

it 创业计划书十二篇

it 创业计划书 篇 1

毕业有一段时间了，因为受到全球经济的影响，大家对餐饮行业都很看重，所以打算在毕业之后开一家蛋糕店，现在市场上的蛋糕店确实很有发展的前景，毕竟人们的生活条件好了，消费水平别比以前好很多了，大家都追求生活的品质，蛋糕店已经变成了城市消费的一大潮流。

一、蛋糕店概况

蛋糕店也属于餐饮行业，毕竟是个人的企业，能够给大家提供面包，冰淇淋，蛋糕等等，还有一些其他的'产品。

所以打算在商业街开一家中档的蛋糕店，将来慢慢的会发展成连锁店创业的启动资金，大约在 9.5 万元左右。

二、创业目标

因为地理位置位于商业街，客源相对来说会稳定一些，当然竞争对手也是比较多的，毕竟本店铺是刚刚开业的，如果想要在市场上站稳脚，首先在服务质量和产品质量上面需要多下一些功夫，为了进一步能够扩大经营，满足消费者在短期的目标，就是希望能够在商业街站稳脚打开知名度，大约在一年左右的时间回本，长期的目标就是根据现在市场的发展，希望能够成为连锁店，铺在蛋糕品牌中有自己的份额。

三、分析市场

本店有稳定的顾客源，一般都是商业街的消费者，有 50%的人是大学生，工作人员，小区的居民，有 50%的人是店铺的的稳定客源，消费水平也很不错。

总体来说竞争是比较大的，因为在附近知名的蛋糕店品牌比较多，连锁品牌的蛋糕店就有五六家，所以竞争还是比较大的。

首先去附近的蛋糕打听一下价格是多少，不同种类的尺寸，蛋糕的大小也是不一样的。开一家蛋糕店，最重要的就是店铺里做蛋糕的师傅，还有糕点师的师傅，所以一定要慎重的考虑一些。

不管是店面装修还是工作人员的形象，或者是制作蛋糕上面都需要给顾客营造一种健康卫生的感觉，而且还要按照国家所规定的食品卫生法，这才是最重要的，而且每个工作人员都需要有健康证。

it 创业计划书 篇 2

一、 计划摘要

1. 公司介绍：

1 项目名称：

2 项目场地：网上销售

3 法律形式：个体工商户

2. 管理者及其组织：

店铺运营总监(策划)1名，客服人员若干名，网络美工1-2名，财务管理1名，库房配送1-3名

3. 主要产品和业务范围：

1 主要产品：高档休闲皮鞋(副服装箱包)

2 销售对象：以青年上班族男女为主，追求时尚休闲的学生群体以及网购爱好者。

3 产品特色：以独特、简约、使用、休闲的设计风格，融合历史的积淀和时尚的潮流，形成

了自己的卓尔不群的独特气质，也造就了独具特色的休闲文化，赢得了众多消费者的喜欢，被认为是时尚运维与都市休闲的完美融合的典范，传达出品牌的强大包容力和生命力。

4. 市场概貌：

近年来，随着信息技术的进步和互联网的普及，我国电子商务发展的大环境及其成果运用发生了巨大变化，在繁荣国内市场、扩大居民消费、降低物流成本、提高流通效率等方面发挥着日益重要的作用。从国家战略角度上说，电子商务已经足以承载整个国民经济的一个重要的参考指标，大力发展电子商务，成为了促进经济发展方式转变，提高国民经济运行质量和效率的重要途径。

5. 营销策略：

在讲究便利、快捷的今天，个人用户通过互联网购买所需要的物品、支付金钱，企业用户进行商务宣传、业务拓展，成为越来越多的个人和企业用户的选择，品牌的追求也成为了一种时尚。这就要凭网站的良好信誉、口碑，这些信誉与口碑最终也就落实到该网站的品牌。因为品牌不仅是网站在商场上拚杀的利器，也是网站业绩、形象和信誉的象征。

