

Google

অ্যাডসেন্স



Google AdSense

বিষয়বস্তু

ভূমিকা..... 1

আপনার শ্রোতাদের আপনার ব্র্যান্ডের সাথে পরিচিত হতে সাহায্য করুন। 3

শুধু ওয়েব পেজ নয়, ব্যবহারকারীর যাত্রা ডিজাইন করুন। 8

আপনার শ্রোতাদের সাথে অনুরণিত বিষয়বস্তু বিকাশ করুন। 13

আপনার বিষয়বস্তু ব্যবহার করা সহজ করুন..... ১৭

ভাল উত্স উল্লেখ করে অন্যান্য সাইটের সাথে ভালবাসা শেয়ার করুন.....20

ভূমিকা

61% ব্যবহারকারীরা দ্রুত অন্য সাইটে চলে যাবে যদি তারা এখনই যা খুঁজছিল তা খুঁজে না পায়।

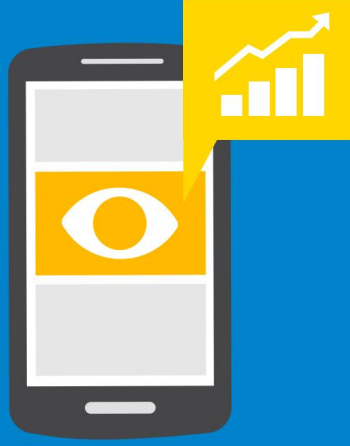
1

আজ, তথ্য আমাদের নখদর্পণে রয়েছে এবং আমরা যে কোনও ডিভাইসে যে কোনও জায়গা থেকে এটি অ্যাক্সেস করতে পারি। মাত্র কয়েকটি ট্যাপ আমাদের মনোযোগের জন্য প্রতিদ্বন্দ্বী লক্ষ লক্ষ ওয়েবসাইটকে টেনে নিয়ে যায়। প্রকাশকদের জন্য, আপনার শ্রোতাদের সাথে জড়িত হওয়া কখনোই বেশি গুরুত্বপূর্ণ বা বেশি চ্যালেঞ্জিং ছিল না।

তাহলে আপনি কীভাবে এই মুহূর্তগুলিতে ব্যবহারকারীদের সাথে জড়িত থাকবেন এবং তাদের আরও কিছু জন ফিরে আসতে চান? দুর্ভাগ্যক্রমে, উত্তরটি একটি চতুর হ্যাক নয়। যাইহোক, অনন্য বিষয়বস্তু তৈরি করে এবং একটি দুর্দান্ত অভিজ্ঞতার সাথে ব্যবহারকারীদের আনন্দিত করার মাধ্যমে, আপনি আপনার দর্শকদের সাথে এমনভাবে জড়িত হওয়ার পথে থাকবেন যা আগে কখনও হয়নি। জিম স্টেনজেল, পস্টার অ্যান্ড গ্যাশলের প্রাক্তন গ্লোবাল মার্কেটিং অফিসার এটিকে এইভাবে তৈরি করেছিলেন, "আমাদের আসলেই যা প্রয়োজন তা হল একটি মানসিকতার পরিবর্তন যা আমাদের আজকের ভোক্তাদের সাথে প্রাসঙ্গিক করে তুলবে, 'বলা ও বিক্রি' থেকে সম্পর্ক তৈরিতে মানসিকতার পরিবর্তন।"

আপনার শ্রোতাদের সাথে সম্পর্ক তৈরি করতে এবং ইতিবাচক মিথস্ক্রিয়া চালানোর জন্য উচ্চমানের সামগ্রী অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এই নির্দেশিকায়, আমরা আপনার বিষয়বস্তুর সাথে শ্রোতাদের সম্পৃক্ততা চালাতে আপনি এখন নিতে পারেন এমন বিভিন্ন পদক্ষেপ কভার করব। আমরা আলোচনা করব:

- ✓ কীভাবে আপনার শ্রোতাদের আপনার ব্র্যান্ডের সাথে পরিচিত হতে সাহায্য করবেন
- ✓ আনন্দদায়ক ব্যবহারকারী ভ্রমণ ডিজাইন করার জন্য সর্বোত্তম অনুশীলন
- ✓ আপনার শ্রোতাদের সাথে অনুরণিত হয় এমন সামগ্রী কীভাবে বিকাশ করবেন
- ✓ আপনার সামগ্রী ব্যবহার করা সহজ করার উপায়
- ✓ কেন আপনি ভাল উত্স উল্লেখ করে অন্যান্য সাইটের সাথে প্রেম ভাগ করা উচিত



আপনার দর্শকদের সাথে
আপনার ব্র্যান্ডের অনেক
টাচপয়েন্ট জুড়ে একটি
সামঞ্জস্যপূর্ণ ব্র্যান্ড উপস্থিতি
স্থাপন করুন

