DAY ২৭ • অ্যাডভান্সড ভিডিও • InVideo AI

InVideo AI দিয়ে অ্যাডভান্সড ভিডিও মার্কেটিং

কাস্টম সাইজ, গ্রিন স্ক্রিন, পার্সোনালাইজেশন, বিজ্ঞাপন, ভয়েসওভার, টেমপ্লেট, সাবটাইটেল, অ্যানালিটিক্স আর পুরো ক্যাম্পেইন — InVideo AI-এর উন্নত ব্যবহার, ধাপে ধাপে।

পার্সোনালাইজেশন • অ্যাড • ভয়েস • সাবটাইটেল • ক্যাম্পেইন



Basic and Advance AI Course — সহজ বাংলা সংস্করণ

বাড়তি অংশ • কেন শিখব

কেন শিখব এই বিষয়টা?

১ বেসিকের পরের ধাপ

Day 26-এ ভিডিও বানানো শিখেছ — এবার সেই ভিডিওকে পেশাদার মানে তোলা: সাইজ, গ্রিন স্ক্রিন, সাবটাইটেল, ডেটা।

২ কী জন্য শিখছি

একই কনটেন্ট নানা প্ল্যাটফর্ম ও নানা শ্রোতার জন্য সাজিয়ে পূর্ণাঙ্গ মার্কেটিং ক্যাম্পেইন চালাতে পারা।

৩ শ্রোতা অনুযায়ী বার্তা

সবার জন্য এক ভিডিও নয় — গৃহিণী, ছাত্র, ব্যবসায়ী, প্রত্যেকের ভাষা আলাদা। পার্সোনালাইজেশনেই ফল বাড়ে।

৪ মেপে সিদ্ধান্ত

অ্যানালিটিক্স দেখে কোন ভিডিও কাজ করছে জেনে পরেরটা ভালো করা — এটাই পেশাদারদের পদ্ধতি।



এক লাইনে: বানানো শেখা ছিল শুরু — এবার শিখবে চালানো, মাপা আর বাড়ানো।

DAY ২৭ • রোডম্যাপ

আজ যা যা শিখব

১ **কাস্টম সাইজ ও গ্রিন স্ক্রিন**
প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী ফরম্যাট, ব্যাকগ্রাউন্ড বদল

২ **পার্সোনালাইজেশন**
শ্রোতা ভাগ করে আলাদা সংস্করণ

৩ **বিজ্ঞাপন ও ইভেন্ট ভিডিও**
YouTube, Facebook অ্যাড; ওয়েবিনার প্রোমো

৪ **ভয়েসওভার**
AI কণ্ঠে ন্যারেশন যোগ করা

৫ **টেমপ্লেট, মিডিয়া, সাবটাইটেল**
দ্রুত এডিট আর সবার জন্য পাঠযোগ্যতা

৬ **অ্যানালিটিক্স ও ক্যাম্পেইন**
ফল মেপে পুরো ক্যাম্পেইন তৈরি

প্রোডাকশন ধারা (৭ ধাপ): ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য ও শ্রোতা ঠিক করা → প্ল্যাটফর্ম ও সাইজ বাছাই → স্ক্রিপ্ট ও স্টোরিবোর্ড → ড্রাফট তৈরি/এডিট → মিডিয়া, ভয়েস, ক্যাপশন ও CTA → আলাদা প্ল্যাটফর্ম সংস্করণ এক্সপোর্ট → অ্যানালিটিক্স দেখে অপ্টিমাইজ। ফ্রি প্ল্যানের মিডিয়া, এক্সপোর্ট কোয়ালিটি ও ক্রেডিট নিজের প্ল্যানে যা দেখায়, সেটাই প্রযোজ্য — ফিচার আর লেবেল বদলাতেও পারে।

DAY ২৭ • মডিউল ১

অ্যাডভান্সড সেটিং: রেশিও, রেজোলিউশন, ফরম্যাট

মডিউল ১ • অ্যাডভান্সড সেটিং

অ্যাসপেক্ট রেশিও

ভিডিওর আকৃতি — প্রস্থ ও উচ্চতার অনুপাত (যেমন 9:16)।

রেজোলিউশন

পিক্সেলের সংখ্যা — যত বেশি, ছবি তত ঝকঝকে।

Reels / TikTok / Shorts

9:16 • 1080×1920

YouTube ভিডিও

16:9 • 1920×1080

Facebook / IG ফিড

1:1 • 1080×1080

LinkedIn / ল্যান্ডস্কেপ অ্যাড

16:9 বা 1.91:1

নিয়ম: এক ভিডিও টেনে সব ফরম্যাটে বসাবে না — ফরম্যাট বদলালে লেখা আর বিষয়ের জায়গা নতুন করে সাজাও। ভিডিও বানানোর আগেই প্ল্যাটফর্মের ফরম্যাট ঠিক করো।

কাজের টিপস: ভুল সাইজে বানিয়ে পরে রিসাইজ করলে লেখা কেটে যায় — শুরুতে ২ মিনিট বেশি দাও, পরে ঘণ্টা বাঁচবে।

