

হা ড্রে ড গ্রে ট বি জ নে স আ ই ডি য়া



বিশ্বের শীর্ষস্থানীয় কোম্পানির সাফল্যে ডায়েরি

# হান্ড্রেড গ্রেট বিজনেস আইডিয়া

মূল  
জেরেমি কুর্দি

ভাষান্তর  
মোহাম্মদ মজনুর রহমান শাহ্

শব্দান্তর

প্রথম প্রকাশ : ফেব্রুয়ারি ২০২৫



হান্ড্রেড গ্রেট বিজনেস আইডিয়া

মূল : জেরেমি কুর্দি

ভাষান্তর : মোহাম্মদ মজনুর রহমান শাহ্

প্রচ্ছদ : ইফতেখার আমিন

বাংলা অনুবাদ স্বত্ব © শব্দশৈলী

সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত

প্রকাশক এবং স্বত্বাধিকারীর লিখিত অনুমতি ছাড়া এই বইয়ের কোনো অংশের কোনোরূপ

পুনরুৎপাদন বা প্রতিলিপি করা যাবে না।

এই শর্ত লঙ্ঘিত হলে উপযুক্ত আইনি ব্যবস্থা গ্রহণ করা যাবে।

ISBN : 978-984-97285-0-4

শব্দাসন-এর পক্ষে ৩৮/৪ বাংলাবাজার, ঢাকা-১১০০,

ফোন : ২২৬৬৩৭৯০৫ থেকে ইতিয়া আমিন কর্তৃক প্রকাশিত এবং আল কাদের প্রিন্টার্স

থেকে মুদ্রিত। বর্ণ বিন্যাস- শব্দশৈলী কম্পিউটার।

একমাত্র পরিবেশক : শব্দশৈলী, ৩৮/৪ মান্নান মার্কেট, ৩য় তলা, বাংলাবাজার

ঢাকা-১১০০, ফোন : ০১৭১২২৫৪৯৯৭

**100 Great Business Ideas**

By Jeremy Kourdi

Translated By

Mojnur Rahman Shah

Published by Eitiya Amin

Shobdanggon, 38/4, Banglabazar Dhaka-1100

অনলাইনে পেতে : [www.rokomari.com/shobdoshoily](http://www.rokomari.com/shobdoshoily)

[www.shobdoshoily.com](http://www.shobdoshoily.com)

অথবা ফোন করুন : ১৬২৯৭

মূল্য : ৪০০ টাকা

\$ :15

উৎসর্গ

প্রিয় প্রকাশক ইফতেখার আমিন ভাইকে



## কৃতজ্ঞতা প্রকাশ

এই বইটি অনেক মানুষের উৎসাহদান এবং সমর্থন জোগানোয় সফল। যদিও এর কার্যভার, কর্মশৈলী এবং ত্রুটিগুলো আমার নিজস্ব, তথাপি তাদের দক্ষতা এবং সর্বাঙ্গিক সহায়তার কথা আবশ্যিক স্বীকার করতে হবে। অশেষ ধন্যবাদ লুইস কুর্দিকে, যার পরিশ্রমী গবেষণার ফসল এই বইটি রচনার ক্ষেত্রে অত্যন্ত মূল্যবান উপাদান হিসাবে গণ্য। এছাড়া মার্শাল ক্যাভেন্ডিশের মার্টিন লিউ এবং তার অত্যন্ত প্রতিভাবান সহকর্মী; যাদের ধৈর্য, শক্তি ও দক্ষতা আমার ধারণাগুলোকে গ্রহণ করতে অশেষ সহযোগিতা করেছে। কৃতজ্ঞচিত্তে আমি তাদের ঋণ স্বীকার করছি এবং তাদেরকে ধন্যবাদ জানাচ্ছি।

এছাড়াও আমি আরও বেশ কিছু উদ্দীপক, পেশাদার এবং ব্যতিক্রমী ব্যবসায়ীদের সাথে কাজ করার মতো সৌভাগ্য অর্জন করেছিলাম, যাদের সাহচর্যে এই গ্রন্থখানা হয়ে উঠেছে বিশেষ বৈশিষ্ট্যপূর্ণ। তাদের প্রতি প্রকাশ করছি আমার অশেষ কৃতজ্ঞতা। আমি আমার সমস্ত ক্লায়েন্ট এবং পূর্বে আমার সঙ্গে কাজ করা কর্মচারীদের কাছে অনেক দায় স্বীকার করছি। কাজ করার ক্ষেত্রে, শেখার মাধ্যমে নিজেদের সমৃদ্ধ করার ক্ষেত্রে এবং লেখক হিসাবে নিজেদের প্রকাশ করার ক্ষেত্রে তারা আমাকে দিয়েছিল একটি অনুকূল, রোমাঞ্চকর এবং মজাদার পরিবেশ। তাদের সকলের প্রতি রইল আমার শ্রদ্ধা এবং কৃতজ্ঞতা।

