Issue 7 – Mar 2024

THE MASTERMIND SECRETS

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

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং:

Placing Your Brand in the Spotlight

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর **10 টি পিলার**

Case Study:
Tanishq এর বিখ্যাত
'Pehli Diwani' ক্যাম্পেইন

10 টি পাওয়ারফুল আইডিয়া যা 2024 কে ক্যারিয়ারের শ্রেষ্ঠ বছরে রুপান্তর করবে



Published by IDEAN CONSULTING

প্রিয় মাস্টারমাইন্ড,

'The Mastermind Secrets' এর মাসে মার্চ 2024 এর 'ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং' সংখ্যাতে আপনাকে স্বাগতম।

যে কোন বিজনেসের জন্য বছরের কিছু সিজন খুবই গুরুত্বপূর্ণ। আর সেটি হচ্ছে ফেস্টিভ্যাল এর সিজন।

কোন কোন বিজনেসের জন্য ঈদ সবচেয়ে বড় মৌসুম, কোন কোন বিজনেসের জন্য হয়তো পূজা, বা পহেলা বৈশাখ, বা অন্য কোন সময়। কারণ এসময় অনেক বড় একটা রেভিনিউ জেনারেট হয়। এজন্য বিজনেসগুলোকে ফেস্টিভ্যাল ঘিরে অনেক পরিকল্পনা করতে হয়।

আনফরচুনেটলি আমাদের দেশে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর মতো এই মহা গুরুত্বপূর্ণ টপিকটা নিয়ে আলাদাভাবে কোন আলোচনা হয় না।

সামনের রমজান মাস এবং ঈদকে সামনে রেখে তাই আমি ঠিক করেছি এবারের ইস্যুতে নিউজলেটারের ফিচার টপিক হবে - 'ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং'।

এই সংখ্যাটি আপনি রোজা শুরুর আগেই হাতে পেয়ে গেছেন। সুতরাং এখানের লার্নিং আপনি পুরো রমজান মাসে কাজে লাগাতে পারবেন :)

আর সেই সাথে সামনের ইস্যুর ফিচার টপিক হবে স্পেসিফিকালি ঈদে কিভাবে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং করবেন সেটি নিয়ে।

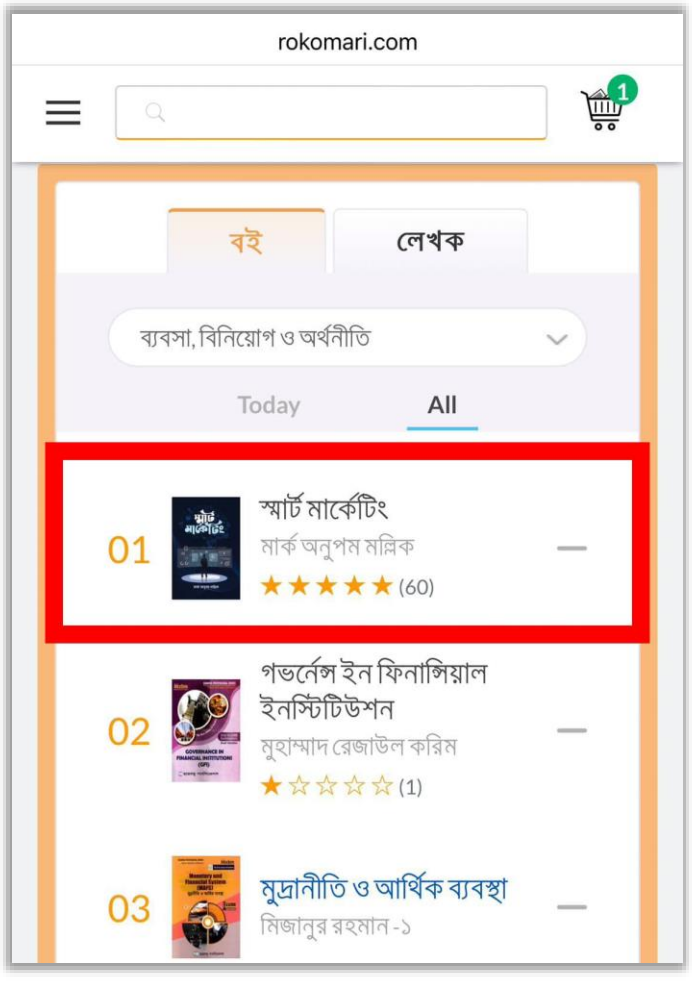
সাধারণত আমরা মাসের শুরুর উইকে নিউজলেটার পাবলিশ করি। অর্থাৎ পরবর্তী ইস্যুটি এপ্রিলের শুরুতে পাবার কথা। কিন্তু সেক্ষেত্রে হাতে পাবার সপ্তাহখানেকের মধ্যেই ঈদ চলে আসবে, আপনি পুরোপুরি কাজে লাগাতে পারবেন না।

এখানে আপনাকে একটা সুখবর দিয়ে রাখি, আমি ঠিক করেছি পরবর্তী ইস্যুটি, অর্থাৎ এপ্রিল সংখ্যাটি আমরা মার্চের মাঝামাঝি পাবলিশ করে ফেলবো। অর্থাৎ আপনি ঈদে লার্নিং গুলো কাজে লাগানোর জন্য যথেষ্ট সময় পাবেন।

অলরেডি আমি সামনের ইস্যুটি লিখতে হাত দিয়েছি। আপনার প্রতি সাজেশন থাকবে এই সংখ্যাটি হাতে পাবার সাথে সাথে এক সপ্তাহের মধ্যে শেষ করে ফেলুন।

এবার কিছু আপডেট দেই।

আপনি অলরেডি জানেন যে ‘স্মার্ট মার্কেটিং’ বইটি লঞ্চ হবার পর রকমারিতে #1 বেস্টসেলার বিজনেস বুক হয়েছে।



ফেব্রুয়ারী মাসে আমি প্রচন্ড ব্যস্ত ছিলাম ‘স্মার্ট মার্কেটিং’ বই নিয়ে। বিশেষ করে অমর একুশে বইমেলা এবং রকমারিতে একই সাথে বইটি নিয়ে ব্যপক আলোড়ন সৃষ্টি হওয়ায়।

আমি পাঠকদের ভালবাসায় অভিভূত। গত মাসে আমি বইমেলাতে ‘স্মার্ট মার্কেটিং’ এর একটা গ্র্যান্ড লঞ্চিং অনুষ্ঠান করেছি, কেক কেটে সবাইকে নিয়ে আনন্দ ভাগাভাগি করে নিয়েছি।

আমার কাছে শত শত ইমেইল, মেসেজ এসেছে। এখনো প্রতিদিন আসছে। অসংখ্য মানুষ পোস্ট করে জানিয়েছেন ‘স্মার্ট মার্কেটিং’ তাদের পড়া বাংলাতে অন্যতম সেরা মার্কেটিং বই। রকমারিতে একশোর উপর ভেরিফাইড পারচেজ রিভিউ আছে।

এই ভালবাসায় আমি মুগ্ধ।

সামনের দিনগুলোতেও এই ইম্প্যাক্ট তৈরির জার্নিটা অব্যহত রাখার চেষ্টা করবো।

ফেব্রুয়ারি মাসজুড়ে রকমারিতে 'স্মার্ট মার্কেটিং' বই অর্ডারে কিছু স্পেশাল গিফট ছিল। রকমারিতে মার্চ মাসেও অন্যলাইন বই মেলা চলছে। তাই আমি ঠিক করেছি এই মাসেও অর্ডারের সাথে নিচের গিফট গুলো দেব:

১। আমার ৪০০০ টাকা ভ্যালুর কোর্স ফেইসবুক এডস এন্ড মার্কেটিং মাস্টারিতে এনরোল করার এক্সক্লুসিভ ফ্রি কুপন
২। কাস্টমাইজড Hourglass Marketing Funnel বুকমার্ক
৩। স্মার্ট মার্কেটিং ফ্রেমওয়ার্ক স্টিকার

স্মার্ট মার্কেটিং



মার্ক অনুপম মল্লিক

স্মার্ট মার্কেটিং' রকমারিতে অর্ডার লিঙ্ক:
https://www.rokomari.com/book/366556/smart-marketing

যারা অলরেডি বইটি পড়েছেন, রকমারিতে রিভিউ লিখে একটি প্রিমিয়াম সার্টিফিকেশন কোর্স জিততে পারেন। নিচের লিঙ্কে গেলে বিস্তারিত পাবেন:
https://www.ideanconsulting.com/smartmarketingbook/

রোজায় এবং ঈদে আপনার জন্য অনেক শুভকামনা এবং ভালবাসা রইলো। পরিবারকে নিয়ে সময়টি উপভোগ করুন। আর সেই সাথে এই উৎসবের মৌসুমে আপনার ব্যবসারও উন্নতি হোক। আশা করি নিউজলেটারের এই সংখ্যাটি আপনাকে অসম্ভব রকম সাহায্য করবে।

চলুন তাহলে 'ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং' নিয়ে আলোচনা শুরু করা যাক...



