



# ব্রগারস

বিশ্ব

## সুচিপত্র

### 1 ব্লগিং

#### 2 ব্লগিং পরিসংখ্যান, তথ্য এবং অন্তর্দৃষ্টি (এবং সেগুলি আপনার কাছে কী বোঝায়)

ক ব্লগিং শুরু করার 12টি কারণ

#### 3 আপনার ব্লগে মানসম্পন্ন সামগ্রী থাকার খরচ গণনা করা

#### 4 শুরু করা: কিভাবে আপনার ব্লগ এবং এর বিষয়বস্তু কৌশল তৈরি করবেন

ক ব্লগিং করার আগে প্রতিটি কোম্পানির 10টি জিনিস করা উচিত খ. আপনার লেখার শৈলী নির্বাচন করা

#### 5 লেখার সময়! কিভাবে প্রতিটি পোস্টে স্টারলার কন্টেন্ট তৈরি করবেন

ক মৌলিক এবং সর্বোত্তম অনুশীলন

খ. পোস্ট প্রকার

গ. মনোযোগ আকর্ষণকারী শিরোনাম

#### 6 সর্বাধিক বিষয়বস্তুর এক্সপোজারের জন্য আপনার পোস্টগুলিকে প্রচার করা এবং ব্যবহার করা

ক পোস্ট করার পরে 12টি জিনিস

খ. কীভাবে আপনার পোস্টের বিষয়বস্তু ব্যবহার করবেন

#### 7 সাফল্য পরিমাপ (21 ব্লগ মেট্রিক্স)

#### 8 পরিশিষ্ট

ক সম্পদ এবং সরঞ্জাম লাইব্রেরি

i 22টি ওয়ার্ডপ্রেস প্লাগইন

ii. B2B ব্লগিং টিপস

iii. 10 বিষয়বস্তু মার্কেটিং টেমপ্লেট থাকতে হবে

iv নতুনদের এবং বিশেষজ্ঞদের জন্য 10টি ব্লগিং টিপস।

খ. সংস্থাগুলি ব্লগিং সঠিক করেছে (কেস স্টাডিজ)

## অধ্যায় 1

# ব্লগিং

ব্লগিং এর উদ্ভেজনাপূর্ণ জগতে গভীরভাবে ডুব দেওয়ার আগে, আসুন একধাপ পিছিয়ে যাই এবং কিছু মৌলিক বিষয় নিয়ে আলোচনা করি।

একটি 'ব্লগ' কি? "ওয়েব্লগ" এর জন্য সংক্ষিপ্ত বিবরণ, একটি ব্লগ ঘন ঘন রিফ্রেশ করা ওয়েব সামগ্রীর সংক্ষিপ্ত অংশগুলি উপস্থাপন করার একটি সহজ উপায় অফার করে। সিডিকেশন (যেমন, আরএসএস), মন্তব্য এবং ট্র্যাকব্যাকের জন্য সহজে ব্যবহারযোগ্য প্রযুক্তির সাহায্যে, ব্লগগুলি প্রায়শই সোশ্যাল মিডিয়া সোলার সিস্টেমের জ্বলন্ত কেন্দ্র যা পরিশীলিত এসইও কৌশল এবং সম্প্রদায়-নির্মাণ প্রচারাভিযানগুলিকে অন্তর্ভুক্ত করতে পারে।

এমনকি সোশ্যাল মিডিয়ার যুগেও, CMI কন্ট্রিবিউটর হেইডি কোহেন যুক্তি দেন যে ব্লগগুলি এখনও একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়বস্তু বিপণন কার্যকলাপ, এখন আগের চেয়ে বেশি:

"ব্লগগুলি আর তাদের নতুন সোশ্যাল মিডিয়া কাজিন, ফেসবুক এবং টুইটারের মতো একই গুণন পায় না। এটি বলেছে, ব্লগগুলি সোশ্যাল মিডিয়ার কেন্দ্রবিন্দুতে, বিশেষ করে যদি আপনি সামগ্রী বিপণনের সাথে জড়িত থাকেন... কারণ ব্লগগুলি এমন সামগ্রী সরবরাহ করে যা সামাজিক মিডিয়া কথোপকথন চালায়।" (হেইডি কোহেন)

এখন, ব্লগিং সবার জন্য নয়। এটি আপনার জন্য সঠিক কিনা তা জানতে, এখানে কিছু উচ্চ-স্তরের "হট বা না" নির্দেশিকা রয়েছে:

এর জন্য একটি হট টুল...	জন্য অত গরম...
<ul style="list-style-type: none"><li>• প্রাসঙ্গিক সমস্যা/বিষয়গুলিকে ঘিরে সম্প্রদায় গড়ে তুলতে আগ্রহী ব্যবসা।</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• যেসব কোম্পানি তথ্য দিয়ে খোলা যাবে না</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কৌশলের জন্য ব্লগটিকে একটি ভান্ডার হিসাবে ব্যবহার করা।</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• প্রয়োজনীয় সময়, প্রতিভা বা দক্ষতা ছাড়া প্রতিষ্ঠান</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• সার্চ ইঞ্জিন র‍্যাঙ্কিং উন্নত করা (সার্চ ইঞ্জিন ব্লগ ভালোবাসে!)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ব্যবসা যারা পরীক্ষা করতে পছন্দ করেন না</li></ul>

আপনারা যারা "হট" কলাম আপনার নাম চিৎকার করেছেন তাদের জন্য – অভিনন্দন! আপনি সম্ভবত আপনার কোম্পানির ব্লগিং প্রচেষ্টা তৈরি বা উন্নত করে উপকৃত হবেন। (আপনাদের মধ্যে যারা "অত গরম নয়" কলামে আছেন, আমরা কন্টেন্ট মার্কেটিং প্লেনকে বর্ণিত অন্যান্য অনেক বিষয়বস্তু বিপণন কৌশলের কিছু চেষ্টা করার পরামর্শ দিতে পারি)।

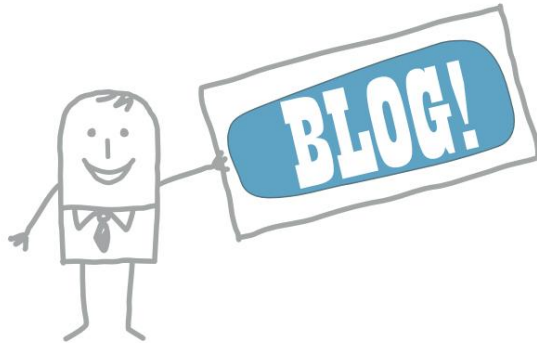
## ব্লগিং পরিসংখ্যান, তথ্য এবং অন্তর্দৃষ্টি (এবং তারা আপনার কাছে কী বোঝায়)

আপনার কোম্পানী ব্লগিং-এ যতই বা কম বিনিয়োগ করুক না কেন, অন্যান্য কোম্পানীর সাথে আপনার ক্রিয়াকলাপগুলি কীভাবে তুলনা করে তা দেখা গুরুত্বপূর্ণ। এখানে 2012 সাল থেকে ব্লগিংয়ের জন্য বর্তমান "শিল্পের অবস্থা" এর একটি স্ন্যাপশট রয়েছে ( B2B বিষয়বস্তু বিপণন 2012 বেঞ্চমার্ক, বাজেট এবং প্রবণতা রিপোর্টের ফলাফলের উপর ভিত্তি করে)।

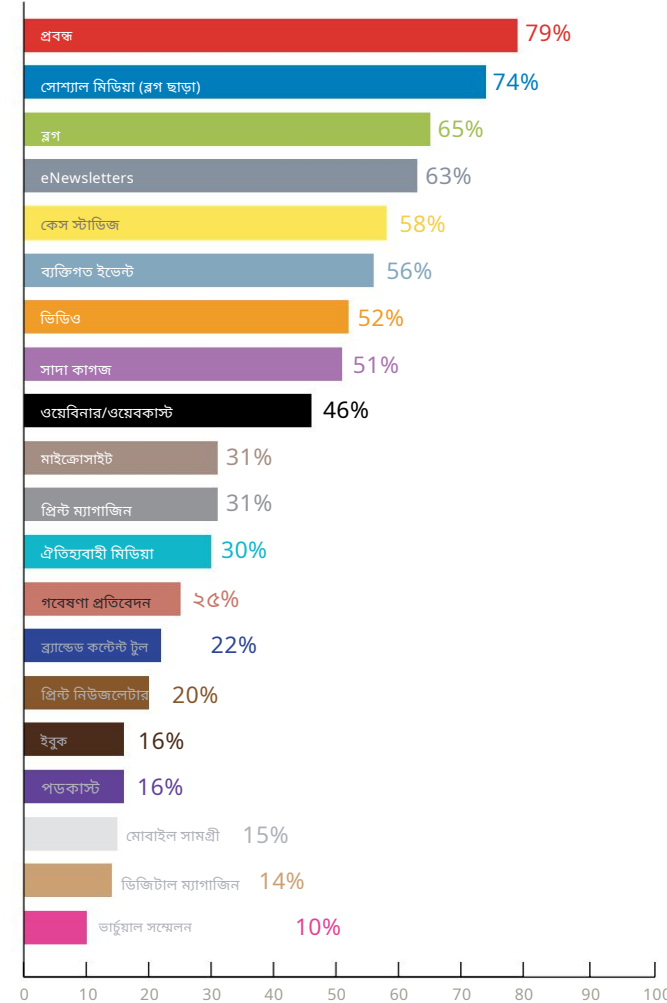
ঘটনা 1: ব্লগিং বাড়ছে – প্রায় সকলের জন্য: আকার, বিশেষত্ব এবং অবস্থান নির্বিশেষে, বিগত কয়েক বছরে বেশিরভাগ কোম্পানির জন্য ব্লগিং একটি ক্রমবর্ধমান অনুশীলন হয়েছে। 2011 ব্যতিক্রম ছিল না, কারণ B2B বিপণনকারীরা তাদের ব্লগের ব্যবহার 27% বৃদ্ধি করেছে, ব্লগগুলিকে তৃতীয় সর্বাধিক সাধারণ সামগ্রী বিপণন কার্যকলাপে পরিণত করেছে (নিবন্ধ এবং সামাজিক মিডিয়ার পিছনে)।

এটি আপনার কাছে কী বোঝায়:

আপনি যদি ইতিমধ্যেই ব্লগিং না করে থাকেন, এবং আপনার কাছে এটি করার ক্ষমতা থাকে, তাহলে আপনার এটিকে গুরুত্ব সহকারে বিবেচনা করা উচিত – কারণ আপনার প্রতিযোগীরাও সম্ভবত।



### B2B সামগ্রী বিপণন ব্যবহার (কৌশল দ্বারা)



ঘটনা 2: কোম্পানির আকারের বিষয়: 10 - 99 জন কর্মচারী সহ 68% কোম্পানি একটি ব্লগ বজায় রাখে, যেখানে বৃহত্তম কোম্পানিগুলির মধ্যে মাত্র 55% এই কৌশলটি নিযুক্ত করে। এটি এই কারণে হতে পারে যে ব্লগিং একটি তুলনামূলকভাবে সহজ, কম খরচের সামগ্রী কার্যকলাপ যা সঠিকভাবে করা হলে গুরুত্বপূর্ণ SEO এবং লিড-জেনারেশন সুবিধা থাকতে পারে। এবং, একটি শক্তিশালী অন্তর্ভুক্ত বিপণন সরঞ্জাম হিসাবে, আপনার ব্লগটি এমন চুম্বক হিসাবে কাজ করতে পারে যা গ্রাহকদেরকে আপনার সাইটে আকৃষ্ট করে, গ্রাহক সম্প্রদায় বা সাদা কাগজের মতো আরও ব্যয়বহুল বা সময়সাপেক্ষ বিনিয়োগের প্রয়োজনকে দূর করে।

এটি আপনার কাছে কী বোঝায়:

যদি আপনার কাছে এমনকি ক্ষীণ বাজেটের সাথে একটি চর্বিহীন বিভাগ থাকে তবে আপনি আপনার ব্লগকে আপনার অনলাইন বিপণন কৌশলের মূল স্তম্ভ হিসাবে ব্যবহার করার কথা বিবেচনা করতে পারেন।

ঘটনা 3: কোম্পানিগুলি তাদের ব্লগিং ক্ষমতার উপর আরও বেশি আত্মবিশ্বাসী হচ্ছে: যদিও ব্যক্তিগত ইভেন্ট এবং ওয়েবিনারগুলি এখনও সবচেয়ে কার্যকর সামগ্রী বিপণন কৌশল হিসাবে বিবেচিত হয়, গড়ে, ব্লগিং 45% বৃদ্ধি পেয়েছে যেভাবে কার্যকর মার্কেটাররা অনুশীলন অনুভব করেছেন ছিল

এটি আপনার কাছে কী বোঝায়:

আপনি যদি ব্লগিং শুরু না করে থাকেন এবং এটির চিন্তায় অভিভূত বোধ করেন তবে বিরক্ত করবেন না। এটি সহজ হয়ে যায়, এবং তুলনামূলকভাবে অল্প সময়ের মধ্যে আপনি সম্ভবত অনুভব করবেন যে এটি আরও কার্যকর হয়ে উঠছে। অনুশীলন নিখুঁত করে তোলে, তাই না?

এই সব গবেষণা মানে কি? এর মানে হল যে আপনি আপনার ব্লগিং কার্যক্রম শুরু করতে বা বাড়াতে পারেন, কারণ মার্কেটপ্লেসে বেশিরভাগ অন্যান্য কোম্পানি ক্রমবর্ধমান সংখ্যায় তা করছে। কেন? কারণ আমরা উপরের পরিসংখ্যানগুলিতে স্পর্শ করেছি, ব্লগগুলি অত্যন্ত শক্তিশালী, কম খরচে এবং এক শটে আপনার অনেক সামগ্রী বিপণনের চাহিদা মেটাতে পারে। হেইডি কোহেন যেমন নিবন্ধে বলেছেন: " আপনার সামগ্রী বিপণনের কেন্দ্রে ব্লগ রাখার 12 কারণ ":

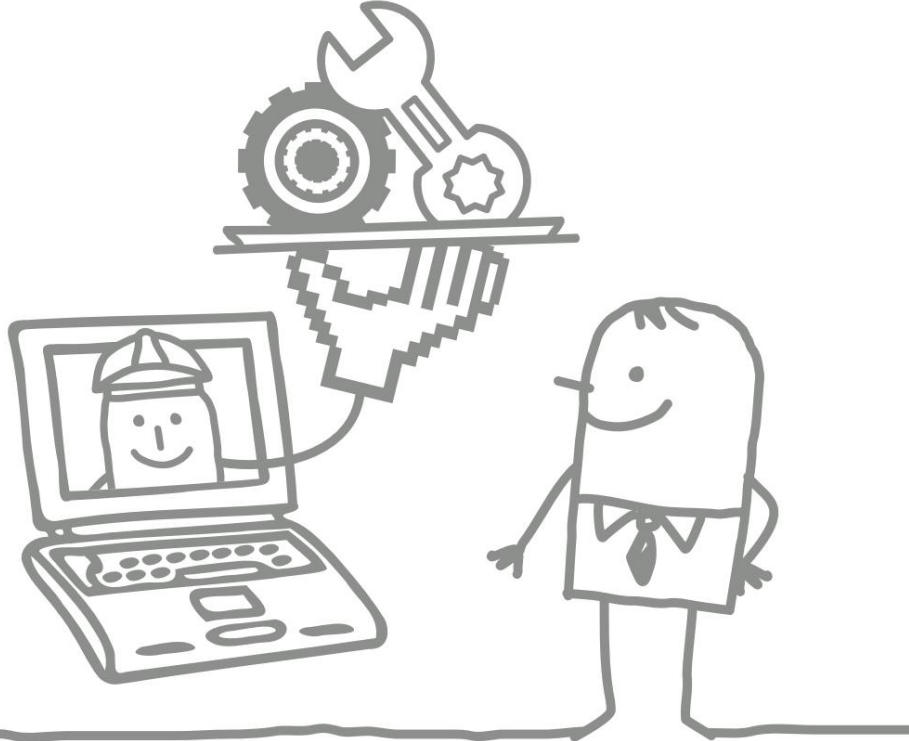


ব্লগগুলি এত জনপ্রিয় কারণ তারা আপনার সামগ্রী বিপণন কেন্দ্রের জন্য সর্বোত্তম পছন্দ - বিষয়বস্তু গিরগিটি হিসাবে কাজ করে যা সোশ্যাল মিডিয়ার শক্তিকে পুরানো দিনের মুদ্রণ-প্রকাশনার কার্যকারিতার সাথে একত্রিত করে। বাস্তবতা হল আজকের বিষয়বস্তু-চালিত বিশ্বে, যদিও আপনি নিজেকে একজন বিপণনকারী হিসাবে দেখতে পারেন, আপনি সত্যিই একজন প্রকাশক। আপনাকে অবশ্যই আপনার সম্ভাবনা, গ্রাহক এবং জনসাধারণের জন্য প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু প্রদান করতে হবে যারা - Ipsos-এর গবেষণা অনুসারে - প্রতিদিন 10 ঘন্টার বেশি মিডিয়া ব্যবহার করে।

এটিকে ভেঙে ফেলার জন্য, এখানে শীর্ষ 12টি কারণ রয়েছে যে কারণে আপনার কোম্পানির ব্লগিংয়ে বিনিয়োগ করা উচিত বা আপনার বর্তমান ব্লগিং কার্যক্রমকে পরবর্তী স্তরে নিয়ে যাওয়া উচিত। প্রায়শই এই কারণগুলি ব্লগিং-এ বিনিয়োগ করতে আপনার নির্বাহীদের বোঝানোর জন্য সূচনা পয়েন্ট হিসাবেও ব্যবহৃত হয়:

1. ব্লগ হল একটি সহজে ব্যবহারযোগ্য CMS (ওরফে কন্টেন্ট ম্যানেজমেন্ট সিস্টেম)। ব্লগ ব্যবহার করার জন্য সীমিত প্রশিক্ষণ এবং/অথবা প্রযুক্তিগত দক্ষতা প্রয়োজন দ্রুত বিষয়বস্তু আপডেট বা পরিবর্তন করার জন্য নমনীয়তা প্রদান। একটি অতিরিক্ত বোনাস হিসাবে, ব্লগগুলি সস্তা।
2. ব্লগগুলি একটি কোম্পানির মালিকানাধীন মিডিয়ার অংশ। ব্লগ সামগ্রী আপনার প্রতিষ্ঠানের মালিকানাধীন এবং আপনার ওয়েবসাইটে একত্রিত করা যেতে পারে। অন্যান্য থার্ড-পার্টি এবং সোশ্যাল মিডিয়া ফাঁড়িগুলির থেকে ভিন্ন, সেগুলি অদৃশ্য হয়ে যাবে বা ব্যবসার বাইরে চলে যাবে তা নিয়ে আপনার চিন্তা করার দরকার নেই। একটি ব্লগ একটি ওয়েবসাইটের পরিবর্তে পরিবেশন করতে পারে।
3. ব্লগ আপনার বিষয়বস্তুর জন্য ব্র্যান্ডেড প্রসঙ্গ প্রদান করে। আপনার ফার্মের মালিকানাধীন মিডিয়ার অংশ হিসাবে, ব্লগগুলি আপনার যোগাযোগের জন্য একটি ব্র্যান্ডেড প্রসঙ্গ অফার করে যা ব্লগ ডিজাইন উপাদানগুলির ব্যবহার করে যা সামগ্রীর সাথে রপ্তানি করা যেতে পারে। আপনি তৃতীয় পক্ষের মিডিয়ার জন্য অর্থ প্রদান ছাড়াই আপনার ব্র্যান্ড প্রসারিত করতে পারেন।
4. ব্লগগুলি আপনার সামগ্রী বিপণনে আপনার ব্র্যান্ডকে একীভূত করে। ব্লগের ব্র্যান্ডেড প্রেক্ষাপটের বাইরে, ব্লগগুলি একটি অনন্য ভয়েস দিয়ে একটি ব্লগ ব্যক্তিত্ব তৈরি করে। তারা যোগাযোগের স্বচ্ছতা এবং কথোপকথনের স্বরে লেখার সুযোগ দেয় যা আপনার ব্র্যান্ডকে "মানুষ" বলে মনে করে। স্পষ্টভাবে স্ব-প্রচারমূলক সামগ্রী এড়াতে নিশ্চিত হন এবং নিশ্চিত করুন যে আপনার ব্লগ ব্যক্তিত্ব অন্যান্য সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম জুড়ে আপনার ব্র্যান্ড ব্যক্তিত্বের সাথে একত্রিত হয়েছে।
5. ব্লগ সার্চ অপটিমাইজেশন উন্নত করে। তাদের কীওয়ার্ড সমৃদ্ধ বিষয়বস্তু, আর্কিটেকচার এবং ওয়েবে অন্যান্য সামগ্রীর সাথে ক্রস-লিংকের মাধ্যমে, ব্লগগুলি অনুসন্ধান অপটিমাইজেশন প্রচেষ্টাকে সমর্থন করে। (দ্রষ্টব্য: এটি অনুমান করে যে আপনি আপনার নিজের ডোমেন ব্যবহার করছেন তা একটি বিনামূল্যের তৃতীয় পক্ষের ব্লগিং প্ল্যাটফর্ম নয়।)
6. ব্লগ একটি 24/7 যোগাযোগ প্ল্যাটফর্ম। রিয়েল-টাইম যোগাযোগের জন্য ক্রমবর্ধমান প্রয়োজনীয়তার সাথে, ব্লগগুলি দ্রুত প্রকাশের জন্য একটি দুর্দান্ত জায়গা আপনার ব্র্যান্ড সম্পর্কে অনুকূল বিষয়বস্তু বা বিকশিত সমস্যাগুলির প্রতিক্রিয়া। প্লাগ-ইন সফটওয়্যার আপনার সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার স্বয়ংক্রিয় করতে পারে।
7. ব্লগগুলি মিডিয়া ফর্ম্যাটের একটি অ্যারে সমর্থন করে। ব্র্যান্ডেড সামগ্রী বিতরণের জন্য, ব্লগগুলি পাঠ্য আপলোড এবং পরিচালনাকে সহজ করে, ফটোগ্রাফ, গ্রাফিক্স, ভিডিও, অডিও, উপস্থাপনা এবং পিডিএফ। অফলাইন বিষয়বস্তু এবং ইভেন্ট তৈরি করার সময়, আপনার ব্লগে কী ধরনের অনলাইন সামগ্রী যেতে পারে তা বিবেচনা করুন।
8. ব্লগগুলি একাধিক চ্যানেলের মাধ্যমে বিষয়বস্তু বিতরণের সুবিধা দেয়। ব্লগগুলি ইমেল এবং RSS ফিডের মাধ্যমে আপনার বার্তা বিতরণকে প্রসারিত করতে পারে কোন অতিরিক্ত খরচ ছাড়া। ব্লগ পোস্টগুলি স্বয়ংক্রিয়ভাবে ইমেল ডাইজেস্টে সংগ্রহ করা যেতে পারে।

9. ব্লগ সোশ্যাল মিডিয়া ইন্টারঅ্যাকশনের জন্য সামগ্রী সরবরাহ করে। টুইটার এবং ফেসবুকের মতো সামাজিক শেয়ারিং সাইটগুলিতে সোশ্যাল মিডিয়া ব্যস্ততার জন্য ব্লগ বিষয়বস্তু হল মুদ্রা। আইকন এবং উপযোগী কল-টু-অ্যাকশন অন্তর্ভুক্ত করা নিশ্চিত করুন। (মনে রাখবেন, এই শেয়ারগুলি অর্জিত মিডিয়া ইম্প্রেশনে অনুবাদ করে (ওরফে বিনামূল্যে))
10. ব্লগ সরাসরি সম্ভাবনা এবং গ্রাহকদের একটি লক্ষ্যযুক্ত অবস্থান প্রদান করে। একটি URL বা QR কোডের সাহায্যে আপনি অন্যান্য ধরণের সামগ্রী বিপণন থেকে আপনার ব্লগে সম্ভাবনা, গ্রাহক এবং জনসাধারণকে নির্দেশ করতে পারেন। এটি আপনাকে প্ল্যাটফর্ম জুড়ে বিভিন্ন উপাদান সংযোগ করার একটি উপায় দেয়।
11. ব্লগগুলি বিভিন্ন উদ্যোগকে সমর্থন করার জন্য যথেষ্ট নমনীয়। ব্লগ কোম্পানিগুলিকে বিভিন্ন কর্পোরেট লক্ষ্য অর্জনে সহায়তা করতে পারে, যেমন প্রদান করা পণ্য-সম্পর্কিত বিষয়বস্তু, গ্রাহকের প্রশ্নের উত্তর দেওয়া, নতুন সম্ভাবনাকে আকর্ষণ করা এবং একটি নির্বাহী প্ল্যাটফর্ম হোস্ট করা।
12. ব্লগগুলি মেট্রিক্স প্রদান করে যা আপনি ব্যবসায়িক লক্ষ্যে সামগ্রী বিপণন ট্র্যাক করতে ব্যবহার করতে পারেন। যেকোনো ব্যবসায়িক কৌশলের মতো, আপনার অগ্রগতি নিরীক্ষণ করা গুরুত্বপূর্ণ। আপনার ব্লগের কার্যকারিতা মূল্যায়ন করার জন্য বিভিন্ন মেট্রিক্স রয়েছে, যা আমরা এই নির্দেশিকায় আরও বিস্তারিতভাবে কভার করব।



সংক্ষেপে, আপনার বিষয়বস্তু বিপণন কৌশলের কেন্দ্রে একটি ব্লগ স্থাপন করা একটি ভাল ধারণা। এটি একটি ব্র্যান্ডেড পরিবেশ প্রদান করে যা আপনার সামগ্রীর জন্য সর্বোত্তম এবং আপনার কর্পোরেট লক্ষ্যগুলির সাথে সারিবদ্ধ। ব্লগগুলি যে নমনীয়তা প্রদান করে এবং আপনার সোশ্যাল মিডিয়া কৌশলের সাথে তাদের একীভূত করার ক্ষমতা আরও ভাল।

# এর খরচ গণনা করা হচ্ছে আপনার ব্লগে মানসম্পন্ন সামগ্রী থাকা

আপনার ব্লগের খরচ গণনা করা একটি চ্যালেঞ্জিং কাজ কারণ এটি আপনি যে ধরনের প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করেন বা আপনি যে সংস্থানগুলি ব্যবহার করেন তার উপর নির্ভর করে (উদাহরণস্বরূপ, অনেক স্ট্যান্ডার্ড ওয়ার্ডপ্রেস থিম বিনামূল্যে যখন অন্যান্য জটিল বিষয়বস্তু ব্যবস্থাপনা সিস্টেম খুব ব্যয়বহুল হতে পারে)। আপনার প্রয়োজন, অবস্থান বা আকারের উপর নির্ভর করে এই খরচগুলি কোম্পানি থেকে কোম্পানিতে ব্যাপকভাবে পরিবর্তিত হতে পারে, তাই খুব বেশি দানাদার হওয়ার পরিবর্তে, আসুন মূল বিষয়গুলি দিয়ে শুরু করি: বিষয়বস্তু তৈরি। কীভাবে এবং কেন আপনার ব্লগের জন্য উচ্চ মানের সামগ্রী তৈরির জন্য আপনার বাজেটে জায়গা তৈরি করার কথা বিবেচনা করা উচিত তার একটি সংক্ষিপ্ত বিবরণ এখানে রয়েছে (মূলত "কন্টেন্ট মার্কেটিংয়ের জন্য ব্র্যান্ডগুলিকে কত টাকা দিতে হবে?" এ জো পুলিজি পোস্ট করেছেন)

যখন বেশিরভাগ মার্কেটিং পেশাদাররা কন্টেন্টের জন্য বাজেট করেন, সেটা ওয়েব কন্টেন্ট, ব্লগ, প্রিন্ট ম্যাগাজিন বা ই-নিউজলেটারের জন্যই হোক না কেন, তারা যা সঠিক "বোধ করে" তা মেনে চলে। বিপণনকারীরা অন্তর্নিহিতভাবে PR বা অন্যান্য সৃজনশীল, এমনকি তাদের নিজস্ব সময়ের মূল্যের উপর ভিত্তি করে সামগ্রীর মূল্য নির্ধারণ করে। বিষয়বস্তু এবং অনুলিপি সর্বদা বিষয়ভিত্তিক এবং সর্বদা একাধিক ধাপ থাকে। কিন্তু সূচনা পয়েন্ট হল বিষয়বস্তু লক্ষ্য। যদি আপনার লক্ষ্য হয় উচ্চ-মানের, চিন্তাশীল নেতৃত্ব-চালিত বিষয়বস্তু তৈরি করা, তাহলে আপনি "সস্তা" কৌশলগুলি থেকে দূরে সরে যাওয়ার কথা বিবেচনা করতে চাইতে পারেন, যার মধ্যে প্রায়ই পুনঃলিখন, বিষয়বস্তু কিউরেশন বা নিম্ন মানের লেখা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। যদিও মূল্য ট্যাগ কম হতে পারে, এই মডেলটি ব্যবহার করা সর্বোত্তম। কেন?

- আপনার একটি অনন্য ভয়েস আছে এবং আপনার বিষয়বস্তুতে এটি চিত্রিত করা দরকার। লেখকদের আপনার ভয়েস বুঝতে সময় এবং দক্ষতা লাগে।
- আপনার একটি বিপণন পরিকল্পনা আছে যার সুনির্দিষ্ট লক্ষ্য রয়েছে যা সমাধান করা দরকার। তার মানে তৈরি করা বিষয়বস্তুকে সেই লক্ষ্যগুলির সাথে সরাসরি কথা বলতে হবে। এই সময় এবং দক্ষতা লাগে।
- আপনার বিষয়বস্তু মৌলিক, আকর্ষক, মূল্যবান এবং আকর্ষক হওয়া প্রয়োজন। এই ধরনের কন্টেন্ট ডেভেলপ করতে সময় এবং দক্ষতা লাগে।

আরও অভিজ্ঞ, উচ্চ-মানের সামগ্রী অবদানকারী আপনাকে এমন সামগ্রী লিখতে দেয় যা এই গুরুত্বপূর্ণ উদ্দেশ্যগুলি পূরণ করে, আপনাকে আপনার গ্রাহকদের সাথে কথোপকথনে নেতৃত্ব দিতে এবং শেষ পর্যন্ত আপনার তৈরি সামগ্রী থেকে আপনার ব্যবসার লাভে সহায়তা করে।

দ্রষ্টব্য: আপনি যদি আরও নির্দিষ্ট, মানানসই খরচ অনুমান চান, তাহলে আমরা জে বেয়ারের এই ব্লগ পোস্টের শিরোনাম, "9 ধাপে আপনার ব্লগিং ROI গণনা করা" সুপারিশ করি। যেটিতে আপনার ব্লগিং খরচ এবং রাজস্ব নির্ধারণের জন্য বিশদ সূত্র রয়েছে এবং আপনার ROI কী হতে পারে তা কীভাবে নির্ধারণ করবেন (আপনি যদি সেই রাস্তায় যান তবে আপনি একটি ক্যালকুলেটর, পেজলি এবং কাগজ নিতে চাইতে পারেন...)

এখন যেহেতু আমরা মৌলিক বিষয়গুলি কভার করেছি, আসুন আপনার ব্লগের মৌলিক বিষয়গুলি নিয়ে আলোচনা করি এবং এটিকে সফল করার জন্য আপনাকে কী ধরনের সামগ্রীর প্রয়োজন হবে তা কীভাবে স্থাপন করবেন।

# শুরু করা: কীভাবে আপনার ব্লগ তৈরি করবেন এবং এর বিষয়বস্তুর কৌশল

আপনি একটি কোম্পানির ব্লগ শুরু করার কথা ভাবছেন, বা আপনার কাছে ইতিমধ্যেই আছে এমন 11টি মানক উপাদান এবং অনুশীলন রয়েছে যা প্রতিটি কোম্পানির শুরু থেকেই প্রয়োগ করা উচিত (হেইডি কোহেনের নিবন্ধ "কোম্পানীর ব্লগের জন্য অবশ্যই থাকা আবশ্যিক" থেকে হাইলাইট সহ।")

আপনার ব্লগের ব্যবসায়িক উদ্দেশ্য নির্ধারণ করুন

আপনি ঝাঁপিয়ে পড়ার আগে এবং আপনার ব্লগ সাইট বিকাশের জন্য আপনার ওয়েব বিভাগে কাউকে পেতে, প্রধান কৌশলগত উপাদানগুলির মাধ্যমে চিন্তা করার জন্য কিছু সময় নিন। আপনার ব্লগ আপনার ব্র্যান্ড এবং/অথবা কোম্পানির উদ্দেশ্যের সাথে সঙ্গতিপূর্ণ তা নিশ্চিত করার জন্য এটি একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ। শীর্ষ ব্যবসায়িক ব্লগ লক্ষ্যগুলির মধ্যে রয়েছে:

- **আপনার উদ্দেশ্যকে সমর্থন করার জন্য সামগ্রী প্রদান করে ব্র্যান্ড তৈরি করুন।** এই তথ্য সম্ভাব্য গ্রাহকদের জড়িত করা উচিত।
- **চেকপয়েন্ট এবং কীভাবে ডিডিওর মতো বিভিন্ন বিষয়বস্তু ফর্মের মাধ্যমে সম্ভাব্য ক্রেতাদের তাদের পণ্যের চাহিদার সমাধানের প্রস্তাব দিয়ে নাগালের প্রসারিত করুন।**
- **সক্রিয় ক্রেতাদের দরকারী তথ্য দিয়ে বিক্রয় সমর্থন করুন।** নির্দিষ্টকরণ আপনার পণ্যের উপর নির্ভর করে। এটি দেখানোর জন্য একটি **360-ডিগ্রি ডিডিও হতে পারে** বিবরণ এবং মানানসই বা প্রযুক্তি নির্দিষ্টকরণের একটি তালিকা।
- **সিপিআর প্রক্রিয়ায় (ওয়েব) এন্ট্রি তৈরি নেতৃত্বকে স্পটলাইট করে অবস্থান করুন।** এটি তাদের সাথে দৃঢ়ভাবে যুক্ত সংস্থাগুলির জন্য গুরুত্বপূর্ণ হতে পারে অবস্থান করুন। সক্রিয়ভাবে পোস্ট করার জন্য এক্সিকিউটিভদের কাছ থেকে কেনা-ইন এবং প্রতিশ্রুতি প্রয়োজন।

টার্গেট রিডার সংজ্ঞায়িত করুন

আপনার পাঠকদের আপনার ব্লগের লক্ষ্যের সাথে সঙ্গতিপূর্ণ হওয়া উচিত। সম্ভাব্য পাঠকদের বর্ণনা করার সময়, জনসংখ্যা, সাইকোগ্রাফিক এবং অতীত আচরণের পরিপ্রেক্ষিতে তাদের চিহ্নিত করা একটি ভাল ধারণা। এছাড়াও, সোশ্যাল মিডিয়াতে এই বিভাগটি কীভাবে আচরণ করে তা বিবেচনা করুন: তারা কি এমন লোক যারা সামগ্রী তৈরি করে, বিষয়বস্তুতে মন্তব্য করে বা কেবল সামগ্রী পড়ে (ওরফে লুক)?

## ব্লগিং করার সময় বিবেচনা করার জন্য 3 মূল পয়েন্ট

1. কথোপকথনকে উত্সাহিত করুন, এমনকি "খারাপ" মন্তব্যগুলিও ভাল বিকাশের একটি সুযোগ হতে পারে গ্রাহক সম্পর্ক।
2. একজন ভালো নেটিভেন হোন: আপনার নিজের ব্লগের পাশাপাশি অন্যান্য ব্লগেও অংশগ্রহণ করুন। একটি শীর্ষ 15 হিট তালিকা বিকাশ যেখানে আপনাকে "হ্যাং আউট" করতে হবে।
3. শিথিল করুন: পাঠকদের সাথে সংযোগ করার সময় সত্যতা পূর্ণতাকে ছাড়িয়ে যায়।

আপনার ব্লগের ভয়েস বিকাশ করুন

যেহেতু কোম্পানির ব্লগগুলি প্রায়ই অবদানকারীদের একটি গ্রুপের কাজ অন্তর্ভুক্ত করে, তাই বিভিন্ন লেখকদের মধ্যে সামঞ্জস্যতা নিশ্চিত করার জন্য বিভিন্ন পোস্টের বৈশিষ্ট্যগুলি সংজ্ঞায়িত করা গুরুত্বপূর্ণ। উদাহরণস্বরূপ, এখানে কিছু বৈশিষ্ট্য রয়েছে যা আমি ব্লগারদের বিবেচনা করার পরামর্শ দিই:

- একটি ব্যক্তিত্ব আছে
- একটি গল্প বল
- প্রাসঙ্গিকভাবে প্রাসঙ্গিক হন
- একটি বাস্তব ব্যক্তির মত শব্দ
- একটি দৃষ্টিকোণ আছে
- স্যানিটাইজড কর্পোরেট-স্পিক এড়িয়ে চলুন

আপনার ব্লগের থিম নির্বাচন করা এই প্রক্রিয়ার অংশ কারণ এটি আপনার বিষয়বস্তু কীভাবে রেন্ডার করা হবে তা চালায়। এটি আপনার লেখার শৈলী বিকাশের প্রথম ধাপ, যা আমরা এই ম্যানুয়ালটিতে পরে কভার করব।

সৃজনশীল উপাদানের রূপরেখা

এই পদক্ষেপটি নিশ্চিত করে যে আপনি ব্র্যান্ডিং সম্পর্কে নির্দেশিকা সেট করেছেন (যেমন আপনি কীভাবে আপনার ব্র্যান্ডকে আপনার ব্লগ উপস্থাপনায় একীভূত করবেন?) অন্তর্ভুক্ত করুন:

- বর্ণবিন্যাস
- টাইপোগ্রাফি
- পোস্টের দৈর্ঘ্য
- অন্যান্য মিডিয়াম ব্যবহার

এই বিষয়গুলি আপনার সামগ্রিক ব্র্যান্ডিং এবং ব্র্যান্ড উপস্থাপনার সাথে সঙ্গতিপূর্ণ হওয়া উচিত কারণ আপনি চান যে আপনার ব্লগটি অন্যান্য প্ল্যাটফর্মে আপনার বার্তাকে শক্তিশালী করবে।

নিয়মিত বৈশিষ্ট্য এবং কলামের একটি তালিকা কম্পাইল করুন

আপনি সাপ্তাহিক বা প্রতি সপ্তাহে নিয়মিত কোন প্রধান বিষয়বস্তু বিভাগগুলি অন্তর্ভুক্ত করতে চান তা নির্ধারণ করুন। এই বিষয়গুলির মধ্যে, নির্দিষ্ট কলাম তৈরি করুন এবং ফোকাস বর্ণনা করুন। এখানে লক্ষ্য হল আপনার বিষয়বস্তু আপনার ব্যবসার লক্ষ্য এবং লক্ষ্য পাঠকের চাহিদার সাথে সঙ্গতিপূর্ণ তা নিশ্চিত করা। ঘন ঘন পোস্ট, বিষয় বা বিভাগগুলির চারপাশে নিয়মিত কলাম তৈরি করার পরিপ্রেক্ষিতে চিন্তা করুন। এই প্রক্রিয়ার অংশ হিসাবে, আপনি কত ঘন ঘন আপনার ব্লগে নতুন কলাম পোস্ট করবেন তা নির্ধারণ করুন কারণ এই উপাদানগুলি আপনার সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডারের ভিত্তি হয়ে উঠবে (নীচে দেখুন)। কোন বৈশিষ্ট্যগুলি অন্তর্ভুক্ত করতে হবে তা নির্বাচন করার সময়, পোস্ট ফ্রিকোয়েন্সি এবং আপনার কতজন ব্লগার প্রয়োজন (বা থাকবে) সিদ্ধান্ত নিন কারণ ভাল সামগ্রী তৈরি করতে সময় লাগে।

আপনার ব্লগ টিম সংগঠিত করুন (ইঙ্গিত: এটা শুধু মার্কেটিং নয়!)

