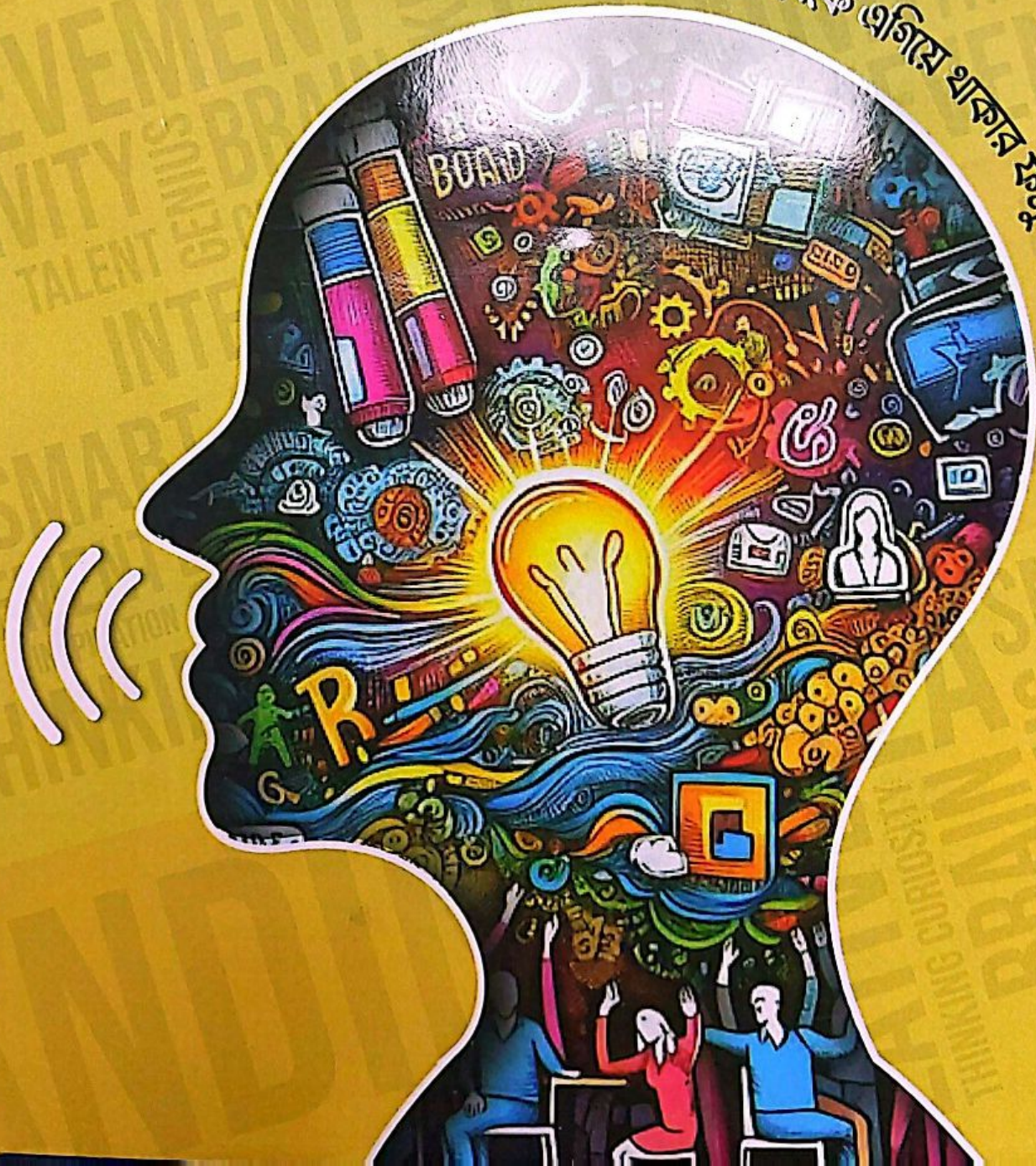


# স্টোরিটেলিং ফর ব্র্যান্ডিং

শাহরোজ ফারদি

সবার থেকে এগিয়ে থাকার ফর্মুলা





# স্টোরিটেলিং ফর ব্র্যান্ডিং

শাহরোজ ফারদি

৯-৯-১০০১০-১১০-৪১০-১১০

সমস্ত স্ক্রীনিং ডাটা এই বইয়ের মাধ্যমেই পাওয়া যাবে

[www.bolozan.com](http://www.bolozan.com)  
[www.wallic.com](http://www.wallic.com)  
[www.kitabghar.com](http://www.kitabghar.com)

[www.bolozan.com](http://www.bolozan.com)  
[www.tokomart.com](http://www.tokomart.com)  
[bd.www.sasab.com.bd](http://bd.www.sasab.com.bd)

