

अपना सैलून या स्पा शुरू करें

बिज़नेस आइडिया से ओपनिंग तक

भारतीय उद्यमियों के लिए व्यावहारिक गाइड
और लॉन्च रणनीतियाँ



सही बिज़नेस
मॉडल



निवेश और
नकदी की योजना



टीम और
प्रशिक्षण



सेवा मेन्यू
और कीमत



रजिस्ट्रेशन और
जिम्मेदारियाँ



लेखक

Er. G.S. Chauhan

हिंदी संस्करण • 2026



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।

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

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 रोक्कूँगा 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।

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 प्राइवेसी 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 सिर्फ 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।

अध्याय 1 • सही बिज़नेस मॉडल

अपनी स्किल और सीमाएँ पहचानें

अच्छी तकनीकी स्किल और व्यवसाय चलाने की तैयारी अलग चीज़ें 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।

अध्याय 1 • सही बिज़नेस मॉडल

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	02
स्पष्ट वादा	दैनिक आदत
समय, कीमत और सेवा बताइए	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।

अध्याय 1 • सही बिज़नेस मॉडल

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।

अध्याय 1 • सही बिज़नेस मॉडल

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 • निर्णय अभ्यास

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।

ग्राहक की दुनिया समझें

आप क्या सीखेंगे: अनुमान को ग्राहक बातचीत और स्थानीय निरीक्षण से जाँचना। इस अध्याय में आप ऐसे प्रश्न तैयार करेंगे जिनसे ग्राहक का वास्तविक व्यवहार पता चले, केवल आपके आइडिया के लिए तारीफ नहीं।

ग्राहक की जरूरत “हेयरकट चाहिए” से आगे हो सकती है। किसी को शाम का समय चाहिए, किसी को साफ कीमत, किसी को प्राइवेट और किसी को बिना जल्दबाजी कंसल्टेशन। एक ही मोहल्ले में अलग समूह अलग चीजों को महत्व दे सकते हैं।

चार बातें पूछें

जानकारी	उपयोगी सवाल
हाल का अनुभव	आप पिछली बार किस सेवा के लिए गए थे?
चुनने का कारण	उस जगह को क्यों चुना?
परेशानी	किस बात से असुविधा हुई?
बदलने की वजह	नई जगह आजमाने से पहले क्या जानना चाहेंगे?

“अगर मैं खोलूँ तो आएँगे?” से अक्सर विनम्र हाँ मिल सकती है। इसके बजाय हाल की वास्तविक यात्रा, समय और खर्च के बारे में पूछें। लोग जितना साझा करना चाहें उतना ही लिखें; नाम और फोन नंबर लेना शोध की अनिवार्यता नहीं है।

अभ्यास: अलग उम्र और जरूरत वाले 15-20 संभावित ग्राहकों से छोटी बातचीत करें। यह सांख्यिकीय सर्वे नहीं, शुरुआती संकेत है। परिवार की राय के साथ ऐसे लोगों को भी शामिल करें जो आपको खुश करने के लिए उत्तर नहीं दे रहे हों।

ग्राहक प्रोफाइल उपयोगी कैसे बने

ग्राहक प्रोफाइल एक काल्पनिक व्यक्ति की कहानी भर नहीं है। वह आपकी सर्विस, समय और कीमत का निर्णय आसान करने वाला सारांश है। उसमें केवल वही विशेषताएँ रखें जिनसे संचालन बदलता है। पसंदीदा रंग जैसी जानकारी तब तक जरूरी नहीं जब तक उससे वास्तविक निर्णय न बनता हो।

उदाहरण: काम के बाद आने वाला ग्राहक

“नेहा” एक काल्पनिक ग्राहक है। उसे सप्ताह के दिनों में शाम का स्लॉट चाहिए। वह पहले कीमत और संभावित अवधि जानना चाहती है। उसके लिए पास होना महत्वपूर्ण है, लेकिन देरी की सूचना भी उतनी ही महत्वपूर्ण है। इसका जवाब लंबी छूट नहीं, साफ बुकिंग प्रक्रिया और वास्तविक समय है।

उदाहरण: नियमित ग्रूमिंग ग्राहक

“रवि” महीने में नियमित बेसिक ग्रूमिंग कराता है। उसकी चिंता है कि उपलब्ध स्टाफ कौन है और उसे कितना इंतजार होगा। वह हर बार लंबा कंसल्टेशन नहीं चाहता, लेकिन पिछली पसंद याद रखे जाने को महत्व दे सकता है। ग्राहक नोट उसकी सहमति और सीमित पहुँच के साथ रखें।

प्रोफाइल का हिस्सा	व्यवसाय में उपयोग
कब आ सकता है?	खुलने का समय और शेड्यूल
मुख्य सेवा क्या है?	मेन्यू और उपकरण
किस बात से भरोसा बनता है?	संवाद और सेवा प्रक्रिया
किस वजह से नहीं आता?	ऑफर से पहले असली बाधा का समाधान

निर्णय: दो प्राथमिक ग्राहक प्रोफाइल बनाएँ। यदि दोनों की जरूरत बहुत अलग है, तो पहले एक समूह पर केंद्रित लॉन्च करना आसान हो सकता है।

अध्याय 2 • स्थानीय मार्केट और ग्राहक

प्रतिस्पर्धी सर्वे सम्मानपूर्वक करें

प्रतिस्पर्धी सर्वे का उद्देश्य दूसरों की कमजोरी ढूँढ़ना नहीं, इलाके की अपेक्षाएँ समझना है। सार्वजनिक मेन्यू, खुलने का समय, दिखाई देने वाली सुविधा और खुले ग्राहक फीडबैक से शुरुआत करें। निजी रिकॉर्ड, नकली बुकिंग या गलत पहचान से जानकारी न जुटाएँ।

एक समान शीट इस्तेमाल करें

क्या देखें?	क्या नोट करें?
सेवा मेन्यू	समान सेवा में शामिल चीजें और सीमाएँ
कीमत	बेसिक कीमत, लंबाई/उपयोग के अनुसार बदलाव
समय	खुलने के घंटे, अपॉइंटमेंट की उपलब्धता
अनुभव	स्वागत, साफ जानकारी, प्रतीक्षा की व्यवस्था
डिजिटल जानकारी	पता, संपर्क, सार्वजनिक फोटो, अपडेट

तीन से पाँच व्यवसाय देखना शुरुआती अभ्यास हो सकता है, पूरे बाजार का निष्कर्ष नहीं। बहुत बड़ी चेन को छोटे स्थानीय सैलून से सीधे तुलना न करें। दोनों का किराया, टीम और ग्राहक अनुभव अलग हो सकता है।

कीमत की सही तुलना

₹300 का हेयरकट और ₹500 का हेयरकट तभी तुलनीय हैं जब उसमें शामिल सेवा और समय समझें। केवल सबसे कम कीमत से अपनी कीमत तय करेंगे तो लागत और आपकी प्रस्तावित सेवा दोनों अनदेखी हो सकती हैं।

अभ्यास: प्रत्येक प्रतिस्पर्धी के लिए एक उपयोगी सीख लिखें और एक अनुमान लिखें जिसकी पुष्टि नहीं है। अपने नोट में दोनों को अलग रखें। नकारात्मक ग्राहक टिप्पणी को बिना जाँच सत्य तथ्य न मानें।

अध्याय 2 • स्थानीय मार्केट और ग्राहक

मांग को समय के साथ देखें

एक व्यस्त रविवार देखकर पूरे महीने की मांग का अनुमान लगाना आसान है। मगर आपके किराये और वेतन का भुगतान पूरे महीने होता है। अलग दिनों और समय में इलाके का निरीक्षण करें: कार्यदिवस की दोपहर, शाम और सप्ताहांत अलग संकेत दे सकते हैं।

काल्पनिक दैनिक बुकिंग • केवल उदाहरण

सोमवार

5 बुकिंग

बुधवार

6 बुकिंग

शुक्रवार

9 बुकिंग

रविवार

14 बुकिंग

यह दृश्य काल्पनिक मांग पैटर्न दिखाता है, किसी शहर का डेटा नहीं। इसका संदेश यह है कि शेड्यूल और खर्च केवल सबसे व्यस्त समय पर आधारित न हों। दुकान के सामने से गुजरने वाला हर व्यक्ति आपका ग्राहक नहीं है।

निरीक्षण में क्या लिखें

तारीख, समय, मौसम, आसपास का आयोजन और गिनती की अवधि दर्ज करें। त्योहार के दिन और सामान्य दिन की तुलना अलग रखें। यदि इलाके में स्कूल, ऑफिस या पर्यटन का प्रभाव है तो उसके समय के अनुसार मांग बदल सकती है।

इसके बाद पूछें कि क्या आपके लक्ष्य ग्राहक को उस समय सेवा चाहिए जब आप टीम उपलब्ध रख सकते हैं। गलत समय पर खुला रहना केवल अतिरिक्त घंटे और खर्च जोड़ सकता है। पहले छोटी अवधि में समय का परीक्षण करें, फिर डेटा के अनुसार विस्तार करें।

कार्रवाई: कम से कम तीन अलग दिनों के चार समय-ब्लॉक में निरीक्षण करें। हर ब्लॉक के बाद “क्या देखा” और “मेरा अनुमान” अलग लिखें। यही बाद में स्टाफ शेड्यूल का प्रारंभिक आधार बनेगा।

अध्याय 2 • स्थानीय मार्केट और ग्राहक

छोटा मांग परीक्षण करें

बड़ी रकम खर्च करने से पहले अपनी पेशकश की स्पष्टता जाँची जा सकती है। उदाहरण के लिए संभावित ग्राहकों को दो सरल मेन्यू विकल्प दिखाएँ और पूछें कि उन्हें क्या समझ आता है, कौन-सा समय उपयोगी है और किस जानकारी की कमी है। यह बिक्री की गारंटी नहीं, समझ की जाँच है।

परीक्षण की प्रक्रिया

- एक सवाल चुनें: क्या ग्राहक सेवा समझ रहा है, कीमत स्वीकार्य लगती है या समय सुविधाजनक है?
- एक समय में सीमित बदलाव करें। कीमत, मेन्यू और स्थान सब साथ बदलेंगे तो कारण समझना कठिन होगा।
- उत्तर और आपत्ति लिखें। केवल तारीफों की गिनती न करें।
- अगला कदम तय करें: मेन्यू सुधारना, वास्तविक ट्रायल कराना या मॉडल छोटा करना।

यदि भविष्य की बुकिंग या अग्रिम राशि लेने का विचार हो तो पहले सेवा देने की वास्तविक तैयारी, लिखित शर्तें और लागू कानूनी जरूरतें स्पष्ट करें। दुकान और तारीख तय हुए बिना अस्पष्ट वादे से पैसा जुटाना ग्राहक का भरोसा कम कर सकता है। शुरुआती शोध के लिए भुगतान लेना जरूरी नहीं है।

मापने योग्य सीख

20 बातचीत में 12 लोगों ने शाम का समय माँगा तो यह आपके नमूने का संकेत है, पूरे शहर का प्रतिशत नहीं। अब अलग समूह से जाँचें और देखिए कि शाम को प्रशिक्षित टीम उपलब्ध करना संभव है या नहीं।

आम गलती: “लोगों ने पसंद किया” को “लोग भुगतान करेंगे” मान लेना। प्रतिक्रिया, पूछताछ, वास्तविक बुकिंग और पूरी हुई सेवा चार अलग चरण हैं।

अध्याय 2 • स्थानीय मार्केट और ग्राहक

मांग का अनुमान, क्षमता की सीमा

बिक्री अनुमान बनाते समय पहले बुकिंग की संभावना और फिर सेवा देने की क्षमता जाँचें। मांग अधिक होने पर भी दो कुर्सियाँ, एक प्रशिक्षित व्यक्ति और एक साइकल स्टेशन सेवा की सीमा तय कर सकते हैं। सभी संसाधन एक ही गति से उपलब्ध नहीं होते।

उदाहरण: दो स्टेशन वाला सैलून

मान लें दो योग्य स्टाफ सदस्य प्रतिदिन सात-सात घंटे वास्तविक सेवा के लिए उपलब्ध हैं। कुल 840 मिनट मिले। यदि औसत बुकिंग में सफाई सहित 45 मिनट लगते हैं, तो सैद्धांतिक क्षमता लगभग 18 बुकिंग है। यह लक्ष्य नहीं; साइकल उपकरण, देर से आने वाले ग्राहक और लंबे काम इसे कम कर सकते हैं।

परिदृश्य	औसत दैनिक बुकिंग	26 दिन की बुकिंग
कमजोर शुरुआती मांग	6	156
मध्यम अनुमान	9	234

ये उदाहरण क्षमता से कम रखे गए हैं, फिर भी ग्राहक शोध से सत्यापित करने होंगे। शुरुआती महीने से हर स्लॉट भरा मानना योजना को नाजुक बनाता है।

यदि औसत सेवा लंबी हो जाए तो क्षमता फिर निकालें। समान बिक्री दिखने पर भी अधिक समय वाली सेवा का योगदान प्रति घंटा कम हो सकता है। यह विस्तृत प्राइसिंग का विषय है, लेकिन शुरुआत में समय की गणना करना जरूरी है।

निर्णय: बिक्री शीट में कमजोर, मध्यम और बेहतर तीन अनुमान रखें। पहले देखें कि कमजोर अनुमान में नकदी कितनी तेजी से घटेगी।

अध्याय 2 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 2: प्रमाण का सारांश

शोध पूरा होने का अर्थ यह नहीं कि सारे सवाल खत्म हो गए। अर्थ है कि आपके पास अनुमान से बेहतर आधार है और बाकी सवालों की सूची साफ है। अब बातचीत, निरीक्षण और प्रतिस्पर्धी सर्वे से मिली जानकारी को एक पेज में बदलें।

पाँच निष्कर्ष लिखें

- सबसे स्पष्ट ग्राहक समूह कौन-सा है और उसकी मुख्य जरूरत क्या है?
- कौन-सी सेवा की मांग बार-बार सुनाई दी?
- किस समय की मांग और आपकी स्टाफ उपलब्धता मिलती है?
- ग्राहक किस परेशानी से बचना चाहता है?
- कौन-सा महत्वपूर्ण अनुमान अभी भी प्रमाण के बिना है?

निष्कर्ष	मिला हुआ प्रमाण	अगली जाँच

निर्णय की कसौटी

अगर कीमत स्वीकार करने वाले ग्राहक कम दिखे तो तुरंत सस्ता होने की कोशिश न करें। सेवा का दायरा, स्थान, ग्राहक समूह और लागत की संरचना जाँचें। यदि आपकी पेशकश समझ ही नहीं आई, तो स्पष्ट भाषा में दोबारा परीक्षण करें।

एक विरोधी संकेत भी लिखें: वह बात जो आपके पसंदीदा आइडिया के खिलाफ जाती है। अच्छे निर्णय में असुविधाजनक जानकारी के लिए जगह होती है। दुकान की सुंदर कल्पना से अधिक महत्वपूर्ण यह है कि ग्राहक क्यों आएगा और आप उसे टिकाऊ लागत पर कैसे सेवा देंगे।

अध्याय का परिणाम: ग्राहक शोध का एक पेज और तीन मांग अनुमान। इन्हें अगले अध्याय के बजट से जोड़ें; अलग-अलग दस्तावेजों में असंगत लक्ष्य न रखें।

बजट: दुकान से आगे की सोच

आप क्या सीखेंगे: शुरुआत में लगने वाले पैसे, हर महीने के खर्च और नकदी के सहारे को अलग रखना। केवल इंटीरियर का खर्च निकालना पूरा बजट नहीं है। खोलने के बाद ग्राहक बनने तक भी व्यवसाय को पैसे चाहिए।

पैसे के चार डिब्बे

01	02
सेटअप	डिपॉजिट
उपकरण और जगह की तैयारी	अनुबंध के अनुसार रोकी नकदी
03	04
संचालन रिजर्व	आकस्मिक निधि
कम आमदनी में नियमित भुगतान	अनियोजित बदलाव और मरम्मत

सेटअप में उपकरण और सुधार जैसे खर्च आते हैं। सिव्योरिटी डिपॉजिट नकदी रोकता है, लेकिन सामान्यतः उसी महीने का संचालन खर्च नहीं होता; वापसी अनुबंध और वास्तविक समायोजन पर निर्भर करेगी। शुरुआती स्टॉक खरीदते समय नकदी जाती है, जबकि उसकी खपत सेवाओं के साथ होती है। यह अंतर याद रखें।

वर्किंग कैपिटल वह राशि है जो भुगतान और आमदनी के समय के बीच व्यवसाय को चलाती है। आकस्मिक निधि अलग है: अतिरिक्त मरम्मत, कीमत बढ़ने या काम में देरी जैसे बदलाव के लिए। दोनों को एक ही बचा हुआ पैसा मानेंगे तो एक समस्या दूसरी जरूरत का पैसा खा सकती है।

मालिक की जरूरत भी वास्तविक है

यदि परिवार को आपकी मासिक आय चाहिए, तो बजट में उसकी जगह होनी चाहिए। लेखांकन में मालिक की निकासी और कर्मचारी वेतन का व्यवहार अलग हो सकता है; योजना में फिर भी मालिक के काम की लागत या व्यक्तिगत निकासी साफ दिखाएँ।

शुरुआत का नियम: खर्च का कोटेशन, भुगतान की तारीख और पैसा आने का स्रोत साथ लिखें। “कुल कितना” के साथ “कब चाहिए” जानना उतना ही जरूरी है।

₹6 लाख का उदाहरण: कहाँ कितना

यह “आशा स्टूडियो” का काल्पनिक शुरुआती बजट है। इसमें खरीदी पर भुगतान की वास्तविक रकम मानी गई है; संभावित टैक्स क्रेडिट घटाकर लागत कम नहीं दिखाई गई। यह किसी क्षेत्र की मानक लागत नहीं है।

मद	उदाहरण राशि
वापसी योग्य किराया डिपॉज़िट	₹60,000
इंटीरियर, बिजली और प्लंबिंग कार्य	₹1,20,000
उपकरण और फर्नीचर	₹1,00,000
शुरुआती प्रोडक्ट, लिनेन और सामग्री	₹35,000
प्री-ओपनिंग तैयारी, प्रशिक्षण और सलाह	₹15,000
बोर्ड और शुरुआती प्रचार	₹20,000
आकस्मिक निधि	₹50,000
संचालन के लिए शुरुआती नकदी रिजर्व	₹2,00,000
कुल शुरुआती पैसा	₹6,00,000

इस टेबल को सही तरह पढ़ें

पहली छह मदों में ₹3,50,000 लगते हैं। ₹50,000 आकस्मिक निधि और ₹2,00,000 संचालन रिजर्व बचाकर रखा गया है। यदि इंटीरियर ₹40,000 बढ़ जाए, तो उसे चुपचाप रिजर्व से निकालकर बजट को “वही” न कहें; योजना में बदलाव दिखाएँ।

प्री-ओपनिंग किराया, डिलीवरी, इंस्टॉलेशन और स्थानीय शुल्क आपके वास्तविक कोटेशन में अलग से आ सकते हैं। कोई मद लागू न हो तो शून्य लिखें; भूल जाने के कारण खाली न छोड़ें। इस उदाहरण को अपने व्यवसाय पर सीधे लागू न करें।

अपनी जाँच: हर मद के लिए कम से कम एक लिखित आधार जोड़ें। जिन मदों का अभी प्रमाण नहीं, उनके सामने “अनुमान” और सत्यापन की अंतिम तारीख लिखें।

अध्याय 3 • निवेश और नकदी की योजना

मासिक खर्च की पूरी तस्वीर

एक ही खर्च को दो बार जोड़ना और जरूरी खर्च छोड़ देना, दोनों बजट बिगाड़ते हैं। इस पुस्तक के मुख्य उदाहरण में कर्मचारी का नियमित वेतन फिक्स्ड लागत में है; उसे हर सर्विस की बदलती लागत में दोबारा नहीं जोड़ा गया है। प्रति सेवा मिलने वाला इंसेंटिव हो तो वह अलग बदलती लागत बनेगा।

आशा स्टूडियो की मासिक मद	काल्पनिक राशि
किराया	₹20,000

कर्मचारियों का नियमित वेतन	₹40,000
मालिक के काम का योजना-भत्ता	₹20,000
बिजली, पानी और इंटरनेट का आधार अनुमान	₹7,000
प्रचार	₹5,000
सॉफ्टवेयर, अकाउंटिंग और प्रशासन	₹3,000
सफाई, रखरखाव और अन्य नियमित राशि	₹5,000
कुल फिक्स्ड योजना लागत	₹1,00,000

प्रोडक्ट खपत, प्रति सेवा सामग्री और भुगतान शुल्क को इस उदाहरण में औसतन ₹100 प्रति बुकिंग माना जाएगा। वास्तविक जीवन में कुछ खर्च अर्ध-परिवर्ती होते हैं; यहाँ सीखने के लिए सरल वर्गीकरण किया गया है।

क्या शामिल नहीं है?

मुख्य उदाहरण में लोन ब्याज, लोन मूलधन भुगतान, आयकर और depreciation शामिल नहीं हैं। इसलिए आगे दिया परिणाम पूर्ण लेखांकन लाभ नहीं, इन मदों से पहले का संचालन-आधारित परिणाम है। अपने बजट में लागू मदें अलग जोड़ें। बिक्री की रकम GST से अलग मानकर गणना की गई है।

चेक: नियमित वेतन, मालिक का भत्ता, स्टाफ इंसेंटिव और व्यक्तिगत निकासी की परिभाषा अपने अकाउंटेंट के साथ लिखें। नाम बदलने से नकदी की जरूरत नहीं बदलती।

अध्याय 3 • निवेश और नकदी की योजना

रिजर्व कितने दिन साथ देगा?