হেইডি কোহেন এই ব্লগে শেয়ার করেছেন আপনার ব্লগিং প্রচেষ্টার চারপাশে আপনার কোম্পানিকে কীভাবে সংগঠিত করবেন তা পোস্ট করুন, যা আমরা নীচে হাইলাইট করেছি।

একটি ব্লগ টিম তৈরি করার সময়, অনেকে শুধুমাত্র বিষয়বস্তু নির্মাতাদের কথা ভাবেন। বাস্তবতা হল আপনার দলকে আরও বিস্তৃত হতে হবে। আপনার ব্লগকে সারাদিন এবং সারাদিন কাজ করার জন্য আপনি যে দলের সদস্যদের উপর নির্ভর করবেন তা এখানে একজন।

ভূমিকা	দায়িত্ব
সিনিয়র ম্যানেজমেন্ট ন্যূনতম, মানবিক	এবং আর্থিক উভয় প্রকারের সম্পদ সংগ্রহের জন্য আপনাকে ক্রয় করতে হবে। এটি ছাড়া, ব্লগটি ততক্ষণ কাজ করবে যতক্ষণ কর্মচারীদের সাহায্য করার জন্য সময় এবং ব্যান্ডউইথ থাকে। অন্য অগ্রাধিকার পপ আপ হয়ে গেলে, ব্লগিং তাদের অগ্রাধিকার তালিকার নীচে চলে যাবে।
বিপণনকারী	এর মূলে, আপনার ব্লগকে আপনার বিপণন প্রচেষ্টাকে সমর্থন করা উচিত। তাই আপনার প্রচেষ্টাকে সর্বাধিক করার জন্য আপনার ব্লগের সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার আপনার প্রচারমূলক পরিকল্পনার সাথে একত্রিত হওয়া উচিত।
বিষয়বস্তু নির্মাতারা	সেরা বিষয়বস্তু নির্মাতারা হলেন বিষয়-বিষয়ক বিশেষজ্ঞ যারা আপনার অফার এবং কোম্পানির সাথে সম্পর্কিত তথ্য জানাতে এবং জানাতে চান (যদিও, অবশ্যই, আপনি আপনার অফার এবং কোম্পানির চেয়ে অনেক বেশি কিছু লিখতে চান)। তিনটি প্রধান বিভাগ রয়েছে যা আপনি ট্যাপ করতে পারেন: অভ্যন্তরীণ সম্পদ, পেশাদার লেখক এবং গ্রাহক।  দ্রষ্টব্য: অভ্যন্তরীণ লেখকরা আপনার গবেষণা, পণ্য ব্যবস্থাপনা, পণ্যদ্রব্য, গ্রাহক পরিষেবা, ব্যবস্থাপনা বা অন্যান্য কার্যকরী এলাকা থেকে আসতে পারেন। মনে রাখবেন যে কাজের স্তরের চেয়ে দক্ষতাই গুরুত্বপূর্ণ ফ্যাক্টর। মূল বিষয় হল এমন লোকদের খুঁজে বের করা যারা কোম্পানির ব্লগে অংশগ্রহণ করতে চান এবং যাদের আলোচনা করার জন্য আকর্ষণীয় কিছু আছে বা উপযুক্ত উত্স থেকে তথ্য সংগ্রহ করতে ইচ্ছুক। আপনি যদি পেশাদার সংস্থানগুলি ব্যবহার করার পরিকল্পনা করছেন, শক্তিশালী সামগ্রী পেতে পর্যাপ্ত বাজেট অন্তর্ভুক্ত করুন।
সম্পাদক	একটি শক্তিশালী ব্লগ থাকার জন্য, কাউকে অবশ্যই বিষয়বস্তুর দিকনির্দেশনা দিতে হবে যাতে এটি শুধুমাত্র বিপণনের প্রচারমূলক বার্তাগুলিকে ঠেলে দেওয়ার জন্য একটি বাহন না হয়। এটি আপনার বিপণন, যোগাযোগ, জনসংযোগ বা সৃজনশীল দলের সদস্য হতে পারে। অথবা আপনি একটি বাইরের সম্পদ ব্যবহার করতে পারেন।

ভূমিকা	দায়িত্ব
কপি এডিটর	ভাষা সংশোধন করতে এবং টাইপো ধরার জন্য বাইরের সম্পাদক থাকার গুরুত্বকে উপেক্ষা করবেন না, বিশেষ করে যদি আপনার অবদানকারীরা প্রশিক্ষিত লেখক না হন। এটি সম্পাদকের কাজ হতে পারে, অথবা আপনি অন্য কাউকে ব্যবহার করতে পারেন (উদাহরণস্বরূপ, CMI-এ, এটি দুটি ফাংশন)। আপনাকে তাদের লেখার দক্ষতা সম্পর্কে লেখকদের উদ্বেগগুলি কাটিয়ে উঠতে সক্ষম হতে হবে। এটি একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ ভয়েস নিশ্চিত করার জন্যও দরকারী।
সৃজনশীল	অনেক ব্লগের জন্য, এটি একটি চমৎকার উপাদান হতে পারে। অন্তত শুরুতে, আপনার ব্র্যান্ডের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ করতে আপনার ব্লগের থিম পরিবর্তন করুন। সৃজনশীল সংস্থানগুলি গুরুত্বপূর্ণ হতে পারে যদি আপনি ভিজুয়াল সামগ্রী ব্যবহার করেন যা আপনার ব্লগের জন্য বিশেষভাবে তৈরি করা দরকার। এছাড়াও, পণ্য এবং অন্যান্য উপাদানগুলির জন্য আপনার অতিরিক্ত ফটোগ্রাফির প্রয়োজন হতে পারে। যদি আপনার ব্যবসা অত্যন্ত দৃশ্যমান হয়, যেমন ফ্যাশন, এটি আপনার ব্লগের কেন্দ্রস্থল হতে পারে। এই ক্ষেত্রে, আপনার ফটো শট এবং অন্যান্য বিপণনের পরিকল্পনা করার সময় আপনাকে এটি বিবেচনা করতে হবে যাতে আপনি খরচ কার্যকরভাবে সামগ্রী পেতে পারেন।
প্রযুক্তিগত/ওয়েব সম্পদ	যদিও বেশিরভাগ ব্লগিং প্রযুক্তি তুলনামূলকভাবে ব্যবহারকারী-বান্ধব, এটি সহায়ক যে কোনো অবদানকারীর প্রশ্নের উত্তর দিতে, কোনো প্রযুক্তিগত সমস্যার জন্য সহায়তা প্রদান করতে এবং ব্লগটিকে আপনার অন্যান্য প্রযুক্তির সাথে একীভূত করা নিশ্চিত করার জন্য একটি প্রযুক্তিগত বা ওয়েব সম্পদ থাকা সহায়ক।
বিশ্লেষণ সমর্থন	যেকোনো বিপণনের প্রচেষ্টার মতো আপনার একটি পূর্ণ সময়ের সংস্থানের প্রয়োজন না হলেও, আপনার ফলাফলগুলি ট্র্যাক করা গুরুত্বপূর্ণ। এই কাজটি আপনার চলমান ওয়েব বিশ্লেষণে অন্তর্ভুক্ত করা যেতে পারে। [যারা বিষয়বস্তু বিপণনে নতুন তাদের জন্য, এখানে কিছু গুরুত্বপূর্ণ বিষয়বস্তুর মেট্রিক্স ট্র্যাক করার জন্য রয়েছে।]
মানব সম্পদ	মানব সম্পদ সবার তালিকায় নেই, তবে এটি হওয়া উচিত। যদি আপনার ব্লগে অংশগ্রহণ করা ব্লগ অবদানকারীদের কাজের বিবরণ এবং লক্ষ্যে অন্তর্ভুক্ত না হয়, তাহলে সম্ভবত এটি সম্পন্ন হবে না। এছাড়াও, সোশ্যাল মি ডায়া নির্দেশিকা রয়েছে তা নিশ্চিত করা গুরুত্বপূর্ণ যাতে অংশগ্রহণকারীরা জানতে পারে কী করা গ্রহণযোগ্য।
বাজেট	দলের সদস্য না হলেও, আপনার প্রচেষ্টাকে সমর্থন করার জন্য আপনার অবশ্যই সম্পদ থাকতে হবে। প্রায়শই এই সংস্থানগুলির ট্র্যাক করার জন্য আপনার অর্থ বা অ্যাকাউন্টিং দলের একজন সদস্যের প্রয়োজন হয়।

দ্রষ্টব্য: আপনার ব্লগ টিমের সমস্ত লোককে সংগঠিত করতে, আপনি উপরের তালিকায় একটি ব্লগিং প্রশাসকের ভূমিকা যুক্ত করার কথা বিবেচনা করতে পারেন। ব্লগিং প্রশাসক কী করেন এবং এই ধরনের ভূমিকা তৈরি করার সুবিধাগুলি সম্পর্কে এখানে আমান্ডা ম্যাকসিমিউ-এর মতামত রয়েছে:

ব্লগিং অ্যাডমিনিস্ট্রেটর সামগ্রিক পরিকল্পনা তৈরি করে, কোম্পানির সিইও বা প্রেসিডেন্টের কাছ থেকে কেনাকাটা করে এবং অন্যান্য কর্মীদের সাথে তাদের লক্ষ্য পূরণের জন্য কাজ করে। ব্লগিং প্রোগ্রামের জন্য লক্ষ্য নির্ধারণের পাশাপাশি, প্রশাসক সঠিক প্ল্যাটফর্ম নির্বাচন করেন, আপনার সম্পাদকীয় নির্দেশিকা এবং প্রক্রিয়াগুলি শেয়ার করেন (নীচে # 7 দেখুন), টার্গেট কীওয়ার্ড শনাক্ত করে, কর্মীদের ব্লগিং সেবা অনুশীলনে প্রশিক্ষণ দেয় এবং সর্বশেষ SEO প্রবণতা সম্পর্কে শিক্ষিত থাকে তা নিশ্চিত করতে জায়গায় উন্নতির একটি ক্রমাগত প্রক্রিয়া আছে। ব্লগিং অ্যাডমিনিস্ট্রেটরও অনেক মার্কেটিং চ্যানেল এবং বিভিন্ন সোশ্যাল মিডিয়া সাইটের মাধ্যমে ব্লগ বিপণনের জন্য দায়ী।

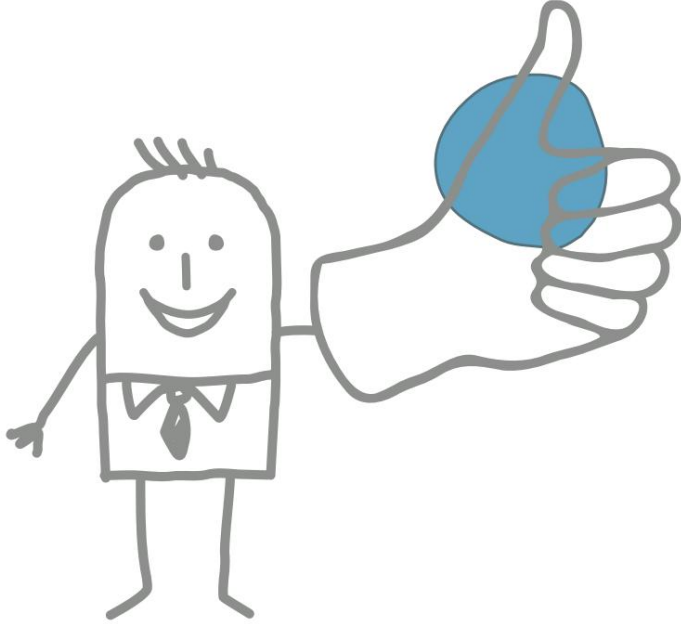
এটা কে হতে হবে? একটি ব্লগিং প্রশাসক বাছাই করার সময়, আপনি অবস্থানটি অভ্যন্তরীণ রাখার বিষয়টি বিবেচনা করতে চাইতে পারেন, বিশেষ করে যদি আপনার কোম্পানির লক্ষ্য কীওয়ার্ড এবং টার্গেট ব্যক্তিদের একটি সেট না থাকে।

প্রোগ্রামের কিছু পা না হওয়া পর্যন্ত বিপণন ব্যবস্থাপক বা পরিচালকের কাছে এই দায়িত্বগুলি অর্পণ করা বোধগম্য হতে পারে।

এইভাবে, আপনি নিশ্চিত করতে পারেন যে প্রোগ্রামটি শুরু থেকে সঠিকভাবে সেট আপ করা হবে।

### আপনি কি একজন ব্লগিং প্রশাসক?

ওপেনভিউ ল্যাবস সমস্ত কোম্পানিকে একটি কর্পোরেট ব্লগিং প্রোগ্রাম শুরু করতে সাহায্য করার জন্য একটি গাইড প্যাকেজ করেছে। (দ্রষ্টব্য: এর জন্য নিবন্ধন প্রয়োজন)। তাদের ই-বুকটিতে কর্পোরেট ব্লগিংয়ের একটি ভূমিকা, চেকলিস্ট এবং একটি সফল ব্লগিং উদ্যোগ শুরু করার জন্য দায়ী প্রতিটি ব্যক্তির জন্য দ্রুত শুরুর নির্দেশিকা অন্তর্ভুক্ত রয়েছে। ই-বুকটিতে বিষয়বস্তু বিপণন বিশেষজ্ঞ অ্যান হ্যান্ডলি, জোনাথন ক্রানজ এবং জো পুলিজির অনন্য টিপস রয়েছে।



ব্লগ প্রবন্ধ লেখার নির্দেশিকা বাস্তবায়ন করুন।

উপরিভাগে, একটি ব্লগ নিবন্ধ লেখা এত সহজ দেখায়। প্রকৃতপক্ষে, এটি প্রায়শই প্রথম-বারের অবদানকারীদের দৃষ্টিভঙ্গি। আপনি তাদের কাছ থেকে প্রথম খসড়া না পাওয়া পর্যন্ত এটি নয় যে আপনি বুঝতে পারবেন কিভাবে একটি ব্লগের জন্য কার্যকরভাবে লিখতে হয় সে সম্পর্কে তাদের খুব কম বোঝাপড়া আছে। ব্লগ নিবন্ধ লেখার নির্দেশিকা এই সমস্যার উত্তর। যদিও ব্লগ নিবন্ধের নির্দেশিকা একজন দরিদ্র লেখককে ভালো করে তুলতে পারবে না, তারা নিশ্চিত করবে যে আপনার নিবন্ধগুলি আপনার শব্দের দৈর্ঘ্যের প্রয়োজনীয়তা পূরণ করছে, সঠিক টোন আছে এবং আপনার সম্পাদকীয় লক্ষ্যগুলির সাথে সারিবদ্ধ। যাইহোক, যদি আপনার কোম্পানির বিপণন কৌশলটি টার্গেট কীওয়ার্ড এবং ব্যক্তিত্বের পরিপ্রেক্ষিতে ভালভাবে সংজ্ঞায়িত করা হয়, তাহলে আপনার ব্লগিং প্রশাসক হিসাবে একটি বাহ্যিক সংস্থান ব্যবহার করা বোধগম্য হতে পারে, যা আপনি সহজেই Craigslist এর মতো কাজের ওয়েবসাইট বা Junta42-এর মতো একটি ম্যাচিং সাইটের মাধ্যমে খুঁজে পেতে পারেন।

## নেতিবাচক মন্তব্য হ্যান্ডলিং এবং ক্রাইসিস ম্যানেজমেন্ট পদ্ধতির উপর একটি গুরুত্বপূর্ণ নোট

এটা ঘটতে যাচ্ছে। আপনি আপনার ব্লগ পোস্টে নেতিবাচক এবং অপমানজনক মন্তব্য এবং অভিযোগ পাবেন। এটি আগে থেকেই জানা এবং গ্রহণ করা আপনাকে প্রস্তুত হতে দেয়। পেশাদারিত্ব এবং কৌশলের সাথে নেতিবাচক মন্তব্যগুলি পরিচালনা করার জন্য আপনি একটি পদ্ধতি স্থাপন করা একেবারে অপরিহার্য। আপনার কোম্পানির উপযুক্ত ব্যক্তির প্রক্রিয়ার সাথে জড়িত তা নিশ্চিত করুন।

আপনি কোথা থেকে শুরু করবেন তা নিশ্চিত না হলে, যেকোনো ধরনের গ্রাহকের অভিযোগ পরিচালনার জন্য আপনার পদ্ধতিতে যান। চ্যানেল আসলে কোন ব্যাপার না, তাই না? আপনার দৃষ্টিভঙ্গি এমন হওয়া উচিত যা নেতিবাচক অভিজ্ঞতাকে ইতিবাচক অভিজ্ঞতায় পরিণত করার দিকে মনোনিবেশ করে। অভিযোগ করা গ্রাহকরা নতুন নয়, এবং আপনার তাদের পরিচালনার পদ্ধতিটি হওয়া উচিত নয় (যদি না আপনার নতুন উপায় আরও ভাল হয়)।

একটি ব্লগ সংকট যোগাযোগের ক্ষেত্রেও খুব গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করতে পারে। তথ্য ভাগ করে নেওয়ার এবং আপনাকে সংবাদ চক্রের আগে থাকতে সাহায্য করার ক্ষমতা অভূতপূর্ব। অতীতে, একটি সংস্থা হিসাবে, আপনি মিডিয়ার করুণায় ছিলেন। এখন একটি ব্লগের মাধ্যমে, আপনার কাছে জনসাধারণকে সম্বোধন করার এবং আপনার, জনসাধারণ এবং আপনার স্টেকহোল্ডারদের জন্য গুরুত্বপূর্ণ বার্তাটি আপনার যতবার খুশি এবং তাৎক্ষণিকভাবে শেয়ার করার সুযোগ রয়েছে যা আপনার প্রয়োজন হতে পারে। এটি বলেছে, যদি এবং কীভাবে আপনি একটি সংকটের সময় আপনার ব্লগ ব্যবহার করেন তা হালকাভাবে নেওয়ার সিদ্ধান্ত নয়। এটি এমন একটি যা আগে থেকেই তৈরি করা উচিত যাতে একটি সংকটের সময় মূল্যবান সময় যোগাযোগের জন্য ব্লগ ব্যবহার করার যোগ্যতা নিয়ে বিতর্কে নষ্ট না হয়। সময়ের আগে একটি পরিকল্পনা তৈরি করুন এবং প্রয়োজন দেখা দিলে এটি কার্যকর করার জন্য প্রস্তুত থাকুন।

