

ডিজিটাল প্রভাবশালী

একজন সম্পূর্ণ প্রভাবশালী
মার্কেটিং গাইড

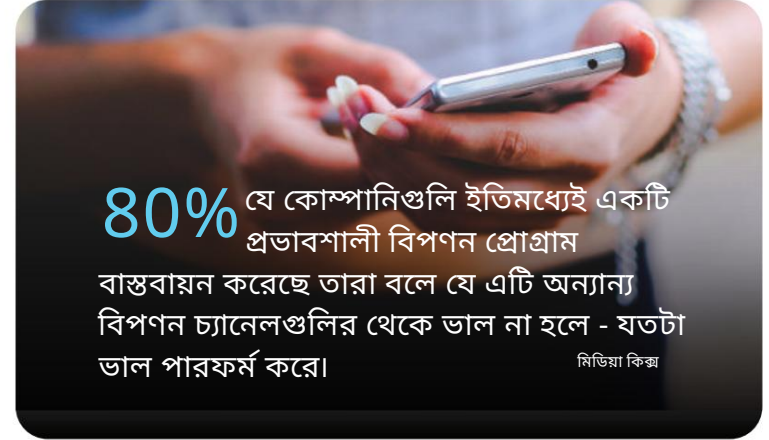
একটি সম্পূর্ণ গাইড

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং এর কাছে

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং এবং ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং হল কয়েকটি বাজওয়ার্ড যা সাম্প্রতিক বছরগুলিতে মার্কেটিং বিশ্বকে ঝড় তুলেছে। এটি ক্রমবর্ধমানভাবে বিপণনের অন্যতম জনপ্রিয় প্রবণতা হয়ে উঠেছে।

প্রকৃতপক্ষে, প্রভাবক বিপণনের মূল্য ইতিমধ্যেই \$৪ বিলিয়ন, এবং ২০২২ সালের মধ্যে অতিরিক্ত \$৭ বিলিয়ন লাভের পথে রয়েছে, যা বিজনেস ইনসাইডারের একটি সমীক্ষা অনুসারে এটিকে \$১৫ বিলিয়ন শিল্পে পরিণত করেছে।

যেহেতু আরও কোম্পানিগুলি প্রভাবক বিপণনের সাথে সাফল্যের সম্ভাবনা বুঝতে এবং দেখতে শুরু করে, আমরা রেডিও, প্রিন্ট এবং টিভি বিজ্ঞাপনের মতো প্রথাগত বিপণন কৌশলগুলি থেকে দূরে সরে যেতে দেখছি। ৮০ শতাংশ কোম্পানি যারা ইতিমধ্যেই একটি প্রভাবশালী বিপণন প্রোগ্রাম বাস্তবায়ন করেছে বলেছে যে এটি অন্য মার্কেটিং চ্যানেলের (মিডিয়া কিংস) তুলনায় - ভালো না হলে ভালো পারফর্ম করে।



৪০% যে কোম্পানিগুলি ইতিমধ্যেই একটি প্রভাবশালী বিপণন প্রোগ্রাম বাস্তবায়ন করেছে তারা বলে যে এটি অন্যান্য বিপণন চ্যানেলগুলির থেকে ভাল না হলে - যতটা ভাল পারফর্ম করে।

মিডিয়া কিংস

প্রভাবশালী বিপণনের জগতে আরও ডুব দিতে প্রস্তুত? এই গাইড ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং এর মূল বিষয়গুলো শেখায় এবং আপনাকে আপনার নিজস্ব একটি সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং প্রোগ্রাম প্রতিষ্ঠা করতে সাহায্য করবে।

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং কি?

ভূমিকা

গত এক দশকে সোশ্যাল মিডিয়ার বিস্ফোরণ সাধারণ মানুষের জন্য ফটো, ভিডিও এবং স্ট্যাটাস আপডেটের মাধ্যমে সারা বিশ্বের মানুষের সাথে তাদের দৈনন্দিন জীবনের ঝলক শেয়ার করার জন্য উন্মুক্ত ফোরাম তৈরি করেছে।

যদিও বেশিরভাগই সোশ্যাল মিডিয়া জগতে কিছুটা "শান্ত" থাকতে পছন্দ করে, অন্যরা তাদের নিজস্ব ব্যক্তিগত ব্র্যান্ড তৈরি করতে এবং কয়েক হাজার - কখনও কখনও এমনকি লক্ষ লক্ষ - অনুসরণ করার জন্য এই সামাজিক প্ল্যাটফর্মগুলি ব্যবহার করার একটি উপায় খুঁজে পেয়েছে।



প্রভাবশালী কি?

- 

1 ইনফ্লুয়েন্সার তৈরি করে
ব্যক্তিগত ব্র্যান্ড
- 

2 কুলুঙ্গি বিকাশ
অনুসারীদের সম্প্রদায়
- 

3 ব্র্যান্ড দ্বারা ভাড়া করা হয়েছে
পণ্য প্রচার করুন
- 

4 ট্রাস্ট গ্যাপ তৈরি করুন
- 

5 ভোক্তাদের ক্রয়
উত্পাদিত পণ্য এবং সেবাসমূহ

ভক্তদের একটি ছোট বাহিনী দিয়ে সজ্জিত, এই প্রভাবশালীরা তাদের শিরোনামগুলি যা বোঝায় ঠিক তাই করে: তাদের অনুগামীদের পদক্ষেপ নিতে প্রভাবিত করে। সাধারণত একটি বিশেষ বাজারের উপর ফোকাস করে, প্রভাবশালীরা তাদের অনুরাগীদের কাছে পণ্য, ইভেন্ট বা পরিষেবাগুলি প্রচার করতে ব্র্যান্ডগুলির সাথে অনুগামীদের সম্প্রদায় এবং অংশীদারিত্ব তৈরি করে। সেলিব্রিটি অনুমোদনগুলি সাধারণত অনেক ব্র্যান্ডের দ্বারা প্রভাবশালীদের সাথে বিভ্রান্ত হয়, কিন্তু তারা একই নয়। ঐতিহ্যবাহী সেলিব্রিটিদের সাধারণত প্রভাবশালীদের মতো তাদের অনুগামীদের সাথে আকর্ষক সম্পর্ক থাকে না।

প্রভাবশালীরা - জনসাধারণের দ্বারা একজন গড়পড়তা ব্যক্তিকে সোশ্যাল মিডিয়া সুপারস্টার বলে মনে করা হয় - তারা তাদের অনুসারীদের সাথে খাঁটি সম্পর্ক তৈরি করে কোম্পানি এবং ভোক্তার মধ্যে বিশ্বাসের ব্যবধান পূরণ করতে সক্ষম হয়। পরিবর্তে, ভোক্তারা মনে করেন যে তারা এই প্রভাবশালীদের সাথে সংযুক্ত এবং তাদের বিশ্বাস করতে সক্ষম, তারা প্রভাবশালীদের দ্বারা উপস্থাপিত পণ্য বা পরিষেবাগুলি কেনার প্রতি আরও বেশি ঝুঁকছেন।

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং এ মূল্যবান হাতিয়ার?

কিন্তু এটি কি সত্যিই একটি মূল্যবান বিপণন সরঞ্জাম যা আসলে একটি কোম্পানির জন্য রাজস্ব উৎপন্ন করবে? সংক্ষিপ্ত উত্তর হ্যাঁ! অধ্যয়নগুলি দেখায় যে "ইন্টারনেট অ্যাক্সেস সহ 90% মানুষ সামাজিক মিডিয়া প্রভাবশালীদের কাছ থেকে সুপারিশগুলি বিশ্বাস করেন"।

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং কোন নতুন ধারণা নয় যে কোম্পানিগুলো পণ্যের প্রচার করতে চায়। যদিও আমরা আজকে যেভাবে জানি তার থেকে অনেক আলাদা, ভোক্তাদের ব্যয় করার অভ্যাসকে প্রভাবিত করতে বিখ্যাত মুখ ব্যবহার করা শত শত বছর আগের। পরিচিত মুখ ব্যবহার করে প্রচারমূলক বিপণন সামগ্রী তৈরি করার সময় কোকা-কোলা, আন্ট জেমিমা এবং মার্লবোরোর মতো সুপরিচিত কোম্পানিগুলি দুর্দান্ত সাফল্য উপভোগ করেছে।



কিভাবে ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং ব্যবহার করবেন



সাধারণ জনগণ কোম্পানির ঐতিহ্যবাহী বিপণন পদ্ধতিতে ক্লাস্ত হয়ে পড়েছে। বিশ্বের বৃহত্তম পিআর ফার্ম এডেলম্যানের 2019 সালের ভোক্তা সমীক্ষায় দেখা গেছে যে ভোক্তারা তাদের বিশ্বাসযোগ্য ব্র্যান্ডগুলি থেকে কেনাকাটা করতে পছন্দ করেন, তবুও প্রতি তিনজনের মধ্যে একজন গ্রাহক মনে করেন যে তারা সত্যিকারের কোম্পানিগুলিকে বিশ্বাস করতে পারেন। এটি একটি চমকপ্রদ কম সংখ্যা যা শুধুমাত্র যে কোন বিপণন পেশাদার সম্পর্কে চিন্তা করা উচিত। ভোক্তারা যদি কোনো কোম্পানিকে বিশ্বাস করতে না পারে, তবে তাদের পছন্দের পণ্যের অন্য ব্র্যান্ড খুঁজে বের করা পর্যন্ত এটি সময়ের ব্যাপার।

