সূচিপত্র

কেন এই বইটি পড়বেন?..১৫

কেন শিখবেন স্টোরি টেলিং?..১৭

১. সাইকোলজি ডিকোড...১৮

স্টোরি কি?..১৯

১. স্টোরিটেলিং এতো পাওয়ারফুল কেন?..২০

২. ইনকমপ্লিট স্টোরি..২০

৩. কমপ্লিট স্টোরি ২১

পারফেক্ট স্টোরির বৈশিষ্ট্য...২৪

১. স্ক্রিপ্ট vs স্টোরি...২৪

ড্রামাটিক সিকোয়েন্স..২৫

১. ড্রামাটিক সিচুয়েশন..২৫

২. ড্রামা ডিগ্রি...... ....২৬

৩. ড্রামা সিকোয়েন্স...২৮

গোল এবং কনফ্লিক্ট...৩০

১. গোল কি?..৩০

২. কনফ্লিক্ট কি?...৩০

৩. কনফ্লিক্ট এর প্রকারভেদ...৩১

৪. শক্তিশালী গল্প তৈরীতে কনফ্লিক্ট...৩১

৫. কনফ্লিক্ট কখন ব্যবহার করবেন?...৩২

প্লট এবং সিচুয়েশন..৩৫

১. প্লট কি?...৩৫

২. প্লটের ব্যবহার..৩৫

৩. প্লটের চাইতে ক্যারেক্টার গুরুত্বপূর্ণ...৩৬

ক্যারেক্টার..৩৮

১. ক্যারেক্টার ট্রান্সফরমেশন..৪০

২. এনগেজমেন্ট এবং রিটেনশান...৪১

৩. অডিয়েন্স কিভাবে এনগেজড হয়?..৪১
৪. রিটেনশান কখন হয়?..৪৩
RASA থিউরি এপ্লাই...৪৪
১. ইমোশনাল এটাচমেন্ট..৪৪
২. ৯টি ইমোশনাল এটাচ পয়েন্ট...৪৪
৩. ইমোশন কেন দরকার?...৪৬
স্টোরিটেলিং এর উপাদান...৪৭
১. অডিয়েন্স সম্পর্কে জানতে হবে...৪৭
২. অডিয়েন্স এর ফাইনাল গোল সম্পর্কে জানতে হবে...................................৫০
৩. ইমোশোনালি কানেক্ট হতে হবে...৫১
৪. সিম্পল কিন্তু ফোকাসড থাকতে হবে...৫১
৫. ভিজ্যুয়ালাইজ..৫১
৬. ফাইনাল এন্ডিং..৫২
থ্রি অ্যাক্ট স্ট্রাকচার...৫৩
১. শুরু..৫৩
২. মিডল পয়েন্ট...৫৪
৩. এন্ড রেজাল্ট..৫৬
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ১...৫৭
১. হুক..৫৮
২. সাসপেন্স...৫৮
৩. কোয়শ্চেন..৫৯
৪. ইমোশন..৬০
৫. আনসার..৬০
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ২...৬১
১. E = Emotional cycle..৬১
২. R= Reparability/Relatable..৬১
৩. C=Climax Start...৬২
৪. R=Reason & Reliability..৬২
৫. T=Twist...৬২

প্রোডাক্ট-সার্ভিস স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক..৬৩
১. Why...৬৩
২. How...৬৪
৩. What...৬৪
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ৩...৬৫
১. Conflict..৬৫
২. Action..৬৫
৩. Result..৬৫
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ৪...৬৭
১. hook..৬৭
২. plot...৬৭
৩. body..৬৭
৪. main body..৬৭
৫. CTA...৬৭
৬. personal thought...৬৭
৭. end..৬৮
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ৫...৬৯
১. Hook/Main problem...৭১
২. Describe Problems...৭১
৩. Painful moment...৭১
৪. Some mistake..৭১
৫. Main way..৭১
৬. Main product...৭২
৭. Result and solution...৭২
৮. Social proof and review..৭২
৯. Call to action...৭২
স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ৬...৭৪
১. Hero..৭৫
২. Problem...৭৫

