Issue 8 – Apr 2024

THE MASTERMIND SECRETS

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

ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিংঃ



Case Study:
কোকাকোলা এন্ড
দ্যা আর্ট অফ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং

কিভাবে ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং করে
আপনার ব্র্যান্ডকে
স্পটলাইটে নিয়ে আসবেন



বিল্ড ইওর ড্রিম ক্যারিয়ার



Published by
IDEAN CONSULTING

প্রিয় মাস্টারমাইন্ড,

‘The Mastermind Secrets’ এর ‘ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং’ সংখ্যাতে আপনাকে স্বাগতম।

2024 এর মার্চ এবং এপ্রিল মাস দুইটি বিজনেসগুলোর জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। কারণ এখন রমজান মাস চলছে, সামনে ঈদ।

ঈদ উল ফিতর বাংলাদেশের সবচেয়ে বড় ফেস্টিভ্যাল। রমজান মাসের এক সপ্তাহ আগে থেকেই এখন শুরু হয়ে যায় শপিং।

বাংলাদেশে ফ্যাশন ইন্ডাস্ট্রির বার্ষিক সেলের এরানন্ড 50% ঈদ উল ফিতর উপলক্ষ্যে হয়ে থাকে।

প্রায় সব বিজনেসের জন্যই তাই ঈদ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটা উৎসব সেলস বৃদ্ধি করার, কাস্টোমারের সাথে কানেক্ট করার এবং লং টার্ম ব্র্যান্ড লয়ালিটি তৈরি করার।

রমজান মাস এবং ঈদকে মাথায় রেখে তাই আমি একটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ফিচার টপিক নিয়ে নিউজলেটারটি সাজাচ্ছি। সেটা হচ্ছে - ‘ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং’।

এই সংক্রান্ত প্রথম সংখ্যাটি আপনি রোজা শুরুর আগেই হাতে পেয়ে গেছেন। সুতরাং সেখানের লার্নিং আপনি পুরো রমজান মাসে কাজে লাগাতে পারবেন :) আশা করছি আপনি অলরেডি সেটা করছেন।

এপ্রিলের ইস্যুটি আমরা মার্চ এর মাঝামাঝি পাবলিশ করে ফেলছি। কারণ এবারের ফিচার টপিক হচ্ছে 'ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং'।

এই ইস্যুতে আমি ঈদে কিভাবে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং করবেন সেটির ডিটেইল লিখেছি। এখানে বিভিন্ন মার্কেটিং স্ট্র্যাটেজি, টেকনিক, উদাহরণ আছে। এগুলো থেকে আইডিয়া নিয়ে আপনি নিজের মতো করে আপনার ঈদ ক্যাম্পেইন সাজাতে পারবেন।

এই ইস্যুটি পড়ার আগে অবশ্যই আগের সংখ্যাটি পড়ে নেবেন, কারণ সেখানে আমি ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং কি, এর 10 টি পিলার আলোচনা করেছি। যেটা আপনাকে এবারের টপিক গুলো আরও ভাল ভাবে বুঝতে সাহায্য করবে।

এর আগের 'স্টোরি ড্রিভেন মার্কেটিং' সংখ্যাতে আমি কোকাকোলা এবং সান্টা ক্লজ ঘিরে একটা কেইস স্টাডি লিখেছিলাম। যেখানের এঙ্গেল ছিল 'স্টোরি ড্রিভেন মার্কেটিং'। সেই কেইস স্টাডিটা আমি আরেকবার তুলে দিলাম, কিন্তু এবার এটাকে আমরা ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন এঙ্গেল থেকে দেখবো। এর ফলে আপনি সহজেই কানেক্ট করতে পারবেন, প্লাস ভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে দেখতে পারবেন।

এখন কিছু আপডেট দেই।

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

স্মার্ট মার্কেটিং



মার্ক অনুপম মল্লিক

ফেব্রুয়ারি মাসজুড়ে রকমারিতে 'স্মার্ট মার্কেটিং' বই অর্ডারে কিছু স্পেশাল গিফট ছিল। রকমারিতে মার্চ মাসেও অন্যলাইন বই মেলা চলছে। তাই এই মাসেও অর্ডারের সাথে নিচের গিফট গুলো পাচ্ছেন -

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' 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 'ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং' নিয়ে আলোচনা শুরু করা যাক...

মার্ক অনুপম মল্লিক
25 মার্চ, 2024



আপনি যদি এই মূহুর্তে (অর্থাৎ ঈদের আগে) বড় কোন শপিং মলে গিয়ে বাটা বা এপেক্স জুতার শোরুমে ঢোকেন তাহলে কি চোখে পড়বে বলুন তো?

অন্য সময়ের চেয়ে অনেক বেশি ক্রেতার ভিড়, সেলসপারসদের প্রচণ্ড ব্যস্ততা - তাই না?

আপনি যদি আড়ং এ যান তাহলে আপনাকে পেমেন্ট করার জন্য লম্বা সময় দাঁড়িয়ে থাকতে হবে কাউন্টারে।

শুধুমাত্র আড়ং, বাটা বা এপেক্স না, আপনি ঢাকার নিউমার্কেট, বসুন্ধরা সিটি থেকে শুরু করে বাংলাদেশের যে কোন শপিং সেন্টারে গেলেই রোজার ঈদের আগে এই ভিড় দেখতে পারবেন।

শুধু ভিড় না, আপনার চোখে পড়বে বেশিরভাগ দোকানেই নতুন নতুন কালেকশন। সেই সাথে শপিংমল গুলো আলোতে সজ্জিত, দোকান গুলোতে বাহারি সজ্জা, এবং চারিদিকে লাল রং এর ব্যানার, ফেস্টুনে ঝোলানো বিভিন্ন আকর্ষণীয় অফার। সেই সাথে

বিভিন্ন ব্যাংকের কার্ডে, নগদ, বিকাশ পেমেন্টেও স্পেশাল ডিসকাউন্ট বা ক্যাশব্যাক অফার।



