

এই সংখ্যায় রয়েছে

- এসএমসি ওরস্যালাইন-এন এখন নতুন রূপে
- মনিবিস্কুট: শিশুর পুষ্টি উন্নয়নে নতুন উদ্যোগ
- মনিবিস্কুট স্বাস্থ্যসেবা মেলা: কমিউনিটিতে পুষ্টি ও স্বাস্থ্য উন্নয়নের উদ্যোগ
- নকল কনডম ব্যবহার এড়িয়ে চলুন
- যানবাহন ব্র্যান্ডিংয়ের মাধ্যমে এসএমসি প্লাস-এর দৃশ্যমানতা বৃদ্ধি
- এসএমসি বাজারে নিয়ে এলো অ্যাপল ফ্লোভোরের নতুন ইলেক্ট্রোলাইট ড্রিংক
- এফএমসিজি ফ্যাক্টরি পরিদর্শন করলেন পরিচালনা পর্ষদ
- ৩টিটি প্র্যাকটফর্মে জনপ্রিয় নাটকের স্পনসরশিপের মাধ্যমে ব্র্যান্ড প্রচারণা
- নোরিক্স-১ এবং সেনসেশন ব্র্যান্ড-এর অভিনব ডিজিটাল প্রচারণা
- পহেলা ফাল্গুন ১৪৩১ উদযাপন
- পহেলা বৈশাখ ১৪৩২ উদযাপন
- আন্তর্জাতিক নারী দিবস ২০২৫ উদযাপন
- ভালুকা কারখানায় স্বাস্থ্য বিষয়ক সচেতনতা কর্মসূচি
- “চিত্তা-ধারার পরিধি বৃদ্ধির মাধ্যমে সাফল্যকে ত্বরান্বিত করা”-এর উপর প্রশিক্ষণ
- “আভ্যরীণ নিয়ন্ত্রণ ও মানবসম্পদ” বিষয়ক প্রশিক্ষণ
- “ডিস্ট্রিবিউশন বিক্রয় ব্যবস্থাপনা” বিষয়ক প্রশিক্ষণ
- টিম ম্যানেজমেন্ট প্রশিক্ষণ
- অগ্নি নিরাপত্তা প্রশিক্ষণ
- কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা (এআই) বিষয়ে মৌলিক প্রশিক্ষণ



এসএমসি ওরস্যালাইন-এন এখন নতুন রূপে

সোশ্যাল মার্কেটিং কোম্পানী (এসএমসি) তার বিশ্বখ্যাত ওরাল রিহাইড্রেশন সল্ট (ওআরএস) ওরস্যালাইন-এনকে নতুন রূপে বাজারজাত শুরু করেছে। এসএমসি'র ৫০ বছর পূর্তি উপলক্ষে পণ্যের নাম “ওরস্যালাইন-এন” থেকে পরিবর্তন করে রাখা হয়েছে “এসএমসি ওরস্যালাইন”। এই আধুনিক ও আকর্ষণীয় মোড়ক এসএমসি'র দীর্ঘ ইতিহাসকে তুলে ধরে। এটি লক্ষ লক্ষ মানুষের জীবন বাঁচাতে ও সারাদেশে স্বাস্থ্যসেবা প্রদানে অবিচল ভূমিকা রাখছে। বিশ্ব স্বাস্থ্য সংস্থা (WHO) অনুমোদিত ওআরএস- ফর্মুলায় শুধুমাত্র নাম ও ডিজাইনে পরিবর্তন আনা হয়েছে। ওরস্যালাইন-এর নতুন প্যাকেজিং ডিজাইনটি আধুনিক ও আকর্ষণীয়। এসএমসি'র ওরস্যালাইন ডায়রিয়া, বমি, গরম বা ক্লাস্তির কারণে সৃষ্ট পানিশূন্যতা থেকে সুস্থ রাখতে খুবই কার্যকর।

এসএমসি'র প্রধান কার্যালয়ে ২০২৫ সালের মে মাসের ১৮ তারিখে এক সংবাদ সম্মেলনের মাধ্যমে এসএমসি ওরস্যালাইন-এর নতুন মোড়ক উন্মোচন করা হয়। অনুষ্ঠানে উপস্থিত ছিলেন এসএমসি এবং এসএমসি এন্টারপ্রাইজ লিমিটেড (ইএল) বোর্ডের সাবেক চেয়ারম্যান জনাব ওয়ালিউল ইসলাম, এসএমসি'র ব্যবস্থাপনা পরিচালক এবং প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান, এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির এবং উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ। উদ্বোধনী অনুষ্ঠানটি ১৮টিরও বেশি জাতীয় টেলিভিশন চ্যানেলে সম্প্রচারিত হয় এবং ১৭টিরও বেশি জাতীয় দৈনিকে প্রকাশিত হয়।



এসএমসি সারাদেশের জনসাধারণের মাঝে এই নতুন মোড়কের খবর পৌঁছে দিতে ব্যাপকভাবে সচেতনতামূলক প্রচারণা কার্যক্রম পরিচালনা করছে। এরই অংশ হিসেবে ১৪টিরও বেশি জাতীয় ও আঞ্চলিক দৈনিক পত্রিকার প্রথম পাতায় বিজ্ঞাপন প্রকাশ করা হয়। এছাড়াও নিয়মিত বিভিন্ন টেলিভিশন চ্যানেলে বিজ্ঞাপন প্রচারিত হচ্ছে। ডিজিটাল মাধ্যম যেমন ফেসবুক, ইউটিউব, গুগল ডিসপ্লে নেটওয়ার্ক ও গেমিং অ্যাপ-এর মাধ্যমে তরুণ ও অনলাইন গ্রাহকদের কাছে এই মোড়ক পরিবর্তনের সংবাদ পৌঁছানো হচ্ছে। প্রচারণার মূল বার্তাটি হচ্ছে, পণ্যটি নতুন মোড়কে আগের মতোই নির্ভরযোগ্য।



খুচরা বিক্রেতা, দোকানদার, ফার্মেসি ও স্বাস্থ্যসেবা প্রদানকারীদের কাছে নতুন মোড়কের এসএমসি ওরস্যালাইন-এর বিবরণ পৌঁছে দেওয়া হচ্ছে। ক্রেতাদের সহজে নতুন মোড়ক চেনানোর জন্য পোস্টার, ড্যাংলার ও স্টিকার প্রদর্শন করা হচ্ছে। এছাড়াও ঢাকা শহরের এসি বাস ও মহাসড়কসহ ব্যস্ত এলাকায় বিলবোর্ডের মাধ্যমে বাইরের দৃশ্যমানতা বাড়ানো হচ্ছে। এসএমসি ওরস্যালাইন-এর নতুন রূপ শুধু আধুনিকতার প্রতীকই নয়, বরং এটি বাংলাদেশের মানুষের প্রতি ব্র্যান্ডটির দীর্ঘদিনের আস্থা, যত্ন এবং মানসম্মত সেবার অঙ্গীকারকে পুনঃউপস্থাপন করেছে।

মনিবিস্কুট: শিশুর পুষ্টি উন্নয়নে নতুন উদ্যোগ

শিশুদের পুষ্টি উন্নয়নে এসএমসি ২০২৫ সালের জানুয়ারি মাসে মনিবিস্কুট-এর পাশাপাশি “মনিবিস্কুট” নামে একটি নতুন মাইক্রোনিউট্রিয়েন্ট সমৃদ্ধ পণ্য বাজারে এনেছে। চকোলেট স্বাদের এই ফোর্টিফাইড বিস্কুটটি ৬ থেকে ৫৯ মাস বয়সী শিশুদের জন্য বিশেষভাবে তৈরি। প্রতিটি ৮ গ্রাম বিস্কুটে রয়েছে পাঁচটি অপরিহার্য পুষ্টি উপাদান যেমন ভিটামিন এ, ভিটামিন সি, ফলিক অ্যাসিড, আয়রন ও জিঙ্ক। মনিবিস্কুট শিশুদেরকে সুস্থভাবে বেড়ে উঠতে সহায়তা করে। এটি আয়রনের ঘাটতি রোধ করে, রোগ প্রতিরোধ ক্ষমতা বাড়ায়, শারীরিক ও মানসিক বিকাশে সহায়তা করে, স্মৃতিশক্তি বৃদ্ধির পাশাপাশি শিশুর খাবারের রুচি বাড়ায়। সুস্বাদু, পুষ্টিকর এবং স্বল্পমূল্যের এই পণ্যটি অভিভাবকদের জন্য একটি নির্ভরযোগ্য সমাধান যা তাদের সন্তানদের সঠিক পুষ্টি নিশ্চিত করবে।

ঢাকা আন্তর্জাতিক বাণিজ্য মেলা (DITF) ২০২৫-এ মনিবিস্কুটের উদ্বোধন করা হয়, যা ১৭ থেকে ৩১ জানুয়ারি পর্যন্ত পূর্বাচলের বাংলাদেশ-চীন মৈত্রী প্রদর্শনী কেন্দ্রে অনুষ্ঠিত হয়। মেলায় এসএমসি'র স্টল উদ্বোধন করেন ব্যবস্থাপনা পরিচালক ও প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান এবং কোম্পানীর উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ।

এসএমসি মেলায় একটি আকর্ষণীয় ও তথ্যবহুল স্টল তৈরি করে। সেখানে জনস্বাস্থ্যবিষয়ক বিভিন্ন স্বাস্থ্যপণ্য প্রদর্শনের পাশাপাশি বিনামূল্যে ব্লাড সুগার ও ওজন পরীক্ষা করা হয়। স্টলে এসএমসি প্লাস, ওরস্যালাইন, জয়া, ফুলকেয়ার, মনিবিস্কুট এবং মনিবিস্কুট সহ অন্যান্য স্বাস্থ্য পণ্য বিক্রয় করা হয়।

মনিবিস্কুটের প্রতি জনসাধারণের সাড়া ছিল অত্যন্ত উৎসাহব্যঞ্জক। মেলায় মোট ২,৯৩৩ জন ক্রেতা মনিবিস্কুট ক্রয় করেন এবং ৭৫,০০০ পিস বিস্কুট বিক্রি হয়। এই মেলায় এসএমসি'র মোট আয় হয় ১০,৩৫,০০০ টাকা এবং ১,০৪০ জন দর্শনার্থী বিনামূল্যে স্বাস্থ্যসেবা গ্রহণ করেন। মেলার সমাপনী অনুষ্ঠানে জনস্বাস্থ্যে গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখার জন্য বাণিজ্য মন্ত্রণালয়ের মাননীয় উপদেষ্টার নিকট হতে এসএমসি বিশেষ পুরস্কার অর্জন করে।

