DAY ২৪ • PIXLR • মার্কেটিং ও কনটেন্ট

Pixlr দিয়ে মার্কেটিং ও কনটেন্ট ক্রিয়েশন

ইন্টারফেস পরিচিতি, বেসিক ছবি এডিটিং, সোশ্যাল মিডিয়া গ্রাফিক্সের মাপ, টেক্সট ওভারলে আর প্রমোশনাল অ্যাড সাজানো — পুরো পাইপলাইনটা এক ডেকে।

শেষে: ফিড-রেডি একটা পূর্ণাঙ্গ প্রমোশনাল অ্যাড গ্রাফিক

Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ



কেন শিখব এই বিষয়টা?

১

প্রতিটা পোস্টের পেছনে এই দক্ষতা

অনলাইনে বিক্রি মানেই ছবি — প্রোডাক্টের ছবি ঠিক করা আর অ্যাড সাজানো এখন প্রতিদিনের কাজ।

২

শেখার উদ্দেশ্য: ধারণা থেকে বাস্তব অ্যাড

শুধু টুলের নাম নয় — কেন কোন অ্যাডজাস্টমেন্ট, কোন মাপে কোন গ্রাফিক, পুরো যুক্তিটা শিখবে।

৩

AI টুলের সঙ্গে জোড়া লাগানো

ChatGPT দিয়ে কপি, Canva AI দিয়ে বিকল্প — Pixlr-এর সঙ্গে মিলিয়ে পুরো কনটেন্ট-তৈরির ধারা গড়ে ওঠে।

৪

সব প্ল্যাটফর্মের মাপ একসাথে

ফিড, স্টোরি, ইমেইল হেডার — মাপের মান জানলে এক ডিজাইন সব জায়গায় খাপ খায়।



এক লাইনে: টুল অনেক আছে; জয়ী হয় সে-ই, যার কাছে ছবি সংশোধন থেকে এক্সপোর্ট পর্যন্ত একটা গোছানো পদ্ধতি আছে।

DAY ২৪ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১ **Pixlr পরিচিতি ও সেটআপ**
রাস্টার এডিটিং, Express বনাম E

২ **বেসিক ছবি এডিটিং**
ক্রপ, টোনাল সংশোধন, AI Enhance

৩ **সোশ্যাল মিডিয়া গ্রাফিক্স**
1:1, 4:5, 9:16 মাপ ও লেয়ার গঠন

৪ **টেক্সট ও প্রমো অ্যাড লেআউট**
শ্রেণিবিন্যাস, কনট্রাস্ট, CTA

৫ **হাতে-কলমে প্র্যাকটিস**
একটা পুরো প্রমো ব্যানার তৈরি

৬ **কোয়ালিটি অডিট ও সারাংশ**
৫ পয়েন্টের যাচাই ও মূল পয়েন্ট

আজকের লক্ষ্য: শেষে তুমি নিজে একটা প্রোডাক্ট ছবি সংশোধন করে, টেক্সট বসিয়ে, ফিডের মাপে এক্সপোর্ট করা সম্পূর্ণ অ্যাড বানাতে পারবে।

পরিচিতি • সেট C

আজকের টুলসেট এক নজরে

Pixlr Express

দ্রুত টেমপ্লেট-ভিত্তিক এডিটিং আর ঝটপট AI এনহ্যান্সমেন্টের জন্য।

Pixlr E

স্তরে স্তরে (multi-layer) নিখুঁত নিয়ন্ত্রণের পূর্ণ এডিটর।

Pixlr Templates

তৈরি লেআউট — নিজের ছবি-লেখা বসালেই ক্যাম্পেইনের গ্রাফিক প্রায় তৈরি।

ChatGPT ও Canva AI

ChatGPT মার্কেটিং কপির খসড়ায়, Canva AI বিকল্প ডিজাইন ধারণায় — Pixlr-এর সঙ্গী টুল।