বাংলাদেশের বেশিরভাগ বিজনেসগুলো উন্মুখ হয়ে অপেক্ষা করে থাকে ঈদের জন্য।

বাংলাদেশের জনগণের 91 শতাংশ মুসলিম, স্বাভাবিক ভাবেই ঈদ উল ফিতর বাংলাদেশের সবচেয়ে বড় ফেস্টিভ্যাল। রমজান মাসের এক সপ্তাহ আগে থেকেই এখন শুরু হয়ে যায় শপিং।

বাংলাদেশে ফ্যাশন ইন্ডাস্ট্রির বার্ষিক সেলের এরাউনন্ড 50% ঈদ উল ফিতর উপলক্ষ্যে হয়ে থাকে।

প্রায় সব বিজনেসের জন্যই তাই ঈদ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটা উৎসব সেলস বৃদ্ধি করার, কাস্টোমারের সাথে কানেক্ট করার এবং লং টার্ম ব্র্যান্ড লয়ালিটি তৈরি করার।

প্রশ্ন হচ্ছে, আপনি কিভাবে এই ঈদ ফেস্টিভ্যাল এর সর্বোত্তম ব্যবহার করে আপনার বিজনেসের জন্য সর্বোচ্চ সেলস নিয়ে আসতে পারেন? আপনি কিভাবে ঈদে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং করে আপনার ব্র্যান্ডকে স্পটলাইটে নিয়ে আসতে পারেন?

এই আর্টিকেলে আমরা আলোচনা করবো কিভাবে আপনি একটা উইনিং ঈদ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং ক্যাম্পেইন ডিজাইন করার মাধ্যমে বহুগুণ সেলস বাড়াতে পারবেন সাথে ব্র্যান্ড বিল্ডিংও করতে পারবেন।

চলুন শুরু করা যাক।

ঈদের স্মার্ট কাস্টমারদের বুঝুন

আপনার ক্যাম্পেইন ডিজাইন শুরু করার আগে প্রথম কাজ টার্গেট অডিয়েন্সকে পুরোপুরি বোঝা।

ঈদ এর সময় আসলেই সাধারণত সবাই পরিবার (Family), উৎসব (Celebration), একতা (togetherness) নিয়ে বেশি চিন্তা করে।

কাস্টোমারদের পকেটে এসময় বোনাসের অর্থ থাকে, তারা খুশি মনে কেনার মুডে থাকে। নতুন কাপড়, সাজগোজ, গিফট, ডেকোরেশন, ইলেক্ট্রনিক ডিভাইস, ইফতার পার্টি নিয়ে চিন্তা করে।

এসময় তাই কাস্টমারদের ইমোশন, ভ্যালু, ধর্মীয় অনুভূতি, সংস্কৃতিকে মাথায় রেখে ক্যাম্পেইন সাজাতে হবে যেন সেটি তাদের সাথে রেজোনেট করে।

আমার লেখা রকমারি #1 বেস্টসেলার বই 'স্মার্ট মার্কেটিং' এ আমি সেভেন স্টেপ স্মার্ট মার্কেটিং ফ্রেমওয়ার্ক ব্যাখ্যা করেছি। যেখানে প্রথম প্রিন্সিপলটি ছিলঃ



Customers are Smart,
they are just looking for a Trusted Guide
কাস্টমার স্মার্ট, তারা শুধু একজন বিশ্বস্ত গাইড খুঁজছে

বর্তমানের কাস্টমার হচ্ছে অনেক বেশি ইনফর্মড এবং রিসার্চ ওরিয়েন্টেড। কোন কিছু কেনার আগে অনলাইনে বিভিন্ন রিভিউ দেখে, দামের তুলনা করে, এবং এক্সপার্টদের কাছে সাহায্য চায়।

একজন স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে আপনার দ্বায়িত্ব হচ্ছে স্মার্ট কাস্টমারকে সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে বিশ্বস্ত ভাবে গাইড করা ।

আপনি সব সময় কাস্টমারের মংগল কামনা করবেন। আপনি হবেন কাস্টমারের জন্য একজন বিশ্বস্ত গাইড। আপনি তাকে সেটাই সাজেস্ট করবেন যেটি তার জন্য সবচেয়ে ভাল, তার জন্য সেরা, তার জন্য সবচেয়ে উপকারী।

ক্যাম্পেইন এর জন্য একটি বিগ আইডিয়া দাঁড় করান

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

অগিলভির ভাষায় -

“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.”

