Issue 1 – Sep 2023

THE MASTERMIND SECRETS

A Premium Business Newsletter by **Mark Anupom Mollick**

কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এনালাইসিস



বিগিনিং অফ দ্যা সিক্রেটস

দ্যা সিক্রেটস ইন ইওর কম্পিটিটর প্রোডাক্টস!

কিভাবে কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এনালাইসিস করে মার্কেট ডমিনেট করবেন
(স্টেপ বাই স্টেপ গাইডলাইন)

টানেল ভিশন বনাম ফানেল ভিশন

ইভেন্ট স্পটলাইট

Published by IDEAN CONSULTING



বিগিনিং অফ দ্যা সিক্রেটস

প্রিয় মাস্টারমাইন্ড,

‘The Mastermind Secrets’ এর প্রথম ইস্যুতে আপনাকে স্বাগতম জানাচ্ছি, আমি মার্ক অনুপম মল্লিক।

আমি অত্যন্ত এক্সাইটেড যে আপনাকে সাথে নিয়ে এরকম একটা নতুন জার্নি শুরু করছি। অনেকদিন ধরেই চাচ্ছিলাম বাংলাতে মার্কেটিং টেকনোলোজি, বিজনেস এবং পারসোনাল ডেভেলপমেন্ট নিয়ে একটা এক্সক্লুসিভ নিউজলেটার শুরু করতে।

আমার কনসাল্টিং ফার্ম আইডিয়ান কনসাল্টিং প্লাটফর্মের মাধ্যমে আমি নিয়মিত বিভিন্ন এডভান্সড অনলাইন কোর্স, করপোরেট ট্রেইনিং, লাইভ মেন্টরশীপ প্রোগ্রাম কন্ডাক্ট করি। কোনটি কয়েক ঘন্টার প্রি-রেকর্ডেড কোর্স, কোনটি ফুল ডে প্রোগ্রাম, কোনটি কয়েক মাসের ট্রেইনিং। আবার বিভিন্ন ক্লায়েন্টের সাথে লংটার্ম কনসাল্টিং প্রজেক্ট তো আছেই।

কিন্তু আমার সবসময়ই মনে হচ্ছিল সামথিং মিসিং! স্পেশালি আমার এডভান্সড লাইভ ট্রেইনিং এবং মেন্টরশীপ প্রোগ্রাম এর পার্টিসিপেন্টরা একদিন বলছিলেন যে প্রোগ্রাম শেষ হয়ে যাবার পর কাজ করার মোটিভেশনটাও অনেক সময় কমে যায়। এমন কিছু থাকলে ভাল হতো যেখানে রেগুলারলি কানেক্টেড থাকা সম্ভব। সেখান থেকেই বেসিকালি এই নিউজলেটারের আইডিয়া। নিউজলেটার যেহেতু নিয়মিত পাবলিশ হয়, সুতরাং একটা নির্দিষ্ট সময় পর পর স্পেসিফিক কোন টপিক নিয়ে আলোচনা করার সুযোগ থাকে।

একটা নিউজলেটার পড়ার পর সেই টপিকগুলো নিয়ে নিজে আরো ইন-ডেপথ স্টাডি করার, এপ্লাই করার সুযোগ থাকে। আবার পরের ইস্যুতে নতুন অন্য কোন টপিক হাতে এসে পৌছায়। এভাবে বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ লার্নিং খুব সহজে, প্রেশার না নিয়ে, আনন্দ সহকারে কনজিউম করা সম্ভব। এবং এটা মাসের পর মাস কন্টিনিউ থাকে। যেহেতু এখান থেকে একটা কমিউনিটিও তৈরি করা সম্ভব, ফলে বিভিন্ন সময়ে এগুলো নিয়ে সমমনা ব্যক্তিদের সাথে আলোচনার সুযোগ হয়। এতে শেখার আনন্দ, আগ্রহও অনেকগুণ বেড়ে যায়।

কোন একটা স্পেসিফিক স্কিল ডেভেলপ এর জন্য অবশ্যই অর্গানাইজড কোর্স, ট্রেইনিং এর বিকল্প নেই। কিন্তু নিয়মিত নিজেকে আপডেটেড রাখার জন্য, একটা নিয়মিত বিরতিতে রেগুলারলি অল্প করে কিছু হলেও লার্ন করাটা আবশ্যক।

আমার সাথে যারা মেলামেশা করেন তারা জানেন যে আমি নিজে প্রচুর পরিমাণ স্টাডি করি। বিভিন্ন টপিকের উপর বই, শত শত আর্টিকেল, রিসার্চ পেপার, ব্লগ, এমনকি ভাল লিঙ্কডিন পোস্ট! প্রায় সারাদিনই কিছু না কিছু পড়ার উপরই থাকি। আমি হিসেব করে দেখেছিলাম আমার ক্যারিয়ারের প্রথম পাঁচ বছরে শুধুমাত্র ষাট হাজার আর্টিকেল পড়েছিলাম মার্কেটিং, বিজনেস এসব নিয়ে!

সেলফ ডেভেলপমেন্ট করার একটা গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হচ্ছে আপনাকে প্রো-এক্টিভ লার্নিং করতে হবে, নিজেকে ফিউচার এর জন্য প্রস্তুত করে রাখতে হবে। আপনার সামনে হঠাৎ একটা অপরচ্যুনিটি আসবে, তারপর আপনি আজকে রাতের মধ্যে জেনে শিখে কালকে সেটা গ্রহণ করতে যাবেন এভাবে হয় না।

আমাকে অনেকে লাস্ট মোমেন্টে রিচ করে। বলে নেক্সট উইকে জব ইন্টারভিউ আছে অমুক কোর্সটাতে কাইন্ডলি আমাকে এনরোল করার সুযোগ দিন যেন শিখতে পারি। অথচ এর কয়েকমাস আগেই যখন কোর্সটা অফার করেছিলাম তখন সে জেনেও এনরোল করেনি!