₹2,00,000 का संचालन रिजर्व देखकर “दो महीने सुरक्षित” कहना तभी सही होगा जब शुद्ध मासिक नकदी कमी ₹1,00,000 हो। कुछ बिक्री होने पर कमी घट सकती है; बड़ा अतिरिक्त भुगतान होने पर जल्दी बढ़ सकती है। इसलिए रिजर्व को केवल महीनों की संख्या से नहीं, नकदी प्रवाह से देखें।

काल्पनिक मासिक नकदी कमी

₹28,000

₹90,000 बिक्री – ₹18,000 बदलती लागत – ₹1,00,000 फिक्स्ड लागत

काल्पनिक स्थिति: मासिक बिक्री ₹90,000 और 180 बुकिंग हैं। प्रति बुकिंग ₹100 बदलती लागत से ₹18,000 खर्च होगा। ₹1,00,000 फिक्स्ड लागत जोड़ने पर कमी ₹28,000 है। यदि यही स्थिर रहे और अन्य भुगतान न हों, तो $₹2,00,000 \div ₹28,000$ लगभग 7.1 महीने हैं। यह भविष्यवाणी नहीं है।

नकदी रिजर्व के नियम

- परिवार की आपातकालीन राशि और व्यवसाय रिजर्व अलग देखें।
- टैक्स या ग्राहक अग्रिम का पैसा स्वतंत्र लाभ मानकर खर्च न करें।
- कम बिक्री और देरी वाले भुगतान का अलग परिदृश्य बनाएँ।
- महीने के अंत का ही नहीं, बीच की भुगतान तारीखों का भी अनुमान लें।

यदि एक साथ स्टॉक खरीद, किराया और वेतन देना है, तो महीने में कुल आय पर्याप्त होने पर भी बीच में नकदी कम पड़ सकती है। साप्ताहिक नकदी शीट इस कमी को पहले दिखा सकती है।

निर्णय: अपनी न्यूनतम नकदी सीमा तय करें। उससे नीचे आने पर कौन-सा वैकल्पिक खर्च रोकेंगे और किस तारीख को मॉडल की समीक्षा करेंगे, पहले लिखें।

अध्याय 3 • निवेश और नकदी की योजना

तीन आकार, तीन अलग बजट

बड़ा बजट अपने आप बड़ा लाभ नहीं बनाता। नीचे तीन काल्पनिक योजनाएँ तुलना के लिए हैं। सेटअप में डिपॉज़िट भी शामिल है; संचालन रिजर्व और आकस्मिक निधि अलग हैं। स्थानीय स्थिति के अनुसार वास्तविक खर्च काफी बदल सकता है।

मद	कॉम्पैक्ट	मध्यम	सैलून + स्पा
डिपॉज़िट	₹30,000	₹60,000	₹1,20,000
इंटीरियर व उपयोगिताएँ	₹60,000	₹1,20,000	₹2,80,000
उपकरण व फर्नीचर	₹65,000	₹1,00,000	₹2,50,000
शुरुआती स्टॉक	₹20,000	₹35,000	₹65,000
तैयारी और लॉन्च	₹15,000	₹35,000	₹65,000
आकस्मिक निधि	₹30,000	₹50,000	₹1,00,000
संचालन रिजर्व	₹80,000	₹2,00,000	₹3,20,000
कुल	₹3,00,000	₹6,00,000	₹12,00,000

कॉम्पैक्ट योजना में कम सर्विस दायरा और कम स्थायी खर्च मानना होगा। बड़े स्पा मॉडल में कमरों का कम उपयोग भी बड़ा खर्च छोड़ सकता है। किसी कॉलम को “सुझाया गया निवेश” न समझें; प्रत्येक विकल्प के लिए अपनी मासिक लागत और क्षमता निकालें।

समान बजट, अलग प्राथमिकता

दो मालिक ₹6 लाख अलग तरह से लगा सकते हैं। एक अधिक सजावट चुनता है, दूसरा सरल इंटीरियर और अधिक रिजर्व। निर्णय ग्राहक की जरूरत और कमजोर मांग सहने की क्षमता से करें। बचत का अर्थ जरूरी स्वच्छता या प्रशिक्षित स्टाफ हटाना नहीं है।

अभ्यास: अपनी सीमा से बाहर जाने पर पहले दायरा छोटा करें। केवल बजट पूरा करने के लिए बिक्री अनुमान बढ़ाना वास्तविक समाधान नहीं है।

अध्याय 3 • निवेश और नकदी की योजना

फंडिंग और भुगतान का क्रम

पैसा उपलब्ध होना और उसकी शर्तें उपयुक्त होना अलग बातें हैं। अपनी बचत, पारिवारिक योगदान या व्यावसायिक उधार में लागत, जवाबदेही और जोखिम अलग होंगे। कोई खास ऋण उत्पाद चुनने से पहले ब्याज, शुल्क, अवधि, सुरक्षा और कुल भुगतान को समझें।

लोन को दो जगह देखें

ब्याज संचालन परिणाम को प्रभावित करता है। मूलधन की वापसी नकदी घटाती है, लेकिन सामान्यतः उसी तरह का खर्च नहीं होती। इसलिए एक लाभ शीट और एक नकदी शीट रखें। उदाहरण के लिए ₹15,000 किस्त को पूरा “लाभ का खर्च” कहना और नकदी शीट में फिर घटाना भ्रम पैदा कर सकता है।

भुगतान की सुरक्षित योजना

भुगतान	पहले उपलब्ध प्रमाण
किराया डिपॉजिट	लिखित शर्तें और आवश्यक स्थानीय जाँच
इंटीरियर अग्रिम	कार्य दायरा, सामग्री और चरणवार समय
उपकरण भुगतान	मॉडल, वारंटी, डिलीवरी और इंस्टॉलेशन शर्तें
अंतिम ठेकेदार भुगतान	काम की जाँच और दर्ज कमियों का समाधान

पूर्ण अग्रिम माँगने वाले प्रस्ताव में डिलीवरी जोखिम समझें। बातचीत से चरणवार भुगतान संभव हो तो लिखित करें; कोई सार्वभौमिक प्रतिशत इस पुस्तक से न लें। हर भुगतान की रसीद और संबंधित कोटेशन साथ रखें।

निर्णय: उधार लेने से पहले कमजोर बिक्री वाले छह महीनों की नकदी योजना बनाएँ। यदि वह केवल हर महीने नया उधार लेकर चलती है, तो दायरा, लागत या समय बदलने की जरूरत है।

अध्याय 3: बजट की मंजूरी

इस चरण पर आपका लक्ष्य “बजट सुंदर दिखे” नहीं, “पैसे की जरूरत स्पष्ट हो” है। घर और व्यवसाय की आवश्यकताओं को अलग समझना मुश्किल हो सकता है, लेकिन दोनों लिखे बिना निर्णय अधूरा रहेगा।

अपना बजट तभी पूरा मानें जब

- सेटअप, डिपॉजिट, शुरुआती स्टॉक और रिजर्व अलग दिखें।
- डिलीवरी, इंस्टॉलेशन, प्री-ओपनिंग किराया और देरी का खर्च जाँचा हो।
- नियमित वेतन और मालिक की जरूरत शामिल हो।
- ग्राहक मांग के तीन अनुमानों के अनुसार नकदी परिणाम निकला हो।
- उधार की किस्त और लागू टैक्स का अलग प्रभाव देखा हो।
- उपलब्ध पैसा और उसके आने की तारीख लिखी हो।

बजट का फैसला	आपकी सीमा
अधिकतम शुरुआती निवेश	₹ _____
अलग रखा संचालन रिजर्व	₹ _____
न्यूनतम नकदी सीमा	₹ _____
मासिक फिक्स्ड लागत	₹ _____
सबसे बड़ा अनिश्चित खर्च	_____

लाल संकेत

यदि आखिरी रुपये तक इंटीरियर में खर्च हो रहे हैं, तो संचालन की योजना अधूरी है। यदि कोटेशन पुराने हैं तो अपडेट लें। यदि कोई एक सप्लायर आपकी पूरी नकदी का बड़ा हिस्सा माँग रहा है, तो आपूर्ति और भुगतान जोखिम की अलग समीक्षा करें।

अध्याय का परिणाम: एक शुरुआती निवेश शीट, एक मासिक खर्च शीट और कमजोर मांग की नकदी योजना। अगले अध्याय में जगह के वास्तविक खर्च मिलने पर इन शीटों को अपडेट करें।

लोकेशन: सही ग्राहक तक पहुँच

आप क्या सीखेंगे: किराये के साथ ग्राहक की सुविधा, उपयोगिताएँ और काम की व्यवस्था देखना। एक सुंदर दुकान गलत ग्राहक क्षेत्र में हो सकती है; सस्ती जगह भी महँगी पड़ सकती है यदि उसे उपयोग योग्य बनाने में बड़ा खर्च हो।

छह जरूरी पहलू

- ग्राहक: क्या आपके लक्ष्य ग्राहक वहाँ रहते, काम करते या नियमित आते हैं?
- पहुँच: रास्ता, सार्वजनिक परिवहन, पार्किंग और सीढ़ियाँ कैसी हैं?
- दिखाई देना: बोर्ड देखने और सही प्रवेश ढूँढ़ने में आसानी है?
- उपयोगिताएँ: पानी, बिजली, ड्रेनेज और वेंटिलेशन पर्याप्त हैं?
- दायरा: क्या प्रस्तावित गतिविधि और लेआउट की स्थानीय अनुमति स्पष्ट है?
- लागत: किराया, रखरखाव, डिपॉज़िट और सुधार मिलाकर कुल क्या होगा?

पहले ग्राहक शोध की शीट साथ लेकर जगह देखें। मालिक या ब्रोकर के बताए फुटफॉल को उसी रूप में नोट करें; अपने निरीक्षण के बराबर प्रमाण न मानें। पास के व्यवसाय उपयोगी संकेत दे सकते हैं, लेकिन वे आपके ग्राहक बनने की गारंटी नहीं हैं।

ग्राहक की यात्रा करके देखें

सड़क से प्रवेश, रिसेप्शन, सर्विस और बाहर जाने तक चलकर देखें। बारिश या अंधेरे में संकेत स्पष्ट होंगे? ग्राहक को निजी कमरे के लिए भीड़ के बीच से गुजरना पड़ेगा? भारी सामान लाने का रास्ता है? ये छोटे प्रश्न बाद की परेशानी बचाते हैं।

निर्णय: कम से कम दो व्यवहार्य विकल्पों की तुलना करें। पहले पसंद आई जगह के कारण बाकी आवश्यकताओं को छोटा न मानें।

लोकेशन स्कोरकार्ड

स्कोरकार्ड निर्णय में अनुशासन लाता है, लेकिन कानूनी या तकनीकी कमी की भरपाई नहीं कर सकता। पहले अनिवार्य शर्तें जाँचें; फिर स्वीकार्य जगहों की तुलना करें। नीचे के वजन शिक्षण उदाहरण हैं, स्थायी नियम नहीं।

मानदंड	वजन	विकल्प A: 1-5	विकल्प B: 1-5
लक्ष्य ग्राहक से मेल	30	4	3
पहुँच और सुविधा	20	3	4
कुल लागत	20	3	4

उपयोगिताएँ	20	4	3
दृश्यता और बोर्ड	10	4	3
भारित स्कोर / 5	100	3.6	3.4

गणना: $A = (30 \times 4 + 20 \times 3 + 20 \times 3 + 20 \times 4 + 10 \times 4) \div 100 = 3.6$ । मामूली अंतर को अंतिम सत्य न मानें; स्कोर आपके अनुमानों से बना है।

अनिवार्य शर्त अलग रखें

यदि B में जरूरी गतिविधि की अनुमति अस्पष्ट है, तो उसका अच्छा लागत स्कोर उस कमी को मिटाता नहीं। यदि A में पानी की समस्या है, तो पहले समाधान और लिखित खर्च लें। बिना जाँच “इसे बाद में कर लेंगे” कहना जोखिम छुपाता है।

वजन अपनी प्राथमिकता से बदलें। अपॉइंटमेंट आधारित स्टूडियो और रोज़ आने वाले वॉक-इन सैलून की दृश्यता जरूरत अलग हो सकती है। फैसले के साथ कारण लिखें, ताकि बाद में समझ सके कि कौन-सी मान्यता बदल गई।

अभ्यास: तीन अनिवार्य शर्तें लिखें जिनमें असफल जगह को स्कोर देने से पहले रोकेंगे। फिर दो जगहों पर समान स्कोरकार्ड भरें।

अध्याय 4 • जगह और लेआउट

किराया समझौते से पहले

किराया राशि की बातचीत के साथ उपयोग की अनुमति, काम कराने की सीमा और बाहर निकलने की शर्त भी स्पष्ट करें। यह प्रश्न-सूची समझौते का विकल्प नहीं है; दस्तावेज़ स्थानीय योग्य सलाहकार से जाँचवाएँ। लागू कानून और अधिकार स्थान तथा अनुबंध पर निर्भर हैं।

लिखित स्पष्टता के प्रश्न

- परिसर देने वाले व्यक्ति का अधिकार और आवश्यक दस्तावेज़ कैसे सत्यापित होंगे?
- प्रस्तावित सैलून या स्पा गतिविधि और बोर्ड लगाने पर क्या शर्तें हैं?
- किराया कब शुरू होगा; फिट-आउट अवधि की व्यवस्था क्या है?
- डिपॉज़िट, कटौती, बढ़ोतरी, नोटिस और लॉक-इन क्या हैं?
- बिजली, पानी, रखरखाव और साझा शुल्क कौन देगा?
- प्लंबिंग, दीवार, एयर कंडीशनिंग और संरचनात्मक बदलाव की अनुमति किससे मिलेगी?
- मरम्मत, लीकेज और उपकरण नुकसान की जिम्मेदारी कहाँ दर्ज है?
- बाहर जाते समय जगह किस अवस्था में लौटानी होगी?

हैंडओवर का रिकॉर्ड

कब्जा लेते समय मीटर रीडिंग, मौजूद कमियाँ, चाबियाँ और उपलब्ध फिटिंग का रिकॉर्ड रखें। फोटो लें, लेकिन पड़ोसी या निजी जानकारी अनावश्यक रूप से शामिल न करें। स्वीकृत कार्य और मौजूदा स्थिति का लिखित रिकॉर्ड बाद की बातचीत आसान बनाता है।

बड़े भुगतान से पहले शर्तों की अपनी समझ सरल भाषा में लिखकर पुष्टि लें। केवल मौखिक “सब हो जाएगा” पर निर्भर न रहें। अगर शर्त समझ नहीं आ रही तो हस्ताक्षर की जल्दी से बेहतर है स्पष्टता लेना।

अगला कदम: अनसुलझे किराया प्रश्नों के सामने जिम्मेदार सलाहकार और अंतिम तारीख लिखें। “मंजूर” केवल सत्यापित विषय के सामने लिखें।

अध्याय 4 • जगह और लेआउट

एक कॉम्पैक्ट सैलून का लेआउट



सांकेतिक ज़ोनिंग • पैमाने के अनुसार नहीं • वास्तविक सुरक्षा/निकास योजना नहीं

यह सांकेतिक ज़ोनिंग है, पैमाने के अनुसार वास्तु योजना नहीं। दरवाजे, रास्ते, निकास, उपयोगिताएँ और स्थानीय मानक आपकी वास्तविक जगह पर योग्य व्यक्ति से जाँचने होंगे। लेआउट में उपकरण से पहले लोगों और सामग्री के चलने का रास्ता देखें।

चार प्रवाह अलग सोचें

ग्राहक प्रवेश से रिसेप्शन और फिर सेवा तक जाए। साफ सामग्री स्टोरेज से स्टेशन तक पहुँचे। इस्तेमाल हुई सामग्री सुरक्षित निर्धारित स्थान पर जाए। स्टाफ को हर छोटे काम के लिए दूसरे ग्राहक के सामने से बार-बार न गुजरना पड़े।

वॉश स्टेशन के लिए पानी और ड्रेनेज की व्यवस्था पहले जाँचें। केवल फोटो देखकर उसे दूर कोने में रखने से बाद में पाइपिंग और रखरखाव कठिन हो सकता है। बिजली के उपकरण और पानी के आसपास की व्यवस्था योग्य तकनीशियन से जाँचें।

क्षमता का वास्तविक आधार

एक अतिरिक्त कुर्सी लग जाने का मतलब एक अतिरिक्त पूरी सेवा क्षमता नहीं है। उसके लिए प्रशिक्षित व्यक्ति, उपकरण, सफाई समय और साझा संसाधन चाहिए। भीड़भाड़ से ग्राहक का आराम और काम की गति दोनों प्रभावित हो सकते हैं।

अभ्यास: कागज पर अपनी जगह बनाकर ग्राहक, साफ सामग्री और इस्तेमाल हुई सामग्री के रास्ते अलग रंग में खींचें। जहाँ रास्ते टकराएँ, वहाँ डिज़ाइन बदलने का विकल्प देखें।

अध्याय 4 • जगह और लेआउट

स्पा की प्राइवेसी और कमरे की तैयारी



AI-निर्मित नॉन-मेडिकल स्पा अवधारणा; वास्तविक लेआउट स्थानीय आवश्यकताओं के अनुसार जाँचें।

स्पा में शांत दिखना पर्याप्त नहीं है। ग्राहक को सेवा समझ में आनी चाहिए, निजीपन मिलना चाहिए और कमरे की तैयारी हर बुकिंग के बीच दोहराई जा सकनी चाहिए। सेवा का स्पष्ट दायरा, ग्राहक की सहमति और पेशेवर व्यवहार की प्रक्रिया लिखें।

कमरे में क्या जाँचें

बदलने की व्यवस्था, उपयोग की सामग्री का स्थान, साफ लिनेन, इस्तेमाल हुए लिनेन की अलग व्यवस्था और स्टाफ को बुलाने की आसान प्रक्रिया देखें। निजी बदलने या सेवा वाले क्षेत्र में कैमरा न रखें। स्वागत क्षेत्र की सुरक्षा व्यवस्था भी स्थानीय नियम और गोपनीयता अपेक्षाओं के अनुसार तय करें।

कमरे का टर्नओवर केवल नई चादर बिछाना नहीं है। सेवा के बाद सफाई, सामग्री बदलना, निरीक्षण और अगली तैयारी के लिए समय रखें। प्रक्रिया उत्पाद और उपकरण निर्देशों तथा पेशेवर प्रशिक्षण के अनुसार बननी चाहिए।

निर्णय: अगर स्टाफ, प्राइवेसी या स्थानीय अनुमति की तैयारी अधूरी है, तो स्पा सेवा को लॉन्च सूची से अलग रखें। सैलून खुलना और हर प्रस्तावित सेवा एक साथ शुरू होना जरूरी नहीं।

अध्याय 4 • जगह और लेआउट

पानी, बिजली और ठेकेदार

इंटीरियर का चमकदार हिस्सा जल्दी दिखाई देता है; लीकेज, बिजली क्षमता और खराब वेंटिलेशन अक्सर खुलने के बाद समस्या बनते हैं। निर्माण से पहले योग्य तकनीशियन से वास्तविक जरूरतें समझें। स्वयं जोखिमपूर्ण बिजली या संरचनात्मक काम न करें।

काम का स्पष्ट दायरा

कार्य	कोटेशन में क्या स्पष्ट हो?
बिजली	उपकरणों की जरूरत, सुरक्षित पॉइंट, निरीक्षण और जिम्मेदारी
प्लंबिंग	पानी, निकासी, लीकेज परीक्षण और रखरखाव पहुँच
वेंटिलेशन	सेवाओं और उत्पादों के अनुरूप हवा का प्रबंध
फर्नीचर	माप, सामग्री, सफाई सुविधा और वारंटी
फिनिशिंग	स्वीकृत नमूना, कार्य सीमा और सुधार प्रक्रिया

कोटेशन में सिर्फ कुल राशि न लें। कौन-सी सामग्री, कितनी मात्रा, कौन-सा कार्य और कौन-सी चीज शामिल नहीं है, यह लिखें। बदलाव होने पर नया मूल्य और समय स्वीकृत करें। छोटे बदलाव मिलकर बड़ा अंतर पैदा कर सकते हैं।

हैंडओवर परीक्षण

स्टेशन पर उपकरण चलाकर देखें, पानी का प्रवाह और निकासी जाँचें, दरवाजे और स्टोरेज इस्तेमाल करके देखें। कमियों की सूची बनाकर जिम्मेदार व्यक्ति और समाधान तारीख दर्ज करें। “काम पूरा” तभी कहें जब तय परीक्षण पूरे हों।

अभ्यास: तीन सबसे महँगे कार्यों के लिए लिखित स्वीकृति बिंदु बनाएँ। उदाहरण: “वॉश स्टेशन की निकासी परीक्षण के दौरान बिना लीकेज काम करे”। तकनीकी मानक विशेषज्ञ तय करेगा।

अध्याय 4 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 4: जगह खोलने योग्य है?