পরিশেষে আমার অশেষ কৃতজ্ঞতা আমার স্ত্রী জুলি এবং ছেলে টম-এর প্রতি, তাদের ক্রমাগত সমর্থন, উৎসাহদান এবং অনুপ্রেরণা আমাকে এই গ্রন্থখানা রচনায় সক্ষম করে তুলেছে।

- জেরেমি কুর্দি





## সূচনা

এটি হলো সেই বই, যে বইয়ে সন্নিবেশিত হয়েছে ব্যবসায়িক ব্যবহৃত কিছু সেরা আইডিয়া বা ধারণা। যে আইডিয়াগুলো একটি ব্যবসায়কে সকল প্রতিবন্ধকতাকে পেরিয়ে সাফল্য সিঁড়ির শীর্ষে পৌঁছে দেওয়ার ক্ষেত্রে অত্যন্ত কার্যকর ভূমিকা পালন করে। এসব আইডিয়ার কিছু কিছু বেশ সরল এবং বাধ্যতামূলকভাবে ব্যবসায়িক প্রয়োগ করা হয়, আর কিছু আইডিয়া রয়েছে যেগুলো বিশদ ও বুদ্ধিদীপ্ত গবেষণার মাধ্যমে উদ্ভাবিত এবং যেগুলোর প্রয়োগ একটি ব্যবসায়কে সাফল্যের বন্দরে পৌঁছে দিতে অত্যন্ত কার্যকর। এই আইডিয়াগুলোর বেশিরভাগই সুদীর্ঘকাল হতেই ব্যবসায়িক প্রয়োগ হয়ে আসছে। কারণ এগুলো যুক্তিযুক্ত, সরল, স্বচ্ছ ও ফল দায়ক। যে বিষয়গুলো এই ব্যবসায়িক ধারণাগুলোকে একত্রিত করে তা হলো ব্যবসায়কে সফল করার ক্ষেত্রে এগুলোর প্রমাণিত শক্তি ও কার্যকারিতা। এই ব্যবসায়িক ধারণাগুলো কেবল গভীর অন্তর্দৃষ্টিসম্পন্ন এবং উপযোগীই নয়, বরং অনেক বেশি প্রতিকূলতা সত্ত্বেও এগুলো ব্যবসায়িক সাফল্য অর্জনে লক্ষণীয়ভাবে কাজ করেছে। সুতরাং যেসব ব্যবসায়িক ব্যক্তিবর্গ এ সমস্ত ধারণা উদ্ভাবন করেছেন, ধারণা করেছেন এবং প্রয়োগ করেছেন তাদের দক্ষতার প্রশংসা করা উচিত।

সতর্ক হওয়ার মতো একটি কথা হলো : যদিও এই ধারণাগুলো সেসব কোম্পানির জন্য কাজ করেছে, যেসব কোম্পানি সেগুলোকে যথাযথভাবে প্রয়োগ করেছে, তথাপি এটি বলার অপেক্ষা রাখে না যে, ওই ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানগুলোর অন্য সব শর্ত ঠিকঠাক প্রতিপালিত হলে এসব ধারণা প্রয়োগে তাদের কোম্পানির সাফল্যের ধারা আরও গতিশীল হবে। আর কোনো কোম্পানি যদি কোনো একটি নির্দিষ্ট সময়ে কাজক্ষত ফলাফল অর্জন করে থাকে, তবে সেসব কোম্পানির জন্য এ গ্রন্থের একটি সাধারণ পাঠ্য হলো যে, সাফল্যের ধারাবাহিকতা নিশ্চিত করার জন্য বিভিন্ন সময়ে এবং বিভিন্ন উপায়ে ক্রমাগতভাবে সময় উপযোগী নতুন ধারণা ও শক্তি প্রয়োগের প্রয়োজন রয়েছে।

