DAY ২৫ • PIXLR হাতে-কলমে প্র্যাকটিস

একটা প্রোডাক্টের ছবি থেকে পুরো ক্যাম্পেইন ডিজাইন

লেয়ার, মাস্ক আর ব্লেন্ডিংয়ের ওপর দাঁড়িয়ে Pixlr-এর AI টুল — ছবি জেনারেটর, Generative Fill, ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ আর এনহান্সমেন্ট — দিয়ে সোশ্যাল অ্যাড, ব্যানার, পোস্টার আর ইমেইল গ্রাফিক: এক দিনের হাতে-কলমে ওয়ার্কশপ।

ডেমো দেখো → সাথে সাথে নিজে করে দেখো



Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ

বাড়তি অংশ • কেন শিখব

কেন শিখব এই বিষয়টা?

১

ডিজাইন এখন মার্কেটিংয়ের প্রাণ

বিজ্ঞাপন, পোস্ট, ব্যানার — সব জায়গায় আগে চোখে পড়ে ডিজাইন। এই স্কিল থাকলে যেকোনো প্রোডাক্টের প্রচারণা নিজেই বানানো যায়।

২

ফ্রি টুলেই প্রফেশনাল কাজ

Pixlr ব্রাউজারেই চলে, দামি সফটওয়্যার লাগে না। লেয়ার-মাস্কের নিয়ম জানলে ফ্রি টুল দিয়েই ক্লায়েন্ট-মানের কাজ হয়।

৩

AI টুল সময় বাঁচায়

ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ, ছবি তৈরি, ছোটখাটো মেরামত — আগে ঘণ্টার কাজ এখন মিনিটে হয়, যদি ধাপগুলো ঠিকমতো জানা থাকে।

৪

উদ্দেশ্য: এক ডিজাইন, চার রূপ

আজকের লক্ষ্য — একটা মাস্টার ডিজাইন বানিয়ে সেটাকেই অ্যাড, ব্যানার, পোস্টার আর ইমেইল হেডারে রূপ দেওয়া শেখা।



এক লাইনে: একটা প্রোডাক্টের ছবি থেকে পুরো ক্যাম্পেইন সেট — এই একটা স্কিলেই ফ্রিল্যান্সিং, নিজের ব্যবসা আর চাকরির কাজ চলে।

DAY ২৫ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১

ব্রিফ ও সেটআপ

কার জন্য ডিজাইন, কী উদ্দেশ্য — ঠিক করে ক্যানভাস আর লেয়ার গুছিয়ে নেওয়া।

২

লেয়ার • মাস্ক • ব্লেন্ড

আসল ছবি নষ্ট না করে সাজানো, কাটা আর আলো-ছায়া মেলানোর মূল কৌশল।

৩

ফিল্টার, মোটিফ ও মকআপ

নিয়ন্ত্রিত ইফেক্ট, নিজের বানানো ব্র্যান্ড-উপাদান আর বাস্তব পরিবেশে ডিজাইন বসানো।

৪

Pixlr-এর AI টুলসমূহ

ছবি জেনারেটর, প্রম্পট লেখা, Generative Fill, ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ আর এনহান্সমেন্ট।

৫

অ্যাড ও তার রূপান্তর

একটা সোশ্যাল অ্যাড বানিয়ে ব্যানার, পোস্টার আর ইমেইল হেডারে বদলে ফেলা।

৬

চেক ও এক্সপোর্ট

ভুল ধরা, ঠিক ফরম্যাটে ফাইল বের করা আর নাম দিয়ে গুছিয়ে রাখা।

মনে রাখো: এটা দেখে শেখার দিন না — প্রতিটা ধাপের পর নিজে হাতে করে দেখার দিন। ডেমো দেখো, তারপর থামিয়ে নিজে করো, তারপর এগোও।

DAY ২৫ • আজকের লক্ষ্য

দিন শেষে তুমি যা যা পারবে

১

লেয়ার গুছিয়ে ডিজাইন বানানো

লেয়ার সাজিয়ে পুরো কম্পোজিশন বানাতে পারবে, আর মাস্ক ব্যবহার করে আসল ছবি একদম নষ্ট না করেই কাজ করতে পারবে।

২

AI দিয়ে ছবি বানানো ও ঘষামাজা

Pixlr-এর AI টুল দিয়ে ক্যাম্পেইনের ছবি তৈরি করা আর তৈরি ছবিকে প্রম্পট বদলে আরও ভালো করা শিখবে।

৩

এক ডিজাইন, চারটা মাধ্যম

একটা সোশ্যাল অ্যাড বানিয়ে সেটাকেই ব্যানার, পোস্টার আর ইমেইল হেডারে রূপ দিতে পারবে।

৪

ছাপানোর মতো ফাইল বের করা

প্রকাশের উপযোগী ফরম্যাটে ফাইল এক্সপোর্ট করা আর নিজের ডিজাইন-সিদ্ধান্তগুলো অন্যের সামনে বোঝাতে পারা।

কাজের টিপস: দিনের শেষের লক্ষ্যটা মাথায় রেখে শুরু করো: হাতে থাকবে একটা এডিট করা যায় এমন মাস্টার ফাইল আর চারটা তৈরি ক্যাম্পেইন ফাইল। প্রতিটা ধাপ সেই লক্ষ্যের দিকেই নিয়ে যাবে।

DAY ২৫ • ধাপ ১

আগে ক্যাম্পেইন ব্রিফ, তারপর ডিজাইন

দর্শক ঠিক করো

কারা দেখবে? একটাই নির্দিষ্ট দল বেছে নাও — যেমন কলেজের ছাত্ররা, যারা সারাদিন ব্যাগে পানির বোতল বয়ে বেড়ায়। সবার জন্য বানালে কারও কাজেই লাগে না।