DAY ২৭ • মডিউল ১

ভিডিওর সাইজ বাছাইয়ের ধাপ (১–৪)

১ **AI Video খোলো**
InVideo ড্যাশবোর্ডে “AI Video” বা “Create Video” ক্লিক করো।

২ **প্রজেক্ট নাও**
“Text to Video” বাছো, বা আগের প্রজেক্টটা খোলো।

৩ **ফরম্যাট অপশন খোঁজো**
“Format”, “Canvas”, “Aspect Ratio” বা “Resize” — যেটা দেখায়।

৪ **9:16 বাছো (ভার্টিক্যালের জন্য)**
মোবাইল ভার্টিক্যাল ভিডিওর জন্য 9:16 সিলেক্ট করো।

কাজের টিপস: পুরনো প্রজেক্টের সাইজ বদলালে প্রতিটা সিনের লেখা আবার দেখে নাও।

DAY ২৭ • মডিউল ১

ভিডিওর সাইজ বাছাইয়ের ধাপ (৫–৭)

১ **16:9 বাছো (YouTube-এর জন্য)**
আড়াআড়ি YouTube ভিডিওর জন্য 16:9 সিলেক্ট করো।

২ **কাস্টম সাইজ (থাকলে)**
“Custom Size” থাকলে প্রস্থ ও উচ্চতা পিক্সেলে লিখে দাও।

৩ **লেখা নিরাপদে সরাও**
রিসাইজের পর সব লেখা প্রিভিউ করে কিনারা থেকে সরিয়ে দাও।

যাচাই: বেছে নেওয়া ফরম্যাটটা প্রকাশের প্ল্যাটফর্মের সঙ্গে মিলছে তো?

কাজের টিপস: একই ভিডিওর দুই সাইজ লাগলে প্রজেক্ট ডুপ্লিকেট করে আলাদা আলাদা সাজাও।

DAY ২৭ • মডিউল ২

গ্রিন স্ক্রিন: ব্যাকগ্রাউন্ড বদলে ফেলা

মডিউল ২ • গ্রিন স্ক্রিন

গ্রিন স্ক্রিন কী

একরঙা (সবুজ) ব্যাকগ্রাউন্ড সরিয়ে পেছনে যেকোনো দৃশ্য বসানো যায়।

কোথায় কাজে লাগে

উপস্থাপকের ভিডিও, পণ্যের ডেমো আর ট্রেনিং ভিডিওতে সবচেয়ে বেশি।

ভালো সোর্স ভিডিও

সমান আলোর সবুজ পেছন, সবুজ পোশাক নয়, বিষয়ের কিনারা পরিষ্কার।

না থাকলে বিকল্প

সাধারণ পরিষ্কার ব্যাকগ্রাউন্ডের উপস্থাপক ক্লিপ, বা কাটআউট/স্বচ্ছ ছবির ওভারলে ব্যবহার করো।

কাজের টিপস: সবুজ দেয়াল না থাকলে সবুজ কাপড় বা পর্দা ঝুলিয়েও কাজ চলে — আলো সমান রাখো।

DAY ২৭ • মডিউল ২

গ্রিন স্ক্রিনের ধাপ (১–৪)

১ **Uploads/Media খোলো**
সিন খুলে “Uploads” বা “Media” অংশে যাও।

২ **ভিডিও আপলোড করো**
গ্রিন স্ক্রিনে তোলা উপস্থাপকের ভিডিও আপলোড করো।

৩ **টাইমলাইনে বসাও**
ক্লিপটা টেনে টাইমলাইন বা ক্যানভাসে রাখো।

৪ **ক্লিপটা সিলেক্ট করো**
ক্যানভাস বা টাইমলাইনে ভিডিও ক্লিপটা বেছে নাও।

কাজের টিপস: আসল ক্লিপের একটা কপি রেখে কাজ করো — বদল পছন্দ না হলে ফিরে যাওয়া যায়।

DAY ২৭ • মডিউল ২

গ্রিন স্ক্রিনের ধাপ (৫–৮)

১ **এফেক্ট অপশন খোলো**
“Edit”, “Effects” বা “Background Removal” — যেটা দেখায়।

২ **Chroma Key বাছো**
“Chroma Key” / “Green Screen” অপশন থাকলে সিলেক্ট করো।

৩ **সবুজ রঙ ধরে ঠিক করো**
কালার পিকারে সবুজ বেছে শক্তি বাড়িয়ে-কমিয়ে পেছনটা মুছে দাও।

৪ **নতুন ব্যাকগ্রাউন্ড বসাও**
উপস্থাপকের লেয়ারের নিচে নতুন ব্যাকগ্রাউন্ড ভিডিও/ছবি দাও।

যাচাই: উপস্থাপকের চারপাশে সবুজ কিনারা রয়ে যায়নি তো? থাকলে শক্তি আরেকটু বাড়াও।

কাজের টিপস: চুলের কিনারায় সবুজ আভা থাকলে সেটাই সবচেয়ে চোখে পড়ে — জুম করে সেখানটা দেখো।

