



ব্যবসায় সম্প্রসারণে পাবলিক রিলেশনের গুরুত্ব অসীম। এ পর্বে আলোচনা করা হয়েছে একজন পাবলিক রিলেশন ম্যানেজারের কাজ, দক্ষতা এবং পাবলিক রিলেশনের ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য সম্পর্কে।

পাবলিক রিলেশন ম্যানেজার কি করেন?

পাবলিক রিলেশন ম্যানেজার হিসেবে আপনি কোনো এজেন্সির ইন হাউজ ম্যানেজার হিসেবে নিজেকে কল্পনা করতে পারেন। তাহলে দেখা যাবে, একটি কর্মব্যস্ত দিনে একজন পিআর ম্যানেজার কী কী কাজ করে থাকেন।

পিআরের মূল কাজ

সব কাজের ক্ষেত্রে দুজন পিআরের মধ্যে পার্থক্য থাকতে পারে। তবে তারা অনেক ক্ষেত্রেই কিছু সাধারণ বিষয়ের ওপর নজর রাখেন। যেমন—

* কোম্পানি-সংশ্লিষ্ট কোনো নিউজ নিয়ে প্রেস রিলিজ লেখা।

* কোম্পানির ফ্যাক্ট সিট তৈরি করা এবং সেগুলো মিডিয়া টিমের কাছে পাঠানো যাতে ব্র্যান্ড তৈরি করা যায়।

* মিডিয়াকে ইন হাউজ বা এক্সটারনাল প্রশিক্ষণ প্রদান।

* ইভান্টের বক্তব্য তুলে ধরা।

* মিডিয়া কভারেজ খোঁজা। তারপর সেগুলো নিজস্ব বা পেইড মিডিয়া চ্যানেলে প্রচার করা।

* ইভান্টের ইভেন্টগুলোতে অংশ নেয়া এবং ট্রেড শো, রিভিউটিং ইভেন্টগুলোতে ব্র্যান্ডের প্রদর্শন করা।

পিআর ম্যানেজারের সাধারণ দক্ষতা

অন্যসব পেশার মতোই পিআর ম্যানেজারেরও কিছু মৌলিক দক্ষতা থাকা আবশ্যিক। তাই যদি পাবলিক রিলেশনের দুনিয়ায় প্রবেশ করতে আত্মহীন হন, তবে ওইসব দক্ষতা অর্জন করতে হবে।

যোগাযোগে অসাধারণ দক্ষতা

মনে রাখতে হবে, পাবলিক রিলেশন ব্যবসায়ের সুনাম সৃষ্টিতে ব্যবহার করা হয়। মূলত একজন পিআর ম্যানেজার তার কর্মঘণ্টার বেশিরভাগ সময়ই তাদের কোম্পানির হয়ে ওই কাজটিই করেন। মানে তারা তাদের কোম্পানির সুনামের কথা সব জায়গায় বলতে থাকেন, যাতে তা সবার মাঝে ছড়িয়ে পড়ে। আর এই কারণে একজন পিআর ম্যানেজারকে অবশ্যই যোগাযোগে অসাধারণ দক্ষতা থাকতে হবে। কেননা, এই দক্ষতাই তাকে পিআর ম্যানেজারের কাজ সুষ্ঠুভাবে সম্পন্ন করতে সাহায্য করবে।

লেখার দক্ষতা

এমন নয় যে একজন পিআর ম্যানেজারের শুধু ফেস টু ফেস যোগাযোগের দক্ষতাই থাকবে, একই লেখার দক্ষতাও থাকা চাই। কেননা, লিখিত আকারে যোগাযোগ যেহেতু পিআর ম্যানেজার প্রেস রিলিজ, কোম্পানি-রিলেটেড নিউজ ইত্যাদি লেখার জন্য দায়িত্বপ্রাপ্ত হয়ে থাকেন। তাই তার লেখার হাত ভালো হওয়া খুব জরুরি। এতে করে লোকদেরকে যা বোঝাতে চান তা বোঝানো সম্ভব হবে। অন্যথায় সঠিক বার্তা সঠিক সময়ে সঠিক লোকের কাছে পৌঁছানো যাবে না। অনলাইন পিআরের জন্য এটি খুবই গুরুত্বপূর্ণ। কেননা, সেখানে কভারেজ পাওয়ার জন্য নির্ভর করতে হয় ব্লগ পোস্ট, ওয়েবসাইট



(পর্ব-০২)

পাবলিক রিলেশন

আনোয়ার হোসেন

কনটেন্ট এবং প্রেস রিলিজের ওপর।

সৃষ্টিশীলতা

বাজারজাতকরণে যেমন সৃষ্টিশীলতার ভূমিকা অপরিহার্য, তেমনি পাবলিক রিলেশনের ক্ষেত্রেও এর ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ। যত বেশি সৃষ্টিশীলতার স্বাক্ষর রাখা যাবে, সফল হওয়ার সম্ভাবনাও তত বাড়বে। যেসব পিআর ম্যানেজার সফল, তারা সৃষ্টিশীল এবং তারা জানেন কীভাবে সৃষ্টিশীল পলিসি তৈরি করতে হয়, যা আর দশজনের মাঝে তাদেরকে উজ্জ্বলরূপে তুলে ধরবে। কেননা, মানুষ গতানুগতিক কিছু পছন্দ করে না। ব্যতিক্রমই কিছুই সবার মনোযোগের আর্কষণ করতে সক্ষম হয়। এমনকি পিআর ম্যানেজারের এ গুণ রসহীন বিরক্তিকর কোনো খাতের বেলায়ও সফলতা এনে দিতে পারে। সেক্ষেত্রে যা মূল ভূমিকা রাখে, তা হচ্ছে ইউনিক একটি গল্প।