একটাই উদ্দেশ্য রাখো

এই ডিজাইন দিয়ে কী করাতে চাও? একটাই লক্ষ্য — যেমন প্রোডাক্টের পেজে ক্লিক করিয়ে আনা। উদ্দেশ্য একটা হলে ডিজাইনও পরিষ্কার থাকে।

বার্তার ক্রম সাজাও

পড়ার ধারাটা ঠিক করো: সবার ওপরে হেডলাইন, তার নিচে এক লাইনের সুবিধা, সবার শেষে CTA (Call to Action — পাঠককে যা করতে বলা হচ্ছে, যেমন “এখনই কিনুন”)।

উপকরণ ও সাইজ আগে থেকে

প্রোডাক্টের ছবি, লোগো, অনুমোদিত লেখা আর ব্র্যান্ডের দুটো রং আগে গুছিয়ে নাও। কোন জায়গায় কী বসবে আগেই ভাবো; এই অনুশীলনে ক্যানভাস ১০৮০×১০৮০ পিক্সেল।

উদাহরণ — আমার বানানো একটা ব্রিফ

কাল্পনিক ব্র্যান্ড “প্রকৃতি মধু”। দর্শক: শহরের কর্মজীবী মানুষ, যারা সকালে চায়ে খাঁটি মধু চায়। উদ্দেশ্য: মধুর পেজে অর্ডার বাড়ানো। হেডলাইন: “ভেজালহীন খাঁটি মধু” → সুবিধা: “সরাসরি খামার থেকে সংগ্রহ করা” → CTA: “অর্ডার করুন”। রং: গাঢ় সবুজ আর সোনালি।

কাজের টিপস: এডিটর খোলার আগেই কাগজে দর্শক, উদ্দেশ্য, হেডলাইন আর CTA লিখে নাও। ব্রিফ পরিষ্কার না হলে ডিজাইন যত সুন্দরই হোক, কাজের হয় না।

DAY ২৫ • ধাপ ২

ক্যানভাস আর কাজের ফাইল গুছিয়ে নাও

১

কোন এডিটর কখন

বিস্তারিত লেয়ারের কাজের জন্য Pixlr Editor খোলো; AI-কেন্দ্রিক দ্রুত কাজের জন্য Pixlr Express। কোনটা লাগবে, কাজ দেখে ঠিক করো।

২

ক্যানভাস বানিয়ে ছবি বসাও

১০৮০×১০৮০ পিক্সেলের অনুশীলন-ক্যানভাস তৈরি করো আর প্রোডাক্টের ছবিটা তার ওপর বসাও। এটাই আজকের মাস্টার ডিজাইনের ভিত্তি।

৩

প্রতিটা জিনিসের আলাদা লেয়ার

ব্যাকগ্রাউন্ড, প্রোডাক্ট, হেডলাইন, সুবিধার লেখা আর CTA — প্রতিটার আলাদা লেয়ার রাখো। লেয়ারগুলোর পরিষ্কার নাম দাও, আর আসল প্রোডাক্টের লেয়ারটায় হাত দিও না।

৪

মাস্টার ফাইল বাঁচিয়ে রাখো

যেখানে সুবিধা আছে, এডিট করা যায় এমন PXZ মাস্টার ফাইল সেভ করো; ডেলিভারির ফাইলগুলোও এক্সপোর্ট করে রাখো। ফাইলের নাম হোক অর্থবহ — যেমন madhu_social_v01।

কাজের টিপস: শুরুতেই লেয়ারের নাম দিলে পরে খুঁজতে হয় না। প্ল্যানভেদে টুলের নাম বা সুবিধা বদলাতে পারে — কাজ শুরুর আগে টুলটা একবার চালিয়ে দেখে নাও।

DAY ২৫ • ধাপ ৩

লেয়ারিং: নিয়ন্ত্রণে থাকা কম্পোজিশন

ব্যাকগ্রাউন্ড সবার নিচে

লেয়ারের স্তূপে ব্যাকগ্রাউন্ড থাকে একদম তলায়। তার ওপরেই একে একে বাকি সব সাজে।

প্রোডাক্ট তার ওপরে

প্রোডাক্টের ছবি ব্যাকগ্রাউন্ডের ওপরে বসাও। অনুপাত ঠিক রেখে আকার বদলাও আর ঠিক মাঝখানে না রেখে একটু পাশে সরিয়ে বসাও — চোখে ভালো লাগে।

সাজের আকৃতি প্রোডাক্টের পেছনে

বৃত্ত, ফিতা জাতীয় সাজের আকৃতি প্রোডাক্টের পেছনে রাখো। জরুরি অংশের ওপর যেন কিছু উঠে না আসে।

লেখা সবার ওপরে

হেডলাইন আর CTA থাকে ছবির লেয়ারের ওপরে। ওদের প্রান্তগুলো এক লাইনে মিলিয়ে সাজাও — গোছানো ভাবটা এখান থেকেই আসে।

চোখ বুলিয়ে যাচাই

লেয়ার অন-অফ করে দেখো কোথায় অযাচিতভাবে একটা আরেকটার ওপর উঠে গেছে। ভুলটা তখনই ধরা পড়ে।

কাজের টিপস: নিজে যাচাই করো: হেডলাইনটা সরাতে গেলে প্রোডাক্টও নড়ছে কি না। আলাদা লেয়ারে থাকলে হেডলাইন একাই নড়ার কথা — নড়লে বুঝবে লেয়ার গুলিয়ে গেছে।

