

ফেসবুক A to Z

মার্কেটিং, মেলস আর্ড ব্র্যাডিং

মুনতাসির ঘাহদী



**BUY
NOW**

ফোনবুক A to Z

মার্কেটিং, মেলস আর্ড ব্র্যান্ডিং

মুনতাসির মাহদী



পেপারব্যাক/হার্ডকপির জন্য
রকমারিতে ডিজিট করুন!

muntasifRmahdi

stay positive stay strong

এই বইটি উৎসর্গ করছি 'গ্যারি ভেনারচাক'কে!

Gary Vaynerchuk

(www.garyvaynerchuk.com)

এই ব্যক্তির কন্টেন্টগুলো আমাকে নেগেটিভিটি থেকে
অনেক দূরে আসতে শিখিয়েছে। এই ব্যক্তির
কন্টেন্টগুলো আমার মধ্যে পজিটিভিটির স্পার্ক দিয়ে
আমার পুরো জীবনটাকে পালটে দিয়েছে।

আমি জানি না, কখনো এই ব্যক্তিটি আমার এই বইটি
পড়বেন কি-না বা এই বইটি সম্পর্কে জানবেন কি-না
অথবা কখনো আমার সম্পর্কে জানবেন কি-না!

কিন্তু আমি চাই, আমার জীবনে লেখা অন্তত একটা
বই; আমার এই আদর্শকে উপহার দিয়ে বলতে,
“Gary you changed my shitty life. Thanks
man.”

সুচীপত্র

ডুমিকা

দ্য এইজ অফ ফেসবুক

ফেসবুক কেন 'দ্য কিং অফ সোশ্যাল মিডিয়া?'

ফেসবুক অ্যালগরিদম

ফেসবুকের ব্যাসিক ফিচারস

সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশন (এসএমও)

ফেসবুক প্রোফাইল অপ্টিমাইজেশন

ফেসবুক পেইজ অপ্টিমাইজেশন

ফেসবুক গ্রুপ অপ্টিমাইজেশন

ফেসবুক বিজনেস/ফেসবুক কমার্স/এফ-কমার্স

ফেসবুক মার্কেটিং

ফেসবুক ফর কন্টেন্ট ক্রিয়েশন

ফেসবুকে ফর ব্র্যান্ডিং

ফেসবুকে ফ্রিল্যান্সিং – ফেসবুক থেকে আয়

ফেসবুক নিয়ে কিছু ভবিষ্যৎবাণী

ফেসবুক ভার্সেস পজিটিভিটি এন্ড নেগেটিভিটি

কিছু কন্টেন্ট ক্রিয়েশন টিপস *বোনাস*

ফেসবুকে আমার দেখা সেরা কিছু কন্টেন্ট ক্রিয়েটরস

বোনাস

রেফারেন্স

শেষকথা

ডুমিকা

সাত বছর আগে আমার বন্ধুরা সব কন্দবাজার ঘূরতে
গিয়েছিল। আমি ঘূরতে যাই নি!

কারণ?

পকেট শূন্য ছিল সেদিন!

সবাই ঘূরতে গিয়েছে। আমার ঘরে বসে কোনো কাজ নেই!
বাবা-মা মেছন থেকে বলছেন, “একটু পড়! একটু পড়!”
কয়েক বছর পর ভার্সিটিতে উঠলাম।

সিএসই (কম্পিউটার সায়েন্স এন্ড ইঞ্জিনিয়ারিং) নিয়ে সিলেক্ট
ইন্টারন্যাশনাল ইউনিভার্সিটিতে ভর্তি হলাম। ভর্তি হয়ে
কয়েক মাস যেতে না যেতেই ড্রপআউট হয়ে গেলাম!

কারন?

নিজের পকেট সেদিনও শূন্য ছিল!

তিন বছর আগে নিজের রেকর্ড করা একটা কোর্স আপলোড
করলাম একটা ফেসবুক প্রাইভেট গ্রুপে! সকালে কোর্স গ্রুপে
আপলোড করে, সেলস ফানেল পেইজ তৈরি করে বৃষ্টি করে
ঘূমোতে গেলাম! কারণ, গত রাতে ঘূমোই নি!

মজার ব্যাপার কি জানেন?

সন্ধিয়া ৬টা থেকে শুরু করে রাত ১২টাৰ মধ্যে ৪৫০ জন
ব্যক্তি সেই কোর্সটাৰ জন্য পেমেন্ট করেছেন এবং আমার
বিকাশ, নগদ, রকেট, পারফেক্ট মানি এবং ব্যাংক একাউন্ট
সবগুলো মিলে প্রায় সাড়ে চার লক্ষ টাকা পেমেন্ট এসেছে!

৪৫০ জন মানুষ আমার কোর্সটিতে এন্রোল করেছেন!
আজ্জে হ্যাঁ! ফেসবুক এক রাতেই আমার পুরো লাইফটা
চেইঞ্জ করে দিল! পুরো লাইফটা!

আমার সাহস বাড়লো! খুঁকি নেয়াৰ ক্ষমতা বাড়লো!

সাহস করে নিজেৰ ওয়েবসাইটে কোর্স নিয়ে আসলাম এবং
নয় মাসে দশটি কোর্স প্রায় ৮০ লক্ষ বাবেৰ বেশি দেখা হয়।

গত নয় মাসে মার্কেটিং, ব্যবসা এবং সেলস নিয়ে আমি প্রায়
দশ হাজারেৰ বেশি শিক্ষার্থীকে ট্ৰেইন কৰেছি, ২০০ এৱ
বেশি ব্যবসায় প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাৱে সাহায্য কৰেছি,
২০টিৰ বেশি ব্র্যান্ডকে তাদেৱ স্ট্ৰাটেজি এবং প্লানিং নিয়ে
প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাৱে সাহায্য কৰেছি, দুটো রকমাবি বেষ্ট
সেলিং বই লিখেছি!

গত নয় মাসে যুগান্তৰ, ইওফাক, জাগোনিউজ২৪ এৱং
২০টিৰ বেশি জাতীয় পত্ৰিকাতে ফিচাৰড হয়েছি এবং
অসংখ্য ব্লগ ও লাইভ ইন্টাৰভিউয়ে মার্কেটিং, ব্যবসা এবং
সেলস নিয়ে আলোচনা কৰেছি। গত নয়মাসে আমাৰ
কোৰ্সগুলো প্ৰায় ৮০ লক্ষের বেশিবাৰ দেখা হয়েছে!

এতকিছু বলে কাজ নেই! শুধু এতটুকুই বলি, ফেসবুকটাকে
ডালোডাবে ব্যবহাৰ কৰেছি বলেই আমি এতটুকু অবধি
আসতে পৰেছি! শুধুমাত্ৰ ফেসবুক দিয়েই!

দ্যাটস হোয়াই, ইট ইজ দ্য এইজ অব ফেসবুক!

ଦ୍ୟ ଏଇଜ ଅଫ ଫେସବୁକ

ଏକଟାବାର ଚୋଖ ବନ୍ଧ କରନ!

ମାରବୋ ନା, ସମସ୍ୟା ନେହି! ହାହାହା!

ଶୁଦ୍ଧମାତ୍ର ଚୋଖଟା ବନ୍ଧ କରନ! ଏବାର ଡାବୁନ ତୋ, ଆମନି ପ୍ରତିଦିନ ସକାଳେ ସୁମ ଥିକେ ଉଠେ କୀ କୀ କରେନ, ଆମନି ସୁମୋତେ ଯାଓୟାର ଆଗେ କୀ କୀ କରେନ, ଆମନି ବିକେଲବେଲାଯ ସୁରତେ ଗେଲେ କୀ କୀ କରେନ, ଆମନି ଖାଓୟାର ମର କୀ କରେନ ଏବଂ ଆମନାର ମୁରୋ ଦିନେ ଆମନି କୀ କୀ କରେ ଥାକେନ?

ଆମି ବଲି?

ଚୋଖ ଖୁଲେ ଫେଲତେ ପାରେନ ଏଖନ!

ଆମନି ସୁମ ଥିକେ ଉଠେ ଏକବାରେ ଜନ୍ୟ ହଲେଓ ଫେସବୁକେ ଲଗହିନ କରେନ! ଆମନି ସୁମୋତେ ଯାଓୟାର ଆଗେ ଏକବାରେ ଜନ୍ୟ ହଲେଓ ଫେସବୁକେ ଲଗହିନ କରେନ!

ଆମନି ଖାଓୟାର ମାଝେ ଆଗେ ହୟତୋ ଭିଡ଼ିଓ ଦେଖିତେନ ଇଡ଼ିଟିଉବ ଥିକେ କିନ୍ତୁ ଏଖନ ଦେଖିନ ଫେସବୁକେ! ଆମନି ଓୟାଶରମେ ବସେଓ ହୟତୋ ଫେସବୁକେହି ଆଛେନ!

ପସିବଲ ଡୁଃଖ! ଏକ୍ରିଥିଂ ଇଜ ପସିବଲ ଇନ ଟୁଯେନ୍ଟି ଟୁଯେନ୍ଟି ଓୟାନ!

আমরা সারাদিনে একবারের জন্যে হলেও ফেসবুক নামক
সোশ্যাল মিডিয়াতে লগইন করে থাকি! অনেকে হয়তো
ফেসবুকের বদলে মেসেঞ্জারে অ্যাকচিভ থাকে, অনেকে
হয়তো ইন্সটাগ্রামে, আবার অনেকে হয়তো হোয়াটসঅ্যাপে!

কিন্তু যেখানেই থাকেন না কেন; সবগুলোই কিন্তু ফেসবুক
কোম্পানিরই প্রোডাক্ট/সেবা!



ମୋଟ କଥା ହଛେ, ଆମରା ମୋଶ୍‌ଯାଲ ମିଡ଼ିଆ ଛାଡ଼ା ଏକ ମୁହୂର୍ତ୍ତର ଜନ୍ୟୋ ଚଲତେ ପାରି ନା! ଆଗେ ଓଗଲେ ସାର୍ଟ କରତାମ ଆମରା, ଏଖନ କବି ଫେସବୁକେ କିଂବା ଇନ୍‌ଟାର୍ଗ୍ରାମୋ!

ଆଗେ ହ୍ୟତେ ସରାସରି ଫୋନ କଲେ ଆମରା କଥା ବଲତାମ, ଏଖନ କଥା ବଲି ହୋୟାଟ୍‌ସଅ୍‌ଯାପେ ବା ମେସେଞ୍ଜାରେ। ଆଗେ ହ୍ୟତେ କାରୋ ଜନ୍ମଦିନେ ବା ବିଯେର ଦାଓୟାତ୍ତୀ ଆମରା ପେତାମ ହାତେ ଲେଖା କାର୍ଡ, ଏଖନ ଫଟୋଶପେ କରା ବିଯେର କାର୍ଡ କିଂବା ଜନ୍ମଦିନେର କାର୍ଡଟୀ ପାଇ ମେସେଞ୍ଜାରେ ବା ହୋୟାଟ୍‌ସଅ୍‌ଯାପେ।

ଆଗେ ହ୍ୟତେ ଆମରା ମୋବାଇଲ ଫୋନେ ଗେମ୍ ଇନ୍‌ସ୍ଟଲ କରେ ଗେମ୍ ଖେଳତାମ, ଏଖନ ଖେଲି ଫେସବୁକେ! ଆଗେ ହ୍ୟତେ ଆମରା ଡିଡ଼ିଓ ଆପଲୋଡ କରତାମ ଇଡ଼ିଟିଉବେ ବା ଡିଡ଼ିଓ ଦେଖତାମ ଇଡ଼ିଟିଉବେ, ଏଖନ ଦେଖି ଫେସବୁକେ ବା ଇନ୍‌ଟାର୍ଗ୍ରାମୋ। ଆଗେ ହ୍ୟତେ ଆମରା ଭାଲୋ-ମନ୍ ଜିଜ୍ଞେସ କରତାମ ଫୋନ କଲେ କିଂବା ଖେଲାର ମାଠେ ଆର ଏଖନ ସେଇ ଏକହି କଥା ଜିଜ୍ଞେସ କବି ଫେସବୁକେ ବା ହୋୟାଟ୍‌ସଅ୍‌ଯାପେ।

ଆଗେ ଆମରା ମତ ପ୍ରକାଶେର ଜନ୍ୟ ବ୍ଲଗିଂ କରତାମ, ଏଖନ ଫେସବୁକେ ପେଇଜ କରେ ସେଖାନେଇ ସବକିଛୁ କରେ ଫେଲାଛି। ଆଗେ ଆମାଦେର ବନ୍ଧୁ ଖୁଁଜିତେ ହଲେ, *୧୨୩ ସାମଥିଂ# ଚେପେ ବନ୍ଧୁ ଖୁଁଜିତେ ହତୋ, ଏଖନ ବନ୍ଧୁ ଖୁଁଜିତେ ହ୍ୟ ନା; ବନ୍ଧୁ ଆମନାକେ-ଆମାକେ ଖୁଁଜେ ବେର କରେ।

আগে আমরা রিলেশনশিপে যেতে হলে হাজার ঘন্টা ফোন কলে কাটিয়ে দিতাম, এখন সেই হাজার ঘন্টা আমরা হোয়াটসঅ্যাপে বা মেসেঞ্জারে থাকি।

আগে আমরা ব্যবসা করতে হলে, ফিজিক্যাল স্টোর কিংবা দারাজ-ইভ্যালির মতো ওয়েবসাইট ছাড়া কিছুই বুঝতাম না কিন্তু এখন আমাদের ফেসবুকে একটা পেইজ কিংবা প্রোফাইল অথবা একটা ফেসবুক ফ্রম যথেষ্ট কোটি টাকার ব্যবসা দাঁড় করানোর জন্য।

আগে আমরা মার্কেটিং বা প্রচার-প্রচারণার জন্য পোস্টারিং করতাম বা বিলবোর্ড ব্যবহার করতাম, এখন আমরা ফেসবুকের ‘ওয়াল’ ব্যবহার করছি!

আগে আমাদের কারো জন্মদিন মনে রাখতে হলে ক্যালেন্ডারে দাগ দিয়ে রাখতে হতো কিংবা মোবাইলের রিমাইন্ডারে সেইড করে রাখতে হতো, কিন্তু এখন আমরা মনেই রাখি না, ফেসবুক মনে করিয়ে দেয় আমাদের!

আগে আমরা অপরিচিত মানুষের সাথে কথা বলতে স্বাচ্ছন্দ বোধ করতাম না, কিন্তু এখন আমরা নিজেরা গিয়েই প্রথমদিনেই অপরিচিতদের মেসেঞ্জারে টৌকা দিয়ে বলি, “আপু আপনি খুব সুন্দর! আপনার ফোন নাস্বার দেয়া যাবে?”

গান শুনতে মন চাইছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
ভিডিও দেখতে মন চাইছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
কথা বলতে ইচ্ছে করছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
শপিং করতে ইচ্ছে করছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
ব্যবসা করতে ইচ্ছে করছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
আজড়া দিতে মন চাইছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
আইডিয়া এসছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
গেইম খেলতে ইচ্ছে করছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
নতুন বন্ধু দরকার, ফেসবুকে লগইন করুন।
'৪ই ফেব্রুয়ারি একা কাটছে, ফেসবুকে লগইন করুন।
কিছু খেতে মন চাইছে, ফেসবুকে লগইন করুন।

সবকিছুই ফেসবুকে আছে! একটোবার শুধুমাত্র লগইন করেই
দেখুন!

আর আপনাকে বলার দরকার আছে বলেও মনে করছি না;
কারণ, আপনি অলরেডিই জানেন যে, জীবন মানে এখন
আর জী-বাংলা নয়, জীবন মানে এখন ফেসবুক!

ফেসবুক কেন 'দ্য কিং অফ সোশ্যাল মিডিয়া?'

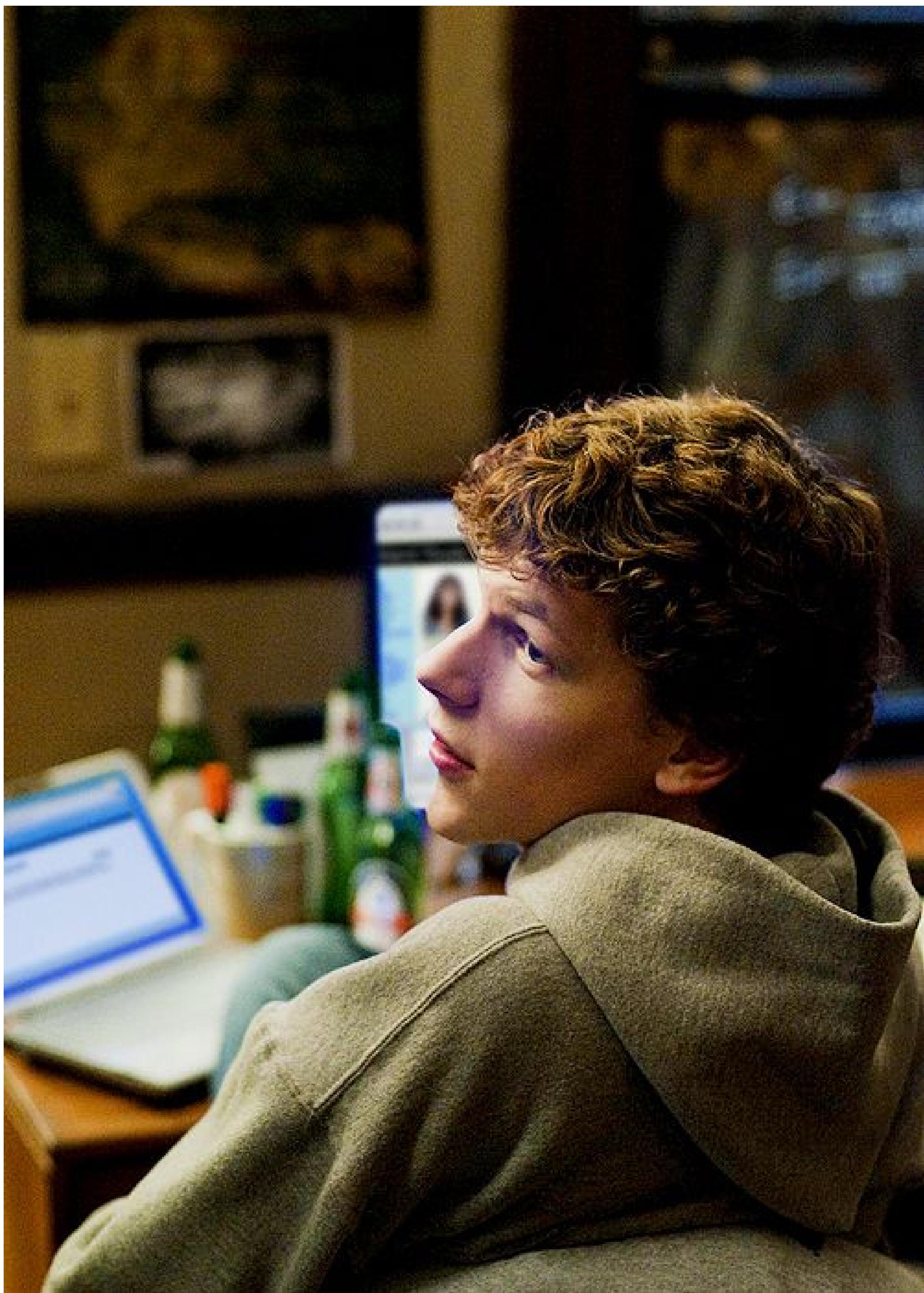
সালটা ২০০৩।

রাত ৮টা বেজে ১০ মিনিট। হার্ডডেক ইউনিভার্সিটি হলের
কার্কলয়ান্ড হাউসে, বাইরে থেকে দৌড়ে এসে একটা ছেলে
চুকলো।

ছেলেটার একটু আগেই ব্রেকআপ হয়ে গিয়েছে। পুরো
পৃথিবীতে শুধুমাত্র যে মেয়েটার সাথেই এই 'নার্ড' ছেলেটা
স্বাধীনভাবে কথাবার্তা বলতে পারতো; সেই মেয়েটাই একটু
আগে তার সাথে ব্রেকআপ করে চলে গেল!

ছেলেটা ঘরে চুকেই ল্যাপটপে তার পার্সোনাল ব্লগে লগইন
করলো এবং একহসাথে তার ডেস্কটপে একটা কোড
(প্রোগ্রামিং) অ্যাসেম্বলার অন করলো।

চেয়ার ছেড়ে গিয়ে একটা বিঘার নিয়ে আসলো। বিঘারে
চুমুক দিয়ে ছেলেটা ব্লগে তার ব্রেকআপ নিয়ে লিখতে শুরু
করলো এবং একহসাথে নতুন একটা আইডিয়া নিয়ে
কোডিং করতে শুরু করলো।



ভোর ৪টা বাজে ঘড়িতে। হার্ড ইউনিভার্সিটির সার্ভার মাত্র ৫ ঘন্টায় ২২ হাজারের বেশি মানুষ ব্যবহার করে ফেলায় সার্ভার ক্র্যাশ করে।

এই অঘটন ঘটানোর পর ছেলেটাকে হার্ড ইউনিভার্সিটি কর্তৃপক্ষ ছয় মাসের জন্য ইউনিভার্সিটি থেকে বরখাস্ত করে দেয়।

এই ছয় মাস ছেলেটার কাছে অনেক সুযোগ আসে। ছেলেটার কাছে বড় বড় কোম্পানি থেকে ছেলেটার প্রোগ্রাম, অ্যাপ্লিকেশন এবং ওয়েবসাইট কেনার অফার আসে।

এমনকি মাইক্রোসফটও ছেলেটার তৈরি করা একটা ছোট অ্যাপ্লিক্যাশন কিনতে চায়! ছেলেটা যদিও সেটা বিক্রি না করে সম্পূর্ণ বিনামূলেই ইন্টারনেটে আপলোড করে দেয়।

ছেলেটার কাছে মাইস্পেসের মতো একটা ওয়েবসাইট করার অফার আসে। এই ওয়েবসাইট সবচেয়ে বেশি চলার সম্ভাবনা রয়েছে, কারণ এই ওয়েবসাইটে অ্যাক্সেস করতে হলে ‘হার্ড ইউনিভার্সিটি’ এর ডোমেইন দিয়ে লগইন করতে হবে!

আৱ আমৱা সবাই জানি যে, পৃথিবীৰ সবচেয়ে মূল্যবান
ডোমেইনগুলোৱ মধ্যে হার্ড্যার্ড ডট ইডিইউ (Harvard.edu)
অন্যতম।

কিন্তু এই ওয়েবসাইটৈৰ আইডিয়াটা ছেলটোৱ কাছে একটা
ডেটিং ওয়েবসাইটৈৰ মতো মনে হলো।

ছেলটো সেই আইডিয়াৰ উপৱ ভিত্তি কৱে ২০০৪ সালে
নিজেৰ ডোম' রুমেই আৱেকটি উন্নত ওয়েবসাইট তৈরি কৱে
ফেললো।

এই ওয়েবসাইটটি তৈরি কৱা হয়েছে বন্ধুবান্ধব, আত্মীয়স্বজন
এবং কাছেৱ মানুষগুলোৱ মতো একই পাৰ্সোনালিটিৰ
মানুষগুলোকে খুঁজে বেৱ কৱাৰ জন্য।

স্ট্যাটিসটোৱ মতে, এই ওয়েবসাইটটিতে প্ৰত্যেকদিন প্ৰায় ৪০
কোটি মানুষ ভিজিট কৱে।

একটোবাৰ ভাবুন তো, পুৱো পৃথিবীৰ জনসংখ্যা ৭০০ কোটি।
যাৱ মধ্যে প্ৰত্যেকদিন ৪০ কোটি মানুষ ভিজিট কৱছে এই
ওয়েবসাইটে।

মজাৱ ব্যাপাৱ কি জানেন?

স্ট্যাটিসটাৰ আৱেকটি তথ্যমতে, এই ওয়েবসাইটিতে মোট
ইউজাৰেৰ সংখ্যা বৰ্তমানে প্ৰায় ১৮০ কোটিৰ বেশি। আৱ
ৱিসাৰ্চ কৰে দেখা গিয়েছে যে, যেভাবে এই ওয়েবসাইটিটি
প্ৰতিনিয়ত বৃদ্ধি পাচ্ছে; তাতে আগামী দশ বছৱে এই
ওয়েবসাইটেৰ মোট ইউজাৰেৰ সংখ্যা প্ৰায় ৬৯.৯% বাড়বে!

এই ওয়েবসাইটিকি, সেটা আপনাৱা ইতোমধ্যে হয়তো
বুফেই গিয়েছেন!

ফেসবুকেৰ শুলুৰ নামটা ছিল, দ্যা ফেসবুক। কিন্তু
ন্যামষ্টাৱেৰ প্ৰতিষ্ঠাতা শন পাৰ্কাৱেৰ মোটিভেশন
মোটিভেটেড হয়ে মাৰ্ক জাকাৱাৰ্গ ফেসবুকেৰ নাম থেকে
'দ্যা' কেটে দিয়েছিলেন।



আগেও বলেছি আবারো বলছি!

২০২৯ সালের ফেব্রুয়ারিতে স্ট্যাটিসটার তথ্যমতে,
ফেসবুকের মোট ইউজারের সংখ্যা বর্তমানে প্রায় ১৮০
কোটির বেশি।

আর রিসার্চ করে দেখা গিয়েছে যে, যেভাবে এই ওয়েবসাইটটি
প্রতিনিয়ত বাড়ছে; তাতে আগামী দশ বছরে ফেসবুকের
মোট ইউজারের সংখ্যা প্রায় ৬৯.৯% বাড়বে!

একটোবার ভেবে দেখুন, ফেসবুকে বর্তমানে ৭০০ কোটি
মানুষের মধ্যে ১৮০ কোটির বেশি মানুষ প্রতিনিয়ত ভিজিট
করছে।

এই ছোট পরিসংখ্যানটির দিকে ভালোভাবে চেয়ে দখলেই
বুঝতে পারবেন, আসলে আমি কি বোঝাতে চাইছি!

আমনি যা জানেন, তা লিখুন ফেসবুকে। আমনি যা পারেন,
তা জানান ফেসবুকে! আমনার পার্সোনালিটির
মানুষগুলোকে খুঁজে বের করুন ফেসবুক থেকেই। আমনার
যেকোনো ক্রিয়েটিভ কাজ মানুষকে জানাতে ফেসবুক
যথেষ্ট!

আমনার অর্থ আয় করা দরকার? ফেসবুক যথেষ্ট!

আমনার ক্ষমতা দরকার, আমনার সম্মান দরকার,
আমনার ফ্যান-ফ্লোয়ার দরকার, আমনার ভালোবাসা
দরকার; মোট কথা, আমনার যাই-ই প্রয়োজন সবকিছুই
কিন্তু ফেসবুকে সন্তুষ্ট।

আমরা তো এটা জানিই যে, ফেসবুক তার জন্ম (২০০৪
ইংরেজি) থেকেই প্রচুর পরিমান মানুষকে আকৃষ্ট করে
এসেছে এবং প্রতিনিয়ত আগ্রেড লাভার মতো
এক্সপোনেনশিয়ালি (দুঃখিত! এই শব্দের বাংলা মনে
আসছে না!) বৃদ্ধি পাচ্ছে এর সেবা এবং ফিচারের সংখ্যা!
একইসাথে ফেসবুকের ইউজারের সংখ্যা তো গুণ শেষ
করার মতো নয়!

তাই না?

বর্তমানে যতগুলো সোশ্যাল মিডিয়াই রয়েছে, তাদের মধ্যে
ফেসবুক সবচেয়ে শক্তিশালী এবং সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত
অ্যাপ।

স্ন্যাপচ্যাট, টুইটার এবং টাষ্বলারের মতো আরো অনেক
সোশ্যাল মিডিয়াই রয়েছে যেগুলো ফেসবুককে টক্কর দেয়ার
চেষ্টা করে এসেছে সবসময়েই। কিন্তু পারলো কোথায় তারা?

যেখানে পুরো মৃথিবীর মানুষ ভিডিও দেখার জন্য বা খেঁজার জন্য কিংবা কাউকে সাজেস্ট করার জন্য 'ইউটিউব' ব্যবহার করতো, সেখানে বর্তমানে ফেসবুক-ও ভিডিওর দিক থেকে ইউটিউব রাজ্যের দোরগোড়ায় দাঢ়িয়ে আছে।

ফেসবুকে বর্তমানে সবচেয়ে বেশি শেয়ার হওয়া কন্টেন্ট এখন, ভিডিও।

আর সবচেয়ে ভয়ংকর একটা সত্য জানেন কি?

গুগলের 'মজিলা' এর একটা তথ্যমতে, ফেসবুক আমাদের জীবনের সাথে এত ওতপ্রোতভাবে জড়িত হয়ে গিয়েছে যে, আমরা সেটা নেশার মতো প্রহণ করছি, প্রত্যেক মুহূর্তে।

মৃথিবীর এমন কোনো জায়গা নেই যেখানে ফেসবুক আমাদের ট্র্যাক করতে পারবে না।

তিতে হলেও এটা সত্য এবং ভয়ংকরও বটে!

ফেসবুক কোম্পানি যখনই মনে করে, নতুন কোনো একটা সোশ্যাল মিডিয়া তাদের সামনে থেটে হয়ে দাঢ়াতে পারে; তখনই তারা সেটাকে ক্রয় করে ফেলে।

আর এটাই ফেসবুকের 'ওপেন সিক্রেট স্ট্র্যাটেজি!'

যেমন, ফেসবুক কয়েক বছর আগে ইন্টার্নেট কে কিনে নেয়;
কারণ ইন্টার্নেট খুব দ্রুত গ্রো করছিল। শুধুমাত্র
ইন্টার্নেট নয়, ফেসবুকের আরো অনেকগুলো সোশ্যাল
মিডিয়া সিস্টেম কনসার্ন অ্যাপলিকেশন এবং ওয়েবসাইট
রয়েছে।

হোয়াটসঅ্যাম, ইন্টার্নেট, মেসেঞ্জার এদের মধ্যে অন্যতম।
এছাড়াও ফেসবুক, অকুলাসের মতো প্রযুক্তি দ্বারা
অগমন্তেড রিয়েলিটি এবং আর্টিফিশিয়াল
ইন্টেলিজেন্সেও পা বাঢ়িয়েছে।

এমনকি আমেরিকায় সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত দশটি সোশ্যাল
মিডিয়া প্রযুক্তির মধ্যে ফেসবুক কিনে নিয়েছে তিনটাই;
মেসেঞ্জার, ইন্টার্নেট এবং হোয়াটসঅ্যাম। ফেসবুক সরাসরি
স্বীকার না করলেও, ফেসবুকের কর্মকাণ্ডে বোঝাই যাচ্ছে যে,
ফেসবুকের মূল লক্ষ্য হচ্ছে ‘ফেসবুক ওয়াচ’ দিয়ে
ইউটিউবের স্থান নেয়া এবং ‘ফেসবুক স্টোরি’ দিয়ে
স্ন্যাপচ্যাটের স্থানে দাঁড়ানো।

ব্রাদার এন্ড সিস্টেরস, ফেসবুক কি তাহলে একাই রাজত্ব
করতে চাহিছে সোশ্যাল মিডিয়ার জগতে, ঠিক যেভাবে
গুগল ইন্টারনেটে জগতে একাই রাজত্ব করছে?
তেবে জানাবেন কিন্তু!

ওগলের অ্যাডস ফিচারটাৰ মতো ফেসবুকও অ্যাডস সেবা দিয়ে থাকে। ফেসবুকে বৰ্তমানে প্ৰায় ১৪ ধৰণের অ্যাডস দেয়া যায়। ফেসবুক কোম্পানি মূলত তাৰ আয়েৰ বেশিৱড়াগই পেয়ে থাকে এই অ্যাডস ফিচার থেকে।

তাহলে বুঝতেই পাৱছেন যে, ফেসবুকে আসলে কত মানুষ অ্যাডস দিয়ে থাকলে ফেসবুকেৱ ২০২০ সালেৱ মোট রেভিনিউ ছিল প্ৰায় ৮৬ বিলিয়ন আমেৱিকান ডলাৱ!

এই তথ্যগুলো কিন্তু আমি মুখস্থ কৱতে বলছি না। এই তথ্যগুলো পড়ে বহুটা রেখে চোখ বন্ধ কৰে ভাবুন।

পৱিসংখ্যান আমাদেৱ ভবিষ্যৎ বলে দেয় না, পৱিসংখ্যান যখন ইতিহাস হয় তখন সেটা আমাদেৱ ভবিষ্যৎ বলে দেয়। আৱ ইতিহাস তাদেৱই মনে রাখে, যাৱা ইতিহাস গড়ে। আৱ পৱিসংখ্যানই ইতিহাস গড়াৱ সৰ্বপ্রথম ধাপ!

ফেসবুকে আপনি সবকিছুই করতে পারবেন। সার্চ ইঞ্জিন থেকে শুরু করে ফোন বুক হিসেবেও ব্যবহার করা সম্ভব ফেসবুককে।

ফেসবুকে খবর, গেইমস, ভিডিও, অডিও, আর্টিকেল, নোটস, ইভেন্টস, কমিউনিটি, স্টোর, মার্কেটপ্লেস, সেলস এমনকি ইনকাম সোর্স হিসেবেও ব্যবহার করা সম্ভব।

বর্তমানে যতগুলো সোশ্যাল মিডিয়া আছে সেগুলোর মধ্যে যে ফিচারগুলো রয়েছে তার সবকিছুই আছে ফেসবুকে।

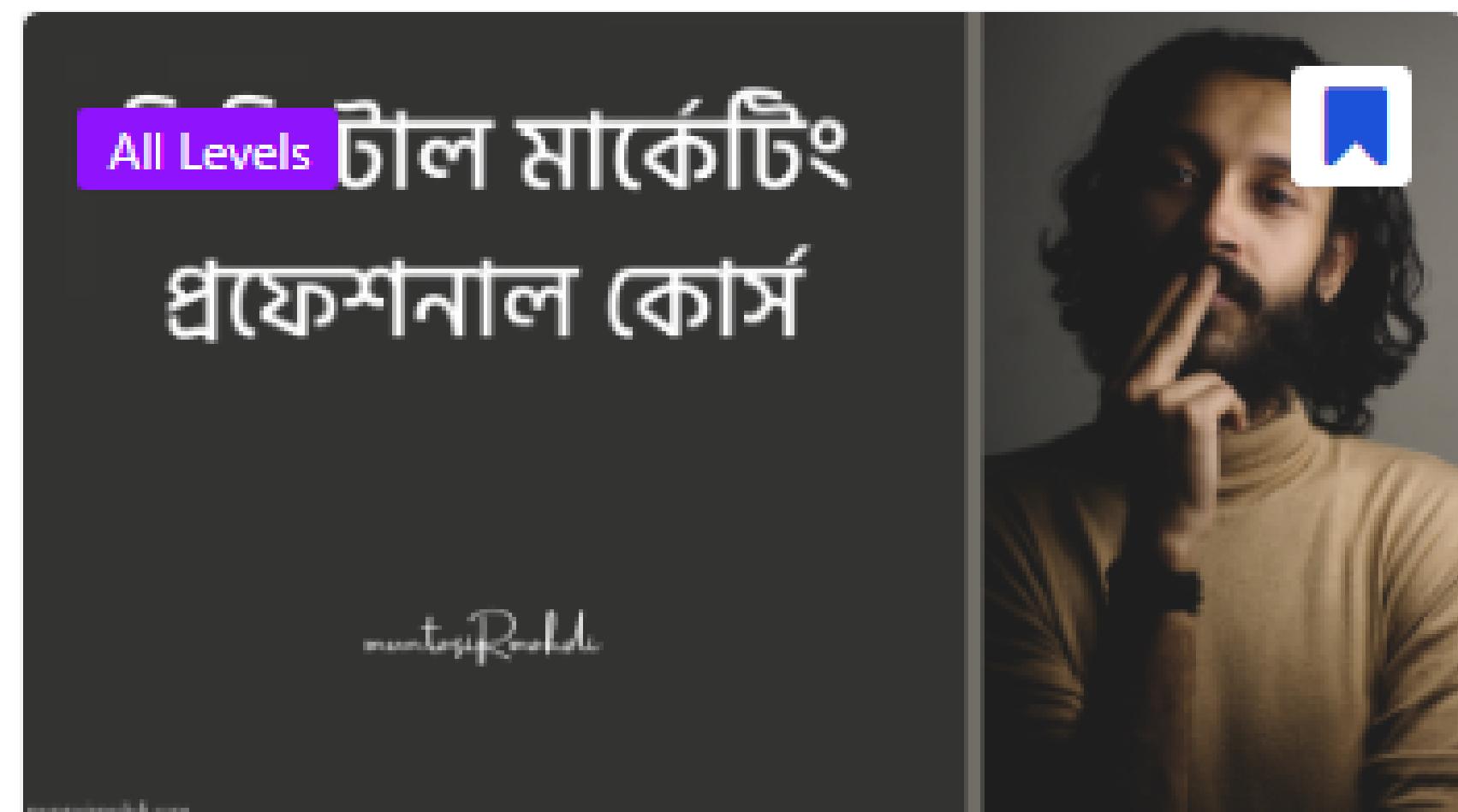
যদিও ফেসবুকের অনেক ধরণের তথ্য এবং প্রযুক্তি রিলেটেড স্ক্যানাল এবং ক্রিটিসিজম রয়েছে; তারপরেও ফেসবুক কিন্তু থেমে নেই!

ফেসবুকে প্রতি মুহূর্তেই কোটি কোটি মানুষ ভিজিট করছে। ফেসবুক অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর মতো নয়। ফেসবুকে এমন সব টুলস এবং প্রসেস রয়েছে যা সত্যিকার অর্থেই মানুষের মাঝে সম্পর্ক তৈরি করতে সাহায্য করছে।

যাই হোক!

একটা গল্প বলি, হ্যাঁ?

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT



এই এই আপনাকে ফসল
মার্কেটিংয়ের ওকোঁ বাতল
দেব; কিন্তু **পুরোটা** জানতে
চাইলে, **ডিজিটাল মার্কেটিং**
প্রফেশনাল কোর্সটি করে
ফলতে পৌছেন!

muntasifmahdi

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT

২০০৬ সালের অক্টোবরের ৬ তারিখ ফরচুন ম্যাগাজিনের একজন সিনিয়র এডিটর, ডেভিড কার্প্যাট্রিক মার্ক জাকারবার্গ সম্পর্কে আমাদের কিছু নতুন তথ্য দিয়েছিলেন একটা আর্টিকেলে।

কিন্তু তার লেখা সেই আর্টিকেলটি ‘কোনো এক কারণে’ তেমন একটা ভাইরাল হয় নি।

সেখানে তিনি বলেছিলেন,

“যখন আমি ফেসবুকের সিইও মার্ক জাকারবার্গকে বললাম যে, তিনি একজন ন্যাচারাল সিইও; তখন তিনি আমার কথায় ইনসাল্ট অনুভব করলেন।

২২ বছর বয়সী মার্ক আমার কথায় ইনসাল্ট অনুভব করেছিলেন কারন, তিনি নিজেকে ন্যাচারাল নয় বরঞ্চ ট্রেইনড সিইও হিসেবে ভাবতে পছন্দ করেন।

কিন্তু জাকারবার্গকে আমার কাছে স্ট্রেইট থিংকার মনে হয়েছে। তার কথা শুনেই আমি বুঝতে পেরেছিলাম যে, ফেসবুক শুধুমাত্র একটা সোশ্যাল মিডিয়া ওয়েবসাইট হিসেবে নিজেদের পরিচয় করাবে না ভবিষ্যতে।

তারা আরো অনেক গভীরে যেতে চাহিছে। জাকারবার্গের মতে, ব্যবসা শুধুমাত্র একটা চাকা ছাড়া আর কিছুই নয়। মার্ক পুরো পৃথিবীর স্বপ্ন বাস্তবায়ন করতে চেয়েছিল।”

বইটা এখন লিখছি, তখন ২০২৯ সালের জানুয়ারী মাস।

ফেসবুক শুধুমাত্র এখন একটা সোশ্যাল মিডিয়াই নয়, বরঞ্চ
এটা এখন আমাদের প্রতিদিনকার কঠিনের অংশ হয়ে
ঁড়িয়েছে।

এবার ভেবে দেখুন তো, ২০৫০ সালে কিংবা ৩০০০ সালে
অথবা ৩০৫০ সালে ফেসবুক কোথায় গিয়ে দাঢ়াবে!

ফেসবুকের কোম্পানি ওয়েবসাইটের অফিশিয়াল
'Company Info' পেইজে তাদের 'মিশন স্টেটমেন্ট' অংশে
কি লেখা রয়েছে জানেন?

“Give people the power to build community and
bring the world closer together.”



এখন আপনি আমাকে জিজ্ঞেস করতে পারেন, “মাহদী ভাই, আমি ফেসবুকের এই এক লাইনের মিশন স্টেটমেন্ট থেকে কি শিখতে পারি বা কেন এই স্টেটমেন্টটাকে আপনি গুরুত্ব দিচ্ছেন? কেন আপনি ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্টটা আমাদের পড়তে বলছেন?”

চলুন তাহলে দেখাই আপনাকে, কীভাবে ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট আমাদের নিজেদের মার্কেটিং বা ব্যবসায়িক জীবনে সাহায্য করবে?

ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট পড়ার পর আমরা এটা ভালোভাবেই বুঝতে পারছি যে, ফেসবুকের মূল লক্ষ্যই হচ্ছে মানুষকে আরো কাছে নিয়ে আসা।

ঠিক একই লক্ষ্যে বাংলাদেশে আরেকটা প্রোডাক্টের মার্কেটিং বেশ ভালোই এগচ্ছে!

আজ্জে হ্যায়! আপনি ঠিকই ধরেছেন!

“কাছে এসো; কাছে এসো, কাছে এসো না!”

ক্লোজআপ টুথপেস্ট!

ক্লোজআপের প্রত্যেকটা অ্যাডেই কিন্তু ‘কাছে এসো’ এই কথাটাকে (কাজঃ ক্রিয়া-VERB) বারবার উচ্চারণ করা হয়। আবার গ্রামীনফোনের অ্যাডে আমরা “চলো বঙ্গদূর” কথাটা শুনতে পাই!

‘কাছে এসো’, ‘চলো বহুদূর’ এবং ‘bring the world closer together’; এই তিনটিই কিন্তু আমাদের মাঝে দূরত্বের একটা মাপ বোঝায়।

একইসাথে এই ধরণের শব্দগুলো আমাদের মাঝে পুরো সিচুয়েশনটাকে ডিজুয়ালাইজ করতে সাহায্য করে এবং আমাদের শরীর ও মনে উত্তেজনা তৈরী করে; যা সেলস-এন্ড আরো বেশি মন্য বা সেবা বিক্রি করতে সাহায্য করে। এই ধরণের শব্দগুলোকে বলা হয়ে থাকে, ‘পাওয়ার সেলস ওয়ার্ড!’

এগুলোর মতো আরো অনেক পাওয়ার সেলস ওয়ার্ড রয়েছে, যা আপনি আপনার অ্যাডে কমিউনিটিংহাইয়ের সময় ব্যবহার করতে পারেন কিংবা সেলস কলেও আপনি কমিউনিকেশনসের সময় এই শব্দগুলো ব্যবহার করে আপনার কমিউনিকেশনটাকে আরো বেশি স্মরণীয় করে রাখতে পারেন।

সত্য কথা বলতে কি, এই বইটা লেখার সময় একইসাথে আমি সেলস রিলেটেড একটা বইও লিখছি। আমি একইসাথে দু-তিনটা বই লিখতে পছন্দ করি। জানি এই বিষয়টা বেশ অদ্ভুত কিন্তু কি আর করা...!

আপনি চাইলে আমার সেলস রিলেটেড বইগুলো সবার
আগে হাতে পাওয়ার জন্য আমার কমিউনিটিতে যুক্ত হয়ে
যেতে পারেন।

আমার ফেসবুক কমিউনিটি হচ্ছে, Muntasir's
Community -

<https://www.facebook.com/groups/muntasirmahdh>

ফেসবুকের মিশন বা লক্ষ্য, যে হিডেন সেলস স্ট্র্যাটেজি
অনুসরণ করছে সেটা আমরা আজকে থেকে আমাদের
নিজেদের মার্কেটিংয়ের কাজেও ব্যবহার করতে পারবো,
ঠিক না?

শুধুমাত্র ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্টই নয়, বরঞ্চ ফেসবুকের
নেয়া প্রতিটি পদক্ষেপ ফেসবুককে অন্যান্যদের থেকে আরো
অনেক উন্নত করে তুলছে।

ফেসবুক এমন একটা কোম্পানি, যার ওয়েবসাইট থেকেই
আপনি প্রচুর পরিমান ইন্পিরেশন পেয়ে যাবেন, প্রচুর
আইডিয়া পেয়ে যাবেন, অনেক ক্রিয়েটিভ উদ্যোগ নেয়ার
সাহস পাবেন।

ফেসবুকের সেবা এবং মন্যগুলো বর্তমানে প্রায় ৩০০ কোটির
বেশি মানুষকে পথ দেখাচ্ছে, নতুন সম্পর্ক তৈরি করতে
সাহায্য করছে এবং সব কাজে সবার মাঝে একতা নিয়ে
আসতে সাহায্য করছে।

ফেসবুকে তৈরী হওয়া কমিউনিটিগুলো ফেসবুকের সাপোর্ট সিষ্টেমের সাহায্যে প্রায় ৩০০ কোটি ডলারের বেশি ডোনেশন নিয়ে আসতে সক্ষম হয়েছে।

ফেসবুকের পেইজ এবং মার্কেটপ্লাসের মাধ্যমে প্রায় ২ কোটির বেশি নতুন ব্যবসা তৈরি হয়েছে। ফেসবুকের মেসেঞ্জার, ইন্টাগ্রাম এবং হোয়াটসঅ্যাপের মাধ্যমে প্রত্যেকদিন প্রায় ১০০ বিলিয়নের বেশি মেসেজ আদানপ্রদান হচ্ছে। ফেসবুকের স্টোরির মাধ্যমে প্রত্যেকদিন প্রায় ১০০ কোটির বেশি স্টোরি শেয়ার হচ্ছে।

ফেসবুক এখন আর ছোট্ট কোনো লক্ষ্য নিয়ে এগিছে না। আমাদের সামাজিক এবং অর্থনৈতিক উভয় ক্ষেত্রেই ফেসবুক এখন বড় ধরণের অবদান রাখছে এবং রাখবে!

অনেক তো কথা হলো! এখন আমার একটা প্রশ্নের উত্তর দিন!

ফেসবুক কেন 'দ্য কিং অফ সোশ্যাল মিডিয়া?'

ফেসবুক অ্যালগরিদম

ধরুন, আপনি আমাকে আপনার বাসায় দাওয়াত করলেন।
আমি আপনার দাওয়াতে সাড়া দিয়ে আপনার বাসার
কলিংবেল চাপলাম।

কলিংবেল চাপার সাথে সাথেই তো আর আপনার দরজা
খুলে দেয়া সম্ভব নয়, কিন্তু তারপরেও আমি ‘কোনো কারণ
ছাড়াই’ আরো সাতবার কলিংবেল চাপলাম। আপনি দৌড়ে
এসে রাগী চেহারায় দরজা খুলে দিলেন।

স্বাভাবিকভাবেই আপনি আমার উপর বিরক্ত।

কিন্তু আমি আপনার বিরক্তির তোয়াঙ্কা না করে, জুতো
পড়েই আপনার ঘরে চুকে গেলাম। দাওয়াত করে নিয়ে
এসেছেন বলে কিছু বলতেও পারছেন না আপনি আমাকে।
জুতো নিয়ে সরাসরি আপনার বেডরুমে চলে গেলাম।

আপনি আরো বিরক্ত হয়ে দৌড়ে আমার পিছু পিছু আসলেন
এবং চেহারায় একটা শুকনো হাসি ধরে রাখলেন যাতে আমি
বুঝতে না পারি যে, আপনি বিরক্ত।

বেডরুমে গিয়েই আপনার বিছানায় জুতো নিয়েই উঠে
গেলাম। বিছানায় উঠে আপনার বিছানার ঠিক মাঝখানে
ঁাড়িয়ে গেলাম জুতো পায়ে পড়েই।

এবার আৱ আপনি সহ্য কৱতে পাৱলেন না। চিংকার কৱে
উঠলেন আমাৱ দিকে তাকিয়ে। আমি চুপচাপ এসে
আপনাৱ সামনে দাঁড়ালাম।

আপনি আমাৱ দিকে তাকিয়ে বললেন, “ভাই, এটা
আমাদেৱ ঘৰেৱ নিয়মকানুন নয়। আমৰা এভাৱে ঘৰে
কোনো মেহমানকে জায়গা দিই না।”

এই কথা বলেই আপনি আমাকে ঘৰ থেকে বেৱ কৱে
দিলেন!

উপৱেৱ এই গল্পে আপনি আমাকে ঘৰ থেকে কেন বেৱ কৱে
দিয়েছেন? বা আপনি কেন আমাৱ দিকে তাকিয়ে গজ্জন
কৱে উঠেছিলেন?

কাৰন, আপনাৱ ঘৰে চুকে আমি আপনাৱ ঘৰেৱ
নিয়মকানুন বা ঝলস ভঙ্গ কৱেছি। ঠিক না?

ঠিক একইভাৱে, প্রত্যেকটা সোশ্যাল মিডিয়াৱ এমনকি
ফেসবুকেৱও নিজস্ব কিছু ঝলস বা নিয়মকানুন রয়েছে।
এইসব নিয়মকানুন অনুসৰণ কৱে যদি আপনি ফেসবুক
ব্যবহাৱ কৱতে পাৱেন তাহলে ফেসবুক আপনাকে
সবক্ষেত্ৰেই সাহায্য কৱবে!

কিন্তু যদি আপনি ফেসবুকের এই নিয়মকানুনগুলো
অনুসরণ করতে না পারেন, তাহলে ফেসবুক আপনাকে
তাদের ঘর থেকে বের করে দিতে বাধ্য হবে!
বোঝা গিয়েছে?

ফেসবুকের এই রুলস এন্ড রেগুলেশন্স অর্থাৎ
নিয়মকানুনগুলোকে বলা হয়ে থাকে ফেসবুক
অ্যালগরিদম। ফেসবুক তার অ্যালগরিদমের বাইরে কাউকে
তাদের সাহিটে জায়গা দেবে না।

আপনাকে যদি ফেসবুকে ব্যবসা করতে হয় কিংবা ফেসবুক
মার্কেটিং করতে হয় কিংবা ফেসবুকে একটা ছবি আপলোড
করতে হয় কিংবা মেসেঞ্জারে কাউকে একটা মেসেজ পাঠাতে
হয় কিংবা ফেসবুকে একটা মন্য বা সেবা বিক্রি করতে; মোট
কথা সবক্ষেত্রেই ফেসবুক অ্যালগরিদম মনে সবকিছু
করতে হবে।

ফেসবুক তার অ্যালগরিদম অনেকবার পরিবর্তন করেছে
এবং ভবিষ্যতেও করবে। আপনি যদি ফেসবুকে মার্কেটিং
করতে চান কিংবা ফেসবুকে ব্যবসা করতে চান অথবা
ফেসবুকে কোনো কমিউনিটি করতে চান তাহলে আপনার
ফেসবুক অ্যালগরিদমের আপডেট এবং সবধরণের
খবরাখবর সম্পর্কে জানা থাকা উচিত।

ফেসবুক সম্পর্কে সবধরণের তথ্য পেয়ে যাবেন এখানেঃ
<https://about.fb.com/>

ফেসবুক অ্যালগরিদম অনেক বিশাল একটা বিষয়। এখন পর্যন্ত অনেকবার ফেসবুক তার অ্যালগরিদম আংশিক এবং সার্বিকভাবে পরিবর্তন করেছে। প্রত্যেকবারেই ফেসবুক চেষ্টা করেছে তাদের ‘মিশন স্টেটমেন্ট’কে মাথায় রাখার।

ধরুন, আফজল সাহেব ছোটখাটো একজন ব্যক্তি। নিজের আত্মীয়স্বজন ছাড়া কেউ তাকে কেউ চেনে না। তার তেমন কোনো পরিচিতিও নেই জনসমাগমে।

এই অবস্থায় সে যদি গ্রামের চেয়ারম্যান পদে নির্বাচনে দাঁড়ায় তাহলে তার করা প্রমিস বা শপথ বা ওয়াদায় কতজন বিশ্বাস করবে?

খুবই অল্প, তাই না?

অন্যদিকে, সুমেল সাহেব গ্রামের বেশ গণ্যমান্য ব্যক্তি। তাকে গ্রামে চেনে না এমন কেউই নেই। একেবারে হাঁটিতে শেখা একটা বাচ্চা থেকে শুরু করে কয়েক শ' (!) বছর ধরে বেঁচে থাকা

গ্রামের মূরঘীরাও তাকে চেনে। এই অবস্থায় সে যদি নির্বাচনে দাঁড়ায় আফজল সাহেবের বিপরীতে, তাহলে কার জেতার সন্তান বেশি বলে আপনার মনে হয়? বা কার ওয়াদা বা প্রমিস কিংবা শপথে বিশ্বাস করার সন্তান বেশি?
অবশ্যই, সুমেল সাহেবের!

আচ্ছা, স্পাইডারম্যানকে তার আংকেল বেন একটা কথা
বলেছিল, সেটা মনে আছে আপনার?

হ্যাঁ হ্যাঁ!

সেই বিখ্যাত লাইনটি, “With great power comes
great responsibility.”

নির্বাচনের দুদিন পরেই সুমেল সাহেব এই লাইনটি ভুলে
গিয়েছেন। তিনি নির্বাচনী প্রচারণায় করা তার প্রত্যেকটা
শপথ ভুলে গিয়েছেন এবং যথারীতি তার শপথ উঙ্গ
করলেন।

গ্রামের মানুষগুলো সুমেল সাহেব শপথ উঙ্গ করায় তার
বিরুদ্ধে রখে দাঢ়িয়ে তাকে গ্রামের চেয়ারম্যান পদ থেকে
নামিয়ে দেয় এবং আফজল সাহেবকে গ্রামের চেয়ারম্যান
পদে নির্বাচিত করে!

মজার ব্যাপার হচ্ছে, আফজল সাহেবও ঠিক একইভাবে
ক্ষমতা হাতে পেয়েই শপথ ভুলে গিয়ে নিজের স্বার্থে পা
বাড়ানোর সিদ্ধান্ত নেয়। গ্রামের মানুষ তাকেও রাজত্ব থেকে
নামিয়ে দেয়।

এখন আপনার কাছে আমার প্রশ্ন হচ্ছে, “যখন গ্রামের
মানুষের কাছে আফজল সাহেব এবং সুমেল সাহেবের মাথা
কাটা যায়, তখন কার সবচেয়ে বেশি ক্ষতি হয়েছিল?”
এই প্রশ্নের উত্তর হচ্ছে, সুমেল সাহেবের!

কীভাবে?

সুমেল সাহেবকে গ্রামের মানুষ বেশি চিনতো। সুমেল সাহেব
গ্রামের গণমান্য ব্যক্তি ছিল। যখন সুমেল সাহেব তার শপথ
ডেঙ্গে ফেলে তখন তাকে আফজল সাহেবের চেয়ে বেশি
মানুষ চিনতো-জানতো বলে তার ক্ষতিটোও বেশি হয়েছিল।
মনে পড়েছে?

