DAY ২২ • CANVA FOR MARKETING

Canva দিয়ে মার্কেটিং ডিজাইন

Magic Studio-র AI টুল, সোশ্যাল মিডিয়ার সঠিক সাইজ, প্রিন্টের নিয়ম (300 DPI, bleed, CMYK), Brand Kit দিয়ে একই চেহারা — আর Magic Switch-এ এক ডিজাইন থেকে পুরো ক্যাম্পেইন।

ডিজাইনের ভিত্তি → Magic Studio → সোশ্যাল → প্রিন্ট → ব্র্যান্ড



Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ

বাড়তি অংশ • কেন শিখব

কেন শিখব এই বিষয়টা?

১ **ডিজাইনার ছাড়াই পেশাদার ডিজাইন**

Canva-র টেমপ্লেট ও AI টুলে কোডিং/জটিল সফটওয়্যার ছাড়াই বিজ্ঞাপন-মানের গ্রাফিক বানানো যায় — ছোট ব্যবসার জন্য বিরাট সুবিধা।

২ **গতি ও খরচ বাঁচাতে**

একটি পোস্টের ডিজাইনে যেখানে ঘণ্টা লাগত, Magic Design ও Magic Switch দিয়ে মিনিটে — তাও সব ফরম্যাটে।

৩ **ব্র্যান্ডের একই চেহারা রাখতে**

Brand Kit থাকলে পোস্ট, ফ্লায়ার, ব্যানার — সব জায়গায় একই রঙ-ফন্ট; গ্রাহক এক নজরে চিনে ফেলে।

৪ **সরাসরি আয়ের স্কিল**

সোশ্যাল পোস্ট, ফ্লায়ার, লোগো-প্যাকেজ — Canva ডিজাইনের কাজ Fiverr থেকে লোকাল দোকান পর্যন্ত সর্বত্র বিক্রি হয়।



এক লাইনে: আজকের বাজারে চোখে পড়াই অর্ধেক বিক্রি — Canva শিখলে সেই চোখে পড়ার ক্ষমতাটা নিজের হাতে আসে।

DAY ২২ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১ মডিউল ১: পরিচিতি ও ভিত্তি
Visual hierarchy, ডিজাইনের মৌলিক নিয়ম, ইন্টারফেস সেটআপ

২ মডিউল ২: Magic Studio
Magic Design, Write, Media, Edit ও Switch

৩ মডিউল ৩: সোশ্যাল গ্রাফিক্স
সাইজ, safe zone আর ৩-সেকেন্ডের scroll-stopper

৪ মডিউল ৪: প্রিন্ট ডিজাইন
300 DPI, bleed, CMYK ও ফ্লায়ার/ব্রোশিওর

৫ মডিউল ৫: Brand Kit
লোগো, রঙের মনোবিদ্যা, ফন্ট জুটি ও প্যালেট

৬ মডিউল ৬: ক্যাম্পেইন সেট
এক মাস্টার ডিজাইন থেকে সব ফরম্যাটে রূপান্তর

আজকের গঠন: ছয়টি মডিউল — প্রতিটিতে তত্ত্বের পাশাপাশি Canva-তে করার ধাপগুলো নিজের উদাহরণে শেখানো হয়েছে।

মডিউল ১ • তত্ত্ব

Visual Hierarchy: চোখ যেভাবে পড়ে

১. Focal Point (মূল আকর্ষণ)

সবার আগে চোখ যেখানে থামবে — বড় হেডলাইন বা পণ্যের ছবি। একটাই প্রধান আকর্ষণ রাখো, একাধিক নয়।

২. Supporting Copy (সহায়ক লেখা)

সুবিধা ও মূল্য-প্রস্তাব (value proposition) — কেন কিনবে, তার সংক্ষিপ্ত যুক্তি।

৩. Call-to-Action (CTA)

স্পষ্ট পরবর্তী ধাপ — 'আজই অর্ডার করো' ধরনের বোতাম/নির্দেশ। CTA ছাড়া ডিজাইন শুধু ছবি।