এভাবে আসলে ক্যারিয়ারে বেশি উন্নতি করা যায়না। আপনাকে স্কিল ডেভেলপ করতে হবে আগে, তারপর অপরচ্যুনিটি আসলে সেটাকে কাজে লাগাতে হবে ইন্সটান্টলি।

Luck is when **preparation** meets **opportunity**

আমরা জানিনা যে কখন ধুম করে কোন অপরচ্যুনিটি আসবে। তাই আপনাকে প্রো-এক্টিভলি রেলিভ্যান্ট স্কিল ডেভেলপ করতে হবে যেন উপযুক্ত সময়ে কাজে লাগানো যায়।

দ্যা মাস্টারমাইন্ড সিক্রেটস নিউজলেটারে আমরা একেক ইস্যুতে একেকটা স্পেসিফিক ফিচার টপিক নিয়ে আলোচনা করবো। যেমন এবারের প্রথম সংখ্যাতে আমরা কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এনালাইসিস করা নিয়ে আলোচনা করেছি। এর পাশাপাশি কখনো ইন্ডাস্ট্রির ট্রেন্ডি টপিক যেমন চ্যাটজিপিটি, কখনো কোন মেম্বার স্পটলাইন, কখনো বিজনেস কেইস স্টাডি, অসাধারণ কোন বিজনেস বই এর রিভিউ, নিউজ বা ইভেন্ট আপডেট ইত্যাদি থাকবে।

নিউজলেটারটা হবে আমাদের একসাথে একটা জার্নি। যেখানে আমরা কখনো একদম ব্র্যান্ড নিউ স্ট্র্যাটেজি নিয়ে আলোচনা করবো, আবার কখনো হয়তো অনেক পুরাতন কিন্তু গুরুত্বপূর্ণ কোন ক্লাসিক স্ট্র্যাটেজি তুলে নিয়ে আসবো ইতিহাস ঘেটে। এই নিউজলেটার আপনাকে ভাবতে সাহায্য করবে, চিন্তার খোরাক যোগাবে। কিছু কিছু বিজনেস স্ট্র্যাটেজি,

আইডিয়া আপনি ইমিডিয়েটলি বিজনেসে কাজে লাগাবেন। কিছু হয়তো ছয় মাস পর।



আপনি প্রতি মাসের এক (01) তারিখে কয়েক ঘন্টা সময় আলাদা করে রাখবেন যেন নিউজলেটারটা একদম মন দিয়ে পড়ে শেষ করতে পারেন। পড়ার পর অবশ্যই আমাকে ইমেইল করে আপনার এক্সপেরিয়ন্স, লার্নিং, অপিনিয়ন জানাবেন। প্লাস ডেডিকেটেড ফেইসবুক গ্রুপে পোস্ট ও আলোচনায় অংশগ্রহণ করবেন।

ফেইসবুক গ্রুপের লিঙ্ক ড্যাশবোর্ডে দেয়া আছে, জয়েন না করলে এখনই করে ফেলুন। এখানেও লিঙ্ক দিলামঃ
https://www.facebook.com/groups/607953218078963

সামনের দিনগুলোতে আমি আরো অনেক অনেক এক্সাইটিং জিনিস নিয়ে আসার জন্য প্ল্যানিং এবং কাজ করছি। এর মধ্যে একটা ফিজিক্যাল ইভেন্ট আয়োজন অন্যতম। এটা হবে মাস্টারমাইন্ডদের নিয়ে একটা এক্সক্লুসিভ ট্রেইনিং প্রোগ্রাম। অনেকে সামনাসামনি দেখা করতে চান, এখানে আমাদের দেখা করার এবং নেটওয়ার্কিং এর সুযোগ হবে।

আপনি সামনের দিনগুলোতে আরো বেটার ক্যারিয়ার এবং বিজনেস গড়ে তুলবেন এই প্রত্যাশায়...

Let the journey begin!

মার্ক অনুপম মল্লিক
01 সেপ্টেম্বর, 2023



দ্যা সিক্রেটস ইন ইওর কম্পিটিটর প্রোডাক্টস!



1950 এর দশকে, জাপানীজ গাড়ী প্রস্তুতকারকরা USA মার্কেটে ঢুকতে বেশ স্ট্র্যাগল করছিল। টয়োটা, হোন্ডা, নিশান - সব প্রস্তুতকারকই আমেরিকার বিশাল মার্কেটের পটেনশিয়াল বুঝতে পারছিল, কিন্তু তারা মার্কেট পেনিট্রেট করতে পারছিল না। এর কারণ আমেরিকান কাস্টোমাররা বড়, পাওয়ারফুল গাড়িতে অভ্যস্ত ছিল, এবং জাপানীজ গাড়ি তারা লো-কোয়ালিটি মনে করতো।



জাপানীজ কার মেকাররা পুরোপুরি কম্পিটিশনে নামার আগে তাই আমেরিকান কম্পিটিটরদের কে স্টাডি করা শুরু করলো। তাদের প্রোডাকশন প্রসেস, ইঞ্জিনিয়ারিং টেকনিক এগুলো খুব গভীরভাবে এনালাইসিস করলো।

আর এখান থেকে লার্নিং নিয়ে তারা আরো কম্প্যাক্ট, ফুয়েল এফিসিয়েন্ট গাড়ী তৈরি করতে শুরু করলো। টয়োটা 'Total Quality Management (TQM)' এডাপ্ট করার ফলে প্রোডাক্ট কোয়ালিটি ইম্প্রুভ করলো, ডিফেক্ট কমে আসলো, কাস্টোমার স্যাটিসফ্যাকশন

বাড়লো। একইভাবে 'Lean Manufacturing' প্রিন্সিপল ইমপ্লিমেন্ট করার ফলে তাদের প্রোডাকশন এফিসিয়েন্ট হলো, খরচ কমে আসলো।

সেই সাথে জাপানীজরা লক্ষ্য করলো আমেরিকান গাড়ির ডিলাররা কাস্টোমার সার্ভিসের উপর অনেক জোর দেয়। এটা দেখে তারাও 'Customer Centric' এপ্রোচ নিয়ে এক্সেপশনাল কাস্টোমার সার্ভিস দিতে শুরু করলো। লংটার্ম ওয়ারেন্টি, সার্ভিস প্যাকেজ ইত্যাদি অফার করার মাধ্যমে তারা আমেরিকান কাস্টমারদের এটেনশন পেতে শুরু করলো।

এভাবে মাত্র কয়েক হাজার কার সেলস থেকে পরবর্তী দশকগুলোতে তারা কয়েক মিলিয়ন গাড়ি বিক্রি করা শুরু করলো আমেরিকান মার্কেটে।

Decade	U.S. Car Sales (Annual)	Japanese Car Sales (Annual)
1960s	8-10 million units	Modest, few tens of thousands
1970s	10-12 million units	Rapid increase, 1-2 million
1980s	12-14 million units	Peak over 3 million
1990s	15-17 million units	Generally, around 3 million

প্রিয় মাস্টারমাইন্ড, আপনার বিজনেস গ্রোথের জন্য অত্যন্ত শক্তিশালী গোপন অস্ত্র –

Analyze Your Competitors Products and Services!