মার্ক অনুপম মল্লিক

08 মার্চ, 2024



ইন্ডিয়ার সবচেয়ে বড় জুয়েলারি ব্র্যান্ড Tanishq ইনোভেটিভ মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর জন্য বিখ্যাত। সুনিপুণ ডিজাইন এবং গুনগতমান এর পাশাপাশি ইমোশনাল মার্কেটিং এর মাধ্যমে তারা নিজেদের একটা আইকনিক এবং ট্রাস্টেড ব্র্যান্ড হিসেবে পরিচিত করেছে।

Tanishq ব্যাক্তিগত ভাবে আমার খুবই পছন্দের একটা ব্র্যান্ড। আমি আমার বিভিন্ন ট্রেইনিং এবং কোর্সে তাদের বিভিন্ন মার্কেটিং ক্যাম্পেইন, স্ট্র্যাটেজি, ব্র্যান্ডিং, কাস্টমার সার্ভিস এক্সিলেন্স নিয়ে কেইস স্টাডি দেখাই।

IBA তে MBA করার সময় 'ব্র্যান্ড ম্যানেজমেন্ট' কোর্সে গেস্ট ফ্যাকাল্টি জীশান কিংশুক হক স্যার আমাদেরকে তানিস্ক এর বেশ কিছু ভিডিও এড দেখিয়েছিলেন, এবং কিভাবে তানিস্ক নিজেকে একটা ব্র্যান্ড হিসেবে এস্টাবলিশ করছে সেটি নিয়ে আমরা অনেক আলোচনা করেছি সেই কোর্সে। সেখান থেকেই তানিষ্ক এর ব্র্যান্ড বিল্ডিং, স্টোরি টেলিং এর উপর আমার আপরিসীম আগ্রহ তৈরি হয়।

পরবর্তীতে আমি বিভিন্ন সময়ে ইন্ডিয়াতে ঘুরতে গিয়ে বিভিন্ন শপিং মলে তানিস্ক এর শোরুমও ভিজিট করি।

তানিস্ক ইন্ডিয়ার বিখ্যাত Tata গ্রুপের প্রতিষ্ঠান Titan কোম্পানির একটি ব্র্যান্ড।

1994 সালে স্থাপিত তানিষ্ক ইন্ডিয়ার প্রথম জুয়েলারি রিটেইল চেইন শপ। ইন্ডিয়া, UAE, সিঙ্গাপুর, কাতার, আমেরিকার 240 টি শহরে তানিস্কের 410 টির বেশি শোরুম আছে।

মার্চ 2023 এ শেষ হওয়া ফিনান্সিয়াল ইয়ারে তানিস্কের 31,897 কোটি রুপী রেভিনিউ, যা টাইটান কোম্পানির টোটাল রেভিনিউ এর 88%.

পাশের ছবিতে আমাকে তানিস্কের শোরুমের সামনে দেখতে পাচ্ছেন। আমি Idean Mastermind দের জন্য কোন একটা এনাউন্সমেন্ট এর ভিডিও রেকর্ড করছিলাম। সেখানে থেকে এই স্ক্রিনশটটি নেয়া। স্টোরের ভিতরের এক্সপেরিয়েন্স নিয়ে অন্য কোন এক লেখাতে লিখবো।



তানিস্ক এর স্টাইলিশ জুয়েলারির মধ্যে 18 ক্যারট ডায়মন্ড, 22 ক্যারট সোনার গহনা, প্লাটিনাম, সিলভার, গোল্ড কয়েন ইত্যাদি আছে।

Tanishq নামকরণটি দুইটি শব্দ থেকে করা হয়েছে - 'Tan' অর্থ শরীর এবং 'Nishk' অর্থ সোনার অলংকার।

তানিস্কের বিপুল জনপ্রিয়তা এবং সফলতার পিছনে ইমোশনাল কানেকশন, ডাইভার্সিটি, ইনোভেশন, এক্সপেরিয়েন্স কাজ করছে।

তানিস্ক মার্কেটিং এ ইমোশনের ইমপ্যাক্ট খুব ভাল ভাবে বোঝে, এবং সেটিকে তারা তাদের মার্কেটিং ক্যাম্পেইনে ব্যবহার করে। তারা এজন্য ফেস্টিভাল, কালচারাল মোমেন্টগুলোকে কাজে লাগায়। এগুলোকে কেন্দ্র করে এমন সব হৃদয়গ্রাহী গল্প তৈরি করে যা অডিয়েন্সকে নাড়া দেয়। নিজেদের জুয়েলারীর ইমোশনাল ভ্যালুকে হাইলাইট করার মাধ্যমে তানিষ্ক কাস্টমারদের সাথে একটা শক্তিশালী বন্ধন তৈরি করে। যার ফলে ব্র্যান্ড লয়ালিটি তৈরি হয় এবং সেলস বৃদ্ধি পায়।

তানিস্ক এর অসাধারণ সব ক্যাম্পেইন এর মধ্যে অন্যতম হচ্ছে “Pehli Diwali”। এই ক্যাম্পেইনটি তারা দিওয়ালি (Diwali) বা দীপাবলি উৎসবের সময় করেছিল।

“Pehli Diwali” ক্যাম্পেইনটা তানিষ্ক এর একটা অসাধারণ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন ছিল, যেটি একটা নতুন দৃষ্টিকোণ থেকে দিওয়ালীর স্পিরিট কে সেলিব্রেট করে।

দিওয়ালি কে বলা হয় আলোর উৎসব (Diwali - The Festival of Lights)। এটি হিন্দুদের একটি প্রধান ধর্মীয় উৎসব। পাঁচ দিন ব্যাপী অনুষ্ঠিত দিওয়ালি ইন্ডিয়ার সবচেয়ে বড় উৎসব গুলোর মধ্যে একটা, এবং ইন্ডিয়ার সবচেয়ে বড় ছুটি এই সময়েই থাকে। চাঁদের উপর নির্ভর করে প্রতি বছর অক্টোবর বা নভেম্বরে এই উৎসবটি হয়ে থাকে।



হিন্দুদের পাশাপাশি ভারতীয় অন্যান্য ধর্মাবলম্বীরাও দিওয়ালি বা দীপাবলি উদযাপন করে থাকে। এটি অন্ধকারের ওপর আলোর বিজয়, মন্দের ওপর ভালোর, এবং অজ্ঞতার ওপর জ্ঞানের প্রতীক। এই দিন সনাতন ধর্মাবলম্বীরা নানা ধরনের অনুষ্ঠানের আয়োজন করেন।



পাঁচদিন ব্যাপী এই উৎসবে ঘরে দীপ জ্বালানোর পাশাপাশি পরিবার পরিজন প্রতিবেশীর সাথে আনন্দ ভোজ, প্রার্থনা, আতসবাজি এর মাধ্যমে উদযাপন করা হয়।