जगह पसंद आना और उसका तैयार होना अलग हैं। अब ग्राहक की यात्रा, स्टाफ का काम और सुविधाओं का अभ्यास करें। बिना वास्तविक सेवा दिए भी रिसेप्शन से भुगतान तक का एक ट्रायल किया जा सकता है।

निरीक्षण सूची

- पता और प्रवेश पहली बार आने वाले व्यक्ति को समझ आता है।
- बोर्ड, गतिविधि और बदलाव की आवश्यक जाँच पूरी है।
- बिजली, पानी और निकासी का संबंधित विशेषज्ञ ने परीक्षण किया है।
- साफ और इस्तेमाल की सामग्री के लिए अलग व्यवस्था है।

- रास्ते और आवश्यक निकास बाधित नहीं हैं।
- निजी सेवा का दायरा और गोपनीयता व्यवस्था स्पष्ट है।
- ठेकेदार की खुली कमियाँ और उनकी अंतिम तारीख दर्ज हैं।

कमी	महत्व	जिम्मेदार	पूरा करने की तारीख
_____	उच्च / मध्यम / कम	_____	_____
_____	उच्च / मध्यम / कम	_____	_____
_____	उच्च / मध्यम / कम	_____	_____

खोलने का निर्णय

स्वच्छता, सुरक्षित काम, आवश्यक अनुमति या मूल उपयोगिता से जुड़ी कमी को केवल “बाद में” न लिखें। उसके हल के बिना संबंधित सेवा शुरू न करें। सजावट की छोटी कमी अलग है; काम के लिए जरूरी कमी अलग।

अध्याय का परिणाम: चुनी हुई जगह, जाँची गई किराया शर्तें, उपयोगी लेआउट और अधूरे कार्यों की सूची। कोई बदलाव लागत बढ़ाता है तो अध्याय 3 का बजट उसी दिन अपडेट करें।

अनुमतियाँ: स्थानीय जाँच से शुरू करें

आप क्या सीखेंगे: अपने व्यवसाय के लिए सही प्रश्न तैयार करना और सत्यापन का रिकॉर्ड रखना। भारत में हर सैलून या स्पा के लिए एक ही पूर्ण सूची लागू मानना सही नहीं है। राज्य, नगर, परिसर, कर्मचारियों और सेवाओं के आधार पर आवश्यकताएँ बदल सकती हैं।

01 विवरण	02 जाँच
पता, सेवाएँ और स्टाफ	संबंधित सरकारी विभाग
03 रिकॉर्ड	04 समीक्षा
आवेदन और निर्णय अलग	तारीख और अगला कदम

शुरुआत का रास्ता

अपने व्यवसाय का छोटा विवरण बनाएँ: पता, गतिविधियाँ, अनुमानित स्टाफ, जगह का उपयोग और सेवा का दायरा। इसी विवरण के आधार पर स्थानीय निकाय, राज्य के संबंधित विभाग और अपने अकाउंटेंट से जाँच करें। अलग-अलग जगह अलग नाम वाले फॉर्म या अनुमतियाँ हो सकती हैं।

National Single Window System का “Know Your Approvals” भाग संभावित मंजूरीयाँ पहचानने में मदद करता है। NSWS खुद भी अन्य आवश्यक अनुमतियों के लिए संबंधित सरकारी पोर्टल जाँचने की सलाह देता है। इसे स्थानीय जाँच का शुरुआती साधन समझें, अंतिम मंजूरी नहीं। [स्रोत 1]

यदि कोई एजेंट “सब लाइसेंस हो जाएँगे” कहता है, तो प्रत्येक सेवा, शुल्क, सरकारी रसीद और काम की सीमा लिखित माँगें। सरकारी शुल्क और निजी सहायता शुल्क को अलग समझें। किसी आवेदन की रसीद को स्वीकृति न मानें।

कार्रवाई: हर संभावित आवश्यकता के सामने “लागू / लागू नहीं / जाँच बाकी” लिखें। लागू नहीं का आधार भी दर्ज करें। केवल अनुमान से कॉलम बंद न करें।

व्यवसाय की पहचान और दस्तावेज़

किस रूप में व्यवसाय चलाना है, यह निर्णय मालिकों की संख्या, जिम्मेदारी, प्रशासनिक क्षमता और भविष्य की योजना से जुड़ा है। प्रोप्राइटरशिप, साझेदारी या अन्य संरचना का चयन केवल कम कागज वाले विकल्प के आधार पर न करें। संबंधित कानूनी और टैक्स प्रभाव योग्य सलाहकार से समझें।

दस्तावेज़ की तैयारी का फोल्डर

श्रेणी	किस काम के लिए तैयारी करें?
मालिक की पहचान	लागू पहचान और टैक्स जानकारी का सुरक्षित रिकॉर्ड
व्यवसाय संरचना	साझेदारी या अन्य गठन संबंधी कागज, जहाँ लागू
परिसर	किराया/स्वामित्व, सहमति और पता प्रमाण की जाँच
वित्त	व्यवसायिक बैंकिंग और भुगतान व्यवस्था की जरूरत
प्राधिकरण	किसे आवेदन और हस्ताक्षर का अधिकार है

यह निश्चित आवेदन सूची नहीं है। हर प्राधिकरण और चुनी हुई संरचना की वर्तमान आवश्यकताओं के अनुसार मूल सूची लें। दस्तावेजों की प्रतियाँ सीमित लोगों के साथ साझा करें और अनावश्यक पहचान संख्या खुले संदेश समूह में न भेजें।

नाम की जाँच

व्यवसाय का नाम तय करने से पहले समान स्थानीय नाम, डिजिटल पहचान और आवश्यक कानूनी जाँच करें। सोशल मीडिया हैंडल खाली होना अपने आप ट्रेडमार्क अधिकार नहीं देता। नाम पर बड़ा खर्च करने से पहले उपयुक्त पेशेवर जाँच उपयोगी हो सकती है।

निर्णय: “Glowphy Academy” इस पुस्तक का शैक्षिक ब्रांड है। आपका सैलून नाम, कानूनी पहचान और ग्राहक को दिया बिल आपकी वास्तविक व्यवसायिक व्यवस्था के अनुसार होगा।

अध्याय 5 • रजिस्ट्रेशन और जिम्मेदारियाँ

स्थानीय अनुमति का कार्य-रजिस्टर

स्थानीय जाँच की बातचीत को लिखित कार्य में बदलें। नीचे की श्रेणियाँ संभावित पूछताछ के लिए हैं; ये सभी हर व्यवसाय पर लागू होने का दावा नहीं करतीं। स्थान, गतिविधि और परिसर की जानकारी देकर संबंधित अधिकारी या सलाहकार से उत्तर लें।

पूछताछ की श्रेणी	क्या स्पष्ट करना है?
स्थानीय व्यापार/गतिविधि	कौन-सी अनुमति, सूचना या रजिस्ट्रेशन लागू है?
दुकान और रोजगार	राज्य की वर्तमान आवश्यकताएँ और रिकॉर्ड क्या हैं?
परिसर का उपयोग	इस पते पर प्रस्तावित काम की अनुमति है?
अग्नि/भवन सुरक्षा	कौन-सी जाँच, सीमा और जिम्मेदारी लागू होती है?
बोर्ड और संकेत	आकार, जगह या शुल्क से संबंधित शर्तें हैं?

स्पा की विशेष गतिविधि	स्थानीय अतिरिक्त शर्तों की जरूरत है?
अपशिष्ट और उपयोगिताएँ	कचरा, पानी और निकासी के लिए क्या व्यवस्था चाहिए?

उत्तर का प्रमाण

विभाग का नाम, वेबसाइट या संपर्क, तारीख और जवाब का दस्तावेज़ रखें। लागू आवश्यकता के लिए आवेदन, स्वीकृति और नवीनीकरण की स्थिति अलग दर्ज करें। किसी परिचित के अनुभव को अपनी दुकान की अनुमति का प्रमाण न मानें।

भारत के राज्य श्रम विभागों तक पहुँच के लिए मुख्य श्रम आयुक्त की सरकारी निर्देशिका एक उपयोगी शुरुआती लिंक है। अंतिम नियम अपने राज्य विभाग से सत्यापित करें। [स्रोत 4]

अभ्यास: पृष्ठ 89 की सत्यापन वर्कशीट में अपनी दुकान की स्थिति भरें। जरूरत का नाम जानने से अधिक महत्वपूर्ण है कि आपके वास्तविक व्यवसाय पर उसका लागू होना स्पष्ट हो।

अध्याय 5 • रजिस्ट्रेशन और जिम्मेदारियाँ

Udyam और GST को अलग समझें

अलग-अलग रजिस्ट्रेशन का उद्देश्य अलग होता है। एक प्रमाणपत्र मिल जाने का अर्थ यह नहीं कि परिसर, स्थानीय गतिविधि, कर्मचारियों या टैक्स से जुड़ी सारी जिम्मेदारियाँ पूरी हो गईं। अपना अनुपालन नक्शा हर श्रेणी के हिसाब से बनाएँ।

Udyam की भूमिका

सरकारी Udyam पोर्टल MSME रजिस्ट्रेशन को निःशुल्क और paperless बताता है। पात्रता, वर्तमान जानकारी और आवेदन के लिए उसी आधिकारिक पोर्टल का उपयोग करें। Udyam को स्थानीय दुकान या स्पा संचालन की हर अनुमति का विकल्प न समझें। [स्रोत 2]

GST के लिए पूछने योग्य प्रश्न

- मेरी गतिविधियों और कुल कारोबार के आधार पर रजिस्ट्रेशन कब जरूरी है?
- राज्य, सेवा प्रकार और बिक्री के तरीके से कौन-सी शर्तें बदलती हैं?
- कौन-सी दर, बिलिंग प्रक्रिया और रिटर्न व्यवस्था लागू होगी?
- खरीदी के टैक्स और संभावित क्रेडिट का सही व्यवहार क्या होगा?
- कीमत ग्राहक को कर सहित दिखेगी या अलग, और इसे कैसे स्पष्ट करेंगे?

इस पुस्तक में किसी एक GST सीमा या दर को सभी पाठकों पर लागू नहीं किया गया है। वर्तमान स्थिति अकाउंटेंट और आधिकारिक GST मार्गदर्शन से जाँचें। GST पोर्टल की सामान्य रजिस्ट्रेशन गाइड आवेदन प्रक्रिया समझाती है; वह आपकी व्यक्तिगत पात्रता का निर्णय नहीं करती। [स्रोत 3]

महत्वपूर्ण अंतर: ग्राहक से लिया गया कर व्यवसाय की स्वतंत्र कमाई नहीं है। लागू कर की राशि, उसके भुगतान और रिकॉर्ड की व्यवस्था अलग रखें।

अध्याय 5 • रजिस्ट्रेशन और जिम्मेदारियाँ

स्टाफ की शर्तें पहले स्पष्ट करें

भर्ती से पहले राज्य और व्यवसाय पर लागू रोजगार आवश्यकताओं की जाँच करें। वेतन, काम के घंटे, छुट्टी, भुगतान रिकॉर्ड और सामाजिक सुरक्षा जैसी जिम्मेदारियाँ स्थानीय कानून तथा वास्तविक व्यवस्था पर निर्भर हो सकती हैं। इस पुस्तक की उदाहरण राशि कानूनी न्यूनतम वेतन का दावा नहीं है।

लिखित भूमिका-पत्र में क्या हो

काम का दायरा, कार्यस्थल, रिपोर्टिंग व्यक्ति, समय, वेतन का ढाँचा, इंसेंटिव की शर्तें और भुगतान तारीख स्पष्ट हों। अनुपस्थिति, प्रशिक्षण और ग्राहक शिकायत की प्रक्रिया भी समझाएँ। कानूनी अधिकार घटाने वाली शर्तें स्वयं न लिखें; दस्तावेज़ की पेशेवर समीक्षा कराएँ।

इंसेंटिव में विवाद से बचें

“अच्छा काम करोगे तो बोनस मिलेगा” बहुत अस्पष्ट है। यदि बिक्री आधारित इंसेंटिव है तो लक्ष्य, योग्य बिक्री, रिफंड का प्रभाव और गणना का समय लिखें। ऐसा लक्ष्य न दें जो ग्राहक पर अनचाही सेवा का दबाव बनाए। गुणवत्ता और पेशेवर आचरण भी समीक्षा का हिस्सा हों।

किसी को “फ्रीलांसर” कह देने से उसकी कानूनी स्थिति अपने आप तय नहीं होती। वास्तविक काम की व्यवस्था संबंधित सलाहकार से जाँचें। कर्मचारियों के पहचान दस्तावेज़ सुरक्षित रखें; मूल दस्तावेज़ रोककर नियंत्रण करने की नीति न अपनाएँ।

कार्रवाई: राज्य श्रम विभाग और योग्य सलाहकार से लागू नियमों की सूची लें। भर्ती के बाद सुधार करने की जगह पहले स्पष्ट, समझने योग्य और कानून-संगत प्रक्रिया तैयार करें।

अध्याय 5 • रजिस्ट्रेशन और जिम्मेदारियाँ

ग्राहक डेटा, फोटो और साफ संवाद

बुकिंग के लिए जितनी जानकारी जरूरी है उतनी ही लें। फोन, पसंद और सेवा इतिहास उपयोगी हो सकते हैं, लेकिन उनकी पहुँच सभी स्टाफ को देना जरूरी नहीं। सूचना के इस्तेमाल, सुरक्षित रखने और हटाने की प्रक्रिया बनाकर लागू गोपनीयता आवश्यकताओं की स्थानीय पेशेवर जाँच करें।

सहमति अलग-अलग रखें

सेवा लेना, मार्केटिंग संदेश पाना और फोटो सार्वजनिक करना एक ही अनुमति नहीं हैं। ग्राहक की सेवा को फोटो की सहमति पर निर्भर न करें। कहाँ प्रकाशित करेंगे, चेहरा दिखेगा या नहीं, और ग्राहक किससे संपर्क कर सकता है, यह पहले स्पष्ट करें।

काम	व्यावहारिक व्यवस्था
बुकिंग संदेश	नाम, सेवा, तारीख और संपर्क की सीमित जानकारी
प्रचार संदेश	स्पष्ट अनुमति और बंद करने का आसान तरीका
पहले/बाद की फोटो	अलग सहमति; भ्रामक बदलाव या परिणाम का दावा नहीं
स्टाफ पहुँच	भूमिका के अनुसार सीमित पहुँच; छोड़ने पर हटाएँ
रिकॉर्ड सुरक्षा	स्क्रीन लॉक, सुरक्षित पासवर्ड और नियमित बैकअप

शिकायत का रास्ता

ग्राहक को बताइए कि समस्या होने पर किससे संपर्क करे। शिकायत सुनकर घटना का रिकॉर्ड बनाइए, पहले तथ्य समझिए और फिर समाधान प्रस्तावित कीजिए। ग्राहक की निजी जानकारी को सोशल मीडिया पर जवाब देते समय उजागर न करें।

निर्णय: फोटो लेने से पहले पूछें, प्रकाशित करने से पहले अनुमत उपयोग जाँचें। “ग्राहक ने फोटो खिंचवाई” का अर्थ “विज्ञापन के लिए सहमत है” न मानें।

अध्याय 5 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 5: सत्यापन पूरा हुआ?

इस अध्याय का परिणाम कोई सार्वभौमिक लाइसेंस सूची नहीं, आपकी दुकान का सत्यापित रजिस्टर है। उसमें हर विषय की स्थिति और अगला कदम दिखाई देना चाहिए। नियम बदल सकते हैं, इसलिए सत्यापन की तारीख भी महत्वपूर्ण है।

चार स्थितियाँ रखें

01 जाँच बाकी सवाल और जिम्मेदार व्यक्ति	02 आवेदन किया रसीद तथा अगली तारीख
03 स्वीकृत शर्तें और अवधि जाँचें	04 लागू नहीं सत्यापित आधार सुरक्षित रखें

“लागू नहीं” तभी लिखें जब पर्याप्त आधिकारिक या पेशेवर आधार हो। “आवेदन किया” का अर्थ “स्वीकृत” नहीं है। किसी सेवा की जरूरी तैयारी अधूरी है तो उसकी शुरुआत को अलग रोकें; बाकी सुरक्षित और अधिकृत कार्य की स्थिति स्वतंत्र रूप से जाँचें।

सत्यापन का विषय	स्थिति	अगला कदम
परिसर और गतिविधि	_____	_____
टैक्स और बिलिंग	_____	_____
रोजगार और रिकॉर्ड	_____	_____
ग्राहक सूचना और फोटो	_____	_____
बीमा और अनुबंध समीक्षा	_____	_____

बीमा की जरूरत और उपलब्ध सुरक्षा अपने व्यवसाय के जोखिम के अनुसार सलाहकार से समझें। केवल कम प्रीमियम नहीं, कवर, अपवाद, सीमा और दावा प्रक्रिया देखें। कोई भी बीमा सावधानीपूर्वक संचालन का विकल्प नहीं है।

अध्याय का परिणाम: सत्यापन रजिस्टर, जिम्मेदार व्यक्ति और आवश्यक दस्तावेजों का व्यवस्थित फोल्डर। स्रोतों के लिंक पृष्ठ 99 पर हैं; आवेदन से पहले वर्तमान जानकारी फिर जाँचें।

मेन्यू जो समझ आए और चल सके

आप क्या सीखेंगे: सेवा की स्पष्ट सीमा, वास्तविक समय और लागत के आधार पर शुरुआती कीमत बनाना। केवल प्रतिस्पर्धी से ₹50 कम होना व्यापार रणनीति नहीं है। ग्राहक को पता होना चाहिए कि उसे क्या मिलेगा और आपको पता होना चाहिए कि उसे देने की लागत क्या है।

हर सेवा की पाँच पंक्तियाँ

- नाम: ग्राहक की समझ की भाषा में छोटा नाम।
- दायरा: क्या शामिल है और क्या नहीं।
- समय: कंसल्टेशन, काम और सफाई सहित बुकिंग अवधि।
- कीमत: तय रकम या बदलाव का स्पष्ट आधार।
- तैयारी: आवश्यक स्किल, सामग्री और उपकरण।

यदि बालों की लंबाई, प्रोडक्ट मात्रा या काम की जटिलता से कीमत बदलती है, तो ग्राहक को शुरुआत से पहले अनुमान और अंतिम सहमति दें। “शुरुआत ₹...” लिखने के बाद बाकी शर्तें छिपाना भरोसा कम कर सकता है।

मेन्यू का छोटा परीक्षण

दो ऐसे लोगों को मेन्यू दिखाएँ जो आपकी तकनीकी भाषा नहीं जानते। उनसे पूछें कि सेवा में क्या शामिल समझ आया और कुल भुगतान की क्या अपेक्षा बनी। यदि दोनों अलग समझते हैं तो भाषा सुधारें।

निर्णय: लॉन्च मेन्यू में केवल वे सेवाएँ रखें जिनका समय, लागत और जिम्मेदार स्टाफ ज्ञात हो। बाकी सेवाएँ “जल्द” लिखकर वादा करने के बजाय आंतरिक जाँच सूची में रखें।

लागत को सही खानों में रखें

एक सर्विस में इस्तेमाल प्रोडक्ट, डिस्पोजेबल सामग्री और सीधे जुड़ा भुगतान शुल्क उसकी बदलती लागत का हिस्सा हो सकता है। फिक्स्ड वेतन, किराया और मासिक प्रशासन अलग हैं। लक्ष्य यह समझना है कि हर अतिरिक्त बुकिंग कितना योगदान छोड़ती है।

काल्पनिक औसत बुकिंग	राशि
टैक्स से अलग प्राप्त बिक्री मूल्य	₹500
प्रोडक्ट खपत	₹60
सीधी सामग्री/लिनेन का बदलता हिस्सा	₹30

भुगतान और अन्य सीधा शुल्क	₹10
कुल बदलती लागत	₹100
प्रति बुकिंग योगदान	₹400

योगदान ₹400 का अर्थ अंतिम लाभ ₹400 नहीं है। इसी रकम से फिक्स्ड खर्च निकलेंगे। यहाँ नियमित स्टाफ वेतन पहले ही ₹1,00,000 मासिक फिक्स्ड लागत में है। यदि आपकी टीम को प्रति सर्विस कमीशन मिलता है, तो उसे बदलती लागत में शामिल करें और फिक्स्ड हिस्से में दोबारा न जोड़ें।

प्रोडक्ट लागत कैसे निकालें

पैक की उपयोग योग्य मात्रा और उसकी लागत लिखें। उदाहरण: ₹1,000 के 500 ml पैक का सैद्धांतिक प्रति ml मूल्य ₹2 है। 20 ml उपयोग से ₹40 बनता है। वास्तविक वेस्टेज, बचा हुआ अनुपयोगी हिस्सा और खरीद पर गैर-वसूली योग्य कर को अपनी गणना में समायोजित करें।

अभ्यास: मुख्य तीन सेवाओं की वास्तविक खपत मापें। बोतल के आकार को अनुमान से बाँटने की जगह ट्रायल रिकॉर्ड इस्तेमाल करें।

अध्याय 6 • सेवा मेन्यू और कीमत

समय भी आपकी लागत है

दो सेवाओं का योगदान समान होने पर भी व्यवसाय में उनका प्रभाव अलग हो सकता है। एक 30 मिनट लेती है और दूसरी 90 मिनट, तो समान स्टाफ समय से अलग आय मिलेगी। समय की तुलना उपयोगी है, लेकिन ग्राहक सुरक्षा या गुणवत्ता के लिए जरूरी समय कभी कम न करें।

काल्पनिक योगदान प्रति घंटा

सेवा A • कुल 45 मिनट

533 ₹.

सेवा B • कुल 90 मिनट

400 ₹.

