয়ের অভিজ্ঞতাকে আরো ফ্লেক্সিবল করার দিকে মনোযোগ দিন
- রিটেনশন স্ট্র্যাটেজি অ্যাপ্লাই করুন
- তথ্য সংগ্রহ করে পার্সোনালাইজড প্রমোশন/রেকমেন্ডেশন করুন

কেইস স্টাডি ০৯ঃ LEGO



LEGO, তাদের সোশ্যাল মিডিয়া ইউজারদের জন্য "LEGO Ideas" নামে একটা প্লাটফর্ম তৈরি করেছে, যেখানে তারা কাস্টোমারদের নিজেদের চাহিদা ও পছন্দমতো মন্য বা সেবার আইডিয়ার সাবমিট করার সুযোগ দিচ্ছে! এতে করে অনেক লেগো ক্রিয়েটর, কো-ক্রিয়েশনের মাধ্যমে নিজেদের ও লেগোর ব্র্যান্ডের অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়াতে পারছে!

ফলাফলঃ

- এই প্লাটফর্মের কারণে, প্রায় ৩০+ নতুন সফল লেগো প্রোডাক্ট মার্কেটে এসেছে
- ক্রেতাদের অ্যাঙ্গেজমেন্টের কারণে ২৫% সেলস গ্রোথ বেড়েছে

করণীয়ঃ

- ক্রেতাদের মধ্যে ইন্টারেকশন বাড়ানোর চষ্টা করুন
- কমিউনিটি তৈরি করুন
- অডিয়েণ্টের চাহিদার দিকে মনোযোগ দিন

কেইস স্টাডি ৪০: Spotify



Spotify এর ডেটা ড্রিভেন মিডিজিক রেকমেন্ডেশন ও সোশ্যাল মিডিয়া থেকে পার্সোনালাইজড প্লেলিস্ট কিউরেশন তাদের ইউজার অ্যাঙ্গেজমেন্ট যেমন বাড়িয়ে দিচ্ছে, তেমনি তাদের সেবার উপর চাহিদা ও বাড়ছে! ইউজারদের চাহিদা অনুসারে, স্পটিফাই তাদের অ্যাপ ও ওয়েবসাইটে আলাদা আলাদা সেকশন যুক্ত করেছে, যা ব্র্যান্ড লয়্যালিটি বাড়াচ্ছে!

ফলাফলঃ

- পার্সোনালাইজড প্লেলিস্ট অপশন দেয়ার কারনে, ২০% কাস্টোমার রিটেনশন বেড়েছে
- তাদের "Discover Weekly" ফিচারের কারণে তাদের ওভারঅল প্লেলিস্ট ভিড়, ৫৮% বৃদ্ধি পেয়েছে

করণীয়ঃ

- পার্সোনালাইজড কন্টেন্ট তৈরি করুন
- ডেটা কালেক্ট করুন ও সেটাকে ব্যবহার করুন
- নিয়মিত মন্য বা সেবার আপগ্রেড ও আপডেট নিয়ে আসুন

কেইস স্টাডি ৪৪ঃ Tesla



Tesla এর যুগান্তকারী প্রোডাক্ট লঞ্চ ইভেন্ট - সোশ্যাল মিডিয়াতে শেয়ার হওয়ার মাধ্যমে তাদের অর্গানিক সেইল অন্যান্য যেকোনো ইলেক্ট্রিক গাড়ির কোম্পানির চেয়ে অনেক বাড়িয়ে দিয়েছে!

টুইটারের মতো প্লাটফর্মে টেসলা ও ইলন মাস্কের অ্যাক্টিভ অ্যাঙ্গেজমেন্ট ও সাধারণ ক্রেতাদের সাথে মিনিংফুল নেটওয়ার্কিং - তার অন্যান্য প্রোডাক্টের অর্গানিক সেইল অন্তত ৩০-৮০ বাড়িয়ে দিচ্ছে, বছরে বছরে!

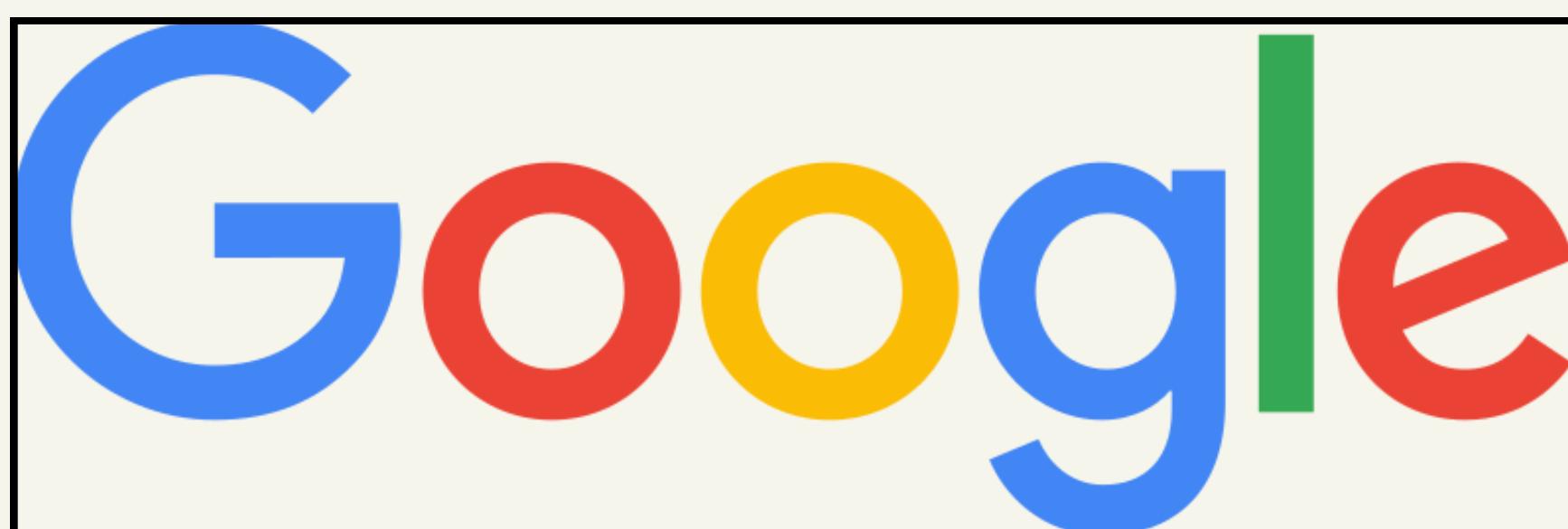
ফলাফলঃ

- প্রত্যেক বছরে ৫০% করে বাড়ছে, টেসলার গ্রোথ
- কোয়ালিটিফুল প্রোডাক্ট ৪০% ব্র্যান্ড অথেনটিসিটি বাড়াচ্ছে
- মাস্কের অ্যাক্টিভ অ্যাঙ্গেজমেন্ট প্রোডাক্টের সেল বাড়িয়ে দিচ্ছে, প্রত্যেক বছরেই

করণীয়ঃ

- কোয়ালিটিফুল প্রোডাক্ট/সার্ভিসের দিকে মনোযোগ দিন
- ব্র্যান্ড অথেনটিসিটি বাড়ানোর দিকে মনোযোগ দিন
- অ্যাক্টিভলি অ্যাঙ্গেজ করুন, অডিয়েন্সের সাথে

কেইস স্টাডি ৪২ঃ Google



Google এর কিন্তু একটা/দুটো নয়, অনেকগুলো সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি রয়েছে ভিন্ন ভিন্ন অভিয়েন্টেকে টার্গেট করে! আর তারা প্রত্যেকটা আইডেন্টিটি থেকেই সুপার অ্যান্জেজড! ওগলের সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির কন্টেন্ট ক্রিয়েটররা, নিশ টার্গেটেড কন্টেন্ট নিয়মিত শেয়ার করে থাকে; যেটা তাদের ব্র্যান্ডের শেয়ার, অ্যান্জেজমেন্ট ও অথেন্টিসিটি বাড়ায়!

ফলাফলঃ

- ইউজারের সাথে খুবই অ্যান্জেজড হওয়ার কারনে ওভারঅল গ্রোথ বেড়ে গিয়েছে ৩৬%
- ইউজারের উপর গ্রুপ দেয়ার কারনে তাদের কাষ্টোমারদের রিটেনশন বেড়ে গিয়েছে ২৪%

করণীয়ঃ

- ইউজারের উপর সবচেয়ে বেশি গ্রুপ দিন
- অথেন্টিক কন্টেন্ট তৈরি করুন
- কনসিস্টেন্ট থাকুন

এই রিয়াল লাইফ কেস স্টাডিগুলো থেকে গাইডলাইন নিন, অনুপ্রেরণা নিন!

আর তাদের কাজ-কর্ম ও তাদের অভিজ্ঞতাগুলো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে অ্যাপ্লাই করার চেষ্টা করুন!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য ৪৭টি শুরুত্বপূর্ণ টুলস

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং রিলেটেড কাজগুলো করার জন্য বেশ কিছু টুলস, সফটওয়্যার বা ওয়েবসাইটের প্রয়োজন পড়ে থাকে! ইন্টারনেটে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য টুলসের লিস্ট সার্চ করতে গেলে, হাজার হাজার ধরনের - হাজার হাজার রঙের টুলস দেখা যায়!

এতশত টুলসের ভেতর কোনটা একজন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারের প্রয়োজন এবং কোন টুলস বা ওয়েবসাইটগুলো সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের এফেক্টিভলি সাহায্য করতে পারবে - সেটা খুঁজে বের করাটা বেশ কষ্টকর এবং সময়সামেচ্ছ ব্যাপার!

