

# 母婴店创业计划书市场营销计划 母婴用品专卖店创业计划书(实用5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

## 母婴店创业计划书市场营销计划篇一

资料

8. 乳垫：防溢乳垫是必不可少的产妇用品，入院生产的时候也要带上一盒。自然分娩完就会有奶水渗出，剖腹产过后也开始有奶水了。

9. 婴儿床：说起婴儿床，我真是破纪录了，一共买过4张，从500元到多元不等，最后在i-baby上买的还算不错。

10. 婴儿衣物：最主要的'标准是柔软。婴儿的皮肤娇嫩，所有穿着用品都要适合他们的肌肤。

11. 奶瓶及其系列用品：奶瓶现在比较广泛接受的是贝亲和新安怡，我孩子都用过，个人觉得贝亲的宽口径奶瓶更好用一些。

12. 吸奶器：孕妇入院的时候就要带好吸奶器和奶瓶。因为孩子一出生吸奶不纯熟，经常扭计不肯配合，但是又急于让他吸收初乳的抗体成分，所以宁愿吸出来倒入奶瓶让他喝。

## 母婴店创业计划书市场营销计划篇二

联系人□xx

电话：

e-mail□

地址：

项目名称：休闲零食店

产品和服务：零食、坚果、饮料、水、特色小吃、网上代购代售

选择理由：根据我们目前的地理位置，处于校园周边，周边无特色店面，有足够的消费人群，我们是做零食销售的，所以一年四季都有卖点，我们个人有营销经验、计划和想法。

主要经营范围：当代大学生、校内学生、老师和工作人员以及周边的居住人群等。

发展前景：符合当代大学生需求，适合80、90后消费人群，符合社会发展需求。

目标：

短期发展目标. .... 首先在短期内做好各项管理工作，对员工制定严格的规章制度，对产品质量严格把关，保证产品的质量，先把招牌打响，让每一位来过我们店里的顾客都了解我们的产品，并且我们要在6个月内回收成本，实现有所收益。

长期发展目标.....我们在完成短期目标后，企业有所利润，我们将扩大企业的规模，扩大店面，增加产品，扩招员工，把店面的环境弄得幽雅舒适，还打算多开几家分店在大学城内，以致以我们的服务与质量垄断大学城的零食市场。

企业宗旨：服务于人、营于利己(方便、快捷、优惠、服务、

盈利)

## 母婴店创业计划书市场营销计划篇三

### (一) 项目提出原因

- 1、有市场空白，利润丰厚（差异化市场营销）
- 2、有需求
- 3、资金充裕，风险较小，可操作性强

### (一) 行业状况

(二) 市场的调查与分析市场分析（市场=人群+消费者+购买力）

### (三) 竞争对手分析

- 1、价格便宜
- 2、已拥有一定的顾客群

### (四) 项目优势

- 1、项目运作的可行性；
- 2、项目的独特与创新性

### (一) 市场细分与定位

- 1、目标市场
- 2、市场定位

## （二）推广策略

- 1、媒体广告
- 2、让利打折
- 3、买满即送
- 4□vip卡

## （一）渠道（进货）

- 1、概述
- 2、详细分析：
- 3、初期货源

## （二）预算与收益分析

- 1、基本资金需求
- 2、投资回收计算

## （四）风险

目标客户锁定孩子和年轻女性

在多家进口零食店看到，零食店多采取全面出击的路线，经营品种多达数百个，包括巧克力、糖果、蜜饯等，让人看得眼花缭乱。经营的小吃、零食都以好吃、有趣见长。一些价格稍高的糖果或饼干，多用精美且形状各异的小罐子装好，有钥匙状的、大象形状的、晴天娃娃形状的……糖果吃完后，小罐子还可当作存钱罐用，有些放钱进去时还会有音乐响起。此外，还有一些比较奇特的品种，如外形像一包香烟的巧克

力、有收藏价值的可乐等。

店内琳琅满目的糖果价格不菲：散装棒棒糖一般都是2~3元/颗起步，比超市的要贵上0.5元以上；罐装的饼干、糖果一般都是数十元一罐；有一种散装果脯价格高达140元/公斤。