DAY ২৭ • মডিউল ৩

পার্সোনালাইজেশন: শ্রোতা অনুযায়ী বার্তা

মডিউল ৩ • পার্সোনালাইজেশন

পার্সোনালাইজেশন কী

নির্দিষ্ট শ্রোতা-ভাগের জন্য ভিডিওর বার্তা বদলে দেওয়া।

ভাগের ভিত্তি

ভূমিকা, পেশা, এলাকা, আগ্রহ বা কেনার যাত্রার ধাপ (funnel stage)।

গোপনীয়তার নিয়ম

শুধু অনুমোদিত তথ্য ব্যবহার করো — গোপন ব্যক্তিগত তথ্য পাবলিক AI টুলে দেবে না।

শুধু নাম বদল নয়

বার্তা, উদাহরণ আর CTA বদলাও — শুধু নাম বসানো পার্সোনালাইজেশন নয়।

কাজের টিপস: শ্রোতা ভাগ করার আগে নিজেকে প্রশ্ন করো: এই দলের সবচেয়ে বড় সমস্যাটা কী?

DAY ২৭ • মডিউল ৩

এক কোর্স, দুই শ্রোতার দুই সংস্করণ

সংস্করণ A — গৃহিণীদের জন্য

“ঘরে বসেই শিখুন পেশাদার রান্না — নিজের গতিতে, নিজের সময়ে।” হুক, উপকার আর CTA ঘরোয়া ভাষায়।

সংস্করণ B — খাবার-ব্যবসায়ীদের জন্য

“মেনুতে আনুন নতুন আইটেম — ক্যাফে আর হোম-কিচেনের জন্য প্রফেশনাল রেসিপি প্রশিক্ষণ।” ব্যবসায়িক ভাষায় CTA।

প্রম্পট টেমপ্লেট

“একটা রান্না কোর্সের জন্য দুটো ১৫ সেকেন্ডের ভিডিও স্ক্রিপ্ট লেখো: একটা গৃহিণীদের জন্য, একটা ক্ষুদ্র খাবার-ব্যবসায়ীদের জন্য। প্রতিটায় Hook, Benefit, CTA দাও।”

কাজের টিপস: দুই সংস্করণে ভিজ্যুয়ালও বদলাও — গৃহিণীর জন্য ঘরের রান্নাঘর, ব্যবসায়ীর জন্য দোকানের কাউন্টার।

DAY ২৭ • মডিউল ৩

দুই সংস্করণ বানানোর ধাপ (১–৪)

১ **মাস্টার ভিডিও শেষ করো**
আগে একটা সম্পূর্ণ ১৫ সেকেন্ডের মাস্টার প্রজেক্ট বানাও।

২ **প্রজেক্ট ডুপ্লিকেট করো**
Projects-এ গিয়ে প্রজেক্টের duplicate/copy বানাও।

৩ **নাম বদলে দাও**
কপিগুলোর নাম দাও — যেমন “গৃহিণী সংস্করণ” ও “ব্যবসায়ী সংস্করণ”।

৪ **A সংস্করণ সাজাও**
প্রথম কপি খুলে হুক, উপকার আর CTA প্রথম শ্রোতার মতো করে বদলাও।

কাজের টিপস: মাস্টারটা হাতে রেখো — তৃতীয় শ্রোতার সংস্করণ লাগলেও সেখান থেকেই কপি হবে।

DAY ২৭ • মডিউল ৩

দুই সংস্করণ বানানোর ধাপ (৫–৭)

১ **B সংস্করণ সাজাও**
দ্বিতীয় কপিতে দ্বিতীয় শ্রোতার হুক, উপকার আর CTA বসাও।

২ **ভিজ্যুয়াল বদলাও**
প্রতিটা সংস্করণে অন্তত একটা স্টক ভিজ্যুয়াল শ্রোতা মিলিয়ে বদলে দাও।

৩ **আলাদা এক্সপোর্ট করো**
দুটো সংস্করণ প্রিভিউ করে আলাদা আলাদা এক্সপোর্ট করো।

কাজের টিপস: এক্সপোর্টের ফাইলের নামেও সংস্করণ লিখে রাখো — পরে কোনটা কার জন্য, গুলাবে না।

DAY ২৭ • মডিউল ৪

YouTube, Facebook, Google: প্ল্যাটফর্মের ধরন

মডিউল ৪ • প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী বিজ্ঞাপন

YouTube

পরিষ্কার হুক, চোখে পড়া ক্যাপশন, শক্ত CTA — সাধারণত 16:9, Shorts হলে 9:16।

Facebook / Instagram

মোবাইল-ফার্স্ট — ভার্টিক্যাল বা স্কয়ার, অ্যাকশন শুরুতেই চোখে পড়তে হবে।

Google / Display

ছোট ভিজ্যুয়াল বার্তা, বড় লোগো আর স্পষ্ট CTA।

কাজের টিপস: একই অ্যাড তিন প্ল্যাটফর্মে দিলে তিন রকম সাইজে এক্সপোর্ট করো — কাটাকুটি নিজে করাই ভালো।