যেহেতু এই ধারণাগুলো বেশ বৈচিত্র্যময় এবং আমি এটিও আশা করি যে, এগুলো আকর্ষণীয় এবং চিন্তার উদ্দেগককারী, সেহেতু আমার মনে হয় যে, এই ধারণাগুলোর মধ্যে এমন অনেক ধারণা রয়েছে যেগুলো ব্যবসায়িক প্রথার মাধ্যমে চলে এসেছে এবং সে ধারণাগুলোর অনেক মূলভাব পরিবর্তিত রূপ পরিগ্রহপূর্বক একটি নতুন ধারণা হিসাবে ব্যবসায় প্রয়োগ হয়। আর এর সঙ্গে জড়িত থাকে উদ্যোক্তাগণের ধারণা নিয়ে পরীক্ষা-নিরীক্ষা এবং ঝুঁকি গ্রহণের ইচ্ছা। এমনটা ঘটে বলেই মনে হয়, কারণ অনেক ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান তাদের শিল্প উদ্যোগ এবং শক্তি প্রদর্শন করে এবং প্রতিযোগিতায় এগিয়ে থাকার অদম্য ইচ্ছা প্রকাশ করে। এটি প্রায়শই একটি সমস্যা, সুযোগ বা চ্যালেঞ্জের মূল কারণগুলো বোঝার যে ক্ষমতা তার সাথে মিলিত হয় এবং কেবল স্থিতি অবস্থা নিয়ে চিন্তা করার পরিবর্তে নতুন এবং স্বতন্ত্র কিছু করার ক্ষমতা ধারণ করে। সরল পথ বা উপায় পরিগ্রহ করা, সময়ের প্রয়োজনে বাস্তববাদী হওয়ার যে প্রয়োজনীয়তা, তা উপলব্ধি করা, এবং নতুন ধারণা বাস্তবায়ন করাও এর একটি সাধারণ বৈশিষ্ট্য। এটি পিটার ড্রাকারের এ সংক্রান্ত মন্তব্যকেই সমর্থন করে, কারণ, তিনি বলেছেন, “মহৎ কোনো আইডিয়া এবং সিদ্ধান্ত হলো কঠোর বিশ্লেষণ এবং গভীর অন্তর্দৃষ্টির মিশ্রণ”। তবে এখানে স্পষ্টতই কোনো একটি দিক বেশি গুরুত্ব পায়, যা আইডিয়া বা ধারণার ওপর নির্ভর করে, কিন্তু আইডিয়া বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণের ক্ষেত্রে কঠোর বিশ্লেষণ এবং গভীর অন্তর্দৃষ্টি এই দুটোরই প্রয়োজন। পরিশেষে, একটি ধারণা কীভাবে কাজ করে তা নিরীক্ষণ করা, পরিমাপ করা এবং তা পরিমার্জন করার প্রয়োজনীয়তা বিষয়ে বাস্তবসম্মত হওয়া, ধারণার কার্যকারিতা অনুসরণ করা এবং সাফল্য নিশ্চিত করা প্রয়োজন।

এখানে নির্দেশনামূলক কিছু কথা তুলে ধরা হলো : যদি আপনি এই বইয়ে সন্নিবেশিত ধারণাগুলো আপনার প্রতিষ্ঠানের সফলতার জন্য প্রয়োগ করতে চান, তবে তা কীভাবে গ্রহণ ও প্রয়োগ করবেন, সে বিষয়ে এই নির্দেশনামূলক কথাগুলো আপনাকে কিছুটা সাহায্য করবে। আইডিয়া বা ধারণাগুলো হয়তো ‘ব্লু প্রিন্ট অনুলিপি’ আকারে একজন থেকে অন্যজনের কাছে প্রেরণ করা হয়, যা পুরো ধারণা এবং সমস্ত বিবরণ ধারণ করে। তারপরে সেটিকে প্রতিলিপি করে অন্যত্র প্রেরণ করা হয়, নয়তো ‘আইডিয়া স্টিমুলেশন’ (ধারণা বিষয়ে প্রেরণা জোগানোর মাধ্যমে) এর দ্বারা একজন থেকে অন্যজনের কাছে ধারণা স্থানান্তরিত হয় যেখানে ধারণার পুরো বিষয়বস্তু বিশদ আকারে না থেকে একটি ধারণার সারাংশইটাই কেবল থাকে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায় জ্যারেড ডায়মন্ড

তার পুরস্কার বিজয়ী গ্রন্থ “Guns, Germs and Steel” যা, গত ১৩০০ বছরের প্রত্যেকের ইতিহাস সংবলিত রচনা, তাতে তিনি একটি বর্ণমালার বিকাশকে একটি ধারণা হিসাবে প্রকাশ করেছেন যা স্বাধীনভাবে উদ্ভূত হয়েছিল এবং তা শুধুমাত্র সম্ভবত একবার এবং এরপরেই তা অন্যত্র প্রতিলিপি আকারে প্রকাশ পেয়েছিল, বা এর অনুলিপি করা হয়েছিল। অবশ্যই এই কৌশলগুলো একটি বর্ণচ্ছটার দুটি বিপরীত প্রান্তের মতো। তবে দুটি পদ্ধতির মধ্যে ধারণা বিষয়ে প্রেরণা জোগানোর যে মাধ্যম তা অবশ্যই অধিকতর অভিযোজিত, শক্তিশালী এবং এক্ষেত্রে সাফল্যের হারও বেশি। সুতরাং আপনার চিন্তাশক্তিকে চাঙা করতে এই গ্রন্থে সন্নিবেশিত ব্যবসায় সাফল্যের বীজমন্ত্রতুল্য আইডিয়া বা ধারণাগুলো আপনার ব্যবসায় প্রয়োগ করুন এবং আপনার ব্যবসায়ের যে-কোনো পরিস্থিতিতে সাফল্য নিশ্চিত করতে এই ধারণাগুলোর সাথে আপনার ব্যবসায় কৌশলের বিশেষ সমন্বয়সাধন করুন।