### একটি সম্পাদকীয় ফাংশন তৈরি করুন

নিশ্চিত করুন যে ব্লগটিতে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ ভয়েস আছে এবং পোস্টগুলি মৌলিক ব্যাকরণের জন্য সম্পাদনা করা হয়েছে। একজন কর্মচারী বা বাইরের একজন ফ্রিল্যান্স সম্পাদক এই পদটি পূরণ করতে পারেন। একটি অতিরিক্ত সুবিধা হল যে এটি তাদের পোস্টের গুণমান সম্পর্কে লেখকদের উদ্বিগ্ন কমাতে সাহায্য করতে পারে। ব্লগটি এমনভাবে লেখা উচিত যাতে এটি সত্যিকারের লোকেদের কথা বলার মতো শোনায়, কর্পোরেট কথা নয়।

### আপনার সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার বিকাশ করুন

আপনার চলমান সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডারের সাথে আপনার নিয়মিত বৈশিষ্ট্য এবং কলাম সমন্বয় করুন। লক্ষ্য হল আপনার ব্লগ আপনার মার্কেটিং, পিআর উদ্যোগ এবং অন্যান্য কর্পোরেট যোগাযোগের সাথে সিনক্রোনাইজ করা নিশ্চিত করা। যেখানে উপযুক্ত, আপনার বিপণনে একটি কল-টু-অ্যাকশন এবং প্রচার কোড অন্তর্ভুক্ত করুন। নির্বোধ না হলেও, এটি আপনার ফলাফল নিরীক্ষণের সাথে কিছু ট্র্যাকশন পেতে সাহায্য করতে পারে।

### সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার

সিএমআই কন্ট্রিবিউটর জেরেমি ভিক্টর হিসাবে, একটি সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার অবশ্যই আবশ্যিক: "একটি সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার সম্পর্কে আমি যে মূল বিষয়টিতে জোর দিতে চাই তা হল যে ক্যালেন্ডার তৈরির প্রক্রিয়াটি শেষ ফলাফলের চেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ, যদি না হয়।" আরও বিস্তারিতভাবে কীভাবে আপনার নিজের তৈরি করবেন তা শিখতে, কীভাবে একটি সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার একসাথে রাখবেন তা দেখুন।

একটি প্রকাশনার সময়সূচী তৈরি করুন ( "পাঁচটি কর্পোরেট ব্লগ মাস্ট-থাভস" থেকে) জেরেমি ভিস্টার দ্বারা)

একটি সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার অফার করে এমন সমস্ত সুবিধার জন্য, এটি শুধুমাত্র একটি তারিখ প্রদান করে: প্রকাশের তারিখ। এটি প্রকাশের আগে হওয়া আবশ্যিক সমস্ত ক্রিয়াকলাপের জন্য কিছুই করে না। প্রকাশনার সময়সূচী লিখুন। এটি প্রাক-প্রকাশনার বিকাশ প্রক্রিয়া এবং নিবন্ধগুলির মাইলফলক তারিখগুলির পরিকল্পনা করতে ব্যবহৃত হয়, যার মধ্যে লেখা, অনুলিপি সম্পাদনা, প্রুফিং, অনুমোদন, ব্লগ প্ল্যাটফর্মে নিবন্ধ পোস্ট করা, অপ্টিমাইজ করা ইত্যাদি। চূড়ান্ত প্রকাশনার তারিখ যাতে মিস না হয় তা নিশ্চিত করতে সময়সীমা পূরণ করতে হবে।

যেখানে প্রপস আছে সেখানে প্রপস দিন ( হেইডি কোহেনের "কিভাবে ব্লগারদের নিযুক্ত রাখা যায়" থেকে)

আপনার ব্লগারদের স্বীকৃতি দেওয়া এবং তাদের বিশেষ বোধ করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, বিশেষ করে যদি আপনি প্রকাশ করার জন্য একটি ধারাবাহিক, অর্থপূর্ণ এবং অন্তর্দৃষ্টিপূর্ণ সামগ্রী পেতে চান। বিশেষজ্ঞদের আপনার ব্লগিং দলকে নিযুক্ত রাখার জন্য এখানে কিছু ধারণা রয়েছে:

- প্রতিটি পোস্টের নীচে প্রদর্শিত হতে একটি ফটোগ্রাফ বা অন্যান্য সৃজনশীল চিত্র এবং প্রতিটি অবদানকারীর সংক্ষিপ্ত জীবনী সহ একটি বিশেষ লেখক ব্লার্ব তৈরি করুন।
- ব্লগারের ফটো, জীবনী এবং তার সমস্ত পোস্টের জন্য ছোট ব্লার্ব সহ লিঙ্কগুলি সহ একটি বিশেষ লেখকের পৃষ্ঠা তৈরি করুন। • আপনার ব্লগের সম্বন্ধে পৃষ্ঠায় ব্লগারদের অন্তর্ভুক্ত করুন।
- ব্লগারদের পোস্ট প্রচার করার সময় তাদের টুইটার হ্যান্ডেল উল্লেখ করে কোম্পানির টুইটগুলিতে ক্রেডিট দিন। এর জন্য বিশেষ প্রোগ্রামিং প্রয়োজন হতে পারে।
- আপনার মার্কেটিং ইমেলগুলিতে ব্লগারের বাই-লাইন সহ পোস্টগুলি উল্লেখ করুন। এছাড়াও, ব্লগারের লেখক পৃষ্ঠার লিঙ্ক।
- আপনার কোম্পানির ইন্ট্রানেটে ব্লগারদের অভ্যন্তরীণ স্বীকৃতি দিতে হাইলাইট করুন।
- একটি কোম্পানির বুলেটিন বোর্ডে আপনার ব্লগারদের স্পটলাইট করুন। আপনার ব্লগের জন্য অতিরিক্ত ইনপুট জিজ্ঞাসা করার জন্য এটি একটি ভাল জায়গা।
- আপনার ব্লগারদের পুরস্কৃত করুন। এর মধ্যে একজন কর্মচারীর মূল্যায়নের সুপারিশ, একটি বোনাস বা উপহারের শংসাপত্রের মতো একটি ছোট প্রণোদনা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। লক্ষ্য হল আপনার প্রশংসা দেখান।

আপনার লেখার শৈলী নির্বাচন করা

আপনার লেখার শৈলী নির্বাচন করা যুক্তিযুক্তভাবে আপনার ব্লগ তৈরির সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ। এর কারণ হল যেটি শেষ পর্যন্ত আপনার পাঠকদের আপনার ব্লগে আকৃষ্ট করবে এবং তাদের রাখবে, তা হল আপনার বিষয়বস্তু কতটা বাধ্যতামূলক এবং আপনার কথাগুলি শক্তিশালী। এটি আপনার পাঠকদের সাথে অনুরণিত হতে সাহায্য করার জন্য আপনার ব্লগের শৈলী প্রতিষ্ঠা করার কিছু উপায় এখানে রয়েছে (হেদার রাস্টের "3 টি টিপস যা আপনার ব্লগের বিষয়বস্তু পপ করতে সহায়তা করে।")

প্রথম এবং সর্বপ্রথম: "তুমি" হও

আপনার লেখার শৈলী বেছে নেওয়ার প্রথম ধাপ হল আপনার কথায় কিছু ব্যক্তিত্ব খুঁজে পাওয়া। এপি স্টাইল গাইডের সাথে দক্ষ হাত থাকার অর্থ এই নয় যে একজন লেখক হাস্যকর হতে পারেন না। একটি ব্যবসায়িক ব্লগ লালন-পালন করার সময়, আপনার বলার মতো বড়, গুরুত্বপূর্ণ জিনিস থাকতে পারে — এবং সেগুলি ভালভাবে বলুন — অস্থির না হয়ে।

ব্যবসায়িক ব্লগিং সাফল্য হল আপনার ব্র্যান্ড এবং ইমেজের জন্য উপযুক্ত এমনভাবে মানুষের অনুপ্রেরণার মধ্যে ট্যাগ করা।

এছাড়াও, নিশ্চিত করুন যে আপনার ব্লগে মন্তব্য সক্ষম করা আছে এবং নতুন মন্তব্যকারীদের সংযম ছাড়াই তাদের অন্তর্দৃষ্টি যোগ করার অনুমতি দেওয়ার কথা বিবেচনা করুন। যদি এই পথগুলি বন্ধ থাকে, তাহলে আপনি পাঠকদের কাছে "কোন বাইরের কণ্ঠস্বরকে এখানে স্বাগতম" বার্তা পাঠানোর ঝুঁকি নেবেন। এবং আপনার ব্লগ পরিচালনার অংশ হিসাবে, মন্তব্য পর্যালোচনা করা এবং সময়মত উত্তর দেওয়া কারো কাজ তা নিশ্চিত করুন। অন্যথায় মন্তব্যগুলি একধরনের ফোন কলের মতো যা বাদ দেওয়া হয়েছিল - অসন্তুষ্ট এবং সম্ভাব্য হতাশাজনক যারা মন্তব্য করতে সময় নেয়। অনেক সময় পাঠকের মন্তব্যে সোনা থাকে, তাই সোশ্যাল মিডিয়াতে অবদানকারীদের প্রচার করতে ভুলবেন না (তারা এটির প্রশংসা করবে), এবং একটি পৃথক অতিথি পোস্টে তাদের ধারণাগুলি প্রসারিত করার জন্য তাদের কাছে যাওয়ার কথা বিবেচনা করুন।



কোম্পানির উদাহরণ: SEOmoz তার কর্পোরেট ব্লগে একটি সহযোগী ব্লগ তৈরি করে: YOUmoz, যা SEOmoz সম্প্রদায়ের সদস্যদের দ্বারা লিখিত পোস্ট বৈশিষ্ট্য। পেইড সার্চ থেকে শুরু করে সোশ্যাল সার্চ, টেকনিক্যাল এসইও এবং অন-পেজ অপ্টিমাইজেশান পর্যন্ত গেস্ট পোস্টগুলো বিভিন্ন ধরনের সার্চ ইঞ্জিন অপ্টিমাইজেশান কৌশল কভার করে। পাঠকেরা ব্লগে দেওয়া ট্রেঞ্চের দৃষ্টিকোণ এবং কৌশলী পরামর্শের সাথে সনাক্ত করে। SEOmoz পোস্টগুলিতে ভোট দেওয়ার অনুমতি দেয় এবং এটি SEOmoz ব্লগের একটি বৈশিষ্ট্যযুক্ত স্থানে সর্বাধিক জনপ্রিয় পোস্টগুলিকে প্রচার করে, তাদের লেখকদের অতিরিক্ত স্বীকৃতি দেয়।

আপনার দৃষ্টিভঙ্গি প্রকাশ করুন

অনেক কোম্পানি ব্লগ লেখে যা তাদের সমস্ত ব্যক্তিত্ব থেকে ছিনিয়ে নেওয়া হয় এবং স্পষ্ট মতামত নেই। আপনার যদি নিরপেক্ষ অঞ্চলে দুই মাইল পশ্চিমে থাকে, নিজেকে জিজ্ঞাসা করুন - কেন কেউ এত বিরক্তিকর কিছু পড়বে? ঠিক যেমন আমরা এমন বন্ধু চাই যা কিছুই জন্য দাঁড়ায়, আমরা এমন কোম্পানিগুলির সাথে যোগাযোগ করতে চাই যা আমাদের মূল্যবোধ এবং আগ্রহগুলিকে প্রতিফলিত করে।



উদাহরণ স্বরূপ: ইয়ান লুরি, সিয়াটেল, ওয়াশের পোর্টেন্ট ইন্টারঅ্যাকটিভের সিইও, কথোপকথন বিপণন নামে একটি ব্লগ লেখেন। তার লেখায়, তিনি স্পষ্ট করেছেন যে তিনি ব্ল্যাক হ্যাট এসইও, এজেন্সি প্যাফারি এবং ক্লায়েন্টদের সম্পর্কে দৃঢ়ভাবে অনুভব করেন যারা বিনামূল্যে জিনিসপত্র চান, কিন্তু কোনোভাবে তার পোস্টগুলি মেরুকরণ করে না। তারা মজার এবং নিজেকে অবমূল্যায়নকারী এবং ঠিক আছে, একটু ব্যঙ্গাত্মক। কিন্তু যেহেতু ইয়ান নিজেকে নিয়ে মজা করতে পারে (এবং তার ব্যবসা সম্পর্কে এত বুদ্ধিমানভাবে লেখে), তার পোস্টগুলি অন্তত উচ্চ-হাত হিসাবে আসে না।

# লেখার সময়! কিভাবে স্টারলার তৈরি করবেন প্রতিটি পোস্টে বিষয়বস্তু

ব্লগিং বেসিক এবং সেরা অভ্যাস নিচে পান

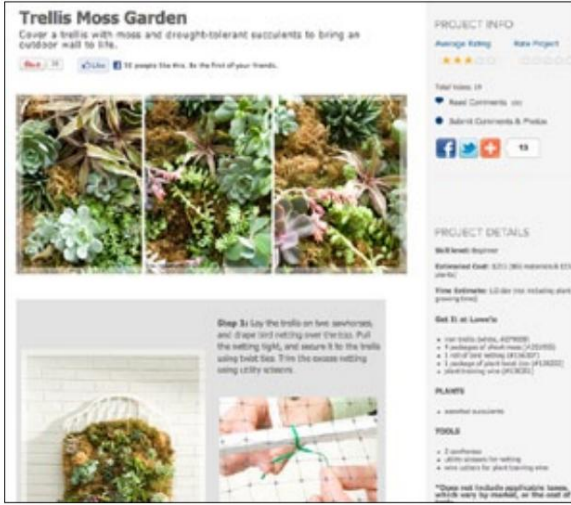
এখন পর্যন্ত এই নির্দেশিকায়, আমরা আলোচনা করেছি কী একটি ভালো ব্লগ তৈরি করে এবং কীভাবে আপনার সামগ্রিক লেখার শৈলী প্রতিষ্ঠা করা যায়। এখন আসুন একটি শক্তিশালী ব্লগ পোস্ট কিভাবে লিখতে হয় তা কভার করুন। আপনি যখন চাবিতে আপনার আঙ্গুলগুলি লাগাতে শুরু করেন তখন বিবেচনা করার জন্য এখানে সবচেয়ে মৌলিক লেখার মৌলিক বিষয়গুলির একটি তালিকা রয়েছে ( ট্রেসি গোল্ড আপনাকে এনেছে)।

1. একজন টার্গেট শ্রোতার সাথে কথা বলুন - পুরো সময়: আপনি যা বিক্রি করছেন তা কে কিনছে তা খুঁজে বের করুন এবং তাদের জন্য একটি ব্লগ পোস্ট লিখুন। এখন, আপনি থাকতে পারে আপনি বিভিন্ন শ্রোতাদের কাছে পৌঁছানোর চেষ্টা করছেন, তাই আপনাকে এই লক্ষ্য শ্রোতা কে পোস্ট থেকে পোস্টে পরিবর্তন করতে হতে পারে। তবে নিশ্চিত করুন যে প্রতিটি পৃথক ব্লগ পোস্ট শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত সামঞ্জস্যপূর্ণ।
2. সংক্ষিপ্ত এবং মিষ্টি হোন: একটি ভাল ব্লগ পোস্ট 400 - 1,000 শব্দের মধ্যে হয়; কফি বিরতির সময় হজম করা যথেষ্ট সহজ। আরো কিছু বলার থাকলে বিবেচনা করুন আপনার পোস্ট দুটি ভাগে বিভক্ত করা, অথবা আপনার ধারণা এবং ভাষাকে শক্ত করা। এবং মনে রাখবেন, কিছু ছোট হওয়ার অর্থ এই নয় যে এটি পড়া সহজ। বিষয়বস্তুকে বিভাগ বা তালিকায় কেটে পোস্টগুলিকে স্কিম করা সহজ করুন।
3. কিছু আকর্ষণীয় এবং দরকারী বলুন: একটি দ্রুত চিন্তা সম্পর্কে একটি ব্লগ পোস্ট লিখতে ঠিক আছে, তবে নিশ্চিত করুন যে এটি একটি সম্পূর্ণ চিন্তা, একটির অর্ধেক এবং অন্যটির অর্ধেক নয়। আপনি যা লিখছেন তা কি আপনার পাঠকের একটি সমস্যা সম্পর্কে চিন্তা করার উপায় পরিবর্তন করবে? একটি ধারণা উত্সাহিত? একজন সহকর্মীকে ইমেল করার যোগ্য হবেন? যদি না হয়, আপনার কাজ আছে।
4. আরাম করুন: আপনার ব্লগ সম্ভবত আপনাকে পুলিংজার পুরস্কার জিততে সাহায্য করবে না এবং এটা ঠিক আছে। যতদিন আপনার পোস্ট দরকারী, পাঠকরা আরো জন্য ফিরে আসবে।
5. শো অফ হোন: পাঠকদের বলবেন না যে আপনার কোম্পানি দুর্দান্ত; চমৎকার বিষয়বস্তু লিখুন যাতে পাঠকরাই বলে যে আপনার কোম্পানিটি দুর্দান্ত। ব্যবহার করুন আপনার পাঠকদের সাথে আস্থা তৈরি করতে প্রতিটি পোস্টে কংক্রিট, নির্দিষ্ট ভাষা এবং উদাহরণ।
6. একটি আকর্ষক শিরোনাম এবং অগ্রণী অনুচ্ছেদ রাখুন: আপনার পাঠকদের এখনই আপনার পোস্ট পড়তে আগ্রহী করে তুলুন। কিন্তু আপনার শিরোনাম এবং সঙ্গে কিছু প্রতিশ্রুতি করবেন না আপনি প্রদান করবেন না যে ভূমিকা। (আমরা কীভাবে কিছুক্ষণের মধ্যে আকর্ষক শিরোনাম তৈরি করতে পারি তা নিয়ে যাব।)
7. ভাল বিষয়বস্তুর সাথে এসইও ভারসাম্য রাখুন: বিশেষ করে শিরোনামের সাথে, আপনাকে আকর্ষণীয়তা এবং এসইও এর মধ্যে ভারসাম্য বজায় রাখতে হবে। কীওয়ার্ড দিয়ে পাঠকদের প্রাণিত করবেন না, কিন্তু সুন্দর ইউআরএল এবং মেটা বর্ণনার মতো মৌলিক বিষয়গুলিতে মনোযোগ দিন।
8. একটি কল টু অ্যাকশন (CTA) অন্তর্ভুক্ত করুন: এমনকি যদি এটি শুধুমাত্র মন্তব্য বা টুইটারে সংযোগ করার জন্য একটি কল হয়, ব্লগ পোস্টগুলি এমন কিছু দিয়ে শেষ হওয়া উচিত যা পাঠকদের একটি দিকে নিয়ে যায় পরবর্তী পর্ব. যাইহোক, পোস্টের শেষে লোকেদের কিছু কিনতে বলবেন না। ব্লগ পোস্টে হার্ড বিক্রি আপনার পাঠকদের বিশ্বাস হারাতে পারে।

আপনার পোস্টের ধরন বাছুন:

একবার আপনার পোস্টের "মাংস" কমে গেলে, এখন আপনাকে এটিকে অনন্য, আকর্ষক এবং সহজে হজম করতে হবে। এখানেই আপনার লেখা পোস্টের "প্রকার" গুরুত্বপূর্ণ, কারণ আপনি কীভাবে আপনার অবিশ্বাস্য অন্তর্দৃষ্টিগুলি সংগঠিত করেন এবং যোগাযোগ করেন তা আপনার পাঠকদের সাথে সমস্ত পার্থক্য তৈরি করতে পারে। এখানে কিছু জনপ্রিয় ব্লগ পোস্টের ধরন রয়েছে (আমরা নীচে আরও বিস্তারিতভাবে এর কয়েকটি কভার করব)।