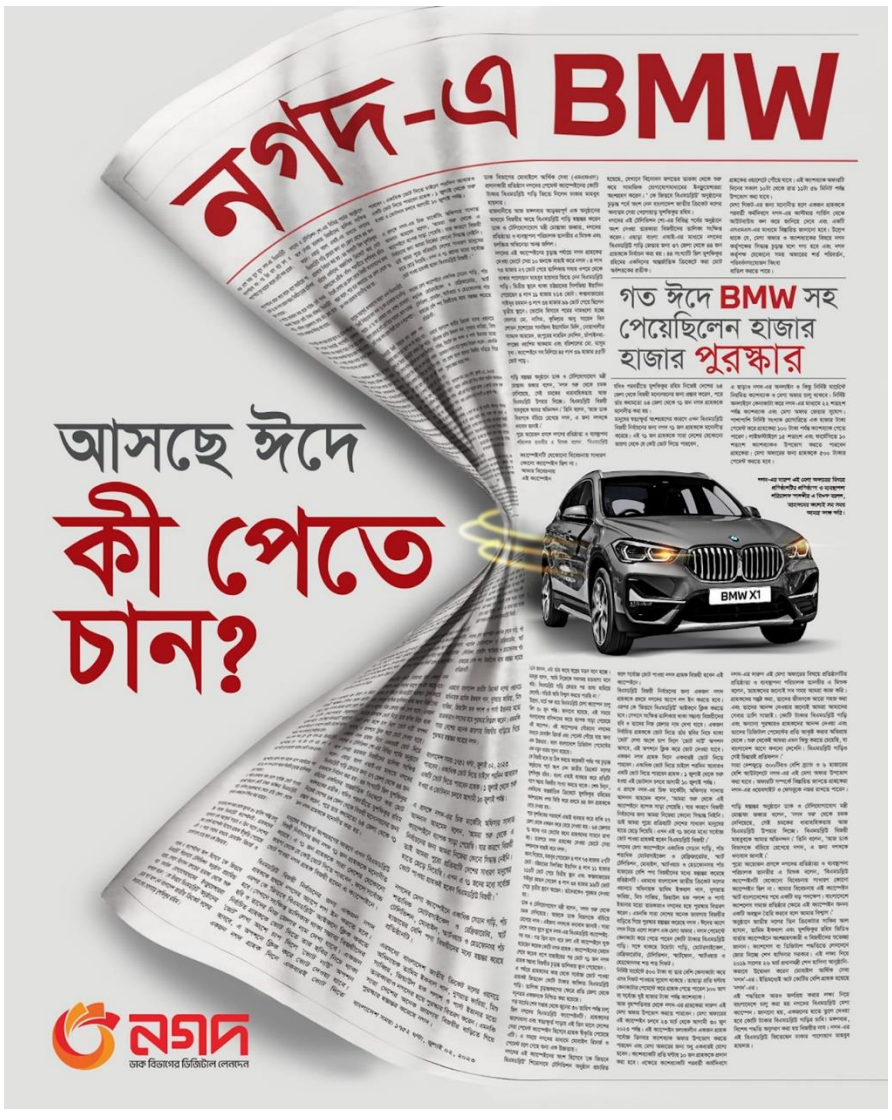
গ্রামীনফোনের স্বপ্ন যাবে বাড়ি একটা বিগ আইডিয়া, বাংলালিংকের দিন বদল একটা বিগ আইডিয়া।

আমি দ্যা মাস্টারমাইন্ড সিক্রেটস নিউজলেটারের বিভিন্ন ইস্যুতে বিভিন্ন কেইস স্টাডি নিয়ে আলোচনা করেছি, যেমন অগিলভির রোলস রয়েস এড, কোকাকোলার সান্তা ক্লজ, ম্যান ইন দ্যা হ্যাথাওয়ে ইত্যাদি। এগুলো সবই কিন্তু একেকটা বিগ আইডিয়া কেন্দ্র করে হচ্ছে।

2023 সালে ঈদের সময় নগদের BMW ক্যাম্পেইন এর কথা মনে আছে?



2024 সালেও কিন্তু তারা ঈদের আগে আবারো একটা বিগ আইডিয়া নিয়ে আসছে। আমি সেদিন সকালে নাস্তার টেবিলে প্রথম আলো পত্রিকা হাতে নিয়ে দেখলাম তারা পুরো পেইজ জুড়ে নিচের এড টা দিয়েছে। এর মাধ্যমে তারা কাস্টোমারকে কানেক্ট করছে, তাদের মধ্যে এন্টিসিপেশন তৈরি করছে। এরপর এবছরের বিগ আইডিয়া রিভিল করবে।



এই নিউজলেটার পাবলিশ করার আগে নগদ তাদের বিগ আইডিয়া রিভিল করেছে। এজন্য প্রথমে তারা ক্রিকেটার তামিম ইকবাল এবং মিরাজের একটা তথাকথিত 'ফোনালাপ' ফাঁস করে। যেটা ভাইরাল হয়ে যায়। এবং পরবর্তীতে তামিম, মিরাজ, মুশফিক, মাহমুদুল্লাহ, নগদের সিইও তানভীর মিশুক লাইভে এসে ক্যাম্পেইনটি এনাউন্স করে। এটি প্রচণ্ড পরিমাণ কন্ট্রোভার্সি তৈরি করে বাংলাদেশের ক্রিকেটপ্রেমী মানুষ এবং বিশেষ করে ব্র্যান্ড প্র্যাক্টিশনারদের মধ্যে।



এনিয়ে আমি ভবিষ্যতে হয়তো কোনদিন লিখবো। কিন্তু আপনাকে আমি সাজেশন দেব এজাতীয় controversial ক্যাম্পেইন তৈরি করা থেকে পুরোপুরি বিরত থাকতে।

যাই হোক, ঈদ ক্যাম্পেইন এর জন্য আপনি আপনার মতো করে আপনার বিজনেসের জন্য উপযুক্ত একটা বিগ আইডিয়া দাঁড় করান।

এরপর সেই বিগ আইডিয়াকে ঘিরে আপনার ক্যাম্পেইন এর সব এক্টিভিটি সাজান।

ডিসকাউন্ট বা অফার ডিজাইন থেকে শুরু করে গ্রাফিক্স ডিজাইন, কমিউনিকেশন, ভিডিও, স্টোরিটেলিং সবই এই বিগ আইডিয়াকে ঘিরে আবর্ত হবে।

ইম্প্যাক্ট এর জন্য স্টোরি বলুন

আপনার ব্র্যান্ড এর কোর ভ্যালুর সাথে মিলিয়ে বিগ আইডিয়াকে কেন্দ্রে রেখে একটা স্টোরি তৈরি করুন। এই স্টোরিটা অবশ্যই ঈদ ফেস্টিভালের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হতে হবে।

গ্রামীনফোনের চঞ্চল চৌধুরীর ‘মা’ ক্যাম্পেইনটি নিশ্চয়ই মনে আছে?



