

# ই-কমার্সে অনলাইন মার্কেটিং

আনোয়ার হোসেন

নং-০৪

## সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট

সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট ক্যাম্পেইন যারা গুগল সার্চ ব্যবহার করেন বা বিভিন্ন ওয়েবসাইটে ভিজিট করেন, এমন লোকদের কাছে পৌঁছাতে সাহায্য করে। এ লেখায় এই ক্যাম্পেইন কীভাবে কাজ করে তার বেসিক বিষয়গুলো, 'সার্চ নেটওয়ার্ক অনলি' ক্যাম্পেইনের সাথে এর কী কী মিল বা অমিল আছে এবং কীভাবে কোন ক্যাম্পেইন পরিবর্তন করে 'সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট'-এ আসতে হবে সেসব সম্পর্কে জানা যাবে।

## কীভাবে এটি কাজ করে

সার্চ নেটওয়ার্ক অনলি সম্পর্কে ধারণা থাকলে আপনি একই উপায়ে 'সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট' ম্যানেজ করতে পারবেন। বাজেট সেট করলে রিলিভেন্ট কিওয়ার্ড পছন্দ করতে হবে, তারপর অ্যাড বানিয়ে বিড সেট করতে হবে। আপনার কিওয়ার্ডের সাথে মিল রেখে ভিজিটরেরা সার্চ করলে বা সার্চ পার্টনারদের সাইটের সাথে কিওয়ার্ডের মিল পাওয়া গেলে আপনার অ্যাড প্রদর্শিত হবে। গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্কের মাধ্যমেও আপনার অ্যাড প্রদর্শিত হবে। ডিসপ্লে নেটওয়ার্কে অ্যাড সিলেক্টেভলি প্রদর্শিত হবে।

মনে রাখতে হবে, আপনি যদি 'সার্চ নেটওয়ার্ক অনলি' ক্যাম্পেইন থেকে 'সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট'-এ সুইচ করেন, তবে বাড়তি কনভারশন (গড়ে ১৫ শতাংশ) মেসেজ পাবেন। একই সাথে এর জন্য খরচও বেড়ে যাবে (বেশিরভাগ ক্ষেত্রে এ হার ১৫ শতাংশ)।

## ক্যাম্পেইন আপগ্রেড করা

০১. অ্যাডওয়ার্ডসে সাইনইন করতে হবে।  
০২. ক্যাম্পেইন ট্যাগে ক্লিক করতে হবে। ০৩. সেটিংয়ে যেতে হবে। ০৪. আপগ্রেড করার জন্য একটি ক্যাম্পেইন সিলেক্ট করতে হবে। ০৫. টাইপ সেকশনে এডিটে ক্লিক করতে হবে। ০৬. ড্রপ ডাউন মেনুতে ক্লিক করে 'সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট' সিলেক্ট করতে হবে। ০৭. সেভ করতে হবে।

## বিড ও বাজেট ঠিক করা

গুগলে অ্যাড চালাতে হলে সঠিক বাজেট ও বিডিং অপশন বেছে নিতে হবে। বাজেট কোনো একটি ক্যাম্পেইনের জন্য খরচের মাত্রা ঠিক করে দেয়। তাই এর পরিমাণ হওয়া উচিত প্রতিদিন আপনি কত টাকা খরচ করতে সক্ষম তার ওপর। আপনার বিডগুলোকে কীভাবে ব্যবস্থাপনা করছেন, তার ওপর নির্ভর করে আপনার খরচ কমে আসতে পারে।

ম্যাক্সিমাম কস্ট পার ক্লিক বিড (ম্যাক্স সিপিএসবিড) মানে আপনার অ্যাডে ক্লিক করার

জন্য আপনি সর্বোচ্চ কত খরচ করতে রাজি আছেন। বিড ম্যানেজের মাধ্যমে আপনি আপনার অ্যাডে আসা ভিজিটরদেরকে পাশাপাশি রিটার্ন অন ইনভেস্টমেন্টকে প্রভাবিত করতে পারেন। উচ্চ বিডে আপনার ক্যাম্পেইন বেশি ট্রাফিক পাবে, যদিও তার জন্য আপনাকে বেশি পরিমাণ

## ১০ বছর পর কেমন হবে কেনাবেচা?

সম্প্রতি ওয়ালমার্টের প্রধান নির্বাহী ও প্রেসিডেন্ট ডগ ম্যাক মিলন জানিয়েছেন, আজ থেকে ১০ বছর পর পণ্য কেনার অভিজ্ঞতা কেমন হবে। ৮টি ধারার ওপর অবশ্য তিনি বিশেষ গুরুত্ব দিয়েছেন। এখানে সেই ৮টি ধারা তুলে ধরা হলো।