আমি আশা করি যে, এই বইয়ে সন্নিবেশিত ধারণাগুলো আপনার সৃজনশীল চিন্তার ক্ষেত্রকে আরও উন্নত ও বিস্তৃত করবে, নতুন ধারণা খুঁজে পেতে সাহায্য করবে এবং ভবিষ্যতের জন্য আরও উজ্জ্বল সব ধারণা গড়ে তুলতে আপনার চিন্তার বিকাশ ঘটাবে।

– জেরেমি কুর্দি

নোট : অনুগ্রহপূর্বক এটি মনে রাখবেন যে, এই বইয়ে বর্ণিত ধারণাগুলো একটি নির্দিষ্ট বিষয়ভিত্তিকক্রমে গ্রন্থবদ্ধ না করে এলোমেলোভাবে লিপিবদ্ধ করা হয়েছে এবং তা করা হয়েছে নেহায়েত আগ্রহের কারণে।



## সূচিপত্র

### আইডিয়া এক

ক্রোতাদের কাছে বিশ্বস্ত ও আস্থাভাজন হয়ে ওঠা • ২১

### আইডিয়া দুই

ভবিষ্যৎ বিষয়ে পরিস্থিতিভিত্তিক ও কার্যমারফিক পরিকল্পনা প্রণয়ন • ২৩

### আইডিয়া তিন

কোম্পানি বিষয়ে সংশ্লিষ্ট কর্মী বাহিনীকে গর্বিত করে তোলা • ২৫

### আইডিয়া চার

ক্রোতাদের তথ্যকে ব্যবহার করা • ২৭

### আইডিয়া পাঁচ

১৫০-এর বিধি • ২৯

### আইডিয়া ছয়

অর্থ অভিযোজন • ৩১

### আইডিয়া সাত

ফ্রাঞ্চাইজিং • ৩৩

### আইডিয়া আট

অপচয়/অপব্যয় পরিহার করা • ৩৫

### আইডিয়া নয়

গ্রাহকের সাথে বন্ধন গড়ে তোলা • ৩৭

### আইডিয়া দশ

ধরন অনুসারে গ্রাহকের প্রোফাইলিং করা • ৩৯

### আইডিয়া এগারো

জনসংখ্যা তত্ত্বকে উপলব্ধি করা • ৪১

## আইডিয়া বারো

ব্যাপক তথ্য সংগ্রহ ও তার যথাযথ প্রয়োগ • ৪৪

## আইডিয়া তেরো

নেতৃস্থানীয় টপ-ডাউন উদ্ভাবন • ৪৬

## আইডিয়া চৌদ্দ

সোস্যাল নেটওয়ার্ক গড়ে তোলা এবং কোম্পানির মূল্যবোধকে ছড়িয়ে দেওয়া • ৪৮

## আইডিয়া পনেরো

যুগান্তকারী প্রবৃদ্ধি অর্জন • ৫০

## আইডিয়া ষোল

ব্যবসায়ের আদিমূলের গভীরে ডুব দেওয়া • ৫২

## আইডিয়া সতেরো

বাজার যাচাই • ৫৪

## আইডিয়া আঠারো

ক্রেতার ক্রয় স্পৃহা বৃদ্ধিকরণ • ৫৬

## আইডিয়া উনিশ

স্বগোষ্ঠীয়কে গ্রাসকরণ • ৫৮

## আইডিয়া বিশ

প্রতিযোগিতা বৃদ্ধিকরণ • ৬০

## আইডিয়া একুশ

গুচ্ছবদ্ধকরণ • ৬২

## আইডিয়া বাইশ

আদর্শ বিক্রয় কেন্দ্রকে হাইলাইট করা • ৬৪

## আইডিয়া তেইশ

অভিজ্ঞতার নানান বাঁকে • ৬৬

## আইডিয়া চব্বিশ

গ্রাহক-কর্মচারী মুনাফা চেইন • ৬৭

## আইডিয়া পঁচিশ

কর্মচারীর পারফরমেন্স পরিমাপ • ৭১

## আইডিয়া ছাব্বিশ

ব্র্যান্ড স্পেস গড়ে তোলা • ৭৩

## আইডিয়া সাতাশ

ভোক্তাবান্ধব স্পেস গড়ে তোলা • ৭৬

## আইডিয়া আটাশ

প্রবেশযোগ্যতা বৃদ্ধিকরণ • ৭৮

## আইডিয়া উনত্রিশ

অংশীদার হওয়া বা অংশীদার করা • ৭৯

## আইডিয়া ত্রিশ

বাম্পার-সিটকার কৌশল • ৮১