ভিটামিন ও মিনারেলস সমৃদ্ধ মনিবিস্কুট শিশুর পুষ্টির ঘাটতি মোকাবিলা এবং সারাদেশে শিশুস্বাস্থ্য উন্নয়নে এসএমসি'র অঙ্গীকারকে আরও শক্তিশালী করেছে। এসএমসি “আপনার সন্তান বুদ্ধিতে বাড়ুক, শক্তিতে বাড়ুক”- এই স্লোগানের ভিত্তিতে শহর ও গ্রামাঞ্চলে স্টার নেটওয়ার্কের মাধ্যমে মনিবিস্কুট বাজারজাত করছে।



মনিবিস্কুট স্বাস্থ্যসেবা মেলা: কমিউনিটিতে পুষ্টি ও স্বাস্থ্য উন্নয়নের উদ্যোগ



এসএমসি বাংলাদেশের জনসাধারণের বিশেষ করে শিশুদের স্বাস্থ্য ও পুষ্টি অবস্থা উন্নয়নে একটি নতুন এবং ব্যতিক্রমধর্মী ক্যাম্পেইন শুরু করেছে। সম্প্রতি “মনিবিস্কুট স্বাস্থ্যসেবা মেলা” আয়োজনের মাধ্যমে নতুন বাজারজাতকৃত পুষ্টি পণ্য মনিবিস্কুট সরবরাহের পাশাপাশি সাধারণ মানুষের কাছে পৌঁছে দেওয়া হচ্ছে প্রাথমিক স্বাস্থ্যসেবা। ২০২৫ সালের জানুয়ারি থেকে জুন মাস পর্যন্ত এসএমসি ও তার বাস্তবায়নকারী প্রতিষ্ঠানগুলো দেশের ১২০টি উপজেলায় মোট ৩৭৮টি স্বাস্থ্যসেবা মেলার আয়োজন করে। এসব মেলার মূল লক্ষ্য হলো পুষ্টি সম্পর্কে সচেতনতা বৃদ্ধি, অসংক্রামক রোগ প্রতিরোধ, ডায়াবেটিস ও রক্তচাপ পরিমাপ এবং প্রান্তিক পর্যায়ে মানুষের মাঝে জনস্বাস্থ্য পণ্যসামগ্রী পৌঁছে দেওয়ার পাশাপাশি পণ্যের সহজপ্রাপ্যতা বৃদ্ধি করা।

মেলাগুলোতে জনসাধারণ স্বল্পমূল্যে রক্তচাপ, রক্তে শর্করা, উচ্চতা ও ওজন পরিমাপের মতো মৌলিক স্বাস্থ্যসেবা পান। এই সেবাগুলো ডায়াবেটিস এবং উচ্চ রক্তচাপের মতো রোগগুলি প্রাথমিকভাবে শনাক্ত করতে সাহায্য করে, বিশেষ করে পুরুষদের সেবা গ্রহণের ক্ষেত্রে এই মেলা গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।

স্বাস্থ্যসেবা প্রদানের পাশাপাশি মেলায় এসএমসি'র জনপ্রিয় স্বাস্থ্য ও পুষ্টি পণ্য যেমন মনিবিস্কুট, মনিমিস্কুট, ফুলকেয়ার এবং ফরবোন সম্পর্কে জনসাধারণকে অবতীহকরণের মাধ্যমে বিক্রি করা হয়। এপর্যন্ত এসকল মেলায় প্রায় দশ লাখ মনিবিস্কুট বিক্রি হয়েছে, যা পণ্যের স্বাস্থ্যগত উপকারিতা নিয়ে মানুষের আস্থা ও ইতিবাচক গ্রহণযোগ্যতার প্রতিফলন ঘটিয়েছে। একই সঙ্গে এই মেলাগুলোতে মোট ১২,৩৩০ জন সেবাগ্রহীতা এক বা একাধিক স্বাস্থ্যসেবা গ্রহণ করেছেন, যার মধ্যে ৭৪ শতাংশ ছিলেন পুরুষ গ্রহীতা।

এই মেলাগুলোর মাধ্যমে এসএমসি প্রমাণ করেছে যে স্বাস্থ্যসেবা প্রদানের পাশাপাশি জনস্বাস্থ্য পণ্যসামগ্রীর প্রচার একসাথে পরিচালিত হলে তা সামাজিক পর্যায়ে ইতিবাচক ও দীর্ঘস্থায়ী প্রভাব ফেলবে। ভবিষ্যতে কমিউনিটি মোবাইলাইজেশন প্রোগ্রামের আওতায় সারা দেশে এ ধরনের মেলার আয়োজন অব্যাহত থাকবে, যাতে সাধারণ মানুষের মধ্যে স্বাস্থ্যসচেতনতা বৃদ্ধি, রোগ প্রতিরোধ এবং উন্নত পুষ্টি নিশ্চিত করা যায়।

নকল কনডম ব্যবহার এড়িয়ে চলুন

এসএমসি ইএল-এর বিপণন বিভাগ সম্প্রতি নকল কনডম বিষয়ে সচেতনতা বৃদ্ধির লক্ষ্যে ফেসবুক ও টেলিভিশনে বিশেষ ভিডিও ক্যাম্পেইন চালু করেছে। এই ক্যাম্পেইনে নকল ও নিম্নমানের কনডম ব্যবহারের কারণে যৌনবাহিত রোগ (এসটিডি) ছড়ানোর সম্ভাবনা এবং অনাকাঙ্ক্ষিত গর্ভধারণের ঝুঁকিসমূহ নিয়ে জনসাধারণকে সচেতন করা হয়। এছাড়াও বাজারে আসল, অনুমোদিত ও মানসম্পন্ন কনডম সহজে কিভাবে চেনা যায় সেই বিষয়ে গ্রাহকদের অবগত করা হয়। ক্যাম্পেইনটি সারাদেশে ৫০ লাখেরও বেশি মানুষের কাছে পৌঁছানোর মাধ্যমে ব্যাপক সফলতা অর্জন করেছে।



যানবাহন ব্র্যান্ডিংয়ের মাধ্যমে এসএমসি প্লাস-এর দৃশ্যমানতা বৃদ্ধি

এসএমসি প্লাস সারাদেশে ব্র্যান্ড সচেতনতা বৃদ্ধি এবং ব্র্যান্ড ইমেজকে আরও শক্তিশালী করার লক্ষ্যে যানবাহন ব্র্যান্ডিং প্রচারণা শুরু করেছে। এই উদ্যোগের অংশ হিসেবে ঢাকার উত্তরা থেকে সাইনবোর্ড রুটে চলাচলকারী দুটি পাবলিক বাসে এসএমসি প্লাসের ভিজ্যুয়াল ব্র্যান্ডিং করা হয়েছে। এই রুটটি খুবই ব্যস্ত রুট হওয়ার কারণে প্রতিদিনের ভ্রমণকারী এবং স্থানীয় বাসিন্দাসহ হাজারো মানুষের কাছে ব্র্যান্ডটির প্রচার ও প্রসার বৃদ্ধি পাচ্ছে। এছাড়া কোম্পানীর নিজস্ব



৩৪টি যানবাহনেও এসএমসি প্লাসের ভিজ্যুয়াল ব্র্যান্ডিং করা হয়েছে। এসব যানবাহন নিয়মিতভাবে দেশের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ বিতরণকেন্দ্র, খুচরা দোকান ও পাড়া-মহল্লায় চলাচল করে, ফলে শহরাঞ্চলের পাশাপাশি গ্রামীণ পর্যায়েও ব্র্যান্ডটির দৃশ্যমানতা নিশ্চিত হচ্ছে।

এই সমন্বিত উদ্যোগ এসএমসি প্লাসকে জনপ্রিয় করে তোলার পাশাপাশি ভোক্তাদের মধ্যে পণ্যের গ্রহণযোগ্যতা, সচেতনতা বৃদ্ধি এবং এসএমসি প্লাসকে বাংলাদেশের শীর্ষ ইলেক্ট্রোলাইট ব্র্যান্ড হিসেবে প্রতিষ্ঠিত করার একটি কৌশলগত পদক্ষেপ।

এসএমসি বাজারে নিয়ে এলো অ্যাপল ফ্লোভারের নতুন ইলেক্ট্রোলাইট ড্রিংক



এসএমসি বাংলাদেশে প্রথমবারের মতো নিয়ে এসেছে অ্যাপল ফ্লোভারযুক্ত ২০০মি.লি'র ইলেক্ট্রোলাইট ড্রিংক। এই নতুন ভ্যারিয়েন্টটি তৈরি হয়েছে আসল আপেলের নির্যাস দিয়ে, যা ভোক্তাদের দেবে সতেজতা ও অনন্য স্বাদের অভিজ্ঞতা। পণ্যটি ২০২৫ সালের জুন মাসের ১ তারিখে আনুষ্ঠানিকভাবে বাজারে আসে। নতুন এই পণ্যের শক্তিশালী বাজার প্রভাব তৈরি করতে এসএমসি সারাদেশে একটি জোরালো মাল্টি-প্ল্যাটফর্ম ক্যাম্পেইন পরিচালনা করে। এই উদ্যোগের অংশ হিসেবে, এসএমসি ঈদ-উল-আযহা উপলক্ষে টেলিভিশনে সাতটি নাটকের স্পন্সর করে এবং জনপ্রিয় সিনেমা, খেলাধুলা ও সংবাদ অনুষ্ঠানে এই পণ্যের বিজ্ঞাপন প্রচার করে। এছাড়াও পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার লক্ষ্যে দেশের শীর্ষ সংবাদপত্রগুলোর প্রথম পাতায় নতুন পানীয়ের বিজ্ঞাপন প্রকাশ করা হয়।

ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে, এসএমসি গ্রাহকদের আকৃষ্ট করার লক্ষ্যে ফেসবুক, ইউটিউব এবং গুগলে স্ট্যাটিক এবং ভিডিও বিজ্ঞাপন প্রচারের পাশাপাশি জনপ্রিয় সংবাদ এবং গেমিং সাইটগুলিতেও পানীয়টির বিজ্ঞাপন প্রচার করে। এছাড়া এসএমসি'র বিক্রয় দল পণ্যের গ্রহণযোগ্যতা ও চাহিদা বৃদ্ধির জন্য মার্ঠপর্যায়ে দোকান ও বাজারে ড্যাংলার, স্টিকার, টি-শার্ট এবং ফ্রি স্যাম্পল বিতরণের মাধ্যমে গ্রাহকদের উৎসাহিত করেন। এসএমসি প্লাস অ্যাপল (২০০মি.লি) তার অনন্য স্বাদ এবং শক্তিশালী প্রমোশনাল ক্যাম্পেইনের মাধ্যমে ইলেক্ট্রোলাইট পানীয় বাজারে এসএমসি'র অবস্থানকে আরও সুদৃঢ় করবে।

এসএমসি প্লাস অ্যাপল প্রচারণার আরেকটি অন্যতম আকর্ষণ ছিল “Meril presents Marvel of Tomorrow – Season 4” ইনফ্লুয়েন্সার ফেস্ট ও অ্যাওয়ার্ড শো, যা অনুষ্ঠিত হয় ২০২৫ সালের জুন মাসের ২০ তারিখে। উক্ত অনুষ্ঠানে এসএমসি প্লাস ছিল অফিশিয়াল বেভারেজ পার্টনার। অ্যাওয়ার্ড শোতে বাংলাদেশের শীর্ষ ডিজিটাল কনটেন্ট ক্রিয়েটরদের ২৭টি ক্যাটাগরিতে স্বীকৃতি দেওয়া হয় এবং তাদের বৈশ্বিক প্রভাবকে তুলে ধরা হয়। এই অনুষ্ঠানে এসএমসি প্লাস তার নতুন অ্যাপল ২০০ মি.লি ভ্যারিয়েন্ট বিশেষ করে জেন-জি (Gen-Z) ও মিলেনিয়াল প্রজন্মের কাছে উপস্থাপন করে। অনুষ্ঠানে এসএমসি প্লাস-এর পরীক্ষামূলক জোন ছিল



একটি বড় আকর্ষণ, যেখানে এক হাজারেরও বেশি মানুষ পানীয়টির স্বাদ গ্রহণ করেন। Twinasauruz টুইনাসৌউরুজ-যমজ বোনের সোশ্যাল মিডিয়া পেইজ) মতো জনপ্রিয় কনটেন্ট ক্রিয়েটররাও এতে যোগ দিয়ে জোনটিকে আরো প্রাণবন্ত এবং আকর্ষণীয় করে তোলেন। এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির অনুষ্ঠানে উপস্থিত ছিলেন। জনাব নাসির “স্পোর্টস রিভিউয়ার্স” ও “ফ্যাশন ভ্লগারস”-এই দুটি গুরুত্বপূর্ণ ক্যাটাগরিতে পুরস্কার প্রদান করেন। এসএমসি এই অংশীদারিত্বের মাধ্যমে, অ্যাপল ভ্যারিয়েন্টযুক্ত ইলেক্ট্রোলাইট ড্রিংককে জনপ্রিয় করে তোলার পাশাপাশি ব্র্যান্ডের দৃশ্যমানতা বৃদ্ধি এবং আজকের প্রজন্মের কাছে একটি বিশ্বস্ত ও নির্ভরযোগ্য হাইড্রেশন ড্রিংক হিসেবে নিজের অবস্থানকে আরো সুদৃঢ় করেছে।

এফএমসিজি ফ্যাক্টরি পরিদর্শন করলেন পরিচালনা পর্ষদ

এসএমসি এবং এসএমসি ইএল-এর পরিচালনা পর্ষদ ২০২৫ সালের ফেব্রুয়ারি মাসের ১৮ তারিখে গাজীপুর জেলার ভবানীপুরে অবস্থিত এফএমসিজি (ভোগ্য পণ্য উৎপাদন) ফ্যাক্টরি পরিদর্শন করেন। তাঁরা সেখানে এসএমসি প্লাস ইলেক্ট্রোলাইট ড্রিংকের চলমান উৎপাদন কার্যক্রম পর্যবেক্ষণ এবং প্রকল্পের নির্মাণ অগ্রগতি মূল্যায়ন করেন। পরিদর্শনকারী দলের নেতৃত্ব দেন এসএমসি ও এসএমসি ইএল-এর পরিচালনা পর্ষদের সাবেক চেয়ারম্যান জনাব ওয়ালিউল ইসলাম। এ সময় উপস্থিত ছিলেন এসএমসি ও এসএমসি ইএল বোর্ডের বর্তমান চেয়ারম্যান জনাব ফারুক আহমেদ, পরিচালক জনাব মুহাম্মদ আলী, জনাব সিদ্দিকুর রহমান চৌধুরী, ডাঃ জহির উদ্দিন আহমেদ, এসএমসি বোর্ডের পরিচালক জনাব রঞ্জিত কুমার চক্রবর্তী, ডাঃ ইয়াসমিন হেমায়েত আহমেদ এবং এসএমসি ইএল বোর্ডের পরিচালক জনাব মুহাম্মদ ফরহাদ হোসেন এফসিএ এবং জনাব সিদ্দিক উল্লাহ। তাঁদের সাথে ছিলেন এসএমসি'র ব্যবস্থাপনা পরিচালক ও প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান, এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির, এসএমসি ইএল-এর উপ-ব্যবস্থাপনা পরিচালক (অপারেশনস) জনাব ফিরোজ-উল আলম, এসএমসি'র প্রধান প্রকৌশলী জনাব মাসুম আহমেদ জায়গীরদারসহ উভয় প্রতিষ্ঠানের উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ।



প্রকল্পটি ১১.১৮ একর জায়গায় নির্মিত এবং ২০২২ সালের ২০ জুন মাস থেকে নির্মাণ কাজ শুরু করে। এর মধ্যে রয়েছে একটি উৎপাদন ভবন, কেন্দ্রীয় পণ্য সংরক্ষণাগার, প্রশাসন ও ইউটিলিটি ভবন এবং গার্ড ব্যারাক। আনুষ্ঠানিকভাবে এসএমসি প্লাসের উৎপাদন ২০২৪ সালের অক্টোবর মাসের ২ তারিখ থেকে শুরু হয়, যা এফএমসিজি প্রকল্পের একটি গুরুত্বপূর্ণ মাইলফলক। পরিদর্শনকালে প্রধান প্রকৌশলী জনাব জায়গীরদার এবং প্ল্যান্ট প্রধান জনাব মোঃ মুজিবুল হক খান এসএমসি প্লাস-এর উৎপাদন প্রক্রিয়া এবং প্রকল্পের অগ্রগতি উপস্থাপন করেন। পরিচালনা পর্ষদের পরিচালকবৃন্দ উৎপাদন মান, নির্মাণকাজ এবং সামগ্রিক অগ্রগতিতে সন্তোষ প্রকাশ করেন। একই সঙ্গে তারা সময়মতো প্রকল্প সম্পন্ন করা এবং গুণগত মান বজায় রাখতে সিনিয়র ম্যানেজমেন্টের নিয়মিত পর্যবেক্ষণের উপর গুরুত্বারোপ করেন।



ওটিটি প্ল্যাটফর্মে জনপ্রিয় নাটকের স্পনসরশিপের মাধ্যমে ব্র্যান্ড প্রচারণা

এসএমসি ইএল তার কন্ট্রোসেপটিভ পণ্যের প্রচার ও প্রসারের লক্ষে ওটিটি (ওভার-দ্য-টপ) প্ল্যাটফর্ম যেমন চরকি এবং ইউটিউবে জনপ্রিয় বেশ কয়েকটি নাটকের স্পনসরশিপের মাধ্যমে ব্র্যান্ডের প্রচারণা চালিয়েছে। এই প্রচারণাটি তরুণ প্রজন্মকে লক্ষ্য করেই পরিচালিত হয়, বিশেষ করে যারা টেলিভিশনের তুলনায় অনলাইনে অনুষ্ঠান দেখতে বেশি স্বাচ্ছন্দবোধ করে। ওটিটি প্ল্যাটফর্মগুলো লক্ষিত দর্শকদের সাথে খুব সহজে যোগাযোগ স্থাপন করতে পারে এবং দর্শকদের মনোযোগ বৃদ্ধি ও বেশি সময় ধরে আকৃষ্ট রাখতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। বর্তমানে গতানুগতিক টেলিভিশন মাধ্যমের তুলনায় এটি বেশি শাস্রয়ী এবং দর্শকদের চাহিদা অনুযায়ী বিভিন্ন শো, সিরিজ, সিনেমা ইত্যাদি পরিচালনা করে থাকে। ঈদ-উল-ফিতরের সময় সেনসেশন ব্র্যান্ড, চরকি'র জনপ্রিয় সিরিজ “মাইশেলফ অ্যালেন স্বপন সিজন ২” স্পনসর করে। এককভাবে মানুষের কাছে এই সিরিজটি ৩ কোটিবার দৃশ্যমান হয়েছে। এছাড়াও, ফেমিকন, নোরিক্স-১, সেনসেশন এবং ইউঅ্যান্ডমি (U&ME) ব্র্যান্ডগুলো বিভিন্ন নাটক ও সিনেমার স্পনসরশিপের মাধ্যমে মানুষের কাছে ২০ কোটিবার দৃশ্যমান হয়েছে এবং দর্শকরা প্রায় ২ কোটিবার নাটক ও সিনেমাগুলো দেখেছেন। এই আধুনিক ও কৌশলগত উদ্যোগ এসএমসিকে নতুন প্রজন্মের সঙ্গে আরও ঘনিষ্ঠভাবে যুক্ত হতে এবং লক্ষ লক্ষ মানুষের মাঝে কন্ট্রোসেপটিভ ব্র্যান্ডের অবস্থানকে সুদৃঢ় করার পাশাপাশি ব্র্যান্ড দৃশ্যমানতা বৃদ্ধি করতে কার্যকর ভূমিকা রেখেছে।