观察看到，进商店购买的人以年轻女性最多，其次是由家长陪同的孩子。一名女士掏出50多元，一口气买下一堆色彩鲜艳、造型可爱的彩虹糖、棉花糖、巧克力，她说：“我平时就喜欢吃零食，看到这些可爱的造型，会压抑不住购买的冲动。”

在一家进口零食店，一名购买进口巧克力的年轻男性说，他平时不怎么吃零食，买巧克力是准备送给女朋友的。

据店员介绍，进口零食大多来自美国、日本、韩国等地。为了满足不同顾客需求，店里也经营国产糖果。

一般来说，饮料是美国货、日本货最为“抢手”；饼干、糖果和巧克力，则是日韩货受青睐；东南亚国家则是主打“土特产”牌，以咖啡、茶或者其他土特产零食为主。

### 经营之道讲口味，也要讲包装

要想经营好一家进口零食店，其秘诀就是要注重零食的口味，同时也要讲包装。

在一家进口零食店的业务主管介绍，经营好进口零食店要注意的事项挺多。

第一、注重零食的口味。平时要多和顾客沟通，了解本地消费者的口味，不断进行调节；进货要从口味上多下功夫，货物不在于多而在于精，要尽可能多地推出一些有市场潜力的新产品，以产品的变化来应对消费者的喜新心理和需求变化。

第二、店铺的选址很重要。为保证客源，店铺要选择在人流量大、年轻人相对较多的地段，像繁华商业区、学校周边、客流量大的电影院附近等都是不错的选择。

第三、现在的消费者非常注重食品卫生，所以店铺一定要整洁、干净，糖果、干果类要选用简单的透明包装，使客人清楚看到食品的实貌，包括其新鲜度及色泽等。

第四、货物的摆放有讲究。高档价位的食品可摆放在货架最上层，这类食品针对的是注重品牌的白领一族，贵精不贵多；中档价位的摆放在货架中间，方便普通消费者选购；在货架最下面，可摆放小朋友爱吃的如棒棒糖、波板糖等零碎小食品。

第五、食品的包装要有自己的风格，同时考虑不同消费群体的喜好。精美的包装可以提高食品的附加值，让食品更显物有所值，从而吸引更多的有一定消费能力的年轻人。现在很多年轻的白领就是冲着精美包装来的，即使多花点钱他们也不会在意。

最后，要懂得利用节假日来扩大市场占有率。虽说零食的消费无季节之分，但是，销售的高峰期还是相对集中的，如春节、五一节、国庆节，以及平时的周末都是销售的旺季。巧克力等糖果的季节性则较为明显，夏天销量低，而一进入凉爽的季节，销量便会升得很快。每年的情人节前后，巧克力、糖果类的销量会翻好几倍。

### 开店选择选择加盟较为划算

据介绍，进口零食店的零食多从国外进口，要经层层审批、重重检验，然后才能摆上国内货架。目前代理外国食品的国内公司还比较少，一般只有大型食品公司才能供应货源。所以刚起步的店，最好选择加盟店的方式，这样可减少在进货渠道、经营模式等方面的顾虑，少走很多弯路。

进口零食店多采取加盟方式，多从广州的代理进口商进货。业内人士提醒，选择加盟，前期资金一定要充足，一般来说经营进口零食店起码要7~10个月左右才有回报。一家20多平方米的进口零食店，启动资金大约需要10万元，其中加盟费、合同保证金、首期进货费、装修费用、购买货架、收银机等大约需要花费四五万左右。另外还需要大约五六万元用于店铺转让费用和租金。

## 风险提示高利润背后暗藏风险

虽然一些吸引别人加盟的食品公司自称进口零食店有40%利润，而且发展势头良好，但仍然发现不少小问题。在一家零食店内，看到该店有一半的糖果打6折销售，拿起糖果细看，发现很多都是将近到保质期，由于天气较热，有的糖果摸起来已经发软。

一位业内人士透露，虽然从外表看，进口食品的利润空间大，但投资这类的进口零食店风险仍不小。

首先，进口零食的价格虽然比国货高，但是它的利润空间并没有想象中的大。为了保证客源，店铺的选址要在闹市或繁华地带，店铺的租金投入要比一般的店高。

其次，由于现在的进口零食店尚处于起步阶段，面临着超市的竞争。繁华地带一般都有大型超市，不少超市也开始设立进口食品的专卖区，这样一来，竞争比较大，进口零食店难以形成稳定的消费群体。