শেষ ফল: আয়ত্ত করতে হবে: Pixlr টুলসেটের ব্যবহার, নিখুঁত ছবি অ্যাডজাস্টমেন্ট, মার্কেটিং কপি তৈরি আর প্রমোশনাল সোশ্যাল অ্যাড জোড়া লাগানো।

কাজের টিপস: কোন টুল কখন — এই সিদ্ধান্তটাই অর্ধেক কাজ: দ্রুত পোস্টে Express/Template, নিখুঁত অ্যাডে E।

মডিউল ১ • ধারণা

Pixlr কী, আর কোনটা কখন

রাস্টার এডিটিং বনাম ভেক্টর ডিজাইন

Pixlr ছবি (পিক্সেল/রাস্টার) এডিট করে — ছবি সংশোধনে এটাই কাজের; আকৃতি-ভিত্তিক লোগো ডিজাইন ভেক্টরের জগৎ।

Pixlr Express — দ্রুত পথ

টেমপ্লেট-ভিত্তিক এডিটিং আর দ্রুত AI এনহ্যান্সমেন্ট — হালকা কাজে সময় বাঁচায়।

Pixlr E — পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ

মাল্টি-লেয়ার এডিটিংয়ে প্রতিটা টুলের সূক্ষ্ম নিয়ন্ত্রণ — পেশাদার অ্যাডের জন্য এটাই।

ইন্টারফেসের তিন প্যানেল

বামে Toolbar (টুল), মাঝে Canvas (কাজের জায়গা), ডানে Layer ও History Stack (স্তর ও ইতিহাস)।

কাজের টিপস: History প্যানেলটা বন্ধু বানাও — ভুল হলে আগের ধাপে ফিরে যাওয়া যায়, পুরো কাজ নষ্ট হয় না।

মডিউল ১ • ধাপে ধাপে

শুরু করার ধারাবাহিক ধাপ

১. অ্যাকাউন্ট খোলো

Pixlr.com-এ গিয়ে অ্যাকাউন্ট তৈরি করো — ড্যাশবোর্ডের সব টুলের সঙ্গে পরিচিত হয়ে নাও।

২. এডিটর বাছাই করো

দ্রুত লেআউটের জন্য Pixlr Express, মাল্টি-লেয়ার এডিটিংয়ের জন্য Pixlr E — কাজ দেখে বেছে নাও।

৩. ক্যানভাসের মাপ ঠিক করো

'Create New' চেপে ক্যানভাসের মাপ দাও — যেমন ফিড পোস্টের জন্য 1080×1080 px।

৪. প্রোডাক্টের ছবি আনো

File > Open Image দিয়ে অথবা ফাইল টেনে এনে (drag-and-drop) প্রোডাক্টের ছবি ক্যানভাসে তোলো।

কাজের টিপস: ক্যানভাসের মাপ কাজের আগেই ঠিক করো — পরে মাপ বদলালে পুরো সাজানো এলোমেলো হয়ে যায়।

ছবি সংশোধনের চার প্যারামিটার

Crop ও Resize

মূল ফোকাল পয়েন্ট ঠিক রেখে চারপাশের জঞ্জাল বাদ দেওয়া আর প্রয়োজনীয় মাপে আনা।

Brightness ও Contrast

আলো-ছায়ার ভারসাম্য — প্রোডাক্টকে পেছনের ছায়া থেকে আলাদা করে তোলার মূল চাবি।

Vibrance ও Saturation

পণ্যের রং বাড়ানো; Vibrance ত্বকের রং নষ্ট না করে রং তোলে বলে পোর্ট্রেট-মিশ্রিত ছবিতে নিরাপদ।

Sharpness ও Clarity

পণ্যের কিনারার ধার আর টেক্সচারের খুঁটিনাটি ফুটিয়ে তোলা — অনলাইন ডিসপ্লের জন্য জরুরি।