DAY ২৫ • ধাপ ৪

মাস্কিং: ছবি না হারিয়ে অংশ লুকানো



১ আগে কপি, তারপর কাজ

প্রোডাক্টের লেয়ারের একটা কপি বানাও আর আসলটা লুকিয়ে ব্যাকআপ হিসেবে রাখো। ভুল হলেও আসল ছবি অক্ষত থাকবে।

২ Cutout / Mask খোলো

কাজের লেয়ারটা বেছে Cutout বা Mask অপশনে যাও। সিলেকশন বা ব্রাশ টুল দিয়ে মূল বিষয়টাকে আলাদা করো।

৩ কিনারা ঘষে ঠিক করো

জুম করে কিনারাগুলো মসৃণ করো। ভুলে বেশি কেটে ফেললে মুছে ফেলার বদলে সেই অংশটা ফিরিয়ে দাও (reverse) — মাস্কের সবচেয়ে বড় সুবিধা এটাই, কিছুই চিরতরে মুছে যায় না।

৪ দুই ব্যাকগ্রাউন্ডে পরীক্ষা

ফলাফলটা হালকা আর গাঢ় — দুই রকম অস্থায়ী ব্যাকগ্রাউন্ডের ওপর বসিয়ে দেখো। কিনারার ত্রুটি দুটোতেই ধরা পড়ে।

কাজের টিপস: সরু কিনারার কাছে ছোট ব্রাশ ব্যবহার করো। ১০০% জুমে কিনারা দেখে নাও, যেন ছবির চারপাশে উজ্জ্বল আভা (halo) না থাকে।

DAY ২৫ • ধাপ ৫

ব্লেন্ডিং: আলো, টেক্সচার আর ছায়া মেলানো

১

ইফেক্টের আলাদা লেয়ার

টেক্সচার বা আলোর ছবিটা নিজের আলাদা লেয়ারে বসাও। ইফেক্ট আলাদা থাকলে পরে বাড়ানো-কমানো বা সরিয়ে ফেলা সহজ।

২

Multiply বনাম Screen

গাঢ় টেক্সচার বা ছায়ার জন্য Multiply মোড পরীক্ষা করো; আলোর ঝলক বা উজ্জ্বল ইফেক্টের জন্য Screen মোড। কোনটা লাগবে, ছবি দেখে বেছে নাও।

৩

Opacity কমিয়ে ভারসাম্য

ইফেক্টের opacity কমিয়ে এমন জায়গায় আনো যেন তা প্রোডাক্টকে সাহায্য করে, চাপিয়ে না যায়। শুরুর জন্য ১৫–৩০% ভালো — তবে এটা নিয়ম নয়, চোখে দেখে ঠিক করো।

৪

জরুরি অংশ বাঁচিয়ে রাখো

লেবেল, মানুষের মুখ আর জরুরি লেখার ওপর থেকে মাস্ক দিয়ে ইফেক্ট সরিয়ে দাও। তারপর ইফেক্ট অন-অফ করে তুলনা করো — পড়তে সুবিধা আর বাস্তবভাব, দুটোই ঠিক আছে তো?

কাজের টিপস: দুটো সংস্করণ পাশাপাশি রাখো — একটা হালকা টেক্সচারসহ, একটা ছাড়া। কোনটা ভালো, কারণসহ বলতে পারলেই বুঝবে ব্লেন্ডিং ধরতে পেরেছ।

DAY ২৫ • ধাপ ৬

ফিল্টার ও ইফেক্ট: মাপা হাতে কাজ

১

আগে ছবির কপি

চেহারা বদলের যেকোনো কাজের আগে ছবির লেয়ারের কপি বানিয়ে নাও। আসলটা থাকলে পছন্দ না হলে ফিরে যাওয়া যায়।

২

আগে সংশোধন, পরে স্টাইল

স্টাইল দেওয়ার আগে brightness, contrast আর রঙের ভারসাম্য ঠিক করো। ভিত্তি ঠিক না হলে ফিল্টার শুধু ভুলটাকেই সাজিয়ে দেয়।

৩

একটাই সংযত ফিল্টার

একবারে একটাই হালকা ফিল্টার দাও আর ফিল্টার-ছাড়া ছবির সঙ্গে তুলনা করো। পাওয়া যাচ্ছে বলেই ইফেক্টের ওপর ইফেক্ট চাপিও না।

৪

ওভারলে আলাদা লেয়ারে, শেষে যাচাই

আলো বা টেক্সচারের ওভারলে সম্ভব হলে আলাদা লেয়ারে রাখো। প্রতিটা বদলের পর প্রোডাক্টের আসল রং আর লেখার কনট্রাস্ট ঠিক আছে কি না দেখে নাও।

কাজের টিপস: একই ছবির দুটো রূপ বানাও — একটা উষ্ণ (warm), একটা স্বাভাবিক (neutral)। তবে প্রোডাক্টের আসল রংটা যেন বিশ্বাসযোগ্যই থাকে; রং বদলে গেলে ক্রেতা ঠকবে।

DAY ২৫ • ধাপ ৭

নিজের ইলাস্ট্রেশন: পুনঃব্যবহারযোগ্য ব্র্যান্ড-উপাদান

একটাই মোটিফ বেছে নাও

পাতা, পানির ফোঁটা বা বাঁকা রেখা — একটাই সহজ আকৃতিকে ব্র্যান্ডের চিহ্ন বানাও। একটাই মোটিফ বারবার এলে ডিজাইনে চেনা চেহারা তৈরি হয়।

