

# 2023年大学生创新创业花店计划书规模

## 大学生创新创业计划书(优质5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

### 大学生创新创业花店计划书规模篇一

随着手机和平板电脑等移动终端的发展，大部分大学生都有了手机等终端，其中拥有智能手机的不占少数，进行app的开发是创业的好项目。而在大学生日常生活中，最重要的是听课。本产品就基于大学生授课方式相对于初高中来说的巨大转变做出设计：初高中课程老师固定，学生不用习惯每学期课程内容的变化和熟悉各门功课的要求，而到了大学，每学期甚至每个季节的课都不同，有的专业的同学专业课很多很杂，没有大量的空余时间来管理其他课程，以至于得到不好的结果。本软件的作用是为上同一门课的同学划分交流空间，并提供资料上传下载的专门区域以及相关课程内容推荐等多种类型的服务形式。市场是非常巨大的，有高校的地方就有我们产品的目标人群。而且现在很多大学实行多面培养的计划，课程多种多样，更需要我们的这款app产品来管理做自己的学科。

项目名称：“课友”移动端分享软件

启动时间□20xx.3.11

主要产品/服务：手机app的

目前进展：产品研发阶段

1、主要业务□app开发，发布以及广告商的招揽。

2、盈利模式：基于中国消费者长期的消费价值观，产品的营销策略定位于采用免费运营模式，在取得了较多的受众以后，以招收面向大学生受众的广告商铺设广告而收取广告运营费用。前期需要一定的经费来进行开发和产品的宣传工作，产品正式运营后需要考虑定期的维护和广告商的招揽工作。

3、未来3年的发展战略和经营目标：前期主要以投入开发为主，计划于两年内同等类型软件市场占有率达30%，第3年开始考虑盈利：

1、人员配置与分工：计划选用10名人员左右的开发小组，分工如下：

5名产品开发者(其中一名管理者)，2名产品企划者与管理，2名产品推广员以及广告招收员，以及1名总管理者。

2、员工的奖励制度：拟采用激励式的管理方案，5名开发者在开发期

间享有基本工资，在开发完成后享有奖金。而产品企划者与管理与产品推广员将视产品的市场占有率以及app受欢迎程度来决定红利(主要考核方式以app下载次数为指标)。

1、项目的技术可行性和成熟性分析

目前市场上还没有此类产品，但有类似的课表app□通过对类似课表app的调研发现，该类软件在大学生中普遍受欢迎，用户多。但是课表软件仅仅是提供课表和选择该门课的同学的简单对话交流，且对课程的年份没有区分开，往往几个年纪的同学混在一起，并没有做到一个班的同学能够相互交流的程度，所以可行性较好。

## 2、项目的技术创新性论述

### (1) 基本原理及关键技术内容

该软件基于苹果ios系统开发，针对所有苹果用户适用，技术要求不高，仅为简单的代码编写与组合，一般计算机专业的人员在经过该代码的学习后即可编写。

(2) 技术创新点：本app是实用类型的软件，受众广，广大受众能够轻易的学会使用该软件，不麻烦，使用方便。

3、后续研发计划：如果在苹果的软件平台上得到了较好的收益并且有了一定的资本累计，则考虑安卓和塞班等其他操作系统的软件移植(一定要基于良好的收益)。

4、研发投入：每年投入研发费用超过盈利的20%。用于产品改善和员工福利及技术研发。5技术保密和激励措施：关键技术由高层和研发团队掌握，高薪待遇。

1、行业状况：项目由于目前没有相关产品的存在，所以存在一定风险和开发难度，需要时间，技术和资金的大量投入。但该app有很好的前景。

2、市场前景与预测：没有相关产品问世，市场空白，前景广阔。没有相关产业与之配套，将带动其他产业发展。

3、目标市场：主要以各个高校的学生为主要目标市场。

4、主要竞争对手：目前没有相关app□但有类似课程表格app类软件，相信很快会有该类软件的出现，很快会出现竞争对手。

5、市场壁垒：主要是推广工作的展开和广大高校受众的接受程度。

6□swot分析：由于暂无相关app□主要问题在产品问世后的模仿软件冲击。

7、销售预测：预计前两年因为以推广和产品研发升级为主，不会盈利。第三年开始正常盈利。

1、价格策略：采用免费的运营模式。

2、行销策略：发布上appstore以后，销售前期主要通过微博等网络推销来主动寻求客户。等品牌优势形成后考虑采用电视广告营销等方法。等公司实力雄厚以后再加大广告投入，扩大客户源。