আপনার শ্রোতাদের আপনার ব্র্যান্ডের সাথে পরিচিত হতে সাহায্য করুন

"জরিপ করা সহস্রাব্দের 60% ব্র্যান্ডের কাছ থেকে একটি ধারাবাহিক অভিজ্ঞতা আশা করে যে তারা অনলাইনে, দোকানে বা ফোনের মাধ্যমে যোগাযোগ করে।" 2

আপনার প্রতিযোগীদের থেকে আপনার বিষয়বস্তু আলাদা করুন আপনার সাইটের দর্শকদের উপর একটি স্থায়ী ছাপ রেখে যেতে। এটি করার একটি উপায় হল আপনার দর্শকদের সাথে আপনার ব্র্যান্ডের অনেক টাচপয়েন্ট জুড়ে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ ব্র্যান্ডের উপস্থিতি স্থাপন করা।

1 আপনার ভয়েস সংজ্ঞায়িত করুন

একটি শৈলী চয়ন করুন এবং আপনি যে বার্তাগুলি প্রকাশ করতে চান তার জন্য একটি স্বতন্ত্র ব্র্যান্ড তৈরি করুন। আপনার লেখার স্টাইল কি নৈমিত্তিক, প্রচলিত রেফারেন্স দিয়ে সজ্জিত? অথবা এটি কি আরও সহজবোধ্য এবং সরল, ভাল-গবেষণা তথ্য ব্যবহার করে পয়েন্ট বাড়িতে চালাতে?

2 অটল থাক

একবার আপনি একটি ভয়েস প্রতিষ্ঠা করলে, আপনার সামগ্রী জুড়ে সামঞ্জস্যপূর্ণ হওয়া নিশ্চিত করুন যাতে লোকেরা আপনার ব্র্যান্ডকে চিনতে এবং পরিচিত হতে পারে এবং তারা যখন আপনার সাইট, মোবাইল অ্যাপ বা এমনকি আপনার সামাজিক বৈশিষ্ট্যগুলি পরিদর্শন করে তখন তারা কী আশা করতে পারে তা জানে।



3 ব্যবহারকারীদের আগ্রহের সাথে সম্পর্কিত

যদিও আপনার শৈলী বাছাই করা শুধুমাত্র গুরুত্বপূর্ণ নয়। আপনাকে এটাও নিশ্চিত করতে হবে যে পাঠকরা আপনার বেছে নেওয়া বিষয়গুলিকে গুরুত্বপূর্ণ এবং তাদের আগ্রহের সাথে প্রাসঙ্গিক মনে করে।

Google Analytics ব্যবহার করুন

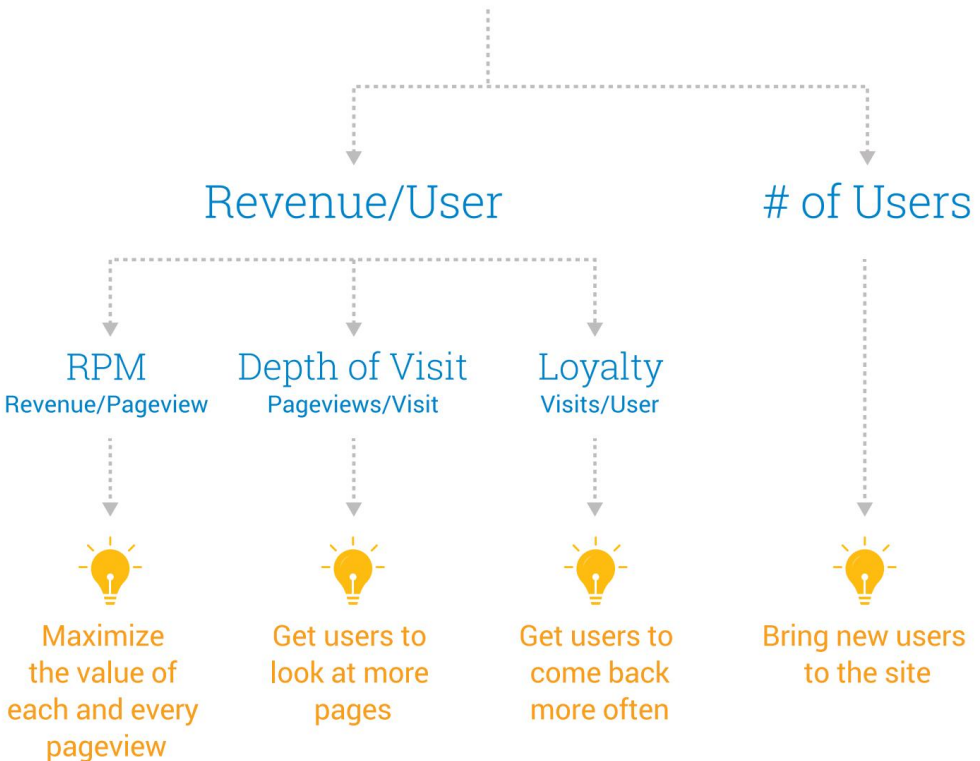
আপনার ব্র্যান্ডের জন্য গুরুত্বপূর্ণ প্রতিটি ব্যবহারকারীর নিজস্ব অনন্য পছন্দ, আগ্রহ এবং চাহিদা রয়েছে। এই পার্থক্যগুলি গুরুত্বপূর্ণ যখন তিনি সিদ্ধান্ত নিচ্ছেন কি পড়বেন, কোথায় কেনাকাটা করবেন এবং কি শেয়ার করবেন। আপনার সাইটের বিশ্লেষণগুলি অধ্যয়ন করা আপনাকে আপনার দর্শকদের কাছে কোন বিষয়গুলি গুরুত্বপূর্ণ এবং কোনটি নয় তা নির্ধারণ করতে সাহায্য করতে পারে।