পৃথিবীর সব জায়গাতেই যে কোন বড় উৎসবের সময় বিজনেসগুলো চাঙ্গা হয়ে ওঠে, সাধারণ সময়ের চেয়ে সেলস অনেক বেশি হয়, নিজেদের ব্র্যান্ডিং করার একটা সুযোগ থাকে।

একটা সেরা ব্র্যান্ড হিসেবে তানিস্ক এটি খুব ভাল করে বোঝে। তাই তারা দীপাবলিকে সামনে রেখে একটা সুচিন্তিত এবং

কমপ্রিহেন্সিভ ফেস্টিভাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন করার প্ল্যান করে।

তানিস্ক দীপাবলিকে কেন্দ্র করে একটা হৃদয়গ্রাহী মার্কেটিং ক্যাম্পেইন তৈরি করে যার নাম “Pehli Diwali”।

এক ফেস্টিভাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর অবজেক্টিভ ছিল উৎসবের সময়কার খুবই পারসোনাল এবং ইমোশনাল কিছু মূহুর্তকে তানিষ্ক এর এক্সক্লুসিভ কালেকশনের সাথে কানেক্ট করা।



“Pehli Diwali” ক্যাম্পেইনের ‘Big Idea’ ছিল একটা নতুন পরিবারের একসাথে প্রথম দীপাবলি উদযাপন করার কিছু আনন্দময় মূহুর্তকে তুলে আনা। এবং এই বিশেষ সময়টাকে স্মরনীয় করে রাখতে তানিষ্ক জুয়েলারি গিফট হিসেবে ব্যবহার করা।

এই ক্যাম্পেইনটি প্রধাণত স্টোরিটেলিং নির্ভর ছিল। যেখানে বিভিন্ন ভিডিও এর মাধ্যমে খুব সুন্দর ভাবে একটা নব বিবাহিত দম্পতি কিংবা পরিবারের ইমোশনাল জার্নিকে তুলে ধরা হবে।

তানিস্ক কিছু ইমোশনাল ভিডিও তৈরি করে যেখানে একটা নতুন বিবাহিত দম্পতির একসাথে প্রথম দীপাবলি পালন করার দৃশ্য ফুটে উঠে। এই দৃশ্যগুলোর মাধ্যমে ভালবাসা, সম্পর্ক, পারিবারিক বন্ধনের গুরুত্ব তুলে ধরা হয়।

যেমন একটি ভিডিওতে দেখানো হয় এক নারী উদ্যোক্তা নতুন অফিসে পরিবার এবং বন্ধুদের সাথে দিপাবলি সেলিব্রেট করছে। ভিডিওর শেষে এই নারী উদ্যোক্তার স্বামী কাজের প্রতি স্ত্রীর ডেডিকেশন এবং এনার্জির প্রসংশা করেন।



https://www.youtube.com/watch?v=PpoepCmPG5E&t=36s

আরেকটি ভিডিওতে দেখানো হয় ইন্ডিয়ান এয়ার ফোর্সের একজন নারী অফিসারকে। যিনি প্রথমবারের মতো পরিবার থেকে দূরে তার এয়ার ফোর্স পরিবারের সাথে দিপাবলি পালন করছে।



https://www.youtube.com/watch?v=-psuZA5jZn0&t=37s

এরপরের ভিডিওতে দেখানো হয় একজন সিঙ্গেল মা কে যে তার মেয়েকে প্রথম বাইক রাইডে নিয়ে বের হয়।



https://www.youtube.com/watch?v=EGwqtywC088&t=36s

প্রতিটি ভিডিওর মধ্যে সুনিপুণভাবে তানিষ্কের এক্সক্লুসিভ জুয়েলারি কালেকশনগুলোকেও দেখানো হয়।

তানিস্কের এই ধরনের ব্রিলিয়ান্ট ফেস্টিভাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন ডিজাইন করার মাধ্যমে কাস্টমারের আরো কাছে পৌঁছাতে সক্ষম হয়। ফেস্টিভাল এবং সেলিব্রেশনকে তানিস্কের সাথে কানেক্ট করে তারা কাস্টমারের সাথে একটা ইমোশনাল বন্ডিং তৈরি করলো।

এবং এজন্যই কিন্তু তানিস্ক আজ ইন্ডিয়ার সবচেয়ে বড় জুয়েলারি ব্র্যান্ড।

তানিস্কের এই কেইস স্টাডি আমাদেরকে ফেস্টিভাল মার্কেটিং এর গুরুত্ব অনুধাবন করায়।

তানিস্কের মতো ফেস্টিভাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর মাধ্যমে আপনিও আপনার কাস্টমারের মধ্যে পজিটিভ ইমোশন তৈরি করুন। তাদের জন্য মেমোরেবল এক্সপেরিয়েন্স তৈরি করুন।

এতে একদিকে উৎসবে আপনার বিজনেসের সেল তো বাড়বেই, আরেকদিকে কাস্টমারের সাথে ইমোশনাল বন্ড তৈরি করার মাধ্যমে একটা শক্তিশালী ব্র্যান্ড ইমেজ তৈরি করতে পারবেন।

Festival Marketing

Placing Your Brand in the Spotlight



ফেস্টিভ্যাল বা উৎসব বিজনেসগুলোর জন্য অসাধারণ সব সুযোগ বয়ে নিয়ে আসে।

উৎসব মানেই **আবেগ।**
উৎসব মানেই **একসাথে উদযাপন।**
উৎসব মানেই **কিছু মধুর স্মৃতি তৈরি করার চেষ্টা।**

যে কোন উৎসবে মানুষ খরচ করতে প্রস্তুত থাকে। কারণ সবাই চায় এই সময়টাতে আনন্দ ভাগাভাগি করে নিতে।

ঈদ, পূজা, বড়দিন, দিওয়ালি, চাইনিজ নিউ ইয়ার এর মতন ফেস্টিভাল বিশ্বের কয়েক বিলিয়ন মানুষ সেলিব্রেট করে।

শুধুমাত্র USA তেই কাস্টমাররা ক্রিসমাস সিজনে $1 trillion খরচ করে।

91 শতাংশ মুসলিম জনগণ অধ্যুষিত বাংলাদেশে স্বাভাবিক ভাবেই ঈদ সবচেয়ে বড় উৎসব। বাংলাদেশে ফ্যাশন ইন্ডাস্ট্রির বার্ষিক সেলের এরাউন্ড 50% শুধুমাত্র ঈদ উল ফিতর উপলক্ষ্যে হয়ে থাকে।



তাই উৎসবের সময়টা বিজনেসগুলোর জন্য প্রচুর রেভিনিউ জেনারেট করার জন্য সবচেয়ে উপযুক্ত সময়।

উৎসবগুলোর সময়ের ইনকামের কারণেই অনেক বিজনেস বাকি বছর টিকে থাকে। আর সেজন্য উৎসবকে সামনে রেখে বিজনেসগুলোকে আলাদা ভাবে প্রস্তুতি নিতে হয়।

কিন্তু উৎসবের সময়কার মার্কেটিং কিন্তু অন্য সময়ের মতো নয়।

কারণ এ সময় কাস্টমারের মানসিকতা, চাহিদা, সামর্থ্য ভিন্ন থাকে।



বোনাসের কারণে এসময় পকেটে বেশি টাকা থাকে। অথবা বহুদিন ধরে শুধুমাত্র উৎসবের জন্যই জমানো অর্থ হাতে থাকে।

উৎসবের সময়টুকুতে সবার চেষ্টা থাকে নিজের সামর্থ্য অনুযায়ী কিছু শখ পূরণ করতে। প্রিয়জনকে খুশি করতে, নিজে খুশি থাকতে।

সফল ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর মাধ্যমে একটি ব্র্যান্ড নিজের উপর স্পটলাইট নিয়ে আসতে পারে। অর্থাৎ হাজারো ব্র্যান্ডের ভিড়ে স্পটলাইটের আলোতে আলাদাভাবে জ্জ্বলজ্জ্বল করবে, সবার নজর কেড়ে নেবে।

Festival Marketing Helps Your Brand to Steal the Show.

