



PP

କତ?

ତାରିକୂଳ କାମରୂଳ



PP কত?

কৌতূহল থেকে ক্রয়ে রূপান্তর

তারিকুল কামরুল

লেখকের কথা

অনলাইন ব্যবসার বাস্তব জগতে প্রতিদিন হাজার হাজার মানুষ একটি সোজা কিন্তু গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন করে—

“ভাই, PP কত?”

এটি যত সাধারণ একটি বাক্য, তার ভেতরে লুকানো থাকে আমাদের দেশের অনলাইন ক্রেতাদের মনস্তত্ত্ব, সন্দেহ, কৌতূহল, দোটানা, এবং সিদ্ধান্ত নেওয়ার সংগ্রাম। এই বইটি সেই সংগ্রামকে বোঝার, বিশ্লেষণ করার এবং একটি বাস্তবসম্মত সমাধান দেওয়ার জন্যই লেখা।

সূচিপত্রের প্রথম অধ্যায়েই (page 4–5) বুঝিয়ে দেওয়া হয়েছে—কেন একজন ক্রেতা দাম জানতে চাইলেও অধিকাংশ সময় অর্ডার করে না, কারণ তারা এখনো পুরোপুরি বিশ্বাস করতে শেখেনি। আর সেই বিশ্বাস তৈরি করার বৈজ্ঞানিক পদ্ধতিই এই বই শেখায়।

মানুষ যখন অনলাইন ক্রয়ে প্রথম পা রাখে, তখন সে কেবল কোনও পণ্যের দাম জানতে চায় না—সে জানতে চায় বিশ্বাস করা যায় কি না, সেই আলোছায়ার কিনারায় দাঁড়িয়ে তার কৌতূহল আর দ্বিধা একসাথে লড়াই করে।

“PP কত?”—এই ক্ষুদ্র বাক্যটি আসলে সেই লড়াইয়ের প্রথম শব্দ। এই প্রশ্নের মধ্যে থাকে নিরাপত্তাহীনতার ধ্বনি, থাকে তুলনার আগ্রহ, থাকে প্রতারণার ভয়, আবার থাকে কেনার ইচ্ছার ক্ষুদ্র আলোও। এই বইটি সেই আলোকে বড় করার যাত্রাপথ। একজন বিক্রেতা কীভাবে এই ছোট প্রশ্নকে সম্ভাবনার দরজায় পরিণত করতে পারে—তোমার হাতে রাখা এই পৃষ্ঠাগুলোই তার মানচিত্র।

এখানে আমি শুধু বিক্রির কৌশল লিখিনি, লিখেছি মানুষের মনোজাগতিক সত্য। লিখেছি কিভাবে একজন গ্রাহকের অস্থির জিজ্ঞাসা—“দাম বলেন”—আসলে তার অসংখ্য অদৃশ্য প্রশ্নকে আড়াল করে রাখে: *পণ্যটি কি ভালো হবে? প্রতারণিত হবে না তো? ডেলিভারি নিরাপদ তো? ছবির মতোই পাব?* এই গোপন আশঙ্কাগুলোকে গল্প, আশ্বাস, মানবিক উত্তরে প্রশমিত করার পথ শেখায় এই বই। Messenger-এর ঠাণ্ডা নীল জানালায় কীভাবে উষ্ণতা জ্বলে উঠতে পারে, কীভাবে কথার স্নিগ্ধতায় ভরসা গড়ে ওঠে, এবং কীভাবে সেই ভরসাই শেষ পর্যন্ত অর্ডারে বদলে যায়—এই বইয়ের প্রতিটি উদাহরণ সেই যাদুর খসড়া।

এই বই আমি লিখেছি তাদের জন্য, যারা নিরাশ হয়ে ভাবেন—অনলাইনে মানুষ শুধু জিজ্ঞেস করে, কিন্তু কেনে না। আমি তাদের বলতে চাই—মানুষ কেনে, কিন্তু সে আগে বিশ্বাস খোঁজে। বিশ্বাস যদি দিতে পারো, বিক্রি আপনাআপনি আসে। প্রতিটি ক্রেতা আসলে দরজায় দাঁড়িয়ে অপেক্ষা করে—কেউ তাকে স্বাগত জানাক, কেউ তাকে বুকুক, কেউ তার অস্পষ্ট ভয়গুলো সরিয়ে দিক। তুমি যদি তার সেই মানুষ হতে পারো, যদি তুমি কেবল দাম না বলে তার মন বুঝতে শেখো—তবে দেখবে, কৌতূহলই রূপ নেয় সিদ্ধান্তে, আর এক লাইনের প্রশ্ন খুলে দেয় সাফল্যের অব্যাহত পথ।