তো এই উদাহরণটা আমি কেন টেনে নিয়ে আসলাম?

শুধুমাত্র একটা পয়েন্ট বোঝানোর জন্য! আর সেটা হচ্ছে,
ফেসবুক এখন সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর কিং! ঠিক না?

এইসময় ফেসবুক যদি তার করা শপথ বা ওয়াদাগুলো উৎস
করে তাহলে ফেসবুক নিজেও জানে যে, ফেসবুকের আর
রক্ষে নেই!

কিন্তু কথা হচ্ছে, ফেসবুক শপথটা কী করলো?

ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্টের কথা মনে আছে?

“Give people the power to build community and bring the world closer together.”

আজ্জে হ্যাঁ! প্রত্যেকটা মানুষের লক্ষ্য তার সবকিছু হয়ে দাঢ়ায়। ঠিক একইভাবে প্রত্যেকটা কোম্পানির মিশন স্টেটমেন্ট তার শপথ হয়ে দাঢ়ায়।

মূল পয়েন্টটা হচ্ছে, ফেসবুক তার শপথ থেকে কখনো বাহিরে যেতে পারবে না। কারণ, ফেসবুক ইতোমধ্যে সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর মধ্যে প্রথমে অবস্থান করছে।

আপনাকে ফেসবুকের অ্যালগিরিদম বোঝারও প্রয়োজন নেই
যদি আপনি ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্টটা জানেন!

কেন?

কারণ ফেসবুক তার মিশন স্টেটমেন্টে স্পষ্টভাবে বলে
দিয়েছে যে, তারা আমাদের কাছে দুটো বিষয় ওয়াদা করছে।

প্রথমত, তারা সাধারণ মানুষকে একটা কমিউনিটি তৈরি
করার ক্ষমতা দেয়ার শপথ করেছে এবং দ্বিতীয়ত, তারা
আমাদের জন্য পুরো পৃথিবীটাকে আমাদের একেবারে কাছে
নিয়ে আসার শপথ করেছে।

ভালোভাবে খেয়াল করলে বুঝতে পারবেন,
ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট আমাদের বলছে যে, ফেসবুক
কোম্পানি মূলত গ্রুপস বা কমিউনিটি তৈরি করার দিকে
বেশি মনযোগী।

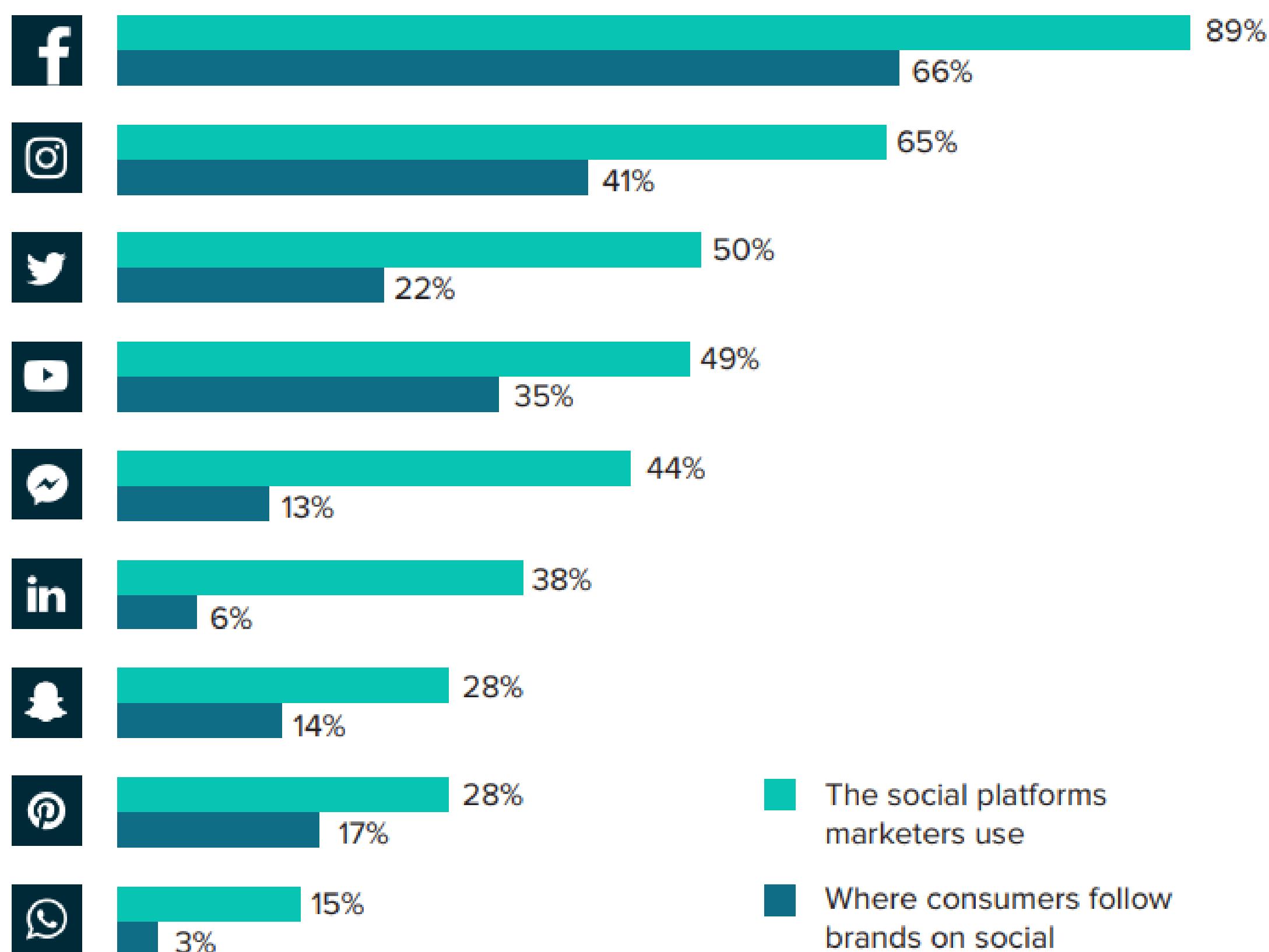
ফেসবুকের মূল লক্ষ্যই হচ্ছে, মানুষকে আরো কাছে নিয়ে
আসা। অর্থাৎ, একজন মানুষের সাথে অন্য মানুষের
সম্পর্ককে আরো গভীরে নিয়ে যাওয়াটাই ফেসবুকের মূল
লক্ষ্য।

যেহেতু ফেসবুকে ‘ফেসবুক গ্রুপ’ ফিচারটি আমাদের
কমিউনিটি বিল্ড করতে সাহায্য করে সেহেতু আমরা বুঝতে
পারছি যে, ফেসবুক মূলত গ্রুপের দিকেই সবচেয়ে বেশি
গুরুত্ব দিচ্ছে।

আর সেটা বোঝার জন্য আপনাকে রকেট সায়েন্টিস্ট হতে
হবে না। আপনি যদি ফেসবুকের অ্যালগরিদম সম্পর্কে
ধারণা রাখেন তাহলে আপনি ইতোমধ্যে জানেন যে,
ফেসবুক বর্তমানে কীভাবে এবং কোন কোন বিষয়ের দিকে
খেয়াল রেখে আপনাকে বা আপনার কন্টেন্টগুলোকে রিচ
বা গ্রোথ বা আরো বেশি অ্যাঙ্গেজমেন্ট নিয়ে আসতে
সাহায্য করছে।

যাই হোক, সামনে এগুনোর আগে একটা বিষয় বলে যাওয়া
জরুরী!

Social platform use: marketers vs. consumers



২০১৯ সালে স্প্রাউট সোশ্যাল একটি রিসার্চ করে। সেই
রিসার্চ দেখা গিয়েছে যে, এখন পর্যন্ত ফেসবুকই মার্কেটার
এবং কাস্টোমারদের জন্য সবার প্রথম পছন্দ।

আচ্ছা মাহদী ভাই, ফেসবুকের অ্যালগরিদম কেন ওরুত্তপূর্ণ
সেটাতো বুঝলাম।

কিন্তু ফেসবুকের অ্যালগরিদমটা আসলে কি? ফেসবুক
কোন রুলস এন্ড রেগুলেশনস্লো অনুসরণ করতে বলছে
আমাদের? কীভাবে আমাদের কন্টেন্টস্লো আরো বেশি
মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে ফেসবুকের অ্যালগরিদম সাহায্য
করছে?

আরে ভাই শ্বাস নিন, শ্বাস নিন! এত বড় প্রশ্ন কে করে?!
যাই হোক, একটু একটু করে বলছি! দ্যা নাহিট ইজ ষ্টিল
ইয়াং, ম্যান!

ফেসবুক অ্যালগরিদম কিন্তু চুপচাপ বসে নেই। প্রতিনিয়ত
ওপাশে বসে থাকা প্রোগ্রামার আৱ ইঙ্গিনিয়াৰো এই
অ্যালগরিদমকে আৱো ইউজার ফ্ৰেন্ডলি কৱাৰ চেষ্টা কৱে
যাচ্ছে।

ফেসবুকের অ্যালগরিদমের আল্টিমেট গোলটাই হচ্ছে,
ইউজার ফ্ৰেন্ডলি কৱা এবং ইউজার যেটা দেখতে চাইছে
ফেসবুকে তাৱ নিউজফিল্ড, সেটাই দেখানোৱ চেষ্টা কৱা।

অর্থাৎ আমি যদি এক কথায় বলি, ফেসবুক
অ্যালগরিদমের মূল লক্ষ্যই হচ্ছে ইউজার কখন, কোন
কন্টেন্ট দেখবে সেটা ঠিক কৱা বা রংকিং কৱা।

কিন্তু, সমস্যা হচ্ছে আমরা তো মানুষ। আমাদের ইচ্ছগুলোকে তো আর আমরা নিয়ন্ত্রণ করতে পারছি না।

তাই, হট করেই আমাদের ইচ্ছ-আশা-আকাঙ্ক্ষা পরিবর্তন হচ্ছে। যার ফলে আগে হয়তো আপনি আর্টিকেল টাইপের কন্টেন্ট আপনার নিউজফিডে দেখতে পছন্দ করতেন কিন্তু এখন হয়তো আপনি ভিডিও কন্টেন্টকে বেশি গুরুত্ব দিচ্ছন।

এখন আপনার নিউজফিডে তো আর অটোমেটিক্যালি আপনি চাইলেই সেটা হয়ে যাবে না, তাই না?

তাহলে এখন কি করার?!

এই সময়েই ফেসবুকের অ্যালগরিদম কাজে আসে!

ফেসবুকে আপনার নিউজফিডে আপনি যখন যে টাইপের কন্টেন্ট দেখতে চাচ্ছন সেটাই নিয়ে আসার জন্য ফেসবুক অ্যালগরিদমের কিছু র্যাংকিং পয়েন্ট আছে, যেটাকে বলা হয়ে র্যাংকিং সিগন্যাল বা র্যাংকিং ফ্যাক্টর।

এই র্যাংকিং সিগন্যালের উপর নির্ভর করেই ফেসবুক আপনার সামনে একটা কন্টেন্ট দেখায়।

যারা ফেসবুককে ব্যবহার করতে চাইছেন, যারা ফেসবুকে
মার্কেটিং বা ব্যবসা বা ফ্রিল্যান্সিং করতে চাইছেন;

তারা কিন্তু চাইলেই এই ফেসবুক অ্যালগরিদমের র্যাংকিং
সিগন্যালগ্রামে ব্যবহার করে তাদের কন্টেন্টগ্রামে
সেভাবে কাষ্টোমার বা ইউজারের সামনে তুলে ধরতে পারেন!

আমি সালের হিসেব ধরে ধরে আপনাদের বোঝানোর চেষ্টা
করবো, কীভাবে ফেসবুক অ্যালগরিদম পরিবর্তন হচ্ছে এবং
ফেসবুক আরো বেশি 'হিউমেইন - Humane' হওয়ার চেষ্টা
করছে!

২০০৩ থেকে ২০০৯ সাল পর্যন্তঃ

- ফেসবুকের নিউজফিড অপশনের সাথে আমরা
পরিচিত হলাম ২০০৬ সাল।
- ২০০৭ সালে প্রথমবারের মতো লাইক বাটনটি যুক্ত হয়
ফেসবুকে।
- ২০০৯ সালে ফেসবুকের অ্যালগরিদম অনুসারে, যে
পোস্টে বেশি লাইক হতো সেই পোস্টটাই সামনে চলে
আসতো! তখন লাইকের ড্যালুটাও ছিল বেশি!

২০১০ থেকে ২০১৫ সাল পর্যন্তঃ

- ২০১৫ এর মূর্ব পর্যন্ত ফেসবুক তাদের অ্যালগরিদম নিয়ে গবেষণা করার প্রচুর পরিমাণ ডেটা পেয়ে যায়। যার ফলে তারা ২০১০ থেকে ২০১৪ পর্যন্ত গবেষণা করে তাদের অ্যালগরিদম নিয়ে এবং কোন টাইপের কন্টেন্টকে প্রথমে স্থান কীভাবে দেয়া হবে সেই র্যাংকিং স্ট্র্যাটেজি নিয়ে।
- ২০১৫ সালে ফেসবুক প্রথমবারের মতো তাদের অ্যালগরিদমে বেশ বড়সড় পরিবর্তন নিয়ে আসে। ফেসবুকের অ্যালগরিদম তখন সেইসব পেইজ এবং প্রোফাইলকে র্যাংকে নিচে নামিয়ে দিতো যেসব পেইজে বা প্রোফাইলে খুব বেশি ‘প্রমোশনাল টাইপ’ কন্টেন্ট দেখা যেতো।
- ২০১৫ সালেই প্রথম ‘সি ফাস্ট’ ফিচারটি আসে। যার ফলে একজন ইউজার এখন তার নিজস্ব অ্যালগরিদম পরিবর্তন করতে পারবে।

২০১৬ সালঃ

- এই বছরে ফেসবুক নিয়ে আসে ‘টাইম স্পেন্ট’ র্যাংকিং সিগন্যাল বা র্যাংকিং ফ্যাক্টুর। অর্থাৎ, কোনো ইউজার যদি আপনার পোষ্টে লাইক/কমেন্ট/শেয়ার না-ও করে কিন্তু আপনার পোষ্টটি সে যতবার মড়বে বা দেখবে বা যতবার পোষ্টের সাথে তার ইন্টারেকশন হবে তত বেশি সেই কন্টেন্টটি মানুষের সামনে আবে।

- একটা মজার কথা বলি?

এই কারণেই ২০১৬ সালের দিকে পঁচুর পরিমাণ লেখকের আবিভাব ঘটে ফেসবুকে। কারণ ফেসবুকের অ্যালগরিদম তখন লাইক-কমেন্টের দিকে নয় বরঞ্চ যত বেশি একটা কন্টেন্টের সাথে 'টাইম স্পেন্ট' করা যাবে তত বেশি সেই কন্টেন্টকে রিচ এনে দেবে।

যার ফলে পঁচুর পরিমাণ মানুষ এটাকে একটু রিভার্স করে লম্বা লম্বা গল্প এবং উপন্যাস লিখতো। যার ফলে সেই লম্বা গল্প পড়ার জন্য সেই পোষ্টে বেশিক্ষণ 'টাইম স্পেন্ট' করতে হতো। আর বেশিক্ষণ 'টাইম স্পেন্ট' মানে বেশিবার মানুষের সামনে যাওয়া। আর যত বেশি এই গল্প মানুষের সামনে যাবে তত বেশি মানুষ এটাকে লাইক/কমেন্ট/শেয়ার করবে!

সিম্পল, রাইট?!

- প্রথমবারের মতো 'লাইক' নিয়ে আসে ফেসবুক, আর মানুষ ভুমভি খেয়ে পড়ে। বর্তমানের (২০১৯) থেকে ২০১৬ সালে লাইকে প্রায় তিনগুণ বেশি ভিড় হতো।

২০১৭ সালঃ

- এই বছর ফেসবুক আমাদের সাথে অর্থাৎ ইউজারের সাথে ইমোশনালি কানেক্টে হওয়ার প্ল্যান করো। আর তাই নিয়ে আসে নতুন ছয়টি ইমোটিক রিয়েকশন বাটন।



- এই বছর ভিডিও কন্টেন্টেও আরো কিছু নতুন নিয়ম যোগ হয়। যে ভিডিওগুলো মানুষ একেবারে শেষ পর্যন্ত দেখবে সেটা ভালো র্যাংক থাকবে অর্থাৎ আরো বেশি মানুষ সেটা দেখতে পাবে।

২০১৮ সালঃ

- এই বছরের জানুয়ারীতে ফেসবুক ঘোষনা করে যে, ফেসবুক এখন শুধুমাত্র সেইসব পোস্ট এবং কন্টেন্টকে সবচেয়ে বেশি র্যাংক করাবে বা রিচ দেবে বা গুরুত্ব দেবে যেসব পোস্ট মানুষ কমেন্ট করতে পছন্দ করবে। যেসব পোস্ট বেশি শেয়ার হয়ে থাকে।

এই সম্পর্কে আরো তথ্য পাবেন এখানেঃ

<https://about.fb.com/news/2018/01/news-feed-fyi-bringing-people-closer-together/>

- ফেসবুকের এই পরিবর্তনের কারণ ছিল, মানুষের সময়কে সম্মান জানানো। অর্থাৎ, একটা মানুষ যাতে ফেসবুকে বসে তার কোয়ালিটি টাইম কাটাতে পারে। একইসাথে ইউজাররা যেন আরো বেশি সময় ফেসবুকে কাটাতে পারে সেটাও এই পরিবর্তনের একটি কারণ। ভট্ট করে এই পরিবর্তনের আরেকটি বড় কারণ হচ্ছে, ইউজারের মানসিক অবস্থা এবং সামাজিক অবস্থাকে গুরুত্ব দেয়।
- এই বছরটাতে যারা ব্যবসা এবং ব্র্যান্ড নিয়ে ফেসবুকে এসেছিল, তারা এই পরিবর্তনকে অনেক বেশি ঘৃণা করেছিল। কারণ, বন্ধুবান্ধব এবং আত্মীয়স্বজনের পোষ্টের সংখ্যা নিউজফিডে তখন বেশি দেখাচ্ছিল। ফেসবুকের অ্যালগরিদম তখন কাছের মানুষদেরকে ভিন্ন ভিন্ন ব্র্যান্ড এবং ব্যবসা থেকে বেশি গুরুত্ব দিয়েছিল। যার ফলে ব্র্যান্ড এবং ব্যবসাগুলো ডালো এবং উন্নতমানের কন্টেন্ট তৈরি করেও অর্গানিকভাবে রিচ নিয়ে আসতে পারছিল না।
- যার ফলে ব্র্যান্ডগুলোকে অর্গানিকভাবে রিচ নিয়ে আসার জন্য আরো হাই ড্যালু অ্যাংগেজমেন্টের দিকে চোখ রাখতে হতো। যেমন, লাইক, কমেন্ট, শেয়ার, কমেন্টের রিপ্লাই, লিংক টেক্সটের মাধ্যমে শেয়ার করা ইত্যাদি!

২০১৯ সালঃ

- এই বছরে ভিডিও কন্টেন্টের দিকে ফেসবুকের মনোযোগ বৃদ্ধি পায়। ফেসবুক 'হাই কোয়ালিটি, অরিজিনাল ভিডিও' এর দিকে ওরুত্ত দেয়। অর্থাৎ, ভিডিও যদি অরিজিনাল অর্থাৎ আপনার নিজের এবং হাই কোয়ালিটির হয়ে থাকে তাহলে সেই ভিডিওতে রিচ বেশি আসার সম্ভাবনা রয়েছে।
- যে ভিডিওগুলো ইউজাররা কমপক্ষে ৯ থেকে ৩ মিনিট ধরে দেখেছে সেই ভিডিওগুলোকে র্যাংকে সামনে ঠেলে দেয় ফেসবুক।
- যেসব বন্ধুদের সাথে ইউজাররা বেশি চ্যাট করতো সেই ইউজারদের পোষ্টগুলো তারা বেশি দেখতো। একইসাথে যেসব ইউজারদের সাথে সবচেয়ে বেশি অ্যান্সেজ হতো তাদের পোষ্টগুলোকে ফেসবুক ওরুত্ত দিয়ে র্যাংকে সামনে নিয়ে আসতো।
- ট্যাগ করলেও সেই পোষ্টকে ফেসবুক সামনে ঠেলে দিতো ২০১৯ সালের অ্যালগরিদম অনুসারে। এই সময়েই কিন্তু অতিরিক্ত ট্যাগিং করার ট্রেন্ড শুরু হয় এবং ট্যাগিং নিয়ে মিম তৈরি হওয়া শুরু হয়।



- এই সময়টায় ফেসবুক 'ক্লোজ ফ্রেন্ডের' পোষ্টগুলো
নিউজফিল্ডে র্যাংকে নিয়ে আসতে শুরু করে।

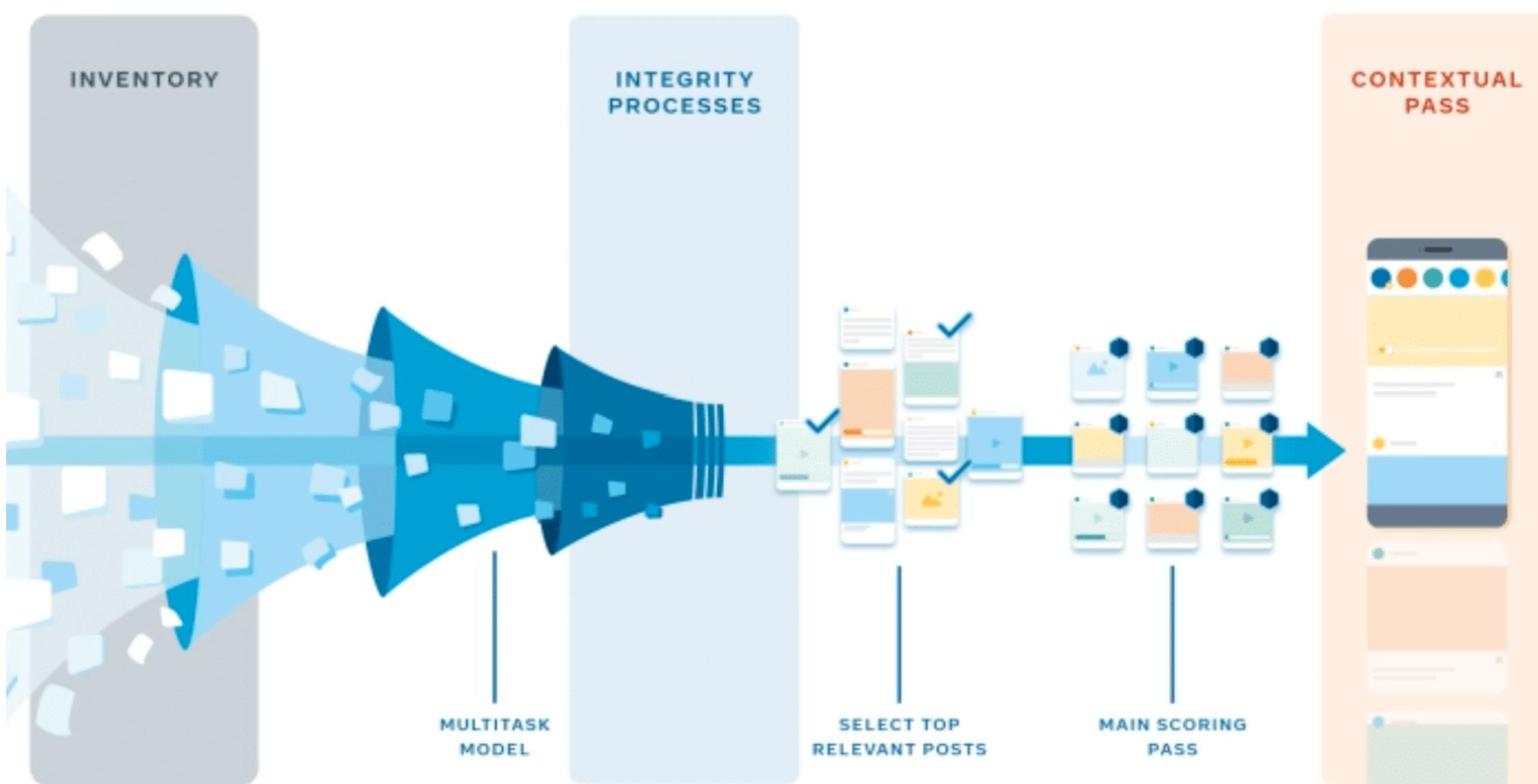
২০২০ সালঃ

- ফেসবুক 'ডেটা লিক ইস্যু'তে ভোগায় এই বছরে তারা
ইউজারের ডেটার সম্পূর্ণ সিকিউরিটি দেয়ার নিশ্চয়তা
দেয়।
- ২০২০ সাল ফেসবুকের পুরোটাই কাটে ইউজারের
ডেটার প্রাইভেসি এবং সিকিউরিটি দেয়া নিয়ে। তারা
তাদের অ্যালগরিদমকে ইউজারের বোক্সার জন্য আরো
ওপেন এবং ফ্রেন্ডলি করার চেষ্টা করে।

২০২৯ সালের জানুয়ারী মাসে ফেসবুক তাদের নতুন
অ্যালগরিদমের আপডেট নিয়ে আসে এবং সেটা ঘোষনা
করে!

মজার ব্যাপার হচ্ছে, ২০২৯ সালে ফেসবুক শুধুমাত্র
র্যাংকিংয়ের জন্যেই অ্যালগরিদমে আপডেট নিয়ে আসে নি
বরঞ্চ ফেসবুক তাদের অ্যালগরিদমের মেকানিজমের
পরিবর্তন নিয়ে আসে।

অর্থাৎ, ফেসবুক অ্যালগরিদম এখন আর আগের
মেকলানিজমে কাজ করবে না। ২০২৯ সালে ফেসবুক
অ্যালগরিদম কাজ করা শুরু করেছে সম্পূর্ণ নতুন
পদ্ধতিতে।



প্রথম ধাপে ফেসবুক একজন ইউজারের নেটওয়ার্কে থাকা (ইনভেন্টরি) সবগুলো পোষ্টকে গ্রাব করে এবং সেগুলোকে তাদের মূর্ব নির্ধারিত র্যাঙ্কিং ফ্যাক্টুর অনুসারে প্রথম, দ্বিতীয়, তৃতীয়... অবস্থানে নিয়ে আসে।

দ্বিতীয় ধাপে একজন ইউজারের আগের বিহেড়িয়ারের উপর নির্ভর করে ফেসবুক সেই ইউজারের সামনে কন্টেন্ট দেখায়। এক্ষেত্রে ফেসবুক সেইসব কন্টেন্টগুলোকে নিচে নামিয়ে দেয় যেগুলোতে ইউজার ক্লিকবেইট অথবা স্প্যাম অথবা অন্য কোনো রিপোর্ট করে থাকে।

তৃতীয় ধাপে ফেসবুক বাকি কন্টেন্টগুলোর উপর একটি শক্তিশালী নিউরাল নেটওয়ার্ক প্রোগ্রাম রান করায়। যার ফলে আরো পার্সোনালাইজড ওয়েভেতে একজন ইউজার বাকি কন্টেন্টগুলো দেখতে পায়।

এই পার্সোনালাইজড সিস্টেমটা কাজ করে এভাবে,

ধরন ফেসবুক আপনার অ্যাকচিভিটি লগ থেকে ট্র্যাক করে দখলো যে, আপনি শুধুমাত্র দু টাইপের ছবিতে রিয়েল্ট করে থাকেন। এক টাইপের ছবি হচ্ছে মানুষের চেহারা এবং আরেক টাইপের ছবি হচ্ছে প্রকৃতি। এছাড়া অন্যসব ছবিতে হয়তো আপনি রিয়েল্ট করেন না বা কম করে থাকেন।

তাহলে ফেসবুক র্যাংকে ভালো অবস্থানে রাখবে সেইসব কন্টেন্টগুলোকে, যেগুলোতে আপনি রিয়েল্ট করার সম্ভাবনা রয়েছে। আর সেই কন্টেন্টগুলো হচ্ছে, মানুষের চেহারা আর প্রকৃতির ছবি।

চতুর্থ ধাপে ফেসবুক ক্রস সেকশন মিডিয়া প্রোগ্রাম রান করায়। যার ফলে একজন ইউজারের পছন্দমতো বিভিন্ন ধরণের কন্টেন্ট দিয়ে সেই ইউজারের নিউজফিড তৈরি করা হয়।

উপরের এই চারটা ধাপ অনুসরণ করেই ফেসবুকের অ্যালগরিদম কাজ করে!

কিন্তু প্রশ্ন হচ্ছে, “আমি কীভাবে আমার কন্টেন্টটাকে ফেসবুকে আরো সামনে নিয়ে যাবো? আরো বেশি মানুষের কাছে পৌঁছে দেবো? কীভাবে?”

যদিও ফেসবুক বলে থাকে যে, তারা নাকি হাজারের বেশি
র্যাংকিং ফ্যাক্টুর ব্যবহার করে একটা কন্টেন্টকে ভালো
অবস্থানে র্যাংক করায়। কিন্তু এতগুলো স্পষ্টভাবে কোথাও
লেখা নেই!

তবে এমন চারটা র্যাংকিং সিগন্যাল বা র্যাংকিং ফ্যাক্টুর
রয়েছে, যেগুলোর কথা ফেসবুক বারবার উচ্চারণ করেছে!
যেগুলো ব্যবহার করে আপনি আপনার কন্টেন্টকে সামনে
র্যাংক করাতে সহজ হতে পারেন,

- **রিলেশনশিপসঃ** ইউজারের সাথে কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের
সম্পর্ক কি?! কন্টেন্ট ক্রিয়েটর কোনো প্রোফাইল নাকি
পেইজ নাকি গ্রুপ? কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের সাথে ইউজার
কোনভাবে অ্যাঙ্গেজমেন্ট (মেসেজ, কমেন্ট, রিপ্লাই,
ট্যাগ, ফ্রেন্ড, মিউচুয়াল ফ্রেন্ড ইত্যাদি) করে?
- **কন্টেন্ট টাইপসঃ** কোন টাইপের কন্টেন্টের সাথে ইউজার
অতীতে বেশি অ্যাঙ্গেজ করেছে? কোন টাইপের
কন্টেন্ট? কোন টাইপের কন্টেন্টের সাথে ইউজার
সবসময়েই বেশি অ্যাংগেজ করে?
- **পম্পুলারিটিঃ** যারা ইউজারের কন্টেন্টের সাথে অ্যাঙ্গেজ
করছে, তারা সেটা কীভাবে করছে? শেয়ার করছে নাকি
কমেন্ট করছে নাকি লাইক করছে নাকি রিপ্লাই করছে
নাকি ট্যাগ করছে কাউকে নাকি কাউকে মেসেজ
পাঠাচ্ছে?
- **রিসেম্ভিঃ** পোষ্টটা কতটা নতুন? কখন করা হয়েছে?

এই চারটা বিষয়ের দিকে গুরুত্ব দিয়েই ফেসবুক বর্তমানে
একটা পোষ্ট বা কন্টেন্টকে আপনার অর্থাৎ একজন
ইউজারের সামনে দেখাচ্ছে এবং র্যাংক করছে।

আচ্ছা, সবই তো বুঝলাম। কিন্তু, আমি এখন এই নতুন
অ্যালগরিদমটাকে হাল্ডেন্ড পার্সেন্ট কাজে লাগাবো কীভাবে?
কীভাবে এখন ফেসবুকে অ্যাকচিভ থাকলে আমার পোষ্ট
আরো বেশি মানুষ দেখতে পাবে?

এই কয়েকটা বিষয় মাথায় রেখে ফেসবুকে অ্যাকচিভ
থাকলে আপনার কন্টেন্ট আরো বেশি মানুষের কাছে
পৌঁছাবে,

- আপনার অডিয়েন্সের কমেন্টের রিপ্লাই দিন।
- অডিয়েন্সের আরো মানুষকে মেনশন করতে বলুন
পোষ্টে। রিপ্লাইয়ে ইন্টারেকশন বৃদ্ধি করার চেষ্টা করুন।
- যত বেশি সম্ভব ‘লাইক’ রিয়েক্টে ছাড়া অন্য যেকোনো
রিয়েক্টে নিয়ে আসার চেষ্টা করবেন। ইটি সিরিয়াসলি
ম্যাটারস!
- আপনার সবচেয়ে বেশি অডিয়েন্স এখন অনলাইনে
থাকে তখন পোষ্ট করার ট্রাই করুন। তবে কন্টেন্টের
টাইমিংয়ের দিকেও মনোযোগ রাখবেন। অর্থাৎ, কখন
এবং কয়টায় পোষ্ট করছেন সেটাও কিন্তু গুরুত্বপূর্ণ।

- ফেসবুকের স্টোরি কিন্তু ফেসবুকের নিউজফিড অ্যালগরিদমের মধ্যে পড়ে না। আজ্ঞে হ্যাঁ, এটা অনেকেই জানেন না। আর এজনেই ফেসবুকের নিউজফিডে থাকা ছবিতে যে পরিমাণ রিচ হয়, একই ছবি স্টোরিতে আপলোড করলে তার থেকে বেশি রিচ হয়।
- ফেসবুকে নিজের একটা কমিউনিটি বা গ্রুপ তৈরি করার চেষ্টা করুন।
- ফেসবুকের লাইভ ফিচারটি ব্যবহার করার চেষ্টা করুন।
- যত বেশি ইউজার আপনার কন্টেন্টকে ফেভারিটে রাখবে তত বেশি আপনার কন্টেন্টের রিচ বাঢ়বে। এটা পেইজ, প্রোফাইল এবং গ্রুপের ক্ষেত্রেও প্রযোজ্য।
- লস্বা ভিডিও তৈরি করুন।
- যত কম সম্ভব হয় লিংক ব্যবহার করুন।
- ক্লিকবেইটি কিংবা স্প্যামিং করবেন না। কোথাও নয়! কখনোই নয়!
- যে টাইপের কন্টেন্ট বেশি পছন্দ করবেন বা যে টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করতে পারবেন, সেটাই তৈরি করুন এবং আপলোড করুন।
- যত বেশি সম্ভব হয় কন্টেন্ট তৈরি করার চেষ্টা করুন। আমাদের প্রত্যেকের একটা ঝুল ধারণা রয়েছে। আর সেটা হচ্ছে, আমরা যখন শুরু করি তখন বেশি কন্টেন্ট আপলোড করি আর যখন আমরা ব্র্যান্ড হয়ে যাই বা বেশি ফ্যান ফলোয়ার হয়ে যায় আমাদের তখন আমরা কন্টেন্টের সংখ্যা কমিয়ে দিই। এটা করা উচিত নয়।

- মনে রাখবেন, লাইকের চেয়ে কম্পিউটার গুরুত্ব বেশি ফেসবুকের কাছে। সেই কম্পিউটার রিপ্লাইয়ের গুরুত্ব আরো বেশি! আর এগুলো থেকে শেয়ারের গুরুত্ব আরো বেশি। টাইমলাইন থেকে শেয়ারের চেয়ে মেসেজে পার্সোনালি টেক্সট করে কন্টেন্ট শেয়ার করার গুরুত্ব সবচেয়ে বেশি।
- ছবি আপলোড করুন বেশি বেশি! কারণ, আর্টিকেল টাইপের কন্টেন্টের চেয়ে ছবির অর্গানিক রিচ বেশি। আবার ছবির চেয়ে ভিডিও কন্টেন্টের অর্গানিক রিচ আরো বেশি।
- ফেসবুকে টাকা খরচ করবেন তো, ফেসবুকও আপনাকে সাহায্য করবে।

ফেসবুকে আপনি যদি একজন ইউজার হিসেবে ভিজিট করবেন, তাহলে আপনার ফেসবুকের অ্যালগরিদম বুঝতেই হবে, এমনটা নয়। তবে আপনি যদি ফেসবুক অ্যালগরিদম কীভাবে কাজ করে আর কিভাবে কন্টেন্ট র্যাংক করে সেটা বুঝে যান, তাহলে অন্তত একটা উপকার তো হবেই!

অন্তত, কখনো কখনো আজডার ছলে বুক ফুলিয়ে ফেসবুক নিয়ে আধঘন্টা স্পিচ তো দিতেই পারবেন।

তাই না?

আৱ যদি আপনি একজন ব্যবসায়ী হয়ে থাকেন যাৱ
ফেসবুকে বিজনেস রয়েছে কিংবা আপনি যদি একজন
চাকৰিজীবী হয়ে থাকেন, যিনি ফেসবুকে কোনো একটা
পেইজে বা গ্রুপে কাজ কৱছেন অথবা আপনি যদি একজন
ফ্রিল্যান্সার হয়ে থাকেন, যিনি ফেসবুক থেকে ফ্রিল্যান্সিং
কৱে আয় কৱছেন; তাহলে আপনার জন্য ফেসবুক
অ্যালগরিদমটা বোৰা জৰুৰি।

আবাৰো বলছি! উপৰেৱ তথ্যগুলো মুখস্থ কৱাৱ জন্য বলি
নি আমি! আমি ভালোভাবে বোৰাৰ চষ্টা কৱতে বলছি।

আপনি যদি নাই-ই জানেন যে, কীভাবে ফেসবুক কাজ কৱে
কিংবা কীভাবে ফেসবুক একটা কন্টেন্টকে রংঘন্ট কৱায়
অথবা কীভাবে ফেসবুক আপনাকে আৱো বেশি মানুষেৰ
কাছে পৌঁছে দিতে সক্ষম; তাহলে আপনার পক্ষে ফেসবুকে
কন্টেন্ট ক্ৰিয়েট কৱে টিকে থাকাটা একটু বেশি কষ্টকৱ
হয়ে যাবে।

ফেসবুকেৰ এই নিয়মকানুনগুলো মেনে চললে দিনশেষে
লাভটা তো আমাদেৱই, তাই না?

তাই, স্প্যামিং আৱ ফেসবুকে কাউকে বুলি না কৱে;
আমাদেৱ উচিত ফেসবুকেৰ অ্যালগরিদম মেনে
ফেসবুকটাকে ভালো কাজে ব্যবহাৰ কৱা!

ফেসবুকের ব্যাসিক ফিচারস

একটু আগেই তো ফেসবুকের অনেক গুনগান করছিলাম, তাই না?

জানেন, ফেসবুকের সেরা হওয়ার পথে আরেকটা বড় কারণ হচ্ছে, ফেসবুক শুধুমাত্র একটা সোশ্যাল মিডিয়াই নয়; ফেসবুক অনেক কিছুর মিলনে তৈরী একটা ‘সুপার’ আইডিয়া!

ফেসবুকে আপনি অনেক কিছু দেখতে পাবেন! ফেসবুককে যদি ভাঙা যেতো, তাহলে ফেসবুকের ইন্টার্নাল ফিচারসগুলো দিয়েই প্রায় বিশটির বেশি নতুন স্টোর্টআপ তৈরি করা সম্ভব হতো।

চলুন, ফেসবুকের আরেকটু ভেতরে যাওয়া যাক!

আমার ট্রেইনিং ইন্ট্রিচিউশন, অপ্টিমাইজার থেকে আমরা প্রত্যেক বছরেই ফিজিক্যালি এবং ভার্চুয়ালি তিন-চারটা সেমিনার করে থাকি। আমাদের সেমিনারগুলো অন্যান্য সেমিনারগুলোর মতো নয়।

যেখানে অন্যান্য সেমিনারে আপনি 'অডিয়েন্ট' হিসেবে প্রশ্ন করার চান্দা খুবই কম পাবেন, সেখানে আমাদের সেমিনার, প্রায় মুরোটাই প্রশ্নোত্তর মৰ্বা অর্থাৎ, আমাদের ৫ ঘন্টার সেমিনারে প্রশ্নোত্তর মৰ্বই থাকে ৩ ঘন্টা!

যাই হোক, অস্টিমাইজারের এক সেমিনারে অনেক ব্যবসায়ী ব্যক্তিবর্গ এসেছিলেন। অনেক নতুন উদ্যোগাও ছিল।

আমি সেমিনার শেষে যখন প্রশ্নগুলোর দিকে তাকাই, তখন প্রায় অবাক হয়ে যাই এটা দেখে যে; বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই যারা ফেসবুকে ১ বছরের বেশি ব্যবসা করছেন তারাও ফেসবুকের সবগুলো ফিচারস সম্পর্কে ঠিকভাবে জানেন না!

ফেসবুক প্রোফাইল

ফেসবুক প্রোফাইল শুধুমাত্র একটা কারণেই তৈরী করা হয়েছে! আর সেটা হচ্ছে, ‘ফর বিয়িং হিউম্যান’!

অর্থাৎ, আপনি যদি মানুষ হয়ে থাকেন তাহলেই আপনি শুধুমাত্র একটা ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করার অধিকার রাখেন। তার মানে দাঁড়াচ্ছে, যদি আপনি মানুষ ব্যতিত অন্য কিছু (বাঘ, সিংহ, জীন, পরি, এলিয়েন ইত্যাদি) হয়ে থাকেন তাহলে আপনার জন্য ফেসবুক প্রোফাইল নয়!

ফেসবুক প্রোফাইল শুধুমাত্র আপনি আপনার ব্যক্তিগত কাজেই ব্যবহার করতে পারবেন। কোনো ধরণের ব্যবসার নামে প্রোফাইল করা উচিত নয়।

ফেসবুক প্রোফাইল হওয়া উচিত একজন সত্যিকারের মানুষ, যিনি আরেকজন মানুষের সাথে ইন্টারেকশনের জন্য এবং তার ব্যক্তিগত জীবনে ঘটে যাওয়া খবরাখবর সম্পর্কে তথ্য আদানপ্দানে ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করবেন। ফেসবুক চায় আপনি আপনার ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করে আপনার গল্লি মানুষকে জানান!

ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট মনে আছে?!

“আচ্ছা ভাই, তাহলে কি মার্কেটিংয়ের জন্য বা ব্যবসায়ের জন্য বা ফ্রিল্যান্সিংয়ের জন্য আমার প্রোফাইল ব্যবহার করতে পারবো না?”, আপনার মাথায় হয়তো এই টাইপের প্রশ্ন আসতেই পারে!

আসাটা স্বাভাবিক! কারণ, আপনি আশেপাশে হয়তো
দেখছেন কিংবা আপনি হয়তো বড়সড় কোনো
ইনফুয়েগ্যারকেও দেখছেন যে, তারা তাদের কাজের গল্পগল্প
ফেসবুক প্রোফাইলে আপলোড করছে!

তাই না?

আপনার এই পঞ্চের উওর হচ্ছে, অবশ্যই আপনি মার্কেটিং
কিংবা ব্যবসা কিংবা চাকরি অথবা ব্যাঙ্গিংয়ের কাজেও
আপনার ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করতে পারবেন। কিন্তু
এখানে ছোট একটা ট্রিক্স আছে যেটা আপনি হয়তো না
জেনেও ব্যবহার করছেন!

আর এই ছোট ট্রিক্সটা হচ্ছে, আপনি যাদের দেখছেন
মার্কেটিং বা ব্যবসা বা চাকরির কাজে ফেসবুক প্রোফাইল
ব্যবহার করতে তারা কিন্তু ফেসবুকের ‘মিশন স্টেটমেন্ট’ ঠিক
বেধেই যা করার করছে!

অর্থাৎ, তারা ‘হিউম্যান’ হওয়ার চেষ্টা করছে কিন্তু পার্সোনাল
লাইফের গল্পগল্পে বলে!

মাটি কথা হচ্ছে, আপনি যদি মার্কেটিং কিংবা ব্যবসা অথবা ফ্রিল্যান্সিংয়ের কাজে আপনার ফেসবুক প্রোফাইলকে ব্যবহার করতে চান তাহলে আপনাকে আপনার ব্যক্তিগত জীবনের সাথে মিল রেখে ব্যবসা করতে হবে, ব্যক্তিগত জীবনের কোনো ঘটনা টেনে নিয়ে এসে ফ্রিল্যান্সিং করতে হবে, ব্যক্তিগত জীবনে ঘটে যাওয়া গল্পগুলোকে অডিঝও হিসেবে নিয়ে মার্কেটিংয়ের কাজ করতে পারবেন।

যত বেশি আপনি ক্রিয়েটিভ কন্টেন্ট তৈরি করবেন তত বেশি আপনার ফেসবুক প্রোফাইল ‘হিউম্যান’ হয়ে উঠবে।

ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই আপনার প্রোফাইলে ভিজিট করতে পারবেন। এছাড়াও যেকোনো ব্রাউজার থেকে এই লিংকে (<https://www.facebook.com/me/>) গিয়েও আপনার প্রোফাইল ভিজিট করা সম্ভব।

ফেসবুক পেইজ

ফেসবুক পেইজ হচ্ছে এমন এক ধরণের বাহন যেটাতে চড়ে আপনি কিংবা আপনার ব্যবসা অথবা আপনার যেকোনো অনলাইন প্রজেক্ট, অডিয়েন্সের কাছে পৌঁছায়।

অর্থাৎ, ফেসবুকে যতগুলো ক্যাটাগরি রয়েছে আপনি প্রায় সবগুলো ক্যাটাগরিতেই আপনার ফেসবুক পেইজ তৈরি করতে পারবেন।

ফেসবুক পেইজের সবগুলো ক্যাটাগরির লিস্ট পাবেন এখানেঃ

<https://www.facebook.com/pages/category/>

ফেসবুক পেইজ বেশ উন্নত এবং স্ট্রাকচারড ডিজাইনে তৈরি করা। যার ফলে পার্সোনাল কাজের জন্যেই হোক কিংবা ব্যবসায়ের কাজেই হোক; ফেসবুক পেইজের ফিচারসগুলো খুবই সহজে ব্যবহার করতে পারবেন।

ফেসবুক পেইজ আপনি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থের বদলে আপনার কন্টেন্টগুলোকে অ্যাডভার্টাইজ করতে পারেন। অর্থাৎ, ফেসবুক কোম্পানি আপনাকে অর্থের বদলে আরো বেশি রিচ, ইন্টারেকশন এবং অ্যাঙ্গেজমেন্ট নিয়ে আসতে সাহায্য করবে।

ফেসবুক পেইজ এভাবে পেইড অ্যাডভার্টাইজ দেয়ার প্রসেসকে ‘ফেসবুক বুষ্টিং/বুষ্টিং’ বলা হয়ে থাকে!

ফেসবুক গ্রুপ

ফেসবুক গ্রুপ মূলত ফেসবুকের 'মিশন স্টেটমেন্ট' এর সাথে ওতপ্রোতভাবে জড়িত। ফেসবুকের মূল লক্ষ্যই হচ্ছে, মানুষকে একটি কমিউনিটি তৈরি করার ক্ষমতা দেয়া এবং ফেসবুক সেটাতে সঞ্চয় করা।

ফেসবুক গ্রুপের ফিচারসগুলো বেশ উন্নত এবং স্ট্রাকচারড। ফেসবুকে বর্তমানে আপনি বেশ কয়েক ধরণের গ্রুপ তৈরী করতে পারবেন।

ফেসবুক গ্রুপের ক্যাটাগরিগুলো সম্পর্কে এখান থেকে আরো জানতে পারবেনঃ

<https://www.facebook.com/community/what's-new/introducing-changes-to-group-types>

ফেসবুক গ্রুপের মূল লক্ষ্যই যেহেতু ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্টকে সত্য প্রমাণিত করা, সেহেতু আপনারও উচিত ফেসবুক গ্রুপের নিয়মকানুন মেনেই কমিউনিটি তৈরি করা।

আপনি আপনার ব্যক্তিগত ফ্যানবেইজ অর্থাৎ পার্সোনাল কমিউনিটি থেকে শুরু করে যেকোনো ধরণের মার্কেটিং, ব্যবসা কিংবা চাকরির ক্ষেত্রেও ফেসবুক গ্রুপ ব্যবহার করতে পারেন।

ফেসবুক ওয়াচ

ইউটিউবের বিপরীতে, ফেসবুকের সবচেয়ে সেরা একটি মূড় হচ্ছে ফেসবুক ওয়াচ তৈরি করা। ফেসবুক মূলত ‘ফেসবুক ওয়াচ’ ফিচার দিয়েই ইউটিউবের সাথে মার্কেটে লড়াই করছে।

ফেসবুক ওয়াচ ইউটিউবের মতো ভিডিও দেখার জন্য সবচেয়ে সেরা কয়েকটি প্লাটফর্মের মধ্যে অন্যতম।

ইউটিউবের ‘বন্ধু হওয়ার’ ফিচার না থাকায় এবং আরো কিছু ল্যাকিংসের কারণে ফেসবুক ওয়াচ এখন সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত ফেসবুক ফিচারগুলোর মধ্যে একটি।

যদিও ইউটিউব গুগলের প্রোডাক্ট হওয়ায় ইউটিউবকে টক্কর দিয়ে সবচেয়ে সেরা ভিডিও দেখার এবং আপলোড করার প্লাটফর্ম হিসেবে ফেসবুক ওয়াচের সেরা হওয়ার চান্দা কিছুটা হলেও কম।

ফেসবুক অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই ফেসবুক ওয়াচ ফিচারটি ব্যবহার করতে পারেন। সরাসরি ব্রাউজার থেকেও এই লিংকে (<https://www.facebook.com/watch/>) গিয়ে ফেসবুক ওয়াচ ব্যবহার করা সম্ভব।

ফেসবুক মার্কেটপ্লেস

মুঠো দুনিয়া ইকমার্স পা রাখলো, আৱ ফেসবুক পা রাখবে না; তা হয়?!

'ইগোতে' পড়েই মার্ক জাকারবার্গ এই ফিচারটি নিয়ে এসেছে বলেই মনে হচ্ছে!

যাই হোক, ফেসবুক মার্কেটপ্লেস অসাধারণ একটি ফিচাৰ। এখানে আপনি আপনাৰ বন্ধুদেৱ ব্যবহাৰ কৱা মন্ডলোৱ পাশাপাশি বিভিন্ন মানুষেৱ বিক্ৰি কৱতে চাওয়া মন্ডলো বা সেবাম্বলো ক্ৰয় কৱতে পাৱবেন।

ফেসবুক মার্কেটপ্লেসে আপনি যেমন বিভিন্ন জিনিস কিনতে পাৱবেন, তেমনি একটা মন্য বা সেবা বিক্ৰি কৱতে পাৱবেন। বিক্ৰয় ডট কমেৱ অফিশিয়াল ওয়েবসাইটে যেভাবে মূৰনো মন্ডলো বেচাকেনা কৱা যায়, ঠিক একইভাবে এখানও মূৰনো মন্য বেচাকেনাৰ পোষ্ট দেখতে এবং কৱতে পাৱবেন। শুধুমাত্ৰ বিক্ৰয়ই নয়, দারাজ আৱ ইভ্যালিৱ মতো ইকমার্স সাইটগুলোৱ বেশ কিছু ফিচাৰস নিয়েই ফেসবুক মার্কেটপ্লেস তৈৰি কৱা হয়েছে।

ফেসবুকেৱ অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই আপনি ফেসবুক মার্কেটপ্লেস ফিচাৰটি ব্যবহাৰ কৱতে পাৱবেন। এছাড়াও ফেসবুক মার্কেটপ্লেসে সৱাসিৱিও ভিজিট কৱতে চাইলে এই লিংকটি ব্যবহাৰ কৱতে পাৱেনঃ

<https://www.facebook.com/marketplace/>

ফেসবুক অ্যাডস

“ভাই বুষ্টিং করবেন, বুষ্টিং?” কিংবা “ভাই, বুষ্টিং করায় কেমনে?”

এই টাইপের প্রশ্নগুলো হয়তো আপনি আশেপাশে শুনেছেন অথবা, হয়তো কোনো অ্যাডভার্টাইজ দেখেছেন!

দেখে থাকবেন! সন্তানা রয়েছে ভালোই!

ফেসবুকে আমরা যে ‘বুষ্টিং (Boosting)’ শব্দটা ব্যবহার করি এর মাদার ওয়ার্ড ‘বুষ্ট (Boost)’ এর বাংলা অর্থ হচ্ছে; উপরে উঠতে সাহায্য করা বা প্রচার করা।

ফেসবুক অ্যাডস হচ্ছে, এই ‘বুষ্টিং’ শব্দের মূল গোড়া।

ফেসবুককে আপনি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ দিয়ে একটি নির্দিষ্ট নিয়ম মেনে নিয়ে আপনার পেইজ কিংবা ফ্রম থেকে যেকোনো কল্টেন্টকে ‘বুষ্ট’ করতে পারবেন; অর্থাৎ, অ্যাডভার্টাইজ করতে পারবেন বা প্রচার করতে পারবেন!

আপনি যেভাবে (টার্গেটিং) চাইছেন, ঠিক সেভাবেই আপনার
কন্টেন্টকে ফেসবুক তাদের ‘হাইলি অ্যাডডাক্যাড
আর্টিফিশিয়াল ইন্টিলেজেন্স প্রোগ্রামের’ দ্বারা আরো বেশি
মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে সাহায্য করবে।

ফেসবুক অ্যাডস ফিচারটি অ্যাক্সেস করার জন্য আপনি
আপনার মোবাইলে ‘ফেসবুক অ্যাডস (Facebook Ads)’
অ্যাপটি ব্যবহার করতে পারেন।

এছাড়াও চাইলেই আপনি যেকোনো ব্রাউজার থেকে
ফেসবুকের অফিশিয়াল সাইটে গিয়ে এই লিংক
(www.facebook.com/adsmanager/) থেকে ফেসবুক
অ্যাডস ফিচারটি অ্যাক্সেস করতে পারবেন।

ফেসবুক বিজনেস ম্যানেজার

ব্যবসা করবেন আর আপনার ফোনে ‘ফেসবুক বিজনেস
সুইট (Facebook Business Suit)’ অ্যাপটি থাকবে না;
এটা উচিত নয়!

শুধুমাত্র অ্যাপেই নয়, ফেসবুকের অফিশিয়াল ওয়েবসাইট
থেকেও যেকোনো ব্রাউজার দিয়েই ফেসবুক বিজনেস
ম্যানেজার ফিচারটি ব্যবহার করতে পারবেন এখান থেকেঃ
<https://business.facebook.com/>

ফেসবুক বিজনেস ম্যানেজার ফিচারটি শুধুমাত্র তাদের
জন্য যারা ফেসবুকে ব্যবসা করতে চাহিছে কিংবা ফেসবুকে
ব্যবসা করছে।

ফেসবুক বিজনেস ম্যানেজার ফিচারটি আপনাকে আপনার
ব্যবসার পেইজটি সম্পর্কে আরো অনেক গুরুত্বপূর্ণ তথ্য
দিতে সক্ষম।

ফেসবুক বিজনেস ম্যানেজার থেকে আপনি খুব সহজেই
পোষ্ট করা, পোষ্ট শিডিউল করা, পোষ্ট এডিট করা, পোষ্ট
বুষ্ট করাসহ আরো অনেকগুলো কাজ খুব সহজেই করতে
পারবেন।

ফেসবুক ইভেন্টস

ফেসবুক ইভেন্টস তৈরির মূল লক্ষ্যই হচ্ছে, মানুষকে
দাওয়াত দেয়ার পদ্ধতিকে ডিজিটাইলাইজ করা।

পূর্বে মানুষ ক্যালেন্ডারে দাগ দিয়ে রাখতো স্বর্ণীয় দিনগুলো
এবং সেই শুভ দিনে পরিচিতজনদের কার্ড পাঠিয়ে কিংবা
মেসেজ করে অনুষ্ঠানে দাওয়াত করতো।

কোনো এলাকায় যদি দু-তিনজন আঢ়ীয় মণ্ডে যেত তাহলে
তাদের সবাইকে একসাথে দাওয়াত দেয়াটা তখন অনেক
প্রশান্তি দিত, তাই না?