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর উদ্দেশ্য তাই শুধুমাত্র সেল বৃদ্ধি করা না।

বরং ব্র্যান্ডগুলোকে ফেস্টিভ্যালের সময় কাস্টমারদের সাথে ইমোশোনালি কানেক্ট হতে পারে। এই সময়টা হচ্ছে একটা immersive এক্সপেরিয়েন্স তৈরি করার সুযোগ, অডিয়েন্সের সাথে একটা মিনিংফুল ওয়েতে এনগেইজ হবার সুযোগ।

Festival Marketing is about revoking emotion. It’s about reaching the customer's heart. It’s about building relationships.

ফেস্টিভ সিজনে মার্কেটিং ব্র্যান্ডের ভিজিবিলিটি বৃদ্ধি করে। ব্র্যান্ড রিকগনিশন, রিকল বৃদ্ধি করে।

এসময় আপনি কমিউনিটির সাথে একাত্মতা ঘোষণ করার মাধ্যমে ব্র্যান্ড ইমেজ শক্তিশালী করতে পারেন।
বিভিন্ন উৎসবে উপযুক্ত ক্যাম্পেইন চালানোর মাধ্যমে বিভিন্ন অডিয়েন্স এর সাথে মিনিংফুল রিলেশন তৈরি করতে পারবেন। সার্ভেতে দেখা গিয়েছে 72% কাস্টোমার সেইসব ব্র্যান্ড থেকে কিনতে বেশি আগ্রহী হবে যেসব ব্র্যান্ড তাদের পছন্দের উৎসবগুলোকে স্পন্সর করে।

আপনার ব্র্যান্ডকে পজিটিভ ইমোশনের সাথে কানেক্ট করার মাধ্যমে কাস্টমারের সাথে একটা দীর্ঘস্থায়ী সম্পর্ক তৈরি করতে পারেন।
টার্গেটেড ক্যাম্পেইন চালিয়ে অডিয়েন্স এনগেজমেন্ট বৃদ্ধি করতে পারেন।
গ্রেট এক্সপেরিয়েন্স দেবার মাধ্যমে ব্র্যান্ডের প্রতি লয়ালিটি তৈরি করতে পারেন।
সেই সাথে কম্পিটিটিভ মার্কেটে নিজেদের ডিফারেনশিয়েট করতে পারবেন।

এমনকি ফেস্টিভাল এর সময় পাওয়া ইনসাইট কাজে লাগিয়ে ভবিষ্যতের মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজিও ডিজাইন করতে পারবেন।



এছাড়াও উৎসব ব্র্যান্ডগুলোকে একটা প্ল্যাটফর্ম দেয় যার মাধ্যমে আপনি বিজনেসের কোর ভ্যালু গুলোকে তুলে ধরতে পারবেন।

আর এজন্য ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং মানে শুধুমাত্র প্রোডাক্ট বা সার্ভিস প্রোমোট করা না। ফেস্টিভাল মার্কেটিং এর স্কোপ এবং ইম্প্যাক্ট এর থেকেও অনেক বেশি কিছু।

ফেস্টিভ্যাল এ পার্টিসিপেট করার মাধ্যমে ব্র্যান্ডগুলো ঐতিহ্য, সংস্কৃতির প্রতি তাদের সম্মান, ভালবাসা দেখাতে পারে। টার্গেট অডিয়েন্স এর মাঝে একটা গুডউইল তৈরি করতে পারে।

ফেস্টিভাল মার্কেটিং সোশ্যাল মিডিয়াতে buzz এবং word of mouth তৈরি করে। ফলে ব্র্যান্ডের রিচ এবং ভিজিবিলিটি বৃদ্ধি

পায়। ফেস্টিভ্যালের সময় সোশ্যাল মিডিয়া এনগেইজমেন্ট তুঙ্গে থাকে এবং 83% পর্যন্ত বৃদ্ধি পায়, যা ব্র্যান্ডগুলোর জন্য ভিজিবিলিটি তৈরির বিশাল সুযোগ।



স্পেশাল থিমড ক্যাম্পেইন, ডিসকাউন্ড, এওয়ারনেস বিল্ডিং উদ্যোগের মাধ্যমে ব্র্যাণ্ডগুলো নিজেদেরকে সঠিকভাবে এক্সপ্রেস করতে পারে।

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর ইম্প্যাক্ট তাই শুধুমাত্র শর্ট টার্ম সেলস জেনারেট করাতে না।

সাকসেসফুল ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন কাস্টমারদের মধ্যে একটা lasting impression তৈরি করে, brand perception এবং loyalty তৈরি করে।

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং আপনার বিজনেসের জন্য একটা লিভার (lever) এর মতো।



ফিজিক্সে আমরা lever বা ভারোত্তোলন-দণ্ড নিয়ে শিখেছি। লিভারের সাহায্য অল্প শক্তি কাজে লাগিয়ে অনেক বড় বস্তু সড়ানো সম্ভব।

তেমনি বিজনেসেও ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং কে আপনি একটা lever হিসেবে ব্যবহার করে বিজনেসের জন্য অল্প সময়ে অনেক বেশি রেভিনিউ গ্রোথ নিয়ে আসতে পারবেন, ব্র্যান্ড তৈরি করতে পারবেন।

আনফরচুনেটলি, রেগুলার মার্কেটিং করতে করতে অনেক বিজনেসেই 'ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং' কে আলাদাভাবে ফোকাস করতে ভুলে যায়।

আর সেজন্য তারা খুব একটা সচেতন ভাবে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং প্ল্যানও তৈরি করে না, এক্সিকিউশনও করতে পারে না।

এভাবে তারা সেলস আরও বাড়ানোর, কাস্টোমারের সাথে ইমোশনাল সম্পর্ক তৈরির, পজিটিভ ব্র্যান্ড ইমেজ তৈরির বিশাল বড় সুযোগ হাতছাড়া করে ফেলে।

প্রতিটা উৎসবের গভীরে লুকিয়ে আছে অসাধারণ মূল্যবান সব বিজনেস অপরচ্যুনিটি।

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিংকে অত্যন্ত গুরুত্ব সহকারে নিয়ে, সচেতন ভাবে স্ট্র্যাটেজিক দৃষ্টিকোণ থেকে চিন্তা করে গুছিয়ে আগালে বিজনেসগুলো এই সুযোগগুলোর পূর্ণ সদ্ব্যবহার করতে পারবে।

সুতরাং গতানুগতিক ধারায় আটকে না থেকে, সচেতন ভাবে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং করার মাধ্যমে আপনার বিজনেসকে মার্কেটপ্লেসে অনন্য করে তুলুন।



Festival Marketing Helps Your Brand to Steal the Show.

