



সিএমসির ১০

ইস্ট ওয়েস্ট বিশ্ববিদ্যালয়ের
ক্রিয়েটিভ মার্কেটিং ক্লাব
[সিএমসি] ১০ বছর পালন
করছে। দেশের এই প্রথম
মার্কেটিং ক্লাবটি নিয়ে
লিখেছেন অভ্র আবীর ও
মিনার হাসান। ছবি তুলেছেন
তারেক আজিজ নিশক

শুরুটি হয়েছিল ২০০৬ সালের ১৩ এপ্রিল। শুরুতেই বিশ্ববিদ্যালয়ের সবাইকে চমকে দিয়েছিলেন ইস্ট ওয়েস্ট ইউনিভার্সিটি ক্রিয়েটিভ মার্কেটিং ক্লাবের সদস্যরা। অন্যদের সঙ্গে মিলে ক্যাম্পাসকে সাজিয়ে তুলেছিলেন তাঁরা। এখানে-সেখানে ১ বৈশাখের নানা মোটিভ টাঙিয়েছিলেন। পরদিন সবাই এসে তো অবাক। সেই থেকে আস্তে আস্তে নাম ছড়িয়ে গেল। 'কেবল ক্লাসের পড়াই নয়, সত্যিকারের নানা ব্যবসায়িক পরিস্থিতির সঙ্গেও যেন তারা পরিচিত হতে পারে, ভবিষ্যতের কর্মজীবনের সঙ্গে পরিচিত হতে পারে—সে জন্যই এই ক্লাবের জন্ম,' বললেন ক্লাবের অন্যতম উদ্যোক্তা ও বিশ্ববিদ্যালয়ের মার্কেটিং বিভাগের সহকারী অধ্যাপক ফারহান ফারুকী। সেই থেকে নানা উদ্যোগ নিয়েছে বিশ্ববিদ্যালয় পর্যায়ে দেশের সবচেয়ে পুরনো এই মার্কেটিং ক্লাবটি। প্রতি সপ্তাহে একটি সেশনের আয়োজন করা হয়। যেখানে মার্কেটিংয়ের বিভিন্ন বিষয়ের সঙ্গে ক্লাব সদস্যদের পরিচিত করা হয়। যেমন—বড় বড় ব্র্যান্ডের [সনি, স্যামসাং ইত্যাদি] সঙ্গে পরিচিত করানো, তাদের শুরু থেকে এ পর্যায়ে আসার গল্প, কিভাবে ব্র্যান্ডিং করতে হয় ইত্যাদি বিষয়ও শেখানো হয়। এতে তাঁরা আরো উৎসাহিত হন। বিভিন্ন বড় প্রতিষ্ঠানে ইন্ডাস্ট্রিয়াল ট্যুরও দেওয়া হয়। যেমন গেল বছরের রোজায় কালের কণ্ঠ, এর আগে নরসিংদীতে জনতা জুট মিল, একমি ল্যাবরেটরির ফ্যাক্টরি ঘুরে এসেছেন ক্রিয়েটিভ মার্কেটিং ক্লাবের [সিএমসি] সদস্যরা। নানা সময় বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের কর্তাব্যক্তিদেরও মুখোমুখি হয়েছেন তাঁরা। তাঁদের সাফল্যের গল্প বলেছেন, নানা ধরনের প্রশ্নেরও জবাব দিয়েছেন। এ ছাড়া সিএমসি ব্যবসায়িক বিভিন্ন বিষয় নিয়ে আরো দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য 'মার্কেটিং ডিবেট' নামে একটি বিতর্ক প্রতিযোগিতার আয়োজন করেছে। ২০১০ থেকে ২০১২ সাল পর্যন্ত টানা তিন সেশনের এই প্রতিযোগিতায় অন্তত ২০০ প্রতিযোগী অংশ নিয়েছেন। এ ছাড়া তাঁরা 'মার্কেটিং ফিয়েস্তা' নামে একটি প্রতিযোগিতা করেছেন। যেখানে বিভিন্ন

ধরনের ব্যবসায়িক সমস্যা সমাধানের মাধ্যমে একটি প্রতিষ্ঠানের ইমেজ কিভাবে বদলে ফেলা যায়, আরো বাড়িয়ে তোলা যায় সেই বিষয়ে কাজ করেছেন সবাই। 'এসপিএসএস' সফটওয়্যারের ব্যবহার, সেটির তথ্য বিশ্লেষণের মাধ্যমে কিভাবে সঠিক ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নেওয়া যাবে সে জন্য মার্কেটিং রিসার্চেও অংশ নিয়েছেন সিএমসির সদস্যরা। তাঁরা ডিজিটাল মার্কেটিং নিয়ে প্রতিযোগিতা ছাড়াও আরো অনেক আয়োজন করেছেন। এসব কাজের ফলে বিশ্ববিদ্যালয়ে এই ক্লাবের অনেক জনপ্রিয়তা। ব্যবসায় প্রশাসন বিভাগের তৃতীয় বর্ষের ছাত্র সাদমান সাকিফ যেমন বললেন, 'ক্লাস শেষে আগে গ্রাউন্ডে আড্ডা দিতাম। আর এখন সিএমসিতেই বেশি সময় দেই।' কেন? 'তাদের কাজের গুণে। এমন চমৎকার প্রতিযোগিতা হয় যে সেগুলোতে অংশ না নিয়ে পারি না।' ক্লাব সদস্যরা একটি পরিবারের মতো থাকেন। সেটি চোখে পড়েছে ইংরেজি বিভাগের মেহনাজ রিমির, 'তাঁরা পরিবারের সদস্যদের মতো একে অন্যকে সাহায্য করে। একসঙ্গে থাকে। ফলে আমরা তাদের খানিকটা হিংসাই করি।' সিএমসি নিয়ে বলতে গিয়ে প্রেসিডেন্ট ফাইজা-ই-রাব্বি বললেন, 'আমাদের সাফল্য বা পরিচিতি সবই আমাদের আন্তরিকতার ফল। যেকোনো কাজ আমরা মজা করে, আন্তরিকতার সঙ্গে করি। আর নিতানতুন বিষয়ের সঙ্গে ক্লাবের সদস্যদের পরিচিত করাই। যেমন বিজ্ঞাপন বানানো, ব্র্যান্ডিং ইত্যাদি নিয়ে অনেক কাজ করেছি আমরা। প্রতি সেমিস্টারেই সেমিনার, প্রতিযোগিতা করি। আমাদের এখানে তেমন গুরুত্ব না দেওয়া হলেও আমরা সাপ্লাই চেইন নিয়ে সেমিনার, প্রতিযোগিতা করেছি।' তবে তাঁর একটাই দুঃখ, 'ক্লাবের সদস্যরা সবাই মিলে কোনো অফিশিয়াল ট্যুরে কোথাও যেতে পারিনি। বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষ সহযোগিতা করলে আমরা কোথাও ঘুরতে যেতে পারি। যাতে আমাদের মধ্যে আরো বেশি আন্তরিকতা তৈরি হয়। কাজে আরো গতি আসে।'