काल्पनिक सेवा A का टैक्स से अलग मूल्य ₹500, बदलती लागत ₹100 और बुकिंग अवधि 45 मिनट है। योगदान ₹400 और योगदान प्रति घंटा लगभग ₹533 है। सेवा B का मूल्य ₹900, बदलती लागत ₹300 और अवधि 90 मिनट है; योगदान ₹600, लेकिन प्रति घंटा ₹400 है।

तुलना की सीमा

ऊँचा योगदान प्रति घंटा होने से कोई सेवा अपने आप बेहतर नहीं है। मांग, उपलब्ध स्किल, ग्राहक की जरूरत, साझा उपकरण और खाली समय भी देखें। जिस सेवा की बुकिंग ही नहीं है, उसका कागजी योगदान उपयोगी नहीं होगा।

कंसल्टेशन और सफाई को अवधि में शामिल करना जरूरी है। यदि 30 मिनट की तकनीकी सेवा के लिए कुल 45 मिनट का स्लॉट चाहिए, तो सिर्फ 30 मिनट से क्षमता निकालना अधिक बुकिंग का गलत वादा करेगा।

कार्रवाई: शुरुआती ट्रायल में प्रत्येक सेवा का शुरू और खत्म होने का समय लिखें। केवल सबसे तेज काम नहीं, सामान्य और लंबी अवधि दोनों देखें। उसी आधार पर शुरुआती स्लॉट रखें।

अध्याय 6 • सेवा मेन्यू और कीमत

ब्रेक-ईवन: कितनी बुकिंग चाहिए?

ब्रेक-ईवन वह स्तर है जहाँ चुनी गई गणना में योगदान फिक्स्ड खर्च को पूरा करता है। यह निवेश वापस आने का बिंदु नहीं है। आशा स्टूडियो में ₹1,00,000 मासिक फिक्स्ड योजना लागत और ₹400 औसत योगदान मानें।

ऑपरेटिंग ब्रेक-ईवन • काल्पनिक उदाहरण

250 बुकिंग

₹1,00,000 फिक्स्ड लागत ÷ ₹400 योगदान प्रति बुकिंग

गणना: ₹1,00,000 ÷ ₹400 = 250 बुकिंग प्रति माह। 26 खुले दिन मानने पर लगभग 9.62, अर्थात व्यावहारिक रूप से औसतन करीब 10 बुकिंग प्रतिदिन चाहिए। मिश्रित सेवाओं में योगदान औसत वास्तविक सेवा मिक्स के अनुसार बदलना चाहिए।

बुकिंग/माह	बिक्री @₹500	योगदान @₹400	फिक्स्ड लागत के बाद
200	₹1,00,000	₹80,000	-₹20,000
250	₹1,25,000	₹1,00,000	₹0
300	₹1,50,000	₹1,20,000	₹20,000

इन परिणामों में मालिक का ₹20,000 योजना-भत्ता शामिल है, लेकिन लोन ब्याज, depreciation और आयकर नहीं। लोन मूलधन नकदी शीट में अलग आएगा। इसीलिए ₹20,000 को अंतिम शुद्ध लाभ नहीं कहें।

जाँच: 250 बुकिंग आपकी क्षमता में संभव होने के साथ ग्राहक शोध से भी यथार्थवादी लगनी चाहिए। केवल सूत्र का उत्तर आना मांग का प्रमाण नहीं है।

अध्याय 6 • सेवा मेन्यू और कीमत

छूट देने से पहले योगदान देखें

ऑफर का उद्देश्य तय करें: नया ग्राहक लाना, नई सेवा का परीक्षण या शांत समय में बुकिंग बढ़ाना। हर उद्देश्य के लिए गहरी छूट जरूरी नहीं। स्पष्ट सेवा, सुविधाजनक समय या छोटा उपयोगी मूल्य-वर्धन भी विकल्प हो सकता है। उसकी लागत फिर भी जाँचें।

20% छूट का उदाहरण

₹500 की सेवा पर 20% छूट से बिक्री मूल्य ₹400 रह जाता है। बदलती लागत ₹100 रहने पर योगदान ₹300 होगा। पहले योगदान ₹400 था; अब वह 25% कम है। कीमत में 20% कमी और योगदान में 25% कमी अलग बातें हैं।

गणना	बिना छूट	20% छूट
प्राप्त बिक्री मूल्य	₹500	₹400
बदलती लागत	₹100	₹100
योगदान	₹400	₹300
₹1,00,000 पूरा करने की बुकिंग	250	334

334 का अर्थ 333.33 को ऊपर पूर्णांक करना है। अतिरिक्त बुकिंग के लिए स्टाफ या अन्य खर्च बढ़े तो जरूरत और बदल सकती है। व्यस्त स्लॉट पर छूट देने से ऐसे ग्राहक की पूरी कीमत वाली बुकिंग भी हट सकती है जो पहले ही आने वाला था।

साफ ऑफर शर्तें

समय, उपलब्ध सेवा, पात्र ग्राहक, अंतिम तारीख और अन्य सीमाएँ स्पष्ट हों। ऐसी दुर्लभता न दिखाएँ जो वास्तविक न हो। ऑफर खत्म होने पर नियमित कीमत पहले से बताइए।

निर्णय: लॉन्च ऑफर को छोटी परीक्षण अवधि दें। पूछताछ के बजाय पूरी हुई बुकिंग, योगदान और दोबारा आने की वास्तविक प्रतिक्रिया मापें।

अध्याय 6 • सेवा मेन्यू और कीमत

ग्राहक के सामने मेन्यू कैसे दिखे

नमूना • ग्राहक मेन्यू

आशा स्टूडियो

सेवा	क्या शामिल है?	अनुमानित स्लॉट
हेयरकट	परामर्श + तय कटिंग सेवा	45 मिनट
ग्रूमिंग कॉम्बो	बुकिंग में सूचीबद्ध सेवाएँ	60 मिनट
स्टाइलिंग	काम शुरू होने से पहले दायरा तय	जाँच के बाद

यह नमूना डिज़ाइन है, सुझाई गई बाजार कीमत नहीं। अंतिम ग्राहक मेन्यू में लागू टैक्स सहित भुगतान या टैक्स की स्पष्ट जानकारी अपने अकाउंटेंट से सत्यापित करके दिखाएँ। अंदरूनी लागत शीट और ग्राहक का मेन्यू अलग उद्देश्य रखते हैं।

शामिल और अलग का अंतर

यदि किसी सेवा में वॉश, ड्राय या स्टाइलिंग शामिल नहीं है, तो स्पष्ट लिखें। ग्राहक के बैठ जाने के बाद अनिवार्य अतिरिक्त शुल्क बताना गलत अपेक्षा बना सकता है। वैकल्पिक अतिरिक्त सेवा से पहले कीमत और समय की सहमति लें।

ग्राहक पूछे “कुल कितना होगा?” तो उत्तर साफ हो। यदि पहले निरीक्षण चाहिए तो कहें कि काम शुरू करने से पहले कुल अनुमान बताएँगे। तकनीकी अनिश्चितता को छिपाने के बजाय उसकी सीमा समझाएँ।

संस्करण नियंत्रण

मेन्यू बदलने पर प्रिंट, बुकिंग सिस्टम, सोशल मीडिया और रिसेप्शन की प्रति साथ बदलें। पुरानी कीमत पर पहले से की गई बुकिंग का व्यवहार स्पष्ट और निष्पक्ष रखें; बदलाव ग्राहक को पहले बताएँ।

अभ्यास: टीम के दो लोगों से एक ही सेवा की कीमत और शामिल चीजें समझाने को कहें। अलग उत्तर मिलें तो मेन्यू और प्रशिक्षण दोनों सुधारें।

अध्याय 6 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 6: कीमत की तैयारी जाँचें

सही शुरुआती कीमत वह है जिसे ग्राहक समझ सके और जिसकी लागत आप समझते हों। कोई सूत्र ग्राहक मांग की जगह नहीं लेता, और ग्राहक की इच्छा आपकी लागत को खत्म नहीं करती। दोनों को साथ देखना होगा।

हर मुख्य सेवा के लिए जाँच

- उपयोग होने वाले प्रोडक्ट और सीधी सामग्री की लागत निकाली है।
- सामान्य बुकिंग अवधि में सफाई और तैयारी जोड़ी है।
- फिक्स्ड वेतन और प्रति सर्विस इंसेंटिव का दोहराव नहीं है।
- ग्राहक को शामिल चीजें और अतिरिक्त शुल्क का आधार स्पष्ट है।
- छूट का योगदान और क्षमता पर प्रभाव देखा है।
- मिश्रित सेवाओं का औसत योगदान यथार्थवादी है।

सेवा	बिक्री मूल्य	बदलती लागत	योगदान	कुल मिनट
_____	₹ _____	₹ _____	₹ _____	_____

_____	₹ _____	₹ _____	₹ _____	_____
_____	₹ _____	₹ _____	₹ _____	_____

कब वापस गणना करें?

प्रोडक्ट कीमत बदलने, इंसेंटिव जोड़ने, किराया बढ़ने या सेवा मिक्स बदलने पर गणना अपडेट करें। लगातार कम योगदान वाली सेवा में केवल बिक्री बढ़ाना समस्या हल नहीं कर सकता। उसके दायरे, समय, लागत और ग्राहक मूल्य की समीक्षा करें।

अध्याय का परिणाम: तैयार मेन्यू, कम से कम तीन सेवा लागत शीट और ऑपरेटिंग ब्रेक-ईवन का अनुमान। अगला अध्याय इसी मेन्यू के अनुसार जरूरी खरीद चुनने में मदद करेगा।

मेन्यू से खरीद सूची बनाएँ

आप क्या सीखेंगे: जरूरी खरीद, सप्लायर तुलना और स्टॉक का नियंत्रण। उपकरण पहले खरीदकर बाद में सेवा ढूँढ़ना उलटा क्रम है। पहले चुनी हुई सेवा, उसकी प्रक्रिया और क्षमता देखें, फिर उसके लिए आवश्यक संसाधन जोड़ें।

01	02
जरूरी	उपयोगी
मुख्य सेवा बिना इसके नहीं	समय बचाता, खर्च उचित
03	
बाद में	
कम मांग या प्रमाण अधूरा	

हर सामान के पीछे एक कारण

खरीद सूची में वस्तु, मात्रा, संबंधित सेवा, उपयोग की आवृत्ति और जरूरत की तारीख लिखें। यदि आप यह नहीं बता सकते कि वस्तु किस ग्राहक सेवा या आवश्यक संचालन को सक्षम बनाती है, तो उसे प्राथमिकता देने से पहले दोबारा सोचें।

साझा उपकरण की क्षमता भी जाँचें। दो लोग एक साथ सेवा दे सकते हैं, लेकिन यदि दोनों को एक ही उपकरण चाहिए तो एक इंतजार करेगा। वहीं बहुत कम इस्तेमाल होने वाले उपकरण की कई प्रतियाँ नकदी रोक सकती हैं। संतुलन वास्तविक प्रक्रिया से आएगा।

ग्राहक के सामने और पीछे

मिरर और चेयर दिखाई देते हैं; स्टोरेज, साफ लिनेन व्यवस्था, सफाई सामग्री और रिकॉर्ड रखने का साधन कम दिखाई देते हैं। खरीद सूची में पीछे के काम का हिस्सा भी शामिल करें। ग्राहक अनुभव इन अदृश्य प्रक्रियाओं पर निर्भर है।

अभ्यास: प्रत्येक वस्तु के सामने “जरूरी / उपयोगी / बाद में” लिखें। जरूरी का मतलब केवल पसंद नहीं, लॉन्च की स्वीकृत सेवा देने के लिए वास्तविक आवश्यकता होना चाहिए।

उपकरण का कुल खर्च देखें

कम खरीद कीमत हमेशा कम कुल लागत नहीं होती। डिलीवरी, इंस्टॉलेशन, बिजली की व्यवस्था, रखरखाव, स्पेयर और बंद रहने का समय जोड़कर देखें। वारंटी में क्या शामिल नहीं है, यह भी उतना ही महत्वपूर्ण है जितना उसका समय।

तुलना बिंदु	सप्लायर से सवाल
मॉडल और क्षमता	कौन-सा सटीक मॉडल, और मेरी सेवा के लिए उपयुक्त क्यों?
अंतिम भुगतान	टैक्स, डिलीवरी और इंस्टॉलेशन सहित कितना?
प्रशिक्षण	डेमो और सुरक्षित उपयोग का प्रशिक्षण कौन देगा?
वारंटी	पार्ट्स, श्रम, यात्रा और अपवाद क्या हैं?
सर्विस	पास में सपोर्ट, प्रतिक्रिया समय और स्पेयर उपलब्धता?
वापसी/खराबी	डिलीवरी में नुकसान और शुरुआती दोष की प्रक्रिया?

पुराना उपकरण लेते समय

स्थिति, सर्विस इतिहास, बिजली सुरक्षा, उपलब्ध स्पेयर और बेचने वाले के अधिकार की जाँच करें। योग्य व्यक्ति से निरीक्षण कराए बिना केवल दिखावट पर निर्भर न रहें। खरीद का रिकॉर्ड और शर्तें लिखित रखें।

एक काल्पनिक तुलना

₹18,000 और ₹22,000 की दो वस्तुओं में महँगी वाली की उपयोगिता बेहतर हो सकती है यदि उसकी सर्विस और वारंटी उपयोगी हो; सस्ती वाली भी उपयुक्त हो सकती है यदि काम सरल और समर्थन पर्याप्त है। इस अंतर का निर्णय कुल लागत और प्रमाण से करें, ब्रांड की चमक से नहीं।

कार्रवाई: सबसे महँगी तीन खरीद के लिए “कुल लागत + सपोर्ट” तुलना बनाएँ। बिना यह तुलना किए अंतिम भुगतान स्वीकृत न करें।

अध्याय 7 • उपकरण, प्रोडक्ट और सप्लायर

सप्लायर को परखने की प्रक्रिया

विश्वसनीय सप्लायर समय, असल प्रोडक्ट और स्पष्ट रिकॉर्ड देता है। केवल सबसे ज्यादा छूट वाला सप्लायर चुनना जोखिम बढ़ा सकता है, खासकर जब असामान्य पैकेजिंग, अस्पष्ट बिल या वापसी से बचने की प्रवृत्ति दिखे।

पहली खरीद छोटी और जाँची हुई

जहाँ संभव हो, पहले सीमित मात्रा से डिलीवरी, गुणवत्ता और बिलिंग की जाँच करें। उत्पाद की सील, बैच, लेबल और लागू एक्सपायरी/उपयोग निर्देश देखें। संदिग्ध या खराब वस्तु को सेवा में इस्तेमाल न करें; अलग रखें और सप्लायर से समाधान लें।

मानदंड	प्रमाण
विश्वसनीय स्रोत	अधिकृत वितरण या भरोसेमंद आपूर्ति का सत्यापन
सही बिल	नाम, वस्तु, मात्रा और लागू टैक्स विवरण
समय	लिखित डिलीवरी वादा और पिछली पूर्ति
समस्या समाधान	रिटर्न, खराबी और कमी की स्पष्ट प्रक्रिया
उपलब्धता	नियमित वस्तुओं की पुनः आपूर्ति का समय

मुफ्त सामान या बड़े पैक के कारण उतना स्टॉक न लें जो उपयोग होने से पहले खराब हो जाए। “एक मुफ्त” की वास्तविक बचत तभी है जब आप दोनों का उपयोग उचित समय में कर सकें। नकदी और स्टोरेज की लागत भी देखें।

अभ्यास: मुख्य सप्लायर के साथ एक वैकल्पिक संपर्क तैयार रखें। विकल्प का मतलब बिना जाँच दूसरे ब्रांड का उपयोग नहीं; जरूरत पड़ने से पहले उपयुक्त विकल्प सत्यापित करना है।

अध्याय 7 • उपकरण, प्रोडक्ट और सप्लायर

स्टॉक रजिस्टर का सरल तरीका

स्टॉक नियंत्रण का पहला लक्ष्य चोरी खोजने के बजाय उपलब्धता और सही खपत समझना है। पैक की इकाई, मात्रा और उपयोग का तरीका साफ होगा तो गलती कम होगी। “एक बोतल” अलग आकार के पैक में भ्रम पैदा कर सकता है; ml, gram या piece जैसी स्थिर इकाई रखें।

स्टॉक का सरल मिलान

शुरुआत + प्राप्ति – खपत – खराबी

= अपेक्षित बचा स्टॉक • वास्तविक गिनती से मिलाएँ

उदाहरण

शुरुआती शैम्पू 2,000 ml है। महीने में 1,000 ml मिला, 1,800 ml सेवा में लगा और 50 ml दर्ज वेस्टेज हुआ। अपेक्षित बचा स्टॉक 1,150 ml है। वास्तविक गिनती 1,050 ml हो तो 100 ml अंतर है। पहले माप, रिकॉर्ड और पैक की इकाई जाँचें। बिना प्रमाण किसी पर आरोप न लगाएँ।

स्टॉक शीट में रखें

वस्तु नाम, बैच जहाँ उपयोगी हो, प्राप्ति तारीख, लागू उपयोग-समाप्ति सूचना, इकाई, प्राप्त मात्रा, निकासी और बचा स्टॉक। खुलने के बाद उपयोग अवधि अलग हो सकती है; निर्माता के निर्देश का रिकॉर्ड रखें।

जल्दी उपयोग-समाप्ति वाली उपयुक्त सामग्री पहले निकालने की व्यवस्था करें। अवधि पार या संदिग्ध उत्पाद का इस्तेमाल छूट वाली सेवा में भी न करें। सही भंडारण और सुरक्षा के लिए उत्पाद के निर्देशों का पालन जरूरी है।

कार्रवाई: महँगे और तेजी से इस्तेमाल होने वाले उत्पादों की नियमित गिनती का दिन तय करें। रिपोर्ट में अंतर का कारण और अगला सुधार दोनों लिखें।

अध्याय 7 • उपकरण, प्रोडक्ट और सप्लायर

दोबारा कब खरीदें?

स्टॉक खत्म होने के दिन ऑर्डर करना देर हो सकती है। पुनः खरीद का संकेत दैनिक उपयोग, सप्लायर के समय और एक उचित बफर से तय करें। बफर वास्तविक देरी और मांग के बदलाव पर आधारित हो, डर के कारण अनियंत्रित खरीद पर नहीं।

सरल गणना

यदि रोज़ 100 ml उपयोग है, सप्लायर पाँच दिन लेता है और आपने 300 ml बफर रखा है, तो पुनः ऑर्डर बिंदु $100 \times 5 + 300 = 800$ ml है। उपलब्ध उपयोग योग्य स्टॉक इस स्तर पर आते ही समीक्षा करके ऑर्डर करें। पहले से आने वाला स्टॉक भी ध्यान में रखें।

परिस्थिति	फैसले में बदलाव
सप्लायर का समय बढ़ा	लीड टाइम और बफर फिर निकालें
सेवा की मांग घटी	अगली खरीद की मात्रा कम करें
पैक जल्दी खराब हो सकता है	कम मात्रा, अधिक नियमित खरीद पर विचार
त्योहार का सत्यापित उछाल	मांग के आधार पर सीमित अतिरिक्त स्टॉक

खरीद की मंजूरी

एक व्यक्ति मांग दर्ज करे और तय सीमा से ऊपर मालिक स्वीकृति दे। सामान आने पर ऑर्डर, प्राप्त मात्रा और बिल मिलाएँ। छोटे व्यवसाय में एक व्यक्ति कई भूमिकाएँ कर सकता है, लेकिन मिलान का रिकॉर्ड फिर भी होना चाहिए।

आम गलती: स्टॉक का मूल्य देखकर खुश होना। स्टॉक बिक्री होने तक नकदी नहीं है; अनुपयोगी स्टॉक में पैसा फँसा रह सकता है। खरीद को मुख्य सेवा मांग से जोड़ें।

अध्याय 7 • उपकरण, प्रोडक्ट और सप्लायर

साफ-सफाई की व्यवस्था खरीद का हिस्सा है

स्वच्छता केवल दिन के अंत का काम नहीं है। उपकरण का चयन करते समय यह देखें कि उसे निर्माता के निर्देशों के अनुसार साफ, आवश्यक रूप से संसाधित और सुरक्षित रखा जा सकता है या नहीं। अलग उपकरण और सामग्री के लिए प्रक्रिया अलग हो सकती है।

संचालन की बुनियाद

साफ सामग्री, इस्तेमाल हुई सामग्री और अपशिष्ट के स्थान तय करें। टीम को बताइए कि कौन-सी वस्तु एक बार उपयोग वाली है, कौन-सी दोबारा इस्तेमाल की जा सकती है और उसके लिए कौन-सी प्रशिक्षण-आधारित प्रक्रिया लागू है। यह पुस्तक कीटाणुनाशक की मात्रा या उपचार की तकनीक नहीं बताती।

लिनेन की जरूरत सेवा अवधि, बुकिंग और धुलाई की वापसी के समय से निकालें। उदाहरण के लिए आठ ग्राहकों की योजना में प्रत्येक के लिए दो तौलिए लगते हैं तो दिन की जरूरत 16 है; धुलाई समय और स्वच्छ बफर अलग जोड़ना होगा। वास्तविक जरूरत आपकी सेवाओं पर निर्भर है।

घटना होने पर

कट, त्वचा की असामान्य प्रतिक्रिया या उपकरण खराबी होने पर संबंधित सेवा रोकें और प्रशिक्षित प्रक्रिया अपनाएँ। उपयुक्त पेशेवर सहायता लें; स्टाफ से चिकित्सकीय निदान कराने की अपेक्षा न रखें। ग्राहक और घटना का सीमित, तथ्यात्मक रिकॉर्ड सुरक्षित रखें।

खरीद निर्णय: साफ रखने में कठिन, क्षतिग्रस्त या अनुपयुक्त सामान केवल दिखने में सुंदर होने के कारण न चुनें। आवश्यक सुरक्षा और स्वच्छता सामग्री को वैकल्पिक बजट न मानें।

अध्याय 7 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 7: खरीद स्वीकृति सूची

अब हर बड़ी खरीद को मेन्यू, उपयोग और बजट से मिलाएँ। सूची में कोई ऐसी वस्तु है जिसका उपयोग केवल भविष्य की अस्पष्ट सेवा के लिए है तो उसे अलग रखें। उपलब्ध पैसा खर्च कर देना तैयारी का प्रमाण नहीं है।

