Issue 4 – Dec 2023

THE MASTERMIND SECRETS

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

কনভারসেশনাল মার্কেটিং

Make Your Brand Human Again!

মার্কেটিং এর এক শতক

'Mad Men' থেকে ChatGPT!

Be a Power **ChatGPTer**!

চ্যাটজিপিটি

আপনার পারসোনাল
মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট



কনভারসেশনাল মার্কেটিং

(স্টেপ বাই স্টেপ গাইডলাইন ফর সাকসেস)

প্রিয় মাস্টারমাইন্ড,

‘The Mastermind Secrets’ এর ডিসেম্বর ইস্যুতে আপনাকে স্বাগতম।

এই মাসটা পিছনে ফিরে তাকানোর সময়। 2023 সালের সফলতা, ব্যর্থতা, চাওয়া এবং পাওয়ার গ্যাপ, লার্নিং উপলব্ধির সময়।

তবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ, বিগত বছরের সকল শিক্ষা এবং অভিজ্ঞতাকে কাজে লাগিয়ে নিজেকে নতুন বছরের জন্য প্রস্তুত করার সময়।

জীবনে উত্থান পতন থাকবে, ছোট বড় সফলতা ব্যর্থতা থাকবে। এই সবকিছুকে মেনে নিয়েই সামনের দিকে এগিয়ে যেতে হবে।

অনেকে অতীতে আটকা পড়ে। অতীতের কিছু কষ্ট, ব্যর্থতা, কি হলে কি হতে পারতো এই নিয়েই শুধু চিন্তা করতে থাকে। এই লুপ থেকে আর বের হতে পারে না।

ফলে জীবনে সুখ, সমৃদ্ধি, উন্নতি আনতে পারে না।

> *মনে রাখবেন, পৃথিবীর প্রত্যেকের জীবনেই ব্যক্তিগত অতৃপ্তি, হতাশা থাকে। সবার লাইফেই চ্যালেঞ্জ আসে। But what matters most is how you move forward.*

আপনি নিজেকে এখনই প্রস্তুত করুন। নতুন উদ্যমে নতুন বছরটি শুরু করতে হবে এই মাইন্ডসেটটি নিন।

আপনি সেরাটা deserve করেন, কারণ সৃষ্টিকর্তা আপনাকে সৃষ্টির সেরা জীব হিসেবেই বানিয়েছেন।

আপনি অবশ্যই পারবেন!

নভেম্বর মাসটা আমার জন্য খুবই ইমপ্যাক্টফুল একটা মাস ছিল। কারণ এই মাসে 40+ বিজনেস সাথে নিয়ে এখন পর্যন্ত আমার সবচেয়ে ইমপ্যাক্টফুল ইনিশিয়েটিভ Mastermind Business Accelerator (MBA) প্রোগ্রাম এর প্রথম ব্যাচের ছয় মাস গ্রোথ জার্নি শুরু হলো।

এই এক্সক্লুসিভ প্রোগ্রামে পার্টিসিপেট করার জন্য 100+ এপ্লিকেশন পেয়েছিলাম। অনেক যাচাই বাছাই করে মাত্র চল্লিশটা বিজনেসকে এনরোল করার সুযোগ দিয়েছি।

এখানে স্টার্টআপ, SME এন্ট্রাপ্রেনার থেকে শুরু করে শত কোটি টাকার বিজনেস লিডাররা আছেন।

অনেক ফাউণ্ডার / CXOs তাদের টিম মেম্বারদের নিয়ে এনরোল করার কারণে মোটামুটি 50 জন মেম্বার আছে প্রোগ্রামে।

নভেম্বর মাসে আমরা Blue Ocean Strategy নিয়ে কাজ করেছি।

আমি স্ট্রংলি বিশ্বাস করি বাংলাদেশে প্রথমবারের মতো লঞ্চ হওয়া এই গ্রোথ এক্সিলারেটর প্রোগ্রাম বিজনেসগুলোর জন্য Massive Game Changer হতে যাচ্ছে।

MBA প্রথম সেশনের পর একজন প্রতিষ্ঠিত SME ফাউণ্ডার বলেছিলেন,

> *“আমি 17 বছর ধরে বিজনেস করছি, আজকে প্রথম শিখলাম এভাবে বিজনেস গ্রোথ আনতে হয়।”*

আরেকজন বলেছিলেন, *“আমি MBA করে Blue Ocean Strategy শিখতে পারি নাই, আজকে শিখলাম।”*

MBA প্রোগ্রামটা শুধুমাত্র ট্রেইনিং সেশন না, এটা একটা ফুল ফ্লেজড গ্রোথ এক্সিলারেটর প্রোগ্রাম।

শুরুতে আমি তিন ঘণ্টার হাইলি ইন্টারএক্টিভ প্রথম সেশনে red ocean এ কম্পিট না করে কিভাবে uncontested blue ocean তৈরি করতে হয় তার ফ্রেমওয়ার্ক শিখিয়েছি।



এরপর প্রতিটা বিজনেস BOS ফ্রেমওয়ার্ক ফলো করে কাজ শুরু করে দিয়েছে। আমি এবং আমার টিম পুরো মাস জুড়ে তাদের সাথে ক্লোজলি কাজ করেছি যেন তারা সঠিকভাবে এপ্লাই করে তাদের বিজনেসে গ্রোথ আনতে পারে।

মাসের মাঝখানে স্পেশাল সেশনে আমরা আবার Presentation & QA করেছি। যেখানে সবার বিভিন্ন আইডিয়া, প্রব্লেম ইত্যাদি নিয়ে ইন ডিটেইল আলোচনা করেছি।

তবে আরেকটা খুবই ইমপ্যাক্টফুল কাজ করেছি, সেটা হচ্ছে একজন স্পেশাল গেস্ট এবং তার টিমকে নিয়ে এসেছিলাম সেশনে।

না, কোন মোটিভেশনাল স্পিচ এর জন্য না। যারা এসেছিলেন তারা বিশ্বের সবচেয়ে নামকরা একটি বিজনেসের সাথে পার্টনারশিপ করে বাংলাদেশে কাজ করছেন। (প্রোগ্রামের গোপনীয়তা বজায় রাখার স্বার্থে আমি নাম বলছি না, তবে প্রথম অক্ষর বললেই সবাই বুঝে যাবেন!)

ওনারা শুধুমাত্র তাদের লার্নিং এবং ইনসাইট শেয়ার করেছেন তাই না, এমন কিছু incredible রিসোর্সে একসেস দিয়েছেন MBA পার্টিসিপেন্টদের জন্য যা অনেকটা স্বপ্নের মতো।

বাংলাদেশে বিজনেস স্ট্র্যাটেজি Democratize করার ভিশনটা নিয়ে আমি কাজ শুরু করেছিলাম।

আমি বাংলাদেশের অন্তত 10,000 বিজনেসকে সঠিক বিজনেস স্ট্র্যাটেজি শিখাতে চাই। যেন তারা এপ্লাই করে exponential গ্রোথ নিয়ে আসে। যেন তারা এক জায়গায় স্টাক হয়ে না থেকে quantum leap দিতে পারে।

সফলতা ভীষণ ছোঁয়াচে। Success is extremely contagious.

The Mastermind Secrets সেই যাত্রার পথে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটা ধাপ। আপনি এই জার্নিতে আমার সাথে আছেন দেখে আমি অত্যন্ত আনন্দিত।

এবার একটা খুব এক্সাইটিং নিউজ শেয়ার করি :)

আমি অনেক বছর ধরে রিকোয়েস্ট পাচ্ছিলাম মার্কেটিং, বিজনেস রিলেটেড বই লেখার জন্য। বিভিন্ন টপ প্রায়োরিটি এবং কিছু বিগ প্রজেক্টের জন্য করে উঠতে পারছিলাম না। কিন্তু ফাইনালি আমি সিদ্ধান্ত নিয়েছি খুব রিসেন্টলি আমার একক বই বের করবো।

আমাদের পুরো বিশ্বটা এখন এক প্যারাডাইম শিফটের মধ্যে দিয়ে যাচ্ছে। ট্রেডিশনাল মার্কেটিং, কনভেনশনাল ডিজিটাল মার্কেটিং এককভাবে এখন আর আগের মতো ইমপ্যাক্ট তৈরি করতে পারছে না।

বিশেষ করে আর্টিফিশিয়াল ইন্টেলিজেন্স, AR, VR, মেটাভার্সের প্রভাবে আগামী এক দশকে আমাদের মার্কেটিং আমূল বদলে যাবে। ঠিক যেমন ইন্টারনেটের আগমনের পর বদলে গিয়েছিল মার্কেটিং এর দুনিয়া।

আমার আপকামিং এই নতুন বইটি পরিবর্তীত বিশ্বের নতুন মার্কেটিং এপ্রোচ এর একটা ব্লুপ্রিন্ট। এই বইটি আপনাকে একজন যুগোপযোগী স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে নিজেকে তৈরি করতে পথ দেখাবে।

এখানে আর এনিয়ে বেশি কিছু লিখছি না। খুব শীঘ্রই আমার ফেইসবুক এবং লিঙ্কডইন প্রোফাইল থেকে বই এর নাম ঘোষণা করবো। তারপর বই এর প্রচ্ছন্দ উন্মোচন করবো। নিয়মিত বই এর আপডেট জানতে আমার সোশ্যাল মিডিয়া প্রোফাইল গুলোতে কাইন্ডলি কানেক্টেড থাকবেন:

https://www.facebook.com/bossanupom/
https://www.linkedin.com/in/markanupommollick/

এবারের নিউজলেটারের ফিচার টপিক হচ্ছে “কনভারসেশনাল মার্কেটিং উইথ চ্যাটজিপিটি”। মজার ব্যাপার হচ্ছে যখন আমি এবারের নিউজলেটারটা লিখছিলাম তখনই চ্যাটজিপিটির পিছনের কোম্পানি OpenAI এর বোর্ড কোম্পানির কো-ফাউন্ডার এবং CEO স্যাম অল্টম্যানকে ফায়ার করে। এরপর এক সপ্তাহের মধ্যে অনেক নাটকীয় ঘটনা ঘটে যায়। ফাইনালি মাইক্রোসফটের হস্তক্ষেপে এবং OpenAI এর অন্যান্য কর্মীদের দাবীতে বোর্ড স্যামকে CEO হিসেবে ফিরিয়ে আনতে বাধ্য হয়। এবং উল্টো বোর্ডকেই ফায়ার করা হয়!

এনিয়ে আরো বিস্তারিত এবারের নিউজলেটারের ভিতরে লিখেছি।

চলুন তাহলে আর দেরী না করে শুরু করা যাক...



মার্ক অনুপম মল্লিক

01 ডিসেম্বর, 2023

মার্কেটিং এর এক শতক



মার্কেটিং এর দুনিয়াটা খুবই ইন্টারেস্টিং। এই আর্টিফিসিয়াল ইন্টেলিজেন্স এর যুগে এসে আমরা যে মার্কেটিং এর জগত দেখছি তা কিন্তু একদিনে গড়ে উঠেনি। শত বছর ধরে মার্কেটিং এর প্রিন্সিপাল, ফিলোসফি, থিওরি, প্র্যাক্টিস রূপান্তরিত হতে হতেই আজকের এই স্মার্ট মার্কেটিং যুগের সৃষ্টি হয়েছে।

মার্কেটিং এর এই রূপান্তরকে ভাল ভাবে বুঝতে পারলে আপনি নিজেকে একজন স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে গড়ে তুলতে পারবেন। অতীতের ডটগুলো কানেক্ট করে বর্তমানের প্ল্যানিং করতে পারবেন। একই সাথে ফিউচারটাও প্রেডিক্ট করে নিজেকে প্রস্তুত করতে পারবেন।

> *"You can't connect the dots looking forward; you can only connect them looking backward." – Steve Jobs*

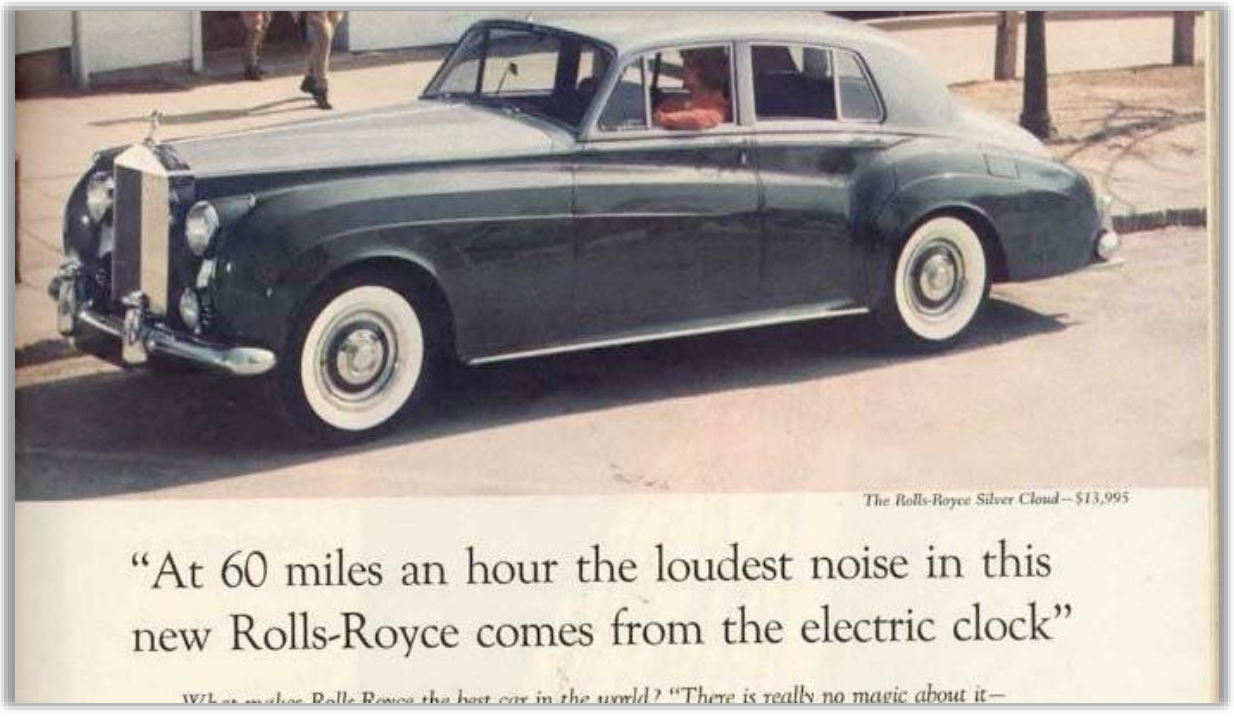
চলুন আমরা মার্কেটিং এর রূপান্তরের একটা সংক্ষিপ্ত ট্যুর দিয়ে আসি!

