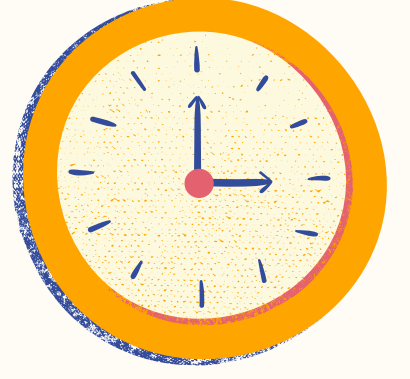
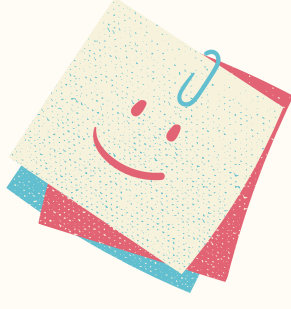
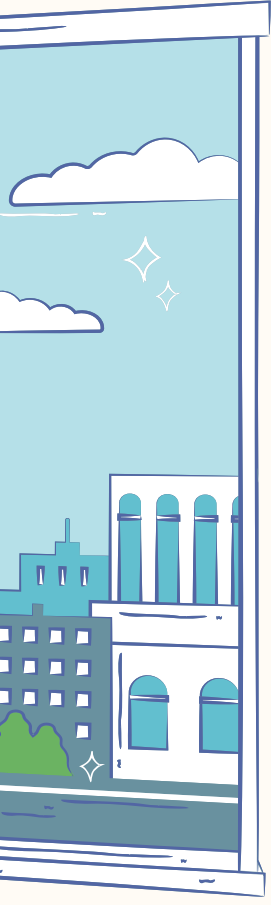




ই-কমার্স ব্যবসার খুঁটিনাটি



অনলাইন ব্যবসা শুরু, পরিচালনা ও
সাফল্যের সম্পূর্ণ গাইড

লেখক: মোঃ ফাহিমদ বিন মোস্তফা



কপিরাইট

ই-কমার্স ব্যবসার খুঁটিনাটি

বাংলাদেশে ই-কমার্স ব্যবসা শুরু ও পরিচালনার সম্পূর্ণ গাইড

© 2026 Md Fahmidbin Mostafa

সর্বস্বত্ত্ব সংরক্ষিত।

এই বইয়ের কোনো অংশ লেখক বা প্রকাশকের পূর্বানুমতি ছাড়া কোনো মাধ্যমেই সম্পূর্ণ বা আংশিকভাবে কপি, পুনঃপ্রকাশ, বিতরণ, বিক্রি, অনুবাদ, পরিবর্তন, সংরক্ষণ বা অন্য কোনোভাবে ব্যবহার করা যাবে না।

এই বইটি ব্যক্তিগত ও শিক্ষামূলক ব্যবহারের জন্য প্রকাশিত হয়েছে। বইটির কোনো অংশ অনুমতি ছাড়া স্ক্যান করে, ফটোকপি করে, অনলাইনে আপলোড করে, সামাজিক যোগাযোগমাধ্যমে শেয়ার করে, ওয়েবসাইটে প্রকাশ করে বা অন্য কোনো ডিজিটাল/প্রিন্ট মাধ্যমে বিতরণ করা কপিরাইট লঙ্ঘন হিসেবে বিবেচিত হবে।

এই বইয়ের বিষয়বস্তু লেখকের জ্ঞান, গবেষণা ও অভিজ্ঞতার ভিত্তিতে প্রস্তুত করা হয়েছে। ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে পাঠকদের নিজেদের বাজার, পণ্য, প্রতিযোগিতা, আইন ও বর্তমান পরিস্থিতি সম্পর্কে প্রয়োজনীয় যাচাই করার পরামর্শ দেওয়া হচ্ছে।