भुगतान से पहले

- वस्तु का सटीक नाम, मॉडल और मात्रा लिखी है।
- कुल कीमत में डिलीवरी, इंस्टॉलेशन और लागू शुल्क समझे हैं।
- संबंधित सेवा और उपयोग की अनुमानित आवृत्ति स्पष्ट है।
- वारंटी, सपोर्ट और समस्या समाधान की शर्तें मिली हैं।
- सुरक्षित उपयोग और सफाई का प्रशिक्षण उपलब्ध है।
- ऑर्डर और प्राप्ति का मिलान करने वाला व्यक्ति तय है।
- सामान खरीदने के बाद भी जरूरी नकदी रिजर्व बचता है।

वस्तु	अभी जरूरी?	कुल भुगतान	मंजूरी/जाँच बाकी
_____	हाँ / बाद में	₹ _____	_____
_____	हाँ / बाद में	₹ _____	_____

हाँ / बाद में

₹ _____

डिलीवरी का पहला दिन

सील, क्षति, मात्रा और मॉडल जाँचें। बिल, वारंटी और सीरियल नंबर जहाँ लागू हों सुरक्षित करें। खराब या गलत वस्तु को सामान्य स्टॉक में न मिला दें। स्टाफ को उपयोग से पहले प्रशिक्षण दें।

अध्याय का परिणाम: स्वीकृत खरीद सूची, सप्लायर तुलना और स्टॉक रिकॉर्ड की प्रक्रिया। अगला चरण लोगों को उसी व्यवस्था पर एक समान तरीके से काम करना सिखाना है।

टीम: पद से पहले जिम्मेदारी

आप क्या सीखेंगे: छोटी टीम की भूमिकाएँ, स्किल जाँच और उद्घाटन से पहले प्रशिक्षण। “दो लोग रख लेंगे” पूरी स्टाफ योजना नहीं है। आपको पता होना चाहिए कि वे कौन-सी सेवाएँ देंगे और व्यस्त समय में बाकी काम कैसे होगा।



AI-निर्मित टीम प्रशिक्षण दृश्य; चर्चा को लिखित जिम्मेदारियों में बदलें।

ग्राहक यात्रा के अनुसार भूमिका

स्वागत, जरूरत समझना, सेवा देना, सफाई, भुगतान और बुकिंग अपडेट करना छह अलग काम हैं। छोटी टीम में एक व्यक्ति कई काम कर सकता है, लेकिन एक ही समय में सभी काम नहीं कर सकता। एक ही व्यक्ति को लंबी सेवा और लगातार रिसेप्शन दोनों देने पर व्यवधान होगा।

मालिक की भूमिका स्पष्ट रखें। यदि मालिक सेवा दे रहा है, तो कौन देर से आने वाले ग्राहक को जानकारी देगा? यदि भुगतान में समस्या है तो किसे बुलाएँगे? उद्घाटन से पहले ऐसे छोटे प्रश्नों का अभ्यास करें।

कार्रवाई: टीम के नाम लिखकर हर रोज़ के काम के सामने मुख्य जिम्मेदार और बैकअप तय करें। केवल “सब करेंगे” लिखने पर अक्सर जरूरी काम छूट जाता है।

भर्ती की छोटी लेकिन स्पष्ट प्रक्रिया

01

भूमिका

काम और स्किल स्पष्ट

02

बातचीत

अनुभव और अपेक्षा

03

निरीक्षित टेस्ट

04

लिखित शुरुआत

पहले भूमिका लिखें, फिर उम्मीदवार से मिलें। किस तरह की सेवाओं का अनुभव चाहिए, ग्राहक संवाद कैसा होना चाहिए और काम का समय क्या है, यह स्पष्ट होगा तो दोनों पक्ष सही निर्णय ले सकेंगे। भेदभावपूर्ण या काम से असंबंधित प्रश्नों से बचें।

इंटरव्यू के उपयोगी सवाल

- पिछली भूमिका में आप कौन-सी सेवाएँ स्वयं करते थे?
- ग्राहक अपनी इच्छा स्पष्ट न बता पाए तो आप क्या पूछेंगे?
- सेवा में देरी होने पर ग्राहक और टीम को क्या बताएँगे?
- उपकरण की समस्या या असामान्य प्रतिक्रिया दिखे तो किसे सूचित करेंगे?
- अपनी कौन-सी स्किल में और प्रशिक्षण चाहते हैं?

उत्तर के साथ उदाहरण माँगें। “मुझे सब आता है” पर्याप्त प्रमाण नहीं है। संदर्भ जाँच आवश्यक लगे तो उम्मीदवार की सहमति से करें और केवल काम संबंधी तथ्य पूछें।

पेशकश की स्पष्टता

काम का दायरा, समय, भुगतान और शुरुआत की प्रक्रिया लिखित दें। असली भूमिका से अलग आकर्षक वादा करके भर्ती करने से शुरुआती भरोसा टूट सकता है। कानूनी शर्तों और रोजगार आवश्यकताओं की समीक्षा अध्याय 5 के अनुसार करें।

निर्णय: केवल कम वेतन पर व्यक्ति न चुनें। उपयुक्त स्किल, पेशेवर व्यवहार और सीखने की क्षमता के बिना छूटी हुई गुणवत्ता बाद में महँगी पड़ सकती है।

अध्याय 8 • टीम और प्रशिक्षण

स्किल टेस्ट में क्या देखें

टेस्ट केवल अंतिम परिणाम की फोटो देखकर पास न करें। तैयारी, कंसल्टेशन, सुरक्षित तरीके, सामग्री का उपयोग, समय और समापन भी देखें। टेस्ट प्रशिक्षित निरीक्षक और उपयुक्त सहमति के साथ आयोजित करें; ग्राहक या उम्मीदवार को अनावश्यक जोखिम में न डालें।

मानदंड	देखने योग्य व्यवहार
तैयारी	सामान और स्टेशन प्रक्रिया के अनुसार तैयार
संवाद	जरूरत, सीमा और अपेक्षा स्पष्ट करता है
तकनीकी काम	अपनी प्रशिक्षण सीमा में स्थिर गुणवत्ता
स्वच्छता	निर्धारित प्रक्रियाओं का लगातार पालन

समय	जल्दबाजी के बिना चरणों का प्रबंधन
समापन	ग्राहक से पुष्टि, रिकॉर्ड और स्टेशन रीसेट

हर मानदंड के लिए “स्वतंत्र / निरीक्षण में / प्रशिक्षण जरूरी” जैसी श्रेणियाँ उपयोगी हो सकती हैं। केवल कुल अंक देने से महत्वपूर्ण सुरक्षा कमी छिप सकती है। कुछ विषयों को अनिवार्य पास बिंदु बनाएँ।

परीक्षण का निष्पक्ष उपयोग

टेस्ट की अवधि और व्यवस्था पहले बताइए। वास्तविक व्यावसायिक काम को लंबा मुफ्त टेस्ट बनाकर न कराएँ। लागू भुगतान और रोजगार नियम जाँचें। फीडबैक तथ्यात्मक दें: “कंसल्टेशन अधूरा रहा” अधिक उपयोगी है बनिस्बत “आप अच्छे नहीं हैं।”

अभ्यास: चुनी हुई मुख्य सेवा के लिए छह बिंदुओं की निरीक्षण शीट बनाएँ। जहाँ टीम का मूल्यांकन अलग निकले, वहाँ प्रशिक्षण मानक पहले स्पष्ट करें।

अध्याय 8 • टीम और प्रशिक्षण

उद्घाटन से पहले सात दिन का प्रशिक्षण

ऑनबोर्डिंग केवल चाबी, यूनिफॉर्म और मेन्यू देना नहीं है। नया व्यक्ति आपकी सेवा प्रक्रिया, जिम्मेदारी और मदद माँगने का तरीका समझे। नीचे सात दिन का अनुकूलनीय प्रशिक्षण ढाँचा है; स्किल और सेवा के अनुसार अधिक समय लग सकता है।

दिन	फोकस	पूरा होने का प्रमाण
1	जगह, भूमिकाएँ, आवश्यक प्रक्रियाएँ	टीम अपना काम और मदद का रास्ता बताए
2	मेन्यू, समय और कीमत	तीन नमूना ग्राहक प्रश्नों का समान उत्तर
3	स्वच्छता और उपकरण	निरीक्षित सही तैयारी और रीसेट
4	कंसल्टेशन और सहमति	भूमिका-अभ्यास में स्पष्ट संवाद
5	बुकिंग और भुगतान	टेस्ट रिकॉर्ड सही बने और मिलें
6	पूरा ग्राहक अनुभव	ट्रायल में समय और कमियाँ दर्ज हों
7	फीडबैक और पुनः अभ्यास	महत्वपूर्ण कमियाँ बंद हों

प्रशिक्षण को प्रमाण से जोड़ें

“समझा दिया” और “व्यक्ति स्वतंत्र कर सकता है” अलग हैं। प्रदर्शन देखकर अनुमति दें। यदि कोई व्यक्ति केवल कुछ सेवाओं में तैयार है तो उसके बुकिंग दायरे को उसी सीमा में रखें।

नई समस्या पर टीम को दोष देने से पहले देखें कि प्रक्रिया सिखाई गई थी या नहीं। प्रशिक्षण का रिकॉर्ड भविष्य में बदलाव और नए स्टाफ के लिए भी उपयोगी होगा। प्रत्येक प्रक्रिया का वर्तमान संस्करण रखें।

कार्रवाई: रोज़ के प्रशिक्षण के बाद एक सीखी बात, एक खुली कमी और अगला अभ्यास लिखें। उद्घाटन की तारीख के कारण आवश्यक प्रशिक्षण को पूरा हुआ घोषित न करें।

अध्याय 8 • टीम और प्रशिक्षण

शेड्यूल क्षमता से बनाइए

दो कर्मचारी आठ घंटे उपस्थित हैं तो जरूरी नहीं कि 16 घंटे ग्राहक सेवा हो। ब्रेक, सफाई, तैयारी, स्टॉक और प्रशासन भी समय लेते हैं। कार्य समय लागू नियमों के अनुसार तय करें और वास्तविक सेवा उपलब्धता अलग निकालें।

साझा संसाधनों का प्रभाव

यदि एक ही वॉश स्टेशन है, तो दो लंबे काम का महत्वपूर्ण चरण एक समय पर आ सकता है। स्टाफ उपलब्ध होने के बाद भी बुकिंग टकराएगी। सेवा अवधि के साथ किस समय किस उपकरण की जरूरत है, यह ट्रायल से समझें।

समय/स्थिति	योजना का सवाल
ओपनिंग से पहले	स्टेशन, कैश और बुकिंग कौन तैयार करेगा?
व्यस्त स्लॉट	रिसेप्शन का बैकअप कौन है?
ब्रेक	कौन-सी सेवाएँ तब उपलब्ध रहेंगी?
अनुपस्थिति	ग्राहक को कौन सूचित और विकल्प देगा?
क्लोजिंग	रिकॉर्ड, सफाई और सुरक्षित बंद कौन करेगा?

एक बुकिंग कम रखना कब ठीक है?

लॉन्च के शुरुआती दिनों में छोटे बफर सीखने की जगह देते हैं। यदि समय लगातार अधिक लग रहा है तो स्लॉट अवधि सुधारें। अधिक बुकिंग लेकर लगातार माफी माँगना स्थिर क्षमता बनाने का विकल्प नहीं है।

अभ्यास: एक व्यस्त दिन की काल्पनिक बुकिंग बनाइए। हर बुकिंग के सामने व्यक्ति, स्टेशन और सफाई समय रखिए। किसी व्यक्ति या उपकरण का दोहरा उपयोग दिखे तो पहले शेड्यूल बदलें।

अध्याय 8 • टीम और प्रशिक्षण

फीडबैक, इंसेंटिव और टीम व्यवहार

टीम को केवल बिक्री संख्या से आँकेंगे तो ग्राहक पर अधिक खर्च का दबाव बन सकता है। अच्छी समीक्षा में समय, प्रक्रिया पालन, ग्राहक संवाद और सीखने की प्रगति भी शामिल हों। लक्ष्य स्पष्ट, मापने योग्य और कर्मचारी के नियंत्रण के भीतर हों।

छोटी साप्ताहिक बातचीत

पहले एक तथ्य बताइए: “इस सप्ताह तीन बुकिंग में अवधि अनुमान से अधिक रही।” फिर कारण पूछिए: सेवा जटिल थी, मेन्यू समय गलत था या उपकरण देर से मिला? व्यक्ति पर निष्कर्ष लगाने से पहले सिस्टम का हिस्सा देखें।

फीडबैक का हिस्सा	उदाहरण
क्या देखा?	बुकिंग खत्म होने का समय अपडेट नहीं हुआ
इसका प्रभाव?	अगले ग्राहक को गलत इंतजार बताया गया
अगली आदत?	काम लंबा लगे तो रिसेप्शन को तुरंत जानकारी
दोबारा जाँच?	अगले सात दिन के रिकॉर्ड की समीक्षा

सम्मान और सीमा

ग्राहक या सहकर्मों के अनुचित व्यवहार पर मदद का स्पष्ट रास्ता हो। टीम को अपमान सहना सेवा गुणवत्ता का हिस्सा न बताएँ। शिकायत और सुरक्षा संबंधी विषय गोपनीय और जिम्मेदार प्रक्रिया से संभालें। लागू कानूनों की सलाह लें।

कमीशन या बोनस में गुणवत्ता शर्तें रखें, लेकिन अस्पष्ट कटौती या मनमानी दंड नीति न बनाएँ। लिखित, समझने योग्य और कानून-संगत व्यवस्था भरोसा बढ़ाती है।

कार्रवाई: महीने के लिए एक गुणवत्ता लक्ष्य और एक व्यवसाय लक्ष्य चुनें। टीम से पूछें कि दोनों पूरे करने के लिए किस मदद की जरूरत है।

अध्याय 8 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 8: टीम लॉन्च के लिए तैयार?

तैयारी का अंतिम परीक्षण यह है कि टीम सामान्य दिन के साथ असामान्य स्थिति भी संभाल सके। कोई ग्राहक देर से आए, पेमेंट अटके या उपकरण खराब हो तो व्यक्ति जानता हो कि किससे मदद लेनी है। हर उत्तर खुद बनाना जरूरी नहीं; सही escalation जानना जरूरी है।

तैयारी की सूची

- प्रत्येक मुख्य भूमिका और उसका बैकअप तय है।
- स्टाफ का स्वीकृत सर्विस दायरा दर्ज है।

- काम और भुगतान की शर्तें समझाई गई हैं।
- स्वच्छता, प्राइवैसी और सहमति प्रक्रियाओं का अभ्यास हुआ है।
- बुकिंग, भुगतान और दिन के अंत के रिकॉर्ड जाँचे हैं।
- अनुपस्थिति, देरी और ग्राहक शिकायत के दृश्य अभ्यास किए हैं।
- जरूरी कमियाँ बंद हैं; बाकी के लिए तारीख और जिम्मेदार तय हैं।

नाम/भूमिका	स्वतंत्र काम	प्रशिक्षण बाकी	बैकअप
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

मालिक का अंतिम सवाल

यदि आपको दो घंटे बाहर जाना पड़े, तो क्या ग्राहक को वही कीमत, सही जानकारी और सम्मान मिलेगा? अगर उत्तर नहीं है तो कौन-सी प्रक्रिया अभी केवल आपके दिमाग में है? उसे लिखकर और अभ्यास कराकर टीम के लिए उपलब्ध करें।

अध्याय का परिणाम: छोटी लेकिन स्पष्ट टीम योजना, प्रशिक्षण रिकॉर्ड और शेड्यूल। अब इन्हें ग्राहक के सामने सही ब्रांड और बुकिंग प्रक्रिया के रूप में प्रस्तुत करें।

ब्रांड: ग्राहक को क्या याद रहेगा?

आप क्या सीखेंगे: साफ पहचान, भरोसेमंद जानकारी और एक काम करने वाली बुकिंग प्रक्रिया के साथ लॉन्च करना। इस पुस्तक में शुरुआत का ढाँचा है; विस्तृत ग्राहक-वृद्धि रणनीति bundle की दूसरी पुस्तक का विषय है।

तीन हिस्सों में अपनी पहचान

नाम आसानी से बोला और खोजा जा सके। दृश्य पहचान में सीमित रंग, साफ अक्षर और पढ़ने योग्य बोर्ड हो। अनुभव की पहचान वह रोज़ की आदत हो जो अध्याय 1 में तय की थी: समय की जानकारी, साफ कीमत या ध्यान से सुनना।

केवल अलग दिखने के लिए बहुत जटिल लोगो या अस्पष्ट नाम न चुनें। पहली बार आने वाला व्यक्ति आपका बोर्ड देखकर समझ सके कि यहाँ कौन-सी सेवाएँ मिलती हैं। अलग माध्यमों में नाम और संपर्क की लिखावट एक जैसी रखें।

ब्रांड तत्व	लॉन्च से पहले जाँच
नाम और वर्तनी	बोर्ड, बिल और डिजिटल जानकारी में समान
रंग और अक्षर	दूरी से पढ़ने योग्य; कम रोशनी में भी स्पष्ट
सेवा का वादा	टीम उसे सरल भाषा में बता सके
फोटो	वास्तविक जगह की सही छवि; भ्रामक दावा नहीं

किसी अन्य व्यवसाय का लोगो, फोटो या नाम बिना अनुमति उपयोग न करें। AI अवधारणा फोटो को अपनी वास्तविक दुकान दिखाने के लिए न लगाएँ। इस पुस्तक के इंटीरियर चित्र भी केवल उदाहरण हैं।

अभ्यास: अपना नाम, मुख्य सेवा, सही पता और बुकिंग संपर्क वाला एक साधारण कार्ड बनाएँ। पाँच सेकंड देखने के बाद व्यक्ति क्या याद रखता है, पूछें।

डिजिटल उपस्थिति की न्यूनतम तैयारी

शुरुआत में हर प्लेटफॉर्म पर रोज़ पोस्ट करना जरूरी नहीं। पहले ग्राहक को सही पता, समय, सेवा और संपर्क मिले। जहाँ आप जानकारी संभाल सकते हैं वहीं स्पष्ट उपस्थिति बनाएँ। गलत समय दिखाने वाला सक्रिय पेज ग्राहक को गलत अनुभव दे सकता है।

जरूरी जानकारी

- व्यवसाय का वही नाम जो वास्तविक दुनिया में इस्तेमाल हो।

- सही पता, लोकेशन संकेत और उपलब्ध संपर्क।
- वास्तविक खुले दिन और घंटे।
- स्पष्ट मुख्य सेवाएँ तथा कीमत पूछने या देखने का रास्ता।
- अपनी जगह और काम की अनुमति प्राप्त, सही फोटो।
- ग्राहक संदेश का उत्तर देने वाला जिम्मेदार व्यक्ति।

Google Business Profile की आधिकारिक guidance वास्तविक नाम, सटीक पता/जानकारी और उचित representation पर जोर देती है। प्रोफाइल बनाते समय वर्तमान नियम और पात्रता जाँचें; इस पुस्तक में स्क्रीन-दर-स्क्रीन निर्देश नहीं दिए गए क्योंकि इंटरफेस बदल सकता है। [स्रोत 5]

खाते का नियंत्रण

व्यवसाय की पहचान केवल एजेंसी या कर्मचारी के निजी खाते में न छोड़ें। मालिक के पास उपयुक्त नियंत्रण और सुरक्षित पुनर्प्राप्ति व्यवस्था हो। पासवर्ड साझा संदेश में भेजने की जगह प्लेटफॉर्म के भूमिका-आधारित पहुँच विकल्प जाँचें।

निर्णय: पहले एक सही जानकारी वाला पेज और भरोसेमंद बुकिंग संपर्क तैयार करें। असली जानकारी अधूरी हो तो विज्ञापन से आने वाली पूछताछ भी खो सकती है।

अध्याय 9 • ब्रांडिंग, बुकिंग और लॉन्च प्रचार

बुकिंग: अनुरोध और पुष्टि अलग

01

अनुरोध

सेवा और समय पूछें

02

पुष्टि

स्टाफ और संसाधन जाँचें

03

सेवा

दायरा और कीमत सहमति

04

समापन

भुगतान और फीडबैक

ग्राहक का पसंदीदा समय मिलना बुकिंग की पुष्टि नहीं है। पहले प्रशिक्षित व्यक्ति, उपयुक्त स्टेशन, सेवा अवधि और जरूरी संसाधन जाँचें। फोन, WhatsApp, वॉक-इन और ऑनलाइन अनुरोध अंत में एक साझा रिकॉर्ड में आने चाहिए।

न्यूनतम बुकिंग रिकॉर्ड

नाम, संपर्क, सेवा, अनुमानित अवधि, तारीख, समय, जिम्मेदार व्यक्ति और स्थिति रखें। संवेदनशील जानकारी अनावश्यक रूप से न लें। यदि कोई पूर्व तैयारी या कंसल्टेशन जरूरी है तो ग्राहक को पहले बताइए।

उपयोगी स्थितियाँ

अनुरोध प्राप्त, पुष्टि की प्रतीक्षा, पुष्टि हुई, ग्राहक आया, सेवा पूरी, रद्द और नहीं आया। आप अपने सॉफ्टवेयर के अनुसार नाम रख सकते हैं; टीम हर स्थिति का अर्थ समान समझे। खासकर “पेंडिंग” और “कन्फर्म” का भ्रम दूर करें।

