



ইমোশনাল ব্র্যান্ডিং

লেখক: মো. মাহমুদ চৌধুরী | প্রকাশিত: 15 October 2026, 11:14 AM | বিভাগ: ব্র্যান্ডিং



একটি প্রোডাক্ট এবং আইকনিক ব্র্যান্ডের মধ্যে পার্থক্য

একটি প্রোডাক্ট তৈরি হয় ফ্যাক্টরিতে। অন্যদিকে একটি আইকনিক ব্র্যান্ড দীর্ঘময়াদে বিশ্বাস এবং আস্থার সাথে মানুষের মনে তৈরি হয়। একটি প্রোডাক্ট যেকোনো কিছু দিয়ে তৈরি হতে পারে যার বিভিন্ন ধরনের ফচার থাকতে পারে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ড তার নিজস্ব পারসোনালিটির মাধ্যমে নিজেকে উপস্থাপন করে। একটি প্রোডাক্ট যেকোনো মানুষের কাছে বিক্রি করা যেতে পারে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ড বিক্রি করার জন্য সুরক্ষিত কাস্টমার থাকে। একটি প্রোডাক্ট যেকোনো প্রতিযোগী কোম্পানি যেকোনো সময় নকল করে তৈরি করতে পারে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ডের অনন্য কিছু বৈশিষ্ট্য থাকবে যা খুব সহজে নকল করা যায় না। একটি প্রোডাক্ট যেকোনো সময় গুরুত্বহীন হয়ে যেতে পারে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ড সবসময়ই অনন্য বৈশিষ্ট্যের জন্য বিশেষ গুরুত্ব বহন করে চলে। যেকোনো পণ্যকে প্রোডাক্ট বলা যেতে পারে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ডের বিশেষ ভ্যালু থাকে। একটি আইকনিক ব্র্যান্ড ডভেলপমেন্টের জন্য ইউনিকিনসে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। আর ইউনিকিনসে ব্র্যান্ড ডভেলপমেন্টের শক্তি হিসেবে কাজ করে।

ব্র্যান্ড ইউনিকিনসে

একটি আইকনিক ব্র্যান্ড ডভেলপমেন্টের জন্য ব্র্যান্ডের ইউনিকিনসে জানাটা খুব গুরুত্বপূর্ণ। আপনার ব্র্যান্ডটিকে কেনে টিকে আছে? আপনার ব্র্যান্ডের মূল শক্তিকী? কেন আপনার ব্র্যান্ড সবার কাছে গ্রহণযোগ্য? আইকনিক ব্র্যান্ড ডভেলপমেন্টের জন্য ইউনিকিনসে বিষয়টিকে সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দিয়ে রিসার্চ অ্যান্ড ডভেলপমেন্টে বিনিয়োগ করাটা গুরুত্বপূর্ণ। দীর্ঘময়াদী মার্কেটে নীড অ্যানালাইসিস এবং রিসার্চ অ্যান্ড ডভেলপমেন্টের মাধ্যমে একটি ব্র্যান্ডের ইউনিকিনসে তৈরি করা

সম্ভব।

থিংক ডিফারেন্ট

গতানুগতকি ব্র্যান্ড ফচারস এর বাইরে এসে একটি ব্র্যান্ডের ইউনিকি ফচারস ডভেলেপমেন্টেরে ভিন্নধর্মী চিন্তা-ভাবনা করা খুব জরুরি যেকোনো ব্র্যান্ডের ইউনিকি ফচারস এর কারণে কাস্টমারদের মনে ব্র্যান্ড সম্পর্কে নতুন ধারণার সৃষ্টি হয়। কাস্টমাররা সবসময় যেকোনো ব্র্যান্ডেরে নতুন ব্যতিক্রমধর্মী ফচারসকে গুরুত্ব দিয়ে থাকে।

