

A hand is shown in the upper left, holding a single wooden block horizontally. Below it is a stack of several wooden blocks, some of which are dark brown and others are light brown. The background is a plain, light-colored surface.

# Rafiq's 30 Day Plan

Mini Case Study

**Zaved Mannan**

### Mini Case Study: Rafiq's 30-Day Plan

#### এই কেস স্টাডি কেন?

বাংলাদেশের ৪০+ চাকরিজীবীদের সবচেয়ে বড় সমস্যা সাধারণত ইচ্ছা না—সমস্যা হলো “রোডম্যাপ নেই।” রফিকের মতো মানুষরা অনেক কিছু ভাবেন, কিছুদিন উৎসাহ পান, তারপর আবার আগের জায়গায় ফিরে যান। এই কেস স্টাডি দেখাবে—কীভাবে খুব কম সময় (রাতের ১–২ ঘণ্টা) দিয়েও ৩০ দিনে একটি বাস্তব দ্বিতীয় আয়ের পথ শুরু করা যায়।

#### রফিক কে?

রফিক (৪৮) একজন ৯–৫ চাকরিজীবী। পরিবারে স্ত্রীসহ তিনজন স্কুল–কলেজপড়ুয়া সন্তান আছে—প্রতিমাসে টিউশন, ফি, বই-খাতা, যাতায়াত আর বাসার খরচ মিলিয়ে আয়ের প্রায় সবটাই চলে যায়। মাস শেষে হাতে কিছুই থাকে না—জরুরি সেভিংস তো দূরের কথা, হঠাৎ অসুখ, হাসপাতাল, বা কোনো ইমার্জেন্সির জন্য আলাদা টাকা নেই। অবসরের কথা ভাবলেই বুকের ভিতর চাপ তৈরি হয়—“তখন চলবে কীভাবে?” কারণ এখনই সঞ্চয় হচ্ছে না, ইনকাম যা আসে সবই পরিবারের জন্য খরচ করতে হয়। তিনি অনেকবার চেষ্টা করেছেন বাড়তি আয়ের কোনো পথ খুঁজতে, কিন্তু সময় কম, অনলাইন-ভীতি আছে, কোথা থেকে শুরু করবেন বুঝতে পারেন না—ফলে প্রতিদিন একই দুশ্চিন্তা নিয়ে ঘুমাতে যান: “একটা দ্বিতীয় আয়ের উৎস না হলে জীবনটা সহজ হবে না।”



### রফিকের ৪টি বড় বাধা (Pain Points)

#### 1. সময় সংকট

দিনভর অফিস, যাতায়াত, তারপর পরিবার—ফলে হাতে থাকে শুধু রাতের ১–২ ঘণ্টা। কিন্তু ওই সময়েই ক্লাসি, ঘুমের চাপ, আর পরিবারের ছোটখাটো দায়িত্ব এসে পড়ে। নিয়মিত সময় ধরে রাখা কঠিন হয়ে যায়—আজ আছে, কাল নেই।

#### 2. অনলাইন/টেক ভয়

রফিক “টেকি” না। নতুন অ্যাপ, পেমেন্ট, পেজ/অ্যাকাউন্ট সেটআপ, বিজ্ঞাপন—এসব শুনলেই মনে হয় ভুল হয়ে যাবে, টাকা/সময় নষ্ট হবে, কেউ ঠকিয়ে দেবে। তাই শুরু না করাটাই “নিরাপদ” মনে হয়।

#### 3. “শুরু কোথা থেকে?” কনফিউশন

ইউটিউব/ফেসবুকে অনেক তথ্য—ফ্রিল্যান্সিং, ই-কমার্স, অ্যাফিলিয়েট, কনটেন্ট—সবই শোনায় ভালো, কিন্তু কোনটা তার জন্য ঠিক বুঝতে পারে না। ঠিক রোডম্যাপ না থাকায় সে বারবার ভাবনায় আটকে যায় এবং সিদ্ধান্ত নিতে পারে না।

