বিক্রয় ম্যাজিক

মিজানুর রহমান সোহেল

শব্দাবলি

শব্দাবলি

বিক্রয় ম্যাজিক
মিজানুর রহমান সোহেল

গ্রন্থস্বত্ব
মিজানুর রহমান সোহেল

প্রথম প্রকাশ
জানুয়ারি ২০২৫

প্রকাশক
রায়হানা সুলতানা
শব্দাবলি প্রকাশন
৫/১, শিরিশ দাস লেন, বাংলাবাজার, ঢাকা-১১০০
০১৯৭০-১২১২৮৬
shabdabolibd@gmail.com
shabdaboli.com
fb.com/shabdabolibd

প্রচ্ছদ
আবুল ফাতাহ

বইমেলা পরিবেশক
বাঁধন পাবলিকেশন্স

অনলাইন পরিবেশক
boisodai.com, rokomari.com, ejanani.com
wafilife.com, pbs.com.bd, prothoma.com

মূল্য: ৬০০.০০ টাকা

Bikroy Magic, Mizanur Rahman Sohel
First published in January 2025, Published by Shabdaboli
5/1, Shirish Das Lane, Banglabazar, Dhaka-1100
Price: BDT 600.00, USD: 10.00
ISBN: 978-984-99221-4-8

উৎসর্গ

পলাশ মাহমুদ, অনলাইন এডিটর, কালবেলা

রাহিতুল ইসলাম, লেখক ও সাংবাদিক, প্রথম আলো

ভূমিকা

'বিক্রয় ম্যাজিক' মিজানুর রহমান সোহেলের ২৭তম বই। যারা সেলস ও মার্কেটিং নিয়ে কাজ করেন বা কাজ করার স্বপ্ন দেখেন, এই বইটি তাদের জন্য এক অনন্য নির্দেশিকা। এটি শুধুই একটি বই নয়, বরং সেলসের অঙ্গনে সাফল্যের জন্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান ও দক্ষতার একটি গাইড। বিক্রয়কে সৃজনশীলতার এক অসাধারণ প্রকাশ হিসেবে উপস্থাপন করেছে বইটি। আমরা প্রত্যেকেই আমাদের দৈনন্দিন জীবনে কোনো না কোনোভাবে নিজেকে সেল করি বা অন্যের জন্য সেল করি। নিজের মতামত বা প্রস্তাব অন্যের পক্ষে নিয়ে আসার দক্ষতা, কিংবা সঠিক উপস্থাপনার মাধ্যমে পণ্য বা সেবা বিক্রয় করা একটি দুর্দান্ত সৃজনশীল কাজ। এই বইটি সেই সৃজনশীলতার গভীরে প্রবেশ করে।

আজকের দিনে বিক্রয়ের ধারণা আর আগের মতো নেই। এখন এতে যুক্ত হয়েছে ইমোশনাল ইন্টেলিজেন্স এবং মানুষের সঙ্গে গভীর সংযোগ স্থাপনের কৌশল। গ্রাহকের মন জয় করার জন্য আবেগের গুরুত্ব এবং সেটি কীভাবে সঠিকভাবে ব্যবহার করা যায়-এই বইতে সেসব বিষয়ে বিস্তারিত আলোচনা

এই বইটি শুধু বিক্রয়ের কৌশল নয়, বরং আপনাকে শেখাবে কীভাবে মানুষের আবেগ, আচরণ এবং চাহিদাকে বুঝে তাদের সঙ্গে একটি স্থায়ী সংযোগ স্থাপন করা যায়। সেলসের এই জাদুকরি দিকগুলো জানার জন্য বইটি হতে পারে আপনার জন্য এক অনন্য সম্পদ।