- ✓ একটি ড্যাশবোর্ড সেট আপ করুন যা আপনার কাছে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মেট্রিকগুলিকে ট্র্যাক করে। আপনি যখন আপনার অ্যানালিটিক্স অ্যাকাউন্টে লগ ইন করবেন তখন আপনি এটিই প্রথম দেখতে পাবেন এবং আপনাকে দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করতে পারে।
- ✓ দীর্ঘমেয়াদী রাজস্ব কাঠামোতে ফোকাস করুন। এটি একটি সহজ, কিন্তু শক্তিশালী ফ্রেমওয়ার্ক যা আপনাকে চারটি লিভার বুঝতে সাহায্য করতে পারে যা আপনাকে আপনার সাইট বাড়াতে সাহায্য করতে পারে। এই কাঠামোর সাথে, নিম্নলিখিত চার্টে বর্ণিত চারটি লিভারের পরিপ্রেক্ষিতে আপনার সাইট অপ্টিমাইজেশন প্রচেষ্টা বিবেচনা করুন।

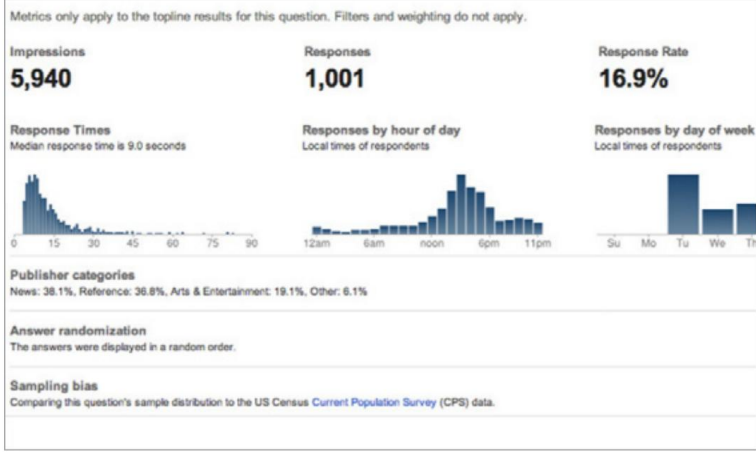
Google AdSense Long-term Revenue Framework

As a publisher, to grow your revenue you should aim to increase



Google Consumer Surveys ব্যবহার করুন

গুগল কনজিউমার সার্ভে লোকেরা আপনার ব্র্যান্ড সম্পর্কে কী ভাবছে, তাদের কাছে কী গুরুত্বপূর্ণ এবং এমনকি আপনার ডিজাইনের জন্য কোন রঙগুলি সবচেয়ে ভাল কাজ করে সে সম্পর্কে ডেটা এবং পরিসংখ্যান সংগ্রহের জন্য আপনাকে আপনার নিজস্ব ওয়েব সার্ভে তৈরি করতে দেয়।





আপনার বিভিন্ন ব্যবহারকারী
সেগমেন্টের জন্য একটি পরিষ্কার
পরিকল্পনা-পরিকল্পনা মূল্যবান
অন্তর্দৃষ্টি, আনন্দ দেবে
ব্যবহারকারী, এবং বৃদ্ধি
আপনার ব্র্যান্ডের সাথে
জড়িত।

শুধু ওয়েব পেজ নয়, ব্যবহারকারীর যাত্রা ডিজাইন করুন

"শুধুমাত্র 9% ব্যবহারকারী একটি মোবাইল সাইট বা অ্যাপে থাকবেন যদি এটি তাদের চাহিদা পূরণ না করে (উদাহরণস্বরূপ, তথ্য খুঁজে পেতে বা দ্রুত নেভিগেট করতে)।" 3

আমরা উল্লেখ করেছি যে উচ্চ-মানের অনন্য সামগ্রী হল দর্শকদের চালিত করার এবং আপনার সামগ্রী শেয়ার করার জন্য একটি মূল উপাদান। কিন্তু ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা সম্পর্কে কি?