DAY ২৭ • মডিউল ৪

১৫ সেকেন্ডের বিজ্ঞাপনের কাঠামো

০–৩ সেকেন্ড
Hook / সমস্যা

৩–১০ সেকেন্ড
পণ্যের উপকার

১০–১৫ সেকেন্ড
অফার + CTA

উদাহরণ প্রম্পট

“‘রান্নাঘর প্রো’ রান্না কোর্সের জন্য ১৫ সেকেন্ডের ভার্টিক্যাল বিজ্ঞাপন বানাও। সিন ১: একই পুরনো রান্নার সমস্যা। সিন ২: কোর্সে শিখে লাভ। সিন ৩: ভর্তির CTA — ‘আজই ভর্তি হোন’।” CTA-র আরও রূপ: “ডেমো বুক করুন”, “ফ্রি ডাউনলোড করুন”, “আরও জানুন”।

কাজের টিপস: CTA-তে একটাই কাজ বলো — দুটো বললে দর্শক একটাও করে না।

DAY ২৭ • মডিউল ৪

১৫ সেকেন্ডের অ্যাডের ধাপ (১–৪)

১ **নতুন প্রজেক্ট নাও**
“New Project” > “AI Video” ক্লিক করো।

২ **প্ল্যাটফর্মের ফরম্যাট বাছো**
Facebook/Reels হলে 9:16, YouTube হলে 16:9।

৩ **৩ সিনের স্ক্রিপ্ট বসাও**
Hook, Benefit, CTA — এই ক্রমে স্ক্রিপ্ট পেস্ট করো।

৪ **Generate Video চাপো**
ক্লিক করে ড্রাফট তৈরি করো।

কাজের টিপস: স্ক্রিপ্ট বসানোর আগে সিনভাগ (০–৩, ৩–১০, ১০–১৫) মনে মনে মিলিয়ে নাও।

DAY ২৭ • মডিউল ৪

১৫ সেকেন্ডের অ্যাডের ধাপ (৫–৮)

১

সিন ১: সমস্যার ছবি

সমস্যা-সংশ্লিষ্ট ভিজ্যুয়াল আর ৩–৬ শব্দের হুক দাও।

২

সিন ২: উপকার দেখাও

পণ্য বা সার্ভিসের উপকার পরিষ্কার ডেমোসহ দেখাও।

৩

সিন ৩: অফার ও CTA

অফার, CTA, লোগো আর যোগাযোগের উপায় যোগ করো।

৪

ক্যাপশন দিয়ে প্রিভিউ

ক্যাপশন যোগ করে ফুল-স্ক্রিনে প্রিভিউ দেখো।

কাজের টিপস: শব্দ ছাড়া দেখা দর্শকের জন্যই ক্যাপশন — অ্যাডে ক্যাপশন প্রায় বাধ্যতামূলক ধরে নাও।

DAY ২৭ • মডিউল ৫

ইভেন্ট ও ওয়েবিনার প্রোমোর ভিত্তি

মডিউল ৫ • ইভেন্ট ও ওয়েবিনার প্রোমো

৫ প্রশ্নের উত্তর

ইভেন্ট ভিডিওকে বলতেই হবে: কী, কে, কখন, কোথায়, কেন আসবে।

ওয়েবিনারে যা থাকবেই

তারিখ-সময়, বিষয়, বক্তা, উপকার আর রেজিস্ট্রেশন CTA।

মোবাইলে পড়া যায়

তথ্য এত বড় রাখো যেন মোবাইল দর্শক এক নজরেই পড়তে পারে।

ভুল হলে সব বৃথা

তারিখ বা সময়ে একটা ভুল মানে দর্শক ভুল দিনে আসবে — শেষে আবার যাচাই।

কাজের টিপস: ইভেন্টের তথ্য একটা নোটে লিখে তার থেকেই ভিডিওতে বসাও — মুখস্থ লিখলে ভুল হয়।

DAY ২৭ • মডিউল ৫

৩০ সেকেন্ডের ইভেন্ট ভিডিওর ৪ সিন

সিন ১	সিন ২	সিন ৩	সিন ৪
হুক + শিরোনাম	বক্তা / বিষয়	৩টি উপকার	তারিখ + CTA

উদাহরণ প্রম্পট

“‘ঘর থেকে আয়ের রান্না’ ফ্রি ওয়েবিনারের জন্য ৩০ সেকেন্ডের ভার্টিক্যাল প্রোমো বানাও। শিরোনাম, বক্তার জায়গা, ৩টি উপকার, তারিখ-সময়ের জায়গা আর ‘Register Now’ CTA রাখো।”

কাজের টিপস: তারিখ-সময়ের জায়গা খালি রেখে পরে নিজে বসাও — AI-এর বানানো তারিখে ভরসা নয়।

DAY ২৭ • মডিউল ৫

ওয়েবিনার প্রোমোর ধাপ (১–৪)

১ **AI Video, 9:16**
“AI Video” খুলে 9:16 ফরম্যাট বেছে নাও।

২ **ইভেন্টের তথ্য দাও**
শিরোনাম, তারিখ, সময়, বক্তা, প্ল্যাটফর্ম আর লিংক লিখে দাও।