প্রকাশক: Boi Kosh

ওয়েবসাইট: boikoshbd.com

ইমেইল: support@boikoshbd.com

প্রকাশের বছর: 2026

প্রথম সংস্করণ: 2026

সূচিপত্র

সূচিপত্র.....	1
অধ্যায় ১: ই-কমার্স পরিচিতি.....	5
1.1 ই-কমার্স কী.....	5
1.2 ই-কমার্সের ইতিহাস.....	5
1.3 বাংলাদেশে ই-কমার্সের বিকাশ.....	5
1.4 ই-কমার্সের ধরন.....	5
1.5 ই-কমার্সের সুবিধা ও চ্যালেঞ্জ.....	6
অধ্যায় ২: ই-কমার্স ব্যবসা শুরু করার প্রস্তুতি.....	7
2.1 ব্যবসার আইডিয়া নির্বাচন.....	7
2.2 লক্ষ্য বাজার ও গ্রাহক বিশ্লেষণ.....	8
2.3 নিশ (Niche) নির্বাচন.....	8
2.4 প্রতিযোগী বিশ্লেষণ.....	8
2.5 স্টার্টআপ বাজেট নির্ধারণ.....	9
অধ্যায় ৩: আইনগত ও নীতিমালা সংক্রান্ত প্রস্তুতি.....	9
3.1 ব্যবসার রেজিস্ট্রেশন.....	10
3.2 ট্রেড লাইসেন্স, TIN, এবং BIN.....	10
ট্রেড লাইসেন্স.....	10
TIN (Tax Identification Number):.....	10
BIN (Business Identification Number):.....	10
3.3 ই-কমার্স নীতিমালা (Bangladesh Digital Commerce Policy).....	11
3.4 রিটার্ন ও রিফান্ড নীতি.....	11
3.5 ডেটা গোপনীয়তা ও নিরাপত্তা.....	12
শেষ কথা.....	12
অধ্যায় ৪: পণ্য নির্বাচন ও সোর্সিং কৌশল.....	12
4.1 পণ্য নির্বাচনের মানদণ্ড.....	12
4.2 স্থানীয় সোর্সিং.....	13
4.3 আন্তর্জাতিক সোর্সিং (Alibaba, 1688, Taobao ইত্যাদি).....	14
4.4 ড্রপশিপিং ব্যবসা মডেল.....	15
4.5 ইনভেন্টরি পরিকল্পনা.....	16
শেষ কথা.....	16
অধ্যায় ৫: ই-কমার্স প্ল্যাটফর্ম ও ওয়েবসাইট সেটআপ.....	16
5.1 Shopify, WooCommerce, Wix — কোনটি বেছে নেবেন?.....	17
Shopify.....	17
WooCommerce (WordPress ভিত্তিক).....	17
Wix.....	17
5.2 স্বাধীন ওয়েবসাইট বনাম মার্কেটপ্লেস (Daraz ইত্যাদি).....	18

স্বাধীন ওয়েবসাইট.....	18
মার্কেটপ্লেস (Daraz, Evaly, Othoba ইত্যাদি).....	18
5.3 ডোমেইন ও হোস্টিং নির্বাচন.....	19
ডোমেইন নির্বাচন করার সময় যা খেয়াল রাখবেন:.....	19
হোস্টিং কেমন হওয়া উচিত:.....	19
5.4 ওয়েবসাইট ডিজাইন নীতিমালা.....	19
5.5 পণ্য আপলোড, ক্যাটাগরি ও ভ্যারিয়েশন.....	20
পণ্য আপলোডের সময় খেয়াল রাখবেন:.....	20
ক্যাটাগরি সাজানোর নিয়ম:.....	20
ভ্যারিয়েশন (size, color, model) ব্যবস্থাপনা:.....	20
শেষ কথা.....	21
অধ্যায় ৬: ব্র্যান্ডিং ও প্যাকেজিং.....	21
6.1 ব্র্যান্ড নাম ও লোগো.....	21
ব্র্যান্ড নাম নির্বাচন করার কৌশল:.....	21
লোগো ডিজাইনের পরামর্শ:.....	22
6.2 ব্র্যান্ড আইডেন্টিটি (Colour, Tone, Visual Style).....	22
Colour Palette:.....	22
Brand Tone (কথাবলার ধরন):.....	22
Visual Style (ছবি, গ্রাফিক্স, ভিডিও):.....	23
6.3 প্যাকেজিং নির্বাচন.....	23
প্যাকেজিংয়ের ধরন:.....	23
প্যাকেজিং বাছাইয়ের সময় লক্ষ্য রাখবেন:.....	23
6.4 আনবক্সিং অভিজ্ঞতা.....	24
6.5 ব্র্যান্ড ট্রাস্ট তৈরি.....	24
কীভাবে ব্র্যান্ড ট্রাস্ট তৈরি করবেন?.....	24
শেষ কথা.....	25
অধ্যায় ৭: ডিজিটাল মার্কেটিং এর বুনীয়াৎ.....	25
7.1 ডিজিটাল মার্কেটিং কী.....	25
7.2 Facebook Marketing.....	26
7.3 Google Ads.....	26
7.4 SEO (Search Engine Optimization).....	27
7.5 কনটেন্ট মার্কেটিং.....	27
শেষ কথা.....	28
অধ্যায় ৮: সোশ্যাল মিডিয়া ম্যানেজমেন্ট.....	28
8.1 Facebook Page ব্যবস্থাপনা.....	28
8.2 Instagram Branding.....	29
8.3 TikTok Marketing.....	29
8.4 Influencer Collaboration.....	30
8.5 Social Proof তৈরি.....	30
শেষ কথা.....	30
অধ্যায় ৯: পেমেন্ট সিস্টেম ও লেনদেন ব্যবস্থাপনা.....	31