6. 销售计划：

② 度创新；

②以科学管理赢得竞争优势；

③实施 cs(客户满意)战略，营造品牌优势；

④创品牌，树形象；

⑤不断强化服务质量管理与成本控制，创优质、高效、安全、快捷服务。

6. 财务计划：

1 启动资本：15 万人民币

2 后期投资：后期根据店铺经营情况，适当加大推广费用及各项促销活动费用。

3 资本来源：银行贷款；合伙投资。

二、公司介绍

1. 本公司所创建的项目名称为“鞋类旗舰店”。

2. 公司理念：

系列产品精选优质牛皮，凭借精细的剪裁和考究的制作工艺，以极富时代感的色彩和抽象的线条赋予了品牌深邃的内涵和张扬的个性。独特创新的设计思维、优质的产品品质、完整的产品结构和鲜明的品牌形象，配合强劲的品牌战略推广和营销决策，成就了在中国市场上的重要地位，并全力打造个性鞋品典范。

3. 品牌文化

真实——只有真实，才有价值。实事求是，坦诚相待。

简约——简约是一种品味，是一种大气。

时尚——做独一无二的自己，不随波逐流。

运动——生命在于运动，青春在运动中焕发。

快乐——积极向上，乐观豁达。快乐工作，工作快乐。

4. 经营战略：

凭借强大的产品特色、生产、营销力量与产品终端优势，积极推动品牌传播的不断深入，成就了在中国市场上的重要地位，并全力打造个性鞋品典范，在新一轮的品牌提升中再创佳绩，向国际化品牌迈进。

5. 战略目标：

第一年提升月销售额达 3 万人民币并保持这一水平，年销售额达 30 万。第二年保持月销售额 5 万元人民币，年销售额达 75 万元人民币。之后每年在保持之前的业绩小同步增长。最总实现自己的品牌文化，拥有固定消费人群，在业内具有一定知名度。

三、项目分析与市场预测

1. 背景分析：

电子商务作为现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业、绿色产业”之称，具有“三高”、“新”的特点。“三高”即高人力资本含量、高技术含量和高附加价值；“三新”是指新技术、新业态、新方式。人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值链的概括。电子商务产业具有市场全球化、交易连续化、成本低廉化、资源集约化等优势。电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深度融合的发展态势。随着互联网的快速发展和人群中的普及化，以及中小企业应用电子商务进程的推进和国家对电子商务发展的重视，网络已经开始影响人们的生活观念，改变国人的消费模式。越来越多的消费者将会进行网上购物。“一”末，电子商务平台服务、信用服务、电子支付、现代物流和电子认证等支撑体系加快完善。围绕电子商务信息、交易和技术等的服务企业不断涌现，“一”末，已达到 2.5 万家。电子商务信息和交易平台正在向专业化和集成化的方向发展。社会信用环境不断改善，为电子商务的诚信交易创造了有利的条件。

2. 项目需求分析：

目前商业服务业态主要有两种，一种是传统商业服务业态，就是实体店铺业态模式，如家乐福、零售店等；另一种是最近 15 年发展起来的互联网商业服务业态，就是网店业态模式。这两种业态模式各有优劣。实体店铺的优势在于便利和服务有保障，劣势在于成本太高，费时费力；网店模式的优势在于方便、成本低，劣势在于服务周期长、服务保障低。电子商务的发展仍然存在着一些比较突出的问题。比如电子商务对促进传统生产经营模式创新发展的作用尚未充分发挥，对经济转型和价值创造的贡献潜力尚未充分显现。