৩ **৪ সিনের ভিডিও চাও**
AI-কে ৪-সিনের ভিডিও বানাতে বলে Generate চাপো।

৪ **সিন ১ সাজাও**
ইভেন্টের শিরোনাম আর “Free Webinar” লেখা বসাও।

কাজের টিপস: “Free” হলে শিরোনামের পাশে বড় করে লিখো — বিনামূল্যের কথাটাই সবচেয়ে বড় হুক।

DAY ২৭ • মডিউল ৫

ওয়েবিনার প্রোমোর ধাপ (৫–৮)

১ **সিন ২: বক্তার পরিচয়**
বক্তার নাম আর দক্ষতার কথা যোগ করো।

২ **সিন ৩: ৩ উপকার**
ছোট ছোট পয়েন্টে তিনটা উপকার বসাও।

৩ **সিন ৪: তারিখ ও CTA**
তারিখ, সময়, রেজিস্ট্রেশন CTA আর QR/লিংকের লেখা দাও।

৪ **যত্নে প্রিভিউ করো**
বানান, তারিখ আর সময়ের সঠিকতা আলাদা করে যাচাই করো।

শেষ যাচাই: প্রিভিউতে তিনটা জিনিস আলাদা করে যাচাই করো: বানান, তারিখ, সময়।

কাজের টিপস: অন্য কাউকে একবার দেখিয়ে নিলে নিজের চোখে ধরা না-পড়া ভুলও ধরা পড়ে।

DAY ২৭ • মডিউল ৬

AI ভয়েসওভার: কণ্ঠের ৪ নিয়ম

মডিউল ৬ • AI ভয়েসওভার

কণ্ঠ বার্তা পৌঁছে দেয়

ভয়েসওভার দর্শককে পুরো বার্তাটা ধাপে ধাপে বুঝিয়ে নিয়ে যায়।

ছোট, কথ্য বাক্য

লেখার ভাষা নয়, মুখের ভাষায় ছোট বাক্য — AI কণ্ঠে স্বাভাবিক শোনায়।

যতিচিহ্নে গতি

কমা আর দাঁড়ি দিয়েই বিরতি ও গতি নিয়ন্ত্রণ করা যায়।

টোন শ্রোতা অনুযায়ী

উদ্যমী, পেশাদার, শান্ত বা বন্ধুসুলভ — বার্তার সঙ্গে মিলিয়ে বাছো।

নিয়ম: শুধু সেই কণ্ঠ আর সোর্স ব্যবহার করবে, যার অনুমতি তোমার আছে — অন্যের কণ্ঠ নকল করা যাবে না।

কাজের টিপস: স্ক্রিপ্ট নিজে একবার জোরে পড়ে দেখো — যেখানে হোঁচট খাবে, সেখানে বাক্য ছোট করো।

DAY ২৭ • মডিউল ৬

AI ভয়েস যোগের ধাপ (১–৪)

১ **আগে লেখা চূড়ান্ত করো**
নারেশনের আগে অন-স্ক্রিন টেক্সট ঠিক করে নাও।

২ **ভয়েস প্যানেল খোলো**
“Voiceover”, “Audio” বা “AI Voice” প্যানেলে যাও।

৩ **Add Voiceover চাপো**
“Add Voiceover” বা “Generate Voice” ক্লিক করো।

৪ **স্ক্রিপ্ট বসাও**
ছোট, চূড়ান্ত স্ক্রিপ্টটা পেস্ট করো।

কাজের টিপস: লেখা বদলালে কণ্ঠও বদলাতে হয় — তাই ক্রমটা উল্টো করবে না।

DAY ২৭ • মডিউল ৬

AI ভয়েস যোগের ধাপ (৫–৬)

১ **কণ্ঠ বাছো**
ভাষা, উচ্চারণ, কণ্ঠ আর গতি বেছে নাও।

২ **প্রিভিউ শোনো**
Play করে উচ্চারণের সমস্যা আছে কিনা শুনে নাও।

নমুনা ভয়েসওভার স্ক্রিপ্ট

“প্রতিদিন একই রান্না করে ক্লান্ত? রান্নাঘর প্রো-তে শিখুন নতুন নতুন রেসিপি, ধাপে ধাপে। আজই ভর্তি হোন, প্রথম ক্লাস ফ্রি।” শেষ যাচাই: CTA স্ক্রিন শেষ হওয়ার আগেই কণ্ঠের কথা শেষ হচ্ছে তো?