সফল ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর মাধ্যমে আপনি আপনার ব্র্যান্ডের উপর স্পটলাইট নিয়ে আসতে পারেন। অর্থাৎ হাজারো ব্র্যান্ডের ভিড়ে স্পটলাইটের আলোতে আপনার ব্র্যান্ড আলাদাভাবে জ্জ্বলজ্জ্বল করবে, সবার নজর কেড়ে নেবে।

একজন স্ট্রাটেজিস্ট হিসেবে আমি 50+ ভিন্ন ইন্ডাস্ট্রির 250+ কোম্পানির সাথে সরাসরি কাজ করেছি। কয়েক হাজার মার্কেটারদের সরাসরি ট্রেইনিং করিয়েছি, তাদের এক্সপেরিয়েন্স শুনেছি, অনেক ইনসাইট পেয়েছি।

এই প্র্যাক্টিক্যাল এক্সপেরিয়েন্স, রিসার্চ, স্টাডি থেকে আমি ফেইস্টিভাল মার্কেটিং এর অপরিসীম গুরুত্ব অনুধাবন করেছি।

ব্র্যান্ডগুলোকে সাহায্য করার প্রত্যয় থেকে আমি ফেস্টিভাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর জন্য আবশ্যক দশটি পিলার দাঁড় করিয়েছি। এই পিলারগুলো আমার নিজের এবং হাজারো মার্কেটার এর বহু বছরের অভিজ্ঞতা, ইনোভেশন এবং রিসার্চের ফসল।

এগুলো হচ্ছে সেই ফাউন্ডেশন যার উপর ভিত্তি করে আপনি একটা সফল ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন তৈরি করতে পারবেন। প্রতিটা পিলার আপনার ফেস্টিভাল মার্কেটিং স্ট্রাটেজির একটা ভিত্তিপ্রস্তর হিসেবে কাজ করবে।



এই 10 Pillars of Festival Marketing আপনার মার্কেটিং এর আর্সেনালে চকচকে নতুন অস্ত্র হিসেবে যোগ দেবে। এই পিলারগুলো সঠিকভাবে দাঁড় করানোর মাধ্যমে আপনি উৎসবের মৌসুমে স্পটলাইট আপনার ব্র্যান্ডের দিকে নিয়ে আসতে পারবেন।

চলুন আমি এই দশটি পিলার একে একে ব্যাখ্যা করি।

1. কমিউনিটি (Community):



প্রতিটা ফেস্টিভাল একটা কমিউনিটিকে ঘিরে আয়োজন করা হয়।

যেখানে সমমনা মানুষজন তাদের কমন ইন্টারেস্ট, প্যাশন, ভিউ, পারসপেক্টিভ নিয়ে একত্র হয়। উৎসবে অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে একাত্মতা তৈরি করাটা তাই ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর গুরুত্বপূর্ন একটা পিলার। ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এ ব্র্যান্ডগুলোকে তাই একটা নির্দিষ্ট কমিউনিটিকে আইডেন্টিফাই করে তাদেরকে এড্রেস করতে হবে।

কমিউনিটি তাই ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর প্রথম স্তম্ভ।



উদাহরণস্বরূপ ঈদ এ সকল ধর্মপ্রাণ মুসলিম, পহলা বৈশাখে বাংগালি হলো কমিউনিটি। ফুটবল প্রেমীদের জন্য বিশ্বকাপ ফুটবল, বিশ্বব্যাপী সকলের জন্য নিউ ইয়ার এগুলো হচ্ছে বৃহৎ ফেস্টিভাল। আবার ছোট ছোট ফেস্টিভালও হতে পারে যেমন উদ্যোক্তাদের নিয়ে SME মেলা, মার্কেটারদের নিয়ে ব্র্যান্ড প্র্যাক্টিশনার গ্রুপের বিভিন্ন ফেস্ট, কোন কনসার্ট, ফুড ফেস্টিভ্যাল ইত্যাদি।

2. ইমোশন (Emotion):



উৎসবের প্রাণ হচ্ছে ইমোশন।
Emotion is the Soul of a Festival.

এই ইমোশন হতে পারে আনন্দের, হতে পারে বেদনার। একটা উৎসবকে ঘিরে কমিউনিটির ইমোশনকে আরও গাঢ় করার মাধ্যমে মার্কেটাররা একটা চিরস্থায়ী অভিজ্ঞতা এবং স্মৃতি তৈরি করতে পারে। এভাবে ব্র্যান্ডের সাথে কমুউনিটির সম্পর্ক আরও দৃঢ় হবে।

যেমন ঈদ কে ঘিরে গ্রামীণফোনের 'স্বপ্ন যাবে বাড়ি' ঈদে নাড়ির টানে ঘরে ফিরতে প্রত্যাশী প্রত্যেকের হৃদয় স্পর্শ করে।

3. বিগ আইডিয়া (Big Idea):



বিগ আইডিয়া হলো - একটা ভিশনারী চিন্তা, নাড়িয়ে দিয়ে যাওয়া কনসেপ্ট, সাহসী কোন ক্রিয়েটিভিটি।

একটা ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর সফলতার পিছনে অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে বিগ আইডিয়া।

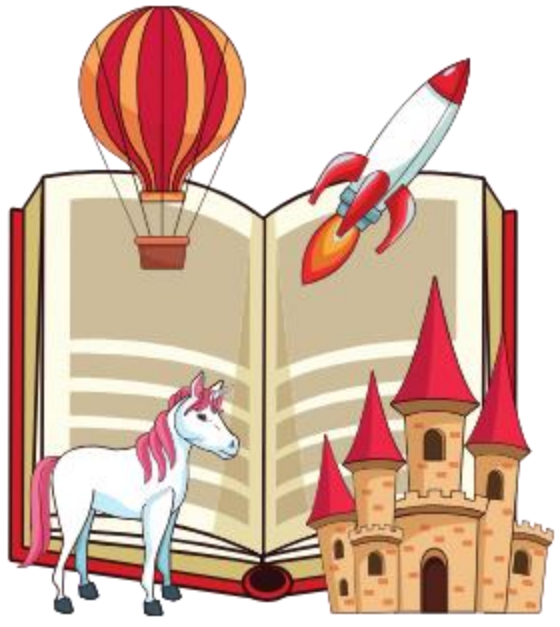
1948 সালে, ফাদার অফ এডভার্টাইজিং খ্যাত অগিলভি তার বই ‘Ogilvy on Advertising’ এ Big Idea এর গুরুত্ব তুলে ধরেন।

“It takes a big idea to attract the attention of consumers and get them to buy your product. Unless your advertising contains a big idea, it will pass like a ship in the night. I doubt if more than one campaign in a hundred contains a big idea.” - David Ogilvy

বিগ আইডিয়া ক্যাম্পেইন এর জন্য একটা গাইড হিসেবে কাজ করে। ফেস্টিভ্যালকে কেন্দ্র করে ক্যাম্পেইন এর থিম কি হবে, কিভাবে এটি কমিউনিটির ইমোশনকে জাগিয়ে তুলবে তা নির্ধারণ করে দেয় বিগ আইডিয়া।

যেমন Tanishq এর 'Paheli Diwali’ একটা বিগ আইডিয়া, নগদের BMW অফার একটা বিগ আইডিয়া।

4. স্টোরিটেলিং (Storytelling):



স্টোরি ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইনকে আকর্ষনীয় করে তোলে।

Story Makes Festival Marketing Campaign Captivating.

Stories have the power to captivate, inspire, and transport us to new worlds. In festival marketing campaigns, storytelling is the art of weaving narratives that evoke emotion, spark curiosity, and immerse attendees in the rich tapestry of the festival experience, from its origins to its future aspirations.

5. কালেকশন (Collection):



নতুন কালেকশন, প্রোডাক্ট বা সার্ভিস ফেস্টিভ্যাল ক্যাম্পেইন এর একটা গুরুত্বপূর্ণ অংশ। বিশেষ করে ঈদ, বড়দিন, পূজার মতো ধর্মীয় উৎসব বা পহেলা বৈশাখ এর মতো কালচারাল ফেস্টিভাল এ যেখানে সবাই নতুন আইটেম খোঁজে।

উদাহরণ স্বরূপ আড়ং, বাটা সহ বিভিন্ন ক্লদিং ব্র্যান্ড উৎসবকে সামনে রেখে জাঁকজমকপূর্ণ ভাবে নতুন কালেকশন লঞ্চিং করে। এর মাধ্যমে একে তো কাস্টমারের জন্য নতুন কিছু থাকলো, সেই সাথে এক্সাইটমেন্ট তৈরি করা, নতুন মার্কেটিং কমিউনিকেশন প্ল্যান করা যায় এগুলোকে ঘিরে।

6. অফার (Offer):

অফার হচ্ছে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর মেরুদন্ড।
Offer is the Backbone of Festival Marketing Campaign.