কাজের টিপস: মানুষের ছবি থাকলে Saturation নয়, Vibrance বাড়াও — ত্বকের রং অস্বাভাবিক কমলা হয়ে যাওয়ার ঝুঁকি থাকে না।

মডিউল ২ • ধাপে ধাপে

সম্পাদনার ধারাবাহিক কর্মধারা

১. ক্রপে 1:1 লক

Crop Tool (C) বেছে aspect ratio 1:1 Square-এ লক করো — ফিডের বর্গাকার ফ্রেম তৈরি।

২. AI বেসলাইন সংশোধন

Adjustment > Auto Pop / AI Enhance চালাও — ছবির প্রাথমিক ভারসাম্য এক ক্লিকে ঠিক হবে।

৩. হাতে ফাইন-টিউন

Adjustment > Color / Exposure-এ নিজে ঠিক করো: Contrast +10, Vibrance +5 — AI-এর উপর নিজের চোখের ছোঁয়া।

৪. Sharpen প্রয়োগ

Filter > Details > Sharpen, Radius 2px — অনলাইন ডিসপ্লের জন্য ঝকঝকে ধার।

কাজের টিপস: AI Enhance দিলেই থামবে না — তার উপর হালকা হাতের ফাইন-টিউনই ছবিকে 'সবার মতো' থেকে 'নিজের মতো' করে তোলে।

মডিউল ৩ • মাপের মান

কোন প্লেসমেন্টে কোন অনুপাত

1 : 1	4 : 5	9 : 16
স্কয়ার ফিড পোস্ট	পোর্ট্রেট পোস্ট	স্টোরি ও রিল

পিক্সেল মাপ: ফিডের বর্গাকার পোস্ট: 1080×1080 px • ইমেইল হেডার ব্যানার: 600×350 px — মাপ আগে জানলে একই ডিজাইন সব জায়গায় মানিয়ে নেওয়া যায়।

কাজের টিপস: ডিজাইন শুরুর আগেই প্লেসমেন্ট ঠিক করো — স্টোরির (9:16) ডিজাইন ফিডে (1:1) বসালে উপর-নিচ কেটে যায়।

মডিউল ৩ • ধারণা

সোশ্যাল গ্রাফিক্সের লেআউট নীতি

স্ক্রল-থামানো কম্পোজিশন

সংশোধিত প্রোডাক্টের ছবিটা দৃষ্টির কেন্দ্রে (focal center) রাখো — প্রথম নজরেই যেন চোখ সেখানে যায়।

নেগেটিভ স্পেস ৪০%

ডিজাইনের ৪০% জায়গা ফাঁকা রাখো প্রমোশনাল কপি আর ব্যাজের জন্য — ভিড় থাকলে বার্তা হারিয়ে যায়।

বহু-স্তর কাঠামো

Background Layer → Product Layer → Graphic Elements → Text — এই ক্রমেই প্রতিটা গ্রাফিক গড়ে ওঠে।

টেমপ্লেট কাস্টমাইজেশন

তৈরি টেমপ্লেটে নিজের ছবি, রং আর লেখা বসিয়ে ক্যাম্পেইন-উপযোগী করা — দ্রুততম পেশাদার পথ।

কাজের টিপস: ফাঁকা জায়গা মানে নষ্ট জায়গা নয় — ওটাই পাঠকের চোখকে প্রোডাক্ট আর অফারের দিকে ঠেলে দেয়।

মডিউল ৩ • ধাপে ধাপে

লেয়ারে লেয়ারে গ্রাফিক গড়া



১ ব্যাকগ্রাউন্ড ও প্রোডাক্ট লেয়ার

সলিড রঙের অথবা গ্রেডিয়েন্ট ব্যাকগ্রাউন্ড লেয়ার তৈরি করো; তার উপর এডিট করা প্রোডাক্টের ছবি নতুন লেয়ারে বসাও।

২ শ্যাডো বা গ্লো দাও

Layer > Duplicate করে হালকা ড্রপ শ্যাডো অথবা আউটলাইন গ্লো যোগ করো — ছবি পটভূমি থেকে ভেসে উঠবে।

