

সূচিপত্র

(অধ্যায়ের নামের উপর ক্লিক করলে নির্দিষ্ট অধ্যায়ে নিয়ে যাবে।)

অধ্যায়ের নাম

পৃষ্ঠা নম্বর

ভূমিকা -	০৬
১। কনটেন্ট ক্রিয়েশন কী? -----	০৭
২। কনটেন্ট ক্রিয়েশনের ভবিষ্যৎ -----	০৮
৩। আধুনিক যুগে কনটেন্ট ক্রিয়েটরের গুরুত্ব -----	১০
৪। ক্রিয়েটর মাইন্ডসেট -----	১১
৫। পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং এর জন্য কনটেন্টের গুরুত্ব -----	১৩
৬। আপনার কি কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়ার যোগ্যতা আছে? -----	১৫
৭। কনটেন্ট থেকে নিজের ব্র্যান্ড গড়া -----	১৭
৮। প্ল্যাটফর্ম নির্বাচন (ইউটিউব নাকি ফেসবুক) -----	১৮
৯। নিশ (Niche) খুঁজে বের করা -----	১৯
১০। অডিয়েন্স রিসার্চ -----	২১
১১। লক্ষ্য নির্ধারণ -----	২৩
১২। প্রতিযোগীদের বিশ্লেষণ -----	২৪
১৩। কনটেন্ট আইডিয়া জেনারেশন -----	২৫
১৪। প্রয়োজনীয় সরঞ্জাম (বাজেট অনুযায়ী) -----	২৬
১৫। স্ক্রিপ্ট রাইটিং ও স্টোরিটেলিং -----	২৭
১৬। ভিডিও/অডিও এডিটিং এর প্রাথমিক ধারণা -----	২৯

১৭। ভিডিওতে আকর্ষণীয় ছক -----	৩০
১৮। থার্মনেইল ও টাইটেলের গুরুত্ব -----	৩১
১৯। এসইও মিথ (SEO Myth) -----	৩২
অধ্যায়: ফেসবুক (Facebook Mastery)	
২০। ফেসবুক অ্যালগরিদম -----	৩৩
২১। ফেসবুক পেজ সেটআপ -----	৩৫
২২। ফেসবুক রিলস স্ট্রাটেজি -----	৩৭
২৩। ওয়াচটাইম বাড়ানোর কৌশল -----	৩৯
২৪। ফেসবুক অ্যানালিটিক্স / ইনসাইটস -----	৪০
২৫। ফেসবুক কন্টেন্ট মনিটাইজেশন -----	৪২
২৬। ফেসবুক স্টার (Stars) মনিটাইজেশন -----	৪৪
২৭। অন্যান্য মনিটাইজেশন: সাবফ্রিপশন, ব্র্যান্ডেড কন্টেন্ট -----	৪৬
২৮। ফেসবুক বোনাস -----	৪৮
২৯। ফেসবুক কমিউনিটি স্ট্যান্ডার্ডস ও গাইডলাইন -----	৪৯
৩০। ফেসবুক মনিটাইজেশন পলিসি -----	৫২
৩১। মেটা বিজনেস সুট -----	৫৪
৩২। মেটা বিজনেস পোর্টফোলিও -----	৫৬
৩৩। প্রফেশনাল ড্যাশবোর্ড -----	৫৭
৩৪। বাংলা নাকি ইংলিশ কন্টেন্ট -----	৫৮
৩৫। ইংলিশ কন্টেন্টে ডলার কেন বেশি? -----	৬১
৩৬। রিলস ভিডিও নাকি লং ভিডিও -----	৬২