কাজের টিপস: বাংলা নাম ভুল উচ্চারণ হলে বানান ভেঙে লিখে আবার Generate করো।

DAY ২৭ • মডিউল ৬

AI ভয়েস যোগের ধাপ (৭–৮)

১

ঠিক করে আবার বানাও

দরকারে বানান বা যতিচিহ্ন বদলে আবার Generate করো।

২

টাইমলাইনে বসাও

কণ্ঠটা সিন অনুযায়ী মিলিয়ে টাইমলাইনে যোগ করো।

কাজের টিপস: কণ্ঠ সিনের চেয়ে লম্বা হলে স্ক্রিপ্ট ছোট করো — সিন টেনে লম্বা করলে ভিডিও ঢিলে হয়।

DAY ২৭ • মডিউল ৭

টেমপ্লেট, স্টক মিডিয়া ও সাবটাইটেল

মডিউল ৭ • টেমপ্লেট ও সাবটাইটেল

টেমপ্লেট

তৈরি কাঠামো — লেখা-ছবি-রঙ বদলালেই ভিডিও তৈরি; সময় বাঁচে।

স্টক মিডিয়া

নিজের ভিডিও না থাকলে ফাঁক পূরণ — তবে বার্তার সঙ্গে মিলতেই হবে।

সাবটাইটেল

শব্দ ছাড়া দেখলেও বোঝা যায়; সবার জন্য অ্যাক্সেসিবিলিটি বাড়ে।

মিডিয়া বাছাইয়ের নিয়ম

বার্তার সঙ্গে মিল • পুরো ভিডিওতে একই স্টাইল • বিভ্রান্তিকর ক্লিপ নয় • প্রিমিয়াম লেবেল আগে দেখো।

কাজের টিপস: স্টক ক্লিপ বাছাইয়ে তাড়াহুড়ো নয় — ভুল প্রসঙ্গের সুন্দর ক্লিপও ভিডিও নষ্ট করে।

DAY ২৭ • মডিউল ৭

টেমপ্লেট ও সাবটাইটেলের ধাপ (১–৪)

১ **Templates-এ যাও**
ড্যাশবোর্ডে “Templates” ক্লিক করো, বা নতুন প্রজেক্টে টেমপ্লেট বাছো।

২ **সহজ শব্দে খোঁজো**
“course promo”, “business ad”, “webinar” জাতীয় সহজ কীওয়ার্ড।

৩ **Use Template চাপো**
পছন্দের টেমপ্লেটে ক্লিক করে “Use Template” বেছে নাও।

৪ **নিজের করে নাও**
জায়গা-ধরা লেখা, ছবি আর রঙ নিজের ব্র্যান্ডে বদলে দাও।

কাজের টিপস: টেমপ্লেটের গড়ন রেখে শুধু বিষয়বস্তু বদলাও — পুরো ডিজাইন ভাঙলে টেমপ্লেটের লাভ থাকে না।

টেমপ্লেট ও সাবটাইটেলের ধাপ (৫–৮)

১ **স্টক মিডিয়া খোঁজো**
“Media”/“Stock Media”-তে দরকারি ক্লিপ সার্চ করো।

২ **সিনে বসাও**
বেছে নেওয়া মিডিয়া টেনে সিনে বসিয়ে পুরনো ক্লিপ বদলে দাও।

৩ **অটো সাবটাইটেল বানাও**
“Subtitles”/“Captions” খুলে “Auto Generate” বেছে নাও।

৪ **নিজে ঠিক করো**
প্রতিটা ক্যাপশনের বানান আর সময় নিজে দেখে ঠিক করো।

যাচাই: ক্যাপশন যেন CTA বা গুরুত্বপূর্ণ দৃশ্য ঢেকে না ফেলে — ঢাকলে ক্যাপশনের জায়গা সরাও।

কাজের টিপস: অটো ক্যাপশনে ব্র্যান্ডের নাম প্রায়ই ভুল আসে — সবার আগে সেটা খুঁজে ঠিক করো।

DAY ২৭ • মডিউল ৮

অ্যানালিটিক্স: কোন সংখ্যা কী বলে

মডিউল ৮ • অ্যানালিটিক্স

অ্যানালিটিক্স কী বলে

প্রকাশের পর দর্শক কীভাবে প্রতিক্রিয়া দিচ্ছে — সেটাই এখানে দেখা যায়।

Views — ভিউ

ভিডিওটা কতবার চালানো হয়েছে।

Watch Time — দেখার সময়

মানুষ মোট কতক্ষণ দেখেছে।

Retention — ধরে রাখা

দর্শক কতক্ষণ থেকেছে, কোথায় ছেড়ে গেছে।

CTR — ক্লিকের হার

ক্লিক ÷ ইমপ্রেশন — দেখে কতজন অ্যাকশনে গেল।

Conversion — রূপান্তর

কাঙ্ক্ষিত কাজ সম্পন্ন — সাইনআপ, কেনা বা রেজিস্ট্রেশন।

কাজের টিপস: বর্তমান ভিডিওকে শুধু বিচার নয় — পরের সংস্করণ ভালো করতেই অ্যানালিটিক্স দেখা।

DAY ২৭ • মডিউল ৮

সংখ্যা দেখে কী বুঝবে

লক্ষণ: ভিউ বেশি, রিটেনশন কম

কারণ প্রায়ই দুর্বল শুরু — প্রথম ৩ সেকেন্ডের হুক বা দৃশ্য বদলাও।

কাজের পদ্ধতি

একবারে একটা বড় বদল — হুক, ভিজ্যুয়াল, CTA বা দৈর্ঘ্যের যেকোনো একটা — তারপর ফল মাপো।