নোরিক্স ১ এবং সেনসেশন ব্র্যান্ড-এর অভিনব ডিজিটাল প্রচারণা

এসএমসি সম্প্রতি দুটি ডিজিটাল প্রচারণা পরিচালনা করে, যা সোশ্যাল মিডিয়ায় ব্যাপক সাড়া ফেলে এবং সারাদেশে লক্ষিত জনগোষ্ঠীর দৃষ্টি আকর্ষণ করে। উভয় প্রচারণায়, মানুষকে আকৃষ্ট করতে, তাদের অংশগ্রহণ নিশ্চিত করতে এবং ব্র্যান্ড ইমেজ তৈরি করতে সৃজনশীল ও ব্যতিক্রমধর্মী কনটেন্ট ব্যবহার করা হয়েছে।

নোরিক্স ১ ইনফ্লুয়েন্সার ও ইউজার-জেনারেটেড কন্টেন্ট (ইউজিসি) ক্যাম্পেইনটি ২০২৪ সালের ডিসেম্বর মাসের ৩০ তারিখ থেকে ২০২৫ সালের ফেব্রুয়ারি মাস পর্যন্ত পরিচালিত হয়। প্রচারণার প্রথম ধাপে, সোশ্যাল মিডিয়া ইনফ্লুয়েন্সারগণ যেকোন জরুরি পরিস্থিতির সঙ্গে নোরিক্স ১-কে একটি বিশ্বস্ত ও নির্ভরযোগ্য ইমার্জেন্সি কন্ট্রোসেপটিভ পিল (ইসিপি) হিসেবে যুক্ত করে বিভিন্ন আকর্ষণীয় ভিডিও তৈরি করেন যা ব্যাপক জনপ্রিয়তা পায়। এই প্রচারণায় একটি নতুন শক্তিশালী স্লোগান- “ইমার্জেন্সি পিল মানেই নোরিক্স ১,” যুক্ত করা হয় যা নোরিক্স ১-কে জরুরি পরিস্থিতিতে একটি কার্যকর সমাধান হিসেবে উপস্থাপন করে, বিশেষ করে যারা পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি ব্যবহার করে না বা সঠিকভাবে ব্যবহার করতে জানে না। দ্বিতীয় ধাপে, সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহারকারীদেরকে ইনফ্লুয়েন্সার ভিডিওগুলোর উপর ভিত্তি করে একটি অনলাইন কুইজে অংশগ্রহণের জন্য আমন্ত্রণ জানানো হয়। হাজারো অংশগ্রহণকারীর মধ্যে পাঁচজন বিজয়ী পুরস্কার হিসেবে জিতে নেন প্রিমিয়াম হোম ও কিচেন সামগ্রী। সামগ্রিকভাবে, ফেসবুক, ইনস্টাগ্রাম এবং টিকটকের মাধ্যমে ইনফ্লুয়েন্সার এবং ইউজিসি প্রচারণা মানুষের কাছে ৯ কোটিবার দৃশ্যমান হয়েছে এবং



ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মগুলোতে এই ধরনের উদ্যোগ সৃজনশীলতা ও দর্শক সম্পৃক্ততার মধ্যে সমন্বয় সাধনের মাধ্যমে ব্র্যান্ড প্রচারণার একটি নতুন মানদণ্ড স্থাপন করেছে।



এসএমসি নোরিক্স ১-এর পাশাপাশি সেনসেশন ব্র্যান্ড-এর প্রচার ও প্রসারের লক্ষে বিশ্ব ভালোবাসা দিবস উপলক্ষে আরেকটি প্রচারণা কার্যক্রম পরিচালনা করে। জনপ্রিয় কনডম ব্র্যান্ড “সেনসেশন”-এর ইমেজ বৃদ্ধির লক্ষে এসএমসি বিশ্ব ভালোবাসা দিবসে বাংলাদেশে প্রথম ডিজিটাল লাভ ম্যাপ ক্যাম্পেইন চালু করে। অংশগ্রহণকারীরা একটি ভার্চুয়াল ম্যাপে তাদের অবস্থান চিহ্নিত করেন ও সেলফি আপলোড করেন এবং পাশাপাশি তাদের ভালোবাসা দিবস উদযাপন সম্পর্কিত ক্যাপশন শেয়ার করেন। মানচিত্রের প্রতিটি স্থানকে লাল রঙের “হৃদয়” চিহ্ন দিয়ে উপস্থাপন করা হয় যা সম্মিলিতভাবে সুন্দর ও আবেগঘন দৃশ্যের প্রতিফলন ঘটায় এবং পুরো বাংলাদেশকে ভালোবাসার আলোয় আলোকিত করে। এই প্রচারণাটি মানুষের কাছে ১.২ কোটিবার দৃশ্যমান হয়েছে এবং ১,১০০ জনেরও বেশি মানুষ ক্যাম্পেইনে অংশগ্রহণ করেন।

পহেলা ফাল্গুন ১৪৩১ উদযাপন

বসন্তের প্রথম দিন বাংলাবর্ষের পহেলা ফাল্গুন নামে পরিচিত যা আশা, আনন্দ, বাঙালি সংস্কৃতি ও ঐতিহ্যের আনন্দঘন একটি দিন। এ উপলক্ষে এসএমসি ইএল-এর মানবসম্পদ বিভাগ ২০২৫ সালের মার্চ মাসের ১৩ তারিখে প্রধান কার্যালয়ে একটি বিশেষ অনুষ্ঠানের আয়োজন করে। এসএমসি'র ব্যবস্থাপনা পরিচালক এবং প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান, এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির, উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ এবং উভয় প্রতিষ্ঠানের সকল কর্মীবৃন্দ অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণ করেন। তাদের উপস্থিতি এই উদযাপনকে আরো অর্থবহ, আনন্দময় এবং স্মরণীয় করে তোলে। অনুষ্ঠানে উর্ধ্বতন কর্মকর্তাগণ বাঙালি সংস্কৃতিতে ফাল্গুনের গুরুত্ব ও তাৎপর্য তুলে ধরেন। তারা উল্লেখ করেন, এ ধরনের আয়োজন সাংস্কৃতিক ঐতিহ্য রক্ষায় সহায়ক এবং কর্মীদের একত্রিত হয়ে আনন্দঘন ও অর্থবহ সময় কাটানোর সুযোগ সৃষ্টি করে। অনুষ্ঠানে নারী কর্মীরা রঙিন ঐতিহ্যবাহী পোশাকে বসন্তের সৌন্দর্যকে ফুটিয়ে তোলেন। পাশাপাশি অনুষ্ঠানে সকল কর্মকর্তা বিভিন্ন ধরনের মজাদার ও ঐতিহ্যবাহী খাবার উপভোগ করেন। সকলের স্বতঃস্ফূর্ত অংশগ্রহণ অনুষ্ঠানটিকে আরো উৎসবমুখর, প্রানোবন্ত ও স্মৃতিমধুর করে তোলে।



পহেলা বৈশাখ ১৪৩২ উদযাপন

এসএমসি এবং এসএমসি ইএল-এর মানবসম্পদ বিভাগ ২০২৫ সালের এপ্রিল মাসের ১৫ তারিখে প্রধান কার্যালয়ে বর্ণিল ও প্রাণবন্ত আয়োজনে পহেলা বৈশাখ ১৪৩২ উদযাপন করে। এসএমসি'র ব্যবস্থাপনা পরিচালক এবং প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান এবং এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসিরের অনুপ্রেরণামূলক বক্তব্যের মধ্য দিয়ে অনুষ্ঠানটি শুরু হয়। তাঁরা সকলকে নববর্ষের শুভেচ্ছা জানান এবং নতুন বছরের সাফল্য ও শুভকামনা ব্যক্ত করেন। তারা উল্লেখ করেন, পহেলা বৈশাখ বাঙালীর জীবন ও সংস্কৃতির এক বিশেষ অংশ। উর্ধ্বতন কর্মকর্তাসহ কোম্পানীর অন্যান্য কর্মীরাও নববর্ষের শুভেচ্ছা জানান এবং বাঙালীর জীবনে এই উৎসবের তাৎপর্য নিয়ে আলোচনা করেন।

অনুষ্ঠানে কর্মীরা কবিতা আবৃত্তি, গান, নাটক, বাঁশি এবং নৃত্য পরিবেশন করেন, যা সবার মনে আনন্দ ছড়িয়ে দেয়। অনুষ্ঠান শেষে সবাই একসাথে উপভোগ করেন ঐতিহ্যবাহী বাঙালি খাবার যেমন মুড়ি-মুড়কি, খই, পুরি, সমুচা, দেশি ফল ও লাডু। এইসব আয়োজন উৎসবের আমেজকে আরও প্রাণবন্ত ও স্মৃতিমুখর করে তোলে। এই আয়োজনে নববর্ষের মূল চেতনা প্রতিফলিত হয় এবং এসএমসি পরিবারের সবাই একসাথে মিলিত হয়ে বাঙালির সংস্কৃতি ও ঐতিহ্য উদযাপন করে।



আন্তর্জাতিক নারী দিবস ২০২৫ উদযাপন

এসএমসি ইএল-এর মানবসম্পদ বিভাগ ২০২৫ সালের মার্চ মাসের ৯ তারিখে প্রধান কার্যালয়ে আনন্দঘন ও উৎসবমুখর পরিবেশে আন্তর্জাতিক নারী দিবস উদযাপন করে। এ বছরের বৈশ্বিক প্রতিপাদ্য ছিল “অধিকার, সমতা, ক্ষমতায়ন: নারী ও কন্যার উন্নয়ন”। অনুষ্ঠানে উপস্থিত ছিলেন এসএমসি’র ব্যবস্থাপনা পরিচালক এবং প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা জনাব তছলিম উদ্দিন খান এবং এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির সহ কোম্পানীর উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ। এছাড়াও উভয় কোম্পানীর নারী কর্মী সহ অন্যান্য কর্মীরাও অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণ করেন।

