

— GLOWPHY ACADEMY —

अपना सैलून या स्पा शुरू करें

बिज़नेस आइडिया से ओपनिंग तक

व्यावहारिक गाइड और लॉन्च वर्कबुक



— Author —

Er. Gopal Chauhan

पुस्तक 01 • हिंदी संस्करण

— glowphy.in —

प्रारंभिक पृष्ठ

इस पुस्तक के बारे में

यह पुस्तक उस व्यक्ति के लिए है जिसके पास सौंदर्य और ग्राहक सेवा की स्किल है, लेकिन अपना व्यवसाय शुरू करने के निर्णय अभी स्पष्ट नहीं हैं। अच्छा हेयरकट या अच्छी सर्विस देना महत्वपूर्ण है; दुकान चलाने के लिए बजट, टीम, समय और ग्राहक की अपेक्षाएँ भी संभालनी पड़ती हैं। यहाँ आप इन दोनों भूमिकाओं को जोड़ना सीखेंगे।

यह गाइड छोटे और मध्यम सैलून तथा नॉन-मेडिकल डे स्पा पर केंद्रित है। इसमें मेडिकल एस्थेटिक्स, इंजेक्शन, लेज़र या बीमारी के उपचार की तकनीकें शामिल नहीं हैं। सैलून और स्पा की जगह, गोपनीयता और स्टाफ की ज़रूरत अलग हो सकती है; दोनों को एक जैसा मानकर निवेश न करें।

संस्करण और उपयोग

शैक्षिक ब्रांड: Glowphy Academy। तैयार किया गया: 28 सितंबर 2026। यह स्वतंत्र व्यावहारिक शिक्षण सामग्री है, सरकारी मार्गदर्शिका या किसी पेशेवर योग्यता का प्रमाणपत्र नहीं। आप वर्कशीट की प्रतियाँ अपने व्यवसाय की योजना बनाने के लिए इस्तेमाल कर सकते हैं।

उदाहरणों को कैसे पढ़ें

इस पुस्तक के व्यवसाय, पात्र, बजट और परिणाम काल्पनिक हैं। रकम मार्केट रेट या कमाई का वादा नहीं है। खरीद से पहले स्थानीय लिखित कोटेशन लें। टैक्स, रोजगार, किराये, स्थानीय अनुमतियों और बीमा के निर्णय अपने योग्य सलाहकार के साथ सत्यापित करें।

चित्र संकेत: इंटीरियर की तस्वीरें AI से बनाई गई अवधारणाएँ हैं, किसी वास्तविक Glowphy सैलून की तस्वीरें नहीं। चार्ट और योजनाएँ शिक्षण के लिए हैं। स्रोत और गणना संबंधी नोट अंतिम भाग में दिए गए हैं।

प्रारंभिक पृष्ठ

आपकी शुरुआत: इस गाइड का इस्तेमाल

पहले पढ़ने पर हर खर्च का अंतिम जवाब खोजने की कोशिश न करें। आपका पहला काम यह पहचानना है कि क्या पता है और किस बात का प्रमाण अभी चाहिए। उदाहरण के लिए “यहाँ ग्राहक बहुत हैं” एक अनुमान है; अलग-अलग दिनों में ग्राहक आवागमन की गिनती और बातचीत उससे बेहतर आधार हैं।

तीन चरणों में आगे बढ़ें

- समझें: अध्याय 1 और 2 से ग्राहक, सेवा और बिज़नेस मॉडल चुनें। अभी दुकान बुक करने की जल्दी न करें।
- जाँचें: अध्याय 3 से 7 के आधार पर बजट, जगह, अनुमतियाँ, कीमत और खरीद की व्यवहार्यता जाँचें।
- तैयार करें: अध्याय 8 से 10 के साथ टीम, बुकिंग और लॉन्च का अभ्यास करें। फिर केस स्टडी और वर्कबुक भरें।

तीन अलग सूचियाँ रखें

सूची	उसमें क्या लिखें
पक्का तथ्य	लिखित किराया प्रस्ताव, सप्लायर का कोटेशन, मापी गई जगह
मान्यता	पहले महीने की अनुमानित बुकिंग, औसत बिल, सर्विस मिक्स
खुला सवाल	अनुमति की स्थिति, पानी का बैकअप, उपलब्ध प्रशिक्षित स्टाफ