৩৭। টিআইএন (TIN) সার্টিফিকেট -----	৬৩
৩৮। পেআউট অ্যাকাউন্ট সেটআপ -----	৬৫
৩৯। পেআউট অ্যাকাউন্ট আপডেট -----	৬৭
৪০। পেআউট একাউন্ট ডিজেবল -----	৬৮
৪১। ফেসবুক শ্যাডো ব্যান কি? -----	৭০
৪২। শ্যাডো ব্যান কেন হয় এবং কি করণীয়? -----	৭১
৪৩। কোন ধরনের কনটেন্টে বেশি আয় হয়? -----	৭৩
৪৪। যেসব শব্দগুলোর কারণে অ্যাকাউন্ট রেড ফ্ল্যাগ হতে পারে -----	৭৫
৪৫। ১০ সেকেন্ডস ব্যাক টু ব্যাক -----	৭৬
৪৬। ফেসবুক কেস স্টাডি -----	৭৭
৪৭। ফেসবুক সফলতার গল্প -----	৭৯
অধ্যায়: ইউটুব (YouTube Mastery)	
৪৮। কেন ইউটুব সেরা প্ল্যাটফর্ম হতে পারে? -----	৮১
৪৯। ইউটুব কি একটা পেশা হতে পারে? -----	৮২
৫০। ইউটুব লং ভিডিও অ্যালগরিদম -----	৮৩
৫১। ইউটুব শর্টস ভিডিও অ্যালগরিদম -----	৮৫
৫২। লং ভিডিও নাকি শর্ট ভিডিও -----	৮৮
৫৩। ইউটুব CPM, RPM, CTR, CTA, APV, AVD -----	৮৯
৫৪। অ্যাড রেভিনিউ শেয়ার -----	৯০
৫৫। ইউটুব SEO ভুল ধারণা ও স্ক্যাম থেকে সাবধানতা -----	৯১
৫৬। ইউটুব সার্চ এন্ড ডিসকভারি সিস্টেম -----	৯২

৫৭। টাইটেল, ডেসক্রিপশন, ট্যাগ, কীওয়ার্ড, ও থাম্বনেইল -----	৯৩
৫৮। এ বি (AB) টেস্টিং -----	৯৪
৫৯। নিশ (Niche) কী এবং কেন গুরুত্বপূর্ণ? -----	৯৫
৬০। আপনার জন্য সঠিক নিশ কোনটি? -----	৯৫
৬১। ইউটিউব চ্যানেল তৈরি ও ব্র্যান্ড চ্যানেল খোলা -----	৯৬
৬২। চ্যানেলের নাম নির্বাচন -----	৯৮
৬৩। লোগো এবং চ্যানেল ব্যানার -----	৯৮
৬৪। চ্যানেল সেটিংস ও ভেরিফিকেশন -----	৯৯
৬৫। চ্যানেল সিকিউরিটি -----	১০১
৬৬। ক্যামেরার সামনে কথা বলার জড়তা কাটানোর উপায় -----	১০৩
৬৭। কপিরাইট ফ্রি মিডিয়া ও ভিডিও ফুটেজ কোথায় পাবেন? -----	১০৪
৬৮। সঠিক নিয়মে ভিডিও আপলোড -----	১০৬
৬৯। End screen এবং Cards এর ব্যবহার -----	১০৮
৭০। ভিডিও আপলোড টাইম -----	১০৯
৭১। ইউটুব কমিউনিটি গাইডলাইন -----	১১০
৭২। ইউটুব মনিটাইজেশন পলিসি -----	১১৩
৭৩। ইউটিউব পার্টনার প্রোগ্রাম (YPP) -----	১১৫
৭৪। গুগল এডসেন্স -----	১১৬
৭৫। কপিরাইট স্ট্রাইক এবং কপিরাইট ক্লেইম -----	১১৮
৭৬। কপিরাইট স্ট্রাইক পেলে করণীয় কী? -----	১১৯
৭৭। ইউটুব ষ্টুডিও বা ড্যাশবোর্ড -----	১২০