তারপর দাওয়াতে বিভিন্ন রঙ-বেরঙের কার্ডের খরচ, খামের
খরচ, এতগুলো কার্ড ছাপানোর খরচ, যাওয়াআসার
ভাড়াসহ আরো অনেক ধরণের খরচ হতো!

আর এই দৌড়াদৌড়িতে যে কষ্টটা হয়, সেই কষ্টের কথা না-
হয় নাই-বা বললাম!

তারপর আসলো মোবাইল মেসেজ করে দাওয়াত দেয়া
কিংবা ফোনকলে দাওয়াত দেয়া। কিন্তু ওতে যে, অর্থ খরচটা
কমলো না!

ফেসবুক আপনার কষ্টকে কমিয়ে শুন্যের কোঠায় নিয়ে
আসলো, ফেসবুক ইভেন্টস দিয়ে! শুধুমাত্র কষ্টই নয়, বরঞ্চ
ফেসবুক আপনার খরচটাও একেবারে শুন্যের কোঠাতেই
নিয়ে আসলো।

মোবাইলে ডেটাম্যাক কিনুন কিংবা ওয়াইফাইয়ের সাথে যুক্ত
করন। এই লিংকে যানঃ

<https://www.facebook.com/events>

উপরের এই লিংক থেকে ফেসবুক ইভেন্টস ফিচারটি ব্যবহার
করতে পারবেন, যেকোনো ধরণের ইভেন্টে বা অনুষ্ঠানে
কিংবা শুভ/অশুভ দিন সম্পর্কে মানুষকে জানানোর জন্য।

ফেসবুক পে

ফেসবুকের অসাধারণ এই ফিচারটি আপনাকে ওয়ালেটের
কাজে দেবে। মোবাইল এবং ভার্চুয়াল ব্যাংকগুলো অর্থাৎ
পেমাল, পেয়েনিয়ার, বিকাশ, নগদ এবং রকেটের মতো
ফিচার নিয়েই ফেসবুক পে তৈরি করা হয়েছে।

ফেসবুক পে ব্যবহার করতে চাইলে এই লিংকে
(https://secure.facebook.com/facebook_pay/)
যেকোনো ব্রাউজার থেকেই ভিজিট করতে পারবেন কিংবা
ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেও এই সেবাটি ব্যবহার
করতে পারবেন।

ফেসবুক ফান্ডেইজারস

ফেসবুকের আরেকটি অসাধারণ ফিচার হচ্ছে ফেসবুক ফান্ডেইজার ফিচার। এই ফিচারটি ব্যবহার করে আপনি ফেসবুককে একটি ক্রাউডফান্ডিং সাইট হিসেবেও ব্যবহার করতে পারবেন।

এখন আপনাকে ডোনেশন নেয়ার জন্য লক্ষ লক্ষ মেইল করতে হবে না কিংবা লক্ষ লক্ষ মানুষকে ফোনকলে বিরক্ত করতে হবে না। এমনকি ডোনেশন নেয়ার জন্য এখন আপনাকে জানতেও হবে না কোন মানুষটা আপনাকে ডোনেশন দিচ্ছে আর কেনই-বা দিচ্ছে।

এই লিংক

(<https://www.facebook.com/fundraisers/>) থেকে আপনি ফেসবুকের ফান্ডেইজার ফিচারটি ব্যবহার করতে পারবেন। ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপেও এই ফিচারটি রয়েছে।

ফেসবুক গেইমস

ফেসবুক শুধুমাত্র গবাঁধা সেবাগ্রহণেই নিয়ে আসে নি, বরঞ্চ ফেসবুক গেইমারদেরকেও আকৃষ্ট করেছে ফেসবুক গেইমসের মাধ্যমে।

ফেসবুক গেইমস ফিচারটির সাহায্যে আপনি একজন গেইমার হিসেবে আপনার কমিউনিটি তৈরি করতে পারবেন।

একইসাথে আপনি গেইমিং ভিডিও স্ট্রিমিং করে আয়ও করতে পারবেন। ফেসবুক গেইমসের মাধ্যমে আপনি ফেসবুকে আপনার প্রিয়জনদের সাথে রিয়েল টাইমে গেইম খেলতেও পারবেন।

ফেসবুক অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই এই সেবাটি ব্যবহার করতে পারবেন। তবে চাহিলে ব্রাউজার থেকে এই লিংকে (<https://www.facebook.com/games>) গিয়েও এই ফিচারটি ব্যবহার করা সম্ভব।

ফেসবুক জবস

ফেসবুক জবস ফিচারটি মূলত জববোর্ডের কাজ করছে। ফেসবুক জবস ফিচারটির সাহায্যে আপনি খুব সহজেই আপনার পরিচিত কোম্পানিগুলোর চাকরির বিজ্ঞাপন দেখতে পাবেন এবং সেগুলোতে আবেদনও করতে পারবেন। এই ফিচারটির মাধ্যমে আপনি নিজের কোম্পানির জন্যও চাকরির বিজ্ঞাপন প্রকল্প করতে পারবেন।

ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই ফেসবুক জবস ফিচারটি ব্যবহার করতে পারেন। এছাড়া ব্রাউজার থেকেও এই লিংকে (<https://www.facebook.com/jobs/>) গিয়ে ফেসবুক জবস ফিচারটি ব্যবহার করতে পারেন।

ফেসবুক মেসেঞ্জার/মেসেঞ্জার কিডস

আপনি এতগুলো বন্ধু বানাবেন আর তাদের সাথে
যোগাযোগের জন্য সেবা অপশন পাবেন না, তা তো হয় না!
ফেসবুক মেসেঞ্জারে আপনার কনভার্সেশনগুলোকে আরো
সুইচেবল করার জন্য অনেকগুলো ফিচার রয়েছে।

বর্তমানে যতগুলো মেসেঞ্জার ক্যাটাগরির সেবা রয়েছে
সেগুলোর মধ্যে সবচেয়ে উন্নত ফিচারে তৈরি হয়েছে
ফেসবুক মেসেঞ্জার সেবাটি।

ফেসবুক মেসেঞ্জারে অ্যাক্সেস করতে চাইলে আপনি
যেকোনো মোবাইল থেকে 'মেসেঞ্জার (Messenger)'
অ্যাপটি ডাউনলোড করে ফেলতে পারেন। এছাড়াও এই
লিংক (<https://www.messenger.com/login.php?>)
থেকেও যেকোনো ব্রাউজার দিয়ে ফেসবুক মেসেঞ্জার
ফিচারটি ব্যবহার করতে পারবেন।

ফেসবুক ক্রাইসিস রেসপন্স

জুনির বয়ফেন্ড রাহুল থাকে ঢাকায়, কিন্তু জুনি থাকে
সিলেটে। সেদিন সিলেটে ভূমিকম্প হলো। যখন ভূমিকম্প
হচ্ছিলো, জুনি তখন নৌকাবিলাসে।

ভূমিকম্প হওয়ার আগমুহুর্তেই ভট্ট করে আশেপাশে ঝিঁঝিঁ
পোকাদের ডাক বন্ধ হয়ে যায়। রাতের অন্ধকারে কঠিন
নিষ্ঠতা জুনিকে আরো বেশি ভয় মাহিয়ে দেয়। নৌকায় বসে
থেকেই জুনি নৌকার পাড়ের মানুষজনের চিকার-
চেমেচি শুনতে পায়। সবাই ভূমিকম্পে ভয় পেয়ে নিরাপদ
স্থানের উদ্দেশ্যে দৌড়াচ্ছে।

জুনি সাথে সাথেই স্ট্যাটাস দেয়ার জন্য ফেসবুকে ঢাকে।
ঢাকার সাথে সাথেই জুনির নিউজফিল্ড ফেসবুকের
ক্রাইসিস রেসপন্স ফিচারটি সামনে চলে আসে।

জুনি ফিচারটিতে ক্লিক করতেই ফেসবুক ক্রাইসিস রেসপন্স
প্রোগ্রামটি জুনিকে প্রশ্ন করে যে, সিলেটে মাত্র হয়ে যাওয়া
'এত' রিখটার স্কেলের ভূমিকম্পে সে সেই আছে কি না।
যদি সে সেই থাকে তাহলে সে যেন সেটা ক্রাইসিস রেসপন্স
প্রোগ্রামে 'মার্কড অ্যাজ সেইফ' সিলেক্ট করে।

জুনিও ভাবলো, সিলেক্ট করেই ফেলি।

যাই হোক, ফাস্ট ফরোয়ার্ড...

জুনির ব্রেকআপ হয়ে গিয়েছে। কেন জানেন?

এই ফেসবুক ক্রাইসিস রেসপন্সের জন্যেই!

কীভাবে?

যেকোনো ধরণের ক্রাইসিসে রয়েছে এমন লোকেশনগুলোতে
যদি আপনি অবস্থান করেন তাহলে ফেসবুক আপনাকে তার
ক্রাইসিস রেসপন্স প্রোগ্রামের অন্তর্ভুক্ত করবে।

আপনি যদি ক্রাইসিসে একজন ডিস্ট্রিম হয়ে থাকেন, তাহলে
আপনি 'আনসেহফ' সিলেক্ট করতে পারেন আর আপনি
ক্রাইসিস মুক্ত হয়ে থাকলে, 'সেহফ' সিলেক্ট করতে পারেন।

কিন্তু যেই বিষয়টা জুনি জানতো না, সেটা হচ্ছে; আপনি
যখন সেহফ/আনসেহফ সিলেক্ট করবেন তখন সেটা
আপনার টাইমলাইনে না দেখালেও (মাঝে মাঝে দেখায় না)
নিউজফিডে ঠিকই সেটা দেখায়।

আর জুনি তখন রাগ করে আছে রাত্রিলের উপর। কারণ,
রাত্রিল ঢাকায় সেইফে আছে কিন্তু নিজের গাল্ফ্রেন্স সিলেক্ট
সেইফে আছে কি না; সেটাতো ফোন করে বা টেক্সট করে
জেনে নেয়া উচিত ছিল; তাই নাফি!

আর জুনি এটাও জানতো না যে, নিউজফিডে জুনির
'সেহফ' সিলেক্ট করার নিউজটা স্ট্যাটাস আকারে রাত্রিল
আগেই দেখেছিল। আর সেজনেই রাত্রিল জুনিকে ফোনকল
বা মেসেজ দেয় নি। ভেবেছে, সেইফেই তো আছে; সমস্যা তো
নেই!

ছোট এই বিষয়টা নিয়ে ঝগড়া শেষমেষ ব্রেকআপ ডেকে
নিয়ে আসলো!

আপনিও যদি কখনো এই ফিচারটি ব্যবহার করতে চান তাহলে ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপেই ফেসবুক ক্রাইসিস রেসপন্স ফিচারটি পেয়ে যাবেন। যদি আপনি ব্রাউজার থেকে এই লিংকে

(<https://www.facebook.com/crisisresponse/>)

যান, তাহলেও আপনি এই ফিচারটি ব্যবহার করতে পারবেন।

ফেসবুক ওয়েদার

আপনাকে যাতে আবহাওয়া দেখার জন্য ফেসবুকের বাইরে যেতে না হয়, সেজন্যেই ফেসবুকের এই ওয়েদার ফিচারটি তৈরি করা হয়েছে।

অর্থাৎ, কোনোভাবেই আপনাকে ফেসবুকের বাইরে যেতে দেয়া হবে না! সে আপনি সময় দেখুন কিংবা আবহাওয়া!

ফেসবুকের ওয়েদার ফিচারটি যদিও অন্যান্য ওয়েদার অ্যাপ্লিকেশন বা সেবার মতো ততটা উন্নত নয় কিন্তু তারপরেও ফেসবুকের ওয়েদার ফিচারটি বেশ কাজের। আপনি একেবারে আপনার নিজের শহর থেকে শুরু করে যেকোনো দেশের আবহাওয়া সম্পর্কে অনেকটা ডিটেইলসে জানতে পারবেন।

ফেসবুকের অফিশিয়াল অ্যাপ থেকেই আপনি এই ফিচারটি অ্যাক্সেস করতে পারবেন। ব্রাউজার থেকে এই লিংকে (<https://www.facebook.com/weather/>) গিয়েও এই ফিচারটি ব্যবহার করতে পারবেন।

ফেসবুকের এই ব্যাসিক ফিচারগুলোর মধ্যে সবচেয়ে
শুরুত্বপূর্ণ যে তিনটি ফিচার; সেগুলো হচ্ছে;

- ফেসবুক প্রোফাইল
- ফেসবুক পেইজ এবং
- ফেসবুক গ্রুপ

চলুন এই তিনটি ফিচার সম্পর্কে আরো ভালোভাবে জেনে
নেয়া যাক! কারণ, এই তিনটি ফিচারই আপনাকে
ফিল্যাঞ্জিং, মার্কেটিং, সেলস এবং ব্যবসার কাজে
ফেসবুককে সঠিকভাবে ব্যবহার করতে সাহায্য করবে।

কিন্তু এখন ভুট করে একটা ফেসবুক প্রোফাইল খুলে আপনি
যেকোনো কিছু বিক্রি করতে পারবেন না কিংবা ভুট করে
একটা ফেসবুক পেইজে আপনার এক লক্ষ ফলোয়ার হয়ে
যাবে না অথবা ভুট করেই আপনার গ্রুপের মেম্বার বাড়তে
শুরু করবে না!

তাই না?

ভুট করে তো আর কিছুই হয় না! তাহলে?

তাহলে কী করা উচিত? কী এমন অস্ত্র রয়েছে, যেটাকে
ব্যবহার করলে আমার-আপনার, আমাদের সবার ফেসবুক
প্রোফাইল খুব সহজেই মানুষ খুঁজে পাবে! কি এমন টেকনিক
রয়েছে যেটা ফলো করলে আমাদের ফেসবুক পেইজটিতে
আরো বেশি মানুষ অ্যাঙ্গেজ করবে?!

কী এমন রুলস এন্ড রেগুলেশন্স রয়েছে, যেগুলো নিয়মিত
মনে চললে আমাদের ফেসবুক ফ্র্স্টপ্রোলোডে আরো অনেক
অনেক মেষ্টার যুক্ত হতে বাধ্য হবে?!

এই ‘অস্ত্র বা টেকনিক বা রুলস এন্ড রেগুলেশন্স’ প্রত্যেকটা
সোশ্যাল মিডিয়াতেই রয়েছে। প্রত্যেকটা সোশ্যাল মিডিয়াই
কিছু না কিছু রুলস এন্ড রেগুলেশন্স অনুসরণ করে চলে।

আর এই রুলস এন্ড রেগুলেশন্সকেই ফেসবুক কোম্পানি
নাম দিয়েছে ‘অ্যালগরিদম!’

সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশন (এসএমও)

ধরুন আমার বাসায় পাঁচটা রুম রয়েছে। আমি পাঁচজনকে
আমার বাসায় আসতে বললাম। যে আগে আসবে সে প্রথম
রুমে যাবে এবং যে পরে আসবে সে তারপরের রুমে যাবে।

এভাবে যে সবার শেষে আসবে সে সবার শেষের রুমে যাবে।
ঠিক আছে?

এখন ধরুন আমি বললাম, আমি এই পাঁচজনকে পাঁচটা
গিফট দেবো!

এখন আবার প্রশ্ন করবেন না, কি গিফট দেবো! সেটা
ইস্পার্টেন্ট নয়!

যাই হোক!

আমি পাঁচজনকে পাঁচটা গিফট দেবো! প্রথম রুমে যে আছে
সে সবার বড় গিফটটা পাবে আর যে সবার শেষের রুমে
আছে সে সবচেয়ে ছোট গিফটটা পাবে!

হ্যাঁ! আপনি কোনো গিফট পাচ্ছেন না কারণ আপনি
একজন অডিয়েন্স/কাস্টমার। আপনার কাজ হচ্ছে, শুধু
দেখে যাওয়া আৱ সোশ্যাল মিডিয়াগুলোৱ বিভিন্ন পোস্টে
ক্লিক কৰে যাওয়া।

কিন্তু যার সোশ্যাল মিডিয়া পেইজ রয়েছে বা ফ্র্যাম রয়েছে বা
যে ব্যবসা কিংবা মার্কেটিং অথবা সেলসের কাজে সোশ্যাল
মিডিয়াগুলোকে ব্যবহার কৰছে, সে কিন্তু ঠিকই গিফট
পাচ্ছে!

কিভাবে?

চলুন তাহলে উপরের ঘটনার সাথে পুৱো বিষয়টাকে মিলিয়ে
দেখা যাক!

আমাৰ বাসাটাকে যেকোনো একটা সোশ্যাল মিডিয়া ধৰন।
মনে আছে কি, আমি পাঁচজনকে বলেছিলাম বাসায়
আসতে!

এৱা হচ্ছে সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেসম্যান কিংবা সোশ্যাল
মিডিয়া মার্কেটোৱ বা সোশ্যাল মিডিয়া সেলসম্যান। এদেৱ
কাৰো হয়তো ফেসবুক পেইজ আছে, কাৰো আছে ফেসবুক
ফ্র্যাম; কেউবা ব্যবসাৱ কাজে ফেসবুক প্ৰোফাইলই ব্যবহার
কৰছে!

বুঝতে পারছেন কি? না বুঝতে পারলে প্রশ্ন করুন! প্রশ্ন করবেছেন? আমি শুনতে পাচ্ছি না! ওহ আচ্ছা! এটা তো বই! দুঃখিত!

আমার বাসায় যে প্রথমে এসেছে সে প্রথম রুমে গিয়েছে, যে শেষে এসেছে সে শেষ রুমে! তাই না?

কিন্তু ভালোভাবে খেয়াল করলে দেখবেন যে, আমার বাসায় প্রথম রুমে কিংবা দ্বিতীয় রুমে কিংবা শেষ রুমে যাওয়ার আগে তাদেরকে কিন্তু প্রথমে আমার বাসায় এসে প্রবেশ করতে হয়েছে।

বাসায় না প্রবেশ করে তারা কি রুমে আসতে পারবে? পারবে না তো?!

সোশ্যাল মিডিয়াগুলো এই কাজটাই করছে! একেকটা প্রোফাইল বা পেইজ বা ফ্রমকে তাদের বাসায় অর্থাৎ সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে চুক্তে দিচ্ছে।

আর তারপরে তাদের গুণ দেখে, কাজ দেখে তাদেরকে প্রথম, দ্বিতীয়, তৃতীয় অবস্থানে রাখছে। যেভাবে আমি আমার বাসায় সেই পাঁচজনকে পাঁচটা রুমে রেখেছিলাম। এঙ্কেতে তাদের গুণ বা কাজ ছিলো ‘যে সবার আগে আসবে!’

এখন গিফটের কথায় আসি!

কিন্তু তার আগে...

একদিন বিকেলবেলায় হাঁটতে গিয়ে আপনার বাসার
নিচতলার মেঘেটাকে আপনার ভালো লগে যায়। শুধুমাত্র
ভালোই লাগে নি, বরঞ্চ মেঘেটাকে এতটাই ভালো লাগে
আপনার যে আপনি মেঘেটাকে প্রথম দেখাতে বিষেই করে
ফেলতে চান (এহেম! নিষ্ঠা অ্যালাট!)

মেঘেটাও তার বান্ধবীদের সাথে হাঁটতে হাঁটতে আপনার
দিকে একটু পর পরেই ভালোবাসার অঙ্গস্থিতে তীর ছুঁড়তে
থাকে!

পরের দিন মেঘেটার ছোট ভাইকে রাস্তায় আটকে জানতে
পারলেন যে, মেঘেটার নিজের মোবাইল নেই এবং মেঘেটা
প্রত্যেকদিন রাতে তার বাবার মোবাইল দিয়ে ফেসবুকে
লগইন করে। মেঘেটার নাম, ইশিতা।

রাস্তায় দাঢ়িয়েই ‘ইশিতা’ নাম লিখে সার্চ করলেন ফেসবুকে।
লোডিং হচ্ছে! আপনার চোখ ‘ভালোবাসার আলোতে’
চকচক করছে।

‘খুশির ঠ্যালায়’ তখন ইশিতার ছোট ভাইয়ের থেকে
আইডির লিংক নিতে ডুলে গিয়েছিলেন।

আর এখন অপেক্ষা করছেন, ইশিতা লিখে সার্চ করার সাথে
সাথেই আপনার সেই ‘প্রাণের’ ইশিতাকে আপনি পেয়ে
যাবেন; আর ঠিক তখনই ফেসবুক তার ‘কামাল’ দেখালো
আপনাকে!

‘Found 700+ Ishita.’

এতগুলো রেজাল্ট দেখেও আপনার মাথা ঘোরায় নি! কেন
জানেন? কারণ আপনি ‘প্রেম সাগরে’ ডুবে ছিলেন তখন!

আপনি একটা একটা করে রেজাল্টে ক্লিক করছেন আর
‘আপনার’ ইশিতাকে খুঁজে বেড়াচ্ছেন। প্রথম, দ্বিতীয়, তৃতীয়,
চতুর্থ, পঞ্চম হয়ে ষষ্ঠ পেইজে চলে এসেছেন ‘আসল’
ইশিতাকে খুঁজতে খুঁজতে।

কিন্তু খুঁজে পাওয়া আর হচ্ছে না!

আপনার মেজাজ ধীরে ধীরে বিগড়াতে শুরু করলো। বিরক্ত
হয়ে গেলেন আপনি!

এখন আপনি একটা প্রশ্নের উত্তর দিন তো!

আপনি তো মেয়েটাকে খুব বেশি পছন্দ করতেন! আপনিও
কিন্তু ষষ্ঠ পেইজে গিয়ে হার মেনে নিয়েছেন। তাই না?

আপনাকে উওর দিতে হবে না, আমি উওর দিচ্ছি!

আজ্জে হ্যায়! আপনি কেন, দুনিয়ার কোনো মানুষই কষ্ট
করতে চায় না! তাই স্বাভাবিকভাবে তারা প্রথম দু-তিন
পেইজেই হার মেনে নেবে।

সবাই চায় সোশ্যাল মিডিয়াতে যেন তাদের নিজেদের
প্রোফাইল বা পেইজ বা গ্রুপটিও প্রথম দু-তিন পেইজের মধ্যে
থাকে। যাতে করে মানুষ সহজেই আপনার প্রোফাইল বা
পেইজ বা গ্রুপটাকে খুঁজে পায়!

ঠিক না?

এক্ষেত্রে সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে প্রথম পেইজে আসার
জন্য ইশিতা কী করতে পারে?

সে 'এসএমও' করতে পারে!

এসএমও হচ্ছে সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশন। অর্থাৎ সহজ কাঁচা বাংলায়, সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে আপনার সাইটটাকে ভালো একটা অবস্থানে নিয়ে আসা!

ইশিতা ফেসবুকে প্রোফাইল বা পেইজ বা গ্রুপ তৈরি করার সাথে সাথেই কি সেটা সোশ্যাল মিডিয়াতে সার্চ করলে প্রথম পেইজে চলে আসবে?

উঁভু! আসবে না!

সেজন্য তাকে শুরুতে সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ তৈরী করতে হবে। সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ তৈরি করার মাধ্যমে আপনি সোশ্যাল মিডিয়াগুলোর বাসার দরজা নক করে বলেন, “আমি আমার প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ নিয়ে হাজির হয়ে গিয়েছি! আর মুখ ফিরিয়ে থেকো না! অন্তত এখন আমায় ঘরে ঢুকতে দাও!”

ইশিতার প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ তৈরি করার পর সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে খবর চলে যাবে যে, ইশিতার পক্ষ থেকে এই নামে একটা পেইজ/প্রোফাইল/গ্রুপ এসেছে। তখন সোশ্যাল মিডিয়াগুলো সেটাকে টেনে ধরে তার ভাস্তারে নিয়ে জমা করবে!

ঠিক আমার বাসার সেই পাঁচজন মানুষের মতো। যারা বাসায় এসে শুরুতে রুমে যাওয়ার পূর্বে, আমার বাসার কলিংবেল বাজিয়ে আমাকে বুঝিয়ে দিয়েছে যে তারা বাসায় চলে এসেছে। আর আমিও তাদেরকে বাসার ডেরে চুক্তে দিয়েছি!

ইশিতার প্রোফাইল তো অবশ্যই আছে, কারণ ইশিতার ছোট ভাই-ই তো সেটা আপনাকে বলে গিয়েছিল, মনে আছে?

এখন সোশ্যাল মিডিয়াগুলো (এক্সেন্টে ফেসবুক) ইশিতার প্রোফাইলকে নিয়ে কি করবে জানেন?

ইশিতার প্রোফাইলকে পরীক্ষা নিরীক্ষা করে দেখবে যে, এটাকে কত নাম্বার পেইজে রাখা যায়। ইশিতার প্রোফাইলের গুনাবলী, কাজ, কন্টেন্টের অবস্থাসহ বিভিন্ন কিছু পরীক্ষা করে তারপরে সোশ্যাল মিডিয়াগুলো (এক্সেন্টে ফেসবুক) এই সিদ্ধান্ত নেবে!

ইশিতা যদি তার ফেসবুক প্রোফাইলের অবস্থানকে আরো সামনে নিয়ে আসতে চায়, তাহলে তাকে শুধুমাত্র সোশ্যাল মিডিয়ার দরজায় কড়া নাড়লেই হবে না, বরঞ্চ তাকে ‘এসএমও’ করতে হবে।

এসএমও করা হলে একটা প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে সার্চ রেজাল্টে সামনের দিকে অবস্থান করতে পারে।

ধরে নিন, আপনি ফেসবুকে ব্যবসা করেন। কেমন হবে যদি আপনার ফেসবুক পেইজের নাম লিখে সার্চ করার সাথে সাথেই প্রথম তিনটা রেজাল্টের মধ্যে আপনি চলে আসলেন!

কিংবা ধরে নিন, আপনি লিংকডইনে চাকরির জন্য অ্যাডেইলেবল। দেশের অন্য প্রাণে বসে থাকা একটা মাল্টিন্যাশনাল কোম্পানির এইচআর লিংকডইনে ‘মার্কেটিং’ লিখে সার্চ করতেই আপনাকে পেয়ে গেলো প্রথম পেইজ।

আপনাকে মেসেজে অ্যাপয়েন্টমেন্ট লেটার পাঠানো হলো। আপনার চাকরি হয়ে গেল। শুধুমাত্র এসএমও করার কারণে!

আপনার টার্গেট হওয়া উচিত যেকোনো সোশ্যাল মিডিয়াতেই হোক না কেন, শুরুর দিকে অবস্থান করা।

যদি আপনার মুরো নাম লিখে সার্চ করে প্রথম দু পেইজের মধ্যে আপনাকে খুঁজে না পাওয়া যায়, তাহলে সেটা আপনার জন্যেই ক্ষতিকর।

কারণ, উদাহরণসূত্রে সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে সার্চ রেজাল্টে ষষ্ঠ পেইজে থেকে যদি আপনার ফ্রমে প্রত্যেকদিন ১০ জন নতুন মেম্বার যুক্ত হয় তাহলে তাহলে তৃতীয় পেইজে সেই সম্ভাবনা বেড়ে হয়ে যায় ১০০জন! আর প্রথম পেইজে সম্ভাবনা বেড়ে গিয়ে দাঁড়ায় ৬০০ জনে! আর এটাই একটা প্রোফাইল/পেইজ/ফ্রমের জন্য গিফট!

যত সামনের দিকে আপনার প্রোফাইল/পেইজ/ফ্রম, তত বড় আপনার গিফট!

ঠিক একইভাবে আমার বাসায় যারা এসেছে, তাদের আমি শুরুতেই র্যান্ডমলি প্রথম, দ্বিতীয় কিংবা শেষ রুমে যেতে দিই নি। তাদের গুণগুলো দেখেছি, তাদের বাসায় আসার সময়টাই এখানে তাদের গুণ ছিলো।

তারপর, যে শুরুতে এসেছে তাকে প্রথম রুমে দিয়ে সবচেয়ে বড় গিফট দিয়েছি আর যে শেষে তাকে ছোট গিফট দিয়েছি! যেটা সোশ্যাল মিডিয়াগুলো প্রতিনিয়ত করেই যাচ্ছে!

আগের অধ্যায় থেকে ধার নিয়েই বলি,
কী এমন অস্ত্র রয়েছে, যেটাকে ব্যবহার করলে আমার-
আপনার-আমাদের সবার ফেসবুক প্রোফাইল খুব সহজেই
মানুষ খুঁজে পাবে?

কী এমন টেকনিক রয়েছে যেটা ফলো করলে আমাদের
ফেসবুক পেইজটিতে আরো বেশি মানুষ অ্যাঙ্গেজ করবে?!
কী এমন রুলস এন্ড রেগুলেশন্স রয়েছে, যেগুলো নিয়মিত
মনে চললে আমাদের ফেসবুক ফ্রম্পগুলোতে আরো অনেক
অনেক মেষ্টার যুক্ত হতে বাধ্য হবে!

এই ‘অস্ত্র বা টেকনিক বা রুলস এন্ড রেগুলেশন্স’ প্রত্যেকটা
সোশ্যাল মিডিয়াতেই রয়েছে। প্রত্যেকটা সোশ্যাল মিডিয়াই
কিছু না কিছু রুলস এন্ড রেগুলেশন্স অনুসরণ করে চলে।
আর সেইসব তাদের অ্যালগরিদম অনুসারেই হয়ে থাকে।

সুতরাং, শেষ কথায় বলি – এসএমও হচ্ছে সোশ্যাল
মিডিয়াগুলোতে একটা প্রোফাইল বা পেইজ বা ফ্রমকে
ভালো অবস্থানে নিয়ে আসার সেই অস্ত্র বা টেকনিক বা
রুলস এন্ড রেগুলেশন্স!

বুঝেছেন এবার?

ফেসবুক প্রোফাইল অপ্টিমাইজেশন

ফেসবুকে অ্যাকাউন্ট কীভাবে খুলতে হয় সেটা আমার মনে
হয় না কাউকে শিখিয়ে দেয়ার প্রয়োজন রয়েছে।

আপনার নাম, ইমেইল অ্যাড্রেস, জন্ম দিন আর লিঙ্গ; এই
চারটি তথ্য যদি আপনি জানেন; তাহলে আপনি ফেসবুক
অ্যাকাউন্ট করার যোগ্যতা অর্জন করবেন!

ফেসবুকে আমরা বিভিন্ন ধরণের প্রোফাইল দেখতে পাই,
বিভিন্ন কাজের প্রোফাইল দেখতে পাই, বিভিন্ন টার্গেটের
প্রোফাইল দেখতে পাই!

কেউ হয়তো ফেসবুকে সেই যে গত দু'শ বছর আগে
অ্যাকাউন্ট করেছিল, আর চোকে নি!

কেউ হয়তো দুদিন পরে পরেই নিজের নামের সাথে উদ্বৃটি সব
শব্দ জুড়ে দিয়ে 'রাতের পাখি' আর 'দিনের চাঁদ' নামে
অ্যাকাউন্ট করছে!

কেউ হয়তো নিজের আত্মীয়স্বজনদের সাথে যোগাযোগের
জন্যেই নিজের ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করছে!

কেউ হয়তো কোনো একটা মন্ত্র বেচাকেনার জন্য নিজের
ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করছে!

কেউ হয়তো নিজেদের প্রোফাইলে দিনবাত চৰ্ষিণ ঘন্টা ধর্ম
প্রচার করে নিজেদের ফেসবুক অ্যাকাউন্টকেও স্বর্গে নিয়ে
চলে যাচ্ছে!

কেউ হ্যতো আমার বাবার মতো সারাদিন এই পৃথিবী, তার পাশের পৃথিবী, তার পাশের পৃথিবী এভাবে পুরো ইউনিভার্সের (এমসি আর ডিসিসহ) খবরাখবর রাখার জন্য ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করছেন!

কেউ হ্যতো ফেসবুক মার্কেটিং করার জন্য নিজের ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করছেন!

কেউ হ্যতো ব্যবসা করার জন্য নিজের ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করছেন!

কেউ হ্যতো ইনফুয়েগ্রার হিসেবে কিংবা কল্টেন্ট ক্রিয়েটর হিসেবে নিজের ক্রিয়েটিভিটি দেখাতে এবং আরেকটা মানুষের মাঝে পজিটিভিটি ছড়াতে নিজের ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করে থাকেন!

আপনি যে কারণেই আপনার ফেসবুক প্রোফাইলকে ব্যবহার করন, আপনাকে বিশেষ কিছু ‘পয়েন্টার’ মাথায় রাখতেই হবে।

নিচের ম্যারাগ্নেলোকে পয়েন্টার ধরে ফলো করতে থাকুন! ট্রাষ্ট মি, আপনার প্রোফাইলে আগের থেকে বেটার ‘রিচ’ পাবেন –

পঞ্চাংশীর ০৪

ফেসবুকে নিজের ন্যাশনাল আইডি কার্ডের নামের সাথে
মিল রেখে প্রোফাইলের নাম রাখবেন।

কারণ, যদি কোনো কারণে আপনার আইডিতে কোনো
সমস্যা হয় এবং আপনার প্রোফাইল টেস্পোরারি লক হয়ে
যায়; তখন ফেসবুক কতৃপক্ষ আপনার আইডি কার্ড দেখতে
চাহিতে পারে!

এমতাবস্থায় ‘স্বপ্নের রাজকুমার’ আর ‘বাবার আদরের
রাজকুমারী’ নামের আইডিগুলোর কমালে শনির দশা দেখা
দেয়!

আপনি যদি মার্কেটিং বা ফ্রিল্যান্ডিংয়ের কাজে আপনার
ফেসবুক প্রোফাইল ব্যবহার করতে চান তাহলে দয়া করে
নামের শুরুতে বা শেষে কোনো ধরণের এক্সট্রা টাইটেল
ব্যবহার করবেন না! ফেসবুকে এক্সট্রা কিছু লেখার জন্য
‘বায়ো’ রয়েছে।

দয়া করে, ‘ফ্রিল্যান্সার/মার্কেটার/ইঞ্জিনিয়ার’ এই ধরণের
ট্যাগ ব্যবহার করবেন না!

আপনি যদি আপনার ফেসবুক প্রোফাইল থেকে ব্যবসাও
করতে চান, তারপরেও আপনাকে নিজের নামেই
প্রোফাইলের নাম রাখতে হবে। ব্যবসার নাম ব্যবহার করবেন
না। ফেসবুক এই বিষয়টাকে খুবই স্ট্রিক্টলি নিয়ে থাকে।

পয়েন্টার ০২

ফেসবুকের যতগুলো অপশন রয়েছে সবগুলো এডিট করুন।
কোনোকিছু খালি রাখবেন না, চেষ্টা করবেন সবকিছু পূরণ
করার।

যদি কোনো অপশন আপনি অন্য কাউকে দেখাতে না চান
তাহলে ‘অনলি মি’ প্রাইভেসি মোড অন করে দিতে পারেন
কিন্তু তারপরেও সেই শূন্যস্থানটা পূরণ করুন। এতে ফেসবুক
অ্যালগরিদম আপনার আইডিকে ‘অ্যাকটিভ ইউজার’-এর
লিস্টে ফেলবে!

পয়েন্টার ০৩

পরিষ্কার এবং আপনার চেহারা স্পষ্ট দেখা যায় এমন ছবি
‘প্রোফাইল পিকচার’ হিসেবে ব্যবহার করুন।

তবে টেস্পোরারি কোনো প্রোফাইল পিকচার ব্যবহার করতে
চাইলে, সেক্ষেত্রে যেকোনো ধরণের ‘প্রোফাইল পিকচার’
ব্যবহার করতে পারেন।

যদি ব্যবসার কাজে আপনার ফেসবুক প্রোফাইলকে ব্যবহার
করতে চান তাহলে সেক্ষেত্রে আপনি চাইলে টেস্পোরারি
আপনার ব্যবসার লোগো আপনার প্রোফাইল পিকচার
হিসেবে ব্যবহার করতে পারেন।

পঞ্চাংশীর ০৪

আপনার ফেসবুক প্রোফাইলের বায়োতে নিজের সম্পর্কে
লিখুন, যদি সেটা নিজের পার্সোনাল প্রোফাইল হিসেবে
আপনি ব্যবহার করে থাকেন।

আর যদি ব্যবসার কাজে সেটাকে ব্যবহার করতে চান
তাহলে বায়োতে আপনি 'ফাউন্ডার/সিইও অব অমুক
কোম্পানি'; এভাবে লিখতে পারেন। এটাই সবচেয়ে স্ট্যান্ডার্ড
মেথড!

আপনার ফেসবুক প্রোফাইলের বায়োতে আপনি চাইলে
লিংকও যুক্ত করে দিতে পারেন। নিজের পার্সোনাল
ওয়েবসাইট থাকলে সেটার লিংক কিংবা আপনার ব্যবসার
লিংক অথবা আপনার অন্য কোনো সোশ্যাল মিডিয়ার
লিংক, এমনকি আপনার পোর্টফোলিওর লিংক-ও যুক্ত
করতে পারেন!

আমার এক স্টুডেন্টে আমার ডিজিটাল মার্কেটিং প্রফেশনাল
কোর্স কম্প্লিট করে বেশ কিছুদিন ফ্রিল্যান্ডিং করে বেশ
কিছু টাকা আয় করলো।

কিন্তু একদিন ভট্ট করে অফিসে গিয়ে দেখি, সে রিসিপশনে
বসে আমার অপেক্ষা করছে। আমার ক্যামেরাম্যানকে দু-
কাপ কফি আনতে বলে আমি সেই স্টুডেন্টকে নিয়ে আমার
রুমে আসলাম।

আমাৰ সেই স্টুডেন্ট অনেকদিন ধৰে চাকৰি খুঁজছে। তাৰ
নাকি আৱ ফ্ৰিল্যাগ্রিং কৰতে ভালো লাগছে না। তাৰ এখন
ৱাতোৱ ঘুম দৱকাৰ! সে এখন চাকৰি কৰতে চায়!

অনেক জায়গায় সিভি ড্রপ দিয়েছে কিন্তু তাৰপৰেও চাকৰি
হচ্ছে না তাৰ। এখন সে চাইছে আমি তাকে এমন কোনো
উপায় বলে দিই যাতে সে আৱো বেশি মানুষৰ কাছে সিভি
ড্রপ কৰতে পাৰে!

আমি জিঞ্জেস কৱলাম, “দক্ষতা রেখে আপনি সংখ্যার
দিকে পা দিয়েছেন?”

তিনি বললেন, “ভাই আপনিই তো শিখিয়েছেন, কোয়ালিটি
দিয়ে ঘুন্দ কৰতে না পাৱলে কোয়ালিটি দিয়ে ঘুন্দ কৰতে।

আমি এখন ফ্ৰিল্যাগ্রিং ও চাকৰি কৰে আয় কৱাৰ জন্য
যথেষ্ট দক্ষ কিন্তু তাৰপৰেও চাকৰিটা হচ্ছে না। তাই-ই
ভাবলাম সিভি বাৰবাৰ আপডেটেৱ চেয়ে অনেক মানুষৰ
কাছে যদি একসাথে সিভি পাঠানো যেত তাহলে সবচেয়ে
বেশি ভালো হতো!”

আমি হাসলাম!

হেসে তাকে বললাম, “আপনাকে যেতে হবে কেন, তাৱা
আসতে পাৱবে না কেন?”

“বুঝি নি ভাই!”, তিনি মাথা নেড়ে বললেন।

আমি দম নিয়ে বললাম, “কেন আপনাকে সিভি নিয়ে
আরো বেশি মানুষের কাছে পৌঁছাতে হবে? আপনি সিভিটা
এমন কোথাও রাখুন, যাতে মানুষ আপনার সিভিটাকে
প্রথমে দেখতে পায়!

এতে করে কোনো ধরণের কষ্ট ছাড়াই আপনি আরো
মানুষের কাছে পৌঁছে যাচ্ছেন! আপনার সিভিটাকে পিডিএফ
ফরমেট করে গুগল ড্রাইভে আপলোড করে সেটার শর্ট
লিংক আপনার ফেসবুক এবং ইন্টাগ্রাম প্রোফাইলের
বায়োতে দিন।”

ফাস্ট ফোয়ার্ড...

বায়ো থেকে সিভি দেখে সেই স্টুডেন্টকে ফোনকল করে
একটা ট্রেইনিং সেন্টার থেকে চাকরির অফার দেয়া
হয়েছিল। যদিও সেই চাকরিটা সে করে নি!

পয়েন্টার ০৫

আপনার ফেসবুক প্রোফাইলের ‘স্টোরি হাইলাইটস’ অন করে রাখুন এবং নিয়মিত আপনার স্টোরি হাইলাইটস আপডেট করুন।

পার্সোনাল প্রোফাইল হলে ‘স্টোরি হাইলাইট’ আপনার প্রোফাইলটাকে দেখতে সুন্দর করে তুলবে। আর যদি ব্যবসার কাজে ব্যবহার করতে চান, তাহলে ‘স্টোরি হাইলাইট’ দিয়ে আপনার প্রোডাক্ট/সার্ভিসের ছবিসহ বিভিন্ন তথ্য ক্যাটালগের মতো সাজিয়ে রাখতে পারবেন।

পয়েন্টার ০৬

আপনার ফেসবুক প্রোফাইলের ‘About’ সেকশন থেকে ‘Websites and Social Links’ সেকশনটি সঠিকভাবে পূরণ করুন। এই সেকশনটিকে আপনি ব্যাকলিংক জেনারেট করার কাজেও ব্যবহার করতে পারবেন।

পয়েন্টার ০৭

'Family Members' সেকশনটি মূরণ করার চেষ্টা করুন।
ফেসবুকের মিশন স্টেটমেন্ট মনে আছে? ফেসবুকের
অ্যালগরিদম মনে আছে?
মনে না থাকলে আরেকবার পড়ে আসুন!

পয়েন্টার ০৮

ফেসবুক সবসময়েই আশা করে আপনার ফেসবুক নামটা
যেন, সারা পৃথিবীর মানুষ ঠিকভাবে পড়তে পাবে, উচ্চারণ
করতে পাবে।

এতদিন সেটা সম্ভব ছিলো না। কিন্তু এখন ফেসবুকের
প্রোফাইলের 'About' থেকে 'Details About You'
সেকশনে গেলেই আপনি 'Name Pronunciation' দেখতে
পাবেন। এখানে আপনার নামের সঠিক উচ্চারণটা (যতটা
সম্ভব) দেয়ার চেষ্টা করুন। ফিচারটি ফেসবুকের মিশন
স্টেটমেন্টকেও সামোর্ট করছে!

এইটো!

এই কয়েকটা পয়েন্টার মাথায় রাখলেই হবে! আর বাকিটা
নির্ভর করবে আপনার ফেসবুকের প্রোফাইল আপলোড
করা কন্টেন্টের উপর!

ফেসবুক পেইজ অপ্টিমাইজেশন

৩ ধরণের ফেসবুক ইউজার রয়েছে বর্তমানে!

প্রথম ক্যাটাগরির ফেসবুক ইউজাররা (৮০%) সারাদিন ফেসবুকে বসে আজ্ঞা দেয়, ফ্রিপিং করে, প্রেম করে, এখান-মেখান থেকে কপি করে নিয়ে স্ট্যাটাস দেয় আর এভাবেই দিনের পর দিন ফেসবুকের পেছনে তারা হাজার হাজার ঘন্টা ব্যয় করে!

দ্বিতীয় ক্যাটাগরির ফেসবুক ইউজাররা (১০%) সারাদিন মানুষকে নিয়ে কথা বলতে পছন্দ করে! সারাদিন ফ্রিপে ফ্রিপে শিয়ে অনুকরে নামে এই কথা, তমুকরে নামে সেই কথা, কে ভালো, কে খারাপ, কে কাকে কি ঢোকাচ্ছে, কে কাকে গালি দিচ্ছে এইসব করতে করতে জীবনের কয়েক হাজার ঘন্টা নষ্ট করছে!

আর সর্বশেষ যে ক্যাটাগরির ফেসবুক ইউজাররা (১০%) রয়েছে, তারা একটা ফেসবুক পেইজ থেকেই মাত্র দশ-মনেরটা ক্লায়েন্ট দিয়ে মাসে হাজার পঞ্চাশেক টাকা আয় করছে!

আপনি কোন ক্যাটাগরির মধ্যে পড়েন একটোবার চিন্তা করে ভেবে দেখুন তো!

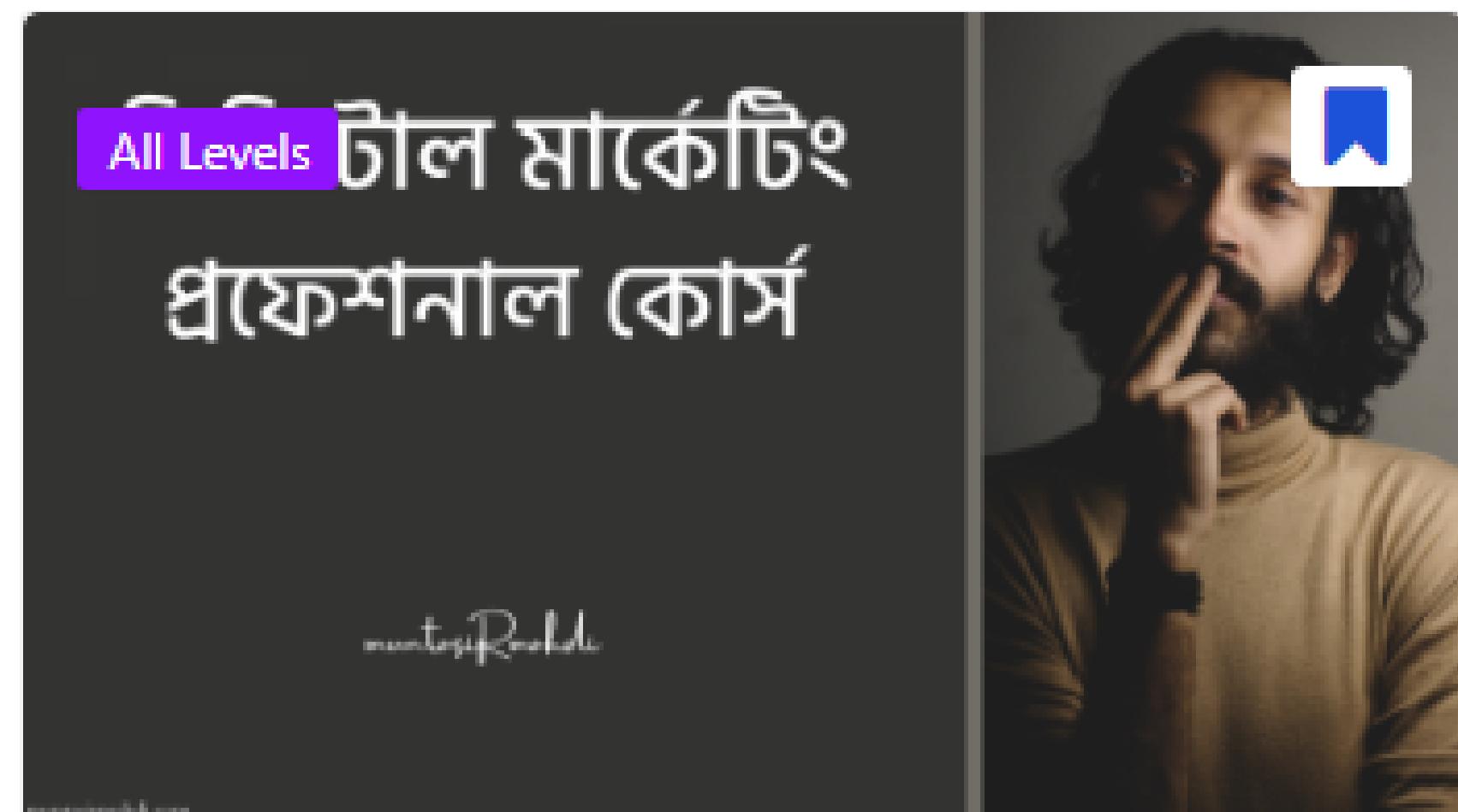
ফেসবুকের সবচেয়ে সেরা ফিচারগুলোর একটি হচ্ছে, ফেসবুক পেইজ। আপনার ফেসবুক পেইজটাকে আপনি মার্কেটিং, ব্যবসা, সেলস, স্টোরআপ, ব্র্যান্ডিংসহ বিভিন্ন কাজে ব্যবহার করতে পারবেন।

১৪ শতাংশ ব্যবসার বর্তমানে ফেসবুক পেইজ রয়েছে। আর তাই আপনার নিজের জন্যেই হোক কিংবা নিজের কোনো সেবা বা পণ্য বিক্রির জন্যেই হোক, ফেসবুক পেইজ থাকাটা এখন বিজনেস স্ট্র্যাটেজিগুলোর মধ্যে অন্যতম!

ফেসবুক যখন শুরু হয়েছিল, তখন মানুষ শুধুমাত্র ফেসবুক প্রোফাইলই খুলেছে। তারপর যখন ধীরে ধীরে মানুষ বাড়তে শুরু করলো তখন থেকে ফেসবুক একটি মার্কেটিং টুল হিসেবেও ব্যবহার হতে শুরু করেছে।

তারপরেই ব্যবসার কাজে সাহায্যের জন্য আর সেটাকে প্রমোশনের জন্য ফেসবুক পেইজ খোলার পদ্ধতি শুরু হলো। ফেসবুক প্রোফাইলে ৫০০০ এর বেশি ফ্রেন্ড যুক্ত করা যায় না বলে ফেসবুক পেইজ এখন বেশ জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে।

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT



এই এই আপনাকে ফসল
মার্কেটিংয়ের ওকোঁ বাতল
দেব; কিন্তু **পুরোটা** জানতে
চাইলে, **ডিজিটাল মার্কেটিং**
প্রফেশনাল কোর্সটি করে
ফলতে পৌছেন!

muntasifmahdi

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT

কীভাবে আপনার ব্যবসার জন্য একটি ফেসবুক পেইজ খুলবেন?

প্রথমে আপনাকে যেকোনো একটি ফেসবুক প্রোফাইলে লগ ইন করতে হবে। তারপর 'টিপ মেনু' থেকে 'ক্রিয়েট'-এ ক্লিক করে 'পেইজ'-এ ক্লিক করতে হবে। যদি আপনি সেলিব্রেটি বা পাবলিক ফিগার না হয়ে থাকেন তাহলে 'বিজনেস/ব্র্যান্ড'-এ ক্লিক করুন।

তারপরে ফেসবুকের দেখানো স্টেপগুলো ফলো করুন, যেখানে আপনাকে আপনার বিজনেসের নাম, লোগো, কাভারের ছবি এবং ডেসক্রিপশন যুক্ত করতে হবে। তারপরে আপনাকে আপনার নিজের পেইজ লাইক করতে বলা হবে।

তারপরে আপনার ফেসবুকের পেইজের প্রত্যেকটা সেকশন সঠিকভাবে আপনার ব্যবসার তথ্য দিয়ে পূরণ করবেন।

ফেসবুক পেইজ তৈরি করার সময় নিচের বিষয়গুলোর দিকে
শুরুতে আপনার ফেসবুক পেইজে ইনভাইট করুন,

উচ্চ কোয়ালিটি সম্পর্ক কন্টেন্ট তৈরি করুন!

আপনার নিজের প্রোফাইলে যেসব ফ্রেন্ড রয়েছে তাদেরকে
শুরুতে আপনার ফেসবুক পেইজে ইনভাইট করুন।

আপনার কাছে যদি ইমেইল লিস্ট সংগ্রহ করা থাকে,
আপনার ব্যবসার জন্য; তাহলে তাদেরকে আপনার
ফেসবুকের পেইজে যুক্ত হওয়ার জন্য ইমেইল করতে পারেন।

আপনার বিজনেস কার্ডসহ যেসব জায়গায় ফেসবুক
পেইজকে যুক্ত করা উচিত সেগুলোতে যুক্ত করার সুবিধার্থে
পেইজের ইউজারনেম মডিফাই করুন।

আপনার মূরনো ক্রেতাদের কাছে বিজনেস লেটার পাঠিয়ে
তাদেরকে আপনার নতুন ফেসবুক পেইজ সম্পর্কে জানানোর
ব্যবস্থা করুন।

শুরুতে একসাথে বড় অংকের প্রমোটি না করিয়ে, ছোট
অংকের অ্যাডভার্টাইজমেন্ট চালিয়ে দেখতে পারেন।

ফেসবুকের ডিফল্ট কিছু টুলস আছে, যেগুলো আপনি
আপনার পেইজের পাবলিশিং টুলস নামক সেকশনে খুঁজে
পাবেন। ওখান থেকে একটা টুলসের নাম হচ্ছে, পেইজেস টু
ওয়াচ।

এই টুলসের সাহায্যে আপনি দেখতে পারবেন, আপনার কোন পোষ্টের অ্যান্ডেজমেন্ট কেমন হচ্ছে বা হয়েছে আর একহসাথে আপনার প্রতিযোগী পেইজের অবস্থান। এছাড়াও পেইজকে ব্যবহারের জন্য কিছু টেকনিক ব্যবহার করতে পারেন।

ফেসবুক পেইজকে প্রফেশনালি অপ্টিমাইজ করার জন্য আপনাকে অবশ্যই শুরুতে একটি ফেসবুক পেইজ তৈরি করতে হবে। ফেসবুক পেইজ তৈরি করার পর আপনি দেখতে পাবেন যে, ফেসবুক আপনাকে বেশ কিছু ধাপ অনুসরণ করতে বলছে! এই শুরুত্বপূর্ণ ধাপগুলো পূরণ করুন সবার প্রথমে!

তারপর আপনার ফেসবুক পেইজের প্রোফাইল পিকচার আপলোড করুন। যদি আপনার ফেসবুক পেইজটি ব্যক্তিগত কাজে ব্যবহার করতে চান, তাহলে নিজের ছবি ব্যবহার করা উচিত।

একইভাবে যদি ফেসবুক পেইজটির ক্যাটাগরি, ব্র্যান্ড/লেখক/উদ্যোক্তা/পাবলিক ফিগার ইত্যাদি হয়ে থাকে তাহলেও নিজের ছবি ব্যবহার করা উচিত।

যদি আপনার ফেসবুক পেইজটি কোনো ব্যবসার কাজে ব্যবহার করতে চান তাহলে আপনার কোম্পানির ফেসবুক পেইজের প্রোফাইল পিকচারে আপনার কোম্পানির লোগো ব্যবহার করার চেষ্টা করুন।

ফেসবুক পেইজের কাভার ফটো, তারপরেই আপলোড করুন।

মনে রাখবেন, একটা মানুষ আপনার ফেসবুক পেইজে ঢোকার সাথে সাথেই কিন্তু আপনার পেইজের কাভার, প্রোফাইল পিকচার এবং আপনার নাম দেখতে পায়! তাই এই তিনি জায়গায় ইউনিক কিছু করার চেষ্টা করুন।

প্রোফাইল ছবিতে যদি লোগো ব্যবহার করে থাকেন, তাহলে কাভার ছবিতে লোগো ব্যবহার না করলেও চলবে। কাভার ছবিটি যতটা স্ক্রিপ্ট পরিষ্কার রাখার চেষ্টা করবেন!