#### 4. অবসরের চিন্তা + মাস শেষে টাকার চাপ

মাস শেষে প্রায়ই টান পড়ে—বাচ্চাদের পড়ালেখা, বাজার, ভাড়া/বিল—সব মিলিয়ে সেভিংস থাকে না। হঠাৎ অসুখ বা জরুরি খরচ হলে ধার/ঋণ নিতে হয়। সবচেয়ে বড় ভয়—অবসরের পর নিয়মিত আয় না থাকলে পরিবার কীভাবে চলবে, চিকিৎসা/ইমার্জেন্সি কীভাবে সামলাবে।



### ৩০ দিনের লক্ষ্য (Realistic Outcome)

রফিকের লক্ষ্য ৩০ দিনে “বড় বিজনেস” বানানো নয়। তার লক্ষ্য ছিল ৩০ দিনে এমন একটি ভিত্তি তৈরি করা, যাতে পরের ৯০ দিনে বাস্তবে আয় তৈরি করা যায়। তাই তিনি ৩টি বাস্তব ফল নিশ্চিত করতে চান—

#### 1. Clear Offer (অফার ক্লিয়ার করা)

রফিক ঠিক করবে: “আমি কী সার্ভিস/সাপোর্ট দিচ্ছি, কাদের জন্য দিচ্ছি, কীভাবে দেব, কত দিনে দেব”—একটা একদম পরিষ্কার অফার। কারণ অফার ক্লিয়ার না হলে সে পোস্ট দেবে, মানুষ দেখবে, কিন্তু কেউ বুঝবে না “সে আসলে কী বিক্রি করছে”—ফলে ইনকোয়ারিও আসবে না।

#### 2. Lead Flow Start (ইনকোয়ারি আসা শুরু)

রফিক এমন একটি রুটিন তৈরি করবে যাতে নিয়মিত ইনবক্স/কল/DM আসে—মানে মানুষ প্রশ্ন করছে, আগ্রহ দেখাচ্ছে, দাম জানতে চাচ্ছে, কাজের কথা বলছে। এই stage-এ লক্ষ্য “viral” হওয়া না; লক্ষ্য হলো প্রতি সপ্তাহে কিছু meaningful conversation তৈরি হওয়া।

#### 3. First Paid Attempt (প্রথম পেইড কাজ/ট্রায়াল)

রফিকের টার্গেট ১-৩টি paid trial/অর্ডার/ক্লায়েন্ট—যদিও ছোট অঙ্কের হয়। কারণ প্রথম পেইড কাজই confidence বাড়ায়, proof তৈরি করে, এবং পরের ক্লায়েন্ট আনার দরজা খুলে দেয়। এটা “শুরু হয়েছে” এমন বাস্তব প্রমাণ।

**PBA মন্তব্য (কেন ৩০ দিন গুরুত্বপূর্ণ):** ৩০ দিনে আপনার সবচেয়ে বড় অর্জন হবে একটি “consistent system”—অর্থাৎ প্রতিদিন অল্প করে শেখা, কাজ করা, ফলোআপ করা, এবং সপ্তাহে একবার রিভিউ করা। এই সিস্টেমই পরের ৯০ দিনে ইনকাম তৈরি করে—কারণ আয় আসে ধারাবাহিকতা থেকে, হঠাৎ একদিনের excitement থেকে নয়।

### রফিকের সীমা/রুলস (Constraints)

রফিক যে নিয়মগুলো সেট করেছে, এগুলোই তাকে বাস্তবসম্মত রাখে:

**সময়:** প্রতিদিন ৬০-৯০ মিনিট (রাতের বেলা)

রফিক জানে সময় কম—তাই পরিকল্পনাও “কম সময়” ধরেই। আজ ৬০ মিনিট হলেও হবে; কিন্তু নিয়মিত হতে হবে।