আর সেই সমস্যার সমাধানটাই করার চেষ্টা করছি, এই অধ্যায়ের মাধ্যমে!

এই অধ্যায়ে আমি ৪৭টি খুবই শুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে যুক্ত টুলস, সফটওয়্যার, ওয়েবসাইট ও প্লাগইন নিয়ে ব্যাসিক ধারণা দেবো; যাতে করে সেগুলো ব্যবহার করে আপনি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের কাজগুলো আরো সহজে করতে পারেন!

- Buffer: buffer.com: সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট শিডিউল করা, পারফরম্যান্স ট্র্যাক করা এবং টিমের সাথে কোলাব করার জন্য ব্যবহার করতে পারেন
- Sprout Social: sproutsocial.com: অল ইন ওয়ান, সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট টুল; সোশ্যাল মিডিয়া মনিটরিং, অ্যানালাইসিস ও কন্টেন্টের পারফর্ম্যান্স ট্র্যাক করার জন্য ব্যবহার করুন
- Canva: canva.com: সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য কম সময়ে উন্নতমানের গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট তৈরি করুন, এই টুল দিয়ে
- MeetEdgar: meetedgar.com: অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়ানোর জন্য, এভারগ্রিন কন্টেন্টগুলোকে এই টুল দিয়ে অপ্টিমাইজ ও রিপার্পাস করা সম্ভব
- Tailwind: tailwindapp.com: কন্টেন্টের পারফর্ম্যান্স ট্র্যাক করার জন্য ও কন্টেন্ট শিডিউল করার জন্য সেরা টুল
- Brand24: brand24.com: সোশ্যাল মিডিয়া মেনশন, হ্যাশট্যাগ এবং রিয়াল টাইম ডেটা ট্র্যাক ও অ্যানালাইজ করা যাবে এই টুল দিয়ে
- Sendible: sendible.com: সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজ করা, কনভার্শন ট্র্যাক করা এবং অডিয়েন্সের সাথে ভিন্ন ভিন্ন চ্যানেলে একসাথে অ্যাঙ্গেজ করা সম্ভব এই টুল দিয়ে
- Falcon.io: falcon.io: কন্টেন্ট প্ল্যানিং, অ্যাঙ্গেজমেন্ট এবং কাস্টমার এক্সপেরিয়েন্স ম্যানেজমেন্টের জন্য এই টুল ব্যবহার করতে পারেন
- Loomly: loomly.com: পোস্ট আইডিয়া যুক্ত কন্টেন্ট ক্যালেন্ডার, অপ্টিমাইজেশন টিপস এবং অডিয়েন্স টার্গেটিং নিয়ে কাজ করতে চাইলে, এই টুল ব্যবহার করতে পারেন
- Sprinklr: sprinklr.com: সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট, সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাডভার্টাইজিং এবং কাস্টমার কেয়ার রিলেটেড কাজগুলো করুন এই টুল দিয়ে
- Quuu: quuu.co: সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য হ্যান্ড কিউরেটেড কন্টেন্ট কিউরেশন টুল হিসেবে এই টুলটি ব্যবহার করতে পারেন
- Rival IQ: rivaliq.com: প্রতিযোগীর স্ট্র্যাটেজি ও পারফর্ম্যান্স ট্র্যাক করার জন্য সেরা একটা টুল, রাইভাল আইকিউ
- Crello: crello.com: ক্যানভার অলটারনেটিভ হিসেবে ব্যবহার করতে পারেন, এই টুলটি

- Rebrandly: rebrandly.com: সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য কাস্টোম ও ডিজাইনেবল লিংক শর্টেনিং টুল
- Storyheap: storyheap.com: সোশ্যাল মিডিয়াতে আপলোড করা স্টোরিগুলোর পারফর্ম্যান্স মনিটর ও ট্র্যাক করার জন্য এই টুলটি ব্যবহার করতে পারেন
- Woobox: woobox.com: সোশ্যাল মিডিয়া কনটেন্ট ও গিভঅ্যাওয়ের জন্য সেরা একটা টুল
- Foursixty: foursixty.com: ইন্টার্ফ্রাম কন্টেন্টকে শপিং ফরম্যাটে, ডিরেক্ট কমার্স সিস্টেম হিসেবে কনভার্ট করা যাবে এই টুল দিয়ে
- Missinglettr: missinglettr.com: আপনার ব্লগ পোস্টগুলোকে, সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইনে কনভার্ট করা যাবে এই টুল দিয়ে
- Socedo: socedo.com: B2B মার্কেটারের জন্য লিড সংগ্রহ করা ও লিড জেনারেশন রিলেটেড কাজে এই টুলটি ব্যবহার করতে পারেন
- ViralTag: viraltag.com: সোশ্যাল মিডিয়াতে ভাইরাল কন্টেন্ট তৈরিতে এই টুল আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- Flick: flick.tech: রিচ বাড়ানোর জন্য এই টুল আপনাকে ইন্টার্ফ্রামের হ্যাশট্যাগ সার্জেন্ট করবে এবং সেগুলোর পারফর্ম্যান্স ট্র্যাক করতে সাহায্য করবে
- Vaizle: vaizle.com: সোশ্যাল মিডিয়া পারফর্ম্যান্সের উপর অথেন্টিক ইনসাইট ও অ্যানালাইসিস করতে সাহায্য করবে এই টুল
- PromoRepublic: promorepublic.com: সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য কাস্টোমাইজেবল অফার, টেমপ্লেট এবং এআই ড্রিভেন কন্টেন্ট সার্জেশন দিয়ে সাহায্য করতে পারে এই টুলটি
- GAIN: gainapp.com: কন্টেন্ট অ্যাঙ্কডাল ওয়ার্কফ্লো অপ্টিমাইজ করা এবং সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট শিডিউল করতে এই টুল আপনাকে সাহায্য করবে
- Followerwonk: followerwonk.com: টুইটার অ্যানালাইসিস, অডিয়েন্স ডেমোগ্রাফিক্স এবং বিহেভিয়ার নিয়ে যেকোনো সমস্যায় এই টুল আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- Popsters: popsters.us: ডিটেইলসে সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালাইসিস করা সম্ভব এই টুল দিয়ে
- NetBase Quid: netbasequid.com: সোশ্যাল মিডিয়া ব্র্যান্ডের জন্য এআই ড্রিভেন স্ট্র্যাটেজি ও ট্যাকটিকসের মাধ্যমে সাহায্য করতে পারে এই টুল
- Reputation: reputation.com: সোশ্যাল মিডিয়া রেপুটেশন ম্যানেজমেন্টসহ, সোশ্যাল মিডিয়া সেন্টিমেন্ট অ্যানালাইসিসের ক্ষেত্রে এই টুল আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- Tint: tintup.com: বিভিন্ন ওয়েবসাইটে এই টুল দিয়ে সোশ্যাল মিডিয়ার তথ্য শেয়ার করা যাবে
- Klear: klear.com: সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোতে সঠিক ইনফ্লুয়েন্সার আইডেন্টিফাই করা সম্ভব এই টুল দিয়ে
- Crimson Hexagon: crimsonhexagon.com: অ্যাডভাগ্য সোশ্যাল মিডিয়া অ্যানালাইসিস এবং স্ট্র্যাটেজিক ডিসিশন-মেকিং অডিয়েন্স ইনসাইট দিয়ে এই টুল আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- FameMoose: famemoose.com: আপনার ক্যাম্পেইনের জন্য প্রফিটেবল ও ইন্ডাস্ট্রি বেইজড ইনফ্লুয়েন্সার ম্যানেজ করতে সাহায্য করবে এই টুল
- Content Optimizer Wordpress Plugin: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্টকে ওয়েবসাইটে অপ্টিমাইজ করতে ও স্প্লিট টেষ্টিং করতে সাহায্য করবে এই প্লাগইন
- FB Hot Content Seeker: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে থেকেই ফেসবুকে শেয়ার হওয়া ভাইরাল কন্টেন্টগুলো খুঁজে বের করতে সাহায্য করবে এই প্লাগইন
- Social Quiz Plugin: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে সোশ্যাল মিডিয়া কুইজ তৈরির জন্য সেরা একটা প্লাগইন
- Social Sharing Control: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে থেকে ফেসবুক আর টুইটারে পোস্ট শেয়ার করার জন্য সেরা একটা প্লাগইন
- Viral Traffic Ninja: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে এই প্লাগইন দিয়ে জেনারেট করুন ৪০০% অর্গানিক ও অথেন্টিক সোশ্যাল মিডিয়া বেইজড ট্র্যাফিক