কিছু কিছু ফ্রিল্যান্ডার, লেখক, কল্টেন্ট ক্রিয়েটর এমনকি কিছু কিছু কোম্পানিরও ফেসবুক পেইজের কাভার ছবিতে ‘হাজার লাইনের গল্প’ লেখা থাকে।

জগাখিচুড়ীমার্কা এইসব ফেসবুক পেইজ-ও বেশিক্রম খুলে রাখতে ভালো লাগে না।

মনে রাখবেন, ফেসবুক কাভার ছবিটাকে ব্যবহার করবেন আপনার ফেসবুক পেইজের ‘মিশন স্টেটমেন্ট’ বোঝানোর জন্য।

অর্থাৎ, মানুষ যাতে একবার আপনার ফেসবুক পেইজের কাভার ছবির দিকে চাইলেই বুঝে যায়, আপনার কোম্পানি বা আপনার পার্সোনাল ফেসবুক পেইজটা ‘কোন কারণে’ তৈরি করা হয়েছে!

প্রোফাইল ছবি, কাভার ছবি আপলোড করেই ফেসবুক
পেইজের ‘এডিট পেইজ ইনফো (Edit Page Info)’ সেকশন
দৌড় দেবেন। সেখানে গিয়ে ‘ইউজারনেম (Username)’
সেকশন থেকে আপনার পেইজের ইউজারনেম মছন্দ করে
দেবেন।

ইউজারনেম মছন্দ করতে গিয়ে অনেকেই অনেক সমস্যায়
পড়ে থাকেন। অনেকেই ইউজারনেম পরিবর্তন করতে পারেন
না।

যদি আপনার ফেসবুক পেইজের ইউজারনেম পরিবর্তন
করতে না পারেন, তাহলে সেই পেইজে প্রোফাইল পিকচার,
কাভার ফটো এবং পেইজে কমপক্ষে ১৮টি লাইক নিয়ে
আসবেন আর তারপরেই আবার ইউজারনেম পরিবর্তন
করার চেষ্টা করবেন।

ইউজারনেমের নিচের বাক্সটি হচ্ছে ‘ডেসক্রিপশন
(Description)’ -এর। এই বাক্সটিতে আপনি মাত্র ১৫৫টি
ক্যারেক্টোর অর্থাৎ ১৫৫টি অক্ষর ব্যবহার করতে পারবেন।
এই ১৫৫টি ক্যারেক্টোর দিয়ে তাহলে আপনি কি লিখবেন?
কি বলবেন?

যদি আপনার ফেসবুক পেইজটি ব্যক্তিগত হয়ে থাকে কিংবা
আপনি যদি লেখক/ব্র্যান্ড/উদ্যোক্তা/কন্টেন্ট ক্রিয়েটর হয়ে
থাকেন; তাহলে আপনার ফেসবুক পেইজের এই
ডেসক্রিপশনে আপনি আপনার নিজের সম্পর্কে লিখুন।

খুবই ছোট করে লিখবেন।

যদি আপনার ফেসবুক পেইজটি ব্যবসার কাজে ব্যবহার করতে চান কিংবা যদি আপনার ফেসবুক পেইজটি আপনার কোম্পানির হয়ে থাকে; তাহলে ডেসক্রিপশনে আপনার কোম্পানির মিশন স্টেটমেন্ট, ভিশন স্টেটমেন্ট কিংবা কোম্পানির ট্যাগলাইন-ও লিখতে পারেন। অনেক কোম্পানির ফেসবুক পেইজের ডেসক্রিপশনে তাদের পন্য বা সেবার ক্যাটাগরি লেখা থাকে।

ডেসক্রিপশনের ঠিক নিচেই 'ক্যাটাগরি (Category)'
রয়েছে।

ক্যাটাগরি এডিট করার পূর্বে...

চোখ বন্ধ করুন! আজ্ঞে হ্যায়! এখনই চোখ বন্ধ করুন।

আপনার বুকে হাত রাখুন। বুকে হাত রেখে আমার একটা প্রশ্নের সত্ত্বেও উত্তর দিন!

প্রশ্নটা হচ্ছে, “আপনি কি কখনো কোনোদিনও ফেসবুক পেইজের ডেসক্রিপশন কিংবা ক্যাটাগরির নিচে ছোট করে কী লেখা থাকে সেটা পড়েছেন?”

আমি উত্তর জানি! বেশিরভাগেরই উত্তর হবে, “না,
পড়িনি!”

ফেসবুক পেইজের ক্যাটাগরির ঠিক নিচেই লেখা আছে,

“Help people find your Page by choosing categories that represent your Page. Having an accurate category helps Facebook show your business to the right people at the right time so that your business can reach a more engaged audience.”

এই অংশটুকু যদি আপনি বাংলায় অনুবাদ করেন, তাহলেই আপনি সঠিক ক্যাটাগরি বাছাই করার ‘সিক্রেট রেসিপি’ পেয়ে যাবেন।

কিন্তু নাহ! আমাদের তো খেয়াল করারই সময় থাকে না!
“Help people find your Page by choosing categories that represent your Page.”

এই লাইনেই সেই গোপন শব্দটি রয়েছে যেটাকে ডাঙলেই আমরা সঠিক ক্যাটাগরি বাছাই করতে পারব।

কারণ ফেসবুকই আমাদের বলে দিচ্ছে, “Having an accurate category helps Facebook show your business to the right people at the right time so that your business can reach a more engaged audience.”

তাহলে চলুন এই লাইনে (Help people find your Page by choosing categories that represent your Page) লুকিয়ে থাকা সেই শব্দটি খুঁজে বের করা যাক! আজ্ঞে হ্যায়! আপনি ঠিকই ধরেছেন!

শব্দটি হচ্ছে, রিপ্রেজেন্ট (Represent)

স্টাডিসাইট অনুসারে,

রিপ্রেজেন্ট (Represent) শব্দের অর্থ - অভিনয় করা, ঘটনা বিবৃত করা, চিত্রিত করা, জ্ঞাত করা, নিবেদন করা, প্রকাশিত করা, প্রতিনিধি হওয়া, চিহ্নিত করা, প্রভেদ করা, বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করা, চরিত্র বর্ণনা করা, বৈশিষ্ট্য প্রদান করা, বিশেষ ভাবে, অভিযোগ বা দাবি উত্থাপন করা, চিঙ, প্রতীক ইত্যাদির মাধ্যমে কোনো কিছুকে উপস্থাপিত করা, রূপ দেওয়া, প্রতিরূপ সৃষ্টি করা ইত্যাদি

মুতরাং বোঝাই যাচ্ছে যে, এই শব্দটি বিভিন্ন অর্থে ব্যবহৃত হতে পারে। কিন্তু এক্ষেত্রে ফেসবুক কোন অর্থে এই শব্দটিকে এই লাইনে যুক্ত করেছে?

কারণ, রিপ্রেজেন্ট শব্দটি ছাড়াও এর আরো বঙ্গল ব্যবহৃত অনেকগুলো সমার্থক শব্দ রয়েছে।

যেমন - সিম্বোলাইজ (Symbolize), সিগনিফাই (Signify), শো (Show), মিন (Mean), ডেসক্রাইব (Describe), অ্যাক্ট (Act) ইত্যাদি!

তাহলে এতগুলো সহজ শব্দ থাকতে কেন 'রিপ্রেজেন্ট' শব্দটাকেই ব্যবহার করতে হবে ফেসবুকের?

কারণ...

এখানে 'রিপ্রেজেন্ট' শব্দটির মানে - বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করা, চরিত্র বর্ণনা করা বা বৈশিষ্ট্য প্রদান করা!

এখানে 'রিপ্রেজেন্ট' শব্দটি কোনো ধরণের প্রতীক (Symbolize: চিহ্নস্বরূপ হওয়া, নিয়মঙ্গুত্তম করা, প্রতীকস্বরূপ হওয়া, প্রতীকায়িত করা, প্রতীকায়িত, প্রতিক) বোঝাচ্ছে না!

এখানে রিপ্রেজেন্ট শব্দটি কোনো ধরণের নির্দশন (Signify: অর্থ বোঝান, ওরুত্তমূর্ণ হওয়া, চিঙ হওয়া, জ্ঞাপন করা, নির্দশন হওয়া, ফলাফলমূর্ণ হওয়া) বোঝাচ্ছে না!

এখানে রিপ্রেজেন্ট শব্দটি কোনো কিছু দেখাচ্ছে (Show: আবির্ভূত হওয়া, কেলান, জাহির করা, দৃষ্টিগোচর হওয়া, দেখা দেওয়া, প্রদর্শন, প্রদর্শন করান) না!

এখানে রিপ্রেজেন্ট শব্দটি কোনো পরিকল্পনা (Mean: অভিপ্রায় করা, অর্থপ্রকাশ করা, উদ্দেশ্য করা, গড়, জ্ঞাপন করা, নির্দিষ্ট করা, নির্দেশ করা, পরিকল্পনা) করছে না!

এখানে রিপ্রেজেন্ট শব্দটি কোনো কিছু বর্ণনা (Describe: অঙ্গন করা, অঙ্গিত করা, আঁকা, বর্ণন করা, বর্ণনা করা, লিখা, অভিহিত করা) করছে না!

এবং অবশ্যই এখানে রিপ্রেজেন্ট শব্দটি কোনোভাবেই অভিনয় (Act: অনুকরণ করা, অভিনয় করা, আচরণ করা, কাজ, চলা, প্রতিনিধিত্ব করা, প্রতিনিধিকরণে কাজ করা, প্রভাবিত) করছে না!

তাই নাফ?

এখানে রিপ্রেজেন্ট (Represent) শব্দটি মূলত ক্যারেক্টারাইজ (Characterize) করছে! অর্থাৎ, রিপ্রেজেন্ট শব্দটা এখানে ফেসবুকে আপনার ফেসবুক পেইজের 'বৈশিষ্ট্য' বর্ণনা করছে!

আপনি যখন আপনার কিংবা আপনার কোম্পানির অথবা আপনার ক্লায়েন্টের ফেসবুক পেইজের ক্যাটাগরি বাছাই করবেন তখন আপনি যে ক্যাটাগরিটা বাছাই করতে যাচ্ছেন, সেটা কী আপনার ফেসবুক পেইজটার বৈশিষ্ট্যগুলোর সাথে মিলে?

যদি এই প্রশ্নের উত্তর 'হ্যাঁ' হয়, তাহলে সেটাই আপনার ক্যাটাগরি! আর যদি উপরের এই প্রশ্নের উত্তর 'না' হয় তাহলে ত্রৈ ক্যাটাগরিটা আপনার জন্য নয়!

বুঝেছেন তাহলে?

আমি কেন ছোট্ট এই 'ক্যাটাগরি' সেকশনটা নিয়ে এতগুলো
শব্দ লিখলাম জানেন?

কারণ, ত্রি যে 'ওপেন প্রমিস' -এর কথা মনে আছে?

যত বেশি মানুষ আপনাকে জানবে, তত অল্প আপনি
আপনার প্রমিস ভাঙ্গতে পারবেন! যদি সেই প্রমিসটা আপনি
সবার সম্মুখে করে থাকেন!

এখানও ফেসবুক 'বোল্ড স্টেটমেন্ট' দিচ্ছে যে,

"Help people find your Page by choosing
categories that represent your Page. Having an
accurate category helps Facebook show your
business to the right people at the right time so
that your business can reach a more engaged
audience."

এতক্ষণে হয়তো আপনি আপনার সেই বিখ্যাত প্রশ্নের
উত্তরও পেয়ে গিয়েছেন! প্রশ্নটা কি জানেন?

“একটা শব্দের এতগুলো সমার্থক শব্দ কেন থাকতে হবে?
একটা শব্দের একটা অর্থ হলেই তো হতো! তাই না?”

ক্যাটাগরি এডিট করার পর ঠিক নিচের দিকে যতগুলো
সেকশন রয়েছে (Contact, Location, Service Area,
Hours) সবগুলো সঠিক তথ্য দিয়ে পূরণ করার চেষ্টা
করুন।

কীভাবে বুঝবেন, কোনটা সঠিক তথ্য? কীভাবে বুঝবেন
আপনি যেটা লিখেছেন বা আপনি যেভাবে বাছাই করেছেন
সেটাই সঠিক?

আমরা ক্যাটাগরি যেভাবে বাছাই করেছিলাম ঠিক
একইভাবে এখানেও আপনি প্রত্যেকটা সেকশনে সঠিক তথ্য
বসাবেন।

সাহায্য কিভাবে পাবেন?

প্রত্যেকটা সেকশনে ক্লিক করলেই নিচের দিকে সেই
সেকশনে কি লিখবেন, কেন লিখবেন, কীভাবে লিখবেন,
কোনটা সঠিক তথ্য; এইসব প্রশ্নের উত্তর লুকিয়ে আছে এমন
কিছু বাক্য দেখতে পাবেন।

মেই বাক্যগুলো অনুসরণ করুন। যেভাবে আমি আপনাদের জন্য ক্যাটাগরির আসল অর্থ ‘ডিকোড’ করেছি, ঠিক একইভাবে আপনিও প্রত্যেকটা সেকশনের আসল অর্থটা ‘ডিকোড’ করুন।

ফেসবুক, আমাকে-আপনাকে বারবার বলে দিচ্ছে কীভাবে আপনার ফেসবুক পেইজটাকে আপনি আরো ‘গ্রো’ করতে পারবেন!

ফেসবুক, আমাকে-আপনাকে বারবার বলে দিচ্ছে কীভাবে আপনার ফেসবুক পেইজটাকে ব্যবহার করে অর্থ আয় করতে পারবেন!

আপনাকে শুধুমাত্র একটু চোখ-কান খোলা রাখতে হবে!

দ্যাটস ইট!

উপরের সেকশনগুলো এডিট করার পর একই পেইজেই
একবারে নিচের দিকে দখন, মোর (More) নামে
আরেকটা সেকশন রয়েছে!

এই সেকশনে প্রথমেই আপনাকে পূরণ করতে হবে প্রাইভেসি
পলিসি ঘরটি। প্রাইভেসি পলিসি হচ্ছে, এমন কিছু রুলস
যেগুলো এই পেইজকে আপনার কাস্টোমারের বিশ্বাসের
সম্পর্কে বেঁধে রাখে।

অর্থাৎ, প্রাইভেসি পলিসিতে আপনি যা যা লিখবেন এবং
(ধরে নেয়া হয়) যদি কোনো ক্রেতা আপনার থেকে কোনো
পন্য বা সেবা ক্রয় করে থাকে, তাহলে সে আপনার ব্যবসার/
ফেসবুক পেইজের প্রাইভেসি পলিসি বা রুলস এন্ড
রেগুলেশন মনে নিয়েই সেই পন্য কিনেছে!

মজার ব্যাপার হচ্ছে, এই প্রাইভেসি পলিসিকে আপনি
পজিটিভলি এবং নেগেটিভলি; দুভাবেই ব্যবহার করতে
পারবেন!

যদিও এটা করা উচিত নয়; কিন্তু তারপরও এই প্রাইভেসি
পলিসিটাকে ব্যবহার করে অনেকেই অনেক বড়সড় ধরণের
লিগ্যাল অ্যাকশন থেকে বেঁচে যায়! অনেকেই প্রাইভেসি
পলিসিকে ব্যবহার করে ‘ফড’ করার চেষ্টা করে!

কীভাবে করে সেটা বলা যাবে না! আমি চাই না, এই বই দিয়ে
কোনো নেগেটিভিটি ছড়াক!

এই প্রাইভেসি পলিসি ঘরটিতে আপনি আপনার ফেসবুক
পেইজের রুলস এন্ড রেগুলেশন্সলো স্পষ্টভাবে লিখে
দেবেন। এতে করে ক্রেতা আপনার থেকে কোনো মন্য বা
সেবা ক্রয় করতে গিয়ে কোনো ধরণের বাধার সম্মুখীন হলে
যাতে সেই প্রাইভেসি পলিসি অনুসরণ করতে পারে।

কিন্তু সমস্যটা হচ্ছে, ফেসবুক আপনাকে প্রাইভেসি পলিসি
লিখে প্রকাশ করার জন্য এতবড় ঘর দিচ্ছে না। এর বদলে
ফেসবুক আপনাকে শুধুমাত্র একটা ঘর দিচ্ছে যেখানে
আপনি আপনার ফেসবুক পেইজের প্রাইভেসি পলিসির
লিংক লিখে দিতে পারেন।

কিন্তু, কোথায় পাবো সেই লিংক? কোথায় পাবো সেই
প্রাইভেসি পলিসি?

প্রাইভেসি পলিসির লিংকটা খুঁজে পাবেন আপনার
ওয়েবসাইট থেকে।

আপনার যদি এই ফেসবুক পেইজের জন্য কোনো
ওয়েবসাইট থাকে, তাহলে সেই ওয়েবসাইটটির ‘প্রাইভেসি
পলিসি’ পেইজটির লিংক ব্যবহার করতে পারেন।

কিন্তু যদি আপনার ওয়েবসাইট না থাকে, সেক্ষেত্রে
আপনাকে অন্যভাবে প্রাইভেসি পলিসি লিংক তৈরি করতে
হতে পারে।

কীভাবে?

মাইক্রোসফট ওয়ার্ড খুলুন! আপনার প্রাইভেসি মলিসি
লিখন স্থানে। তারপর সেটাকে সংইত করুন। সংইত করার
পর সেই ডক ফাইলটিকে পিডিএফ ফরমেটে কনভার্ট করুন।

তারপর সেই পিডিএফ ফাইলটি ওগল ড্রাইভে আপলোড
করে দিন। এবার ওগল ড্রাইভে থাকা আপনার প্রাইভেসি
মলিসির পিডিএফ ফাইলটির লিংকটিই আপনি আপনার
ফেসবুক পেইজের প্রাইভেসি মলিসি সেকশনে ব্যবহার করতে
পারেন।

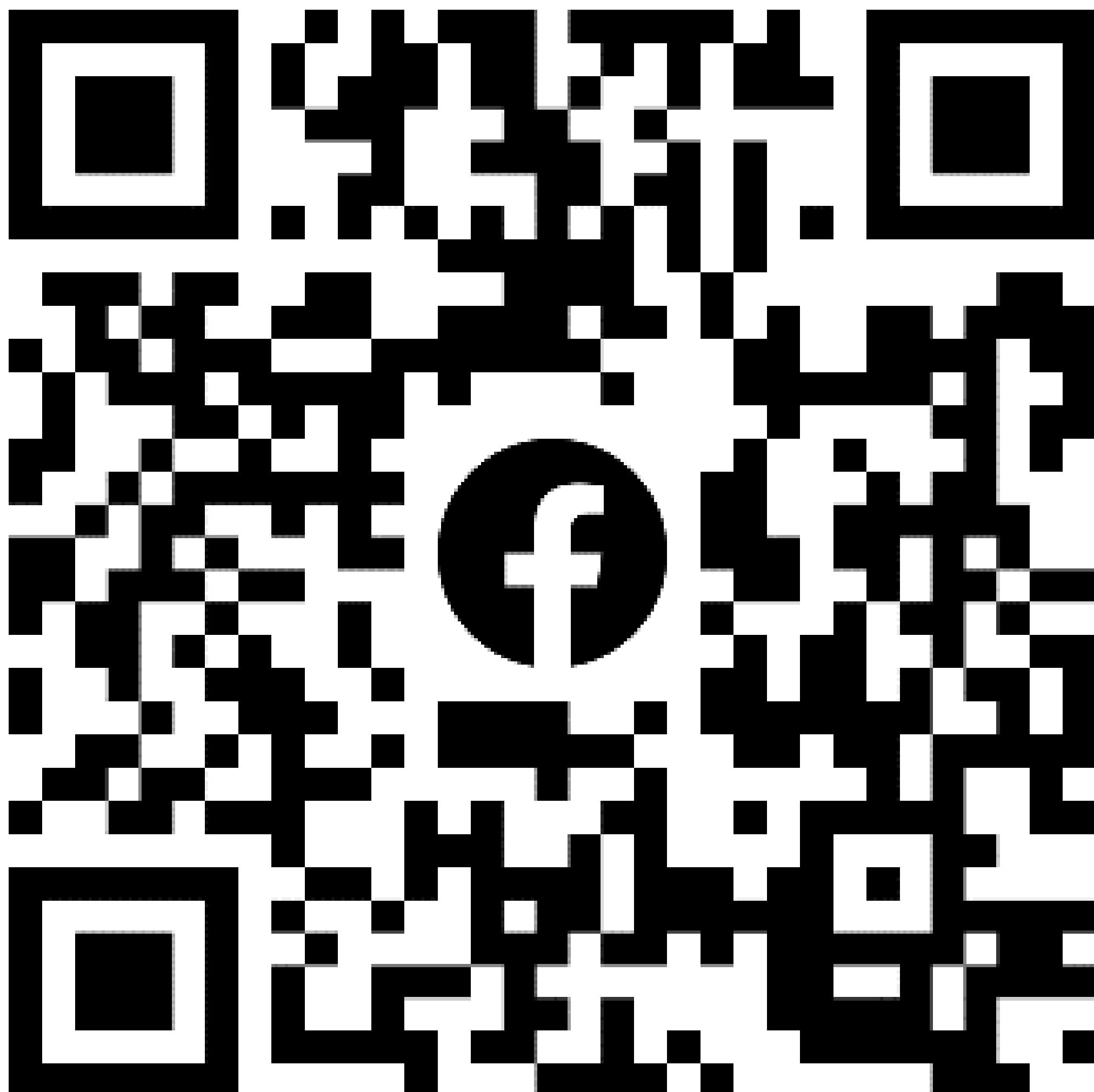
প্রাইভেসি মলিসি সেকশনের ঠিক নিচে যে সেকশনগুলো
রয়েছে (Products, Additional Information, Price
Range, Other Accounts) সবগুলো উপরে যে নিয়মটা
বলেছি; ঠিক সেই নিয়ম মনে পুরণ করুন।

‘কিউ আর কোড (QR Code)’ সেকশনটি নতুন যুক্ত করা
হয়েছে। এটা বেশ কাজের একটা সেকশন।

ফেসবুক পেইজের ‘এডিট পেইজ ইনফো (Edit Page Info)’
থেকে একেবারে নিচের দিকেই রয়েছে এই ‘কিউ আর কোড’
সেকশনটি, যেখানে আপনার ফেসবুক পেইজের একটি কিউ
আর কোড ফেসবুক জেনারেট করে দেবে!

সেটাতে ক্লিক করলেই আপনি সেই কিউ আর কোডটিকে
ডাউনলোড করে নিতে পারবেন!

আমাৰ মেইজেৱ কিউ আৱ কোডটি দেখতে অনেকটা
এমন,



উপৱেৱ এই মেইজ সেটিংসগুলো ঠিকভাবে উপৱেৱ দেখানো
নিয়মে অনুসৰণ কৱে যেতে পাৱলে এবং প্রত্যেকদিন
উন্নতমানেৱ কন্টেন্ট আপলোড কৱলে; আপনাৰ ফেসবুক
মেইজ নিচেৱ দিকে আৱ থাকবে না! অটোমেটিক্যালি
উপৱে উঠতে শুৰু কৱবে, গ্ৰো কৱতে শুৰু কৱবে।

এখন আপনি আমাকে প্রশ্ন করতে পারেন, “ভাই, আমরা কি আর আমাদের ফেসবুক পেইজের জন্য এসএমও (সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশন) করবো না?”

উপরের নিয়মগুলো মনে, যদি আপনাদের ফেসবুক পেইজটাকে আপনারা ইতোমধ্যে এডিট করে ফেলেন,
তাহলে অঙ্গন্ধন!

আপনাদের ফেসবুক পেইজের পুরো অপ্টিমাইজেশন হয়ে
গিয়েছে!

ফেসবুক গ্রুপ অপ্টিমাইজেশন

‘অনুপ্রেরণা ও সফলতার গল্প’ নামের একটা ফেসবুক গ্রুপে
কিছুদিন আগে আমার লেখা একটা প্রবন্ধ ভাইরাল হয়ে
যায়। মাত্র কয়েক ঘন্টা পরেই আমার ফেসবুক প্রোফাইলে
মৌমাছির মতো ফ্রেন্ড রিকুয়েস্ট আসতে শুরু করে!

এক রাতের মধ্যেই আর্টিকেলটির কারণে আমার ফেসবুক
প্রোফাইলের অ্যাঙ্গেজমেন্ট রেট ১০০% বেড়ে যায়।
যাই হোক, কথা বলছিলাম ফেসবুক গ্রুপ নিয়ে!

ফেসবুকের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ একটি ফিচার হচ্ছে, ফেসবুক
গ্রুপ বা ফেসবুক কমিউনিটি ক্রিয়েশন টুলস!

ফেসবুকের ‘মিশন স্টেটমেন্ট’ কি ছিল, মনে আছে?

“Give people the power to build community and
bring the world closer together.”

ফেসবুক আপনাকে এমন একটা ঝুমতা দিতে চায়, যেটা ব্যবহার করে আপনি আপনার নিজের জন্য একটা কমিউনিটি তৈরি করতে পারবেন! আর সেই ঝুমতাটা ফেসবুক কীভাবে দিয়েছে?

'ফেসবুক গ্রুপ' টুলটির মাধ্যমে!

সিম্পল, রাইট?

ফেসবুক গ্রুপ ব্যবহার করে আপনি নিজের একটা ব্যবসা দাঢ় করাতে পারবেন! ফেসবুক গ্রুপ ব্যবহার করে আপনি নিজের একটা কমিউনিটি অর্থাৎ ফ্যানবেইজ তৈরি করতে পারবেন!

ফেসবুক গ্রুপ ব্যবহার করে আপনি আপনার ক্লায়েন্টের জন্য প্রচুর পরিমাণ 'ফ্রি' ট্র্যাফিক নিয়ে আসতে পারবেন! ফেসবুক গ্রুপকে এখন আমরা সোশ্যাল কাজ থেকে শুরু করে প্রায় সব ধরণের কাজেই ব্যবহার করছি!

ফেসবুকে একটি গ্রুপ তৈরি করতে চাইলে ফেসবুকের গ্রুপ সেকশন থেকে 'ক্রিয়েট অ্যা গ্রুপ (Create a Group)' এ ক্লিক করবেন। সেখান থেকে আপনার গ্রুপের নাম এবং প্রাইভেসি দিয়ে 'ক্রিয়েট (Create)' বাটনে ক্লিক করবেন!

ফেসবুক গ্রুপের নাম বাছাইয়ের সময় মনে রাখবেন, যদি আপনি ফেসবুক গ্রুপের নামকে ভালোভাবে অপ্টিমাইজ করতে চান তাহলে আপনার ফেসবুক গ্রুপের নাম লিখে তার পাশে হাইফেন (-) ব্যবহার করে আপনার ফেসবুক গ্রুপের ক্যাটাগরি বসাতে পারেন।

যেমন, আপনার ফেসবুক গ্রুপটি যদি 'বাই-সেল' গ্রুপ হয়ে থাকে এবং তাহলে আপনার গ্রুপের নামকে অপ্টিমাইজ করতে চাইলে এভাবে লিখতে হবে, ফেসবুক গ্রুপের নাম - অ্যাবাই-সেল গ্রুপ (Facebook Group Name – A Buy-Sell Group)

ফেসবুক গ্রুপে বর্তমানে দুই ধরণের প্রাইভেট সেটিংস দেখা যায়! 'পাবলিক (Public)' গ্রুপগুলোতে যুক্ত না হয়েও বাইরে থেকে মানুষ আপনার ফেসবুক গ্রুপের পোস্টগুলো দেখতে ও মডেল পারবে!

অন্যদিকে 'প্রাইভেট (Private)' গ্রুপগুলোতে যুক্ত না হয়ে আপনি বাইরে থেকে পোস্ট দেখতে ও মডেল পারবেন না!

কিন্তু যদি আপনি প্রাইভেট গ্রুপ সিলেক্ট করেন, তখন আপনি আপনার গ্রুপকে 'ডিজিবল (Visible)' এবং 'হিডেন (Hidden)' করেও রাখতে পারবেন। শুধুমাত্র প্রাইভেট ও হিডেন গ্রুপের মেম্বারগণ গ্রুপটিকে খুঁজে বের করতে পারবে কিন্তু প্রাইভেট ও ডিজিবল গ্রুপটিকে সবাই দেখতে পাবে!

গ্রুপটি তৈরি করার সাথে সাথেই গ্রুপের মূল পেইজেই আপনি ‘Continue setting up your group’ নামে একটি অপশন দেখতে পাবেন। এই অপশনটি ফেসবুক আপনাকে রেকমেন্ড করছে শুরুতেই কম্প্লিট করার জন্য!

এই অংশটি অনুসরণ করে প্রথমেই আপনি ফেসবুক গ্রুপের কাভার ফটো আপলোড করবেন।

কাভার ফটো আপলোড করার সময় এই বিষয়গুলো মাথায় রাখবেন,

- কাভার ছবিটি যাতে জগাখিচুড়ী তথ্য ভরপূর না থাকে।
- কাভার ছবিটি যতটা সম্ভব সিম্পল রাখার চেষ্টা করুন।
- কাভার ছবিতে অতিরিক্ত কোনোকিছু লিখবেন না!
- যদি কাভার ছবিতে লেখা নিয়ে আসতেই হয়, তাহলে ৭০% অংশ খালি রেখে বাকি ৩০% এ লেখার চেষ্টা করুন!
- কাভার ছবির মূল থিমটাকে মাঝে রাখার চেষ্টা করুন।

কাভার ছবি আপলোড করার পরেই আপনার কাজ হবে গ্রুপের ডেসক্রিপশন তৈরি করা। আপনি যেকোনো ভাষায় আপনার গ্রুপের ডেসক্রিপশন লিখতে পারেন। এতে কোনো মানা নেই!

ফেসবুক গ্রুপের ডেসক্রিপশন লেখার সময় মাথায় রাখবেন, ‘আপনার ফেসবুক গ্রুপটি কী নিয়ে?’ এই প্রশ্নের উত্তরই হচ্ছে ফেসবুক গ্রুপের ডেসক্রিপশন!

ডেসক্রিপশন লেখার পর আপনার ফেসবুক গ্রুপে কমপক্ষে ৪/৫টা কন্টেন্ট আপলোড করুন। এতে করে যাবাই গ্রুপটিকে খুঁজে পাবে বা যুক্ত হতে চাহিবে বা যুক্ত হবে; তারা যেন বাইরে থেকে কিংবা গ্রুপে যুক্ত হয়ে কিছুক্ষণ ‘স্টে’ করার কারণ খুঁজে পায় এবং ‘স্টে’ করে।

এটা শুধুমাত্র আপনার ফেসবুক গ্রুপই নয়, বরঞ্চ যেকোনো নতুন ফেসবুক পেইজ কিংবা নতুন ফেসবুক প্রোফাইল অথবা ইভেন্ট তৈরি করার পরেও কয়েকটা কন্টেন্ট আপলোড করে রাখুন।

এতে করে অডিয়েন্স প্রথমে এসে আপনার নতুন গ্রুপে কয়েকটা কন্টেন্ট খুঁজে পাবে।

এতে লাভ কি হবে?

যেকোনো ক্ষেত্রেই ফার্স্ট ইমপ্রেশন ইজ দ্য লাস্ট ইম্প্রেশন। এইক্ষেত্রেও, ফেসবুকের একটা নতুন পেইজে কিংবা একটা নতুন গ্রুপে যদি আপনাকে যুক্ত করা হয়; তাহলে আপনি সেখানে যুক্ত হওয়ার আগে নিশ্চয়ই গ্রুপ সম্পর্কে জেনে নিতে চাহিবেন!

তারপর যদি গ্রুপের কন্টেন্ট আর গ্রুপের তথ্য ভালো লাগে তাহলে গ্রুপে আপনি যুক্ত হবেন আর যদি ভালো না লাগে তাহলে আপনি গ্রুপ থেকে ‘লিভ (Leave)’ নেবেন!

একই বিষয়টা আপনার নিজের দিক থেকেও চিন্তা করে
দখুন তো!

উপরের কাজগুলো শেষ করে, ফেসবুক গ্রুপের ‘সেটিংস
(Settings)’ অপশন যাবেন! সেখান থেকেই আমরা
আমাদের ফেসবুক গ্রুপটাকে অপ্টিমাইজ করবো!

সেটিংস অপশন থেকে আপনি প্রথমেই আপনার গ্রুপের
'লোকেশন (Location)' বাছাই করবেন। যদি আপনার
গ্রুপের কোনো লোকেশন না থাকে অর্থাৎ, আপনার গ্রুপের
যদি ফিজিক্যাল কোনো অ্যাড্রেস না থাকে, সেক্ষেত্রে চেষ্টা
করুন কোনো দেশের নাম ব্যবহার করতে।

কিন্তু... খালি রাখা যাবেনা কোনো বাস্ত্ব!

মনে আছে বলেছিলাম? যতগুলো ঘর আপনার জন্য বা
আপনার গ্রুপের জন্য গুরুত্বপূর্ণ সবগুলো অপশন মূরণ
করার চেষ্টা করবেন! সবসময়েই!

ফেসবুক পেইজের ক্ষেত্রে আমরা যেভাবে ইউজারনেম
সিলেক্ট করেছিলাম, ঠিক একইভাবে আপনার ফেসবুক
গ্রুপের জন্যও আপনাকে একটি ইউজারনেম বাছাই করতে
হবে।

যদি পেইজের জন্য কোনো গ্রুপ করে থাকেন, তাহলে
সেক্ষেত্রে পেইজ আর গ্রুপের ইউজারনেম একই রাখার চেষ্টা
করবেন! যদিও এরকম কোনো নিয়ম-কানুন নেই; তারপরেও
একইরকম রাখলে অডিয়েন্সের খুঁজে পেতে সুবিধা হবে!

উল্লেখ্য যে, ফেসবুক প্রোফাইল এবং পেইজের লিংক দেখতে
এমন হয় – facebook.com/profile or
facebook.com/page

কিন্তু ফেসবুক গ্রুপের লিংক দেখতে এমন হয় –
facebook.com/groups/group_name

ফেসবুক গ্রুপের ইউজারনেম এডিট করতে হলে, আপনাকে
যেতে হবে; Facebook Group > Group Settings >
Customize Group > Web Address।

মনে রাখবেন, গ্রুপের ইউজারনেম কিন্তু ৫০০০ মেস্বার হয়ে
যাওয়ার পর আর পরিবর্তন করতে পারবেন না!

ওয়েব অ্যাড্রেস অর্থাৎ গ্রুপের ইউজারনেম বাছাইয়ের পর
ঠিক নিচেই রয়েছে ফেসবুকের কালার ম্যালেট অপশন। এই
অপশন থেকে আপনি বর্তমানে (৩/৩/২০২৯) পনেরটি রঙ
থেকে যেকোনো একটি রঙে আপনার পুরো গ্রুপকে সাজাতে
পারবেন।

কিন্তু কেন এই কালার অপশনটি ফেসবুক দিয়েছে? কেন এই কালার অপশনটি ওরুত্তমূর্ণ?

দুটো কারণে ফেসবুকের এই কালার অপশনটি ওরুত্তমূর্ণ!

প্রথমত, ফেসবুকের কালার অপশনটি আপনাকে অনেকগুলো রঙ থেকে আপনার মছল্দের একটি রঙে আপনার ব্র্যান্ড বা ব্যবসার কিংবা কমিউনিটিকে রিপ্রেজেন্ট করতে সাহায্য করে। এতে করে আপনার গ্রুপে 'ব্র্যান্ডড লুক' চলে আসে।

আর দ্বিতীয়ত, ফেসবুক কালার অপশনটি মূলত নিয়ে আসা হয়েছে কালার স্লাইন্ড কিংবা ডিজুয়ালি ইমপেয়ারড ব্যক্তিদের জন্য।

আপনার মছল্দের রঙটি বাছাই করে 'ব্যাজ (Badge)' অপশনে যেতে পারেন।

ব্যাজ মূলত একটা ফেসবুক গ্রুপে দুটো কারণে ব্যবহৃত হয়। প্রথমত, ফেসবুক ব্যাজ ব্যবহার করে একটা গ্রুপে কে কোন পজিশনে কাজ করছে এবং তাদের মধ্যে কাদের উপর কী দায়িত্ব রয়েছে সেটা বোঝা যায়!

আর দ্বিতীয়ত, ফেসবুক ব্যাজ ব্যবহার করে আপনার অডিয়েন্সের আপনি পুরষার/রিওয়ার্ড দিতে পারেন।

বর্তমানে ফেসবুক গ্রুপে সাত ধরণের ব্যাজ রয়েছে,

- অ্যাডমিন - একটা ফেসবুক গ্রুপের মা-বাপ সবকিছু!
- মোডারেটর - একটা ফেসবুক গ্রুপের আঞ্চীয়ন্ত্রজন!
- নিউ মেম্বার - একটা ফেসবুক গ্রুপের নতুন বাচ্চা-কাচ্চা!
- রাইজিং স্টার - একটা ফেসবুক গ্রুপের নতুন বাচ্চা-কাচ্চারা, যারা একমাস ধরে বেশি বেশি পোষ্ট করছে গ্রুপে!
- ডিজুয়্যাল স্টোরিটেলার - একটা ফেসবুক গ্রুপের ডিজুয়্যাল কন্টেন্ট ক্রিয়েটররা, যারা গ্রুপে এক মাস ধরে ডিজুয়্যাল কন্টেন্ট (ছবি ও ভিডিও) পোষ্ট করছে গ্রুপে।
- কনভার্সেশন স্টার - একটা ফেসবুক গ্রুপের কমেন্টার ও পোষ্টকারিগণ, যারা এক মাস ধরে গ্রুপের বিভিন্ন পোষ্টে কমেন্ট করছে ও গ্রুপে আর্টিকেল টাইপের কন্টেন্ট আপলোড করছে।
- ফাউন্ডিং মেম্বারস - যখন একটা ফেসবুক গ্রুপের মাত্র জন্ম হয়, তখন সেই গ্রুপে যারা মেম্বার ইনভাইট করে, যারা গ্রুপের কন্টেন্ট শেয়ার করে এবং যারা একেবারে শুরু থেকে গ্রুপের সাথে থাকে; তারাই গ্রুপের ফাউন্ডিং মেম্বারস!

ফেসবুক গ্রুপের ব্যাজ অপশনটি বন্ধ না করে দিয়ে ব্যবহার করা উচিত! কারণ, এতে করে গ্রুপের মেম্বাররা যখন সারাটা মাস আপনার গ্রুপের জন্য হাজার হাজার মিনিটের ভিডিও তৈরি করেছে; তারা যখন গ্রুপ থেকে এক মাস পর একটা ব্যাজ দেখতে পাবে, তাদের নামের উপর; তখন তারা সন্তুষ্ট হবে, তারা আনন্দ পাবে এতে!

যখন আমরা স্কুল-কলেজে কোনো পুরষ্কার পেতাম এবং সেই পুরষ্কার যখন আমাদের পাশে বসে থাকা ছেলে-মেয়েগুলো পেতো না; তখন কেমন লাগতো আপনার? একটু ভেবে বলুন তো!

হ্যায়! বন্ধু-বান্ধবের জন্য খারাপ লাগলেও; রিওয়ার্ড আমাদের ব্রেইন সেরোটোনিন নামে এক ধরণের নিউরোট্রামিটোর রিলিজ করে।

আর তখন আমরা নিজেদের উপর গর্বিত বোধ করি। আর সেই ব্যাজ বা প্রাইজ বা রিওয়ার্ড দেখানোর জন্য আমরা সেটা শেয়ার করি, স্টোরিতে আপলোড করি কিংবা মানুষকে জানাই!

যদিও মানুষ হিসেবে, এটা আমাদের ন্যাচারাল স্টেট!

কিছু কিছু গ্রুপের কাভার ছবির নিচে দেখতে পাবেন লেখা থাকে, “Group by অমুক!” এই অপশনটিই হচ্ছে, ‘গ্রুপ অ্যাফিলিয়েশন (Group Affiliation).’

গ্রুপ অ্যাফিলিয়েশন হচ্ছে, গ্রুপটার সাথে 'কে' সরাসরি যুক্ত সেটা। এক্ষেত্রে আপনার পেইজের জন্য কোনো গ্রুপ করে থাকলে দুটোকে এই অপশনের মাধ্যমে আপনি যুক্ত করতে পারবেন!

বর্তমানে আপনি ফেসবুকে ছয় টাইপের গ্রুপ তৈরি করতে পারবেন,

- জেনারেল - সাধারণত সব টাইপের গ্রুপ থেকে বেষ্টি অপশনগুলো নিয়েই স্ট্যান্ডার্ড এই গ্রুপ টাইপ তৈরি করা হয়েছে।
- বাই এন্ড সেল - কোনো বেচাকেনার জন্য এই টাইপের গ্রুপ তৈরি করা হয়ে থাকে, যেখানে আপনি নিজের ছাড়াও মেম্বাররা তাদের যেকোনো মন্য এখানে সাবমিট করতে পারবে!
- গেইমিং - টুর্নামেন্ট থেকে গেইম স্ট্রিমিং; এইসব কাজেই এই ধরণের গ্রুপ তৈরি করা হয়ে থাকে।
- সোশ্যাল লার্নিং - সিরিজ/ইউনিট হিসেবে প্রত্যেকটা কন্টেন্টকেই একেকটা ক্লাস হিসেব করে ধরে নিয়ে, এই ধরণের গ্রুপ থেকে আপনি বিভিন্ন বিষয় সম্পর্কে শিখতে ও জানতে পারবেন।
- জবস - এই ধরণের গ্রুপগুলো মূলত জববোর্ডের কাজ করে থাকে।
- প্যারেন্টিং - এই ধরণের গ্রুপ মূলত প্যারেন্টিংয়ের জন্য ব্যবহৃত হয়ে থাকে!

আপনার মছন্মতো গ্রন্থের টাইপ বাছাই করা হলে তার ঠিক নিচেই 'মেন্টরশিপ (Mentorship)' অংশটিতে ক্লিক করুন। সবধরণের গ্রন্থের জন্য যদিও মেন্টরশিপ সেকশনের প্রয়োজন পড়ে না।

যদি আপনার ফেসবুক গ্রন্থে মেন্টরশিপ অংশটি চালু করে থাকেন, তাহলে এই অংশটির সাহায্যে গ্রন্থের অভিজ্ঞ ও দক্ষ ব্যক্তিগণ আপনার গ্রন্থের অন্যান্যদের বিভিন্ন বিষয় নিয়ে সাহায্য করতে পারবে।

মেন্টরশিপ সেকশনের ঠিক নিচেই রয়েছে, 'গাইড (Guide)' অংশটি।

এই অংশটি মূলত আপনার গ্রন্থে আরেকটি নতুন ট্যাব ওপেন করবে, যেখান থেকে আপনি আপনার গ্রন্থের গুরুত্বপূর্ণ পোষ্টগুলোকে হাইলাইট করে রাখতে পারবেন।

একইসাথে গাইড ট্যাব আপনাকে আপনার গ্রন্থের গুরুত্বপূর্ণ পোষ্টগুলোকে আলাদাভাবে অর্গানাইজ করে রাখতে সাহায্য করবে!

এবার সেটিংস থেকে বের হয়ে চলে যান, Your Facebook Group > Post Topics

পোস্ট টিপিক হচ্ছে, এমন কিছু কীওয়ার্ড; যেগুলো দিয়ে
আপনি আপনার ফ্রমের কন্টেন্টগুলোকে সাবজেক্টওয়াইজ
আলাদা করে রাখতে পারবেন। বর্তমানে একটা ফ্রমে সর্বোচ্চ
১৫০টি পোস্ট টিপিক ব্যবহার করা সম্ভব।

যদিও এটা মূলত ফ্রমের পোস্টগুলো অর্গানাইজ করার জন্য
ব্যবহৃত হয়; কিন্তু ফেসবুকের মতে,

"Post topics can be created, edited and deleted
only by admins and moderators, and each group
can have up to 150 post topics. Once an admin or
moderator has created post topics, anyone in
the group can apply those topics directly to
posts they've written. Each post can have a
maximum of 1 topic added to it. Post topics
functionality will be available for all groups.
Anyone in the group has the option to post with
or without applying a post topic."

উপরের এই ফ্রম সেটিংসগুলো ঠিকভাবে উপরের দেখানো
নিয়ম মেনে অনুসরণ করে যেতে পারলে এবং প্রত্যেকদিন
উন্নতমানের কন্টেন্ট আপলোড করলে; আপনার ফেসবুক
ফ্রম নিচের দিকে আর থাকবে না!

অটোমেটিক্যালি উপরে উঠতে শুরু করবে, গ্রো করতে শুরু
করবে।

এখন আপনি আমাকে প্রশ্ন করতে পারেন, “ভাই, আমরা কি আর আমাদের ফেসবুক গ্রুপের জন্য এসএমও (সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজেশন) করবো না?”

উপরের নিয়মগুলো মনে, যদি আপনাদের ফেসবুক গ্রুপটাকে আপনারা ইতোমধ্যে এডিট করে ফেলেন, তাহলে অভিনন্দন!

আপনাদের ফেসবুক গ্রুপের মুরো অপ্টিমাইজেশন হয়ে গিয়েছে!

ফেসবুক বিজনেস/ফেসবুক কমার্স/ এফ-কমার্স

‘এক্সিলেন্সি বাংলাদেশ’ নামে বাংলাদেশে অন্যতম একটি কর্পোরেট প্লাটফর্ম রয়েছে। এক্সিলেন্সি বাংলাদেশ মূলত লিভারশিপ ও বিভিন্ন ক্ষিলের উপর ট্রেইনিং করিয়ে থাকে। একইসাথে তারা ব্র্যান্ডিং ও প্রেস রিলিজের সার্ভিসও দিয়ে থাকে।

জানুয়ারির ২২ তারিখের দিকে (২০২১ ইংরেজি সাল) এক্সিলেন্সি বাংলাদেশের একটা গালা নাইট প্রোগ্রামে আমাকে দাওয়াত দেয়া হয়। প্রোগ্রামে অনেক বড়সড় মানুষদের দেখে একটুও ভয় করছিল না বা হতাশও লাগছিল না!

বরঞ্চ তাদের দেখে মনে হচ্ছিল, যা হচ্ছে আমার জীবনে ভালোর জন্যেই হচ্ছে!

কিছু কাজে অনুর্ধ্বান চলা অবস্থায় একটু বাহিরে গিয়েছিলাম। তখন খেয়াল করলাম, কে যেন আমার পেছনে পেছনে দৌড়ে আসছে! এসেই সে বলতে শুরু করলো, “ভাই! আমি ‘অমুক!’ আমি সবার কথা শুনেছি এতক্ষণ মনোযোগ দিয়ে আর তারপরে আমি ভেবেছি যে, আমিও সওদাগরের মতো একটা ইকমার্স দিয়ে দেবো!”

আমি উনাকে থামিয়ে জিজ্ঞেস করলাম, “আর?”

তিনি বললেন, “অপ্টিমাইজারের মতো ইউনিক একটা ট্রেইনিং ইন্টিউশন দিতে চাই আর প্রভাতীর মতো একটা কুরিয়ার সার্ভিসও দিতে চাই! আর ভাই, নভেম্বর মতো একটা রিসোর্টও দেয়ার প্ল্যান করেছি!”

আমি আবারও জিজ্ঞেস করলাম, “আর?”

তিনি এবার প্রায় ৫-৭ জনের লাইফস্টোরি শুনিয়ে আমাকে বোঝালেন যে, তিনি অনেক কিছুই করতে চাচ্ছেন!

কিন্তু তিনি আসলে শুরু করতে পারছেন না! খুব বেশি চাহিছেন তিনি, কিন্তু তার কিছু না কিছুতে পয়েন্ট মিস হয়ে যাচ্ছে!

আমি তার কানের কাছে গিয়ে আস্তে করে বললাম, “আপনি পারবেন না! সো বাদ দিন অভিনয়!”

এই কথা বলেই উনার চেহারের দিকে তাকিয়ে একটা মুচকি হাসি দিলাম! তিনি রাগী চেহারায় বললেন, “কেন ভাই? আপনি তো পজিটিভ কথা বলেন কিন্তু এখন এত বড় নেগেটিভ কথা কেন বললেন?”

আমি আবার হাসলাম!

তার দিকে তাকিয়ে বললাম, “আপনি পজিটিভ কথা শুনতে চেয়েছেন নাকি বাস্তবটা?

যদি পজিটিভ কথা শুনতে আসেন তাহলে আমি কিছুক্ষণ পজিটিভ মোটিভেশন দিয়ে তারপরে আপনাকে বলবো, স্টে পজিটিভ স্টে স্ট্রং! আর যদি বাস্তব কথা শুনতে আসেন, তাহলে যেটা সত্য সেটাই বলবো!”

তিনি বললেন, “ভাই আপনি আমাকে একটু সাজেশন দিন যে, আমি আসলে কি করবো! সবকিছুই করতে মন চায় আবার কিছু করতেও ভাল্লাগে না!”

আমি নিচের দিকে তাকিয়ে আস্তে করে বললাম,
“প্যারাডক্স!”

তিনি জিজ্ঞেস করলেন, “সরি ভাই, বুঝি নাই!”

আমি বললাম, “চাকরির জন্য অঙ্গিঙ্গতা লাগে আবার অঙ্গিঙ্গতা অর্জনের জন্য চাকরি লাগে! প্যারাডক্স!

বুঝেছেন? আপনার লাইফটাও হয়ে গেছে প্যারাডক্সের মতো। আমরা মাঝেমাঝে এমন প্যারাডক্সিক্যাল সিচুয়েশনে পড়ে যাই! তখন সিদ্ধান্ত নিতে পারি না!

জানিই না কিভাবে প্যারাডক্সিক্যাল সিচুয়েশন থেকে বের হতে হয়!”

“তাহলে ভাই, এর কি কোনো সমাধান নেই!”, তিনি জিজ্ঞেস করলেন আমাকে থামিয়ে দিয়ে!

আমি উত্তর দিলাম, “জি আছে! আর সেটা হচ্ছে আপনার লাইফের পারপাস (উদ্দেশ্য) কি সেটা খুঁজে বের করা!

উদ্দেশ্য আর প্যাশন এক নয় কিন্তু! আমাদের প্রায় সময়েই উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য ভিন্ন ভিন্ন প্যাশন ফলো করে হাঁটিতে হয়। আপনার উদ্দেশ্যটা আপনি জানেন কি? আমি কিন্তু জানি!”

উনার চোখ জুলে উঠলো সাথে সাথেই! উত্তেজিত হয়ে তিনি জিজ্ঞেস করলেন, “কি ভাই? কি ভাই?”

আমি দম নিয়ে বলতে শুরু করলাম, “আপনি এতক্ষন যাদের মতো হতে চেয়েছেন, সেই মানুষগুলো কিন্তু ব্যবসায়ী!

আপনি অনেকের কথা শুনেছেন, এমনকি যারা চাকরি করছে ভালো ভালো অবস্থানে; কিন্তু তাদের মতো আপনি হতে চাহিলেন না! আপনি হতে চাহিছেন ব্যবসায়ী!

এটা আপনার ভালোবাসা হতে যাচ্ছে শীঘ্ৰই! এটা আপনাকে রাতে ঘুমোতে দেবে না শীঘ্ৰই! আজকে থেকে আপনি আপনার উদ্দেশ্য জেনে নিলেন এবং আজ ও এখন থেকেই আপনি যা-ই করবেন সবকিছুই হবে আপনার উদ্দেশ্য সফলের ধাপ! সো, বেষ্ট অফ লাক এন্ড স্টে পজিটিভ স্টে স্ট্রং!”

একশ্বাসে কথাগুলো বলেই আমি পেছনে ফিরলাম।

তিনি এক দৌড়ে আমার সামনে এসে বললেন, “ভাই আপনাকে আজকে সুন্দর লাগছে!”

আমি মুচকি হেসে চোখ টিপি দিয়ে বললাম, “আই নো, ম্যান!”

তিনি হাসতে হাসতে হ্যান্ডশেক করে চলে গেলেন!

যাই হোক, মূল কথা হচ্ছে; একটা বিষয় আমি ইতোমধ্যেই জানি!

আর সেটা হচ্ছে, মাসে এক লাখ টাকা কামানো সহজ। কিন্তু সেই সহজ উদ্দেশ্যটা পূরণের জন্য আপনাকে কিছু কঠিন কাজ করতে হবে। সেই কঠিন কাজগুলোর মধ্যে একটা হচ্ছে, ভালো একটা গাইডলাইন খুঁজে বের করা এবং সেটাকে ইঞ্চি বাই ইঞ্চি ফলো করা।

এখন পর্যন্ত আমার কোর্সগুলো করেছেন প্রায় দশ হাজারের বেশি মানুষ! তাদের মধ্যে বেশিরভাগই ৫০০০ টাকা থেকে শুরু করে কেউ কেউ মাসে প্রায় লাখখানেক টাকাও আয় করে ফেলছেন।

আমার অ্যাচিভমেন্ট কি জানেন?

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ শিক্ষার্থীৰ সংখ্যা দশ
মাসে দশ হাজাৰ ক্ৰস কৰেছে।

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ দশটি কোৰ্স এখন পৰ্যন্ত
আমাৰ সাহিটে দশ মাসে প্ৰায় ৮০ লক্ষেৰ বেশি দেখা হয়েছে।

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ শিক্ষার্থীদেৱ মধ্যে
বেশিৱড়াগই ছোট থেকে বিশাল অক্ষেৱ অৰ্থ আয় কৰছে,
তাও আমাৰ শেখানো ক্ষিলগুলো ব্যবহাৰ কৰে।

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ শিক্ষার্থীৱা নিজেৱা
নিজেৱাই শয়েৱ বেশি মার্কেটিং অ্যাজেন্টি দিয়েছে। অৰ্থাৎ,
এমনও হতে পাৰে যে; আপনি যে অ্যাজেন্টি দিয়ে কাজ
কৰাচ্ছেন; সেই অ্যাজেন্টিৰ ফাউন্ডাৰ আমাৰই স্টুডেন্ট!

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ শিক্ষার্থীৱা নিজেৱা
নিজেৱাই দুশোয়েৱ বেশি ফেসবুক বিজনেস শুৱ কৰেছে
য়াৰে বসে নিজেদেৱ মন্য এবং সেবা দিয়ে।

অৰ্থাৎ, এমনও হতে পাৰে যে; আপনি যে পেইজ থেকে মন্য
বা সেবা নিচ্ছেন; সেই বিজনেসেৱ ফাউন্ডাৰ আমাৰই
স্টুডেন্ট!

আমাৰ অ্যাচিভমেন্ট হচ্ছে, আমাৰ শিক্ষার্থীৱা নিজেৱা
নিজেৱাই ৩টি ইকমাৰ্স সাইট অফিশিয়ালি লঞ্চ কৰেছো।

তাদেৱ প্ৰত্যেকেৱ অ্যাচিভমেন্ট, আমাৰই অ্যাচিভমেন্ট।
(এই অংশটুকু নোট কৱাৰ সময়, আমাৰ মোট শিক্ষার্থীৰ
সংখ্যা ১০৪২৪ জন! এই অংশটুকু লেখা হয়েছে রাত ৬টা
বেজে ৩০ মিনিট, ৭ই মাৰ্চ, ২০২০ ইংৰেজিতে!)