हर मान्यता के सामने जाँचने की तारीख लिखें। कोई जानकारी बदलती है तो संबंधित बजट और लॉन्च तारीख भी बदलें। बेहतर जानकारी मिलने पर योजना छोटी करना पीछे हटना नहीं, निवेश को अधिक समझदारी से इस्तेमाल करना है।

अभ्यास: एक फोल्डर बनाएँ जिसमें कोटेशन, अनुमतियाँ, लेआउट, स्टाफ रिकॉर्ड और भरी हुई वर्कशीट रहें। दस्तावेज़ों के नाम में तारीख रखें, ताकि पुरानी कीमत को नई कीमत समझने की गलती न हो।

प्रारंभिक पृष्ठ

विषय-सूची

01 • सही बिज़नेस मॉडल	7
02 • स्थानीय मार्केट और ग्राहक	14
03 • निवेश और नकदी की योजना	21
04 • जगह और लेआउट	28
05 • रजिस्ट्रेशन और जिम्मेदारियाँ	35
06 • सेवा मेन्यू और कीमत	42
07 • उपकरण, प्रोडक्ट और सप्लायर	49
08 • टीम और प्रशिक्षण	56
09 • ब्रांडिंग, बुकिंग और लॉन्च प्रचार	63
10 • 90-दिन की लॉन्च योजना	70
विस्तृत काल्पनिक केस स्टडी	77
प्रिंट करने योग्य वर्कबुक	85
अंतिम कार्ययोजना और संदर्भ	97

परिचय

मालिक की भूमिका: स्किल से सिस्टम तक

आपका सैलून आपके हाथों की स्किल पर शुरू हो सकता है, लेकिन उसकी विश्वसनीयता रोज़ दोहराए जाने वाले अच्छे काम पर बनेगी। ग्राहक को हर बार स्पष्ट कीमत, साफ जगह, सम्मान और वास्तविक समय की जानकारी चाहिए। सुंदर इंटीरियर पहली मुलाकात में मदद करता है; स्थिर अनुभव अगली मुलाकात की वजह बनता है।

पाँच प्रश्न जिनका उत्तर चाहिए

- ग्राहक मेरे पास क्यों आएगा, जबकि आसपास अन्य विकल्प हैं?
- कौन-सी सेवाएँ मेरी टीम सुरक्षित और लगातार अच्छी तरह दे सकती है?
- कम बुकिंग वाले महीनों में नियमित खर्च कहाँ से आएगा?
- मेरी अनुपस्थिति में कौन बुकिंग, भुगतान और शिकायत संभालेगा?
- कौन-सी स्थिति आने पर मैं विस्तार रोकूँगा या योजना बदलूँगा?

तैयारी का मतलब सब कुछ खरीदना नहीं

शुरुआत में बड़ा मेन्यू, महँगी मशीनें और बहुत अधिक स्टॉक दिखने में आकर्षक लग सकते हैं। लेकिन हर नई सर्विस प्रशिक्षण, समय, जगह और प्रोडक्ट जोड़ती है। पहले उन सेवाओं को चुनें जिनकी मांग और आपकी क्षमता दोनों का प्रमाण हो। बाकी सेवाओं के लिए एक बाद की सूची रखें।

आपके शुरुआती लक्ष्य मापने योग्य हों: लिखित लागत निकालना, ग्राहक बातचीत पूरी करना, ट्रायल में सर्विस समय मापना और खोलने से पहले सभी महत्वपूर्ण कमियाँ बंद करना। “सबसे अच्छा सैलून” बनने की इच्छा को इन छोटे कामों में बदलने से प्रगति दिखाई देती है।

पहली प्रतिबद्धता: निवेश की सीमा, अपनी उपलब्ध साप्ताहिक समय-सीमा और परिवार की आवश्यक मासिक राशि लिखें। ऐसी योजना न बनाएँ जिसे चलाने के लिए लगातार अनियोजित व्यक्तिगत उधार लेना पड़े।

परिचय

आपकी लॉन्च यात्रा

01

ग्राहक समझें

जरूरत और मांग का प्रमाण

02

व्यवहार्यता जाँचें

बजट, कीमत और रिजर्व

03

व्यवस्था तैयार करें

जगह, टीम और अनुमति

04

खोलें और सीखें

ट्रायल, सुधार और समीक्षा

यह क्रम एक निर्णय-मानचित्र है, तय समय की गारंटी नहीं। यदि जगह की अनुमति स्पष्ट नहीं है, तो अगली अवस्था में जाकर इंटीरियर खर्च शुरू करना जोखिम बढ़ाता है। यदि ग्राहक बातचीत से पता चले कि प्रस्तावित सर्विस की मांग कमजोर है, तो मॉडल पर लौटें।