## আইডিয়া একত্রিশ

সহজাত প্রবৃত্তিকে মূল্যায়নকরণ • ৮৩

## আইডিয়া বত্রিশ

শিক্ষা বান্ধব প্রতিষ্ঠান গড়ে তোলা • ৮৫

## আইডিয়া তেত্রিশ

পুনঃউদ্ভাবন • ৮৮

## আইডিয়া চৌত্রিশ

কর্পোরেট (যৌথ) সামাজিক দায়বদ্ধতা • ৯০

## আইডিয়া পঁয়ত্রিশ

পণ্য-সাফল্যের সন্ধিক্ষণ • ৯৩

## আইডিয়া ছত্রিশ

আউটসোর্সিং • ৯৭

## আইডিয়া সাঁইত্রিশ

আপনার পণ্য বিষয়ক অফারকে হালনাগদ রাখা • ৯৯

## আইডিয়া আটত্রিশ

পরীক্ষামূলক বিপণন • ১০০

## আইডিয়া উনচল্লিশ

তথ্যসংক্রান্ত ড্যাশবোর্ড এবং কর্মক্ষমতা পর্যবেক্ষণ • ১০৩

আইডিয়া চল্লিশ

নমনীয় কাজ • ১০৫

আইডিয়া একচল্লিশ

আপনার গ্রাহক বা ক্রেতাদেরকে পুনরায় মূল্যায়ন করণ • ১০৭

আইডিয়া বিয়াল্লিশ

বিক্রেতাকে লক-ইন করণ • ১০৯

আইডিয়া তেতাল্লিশ

সরবরাহ চেইনকে রাজস্ব (আয়) চেইন -এ রূপান্তর • ১১১

আইডিয়া চুয়াল্লিশ

বিচক্ষণ পারস্পরিক মধ্যস্থতা বা সমঝোতা • ১১২

আইডিয়া পঁয়তাল্লিশ

পরিপূরক অংশীদারিত্ব • ১১৫

আইডিয়া ছেচল্লিশ

বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে উত্তম অনুভূতি জাগ্রতকরণ • ১১৭

আইডিয়া সাতচল্লিশ

দৈনন্দিন উপযোগিতাভিত্তিক উদ্ভাবন • ১১৯

আইডিয়া আটচল্লিশ

জীবনধারাভিত্তিক ব্র্যান্ড (লাইফস্টাইল ব্র্যান্ড) • ১২১

আইডিয়া উনপঞ্চাশ

গ্রাহীতার কাছে বিশ্বস্ত থাকা • ১২৩

আইডিয়া পঞ্চাশ

তাৎক্ষণিক পরিচয়যোগ্যতা • ১২৪

আইডিয়া একান্ন

পরিবর্তন বিষয়ক ব্যবস্থাপনা • ১২৬

আইডিয়া বায়ান্ন

বৈচিত্র্যতা আনয়ন • ১২৮

আইডিয়া তিগ্নান্ন

ব্যবসায়ের মূল উদ্দেশ্য ও অন্যান্য অনুষ্ণের মধ্যে ভারসাম্য বজায় রাখা • ১২৯



- আইডিয়া চূয়ান্ন  
ব্যবসায়িক প্রক্রিয়া ঢেলে সাজানো • ১৩১
- আইডিয়া পঞ্চগন্ন  
অভিন্নতা • ১৩৪
- আইডিয়া ছাপ্পান্ন  
ক্রসসেলিং এবং আপ সেলিং • ১৩৫
- আইডিয়া সাতান্ন  
কোটার এর পরিবর্তন বিষয়ক আটটি পর্যায় • ১৩৭
- আইডিয়া আটান্ন  
ব্যবসায় থেকে ব্যবসায়-এ বিপণন • ১৩৯
- আইডিয়া ঊনষাট  
কর্মচারীদের মূল্যমানের প্রকাশ্য ঘোষণা • ১৪১
- আইডিয়া ষাট  
অপ্রচলিত (বাতিল) করণের দিন-ক্ষণ নির্ধারণ • ১৪২
- আইডিয়া একষষ্টি  
পণ্যের পণ্যকরণকে এড়ানো • ১৪৪
- আইডিয়া বাষষ্টি  
কর্মীদের কর্মব্যস্ততার উন্নয়ন ঘটানো • ১৪৬
- আইডিয়া তেষষ্টি  
প্রামাণ্য এবং অংশগ্রহণমূলক পরিচালনা • ১৪৭
- আইডিয়া চৌষষ্টি  
যথাযথভাবে বিপণন • ১৫০
- আইডিয়া পঁয়ষষ্টি  
ব্র্যান্ডিং • ১৫১
- আইডিয়া ছেঁষষ্টি  
ক্ষমতায়ন • ১৫৪
- আইডিয়া সাতষষ্টি  
বাজেট পুনর্মূল্যায়ন • ১৫৬