ক্রিয়েটিভিটি

যেকোনো ব্র্যান্ডেরে লোগো, লবেলেং, প্যাকজেং ডিজাইন, ক্রিয়েটিভ অ্যাড, ক্রিয়েটিভ ক্যাম্পেইন, ক্রিয়েটিভ ব্র্যান্ড প্রমোশন ইত্যাদি ব্র্যান্ড ডভেলেপমেন্টেরে জন্য গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। ব্র্যান্ড ডভেলেপমেন্টেরে ক্ষেত্রে ক্রিয়েটিভিটির জন্য সর্বোচ্চ বাজটে বরাদ্দ করে সরো আইডিয়ার অনুসন্ধান করা উচিত। মার্কেটে অনেকে ব্র্যান্ডেরে মধ্যেই কোয়ালিটি, ইনোভেশন এবং এক্সলিনেন্ট সার্ভিস বদ্যমান রয়েছে, কিন্তু ক্রিয়েটিভ ব্র্যান্ডেরে সংখ্যা খুবই সীমিত। একটি ক্রিয়েটিভ ব্র্যান্ড সবসময় ক্রিয়েটিভিটির কারণে নিজেকে অন্য সকল ব্র্যান্ড থেকে পৃথক করতে পারে। ক্রিয়েটিভিটির জন্য সরো আইডিয়া নির্বাচনকে প্রাধান্য দিয়ে ব্র্যান্ড ডভেলেপমেন্ট করা উচিত। আইডিয়া জনোরশনের মাধ্যমে ক্রিয়েটিভিটির সূচনা হয়। সজেন্য বিভিন্ন আইডিয়া সম্পর্কে ধারণা রাখতে হবে। মার্কেটে বিভিন্ন ব্র্যান্ডেরে মধ্যে বদ্যমান সকল আইডিয়া অনুসরণ করতে হবে। নতুন নতুন আইডিয়া সৃষ্টির প্রক্রিয়াকে ক্রিয়েটিভিটি বলে। সৃজনশীলতার এই যুগে ব্যবসা পরিচালনার জন্য ক্যাপিটাল বা মূলধন খুব গুরুত্বপূর্ণ কোনো বিষয় নয় কিংবা ব্যবসায়িক অভিজ্ঞতাও অনেকে ক্ষেত্রে খুব গুরুত্বপূর্ণ বিষয় নয়। বর্তমান যুগে ব্যবসা পরিচালনার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হচ্ছে ক্রিয়েটিভিটি বা সৃজনশীলতা। ক্রিয়েটিভিটি বা সৃজনশীলতা ছাড়া আমাদের জীবনের কোনো ক্ষেত্রেই আমাদের উন্নতি হবে না বরং ক্রিয়েটিভিটি ছাড়া আমরা একই ধরনের কাজ একইভাবে বার বার করতে থাকবো। ক্রিয়েটিভিটির প্রধানত তিনটি উপাদান। এগুলো হলো এক, কপি করা, অর্থাৎ নতুন আইডিয়া কপি করা। দুই, নতুন আইডিয়াকে কিছুটা রূপান্তর করে অন্যরূপে উপস্থাপন করা, এবং তিন, পুরোনো এবং নতুন আইডিয়ার সংমিশ্রণে নতুন কিছু উদ্ভাবন করা।

আইডিয়া

একটি বিষয়ের একক চিন্তা কিংবা অনেকেগুলো বিষয়ের চিন্তাভাবনা থেকে নতুন একটি আইডিয়া বা ধারণার সৃষ্টি হয়। আপনি বাস্তবজীবনে যত বেশি বিভিন্ন বিষয় নিয়ে পড়াশোনা করবেন তত বেশি জ্ঞান বিভিন্ন বিষয়ে আপনি অর্জন করবেন। আপনার মস্তিস্কে ধারণ করা বিভিন্ন বিষয়ের জ্ঞান থেকেই