बुकिंग सॉफ्टवेयर चुनते समय अवधि, स्टाफ उपलब्धता, रद्दीकरण रिकॉर्ड, ग्राहक डेटा पहुँच और बैकअप की जरूरत जाँचें। केवल आकर्षक स्क्रीन देखकर निर्णय न लें। Glowphy या कोई अन्य प्लेटफॉर्म अपनाने से पहले उसकी वर्तमान सुविधाएँ अपने काम से मिलाएँ।

ट्रायल: दो अलग माध्यमों से एक ही स्लॉट का अनुरोध भेजें। टीम को डबल बुकिंग रोके बिना “दोनों कन्फर्म” नहीं करना चाहिए। प्रणाली की असली परीक्षा यही छोटी परिस्थितियाँ हैं।

अध्याय 9 • ब्रांडिंग, बुकिंग और लॉन्च प्रचार

देरी और रद्दीकरण का संवाद

नियम तभी उपयोगी हैं जब ग्राहक उन्हें बुकिंग से पहले समझे। देर से आने, समय बदलने और नहीं आने की नीति सरल रखें। किसी शुल्क, डिपॉज़िट या रिफंड शर्त को स्पष्ट और लागू कानूनों के अनुसार तैयार करें; पहली बार विवाद होने पर नियम न गढ़ें।

पुष्टि संदेश का नमूना

“नमस्ते [नाम], आपकी [सेवा] की बुकिंग [तारीख] को [समय] के लिए पुष्टि की गई है। अनुमानित अवधि [मिनट] है। स्थान: [पता]। बदलाव की जरूरत हो तो [संपर्क] पर बताइए। कीमत/दायरे की जानकारी: [विवरण]।”

सैलून की तरफ से देरी

“आपकी बुकिंग में लगभग [समय] की देरी का अनुमान है। असुविधा के लिए खेद है। आप चाहें तो नया उपलब्ध समय [विकल्प] चुन सकते हैं। कृपया अपनी सुविधा बताइए।” वास्तविक जानकारी दें; अनुमान बदलता है तो अपडेट करें।

ग्राहक देर से आए

उपलब्ध समय और अगली बुकिंग देखकर विकल्प दें। आवश्यक सर्विस समय को असुरक्षित रूप से छोटा न करें। किसी सीमा या नई कीमत की आवश्यकता हो तो काम शुरू होने से पहले सहमति लें।

स्थिति	रिकॉर्ड में लिखें
ग्राहक ने रद्द किया	समय, लागू नीति और अगला विकल्प
सैलून ने बदला	कारण, ग्राहक को सूचना और स्वीकृत समाधान
ग्राहक नहीं आया	निष्पक्ष स्थिति; संवेदनशील टिप्पणी नहीं

कार्रवाई: तीन नमूना संदेश टीम के पास रखें। ग्राहक से संवाद में दोषारोपण के बजाय स्पष्ट स्थिति और उपलब्ध विकल्प दें।

स्थानीय लॉन्च अभियान

लॉन्च प्रचार का लक्ष्य सही लोगों तक एक स्पष्ट संदेश पहुँचाना है। शुरू में क्षेत्र, मुख्य सेवा और बुकिंग का रास्ता सीमित रखें। यदि संदेश सबके लिए है तो किसी को स्पष्ट कारण नहीं मिलेगा कि उसे क्यों आना चाहिए।

दो सप्ताह का सरल अभियान

समय	मुख्य संदेश	तैयारी
लॉन्च से 14-10 दिन पहले	व्यवसाय, क्षेत्र और सेवा परिचय	सही पता और वास्तविक फोटो
9-5 दिन पहले	क्या अनुभव मिलेगा	कीमत/दायरे की स्पष्ट जानकारी
4-1 दिन पहले	उपलब्ध शुरुआती स्लॉट	टीम और बुकिंग की वास्तविक क्षमता
लॉन्च के बाद	ग्राहक प्रश्नों के उत्तर	फीडबैक और सही उपलब्धता

पास के पूरक व्यवसायों से अनुमति लेकर परिचयात्मक सहयोग जाँच सकते हैं। किसी ग्राहक की संपर्क सूची बिना सहमति प्राप्त या इस्तेमाल न करें। सार्वजनिक समूह में बार-बार संदेश भेजना ग्राहक भरोसे का विकल्प नहीं है।

छोटा प्रचार बजट

उदाहरण के लिए कुल ₹3,200 का परीक्षण तय है तो अलग सामग्री, वितरण और भुगतान वाले प्रचार का खर्च दर्ज करें। यह सुझाया गया बाजार बजट नहीं है। इतना ही खर्च चुनें जिसे खो देने पर भी जरूरी संचालन प्रभावित न हो।

निर्णय: विज्ञापन चलाने से पहले फोन, पता, संदेश का जवाब और बुकिंग परीक्षण पूरा करें। पूछताछ आए लेकिन उत्तर न मिले तो खर्च का मूल्य कम हो जाएगा।

प्रचार का परिणाम कैसे मापें



मान लें अभियान खर्च ₹3,200 रहा। 40 पूछताछ से 20 बुकिंग हुई, जिनमें 16 पहली सेवाएँ पूरी हुईं। पूछताछ से बुकिंग दर 50%, बुकिंग से पूरी विज़िट दर 80% और प्रति पूरी पहली विज़िट प्रचार लागत ₹200 है। सभी संख्या काल्पनिक हैं।

यदि हर पहली विज़िट का औसत योगदान ₹400 है तो $16 \times ₹400 = ₹6,400$ योगदान मिला। इसमें ₹3,200 प्रचार घटाने पर ₹3,200 बचते हैं, लेकिन यह पूर्ण लाभ नहीं; अन्य फिक्स्ड खर्च अभी बाकी हैं। यदि वही प्रचार मासिक फिक्स्ड लागत में पहले से शामिल है तो उसे अंतिम परिणाम में दो बार न घटाएँ।

स्रोत को अलग दर्ज करें

ग्राहक से पूछें कि उसे आपके बारे में कहाँ पता चला। विकल्प में परिचित, रास्ते का बोर्ड, सोशल मीडिया और अन्य रखें। “विज्ञापन देखा” कहना सटीक तकनीकी attribution नहीं है; इसे ग्राहक द्वारा बताया स्रोत मानें।

क्लिक, व्यू और मैसेज उपयोगी संकेत हैं, लेकिन पूरी हुई सेवा का विकल्प नहीं। भविष्य में ग्राहक लौटेगा तो वह अलग वास्तविक डेटा होगा; अभी अनुमानित जीवनभर की आय जोड़कर सफलता घोषित न करें।

अभ्यास: प्रचार रिपोर्ट में खर्च, पूछताछ, पुष्टि, पूरी विज़िट और योगदान पाँचों कॉलम रखें। सबसे कमजोर चरण सुधारें, केवल नया विज्ञापन न जोड़ें।

अध्याय 9 • निर्णय अभ्यास

अध्याय 9: लॉन्च संदेश तैयार है?

अब ग्राहक की नजर से सब कुछ जाँचें। कोई ऐसा व्यक्ति चुनें जिसने आपकी योजना नहीं पढ़ी। उससे पता ढूँढ़ने, मेन्यू समझने और बुकिंग करने को कहें। जहाँ उसे रुकना पड़े, वह आपकी प्रक्रिया में सुधार का संकेत है।

अंतिम संचार जाँच

- नाम, पता, संपर्क और समय सभी जगह सही हैं।
- ग्राहक सेवा का दायरा और कीमत समझ सकता है।
- संदेश का जवाब देने वाला व्यक्ति और बैकअप तय है।
- अनुरोध और पुष्टि के बीच स्पष्ट अंतर है।
- स्टाफ और साझा संसाधन देखकर स्लॉट स्वीकृत होता है।
- रद्दीकरण और लागू भुगतान शर्तें पहले दिखाई जाती हैं।
- प्रचार स्रोत और खर्च रिकॉर्ड करने की व्यवस्था है।

टेस्ट	नतीजा	सुधार
पहली बार पता ढूँढ़ना	_____	_____
सेवा और कीमत समझना	_____	_____

एक स्लॉट की बुकिंग	_____	_____
रद्दीकरण/बदलाव अनुरोध	_____	_____

शुरुआती संदेश छोटा रखें

एक मुख्य लाभ, एक स्पष्ट सेवा और एक बुकिंग रास्ता काफी हो सकता है। बहुत सारे ऑफर और अस्पष्ट शर्तों से ग्राहक को निर्णय कठिन हो सकता है। वही दावा करें जो टीम उद्घाटन के दिन निभा सकती है।

अध्याय का परिणाम: सही ग्राहक जानकारी, परीक्षण की हुई बुकिंग प्रक्रिया और मापने योग्य छोटा लॉन्च अभियान। अब इन सभी तैयारियों को समय-आधारित योजना में जोड़ें।

90 दिन: एक अनुकूलनीय रोडमैप

आप क्या सीखेंगे: तैयारी को निर्भर कामों में बाँटना, सॉफ्ट लॉन्च से सीखना और खोलने का निर्णय लेना। 90 दिन एक योजना का उदाहरण है; अनुमतियों, परिसर, निर्माण और प्रशिक्षण के कारण अधिक या कम समय लग सकता है।

दिन	मुख्य काम	निर्णय बिंदु
1-15	ग्राहक और मॉडल	जरूरत का प्रमाण
16-30	बजट और जगह जाँच	निवेश व्यवहार्य
31-50	आवश्यक तैयारी और खरीद	जगह/संसाधन तैयार
51-70	टीम, प्रशिक्षण और सिस्टम	ट्रायल योग्य
71-85	सॉफ्ट लॉन्च और सुधार	खुली कमियाँ बंद
86-90	अंतिम समीक्षा और शुरुआत	जाना / रोकना

यह कैलेंडर अनुमति मिलने की समय-सीमा का दावा नहीं है। किसी काम का अगला चरण तभी शुरू करें जब उसकी आवश्यक शर्तें पूरी हों। उदाहरण के लिए उपकरण की अंतिम खरीद से पहले स्वीकृत मेन्यू और जगह की उपयोगिता जाँचें।

हर काम का मालिक

हर कार्य के सामने जिम्मेदार व्यक्ति, पूरा होने की तारीख और प्रमाण लिखें। “वेबसाइट बनानी है” की जगह “पता, मेन्यू और बुकिंग संपर्क वाला पेज जाँचना है” अधिक स्पष्ट काम है। टीम का हर व्यक्ति एक ही वर्तमान योजना देखे।

नियम: तारीख बदलने पर उससे जुड़े भुगतान, प्रचार और भर्ती की तारीखें भी जाँचें। लॉन्च पोस्ट में घोषित तारीख को निभाने के लिए अधूरी आवश्यक तैयारी पर पर्दा न डालें।

पहला महीना: सबसे महँगे निर्णय जाँचें

शुरुआती 30 दिनों में सबसे ज्यादा उपयोगी काम जरूरी नहीं कि सबसे ज्यादा दिखाई दे। ग्राहक बातचीत, कोटेशन, किराया शर्तें और बजट की जाँच आगे के खर्च की गुणवत्ता तय करती है। इंटीरियर शुरू होना प्रगति का अकेला संकेत नहीं है।

दिन 1-15: स्पष्टता

मॉडल का एक वाक्य, मुख्य ग्राहक प्रोफाइल और शुरुआती सर्विस सीमा तैयार करें। स्थानीय निरीक्षण तथा बातचीत करें। मालिक का समय, निवेश सीमा और परिवार की जरूरी मासिक राशि लिखें। इस अवधि का परिणाम एक परीक्षण योग्य योजना होना चाहिए।

दिन 16-30: व्यवहार्यता

दो या अधिक उपयुक्त जगहों की तुलना करें। कुल सेटअप लागत, मासिक खर्च और कमजोर मांग का नकदी अनुमान बनाएँ। गतिविधि और परिसर की आवश्यक जाँच शुरू करें। किराया या निर्माण का बड़ा भुगतान केवल संबंधित सत्यापन के बाद करें।

समीक्षा सवाल	तैयारी का प्रमाण
ग्राहक क्यों आएगा?	बातचीत और स्पष्ट पेशकश
पैसा कहाँ लगेगा?	मदवार लिखित बजट
कम मांग में कैसे चलेंगे?	रिजर्व और कार्रवाई सीमा
जगह सही है?	निरीक्षण, शर्तें और जाँच रिकॉर्ड

यदि मांग और खर्च में बड़ा अंतर है तो इसी समय मॉडल छोटा करना सबसे उपयोगी बदलाव हो सकता है। खर्च हो जाने के बाद वही बदलाव कठिन होगा।

निर्णय बिंदु: उपलब्ध जानकारी के आधार पर आगे बढ़ें, सुधार करें या रोकें। “अब तक समय लगाया है” आगे पैसा लगाने का पर्याप्त कारण नहीं है।

अध्याय 10 • लॉन्च और शुरुआती समीक्षा

दूसरा महीना: व्यवस्था को काम में बदलें

अगले चरण में जगह, उपकरण, लोग और प्रक्रिया साथ आते हैं। इन कामों को अलग-अलग सफल दिखाना पर्याप्त नहीं है; उन्हें साथ चलना चाहिए। खरीदा हुआ उपकरण काम करे लेकिन बिजली व्यवस्था तैयार न हो तो सेवा अभी तैयार नहीं है।

दिन 31-50: भौतिक तैयारी

स्वीकृत लेआउट और लिखित कार्य दायरे के अनुसार काम कराएँ। चरणवार निरीक्षण करें। आवश्यक खरीद का ऑर्डर, डिलीवरी और इंस्टॉलेशन रिकॉर्ड रखें। सप्लायर की देरी के लिए वैकल्पिक क्रम तैयार रखें, बिना जाँचा सामान विकल्प के नाम पर न लगा दें।

दिन 51-70 की शुरुआत: लोग और सिस्टम

भर्ती के साथ मेन्यू और भूमिकाएँ समझाएँ। प्रशिक्षण में वास्तविक बुकिंग, सफाई और भुगतान अभ्यास शामिल करें। छोटे ट्रायल में सेवा समय मापें। अनुमानित समय गलत निकले तो शेड्यूल बदलें।

समानांतर काम	मुख्य निर्भरता
स्टाफ प्रशिक्षण	स्वीकृत मेन्यू और प्रक्रिया
बुकिंग सेटअप	सेवा अवधि, स्टाफ और उपलब्धता
प्रचार सामग्री	सही पता, तैयार सेवाएँ और विश्वसनीय तारीख
अंतिम खरीद	ट्रायल से स्पष्ट वास्तविक जरूरत

बदलाव का रजिस्टर

कोई नया काम लागत या समय बढ़ाए तो लिखें: क्या बदला, क्यों बदला, किसने मंजूर किया और रिजर्व पर प्रभाव क्या है। सिर्फ ठेकेदार की बातचीत में निर्णय छोड़ने से बजट छूट सकता है।

कार्रवाई: सप्ताह में एक बार योजना, खर्च और खुले जोखिम की संयुक्त समीक्षा करें। अलग-अलग अच्छी रिपोर्टों के पीछे कुल देरी न छुपे।

अध्याय 10 • लॉन्च और शुरुआती समीक्षा

सॉफ्ट लॉन्च: सीखने का नियंत्रित अवसर

सॉफ्ट लॉन्च का मतलब आवश्यक अनुमतियों या स्वच्छता के बिना काम करना नहीं है। इसका अर्थ है तैयार सेवा को सीमित, संभाली जा सकने वाली बुकिंग में देना और प्रक्रिया की कमियाँ सीखना। भाग लेने वाले लोगों को ट्रायल का स्वरूप और शर्तें स्पष्ट बताएँ।

किन चीजों को देखें

- बुकिंग की जानकारी सही व्यक्ति तक पहुँची या नहीं।
- स्वागत और कंसल्टेशन में कितना समय लगा।
- घोषित अवधि और वास्तविक अवधि में अंतर।
- प्रोडक्ट, उपकरण या लिनेन की कमी।
- बिल, भुगतान और रिकॉर्ड का सही मिलान।
- ग्राहक को शामिल सेवा और कीमत की स्पष्टता।

फीडबैक के तीन सवाल

“कौन-सी जानकारी पहले मिलनी चाहिए थी?” “कहाँ इंतजार या असुविधा हुई?” “किस अनुभव को दोबारा वैसे ही चाहेंगे?” केवल “सब ठीक था?” से उपयोगी सुधार कम मिल सकता है।

कमी	संभावित कारण	सुधार और पुनः परीक्षण
बुकिंग देर से शुरू	समय अनुमान कम	अवधि बदलकर फिर ट्रायल
सामग्री नहीं मिली	स्टोरेज अस्पष्ट	लेबल और स्थान तय
बिल में अंतर	मेन्यू संस्करण अलग	सभी प्रतियाँ अपडेट

निर्णय: आवश्यक प्रक्रिया में कमी हो तो सार्वजनिक लॉन्च से पहले सुधार और पुनः परीक्षण करें। तारीख का दबाव सीखने का उद्देश्य खत्म न करें।

अध्याय 10 • लॉन्च और शुरुआती समीक्षा

ओपनिंग डे: जिम्मेदारी का क्रम

उद्घाटन के दिन फोटो और अतिथि महत्वपूर्ण लग सकते हैं, लेकिन ग्राहक सेवा की जिम्मेदारी अलग बनाएँ। समारोह संभालने वाला और बुकिंग संभालने वाला व्यक्ति एक साथ व्यस्त हो सकते हैं। ग्राहक को आयोजन के कारण अस्पष्ट प्रतीक्षा न मिले।

खोलने से पहले

स्टेशन, स्वच्छ सामग्री, उपकरण, बुकिंग, भुगतान साधन और संपर्क जाँचें। टीम को दिन की उपलब्धता और विशेष परिस्थिति बताइए। कोई व्यक्ति अनुपस्थित है तो क्षमता तुरंत अपडेट करें। भुगतान का वास्तविक छोटा परीक्षण और उसकी रसीद जाँचें।

दिन के दौरान

स्वागत, कतार, सेवा और समापन का जिम्मेदार व्यक्ति तय हो। अतिरिक्त वॉक-इन ग्राहक आने पर पहले क्षमता देखें। “थोड़ी देर” के बजाय वास्तविक अनुमान और विकल्प दें। सोशल मीडिया सामग्री लेने से पहले ग्राहक और टीम की अनुमति जाँचें।

बंद करते समय

मिलान	क्या जाँचें?
बुकिंग	पूरी, रद्द, नहीं आए और लंबित रिकॉर्ड
पैसा	कैश, डिजिटल भुगतान और बिलों का मिलान
स्टॉक	मुख्य खपत, कमी और अगले दिन की जरूरत
गुणवत्ता	शिकायत, देरी और सुधार का काम
जगह	सफाई, उपकरण और सुरक्षित बंद प्रक्रिया

कार्रवाई: पहले दिन के अंत में केवल कुल बिक्री पर खुशी या निराशा न तय करें। यह देखें कि प्रक्रिया कहाँ मजबूत रही और अगले दिन किस एक सुधार से सबसे बड़ा फर्क पड़ेगा।

अध्याय 10 • लॉन्च और शुरुआती समीक्षा

पहले 30 दिनों की समीक्षा

01	02
डेटा	कारण
बुकिंग, बिक्री, समय	सबसे बड़ा अंतर कहाँ?
03	04
एक बदलाव	दोबारा जाँच
जिम्मेदार और समय	क्या परिणाम सुधरा?

शुरुआती डेटा का काम निर्णय सुधारना है, मनपसंद कहानी सिद्ध करना नहीं। पहले सप्ताह में ग्राहक कम हों तो केवल प्रचार को दोष न दें। पूछताछ, पुष्टि, पूरी विज़िट और ग्राहक प्रतिक्रिया अलग देखें। समस्या किस चरण पर है, वहाँ काम करें।

माप	सरल अर्थ
पूरी बुकिंग	वास्तव में दी गई सेवा की संख्या
टैक्स से अलग बिक्री	सेवा/वस्तु की वास्तविक बिक्री राशि
औसत बिल	कुल बिक्री ÷ संबंधित पूरे बिल
औसत योगदान	बिक्री घटा बदलती लागत, प्रति बुकिंग
समय अंतर	वास्तविक अवधि बनाम बुकिंग अवधि
नकदी शेष	भुगतान के बाद उपलब्ध व्यवसायिक नकदी

दोबारा आने की दर बहुत जल्दी निष्कर्ष देने वाला माप हो सकती है। यदि सामान्य सेवा अंतराल एक महीने से अधिक है तो पहली 30-दिन की अवधि सभी ग्राहकों को लौटने का अवसर नहीं देती। सेवा और समय के अनुसार उचित समीक्षा अवधि चुनें।

बदलाव सीमित रखें

हर सप्ताह कीमत, समय, स्टाफ और प्रचार साथ बदल देंगे तो कारण समझना कठिन होगा। सबसे महत्वपूर्ण समस्या पर एक स्पष्ट बदलाव करें और उसके बाद फिर मापें। आवश्यक सुरक्षा सुधार तुरंत करें; उन्हें परीक्षण के नाम पर लंबित न रखें।

निर्णय: चार साप्ताहिक समीक्षा बैठकें कैलेंडर में रखें। हर बैठक से एक जिम्मेदार, एक काम और एक अंतिम तारीख निकलनी चाहिए।

अध्याय 10 • अंतिम लॉन्च निर्णय

अध्याय 10: खोलें, सुधारें या रोकें?