অফার ছাড়া কোন মার্কেটিং ক্যাম্পেইন সংগঠিত হতে পারে না। অফার ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর অবিচ্ছেদ্য অংশ।

উৎসব উপলক্ষ্যে সব বিজনেস নতুন কালেকশন লঞ্চ নাও করতে পারে। যেমন ধরুন ঈদের উপলক্ষ্যে ওয়ালটন হয়তো কোন নতুন ফ্রিজ এর মডেল বের করবে না, কিন্তু তারা তাদের এক্সিস্টিং প্রোডাক্টে বিশেষ অফার দিতে পারে পুরো বিশ্বকাপ জুড়ে।

আমরা অনেক সময় অফার বলতে ডিসকাউন্ট মনে করি। কিন্তু irresistible offer মানে শুধুমাত্র ডিসকাউন্ট না। প্রোডাক্ট, সার্ভিসের সাথে আরো অনেক কিছুর সমাহারে কাস্টমারের জন্য অনেক বেশি পরিমাণ ভ্যালু তৈরি করা হচ্ছে অফার।

আপনার অফার হতে হবে এতটাই irresistible, যে কাস্টমার একশন নিতে বাধ্য হবে। কারণ এটি তার চাহিদা এবং আকাংখা পরিতৃপ্ত করে। তাকে একই সাথে প্রলুব্ধ (entice) এবং উদ্বুদ্ধও (inspire) করে।

আমি স্মার্ট মার্কেটিং বইতে irresistible offer তৈরির ব্যাপারে বিস্তারিত লিখেছিলাম।

স্মার্ট মার্কেটিং প্রিন্সিপল 2 তে বলা আছেঃ

Irresistible Offer Beats Resistance and Explodes Sales
অপ্রতিরোধ্য অফার প্রতিরোধ ভেঙ্গে সেলস বিস্ফোরিত করে

7. কন্টেন্ট (Content):



কন্টেন্ট হচ্ছে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর জ্বালানী।
Content is the fuel of Festival Marketing Campaign.

কন্টেন্ট তথ্য এবং বিনোদন প্রদানের মাধ্যমে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর মেরুদন্ড হিসেবে কাজ করে। এটা ক্যাম্পেইন সম্পর্কে গুরুত্বপূর্ণ ইনসাইট দেয়, অফার শোকেস করে, ইন্টারেস্ট এবং এক্সাইটমেন্ট তৈরি করে, কমিউনিটিকে এনগেইজ করে।

যানবাহনে যেমন জ্বালানি শক্তি সরবরাহ করে, তেমনি কন্টেন্ট ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইনকে সামনে এগিয়ে নিয়ে যায়। আকর্ষণীয় কন্টেন্ট ছাড়া ক্যাম্পেইন জৌলুশ হারায় এবং কমিউনিটির নজর কাড়তে ব্যর্থ হয়।

একারণেই বিভিন্ন ব্র্যান্ড ফেস্টিভ্যাল এর আগে এবং ফেস্টিভ্যাল এর সময় বিভিন্ন ধরণের কন্টেন্ট তৈরি করে, কেউ ভিডিও এড বানায়, কেউ ম্যাগাজিন বা পত্রিকায় কন্টেন্ট দেয়।

ফেস্টিভ্যাল এর সময় ব্র্যান্ডগুলো বিভিন্ন কন্টেন্ট ক্রিয়েটর, ইনফ্লুয়েন্সার, সেলিব্রিটিদের সাহায্য নিয়ে কন্টেন্ট তৈরি করে যেন আরও বেশি মানুষের কাছে পৌঁছাতে পারে।

উদাহরণস্বরূপ, আমি যখন 2 মার্চ 2024 এর এই নিউজলেটার লেখার সময় নিচের পোস্টটা দেখি। যেখানে বিখ্যাত শু ব্র্যান্ড বাটা আরেফিন শুভ এবং বিদ্যা সিনহা মীম কে তাদের ব্র্যান্ড অ্যাম্বাসাডর হিসেবে নিয়োগ দেয়ার ঘোষণা আসে। লক্ষ্য করুন মার্চ এর 12 তারিখ থেকে কিন্তু রমজান মাস শুরু হবার কথা, সামনে ঈদ। তারমানে ঈদকে মাথায় রেখে বাটা সেলিব্রিটিদের অনবোর্ড করছে কন্টেন্ট তৈরি করার জন্য।



8. চ্যানেল (Channel):

উৎসবের সময় কমিউনিটির কাছে পৌঁছাতে বিভিন্ন চ্যানেল এবং টাচপয়েন্ট ব্যবহার করাটা আবশ্যক।

স্মার্ট মার্কেটিং বইতে আমি বর্তমান যুগে ওমনিচ্যানেল এর গুরুত্ব ব্যাখ্যা করেছি।

স্মার্ট বিশ্বে যে কোন বিজনেসকে অপ্রতিরোধ্য করে তোলার সিক্রেট মার্কেটিং স্ট্রাটেজি



রকমারি.com অর্ডার করলে ২৫% ছাড়

সাথে থাকছে ফ্রি গিফট

১) ৪০০০ টাকা মূল্যের ফেসবুক মার্কেটিং মাস্টারি কোর্স

২) কাস্টমাইজড আওয়ারগ্লাস মার্কেটিং ফানেল বুকমার্ক

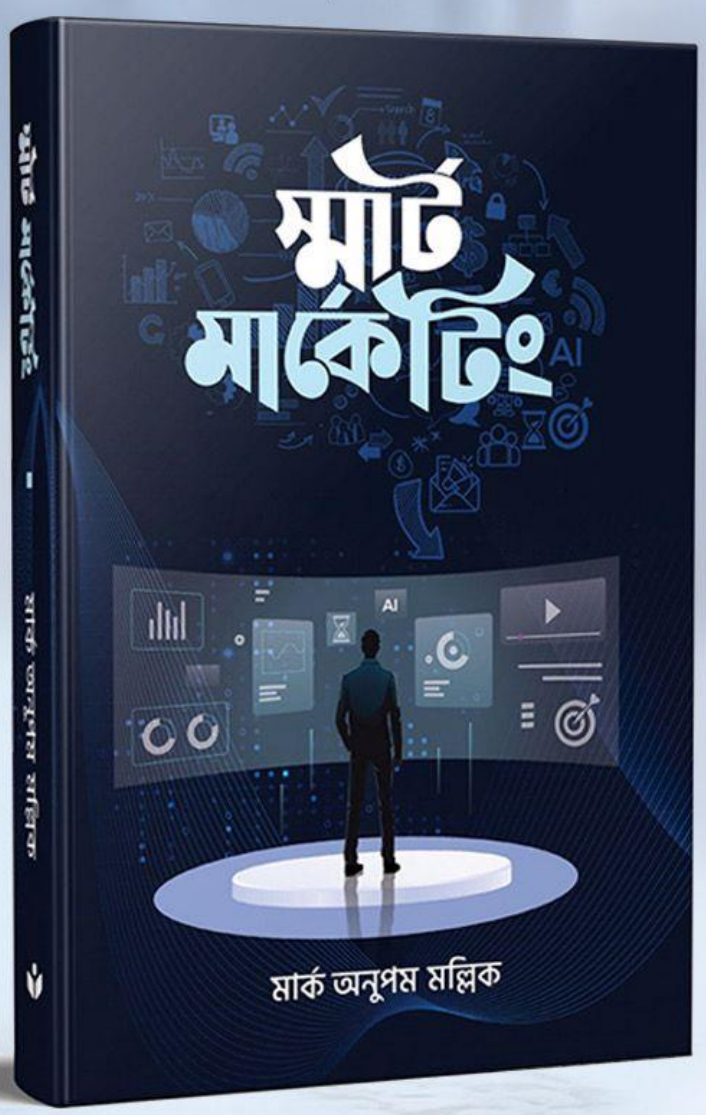
৩) স্মার্ট মার্কেটিং ফ্রেমওয়ার্ক স্টিকার সম্পূর্ণ ফ্রি