3、激励机制：公司起步阶段对推销员采用提纯5%的奖励模式，以促进其推销积极性。等公司稳定收入后，采取销售竞争奖励制度，依据其销售业绩划分不同的奖金等级。

1、产品生产：该产品为软件应用类产品，采用小组工作室的生产方法。

2、生产人员配备及管理：计划选用10名人员左右的开发小组，分工如下：5名产品开发者(其中一名管理者)，2名产品企划者与管理，2名产品推广员以及广告招收员，以及1名总管理者。

## 大学生创新创业花店计划书规模篇二

项目名称□h.g东大门服装店创业计划书

| 团队<br>成员 | 姓名 | 学号 | 学院 | 专业班级 |
|----------|----|----|----|------|
|----------|----|----|----|------|

|  |     |             |      |         |
|--|-----|-------------|------|---------|
|  | 许嘉辉 | 20201320044 | 建筑学院 | 工程2002专 |
|--|-----|-------------|------|---------|

|  |     |             |      |         |
|--|-----|-------------|------|---------|
|  | 彭国亮 | 20201320038 | 建筑学院 | 工程2002专 |
|--|-----|-------------|------|---------|

王文龙 20201320039 建筑学院 工程2002专  
张亚松 20201320034 建筑学院 工程2002专  
徐晓旭 20201320037 建筑学院 工程2002专

## h.g东大门服装店

前言：

所销售的产品正应对了大学生的这一心理要求。以时尚靓丽的新颖服饰来吸引同学，为同学提供多样的选择，同时也为我们自己赢得一个发展自己，体现自己的机会。我们的团队积极奋进，共同为了我们的创业梦想而奋斗。

一、公司概况：

### （一）、项目介绍

主要经营韩版服装、饰品，兼卖韩国风格设计独特的生活用品。采用网络、店面相结合的方法，利用21世纪网络技术蓬勃发展的大前提，根据网络购物热潮推出的购物新理念，旨在带动新一代年轻人的购物热情，快捷、方便、多样、韩流是我们的特点。

### （二）、店面选址

位于廊坊市三河市燕郊镇通京榆大街东贸国际商场

### （三）、公司名称

h.g东大门服装店

### （四）、经营理念

让顾客自信美观；优质服务，物有所值；销售无质量问题的

商品，满足客人的独立体验；为周围潜在客户带来良好的风格；展示自己的特点，认真对待每一位客户；与客户成为朋友，做好服务，讨论时尚和穿着体验；差异化商品和温暖服务；搭配，有自己的风格，做最专业的；让每个顾客进入商店，可以选择满意的衣服；帮助顾客找到衣服，帮助衣服找到主人。

## 二、公司目标：

### 1、第一年

要求我们日常工作中加大管理和培训力度，优化管理团队，提高管理效率。不断完善内部组合结构和制度健全上做文章，不断充实员工和管理人员队伍，挖掘内部潜力的同时，计划走出店外考察学习，吸同行店铺之长，来完善自我，真正让我们的服务质量和菜肴质量及创新速度与新大楼硬件相匹配。

### 2、第二年

开始逐步获得利润。在前一年的用心经营管理下，初步形成我们高质量、高品位优服务的品牌形象，争取把日平均营业额较前一年提高20%——50%。

### 3、第三年

继续完善公司内部控制制度，切实贯彻落实公司的各项规章制度，践行“以客户为中心、以服务为核心、以员工为根基”的三大承诺，强化公司内部团结协作精神，为员工营造良好的工作氛围，提升员工的责任感和归属感，将员工的职业发展和公司远景目标有机结合，实现共同成长。

## 经营理念

让顾客自信美观；优质服务，物有所值；销售无质量问题的

商品，满足客人的独立体验；为周围潜在客户带来良好的风格；展示自己的特点，认真对待每一位客户；与客户成为朋友，做好服务，讨论时尚和穿着体验；差异化商品和温暖服务；搭配，有自己的风格，做最专业的；让每个顾客进入商店，可以选择满意的衣服；帮助顾客找到衣服，帮助衣服找到主人。