অনুষ্ঠানে উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ ঘরে-বাইরে, সমাজে এবং কর্মক্ষেত্র সহ জীবনের প্রতিটি ক্ষেত্রে নারীর গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকার ওপর আলোকপাত করেন। একই সঙ্গে সমাজে নারীর সমান অন্তর্ভুক্তি ও ক্ষমতায়নের গুরুত্ব তুলে ধরেন। কোম্পানীর প্রতি নিষ্ঠা ও অবদানের জন্য সম্মাননাস্বরূপ নারী কর্মীদের ফুল ও বিশেষ উপহার দিয়ে সম্মাননা জানানো হয়। পুরো অনুষ্ঠানটি জুড়ে ছিল, আন্তরিকতা ও আনন্দঘন পরিবেশে ভরপুর, যা প্রতিষ্ঠানের সর্বস্তরে নারী-পুরুষ সমতা এবং নারীর অগ্রগতি ও উন্নয়নকে বিশেষভাবে তুলে ধরা হয়।



ভালুকা কারখানায় স্বাস্থ্য বিষয়ক সচেতনতা কর্মসূচি

ভালুকা কারখানার প্রশাসন বিভাগের উদ্যোগে ২০২৫ সালের জুন মাসের ১ তারিখে কারখানার কনফারেন্স রুমে “হাইপারটেনশন, ডায়াবেটিস ও সুষম খাদ্য” বিষয়ক একটি স্বাস্থ্য সচেতনতা কর্মসূচির আয়োজন করা হয়। কর্মসূচির মূল উদ্দেশ্য ছিল কর্মীদের সাধারণ স্বাস্থ্য সমস্যা সম্পর্কে সঠিক ধারণা প্রদান এবং স্বাস্থ্যকর জীবনধারা গড়ে তোলার প্রতি উদ্বুদ্ধ করা।

অনুষ্ঠানে উপস্থিত ছিলেন কারখানার মহা-ব্যবস্থাপক জনাব মোঃ আকতারুজ্জামান ভূঁইয়া এবং কারখানার সকল শ্রেণীর কর্মীবৃন্দ। স্বাস্থ্যবিষয়ক আলোচনাসভা পরিচালনা করেন কারখানার চিকিৎসক ও স্বাস্থ্যকর্মীগণ যেমন মেডিকেল অফিসার (খন্ডকালীন), ডাঃ ফারজানা খানম, সিনিয়র মেডিকেল সাপোর্ট অফিসার, মিস কৃষ্ণা দাস, মেডিকেল সাপোর্ট অফিসার, জনাব কাওসার আলী এবং জনাব সৌরভ আলী। তারা

উচ্চ রক্তচাপ, ডায়াবেটিস নিয়ন্ত্রণ এবং সুষম খাদ্যাভ্যাসের গুরুত্ব সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করার পাশাপাশি রোগ প্রতিরোধমূলক ব্যবস্থা, নিয়মিত স্বাস্থ্য পরীক্ষা, সঠিক খাদ্যাভ্যাস ও শারীরিক কার্যক্রমের গুরুত্ব বিশেষভাবে তুলে ধরেন। এছাড়াও স্বাস্থ্যকর অভ্যাস গড়ে তোলার মাধ্যমে কিতাবে কর্মক্ষেত্র ও আনন্দময় জীবন যাপন করা যায় সে বিষয়ে পরামর্শ দেন। বক্তারা জানান, সুস্থ জীবনযাপন শুধুমাত্র ব্যক্তিগত সুখ-সমৃদ্ধির জন্য নয় বরং কর্মক্ষেত্রে দক্ষতা ও উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধিতেও গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।

অনুষ্ঠানের শেষে মহা-ব্যবস্থাপক জনাব ভূঁইয়া স্বাস্থ্য বিষয়ে মূল্যবান আলোচনা ও দিক-নির্দেশনার জন্য চিকিৎসক ও স্বাস্থ্যকর্মীদের ধন্যবাদ জানান। সেশনে শেখা জ্ঞান ও পরামর্শ দৈনন্দিন জীবনে প্রয়োগ করে নিজেদের সুস্বাস্থ্য নিশ্চিত করতে এবং একটি সুস্থী ও উৎপাদনশীল কর্মপরিবেশ গড়ে তুলতে তিনি কর্মীদের আহ্বান জানান।



“চিন্তা-ধারার পরিধি বৃদ্ধির মাধ্যমে সাফল্যকে ত্বরান্বিত করা”-এর উপর প্রশিক্ষণ

এসএমসি ইএল ২০২৫ সালের মে মাসের ২৬ ও ২৮ তারিখে দুই দিনব্যাপী “চিন্তা-ধারার পরিধি বৃদ্ধির মাধ্যমে সাফল্যকে ত্বরান্বিত করা (Elevate Your Thinking, Accelerate Your Success)” শীর্ষক একটি প্রশিক্ষণ কর্মসূচির আয়োজন করে। এই প্রশিক্ষণের লক্ষ্য ছিল নেতৃত্বের দক্ষতা বৃদ্ধি এবং কর্মীদের মধ্যে একটি দৃঢ় ও উন্নয়নমুখী মানসিকতা গড়ে তোলা। প্রশিক্ষণটি দুইটি ব্যাচে অনুষ্ঠিত হয় এবং বিভিন্ন বিভাগ থেকে মোট ৬০ জন কর্মকর্তা এতে অংশগ্রহণ করেন। প্রশিক্ষণ কর্মসূচির উদ্বোধন করেন এসএমসি ইএল-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সায়েফ নাসির। এসময় উপস্থিত ছিলেন অন্যান্য উর্ধ্বতন কর্মকর্তাবৃন্দ। তাঁদের উপস্থিতি কর্মী উন্নয়ন এবং সাংগঠনিক উৎকর্ষতা ও প্রবৃদ্ধির প্রতি দৃঢ় অঙ্গীকারকে তুলে ধরে। প্রশিক্ষণ সেশনটি পরিচালনা করেন এসএমসি ইএল বোর্ডের পরিচালক জনাব মোহাম্মদ ফরহাদ হোসেন এফসিএ। তিনি দক্ষতা বৃদ্ধি ও নেতৃত্বের বিকাশ সম্পর্কে অংশগ্রহণকারীদের সঙ্গে ফলপ্রসূ আলোচনা এবং বাস্তব-ভিত্তিক পরামর্শ প্রদান করেন। “প্রাতিষ্ঠানিক উন্নয়নে স্তরভিত্তিক নেতৃত্বকে ক্ষমতায়ন” এই মূল প্রতিপাদ্যকে সামনে রেখে প্রশিক্ষণটি ইতিবাচক চিন্তাধারা, দৃঢ়তা ও দলগত কাজের ওপর বিশেষ গুরুত্বারোপ করে। ব্যক্তিগত উন্নয়ন এবং প্রতিষ্ঠানের সাফল্যের জন্য এই গুণাবলী অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। অংশগ্রহণকারীগণ প্রশিক্ষণের আন্তঃক্রিয়াশীল উপস্থাপনা ও কার্যকর দিক-নির্দেশনার প্রশংসা করেন।

“আভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ ও মানবসম্পদ” বিষয়ক প্রশিক্ষণ

এসএমসি ২০২৫ সালের মে মাসের ৭ তারিখে প্রধান কার্যালয়ে নিজস্ব প্রশিক্ষক দ্বারা দুটি প্রশিক্ষণের আয়োজন করে যাতে কোম্পানীতে কর্মরত কর্মচারীগণ তাদের কাজ আরও দক্ষ ও কার্যকরভাবে সম্পন্ন করতে পারেন। মোট ৩১ জন কর্মী এই সেশনগুলোতে অংশগ্রহণ করেন। প্রথম সেশনটির শিরোনাম ছিল “আভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ - স্থায়িত্ব নিশ্চিত করা” এবং প্রশিক্ষণটি পরিচালনা করেন এসএমসি’র প্রধান আর্থিক কর্মকর্তা (সিএফও) জনাব তপন বালা এফসিএমএ এফসিএ। তিনি প্রশিক্ষণে আভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণের গুরুত্ব, শাসনব্যবস্থা ও ঝুঁকি ব্যবস্থাপনায় নিরীক্ষার ভূমিকা, প্রাতিষ্ঠানিক জবাবদিহিতা ও দায়বদ্ধতা এবং কোসো (COSO) ফ্রেমওয়ার্ক নিয়ে আলোচনা করেন। কোসো ফ্রেমওয়ার্ক হলো কমিটি অফ স্পন্সরিং অর্গানাইজেশনস কর্তৃক তৈরি একটি আন্তর্জাতিক স্বীকৃত কাঠামো, যা প্রতিষ্ঠানের আভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থা প্রণয়ন, প্রয়োগ ও মূল্যায়নের জন্য ব্যবহৃত হয়। এটি প্রতিষ্ঠানের ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা পরিচালনা, রিপোর্টিং, কম্প্লায়েন্স ও নীতিমালা সংক্রান্ত লক্ষ্য অর্জনে একটি বিস্তৃত কাঠামো প্রদান করে। দ্বিতীয় সেশনটির শিরোনাম ছিল “নন-এইচআর ম্যানেজারদের জন্য এইচআর” এবং এটি পরিচালনা করেন জনাব মোঃ নজির আজিজ চৌধুরী, মহা-ব্যবস্থাপক মানবসম্পদ এবং প্রশাসন, এসএমসি। জনাব চৌধুরী সেশনে মৌলিক মানবসম্পদ কার্যক্রম পরিচালনা ও তত্ত্বাবধান, নীতিমালা সম্পর্কে দিক-নির্দেশনা প্রদান করেন। পাশাপাশি ম্যানেজারগণ কিভাবে কর্মীদের কার্যকরভাবে পরিচালনা করতে পারেন, সে বিষয়ে তথ্য ও পরামর্শ প্রদান করেন। এই অধিবেশনগুলো আভ্যন্তরীণ নিয়ন্ত্রণ এবং মানবসম্পদ ব্যবস্থাপনা উভয় ক্ষেত্রেই কর্মীদের জ্ঞান ও দক্ষতা বৃদ্ধিতে এসএমসি’র ধারাবাহিক প্রচেষ্টাকে তুলে ধরে।