हर चरण के अंत में एक प्रमाण

चरण	आगे बढ़ने से पहले उपलब्ध प्रमाण
ग्राहक और मॉडल	किस ग्राहक की कौन-सी समस्या हल करेंगे, एक स्पष्ट वाक्य
व्यवहार्यता	सेटअप बजट, मासिक खर्च और कमजोर बिक्री का अनुमान
जगह और अनुमति	लिखित शर्तें, तकनीकी निरीक्षण, स्थानीय जाँच
टीम और सिस्टम	स्किल टेस्ट, सर्विस अभ्यास, बुकिंग और भुगतान परीक्षण
सॉफ्ट लॉन्च	कमियों की सूची, सुधार का जिम्मेदार व्यक्ति और तारीख

काम करने का नियम

जो निर्णय वापस बदलना महँगा हो, उससे पहले अधिक प्रमाण जुटाएँ। बोर्ड का रंग बाद में बदला जा सकता है; लंबी लॉक-इन अवधि वाले किराये और भारी स्थायी इंटीरियर को बदलना कठिन हो सकता है। इसलिए हर बड़े भुगतान से पहले “क्या जाँचा गया?” पूछें।

इस पुस्तक का परिणाम: आखिर में आपके पास केवल जानकारी नहीं, अपना भरा हुआ बिज़नेस प्लान, बजट, खरीद सूची, टीम योजना और खोलने का निर्णय होना चाहिए।

अध्याय 1 • सही बिज़नेस मॉडल

मॉडल चुनें, फिर जगह

आप क्या सीखेंगे: ग्राहक, स्किल और निवेश को मिलाकर अपना शुरुआती मॉडल चुनना। इस अध्याय के अंत में आप बता सकेंगे कि कौन-सी सेवाएँ अभी देंगे, कौन-सी बाद में जोड़ेंगे और किनसे दूर रहेंगे।



एक कॉम्पैक्ट सैलून की AI-निर्मित अवधारणा; सजावट की जगह उपयोगिता को प्राथमिकता दें।

“सैलून खोलना है” अभी अधूरा निर्णय है। नियमित हेयरकट वाला जेंट्स सैलून और अपॉइंटमेंट आधारित ब्यूटी स्टूडियो की ग्राहक आवृत्ति, औसत समय, स्टॉक और प्राइव्सेसी अलग होंगी। पहले ग्राहक का उपयोग समझें, फिर उस काम के अनुकूल दुकान देखें।

शुरुआती सर्विस का दायरा आपकी मौजूदा स्किल और भरोसेमंद टीम से तय होना चाहिए। केवल सप्लायर के कहने पर ऐसी मशीन या सेवा न जोड़ें जिसके लिए प्रशिक्षण, मांग और रखरखाव की व्यवस्था नहीं है। छोटे दायरे में अच्छा प्रदर्शन बाद के विस्तार का आधार बन सकता है।

निर्णय: “हम _____ क्षेत्र में _____ ग्राहकों को _____ सेवाएँ, _____ अनुभव के साथ देंगे।” इस वाक्य में केवल वे बातें लिखें जिन्हें उद्घाटन के दिन निभा सकेंगे।

पाँच मॉडलों की तुलना

मॉडल की तुलना सिर्फ़ शुरुआती लागत से न करें। देखें कि ग्राहक कितनी बार आएगा, सर्विस में कितना समय लगेगा और एक समय में कितने प्रशिक्षित लोग चाहिए। नीचे की तालिका दिशा देती है; स्थानीय मांग का स्थान नहीं लेती।

मॉडल	मुख्य तैयारी	पहले जाँचें
जेंट्स सैलून	कटिंग स्टेशन, नियमित सेवा प्रवाह	स्थानीय कीमत, तेज समय और दोबारा आने की मांग
लेडीज़ सैलून	सेवा के अनुसार प्राइवेट, उपयुक्त टीम	ग्राहक की पसंद, समय और मौसमी मांग
यूनिसेक्स सैलून	विविध स्किल, ज़ोनिंग, साझा संसाधन	टीम क्षमता और एक साथ सेवाओं का संचालन
ब्यूटी स्टूडियो	अपॉइंटमेंट, सीमित विशेषज्ञ सेवाएँ	मालिक पर निर्भरता और बुकिंग का अंतराल
नॉन-मेडिकल स्पा	निजी कमरे, लिनेन, स्वच्छता, समय-बफर	स्थानीय अनुमतियाँ, पेशेवर स्टाफ, कमरे का उपयोग