সোশ্যাল মিডিয়া প্রভাবশালী

লিখুন: সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সার, যারা সন্দেহপ্রবণ গ্রাহকদের বিশ্বাস ফিরিয়ে আনতে সাহায্য করতে পারে। সঠিকভাবে চালানো হলে, একটি প্রভাবক বিপণন প্রোগ্রাম ব্র্যান্ডের জন্য অন্যান্য ঐতিহ্যগত বিপণন পদ্ধতির তুলনায় একটি কার্যকর কৌশল হতে পারে।

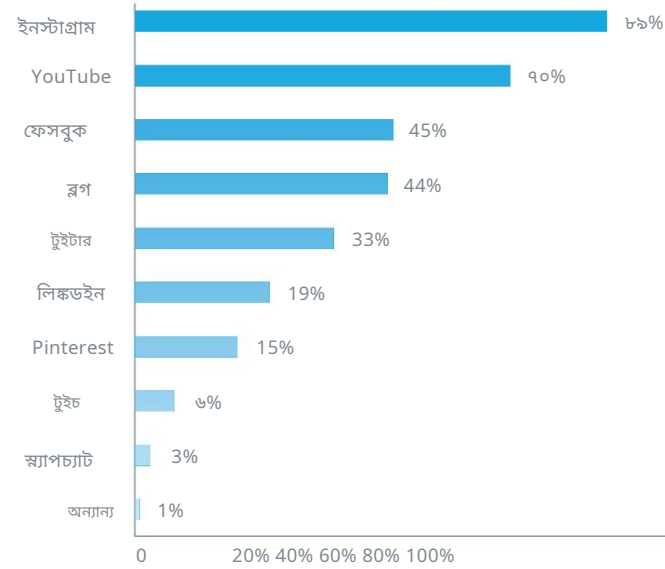
প্রভাবশালীরা দক্ষ গল্পকার এবং ইতিমধ্যেই সম্পর্ক গড়ে তুলতে এবং তাদের অনুগামীদের সাথে মিথস্ক্রিয়া করার জন্য কয়েক ঘন্টা রেখে দিয়েছেন। তারা শ্রোতাদের আকৃষ্ট করতে এবং ভোক্তাদের সাথে প্রামাণিকভাবে সংযোগ স্থাপনকারী আকর্ষণীয় সামগ্রী তৈরি করতে পারদর্শী।

যেকোন সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মের একটি শক্তিশালী মার্কেটিং টুল হয়ে ওঠার ক্ষমতা থাকে যখন একজন সফল প্রভাবশালী চালকের আসনে থাকে।

ফেসবুক, ইনস্টাগ্রাম, ইউটিউব, এবং এমনকি ভাল ওলে' ফ্যাশনের ওয়েবসাইটগুলি হল সবচেয়ে জনপ্রিয় প্রভাবশালী বিপণন প্ল্যাটফর্ম। তাদের ঘরে, অফিসে এবং চলতে চলতে গ্রাহকদের হাতে দ্রুত পণ্য পৌঁছে দেওয়ার ক্ষমতা রয়েছে।

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং এর জন্য কোন সোশ্যাল মিডিয়া চ্যানেলগুলি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ?

(একাধিক নির্বাচন করুন)



প্রভাবশালীদের প্রকার



সারা বিশ্ব জুড়ে লক্ষ লক্ষ প্রভাবশালী রয়েছে যারা তাদের অনুগামীদের সাথে গভীরভাবে যোগাযোগ করে এবং তাদের নিজস্ব বাজারের ক্ষেত্রে বিশেষজ্ঞ হিসাবে কাজ করে। প্রতিটি শিল্প, বাজার যাই হোক না কেন, একটি সম্ভাব্য প্রভাবক রয়েছে যা তাদের অনুসরণকারীদের সাথে পণ্য এবং পরিষেবাগুলি ভাগ করতে পারে। এটি কোম্পানিগুলির পক্ষে ভোক্তাদের সাথে সংযোগ স্থাপন এবং তাদের পণ্য বা পরিষেবার সুবিধাগুলি ভাগ করে নেওয়ার জন্য প্রভাবশালীদের তাদের দলের উপর নির্ভর করে নির্দিষ্ট বাজারগুলিকে লক্ষ্য করা তুলনামূলকভাবে সহজ করে তোলে।

প্রতিটি সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্ম তাদের অনুগামীদের সাথে যোগাযোগ করার জন্য প্রভাবশালীদের জন্য একটি অনন্য উপায় উপস্থাপন করে। ব্লগ লেখা বা ভিডিও রেকর্ড করা থেকে শুরু করে নিজের ব্যক্তিগত ওয়েবসাইটে পোস্ট করা পর্যন্ত। প্রভাবশালীরা বিভিন্ন মাধ্যম ব্যবহার করে তাদের দৈনন্দিন জীবনে একটি আভাস দেয়; ফটোগ্রাফি, লাইভ স্ট্রিমিং, গল্প এবং ব্লগ। তাদের শ্রোতাদের সাথে সংযোগ এবং বিষয়বস্তু ভাগ করার জন্য সৃজনশীল উপায় খুঁজে বের করার ক্ষেত্রে প্রভাবকদের জন্য সম্ভাবনা সীমাহীন।

ন্যানো এবং মাইক্রো ইনফ্লুয়েন্সার

নির্দিষ্ট ধরণের শিল্পের উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করার পাশাপাশি, প্রভাবকদের প্রায়শই নির্দিষ্ট শ্রেণীতে বাছাই করা হয় যে তারা তাদের বিষয়বস্তুর সাথে কতজন অনুসারীর কাছে পৌঁছাতে সক্ষম হয়:



ন্যানো-প্রভাবক

ছোট কিন্তু শক্তিশালী, ন্যানো-প্রভাবকদের সাধারণত মাত্র কয়েক হাজার অনুসারী থাকে। কিন্তু সেই কারণে তাদের উপেক্ষা করবেন না, কারণ বড় সবসময় ভাল হয় না। এই প্রভাবশালীরা পরিমাণের চেয়ে মানসম্পন্ন দর্শকদের অ্যাক্সেস দিতে সক্ষম। ন্যানো-প্রভাবকদের তাদের অনুগামীদের সাথে ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক রয়েছে এবং সাধারণত উচ্চ বাগদানের হার তৈরি করে।



মাইক্রো-প্রভাবক

10,000-100,000 অনুগামীদের মধ্যে যেকোন স্থানে থাকা, মাইক্রো-প্রভাবকদের প্রায়ই ন্যানো-প্রভাবকদের তুলনায় তাদের বেল্টের অধীনে বেশি অভিজ্ঞতা থাকে এবং তারা সাধারণত একটি নির্দিষ্ট শিল্প বা কুলুঙ্গির বিশেষজ্ঞ হয়। একটি বৃহৎ অনুসরণে অ্যাক্সেসের সাথে, কিন্তু এখনও ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক বজায় রাখতে সক্ষম, মাইক্রো-প্রভাবকরা ম্যাক্রো-প্রভাবকদের তুলনায় সস্তা হবে, যদিও এখনও মানসম্পন্ন ফলাফল তৈরি করে।

ম্যাক্রো এবং সেলিব্রিটি প্রভাবশালী



ম্যাক্রো-প্রভাবক

ম্যাক্রো-প্রভাবকরা 100,000 থেকে 1 মিলিয়ন অনুসরণকারীর সাথে সেলিব্রিটি এবং মাইক্রো-প্রভাবকদের মধ্যে একটি সুখী মাধ্যম প্রদান করতে সক্ষম। এই প্রভাবশালীরা একটি নির্দিষ্ট জনসংখ্যার বৃহৎ শ্রোতাদের অ্যাক্সেস প্রদান করতে সক্ষম হয়, তবে, তাদের আকারের কারণে তাদের সাধারণত কম ব্যস্ততার হার থাকে।



সেলিব্রিটি প্রভাবশালী

সেলিব্রিটি প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করার জন্য সবচেয়ে বেশি অর্থ ব্যয় হবে, তবে, তাদের অন্যান্য প্রভাবক ধরণের তুলনায় বেশি পৌঁছানো হবে, সাধারণত সারা বিশ্ব জুড়ে লক্ষ লক্ষ অনুসরণকারীদের অ্যাক্সেস থাকে। তারা সাধারণত একাধিক ধরণের সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করে, তাদের নাগাল আরও প্রসারিত করে। ম্যাক্রো-প্রভাবকদের মতো, তাদের আকারের কারণে, তারা উচ্চ ব্যস্ততার হার প্রদান করে না।

