

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Tuesday, 25 August 2026

फरीदाबाद के कपल ने इंस्टाग्राम से बनाया 11 करोड़ रुपये का हेयर ट्रिमर ब्रांड

Publisher

Published on 20 Sep 2025



आज के डिजिटल युग में सफल उद्यमी बनने के लिए सिर्फ पैसे का होना काफी नहीं है। सही आइडिया, दृढ़ संकल्प और सोशल मीडिया की समझ भी उतनी ही अहम है। ऐसा ही कुछ साबित किया है फरीदाबाद के हिमांशु अदलखा और उनकी पत्नी निकिता ने।

2021 में, हिमांशु और निकिता ने एक छोटा कदम उठाया। उन्होंने इंस्टाग्राम पेज के जरिए हेयर ट्रिमर बेचना शुरू किया। शुरुआत में यह सिर्फ एक छोटा प्रयोग था, लेकिन सही रणनीति और सोशल मीडिया की मदद से यह जल्दी ही एक बड़ा ब्रांड बन गया।

सोशल मीडिया के जरिए प्रमोशन

कपल ने अपने प्रोडक्ट को सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स के माध्यम से प्रमोट करना शुरू किया। इसके लिए उन्होंने इंस्टाग्राम और फेसबुक पर प्रभावशाली लोगों को अपने ब्रांड से जोड़कर प्रचार किया। प्रभावशाली लोगों की पहुंच से प्रोडक्ट तेजी से लोगों तक पहुंचा। इंस्टाग्राम रील्स और स्टोरीज़ के जरिए ब्रांड की पहचान बनी। डिजिटल मार्केटिंग से ग्राहक सीधे उनसे जुड़े और बिक्री बढ़ी।

इस रणनीति ने उन्हें एक छोटे व्यवसाय से 11 करोड़ रुपये के टर्नओवर तक पहुंचने में मदद की।

विंस्टन इंडिया की स्थापना

हिमांशु और निकिता ने अपनी कंपनी का नाम रखा विंस्टन इंडिया। कंपनी का मुख्य उद्देश्य था उच्च गुणवत्ता वाले हेयर ट्रिमर को किफायती दाम पर ग्राहकों तक पहुंचाना।

ब्रांड की सफलता के पीछे मुख्य कारक थे:

1. **ग्राहक की जरूरत को समझना** : बाजार अनुसंधान के आधार पर प्रोडक्ट डिजाइन ।
2. **सटीक डिजिटल रणनीति** : सोशल मीडिया का सही इस्तेमाल ।
3. **धैर्य और संकल्प** : व्यवसाय को लगातार बढ़ाने की दृढ़ इच्छा ।
4. **रिस्क लेना** : शुरुआती निवेश और नए तरीकों को अपनाने का साहस ।

तीन साल में बड़ी सफलता

तीन साल से भी कम समय में, विंस्टन इंडिया का टर्नओवर **11 करोड़ रुपये** से अधिक पहुँच गया । यह सिर्फ पैसा ही नहीं, बल्कि यह हिमांशु और निकिता की **कड़ी मेहनत, समझदारी और डिजिटल युक्तियों** की सफलता का प्रतीक है । शुरुआती निवेश कम था, लेकिन सही मार्केटिंग और ग्राहक संतुष्टि ने व्यापार को बढ़ा दिया । छोटे स्तर पर शुरू हुआ व्यवसाय अब एक स्थापित ब्रांड बन गया ।

डिजिटल दुनिया की समझ

आज के दौर में डिजिटल दुनिया की समझ किसी भी स्टार्टअप की सफलता के लिए जरूरी है । हिमांशु और निकिता ने यह साबित किया कि **सोशल मीडिया केवल मनोरंजन का माध्यम नहीं, बल्कि व्यापार का शक्तिशाली साधन** भी है । इंस्टाग्राम रील्स और पोस्ट के जरिए ग्राहकों तक ब्रांड का संदेश पहुँचा । इन्फ्लुएंसर्स के माध्यम से बिक्री बढ़ाई । डिजिटल भुगतान और ऑनलाइन शॉपिंग की सुविधा ने ग्राहकों के लिए अनुभव आसान बनाया ।

युवा उद्यमियों के लिए प्रेरणा

हिमांशु और निकिता की कहानी युवा उद्यमियों के लिए प्रेरणादायक है । यह दिखाती है कि छोटी शुरुआत भी बड़ी सफलता में बदल सकती है । डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया सही इस्तेमाल से ब्रांड को बढ़ाया जा सकता है । ग्राहक की जरूरत को समझना और उनके अनुभव पर ध्यान देना महत्वपूर्ण है ।

भविष्य की योजनाएँ

विंस्टन इंडिया अब सिर्फ हेयर ट्रिंमर तक सीमित नहीं रहेगा । हिमांशु और निकिता की योजना है । **नई व्यक्तिगत देखभाल उत्पाद श्रेणियाँ** लाना । **ई-कॉमर्स और रिटेल चैनल** दोनों पर विस्तार करना । सोशल मीडिया के माध्यम से ब्रांड की पहचान को और मजबूत करना । ये कदम कंपनी को अगले स्तर तक ले जाने में मदद करेंगे और नए निवेशकों को आकर्षित करेंगे ।

हिमांशु अदलखा और उनकी पत्नी निकिता ने इंस्टाग्राम के माध्यम से केवल तीन साल में छोटे व्यवसाय को **11 करोड़ रुपये का ब्रांड** बना दिया ।

यह कहानी यह साबित करती है कि **सिर्फ पैसा ही नहीं, बल्कि सही आइडिया, डिजिटल मार्केटिंग की समझ और ग्राहक-केन्द्रित दृष्टिकोण** से कोई भी स्टार्टअप सफल हो सकता है ।

विंस्टन इंडिया की सफलता फरीदाबाद और पूरे भारत के युवा उद्यमियों के लिए एक प्रेरणा का स्रोत है ।