আলাদা লেয়ারে আঁকো

শেপ বা আঁকার টুল দিয়ে মোটিফটা বানাও নিজের আলাদা লেয়ারে। শুধু ক্যাম্পেইনের রংগুলোই ব্যবহার করো আর দাগের মোটাভাব (stroke) সব জায়গায় এক রাখো।

কপি করে নানা আকারে

মোটিফের কপি বানিয়ে ছোট-বড় করে নানা জায়গায় বসাও। তবে হেডলাইন থেকে দূরে রাখো — সাজ যেন বার্তার পথে না দাঁড়ায়।

স্বচ্ছ PNG তে তুলে রাখো

মোটিফটা transparent PNG হিসেবে এক্সপোর্ট করে রাখো। ব্যানার, ইমেইল — সব ডিজাইনে একই উপাদান আবার ব্যবহার করা যাবে।

কাজের টিপস: ইলাস্ট্রেশন শুধুই সাজ — তা দিয়ে প্রোডাক্টের এমন গুণ বোঝানো যাবে না যা সত্যি নয়। যেমন আমার মধুর উদাহরণে মৌমাছির মোটিফ মানায়, কিন্তু “১০০% খাঁটি” দাবি প্রমাণ ছাড়া লেখা যাবে না।

DAY ২৫ • ধাপ ৮

মকআপ: বাস্তব পরিবেশে ডিজাইন বসানো

১

ভালো ভিত্তির ছবি নাও

লাইসেন্স-মুক্ত মকআপ ছবি অথবা নিজের তোলা এমন ছবি নাও, যেখানে সমতল একটা জায়গা পরিষ্কার দেখা যায় — যেমন টেবিলে রাখা একটা কার্ড।

২

আর্টওয়ার্ক আলাদা লেয়ারে

তোমার ডিজাইনটা ছবির ওপরে আলাদা লেয়ার হিসেবে আনো। আকার বদলে ঘুরিয়ে বসাও; transform/distort টুল থাকলে তা দিয়ে তলের সঙ্গে মিলিয়ে দাও।

৩

তলের আকারে মাস্ক করো

আর্টওয়ার্কটা মাস্ক করে ঠিক ওই তলের সীমানায় আটকে দাও। দরকার হলে opacity বা ব্লেন্ডিং মিলিয়ে নাও, যেন বসানো বলে মনে না হয়।

৪

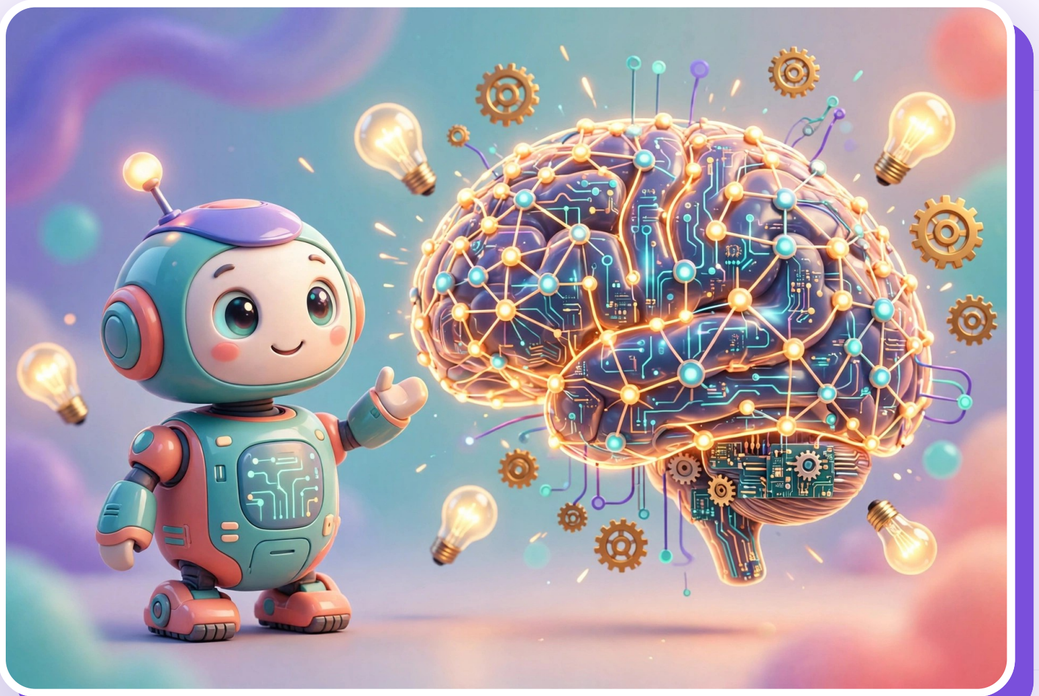
ছায়া দিয়ে শেষ যাচাই

হালকা একটা ছায়া যোগ করো। শেষে কোণা, আলোর দিক আর perspective (দৃষ্টিকোণ) মিলল কি না খুঁটিয়ে দেখো।

কাজের টিপস: এটা হাতে করা মকআপ পদ্ধতি — অটোমেটিক smart-object বদলির মতো এক ক্লিকে হয় না। ধৈর্য ধরে তলের সঙ্গে মেলালেই ফলটা বাস্তবসম্মত হয়।

