

商业计划书完整版(实用5篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

商业计划书完整版篇一

brucejudson是一个成功的单干型企业家，一个赢得荣誉的畅销书作家，也是美国在市场营销和企业家精神方面的主要专家之一。

brucejudson建议创业者用11条检验标准测验你的商业计划书：

人们很容易为了某个项目而充满热情。你看到一种需求，你拿出一个可行的方案，你热情高涨。但是客观地看待未来至关重要。给你11条检验标准，从现实角度评价你的商业创意。使用这些检验标准的最好办法就是将它们看成是改进你的创意的机制。

你能在大约上一层电梯的时间里——用最多两个短句告诉我你的生意如何获利么？电梯测试是广为人知的电梯销售演讲的变本。你需要一个“电梯商业演讲。”为什么？你必须清楚你如何赚钱。这个简单道理看似不言自明，但实际上很多刚成立时关于如何最终盈利的概念非常模糊。所以，商业计划必须简单明了。

我们经常用来检验新公司的一个测验就是看公司被解释的难易程度。如果一个人能在他的名片后面概括他的公司计划的话，通常这意味着他能向员工，顾客和利益相关者描述公司的目标。一份需要一段文字或者10分钟来解释的商业计划是

含糊不清的。我记得在1988年，我们为思科公司提供启动资金的时候，公司的创始人sandy lerner和len bozak以惊人的明确性解释了他们的事业，整个使命只用了三个单词：“思科连接网络”。这是一个经受住时间考验的描述。

把你放在潜在顾客的位置上。问你自己一系列的问题：

在已有选择的基础之上，我会买这个公司的新产品和服务么？

如果是，为什么？

作为一个潜在的买家，我是独一无二的么？还是很多人和我一样？

我会以现在的全价购买产品和服务么？

从这开始，你必须去找潜在顾客，现场收集实际市场经验。

无论何时有人说，“这是一个巨大的市场我们只需占有一小部分就能成功”，赶紧转身离开，远走高飞。不惜一切代价避开这个陷阱！成功需要你的生意与众不同并能统治一些东西。当小池塘里的大鱼比当大海里的小鱼要好的多。

定义你的市场——即使它只是一个更大市场的一小部分——这样你才有与众不同之处吸引这部分顾客，让你统治这个领域。与众不同者必胜。千篇一律者必败无疑。

在创业之前，你必须估计很常见的现象带来的风险，以及妨碍你长期成功的可能性。公司有一些结构特性让供应商和合伙人难以竞争。从一开始你就要考虑你是否能有效构建你的公司，阻止合伙人和供应商复制你向顾客提供的价值的企图。

好的商业创意通常留给你很大的犯错误的空间。并且记住，你最后挣的钱不一定来自于打算挣钱的地方，所以留下试验

的空间。在你投入时间和精力检测你的公司前使用这个测验最有价值。一旦你已经完善了你的业务模式——继续白天工作的同时——你就没必要选择如此大胆的假设，因为你有亲身体验告诉你什么管用。

任何公司的重要风险来源之一就是你对某个供应商或者顾客的巨大依赖。首要法则就是单一顾客不能占据一个公司销售额的35%。所以，问问自己：如果环顾四周，我的公司是否严重依赖某个公司呢？如果答案是肯定地，有办法减少这种依赖性或者减轻潜在的损失么？如果你打算创立的公司严重依赖某个公司，要考虑如下两个问题：这种依赖性会榨取我的利润么？如果我依赖的公司停业或者不再同我做生意，将会发生什么事情？要花时间仔细构思一个详细的权变计划，用笔写下来。你或许从来不用它，但是写下来，你强迫自己真正思考这个问题，你什么时候需要就能马上找出来参考。值得注意的是：在当今激烈的竞争环境中，不幸的现实是公司不在像以前那样具有同样地价值了。过去，一个公司在一年中获得特定收入，下一年（管理良好的情况下）也会得到类似的收入。今天，很有可能没有持续创新，一个公司的收入将迅速逐年下滑。当今的买家要购买的是一个能够不断自我更新的平台，而不是一个一成不变的东西。