৩ শেপ ওভারলে বসাও

Element Tool দিয়ে ছাড়ের ব্যাজের বৃত্তের মতো শেপ ওভারলে বসাও ফাঁকা জায়গায়।

কাজের টিপস: প্রতিটা উপাদান আলাদা লেয়ারে রাখলে শেষ মুহূর্তেও যেকোনো একটা সরানো বা বদলানো যায় — পুরো ডিজাইন না ভেঙেই।

মডিউল ৪ • ধারণা

অ্যাডের টাইপোগ্রাফি শ্রেণিবিন্যাস

Headline — প্রধান আকর্ষণ

৩–৫টা উচ্চ-প্রভাবের শব্দ, বড় বোল্ড সান্স-সেরিফ ফন্টে — পুরো অ্যাডের সবচেয়ে বড় লেখা।

Value Offer — লাভের প্রস্তাব

সুনির্দিষ্ট প্রণোদনা — যেমন এই সপ্তাহান্তে নির্দিষ্ট হারে ছাড়; অস্পষ্ট প্রতিশ্রুতি কাজ করে না।

CTA — কাজের ডাক

বিপরীত (contrasting) রঙের বাটন-আকৃতির মধ্যে ছোট সরাসরি লেখা — পাঠককে পরের ধাপে নেওয়ার বোতাম।

পাঠযোগ্যতার নিয়ম

পেছনের লেয়ারের সঙ্গে লেখার উচ্চ কনট্রাস্ট নিশ্চিত করো — এটা ভাঙলে বাকি সব সাজ ব্যর্থ।

কাজের টিপস: লেখার তিন স্তরের আকারের ক্রম: হেডলাইন সবচেয়ে বড়, অফার মাঝারি, CTA ছোট কিন্তু রঙে সবচেয়ে উজ্জ্বল।

মডিউল ৪ • ধাপে ধাপে

টেক্সট বসানো থেকে এক্সপোর্ট

১. হেডলাইন বসাও

Text Tool (T) দিয়ে প্রধান হেডলাইন 48pt-এ বসাও — নিজের উদাহরণ: 'শক্তি যা চলবে সারাদিন'।

২. শ্যাডো চালু করো

Text Settings > Shadow চালু করো: কালো রং, Opacity 60% — যেকোনো পেছনের ছবিতেও লেখা স্পষ্ট।

৩. CTA বাটন বানাও

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

৪. সেভ ও ডাউনলোড

File > Save > PNG / JPG (Quality: 90%) বেছে ফাইনাল ফাইলটা ডাউনলোড করো।

কাজের টিপস: Quality 90% রাখলে ছবির মান প্রায় পুরোটাই থাকে, অথচ ফাইল হালকা হয় — সোশ্যাল আপলোডের জন্য সেরা ভারসাম্য।

সহায়ক অংশ • ChatGPT প্রম্পট

প্রতিটা ধাপে AI-এর সাহায্য নেওয়ার প্রম্পট

ভিজ্যুয়াল স্টাইলের জন্য (মডিউল ১)

বলো: 'ডিজাইন পরামর্শক হিসেবে অনলাইন প্রযুক্তি-পণ্যের প্রমো ব্যানারের জন্য সেরা ৩টা ভিজ্যুয়াল স্টাইল বর্ণনা করো।'

নিয়ম জানার জন্য (মডিউল ২)

বলো: 'ই-কমার্স প্রোডাক্ট ছবি পেশাদার ও জীবন্ত করার জন্য সংখ্যা-ভিত্তিক ৩টা ছবি-অ্যাডজাস্টমেন্ট নিয়ম দাও।'

কপির কাঠামোর জন্য (মডিউল ৩)

বলো: 'ইনস্টাগ্রাম প্রোডাক্ট লঞ্চ পোস্টের জন্য Hook, Benefit আর CTA — এই ৩ অংশের কপি কাঠামো বানাও।'