मिश्रित मॉडल का वास्तविक खर्च

“सैलून के साथ स्पा भी” कहने से केवल एक बेड नहीं जुड़ता। कमरा, आवाज़ का नियंत्रण, कपड़े बदलने की व्यवस्था, लिनेन की सफाई, अतिरिक्त स्टाफ और लंबे स्लॉट भी जुड़ सकते हैं। दोनों हिस्सों की मांग अलग-अलग जाँचें और आय-खर्च अलग मापें।

किसी मॉडल को कम प्रतिष्ठित या अधिक लाभदायक मानकर न चुनें। आपकी परिस्थितियों में उपयोगी मॉडल वही है जिसमें ग्राहक की जरूरत, सुरक्षित सेवा और टिकाऊ खर्च साथ आ सकें। यदि प्रशिक्षित व्यक्ति उपलब्ध नहीं है, तो उस सेवा की शुरुआत टालना उचित है।

आम गलती: प्रतिस्पर्धी का पूरा मेन्यू नकल करना। सुधार: अपनी टीम की तैयारी और स्थानीय ग्राहक के अनुसार छोटा शुरुआती मेन्यू बनाएँ।

अपनी स्किल और सीमाएँ पहचानें

अच्छी तकनीकी स्किल और व्यवसाय चलाने की तैयारी अलग चीजें हैं। आप शानदार हेयर स्टाइलिस्ट हो सकते हैं, लेकिन किराया तय करना, कर्मचारी का इंटरव्यू लेना और रोज़ का कैश मिलाना अभी सीखना पड़ सकता है। इसका अर्थ यह नहीं कि आप व्यवसाय नहीं चला सकते; अर्थ है कि मदद की भूमिका तय करनी होगी।

स्किल को चार खानों में बाँटें

क्षेत्र	मेरा प्रमाण	अगला कदम
मुख्य सर्विस	प्रशिक्षण, निरीक्षित काम, ग्राहक फीडबैक	जिन सेवाओं में कमी हो उनका अभ्यास
ग्राहक संवाद	कंसल्टेशन और शिकायत संभालने का अनुभव	भूमिका-अभ्यास और स्पष्ट संवाद
पैसा और रिकॉर्ड	खर्च, बिल और बैंक रिकॉर्ड समझना	अकाउंटेंट के साथ सरल प्रक्रिया
टीम और समय	शेड्यूल, जिम्मेदारी और फॉलो-अप	भूमिकाएँ लिखकर अभ्यास

खुद को केवल “अच्छा” या “कमजोर” न लिखें। प्रमाण लिखें: “मैंने पाँच ट्रायल में समय मापा” या “अभी मासिक खर्च शीट नहीं बनाई।” प्रमाण के आधार पर मदद लेना आसान होता है।

अपनी व्यक्तिगत सीमा भी तय करें। यदि आप प्रतिदिन छह घंटे ही दे सकते हैं, तो दस घंटे खुले व्यवसाय के लिए जिम्मेदार व्यक्ति चाहिए। शुरुआत में मालिक का मुफ्त और असीमित श्रम मानना बजट को सुंदर दिखाता है, लेकिन लंबे समय में थकान और सेवा की अस्थिरता बढ़ा सकता है।

अभ्यास: वे तीन काम लिखें जिन्हें आप स्वयं करेंगे, तीन जिन्हें सिखाएँगे और तीन जिनके लिए बाहरी विशेषज्ञ चाहिए। हर काम के सामने समय और अनुमानित लागत रखें।

ग्राहक को स्पष्ट वादा दें

ग्राहक के लिए आपकी पहचान किसी लंबे नारे से नहीं बनती। पहचान वह है जो उसे बार-बार अनुभव हो: समय की स्पष्टता, साफ उपकरण, ध्यान से सुना गया अनुरोध और बिल में कोई आश्चर्य न होना। शुरुआती वादा इतना छोटा रखें कि पूरी टीम उसे निभा सके।