মার্ক অনুপম মল্লিকের নতুন বই



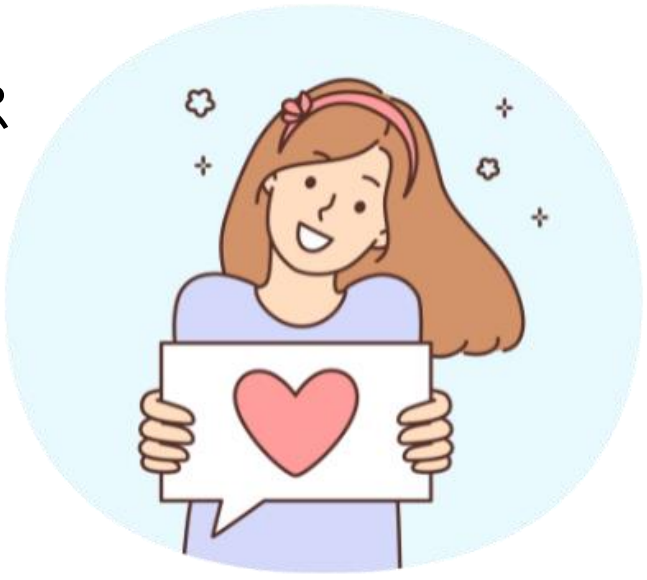


সকল মার্কেটিং চ্যানেলকে একসাথে যুক্ত করে কাস্টমারকে একটা seamless এক্সপেরিয়ন্স দেয়াকে বলা হয় ওমনিচ্যানেল (Omnichannel) স্ট্র্যাটেজি।

স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে আপনার কাজ ফেস্টিভ্যাল এর সময় অপ্রতিরোধ্য অফার নিয়ে কমিউনিটি যেখানে উপস্থিত সেখানে পৌঁছে যাওয়া। কাস্টমারকে আপনার কাছে আসতে হবে না। সেই সাথে কাস্টমার যে কোন মুহূর্তে চাইলেই আপনাকে রিচ করতে পারবে। এভাবে ওমনিচ্যানেল স্ট্র্যাটেজির মাধ্যমে ফেস্টিভ্যালের সময় ব্র্যান্ডগুলোর কাস্টমারকে seamless এক্সপেরিয়েন্স দিতে হবে।

চ্যানেল তাই ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর একটা গুরুত্বপূর্ণ স্তম্ভ।

9. এক্সপেরিয়েন্স (Experience):



এক্সপেরিয়েন্স ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন কে স্মরনীয় করে রাখে।

Experience Makes Festival Marketing Campaign Memorable.

ব্র্যান্ডগুলো উৎসবের মৌসুমে কাস্টমারদেরকে একটা অসাধারণ অভিজ্ঞতা প্রদানের মাধ্যমে নিজেদেরকে কাস্টোমারের কাছে স্মরণীয় করে রাখতে পারে।

আর এই এক্সপেরিয়েন্স দেবার জন্য কাস্টমারের সবগুলো ইন্দ্রিয়কে একটা ভাল অনুভূতি (good feeling) দিতে হবে।

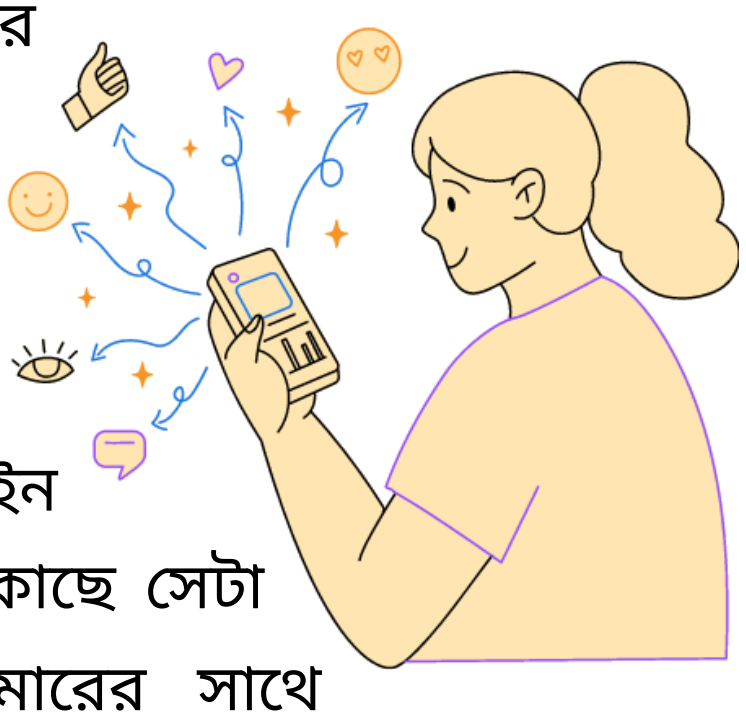


এজন্য ফেস্টিভ্যাল এর জন্য থিমেটিক প্যাকেজিং ডিজাইন, সোশ্যাল মিডিয়ার জন্য স্পেশাল গ্রাফিক্স ডিজাইন, স্টোর ডেকোরেশন, লাইটিং, মিউজিক এর মাধ্যমে একটা ফেস্টিভ ফিলিং তৈরি করা সম্ভব। আর সেই সাথে ভাল কাস্টোমার সার্ভিস দেবার মাধ্যমে কাস্টমারকে একটা অসাধারণ এক্সপেরিয়েন্স দিতে হবে।

ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এর মধ্যে একটা পার্ট থাকতে পারে Experiential Marketing.
এক্সপেরিয়েনসিয়াল মার্কেটিং হচ্ছে কাস্টোমারের সাথে সরাসরি ইন্ট্যারাক্ট করা। অর্থাৎ অফলাইনে ফেইস টু ফেইস কাস্টমারের সাথে সংযোগ স্থাপন করা। এগুলোর মধ্যে গেরিলা মার্কেটিং টেকনিক, ইভেন্ট মার্কেটিং, পপ আপ শপ, ব্র্যান্ড এক্টিভেশন ইত্যাদি থাকে।



10. এনগেজমেন্ট (Engagement):



এনগেজমেন্ট ক্যাম্পেইন এর লিঞ্চপিন (অপরিহার্য উপাদান) Engagement is the Linchpin of a Campaign.

কেউ একটা ক্যাম্পেইন ডিজাইন করলেন। কিন্তু অডিয়েন্স এর কাছে সেটা ইন্টারেস্টিং হলো না, কাস্টোমারের সাথে রেজোনেট করলো না, যথেষ্ট এনগেইজমেন্ট তৈরি হলো না, সেলস আসলো না, ব্র্যান্ডিং ও হলো না। তাহলে সেই ক্যাম্পেইনটাকে আমরা বলবো ব্যর্থ।

অপরপক্ষে আপনি চান এমন ক্যাম্পেইন তৈরি করতে যেখানে প্রচুর এনগেইজমেন্ট তৈরি হবে। কমিউনিটিতে ক্যাম্পেইনটি তুমুল সাড়া তৈরি করবে, সবাই এটি নিয়ে কথা বলবে। আর তাহলেই ক্যাম্পেইন এর আল্টিমেট অবজেক্টিভ সফল হবে।

Place Your Brand in the Spotlight

বিজনেস এনভায়রমেন্ট দিন দিন কঠিন হচ্ছে, কম্পটিশন বেড়ে চলছে। আপনার বিজনেসকে তাই এখন হতে হবে অন্যন্য, আপনার বিজনেসকে হতে হবে অসাধারণ। আপনাকে নিশ্চিত করতে হবে বিজনেসের রেভিনিউ গ্রোথ, প্রফিটিবিলিটি।

একসাথে সব কিছু করার চেষ্টা না করে উপযুক্ত জায়গায় ইমপ্যাক্টফুল স্ট্রাটেজি এপ্লাই করতে হবে।