Canva কেন এত শক্তিশালী

Cloud-এ টিম একসঙ্গে কাজ, ভেতরে তৈরি generative AI (প্রযুক্তিগত বাধা নেই), আর প্রতিটি বৈশ্বিক বিজ্ঞাপন-মাপের তৈরি লাইব্রেরি।

কাজের টিপস: ডিজাইন শুরু করার আগে কাগজে তিনটে স্তর লিখে নাও — আকর্ষণ, যুক্তি, CTA। তারপর Canva খোলো।

মার্কেটারদের জন্য তিন মৌলিক নিয়ম

Rule of Thirds ও Whitespace

ছবিকে ৩×৩ ভাগে সাজালে ভারসাম্য আসে; চারপাশে ফাঁকা জায়গা রাখলে ডিজাইন ভারী হয় না, চোখ বিশ্রাম পায়।

Visual Contrast

গাঢ় পটভূমিতে হালকা লেখা বা উল্টোটা — বৈপরীত্য না থাকলে লেখা পড়াই যায় না, বার্তা হারিয়ে যায়।

Typography সীমা

একটি গ্রাফিকে সর্বোচ্চ ২টি ফন্ট পরিবার — একটি Heading-এর, একটি Body-র। বেশি ফন্ট মানেই অপেশাদার চেহারা।

কাজের ধারা (Workflow)

ChatGPT/Claude দিয়ে বিজ্ঞাপনের কপি তৈরি → সেই কপি Canva Magic Design-এ দিলে তৈরি লেআউট → নিজের ব্র্যান্ডের রঙ-ফন্টে সাজিয়ে ২ মিনিটে প্রকাশের উপযোগী। মূল শিক্ষা: ভালো ডিজাইন আস্থা গড়ে, পরিষ্কার hierarchy ক্লিক ও বিক্রি আনে।

কাজের টিপস: টেমপ্লেট বেছে নেওয়ার সময় নিজের ব্র্যান্ডের রঙের কাছাকাছি থিম বাছাই করো — বদলানোর কাজ অর্ধেক কমে যায়।

মডিউল ১ • হাতে-কলমে

Canva সেটআপ ও ইন্টারফেস চেনা

ধাপ ১ — টেমপ্লেট খোঁজা

Canva Home-এ গিয়ে 'Marketing Flyer' খোঁজো; Theme (Business/Marketing) ও Style (Modern/Minimalist) দিয়ে filter করো — সিদ্ধান্তের ভার (design paralysis) কমে।

ধাপ ২ — বাম Sidebar চেনা

Elements (আকৃতি, ফ্রেম, আইকন, AI ছবি), Text, Brand, Uploads, Draw ও Apps — প্রতিটি ট্যাবের কাজ একবার ঘুরে দেখো।

ধাপ ৩ — নিজের ক্যানভাস

Custom size দিয়ে খালি ক্যানভাস: বর্গাকার পোস্টের জন্য 1080×1080 px, পোর্ট্রেটের জন্য 1080×1350 px।

নিজের অনুশীলন

কোনো ক্লায়েন্ট ছাড়াই আজ একটি 1080×1080 ক্যানভাস খুলে একটি চায়ের দোকানের 'সকালের অফার' পোস্ট বানিয়ে দেখো — উদ্দেশ্য বিক্রি নয়, ইন্টারফেসের সঙ্গে হাত পাকানো।

কাজের টিপস: Elements ট্যাবেই frames ও আইকন — ছবিকে আকৃতির ভেতরে বসাতে frame ব্যবহার করো, ছবি টেনে ছোট করে নয়।

মডিউল ২ • Magic Studio

Canva-র AI টুলের পুরো পরিবার

Magic Design

একটি মাত্র প্রম্পট থেকে সম্পূর্ণ সম্পাদনযোগ্য প্রেজেন্টেশন, পোস্ট ও ভিডিওর লেআউট বানিয়ে দেয়।

Magic Write

এডিটরের ভেতরের AI লেখক — হেডলাইন, body text আর tone বদলানো ক্যানভাস ছাড়াই হয়।

Magic Media

Text-to-Image ও Text-to-Video — লেখা থেকে ছবি/ভিডিও বানায় (diffusion মডেল)।

Magic Edit ও Erase

ছবির কোনো বস্তু বদলে দেওয়া (in-painting) বা মুছে ফেলা — পটভূমি নিজে থেকে পূরণ হয়।