আজ থেকে বছর দশক আগে আমি এবং আমার কয়েকজন বুয়েটিয়ান ফ্রেন্ড মিলে জবের পাশাপাশি সাইড বিজনেস দাঁড় করানোর পরিকল্পনা করি। এসময় আমরা অনেকগুলো আইডিয়া এক্সপ্লোর করি, যার মধ্যে একটা ছিল কো-ওয়ার্কিং স্পেস।

বাংলাদেশে 2013-14 সালে কো-ওয়ার্কিং স্পেস এর কনসেপ্টটা এখনকার মতো পরিচিত ছিল না। কিন্তু সিলেক্টেড কিছু কো-ওয়ার্কিং স্পেস ঢাকা শহরে ছিল। আমার মনে আছে আমরা ফ্রেন্ডরা মিলে উইকেন্ডে বা বিকেলে বিভিন্ন কো-ওয়ার্কিং স্পেসে গিয়ে কাজ করতাম। আসল উদ্দেশ্য ছিল তাদের লোকেশন, প্রাইসিং, কাস্টোমার, সার্ভিস ইত্যাদি এনালাইসিস করা। (যদিও পরবর্তীতে বিভিন্ন কারণে আমরা সেই আইডিয়াটা নিয়ে সামনে আগাই নি)।

এভাবে কম্পিটিটর এর সব প্রোডাক্ট বা সার্ভিস কেনা, ব্যবহার, এনালাইসিসের মাধ্যমে আপনি ভ্যালুয়েবল সব ইনসাইট পাবেন।

জানতে পারবেন তাদেরঃ

- সেলস এবং মার্কেটিং ফানেল
- অফার, প্রাইসিং, প্যাকেজিং, ফিচারস
- প্রসেস এন্ড পলিসি
- ফুল কাস্টোমার জার্নি
- কাস্টোমার কেয়ার, আফটার সেলস সার্ভিস

এবং সেই সাথে reverse engineer করার সুযোগ পাবেন তাদের প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস। যেই নলেজ কাজে লাগিয়ে আপনিঃ

- বেটার সল্যুশন তৈরি করতে পারবেন
- স্ট্রেন্থগুলো জেনে নিজেদের ডেভেলপ করতে পারবেন
- তাদের দূর্বলতাগুলোকে কাজে লাগাতে পারবেন

Reverse Engineering (রিভার্স ইঞ্জিনিয়ারিং) হচ্ছে সেই প্রসেস যেখানে আপনি একটা প্রোডাক্ট, সার্ভিস, সিস্টেম বা টেকনোলোজি এনালাইসিস করবেন যার ফলে আপনি তার সমস্ত কম্পোনেন্ট, ফাংশোনালিটি, ডিজাইন, ফিচার, আন্ডারলাইন প্রিন্সিপল, মেকানিজম বুঝতে পারবেন এবং সেগুলো নিজের প্রয়োজন অনুযায়ী কাজে লাগাবেন।

একটু কেয়ারফুলি লক্ষ্য করুন, আমি কিন্তু বলেছি কম্পিটিটর এর **"সব"** প্রোডাক্ট বা সার্ভিস কিনতে। এর কারণ হচ্ছে অনেক সময় বাইরে থেকে যে এক দুইটা প্রোডাক্ট বা সার্ভিস দেখা যায় সেটা আসলে খুবই নগণ্য।

সেলস ফানেলের ভিতরে ঢুকলে আরো প্রোডাক্ট বা সার্ভিস reveal হয়, যেগুলো বাইরে থেকে দেখা যায় না। এসকল প্রোডাক্ট বা সার্ভিসই বেশিরভাগ সময় কোম্পানির রেভিনিউ এর সিংহভাগ। আপনি যদি আমার Marketing Funnel Mastery কোর্স করে থাকেন তাহলে এই ব্যাপারটা আপনার কাছে ক্লিয়ার হবে।

BUY Your Competitors Products. ALL of Them.
These Will be Absolute Game Changer for You!

চলুন দেখি কম্পিটিটর এর সব প্রোডাক্ট সার্ভিস কেনা এবং ব্যবহার করার মাধ্যমে কিভাবে আপনি লাভবান হবেনঃ

আপডেটেড থাকা

আপনি যদি নিয়মিত আপনার কম্পিটিটরদের প্রোডাক্ট কেনেন, তাহলে আপনি তাদের লেটেস্ট স্ট্রাটেজি, ইনোভেশন সম্পর্কে আপডেটেড থাকতে পারবেন। প্রয়োজনে নিজের প্রোডাক্ট বা সার্ভিস আপডেট করে মার্কেটে রেলিভ্যান্ট থাকতে পারবেন।

স্ট্রিমিং জায়ান্ট Netflix নিয়মিত তার কম্পিটিটরদের স্টাডি করে। প্রতিদ্বন্দ্বীদের ইউজার ইন্টারফেইস, রেকমেন্ডেশন এলগরিদম, কন্টেন্ট লাইব্রেরি, প্লাটফর্ম এগুলো এনালাইজ করার মাধ্যমে তারা নিজেদের সার্ভিস নিয়মিত উন্নত করতে থাকে।

কাস্টোমার সেন্ট্রিক এপ্রোচ

কম্পিটিটর এর প্রোডাক্ট এনালাইসিস করার মাধ্যমে আপনি আপনার টার্গেট কাস্টোমারদেরকে এক্সপেকটেশন, প্রেফারেন্স সম্পর্কে ইন ডেপথ ইনসাইট পাবেন।

বিশ্বের অন্যতম সেরা টেকনোলোজি জায়ান্ট Apple তাদের প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্ট এর জন্য কম্পিটিটরদের ডিভাইসগুলোকে পুংখানুপুংখরুপে এনালাইসিস করে। এই এপ্রোচের মাধ্যমেই তারা আইফোন মার্কেটে আনে, যেখানে কাস্টোমারদের পছন্দের বিভিন্ন ফিচারগুলো এভেইলেবল ছিল।

গ্যাপ এবং অপরচ্যুনিটি

কম্পিটিটরদের প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস এনালাইসিস করে আপনি মার্কেটের gap খুজে বের করতে পারবেন। এবং সেই গ্যাপ ফিলাপ করার মাধ্যমে মার্কেট ক্যাপচার করতে পারবেন।

AirBnB হসপিটালিটি ইন্ডাস্ট্রিতে এভাবে গ্যাপ খুজে বের করে একটা ইউনিক প্লাটফর্ম তৈরি করে যেখানে ঘরোয়া পরিবেশে বসবাস করা যায় যা ট্রেডিশনাল হোটেল চেইন থেকে একদমই আলাদা।

কম্পিটিটির এর ভুল থেকে শেখা

অনেক সময় কম্পিটিটরদের প্রোডাক্ট এনালাইসিস করে শিখতে পারবেন কোন জিনিসগুলো ভুল, এবং সেগুলোকে এভয়েড করে বিজনেসের অযথা খরচ কমাতে পারবেন বা ক্ষতি থেকে রক্ষা করতে পারবেন।

ব্ল্যাকবেরী মোবাইল একসময় মোবাইল মার্কেটে রাজত্ব করলেও তারা টাচস্ক্রীন ইন্টারফেইসে যেতে অনিচ্ছুক ছিল। ফলে তারা মার্কেটে টিকতে পারে নি।