### 三、市场分析

#### （一）、问题现状

价位较低但色彩、风格较时尚的衣服

#### （二）、宏观环境分析

1、政治方面作为劳动密集型的传统产业，服装行业从业人数多、牵扯面大。政府在这样的不利局面下，首先提高了服装出口退税率，及时缓解了出口型企业的赢利压力；此后，又出台《纺织工业调整和振兴规划》。服装是一个国家的工业化跳板行业，在相当长的一个阶段，我国政府都一定会在政策上继续有所支持。

2、经济方面近年来，中国经济增长速度明显，经济形势良好，中国服装产业也因此拥有良好的发展前景。从2017到2020年GDP的增长率分别为10.4%，9.2%，8.4%。

3、社会方面市场=人口+购买力+购买欲望，因此，人口环境和市场营销的关系十分密切。根据国家统计局2000年第五次全国人口普查公报，中国男性人口数量为65355万人，占总人口的51.63%，比女性的比例略高，并且人口流动从乡村流向城市的趋势在不断扩大，以及教育水平的提高，“白领”人口增多，使人们对未来的要求，特别是服装档次的要求大大提高，更加注重服装的品味与文化。

4、技术方面伴随着快时尚理念的大行其道，大量新管理理念、新技术开始运用到服装行业，无论是供应链管理、电子商务erp还是frid技术等等，都在逐渐地改变着服装这个传统的行业。

### （三）、微观环境分析

1、优势s我国服装产品的生产总量在世界上居于绝对优势，据统计，2020年服装年产量127亿件，2018年中国在世界服装贸易中的份额从2017年的23%增长到2018年的24%。2020年，我国服装出口金额是735.66亿美元，比2019年增长19.40%，服装出口数量为219.73亿件，比上年同期增长8.1%，属于服装出口大国。

2、劣势w现阶段全球市场需求还没有出现好转，对纺织服装产品需求还是成疲软势头，09年世界贸易增长率下降11%，其中发达国家进口贸易下降12.1%，发展中国家进口贸易下降8.8%，分别比以前预计下降了9个百分点和6.6个百分点，服装国际市场需求其是处于衰退之中。

3、主要市场出口连续增长的同时，对德国、法国、英国增长明显。2018年一季度，德国、法国、英国分别保持了2.6%、2.2%、2.5%的gdp增长水平，其国内消费需求也呈现良好的发展态势。同时，欧元升值也促进了我国对欧的出口增长。2018年1~4月德国市场进口我服装17亿美元，同比增长45.59%；英国市场进口我服装13.49亿美元，同比增长54.44%；法国市场进口我服装8.84亿美元，同比增长44.92%。

### （四）、竞争环境分析

1、供应商的讨价还价能力供应商作为产业链的上游，主要为其下游企业提供原材料等生产要素，因此往往通过控制要素价格与质量，来提升其在产业链中的竞争力。如果供应商所



供应的生产要素是下游企业生产所必须甚至是无可替代的或者在产品成本构成中占比高，就意味着供应商的议价能力强。

2、购买者的讨价还价能力服装行业不属于大规模生产行业，服装行业的消费者集中度较高，多为女性及青、中年人，单一顾客的购买力大，随着零售模式发展的越来越成熟，顾客转换产品的成本几乎没有，越来越多的消费者也开始看重服装的品牌，产品的差异性和质量对于顾客来说越来越重要，购买者有能力实现后向一体化。总之对于服装行业来说，购买者具有较大的议价能力。

3、替代品的威胁由于服装是人们生活的必需品，替代品对整体没有影响，因此该行业替代品的潜在威胁可以从根本上忽视。然而，在细分市场中，随着新材料和新技术的进步和发展，以及时尚趋势的变化，一些产品正在更新。这是必然的趋势。

4、行业内现有竞争者的竞争服装行业内部现有竞争者的竞争较为激烈，市场份额较为集中。大量中小企业为了很少的市场份额努力拼杀。2019年在行业需求增幅大幅放缓情况下，行业内部竞争进一步加剧，品牌、价格、质量和服务将为竞争的主要焦点，综合实力强的竞争者将在市场中占得先机。