- "কিভাবে" পোস্ট
- আখ্যানমূলক গল্প পোস্ট
- বিভাগযুক্ত পোস্ট যা সাব হেডারের একটি সিরিজ ব্যবহার করে
- একক-শৈলীর ভিডিও পোস্টগুলি প্রায়ই বই পর্যালোচনা বা প্রয়োজনের জন্য ব্যবহৃত হয়
- তালিকা



স্পটলাইট অন: কিভাবে পোস্ট করতে হয়

("আপনার ব্লগের বিষয়বস্তু পপ করতে সাহায্য করার জন্য 3 টি টিপস" থেকে হিদার রাস্ট দ্বারা)

একটি কিভাবে-পোস্ট আপনার শ্রোতাদের ব্যথার পয়েন্টগুলি সনাক্ত করার এবং তাদের এবং তাদের ব্যবসার জন্য চ্যালেঞ্জিং জিনিসগুলিকে ঠিক করার উপায় হিসাবে আপনার সামগ্রী ব্যবহার করে। এই ধরনের পোস্ট তৈরি করতে, পাঠকদের মূল্যবান সময় নষ্ট করে, তাদের সিদ্ধান্ত নেওয়ার প্রক্রিয়াকে জটিল করে, বা তাদের রাতে জাগ্রত করে এমন যাই হোক না কেন তা দেখুন।

তারপরে তাদের আরও দক্ষ, আরও উত্পাদনশীল বা আরও আত্মবিশ্বাসী হয়ে উঠতে সাহায্য করার উপায়গুলি সম্পর্কে লিখুন একটি খুব ব্যবহারিক, কীভাবে পদ্ধতিতে।

উদাহরণ স্বরূপ: Lowe's এমন একটি সাইট প্রকাশ করে যা শিক্ষামূলক, তথ্যপূর্ণ এবং অনুপ্রেরণামূলক। লোয়ের সৃজনশীল ধারণা যারা তাদের সৃজনশীল দিকটি অন্বেষণ করতে আগ্রহী কিন্তু একটি নৈপুণ্যের ধারণা কল্পনা করতে বা কাজের জন্য সঠিক উপকরণ খুঁজে পেতে তাদের কষ্ট হয় তাদের কাছে কীভাবে বাড়ির উন্নতি এবং সজ্জা প্রকল্পগুলি মোকাবেলা করা যায় তা ব্যাখ্যা করে। আগে/পরে এবং ধাপে ধাপে নির্দেশাবলী পাঠকদের তাদের লক্ষ্যগুলি কল্পনা করতে সাহায্য করে এবং সেগুলি অর্জনের পদক্ষেপগুলি ভেঙে দেয়।

স্পটলাইট অন: তালিকা

(Nate Riggs' থেকে "আরও কার্যকর সামগ্রী বিপণনের জন্য ব্লগ তালিকার 3 শৈলী আয়ত্ত করা")।

আপনার ব্লগ পোস্টগুলিকে তালিকায় সংগঠিত করা সহজ শ্রোতাদের ব্যবহারের জন্য অনুমতি দেয়। আপনার পয়েন্টগুলি সবচেয়ে সংগঠিত, সর্বোত্তম উপায়ে আপনার পাঠকদের কাছে পৌঁছেছে তা নিশ্চিত করতে, সেগুলিকে একটি তালিকা হিসাবে লেখার কথা বিবেচনা করুন। এখানে 3টি সবচেয়ে সাধারণ, এবং কার্যকর, তালিকার প্রকারগুলি রয়েছে:

1. সংক্ষিপ্ত তালিকা: এগুলি এমন বুলেট যা সাধারণত সংক্ষিপ্ত বিবৃতি হয় যার সামান্য বর্ণনা কিন্তু প্রচুর জোর দেওয়া হয়। প্রতিটি বুলেট পয়েন্টে একটি লিঙ্ক থাকতে পারে

আরেকটি অনলাইন সম্পদ; একজন ব্যক্তির প্রোফাইল, ব্লগ বা কোম্পানির লিঙ্ক; বা এমনকি একটি বড় প্রক্রিয়ার একটি ধাপ। তবে নাম দেখে বিভ্রান্ত হবেন না। সংক্ষিপ্ত তালিকাগুলি সাধারণত তালিকায় কম আইটেম সহ পোস্টগুলির তুলনায় মোট দৈর্ঘ্য দীর্ঘ হয়।

- উপকারিতা: যদি পোস্টে মানসম্পন্ন এবং প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু থাকে, তাহলে তালিকার এই শৈলী পাঠকদের পোস্ট বুকমার্ক করতে প্রলুব্ধ করতে পারে যাতে রাস্তার নিচে একটি সংস্থান হিসাবে তালিকাটি ব্যবহার করা যায় বা তাদের নিজস্ব নেটওয়ার্কে শেয়ার করা যায়। মনে রাখবেন যে দীর্ঘ তালিকার জন্য সংখ্যাযুক্ত বুলেটগুলি ব্যবহার করা সর্বোত্তম যাতে আপনার পাঠকরা মনে করেন বিষয়বস্তুটি কিছুটা ক্রমিক এবং এর মোট যোগফল রয়েছে।
- উদাহরণ: স্টার্টআপ কালচার: নেটফ্লিক্স কালচার ডেক থেকে 23টি অন্তর্দৃষ্টি - ধর্মেশ শাহ

2. বিস্তারিত তালিকা: প্রতিটি বুলেট একটি সম্পূর্ণ চিন্তা। বর্ণনার উপর জোর দেওয়ার কারণে, এই তালিকাগুলি সাধারণত কম সংখ্যক বুলেট বহন করে এবং সামগ্রিক পোস্ট ছোট।

- উপকারিতা: পোস্টের এই স্টাইল জটিল তথ্য যোগাযোগের ক্ষেত্রে চমৎকার। আপনি যাদের জন্য তাদের তালিকা তৈরি করতে বিস্তারিত তালিকা ব্যবহার করা যেতে পারে সংক্ষিপ্ত গল্প, জীবনী বা এমনকি প্রশংসাপত্র শেয়ার করতে চাই।
- উদাহরণ: আপনার Facebook অভিজ্ঞতা শাসন করতে EdgeRank ব্যবহার করার 9টি উপায় - নেট রিগস

3. হাইব্রিড তালিকা: এটি সংক্ষিপ্ত এবং বিশদ তালিকার উপাদানগুলিকে একত্রিত করে, প্রায়শই বর্ণনামূলক বর্ণনা বা প্রকৃত তালিকাগুলির মধ্যে অনুচ্ছেদ হিসাবে ব্যাখ্যা সহ। • উপকারিতা: কিছু তালিকায়, বিষয়বস্তুর জন্য ধারণা বা প্রয়োজনীয়তার পরিচয় দিতে এবং পাঠকদের কাছে লেখককে দৃশ্যমানভাবে সনাক্ত করতে ভিডিও ব্যবহার করা যেতে পারে। ভিডিও করতে পারেন
- প্রকৃত তালিকা বুলেটগুলিকে যোগাযোগ করতে ব্যবহার করা হবে, তবে আপনার মনোলোগে উল্লেখ করা আইটেমগুলির কোনও লিঙ্ক অন্তর্ভুক্ত করতে ভুলবেন না।
- উদাহরণ: ইনোভেশন ব্লক - "ব্যবসায়িক উদ্ভাবন থেকে NO গ্রহণ করা" — মাইক ব্রাউন

গেট-গো থেকে পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করুন (একটি দুর্দান্ত শিরোনাম তৈরি করুন)

(কেলি রিভসের অন্তর্দৃষ্টি সহ)

এমনকি একটি দুর্দান্ত পোস্ট, সবচেয়ে যৌক্তিক, সংগঠিত উপায়ে লেখা, এটি একটি অবিশ্বাস্য শিরোনাম না থাকলে পড়া নাও হতে পারে। এবং সর্বোপরি, এত সময় ব্যয় করার পরিকল্পনা এবং সামগ্রী তৈরি করার পরে, পাঠকদের জন্য আপনার দুর্দান্ত সামগ্রীটি মিস করা লজ্জার কারণ আপনার শিরোনামটি তাদের নজরে পড়েনি।

পাঠকদের আসলে কিসের মাধ্যমে ক্লিক করা হয় সে সম্পর্কে আরও জানতে, আউটব্রাইন, শীর্ষ প্রকাশকের সাইটগুলিতে বিষয়বস্তু সুপারিশ পরিবেশনকারী একটি বিষয়বস্তু আবিষ্কার প্ল্যাটফর্ম, আমাদের প্ল্যাটফর্ম জুড়ে প্রস্তাবিত 150,000 নিবন্ধের শিরোনাম বা শিরোনামের ডেটা দেখেছে। এই গবেষণার উদ্দেশ্য ছিল বিষয়বস্তু প্রকাশক এবং বিপণনকারীদের শিরোনাম বৈশিষ্ট্যগুলির অন্তর্দৃষ্টি প্রদান করা যা পছন্দসই ক্লিক-থ্রু পায়। এখানে আমাদের ফলাফল আছে.

দৈর্ঘ্য বিষয়	আটটি শব্দ সহ একটি শিরোনাম সেরা পারফর্ম করেছে। এই শিরোনামগুলি গড়ের তুলনায় 21% বেশি ক্লিক-থ্রু রেট পেয়েছে।
ছবি ক্লিক পেতে	আউটব্রাইনের ডেটা বিশ্লেষণ দেখিয়েছে যে পাঠকরা চিত্র সহ বিষয়বস্তুর প্রতি আকৃষ্ট হয়। থামনেইল লোগোর চেয়ে ভালো কাজ করেছে এবং ক্লিক-থ্রু রেট 27% বৃদ্ধি পেয়েছে।
একটি টুইস্ট সঙ্গে তালিকা	তালিকা এবং ফটো গ্যালারীগুলি সাধারণত আরও বেশি পৃষ্ঠা ভিউ চালায়, তবে তারা আরও ক্লিক-থ্রুও পায়। জোড় সংখ্যার শিরোনামগুলির তুলনায় বিজোড় সংখ্যায়ুক্ত শিরোনামগুলির ক্লিক-থ্রু হার 20% বেশি ছিল।
আরও গভীরে যাচ্ছে	শিরোনামে একটি কোলন বা হাইফেন — একটি সাবটাইটেল নির্দেশ করে — শিরোনাম ছাড়াই 9% ভাল পারফর্ম করেছে।
প্রশ্ন কাজ	প্রশ্নবোধক চিহ্ন দিয়ে শেষ হওয়া শিরোনামগুলিতে বিস্ময় চিহ্ন বা পিরিয়ড দিয়ে শেষ হওয়া শিরোনামগুলির চেয়ে বেশি ক্লিক-থ্রু রেট ছিল। আপনি যদি সত্যিই একটি বিস্ময় চিহ্ন ব্যবহার করার তাগিদ অনুভব করেন, আমাদের গবেষণায় দেখা গেছে যে তিনটি (!!!) অন্যান্য সমস্ত বিরাম চিহ্নের তুলনায় প্রায় দ্বিগুণ ক্লিক পেয়েছে।

একবার আপনি আপনার শিরোনাম নির্বাচন করা শেষ করলে- আপনার কাজ শেষ! কিন্তু এখন কি? এখন, আসল কাজ শুরু হয়... কারণ আপনার ব্লগের সর্বাধিক ব্যবহার করার জন্য আপনাকে এটিকে প্রচার করতে হবে এবং সর্বাধিক প্রভাবের জন্য এটিকে লিভারেজ করতে হবে।

## জন্য প্রচার এবং লিভারেজ সর্বাধিক সামগ্রী এক্সপোজার

আপনার ব্লগ পোস্ট লেখা মাত্র শুরু. আপনি "প্রকাশ করুন" হিট করার পরে আপনার কাছে দুটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ কাজ রয়েছে: আপনার ব্লগ পোস্টের প্রচার করা এবং অতিরিক্ত সামগ্রী বিপণন উদ্যোগের জন্য এটির সামগ্রীর ব্যবহার। এই উভয় ক্রিয়াকলাপ নিশ্চিত করবে যে আপনার কাছে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ, এবং ব্যাপকভাবে পঠিত, বিষয়বস্তুর পরিমাণ রয়েছে যা আপনার কোম্পানিকে শিল্প চিন্তার নেতা হিসাবে অবস্থান করে। শুরু করার জন্য, আসুন আপনার সম্পূর্ণ পোস্টের প্রভাব এবং এক্সপোজারকে কীভাবে সর্বাধিক করা যায় তা কভার করি।

এমনকি মহান বিষয়বস্তু অলঙ্কিত যেতে পারে

বাস্তবে, শুধুমাত্র আপনি এবং আপনার RSS গ্রাহকরা আপনার পোস্ট জানেন। কিছুক্ষণ পরে, একটি সার্চ ইঞ্জিন স্পাইডার আসবে এবং আপনার পোস্টটি একই বিষয়ের সাথে সম্পর্কিত অন্যান্য হাজার হাজার ওয়েব পৃষ্ঠাগুলির মধ্যে সার্চ-ইঞ্জিন অবস্থানের জন্য জাকি করা শুরু করবে। অবশ্যই, আপনার পোস্ট সম্ভবত যুগান্তকারী, কিন্তু Google কয়েক মাস ধরে এটি বের করতে পারেনি।

আপনার অর্গানিক ভলিউম বাড়ানোর জন্য শুধুমাত্র সার্চ ইঞ্জিন এবং মুষ্টিমেয় গ্রাহকদের উপর নির্ভর করার পরিবর্তে, বিষয়বস্তু প্রকাশকদের সিন্ডিকেশন সংযোগ স্থাপন করতে হবে এবং কিছু লক্ষ্যযুক্ত প্রচারের পরিকল্পনা করতে হবে যাতে প্রতিটি বিষয়বস্তু মূল প্রভাবক এবং আপনার আদর্শ গ্রাহকদের নজরে পড়ে।

আপনার বিষয়বস্তু নজরে আনতে আপনাকে সাহায্য করার জন্য, একটি নতুন ব্লগ পোস্ট লেখার পরে আপনাকে যে মূল কাজগুলি করতে হবে তা এখানে রয়েছে।

আপনি একটি নতুন ব্লগ পোস্ট লেখার পরে 12টি করণীয় ব্রডি ডরল্যান্ডের মূল পোস্ট থেকে অভিযোজিত

### 1. এসইও / কীওয়ার্ড ইন্টিগ্রেশন

আপনার বিষয়বস্তু যেমন ভাল হতে পারে, তবে সামান্য কীওয়ার্ড গবেষণা এবং একীকরণ সার্চ ইঞ্জিন র‍্যাঙ্কিং এবং ট্র্যাফিকের উপর একটি বড় প্রভাব ফেলতে পারে। আপনার সামগ্রীর মাধ্যমে স্ক্যান করুন এবং আপনার পোস্টে কভার করা প্রধান বিষয়গুলি বেছে নিন। Google Adwords-এর বিনামূল্যের কীওয়ার্ড সাজেশন টুলে সেই পদ/শব্দগুলি প্লাগ করুন। সবচেয়ে জনপ্রিয় অনুসন্ধান পদ এবং বাক্যাংশ এবং শব্দের বৈচিত্র্যের নোট নিন। আপনার বিষয়বস্তুতে ফিরে যান এবং আপনার পোস্টের শিরোনাম, বিষয়বস্তু, মেটা বিবরণ এবং ট্যাগগুলিকে সেই জনপ্রিয় পদ/বাক্যাংশগুলির সাথে সুন্দর করার চেষ্টা করুন।



## 2. সিডিকেশন

একটি ব্লগের সবচেয়ে শক্তিশালী এবং ভুল বোঝার প্রক্রিয়াগুলির মধ্যে একটি হল এর RSS ফিড। এই সত্যিই সহজ সিডিকেশন পদ্ধতি আপনাকে স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার ব্লগের বিষয়বস্তু বিভিন্ন সামাজিক নেটওয়ার্কিং সাইট সহ বিভিন্ন স্থানে ফিড করতে দেয়।

আমাকে অন্যভাবে বলতে দিন। যখন আপনার RSS ফিড ইউআরএল আপনার সোশ্যাল নেটওয়ার্কিং সাইট বা প্রোফাইলে প্লাগ করা হয়, তখন আপনার নতুন ব্লগ পোস্টে "প্রকাশ করুন" চাপলে সেই বিষয়বস্তুর একটি স্বয়ংক্রিয় "পুশ" সেই সাইটগুলিতে পাঠানো হয়। এটি উল্লেখযোগ্যভাবে আপনার নাগালের প্রসারিত করতে পারে এবং ম্যানুয়ালি সামগ্রী পোস্ট করার পরিবর্তে আপনার ঘন্টার সময় বাঁচাতে পারে।

এছাড়াও মনে রাখবেন যে এই ধাপটি এককালীন সেটআপের বেশি। একবার আপনি আপনার সোশ্যাল সাইটগুলিতে আরএসএস সংযোগ স্থাপন করলে, আপনাকে আবার এটি করতে হবে না। শুরু করার জন্য, আপনার ব্লগের RSS URL সনাক্ত করুন এবং এটি নিম্নলিখিতগুলিতে প্লাগ করুন:

- Facebook ব্যবসায়িক পৃষ্ঠা - আপনার অ্যাপ্লিকেশন এলাকায়, "সামাজিক RSS" অ্যাপ্লিকেশন অনুসন্ধান করুন এবং আপনার ফেসবুক পৃষ্ঠার ওয়ালে স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার বিষয়বস্তু প্রকাশ করার জন্য এটি সেট আপ করুন।
- লিঙ্কডইন ব্যক্তিগত প্রোফাইল - আপনার প্রোফাইল পৃষ্ঠার অ্যাপ্লিকেশন বিভাগে "ব্লগ লিঙ্ক" বা "ওয়ার্ডপ্রেস" সন্ধান করুন এবং আপনার লিঙ্কডইন প্রোফাইলে আপনার সামগ্রী স্বয়ংক্রিয়ভাবে পোস্ট করার জন্য এটি সেট আপ করুন। আপনার সমস্ত কর্মচারীদেরও এটি করতে বলতে ভুলবেন না। আপনার যদি প্রচুর কর্মচারী থাকে তবে আপনার সম্ভাব্য নাগালের বৃদ্ধি বিশাল হতে পারে।
- প্লাক্সো - যদিও তেমন জনপ্রিয় নয়, প্লাক্সো হল আরেকটি দুর্দান্ত ব্যবসায়িক নেটওয়ার্কিং সাইট যা "একটি ফিড যোগ করা" এবং আপনার ব্লগে প্লাগ করা সত্যিই সহজ করে তোলে বিষয়বস্তু স্বয়ংক্রিয়ভাবে।
- নিং কমিউনিটি সাইট - যদি আপনার মাছ ধরার কোনো গর্ত নিং প্ল্যাটফর্মে নির্মিত হয়, তাহলে আপনি "আরএসএস যোগ করুন" উইজেট অন্তর্ভুক্ত করে আপনার ফিড প্লাগ-ইন করতে পারেন আপনার প্রোফাইল পৃষ্ঠায়।
- অন্যান্য সোশ্যাল নেটওয়ার্কিং সাইট - আরও অনেক সোশ্যাল সাইট আছে যেগুলি আপনাকে আপনার ব্লগের RSS ফিডে প্লাগ ইন করতে দেয়। এই বিকল্পের জন্য আপনার সাইটগুলি ঘনু।