প্রিন্ট এডভার্টাইজিং এর দিনগুলি (1920s-1950s): ট্রেডিশনাল মার্কেটিং এবং পাইওনিয়ার মার্কেটার

বিংশ শতাব্দীর শুরুর দিকে মার্কেটিং ছিল সিম্পল। সেই সময় বহুল প্রচলিত ছিল ট্রেডিশনাল প্রিন্ট এডভার্টাইজিং এবং ইন-পারসন সেলস পিচ।

কিন্তু এই শুরুর সময়টা অসাধারণ হয়ে উঠেছিল ডেভিড অগিলভি, Claude Hopkins এর মতো লিজেন্ডারি মার্কেটারদের এক্টিভিটিতে। তারা সেই সময় এমন সব আইকনিক এড ক্যাম্পেইন তৈরি করেছিলেন, যা আজ শত বছর পরে এসেও মার্কেটারদেরকে ইন্সপায়ার করে।

অগিলভির বিখ্যাত রোলস রয়েস এড persuasive copywriting এর একটা মাস্টারপিস। Hopkins প্রবর্তন করেন Scientific Advertising, যেখানে তিনি ডাটা ড্রিভেন ডিসিশন মেকিংকে প্রাধান্য দেন।



টেলিভিশন যুগের সূচনা (1950s-1960s): একটি ভিজ্যুয়াল রেভলুশন



পঞ্চাশ এর দশকে টেলিভিশনের আবিষ্কার একটা বিপ্লব নিয়ে আসলো মার্কেটিং এর দুনিয়াতে। মার্কেটিং এ তখন দৃশ্যায়ন এর আধিপত্য শুরু হলো। এসময় থেকে ব্র্যান্ডগুলো অডিয়েন্সকে শুধুমাত্র কমিউনিকেইট না করে এন্টারটেইন করতেও শুরু করলো।

টেলিভিশনের উত্থান Rosser Reeves এর মতো আইকনিক মার্কেটারকে সম্মুখে নিয়ে আসে।

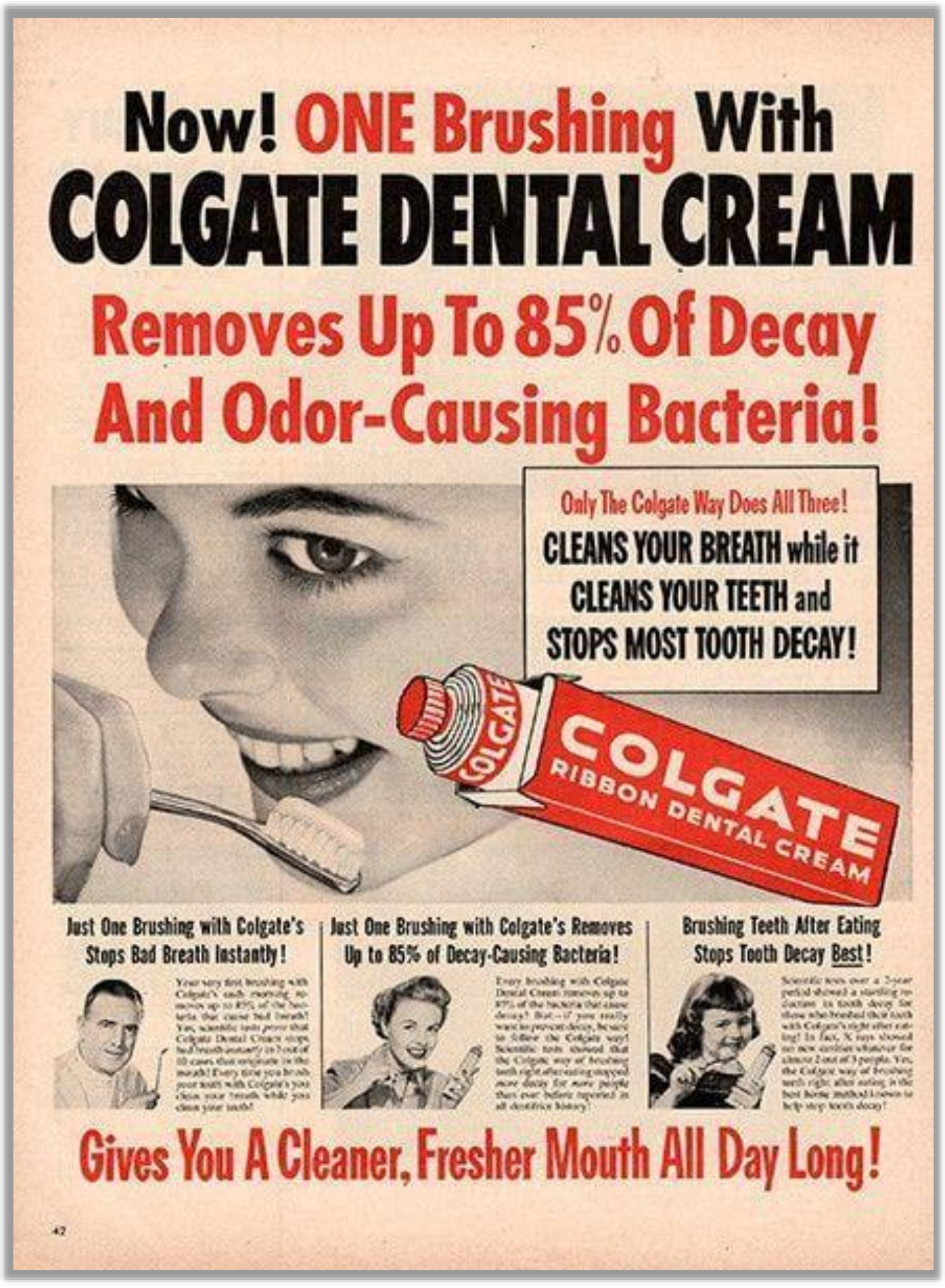
Rosser Reeves বিশ্বাস করতেন 'The Purpose of advertising is to sell - এডভার্টাইজিং এর উদ্দেশ্য হচ্ছে বিক্রি করা'।

“No, sir, I’m not saying that charming, witty and warm ad copy won’t sell. I’m just saying I’ve seen thousands of charming, witty campaigns that didn’t sell.” ~ Rosser Reeves

তিনি জোর দিয়ে বললেন যে কোন বিজ্ঞাপন প্রোডাক্ট এর Unique Selling Proposition (USP) তুলে ধরবে। তার এই প্রোডাক্ট সেন্ট্রিক মেথড সেই সময় ক্লায়েন্টদেরকে মিলিয়ন মিলিয়ন ডলারের সেলস এনে দিয়েছিল।

এরই কারণেই এই যুগটাকে আমরা Product Centric যুগ বলে থাকি। এই সময়টা ছিল Marketing 1.0 যেখানে প্রোডাক্ট ছিল মার্কেটিং এর কেন্দ্রবিন্দু।

"You must make the product interesting, not just make the ad different." ~ Rosser Reeves



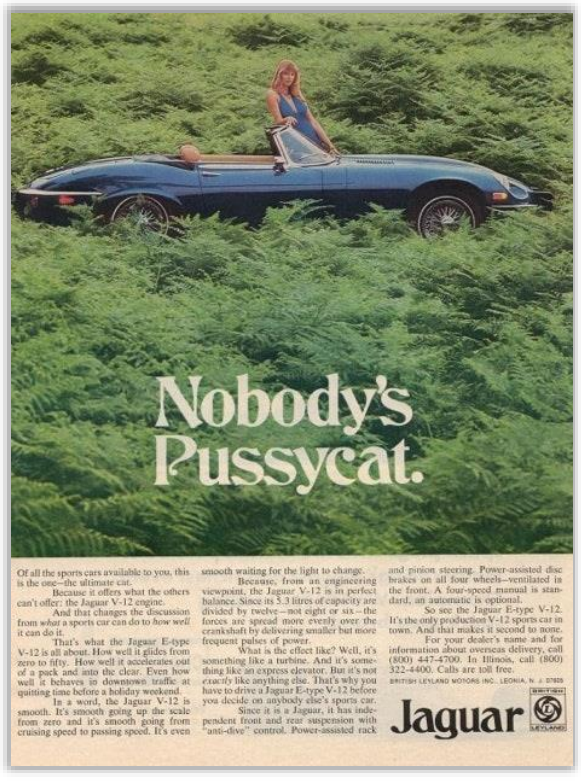
তার লেখা বেস্ট সেলার বই 'Reality In Advertising' এ Rosser তার ইন্ডাস্ট্রি চেইঞ্জিং কনসেপ্ট নিচের তিন পার্টে ডিফাইন করেছিলেনঃ

1. Each advertisement must make a proposition to the consumer. Not just words, not just product puffery, not just show-window advertising. Each advertisement must say to each reader: “Buy this product, and you will get this specific benefit.”

2. The proposition must be one that the competition either cannot or does not, offer. It must be unique—either a uniqueness of the brand or a claim not otherwise made in that particular field of advertising.

3. The proposition must be so strong that it can move the mass millions, i.e., pull over new customers to your product.

ম্যাড ম্যান এর যুগ (1960s-1990s): ক্রিয়েটিভ এডভার্টাইজিং এজেন্সির জন্ম



এই সময়টাকে বলা হয় 'Golden Age of Advertising’.

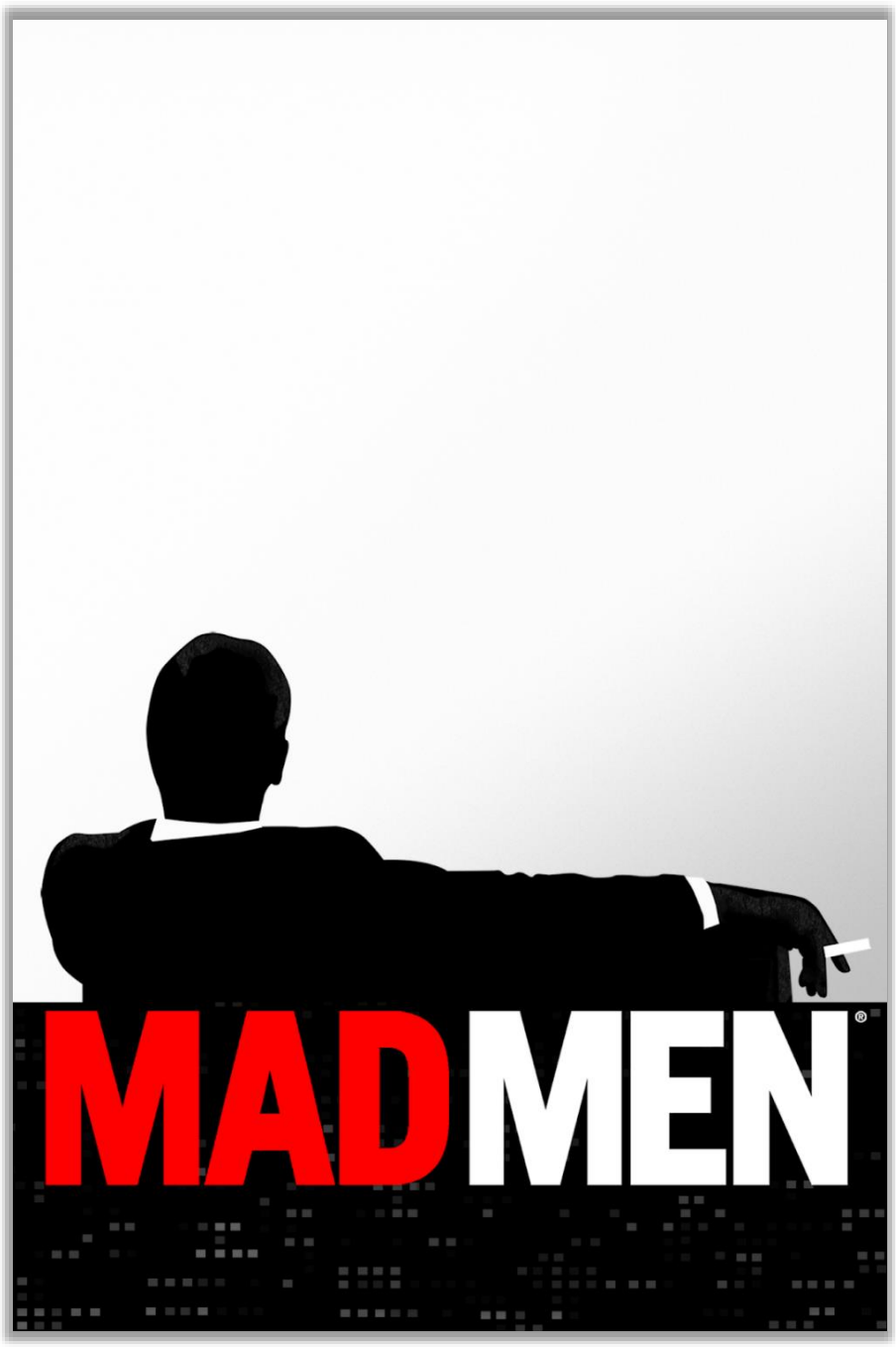
এই সময় এসে অনেক ক্রিয়েটিভ এডভার্টাইজিং এজেন্সির জন্ম হলো,

যারা ক্লায়েন্টদের এডভার্টাইজিং ক্যাম্পেইন প্ল্যানিং করতে, তৈরি করতে, ম্যানেজ করতে সাহায্য করে।

এজেন্সিগুলো memorable স্লোগান, জিঙ্গেল বানিয়ে psychological persuasion এর যুগের সূচনা করলো।

আমেরিকান মাল্টিন্যাশনাল কেবল টেলিভিশন চ্যানেল AMC ষাট এর দশকের এডভার্টাইজিং দুনিয়া নিয়ে 'Mad Men' নামক একটা ব্রিলিয়ান্ট ড্রামা সিরিজ বের করে।

2007 সাল থেকে 2015 সাল পর্যন্ত চলা এই টিভি সিরিজে ষাট এর দশকে New York এর Madison Avenue তে অবস্থিত স্বনামধন্য এড এজেন্সিগুলোর কাহিনী দেখানো হয়।



এই টিভি সিরিজে ফোকাস করা হয় এজেন্সির অত্যন্ত ট্যালেন্টেড অথচ রহস্যময় এক্সিকিউটিভ Donald Draper এবং তার সংগীদের এক্টিভিটি এবং জীবনী।

1960 সালে এডভার্টাইজাররা মানুষের পারচেজ এর পিছনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ফ্যাক্টরের উপর আলোকপাত করতো, আর সেটি হচ্ছে - Emotion!

তাদের মতে, *'The core of advertising is the pursuit of happiness'*.

Mad Men সিরিজের Don Draper এর ভাষায়,

> *"Advertising is based on one thing: happiness. And do you know what happiness is? Happiness is the smell of a new car. It's freedom from fear. It's a billboard on the side of a road that screams with reassurance that whatever you're doing is OK. You are OK."*

ইন্টারনেট রেভলুশন (1990s - 2000s): ডিজিটাল মার্কেটিং এর উত্থান

নব্বই এর দশক, এসে গেল ইন্টারনেট। একটা উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন আসলো মার্কেটিং এর দুনিয়াতে।

পশ্চিমা বিজনেসগুলো ওয়েবসাইট, ইমেইল মার্কেটিং, ব্যানার এড সাদরে গ্রহণ করে নিল।

1998 সালে Google সার্চ ইঞ্জিনের জন্ম হয়।



ফাদার অব মডার্ন মার্কেটিং খ্যাত প্রফেসর ফিলিপ কটলার এর মার্কেটিং থিওরি ব্যাপক জনপ্রিয়তা এবং গ্রহণযোগ্যতা লাভ করলো এই সময়ে।

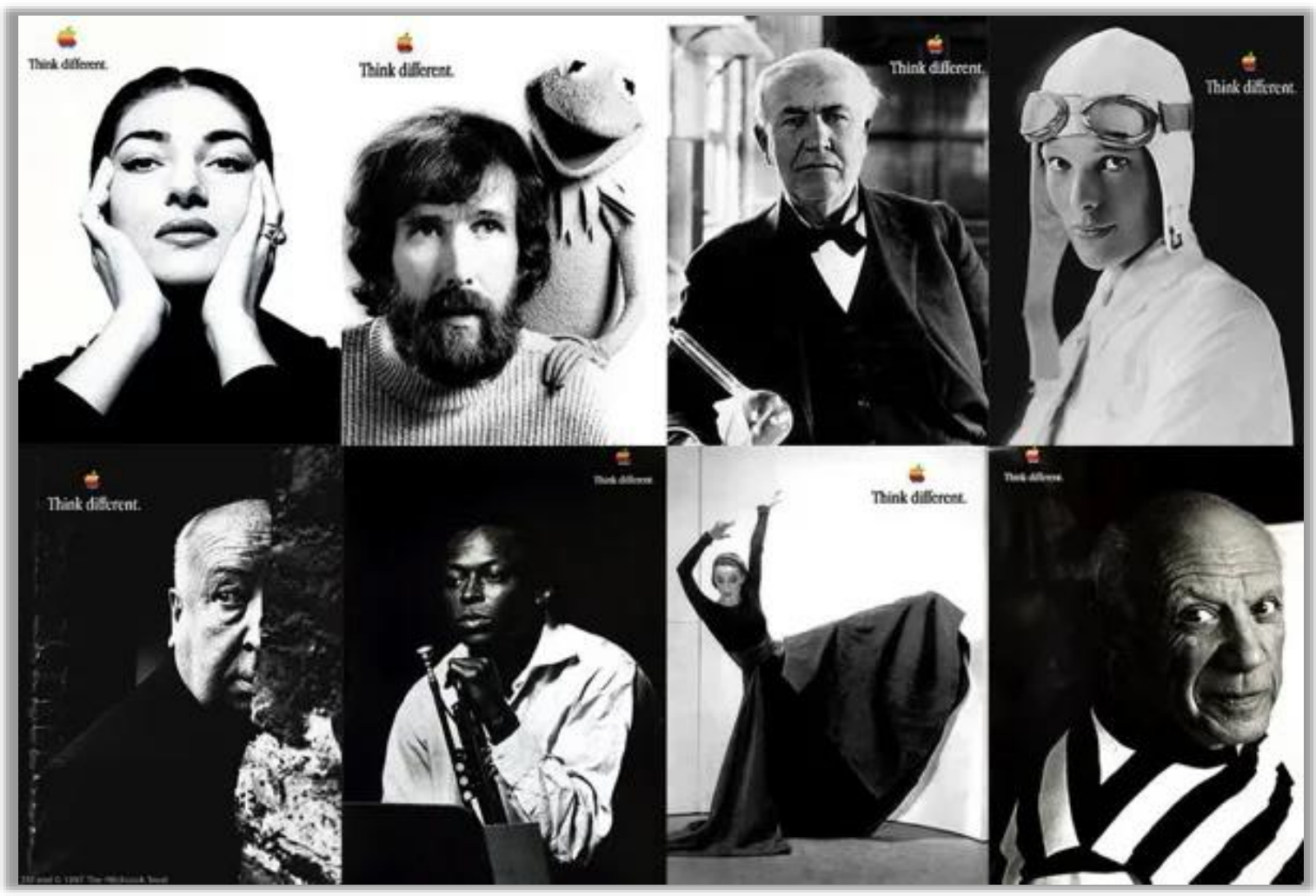
এই সময় এর মার্কেটিংটাকে আমরা বলে থাকি Consumer Centric, যেটাকে Marketing 2.0 বলা হয়।

উদাহরণস্বরূপ Nike এর কাস্টমার সেন্ট্রিক আইকনিক ‘Just Do It’ ক্যাম্পেইন, 1988 সালে লঞ্চ হলেও নব্বই এর দশকে যা বিশাল ইমপ্যাক্ট তৈরি করে।

একইভাবে লিজেন্ডারি স্টিভ জবস 1997 সালে Apple এ ফিরে আসার পর লঞ্চ হলো ঐতিহাসিক 'Think Different’ ক্যাম্পেইন। এই ক্যাম্পেইন এ সিরিজ অব প্রিন্ট এড এ সাদা কালো ছবিতে অ্যালবার্ট আইনস্টাইন, মার্টিন লুথার কিং, জন

লেননের মতো বিখ্যাত ইনোভেটর এবং থিংকারদের ফিচার করা হলো। সাথে ট্যাগলাইন - Think Different.