আপনার ভ্যালু প্রোপোজিশন শক্তিশালী করা

মেটা (ফেইসবুক) নিয়মিত তাদের সকল কম্পিটিটরদের এনালাইসিস করে এবং তাদের সেরা ফিচারগুলো নিজেরাও ডেভেলপ করে। এভাবে তারা ফেইসবুক রিলস, Threads, হোয়াটসএপ মেসেজে অনেক অনেক ফিচার নিয়ে এসেছে যা হুবুহু কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এর মতো।

ইনোভেশন

আপনি শুধুমাত্র এক্সিসটিং প্রোডাক্ট ডেভেলপমেন্টই না, ইউনিক এবং ইনোভেটিভ প্রোডাক্ট এবং সার্ভিসও নিয়ে আসতে পারবেন কম্পিটিটির এনালাইসিস এর মাধ্যমে।

ইলেকট্রিক কার মার্কেটে Tesla এবং অন্যরা এখন একে অপরকে নিয়মিত স্টাডি করার মাধ্যমে একে অন্যকে ছাড়িয়ে যাবার চেষ্টা করছে।

প্রাইসিং এবং পজিশনিং

আপনার প্রোডাক্টের পজিশনিং এবং প্রাইসিং ডিসিশন নেবার জন্যও কম্পিটিটির এনালাইসিস খুবই হেল্পফুল।

ইকমার্স জায়ান্ট অ্যামাজন, এয়ারলাইন Southwest প্রতিনিয়ত তাদের কম্পিটিটিরদের প্রাইসিং মনিটর করে যেন তারা সবচেয়ে কম প্রাইসে অফার করতে পারে।

ডিয়ার বিজনেস লিডারস, আপনার কম্পিটিটর এর সব প্রোডাক্ট কিনুন, ব্যবহার করুন, এনালাইসিস করুন। সেখান থেকে লার্নিং নিয়ে নিজের বিজনেসে এপ্লাই করুন। দেখবেন, আপনার বিজনেস গ্রোথ স্কাইরকেট করবে।

Play the SMART Game. Play to WIN.

কিভাবে

কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এনালাইসিস করে মার্কেট ডমিনেট করবেন

(স্টেপ বাই স্টেপ গাইডলাইন)



কম্পিটিটর এর সব প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস কিনে, ব্যবহার করে, এনালাইসিস করে, রিভার্স এঞ্জিনিয়ার করে আপনি আনলিমিটেড লিভারেজ পেতে পারেন। অনেক সময় সবচেয়ে পাওয়ারফুল স্ট্র্যাটেজিগুলো আমাদের চোখের সামনেই থাকে, কিন্তু আমরা সেগুলো দেখতে পাই না, কাজে লাগাই না।

2014 সালের দিকে আমরা ফ্রেন্ডরা মিলে একটা ই-কমার্স / এফ-কমার্স ব্র্যান্ড Woow লঞ্চ করি।

তখন বাংলাদেশে অনলাইন শপিং এর একদম শুরুর দিক। আমরা খুব ভাল করে মার্কেট রিসার্চ করে দেখলাম অনলাইনে জুয়েলারীর আইটেমের বেশ চাহিদা আছে, মার্কেটে গ্যাপ আছে। তাই আমরা জুয়েলারী আইটেম নিয়েই Woow স্টার্ট করলাম।

[Fun Fact - আমাদের Unique Value Proposition ছিল কাস্টোমারকে একটা wow এক্সপেরিয়েন্স দেয়া, সেজন্য ওয়াও নাম ঠিক করা। Wow নামে ডোমেইন এভেইলএবল না থাকার কারণে Woow নামকরণ করে Woow.com.bd ডোমেইন নিয়েছিলাম!]

প্রথম থেকেই আমরা খুব এক্সটেনসিভলি কম্পিটিটর এনালাইসিস করতাম। টপ সবগুলো জুয়েলারী পেইজ রেগুলার ফলো করতাম। নিজেরা, ফ্যামিলি মেম্বার, ফ্রেন্ডদের দিয়ে তাদের প্রোডাক্ট অর্ডার করাতাম। ইনবক্সে কাস্টোমারদের সাথে কনভারসেশন, স্পেশাল ডিসকাউন্ড দেয় কিনা, ডেলিভারী প্রসেস, প্রাইসিং, ডেলিভারী চার্জ, কোন ডেলিভারী কোম্পানী ব্যবহার করছে, কিভাবে প্যাকেজিং করছে, প্রোডাক্ট কোয়ালিটি, রিটার্ন পলিসি সব কিছু ভাল ভাবে লক্ষ্য করতাম।

এবং সেখানে থেকে লার্নিং নিয়ে নিজেদের নিয়মিত ডেভেলপ করতাম। এভাবে খুব অল্প সময়ে আমরা মার্কেট বেশ জনপ্রিয়তা লাভ করেছিলাম। অবশ্য কয়েক বছর বিজনেসটি রান করার পর পার্টনারদের ব্যস্ততা, ফোকাস শিফট হওয়া, অন্যান্য বিজনেস, প্রায়োরিটি ইত্যাদি বিভিন্ন কারণে আমরা আর Woow কন্টিনিউ করি নি।

কিন্তু এখান থেকেই আমি কম্পিটিটর এনালাইসিস এর গুরুত্ব আরো গভীরভাবে অনুধাবন করি। আমার নিজের বিজনেস এবং ক্লায়েন্টদের বিজনেসেও এটি এপ্লাই করি।

এই আল্ট্রা ডিজিটাল যুগে আমাদের কাজ আরো অনেক সহজ হয়ে গিয়েছে, কারণ অনলাইনে কম্পিটিটর প্রোডাক্ট অর্ডার করা, রিসার্চ করা এখন অনেক বেশি সহজ।

চলুন দেখি কিভাবে ধাপে ধাপে আপনি কম্পিটিটর প্রোডাক্ট এনালাইসিস করে মার্কেট ডমিনেট করবেনঃ

Step 1: Identify Competitors

সবার প্রথমে আপনার ইন্ডাস্ট্রির ডিরেক্ট এবং ইনডিরেক্ট কম্পিটিটরদের একটা পূর্নাংগ লিস্ট তৈরি করুন। এর মধ্যে যারা মার্কেটে অলরেডি এস্টাবলিশড তাদের তো রাখবেনই, সেই সাথে নতুন যারা আপনার কম্পিটর তাদেরও রাখবেন।

Step 2: Product and Service Analysis

কম্পিটিটরদের সব প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস কিনুন এবং টেস্ট করুন। মনে রাখবেন অনেক সময় বাইরে থেকে যে প্রোডাক্ট বেশি দেখা যায় সেটা জাস্ট tripwire প্রোডাক্ট, যা কাস্টমার একিউজিশন করার জন্য ব্যবহৃত হয়। Core product ফানেলের ভিতরে না ঢুকলে দেখা যায় না। সেই সাথে upsell, crosssell আইটেম গুলোতো বোঝা যায়ই না। অথচ এগুলোই হচ্ছে বিজনেসের মূল প্রফিট মেকার!

