

ই-কমার্সে অনলাইন মার্কেটিং

আনোয়ার হোসেন

ই-কমার্স ব্যবসায়ের জন্য অনলাইন মার্কেটিং এক ধরনের বিনিয়োগ। এখানে কিছু প্রশ্নের উত্তর খোঁজার চেষ্টা করা হয়েছে, যাতে বিজ্ঞাপনের জন্য খরচ করা ডলারের সর্বোত্তম ব্যবহার নিশ্চিত করার সাথে সাথে মার্কেটিংয়ের লক্ষ্য অর্জনও সম্ভব হয়। ই-কমার্সে অনলাইন মার্কেটিংয়ের সব সুবিধা নেয়ার আগে জানতে হবে অনলাইন মার্কেটিং কী, অ্যাড ও অরগানিক সার্চ রেজাল্টের পার্থক্যের মতো বেসিক বিষয়গুলো।

ধরা যাক, গুগলের অনলাইন অ্যাডভার্টাইজিং প্ল্যাটফর্ম অ্যাডওয়ার্ডে আপনার পণ্য বা সেবার বিজ্ঞাপন দিচ্ছেন। যখন কেউ আপনার ব্যবসায়ের সাথে সম্পর্কিত কোনো টার্ম গুগলে সার্চ করেন, আপনার অ্যাডটি তখন গুগল সার্চ রেজাল্ট পেজের ওপরে বা নিচে একটি অ্যাড লেভেলের সাথে প্রদর্শিত হয়। আপনার অ্যাডটি কোথায় দেখাবে অর্থাৎ অ্যাড প্রেসেন্ট কোথায় হবে তা কিছু বিষয়ের ওপর নির্ভর করে। যেমন- সার্চ করা বিষয়ের সাথে অ্যাড কতটুকু রিলিভেন্ট ও উপকারী এবং আপনার বিডসহ আরও কিছু ফ্যাক্টর। পেজের অন্য সেকশনে দেখা যাবে অরগানিক সার্চ রেজাল্ট। সেগুলো হচ্ছে ব্যক্তির সার্চ করা টার্মের সাথে সবচেয়ে রিলিভেন্ট আনপেইড ওয়েবসাইটের লিঙ্ক। সার্চ টার্মের সাথে যত বেশি রিলিভেন্ট হবে, লিস্টের তত ওপরের দিকে সাইট লিঙ্কের নাম থাকবে। আপনার ই-কমার্স ওয়েবসাইটটি সম্পর্কযুক্ত হলে এই জায়গাতে আসতে পারে, কিন্তু কোনো অ্যাড এখানে আসবে না।

অনলাইন মার্কেটিংয়ের সুবিধা

গতানুগতিক বিজ্ঞাপন মাধ্যম যেমন- খবরের কাগজ, টিভি অথবা বিলবোর্ড ইত্যাদির সাথে অনলাইন মার্কেটিংয়ের পার্থক্য অনেক। অনলাইন মার্কেটিংয়ের বিভিন্ন উপায়ের একটি হচ্ছে গুগল অ্যাডওয়ার্ডস। গুগল অ্যাডওয়ার্ডের মাধ্যমে কীভাবে সুবিধা পাওয়া যেতে পারে, তা জানা যাবে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর থেকে।

অনলাইন বিজ্ঞাপন অরগানিক (নন-পেইড) সার্চ রেজাল্টে ওয়েবসাইটের অবস্থানের উন্নতিতে কি ভূমিকা রাখে?

উত্তর : না। অরগানিক সার্চ রেজাল্টে আপনার ওয়েবসাইট কোথায় আসবে, তাতে অনলাইন অ্যাডের কোনো ভূমিকা নেই। সার্চের সাথে আপনার ওয়েবসাইট কতটা সম্পর্কযুক্ত তার ওপর নির্ভর করে অরগানিক সার্চ রেজাল্ট। ব্যক্তির সার্চের সাথে যত বেশি রিলিভেন্ট হবে, আপনার সাইট তালিকা তত ওপরে অবস্থান করবে।

অনলাইন বিজ্ঞাপনের জন্য মিনিমাম কি বাজেট লাগে?

