DAY ১৫ • Jasper • সেট A

Jasper দিয়ে ক্যাম্পেইন কনটেন্ট

তিনটি কাজের ধরন — তৈরি করা, মানিয়ে নেওয়া, পরিমার্জন — brief থেকে অনুমোদিত কনটেন্ট পর্যন্ত

CREATE • ADAPT • REFINE



Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ

বাড়তি অংশ • কেন শিখব

কেন শিখব এই বিষয়টা?

১ **এক brief থেকে অনেক কনটেন্ট**

একই মূল বার্তা থেকে ব্লগ, ইমেইল, নিউজলেটার আর সোশ্যাল পোস্ট — ক্যাম্পেইনের পুরো সেট এক ধারায়।

২ **উদ্দেশ্য: গতি, কিন্তু নিয়ন্ত্রণে**

কী জন্য শিখছি — AI-কে দিয়ে দ্রুত খসড়া বানানো, অথচ তথ্য, সুর আর CTA-র নিয়ন্ত্রণ নিজের হাতে রাখা।

৩ **প্রতিটা প্ল্যাটফর্মের আলাদা রূপ**

একই কথা Facebook, Instagram, LinkedIn-এ একভাবে চলে না — মানিয়ে নেওয়ার কৌশল জানা জরুরি।

৪ **ভুল দাবি থেকে ব্র্যান্ডকে বাঁচানো**

যাচাইয়ের ধারা শিখলে বানোয়াট পরিসংখ্যান বা অতিরঞ্জিত দাবি প্রকাশ পায় না।



এক লাইনে: মূল নীতি একটাই: AI খসড়ার গতি বাড়ায়; নির্ভুলতা, মৌলিকতা, গোপনীয়তা আর চূড়ান্ত অনুমোদনের দায়িত্ব শিক্ষার্থীর নিজের।

DAY ১৫ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১ **তিন কাজের ধরন**
CREATE • ADAPT • REFINE

২ **প্রম্পট টেমপ্লেট**
৬টি ঘর পূরণের ছক

৩ **ব্লগ প্রক্রিয়া**
PLAN → DRAFT → EDIT

৪ **ইমেইল ক্যাম্পেইন**
কাঠামো ও নিউজলেটার

৫ **প্ল্যাটফর্মভেদে সোশ্যাল**
একই বার্তা, আলাদা রূপ

৬ **পরিমার্জন ও অটোমেশন**
মান যাচাই আর স্বয়ংক্রিয় ধারা

আজকের মানসিক মডেল: Brief + প্রসঙ্গ + সীমাবদ্ধতা → AI খসড়া → মানুষের রিভিউ → অনুমোদিত কনটেন্ট। এই শৃঙ্খলাটাই সব স্লাইডে ঘুরে আসবে।

কাজের ধরন

Jasper-এর তিনটি মূল কাজ

CREATE — তৈরি

ব্লগের খসড়া ও outline; ক্যাম্পেইন brief থেকে ইমেইল বা নিউজলেটারের প্রথম রূপ।

ADAPT — মানানো

একই কনটেন্ট প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী সাজানো; মূল তথ্য না বদলে ব্যক্তিভেদে উপস্থাপন।

REFINE — পরিমার্জন

স্পষ্টতা, টোন আর কাঠামো ঠিক করা; দাবি যাচাই, ব্র্যান্ড-মিল আর CTA পরীক্ষা।

কাজের টিপস: যেকোনো কাজ শুরুতে ঠিক করো এটা কোন ধরনের — তৈরি, মানানো, নাকি পরিমার্জন। ধরন পরিষ্কার হলে প্রম্পটও পরিষ্কার হয়।

মানসিক মডেল

খসড়া থেকে অনুমোদন: ৪ ধাপ

Brief + প্রসঙ্গ
শুধু যাচাইকৃত তথ্য

AI খসড়া
দ্রুত প্রথম রূপ

মানুষের রিভিউ
তথ্য, সুর, দাবি যাচাই

অনুমোদিত কনটেন্ট
প্রকাশের জন্য তৈরি

কাজের টিপস: রিভিউ ধাপটা কখনো বাদ দেবে না — ব্যস্ততায় এই ধাপ বাদ গেলেই ভুল কনটেন্ট প্রকাশ পেয়ে যায়।