- WP FaceBook Quiz Creator: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে ফেসবুক কন্টেন্ট, গিভঅ্যাওয়ে কিংবা ফেসবুক কুইজ তৈরির ক্ষেত্রে এই প্লাগইন আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- WP Like Pop: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটে অ্যানিমেটেড সোশ্যাল পপআপ তৈরি করতে চাইলে, এই প্লাগইন আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- WP Social Locker: courses.muntasirmahdi.com/shop: আপনার ওয়েবসাইটের কন্টেন্ট ও পেইজগুলোকে লক করে রেখে, সোশ্যাল শেয়ার ও অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধির জন্য এই প্লাগইন আপনাকে সাহায্য করতে পারে
- Plann: Play Store + App Store: ইঞ্টার্গ্রামে কন্টেন্ট শিডিউল করা, ছবি এডিট করা এবং স্টোরি টেম্প্লেট তৈরিতে সাহায্য করবে এই অ্যাপটি
- Facebook Business Suite: Play Store + App Store: ফেসবুক বিজনেস পেইজ ম্যানেজ করার জন্য, ফেসবুকের অফিশিয়াল মোবাইল অ্যাপ
- Facebook Ads Manager: Play Store + App Store: ফেসবুক অ্যাডভার্টাইজমেন্ট ম্যানেজ করার জন্য, ফেসবুকের অফিশিয়াল মোবাইল অ্যাপ
- Adobe Spark Post: Play Store + App Store: সোশ্যাল মিডিয়াতে হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট তৈরি করুন এই মোবাইল অ্যাপ দিয়ে
- Snapseed: Play Store + App Store: সোশ্যাল মিডিয়াতে হাই কোয়ালিটি ছবি এডিট করার জন্য সেরা একটা মোবাইল অ্যাপ স্ন্যাপসিড
- CoSchedule: Play Store + App Store: সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনার কন্টেন্ট মার্কেটিং ক্যালেন্ডার ও স্ট্র্যাটেজিকে আরো সহজ করতে সাহায্য করবে এই অ্যাপটি
- Amplifr: Play Store + App Store: একটা সোশ্যাল মিডিয়া শিডিউলিং টুল, যেটাতে সোশ্যাল মিডিয়া স্ট্র্যাটেজি ও প্ল্যানিং করা আরো সহজ হয়ে যাবে

এই টুলসগুলো ব্যবহার করুন, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের কাজে; আশা করা যায়, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং আরো সহজ হয়ে যাবে!

প্রত্যেকটা টুলসের কাজ, ইউটিউবে সার্চ করে ভিডিও দেখে শিখে নিতে পারেন! তারপর, নিজের সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ে টুলসগুলো ব্যবহার করুন, অ্যাপ্লাই করুন! শুভ কামনা রইলো!

২৫টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং টার্মস

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জানা প্রয়োজন এবং জানা উচিত; এমন ২৫টি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং সম্পর্কিত টার্মস নিয়ে এই অধ্যায়টা!

এই টার্মসগুলো পড়ুন, বোঝার চেষ্টা করুন! কারণ, সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটার হিসেবে কাজ করতে চাইলে, আপনাকে এই টার্মসগুলো প্রায়ই শুনতে হবে এবং নিজেকেও ব্যবহার করতে হবে!

Engagement Rate (অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট)

ইউজারবা কন্টেন্টের সাথে কতটা ইন্টারেকশন করছে, সেটা দেখেই অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট হিসেব করা হয়!

এই ফর্মুলাটি এক্ষেত্রে আপনাদের সাহায্য করতে পারে, $(\text{Engagement} / \text{Reach}) * 100$ or $(\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares}) / \text{Followers}$

কোথায় ব্যবহার করবেনঃ আপনার কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজির সফলতা কতটা সেটা পরিমাপ করতে অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট দিয়ে হিসেব করতে হয়!

উদাহরণঃ ৫০০ লাইক, ৫০ টি কমেন্ট এবং ৪০০টি শেয়ারের একটি পোস্টে যদি ৪০০০০ মানুষ রিচ করে; তাহলে সেই পোস্টের অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট ৬%

Reach (রিচ)

একটা কন্টেন্টকে কতজন ইউনিক মানুষ দেখছেন; সেটার উপর ভিত্তি করেই রিচ গণনা করা হয়!

রিচ হিসেবে এই ফর্মুলাটি ব্যবহার করতে পারেন, $(\text{Followers}) + (\text{Shares} * \text{Virality Coefficient})$

কোথায় ব্যবহার করবেনঃ আপনার কন্টেন্টের ভিজিবিলিটি কেমন হচ্ছে, সেটা বুঝতে রিচ হিসেব করুন

উদাহরণঃ ৫০০০০ মেম্বারের গ্রুপে যদি, ৫০০০ কোনো পোস্টের রিচ হয়; তার মানে সেই ৫০০০০ মেম্বার থেকে ৫০০০ মানুষ সেই পোস্ট দেখেছে!

Impressions (ইম্প্রেশন)

একই কন্টেন্ট মোট কতবার কন্টেন্ট ইউজারকে দেখানো হয়েছে, সেটার উপর নির্ভর করে ইম্প্রেশন গণনা করা হয়!

এক্ষেত্রে কাজে আসতে পারে, এই ফর্মুলাটিঃ $(\text{Reach}) * (\text{Frequency})$

কোথায় ব্যবহার করবেনঃ আপনার কন্টেন্টের ভিজিবিলিটি আর ব্র্যান্ড এক্সপোজার কেমন হচ্ছে, সেটা বুঝতে চাইলে ইম্প্রেশনে খেয়াল রাখতে হবে

উদাহরণঃ ৪০০০০ রিচের একটা ক্যাম্পেইনে যদি প্রত্যেক ব্যক্তির ৩বার ইম্প্রেশন হয়, তার মানে মোট ইম্প্রেশন ১২০০০০

Click-Through Rate: CTR (ক্লিক থ্রি রেট)

কত পার্সেন্ট মানুষ একটা লিংকে ক্লিক করেছে; সেটাৱ উপৰ নিৰ্ভৰ কৰেই ক্লিক থ্রি রেট হিসেব কৰা হয়!

এফেক্টে কাজে আসতে পাৱে, এই ফৰ্মুলাটিঃ (Clicks / Impressions) * 100

কোথায় ব্যবহার কৰবেনঃ একটা কল টু অ্যাকশন বাটন/লিংকেৱ এফেক্টিভনেস বুমতে চাইলে,
সিটিআৱ মাপতে হবে

উদাহৰণঃ ৪০০০ ক্লিকেৱ একটা ক্যাম্পেইনে ৫০০০০ ইম্প্ৰেশন থাকলে, সেই ক্যাম্পেইনেৱ CTR ১%

Conversion Rate (কনভার্শন রেট)

কত পার্সেন্ট মানুষ একটা অ্যাকশন কম্পলিট কৰেছে; সেটাৱ উপৰ নিৰ্ভৰ কৰে কনভার্শন রেট গণনা কৰা
হয়!

এফেক্টে কাজেৱ ফৰ্মুলাৎঃ (Conversions / Clicks) * 100

কোথায় ব্যবহার কৰবেনঃ আপনাৱ অ্যাকশন বাটন/লিংকগুলোৱ সফলতা মাপা সন্তুষ্ট কনভার্শন রেট
দিয়ে

উদাহৰণঃ একটা অ্যাডভার্টাইজমেন্টেৱ কনভার্শন যদি ২০০ হয়ে থাকে, ৪০০০০ ক্লিকেৱ ভেতৱে; তাৱ
মানে সেই অ্যাডেৱ কনভার্শন রেট ২%

Algorithm (অ্যালগৱিদম)

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফৰ্মগুলোতে কন্টেন্ট রায়ংকিংয়েৱ কুলস অ্যান্ড রেগুলেশন্ট্র

কোথায় ব্যবহার কৰবেনঃ কন্টেন্টেৱ ভিজিবিলিটি বাড়াতে চাইলে অ্যালগৱিদম বুমতে হবে

উদাহৰণঃ ফেসবুকেৱ অ্যালগৱিদম অনুসাৱে, অনেক বেশি অ্যাঙ্গেজমেন্ট আছে এমন কন্টেন্টে
নিউজফিল্ড বাৱবাৱ দেখানো হয়ে থাকে!

A/B Testing (এ/বি টেষ্টিং)

দুই বা একাধিক ভেৱিয়েশন থেকে, একটা অপ্টিমাইজড ও এফেক্টিভ ভেৱিয়েশন খুঁজে বেৱ কৰাৱ মাধ্যম

কোথায় ব্যবহার কৰবেনঃ অ্যাড, কপি, কন্টেন্ট থেকে শুৰু কৰে প্ৰত্যেক ক্ষেত্ৰে সেৱা অপশন খুঁজে বেৱ
কৰাৱ জন্য এ/বি টেষ্টিং বেশ কাজেৱ

উদাহৰণঃ একটা অ্যাডভার্টাইজমেন্টেৱ সবকিছু একই থাকলো, যদি দুটো আলাদা আলাদা টাইটেল
ৱেখে; যেটাতে ভালো রিচ আসবে, সেটাকে ফাইনালাইজ কৰাৱ প্ৰসেস-ই এ/বি টেষ্টিং

UGC - User Generated Content (ইউজাৱ জেনাৱেটেড কন্টেন্ট)

ইউজাৱৰা, যেসব কন্টেন্ট তৈৰি কৰে থাকে; একটা ব্র্যান্ড/ব্যবসা/আইডেন্টিটিৱ সাথে যুক্ত থেকে -
সেইসব কন্টেন্টগুলোই ইউজাৱ জেনাৱেটেড কন্টেন্ট!

কোথায় ব্যবহৃত হয়ঃ অথেনচিসিটি ও বিশ্বাস তৈরির ফ্রেন্ড্ৰে ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্টের গুরুত্ব অনেক

উদাহরণঃ একজন ক্রেতা, আপনার একটা মন্য বা সেবা নিয়ে তার প্রোফাইলে পোষ্ট করেছে! আপনি আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটি থেকে যখন সেই ক্রেতার পোষ্ট শেয়ার করবেন, তখন সেটা ইউজার জেনারেটেড কন্টেন্ট!