5、潜在进入者的竞争1) 进入壁垒较小;2对于大企业存在退出壁垒，对于中小企业较容易退出;对新进入者是消极防御。

## （五）、市场规模分析

### 1、市场细分

产品面向所有收入阶层。随着人民生活水平的普遍提高，增强体育锻炼、爱美已经成为一种生活趋势。因此，抓住这个机遇，推出各种价位的服装，可以满足不同收入的消费者。

## 2、目标市场选择

随着生活水平的提高，大部分人的温饱问题解决后，如何生活的更加健康成为了现代人关注的重点。在人民生活中的地位越来越高。加强体育锻炼已经成为了一种广泛的潮流。在繁忙的工作之余，进行一种强度适中的运动，保持身体健康，这种生活方式值得生产商注意。

## 3、品牌定位

服务差别化：提高专卖店销售的服务，培养店员良好的服务态度和交流能力，加强网上购物的售后服务，让消费者满意。

### （六）、用户分析

#### 1、基本特征

（2）、性别特征女

（3）、地域特征乡镇

（4）、学历特征中专

#### 2、偏好特征

（1）、兴趣爱好奢侈品

（2）、品牌爱好不限

（3）、产品爱好经济实惠

（4）、出入场所办公楼、写字楼、学校、小区

#### 3、社会特征

(1)、职业特征白领、学生、事业编、退休人员

(2)、社交渠道线上、线下

(3)、休方式无

(4)、家庭结构无

#### 四、商业模式

##### (一)、商业模式

1. 重要伙伴服装供应商、赞助商

2. 关键业务售卖服装、办理会员

3. 核心资源品牌、品质、服务、包装

4. 价值主张把每一分钱用在刀刃上,充分发挥每一分钱的值

5. 客户关系用户粘性

6. 渠道通路生产商--消费者

7. 客户细分广大青年、工作人员、学生、老师

8. 成本结构工作人员工资、进原材料

9. 收入来源办理会员卡、进店销售获利

##### (二)、营销模式

#### 1.4p营销模式

(1)、产品由于本店的目标对象是18—30岁年龄段的青年群

体，因此款式应相应斯文、时尚、新颖，不能过于前卫、夸张也不能太落后。

(2)、价格设置分明的高端、中端品牌，这样有一部分想买但是嫌价格太贵的中层收入人群，一旦价格达到可以承受的度，就能促成交易的达成。新增广大中层消费群体，扩大企业苧麻产品的市场份额，能够增加销量和价值报偿，提升企业获得的总价值。对于企业内部的一些滞销品，可以采取降价或者打折出售，也会增加一些购买力。

(3)、促销最一举多得的招数——开办培训班，最有效效果的招数——讲求信誉 渠道现今，网购已在人们的消费中占据很大比重，使传统的线下渠道深受冲击。网购具有便捷、价格低的特点，消费者足不出户就可以买到全世界不同国家的商品；对企业来说，线上营销具有低成本、高效率、信息传播等优势。

## 2.4c 营销模式

(1)、消费者1-15岁，需求量小，产品单一，年龄小，没收入，只有在特别节日才会购买本产品，产品也比较单一，但都具有一定代表性。15-30岁，购买频率高，需求的样式要多种多样，这个年龄阶段正是青春飞扬的年龄，追求个性的需求最大这个阶段是买服装次数最多的，需求的样式也是最新颖美观的。

(2)、成本尽量控制产品成本，以保证产品性价比，但是不能因为控制成本而影响产品的质量和颜色。

(3)、便利从客户的角度出发，考虑能为客户提供物流服务能给客户带来如时间的节约，资金占用减少，核心工作能力加强，市场竞争能力增强等效益。

(4)、沟通意见纸可经过专门设计，如卡通图案形状。提供

各式各样的漂亮的笔，欢迎大家积极建言献策，充分采纳顾客建议，客户至上，以客户为中心指定营销计划、积极与客户沟通、尽量满足客户需求、改进客户提出的问题。

### 3. 盈利模式

(4)、解决方案积极改正顾客提出的问题

### 4. 推广模式

(1)、线上推广dsp互联网广告开张当天为招揽顾客，办一些促销活动势不可免，促销活动不外乎打折、赠品及抽奖等三大类型。同时在周围小区散发些传单。

(2)、线下推广优惠券利用顾客数据库，以某种借口施以小恩惠，使其来店领取或告知打折消息，或者免费送过季衣服（要定量）

## 五、团队介绍

### (一) 团队组织架构

1. 星状组织架构我们团队中有一个核心主导人物[ceo]充当了领军的角色。这种团队在形成之前，一般是ceo有了创业的想法，通过一定的资源整合，启动项目，然后根据自己的设想进行创业团队的组织，大家都围绕着ceo的想法或者技术展开工作。