এই বই তাদের জন্য, যারা দৃঢ় হতে চায়; যারা কেবল পণ্য বিক্রি করতে নয়, মানুষের মনে জায়গা করে নিতে চায়। কারণ এই পৃথিবীতে সাফল্য শুধু প্রযুক্তির উপর দাঁড়িয়ে থাকে না—থাকে মানুষের সঙ্গে মানুষের সংযোগে, থাকে কথার উষ্ণতায়, থাকে সেই ক্ষুদ্র মুহূর্তে যখন একজন ক্রেতা ভাবে—“হ্যাঁ, এ লোকটার উপর ভরসা করা যায়।” এই বই সেই ভরসা বানানোর শিল্পকলা। তুমি যদি মন খুলে পড়ো, অনুশীলন করো এবং নিজের ব্যবসায় প্রয়োগ করো—তবে একদিন তাকিয়ে দেখবে, তোমার ব্যবসার প্রতিটি ‘Seen’, প্রতিটি ‘PP কত’, প্রতিটি ছোট প্রশ্নই হয়ে উঠেছে তোমার সাফল্যের সোপান।

সূচিপত্র (Table of Contents)

অধ্যায় নং	শিরোনাম (Title)	মূল বিষয়বস্তু (Focus Area)
অধ্যায় ১	ক্রেতার মনস্তত্ত্ব— কেন শুধু দাম জিজ্ঞেস করে হারিয়ে যায়	বাংলাদেশি অনলাইন ক্রেতার মানসিকতা ও 'দাম কতো?' প্রশ্নের গভীরে লুকানো কারণ।
অধ্যায় ২	দাম শুনে শুধু জানতে চাওয়া আর সত্যিকারের কিনতে চাওয়ার পার্থক্য	কৌতূহলী গ্রাহক বনাম প্রস্তুত ক্রেতাকে চেনার কৌশল এবং সেই অনুযায়ী উত্তর দেওয়া।
অধ্যায় ৩	মেসেঞ্জার: আপনার অনলাইন দোকানের আসল দরজা	Messenger-কে শুধু চ্যাটিং নয়, বরং বিশ্বাস তৈরি এবং অর্ডার ফাইনাল করার প্ল্যাটফর্ম হিসেবে ব্যবহার।
অধ্যায় ৪	দাম জানানোই শেষ না – কথার শুরু	'দাম কতো?' প্রশ্নটিকে কথোপকথনের শেষ না করে, ভ্যালু ও প্রশ্ন দিয়ে আলাপ শুরু করার ৫ ধাপের ফর্মুলা।
অধ্যায় ৫	দাম নির্ধারণ – শুধু টাকার অঙ্ক না, এক ধরনের সাইকোলজি	Psychological Pricing (যেমন ৯৯ টাকা কৌশল), এবং দামকে মানের প্রতিফলন হিসেবে উপস্থাপন।
অধ্যায় ৬	ক্রেতার আস্থা তৈরি করা – বিক্রির মূলমন্ত্র	Proof (ছবি, ভিডিও, রিভিউ), Guarantee এবং Return Policy দিয়ে ক্রেতার মনে বিশ্বাস স্থাপন।
অধ্যায় ৭	বিক্রির কথোপকথনকে গল্পে রূপ দিন	পণ্য বিক্রি না করে, কাস্টমারের সাফল্যের গল্প ও অভিজ্ঞতা বিক্রি করার কৌশল।
অধ্যায় ৮	না বলা কথা শোনা – লুকানো প্রশ্ন এবং তার উত্তর	ক্রেতা যা মনে মনে ভাবে (ভয় ও সন্দেহ), তা অনুমান করে আগে থেকে উত্তর দিয়ে দেওয়া।
অধ্যায় ৯	ফলো-আপ – হারানো সুযোগকে ফিরিয়ে আনা	'Seen' বা 'পরে জানাবো' বলা গ্রাহককে Gentle Push ও সুবিধা দিয়ে পুনরায় যুক্ত করা।
অধ্যায় ১০	কথোপকথনকে অর্ডারে রূপান্তর: 'না' থেকে 'হ্যাঁ'	শেষ ধাপে এসে আলতোভাবে অর্ডার চাওয়া, শেষ মুহূর্তের আপত্তি সামলানো এবং Urgency তৈরি করা।
অধ্যায় ১১	অধ্যায় ১-১০ এর সারসংক্ষেপ ও করণীয়	Product Feature নয়, বরং Benefit (সুবিধা) ও স্বস্তি বিক্রি করার কৌশল।
বোনাস অধ্যায়	শেষ মুহূর্তের দ্বিধা— 'পরে জানাবো' বলা গ্রাহককে ফিরিয়ে আনার কৌশল	অর্ডার ফাইনাল করার ঠিক আগের মুহূর্তে ক্রেতার দ্বিধা (Hesitation) দূর করার জন্য বাস্তবধর্মী সমাধান ও বাঁকি কমানোর কৌশল।