উত্তর : ভালো ধারণা, কিন্তু এই লাইনটি ঠিক নয়। অ্যাডওয়ার্ডের জন্য কোনো ধরনের

মিনিমাম বাজেটের দরকার নেই। তবে গুগল নতুন বিজ্ঞাপনদাতাদের পরামর্শ দেয় ৫ থেকে ৫০ ডলার প্রতিদিন বাজেট রাখার জন্য, যাতে আপনার অ্যাডটি অনেক বেশি সম্ভাবনাময় ক্রেতাদের কাছে পৌঁছাতে পারে। সিদ্ধান্ত নিতে পারেন অ্যাডওয়ার্ড দিয়ে আপনি ঠিক কত টাকা খরচ করতে চাচ্ছেন এবং সে অনুযায়ী বাজেটও ঠিক করে নিতে পারেন। এর ফলে ব্যবসায়ীরা তাদের সীমাবদ্ধ অ্যাড বাজেট নিয়েও অনলাইন মার্কেটিংয়ে আসতে পারেন।

কী ধরনের ক্রেতা আপনি চান তাদেরকে টার্গেট করার এবং যাদের চান না তাদেরকে ফিল্টার করার সুযোগ আছে অনলাইন মার্কেটিংয়ে?

উত্তর : ঠিক। অনলাইনে অ্যাডওয়ার্ডে বিজ্ঞাপন দিলে সম্ভাব্য ক্রেতাদের কাছে পৌঁছানোর জন্য ভিন্ন ভিন্ন টার্গেটিং ম্যাথড ব্যবহার করা যায়। ফলে ঠিক যেসব ভিজিটরের আপনার ক্রেতা হওয়ার সম্ভাবনা আছে, শুধু তাদের জন্যই বিজ্ঞাপনে ডলার ব্যয় হয় এবং এ কারণে সঠিক ক্রেতাদের কাছে পৌঁছানো সম্ভব হয়। গুগল সার্চ নেটওয়ার্কে অ্যাড দিতে চাইলে লোকেরা যেসব টার্ম ব্যবহার করে সার্চ করে, সেগুলোকে কিওয়ার্ড হিসেবে ব্যবহার করে টার্গেট ঠিক করে দিতে পারেন। আপনি অ্যাড চলার জন্য দিনের একটি নির্দিষ্ট সময় ঠিক করে দিতে পারেন। এমনকি ভাষা ও লোকেশন ঠিক করে দেয়া যায়। এসবের বাইরে ভিজিটরের বয়স, অ্যাডরয়া অব ইন্টারেস্ট ইত্যাদি ও টার্মগুলো ঠিক করে দেয়া যায়।

অরগানিক সার্চ রেজাল্টের ওপরে অ্যাডকে কি প্রেস করা যায়?

উত্তর : ভুল। গুগল অ্যাডকে অরগানিক সার্চ রেজাল্টের ওপরে বা নিচে দেখায় এ কথা ঠিক, তবে সেখানে অ্যাড লেবেল ব্যবহার করা হয়। অর্থাৎ অরগানিক সার্চ রেজাল্ট থেকে আলাদা করে দেয়া হয়। কখনই অ্যাড অরগানিক সার্চ রেজাল্টের মাঝে আসবে না। অন্য সব অ্যাডের ভিড়ে আপনার অ্যাডটি কোথায় থাকবে, সেটা নির্ভর করবে আপনি কত ডলার ব্যয় করতে প্রস্তুত আছেন তার ওপর।

জানতে হবে আপনার ওয়েবসাইটটি ফলাফল দেয়ার জন্য প্রস্তুত কি না?

আপনি ভেবে নিলেন, অনলাইন মার্কেটিংয়ের মাধ্যমে ওয়েবসাইটে ভিজিটর নিয়ে আসবেন। কিন্তু সেজন্য সবার আগে দেখতে হবে আপনার ওয়েবসাইটটি প্রস্তুত আছে কি না? ওয়েবসাইট ও ডিজাইন এমন হতে হবে যেন ভিজিটরেরা আপনার সাথে ব্যবসায় করতে আগ্রহী হন। আলাদা একটি ব্রাউজার উইন্ডোতে যে ওয়েবসাইটের অ্যাড দিতে চাচ্ছেন সেটা খুলুন। তারপর চেক লিস্ট অনুযায়ী মিলিয়ে নিন।

০১. ওয়েবসাইটতে পরিষ্কার ও আই কেটিং হেডলাইন আছে কী?