3. 运行依据：

截止到 201x 年 6 月，全国电子商务交易额达 4.35 万亿元，同比增长 24.3%。其中，B2B 交易额达 3.4 万亿，同比增长 15.25%。网络零售市场交易规模达 7542 亿元，同比增长 47.3%。截止到 201x 年 6 月，我国 B2B 电子商务市场交易额达 3.4 万亿元，同比增长 15.25%，增速同比上升。我国 B2B 电子商务服务企业达 11400 家，同比增长 4%，增速同比趋缓。201x 年上半年中国 B2B 电子商务服务商的营收规模为 93.8 亿元，同比增长 25.9%，受企业电子商务规模的拓展，B2B 服务商因此受益。国内使用第三方电子商务平台的中小企业用户规模（包括同一企业在不同平台上注册但不包括在同一平台上重复注册）已经突破 1800 万。

截至 201x 年底，中国移动电子商务市场交易规模达到 965 亿元，同比增 135%，依然保持快速增长的趋势。我国移动电子商务发展如此之快的原因有四：一是手机用户数量和用手机上网用户数量攀升；二是廉价智能手机及平板电脑的大量普及；三是上网速度、无线宽带、

资费下调；四是传统电商沉淀，为移动电子商务的发展奠定了基础。移动电子商务凭借其与传统电子商务的有效补充，开拓出了一片广阔的新蓝海。移动电子商务市场需要更多创新性产品加入，进而不断完善移动电子商务市场，为移动电子商务的增长提供源源不断的发展动力。

4. 创业机会：

电子商务作为一种新的营销手段，从发展趋势来看，它的外延在不断扩散，以金融产品、旅游产品、精品消费为代表的物流电子商务将成为整个市场的重要补充力量。201x年，商务部、工信部等部门已经将电子商务的发展规划纳入“一”规划的范畴之内，未来电子商务企业的发展将得到更多政策资源的支持。目前，我国正着手推动电子商务示范工程，国家信息化推进办公室先后批准了17个电子商务试点，覆盖了多个行业、地区、企业。在发展经济的过程当中，各个行业，尤其是一些中小企业和一些个体户，应该牢牢把握这个契机，实现产品利益的最大化。中国电子商务经过十几年的发展，在平台与服务上取得的成绩有目共睹，但是从作为本地化电商平台，却在行业的发展中蓄势待发，201x年，我国电子商务行业投资额将达到48.1亿美元。

四、产品(服务)介绍

1. 服务介绍：

系列产品精选优质牛皮，凭借精细的剪裁和考究的制作工艺，以极富时代感的色彩和抽象的线条赋予了品牌深邃的内涵和张扬的个性。独特创新的设计思维、优质的产品品质、完整的产品结构和鲜明的品牌形象。

2. 主要产品介绍：高档休闲皮鞋

3. 特色服务：线上促销价格远远低于线下店铺价格(期间省去代理商、运输费用的等，厂家直销)，店

铺产品更新速度快于线下店铺可以第一时间获取款式的最新信息。

五、人员及组织架构

1. 组织架构：

2. 各岗位人员所具备能力和职责：

(一)运营总监

- 1、负责网店整体规划、营销、推广、客户关系管理等系统经营性工作；
- 2、负责网店日常改版策划、上架、推广、销售、售后服务等经营与管理工作；
- 3、负责网店日常维护，保证网店的正常运作，优化店铺及商品排名；

- 4、负责执行与配合公司相关营销活动，策划店铺促销活动方案；
- 5、负责收集市场和行业信息，提供有效应对方案；
- 6、制定销售计划，带领团队完成销售业绩目标；
- 7、客户关系维护，处理相关客户投诉及纠纷问题。
- 8、负责协助运营总监完成工作；
- 9、负责其主要论坛的优化工作；
- 10、负责对每天销售的货品的数据分析；
- 11、负责网店的帮派沟通协调工作。

(二) 客服人员

- 1、通过在线聊天工具，负责在淘宝上和顾客沟通，解答顾客对产品和购买服务的疑问；
- 2、产品数据在线维护管理，登陆销售系统内部处理定单的完成，制作快递单，整理货物等；
- 3、客户关系维护工作，在线沟通解答顾客咨询，引导用户在商城上顺利的购买，促成交易；
- 4、负责客户疑难订单的追踪和查件，处理评价、投诉等。