ইকবাল বাহার জাহিদ
প্রেসিডেন্ট ও ফাউন্ডার
নিজের বলার মতো একটা গল্প ফাউন্ডেশন

মুখবন্ধ

'কুকুরের বাচ্চা, বিড়ালের বাচ্চা, শু...' পাবলিক বাসে উচ্চ স্বরে এক হকার এভাবে হাঁকডাক দিয়ে থামলেন। কাকে সে গালি দিচ্ছে? বিরক্তি নিয়ে সবার তীক্ষ্ণ নজর হকারের দিকে। কেউ কেউ তাকে পালটা গালি দিতে উদ্যত হয়েছে এমন সময় সে বলল, '...যদি কামড়ায়, তাহলে আমার কাছে এই ওষুধ...'। পরের অবশিষ্ট বাক্য শুনে গাড়ির মধ্যে হাসির রোল পড়ে গেল। সবাই এবার হকারের মনোমুগ্ধকর লেকচার শুনছে। সবার মনোযোগ তার দিকে। এটা ছিল তার অ্যাটেনশন গ্র্যাবিং স্ট্র্যাটেজি। তার লেকচার শুনে কয়েক জন ওষুধ কিনেও নিল। যারা ঢাকার মগবাজার-বাংলামোটর-কারওয়ান বাজার রুটের বাসে উঠেছেন তাদের নিশ্চয় একজন লিচু ফ্লেভারের চকলেট বিক্রেতার কথা মনে আছে। বিক্রেতা বাসে উঠে যাত্রীদের মনোযোগ আকর্ষণ করার জন্য ছন্দে ছন্দে বলেন, 'গাছ পাকা লিচু, নিয়ে যান কিছু। আগে খাইতেন গাছে, এখন খাইবেন বাসে, আমার কাছে আছে...'।

বিক্রয়ের প্রথম এবং সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ধাপ হলো ক্রেতার মনোযোগ আকর্ষণ করা। ঠিক যেমন একজন হকার ব্যস্ত বাসযাত্রীদের মনোযোগ আকর্ষণ করতে সক্ষম হন। একবার মনোযোগ আকর্ষণ করা সম্ভব হলে, তখন পণ্যের বৈশিষ্ট্য ও গুণাগুণ সঠিকভাবে উপস্থাপন করতে হবে, যা ক্রেতাকে কেনার সিদ্ধান্ত নিতে প্রভাবিত করবে।

ব্যবসা শুরু করার জন্য সঠিক পরিকল্পনা অত্যন্ত জরুরি। যেকোনো ধরনের পণ্য বা সেবা বিক্রি করার জন্য ব্যবসার ধারণা ও লক্ষ্য নির্ধারণ, টার্গেট কাস্টমার নির্ধারণ, বাজার গবেষণা, প্রতিযোগীদের বিশ্লেষণ, বিজনেস মডেল তৈরি, সাপ্লাই চেইন ও ডিস্ট্রিবিউশন পদ্ধতি ঠিক করা, নিজস্ব তহবিল, লোন বা বিনিয়োগকারীর অর্থ দিয়ে আয় ও ব্যয়ের বাজেট নির্ধারণ, বিপণন ও ব্র্যান্ডিং পরিকল্পনা, আইনি ও প্রশাসনিক বিষয় ঠিক করতে ব্যবসার নাম রেজিস্ট্রেশন, ট্রেড লাইসেন্স ও ট্যাক্স আইডি চালু করা, দক্ষ কর্মী নিয়োগ, প্রযুক্তি ও সফটওয়্যার ব্যবহারের পরিকল্পনা, কাস্টমার সার্ভিস চালু করা, রিস্ক ম্যানেজমেন্টে ঝুঁকি চিহ্নিতকরণ এবং তার জন্য প্রস্তুতি ও ব্যাকআপ পরিকল্পনা রাখা জরুরি। ব্যবসা শুরুর জন্য এমন অনেক বিষয় সম্পর্কে পূর্ণাঙ্গ ধারণা নিয়ে এরপর ব্যবসা শুরু করলে সেই ব্যবসায়ে ব্যর্থ হওয়ার আশঙ্কা থাকে না। এমন নানাবিধ বিষয় এই বইয়ে সংযুক্ত করা হয়েছে।

এটা এমন একটি বই, যেটা পড়লে টাক মাথার মানুষের কাছে চিরুনি বা বরফের দেশে ফ্রিজ বিক্রির কৌশল জানতে পারবেন। সবজি বিক্রি থেকে শুরু করে বিমান বা জাহাজ বিক্রির কৌশলও রপ্ত করতে পারবেন। বিক্রয় ম্যাজিক যেন আপনার ব্যবসা সত্যিকারের জাদু দেখাতে পারে, সেজন্য বিক্রয়সংক্রান্ত নানান উপাদান রয়েছে বইটিতে। আছে ব্র্যান্ডিং ও মার্কেটিং কৌশল, ইমোশনাল মার্কেটিং, ইমোশনাল ইন্টেলিজেন্স, ডেটা অ্যানালিটিকস, এসইও, বাজারজাতকরণ প্রক্রিয়া, ১০০ সফল বিজ্ঞাপনের গল্প, পাবলিক রিলেশনস, ক্রাইসিস ম্যানেজমেন্ট, এআই বা আর্টিফিশিয়াল ইন্টেলিজেন্স, লিড জেনারেশন, ১০১টি বিক্রয় কৌশলসহ এ সময়ের প্রয়োজনীয় যাবতীয় উপকরণ।