DAY ২৫ • ধাপ ৯

AI Image Generator: ক্যাম্পেইনের ব্যাকগ্রাউন্ড তৈরি



১ অনুপাত বেছে শুরু করো

Pixlr AI Image Generator খুলে ডিজাইনের উপযোগী aspect ratio (প্রস্থ-উচ্চতার অনুপাত) বেছে নাও — বর্গাকার ডিজাইনের জন্য বর্গাকারই নাও।

২ যা চাও, খুঁটিয়ে বর্ণনা দাও

বিষয়, পরিবেশ, আলো, কম্পোজিশন আর কোন জায়গাটা ফাঁকা রাখতে চাও — সবটা বর্ণনায় লিখে দাও। ফাঁকা জায়গা চাইলে তা স্পষ্ট করে বলতে হয়।

৩ তুলনা করে বেছে নাও

কয়েকটা সংস্করণ বানিয়ে ক্যাম্পেইন ব্রিফের সঙ্গে মেলাও। যেটা ব্রিফের সবচেয়ে কাছাকাছি, সেটাই বেছে নাও।

৪ ঘষামাজা করে আসল জিনিস বসাও

বেছে নেওয়া ছবিটা Edit Image দিয়ে Pixlr Express-এ খুলে ঠিকঠাক করো। আসল প্রোডাক্ট, লোগো আর মার্কেটিংয়ের লেখা পরে নিজে হাতে বসাও।

কাজের টিপস: AI-এর বানানো লোগো বা লেখায় ভরসা করো না — সেগুলো প্রায়ই এলোমেলো হয়। চূড়ান্ত ব্র্যান্ডের কাজে লোগো আর লেখা সবসময় নিজে বসাও।

DAY ২৫ • ধাপ ১০

প্রম্পট ল্যাব: লেআউটটাও প্রম্পটের অংশ

বিষয়	পরিবেশ	আলো	কম্পোজিশন	পরিমার্জন
কীসের ছবি	কোথায়, কেমন পেছন	দিক ও ধরন	ফাঁকা জায়গা কোথায়	একটা করে বদল

উদাহরণ — পাঁচ অংশ মিলিয়ে একটা প্রম্পট (আমার মধুর ক্যাম্পেইনের জন্য)

বিষয়: কাচের বয়ামে সোনালি মধু, পাশে কাঠের মধু-চামচ। পরিবেশ: হালকা ক্রিম রঙের টেবিল, ডান পাশে ছোট পাথরের তাক। আলো: বাম-ওপর থেকে নরম দিনের আলো, হালকা বাস্তব ছায়া। কম্পোজিশন: বর্গাকার ফ্রেম, বাম পাশে হেডলাইনের জন্য পরিষ্কার ফাঁকা জায়গা, কোনো লেখা বা লোগো নয়। পছন্দ না হলে একবারে একটাই জিনিস বদলাও — পেছনের রং, ক্যামেরার কোণ কিংবা আলো।

কাজের টিপস: প্রম্পট লগ রাখো: প্রম্পট → ফলাফল → সমস্যা → বদলানো প্রম্পট। কোন বর্ণনায় কোন ছবি এল, লিখে রাখলেই পরের বার অনুমান নয়, জানা পথে এগোনো যায়।

DAY ২৫ • ধাপ ১১

Generative Fill: নির্দিষ্ট জায়গা মেরামত বা যোগ করা

১ টুলটা খুঁজে নাও

ছবিটা Pixlr-এ খুলে AI Generative Fill অপশনটা বের করো। এটা পুরো ছবি নয়, শুধু বেছে দেওয়া অংশটুকু বদলায়।

২ অংশটা চিহ্নিত করো

Lasso বা আয়তাকার সিলেকশন দিয়ে যে জায়গাটা বদলাতে চাও, ঠিক সেটুকুই ঘিরে দাও। সীমানা যত নির্ভুল, ফল তত ভালো।

৩ পরিষ্কার প্রম্পট লেখো

কী চাও তা এক বাক্যে সহজে লেখো — যেমন “টেবিলের ওপর ছোট একটা সবুজ পাতা”। অস্পষ্ট বর্ণনায় AI নিজের মতো বানিয়ে দেয়।

৪ তুলনা করে সেরাটা রাখো

তৈরি করে কয়েকটা ফল তুলনা করো; কিনারা, ছায়া আর perspective মিলল কি না দেখো। বেশি বদলে ফেললে ছোট অংশ নিয়ে আবার চেষ্টা করো।

কাজের টিপস: লক্ষ্য যদি হয় ক্যানভাস বাড়িয়ে চারপাশে জায়গা তৈরি করা, তাহলে Generative Fill নয় — Generative Expand ব্যবহার করো। দুটোর কাজ আলাদা।

DAY ২৫ • ধাপ ১২

Remove Background: পুনঃব্যবহারযোগ্য প্রোডাক্ট কাটআউট

পরিষ্কার ছবি আপলোড করো

ঝাপসাহীন, ভালো আলোর প্রোডাক্টের ছবি আপলোড করে Remove Background চালাও। শুরুর ছবি ভালো হলে কাটাও ভালো হয়।

স্বয়ংক্রিয় কাটা খুঁটিয়ে দেখো

স্বচ্ছ অংশ আর সরু কিনারাগুলো বিশেষভাবে দেখো — স্বয়ংক্রিয় কাটায় ভুল সবচেয়ে বেশি হয় ঠিক এই জায়গাগুলোতে।

ঘষে ঠিক করো

দরকার হলে হাতে পাওয়া নিয়ন্ত্রণ দিয়ে কাটআউটটা ঠিক করো; বেশি জটিল হলে Editor-এর মাস্কিং ব্যবহার করো।