প্রম্পট টেমপ্লেট

৬টি ঘর পূরণ করলেই পূর্ণাঙ্গ brief

ROLE
লেখক কোন ভূমিকায় লিখবে

AUDIENCE
পাঠক কে, তার অবস্থা কেমন

GOAL
লেখা দিয়ে কী অর্জন করতে চাও

CONTEXT
শুধু সরবরাহ করা তথ্য ও অনুমোদিত দাবি

FORMAT + TONE
আকার ও ভাষার ভাব

CHECKS
যা এড়াবে/যাচাই করবে; বানোয়াট পরিসংখ্যান নয়; স্পষ্ট CTA

কাজের টিপস: এই ছকটা একটা ডকুমেন্টে সেভ করে রাখো — প্রতিটা নতুন কাজে শুধু ঘরগুলো পূরণ করলেই brief তৈরি।

ব্লগ প্রক্রিয়া

ধাপ ১: পরিকল্পনা (PLAN)

১

পাঠক ও প্রশ্ন ঠিক করো

কে পড়বে, তার খোঁজের উদ্দেশ্য (search intent) কী, মূল প্রশ্নটা কোনটা — এগুলো আগে।

২

৩–৫টা কোণ ও outline

একই বিষয়ের কয়েকটা দিক ভেবে বেছে নাও; তারপর অংশভিত্তিক outline সাজাও।

৩

দাবি ও উৎস নিশ্চিত করো

যেসব দাবি লিখবে তার বিশ্বস্ত উৎস আগেই ঠিক রাখো — পরে তাড়াহুড়োয় ভুল হয় না।

কাজের টিপস: নিজের ব্লগ বা ক্লায়েন্টের ব্লগে এই পরিকল্পনা-শিট ব্যবহার করলে লেখার মাঝপথে আটকে যাওয়া প্রায় হয় না।

ব্লগ প্রক্রিয়া

ধাপ ২–৩: খসড়া ও সম্পাদনা

DRAFT — খসড়া

- শিরোনাম ও ভূমিকা; অংশে অংশে মূল লেখা
- বাস্তব উদাহরণ দাও — ফাঁপা কথা (padding) নয়
- শব্দ ঠেসে দেওয়া (keyword stuffing) নয়

EDIT & PUBLISH — প্রকাশের আগে

- নির্ভুলতা, মৌলিকতা, প্রবাহ ও ব্যাকরণ দেখো
- বিশেষজ্ঞের নিজস্ব অন্তর্দৃষ্টি ও সাইটেশন যোগ করো
- ছবি/ভিজ্যুয়াল, শিরোনাম, meta description ও CTA ঠিক করো

কাজের টিপস: সম্পাদনার সময় অন্তত একটা নিজের অভিজ্ঞতা বা উদাহরণ যোগ করো — এটাই AI-খসড়াকে মানুষের লেখা থেকে আলাদা করে মূল্য দেয়।

ইমেইল ক্যাম্পেইন

একটা কার্যকর ইমেইলের ৫ অংশ

Subject
নির্দিষ্ট ও সৎ

Preheader
বিষয়ের পূর্বাভাস

Opening
পাঠকের প্রয়োজন

Body
একটাই মূল বার্তা

CTA
একটা স্পষ্ট পরবর্তী ধাপ

কাজের টিপস: ভুয়া জরুরিত্ব (“শুধু আজই!” — অথচ প্রতিদিন) দিয়ে subject সাজাবে না — আস্থা নষ্ট হলে পরের ইমেইল আর খোলেই না।

নিউজলেটার

নিয়মিত নিউজলেটারের রীতি

১ **চেনা শিরোনাম ও ছোট ভূমিকা**

পাঠক যেন দেখেই চিনতে পারে এটা তোমাদেরই নিউজলেটার; শুরুতে সংক্ষিপ্ত পরিচিতি।

২ **সাজানো অংশ, স্ক্যান-যোগ্য শিরোনাম**

বাছাই করা (curated) বিষয়গুলো অংশে ভাগ করো — পাঠক দ্রুত নিজের দরকারি অংশ খুঁজে পায়।

৩ **প্রতিশ্রুতি অনুযায়ী লিংক**

লিংকে ক্লিক করে পাঠক যেন প্রতিশ্রুত জিনিসটাই পায়; নিয়মিত সময়সূচি আর unsubscribe-এর সুযোগ রাখো।

কাজের টিপস: মাসিক কনটেন্ট প্যাকেজে নিউজলেটার যোগ করলে ক্লায়েন্টের কাছে তোমার সার্ভিসের মূল্য অনেক বেড়ে যায়।