অ্যাপলের এডভার্টাইজিং এজেন্সি TBWA\Chiat\Day এর তৈরি করা এই ক্যাম্পেইনে প্রোডাক্টের বদলে কাস্টোমারকে প্রায়োরিটি দেয়া হলো।



এসময় বের হওয়া Al Ries এবং Jack Trout এর বই "Positioning: The Battle for Your Mind" ব্র্যান্ড পজিশনিং এবং স্ট্র্যাটেজি তৈরিতে ইনফ্লুয়েন্সিয়াল ভূমিকা পালন করলো।

সোশ্যাল মিডিয়ার জন্ম (2000s-2020): এনগেজমেন্ট এবং পারসোনালাইজেশন

2000 থেকে 2010 এর মার্কেটিংকে প্রফেসর ফিলিপ কটলার অভিহিত করেন Marketing 3.0 হিসেবে। যেখানে মার্কেটিং

হলো 'Human Centric'. এ সময়ের মার্কেটিং কাস্টমারের মন (mind), আত্মা (soul), আবেগ (emotion) এবং দেহ (body) এর উপর ফোকাস করে।

বাংলাদেশে গ্রামীণফোন এই মন, আত্মা, আবেগ, দেহ সম্বলিত Marketing 3.0 এর যথোপযুক্ত ইমপ্লিমেন্টকারীদের অন্যতম। গ্রামীণফোন চঞ্চল চৌধুরীর 'মা' এড যার একটা প্রকৃষ্ট উদাহরণ।



এসময় Search Engine Optimization (SEO) অত্যন্ত জনপ্রিয়তা লাভ শুরু করে। পশ্চিমা বিশ্বে ইকমার্স এর আধিপত্য শুরু হয় Amazon এর হাত ধরে।

বিখ্যাত লেখক Seth Godin তার "Purple Cow" বই এর মাধ্যমে জনাকীর্ণ মার্কেটপ্লেসে নিজেকে remarkable হিসেবে

তুলে ধরাতে গুরুত্ব আরোপ করেন। মার্কেটিং এর দুনিয়াতে অত্যন্ত প্রভাবশালী ইনফ্লুয়েন্সার Gary Vaynerchuk অনলাইনে এনগেইজমেন্ট এবং পারসোনাল ব্র্যান্ড তৈরিতে হাইলাইট করেন।



Neil Patel, Jon Loomer, Ann Handley, Ryan Deiss, Rand Fiskin এর মতো অনলাইন মার্কেটারদের ফলো করে এ সময় অনেক ডিজিটাল মার্কেটার এর যাত্রা শুরু হয়।

2007 সালে iPhone লঞ্চ হবার পর ধীরে ধীরে স্মার্ট ফোন সবার হাতে ছড়িয়ে পড়তে শুরু করে। সোশ্যাল মিডিয়া, বিভিন্ন মেসেজিং এপ এর জনপ্রিয়তা বাড়ার সাথে সাথে মার্কেটিং মোবাইল কেন্দ্রিক হতে শুরু করে।

ডিজিটাল যুগ (2010s-2020): ডিজিটাল মার্কেটিং এর প্রাধান্য

2010 এর পর থেকে সময়কালকে প্রফেসর কটলার বলেছেন Marketing 4.0, যেখানে মার্কেটিং হচ্ছে Digital Centric.



টেকনোলোজি এবং কানেক্টিভিটি এসময় মার্কেটিং এ গুরুত্বপূর্ণ রোল প্লে করে।

স্মার্ট ফোনের ব্যবহার বৃদ্ধির সাথে সাথে ফেইসবুক, ইন্সটাগ্রাম, ইউটিউব এর মতো সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মগুলো অত্যন্ত জনপ্রিয় হয়ে উঠলো। বাংলাদেশে ইকমার্স এর পাশাপাশি অনেক এফ কমার্স যাত্রা শুরু করলো।

ব্র্যান্ডগুলোও তাই অনলাইনে কন্টেন্ট মার্কেটিং এ মনোনিবেশ করলো। মার্কেটিং এর জন্য সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সারদের ব্যবহার বাড়তে থাকলো।

Click Funnel এর প্রতিষ্ঠাতা Russell Brunson এর মতো বিখ্যাত অনলাইন মার্কেটার এসময় Sales Funnel কনসেপ্টকে জনপ্রিয় করে তোলেন।

প্যান্ডেমিক ইমপ্যাক্ট (2020-2022): কনভারসেশনাল মার্কেটিং এর গুরুত্ব বৃদ্ধি

2020 এর শুরুতে বিশ্বজুড়ে হানা দেয়া Covid-19 মহামারি ডিজিটাল ট্রান্সফরমেশনকে ত্বরান্বিত করলো, স্বল্পতম সময়ে সবাই অনলাইনকে আরও জোরেশোরে গ্রহণ করলো।

সোশ্যাল ডিসট্যান্সিং, অনলাইন শপিং, অনলাইন কমিউনিকেশন টুলগুলোর বর্ধিত ব্যবহার বিজনেসগুলোর সাথে কাস্টোমারদের কমিউনিকেশনটাকেই বদলে দিল।

চ্যাটজিপিটির যুগ (2022s-Present): Conversational AI এর জন্ম

2022 এর শেষদিকে এসে AI এবং ChatGPT এর মতো AI-powered চ্যাটবট মার্কেটিং এর স্টেজ দখল করে নিল। AI টুল এর মাধ্যমে কন্টেন্ট তৈরি, কাস্টোমার সাপোর্ট প্রদান আরও অনেক সহজ হয়ে উঠলো।

স্মার্ট মার্কেটিং (2023 and Beyond): AI রেভলুশন এর দশক সমাগত

Google এর সিইও সুন্দর পিচাই বলেছিলেন যে Artificial Intelligence (AI) মানব সভ্যতার উপর যে ম্যাসিভ ইমপ্যাক্ট ফেলবে তা 'আগুন অথবা ইলেকট্রিসিটি' আবিষ্কারের সমতুল্য।

আগামী এক দশক হতে যাচ্ছে AI Driven Marketing এর যুগ। আগামী বছরগুলোতে AI এর হাত ধরে আমরা দেখতে পাব কনভারসেশনাল মার্কেটিং, পারসোনালাইজড কন্টেন্ট, অপটিমাইজড এড ক্যাম্পেইন ইত্যাদি।

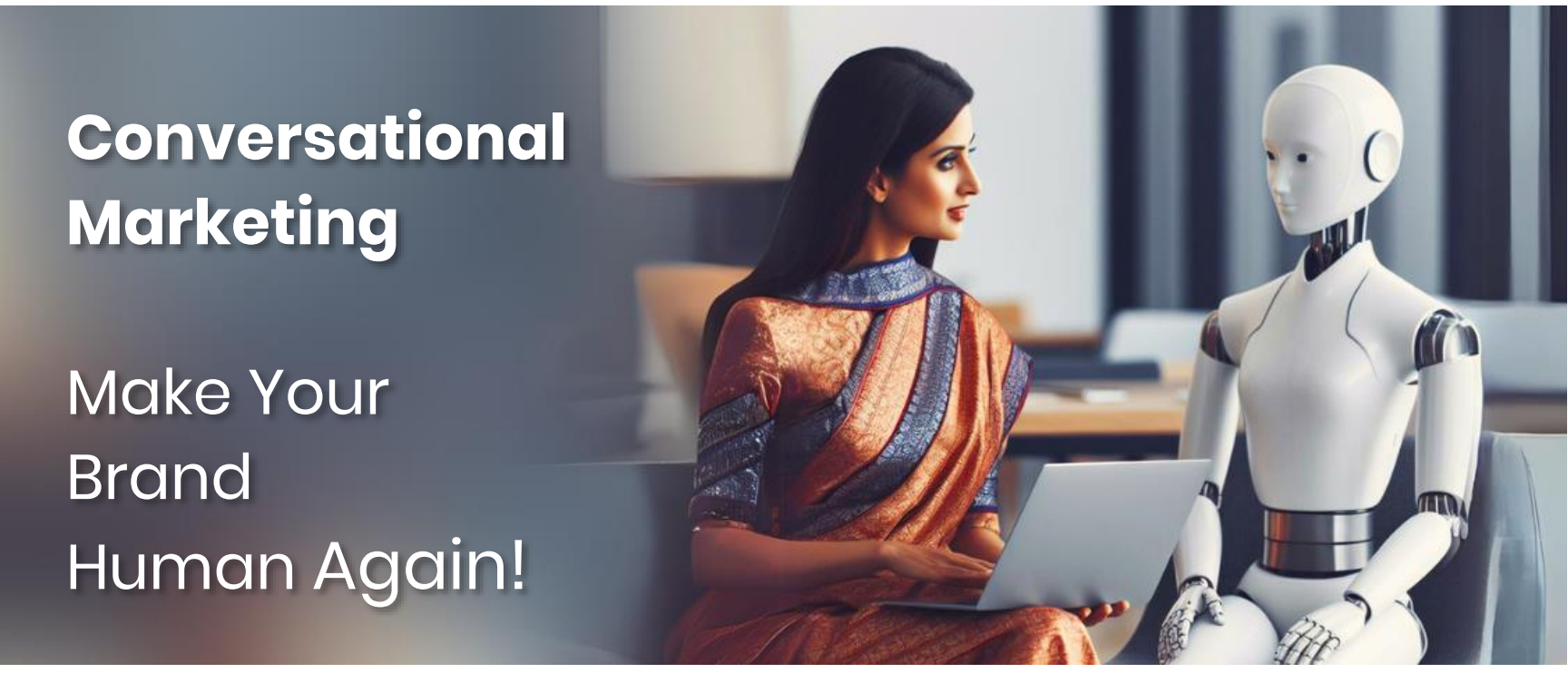
সেই সাথে Augmented Reality (AR) এবং Virtual Reality (VR) টেকনোলজি আরও উন্নত হবার সাথে সাথে AI এর সাথে একটা ইন্টিগ্রেশন তৈরি হবে। পাশাপশি মেটাভার্স এর দুনিয়া তৈরি হলে মার্কেটিং এর নতুন স্কোপ তৈরি হবে।

যে সকল স্মার্ট মার্কেটার এবং বিজনেস AI Driven স্মার্ট মার্কেটিংকে সাদরে বরণ করে নেবে তারাই এই পরিবর্তনশীল নতুন দুনিয়াতে ভাল করবে।

এখন সময় নিজেকে প্রস্তুত করার। এখন সময় নিজেকে একজন স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে প্রতিষ্ঠিত করার।

আপনার স্মার্ট নেতৃত্বেই গড়ে উঠুক AI ড্রিভেন স্মার্ট মার্কেটিং এর দুনিয়া।





আপনি যদি স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে নিজেকে প্রতিষ্ঠিত করতে চান তাহলে শুধু টুলস জানলে চলবে না, আপনাকে হতে হবে কমিউনিকেশন এক্সপার্ট।

AI ডোমিনেটেড মার্কেটিং এর দুনিয়াতে তাই একটা কনসেপ্ট খুব গুরুত্বপূর্ণ - কনভারসেশনাল মার্কেটিং।

কনভারসেশনাল মার্কেটিং হচ্ছে একটা মার্কেটিং এপ্রোচ যেখানে বিজনেসগুলো তাদের অডিয়েন্স এর সাথে রিয়েল টাইম, পারসোনালাইজড, ইন্টার‍্যাক্টিভ কনভারসেশনে লিপ্ত হয়।

এই কনভারসেশন বা কথোপকথন এর ডিজিটাল চ্যানেল এর মধ্যে আছে ওয়েবসাইট, সোশ্যাল মিডিয়া, মেসেজিং এপ, চ্যাটবট ইত্যাদি।

কনভারসেশনাল মার্কেটিং কাস্টোমারের অনুসন্ধানে তাৎক্ষণিক সাড়া দেবে, প্রসপেক্টকে বায়িং জার্নিতে গাইড করবে, ডীপ কাস্টোমার ইনসাইট কালেক্ট করবে।

সর্বোপরি - কাস্টোমারের সাথে সুদৃঢ় বন্ধন তৈরি করবে এবং রক্ষা করবে।

কনভারসেশনাল মার্কেটিং একটা seamless, ওয়ান টু ওয়ান কাস্টোমার এক্সপেরিয়েন্স দেবার উপর ফোকাস করে। প্রযুক্তি কাজে লাগিয়ে অডিয়েন্সের সাথে এনগেইজ হয় এবং তাকে কিনতে সাহায্য করে।

ট্রেডিশনাল মার্কেটিং ছিল একমুখী (ওয়ান ওয়ে)।

বিজনেসগুলো অডিয়েন্স এর উদ্দেশ্যে তাদের মেসেজ প্রিন্ট মিডিয়া, রেডিও, টেলিভিশন এর মাধ্যমে ব্রডকাস্ট করতো। এই মিডিয়াগুলো ছিল একমুখী কমিউনিকেশন চ্যানেল।



তখনকার মার্কেটিং মেথড তাই ইফেক্টিভ হলেও সেখানে পারসোনাল টাচ এবং ইন্টারএক্টিভিটি এর অভাব ছিল। ইনফরমেশন শুধু বিজনেস থেকে কাস্টোমারের দিকে ধাবিত হতো। ফিডব্যাক এবং এনগেইজমেন্ট এর অপরচ্যুনিটি ছিল না বললেই চলে।

ইন্টারনেট এবং ডিজিটাল টেকনোলোজি আবির্ভাবের পর মার্কেটিং এর বিবর্তন শুরু হলো। ওয়েবসাইট, ইমেইল, সোশ্যাল মিডিয়া এর বদৌলতে বিজনেসগুলো তাদের অডিয়েন্স এর কাছে পৌঁছানোর নতুন মাধ্যম পেল।



এই মিডিয়াগুলোর মাধ্যমে টু ওয়ে কমিউনিকেশন অনেক সহজ হয়ে উঠলো। ফলে বিজনেসগুলো যেমন অডিয়েন্স এর কাছে তাদের মেসেজ নিয়ে পৌঁছাতে পারবে, তেমনি কাস্টোমারও তার চাহিদা, আকাঙ্ক্ষা, প্রত্যাশা, দাবী, উদ্বেগ, অভিযোগ সরাসরি বিজনেসকে জানাতে পারবে খুব সহজেই।

