

创业计划书销售和成本计划表(模板5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

创业计划书销售和成本计划表篇一

计划书是针对工作任务、主客观条件和相应能力而定。本文为创业销售计划书，希望对大家有所帮助！

1. 本店发属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。
 2. 都市快餐店位于威海路商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。
 3. 都市快餐店的所有者是，餐厅经理，厨师，三人均有6年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才能和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。
 4. 本店需创业资金万元，其中万元已筹集到位，剩下万元向银行贷款。
1. 由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在威海路商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2. 本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

1. 客源：都市快餐店的目标顾客有：到威海路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

2. 竞争对手：

都市快餐店附近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家饭店经营期均在2年以上。快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

1. 快餐店主要是面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2. 大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐。

3. 午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。

4. 随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目标是“送餐到家”服务。

5. 经营时间：早一晚。

6. 对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会 在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

1. 本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员(包括多少名厨师)，多少名临时雇员(含厨师)具体内容如下：

应聘者持《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2)经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同(含试用期)。

2. 为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受2个月的培训，具体内容如下：

1)制定培训计划，确定培训目的，制定评估方法。

2)实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度□

3)考核上岗，对于不合格者给予停职学习，扣除20%工资，直至合格为止。若3次考试及不合格者，扣除当月全部工资和福利。

1. 开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

2. 推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3. 每月累计消费1000元者可参加每月末大抽奖，中奖者(1名)可获得价值888元的礼券。

4. 每月累计消费100元者，赠送价值10元的礼券，200元赠送20元礼券，以此类推。

本店内所有帐目情况必须及时入帐，支出与收入的钱款必须经由会计入帐或记录后方能使用，记帐使用复式记帐法，以科学的方法进行管理，以免帐务混乱，每日的收入应进行及

时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。店内所有的物品属店内的固定资产，不得随意破坏或带走，每月的总收益，除去一切费用，剩下的存入银行；如果经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故破坏饭店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

1)本店固定资产()万元

桌椅 ()套

营业面积()平方米

冷冻柜 ()台

灶件 若干

2)每日流动资金为多少万元

(主要用于突发事件以及临时进货)

3)对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。

注：因刚开业，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

为了更好的以雪花啤酒作为创业项目，我们针对此完成了一份完整具体的商业计划书——成立天印广告创业团队，组建一支完善的管理团队。

这份商业计划书主要配合雪花啤酒开拓大学生市场，涉及新产品的介绍、市场分析、营销策略、财务分析等。其中重点阐述了新产品的介绍和财务分析，因为一份商业计划书可行

性主要取决于产品的优势以及有效的成本控制。

1、产品特色定位

采用蓝色包装为主题，容器材质采用全透明玻璃瓶。

2、市场前景分析

中国有在校大学生20xx多万，作为成年的消费群体，对酒品的消费可能性极大。

3、产品优势分析

包装上对大学生极具视觉冲击力。产品所包含的主题意境符合大学生消费心理和倾向。

1、团队宗旨

“天道酬勤、心心相印”，我们相信并坚信上帝是会帮助勤奋与坚强的人，同时我们会用心去经营管理，用心去服务客户，用心去经营自己的人生和事业！

2、团队名称

天印广告创业团队

3、团队结构

（一）技术管理：冯柯 王帅

二人都有在广告公司工作的经验，对广告制作流程相当熟悉。

（二）业务管理：盛小刚 王晨刚

主要负责业务的扩展，理论知识在学习阶段都是很优秀的，

特别是对于市场营销，相信经过一段时间的实践磨练，会有一番新的作为。

（三）行政管理：王伟明

负责团队日常工作管理，以及相应规章制度的制定，协调各个部门的工作。为团队发展进行战略性决策。

4、相对价值增值

新包装的雪花啤酒是一种大学生生活时尚、激情的代名词，在追求个性生活的大学生眼中，喝雪花啤酒不仅仅是一种感官上的享受，更是一种对未来激情生活充满希望的向往！雪花啤酒，畅想成长！

5、团队设施

电脑两台，打印机一台

（一）、营销环境分析

1. 宏观环境分析

（1）总体经济形成

随着我国入世成功，外资对我国的投资不断加大，我国经济前途一片大好，我国居民gdp较快增长，随着经济增长和社会形态的转型大提高，享受品的消费需要也大大的有所改善。酒品消费gpi也持续增长。

（2）总体的消费态势

据报告，全球啤酒消费至20xx年将超过1800亿。有潜力至20xx年人均啤酒将达至26%到20xx年亚太地区啤酒消费者将由目前

占全球的25%上升为34%自1990年以来,该地区贸易上升了11%,而全球仅上升了2%.

