DAY ২৪ • PIXLR • হাই-কনট্রাস্ট অ্যাড

Pixlr দিয়ে মার্কেটিং: ইন্টারফেস থেকে অ্যাড

ইন্টারফেস সেটআপ, টেকনিক্যাল ছবি সংশোধন, লেয়ারের স্তরক্রম আর প্রমোশনাল অ্যাড জোড়া লাগানো — ব্রাউজার-ভিত্তিক পুরো প্রক্রিয়াটা ধাপে ধাপে।

শেষে: কোয়ালিটি-অডিট পাস করা একটা পূর্ণাঙ্গ সোশ্যাল অ্যাড



Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ

কেন শিখব এই বিষয়টা?

১ স্ক্রল থামায় কনট্রাস্ট

ফিডে চোখ আটকায় উচ্চ-কনট্রাস্ট আর পরিষ্কার স্তরক্রম — এই ডেকের প্রতিটা কৌশল সেদিকেই সাজানো।

২ অনুমান নয়, সংখ্যা দিয়ে সংশোধন

Contrast, Vibrance, Sharpen-এর নির্দিষ্ট মান শিখলে যেকোনো ছবিতেই একই মানের ফল পাওয়া যায়।

৩ শেখার উদ্দেশ্য: একটা নির্ভরযোগ্য সিস্টেম

নির্দিষ্ট লেয়ার-ক্রম আর ৫ পয়েন্টের অডিট — একবার শিখলে প্রতিটা অ্যাডেই একই পদ্ধতি চলবে।

৪ মার্কেটিং কাজের মূল দক্ষতা

ছবি সংশোধন + অ্যাড অ্যাসেম্বলি — এজেন্সি, দোকান, ফ্রিল্যান্স — সব জায়গায় এই জোড়া দক্ষতার চাহিদা।



এক লাইনে: ভালো অ্যাড ভাগ্যে হয় না — ঠিক স্তরক্রম, ঠিক সংখ্যা আর শেষে একটা অডিট; এই তিনেই হয়।

DAY ২৪ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১ **Pixlr সেটআপ ও ইন্টারফেস**
Express বনাম E, প্যানেল পরিচিতি

২ **টেকনিক্যাল ছবি সংশোধন**
ক্রপ, Auto Pop, Vibrance, Sharpen

৩ **লেয়ার আর্কিটেকচার ও ফ্রেমিং**
৪ স্তরের ক্রম, ৪০% ফাঁকা জায়গা

৪ **টাইপোগ্রাফি ও অ্যাড এক্সপোর্ট**
হেডলাইন শ্রেণি, শ্যাডো, PNG মান

৫ **হাতে-কলমে অ্যাড তৈরি**
একটা পুরো প্রোডাক্ট অ্যাড ল্যাব

৬ **কোয়ালিটি অডিট**
৫ পয়েন্টের চূড়ান্ত যাচাই

আজকের লক্ষ্য: শুধু অ্যাড বানানো নয় — বানানোর পর নিজে অডিট করে বলতে পারা, অ্যাডটা প্রকাশের যোগ্য কিনা।

পরিচিতি • সেট B

আজকের প্রধান টুলগুলো

Pixlr Express

টেমপ্লেট-চালিত দ্রুত অ্যাডজাস্টমেন্টের টুল — হালকা ও দ্রুত কাজের জন্য।

Pixlr E

পূর্ণাঙ্গ মাল্টি-লেয়ার পেশাদার এডিটর — আজকের মূল কাজের জায়গা।

AI Auto-Enhance

এক ক্লিকে ছবির বেসলাইন সংশোধন — হাতে ফাইন-টিউন করার আগের প্রস্তুতি।

ChatGPT

লেআউটের ধারণা আর বিজ্ঞাপনের কপি (Hook, Benefit, CTA) খসড়া করতে সহায়ক।

মূল ফল: এই ডেকটা মধ্যম-স্তরের শিক্ষার্থীদের জন্য: ব্রাউজার-ভিত্তিক ছবি সংশোধন, লেয়ারের শ্রেণিবিন্যাস আর প্রমোশনাল অ্যাডের এক্সপোর্ট মান — তিনটাই আয়ত্ত করাই লক্ষ্য।

কাজের টিপস: দুটো এডিটরের ভূমিকা আলাদা করে মনে রাখো: Express = দ্রুত ও সহজ, E = পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ; বড় কাজে সবসময় E।

মডিউল ১ • ধারণা

ওয়ার্কস্পেসের গঠন: তিনটা প্যানেল

Toolbar (বামদিকে)