৩. Guide ৭৬
৪. A Plan ৭৭
৫. Move to Action ৭৭
৬. Avoid Failure ৭৭
৭. End in Success ৭৮
সবচেয়ে প্রয়োজনীয় উপাদান ৭৯
১. Honesty ৭৯
২. Consistency ৭৯
৩. Challenge ৭৯
ভিডিওর জন্য স্টোরিটেলিং ৮১
১. Idea based content ৮১
২. Personalized content ৮২
৩. Idea+Personalized content ৮২
৪. Thumbnail + Title = Dramatic situation ৮৩
৫. Framework ৮৩
৬. Goal ৮৩
৭. Shocking Information ৮৪
৮. Conflict ৮৪
৯. Dramatic Solve ৮৪
১০. Emotional moment ৮৫
১১. Climax ৮৫
১২. End ৮৫
কাজে আসে এমন স্টোরিটেলিং এর উদাহারণ ৮৬
১. Example 1 .... ৮৬
২. Example 2 .... ৮৭
৩. Example 3 .... ৮৮
৪. Example 4 .... ৮৮
৫. Example 5 .... ৮৯
৬. Example 6 .... ৯০

গল্প কিভাবে বলবেন?..৯১
১. ভিজুয়ালাইজেশন..৯১
২. বডি ল্যাঙ্গুয়েজ..৯২
৩. কনফিডেন্স..৯২
৪. এক্সপ্রেশন..৯২
৫. ভয়েস টোন..৯৩
৬. পস (Pause)..৯৩
৭. প্রিপারেশন..৯৩
নামি-দামি কোম্পানি এবং ব্র্যান্ডগুলোর স্টোরি টেলিং মেথড ব্যবহার..৯৫
পার্সোনাল ব্রান্ডিং এর উপকারীতা..৯৯
পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং কেন করবেন?..১০০
১. স্পন্সরশীপ..১০০
২. নেটওয়ার্কিং..১০০
৩. পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং এর ফ্যাসিলিটি..১০১
৪. পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং এর গ্রহণযোগ্যতা..১০২
পার্সোনাল ব্র্যান্ড কিভাবে কিভাবে তৈরি করবেন?..১০৩
১. পার্সোনাল ব্র্যান্ড তৈরির আগে পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং..১০৩
২. পার্সোনাল ব্র্যান্ডিংয়ের মূল বিষয়গুলো..১০৩
৩. পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং নিয়ে যত ভুল ধারণা..১০৪
৪. পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং করতে হবে স্পেসিফিক নিশে..১০৬
৫. ম্যাসেজ vs কোর ম্যাসেজ..১০৭
SWOT এনালাইসিস..১০৯
১. একটি কফি শপের SWOT বিশ্লেষণ..১১০
ব্র্যান্ডিং সিক্রেট টিপস..১১২
২. অ্যালগরিদম..১১২
৩. পার্সোনাল ব্রান্ডিংয়ে ইউটিউব কেন সেরা?..১১২
৪. ভিডিও টাইপ..১১৩
৫. স্ক্রিপ্ট রাইটিং হ্যাক..১১৪