ক্রেতারা আপনার সাইটে প্রবেশ করার পর যদি দ্বিধায় ভোগেন তারা সঠিক জায়গাতে আসছেন কি না, তাহলে সে ওয়েবসাইট দিয়ে ব্যবসায় চালিয়ে যাওয়া কঠিন হবে। এজন্য ওয়েবসাইটে স্বতন্ত্র একটি হেডলাইন থাকা চাই, যা দেখে ভিজিটরেরা নিশ্চিত হবেন, তারা ঠিক জায়গাতেই আছেন। সে ক্ষেত্রে ভিজিটরেরা বেশি সময় আপনার ওয়েবসাইটে থাকার জন্য উৎসাহিত হবে, যা তাদেরকে পণ্য বা সেবা কেনার ব্যাপারে তাদেরকে প্রভাবিত করবে।

০২. আপনার ওয়েবসাইটটি কি মোবাইল ফ্রেন্ডলি?

এখন সবার হাতে হাতে বিভিন্ন ধরনের ইলেকট্রনিক ডিভাইসের ছড়াছড়ি। তাই যদি ভিজিটরদেরকে ক্রেতায় রূপান্তর করতে হয়, তবে অবশ্যই আপনার সাইটটি সব ধরনের ডিভাইসে কাজ করার উপযোগী হতে হবে। সেটা হতে পারে স্মার্টফোন থেকে ল্যাপটপ যেকোনো ডিভাইসে চলার উপযোগী। অনলাইনে সাইট মোবাইল ফ্রেন্ডলি কি না জানার জন্য বেশ কিছু ওয়েবসাইট আছে। এসব সাইটে মোবাইল ফ্রেন্ডলিনেসে আপনার সাইটের স্কোর, গতি এবং কীভাবে আরও উন্নতি করা যাবে সে সম্পর্কে জানা যাবে।

০৩. আপনার কাছ থেকে পণ্য বা সেবা নিলে ক্রেতারা কী কী সুবিধা পাবেন তার কোনো তালিকা কি আপনার সাইটে আছে?

ভিজিটর সাইটে এলে আপনাকে নিশ্চিত করতে হবে তারা যেন আপনার সাইটে অবস্থান করেন। এমনভাবে সব সুবিধা লিখে রাখতে হবে যেন সেগুলো এক পলকে চোখে সহজেই পড়ার উপযোগী হয়। এজন্য সবচেয়ে ভালো একটি উপায় হচ্ছে বুলেট পয়েন্ট ব্যবহার করা।

০৪. আপনার সাইটে ইমেজ ও ভিডিও ব্যবহার করা হয়েছে কী?

কাস্টোমারদেরকে ব্যবসায়ের সাথে যুক্ত করার কার্যকর উপায় হচ্ছে আই ক্যাচিং মিডিয়া ব্যবহার করা। যেমন- ফটো, ভিডিও অথবা গ্রাফিক্স। এ ক্ষেত্রে একটি বিষয় মাথায় রাখতে হবে যে এগুলো খুব বেশি ব্যবহার করা যাবে না। বেশি ব্যবহার করা হলে সাইট লোডিংয়ের গতি ধীর হয়ে যাবে। সে ক্ষেত্রে ভিজিটর সাইটের অন্যসব গুরুত্বপূর্ণ তথ্য দেখার আগেই সাইট ছেড়ে চলে যাবে।

০৫. সাইটে পরিষ্কার কল টু অ্যাকশন আছে কী?

কল টু অ্যাকশনের মাধ্যমে বোঝা যাবে ক্রেতারা আপনার সাইটে এসে কী করবে বা কীভাবে করবে বলে আপনি চান। যেমন- 'বাই নাও' বাটনের সাথে ট্রানজেকশন বা লেনদেন করার পেজ অথবা 'কল টু ডে' বাটনের সাথে লিঙ্ক করা থাকতে পারে কোনো ফোন নম্বর

ফিডব্যাক : hossain.anower009@gmail.com