অ্যাড কপি সেটের জন্য (মডিউল ৪)

বলো: 'ই-কমার্স ফ্ল্যাশ সেলের সোশ্যাল প্রমো গ্রাফিকের জন্য সরাসরি-বিক্রির ধাঁচে ৩ সেট অ্যাড কপি লেখো।'

কাজের টিপস: প্রম্পটে প্ল্যাটফর্মের নাম (ইনস্টাগ্রাম/ফেসবুক) আর পণ্যের ধরন জুড়ে দিলে উত্তর সরাসরি ব্যবহারযোগ্য হয়।

মডিউল ৫ • হাতে-কলমে ল্যাব

একটা পুরো প্রমো ব্যানার: শেষ পর্যন্ত

১. ল্যাবের ব্রিফ

নিজের উদাহরণ পণ্য: স্টিলের পানির বোতল; ক্যানভাস 1080×1080 (ফিড পোস্ট); লাগবে: প্রোডাক্ট ছবি, ব্যাকগ্রাউন্ড লেয়ার, ছাড়ের ব্যাজ, CTA বাটন। লক্ষ্য: এডিটিং থেকে এক্সপোর্ট — পুরোটা।

২. ছবি সংশোধন

বোতলের ছবি 1:1 বর্গাকারে ক্রপ করো; টোনাল অ্যাডজাস্টমেন্ট দাও: Contrast +15, Vibrance +10, Sharpen +5।

৩. হেডলাইন ও ব্যাজ

নিজের হেডলাইন বসাও — 'ঠান্ডা থাকবে ঘণ্টার পর ঘণ্টা'; পাশে নিজের ব্যাজ — 'এই সপ্তাহের বিশেষ অফার'।

৪. CTA ও এক্সপোর্ট

বিপরীত রঙের CTA বাটন দাও — 'এখনই কিনুন'; শেষে 1080×1080 PNG হিসেবে এক্সপোর্ট করো।

কাজের টিপস: এই ডেকের অন্য দুই সেটের (ফ্রি গাইড ও হাই-কনট্রাস্ট) সংখ্যাগুলো এর সঙ্গে মিলিয়ে দেখো — একই কাজের ভিন্ন মাত্রা বোঝা যাবে।

মডিউল ৬ • কোয়ালিটি অডিট

প্রকাশের আগে চূড়ান্ত যাচাই

Resolution — রেজোলিউশন

ছবি ঝকঝকে ও পরিষ্কার — কোনো পিক্সেলেশন বা ঝাপসা ভাব নেই তো?

Contrast — পাঠযোগ্যতা

মোবাইল স্ক্রিনে লেখা ২ সেকেন্ডের কম সময়ে পড়া যাচ্ছে তো?

Alignment — সারিবদ্ধতা

উপাদানগুলো কেন্দ্রে ও ভারসাম্যপূর্ণ মার্জিনে সাজানো আছে তো?

Hierarchy — দৃষ্টির ক্রম

চোখ স্বাভাবিকভাবে যাচ্ছে তো: প্রোডাক্ট → অফার → CTA?

File Size — ফাইলের ওজন

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

মূল শিক্ষা

দ্রুত ছবি সংশোধন, পদ্ধতিগত অ্যাডজাস্টমেন্ট আর বহু-স্তর কাঠামো — এই তিনেই নমনীয় মার্কেটিং গ্রাফিক।

দুটো তথ্য মনে গেঁথে রাখো: ছবির ফ্রেমিং ঠিক করে Crop Tool • লেখা পাঠযোগ্য রাখতে লেখার লেয়ার থাকে সবার উপরে — এই দুটো তথ্য এই দিনের ভিত্তি।

কাজের টিপস: অডিটের তালিকাটা নিজের নোটে লিখে রাখো — প্রতিটা ক্লায়েন্ট-কাজের শেষ ধাপ যেন এটাই হয়।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