আইডিয়া আটযুটি

ক্রেতা চক্র • ১৫৮

আইডিয়া উনসত্তর

সরাসরি বিক্রয় • ১৬১

আইডিয়া সত্তর

বয়সভিত্তিক সংবেদনশীল পরিচালনা • ১৬৩

আইডিয়া একাত্তর

তিন ফ্যাক্টর বিষয়ক তত্ত্ব • ১৬৫

আইডিয়া বাহাত্তর

ইসলামিক পণ্যের উন্নয়ন • ১৬৭

আইডিয়া তিয়াত্তর

সমর্থন জোগানো এবং চ্যালেঞ্জ গ্রহণের গ্রুপ • ১৭০

আইডিয়া চুয়াত্তর

স্বচ্ছ এবং স্পষ্ট কৌশল • ১৭১

আইডিয়া পঁচাত্তর

সিক্স-হ্যাট থিঙ্কিং • ১৭৪

আইডিয়া ছিয়াত্তর

ব্যবসায়িক সম্পর্ক গড়ে তোলা • ১৭৬

আইডিয়া সাতাত্তর

এক সাথে শেখা • ১৭৮

আইডিয়া আটাত্তর

ছোট ছোট খাতে অর্থায়ন/ক্ষুদ্র ঋণ প্রকল্প • ১৮০

আইডিয়া উনআশি

মন্দা অবস্থায় টিকে থাকা • ১৮১

আইডিয়া আশি

উদ্ভাবনী সংস্কৃতি • ১৮৩

আইডিয়া একাশি

সম্পদ গড়ে তোলা • ১৯

## আইডিয়া বিরাশি

ব্যবসায়ে বিশ্বাস এবং সুনাম গড়ে তোলা • ১৮৭

## আইডিয়া তিরাশি

ব্যবসায়সংক্রান্ত আবেগগত বুদ্ধির বিকাশ সাধন • ১৮৯

## আইডিয়া চুরাশি

সুখম স্কোরকার্ড • ১৯১

## আইডিয়া পঁচাশি

একটি বিক্রয় সংস্কৃতির বিকাশসাধন • ১৯৫

## আইডিয়া ছিয়াশি

বাজার বিভাজন • ১৯৭

## আইডিয়া সাতাশি

সাহস অর্জন ও প্রদর্শন • ১৯৮

## আইডিয়া আটাশি

গতানুগতিক অবস্থা থেকে বের হয়ে আসা • ২০০

## আইডিয়া উননব্বই

অনলাইনভিত্তিক বিক্রয় ব্যবস্থা প্রবর্তন • ২০২

## আইডিয়া নব্বই

মান উদ্ভাবন • ২০৪

## আইডিয়া একানব্বই

বুদ্ধিদীপ্ত ব্যবস্থাপনা • ২০৬

## আইডিয়া বিরানব্বই

নেতৃত্বের পাইপলাইন • ২০৯

## আইডিয়া তিরানব্বই

হার্ডবল কৌশল • ২১০

## আইডিয়া চুরানব্বই

ওয়েবসাইট-এ উপস্থিতি • ২১৩

## আইডিয়া পঁচানব্বই

ভাইরাল মার্কেটিং • ২১৫

আইডিয়া ছিয়ানবই

প্রশিক্ষণ এবং তত্ত্বাবধান • ২১৭

আইডিয়া সাতানবই

ব্যবহারকারীকেন্দ্রিক উদ্ভাবন • ২২০

আইডিয়া আটানবই

অভ্যন্তরীণ পদোন্নতির ক্ষেত্রে

উত্তরসূরি নির্বাচন বিষয়ক পরিকল্পনা প্রণয়ন • ২২২

আইডিয়া নিরানবই

জ্ঞান এবং মেধাভিত্তিক পুঁজির বিকাশসাধন • ২২৫

আইডিয়া একশত

সিদ্ধান্ত গ্রহণ ও পছন্দের বৈপরীত্য • ২২৭

## আই ডি য়া এক

### ক্রেতাদের কাছে বিশ্বস্ত ও আস্থাভাজন হয়ে ওঠা

কোনো পণ্য বাজারে বিক্রয়ের জন্য এবং কোনো একটি আইডিয়া বা ধারণার প্রভাব বিস্তারের জন্য আমরা একটা ভুল ধারণায় ভুগতে থাকি। আর তা হলো কোনো একটা পণ্য বিপননের ক্ষেত্রে বা একটা ধারণার বিস্তার ঘটানোর ক্ষেত্রে আমরা মনে করি যে, আমাদেরকে আক্রমণাত্মক বা চতুরভাবে ওই কাজটি করতে হবে। প্রয়োজনে জোর খাটাতে হবে। ব্যবসায় সাফল্য বিষয়ে এই ভুল উপলব্ধি আমাদেরকে অনুপযুক্ত আচরণের দিকে ঠেলে দেয়। উদাহরণস্বরূপ, কিছু মানুষ স্বভাবগতভাবে আক্রমণাত্মক, জোরজবরদস্তিকারী ও ফাঁকিবাজ হতে পারে, বা স্বভাবগত ভাবে অমায়িক এবং সম্মত মনোভাবাপন্ন হতে পারে। পণ্যের বিক্রয় এবং বিক্রয় কর্মীর প্রভাব বিস্তার নির্ভর করে অসংকোচ ও দৃঢ় আচরণকে পরিমিত পরিসরে বেঁধে দক্ষতা ও উষ্ণতার মাধ্যমে সঠিক আচরণ করার ওপর। একটি দুর্দান্ত পণ্য বা ব্রান্ড, ভোক্তা বা ক্রেতার আস্থা অর্জনের মাধ্যমে সাফল্যের দীর্ঘ সোনালি পথ পাড়ি দিতে পারে।