আপনার ব্যবহারকারীদের জন্য ওয়েব পৃষ্ঠার গন্তব্য ডিজাইন করার পরিবর্তে, ব্যবহারকারীর যাত্রা ডিজাইন করার চেষ্টা করুন। সমন্বিত বার্তাপ্রেরণ এবং ব্যবহারকারীকে কেন্দ্র করে সাইট ডিজাইন আপনার শ্রোতা এবং আপনার ব্যবসা উভয়ের জন্যই অধিকতর ফলাফল প্রদান করে।



1 একটি মুহূর্ত মানচিত্র তৈরি করুন



একটি মুহূর্ত মানচিত্র ব্যবহারকারীর মুহূর্তগুলির সেট সনাক্ত করার জন্য আপনার সমাধান যা আপনি একেবারে জিততে চান বা হারতে পারেন না।

এটি একটি আনন্দদায়ক ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা বাস্তবায়নের ভিত্তি স্থাপন করে এবং আপনার ব্যবহারকারীরা আপনার বিষয়বস্তুর সাথে জড়িত থাকার প্রবাহের উপর ফোকাস করতে সাইট ডিজাইনকে উৎসাহিত করে।

স্মার্টফোন ব্যবহারকারীদের 91% একটি প্রদত্ত কাজ করার সময় ধারণার জন্য তাদের ফোনে ফিরে যান। একটি মুহূর্ত মানচিত্র তৈরি করুন; আপনি আপনার ব্যবহারকারীদের চাহিদা অনুমান করবেন এবং সেই চাহিদাগুলি পূরণ করতে তাদের জন্য উপযোগী হবেন। 4



আপনার ব্র্যান্ডের জন্য ব্যবহারকারীর যাত্রার সমস্ত পর্যায়গুলি পরীক্ষা করুন এবং ম্যাপ করুন, এবং সেই মুহূর্তগুলি সন্ধান করুন যখন লোকেরা অনুপ্রেরণা পেতে চায়, আপনি যে বিষয়ে প্রতিবেদন করছেন সে সম্পর্কে শিখতে চান, একটি সামাজিক বিবৃতি তৈরি করতে চান বা এর মধ্যে যেকোনো কিছু। তারপর বিভিন্ন ধরনের দর্শকদের সময় সীমাবদ্ধতা পূরণ করার সময় আপনার বিষয়বস্তু শেয়ার করার জন্য সর্বোত্তম বিন্যাস নির্ধারণ করুন।

উদাহরণস্বরূপ, তারা কি সময় হত্যা করছে? কিছু কিনতে খুঁজছেন?

অথবা, তারা কি আপনার প্রতিযোগীদের সাথে আপনার পণ্যের তুলনা করছে?

আপনি আপনার ওয়েবসাইট ডিজাইনের ধারণা শুরু করার আগে ব্যবহারকারীর উদ্দেশ্যগুলি বোঝা আপনাকে একটি আনন্দদায়ক ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সাহায্য করে যেভাবে বিভিন্ন ধরণের দর্শকরা আপনার সাইটটি কীভাবে ব্যবহার করে এবং সেইসাথে তারা সেখানে যে সময় ব্যয় করতে ইচ্ছুক সেগুলিকে পূরণ করে।

2 যতটা সম্ভব কয়েক ধাপে ব্যবহারকারীদের জন্য আপনার পছন্দসই ফলাফলে পৌঁছানো সহজ করুন।

উদাহরণ: গেটেড কন্টেন্ট দিয়ে ব্যবহারকারীর অন্তর্দৃষ্টি লাভ করুন

ফর্মের পিছনে একচেটিয়া, পছন্দসই বিষয়বস্তু গेट করা, নিউজলেটার সাইনআপের জন্য অনুরোধ করা বা সমীক্ষার প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করা ব্যবহারকারীর অন্তর্দৃষ্টি সংগ্রহের জন্য অত্যন্ত দরকারী কৌশল হতে পারে। ব্যবহারকারীর অন্তর্দৃষ্টি আপনাকে আপনার শ্রোতাদের জনসংখ্যা সম্পর্কে আরও ভালভাবে বুঝতে এবং তাদের আগ্রহের জন্য আরও লক্ষ্যযুক্ত সামগ্রী তৈরি করতে সহায়তা করে।

