



ইমোশনাল ব্র্যান্ডিং

লেখক: মো. মাছুম চৌধুরী | প্রকাশিত: 15 August 2026, 11:31 AM | বিভাগ: ব্র্যান্ডিং



সাইকোলজিক্যাল এ্যাডভার্টাইজমেন্ট

কৌশল: ৪

প্রয়োজন অনুযায়ী আকর্ষণীয় মডলে ব্যবহার করুন।

আকর্ষণীয় মডলেরা কী বজিঞাপনরে প্রচার প্রচারণাকে বাড়িয়ে দিতে পারে? দূর্ভাগ্যবশত বিষয়টি সত্যি আপন আপনার পণ্যকে সঠিকভাবে মূল্যায়ন করতে পারবনে যখন আপন আপনার পণ্যরে পাশে আকর্ষণীয় কাউকে উপস্থাপন করতে পারবনে। যদিও এই বিষয়টি সবসময় কার্যকর নাও হতে পারে। আপনার পণ্যটি যদি আকর্ষণীয় কোনো বিষয়রে সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ না হয় তবে আপন আপনার পণ্যরে বজিঞাপনে এই কৌশলটি এড়িয়ে চলতে পারনে।

সবকছুই নরিভর করবে আপন কীভাবে পজশিনিং করবনে তার ওপর। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, কছু কছু ব্র্যান্ড তাদের হোম-ডেকের ফার্নচার পজশিনিং করার জন্য আর্টসিটিকি মডলে ব্যবহার করে থাকনে। এক্ষেত্রে প্রোডাক্ট পজশিনিং এর কারণে হোম-ডেকের ফার্নচাররে সাথে আর্টসিটিকি মডলে ব্যবহার করা যুক্তিসিঙ্ত। তবে বেশরিভাগ ব্র্যান্ডরে ক্ষেত্রে আর্টসিটিকি মডলে ব্যবহার করা যুক্তিসিঙ্ত নয় বা অযৌক্তিকি। অনকে সময় অপ্রাসঙ্তিকি প্রোডাক্টরে সাথে মডলেদরে ব্যবহার করলে কাস্টমারদরে বরিপ প্রতিক্রিয়া তরৈ হয় যা ব্র্যান্ডরে সলেস বৃদ্ধিতে বাধা হয়ে দাঁড়ায়। তবে যকোনো ব্র্যান্ডরে বজিঞাপনে মডলেদরে ব্যবহার করলে তা অনকে বেশি প্রচারণার কারণ হয় এবং বক্রিয় বৃদ্ধিতে মানুষরে মনে অনুপ্ররেণা সৃষ্টি করতে পারে। যকোনো ব্র্যান্ড নিয়ে প্রচার প্রচারণার জন্য অবশ্যই প্রাসঙ্তিকি ব্র্যান্ডরে সাথে প্রাসঙ্তিকি মডলেকে উপস্থাপন করা যতে পারে যা বক্রিয় বৃদ্ধির জন্য সহায়ক হবে। তবে এটাও মনে রাখতে হবে বজিঞাপনে শব্দরে ব্যবহার হতে হবে যৌক্তিকি এবং অনুপ্ররেণাদায়ক।

কৌশল: ৫

বজিঞাপনে শব্দগুলোকো এমনভাবে বড় করুন যাতো শব্দ প্রয়োগ বা ব্যবহাররে মাধ্যমে আবেগে সৃষ্টি হতে পারে। বজিঞাপনে কোনো ছবি যত বড় করে ব্যবহার করা হবে তত বেশি আবেগে সৃষ্টি হবে। অর্থাৎ ছবি যত বড় আবেগে তত বেশি শিক্তিশালী হবে। বজিঞাপনে প্রতটি শব্দ আলাদা আলাদা অর্থ বহন করে। মানুষ আবেগরে মাধ্যমে প্রতটি শব্দরে অর্থ বোঝার চেষ্টা করে। যকোনো বজিঞাপনে প্রতটি শব্দ যত বড় করে ব্যবহার করা হবে প্রতটি শব্দ তত বেশি অর্থবহ এবং বোধগম্য হবে। পটারস এবং উইডলে নামক দু'জন গবেষক ১৩৬৩টি বজিঞাপন পর্যবেক্ষণ করে দেখেছেন, বজিঞাপনে শব্দ যত বেশি বড় করে উপস্থাপন করা হয় তত বেশি সে শব্দ মানুষরে মনোযোগ আকর্ষণ করতে সাহায্য করে। যকোনো বজিঞাপনরে মূল উদ্দেশ্যই থাকে মানুষরে মনোযোগকে আকর্ষণ করা।