### আইডিয়া

হার্লে ডেভিডসন তার পণ্যের প্রতি ভোক্তা বা গ্রাহকদের আস্থা অর্জনের মাধ্যমে তার ব্যবসায়িক জীবনের এক অশান্ত অতীতকে অতিক্রম করে আসতে পেরেছিলেন। তার পণ্যের প্রতি গ্রাহকদের আস্থা এবং তাদের প্রতি তার বিশ্বস্ততা ছিল তার ব্যবসায়ের অন্যতম স্থায়ী সম্পদ। তার কোম্পানিটি ছিল আমেরিকার অন্যতম প্রধান মোটরবাইক প্রস্তুতকারক কোম্পানি। কিন্তু ১৯৮০ এর দশকে, উন্নতমানের জাপানি যন্ত্রাংশে প্রস্তুত সাশ্রয়ীমূল্যের মোটরবাইক বাজারে আসায় কঠিন প্রতিযোগিতার মধ্যে পড়ে তার কোম্পানির মোটরবাইকের বিক্রয় নাটকীয়ভাবে কমে যায়। হার্লে ডেভিডসন, ড. ডব্লিউ এডওয়ার্ডস ডিমিং-এর উৎপাদন কৌশল ব্যবহার করে তার মোটরবাইক-এর গুণগত মান বৃদ্ধি করেন। তার পরবর্তী চ্যালেঞ্জ ছিল বিজয় নিয়ে ফিরে আসা

এবং বাজারে তার শেয়ার বজায় রাখা। তার কোম্পানি বর্তমানে ৯০ শতাংশ গ্রাহক আস্থার হার উপভোগ করে।

গ্রাহকদের প্রয়োজন সম্পর্কে জ্ঞান, তাদের আবেদনময়ী আবেগকে উপলব্ধি করার ক্ষমতা হার্লে ডেভিডসনকে গ্রাহকদের সাথে আস্থা ও বিশ্বস্ততার একটা নিবিড় বন্ধন গড়ে তুলতে সাহায্য করেছে। যখন তার কোম্পানির মোটরবাইকের নতুন কোনো মডেলের প্রদর্শনী হতো তখন তার কোম্পানির ব্যবস্থাপকগণ সেসব শোভাযাত্রায় অংশগ্রহণ করতেন। গ্রাহকদের আস্থাকে শক্তিশালী করতে বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে ব্র্যান্ডের ভাবমূর্তি তুলে ধরা হতো। হার্লে ওনারস গ্রুপ (HOG) যেন একটি ক্লাব, হার্লে-এর পণ্য ব্যবহারকারীরা যার সদস্য। এই ক্লাবের দুই-তৃতীয়াংশ সদস্য তাদের সদস্যপদ নবায়ন করেন। যা হার্লে গ্রুপের প্রতি গ্রাহকদের আস্থারই পরিচয় বহন করে। হার্লে ডেভিডসন গুরুত্বের সাথে এটি নিশ্চিত করেন যে, ক্রেতারা যেন তাদের মূল্যমানের যথাযথ সুবিধা পান।

এসবের ফলাফল হলো যে, গ্রাহকগণ হার্লে- ডেভিডসনকে যারপর নাই বিশ্বাস করতে থাকে এবং এই বিশ্বাস একটি সৎগুণের বলয়ে ক্রেতা-বিক্রেতার মধ্যে একটি শক্তিশালী বন্ধন এবং অধিক মুনাফা অর্জনের পথ সুগম করতে ব্যবহৃত হয়। হার্লে গ্রুপের প্রাক্তন চেয়ারম্যান নিজে মন্তব্য করেছেন, “হার্লে গ্রুপে সম্ভবত সবচেয়ে লক্ষণীয় কার্যক্রম পরিচালিত হচ্ছিল এবং তা বর্তমানেও অব্যাহত রয়েছে। হার্লে-এর মালিকানায় তার গ্রুপের ডিলাররা তাদের আত্মবিশ্বাস পুনরুদ্ধার করতে পেরেছে। হার্লে একজন অদম্য অংশীদার এবং তিনি আমাদের লোকদের ধারণাগুলোকে উপলব্ধি করতে পারেন। হার্লে এর সমস্ত লোক আমাদের ভবিষ্যৎ সাফল্য বিষয়ে সমালোচনামুখর ছিল”।