উদাহরণ প্রম্পট — নিজের সংখ্যা দিয়ে

“আমার ভিডিওর মেট্রিক: ১০,০০০ ভিউ, ৩ সেকেন্ড পর রিটেনশন ২০%, CTR ০.৪%। হুক, গতি (pacing) আর CTA-র জন্য তিনটা নির্দিষ্ট এডিটিং উন্নতি দাও।”

কাজের টিপস: AI-কে নিজের আসল সংখ্যা দিলে পরামর্শও নির্দিষ্ট হয় — অনুমানের সংখ্যায় সাধারণ কথা পাবে।

DAY ২৭ • মডিউল ৮

দুর্বল ভিডিও ঠিক করার ধাপ (১–৪)

১ **অ্যানালিটিক্স খোলো**
প্রকাশের পর প্ল্যাটফর্মের অ্যানালিটিক্সে যাও (YouTube Studio, Meta Business Suite ইত্যাদি)।

২ **শুরুর রিটেনশন দেখো**
প্রথম ৩–৫ সেকেন্ডে কতজন থাকছে, সেটা দেখো।

৩ **ঝরে পড়ার সিন ধরো**
কোন সিনে দর্শক চলে যাচ্ছে — সেটা চিহ্নিত করো।

৪ **প্রজেক্ট ডুপ্লিকেট করো**
আসল InVideo প্রজেক্টের কপি বানিয়ে তাতে কাজ করো।

কাজের টিপস: আসল ভিডিওটা অপরিবর্তিত রাখো — বদলটা সবসময় কপিতে।

DAY ২৭ • মডিউল ৮

দুর্বল ভিডিও ঠিক করার ধাপ (৫–৭)

১ **হুক বদলাও**
প্রথম হুকের বদলে পরিষ্কার সমস্যা বা শক্তিশালী দৃশ্য দাও।

২ **ধীর সিন ছোট করো, CTA পরিষ্কার**
ঢিলে সিন কেটে ছোট করো, শেষের CTA আরও স্পষ্ট করো।

৩ **Version B চালাও**
নতুন সংস্করণ এক্সপোর্ট করে A-র সঙ্গে পরীক্ষা চালাও।

কাজের টিপস: দুই সংস্করণের ফল একই সময়ের হিসাবে তুলনা করো — নইলে তুলনাটা ন্যায্য হয় না।

DAY ২৭ • মডিউল ৯

পূর্ণ ক্যাম্পেইন: ৫টা ভিডিও অ্যাসেট

মডিউল ৯ • পূর্ণ ক্যাম্পেইন

ক্যাম্পেইনের লক্ষ্য

একটাই — যেমন কোর্সে রেজিস্ট্রেশন বাড়ানো।

Asset ১ — ১৫ সে. অ্যাড

ভার্টিক্যাল সচেতনতা বিজ্ঞাপন — প্রথম পরিচিতি।

Asset ২ — ৩০ সে. এক্সপ্লেইনার

কোর্স বা সার্ভিস বোঝানোর মূল ভিডিও।

Asset ৩ — গৃহিণী সংস্করণ

২০ সেকেন্ড — ঘরোয়া ভাষা, ঘরের উদাহরণ।

Asset ৪ — ব্যবসায়ী সংস্করণ

২০ সেকেন্ড — ব্যবসায়িক লাভের ভাষা।

Asset ৫ — রিমাইন্ডার

১৫ সেকেন্ড — শেষ দিনের তাড়া আর CTA।

একটাই বার্তা: “সহজ বাংলায় রান্না শিখুন — ঘরের জন্য, আয়ের জন্য।” প্রতিটা ভিডিওতে একই ব্র্যান্ড রঙ, একই কণ্ঠ, একই CTA।

কাজের টিপস: অ্যাসেটের তালিকা ধরে একটা একটা বানাও — শেষ হলে টিক দাও, কোনটা বাকি ভুলবে না।

DAY ২৭ • মডিউল ৯

ক্যাম্পেইন তৈরির ধাপ (১–৪)

১
ভিত্তি লিখো
একটা মাস্টার অফার, একজন শ্রোতা আর একটা CTA লিখে ঠিক করো।

২
আগে এক্সপ্লেইনার
৩০ সেকেন্ডের এক্সপ্লেইনার ভিডিওটা সবার আগে বানাও।

৩
ছোট করে অ্যাড
ডুপ্লিকেট করে ১৫ সেকেন্ডে নামিয়ে সচেতনতা অ্যাড বানাও।

৪
গৃহিণী সংস্করণ
আবার ডুপ্লিকেট করে লেখা-ভিজ্যুয়াল গৃহিণীদের মতো সাজাও।

কাজের টিপস: লম্বা থেকে ছোট করা সহজ — তাই সবসময় এক্সপ্লেইনার আগে।

DAY ২৭ • মডিউল ৯

ক্যাম্পেইন তৈরির ধাপ (৫–৮)

১ **ব্যবসায়ী সংস্করণ**
আবার ডুপ্লিকেট করে ব্যবসায়ীদের ভাষায় সাজাও।

২ **তাড়ার ভিডিও**
ডেডলাইন আর CTA দিয়ে ছোট রিমাইন্ডার ভিডিও বানাও।

৩ **নাম দিয়ে এক্সপোর্ট**
সব ভিডিও পরিষ্কার ফাইলের নামে এক্সপোর্ট করো।

৪ **পোস্টিং প্ল্যান বানাও**
প্ল্যাটফর্ম, তারিখ, শ্রোতা আর লক্ষ্য — লিখিত প্ল্যান রাখো।

শেষ যাচাই: সব ভিডিওতে একই ব্র্যান্ড রঙ, কণ্ঠ আর CTA আছে তো? পোস্টিং প্ল্যানে প্ল্যাটফর্ম, তারিখ, শ্রোতা, লক্ষ্য — চারটাই লেখা আছে তো?