এটি ছিল ঈদে ইমোশনাল স্টোরির একটা শ্রেষ্ঠ উদাহরণ।

গ্রামীনফোনের ট্যাগলাইন গুলো কাছে থাকার গল্প বলে। সেই 2000 এর শুরুর দশকে ঈদে ছেলে মার জন্য মোবাইল এবং সিম নিয়ে বাড়ি যাচ্ছে এটি গ্রামীনফোনের ভ্যালুর সাথে যেমন

যায়, তেমনি কাস্টমারদের সাথেও পুরোপুরি ইমোশোনালি কানেক্ট করে।

আমি স্মার্ট মার্কেটিং বইতে স্মার্ট মার্কেটিং প্রিন্সিপল 4 এ বলেছিলাম -



যে ব্র্যান্ড সেরা গল্প বলবে, সেই জিতবে!

The brand that can tell the best stories, wins!

আপনি যদি জিততে চান তাহলে আপনাকে অবশ্যই একটা ইম্প্যাক্টফুল স্টোরি বলতে হবে।

একটা অসাধারণ এক্সপেরিয়েন্স ডিজাইন করুন

শুধুমাত্র এড তৈরির বাইরে গিয়ে কাস্টোমারকে একটা অসাধারণ এক্সপেরিয়েন্স দেবার প্ল্যান করুন।

ঈদে আপনার প্রোডাক্টের প্যাকেজিং এমন ভাবে করুন যেন সেটি উৎসবকে তুলে ধরে। আপনার দোকান থাকলে সেটিকে ডেকোরেশন করুন। সেলস টিম বা কাস্টোমার কেয়ারকে বলুন কাস্টোমারকে হাসিমুখে ঈদের শুভেচ্ছা জানাতে। আপনার ব্র্যান্ডের সাথে প্রতিটা টাচপয়েন্টে যেন কাস্টোমার একটা অসাধারণ ঈদ ফ্লেভার পায়।

আপনার যদি ইকমার্স বা এফকমার্স বিজনেস হয় তাহলে বিভিন্ন ঈদ মেলাতে অংশগ্রহণ করতে পারেন। এর ফলে কাস্টমাররা আপনার পণ্য সামনা সামনে দেখার, ট্রায়াল দেবার সুযোগ পাবে।



আপনার যদি সার্ভিস বিজনেস হয় থাকে তাহলে বিভিন্ন শপিং মলের গ্রাউন্ড ফ্লোরে ফ্রি সার্ভিস প্রোভাইড করতে পারেন। বসুন্ধরা শপিং মলের নিচে দেখবেন এরকম কিছু বিউটি কেয়ার সার্ভিস পাবেন।

আপনার টার্গেট কাস্টমাররা যেখানে একত্রিত হয় এরকম স্থানে বিভিন্ন এক্টিভেশন প্রোগ্রাম করতে পারেন। কিছু এক্টিভিটির মাধ্যমে গিফট দিতে পারেন।





এভাবে সব মিলিয়ে কাস্টমার একটু ভিন্ন অভিজ্ঞতা লাভ করবে এবং আপনাকে মনে রাখবে।

অন্যান্য ব্র্যান্ডের সাথে পার্টনারশীপ করুন



পার্টনারশীপ বিজনেসের ভিজিবিলিটি বৃদ্ধি করে, নতুন অডিয়েন্সের সামনে আপনার ব্র্যান্ডকে তুলে ধরে।

ঈদকে সামনে রেখে তাই রেলিভ্যান্ট ব্র্যান্ডগুলোর সাথে কোলাবোরেশন বা পার্টনারশীপ করে আপনার রীচ বাড়ান। সেই সাথে ডাইভার্সিটি তৈরি করুন।

উদাহরণস্বরূপ, আড়ং এর ফ্যাশন ইনফ্লুয়েন্সার বিবি রাসেল এর সাথে কোলাবরেশন করে স্পেশাল ঈদ কালেকশন লঞ্চিং। L'Oréal এর নারী উদ্যোক্তাদের সাথে পার্টনারশীপ করে তাদের বিউটি প্রোডাক্ট শোকেস করা ইত্যাদি।

ঈদ থিমের কালেকশন লঞ্চ করুন

ঈদের সময় সবাই নতুন কিছু খোঁজে, তাই ঈদে নতুন কালেকশন এর প্রতি আকর্ষণ সবচেয়ে বেশি থাকে।

বিশেষ করে ফ্যাশন ইন্ডাস্ট্রির জন্য ঈদে নতুন কালেকশন লঞ্চ করাটা আবশ্যক।

আড়ং, ইয়েলোর মত ব্র্যান্ডগুলোর সোশ্যাল মিডিয়া পেইজ লক্ষ্য করলেই দেখতে পাবেন তারা নতুন ঈদ কালেকশন লঞ্চ করছে।



YELLOW
Yesterday at 9:30 PM ·

Bring a touch of elegance to Eid festivities with our Kids Collection!

Shop now: https://tinyurl.com/44ztuy5p

Store Locations: https://tinyurl.com/yct36wff... See more



246 6 comments 4 shares



যেসব ইন্ডাস্ট্রিতে নতুন কালেকশন লঞ্চ করার সুযোগ কম, তারাও নতুন প্যাকেজিং, বান্ডেল অফার তৈরি করতে পারে।

উদাহরণ স্বরুপ - কোকাকোলা, মোজো, পেপসি এর মতো বেভারেজ কোম্পানি ঈদ কে সামনে রেখে তাদের মোড়ক

পরিবর্তন করে। গ্রামীনফোন, বাংলালিংকের মতো টেলকো ঈদে নতুন বান্ডেল বা প্যাকেজ অফার করে।

অন্যদিকে চরকির মতো OTT প্ল্যাটফর্ম ঈদকে সামনে রেখে নতুন সিরিজ লঞ্চ করে, সিনেমা হল গুলোতে নতুন মুভি রিলিজ পায়।

আপনিও আপনার ইন্ডাস্ট্রির ট্রেণ্ড অনুযায়ী নতুন কালেকশন লঞ্চ করে কাস্টমারকে আকর্ষণ করুন।

অফার ডিজাইন

স্মার্ট মার্কেটিং প্রিন্সিপল 2:



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

ঈদ মানেই গিফট এবং স্পেশাল ডিল। বাংলাদেশীরা value for money তে বিশ্বাসী। তাই আপনাকে এমন অফার দিতে হবে যেন কাস্টমার অবিশ্বাস্য ভ্যালু পায়।

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।

Offers are what you promise to give in exchange for something of value.