সুতরাং আপনি যদি আসলেই কম্পিটিটর এর সম্পর্কে খুব ভাল ভাবে বুঝতে চান তাহলে শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত সকল প্রোডাক্ট পারচেজ করুন।

সেগুলোকে ব্যবহার করুন, ফিচার, বেনেফিট, ইউজার এক্সপেরিয়েন্স এগুলো নিজে এক্সপেরিয়েন্স করুন। আপনার প্রোডাক্ট, সার্ভিসের সাথে তাদের ফিচার, ফাংশনালিটি, পারফরমেন্স কম্পেয়ার করুন।

তাদের প্রোডাক্ট বা সার্ভিসের স্ট্রেন্থ, উইকনেস, কোয়ালিটি, টেকসই, রিলায়িবিলিটি এগুলো পরীক্ষা করুন। তাদের প্রোডাক্টের বিশেষত্ব, ইউনিক ভ্যালু প্রোপোজিশন এগুলো আইডেন্টিফাই করুন।

Step 3: User Experience and Customer Journey

কম্পিটিটর এর প্রোডাক্ট বা সার্ভিসের সেলস ফানেল, পেইজে অর্ডার দেয়ার প্রসেস, ওয়েবসাইট, ল্যান্ডিং পেইজ, ইউজার ইন্টেরফেইস, ন্যাভিগেশন এগুলো এনালাইজ করুন। কতটা ইউজার ফ্রেন্ডলি বা আনফ্রেন্ডলি সেটাকে ইভ্যালুয়েট করুন।

কাস্টোমারের পুরো জার্নিটা ম্যাপিং করুন। অর্থাৎ এওয়ারনেস স্টেজ থেকে শুরু করে রিপিট পারচেজ পর্যন্ত কি কি এক্টিভিটি আছে, প্রসেস আছে, অফার আছে সব নোট ডাউন করুন। তাদের টাচপয়েন্ট, মেসেজের ল্যাংগুয়েজ, টোন, রেসপন্স টাইম সবকিছু ভাল ভাবে অভজার্ভ করুন

Step 4: Pricing and Monetization Strategies

কম্পিটিটর এর প্রাইসিং মডেল এনালাইস করুন। তাদের প্রোডাক্ট ক্যাটাগরি, ডিসকাউন্ট স্ট্র্যাটেজি, সাবস্ক্রিপশন অপশন, ফ্রি ডেলিভারি, এডিশনাল গিফট সব কিছু ভাল করে দেখুন।

তাদের মানিটাইজেশন স্ট্রাটেজি বোঝার চেষ্টা করুন। অর্থাৎ তারা কিভাবে রেভিনিউ জেনারেট করে, আপসেল, ক্রস সেল, এডিশনাল সার্ভিস এগুলো এক্সপ্লোর করুন।

Step 5: Marketing and Branding

কম্পিটিটর এর ডিজিটাল প্রেজেন্স - তাদের ওয়েবসাইট, সোশ্যাল মিডিয়া চ্যানেল খুব ভাল করে এনালাইসিস করুন। কোন কোন সোশ্যাল মিডিয়াতে তাদের প্রেজেন্স আছে (যেমন - ফেইসবুক পেইজ, গ্রুপ,

ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম, টিকটিক ইত্যাদি) সেগুলো ভাল করে লক্ষ্য করুন। কোন প্লাটফর্মে কেমন করছে সেটা বোঝার চেষ্টা করুন।

তাদের মার্কেটিং এক্টিভিটি লক্ষ্য করুন। কন্টেন্ট মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি, দিনে বা সপ্তাহে কতগুলো কন্টেন্ট দিচ্ছে, কি ধরণের কন্টেন্ট দিচ্ছে, কন্টেন্ট প্রোডাকশন ডিটেইলস, ইনফ্লুয়েন্সারদের ব্যবহার, লাইভ, ভিডিও, ব্লগ ইত্যাদি সব মনিটর করুন। তাদের মেসেজের টোন, ভিজুয়াল ব্র্যান্ডিং লক্ষ্য করুন। কাস্টোমারকে কি ধরণের ভ্যালু দিচ্ছে সেটা বোঝার চেষ্টা করুন।

কম্পিটিটির এর ডিজিটাল মার্কেটিং এক্টিভিটি নির্ণয় করুন। তারা কোথায় কোথায় মিডিয়া বায়িং করছে, কি ধরণের এড দিচ্ছে এগুলো এনালাইসিস করুন। SEO করছে কিনা, করলে কি ধরনের কি ওয়ার্ড কাজে লাগাচ্ছে সেগুলো বের করুন। ইমেইল মার্কেটিং, নিউজলেটার থাকলে সেগুলোতে সাবস্ক্রাইব করুন।

Step 6: Customer Support and Interaction

কম্পিটিটরদের কাস্টোমার সাপোর্টের সবগুলো চ্যানেলের মাধ্যমে তাদের সাথে যোগাযোগ করুন। দেখুন তারা কত দ্রুত রেসপন্স করে, তাদের প্রব্লেম সলিভং স্কিল কেমন, কাস্টোমার সার্ভিস রিপ্রেজেন্টেটিভদের বিহেভিয়ার কেমন।

কম্পিটিটরদের তৈরি করা কমিউনিটি, ফোরাম, সোশ্যাল মিডিয়া গ্রুপগুলোতে জয়েন করুন। তাদের অর্গানাইজ করা ইভেন্ট জয়েন করুন, স্টলে যান, কাস্টমারদেরকে ক্লোজলি অবজার্ব করুন। অনলাইনে প্রোডাক্ট এবং সার্ভিসের রিভিউ, টেস্টিমোনিয়াল ভাল করে দেখুন।

Step 7: Packaging and Presentation

কম্পিটিটর এর প্যাকেজিং ডিজাইন, ম্যাটেরিয়াল ভাল করে লক্ষ্য করুন। প্যাকেজিং এবং প্রেজেন্টেশন এর মাধ্যমে তারা কিভাবে ব্র্যান্ড ভ্যালু এবং আইডেন্টিটি কমিউনিকেট করছে সেটা স্টাডি করুন।

Step 8: Long-Term Usage and Feedback

নিয়মিত কম্পিটিটর এর প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস ব্যবহার করুন। এর ফলে তাদের প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস ব্যবহারের লংটার্ম বেনিফিট এবং চ্যালেঞ্জ বুঝতে পারবেন।