একটি কোম্পানি যে ধরনের প্রভাবকের সাথে কাজ করে তা মূলত নির্ভর করে তারা যে দর্শকদের লক্ষ্য করছে এবং বিপণন প্রচারের সামগ্রিক লক্ষ্য তার উপর। চিন্তাধারার নেতা বা ব্লগাররা একটি ব্র্যান্ডের নির্দিষ্ট পণ্য বা ধারণার প্রচারের জন্য দুর্দান্ত, যখন রিয়েলিটি স্টার এবং ভিডিও ব্লগাররা (ব্লগার) লাইভ ইভেন্টগুলি হোস্ট করার জন্য বা দৈনন্দিন জীবনে কীভাবে একটি পণ্য ব্যবহার করা হয় তা দেখানোর মাধ্যমে কীভাবে কাজ করে তা প্রদর্শনের জন্য আরও ভাল বিকল্প।

পার্টনারের জন্য নিখুঁত প্রভাবকের সন্ধান করার সময় কোথা থেকে শুরু করতে হবে তা জানার জন্য যারা সবেমাত্র একটি প্রভাবক মার্কেটিং প্রোগ্রাম শুরু করছেন তাদের জন্য এটি অপ্রতিরোধ্য হতে পারে। এই নির্দেশিকাটি একটি দুর্দান্ত সংস্থান যা বিভিন্ন ধরণের সোশ্যাল মিডিয়া প্রভাবশালীদের সম্পর্কে আরও বিশদে যায় এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণের প্রক্রিয়াকে সংকুচিত করতে সহায়তা করতে পারে।

ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং এথিক্স

যেকোনো কিছুর মতো, প্রভাবক বিপণনের ক্রটি রয়েছে, প্রধানত যখন এটি সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে একটি ব্র্যান্ড বা পণ্য প্রচার করার জন্য কাউকে অর্থ প্রদানের নীতির ক্ষেত্রে আসে। প্রভাবক বিপণন নীতিশাস্ত্র এবং তাদের ব্র্যান্ড বাজারজাত করার জন্য সঠিক প্রভাবক খোঁজার ক্ষেত্রে ব্যবসাগুলি তাদের গবেষণা করা অপরিহার্য। এটি করতে ব্যর্থ হলে একটি কোম্পানিকে জনসাধারণের দ্বারা কীভাবে অনুভূত হয় তার উপর বিপর্যয়কর প্রভাব ফেলতে পারে।

প্রভাবক মার্কেটপ্লেসকে সৎ রাখতে এবং প্রতারণামূলক বিজ্ঞাপন বন্ধ করার চেষ্টা করার জন্য FTC দ্বারা নির্ধারিত নির্দেশিকাগুলি স্থাপন করা হয়েছে।

এই নির্দেশিকাগুলি বোঝা কোম্পানিগুলিকে তাদের নিজস্ব প্রভাবক বিপণন নৈতিকতার সেট স্থাপনের ভিত্তি তৈরি করতে সাহায্য করবে।

প্রভাবশালী বিপণন নীতিশাস্ত্রের দুঃস্বপ্নের মধ্যে দৌড়ানো এড়াতে কোম্পানিগুলিকে নিম্নলিখিত পদক্ষেপগুলি গ্রহণ করার দৃঢ়ভাবে সুপারিশ করা হয়:

- প্রভাবকদের তাদের পোস্টে অন্তর্ভুক্ত করার জন্য, সেইসাথে কোম্পানির মিডিয়া কিটগুলিতে অন্তর্ভুক্ত করার জন্য স্পষ্ট প্রকাশ তৈরি করুন।
- প্রভাবশালীদের পুঙ্খানুপুঙ্খ গবেষণা সঞ্চালন তাদের সাথে অংশীদারিত্ব করার আগে নিশ্চিত করুন যে তারা আসল মানুষ যাদের নকল অনুসরণকারী নেই।
- নিয়মিতভাবে প্রভাবকদের র‍্যাঙ্কম অডিট পরিচালনা করুন এবং সঠিকভাবে প্রকাশ করার সময় প্রত্যেকে নিয়ম মেনে চলছে তা নিশ্চিত করার জন্য প্রভাবক প্রচারাভিযানগুলিকে নিবিড়ভাবে ট্র্যাক করুন।

একটি প্রভাবক সম্পর্ক ব্যবস্থাপনা প্রোগ্রাম ব্যবহার করা এই ধরনের প্রক্রিয়াগুলিকে স্বয়ংক্রিয় করতে সহায়তা করতে পারে।

কিভাবে একটি তৈরি করতে হয়

কার্যকরী প্রভাবক কৌশল

01

গবেষণা, গবেষণা, গবেষণা। প্রতিটি বিপণনকারী কোন নতুন বিপণন কৌশল বা প্রচারণা শুরু করার আগে গবেষণা এবং পরিকল্পনার মূল্য বোঝে। আপনার প্রভাবশালী কৌশলের সর্বাধিক পেতে নিম্নলিখিত নির্দেশিকাগুলি আপনাকে শুরু করতে সহায়তা করবে:

আপনার শ্রোতা জানা

অবশ্যই, আদর্শভাবে আপনি চান যে সবাই এবং তাদের ভাই আপনার বিপণন প্রচারাভিযানটি সবচেয়ে বেশি এক্সপোজার পেতে এবং আশা করি বিক্রয় তৈরি করুক। কিন্তু আপনি কার কাছে বিপণন করছেন এবং কীভাবে সেই ভিড়কে বিশেষভাবে পূরণ করবেন সে সম্পর্কে একটি দৃঢ় জ্ঞান না থাকার সময় এবং প্রচেষ্টার অপচয় হবে। যদি শ্রোতারা তাদের কাছে বিপণন করা পণ্য এবং পরিষেবাগুলির সাথে সংযোগ অনুভব না করে, তবে তাদের কেনাকাটা করার সম্ভাবনা কম।

গ্রাহক ব্যক্তিত্ব তৈরি করতে সময় নেওয়া, বা আদর্শ ভোক্তারা কেমন দেখাচ্ছে তার সাধারণ উপস্থাপনা একটি দরকারী অনুশীলন।

প্রভাবশালীরা তাদের অনুগামীদের সাথে ভাগ করে নেওয়ার জন্য নিখুঁত বার্তা সহ দর্শকদের কাছে পৌঁছানোর জন্য কাজ করতে সক্ষম হয়, তবে কোম্পানিগুলি এখনও কার কাছে পৌঁছতে চায় তা জানার জন্য সময় নেওয়ার জন্য দায়ী। গ্রাহক ব্যক্তিত্ব তৈরি করতে সময় নেওয়া, বা আদর্শ ভোক্তারা কেমন দেখায় তার সাধারণীকৃত উপস্থাপনা একটি দরকারী অনুশীলন যা আপনাকে আপনার লক্ষ্য শ্রোতা কারা সে সম্পর্কে ধারণা পেতে সাহায্য করবে এবং ফলস্বরূপ, প্রভাবকদের সাথে অংশীদার করার জন্য বিশাল ক্ষেত্রকে সংকুচিত করবে। আরো পরিচালনাযোগ্য। প্রভাবশালীরা আপনার ব্র্যান্ডের বিপণন করার জন্য আরও সহজ সময় পাবে।

আপনার লক্ষ্য জানুন

আপনার প্রভাবশালী বিপণন কৌশলের একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রথম ধাপ হল আপনার প্রচারাভিযানের চলমান সাফল্য পরিমাপ এবং মূল্যায়নে সহায়তা করার জন্য আপনার লক্ষ্যগুলি স্থাপন করা। লক্ষ্য পরিবর্তিত হবে এবং উভয় ওয়েবসাইট এবং দোকানে ট্রাফিক বাড়ানো থেকে শুরু করে গ্রাহকের আনুগত্য বাড়ানো বা জনসাধারণের চোখে ব্র্যান্ড সচেতনতা বাড়ানো পর্যন্ত হতে পারে। আপনার প্রচারাভিযানের মাধ্যমে আপনি কী অর্জন করতে চান এবং আপনি কোন মেট্রিক্সের বিষয়ে রিপোর্ট করবেন সে সম্পর্কে চিন্তা করার জন্য একজন প্রভাবকের সাথে অংশীদারিত্ব করার আগে সময় নিন।

1-3টি ছোট কিন্তু অর্জনযোগ্য লক্ষ্য দিয়ে শুরু করুন এবং আপনার কৌশল শুরু হওয়ার আগে আপনার কোম্পানি কোথায় দাঁড়িয়েছে তার বেসলাইন মেট্রিক্স পেতে ভুলবেন না যাতে আপনার প্রচারাভিযানের মেট্রিক্সের সাথে তুলনা করার মতো কিছু থাকে। প্রচারের পুরো জীবন জুড়ে নিয়মিতভাবে অগ্রগতি ট্র্যাক করুন এবং কী কাজ করেছে, কী হয়নি এবং সাফল্যের জন্য আপনার পরবর্তী প্রচারাভিযানকে কীভাবে পরিবর্তন করবেন তা বোঝার জন্য শেষে একটি অডিট করুন।