尽可能控制你的风险。控制风险的传统方法之一就是多样化。涉及到公司收入，这就是说公司从多个来源获得收益的能力。

创始人找到了迅速低成本扩大产品线的方法。这种低廉简单的测试并启动新产品和服务的能力通常反映了在职经验。但仍然有可能在启动公司之前了解能否并如何扩大你的产品线。如果你的公司——或者你将使用的技能——能够灵活地朝多个方向发展，你将更有可能成功。但是如果你知道你正在启动一个只有一条路可走的公司，那么停下来，反复思考，你没有多少犯错误的机会。

商业计划书完整版篇二

简介：商业计划书是一份综合性的商业计划书，其主要目的是提交给投资者，让投资者对企业或项目进行判断，使企业获得融资。以下是自助珠宝店的小系列商业计划书，供参考。

几乎每个女孩都喜欢种类繁多的珠宝，所以珠宝总是吸引着许多投资者的注意力。而女性更注重感性消费，消费欲望往往是基于产品的潮流、时尚、新颖。所以，如果他们想在珠宝行业立足，不具备雄厚的资金条件，自助珠宝是一条捷径选择。

3万年前，人类的祖先知道如何在各种材料上打孔，制作不同形状的珠宝来装饰自己。配饰在日常着装中起着重要的作用。有时候，只有一对小耳环、一条精致的项链或手镯就足以吸引别人的注意力。

年轻人对多种款式的首饰要求很高。近年来，珠宝制作变得多样化，使用不同的材料，如布料、羊毛冷球、蕾丝和纱线，以创造年轻活泼的形象。如果搭配水晶、玉石等材质，可以带出一种成熟优雅的气质。因此，利用简单的手工珠饰和编织技术设计和制作饰品已经成为全球的时尚气候。以diy为卖点的珠宝店越来越受欢迎。顾客不仅乐于去商店参观和购买自己的设计，而且喜欢定制适合自己个性的珠宝。

所以依托扬州市文昌中路、泰州路、东莞街的繁华圈，以手工饰品为主的珠宝连锁店“inlife”将很快应运而生。连锁经营被认为是21世纪最成功的商业模式。连锁经营已成为珠宝企业发展中期未来规划的重点项目。托管模式从根本上避免了许多业务风险，从而有效地维护和增加资产价值。并且保证了投资者的长远利益。托管模式的目标管理降低了店面快速增长带来的品牌推广负面影响的风险。基于此“inlife”也会选择这种模式，并专门拟定以下连锁店管理方案。

托管运营期应在3—5年内实现

行业地位：以卓越的品质和卓越的服务，以热情的专业服务，提升连锁店在区域内和行业间的社会影响力，提升行业地位。

销售收入：年营业额增长30%。

产品品牌：在全面实施品牌经营战略后，连锁店通过差异化取胜，产品品牌形成自己的品牌口碑，从而巩固连锁店的品牌地位。

1名总经理

2名副总经理

3销售经理

4计划部经理

5外部部门经理

6网络营销经理

7采购部经理

8信息部经理

9营销经理

在店铺管理和运营中，我们计划采取以下措施来提高店铺的服务质量，充分发挥员工的服务意识。

一，引入客户关系管理系统管理

客户是珠宝品牌维系和生存的重要因素，在日益激烈的珠宝

行业市场竞争中，客户资源是至关重要的资源。尝试在连锁店使用crm系统，主要是借助信息技术，通过“以客户为中心”的业务流程的重新组合设计，形成自动化解决方案，从而提高客户忠诚度，最终实现业务运营效率的提高和利润的增长。