我国啤酒工业自90年代高速发展之今,增长速度开始放慢.市场竞争激烈,大中啤酒企业相互竞争行业利润下降.据国家统计局统计01年销售收入为4990130.4万元,同比增长4.31%,利润为170233.1万元,同比增长17.56%.人民生活水平不断在增加,产品种类多种多样,市场竞争激烈.消费者在消费商品时已经不在是物质上的满足,而重点是心理上的,消费成现多样化.

(3) 产业发展政策

国家早在95期间对大中啤酒企业进行鼓励其发展,壮大。努力减少啤酒企业的新建.

(4) 相关政策,法律背景

国家明文规定所有酒瓶必须为b2瓶,以便减少爆瓶伤人.但对于使用b2瓶会使产品成本增高,不利于开扩农村和远销啤酒。

(5) 市场文化背景

从酒类看,自古就有“南黄北白”之说.而啤酒为大众化。北方人性格,粗放,豪爽,宽厚,重感情,谈友情,讲豪情 .

2. 微观环境因素

(1) 市场构成。

在市场上以有“青岛啤酒,燕京,五星,喜力,克罗那,百威,等品牌的啤酒。”市场上对雪花啤酒构成竞争对手的主要有青岛啤酒,潜在竞争对手有五星,燕京。

(2) 市场构成特征。

在着个啤酒市场上，季节性很强，6-9月份销售很大，还有12-2月份。华润核心竞争力是有强大的资本优势。

(3) 营销环境的规纳和总结

优势：依托香港总部支持资金雄厚。

劣势：和对手比，不如青啤强大的品牌优势。

机会：品牌形象深入人心，要在此基础上做大做强。

威胁：不断有品牌进入啤酒市场，所运用的促销策略，会带动整个市场利润下滑。

3. 本策划方案市场描述：消费群体主要是由中等文化以上（大专、本科），中等收入以上的社会价层，经济收入较高，社交广泛，应酬交多的这步分时尚人士组成。这部分人具有许多共同特点，具有较高的生活品位，能较快接受新鲜事物。能促使较多的团体消费，社会影响力较大，较年轻。如大多都在25岁—40岁之间。男性占据主导地位。这些消费者张扬不乏内敛，成功或在成功的边沿，潮流不失风格。

4. 本策划方案目标市场分析：高校——大学生市场。

本策划方案目标消费群分析：大学生

竞争描述：

1. 企业的竞争对手

竞争对手为：青岛啤酒，哈啤，百威，燕京。

2. 竞争对手的基本情况，例如燕京啤酒：

燕京品牌01年价值为55.29亿元，燕京啤酒具有很强的地区

性，对北京一带市场占有率很高。

3. 竞争战略：差异化策略，主要针对大学生市场开发新产品，符合大学生时尚前卫的消费观念。

1. 营销规划

以新颖与富有激情的包装为基础，多元化渠道推广为手段，品牌质量体系为保障。

2. 销售策略

采用店铺、超市、与高校餐厅联姻的方式，建立多元化营销渠道。

3. 促销方案（借鉴金星啤酒促销）

见附录

（一）本团队早期资金投放

1、办公室租用成本：1500元/月（包水电）x 前三个月 = 4500元

2、设备投入

电脑二套：3500元 x 2 = 7000元

办公桌及椅子：500元（桌子四张、椅子四张）

打印机一台：750（桌子四张、椅子四张）

电话机一台：70元

3、通讯费用

上网成本：60元/月 x 前三个月 = 180元

通讯成本：150元/月 x 前三个月 =450元

4、办公耗材

油墨成本：50元/月 x 前三个月 =150元

纸张成本：25元/月 x 前三个月 =75元

5、人工费用

业务员2名 2×700 元/月（不包括提成）x 前三个月 =4200元

技术员2名 2×1000 元/月 x 前三个月 =6000元

行政人员1名：1200元/月 x 前三个月 =3600元

6、流动资金

公关费用、竞标费用、推广费用：5000元

以上成本按三个月来进行预算：

前三个月总成本：32475元

（二）商业计划书运作成本

1. 湖北高校市场广告投入（海报、杂志、报纸、电视，其中海报为主）

成本：10万

2. 促销人员、用品等其他必要开支

成本：10万

3. 啤酒包装上的变化对于其成本暂时无法分析

合计：20万

1. 市场风险：竞争对手短期的模仿所导致市场的同质化。
2. 解决方案：强力度的推广策略，短期内充分占领高校市场。

在创业过程中，每一步的迈进都充满风险，但我们相信团队的力量会在无数的困难前去克服。相信我们自己就是对我们商业计划书的肯定！

创业计划书销售和成本计划表篇二

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大程度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