1



লক্ষ্য স্থির কর

2



বেসলাইন মেট্রিক্স পান

3



ট্র্যাক অগ্রগতি

4



একটি অডিট সঞ্চালন

আপনি কতটা বিনিয়োগ করতে চান তা জানুন



আপনার শ্রোতা কারা এবং আপনি কোন লক্ষ্যগুলি অর্জন করতে চান তার একটি ধারণা পাওয়া একটি বাজেট প্রতিষ্ঠা করতে সাহায্য করবে। কিছু প্রভাবশালীরা ভারী মূল্য ট্যাগ বহন করে, কিন্তু বিনিয়োগের উপর রিটার্ন (ROI) বেশি হতে পারে।

একটি আসন্ন প্রচারাভিযানের জন্য আপনি কতটা ব্যয় করবেন তা সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময়, আপনার লক্ষ্যগুলি কী এবং আপনি কী ধরনের প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করবেন তা বিবেচনা করুন। ন্যানো এবং মাইক্রো-প্রভাবক যাদের অনুগামী সংখ্যা কম রয়েছে তাদের ফ্যানদের সাথে ম্যাক্রো-প্রভাবকদের তুলনায় বেশি ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক থাকতে পারে যারা ব্যাপক দর্শকদের কাছে পৌঁছাতে সক্ষম হবে।

আপনি যে ধরনের প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করবেন এবং তারা যে কৌশলগুলি ব্যবহার করবেন তা মাথায় রেখে আপনাকে এমন একটি বাজেট নির্ধারণ করতে সহায়তা করবে যা আপনার জন্য সবচেয়ে ভাল কাজ করে।

একটি খাঁটি সংযোগ স্থাপন করুন প্রভাবশালীর সাথে

একবার আপনি অংশীদার করার জন্য নিখুঁত সোশ্যাল মিডিয়া প্রভাবক খুঁজে পেলে, তাদের কাছে প্রস্তাব নিয়ে পৌঁছানো নিজেই একটি শিল্প। দিনের শেষে, প্রভাবশালীরা এখনও এমন ব্যক্তি যাদের কাছে একটি আকর্ষণীয় অফার দিয়ে বাজারজাত করা প্রয়োজন যা তাদের জন্য উপযুক্ত। পেশাদার, শ্রদ্ধাশীল এবং পরিষ্কার হোন, তবে এটিকে এতটা নিস্তেজ করবেন না যে তারা দ্রুত এগিয়ে যায়।

একটি কোম্পানি এবং একজন প্রভাবশালীর মধ্যে সম্পর্ক একটি অংশীদারিত্ব এবং উভয় পক্ষের জন্য উপকারী হওয়া উচিত, তাই প্রাথমিক আউটরিচ ইমেলটি সংক্ষিপ্ত এবং বিন্দু পর্যন্ত হওয়া উচিত, আদর্শভাবে 7-10 বাক্য দীর্ঘ এবং একটি কথোপকথন শুরু করতে ব্যবহৃত হয় তা দেখতে প্রভাবশালী এবং ব্যবসা একটি মিল।

ইমেলের মাধ্যমে আপনার প্রভাবশালীর সাথে যোগাযোগ করুন এবং এটি ব্যক্তিগত করুন। নিশ্চিত করুন যে আপনি আপনার গবেষণা করেছেন এবং তাদের সম্পর্কে একটি বা দুটি জিনিস উল্লেখ করেছেন যাতে তারা জানে যে ইমেলটি ব্যক্তিগত এবং একটি সাধারণ টেমপ্লেট নয় যা আপনি অন্যান্য শত শত প্রভাবশালীকেও পাঠান।

প্রভাবকটি আপনার লক্ষ্যের জন্য উপযুক্ত কিনা সে সম্পর্কে আরও বেশি অনুভূতি না পাওয়া পর্যন্ত প্রচারের বিশদ বিবরণে ঝাঁপিয়ে পড়বেন না।



প্রাথমিক আউটরিচ ইমেলটি সংক্ষিপ্ত এবং বিন্দু পর্যন্ত হওয়া উচিত, আদর্শভাবে 7 থেকে 10 বাক্য দীর্ঘ এবং প্রভাবক এবং ব্যবসার মিল কিনা তা দেখার জন্য একটি কথোপকথন শুরু করতে ব্যবহৃত হয়।

প্রভাবশালীদের বিষয়বস্তু শেয়ার করার উপায়

সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মের বিভিন্নতা প্রভাবকদের জন্য সৃজনশীল এবং তাদের নিজস্ব অনন্য উপায়ে পণ্য এবং ব্র্যান্ডগুলি ভাগ করা সহজ করে তোলে। যদিও কোম্পানিগুলির জন্য বিষয়বস্তু তৈরি করা এবং তাদের প্রভাবশালীরা কীভাবে এই বিষয়বস্তু ভাগ করে তার জন্য কিছু দিকনির্দেশনা দেওয়া ঠিক, তবে প্রভাবকদের শেয়ার করার জন্য তাদের নিজস্ব বিপণন কৌশলগুলি ব্যবহার করার স্বাধীনতা দিতে ভুলবেন না। কিছু জনপ্রিয় শেয়ারিং পদ্ধতি হল:



ফটোগ্রাফি

সেল ফোনের ক্যামেরাগুলি আগের মতোই উন্নত এবং অ্যাপগুলির সাহায্যে, ভাল ভিজুয়াল ইফেক্টের জন্য ফটোগুলি সম্পাদনা এবং উন্নত করা যেতে পারে।



রিভিউ

প্রভাবশালীরা তাদের পছন্দের আইটেম পর্যালোচনা করে ব্লগ লিখে নির্দিষ্ট পণ্য প্রচার করার একটি দুর্দান্ত বিকল্প।



ভিডিও

ইউটিউব 2000 এর দশকের গোড়ার দিকে রয়েছে এবং এটি ভিডিওগুলির মাধ্যমে বিষয়বস্তু ভাগ করার জন্য সবচেয়ে জনপ্রিয় প্ল্যাটফর্মগুলির মধ্যে একটি যা প্রভাবক যতটা দীর্ঘ বা ছোট হতে পারে।



সরাসরি সম্প্রচার

Facebook এবং Instagram উভয়েরই "লাইভ" ক্ষমতা রয়েছে, যা শ্রোতাদের রিয়েল-টাইমে প্রভাবকদের সাথে দেখতে এবং ইন্টারঅ্যাক্ট করতে দেয়।

প্রভাবশালীদের বিষয়বস্তু শেয়ার করার উপায় (কন্টেন্ট)



আনবক্সিং

বিষয়বস্তু ভাগ করে নেওয়ার আরও ঐতিহ্যবাহী উপায়গুলির মধ্যে একটি নয়, কিন্তু ভোক্তাদের একটি পণ্যকে আরও বিস্তারিতভাবে দেখতে দেয় এবং প্রভাবশালীরা প্রথমবার বাক্সটি খোলার সাথে সাথে তাদের প্রকৃত প্রতিক্রিয়া ভাগ করতে পারে।



প্রতিযোগিতা

ভোক্তাদের শেয়ার করা সামগ্রীর সাথে আরও জড়িত হতে দেয় এবং পণ্যগুলি ব্যবহার করার ক্ষেত্রে তাদের নিজস্ব সৃজনশীলতা দেখাতে দেয়।



ইনফ্লুয়েন্সার টেকওভার

একজন প্রভাবশালীকে একটি ব্র্যান্ড বা কোম্পানির ইনস্টাগ্রাম অ্যাকাউন্টের নিয়ন্ত্রণ নিতে দেওয়া একটি নির্দিষ্ট ওয়েবসাইট বা পৃষ্ঠায় নতুন ট্র্যাফিক চালিত করার এবং ব্যস্ততার হার বাড়ানোর একটি দুর্দান্ত পদ্ধতি।



যদিও কোম্পানিগুলির জন্য বিষয়বস্তু তৈরি করা এবং তাদের প্রভাবশালীরা কীভাবে এই বিষয়বস্তু ভাগ করে তার জন্য কিছু দিকনির্দেশনা দেওয়া ঠিক, তবে প্রভাবকদের শেয়ার করার জন্য তাদের নিজস্ব বিপণন কৌশলগুলি ব্যবহার করার স্বাধীনতা দিতে ভুলবেন না।

আপনার আদর্শ প্ল্যাটফর্ম চয়ন করুন



আপনার প্রভাবক প্রচারণার সাফল্য আপনার শ্রোতাদের বোঝার এবং আপনার প্রয়োজনের জন্য সঠিক প্রভাবক এবং প্ল্যাটফর্ম খোঁজার উপর অনেক বেশি নির্ভর করে। ইনস্টাগ্রাম হল সবচেয়ে জনপ্রিয় চ্যানেল যখন এটি প্রভাবক বিপণনের ক্ষেত্রে আসে, সারা বিশ্বে কোটি কোটি ব্যবহারকারী রয়েছে; কিন্তু এটি একটি দীর্ঘ ভিডিও তৈরি বা তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে একটি ব্লগ লিখতে খুঁজছেন একটি প্রভাবশালী জন্য উপযুক্ত নয়।

শুধুমাত্র আপনার নিজের টার্গেট শ্রোতাই নয়, প্রভাবকের লক্ষ্য শ্রোতাদেরও বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ। তারা কিভাবে একই বা ভিন্ন, এবং উভয় শ্রোতাদের কাছ থেকে সেরা ফলাফল পেতে কোন প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করা যেতে পারে?