## 3. আপনার পোস্টের URL ছোট করুন

এই পদক্ষেপটি শুধুমাত্র টুইটারে লিঙ্ক পোস্ট করার জন্য প্রযোজ্য, কিন্তু ইউআরএল সংক্ষিপ্তকরণ পরিষেবাগুলির অনেকগুলিতে বিশ্লেষণ (ক্লিক-থ্রু ট্র্যাকিং) যোগ করার সাথে, আপনার যেকোনো সামাজিক সাইটে একটি সংক্ষিপ্ত URL পোস্ট করা একটি স্মার্ট কৌশল।

এখানে কিভাবে এটা কাজ করে:

- আপনার নতুন ব্লগ পোস্টের URL কপি করুন, এটিকে একটি URL শর্টনারে পেস্ট করুন যা বিশ্লেষণ করে (Bit.ly, Ow.ly, Cli.gs)।
- যেকোনো স্ট্যাটাস আপডেট, লিঙ্ক পোস্টিং বা টিজারে সংক্ষিপ্ত URL ব্যবহার করুন যা আপনি সম্পাদন করার পরিকল্পনা করছেন।
- ক্লিক পরিসংখ্যান, ভৌগলিক এবং রেফারিং সাইটের ডেটার জন্য আপনার URL সংক্ষিপ্তকারী অ্যাকাউন্ট চেক করুন আপনার লিঙ্ক কিছুক্ষণ পরে।

#### 4. স্ট্যাটাস আপডেট

যদিও এটি বেশ সুস্পষ্ট মনে হতে পারে, এটি এত সহজ নয়। অবশ্যই, আপনি আপনার সমস্ত সামাজিক সাইটের স্ট্যাটাস বাক্সে আপনার ব্লগ পোস্টের শিরোনামটি টাইপ করতে পারেন, আপনার সংক্ষিপ্ত লিঙ্কটি অন্তর্ভুক্ত করতে পারেন এবং এটিকে ভাল বলতে পারেন। কিন্তু এটি আপনাকে সবচেয়ে বেশি ক্লিক নাও পেতে পারে।

উপলব্ধি করুন যে প্রতিটি সামাজিক সাইট একটু আলাদা (পরিবেশ, সামাজিক শিষ্টাচার, দর্শক জনসংখ্যা / সাইকোগ্রাফিক্স)। প্রতিটি সম্প্রদায়ের জন্য আপনার স্ট্যাটাস/শিরোনাম তৈরি করা একটি বড় পার্থক্য আনতে পারে।

আপনাকে আরও মনে রাখতে হবে যে আপনি যখন একটি স্ট্যাটাস আপডেটের মাধ্যমে আপনার নতুন বিষয়বস্তু পোস্ট করেন, তখন আপনার বন্ধু/অনুগামীদের একটি ছোট শতাংশ আসলেই সেটি দেখার জন্য অনলাইনে থাকবে। আপনার অনুসারীদের আপনার নতুন পোস্ট দেখার এবং পড়ার সম্ভাবনাকে সর্বাধিক করার জন্য, আপনাকে বিভিন্ন দিনে এবং বিভিন্ন সময়ে একাধিক আপডেট পাঠাতে হতে পারে। আপনি প্রতিবার বিভিন্ন শিরোনামও ব্যবহার করতে চাইবেন কারণ একই পোস্ট একাধিকবার পাঠানোর জন্য আপনি টুইটার থেকে নিষিদ্ধ হতে পারেন।

- উৎপাদনশীলতা টিপ: সেখানে অনেক টুল রয়েছে যা আপনাকে ভবিষ্যতে যেকোনো সময় আপনার আপডেটগুলি সেট আপ করতে এবং সময়সূচী করতে দেয় (Hootsuite, Twuffer, Later Bro)। আমি প্রায়ই সারা সপ্তাহে পোস্ট করার জন্য বিভিন্ন শিরোনাম বৈচিত্র্য সহ চার থেকে পাঁচটি আপডেটের সময়সূচী করব।

#### 5. অন্যান্য সাইটে বিষয়বস্তু টিজার

বেশিরভাগ সোশ্যাল নেটওয়ার্কিং সাইট এবং অনলাইন ফোরামগুলি ততক্ষণ পর্যন্ত বিষয়বস্তু প্রচারের অনুমতি দেয় যতক্ষণ না এটি মূল্যবান, সম্প্রদায়ের সাথে প্রাসঙ্গিক এবং নিরলঙ্ঘন স্ব-প্রচার নয়। কয়েকটি উদাহরণ:

- লিঙ্কডইন গ্রুপ ফোরাম
- লিঙ্কডইন উত্তর
- ফেসবুক গ্রুপ
- নিং কমিউনিটি গ্রুপ ফোরাম
- কুলুঙ্গি শিল্প ফোরাম

একটি দুর্দান্ত কৌশল হল আপনার ফোরাম পোস্টের শিরোনাম হিসাবে একটি আকর্ষণীয় শিরোনাম বা প্রশ্ন লিখুন, তারপরে আপনার সংক্ষিপ্ত URL দ্বারা অনুসরণ করা কিছু চিত্রাশীল মন্তব্য অন্তর্ভুক্ত করুন। সবশেষে, আলোচনা চালিয়ে যেতে পাঠকদের ফোরামে প্রতিক্রিয়া জানাতে বলুন।

#### 6. সামাজিক বুকমার্কিং

যদিও এই কৌশলটিতে ব্যবহৃত অশ্বশক্তি নেই, জনপ্রিয় সামাজিক বুকমার্কিং সাইটগুলিতে (ডিগ, স্টাম্বলআপন, সুস্বাদু, ইত্যাদি) আপনার সামগ্রী পোস্ট করা এখনও ট্র্যাফিক, ব্যাকলিংক এবং সামগ্রিক এক্সপোজারের একটি দুর্দান্ত উত্স হতে পারে। সোশ্যাল বুকমার্কিংকে পিয়ার-রিভিউ কন্টেন্ট হিসেবে ভাবুন। যদি অন্যরা বুকমার্ক/

আপনার বিষয়বস্তু খনন করেন, আপনি যত বেশি এক্সপোজার পাবেন এবং অন্যদের আপনার সাথে লিঙ্ক করার বা তাদের সাইটে আপনার সামগ্রী উল্লেখ করার জন্য আপনার কাছে তত বেশি সুযোগ থাকবে।

#### 7. অনুরূপ বিষয় সহ অন্যান্য ব্লগে অনুসন্ধান করুন এবং মন্তব্য করুন।

অন্যান্য ব্লগে সহায়ক, মূল্যবান মন্তব্য প্রদান করা ট্রাফিক জেনারেট করার, সম্পর্ক গড়ে তোলা, অনুসরণ করা এবং ব্যাকলিংক যোগ করার একটি দুর্দান্ত উপায় হতে পারে। আপনি যদি সবেমাত্র একটি বিষয়ের উপর একটি ব্লগ পোস্ট শেষ করে থাকেন, তাহলে একই বিষয়ে অন্যান্য ব্লগ পোস্টগুলি খুঁজতে দ্রুত অনুসন্ধান করার জন্য এখনই উপযুক্ত সময়। অন্যান্য পোস্টে কি এমন কিছুর অভাব রয়েছে যা আপনি আপনার পোস্টে কভার করেছেন? একটি প্রকৃত, অ-স্ব-প্রচারমূলক উপায়ে আপনার দৃষ্টিভঙ্গি যোগ করুন। যদি মন্তব্য ফর্মটি আপনার ওয়েবসাইটের URL জানতে চায়, তাহলে আপনার ব্লগের URL-এ পেস্ট করুন।

#### 8. টুইটারে খোঁজ করুন এবং সহায়তা করুন

অনুগত টুইটার অনুসারীদের একটি সম্প্রদায় গড়ে তোলার জন্য প্রকৃত সহায়তা হল অন্যতম সেরা উপায়। আপনি যখন পোস্ট করেন, তখন টুইটারে ঝাঁপিয়ে পড়ুন এবং একটি বাক্যাংশের জন্য অনুসন্ধান করুন যেমন, "আমার ব্লগের প্রচারে সহায়তা প্রয়োজন।" ফলস্বরূপ টুইটগুলি স্ক্যান করা সম্ভবত সাহায্যের জন্য পৌঁছানো লোকদের সাহায্য করার জন্য বেশ কয়েকটি সুযোগ দেবে। কিছু প্রকৃত উপদেশ এবং সংক্ষিপ্ত ব্লগ URL দিয়ে তাদের উত্তর দিন। ফলাফল প্রায়ই একটি নতুন টুইটার অনুসরণকারী, আপনার ব্লগের একটি নতুন গ্রাহক এবং একটি ব্লগ মন্তব্য।

#### 9. ইমেল স্বাক্ষর

আরেকটি শক্তিশালী সামান্য কৌশল হল আপনার সাম্প্রতিক ব্লগ পোস্টের শিরোনাম আপনার ইমেল স্বাক্ষরে যোগ করা। অনেক ইমেল প্ল্যাটফর্মে এখন নিফটি ছোট অ্যাপ (Gmail-এর জন্য Wisestamp) রয়েছে যা আপনার সাম্প্রতিক ব্লগ পোস্টের শিরোনামটি স্বয়ংক্রিয়ভাবে আপনার ইমেল স্বাক্ষরে টানবে। আপনার যদি প্রয়োজন হয় তবে ম্যানুয়ালি করুন। আপনি কখনই জানেন না যে কখন একজন সম্ভাব্য, বিক্রেতা বা ক্লায়েন্ট এমন একটি পোস্ট পড়তে পারে যা একটি কথোপকথন সৃষ্টি করে বা একটি সুযোগ তৈরি করে।

#### 10. লক্ষ্য গ্রাহকদের সাথে আপনার ব্লগ পোস্ট শেয়ার করুন

আপনি এইমাত্র একটি ব্লগ পোস্ট তৈরি করেছেন যা আপনি জানেন যে নির্দিষ্ট গ্রাহকদের জন্য উপকারী হবে। তুমি किसের জন্য অপেক্ষা করছো? তাদের সংক্ষিপ্ত URL এবং একটি নোট সহ একটি ইমেল পাঠান, "মনে হয়েছে এটি সত্যিই আপনার ব্যবসায় সাহায্য করতে পারে।" তারপরে তারা এটিতে ক্লিক করেছে কিনা তা দেখতে বিশ্লেষণগুলি পরীক্ষা করুন।

#### 11. আপনার পরবর্তী ই-নিউজলেটারে আপনার ব্লগ পোস্ট যোগ করুন

আপনার যদি একটি ই-নিউজলেটার থাকে, তাহলে আপনাকে অন্তত আপনার ব্লগের কিছু বিষয়বস্তু অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। কয়েকটি পোস্টের শিরোনাম/টিজার অন্তর্ভুক্ত করুন এবং দেখুন কোন পোস্টগুলি সর্বাধিক ক্লিক পায়। আপনি হয়তো দেখতে পাবেন যে আপনাকে এমন একটি বিষয়ে কিছু ফলো-আপ ব্লগ পোস্ট করতে হবে যা প্রচুর ক্লিক পেয়েছে।

#### 12. অন্য ব্লগারদের আপনার পোস্ট উল্লেখ করতে বলুন

আপনার স্থানের অন্যান্য ব্লগারদের সাথে সম্পর্ক তৈরি করা এবং তাদের ব্লগ সম্পর্কে বা আপনার পোস্টের সাথে লিঙ্ক করতে বলা আপনার নাগাল প্রসারিত করার একটি দুর্দান্ত উপায় হতে পারে। উচ্চ-মানের ব্যাকলিংক এবং সার্চ ইঞ্জিন র‍্যাঙ্কিং, ব্লগ ট্রাফিক এবং গ্রাহকদের বড় লাফের আকারে প্রচারমূলক প্রচেষ্টার বিনিময়ে একটি বড় লাভ হতে পারে।

আপনি চেকলিস্টের মধ্য দিয়ে গেছেন, এবং আপনার পোস্ট প্রকাশ করেছেন। এখন কি?

একটি ব্লগ পোস্ট প্রকাশ করা, এবং পড়া, একটি চ্যালেঞ্জ এবং নিজেই। কিন্তু একটি পোস্টের "সেট এবং ভুলে যান" মানসিকতা একটি বিপজ্জনক, কারণ আপনি টেবিলে কিছু অবিশ্বাস্য বিষয়বস্তু রেখে যেতে পারেন। পরিবর্তে, অন্যান্য বিষয়বস্তু বিপণন প্রচেষ্টার জন্য আপনার ব্লগ পোস্ট থেকে সামগ্রী ব্যবহার করার উপায় সম্পর্কে চিন্তা করুন। এটি নিশ্চিত করবে যে আপনি আপনার ব্লগের জন্য যে সময়, সংস্থান, গবেষণা এবং অন্যান্য অন্তর্দৃষ্টি সংগ্রহ করেছেন তার থেকে আপনি সবচেয়ে বেশি সুবিধা পাচ্ছেন।

অবিরত বিষয়বস্তু বিপণন সাফল্যের জন্য আপনার পোস্ট ব্যবহার

টম পিসেলোর মূল পোস্ট থেকে অভিযোজিত

"কন্টেন্ট লিভারেজ" বলতে আমরা কী বুঝি?

কন্টেন্ট লিভারেজ কন্টেন্টের প্রতিটি অংশ থেকে বিনিয়োগের সর্বোচ্চ রিটার্ন পেতে একাধিক উপায়ে কন্টেন্টের প্রতিটি অংশ ব্যবহার করছে। স্পষ্টতই, বিষয়বস্তু মূল্যবান নয় যদি না ক্রেতারা এটি সম্পর্কে সচেতন হয় এবং উপাদানটির সাথে জড়িত থাকে। এর জন্য বিপণনকারীদের নতুন, ইন্টারেক্টিভ উপায়ে এবং চ্যানেলে সামগ্রী সরবরাহ করতে হবে। নিউটনের প্রথম সূত্র থেকে ধার করে, গতির বিষয়বস্তু গতিশীল থাকবে এবং ফলস্বরূপ আরও কার্যকর হবে।

ধাপ 1: কন্টেন্ট ডেরিভেটিভ ডেভেলপ করা

একজন নির্বাহী গ্রাহক এবং সম্ভাবনার সমীক্ষা থেকে নতুন গবেষণার উপর ভিত্তি করে একটি বাধ্যতামূলক ব্লগ নিবন্ধ লিখেছেন। ব্লগ পোস্ট ব্যাখ্যা করে কিভাবে গবেষণার ফলাফলগুলি একটি গুরুত্বপূর্ণ ক্রেতার সমস্যাকে উন্মোচন করে, বিক্রেতার সমাধানের জন্য বাজারের প্রয়োজনীয়তা যাচাই করে এবং গবেষণায় চিহ্নিত সমস্যাগুলি সমাধানের জন্য সমাধানগুলি বিদ্যমান রয়েছে তা হাইলাইট করে।

একটি গবেষণা-কেন্দ্রিক পোস্ট ক্রয় চক্রের প্রাথমিক পর্যায়ে ক্রেতাদের জানাতে সাহায্য করে যে উন্নতি করার জন্য সমাধান উপলব্ধ। এই পরিস্থিতিতে, বিপণনকারীরা সামগ্রী ডেরাইভেটিভগুলি বিকাশ করতে পারে যেমন:

- 1) হোয়াইট পেপার গবেষণা করুন: মার্কেটিং টিম একটি সাদা কাগজ তৈরি করতে মূল ব্লগ পোস্টের উপর ভিত্তি করে অতিরিক্ত সামগ্রী তৈরি করে। তবে সেই গবেষণার কথা মাথায় রাখুন ক্রেতারা ছোট সাদা কাগজ পছন্দ করে নির্দেশ করে; প্রস্তাবিত দৈর্ঘ্য চার থেকে ছয় পৃষ্ঠা।
- 2) ইনফোগ্রাফিক: গবেষণা এবং সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি এমন ডেটা চিত্রিত করার জন্য বিষয়বস্তুকে একটি ইনফোগ্রাফিকে রূপান্তর করার পরামর্শ দেয় যা দ্রুত বোঝা যায় এবং একটি কল টু অ্যাকশন উন্নত করে। একটি ইনফোগ্রাফিক উপাদান ডেটাকে "জীবনে আসতে" করার জন্য সাদা কাগজ এবং অন্যান্য উপকরণে বোনা যেতে পারে।
- 3) পাওয়ারপয়েন্ট: উপস্থাপনা হল বাজারের সুযোগের উপর গবেষণার ফলাফলের একটি ওভারভিউ, সাদা কাগজের একটি সারাংশ এবং নির্বাহীর সেবা অনুশীলনের সুপারিশ, যা স্লাইডশোয়ারে আপলোড করা যেতে পারে।
- 4) লাইভ এবং অন-ডিম্যান্ড ওয়েবিনার: এক্সিকিউটিভ একটি লাইভ ওয়েবিনার উপস্থাপন করার জন্য পাওয়ারপয়েন্টের সাহায্য করে, যা অন-ডিম্যান্ড প্লেব্যাকের জন্যও রেকর্ড করা হয়।

সংক্ষিপ্ত এবং আকর্ষক ভিডিওগুলির একটি সিরিজ তৈরি করতে এক্সিকিউটিভকে প্রয়োত্তর আকারে সাক্ষাত্কার নেওয়া হয় এবং পডকাস্ট। তৈরি করছে প্রতিটি ইন্টারভিউয়ের ট্রান্সক্রিপ্ট অতিরিক্ত কন্টেন্ট লিভারেজ প্রদান করতে পারে।

আজকের ব্যস্ত ক্রেতাদের সংযোগ এবং সম্পৃক্ততা উন্নত করতে, আরও বিপণনকারী প্রথাগত বিকল্পগুলিকে ছাড়িয়ে ইন্টারেক্টিভ মিডিয়ার সুবিধা নিতে চলেছে যেমন:

- 1) মাইক্রোসাইট: বিপণন দল একটি সর্বোত্তম অনুশীলন মাইক্রোসাইটের সাথে সম্পর্কিত গবেষণা এবং পরামর্শের একটি সংগ্রহ তৈরি করে এবং প্রকাশ করে, ক্রেতাদের যাত্রার মাধ্যমে প্রতিটি ধাপ সহজতর করার জন্য ক্রেতাদের একটি একক সংস্থান প্রদান করা।
- 2) ইবুক: দলটি মূল সাদা কাগজ রূপান্তর করে বিষয়বস্তু এবং পাওয়ারপয়েন্ট একটি দৃশ্যত আকর্ষক ই-বুকে, গবেষণার একটি ইন্টারেক্টিভ ওভারভিউ, এবং মূল বিষয়গুলি যা একজন নির্বাহী প্রধান ধারণা এবং সুপারিশগুলি বুঝতে দ্রুত পড়তে পারেন।
- 3) মোবাইল বিষয়বস্তু/অ্যাপ্লিকেশন: টিম গবেষণাটিকে মোবাইলের জন্য অপ্টিমাইজ করা সামগ্রীতে রূপান্তর করে ডিভাইস তৈরি করে এবং একটি "সমাধান ফাইন্ডার" অ্যাপ্লিকেশন তৈরি করে যাতে ব্যবহারকারীদের সঠিক সমাধান খুঁজে পেতে সহায়তা করে যার ভিত্তিতে গবেষণার অংশটি গ্রাহকদের নির্দিষ্ট অগ্রাধিকার / ব্যথার পয়েন্টগুলির সাথে মেলে।
- 4) মাল্টি-মিডিয়া হোয়াইট পেপার: দলটি এমবেডেড ভিডিও এবং পডকাস্ট রেকর্ডিং সহ সাদা কাগজের উপস্থাপনাকে উন্নত করে, ক্রেতাদের নির্বাহীর সাথে আরও সংযুক্ত বোধ করতে সহায়তা করে।
- 5) ইন্টারেক্টিভ শ্বেতপত্র: আজকের ক্রেতারা বিষয়বস্তুকে আরও প্রাসঙ্গিক এবং সংক্ষিপ্ত করতে চান। একটি ব্যক্তিগতকৃত সাদা কাগজ সরবরাহ করার জন্য, বিপণন দলের প্রতিটি ক্রেতার জন্য সামগ্রী একত্রিত করা এবং কাস্টমাইজ করা বিবেচনা করা উচিত। এই বিষয়বস্তু কাস্টমাইজেশনটি পিভট পয়েন্টগুলিতে তৈরি করা যেতে পারে, যা ক্রেতার শিল্প, অবস্থান, আকার, ক্রয়ের চক্র এবং ব্যথার পয়েন্টগুলির সাথে সামগ্রীর সাথে মেলে। ক্রেতাকে তার প্রোফাইলে জরিপ করার জন্য বিষয়বস্তু একটি ইন্টারেক্টিভ সফ্টওয়্যার অ্যাপ্লিকেশনে রাখা হয়। সেখান থেকে, ক্রেতার প্রোফাইলের সাথে অবিকল মেলে একটি কাস্টমাইজড সাদা কাগজ সরবরাহ করা হয়।
- 6) ইন্টারেক্টিভ ডায়াগনস্টিক অ্যাসেসমেন্ট: বেশিরভাগ ক্রেতারা গবেষণার সমস্যাগুলি প্রাসঙ্গিক বা তাদের জন্য প্রযোজ্য কিনা এবং সমস্যাগুলির সমাধান করা অগ্রাধিকার হওয়া উচিত কিনা তা বোঝার জন্য সংগ্রাম করে। মার্কেটিং দল একটি ডায়াগনস্টিক মূল্যায়ন বিবেচনা করতে পারে শিল্প সহকর্মী এবং নেতাদের বিরুদ্ধে সম্ভাবনার সুযোগগুলি সংগ্রহ এবং বেঞ্চমার্ক করতে। এটি ক্রেতাদের কাছে স্থিতিবস্থা বজায় রাখার প্রতিযোগিতামূলক খরচ এবং নতুন সমাধান গ্রহণের প্রতিযোগিতামূলক সুবিধার চিত্র তুলে ধরতে পারে যা অগ্রাধিকার সমস্যাগুলি সমাধান করতে পারে।
- 7) বেনিফিট ক্যালকুলেটর: একটি ব্যবসায়িক ক্ষেত্রে ছাড়াই, আজকের অর্থনৈতিক-কেন্দ্রিক ক্রেতারা বাজেট বরাদ্দ করতে এবং বিনিয়োগে ট্রিগার টানতে কঠোর চাপের মধ্যে পড়ে। বিপণন দল একটি কাস্টমাইজড, ইন্টারেক্টিভ বেনিফিট ক্যালকুলেটর তৈরি করতে গবেষণাটি ট্যাপ করতে পারে যা সম্ভাবনার জন্য সম্ভাব্য সুবিধার পরিমাণ নির্ধারণ করবে।

ধাপ 2: বিষয়বস্তুকে গতিশীল করা

মূল্যবান সিদ্ধান্ত-সমর্থন বিষয়বস্তুর সাথে ক্রেতাদের সংযোগ এবং জড়িত করার ঐতিহ্যগত উপায়গুলি আরও চ্যানেল এবং সামাজিক ভাগ করে নেওয়ার জন্য বিকশিত হচ্ছে।

সচেতনতা বাড়াতে এবং ক্রেতাদের সম্পৃক্ত করার জন্য ঐতিহ্যবাহী চ্যানেলগুলি প্রচার, উদ্ধৃতাংশ এবং সামগ্রীর লিঙ্ক ব্যবহার করে। বিপণন দল সামগ্রীর প্রচারের জন্য কিছু ঐতিহ্যবাহী চ্যানেলগুলির মধ্যে রয়েছে:

1. ওয়েবসাইট(গুলি): মূল কোম্পানির ওয়েবসাইট এবং মাইক্রোসাইটগুলি থেকে বিষয়বস্তুকে প্রচার করুন এবং লিঙ্ক করুন, পোর্টালের মাধ্যমে বিষয়বস্তু প্রচার করতে ভুলবেন না বিক্রয় / চ্যানেল সক্ষমতার সমর্থন।
2. eNewsletters: মূল্য সংযোজন সামগ্রী হিসাবে নিয়মিত নিউজলেটারে উদ্ধৃতাংশ এবং লিঙ্কগুলি অন্তর্ভুক্ত করুন।
3. ব্যানার বিজ্ঞাপন: ব্যবহারকারীদের জন্য একটি কল টু অ্যাকশন হিসাবে বিষয়বস্তু প্রচার করতে ব্যানার ব্যবহার করুন।
4. অর্থপ্রদানের অনুসন্ধান: একটি কল টু অ্যাকশন হিসাবে লক্ষ্যযুক্ত কীওয়ার্ড এবং সামগ্রী ব্যবহার করুন।
5. ঐতিহ্যগত বিজ্ঞাপন: প্রথাগত বিজ্ঞাপন থেকে অনলাইন সামগ্রীতে প্রচার এবং লিঙ্কগুলি রাখুন।

এই ঐতিহ্যবাহী চ্যানেলগুলির সাথে একটি সমস্যা হল যে তারা অর্থ প্রদানের বিজ্ঞাপন এবং একটি কম বিশ্বস্ত রেটিং আছে। যাইহোক, সামাজিক বিষয়বস্তু স্থাপন প্রায়ই উপার্জন করা হয় এবং আজকের সন্দিহান ক্রেতাদের দ্বারা প্রচলিত বিজ্ঞাপনের চেয়ে বেশি বিশ্বাস করা হয়।

সোশ্যাল মিডিয়া-কেন্দ্রিক চ্যানেলগুলি ব্যবহার করে, বিপণনকারীরা এর মাধ্যমে প্রভাবশালী এবং ক্রেতাদের সম্প্রদায়ের সাথে সংযোগ স্থাপন করে এবং জড়িত করে:

- 1) টুইটার, ফেসবুক, লিঙ্কডইন পোস্ট এবং লিঙ্ক - বিষয়বস্তু প্রচারের জন্য শুধুমাত্র লিঙ্কের বাইরে, বিপণনকারীরা আকর্ষণীয় ফলাফল এবং পরামর্শের মূল অংশগুলি পোস্ট করে। এই পোস্ট অন্যান্য সদস্যদের দ্বারা পছন্দ এবং ফরওয়ার্ড করা হয়।
- 2) ইউটিউব এবং স্লাইডশেয়ার পোস্ট: বিষয়বস্তুর প্রচারের উপর ভিত্তি করে, বিপণন দল নির্দিষ্ট সামাজিক চ্যানেল যেমন ভিডিওর জন্য ইউটিউব এবং পিপিটি এবং পিডিএফ-এর জন্য স্লাইডশেয়ারের মতো বিষয়বস্তু ভাগ করে নেওয়ার জন্য ব্যবহার করে।
- 3) লিঙ্কডইন আলোচনা গোষ্ঠী এবং কোরা: বিপণনকারীরা নির্ধারণ করে যে কোন মূল প্রশ্নগুলি আলোচনা গোষ্ঠীগুলিকে বাধ্য করবে গবেষণা এবং ফলাফলগুলিতে গ্রুপ সদস্যদের মন্তব্য আকৃষ্ট করার পাশাপাশি অতিরিক্ত সুযোগ, সর্বোত্তম অনুশীলন এবং সমাধানগুলিতে সহযোগিতা করার জন্য।
- 4) ইনফ্লুয়েন্সার লিংক: মার্কেটাররা প্রভাবকদের বিষয়বস্তু এবং ফলাফল/পরামর্শ সম্পর্কে সচেতন করে তোলে, বেশ কিছু প্রভাবককে বিষয়বস্তু সম্পর্কে লিখতে এবং উদ্ধৃতাংশ/লিঙ্কগুলি পাস করতে প্ররোচিত করে।

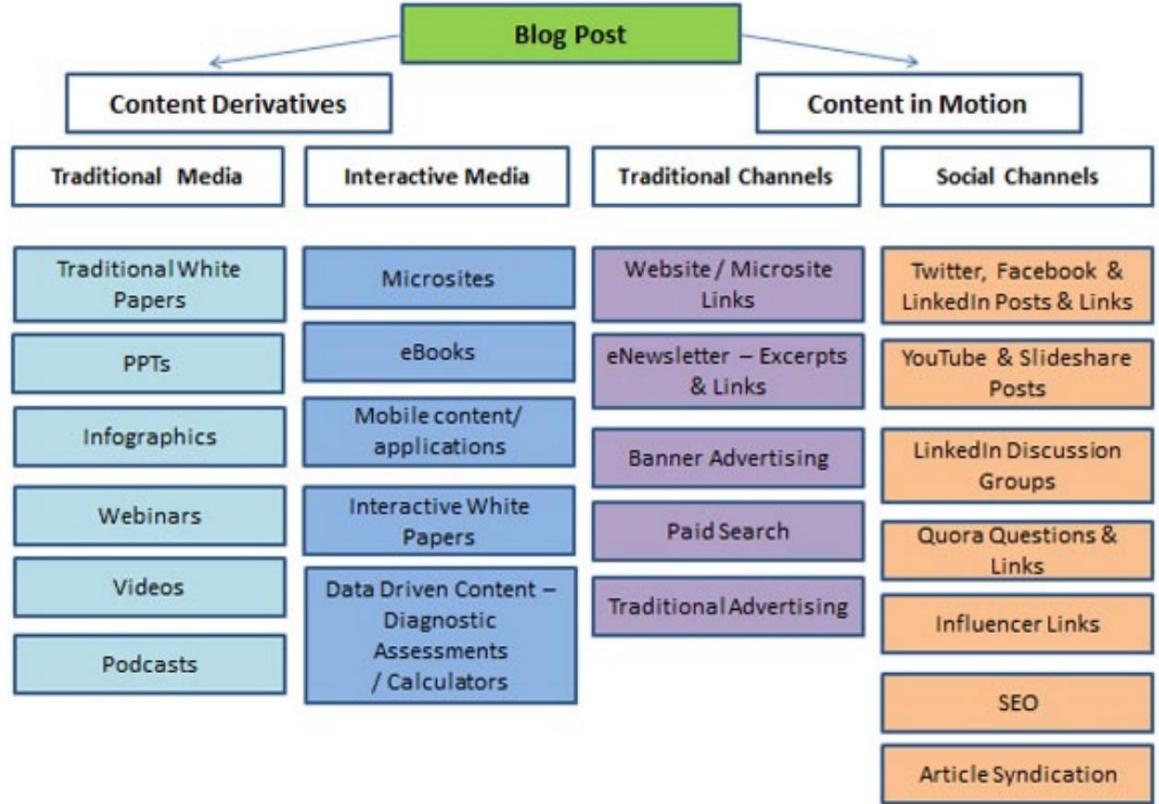
5) সার্চ ইঞ্জিন অপ্টিমাইজেশান (SEO) – সার্চ ইঞ্জিনগুলি সম্প্রদায়ের জন্য সময়োপযোগী, প্রাসঙ্গিক এবং মূল্যবান হিসাবে দেখা যায় এমন সামগ্রীর লিঙ্কগুলিকে অগ্রাধিকার দেয়। এসইও অপ্টিমাইজ করার জন্য, বিপণনকারীদের এখনও নিশ্চিত হতে হবে যে বিষয়বস্তু সঠিকভাবে ট্যাগ করা হয়েছে এবং গুরুত্বপূর্ণ কীওয়ার্ড রয়েছে। অতিরিক্তভাবে, বিপণনকারীদের অবশ্যই নিশ্চিত করতে হবে যে বিষয়বস্তু অন্য স্বাধীন এবং প্রভাবশালী সাইটগুলির সাথে ব্যাক-লিঙ্ক করা, পছন্দ করা, প্রচার করা এবং লিঙ্ক করা হয়েছে।

6) আর্টিকেল সিঙ্ডিকেশন: মার্কেটাররা ব্লগ পোস্ট এবং অন্যান্য বিষয়বস্তুকে আর্টিকেল ফর্মে রূপান্তর করে এবং ডিজিটাল এবং প্রিন্ট প্রকাশকদের আর্টিকেলটি ফিচার/প্রমোট করার জন্য পান কারণ তারা মনে করেন এটি তাদের পাঠকদের সাহায্য করবে।

**তলদেশের সন্নিবেশ**

যখন একজন লেখক একটি ব্লগ নিবন্ধ বা বিপণন বিষয়বস্তুর অন্যান্য অংশ তৈরি করেন, তখন বিষয়বস্তুকে গতিশীল করার জন্য ডেরিভেটিভ তৈরি করে বিপণন দল একাধিক উপায়ে বিষয়বস্তুকে লিভারেজ করে। এই কৌশলটিতে একাধিক ঐতিহ্যবাহী এবং নতুন ইন্টারেক্টিভ মিডিয়া ডেরিভেটিভ তৈরি করা উচিত যা ক্রেতাদের ঐতিহ্যগত এবং সামাজিক চ্যানেলের মাধ্যমে সামগ্রীর সাথে জড়িত করে।

একটি গবেষণা ভিত্তিক ব্লগ পোস্ট থেকে সামগ্রীর একক অংশের এই গ্রাফিক চিত্রটি একাধিক চ্যানেলের মাধ্যমে ক্রেতাদের সংযুক্ত করতে এবং জড়িত করতে এবং ক্রেতার যাত্রাকে সহজতর করতে সামগ্রীর একাধিক টুকরা সংগ্রহ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে যা সামগ্রী বিপণনের কার্যকারিতা চালাতে সহায়তা করতে পারে।



## সাফল্য পরিমাপ

তাই আপনি এই সমস্ত কাজ করেছেন, আকর্ষক বিষয়বস্তু তৈরি করেছেন, দুর্দান্ত প্রতিক্রিয়া এবং অনুভূতি তৈরি করেছেন, ভাল, আপনার ব্লগ সম্পর্কে খুব সুন্দর, তাই না?

দুর্ভাগ্যবশত, আপনার ব্লগের কোনো পরিমাপযোগ্য প্রভাব আছে কিনা তা জানার জন্য আপনার ভালো অনুভূতির চেয়েও বেশি কিছু প্রয়োজন। এবং আমরা সবাই জানি, একটি অব্যাহত বিনিয়োগকে ন্যায্যতা দেওয়ার জন্য, আপনার কোম্পানির কিছু সংখ্যার প্রয়োজন হবে। কোম্পানীগুলি একটি ব্লগের সাফল্য পরিমাপ করতে পারে এমন কিছু সাধারণ উপায় এখানে রয়েছে (হেইডি কোহেনের "21 রিয়েল ব্লগ মেট্রিক্স আপনার কোম্পানিকে ট্র্যাক করতে হবে" থেকে)

প্রথমে, আসুন এক নজরে দেখে নেওয়া যাক আপনার সিএমও কী মনে করে একটি দুর্দান্ত ব্লগ তৈরি করে: নোট করুন যে শীর্ষ নির্দেশকটি বিষয়বস্তুর ধরন নয়, তবে সেই বিষয়বস্তুটি কতটা আকর্ষক: যেমন পোস্টগুলি যা আপনার শ্রোতাদের চিন্তা করতে, প্রতিক্রিয়া জানাতে এবং প্রতিক্রিয়া জানাতে বাধ্য করে। দ্বিতীয়টি হল ফ্রিকোয়েন্সি, আপনার ব্লগটিকে আপনার কভার করা সাম্প্রতিক শিল্প তথ্যের জন্য ধারাবাহিক "যাতে" স্থান তৈরি করে।

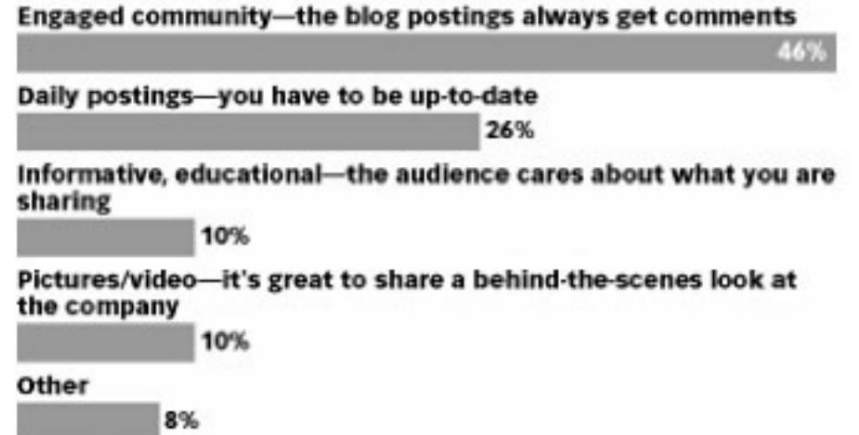
অন্যান্য ধরণের বিপণন প্রচারাভিযানের জন্য দায়বদ্ধ হওয়ার প্রয়োজন থাকা সত্ত্বেও, ব্লগের ক্ষেত্রে CMOরা বিপণনের অন্যান্য ফর্মগুলির সাথে যে কৌশলগুলির উপর নির্ভর করে তা ব্যবহার করতে ভুলে যায়। কেন? সমীক্ষাগুলি দেখায় যে একটি ব্লগের কার্যকারিতা পরিমাপের জন্য শীর্ষ মেট্রিক হল পাঠকের মন্তব্য।

অবশ্যই, মন্তব্যগুলি কার্যকলাপ এবং পাঠকের ব্যস্ততার একটি চিহ্ন। কিন্তু বেশিরভাগ সিএমও কি বিস্তৃত ব্লগ পড়তে এবং সেগুলিতে মন্তব্য করতে সময় নেয়? আমি সন্দেহ করি - তাদের বেশিরভাগ শ্রোতার মতো, তারা সম্ভবত লুকিয়ে থাকে।

বাস্তবতা হল অন্য যেকোনো বিপণন কৌশলের মতো, ব্লগগুলিকে অবশ্যই আপনার কর্পোরেট উদ্দেশ্যগুলির সাথে সারিবদ্ধ হতে হবে। এবং পরিবর্তে, আপনি এই লক্ষ্যগুলি অর্জন করেছেন কিনা তা নির্ধারণ করতে আপনার মেট্রিক্স সরাসরি সম্পর্কিত হতে হবে।

### Attributes that Make a Great Corporate Blog According to CMOs at US Fortune 1,000 Companies, Dec 2010

% of respondents



Source: Blog2Print, "Corporate Blog Survey Results," provided to eMarketer, Dec 14, 2010

123101

www.eMarketer.com

এই লক্ষ্যে, আপনার বিপণনের উদ্দেশ্যের সাথে সম্পর্কিত আপনার সাফল্যের মূল্যায়ন করার জন্য এখানে 21টি ব্লগ মেট্রিক্স রয়েছে।