ক্রপ, টেক্সট, শেপসহ সব হাতিয়ার এখানে — কাজের সময় বারবার এখানেই ফিরতে হবে।

Canvas (মাঝখানে)

তোমার ডিজাইনের আসল জায়গা — ছবি ও লেয়ারগুলো এখানেই চোখে দেখা যায়।

Layer Stack (ডানদিকে)

সব স্তরের তালিকা উপর-নিচ ক্রমে — কোনটা কোনটার উপরে, এখান থেকেই বোঝা যায়।

Express বনাম E

Express টেমপ্লেট দিয়ে দ্রুত সাজায়; E-তে প্রতিটা লেয়ার হাতে নিয়ন্ত্রণ করা যায় — পেশাদার কাজে E-ই মূল।

কাজের টিপস: প্রথম দিনেই তিন প্যানেলের অবস্থান চিনে নাও — টুল খুঁজতে সময় নষ্ট না হলে ডিজাইনের দিকে মন দেওয়া যায়।

মডিউল ১ • ধাপে ধাপে

সেটআপ: ক্যানভাস থেকে ছবি তোলা

১. Pixlr E চালু করো

Pixlr.com খুলে Pixlr E লঞ্চ করো — পূর্ণ এডিটরটাই আজ ব্যবহার করব।

২. ক্যানভাসের মাপ দাও

'Create New' চেপে 1080 × 1080 px ক্যানভাস বানাও — বর্গাকার ফিড পোস্টের মানক মাপ।

৩. প্রজেক্টের নাম দাও

ফাইলটার নাম দাও 'Social_Promo_Master' — পরে খুঁজে পাওয়া আর সংস্করণ রাখা সহজ হবে।

৪. ছবি ক্যানভাসে ফেলো

প্রোডাক্টের ছবির ফাইলটা টেনে এনে (drag-and-drop) সরাসরি ক্যানভাসের উপর ছেড়ে দাও।

কাজের টিপস: নামের মধ্যে প্রজেক্টের ধরন রাখলে (যেমন Promo) পরে অনেক ফাইলের ভিড়ে আসলটা আলাদা করা সহজ হয়।

মডিউল ২ • ধারণা

ছবি সংশোধনের চার নীতি

Cropping — জঞ্জাল কাটা

আশপাশের অপ্রয়োজনীয় অংশ বাদ দিয়ে প্রোডাক্টকে দৃষ্টির কেন্দ্রে আনা ক্রপের কাজ।

Exposure ও Contrast — আলাদা করা

আলো আর বৈপরীত্য ঠিক করলে প্রোডাক্ট চারপাশের আলো থেকে আলাদা হয়ে চোখে পড়ে।

Vibrance — মাপা রঙের জীবন

ম্লান রংগুলোকে জীবন্ত করে, কিন্তু বাড়াবাড়ি স্যাচুরেশন আনে না — তাই ত্বক ও পণ্যের রং স্বাভাবিক থাকে।

Sharpening — ধারের স্পষ্টতা

প্রোডাক্টের কিনারার ধার বাড়িয়ে মোবাইলের ছোট স্ক্রিনেও পণ্য ঝকঝকে দেখায়।

কাজের টিপস: প্রতিটা সংশোধনের উদ্দেশ্য আলাদা — কোন সমস্যার জন্য কোনটা, সেটা বুঝে স্লাইডার ধরলে ফল কখনো এলোমেলো হয় না।

সংশোধনের ধারাবাহিক ধাপ



১ ক্রপে 1:1 লক করো

Crop Tool (C) বেছে aspect ratio 1:1-তে লক করো — বর্গাকার ফ্রেম ঠিক হবে।

২ বেসলাইন ও Vibrance

Adjustment > Auto Pop দিয়ে এক ক্লিকে প্রাথমিক সংশোধন; তারপর Adjustment > Color-এ Vibrance +15 দাও — রং জীবন্ত হবে, বাড়াবাড়ি ছাড়া।

৩ Contrast ও Sharpen

Adjustment > Exposure-এ Contrast +10; শেষে Filter > Details > Sharpen, Radius 2.0 প্রয়োগ করো।

কাজের টিপস: ধাপের ক্রম বদলাবে না: আগে ক্রপ, তারপর বেসলাইন, তারপর রং-আলো, সবার শেষে Sharpen — উল্টো করলে ফল খারাপ হয়।