ব্যাকগ্রাউন্ডে বসিয়ে মেলাও

কাটা প্রোডাক্টটা ক্যাম্পেইনের ব্যাকগ্রাউন্ডে বসিয়ে তার তলাটা তলের সঙ্গে মিলিয়ে দাও — ভাসমান যেন না লাগে।

স্বচ্ছ PNG তুলে রাখো

transparent PNG হিসেবে কাটআউটটা এক্সপোর্ট করো, পাশাপাশি এডিট করা যায় এমন কপিও রাখো — সব ডিজাইনে আবার লাগবে।

কাজের টিপস: সাদা আর গাঢ় নীল — দুই ব্যাকগ্রাউন্ডেই কাটআউটটা বসিয়ে দেখো; দুটোতেই পরিষ্কার লাগলে তবেই পাকা। আর আকার, প্যাকেজিং আর লেবেল হুবহু দরকার হলে আসল প্রোডাক্টের ছবিই ব্যবহার করো, AI-বানানো নয়।

DAY ২৫ • ধাপ ১৩

AI এনহান্সমেন্ট: মাপ বুঝে ঝকঝকে করা

Super Sharp

ছবি নরম বা হালকা ঝাপসা হলে ধার বাড়ায়। Pixlr Express-এর AI Tools-এর ভেতরে পাওয়া যায়।

Super Scale

ছবির আকার বড় করার দরকার হলে ব্যবহার হয় — ছোট ছবিকে বড় আউটপুটের উপযোগী করে।

সতর্কতা: যেকোনো একটা বেছে একবারই প্রয়োগ করো — একই এনহ্যান্সমেন্ট বারবার চালিও না। তারপর ১০০% জুমে দেখো: চারপাশে আভা (halo), বানিয়ে দেওয়া ভুয়া খুঁটিনাটি বা নষ্ট হয়ে যাওয়া লেখা আছে কি না।

কাজের টিপস: আগের-পরের ছবি তুলনা করে ফল সত্যিই ভালো হলেই কেবল এক্সপোর্ট করো। খারাপ ছবি থেকে এনহ্যান্সমেন্ট সঠিক খুঁটিনাটি ফিরিয়ে দেবে — এমন গ্যারান্টি নেই।

DAY ২৫ • ধাপ ১৪

সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাড: একটাই পরিষ্কার বার্তা

ভিত্তি তৈরি

১০৮০×১০৮০ পিক্সেলের ক্যানভাসে তোমার অনুমোদিত ব্যাকগ্রাউন্ডটা বসাও — আগে বানানো কাটআউট আর ব্যাকগ্রাউন্ড এখানেই মিলবে।

জায়গা ভাগ করো

প্রোডাক্ট থাকুক ডান পাশে, হেডলাইন বাম পাশের ফাঁকা জায়গায়। আগের ধাপে প্রম্পটে ফাঁকা জায়গা চেয়ে রাখাটা এখানে কাজে লাগে।

একটা সুবিধা, একটা CTA

ছোট্ট এক লাইনের সুবিধা যোগ করো, তারপর উচ্চ-কনট্রাস্টের একটাই CTA। বার্তা একটা, কাজও একটা — পাঠক দ্বিধায় পড়ে না।

গুছিয়ে হালকা করো

সব উপাদানে একই রকম ফাঁক (spacing) রাখো। যেসব সাজ প্রোডাক্ট বা লেখার সঙ্গে পাল্লা দেয়, সেগুলো সরিয়ে দাও।

ছোট করে দেখে এক্সপোর্ট

ফোনের মতো ছোট আকারে প্রিভিউ দেখো — এক নজরে বোঝা যায় তো? বানান যাচাই করে JPG বা PNG এক্সপোর্ট করো।

কাজের টিপস: ভালো অ্যাডের পরীক্ষা একটাই: এক ঝলক দেখেই প্রোডাক্ট, সুবিধা আর করণীয় — তিনটাই বোঝা যাচ্ছে কি না। না গেলে উপাদান কমাও, বাড়িও না।

DAY ২৫ • ধাপ ১৫

ভিজ্যুয়াল হায়ারার্কি: চোখ কোন পথে হাঁটবে

হেডলাইন
প্রথম নজর

প্রোডাক্ট
নিজের জায়গা

সুবিধা
হেডলাইনের সঙ্গী

CTA
শেষ টান

ফাঁকা জায়গা
পড়ার স্বস্তি

উদাহরণ — আমার মধুর অ্যাডে এই ক্রমটা যেভাবে বসে

সবার আগে চোখ যায় বড় হেডলাইনে — “ভেজালহীন খাঁটি মধু”। তার পাশেই নিজের পরিষ্কার জায়গা নিয়ে বসে মধুর বয়াম। নিচে ছোট লাইনে সুবিধা — “সরাসরি খামার থেকে”। একদম শেষে একটাই CTA বাটন — “অর্ডার করুন”। আর চারপাশের ফাঁকা জায়গাটাই পুরো অ্যাডটাকে পড়তে সহজ করে।

কাজের টিপস: ডিজাইন শেষে নিজেকে প্রশ্ন করো: প্রথমে, তারপর, শেষে — চোখ কোন পথে যাচ্ছে? পথটা যদি হেডলাইন → প্রোডাক্ট → CTA না হয়, আকার আর অবস্থান বদলে ঠিক করো।

DAY ২৫ • ধাপ ১৬

মাস্টার থেকে রূপান্তর: ব্যানার ও পোস্টার

আলাদা কপি, আলাদা সাইজ

মাস্টারের কপি নিয়ে নতুন সাইজে সাজাও — অনুশীলনে ব্যানার ১২০০×৬২৮ পিক্সেল, পোস্টার ১০৮০×১৩৫০ পিক্সেল।