এই মডার্ন যুগে, বিজনেসগুলোর জন্য তাই কনভারসেশনাল মার্কেটিং একটা ভাইটাল এপ্রোচ।

ট্রেডিশনাল মার্কেটিং থেকে ডিজিটাল মার্কেটিং এর দুনিয়াতে ট্রানজিশন এর সময় ব্র্যান্ডগুলো এক নতুন সমস্যার মুখোমুখি হয়েছিল। সেটা হচ্ছে টুলস, এলগরিদম এর আধিপত্যে ব্র্যান্ডগুলো কিছুটা যান্ত্রিক হয়ে পড়ছিল।

কিন্তু কাস্টোমার যান্ত্রিকতা চায় না। কাস্টোমার যান্ত্রিক ব্র্যান্ড পছন্দ করে না।

কাস্টোমার খোঁজে হিউম্যান ব্র্যান্ড যারা তার কথা শুনবে। তার সাথে কথা বলবে। তার সমস্যা বুঝে কাস্টোমাইজড সল্যুশন সাজেস্ট করবে। তাকে বায়িং জার্নির প্রতিটা ধাপে গাইড করবে।

আর কাস্টোমারের এই চাওয়াটুকু পূরণ করার জন্যই ব্র্যান্ডগুলোকে কনভারসেশনাল মার্কেটিংকে সাদরে বরণ করে নিতে হবে।

একমাত্র কনভারসেশনাল মার্কেটিং এর দ্বারাই সম্ভব ব্র্যান্ডগুলোকে যান্ত্রিক হতে আবারও হিউম্যান ব্র্যান্ড এ রূপান্তর করতে।

বর্তমান যুগে কাস্টোমারের চাহিদা পারসোনালাইজড সাজেশন, কাস্টোমাইজড সল্যুশন। কাস্টোমার চায় স্পেশাল ফীল করতে।

ডাটা এবং AI ব্যবহার করে এখন ব্র্যান্ডগুলো প্রত্যেক কাস্টোমারকে তার ইউনিক নিড এবং প্রেফারেন্স অনুযায়ী কন্টেন্ট, প্রোডাক্ট, সল্যুশন সাজেস্ট করতে পারে।

এভাবে ব্র্যান্ড তার কাস্টোমারের সাথে আরো গভীরতম কানেকশন তৈরি করতে পারে। কাস্টোমারকে স্পেশাল, ভ্যালুড ফীল করাতে পারে।

একটা ঘটনা শেয়ার করি। নভেম্বরের পাঁচ তারিখ আমার জন্মদিন ছিল, একই দিন আইডিয়ান কনসাল্টিং এরও প্রতিষ্ঠাবার্ষিকী (কো-ইনসিডেন্স মনে হচ্ছে? :p)।

তো জন্মদিন উপলক্ষ্যে অতি আদরের এক ছোটভাই আমাকে একটা উপহারের প্যাকেট দিল।

কাউকে কী উপহার দেওয়া উচিত, উপহার দেবার সময় কোন কোন জিনিস হিসাবে রাখা উচিত এটা নিয়ে খুব সুন্দর একটা বর্ণনা ছিল কাজী আনোয়ার হোসেনের মাসুদ রানা বইতে। আমি মাসুদ রানার 300+ বই পড়েছিলাম। তারমধ্যে অন্যতম প্রিয় 'অগ্নি পুরুষ' এর এক জায়গায় আছে -

"প্রতিবারেই বন্ধুর জন্য কিছু না কিছু একটা নিয়ে আসত রানা। একবার একজোড়া জামদানি নিয়ে এলো, আরেকবার ইন্দোনেশিয়া থেকে আনল বাটিক পেইন্টিং। বোঝাই যায়, তাড়াহুড়ো করে কেনা নয়, নির্বাচনে সময় ব্যয় করা হয়েছে, যে দেবে আর যাকে দেবে দু'জনের রুচি বিবেচনার মধ্যে রাখা হয়েছে।"

গল্পে ফিরে আসি - আমি গিফটের প্যাকেট খুলে খুবই সারপ্রাইজড। কারণ ভিতরে ছিল গাড়ির সামনে রাখার জন্য একটা মিনি Car Air Freshener Solar Aircraft!



এরোপ্লেনের পাখাটা সূর্যের আলো পেলে ঘুরতে থাকে

জন্মদিনে আমরা বিভিন্ন ধরনের গিফটই পাই, কিন্তু এটা ছিল খুবই থটফুল এবং পারসোনালাইজড যা আমার কাজে লাগবে।

এভাবে ব্র্যান্ডগুলোও কাস্টোমারের সাথে থটফুল, পারসোনালাইজড রিলেশনশীপ তৈরি করতে পারে কনভারসেশনাল মার্কেটিং এর মাধ্যমে।

কনভারসেশনাল মার্কেটিংকে এমনভাবে ডিজাইন করা সম্ভব যেন কাস্টোমারের প্রতি empathy দেখানো যায়। এর মাধ্যমে

ব্র্যান্ডগুলো কাস্টোমারের ইমোশন বুঝে তার প্রতি সহানুভূতিশীল হয়ে থাকবে।

এই ধরণের ইমোশনাল ইন্টেলিজেন্স জেনুইন রিলেশনশীপ তৈরির চাবিকাঠি।

একটা কথা এখানে বলে রাখা ভাল। কনভারসেশনাল মার্কেটিং, AI, Chatbot শুনলে অনেকেই মনে করেন এগুলো শুধু বড় বড় ব্র্যান্ডের জন্য, ছোট বা মিডিয়াম সাইজ বিজনেসের জন্য না।

এটা পুরোপুরি ভুল একটা ধারণা।

টেকনোলজির ব্যবহার সবার জন্য। বরং ছোট বিজনেসের যেহেতু ইনভেস্টমেন্ট, রিসোর্স সংকট থাকে, টেকনোলোজির সর্বোচ্চ ব্যবহার তাদের নিশ্চিত করা উচিৎ।

BASIS এর ট্রেইনিং অঙ্গপ্রতিষ্ঠান BITM এর একজন ট্রেইনার হিসেবে আমি United International University (UIU) তে Social Media Marketing এর উপর Post Graduate Diploma (PGD) কোর্স নিচ্ছি। কিছুদিন আগে একটা ক্লাসে আমার স্টুডেন্টরা প্রেজেন্টেশন এর সময় 'দেশীয়' নামক এক বাংলাদেশী ফেইসবুক পেইজ দেখায় যারা ক্লোদিং আইটেম বিক্রি করে।



পেইজের Bio তে থাকা নিচের লেখাটি আমাকে খুব আকৃষ্ট করে-

"স্বাগতম! কোনো বিজনেস পেজে না বরং একটা পরিবারে। কেনাকাটা করতে হবে না। আসুন গল্প করি"



লক্ষ্য করুন এখানে 'দেশীয়' সবাইকে কত আপন করে নিয়েছে বলে মনে হচ্ছে, গল্প করতে আহ্বান জানাচ্ছে।

আমি 2013-14 সালে প্রথম আমার একটা ইকমার্স বিজনেস ভেঞ্চারে চ্যাটবট এর ব্যবহার শুরু করি। বাংলাদেশে সেই সময় অনলাইন শপিং এতটা জনপ্রিয় হয়নি। চ্যাটবট তো অনেক দূরের কথা।

চ্যাটবটের ব্যবহার আমাদের অনেক ইফোর্ট বাঁচিয়ে দিলেও আমি লক্ষ্য করি কাস্টোমাররা এতে খুব একটা স্বচ্ছন্দ বোধ করছে না। তাদের মনোভাবটা চ্যাটবট বুঝতে না পারার কারণে তারা উপযুক্ত সার্ভিস পাচ্ছিল না। শেষপর্যন্ত কাস্টোমার কেয়ার রিপ্রেজেন্টেটিভকেই ইনভলভড হতে হচ্ছিল।

কিন্তু বর্তমানের Natural Language Processing (NLP) ক্যাপাবিলিটি সম্পন্ন চ্যাটবটগুলো কাস্টোমারের মেসেজ বা কথার টোন এর তারতম্য নির্ণয় করতে পারে।

এর ফলে কমিউনিকেশন less robotic হয়, আরও বেশি হিউম্যান লাইক হয়। ফলে কাস্টোমার আরও অথেনটিক এবং রিলেটেবল ব্র্যান্ড এক্সপেরিয়েন্স পায়।

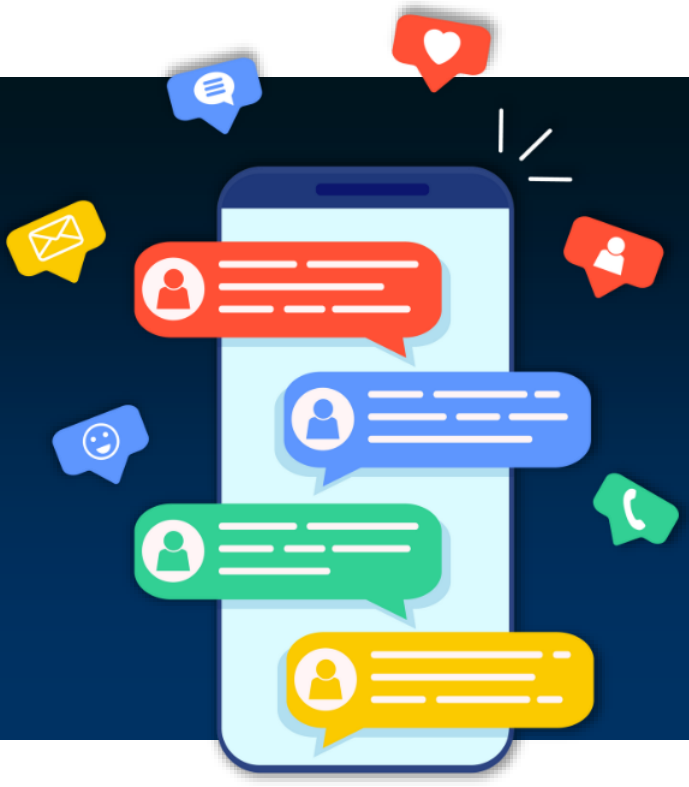
মার্কেটারদেরকে কাস্টোমারের 'উদ্দেশ্যে' কথা বলা বন্ধ করে কাস্টামারের 'সাথে' আলোচনা বা কনভারসেশন বা ডায়লগ শুরু করতে হবে। তাদেরকে আমন্ত্রণ জানাতে হবে আপনার কাছে প্রোডাক্ট, সার্ভিস, অফার সম্পর্কিত প্রশ্ন করতে, ফিডব্যাক দিতে।

আমি আমার যে কোন বিজনেস স্ট্র্যাটেজি ট্রেইনিং এর শুরুর দিকে যে অসম্ভব গুরুত্বপূর্ণ টপিকটা শিখাই সেটা হচ্ছে - competitive advantage. কিভাবে আপনার বিজনেসকে কম্পিটিটরদের থেকে ডিফারেনশিয়েট করতে হয় সেটা।

কনভারসেশনাল মার্কেটিং এপ্রোচ এর মাধ্যমে আপনি কাস্টোমারকে একটা টপ নচ কাস্টোমার সার্ভিস এবং কাস্টোমার এক্সপেরিয়েন্স দিতে পারবেন। এর ফলে আপনি নিজেকে মার্কেটে আপনার কম্পিটিটরদের থেকে ডিফরেন্ট হিসেবে তুলে ধরতে পারবেন, যা আপনাকে একটা competitive advantage দেবে।

কনভারসেশনাল মার্কেটিং স্মার্ট মার্কেটিং এর অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ এলিমেন্ট। কাস্টোমারের সাথে বন্ধুত্বপূর্ণ সম্পর্ক গড়ে তুলতে এটাকে সঠিক ভাবে কাজে লাগান।

Make Your Brand Human Again!



কনভারসেশনাল মার্কেটিং

স্টেপ বাই স্টেপ গাইডলাইন ফর সাকসেস

কনভারসেশনাল মার্কেটিং এপ্রোচ আপনাকে প্ল্যান করতে সাহায্য করে কিভাবে আপনার অর্গানাইজেশন কাস্টোমারদের সাথে কমিউনিকেট করবে।

হিউম্যান কাস্টোমার সার্ভিস এর পাশাপাশি চ্যাটজিপিটি এবং গুগল বার্ড এর মতো কনভারসেশনাল AI টুল আমাদের জন্য এই যাত্রাটা অনেক সহজ করে দিয়েছে।

স্টার্টআপ, SME থেকে শুরু করে মাল্টিন্যাশনাল কোম্পানি সবাই এটাকে ব্যবহার করে উপকৃত হতে পারে।

কিন্তু যেহেতু AI ড্রিভেন কনভারসেশনাল মার্কেটিং একটা নতুন এপ্রোচ, অনেক ব্র্যান্ডই এখনো ঠিক মতো বুঝে উঠতে পারছে না কিভাবে এটাকে কাজে লাগাবে।

চলুন আমরা একটা স্টেপ বাই স্টেপ গাইডলাইন এর মাধ্যমে কনভারসেশনাল মার্কেটিং এর প্ল্যান তৈরি করি, যা আপনার সফলতাকে ত্বরান্বিত করবে।

1. আপনার অডিয়েন্সকে ভালোভাবে বুঝুন



আপনার অডিয়েন্স হচ্ছে ভিন্ন ভিন্ন চাহিদা এবং পছন্দের একাধিক ব্যক্তির সমাহার।

বিখ্যাত কফি ব্র্যান্ড স্টারবাকস তার প্রতিটা কাস্টোমারের নিড বুঝে তাকে কাস্টোমাইজড বেভারেজ এবং স্ন্যাক্স সাজেস্ট করে।

আপনিও তেমনি সবার আগে আপনার অডিয়েন্সকে ক্লিয়ারলি ডিফাইন করুন। তাদের নিড, পেইন পয়েন্ট এগুলো আইডেন্টিফাই করুন।

এজন্য আপনাকে অবশ্যই আইডিয়াল কাস্টোমার এভাটার তৈরি করতে হবে।

কিভাবে কাস্টোমার এভাটার তৈরি করতে হয় এটা নিয়ে অনেকেই কনফিউশনে ভোগেন। আমি এজন্য একটা মিনি কোর্স তৈরি করেছিলাম। কোর্সটির নাম - Echo Signal Customer Targeting.

এই কোর্সটি আপনি আইডিয়ান কনসাল্টিং এর ওয়েবসাইটে গিয়ে কমপ্লিটলি ফ্রিতে করতে পারবেন। সাথে টেমপ্লেটও দেয়া আছে যেটা আপনি নামিয়ে ব্যবহার করতে পারবেন।

নিচের লিঙ্কে গিয়ে আপনি এই কোর্সটিতে এনরোল করতে পারবেন -
https://www.ideanconsulting.com/lab/

2. সঠিক কমিউনিকেশন চ্যানেল বেছে নিন



বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়াসহ অসংখ্য চ্যানেল আছে। এবং আরও নতুন নতুন চ্যানেল এর জন্ম হচ্ছে।

আপনাকে সব চ্যানেলে যেতে হবে না, যেগুলো আপনার জন্য রেলিভ্যান্ট শুধু সেগুলোতেই আপনি থাকবেন।

উদাহরণস্বরূপ - আপনার টার্গেট গ্রুপ যদি টিকটকে থাকে আপনি টিকটকে প্রেজেন্ট থাকবেন, যদি লিঙ্কডইনে থাকে তাহলে আপনাকে সেখানে যেতে হবে। আপনি B2B বিজনেসে থাকলে ক্লায়েন্ট এর সাথে কমিউনিকেশন এবং সাপোর্ট এর জন্য Whatsapp বেছে নিতে হতে পারে।

আমি আইডিয়ান কনসাল্টিং প্রতিষ্ঠার পর ফেইসবুক, লিঙ্কডইন, ওয়েবসাইটের সাথে আরেকটি কমিউনিকেশন চ্যানেল বেছে নিই - সেটা হচ্ছে ইমেইল।

আমার ক্যারিয়ার এর শুরু হয়েছিল CodeCrafters এ, যেটি একজন আমেরিকান দ্বারা প্রতিষ্ঠিত। কোডক্র্যাফটার্স এর প্রাইমারী বিজনেস পার্টনার এবং মাল্টিপল ফরচুন 500 কোম্পানি সহ 300+ ক্লায়েন্ট সবাই আমেরিকাতে অবস্থিত।

আমাদের পার্টনার, এডভার্টাইজার, মার্কেটিং এজেন্সি, ক্লায়েন্ট সবাই বাইরের হওয়ায় তাদের সাথে কমিউনিকেশন করার

মেজর মিডিয়াম হচ্ছে ইমেইল। তাই আমি ইমেইল কমিউনিকেশনে অত্যন্ত কমফোর্টেবল।

ইন্টারেস্টিং ব্যাপার হচ্ছে, বাংলাদেশে ইমেইল কমিউনিকেশন খুব একটা জনপ্রিয় না। স্পেশালি মার্কেটিং এর ক্ষেত্রে।

কিন্তু আমি আইডিয়ান এর কনসাল্টিং ক্লায়েন্ট বা স্টুডেন্টদের সাথে ইমেইলেই কমিউনিকেশন শুরু করি। এবং প্রথম থেকেই ইমেইল এর ক্ষেত্রে কনভারসেশনাল এপ্রোচ বেছে নিই। অর্থাৎ একদম গৎবাঁধা বোরিং ইমেইল লেখা থেকে সরে এসে নিজের মন মতো, নিজস্ব স্টাইলে ইমেইল পাঠাই।



এর রেজাল্ট হয়েছে অভাবনীয়। গত কয়েক বছরে আমার ইমেইল মার্কেটিং প্ল্যাটফর্ম থেকে আমি নিজে 25,00,000 এর বেশি ইমেইল পাঠিয়েছি!