৭৮। ইউটুব অ্যানালিটিক্স -----	১২২
৭৯। অন্যের কনটেন্ট ব্যবহার করার নিয়ম -----	১২৪
৮০। ইউটুব অটোমেশন বা ফেসলেস ইউটুব চ্যানেল -----	১২৬
৮১। কিভাবে ফেসলেস ইউটিউব চ্যানেল শুরু করবো? -----	১২৮
৮২। আমার কি ইউটুব অটোমেশন শুরু করা উচিত -----	১৩১
৮৩। এআই দিয়ে কনটেন্ট তৈরি -----	১৩২
৮৪। এআই কনটেন্ট কি মনিটাইজ হবে? -----	১৩৩
৮৫। ইউটুবের মাধ্যমে ইনকামের কয়েকটি রাস্তা -----	১৩৫
৮৬। ইউটুবে সফলতার রাস্তা -----	১৩৭
৮৭। ইউটুব কেস স্টাডি -----	১৩৮
৮৮। ইউটুব সফলতার গল্প -----	১৩৯
অধ্যায়: দর্শকের সাথে সম্পর্ক	
৯১। কমেন্টের উত্তর দেওয়া এবং লাইভ সেশন করা -----	১৪১
৯০। দর্শককে সাবস্ক্রাইব, লাইক, শেয়ার করতে উৎসাহিত করা	১৪২
৯১। সমালোচনা এবং নেতৃবাচক মন্তব্য মোকাবেলা করার উপায়	১৪৩
৯২। দর্শকদের জন্য সুস্থ কনটেন্ট তৈরি করুন -----	১৪৪
অধ্যায়: উপসংহার ও অ্যাকশন প্ল্যান	
৯৩। ধারাবাহিকভাবে কনটেন্ট তৈরি করুন -----	১৪৫
৯৪। কনটেন্ট ক্যালেন্ডার এবং টাইম ম্যানেজমেন্ট -----	১৪৬
৯৫। এক প্রাহের অ্যাকশন প্ল্যান -----	১৪৮
৯৬। গুরুত্বপূর্ণ টুলস এবং রিসোর্সের তালিকা -----	১৫০

ভূমিকা

ডিজিটাল যুগে আমরা এক নতুন বাস্তবতায় প্রবেশ করেছি। যেখানে শুধু মোবাইল ফোন আর ইন্টারনেট সংযোগই মানুষের স্বপ্নপূরণের সুযোগ তৈরি করে দিতে পারে। আগে কনটেন্ট তৈরি করা, ভিডিও বানানো, বা নিজের প্রতিভা তুলে ধরা ছিল কিছু মানুষের হাতে। আজ সেই সুযোগ সবার।

ফেসবুক এবং ইউটিউব শুধু বিনোদনের প্ল্যাটফর্ম নয়। এগুলো এখন শেখার, পরিবর্তনের, অনুপ্রেরণার এবং আয়ের সবচেয়ে বড় মাধ্যমগুলোর একটি। লাখো মানুষ প্রতিদিন এই প্ল্যাটফর্মগুলো ব্যবহার করে তাদের গল্প তুলে ধরছেন, জ্ঞান শেয়ার করছেন, ব্যবসার প্রচারণা করছেন এবং একই সঙ্গে নিজেদের জন্য একটি টেকসই আয়ের উৎস তৈরি করছেন।

এই বইটি লিখার মূল উদ্দেশ্য হলো—

যে কেউ, যেকোনো জায়গায় বসে যেন কনটেন্ট ক্রিয়েশন শুরু করতে পারেন। যারা নতুন, যারা দ্বিধায় আছেন, যারা জানেন না কোথা থেকে শুরু করবেন, এই বই হবে তাদের জন্য একটি বাস্তবভিত্তিক রোডম্যাপ।

আমি বিশ্বাস করি—

সঠিক জ্ঞান + সঠিক দিকনির্দেশনা + নিয়মিত চর্চা = ডিজিটাল সফলতা।

আপনি যদি এই তিনটি জিনিস ধরে রাখতে পারেন, তবে একসময় আপনার কনটেন্টই হবে আপনার পরিচয়, আপনার আয়ের উৎস এবং আপনার ক্যারিয়ারের মূল ভিত্তি।