মডিউল ৩ • ধারণা

লেয়ারের স্তরক্রম: নিচ থেকে উপরে

স্তর ১ • নিচে
ব্যাকগ্রাউন্ড রং/গ্রেডিয়েন্ট

স্তর ২ • মাঝে
পরিষ্কার প্রোডাক্টের ছবি

স্তর ৩ • ওভারলে
ব্যাজ ও গ্রাফিক উপাদান

স্তর ৪ • সবার উপরে
হেডলাইন ও CTA লেখা

ফাঁকা জায়গার নিয়ম: ডিজাইনের জায়গার অন্তত ৪০% পরিষ্কার ফাঁকা রাখো লেখার জন্য — সব জায়গা ভরে ফেললে চোখের বিশ্রাম থাকে না, অ্যাড গোছানো লাগে না।

কাজের টিপস: লেখা সবসময় সবার উপরের স্তরে — মাঝখানে রাখলে ছবি বা ব্যাজের নিচে চাপা পড়ে পাঠযোগ্যতা নষ্ট হয়।

স্তর সাজানো ও ব্যাজ বসানো

১. ব্যাকগ্রাউন্ড লেয়ার বানাও

প্রোডাক্টের নিচে একটা খালি লেয়ার যোগ করে গাঢ় নীল রঙে ভরে দাও।

২. প্রোডাক্টের অবস্থান

সংশোধিত প্রোডাক্ট ছবিটা ক্যানভাসের নিচে-ডানদিকের অংশে বসাও — উপরে লেখার জায়গা থাকবে।

৩. শ্যাডো লেয়ার বানাও

Layer > Duplicate দিয়ে প্রোডাক্টের একটা কপি লেয়ার বানাও — এটা দিয়েই ছবির নিচে ছায়া (shadow) তৈরি হবে।

৪. ব্যাজ বসাও

Element Tool দিয়ে গোল (circular) ছাড়ের ব্যাজ আঁকো ফাঁকা জায়গায়।

কাজের টিপস: Duplicate করা শ্যাডো লেয়ারটা সামান্য সরিয়ে দিলে প্রোডাক্ট ভেসে ওঠার মতো ত্রিমাত্রিক ভাব আসে — দামি লুকের সহজ কৌশল।

মডিউল ৪ • ধারণা

টাইপোগ্রাফি ও রূপান্তরের মান

হেডলাইনের নিয়ম

মাত্র ৩–৫টা শব্দ, বোল্ড সান্স-সেরিফ ফন্ট, 48pt সাইজ — এক নজরে পড়া যায় এমন হতে হবে।

Value Offer সুনির্দিষ্ট রাখো

অস্পষ্ট 'বিশাল ছাড়' নয় — পরিষ্কার অফার, যেমন সপ্তাহান্তে নির্দিষ্ট হারে ছাড়; সংখ্যা থাকলেই আস্থা বাড়ে।

CTA বাটনের আকৃতি

উচ্চ-কনট্রাস্টের গোলায়িত আয়তক্ষেত্র (rounded rectangle) বাটন — পেছনের রঙের সঙ্গে পুরোপুরি বিপরীত রঙ।

শ্যাডো ও এক্সপোর্ট মান

লেখার পেছনে কালো ড্রপ শ্যাডো, Opacity 60% — পাঠযোগ্যতার গ্যারান্টি। ফাইনাল: PNG/JPG, 1080×1080, ফাইল 1MB-এর নিচে।

কাজের টিপস: হেডলাইনে পণ্যের নাম নয়, পাঠকের লাভটা লেখো — 'কিনুন' ধরনের লেখার চেয়ে ফলাফলের প্রতিশ্রুতি বেশি টানে।

মডিউল ৪ • ধাপে ধাপে

লেখা বসানো থেকে ডাউনলোড

১. হেডলাইন যোগ করো

Text Tool (T) বেছে নিজের হেডলাইন লেখো — নিজের উদাহরণ: 'কাজ হবে আরও দ্রুত, আরও সহজে'।

২. শ্যাডো চালু করো

Text Options-এ Shadow চালু করো: Opacity 60%, Blur 4 — লেখা এখন যেকোনো পেছনের ছবিতেও পড়া যাবে।

৩. CTA বাটন বানাও

গোলায়িত আয়তক্ষেত্র এঁকে তার উপর নিজের CTA লেখা বসাও — নিজের উদাহরণ: 'এখনই অর্ডার করো'।