**টুল:** মোবাইল + Facebook + WhatsApp

ল্যাপটপ/বড় সেটআপের অপেক্ষা নয়। সে যে টুলগুলো প্রতিদিন ব্যবহার করে, সেগুলো দিয়েই শুরু। এতে বাধা কমে, কাজ এগোয়।

**বাজেট:** কম/শূন্য (শুরুর জন্য)

প্রথম ৩০ দিন হলো “proof-building period”—এখানে বড় বিজ্ঞাপন বাজেট দরকার নেই। আগে অফার, কনটেন্ট, কনভারসেশন, ট্রায়াল—এইগুলো দাঁড় করাতে হবে।

**নীতি:** “শুরু ছোট, কিন্তু নিয়মিত”

রফিক বড় কিছু একসাথে ধরবে না। প্রতিদিন ছোট কাজ করবে—কিন্তু একদিনও break না দেওয়ার চেষ্টা করবে। কারণ consistency-ই trust তৈরি করে।

**রফিক কোন মডেল বেছে নেয় (Fastest Start Model)?**

রফিক “সার্ভিস” দিয়ে শুরু করে, কারণ এটা চাকরিজীবীদের জন্য সবচেয়ে দ্রুত এবং কম ঝুঁকির পথ:

- স্টক/ডেলিভারি দরকার নেই → ঝামেলা কম, খরচ কম
- দ্রুত বিক্রি করা যায় → প্রথম পেইড কাজ দ্রুত আসে
- শেখা ও ডেলিভারি একসাথে হয় → শেখার সাথে সাথে কাজ করে আয় সম্ভব
- “নিশ্চিত ফল” দেখানো সহজ → ক্লায়েন্টকে before/after বা outcome বোঝানো যায়

**রফিকের সম্ভাব্য সার্ভিসের তালিকা**

Facebook Page Setup + Basic Design

Canva পোস্ট টেমপ্লেট/কনটেন্ট সাপোর্ট

Local shop-এর পোস্ট/কনটেন্ট ম্যানেজমেন্ট

Product sourcing help (লোকাল ব্যবসায়ীদের জন্য)

Tuition/Consulting (নিজের বিষয়ে)

**PBA মন্তব্য (সবচেয়ে বড় ভুল):** প্রথম মাসে “সব কিছু” করার চেষ্টা করবেন না। ১টা অফার + ১টা অডিয়েন্স—এই দুইটা ঠিক করে ৩০ দিন একটাই কাজ repeat করুন। এখান থেকেই দ্রুত ফল আসে, confidence তৈরি হয়, এবং scale করার রাস্তা খুলে যায়।

### ৩০ দিনের **Action Roadmap (Week by Week)**

#### **Week 1 (Day 1-7): Foundation + Offer Clarity**

**লক্ষ্য:** রফিক যেন একদম পরিষ্কার করে ফেলে—“আমি কী দিচ্ছি, কার জন্য, কীভাবে”

##### **Day 1: Skill Inventory (রফিক কী করেছে)**

রফিক তার ৩টি দক্ষতা/অভিজ্ঞতা লিখেছে। এরপর সে ৩টি সমস্যা লিখেছে—যেগুলো সে বুঝে এবং সহজভাবে সমাধান করতে পারে।

##### **Day 2: Niche Pick (রফিক কার জন্য কাজ করবে)**

রফিক ১টা niche ঠিক করেছে, যাতে কনফিউশন কমে। উদাহরণ হিসেবে সে ভেবেছে: লোকাল ব্যবসা, ছোট অনলাইন শপ, শিক্ষক/কোচ—শেষে ১টাই বেছে নিয়েছে।

##### **Day 3: One Sentence Offer (রফিকের অফার লেখা)**

রফিক এই ফর্মুলা ব্যবহার করে ১ লাইনে অফার লিখেছে: “আমি [target audience]-কে [problem] সমাধানে সাহায্য করি, যাতে তারা [benefit] পায়।”