সেদিন গালা নাহিটৈৱ প্ৰোগ্ৰামে শেষে হোটেলে যাওয়াৰ জন্য
আমি উবাৰ ডাক দিই। উবাৰে উঠতে যাবো এমন সময়
গাড়িৰ ড্রাইভাৰ আমাকে বললো, “স্যার, সামনে এসে বসুন।
কথা বলতে বলতে যাই, ভালো লাগবে!”

আমিও সামনে গিয়ে বসলাম। বসতে বসতে তাকে জিঞ্জেস
কৱলাম, “ডাইয়েৱ নামটা কি?”

তিনি বললেন, “নিলয়, স্যার!”

আধঘন্টাৰ বাস্তা! গাড়িতে বসে নিলয় ডাইয়েৱ সাথে কথা
বলতে বলতে বুৰুতে পাৱলাম, তিনি আসলে গাড়ি চালাতে
পছন্দ কৱেন না। কিন্তু কিছু কৱাৰ নেই!

উবাৰ তাৰ মূল চাকৰি! উবাৰে তিনি দিনে বেশ কয়েকটা
'টিপ' দিয়ে থাকেন! আৱ সেখান থেকে বেশ কিছু টাকা তিনি
তাৰ ফেসবুক পেইজেৱ পেছনে খৱচ কৱছেন।

আমি অবাক হয়ে জিজ্ঞেস করলাম, “আপনার ফেসবুক
পেইজটা কিসের?”

তিনি মুচকি হেসে উওর দিলেন, “স্যার, ছোট একটা
অনলাইন দোকান! বাচ্চাদের কিছু জিনিস আর ইয়াং
জেনারেশনের ফ্যাশনেবল কিছু প্রোডাক্ট দিয়েই একটা
ফেসবুক পেইজ খুলে ব্যবসা করছি।”

“কতদিন ধরে করছেন ব্যবসা?”, প্রশ্ন করতেই তিনি জবাব
দিলেন, “বেশিদিন নয় স্যার, তিন মাস হয়েছে!”

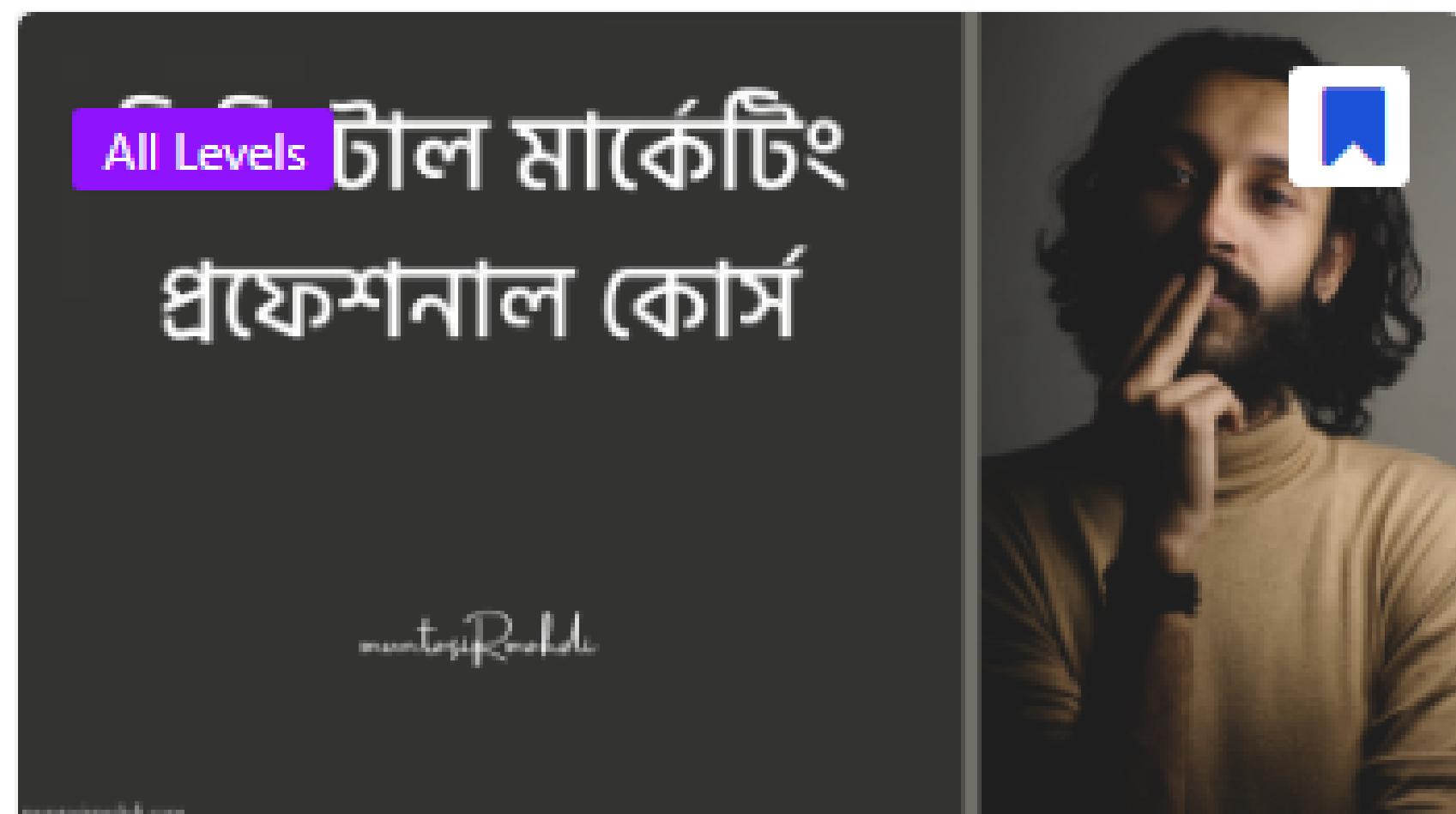
কথায় কথায় আধঘন্টার রাস্তায় আরো জানতে পারলাম
যে, তিনি গত তিন মাসে প্রায় দেড় লক্ষ টাকার মন্য বিক্রি
করেছেন।

সবচেয়ে মজার ব্যাপারটা কি জানেন?

তার ফেসবুক বিজনেসের বেশিরভাগ ক্রেতাই তার গাড়ির
যাত্রীগণ!

তার চেয়েও রোমাঞ্চকর ব্যাপার ঘটলো তখন,
যখন আমি জানতে পারলাম যে, সেই ড্রাইভার সাহেব
আমারই সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং প্রফেশনাল কোর্সের
একজন স্টুডেন্ট!

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT



Digital Marketing Professional Course

595 63h 32m 45s

এই এক আপনাকে ফসল
মার্কেটিংয়ের ওকোঁ বাতল
দেব; কিন্তু **পুরোটা জানতে**
চাইলে, **ডিজিটাল মার্কেটিং**
প্রফেশনাল কোর্সটি করে
ফলতে পাবেন!

muntasifMahdi

ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT ADVERTISEMENT

তিনি যাই-ই শিখেছেন, সবকিছুই নিজের পেইজে প্রাবলিশ করেছেন, সবকিছুই নিজের পেইজে অ্যাপ্লাই করেছেন!

একেবারে আমি কোর্স যা দেখিয়েছি, যেভাবে দেখিয়েছি;
ঠিক সেভাবেই!

এই গল্পটা বলার পেছনে মূল কারণটা হচ্ছে, একজন ড্রাইভার যদি তার মূল কাজের পাশাপাশি কিংবা মূল কাজকে 'মার্কেটিং মেথড' হিসেবে ব্যবহার করে ফেসবুকে

শুধুমাত্র একটা পেইজ তৈরি করে সেখান থেকে তিনমাসে দেড় লক্ষ টাকা লাভ করতে পারে; তাহলে আমার মনে হয় না; এই বইটা যারা পড়ছেন – আপনাদের জন্য এই অংশটুকু নিয়ে আমার আর কিছু বলার রয়েছে!

ফেসবুকের ঘাত্রা যখন শুরু হয়েছে তখন ফেসবুকের মূল টার্গেট কিন্তু 'ইকমার্স' ফিচারটিকে নিয়ে ছিল না! কিন্তু মার্ক জাকারবার্গ একটা বিষয় ডালোভাবেই বুঝতে পেরেছে!

আর সেটা হচ্ছে, নোকিয়া যেভাবে তাদের মোবাইলের ফিচারগুলোকে সময়ের সাথে সাথে আপগ্রেড না করার কারণে বাজার থেকে ছিটকে পড়েছে; ঠিক একইভাবে ফেসবুকও যদি শুধুমাত্র একটা সোশ্যাল মিডিয়া ওয়েবসাইট হিসেবে টিকে থাকার চেষ্টা করে; তাহলে প্রতিযোগীতায় টিকে থাকাটা কষ্টকর হয়ে যাবে!

আপনি নিজেই বলুন, ঠিক কি না!

আপনি কি প্রতিদিন শুধুমাত্র আরেকটা মানুষের কথা
শোনার জন্য বা আরেকটা মানুষের ছবি দেখার জন্য বা
আরো অনেক অপরিচিত মানুষের কথাবার্তা পড়ার জন্য
ফেসবুকে আসবেন?

আমার মনে হয় না! আপনি ফেসবুককে ছাড়তে পারেন না,
কারণ আপনি জানেন যে, ফেসবুক থেকে আপনি সবকিছুই
পাবেন! এবিধিং!

ফেসবুকে যদিও অনেকেই অনেক আগে থেকেই বিভিন্ন
পেইজ ও গ্রুপের মাধ্যমে ব্যবসা করার চেষ্টা করে যাচ্ছে এবং
অনেকেই সফলভাবে ব্যবসাও করেছে, কিন্তু ফেসবুক তাদের
মার্কেটিলিং ফিচারটি (ইকমার্স) নিয়ে আসে ২০১৬ সাল।

ফেসবুকের মার্কেটিলিং ফিচারটি মূলত যেকোনো ইকমার্স
সাইটের সাথে টক্কর দেয়ার জন্য তৈরি করা হয়েছে।

মার্কেটিলিং ফিচারটির মাধ্যমে আপনি ফেসবুকেই যেকোনো
পন্য বা সেবা বেচাকেনা করতে পারবেন।

যদিও ফেসবুকের মার্কেটপ্লেস নিয়ে অতোটা ভেতরে বলা রও
কিছু নেই! কারণ, আমি সবসময়েই ঘেটা বলে থাকি,
“কোথায় ব্যবসা করছেন বা কি নিয়ে ব্যবসা করছেন; সেটা
কখনোই ম্যাটার করে না!

ঘেটা ম্যাটার করে সেটা হচ্ছে, আপনার মার্কেটিং এবং
সেলসের ঝুঁমতা!”

ঘেটা আগেও বললাম, ফেসবুক নিজেকে আপগ্রেড করছে
এবং ধীরে ধীরে নতুন যুগের সাথে তাল মিলিয়ে ফেসবুক
নিজের মাঝেও পরিবর্তন নিয়ে আসছে।

ফেসবুকের অনেকগুলো পরিবর্তনের মধ্যে একটা পরিবর্তন
হচ্ছে, ‘মানুষকে কর্মক্ষম করে তোলা’র ঝুঁমতা! ফেসবুকে
তাই শুধুমাত্র একটা প্রোফাইল, পেইজ বা গ্রুপের মাধ্যমেই
আপনি লক্ষ-কোটি টাকার কোম্পানি চালাতে পারবেন!
আর ফেসবুক চেয়েছিল, এটাই!

ফেসবুক দেখেছে যে, ভবিষ্যৎ হচ্ছে ঘরে বসে কয়েকটা
ক্লিকে মিলিয়ন ডলারের ব্যবসা চালানোর। আর এই
ভবিষ্যতের দিকে ফেসবুকই আমাদের টেনে নিয়ে যাচ্ছে!

দেখছেন, মার্ক ছেলেটা নিজের স্বপ্ন পূরণের জন্য স্বপ্নের
কাছে খালি হাতে যাচ্ছে না, বরঞ্চ স্বপ্নকেই নিজের সাথে
টেনে নিয়ে নিজের লক্ষ্য পৌঁছে দিচ্ছে!

আপনিও যদি চান, নিজের একটা ফেসবুক প্রোফাইল, পেইজ বা গ্রুপ তৈরি করে নিজের মছল্লের একটা মন্য বা সেবা নিয়ে ব্যবসা শুরু করতে, তাহলে নিচের এই বিষয়গুলো আপনাকে সাহায্য করতে পারেং:

- প্রোফাইলের মাধ্যমেই হোক কিংবা পেইজের মাধ্যমে, অথবা গ্রুপের মাধ্যমেই হোক, সবসময় চেষ্টা করবেন আপনার ব্যবসার প্রোফাইল বা পেইজ বা গ্রুপের লিংকের সাথে যাতে ব্যবসার নামের মিল থাকে! যেমন, লিংকটা যেন দেখতে এমনটা হয় –
www.facebook.com/yourbusinessname or
www.facebook.com/groups/yourbusinessname
- কাভার ছবিতে আপনার ব্যবসার পুরো চৌদগুচ্ছি লিখে দেয়ার চেষ্টা করবেন না! বিষয়টা দেখতে ততটা ভালো লাগে না। কাভার ছবিটি যতটা সম্ভব ক্লিয়ার এবং ইলিগেন্ট রাখার চেষ্টা করবেন।
- অনেকেই আমরা আমাদের ফেসবুক পেইজ কিংবা গ্রুপে, আমাদের গুরুত্বপূর্ণ অফারগুলো মিন পোস্ট করে রাখতে ভুলে যাই! মিন পোস্টের ব্যবহার করুন! মিন পোস্ট ব্যবসায় মন্য বিক্রি বৃদ্ধি করতে সাহায্য করে।

- আগেও বলেছি, আবারো বলছি! পেইজ, প্রোফাইলে কিংবা গ্রুপ, যেভাবেই ফেসবুকে ব্যবসা করছেন করুন! কিন্তু দয়া করে সম্পূর্ণ ডিটেইলস ব্যবহার করুন। ফেসবুক পেইজ বা প্রোফাইল বা গ্রুপের ‘এবাউট’ সেকশনসহ যতগুলো অপশন এডিট করা সম্ভব, এডিট করুন। প্রয়োজনে এডিট করে ‘অনলি মি’ প্রাইভেসি সেটিংস চালু করে রাখুন, তারপরেও এবাউট পেইজ যতটা সম্ভব পূরণ করার চেষ্টা করুন।
- ফেসবুকের বাইরে যতগুলো ওয়েবসাইট সম্ভব, আপনার ফেসবুক বিজনেসের লিংক যুক্ত করুন।
- ফেসবুক পেইজ/প্রোফাইল/গ্রুপ থেকে ‘QnA’ বা ‘Ask me anything.’ টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করুন। এতে করে আপনার কাস্টোমাররা আপনার ব্যবসা সম্পর্কে আরো গভীরে চেনার সুযোগ পাবে।
- আপনার ইমেইল সিগনেচার আপডেট করে সেখানে ফেসবুক পেইজের লিংক যুক্ত করতে পারেন।
- ট্রান্সপারেন্ট স্টোরিটাইপ কন্টেন্ট তৈরি করুন। বিশ্বাস করুন, স্টোরিবেইজড কন্টেন্ট বর্তমানে আমাদের সমাজে খুবই দরকার!
- ফেসবুক পেইজ এবং গ্রুপের মাধ্যমে ব্যবসা করলে আপনার ফেসবুক পেইজ/গ্রুপ এবং কন্টেন্টগুলোকে বুক্স করান! সবসময়েই শুধুমাত্র ‘সেল পোস্ট’ বুক্স করতে হবে, তা কিন্তু নয়! মাঝেমাঝে পেইজটাকেই বুক্স করান! এতে করে অডিয়োগ্রে রেঞ্জ বাড়বে!
- ফেসবুকে কন্টেন্টের আয়োজন করতে পারেন।

- অনেকেই ফেসবুক পেইজে ব্যবসা করে আসছে অনেকদিন ধরে অথচ কখনো ফেসবুকের 'ট্যাব' সেকশনে যায় নি! ফেসবুক পেইজের 'ট্যাব' সেকশনটা কিন্তু জোস! গিয়ে দেখে আসতে পারেন!
- ভিডিও আপলোড করতে ভয় মান কেন? বেশিরভাগ নতুন উদ্যোগাকেই দেখেছি ভিডিওর সামনে আসতে ভয় মান! হোয়াই?
- আপনার মন্য বা সেবা নিয়ে মাঝেমধ্যে লাইভে যান!
- ফেসবুক পেইজের এবং ফ্রামের 'ইনসাইট' ফিচারটি মাঝেমধ্যে নেড়েচেড়ে দেখুন! ওখানে কিন্তু আপনি অনেক কিছুই জানতে পারবেন আপনার ব্যবসা সম্পর্কে! ফেসবুক কিন্তু আপনাকে অনেক গুরুত্বপূর্ণ তথ্য দিতে সক্ষম, যা আপনি হয়তো ভবিষ্যতে অ্যাড রান করতে গিয়ে কাজে লাগাতে পারবেন।

এক কথায় বলি?

আপনি যদি এখনো আপনার ব্যবসাটাকে সোশ্যাল মিডিয়াতে নিয়ে না আসেন, তাহলে আপনার ব্যবসা আগামী ৫ বছরের মধ্যে কমপক্ষে ৩০% ডাউন হয়ে যাবে!

এটা ১০০% সত্য!

২০১৮ সালে ফেসবুকের মাসিক ইউজারের সংখ্যা
(ফেসবুক, মেসেঞ্জার, হোয়াটসঅ্যাপ এবং ইন্টাগ্রাম) ২৭০
কোটি ছাড়িয়ে গেছে।

এই ২৭০ কোটি মাসিক ব্যবহারকারীদের মধ্যে ১০০ কোটি
মানুষ কমপক্ষে অন্তত একটা সেবা প্রত্যেকদিন ব্যবহার
করছেন।

ইন্টাগ্রাম স্টোরির প্রতিদিন অ্যাকচিভ ইউজারের সংখ্যা ৫০
কোটি ছাড়িয়ে গেছে। ফেসবুকে বর্তমানে মানুষ অ্যাডের
পেছনে খরচ করছে ৯ লক্ষ ৪৯ হাজার ৬৬ কোটি টাকা,
প্রতি বছরে।

ফেসবুক এখন পার্সোনাল প্রোফাইল, মেসেজিং প্রোডাক্ট
অ্যাড আর স্টোরির উপর গুরুত্ব দিচ্ছে। এগুলো ব্যবহার
করে তাই, অনেকেই এখন লক্ষ কোটি টাকা আয় করছে।

আমার নিজের পার্সোনাল পেইজ থেকেই প্রত্যেক মাসে
কমপক্ষে কয়েক লক্ষ টাকা আয় করা সম্ভব হচ্ছে। পেইজ
এবং গ্রুপের গুরুত্ব কিন্তু কমে নি, বরঞ্চ দিনে দিনে বাড়ছে!

তাই, ফেসবুক আর তার সার্ভিসগুলোতে যেমন লক্ষ কোটি
কাস্টোমার প্রত্যেকদিন তৈরি হচ্ছে, ঠিক তেমনই প্রত্যেক
দিনে হাজার হাজার নতুন স্টার্টআপগুলো ফেসবুকের সেবা
ব্যবহার করে তাদের মাসিক আয় বাড়িয়ে ফেলছে কয়েক
গুণ।

ফেসবুক যখন থেকে মার্কেটিং সার্ভিস চালু করেছে তখন
থেকেই প্রত্যেক ব্যবসায়ের জন্য ফেসবুককে ব্যবহার করাটা
প্রায় বাধ্যতামূলক হয়ে উঠেছে। একটা আলপিনের দোকান
থেকে শুরু করে গাড়ির ব্যবসাও এখন ফেসবুকে করা সম্ভব।

কিন্তু অনেক মানুষকে দেখেছি তারা ব্যবসার জন্য ফেসবুক
ব্যবহার করছে তুল পদ্ধতিতে। তারা সঠিক উপায় মেনে
ফেসবুককে মার্কেটিং বা ব্যবসার কাজে ব্যবহার করতে
পারছেন না।

মনে রাখবেন, ফেসবুকে প্রায় ২ বিলিয়নের বেশি ইউজার
রয়েছে, যেখান থেকে আপনি আপনার উপযুক্ত ক্লায়েন্টকে
খুঁজে পেতে পারেন। ২ বিলিয়ন মানে ২০০ কোটি!

২০০ কোটি মানুষের মাঝে আপনার কাস্টোমার খুঁজে না
পেলে, আপনি প্লিজ ব্যবসা করা ছেড়ে দিন!

ব্যবসায় টিকে থাকতে ফেসবুক পেজের বিকল্প নেই।

কারন, আপনার পেজের ফলোয়াররা আপনার মণ্য বা
সেবার আপডেট পেতেই থাকবে। যার মাধ্যমে আপনি একটা
শক্তিশালী ব্র্যান্ড হওয়ার পথে এগিয়ে যাবেন।

ফেসবুকের মার্কেটিং খরচ নেই বললেই চলে। তবে পেইড ক্যাম্পেইন অর্থাৎ বুষ্টিং করলে খরচ হবে, সেটাও অনেক কম খরচেই শুরু করতে পারবেন। প্রতিক মাসে মাত্র ৪০০ টাকা দিয়েও ডালোমানের কাস্টোমার পাওয়া সম্ভব।

যদি সঠিকভাবে সেটা করতে পারেন আর কি!

ফেসবুক আপনার ব্র্যান্ড পরিচিতির ব্যাপারে খুবই কার্যকরী ভূমিকা পালন করে। কারণ, আপনি নিয়মিত ফেসবুক পেইজে/গ্রুপে/প্রোফাইলে অ্যাকটিভ থাকলে আপনার পেজের ফলোয়াররা নিয়মিত আপনার কার্য-বিধি দেখতে পাবে। যার ফলে, ব্র্যান্ডের পরিচিত সবার কাছে বিস্তার লাভ করবে।

ওয়েবসাইটে শুরুতে ডিজিটের পাওয়া খুবই কষ্টকর। কিন্তু ফেসবুকের মাধ্যমেও আপনার ওয়েবসাইটে ডিজিটের বৃদ্ধি করা সম্ভব।

ফেসবুকে প্রতিদিন প্রায় ১৫০ কোটির মত মানুষ ডিজিটে করে এবং তারা গুগলের মত ফেসবুকেও অনেক কিছু সার্চ করে খুঁজে থাকে। যার ফলে আপনার পেইজে ডিজিটের আসার ফলে বিক্রয় বৃদ্ধির সম্ভাবনাও থাকে।

তবে সেটার জন্য ফেসবুক পেইজের এসইও (এসএমও) করা উচিত।

বর্তমানে ব্যবসা চালানোর জন্য দোকানের প্রয়োজন হয় না।
মার্কেটিংয়ের কাজে পোষ্টারিং কিংবা কার্ড ছাপানোরও
দরকার পড়ে না।

মোবাইল দিয়েই ফেসবুকের মতো সোশ্যাল মিডিয়া
সাইটগুলোকে ঠিকভাবে ব্যবহার করলেই আপনার ব্যবসা
ঢাকিয়ে যাবে নিমিষেই!

আরেকটা বিষয় নিয়ে আমি কিছু কথা বলতে চাই! যদিও
এই বিষয়টুকু কোনোভাবেই এই বইয়ের মূল টিপিকের সাথে
যায় না, কিন্তু তারপরেও আমার মনে হয় ফেসবুকে নতুন
উদ্যোক্তারা এই সমস্যায় পড়ছেন অহরহ!

উল্লেখ্য যে, এই বিষয়টি নিয়ে আমি অ্যাকচিভলি যতভাবে
সন্তুষ্ট হয় গত তিনটি বছর ধরে কাজ করে যাচ্ছি।

আপনি ব্যবসা করবেন, আপনি চাকরি করবেন, আপনি
এটা করবেন, সেটা করবেন; তাই মানুষ জানি কেমন করে
তাকায়! মানুষ আমাকে নিয়ে এটা সেটা বলে। তাই সোসাইটি
কি ষেন বলছে আমাকে নিয়ে!

এইসব বিষয় আমাকে নিয়ে হয়েছে, আপনাকে নিয়ে হচ্ছে,
বাংলাদেশে যারাই কাজ করে, তাদের সবাইকে নিয়েই এইসব
কথা হয়। আয়মান ভাইকে মছন্দ করেন? উনাকে নিয়েও তো
কত কথা হয়েছে। মাশরাফি ভাইকে মছন্দ করেন?

উনাকে নিয়েও তো কত মানুষ কত কথা বলেছে, বলছে।

ଆର ଦେ ଗିଭିଂ ଅୟା ଡ୍ୟାମ ଅୟାବାଉଟି ହୋୟାଟି ପିମିଲ ଆର
ସେହିଁ?!

ନୋମ! ଦେ ଡୋନ୍ଟ!

କାରଣ ତାରା ଜାନେ ସେ, ମାନୁଷ ଏମନହି ହ୍ୟ! ସାରା ନିଜେରା କିଛୁ
କରତେ ପାରେ ନା, ତାରାହି ଅନ୍ୟଦେର ଡୁଲ ସରେ ବେଡ଼ାୟ! କାରଣ, ସେ
କାଜ କରେ ବା ସାରା କାଜ କରେ; ତାରା କାଜ କରେହି ସମୟ ପାଇଁ
ନା, ମାନୁଷକେ ନିଯେ କଥା ବଲବେ କଥନ?

ଆର ସେ ବେକାର ମାନୁଷ ସରେ ବସେ ଥାକେ, ତାର ତୋ କରାର କିଛୁହି
ନେହି!

ତାହିଁ ନା?

ଆମନାର କି ମନେ ହ୍ୟ ନା ସେ, ସେ ଚାଯ ଆମନାର ସାଥେ ମିଶିତେ,
ଆମନାର କି ମନେ ହ୍ୟ ନା ସେ, ସେ ଚାଯ ଆମନାର ମତୋ ହତେ?
ଏକଟା ମଜାର ବ୍ୟାପାର କି ଜାନେନ?

୭୦% ଟୀଇମ ଦେଖା ଗିଯେଛେ ସେ, ଆମନି ଯାକେ ନିଯେ ବା ସାର
ଲାହିଫ ନିଯେ କଥା ବଲଛେ, ନିଳା କରଛେ, ଆସଲେ ଆମନି
ତାର ସବଚୟେ ବଡ଼ ଫ୍ୟାନ ଦେଖେହି ଏଟା କରଛେ। କାରଣ, ଆମନି
ତାକେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ମୁହୂର୍ତ୍ତେ ଫଳୋ କରଛେ।

তাই, মানুষের পার্সোনাল লাইফে না গিয়ে; প্লিজ 'কিছু' করবেন। অন্যের পেছনে পেছনে কতদিন? যেদিন আপনার বাবা-মা মাঝা যাবেন, যেদিন আপনার ঘরে আপনার বোনের বিয়ে হবে না; সেদিন বলবেন, "ওই শিট! সেদিন ওই ছেলেটাকে নিয়ে 'বিচিং' না করে যদি নিজে কিছু করতাম, তাহলে আজকে ১০ হাজার টাকার বদলে হাতে ১০ লক্ষ টাকাও থাকতে পারতো!"

কাজ করুন! এই বয়সে কাজ না করলে, ৩০ এর পরে বিয়ে কখন করবেন আর কাজ কখন করবেন?

এখন সময় আছে, কাজ করুন। দিনে রাতে মিলিয়ে ৫ ঘণ্টা গাধার মতো খাটুন! কিন্তু গাধার মতো ব্রেইন দিয়ে নয়, অপ্টিমাইজ করে খাটোবেন অবশ্যই! যারা বলবে যে, ৫ ঘণ্টা কাজ না করে ৫ ঘণ্টায় শেষ করে ফেলতে; তাদের থেকে সবার আগে দূরে থাকুন।

গ্যারি ডেইনারচাক, ওয়াল্টের নাম্বার ওয়ান ইনফুয়েন্সার; এই ৪৩ বছর বয়সেও প্রত্যেক দিনে ১২ ঘণ্টা কাজ করেন।

টাই লোপেজ, যিনি কিনা মাত্র ১২ ডলার দিয়ে শুরু করে শুধুমাত্র সোশ্যাল মিডিয়া দিয়েই এখন ৭ বছরের মধ্যে সেলফ মেইড মাল্টি মিলওনিয়ার!

তিনি এই ৩২ বছর বয়সেও প্রত্যেক দিন ১৩ ঘণ্টা কাজ করেন।

সবচেয়ে সেরা ফেসবুক ইনফুয়েণ্টাৱ, পংঁ জুনও কিন্তু
প্রত্যেক দিনে ১০ ঘন্টাৱ বেশি কাজ কৰেন।

এৱা প্রত্যেকেই কোটিপতি। প্রত্যেকেই ৫০০০-৭০০০ টাকা
দিয়েই তাদেৱ ব্যবসা শুৱ কৰেছিলেন। আৱ এখন?!

আমনাদেৱ কাছে আমাৱ প্ৰশ্ন হচ্ছে, এৱা কি গৰ্ডড? এদেৱ
কথা না শুনে কোথেকে না কোথেকে, কে না কে আমনার
নামে কি বলছে; সেটা আমনি শুনছেন! কেন রে ভাই? কেন
রে বোন?

যাব কথা শুনবেন, আমনি একসময় সেই হয়ে যাবেন। ভুল
যাবেন না, ইউ আৱ হোয়াট ইউ থিংক ইউ আৱ!

তাই কোটিপতিদেৱ কথা শুনুন, তাদেৱ থেকে আইডিয়া নিন
আৱ সেটা কাজে লাগান। তাদেৱ ফলো কৰুন। তাদেৱ কথা
শুনুন! কোথাকাৰ কে আমনার নামে কি না কি বলছে,
তাদেৱ কথা কেন শুনছেন?!

দ্যা পারসুল্ট অব হ্যাপিনেস দেখছেন?
আমাৱ প্ৰিয় একটা সিনেমা! সেখানে একটা ডায়লগ আছে।

মনে আছে সেটা?

“Don’t ever let somebody tell you, you can’t do something, not even me. Alright? You dream, you gotta protect it. People can’t do something themselves, they wanna tell you you can’t do it. If you want something, go get it. Period.

ফেসবুক মার্কেটিং

ফেসবুক মার্কেটিং যে 'বুষ্টিং' নয়, এটা বোমাতে বোমাতে
আমার নাক-কান-গলার ডাক্তার দখানো লাগছে! কিন্তু
তারপরও কিছু মানুষকে বোমানো যাচ্ছে না!

ধরুন, আপনি আপনার বন্ধুর ব্যাচেলর পার্টি গেলেন।
সখানে আপনার বন্ধুরও অনেক বন্ধু এসেছে। সখানের
বেশিরভাগ মানুষকেই আপনি চেনেন! কিন্তু কয়েকটা মেয়ে
এসেছে, যাদের আপনি চেনেন না!

যে বন্ধুর ব্যাচেলর পার্টি এসেছেন, তাকে বললেন
মেয়েগুলোর সাথে পরিচয় করিয়ে দিতে। কিন্তু আপনার বন্ধু
আপনার কথায় পাত্তাও দিলো না।

দেয়ার কথাও নয়, কারণ এটা 'তার' ব্যাচেলর পার্টি।
আপনার নয়!

আর আজকেই তার 'সিঙ্গেল লাইফ' এর শেষ দিন। তাই, সে
যা হচ্ছে করে বেড়াচ্ছে! আর এটাই স্বাভাবিক, তাই নয় কি?!

আপনি অনেক ভেবেচিত্তে ‘ইউভি স্ল’ গ্লাসে চেলে দু চুমুক
দিয়েই সরাসরি গিয়ে মেয়েদের সামনে দাঁড়ালেন!

প্রথমেই আপনার সম্পর্কে বললেন, দু-তিনটা হাসির টিপ্পনি
কাটলেন আর মেয়েগুলোও আপনার দিকে তাকিয়ে হাসতে
শুরু করলো। আর এই বিষয়টিই হচ্ছে, ‘মার্কেটিং’!

কোনো এক ব্যক্তিকে একটা প্রোডাক্ট বা সেবা অথবা একটা
ব্র্যান্ড সম্পর্কে আগ্রহী করে তোলাটা হচ্ছে মার্কেটারদের
কাজ।

মার্কেটারকে দিয়ে যদি ভাবেন, মণ্য বিক্রি করাবেন; তাহলে
ডুল করছেন! মার্কেটারের কাজ সঠিক কাস্টোমারের কাছে
পৌঁছানো আর সেলসম্যানের কাজ হচ্ছে সেই সঠিক
কাস্টোমারদের কাছে সেটা বিক্রি করা!

গল্পে ফিরে যাই...

হট করে খেয়াল করলেন, ধীরে ধীরে সেই মেয়েদের গ্রুপ
থেকে দু-তিনজন করে সরে পড়তে শুরু করলো। আর
আপনিও মনে মনে ভাবছেন সমস্যাটা কোথায়! শেষমেষ
আপনার সামনে মাত্র তিনজন দাঁড়িয়ে আছে আর তারাই
আপনার সাথে কথা বলছে, হাসাহাসি করছে!

এই যে তিনজন দাঁড়িয়ে আছে, এরাই আপনার ‘সঠিক
টার্গেটেড অডিয়েন্স!’ শুরুতে আপনি সবার কাছে নিজের
মার্কেটিং করেছিলেন, যেটা টার্গেটেড ছিল না! কিন্তু শেষে
যারা আগ্রহী, যারা টার্গেটেড; তারাই টিকে আছে।

ফেসবুক মার্কেটিং করার সময় আমরা সবচেয়ে মারাত্মক যে তিনটা ভুল করে থাকি তার মধ্যে একটা হচ্ছে, সঠিক অ্যাড কমি তৈরি না করা।

অ্যাড কমি হচ্ছে, একটা অ্যাডের উপরে নিচে আশেপাশে যা লেখা থাকে, আঁকা থাকে সবকিছুই! এটা অনেক ওরুত্তমূর্ণ একটা বিষয়!

কীভাবে?

উপরের গল্পটা দিয়েই উদাহরণটা দেয়া যাক...

ধরুন, ওখানে আপনি প্রথম যখন সবার কাছে নিজের পরিচয় দিতে গিয়েছিলেন, তখন কিন্তু আপনি শুধুমাত্র আপনার নামটা বলেই ফ্লান্ট হোন নি।

তারা আগ্রহী হবে এমন কিছু বলেছিলেন বলেই তারা আগ্রহী হয়েছে।

ঠিক না?

যদি আপনি প্রথমে ক্রি মেয়েদের গ্রুপে গিয়ে শুধুমাত্র আপনার নামটা বলেই তাদের জিজ্ঞেস করতেন, ‘এখান থেকে কেউ আমার সাথে ডেটে যাবে?’

তাহলে জুতাপেটা মিস হতো না, যেটা ফেসবুক অ্যাডের
ফ্রেঞ্চ অন্যভাবে; যেমন - পোষ্ট হাইড করে দেয়া, পেইজ
আনলাইক করা, অ্যাডে রিপোর্ট করে দেয়া ইত্যাদি ইত্যাদি!

দ্বিতীয় যে সমস্যাটা আমরা ফেসবুক মার্কেটিংয়ের ফ্রেঞ্চ
দেখি, সেটা হচ্ছে সঠিক এবং টার্গেটেড অডিয়েন্স সিলেক্ট না
করা।

এটা নিয়ে আমি ইতোমধ্যেই কথা বলেছি!!
মনে আছে?

আর তৃতীয় সমস্যাটা হচ্ছে, ভ্যালুর স্বল্পতা!

আপনার অ্যাডে যে পণ্য বা সেবা আছে; সেটার যদি ভ্যালু
না থাকে; তাহলে মানুষ এটা কেন কিনতে আগ্রহী হবে?

আগ্রহী করার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ একটা বিষয় হচ্ছে,
অডিয়েন্সকে ভ্যালু দেখানো!

উপরের গল্পে, আপনি যদি নিজের ভ্যালুটা দেখাতে না
পারেন; তাহলে যতই সুন্দর হোন না কেন; পাও পেলেও
টিকতে পারবেন না!

এখন উপরের সবকিছু বাদ দিন!

একটু ভাবুন তো, আপনি আসলে ফেসবুক মার্কেটিং বলতে
তাহলে কি বুঝতে পারছেন?

ফেসবুক মার্কেটিং একটা ‘ব্রিজ’ ছাড়া আর কিছুই নয়!।
আর কিছুই নয়!

যে ব্রিজটাকে আপনি ব্যবহার করবেন ক্রেতা-বিক্রেতার
মিলন ঘটানোর জন্য!

ব্রিজের এক পাড়ে ক্রেতা দাঢ়িয়ে আছে, আর আরেক পাড়ে
বিক্রেতা। ক্রেতাকে আগ্রহী করে তোলার জন্য, উদ্যোক্তা
ভাড়া করবে মার্কেটোরকে।

মার্কেটোর ক্রেতাকে বিক্রেতার ঘর অবধি চিনিয়ে দিয়ে যাবে।
আর তারপরের কাজ বিক্রেতার।

ফেসবুক মার্কেটিং মানে শুধুমাত্র বুষ্টিং নয়, প্রমোশন নয়!

এখানে ইনফুয়েন্স আছে, এখানে কন্টেন্ট আছে, এখানে
ম্যানেজমেন্ট আছে, এখানে ক্রিয়েটিভিটি আছে, এখানে
প্রমোশন আছে, এখানে হাইপ আছে, এখানে সাইকোলজি
আছে; আর সব মিলিয়েই ফেসবুক মার্কেটিং!

আচ্ছা, আমি মার্কেটিংয়ের সংজ্ঞাটা কি দিয়েছিলাম, মনে
আছে আপনার?

“কোনো এক বা একাধিক মন্য বা সেবার উপর এক বা
একাধিক ক্ষেত্রকে আগ্রহী করে তোলার যে পদ্ধতি বা প্রসেস
বা ব্রিজ; সেটাই হচ্ছে মার্কেটিং!”

তাহলে ফেসবুক মার্কেটিংয়ের সংজ্ঞাটা কি দাঁড়াবে?

“কোনো এক বা একাধিক মন্য বা সেবার উপর এক বা
একাধিক ক্ষেত্রকে আগ্রহী করে তোলার জন্য যখন আমরা
ব্রিজ হিসেবে বা মাধ্যম হিসেবে ফেসবুককে ব্যবহার করবো,
তখন সেটা ফেসবুক মার্কেটিং!”

ফেসবুক মার্কেটিং ঘারা করে থাকেন, তারা মূলত নিজেদের
'ফেসবুক মার্কেটার' হিসেবে পরিচয় দিয়ে থাকেন। তবে,
অনেকেই ফেসবুকের রুটি সেন্ট্রালকে তাদের মেশা হিসেবে
পরিচয় দিয়ে থাকে। সেক্ষেত্রে তারা নিজেদের 'সোশ্যাল
মিডিয়া মার্কেটার' বলে থাকেন!

একজন ফেসবুক মার্কেটার, চাকরি কিংবা ব্যবসা অথবা ফ্রিল্যান্সিংয়ের কাজে ফেসবুক মার্কেটিং করে থাকেন।

চাকরি বা ফ্রিল্যান্সিং কিংবা ব্যবসা; যেকোনো পথেই আপনি ফেসবুক মার্কেটিং করে আয় করতে পারবেন!

আপনি চাইলেই বিডিজিবস বা লিংকডইন জবস অথবা ফেসবুক জবস থেকে ফেসবুক মার্কেটার হিসেবে চাকরি খুঁজতে পারবেন। একইসাথে আপনি মার্কেটপ্লেসগুলোতেও (ফাইভার, আপওয়ার্ক ইত্যাদি) ফেসবুক মার্কেটিং করে ক্লায়েন্টের কাজ করে দিয়ে আয় করতে পারবেন।

শুধুমাত্র ফ্রিল্যান্সিং বা চাকরিই নয়, বরঞ্চ নিজের ক্ষিল কাজে লাগিয়ে নিজেই ফেসবুকে একটা পেইজ/প্রোফাইল/গ্রুপ খুলেই নিজের ফেসবুক মার্কেটিং সেবাগুলো অ্যাজেন্সির মতো করে সার্ভিস সেল করেও আয় করতে পারবেন।

কিন্তু...

কীভাবে আমি ফেসবুক মার্কেটিং করবো? কীভাবে আমি ফেসবুক মার্কেটিং করে ক্লায়েন্টের কাজ করবো? কীভাবে আমার নিজের ফেসবুক বিজনেসের জন্য ফেসবুক মার্কেটিং করবো?

বলছি বলছি!

‘ফেসবুক মার্কেটিং’ কীভাবে করবেন সেটা বোঝার আগে,
আপনার জানা দরকার; ‘ফেসবুক মার্কেটিংয়ের মধ্যে কী কী
কাজ আপনাকে করতে হবে?’

আপনি যদি নিজের ব্যবসার কাজে নিজের পেইজের জন্য
ফেসবুক মার্কেটিং করতে চান, কিংবা আপনি যদি
ক্লায়েন্টের পেইজের জন্য ফেসবুক মার্কেটিং করতে চান,
অথবা আপনি যদি যেকোনো চাকরিতে আপনার
কোম্পানির ফেসবুক মার্কেটিং করতে চান; তাহলে আপনার
জন্যেই নিচের লিস্টটি।

আপনি যদি একজন ফেসবুক মার্কেটার হিসেবে ক্যারিয়ার
গড়তে চান কিংবা চাকরি/ফ্রিল্যান্সিং/ব্যবসার কাজে
ব্যবহার করতে চান, তাহলে এই দায়িত্বগুলো আপনাকে
পালন করতে হবেঃ

- ফেসবুক ক্যাম্পেইন ম্যানেজ করতে হবে এবং
প্রত্যেকদিনের অ্যাড রিলেটেড কাজগুলো দেখাশোনা
করাটাও আপনার কাজের মধ্যে মড়ে।
- পেইজের জন্য সেরা কন্টেন্টগুলো খুঁজে বের করতে
হবে!
- বিভিন্ন ধরণের কন্টেন্ট আপলোড করে পেইজের জন্য
সবচেয়ে বেশি রিচ হওয়া কন্টেন্ট টাইপগুলো ব্যবহার
করে পারফেক্ট একটি ফেসবুক কন্টেন্ট ক্যালেন্ডার
তৈরি করার দায়িত্বও আপনার।

- পেইজে যারা মেসেজ করবে, তাদের ‘হিউমেইন’ ওয়েতে রিপ্লাই করতে হবে।
- পেইজের ক্যাটাগরিয়ে সাথে মিলে যায়, এমন কমিউনিটিতে যুক্ত হয়ে নিয়মিত কন্টেন্ট শেয়ার করতে হবে।
- যদিও পেইজের কন্টেন্ট তৈরি করা ফেসবুক মার্কেটারের কাজ নয়, কিন্তু কিছু কিছু ক্ষেত্রে একজন মার্কেটারকেও কন্টেন্ট ক্রিয়েটর হতে হয়। ভুলে যাবেন না, কন্টেন্ট ইজ দ্যা কিং!
- পেইজের জন্য বিভিন্ন ধরণের অ্যাড ক্যাম্পেইন রান করতে হবে এবং সেগুলোর দেখাশোনাও করতে হবে।
- প্রত্যেক সপ্তাহের আরওআই (ROI – Return Of Investment) রিপোর্ট তৈরি করার দায়িত্বটাও আপনারই।
- যে কোম্পানির ফেসবুক পেইজের জন্য মার্কেটার হিসেবে দায়িত্ব নেবেন, সেই কোম্পানিকে ফেসবুক আপডেট ও বর্তমান অবস্থা সম্পর্কে জানানোটাও আপনার দায়িত্বের মধ্যে পড়ে।
- কোন স্ট্র্যাটেজি ফলো করে ফেসবুক মার্কেটিং করলে কোম্পানির ব্যবসায় উন্নতি হবে এবং পেইজে বিক্রি বাড়বে; সেটা নিয়ে কাজ করাও আপনার দায়িত্ব।
- ফেসবুকের জন্য কন্টেন্ট স্ট্র্যাটেজি তৈরি করাও আপনার দায়িত্ব।

উপরের এই কাজগুলোই করে থাকেন একজন ফেসবুক
মার্কেটোর। আপনাকেও ফেসবুক মার্কেটিং করতে হলে, এই
কাজগুলো জানতে হবে।

কী? চিন্তায় পড়ে গেলেন? কীভাবে শিখবেন? কোথেকে
শিখবেন?

চিন্তা করবেন না, যতটুকু বহিতে বোঝানো সম্ভব ততটুকুর
চেয়ে বেশি বোঝানোর চেষ্টা করবো আমি! আর আপনার
প্রত্যেকটা প্রশ্নের উত্তর যতটুকু সম্ভব গভীরে গিয়ে উত্তর
দেয়ার চেষ্টা করবো।

ধরে নিলাম, আপনি ফেসবুক মার্কেটিং সম্পর্কে কিছুই
জানেন না। আপনি হ্যাতো কোথাও শুনছেন, ফেসবুক
মার্কেটিং শব্দটা। আপনি এছাড়া আর কিছুই জানেন না!

কিন্তু আপনি চাহিছেন একেবারে শূন্য থেকে ফেসবুক
মার্কেটিং শিখতে! কিন্তু কীভাবে?

ফেসবুক মার্কেটিং একেবারে শূন্য থেকে শেখার জন্য দুটো
'পারস্প্রেকটিভ' রয়েছে।

প্রথম পারস্পেকটিভ থেকে চিন্তা করলে, আপনি দ্রুত ফেসবুক মার্কেটিং শিখতে পারবেন। এফেক্সে আপনাকে যেকোনো পেইড কোর্স করতে হবে। হোক সেটা অফলাইনে কিংবা অনলাইনে। এফেক্সে আপনি কম সময়ে কিছু টাকা খরচ করে ফেসবুক মার্কেটিং শিখতে পারছেন।

দ্বিতীয় পারস্পেকটিভ থেকে চিন্তা করলে, আপনি বিনামূল্যে ফেসবুক মার্কেটিং শিখতে পারবেন।

এফেক্সে আপনাকে প্রচুর সময় নিয়ে রিসার্চ করে ধীরে ধীরে যতগুলো ফ্রি/বিনামূল্যের রিসোর্স খুঁজে পাওয়া যায় সবগুলো খুঁজে বের করে মার্কেটিং শিখতে হবে।

এফেক্সে আপনি সময়ের কথা চিন্তা না করে, প্রচুর সময় নিয়ে সম্পূর্ণ বিনামূল্যে ফেসবুক মার্কেটিং শিখতে পারছেন!

কোনটা ভালো আৱ কোনটা ভালো নয়, সেটা নিয়ে তর্কে যাবো না। কিন্তু শুধু এতটুকু বলা উচিত বলেই বলছি, ‘চেষ্টা করবেন, বিশ বছৰ বয়স থেকে সময়ের দিকে একটু হলেও গুরুত্ব দেয়াৰ।

যদি গুরুত্ব না দেন, তাহলে পঁচিশের পৱে বলতে হবে, ২৪ ঘণ্টায় দিন না হয়ে ৪৮ ঘণ্টায় একদিন হলেই ভালো হতো।’

ফেসবুক মার্কেটিং শেখার জন্য সেরা কিছু ইংরেজি কোর্সের লিংকঃ

- <https://www.facebook.com/business/learn/courses> - ফেসবুকের অফিশিয়াল সার্টিফাইড কোর্স।
- <https://www.udemy.com/course/facebook-marketing-strategy-facebook-training/> - ফেসবুক, মেসেঞ্জার আর ইন্টাগ্রামের অ্যাড নিয়ে ইউডেমির এই বেষ্ট সেলিং কোর্সটি করে ফেলতে পারেন।
- <https://www.skillshare.com/classes/Facebook-Ads-Facebook-Marketing-Mastery-Guide-2021/2019490570> - জাস্টিন ও ব্রায়ানের ফেসবুক অ্যাডস এবং মার্কেটিং নিয়ে মাস্টার গাইডলাইন
- <https://www.udemy.com/course/facebook-marketing-system/> - ডিয়েগো ড্যাভিলার সম্পূর্ণ ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে মাস্টারক্লাস।
- <https://www.udemy.com/course/facebook-ads-crash-course-1/> - স্টিভ বার্নসাইডের ফেসবুক অ্যাড নিয়ে অসাধারণ একটি ক্র্যাশ কোর্স।

ফেসবুক মার্কেটিং শেখার জন্য সেরা কিছু বাংলা কোর্সের লিংকঃ

- <https://bohubrihi.com/course-pages/facebook-marketing-course/> -
বহুবীহির এই কোর্সটি থেকে অনেক কিছুই শেখার
রয়েছে। বেশ ডিটেইলসে আলোচনা করা হয়েছে
ফেসবুক অ্যাড সেকশনটি নিয়ে।
- <https://muntasirmahdi.com/courses/social-media-marketing-professional-course/> - এই
কোর্সটি আমারই। একেবাবে সরাসরি সোশ্যাল মিডিয়া
মার্কেটিংয়ের উপর গুরুত্ব দিয়ে ধীরে ধীরে ফেসবুক
মার্কেটিংয়ের ভেতরে নিয়ে যাওয়ার চেষ্টা করা হয়েছে
এই কোর্স। এই কোর্সটিতে এখন (২০২৯, মার্চ) পর্যন্ত
এনরোল করেছেন প্রায় ১০০০ এর বেশি শিক্ষার্থী। এই
কোর্সটি করে বর্তমানে যারা ফ্রিল্যান্সিং করে আয়
করছেন বা যারা ব্যবসা করে আয় করছেন কিংবা যারা
বিভিন্ন কোম্পানিতে চাকরি করছেন; তারা এখানে
তাদের অভিজ্ঞতা শেয়ার করেছেন কোর্সটি করার পরঃ
<https://www.facebook.com/muntasir666/reviews/>

দুঃখজনক হলেও সত্য যে, বাংলাদেশে বাংলা ভাষায়
শুধুমাত্র সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিংকে গুরুত্ব দিয়ে তৈরি
করা কোর্স কন্টেন্টের সংখ্যা খুবই অল্প।

তার চেয়েও বেদনাদায়ক সত্য হচ্ছে, যে ক'টি মোশ্যাল
মিডিয়া মার্কেটিংয়ের বাংলা কোর্স, আমি নিজে এই বইটি
লেখার জন্য রিসার্চের কাজে দেখেছি; সেগুলোর মধ্যে
বেশিরভাগ কোর্সের কন্টেন্টই উন্নতমানের নয়।

না অফেন্ড বাই দ্য ওয়ে!

ফেসবুক মার্কেটিং সম্পর্কে আরো গভীরে জানার জন্য,
মেরা কিছু ইউটিউব চ্যানেলের লিংকঃ

- <https://www.youtube.com/channel/UCiXa1m1xE-D9HV3Cup95pqQ>
- https://www.youtube.com/channel/UCVLbz_hxVTiTLiVKeGV7WEBg
- https://www.youtube.com/channel/UCSKo_WacanagrVgpSJfk3bw
- https://www.youtube.com/channel/UCsQiY_Dzi0UtpdDle7_DpcLw
- <https://www.youtube.com/user/GaryVaynerchuk>
- https://www.youtube.com/channel/UCMq1R1LgS04IIKdpLh_OS1w
- https://www.youtube.com/channel/UCVIQ6_2TOWBG_-qcl5a5cPjA
- https://www.youtube.com/channel/UC_s0g4QdprLkyyN2MDpef7Q
- <https://www.youtube.com/user/neilvkpatel>
- <https://www.youtube.com/user/soravjain>

ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে জানার জন্য, সেরা কিছু ব্লগের লিংকঃ

- <https://www.hubspot.com/>
- <https://www.wordstream.com/>
- <https://neilpatel.com/>
- <https://sproutsocial.com/>
- <https://www.marketing-schools.org/>
- <https://buffer.com/>
- <https://www.searchenginejournal.com/>
- <https://muntasirmahdi.com/>
- <https://moz.com/>
- <https://www.socialmediaexaminer.com/>
- <https://coschedule.com/blog>
- <https://www.omnikick.com/>

ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে জানার জন্য, সেরা কিছু বাংলা ও ইংরেজি বইয়ের নামঃ

- Obviously, ফেসবুক A to Z. বলেন ঠিক কি-না?
(চোখ টিপের ইমোজি হবে!)
- তানভীর রেজোয়ান ভাইয়ের 'হাতে-কলমে ফেসবুক মার্কেটিং'
- মার্ক ব্র্যান্ডনের 'সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং ফর বিজনেস'
- অ্যালান ডিবের 'দ্য ওয়ান পেইজ মার্কেটিং প্ল্যান'
- গ্যারি ভেইনারচাকের 'ক্রাষ ইট'
- রাসেল ব্রানসনের 'ট্রাফিক সিক্রেটস'
- ড্রু এরিক হুইটম্যানের 'ক্যাষভাটাইজিং'
- অ্যান্দ্রু ম্যাকার্থির '৫০০ সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং টিপস'

তাহলে কি দাঢ়াচ্ছে?!

শূন্য থেকে ফেসবুক মার্কেটিং শিখার জন্য আপনাকে নিচের ধাপগুলো অনুসরণ করতে হবে,

- ইউটিউবে 'ফেসবুক মার্কেটিং' লিখে সার্চ করে যতগুলো ভিডিও আছে দেখে ফেলুন। যখন বুঝতে পারবেন, একই ভিডিও ঘুরেফিরে বারবার আসছে, দেখা বন্ধ করুন।
- গুগলে 'ফেসবুক মার্কেটিং' লিখে সার্চ করে যতগুলো আর্টিকেল আসবে, পঁড়ে ফেলবেন। বুঝে বুঝে সময় নিয়ে পড়ুন। ঘনঘন আর্টিকেল পড়ার অভ্যাস করুন।
- ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে ইউডেমি, স্কিলশেয়ার, বঙ্গবীহি, রেপটো, অপ্টিমাইজার; থেকে কোর্স করে ফেলতে পারেন। বেশ কয়েকটি কোর্স করুন। ইংরেজি-বাংলা মিলিয়ে কোর্স করুন। এতে করে ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে ভিন্ন ভিন্ন পারস্প্রেকটিভ থেকে শিখতে পারবেন আপনি।
- ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে স্কিল ডেভেলপমেন্টের মেছনে কমপক্ষে ৬ মাস সময় দিন। ৬ মাসে প্রত্যেকটা দিন কমপক্ষে ২ ঘন্টা সময় দিয়ে 'ফেসবুক মার্কেটি' নিয়ে রিসার্চ করলে বা কোর্স করে ফেলতে পারলে ফেসবুক মার্কেটিং নিয়ে বেশিরভাগ কন্টেন্টই আপনি কনজুম করে ফেলবেন। এতে করে মেছনের দিকে আপনাকে আর চাহিতে হবে না।

- স্কিল ডেভেলপমেন্ট শেষ হয়ে যাওয়ার পর কাজে
নামার পূর্বে প্র্যাকটিসের জন্য কমপক্ষে নিজে একটি
ফেসবুক পেইজ তৈরি করুন, নিজে একটি অ্যাড রান
করানোর চেষ্টা করুন, নিজে একটি ফেসবুক পেইজ
প্রফেশনালি এডিট করার চেষ্টা করুন, নিজে একটি
ফেসবুক পেইজকে অপ্টিমাইজ করুন; এতে করে
প্র্যাকটিসও হয়ে যাবে এবং ক্লায়েন্টের বা কাস্টোমারের
কাজ করে দেয়ার সময় জড়তায়ও ভুগতে হবে না।
- প্র্যাকটিসের পেছনে কমপক্ষে দু মাস ব্যয় করুন।
তারপরে কাজে নামার প্ল্যান করবেন।

দ্যাটিস ইট! শুধুমাত্র এই ধাপগুলো অনুসরণ করে গেলেই
হবে!