কাল্পনিক

নিশ্চয়ই জানকরত



বইপিয়ন  
প্রকাশনী

New Ekpa  
opposite side

৯১ ৪০১১ ১০৪

# 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
<b>RASA থিউরি এপ্লাই</b> .....	৪৪
১. ইমোশনাল এটাচমেন্ট.....	৪৪
২. ৯টি ইমোশনাল এটাচ পয়েন্ট.....	৪৪
৩. ইমোশন কেন দরকার?.....	৪৬
<b>স্টোরিটেলিং এর উপাদান</b> .....	৪৭
১. অডিয়েন্স সম্পর্কে জানতে হবে.....	৪৭
২. অডিয়েন্স এর ফাইনাল গোল সম্পর্কে জানতে হবে.....	৫০
৩. ইমোশনালি কানেক্ট হতে হবে.....	৫১
৪. সিম্পল কিন্তু ফোকাসড থাকতে হবে.....	৫১
৫. ভিজ্যুয়লাইজ.....	৫১
৬. ফাইনাল এন্ডিং.....	৫২
<b>থ্রি অ্যাক্ট স্ট্রাকচার</b> .....	৫৩
১. শুরু.....	৫৩
২. মিডল পয়েন্ট.....	৫৪
৩. এন্ড রেজাল্ট.....	৫৬
<b>স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ১</b> .....	৫৭
১. হুক.....	৫৮
২. সাসপেন্স.....	৫৮
৩. কোয়শ্চন.....	৫৯
৪. ইমোশন.....	৬০
৫. আনসার.....	৬০
<b>স্টোরিটেলিং ফ্রেমওয়ার্ক ২</b> .....	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
৬ • স্টোরিটেলিং ফর ব্র্যান্ডিং	

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 উদাহরণ.....	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
৮ • স্টোরিটেলিং ফর ব্র্যান্ডিং	

গল্প কিভাবে বলবেন?.....	১১
১. ভিজুয়লাইজেশন.....	১১
২. বডি ল্যান্ডুয়েজ.....	১২
৩. কনফিডেন্স.....	১২
৪. এক্সপ্রেশন.....	১২
৫. ভয়েস টোন.....	১৩
৬. পস (Pause).....	১৩
৭. প্রিপারেশন.....	১৩
নামি-দামি কোম্পানি এবং ব্র্যান্ডগুলোর স্টোরি টেলিং মেথড ব্যবহার..	১৫
পার্সোনাল ব্র্যান্ডিং এর উপকারীতা.....	১৯
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 ব্র্যান্ডিংয়ে ইউটিউব কেন সেরা?.....	১১২
৪. ভিডিও টাইপ.....	১১৩
৫. স্ক্রিপ্ট রাইটিং হ্যাক.....	১১৪



৬. কনটেন্ট স্ট্র্যাটেজি.....	১১৪
৭. ফেসবুক গ্রুপ.....	১১৫
ব্রান্ডিং এর ১১টি ফর্মুলা.....	১১৬
এবার ডিজিটাল বিজনেস শুরু পাল্লা.....	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
<b>কনটেন্ট, স্টোরিটেলিং এবং রেকর্ডিং পদ্ধতি.....</b>	<b>১৪৬</b>
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
<b>ফেসবুক এডস এবং অপটিমাইজেশন.....</b>	<b>১৫২</b>
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. রিটার্গেটিং এর প্রধান সুবিধা.....	১৫৯
<b>ল্যান্ডিং পেইজ ডিজাইন &amp; CRO.....</b>	<b>১৬০</b>
১. ল্যান্ডিং পেজ কেন প্রয়োজন?.....	১৬০
২. অটোমেশন.....	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 প্রফ.....	১৬৪
৯. ট্রাফিক ইনসাইট.....	১৬৫
১০. সহজে তৈরি যোগ্য.....	১৬৫
<b>ক্যাম্পেইন টেস্ট এন্ড ট্রায়াল.....</b>	<b>১৬৬</b>
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
<b>টিম তৈরি এবং পরিচালনা.....</b>	<b>১৬৯</b>
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
<b>সফটওয়্যার &amp; টুলস ম্যানেজমেন্ট.....</b>	<b>১৭২</b>
১. ব্যাসিক LMS.....	১৭২
২. ভিডিও এডিটিং সফটওয়্যার.....	১৭২
৩. পেমেন্ট গেটওয়ে.....	১৭৩
৪. চ্যাট-জিপিটি.....	১৭৩
৫. জুম/মিট/টিমভিউয়ার ব্যবহার.....	১৭৩