নিচে বিভিন্ন বিজনেসের ঈদ অফার এর কিছু উদাহরণ দিলাম, যেন আপনি এগুলো থেকে ইন্সপায়ারেশন নিয়ে অফার ডিজাইন করতে পারেন।









সোশ্যাল মিডিয়াতে এনগেইজমেন্ট তৈরি করুন

ঈদে সোশ্যাল মিডিয়া অনেক সরগরম থাকে। তাই এই সময়টাতে পেইজে এক্টিভিটি বাড়াতে হবে, অডিয়েন্সকে এনগেইজ করতে হবে।

ঈদ থিমড গ্রাফিক্স বা ভিজুয়্যাল, কুইজ, কম্পিটিশন এসব তৈরি করার মাধ্যমে আপনি এই কাজগুলো করতে পারবেন।

ঈদ মৌসুমের শুরুতেই আপনার ফেইসবুক পেইজের কাভার ফটো আপডেট করুন যেন সেটি আপনার ঈদ ক্যাম্পেইন কে তুলে ধরে।



Daraz Online Shopping
15M likes • 15M followers
Message Liked Search



Apex
2.3M likes • 2.5M followers
Message Liked Search

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং করুন

বর্তমানের সোশ্যাল মিডিয়ার যুগে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর একটি ইফেক্টিভ মেথড হচ্ছে ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং।

আমি দ্যা মাস্টারমাইন্ড সিক্রেটস এর আগের ইস্যুতে উদাহরণ দিয়েছিলাম যে বাটা ঈদ কে সামনে রেখে বিদ্যা সিনহা মিম এবং আরেফিন শুভকে ব্র্যান্ড অ্যাম্বাস্যাডর হিসেবে অনবোর্ড করেছে।

Bata is with **Arifin Shuvoo** and **Bidya Sinha Saha Mim**.
4h ·

Bata proudly introduces its dynamic new Brand Ambassadors: actor Arifin Shuvoo and actress Bidya Sinha Mim. Their unique talent and influential style perfectly align with Bata's commitment to versatility and connecting with a broader audience.

Shuvoo's artistic flair complements our focus on stylish expression, offering a diverse range of trendy footwear for men. Meanwhile, Mim's grace and on-screen presence resonate with our dedication to innovation and fashion, enhancing o... **See more**



আপনার হয়তো যে টপ সেলিব্রিটিদেরকে নেবার সামর্থ্য নেই, কিন্তু আপনি সামর্থ্য অনুযায়ী আপনার ব্র্যান্ডের সাথে রেলিভ্যান্ট এমন সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সারদের অনবোর্ড করে ঈদের মার্কেটিং করতে পারেন।

তবে অনেক সময়ই ব্র্যান্ড বা এজেন্সি বড় কোন স্টারকে অনবোর্ড করতে পারলেই মনে করে শুধুমাত্র ফেইসভ্যালু দিয়ে কাজ হয়ে যাবে। যে পরিমাণ অর্থ, সময়, ইফোর্ট তারা একজন স্টারকে পেতে ব্যয় করে তার সিকিভাগ তারা একটা well crafted ক্যাম্পেইন ডিজাইন করতে, কপি লিখতে, স্ক্রিপ্ট লিখতে ব্যয় করে না।

ক্যাম্পেইন ফাটিয়ে দেবার কাজটা করতে হবে এজেন্সিকে, ব্র্যান্ডগুলোকে।

> ***"When you work with a celebrity, the viewer must find the celebrity, the script and the idea memorable, not just the celebrity."*** -- Piyush Pandey

আর সেই সাথে সেলিব্রিটির ম্যানেজার এবং নিজস্ব টিমকে নিশ্চিত করতে হবে তার ব্র্যান্ড ভ্যালুটা যেন ক্ষতিগ্রস্থ না হয়। শর্ট টাইমে কিছু কুইক মানি কামাতে গিয়ে বিতর্কিত কোম্পানির সাথে জড়িয়ে যেন বহুদিনের গড়ে তোলা পারসোনাল ব্র্যান্ডটা যেন থুবড়ে না পড়ে।