##### **Day 4: Intro Price + Delivery (রফিকের দাম ও ডেলিভারি সেট)**

রফিক শুরুতে একটি “intro price” ঠিক করেছে (low risk), আর ডেলিভারি টাইমলাইন সেট করেছে—৩ দিন/৭ দিনের মধ্যে কোনটা বাস্তবসম্মত হবে।

### **Day 5: Profile/Page Setup (রফিকের অনলাইন উপস্থিতি প্রস্তুত)**

রফিক তার Facebook profile/page আপডেট করেছে:

Bio-তে লিখেছে সে কী করে এবং কাকে help করে।

Cover-এ ১ লাইনে অফার দিয়েছে।

CTA-তে “Message/WhatsApp” সেট করেছে।

### **Day 6: WhatsApp Business Setup (রফিকের রিম্পাই সিস্টেম)**

রফিক WhatsApp Business চালু করেছে এবং quick replies বানিয়েছে: hello, price, process, schedule।

সে Catalog/Notes-এ অফারের বিস্তারিত রেখেছে, যাতে বারবার লিখতে না হয়।

### **Day 7: Lead Capture Ready (রফিক লিড ধরার ব্যবস্থা করেছে)**

রফিক Google Form বা WhatsApp DM-based lead capture বানিয়েছে।

৩টা প্রশ্ন রেখেছে: নাম, সমস্যা/চাহিদা, ফোন/WhatsApp।

### **Week 1 Deliverables (১ সপ্তাহ শেষে রফিকের হাতে কী ছিল)**

- 1-page Offer Sheet (কি, কার জন্য, দাম, ডেলিভারি)
- ৩টি quick reply template
- ১টি lead capture form/DM script

### **Week 2 (Day 8–14): Content + Trust Build**

**লক্ষ্য:** মানুষ যেন বুঝে—রফিক সিরিয়াস এবং সত্যিই সাহায্য করতে পারে

### **Day 8: Content Ideas (রফিক কী লিখেছে)**

রফিক ৫টি problem-based পোস্ট আইডিয়া লিখেছে—যেগুলো চাকরিজীবী বা লোকাল ব্যবসার বাস্তব সমস্যাকে টার্গেট করে।

**Day 9–13: 5 Easy Posts** (রফিক কী পোস্ট করেছে)

**Day 9: Post 1 — Story + Problem + Solution**

**Day 10: Post 2 — How-to tip**

**Day 11: Post 3 — Common mistake (avoid)**

**Day 12: Post 4 — Mini proof/experience** (সে কী শিখছে/কি করছে)

**Day 13: Post 5 — Offer + CTA (DM/WhatsApp)**

**Day 14: Outreach Day** (রফিক কীভাবে কথা শুরু করেছে)

রফিক ১০ জনকে soft DM করেছে (sell না, সাহায্য/পরামর্শ টোনে)।

আর ৫ জনকে call/message করেছে—যারা সত্যিই relevant এবং সম্ভাব্য lead।

### Week 2 Deliverables

- ৫টি পোস্ট live
- ২০টি meaningful conversation শুরু
- ৩–৫টি serious lead shortlist

**PBA মন্তব্য (কেস স্টাডির শেখার পয়েন্ট):** রফিক লক্ষ্য করেছে—Consistency = Trust।

একদিন পোস্ট করে ১০ দিন গ্যাপ দিলে মানুষের বিশ্বাস তৈরি হয় না।

### Week 3 (Day 15–21): Lead Gen + First Paid Push

**লক্ষ্য:** নিয়মিত ইনকোয়ারি + প্রথম paid trial-এর চেষ্টা

**Day 15: Lead Magnet Offer** (রফিক কী অফার দিয়েছে)

রফিক DM-এর মাধ্যমে “ফ্রি অডিট/ফ্রি চেকলিস্ট” অফার করেছে—যাতে মানুষ কম ঝুঁকিতে কথা শুরু করে।