Magic Switch

এক ক্লিকে ডিজাইনের আকার বদল ও স্বয়ংক্রিয় অনুবাদ — এক ডিজাইন, অনেক ফরম্যাট।

কাজের টিপস: Stock ছবি যখন সবার চেনা ও একঘেয়ে লাগে, Magic Media দিয়ে নিজের অনন্য ছবি বানাও — এটাই সেরা অনুশীলন।

Magic Media-র প্রম্পটের তিন অংশ

Subject (বিষয়)

মূল বস্তু বা ব্যক্তি পরিষ্কারভাবে — কী দেখা যাবে, সেটা দ্ব্যর্থহীন ভাষায়।

Context / Setting (পরিবেশ)

পটভূমির পরিবেশ ও আলো — কোথায়, কখন, কেমন আলোতে।

Style ও Medium (ধরন)

'minimalist 3D render', 'studio product photography' বা 'flat vector illustration' — কোন ধাঁচে চাও।

নিজের উদাহরণে পূর্ণ প্রম্পট

'একটি মাটির কাপে ধোঁয়া ওঠা দুধ চা, পাশে এলাচ ও দারুচিনি, কাঠের টেবিলে সকালের নরম আলো, পেছনে ঝাপসা চা-বাগান, উষ্ণ রঙের commercial food photography।' — Subject (মাটির কাপে চা), Context (টেবিল, আলো, চা-বাগান), Style (food photography) — তিনটাই আছে।

কাজের টিপস: প্রম্পটে আলোর কথা আলাদা করে লেখো — 'soft morning light' ধরনের এক লাইনেই ছবির মান চোখে পড়ার মতো বদলে যায়।

প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী সঠিক সাইজ

Feed — Instagram/Facebook

1080×1080 px (বর্গ 1:1) অথবা 1080×1350 px (পোর্ট্রেট 4:5) — পোর্ট্রেট স্ক্রিনে বেশি জায়গা পায় বলে সুপারিশকৃত।

Story / Reels / TikTok

1080×1920 px (খাড়া 9:16) — লেখা রাখো মাঝের ৮০% safe zone-এর ভেতরে, কিনারা প্ল্যাটফর্মের বোতামে ঢাকা পড়ে।

LinkedIn / Twitter

1200×627 px (landscape 1.91:1) — পেশাদার ফিডের জন্য আড়াআড়ি ফরম্যাট।

পাঠযোগ্যতা: Contrast নিয়ম: ব্যস্ত ছবির ওপর সরু লেখা কখনো নয়। লেখার পেছনে ৪০% অস্বচ্ছ (opacity) গাঢ় আয়তক্ষেত্র (overlay) দিলে পাঠযোগ্যতা নিশ্চিত হয়। Canva-র Frames, Gradients, Drop Shadows ও Outlines ব্যবহার করে বিষয়কে পটভূমি থেকে আলাদা করে তোলো।

কাজের টিপস: ডিজাইন শেষে ফোনে ছোট করে দেখো — থাম্বনেইলে হেডলাইন পড়া না গেলে সেটা ফিডে হারিয়ে যাবে।

মডিউল ৩ • Scroll-Stopper

৩-সেকেন্ডের Scroll-Stopper নিয়ম

ওপরের ২০%
Bold hook / হেডলাইন

মাঝের ৫০%
পণ্যের ছবি / আবেগী মুখ

নিচের ৩০%
CTA বোতাম + লোগো

কেন এই ক্রম: স্ক্রল থামানোর অর্থনীতি: ব্যবহারকারী প্রতি পোস্টে গড়ে ৩ সেকেন্ডেরও কম সময় দেয়। প্রথম দৃষ্টিতে hook, তারপর পণ্য, শেষে করণীয় — এই ক্রম ভাঙলেই পোস্ট এড়িয়ে যাওয়া হয়।

কাজের টিপস: নিজের পোস্টটি বন্ধুকে ৩ সেকেন্ড দেখিয়ে সরিয়ে নাও — সে মূল বার্তাটা বলতে পারলে ডিজাইন পাস।