মাসে আমি গড়ে হাজার খানেক ইমেইল রিসিভ করি। আপনি যদি আমার সাথে বেশ কিছুদিন কানেক্টেড থাকেন তাহলে আপনি জানেন যে আমি নিজে প্রায় বেশিরভাগ সময়েই ইমেইলের রিপ্লাই দিই।

এভাবে ইমেইল কনভারসেশনের মাধ্যমে আমার অনেকের সাথে সুন্দর সম্পর্ক তৈরি হয়েছে, অনেক আলোচনা হয়েছে।

অনেকে আমাকে ইমেইল করে তাদের ব্যক্তিগত সমস্যার কথা বলেন, তাদের স্বপ্নের কথা বলেন।

একজন ভদ্রলোক আমাকে নিয়মিত ইমেইল করেন যার সন্তান autistic. তাই তিনি autistic শিশু এবং তাদের পিতামাতাদের জন্য একটা নতুন ধরনের প্ল্যাটফর্ম তৈরির প্ল্যান করছেন। আমি তাকে বেশ কিছু আইডিয়া শেয়ার করেছি।

আমি ইমেইল পাই অসংখ্য স্টুডেন্টদের কাছ থেকে যারা আমার কোর্স করতে আগ্রহী কিন্তু ফিন্যান্সিয়াল সমস্যার কারণে পুরো পেমেন্ট করতে পারছে না। আমি যথাসম্ভব প্রত্যেককে হেল্প করি।

অনেক মিড লেভেল প্রফেশনাল আমাকে তাদের ক্যারিয়ার নিয়ে ফ্রাস্টেশন এর কথা বলেন। অনেক ইয়াং প্রফেশনাল ক্যারিয়ার গাইডলাইন চান।

অনেক স্টার্টআপ উদ্যোক্তা আমাকে পিচ ডেক পাঠান রিভিউ করার জন্য। অনেকে নতুন বিজনেস আইডিয়া শেয়ার করেন। অনেক হাউজওয়াইফ কিভাবে ঘরে বসে ব্যবসা করবেন সে ব্যাপারে টিপস চান।

অনেকে আমাকে ফিডব্যাক দেন, বিভিন্ন সাজেশন দেন, ইন্টারেস্টিং সব আইডিয়া দেন। এগুলো সবই আমাকে সমৃদ্ধ করে।

এই অসংখ্য ইমেইল কনভারসেশন থেকে একটা জিনিস আমি আপনাকে নিশ্চিত ভাবে বলতে পারি –

আপনাকে জেনুইনলি মানুষের ভালো চিন্তা করতে হবে, সাহায্যের আন্তরিক মনোভাব থাকতে হবে। শুধু

কনভারসেশনাল মার্কেটিং করার স্বার্থে কনভারসেশন করলে সেটা হবে ফাঁপা, অন্তঃসারশুন্য। এবং সেটা লং রানে ফলপ্রসু হবে না।

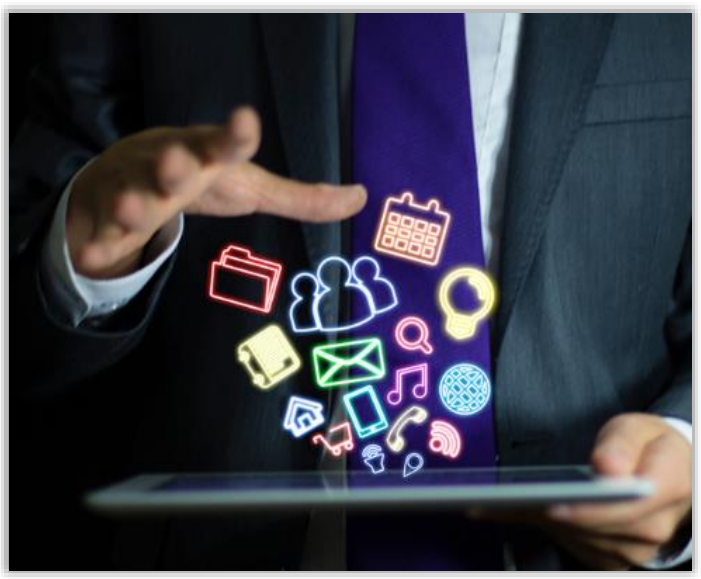
3. আপনার টুলস সিলেক্ট করুন

মনে করুন আপনি একজন আর্টিস্ট। রং তুলি হচ্ছে আপনার টুল। হাতের তুলিকে কাজে লাগিয়ে আপনাকে ক্যানভাসে অদ্ভুত সুন্দর ছবি ফুটিয়ে তুলতে হবে। আর এজন্য আপনাকে উপযুক্ত তুলি বেছে নিতে হবে।

ঠিক একইভাবে আপনাকে কনভারসেশনাল মার্কেটিং এর টুলস বেছে নিতে হবে। এই টুলগুলোর মধ্যে চ্যাটবট, মেসেজিং এপ, ChatGPT টাইপ AI টুল থাকবে।

অনলাইনে একটু রিসার্চ করলেই আপনি অনেক টুল পেয়ে যাবেন।

আপনার বিজনেসের অবজেক্টিভ, কাস্টোমারের নিড, আপনার বাজেট, টিমের দক্ষতা এগুলো কনসিডার করে সঠিক টুল বেছে নিন।



তবে মনে রাখবেন, আপনাকে হতে হবে মার্কেটিং এর মাইকেল এঞ্জেলো, মার্কেটিং এর লিওনার্দো দ্যা ভিঞ্চি।

উপযুক্ত টুলসেট কাজে লাগিয়ে সেরা আউটপুটটা বের করে আনতে হবে আপনাকে।

4. এনগেজিং কনভারসেশন প্ল্যান ডিজাইন করুন

বিশ্ববিখ্যাত বই হ্যারি পটার এর লেখিকা জে কে রওলিং কে মনে আছে?

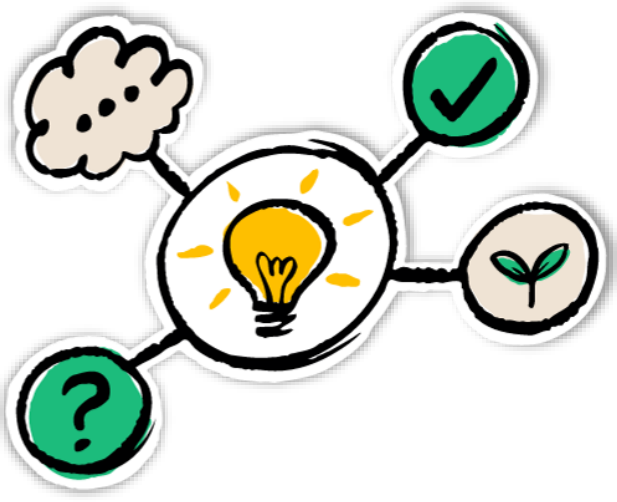
তার লেখা এতটাই magical ছিল যে আমি বুয়েটের টার্ম ফাইনাল পরীক্ষার পড়া বাদ দিয়ে সারা রাত ধরে হ্যারি পটার পড়ে শেষ করেছিলাম। সিরিজের সাতটি বই আমি এখন পর্যন্ত আটবার করে পড়েছি!

আপনাকেও এমনভাবে কাস্টোমারের সাথে এনগেইজড হতে হবে যেন সে আপনার ব্র্যান্ডের প্রতি চুম্বকের মতো আকর্ষিত হয়। আপনাকে আপনার কনভারসেশন দ্বারা কাস্টোমারকে ধরে রাখতে হবে।



আর তাই অডিয়েন্সের সাথে আপনি কি ধরণের কনভারসেশন করতে চান, আপনার টোন, ল্যাঙ্গুয়েজ কেমন হবে, আপনার রেসপন্স কেমন হবে এগুলো সব ফুললি প্ল্যান করে ফেলতে হবে।

5. আপনার টিমকে ট্রেইনিং প্রদান করুন



টুল এবং কনভারসেশন প্ল্যান ডিজাইন করার পর আপনার টিমকে ট্রেইন করতে হবে। তাদেরকে স্ক্রিপ্ট দিতে হবে, একই সাথে টুলস এর ব্যবহারও ভালোভাবে শিখিয়ে দিতে হবে।

6. পারসোনালাইজ ইউজার এক্সপেরিয়েন্স

ইকমার্স জায়ান্ট অ্যামাজন এর বিলিয়ন বিলিয়ন ডলার রেভিনিউ এর পিছনে তাদের পারসোনালাইজেশন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ রোল প্লে করে।

আপনাকেও ডাটা কাজে লাগিয়ে ইউনিক কাস্টোমার এক্সপেরিয়েন্স তৈরি করতে হবে।

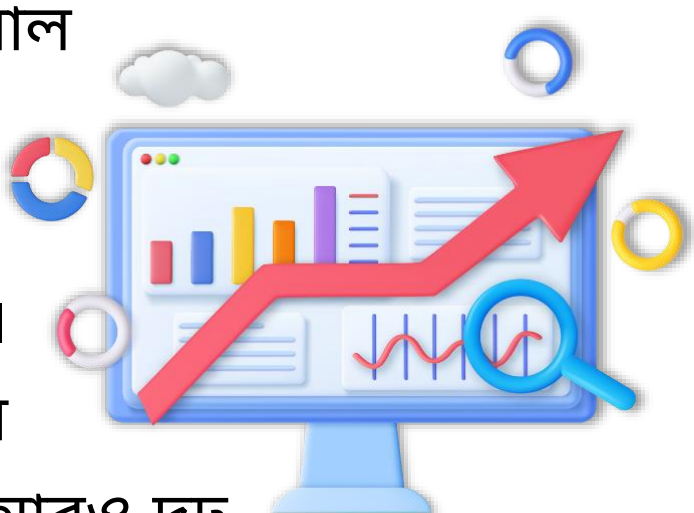


ধরুন আপনি প্রতিটা কাস্টোমারের হিস্টরি রক্ষা করছেন। তার সাথে কখন কি কমিউনিকেশন হচ্ছে সেটা ট্র্যাক করছেন। সে কি কিনেছে খুব ভালোভাবে এনালাইজ করছেন। কোন প্রোডাক্ট ভিজিট করেছে কিন্তু কেনেনি সেগুলো অবজারভ করছেন।

এই ডাটাগুলোকে কাজে লাগিয়ে আপনি প্রতিটা ইন্ডিভিজুয়াল কাস্টোমারকে পারসোনালাইজড সাজেশন দিতে পারবেন।

7. অপ্টিমাইজ এন্ড লার্ন

সর্বোপরি, আপনাকে নিয়মিত শিখতে হবে এবং অপ্টিমাইজ করতে হবে। যেসকল কোম্পানি কনভারসেশনাল মার্কেটিং এ ভাল করছে তাদেরকে নিয়মিত ফলো করুন। প্রয়োজনে আপনার কম্পিটিটরদেরকে এনালাইসিস করে নিজেদের এপ্রোচ ফাইন টিউন করুন।



এভাবে স্টেপ বাই স্টেপ কনভারসেশনাল মার্কেটিং প্ল্যান তৈরি করলে আপনি আপনার প্রতিদ্বন্দ্বীদের থেকে এমনিতেই অনেক এগিয়ে থাকবেন। তারপর সেই প্ল্যান সঠিকভাবে ইমপ্লিমেন্ট করে কাস্টোমারের সাথে আরও দৃঢ় বন্ধন তৈরি করতে পারবেন এবং সেলস বৃদ্ধি করতে পারবেন।



বিখ্যাত লেখক আইজ্যাক আজিমভ এর নাম শুনেছেন?

আইজ্যাক আজিমভ ছিলেন বিংশ শতাব্দীর অন্যতম সেরা রাইটার। তিনি এক জীবনে প্রায় 500 টি বই লিখেছিলেন, এর মধ্যে আছে I, Robot এবং Foundation Trilogy এর মতো সুপরিচিত সায়েন্স ফিকশন।

আজিমভের বিভিন্ন বিজ্ঞান কল্পকাহিনীতে রোবট এর উপস্থিতি থাকতো। এই রোবটগুলো বেশিরভাগ সময়ই মানুষের সাহায্যকারী বা এসিস্ট্যান্ট হিসেবে কাজ করতো। তিনি তার কাল্পনিক গল্পের রোবটদের জন্য তিনটি নিয়ম বানিয়েছিলেন। যেগুলোকে তিনি বলতেন 'Three Laws of Robotics'!

Isaac Asimov's ‘Three Laws of Robotics’

1. A robot may not injure a human being or, through inaction, allow a human being to come to harm.
2. A robot must obey orders given to it by human beings except where such orders would conflict with the First Law.

3. A robot must protect its own existence as long as such protection does not conflict with the First or Second Law.

গল্পের এই নিয়মগুলো বানানো হয়েছিল যেন রোবট তার সৃষ্টিকর্তা মানুষের কোন ক্ষতি করতে না পারে। রোবট যেন সব সময় মানুষের সেবায় নিয়োজিত থাকতে পারে।

আচ্ছা চিন্তা করুন তো, আপনার যদি একজন রোবট সাহায্যকারী থাকতো তাহলে কতো উপকার হতো?

আপনি কি শুনলে খুব অবাক হবেন যে 2023 সাল থেকে আমি একজন পারসোনাল এসিস্ট্যান্ট নিয়োগ দিয়েছি? যে আমার অনেক কাজ করে দেয়!



এবং মজার ব্যাপারটা হচ্ছে - আমার এই পারসোনাল এসিস্ট্যান্ট কোন মানুষ না। এটা একটা কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা সম্পন্ন রোবট।

না, আমি কোন সায়েন্স ফিকশন এর গল্প বলছি না। আমি আসলেই একটি রোবটকে আমার ব্যক্তিগত সহকর্মী হিসেবে ব্যবহার করছি।

এবং আপনিও চাইলে একই কাজ করতে পারেন।

কারণ এই পারসোনাল এসিস্ট্যান্ট এর নাম - ChatGPT!

চ্যাটজিপিটি একটা চ্যাটবট, একটা কনভারসেশনাল টুল যা মানুষের মতো কথোপকথন করতে পারে।

কিন্তু চ্যাটজিপিটি কোন সাধারণ চ্যাটবট না।

ChatGPT একটা AI পাওয়ারড কনভারসেশনাল চ্যাটবট (বা একধরনের রোবট)।

এখন পর্যন্ত অনেকে চ্যাটজিপিটিকে শুধুমাত্র কন্টেন্ট তৈরির কাজেই ব্যবহার করছে। কিন্তু এর ব্যবহার আরও অনেক বিস্তৃত।

(বাই দ্যা ওয়ে, The Mastermind Secrets নিউজলেটারের এই ইস্যুটির কাভার AI এর সাহায্যে ডিজাইন করা।)

এটা অত্যন্ত পাওয়ারফুল একটা টুল যাকে আপনি ব্যক্তিগত সাহায্যকারী হিসেবে চিন্তা করতে পারেন এবং কাজে লাগাতে পারেন। যার ফলে আপনি কম সময়ে আরও বেশি কাজ করতে পারবেন, আরও বেশি এফিসিয়েন্ট এবং প্রোডাক্টিভ হতে পারবেন। স্বল্পতম সময়ে অনেক আইডিয়া জেনারেট করতে পারবেন।

(IDEAN Consulting এর মূল ফোকাস হচ্ছে আইডিয়া নিয়ে কাজ করা, তাই তো এর নাম IDEA + N. যে আইডিয়া নিয়ে কাজ করে তাকে আমরা 'আইডিয়ান' বলি)।

আপনি যদি একজন মার্কেটার হয়ে থাকেন, তাহলে চ্যাটজিপিটিকে আপনি অন্যান্য কাজের পাশাপাশি একজন

ফুললি ডেডিকেটেড পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট হিসেবে ব্যবহার করতে পারেন।

এখন আমরা দেখবো কিভাবে চ্যাটজিপিটি আপনার পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট হিসেবে আপনাকে সাহায্য করতে পারে। তবে তার আগে চলুন চ্যাটজিপিটি আসলে কি সেটা আরেকটু ক্লিয়ার হয়ে নিই।

(স্পেশাল নোট - আলোচনা সিম্পল রাখার স্বার্থে আমি শুধুমাত্র চ্যাটজিপিটি নামটি বলছি, কিন্তু এখানে রোবট সাহায্যকারী বলতে আসলে চ্যাটজিপিটির মতো যে কোন text-based generative AI system এর কথাই বুঝাচ্ছি। যেমন Google Bard: https://bard.google.com)

ChatGPT - AI Powered Conversational ChatBOT

মেশিন কি চিন্তা করতে পারে?