下一页更多精彩“红酒销售计划书”

创业计划书销售和成本计划表篇三

为了更好的以雪花啤酒作为创业项目，我们针对此完成了一份完整具体的商业计划书——成立天印广告创业团队，组建一支完善的管理团队。

这份商业计划书主要配合雪花啤酒开拓大学生市场，涉及新产品的介绍、市场分析、营销策略、财务分析等。其中重点阐述了新产品的介绍和财务分析，因为一份商业计划书可行性主要取决于产品的优势以及有效的成本控制。

1、产品特色定位

采用蓝色包装为主题，容器材质采用全透明玻璃瓶。

2、市场前景分析

中国有在校大学生20xx多万，作为成年的消费群体，对酒品的消费可能性极大。

3、产品优势分析

包装上对大学生极具视觉冲击力。产品所包含的主题意境符合大学生消费心理和倾向。

1、团队宗旨

“天道酬勤、心心相印”，我们相信并坚信上帝是会帮助勤奋与坚强的人，同时我们会用心去经营管理，用心去服务客户，用心去经营自己的人生和事业！

2、团队名称

天印广告创业团队

3、团队结构

（一）技术管理：冯柯 王帅

二人都有在广告公司工作的经验，对广告制作流程相当熟悉。

（二）业务管理：盛小刚 王晨刚

主要负责业务的扩展，理论知识在学习阶段都是很优秀的，特别是对于市场营销，相信经过一段时间的实践磨练，会有一番新的作为。

（三）行政管理：王伟明

负责团队日常工作管理，以及相应规章制度的制定，协调各个部门的工作。为团队发展进行战略性决策。

4、相对价值增值

新包装的雪花啤酒是一种大学生生活时尚、激情的代名词，在追求个性生活的大学生眼中，喝雪花啤酒不仅仅是一种感官上的享受，更是一种对未来激情生活充满希望的向往！雪花啤酒，畅想成长！

5、团队设施

电脑两台，打印机一台

（一）、营销环境分析

1. 宏观环境分析

（1）总体经济形成

随着我国入世成功，外资对我国的投资不断加大，我国经济前途一片大好，我国居民gdp较快增长，随着经济增长和社会形态的转型大提高，享受品的消费需要也大大的有所改善。酒品消费gpi也持续增长。

（2）总体的消费态势

据报告,全球啤酒消费至20xx年将超过1800亿.有潜力至20xx年人均啤酒将达至26%到20xx年亚太地区啤酒消费者将由目前占全球的25%上升为34%自1990年以来,该地区贸易上升了11%,而全球仅上升了2%.

我国啤酒工业自90年代高速发展之今,增长速度开始放慢.市场竞争激烈,大中啤酒企业相互竞争行业利润下降.据国家统计局统计01年销售收入为4990130.4万元,同比增长4.31%,利润为170233.1万元,同比增长17.56%.人民生活水平不断在增加,产品种类多种多样,市场竞争激烈.消费者在消费商品时已经不在是物质上的满足,而重点是心理上的,消费成现多样化.

(3) 产业发展政策

国家早在95期间对大中啤酒企业进行鼓励其发展,壮大。努力减少啤酒企业的新建.

(4) 相关政策,法律背景

国家明文规定所有酒瓶必须为b2瓶,以便减少爆瓶伤人.但对于使用b2瓶会使产品成本增高,不利于开扩农村和远销啤酒。

(5) 市场文化背景

从酒类看,自古就有“南黄北白”之说.而啤酒为大众化。北方人性格,粗放,豪爽,宽厚,重感情,谈友情,讲豪情 .