৪. এক্সপোর্ট করো

File > Save > PNG বেছে ফাইলটা ডাউনলোড করো — মাপ 1080×1080 ঠিক আছে কিনা মিলিয়ে নাও।

কাজের টিপস: প্রকাশের আগে ফাইল সাইজ দেখো: 1MB ছাড়ালে ছবির মান অল্প কমিয়ে আবার সেভ দাও — ধীরে লোড হওয়া অ্যাড কেউ দেখে না।

সহায়ক অংশ • ChatGPT প্রম্পট

প্রতিটা ধাপে AI-এর সাহায্য নেওয়ার প্রম্পট

লেআউট ধারণার জন্য (মডিউল ১)

বলো: 'ই-কমার্স সোশ্যাল মিডিয়ার বর্গাকার অ্যাডের জন্য ৩টা আধুনিক লেআউটের ধারণা দাও।'

মান জানার জন্য (মডিউল ২)

বলো: 'ঝকঝকে ই-কমার্স প্রোডাক্ট ছবির জন্য টোনাল অ্যাডজাস্টমেন্টের নির্দিষ্ট মানগুলো তালিকা করে দাও।'

কপির কাঠামোর জন্য (মডিউল ৩)

বলো: 'প্রিমিয়াম পণ্যের অ্যাডের জন্য Hook, Benefit আর CTA — এই ৩ অংশের কপি কাঠামো বানিয়ে দাও।'

হেডলাইনের বিকল্পের জন্য (মডিউল ৪)

বলো: 'সীমিত সময়ের প্রযুক্তি-পণ্যের সেলের জন্য সরাসরি বিক্রির ধাঁচে ৩টা হেডলাইনের বিকল্প লেখো।'

কাজের টিপস: ChatGPT-র খসড়া হুবহু বসিয়ে দেবে না — নিজের পণ্য আর অফারের সঙ্গে মিলিয়ে শব্দ বদলে নিলেই কপি আসল হয়।

মডিউল ৫ • হাতে-কলমে ল্যাব

একটা পুরো অ্যাড: শুরু থেকে এক্সপোর্ট

১. ল্যাবের ব্রিফ

নিজের উদাহরণ প্রোডাক্ট: ওয়্যারলেস ইয়ারবাডস (ছবি + ছোট লোগো); দর্শক: ব্যস্ত পেশাজীবী; অফার: কুপন কোডসহ ছাড়; ক্যানভাস: 1080×1080।

২. ছবি প্রস্তুত

ইয়ারবাডসের ছবি 1:1 ক্রপ করে কেন্দ্রে বসাও; তারপর Contrast +10, Vibrance +15, Sharpen Radius 2 প্রয়োগ করো।

৩. হেডলাইন ও ব্যাজ

নিজের হেডলাইন বসাও — 'সারাদিনের সঙ্গী, শব্দে কোনো ছাড় নেই'; পাশে নিজের ছাড়ের ব্যাজ — 'আজকের অফার'।

৪. CTA ও এক্সপোর্ট

উচ্চ-কনট্রাস্ট CTA বাটন দাও — 'অফারটি নিন'; শেষে উচ্চ-মানের PNG হিসেবে এক্সপোর্ট করো।

কাজের টিপস: ল্যাবের প্রতিটা ধাপ আগের মডিউলগুলোরই পুনরাবৃত্তি — আলাদা করে কিছু মুখস্থ করতে হবে না, শুধু এক প্রজেক্টে সব জোড়া লাগানো।

প্রকাশের আগে ৫ পয়েন্টের যাচাই

Clarity — স্পষ্টতা

প্রোডাক্ট ঝকঝকে আছে তো? কোনো পিক্সেলেশন বা ঝাপসা ভাব থাকলে চলবে না।

Contrast — পাঠযোগ্যতা

লেখা ২ সেকেন্ডের মধ্যে পড়া যাচ্ছে তো? এটাই পাস-ফেলের প্রথম প্রশ্ন।

Alignment — সাজ

মার্জিন ভারসাম্যপূর্ণ আর দৃষ্টির কেন্দ্র পরিষ্কার কিনা দেখো।

Hierarchy — ক্রম

চোখের যাত্রা যেন হয়: প্রোডাক্ট → অফার → CTA — এই ক্রম ভাঙলে অ্যাড দুর্বল হয়।

File Size — ওজন

দ্রুত লোডের জন্য ফাইল 1MB-এর নিচে রাখা হয়েছে তো?