Artificial Intelligence (AI) নিয়ে ইদানীং তুমুল আলোচনা চলছে চারিদিকে। এর সম্ভাবনা এবং ভবিষ্যৎ নিয়ে সবারই আগ্রহ তুঙ্গে। বিশেষ করে ChatGPT এর আবির্ভাবের পর সবাই অনেক বেশি আগ্রহী হয়ে উঠেছে AI নিয়ে।

মজার ব্যাপার হচ্ছে AI নিয়ে গবেষণা কিন্তু রিসেন্ট কোন ঘটনা না।

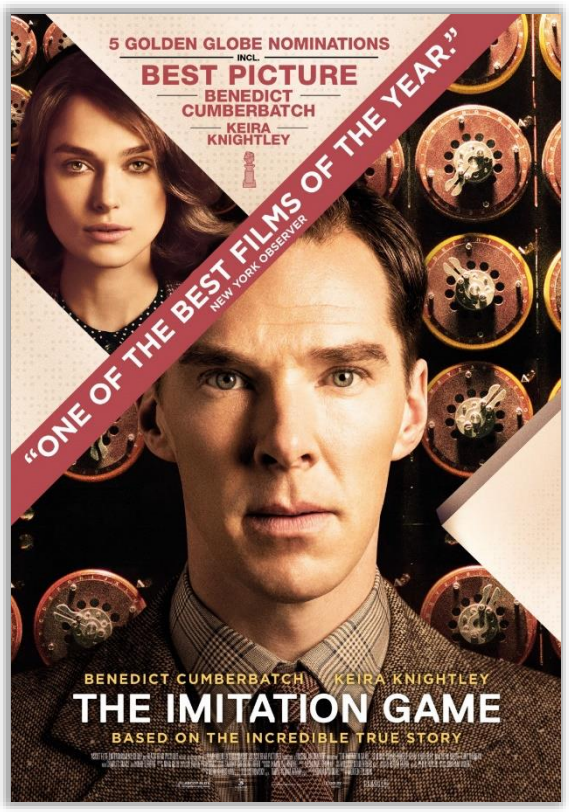
1956 সালে John McCarthy প্রথম ‘Artificial Intelligence’ টার্মটা coin করেন। কিন্তু মেশিন চিন্তা করতে পারে কিনা তা নিয়ে আলোচনা এর অনেক আগে থেকেই শুরু হয়েছিল।

1950 সালে ইংরেজি ম্যাথমেটিশিয়ান Alan Turing একটা পেপার পাবলিশ করেন, যেটির টাইটেল ছিল “Computing Machinery and Intelligence”. এই পেপারটিই ভবিষ্যতের Artificial Intelligence (AI) নামক ফিল্ডের দরজা খুলে দেয়।

এই পেপারটি শুরুই হয়েছিল বিখ্যাত এই প্রশ্নটি দিয়ে - Can Machines Think?

এবং এখানে অ্যালান টুরিং 'Imitation Game’ নামে একটা মেথড প্রপোজ করেন, যা দিয়ে মূল্যায়ন করা যাবে মেশিন চিন্তা করতে পারে কিনা। এই টেস্টটাকে ‘Turing Test’ ও বলা হয়। এরপর দীর্ঘ সময় গবেষণার ফসল হিসেবে AI ফিল্ডটি আরও ডেভেলপড হতে থাকে।

(বাই দ্যা ওয়ে, এলান টুরিংকে নিয়ে 2015 সালে ‘The Imitation Game’ নামে একটি অস্কারজয়ী মুভি নির্মিত হয়েছিল। যেখানে কিভাবে তিনি নাৎসী জার্মানীর enigma কোড উন্মোচন করে দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ জিততে সাহায্য করেছিলেন তা দেখানো হয়েছে। মুভিটি দেখতে পারেন ভালো লাগবে)।



2022 সালের 30 নভেম্বর আর্টিফিসিয়াল ইন্টেলিজেন্স রিসার্চ ল্যাব বা কোম্পানি OpenAI লঞ্চ করে ChatGPT।

ChatGPT বেসিক্যালি একটা আর্টিফিসিয়াল ইন্টেলিজেন্স চ্যাটবট টুল। এটা একটা AI পাওয়ারড কনভারসেশনাল চ্যাটবট।

চ্যাটজিপিটি একটা আর্টিফিসিয়াল ইন্টেলিজেন্স ইন্টারফেইস যা Natural Language Processing (NLP) ব্যবহার করে মানুষের মতো কনভারসেশন করতে পারে। এটাকে একটা large language model বেইজড চ্যাটবটও বলা হয়।

Generative Pre-trained Transformer (GPT) হচ্ছে একটা family of AI model যা OpenAI এর সৃষ্টি। GPT মডেল ডিজাইন করা হয়েছে কোন প্রম্পটের রেসপন্স হিসেবে human-like টেক্সট জেনারেট করতে। এই প্রম্পটগুলো আগে শুধুমাত্র টেক্সট বেইজড হতো। কিন্তু GPT এর লেটেস্ট ভার্সন ইমেজ বা ছবি নিয়ে কাজ করতে পারে।

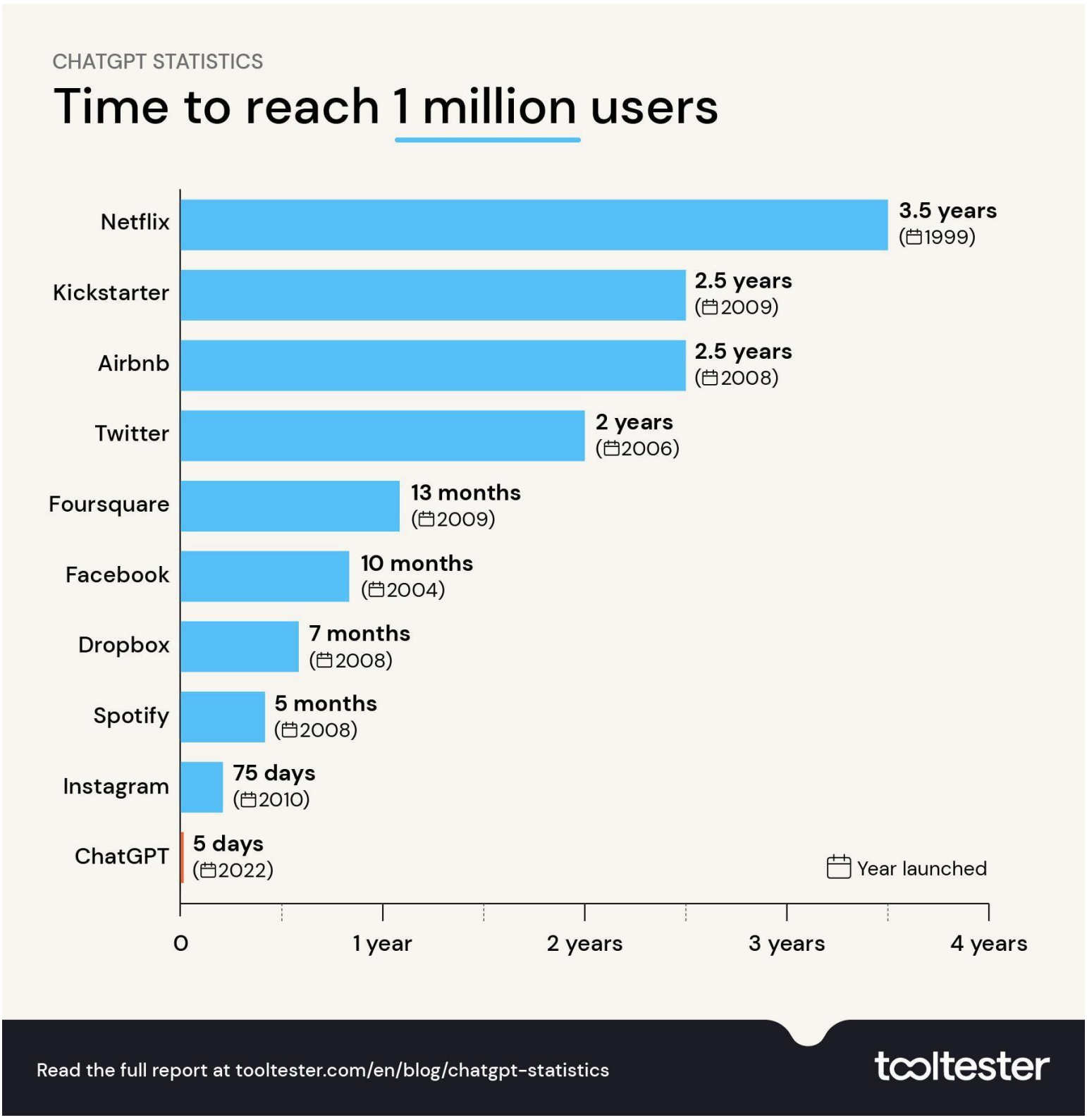
জেনারেটিভ প্রি-ট্রেইন্ড ট্রান্সফর্মার (GPT) একটা Deep Learning টেকনোলজি, যেটা আর্টিফিসিয়াল নিউরাল নেটওয়ার্ক ব্যবহার করে মানুষের মতো লিখতে পারে।

Natural language processing (NLP) হচ্ছে আর্টিফিসিয়াল ইন্টেলিজেন্স এর একটা সাবডিভিশন যা কম্পিউটার এবং মেশিনের কাছে মানুষের ভাষা (human language) আরও বোধগম্য করে তোলে।

ChatGPT রিলিজ হবার পর মাত্র পাঁচ দিনে এক মিলিয়ন বা দশ লক্ষ ইউজার acqiure করে। এবং দুই মাসের মধ্যে একশো মিলিয়ন মান্থলি একটিভ ইউজার অর্জন করে।

ফান ফ্যাক্ট - এই চ্যাটজিপিটি লঞ্চের পিছনের অন্যতম কারিগর OpenAI এর তৎকালীন CEO Sam Altman একবছরের মাথায় 2023 এর নভেম্বরে বোর্ডের সিদ্ধান্তে চাকরিচ্যুত হন। Nothing in life is granted!

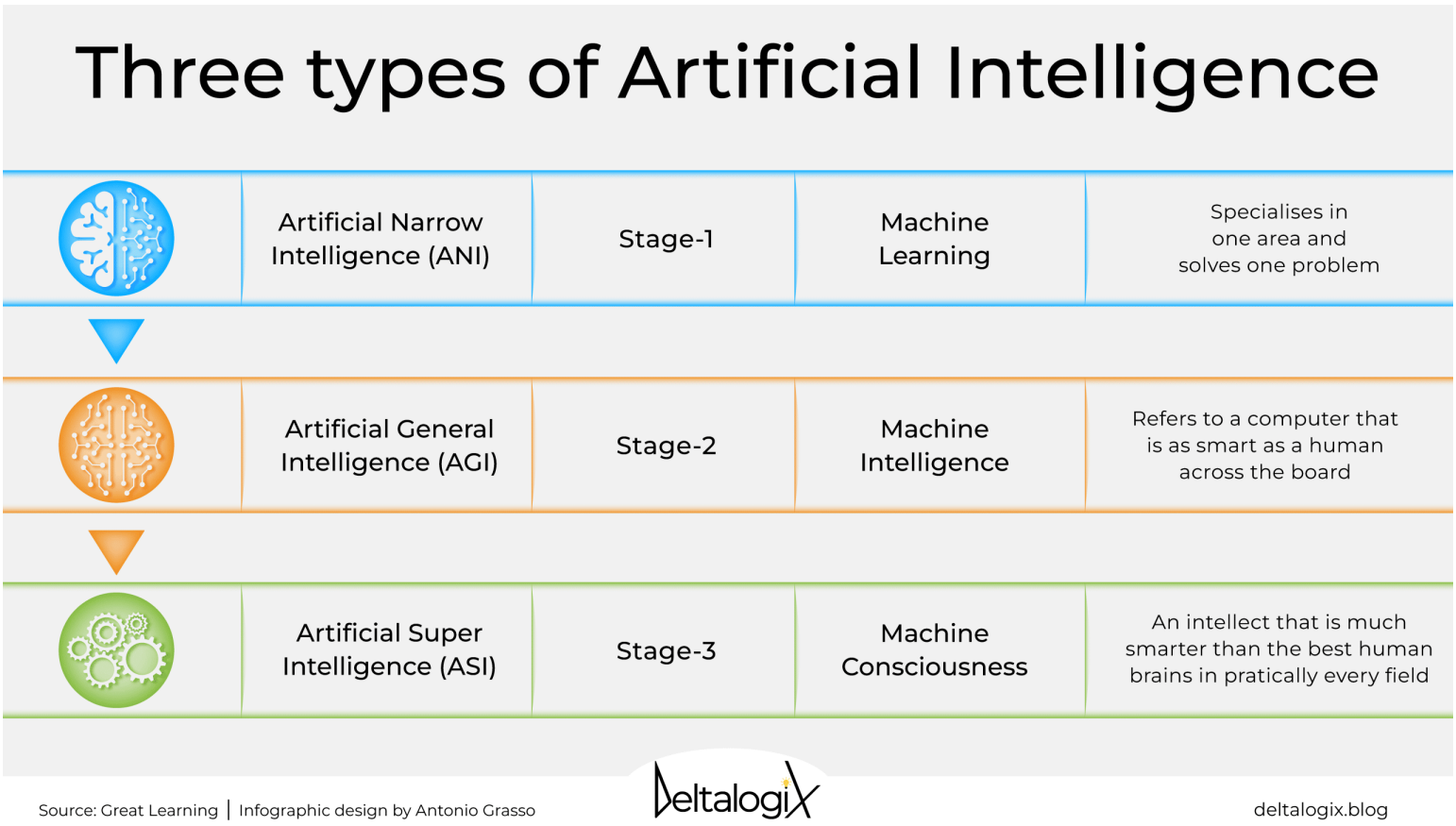
গুজব আছে ডিরেক্টররা ভয় পাচ্ছিলেন অল্টম্যান নিউক্লিয়ার বোম্ব এর সমতুল্য AI টেকনোলজি আবিষ্কার করে ফেলেছেন। তিনি Artificial General Intelligence (AGI) নিয়ে এত দ্রুত আগাচ্ছিলেন যার ফলে বৈশ্বিক বিপর্যয় ঘটে যেতে পারে।



AI এর তিনটি টাইপ হচ্ছে -

1. Artificial Narrow Intelligence (ANI)
2. Artificial General Intelligence (AGI)
3. Artificial Super Intelligence (ASI)

আমরা বর্তমানে যে ধরণের AI দেখছি সেগুলো Narrow বা Weak AI.



এখানে মেশিন খুব ডিফাইনড স্পেসিফিক টাস্ক করতে পারে, নিজের চিন্তা করার ক্ষমতা নেই। যেমন Alexa বা Siri, প্রোডাক্ট রেকমেন্ডেশন। ChatGPT ও একটি এডভান্সড ANI.