গবেষণা করার অসাধারণ গুণ

পাবলিক রিলেশন সামাজিক একটি বিষয়। এখানে লোকে হয়তো নাম উল্লেখ না করেই আপনার ব্র্যান্ড নিয়ে কথা বলবে। এসব ক্ষেত্রে সুযোগের সদ্ব্যবহার করতেই হবে। যে যত বেশি সুযোগের সদ্ব্যবহার করতে সক্ষম হবে, তার সফল হওয়ার সম্ভাবনাও তত বাড়বে। আর এজন্য একজন পিআর ম্যানেজারকে দক্ষ গবেষকের গুণাবলীর অধিকারী হতে হবে। যাতে করে গবেষণার দক্ষতা কাজে লাগিয়ে তিনি বুঝতে পারেন সুযোগ ঠিক কোথায় লুকিয়ে আছে এবং সেই মতো সুযোগের সদ্ব্যবহারও করতে পারেন। আবার পরিকল্পনা কৌশল ঠিক করার সময়ও প্রচুর গবেষণা কাজ করার প্রয়োজন হবে। কেননা, সঠিক পরিকল্পনা হবে যদি সবার আগে সঠিকভাবে পুরো পরিস্থিতি সঠিকভাবে বোঝা সম্ভব হয়। ভুল অবস্থার জন্য সঠিক পরিকল্পনা করা সম্ভব নয়। আর সার্বিকভাবে পুরো অবস্থা বুঝতে হলে অবশ্যই গবেষণা করার প্রয়োজন হবে। এজন্য দরকার হবে অতিরিক্ত অনেক তথ্য, পরিসংখ্যান, ডাটা পয়েন্ট ইত্যাদি। এসবের সঠিক ব্যবহারের মাধ্যমে নিজস্ব মিডিয়ার সর্বোচ্চ সুবিধা আদায় করে নেয়া সম্ভব। শুধু দরকার হবে শক্তিশালী

গবেষণা গুণের।

পাবলিক রিলেশন ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য

পাবলিক রিলেশন ক্যাম্পেইন কতটা সফল, তা পরিমাপ করতে সাহায্য করে। পরিচালনার একটি তালিকা এখানে আমরা দেখব, যেখান থেকে আপনার পিআর কৌশল কতটা কার্যকর তা বোঝা যাবে। আর এটা বোঝা খুবই জরুরি। কেননা, কার্যকর পিআর কৌশলের ক্ষেত্রে সফল হওয়ার সম্ভাবনা বেশি আর অন্যদিকে পিআর কৌশল যদি কার্যকর না হয়, তবে সফল হতে হলে অবশ্যই কৌশলে পরিবর্তন আনা আবশ্যিক। এবার দেখা যাক পিআর কৌশলের সফলতা পরিমাপের তালিকাটি।

ব্র্যান্ডের উল্লেখ করা

ব্র্যান্ড উল্লেখ করার বিষয়টি অনেকটা পরোক্ষ প্রচার। মানে এটি তখনই ঘটে, যখন অন্য কোনো প্রতিষ্ঠিত মিডিয়াতে যদি আপনার ব্র্যান্ডের নাম চলে আসে। তবে তাই হবে পরোক্ষ প্রচার বা ব্র্যান্ড উল্লেখ করা। এটা হতে পারে আপনার ব্র্যান্ডের ওপর কোনো নিউজ করা হলো হয়তো সেখানে আপনার ওয়েবসাইটে কোনো লিঙ্ক নেই। এটি ব্র্যান্ডের সুনাম বাড়াতে খুবই কার্যকর। এতে মানুষের বিশ্বাস অর্জন খুবই সহজ হয়। কেননা, মানুষজন তৃতীয় পক্ষের মন্তব্য বা বক্তব্য বিশ্বাস করে। আর সে কারণে ব্র্যান্ড উল্লেখের মাধ্যমে লক্ষ্য অর্জন সহজ হয়ে যায়। এটি ব্র্যান্ড সচেতনতা বাড়ানোর জন্য অসাধারণ একটি উপায়। ব্র্যান্ড উল্লেখ করা বা প্রচার করার ভালো একটি উপায় এটি। যদিও এটি ট্র্যাক করার কাজটি মোটেও সহজ নয়। তবে আজকের উন্নত প্রযুক্তির যুগে কিছু টুল আছে, যেগুলোর সাহায্যে এই কাজটি করা যায়। সে রকম একটি টুলের নাম মেনসান স্ক্যান। এর মাধ্যমে ব্যবসায়ের নাম ঠিক করে দেয়া হলে অনলাইনে খুব সহজে ট্র্যাক করা যাবে। অনলাইন টুলের মাধ্যমে দেখা যাবে কী পরিমাণ মানুষ আপনার পিআর ক্যাম্পেইন কাভার করেছে এবং কাভার করা এলাকাগুলো কোথায়

ফিডব্যাক : hossain.anower009@gmail.com