第二，尝试关系营销

关系营销的含义是将营销活动视为企业与消费者、供应商、分销商（代理商和加盟商）、竞争对手、政府机构等利益相关者互动的过程，建立长期的信任互惠关系。

珠宝行业客户关系管理的重点是通过关系营销建立长期的信任，从而长期保持品牌忠诚度，从而促进珠宝营销人员在当今激烈的市场竞争中获得长期利润，为店铺的生存和发展奠定良好的基础。例如，可以举办一些适度的年度招待会，以增强客户对品牌的信心和忠诚度，也可以通过招待会来促进品牌实力、利润保证和新车型的推广，从而通过招待会或媒体宣传来吸引新的消费者。

第三，定期回访

第四，全员营销模式

店内所有员工必须与营销目标一致，所有工作都要为营销工作服务。他们应始终在统一调度下调查分析市场，把握当前客户需求，分析客户潜在需求，把握市场和客户需求发展方向，始终适应市场变化，引领市场趋势。

具体操作方法是收集crm收集的信息，会同市场部门提交托管管理部门进行调查，然后财务部门将相应的销售情况与调查结果进行对比，检查调查结果与实际市场销量的一致性。对于调查结果与财务部门销售情况的对比，管理人员应与营销、营销、财务人员进行综合评估，找出问题的症结所在。

营销管理部门应根据决策依据或所有员工发现的问题和机会，提出发展或改进目标，并已分发实施目标和方案。对于提出的方案，我们用“头脑风暴”而不是以前的“拍脑袋”的决策方法来评价备选方案，最后对这些方案进行排序，选出最优方案进行门店营销的决策。

商业计划书完整版篇三

随着现代人们生活水平的不断提高，休闲旅游业迅速发展起来，人们越来越追求健康的休闲生活方式，到优美的自然环境中去，赏山玩水，吸天然氧吧，舒缓因工作、生活给现代人带来的压力，放松心情，充分的享受大自然给人们带来的美好感受！同时生态旅游项目是发掘资源、利用资源优势的健康产业、朝阳产业，前景广阔。

龙井湖开发，峡谷与湖面山水相连，峡谷起始点与湖面相距仅800米，水天一色，是距县城中心海拔最高、最近、景色最美的自然风景区之一，岳西龙井山庄正是在这种环境下应运而生。