2. 微观环境因素

(1) 市场构成。

在市场上以有“青岛啤酒,燕京,五星,喜力,克罗那,百威,等品牌的啤酒。”市场上对雪花啤酒构成竞争对手的主要有青岛啤酒,潜在竞争对手有五星,燕京。

(2) 市场构成特征。

在着个啤酒市场上，季节性很强，6-9月份销售很大，还有12-2月份。华润核心竞争力是有强大的资本优势。

(3) 营销环境的规纳和总结

优势：依托香港总部支持资金雄厚。

劣势：和对手比，不如青啤强大的品牌优势。

机会：品牌形象深入人心，要在此基础上做大做强。

威胁：不断有品牌进入啤酒市场，所运用的促销策略，会带动整个市场利润下滑。

3. 本策划方案市场描述：消费群体主要是由中等文化以上（大专、本科），中等收入以上的社会价层，经济收入较高，社交广泛，应酬交多的这步分时尚人士组成。这部分人具有许多共同特点，具有较高的生活品位，能较快接受新鲜事物。能促使较多的团体消费，社会影响力较大，较年轻。如大多都在25岁—40岁之间。男性占据主导地位。这些消费者张扬不乏内敛，成功或在成功的边沿，潮流不失风格。

4. 本策划方案目标市场分析：高校——大学生市场。

本策划方案目标消费群分析：大学生

竞争描述：

1. 企业的竞争对手

竞争对手为：青岛啤酒，哈啤，百威，燕京。

2. 竞争对手的基本情况，例如燕京啤酒：

燕京品牌01年价值为55.29亿元，燕京啤酒具有很强的地区性，对北京一带市场占有率很高。

3. 竞争战略：差异化策略，主要针对大学生市场开发新产品，符合大学生时尚前卫的消费观念。

1. 营销规划

以新颖与富有激情的包装为基础，多元化渠道推广为手段，品牌质量体系为保障。

2. 销售策略

采用店铺、超市、与高校餐厅联姻的方式，建立多元化营销渠道。

3. 促销方案（借鉴金星啤酒促销）

见附录

（一）本团队早期资金投放

1、办公室租用成本：1500元/月（包水电）x 前三个月 = 4500元

2、设备投入

电脑二套：3500元 x 2 = 7000元

办公桌及椅子：500元（桌子四张、椅子四张）

打印机一台：750（桌子四张、椅子四张）

电话机一台：70元

3、通讯费用

上网成本：60元/月 x 前三个月 = 180元

通讯成本：150元/月 x 前三个月 =450元

4、办公耗材

油墨成本：50元/月 x 前三个月 =150元

纸张成本：25元/月 x 前三个月 =75元

5、人工费用

业务员2名 2×700 元/月（不包括提成）x 前三个月 =4200元

技术员2名 2×1000 元/月 x 前三个月 =6000元

行政人员1名：1200元/月 x 前三个月 =3600元

6、流动资金

公关费用、竞标费用、推广费用：5000元

以上成本按三个月来进行预算：

前三个月总成本：32475元

（二）商业计划书运作成本

1. 湖北高校市场广告投入（海报、杂志、报纸、电视，其中海报为主）

成本：10万

2. 促销人员、用品等其他必要开支

成本：10万

3. 啤酒包装上的变化对于其成本暂时无法分析

合计：20万

1. 市场风险：竞争对手短期的模仿所导致市场的同质化。

2. 解决方案：强力度的推广策略，短期内充分占领高校市场。

在创业过程中，每一步的迈进都充满风险，但我们相信团队的力量会在无数的困难前去克服。相信我们自己就是对我们商业计划书的肯定！

创业计划书销售和成本计划表篇四

2、 扩大产品知名度

3、 树立规模、优质、专业、服务的良好形象操作思路：

2、 自身分析：产品优势?主打产品以及其所应对的行业 规模、品牌、专业、服务优势提炼 我们的机会在哪里? 年度盈利目标?通过市场分析，找出市场机会，提炼自身优势，确定销售目标。年度目标，季度目标，月度目标主打产品的比例，利润目标，市场占有率的提升目标等。

1、 确定目标市场：以行业销售为主(利润和稳定市场);渠道销售为辅(提高知名度，扩大市场占有率)行业主要指：工矿，交通，建筑，消防，制造，工厂等有一定采购规模的目标客户。渠道销售指：区县级的加盟或者代理商。