Artificial General Intelligence হতে যাচ্ছে সেটি যেখানে মেশিনের মানুষের মতো চিন্তা করার এবং ডিসিশন নেবার ক্ষমতা থাকবে। এটাকে Strong AI বলা হয়।

স্টিফেন হকিং সহ অনেক বিজ্ঞানীই AGI কে মানুষের অস্তিত্বের জন্য হুমকি স্বরূপ মনে করছেন।

যদিও বোর্ড চেয়ারম্যান পদ হারানো OpenAI কো-ফাউন্ডার Greg Brockman বলেছেন - "I continue to believe in the mission of creating safe AGI that benefits all of humanity."

এই ঘটনা থেকে একটা বিষয় ক্লিয়ার যে OpenAI এর ভবিষ্যতের সাথে AI এর নিরাপদ, দায়িত্বশীল এবং এথিকাল ব্যবহারও প্রশ্নের সম্মুখীন।

আগামী এক দশকে কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা বিশ্বকে পুরোপুরি বদলে দিতে যাচ্ছে এতে কোনো সন্দেহ নেই।

কিন্তু, এই পরিবর্তন মানবজাতির জন্য কল্যাণকর হবে তো?

এই ইন্টারেস্টিং আলোচনাটা ভবিষ্যতের জন্য তোলা থাকুক, চলুন আমরা আমাদের আজকের টপিকে ফিরে যাই।

চ্যাটজিপিটি - আপনার পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট

AI এবং চ্যাটজিপিটি সম্পর্কে আমরা ধারণা নিলাম। এবার চলুন দেখি কিভাবে চ্যাটজিপিটি আপনার পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট হিসেবে আপনাকে সাহায্য করতে পারে-

মার্কেটিং ক্যাম্পেইন ডিজাইন - চ্যাটজিপিটি আপনাকে মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর জন্য ক্রিয়েটিভ আইডিয়া brainstorm করতে সাহায্য করতে পারে। এর ফলে আপনি ফ্রেশ এনগেজিং কন্টেন্ট প্ল্যান তৈরি করতে পারবেন।

যদি আপনার বিজনেসের সাইজ ছোট হয়, তাহলে এজেন্সির সাহায্য না নিয়ে কম খরচেই ইনোভেটিভ ক্যাম্পেইন ডিজাইন করতে পারবেন। অপরপক্ষে বড় কোম্পানিগুলোও বিভিন্ন অডিয়েন্স, মার্কেট, প্রোডাক্ট এর জন্য অল্প সময়ে অনেক প্ল্যান তৈরি করতে পারবে।

ব্র্যান্ড ডিজাইন - চ্যাটজিপিটিকে কাজে লাগিয়ে আপনি ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি যেমন লোগো আইডিয়া, স্লোগান, ট্যাগলাইন ইত্যাদি তৈরি করতে পারেন।

মার্কেটিং প্ল্যান - আপনি চ্যাটজিপিটির সাহায্যে বিভিন্ন ইনোভেটিভ মার্কেটিং আইডিয়া তৈরি করতে পারবেন, ফুল ফ্লেজড মার্কেটিং প্ল্যান তৈরি করতে পারবেন।

কন্টেন্ট তৈরি - মার্কেটিং এ চ্যাটজিপিটির অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা হচ্ছে কন্টেন্ট ক্রিয়েশন। ব্লগ আর্টিকেল, সোশ্যাল মিডিয়া পোস্ট, ভিডিও স্ক্রিপ্ট, মার্কেটিং ইমেইল - এ সবকিছুতে চ্যাটজিপিটির জুড়ি মেলা ভার।



সব ধরণের বিজনেসের জন্যই একটা বড় চ্যালেঞ্জ ছিল সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য নিয়মিত প্রচুর পরিমাণে কন্টেন্ট তৈরি করা। চ্যাটজিপিটি সেই চ্যালেঞ্জটা দূর করতে সাহায্য করছে। এখন আপনি খুব অল্প সময়ে অনেক হাই কোয়ালিটি কন্টেন্ট নিয়মিত তৈরি করতে পারবেন।

তবে একটা জিনিস মাথায় রাখতে হবে - সেটা হচ্ছে কন্টেন্ট এর মধ্যে আপনার নিজস্বতা, পারসোনালিটি, টোন এগুলো বজায় রাখতে হবে। এজন্য চ্যাটজিপিটি দিয়ে কন্টেন্ট তৈরি করার পর আপনার অবশ্যই সেটাকে এডিট করে নিতে হবে।

SEO অপটিমাইজেশন - SEO করার জন্য কিওয়ার্ড আইডিয়া জেনারেট করতে চ্যাটজিপিটি সাহায্য করবে।

কাস্টোমার সাপোর্ট - আপনি চ্যাটজিপিটি পাওয়ারড চ্যাটবট ব্যবহার করে আপনার ওয়েবসাইটে 24/7 কাস্টোমার সাপোর্ট দিতে পারবেন। এবং এটি অনেক বেশি কনভারসেশনাল হবে।

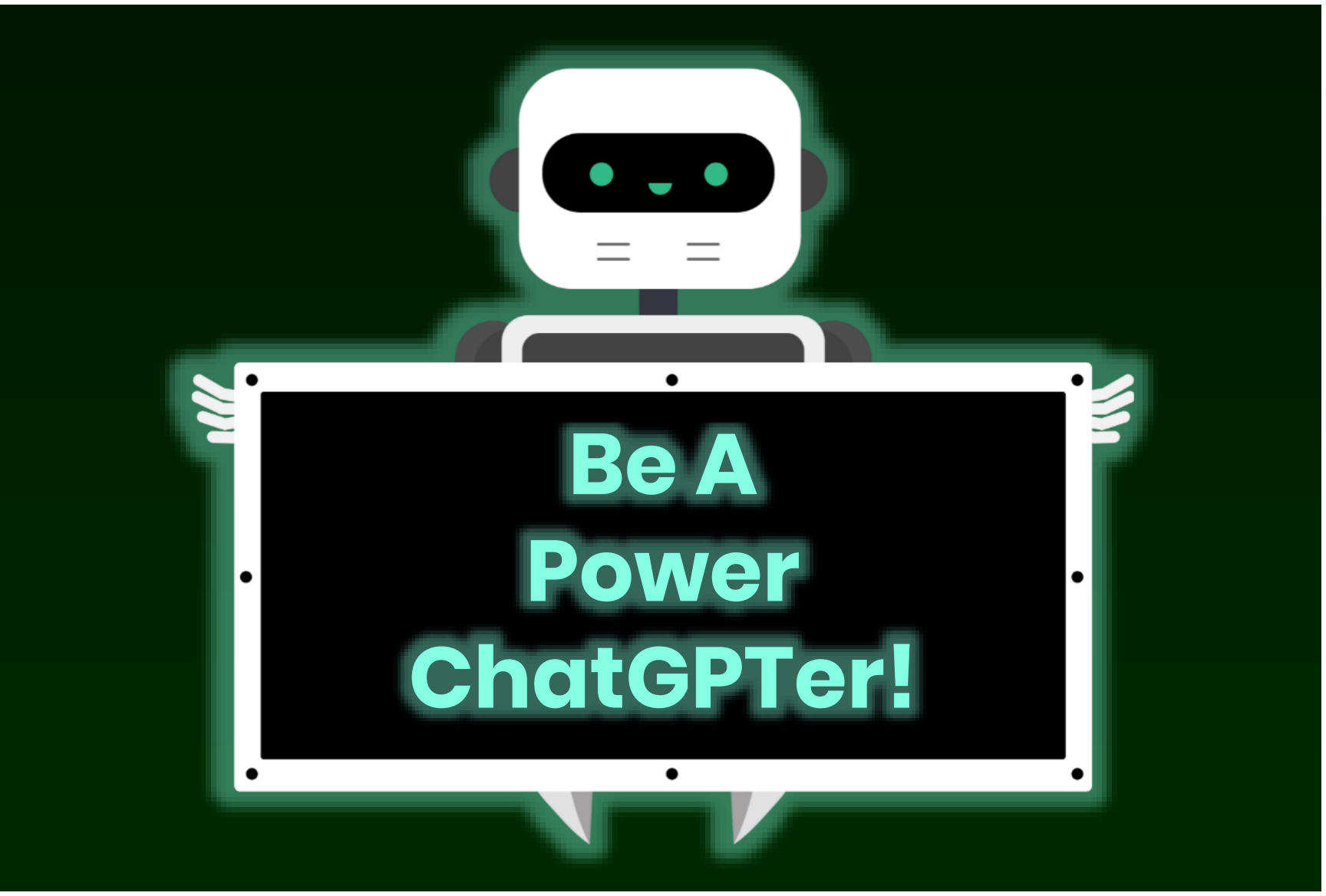
পেইড এড এবং ক্যাম্পেইন ডিজাইন - আকর্ষনীয় হেডলাইনসহ কমপ্লিট এড কপি লিখতে চ্যাটজিপিটি আপনাকে সাহায্য করবে। আপনি এর মাধ্যমে ফেইসবুক এড, গুগল এড, ইমেইল মার্কেটিং সবকিছুই করতে পারবেন।

বাজেট প্ল্যানিং - আপনার মার্কেটিং বাজেট কিভাবে এলোকেট করতে হবে সে ব্যাপারে চ্যাটজিপিটি রেকমেন্ডেশন দিতে পারে। এরপর আপনি নাম্বার **tweak** করে ফাইনাল বাজেট প্ল্যান দাঁড় করাবেন।

ChatGPT এমন একটি পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট যে না খেয়ে না ঘুমিয়ে দিনরাত 24 ঘণ্টা আপনাকে সাহায্য করার জন্য সদা প্রস্তুত।

কাজ দিলে দেরী করে না। কখনো ক্লান্ত হয় না।বিরক্ত হয় না। হাতে আছে অফুরন্ত তথ্য ভাণ্ডার। আপনাকে শুধু সঠিক প্রয়োগ করতে হবে।

আপনার পারসোনাল মার্কেটিং এসিস্ট্যান্ট চ্যাটজিপিটিকে ফুললি কাজে লাগান। দেখবেন, আপনি একজন সুপার ইন্টেলিজেন্ট মার্কেটার হিসেবে পরিচিতি লাভ করবেন!



চ্যাটজিপিটি কোন সাধারণ চ্যাটবট না। এটা কোন সিম্পল সার্চ ইঞ্জিন না।

বরং এটা একটা অসম্ভব পাওয়ারফুল টুল যাকে সঠিক ভাবে কাজে লাগিয়ে আপনি অনেক বেশি প্রোডাক্টিভ, এফিশিয়েন্ট, ইফেক্টিভ হতে পারেন।

আর এজন্য আপনাকে প্রম্পট (prompt) লেখাতে মাস্টার হতে হবে।

আপনাকে শিখতে হবে কিভাবে এমন ইনপুট বা প্রম্পট লিখতে হয় যা থেকে অপটিমাল আউটপুট আসে।

এই লেখাতে আমি আপনাকে নয়টি সুপার ইফেক্টিভ টেকনিক শিখাবো যা আপনাকে রাতারাতি একজন পাওয়ার চ্যাটজিপিটার বানিয়ে দেবে।

নিচের প্রম্পট ইঞ্জিনিয়ারিং টেকনিকগুলো ব্যবহার করে আপনি চ্যাটজিপিটি থেকে ম্যাক্সিমাম আউটপুট বের করে আনতে পারবেন।

1. Provide Context

ধরুন আপনি কাউকে ডাক্তারের কাছে নিয়ে গিয়েছেন বুকে ব্যাথার কারণ খুঁজে বের করতে।



এখন ডক্টর কিন্তু শুধু সিম্পটম শুনেই ট্রিটমেন্ট দিতে পারবে না। তাকে রোগীর পুরো ইতিহাস জানতে হবে, প্রয়োজনে টেস্ট করতে হবে। এর পরই সে উপযুক্ত সমাধান বাতলে দিতে পারবে।

একইভাবে চ্যাটজিপিটি থেকে ভালো আউটপুট পেতে হলে আপনাকে প্রথমে context বা ব্যাকগ্রাউন্ড ব্যাখ্যা করতে হবে।

চ্যাটজিপিটির কাছে অবিশ্বাস্য পরিমাণ তথ্যভাণ্ডার আছে। চ্যাটজিপিটির বর্তমান ফ্রি ভার্সন GPT 3.5 এর উপর তৈরি, যেখানে 175 বিলিয়ন প্যারামিটার (ডাটা পয়েন্ট) ব্যবহার করা হয়েছে।

GPT-4 এর মাধ্যমে টেক্সট এর পাশাপাশি আরো বিভিন্ন ধরণের ডাটা যেমন ভিডিও, ইমেজ, সাউন্ড, নাম্বার এগুলোকে প্রসেস করা যাবে। এর মাধ্যমে সিম্পল টেক্সট প্রম্পট ব্যবহার করে ভিডিও বানিয়ে ফেলা যাবে।

অর্থাৎ আপনি নিজে পুরো একটা মুভির স্ক্রিপ্ট লিখে ফেলতে পারবেন, এবং মুভিটাই প্রডিউস করে ফেলতে পারবেন। মাত্র কয়েক ঘন্টা বা দিনে!

আপনাকে সাহায্য করার জন্য চ্যাটজিপিটি পুরোপুরি প্রস্তুত। কিন্তু আপনার স্পেসিফিক চাহিদাটা না বুঝলে সে আপনাকে বেস্ট রেসপন্সটা দিতে পারবে না।

আর এজন্য আপনাকে আপনার প্রশ্নের কনটেক্সটটা তাকে বুঝাতে হবে।

মনে করুন আপনি চ্যাটজিপিটিকে দিয়ে আপনার বিজনেসের জন্য একটা স্লোগান লিখতে বলছেন। আপনি লিখলেনঃ

"Write a slogan for my fcommerce business".

এখান থেকে আপনি খুব একটা ভাল রেজাল্ট পাবেন না।

কিন্তু আপনি যদি নিচের মতো করে লেখেন তাহলে কিন্তু আরও ভাল সাজেশন পাবেন -

"I am starting a new fcommerce business in Bangladesh. We will sell pure and organic food to our customers. The name of our company is ‘Pure Food’. Now write a slogan for the business."

নিচের রেসপন্স ভাল করে লক্ষ্য করুন, পার্থক্যটা দেখেছেন?

You
‘Write a slogan for my fcommerce business’.

ChatGPT
"Empower Your Style, Shop with a Smile - Where Fashion Meets Convenience!"

You
I am starting a new fcommerce business in Bangladesh. We will sell pure and organic food to our customers. The name of our company is ‘Pure Food’. Now write a slogan for the business.

ChatGPT
"Pure Food: Nourishing Lives, One Organic Bite at a Time!"

নোট - উপরে আমি একটা উদাহরণ এবং স্ক্রিনশট দিলাম বুঝানোর জন্য। এর পরেরগুলোর ক্ষেত্রে আমি সাজেস্ট করবো আপনি নিজে চ্যাটজিপিটি বা Google Bard এ গিয়ে লিখবেন, তাহলে আপনি আরও ক্লিয়ারলি বুঝতে পারবেন। সাথে প্র্যাক্টিসও হয়ে যাবে।

2. Assign a Role

ভাল রেসপন্স পাবার জন্য চ্যাটজিপিটিকে একটা রোল এসাইন করতে হবে। তাহলে সে আপনাকে সেই অনুযায়ী রেসপন্স এনে দেবে।

ChaGPT Prompt Example 1: “You are a content writer for Pure Food. Now write a social media post describing the benefits of eating organic food.”

ChaGPT Prompt Example 2: “You are a Social Media Manager for Pure Food. Now design a content calendar for the month of December.”

3. Set the Tone



একটা ব্র্যান্ডের আইডেন্টিটি তৈরি এবং রক্ষার জন্য কনসিসটেন্ট টোন খুবই গুরুত্বপূর্ণ।

বিভিন্ন ব্র্যান্ডের বিভিন্ন টোন থাকে, যেমন কেউ ফ্রেন্ডলি, কেউ প্রফেশনাল, কেউ ক্যাজুয়াল, কেউ খুবই এনগেজিং এবং পারসোনাল।

আপনাকে তাই টোনটাকে ডিফাইন করে দিতে হবে।

Prompt 1: “You are a content writer for Pure Food. Now write a social media post describing the benefits of eating organic food. Write it using an engaging tone.”

Prompt 2: “You are a content writer for a digital marketing agency. Now write a social media post describing the benefits of using a content calendar. Use a professional tone since the audience of our business is corporate professionals.”

Prompt 3: “You are a content writer for an EduTech platform. Now write a social media post describing the benefits of using a daily calendar to study. The audience for this EduTech Platform is school and college students. Write the post in a very friendly and casual way so that the young students love it.”