色餐饮、食宿、健身娱乐、种植、养殖等为一体的综合性旅游休闲山庄。

1、峡谷旅游

2、水上浮桥

3、休闲垂钓

4、特色餐饮

5、健身娱乐

6、盆景观 { } 赏

1、基建投资

序号 建筑物名称 面积 单位 投资额

备注

1峡谷开发2.5公里110万含售票房、石板路、垃圾桶、景观亭等

2多功能住宿区30个房间含土地费（四层、顶层为观景台、会议室等）

3餐饮区500m²万含土地费

4娱乐区6万含土地费

5养殖区80000m²万已买断库区水面50年经营权

6水库网箱1200m²万水产养殖

7水中钓场800m²万水中浮动钓场含垂钓设施

45万15200m²15810

8水上浮桥250米30万水中步行桥（从水面步行通峡谷旅游点）

9停车场2000m²8万可停50辆车

合计247万

2、设备名称

名称 数量 金额

房间（住宿）设施30套45万

餐厅设备设施包括前厅后厨8万

门头门面装饰设计等1套8万

3、项目所需流动资金及垫底资金投资估算构成表

项目名称 投资额（万元） 备注

基建设备投资308万含全部投入

流动资金40万广告、网箱养殖、绿化等

总投资348万

1、管理体制

在公司管理机构的统一领导下，组织开展该项目实施，设立总经理1名，营运经理1名，旅游部部长1名，餐饮娱乐部部长1名，食宿、休闲部部长1名，养殖开发部部长1名。

2、人员编制

定员设计按二班制计算用人，其它人员包括保安、水、电工、绿化清洁工及辅助临时用工。

商业计划书完整版篇四

一、创业理念：餐厅。

人以食为天，可见食的重要性。

二、竞争对手分析。

学校周围有很多餐馆，大部分都是周边居民在自己家里开的小餐馆。他们的环境、卫生条件和管理方法都不令人满意。

年轻人永远不会满足于自己的饮食，不仅是为了吃饭，还需要环境优雅、卫生条件达标、文化底蕴深厚的绿色餐厅来展示自己的个性。

学院附近很少有像样的餐厅，这样的餐厅还是有相当大的市场的。从很远的地方买。我们是大学生。在这种环境下更有优势。我们可以更好的了解大学生需要什么，更好的迎合他们的口味。餐厅费用不多，对于我们大学生来说有一定的可行性和可操作性。

第三，市场和客户选择。

随着经济平稳较快增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场呈现出蓬勃发展趋势。目前中国餐饮市场，中餐为主餐，西餐逐渐兴起，但目前规模仍然较小；快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客是市场主力。中式快餐已经蓬勃发展，但目前还无法与国外快餐竞争。与国外快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式相比。中国餐饮发展明显不如。如何占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们越来越关注自己的健康和食品安全。在长期食用国外油炸快餐、高能量食品导致肥胖等问题暴露后。食品安全成了热门话题？如何给消费者一个安全有保障的饮食已经成为餐饮业未来发展的主题。可以预见，应用环保、健康、安全的理念，倡导绿色消费，将是未来餐饮业的发展趋势。其实绿色餐饮的提出也是社会文明的进步，是餐饮文化的新概念。未来几年，中国餐饮业的经营模式将多元化，国际化进程将加快，绿色餐饮将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了机遇。

我们的主要客户是学生。毕竟年轻人更喜欢优雅有创意的地方。市场主要面向学院的学生和老师，以及过去的工作人员。

第四，店名。

我们店里有很多种菜肴。顾客可以在更大程度上选择自己的口味，满足自己的时尚需求。如果客户有时间感兴趣，我们店还可以提供相应的餐具和蔬菜，让客户选择做还是不做。

动词（verb的缩写）商店位置：

在学院附近。

不及物动词经营理念和目标。

1. 花最合适的钱买一个健康的。
2. 坚持诚信为本，顾客权利至上的理念。
3. 薄利多销，注重客户反馈。
4. 求加盟，连锁经营，扩大规模和影响力。

七。组织结构。

两个人负责进货和外卖，两个人负责厨师，两个人负责店铺的打扫和装修。

八。产品和服务。

1. 我们店里会有不同种类的特色菜：腊八蒜炒莲藕片、蜂蜜滋补两色、香脆时令蔬菜、山药富贵虾、香喷喷的麻辣锅茄子、串肥牛肉、鱼籽粉丝蒸丝瓜络、蒸锅巴肉、太极蒸木耳、青菜狮子头、烤咖啡、瓜子茶菇等。我们还会提供特别的生日餐。

2. 紧跟潮流，及时推出新产品。

九。收入来源。

1. 出售菜肴的利润和服务费。

2. 从代理业务中获得的收入可以赞助，其他行业的广告可以印刷在广告传单上分发，广告传单可以在学校适当的地方分发。

x. 资本需求、融资方式和投资回报。

因为我们经营的商品占地面积小，可以在初期根据市场需求做一个需求分析，然后根据这个分析逐步扩大采购规模。估计需要资金，主要用于原材料采购，场地租用，员工培训，市场推广。筹集资金的方式是个人或学校的风险投资，以投资股份的'形式投入，也可以考虑其他的资金投入方式。预计明年内收回成本。

xi] 定价策略和商业策略。

1、菜品会分三个不同档次。价格不同。这样可以满足不同消费能力的客户。

2. 会员卡制：花一定的钱就可以办会员卡。方便以后购买，得到优惠。

3. 积分制：一元钱花一分，符合一定积分可以兑换相应商品。

5. 占大学生便宜。去学校宿舍外卖，扩大自己的影响力。让他们更了解我们的店铺！

十二。营销推广策略。

1、组织人员在不同时间去学校发广告。并在节假日做一些促销活动回馈客户。

2. 店内海报：可以在店内张贴上海报纸和海报，介绍饰品的

用途和文化内涵。

5. 品牌建设：以最好的服务和最优惠的价格，提供多种配套方案。满足不同消费者的需求。努力让消费者以最优惠的价格品尝到自己喜欢的菜品。

商业计划书完整版篇五

计划摘要一般要包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。企业家的素质对企业的成绩往往起关键性的作用。在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