## 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 ব্র্যান্ডিং 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 স্ক্রিপ্ট 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।

## সাইকোলজি ডিকোড

মোটামুটি প্রথম দশ মিনিটে একটা সিনেমার ফুল কাহিনির সংক্ষিপ্ত বিবরণ আপনাকে দেখিয়ে দেওয়া হয়, কখনো ভেবে দেখেছেন কেন দুই ঘণ্টার মুভিকে আপনার সামনে দশ মিনিটে উপস্থাপন করে ফেলা হলো? অথবা সিনেমার ট্রেলারে এক থেকে দুই মিনিটে কি এমন দেখায় যা দেখে দর্শকরা পাগল হয়ে সিনেমা হলে ছুটে যায়!

একটি সিনেমা নাটক বা ওয়েব সিরিজে পাঁচ মিনিটে যে সিনটা দেখছেন সেটা ৫০ মিনিটে কেন দেখাচ্ছে না?

এইসবগুলো বিষয় সহজে ডিকোড করতে পারবেন যখন আপনি বুঝবেন, দুই মিনিটের ট্রেলারে আপনি ঐ সিনেমায় যা দেখতে চান তা পেয়ে গেছেন বলেই সিনেমা হলে গেছেন। আর প্রথম ১০ মিনিটে পুরো সিনেমার সংক্ষিপ্ত বিবরণী দেখিয়ে আপনাকে মানসিকভাবে প্রস্তুত করা হয় যে ভাই আগামী দীর্ঘ দুই ঘণ্টার সিনেমা দেখার যাত্রায় তুমি এই এই জিনিসগুলো দেখতে চলেছ।

শেষ হওয়ার আগে উইঠো না, ভেতরে অনেক টুইস্ট আছে!







## স্টোরি কি?

আমাদের বইয়ের মূল আলোচনা শুরু হতে যাচ্ছে এখন থেকে, যেখানে আপনি শিখবেন একটি স্টোরি আসলে কি?

যদি স্টোরি টেলিং সম্বন্ধে ধারণা না রাখেন তাহলে আপনি একটি পূর্ণাঙ্গ গল্প সাজাতে পারবেন না এবং যথাযথভাবে অডিয়েন্সের সামনে স্টোরি উপস্থাপন করতে পারবেন না।

দেখুন স্টোরি হচ্ছে এমন একটা জিনিস যেটা আপনার বিলিভ বা বিশ্বাসকে পর্যন্ত বদলে দিতে পারে। যেমন ধরুন ছোটবেলায় শোনানো ভূতের গল্প, বাস্তবে ভূত না থাকলেও ছোটবেলায় বিভিন্ন গল্পের মাধ্যমে আপনার ভেতরে ভূত সম্বন্ধে এমন একটি ভীতি তৈরি করা হয়েছে যেন আপনি একা একা কোথাও না যান এবং আপনার ভিতরে এরকম কিছু একটা চলত যে সন্ধ্যার পর ঘর থেকে একা বের হলেই বুঝি কেউ আমার ঘাড় মটকে নিবে!

এখন বড় হয়ে আপনি নিশ্চয়ই বাস্তবতা বুঝতে পারছেন আপনাকে দিয়ে মূলত কিছু করানোর উদ্দেশ্যে আপনার বাবা-মা, নানা-নানি, দাদা-দাদি বা মামা-মামি এরকম নানান রকম গল্প শোনাত। যেখানে উদ্দেশ্য থাকতো আপনাকে ভাত খাওয়ানো কিংবা ঘুম পাড়ানো অথবা বাসার বাইরে যেন না যান সেই বিষয়ে ভয় দেখিয়ে আপনাকে দমিয়ে রাখা।

এবার খেয়াল করে দেখুন, ভূত কিন্তু আদৌ আসতো না কিন্তু তাদের স্বার্থ হাসিলের জন্য আপনার কাছে বিশ্বাসযোগ্য করে তোলা হয় যে, ভূত বলতে কিছু একটা আছে। আর এই পুরোটাই করা হতো আমরা যেন তাদের

অর্ডার মেনে চলি। ঠিক এরকমভাবেই আপনার কালচারাল সিস্টেম, রিলিজিয়াস বিলিভ সম্পূর্ণ বদলে দিতে পারে একটি সুন্দর গোছানো স্টোরি।

### স্টোরিটেলিং এতো পাওয়ারফুল কেন?

ধর্মগ্রন্থ বলেন যেকোনো উপন্যাস বলেন কিংবা আমাদের পাঠ্যপুস্তক সব জায়গাতেই আপনি কোন না কোন ভাবে স্টোরি খুঁজে পাবেন এবং আপনি যখন যে কোন একটা ঘটনার পেছনের গল্প জেনে যাবেন তখন দেখবেন ওই ঘটনা সম্বন্ধে আপনার চিন্তা ভাবনাই বদলে যাবে। সুতরাং এই আলোচনা থেকে বুঝতেই পারছেন একটি স্টোরি আসলে কতটা পাওয়ারফুল হতে পারে।