01

स्पष्ट वादा

समय, कीमत और सेवा बताइए

02

दैनिक आदत

हर ग्राहक के साथ वही प्रक्रिया

03

दिखता प्रमाण

फीडबैक और सेवा रिकॉर्ड

एक काल्पनिक उदाहरण

“आशा स्टूडियो” कामकाजी ग्राहकों के लिए अपॉइंटमेंट आधारित हेयर और बेसिक ग्रूमिंग सेवाएँ देना चाहता है। उसका शुरुआती वादा है: कीमत पहले बताना, सेवा से पहले समय की पुष्टि करना और देरी होने पर जानकारी देना। वह “कभी इंतजार नहीं” नहीं कहता, क्योंकि कुछ सेवाओं में वास्तविक समय बदल सकता है।

इस वादे को संचालन में बदलें। बुकिंग में अनुमानित अवधि दिखे; टीम ग्राहक के आने पर अपेक्षा पूछे; अतिरिक्त सेवा से पहले कीमत की सहमति हो; देरी पर नया समय बताया जाए। तब ब्रांड का मतलब केवल बोर्ड नहीं रहता।

अपनी पहचान जाँचें

यदि आपका वादा “प्रीमियम क्वालिटी” है तो पूछें: उसका दिखाई देने वाला प्रमाण क्या है? साफ लिनेन, प्रशिक्षित स्टाफ, शांत कंसल्टेशन या स्पष्ट सेवा प्रक्रिया? ऐसे तीन प्रमाण चुनें जिन्हें रोज़ जाँचा जा सके।

अभ्यास: एक मुख्य वादा और उसे निभाने की तीन रोज़ की आदतें लिखें। जिन आदतों का जिम्मेदार व्यक्ति तय नहीं है, उन्हें लॉन्च से पहले तय करें।

कम सेवाओं से मजबूत शुरुआत

शुरुआती मेन्यू आपकी पूरी महत्वाकांक्षा की सूची नहीं है। वह उन सेवाओं का चयन है जिनके लिए ग्राहक, प्रशिक्षित व्यक्ति, उपकरण और समय तैयार हैं। हर अतिरिक्त सेवा के साथ प्रोडक्ट के खुले पैक, प्रशिक्षण और बुकिंग की जटिलता बढ़ती है।

तीन सूचियाँ बनाएँ

अभी शुरू करें	बाद में जाँचें	अभी शामिल न करें
मांग और स्किल दोनों स्पष्ट	मांग हो सकती है, प्रमाण अधूरा	प्रशिक्षण या सुरक्षित व्यवस्था नहीं
लागत और समय मापा गया	महँगा उपकरण चाहिए	कानूनी दायरा अस्पष्ट
विश्वसनीय प्रोडक्ट उपलब्ध	विशेषज्ञ भर्ती बाकी	भ्रामक परिणाम का वादा करना पड़े

छोटी शुरुआत का मतलब साफ-सफाई, गुणवत्ता या आवश्यक सुरक्षा पर कटौती नहीं है। कम सेवाएँ रखकर वैकल्पिक सजावट, कम उपयोग वाली मशीन और अतिरिक्त स्टॉक टालें। आवश्यक प्रशिक्षण और रखरखाव को “बाद में” की सूची में न रखें।

सेवा जोड़ने का संकेत

नई सेवा तब जाँचें जब ग्राहक पूछ रहे हों, मौजूदा काम स्थिर हो, प्रशिक्षित व्यक्ति उपलब्ध हो और छोटी पायलट प्रक्रिया का बजट हो। केवल किसी वीडियो में लोकप्रिय दिखने से खरीद न करें। पायलट के बाद मांग, समय, शिकायत और वास्तविक योगदान की समीक्षा करें।

आम गलती: कम बिक्री की भरपाई हर सप्ताह नई सेवा जोड़कर करना। पहले पता करें कि समस्या मांग, ग्राहक संवाद, कीमत या अनुभव में है। फिर उसी समस्या का समाधान करें।

मालिक, साझेदार और निर्णय अधिकार

साझेदारी में स्किल और पैसा मिल सकते हैं, लेकिन अस्पष्ट अपेक्षाएँ विवाद भी बना सकती हैं। दुकान खोलने से पहले यह तय करें कि कौन कितना पैसा और समय देगा, किसे किस निर्णय का अधिकार होगा और कठिन परिस्थिति में क्या प्रक्रिया अपनाएँगे। औपचारिक समझौता योग्य सलाहकार से तैयार कराएँ।