সোশ্যাল মিডিয়া ক্যাম্পেইন

ফিড ও স্টোরির মাপ অনুযায়ী একই ক্যাম্পেইনের সব গ্রাফিক এক পদ্ধতিতে।

ইমেইল মার্কেটিং ব্যানার

600×350 হেডার ব্যানারসহ নিউজলেটারের ভিজ্যুয়াল অংশ নিজে হাতে।

প্রোডাক্ট লঞ্চ পোস্ট

নতুন পণ্যের লঞ্চে টেমপ্লেট কাস্টমাইজ করে দ্রুত পেশাদার পোস্ট।

নিয়মিত কনটেন্ট সিরিজ

একটা গোছানো টেমপ্লেট-পদ্ধতি থাকলে সাপ্তাহিক পোস্টের ধারাবাহিক লুক বজায় থাকে।

উদাহরণ

একটা অনলাইন দোকানের নতুন পণ্য লঞ্চ: সকালে ছবি সংশোধন, দুপুরে টেমপ্লেটে বসিয়ে ফিড ও স্টোরি দুই মাপেই এক্সপোর্ট — পুরো কাজটাই এই ডেকের ধাপে ধাপে।

বাড়তি অংশ • আয়ের পথ

Pixlr দিয়ে আয় কীভাবে

১ **Fiverr-এ সোশ্যাল গ্রাফিক গিগ**
'Social media post design' গিগে ফিড-স্টোরি দুই মাপের নমুনা দাও।

২ **Upwork-এ কনটেন্ট টিমের কাজ**
দীর্ঘমেয়াদি পোস্ট-ডিজাইনের কাজে প্রস্তাব পাঠাও — ধারাবাহিকতাই চাহিদা।

৩ **Facebook পেজ থেকে লোকাল বিক্রেতা**
নিজের পেজে নমুনা দেখাও — লোকাল বিক্রেতারা নিয়মিত ডিজাইনার খোঁজে।

৪ **লোকাল দোকানের ইমেইল ও পোস্ট প্যাকেজ**
দোকানের মাসিক পোস্ট + ইমেইল ব্যানারের যৌথ প্যাকেজ — এক ক্লায়েন্ট থেকেই নিয়মিত কাজ।



সত্যি কথা: আয় নির্ভর করে নমুনা পোর্টফোলিও আর নিয়মিত ক্লায়েন্ট-যোগাযোগে — ধৈর্য ধরতে হবে।

বাড়তি অংশ • কী শিখলাম + প্র্যাকটিস

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

রাস্টার এডিটিং ধারণা | টোনাল সংশোধন | মাপের মান (1:1/4:5/9:16) | লেয়ার কাঠামো | টাইপোগ্রাফি শ্রেণি | ৫ পয়েন্টের অডিট

প্র্যাকটিস প্রজেক্ট

১ নিজের পছন্দের পণ্যের ছবি দিয়ে ল্যাবের পুরো ব্যানারটা আবার বানাও — এবার স্টোরির 9:16 মাপেও এক্সপোর্ট করো।

২ একই ছবিতে Auto Pop ছাড়া শুধু হাতে অ্যাডজাস্টমেন্ট করে দুটো ফলাফল তুলনা করো।

৩ একটা তৈরি Pixlr টেমপ্লেট নিজের ছবি-লেখা দিয়ে কাস্টমাইজ করে ক্যাম্পেইন-পোস্ট বানাও।

৪ আজকের ব্যানারটা ৫ পয়েন্টের অডিটে যাচাই করে দুর্বল পয়েন্টটা ঠিক করে আবার এক্সপোর্ট করো।

শেষ কথা: পদ্ধতিটা মনে রাখো: সংশোধন → স্তর → লেখা → অডিট → এক্সপোর্ট — এই ধারাই প্রতিটা মার্কেটিং গ্রাফিকের মেরুদণ্ড।