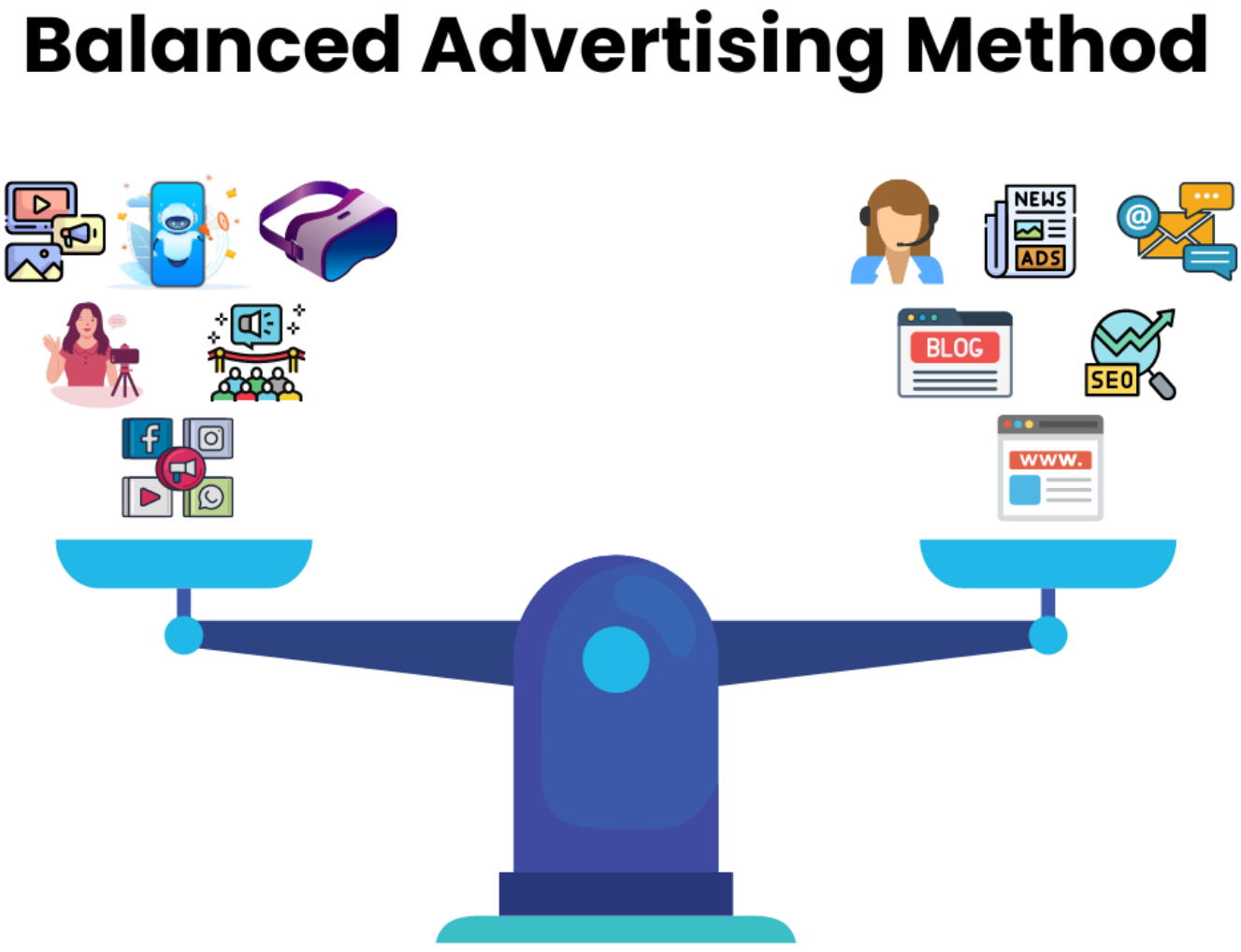
আমাদের দেশে অনেক রিসোর্সই লিমিটেড, সেলিব্রিটিও সংখ্যায় লিমিটেড। একজন স্মার্ট মার্কেটার হিসেবে আপনার দ্বায়িত্ব হবে এই লিমিটেড রিসোর্সগুলোকে সঠিকভাবে কাজে লাগিয়ে দিন দিন আরো ভাল রেজাল্ট বের করে আনার।

ট্রেডিশনাল এবং ডিজিটাল মিডিয়ার ব্যালেন্সড এডভার্টাইজিং

এই পরিবর্তিত বিশ্বে ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এ সফলতা নিশ্চিত করতে চাইলে তাই বিভিন্ন এডভার্টাইজিং মেথড এর ব্যালেন্স বজায় রাখতে হবে।

আর এটিকে আমি নাম দিয়েছি - ব্যালান্সড এডভার্টাইজিং মেথড (Balanced Advertising Method - BAM)

ব্যালান্সড এডভার্টাইজিং মেথড বলতে বোঝায় বিভিন্ন ধরণের এডভার্টাইজিং চ্যানেল এবং স্ট্র্যাটেজির একটা ভারসাম্য বজায় রাখা।



BAM এর মধ্যে পরে অর্গানিক এবং পেইড মেথড; ডিজিটাল, ট্রেডিশনাল, স্মার্ট চ্যানেল ইত্যাদি।

ঈদে আপনি শুধুমাত্র একটা চ্যানেলে ফোকাস না করে আপনার জন্য উপযুক্ত চ্যানেলগুলোতে এডভার্টাইজিং করুন।

ঈদে আপনার ব্র্যান্ডকে স্পটলাইটে নিয়ে আসুন

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

উপরে আলোচনা করা স্ট্র্যাটেজিগুলো কাজে লাগিয়ে ঈদে আপনার ব্র্যান্ডকে স্পটলাইটে নিয়ে আসুন।

এভাবেই আপনার বিজনেস বহুগুণ বৃদ্ধি পাবে।

Case Study:

কোকাকোলা এন্ড দ্যা আর্ট অফ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং



প্রায় একশো বছর ধরে Coca-Cola উৎসবের মৌসুমে আনন্দ, সৌহার্দ্য এবং ভালবাসার বাণী বিলিয়ে আসছে।

কোকাকোলা বিশ্বের সবচয়ে বড় বেভারেজ কোম্পানি। তাদের 2800+ প্রোডাক্ট বিশ্বের 200 টির বেশি দেশে পাওয়া যায়। মার্কেটিং এর ইতিহাসে কোকাকোলা বিশ্বের অন্যতম সফল ব্র্যান্ড। যারা বিশ্বের সবচয়ে মূল্যবান দশটি ব্র্যান্ডের একটি হিসেবেও স্থান করে নিয়েছিল।

কথিত আছে যে - যাত্রা শুরুর প্রথম বছর মাত্র 25 বোতল কোক বিক্রি হয়েছিল। কিন্তু এখন প্রতিদিন আনুমানিক 1.8 billion বোতল কোকাকোলা বিক্রি হয়! বিশ্বের 94% মানুষ Coca-Cola এর লাল-সাদা লোগোটা দেখলে চিনতে পারে।

কিন্তু কোকাকোলা এত বিখ্যাত এমনিতে হয়নি!