৬. কনটেন্ট স্ট্র্যাটেজি..........১১৪
৭. ফেসবুক গ্রুপ..........১১৫
ব্রান্ডিং এর ১১টি ফর্মূলা..........১১৬
এবার ডিজিটাল বিজনেস শুরুর পালা..........১২০
ডিজিটাল কোচিং বিজনেস..........১২১
১. কেন করবেন ডিজিটাল কোচিং বিজনেস?..........১২১
২. ডিজিটাল কোচিং কিভাবে শুরু করবেন?..........১২৩
নিশ সিলেকশন..........১২৪
১. কেমন নিশ সিলেক্ট করা উচিত..........১২৪
২. অডিয়েন্স..........১২৪
৩. মার্কেটিং..........১২৭
৪. নিশ সিলেকশনে SWOT এনালাইসিস..........১৩০
৫. SWOT এনালাইসিস বাস্তবায়নের ধাপ..........১৩২
৬. গোল..........১৩২
কোর্স কারিকুলাম ডিজাইন..........১৩৩
১. কারিকুলাম কেন জরুরী..........১৩৩
২. স্ট্রাকচারাল ডিজাইন..........১৩৩
৩. কোর্স কোয়ালিটি..........১৩৩
৪. End গোলের বর্ণনা..........১৩৪
৫. অডিয়েন্স পেইন পয়েন্ট..........১৩৪
৬. কাস্টমার সাপোর্ট..........১৩৪
৭. ফিডব্যাক..........১৩৫
কোচিং বিজনেস মডেল..........১৩৬
১. বিজনেস মডেল বনাম মার্কেটিং মডেল..........১৩৬
২. বিজনেস মডেলের সুবিধা..........১৩৬
মার্কেটিং এবং সেলস ফানেল..........১৩৯
১. মার্কেটিং এবং সেলস ফানেল কি?..........১৩৯
২. মার্কেটিং ফানেল..........১৩৯

৩. সেলস ফানেল......১৪০
৪. মার্কেটিং এবং সেলস ফানেল এর উপকারীতা......১৪১
৫. কাস্টমার জার্নি অপটিমাইজেশন......১৪২
৬. ফানেল আগে করা জরুরি. ১৪৪
৭. পারচেজ টেস্ট......১৪৫

কনটেন্ট, স্টোরিটেলিং এবং রেকর্ডিং পদ্ধতি......১৪৬

১. কনটেন্ট মার্কেটিং......১৪৬
২. কানেক্টিভিটি......১৪৭
৩. প্রমোশনাল ভিডিও ডিউরেশন......১৪৯
৪. বেটার এক্সপেরিয়েন্স......১৪৯
৫. মুদ্রাদোষ......১৪৯
৬. অডিয়েন্সকে ভিডিওর শেষ পর্যন্ত নেওয়া জরুরি......১৫০
৭. আপডেট থাকা......১৫০

ফেসবুক এডস এবং অপটিমাইজেশন......১৫২

১. ফেসবুক এডস শেখা জরুরী কেন?......১৫২
২. ফেসবুকে কিভাবে এডস চালাবেন......১৫২
৩. অডিয়েন্স ইন্সাইট......১৫৫
৪. অডিয়েন্স ইন্সাইট এর উপকারিতা......১৫৬
৫. কাস্টম অডিয়েন্স......১৫৬
৬. কাস্টম অডিয়েন্স তৈরি করার প্রধান উপায়......১৫৭
৭. কাস্টম অডিয়েন্স এর সুবিধা......১৫৭
৮. রিটার্গেটিং......১৫৮
৯. রিটার্গেটিং কীভাবে কাজ করে?......১৫৮
১০. রিটর্গেটিং এর প্রধান সুবিধা......১৫৯

ল্যান্ডিং পেইজ ডিজাইন & CRO......১৬০

১. ল্যান্ডিং পেজ কেন প্রয়োজন?......১৬০
২. অটোমেশান......১৬২
৩. কেন অটোমেশন গুরুত্বপূর্ণ?......১৬২
৪. উদ্যোক্তাদের জন্য অটোমেশনের ব্যবহার......১৬২