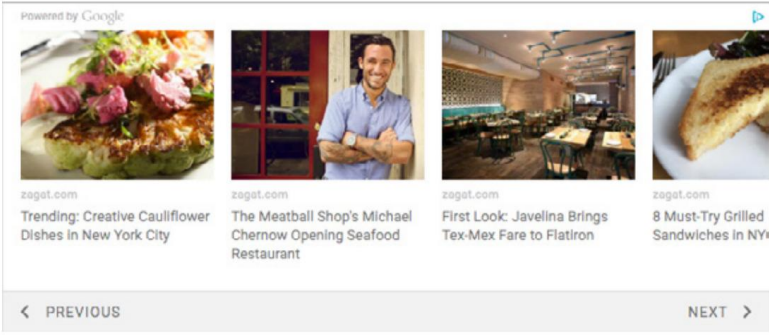
ব্যবহারকারীদের অনুরোধ করা বিষয়বস্তু গ্রহণ করা তাদের জন্য সহজ করুন, গবেষণা দেখায় যে 67% ব্যবহারকারী পরিবর্তন করবে যদি এটি ক্রয় বা পছন্দসই তথ্য পেতে অনেকগুলি পদক্ষেপ নেয়। 5



উদাহরণ: প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তুর সুপারিশ করে পৃষ্ঠার ভিউ ড্রাইভ করুন।

মিলে যাওয়া বিষয়বস্তু জন্য একটি বিনামূল্যে বিষয়বস্তু সুপারিশ টুল

AdSense প্রকাশক যারা আপনার সাইট থেকে আপনার বর্তমান দর্শকদের কাছে সামগ্রী প্রচার করে। ব্যবহারকারীদের আরও নিযুক্ত করার জন্য আপনি মিলে যাওয়া সামগ্রীর প্রাসঙ্গিকভাবে প্রাসঙ্গিক এবং ব্যক্তিগতকৃত নিবন্ধের সুপারিশগুলি থেকে উপকৃত হতে পারেন।



3 স্পষ্টভাবে সংজ্ঞায়িত, ইন্টারেক্টিভ কল টু অ্যাকশন তৈরি করুন

এর মধ্যে বোল্ড "সাইন আপ" বোতাম এবং নৈমিত্তিক প্রস্পট অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে যা দর্শকদের নির্দিষ্ট বিষয়বস্তু বা পৃষ্ঠাগুলির দিকে নির্দেশ করে এবং ব্যবহারকারীদের কর্মে নিয়ে যাওয়ার চমৎকার উপায়।



মনের মধ্যে পেতে, এবং
হৃদয়, আপনার লক্ষ্য
শ্রোতা.

আপনার শ্রোতাদের সাথে অনুরণিত হয় এমন সামগ্রী বিকাশ করুন

"68% ব্যবহারকারীরা [অনলাইন বিষয়বস্তু] শেয়ার করেন যাতে তারা কে এবং তারা কিসের বিষয়ে চিন্তা করেন সে সম্পর্কে লোকেদের আরও ভাল ধারণা দিতে।" 6

ব্যবহারকারীরা ডিজিটাল, বাধ্যতামূলক শেয়ারার এবং তারা ব্যক্তিগতকৃত কিউরেশন আশা করে। আপনার লক্ষ্য দর্শকদের মন এবং হৃদয়ে প্রবেশ করুন। তাদের জুতা মধ্যে নিজেকে রাখুন; প্রাসঙ্গিক তথ্য, ধারণা, অনুপ্রেরণা এবং বিনোদনের ক্ষেত্রে তারা কী চায় এবং প্রয়োজন?

আবেগ বহন করে এমন বিষয়বস্তু আপনার দর্শকদের সাথে সম্পর্কিত হওয়ার সম্ভাবনা বেশি।

1 এমন বিষয়বস্তু তৈরি করুন যা সম্ভবত একটি আবেগপূর্ণ বা সম্পর্কিত প্রতিক্রিয়া জাগিয়ে তুলতে পারে।

তাদের আগ্রহের সাথে প্রাসঙ্গিক হন:

লোকেরা তাদের আগ্রহের বিষয়বস্তু ভাগ করে।



সম্পর্কযুক্ত হন এবং ব্যবহারিক দিকনির্দেশনা প্রদান করুন:

আপনি ইতিমধ্যেই একটি ভয়েস প্রতিষ্ঠা করেছেন যা ব্যবহারকারীদের সাথে সম্পর্কিত হতে পারে। এখন তাদের নির্দেশনা দিতে এটি ব্যবহার করুন তারা আসলে ব্যবহার করতে পারে।

সেগুলিকে আঁকতে এবং তাদের নিযুক্ত রাখতে গল্প বলুন:

লোকেরা প্রাসঙ্গিক গল্পগুলিতে আরও ভাল সাড়া দেয়। মানুষ গল্প শেয়ার করার সম্ভাবনা বেশি, তথ্য নয়।

2 আপনার বিষয়বস্তু কৌশল একটি বৈচিত্র্যপূর্ণ পদ্ধতি গ্রহণ করুন

চিরসবুজ বিষয়বস্তু:

চিরসবুজ বিষয়বস্তু এমন বিষয়বস্তু যা অ্যাক্সেস করা হোক না কেন তা এখনও প্রাসঙ্গিক। আপনি যদি সান ফ্রান্সিসকোর খাবারের দৃশ্য সম্পর্কে ব্লগিং করেন তবে এই গ্রীষ্মের ট্রেন্ডিস্ট ফুড ট্রাকগুলির বিষয়বস্তু চিরসবুজ নয়। একটি মিশন জেলার জন্য একটি রেসিপি অনুপ্রাণিত carne আসাদা burrito, যদিও, হয়। যেহেতু আপনার শ্রোতারা খাবারে আগ্রহী, তাই এই কন্টেন্টের প্রতিটি প্রকার অত্যন্ত প্রাসঙ্গিক, তবে পরবর্তীটি সময়ের সাথে সাথে প্রাসঙ্গিক থাকার সম্ভাবনা বেশি। চিরসবুজ বিষয়বস্তু সর্বদা অনুসন্ধান করা হচ্ছে, এবং ব্যবহারে বাড়তে থাকবে।

আপনার আর্কাইভ করা বিষয়বস্তু অনুসন্ধান করুন এবং আপনার সামাজিক মিডিয়া শ্রোতাদের সাথে যা চিরসবুজ তা পুনরায় ভাগ করতে ভয় পাবেন না।



প্রবণতা বিষয়বস্তু:

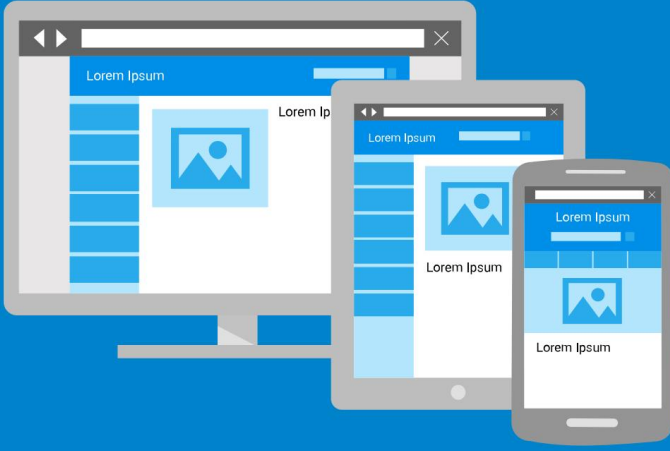
আমাদের উদাহরণে ফিরে আসুন, এই গ্রীষ্মের সবচেয়ে জনপ্রিয় খাদ্য ট্রাকগুলির বিষয়বস্তু প্রবণতা বিষয়বস্তুর সাথে খাপ খায়। Google Trends- এ তথ্যের ভাণ্ডারে ট্যাপ করুন আপনার অঞ্চলের লোকেরা কী খুঁজছে সে সম্পর্কে আরও জানতে আপনাকে সাহায্য করতে। এবং যদি আপনার ব্যবহারকারীরা এমন একটি এলাকা থেকে হয় যা আপনার কাছে অপরিচিত, আপনি Google Almanac ব্যবহার করতে পারেন আপনাকে [সেই অনুপ্রেরণা দেওয়ার](#) জন্য তাদের কাছাকাছি ঘটছে এমন ছুটির দিন এবং ইভেন্টগুলি সনাক্ত করতে সহায়তা করার জন্য।



গভীর বিষয়বস্তু:

এটা জানা যায় যে ব্যবহারকারীরা প্রায়ই একটি দ্রুত প্রশ্নের উত্তর দিতে Google-এর কাছে যান, তবে গবেষণা পরামর্শ দেয় যে ব্যবহারকারীদের দৈনিক তথ্যের 10% পর্যন্ত একটি বিস্তৃত বিষয় সম্পর্কে শেখা জড়িত। এই সেরা অভ্যাস অনুসরণ আমাদের ওয়েবমাস্টার নির্দেশিকা সহ আমাদের সিস্টেমগুলিকে [আপনার সাইটের বিষয়বস্তু আরও ভালভাবে বুঝতে সাহায্য করে এবং](#) [অনুসন্ধান ফলাফলের গভীরতার সেটে](#) এটি প্রদর্শিত হওয়ার সম্ভাবনাকে উন্নত করে।