1931 সাল, বিশ্বে তখন মহামন্দা (great depression) চলছে। আমেরিকা এর শেয়ার বাজারে বিশাল ধসের পর সারা পৃথিবী জুড়ে অর্থনৈতিক মন্দা।

কোকাকোলা এই দুঃসময়ে তাদের ব্র্যান্ড প্রেজেন্স মেইনটেইন করা নিয়ে ভয়াবহ চ্যালেঞ্জের সম্মুখীন হয়।

আর এমন অবস্থার মাঝেই, কোকাকোলা এমন একটা ক্যাম্পেইন লঞ্চ করলো যা বিশ্বের মার্কেটিং ইতিহাসে কিংবদন্তী তুল্য হয়ে আছে।

আর সেটা হচ্ছে 'Coca-Cola Christmas Ads Featuring Santa Claus'.



সান্তা ক্লজ খ্রিস্টান ধর্মাবলম্বীদের কাছে একটি অতি পরিচিত চরিত্র যিনি ক্রিসমাস বা বড়দিনে শিশুদের জন্য গিফট নিয়ে আসেন। বাংলাদেশে আমাদের চার্চগুলোতেও এই প্র্যাক্টিসটা আছে। আমি যখন ছোট ছিলাম তখন এভাবে সান্তার কাছ থেকে গিফট পেতে খুব আনন্দ লাগতো 😊

Haddon Sundblom নামক একজন ট্যালেন্টেড কমার্সিয়াল আর্টিস্টকে দায়িত্ব দেয়া হলো সান্তা ক্লজ কোকাকোলা উপভোগ করছে এরকম কিছু ছবি তৈরি করার জন্য। তার আইডিয়াতেই ব্র্যান্ড কালারের সাথে মিল রেখে একটা লাল পাজামা পরিহিত, আমুদে, হাসিখুশি, চরিত্র হিসেবে প্রথমবার সান্তাকে বিজ্ঞাপনে তুলে ধরা হলো।

কোকাকোলার এই ব্রিলিয়ান্ট ক্যাম্পেইন এর শ্রেষ্ঠত্ব শুধুমাত্র ভিজুয়াল তৈরিতে না, বরং স্টোরিটেলিং এ। সান্তাকে স্টোরিটেলিং এর মাধ্যমে কোকাকোলার সাথে কানেক্ট করে তারা কনজিউমারদের সাথে একটা ইমোশনাল কানেকশন তৈরি করলো।

এবং এর ইমপ্যাক্টটাও হলো সুদূরপ্রসারী।

এর ফলে শুধু যে উৎসবের সময় কোকাকোলার সেলস বৃদ্ধি পেল তাই না, বরং এটি ‘symbol of happiness’ হিসেবে কোকাকোলার ব্র্যান্ড পজিশনিং শক্তিশালী করলো। উৎসবে পরিবারের সাথে একসাথে মিলে উদযাপন করার বিষয়টাকে কোকাকোলা নিজেদের সাথে associate করে ফেললো।

শুধুমাত্র আমেরিকাতে না, আজ প্রায় একশো বছর পরে এসে বাংলাদেশেও আমরা প্রতিটা ঈদে বা উৎসবে কোকোকোলার কাছ থেকে এধরণের ক্যাম্পেইন দেখতে পাই।



কোকাকোলার এই কালজয়ী ক্যাম্পেইন এর কেইস স্টাডি আমাদেরকে মার্কেটিং এ ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর গুরুত্ব অনুধাবন করতে সাহায্য করে।

কোকাকোলার মতো আপনিও ফেস্টিভ্যাল মার্কেটিং এর মাধ্যমে আপনার ব্র্যান্ডকে স্পটলাইনে নিয়ে আসুন।

দেখবেন বিজনেসের গ্রোথ এবং ব্র্যান্ড ভ্যালু দুইটাই বৃদ্ধি পাবে।

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

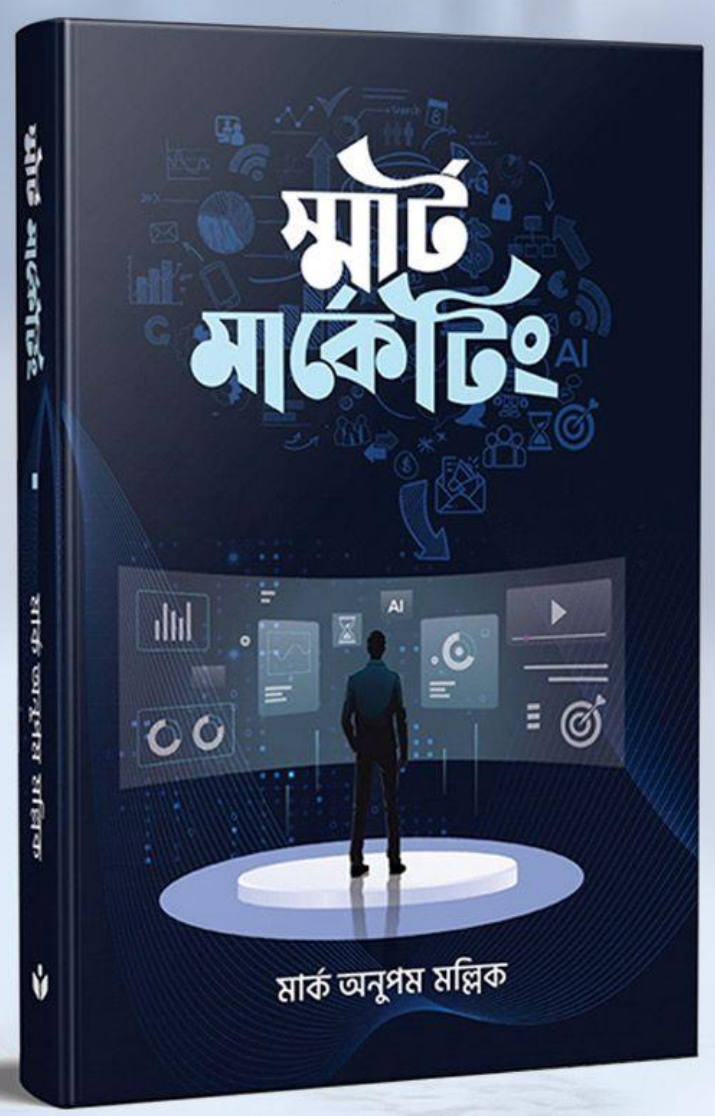
৩) স্মার্ট মার্কেটিং ফ্রেমওয়ার্ক স্টিকার সম্পূর্ণ ফ্রি