Engagement Bait (অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেইট)

যেসব কন্টেন্ট প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে অ্যাঙ্গেজমেন্ট জেনারেট করে থাকে, সেগুলোই অ্যাঙ্গেজমেন্ট বেইট

উদাহরণঃ "Like this post if you agree" কিংবা "Tag a friend to win."

Dark Post (ডার্ক পোষ্ট)

শুধুমাত্র টার্গেটেড অডিয়েন্সের জন্য তৈরি করা পোষ্ট, যেটা মাবলিকের জন্য আনমাবলিশড

কোথায় ব্যবহার করবেনঃ টার্গেটেড ক্যাম্পেইন প্রচারের সময়, ডার্ক পোষ্ট করতে পারেন

উদাহরণঃ একটা গাড়ির কোম্পানি শুধুমাত্র তাদের সেইসব গাড়ির ক্রেতাদের টার্গেট করে পোষ্ট করেছে, যারা গাড়ির লোন নিতে চাইছে

CTA - Call to Action (কল টু অ্যাকশন)

একটা স্পেসিফিক অ্যাকশন নেয়ার জন্য ব্যবহৃত বাটন/লিংক/শব্দ/বাক্য

কোথায় ব্যবহৃত হবেঃ ইউজার অ্যাঙ্গেজমেন্ট বাড়ানোর জন্য কল টু অ্যাকশনের ব্যবহার জরুরি

উদাহরণঃ "Shop Now," "Learn More," "Sign Up Today" কিংবা "এখনই কিনুন!"

Viral Content (ভাইরাল কন্টেন্ট)

খুবই অল্প সময়ে যেসব কন্টেন্ট অনেক বেশি শেয়ার ও ইন্টারেকশন গ্রো করে থাকে

কোথায় ব্যবহৃত হবেঃ ব্র্যান্ডের এক্সপোজার ও ভিজিবিলিটি বৃদ্ধি করতে ভাইরাল কন্টেন্ট তৈরি করা যেতে পারে

উদাহরণঃ মিমস, ট্রেন্ডিং চ্যালেঞ্জ কিংবা ছোট্ট ভিডিও/শর্টস/রিলস!

Social Listening (সোশ্যাল লিসেনিং)

সোশ্যাল মিডিয়াতে নিজের ইডেন্টিটি বা নিশের কন্টেন্ট ও গ্রোথ মনিটর করা এবং অ্যানালাইসিস করা

কোথায় ব্যবহৃত হবেঃ অডিয়েন্সের আগ্রহ, চাহিদা আৱ ইমোশন সম্পর্কে আইডিয়া নেয়া সম্ভব সোশ্যাল লিসেনিংয়ের মাধ্যমে

Brand Awareness (ব্র্যান্ড অ্যাওয়্যারনেস)

ঠিক ততটুকু অবধি ক্রেতাকে চেনানোর চেষ্টা করা, যতটুকু জানালে ক্রেতার, ব্র্যান্ড সম্পর্কে যথেষ্ট ধারণা জন্মাবে!

কোথায় ব্যবহৃত হবেং একটা ব্র্যান্ডের প্রেসেন্ট মার্কেটে জানানোর জন্য ব্র্যান্ড অ্যাওয়্যারনেস জরুরি

Social Proof (সোশ্যাল প্রফ)

একটা ব্র্যান্ডের উপর, তাদের অভিয়েন্টের পজিটিভ ইন্টারেকশন/অ্যাঙ্গেজমেন্ট/রিভিউ/ টেষ্টিমোনিয়ালই হচ্ছে সোশ্যাল প্রফ!

কোথায় ব্যবহৃত হবেং ক্রেতার ডিসিশন মেকিং আরো স্থুৎ করার জন্য এবং ক্রেতার মাঝে বিশ্বাস জন্মানোর জন্য সোশ্যাল প্রফ, টেনিকের মতো কাজ করে!

Remarketing (রিমার্কেটিং)

শুধুমাত্র তাদের টার্গেট করে মার্কেটিং করা, যারা এর আগেও আপনার কন্টেন্টের সাথে ইন্টারেক্ট করেছে!

Geo-Targeting (জিও-টার্গেটিং)

জিওগ্রাফিক লোকেশনের উপর ভিত্তি করে যাদের টার্গেট করা হয়েছে

Clickbait (ক্লিকবেইট)

যেসব কন্টেন্টে এমন কিছু এলিমেন্ট থাকে, যেটা দেখে-পড়ে-শুনে একটা অভিয়েন্ট ক্লিক করতে বাধা হয়

Evergreen Content (এভারগ্রিন কন্টেন্ট)

যেসব কন্টেন্ট সবসময়ের জন্য রেলেভেন্ট ও প্রয়োজনীয়

Ad Auction (অ্যাড অকশন)

যে প্রসেসে অ্যাডভার্টাইজাররা, সোশ্যাল প্লাটফর্মগুলোতে অ্যাডভার্টাইজমেন্ট রান করার জন্য অ্যাড স্পেস নিয়ে থাকে

Content Curation (কন্টেন্ট কিউরেশন)

বিভিন্ন সোর্স থেকে একই টপিকে কন্টেন্ট সংগ্রহ করে অর্গানাইজ করা

Content Seeding (কন্টেন্ট সিডিং)

স্ট্র্যাটেজিক্যাল কন্টেন্টকে বিভিন্ন প্লাটফর্মে শেয়ার করা, যাতে করে সেই কন্টেন্টের ভিজিবিলিটি বৃদ্ধি পায়

Chatbots (চ্যাটবট)

অটোমেটেড কনভার্সন অ্যাজেন্ট - যাদের মূল কাজ ক্রেতার সাথে অ্যান্ড্রিজমেন্ট বজায় রাখা

Customer Acquisition Cost - CAC (কাস্টমার অ্যাকুইজিশন কষ্ট)

একটা নতুন কাস্টমার তৈরির গড় খরচ

Social Commerce (সোশ্যাল কমার্স)

সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলোর মাধ্যমে সরাসরি কোনো পণ্য বা সেবা বিক্রি করা

এগুলো সম্পর্কে আরো জানার চেষ্টা করুন, ইউটিউব-গুগল থেকে!

আর সাথে এই বইয়েই থাকছে বেশ কিছু রিসোর্স; যেখান থেকে এই টার্মসগুলো সম্পর্কে আরো পড়তে, জানতে ও বুন্দেল পারবেন!

২২টি গুরুত্বপূর্ণ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং ফর্মুলা

এই ২২টি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং রিলেটেড ফর্মুলা প্রায়ই আপনার চোখের সামনে পড়বে, যখনই আপনি সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং নিয়ে কাজ করতে যাবেন!

এগুলো দেখে রাখতে পারেন, অ্যাপ্লাই করতে পারেন - আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের কাজ আরো সহজ হয়ে যাবে!

- **Engagement Rate Formula:** $((Likes + Comments + Shares) / Followers) \times 100$
 - উদাহরণঃ একটা পোস্টে ৩০০ ইন্টারেকশন থাকলে ও সেই ক্রিয়েটের ৫০০০ ফলোয়ার থাকলে; অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট ৬%
- **Click-Through Rate (CTR) Formula:** $(Clicks / Impressions) \times 100$
 - উদাহরণঃ একটা ক্যাম্পেইনে যদি ৫০০ ক্লিক পড়ে এবং ৪০০০০ ইম্প্রেশন থাকে, তার মানে সেই ক্যাম্পেইনের ক্লিক রেট ১.২৫%।
- **Return on Investment (ROI) Formula:** $(Revenue - Cost) / Cost$
 - উদাহরণঃ যদি ৫০০ ডলার খরচ করলেন আর ২০০০ ডলারের সেইল নিয়ে আসলেন; তাহলে রিটার্ন অন ইনভেষ্টমেন্টে ৩০০%।
- **Cost Per Click (CPC) Formula:** $Cost / Clicks$
 - উদাহরণঃ একটা অ্যাড ক্যাম্পেইনে ৪০০ ডলার খরচ করলে, যদি ২০০ টি ক্লিক আসে তাহলে প্রত্যেক ক্লিকের খরচ অর্থাৎ সিপিসি ০.২০ ডলার অর্থাৎ ২০ সেন্ট!
- **Customer Acquisition Cost (CAC) Formula:** $Cost of Acquisition / Number of Customers Acquired$
 - উদাহরণঃ ৫০০০ টাকা মার্কেটিংয়ে খরচ করে ৪০০ জন ক্রেতা নিয়ে আসলে, CAC ১২.৫ টাকা!
- **Conversion Rate Formula:** $(Number of Conversions / Total Visitors) \times 100$
 - উদাহরণঃ ৫০০০ ওয়েবসাইট ভিজিটর থেকে যদি ২০০ জন ক্রেতা পাওয়া যায়, তাহলে কনভার্সন রেট ৪%।
- **Cost Per Thousand (CPM) Formula:** $(Cost / Impressions) \times 1,000$
 - উদাহরণঃ ৪০০ ডলার খরচ করে যদি ২০০০০ ইম্প্রেশন নিয়ে আসেন, তাহলে সিপিএম গিয়ে দাঁড়ায় ২০ ডলারে!
- **Share of Voice (SOV) Formula:** $(Brand Mentions / Total Industry Mentions) \times 100$
 - উদাহরণঃ আপনার নিশের ৪০০০ টি মোট মেনশনের মধ্যে যদি আপনার মেনশন হয় ৩০০ টি; তাহলে আপনার SOV ৭.৫%।
- **Average Engagement Time Formula:** $Total Time Spent / Total Engagements$
 - উদাহরণঃ ইউজাররা একটা ক্যাম্পেইনে ২০০০ ঘন্টা ব্যয় করলে ও মোট অ্যাঙ্গেজমেন্টের সংখ্যা ৪০০০ হলে; গড়ে প্রত্যেক অ্যাঙ্গেজমেন্টের সময় ০.৫ ঘন্টা!
- **Virality Coefficient Formula:** $Number of Shares / Number of Clicks$
 - উদাহরণঃ যদি একটা পোস্টে ৫০০টি ক্লিক পড়ে এবং ৪০০ টি শেয়ার হয়; তাহলে ভাইরালিটি কোএফিশিয়েন্ট হচ্ছে ০.৮।
- **Churn Rate Formula:** $(Customers Lost / Customers at Start of Period) \times 100$
 - উদাহরণঃ একমাসে ৫০০ ক্রেতার থেকে ৫০ জন ক্রেতা হারালে, চার্ন রেট ১০%।
- **Social Media Share Rate Formula:** $(Number of Shares / Total Impressions) \times 100$
 - উদাহরণঃ একটা পোস্টে ৫০০০ ইম্প্রেশন থেকে যদি ২০০টি শেয়ার হয়, তাহলে শেয়ার রেট ৪%।