पूरा बजट खर्च हो जाना खोलने की तैयारी का प्रमाण नहीं है। अंतिम निर्णय में सेवा की तैयारी, आवश्यक सत्यापन, टीम और नकदी साथ देखें। यदि मुख्य कमी बची है तो उसकी प्रकृति के अनुसार पूरे लॉन्च या संबंधित सेवा को रोकें।

आगे बढ़ने के पाँच प्रमाण

- जरूरी स्थानीय जाँच और आवश्यक स्वीकृतियाँ पूरी हैं।
- मुख्य सेवाएँ प्रशिक्षित स्टाफ ने ट्रायल में सही दी हैं।
- उपकरण, स्वच्छता और ग्राहक प्राइवैसी की व्यवस्था तैयार है।
- बुकिंग, कीमत, भुगतान और शिकायत का रास्ता स्पष्ट है।
- संचालन के लिए रिजर्व और कमजोर मांग पर कार्रवाई योजना है।

निर्णय	कब उपयोगी है?
खोलें	आवश्यक तैयारी पूरी; शेष छोटे कार्य सेवा नहीं रोकते
सीमित दायरे में खोलें	कुछ सेवाएँ तैयार; बाकी को स्पष्ट रूप से उपलब्ध न करें
तारीख बदलें	मुख्य निर्भर कार्य या प्रशिक्षण बाकी
मॉडल की समीक्षा करें	मांग, लागत या नकदी में बड़ा असंगत अंतर

लिखित निर्णय

निर्णय, तारीख, शामिल सेवाएँ और बाकी काम लिखें। ग्राहकों को वही उपलब्धता बताएँ जो आप निभा सकते हैं। सुधार को कमजोरी मानने के बजाय सीखने का हिस्सा मानें।

अध्याय का परिणाम: प्रमाण पर आधारित लॉन्च निर्णय। आगे की केस स्टडी में यही विचार दो अलग व्यवसायों पर लागू किए गए हैं। उसके बाद अपनी वर्कबुक भरकर इसे अपने निर्णय में बदलें।

केस स्टडी • 1/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 1: आशा स्टूडियो की शुरुआती योजना

आशा ने कुछ वर्षों तक सैलून में काम किया है और अब दो स्टेशन वाला छोटा यूनिसेक्स स्टूडियो खोलना चाहती है। उसकी मुख्य पेशकश नियमित हेयर और ग्रूमिंग सेवाएँ हैं। शुरुआत में महँगी विशेषज्ञ सेवाएँ शामिल नहीं हैं। वह स्वयं संचालन और जरूरत के अनुसार सेवा में मदद करेगी; क्षमता गणना दो मुख्य सेवा स्टाफ पर आधारित है।

योजना की मान्यताएँ

विषय	काल्पनिक मान्यता
शुरुआती उपलब्ध पैसा	₹6,00,000
सेटअप व डिपॉजिट सहित पहली छह मर्चे	₹3,50,000
आकस्मिक निधि	₹50,000
संचालन रिजर्व	₹2,00,000
फिक्स्ड मासिक लागत	₹1,00,000; मालिक का ₹20,000 भत्ता शामिल
औसत बिक्री/बदलती लागत	₹500 / ₹100 प्रति पूरी बुकिंग
खुले दिन	26 प्रति माह

बिक्री GST से अलग है। ब्याज, depreciation, आयकर और लोन मूलधन भुगतान इस केस में शामिल नहीं; कोई लोन नहीं माना गया है। सेटअप की वास्तविक भुगतान राशि बजट में शामिल है। आकस्मिक निधि सामान्य मासिक खर्च के लिए उपलब्ध मानकर नहीं गिनी गई है।

पहले निर्णय

आशा ने तीन ग्राहक जरूरतें सुनीं: साफ कीमत, शाम के कुछ स्लॉट और देरी की जानकारी। वह “सबसे सस्ता” वादा नहीं करती। उसका पहला ट्रायल मेन्यू और बुकिंग की स्पष्टता पर है। उसने ग्राहक की राय को गारंटीकृत बिक्री मानने के बजाय तीन मांग परिदृश्य बनाए।

आप क्या सीखें: इस केस की रकम कॉपी करने से अधिक महत्वपूर्ण है कि हर रकम और क्षमता का आधार स्पष्ट रखा गया है।

केस स्टडी • 2/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 1: तीन महीनों का नकदी रास्ता

आशा शुरुआत में अपेक्षा से कम बुकिंग देखती है। उसने प्रचार खर्च पहले ही ₹1,00,000 की मासिक फिक्स्ड लागत में रखा है, इसलिए नीचे उसे दोबारा नहीं घटाया गया। सभी बिक्री उसी महीने मिलती है और उपयोग की सामग्री के भुगतान को उसी महीने की खपत के बराबर मानकर मॉडल सरल रखा गया है।

माप	माह 1	माह 2	माह 3
पूरी बुकिंग	180	230	280
बिक्री @₹500	₹90,000	₹1,15,000	₹1,40,000
बदलती लागत @₹100	₹18,000	₹23,000	₹28,000

योगदान	₹72,000	₹92,000	₹1,12,000
फिक्स्ड लागत	₹1,00,000	₹1,00,000	₹1,00,000
संचालन परिणाम	-₹28,000	-₹8,000	₹12,000
संचालन रिजर्व शेष	₹1,72,000	₹1,64,000	₹1,76,000

तीन महीने का कुल संचालन परिणाम -₹24,000 है। तीसरा महीना सकारात्मक होने से पहले दो महीनों की कमी मिट नहीं गई। ₹2,00,000 से शुरू रिजर्व ₹1,76,000 रह गया। आकस्मिक निधि ₹50,000 अलग और अप्रयुक्त मानी गई है।

वास्तविक दुनिया में अंतर

स्टॉक की एक बड़ी खरीद, भुगतान settlement में देरी या टैक्स भुगतान के कारण नकदी और संचालन परिणाम अलग हो सकते हैं। इसी कारण वास्तविक नकदी शीट में प्राप्त और चुकाई गई रकम लिखें, केवल लाभ का अनुमान नहीं।

निर्णय: आशा तीसरे महीने की खुशी में दूसरी शाखा या नई मशीन नहीं खरीदती। पहले वह मांग की स्थिरता और बाकी लागत की पूरी समीक्षा करती है।

केस स्टडी • 3/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 1: कम ग्राहक या गलत प्रक्रिया?

पहले महीने में आशा को लगता है कि विज्ञापन कम है। रिकॉर्ड देखने पर कुछ पूछताछ का जवाब देर से दिया गया और तीन शाम की बुकिंग में उपलब्ध समय गलत बताया गया। अधिक प्रचार से पहले उसने जवाब और बुकिंग के रास्ते को ठीक किया।

01	02
डेटा	कारण
बुकिंग, बिक्री, समय	सबसे बड़ा अंतर कहाँ?
03	04
एक बदलाव	दोबारा जाँच
जिम्मेदार और समय	क्या परिणाम सुधरा?

तीन सुधार

पहला, संदेश देखने वाला मुख्य व्यक्ति और बैकअप तय किया। दूसरा, फोन और ऑनलाइन अनुरोध को एक साझा उपलब्धता रिकॉर्ड में रखा। तीसरा, लंबी सेवा के बाद सफाई का समय जोड़कर अगला स्लॉट सुधारा। यह परिवर्तन शुरुआती ग्राहक प्रतिक्रिया से आया, किसी निश्चित वृद्धि के वादे से नहीं।

छूट का प्रस्ताव

किसी ने सुझाव दिया कि सभी सेवाओं पर 20% छूट दे दे। आशा ने गणना की: ₹500 का मूल्य ₹400 और योगदान ₹400 से ₹300 हो जाएगा। ₹1,00,000 लागत के लिए अब 334 बुकिंग चाहिए। जबकि दूसरा महीना 230 बुकिंग का था। इसलिए उसने व्यापक छूट को बिना मांग परीक्षण स्वीकार नहीं किया।

उसने पहले स्पष्ट मेन्यू और सीमित शांत समय का छोटा प्रस्ताव जाँचा। किसी ऑफर के परिणाम को अगले महीने की कुल वृद्धि का एकमात्र कारण नहीं माना; प्रक्रिया और बाजार दोनों बदल सकते थे।

आप क्या सीखें: हर समस्या का उत्तर ज्यादा विज्ञापन या कम कीमत नहीं है। डेटा से पहचानें कि ग्राहक कहाँ छूट रहा है।

केस स्टडी • 4/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 1: संवेदनशीलता और अगला फैसला

अब आशा जानना चाहती है कि खर्च या कीमत में बदलाव से ब्रेक-ईवन कितना बदलता है। नीचे प्रत्येक पंक्ति अलग परिदृश्य है; सभी बदलाव एक साथ लागू नहीं किए गए। औसत सेवा मिक्स स्थिर मानकर गणना की गई है।

परिदृश्य	फिक्स्ड लागत	योगदान/बुकिंग	ब्रेक-ईवन बुकिंग
मूल योजना	₹1,00,000	₹400	250
फिक्स्ड लागत ₹10,000 अधिक	₹1,10,000	₹400	275
बदलती लागत ₹20 अधिक	₹1,00,000	₹380	264
बिक्री मूल्य ₹50 कम	₹1,00,000	₹350	286
बिक्री मूल्य ₹50 अधिक	₹1,00,000	₹450	223

दशमलव उत्तर को अगली पूरी बुकिंग तक बढ़ाया गया है। कीमत बढ़ाने वाली पंक्ति यह नहीं मानती कि ग्राहक मांग वैसी ही रहेगी; वास्तविक बदलाव से पहले ग्राहक मूल्य और मांग जाँचना होगा।

आशा का समीक्षा नियम

वह अपनी ₹1,00,000 न्यूनतम संचालन नकदी सीमा तय करती है। उसके पास पहुँचने से पहले गैर-जरूरी खरीद रोकेगी, खराब योगदान वाली सेवाएँ जाँचेगी और खर्च की समीक्षा करेगी। यह केस का आंतरिक निर्णय है, सबके लिए सुझाई गई सीमा नहीं।

तीसरे महीने के बाद उसका अगला काम है समय रिकॉर्ड, सेवा मिक्स और टैक्स/लेखांकन की पूरी समीक्षा। सफलता का दावा एक सकारात्मक महीने से नहीं, स्थिर मांग और नियंत्रित खर्च के प्रमाण से होगा।

आपकी बारी: अपनी योजना में सबसे महत्वपूर्ण दो मान्यताएँ 10% खराब करके देखें। नकदी और ब्रेक-ईवन पर प्रभाव लिखें।

केस स्टडी • 1/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 2: स्पा में कमरा ही सीमा है

किरण दो निजी कमरों वाला नॉन-मेडिकल डे स्पा खोलना चाहती है। उसका प्रारंभिक कुल फंड ₹12,00,000 है, जो अध्याय 3 के बड़े उदाहरण से मेल खाता है। उसमें ₹3,20,000 संचालन रिजर्व और ₹1,00,000 आकस्मिक निधि अलग हैं। बाकी ₹7,80,000 सेटअप, डिपॉज़िट, स्टॉक और तैयारी के लिए है।



निजी कमरे की अवधारणा; वास्तविक व्यावसायिक क्षमता सेवा और स्थानीय आवश्यकताओं पर निर्भर है।

क्षमता की गणना

प्रति कमरे सात घंटे अर्थात 420 उपयोग योग्य मिनट मानें। एक बुकिंग में सेवा, सफाई और तैयारी सहित 90 मिनट लगते हैं। $420 \div 90 = 4.67$ है, लेकिन इस मॉडल में आंशिक बुकिंग नहीं; प्रति कमरा चार बुकिंग, दो कमरों में आठ प्रतिदिन।

26 दिन पर अधिकतम 208 बुकिंग होती हैं। यह गणितीय उपलब्धता है, सुनिश्चित मांग नहीं। इसके लिए हर स्लॉट पर योग्य स्टाफ और सभी जरूरी संसाधन उपलब्ध होने चाहिए। अनुपस्थिति या रखरखाव से क्षमता कम होगी।

पहली सीख: 4.67 को पाँच बुकिंग मानकर योजना बनाना दिन की उपलब्ध अवधि से ज्यादा समय बेच सकता है। कमरे और समय की बाधा को पहले समझें।

केस स्टडी • 2/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 2: शुरुआती कीमत टिकती नहीं

किरण ने औसत टैक्स से अलग बिल ₹1,000 और बदलती लागत ₹350 मानी। योगदान ₹650 हुआ। प्रारंभिक फिक्स्ड मासिक लागत ₹1,50,000 थी, जिसमें मालिक का योजना-भत्ता शामिल था। ब्याज, depreciation और

आयकर अलग हैं।

गणना	उत्तर
आवश्यक योगदान	₹1,50,000 प्रति माह
प्रति बुकिंग योगदान	₹650
ब्रेक-ईवन	231 बुकिंग, ऊपर पूर्णांक
भौतिक मासिक क्षमता	208 बुकिंग
पूर्ण क्षमता पर योगदान	$208 \times ₹650 = ₹1,35,200$
पूर्ण क्षमता पर संचालन परिणाम	-₹14,800

यहाँ सबसे महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह है कि पूरी क्षमता बिकने पर भी चुनी हुई गणना में लागत नहीं निकलती। इसलिए “बस मार्केटिंग बढ़ाएँ” पर्याप्त उत्तर नहीं है। ग्राहक अधिक आ जाएँ तब भी कमरे का समय सीमा है।

क्या नहीं करना चाहिए

किरण गुणवत्ता या आवश्यक सफाई समय घटाकर अधिक स्लॉट नहीं बनाती। वह बिना जाँच तीसरा कमरा भी नहीं जोड़ती, क्योंकि इससे किराया, स्टाफ और निवेश बढ़ सकता है। पहले कीमत, सेवा मूल्य और फिक्स्ड लागत की संरचना देखती है।

आपकी बारी: अपने व्यवसाय में ब्रेक-ईवन बुकिंग को वास्तविक अधिकतम क्षमता से तुलना करें। यदि ब्रेक-ईवन उससे अधिक है, तो प्रचार शुरू करने से पहले मॉडल सुधारें।

केस स्टडी • 3/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 2: संशोधित मॉडल का परीक्षण

किरण ग्राहक शोध के बाद ₹1,200 औसत बिक्री मूल्य वाले स्पष्ट सेवा प्रस्ताव का परीक्षण करती है। यह स्वीकार होगा, ऐसा पहले से नहीं माना गया है। प्रशिक्षित सेवा, पर्याप्त समय और स्वच्छता की लागत बनाए रखते हुए वैकल्पिक खर्च तथा कम किराये वाली उपयुक्त जगह की समीक्षा से फिक्स्ड लागत का नया लक्ष्य ₹1,20,000 रखती है।

माप	पुरानी योजना	संशोधित परीक्षण
औसत बिल	₹1,000	₹1,200
बदलती लागत	₹350	₹350
योगदान	₹650	₹850

फिक्स्ड लागत	₹1,50,000	₹1,20,000
ब्रेक-ईवन बुकिंग	231	142
क्षमता 208 में हिस्सा	111% से अधिक	लगभग 68.3%

संशोधित खर्च लक्ष्य को नए कोटेशन से साबित करना होगा। मौजूदा अनुबंध में संभव न हो तो कागज पर खर्च घटाना पर्याप्त नहीं। भूमिका बदले तो कर्मचारी शर्तें और कानूनी जरूरतें जाँचें; जरूरी स्टाफ या सुरक्षा हटाकर बचत न दिखाएँ।

नया मूल्य ग्राहक को उपयुक्त लगेगा या नहीं, यह अलग परीक्षण है। यदि मांग बहुत घटती है तो ऊँचा योगदान भी पर्याप्त नहीं हो सकता। सुधार का अर्थ कई मान्यताओं को एक साथ आशावादी बना देना नहीं है।

निर्णय: संशोधित मॉडल तभी स्वीकार करें जब लागत का प्रमाण, ग्राहक का संकेत और क्षमता की व्यवहार्यता तीनों मिलें।

केस स्टडी • 4/4 • पूरी तरह काल्पनिक

केस 2: कमरे भरने से पहले नकदी

संशोधित मॉडल में पहले महीने औसतन चार बुकिंग प्रतिदिन होती हैं। 26 दिन में 104 बुकिंग, ₹1,200 औसत बिल और ₹350 बदलती लागत मानें। सभी भुगतान उसी माह प्राप्त/चुकाए जाने का सरल अनुमान है।

माप	पहला महीना	बेहतर मांग का उदाहरण
बुकिंग	104	160
बिक्री	₹1,24,800	₹1,92,000
बदलती लागत	₹36,400	₹56,000
योगदान	₹88,400	₹1,36,000
फिक्स्ड लागत	₹1,20,000	₹1,20,000
संचालन परिणाम	-₹31,600	₹16,000

पहले महीने के बाद ₹3,20,000 संचालन रिजर्व ₹2,88,400 रह जाता है। अलग आकस्मिक निधि अप्रयुक्त मानी गई है। यदि ₹31,600 की कमी स्थिर रहे तो शुरुआती रिजर्व लगभग 10.1 महीने है, लेकिन यह स्थिर अनुमान है; वास्तविक टैक्स, स्टॉक समय, अतिरिक्त खर्च और मांग बदलेंगे।

किरण का नियंत्रण

वह कमरे का उपयोग और स्टाफ उपलब्धता साथ मापती है। शाम भरना और दोपहर खाली रहना औसत संख्या में छिप सकता है। वह अप्रमाणित बड़े पैकेज बेचकर नकदी को कमाई घोषित नहीं करती; अग्रिम सेवा देने की जिम्मेदारी भी है।

केस का निष्कर्ष: सैलून में कुर्सी और स्पा में कमरा खरीदना क्षमता का केवल एक हिस्सा है। आर्थिक क्षमता में समय, स्किल, योगदान और मांग सब साथ चाहिए।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 1/12

वर्कबुक 1: आपका एक-पेज बिज़नेस प्लान

इसे अध्याय 1 और 2 के बाद भरें। सामान्य इच्छा की जगह स्पष्ट शुरुआती निर्णय लिखें। पहली प्रति पर तारीख डालें; ग्राहक शोध के बाद नई प्रति भरकर बदलाव देखें।

योजना का प्रश्न	आपका उत्तर
व्यवसाय का प्रस्तावित नाम और क्षेत्र	
मुख्य ग्राहक और उनकी जरूरत	
शुरुआती तीन से पाँच सेवाएँ	
आपका मुख्य ग्राहक वादा	
वादा निभाने के तीन प्रमाण	
मालिक की भूमिका और समय	
अधिकतम निवेश और अलग रिजर्व	
अभी उपलब्ध प्रमाण	
सबसे बड़ा खुला सवाल	

अभी नहीं करेंगे

ऐसी सेवाएँ, खरीद या दावे लिखें जिन्हें लॉन्च में शामिल नहीं करना है। इससे बजट और प्रशिक्षण का दायरा स्पष्ट रहेगा।

उपयोग: अपने साथी को यह पेज दिखाकर पूछें कि व्यवसाय किसके लिए और क्यों है। यदि समझाने के लिए लंबा भाषण चाहिए तो योजना का वाक्य और स्पष्ट करें।

वर्कबुक 2: शुरुआती निवेश शीट

प्रत्येक मद में अनुमान और लिखित कोटेशन अलग रखें। “देय तारीख” वास्तविक नकदी की जरूरत बताएगी। राशि में टैक्स, डिलीवरी और इंस्टॉलेशन का व्यवहार स्पष्ट लिखें।

मद	अनुमान ₹	कोटेशन ₹	देय तारीख
किराया डिपॉज़िट	_____	_____	_____
प्री-ओपनिंग किराया	_____	_____	_____
इंटीरियर/बिजली/प्लंबिंग	_____	_____	_____
फर्नीचर और उपकरण	_____	_____	_____
शुरुआती स्टॉक और लिनेन	_____	_____	_____
सलाह/लागू स्थानीय शुल्क	_____	_____	_____
भर्ती और प्रशिक्षण	_____	_____	_____
बोर्ड और लॉन्च प्रचार	_____	_____	_____
आकस्मिक निधि	_____	_____	_____
अलग संचालन रिजर्व	_____	_____	_____
अन्य: _____	_____	_____	_____
कुल	_____	_____	_____

पैसा कहाँ से आएगा?