টেনে লম্বা নয়, আবার সাজাও

বর্গাকার ডিজাইনটা টেনে ব্যানার বানিও না — আকৃতি বিকৃত হয়। প্রোডাক্ট আর লেখার অবস্থান নতুন আকার অনুযায়ী আবার ঠিক করো।

চেনা চেহারা একই রাখো

হেডলাইন, রঙের প্যালেট আর CTA সব সংস্করণে একই রাখো। মানুষ যেন সব জায়গায় একই ক্যাম্পেইন চিনতে পারে।

ভিড় হলে কমাও

ব্যানারে জায়গা কম — ভিড় লাগলে গৌণ খুঁটিনাটি বাদ দাও। মূল বার্তাটা যেন কোনোভাবেই চাপা না পড়ে।

প্রকাশের আগে মাপ যাচাই

যেখানে ছাপাবে বা পোস্ট করবে, সেই জায়গার বর্তমান সাইজ-নির্দেশিকা দেখে নাও। ছাপার কাজে প্রিন্টারের নিজস্ব সেটআপ লাগে — অনুশীলনের সাইজ সর্বজনীন নয়।

কাজের টিপস: একই ক্যাম্পেইনের তিন রূপ পাশাপাশি রাখো — অ্যাড, ব্যানার, পোস্টার। পাশাপাশি দেখলেই বোঝা যায় চেহারার মিল আছে কি না।

DAY ২৫ • ধাপ ১৭

ইমেইল মার্কেটিং: হেডার গ্রাফিক বানানো

হেডারের সাইজ ও গঠন

অনুশীলনে ১২০০×৬০০ পিক্সেলের হেডার বানাও — প্রোডাক্ট, হেডলাইন আর সহজ একটা কম্পোজিশন নিয়ে।

জরুরি কথা ছবির বাইরে

খুব জরুরি তথ্য ছবির ভেতরের ছোট লেখায় রাখো না — ছবি না লোড হলে বা ছোট পর্দায় তা পড়াই যাবে না।

ফাইলের ওজন দেখো

এক্সপোর্ট করে ছবির স্পষ্টতা আর ফাইলের সাইজ দুটোই দেখো; ভারী হলে কমপ্রেস করো। ধীরে খোলা ইমেইল পাঠক হারায়।

আসল লেখা ইমেইলেই থাকুক

ইমেইল বিল্ডারে মূল লেখা সরাসরি (live text) দাও, আসল বাটন/লিংক বসাও আর ছবির জন্য বর্ণনামূলক alt text লিখো। ছবির ভেতরে আঁকা বাটনে ক্লিক হয় না।

মোবাইলে পরীক্ষা

মোবাইলে প্রিভিউ দেখো আর লিংকগুলো নিজে ক্লিক করে পরীক্ষা করো। পাঠানোর আগের এই যাচাইটাই পেশাদারিত্ব।

কাজের টিপস: Pixlr শুধু গ্রাফিকটা বানায় — নিউজলেটার সাজানো, পরীক্ষা আর পাঠানোর কাজটা ইমেইল প্ল্যাটফর্মেই করতে হয়। দুটো ধাপ আলাদা করে ভাবো।

DAY ২৫ • ধাপ ১৮

শেষ যাচাই ও এক্সপোর্ট চেকলিস্ট

১

লেখা খুঁটিয়ে পড়ো

প্রোডাক্টের নাম, দাম, অফারের শর্ত আর CTA-র বানান — প্রতিটা শব্দ মিলিয়ে দেখো। ছোট বানান-ভুলই বিশ্বাসযোগ্যতা নষ্ট করে।

২

১০০% জুমে পরীক্ষা

মাস্কের কিনারা, AI-বানানো খুঁটিনাটি, ছায়া আর প্রোডাক্টের সঠিকতা বড় করে দেখো। ছোট পর্দায় যা ধরা পড়ে না, জুমে তা ধরা পড়ে।

৩

সব রূপে মিল আছে তো?

ছোট আকারে পড়া যাচ্ছে কি না আর চারটা ফাইলের (অ্যাড, ব্যানার, পোস্টার, হেডার) চেহারায় মিল আছে কি না — পাশাপাশি রেখে দেখো।

৪

ঠিক ফরম্যাট, পরিষ্কার নাম

মাস্টার হিসেবে PXZ (যেখানে পাওয়া যায়), স্বচ্ছতার দরকারে PNG, ভরা ছবির জন্য JPG। ফাইলের অর্থবহ নাম দাও আর প্রতিটা এক্সপোর্ট খুলে সাইজ ও চেহারা নিশ্চিত হয়ে নাও।

কাজের টিপস: অন্যের ছবি বা উপকরণ ব্যবহারের অনুমতি আছে কি না নিশ্চিত হয়ো, আর গ্রাহকের গোপনীয় তথ্য অপরিচিত টুলে আপলোড করো না।

DAY ২৫ • রেফারেন্স

দরকারি অফিসিয়াল Pixlr লিংক

Editor, Cutout ও Mask

pixlr.com/editor — লেয়ারভিত্তিক মূল এডিটর; কাটআউট আর মাস্কের কাজ এখানেই।

Photo Editor টুলসমূহ

pixlr.com/tools/photo-editor — ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ আর ব্লেন্ডিংসহ সাধারণ ফটো এডিটিং টুলের ঠিকানা।

AI Image Generator

pixlr.com/image-generator — প্রম্পট দিয়ে ক্যাম্পেইনের ছবি ও ব্যাকগ্রাউন্ড তৈরির টুল।