এছাড়াও, আপনার প্রভাবশালীর কতজন অনুসারীর অ্যাক্সেস রয়েছে এবং আপনার প্রচারাভিযানের লক্ষ্যগুলি কী তা বিবেচনা করুন। কল্পনা করুন আপনি একটি মাঝারি আকারের শহরে একটি স্থানীয় বার খুলছেন এবং একটি দুর্দান্ত উদ্বোধনী পার্টি দিতে চান। তাদের পৃষ্ঠায় পার্টির প্রচারের জন্য কয়েক লাখ অনুসারী সহ একজন জনপ্রিয় ইনস্টাগ্রাম প্রভাবক নিয়োগ করা প্রলুব্ধ হতে পারে। প্রচুর অনুগামীরা এটি দেখতে পাবে, কিন্তু এটি কি ইভেন্টের রাতে প্রকৃত পায়ের ট্র্যাফিকের উল্লেখযোগ্য পরিমাণে অনুবাদ করবে? সম্ভবত না। বিপরীতভাবে, অনুগামীদের একটি ভগ্নাংশের সাথে একজন স্থানীয় ফেসবুক প্রভাবশালী, কিন্তু এলাকা এবং এর লোকেদের সম্পর্কে আরও বেশি বোঝাপড়া ইভেন্টে উপস্থিত হওয়ার এবং একটি ফেসবুক-লাইভ ভিডিও করার মাধ্যমে ফলাফল তৈরি করতে পারে।

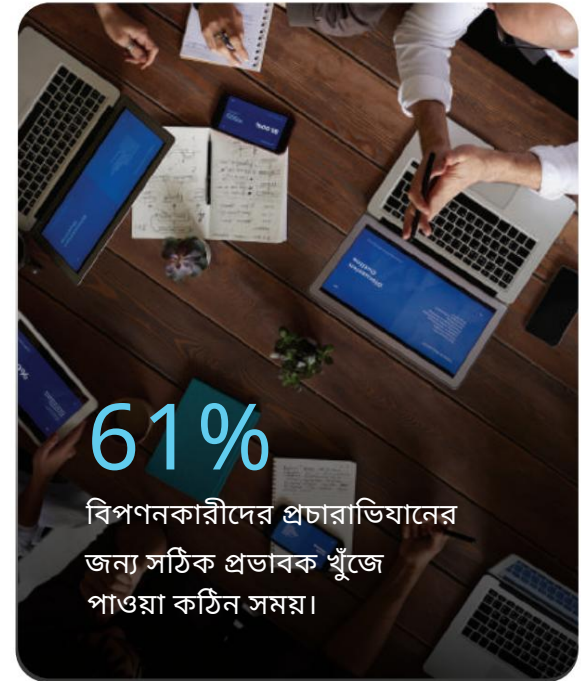
আপনার ব্র্যান্ডের জন্য সঠিক প্রভাবক খুঁজে বের করা

02

প্রভাবশালী বিপণন প্রচারাভিযানের ক্ষেত্রে সাফল্যের একটি গুরুত্বপূর্ণ চাবিকাঠি হল এমন একজন প্রভাবশালীকে খুঁজে বের করা যিনি বুঝতে পারেন এবং আপনার কুলুঙ্গির সাথে প্রাসঙ্গিক। এটি করা নিশ্চিত করে যে তাদের বিপণন প্রচেষ্টা বধির কানে পড়ে না (বা এই ক্ষেত্রে, চোখ অন্ধ)। শ্রোতারা প্রভাবশালীর পণ্য এবং পরিষেবাগুলিতে আগ্রহ দেখানোর সম্ভাবনা বেশি থাকে যদি এটি এমন কিছু হয় যা তারা আসলে নিজেরাই ব্যবহার করবে।

যদিও বিপণনকারীরা বোঝেন যে একটি সফল প্রভাবক বিপণন প্রচারাভিযানের জন্য সহযোগিতা করার জন্য সঠিক প্রভাবক খুঁজে পাওয়া একটি মৌলিক ভিত্তি, 61% বিপণনকারীদের প্রচারাভিযানের জন্য সঠিক প্রভাবক খুঁজে পেতে কঠিন সময় হয়।

আপনার আদর্শ প্রভাবক কেমন হতে পারে তা বের করতে প্রচারাভিযান পরিকল্পনা প্রক্রিয়ার প্রথম দিকে সময় নিন। আপনার বিশেষ বাজারে প্রভাবক এবং তাদের দর্শকদের নাগাল, ব্যস্ততার হার এবং প্রাসঙ্গিকতা বিবেচনা করুন। প্রচারাভিযানের সাফল্যের জন্য সবচেয়ে উপযুক্ত প্রভাবক নির্বাচন করা গুরুত্বপূর্ণ।



কীভাবে একটি কার্যকরী তৈরি করবেন প্রভাবশালী আউটরিচ কৌশল



আপনি কোন ধরণের প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করতে চান তা একবার খুঁজে বের করার পরে, এটি একটি কার্যকর প্রচার কৌশল পরিকল্পনা করার সময়। গবেষণা প্রভাবক যারা আপনার মানদণ্ড পূরণ করে এবং আপনি তাদের কাছে দৃশ্যমান তা নিশ্চিত করতে তাদের সোশ্যাল মিডিয়াতে অনুসরণ করা শুরু করেন। তাদের পোস্টের সাথে জড়িত হন এবং একটি সম্পর্ক তৈরি করতে শুরু করুন।

আপনি যখন আপনার প্রভাবশালীদের সাথে সম্পর্ক তৈরি করতে সময় নিচ্ছেন, তখন সঠিক সময়টির জন্য একটি কার্যকর পিচ তৈরি করতে এবং প্রস্তুত থাকতে ভুলবেন না। আপনি কোন লক্ষ্যগুলি অর্জন করতে চান, সেইসাথে আপনি তাদের অংশীদারিত্বের জন্য প্রভাবকদের কী অফার করতে পারেন তা স্পষ্টভাবে চিহ্নিত করতে ভুলবেন না। ক্ষতিপূরণটি সর্বদা এককালীন অর্থপ্রদান হতে হবে না, এতে বিনামূল্যের পণ্য বা পরিষেবা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে, এমনকি প্রভাবকের পোস্টগুলি রূপান্তর করতে সক্ষম এমন বিক্রয়ের উপর কমিশনও অন্তর্ভুক্ত করতে পারে।

আউটরিচ এবং অনুসরণ করুন

আউটরিচ

আপনি যখন আপনার প্রভাবশালীদের সাথে যোগাযোগ করতে প্রস্তুত হন, তখন আপনার ব্র্যান্ডের পরিচয় দিতে একটি সংক্ষিপ্ত এবং সংক্ষিপ্ত ইমেল পাঠান। পূর্বে উল্লিখিত হিসাবে, প্রথম ইমেলটি প্রভাবকের সাথে একটি সংযোগ তৈরি করা এবং সেগুলি আপনার প্রয়োজনের সাথে মিল কিনা তা দেখার বিষয়ে।

তারা অতীতে যে কাজ করেছেন তা উল্লেখ করে বার্তাটিকে ব্যক্তিগতকৃত করতে ভুলবেন না যাতে দেখা যায় যে তারা একসাথে একাধিক প্রভাবশালীকে পাঠানো সাধারণ, ব্যাপক ইমেল পাচ্ছেন না। আপনি আপনার ইমেলগুলিতে কী বলবেন তা নিশ্চিত না হলে অনুপ্রেরণার জন্য আউটরিচ টেমপ্লেটগুলির এই তালিকাটি দেখুন।

যদি প্রভাবক আপনার প্রাথমিক বার্তায় সাড়া দেয় এবং আপনার ব্র্যান্ডের সাথে সম্পর্ক গড়ে তুলতে গ্রহণযোগ্য বলে মনে হয়, তাহলে আপনি আপনার মনে থাকা অংশীদারিত্বের সুযোগগুলি সম্পর্কে আরও বিশদ বিবরণ সহ ফলো-আপ করতে পারেন এবং প্রচারাভিযানের আরও সুনির্দিষ্ট বিষয়ে কাজ করতে পারেন।