সোশ্যাল মিডিয়া

একই বার্তা, প্ল্যাটফর্মভেদে আলাদা রূপ

Facebook

কমিউনিটি ও ব্যাখ্যামুখী — ছোট পোস্ট, প্রসঙ্গ, শেষে প্রশ্ন বা CTA।

Instagram

ছবিই প্রধান — শক্তিশালী প্রথম লাইন, সংক্ষিপ্ত caption আর hashtag।

LinkedIn

পেশাদার অন্তর্দৃষ্টি — শিক্ষা, প্রমাণ বা অভিজ্ঞতা, সঙ্গে আলোচনার প্রশ্ন।

X (Twitter)

একটা কেন্দ্রীয় আইডিয়া — যতটা সম্ভব সংক্ষিপ্ত ও স্পষ্ট।

কাজের টিপস: একটা ব্লগ পোস্ট থেকেই carousel, LinkedIn শিক্ষা-পোস্ট, Facebook প্রশ্ন-পোস্ট আর টিপস পোস্ট বানানো যায় — একে বলে repurposing; সপ্তাহের কনটেন্ট এভাবেই সাজাও।

ব্র্যান্ড

Brand Voice Guide: কী থাকবে, কী যাচাই করবে

গাইডে যা থাকে

- ব্র্যান্ডের মূল্যবোধ ও টোন
- পছন্দের শব্দ আর এড়ানোর শব্দের তালিকা
- কে দর্শক — তার পরিচিতি
- অনুমোদিত নমুনা লেখা ও do/don't নিয়ম

প্রতিটা খসড়ায় যাচাই

- শুনতে ব্র্যান্ডের মতো লাগছে তো?
- সব দাবি অনুমোদিত তো?
- দর্শকের সঙ্গে মিলছে তো?
- CTA পাঠকের যাত্রার সঙ্গে মিলছে তো?

কাজের টিপস: ফ্রিল্যান্স কাজে ক্লায়েন্টের কাছ থেকে এই গাইড চেয়ে নাও — না থাকলে ছোট্ট করে বানিয়ে অনুমোদন নাও; রিভিশন অর্ধেক কমে যাবে।

পরিমার্জন

ভালো লেখার তিন যাচাই

স্পষ্টতা (Clarity)

পুনরাবৃত্তি ও অস্পষ্ট বাক্যাংশ বাদ; সক্রিয় কণ্ঠ (active voice); এক অনুচ্ছেদে এক আইডিয়া; জারগন বুঝিয়ে লেখা।

কার্যকারিতা

উদ্দেশ্যের সঙ্গে মিল; শক্তিশালী শুরু ও CTA; পরিষ্কার শিরোনাম; নির্দিষ্ট ও সমর্থিত সুবিধা।

মান ও আস্থা

তথ্য, তারিখ, দাম ও নাম যাচাই; ব্যাকরণ, লিংক ও accessibility; অতিরঞ্জিত দাবি বাদ; গোপনীয়তা ও মৌলিকতা।

কাজের টিপস: এই তিন যাচাইকে এক পাতার চেকলিস্ট বানিয়ে ডেস্কে রাখো — প্রতিটা ডেলিভারির আগে ৫ মিনিটে চালিয়ে নাও।

অটোমেশন

স্বয়ংক্রিয় খসড়ার ৫ ধাপ

TRIGGER
ফর্মের উত্তর এলে শুরু

PREPARE
অনুমোদিত ঘরগুলো সাজানো

DRAFT
প্রস্তাবিত উত্তর তৈরি

REVIEW
মানুষের যাচাই

SEND / LOG
অনুমোদিত নিয়মে পাঠানো ও রেকর্ড

কাজের টিপস: ভালো প্রার্থী: FAQ-র খসড়া, অভ্যন্তরীণ সারাংশ, সাধারণ প্রাপ্তি-স্বীকার, repurposing। কিন্তু অভিযোগ, আইনি/চিকিৎসা/আর্থিক বিষয়, ব্যক্তিগত ডেটা আর বড় সিদ্ধান্তে মানুষের নিয়ন্ত্রণ থাকতেই হবে।