### 2. 团队岗位职责

## 六、融资计划

风险资本的退出是否畅通，是关系到企业能否吸引投资，以及未来能否持续、健康发展的关键一环。未来公司风险资本

的退出可以选择公司并购或管理层回购、股权转让的方式实现。

## 1. 融资计划

(2)、融资金额通过计算，我们预计融资50万元

## 2. 融资用途

(1)、补充流动资金扩大流动资金

## 3. 融资退出

(1)、上市[ipo]退出企业上市是最常见的退出方式[ipo]首次公开发行股票[initialpublicoffering]是指企业发展成熟以后，通过在证券市场挂牌上市使私募股权投资资金实现增值和退出的方式。

(2)、公司并购并购退出的优点在于不受首次公开发行[ipo]诸多条件的限制，具有复杂性较低、花费时间较少的特点，同时可选择灵活多样的并购方式，适合于创业企业业绩逐步上升，但尚不能满足上市的条件或不想经过漫长的等待期。

(3)、股权转让股权转让指的是投资机构依法将自己的股东权益有偿转让给他人，套现退出的一种方式。常见的例如私下协议转让、在区域股权交易中心公开挂牌转让等。

(4)、管理层回购[mbo]管理层通常需要以溢价或平价的方式回购风险投资的股权。虽然风险投资人的退出收益率相较首次公开发行和股权转让收益率要低，但优点是交易复杂性低或风险较小。

创业项目 h.g东大门服装店创业计  
名称 划书

专业班级

| 团队成员 姓名 | 学号          | 学院   | 专业班级    |
|---------|-------------|------|---------|
| 许嘉辉     | 20201320044 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| 彭国亮     | 20201320038 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| 王文龙     | 20201320039 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| 张亚松     | 20201320034 | 建筑学院 | 工程2002专 |
| 徐晓旭     | 20201320037 | 建筑学院 | 工程2002专 |

批阅评语/  
得分点  
成绩 (百分制给分)

阅卷教师:

日期: (先  
不填)

大学生创新创业计划书模版投稿

创新创业计划书

# 大学生创新创业花店计划书规模篇三

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金9.5万元。

## 二、经营目标

1、由于地理位置处于贸易街，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。

短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

## 三、市场分析

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如。因此竞争是很大的。

## 四、经营计划

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺



寸蛋糕的本钱价。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有最便宜的价钱。

今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以最好的材料制作出最高品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。

在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。

卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。

一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为\*先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

## 五、财务估算

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：

1、房租5000元。

2、门面装修约20xx元(包括店面装修和灯箱)；

3、货架和卖台投进约1500元；

4、员工(2名)同一服装需500元

5、机器设备最大的投资：8万元(包括制作蛋糕的全套用具)

首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额(均匀)：21000元。占有关内行人士评估，如此一家

小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。

每月支出：14033元。

房租：最佳选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段(如幼儿园或者游乐场四周)，约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

## 六、风险及制约因素分析：

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的财力物力和“花招”来招揽顾客。

## 大学生创新创业花店计划书规模篇四

说明：计划书摘要应该尽量控制在2页纸内完成。创业计划书摘要应该涵盖该计划书的所有要点，浓缩所有精华，并要求简洁、可信、一目了然。

产品/服务描述(这里主要介绍拟投资的产品/服务的背景、目前所处发展阶段、与同行业其它企业同类产品/服务的比较，本企业产品/服务的新颖性、先进性和独特性，如拥有的专门技术、版权、配方、品牌、销售网络、许可证、专营权、特许权经营等。)

企业现有的和正在申请的知识产权(专利、商标、版权等)：  
专利申请情况：产品商标注册情况：企业是否已签署了有关专利权及其它知识产权转让或授权许可的协议?如果有，请说明

(并附主要条款): 目标市场:这里对产品面向的用户种类要进行详细说明。 产品更新换代周期:更新换代周期的确定要有资料来源。

产品标准:详细列明产品执行的标准。 详细描述本企业产品/服务的竞争优势(包括性能、价格、服务等方面): 产品的售后服务网络和用户技术支持:

1、行业情况(行业发展历史及趋势,哪些行业的变化对产品利润、利润率影响较大,进入该行业的技术壁垒、贸易壁垒、政策限制等,行业市场前景分析与预测): (1)列表说明过去3年或5年各年全行业销售总额:必须注明资料来源。 (2)列表说明未来3年或5年各年全行业销售收入预测:必须注明资料来源。

3、企业内部部门设置情况:以图形来表示本企业的组织结构,并说明每个部门的责权利、部门与部门之间的关系等。

4、企业员工的招聘与培训

5、董事会成员名单: 序号 职务 姓名 学历或职称 联系电话  
1 董事长 2 副董事长 3 董事 4 董事 5 董事  
(1) 董事长 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行内的技术和管理经验及成功事例。 主要职责  
(2) 总经理 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描在本行业内的技术和管理经验及成功事例。 主要职责  
(3) 技术开发负责人 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例。 主要职责  
(4) 市场营销负责人 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在本行业的营销经验和成功事例。 主要职责  
(5) 财务负责人 姓名

性别 年龄 籍贯 联系电话 学历 学位 所学专业 职称 毕业院校 户口所在地 主要经历和业绩:着重描述在财务、金融、筹资、投资等方面的背景、经验和业绩。 主要职责 (6)其他对企业发展负有重要责任的人员(可增加附页)

1、产品销售成本的构成及销售价格制订的依据:如果产品已经在市场上形成了竞争优势,请说明与哪些因素有关(如成本相同但销售价格低、成本低形成销售优势、以及产品性能、品牌、销售渠道优于竞争对手产品,等等):

2、在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施:

3、在广告促销方面的策略与实施:

4、在产品销售价格方面的策略与实施:

5、在建立良好销售队伍方面的策略与实施:

6、产品售后服务方面的策略与实施:

7、其它方面的策略与实施:

8、对销售队伍采取什么样的激励机制:

1、产品生产制造方式(企业自建厂生产产品,还是委托生产,或其它方式,请说明原因):企业自建厂,购买厂房还是租用厂房,厂房面积是多少,生产面积是多少,厂房地点在哪里,交通、运输、通讯是否方便:现有生产设备情况(专用设备还是通用设备,先进程度如何,价值是多少,是否投保,最大生产能力是多少,能否满足产品销售增长的要求,如果需要增加设备,采购计划、采购周期及安装调试周期):请说明,如果设备操作需要特殊技能的员工,如何解决这一问题:

3 正常生产状态下，成品率、返修率、废品率控制在怎样的范围内，描述生产过程中产品的质量保证体系、以及关键质量检测设备、产品成本和生产成本如何控制，有怎样的具体措施：

4、产品批量销售价格的制订，产品毛利润率是多少？纯利润率是多少？

2、请说明投入资金的用途和使用计划

： 3、拟向外来投资方出让多少权益？计算依据是什么？

4、预计未来3年或5年平均每年净资产收益率是少？

5、外来投资方可享有哪些监督和管理权力？

6、如果企业没有实现项目发展计划，企业与管理层向投资方承担哪些责任？

7、外来投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间：

8、在与企业业务有关的税种和税率方面，企业享受哪些政府提供的优惠政策及未来可能的情况(如：市场准入、减免税等方面的优惠政策)：

9、需要对外来投资方说明的其它情况：

1、产品形成规模销售时，毛利润率为 %，纯利润率为 %

2、请提供：未来3-5年的项目盈亏平衡表、项目资产负债表、项目损益表、项目现金流量表、项目销售计划表、项目产品成本表；注：每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明。

请说细说明该项目实施过程中可能遇到的风险及控制、防范手段(包括可能的政策风险、加入wto的风险、技术开发风险、

经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险、汇率风险、投资风险、对企业关键人员依赖的风险等。每项要单独叙述控制和防范手段)

为补充本项目计划书内容，需要进一步说明的有关问题(如企业或企业主要管理人员和关键人员过去、现在是否卷入法律诉讼及仲裁事件中，对企业有何影响)：请将产品彩页、企业宣传介绍册、证书等作为附件附于此。(注：此计划书为参考格式，非具体要求，各参赛团队可根据自己实际情况结合此样式做适当调整与修改)

## 大学生创新创业花店计划书规模篇五

和其他所有的买方市场一样，如何激发潜在客户的购买欲望，使他们的能量得到充分发挥，是汽车销售面临的难题之一。因此，对经销商而言，能否利用有效的营销策略来吸引顾客的注意，如何提高销售人员的素质，是否拥有完善的售后服务是终端能否成功的关键因素。