অনুসরণ করুন

একটি প্রচারাভিযানের জন্য একজন প্রভাবশালীর সাথে অংশীদারিত্ব করার পরে, আপনাকে ধন্যবাদ জানাতে এবং তাদের অংশীদারিত্বের জন্য কৃতজ্ঞতা জানাতে তাদের সাথে অনুসরণ করতে ভুলবেন না। একটি চলমান ভিত্তিতে প্রভাবক সম্পর্ক লালন করা চালিয়ে যেতে ভুলবেন না যাতে ভবিষ্যতে প্রচারাভিযানের জন্য আপনার আবার তাদের সাথে অংশীদারিত্ব করার বিকল্প থাকে।



প্রভাবশালী ব্যবস্থাপনা

03



সাথে অংশীদার করার জন্য নিখুঁত প্রভাবকের সন্ধান করা প্রভাবক বিপণন কৌশলগুলির জন্য আইসবার্গের টিপ। একবার তারা আপনার ব্র্যান্ডের সাথে অংশীদারিত্ব করতে সম্মত হলে, প্রভাবশালীদের পরিচালনা করা পরবর্তী পদক্ষেপ যা নিশ্চিত করে যে একটি প্রচারাভিযান সুচারুভাবে এবং দক্ষতার সাথে চালানো হয়।

দৃষ্টি যোগাযোগ

ইনফ্লুয়েন্সার ক্যাম্পেইনের

প্রচারাভিযান শুরু হওয়ার আগে, প্রচারণার জন্য স্পষ্ট প্রত্যাশা স্থাপন করতে এবং আপনার লক্ষ্যগুলি কী তা নির্ধারণ করতে আপনার প্রভাবশালীর সাথে একটি মিটিং করার পরিকল্পনা করুন। প্রভাবশালীদের সাথে কাজ করার সময় সৃজনশীল স্বাধীনতার অনুমতি দেওয়া মূল বিষয়: সত্তর শতাংশ বলেছেন যে তাদের সৃজনশীল স্বাধীনতা দেওয়া হলে তারা একাধিকবার একটি ব্র্যান্ডের সাথে অংশীদার হতে পারে।

যাইহোক, সৃজনশীল স্বাধীনতা প্রদানের অর্থ এই নয় যে প্রভাবকদের সম্পূর্ণভাবে প্রচারে তাদের নিজস্ব ডিভাইসে ছেড়ে দেওয়া। নির্দেশিকা প্রদান করুন, যেমন ভাষা বা ভয়েস যা ব্যবহার করা উচিত এবং আপনি প্রচারাভিযানের মাধ্যমে কী করতে চান।

একটি লুক বুক তৈরি করা যাতে অতীতের সফল প্রচারাভিযানের উদাহরণ রয়েছে এবং ব্র্যান্ডের চেহারা এবং অনুভূতি সব প্রভাবকের সাথে একই নির্দেশিকা শেয়ার করা হয়েছে তা নিশ্চিত করার একটি সহায়ক উপায় হতে পারে।

এটি আপনার প্রয়োজনীয়তা অনুসারে নিশ্চিত করতে এটি প্রকাশিত হওয়ার আগে এটির একটি চূড়ান্ত পর্যালোচনা করুন।



প্রভাবশালীদের জন্য বাজেট নির্ধারণ করুন

প্রভাবশালীর খরচ তাদের অনুসরণকারীর সংখ্যা এবং তারা কোন প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করছে সহ বিভিন্ন কারণের উপর নির্ভর করে পরিবর্তিত হয়। একইভাবে, প্রতিটি প্রচারাভিযান আলাদা, এবং প্রচারের খরচ পৃথকভাবে ঘটে, যার ফলে প্রথমবারের মতো বাজেট নির্ধারণ করা একটি কঠিন কাজ বলে মনে হয়।

প্রতি 1,000 অনুগামীর জন্য \$4 থেকে \$9 পর্যন্ত বরাদ্দ করা হল প্রভাবক মার্কেটিং শিল্পে নতুনদের জন্য শুরু করার জন্য একটি যুক্তিসঙ্গত জায়গা।

এর মানে হল আপনি যদি একজন মাইক্রো ইনফ্লুয়েন্সারের সাথে কাজ করেন এবং 100,000 লোকের কাছে পৌঁছাতে চান তাহলে আপনার \$400 থেকে \$900 এর মধ্যে বাজেটের প্রয়োজন হবে। মনে রাখবেন এই বাজেট শুধুমাত্র অনুগামীদের জন্য এবং এতে পণ্যের খরচ বা প্রচারাভিযান পরিচালনার জন্য প্রয়োজনীয় অন্য কোনো সংস্থান অন্তর্ভুক্ত নয়। এগুলি আলাদা খরচ যা প্রচারাভিযানের বাজেট তৈরি করার সময় বিবেচনা করা উচিত।

ছোট প্রভাবশালীরা আপনার অর্থের জন্য আরও ধাক্কা দিতে সক্ষম এবং আপনার বাজেট আরও এগিয়ে যাবে কারণ তারা তাদের অনুগামীদের সাথে বেশি ব্যস্ত থাকে। গড়ে, তারা তাদের মোট দর্শকের প্রায় 10% নিযুক্ত করছে। কিছু ছোট, আরও বেশি নিযুক্ত প্রভাবককে একত্রিত করুন এবং আপনি একজন সেলিব্রিটি প্রভাবকের সাথে যাওয়ার চেয়ে পণ্য বা পরিষেবা কেনার সম্ভাবনা বেশি এমন শ্রোতাদের কাছে পৌঁছানোর আরও ভাল সুযোগ পাবেন।

যদি আপনার লক্ষ্য বৃহৎ শ্রোতাদের কাছে পৌঁছানো হয়, তাহলে অর্থ প্রদানের জন্য প্রস্তুত থাকুন, কারণ বৃহৎ ফলোয়ার্স সহ একজন প্রভাবশালীর সাথে গেলে প্রতি 100,000 অনুসরণকারীদের জন্য কমপক্ষে \$1,000 চার্জ করা হবে। কিছু কোম্পানি কাইলি জেনারের একটি পোস্টের জন্য \$1.3 মিলিয়নের বেশি অর্থ প্রদান করেছে বলে জানিয়েছে।

প্রভাবশালী সম্পর্ক লালনপালন

The screenshot displays an 'Influencer Search' interface with a table of results and a detailed profile view for Jane Patterson.

INFLUENCER	REACH	ENGAGEMENTS	ENGAGEMENT RATE	NETWORKS	BIO
BEAST MAN	17.1M	17.8M	104.07%	Instagram	"long live jahseh" ac
janeepa	138.3M	4.4M	3.15%	Instagram	Bienvenidos a la cue
Steve Powers	55.7M	2.7M	4.78%	Instagram, YouTube	Cardibofficial.com https://CardiB.lnk.to
Beefcake 2	21.3M	2.6M	12.42%	Instagram, YouTube	"Swimming Lessons
GLoria Altman	17.6M	2.2M	12.76%	Instagram, Twitter, YouTube	N/A
Laura Foran	75.8M				
LOGAN MARKS	9.9M				
44one	14.2M				
Mimi Granda	15.2M				
ole10ta Érho	129.8M				

The detailed profile view for Jane Patterson shows her bio: "I quit my job to travel the world alone in 2010. Nine years later, I've traveled to 92 countries and all seven continents! Oh, and I never went back to a "real" job." It also includes an audience report section with the following metrics:

REACH	ENG. RATE	AVG. LIKES	AVG. COMMENTS	LIKES/COMMENT	POSTS/DAY
138.3M	3.37%	4.6M	30.6K	151	0.47

Below the metrics, there are two profile images for Jane Patterson: one in a grey hoodie and one in a white top against a mountain background.

একটি প্রভাবশালী বিপণন কৌশল থেকে সর্বাধিক সুবিধা পেতে প্রভাবশালীদের সাথে একটি শক্তিশালী, চলমান সম্পর্ক বজায় রাখা গুরুত্বপূর্ণ। অবশ্যই, একটি এককালীন প্রভাবশালী বিপণন প্রচারাভিযানে একটি উচ্চ ROI তৈরি করার এবং একটি ব্র্যান্ডের জন্য অনলাইন উপস্থিতি উন্নত করার সম্ভাবনা রয়েছে তবে প্রভাবশালীদের সাথে দীর্ঘমেয়াদী সম্পর্ক বজায় রাখার উপর ফোকাস করা মার্কেটারদের জন্য অগ্রাধিকার হওয়া উচিত।

দীর্ঘমেয়াদী সম্পর্ক তৈরি করা প্রভাবকদের আপনার ব্র্যান্ডের অনুরাগ উকিলদের মধ্যে পরিণত করতে সাহায্য করবে, যা ব্র্যান্ডের বিশ্বাসযোগ্যতাকে শক্তিশালী করতে এবং আপনার ব্র্যান্ডকে জৈব উপায়ে বৃদ্ধি ও প্রসারিত করতে সাহায্য করবে। উপরন্তু, ভবিষ্যতে প্রচারাভিযানের জন্য আপনাকে নতুন, উপযুক্ত প্রভাবশালীদের খুঁজে বের করা এবং নিয়োগ করার বিষয়ে চিন্তা করতে হবে না।

একটি প্রভাবক ব্যবস্থাপনা সফটওয়্যার ব্যবহার করা, যেমন GRIN, একটি সহজ ব্যবহারযোগ্য পোর্টাল প্রদান করে প্রভাবক সম্পর্ক পরিচালনা এবং বজায় রাখতে সাহায্য করতে পারে যা প্রভাবকদের সাথে যোগাযোগকে নির্বিঘ্ন করে এবং সবকিছুকে এক জায়গায় রাখে।

সাফল্য পরিমাপ

04

আপনি আপনার বিপণন প্রচারাভিযানের জন্য একজন সফল প্রভাবশালীকে প্রস্তুত করার এবং খুঁজে বের করার জমির স্তরটি শিখেছেন, কিন্তু প্রভাবক বিপণন চালানো থেকে একটি ব্যবসা কী ধরনের রিটার্ন আশা করতে পারে? ইনফ্লুয়েন্সার প্রোগ্রাম বাড়ার সাথে সাথে মার্কেটাররা কিভাবে সহজে একাধিক প্রচারাভিযান এবং প্রভাবকদের পরিচালনা করতে পারে?