৬ মাসে তৈরি করা স্কিল + ২ মাসের প্র্যাকটিস = কাজ
করার জন্যে প্রস্তুত আপনি!

একটা গোপন ফর্মুলা বলি আপনাদের?

যদি $T < 5$ হয়, তাহলে গ্রেস রেভিনিউ এর ১৫% / ৪ -
লেবার কষ্ট; যদি $T \geq 5$ হয়, তাহলে গ্রেস রেভিনিউ এর
১০% - লেবার কষ্ট

আমি আপনাদের এখন গণিত শেখাচ্ছি না! গণিতে আমি
নিজেই কাঁচা! মার খেতে খেতে সারাজীবন গণিত করেছি
আমি!

আমার থেকে গণিত শেখা আর আইনস্টাইনকে ফেসবুক
মার্কেটিং করতে বলা একই জিনিস!

যাই হোক, ডণিতা না করে বলেই দিই এগুলো আসলে
কিসের ফর্মুলা!

ফেসবুক মার্কেটিং যারা করেন, তারা 'বাজেট' নিয়ে সবচেয়ে
বেশি ঝামেলায় পড়েন। দেখা যায়, বাজেট কম হলে রিচ
আসছে না, বাজেট বাড়ালে রিচও বাড়ছে!

ভাবছেন, 'ফেসবুক কি আমাকে ফর্কির করার চিন্তা করছে?'
আবার কেউ কেউ দেখতে পান, কম বাজেটেও ভালো রিচ
আসছে অন্যদিকে বেশি বাজেটেও রিচ আসছে না বললেই
চলে!

এতশত অভিনয় বাদ দিয়ে মূল ফর্মুলাটা মানতে পারলেই
তো সমস্যার সমাধান হয়ে যাবে!

তাই না?

কিন্তু নাহ! আমাদের তো কেউ শেখায় না এইসব সূত্র!
আমাদের শেখানো হয়, সেই পুরনো যত টার্গেটিং আৱ
পিক্সেল সেট আপ কৱাৰ সিস্টেম; যেগুলো ইউটিউবে কয়েক
হাজাৰ বছৰ ধৰে (!) পড়ে আছে; সেই একই টায়ারিং সব
ডিডিও! এইসব বিষয় নিয়ে লাখ লাখ টিউটোরিয়াল রয়েছে!

আমাৰ নিজেৱও কোৰ্স আছে এইসব নিয়ে! যেটা কৱে
অনেকে আঘও কৱেছেন!

যাই হোক, সূত্রেৰ ব্যাখ্যা দেয়াৰ আগে আপনাকে আমি
'চারটা' বিষয় পৰিষ্কাৰভাবে বলে দিচ্ছি:

প্ৰথমত, বাজেট বৃদ্ধি কৱলে আপনাৰ বিক্ৰিৰ বৃদ্ধি পাৰে
এটা ভুল কথা। ধৰুন, আপনি একটা ফেসবুক অ্যাডেৰ
পেছনে ১০০ টাকা খৱচ কৱে ৫টা মন্য বিক্ৰি কৱলেন। কিন্তু
তাৰ মানে এই নয় যে, সেই একই ফেসবুক অ্যাডেৰ পেছনে
২০০ টাকা খৱচ কৱলে ১০টা মন্য বিক্ৰি হবে।

দ্বিতীয়ত, আপনার টার্গেট যদি থাকে 'রিচ বাড়ানো' তাহলে
দয়া করে 'সেল' আশা করবেন না! টার্গেট যদি থাকে 'সেল
বাড়ানো' তাহলে 'কোটি কোটি লাইক-কমেন্ট' আশা
করবেন না!

একসাথে সব আশা করাটা সবচেয়ে বড় বোকামি। এটা তা
শায়েস্তা খাঁর আমল না, তাই না?

তৃতীয়ত, ফেসবুক মার্কেটারদের 'সেল' এনে দেয়ার জন্য
বলবেন না! ফেসবুক সেলস আর ফেসবুক মার্কেটিং;
আলাদা বিষয়। মার্কেটার, টার্গেটেড কাস্টমার এনে দেয়
আর সেলসম্যান, সেইসব কাস্টমারদের কাছে প্রোডাক্ট বিক্রি
করবে।

সর্বশেষ, ফেসবুক মার্কেটিং করার জন্য টুলসের প্রয়োজন
পড়ে না। ফেসবুকে ডিফল্টভাবে যা দেয়া আছে, তা-ই
যথেষ্ট! এবং যথেষ্ট এর চেয়ে বেশিই!

এখন সূত্রের বকবকে আসি!

সময় হচ্ছে অর্থ! এটা সবসময়েই মনে রাখবেন! অর্থাৎ, T =
M.

যত বেশি সময় ধরে বুস্ট করাবেন বা পেইড প্রমোশন করবেন তত বেশি অর্থ খরচ হবে আর এটাই ফেসবুক চায়!

কিন্তু তার মানে এটা নয় যে, একদিনেই হাজার ডলার খরচ করে ফেলবেন! সময় যদি টাকা হয় তাহলে টাকাও কিন্তু সময়!

আর তাই, কমপক্ষে চারদিন একটা প্রমোশন রান করান! কমপক্ষে চারদিন!

এখন দেখুন তো,
যদি $T < 5$ হয়, তাহলে গ্রোস রেভিনিউ এর ১৫% / ৮ -
লেবার কষ্ট ; যদি $T \geq 5$ হয়, তাহলে গ্রোস রেভিনিউ এর
১০% - লেবার কষ্ট

আপনার টিমে কতজন মানুষ রয়েছে? আপনার মার্কেটিং যে করছে তার খরচ কত এসব বিষয় সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা নিন। আর এটাই আপনার ‘লেবার কষ্ট’!

সূত্রানুসারে, যদি সময় ৫ দিনের চেয়ে কম হয়, তাহলে একটা ফেসবুক অ্যাডের মোট ইনকাম বা সেলসকে (গ্রোস রেভিনিউ) চার দিয়ে ভাগ করুন।

এই চার কোথেকে এসেছে?

ক্র যে, চারদিনের কথা বলেছিলাম মনে আছে? সেই 'চার!'
ভাগ করার পর সেটা থেকে আপনার লেবার কষ্টটাকে
বিয়োগ করে দিন! আপনি যে ফলাফলটা পাবেন, সেটা যদি
শ্বণাহকে আসে তাহলে আপনি সঠিক অ্যামাউন্ট
আপনার অ্যাডের পেছনে এখনো খরচ করেন নি! আর যদি
পজিটিভে আসে তাহলে খরচ করেছেন এবং করে যাচ্ছেন।

আর সেই একই অ্যামাউন্টেই আপনার অ্যাডে ভালো
ফলাফল আসার স্থাবনা রয়েছে।

আরেকটা সিক্রেট ফর্মুলা বলি?

$(PR + PA + S + E + ME + C) - (MA = O)$ যেখানে, $C = B + R + T!$

এই ফর্মুলাও আপনাকে ফেসবুকে বেটার অ্যাঙ্জেজমেন্ট
আনতে সাহায্য করবে!

এই ফর্মুলাটি কিসের হতে পারে, ভাবুন তো! ভাবনা শেষ
হলে; আমার কমিউনিটিতে জানাবেন কিন্তু!

আমার কমিউনিটি হচ্ছে, Muntasir's Community –
www.facebook.com/groups/muntasirmahdi

একটা ছোট্টি কাজ করতে পারবেন?

প্রথমে আপনার জিমেইল অ্যাকাউন্টে যাবেন। তারপরে
ম্যানেজ ক্লিক করবেন। তারপর ডেটা এন্ড
পার্সোনালাইজেশনে ক্লিক করবেন। সেখান থেকে ওয়েব এন্ড
অ্যাপ অ্যাক্টিভিটিতে ক্লিক করবেন। তারপর সি অল
অ্যাক্টিভিটিতে ক্লিক করবেন।

কি দেখছেন?

আপনি কখন কোথায় আছেন, কি করছেন, কি খাচ্ছেন,
কোথায় যাচ্ছেন, কোন ওয়েবসাইটে যাচ্ছেন; সবকিছুই দেখা
যাচ্ছে, তাই না?

হ্যাঁ, গুগল আপনার প্রত্যেকটা ডেটা সেইভ করে রাখছে!

ঠিক একইভাবে ফেসবুকও আপনার প্রত্যেকটা স্টেপ ট্র্যাক
করছে। বিশ্বাস হচ্ছে না?

এই লিংকটাতে

(https://www.facebook.com/your_information)
গিয়ে দেখুন, ফেসবুক আপনার কতগুলো ডেটা সেইভ করে
রাখছে। একইভাবে একটা ব্লগ থেকে শুরু করে, আপনার
পরিচিত প্রত্যেকটা ইকমার্স ওয়েবসাইটও, আপনার ডেটা
সেইভ করে রাখছে।

আপনি ভাবছেন, আপনি প্রত্যেকটা রাতে শান্তিতে
যুমাচ্ছেন। কিন্তু দুর্ভাগ্যবশত সেটা হচ্ছে না!

আপনি যেকোনো রাতেই ভাইরাল হয়ে যেতে পারেন যদি
আপনার কোনো ডেটা তুল কোনো মানুষের সাথে চলে যায়।

আপনি হয়তো ভাবছেন যে, আপনার আইডি কেউ হ্যাক
করতে পারবে না। দুর্ভাগ্যবশত ইউ আর অন দ্যা রং সাইড
অফ হিস্টোরি!

মার্ক জাকারবার্গের আইডি দুবারের বেশি হ্যাক হয়েছে।

তাও সেটা কোনো হ্যাকার করে নি, একজন প্যালেস্ট্যানিয়ান
রিসার্চার জাকারবার্গের আইডি ক্র্যাক করেছিল। এছাড়াও
আরো কতশত হ্যাকার সেলিব্রেটিরের ফেসবুক আইডি
হ্যাক করছে প্রতিনিয়ত। সুতরাং, আমি-আপনি কোন ছাড়!

এগুলো কেন বলছি? কারণ, ভবিষ্যৎ পরিবর্তিত হতে যাচ্ছে!
মানুষ এখন একটা কথা ভালোভাবেই জানে, আর সেটা
হচ্ছে, ইনফরমেশন ইজ এন্ট্রিং ইউ নিউ।

আর তাই, ভবিষ্যতে সেই ইনফরমেশন আর ডেটাকে
আপনি যত বেশি সিকিউর করতে পারবেন, তত বেশি
আপনার হয়ে যাবে ‘ভবিষ্যৎ’!

মার্কেটিংয়েও তাই পরিবর্তন আসছে! মার্কেটোরদের কাছে প্রচুর পরিমাণ তথ্য থাকে। তারা শুধু মার্কেট নয়, ব্যবসা সম্পর্কিত এমন সব তথ্যও জমা রাখতে পারে; যা খুবই সেন্সিটিভ।

ইমেইল মার্কেটোরো, এখনও হ্যাতো ইমেইল বেচাকেনা করতে পারছেন। কিন্তু উবিষ্যতে সেটা আর চলবে না।

ইমেইল বেচাবিক্রি অফিশিয়ালি অপরাধ হয়ে যাবে। ঠিক একইভাবে ইকমার্স শপগুলোর ইমেইল সংরক্ষণ এবং মোবাইল মার্কেটোরদের মোবাইল নাম্বার কিংবা পার্সোনাল ডেটা বেচাবিক্রি অপরাধ হয়ে যাবে।

মার্কেটোর সে নয়, যে মাসে লাখ টাকা কামায়। মার্কেটোর সে বা তারা, যারা মার্কেটিং সেক্টর নিয়ে ভাবে, যারা মার্কেটিংয়ের উবিষ্যৎ নিয়ে ভাবে। টিমিক্যাল মার্কেটোরো মার্কেটিং করার জন্য ফাইভার আর মার্কেটপ্লেস খোঁজে! প্যাশিয়োনেট মার্কেটোরো মার্কেটিং করার জন্য মার্কেটপ্লেস খোঁজে না, বরঞ্চ তারা মার্কেটিংকে 'হোলি গ্রেইল' হিসেবে চিন্তা করে।

এখন উত্তর দিন তো, আপনি কোন ধরণের মার্কেটোর?

ফেসবুক ফর কন্টেন্ট ক্রিয়েশন

একজন কন্টেন্ট ক্রিয়েটরের জন্য ফেসবুক স্বর্গের মতো
একটা প্লাটফর্ম! শুধুমাত্র কন্টেন্ট তৈরি করেই ফেসবুক
থেকে আয় করা সম্ভব।

আর কন্টেন্ট ক্রিয়েটররা ফেসবুকে তাদের পেইজে
মানিটাইজেশন ফিচারটি অ্যাকচিভ করে ফেসবুক থেকেই
বেশ ডালো পরিমাণ অর্থ আয় করছে!

আপনিও যদি ফেসবুকে একজন কন্টেন্ট ক্রিয়েটর হিসেবে
আয় করা শুরু করতে চান, তাহলে শুরু করে দিন। কারণ,
ফেসবুকে এখন পর্যন্ত মানিটাইজেশন ফিচারটি
তুলনামূলকভাবে কম ব্যবহৃত হচ্ছে।

কিন্তু যে গতিতে বর্তমানে ফেসবুকে কন্টেন্ট আপলোড করা
হচ্ছে, তাতে বোঝাই যাচ্ছে উবিষ্যতে ফেসবুকের
মানিটাইজেশন ফিচারটি 'অ্যাকচিভ' করতে পারাটা ততটা
সোজা হবে না।

যদিও আমি প্রায় সময়েই বলে থাকি যে, কন্টেন্ট তৈরি
করার জন্য প্লাটফর্ম জরুরি নয়; কন্টেন্ট তৈরি করাটা
জরুরি! এখনও একই কথাই বলবো!

ফেসবুকের পেইজ কিংবা গ্রুপ অথবা প্রোফাইলেই, যেকোনো ধরণের কন্টেন্ট তৈরি করে আপনি নিজের ব্র্যান্ডিং কিংবা নিজের ব্যবসাকে প্রমোট করে ফেলতে পারবেন।

শুধুমাত্র প্রমোশন বা ব্র্যান্ডিংই নয়, বরঞ্চ ভালো কন্টেন্ট তৈরি করে আপনি যেকোনো মন্য বা সেবাও বিক্রি করতে পারবেন।

আর্টিকেল, গ্রাফিক্যাল, অডিও কিংবা ভিডিও; যেকোনো টাইপের কন্টেন্টই ফেসবুকে আপনি আপলোড করতে পারবেন। যদিও বর্তমানে ফেসবুকে 'মোষ্ট ক্লিকড কন্টেন্ট টাইপ' হচ্ছে, ভিডিও; কিন্তু তার মানে এই নয় যে, অন্য ধরণের কন্টেন্ট তৈরি করা উচিত হবে না!

ফেসবুকের ডোমেইন অথোরিটি অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়ার তুলনায় অনেক অনেক বেশি! ফেসবুক একটা আর্টিকেল, ভিডিও, অডিও কিংবা গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট যদি অনেক বেশি শেয়ার হয় বা অনেকগুলো মানুষ যদি আপনার কন্টেন্টে রিচ বা অ্যাঙ্গেজ করে তাহলে সেই কন্টেন্টটি শুধুমাত্র ফেসবুকেই ভাইরাল হবে না!

বরঞ্চ এই একই কন্টেন্ট ফেসবুকের ডোমেইন অথোরিটির ক্ষমতায় গুগলের মতো সার্চ ইঞ্জিনগুলোতেও ভাইরাল হয়ে যাবে।

ফেসবুক আপনাকে সব ধরণের কন্টেন্ট তৈরি করার ক্ষমতা দিচ্ছে। কিন্তু, আপনি কি করছেন? কন্টেন্ট তৈরি করছেন কি?

শুধুমাত্র ফেসবুকই নয়, যেকোনো ওয়েবসাইটের জন্য অথবা যেকোনো প্লাটফর্মেই; সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ অংশ হচ্ছে, কন্টেন্ট তৈরি করা।

আপনি চাকরি খুঁজছেন? কন্টেন্ট তৈরি করুন > যত বেশি ডিস্ট্রিবিউট হবে সেই কন্টেন্ট > চাকরির অফার আসার স্ম্রাবনা তত বাড়বে!

আপনি ব্যবসা করছেন? কন্টেন্ট তৈরি করুন > যত বেশি ডিস্ট্রিবিউট হবে সেই কন্টেন্ট > মন্য বিক্রির স্ম্রাবনা তত বাড়বে!

আপনি ব্র্যান্ডিং করছেন? কন্টেন্ট তৈরি করুন > যত বেশি ডিস্ট্রিবিউট হবে সেই কন্টেন্ট > আপনার প্রোফাইল বা আপনার ব্র্যান্ডের রিচ তত বাড়বে!

আপনি ফ্রিল্যান্সিং করছেন? কন্টেন্ট তৈরি করুন > যত বেশি ডিস্ট্রিবিউট হবে সেই কন্টেন্ট > তত বেশি আপনার ক্লায়েন্ট আসার স্ম্রাবনা বাড়বে!

আপনি একজন লেখক? কন্টেন্ট তৈরি করুন > যত বেশি ডিস্ট্রিবিউট হবে সেই কন্টেন্ট > তত বেশি আপনার বই বিক্রির স্ম্রাবনা বাড়বে!

কন্টেন্ট আপনাকে মুক্তি দিতে পারে। শুধুমাত্র এই একটা সেক্টরই, যেটার পজিচিভ ব্যবহার আপনাকে সত্ত্বিকার অথেরি মুক্তি দিতে পারে!

আপনি এখন প্রশ্ন করতে পারেন, “আচ্ছা, মনে নিলাম যে, আমাদের প্রচুর পরিমাণে কন্টেন্ট তৈরি করা দরকার। কিন্তু কীভাবে তৈরি করবো এতগুলো কন্টেন্ট?”

এই প্রশ্নের উত্তর দেয়ার আগে, একটা কথা বলে নিই!

মনে রাখবেন, আপনার আর্টিকেল বা আপনার মার্গিনিশ করা ভিডিওটি যদি ‘টেন আউট অফ টেন কন্টেন্ট’ না হয়, তাহলে আপনার কন্টেন্ট সোশ্যাল মিডিয়াতে ভালো অবস্থানে থাকবে না এবং সেই কন্টেন্ট থেকে যে পরিমাণ ভ্যালু আসার কথা ছিল, সেটা আসবে না!

তাই, শুধুমাত্র কন্টেন্ট তৈরি করলেই হবে না, বরঞ্চ আপনাকে উচ্চ কোয়ালিটি এবং উন্নতমানের কন্টেন্ট তৈরি করতে হবে।

‘কিন্তু কীভাবে করবো সেটা?’, এই প্রশ্নটাই মাথায় ঘূরছে, তাই না?

চিত্তার কারণ নেই, এই বইটি কন্টেন্ট রিলেটেড না হলেও এই অধ্যায় থেকেই আপনি কন্টেন্ট ক্রিয়েশনের উপর বেশ ভালো কিছু সাজেশন পেয়ে যাবেন।

যদিও ভবিষ্যতে আমার শুধুমাত্র ‘কন্টেন্ট’ সেক্টরের উপরও বহু লেখার ইচ্ছে রয়েছে।

কীভাবে আপনি একটি উচ্চ কোয়ালিটি এবং উন্নতমানের কন্টেন্ট তৈরি করবেন; সেটা জানার আগে ‘টেন আউট অফ টেন কন্টেন্ট’ নিয়ে একটু কথা বলে ফেলা যাক!

‘টেন আউট অফ টেন কন্টেন্ট বা 10/10 Content’ বলতে বোঝানো হয়, যেসব কন্টেন্ট দশে দশ পেয়ে থাকে।

অর্থাৎ, আপনার কোনো কন্টেন্ট যদি ১০ এর মধ্যে ৫/৬/৭/৮/৯ এমনকি ৯.৯ -ও পেয়ে থাকে তাহলেও সেগুলো উচ্চ কোয়ালিটির কন্টেন্ট হিসেবে গন্য হবে না।

আমি গত ৫ বছরের বেশি সময় ধরে বিভিন্ন ধরণের কন্টেন্ট নিয়ে কাজ করে যাচ্ছি। এখন পর্যন্ত বাংলাহাব, ইয়ুথ কার্নিভালসহ আরো অনেকগুলো উচ্চমানের ব্লগের জন্য কন্টেন্ট তৈরি করেছি।

বর্তমানে (মার্চ, ২০২৯) প্রত্যেকদিন আমার লেখা আর্টিকেল
এবং ছোট ভিডিও কন্টেন্টগুলো আমার ফেসবুক পেইজ,
লিংকডইন প্রোফাইল, ফেসবুক প্রোফাইল, আমার ফেসবুক
কমিউনিটি, আমার ওয়েবসাইট এবং আমার টিকটক
প্রোফাইলসহ বিভিন্ন ওয়েবসাইট থেকে প্রায় লক্ষাধিক
মানুষের কাছে পৌঁছায়।

কন্টেন্ট নিয়ে কাজ করতে করতে আমার কাছে প্রায়ই
একটা প্রশ্ন আসতো, “কীভাবে উচ্চ কোয়ালিটির এবং
উন্নতমানের কন্টেন্ট তৈরি করবো? এর মেছনে কোনো
সিক্রেট রয়েছে কি-না? উচ্চ কোয়ালিটির কন্টেন্ট তৈরির
ফর্মুলাটা কি?”

যদিও হাই কোয়ালিটি কন্টেন্টের কোনো ফর্মুলা নেই
বললেই চলে, কিন্তু তারপরেও আমার কাছে মনে হচ্ছলো,
‘থাকা উচিত! কোনো না কোনো ফর্মুলা তো অবশ্যই আছে!’

অনেক ফর্মুলাই পেলাম খুঁজে। সেগুলো অ্যাপ্লাইও করলাম!
কোনোটাতে লাভ হলো, কোনোটাতে হলো না।

সখান থেকে বেশ কয়েকটা ‘ওয়ার্কিং ফর্মুলা’ একত্র করে
এবং বেশ কিছু ‘ঝঞ্জাট’ মুছে দিয়ে একটা বেশ উন্নতমানের
‘ওয়ার্কিং ফর্মুলা’ তৈরি করতে সক্ষম হয়েছি!

আপনি এখন হাত তুলে প্রশ্ন করতে পারেন, “এই ফর্মুলা
কাজ করবে তার গ্যারান্টি কি?”

গ্যারান্টি হিসেবে এতটুকু বলতে পারি, যদি আপনি একেবারে
ষোলআনা এই ফর্মুলাটি অনুসরণ করতে পারেন এবং এই
ফর্মুলা অনুসরণ করে নিয়মিত কন্টেন্ট তৈরি করতে পারেন;
তাহলে আপনার কন্টেন্ট ‘10/10 Content’ হতে বাধ্য!

আমি বাজি ধরতেও রাজি আছি! ধরবেন?

বাজি ধরতে হলে এখানে নক করলেই হবে –
www.tiktok.com/@muntasir.mahdi

আমার মতে, ‘10/10 Content’ হচ্ছে এমন এক ধরণের
ফর্মুলা; যেখানে ১০টি পয়েন্টকে একটি পারফেক্ট কন্টেন্টের
উপাদান হিসেবে ধরা যেতে পারে। এই ১০টি পয়েন্ট হচ্ছে,

এক. আপনার কন্টেন্ট যথেষ্ট রিসার্চড হতে হবে!

দুই. আপনার কন্টেন্ট ‘স্টোরিলাইন বেইজড’ হতে হবে!

তিনি. আপনার কন্টেন্ট মার্কেটিং অবজেক্টিভ থেকে বাহিরে
যাবে না!

চার. আপনার কন্টেন্ট ‘ইমোশন’ তৈরি করতে সক্ষম হবে!

পাঁচ. আপনার কন্টেন্ট প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে ‘কল টু
অ্যাকশন’ থাকবে!

সাত. আপনার কল্টেন্ট প্রথম পাঁচ মেকেনেই একজনের 'অ্যাটেনশন' নিয়ে ফেলতে সক্ষম হবে!

আট. আপনার কল্টেন্ট সোশ্যাল মিডিয়া অপ্টিমাইজড হবে!

নয়. আপনার কল্টেন্ট 'আপনার' জন্য নয়, আপনার 'ক্রেতার' জন্য হতে হবে!

দশ. আপনার কল্টেন্ট 'মেটাফোরিক শব্দের ব্যবহার' থাকতে হবে!

আজ্জে হ্যায়! এই দশটি পয়েন্ট যদি একেবারে 'পাই টু পাই' রেপ্লিকেট করতে পারেন আপনার কল্টেন্টের জন্য; তাহলে সেই কল্টেন্ট মানুষ কনজুম করবেই!

কল্টেন্ট নিয়ে সবসময়েই বকবক করতে পছন্দ করি। কল্টেন্ট বেশ মজার একটি বিষয়। কল্টেন্ট দিয়ে একটা মানুষকে আপনার বশে নিয়ে যাওয়া স্তুব।

কল্টেন্ট দিয়েই লক্ষ-কোটি টাকার ব্যবসা চালানো স্তুব। কল্টেন্ট দিয়েই চাকরি পাওয়া স্তুব। কল্টেন্ট দিয়েই যেকোনো মন্য বা সেবা বিক্রি করা স্তুব। কল্টেন্ট দিয়েই হাজার ডলারের ক্লায়েন্ট পাওয়া স্তুব।

শুধুমাত্র কন্টেন্ট দিয়েই!

বিশ্বাস হচ্ছে না? সময় হোক, বিশ্বাস করতে পারবেন! সময় হোক!

কন্টেন্ট নিয়ে কথা বলতে চাইছি না আমি! কিন্তু তারপরেও আমার কাছে মনে হচ্ছে, কন্টেন্ট নিয়ে একটু হলও কথা বলা দরকার!

বলুন তো, কোন বিষয়গুলো আপনার কন্টেন্টকে আরো সুন্দর করে তোলে!?

আপনার পার্সোনালিটি, আপনার পারস্প্রেকটিভ, আপনার মার্কেটিংয়ের ক্ষমতা!

আমরা যখন কন্টেন্ট তৈরি করি, হোক সেটা গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট বা ভিডিও কন্টেন্ট অথবা লং ফর্ম আর্টিকেল টাইপ কন্টেন্ট; আমরা বেশিরভাগক্ষেত্রেই পার্সোনালিটি বা পারস্প্রেকটিভের দিকে তাকাই না!

আমরা চেষ্টা করি সরাসরি মূল টার্গেটের দিকে এগিতে! আর মূল টার্গেটের দিকে এগিতে গিয়ে আমরা ভুলে যাই যে, কন্টেন্টের সৌন্দর্য নির্ভর করে আপনার-আমার চিন্তাধারার উপর!

একটা কন্টেন্টের সবচেয়ে বড় সৌন্দর্য বোঝার জন্য,
আইএমডিবির টপ ১০০ টিভি সিরিজ দেখা উচিত আপনার!
আপনার দেখা উচিত কোরিয়ান টিভি সিরিজগুলো!

আমরা যখন কন্টেন্ট তৈরি করি, তখন আমরা নিচের
ফর্মুলা ব্যবহার করিঃ

৫% ইমোশন + ১০% অ্যাকশন + ৫% কাস্টোমার নিডস +
১০% গ্রামার/রাইটিং + ১০% অন্যান্য বিষয়!

কিন্তু একটা ভালো কন্টেন্ট কখনোই ব্যাকরণের জন্য
আটকে থাকে না! একটা ভালো কন্টেন্ট কখনোই
রাইটিংয়ের দক্ষতার জন্য আটকে থাকে না!

একটা ভালো কন্টেন্ট কখনোই আপনার চাওয়া-পাওয়া
দিয়ে হয় না! একটা ভালো কন্টেন্ট কখনোই আকারের উপর
নির্ভর করে না!

তাহলে ভালো কন্টেন্টের ফর্মুলা কী?

একটা ‘মাইন্ডব্লোয়িং কন্টেন্ট’ এর ফর্মুলা হচ্ছেঃ

৫০% ইমোশন + ৩০% কাস্টোমার নিডস + ৫% গ্রামার/
রাইটিং + ৫% আপনার পার্সোনালিটি/আইডিয়া/থিংকিং
ক্যাপাবিলিটি + ৫% অ্যাকশন + ৫% অন্যান্য বিষয়!

**কন্টেন্টের টাইগেটি ফিলাপ করা মানে, সেটা অসাধারণ
কন্টেন্ট, এমন কিন্তু নয়!**

**সেরা কন্টেন্ট মানে, যেটা দেখে-শুনে-পড়ে কাস্টোমারের
মধ্যে একটা ইমোশন/অনুভূতি নাড়া দেবে!**

**উদ্দেশ্য যদি হয় আত্মতৃষ্ণি, তাহলে রিয়েক্টের সংখ্যা না ওন
নিজের ইচ্ছেমতো কন্টেন্ট তৈরি করুন! উদ্দেশ্য যদি হয়
রিয়েক্টের সংখ্যা, তাহলে ‘কন্টেন্ট সেন্ট্র’ আপনার জন্য
নয়!**

**আর যে ব্যক্তি কন্টেন্ট সেন্ট্রে নয়, সেই ব্যক্তি কন্টেন্টের
সাথে জড়িত কোনো সেন্ট্রের সাথেই সম্পর্ক/সামঞ্জস্যতা
রাখে না!**

এতে ক্ষতির কি, তাই না?

**আগেও যেটা বলেছি, শুধুমাত্র কিছু মানুষের সাথে কথা
বলার জন্য আপনি ফেসবুকে আসতেন না! ফেসবুকে
আপনি আসেন, কারণ আপনি দেখতে চান আপনার
আশেপাশের মানুষগুলো কি করছে?**

**পরিচিত-অপরিচিত মানুষদের সাথে শুধুমাত্র কথা বলেই
নয়, বরঞ্চ তাদের ব্যক্তিগত জীবন সম্পর্কেও আপনি ধারণা
রাখতে পারছেন ফেসবুকে।**

আৱ এসবই সম্ভব হয়েছে কল্টেন্টের জন্য! আপনার আশেপাশের মানুষগুলো, যাদের জন্য আপনি ফেসবুকে না এসে থাকতে পারেন না; সেই মানুষগুলো প্রতিনিয়ত তাদের ব্যক্তিগত জীবনযাপনের খবরাখবর আমাদের স্ট্যাটাস টাইপের কল্টেন্ট তৈরি করে জানান দিচ্ছে।

কল্টেন্ট নেই, আপনার বেচা-বিক্রি নেই! কল্টেন্ট নেই, আপনার ব্যবসাও নেই! কল্টেন্ট নেই, আপনার ব্র্যান্ডও নেই! কল্টেন্ট নেই, আপনার মার্কেটিংও নেই! কল্টেন্ট নেই, আপনি স্বাধীন নন!

তার চেয়ে জটিল বিষয় হচ্ছে, কল্টেন্ট না থাকলে ফেসবুকই তো থাকবে না! ফেসবুকের সবচেয়ে শক্তিশালী অস্ত্র কোনটা জানেন?

ইউজার জেনারেটেড কল্টেন্ট!

একবার শুধুমাত্র ভেবে দেখুন, ফেসবুকে কেউ আৱ স্ট্যাটাস আপলোড করে না। ছবি আপলোড করে না! ভিডিও আপলোড করে না! কিছুই করে না! শুধুমাত্র পরিচিতজনদের সাথে যোগাযোগের জন্য ফেসবুককে সবাই ব্যবহার করছে!

একহসাথে এটাও ধরে নিলাম যে, ফেসবুকে প্রতিনিয়ত
মানুষ শুধুমাত্র একজন আরেকজনের সাথে যোগাযোগের
উদ্দেশ্যেই আসছে!

যদিও এটা সম্ভব নয়! কারণ আপনি নিজেই নিজেকে প্রশ্ন
করে দেখুন, বিরক্তিকর একই কাজ বারবার আপনি কতদিন
পর্যন্ত করে যেতে পারবেন?

তারপরেও উদাহরণের খাতিরে ধরে নিলাম যে, ফেসবুক তার
'What's on your mind?' বাক্সটি উঠিয়ে দিয়েছে এবং
কেউ এখন আর কোনোকিছু আপলোড করে কাউকে
দেখাতে পারবে না।

এমন বিদ্যুটে এবং বিরক্তিকর এই 'নতুন টাইপের ফেসবুকে'
তারপরেও মানুষ আসছে, ডিজিট করছে!

কিন্তু আপনি যদি একটোবার ফেসবুকের পারস্পরিকচিত্ত
থেকে চিন্তা করে দেখেন, তাহলে বুঝতে পারবেন যে; কেন
কন্টেন্ট না থাকলে, ফেসবুককে আমরা বর্তমানের মতো
এত বিশাল আকারের টেক জায়ান্ট হিসেবে চিনতাম না!

বোঝেন নি?

ফেসবুকে কোনোকিছু আপলোড করা না গেলে, ইউজার
জেনারেটেড কন্টেন্ট তৈরি হতো না! ইউজার জেনারেটেড
কন্টেন্ট তৈরি করার মাধ্যমে ফেসবুককে গুগলের মতো সার্চ
ইঞ্জিনে রংঘংক করানোর জন্য আলাদাভাবে কন্টেন্ট তৈরি
করতে হচ্ছে না।

আপনার-আমার তৈরি অর্থাৎ ইউজারদের তৈরি
কন্টেন্টগুলোই ফেসবুককে ইন্টারনেটের প্রতিকটা কোনায়
কোনায় ব্র্যান্ড হিসেবে আজকের অবস্থান তৈরি করে
দিয়েছে।

যার ফলে, আজকে আপনি সার্চ ইঞ্জিনগুলোতে যাই-ই
লিখে সার্চ করেন না কেন; ফেসবুকের ইউজারদের জেনারেট
করা কন্টেন্টগুলো পুরো সার্চ রেজাল্টজুড়ে দেখা যায়!

বোঝা গিয়েছে এখন?

ফেসবুকের মতো যেকোনো ওয়েবসাইটেরই সবচেয়ে
গুরুত্বপূর্ণ অংশটা কী জানেন?

আজ্জে হ্যাঁ! কন্টেন্ট!

কন্টেন্টবিহীন ওয়েবসাইট আৱ পাতাবিহীন গাছ দুটো একই!
দুটোই চলে, কিন্তু এতে সৌন্দর্যের ‘গুষ্টি’ উদ্ধার হয়ে যায়
আৱ সেই গাছকে বাঁচিয়ে রাখাটাও তো নির্বর্থক! তাই না?

আচ্ছা, শুনুন!

স্যারি! দেখুন!

পাঁচটা ছোট্টি তথ্য দিছি! তথ্যগুলো ছোট হলও, এদের
কিন্তু কম নয়ঃ

এক. সাধারণ কন্টেন্ট উবিষ্যতে আর কাজ করবে না!
মার্কেটার হোন কিংবা ব্লগার অথবা রাইটার কিংবা
বিজনেসম্যান; এমনকি সেলসম্যানরাও জেনে রাখুন -
'ইমোশন' আর 'কনভার্সেশন', যদি কন্টেন্ট থেকে বাদ দিয়ে
দেন; তাহলে উবিষ্যতে কন্টেন্ট গেইম থেকে ছিটকে পড়তে
হবে আপনাকে!

স্যারি, কিছুই করার নেই! এখনি সম্ভব হল, কন্টেন্ট নিয়ে
বসুন! এখনি!

আমি সিরিয়াসলিই বলছি! রাইট নাও!

দুই. গল্পের মতো কন্টেন্ট উবিষ্যতে আরো বাড়বে! তাই,
স্টোরিটেলিং শিখুন, গতানুগতিক কন্টেন্ট রাইটিং নয়!

তিনি. ব্র্যান্ডিং করবেন কিন্তু কন্টেন্ট মার্কেটিং বাদ দিয়ে
দেবেন - এমনটা হলে ব্র্যান্ড হতে পারবেন না! উঁহু! সম্ভবই
নয়!

অর্থ, ভালোবাসা তৈরি করে না! ভালোবাসা, অর্থ তৈরি
করে!

চার. যেই সোশ্যাল মিডিয়ার দিকেই তাকান না কেন,
ভালোভাবে খেয়াল করলে বুঝতে পারবেন; যেই সোশ্যাল
মিডিয়াগুলো ‘ডিডিও কন্টেন্ট’ সাপোর্ট করছে, তারা ভালো
অবস্থানে আছে।

আর যেই সোশ্যাল মিডিয়াগুলো ‘ডিডিও কন্টেন্ট’ সাপোর্ট
করছে না, তাদের অবস্থান কোথায়?

পাঁচ. যত বেশি সময়, কন্টেন্ট দেবেন - তত বেশি বিক্রি
বাঢ়বে!

মনে রাখবেন, গ্রেট কন্টেন্ট উইল টেল কাস্টোমারস টু ষ্টে!

কন্টেন্ট নিয়ে যেহেতু এতকিছু বলে ফেলেছি, তাহলে
আরেকটু ডেতে চলেই যাই!

ফেসবুককে জানতে এসে ফেসবুকের ‘আত্মা (Soul)’
সম্পর্কে জানবেন না; সেটা তো উচিত নয়! তাই না?

হাহাহা! আজ্জে না! আমনাকে কন্টেন্ট সম্পর্কে জানানোর
জন্য এটা কোনো নতুন অজুহাত নয়!

প্রতিনিয়তই আমরা বিভিন্ন ধরণের কন্টেন্ট দেখতে পাই।
সেইসব কন্টেন্টের মধ্যে কয়েকটা হচ্ছেং ব্লগিং, পডকাস্ট,
ডিডিও, হোয়াইট পেপার, ইনফোগ্রাফিক, লং ফর্ম
আর্টিকেল, বই, ওয়েবিনার ইত্যাদি!

এই লিস্ট থেকে দু-একটা কন্টেন্ট টাইপ সিলেক্ট করুন।
সেইসব কন্টেন্ট টাইপ সম্পর্কে নিয়মিত খোঁজখবর রাখুন।
নিয়মিত সেইসব টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করতে থাকুন।
কন্টেন্ট মার্কেটিংয়ের সবচেয়ে সহজ সূত্র হচ্ছে এটা!

নিজের ক্ষিলের উপর ভিত্তি করে কন্টেন্ট প্রাবলিশ করার
চ্যানেল/প্লাটফর্ম সিলেক্ট করুন। সেটা ফেসবুক হোক,
ইউটিউব হোক, সাউণ্ডক্লাউড হোক, টিকটক হোক; যেটাই
হোক সিলেক্ট করুন!

আপনি ভালো ভিডিও বানাতে পারেন? তাহলে ইউটিউব
অথবা ফেসবুক অথবা টিকটক বাছাই করুন।

আপনি ভালো আর্টিকেল লিখতে পারেন? তাহলে ব্লগিং
করুন কিংবা লিংকডইন অথবা ফেসবুকে বাছাই করুন।

আপনি ভালো অডিও টাইপের কন্টেন্ট তৈরী করতে পারেন?
স্পটিফাই বাছাই করুন!

আপনি গ্রাফিক্যাল কন্টেন্ট নিয়ে কাজ করছেন?
ইন্টার্গ্রাম বাছাই করুন!

এবং অবশ্যই...

কন্টেন্ট তৈরির সময় আপনার টার্গেট অডিয়েন্সের কথা
মাথা রাখুন, অর্থাৎ কাদের জন্য কন্টেন্ট তৈরি করছেন
সেটা জেনে নিন, বুঝে নিন এবং আগে রিসার্চ করে নিন!
কন্টেন্ট রিসার্চ করা নিয়ে আরো অনেক অনেক ডেতে
যাওয়া যেতে পারে!

কিন্তু... থাক! অন্য কোনোদিন!

কন্টেন্ট তৈরি করাটা আমার কাছে ব্যক্তিগতভাবে সবচেয়ে
পজিটিভ কাজ বলে মনে হয়।

পৃথিবীতে তিন ধরণের পেশাজীবীদের প্রতি আমার বিশেষ
সম্মান এবং সামোর্ট রয়েছে; এই তিন ধরনের পেশাজীবী
হচ্ছেনঃ (১) সেলসম্যান (২) কন্টেন্ট ক্রিয়েটর এবং (৩)
ডাক্তার!

যাই হোক!

আচ্ছা, আপনার কি কর্পোরেট ব্লগিংয়ের কথা মনে আছে? আগের দিনে কর্পোরেট ব্লগিংয়ের চেয়ে বোরিং কাজ পৃথিবীতে কিছুই ছিলো না। ছোট ছোট ব্যবসাও অনেক সময় এই ভুল করে থাকে।

নিজেদের ‘ক্রেডিবল’ দেখানোর আশায় তারা কর্পোরেট ব্লগের মত বোরিং কন্টেন্ট জেনারেট করে। এই ভুল কখনোই করবেন না।

কিন্তু তার মানে এই নয় যে, আপনাকে কেউ বিড়ালের ভিডিও পোষ্ট করতে বলছে! কিন্তু আপনার কন্টেন্ট যেন অডিয়েন্সের কাছে ‘ইন্টারেক্টিং’ মনে হয়। তাহলেই তারা সেটা শেয়ার করবে। আর যত বেশি শেয়ার হবে, তত বেশি মানুষের কাছে সেটা পৌঁছাবে!

নিম্নমানের কন্টেন্ট কেউ মহন্দ করেনা। কন্টেন্ট আপনার টার্গেট অডিয়েন্সের কাছে ড্যালুয়েবল হতে হবে কিংবা ইমোশনাল হতে হবে! তবে খেয়াল রাখবেন, অতিরিক্ত কন্টেন্ট জেনারেট করতে গিয়ে নিম্নমানের ডেলিভারি দিলে বিজনেস রেপুটেশন নষ্ট হৈ ভালো হবে না!

কোয়ান্টিটি বাড়িয়ে যদি দেখতে পান, কোয়ালিটি মেইনটেন করতে পারছেন না তাহলে কোয়ান্টিটির বদলে কোয়ালিটিতে মনোযোগ দিন!

মনে রাখবেন, মৃথিবীতে শুধুমাত্র এক ধরনের মন্ত্রের
মার্কেটিংয়ের দরকার পড়ে না। আর সেটা হচ্ছে,
কোয়ালিটিফুল প্রোডাক্ট/সেবা! কল্টেন আপনার
বেপুটেশনের সাথে যুক্ত। কল্টেট ক্রিয়েশনকে 'ইনডেক্সেন্ট'
হিসাবে গণ্য করুন।

ধরে নিলাম, আপনার কল্টেন্টের প্রচুর ফ্যান রয়েছে।
আপনার কল্টেন্ট শেয়ার করলে লক্ষ লক্ষ অ্যাঙ্গেজমেন্ট
হয়ে থাকে।

প্রশ্ন হচ্ছে, এই 'ফ্যান'দের 'ক্রেতা'য় রূপান্তর করবেন
কিভাবে?

মোশ্যাল মিডিয়ায় কল্টেন্ট মার্কেটিং করলে, অডিয়েন্স কে
কীভাবে আপনার ওয়েবসাইটে ভিজিট করানো যায়, সেটা
ভাবুন! তাদের জন্য ডেডিকেটেড 'ল্যান্ডিং পেইজ' রাখুন।
এরপর একটা ইমেইল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন তৈরি করুন।

যদিও এই দেশে ইমেইল মার্কেটিং সবচেয়ে কম খায়,
অন্যান্য মার্কেটিংয়ের তুলনায়! ইংল্যান্ডের একটা ফোন
কোম্পানিকে আমি ইমেইলের মাধ্যমে মাঝলি হাজার ডলার
জেনারেট করার আইডিয়া দেখিয়ে দিয়েছিলাম, এই দেশে
সেটা চলবে না!

কিভাবে এক পোষ্ট মড়ার পর, অন্য পোষ্ট মড়তে পাঠক আগ্রহী হবে, সেটা ভাবুন। পোষ্টে ‘সাইনআপ ফর্ম’ ব্যবহার করতে পারেন। বিনামূল্যে ‘বই’ না-হয় ‘ছোট কোর্স’ অফার করুন।

ওয়েবসাইট দেখতে যেন ‘প্রফেশনাল’ হয়, প্রয়োজন মড্লে ‘এনভাটো’ থেকে ওয়ার্ডপ্রেস থিম কিনে ব্যবহার করতে পারেন। এখানে অনেক রকমের ব্যবসার জন্য নানা রকম প্রিমিয়াম থিম কিনতে পাওয়া যায়। সেগুলো ব্যবহার করতে পারেন।

আমি নিজেই প্রথমত একজন কন্টেন্ট ক্রিয়েটর। আরো ছোট করে বলতে গেলে আর্টিকেল রাইটার। অর্থাৎ, আমি মূলত আর্টিকেল টাইপের কন্টেন্ট তৈরি করতাম। যদিও এখন ভিডিও, অডিও, আর্টিকেল, প্র্যাফিক্যাল; সবধরণের কন্টেন্টই তৈরি করার চেষ্টা করছি।

যেহেতু আর্টিকেল রাইটিং নিয়ে আমার অভিজ্ঞতা, অন্যান্য টাইপের কন্টেন্টের তুলনায় বেশি, সেহেতু আমি ছোট একটা সাজেশন দিয়ে দিচ্ছি; যারা আর্টিকেল রাইটিং শুরু করতে চাচ্ছেন, তাদের জন্য।

আটিকেল রাইটার হওয়ার জন্য সবচেয়ে বড় সোর্স হচ্ছে,
আপনার ধৈর্য! আর সেই ধৈর্যকে কাজে লাগাবেন
পড়াশোনায়! যত বেশি পড়বেন, তত বেশি শব্দ শিখবেন!

যত বেশি শব্দ শিখবেন, তত ভালো শব্দ বুনতে পারবেন!

তাই পড়ুন, পড়তেই থাকুন! এক-দুজনের লেখা না পড়ে, ডিন
ডিন লেখকের লেখা পড়ুন! ভালো-খারাপ; সবধরণের
লেখাই পড়ুন। এতে আপনার ধারণা হবে, কেন ভালো
লেখাটা ভালো আর কেন খারাপ লেখাটা খারাপ।

প্রতিদিন নিয়ম করে ২০-২৫ টা আটিকেল পড়ুন! ৬ মাস
একটানা পড়াশোনার পর, লেখায় হাত দেবেন। ৫০০ শব্দ
করে ছট করে না লিখে, ১০০ শব্দ করে লিখুন! ছোট ছোট
বাক্যে আপনার অনুভূতিগুলোকে চেলে দিন।

এখন প্রশ্ন করতে পারেন, তাই রিসার্চ না করে কী লিখবো?

আপনি যেটা সম্পর্কে সবচেয়ে বেশি জানেন, সেটা নিয়ে
লিখুন। আপনি ‘আপনার’ সম্পর্কে সবচেয়ে বেশি জানেন,
আপনাকে নিয়ে তাই লিখালিখি শুরু করুন!

তারপরে আপনার পরিবার, আপনার গার্লফ্রেন্ড, বয়ফ্রেন্ড,
হাজবেন্ড, ওয়াইফ, ড্রিম, ডিশন, মিশন, গোল; যা আপনার
মছন্দ এবং হচ্ছে, তা নিয়েই লিখুন। লিখতে থাকুন, একটানা
৬ মাস!

তারপর অনলাইন কিংবা অফলাইন; যেকোনো জায়গা
থেকেই থেকে ভালো দেখে দু-একটা কন্টেন্ট রাইটিংয়ের
কোর্স করুন! কীভাবে কন্টেন্টকে অপ্টিমাইজ করতে হয়;
মেটা শিখুন।

দ্যাটস ইট!

বুরুন, ছয় মাসে আপনার পড়ার দক্ষতা তৈরি হয়েছে। পরের
ছয় মাসে আপনার লেখার দক্ষতা তৈরি হয়েছে। আর কোর্স
করার পরে আপনি ‘প্রফেশনাল’ লেখার যোগ্যতা অর্জন
করেছেন!

অঙ্গন, আপনি একজন প্রফেশনাল আর্টিকেল রাইটার!
প্রফেশনাল কন্টেন্ট ক্রিয়েটর!

কিন্তু মনে রাখবেন, ‘প্রফেশনাল’ হওয়া মানে ‘অঙ্গ’ হওয়া
নয়। ‘প্রফেশনাল’ হোন, তারপরে ‘অঙ্গ’ হবেন!

ফেসবুক ফর ব্র্যান্ডিং

যদিও এই একই কথা আমি এই নিয়ে অনেকবার বলেছি,
তারপরও এই অধ্যায়ের খাতিরে আরেকবার বলেছি;
ফেসবুক সবকিছুর জন্যেই এখন সেরা অবস্থানে আছে;
ব্র্যান্ডিংয়ের জন্যও!

ফেসবুককে আপনি ‘পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং’ থেকে শুরু করে
‘বিজনেস ব্র্যান্ডিং’ এর কাজেও ব্যবহার করতে পারবেন।

আচ্ছা, একটী গল্প বলি?

মৌনতা সম্মতির লক্ষণ! বলেছি তাহলে!

আমার এক পরিচিত ছোট ভাইয়ের নাম, শারন। নামটা বেশ
ইউনিক, তাই না?

শারনের সাথে আমার বেশ ভালো সম্পর্ক। প্রায়ই সে আমার
বাসায় চলে আসে। তারপর আমি আর সে মিলে কাজে
বেরোই একসাথে।

সেদিন সে বাসায় এসে দেখলো আমি আমাৰ রুম ঝাড়ু
দিচ্ছি। সে রুমে এসে বসলো। তাৰ নিজেৰ মতো কৱে সে
কথা বলতে শুনু কৱলো। ভুটি কৱে আমাৰ কাজেৰ ফাঁকে
তাকে আমি বললাম, “তোৱ তো একটা ম্যাসিভ লেডেলেৰ
সমস্যা আছে?”

শারন সাথে সাথেই আমাৰ দিকে তাকিয়ে কপাল কুঁচকে
জিঞ্জেস কৱলো, “কী?”

আমি উত্তৰ দিলাম, “তুই তো ইনফেরিয়োৱিটি কমপ্লেক্স
ভুগছিস!”

সে চূপ হয়ে গেলো। আমি আবাৰ জিঞ্জেস কৱলাম,
“বুঝিসনি? বলেছি যে, তুই ইনফেরিয়োৱিটি কমপ্লেক্স
ভুগছিস। দৱকাৰ পড়লে গুগলে সাৰ্চ কৱ!”

আমি জানতাম যে, সে গুগলে সাৰ্চ কৱবো। আৱ আমি
তাকে এতটুকু অবধি নিয়ে এসেছি কাৱণ, আমি তাকে
বোঝানোৱ চেষ্টা কৱছিলাম যে, তাৰ ইনফেরিয়োৱিটি
কমপ্লেক্স রয়েছে।

সে ‘ইনফেরিয়োৱিটি কমপ্লেক্স’ এই শব্দটাৱ মানে জানবে না;
এটাই স্বাভাৱিক। আপনি নিজেও যদি কখনো
সাইকোলজিক্যাল ডিজিজ এন্ড থিওরি নিয়ে মাথা না
ঘামান তাহলে আপনিও এই শব্দটা হয়তো প্ৰথমবাৰ শুন
থাকবেন; আৱ এটা স্বাভাৱিক, তাই না?

একজনের পঁয়ে তো আৱ সবকিছু জানা সম্ভব হয় না।
আমিও সবকিছু জানি না আৱ কেউই কখনো সবকিছু
জানতে পাৱবে না। এটা সম্পূৰ্ণ স্বাভাবিক! আৱ আমৰা সেটা
স্বীকাৱও কৱে থাকি!

কিন্তু...

আজ্জে হ্যায়! একটা কিন্তু আছে এখানে! আৱ সেটা হচ্ছে, যদি
কেউ এমন কোনোধৰণের আচাৰ-ব্যবহাৰ অথবা বৈশিষ্ট্য/
ক্যারেক্ট্ৰোৱষ্টিকস প্ৰদৰ্শন কৱে; যেখানে সে নিজেৰ ডুল
স্বীকাৰ কৱতে চায় না, নিজেকে সবসময় অন্যদেৱ থেকে
বড় কৱে দেখতে চায়, নিজেকে নিয়ে আৱ নিজেৰ
অ্যাচিভমেন্ট নিয়ে সবসময় কথা বলতে পছন্দ কৱে,
কমিউনিটিতে অন্যদেৱ মাঝে নিজেকে সবাৱ উপৰে তুলে
ধৰতে চায়, বাকি সবাই সবসময় তাকে নিয়েই কথা বলুক
সেটা সে মনেধাৰণে চায়; তাহলে সে নিশ্চিতভাৱে
ইনফেৰিয়োৱিটি কমপ্লেক্স ডুগছে।

আৱ আমি সেটা জানতাম যে, শাৱনও ইনফেৰিয়োৱিটি
কমপ্লেক্স ডুগছে। অনেকদিন ধৰেই সেটা খেঘাল কৱে
এসেছি আমি।

আৱ তাই 'ইনফেৰিয়োৱিটি কমপ্লেক্স' শব্দটা দিয়েই তাৱ যে
ইনফেৰিয়োৱিটি কমপ্লেক্স রয়েছে; সেটা বোঝানোৱ চেষ্টা
কৱেছি।

গুগলে সার্চ করে শারন ইনফেরিয়োরিটি কমপ্লেক্সের সংজ্ঞা
পড়লো! কিন্তু কিছুই বোঝেনি সে! তারপরেও চুপ করে বসে
রহলো। সে স্বীকার করতে পারছে না যে, সে জানে না
ইনফেরিয়োরিটি কমপ্লেক্স আসলে কি! সে স্বীকার করতে
পারছে না নাকি স্বীকার করতে চাহিছে না?

লম্বা একটা দীর্ঘশ্বাস ছেড়ে তাকে বললাম, “বুঝেছিস? তোর
ইনফেরিয়োরিটি কমপ্লেক্স রয়েছে।”

সে কথা ঘুরিয়ে অন্য টিপিকে নিয়ে চলে গেল! আর এটা যে
ঘটবে, সেতো আমি আগেই জানতাম।

আমি কিন্তু কোনো সাইকোলজিস্ট বা সাইকোথেরাপিস্ট নই।

আমার কাছে মনে হয়েছে, ইনফেরিয়োরিটি কমপ্লেক্সের
লক্ষণগুলোর সাথে শারনের প্রতিদিনকার কার্যকলাপ এবং
আচার-ব্যবহারগুলো মিলে যাচ্ছে, খুব বেশি মিলে যাচ্ছে।

আর সেজনেই আমার পারস্প্রেকটিভ থেকে আমি ধরে
নিয়েছি যে, শারন ইনফেরিয়োরিটি কমপ্লেক্সে ভুগছে। অন্য
কারো পারস্প্রেকটিভ থেকে সে হ্যাতো সম্পূর্ণ সুস্থ এবং
সচেতন একজন ব্যক্তি হিসেবে পরিচিত হতেও পারে।

শুধুমাত্র যে ইনফেরিয়োটি কমপ্লেক্সেই ভুগতে হবে; তা কিন্তু নয়! আপনার পার্সোনাল কিংবা কোম্পানির ব্র্যান্ড সম্পূর্ণরূপে নষ্ট করার জন্য ‘ভুল স্বীকার না করা’, ‘কমিউনিটিতে নিজেকে সবার চেয়ে বড় দেখানো’, ‘নিজেকে নিয়েই সবসময় মড়ে থাকা’ ইত্যাদি লক্ষণগুলো যথেষ্ট!