এই যাত্রা আজই শুরু হোক আপনার হাত ধরে, আপনার গল্প দিয়ে, আপনার স্বপ্ন নিয়ে।

কনটেন্ট ক্রিয়েশনের ভবিষ্যৎ

কনটেন্ট ক্রিয়েশন কোনো সাময়িক ট্রেন্ড নয়। এটি ধীরে ধীরে মানুষের দৈনন্দিন জীবনের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হয়ে উঠেছে। কয়েক বছর আগেও মানুষ খবর দেখত টিভিতে, গান শুনত রেডিওতে, আর শেখার জন্য বইয়ের ওপর নির্ভর করত। এখন সেই সবকিছুর জায়গা দখল করেছে ডিজিটাল কনটেন্ট। এই পরিবর্তন থেমে যাবে না, বরং আরও দ্রুতগতিতে এগোবে।

ভবিষ্যতে কনটেন্টের চাহিদা আরও বাঢ়বে। কারণ মানুষ এখন শুধু বিনোদন নয়, শেখা, সিদ্ধান্ত নেওয়া এবং অনুপ্রেরণা পাওয়ার জন্যও কনটেন্টের ওপর নির্ভর করছে। ছোট একটি ভিডিও মানুষের চিন্তাধারা বদলে দিতে পারে, একটি পোস্ট কারও জীবনের দিকনির্দেশনা হয়ে উঠতে পারে। তাই কনটেন্ট শুধু সময় কাটানোর মাধ্যম নয়, এটি প্রভাব তৈরির হাতিয়ার।

অনেকের মনেই একটা প্রশ্ন "ইউটিউব বা ফেসবুকে তো ক্রিয়েটরের অভাব নেই! আমি কি এখানে জায়গা করতে পারব?"

এই প্রশ্নের উত্তর এক কথায়, অবশ্যই পারবেন। কনটেন্ট ক্রিয়েশনের ভবিষ্যৎ শুধু উজ্জ্বলই নয়, এটি আগামী দিনের সবচাইতে বড় পেশাগুলোর একটি হতে যাচ্ছে। কেন? চলুন একটু মিলিয়ে দেখি।

১. টিভির জায়গা নিচে মোবাইল ফোন

একটু খেয়াল করলেই দেখবেন, মানুষ এখন টিভির সামনে বসে থাকার চেয়ে নিজের স্মার্টফোনের পর্দায় তাকিয়ে থাকতেই বেশি পছন্দ করে। খবর দেখা থেকে শুরু করে নাটক, সিনেমা, খেলা বা রান্নার রেসিপি, সবকিছুই এখন মানুষের হাতের মুঠোয়। আগামী ১০ বছরে এই প্রবণতা আরও বাঢ়বে। আর মোবাইলের পর্দায় মানুষ যা দেখে, তা তো আপনাদের মতো ক্রিয়েটরাই তৈরি করেন। যেখানে মানুষের চোখ, সেখানেই ভবিষ্যৎ।

২. এটি এখন একটি বিশাল ইন্ডাস্ট্রি

কয়েক বছর আগেও ইউটিউব বা ফেসবুকে ভিডিও বানানোকে মানুষ নিছক ‘শখ’ বা ‘পাগলামি’ মনে করত। কিন্তু এখন এটি একটি সিরিয়াস পেশা। বড় কোম্পানিগুলো এখন টিভি বিজ্ঞাপনের চেয়ে কনটেন্ট ক্রিয়েটরদের মাধ্যমে তাদের পণ্যের প্রচার করতে বেশি আগ্রহী। কারণ, মানুষ ক্রিয়েটরদের বিশ্বাস করে। এই ‘ক্রিয়েটর ইকোনমি’ বা ক্রিয়েটরদের বাজার দিন দিন বড় হচ্ছে এবং ভবিষ্যতে এখানে কাজের সুযোগ আরও বাড়বে।