কর্মক্ষমতা এবং ROI পরিচালনা করুন

পারফরম্যান্স এবং ROI মেট্রিক্স সঠিকভাবে নিরীক্ষণ করার জন্য সময় না নিয়ে, আপনার সমস্ত প্রভাবশালী বিপণন প্রচেষ্টা নিষ্ফল হতে পারে। প্রভাবশালীদের পারফরম্যান্স ট্র্যাক করার জন্য কেপিআই প্রতিষ্ঠা করা প্রচারাভিযানগুলি কীভাবে করছে সে সম্পর্কে মূল্যবান অন্তর্দৃষ্টি দিতে সহায়তা করতে পারে। প্রভাবক প্রচারাভিযানের জন্য কোম্পানিগুলিকে ট্র্যাক করার জন্য সবচেয়ে সাধারণ কিছু মেট্রিক হল:



দৃশ্যমানতা

একটি পণ্য বা ব্র্যান্ড সম্পর্কে সচেতনতা বোঝায় যা প্রভাবশালীরা দর্শকদের কাছে আনতে সক্ষম হয় এবং কতজন লোক আসলে পোস্টগুলি দেখছে।



ব্যস্ততা

ব্যস্ততার অর্থ বিভিন্ন জিনিস হতে পারে: অনুগামীরা কি পোস্ট বা ব্লগে মন্তব্য করছে, তারা কি একটি প্রতিযোগিতায় অংশগ্রহণ করছে, নাকি অনেক লোক একটি নির্দিষ্ট পোস্ট পছন্দ করছে?



রাজস্ব

প্রভাবশালীদের পোস্টের উপর ভিত্তি করে কেনাকাটা করা অনুসারীদের কাছ থেকে আনা অর্থের পরিমাণ। একটি প্রভাবক ব্যবস্থাপনা প্ল্যাটফর্মের সাথে, GRIN এর মতো, কাস্টম লিঙ্কগুলি প্রভাবকদের দ্বারা তৈরি করা যেতে পারে যাতে দ্রুত এবং সহজে ট্র্যাকিং কে বিক্রি করছে।

আপনার সামগ্রিক প্রচারাভিযানের লক্ষ্যের উপর ভিত্তি করে, এই এক বা একাধিক মেট্রিক আপনার প্রভাবশালী বিপণন প্রচারাভিযানের সারা জীবন ধরে বিবেচনা করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ পরিসংখ্যান হতে পারে।

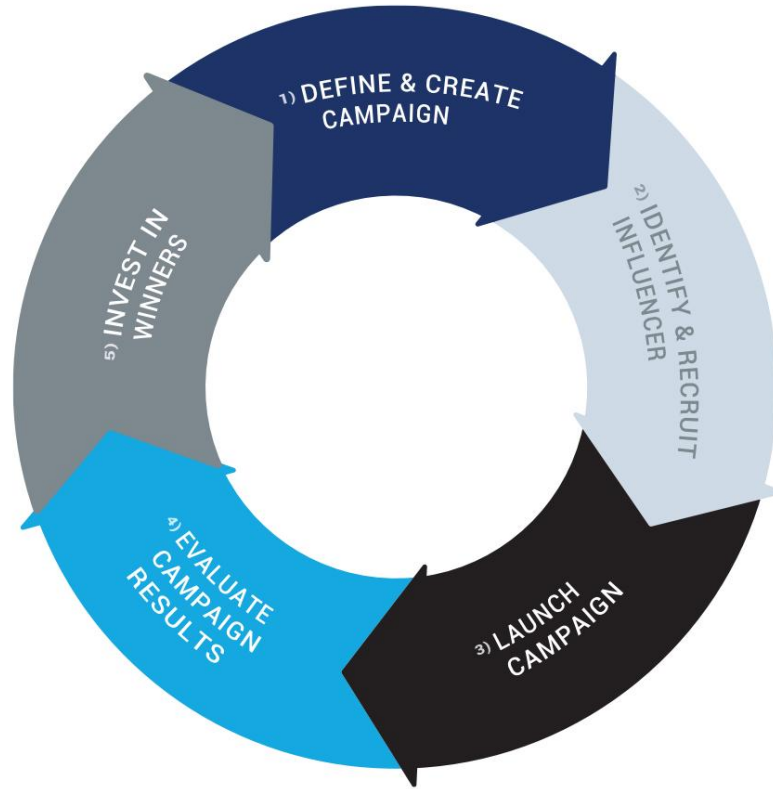
কর্মক্ষমতা এবং ROI পরিচালনা করুন (চলবে)

সমস্ত ডেটা সমানভাবে তৈরি করা হয় না, এবং কোম্পানিগুলির জন্য প্রাসঙ্গিক ডেটা ক্যাপচার করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ যা বৃদ্ধিকে চালিত করতে এবং ব্যবসায়িক সিদ্ধান্তগুলিকে অবহিত করতে সহায়তা করবে। তথ্য সংগ্রহ করার জন্য সময় নেওয়া, তারপর তথ্য সহজে হজমযোগ্য করার জন্য রিপোর্ট এবং ড্যাশবোর্ড তৈরি করা একটি অত্যন্ত ম্যানুয়াল প্রক্রিয়া এবং এটি মানুষের ভুলের জন্য অনেক জায়গা ছেড়ে দিতে পারে।

বিল্ট-ইন ইনফ্লুয়েন্সার অ্যানালিটিক্স রিপোর্ট এবং ড্যাশবোর্ডের সাথে ইনফ্লুয়েন্সার মার্কেটিং সিআরএম ব্যবহার করা রিপোর্টিংকে একটি বোতামে ক্লিক করার মতোই সহজ করে তুলতে পারে, এবং শীর্ষস্থানীয় প্রভাবশালীরা কারা, কোন প্রচারাভিযানগুলি সর্বোচ্চ উৎপন্ন করছে সে সম্পর্কে অন্তর্দৃষ্টি প্রদান করে মিনিট পর্যন্ত রিপোর্ট প্রদান করবে। রাজস্বের পরিমাণ, ট্রেন্ডিং হ্যাশট্যাগ এবং গ্রাহকের ব্যস্ততার হার।



ভবিষ্যত প্রচারাভিযান পরিকল্পনা ফলাফল ব্যবহার করুন



সময়ের সাথে সাথে, আপনি এমন নিদর্শনগুলি দেখতে শুরু করবেন যেখানে কৌশল এবং প্রভাবশালীরা বিনিয়োগে উচ্চ রিটার্ন চালায় কারণ এটি আপনার প্রতিষ্ঠিত লক্ষ্যগুলির সাথে সম্পর্কিত। এই গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলি ভবিষ্যতের প্রচারাভিযানগুলিকে আরও দক্ষতার সাথে পরিকল্পনা করতে এবং টার্গেট করতে, সেরা প্রভাবশালীদের বাছাই করতে এবং আপনার ব্র্যান্ডের জন্য উপযুক্ত শ্রোতা ব্যক্তিত্বদের আরও বিকাশ করতে সহায়তা করবে।

প্রভাবশালী মার্কেটিং এর ভবিষ্যত

05

সুতরাং, প্রভাবশালী বিপণনের ভবিষ্যতের জন্য বিপণনকারীরা কী আশা করতে পারে? এটি কি কেবল একটি ফ্যাড যা কয়েক সফল দশক পরে মারা যাবে? এটি কি একটি টেকসই কৌশল যা সময়ের পরীক্ষা সহ্য করতে সক্ষম হবে? "প্রভাবক বিপণন"-এর জন্য একটি সাধারণ Google ট্রেন্ড অনুসন্ধান একটি স্থির ঊর্ধ্বমুখী প্রবণতা দেখায় যা আমরা শীঘ্রই থামতে দেখছি না। কিন্তু বিপণনকারী এবং ব্র্যান্ডগুলিকে একটি সফল প্রচেষ্টা অব্যাহত রাখার জন্য প্রভাবক বিপণনের সাথে কীভাবে এগিয়ে যেতে হবে সে সম্পর্কে কৌশলগত হতে হবে।