Generative Fill ও এনহান্স

pixlr.com/ai/ai-generative-fill — নির্দিষ্ট অংশ বদলানো; pixlr.com/tools/enhance-image — Super Sharp ও Super Scale।

কাজের টিপস: মেনুর নাম, ক্রেডিটের নিয়ম আর কোন সুবিধা কোন প্ল্যানে পাওয়া যাবে — এগুলো বদলাতে পারে। কোনো কাজ শুরুর আগে আসল সাইটে টুলটা একবার চালিয়ে নিশ্চিত হয়ে নাও।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

সোশ্যাল মিডিয়া মার্কেটিং

ছোট ব্যবসা বা পেজের জন্য নিয়মিত অ্যাড, পোস্ট আর কভার ডিজাইন — একই মাস্টার থেকে বারবার।

ই-কমার্স প্রোডাক্ট উপস্থাপনা

প্রোডাক্টের কাটআউট, মকআপ আর ব্যানার দিয়ে অনলাইন দোকানের পেজ ঝকঝকে করা।

ইমেইল ক্যাম্পেইন

নিউজলেটার আর অফারের ইমেইলের হেডার গ্রাফিক — পণ্যের প্রচারে সরাসরি কাজে লাগে।

নিজের ব্র্যান্ড গড়া

নিজের পেজ বা ব্যবসার জন্য লোগো-ছোঁয়া মোটিফ, একই রঙের ধারা আর চেনা চেহারার সব ডিজাইন।

উদাহরণ

ধরো, এলাকার একটা ছোট অনলাইন পোশাকের দোকান ঈদের ক্যাম্পেইন চালাবে। একটা পোশাকের ছবি থেকে কাটআউট বানিয়ে, AI ব্যাকগ্রাউন্ডে বসিয়ে অ্যাড বানালে; তারপর সেটাই ব্যানার আর পোস্টারে রূপ দিলে — এক বসায় পুরো সেট তৈরি।

Pixlr দিয়ে আয় কীভাবে?

১ Fiverr ও Upwork-এ গিগ খোলো

“সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাড ডিজাইন”, “প্রোডাক্ট ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ”, “ব্যানার ডিজাইন” — এই নামে সার্ভিস সাজাও। আজকের শেখা ধাপগুলো দিয়েই এই কাজগুলো হয়।

২ Facebook পেজ ও গ্রুপ থেকে লোকাল কাজ

নিজের পেজে নমুনা ডিজাইন পোস্ট করো আর লোকাল ব্যবসায়ীদের গ্রুপে নিজের কাজ দেখাও। ছোট দোকানগুলোর নিয়মিত পোস্ট-ডিজাইন লাগে।

৩ লোকাল দোকান-ক্লায়েন্ট ধরে রাখো

কাছের দোকান বা অনলাইন সেলারকে একটা পুরো ক্যাম্পেইন সেট (অ্যাড+ব্যানার+পোস্টার+হেডার) বানিয়ে দাও — একটা কাজে চারটা ফাইল মানেই প্যাকেজ হিসেবে বিক্রি করা যায়।

৪ পোর্টফোলিও আগে বানাও

কাল্পনিক ব্র্যান্ডের ওপর ৩–৪টা পূর্ণাঙ্গ ক্যাম্পেইন সেট বানিয়ে রাখো। ক্লায়েন্ট কথা বলার আগেই কাজ দেখতে চায় — দেখানোর মতো কাজ থাকলেই অর্ডার আসে।



সত্যি কথা: প্রথম দিকে দাম কম রাখলেও কাজের মান আর সময়মতো ডেলিভারিই টিকিয়ে রাখে। একটা স্কিলে আয় রাতারাতি হয় না — নিয়মিত নমুনা কাজ আর বিশ্বাসযোগ্যতা জমলেই অর্ডার বাড়ে।

বাড়তি অংশ • কী শিখলাম + প্র্যাকটিস

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

লেয়ার · মাস্ক · ব্লেন্ডিং · ফিল্টার · মোটিফ · মকআপ · AI জেনারেটর · প্রম্পট ল্যাব · Generative Fill · ব্যাকগ্রাউন্ড রিমুভ · এনহান্স · অ্যাড ও রূপান্তর

নিজে প্র্যাকটিস করো

১ একটা নিজের পছন্দের প্রোডাক্টের ছবি নিয়ে পাঁচ-লেয়ারের ডিজাইন বানাও — ব্যাকগ্রাউন্ড, প্রোডাক্ট, মোটিফ, হেডলাইন, CTA।

২ মাস্ক দিয়ে প্রোডাক্টটা কেটে সাদা আর গাঢ় — দুই ব্যাকগ্রাউন্ডে বসিয়ে কিনারা যাচাই করো।

৩ পাঁচ অংশের প্রম্পট লিখে AI ব্যাকগ্রাউন্ড বানাও; প্রম্পট লগে প্রম্পট → ফল → বদল লিখে রাখো।

৪ একটা অ্যাড বানিয়ে সেটাকে ব্যানার, পোস্টার আর ইমেইল হেডারে রূপ দাও; শেষে চেকলিস্ট ধরে যাচাই করে এক্সপোর্ট করো।

শেষ কথা: Pixlr-এর শক্তি টুলে নয়, ধাপে। ব্রিফ → লেয়ার → মাস্ক → AI → যাচাই — এই ক্রমটা ধরে রাখলেই প্রতিটা ডিজাইনই হবে গোছানো আর বিক্রিযোগ্য।