**Day 16: Short Video** (রফিক কী করেছে)

রফিক 30–45 সেকেন্ডের ১টি ভিডিও দিয়েছে: ১টা সমস্যা + ১টা সমাধান + CTA।

### **Day 17: Community Value** (রফিক কোথায় কাজ করেছে)

রফিক ১০টা গ্রুপ/কমিউনিটিতে helpful comment করেছে—sell না করে value দিয়ে।

### **Day 18: Follow-up System** (রফিক কীভাবে follow-up করেছে)

রফিক follow-up নিয়ম করেছে:

Day 1: reply

Day 3: follow-up

Day 5: offer reminder

কারণ রফিক বুঝেছে—follow-up ছাড়া সেল হয় না।

### **Day 19: 3 Trial Offers** (রফিক কী প্রস্তাব দিয়েছে)

রফিক ৩ জনকে low-risk “trial offer” দিয়েছে—যেটা ৩ দিনের মধ্যে deliver করা যায়।

লক্ষ্য: প্রথম paid experience তৈরি করা।

### **Day 20: Feedback/Testimonial** (রফিক কী সংগ্রহ করেছে)

রফিক ২ লাইনের feedback নিয়েছে: “আপনি কী পছন্দ করেছেন?”

এবং স্ক্রিনশট রেখেছে—এটা ভবিষ্যৎ proof।

### **Day 21: Weekly Review** (রফিক কী বিশ্লেষণ করেছে)

রফিক দেখে নিয়েছে—কোন পোস্টে বেশি DM এসেছে, কোন অফার বেশি কাজ করেছে।

তারপর অফার/কপিতে ছোট ছোট পরিবর্তন করেছে (refine)।

### **Week 3 Deliverables**

- ৩০–৫০টি lead/inbox conversation (কমবেশি হতে পারে)
- ১–৩টি paid trial সম্ভাবনা
- ১টি testimonial/feedback

### Week 4 (Day 22–30): Repeat + Scale + Routine

**লক্ষ্য:** রফিক যা কাজ করছে সেটাই repeat করে system বানিয়েছে

#### **Day 22–24: Best Content Repeat (রফিক কী করেছে)**

রফিক তার top 3 পোস্ট আবার করেছে—নতুন শিরোনাম/উদাহরণ দিয়ে (new angle), যাতে নতুন লোকেও engage করে।

#### **Day 25: Simple Portfolio (রফিক কী বানিয়েছে)**

রফিক before/after screenshot তৈরি করেছে।

#### **Day 26: Price Normalize (রফিক দাম কীভাবে ঠিক করেছে)**

Trial শেষ হলে রফিক standard price সেট করেছে—যাতে next sales সহজ হয়।

#### **Day 27: Referral Ask (রফিক কীভাবে রেফারেল চেয়েছে)**

রফিক softভাবে বলেছে: “আপনার পরিচিত কেউ এই সমস্যা ফেস করছে?”

এতে awkward না হয়ে referral আসে।

#### **Day 28: Live Q&A / Long Post (রফিক কী করেছে)**

রফিক Q&A করেছে বা বড় পোস্ট দিয়েছে—যেখানে প্রশ্ন নিয়েছে এবং উত্তর দিয়েছে।

এটা trust বাড়ায়।

#### **Day 29: Next 30-day Plan (রফিক কী পরিকল্পনা করেছে)**

রফিক ১টা improvement goal সেট করেছে—যেমন: বেশি DM, ভালো অফার, বা ১টা নতুন সার্ভিস অ্যাড করা।

#### **Day 30: Progress Post (রফিক কী শেয়ার করেছে)**

রফিক শেয়ার করেছে: “৩০ দিনে রফিক কী করেছে?”