কৌশল: ৬

যত বেশি সম্ভব প্রোডাক্টরে ফচার বা বৈশিষ্ট্য উল্লেখ করুন। যে সকল প্রোডাক্টরে অনকে ধরনরে

ফচার বা বশেষ্ট্য থাকে মানুষ সাধারণত সবে ধরনের প্রোডাক্ট সবচেয়ে বেশি পছন্দ করে। যসেব প্রোডাক্টেরে ফচার বা বশেষ্ট্য বেশি থাকে স্বাভাবিকভাবেই সসেব প্রোডাক্টেরে মূল্য কাস্টমারেরে কাছে একটু বেশিই থাকে। কাস্টমারেরে কাছে কম ফচারযুক্ত প্রোডাক্টেরে চেয়ে বেশি ফচার বা বশেষ্ট্যযুক্ত প্রোডাক্টেরে গুরুত্ব সবসময়ই বেশি থাকে।

কৌশল: ৭

প্রোডাক্ট প্রমোশনের মধ্যে যদি হ্যাঁ-সূচক অর্থাৎ ইতিবাচক শব্দ ব্যবহার করা হয় তবে পজিটিভ শব্দ বা ইতিবাচক শব্দ কাস্টমারেরে মনোযোগ সৃষ্টিতে সহায়ক ভূমিকা পালন করে। একটি প্রোডাক্ট দেখে কাস্টমার যখন খুব খুশি হয় তখন কাস্টমারেরে মনে প্রোডাক্ট সম্পর্কে পজিটিভ ধারণা সৃষ্টি হয়।

কৌশল: ৮

আপনার ব্র্যান্ড প্রমোশনের জন্য ব্র্যান্ড শ্লোগানের মধ্যে ছড়ার মতো ছন্দ সৃষ্টি করুন। ব্র্যান্ড প্রমোশনের ক্ষেত্রে পজিটিভ ল্যাংগুয়েজেরে ন্যায় যদি ব্র্যান্ড শ্লোগান সৃষ্টির জন্য ছড়া বা ছন্দ ব্যবহার করা হয় তবে তা কাস্টমারেরে মনে অনেকে বেশি আবেগে অনুভূতি সৃষ্টি করতে পারে। কারণ কাস্টমারকে আকর্ষণ করার জন্য ব্র্যান্ডিংয়েরে ক্ষেত্রে অনেকে ছড়া বা ছন্দ ব্যবহার করা হয় যা কাস্টমারেরে মনে অনেকেদিন গুঁথে থাকে।

ব্র্যান্ড লোগো

যেকোনো ব্র্যান্ডেরে বজিঞাপন প্রচারেরে ক্ষেত্রে ব্র্যান্ড লোগো গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। ব্র্যান্ডকে ব্র্যান্ডিং করার জন্য ব্র্যান্ড লোগো কভাবে ব্যবহার করতে হয় সে বিষয়টি জানা খুব জরুরি।

কৌশল: ৯

যেকোনো বজিঞাপনে সবসময় ব্র্যান্ড লোগো ব্যবহার করতে হয় ডান পাশে। ডান পাশে ব্র্যান্ড লোগো ব্যবহার করলে কাস্টমাররা খুব সহজে ব্র্যান্ডেরে সাথে কানেক্ট হতে পারে।

কৌশল: ১০

যেকোনো বজিঞাপনে ব্র্যান্ড লোগো ছোট সাইজে ব্যবহার না করে বড় সাইজে ব্যবহার করা উচিত। যাত্রে ব্র্যান্ড লোগো কাস্টমারেরে নজর কাড়তে পারে। গবেষণায় দেখা গেছে, ব্র্যান্ড লোগোর সাইজ বড় হলে তা খুব সহজেই কাস্টমারেরে কাছে গ্রহণযোগ্যতা সৃষ্টি করতে পারে।

© 2026 আপনার নভিজ পোর্টাল। সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত।
এই প্রতবিদ্যেণটি আমাদরে ওয়েবসাইট থেকে ডাউনলোড করা হয়েছে।