আইডিয়া সংকটে থাকা নতুন উদ্যোক্তাদের জন্যও রয়েছে চমক। বইটিতে ১৫০টির বেশি ব্যাবসায়িক আইডিয়া সংযুক্ত করেছি। সেখান থেকে একটি সঠিক আইডিয়া চিহ্নিত করে ব্যবসা শুরু করে সেটাতে শতভাগ ডেডিকেশন দিলে আপনার ব্যবসা সফল হবেই। সফলতা কেবল কপালের ব্যাপার নয়, এটি নির্ভর করে সঠিক পরিকল্পনা, কাজের পদ্ধতি ও ডেডিকেশনের ওপর।

আমার বইটি থেকে একটিমাত্র লাইনও যদি আপনার জীবনে বাঁকবদলে কাজে আসে, তাহলে সেটা আমার জীবনের সবচেয়ে বড় অর্জন হিসেবে বিবেচিত হবে। ২০০৯ সালে 'হ্যাকিং অ্যান্ড হ্যাকার' নামের আমার প্রথম বই প্রকাশিত হয়। ২০১১ সাল পর্যন্ত তথ্যপ্রযুক্তি, আত্মোন্নয়ন, ব্র্যান্ড ও মার্কেটিং নিয়ে মোট ২৬টি বই লিখেছিলাম। দীর্ঘ বিরতি দিয়ে ২০২৪ সালে এসে আমার ভাই-বন্ধু বেলাল মুন্নার পরামর্শে আবারও একটি বই আপনাদের উপহার দিলাম। আশা করি পাঠক আমার বই পড়ে নিরাশ হবেন না। আমার বইসংক্রান্ত যেকোনো মতামত বা পরামর্শ দিতে আমাকে ইমেইল করতে পারেন। আপনাদের অনুপ্রেরণা পেলে ভবিষ্যতে আরো বই লেখার ইচ্ছা রয়েছে।

মিজানুর রহমান সোহেল
লেখক ও সংবাদিক
mmrsohelbd@gmail.com
১২.১২.২০২৪

সূচীপত্র

০১ বিক্রয়ের প্রো-ম্যাজিক ১৩

বিক্রয়ের মনস্তাত্ত্বিক কৌশল ১৪
টাক মাথার মানুষের কাছে চিরুনি বিক্রি করা কি সম্ভব? ২০
বরফের দেশে ফ্রিজ বিক্রি করবেন কীভাবে ২২
কালো রঙের বেলুনও কি আকাশে উড়বে? ২৪
মানুষের আবেগকে স্পর্শ করতে এয়ারলাইনসের অভিনব কৌশল ২৫
একটি সাধারণ চুক্তির সংবাদ যেভাবে পত্রিকার প্রথম পাতায় জায়গা পায় ২৮
বিক্রি বাড়াতে পাবলিক রিলেশনস এজেন্সির ভূমিকা ৩০

০২ বিক্রয় বাড়াতে বিপণন কৌশল ৩২

বিপণনে এআইয়ের সহযোগিতা নিন ৩২
সোশ্যাল মিডিয়ার কার্যকর ব্যবহার ৩৩
আকর্ষক বিষয়বস্তু তৈরি করা ৩৪
একজন উদ্যোক্তাকে বিক্রির যে ধাপগুলো জানতেই হবে ৪২
সেলস প্রসেসের ধাপ অনুসরণ ৪৬
বিক্রয়ের বাপ ডেটা অ্যানালিটিকস ৫৫
কেন এআই বিক্রয়ের জন্য অপরিহার্য ৫৮

০৩ উদ্যোক্তাদের বিজনেস আইডিয়া ৬৬

১৫০ বিজনেস আইডিয়া ৬৬
লিড জেনারেশন কী, কেন এবং কীভাবে ৭৪
বিজনেসের সেলস বৃদ্ধির জন্য ১০টি কার্যকর লিড জেনারেশন টিপস ৭৬

০৪ ইমোশনাল মার্কেটিং ৭৯

ইমোশনাল মার্কেটিং কী ৭৯
ইমোশন: আমাদের সিদ্ধান্তে কোনো না কোনো ভূমিকা রাখেই ৮১
বিক্রয় বাড়াতে ১০০টি ইমোশনাল বিজ্ঞাপন ১২৬
বিশ্বসেরা ও সফল ১০০টি বিজ্ঞাপন ১৩২