□ অধ্যায় ১: ক্রেতার মনস্তত্ত্ব – কেন শুধু দাম জিজ্ঞেস করে হারিয়ে যায়

বাংলাদেশি অনলাইন ক্রেতার মানসিকতা

বাংলাদেশে অনলাইনে যারা ব্যবসা করে, তাদের সবার কাছে সবচেয়ে চেনা প্রশ্ন হলো— “ভাই, PP কতো?” । প্রতিদিন হয়তো শত শত মানুষ এই প্রশ্নটা করে, কিন্তু আশ্চর্যের বিষয় হলো—এদের মধ্যে খুব কমজনই আসলে অর্ডার করে ।

তাহলে বাকিরা কোথায় হারিয়ে যায়?

এটার উত্তর লুকিয়ে আছে **বাংলাদেশি অনলাইন ক্রেতার মানসিকতা**য় ।

আমাদের দেশের বেশিরভাগ মানুষ এখনো অনলাইন শপিং পুরোপুরি বিশ্বাস করতে শিখেনি ।

তারা দোকানে গিয়ে পণ্য না দেখে, হাতে না নিয়ে, দাম শুনেই সিদ্ধান্ত নিতে কষ্ট পায় ।

তাই দাম জিজ্ঞেস করাটাই তাদের কাছে সবচেয়ে সহজ ও নিরাপদ প্রথম পদক্ষেপ ।

আরেকটা বড় ব্যাপার হলো—**কৌতূহল (curiosity)** ।

অনেক সময় গ্রাহক কিনবে কি না ঠিকই জানে না, শুধু অন্য দোকানের সঙ্গে তুলনা করার জন্য দাম জিজ্ঞেস করে ।

কেউ হয়তো মনে মনে ভাবে—“দামটা শুনি, পরে যদি দরকার হয় কিনব ।”

কেউ আবার ভাবে—“এটা যদি অনেক সস্তা হয় তাহলে হয়তো এখনই অর্ডার দেব ।”

মানে তাদের মাথায় সিদ্ধান্তটা পরিষ্কার থাকে না, বরং দামটা জানাটাই মূল উদ্দেশ্য ।

কিন্তু এখানেই বিক্রেতার সুযোগ ।

যদি আপনি শুধু দাম লিখে দেন, গ্রাহক হয়তো বলবে “ঠিক আছে, দেখি”—তারপর হারিয়ে যাবে ।

কিন্তু যদি আপনি সেই দামের সঙ্গে একটু ভ্যালু বোঝান, সামান্য আলাপ বাড়ান, অথবা এমন কিছু বলেন যেটা গ্রাহকের মাথায় কনফিডেন্স তৈরি করে—তাহলেই কনভার্সন বাড়তে শুরু করবে ।

একজন বাংলাদেশি ক্রেতা দাম জিজ্ঞেস করে হারিয়ে যায়—কারণ সে এখনো **আপনার প্রতি বিশ্বাসী হয়নি** ।

সে জানে না আপনার পণ্য আসল কিনা, জানে না আপনার সার্ভিস ভালো কিনা ।

সে শুধু একটা সংখ্যার উত্তর পায়—কিন্তু আপনার দোকানের “হৃদয়” পায় না ।

তাই এই অধ্যায়ে আমরা শিখব, কীভাবে দাম জিজ্ঞেস করার এই সাধারণ প্রশ্নের ভেতরে লুকিয়ে থাকা মানসিকতা বুঝে নিতে হয় ।

PP কত?