শারন ঘদি, শারনের বর্তমান অবস্থান থেকে একটা ব্র্যান্ড দাঢ় করাতে চায়, তাহলে সে কতটা সফল হবে বলে আপনার মনে হয়?

খুব একটা না, তাই না?

ব্রায়ান ট্রেসির মতে, ব্র্যান্ড হচ্ছে ‘প্রমিস’; অর্থাৎ একটা শপথ, একটা প্রতিজ্ঞা। আপনার ব্র্যান্ড হচ্ছে, আপনার সাথে আপনার অডিয়েন্সের একটা প্রতিজ্ঞা। আর সেই প্রতিজ্ঞা রক্ষা করাই ব্র্যান্ড হিসেবে আপনার একমাত্র লক্ষ্য হিসেবে গন্য হবে!

একটা ব্র্যান্ডের শুরুই হয় সেই ব্র্যান্ডের সাথে তার অডিয়েন্স বা ক্রেতার মধ্যকার প্রতিজ্ঞা রক্ষার মধ্যে দিয়ে। প্রতিজ্ঞা রক্ষা হয়ে গেলে, চলে আসে ‘ড্যালুর সময়োত্তা’; অর্থাৎ, একটা ব্র্যান্ডকে অনুসরণ করে আপনি যদি কোনো ড্যালু আপনার জীবনে না পেয়ে থাকেন, তাহলে সেই ব্র্যান্ডকে আপনি অনুসরণ করবেন না।

ঠিক একইভাবে, একটা ব্র্যান্ড যদি তার মন্য বা সেবার কোয়ালিটি এবং কোয়ান্টিটির মাধ্যমে ‘জ্যালু’ ক্রেতার জীবনে যুক্ত করতে না পারে; তাহলে সেই ব্র্যান্ড ‘ব্র্যান্ড’ নয়। কারণ, সেই ব্র্যান্ড তার প্রতিজ্ঞা উৎস করেছে।

একটা ব্র্যান্ড, একেবাবেই সাধারণ কিন্তু খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটি সূত্রের উপর দাঢ়িয়ে আছে। এই ছোট সূত্রটিই দুনিয়ার প্রত্যেকটা ব্র্যান্ডকে, আজকের অবস্থানে নিয়ে গিয়েছে!

এই সূত্রটিকে বলা হয়, দ্য থিওরি অব রেসিপ্রোসিটি!

উচ্চারণ করার পর শুনতে ঘটটা কঠিন মনে হচ্ছে, আসলে ততটা কঠিন কোনো সূত্র নয় এটা।

সহজ করে বললে ‘দ্য থিওরি অব রেসিপ্রোসিটি’ কাজ করে, হাত মেলানোর মতো। অর্থাৎ, একজন ব্যক্তি যখন আরেকজন ব্যক্তির সাথে হাত মেলান তখন সেটা দুমক্ষের সম্মতিতেই হয়ে থাকে এবং এতে দুমক্ষই সমানভাবে সম্মানিত হয়ে থাকেন।

ঠিক একইভাবে, ব্র্যান্ডিংয়ের ক্ষেত্রেও এই ‘রেসিপ্রোসিটি’ আপনাকে বজায় রাখতে হবে। শুধুমাত্র ‘নিজের এটা, নিজের ওটা, নিজের সেটা’ এভাবে দেখলে হবে না! আপনার অডিয়েন্স বা ক্রেতার জন্য যদি আপনি জ্যালু তৈরি করতে না পারেন; তাহলে আপনার ব্র্যান্ড হওয়ার স্বপ্ন বাদ দেয়া লাগবে।

ড্যালু তৈরির সাথে সাথেই আপনাকে নেমে পড়তে হবে,
পারস্প্রেকটিভ তৈরির কাজে। অর্থাৎ, একটা বিষয় সবসময়
মাথায় রেখে ব্র্যান্ডিংয়ে নামবেন।

আর সেটা হচ্ছে, ‘দুনিয়ার সবাইকে আপনি পছন্দ করেন না।
তাই আপনাকে বা আপনার কোম্পানিতে সবাই পছন্দ করবে
সেটাও আশা করবেন না। প্রত্যেকে আপনার ব্র্যান্ডকে পছন্দ
করবে না। এটাই স্বাভাবিক। সবাই আপনার টার্গেট
অডিয়েন্স/ক্রেতাও নয়।’

‘পারস্প্রেকটিভ তৈরি করবেন’ বলতে আমি বোঝানোর চেষ্টা
করছি, আপনার ব্র্যান্ডের লক্ষ্য এবং মন্য বা সেবার সাথে
মিল আছে এমন চিন্তাধারার অডিয়েন্স খুঁজে বের করুন
এবং তাদের আলাদা করুন।

কারণ, তারাই আপনার মূল ক্রেতা। তাদের জন্যই আপনার
ব্র্যান্ড হওয়ার স্বপ্ন পূরণ হবে! তাই তাদের দিকে লক্ষ্য রাখুন!

একটা ব্র্যান্ড হিসেবে আপনি যদি আপনার পারস্প্রেকটিভের
অডিয়েন্স/ক্রেতা খুঁজে পেয়ে যান, তাহলে আপনি অনেকদূর
চলে এসেছেন। আপনি ইতোমধ্যেই অডিয়েন্সের কোলে
মাথা রেখে ঘুমোনোর ব্যবস্থা করে ফেলেছেন। আর একটু
সামনে এগুলেই, আলো!

**প্রতিজ্ঞা থেকে ভ্যালু! ভ্যালু থেকে পারস্প্রেকটিভ!
পারস্প্রেকটিভ থেকে অ্যাডজাস্টমেন্ট!**

শারনের মধ্যে যে লক্ষ্যনগলো আমি দেখেছি, সেগুলো যদি
আপনার মধ্যে থাকে তাহলে আপনি এই ধাপেই আবার
ফিরে যাবেন।

কারণ, পারস্প্রেকটিভ মিলে গিয়ে যখন আপনার টার্গেট
অডিয়েন্স তৈরি হয়ে গিয়েছে তখন আপনাকে যদি কেউ ভুল
ধরিয়ে দেয়, আর আপনি যদি ছিটকে সেখান থেকে সরে
আসেন; তাহলে ব্র্যান্ডিং হচ্ছে না!

কেউ যদি আপনার ব্র্যান্ড সম্পর্কে ‘উড়ে এসে জুড়ে বসে’
অতিরিক্ত সাজেশন দেয়, স্ট্রাকচারড ক্রিটিসিজম করে,
পন্য/সেবা নিয়ে তর্কবিতর্ক করে; তখন ব্র্যান্ড হিসেবে
আপনাকে সেই সিচুয়েশনের সাথে ‘অ্যাডজাস্ট’ করে নিতে
হবে। আর এটাই ‘অ্যাডজাস্টমেন্ট’!

আপনার ব্র্যান্ড যখন অ্যাডজাস্টমেন্ট করতে শিখে যাবে,
তখন আর কারো প্রয়োজন পড়বে না। ব্র্যান্ড সবার আগে
দৌড়বে! একাই!

তো যেটা বলছিলাম...

ফেসবুককে আপনি মার্কেটিং থেকে শুরু করে ব্যবসা হয়ে
ব্র্যান্ডিংয়ের কাজেও ব্যবহার করতে পারবেন।

কিন্তু কীভাবে?

ব্র্যান্ডিং নিয়ে আমার একটা ফর্মুলা রয়েছে। সেই ফর্মুলাটাই
বলি, কেমন?

প্রথম ধাপে, পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ের ক্ষেত্রে আপনাকে
যেকোনো একটা নিষ/টিপিক/সেক্টুর বাছাই করতে হবে এবং
মেটাতে নির্দিষ্ট সময় ব্যয় করে আরো দক্ষতা অর্জন করতে
হবে। আর বিজনেস ব্র্যান্ডের ক্ষেত্রে আপনাকে আপনার
পন্য বা সেবার কোয়ালিটি বৃদ্ধির দিকে মনোযোগ দেয়া
লাগবে।

দ্বিতীয় ধাপে, পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ের ক্ষেত্রে আপনাকে সেই
সেক্টুর/নিষ/টিপিকের উপর আপনার প্রতিযোগীদের চেয়ে
ভালো অবস্থানে থাকার চেষ্টা করতে হবে।

আর বিজনেস ব্র্যান্ডের ক্ষেত্রেও একইভাবে প্রতিযোগীদের
চেয়ে ভালো অবস্থানে থাকার চেষ্টা করতে হবে। প্রয়োজন
পড়লে, পন্য বা সেবার ওনগন মান আরো বৃদ্ধি করতে হবে।

তৃতীয় ধাপকে আমি বলে থাকি, লোগো ওভারডোজ!

আপনার ব্র্যান্ডের জন্য, হোক সেটা প্রোফেশনাল কিংবা
বিজনেস; একটা লোগো থাকা উচিত বা একটা সুন্দর নাম
কিংবা একটা ট্যাগলাইন থাকা উচিত। যাতে, সেটা ব্যবহার
করে সবাই আপনাকে সহজে অন্যদের চেয়ে আলাদা করতে
পারে।

তৃতীয় ধাপে, আপনি সেই ‘লোগো/ট্যাগলাইন/ব্র্যান্ডনেইম’
সবার কাছে পৌঁছে দেবেন। আপনার লোগোটাকে মার্কেটিং
করুন। অ্যাড ক্যাম্পেইন চালু করুন।

এত পরিমাণ বিজ্ঞাপণ কিংবা এত পরিমাণ নিউজ/মিডিয়া
কাভারেজ নিয়ে আসুন যাতে প্রত্যেকেই মনে মনে ভাবে,
‘অতিরিক্ত হয়ে যাচ্ছে!’

মাটি কথা, আপনার ব্র্যান্ডকে যাতে সবাই একবার হলেও
দেখে থাকে; সেটা নিশ্চিত করুন।

চিন্তা করবেন না! এই ওভারডোজের কোনো ঝুঁতি নেই!
চতুর্থ ধাপটিকে আমি সুন্দর একটা উক্তি দিয়ে বলি?
“Be unique. Do unique. Care unique.”

অন্য ব্র্যান্ডের থেকে শিক্ষা নেয়া আর তাদের থেকে শিখে
সেটাকে ‘রেপ্লিকেট’ করা; দুটো আলাদা বিষয়।

আপনার ব্র্যান্ড যদি সবার চেয়ে অন্তত একটা দিক থেকে
আলাদা না হয় কিংবা আপনার ব্র্যান্ড যদি সবার চেয়ে
আলাদা কিছু করার চেষ্টা না করে কিংবা আপনার ব্র্যান্ড
যদি একটু আলাদাভাবে ক্রেতাদের প্রতিজ্ঞা না রাখে; তাহলে
ব্র্যান্ডিং করেও কোনো লাভ হবে না

বেশিরভাগ মানুষই হয়তো আইফোনের মতো আরো
অনেকগুলো ব্র্যান্ডের নাম জানেন। কিন্তু ব্যবহার করার
সময়, বেশিরভাগই শুধুমাত্র একটা ব্র্যান্ড ব্যবহার করে
থাকে।

তাই না?

পঞ্চম ধাপটা সবচেয়ে কঠিন, অন্যান্য ধাপগুলোর তুলনায়!
এই ধাপে একটা ব্র্যান্ডকে শুধুমাত্র একটা কথাই মাথায়
রাখতে হবে।

আর সেটা হচ্ছে, ‘ম্লো এন্ড স্টেডি অ্যাকচুয়েলি উইনস দ্য
রেস!’

পঞ্চম ধাপে ধৈর্য ধরুন! একটানা কল্টেন্ট তৈরি করতে
থাকুন! আর ব্র্যান্ডের নাম ছড়াতে থাকুন!

ধৈর্যের ফল মিষ্টি হয়!

এখন সর্বশেষ এবং ষষ্ঠ ধাপে, আপনাকে আমি সবচেয়ে
সেৱা এবং সবচেয়ে পাওয়াৰফুল পঘেন্ট বলতে যাচ্ছি! আৱ
সেটা হচ্ছে,

‘Care.’

আজ্জে হ্যায়! ছোট মুঁচের ঝাঁঝ আসলেই বেশি!

আমি জানি, এই শব্দটি নিয়ে আমাকে বেশি কিছু বলতে
হবে না।

আপনি ইতোমধ্যেই বুঝে গিয়েছেন যে, কেন এই শব্দটা
গুরুত্বপূর্ণ, কেন এই শব্দটা ক্ষমতাশালী এবং কীভাবে এই
শব্দটাকে আপনি ব্যবহার কৰবেন আপনার ব্রাহ্মিংয়ের
কাজে।

আৱ সেজনেহৈ, এই শব্দটার তেমন গভীৰে যাচ্ছি না। একটা
প্রশ্ন কৰি বৱণ্ডি!

বলুনতো, ‘প্রমিস রক্ষা কৰা’কে ইংৰেজিতে অনুবাদ কৱলে
কি দাঢ়ায়?

আমি জানি আপনি পেৱেছেন! তাৱপৰও বলে দিচ্ছি,
‘Taking care of a promise!’

ফেসবুকে ফ্রিল্যান্সিং - ফেসবুক থেকে আয়

আপনার মোবাইল কিংবা কম্পিউটারে বসে যেকোনো একটি
ব্রাউজার চালু করুন।

ব্রাউজারের সার্চ বক্সে লিখুন, www.fiverr.com

ফাইডারের অফিশিয়াল ওয়েবসাইটে গিয়ে আরেকটি সার্চ
বক্স দেখতে পাবেন!

এই সার্চ বক্সটিতে লিখুন,

- Facebook Marketing
- Facebook
- Social Media Marketing
- Social Media

এই চারটি কীওয়ার্ড লিখে যখন আপনি ফাইডারে সার্চ
করবেন, তখন সার্চ রেজাল্টে হাজার হাজার কাজ দেখতে
পাবেন।

দেখতে পাবেন যে, মানুষ একেবারে সাধারণ কিছু কাজ
অফার করছে। হাজার হাজার, লক্ষ-লক্ষ মানুষ বলছে যে,
তারা আপনার জন্য কাজ করে দেবে!

কেউ বলছে, ‘ফেসবুকে সে আপনাকে একটা প্রফেশনাল
পেইজ করে দিতে পারবে!’

কেউ বলছে, ‘ফেসবুকে সে আপনার হয়ে অ্যাডভাটাইজ
করে দিতে পারবে!’

কেউ বলছে, ‘ফেসবুকে সে আপনার পেইজের দেখাশোনা
করবে!’

কেউ বলছে, ‘ফেসবুকে সে আপনার ফলোয়ার, লাইক,
অ্যাঙ্গেজমেন্ট বৃদ্ধিতে সাহায্য করবে!’

কেউ অফার করছে, ‘ফেসবুকে সে আপনার হয়ে আপনার
কন্টেন্ট তৈরি করে দেবে!’

কেউ কেউ তো অফার করছে, ‘ফেসবুকে সে আপনাকে
শুধুমাত্র মার্কেটিং নিয়ে কিছু আইডিয়া দেবে!’

যারা ফাইভারে এই কাজগুলো অফার করছে, তারাই
ফ্রিল্যান্সার!

একজন ফ্রিল্যান্সার হচ্ছেন একজন মুক্ত পেশাজীবী! তিনি
যেকোনো জায়গা থেকে বসে বা দাঁড়িয়ে বা শয়ে শয়ে,
দুনিয়ার যেকোনো প্রান্তে; যেকোনো মুহূর্তে কাজ করতে
পারবেন, কাজ খুঁজতে পারবেন এবং ‘আনলিমিটেড’ অর্থ
আয় করতে পারবেন!

একজন ফ্রিল্যান্সার যেকোনো কাজ করতে পারবেন না!
অবশ্যই কাজ করার আগে একজন ফ্রিল্যান্সারকে সেই
বিষয় সম্পর্কে যথেষ্ট জ্ঞান/দক্ষতা অর্জন করতে হবে।

যেখানে চাকরি করতে গেলে অনেক বেশি অভিজ্ঞতার দরকার পড়ে, সেখানে ফ্রিল্যান্ডারদের কাজ করতে গেলে কোনোধরণের অভিজ্ঞতার প্রয়োজন পড়ে না।

একজন ফ্রিল্যান্ডার তার প্রথম দিনেই কয়েক কোটি টাকা আয় করে ফেলতে পারেন। আবার, সেই ফ্রিল্যান্ডারই তার পরের দিন থেকে আর কাজ না-ও পেতে পারেন।

ফ্রিল্যান্ডারের কাজের সাথে অভিজ্ঞতার কোনো সম্পর্ক নেই।

একজন ফ্রিল্যান্ডারকে বিভিন্ন মার্কেটেশনে বিভিন্ন নামে ডাকা হয়। একইভাবে ফাইডারেও ফ্রিল্যান্ডারদের ‘সেলার’ হিসেবে আখ্যায়িত করা হয়।

অর্থাৎ, ফাইডারে একজন ফ্রিল্যান্ডার বা সেলার তার দক্ষতাকে বিক্রি করে অর্থ আয় করে থাকে।

কিন্তু এখানে একটা ‘বিষয়’ মিলছে না, তাই না? বলুন তো কোন বিষয়টা?

ফ্রিল্যান্ডার/সেলাররা যদি কাজ করে বা তাদের দক্ষতাকে বিক্রি করে অর্থ আয় করে; তাহলে সেলারদের সেই দক্ষতা কেনে কারা? বা ফ্রিল্যান্ডারদের কাজ দেয় কারা?

এখানে না মিলার কিছুই নেই!

ফ্রিল্যান্ডারদের যারা কাজ দেয়, তাদের বলা হয় ক্লায়েন্ট! অর্থাৎ, সেলাররা তাদের দক্ষতাগুলোকে 'বায়ার'দের কাছে বিক্রি করে অর্থ আয় করে! একের পরে 'বায়ার' আর 'ক্লায়েন্ট' তাহলে একই বিষয়, তাই না?

তাহলে মুরো বিষয়টা কি দাঢ়াচ্ছে?

একজন ফ্রিল্যান্ডার/সেলার তার কাজগুলো/দক্ষতাগুলো বায়ার/ক্লায়েন্টের কাছে বিক্রি করে অর্থ আয় করে।

ঠিক না?

এখন আমাকে বলুন তো, তাদের এই মুরো প্রসেস/পদ্ধতিটীকে কী বলে?
'ফ্রিল্যান্ডার'!

বোঝা গিয়েছে?

ফ্রিল্যান্সিং হচ্ছে, একটা পথ/মাধ্যম/প্রসেস/পদ্ধতি!

কিসের পথ?

'টাকা আয়ের!'

একজন ফ্রিল্যান্সার/মেলার যখন তার কাজ/দক্ষতা বিক্রি করে ক্লায়েন্ট/বায়ারের থেকে অর্থ আয়-করে তখন সেই পুরো পদ্ধতি/প্রসেস/সিস্টেম/মিডিয়াম/মাধ্যম/পথটাকে (আপনি যাই-ই বলুন) বলা হয় ফ্রিল্যান্সিং!

আমি জানি, আপনি হয়তো কাউকে গিয়ে প্রশ্ন করেন না যে, 'ফ্রিল্যান্সিং কীভাবে শিখবো ভায়া!?' আপনাকেও হয়তো অনেকে প্রশ্ন করে থাকে এই ধরণের!

এই ২০২৯ এ এসেও প্রত্যেক মাসেই আমাকে এই ধরণের প্রশ্নের সম্মুখীন হতে হয়।

তাই ডালো করে বলছি মনে রাখুন,
আপনি কখনো 'ফ্রিল্যান্সিং' শেখেন না। আপনি শেখেন
দক্ষতা/ক্ষিল/কাজ।

আর সেই কাজ শেখার পর সেই কাজ/দক্ষতাগুলো বিক্রি করে আপনি বায়ার/ক্লায়েন্টের থেকে একজন ফ্রিল্যান্সার/মেলার হিসেবে অর্থ আয় করেন! অর্থাৎ, আপনি ফ্রিল্যান্সিং করছেন এবং আপনি একজন ফ্রিল্যান্সার!

বিষয়টাকে এভাবে দেখুন...

আমরা কি 'চাকরি' শিখি নাকি কাজ শিখে চাকরি করি?

আমরা কি 'ব্যবসা' শিখি নাকি ব্যবসার টেকনিক শিখে ব্যবসা করি?

ঠিক একইভাবে, আমরা 'ফ্রিল্যান্স' শিখি না। আমরা কাজ শিখে দক্ষতা অর্জন করে 'ফ্রিল্যান্সার' হই!

কিন্তু ভাই!

আজ্জে হ্যাঁ, আরো কিন্তু আছে এখানে!

ফ্রিল্যান্সারোঁ কাজ শিখে সেগুলো করবে বা দক্ষতাগুলো শিখে পরে সেটা কাজে লাগাবে বায়ার/ক্লায়েন্টের জন্য!

কিন্তু, সেই বায়ারদের ফ্রিল্যান্সারোঁ খুঁজে পাবে কোথায়? বা ফ্রিল্যান্সারদের বায়ারোঁ খুঁজে পাবে কোথায়?

ফ্রিল্যান্সার আৱ ক্লায়েন্টদের বিভিন্ন ধরণের বাজার রয়েছে।
সেইসব বাজারে ফ্রিল্যান্সারোঁ তাদের কাজগুলো/
দক্ষতাগুলোকে সাজিয়ে ঝুড়িতে করে ঘুরে বেড়ায়।

অন্যদিকে বায়ার/ক্লায়েন্টোঁ কারো কাজ পছন্দ হলে কাজ/
দক্ষতা কিনে নেয়।

ইন্টারনেটে এমন অনেকগুলো বাজার রয়েছে। এই
বাজারগুলোই হচ্ছে, মার্কেটপ্লাস। কয়েকটি সেবা
মার্কেটপ্লাসের মধ্যে ফাইডার, আপওয়ার্ক, ফ্রিল্যান্সার ডট
কম, ওরু, পিম্পল পার আওয়ার ইত্যাদি!

মজার ব্যাপার কি জানেন?

ফেসবুককেও আপনি মার্কেটপ্লাস হিসেবে ব্যবহার করতে
পারবেন!

ফেসবুকে একটা পেইজ করে সেখানে ‘ফেসবুক মার্কেটিং’
এর সেবা প্রদান করলে, ফেসবুক আপনার জন্য মার্কেটপ্লাস!

ফেসবুকে আপনার ক্লোজ ফ্রেন্ডের একটা গ্রুপ করে
নিয়মিত তাদের সোশ্যাল মিডিয়া বিজনেস পেইজগুলো
দেখাশোনা করার কাজ করেও আপনি ফেসবুক থেকে আয়
করতে পারবেন।

ফেসবুকে আপনার প্রোফাইলে ‘ফেসবুক কন্টেন্ট ক্রিয়েশন’
নিয়ে কন্টেন্ট তৈরি করে সেখান থেকেও কাজ পেতে পারেন।

আপনি ফেসবুকের যেই কাজগুলো শিখে ফাইভারের মতো
মার্কেটপ্লেসে কিংবা ফেসবুকে একটা পেইজ/প্রোফাইল/গ্রুপ
করে সেখানেও সেই দক্ষতাগুলোকে বিক্রি করে আয় করতে
পারবেন; সেই কাজগুলো হচ্ছেঃ

- ফেসবুক কন্টেন্ট ক্রিয়েশন
- ফেসবুক কন্টেন্ট এডিটিং/অডিও কম্পোজিশন
- ফেসবুক কম্বালটেশ্ন
- ফেসবুক বিজনেস অপ্টিমাইজেশন
- ফেসবুক প্রোফাইল/পেইজ/গ্রুপ অপ্টিমাইজেশন
- ফেসবুক অ্যাডভার্টাইজিং
- ফেসবুক কম্পিউটাইটিং
- ফেসবুক প্রমোশন
- ফেসবুক ম্যানেজমেন্ট
- ফেসবুক মার্কেটিং

এগুলো থেকে সবগুলোই যে শিখতে হবে, তা কিন্তু নয়।
যেকোনো একতা শিখেও আপনি কাজ শুরু করে দিতে
পারবেন! তবে আমি বেকমেন্ড করবো, যেহেতু এই
কাজগুলো শিখতে তেমন বেশি একটা সময় লাগে না, তাই
আমার মনে হয়, আমাদের সবগুলো কাজই শিখে নেয়া
উচিত।

এতে করে ফেসবুক থেকে আপনার কাজ পাওয়ার সন্তোষনা
বেড়ে যাবে!

কাজগুলো খুঁজবেন কোথায়?

আমি সবসময়েই যেটা বলি, যখনহই কোনো সেন্ট্রুরকে
আপনি ক্যারিয়ার হিসেবে নিতে চাইছেন কিংবা যখনহই
কোনো সেন্ট্রুরকে আপনি অর্থ আয় করার জন্য ব্যবহার
করতে চাইবেন; তার ঠিক আগে আপনাকে যেটা করতে
হবে, সেটা হচ্ছে; আপনাকে বাছাই করতে হবে কোন মথে
আপনি হাঁটিতে চাচ্ছেন?

চাকরির মথ?

ফ্রিল্যান্ডিংয়ের মথ?

ব্যবসার মথ?

দুনিয়ার যেকোনো ক্ষিলকেই এই তিনটা বাস্ত্রে ফেলা যাবে!

তাই না?

আপনি গান গাইতে জানেন?
বিভিন্ন ইণ্টার্নেটের কোম্পানিতে প্রোডাক্ট টেষ্টিংয়ের জন্য
গায়ক হিসেবে চাকরি করতে পারেন!

অথবা,
নিজেই ইউটিউবে গানের ভিডিও আপলোড করে ইউটিউব
থেকে ফ্রিল্যাণ্ডিং করে আয় করতে পারেন!

অথবা,
নিজেই গানের ব্যান্ড দিয়ে গান গেয়ে ব্যবসা করে আয়
করতে পারেন!

ঠিক একইভাবে, পৃথিবীর যেকোনো ক্ষিলকেই 'চাকরি',
'ফ্রিল্যাণ্ডিং' না-হয় 'ব্যবসা'; এই তিনটির যেকোনো একটি
ক্যাটাগরিতে ফেলা যায়!

আপনি ফেসবুকের যেকোনো একটা কাজ শিখে; সেটাতে
দক্ষ হয়ে চাকরি বা ফ্রিল্যাণ্ডিং বা ব্যবসা করেও আয়
করতে পারবেন!

আমি নিজেও আমার ক্যারিয়ার শুরু করেছি ফেসবুকে
ফ্রিল্যান্সিং করার মাধ্যমেই! যদিও পরবর্তীতে আমি
ফাইভারের মতো মার্কেটপ্লেসগুলোতেও কাজ করি।

কিন্তু মার্কেটপ্লেসগুলোতে ফ্রিল্যান্সার/সেলার হিসেবে কাজ
করতে গিয়ে আমি একটা বিষয় ভালোভাবেই খেয়াল করতে
পারি। আর সেটা হচ্ছে, কেন যেন আমার মনে হচ্ছিলো
আমি আসলে ফ্রিল্যান্সার হিসেবে আর কাজ করছি না।
একধরণের ‘চাকরি’ করছি!

এটা ঠিক যে, আমার যখন ইচ্ছে হচ্ছে তখনই আমি কাজ
নিতে পারছি, কাজ করতে পারছি। অর্থ নিয়েও আমি বেশ
সন্তুষ্ট ছিলাম।

কিন্তু ফাইভারের মতো মার্কেটপ্লেসগুলোতে আমার মনে
হয়েছে, ক্লায়েন্টেরা খুব বেশি প্রেসার দিয়ে থাকে। যেটা
আমার সহ্য হয় নি! খুবই টাইট শিডিউলের মধ্যে কাজ
করতে হয়, ফাইভারে।

আর হ্যাঁ, বর্তমানে তো ফাইভারে প্রতিযোগীতাও অনেক
বেশি!

ফাইভারে যে কেউ-ই আপনার গিগ পেয়ে গেলে সেটাতে
রিপোর্ট করে দিলে ফাইভার অথোরিটির দ্বারা আপনার গিগ
নামিয়ে ফেলার সম্ভাবনা বেড়ে যায়।

ফাইভার অথোরিটি আপনার গিগের উপর আলাদা এক
জোড়া চোখও গেঁথে রাখে তখন। এছাড়াও, ফাইভার
বর্তমানে একটু বেশি প্রেসার দিয়ে দিচ্ছে সেলারদের উপর।

আমার গিগও রিপোর্ট করে নামিয়ে দেয়া হয়েছিল। এমনকি,
আমার নিজের ভুলেই ভিন্ন আইপি অ্যাড্রেস থেকে
কয়েকবার ফাইভারে লগইন করার কারণে আমার আইডিও
টেস্পোরারি ডিসেবল হয়ে যায়!

যদিও সেটা হয়তো আবারো ফিরিয়ে আনা সম্ভব ছিল, কিন্তু
পরে ভাবলাম; দরকার কি!

ফাইভার থেকে গেলাম সোশ্যাল মিডিয়াতে, বিশেষভাবে
বলতে গেলে ফেসবুকে! আর সেই ফেসবুকে ফ্রিল্যান্সিং করা
থেকে শুরু করেই ফেসবুকেই আমার প্রথম চাকরি করা
আর ফেসবুকেই আমার প্রথম ব্যবসা করা!

এখন পর্যন্ত ফেসবুক থেকেই আমার প্রথম লক্ষ টাকা আয়
করা, প্রথম কো... থাক! আর জানতে হবে না!

মুনশং এই অধ্যায়ে যে ক্লিওলোর লিস্ট দেয়া হয়েছে সেই ক্লিওলো নিয়ে লিখে বোঝানো খুবই কষ্টকর এবং শুধুমাত্র এই ক্লিওলো নিয়েই আলাদা একটি ৩০০+ পেইজের বই লিখে ফেলা সম্ভব।

কিন্তু, আপনারা ফেসবুক সম্পর্কে জানতে এসেছেন এই বইয়ে! তাই না?

ক্লিওলো সম্পর্কে যদি বিস্তারিত জানানো না যায়, তাহলে বিষয়টা কেমন হয়ে যায় না?

আপনাদের সুবিধার্থে আমি ইংরেজিতে ‘Facebook Skills in Details’ নামে একটি পিডিএফ বই প্রাবলিশ করার প্ল্যান করেছি। সেই বইটি আপনি এখান থেকে মাত্র দুই ডলারেই কিনে ফেলতে পারবেনঃ

<https://muntasirmahdi.com/shop/>

ফেসবুক নিয়ে কিছু ভবিষ্যৎবাণী

ফেসবুকের ভবিষ্যৎ কি জানেন?

আমাৰ মাৰস্পেক্ট্ৰিউ এবং আমি যতদূৰ ফেসবুকেৱ ইতিহাস
গবেষণা কৱে বুলতে প্ৰেছি; সেই ধাৰণা থেকেই এই
অধ্যায়টি লখাৰ চেষ্টা কৰছি।

ফেসবুকেৱ ভবিষ্যৎ নিয়ে প্ৰত্যেকেৱ মতামত আলাদা
হওয়াটা অবশ্যই যুক্তিযুক্ত!

ফেসবুক অনেক কিছু নিয়েই কাজ কৱছে। ফেসবুকেৱ
অফিশিয়াল ওয়েবসাইট থেকেই মাওয়া যায় সেই
খবৱাখবৱ।

বৰ্তমানে ফেসবুক অগমন্তেড রিয়েলিটিতে হাত দিয়েছে।
ফেসবুক কাজ কৱছে ভাৰ্চুয়াল রিয়েলিটি নিয়েও। ফেসবুক
বেশ কিছু হার্ডওয়্যারও তৈৰি কৱতে পাৱে। যদিও বাংলাদেশে
মেগলো আসতে কত শতাব্দী অপেক্ষা কৱতে হবে, কে
জানে!

প্ৰথম অ্যান্ড্ৰয়েড মোবাইলগুলোতে ডিফল্ট
অ্যাপ্লিকেশনগুলোৰ জায়গায় ‘ফেসবুক’ ছিল কি?

উঁহু! যতদূৰ মনে পড়ে ছিল না!

ফেসবুক তার শুরুর অবস্থা থেকে আপডেট হতে হতে আজ
দুনিয়ার সবচেয়ে শক্তিশালী সোশ্যাল মিডিয়া নেটওয়ার্কে
পরিণত হয়েছে। আপনার কি মনে হয় ফেসবুক থেমে যাবে?
উঁভু!

মেই ২০০৪ এ ফেসবুক দেখতে কেমন ছিল? আর আজ
২০২১ এ ফেসবুক দেখতে কেমন?

কতটা পার্থক্য দেখছেন?
অনেক অনেক অনেক বেশি! তাই না?!

ফেসবুক তার ইন্টার্নাল এবং এক্সটার্নাল; দুধরণের
ডিজাইনেই পরিবর্তন নিয়ে এসেছে এবং ভবিষ্যতেও নিয়ে
আসবে।

যেমন, ফেসবুক হয়তো ডার্ক মোডের পাশাপাশি ‘আই
প্রটোকল মোড’ নিয়ে আসতে পারে। ফেসবুক হয়তো এমন
কোনো কালার কম্বিনেশন তৈরি করবে, যেটা সর্ব বয়সের
মানুষের চোখের জন্য সুখকর হবে।

কিছু গোপন তথ্য দিই, কেমন?!

ফেসবুক বর্তমানে আপনার প্রত্যেকটা মুড়মেন্টকে ট্র্যাক করছে। সেটা আপনি চাইলেও করছে, না চাইলেও করছে!

একবার যখনই আপনি ফেসবুক ইনস্টল করে ফেলবেন তখন থেকেই; লগইন করার কিংবা অ্যাকাউন্ট খোলার আগেই, ফেসবুক আপনার ফোনের বিশেষ কিছু তথ্যের অ্যাক্সেস নিয়ে ফেলে।

মজার ব্যাপার হচ্ছে, সেটা আপনিই দিয়ে থাকেন! কীভাবে?

একটা অ্যাপ্লিকেশন ইনস্টল হওয়ার পূর্বে দুটো বাটন দেখি আমরা, তাই না? একটা হচ্ছে, ‘Cancel’ এবং অন্যটি ‘Accept.’ এই বাটনগুলোতেও ক্লিক করার পূর্বে উপরের দিকে বেশ কয়েকটা ম্যারাগ্রাফ দেখা যায়। আর আমরা সেগুলো না পড়েই ‘Accept’ করে ক্লিক করতে করতে সামনে এগিয়ে যাই!

আপনি যদি ত্রি ম্যারাগ্রাফগুলো কখনো পড়ে দেখেন, তাহলে বুঝতে পারবেন যে; ফেসবুক আপনার মোবাইলের অনেক ধরণের তথ্য ইনস্টল হওয়ার সময়েই নিয়ে ফেলেছে।

ইনষ্টল হওয়ার পর আপনি যদি ফেসবুকে অ্যাকাউন্ট না করে কোনো কারণ ছেড়ে ফেলে রাখেন কিংবা লগইন না করে অ্যাপটি ইনষ্টল করেই রেখে দেন; তাহলে ফেসবুক আপনাকে ইন্টারনেটের বিভিন্ন জায়গায় অ্যাডভার্টাইজ দেখাবে।

কিসের অ্যাডভার্টাইজ জানেন?
আজ্জে হ্যাঁ! ফেসবুকের!

ফেসবুক আপনার মোবাইলে ইনষ্টল হওয়ার সাথে সাথেই বিভিন্ন অ্যাপ্লিকেশনের অ্যাক্রেস নিয়ে ফেলেছে। আরো স্পষ্টভাবে বললে, আপনি ফেসবুককে সেই অ্যাক্রেস দিয়েছেন।

ফেসবুক সেই তথ্যগুলোকে কাজে লাগিয়ে আপনাকে টার্গেট করবে, বিভিন্ন ব্রাউজারে বা অন্য কোনো অ্যাপ্লিকেশনে কিংবা গ্রাহণ থেকে ব্রাউজ করা অন্য কারো ওয়েবসাইটে।

ফেসবুক আপনাকে সেসব স্থানে টার্গেট করে আপনাকে বারবার একটা কাজই করতে বলবে! আর সেটা হচ্ছে, ‘ডাইপ্লিজ, ফেসবুক অ্যাকাউন্টে লগইন করেই দেখ! কতকিছু আছে! ফেসবুকে সবকিছু আছে! একবার এসেই দেখ!’

ଆର ଆମନିଓ ସେଇ ଅୟାଡ଼ାଟାଇଜେର ଫାଁଦେ ପଡ଼େ ଫେସବୁକେ
ଲଗଇନ୍ କରେଇ ଫେଲିଲେନା। ଏବାର ଫେସବୁକ ଆମନାର ଥିକେ
ସବସରଣେର ତଥ୍ୟ ନିତେ ପାରବେ। ଏହିଥିଂ!

ଆମନି କଥନ କି କରଛେନ, କାର ମାଥେ ସୁରହେନ, କୋଥାଯେ
ସୁରହେନ, କୋଥାଯେ କତ୍ତବାର ଟ୍ରୀଡେଲ କରିଛେନ, କେନ କରିଛେନ,
କାର ମାଥେ କରିଛେନ, କୋଥାଯେ ଥିକେଛେନ, କଯଟା ଅର୍ଦ୍ଦ
ଥିକେଛେନ, କୀଭାବେ ଆମନି ସବେ ଫିରିଛେନ, କୋନ ବ୍ୟାଂକେ
ଆମନାର କତ ଟାକା ଆଛେ; ଏମନକି ଆମନାର ଶରୀରେର
ବର୍ତ୍ତମାନ ଅବସ୍ଥା କି ଏବଂ ଆମନାର ମାଥେ ଆମନାର ପରିବାରଓ
ଅଟୋମେଟିକ୍‌ଯାଲି ଟାର୍ଗେଟ୍ ହେଁ ଯାଏ।

କିନ୍ତୁ, ଏଥନ ପ୍ରଶ୍ନ ଆସତେ ପାରେ; ଫେସବୁକ ଆମାଦେର ଟାର୍ଗେଟ୍
କରେ ଆମାଦେର ତଥ୍ୟ କେନ ନେୟ?

କେନ ଆବାର, ଅୟାଡ଼ାଟାଇଜ କରାର ଜନ୍ୟ!

କିନ୍ତୁ, କାର ଅୟାଡ଼ାଟାଇଜ? ଫେସବୁକ ତୋ ଆମନି ଇନ୍‌ସ୍ଟଲ
କରିଲେନହିଁ! ତାହଲେ ଅୟାଡ଼ାଟାଇଜ କାର?

କଥନୋ କି ଭେବେଛେନ ସେ, ଫେସବୁକ କୀଭାବେ ଆଯ କରେ?

হ্যাঁ, এটা সত্য যে, ফেসবুক অনেকভাবেই আঘাত করে থাকে।
আর সেগুলোর মধ্যে সবচেয়ে বড় আঘাতের পথ হচ্ছে,
আপনার-আমার-আমাদের অ্যান্ট্রেস দেয়া তথ্যগুলোকে
কাজে লাগিয়ে অডিয়েন্সকে টার্গেট করা।

ফেসবুক আমাদের তথ্য নিয়ে আমাদের টার্গেট করে বিভিন্ন
কোম্পানির পন্যের বিজ্ঞাপন দখানোর জন্য।

যেমন, আপনি হঠাৎ ফেসবুকে আপলোড করলেন
আপনার স্কুলজীবন আজকেই শেষ হয়েছে। আপনি
আশ্চর্যজনক সারকারখানা স্কুল এন্ড কলেজ থেকে পাশ
করেছেন। ফেসবুকে সেই খবর আপডেট করেই আপনি
বন্ধদের সাথে ঘূরতে গেলেন। সেটাও আপলোড করলেন।

রাতে ঘরে ফিরে ফেসবুক খুলতেই দেখেন শুরুতেই একটা
কলেজের বিজ্ঞাপন।

এভাবে সঠিক স্থানে, সঠিক ক্ষেত্রে কাছে, সঠিক মুহূর্তে,
ফেসবুক সঠিক বিজ্ঞাপন দখানোর জন্য বিভিন্ন কোম্পানির
থেকে অর্থ নিয়ে থাকে। আর এই অর্থ কোম্পানিগুলোর
থেকে ফেসবুকের কাছে কাদের মাধ্যমে আসে বলতে
পারবেন?

হাহাআহ! আজ্জে হ্যাঁ! ঠিকই ধরেছেন!

ফেসবুক মার্কেটারদের আগমন এখানেই! এখানেই একজন ফেসবুক মার্কেটারের কাজ শুরু! যেই প্রসেস বা সিস্টেম বা দক্ষতার মাধ্যমে ফেসবুক মার্কেটারৰা কোম্পানিগুলোর পক্ষ থেকে ফেসবুককে বিজ্ঞাপণ দেখানোর জন্য অর্থ দেয়, সেই প্রসেসটাকেই বলা হয়, ফেসবুক বুষ্টিং!

বোঝা গিয়েছে এখন?

এভাবে, ফেসবুক আপনার প্রত্যেকটা মুহূর্তের তথ্যগুলোকে কাজে লাগিয়ে আপনাকে সঠিক পণ্যের জন্য টার্গেট করছে।

কিন্তু আপনি যদি একজন ফেসবুক মার্কেটার হয়ে থাকেন, তাহলে ফেসবুক কিন্তু আপনাকে তাদের মতো করেই বিজ্ঞাপণের মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ এবং সেগুলোকে ভবিষ্যতে 'রিটার্গেটিং' এর জন্য কাজে লাগিয়ে সঠিক ক্রেতাদের খুঁজে বের করতে যে তথ্যগুলোর প্রয়োজন পড়বে; সেটা প্রদান করবে!

ফেসবুকের এই বিজ্ঞাপণের জন্য আমাদের থেকে ফেসবুকের তথ্য সংগ্রহ করার এই খেলা কখনোই থামবে না। বরঞ্চ এই অবস্থা থেকে সেটা আরো গভীরে যেতে পারে।

গুগল কিছুদিন আগে, এক ধরণের টার্গেটিং মেথড তৈরি করে। যেখানে, গুগল আপনার ফোনের ক্যামেরার অ্যাক্সেস নিয়ে সেখান থেকে আপনার ছবি, বর্তমান অবস্থা, কোথায় আছেন, কি অবস্থায় আছেন, কি পড়ে আছেন, আপনার ফেশিয়াল এক্সপ্রেশন, আপনার অনুভূতি, আপনার আশেপাশের আবহাওয়া ইত্যাদি সংগ্রহ করে ফেলতে পারবে; তা-ও আবার রিয়েল টাইমে।

গুগলের এই টার্গেটিং মেথডের কথা জানার পর থেকে মনে হচ্ছে, যদি গুগলের এই টার্গেটিং মেথড সত্যিকার অথেই সম্ভব হয় তাহলে ফেসবুকও থেমে থাকবে না।

ফেসবুকও তো আপনার ফোনের অ্যাক্সেস নিয়ে বসে আছে। হ্যতো ভবিষ্যতে ফেসবুক আপনার মোবাইলের ক্যামেরা দিয়েই সবকিছু দেখতে পাবে।

ধরুন, আপনার মাথার উপর জ্বলজ্বলে একটা বিশাল বড় সূর্য। কড়া রোদে আপনার কপাল বেয়ে ঘাম ঝড়ছে। আপনি এই কড়া রোদেই রাস্তায় হাটছেন আর মোবাইল ফেসবুকের নিউজফিড স্ক্রল করছেন।

ফেসবুক আপনার ক্যামেরার অ্যাক্সেস নিয়ে আপনার
আশেপাশের আবহাওয়া বুঝতে পেরে; নিউজফিডে
আপনাকে লোকাল কোনো আইসক্রিম ভ্যানের বিজ্ঞাপণ
দেখাতে পারে!

গুগলের জন্য যদি সম্ভব হয়ে থাকে, তাহলে ফেসবুকের
জন্যও তো সম্ভব।

আপনি হয়তো জিজ্ঞেস করতে পারেন, “আমি কীভাবে
বলছি যে; ফেসবুকের জন্যও এটা সম্ভব?”
দেখুন, গুগল প্রথমে গুগল গ্লাস নিয়ে এসেছে।

বলেন ঠিক কি-না?

তার ঠিক কিছুদিন পরেই, ফেসবুক নিয়ে আসলো অকুলাস!
ফেসবুকের নিজস্ব ভার্চুয়াল রিয়েলিটি বক্স।

গুগল গ্লাসে এমন এক ধরণের ‘গেইজ প্যাটার্ন’ ট্র্যাকিং
সিস্টেম রয়েছে; যেটা মূলত আমাদের চোখকে অনুসরণ
করে।

অর্থাৎ, আমরা কোনদিকে তাকাচ্ছি সেটাৰ তথ্য সংগ্ৰহ কৰে। এই ট্ৰ্যাকিং সিষ্টেম আৰো একটি কাজ কৰে থাকে। আৱ সেটা হচ্ছে, ফেশিয়াল এক্সপ্ৰেশন বিডিং।

অর্থাৎ, আমৰা যখন গুগল গ্লাম কোনো একটা ছবি/ভিডিও দেখছি বা নিউজফিড স্ক্ৰল কৰছি অথবা কোনো খবৱ দেখছি, তখন গুগল গ্লাম আমাদেৱ ফেশিয়াল এক্সপ্ৰেশন পড়ে সেটা থেকে ধাৰণা নেয়, কোন টাইপেৰ খবৱ বা ছবি অথবা ভিডিও আমাদেৱ কোন অনুভুতিটাকে ট্ৰিগাৰ কৰে।

মজাৰ ব্যাপারটা কি জানেন?

গুগল যদিও বলছে যে, তাৱা এই ধৰণেৰ তথ্য দিয়ে ইউজাৱেৰ অভিজ্ঞতাকে আৰো সুন্দৰ কৰে তুলছে। কিন্তু গুগল যদি এই তথ্যগুলোকে মানিটাইজ কৰতে চায় কিংবা বিজ্ঞাপণেৰ কাজে ব্যবহাৰ কৰতে চায়; তখন কি হবে?! কখনো ভেবে দেখেছেন সেটা?

আমি জানি না যে, গুগল বৰ্তমানে তাদেৱ গুগল গ্লামেৰ তথ্যগুলোকে অ্যাড টার্গেটিংয়েৰ কাজে ব্যবহাৰ কৰছে কি-না! কিন্তু যদি গুগল কৰতে চায়, তাহলে সেটা কি সম্ভব নয়? একইভাবে, ফেসবুক কেন গুগল গ্লামেৰ মৰেই অকুলাস নিয়ে আসলো?

কেন?

ଓগল গ্লাসকে চোখে পড়তে হয়, অকুলাসকেও চোখে পড়তে হয়!

ଓগল গ্লাস তথ্য সংগ্রহ করে, অকুলাসও তথ্য নিয়ে থাকে!
ଓগল গ্লাসে গেইজ ম্যাটার্ন ট্র্যাকিং সিস্টেম রয়েছে, অকুলাস
এর চেয়েও উন্নত কিছু নিয়ে আসছে!

এখনো বোঝেন নি?!

আজ্জে হ্যায়! ফেসবুকও ওগলের সিস্টেম ফলো করেই
টার্গেটিংয়ে হাত দিচ্ছে!

এখন পশ্চ আসতে পারে, “তাহলে ভাই ফেসবুককে ওগল
কেন কিছু বলছে না? কেন ফেসবুককে ওগল সাহায্য
করছে?”

দেখুন, ওগল হচ্ছে সার্চ ইঞ্জিন আৰ ফেসবুক হচ্ছে সোশ্যাল
মিডিয়া!

ওগলের সাথে ফেসবুকের কোনো শক্রতা নেই। কোনো
প্রতিযোগীতাও নেই!

সাহায্য করতে দোষ কোথায়?

ফেসবুকের প্রত্যেকটা ফিচারের ভবিষ্যৎ বলাটা খুবই কঠিন একটা কাজ হয়ে যাবে। আর এতগুলো ভবিষ্যতবাণী করে ফেললে আমার হেটোর্সরা আমার পেছনে বলার মতো আরেকটা কথাও খুঁজে পেয়ে যাবে, “বাহ! মাহদী এখন জ্যোতিষীও হয়ে গেছে!”

দরকার আছে?!

ফেসবুক ২০১৯ সালে কেমন ছিল আর আজ ২০২০ সালে ফেসবুক কেমন?

কতটা উন্নতি হয়েছে ফেসবুকের? একটু ভেবে দেখুন তো!

দেখতে চান, ফেসবুকের ভবিষ্যৎ স্ট্রাকচার দেখতে কেমন হবে?

ফেসবুক ২০২০ সালের মার্চের দিকে ‘সিক্রেটলি’ একটা প্রজেক্ট চালু করে! গোপনীয়ভাবে সেই প্রজেক্ট চালানোর কথা থাকলেও সেটা ফেসবুক পরবর্তীতে কয়েকটা নির্দিষ্ট লোকেশনের জন্য উন্মুক্ত করে দেয়।

সেই প্রজেক্টে ফেসবুক মূলত ফেসবুকের নতুন একধরনের কনসেপচুয়াল প্রটোটাইপ ডিজাইন প্রাবলিশ করে। ফেসবুক মূলত তাদের আগের সেই 'সিম্প্লিসিটি মোড' চালু করতে চাইছে কিন্তু একইসাথে নতুন ডিজাইনে ফেসবুক 'ফিউচারিষ্টিক' একটা ভাইব নিয়ে এসেছে।

সম্পূর্ণ ভিডিওটি আপনি না দখলে হয়তো বুঝতে পারবেন না! ফেসবুকের ভবিষ্যৎ ইন্টারফেসের নতুন সেই কনসেপ্ট প্রটোটাইপটি দেখতে চাইলে এখানে গিয়ে দেখে আসতে পারেনঃ

<https://www.facebook.com/muntasir666/videos/>

ভিডিওটা দেখে এসে নিজেকে এই প্রশ্নটা করুন, ফেসবুকের এই নতুন ইন্টারফেসকেই তো আপনি চিনতে পারছেন না, তাহলে কীভাবে ২০৩৯ সালের সালের ফেসবুককে দেখলে আপনি চিনতে পারবেন?

ফেসবুক ভার্সেস পজিটিভিটি এন্ড নেগেটিভিটি

মাঝে মাঝে বেশ বড়সড় ধরণের সুযোগ আসে আমাদের জীবনে। আসলে প্রায়ই আসে, কিন্তু আমরা অন্তর থেকে অন্ধ হওয়ার কারণে সেই সুযোগগুলো বুঝে উঠতে পারি না। আমরা বুঝতেই পারি না, কোনটা আমাদের জন্য সুযোগ আর কোনটা ফাঁদ।

আমিও এই অনুভবের মধ্য দিয়েই গিয়েছি বছরখানেক আগে! খুব বড়সড় একটা সুযোগ প্রসেচিল আমার জীবনে! সুযোগটা ছিল, ভট্ট করে বেড়ে উঠার।

কিন্তু...

শুধুমাত্র একটা কারণে সেই সুযোগ, দূর্ঘাগে রূপ নিল। তবে সারাদিন 'পজিটিভিটি পজিটিভিটি' করতে করতে মাইন্ডসেটটা টোটালি পরিবর্তন হয়ে গিয়েছে আমার!

যে কারণে, আমি আমার জীবনের সবচেয়ে বড় একটা সুযোগ হারিয়েছি, সেটা হলো; মানুষের না বুঝে, না জেনে, না শুনে, না বিচার করেই সিদ্ধান্ত নিয়ে ফেলার অসাধারণ গুণ!!!

দয়া করে কাউকে না বুঝে না জেনে না চিনে না শুনে না
বিচার করে জাজ করবেন না! মিথ্যে বলে কেউ বেশি দূরে
যায় না! ভুল কাজ করে কেউ বেশি দূর যায় না! আশেপাশে,
ইতিহাসে লক্ষ-কোটি প্রমাণ রয়েছে এই সিচুয়েশনের!

তারপরেও কেন? কেন? কেন?

কিন্তু দিনশেষে ঘুমোতে গেলে এটা ভুলবেন না যে, যা হয়
ভালোর জন্যে হয়! যা হয় না, ভালোর জন্যেই হয় না!

পজিটিভিটি/নেগেটিভিটি জন্ম থেকেই আপনার-আমার
মাঝে তৈরি হয় নি! নিজের মধ্য থেকে একটা একটা করে
নেগেটিভিটি দূর করা চেষ্টা করুন!

কাউকে একটা বিষয় নিয়ে দোষ দেয়ার আগে, হিংসাত্মক
গালি দেয়ার আগে; তার সম্পর্কে জানুন, খোঁজ নিন! 'এ ওটা
বলেছে, সে সেটা বলেছে'; শুধুমাত্র কারো কথা শুনে একটা
মানুষকে দোষ দেয়া বন্ধ করুন! দু-দিক থেকে শুনে, যেটা
আপনার কাছে ভালো মনে হয়; সেদিকে সিদ্ধান্ত নিন!

ভুলে যাবেন না, 'ম্যাজোরিটি' সবসময় সঠিক হয় না, আবার
'মাইনোরিটি' সবসময় ভুলও হয় না!

পজিটিভিটি দিতে-নিতে-ব্যবহার করতে কোনো অর্থ ব্যয়
হয় না, কোনো সাবস্ক্রিপশন ফি বা মাসিক ফি দিতে হয় না!
একবার চেষ্টা করেই দেখুন না!

তবে আৱ যাই-ই বলুন না কেন, আমৰা এমনই!

নিজেৰ যেটা আছে সেটা নিয়ে মাথা ঘামাই না, অন্যেৱ
'বিষ'ও ভাল্লাগে কিন্তু নিজেৰ 'অমৃত'ও বিষ বলে মনে হয়!

নিজেৰ জুতা ভাল্লাগে না, অন্যেৱ জুতা কিনতে চাই। নিজেৰ
জামা ভাল্লাগে না, অন্যেৱ জামা নিয়ে টানাটানি। নিজে যা
জানি সেটা কম, কিন্তু অন্য কেউ কিছু না জানলেও সে
জ্ঞানী।

আমাদেৱ অভ্যাস এমনিই।

কে যেন আমাকে জিজ্ঞেস কৰেছিলেন, "ভাই, অভ্যাস
মানুষেৱ দাস নাকি মানুষ অভ্যাসেৱ দাস?!"

ব্ৰিটিশ আমলেৱ আগে আমৰা জানতাম, অভ্যাস মানুষেৱ
দাস। অর্থাৎ, আপনি যেটা অভ্যাস কৰতে চাইবেন সেটাই
হবে!

তাৰপৰ ব্ৰিটিশৰা আসলো। এসে ২০০ বছৰ শাসন কৰে চলে
গেলো। আৱ আমাদেৱ অনেক কিছু শিখিয়ে দিয়ে গেল,
যাৱ মাৰ্কে এই 'মানুষ অভ্যাসেৱ দাস' কথাটা অন্যতম!
ব্ৰিটিশৰা জানে যে, অভ্যাস মানুষেৱ দাস, তাৰা সেটা
মানেও!

কিন্তু তারা কি করেছে দেখেছেন? আমাদের জানিয়ে দিয়ে
গেছে, মানুষ অভ্যাসের দাস। আমরা সেটাই মানছি। প্রত্যক্ষ
বা পরোক্ষভাবে সেটাই আমাদের ভেতরে বারবার আঘাত
করছে।

যাই হোক, কথা ওটা নিয়ে নয়!

ইংরেজদের বেশ কিছু ভালো কাজের মধ্যে একটা হচ্ছে,
তাদের কিছু প্রবাদ। যদিও এর বেশিরভাগই ম্যানুপুলেটেড।

কিন্তু তারপরেও তাদের একটা প্রবাদ রয়েছে, "বেড়ার অন্য
পাশের ঘাস সবসময়েই সবুজ হয়!"