৩. তথ্যের ক্ষুধা

মানুষ এখন সবকিছুর সমাধান ইন্টারনেটে খোঁজে। “কিভাবে টাই বাঁধতে হয়” থেকে শুরু করে “কিভাবে ফ্রিল্যান্সিং করতে হয়” সবকিছুর উত্তর মানুষ ভিডিওর মাধ্যমে পেতে চায়। যতদিন মানুষের জানার আগ্রহ থাকবে, ততদিন কনটেন্ট ক্রিয়েটরদের প্রয়োজনীয়তা ফুরোবে না।

৪. এআই

প্রযুক্তির উন্নতির সাথে সাথে কনটেন্ট তৈরির ধরনও বদলাবে। এআই, অটোমেশন ও স্মার্ট টুলস কনটেন্ট তৈরিকে আরও সহজ করে দিয়েছে। এতে নতুনদের জন্য প্রবেশের বাধা কমবে, আবার প্রতিযোগিতা বাড়বে। ফলে কৃতিম বুদ্ধিমত্তাকে নিজেদের খ্রেড না ভেবে সঠিক ভাবে কাজে লাগাতে হবে।

৫. বর্তমান প্রেক্ষাপট

বিশ্বে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর সংখ্যা জ্যামিতিক হারে বাড়ছে। গ্রাম থেকে শহর সবখানে এখন হাই-স্পিড ইন্টারনেট পৌঁছে যাচ্ছে। এর মানে হলো, আপনার তৈরি করা ভিডিও দেখার মতো দর্শক প্রতিদিন বাড়ছে। আজ যারা ইন্টারনেট ব্যবহার শুরু করছেন, তারা আগামী কাল আপনার চ্যানেলের সাবস্ক্রাইবার হতে পারেন।

সবশেষে বলবো, যে ক্রিয়েটররা ভাইরালের পেছনে না ছুটে মানুষের জন্য উপকারী কনটেন্ট তৈরি করবে, তারাই দীর্ঘমেয়াদে টিকে থাকবে।

ক্রিয়েটর মাইন্ডসেট

কনটেন্ট ক্রিয়েশনে সফলতা শুধু ভালো ক্যামেরা, সুন্দর এডিটিং বা ভালো মাইক্রোফোনের ওপর নির্ভর করে না। এর ভিত্তি গড়ে ওঠে একজন ক্রিয়েটরের মানসিকতায়। যে মানসিকতা একজন মানুষকে নিয়মিত কাজ করতে শেখায়, ব্যর্থতার পরেও সামনে এগিয়ে যেতে সাহায্য করে এবং সময়ের সাথে নিজেকে উন্নত করতে অনুপ্রাণিত করে।

একজন সফল ক্রিয়েটর শুরুতেই বড় ফলের আশা করেন না। তিনি জানেন, শুরুতে কম ভিউ, কম লাইক বা কম রিচ পাওয়া স্বাভাবিক। এই সময়টাকে তিনি শেখার সময় হিসেবে দেখেন। প্রতিটি ভিডিও, পোস্ট বা কনটেন্ট তার জন্য একটি অনুশীলন। এই ধৈর্যই ধীরে ধীরে তাকে অন্যদের থেকে আলাদা করে তোলে।

সফল ক্রিয়েটরের আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ মানসিকতা হলো ধারাবাহিকতা। মন ভালো থাকুক বা খারাপ, ফল আসুক বা না আসুক, তিনি নিয়মিত কনটেন্ট তৈরি করে যান। কারণ তিনি জানেন, কনটেন্ট ক্রিয়েশন একদিনের কাজ নয়। এখানে ধীরে ধীরে বিশ্বাস তৈরি হয়, পরিচিতি তৈরি হয় এবং ফল আসে সময়ের সাথে।

সফল ক্রিয়েটররা অন্যের সাথে নিজেদের তুলনা করেন না বরং নিজের যাত্রার ওপর বেশি মনোযোগ দেন। অন্যের ভিউ, সাবস্ক্রাইবার বা আয়ের সঙ্গে নিজেকে তুলনা করলে হতাশা আসে। কিন্তু নিজের আগের কনটেন্টের সঙ্গে বর্তমান কনটেন্টের তুলনা করলে উন্নতি বোঝা যায়। এই দৃষ্টিভঙ্গিই একজন ক্রিয়েটরকে মানসিকভাবে শক্ত রাখে।