- **Bounce Rate Formula:** $(\text{Single-Page Visits} / \text{Total Visits}) \times 100$
 - উদাহরণঃ যদি ১০০০ ভিজিটের মধ্যে ৩০০ ভিজিট ওয়েবসাইটে মাত্র এক পেইজ ভিজিট করেই বের হয়ে যায়, তাহলে বাউন্স রেট ৩০%
- **Social Media Growth Rate Formula:** $((\text{Current Followers} - \text{Previous Followers}) / \text{Previous Followers}) \times 100$
 - উদাহরণঃ এক মাসে ১০০০০ ফলোয়ার থেকে যদি ১৫০০০ ফলোয়ারে পৌঁছে যান, তাহলে গ্রোথ রেট ৫০%
- **Average Cost Per Lead (CPL) Formula:** $\text{Total Cost of Lead Generation} / \text{Total Leads Generated}$
 - উদাহরণঃ ১০০০ ডলার খরচ করে যদি ৫০টি লিড সংগ্রহ করেন, তাহলে CPL ২০ ডলার
- **Engagement-to-Purchase Conversion Rate Formula:** $(\text{Number of Purchases} / \text{Number of Engagements}) \times 100$
 - উদাহরণঃ যদি ১০০০০ অ্যান্জেজমেন্ট থেকে ৩০০ টি ক্রেতা তৈরি হয়, তাহলে কনভার্শন রেট ৩%
- **Customer Lifetime Value (CLV) Formula:** $(\text{Average Purchase Value} \times \text{Purchase Frequency}) / \text{Churn Rate}$
 - উদাহরণঃ একজন ক্রেতা যদি গড়ে ১০০ টাকা আপনার পেছনে খরচ করে প্রত্যেক মাসে, তা-ও আবার ২ বছর একটোনা, আর তার চার্চ রেট যদি হয় ৪০%; তাহলে সেই ক্রেতার CLV, ২৪০০ টাকা
- **Cost Per Engagement (CPE) Formula:** $\text{Cost of Campaign} / \text{Number of Engagements}$
 - উদাহরণঃ একটা ক্যাম্পেইনে ৫০০ ডলার খরচ করে যদি ১০০টি অ্যান্জেজমেন্ট জেনারেট হয়, তাহলে CPE ৫ ডলার
- **Frequency of Purchase Formula:** $(\text{Total Number of Purchases} / \text{Unique Customers}) \times 100$
 - উদাহরণঃ যদি ৫০ জন ক্রেতা, ২০০টা পন্য বা সেবা নিয়ে থাকে, তাহলে FOP ৪০০%
- **Social Media Traffic Share Formula:** $(\text{Social Media Visits} / \text{Total Website Visits}) \times 100$
 - উদাহরণঃ যদি ১০০০০ ওয়েবসাইট ট্র্যাফিকের মধ্যে ২০০০ ট্র্যাফিক সোশ্যাল মিডিয়া থেকে যাওয়া-আসা করে; তাহলে ট্র্যাফিক শেয়ার ২০%
- **Post Efficiency Formula:** $(\text{Engagement} / \text{Impressions}) \times 100$
 - উদাহরণঃ একটা পোষ্টে যদি ১০০০ অ্যান্জেজমেন্ট থাকে এবং ৫০০০ ইম্প্রেশন থাকে তাহলে সেই পোষ্টের এফেক্টিভনেস ২০%
- **Post Velocity Formula:** $(\text{Total Engagement} / \text{Time Since Posting}) \times 100$
 - উদাহরণঃ একটা পোষ্ট যদি ৪ ঘন্টায় ২০০ অ্যান্জেজমেন্ট নিয়ে আসে, তাহলে সেই পোষ্টের গ্রোথ স্পিড ২০০%

এই ফর্মুলাগুলো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের ছয়টি স্কিলের সাথে ওতপ্রোতভাবে যুক্ত!

এই ফর্মুলাগুলো সম্পর্কে আরো জেনে-বুঝে, তারপর আপনার নিজের সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের কাজগুলোতে অ্যাপ্লাই করতে শুরু করুন!

୧୧ଟି ଓରାହମୂର୍ତ୍ତ ଥିଓରି

এই চ্যাপ্টারে আপনাদের জন্য সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের সাথে যুক্ত, ৪৪টি সাইকোলজিকাল, র্যাশিওনাল এবং সোশ্যাল থিওরি দেখাতে চলেছি; যেগুলো জানা থাকলে, নিশ্চিতে আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের বিভিন্ন ধাপের অর্থাৎ, এফেক্টিভ টার্গেটিং কিংবা অ্যাঙ্গেজিং কন্টেন্ট অপ্টিমাইজেশন অথবা নেটওয়ার্কিং বা সোশ্যাল কমিউনিকেশনে - এফেক্টিভনেস অ্যাডভান্সড লেভেলে বৃদ্ধি করা সম্ভব হবে!

Social Proof Theory (সোশ্যাল প্রুফ থিওরি)

সোশ্যাল প্রফ থিওরি অনুসারে, গড়ে বেশিরভাগ ফ্রেইম মানুষ সেইসব সিদ্ধান্ত নিতে পছন্দ করে; যেগুলো অলরেডি অন্য মানুষ এক্সপেরিয়েন্স করেছে! যখন মানুষ দেখতে পায়, একটা ব্র্যান্ডের সাথে অনেকগুলো মানুষ অ্যাঙ্গেজ করছে, তখন তারা সাবকন্ট্রাশলি সেই ব্র্যান্ডকে বিশ্বাস করতে শুরু করে এবং অ্যাঙ্গেজ করে থাকে!

କୋଥାଯ ଆର କୀଡ଼ାବେ ବ୍ୟବହାର କରବେନ ଏହି ଥିଓରିଃ ଆମନାର ମନ୍ୟ ବା ସେବାର ମାତ୍ରେ ସୋଶ୍ୟାଲ ଫ୍ଲଫ ହିସେବେ ରିଭିଉ, ଟେଷ୍ଟିମୋନିୟାଲ ଏଣ୍ଟଲୋ ଯୁକ୍ତ କରୁନ! କ୍ରେତାଦେର ତାଦେର ଅଭିଜ୍ଞତା ଶେଯାର କରତେ ବଲୁନ!

Scarcity Principle Theory (ສ්කාරසිට් ප්‍රින්සිප්‍යාල එමඟිල්)

କ୍ଷାରସିଟି ପିଞ୍ଜିମ୍ୟାଲ ଅନୁସାରେ, ସେ ମନ୍ୟ ବା ସେବାର ସଂଖ୍ୟା ଲିମିଟେଡ ଥାକେ, ସେଠାତେ ମାନୁଷେର ଗୁରୁତ୍ୱ ଦେଯାର ପରିମାଣ ବେଡ଼େ ଯାଏ! ଆର ସେଜନ୍ୟେ ଆର୍ଜେମ୍ବି ଏଫେକ୍ଟ୍ କିଂବା ଏକ୍ତାକ୍ଲୁସିଭ ଅଫାର ବା ଡିସକାଉନ୍ଟ ଆବୋ ବେଶି ଟ୍ର୍ୟାଫିକ ଓ ସେଇଲ ବାଡ଼ାତେ ମର୍କ୍ଷମ!

କୋଥାଯ ଆର କୀଡ଼ାବେ ବ୍ୟବହାର କରିବେ ଏହି ଥିଓରିଃ ଲିମିଟେଡ ଟାଇମ ଅଫାର ଦିନ, ଏତ୍ତାଙ୍କୁ ସିଭ କନ୍ଟେନ୍ ଅୟାକ୍ରେସ ଦିନ! ଏହାଡ଼ାଓ କନ୍ଟେନ୍ଟେ ବ୍ୟବହାର କରା ସମ୍ଭବ, ଆର୍ଜଣ୍ମ ଏଫେର୍କ୍ଷୁ ଯୁକ୍ତ ପାଓ୍ୟାର ଓ୍ୟାର୍ଡ୍ସ; ସେମନଃ "Limited stock" ଅଥବା "Offer ends soon"

Network Effect (নেটওয়ার্ক এফেক্ট)

নেটওয়ার্ক এফেক্টু তৈরি হয়, যখন অনেক মানুষ একটা ব্র্যান্ড/ব্যবসা থেকে পন্য বা সেবা কেনা শুরু করে! এক্ষেত্রে মানুষ ভাবতে শুরু করে, যে প্লাটফর্মের ইউজার সংখ্যা বেশি সেই প্লাটফর্মের ভ্যালু বেশি!