মডিউল ৩ • হাতে-কলমে

সেল-পোস্ট বানানোর ধাপ (নিজের উদাহরণে)

Brief ঠিক করো

নিজের উদাহরণ: একটি অনলাইন বইয়ের দোকানের 'বইমেলা অফার — ২৫% ছাড়'। ক্যানভাস: 1080×1080 px বর্গ ফিড পোস্ট।

ধাপ ১–২ — পটভূমি ও ছবি

হালকা gradient-সহ solid পটভূমি রঙ নাও; photo frame-এ বই পড়ার আকর্ষণীয় ছবি বসাও (frame-এ ছবি টেনে দিলেই মাস্ক হয়ে যায়)।

ধাপ ৩ — তিন স্তরের লেখা

Hook: 'বইমেলা অফার!' → Offer: 'সব বইয়ে ২৫% ছাড়' → CTA বোতাম: 'এখনই অর্ডার করো' — মোটা, বড়, পরিষ্কার।

ধাপ ৪ — Badge যোগ করো

'২৫% OFF — সীমিত সময়' লেখা একটি badge element কোণায় বসাও — ছাড়ের বার্তা এক নজরে পৌঁছায়।

কাজের টিপস: লেখার পরিকল্পনা আগে AI দিয়ে সাজিয়ে নিলে (headline, subhead, button text, রঙের palette) Canva-র কাজ অর্ধেক হয়ে যায়।

মডিউল ৪ • প্রিন্ট ডিজাইন

প্রিন্ট বনাম ডিজিটাল: কঠোর নিয়ম

Resolution — 300 DPI

ছাপার জন্য কমপক্ষে 300 DPI (dots per inch) লাগে; স্ক্রিনের 72 DPI ছাপালে ছবি ঝাপসা ও দানাদার হবে।

Bleed — 3mm বাড়তি

পটভূমির গ্রাফিক ক্যানভাসের কিনারা ছাড়িয়ে 3mm (0.125 in) বাড়িয়ে দাও — কাটার পর সাদা ফাঁক থাকবে না।

Safety Margin

গুরুত্বপূর্ণ সব লেখা কাটার রেখা থেকে অন্তত 0.25 in ভেতরে রাখো — কাটতে গিয়ে লেখা কেটে যাবে না।

Color Mode ও Export

প্রেস ছাপায় CMYK, স্ক্রিনে RGB। Export: 'PDF Print' বেছে 'Crop marks and bleed' চালু রাখো।

কাজের টিপস: প্রিন্টের অর্ডার পেলেই প্রথমে ছাপাখানার কাছে জেনে নাও — সাইজ, bleed আর color mode। ভুল মোডে পাঠালে পুরো কাজ আবার করতে হয়।

ছাপার উপকরণের গঠন

Single-page Flyer

A4 বা US Letter — একটি মাত্র পরিষ্কার বার্তা। সামনের প্যানেলেই hook, লোগো আর আকর্ষণ।

Bi-fold (৪ প্যানেল)

মাঝখানে এক ভাঁজ — ভেতরের প্যানেলে বিস্তারিত সুবিধা, দাম ও মতামত (testimonial)।

Tri-fold (৬ প্যানেল)

তিন ভাঁজ — পেছনের প্যানেলে যোগাযোগ, ঠিকানা/ম্যাপ, QR code ও ওয়েবসাইট। ধারাবাহিক গল্পের মতো সাজাতে হয়।

প্রক্রিয়া: Flyer বানানোর ধাপ: A4 ডকুমেন্ট খুলে File → View Settings থেকে 'Show print bleed' ও 'Show margins' চালু করো → ৩ অংশের layout (Header banner, ৩টি মূল সুবিধার grid, যোগাযোগের footer) → Canva Apps-এর 'QR Code' দিয়ে রেজিস্ট্রেশন পেজের QR বসাও → 'PDF Print' হিসেবে export।

কাজের টিপস: QR code ছাপার আগে নিজের ফোনে scan করে পরীক্ষা করো — ভুল লিংকের ফ্লায়ার ছাপা হলে পুরো ব্যাচটাই নষ্ট।