उपलब्ध स्वयं की राशि ₹_____। पुष्टि किया अन्य स्रोत ₹_____। स्रोत की शर्तें और तारीख: _____। कुल आवश्यकता से अंतर ₹_____।

जाँच: डिपॉज़िट को खर्च से अलग पहचानें, लेकिन शुरुआती नकदी जरूरत में शामिल रखें। आकस्मिक निधि और संचालन रिजर्व को एक ही राशि के दो नाम न दें।

वर्कबुक 3: मासिक लागत और ब्रेक-ईवन

इस शीट के लिए अध्याय 3 और 6 का वर्गीकरण इस्तेमाल करें। नियमित वेतन को बदलती लागत में दोबारा न जोड़ें। लोन, टैक्स और depreciation का अलग प्रभाव सलाहकार के साथ देखें।

फिक्स्ड या आधार मासिक मद	राशि ₹
किराया और नियमित परिसर शुल्क	_____
स्टाफ का नियमित वेतन	_____
मालिक का योजना-भत्ता	_____
उपयोगिता का आधार अनुमान	_____
प्रचार और प्रशासन	_____
सफाई/रखरखाव/अन्य	_____
कुल फिक्स्ड योजना लागत (A)	_____

गणना	आपका उत्तर
औसत टैक्स से अलग बिक्री प्रति बुकिंग (B)	₹ _____
औसत बदलती लागत प्रति बुकिंग (C)	₹ _____
योगदान ($D = B - C$)	₹ _____
ब्रेक-ईवन ($A \div D$), ऊपर पूर्णांक	_____ बुकिंग
खुले दिन और दैनिक जरूरत	_____ दिन / _____ बुकिंग
वास्तविक मासिक क्षमता	_____ बुकिंग

यदि D शून्य या नकारात्मक है तो सूत्र से उपयोगी ब्रेक-ईवन नहीं मिलेगा। सेवा की कीमत, दायरा और लागत की समीक्षा करें। यदि ब्रेक-ईवन क्षमता से ऊपर है तो मॉडल बदलना होगा।

समीक्षा: मेरी गणना में शामिल नहीं मदें: _____। इनके लिए अगली जाँच की तारीख:

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 4/12

वर्कबुक 4: जगह की तुलना

पहले अनिवार्य शर्तें पूरी करें, फिर स्कोर दें। तीन जगहों को अलग दिनों और समय पर देखें। नीचे के वजन उदाहरण हैं; बदलें तो सभी विकल्पों पर वही वजन लागू करें।

मानदंड	वजन	जगह A 1-5	जगह B 1-5	जगह C 1-5
ग्राहक से मेल	30	—	—	—
पहुँच	20	—	—	—
कुल लागत	20	—	—	—
उपयोगिताएँ	20	—	—	—
दृश्यता	10	—	—	—
भारित कुल / 100	100	—	—	—

अनिवार्य शर्तों की स्थिति

परिसर/गतिविधि की जाँच: _____। पानी और बिजली: _____। आवश्यक निजीपन और रास्ते: _____। किराया शर्तें: _____।

ग्राहक और बाजार से मिला प्रमाण

देखा/पूछा गया विषय	प्रमाण और तारीख
लक्ष्य ग्राहक की उपलब्धता	_____
पास की तुलनीय सेवा/कीमत	_____
अलग समय का निरीक्षण	_____
ग्राहक की मुख्य परेशानी	_____

मेरा फैसला और कारण

याद रखें: ऊँचा स्कोर जरूरी अनुमति, सुरक्षित उपयोगिता या वास्तविक ग्राहक मांग का विकल्प नहीं है।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 5/12

वर्कबुक 5: स्थानीय सत्यापन रजिस्टर

यह संभावित पूछताछ सूची है, हर पंक्ति लागू होने का दावा नहीं। अपने पते और सेवा विवरण के साथ संबंधित विभाग/सलाहकार से उत्तर लें। सत्यापित आधार के बिना “लागू नहीं” न लिखें।

विषय	स्थिति	विभाग/प्रमाण	अगली तारीख
व्यवसाय संरचना	_____	_____	_____
परिसर और गतिविधि	_____	_____	_____
स्थानीय व्यापार अनुमति	_____	_____	_____
राज्य दुकान/रोजगार	_____	_____	_____
अग्नि/भवन संबंधित जाँच	_____	_____	_____
स्पा विशेष शर्तें, यदि लागू	_____	_____	_____
बोर्ड/कचरा/उपयोगिताएँ	_____	_____	_____
GST और बिलिंग	_____	_____	_____
Udyam की उपयुक्तता	_____	_____	_____
डेटा/फोटो/रिकॉर्ड	_____	_____	_____
बीमा/अनुबंध समीक्षा	_____	_____	_____

मुख्य दस्तावेज़ कहाँ रखे हैं?

खोलने से पहले आवश्यक लेकिन अभी अधूरा

स्थिति विकल्प: जाँच बाकी / आवेदन किया / स्वीकृत / सत्यापित रूप से लागू नहीं। आवेदन रसीद और स्वीकृति को अलग रखें।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 6/12

वर्कबुक 6: एक सेवा की पूरी लागत

इस पेज की प्रति हर मुख्य सेवा के लिए बनाएँ। सेवा का नाम: _____। लागत की तारीख: _____। जिम्मेदार व्यक्ति: _____।

सीधा इनपुट	मात्रा/इकाई	प्रति इकाई ₹	कुल ₹
प्रोडक्ट 1	_____	_____	_____
प्रोडक्ट 2	_____	_____	_____
डिस्पोजेबल/लिनेन का बदलता हिस्सा	_____	_____	_____
प्रति सेवा इंसेंटिव, यदि लागू	_____	_____	_____
भुगतान/अन्य सीधा शुल्क	_____	_____	_____
कुल बदलती लागत			_____

कीमत और समय

टैक्स से अलग प्राप्त बिक्री मूल्य ₹_____. योगदान ₹_____. कंसल्टेशन _____ मिनट + सेवा _____ मिनट + रीसेट _____ मिनट = कुल _____ मिनट।

योगदान प्रति घंटा = योगदान ÷ कुल मिनट × 60 = ₹_____. यह फिक्स्ड खर्च के बाद का लाभ नहीं है। ग्राहक के सामने लागू टैक्स सहित/अलग कीमत की स्पष्टता अलग जाँचें।

क्या शामिल है और क्या नहीं?

बदलती मान्यता

खपत का प्रमाण: _____। नियमित वेतन कहाँ गिना है? _____। अगली समीक्षा: _____।

जाँच: यदि औसत लागत निकाल रहे हैं तो सेवा मिक्स का आधार लिखें। सबसे सस्ती सेवा की लागत पूरे मेन्यू पर लागू न करें।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 7/12

वर्कबुक 7: सप्लायर और खरीद तुलना

उपकरण/वस्तु: _____। संबंधित सेवा: _____। जरूरी मात्रा: _____। आवश्यक तारीख: _____। खरीद श्रेणी: जरूरी / उपयोगी / बाद में।

तुलना	सप्लायर A	सप्लायर B
मॉडल/उत्पाद का सटीक नाम	_____	_____

मूल्य और लागू टैक्स	_____	_____
डिलीवरी/इंस्टॉलेशन	_____	_____
कुल भुगतान	_____	_____
वारंटी और अपवाद	_____	_____
प्रशिक्षण/सपोर्ट	_____	_____
स्पेयर/सर्विस उपलब्धता	_____	_____
खराबी/रिटर्न शर्त	_____	_____
डिलीवरी और भुगतान चरण	_____	_____

चुने हुए विकल्प का कारण

सामान मिलने पर जाँच

मॉडल सही: ____। मात्रा सही: ____। क्षति नहीं: ____। बिल/वारंटी मिली: ____। परीक्षण करने वाला व्यक्ति: ____। खुली कमी और समाधान तारीख: ____।

अंतिम प्रश्न: क्या यह खरीद संचालन रिजर्व को प्रभावित कर रही है? यदि हाँ, तो खरीद की स्वीकृति के साथ नया नकदी अनुमान भी बनाएँ।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 8/12

वर्कबुक 8: स्टॉक और पुनः ऑर्डर

गिनती की तारीख: ____। जिम्मेदार: ____। इकाई एक समान रखें। अपेक्षित स्टॉक और वास्तविक गिनती का अंतर जाँचें; बिना प्रमाण दोष तय न करें।

वस्तु/इकाई	शुरुआत	प्राप्त	खपत/खराबी	अपेक्षित	वास्तविक
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____

खरीद का संकेत

वस्तु	दैनिक उपयोग	आने के दिन	बफर	ऑर्डर बिंदु

ऑर्डर बिंदु = दैनिक उपयोग × आने के दिन + बफर। उपलब्ध उपयोग योग्य स्टॉक और पहले से ऑर्डर की गई मात्रा देखकर निर्णय लें।

अंतर/खराबी की वजह और कार्रवाई

सामग्री की लागू अवधि, खुलने की तारीख और भंडारण निर्देश अलग रिकॉर्ड करें। संदिग्ध/अवधि पार सामग्री को ग्राहक सेवा में उपयोग न करें।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 9/12

वर्कबुक 9: टीम तैयारी और ऑनबोर्डिंग

नाम/भूमिका: _____। शुरुआत की तारीख: _____। प्रशिक्षण जिम्मेदार: _____।
बैकअप व्यक्ति: _____।

विषय	निरीक्षण में	स्वतंत्र तैयार	तारीख/नोट
मुख्य सेवा की स्किल			
कंसल्टेशन और कीमत समझाना			
स्वच्छता और स्टेशन रीसेट			
बुकिंग और स्थिति अपडेट			
भुगतान और बिल			
देरी/रद्दीकरण संवाद			
शिकायत/घटना पर मदद लेना			
डेटा और फोटो की प्रक्रिया			

स्वीकृत सेवा दायरा

अगला प्रशिक्षण और जाँच

काम: _____। अभ्यास तारीख: _____। स्वतंत्र काम की अनुमति देने वाला: _____।

शर्तें समझने की पुष्टि

भूमिका, काम का समय, भुगतान, इंसेंटिव और सहायता का रास्ता समझाया: _____। लागू कानूनी/रोजगार जाँच का रिकॉर्ड: _____।

इस शीट को “सब पास” लिखने की औपचारिकता न बनाएँ। प्रमाण के अनुसार अनुमति दें; जरूरी कमी हो तो संबंधित काम निरीक्षण में रखें या रोकें।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 10/12

वर्कबुक 10: आपका लॉन्च कैलेंडर

लक्ष्य तारीख: _____। यह योजना की तारीख है, आवश्यक तैयारियों को छोटा करने की वजह नहीं। स्थानीय स्वीकृति, परिसर और प्रशिक्षण के अनुसार समय बदलें।

समय	मुख्य काम	जिम्मेदार	पूरा होने का प्रमाण
दिन 1-15	ग्राहक, मॉडल और सेवा सीमा	_____	_____
दिन 16-30	बजट, जगह और स्थानीय जाँच	_____	_____
दिन 31-50	कार्य, खरीद और व्यवस्था	_____	_____
दिन 51-70	टीम, प्रशिक्षण और सिस्टम	_____	_____
दिन 71-85	ट्रायल और कमी सुधार	_____	_____
दिन 86-90	अंतिम निर्णय और शुरुआत	_____	_____

तीन मुख्य निर्भरताएँ

यह काम	इसके पूरा होने पर शुरू होगा
_____	_____
_____	_____
_____	_____

देरी होने पर किसे बताना है?

टीम: _____। सप्लायर: _____। ग्राहक/प्रचार: _____। संबंधित भुगतान: _____।

हर सप्ताह केवल पूरा हुआ प्रतिशत न देखें। सबसे महत्वपूर्ण रुके हुए काम की पहचान करें; वह कई अगले काम रोक सकता है।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 11/12

वर्कबुक 11: चार सप्ताह की नकदी शीट

इस शीट में वास्तव में आने और जाने वाला पैसा लिखें। बिक्री, ग्राहक अग्रिम, टैक्स और उधार को अलग पहचानें। लाभ शीट से रकम सीधे कॉपी न करें यदि भुगतान का समय अलग है।

नकदी मद	सप्ताह 1	सप्ताह 2	सप्ताह 3	सप्ताह 4
शुरुआती नकदी	_____	_____	_____	_____
ग्राहक से प्राप्त पैसा	_____	_____	_____	_____
अन्य प्राप्ति/फंड	_____	_____	_____	_____
किराया/स्थायी भुगतान	_____	_____	_____	_____
वेतन/मालिक निकासी	_____	_____	_____	_____
स्टॉक और सामग्री भुगतान	_____	_____	_____	_____
प्रचार/प्रशासन	_____	_____	_____	_____
किस्त/लागू टैक्स/अन्य	_____	_____	_____	_____
अंतिम नकदी	_____	_____	_____	_____

अंतिम नकदी = शुरुआती नकदी + प्राप्ति - भुगतान। अगले सप्ताह की शुरुआत पिछले सप्ताह की अंतिम नकदी से होगी। आकस्मिक निधि का इस्तेमाल हो तो अलग नोट करें।

मेरा न्यूनतम नकदी स्तर

₹ _____। इस सीमा के पास आने पर रोकने योग्य खर्च: _____। समीक्षा करने वाला: _____

अगले महीने का सबसे बड़ा भुगतान

याद रखें: ग्राहक का अग्रिम बैंक में पैसा बढ़ा सकता है, लेकिन भविष्य में सेवा देने या लागू शर्तों के अनुसार रकम लौटाने की जिम्मेदारी भी बनती है।

प्रिंट करने योग्य वर्कबुक • पृष्ठ 12/12

वर्कबुक 12: ओपनिंग और पहले महीने का ट्रैकर

ओपनिंग तारीख: ____। निर्णयकर्ता: ____। उपलब्ध सेवाएँ: ____। अभी उपलब्ध नहीं सेवाएँ: ____।

खोलने से पहले अंतिम जाँच

- आवश्यक सत्यापन और स्वीकृति के रिकॉर्ड पूरे हैं।
- उपकरण, स्वच्छता, पानी और बिजली की जरूरी जाँच पूरी है।
- टीम का स्वीकृत सेवा दायरा और बैकअप स्पष्ट है।
- बुकिंग, कीमत और भुगतान का टेस्ट पूरा है।
- ग्राहक शिकायत और घटना में मदद का रास्ता तैयार है।
- रिजर्व और अगले भुगतान की नकदी उपलब्धता जाँची है।

साप्ताहिक माप	1	2	3	4
पूरी बुकिंग	—	—	—	—
टैक्स से अलग बिक्री ₹	—	—	—	—
बदलती लागत ₹	—	—	—	—
औसत बिल ₹	—	—	—	—
रद्द/नहीं आए बुकिंग	—	—	—	—
अंतिम संचालन नकदी ₹	—	—	—	—

समीक्षा से निकला एक सुधार

समस्या: ____। कारण का प्रमाण: ____। अगला काम: ____।
जिम्मेदार: ____। तारीख: ____।

औसत बिल = बिक्री ÷ संबंधित पूरे बिल। शून्य बिल हों तो गणना लागू नहीं लिखें। कच्चे रिकॉर्ड, कर और नकदी के आधार को हर सप्ताह समान रखें।

अंतिम कार्ययोजना

अगले सात दिन: निर्णय को काम बनाएँ

अब पूरी पुस्तक दोबारा पढ़ने से पहले एक छोटा सप्ताह तय करें। यदि आप पहले से कोई चरण पूरा कर चुके हैं तो उसका प्रमाण जाँचें और अगले अधूरे चरण पर समय लगाएँ। हर दिन का परिणाम एक दिखाई देने वाला दस्तावेज़ हो।

दिन	काम	दिन के अंत का परिणाम
1	मॉडल और सेवा सीमा लिखें	एक-पेज बिज़नेस प्लान

2	संभावित ग्राहकों से बातचीत	जरूरत और आपत्ति की सूची
3	तुलनीय व्यवसाय और जगह देखें	समान तुलना शीट
4	शुरुआती कोटेशन जुटाएँ	अनुमान और प्रमाण वाला बजट
5	मुख्य सेवा लागत निकालें	तीन लागत और समय शीट
6	स्थानीय सत्यापन शुरू करें	विभाग, सवाल और अगली तारीख
7	मिलकर समीक्षा करें	आगे बढ़ें / सुधारें / रोकें का निर्णय

आपका सबसे जरूरी अगला काम

एक ही कार्य लिखें जो अगले कई निर्णयों को स्पष्ट करेगा। वह सबसे आसान काम नहीं भी हो सकता है। उदाहरण: पसंद की दुकान का वास्तविक उपयोग सत्यापित करना, या मुख्य सेवा की मांग जाँचना।

समीक्षा का समय

तारीख: _____। साथ समीक्षा करने वाला व्यक्ति: _____। मिलने तक आवश्यक प्रमाण: _____।

योजना तभी उपयोगी है जब निर्णय बदले। यदि नई जानकारी आने के बाद भी हर अनुमान जस का तस है, तो पूछें कि आपने उस जानकारी से क्या सीखा।

संदर्भ • आसान भाषा में

छोटी बिज़नेस शब्दावली

शब्द	इस पुस्तक में अर्थ
स्टार्टअप निवेश	व्यवसाय शुरू करने और शुरुआती रिजर्व के लिए जरूरी कुल पैसा
डिपॉज़िट	अनुबंध के अनुसार रोकी गई रकम; सामान्य मासिक खर्च से अलग
वर्किंग कैपिटल	आमदनी और भुगतान के बीच रोज़ का संचालन चलाने की व्यवस्था

फिक्स्ड लागत	चुनी अवधि/क्षमता में बुकिंग बदलने पर तुरंत न बदलने वाला खर्च
बदलती लागत	सेवा या बिक्री के साथ बढ़ने वाला सीधा खर्च
योगदान	बिक्री से बदलती लागत घटाने पर बची रकम
ऑपरेटिंग ब्रेक-ईवन	योगदान से चुनी हुई फिक्स्ड लागत पूरी होने का स्तर
कैश फ्लो	वास्तव में पैसा कब आया और कब गया
औसत बिल	संबंधित बिक्री रकम ÷ पूरे बिलों की संख्या
क्षमता	समय, स्टाफ और संसाधनों से संभव सेवा सीमा
लीड टाइम	ऑर्डर के बाद सामग्री आने का समय
SOP	काम को एक समान करने की लिखित प्रक्रिया
सॉफ्ट लॉन्च	तैयार सेवा का सीमित बुकिंग में नियंत्रित शुरुआती संचालन
सेवा मिक्स	अलग सेवाओं की कुल बुकिंग में हिस्सेदारी

दो अंतर याद रखें

बिक्री और लाभ एक नहीं हैं। सकारात्मक संचालन परिणाम और बैंक में उपलब्ध नकदी भी हर समय एक नहीं होते। टैक्स, उधार, अग्रिम, स्टॉक खरीद और भुगतान की तारीख इनके बीच अंतर बना सकते हैं।

जब किसी सलाह में अपरिचित शब्द आए, उसका अपनी दुकान के उदाहरण से अर्थ पूछें। समझे बिना केवल शब्द दोहराने से निर्णय बेहतर नहीं होता।

संदर्भ • जाँच की तारीख: 28 सितंबर 2026

स्रोत और सत्यापन नोट

नीचे आधिकारिक स्रोत उन विषयों के शुरुआती संदर्भ हैं जिनका अध्याय 5 और 9 में उल्लेख है। आवेदन से पहले वर्तमान स्थानीय नियम, पात्रता और प्रक्रिया फिर जाँचें। यह सूची सभी आवश्यक अनुमतियों की पूर्ण सूची नहीं है।

1. National Single Window System

व्यवसाय की संभावित approvals पहचानने और संबंधित सरकारी स्रोतों तक पहुँचने के लिए।

<https://www.nsws.gov.in/about-us>

<https://www.nsws.gov.in/portal/investor-decision>

2. आधिकारिक Udyam Registration पोर्टल

MSME रजिस्ट्रेशन की वर्तमान जानकारी और आधिकारिक निःशुल्क प्रक्रिया।

<https://udyamregistration.gov.in/>

3. GST Portal: सामान्य रजिस्ट्रेशन गाइड

आवेदन प्रक्रिया का संदर्भ; व्यक्तिगत पात्रता, दर और दायित्व अकाउंटेंट से जाँचें।

https://tutorial.gst.gov.in/userguide/registration/Apply_for_Registration_Normal_Taxpayer.htm

4. Chief Labour Commissioner: राज्य विभाग

अपने राज्य के श्रम विभाग का आधिकारिक संपर्क ढूँढ़ने का शुरुआती रास्ता।

<https://clc.gov.in/clc/node/535>

5. Google Business Profile की आधिकारिक guidance

व्यवसाय का नाम, पता और अन्य जानकारी सही तरह प्रस्तुत करने के नियम।

<https://support.google.com/business/answer/3038177?hl=en>

सभी केस, बजट, चार्ट और उदाहरण शिक्षण के लिए मूल काल्पनिक सामग्री हैं; वे इन स्रोतों के बाजार आँकड़े नहीं हैं।
तीन मूल AI अवधारणा चित्र इस संस्करण के लिए बनाए गए हैं।

समापन • Glowphy Academy

अपनी शुरुआत स्पष्टता के साथ करें

एक मजबूत शुरुआत का मतलब सबसे बड़ा इंटीरियर या सबसे लंबा मेन्यू नहीं है। इसका मतलब है कि आप जानते हैं किस ग्राहक के लिए काम कर रहे हैं, क्या सेवा दे सकते हैं, कितने खर्च पर दे सकते हैं और कम मांग होने पर क्या करेंगे।

अब आपके पास मॉडल से लॉन्च तक के निर्णयों का ढाँचा है। सबसे उपयोगी अगला कदम भरी हुई वर्कशीट को वास्तविक लोगों, स्थानीय कोटेशन और योग्य सलाहकारों से जाँचना है। जहाँ अनुमान गलत निकले, उसे बदलें। व्यवसाय की योजना उपयोग के साथ सुधरती है।

अंतिम पाँच सवाल

- क्या मेरा ग्राहक और उसकी मुख्य जरूरत स्पष्ट है?
- क्या मैंने कीमत, समय और योगदान की गणना की है?
- क्या जगह, टीम और जरूरी सत्यापन तैयार हैं?
- क्या ग्राहक को बुकिंग से बिल तक सही जानकारी मिलेगी?
- क्या कमजोर मांग के लिए नकदी और कार्रवाई योजना है?

यदि किसी उत्तर में कमी है तो उसी विषय पर लौटें। जरूरी तैयारी पूरी होने के बाद सीमित और संभाली जा सकने वाली शुरुआत करें। ग्राहक की बात सुनें, रिकॉर्ड रखें और एक-एक सुधार करें।

चार पुस्तकों की श्रृंखला

- 01 • अपना सैलून या स्पा शुरू करें - यह पुस्तक।
- 02 • अपने सैलून और स्पा में ग्राहक कैसे बढ़ाएँ - प्रस्तावित अगला विषय।
- 03 • ग्राहकों को दोबारा लाएँ और मुनाफ़ा बढ़ाएँ - प्रस्तावित अगला विषय।
- 04 • सैलून और स्पा का रोज़मर्रा का मैनेजमेंट - प्रस्तावित अगला विषय।

आपका अगला कदम: पृष्ठ 85 का बिज़नेस प्लान भरें और पृष्ठ 97 की सात-दिन की कार्ययोजना पर एक तारीख लिखें। शुरुआत एक स्पष्ट, जाँचे हुए निर्णय से होती है।