କୋଥାୟ ଏବଂ କୀଡ଼ାବେ ଏହି ଥିଓରି ବ୍ୟବହାର କରବେନୁ: ଆମନାର ମନ୍ୟ ବା ସେବା ନିୟେ ଏକଟା କମିଉନିଟି କରତେ ପାରେନ ଅଥବା ଇଉନିକ ବ୍ୟାନ୍ଡ ହ୍ୟାଶଟ୍ୟାଗେର ଉପର ଭିଡ଼ି କରେ କମିଉନିଟି କରତେ ପାରେନ!

Social Exchange Theory (সোশ্যাল এক্সচেঞ্চ থিওরি)

এই থিওরি অনুসারে, মানুষ সোশ্যাল মিডিয়ায় কষ্ট-বেনেফিট অ্যানালাইসিস করেই অ্যাঙ্গেজ করে থাকে! অর্থাৎ, আপনার কন্টেন্টে কেউ অ্যাঙ্গেজ করবে না যদি না সেটা থেকে ইউজার কোনো হ্যালু না পায় অথবা সেই কন্টেন্টে কোনো ধরণের ইমেশন ট্রিগার করতে না পাবে!

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেন এই থিওরিৎ এমন ধরনের কন্টেন্ট তৈরি করুন, যেগুলো হয় ইমোশন তৈরি করতে পারে কিংবা যেগুলোতে ভ্যালু রয়েছে! ইউজারের সমস্যার সমাধান করছে এমন কন্টেন্ট কিংবা কোনো গাইডলাইন অথবা কোনো গুরুত্বপূর্ণ তথ্য বা ইমোশন ট্রিগার করছে এমন কন্টেন্ট অ্যাঙ্গেজমেন্ট তৈরি করতে পারে!

Diffusion of Innovation Theory (ডিফিউশন ইনোভেশন থিওরি)

এই থিওরি দেখায়, কীভাবে নতুন আইডিয়া, প্রোডাক্ট বা সেবা অথবা প্রযুক্তি সমাজে ধাপে ধাপে ছড়িয়ে যায়!

ডিফিউশন ইনোভেশন থিওরি অনুসারে, সমাজে পাঁচ ধরনের মানুষ থাকে, একটা আইডিয়া বা প্রোডাক্ট বা সেবাকে খাপ খাওয়ানোর (অ্যাডোপ্ট) জন্যঃ

- ইনোভেটর/ক্রিয়েটর,
- আলি অ্যাডোপ্টারস/প্রথম যারা নিয়মিত ব্যবহার করেছে,
- আলি মেজোরিটি/একেবারে শুরুর দিকে বেশিরভাগ মানুষ যখন খাপ খাইয়ে নেয়,
- লেইট মেজোরিটি/যারা বেশিরভাগ মানুষ ব্যবহার করছে বলে ব্যবহার করা শুরু করে এবং,
- ল্যাগার্ড/যারা সবার শেষে একটা মন্য বা সেবা ব্যবহার করতে শুরু করে অর্থাৎ একেবারে নতুন ইউজার!

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেনঃ আপনার মন্য বা সেবাতে কোন ধরনের ক্ষেত্রা, কোন ধাপে নিজেকে খাপ খাওয়াচ্ছে; সেটা বোঝার চেষ্টা করুন! এতে সেই পারস্প্রেকটিভ মাথায় বেধে অ্যাঙ্গেজমেন্ট, কমিউনিকেশন ও মন্য/সেবার অফার কাস্টোমাইজেশন ও পার্সোনালাইজেশন করতে পারবেন!

Novelty Effect (নভেলটি এফেক্ট)

নভেলটি সাইকোলজিক্যাল এফেক্ট অনুসারে, আমাদের অভিয়েগ্নের কাছে আমরা আরো বেশি আকর্ষণীয় হয়ে উঠি, যখন আমরা মূরনো কোনো মন্য বা সেবা কিংবা আইডিয়াতে, নতুন কিছু যুক্ত করে; নতুন আরেকটা অফার দিই কিংবা নতুন আরেকটা আইডিয়া অথবা মন্য বা সেবা তৈরি করি!

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেনঃ আপনার কন্টেন্ট বা কমিতে, নতুন কিছু যুক্ত করে পুনরায় সেটাকে পাবলিশ করতে পারেন! আপনার মূরনো মন্য বা সেবায় নতুন আপগ্রেড নিয়ে আসতে পারেন! প্রত্যেক বড় বড় ব্র্যান্ডেই কিন্তু “চেহারা বদলের/রিব্র্যান্ডিং” ক্যাম্পেইন করতে দেখা যায়!

Elaboration Likelihood Model - ELM (এলাবোরেশন লাইকলিভড মডেল)

ইএলএম আমাদের এটা বুঝতে সাহায্য করে, আসলে আমাদের ইউজারদের অ্যাটিটিউড, এক্সপেরিয়েন্স এবং অ্যাঙ্গেজমেন্ট ম্যাটার্ন কীভাবে তৈরি হচ্ছে ও কীভাবে ধীরে ধীরে পরিবর্তিত হচ্ছে! এই মডেল আমাদের দুটো রাস্তা দেখায়, সেন্ট্রাল অর্থাৎ হাই ইনভেলভমেন্ট প্রসেসিং এবং পেরিফেরাল অর্থাৎ লো ইনভেলভমেন্ট প্রসেসিং।

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেনঃ আপনার অভিয়েগ্নের ইনভেলভমেন্ট ম্যাটার্ন বুঝে আপনি সেটাকে টার্গেটিং, অ্যাডভার্টাইজমেন্ট এবং কন্টেন্টে অ্যাক্টিভিলি ব্যবহার করতে পারবেন!

যারা হাঁই ইনভেলভমেন্ট প্রসেসিংয়ের অন্তর্ভুক্ত তাদের জন্য ডিটেইলড কন্টেন্ট প্রাবলিশ করতে পারেন, যেমন গাইডবুক অথবা ফ্রি কোর্স কিংবা ফ্রি ওয়েবইনার ইত্যাদি! আর যারা লো ইনভেলভমেন্ট প্রসেসিংয়ের অন্তর্ভুক্ত তাদের জন্য ইমোশনাল কন্টেন্ট অথবা গ্র্যাফিক্যাল কন্টেন্ট কিংবা পাওয়ারফুল অফার দিয়ে কন্টেন্ট প্রাবলিশ করতে পারেন!

Cognitive Fluency Effect (কগনিটিভ ফ্লুয়েন্সি এফেক্ট)

কগনিটিভ ফ্লুয়েন্সি সাইকোলজিক্যাল এফেক্ট অনুসারে, আমাদের ব্রেইন কঠিন কোনো তথ্যের চেয়ে, অপেক্ষাকৃত সহজ কোনো তথ্য দ্রুত গ্রাব করতে পারে। অর্থাৎ, যতটা সহজ এবং সাধারণ পদ্ধতিতে আপনার সেলস কম্পি বা অ্যাড কম্পি লিখতে পারবেন, তত বেশি সেটা মনে রাখার চান্দা বাড়বে!

ঠিক একইভাবে আপনার যেকোন আইডিয়া বা মন্ত্র বা সেবাকে আপনি যতটা সহজে ক্রেতাকে বোঝাতে পারবেন - ক্রেতার মনে রাখার চান্দা ততো বাড়বে! আর যত বেশি মনে রাখার চান্দা বাড়বে, তত বেশি সেই ক্রেতার কনভার্ট হওয়ার চান্দা বাড়বে!

Framing Theory (ফ্রেমিং থিওরি)

এই থিওরি মতে, যেকোনো তথ্যকে স্পেসিফিক কিছু ফ্রেমিং ওয়ার্ডস কিংবা ফ্রেমিং এলিমেন্ট দিয়ে শেয়ার করলে - সেই স্টেটমেন্টের ভ্যালু পরিবর্তিত হয়ে যায়! অর্থাৎ, এই একই স্টেটমেন্ট যদি ভিন্নভাবে/ সাধারণ শব্দ দিয়ে প্রকাশ করা হয়; তাহলে সেটা ভিন্ন ইমোশন ট্রিগার করতে পারে!

কোথায় আর কিভাবে ব্যবহার করবেনঃ পজিটিভ, ইঘামিরেশনাল এবং মোচিভেশনাল পাওয়ার ওয়ার্ডস যুক্ত করুন আপনার কন্টেন্টে আর কমিতে! সোশ্যাল মিডিয়াতে যখন অ্যাঙ্গেজ করছেন, তখন আপনার শব্দ আর বাক্যের ফ্রেমিং আপনাকে পজিটিভ আর নেগেটিভ হিসেবে রিপ্রেজেন্ট করতে সক্ষম!

Social Capital Theory (সোশ্যাল ক্যাপিটাল থিওরি)

এই থিওরি অনুসারে, ভ্যালু - সোশ্যাল রিলেশনশিপ, নেটওয়ার্ক এবং ইন্টারেকশনের মাধ্যমে তৈরি করা সম্ভব! আর সোশ্যাল মিডিয়াতে এই থিওরি অনুসারে, আপনার উচিত এফেক্টিভ কমিউনিকেশনে যুক্ত হওয়া এবং আপনার কানেকশন ও কমিউনিটিতে আরো সময় দেয়া!

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেনঃ ক্রেতার সাথে এফেক্টিভ ও মিনিংফুল কমিউনিকেশনের মাধ্যমে রিলেশনশিপ গড়ে তুলুন; যাতে রিকারিং ক্রেতায় কনভার্ট করা সম্ভব হয়! নিয়মিত অ্যাঙ্গেজ করুন, আপনার অডিয়েন্সের সাথে এবং আপনার কমিউনিটিতে!