৫. অটোমেশনের ধাপগুলো.....১৬৩
৬. অটোমেশনের সুবিধা.....১৬৪
৭. মার্কেটিং টুলস.....১৬৪
৮. সোশ্যাল প্রুফ.....১৬৪
৯. ট্রাফিক ইনসাইট.....১৬৫
১০. সহজে তৈরি যোগ্য.....১৬৫
ক্যাম্পেইন টেস্ট এন্ড ট্রায়াল.....১৬৬
১. হাইব্রিড গ্রোথ.....১৬৬
২. টেস্ট এবং ট্রায়াল কেন প্রয়োজন?.....১৬৭
৩. টেস্ট এবং ট্রায়ালে যেসব সুবিধা রয়েছে.....১৬৭
৪. টেস্ট এবং ট্রায়াল এর ডিউরেশন.....১৬৮
টিম তৈরি এবং পরিচালনা.....১৬৯
১. কেন টিম বিল্ড করা প্রয়োজন?.....১৬৯
২. টিম বিল্ড করলে প্রোডাক্টিভিটি বাড়ে.....১৬৯
৩. কেন এক্সপার্ট নিয়ে টিম বিল্ড করবেন?.....১৭০
৪. শক্তিশালী লিডারশিপ.....১৭১
৫. ব্যবহার.....১৭১
সফটওয়্যার & টুলস ম্যানেজমেন্ট.....১৭২
১. ব্যাসিক LMS.....১৭২
২. ভিডিও এডিটিং সফটওয়্যার.....১৭২
৩. পেমেন্ট গেটওয়ে.....১৭৩
৪. চ্যাট-জিপিটি.....১৭৩
৫. জুম/মিট/টিমভিউয়ার ব্যবহার.....১৭৩

কেন এই বইটি পড়বেন?

প্রতিদিন আমরা অসংখ্য গল্প শুনি, পড়ি, দেখি। কিন্তু কতগুলো গল্পই বা আমাদের মনকে ছুঁয়ে যায়, ভাবনার খোরাক যোগায় বা আমাদের জীবনে দিক-নির্দেশনা দেয়?

তবে কিছু গল্পের মধ্যে লুকিয়ে থাকে এক অসাধারণ শক্তি—যা মানুষের মনোযোগ কাড়তে পারে, অনুভূতির গভীরে প্রবেশ করে জীবনের পরিবর্তনের জন্য অনুপ্রাণিত করতে পারে। মানুষের মনে গেঁথে যাওয়ার মত গল্প বলার সেই শিল্প নিয়েই 'স্টোরি টেলিং ফর ব্রান্ডিং'। শুধু গল্প বলাই নয়; বইটি পড়লে আপনার ব্যক্তিত্ব, অভিজ্ঞতা, শিক্ষা এবং আদর্শকে মানুষের সামনে তুলে ধরার এক অনন্য মাধ্যম খুঁজে পাবেন স্টোরিটেলিং সিকোয়েন্সের পরতে পরতে।

মানুষ যখন আপনার গল্পের সঙ্গে নিজেকে রিলেট করতে পারবে, তখনই আপনি হয়ে উঠবেন একজন সফল স্টোরি টেলার। এই বইটিতে আপনি শিখবেন কীভাবে নিজের ব্রান্ডের গল্পগুলোকে সাজালে তা মানুষকে অনুপ্রাণিত করবে, আপনার অভিজ্ঞতা থেকে তারা শিক্ষা নেবে এবং আপনার ব্রান্ডের প্রতি আস্থা তৈরি হবে। শব্দের মোহে গল্প বলার পূর্ণাঙ্গ ভঙ্গিতে আপনি তৈরি করতে পারবেন পার্সোনাল ব্রান্ড।

আপনি একজন উদ্যোক্তা, কনটেন্ট ক্রিয়েটর বা নিজেকে অনন্যভাবে প্রকাশ করতে চান এমন কেউ হয়ে থাকেন তাহলে এই বইটি আপনার জন্য। যা থেকে শেখা গল্পের শক্তি আপনাকে কেবল মানুষকে প্রভাবিত করার উপায় শিখাবে না, এটি আপনার নিজের পথচলাকেও আরো অর্থবহ

করে তুলবে। বইটিতে এতো এতো উদাহরণ দেওয়া হয়েছে যে আপনাকে আলাদা করে মনে রাখতে হবেনা কোনো ফ্রেমওয়ার্ক, উদাহরণের গল্প সরাসরি হিট করবে আপনার সাইকোলজি তে!