再次，为了保证货源和降低成本，进口零食店往往是批量进货，但一些进口食品从生产到最后上架，最快的要一两个月，慢的有时会在路上走半年，再加上潮热天气等原因，储存货物的成本大大增加。而且，一旦零食不合顾客口味，销量上不去，生意也就难维持下去。

# 母婴店创业计划书市场营销计划篇四

资料

8. 乳垫：防溢乳垫是必不可少的产妇用品，入院生产的时候也要带上一盒。自然分娩完就会有奶水渗出，剖腹产过后也开始有奶水了。

9. 婴儿床：说起婴儿床，我真是破纪录了，一共买过4张，从500元到2000多元不等，最后在i-baby上买的还算不错。

10. 婴儿衣物：最主要的标准是柔软。婴儿的皮肤娇嫩，所有穿着用品都要适合他们的肌肤。

11. 奶瓶及其系列用品：奶瓶现在比较广泛接受的是贝亲和新安怡，我孩子都用过，个人觉得贝亲的宽口径奶瓶更好用一些。

12. 吸奶器：孕妇入院的时候就要带好吸奶器和奶瓶。因为孩子一出生吸奶不纯熟，经常扭计不肯配合，但是又急于让他吸收初乳的抗体成分，所以宁愿吸出来倒入奶瓶让他喝。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)



## 母婴店创业计划书市场营销计划篇五

竞争对手的主要优势：

- 1、目前市场上的竞争对手主要是一些外资的亲子乐园，他们资金实力足聘请非常有名的教授或营养讲师做名人效应。
- 2、店铺面积大，装修环境，造型精致，场地较大，可设有大型儿童活动场及家长休息区。
- 3、由于资金较为充足，所以铺天盖地的派发广告，在宣传上大做文章，会员制等促销模式搞得非常成功。

竞争对手的主要劣势：

- 1、由于店员较多，人员流动性较强，管理较为混乱，业务员之间为了争取客户互相进行降价销售，从而扰乱企业的价格体系，降低客户信任度。
- 2、客户交了费用后，由于后期服务跟不上，导致顾客满意度大大降低。
- 3、由于外部装修环境好，广告力度大，所以对每个家庭的收费标准相应较高，中收入家庭只好望而却步，而高收入家庭往往追求享受和服务，服务不到位往往降低了顾客回头率。

本企业相对于竞争对手的主要优势：

- 1、收费平民化，员工亲和力强，对顾客的`每次光临可免费咨询，免费提供育儿经验、健康免疫、智力测评等经验，增加与妈妈间的亲密交流。
- 2、对每一位顾客建立顾客档案，并对每次消费进行积分累计，定期跟踪回访，进行一对一的服务，并可免费上门亲自指导、

送货。

3、店内播放开发儿童智力的轻音乐，消除与顾客间的陌生感。承诺不满意可退款的信誉保证。

4、在现有场地定期举行宝宝大赛，节假日有免费派发活动，加大顾客信任度。

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

1、由于创业初期，资金实力不足，店铺面积只有100平米、装修较为简单。

2、广告力度不足，只能从社区做起，利用顾客的口碑效应进行传播。

3、儿童活动区较小，只能利用现有场地提供中小型玩具进行儿童娱乐。

市场营销计划

1、产品

产品或服务

主要特征

免费进行社区宣传讲座

每周日邀请会员朋友进行育儿讲座，从而带动产品消费。

每月定期促销活动

针对儿童商品及课程的特点，每月定期促销活动

婴儿纪念品组合销售

手脚印、胎发笔、百岁照

食品

通过课程销售食品为妈妈宝宝提供方便

2. 价格

产品或服务

成本价

销售价

竞争对手的价格

免费进行社区宣传讲座

10元

0元

30---60元/次

每月定期促销活动

200元

0元

元

婴儿纪念品组合销售

200元

1000元

1500元

食品

150元

200元

250元

### 3. 地点

(1) 选址细节:

地址面积（平方米）租金或建筑成本

南开区旧津保路20号100平方米2500元