Two-Step Flow Theory (টু স্টেপ ফ্লো থিওরি)

এই থিওরি মতে, যেকোনো তথ্য শুরুতে মিডিয়া থেকে ইনফ্লুয়েন্সারদের/অপিনিয়ন লিডারদের কাছে পৌঁছায়! তারপর সেই ইনফ্লুয়েন্সারদের থেকে পৌঁছায় সাধারণ মানুষের কাছে! সোশ্যাল মিডিয়াতে কীভাবে একটা তথ্য, অপ্টিমাইজ হয়ে এবং ব্যবহৃত হয়ে আরেকজনের কাছে পৌঁছায় - সেটা বোঝার চেষ্টা করুন!

কোথায় আর কীভাবে ব্যবহার করবেন, এই থিওরিৎ ইনফুয়েন্সার মার্কেটিংয়ে আরো অর্থ ইনভেষ্ট করুন! বিশেষ করে, মাইক্রো বা ন্যানো ইনফুয়েন্সারদের অডিয়েন্স খুবই টার্গেটেড/নিশ হয়ে থাকে; যার ফলে তাদের মাধ্যমে আপনার তথ্য অপ্টিমাইজ করে সাধারণ মানুষের কাছে পৌঁছে দেয়া সম্ভব!

এই থিওরিগুলো বোঝার চেষ্টা করুন, অ্যাপ্লাই করার চেষ্টা করুন!

এই থিওরিগুলো অ্যাপ্লাই করে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি আর প্ল্যানিংকে; আরো অ্যাডভাগড লেভেলে নিয়ে যাওয়া সম্ভব!

আর আপনাদের সুবিধার্থে, **২০০টির বেশি পাওয়ার ওয়ার্ডসের লিস্ট দিয়ে দিচ্ছি** এখানে; যেগুলো আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটিতে ব্যবহার করুন, আপনার কন্টেন্ট আর কপিতে অ্যান্টিভলি ব্যবহার করুন; যেকোনো বাক্য বা স্টেটমেন্টকে; নিজের মতো করে অপ্টিমাইজ ও রিপ্রেজেন্ট করতে সক্ষম হবেন!

উল্লেখ্য যে, পাওয়ার ওয়ার্ডস হচ্ছে এমন কিছু পারসুয়েসিভ শব্দ; যেগুলো আপনার অডিয়েন্সের ইমোশনাল/সাইকোলজিক্যাল বেসপন্থে এফেক্ট করবে!

এই নিন ২০০টির বেশি পারসুয়েসিভ পাওয়ার ওয়ার্ডসঃ

অডিয়েন্সের '**Happiness**' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Heartwarming
- Inspiring
- Profound
- Zen
- Alive
- Light
- Healthy



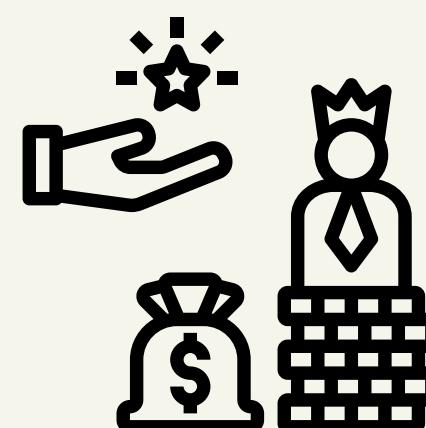
অডিয়েন্সের '**Indulgence**' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Guilt
- Guilt-free
- Indulgent
- Obsessed
- Ravenous
- Lazy



অডিয়েন্সের '**Prestige**' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Expensive
- Glamorous
- Luxurious



অভিয়ন্ত্রের '**Humor**' ইমেশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Funniest
- Hilarious
- Laugh
- Ridiculous



অভিয়ন্ত্রের '**Memorability**' ইমেশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Captivate
- Genius
- Memorable
- Undeniable
- Unforgettable
- Unpopular
- Impressive
- Embarrassing



অভিয়ন্ত্রের '**Lust**' ইমেশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Begging
- Crave
- Decadent
- Delirious
- Fantasy
- Forbidden
- Irresistible
- Naked
- Provocative
- Remarkable
- Seductive
- Sexy
- Sensational
- Sinful
- Tantalizing
- Satisfy



অভিয়ন্ত্রের '**Simplicity**' ইমেশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Basic
- Cheat-Sheet
- Easy
- Effortless
- Ingredients
- Minimalist
- On-Demand
- Painless
- Rules
- Simple
- Step-by-Step
- Stupid-simple
- Tricks
- Tweaks



অভিয়ন্ত্রের 'Excitement' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Bold
- Blast
- Fascinating
- Intriguing
- Essential
- Devastating
- Tempting
- Meticulous
- Exposed
- Deadly
- Transform



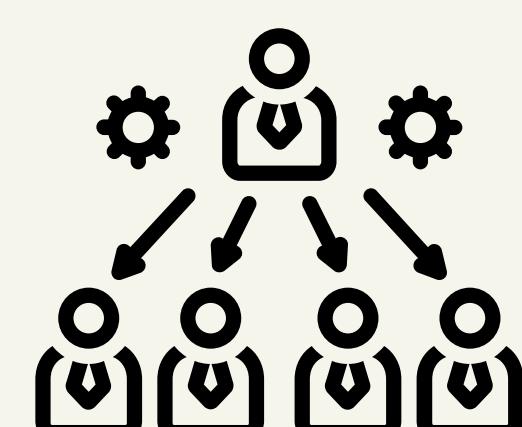
অভিয়ন্ত্রের 'Sadness' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- 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 | • Conclusive | • Release | • Legendary | • Unstoppable |
| • All-Inclusive | • Insider | • Guaranteed | • Proven | • Unleashed |
| • Authentic | • Definitive | • Reveal | • Psychological | • Studies |
| • Authoritative | • Document | • Honest | • Truth | • Unseen |
| • Authority | • New | • Secret | • Reliable | • Untapped |
| • Backed | • Expert | • Lifetime | • Report | • Validate |
| • Elite | • Popular | • Heavenly | • Research | • Masterclass |
| • Bona fide | • Final | • Legitimate | • Uncovered | |
| • Emerging | • Priceless | • Sneak-Peek | • Results | |
| • Complete | • Formula | • Jaw-dropping | • Undercover | |
| • First | • Rare | • Official | • Solution | |
| • Comprehensive | • Epic | • Powerful | • Strategy | |
| • Fail-Proof | • Genuine | • Stealthy | • Unique | |



অভিয়ন্ত্রের 'Greed' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Affordable
- Bargain
- Barrage
- Bonus
- Budget
- Cheap
- Convert
- Double
- Drive
- Forever
- Free
- Immediately
- Increase
- Instantly
- Money
- Never
- Now
- Off-limits
- Overnight
- Profit
- Promote
- Sale
- Today
- Triple
- Unlimited
- Envy
- Master
- Lucrative
- Seal



অভিয়ন্ত্রের 'Impatience' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Amp
- Blast
- Ignite
- Jumpstart
- Kickstart
- Launch
- Quickstart
- Speedy
- Supercharge
- Turbocharge



**Chart your path.
Share your story**

Buffer is the most intuitive, affordable, and authentic way to reach more people on social media.

Select a plan

অভিয়ন্ত্রের '**Exclusivity**' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- Admit
- Breaking
- Confess
- Confession
- Divulge
- Elite
- Emerging
- First
- Hidden
- Insider
- Little-known
- New
- Popular
- Priceless
- Rare
- Release
- Reveal
- Secret
- Sly
- Sneak-peak
- Sneaky
- Special
- Trendy
- Trend
- Truth
- Uncovered
- Undercover
- Underused
- Unique
- Unseen
- Worst



অভিয়ন্ত্রের '**Safety**' ইমোশন ট্রিগার করতে চাইলে -

- | | |
|---------------|---------------|
| • Accuse | • Provoke |
| • Assault | • Safe |
| • Beware | • Punch |
| • Broke | • Sacred |
| • Catastrophe | • Scam |
| • Caution | • Shaking |
| • Cheat | • Scared |
| • Dangerous | • Signs |
| • Dirty | • Survive |
| • Emergency | • Terrifying |
| • Ethical | • Unstoppable |
| • Exactly | • Belong |
| • Hoax | • Promise |
| • Horror | • Stop |
| • Lifetime | |
| • Protect | |



সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য রিসোর্স

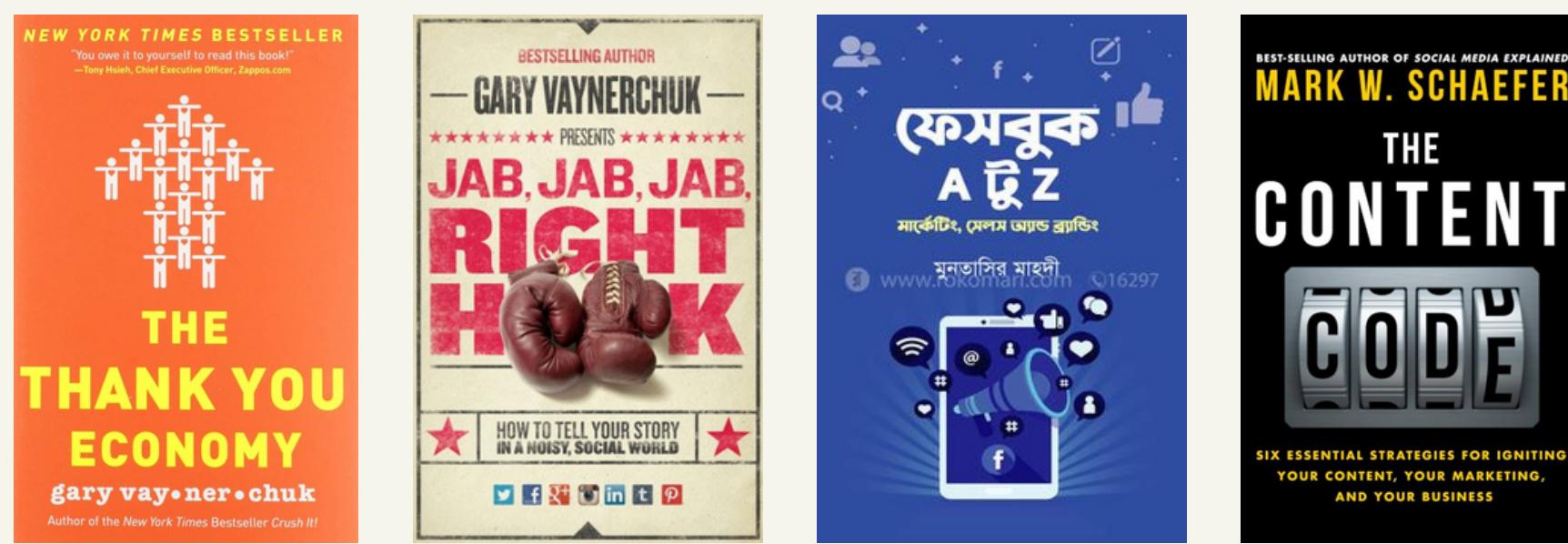
সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য এই চ্যাপ্টারটি রিসোর্স ফাইল হিসেবে যুক্ত করে দেয়া হয়েছে!

এই রিসোর্স পেইজগুলো ফলো করে, আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং সম্পর্কিত বিভিন্ন সাজেশন, সমস্যার সমাধান, আপডেট এবং তথ্য ও তত্ত্ব সম্পর্কে ডিটেইলসে ধারণা পাওয়া সম্ভব!

লার্নিং রিসোর্স, ব্লগ এবং কোর্সের প্লাটফর্ম

- Coursera - coursera.org
- Udemy - udemy.com
- LinkedIn Learning - linkedin.com/learning
- HubSpot Academy - academy.hubspot.com
- Google Digital Garage - learndigital.withgoogle.com
- Skillshare - skillshare.com
- Hootsuite Academy - education.hootsuite.com
- Facebook Blueprint - facebook.com/business/learn
- Alison - alison.com
- FutureLearn - futurelearn.com
- Twitter Flight School - twitterflightschool.com
- Social Media Examiner - socialmediaexaminer.com
- Buffer - buffer.com/resources
- Moz Academy - moz.com/academy
- SEMrush Academy - academy.semrush.com
- DigitalMarketer - digitalmarketer.com
- Lynda.com - lynda.com
- Copyblogger - copyblogger.com
- Content Marketing Institute - contentmarketinginstitute.com
- Canva Design School - designschool.canva.com
- Sprout Social - sproutsocial.com/insights
- ClickMinded - clickminded.com
- Social Media Today - socialmediatoday.com
- OptinMonster University - optinmonster.com/university
- WordStream - wordstream.com/learn
- Buffer Academy - buffer.com/academy
- Quick Sprout University - quicksprout.com/university
- Agorapulse Academy - agorapulse.com/academy
- SEMrush Blog - semrush.com/blog
- SocialBee Blog - socialbee.io/blog
- CoSchedule Blog - coschedule.com/blog
- Neil Patel's Blog - neilpatel.com/blog
- Sprout Social Blog - sproutsocial.com/insights

- Later Blog - later.com/blog
- Buffer Blog - buffer.com/resources
- Social Media Today Blog - socialmediatoday.com
- HubSpot Blog - blog.hubspot.com/marketing
- Kissmetrics Blog - kissmetrics.com/blog
- ContentCal Blog - contentcal.io/blog
- Edgar Blog - meetedgar.com/blog
- Post Planner Blog - postplanner.com/blog
- CrowdFire Blog - blog.crowdfireapp.com
- Audiense Blog - audiense.com/blog
- Sprinklr Blog - sproutsocial.com/insights
- SocialPilot Blog - socialpilot.co/blog
- DrumUp Blog - drumup.io/blog



সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং রিলেটেড বই

- "Epic Content Marketing" by Joe Pulizzi
- "Likeable Social Media" by Dave Kerpen
- "The Thank You Economy" by Gary Vaynerchuk
- "Social Media Marketing Workbook" by Jason McDonald
- "Social Media Marketing for Dummies" by Shiv Singh and Stephanie Diamond
- "Influence: The Psychology of Persuasion" by Robert Cialdini
- "The Power of Visual Storytelling" by Ekaterina Walter and Jessica Gioglio
- "The New Rules of Marketing and PR" by David Meerman Scott
- "Jab, Jab, Jab, Jab, Right Hook" by Gary Vaynerchuk
- "Social Media Marketing All-in-One for Dummies" by Jan Zimmerman and Deborah Ng
- "Youtility" by Jay Baer
- "Social Media Marketing: A Strategic Approach" by Melissa Barker and Donald I
- "The Zen of Social Media Marketing" by Shama Hyder
- "The Complete Guide to Social Media Marketing" by Daniel Rowles
- "The Art of Digital Marketing" by Ian Dodson
- "500 Social Media Marketing Tips" by Andrew Macarthy
- "Social Media Marketing: An Hour a Day" by Dave Evans
- "Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement" by Dave Evans
- "The Content Code" by Mark W. Schaefer
- "Social Media Marketing 2020" by Gerald T. Johnson

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং রিলেটেড ইন্ডাস্ট্রি লিভার

- Mari Smith
- Amy Porterfield
- Jay Baer
- Michael Stelzner
- Brian Solis
- Kim Garst
- Jeff Bullas
- Gary Vaynerchuk
- Gary Illyes
- Shama Hyder

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের জন্য খোলা চিঠি

হ্যালো সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং চ্যাম্পিয়ন,

এই বইয়ের সর্বশেষ চ্যাপ্টারে আমরা পা বেঞ্চেছি!

মনে রাখবেন, আপনার হাতে ধরে থাকা বইটা শুধুমাত্রই একটা বই নয়; বরঞ্চ এটা সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটারদের, **ডোকেন্স বা গাইডলাইন** হিসেবে সাহায্য করবে; সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের এই কম্পিউটেচনে জগতে চিকে থাকতে!

আপনি একজন সাধারণ পাঠক নন, এই বইয়ের খাতিরে আপনি একজন সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটার; যার কাছে এখন রয়েছে সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের **অ্যাডভাগ্য ট্যাকটিকস, ট্রিক্স, হ্যাকস, ফর্মুলা, থিওরি এবং ফ্রেমওয়ার্ক**!

তারপরেও আবার মনে করিয়ে দিচ্ছি, সোশ্যাল মিডিয়ার জগতে **জেনুইন কানেকশন, অ্যাঙ্গেজমেন্ট আর ভ্যালুয়েবল কন্টেন্টের শুরুত্ব সবকিছুর উর্ধ্বে**!

সেজন্যে সোশ্যাল মিডিয়ার আপডেটের সাথে সবসময় নিজেকে মানিয়ে নিতে হবে, নতুন নতুন টেকনিক অ্যাপ্লাই করার দিকে মনোযোগী হতে হবে এবং আপনার সোশ্যাল মিডিয়া আইডেন্টিটির গল্পটাকে আরো শক্তিশালী করার দিকে খেয়াল রাখতে হবে!

চেষ্টা করবেন, প্রত্যেকটা লাইক, কমেন্ট, পোস্ট আর শেয়ারের সাথে যেন; আপনার সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংয়ের মেসেজটা ছড়িয়ে পড়তে পারে!

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং হ্যান্ডবুক বইটিকে ব্যবহার করুন **আপনার স্টোর্টিং পয়েন্ট** হিসেবে! আর শুরু করুন, আপনার আইডেন্টিটিকে অপ্টিমাইজ করা, যাতে করে আপনাকে আর আপনার আইডেন্টিটিকে মনে রাখতে ততোটা বেগ পেতে নাহয়!

সাইমন মেইনওয়ার্নিংয়ের একটা উক্তি এখানে না মনে করিয়ে দিলেই হচ্ছে না, "Success in social media isn't just about numbers. It's about connecting with people."

এই বইয়ে দেয়া জ্ঞানগুলো কাজে লাগান, নিজের আইডেন্টিটিতে অ্যাপ্লাই করুন এবং সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনার ডিজিটাল ফুটপ্রিন্টকে লাইফটাইমের জন্য স্থায়ী করার ব্যবস্থা করুন!

শুভ কামনা রহিলো, আপনার পরবর্তী ক্যাম্পেইন, কন্টেন্ট আর আইডিয়ার জন্য! দোয়া রহিলো, যাতে আপনার প্রত্যেকটা কন্টেন্ট, পোস্ট, স্টোরি আর কানেকশন; আপনার আর আপনার আশেপাশের প্রত্যেকটা ভালো মানুষের ভবিষ্যতকে আরো সুন্দর করে তুলতে পারে!

আপনার সোশ্যাল মিডিয়ার যাত্রা শুভ হোক!

মাহদী
লেখক ও ব্যবসায়ী

সমাপ্ত