ফেস্টিভ্যাল আপনার বিজনেসের রেভিনিউ গ্রোথ এবং ব্র্যান্ড বিল্ডিং এর শ্রেষ্ঠ জায়গা। ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং আপনার বিজনেসের জন্য একটা লিভার (lever) এর মতো।

আর এই দশটি পিলার ব্যবহার করে আপনি একটা সফল ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন দাঁড় করাতে পারবেন।

আপনার ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন হচ্ছে আপনার জন্য আগ্রার তাজমহল, গিজার পিরামিড, রোমের কলোসিয়াম।



এই পিলারগুলোকে কাজে লাগিয়ে সেরা ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন ডিজাইন করুন। আপনার ব্র্যান্ডকে স্পটলাইটে নিয়ে আসুন।

দেখবেন সফলতা আপনার হাতে ধরা দেবে।



1. আপনার ক্যারিয়ারকে স্ট্রেইট লাইন চিন্তা না করে Non-linear হিসেবে চিন্তা করুন। নতুন জব রোল বা ভিন্ন চাকরী, চাকরী ছেড়ে হায়ার স্টাডি, ক্যারিয়ার সুইচ, দেশের বাইরে মুভ আউট করা ইত্যাদি অপশনগুলোকে কনসিডার করুন। ঠান্ডা মাথায় ভেবে ক্যালকুলেটেড রিস্ক নিন।

2. নিজেকে একজন Expert-Generalist হিসেবে তৈরি করুন। অর্থাৎ বাছাইকৃৎ 2-3 টি এরিয়াতে নিজেকে সেরা (expert) হিসেবে গড়ে তুলুন, এবং অসংখ্য বিষয় সম্পর্কে অল্প অল্প করে জ্ঞান অর্জন করুন (generalist)।

3. এই অনিশ্চিত দুনিয়াতে সিঙ্গেল ইনকামের উপর ডিপেন্ড করাটা অত্যন্ত রিস্কি। আপনার অভিজ্ঞতা, স্পেশাল স্কিল এগুলোকে কাজে লাগিয়ে Multiple Income Stream তৈরি করুন।

4. আপনার ক্যারিয়ারের উন্নতির জন্য Rare and Valuable Skill আইডেন্টিফাই করুন। এরপর সপ্তাহে নূন্যতম পাঁচ ঘন্টা সেই স্কিলগুলো ডেভেলপ করতে ইফোর্ট দিন। নিজের

কমিউনিকেশন স্কিল এবং টেকনোলোজি স্কিলকে আরো ডেভেলপ করার পিছনে বাড়তি মনোযোগ দিন।

5. আপনার ইনকামের মিনিমাম 5% সেলফ ডেভেলপমেন্ট এর পিছনে ইনভেস্ট করুন। ভাল কোন বই কিনতে কখনো দ্বিতীয়বার চিন্তা করবেন না। একই ভাবে কোয়ালিটি লার্নিং (অনলাইন কোর্স, ট্রেইনিং, হায়ার ডিগ্রি) এর পিছনে নির্দ্বিধায় ইনভেস্ট করুন।

6. আপনার মিডিয়া consumption কে অডিট করুন। আপনার নিয়ন্ত্রণ নেই এরকম ডিপ্রেসিং নিউজ পড়া বাদ দিন। মিনিংলেস গার্বেজ সোশ্যাল মিডিয়া কন্টেন্ট পরিহার করুন। শুধুমাত্র আপনার ক্যারিয়ার এবং হ্যাপিনেসের জন্য হেল্পফুল এরকম সোর্সগুলোকে ফলো করুন। Remember, your input determines your output.

7. আপনার প্রফেশনাল রিলেশনশীপগুলোকে রিভিউ করুন। অতীতের টক্সিক, আনপ্রোডাক্টিভ সঙ্গ পরিত্যাগ করে শক্তিশালী নেটওয়ার্ক, ভ্যালুয়েবল কানেকশন, হাই ইম্প্যাক্ট রিলেশনশীপ এবং পারসোনাল ব্র্যান্ড তৈরিতে ফোকাস করুন।

8. নতুন কিছু ট্রাই করুন। একটা side hustle গড়ে তুলুন, কোন ডিজিটাল প্রোডাক্ট বা ডিজিটাল কন্টেন্ট তৈরি করুন, প্যাশনেট কোন প্রজেক্ট হাতে নিন।

9. ইন্টারনেটকে একটা অসম্ভব শক্তিশালী টুল হিসেবে চিন্তা করুন। শুধুমাত্র এন্টারটেইনের জন্য ইন্টারনেট ব্যবহার না করে আইডিয়া জেনারেশন, এক্সিকিউশন, স্কিল ডেভেলপমেন্ট, লার্নিং, অপরচ্যুনিটি সার্চ ইত্যাদির জন্য কাজে লাগান।

ইন্টারনেটকে সঠিকভাবে কাজে লাগিয়ে আপনি ক্যারিয়ারে 10x গ্রোথ নিয়ে আসতে পারবেন।

10. সর্বশেষে, অবশ্যই অবশ্যই পুরো বছরের জন্য সুনির্দিষ্ট গোল সেট করুন এবং একটু সময় নিয়ে পরিকল্পনা করুন। প্রয়োজনে একটা দিন অন্য সবকিছু বন্ধ রেখে এই কাজটা করুন। দেখবেন বাইরে থেকে কাউকে আপনাকে মোটিভেশন দিতে হচ্ছে না, সামনের প্রতিটা দিন আপনি নিজেই আনন্দ নিয়ে আপনার লক্ষ্যের পৌছানোর জন্য কাজ করে যাচ্ছেন।

2024 সাল শুরু হয়ে চোখের পলকে প্রায় দুই মাস চলে গিয়েছে, উপরের আইডিয়াগুলো কাজে লাগিয়ে এই বছরটিকে আপনার ক্যারিয়ার গ্রোথের শ্রেষ্ঠ বছরে রুপান্তর করুন।





রকমারী.কম নিবেদিত গল্পওগ্রাফী অনুষ্ঠান



মেহেদী হাসান রান ভাই এর উপস্থাপিত গল্পওগ্রাফী অনুষ্ঠানে অতিথি হিসেবে মার্কেটিং এর প্রেক্ষাপট ও স্মার্ট মার্কেটিং নিয়ে আলোচনা:

https://www.youtube.com/watch?v=M_PUOPloJNA

একুশে বইমেলায় স্মার্ট মার্কেটিং বই এর গ্র্যান্ড লঞ্চিং



অদ্ভুত ভাল লাগার এক বিকেল কাটলো বইমেলার প্রাঙ্গনে স্মার্ট মার্কেটিং বই এর গ্র্যান্ড লঞ্চিং এ। যে পরিমাণ ভালবাসা পেলাম অগণিত মানুষের কাছ থেকে বই লিখে, এর থেকে বেশি আর কি বা চাওয়ার থাকতে পারে।

https://www.facebook.com/watch/?v=424274373309215

কোচ কামরুল হাসান এর লাইফ ফোর্স পডকাস্ট



এই আলোচনাটা আমি অনেক বেশি এঞ্জয় করেছি, ন্যাভাল আর্কিটেকচার থেকে পড়ে সফটওয়ার ইঞ্জিনিয়ার হিসেবে ক্যারিয়ার শুরু করে বিজনেস স্ট্র্যাটেজিস্ট হবার ফুল জার্নির গল্পটা এই প্রথম ক্যামেরায় বললাম। আর সেই সাথে যাত্রাপথে শেখা কিছু ইম্পর্টান্ট লাইফ লেসন।

https://www.youtube.com/watch?v=HwjXJB5HEwQ

iBOS নিবেদিত Tech2Biz অনুষ্ঠান



iBOS Limited এর চিফ প্রজেক্ট অফিসার আল-আমিন ভাই এর উপস্থাপনায় Tech2Biz অনুষ্ঠানে সফটওয়ার এবং ক্যারিয়ার নিয়ে আলোচনা:

https://www.youtube.com/watch?v=wTKS-ABQu5M

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...