টুল পরিচিতি

কোন টুল কোন ভূমিকায়

Jasper

মার্কেটিং খসড়া ও ব্র্যান্ড-ভিত্তিক ওয়ার্কফ্লোর মূল টুল।

ChatGPT

আইডিয়া, outline, পুনর্লিখন, ব্যাখ্যা আর রিভিউতে বহুমুখী সহকারী।

Canva

ডিজাইনের সঙ্গে ছোট কপি — ভিজ্যুয়াল সম্পদ ও সোশ্যাল কনটেন্ট।

Microsoft Copilot

Microsoft অ্যাপের ভেতরে কাজ — লাইসেন্স অনুযায়ী সুবিধা মেলে।

DeepSeek

সাধারণ খসড়া, যুক্তি ও কোডিংয়ে — তবে আউটপুট যাচাই বাধ্যতামূলক।

মূল কথা

টুল যেটাই হোক, ভূমিকা বদলায় না: টুল খসড়া দেয়, মানুষ সিদ্ধান্ত নেয়।

কাজের টিপস: ক্লায়েন্টের বাজেট অনুযায়ী টুল বেছে দাও — পেইড টুলের খরচ যেন কাজের মূল্যের সঙ্গে মেলে।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

ক্যাম্পেইন কনটেন্ট সেট

এক brief থেকে ব্লগ + ইমেইল + সোশ্যাল — পুরো ক্যাম্পেইনের লেখা এক ধারায় তৈরি।

নিয়মিত নিউজলেটার

মাসিক/সাপ্তাহিক নিউজলেটার চালানো — ছোট ব্যবসার ধারাবাহিক চাহিদা।

ব্র্যান্ডের ধারাবাহিকতা

Voice guide ধরে সব চ্যানেলে একই সুর — পেজ ও প্রতিষ্ঠানের জন্য মূল্যবান।

নিজের সার্ভিসের প্রচার

নিজের পেজের ক্যাম্পেইন নিজেই পরিকল্পনা ও লেখা — খরচ ছাড়াই নিয়মিত প্রচার।

উদাহরণ

ধরো একটা কোর্স প্রতিষ্ঠান নতুন ব্যাচের ঘোষণা দেবে — একই brief থেকে Facebook পোস্ট, স্বাগত ইমেইল আর ব্লগ ঘোষণা: তিনটাই তৈরি, শুধু প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী রূপ বদলে।

বাড়তি অংশ • আয়ের পথ

এই স্কিল দিয়ে আয় করা যাবে কীভাবে?

১ **Fiverr-এ ক্যাম্পেইন প্যাকেজ**

Fiverr-এ “email campaign / blog + social bundle” গিগ — একক লেখার বদলে প্যাকেজে মূল্য বেশি।

২ **Upwork ও Freelancer**

Upwork/Freelancer.com-এ কনটেন্ট মার্কেটিং প্রজেক্টে আবেদন করো — নমুনা হিসেবে নিজের বানানো ক্যাম্পেইন সেট দেখাও।

৩ **LinkedIn ও লোকাল ক্লায়েন্ট**

LinkedIn-এ কনটেন্ট টিপস দিয়ে উপস্থিতি গড়ো; Facebook পেজের মাধ্যমে লোকাল ব্যবসায় মাসিক প্যাকেজ অফার করো।



সত্যি কথা: Jasper সাবস্ক্রিপশনের খরচ আছে — আগে ফ্রি টুলে (পরের সেটের ডেক) হাত পাকিয়ে ক্লায়েন্ট নিশ্চিত করে তারপর পেইড প্ল্যান নাও। আয় নির্ভর করে ক্লায়েন্ট পাওয়া ও মান ধরে রাখার ওপর।

বাড়তি অংশ • কী শিখলাম + প্র্যাকটিস

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

CREATE • ADAPT • REFINE

৬ ঘরের প্রম্পট টেমপ্লেট

ব্লগ: PLAN → DRAFT → EDIT

ইমেইলে একটাই মূল বার্তা

Voice guide ছাড়া ধারাবাহিকতা নয়

অটোমেশনেও মানুষের রিভিউ

প্র্যাকটিস প্রজেক্ট

১ ৬ ঘরের টেমপ্লেটে একটা brief পূরণ করো

২ এক brief থেকে ব্লগ outline ও ইমেইল বানাও

৩ একটা ব্লগকে ৩ প্ল্যাটফর্মের পোস্টে রূপ দাও

৪ নিজের জন্য ছোট voice guide লেখো

৫ তিন যাচাইয়ের চেকলিস্টে একটা লেখা মাপো

৬ FAQ উত্তরের অটোমেশন ধারা কাগজে সাজাও

শেষ কথা: ক্যাম্পেইন মানে একটা লেখা নয় — একটা বার্তার সুশৃঙ্খল যাত্রা, যার প্রতিটা ধাপে তোমার বিচার কাজ করে।