একজন ভালো ক্রিয়েটর সবসময় শেখার মানসিকতা রাখেন। অ্যালগরিদম বদলাতে পারে, ট্রেন্ড পরিবর্তন হতে পারে, প্ল্যাটফর্ম নতুন নিয়ম আনতে পারে। যে ক্রিয়েটর নিজেকে আপডেট রাখেন এবং নতুন কিছু শেখেন, তিনিই টিকে থাকেন।

এটা দৌড় প্রতিযোগিতা নয়, এটা ম্যারাথন। রাতারাতি ভাইরাল হওয়ার স্বপ্ন দেখাটা খুবই স্বাভাবিক। কিন্তু সত্যিটা হলো, সফলতা একদিনে আসে না। আপনাকে ধৈর্য ধরে(ধারাবাহিকভাবে) কাজ করে যেতে হবে। প্রথম ১০টা, ২০টা বা এমনকি ১০০টা ভিডিও বানানোর পরেও হয়তো আপনি আশানুরূপ সাড়া পাবেন না। এই সময়টাতেই ৯৫% মানুষ হতাশ হয়ে হাল ছেড়ে দেয়। কিন্তু সফল ক্রিয়েটররা জানেন যে, এটা একটা লম্বা সফর। তারা ছোট ছোট পদক্ষেপে এগিয়ে যান এবং লেগে থাকেন। আপনার লক্ষ্য ১০০ মিটার দৌড়ানো নয়, আপনার লক্ষ্য ম্যারাথন শেষ করা।

আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ মানসিকতা হলো দর্শকের প্রতি দায়িত্ববোধ। একজন সফল ক্রিয়েটর শুধু নিজের লাভের কথা ভাবেন না। তিনি চেষ্টা করেন এমন কনটেন্ট তৈরি করতে যা দর্শকের উপকারে আসে, ক্ষতি করে না। এই সততা ও দায়িত্ববোধই দীর্ঘমেয়াদে দর্শকের বিশ্বাস তৈরি করে। যখন আপনার ভাবনার কেন্দ্রে ‘আমি’ না থেকে ‘আমার দর্শক’ থাকবে, তখন থেকেই আপনার চ্যানেল বা পেজের আসল উন্নতি শুরু হবে। দর্শকদের নিঃস্বার্থভাবে ভ্যালু দিন, দর্শকরা আপনাকে ভালোবাসা ফিরিয়ে দেবেই।

ভুল করা কোনো লজ্জা নয়। বিশ্বাস করুন, পৃথিবীর সবচেয়ে বড় ইউটিউবারও তার প্রথম ভিডিও দেখে এখন হয়তো লজ্জা পায়। প্রথম দিকে ভুল হবেই, ক্যামেরার সামনে কথা বলতে আটকে যাবেন, এডিটিং-এ গড়বড় হবে। এগুলোকে ব্যর্থতা হিসেবে না দেখে, শেখার অংশ হিসেবে নিন। প্রতিটি ভুল আপনাকে শেখাবে, পরেরবার কিভাবে আরও ভালো করা যায়। পারফেক্ট হওয়ার চেষ্টা না করে, শুরু করার চেষ্টা করুন।

সবশেষে বলা যায়, একজন সফল ক্রিয়েটরের মানসিকতা গড়ে ওঠে ধৈর্য, শেখার আগ্রহ, ধারাবাহিকতা এবং সততার মাধ্যমে। এই মানসিকতা থাকলে ধীরে হলেও পথ তৈরি হয়।

আপনার কি কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়ার যোগ্যতা আছে?