\* সেন্সর এবং ডিজিটাল যন্ত্রের সাহায্যে প্রত্যেক গ্রাহকের নিজের প্রয়োজন অনুযায়ী সেবা দেয়া হবে। গ্রাহকের ইন্টারনেট ব্যবহারের ও অতীতে পণ্য কেনার তথ্য এমন সেবা দিতে সাহায্য করবে। \* পণ্য বিকিকিনির কাজে স্বয়ংক্রিয়তা বাড়বে। বিক্রির সাথে যুক্ত অনেক কর্মী চাকরি হারাবেন। \* পণ্য কেনার পর অর্থ প্রদানের জন্য দীর্ঘ সারিতে দাঁড়িয়ে প্রতি পণ্যের বারকোড স্ক্যান করার প্রয়োজন পড়বে না। চেক আউটের কাজ হবে দূর থেকেই। দোকানের তাক থেকে পণ্য নেয়ার সাথে সাথেই তা গ্রাহকের হিসাবে যুক্ত হয়ে যাবে। \* নিত্যপ্রয়োজনীয় পণ্য স্বয়ংক্রিয়ভাবে বাড়িতে পৌঁছে যাবে। এই কাজটি করতে চালকবিহীন স্বয়ংক্রিয় ট্রাক বা ড্রোন। \* গ্রাহকদের কাছে বিশেষায়িত ছোট দোকানের গুরুত্ব বজায় থাকবে। \* অনলাইনে বিক্রি বর্তমানে ১০ শতাংশ থেকে ২০২৭ সাল নাগাদ ৪০ শতাংশে উন্নীত হবে। কিছু কিছু খাতে ৫০ শতাংশ ছাড়িয়ে যেতে পারে। \* প্রয়োজন অনুযায়ী পণ্য তৈরি করে দেবে ত্রিমাত্রিক মুদ্রণ প্রযুক্তির সাহায্যে। ফলে অনেক ছোট প্রতিষ্ঠানও বাজারে নিজের অবস্থান ধরে রাখতে পারবে। \* ঘরে তো বটেই, কেনাকাটার অভিজ্ঞতাও বদলে দেবে ভার্চুয়াল রিয়েলিটি। সম্ভাব্য ক্রেতা পণ্য কেনার আগে পণ্যের ব্যবহারবিধি, সুবিধা-অসুবিধা জেনে নিতে পারবেন।

অর্থ খরচ করতে হবে। কম বিডের বেলায় তার উল্টো মানে কম ক্লিক ও কনভারশন পাবেন।

## কীভাবে ক্যাম্পেইন বাজেট কাজ করে ওভার ডেলিভারি

ডে টু ডে ট্রাফিকের পরিমাণ বাড়তে বা কমতে পারে। আপনি গড়ে প্রতিদিনের ক্যাম্পেইন বাজেটের চেয়ে ২০ শতাংশ বেশি খরচ করতে পারবেন। এই বিষয়টিকে বলে ওভার ডেলিভারি। তবে গুগল আপনার প্রতিদিনের বাজেটের ৩০.৪ গুণ বেশি টাকা খরচের অনুমতি দেবে না। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, যদি আপনার প্রতিদিনের বাজেট হয় ১০ ডলার, তবে আপনি সর্বোচ্চ ৩০৪ ডলার পর্যন্ত খরচ করতে পারবেন।

যদি গুগল আপনার অ্যাড বারবার প্রদর্শন করে এবং তার ফলে আপনার প্রতিদিনের বাজেটের টাকা শেষ হয়ে গেলে, সে ক্ষেত্রে ওভার ডেলিভারি ক্রেডিট স্বয়ংক্রিয়ভাবে অ্যাকাউন্টের সাথে চালু হয়ে যাবে। উদাহরণস্বরূপ, আপনার মাসিক বাজেট যদি ৩০৪ ডলার হয় এবং আপনার মাসিক বিলের পরিমাণ হয় ৩১০ ডলার তবে ৬ ডলার ক্রেডিট পাওয়ার সাথে খরচ চার্জ করা হবে ৩০৪ ডলার। লেনদেনের এই সমন্বয় করা দেখা যাবে ট্রানজেকশন হিস্ট্রি পেজে।

## ক্যাম্পেইন আপগ্রেড করা

এ জন্য যা করতে হবে- ০১. অ্যাডওয়ার্ডসে সাইনইন করুন। ০২. ক্যাম্পেইন ট্যাগে ক্লিক করুন। ০৩. সেটিংয়ে যেতে হবে। ০৪. কোন ক্যাম্পেইনটি আপগ্রেড করবেন, তা ঠিক করে দিতে হবে। ০৫. 'টাইপ' সিলেকশনে এডিটে ক্লিক করতে হবে। ০৬. ড্রপ ডাউনে ক্লিক করে 'সার্চ নেটওয়ার্ক উইথ ডিসপ্লে সিলেক্ট' সিলেক্ট করতে হবে। ০৭. সেভ করতে হবে।

## বিড ও বাজেট পছন্দ করা

গুগলে অ্যাড চালাতে হলে আপনাকে সঠিক বাজেট ও বিডিং অপশন বেছে নিতে হবে। কোনো একটি ক্যাম্পেইনের জন্য আপনার বাজেট চার্জিং লিমিট নির্ধারণ করে দেয়া যায়। বাজেটের পরিমাণ হবে প্রতিদিন আপনি যে পরিমাণ টাকা খরচ করতে সক্ষম হবেন, তার পরিমাণের ওপর অথবা আপনার বাজেটের পরিমাণকে ৩০.৪ দিয়ে গুণ করে দেখবেন আপনার মাসিক ক্রেডিট কার্ডের বিলের পরিমাণকে ছাড়িয়ে যায় কি না। আপনার বিড ব্যবস্থাপনার ওপর ভিত্তি করে আসল খরচ কম হতে পারে।

আপনার ম্যাক্সিমাম কস্ট পার ক্লিক বিড হবে আপনার কোনো অ্যাডে ক্লিকের জন্য সর্বোচ্চ কত টাকা খরচ করতে ইচ্ছুক তার ওপর নির্ভর করে। বিড ব্যবস্থাপনার জন্য যেসব ট্রাফিক আপনার অ্যাডে পাবেন, তাদেরকে প্রভাবিত করতে পারবেন। বিডের পরিমাণ বেশি হলে অনেক ট্রাফিক পাওয়া যাবে, যদিও এর জন্য আপনাকে বেশি টাকা গুনতে হবে। কম বিডের ক্ষেত্রে আপনার ক্যাম্পেইন কম ক্লিক এবং কনভারশন পাবে ■