০৫ ছোট বাজেটে বড় ব্র্যান্ডিং: পাবলিক রিলেশনস ১৪৪

পাবলিক রিলেশনস ও লবিস্ট ফার্ম কতটা ক্ষমতাধর ১৪৬
পাবলিক রিলেশনস: কম খরচে বেশি ব্র্যান্ডিংয়ের রহস্য কী ১৫২
পাবলিক রিলেশনসের শুরুর কথা ১৫৫
পাবলিক রিলেশনস কী ১৬২
পাবলিক রিলেশনস বনাম ট্র্যাডিশনাল ব্র্যান্ডিং ১৬৫
পাবলিক রিলেশনস কতটা প্রভাব বিস্তার করতে পারে ১৭৬
মিডিয়া ক্রাইসিস ম্যানেজমেন্ট ১৮২

০৬ ১০১টি বিক্রয় ম্যাজিক ১৮৭

অধ্যায় ০১

বিক্রয়ের প্রো-ম্যাজিক

বিক্রয় ম্যাজিক বইটির মূল লেখা শুরু করতে চাই একটু দেরি করে। তার আগে বিক্রয়ের প্রো-ম্যাজিক দেখার পালা। অনেকেই ভাবছেন, এই বইটি পড়লে আমি কি সত্যিই বিক্রি বাড়াতে পারব? হ্যাঁ, অবশ্যই পারবেন। বইটি কয়েক বার মনোযোগ দিয়ে পড়ুন। গুরুত্বপূর্ণ লেখাগুলো আন্ডারলাইন করুন। আর অ্যাকশন প্ল্যান সাজিয়ে কাজে নেমে পড়ুন। আপনার পণ্য, সেবা বা আইডিয়া বিক্রির সাহস দেওয়ার জন্য এই অধ্যায়ের অবতারণা করা হয়েছে। এখানে আপনাদের সঙ্গে কিছু গল্প বলতে চাই। যে গল্প আপনাকে কৌশলী হতে শেখাবে, বুদ্ধিমান হতে শেখাবে, সাহস দেবে, অনুপ্রেরণা দেবে, আইডিয়া দেবে। আর যারা এখনো ব্যবসা শুরু করেননি বা শুরু করতে চাইছেন, কিন্তু সিদ্ধান্ত নিতে পারছেন না-কী ধরনের পণ্য বিক্রি করবেন বা কোন ব্যবসাটি আপনার জন্য সঠিক, তাদের জন্য এই অধ্যায়টি একটি দিকনির্দেশনা।

এই অধ্যায়ে ১৫০টিরও বেশি ব্যবসার আইডিয়া সন্নিবেশিত করা হয়েছে। প্রতিটি আইডিয়া বাস্তবসম্মত, বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে কার্যকর এবং বিভিন্ন বাজেট অনুযায়ী সাজানো। এখানে ছোট থেকে মাঝারি ও বড় পরিসরের ব্যবসার ধারণা দেওয়া হয়েছে, যাতে আপনি আপনার দক্ষতা, আগ্রহ এবং আর্থিক সামর্থ্য অনুযায়ী সঠিক ব্যবসাটি বেছে নিতে পারেন।

বিক্রয়ের মনস্তাত্ত্বিক কৌশল

আপনি কি কখনো ভেবে দেখেছেন কেন আপনি হঠাৎ করেই এমন কিছু কিনে ফেলেন, যা আপনার প্রাথমিকভাবে কেনার কোনো পরিকল্পনাই ছিল না? এমন পরিস্থিতি প্রায়ই ঘটে, যখন একজন আন্তরিক বিক্রয়কর্মী আপনাকে হাসিমুখে স্বাগত জানায় এবং আলাপচারিতা শুরু করে। এক মুহূর্তে আপনি আবিষ্কার করেন, আপনি এমন একটি পণ্য কিনতে প্রস্তুত, যা সম্পর্কে আগে হয়তো আপনার কোনো ধারণাই ছিল না। এই আচরণের পেছনে এক শক্তিশালী মনোবিজ্ঞানের ভূমিকা কাজ করে।

বিক্রয় কেবল একটি পণ্যের বৈশিষ্ট্য বা উপকারিতা তুলে ধরা নয়; এটি হলো ক্রেতার মানসিকতা, আবেগ ও উপলব্ধির গভীরে প্রবেশ করার একটি শিল্প। আমরা মানুষ হিসেবে আমাদের অভ্যাস, আকাঙ্ক্ষা ও আবেগ দ্বারা পরিচালিত হই। বিক্রয় মূলত সেই মনস্তাত্ত্বিক উপাদানগুলোকে কাজে লাগানোর প্রক্রিয়া, যা একজন গ্রাহককে একটি নির্দিষ্ট পণ্য কিনতে উদ্বুদ্ধ করে।