অনেকেই মনে করেন কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়া খুব কঠিন কাজ, কিংবা এটি শুধু বিশেষ কিছু মানুষের জন্য। বাস্তবে বিষয়টি এমন নয়। কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়ার যোগ্যতা কোনো সার্টিফিকেট বা বিশেষ প্রতিভার ওপর নির্ভর করে না। এটি নির্ভর করে আপনার চিন্তাভাবনা, শেখার আগ্রহ এবং ধারাবাহিকভাবে কাজ করার মানসিকতার ওপর।

কনটেন্ট ক্রিয়েটর হতে হলে সবচেয়ে আগে দরকার নিজের ভেতরের কথা প্রকাশ করার সাহস। আপনি হয়তো সবকিছু জানেন না, কিন্তু আপনার জানা অল্প কিছু বিষয়ও অন্য কারও জন্য অনেক মূল্যবান হতে পারে। অনেক সময় মানুষ পারফেক্ট তথ্য খোঁজে না, তারা বাস্তব অভিজ্ঞতা ও সহজ ব্যাখ্যা খোঁজে। এই জায়গাতেই একজন সাধারণ মানুষও কনটেন্ট ক্রিয়েটর হতে পারেন।

অনেকে ভাবেন ভালো কথা বলার দক্ষতা না থাকলে বা ক্যামেরার সামনে স্বাচ্ছন্দ্য না হলে কনটেন্ট ক্রিয়েশন সম্ভব নয়। কিন্তু কনটেন্টের ধরন অনেক রকম। কেউ কথা বলে কনটেন্ট বানায়, কেউ লিখে, কেউ ছবি বা ভিডিও এডিট করে, কেউ ফেসলেস কনটেন্ট তৈরি করে। নিজের সক্ষমতা অনুযায়ী পথ বেছে নেওয়াই এখানে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ।

কনটেন্ট ক্রিয়েটর হওয়ার যোগ্যতার আরেকটি বড় অংশ হলো ধৈর্য। শুরুতে তেমন রেসপন্স না পাওয়া, কম ভিড় বা কম রিচ পাওয়া খুব স্বাভাবিক। যারা এই সময়টুকু পার করে যেতে পারেন, তারাই সামনে এগোতে পারেন। যারা দ্রুত ফল আশা করেন, তারা মাঝপথেই থেমে যান।

সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হলো শেখার মানসিকতা। কনটেন্ট ক্রিয়েশন এমন একটি ক্ষেত্র যেখানে সবকিছু দ্রুত বদলায়। নতুন ফিচার আসে, নতুন ট্রেন্ড তৈরি হয়। যে ব্যক্তি শিখতে রাজি থাকেন এবং নিজের ভুল থেকে শিক্ষা নেন, তিনিই ধীরে ধীরে দক্ষ কনটেন্ট ক্রিয়েটরে পরিণত হন।

আপনার মধ্যে যদি নিচের গুণগুলো থাকে, তাহলে নির্দিধায় ধরে নিতে পারেন যে কনটেন্ট ক্রিয়েশনের দুনিয়ায় আপনার ভালো করার যথেষ্ট যোগ্যতা আছে।

১. শেখার আগ্রহ

২. ধৈর্য

৩. কৌতুহল এবং পর্যবেক্ষণ ক্ষমতা

৪. নিজের ভুল থেকে শেখার মানসিকতা

৫. অন্যের সমস্যার সমাধান করার মানসিকতা

৬. অন্যের সাথে নিজের তুলনা না করা

৭. লেগে থাকার মানসিকতা

৮. দর্শকদের গুরুত্ব দেওয়া

৯. সুস্থ কনটেন্ট তৈরি করার মানসিকতা

১০. শুরুতেই বেশি ভিউ কিংবা আয়ের চিন্তা না করা

শেষ কথা: কনটেন্ট ক্রিয়েটর হতে গেলে আপনার সুপারস্টার হওয়ার দরকার নেই। আপনার মধ্যে যদি এই গুণগুলো থাকে, তাহলে আপনি নিজের মতো করে একটা জায়গা তৈরি করে নিতে পারবেন। বাকিটা শুধু সময় আর কঠোর পরিশ্রমের ব্যাপার।