Step 9: Insights and Action

রিসার্চ এর ফাইন্ডিংস কাজে লাগিয়ে এবার আপনার প্রোডাক্ট বা সার্ভিস ইম্প্রুভ করুন। নতুন ইনোভেটিভ কোন আইডিয়া আসলে নতুন প্রোডাক্ট লাইন লঞ্চ করতে পারেন, বা নতুন কোন সার্ভিস অফার করতে পারেন। কম্পিটিটর এর গ্যাপ খুজে বের করে সেগুলোকে আপনি লিভারেজ করতে পারেন।

এভাবে নিয়মিত কম্পিটিটর এর প্রোডাক্ট বা সার্ভিস এনালাইসিস করে আপনি আপনার প্রোডাক্ট, মার্কেটিং, বিজনেস স্ট্র্যাটেজি আপডেট করতে থাকুন। দেখবেন স্বল্পতম সময়ে পুরো মার্কেট ডমিনেট করছেন।



আমার বিভিন্ন এডভান্সড ট্রেই নিং প্রোগ্রামে এবং কোর্সে আমি বিশ্বের ওয়ান অব দ্যা হাইয়েস্ট পেইড মার্কেটিং এবং বিজনেস স্ট্র্যাটেজিস্ট Jay Abraham এর নাম উল্লেখ করেছি।

জে আব্রাহাম The Abraham Group, Inc. এর ফাউন্ডার এবং সিইও, যার মাধ্যমে তিনি 450+ ইন্ডাস্ট্রির 10,000 এর উপর কোম্পানিকে গ্রোথ স্কাইরকেট করতে হেল্প করেছেন।

জে আব্রাহাম কে বলা হয় - “The 9 Billion Dollar Man”।
কারণ তার দেয়া স্ট্র্যাটেজি ক্লায়েন্টদেরকে মিনিমাম এই পরিমাণ রেভিনিউ আর্ন করতে সাহায্য করেছে।

একজন বিজনেস স্ট্র্যাটেজিস্ট হিসেবে আমি জে আব্রাহামের বিভিন্ন স্ট্র্যাটেজি, ফ্রেমওয়ার্ক, মেথড খুব গভীরভাবে স্টাডি করি এবং এপ্লাই করি। তার ইউনিক পার্সপেক্টিভ, প্র্যাক্টিকাল সব মডার্ণ স্ট্র্যাটেজি আমাকে অনেক সাহায্য করে।

আজকে আমি তার মধ্যে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটা লার্নিং আপনার সাথে শেয়ার করবো যেটি আপনার পারসপেক্টিভকে চিরতরে বদলে দেবে এবং যেটিকে কাজে লাগিয়ে আপনি অনেক বড় বড় বিজনেস প্রব্লেম সল্ভ করতে পারবেন।

এই কনসেপ্টটাকে জে আব্রাহাম বলেছেন ‘Tunnel Vision Vs Funnel Vision’



টানেল ভিশন হচ্ছে যখন আপনি শুধুমাত্র আপনার প্রফেশন বা ইন্ডাস্ট্রিতে ফোকাস করেন, কি হচ্ছে সেগুলো লক্ষ্য রাখেন, আপনার কম্পিটিটরদের ক্লোজলি মনিটর করেন এবং যখন ভাল কোন আইডিয়া পান তখন কপি করেন।

অন্যদিকে ফানেল ভিশন হচ্ছে যখন আপনি আপনার দৃষ্টি চারিদিকে আরো বিশদভাবে নিক্ষেপ করেন। আপনি শুধুমাত্র আপনার প্রফেশন বা ইন্ডাস্ট্রি না, এর বাইরে বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির দিকে লক্ষ্য রাখেন। অন্যান্য ইন্ডাস্ট্রির সাকসেস প্রিন্সিপল আপনার ইন্ডাস্ট্রিতে এনে এপ্লাই করেন, যা আগে কেউ করেনি।



Funnel vision is the ability to distill, aggregate, and bring the best universal elements from many hundreds of industries and combine them into many elemental, universal, and simple stratagems, principles, tactics, and concepts that anybody can use and have a very very high success probability even if under-executed.

- Jay Abraham

একটা উদাহরণ দিলে আরো ক্লিয়ার হবে।

বেশ কয়েক বছর আগে আমাদের একজন ইকমার্স ক্লায়েন্ট রিপিট কাস্টমার নিয়ে বেশ স্ট্র্যাগল করছিল। এর আগের কয়েক বছরে তারা অনেক নতুন কাস্টোমার পেয়েছে, কিন্তু সেই কাস্টোমাদেরদের অনেকেই নতুন করে কেনাকাটা করছে না।

আমরা খুব ভাল করে ডাটাবেইজ, অর্ডার হিস্ট্রি এনালাইসিস করলাম এবং বুঝতে পারলাম এই lost কাস্টমারদেরকে কাস্টোমাইজড কিছু অফার করতে হবে।

আপনি হয়তো লক্ষ্য করেছেন টেলকো ইন্ডাস্ট্রি (গ্রামীনফোন, বাংলালিংক) এক ধরণের মার্কেটিং ক্যাম্পেইন করে যেটাকে বলা হয় Comeback Offer. এর মাধ্যমে তারা বিভিন্ন সময় অসাধারণ কিছু কামব্যাক অফার দেয় হারিয়ে যাওয়া পুরোনো গ্রাহক ফিরিয়ে আনতে। যেমন - বন্ধ হওয়া সিম পুনরায় চালু করলে ফ্রি টকটাইম, ইন্টারনেট ইত্যাদি।

আমাদের সাজেশনে ইকমার্স ক্লায়েন্ট একটু ফুল ফ্লেইজড Comeback Offer ক্যাম্পেইন সাজালো শুধুমাত্র এই লস্ট কাস্টোমারদেরকে টার্গেট করে। সেখানে তাদেরকে টার্গেটেট এড, মেসেজ, ফোন কলের মাধ্যেমে স্পেশাল অফার দেয়া হলো। এর মাধ্যমে বেশ সাবস্টানশিয়াল কাস্টোমার আবারো একটিভ হলো, বিজনেসের রেভিনিউ বৃদ্ধি পেল।

ফানেল ভিশন হচ্ছে বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির থেকে সাকসেসফুল টেকনিক, স্ট্র্যাটেজি, মেথড, প্ল্যান নিয়ে সেগুলোকে এনালাইসিস করে, কাস্টোমাইজ করে সেটা আপনার ইন্ডাস্ট্রিতে এপ্লাই করার এপ্রোচ।

আপনি টেলকো ইন্ডাস্ট্রির কোন আইডিয়া কাজে লাগাতে পারেন ইকমার্সে, এয়ারলাইন ইন্ডাস্ট্রির আইডিয়া ধার করে এডুটেকে, ফাস্ট ফুডের আইডিয়া ফিনটেক এ ইত্যাদি ইত্যাদি।