কারণ, গ্রাহকের মন বুঝতে পারলে, তখন “PP কতো?” শুধু একটা প্রশ্ন নয়—এটাই হতে পারে আপনার বিক্রির সুযোগ।

প্রতিদিন শত শত গ্রাহক ইনবক্সে আসে, প্রথম লাইনেই বলে—

“ভাই, PP কতো?”

এই প্রশ্নটা এমনভাবে আসে, যেন ওরা শুধু দাম শুনেই সব ঠিক করবে।

কিন্তু আসলেই কি তাই হয়?

না। সত্যিটা হলো—২০০ জন দাম জিঙ্কস করলে, হয়তো ১ জন কিনে।

তাহলে বাকি ১৯৯ জন কোথায় হারিয়ে গেল?

আমাদের দেশের অনেক গ্রাহক এখনো অনলাইন কেনাকাটায় পুরোপুরি স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করে না।

- কেউ ভাবে “দামটা শুনি, তারপর চিন্তা করব।”
- কেউ আবার শুধু তুলনা করার জন্য দাম নেয়—পরে অন্য দোকানের সাথে মিলিয়ে দেখে।
- আরেক দল শুধু কৌতূহলী—“দামটা কত হতে পারে দেখি।”

মানে—সবাই যে কিনতেই এসেছে, তা নয়।

কিন্তু এখানেই একটা বড় শিক্ষা আছে:

👉 “দাম জিঙ্কস করা মানেই হারানো কাস্টমার নয়, এটা আসলে একটা দরজা—আপনি কীভাবে সেই দরজা দিয়ে ঢুকবেন, সেটাই আসল খেলা।”

কেন দাম জানার পর আর উত্তর দেয় না?

কারণ গ্রাহক শুধু একটা সংখ্যা পেয়েছে।

কিন্তু সে জানেনি—

- এই পণ্যটা অন্যদের থেকে কেন আলাদা
- আপনার কাছ থেকে কেন কেনা উচিত
- আপনি বিশ্বাসযোগ্য কিনা

ফলে দাম শোনার পর সে চুপ হয়ে যায়।

✔ প্র্যাকটিক্যাল উদাহরণ

গ্রাহক: ভাই, এই জুতার PP কতো?

আপনি (শুধু দাম দিলে): ১,২০০ টাকা।

➔ গ্রাহক: আচ্ছা, দেখি। (তারপর হারিয়ে গেল)

এবার একই প্রশ্নে অন্যভাবে উত্তর দিন:

গ্রাহক: ভাই, এই জুতার PP কতো?

আপনি (মানবিকভাবে উত্তর দিলে): জি ভাই, এই জুতাটা আমাদের সিজনের সবচেয়ে জনপ্রিয় ডিজাইন। Pure leather, সাথে ৬ মাসের গ্যারান্টি পাচ্ছেন। দাম ১,২০০ টাকা।

👉 আপনার কি নির্দিষ্ট কোনো size লাগবে ভাই? কালো না বাদামি কোন রঙটা পছন্দ করবেন? Delivery হলে কালকের মধ্যেই হাতে পাবেন।

গ্রাহক: আসলেই leather তো? অনেকে বলে আসল, কিন্তু পরে দেখি নকল।

আপনি: বুঝতে পারছি ভাই। আমাদের জুতার ছবি তো আপনি দেখছেনই, এর সাথে আমরা কাস্টমারদের দেওয়া real review আর ব্যবহার করা ছবিও পাঠাতে পারি। অনেকে repeat order দিচ্ছেন। চাইলে আপনাকে ২-৩ জন গ্রাহকের ফিডব্যাক দেখাই।

গ্রাহক: আচ্ছা, কিন্তু ছবির মতোই পাব তো?

আপনি: অবশ্যই ভাই। ছবিগুলো আমরা নিজেরাই তুলেছি, আর প্রোডাক্টের সাথে মিল না থাকলে ৭ দিনের return policy আছে।

গ্রাহক: ডেলিভারি কত দিনে দিবেন?

আপনি: ঢাকার ভেতরে ২৪ ঘণ্টার মধ্যে হাতে পাবেন, ঢাকার বাইরে ২-৩ দিনে পৌঁছে যাবে। আর সব অর্ডার Cash on Delivery—মানে হাতে পণ্য পাওয়ার পরেই টাকা দেবেন।

গ্রাহক: আচ্ছা, তাহলে অর্ডার করি। আমার সাইজ ৪২, কালো কালার চাই।