“ডিস্ট্রিবিউশন বিক্রয় ব্যবস্থাপনা” বিষয়ক প্রশিক্ষণ

এসএমসি ইএল টেরিটরি সেলস অফিসার (টিএসও) এবং সিনিয়র টেরিটরি সেলস অফিসারদের (সিনিয়র টিএসও) জন্য ২০২৫ সালের জানুয়ারী মাসের ১১-১২ এবং ১৮-১৯ তারিখে “ডিস্ট্রিবিউশন বিক্রয় ব্যবস্থাপনা” শীর্ষক একটি প্রশিক্ষণের আয়োজন করে। প্রশিক্ষণটি দুইটি ব্যাচে অনুষ্ঠিত হয় এবং মোট ৭৩ জন অংশগ্রহণকারী এতে অংশ নেন। প্রশিক্ষণের মূল উদ্দেশ্য ছিল টিএসও এবং সিনিয়র টিএসওদের বিক্রয় দক্ষতা বৃদ্ধি ও বাজার পরিধি সম্প্রসারণে তাদের সক্ষম করে তোলা। অংশগ্রহণকারীরা ইন্টারেক্টিভ কর্মশালা, কেস স্টাডি এবং বিশেষজ্ঞদের আলোচনা ও দিক-নির্দেশনা থেকে টেরিটরি বিক্রয় ব্যবস্থাপনা সম্পর্কে ব্যবহারিক জ্ঞান অর্জন করেন। প্রশিক্ষণ সেশন দুটির উদ্বোধন করেন এসএমসি ইএল-এর মানবসম্পদ বিভাগের মহা-ব্যবস্থাপক জনাব রানা কায়সার আহমেদ এবং বিক্রয় বিভাগের মহা-ব্যবস্থাপক জনাব চন্দ্র নাথ মডল। তাঁরা মার্চ পর্যায়ের কর্মকর্তাদের আধুনিক বিক্রয় কৌশল আয়ত্ত করার প্রয়োজনীয়তা তুলে ধরেন এবং এসএমসি’র বাজার অবস্থানকে আরও শক্তিশালী করার আহ্বান জানান।



টিম ম্যানেজমেন্ট-এর উপর প্রশিক্ষণ

এসএমসি ইএল ২০২৫ সালের জানুয়ারি মাসের ১৬-১৭ তারিখে ঢাকার প্লাটিনাম এ্যাড হোটেলে দুই দিনব্যাপী টিম ম্যানেজমেন্ট-এর উপর একটি প্রশিক্ষণ অধিবেশনের আয়োজন করে। এই প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য ছিল নেতৃত্বের বিকাশ এবং দলগত দক্ষতাকে উন্নত করা। ফার্মা ডিভিশনের মোট ৩২ জন এরিয়া সেলস ম্যানেজার এই প্রশিক্ষণে অংশগ্রহণ করেন। সেশনগুলোতে অংশগ্রহণকারীরা নেতৃত্ব ও তদারকি দক্ষতা, দ্বন্দ্ব ব্যবস্থাপনা, কার্যকর যোগাযোগ, সমস্যা সমাধান এবং সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণের কৌশল সম্পর্কে বাস্তবভিত্তিক জ্ঞান অর্জন করেন। প্রশিক্ষণটি পরিচালনা করেন এলএ্যাডভিড কনসাল্টিং বিডি লিমিটেডের লিড কনসালট্যান্ট ও সিএইচআরএম-সিপি (SHRM-CP) সার্টিফায়ড জনাব মোঃ মাসেদুর রহমান। প্রশিক্ষণকে প্রাণবন্ত ও কার্যকর করতে এতে ইন্টারেক্টিভ সেশন এবং দলীয় কার্যক্রম অন্তর্ভুক্ত করা হয়, যাতে অংশগ্রহণকারী স্বতঃস্ফূর্তভাবে শিখতে এবং অভিজ্ঞতা অর্জন করতে পারে।



অগ্নি নিরাপত্তা বিষয়ক প্রশিক্ষণ



কুমিল্লার হেলথ এ্যাড হাইজিন ফ্যাক্টরিতে ২০২৫ সালের মে মাসের ১৮-১৯ তারিখে দুই দিনব্যাপী “অগ্নি নিরাপত্তা” শীর্ষক একটি প্রশিক্ষণ অনুষ্ঠিত হয়। জরুরি পরিস্থিতি মোকাবেলায় কর্মীদের জ্ঞান ও দক্ষতা বৃদ্ধির লক্ষে মোট ৪০ জন ব্যবস্থাপনা ও গ্রেডেড কর্মীদের এই প্রশিক্ষণ প্রদান করা হয়। বাংলাদেশ ফায়ার সার্ভিস এ্যাড সিভিল ডিফেন্স কর্তৃপক্ষ এই প্রশিক্ষণ সেশনটি পরিচালনা করে। প্রশিক্ষণে অগ্নি প্রতিরোধ, অগ্নি নির্বাপন কৌশল, উদ্ধার কার্যক্রম এবং জরুরি পরিস্থিতিতে প্রাথমিক চিকিৎসা প্রদান ইত্যাদি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ের উপর জোর দেওয়া হয়। কর্মসূচিতে তাত্ত্বিক ও ব্যবহারিক উভয় সেশন অন্তর্ভুক্ত ছিল, যা অংশগ্রহণকারীদের জরুরি পরিস্থিতিতে দক্ষতার সাথে মোকাবেলা করার কৌশল বুঝতে সহায়তা করে। কর্মক্ষেত্রে আরও নিরাপদ করে তুলতে ফ্যাক্টরির চলমান প্রচেষ্টার অংশ হিসেবে এ উদ্যোগ গ্রহণ করা হয়। তথ্য-ভিত্তিক ও ব্যবহারিক সেশনের সমন্বয়ে প্রশিক্ষণ কার্যক্রম পরিচালিত হওয়ায় অংশগ্রহণকারীরা বাস্তব পরিস্থিতি কীভাবে দ্রুত ও কার্যকরভাবে মোকাবেলা করতে হয় সে বিষয়ে জ্ঞান অর্জন করেন।

কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা (এআই) বিষয়ে মৌলিক প্রশিক্ষণ

এসএমসি'র মানবসম্পদ বিভাগ ২০২৫ সালের এপ্রিল মাসের ১৭ তারিখে প্রধান কার্যালয়ে “উৎপাদনশীলতার উন্নয়নে এআই (AI for Productivity)” শীর্ষক একটি দিনব্যাপী প্রশিক্ষণ কর্মসূচির আয়োজন করে। মোট ৩২ জন কর্মকর্তা এই সেশনে অংশগ্রহণ করেন। প্রশিক্ষণের মূল লক্ষ্য ছিল কর্মীদেরকে কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা ও ব্যবহারিক দক্ষতা প্রদান করা, যাতে তারা কর্মক্ষেত্রে উৎপাদনশীলতা বাড়াতে এআই ব্যবহার করতে পারেন। প্রশিক্ষণে আলোচ্য বিষয়গুলোর মধ্যে ছিল জেনারেটিভ এআই (GenAI)-এর ব্যবহার, লার্জ ল্যাঙ্গুয়েজ মডেলস (LLMs) সম্পর্কে ধারণা, কার্যকর প্রম্পট ইঞ্জিনিয়ারিং, এআই-ভিত্তিক প্রোডাক্টিভিটি টুলস এবং এআই প্রজেক্ট ব্যবস্থাপনার কৌশল। অংশগ্রহণকারীরা একটি গ্রুপ কার্যক্রমেও অংশ নেন যেখানে তারা দৈনন্দিন কাজের সঙ্গে এআই-কে কীভাবে অন্তর্ভুক্ত করা যায় সে বিষয়ে অভিজ্ঞতা অর্জন করেন। সেশনটি পরিচালনা করেন পেশাদার কোচ ও ডিজিটাল ট্রান্সফরমেশন কনসালটেন্ট জনাব আরিফ আহমেদ। এ আয়োজনের মাধ্যমে এসএমসি কর্মীদের নতুন প্রযুক্তির সঙ্গে পরিচিত করা এবং ভবিষ্যতে কর্মক্ষেত্রে তাদের দক্ষতা উন্নত করার প্রতিশ্রুতিকে পুনর্ব্যক্ত করেছে।



প্রধান পৃষ্ঠপোষক: তছলিম উদ্দিন খান, ব্যবস্থাপনা পরিচালক ও প্রধান নির্বাহী কর্মকর্তা

সম্পাদনায়: মোঃ মশিউর রহমান, মহা-ব্যবস্থাপক, প্রোগ্রাম ইমপ্লিমেন্টেশন; হোসনে আরা, ডেপুটি ম্যানেজার, কর্পোরেট কমিউনিকেশন

লে-আউট ডিজাইন: মোঃ আশফাকুল ইসলাম, অ্যাসিস্ট্যান্ট ম্যানেজার, ক্রিয়েটিভ ডিজাইন, পিএম এন্ড বিসিপি

প্রকাশনায়: কর্পোরেট কমিউনিকেশন ডিপার্টমেন্ট; কৃতজ্ঞতা স্বীকার: এসএমসি এবং এসএমসি ইএল-এর সকল ডিভিশন

ঠিকানা: এসএমসি টাওয়ার, ৩৩ কমার্শিয়াল এরিয়া, রোড-১৭, ঢাকা-১২১৩, বাংলাদেশ; টেলিফোন: +৮৮ ০২ ২২২২৭৫০৭৩-৮০; ওয়েবসাইট: www.smc-bd.org



SMC
Live better

SMC

NEWSLETTER

A Quarterly Publication

Issue: 53 (April - June 2025)

INSIDE THIS ISSUE

- New Look of SMC Orsaline
- MoniBiscuit: A New Initiative for Child Nutrition
- MoniBiscuit Sasthoseba Mela
- Avoid Use of Fake Condoms
- Enhanced Brand Visibility of SMC Plus through Vehicle Branding
- SMC Introduced Apple Flavor SMC Plus Electrolyte Drink
- Board of Directors Visited FMCG Factory Project in Gazipur
- Brand Promotion through Popular Dramas on OTT Platforms
- Innovative Digital Campaigns Launched Norix-1 and Sensation
- Joyful Celebration of Falgun 1431
- Celebration of Pohela Boishakh 1432
- Celebrated International Women's Day 2025
- Health Awareness Program Held at Bhaluka Factory
- Training on "Elevate Your Thinking, Accelerate Your Success"
- Training on "Internal Control and HR Issues"
- Training on "Management of Distribution Sales"
- Team Management Training
- Fire Safety Training
- Basic Training on "Artificial Intelligence (AI)"



New Look of SMC ORSaline

SMC has introduced a new look for its world-renowned Oral Rehydration Salt now named as "SMC ORSaline" instead of "ORSaline-N" to mark its 50th anniversary. This modern and eye-catching packaging represents the brand's long history of saving lives and serving millions of people across Bangladesh. The WHO-approved ORS formula remains the same while the name and design have changed. The new packaging looks modern and attractive helping people recover from dehydration caused by diarrhea, vomiting, heat, or exhaustion.