9.1 COD (Cash on Delivery).....	31
9.2 Payment Gateway (SSLCommerz, AamarPay).....	31
9.3 Mobile Banking (Bkash, Nagad, Rocket).....	32
9.4 Fraud Prevention (প্রতারণা প্রতিরোধ).....	33
9.5 রিফান্ড প্রসেস.....	33
শেষ কথা.....	33
অধ্যায় ১০: ডেলিভারি ও লজিস্টিকস ম্যানেজমেন্ট.....	34
10.1 কুরিয়ার নির্বাচন (Steadfast, Pathao).....	34
10.2 হোম ডেলিভারি বনাম পিকআপ পয়েন্ট.....	35
হোম ডেলিভারি.....	35
পিকআপ পয়েন্ট.....	35
10.3 রিটার্ন ও রিপ্লেসমেন্ট.....	35
10.4 সাপ্লাই চেইন বেসিকস.....	35
10.5 ডেলিভারি ক্যাশ ফ্লো ম্যানেজমেন্ট.....	36
শেষ কথা.....	36
অধ্যায় ১১: কাস্টমার সার্ভিস ও CRM	37
11.1 গ্রাহকের প্রশ্ন/অভিযোগ ব্যবস্থাপনা.....	37
11.2 চ্যাটবট ব্যবহারে সহায়তা.....	37
11.3 কাস্টমার রিলেশনশিপ ম্যানেজমেন্ট টুলস (CRM Tools).....	38
11.4 ফলো-আপ স্ট্র্যাটেজি.....	38
11.5 গ্রাহক ধরে রাখার কৌশল.....	39
শেষ কথা.....	39
অধ্যায় ১২: ডাটা অ্যানালিটিক্স ও পারফরম্যান্স ট্র্যাকিং.....	39
12.1 Google Analytics.....	40
12.2 Facebook Pixel.....	40
12.3 KPI নির্ধারণ.....	40
12.4 বিক্রয় বিশ্লেষণ.....	41
12.5 বাজেট অপটিমাইজেশন.....	41
অধ্যায় ১৩: স্কেলিং ও অটোমেশন.....	42
13.1 অর্ডার ম্যানেজমেন্ট অটোমেশন.....	42
13.2 ইনভেন্টরি অটোমেশন.....	42
13.3 সাপোর্ট অটোমেশন.....	42
13.4 টিম তৈরি.....	43
13.5 আউটসোর্সিং কৌশল.....	43
অধ্যায় ১৪: ঝুঁকি, প্রতারণা ও নিরাপত্তা ব্যবস্থাপনা.....	43
14.1 ফুড অর্ডার সনাক্তকরণ.....	43
14.2 সাইবার সিকিউরিটির বুন্যাদি.....	44
14.3 বিক্রেতা-গ্রাহক দ্বন্দ্ব সমাধান.....	44
14.4 নীতি লঙ্ঘন এড়ানো.....	44
14.5 ব্যাকআপ ও রিকভারি সিস্টেম.....	44
অধ্যায় ১৫: ভবিষ্যতের ই-কমার্স ট্রেন্ড.....	44

15.1 AI ভিত্তিক ই-কমার্স.....	45
15.2 চ্যাটবট এন্ড অটোমেশন.....	45
15.3 লাইভ কমার্স.....	45
15.4 পার্সোনালাইজড শপিং.....	45
15.5 গ্লোবাল মার্কেট এক্সপ্যানশন.....	45
শেষ কথা.....	46
উপসংহার.....	46
বাংলাদেশে দরকারি লিঙ্ক ও রিসোর্স.....	46
মার্কেটিং টেমপ্লেট.....	47
ব্যবসা পরিকল্পনা নমুনা.....	48