ভিজ্যুয়াল বিষয়বস্তু হয়

40X এর বেশি

অন্যের তুলনায় সোশ্যাল মিডিয়াতে
শেয়ার করার সম্ভাবনা রয়েছে

বিষয়বস্তুর প্রকার।

7

আপনার সামগ্রী ব্যবহার করা সহজ করুন

আপনার শ্রোতাদের আকৃষ্ট করা হল ব্যবহারকারীরা যে গল্পটি খুঁজছেন তা একটি অনন্য এবং সৃজনশীল উপায়ে বলা। কখনও কখনও এর অর্থ শব্দের বাইরে যাওয়া এবং মিডিয়া ব্যবহার করা। একজন প্রকাশক হিসেবে, মানুষের জন্য বিষয়বস্তু ব্যবহার করা সহজ করা আপনার ভূমিকা। সংক্ষিপ্ত মনোযোগের ব্যবধানে, এমন সামগ্রী তৈরি করা গুরুত্বপূর্ণ যা ব্যবহারকারীদের নিযুক্ত রাখতে এবং বিনোদন দিতে পারে।

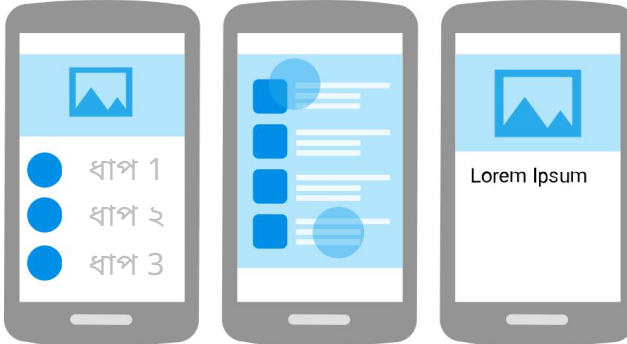
- ✓ একটি টুইট হল 140 অক্ষর
- ✓ একটি Snapchat 10 সেকেন্ড
- ✓ একটি লতা হল 6 সেকেন্ড
- ✓ একটি শেয়ার একটি ক্লিক
- ✓ একটি টিন্ডার ম্যাচ একটি সোয়াইপ



1 তালিকা, ইনফোগ্রাফিক, ছবি, GIF এবং ভিডিও

ভিজুয়াল, এবং অনলাইন মিডিয়ার অন্যান্য ফর্ম, আপনার মূল বার্তাগুলির প্রতি ব্যবহারকারীদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে। এগুলি শ্রোতাদের জন্য সামাজিক শেয়ারগুলির সাথে অনুরণিত এবং উত্সাহিত করা সহজ।

যে সাইটগুলিতে ভিডিও অন্তর্ভুক্ত থাকে সেগুলি এমন সাইটগুলির তুলনায় গড়ে 2-মিনিট অতিরিক্ত থাকার সময় পায়। 8



2 ইমেজ সঙ্গে দীর্ঘ ফর্ম বিষয়বস্তু বিচ্ছেদ

হজমযোগ্য বিষয়বস্তু সবসময় ছোট শব্দ কামড় হতে হবে না।

লং-ফর্মের বিষয়বস্তু সফল হতে পারে যখন আপনি চার্ট এবং গ্রাফের মতো ভিজুয়ালগুলির সাথে অনুলিপিটি বিভক্ত করেন যাতে দর্শকদের টিউন করা থেকে বিরত রাখা যায়।

3 আপনার সামগ্রীতে সামাজিক প্রমাণ মিশ্রিত করুন

ইতিবাচক সামাজিক প্রমাণ প্রদর্শন করতে, আপনার সামগ্রীর মধ্যে ক্রিয়াগুলির সাথে সহজে যুক্ত করুন। ব্যবহারকারীর সিদ্ধান্তকে প্রভাবিত করতে তথ্যের ভিজুয়াল প্রদর্শনের মাধ্যমে সামাজিক প্রমাণ অর্জন করা যেতে পারে।

এখানে কর্মের সাথে জড়িত হওয়ার সহজ উদাহরণ রয়েছে:

কর্মের মত

- **লাইক**, লাভ, হার্ট, থামস আপ, আপ-ভোট ইত্যাদি।
- **এর** জন্য "লাইক" অ্যাকশনের সংখ্যা প্রদর্শন করুন।

কন্টেন্ট প্রতিটি টুকরা

শেয়ারিং কর্ম

- **বিষয়বস্তু** শেয়ার করা সহজ করুন
- **সামাজিক** শেয়ারের সংখ্যা প্রদর্শন করুন
বিষয়বস্তু পেয়েছে

কাস্টম অ্যাকশন

- **প্রশংসাপত্র**, ব্যাজ, প্রভাবক অনুমোদন, গ্রাহক সংখ্যা, রেটিং, পর্যালোচনা, ইত্যাদি।





ভোক্তাদের 80% বলেছেন
বিষয়বস্তুর সত্যতা
সবচেয়ে প্রভাবশালী হয়
তাদের সিদ্ধান্তের ফ্যাক্টর
একটি অনুগামী হয়ে
একটি ব্র্যান্ডের। 9