(三) 配送人员

- 1、负责网店备货和物资的验收、入库、码放、保管、盘点、对账等工作；
- 2、负责保持仓库内货品和环境的清洁、整齐和卫生工作；
- 3、按发货单正确执行商品包装工作，准时准确完成包装任务；
- 4、准确在网店后台输入发货单号，更改发货状态，对问题件能及时处理。

(四) 网店美工

- 1、负责网店产品上传宝贝的文字编辑及上传宝贝的相关工作，图片拍摄制作。
- 2、根据主题需要完成店铺进行整体的美化(公告栏和促销栏图片设计)。
- 3、根据文字需求完成网页平面设计，完成网页 **html** 编辑。
- 4、产品拍摄图片的美化、编辑排版；

(五) 财务人员

- 1、负责网店销售与资金到账的管理；
- 2、负责网店与快递公司业务费用的管理；
- 3、负责网店日常运营财务方面的处理；

(六) 策划

- 1、负责不定期策划淘宝商城营销活动；
- 2、负责产品的文案描述。
- 3、策划并制定网络店铺及产品推广方案(包括淘宝推广、SEO 论坛推广、博客营销、旺旺推广等)等营销工作；
- 4、研究竞争对手的推广方案，向运营经理提出推广建议；
- 5、负责对店铺与标题关键字策略优化、橱窗推荐、搜索引擎营销、淘宝直通车、淘宝客等推广工作。

六、营销策略

1. 相比我们的优势有：

1 国家鼓励高校学生自主创业。

近几年高校不断扩招，毕业生数量大幅度增长，由于经济危机的影响，造成了毕业生供过于求，大学生就业成为国家关注的问题。为此，国家出台了通过一系列优惠政策和措施支持大学生自主创业，“天天运动”网上商城正是为我校电子商务专业学生提供的一个创业平台，为以后就业或创业打下扎实的基础。

it 创业计划书 篇3

一、项目计划概要

蛋糕甜品作为礼物点心在现代人生活中是必不可少的东西，各式各样的蛋糕层出不穷。顾客在同一蛋糕店或者不同的蛋糕店中，蛋糕的模式都是相差无几，即使顾客（尤其是学生等年轻群体）能订购蛋糕也是与他人相同的款式，送给亲人朋友也是“途经他人之手”。在DIY蛋糕店中，顾客可以制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次为他人自己亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力！因此，为了在激烈的蛋糕甜品行业中脱颖而出，给顾客一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我们的“爱 CAKE”顺应潮流。考虑到我们大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“爱 CAKE”蛋糕店做起，将品牌打响，逐步扩大自己的产业，掀起动手热潮！

二、项目内容

（一）项目名称

“爱 CAKE”蛋糕店——DIY蛋糕

（二）项目创新

制作跟世界不一样的蛋糕！

（三）店面名称

“爱 CAKE ——DIY蛋糕店

注释：“爱 CAKE，爱蛋糕，做世界上独一无二的蛋糕！”

（四）产品分析

1、企业产品自身分析

（1）产品的价格定位

在完全竞争市场下，产品的市场价格有时对竞争力产生决定性的后果。价格市场竞争中的一个必要因素。顾客购买力有限，对价格十分敏感。我们要保证基本上蛋糕的. 最终价格须得在大众都能接受的范围内。当价格要调整时，在价格提高的同时，也必须在服务质量方面得到提高。

（2）产品的形象内容

由于是顾客自己动手制作，产品内容会跟顾客心理预期贴近，产品的包装上讲究尽量符合顾客需求的风格，细致入微。

2、产品的种类

（1）基本产品：① 蛋糕。材料，设备供应商的选择。

② 其他饮料（如可乐，雪碧，奶茶，咖啡等）

③ 经常进行促销活动，推销店面特色产品。

④ 根据部分顾客口味制作的甜点，如奶酪等。

（2）特色产品：① 提供模具，可手工制作符合自己心意的特色巧克力，蛋糕，冰淇淋

② 提供制作蛋糕的面粉、奶油等材料。

（五）店面地址：

选择重庆工商大学北苑超市三楼，靠近学生年轻人聚集区，且交通便利的地方，位于学生楼栋交叉路口上，周边有学生超市，小吃奶茶店，台球室，快递点，人流量非常大。（由于本项目主要的面对的服务对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，学校学生流量大，群体更新快）。