আমি সাজেস্ট করবো আপনি উপরের তিনটি কমান্ড সরাসরি কপি করে ChatGPT তে ব্যবহার করে দেখুন। এরপর আপনি নিজে নিজে আপনার বিজনেসের জন্য কিছু কমান্ড প্র্যাক্টিস করুন।

4. Provide Examples

রিয়েল ওয়ার্ল্ড এক্সাম্পল আপনার কমান্ডকে আরও সঠিক ভাবে বুঝতে সাহায্য করে, এবং রেলিভ্যান্ট রেজাল্ট নিয়ে আসে।

Prompt Example: "I am starting a new fcommerce business in Bangladesh. We will sell pure and organic food to our customers. The name of our company is ‘Pure Food’. You need to write a slogan for the business. Take inspiration from Coca Cola’s Slogan ‘Taste the Feeling"



You

"I am starting a new fcommerce business in Bangladesh. We will sell pure and organic food to our customers. The name of our company is ‘Pure Food’. You need to write a slogan for the business. Take inspiration from Coca Cola’s Slogan ‘Taste the Feeling"

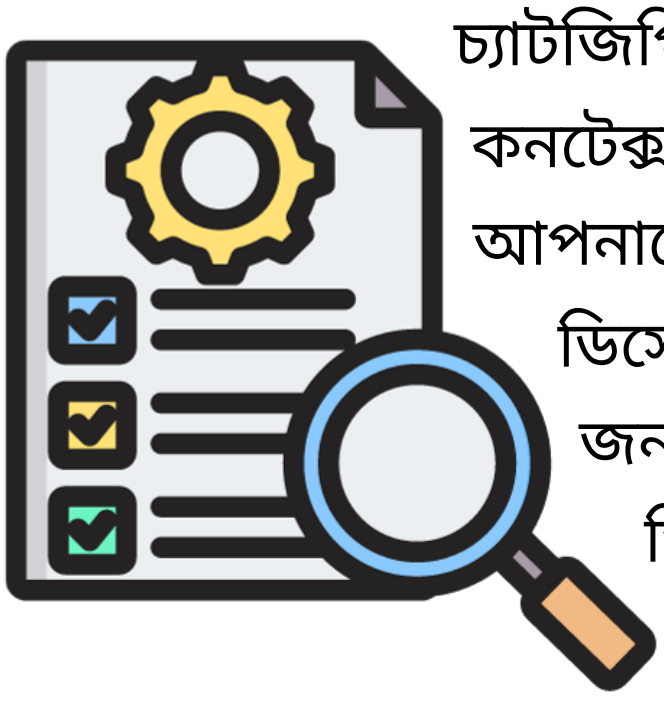


ChatGPT

"Pure Food: Savor the Goodness, Experience the Purity!"

একটু আগে Pure Food এর জন্য লেখা স্লোগান এবং এই স্লোগান এর মধ্যে পার্থক্য লক্ষ্য করছেন?

5. Be Specific



চ্যাটজিপিটিকে যত স্পেসিফিক ইনফরমেশন, কনটেক্সট, কমান্ড দিতে পারবেন তত সে আপনাকে বেটার রেজাল্ট এনে দেবে। ধরুন ডিসেম্বর মাসে 'পিওর ফুড' কোম্পানির জন্য আপনি একটা সেলস ক্যাম্পেইন ডিজাইন করছেন। আপনি এভাবে প্রম্পট লিখতে পারেনঃ

Prompt Example: You are a digital marketing strategist. Design a winter sales campaign for Pure Food.

উপরের প্রম্পটি চ্যাটজিপিটিতে লিখে রেসপন্স দেখুন।

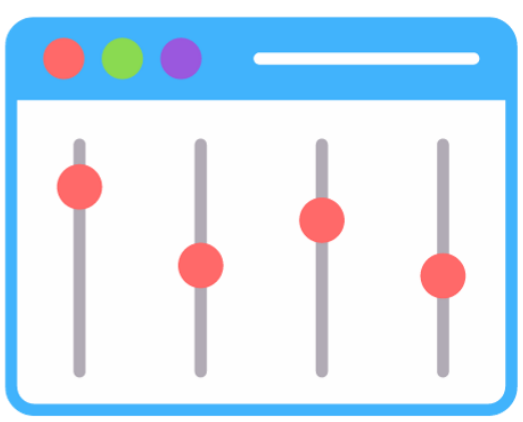
এবার নিচের আপডেটেড প্রম্পটি লিখুন।

Updated Prompt Example: You are a digital marketing strategist. Pure Food is planning to launch a winter sales campaign from 1st till 15th December. The offer will include Buy 1 Get 1, up to 50% discount etc. We will also offer special discount to existing customers. Design a complete winter sales campaign for Pure Food. The campaign plan needs to include the offers, schedule, timeline, budget, activities etc.

আরও বেটার রেজাল্ট কি পাচ্ছেন?

6. Refine

এবার আরেকটু এডভান্সড প্রম্পট লেখা ব্যাখ্যা করি।



আপনি প্রথমবার যে প্রম্পট লিখবেন সেটাই যে বেস্ট তা না। আপনি রেসপন্স দেখে বুঝতে পারবেন কিছু জিনিস মিসিং আছে। তখন আপনাকে আবারও ফাইন টিউনিং করে প্রম্পট লিখতে হবে যেন আরও বেটার রেসপন্স পাওয়া যায়।

উপরের উদাহরণে আমরা পিওর ফুড এর জন্য উইন্টার সেলস ক্যাম্পেইন ডিজাইন করছিলাম। চলুন আমরা এটাকে আরও ডেভেলপ করি যেন বেটার ক্যাম্পেইন এর প্ল্যান আসে।

Updated Prompt: You are a digital marketing strategist. Pure Food is planning to launch a winter sales campaign from 1st till 15th December. The offer will include Buy 1 Get 1, up to 50% discount etc. We will also offer special discount to existing customers. Design a complete winter sales campaign for Pure Food. The campaign plan needs to include the offers, schedule, timeline, budget, activities etc. Add a specific slogan for this winter campaign. Also, to design the campaign, take inspiration from Amazon's Black Friday Sale and Alibaba's Singles Day Sale.

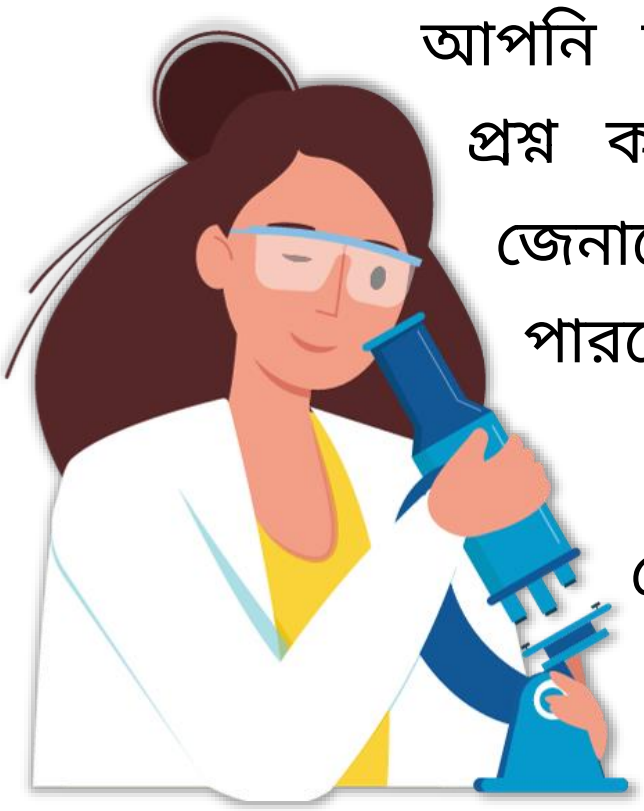
একটা জিনিস মনে রাখবেন, আপনি যদি চ্যাটজিপিটির সাথে কন্টিনিউয়াস কনভারসেশন করতে থাকেন তাহলে একই কনটেক্সট বারবার দেয়ার প্রয়োজন নেই।

যেমন, আমি আগেই ফুল ক্যাম্পেইন এর কনটেক্সট, কোম্পানির টাইপ ইত্যাদি লিখেছিলাম। তাই এবারের প্রম্পটে আর সেগুলো লিখিনি।

7. Probe

আমি আমার ডক্টরাল রিসার্চের জন্য এই মুহুর্তে ইন্টারভিউ পরিচালনা করছি। এই ইন্টারভিউ এর সময় আমি একটা টেকনিক ব্যবহার করি, যেটাকে বলা হয় Probing.

Probing মানে হচ্ছে কোন একটা এন্সার এর উপর ভিত্তি করে আরও ইনডেপথ ফলো আপ প্রশ্ন করা।



আপনি চ্যাটজিপিটিকেও এভাবে Probing প্রশ্ন করে আরও নতুন নতুন আইডিয়া জেনারেট করতে পারবেন, প্ল্যান করতে পারবেন।

যেমন, উপরের আপডেটেড প্রশ্নটাতে Amazon এর Black Friday Sale মেনশন করার পর রেসপন্সে চ্যাটজিপিটি 'Flash Sale' দিতে বলেছিল। আমি তাই পরে নিচের প্রম্পটটা লিখলামঃ

Flash Sale Prompt: Design a Flash Sale plan to include in the main sale campaign.

8. Prioritize Keywords



আপনি গুরুত্বপূর্ণ কিওয়ার্ডকে হাইলাইট করতে পারেন। এর ফলে চ্যাটজিপিটি আপনার রিকোয়েস্টটা আরও ভালোভাবে বুঝতে পারবে।

Prompt Example: “In the winter campaign design, how can we use 'influencer marketing'?

9. Iterate



বেস্ট রেজাল্ট পাবার জন্য আপনি কন্টিনিউয়াসলি আপনার প্রম্পটকে রিফাইন করতে থাকুন, ফাইন টিউন করতে থাকুন।

আমি এক্ষেত্রে যে টেকনিকটা এপ্লাই করি সেটা হচ্ছে - একটা broad প্রশ্ন দিয়ে শুরু করি, সেখান থেকে জেনেরিক আইডিয়া জেনারেট করি।

এরপর আউটপুট এনালাইসিস করি। এবং ধীরে ধীরে আরও স্পেসিফিক প্রশ্ন করতে থাকি।

আমি আপনার বোঝার সুবিধার্থে উপরের সবগুলো টেকনিক একবারে দিচ্ছি। আপনি এগুলোকে হাইলাইট করে করে রাখুন, সুবিধাজনক কোথাও লিখে রাখুন। এরপর থেকে যখনই চ্যাটজিপিটি ব্যবহার করবেন এগুলো ব্যবহার করবেন।

Powerful Prompt Engineering Techniques:

1. Provide Context
2. Assign a Role
3. Set the Tone
4. Provide Example
5. Be Specific
6. Refine
7. Probe
8. Prioritize Keyword
9. Iterate

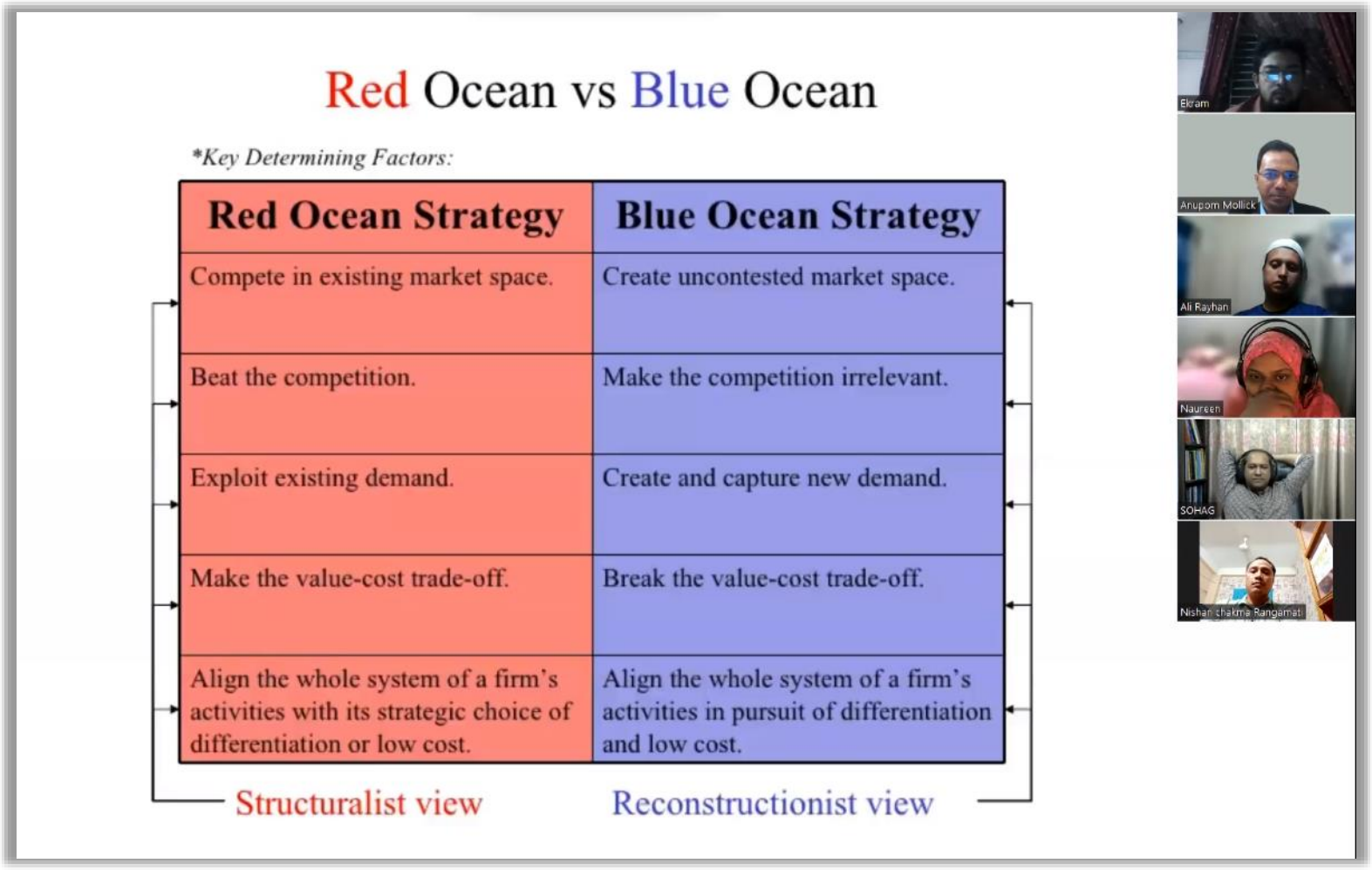
চ্যাটজিপিটি আপনার ব্যক্তিগত সহকারী। এটা একটা অসম্ভব শক্তিশালী টুল।

আপনি খুব ভাল করে শিখুন কিভাবে একে আরও ইফেক্টিভলি কাজে লাগানো যায়। উপরের সবগুলো প্রম্পট ইঞ্জিনিয়ারিং টেকনিক সঠিকভাবে এপ্লাই করুন। দেখবেন চ্যাটজিপিটি আপনাকে করে তুলবে অনেক বেশি প্রোডাক্টিভ।

ম্যানুয়াল কাজের পিছনে অযথা সময় ব্যয় না করে আপনি আরও বেশি ক্রিয়েটিভ এবং ইমপ্যাক্টফুল কাজ করতে পারবেন। সফলতা আরও দ্রুত এসে আপনার কাছে ধরা দেবে।

Be a Power ChatGPTer!

ইভেন্ট স্পটলাইট



এই মাসে আইডিয়ান এর অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ ইভেন্ট ছিল Mastermind Business Accelerator.



এই মাসে One Idea Away Show এর একটা ভিডিও বের করলাম, সারাহ রিসোর্ট এর লাক্সারি স্ট্র্যাটেজি নিয়ে: https://fb.watch/oGw82y4d0w/ ভিডিও করার খুব একটা সময় পাই না বিভিন্ন ব্যস্ততায়। তবে টুকটাক মাসে দুই মাসে একটা করার ইচ্ছে আছে।

নিউজলেটার এবং অন্য যে কোন প্রয়োজনে আমাকে সরাসরি ইমেইল করতে পারেন anupom.mollick@ideanconsulting.com এই এড্রেসে। আমি অবশ্যই আপনাকে সর্বোচ্চ সহযোগিতা করার চেষ্টা করবো।

Remember, You’re Just One IDEA Away...

You're Just One IDEA Away...