একটি স্টোরির ক্ষমতা বোঝার জন্য আপনাকে দুই পাঠে মোট চারটি উদাহরণ দিচ্ছি, যেখানে শেষ দুটি উদাহরণ এবং উপরের ভূতের গল্পের ব্যাক স্টোরি থেকে আপনি স্টোরি টেলিং এর আধ্যাত্মিক পাওয়ারকে অনুধাবন করতে পারবেন।

এবার সব রকম জাগতিক চিন্তা বাদ দিয়ে নিচের উদাহরণ দুটিতে মনোনিবেশ করুন।

### ইনকমপ্লিট স্টোরি

১. প্রতিদিনের মতো আজকে সকালেও অফিসের উদ্দেশ্যে বাইক নিয়ে বের হলাম, বরাবরের মতো আমি যেমনটা করি তা হলো খুব স্পিডে বাইক চালাই, রাশ ড্রাইভিং বলতে গেলে আমার নেশা। তো রাস্তায় কিছু দূর যেতে দেখলাম অনেকগুলো মানুষ একটা জায়গায় গোল হয়ে দাঁড়িয়ে আছে, আমি সেখানে বাইক থামিয়ে সামনে গিয়ে দেখলাম আমার বয়সী একটা ছেলে বাইক এক্সিডেন্টে আহত হয়ে পড়ে আছে, হাতে সময় কম থাকায় বাইক স্টার্ট দিয়ে অফিসের দিকে চলে আসলাম।



এই গল্পটি পড়ার পর আপনার কাছে কি মনে হচ্ছে এটি কোন স্টোরি নাকি কোন ইন্সিডেন্ট? যাইহোক এটা ভাবতে ভাবতে দুই নাম্বার গল্পটি পড়ে আসা যাক,

২. দেশের নানান পর্যায়ের উদ্যোক্তাদের উদ্দেশ্যে একটি ওয়ার্কশপে বক্তব্য প্রদানের জন্য আমাকে ইনভাইট করা হলো। আমি যথা সময়ে সেখানে উপস্থিত হয়ে মঞ্চ উঠে শুরুতেই অডিয়েন্সের উদ্দেশ্যে একটি লেইম জোকস বললাম। এতে অডিয়েন্স ভীষণ ক্ষিপ্ত হয়ে গেল, ফলশ্রুতিতে বক্তব্য শুরু করার আগেই অনুষ্ঠান কর্তৃপক্ষ আমাকে মঞ্চ থেকে নামিয়ে দিল।

এখন আপনার কাছে কি মনে হচ্ছে এটা কোনো গল্প নাকি কোন ইন্সিডেন্ট? এই দুটো উদাহরণেই আসলে ইন্সিডেন্ট ছিল, গল্প নয়। দেখুন একটি গল্প সবসময় পূর্ণাঙ্গ হতে হবে আর এই দুইটি উদাহরণ যা হয়েছে তা হচ্ছে দুটি ঘটনা আমার সাথে ঘটেছে তা আমি কেবল আপনাদের সামনে উপস্থাপন করেছি।

### কমপ্লিট স্টোরি

একটা স্টোরি তখনই পারফেক্ট হবে যখন তা বলার পর বক্তা এবং শ্রোতার মাইন্ড শিফট হয়ে যাবে, তার মানে গল্প শুরু হওয়ার আগে অডিয়েন্স ভিন্ন কিছু একটা ভাবছিল কিন্তু গল্প শেষে অডিয়েন্সের ভাবনার জগতে ঠাই করে নিবে গল্পটি, সে গল্পের বিষয়ে কিছু একটা ফিল করতে থাকবে। নিচে আপনাদেরকে আবার দুটো উদাহরণ দিচ্ছি, দয়া করে জাগতিক ভাবনা থেকে বেরিয়ে আসুন।

১. প্রতিদিনের মতো আজকেও অফিসের উদ্দেশ্যে বাইক নিয়ে বের হলাম, ঐ যে বললাম রাশ ড্রাইভিং আমার বেশ ভালো লাগে। ৯০ থেকে ১০০ গতিতে আমার বাইক চলছিল, হঠাৎ করেই দেখলাম সামনে অনেক গুলো মানুষ জড়োসড়ো হয়ে দাঁড়িয়ে আছে। আমি তাদের থেকে জাস্ট একটু