মডিউল ৫ • Branding

Brand Kit-এর চার উপাদান

Logos

প্রধান, গৌণ, একরঙা (monochrome) ও favicon সংস্করণ — স্বচ্ছ PNG/SVG হিসেবে তৈরি রাখা।

Color Palette

প্রধান ব্র্যান্ড রঙ, সহায়ক রঙ আর CTA-র accent রঙ — প্রতিটির Hex code নির্দিষ্ট।

Typography

Title, Subtitle ও Body — তিন স্তরের জন্য নির্ধারিত ফন্ট; সবাই একই ফন্ট ব্যবহার করে।

Voice ও Graphics

অনুমোদিত আইকন, texture ও ছবির ধরন — লেখার গলাও ব্র্যান্ডের অংশ।

কেন জরুরি: Brand consistency মানে প্রতিটি touchpoint-এ একই চেহারা — গবেষণায় দেখা গেছে ধারাবাহিক ব্র্যান্ডিংয়ে আয় ৩৩% পর্যন্ত বাড়তে পারে। Canva-র 'Apply Brand Kit' বোতামে যেকোনো সাধারণ টেমপ্লেট এক ক্লিকে নিজের ব্র্যান্ডের রঙ-ফন্টে বদলে যায়।

কাজের টিপস: Brand Kit একবার ঠিকমতো সাজিয়ে নিলে প্রতিটি নতুন ডিজাইনের শুরুতে ১৫ মিনিট করে বেঁচে যায়।

রঙ যা বলে, গ্রাহক তা-ই বোঝে

নীল (Blue)

আস্থা, নিরাপত্তা, প্রযুক্তি ও কর্পোরেট কর্তৃত্ব — ব্যাংক ও টেক কোম্পানির প্রিয় রঙ।

সবুজ (Green)

প্রবৃদ্ধি, স্বাস্থ্য, টেকসইতা ও অর্থ — পরিবেশ ও ফাইন্যান্স ব্র্যান্ডে কার্যকর।

কমলা / লাল

শক্তি, জরুরি ভাব ও কর্মতৎপরতা — ছাড় ও CTA বোতামের জন্য সবচেয়ে রূপান্তর-বান্ধব।

নিজের উদাহরণে Brand Kit

'সবুজ বাংলা এগ্রো' নামের একটি কৃষি-পরামর্শ প্রতিষ্ঠানের জন্য: Primary গাঢ় সবুজ #1E6B3C (প্রবৃদ্ধি ও আস্থা), Accent কমলা #F07D1A (CTA-তে চোখ টানতে), Neutral ধূসর #5A5A5A (body লেখায়)। ফন্ট জুটি: Title-এ মোটা geometric sans, Body-তে পরিষ্কার হালকা sans। এই Kit যেকোনো টেমপ্লেটে Apply করলেই পুরো সেট একই চেহারা পায় — 'Shuffle Brand Colors' দিয়ে রঙের বিন্যাসও পরীক্ষা করা যায়।

কাজের টিপস: রঙ বাছাইয়ের আগে ভাবো গ্রাহকের মনে কোন অনুভূতি চাও — আস্থা, উত্তেজনা, নাকি শান্তি? রঙ সেই অনুভূতির ভাষা।

মডিউল ৬ • ক্যাম্পেইন

এক ক্যাম্পেইন, তিন ফরম্যাট

Feed Post (1:1)

জৈব (organic) ফিডে সম্পৃক্ততার জন্য বর্গ পোস্ট — ক্যাম্পেইনের মাস্টার ডিজাইন।

Story / Reel Cover (9:16)

মোবাইল-প্রথম খাড়া ফরম্যাট — পুরো স্ক্রিন জুড়ে মনোযোগ।

LinkedIn / Web Banner (1.91:1)

পেশাদার B2B পৌঁছানোর জন্য আড়াআড়ি ব্যানার।

রূপান্তর: Magic Switch-এর জাদু: মাস্টার বর্গ পোস্ট একটিকে সেকেন্ডে Story, Banner ও Flyer সাইজে রূপান্তর — উপাদানগুলো নিজে থেকেই নতুন জায়গায় সরে বসে। একই বার্তা, সব চ্যানেলে, একই চেহারায় — এটাই multi-channel cohesion।