তবে বইটি পড়ার আগে একটি কলম ও ছোট নোট খাতা কিংবা হাইলাইটার নিয়ে বসুন। বইয়ে এমন কিছু টার্ম ও ফ্রেমওয়ার্ক দেখানো হয়েছে যেগুলো মার্ক করে না রাখলে বা নোটবুকে লিখে না রাখলে পরবর্তীতে তথ্য খুঁজে পেতে আপনি অনেক সমস্যায় পড়ে যাবেন। তাছাড়া পুরো বইয়ের আসল স্বাদ আস্বাদন করতে চাইলে বইটি কয়েকবার মনোযোগ সহকারে পড়তে হবে। এই বইটি আমি এমন ভাবে লিখেছি যাতে যখন আপনি পড়বেন আপনার মনে হবে আমি আপনার সামনে বসে আপনাকে স্টোরি টেলিং ও ব্র্যান্ডিং সম্পর্কে বোঝাচ্ছি।

আমি **শাহরোজ ফারদি**, স্টোরি টেলিং এর গোপন রহস্যভেদে আমার জার্নিটা শুরু ২০১৬ সাল থেকে। যেখানে কনটেন্ট ক্রিয়েশনে এরইমধ্যে বানিয়ে ফেলেছি হাজারের উপর ভিডিও। শুরুর দিকে ভিডিওতে ভিউ না পেলেও সময় গড়াতে আমাকে এখন চেনে শত হাজার মানুষ।

আমি সব সময় চেষ্টা করেছি যাদের ভিডিও ভালো ভিউ হয় তাদের কনটেন্ট ভালো হওয়ার গোমর কি সেটা অনুধাবন করতে। আর সেই ছুটে চলা থেকে এখন আমি লিখছি এমন একটি বই যেখানে চ্যালেঞ্জ ছুড়ে দিয়ে বলতে পারি স্টোরি টেলিং এবং ব্র্যান্ডিং এর উপর বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে এমন বই আর দ্বিতীয়টি পাবেন না। এমনকি আপনি ইউটিউব কিংবা বিভিন্ন ওয়েবসাইট ঘাঁটাঘাঁটি করলেও এই পরিমাণ রিসোর্স এবং নলেজ একসাথে গেইন করতে পারবেন না। কারণ আমি যা লিখছি,আমি যা বলছি তা দীর্ঘ আট বছরের কনটেন্ট ক্রিয়েশন এবং মানুষের সাথে মেশার অভিজ্ঞতা থেকে লেখা।

কেন শিখবেন স্টোরি টেলিং?

আপনি এই বইটি পড়বেন কিন্তু কেন পড়বেন?
আপনার গোল কি সেটা ফিক্সড করুন। কারণ গোল না থাকলে বইটি পড়ার মোটিভেশন কোথা থেকেই বা পাবেন বলুন তো!
যাইহোক সেই গোলটা হতে পারে আপনার পার্সোনাল ব্রান্ডিং কিংবা যেকোনো বিজনেসকে কেন্দ্র করে। এই যেমন, ই-কমার্স বিজনেস, এফ কমার্স বিজনেস, ডিজিটাল কোচিং বিজনেস, এজেন্সি বা কোনো অফলাইন বিজনেস যদি থেকে থাকে তাহলে সেই বিজনেসের সাথে গল্প জুড়ে দিয়ে সেটাকে একটি ব্র্যান্ড বানিয়ে ফেলার মতো মহামূল্যবান জিনিসটি শিখতে পারবেন মূলত এই বইটি পড়ে।
অর্থাৎ এক কথায় যদি বলি এই বইটি আপনার প্রোডাক্ট বা সার্ভিস ব্র্যান্ডিং এর নাম্বার ওয়ান সহায়ক হতে যাচ্ছে।
ধরুন আপনার বিজনেস বা কনটেন্ট ক্রিয়েশন এর জার্নিতে আপনি যে পরিমাণ ইনপুট দিচ্ছেন সে পরিমাণ আউটপুট পাচ্ছেন না, তাহলে আপনি আপনার কথা বলার ধরন এবং স্ক্রিপ্টে স্টোরি টেলিং সিকোয়েন্স ব্যবহার করে দেখবেন আপনি রেসপন্স পাচ্ছেন চিন্তারও বাইরে!
তাছাড়া আপনি যদি পাবলিক স্পিকার হতে চান, আপনি চাচ্ছেন আশেপাশের মানুষ আপনার কথা শুনুক তাহলে বইয়ের কথাগুলো হবে আপনার সেরা লেসন, কেননা বইটি পড়ার পর ৪-৫ ঘণ্টা কথা বললেও অডিয়েন্স আপনার কথা শুনে মোটেও বিরক্ত হবে না।