A press conference was held on May 18, 2025 at the Head Office of SMC to unveil the new pack. Mr. Waliul Islam, immediate past Chairman of SMC and SMC EL Board, Mr. Toslim Uddin Khan, Managing Director and CEO of SMC, and Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL along with senior officials attended the launching ceremony. The event received wide media attention appearing on more than 18 national TV channels and in 17+ daily newspapers.



SMC has launched awareness campaigns to make sure people across the country are aware of this change. TV commercials are running on different channels, and front-page ads on new ORSaline were published in 14+ national and regional newspapers.

Digital platforms like Facebook, YouTube, Google Display Network, and gaming apps are being used to reach younger and online audiences. The message highlighted that the product remains reliable and effective.



Retailers, shopkeepers, pharmacies, and healthcare providers are being informed with letters and product details. Posters, danglers, and stickers are being displayed to view customers by the new look easily. Outdoor visibility is being enhanced through branded AC buses in Dhaka and billboards at high-traffic points including Highway. The Fresh look of SMC ORSaline is a strong reminder of the brand's continued promise of trust, quality, and care for the people of Bangladesh.



MoniBiscuit: A New Initiative for Child Nutrition

SMC introduced an innovative micronutrient product for children known as MoniBiscuit in January 2025. This chocolate-flavored fortified biscuit is specifically designed for children aged 6 to 59 months. Each 8 gram biscuit is enriched with five essential nutrients: Vitamin A, Vitamin C, Folic Acid, Iron, and Zinc. MoniBiscuit supports children in growing stronger and healthier. It helps prevent iron deficiency, building immunity, enhancing physical and mental development, boosting memory, and stimulating appetite. It presents a delicious, nutritious and cost-effective solution for parents to ensure their children receive proper nutrition.

SMC participated in the Dhaka International Trade Fair (DITF) 2025 to launch MoniBiscuit which took place at the Bangladesh-China Friendship Exhibition Center (BCFEC) in Purbachal, Dhaka from January 17 to 31, 2025. SMC stall at DITF was inaugurated by the Managing Director and CEO of SMC, Mr. Toslim Uddin Khan, along with the Senior Management of the Company. SMC created an informative booth to highlight its public health products and services. The stall provided healthcare services such as complimentary blood sugar and weight checkups and showcased a diverse range of SMC products including SMC Plus, ORSaline, Joya, FullCare, and MoniMix.

The public response to MoniBiscuit was outstanding reflecting a strong interest to the product. Over 2,933 individuals purchased MoniBiscuit resulting in the sale of 75,000 sachets. During the fair, the total sales of SMC was Tk. 1,035,000 and 1,040 clients received free healthcare services. At the closing ceremony, SMC was honored with a special award by the Honorable Adviser of the Ministry of Commerce, Mr. Sheikh Basiruddin in recognition of its vital role in promoting public health.

This Vitamins and Minerals enriched biscuit aligns with the mission of SMC to combat child malnutrition and enhance child health nationwide. It is currently being marketed in both urban and rural areas through the five Star Networks with the slogan “Let your child grow in intelligence and strength” (আপনার সন্তান বুদ্ধিতে বাড়ুক, শক্তিতে বাড়ুক).



MoniBiscuit SasthoSeba Mela: An Innovative Approach to Boost Health and Nutrition to Communities



SMC has launched an innovative campaign called the MoniBiscuit SasthoSeba Mela (HealthCare Fair) to promote the newly introduced MoniBiscuit and enhance community health services across Bangladesh. SMC, along with its implementing agencies, organized 378 MoniBiscuit SasthoSeba Melas in 120 Upazilas under the Community Program from January to June 2025.

The primary objective of this campaign

is to raise awareness about nutrition, provide non-communicable diseases (NCDs) services, and improve accessibility to essential health products for the community. At the melas, community people receive basic health services such as measuring blood pressure, blood sugar, height and weight at low cost. These services facilitate the early detection of diseases like diabetes and high blood pressure particularly for male.

In addition to health services, the melas promote and sell SMC's popular health and nutrition products including MoniBiscuit, MoniMix, FullCare, and Forbon. Nearly one million MoniBiscuits were sold at the Melas reflecting the community's trust and appreciation for the product's health benefits. A total of 12,330 community members accessed one or more health services during these events with 74% of male participants.

Through these melas, SMC has shown how health services and product promotion can effectively work together to create significant impacts within the community. The Community Mobilization Program will continue to organize similar community events to enhance health awareness, prevent diseases, and promote better nutrition all over Bangladesh.

Avoid Use of Fake Condoms

The Marketing Division of SMC EL launched a special video campaign through Facebook and TV commercial to aware the people about the risks of using fake condoms. The campaign warned the public about the risks of spreading Sexually Transmitted Diseases (STDs), and potential risks of unwanted pregnancies due to poor-quality. It also informed people on how to identify the real and certified quality condom brands. This campaign was a great success by reaching over 5 million viewers across the country.



Enhanced Brand Visibility of SMC Plus through Vehicle Branding

SMC Plus has launched a vehicle branding campaign aimed at increasing brand awareness across the country and strengthening its brand image. As part of this initiative, two public buses rounding Uttara to Signboard route in Dhaka City have been branded with SMC Plus visuals. This route is very busy and reaching thousands of people including both daily travelers and local residents.



Additionally, SMC Plus branding has been applied to 34 Company-owned vehicles. These branded vehicles travel to key distribution points, retail shops, and neighborhood streets throughout the country ensuring that the product is visible not only in urban areas but also at the grassroots level. This integrated approach is a strategic step toward increasing consumer recall, raise awareness, and positioning SMC Plus as the leading electrolyte brand in Bangladesh.

SMC Introduced Apple Flavor SMC Plus Electrolyte Drink



SMC has added a new flavor to its popular electrolyte drink named as SMC Plus 200ml, giving consumers a new choice in the hydration segment. This is the first apple-flavored electrolyte drink in Bangladesh made with real apple extract for a refreshing taste. It was officially launched on June 1, 2025. SMC executed a comprehensive multi-platform campaign to create strong market impact nationwide. On television, the brand sponsored seven dramas during Eid and aired advertisements on popular movies, sports events and news programs. Major newspapers featured front-page ads on new drink to capture the attention of the readers.

SMC promoted the drink with static and video ads on Facebook, YouTube, and Google for reaching audiences on popular news and gaming websites. The sales team of SMC distributed danglers, stickers, T-shirts, and free samples in shops and marketplaces to attract customers and encourage them to try the drink. SMC Plus Apple 200ml is ready to enhance SMC's position in the electrolyte drink market for its unique flavor and strong promotional campaign.

A highlight of the launch was SMC's sponsorship of "Meril Presents Marvel of Tomorrow – Season 4", an Influencer Fest and Awards Show held on June 20, 2025. SMC Plus joined as the Hydration Partner of the Award Show to focus SMC Plus. The event recognized the top digital content creators of Bangladesh across 27 categories and highlighted their global impact. At the program, SMC Plus introduced its new Apple 200ml variant to young audiences especially Gen Z and Millennials. The SMC Plus



experience zone was a big attraction where more than 1,000 people tasted the drink. Popular creators like Twinasauruz (twin sisters' social media page) also joined and made the zone lively and engaging. Managing Director of SMC EL, Mr. Sayef Nasir, honored the occasion by presenting awards in two major categories: Sports Reviewers and Fashion Vloggers. Through this partnership, SMC Plus gained strong visibility, created excitement around the new Apple variant and strengthened its image as the go-to hydration drink for today's generation.

Board of Directors Visited the FMCG Factory in Gazipur

The Board of Directors of SMC and SMC EL visited the FMCG (Fast-Moving Consumer Goods) Factory at Bhabanipur, Gazipur on February 18, 2025 to observe the ongoing production of SMC Plus electrolyte drink and assess the construction progress. The delegation was led by Mr. Waliul Islam, immediate past Chairman of the Board of Directors of SMC and SMC EL, Mr. Faruque Ahmed, current Chairman, along with Directors of SMC and SMC EL Board Mr. Muhammed Ali, Mr. Siddiqur Rahman Choudhury and Dr. Jahir Uddin Ahmed; Mr. Ranjit Kumar Chakraborty and Dr. Yasmin Hemayet Ahmed from SMC Board; Mr. Muhammed Farhad Hussain FCA, Mr. A K M Aftab ul Islam and Mr. Siddque Ullah from SMC EL Board. Mr. Toslim Uddin Khan, Managing Director & CEO of SMC, Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL, Mr. Feroze-UI Alam, Deputy Managing Director, Operations, and Mr. Masum Ahmed Jaigirdar, Chief Engineer along with other Senior Officials of both Companies accompanied them.



The total area of the Factory is 11.18 acres and started its operations on June 20, 2022. It includes a Production Building, Central Warehouse, Admin & Utility Building, and Guard Barrack. The production of SMC Plus officially began on October 2, 2024 marking an important milestone for the FMCG project. During the visit, Mr. Jaigirdar, Chief Engineer, and Mr. Md. Mujibul Haque Khan, Plant Head, presented the production process and updates on the project's progress. The Board Directors expressed satisfaction with the quality of production, construction and overall progress. They also highlighted the importance of regular monitoring by Senior Management to ensure timely completion and compliance of quality standards.



Brand Promotion through Popular Dramas on OTT Platforms

SMC EL promoted its contraceptive brands by sponsoring popular dramas on OTT (Over-The-Top) platforms such as Chorki and YouTube. This strategy effectively reached a wider audience particularly the younger generation who prefer watching shows online. OTT platforms deliver better results by connecting with the right audience, engaging viewers more, and being more cost-effective than traditional television. During Eid-ul-Fitr, the Sensation brand sponsored the popular drama series “Myself Allen Shawpan – Season 2” on Chorki. This single series reached 30 million times to viewers. Additionally, brands such as Femicon, Norix-1, Sensation, and U&ME together have reached over 200 million times to viewers with over 20 million views through sponsorships various dramas and cinemas. This modern approach helped SMC to connect with millions in an effective and impactful way.