আপনার শেষ বার শপিং মল, সুপার শপ বা কোনো দোকানে কেনাকাটার অভিজ্ঞতা মনে করুন। ঠিক কোন বিষয়টি আপনাকে সেই নির্দিষ্ট পণ্যটি কিনতে প্ররোচিত করেছিল? সেটা কি বাস্তবিক প্রয়োজন ছিল, নাকি এটি আপনার আবেগকে নাড়া দিয়েছিল? হতে পারে সেই পণ্যটি সম্পর্কে বিক্রয়কর্মীর গল্প বলার দক্ষতা, সন্তুষ্ট গ্রাহকদের অভিজ্ঞতা বা পণ্যের পেছনের অনুপ্রেরণামূলক কাহিনি আপনাকে প্রভাবিত করেছে।

এমনকি আমরা অনেক সময় বুঝতেও পারি না যে, কেন আমরা কোনো পণ্য কিনে ফেলেছি। হয়তো সেই পণ্যের প্যাকেজিং আমাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করেছে, বা হয়তো দোকানে বাজতে থাকা ধীর গতির কোনো মিউজিক আমাদের মনকে আরো ইতিবাচক করে তুলেছে। অথবা একজন বিক্রয়কর্মীর আন্তরিক আচরণ আমাদের ভেতরে একটি ইতিবাচক আবেগ সৃষ্টি করেছে।

টাক মাথার মানুষের কাছে চিরুনি বিক্রি করা কি সম্ভব?

নতুন চিরুনি বিক্রেতা হিসেবে আপনাকে এমন প্রশ্ন করা হলে নিশ্চয় চমকে উঠবেন! কারণ টাক মাথার কারো কাছে চিরুনি বিক্রির প্রস্তাব নিয়ে গেলে সে বিষয়টি মশকরা হিসাবে নেবে। প্রচণ্ড বিরক্ত হয়ে আপনাকে একটা কড়া রামধমকও দিতে পারে। এমন একটা রিস্ক নেবেন নাকি? আপনি হয়তো ভাবছেন, এর চেয়ে কঠিন কাজ কি পৃথিবীতে আছে? টাক মাথার মানুষের কাছে চিরুনি বিক্রি করা একটি কঠিন কাজ বলে মনে হতে পারে, তবে এটি অসম্ভব নয়। তার হয়তো প্রত্যক্ষভাবে চিরুনি দরকার নেই বলে বহু বছর চিরুনি কেনা হয় না। অথচ এই কারণেই তার বাড়িতে মা, বোন, স্ত্রী বা মেয়ের ব্যবহার করা চিরুনিটি নষ্ট হয়ে আছে। নিজের মাথায় চুল নেই বলে এই প্রয়োজন সে অনুভব করে না। কিন্তু বিক্রেতা হিসেবে বিনয়ের সঙ্গে তাকে প্রয়োজন অনুভব করাতে সক্ষম হলে আপনি নিশ্চিত তার কাছে চিরুনি বিক্রি করতে পারবেন। এছাড়া আরো যেভাবে বললে টাক মাথার মানুষটিও চিরুনি ক্রয় করতে পারে-

সম্ভাব্য ব্যবহারগুলো আলোচনা করুন

যদিও টাক মানুষের চুল নাও থাকতে পারে, তার চিরুনির অন্যান্য ব্যবহার থাকতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, চিরুনিটি দাড়ি স্টাইল করার জন্য, গোঁফ বজায় রাখার জন্য বা পোষা প্রাণীকে সাজানোর জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে।

তার উদারতার কাছে আবেদন

পরামর্শ দিন যে টাক লোকটি চুল আছে, এমন বন্ধু বা পরিবারের সদস্যকে উপহার হিসেবে চিরুনিটি দিতে পারে। এটি দেখাতে পারে যে তিনি চিন্তাশীল এবং উদার, এমনকি যদি তার নিজের চিরুনিটির জন্য ব্যবহার না হয়।