- (1) 企业所处的行业，企业经营的性质和范围；
- (2) 企业主要产品的内容；
- (3) 企业的市场在哪里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；
- (4) 企业的合伙人、投资人是谁；
- (5) 企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”

作为一个公司，就应该有他自己的品牌，有了自己的品牌才可能进一步拓展自己的市场，获得最大的利益。在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品（服务）能否帮助顾客节约开支，增加收入。因此，产品介绍是商业计划书中必不可少的一项内容。通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品（服务）介绍部分，企业家要对产品（服务）作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

（1）顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处？

（2）企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品？

（5）企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品（服务）介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。

虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。空口许诺，只能得意于一时。如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。在商业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分商业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况？企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争

者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。在商业计划书书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区格和特征等等。

企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。因此，企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

- (1) 消费者的特点；
- (2) 产品的特性；
- (3) 企业自身的状况；
- (4) 市场环境方面的因素。最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

- (1) 市场机构和营销渠道的选择；
- (2) 营销队伍和管理；
- (3) 促销计划和广告策略；
- (4) 价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状；新产品投产计划；技术提升和设备更新的要求；质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何；怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性；设备的引进和安装情况，谁是供应商；生产线的设计与产品组装是怎样的；供货者的前置期和资源的需求量；生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制；物料需求计划及其保证措施；质量控制的方法是怎样的；相关的其他问题。

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1) 商业计划书的条件假设；

(2) 预计的资产负债表；预计的损益表；现金收支分析；资金的来源和使用。

一份商业计划书概括地提出了在筹资过程中企业家需做的事情，而财务规划则是对商业计划书的支持和说明。因此，一份好的财务规划对评估企业所需的资金数量，提高企业取得资金的可能性是十分关键的。如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢？这首先要取决于企业的远景规划？是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。而准备进入一个已有市场的企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

企业的财务规划应保证和商业计划书的假设相一致。事实上，财务规划和企业的生产计划、人力资源计划、营销计划等都是密不可分的。要完成财务规划，必须要明确下列问题：

- (1) 产品在每一个期间的发出量有多大？
- (2) 什么时候开始产品线扩张？
- (3) 每件产品的生产费用是多少？
- (4) 每件产品的定价是多少？
- (5) 使用什么分销渠道，所预期的成本和利润是多少？

(6) 需要雇佣那几种类型的人?

(7) 雇佣何时开始, 工资预算是多少? 等等。

说明

商业计划书一般包括如下十大部分的内容:

执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括:

1、本项目的简单描述 (亦即电梯间陈词)

2、机会概述

3、目标市场的描述和预测

4、竞争优势

5、经济状况和盈利能力预测

6、团队概述

7、提供的利益

1、详细的市场描述, 主要的竞争对手, 市场驱动力

2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题:

- 1、顾客
- 2、市场容量和趋势
- 3、竞争和各自的竞争优势
- 4、估计的市场份额和销售额
- 5、市场发展的走势（对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实）

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

- 1、营销计划（定价和分销；广告和提升）
- 2、规划和开发计划（开发状态和目标；困难和风险）
- 3、制造和操作计划（操作周期；设备和改进）

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

- 1、收入
- 2、收支平衡点和正现金流
- 3、市场份额
- 4、产品开发介绍
- 5、主要合作伙伴
- 6、融资

- 1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题（紧急计划）

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