RASA থিউরি এপ্লাই

ইমোশনাল এটাচমেন্ট

একটি কনটেন্ট কখনোই শুধু হাসি, কান্না, বেদনা, জোকস দিয়ে তৈরি করলেই হবেনা।

কেননা আপনি যদি আপনার ভিডিওতে শুধু মোটিভেশন দিয়ে যান বা শুধু হাসিয়ে যান তাহলে আপনি অডিয়েন্স এর সাথে খুব বেশি রিলেট করতে পারবেন না। তাই ইমোশনাল অ্যাটাচমেন্ট এর জন্য আপনার প্রয়োজন নয়টি কি পয়েন্ট, যেখান থেকে কমপক্ষে পাঁচটি সম্ভব হলে সব কয়টি পয়েন্ট এটাচ করতে হবে।

৯টি ইমোশনাল এটাচ পয়েন্ট

১. ভালোবাসা

২. হিউমার

৩. সাহস

৪. আশ্চর্য

৫. প্রশান্তি

৬. রাগ

৭. ভয়

৮. দুঃখ এবং

৯. বিতৃষ্ণা

যেমন আপনার কনটেন্টে ভালোবাসার বহিঃপ্রকাশ হিসেবে বলতে পারেন, 'আপনি কি জানেন মাত্র একটি আপেল আপনাকে ডাক্তারের কাছ থেকে সারাজীবনের জন্য দূরে রাখতে পারে'

মোটিভেশন দিতে বলতে পারেন, 'মেঘ দেখে কেউ করিসনে ভয়, আড়ালে তার সূর্য হাসে!

ভয় দেখিয়ে বলতে পারেন, আমার এই কোর্সটি মিস করতে না চাইলে ৫০% অফারে এনরোল করুন এখনই।

বিতৃষ্ণা থেকে বলতে পারেন, 'আমাদের দেশের মানুষ কি কখনোই একে অপরের পেছনে কাটি করা ছাড়বেনা!'

ঠিক এভাবেই ইমোশনকে মিক্স করে আপনার কনটেন্ট এ জায়গা দিতে হবে।

থ্রি অ্যাক্ট স্ট্রাকচার

স্টোরি টেলিং এর ফান্ডামেন্টাল শুরু হবে মূলত এখন থেকে। আমরা এর আগে যা দেখেছি তা ছিল মূলত ব্যাসিক আলোচনা। যার মাধ্যমে প্লট, ক্যারেক্টার, ড্রামা বিষয়গুলোকে চিনতে পেরেছেন আশা করি। এখন এই জিনিসগুলো যেই ফ্রেমওয়ার্কের আদলে গল্পে ব্যবহৃত হবে সেই ফ্রেমওয়ার্কের আলোচনাই শুরু হতে যাচ্ছে।

বিশ্বের প্রায় সব জায়গাতেই স্টোরি টেলিং এর জন্য আন্তর্জাতিকভাবে স্বীকৃত একটি উপায় হলো থ্রি অ্যাক্ট স্ট্রাকচার, যেখানে মূলত একটি গল্পকে তিন ভাগে উপস্থাপন করা হয় সেগুলো হলো। বিগেনিং, মিডল এবং এন্ডিং।