কাজের টিপস: ক্যাম্পেইন শুরুর আগে মাস্টার ডিজাইনটাই নিখুঁত করো — বাকি ফরম্যাটগুলো Magic Switch-এ প্রায় বিনা খরচে তৈরি হয়।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

নিজের ব্যবসা/পেজে

সেল-পোস্ট, অফার ব্যানার, প্রোফাইল কভার — ডিজাইনারের অপেক্ষা ছাড়াই প্রতিদিনের কনটেন্ট।

লোকাল দোকান ও প্রতিষ্ঠানে

ফ্লায়ার, মেনু, দোকানের ব্যানার, অনুষ্ঠানের পোস্টার — পাড়ার ব্যবসায়ীদের স্থায়ী চাহিদা।

এজেন্সি/রিমোট টিমে

Brand Kit মেনে দলবদ্ধ ক্যাম্পেইন ডিজাইন — ক্লায়েন্টের সব চ্যানেলে একই চেহারা।

কনটেন্ট ক্রিয়েটর হিসেবে

YouTube থাম্বনেইল, carousel পোস্ট ও রিল কভার — নিজের চ্যানেলের প্রবৃদ্ধিতে সরাসরি কাজ।

উদাহরণ

একটি ছোট কসমেটিকস পেজ Brand Kit ঠিক করে Magic Switch দিয়ে প্রতি অফারে ৩ ফরম্যাটের সেট বানাতে শুরু করল — ডিজাইনের সময় অর্ধেক, আর পেজটাকে গ্রাহকরা এক নজরে চিনতে শুরু করল।

এই স্কিল দিয়ে আয় করা যাবে কীভাবে?

১ **Fiverr/Upwork ডিজাইন গিগ**

'Social media post', 'template pack', 'flyer design' গিগে বিদেশি ক্লায়েন্টের কাজ।

২ **লোকাল ব্যবসার প্যাকেজ**

দোকান, রেস্টুরেন্ট, কোচিং সেন্টারের মাসিক পোস্ট-প্যাকেজ (মাসে ১২টি পোস্ট) — স্থায়ী আয়ের উৎস।

৩ **প্রিন্ট ডিজাইন সার্ভিস**

ফ্লায়ার, ব্রোশিওর, ভিজিটিং কার্ড — ছাপাখানার সঙ্গে যোগ রেখে প্রিন্ট-রেডি PDF সরবরাহের সেবা।

৪ **Brand Kit সেটআপ**

নতুন ব্যবসার জন্য লোগো-রঙ-ফন্টের সম্পূর্ণ Brand Kit — প্রিমিয়াম সেবা হিসেবে বিক্রি হয়।



সত্যি কথা: প্রতিযোগিতা বেশি — টেমপ্লেট বদল নয়, নিজের ডিজাইন-চোখই আসল মূল্য।

বাড়তি অংশ • কী শিখলাম + প্র্যাকটিস

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

Visual Hierarchy | Magic Studio | 1080×1080 / 9:16 সাইজ | ৩-সেকেন্ড নিয়ম | 300 DPI • Bleed • CMYK | Brand Kit | Magic Switch

প্র্যাকটিস প্রজেক্ট

১ একটি পণ্যের জন্য Magic Media-তে ৩ অংশের প্রম্পট লিখে ছবি বানিয়ে Magic Write-এ ৩টি হেডলাইন তৈরি করো।

২ 1080×1080 সাইজে তিন স্তরের (Hook-Offer-CTA) একটি সেল-পোস্ট বানিয়ে ৩-সেকেন্ড পরীক্ষায় যাচাই করো।

৩ নিজের পছন্দের একটি ব্র্যান্ডের জন্য ৩ রঙের palette (Hex সহ) ও ২ ফন্টের Brand Kit সাজাও।

৪ মাস্টার পোস্টটিকে Magic Switch দিয়ে Story (9:16) সংস্করণে বদলে safe zone মিলিয়ে দেখো।

শেষ কথা: ডিজাইনের নিয়ম জানা থাকলে Canva শুধু টুল নয় — এটা তোমার নিজের ছোট্ট ডিজাইন স্টুডিও।