অনেক সময় এমন সময় আসে যখন আপনি আর আপনার বিজনেস গ্রো করতে পারছেন না, কোন একটা জায়গায় গ্রোথ স্টাক হয়ে আছে, একই লুপে বারবার ঘুরপাক খাচ্ছেন। নিজের ইন্ডাস্ট্রির কোন টেকনিক, মেথডই আর কাজে লাগছে। সেই সময় ফানেল ভিশন আপনাকে হেল্প করবে নতুন গ্রোথ নিয়ে আনতে, ইন্ডাস্ট্রির অন্য প্লেয়ারদের থেকে নতুন করে খেলতে, কাস্টোমারদের জন্য ইনোভেটিভ কিছু অফার করতে।

আর যদি আপনার বিজনেস গ্রোয়িং অবস্থাতেও থাকে, তাহলেও আরও বেশি গ্রোথ আনার জন্য ফানেল ভিশন আপনাকে হেল্প করবে।

গত কয়েক বছরে আমি বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রিতে 250+ কোম্পানির সাথে সরাসরি কাজ করেছি।

বিভিন্ন স্টেজের স্টার্টআপ থেকে শুরু করে টপ MNC, লোকাল এবং গ্লোবাল অর্গানাইজেশন, টেলকো, গভর্নমেন্ট অর্গানাইজেশন, গ্রুপ অব কোম্পানি, B2B।

কাজ করেছি সফটওয়ার ফার্ম, ওয়েব ডেভেলপমেন্ট, AI, IoT, স্টার্টআপ এক্সিলারেটর, নন প্রফিট, এফকমার্স-ইকমার্স, রিটেইল, এডুটেক, মেন্টাল হেলথ টেক এর সাথে।

সেই সাথে আছে মিডিয়া কোম্পানি, এডুকেশনাল অর্গানাইজেশন, এগ্রোবিজনেস, FMCG, সিমেন্ট ইন্ডাস্ট্রি, সুপারশপ, লাক্সারী ব্র্যান্ড, কনসাল্টেন্সি ফার্ম, পারসোনাল এন্ড বিজনেস কোচিং ইত্যাদি ইত্যাদি।

নিচের ছবিতে কিছু টপ অর্গানাইজেশন মেনশন করলাম যাদের সাথে আমি সরাসরি কাজ করেছি (*এটা জাস্ট একটা fraction*)।



এইসব ইন্ডাস্ট্রি এবং কোম্পানির বিভিন্ন রকম বেস্ট প্র্যাক্টিস আছে, স্ট্র্যাটেজি আছে, পলিসি আছে, সাকসেস ফর্মুলা আছে।

যেহেতু আমি বিজনেস কনসালট্যান্ট হিসেবে বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রিতে কাজ করি তাই আমার সামনে বিভিন্ন ধরণের প্রব্লেম এবং তাদের ভিন্ন ভিন্ন সল্যুশন আসে। এক ইন্ডাস্ট্রিতে যেটি খুব অবভিয়াস সল্যুশন আরেক ইন্ডাস্ট্রিতে সেটি নিয়ে হয়তো কোন আইডিয়াই নেই। ভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির সাকসেস প্রিন্সিপলগুলো জানা থাকলে খুব সহজেই অনেক প্রব্লেম সল্ভ করা সম্ভব হয়।

একজন স্ট্র্যাটেজিস্ট এবং ট্রেইনার হিসেবে আমি এই সকল জায়গা থেকে এই এলিমেন্টগুলো কালেক্ট করি, সেগুলোকে কম্বাইন করি, কাস্টোমাইজ করি, হাইব্রিড ফর্মুলা তৈরি করি, ফ্রেমওয়ার্ক ডেভেলপ করি।

এরপর সেগুলো বিভিন্ন কোম্পানি এবং ইন্ডাস্ট্রিতে এপ্লাই করি যারা এগুলো আগে কখনো ব্যবহার করে নি। এর ফলে এই কোম্পানিগুলোর স্কাইরকেটিং গ্রোথ, নতুন রেভিনিউ সোর্স, নতুন অপরচ্যুনিটি তৈরি হয়।

আমি আমার বিভিন্ন লেখাতে, ট্রেইনিং এও তাই বিভিন্ন ধরনের এক্সাম্পল দেই।

অনেকে ট্রেইনিং চলাকালীন জানতে চান যে ইন্ডাস্ট্রি স্পেসিফিক আরো উদাহরণ দেয়া যায় কিনা। আমি হাসিমুখে তখন ফানেল ভিশন ব্যাখ্যা করি এবং বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির সাকসেস ফর্মুলা নিয়মিত শিখতে এবং নিজের ইন্ডাস্ট্রিতে এপ্লাই করতে ইন্সপায়ার করি।

এভাবে আপনি যখন বিভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির সাকসেস প্রিন্সিপ্যাল দেখে, শিখে, এনালাইসিস করে আপনার ইন্ডাস্ট্রিতে এপ্লাই করতে পারবেন তখনই আপনি ফানেল ভিশন এ সাকসেসফুল হবেন, একটা বেটার ক্যারিয়ার এবং বেটার বিজনেস ডেভেলপ করতে পারবেন।

সুতরাং এখন থেকে ফানেল ভিশন প্র্যাক্টিস করা শুরু করুন, দেখবেন আপনার সামনে অপার সম্ভাবনার দ্বার উন্মোচিত হচ্ছে।

ইভেন্ট স্পটলাইট

August 2023 এ আমার প্রচুর এক্টিভিটি শিডিউল করা ছিল আমাদের রেগুলার অনলাইন কোর্স, কনসালটেন্সি এক্টিভিটির পাশাপাশি। কিন্তু আনফরচুনেটলি মাসের শুরুতেই আমি ডেঙ্গুতে আক্রান্ত হয়ে সপ্তাহখানেক শয্যাশায়ী থাকায় অনেক শিডিউল ক্যান্সেল করতে হয়। অসুস্থতার আগে এবং পরে বেশি কিছু উল্লেখযোগ্য ইভেন্ট ছিল যেগুলো নিচে উল্লেখ করছিঃ

