ফেসবুক অ্যাডস একদম শুরু থেকে



সাধারণ পোস্টে বিক্রি কম, অ্যাডে বেশি — কারণটা সহজ

পেজে পোস্ট দিলে সেটা দেখে শুধু অল্প কিছু ফলোয়ার। অ্যাড দিলে আপনি নিজে ঠিক করে দেন — কে দেখবে, কোথায় দেখবে, কেন দেখবে।

০১

সঠিক মানুষের কাছে পৌঁছানো

বয়স, এলাকা, আগ্রহ অনুযায়ী ঠিক সেই মানুষদের দেখানো যায়, যারা কিনতে পারে।

০২

বাজেট আপনার নিয়ন্ত্রণে

প্রতিদিন কত টাকা খরচ হবে, কখন শুরু আর কখন শেষ — সব আপনি ঠিক করেন।

০৩

ফলাফল মাপা যায়

কতজন দেখল, ক্লিক করল, মেসেজ দিল, কিনল — প্রতিটি সংখ্যা Ads Manager-এ দেখা যায়।

মনে রাখুন

Boost বাটন দ্রুত, কিন্তু Ads Manager-ই আসল জায়গা। সঠিক টার্গেট, সঠিক লক্ষ্য আর পূর্ণ নিয়ন্ত্রণ পেতে Ads Manager থেকেই অ্যাড চালান।

অ্যাড অ্যাকাউন্ট খুলতে ৫টি ধাপ লাগে

একবার ঠিকভাবে সেটআপ করলে পরে প্রতিটি অ্যাড চালাতে মাত্র কয়েক মিনিট লাগবে।

১ **ফেসবুক পেজ তৈরি করুন**

ব্যবসার নাম, লোগো, কভার আর সঠিক তথ্য দিয়ে পেজ সাজান।

২ **Business Manager খুলুন**

business.facebook.com-এ গিয়ে ব্যবসার নাম ও ইমেইল দিয়ে অ্যাকাউন্ট তৈরি করুন।

৩ **Ad Account তৈরি করুন**

Business Settings থেকে নতুন Ad Account যোগ করুন, দেশ বাংলাদেশ ও মুদ্রা ঠিক করুন। মুদ্রা পরে বদলানো যায় না।

৪ **পেমেন্ট পদ্ধতি যোগ করুন**

কার্ড বা পেমেন্ট পদ্ধতি যোগ করুন, যাতে অ্যাডের বিল পরিশোধ করা যায়।

৫ **Ads Manager-এ ঢুকুন**

এখান থেকেই Create বাটনে ক্লিক করে আপনার প্রথম Campaign শুরু হবে।



প্রতিটি অ্যাড তৈরি হয় তিনটি স্তরে

একটি বাড়ির মতো ভাবুন — প্রথমে পুরো পরিকল্পনা, তারপর ঘর, তারপর ঘরের ভেতরের সাজসজ্জা।

১. Campaign

লক্ষ্য ঠিক করা
আপনি কী চান?
বিক্রি, মেসেজ, নাকি পরিচিতি?

→

২. Ad Set

দর্শক ও বাজেট
কারা দেখবে?
কোথায়, কখন, কত টাকায়?

→

৩. Ad

আসল বিজ্ঞাপন
মানুষ যা দেখবে
ছবি, লেখা আর বাটন

একটি Campaign-এ

একাধিক Ad Set থাকতে পারে — যেমন ঢাকার জন্য একটি, চট্টগ্রামের জন্য আরেকটি।

একটি Ad Set-এ

একাধিক Ad থাকতে পারে — একই দর্শকের কাছে ভিন্ন ছবি বা ভিডিও পরীক্ষা করা যায়।

ভুল স্তরে কাজ নয়

লক্ষ্য বদলাতে Campaign-এ, দর্শক বদলাতে Ad Set-এ, ছবি বদলাতে Ad-এ যান।

Objective মানে — আপনি আসলে কী চান

Campaign শুরুর প্রথম কাজই হলো Objective বেছে নেওয়া। এটাই ফেসবুককে বলে দেয়, আপনার অ্যাড কাদের কাছে পৌঁছে দিলে সফল ধরা হবে।

উদাহরণ দিয়ে বুঝুন

আপনি যদি বলেন "আমি বিক্রি চাই", ফেসবুক এমন মানুষদের অ্যাড দেখাবে যারা আগে অনলাইনে কিনেছে। আর যদি বলেন "আমি শুধু পরিচিতি চাই", সে দেখাবে যত বেশি মানুষকে সম্ভব। লক্ষ্য ভুল বললে বাজেট খরচ হবে, কিন্তু কাঙ্ক্ষিত ফল আসবে না।

কেন এটা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ?