বভিনি ধরনরে আইডিয়া তরৈহিয়া। বভিনি বষিয়ে আপনযিত বশেজানবনে তত বশেআইডিয়া জনোরটে করত পাবনে। তব আপনকোন বষিয়ে আইডিয়া জনোরটে করবনে সেই বষিয়ে নতুন আইডিয়া জনোরটে করার জন্য একটি উপযুক্ত পরবিশে দরকার। একটি সরো আইডিয়া তরৈরি উপায় হচ্ছ অনেকেগুলো সরো আইডিয়া নিয়ে কাজ করা। আপনযখন অনেকেগুলো আইডিয়া নিয়ে কাজ করবনে তখন অনেকেগুলো আইডিয়া থেকে নতুন একটি আইডিয়া তরৈহিতে পারে। আপনযখন উপযুক্ত পরবিশে নতুন আইডিয়া তরৈরি প্রচেষ্টায় থাকবনে তখন আইডিয়া আপনার মস্তসিকে আসবে, যাবে কথিবা নতুন তরৈহিবে। প্রতটি প্রতষ্ঠানরে ধারাবাহিক অগ্রগতির জন্য নতুন আইডিয়া সৃষ্টি কাজ করা অতীব জরুরি একটি সাকসেসফুল ব্র্যান্ড আইডিয়া ইমপ্লমেন্টেশনের জন্য তনিটি স্টজে কাজ করতে হবে। এগুলো হলো আইডিয়া জনোরশন, আইডিয়া সলিকেশন, এবং আইডিয়া ইমপ্লমেন্টেশন।

ইমাজনিশেন

ইমাজনিশেন নিয়ে আলবার্ট আইনস্টাইন বলছেন, ইমাজনিশেন হচ্ছ জ্ঞানের চয়ে অনকে গুরুত্বপূর্ণ বষিয়। জ্ঞানের পরধিহচ্ছ খুব সীমতি। কনিতু ইমাজনিশেন পুরো পৃথিবীকে বসিত্ত করে আছে। মানুষরে বুদ্ধমিত্তার সবচয়ে গুরুত্বপূর্ণ বষিয় অবশ্যই জ্ঞান নয় বরং বুদ্ধমিত্তার সবচয়ে গুরুত্বপূর্ণ বষিয় হচ্ছ ইমাজনিশেন। রলফ ওলডো ইমারশন বলনে, ইমাজনিশেন শুধুমাত্র কিছু মানুষরে বশিষে প্রতভির অংশ নয়, এটি হচ্ছ প্রতটি মানুষরে সুস্বাস্থ্যরে একটি অংশ। কল্পনায় অসম্ভবকে পরবির্তন করে বাস্তবে পরিণিত করার সক্ষমতা অর্জন করাই হচ্ছ ইমাজনিশেন। ইমাজনিশেন হচ্ছ একটি বিচ্ছিন্ন প্রক্রিয়া। ইমাজনিশেন মানে সমস্যার সমাধান করা নয়, সমাধান খোঁজা নয় কথিবা শুধুমাত্র চিন্তাভাবনা করা নয়। ইমাজনিশেনরে মাধ্যমে নতুন নতুন সম্ভাবনার সৃষ্টি হয় যা কডে কোনো দনি চিন্তা করতে পারনে কথিবা যা বাস্তবে অসম্ভব মনে করা হয়। সব সৃষ্টির কনেন্দ্রবনিতুতে থাকে ইমাজনিশেন। ইমাজনিশেন থেকে ক্রিয়শেন হয়। নতুন কিছু ক্রিয়শেন করতে গেলে সর্বপ্রথম প্রবলমে সামনে এসে দাঁড়ায়। যকোনো প্রবলমেকে সঠিকভাবে চ্যালঞ্জে করতে পারলে প্রসবিলিটিদিখেতে পাওয়া যায়। মনে করুণ, ক্রিয়শেনরে বামপাশে আছে প্রবলমে এবং ডানপাশে আছে প্রসবিলিটিসি। এই দুয়ের মাঝখান থেকেই নতুন কিছু ক্রিয়টে করতে হয়।