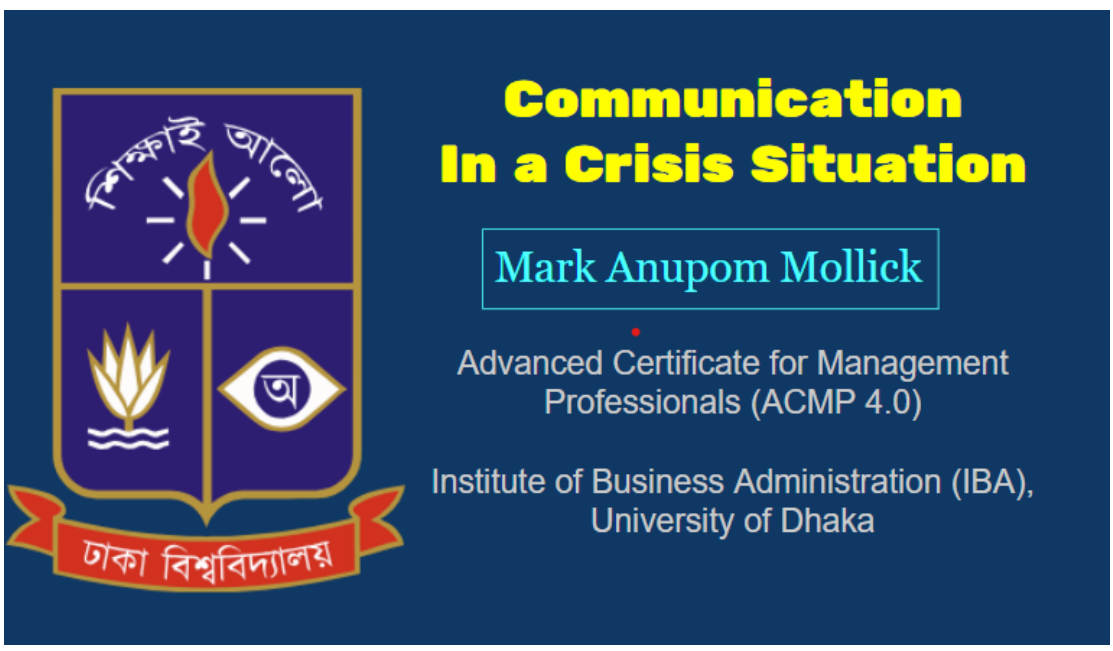


ট্রেইনার হিসেবে “Effective Communication Skills’ ট্রেইনিং প্রোগ্রাম এর opening ceremony তে যোগদান, ঢাকা ভার্সিটির সম্মানিত ভাইস-চ্যান্সেলর প্রফেসর ড. মোহাম্মদ আখতারুজ্জামান স্যার যেটি উদ্বোধন করেন।

ছবিতে মাননীয় ভিসি স্যার এর সাথে উপস্থিত রয়েছেন এডিশনাল সেক্রেটারী মোহাম্মদ মোখলেসুর রহমান সরকার, বিসিএস এডমিনিস্ট্রেশন একাডেমী এর MDS এবং লেফট্যানান্ট কর্ণেল তানভীর আহমেদ ভাই, বাংলাদেশ আর্মির Inter Services Selection Board (ISSB) এর ভাইস প্রেসিডেন্ট এবং আমি মার্ক অনুপম মল্লিক।



বুয়েটের সম্মানিত ভাইস-চ্যান্সেলর প্রফেসর সত্য প্রসাদ মজুমদার স্যার এর উপস্থিতিতে BUET CSE FEST 2023 এর প্রাইজ গিভিং অনুষ্ঠানে কো-স্পন্সর হিসেবে CodeCrafters Intl কে রিপ্রেজেন্ট।



ঢাকা ভার্সিটির IBA এর Advanced Certificate for Management Professionals (ACMP 4.0) এ ফ্যাকাল্টি হিসেবে একাধিক ক্লাস নেয়া।



Digital Marketing Strategy Mastery (DMSM) এর দ্বিতীয় ব্যাচ এর ছয় সপ্তাহ ব্যাপী লাইভ ট্রেইনিং এবং মেন্টরশীপ প্রোগ্রামের সমাপ্তি। এটি ডিজিটাল মার্কেটিং স্ট্রাটেজির উপর বাংলাদেশের প্রথম এবং একমাত্র এডভান্সড সার্টিফিকেশন প্রোগ্রাম। বছরে মাত্র একবার আমি এই এক্সক্লুসিভ ট্রেইনিংটি অফার করি।



আপকামিং...

One IDEA Away Show!!

আইডিয়াটা খুব সিম্পল - এরাউন্ড 10 মিনিটের ভিডিও বানাবো।

আমরা অনেক সময় ক্যারিয়ারে মাস্টারি আনার রাস্তা খুজতে হিমশিম খাই। অনেকে বিজনেসের বিভিন্ন সমস্যা নিয়ে জর্জরিত।

একেকটা ভিডিওতে আমি একেকটা আইডিয়া নিয়ে কথা বলবো।

ছোট আইডিয়া, মাঝারি আইডিয়া, বিগ আইডিয়া!

'One Idea Away' কনসেপ্টটা হচ্ছে যে আপনি একটা গুরুত্বপূর্ণ ডিসিশন নেয়ার থেকে, বিজনেসে বিশাল গ্রোথ আনা, ক্যারিয়ারের নেক্সট স্টেজে যাওয়া থেকে, নতুন কিছু করার থেকে হয়তো জাস্ট একটা আইডিয়া দূরে!

আপনি হয়তো কোথাও আটকে আছেন, বের হতে পারছেন না। নেক্সট একশন প্ল্যানটা খুজে পাচ্ছেন না।

Maybe, You Are Just One IDEA Away!

আমি শুধুমাত্র Strategy, Business, MarTech, Marketing, Professional Skill Development, Career Mastery ক্যাটাগরি নিয়েই ভিডিও বানাবো। কারণ এগুলোতে আমি প্যাশনেট।

এগুলোর মধ্যে AI থাকবে, ফানেল, ক্যাটাগরি ডিজাইন, গ্রোথ স্ট্র্যাটেজি, ইকমার্স, অনলাইন বা ডিজিটাল বিজনেস, CXO স্কিল, ডিজিটাল মার্কেটিং, SaaS, ব্লকচেইন, গ্রোথ হ্যাকিং, বুক রিভিউ, কেইস স্টাডি ইত্যাদি থাকবে।

বহু বছর ধরে অনেক ডাইভার্স কাজ করতে গিয়ে আমার ইউনিক কিছু এক্সপেরিয়েন্স হয়েছে। প্রতিদিন আমি নতুন কিছু শিখছি। অনেক লাইফ এন্ড বিজনেস চেইঞ্জিং পাওয়ারফুল আইডিয়া আমার Idea Bank এ আছে।

Maybe, you just need one idea from those!

নতুন ইউটিউব চ্যানেল খুজেছি @markanupommollik নামে সার্চ দিলে পাবেন।

চ্যানেলে এখন পর্যন্ত ভিডিও এর সংখ্যা টোটাল 0! প্রথম ভিডিওটা খুব তাড়াতাড়ি আপলোড করবো, সো শুরু থেকেই দেখতে চাইলে এখনি সাবস্ক্রাইব করে রাখতে পারেন।

Remember, You're Just One Ideas Away...

You're Just One IDEA Away...