জনসাধারণের জন্য বিপণন

যেহেতু প্রযুক্তি ক্রমাগত বিকশিত হচ্ছে এবং ব্র্যান্ড, বিপণনকারী এবং ভোক্তাদের ইন্টারঅ্যাক্ট করার জন্য নতুন উপায় সরবরাহ করছে, এটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ যে আমরা যতটা সম্ভব বর্তমান প্রবণতাগুলি বোঝার জন্য কাজ চালিয়ে যাই।

কেনাকাটার অভ্যাস এবং প্রজন্মের মধ্যে পার্থক্য বোঝা এখন আগের চেয়ে অনেক বেশি প্রয়োজন, কারণ প্রতিটি প্রজন্মের নিজস্ব পছন্দ রয়েছে কোন সামাজিক মিডিয়া প্ল্যাটফর্মগুলি ব্যবহার করা হয় এবং কীভাবে।

জেনারেল জেন্ড

Gen Z-এর এমন একটি বিশ্বে বেড়ে ওঠার বিশেষ সুযোগ রয়েছে যেখানে তাদের সহস্রাব্দের সমকক্ষদের মতো স্মার্টফোন এবং সীমাহীন ইন্টারনেট সংযোগ ছাড়া নিয়ে চিন্তা করতে হবে না। ফলস্বরূপ, তারা অত্যন্ত প্রযুক্তি-বুদ্ধিসম্পন্ন, এবং প্রধানত তিনটি প্রধান প্ল্যাটফর্মে ভিডিওগুলির মাধ্যমে ভবিষ্যতের প্রভাবশালী বিপণন কৌশলগুলির জন্য পথ প্রশস্ত করতে সাহায্য করে: Youtube, Snapchat, এবং Instagram। তাদের পরিবারের ক্রয় সিদ্ধান্তের উপর একটি ভারী প্রভাবের সাথে, এটাও আকর্ষণীয় যে 98% জেনারেল জেন্স অনলাইনের পরিবর্তে দোকানে কেনাকাটা করতে পছন্দ করেন।

সহস্রাব্দ

সহস্রাব্দ হল প্রভাবক বিপণনের লক্ষ্য করার জন্য একটি প্রধান জনসংখ্যা, কারণ তারা অনলাইন বিজ্ঞাপন বা বিলবোর্ডের মতো ঐতিহ্যবাহী বিপণন পদ্ধতি থেকে সতর্ক থাকে। সহস্রাব্দরা প্রকৃত কোম্পানির পরিবর্তে তাদের সমবয়সীদের দ্বারা সহজেই প্রভাবিত হয় এবং সামাজিক কারণগুলিকে সমর্থন করে এমন ব্র্যান্ডগুলি অনুসরণ করতে এবং ক্রয় করতে আগ্রহী।

Facebook, Instagram, এবং Youtube হল সহস্রাব্দ প্রজন্মের জন্য পছন্দের প্ল্যাটফর্ম।

জেনারেল এক্স এবং বেবি বুমারস

প্রভাবশালী বিপণন কৌশলগুলির কার্যকারিতার ক্ষেত্রে জেনারেল এক্স এবং বেবি বুমারদের গেমের বাইরে গণনা করা উচিত নয়। যদিও তারা পুরোনো প্রজন্ম, তারা এখনও অনলাইন এবং সক্রিয়, প্রধানত ফেসবুকে, এবং খরচ করার জন্য অর্থ আছে।

ফোর্বস রিপোর্ট করে যে "জেনারেশন এক্স জনসংখ্যার মাত্র 25% তৈরি করে কিন্তু মার্কিন আয়ের 31% ডলার উপার্জন করে। এবং বেবি বুমাররা সবথেকে শক্তিশালী অর্থনৈতিক শক্তি হিসেবে রয়ে গেছে, 2019 সালের শেষ নাগাদ তাদের ক্রয় বিশ্বব্যাপী \$15 ট্রিলিয়ন পৌঁছবে বলে আশা করা হচ্ছে।"

এই গ্রুপে জয়ী হতে, সমমনা প্রভাবশালীদের ব্যবহার করুন এবং নিশ্চিত করুন যে বিষয়বস্তু তাদের সাথে প্রাসঙ্গিক।

মার্কেটারদের কি জানা উচিত

সামনের দিকে তাকিয়ে, বিপণনকারীদের প্রভাবশালী বিপণন প্রচারাভিযানের জন্য আরও সংস্থান বাজেটের জন্য প্রস্তুত হওয়া উচিত। আমরা কীভাবে ভাবি যে প্রভাবক বিপণনের ভবিষ্যত বিকশিত হতে থাকবে তার কয়েকটি মূল বিষয় এখানে রয়েছে:

- যেহেতু লোকেরা সেলিব্রিটিদের উপর প্রভাবক পর্যালোচনার উপর আরও আস্থা রাখে, মাইক্রো-প্রভাবশালীরা তাদের অনুরাগীদের সাথে দৃঢ় সংযোগের সাথে সবচেয়ে সফল ধরনের প্রভাবশালী হয়ে উঠতে পারে।
- প্রযুক্তি বিকশিত হতে থাকবে, কিন্তু বিপণনের ক্ষেত্রে ইনস্টাগ্রাম শীর্ষ প্রভাবক পছন্দ হিসেবে রয়ে গেছে।
- প্রভাবশালীদের জন্য ক্ষতিপূরণ সম্ভবত বৃদ্ধি পাবে, কারণ আরও বেশি লোক এবং কোম্পানি একটি শক্তিশালী প্রভাবশালী বিপণন প্রচারণার মূল্য দেখতে পায়।
- একাধিক চ্যানেল জুড়ে একাধিক প্রভাবক ব্যবহার করা একটি প্রভাবশালী কৌশলের সাফল্য বাড়ানোর একটি দুর্দান্ত উপায় হবে, কিন্তু প্রভাবক সম্পর্ক গড়ে তোলা আরও জটিল হতে পারে।

যেহেতু এই পরিবর্তনগুলি কার্যকর হতে শুরু করে, কোম্পানিগুলির জন্য একটি সফল প্রভাবক কৌশলের জন্য দেরি না করে তাড়াতাড়ি প্রস্তুত করা গুরুত্বপূর্ণ। এর অর্থ হল আপনি কীভাবে প্রভাবশালী সম্পর্ক খুঁজে পাবেন, নিয়োগ করবেন, লালন-পালন করবেন এবং ট্র্যাক করবেন তার জন্য একটি বিশদ পরিকল্পনা থাকা। এই সবগুলিই সঠিক সরঞ্জাম ছাড়াই অত্যন্ত ম্যানুয়াল এবং সময়সাপেক্ষ প্রক্রিয়া হতে পারে, তাই একটি প্রভাবশালী বিপণন সফ্টওয়্যার কেনা একটি শক্তিশালী প্রভাবক বিপণন কৌশল বাস্তবায়ন এবং পরিচালনা করতে চাওয়া যে কোনও কোম্পানির জন্য একটি দুর্দান্ত বিনিয়োগ।



উপসংহার

06

ইনফ্লুয়েন্সার বিপণন বিশ্বজুড়ে কোম্পানিগুলির পছন্দের বিপণন কৌশলগুলির মধ্যে একটি হয়ে উঠেছে এবং শীঘ্রই যে কোনও সময় ধীর হওয়ার লক্ষণ দেখায় না। যেহেতু সোশ্যাল মিডিয়ার প্রবণতা ক্রমাগত বিকশিত হচ্ছে, এবং টিক টোক এবং টুইচের মতো নতুন প্ল্যাটফর্মগুলি জনপ্রিয়তা অর্জন করছে, এটি কেবল বোঝায় যে বিপণনকারীরা তাদের সামগ্রিক বিপণন কৌশলে কিছু ধরণের প্রভাবশালী বিপণন প্রয়োগ করার পরিকল্পনা করে। প্রভাবশালী বিপণন কীভাবে কাজ করে তা বোঝা এবং আপনার কৌশল পরিকল্পনা করার জন্য সময় নেওয়া সফল প্রভাবক প্রচারাভিযান চালানোর মূল চাবিকাঠি।

প্রভাবশালীরা তাদের শ্রোতাদের সাথে এতটাই মিলিত হয় যে তারা বিজ্ঞাপনের ঐতিহ্যগত ফর্মগুলির চেয়ে বেশি সফলভাবে বিক্রয় চালাতে সক্ষম হয়। ডোক্তারা মনে করেন যে তারা তাদের প্রিয় প্রভাবশালীদের বিশ্বাস করতে পারে এবং এই প্রভাবশালীরা যে পর্যালোচনাগুলি প্রদান করে তার উপর ভিত্তি করে তাদের ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিতে পারে।