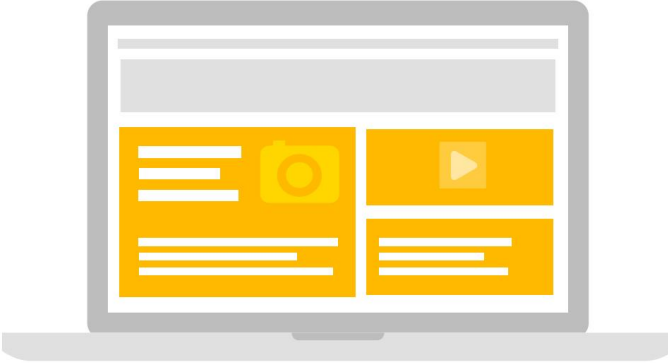
ভাল উত্স উল্লেখ করে অন্যান্য সাইটের সাথে ভালবাসা ভাগ করুন

80% ভোক্তা বলেছেন যে "বিষয়বস্তুর সত্যতা" একটি ব্র্যান্ডের অনুগামী হওয়ার সিদ্ধান্তের সবচেয়ে প্রভাবশালী কারণ। 9

নতুন বিষয়বস্তুর জন্য একটি গো-টু সোর্স হিসেবে আপনার সাইটকে প্রতিষ্ঠা করার মানে এই নয় যে আপনাকে বিষয়-ক্ষেত্র বিশেষজ্ঞ হতে হবে। আপনার দর্শকদের সহায়ক সংস্থান বা আলোচিত বিষয়গুলিতে আকর্ষণীয় দৃষ্টিভঙ্গির দিকে নির্দেশ করে তথ্যের একটি নির্ভরযোগ্য উত্স হিসাবে আপনার সাইটের বিশ্বাসযোগ্যতা বৃদ্ধি করা সম্ভব। বন্ধুত্বপূর্ণ চিৎকার-আউটগুলি অফার করা আপনার সামগ্রীকে শক্তিশালী করে এবং আপনার সাইটটিকে সহকর্মী সম্প্রদায়ের সদস্যদের কাছে থেকে ভালবাসা এবং মনোযোগ পাওয়ার পথে রাখে।

1 যেখানে ক্রেডিট আছে সেখানে ক্রেডিট দিন

আপনি যদি অন্য প্রকাশকের কাছে আসল বিষয়বস্তু বা গল্প শেয়ার করেন, তাহলে মূল বিষয়বস্তুর মালিকের সাথে লিঙ্ক করা একটি সর্বোত্তম অভ্যাস। এটি একটি ব্যাকলিংক বা অন্তর্ভুক্তি লিঙ্ক তৈরি করে এবং যদি মূল বিষয়বস্তুর মালিক তাদের বিশ্লেষণে লক্ষ্য করে, তাহলে তারা অনুগ্রহ ফিরিয়ে দিতে পারে।



2 আপনার সামগ্রীর লিঙ্ক তৈরি করুন

মনে রাখবেন, অন্যান্য প্রকাশক এবং সামাজিক নেটওয়ার্ক ব্যবহারকারীরা তাদের শ্রোতাদের সাথে ভাল, প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু শেয়ার করতে পেরে খুশি। আপনি যখন ভাল সামগ্রী তৈরি করেন, তখন আপনি আপনার সাইটের লিঙ্কগুলি সহ অন্যান্য সাইটের সম্ভাবনা বাড়িয়ে দেন। ইনবাউন্ড লিঙ্কগুলি যেগুলি যোগ্যতা ভিত্তিক এবং স্বাধীনভাবে সম্পাদকীয় পছন্দ হিসাবে স্বেচ্ছাসেবী, একটি ইতিবাচক সংকেত সার্চ ইঞ্জিনগুলি আপনার সাইটের গুণমান সম্পর্কে পুনরুদ্ধার করে।

তথ্যসূত্র

1 উত্স: <https://www.thinkwithgoogle.com/research-studies/what-users-want-most-from-mobile-sites-today.html>

2 উত্স: SDL, চ্যানেলগুলি অপ্রাসঙ্গিক <http://www.sdl.com/ilp/cxc/five-future-truths/channels-are-irrelevant.html>

3 উত্স: <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>

4 উত্স: Google Ipsos, মাইক্রো-মোমেন্ট স্ট্যাডিতে গ্রাহক, মার্চ 2015। অনলাইন জনসংখ্যার উপর ভিত্তি করে n=9598।

5 উত্স: <https://think.storage.googleapis.com/images/micromoments-guide-to-winning-shift-to-mobile-download.pdf>

6 উত্স: <http://nytmarketing.whsites.net/mediakit/pos/>

7 উত্স: <https://blog.bufferapp.com/infographics-visual-content-marketing>

8 উত্স: <http://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing-statistics>

9 উত্স: Salesforce, Pardot: 5টি ব্যস্ততার প্রশ্নের উত্তর দেওয়া হয়েছে <http://www.slideshare.net/MathewSwezey/5-content-engagement-questions-answered>