সারকথা

নির্দিষ্ট লেয়ার-স্তর ভুল এড়ায়; কনট্রাস্ট আর ড্রপ শ্যাডোই লেখার পাঠযোগ্যতার গ্যারান্টি।

দুটো তথ্য মনে গেঁথে রাখো: 1:1 ক্রপ লক করে Crop Tool-ই • লেয়ারের ক্রমে লেখা (text) থাকে সবার উপরে, ব্যাকগ্রাউন্ড সবার নিচে — এই দুটোই এই দিনের সবচেয়ে জরুরি তথ্য।

কাজের টিপস: অডিটে একটা পয়েন্টও ফেল করলে প্রকাশ থামাও — ভুল অ্যাড প্রকাশ করে ঠিক করার চেয়ে আগে ঠিক করে প্রকাশ করা সবসময় সস্তা।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

ই-কমার্স পণ্যের অ্যাড

অনলাইন শপের প্রতিটা পণ্যের জন্য একই সিস্টেমে ধারাবাহিক মানের অ্যাড।

এজেন্সি ও ব্র্যান্ডের কাজ

ক্লায়েন্টের ক্যাম্পেইনে হাই-কনট্রাস্ট, অডিট-পাস গ্রাফিক সরবরাহ।

নিজের পেজের কনটেন্ট

পোস্টের ছবি সংশোধন থেকে প্রমো ব্যানার — পুরো ভিজ্যুয়াল কাজ একা হাতে।

পোর্টফোলিওর নমুনা

অডিট-চেকলিস্টসহ কাজ দেখালে ক্লায়েন্টের কাছে পেশাদারিত্ব প্রমাণ হয়।

উদাহরণ

একটা অনলাইন গ্যাজেট শপের জন্য ইয়ারবাডসের অ্যাড: গাঢ় ব্যাকগ্রাউন্ড, সংশোধিত ঝকঝকে ছবি, উপরে হেডলাইন আর নিচে CTA — প্রকাশের আগে ৫ পয়েন্টের অডিটে পুরো নম্বর।

Pixlr দিয়ে আয় কীভাবে

১ **Fiverr-এ প্রোডাক্ট-অ্যাড গিগ**
'Product ad design' গিগে অডিট-পাস নমুনা দেখাও — প্রমাণই অর্ডার আনে।

২ **Upwork-এ এজেন্সির কাজ খোঁজো**
ছোট এজেন্সিরা ব্যানারের কাজ আউটসোর্স করে — প্রস্তাব পাঠাও।

৩ **Facebook থেকে লোকাল ব্র্যান্ড**
লোকাল অনলাইন ব্র্যান্ডগুলোকে নমুনা অ্যাড বানিয়ে দেখাও; পছন্দ হলে নিয়মিত কাজ মেলে।

৪ **লোকাল দোকানের ক্যাম্পেইন প্যাকেজ**
সেল ও উৎসবের মৌসুমে দোকানগুলোর জন্য পুরো ক্যাম্পেইনের গ্রাফিক প্যাকেজ অফার করো।



সত্যি কথা: হাই-কনট্রাস্ট অ্যাড বানানো বিক্রিযোগ্য দক্ষতা, তবে প্রথম ক্লায়েন্ট পেতে ধৈর্য লাগে।

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

ইন্টারফেস ও প্যানেল | সংখ্যা-ভিত্তিক সংশোধন | ৪ স্তরের লেয়ার-ক্রম | ৪০% ফাঁকা জায়গা | টাইপোগ্রাফির মান | ৫ পয়েন্টের অডিট

প্র্যাকটিস প্রজেক্ট

১ নিজের বাছাই করা একটা প্রোডাক্ট ছবিতে মডিউল ২-এর পুরো সংশোধন-ধারাটা আবার প্রয়োগ করো।

২ একই ছবি দিয়ে দুটো ব্যাকগ্রাউন্ড সংস্করণ বানিয়ে কোনটায় কনট্রাস্ট ভালো, নিজে বিচার করো।

৩ ল্যাবের অ্যাডটাকে ৫ পয়েন্টের অডিট দিয়ে নিজেই নম্বর দাও; কম পাওয়া পয়েন্টটা ঠিক করো।

৪ Layer > Duplicate দিয়ে শ্যাডো লেয়ারের কৌশলটা আরেকটা ডিজাইনে অনুশীলন করো।

শেষ কথা: পদ্ধতি একটাই: ঠিক স্তর, ঠিক সংখ্যা, শেষে অডিট — এই তিনে ভর করেই প্রতিটা অ্যাড পেশাদার হবে।