Objective ঠিক হলে বাকি সেটিংস সহজ হয়। Objective ভুল হলে ভালো ছবি, ভালো অফার দিয়েও ফল খারাপ হতে পারে — কারণ ফেসবুক অন্য ধরনের মানুষের কাছে অ্যাড পৌঁছে দিচ্ছে।

সহজ নিয়ম

অ্যাড চালানোর আগে নিজেকে একটাই প্রশ্ন করুন — "এই অ্যাড থেকে আমি ঠিক কী পেতে চাই?" উত্তরটাই আপনার Objective।

মোট ৬টি Objective আছে — কাজ অনুযায়ী বেছে নিন

Awareness — পরিচিতি

যত বেশি মানুষের কাছে ব্র্যান্ডের নাম পৌঁছানো। নতুন ব্যবসা বা নতুন এলাকায় পরিচিতির জন্য।

Traffic — ভিজিট

মানুষকে ওয়েবসাইট, পেজ বা লিংকে পাঠানো। ব্লগ, ল্যান্ডিং পেজ বা প্রোফাইল ভিজিটের জন্য।

Engagement — সাড়া

লাইক, কমেন্ট, শেয়ার, মেসেজ বা পেজ ফলো বাড়ানো। পোস্টে সাড়া ও ইনবক্সে কথা শুরু করতে।

Leads — লিড সংগ্রহ

আগ্রহী মানুষের নাম, ফোন নম্বর বা তথ্য সংগ্রহ। কোর্স, সার্ভিস বা বুকিং ধরনের ব্যবসায়।

App Promotion — অ্যাপ

মোবাইল অ্যাপ ইনস্টল বা অ্যাপের ভেতরে কাজ বাড়ানো। শুধু অ্যাপ থাকলেই এটি লাগে।

Sales — বিক্রি

সরাসরি কেনাকাটা বা অর্ডার আনা। অনলাইন শপ ও পণ্য বিক্রির জন্য সবচেয়ে বেশি ব্যবহৃত।

শুরুর দিকে বেশিরভাগ ছোট ব্যবসার কাজ চলে Engagement আর Sales দিয়েই।

কোন পরিস্থিতিতে কোন অ্যাড চালাবেন?

আপনার পরিস্থিতি	Objective	কী হবে
নতুন পেজ, কেউ চেনে না	Awareness / Engagement	বেশি মানুষ পেজ ও পণ্য সম্পর্কে জানবে, ফলোয়ার বাড়বে
পোস্টে লাইক-কমেন্ট চাই	Engagement	পোস্টে সাড়া বাড়বে, বিশ্বাস তৈরি হবে
ইনবক্সে অর্ডার নিতে চাই	Engagement — Messages	মানুষ সরাসরি মেসেঞ্জার বা হোয়াটসঅ্যাপে মেসেজ পাঠাবে
ওয়েবসাইটে ভিজিটর চাই	Traffic	মানুষ আপনার সাইট বা লিংকে ক্লিক করে যাবে
ফোন নম্বর / আগ্রহী ক্রেতার তথ্য চাই	Leads	ফর্ম পূরণ করে মানুষ নিজের তথ্য দিয়ে যাবে
সরাসরি পণ্য বিক্রি চাই	Sales	কেনার সম্ভাবনা বেশি এমন মানুষের কাছে অ্যাড যাবে

Campaign লেভেলে ঠিক করেন লক্ষ্য আর বড় সিদ্ধান্ত

এখানে যা যা করবেন

১. সহজ ও পরিষ্কার নাম দিন — যেমন “ঈদ অফার — বিক্রি — জুলাই”।
২. সঠিক Objective বেছে নিন।
৩. বাজেটের ধরন ঠিক করুন — ABO নাকি CBO (শেষে বিস্তারিত)।
৪. প্রয়োজনে Advantage Campaign Budget চালু রাখুন।

এখানে যা করবেন না

একটি Campaign-এ একটাই লক্ষ্য রাখুন। বিক্রি আর পরিচিতি একসাথে চাইলে আলাদা Campaign করুন। নাম এলোমেলো দিলে পরে কোন অ্যাড কোনটা, খুঁজে পাবেন না।

Special Ad Category

চাকরি, ঋণ বা বাসা ভাড়া সংক্রান্ত অ্যাড হলে এই অপশনটি বেছে নিতে হয়। সাধারণ পণ্য বিক্রিতে এটি লাগে না।