মার্ক অনুপম মল্লিকের নতুন বই





বিল্ড ইওর

ড্রিম ক্যারিয়ার

দারাজ বাংলাদেশ রিসেন্টলি 500+ এমপ্লয়ী ছাঁটাই করেছে।

বিশ্বব্যাপী টেক কোম্পানীগুলো 2024 সালের দুই মাসের মধ্যেই চল্লিশ হাজারের উপর কর্মী লেঅফ করেছে, সামনে আরো করবে।

Google, Microsoft, Paypal, Cisco, Ebay...

এই লেঅফ গুলোর পিছনে প্রয়োজনের অতিরিক্ত হায়ারিং, রিসোর্স অপটিমাইজেশন, বিজনেসকে সাসটেইনএবল করা, প্রফিটিবিলিটি ইস্যু আছে।

আরেকটি বড় কারণ AI Revolution.

Always Remember - আপনার স্বপ্নের ক্যারিয়ার একটা নির্দিষ্ট কোম্পানি বা জব বা টাইটেলে সীমাবদ্ধ না।

আপনার স্বপ্নের ক্যারিয়ার তখনই তৈরি হবে যখন আপনি -

1. আপনার Passion কে Profession এ রুপান্তর করতে পারবেন

2. প্রতিনিয়ত শেখার মধ্যে আনন্দ খুজে পাবেন

3. আপনার সামর্থ্যের সবটুকু উজাড় করে দিয়ে তৃপ্তি বোধ করবেন

4. আপনার যোগ্যতাটুকু দুনিয়ার সামনে তুলে ধরতে পারবেন

5. শুধু বাহ্যিক ভাবে না, চিন্তা-ভাবনা, মানসিকতাতেও পরিপূর্ণ ভাবে grow করবেন

বি কেয়ারফুল - বাইরে থেকে দেখানো বিশাল কিন্তু ভিতরে ফাঁপা করপোরেট ড্রিম যেন আপনার Career Happiness এ কোনভাবেই বাধা হয়ে না দাঁড়ায়।

মনে রাখবেন, দুনিয়াতে কোন চাকরী বা ডেজিগনেশনই চিরস্থায়ী নয়।

Designation এর জন্য অবসেসড না হয়ে তাই Skill Development করতে অবসেসড হোন।

আপনার বর্তমান কোম্পানিতে লাগুক বা না লাগুক - continuously নিজেকে ডেভেলপ করুন।

Rare & Valuable স্কিল আইডেন্টিফাই করে সেগুলো শেখার পিছনে ইনভেস্ট করুন।

একটা ইনকাম সোর্সের উপর নির্ভর না করে মাল্টিপল ইনকাম স্ট্রিম তৈরি করার জন্য বাড়তি ইফোর্ট দিন।

অপ্রয়োজনীয় কাজে, অযথা সোশ্যাল মিডিয়াতে সময় নষ্ট না করে ভবিষ্যতের জন্য নিজেকে প্রস্তুত করুন।

পৃথিবীর হাজার বছরের ইতিহাসে অর্থনৈতিক মন্দা, নতুন টেকনোলোজির আবির্ভাব, mass layoff এগুলো নতুন কিছু না।

সুতরাং এগুলো নিয়ে আতংকিত হয়ে চুপচাপ বসে না থেকে বরং নিজেকে এবং পরিবারকে রক্ষার পরিকল্পনা করুন।

“Learn to work harder on YOURSELF than you do on your JOB." - Jim Rohn

ইভেন্ট স্পটলাইট

CodeCrafters International Ltd. এর Country Lead of Business Service এ অ্যাপয়েন্টমেন্ট



আমি আপনাদের সাথে শেয়ার করতে পেরে খুবই আনন্দিত যে আমি CodeCrafters International Ltd-এ কান্ট্রি লিড অফ বিজনেস সার্ভিসেস হিসেবে নিযুক্ত হয়েছি।

এই role এর মাধ্যমে, আমি কোম্পানি ম্যানেজমেন্ট টিমেরও অংশ হলাম।

Leadership is not defined by Titles - But by ACTIONS, INFLUENCE, and the ability to INSPIRE.

This is both a RESPONSIBILITY and a PRIVILEGE.

“স্মার্ট মার্কেটিং” বইয়ের একটা ব্যতিক্রম প্রোমো ভিডিও



কোডিং করেছি, কোর্স বানিয়েছি, মার্কেটিং করেছি, এমনকি বইও লিখে ফেলেছি...কিন্তু কত ধানে কত চাল সেটা এই ভিডিওটা বানাতে গিয়ে বুঝেছি!!!

শুরু থেকেই 'স্মার্ট মার্কেটিং' বই নিয়ে ডিফরেন্ট কিছু এক্টিভিটি করে আসছিলাম। ভাবলাম এবার একটা ভিডিও বানাই।

আমাদের দেশে বই নিয়ে ভিডিও গুলো খুবই গৎবাঁধা, নতুনত্ব নেই।

তাই প্ল্যান করলাম একদম ফ্রেশ, ডিফরেন্ট, স্মার্ট একটা কিছু করি।

এমন কিছু যেটা আগে কখনো করা হয় নি।

দেখে বলুন তো - কেমন লাগলো?

ভিডিওটি দেখতে নিচের লিংকে ক্লিক করুন:

https://www.facebook.com/bossanupom/videos/1087196672361460

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...