অধ্যায় ০৭

উদ্যোক্তাদের বিজনেস আইডিয়া

বহুল ব্যবহৃত একটি বাক্য 'অ্যান আইডিয়া ক্যান চেঞ্জ ইয়োর লাইফ' বা একটি নতুন আইডিয়া আপনার জীবন বদলে দিতে পারে। আমরা প্রায়ই শুনি, 'যত বড় সফলতা, তার পেছনে তত বড় একটি আইডিয়া'। বাস্তব জীবনে এই কথাটি সত্য। সঠিক সময়ে সঠিক আইডিয়া আপনার ব্যবসাকে সাফল্যের শীর্ষে নিয়ে যেতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, থমাস এডিসনের একটি আইডিয়া—বৈদ্যুতিক বাল্ব মানুষের জীবনযাত্রায় বিপ্লব ঘটিয়েছিল। বর্তমান যুগেও ইলন মাস্ক, মার্ক জাকারবার্গ বা স্টিভ জবসের মতো উদ্যোক্তারা প্রমাণ করেছেন যে একটি সৃজনশীল চিন্তা কীভাবে পৃথিবী বদলে দিতে পারে। আইডিয়া হলো সৃষ্টির সূচনা। কিন্তু সেটাকে বাস্তবায়নের জন্য প্রয়োজন পরিকল্পনা, অধ্যবসায় ও উদ্যোগ। একটি আইডিয়া শুধু আপনার সমস্যার সমাধান নয়, বরং সমাজের জন্য একটি নতুন সম্ভাবনাও হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, একজন ব্যক্তি 'পরিবেশবান্ধব ব্যাগ' তৈরির একটি আইডিয়া নিয়ে কাজ শুরু করে কেবল ব্যবসা সফল করেননি, বরং পরিবেশ রক্ষায়ও অবদান রেখেছেন। তাই, কখনোই নিজের চিন্তাভাবনাকে ছোট ভাববেন না।

১৫০ বিজনেস আইডিয়া

একটি সামান্য আইডিয়া আপনার জীবনের গতিপথ বদলে দিতে পারে। সৃষ্টিশীল চিন্তার চর্চা করুন, ঝুঁকি নিন এবং নিজের স্বপ্নকে বাস্তবে রূপ দিন। হয়তো আপনার পরবর্তী আইডিয়াই আপনার জীবনের সবচেয়ে বড় সাফল্যের চাবিকাঠি! নিম্নের আপনার সুবিধার্থে বিষয়ভিত্তিক প্রায় ১৫০টি বিজনেস আইডিয়া দেয়া হলো। এখান থেকে একটি সিলেক্ট করুন আর আপনার জীবন বদলে দিন।

বিজনেসের সেলস বৃদ্ধির জন্য ১০টি কার্যকর লিড জেনারেশন টিপস

লিড জেনারেশন যতটা সহজ মনে হয়, ততটা সহজ নয়। তবে সেলস বৃদ্ধি করতে এটি অত্যন্ত জরুরি। একাধিক উৎস ব্যবহার করে লিড জেনারেশন করা উচিত। উপরিউক্ত টিপসগুলো সঠিকভাবে প্রয়োগ করে আপনি আপনার ব্যবসার লিড জেনারেশন এবং সেলস বৃদ্ধি করতে সক্ষম হবেন। সুতরাং, এই টিপসগুলো কাজে লাগান এবং আপনার সেলস বৃদ্ধি করুন!

১. পুরোনো কাস্টমারদের গুরুত্ব

আপনার পুরোনো এবং সাম্প্রতিক কাস্টমাররা আপনার সেলসের সেরা উৎস হতে পারে। কারণ তারা ইতিমধ্যে আপনার পণ্য ও সেবা ব্যবহার করেছে এবং তাদের অভিজ্ঞতা রয়েছে। তাই, পুরোনো কাস্টমারদের সঙ্গে নিয়মিত যোগাযোগ রাখুন, তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে জানুন এবং নতুন সেলস সুযোগ তৈরি করুন।

২. কোল্ড কল

নতুন লিড জেনারেট করার জন্য কোল্ড কল একটি কার্যকর পদ্ধতি। আপনার লক্ষ্য-শ্রোতার সঙ্গে ফোনে যোগাযোগ করুন। কোল্ড কলের জন্য নিচের পদক্ষেপগুলো অনুসরণ করুন:

- উষ্ণ অভ্যর্থনা জানান
- নিজেকে এবং আপনার কোম্পানিকে পরিচিত করুন
- আন্তরিকতার সঙ্গে সময় চান
- কলের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করুন
- তাদের চাহিদা জানার চেষ্টা করুন এবং সে অনুযায়ী সেবা সুপারিশ করুন
- একটি অ্যাপয়েন্টমেন্ট চান, যাতে বিস্তারিত আলোচনা করা যায়