ক্রিয়শেন থেকে ইনোভেশনের জন্ম হয়। ইনোভেশন অর্থ হচ্ছ নতুন কিছু উদ্ভাবন, নতুনরে প্রবর্তন। ইনোভেশনের একপাশে থাকে ডিজাইন এবং অন্যপাশে থাকে ডভেলপমেন্ট। সঠিকভাবে ডিজাইন করে সঠিক উপায়ে কাজ করতে পারলে অবশ্যই নতুন কিছু ডভেলপমেন্ট করা সম্ভব হয়। ডিজাইন এবং ডভেলপমেন্ট ওয়ার্করে মধ্য দিয়ে নতুন কিছু সৃষ্টি হয় কথিবা নতুনরে প্রবর্তন হয়। নতুন কিছু প্রবর্তনরে মাধ্যমে ভ্যালু সৃষ্টি হয়। ভ্যালু পাওয়া যায় প্রোডাক্ট এবং সার্ভিস থেকে। ইনোভেশনের মাধ্যমে নতুন প্রোডাক্ট এবং সার্ভিসে ভ্যালু সৃষ্টি হয়। সুতরাং আমরা বুঝতে পারছি, সবকিছুর কনেন্দ্রবনিতুতে থাকে ইমাজনিশেন।

কোনো কছির কৌশলগত উন্নয়নের শুরুরটা হয় কল্পনা এবং কল্পনা করার বিশেষ প্রতীতি (ইমাজনিশেন) থেকে। আমরা একটি কাল্পনিক জগতে বসবাস করছি। কল্পনা করার বিশেষ প্রতীতি এবং গুরুত্বপূর্ণ তথ্য হচ্ছে অর্থনৈতিক এবং সাংস্কৃতিক কর্মকান্ডের জন্য অত্যাৱশ্যকীয়। ইমাজনিশেন হচ্ছে নতুন ধারণা, নতুন কছির নতুন কোনো বজিঞান কথিৱা সূত্র যার অস্তিত্ব বর্তমানে নেই এমন কছির বিশেষভাবে কল্পনা করার গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপে। একজন মানুষ সফলভাবে বজিনসে শুরু করার জন্য কথিৱা বজিনসে পরচালনার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হচ্ছে ইমাজনিশেন। কারণ একজন উদ্যোক্তা সম্পূর্ণ বজিনসেকে সার্বকিভাবে ইমাজনিশেনের মাধ্যমে বিশেষভাবে কল্পনা করতে পারনে, ভৱষিযতে বজিনসের গতি প্রকৃতিসিহ সবকছির স্বপ্নের মতো করে কল্পনা করতে পারনে। নতুন যেকোনো সৃষ্টির সূচনা হয় ইমাজনিশেনের মাধ্যমে।

ইমাজনিশেন সম্পর্কে জজ বার্নার্ড শ বলেন, আপনযি আশা করেনে আপনতি কল্পনা করেনে। আপনসিহ রকমই হবনে যা আপননিজিকে নিয়ে কল্পনা করেনে এবং পরশিষে আপনযি চাইবনে সভোবই নতুন কছির সৃষ্টি হবো। লডিং দ্য রভিোলযুশন বইয়ের লেখক গ্যারিহমেলে বলেন, একটি কোম্পানতির সমৃদ্ধ ভৱষিযত তরৈকিরতে ব্যর্থ হয়, কারণ শুধুমাত্র ভৱষিযতের ব্যর্থতাকে অনুমান করার ব্যর্থতা নয় বরং ভৱষিযত নিয়ে ইমাজনিশেন করার ব্যর্থতা। ব্যবসায়িকভাবে ব্যর্থ কোম্পানিগুলিতে প্রাঞ্জলতা কথিৱা সুস্পষ্টতা নয় বরং তাদের নতুন কছির করার একান্ত আকাঙ্খা, আগ্রহ এবং সৃজনশীলতার অভাৱ রয়েছে। পরশিষে, ব্র্যান্ডিং সম্পর্কে একটি কথা অবশ্যই বলতে হবো, ব্র্যান্ড তরৈি হয় মূলত কাস্টমারদের কারণে, মার্কটোরদের কারণে নয়।

(সমাপ্ত)