## Mini Case Study: Rafiq's 30-Day Plan

- কী অফার সেট করেছে
- কী কনটেন্ট দিয়েছে
- কীভাবে DM/ফলোআপ করেছে
- কী ফল পেয়েছে (conversation/lead/trial)

### Week 4 Deliverables

- repeatable weekly routine
- simple portfolio asset
- referral loop start

রফিকের মতো মানুষরা কেন খেমে যায়?

- Offer পরিষ্কার না
- কী আগে, কী পরে—order নেই
- নিয়মিত follow-up নেই
- progress track করে না

আপনি যদি এই ৩০ দিনের প্ল্যানটা একা একা করতে চান—পারবেন।

কিন্তু অধিকাংশ চাকরিজীবী ধারাবাহিক থাকতে পারে না, কারণ গাইড/structure থাকে না।



**“Digital Micro Entrepreneurship 101: From Idea to Income”** কোর্সে আপনি পাবেন—

- step-by-step roadmap
- video lessons + assignment-based practice
- আপনার জন্য প্যাকেজ পথ: Silver / Growth / Mastery  
যাতে আপনি “guess” না করে “system” ফলো করতে পারেন।

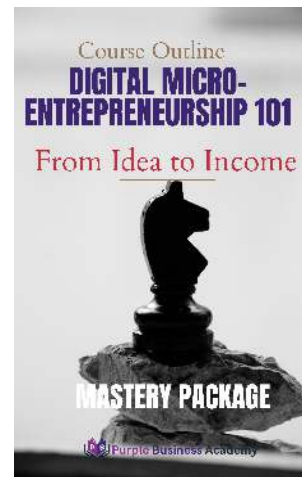
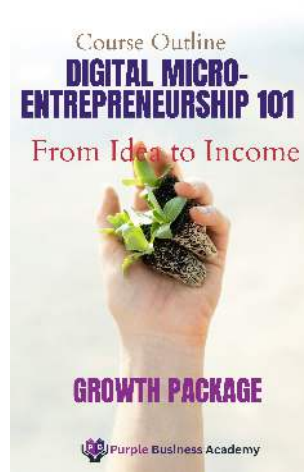
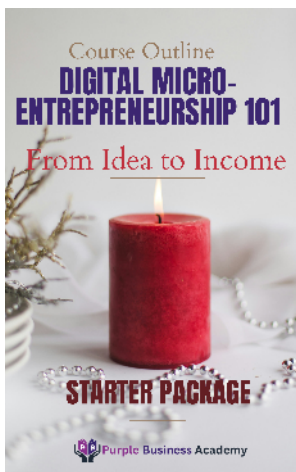
### Next Step (Simple)

1. Purple Business Academy এর website থেকে ফ্রি Course Outline ডাউনলোড করুন — কোর্স ম্যাপ + প্যাকেজ ডিফারেন্স দেখুন. Website: <https://purplebusiness.org/>
2. নিজের সময়/লক্ষ্য অনুযায়ী **Silver / Growth / Mastery** বেঁছে নিন।
3. এরপর PBA system অনুসরণ করে নিজের ব্যবসা শুরু করুন—যাতে ৩০ দিনের প্ল্যানটা বাস্তবে execute হয়

আজই ডাউনলোড করুন ফ্রি Course Outline: <https://purplebusiness.org/flagship-course/>

### “Digital Micro Entrepreneurship 101: From Idea to Income”

(ভেতরে আছে: Roadmap + package guide + next step)





# Mini Case Study: Rafiq's 30-Day Plan

**Zaved Mannan**

Rafiq, a 48-year-old 9-to-5 employee from Bangladesh, faces the all-too-common struggle of balancing family expenses with the desire for a secondary income. In just 30 days, he outlines a practical roadmap to overcome obstacles like time constraints and tech fears, ultimately building a sustainable side hustle. This case study reveals how Rafiq clarifies his offer, generates leads, and secures his first paid trial, providing a step-by-step guide for others seeking financial stability.