অধ্যায় ০১

ছোট বাজেটে বড় ব্র্যান্ডিং: পাবলিক রিলেশনস

ব্যবসায়ে নেমে যথাযথ ব্র্যান্ডিং না করলে সে ব্যবসা বৃদ্ধির সুযোগ নেই। ব্র্যান্ডিং ছাড়া স্বয়ংক্রিয় একটি ব্যবসা দাঁড়িয়ে যাবে, এমন ভাবনা নিশ্চয় বোকারাও করবে না। কিন্তু ব্র্যান্ডিং তো অনেক খরচের ব্যাপার। কোটি কোটি টাকা খরচ করে বিজ্ঞাপন তৈরি এবং প্রিন্ট, অনলাইন ও টেলিভিশন মিডিয়াতে প্রচার করা বা বিশাল বাজেটের বিলবোর্ড দেওয়ার সক্ষমতা তো সবার নেই। বিশেষত, যারা নতুন উদ্যোক্তা বা মাঝারি টাইপের ব্যবসায়ীদের ক্ষেত্রে এ এক অসম্ভব ব্যাপার বটে। কিন্তু সবাই স্বপ্ন দেখে দেশের শীর্ষ ব্যবসায়ী প্রতিষ্ঠানের মত নিজের একটি ব্র্যান্ড প্রতিষ্ঠা করতে। ছোট বাজেটে বড় ব্র্যান্ডিং করার কি কোনো সুযোগ নেই? আছে, আছে।

খুদে উদ্যোক্তা থেকে শুরু করে মাঝারি বা বড় ব্যবসায়ীদের ছোট বাজেটে বড় ব্র্যান্ডিং করার জন্য সবচেয়ে শক্তিশালী ও কার্যকরী পদ্ধতির নাম পাবলিক রিলেশনস বা পিআর। একটি ব্যবসা-প্রতিষ্ঠানের বিশ্বাসযোগ্যতা, গ্রহণযোগ্যতা, বিক্রয় বৃদ্ধি এবং দীর্ঘমেয়াদি সফলতা নিশ্চিত করতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে পাবলিক রিলেশনস। অনেকের কাছে বিষয়টি নতুন হতে পারে কিন্তু বৈশ্বিক জ্ঞান বিকাশের যুগে এখন কোনো বিষয়ই মানুষের অজানা নয়। সার্চ ইঞ্জিন বা এআই প্ল্যাটফরমে পাবলিক রিলেশনস নিয়ে প্রশ্ন করলে জ্ঞানের মহাসমুদ্রে হাবুডুবু খেতে পারবেন। তবে যারা এখনো বিষয়টি সম্পর্কে খুব বেশি জানেন না, তাদের জন্য এই অধ্যায়টি ব্যাবসায়িক জীবনে টার্নিং পয়েন্ট হতে পারে।

আমি দীর্ঘ দুই যুগ ধরে সাংবাদিকতা করছি এবং এক যুগেরও বেশি সময় ধরে পাবলিক রিলেশনস স্পেশালিস্ট হিসেবে কাজ করছি। টাইমস পিআর নামে আমার একটি পাবলিক রিলেশনস এজেন্সি রয়েছে। ২০২৪ সাল পর্যন্ত দেশ-বিদেশের বিখ্যাত প্রায় ৪৮৪টি প্রতিষ্ঠানের হয়ে পাবলিক রিলেশনস সেবা দিয়ে আসছি।

অধ্যায় ০৫

১০১টি বিক্রয় ম্যাজিক

বিক্রয়-কৌশল একটি ব্যবসায়ের সফলতার জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বিভিন্ন কৌশল ব্যবহার করে ব্যবসায়ীরা তাদের পণ্য বা পরিষেবা গ্রাহকদের কাছে উপস্থাপন করে, সম্পর্ক গড়ে তোলে এবং বিক্রয় বাড়ানোর লক্ষ্যে কার্যকরী পদক্ষেপ গ্রহণ করে। আধুনিক বাজারে প্রতিযোগিতা বৃদ্ধি পাচ্ছে এবং গ্রাহকদের প্রত্যাশা দিন দিন বেড়েছে, তাই বিক্রয়-কৌশলগুলোর উন্নতি করা অপরিহার্য হয়ে পড়েছে।

বিক্রয়-কৌশলগুলো বিভিন্ন রূপে কাজ করে, যেমন ডিরেক্ট মার্কেটিং, পাবলিক রিলেশন্স, বিজ্ঞাপন, ইমেইল মার্কেটিং, এসএমএস মার্কেটিং, হোয়াটসঅ্যাপ/টেলিগ্রাম মার্কেটিং, সোশ্যাল মিডিয়া প্রচারণা, ডিজিটাল মার্কেটিং এবং অফলাইন প্রচার। এছাড়া ভিডিও টিউটোরিয়াল এবং ফিডব্যাক সিস্টেমের মতো কৌশলগুলোও গ্রাহকদের সঙ্গে সম্পর্ক গড়ে তুলতে এবং তাদের প্রয়োজনীয়তা অনুযায়ী সেবা প্রদান করতে সহায়ক হিসেবে কাজ করে।