### 形象传播

如今，酒好也怕巷子深已经成为了商家的共识，为了向消费者传递的产品信息、服务信息和企业形象得到消费者的接受和认可，进而促进销售，公司可以综合运用广告、促销、提高知名度等手段，以树立良好的形象。

#### 1、广告

有针对性的综合运用各种形式，在汽车越来越普及的今天，一定要从企业、产品、消费者的实际出来，在媒体的选择上要有所取舍，在风格的制作上要有所改变，在与竞争对手的比较中突出自己的优势，以适应变化越来越快的消费环境、吸引更多的眼球。我们的轿车品牌主要是家用轿车，而且价格较低，很适合工薪阶乘，零散用户，由于我们刚刚进入东

营市场，知名度还较低，所以我们在投于媒体广告的同时，由我们的业务人员在各个小区及商业区发放宣传资料、车辆巡展、利用周六及周日在繁华的商业地段举办车展等以最快的时间让公众了解我们的企业及品牌。

## 2、促销

极性，构建一个流畅、高效、良性的渠道；而对于推销队伍把奖金等物质奖励和提供培训机会、内部刊物表彰等精神奖励相结合旨在提高士气的做法，充分发挥其主人翁精神，为企业的发展、壮大培养后备军。

## 3、提高知名度

知名度是企业为了改善与社会公众的关系，促进公众对企业的认识、理解及支持，达到树立良好组织形象，促进商品销售的目的的一系列的活动。我们可以通过建立和谐的内部关系、向上的团队精神、均等的发展机会以及周全的关心制度来打造良好的内部关系，同时通过媒体广告、积极参加公益活动、销售人员上门拜访等建立起良好的企业及产品的知名度。

## 销售人员

营销队伍是销售车辆、贯彻营销理念，提供优质服务的关键，是连接消费者与销售企业之间的桥梁，甚至本身就是销售企业的招牌。销售人员在汽车营销过程中处于一个比较特殊的岗位，他们同时服务于公司和顾客，一方面代表公司与顾客接触，将公司的汽车产品信息和服务信息传达给顾客，通过接近顾客介绍产品、回答顾客问题、与顾客谈判价格、最后达成交易售出汽车，之后还要为顾客提供相关服务。与此同时，还要为公司做市场研究和情报工作、填写销售报告、将顾客对产品的意见和建议传达给公司相关部门，与公司其他人员一起共同提高顾客满意度。销售人员不仅要关心产品销售，还要知道如何创造顾客满意和公司利润。而在我国，随



随着汽车普及程度的提高，顾客的专业水平也在不断提升，汽车消费者越来越理性，销售人员的专业水平要高于消费者，如果销售人员能向顾客介绍所销售汽车发动机、变速箱，适用的车型以及该款发动机在国内的使用情况和各种手动换档，自动和无级变速器，还能知道售后服务、汽车贷款、汽车保险及理赔等，从而更好地达成销售。没有系统的培训体系，培训不能持续进行，而不能持续进行的培训，是难以发挥作用的。更为重要的也是真正的困难所在就是在于培训应是一个使业务员专业化和职业化的过程。有计划、有目的的加强销售人员的技术、销售技巧等方面的培训，从而为企业的发展奠定坚实的基础。

## 售后服务

汽车市场的竞争是一个综合性的竞争，除了要有优质的汽车产品，还要有优质的售后服务。汽车消费者越理智，消费者对于汽车产品的售后服务的要求就越高，如今越来越多的整车生产厂家将提高自身售后服务质量作为维护品牌、发展客户的手段。良好的售后服务不仅获得丰厚的利润，还可以有效带动销售量的增加，从而在汽车生产、销售、售后服务、提高顾客品牌忠诚度等方面取得成就，形成购车、用车、再次购买同品牌汽车及介绍周围朋友购买同品牌汽车的良性循环。除此之外我们还要注重团队建设，分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能实现我们制订的目标。建立健全了每天的晨会，每周例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。在加强自身管理的同时，借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和综合素质。进一步强化全体员工的服务意识和理念。同时建立起完善的客户档案(电子档案)，由业务人员定期回访维护，争取最大限度的从老客户身上发掘出新的客户。我相信只要我们努力去做，就一定能把东营市场做好做大。