बातचीत की न्यूनतम सूची

- योगदान: नकद, उपकरण, जगह और काम के समय का अलग रिकॉर्ड रखें।
- भूमिकाएँ: सेवा, खरीद, भर्ती, भुगतान और मार्केटिंग का जिम्मेदार तय करें।
- निकासी: मालिक की नियमित निकासी और लाभ बाँटने के नियम अलग लिखें।
- मंजूरी: किस राशि से ऊपर खरीद या उधार के लिए दोनों की सहमति चाहिए?
- अनुपस्थिति: बीमारी या छुट्टी में जिम्मेदारी कौन संभालेगा?
- बाहर निकलना: साझेदार हटना चाहे तो मूल्यांकन और बकाया कैसे निपटेंगे?

दोस्त या रिश्तेदार होने से लिखित स्पष्टता की जरूरत कम नहीं होती। लिखना अविश्वास नहीं, एक ही बात को अलग समझने से बचाव है। परिवार की मदद को भी अनिश्चित मुफ्त श्रम न मानें; भूमिका और समय पूछें।

अकेले मालिक के लिए भी नियम

यदि अकेले काम कर रहे हैं तो भी बड़ा खर्च करने से पहले बजट की दूसरी समीक्षा लें। बैंक भुगतान और ग्राहक रिकॉर्ड की पहुँच सुरक्षित रखें। किसी एक कर्मचारी के निजी फोन पर पूरी व्यवसायिक पहचान निर्भर न होने दें।

अगला कदम: “कौन तय करेगा?” नाम से एक पेज बनाएँ। पाँच महत्वपूर्ण फैसलों के सामने निर्णयकर्ता, सलाह देने वाला व्यक्ति और रिकॉर्ड रखने का स्थान लिखें।

अध्याय 1: अपना मॉडल तय करें

अब विकल्पों को एक पेज पर संक्षेप करें। यदि उत्तर बहुत व्यापक है, जैसे “हर उम्र के सभी ग्राहक”, तो शुरुआती मुख्य ग्राहक अधिक स्पष्ट करें। दूसरे ग्राहक बाद में आ सकते हैं; शुरुआती योजना को फिर भी एक केंद्र चाहिए।

तैयार होने की जाँच

- मुख्य ग्राहक समूह और उनकी एक जरूरी समस्या लिखी है।
- शुरुआती सेवाओं की सीमा तथा अभी नहीं देने वाली सेवाएँ तय हैं।
- मुख्य सेवाओं के लिए स्किल का प्रमाण या प्रशिक्षण योजना है।
- मालिक और सहयोगियों का समय यथार्थवादी है।
- मुख्य वादा और उसे निभाने की तीन आदतें तय हैं।
- साझेदारी या निर्णय अधिकार के खुले सवाल दर्ज हैं।

सवाल	आपका संक्षिप्त उत्तर
हम किसके लिए खोल रहे हैं?	_____
हमारी शुरुआती तीन मुख्य सेवाएँ?	_____
ग्राहक हमें क्यों चुन सकता है?	_____
सबसे बड़ी तैयारी की कमी?	_____
अगले सात दिनों में किससे प्रमाण लेंगे?	_____

आगे बढ़ने का नियम

यदि मॉडल चुनने का एकमात्र कारण “दुकान मिल रही है” है, तो अभी ग्राहक शोध करें। यदि ग्राहक और सर्विस स्पष्ट हैं लेकिन बजट नहीं, तो निवेश से पहले अध्याय 3 पर काम करें। किसी अनुत्तरित प्रश्न को सफलता की आशा से न भरें।

अध्याय का परिणाम: एक स्पष्ट शुरुआती मॉडल। यह स्थायी बंधन नहीं; नया प्रमाण मिलने पर बदला जा सकता है। बदलाव का कारण लिखें, ताकि निर्णय भावनाओं के बजाय जानकारी पर आधारित रहे।

Continue your learning

You have reached the end of this free sample.

Salon & Spa Startup Guide | Hindi edition

Full edition: 100 pages

Explore the remaining chapters on market research, budgeting, location, registrations, service pricing, equipment, staffing, booking and launch planning. The full guide also includes a case study and workbook.

VIEW FULL BOOK & BUNDLE

technovawebstudio.com/e-books/