Innovative Digital Campaigns Launched for Norix-1 and Sensation

SMC recently launched two digital campaigns that gathered significant attention and established a strong connection with target audiences across Bangladesh. Both campaigns utilized creative ideas to engage people, encourage participation, and enhance brand image.

The Norix-1 Influencer and User-Generated Content (UGC) Campaign ran from December 30, 2024, to February 3, 2025. In the first phase, various popular engaging videos that linked common emergency situations with the use of Norix-1 as a trusted Emergency Contraceptive Pill (ECP) were produced by social media influencers. The campaign also introduced a strong new slogan: “ইমার্জেন্সি পিল মানেই নোরিক্স ১,” positioning Norix-1 as the best solution during emergency situation raising due to non-use or incorrectly use of contraceptives. In the second phase, the people were invited to participate in an online quiz based on the influencer videos. Five lucky winners received premium home and kitchen appliances as prizes among thousands



of participants. Overall, the influencer and UGC campaigns reached over 90 million times to viewers by Facebook, Instagram, and TikTok setting a new standard for combining creativity with audience engagement in the digital platforms.

In another initiative, SMC launched Bangladesh's first-ever Digital Love Map campaign during Valentine's Day to promote the condom brand 'Sensation.' Participants marked their locations on a virtual map, uploaded selfies and shared captions about their celebrations. The map displayed “hearts” lighting up across the Country by creating a beautiful visual representation of love nationwide. The campaign reached 12 million times to viewers and more than 1,100 people participated in this campaign.

Joyful Celebration of Falgun 1431

The first day of Spring known as Pohela Falgun in the Bengali calendar, is a day filled with hope, joy and cultural pride. The HR Division of SMC EL organized a special program at the Head Office on March 13, 2025 to celebrate this occasion. Mr. Toslim Uddin Khan, Managing Director and CEO of SMC, Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL, Senior Management along with all employees from both companies attended the event. Their presence made the celebration memorable and inspiring. Senior management shared their thoughts on the importance of Falgun in Bengali culture. They appreciated how such occasions help preserve cultural heritage and create opportunities for employees to come together and enjoy meaningful moments. Female employees adorned traditional outfits that reflected the brightness of Spring. Everyone enjoyed a variety of traditional snacks which added a nostalgic and festive touch.



Celebration of Pohela Boishakh 1432

The HR Division of SMC and SMC EL organized a joyful and vibrant celebration to welcome Pohela Boishakh 1432 at the Head Office on April 15, 2025. The program began with inspiring speeches from Mr. Toslim Uddin Khan, Managing Director & CEO of SMC, and Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL. They wished everyone a happy and successful new year. They discussed how this festival is a special part of Bengali life and culture. Senior Management and employees also conveyed their good wishes and discussed the significance of Pohela Boishakh in our lives. The celebration featured a lively cultural show with poetry, songs, drama, flute performances, and dances performed by the employees. At the end of the event, everyone enjoyed traditional Bengali snacks like Muri-Murki, Khoi, Puri, Somucha, Deshi fruits, and Laddu, which added nostalgic joy to the festive atmosphere. The program beautifully captured the spirit of Noboborsho and brought the entire SMC family together to celebrate the culture and tradition.



Celebrated International Women's Day 2025

The HR Division of SMC EL organized a joyful celebration at the Head Office on March 9, 2025 to commemorate International Women's Day. This year's global theme was "For All Women and Girls: Rights, Equality, Empowerment." The event was graced by the presence of Mr. Toslim Uddin Khan, Managing Director and CEO of SMC, and Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL, along with senior management and employees from both companies.

During the celebration, the Senior Management team emphasized the vital role that women play in all areas of life at home, in the community, and in the workplace. They also highlighted the importance of equal inclusion and empowerment of women across society. Female employees were warmly honored with flowers and special gifts as tokens of appreciation for their dedication and contributions to the company. The event created a welcoming environment highlighting the importance of gender equality and the advancement of women at all levels in the organization.



Health Awareness Program Held at Bhaluka Factory

The Administration of the Bhaluka Factory organized a Health Awareness Program on Hypertension, Diabetes and Balanced Diet at the factory conference room on June 1, 2025. The program was arranged to help employees learn more about common health problems and how to stay healthy. Mr. Md. Aktaruzzaman Bhuiyan, General Manager of Bhaluka Factory along with factory employees



attended the session. Medical professionals from the factory led informative sessions focusing on prevention and control measures of common health problems. Dr. Farjana Khanom, Medical Officer (Part-time), Ms. Krishna Das, Sr. Medical Support Officer, Mr. Kawsar Ali, and Mr. Shourav Ali, Medical Support Officers, delivered comprehensive discussions on hypertension, diabetes management and the importance of maintaining a balanced diet. Their sessions highlighted how employees can adopt healthier habits to prevent lifestyle-related diseases and enjoy a happy life and remain productive at work. At the end of the program, the General Manager Mr. Bhuiyan thanked the speakers for their valuable presentations. He also encouraged all employees to follow the lessons shared during the session to improve their health and wellbeing. The authority feels that this initiative will not only ensure a healthy lifestyle for employees but also ensure productivity.

Training on “Elevate Your Thinking, Accelerate Your Success”

SMC EL organized a two-day training program titled “Elevate Your Thinking, Accelerate Your Success” on 26 and 28 May 2025 to strengthen leadership capabilities and build a resilient, growth-driven mindset among its employees. The sessions were held in two batches and a total of 60 employees from different divisions attended the program. The training was inaugurated by Mr. Sayef Nasir, Managing Director of SMC EL along with Senior Management Team. Their presence showed strong support for employee development and organizational excellence. The sessions were conducted by Mr. Muhammed Farhad Hussain FCA, Board Director of SMC EL. He guided the participants through powerful discussions and practical advice during the presentation. With the theme “Empowering pillar-level leaders for organizational growth,” the training focused on building positive thinking, resilience and teamwork. These qualities are essential for both personal growth and company success. Participants appreciated the interactive style and valuable insights shared during the sessions.

Training on “Internal Control and HR Issues”

SMC organized two in-house training sessions on May 7, 2025 at the Head Office to develop effective skills of employees to perform their work efficiently. A total of 31 employees attended these sessions. The first session titled “Internal Control – Ensure Sustainability”, was led by Mr. Tapan Bala FCMA FCA, Chief Financial Officer of SMC. He discussed the importance of internal controls, the role of auditing in governance and risk management, corporate accountability, and the COSO framework, a widely accepted model developed by the Committee of Sponsoring Organizations for designing, implementing, and evaluating internal controls within organizations. It provides a comprehensive framework for managing risk and achieving objectives related to operations, reporting, and compliance. The second session titled “HR for Non-HR Managers” was conducted by Mr. Md. Nazir Aziz Chowdhury, GM, HR & Admin. It covered basic HR functions, supervision, policies, and how managers can better handle people management. These sessions show the continuous effort of SMC to enhancing knowledge of employees in both Internal control and human resource management.



Training on “Management of Distribution Sales”

SMC EL organized a Distribution Sales Management Training for its Territory Sales Officers (TSOs) and Senior Territory Sales Officers (Sr. TSOs) on January 11–12 and 18–19, 2025. The training was conducted in two batches, and a total of 73 participants attended the sessions. Mr. Rana Kaiser Ahmed, GM, HR and Admin and Mr. Chandra Nath Mandal, GM, Sales, SMC EL attended the ceremony. They emphasized the importance of equipping field forces with modern sales skills to strengthen SMC’s market presence. The training was designed to enhance the sales effectiveness and market penetration ability of TSOs and Sr. TSOs. Participants gained practical insights into territory sales management through a combination of interactive workshops, case studies, and expert-led discussions.



Team Management Training

SMC EL conducted a Team Management Training session on January 16-17, 2025, at the Platinum Grand Hotel in Dhaka. The aim of the session was to strengthen leadership capabilities and enhance team performances. A total of 32 Area Sales Managers from the Pharma Division participated in the training. Throughout the sessions, participants gained valuable insights into leadership and supervisory skills, conflict resolution, effective communication, problem-solving, and decision-making. The training was facilitated by Mr. Md. Masuder Rahaman, SHRM-CP, Lead Consultant at L&D Consulting Bd Ltd. The program included interactive sessions and group activities for making the learning experience engaging and effective.



Fire Safety Training



A two-day Fire Safety Training was held at the Health & Hygiene Factory in Cumilla on May 18–19, 2025. A total of 40 management and graded staff attended the training to enhance their knowledge and skills to deal emergencies. The training was conducted by the Bangladesh Fire Service and Civil Defence Authority and focused on key areas such as fire prevention, firefighting techniques, rescue operations, and first aid response during emergencies. The program included both theoretical and practical sessions, enabling participants to understand how to respond in real-life emergency situations. This initiative is part of the Factory's ongoing efforts to create a safer workplace.

Basic Training on “Artificial Intelligence (AI)”

The HR Division of SMC organized a day-long training program titled “AI for Productivity Development (Level 1)” at the Head Office on April 17, 2025. A total of 32 employees attended the session, which aimed to provide employees with basic knowledge and practical skills to enhance workplace productivity through the use of AI. The training covered a range of topics including applications of Generative AI (GenAI), understanding large language models (LLMs), effective prompt engineering, AI-based productivity tools, and strategies for managing AI projects. Participants also engaged in a group activity where they discussed how to incorporate AI into their daily work routines. The session was facilitated by Mr. Arif Ahmed, a professional coach and digital transformation consultant. This training program reflects the commitment of SMC to helping employees stay updated with new technologies and improve their skills for the future.



Chief Patron: Toslim Uddin Khan, Managing Director & CEO

Editorial Panel: Md. Moshir Rahman, General Manager, Program Implementation; Ms. Husne Ara, Deputy Manager, Corporate Communication

Layout: Md. Ashfaqu Islam, Assistant Manager, Creative Design, PM & BCC.

Published by: Corporate Communication Department; **Acknowledgements:** All departments of SMC & SMC EL.

Address: SMC Tower, 33 Banani C/A, Road – 17, Dhaka – 1213, Bangladesh; **Telephone:** +88 02 222275073-80, **Website:** www.smc-bd.org