মেট্রিক	বর্ণনা	গোল
পরিদর্শন এবং অনন্য দর্শক গণনা	আপনার দর্শক কোথা থেকে আসে? কোথায় তারা বিশেষভাবে আপনার সাইটে যান?	আপনার টার্গেট শ্রোতাদের আকর্ষণ করুন।
পৃষ্ঠা দর্শন - সংখ্যা এবং কার্যকলাপ	কোন পৃষ্ঠা এবং বিভাগগুলি আপনার পাঠকদের আকর্ষণ করে? তারা কোথায় ক্লিক করে এবং কোথায় তারা আপনার ব্লগ ছেড়ে যায়? (আশা করি, আপনি সেগুলিকে আপনার ওয়েবসাইটের নির্দিষ্ট পণ্য-সম্পর্কিত পৃষ্ঠাগুলিতে পাঠাচ্ছেন।)	পাঠকের আগ্রহের ক্ষেত্রগুলি ট্র্যাক করুন এবং শো করুন ক্রয় প্রক্রিয়ায় অবদান।
সাইটে সময়	মানুষ সাইটে কত সময় ব্যয় করে? নির্দিষ্ট পৃষ্ঠাগুলিতে লোকেরা কতটা সময় ব্যয় করে?	গ্রাহকদের আপনার সামগ্রী এবং ব্র্যান্ডের সাথে জড়িত থাকার জন্য অনেক সময় দিন।
RSS ফিড এবং ইমেল তালিকা	ব্লগ আপনাকে একটি অনলাইন অনুসরণ তৈরি করতে সাহায্য করেছে কিনা তা নির্ধারণ করতে আপনার RSS ফি এবং ইমেল তালিকাগুলির জন্য সাইন-আপগুলি পরিমাপ করুন।	আপনার বিষয়বস্তুর জন্য একটি শ্রোতা তৈরি করুন।
ব্র্যান্ড-সম্পর্কিত মেট্রিক্স	এটি ব্র্যান্ডিং মেট্রিক্সের একটি বিস্তৃত বর্ণালীকে অন্তর্ভুক্ত করে যেমন ব্র্যান্ড রিকল, অনুকূলতা, অনুভূতি এবং ক্রয়ের অভিপ্রায়। এটি প্রায়ই সমীক্ষার মাধ্যমে ট্র্যাক করা হয়।	ব্র্যান্ড বৃদ্ধি এবং/অথবা উপলব্ধির পরিবর্তন দেখান।
পণ্য তথ্য মেট্রিক্স	এর মধ্যে রয়েছে বেশ কয়েকটি লক্ষ্যযুক্ত প্রচার কোড ব্যবহৃত এবং ক্রয় বা কার্টে রাখার জন্য ক্লিক-থ্রু।	বিক্রয় বৃদ্ধি করুন (এছাড়াও ক্রস-সেল এবং আপসেল প্রসারিত করুন)।
অ্যাকশনে কল করুন	ফলাফল ট্র্যাক করতে একটি কল-টু-অ্যাকশন এবং একটি অনন্য প্রচারমূলক কোড ব্যবহার করুন।	উপযুক্ত সামগ্রী সহ বিক্রয় সমর্থন করুন।

মোটিক	বর্ণনা	গোল
ব্লগ-সম্পর্কিত আয়	ব্লগ সামগ্রীর সাথে সম্পর্কিত বিক্রয় ট্র্যাক করুন। আপনার ওয়েবসাইটে উপযুক্ত পণ্য পৃষ্ঠার লিঙ্ক. ক্রয়-পরবর্তী সমর্থন পৃষ্ঠাগুলিতে আপসেল।	রাজস্ব উৎপাদন বাড়ান।
অনুসন্ধান র্যাঙ্কিং	আপনার ব্লগের বিষয়বস্তু কি আপনাকে আপনার অনুসন্ধানের র্যাঙ্কিং উন্নত করতে সাহায্য করেছে? প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু তৈরি করতে কীওয়ার্ড ব্যবহার করুন।	আরো খুঁজে পাওয়া যায় এবং অনুসন্ধান কম করুন অপ্টিমাইজেশান খরচ।
অন্তর্নুখী লিঙ্ক	কতগুলো সাইট আপনার ব্লগে লিঙ্ক করেছে? তারা কতটা প্রভাবশালী?	আপনার এসইও প্রচেষ্টা উন্নত করুন.
আউটব্যান্ড লিঙ্ক	আপনার কতগুলি আউটব্যান্ড লিঙ্ক আছে?	আপনার ক্ষেত্রের বিশেষজ্ঞদের মনোযোগ পেতে.
ইন্ট্রা-কোম্পানি লিঙ্ক	যেহেতু লিঙ্কগুলি গুরুত্বপূর্ণ তা দেখানোর একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান, তাই আপনার কি আপনার সাইটের অন্যান্য প্রাসঙ্গিক ক্ষেত্রে লিঙ্ক আছে?	সমগ্র সংস্থা জুড়ে অনুসন্ধান অপ্টিমাইজেশান প্রচেষ্টা সমর্থন করুন।
সোশ্যাল মিডিয়া শেয়ারের সংখ্যা	সোশ্যাল মিডিয়া শেয়ারগুলি গণনা করুন এবং পাঠকরা কোন প্ল্যাটফর্মগুলি ব্যবহার করেন তা নোট করুন (যেমন Facebook, Twitter, LinkedIn এবং StumbleUpon এর মতো অন্যান্য)।	কার্যকরভাবে নাগালের খরচ প্রসারিত করুন এবং সামাজিক শেয়ার থেকে অর্জিত মিডিয়া সর্বাধিক করুন।
ভিডিও বা অন্যান্য মিডিয়া ডাউনলোড বা ভিউ।	শুধুমাত্র পাঠ্যের উপর নির্ভর না করে, ভিডিও, অডিও, উপস্থাপনা এবং ই- বুকের মতো বিনোদনমূলক বিষয়বস্তু দিয়ে জিনিসগুলিকে প্রাণবন্ত করুন।	বৃহত্তর স্রোতাদের কাছে সামগ্রী বিতরণ করুন এবং আপনার ব্র্যান্ড উন্নত করুন। এছাড়াও পণ্যের তথ্য এবং পোস্ট-পূর্ব চেজ সমর্থন প্রদানের পাশাপাশি চিন্তার নেতৃত্ব প্রসারিত করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।
ক্রয়-পরবর্তী সমর্থন	দেখুন কতজন লোক পণ্য ব্যবহার করার জন্য নির্দেশাবলী ডাউনলোড বা পড়ে।	রিটার্ন হ্রাস করুন, পুনরাবৃত্তি ক্রয়কে উত্সাহিত করুন এবং গ্রাহক পরিষেবা অনুসন্ধানগুলি হ্রাস করুন।

মেট্রিক	বর্ণনা	গোল
গ্রাহকের প্রশ্নের উত্তর দেওয়া পোস্টের সংখ্যা এবং গ্রাহকের সংখ্যা অন্তর্ভুক্ত	প্রশ্ন এই অনুসন্ধানগুলির উত্তর আপনার প্রতিষ্ঠান জুড়ে থেকে পাওয়া যেতে পারে। নতুন প্রশ্ন জমা হচ্ছে? তাদের মন্তব্য আরো স্পষ্টীকরণ প্রয়োজন?	গ্রাহকের অভিযোগ এবং গ্রাহক পরিষেবা ব্যয় হ্রাস করুন।
পাঠকের মন্তব্য এবং/অথবা ভোট	মনে রাখবেন যে বেশিরভাগ দর্শক কেবল লুকিয়ে থাকবেন, আপনার বিষয়বস্তু নেবেন এবং আর কোনো পদক্ষেপ নেবেন না। গ্রাহকদের মন্তব্যে সাড়া দিয়ে আপনি যে পাঠকদের কাছে প্রতিক্রিয়াশীল তা দেখানো গুরুত্বপূর্ণ। (দ্রষ্টব্য: প্রায়শই ব্লগাররা যে কোনো ব্লগ পোস্টে মন্তব্যের অর্ধেক অংশ নেন।)	সম্প্রদায়ের ব্যস্ততা প্রসারিত করুন।
সম্প্রদায়ের সংযুক্তি	প্রেক্ষাপটে আপনার পণ্যের মন্তব্য, ফটোগ্রাফ এবং ভিডিও শেয়ার করার জন্য সম্ভাবনা, গ্রাহক এবং জনসাধারণ পান।	আপনার বিষয়বস্তু এবং সম্প্রদায়ের ব্যস্ততা উন্নত করুন।
মিডিয়া লিঙ্ক	আপনি যদি একটি পজিশনিং প্ল্যাটফর্ম তৈরি করেন, সাফল্যের একটি কার্যকরী মেট্রিক হল কতগুলি মিডিয়া কোম্পানি এবং ব্লগার আপনার ব্লগে তথ্যের উৎস হিসেবে লিঙ্ক করে।	অতিরিক্ত এক্সিকিউটিভ এক্সপোজার পান।
পোস্ট সংখ্যা	আপনি কত তথ্য তৈরি করছেন? নিজেকে ট্র্যাকে রাখতে একটি সম্পাদকীয় ক্যালেন্ডার থাকা দরকারী।	একটি নিয়মিত ভিত্তিতে তাজা বিষয়বস্তু আছে।
ব্লগ সংক্রান্ত খরচ	আপনার ব্লগার, সম্পাদকীয় কর্মী, প্রযুক্তি সহায়তা, ডিজাইন এবং আপনার ব্লগকে প্রভাবিত করতে পারে এমন অন্যান্য ক্ষেত্রগুলির জন্য খরচ ট্র্যাক করুন।	অন্যান্য যোগাযোগ বিকল্পের বিপরীতে ব্লগের সম্পূর্ণ খরচ মূল্যায়ন করুন।

মনে রাখবেন যে প্রতিটি ব্লগের এই প্রতিটি মেট্রিক ট্র্যাক করার প্রয়োজন নেই। আপনার ব্লগের লক্ষ্য অর্জন করা ব্যবসা এবং বিপণন লক্ষ্যগুলি অর্জনের জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলিকে ট্র্যাক করা গুরুত্বপূর্ণ।

## পরিশিষ্ট

### সম্পদ এবং সরঞ্জাম লাইব্রেরি

এমন অনেক সংস্থান এবং সরঞ্জাম রয়েছে যা আপনি আপনার ব্লগিং প্রচেষ্টাকে বাড়িয়ে তুলতে সাহায্য করতে পারেন, প্রতিদিন আরও বেশি করে তৈরি করা হচ্ছে। এই সংগ্রহস্থলটি একটি সূচনা বিন্দু হিসাবে ব্যবহার করুন, কিন্তু আমরা আপনাকে বুকমার্ক করতে, সংরক্ষণ করতে এবং সাম্প্রতিকতম সর্বোত্তম অনুশীলনগুলির জন্য যতবার পারেন সাম্প্রতিক ব্লগিং কৌশলগুলির সাথে আপ-টু-ডেট থাকতে উৎসাহিত করি। এছাড়াও আমরা আপনাকে CMI ব্লগে সর্বশেষ এবং সর্বশ্রেষ্ঠের সাথে আপডেট করা চালিয়ে যাব।

### 1) বিষয়বস্তু বিপণনকারীদের জন্য 22টি ওয়ার্ডপ্রেস প্লাগইন (ব্রডি ডরল্যান্ড দ্বারা)

বর্ণনা: ওয়ার্ডপ্রেস একটি মহান সম্পদ, এবং অনেক লেআউটের জন্য (এবং ব্যক্তিগতকৃত ইউআরএল) এটি বিনামূল্যে। ওয়ার্ডপ্রেস যেহেতু ব্লগিং জগতে আধিপত্য বিস্তার করে চলেছে, এখানে বিষয়বস্তু বিপণনকারীদের জন্য আমাদের প্রিয় ওয়ার্ডপ্রেস প্লাগইন রয়েছে - প্লাগইনগুলি যা আপনার ওয়েবসাইট বা ব্লগের কার্যকারিতা প্রসারিত করবে এবং আপনার অনলাইন সামগ্রীর নাগালকে প্রসারিত করবে।

### 2) ব্লগিং করার সময় B2B-এর 2টি জিনিস জানা দরকার

বর্ণনা: এই ভিডিওতে, SAS-এর অ্যালিসন বোলেন দুটি জিনিস শেয়ার করেছেন যা B2B ব্র্যান্ডগুলি ব্লগিং করার সময় অবশ্যই করবে।

### 3) 10টি অবশ্যই সামগ্রী বিপণন টেমপ্লেট থাকতে হবে

বর্ণনা: বিষয়বস্তু বিপণনের সাথে সবচেয়ে বেশি সাহায্য করতে পারে এমন একটি জিনিস হল টেমপ্লেট - সেই ধাপে ধাপে নির্দেশিকা যা আপনাকে কীভাবে কিছু করতে হবে তার মধ্যে নিয়ে যায়। এখানে 10টি টেমপ্লেট রয়েছে যা প্রতিটি বিষয়বস্তু বিপণনকারী ব্যবহার করতে পারে (CMI-এর Michele Linn দ্বারা সংকলিত)।

### 4) নতুনদের এবং বিশেষজ্ঞদের জন্য 10টি ব্লগিং টিপস (জো পুলিজি দ্বারা)

বর্ণনা: এই তালিকাটি বিপণনকারীদের জন্য একটি চমত্কার চেকলিস্ট এবং আপনি যখন আপনার পোস্ট লিখছেন বা প্রকাশ করার প্রস্তুতি নিচ্ছেন তখন চালানোর জন্য একটি সহজ তালিকা।

### সংস্থাগুলি ব্লগিং সঠিক করছে (কেস স্টাডিজ)

সঠিকভাবে ব্লগিং করা কোম্পানি থেকে উদাহরণ বা অনুপ্রেরণার জন্য, এখানে কিছু কেস স্টাডি রয়েছে যা তাদের নিজস্ব সেবা অনুশীলন, শেখা পাঠ এবং ফলাফলগুলি তুলে ধরে। (এই কেস স্টাডিগুলি সংকলন করতে সাহায্য করার জন্য CMI-এর মিশেল লিনকে ধন্যবাদ।)

#### □ চুলের বই অনলাইন (চিকি কার্টেজেনা দ্বারা অবদান)

হেয়ার বুক অনলাইন হল একটি ব্লগ যা শুধুমাত্র আপনার চুলের জন্য নিবেদিত। আপনার চুল সম্পর্কে একটি প্রশ্ন আছে? একজন স্টাইলিস্টকে জিজ্ঞাসা করুন এবং দেখুন আপনার প্রশ্নের উত্তর ব্লগে এমন পেশাদারদের দ্বারা দেওয়া হয়েছে যারা চুল ভাল জানেন—যারা প্রতিদিন এটির সাথে কাজ করে।

ব্লগটি পাঠকদের চুল এবং ফ্যাশনের প্রয়োজনে সাহায্য করার জন্য প্রচুর সামগ্রী সরবরাহ করে। এটি শুধুমাত্র পাঠকদের মূল্যবান এবং দরকারী সামগ্রী প্রদানের উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করে। এটি ম্যাগাজিনের প্রিন্ট ইস্যুগুলির মধ্যে পাঠকদের সাথে জড়িত হওয়ার একটি দুর্দান্ত উপায়, যা সমস্ত রেজিস সেলুনগুলিতে বিতরণ করা হয়। ব্লগটি ভালভাবে স্বাক্ষরিত এবং বিজ্ঞাপনে আটকে নেই। ফ্লিকার, ফেসবুক এবং টুইটার সহ অন্যান্য চ্যানেলে হেয়ার বুক অনলাইন-ব্র্যান্ডের পরিচয় দিয়ে সংযোগ করাও সহজ।

হেয়ার বুক অনলাইন থেকে মার্কেটাররা যা শিখতে পারে তা এখানে:

- নিযুক্ত ভোক্তারা কোন কঠিন বিক্রয় ধাক্কা ছাড়াই মূল্যবান তথ্য চায়
- বিষয়বস্তু শ্রোতাদের সম্বন্ধে হতে হবে — নিশ্চিত করুন যে আপনি সহায়ক টিপস প্রদান করছেন

সাইটে ব্যবহারকারীর ব্যস্ততা চিত্তাকর্ষক হয়েছে, গড় দর্শক প্রতি ভিজিটে চারটির বেশি পৃষ্ঠায় ক্লিক করে।

#### □ ক্লিনেস্ট লাইন (লিসা পেট্রিলি দ্বারা অবদান)

একটি দুর্দান্ত B2C ব্লগের আমাদের প্রিয় উদাহরণগুলির মধ্যে একটি হল "দ্য ক্লিনেস্ট লাইন", "পাটাগোনিয়ার বহিরঙ্গন পোশাক কোম্পানির কর্মচারী, বন্ধু এবং গ্রাহকদের জন্য ওয়েব ব্লগ" যেমন [www.TheCleanestLine.com](http://www.TheCleanestLine.com)-এ বলা হয়েছে।

এই ব্লগের ব্যতিক্রমী বিষয় হল এটির "সম্পর্কে" পৃষ্ঠায় সকলের দেখার জন্য একটি স্পষ্টভাবে-সংজ্ঞায়িত মিশন, দৃষ্টি এবং কৌশল রয়েছে। ফলস্বরূপ, The Cleanest Line টিমের প্রত্যেকে ব্লগের মাধ্যমে কী অর্জন করতে কাজ করছে সে বিষয়ে "একই পৃষ্ঠায়" এবং পাঠকরা জানে তারা কী আশা করতে পারে – এবং অপেক্ষায় আছে – প্রতিটি পোস্টে।

কর্পোরেট ব্লগের সাফল্যের সবচেয়ে বড় বাধা হল ব্লগের লক্ষ্য এবং দৃষ্টিভঙ্গির চারপাশে স্চ্ছতার অভাব। একটি পরিষ্কার দৃষ্টি ব্যতীত, কৌশলগুলির কোনও প্রান্তিককরণ হতে পারে না - এবং এইভাবে পরিমাপযোগ্য উদ্দেশ্যগুলির সাথে কোনও প্রান্তিককরণ নেই।

□ প্রজেক্ট ওপেন কিমোনো - ভেলোসিটি পার্টনারদের থেকে সিরিজ (ডগ কেসলার দ্বারা অবদান)

ভেলোসিটি পার্টনারের ব্লগ প্রোজেক্ট ওপেন কিমোনো নামে একাধিক পোস্ট করছে , এবং এটি সত্যিই একটি কার্যকর পরীক্ষা হয়েছে - এবং এটি করতে অনেক মজা। মূলত, দশটি ব্লগ পোস্টের সময় (এখন পর্যন্ত), আমরা B2B মার্কেটিং ম্যানিফেস্টো ক্যাম্পেইনের পিছনে আমাদের অভিজ্ঞতা শেয়ার করেছি। আমরা আমাদের লক্ষ্যগুলি দিয়ে শুরু করেছি, তারপরে কিছু পরীক্ষা-নিরীক্ষায় চলে এসেছি — একটি A/B পরীক্ষা সহ তা দেখতে যে আমরা নিবন্ধনের প্রয়োজনে কতগুলি ডাউনলোড হারিয়েছি।

ক্লায়েন্টরা সাধারণত চায় না যে আমরা তাদের প্রচারাভিযানের ভিতরের স্ক্রুপ শেয়ার করি, তবে আমরা সবসময় আমাদের নিজস্ব বিপণন কার্যক্রম সম্পর্কে কথা বলতে পারি। তাই এই 'লিভিং কেস স্টাডি' সত্যিই শক্তিশালী হয়েছে। আমরা অবশ্যই এটা আরো ভালো করতে হবে.

আরো উদাহরণ চান? অতিরিক্ত ব্লগিং উদাহরণ এবং আরও অনেক কিছুর জন্য 100টি বিষয়বস্তু বিপণন উদাহরণ নির্দেশিকা দেখুন, আপনাকে অনুপ্রাণিত করতে এবং আপনার বর্তমান উদ্যোগগুলিকে বাড়িয়ে তুলতে।

চলুন সব যোগ করা যাক:

এখানে আপনার ব্লগের একটি রিক্যাপ আছে  
সফলতার যাত্রা