ভালভাবে বুঝুন! আপনার কাছে যেটা আছে, সেটা আপনার
ভালো লাগে না। অন্যের জিনিস খুব বেশি ভালো লাগে।
যবের খাবার ভালো লাগে না, বাইরের টা ভালো লাগে।
নিজের বাহিক আছে সেটা ভালো লাগে না! ভালো লাগে কি?
অন্যের গাড়ি!

তাকিয়ে দখুন তো আপনি নিজের জিনিসগুলো বা নিজের
কাজগুলো নিয়ে সন্তুষ্ট কি না! ভালোভাবে দখুন, বুঝুন!
আপনি সন্তুষ্ট নন। কেউই সন্তুষ্ট নয়!

কেউ না কেউ, কোনো না কোনোদিক দিয়ে অসম্ভৃষ্ট। আপনি
হয়তো মানা করে দেবেন, হয়তো এড়িয়ে যাবেন কিন্তু এটাই
সত্য। আপনি সম্ভৃষ্ট নন। কেন জানেন?!

কারণ, আপনি হয়তো এমন কিছু চাহিছেন যেটা আপনার
জন্য ভালো নয়, ভালো হবে না। শুধুমাত্র ইংৰিৎ জানেন,
কোনটা আপনার ভাল আৱ কোনটাতে আপনার খারাপ।

আজকে বাবার গলায় ছুড়ি রেখে বাবার জমানো টাকা দিয়ে
বাইক কিনে তারপর সেটাতে করে এক্সিডেন্ট করলেন। দোষ
দেবেন কার? বাবার নাকি খোদার?

একটু রিওয়াইন্ড কৰুন তো ঘটনাটাকে! যখন বাইক কিনে
দেয়ার কথায় বাবা মানে করেছিলেন, মা মানা করেছিলেন,
ভাই মানা করেছিল, বোন মানা করেছিল, নিজের
সাবকণ্ঠা মাইন্ড একবারের জন্যে হলেও মানা করতে
চেয়েছে তখন শত বাধা সত্ত্বেও সেটা কিনেছেন।

আচ্ছা, আপনি আসলে তখন ভেবেছিলেনটা কী?

ইংৰিৎ কি আপনাকে সরাসরি এসে মানা করে যাবেন?

ইংৰিৎ তো তার সৃষ্টির মাধ্যমে, ইঙ্গিতে মানা করেছেন। আৱ
আপনি? "কিনতেই হবে" বলে দৌড়ে গিয়ে কিনেছেন, পৰের
ঘটনা তো আৱ জানেনই!

আপনি হয়তো জানেনই না যে আপনি আসলে কি করতে চাচ্ছেন। সিদ্ধান্তহীনভাবে ভুগে বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই আমরা অসন্তুষ্ট থাকি। ডাক্তার হবো না ইঞ্জিনিয়ার হবো, এটা ঠিক করতে করতে ১ বছর নষ্ট করে দিই। অথচ এ দু বছরে আপনি ইঞ্জিনিয়ার হয়ে যেতে পারতেন।

আপনি সহজ মথ খুঁজছেন আর যেটা কঠিন কিন্তু প্রয়োজন, সেটাকে এড়িয়ে যাচ্ছেন না তো? যদি এমন করেন তাহলে স্বাভাবিকভাবেই আপনি সন্তুষ্ট হতে পারবেন না।
কোনোদিনও নয়!

শুধু মানুষকে খুঁচানোর কাজ করলে আর সেই কাজ আপনাকে মাসের পর মাস লাখ টাকা দিয়ে গেলও দিনশেষে কোনো লাভ নেই, কোনদিনও সন্তুষ্টতা পাবেন না খুঁজে।

কারণ, হোয়েন নেগেটিভিটি অ্যাট্রাক্টিস, পজিটিভিটি ডাইস! রিস্ক নিতে চান না আপনি, শুধু সহজ আর শর্টকাট খুঁজার ধার্দায় থাকলে সন্তুষ্ট কীভাবে হবেন?

পাঁচ টাকাতেও সংসার চলে আর পঞ্চাশ টাকাতেও! যার কাছে পাঁচ টাকা থাকে সে পঞ্চাশ টাকার পেছনে দৌড়ায় আর যার কাছে পঞ্চাশ টাকা থাকে সে একশ টাকার পেছনে দৌড়ায়। এই দৌড় কোনোদিনও শেষ হবে না! কোনদিনও না!

যাই হোক!

একটা বিষয় কিন্তু ভালোভাবেই আমি বুঝতে পাবি। বেশ ভালো করেই একটা বিষয় আমি জেনে গিয়েছি। আমি জানি, আপনাদের মধ্যে অনেকেই একটা মথ খুঁজে বেড়াচ্ছেন। একটা রাস্তার সন্ধান করছেন।

এমন একটা রাস্তা, যে রাস্তা ধরে হাঁটলে খুব সহজেই সফলতার একেবারে দোরগোড়ায় পৌঁছানো যায়!

এমন একটা মথ খুঁজছেন, যেটা দিয়ে খুব সহজেই খুব বড় একটা জায়গায় পৌঁছানো যায়, উন্নত জায়গায় পৌঁছানো যায়।

কিন্তু একটু অপেক্ষা করুন। সেই রাস্তা খুঁজে বেড়াতে আমি আপনাকে মানা করছি না। শুধুমাত্র একটু অপেক্ষা করে নিজেকে কয়েকটা প্রশ্ন করুন।

যদিন আপনার পিঠ পুরোপুরি দেয়ালে ঠেকে যাবে, সেদিন আপনি কী করবেন? সেদিন কি আপনি সহজ রাস্তা খুঁজবেন নাকি 'একমাত্র' রাস্তাটাই বেছে নেবেন, সেটা যতই কঠিন হোক না কেন?!

ঘেদিন আপনি ব্যর্থ হতে হতে ক্লান্ত হয়ে পড়বেন, সেদিন
আপনি কী করবেন? আপনি কি চেষ্টা করা ছেড়ে দেবেন
নাকি আরো জোরালোভাবে আপনি ঘুরে দাঢ়াতে চাহিবেন?
ঘেদিন আপনার সমস্ত পুঁজি ফুরিয়ে যাবে সেদিনও কি
আপনি নেটফ্লিক্সে দিনের অর্ধেকটা সময় কাটাবেন? কিংবা
অন্যের মেছনে কথা বলে সময় কাটাবেন নাকি সেই মুগ্ধত
থেকেই ঘুরে দাঢ়াবেন?

ঘেদিন আপনার কাছের মানুষগুলো একজন একজন করে
বিদায় নেবে, সেদিন আপনি কি করবেন? আপনার নামমাত্র
বন্ধুদের সাথে চ্যাটিং করে সময় কাটাবেন নাকি নিজেকে
মজবুত করতে আরো একবারের জন্যে হলেও ঘুরে
তাকাবেন?

ঘেদিন আপনার শুভাকাঞ্জীরা আপনার উপর ইনডেক্স করা
ছেড়ে দেবে, সেদিন আপনি কি করবেন? সেদিনও কি আপনি
দিন-রাত চাঁপিষণ্ঠা ঘূরিয়ে কাটাবেন নাকি নিজের উন্নতির
স্বার্থে অলসতাকে চিরতরে বর্জন করবেন?

যখন আপনার বাবা-মার শ্বাস-প্রশ্বাসের ঝুমতা নিষ্ঠেজ হয়ে
যাবে, সেদিন আপনি কি করবেন? সেদিনও কি আপনি
অলিক নেশায় মত্ত থাকবেন নাকি সমস্ত খারাপ অভ্যাস
ত্যাগের চির অঙ্গীকার নেবেন?

যেদিন আপনারও সময় প্রায় শেষ হয়ে আসবে সেদিন
আপনি কি করবেন? আপনার অসফল জীবনে আপনি কি
কি করতে পারতেন সেটাৰ হিসেব করবেন নাকি আপনার
দুর্বল জীবনের দুর্বল অভিজ্ঞতাগুলোকে কাজে লাগিয়ে
আপনার আশেপাশের দুর্বল মানুষগুলোর মাঝে আবো
পজিটিভিটি ছড়াবেন?

যেকোনো কিছু শেখার শুরুর ধাপটা আমরা সবাই জানতে
চাই, ঠিক না?

আজকে আমি সিক্রেটটা বলেই দিই! কেমন?

আপনি কিছু একটা করতে চাইছেন? কিছু জানতে চাইছেন?
কিছু বিক্রি করতে চাইছেন? একজন বড় ব্যক্তি হতে
চাইছেন? একটা উন্নত জীবন চাইছেন? মাসে লক্ষ টাকা
আয় করতে চাইছেন?

আপনার শুরুটা করুন আপনার ‘পারস্পেকটিভ’ পরিবর্তন
করার মাধ্যমে, নিজের মাঝে পজিটিভিটি নিয়ে আসার
মাধ্যমে!

যারা বলে থাকে, পজিটিভিটি আৱ পারস্পেকটিভ প্রত্যেকেৰ
আলাদা, এগুলো জন্ম থেকেই তৈরি হয়, এগুলো গড়
গিফটেড! তাদেৱ জন্য আপনার মক্ষ থেকে আমি বলে
দিচ্ছি, 'ফাক দ্যাম!'

'পারস্পেকটিভ আৱ মজিটিভিটি' অভ্যাসেৰ ব্যাপাৰ!
আগামী চৰ্বি ঘন্টায় আপনি যদি একজন মানুষেৰ মাঝে
মজিটিভিটি তৈৰি কৰতে পাৰেন, তাহলে সেই একজন থেকে
মেটা বছৰে ৩৬৫ জনেৰ কাছে পৌঁছাবে!

আৱ এই স্কোৱটাই আপনি সাথে কৱে স্বৰ্গ নিয়ে যাবেন!
আৱ কিছু না!

ফেসবুকে আৱ টিকটকেৱ মতো সোশ্যাল মিডিয়াগুলোকে
ডিবিষ্যতেৱ জন্য সুন্দৰ কৱে গড়ে তুলতে আমি কল্নেন্ট
তৈৰি কৱছি, মজিটিভিটি ছড়ানোৱ জন্য!

আপনি কৱছেন কি?!

কিছু কন্টেন্ট ক্রিয়েশন টিপস *বোনাস*

আমি যখন প্রথমবার কন্টেন্ট তৈরি করা শুরু করি, তখন
আমার শুরুটা হয় গ্যারি ভেইনারচাকের ভিডিওগুলো
শুনতে শুনতে এবং দেখতে দেখতে। সারাদিন-রাত লাগিয়ে
স্ট্রিম করে করে গ্যারি ভেইনারচাকের ভিডিও দেখতাম এবং
কথা শুনতাম।

গ্যারি ভেইনারচাকের অফিস নিউ ইয়র্কে আর আমি থাকি
বাংলাদেশে। গ্যারি ভেইনারচাক যখন দিনের বেলায় লাইভে
যায়, তখন বাংলাদেশে আমি রাতের ঘূম দিই। তারপরেও
অ্যালার্ম দিয়ে দিয়ে গ্যারি ভেইনারচাকের লাইভ শো
দেখতাম।

এক লাইভ শো'তে গ্যারি ভেইনারচাককে এক লোক প্রশ্ন
করেছে, “গ্যারি, তুমি কি আমাকে কন্টেন্ট ক্রিয়েশনের জন্য
বেস্ট তিনটি টিপস দিতে পারবে?”

গ্যারি ভি' উওর দিলো,

“প্রথম টিপসঃ অভিনয় করা বাদ দিয়ে ঘড়ি ধরে প্রত্যেকদিন
কন্টেন্ট তৈরি করো!

দ্বিতীয় টিপসঃ কন্টেন্টের টিপিক রিসার্চে সময় ব্যয় না করে
তুমি যেটা মছন্দ করো, সেটা নিয়ে কন্টেন্ট তৈরি করো!

এবং তৃতীয় টিপসঃ জাস্ট রাইট দ্যাট শিট ডাউন অর জাস্ট
রেকর্ড ইট ইন ভিডিও অর অডিও ফরমেট!"

কি বুঝলেন?

গ্যারি ভি মানুষটাই এমন! গ্যারি ভি হচ্ছে, হার্ড ওয়ার্কের
প্রতীক।

গ্যারি ভির সবচেয়ে বেশি উচ্চারণ করা শব্দগুলো কি
জানেন?

'Patience', 'Hustle' এবং 'Content.'

যাই হোক!

আমি আপনাদের গ্যারি ভি'র মতো টিপস দেবো না! আমি
আরেকটু গভীরে যাওয়ার চেষ্টা করবো!

গল্প বলার চেষ্টা করুন! যত বেশি গল্প বলতে পারবেন, তত
বেশি আপনার কন্টেন্টের সাথে মানুষ অ্যাঙ্গেজ করবে!
আর যত বেশি মানুষ আপনার কন্টেন্টের সাথে অ্যাঙ্গেজ
করবে, তত দ্রুত আপনার কন্টেন্টের মানুষের কাছে
পৌঁছাতে শুরু করবে!

তবে, শুধুমাত্র গল্প বলে গেলেই হবে না। গল্পে থাকতে হবে নিউরোট্রামিটারের ছড়াছড়ি।

আপনার গল্প, শুনে-পড়ে-দেখে-বুঝে একটা মানুষের ব্রেইনে ঘেন নিউরোক্যামেক্যালের বন্যা বয়ে যায়। আপনার গল্প ঘেন মানুষের ব্রেইনে এন্ডোরফিন, ডোপামিন, সেরোটোনিন, অক্সিটোসিন, কর্টিসল এবং অ্যাড্রিনালিনের মতো নিউরোট্রামিটারগুলোকে রিলিজ করে।

আপনার কন্টেন্ট যদি ব্যবসায়িক বা মার্কেটিংয়ের কাজ হয়ে থাকে, তাহলে গল্প আর ইমোশনের সাথে সাথে কন্টেন্টে নিয়ে আসতে হবে কল টু অ্যাকশনের খেলা।

বোকেন নি?

আমার লেখা এই আর্টিকেলটি পড়ন!
এই আর্টিকেলটি উপরের তিনটি বিষয়ের পারফেক্ট
উদাহরণ,

এক বান্ধবীর বিয়ে! মন্ত্রের বাইরে বসে আমি বিয়ারের টেস্ট
কোকে মেটাচ্ছিলাম। হাতে সিগারেট ধরে থাকার পরেও টান
দিতে বিরক্ত লাগছিল! ভাবছিলাম, সবার বিয়ে হয়ে যাচ্ছে!
আমার বিয়ে হবে কবে? কবে সেই দিন, সেই নারী আসবে!

পঞ্চগুলো নিজেকে করায়, উত্তর আসছিল না! হট করেই
আশেপাশে তাকিয়ে দেখি, সবাই দৌড়াচ্ছে মন্ডপের দিকে!
আমিও সিগারেট ফেলে, কানে 'Gadgets by Dihan' এর
থেকে কেনা ওয়্যারলেস ইয়ারফোন ওজ মন্ডপের দিকেই
হাঁটা দিলাম!

অসাধারণ বিটি থাকায়, কাবির সিং মুভির বেখেয়ালি গানটা
আরো জোশ লাগছিল! পুরো ফিল পাচ্ছিলাম!

মন্ডপে চুকতেই শুনি মানুষ কি যেন বলাবলি করছে! আমি
ইয়ারফোন খুলে বক্সে রাখতেই শুনি, কে যেন বলছে, "ভাই,
মেয়ে তো মন্ডপ ছেড়ে পালিয়ে গেছে!"

আমার ভদাই খুশি লাগছিল! সবাই চিত্তায় ডুবে আছে আর
আমি হাসছি!

সেদিনকার মতো বিয়ে ওখানেই খতম করে এসে, ঘরে চুকেই
ফ্রেশ হলাম! বিছানায় আধশোয়া হয়ে বসে ফেসবুকে লগইন
করলাম। নিয়াজ ভাইয়ের পোষ্ট সবসময়েই সবার আগে
আমার নিউজফিল্ডে এসে বসে থাকে। কি যে একটা অবস্থা!

একটা মানুষ এতগুলো স্ট্যাটাস কীভাবে দেয়? আমি কেন
পারি না, তার মতো এতগুলো স্ট্যাটাস দিতে?

নিয়াজ ভাই সিভি লেখায় প্রায় ৭০০০ এর বেশি কাজ করে ফেলেছেন! প্রতিদিনই কোনো না কোনো মানুষ তার থেকে সিভি লেখাচ্ছে, অনেকেরই চাকরি হচ্ছে সিভির সুন্দর ফরমেটকে প্রফেশনাল ফরমেটে নিয়ে আসার কারণে!

এসব দেখে আমার ফেসবুক পেইজের ইনবক্সে যাই! তুকেই তো মাথায় গরম অবস্থা! ইনবক্সে তুকতেই দেখি প্রায় ৮৫টো টেক্সট জমে আছে! সবাই-ই আমার কোর্স করতে চাইছে, ৮৭০ টাকায় আমার দশটি মার্কেটিং আর বিজনেস কোর্সের অফারটা সবারই ভালো লেগেছে!

প্রত্যেকের একটাই কথা! এই ৮৭০ টাকা দিয়ে দেখেই ফেলি, আসলেই কিছু হয় কি না! ৮০০০ টাকা গচ্ছা যাওয়ার চেয়ে তো ৮৭০ টাকা গচ্ছা যাওয়া ভালো!

যদিও ৮৭০ টাকার সেই ১০টা কোর্স আমি গ্যারান্টি দিয়ে দিয়েছি! বাংলাদেশে প্রথমবার কেউ গ্যারান্টি দিয়ে তার কোর্স করাচ্ছে। এই বিষয়টাও অনেকজনকে টেনে নিয়ে এসেছে!

টেক্সটের রিপ্লাই দেয়ার জন্য অপ্টিমাইজারের কমিউনিকেশন ম্যানেজারকে বললাম! তিনি আমার পেইজে তুকে সবগুলোর আগ্রার দিচ্ছেন আর আমি হাফ ছেড়ে আমার প্রোফাইলের ইনবক্সে গেলাম!

গিয়ে দেখি, একেবারে শুরুর দিকেই আমাৰ সেই পালিয়ে
যাওয়া বান্ধবীৰ টেক্সট!

মে লিখেছে, "দোস্ত আমাৰ ইচ্ছৰ বাহীৰে বিয়ে দেয়া হচ্ছিল!
তাহি চলে গিয়েছি! এখন ঢাকায় আছি, একাহি থাকবো!
নিজেৱ ক্যারিকেচাৱেৰ ব্যবসাটা দাঢ় কৱিয়েই চলবো! তোৱ
মোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং প্ৰফেশনাল কোৰ্সটা কৱে তো
অনেকেই আয় কৱেছে, আমাকেও একটু দিস তো কোৰ্সটা!"

আমি কি উওৱ দেব ভাবতেই ভাবতেই ঘূম ভেঙে গেল! ঘূম
ভেঙে বুঝতে পারলাম, আমি স্বপ্ন দেখছিলাম!

তো এই হচ্ছে, একটা সুন্দৰ উদাহৰণ, 'গল্প + ইমোশন + কল
টু অ্যাকশন' এৱ! আৱ এই বিষয়গুলো মিলেই তৈৱি হয়,
ন্যাচাৰাল একটি কন্টেন্ট!

ফেসবুকে আমার দেখা সেরা কয়েকজন বাংলা কন্টেন্ট ক্রিয়েটর

আমি পৃথিবীর সব ধরণের কন্টেন্ট ক্রিয়েটরদের দুটো ভাগে
ভাগ করে থাকি, 'ইনফরমেটিভ' এবং 'এন্টারটেইনমেন্ট'!

বাংলায় এই বিশজন কন্টেন্ট ক্রিয়েটর, আমার সবচেয়ে
পছন্দের এবং যাদের আমি সবসময়েই অনুসরণ করে থাকি।
আপনিও তাদের অনুসরণ করে কন্টেন্ট ক্রিয়েশনের অনেক
কিছুই শিখতে পারবেন!

ইনফরমেটিভ সেক্টর নিয়ে যারা আমার সবচেয়ে পছন্দের
কিছু কন্টেন্ট তৈরি করছেন,

- Ayman Sadiq -
<https://www.facebook.com/ayman.sadiq.10ms>
- Galib Bin Mohammad -
<https://www.facebook.com/GalibBinMohammad>
- Munzereen Shahid -
<https://www.facebook.com/munzereenshahid19>
- Jhankar Mahbub -
<https://www.facebook.com/JhankarMahbub>

- Ghulam Sumdany -
<https://facebook.com/SumdanyDon>
- Md Abdul Hakim -
<https://www.facebook.com/abdulhakimnahid1990>
- Munir Hasan -
<https://www.facebook.com/aamunir.hasan>
- Niaz Ahmed -
<https://www.facebook.com/abeed.niaz>
- Tanvir Shahriar Rimon -
<https://www.facebook.com/tsrimon>
- Benjir Abrar -
<https://www.facebook.com/benjir.abrar>

এন্টারটেইনমেন্ট সেক্টর নিয়ে যারা আমার সবচেয়ে পছন্দের
কিছু কন্টেন্ট তৈরি করছেন,

- Salman Mohammad Muqtadir -
<https://www.facebook.com/therivalsalmanmuqtadir>
- Majharul Islam Mikat -
<https://www.facebook.com/MAJHARUL.ISLAM.MIKAT.BD>

- Samira Khan Mahi -
<https://www.facebook.com/samira.mahi.official>
- Mohammad Redwanur -
<https://www.facebook.com/riyadh.rahman>
- Gulfam Shahana Jana -
<https://www.facebook.com/gulfamshahana.jana.3>
- RnaR -
<https://www.facebook.com/RnaRTuminoL>
- Johurul Islam Shahria -
<https://www.facebook.com/ji.sharn>
- Tanveer Evan -
<https://www.facebook.com/Tanveerevan54321>
- Arifin Shuvoo -
<https://www.facebook.com/arifinshuvoo>
- Maruf Ahmed Masum -
<https://www.facebook.com/marufahmedmasum2>

বাংলাদেশে এই বিশজন ব্যক্তির কল্টেন্ট আমি বেশ উপভোগ করি এবং সেখান থেকে শেখার মতো অনেক কিছুই খুঁজে পাই!

ৰেফাৰেন্স

এই বহীয়ে যতগুলো তত্ত্ব এখন পর্যন্ত লেখা হয়েছে সেগুলো
নিচের ওয়েবসাইটগুলো থেকে তথ্য নিয়ে লেখা হয়েছে।
আপনারা চাইলে এই ওয়েবসাইটগুলো নিয়মিত অনুসরণ
করেও অনেক কিছুই শিখতে পারবেন!

ৰেফাৰেন্স ওয়েবসাইটেৰ লিস্ট

- <https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- <https://about.fb.com/>
- <https://www.searchenginejournal.com/>
- <https://www.wordstream.com>
- <https://sproutsocial.com/>
- <https://www.orgcharting.com>
- <https://searchengineland.com>
- <https://neilpatel.com/blog/>
- <https://www.hubspot.com/>
- <https://www.omnikick.com/>
- <https://www.bitcatcha.com/blog>
- <https://blog.wishpond.com/>
- <https://buffer.com/>
- <https://www.facebook.com/business/news/>
- <https://www.spinxdigital.com>
- <https://www.webfx.com/blog/>

শেষকথা

শেষকথা বলে কোনো কথা নেই!

ফেসবুক আপনি আজ ব্যবহার করুন কিংবা না করুন;
মেটা আপনার ইচ্ছে। কিন্তু মিলিয়ে নেবেন, আরো পাঁচ-দশ
বছর পর আপনি ফেসবুকের কোনো না কোনো সেবা কিংবা
পন্য ব্যবহার করবেন! করবেনই!

ডাবুন ২০৩০ সালের কথা! একটীবার!

আজকে (২০২৯ ইংরেজি) যদি আপনার বয়স ২৫ বছর হয়ে
থাকে তাহলে ২০৩০ সালে আপনার বয়স ৩৪ বছর!

আপনি কী খুব বেশিই বৃদ্ধ হয়ে গিয়েছেন? টাকা আয় করার
সময় কি শেষ হয়ে গিয়েছে?

মনে হয় না! একটীবার চোখে ডাসিয়েই দেখুন না!

৩৪ বছর পর্যন্ত আপনি যদি প্রত্যেকদিন দুটো করে কন্টেন্ট
তৈরি করে ফেসবুক আপলোড করতে পারেন তাহলে
আপনার কন্টেন্টের কোয়ালিটির প্রয়োজন পড়বে না,
কন্টেন্ট কোয়ান্টিটির জোরেই যেকোনো সার্চ রেজাল্টে
সবার উপরে চলে আসবে!

আর একটাৰাৰ যদি আপনাৰ কল্টেন্টগুলো মানুষ দেখতে
শুনু কৰে, তাহলে আপনাকে আৱ ঠেকায় কে?

অৰ্থ, খ্যাতি, সম্মান, যশ; সবই কিন্তু 'কল্টেন্ট' আৱ সোশ্যাল
মিডিয়া'ৰ যোগসূত্ৰ!

একটা বিষয় খেয়াল কৰে দেখেছি!

আপনি হয়তো কয়েকজনকে ফ্ৰিল্যান্ডাৰ হওয়াৰ পথ
বাতলে দিচ্ছেন, সঠিক গাইডলাইন দেয়াৰ চেষ্টা কৰছেন!

তখন স্বভাবতই তাৰেককে জিজ্ঞেস কৰবেন, “আপনাদেৱ
ধৈৰ্য আছে তো?” কিংবা “টাকা আয়েৰ চিন্তা বাদ দিয়ে
আগে ক্ষিলড হতে পাৰবেন তো?”

তাৰেক প্রত্যেকেৰ উওৱ হবে, “জ্বি ভাই! পাৰবো!” কিংবা
“আমাৰ পঁচুৰ ধৈৰ্য ভাই! কোনো সমস্যা নেই!” অথবা “হ্যা
ভাই! আগে শিখবো, তাৱপৰে আয়!”

পৱেৱ দিন তাৰেক সাথে দেখা হলে, তাৱা জানতে চাহিবে,
“ভাই কয়দিনে আয় কৰতে পাৰবো?”

সিৱিয়াসলি?

একটা সহজ-সোজা কথা বলি! কেমন?

আপনার ধৈর্য নেই, আপনার ফ্রিল্যান্সিং করার দরকার নেই!
কোনো দরকার নেই!

আপনার ধৈর্য নেই, আপনার চাকরি করার দরকার নেই!
কোনো দরকার নেই!

আপনার ধৈর্য নেই, আপনার ব্যবসা করারও দরকার নেই!
কোনো দরকার নেই!

মার্কেটিং হোক কিংবা ওয়েব ডেভেলপমেন্ট, ৬ মাস/৯ বছর
যদি ধৈর্য ধরে কাজ শিখতে না পাবেন, তাহলে বাদ দিন!
আপনাকে দিয়ে ফ্রিল্যান্সিং হবে না!

আপনারাই শেষমেষ ছয় মাসের মধ্যে ৯ মাস কাজ শিখে
আয় করতে না পেরে, যারা ধৈর্য ধরে ৯ মাস কাজ শিখে
যাচ্ছে তাদের ডিমোটিভেট করছেন। তাই, আপনি দয়া করে
তাদের থেকে দূরে থাকুন, যারা ৫০০০ টাকা খরচ করে
হলেও কষ্ট করে কাজ শিখছে। কয়েক শ' হাত দূরে থাকুন!

এখন অনেকেই হয়তো বলবেন, “ভাই আমি গত ৩ বছর ধরে
কাজ শিখে আসছি! তারপরেও কাজ পাচ্ছি না!”

আমি বলবো, “আপনি মিথ্যক! কারণ, আপনি দয়ক নন!
আপনি কাজ শিখেছেন, এই কথাটা মিথ্যা! বাংলাদেশে
দয়ক কেউই বসে থাকে না! সে কোনো না কোনভাবে নিজেকে
সামাল দিতে পারে!”

দয়া করে এখন বাংলাদেশে বেকার কতজন আৱ 'আকার'
কতজন, এসব পরিসংখ্যান আমাকে দেখাতে আসবেন না!

কারণ, যে দয়া সে শুধু নিজের কাজেই নয়, বরঞ্চ কাজ
খোঁজা থেকে শুরু করে নিজের দয়ক্ষতার বাহিরেও সে আয়ত্ত
করে রাখে; আৱ এমন মানুষ কেউই বেকার নেই!

আপনি বেকার হলে, আপনার দোষ সবার আগে!

হয়তো কোনো না কোনো ভুল আপনার অতীতে করে
এসেছেন, হয়তো ক্ষিল ডেভেলপমেন্টের ক্লাসগুলোতে ফাঁকি
দিয়ে রমনা পার্কে বসে গার্লফ্রেন্ডকে সময় দিয়েছেন, হয়তো
ফেসবুক আৱ টিকটকের মতো অসাধারণ সোশ্যাল
মিডিয়াগুলোকে ভুল কাজে ব্যবহার করেছেন!

কিছু না কিছু ভুল, আপনি করেছেনই!

সরকার খারাপ, দেশে চাকরি নেই, বাহিরের দেশে অনেক
চাকরি ইত্যাদি উদ্বৃটি সব কথাবার্তা না বলে আগে দেখুন
আপনি দয়া কি-না, সত্যিকার অথেই দয়া কি-না!

লোক দেখানো আৱ ভুলভাল নামাজ পড়ে স্বর্গের আশা
যেমন কৱা যায় না, তেমনি লোক দেখানো আৱ ভুলভাল
দয়ক্ষতা দিয়ে নিজেকে বেকার থেকে আকারে পরিবর্তন কৱা
সম্ভব নয়!

বেঞ্জামিন ফ্র্যাংকলিন একবার একটা কথা বলেছিলেন,
“টেল মি এন্ড আই ফরগেট! টিচ মি এন্ড আই রিমেম্বার!
ইনডলড মি এন্ড আই লার্ন!”

আমাদের অনেক সমস্যা রয়েছে, তাই না?!

প্রত্যেকের নিজের জীবনে হাজার ধরনের হাজার রঙের
সমস্যা রয়েছে। কিন্তু আমরা মানুষ। আমাদের বেড়ে উঠতে
হবে। প্রত্যেক সেকেন্ডে নতুন আশা আমাদের টোকা দেয়।

প্রত্যেক মৃগতে আমাদের মাঝে শেখার ইচ্ছা আর নতুন
কিছু জানার ইচ্ছে নাড়া দেয়!

কিন্তু...

কিন্তু যখন আমরা নিজেদেরকে নিজেদের গভির মধ্যে
আটকে রাখি, যখন আমরা আমাদের দুনিয়াটাকেই
সবচেয়ে উপরে উঠিয়ে রাখি, যখন আমরা আমাদের
জীবনকে অন্যদের থেকে মহৎ বলে ঘোষণা দিই - তখন
আমরা বেড়ে উঠার কথা ভুলে যাই।

আমরা প্রতিনিয়ত হাজার ধরণের মানুষের সাথে মেলামেশা
করি। হাজার রকমের মানুষকে চিনতে পারি; ছেলে-মেয়ে,
বয়সে ছোট-বড়, জ্ঞানী-বোকা ইত্যাদি ইত্যাদি।

আমাদের একটা বিশেষ সমস্যা কি জানেন?

আমরা নিজেদেরকে ভাবি সবচেয়ে জ্ঞানী ব্যক্তি। সেটা ভাবাটাও ততটা সমস্যা নয়।

কিন্তু যখন আমরা শেখার আশা ছেড়ে দিই, কেউ শেখাতে চাহিলে সেটা গ্রহণ করি না, কেউ মহৎ একটা কাজের সাথে যুক্ত করতে চাহিলে ফিরিয়ে দিই না-হয় পিঠ দেখিয়ে ফিরে চলে যাই, কেউ একসাথে ভালো কাজ করতে চাহিলে সেটাকে পাওয়াই দিই না - ঠিক তখনই আমরা চাপা পড়ে যাই আমাদের বোকামির নিচে। আমরা যেটা একটাবার ভেবেও দেখি না।

আমার ফেসবুক ফ্রেন্ডলিস্টে, ফেসবুক ফ্যানপেইজে, টিকটকের ফ্যানলিস্টে এমন অনেক ব্যক্তি আছেন যারা শিখতে চান, যারা জানতে চান, যারা একসাথে নতুন কিছু করতে চান, যারা দুরদর্শী - তাদের কাছে আমি কৃতজ্ঞ, তাদের উপর প্রত্যেকেই খুশি আৱ সন্তুষ্ট।

বিশ্বাস করুন, যার ইচ্ছে আছে শেখার; তার সাথে সকলেই কথা বলতে পছন্দ করে, জানাতে পছন্দ করে!

বিশ্বাস করুন, আমিও ততটা জ্ঞানী নহু। স্কুল কলেজে আমিও হাজারবার বুলির শিকার হয়েছি! যারা বুলি করেছে তাদের চেহারা কখনো ঝুলবো না, তাদের হাতে মারতে পারি নি কোনোদিনই কিন্তু ভাতে মারার জ্ঞান অর্জন করেছি।

ডালো করে পড়ুন, 'অর্জন' করেছি।

আমি হয়তো দুটো বা তিনটা বিষয়ে সাধারণের চেয়ে কিছুটা ডালো জানি। কিন্তু প্রত্যেকেই এমন কিছু বিষয় আছে যেগুলোতে আমার চেয়ে শতগুণ ডালো জানেন।

অনেকেই আছেন! লক্ষ-কোটি মানুষ আছেন। আমি সেটা স্বীকার করতে রাজি। কিন্তু আমার খুব খারাপ লাগে, যখন সেটা কিছু মানুষ স্বীকার করতে রাজি থাকে না। নিজেকে খুলে না দিলে শিখবেন কীভাবে? শিখতে রাজি না থাকলে আপনার বয়স বাড়বে, আপনি বাড়বেন না যে!

ফ্রোড থেকে লিখছি না। মন থেকে লিখছি তাদের উদ্দেশ্যে যারা শিখতে রাজি নন।

কেন?

একটা জিনিস পাবেন না, সেটা স্বীকার করতে রাজি নন
কেন?

না পারলে আর স্বীকার করে ফেললে, আপনি ছোট হয়ে
যাচ্ছেন? আসলেই কি ছোট হয়ে যাচ্ছেন?

আবার ডেবে দেখুন তো!

আপনার ফেসবুক ফ্রেন্ডলিস্টে যারা আপনার থেকে একটা সেক্টরে/বিষয়ে ভালো জানে তাদের সাথে কথাবার্তা বলুন।

তাদের সাথে নেটওয়ার্ক তৈরি করুন। তাদের জিঞ্জেস করুন, কীভাবে তারা আপনাকে শেখাতে পারবে! কীভাবে তাদের থেকে আপনি শিখতে পারবেন, সেটাও জেনে নিন!

আপনার সেক্টরে যারা ভালো অবস্থানে আছে, তাদের জিঞ্জেস করুন, কীভাবে আপনি তাদের মতো করে শিখতে পারবেন? কীভাবে তারা শিখেছে?

তাদের ফেসবুকে মেসেজ করুন, টিকটকে মেসেজ করুন, ইন্টাগ্রামে মেসেজ করুন।

তাদের দায়িত্ব আপনাকে শেখানো। কেন জানেন?

কারণ, তারা সেই সেক্টরের লিডিং মজিশনে রয়েছে। আর একজন লিডার হচ্ছেন সেই ব্যক্তি, যিনি সবার শেষ কাতারে দাঢ়িয়ে একটা পুরো জেনারেশনকে সামনে এগিয়ে নিয়ে যেতে সাহায্য করে।

আপনি যাকে আপনার সেক্টরের লিডার হিসেবে দেখছেন, জ্ঞানী ব্যক্তি হিসেবে দেখছেন; তাদের মেসেজ করুন। তাদের থেকে জানার চেষ্টা করুন। তারা যদি আপনাকে ইগনোর করে যায়, তাহলে আমাকে বলতেই হচ্ছে, “দুঃখিত! আপনার সেক্টরের প্রিয় লিডার, লিডার নন! তিনি স্ক্যাম!”

লিডারোঁ কখনোই পেছনে তাঁর সেক্টরের মানুষকে বেখে চলে
যায় না! লিডারোঁ তাঁর সেক্টরের প্রত্যেকটা মানুষকে সাথে
নিয়ে উপরে ওঠার চেষ্টা করে।

সাইমন সিনেকের মতে তাই, লিডারস হিট লাস্ট!

যাই হোক!

যারা নন-ফিকশন ধরণের বই পড়ে থাকেন, তাদের
বেশিরভাগের বয়স হয়ে থাকে ২০ থেকে ৩০ এর মধ্যে!

২০ বছর থেকে ৩০ বছর বয়স; এই দশটা বছরে যদি
আপনার প্রত্যেক মাসে আয় কমপক্ষে বিশ হাজার টাকা না
হয়ে থাকে এবং আপনার ব্যাংকে কিংবা কার্ডে অথবা ক্যাশ
হিসেবে যদি কমপক্ষে এই দশ বছরে আপনি ৩ লক্ষ টাকা
জমাতে না পারেন; তাহলে আপনি ৩০ বছরের পরে ‘উষ্ণা’
খাওয়ার জন্য তৈরি থাকুন!

এটা তিতে হলে সত্য! কিছুই করার নেই!

ত্রিশের পরে গিয়ে ‘বাঁশ’ খাওয়ার ইচ্ছে না থাকলে, দয়া করে
এই দশ বছরের মধ্যে কিছু একটা করুন! কিছু একটা করুন!
যেকোনো কিছুই হোক, করুন!

আপনি কিছু করলে, আমাকে একটা মঘসাও দেবেন না
আর আমি আপনাকে কিছু করতে উৎসাহিত না করলে
আমার কোনো কিছু ছেড়া যাবে না!

এই দশ বছরে আমরা আমাদের সারাজীবনের সবচেয়ে বেশি
ডুলগ্লোও করে থাকি আর এই দশ বছরই আমাদের
সারাজীবনকে রিশেইপ করে দেবে! এই দশ বছরের কর্মের
উপর নির্ভর করবে আপনি ত্রিশের পরে কত ঘন্টা কাজ
করবেন, কোথায় ঘূরতে যাবেন, কাকে সাথে নিয়ে ঘূরতে
যাবেন, কি দিয়ে ট্রাইল করবেন; সবকিছুই!

আর এই জন্যেই এই দশটা বছর হচ্ছে, আপনার-আমার
জন্য প্রাইম টাইম!

এই দশ বছরে আপনি চাহিলে পঁচুর পরিমাণে পার্টি করতে
পারেন! ছেলে-মেয়ে সাথে নিয়ে ইন্টাগ্রামের স্টোরিতে দিনে
একশটা ছবি আপলোড করতে পারেন!

এই দশ বছরে আপনি চাহিলে আপনার বয়ফেন্ড বা
গাল্ফেন্ডকে নিয়ে ফাইভ স্টোর কিংবা সেভেন স্টোর হোটেলে
ডেইটে যেতে পারেন!

এই দশ বছরে আপনি চাহিলে প্রতি বছরে একটার পর একটা
বাইক কিংবা নতুন নতুন মোবাইল কিনতে পারেন!

এই দশ বছরে আপনি চাইলে ট্রেনের সাথে তাল মিলিয়ে দু
হাজার টাকার সুট্টের জায়গায় দশ হাজার সুট্ট কিনতে
পারেন। হাজার-পনেরশ টাকার স্নিকারের জায়গায় দশ-
পনের হাজার টাকার স্নিকার কিনতে পারেন!

এই দশ বছরে আপনি চাইলে প্রত্যেকটা দিন ফুড পান্ডা
থেকে খাবার অর্ডার করতে পারেন! প্রত্যেকদিনই নতুন নতুন
রেস্টুরেন্টে খেতে যেতে পারেন।

আবার, আপনি চাইলেই এই দশটা বছরে হাজার হাজার
কল্টেন্ট তৈরি করতে পারেন, যাতে যেকোনো সার্চ ইঞ্জিনে
আপনার নাম লিখলেই কল্টেন্ট চলে আসে।

আপনি চাইলেই যেকোনো বিষয় নিয়ে রাত-দিন মাটি
কামড়ে ধরে ১৬-১৭ ঘণ্টা কাজ করতে পারেন।

আপনি চাইলেই অনেক অনেক অনেকগুলো মানুষের সাথে
পরিচিত হতে পারেন, যাতে আপনার পার্সোনাল নেটওয়ার্ক
বাড়তে থাকে।

আপনি চাইলেই আপনি যেটা পারেন, সেটা ব্যবহার করে
একটা ব্যবসা দাঢ় করিয়ে ফেলতে পারেন।

দশটা বছর! হাজারটা সুযোগ! হাজারটা রাস্তা!
কিন্তু সিদ্ধান্ত একটাই! কি করছেন আপনি? কি করবেন
আপনি? কোন মথটা বেছে নিয়েছেন?

কিন্তু সবক্ষেত্রেই সবস্থানে কিছু ব্যক্তি থাকেই, যারা প্রত্যেক
পজিটিভ সিচুয়েশনের বিপরীতে একটা নেগেটিভ চিন্তা
মাথায় নিয়ে বসে থাকবে!

উপরে এত বোমানোর পরেও যদি আপনার ব্রেহন না খুলে
থাকে আর আপনি যদি তারপরেও ভেবে থাকেন যে,
'সাপোর্ট' না পেলে আপনি সামনে এগুতে পারবেন না, তাহলে
সাপোর্ট নিয়েও কিছু কথা বলেই ফেলি!

সাপোর্ট না দেয়ার মথটা শুরু হয় পরিবার থেকে!

আমি এটাতে দোষের কিছু দেখি না! আপনার পরিবার তো
চাহিবেই আপনি পড়লেখা করে, ডালো একটা চাকরি করে,
দু-একটা বিয়ে (!) করে শান্তিতে বাকিটা জীবন জমানো
টাকাতে সেইফজোনে থেকে যেন হেসে-খেলে সময় কাটিয়ে
যেতে পারেন!

এটা সম্পূর্ণ স্বাভাবিক! আর তাই তাদের সামোর্ট না দেয়াটাও
তো স্বাভাবিক!

তাই না?

তারপরে আমি দেখেছি নিজের কাছের মানুষগুলোও সামোর্ট
দেয় না! যে বন্ধুরা সিগারেট খাওয়ার জন্য ডেকে নিয়ে যায়,
স্কুলের বাহিরে দাঁড়িয়ে টিজ করাটা শিখায়, যে বন্ধুরা
আপনার জন্য হাতও কেটে ফেলতে পারে; তারাও সামোর্ট
দেয় না একটা ভালো কাজের শুরুতে!

ফেসবুকে একটা কন্টেন্ট মাবলিশ করলে, ইঞ্টাগ্রামে
একটা অনুপ্রেরণামূলক ছবি আপলোড করলে, ইউটিউবে
আপনার কাজের ভিডিও আপলোড করলে; শিষমেষ তারা
আপনাকে নিয়ে হাসে, মজা করে, ট্রেল করে!

আপনার পেছনে গিয়ে বলে, “এই ছেলেটা স্কুলে মার খেত,
এখন মোটিভেশন দেয়, হাহ!”

অথবা, “এই ছেলেটা আগে কাঁদত, এখন সবাইকে ইঞ্চাপায়ার
করছে!”

কিংবা, “এই মেয়েটা আগে আজ্ঞা দিত এখানে-সেখানে,
এখন সে নাকি ছেলেদের মতো ব্যবসা করবে! ফেসবুকে
রেসিপি সেল করবে! হাহ!”

যখন কাউকে মছন্দ করে রাত-বিরাতে তার সাথে সময় কাটাচ্ছেন, সেও সাপোর্ট দেয় না, দিচ্ছে না! একটা কন্টেন্ট ফেসবুকে আপলোড করলে বয়ফ্রেন্ড বলছে, “এইসব দিও না! আমার ফ্রেণ্ডু ভাবে আমি একজন ব্যবসায়ীর সাথে প্রেম করছি!”

ফেসবুকে একটা কন্টেন্ট আপলোড করলে গাল্ফ্রেন্ড বলছে, “এইসব কি দাও ফেসবুকে! টাকা টাকা কেন করো শুধু!”

পরিবার থেকে সাপোর্ট - নেই!

বন্ধুদের থেকে সাপোর্ট - নেই!

বয়ফ্রেন্ড/গাল্ফ্রেন্ড থেকে সাপোর্ট - নেই!

ফেসবুকের ফ্রেন্ডলিস্টে ভাই-বোন, বাবা-মা, খালা-মামা, চাচা-চাচী, স্কুলের বন্ধুবান্ধব আর আর্থীয়স্বজন আছে দেখে ফেসবুকে কন্টেন্ট আপলোড করছেন না বা করলেও হাহা রিয়েক্টের ভয়ে সেটা মুছে দিচ্ছেন!

সাপোর্ট কোথায় তাহলে?

নেই! কোথাও নেই!

গান গাইতে পারেন কিন্তু সামোর্ট পাবেন না বলে সেটা
পাবলিশ করছেন না!

ডালো নাচতে পারেন কিন্তু সামোর্ট পাবেন না জেনে সেটা
আপলোড করছেন না!

ডালো রান্না করতে জানেন কিন্তু সামোর্ট পাবেন না জেনে
সেটা কাউকে শেখাতে পারছেন না!

ডালো গল্প-কবিতা লিখতে জানেন কিন্তু সামোর্ট পাবেন না
বলে সেটা রেকর্ড করে কাউকে শোনাতে পারছেন না!

ব্যবসা করতে চাইছেন কিন্তু সামোর্ট পাবেন না জেনে বা
মানুষ হাসাহাসি করবে বলে সেটা শুরু করছেন না!

সামোর্ট পাবেন না বলে, কাছের মানুষগুলো আপনাকে নিয়ে
হাসবে বলে; রাতে কাঁদেন!

নিজের শখ পূরণ করতে পারেন না! কাউকে দেখাতে পারেন
না! লুকিয়ে রাখছেন আপনার আইডিয়া কিংবা আপনার
প্যাশনটাকে!

সর্বশেষে লাভটা কার হচ্ছে আসলে?!

একটু ভেবে দেখুন,
আপনার বন্ধু বা আত্মীয়ের কাজের পোষ্টটা বা ভিডিওটা বা
অডিওটা শেয়ার করতে আপনার ‘শূন্য (০)’ টাকা খরচ
হচ্ছে!

আপনার বন্ধু বা আত্মীয়ের কাজের পোষ্টটা বা ভিডিওটা বা
অডিওটাতে একটা লাইক দিতে আপনার ‘শূন্য (০)’ টাকা
খরচ হচ্ছে!

আপনার বন্ধু বা আত্মীয়ের কাজের পোষ্টটা বা ভিডিওটা বা
অডিওটাতে কাউকে ট্যাগ করতে আপনার ‘শূন্য (০)’ টাকা
খরচ হচ্ছে!

আপনার বন্ধু বা আত্মীয়ের কাজের পোষ্টটা বা ভিডিওটা বা
অডিওটাতে একটা ভালো কমেন্ট করতে আপনার ‘শূন্য
(০)’ টাকা খরচ হচ্ছে!

আপনার বন্ধু বা আত্মীয়ের কাজের পোষ্টটা বা ভিডিওটা বা
অডিওটা আরো মানুষের মাঝে ছড়িয়ে দিতে আপনার ‘শূন্য
(০)’ টাকা খরচ হচ্ছে!

নেগেটিভিটি ছড়াতে যেমন কোনো অর্থ খরচ হয় না, ঠিক
একইভাবে পজিটিভিটি ছড়াতেও কোনো অর্থ খরচ হয় না!

তাহলে? আপনার মথটা তো আপনি চাইলেই বাছাই করতে
পারেন!

আপনার ছেলে-মেয়ে এখন ক্লাস ফাইভ-সিক্রে পড়ছে?
তাদের ব্যবসা আৰ অৰ্থ নিয়ে আইডিয়া দিন, আপনার
ছোট-বড় ভাইবোনেৱ কাজগুলোকে শেয়াৰ কৰুন, আপনার
বন্ধু ভালো কিছু কৱলে সেটাতে অভিনন্দন জানান,
আপনার গার্লফ্ৰেণ্ড-বয়ফ্ৰেণ্ড ভালো কিছু কৱলে সেটাকে
ছড়িয়ে দিন, সাহায্য কৰুন।

কোনোভাবে সাহায্য কৱতে না পাৱলে, মজিটিভিটি দিন
তাকে, মোটিভেট কৰুন তাকে! তাৰ দিকে চেয়ে বা তাকে
কল কৱে কিংবা তাকে একটা অন্তত মেসেজ কৱে বলুন,
“তুমি যেটা কৱছো, কৱে যাও! আমি পাশে আছি তোমার!
চিন্তা কৰো না!”

যতদিন পৰ্যন্ত আমাদেৱ মাঝে সোল (আৱা) আছে,
ততদিন পৰ্যন্ত আমাদেৱ মাঝে মজিটিভিটি আছে। আৱ সেই
মজিটিভিটি ছড়িতে দিতে থাকলে সেটা বাড়বে বৈ কমবে না!
সেটাকে ছড়িয়ে দিন!

কেউ যদি আপনাকে সামোট না দেয়; সে আপনার যত
কাছেৱহৈ হোক না কেন; তাৰ থেকে দূৱে থাকুন! অনেক-
অনেক দূৱে!

যে আপনাকে সামোট দেয় না; আই ডোন্ট গিভ অ্যা **, ইফ
হি/শি ইজ ইউৱ ব্রাদাৱ, সিষ্টোৱ, ফ্ৰেণ্ড, বেষ্ট ফ্ৰেণ্ড, জাষ্ট
ফ্ৰেণ্ড, গার্লফ্ৰেণ্ড অৱ বয়ফ্ৰেণ্ড! জাষ্ট কিমি ডিসটেন্শন ফ্ৰম
হিম/হাৱ!

মোজা কথা, তার থেকে কয়েক শ' হাত দূরে থাকুন! দূরের
পথে সেটাই ভালো! দূরে আপনি একাই যাবেন, আপনার
সাথে আর কেউ যাবে না!

আপনি যদি ভেবে থাকেন, আপনার জীবনে থাকা সব দুঃখ-
কষ্ট দূর হয়ে গেলেই মনে হয় আপনার জীবনটা আনন্দ আর
শান্তিতে ভরে যাবে। তাহলে কিন্তু সেটা হওয়া খুবই মুশকিল
একটা ব্যাপার!

বরঞ্চ আসল সত্যটা হচ্ছে - আপনি বর্তমানে যে
পরিস্থিতিতে আছেন তার ভেতরেই যদি আনন্দ আর শান্তি
খোঁজার চেষ্টা করেন তাহলে দুঃখ-কষ্টগুলো আপনার
জীবন থেকে একা একাই দূর হয়ে যাবে।

এটাকেই বলে, খাম খাওয়ানো এবং প্রত্যেক সিচুয়েশনে
পজিটিভিটি খোঁজা!

ব্যাপারটা আসলে 'একটা অন্ধকার' ঘরের মতন। যে
অন্ধকার ঘরের সব জানালা-দরজা বন্ধ করে বসে আপনি
যদি ভাবেন, একসময় সব অন্ধকার দূর হয়ে যাবে আর সাথে
সাথেই ঘরটা আলোকিত হয়ে যাবে; তাহলে সেটা ভাবাটা কি
যুক্তিসংগত?

মেটা কখনই সন্তুষ্ট নয়। তাই না?

ঘরটা আলোকিত করতে হলে আপনাকেই ঘরের দরজা-জানলা খুলতে হবে, যাতে বাইরের আলো ঘরে প্রবেশ করতে পারে। আর বাইরের আলো ঘরে আসলেই দেখবেন, সেই ঘর থেকে অন্ধকার একা একাই দূর হয়ে গিয়েছে।

দ্যাটিস মাই পয়েন্ট!

কোথাও একটা গল্প শুনেছিলাম। গল্পটা অনেকটা এরকম ছিল,

একবার রাস্তার ধারে বসে একজন ফেরিওয়ালা বিভিন্ন ধরণের পাথর বিক্রি করছিল। পাশ দিয়ে একজন জঙ্গি হেঁটে যাচ্ছিলেন আর যেতে গিয়ে একটা পাথরের দিকে তাকিয়ে তার চোখ আটকে যায়। সে বুঝতে পারে যে, সব পাথরের মধ্যে থাকা এই পাথরটা আসল হীরো। কিন্তু যে বিক্রি করেছিল সে কিন্তু জানেনা যে, ওটা আসল হীরো।

জঙ্গি তাকে এই পাথরের দাম জিজ্ঞেস করলে, সেই ফেরিওয়ালা বলে ১০০ টাকা। জঙ্গি ভাবে একটু দামদর করা যাক। সে দাম বলে ৫০ টাকা।

ফেরিওয়ালা উলটো দাম বললো, ৮০ টাকা। জঙ্গি
ভাবলো, ৮০ টাকা অবধি যখন নেমেছে একটু চেষ্টা করলে
৫০ টাকাতেই সে দেবে। জঙ্গি ৫০ টাকা দাম করে নিজের
দামে অটুট থাকলো এবং বললো, এই দামে না হলে আমি
চললাম।

এই কথা বলে জঙ্গি রাস্তা ধরে হাটিতে থাকলো। সে ভাবলো,
ফেরিওয়ালা হয়তো তাকে ডেকে সেটা ৫০ টাকাতেই দিয়ে
দেবে। কিন্তু ফেরিওয়ালা তাকে ডাকলো না।

কিছুদূর গিয়ে জঙ্গি ভাবতে থাকলো, আমি ফেরত গিয়ে
ওটা ৮০ টাকাতেই নিয়ে নেই। সে দোকানে ফেরত গিয়ে ৮০
টাকাতেই পাথরটা দিতে বললো।

ফেরিওয়ালা বললো, আপনিতো ৮০ টাকাতে নিলেন না
কিন্তু আরেকজন এসে ওটা ১০০ টাকাতেই কিনে নিয়ে গেল।

এখন বলুন তো, এখানে আসলে বোকাটা কে? জঙ্গি নাকি
ফেরিওয়ালা?

আমরা ও আমাদের জীবনে ঠিক ওই জঙ্গির মতই অনেক
সময় ছোটখাটো জিনিসের পিছনে নিজের শক্তি আর সময়
নষ্ট করে অনেক বড় জিনিসকে হারিয়ে ফেলি। আর পরে
যখন বুঝতে পারি তখন আফসোস করি শুধুই!

এটা আমাদের প্রত্যক্ষের জীবনে কখনো না কখনো, কোনো
না কোনো ভাবে ঘটে এবং ঘটছে। এটা হার্ড এন্ড বিটার ট্রুথ!
তাই প্রায়োরিটি সেট করুন। আজকের সঠিক মধ্যে সঠিক
প্রায়োরিটি দেয়ার কারণেই সফলরা সফল হয় আর
আপনার পাশের ছেলেটা মাসে লাখ টাকা কামায়!

আর আপনি মানুষের মেছনে ওতোনোকে আপনার
প্রায়োরিটি হিসেবে নিয়েছেন বলেই কিছুদিন পর আপনার
ভবিষ্যৎ আপনার মেছনে ওতোবে!

বহুটা শেষ করছি ডেভিড ব্রিংকলির বিখ্যাত এবং আমার
খুবই প্রিয় একটি উক্তি দিয়ে,

“A successful man is one who can lay a firm
foundation with the bricks others have thrown
at him.”

স্টে পজিটিভ স্টে স্ট্রং!