শুরু

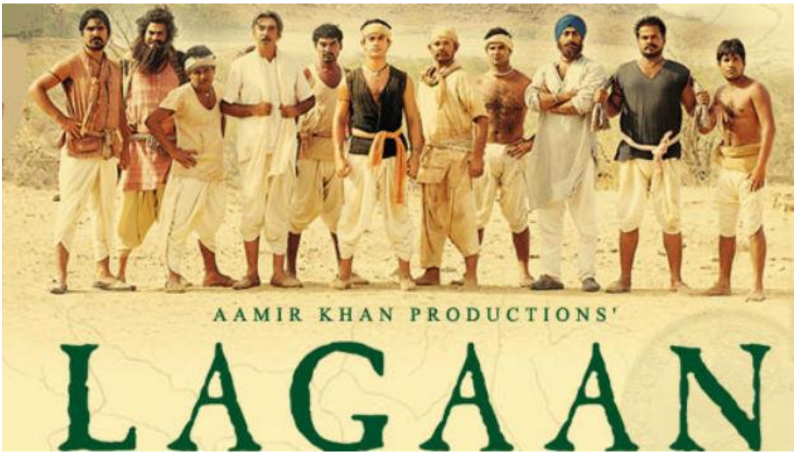
একটি সিনেমার শুরুতেই ব্যাক স্টোরি ক্রিয়েটের মাধ্যমে সিনেমার বেজমেন্ট তৈরি হয়। সিনেমায় যেমনটা দেখে থাকেন নায়কের বাবাকে যখন হত্যা করা হয় তখন নায়ক থাকে ছোট বাচ্চা। তার মনে প্রতিশোধের আগুন দাউ দাউ করে জ্বলতে জ্বলতে হঠাৎ একদিন সে বড় হয়ে যায়। এই যে সিনেমার শুরুতে নায়কের বাবার যে ব্যাক স্টোরি এটাই মূলত ইন্ডিকেট করে যে সিনেমার শেষদিকে গিয়ে নায়ক তার বাবার হত্যাকারীদের প্রতিশোধ নিবে।

স্টোরি বিল্ডিং কিংবা ওয়াল সেট-আপ এর পর চলে আসবে ইন্সিডেন্ট। কারণ সিনেমার ড্রামা ডিগ্রি এতক্ষণ ছিল ফ্ল্যাট বা সমতল। তবে ইউটিউব, ফেসবুক কনটেন্ট এর জন্য শুরুতেই আসবে ইন্সিডেন্ট, যেহেতু ৫-১০ মিনিটের কনটেন্ট সেখানে আপনি ব্যাক স্টোরি বা স্টোরি বিল্ডের সময় পাবেন না।

তাই সোশ্যাল মিডিয়া কনটেন্ট এর হুক হতে হবে আকর্ষণীয়, যেখানে শুরুর ৫ সেকেন্ড দেখেই অডিয়েন্স যেন ৮-১০ মিনিটের পুরো ভিডিও দেখার মতো এনার্জি পায়।

মিডল পয়েন্ট

যেখান থেকে ক্যারেক্টার আর পেছনে ব্যাক আসতে পারেনা সেটাই মিডল পয়েন্ট। এই পয়েন্টে এসে স্টোরি টেলিং এর বেস্ট উদাহরণ হিসেবে আমার দেখা 'Lagaan' সিনেমার কথা বলবো,



দেখুন প্রত্যন্ত গ্রামের মানুষ ব্রিটিশদের লাগান বা খাজনা দেওয়ার একটা সময়ে এসে আমির খানের সাথে ক্রিকেট ম্যাচ রাখে। যার পেছনে উদ্দেশ্য ছিল, এই ম্যাচ জিতলে ব্রিটিশরা খাজনা পাবেনা আর গ্রামবাসী হারলে ৩ গুণ খাজনা দিতে হবে। তো এই ব্যাক স্টোরির পর আমির খান যখন ব্রিটিশদের সাথে ক্রিকেট খেলার চ্যালেঞ্জ একসেপ্ট করে ফেললো তখন তার পক্ষে কিন্তু আর ব্যাকে যাওয়ার সুযোগ নাই। মুভ ফরোয়ার্ড করতে হবে।