পরীক্ষা করার সুযোগ

Campaign লেভেলে A/B Test দিয়ে দুটি ধারণার মধ্যে কোনটি ভালো, তা মেপে দেখা যায়।

Ad Set লেভেলে ঠিক হয় — কারা, কোথায়, কখন দেখবে



ক

অডিয়েন্স — কারা দেখবে

এলাকা, বয়স, নারী-পুরুষ আর আগ্রহ। যেমন: ঢাকা, ২৫–৪০ বছর, অনলাইন কেনাকাটায় আগ্রহী।

খ

বাজেট ও সময়

ABO হলে এখানেই দৈনিক বা মোট বাজেট বসে। শুরু-শেষের তারিখও এখানে।

গ

Placement — কোথায় দেখাবে

ফেসবুক, ইনস্টাগ্রাম, স্টোরি, রিলস — শুরুতে Advantage Placement রেখে দিন।

ঘ

গন্তব্য — ক্লিকের পর কোথায় যাবে

ওয়েবসাইট, ইনবক্স, হোয়াটসঅ্যাপ বা ফর্ম — Objective অনুযায়ী ঠিক করুন।

Ad লেভেলেই মানুষ থামে, পড়ে, ক্লিক করে

দর্শক Campaign বা Ad Set দেখে না — সে দেখে শুধু এই অ্যাডটাই। তাই এখানেই সবচেয়ে বেশি যত্ন দরকার।

১ **ছবি বা ভিডিও**

পরিষ্কার, উজ্জ্বল, পণ্য বড় করে দেখা যায় এমন। ভিডিও হলে প্রথম ৩ সেকেন্ডেই মূল কথা বলুন।

২ **প্রাইমারি টেক্সট**

সমস্যা, সমাধান আর অফার — সহজ ভাষায় ২–৪ লাইনে লিখুন।

৩ **হেডলাইন**

ছোট ও স্পষ্ট এক লাইন — যেমন "ঘরে বসে অর্ডার করুন, সারাদেশে ডেলিভারি"।

৪ **CTA বাটন**

Send Message, Shop Now, Learn More — লক্ষ্য অনুযায়ী সঠিক বাটন বেছে নিন।



ABO আর CBO — বাজেট কোথায় বসাবেন?

বিষয়	ABO — Ad Set Budget	CBO — Campaign Budget
বাজেট বসে	প্রতিটি Ad Set-এ আলাদা করে	পুরো Campaign-এ এক জায়গায়
নিয়ন্ত্রণ	আপনার হাতে — কোন দর্শকদল কত পাবে, আপনি ঠিক করেন	ফেসবুকের হাতে — সে নিজে ভালো Ad Set-এ বেশি বাজেট দেয়
কখন ভালো	নতুন অ্যাড পরীক্ষা করতে, ছোট বাজেটে, কোন অডিয়েন্স ভালো তা জানতে	বিজয়ী অ্যাড পেয়ে গেলে বড় পরিসরে চালাতে, সময় বাঁচাতে
ঝুঁকি	ভালো Ad Set-ও সীমিত বাজেট পেতে পারে	শুরুতে একটি Ad Set-ই প্রায় সব বাজেট খেয়ে ফেলতে পারে

নতুনদের জন্য সহজ পরামর্শ

প্রথমে ABO দিয়ে পরীক্ষা করুন — কোন অডিয়েন্স আর কোন ছবি কাজ করছে বুঝুন। যেটা জিতবে, সেটা নিয়ে পরে CBO-তে বড় বাজেটে চালান।

আজই আপনার প্রথম অ্যাডের চেকলিস্টটি শেষ করুন

- ✓ পেজ ও Business Manager ঠিকভাবে সেটআপ করা হয়েছে
- ✓ Ad Account-এ দেশ, মুদ্রা ও পেমেন্ট পদ্ধতি ঠিক আছে
- ✓ একটাই স্পষ্ট লক্ষ্য ঠিক করে Objective বেছে নিয়েছি
- ✓ Campaign → Ad Set → Ad — তিন স্তর আলাদা করে বুঝেছি
- ✓ ছোট বাজেটে ABO দিয়ে শুরু করে ফল দেখে সিদ্ধান্ত নেব

অনুশীলন: আজ একটি Awareness Campaign শুধু Draft পর্যন্ত তৈরি করুন — চালু না করলেও পুরো প্রক্রিয়াটা হাতে-কলমে শেখা হয়ে যাবে।