কাজের টিপস: প্ল্যান কাগজে বা নোটে লিখলে ক্যাম্পেইনের মাঝে কোনো অ্যাসেট বাদ পড়ে না।

বাড়তি অংশ • বাস্তব ব্যবহার

এই স্কিল কোথায় কাজে লাগবে?

মাল্টি-প্ল্যাটফর্ম প্রচার

একই কনটেন্ট সব প্ল্যাটফর্মের সাইজে সাজিয়ে পৌঁছে দেওয়া।

ইভেন্ট ও ওয়েবিনার

ভর্তি, লঞ্চ বা সেমিনারের পূর্ণাঙ্গ প্রোমো ক্যাম্পেইন।

ব্র্যান্ডের ধারাবাহিকতা

সব ভিডিওতে একই চেহারা, কণ্ঠ আর বার্তা — পেশাদার ভাবমূর্তি।

ডেটা-ভিত্তিক মার্কেটিং

কোন ভিডিও কাজ করে জেনে বাজেট ও সময় ঠিক জায়গায় খরচ।

উদাহরণ

একটা কোর্স লঞ্চে — টিজার অ্যাড, এক্সপ্লেইনার, দুই শ্রোতার সংস্করণ, ওয়েবিনার প্রোমো আর শেষ দিনের রিমাইন্ডার — এই পুরো সেটটাই এক ক্যাম্পেইন।

বাড়তি অংশ • আয়ের পথ

InVideo AI দিয়ে আয় কীভাবে

১ **Fiverr-এ অ্যাড প্যাকেজ**
১৫ সেকেন্ডের অ্যাডের সঙ্গে সংস্করণসহ প্যাকেজ গিগ — একক ভিডিওর চেয়ে দাম বেশি।

২ **Upwork-এ ক্যাম্পেইন কাজ**
বিদেশি ব্র্যান্ডের মাল্টি-প্ল্যাটফর্ম ভিডিও ক্যাম্পেইনের কন্ট্রাক্ট।

৩ **YouTube চ্যানেল সার্ভিস**
চ্যানেলের জন্য নিয়মিত ভিডিও, সঙ্গে সাবটাইটেল আর প্ল্যাটফর্ম অনুযায়ী কাট।

৪ **এজেন্সি পার্টনারশিপ**
মার্কেটিং এজেন্সির হয়ে হোয়াইট-লেবেল ভিডিও ক্যাম্পেইন তৈরি।



সত্যি কথা: ক্যাম্পেইন-মানের কাজ শিখতে সময় লাগে — প্রথমে নিজের পেজে একটা ডেমো ক্যাম্পেইন বানিয়ে দেখাও। ক্লায়েন্টের ব্র্যান্ডের রঙ, লোগো আর তথ্য সবসময় গোপন রাখবে।

বাড়তি অংশ • কী শিখলাম + প্র্যাকটিস

আজকের সারাংশ আর তোমার কাজ

কাস্টম সাইজ | গ্রিন স্ক্রিন | পার্সোনালাইজেশন | ১৫ সে. অ্যাড | ওয়েবিনার প্রোমো | AI ভয়েসওভার | টেমপ্লেট ও সাবটাইটেল | অ্যানালিটিক্স | ফুল ক্যাম্পেইন

প্র্যাকটিস প্রজেক্ট

১. একটা ১৫ সেকেন্ডের 9:16 (1080×1920) বিজ্ঞাপন বানাও — প্রথম ৩ সেকেন্ডেই হুক

২. একটা ৩০ সেকেন্ডের ইভেন্ট/সার্ভিস ভিডিও বানাও — তারিখ-সময় দুবার যাচাই করে

৩. ভয়েসওভার বা ঠিক করা ক্যাপশন যোগ করো; মিউজিক কণ্ঠের নিচে রাখো

৪. অন্তত একটা মিডিয়া নিজে বদলাও; লোগো, অফার আর CTA পরিষ্কার রাখো

৫. দুটো শ্রোতার জন্য দুটো সংস্করণ এক্সপোর্ট করে নাম দিয়ে সেভ করো

৬. প্রকাশের পর অ্যানালিটিক্স দেখে একটা উন্নতির সিদ্ধান্ত লিখে রাখো

শেষ কথা: একটা ভিডিও নয়, পুরো ক্যাম্পেইন — আর সংখ্যাই বলে দেবে পরের পদক্ষেপ।