### অনুশীলন

\* গ্রাহকরা যখনই আপনার সাথে কোনো চুক্তি বা লেনদেন করেন তখন যেন তারা একটি আদর্শ ব্র্যান্ডের অভিজ্ঞতা লাভ করতে পারেন চুক্তি বা লেনদেনটি তদ্রূপ সামঞ্জস্যপূর্ণ করে তুলুন।

\* আপনি গ্রাহকদেরকে কী মূল্য-মান প্রস্তাব করতে যাচ্ছেন, তার অনুপাত সম্পর্কে স্বচ্ছ হোন।

\* নতুন গ্রাহকগণ যেন পুনরায় আসে এবং ক্রয় আদেশ প্রদান করে এ উদ্দেশ্যে তাদের প্রণোদনার্থে ছাড়সহ উপযুক্ত অন্যান্য ব্যবস্থা গ্রহণ করুন।

\* প্রতিষ্ঠিত গ্রাহকদের জন্য কোম্পানির প্রতি আস্থা রাখার বিষয়ে পুরস্কার প্রবর্তন করুন।

\* আপনার কাছে যেসব চুক্তিকে উত্তম বলে মনে হয় সেসব চুক্তি আপনার কোম্পানিগুলোতে নাও থাকতে পারে। তাই সেসব চুক্তি সম্পাদনের লক্ষ্যে অন্যান্যদের সঙ্গে প্রতিযোগিতা করুন।

\* যতদূর সম্ভব ক্রেতার কাছে সবকিছু সহজভাবে উপস্থাপন করুন। তাদের কাছে লেনদেনকে আনন্দদায়ক করে তুলুন।

\* একটি নির্ভরযোগ্য পরিষেবা এবং পণ্য বিষয়ে প্রস্তাব প্রদানপূর্বক গ্রাহকদেরকে আশ্বস্ত করুন।

\* গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী বিপণন প্রক্রিয়াকে ক্রমাগতভাবে উন্নত করুন।

\* অংশীদারিত্ব এবং বিনিয়োগের ক্ষেত্রে স্বচ্ছতা ও নির্ভরযোগ্যতা প্রদর্শন করুন এবং তা বজায় রাখুন।

## আই ডি য়া দু ই

### ভবিষ্যৎ বিষয়ে পরিস্থিতিভিত্তিক ও কার্যমাত্মক পরিকল্পনা প্রণয়ন

ভবিষ্যৎ বিষয়ে পরিস্থিতিভিত্তিক এবং কার্যমাত্মক পর্যায়ক্রমিক পরিকল্পনা প্রণয়ন সংস্থাগুলোকে ভবিষ্যতের জন্য মহড়া দিতে এবং যুদ্ধ শুরুর পূর্বেই যুদ্ধ ক্ষেত্রে একবার হেঁটে আসতে সক্ষম করে তোলে, ফলে সংস্থাগুলো আরও ভালোভাবে প্রস্তুতি গ্রহণ করতে পারে। কার্যমাত্মক পর্যায়ক্রমিক পরিকল্পনা ভবিষ্যতের কোনো কার্য বিষয়ে আগাম অনুমান করা নয়, বরং ব্যবসায়ীদেরকে তাদের ভবিষ্যৎ গঠনকারী শক্তিগুলোকে উপলব্ধি করতে সক্ষম করে তোলার মধ্যে এসবের মূল্য নিহিত। এই পরিকল্পনাগুলো বরং আমাদের অনুমানগুলোকে চ্যালেঞ্জ করে।

### আইডিয়া

১৯৬০ এর দশকে, পিয়েরে ওয়াক ‘রয়্যালডাচ’ ‘শেল’ গ্রুপের পরিকল্পনা বিষয়ক প্রধান তার নির্বাহীগণকে ‘আগামীকাল (পরের দিন)’-এর বিষয়ে তাদের ব্যবসায় সংক্রান্ত কল্পনা করতে বলেন। এটি তাদেরকে তাদের পরিবর্তন শনাক্ত করতে এবং তা উপলব্ধি করতে সক্ষম করে তোলে। তাদের বর্তমান পরিস্থিতি সম্পর্কে তাদেরকে পরিশীলিত এবং প্রতিক্রিয়াশীল