আজকের প্রতিযোগিতামূলক বিশ্বে, ব্যবসায়ীদের লক্ষ্য-গ্রাহকদের প্রতি মনোযোগ দিয়ে এবং তাদের আচরণ বিশ্লেষণ করে কৌশলগুলো প্রস্তুত করা উচিত। এভাবে তারা গ্রাহকদের কাছে পৌঁছাতে এবং তাদের পণ্য বা পরিষেবার প্রতি আগ্রহ সৃষ্টি করতে সক্ষম হবে। এর ফলে, ব্যবসায়ে বিক্রয় বৃদ্ধির সম্ভাবনা বাড়বে।

সুতরাং একটি সুস্পষ্ট ও কার্যকর বিক্রয়-কৌশল তৈরি করা, যেকোনো ব্যবসার জন্য একটি কৌশলগত পদক্ষেপ, যা দীর্ঘমেয়াদি সফলতার দিকে পরিচালিত করে। এই আলোচনার মাধ্যমে আমরা বিভিন্ন বিক্রয় ম্যাজিক ও কৌশলগুলো নিয়ে বিস্তারিত তথ্য উপস্থাপন করেছি, যা ব্যবসায়ীদের তাদের মার্কেটিং কৌশলকে আরো কার্যকরীভাবে বাস্তবায়ন করতে সহায়তা করবে। নিচে আমরা পাঠকদের

জন্য ১০১টি বিক্রয় ম্যাজিক উপস্থাপনা করছি। এখান থেকে একটি কৌশল আপনার ব্যাবসায়িক জীবনে কাজে লাগলে আমাদের কষ্ট সার্থক হবে, আশা করি।

০১ ডিসকাউন্ট অফার ও কুপন

ডিসকাউন্ট অফার হলো একটি জনপ্রিয় বিক্রয়-কৌশল যা গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে এবং বিক্রয় বাড়াতে ব্যবহৃত হয়। এই কৌশলটি গ্রাহকদের প্রণোদনা দিয়ে পণ্য কেনার জন্য উৎসাহিত করে। যখন একটি পণ্য বা পরিষেবার মূল্যের ওপর ডিসকাউন্ট দেওয়া হয়, তখন এটি ক্রেতাদের জন্য আরো সাশ্রয়ী হয়ে ওঠে। সাধারণত, বিশেষ উপলক্ষ্যে, যেমন: নববর্ষ, ঈদ, বা ব্যবসার প্রতিষ্ঠাবার্ষিকীতে ডিসকাউন্ট দেওয়া হয়। এই কৌশলটি নতুন গ্রাহকদের আকৃষ্ট করার পাশাপাশি পুরোনো গ্রাহকদের ধরে রাখতে সাহায্য করে। ডিসকাউন্ট অফার তৈরি করার সময় ব্যবসায়ীদের উচিত পণ্যের সঠিক মূল্যের বিশ্লেষণ করা, যাতে সঠিকভাবে লভ্যাংশ বজায় রাখা যায়। পাশাপাশি, ডিসকাউন্টের সময়সীমা নির্ধারণ করলে ক্রেতাদের মনের মধ্যে একধরনের তাড়াহুড়া কাজ করে, যা তাদের দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে উৎসাহিত করে। ডিসকাউন্ট অফার হতে পারে যেমন—মৌসুমি ডিসকাউন্ট: বিশেষ ছুটির সময় বা উৎসবে ডিসকাউন্ট অফার করা। খুচরা ডিসকাউন্ট: পণ্যের নির্দিষ্ট পরিমাণ কিনলে ছাড় প্রদান করা। বিশেষ গ্রাহক ডিসকাউন্ট: লয়্যালটি প্রোগ্রামের মাধ্যমে নিয়মিত গ্রাহকদের জন্য বিশেষ ডিসকাউন্ট। এছাড়া কুপনের মাধ্যমেও একটি ব্যবসা গ্রাহকদের মনোযোগ আকর্ষণ করতে পারে। যেমন—ডিজিটাল কুপন: ইমেইল, সোশ্যাল মিডিয়া, বা ওয়েবসাইটের মাধ্যমে গ্রাহকদের কুপন প্রদান করা। এটি সহজে বিতরণ এবং ব্যবহারযোগ্য। প্রিন্ট কুপন: প্যাকেজিংয়ে প্রিন্ট করা কুপন, বিজ্ঞাপনে, বা স্টোরে সরাসরি বিতরণ করা যেতে পারে। অন্যান্য কুপন: প্রমোশনাল ইভেন্ট বা বিশেষ প্রচারণায় কুপন দেওয়া যেতে পারে।