2、 市场开发思路□ a行业销售：首先确定我公司的优势产

品(指市场控制好, 价位好, 质量好, 厂家支持力大, 利润操作空间大的产品), 确定优势产品所针对的行业, 找出行业中的有影响力的客户, 整合各种资源进行销售攻关。以此作为我公司的样板和市场的宣传者协助我们撕开市场的裂口。然后以点带面系统性的开发行业客户□b渠道销售主要针对区县市场有一定行业和社会关系, 有发展潜力的经销商进行盈利模式的引导。开始可以针对不同经销商的不同行业关系进行分类, 可以在一个地区发展多个经销商。待市场发展良好, 知名度提高后可以采取加盟或者设立办事处等形式进行市场的整合□c根据情况加以行业和会议等营销手段。

3、在市场开发的同时加大对市场的调研力度, 以便及时的对销售目标和计划的调整。

1、团队组成□a销售内勤□b业务员(大客户型+渠道型)c技术商务支持

2、薪酬制定: 基本工资+考核工资+业绩提成+奖金+福利

3、制定销售制度和流程

4、制定销售目标, 计划

5、制定业务流程

6、制定考核, 管理, 奖惩制度

7、管理和培训销售团队

8、考察市场情况

9、维护开发大客户

10、协调公司各部门, 整合销售资源

创业计划书销售和成本计划表篇五

市场及顾客选择资金需求

筹措方法及投资回报

资金需求

定价策略和经营策略

店面选址

经营理念及目标

营销推广策略

市场及顾客选择主体顾客是学生和社会上的年轻人，主体顾客是学生和社会上的年轻人，市场主要面对的是常州工程学院，常州纺服装职业技术学院的学生和年轻老师及周边的青年人。

关于手机的发展前景我们作为一个创业者前期是没有足够的资金，所以只能找一项前期投资少，但有足够的发展前景的项目。

1、手机的维修

2、手机的美容

3、手机的软件下载

4、手机的代销

5、手机饰品-----智腾手机店手机种类繁多，品种齐全。

本店手机种类繁多，品种齐全。顾客可以更大程度地挑到自己喜欢的时尚酷炫的商品，满足你们追求时尚的需要，可以说是顾客购物的乐园。

店面选址：店面选址：大学城滬湖路工程学院因为学校附近没有像样的手机店，而学校内学生对手机的需求量较大，这里会是一个很大的市场。具有很强的操作性和实用性。

1、为了让顾客放心的买到喜欢的手机，本店设计了一条标语：花最合适的钱买最满意和时尚酷炫的手机。

2、坚持诚信为本，顾客权益至上的理念，展现产品的价值质量，体现产品与人完美结合的艺术效果。

3、靠薄利多销，走经营流水，留意客户的反馈信，凭借品质赢得顾客的认可。本店与顾客双赢的局面。

4、最终目标：寻求加盟，连锁经营，扩大规模和影响力。

本店将有不同种类手机推出□3g手机智能手机双模手机音乐手机，本店将提供适当的保养，保修，加工等服务。紧跟潮流，适时推出新产品，本店热推6120ci三合一手机。

1、所销售商品获得的利润和服务性收费。

2、代理业务获得的收入，可以拉赞助，在广告宣传单上印发其他行业广告，在学校合适场地发放。在资金需求、筹措方法及投资回报。因为本店经营货品占地不大，作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，预计需要大约150000(待算)元启动资金，主要用于购买货物、租，大约(待算)元启动资金，主要用于购买货物、借销售场地、市场宣传推广。借销售场地、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者学校的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。预计在未来的一年内收回成本(平

均销售利润平均销售利润率20%计算) 计算定价策略和经营策略:

- 1、商品将分为上中下三种不同的档次。这样就可以满足不同消费能力的顾客。
- 2、会员卡制: 消费满一定金额, 可得到一张会员卡。方便以后购买获得优惠。
- 3、积分制: 消费一元得一分, 满足一定积分可兑换相应的商品。
- 4、特价区: 设“十元特价”“五元特价”“两元特价”, 主要对一些挤压或小型物品促销。
- 5、也会采取代售的方式经营, 替别人代卖一些东西。
- 6、利用本身作为大学生的优势。到学校的宿舍进行推销商品, 扩大影响力。让他们更多的了解本店!

结束语: 如今的手机, 早已从初级的电话成为时尚的风向标, 在市场日趋完善的今天, 已升华为一个独立的财富产业; 也是一种流动的文化, 透过手机可以看出佩戴者的品味和文化素养。因此, 我的创业不是梦!