অধ্যায় ১: ই-কমার্স পরিচিতি

1.1 ই-কমার্স কী

ই-কমার্স বা “ইলেকট্রনিক কমার্স” বলতে আমরা মূলত ইন্টারনেটের মাধ্যমে পণ্য ও সেবা কেনা-বেচাকেই বুঝি। আগে যেখানে বাজারে গিয়ে দোকান বেছে বেছে পণ্য কিনতে হতো, এখন সেই একই কাজ আমরা মোবাইল ফোনে কয়েকটি ক্লিকেই করে ফেলতে পারি।

ফেসবুক পেজ, ওয়েবসাইট, মার্কেটপ্লেস—যে কোনো অনলাইন মাধ্যমেই আজ ব্যবসা চালানো সম্ভব। আর যেহেতু যেকোনো সময়, যেকোনো জায়গা থেকে গ্রাহক অর্ডার করতে পারে, তাই ই-কমার্সকে আধুনিক ব্যবসার সবচেয়ে দ্রুতবর্ধনশীল ক্ষেত্র বলা হয়।

1.2 ই-কমার্সের ইতিহাস

ই-কমার্সের যাত্রা শুরু হয় ১৯৯০-এর দশকের শুরুতে, যখন প্রথম অনলাইন পেমেন্ট সিস্টেম এবং নিরাপদ ওয়েব ট্রানজ্যাকশন চালু হয়। এর পরপরই ইবে, অ্যামাজনের মতো কোম্পানিগুলো অনলাইন শপিংয়ের ধারণাকে জনপ্রিয় করে তোলে।

স্মার্টফোন এবং সোশ্যাল মিডিয়ার আগমনের পর ই-কমার্স আরও সহজ হয়ে যায়। মানুষ অনলাইনে ঘুরতে ঘুরতেই পছন্দের পণ্য দেখতে পায়, এবং মূহুর্তেই অর্ডার দিতে পারে। এটিই ই-কমার্সের মূল শক্তি—সুবিধা ও দ্রুততা।

1.3 বাংলাদেশে ই-কমার্সের বিকাশ

বাংলাদেশে ই-কমার্সের সূচনা হয় ২০০০ সালের দিকে, তবে আসল বিকাশ শুরু হয় ২০১৩ সালের পর থেকে। স্মার্টফোন ও ইন্টারনেট সবার হাতে পৌঁছে যাওয়ার ফলে অনলাইন শপিং সাধারণ মানুষের জীবনের অংশ হয়ে ওঠে।

ফেসবুক ভিত্তিক অনলাইন শপ, ই-কমার্স ওয়েবসাইট, এবং দারাজের মতো মার্কেটপ্লেস—সব মিলিয়ে এখন লাখো মানুষ অনলাইনে কেনাকাটা করছে। বিশেষ করে মহামারি (২০২০) ই-কমার্সকে আরও গতি দেয়। গ্রাম-শহর নির্বিশেষে কুরিয়ার নেটওয়ার্ক বিস্তার পাওয়ায় এখন দেশের প্রায় সব জায়গায় অনলাইন ডেলিভারি সম্ভব।

1.4 ই-কমার্সের ধরন

ই-কমার্স এক ধরনের নয়। ব্যবসার ধরন অনুযায়ী এর কয়েকটি জনপ্রিয় ভাগ রয়েছে:

- B2C (Business to Customer):

যেমন অনলাইন শপ যেখান থেকে সাধারণ গ্রাহক পণ্য কেনে।

উদাহরণ: Daraz, Ajkerdeal, ফেসবুক শপ ইত্যাদি।

- B2B (Business to Business):

ব্যবসার সঙ্গে ব্যবসার লেনদেন।

উদাহরণ: হোলসেল সাপ্লায়ার, কারখানা থেকে দোকানদারকে পণ্য সরবরাহ।

- C2C (Customer to Customer):

যেখানে একজন গ্রাহক আরেকজন গ্রাহককে পণ্য বিক্রি করে।

উদাহরণ: Bikroy.com, Facebook Marketplace।

- D2C (Direct to Customer):

উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান সরাসরি গ্রাহকের কাছে পণ্য বিক্রি করে।

উদাহরণ: নিজস্ব ব্র্যান্ড যাদের নিজের ওয়েবসাইট/পেজ আছে।

1.5 ই-কমার্সের সুবিধা ও চ্যালেঞ্জ

সুবিধা:

- ঘরে বসেই কেনাকাটা করা যায়
- যেকোনো সময়ে দোকান খোলা থাকে
- ব্যবসা শুরু করা তুলনামূলক সহজ ও কম খরচে সম্ভব