（六）店面布局：

店面以简单的单色墙为主，可以挂上简单的蛋糕制作参考图片，指导初学者制作蛋糕。

也可以经过顾客允许后，或者让顾客自己自发的将制作蛋糕的过程、蛋糕的成品照片粘贴到墙上并留言祝福。

三、市场分析

(一) 市场现状分析

根据学校学生生日状况的统计分析，在学校主校区近 2 万人的学生群体中，每天大约有 56 人过生日，在这些学生中，占 18% 的顾客愿意并且希望能够自己制作蛋糕，能够接受价格在中等水平以下的蛋糕。

据问卷调查结果分析，我们的消费群体中，各年级分部均匀，且女生占多数。在这些群体中，消费的目的绝大多数都是为了特殊的目的，如生日庆典等。12-15 寸的蛋糕受调查群体中 63% 的欢迎，应运消费者的需求，我们更多的准备这个尺寸范围内的模型。

it 创业计划书 篇 4

姓名：企业名称：已核企业名称 投资项目：做什么 通信地址：邮政编码：电话：
传真：电子邮箱：

日期：20xx 年 1 月 11 日

一、创业者的情况 基本情况：

姓名，性别，出生年月，户口家庭住址，属 X 人员，无在办企业。与创业有关的爱好与擅长，主要能力。 创业及工作经历：

年月——**年**月期间的创业经历；

时在地打工，担任职务，取得的业绩如何，能力如何等。 教育及培训经历：

学历文化层次（读过什么高中、大学），参加过什么种类的培训活动（管理培训、营销培训、生产培训等），20xx 年 3 月参加了重庆工商大学第四期微企创业培训。

二、拟创办企业情况

基本情况：

企业名称是什么，准备在什么地方建筑或租赁多少平方米场地，从事何种经营项目或生产什么产品。拟设置哪几个部门，预计招用员工多少人。企业组织形式：个人独资企业 合伙企业有限责任公司 企业类型：

生产制造 零售 批发服务农业 新型产业 传统产业 文化创意 信息技术 其它 出资情况：

三、产品（服务）介绍 (P7) 产品（服务）名称及概念：

产品名称：平菇、猴头菇……产品概念=性质+功效（用于销售或租借的东西；具有一些属性、可以满足需要）：生态猴头菇、药膳灵芝…。性能及特色：

性能：产品的功能及质量（实现功能程度及其在使用期内功能的保持性） 特色：特殊原材料、特殊工艺、生态环保保障措施等 质量控制：

配置质检员（采购员、供销员）；严控进货渠道、质量；严格按照国家质量体系标准，通过国家 3C 认证等。

四、市场分析

目标客户描述：（P2）

你怎么知道某地区对你计划创办的企业产品有需求，谁将是这个企业的顾客（什么年龄段的人、什么人群…….是我的顾客）。市场现状及发展趋势：（P2）

本地区内有几家做这个行业的，顾客群有多大，有稳定的顾客群吗，顾客现有购买能力足够大吗，未来一定时间内，市场会越来越大吗等。竞争对手及分析：（P4） 优势和劣势

产品的价格、质量、销售、员工、地段、未来前景 自身优势分析：

经历、技术、人员、资金、地段、销售渠道、后续支持、发展前景……..

五、市场营销 经营地址：

直到门牌号 选择该地址的主要原因：

土地或房租便宜、交通方便、位置朝向好、生产（进货）方便、高素质富余劳动力多、离家近等 销售方式：

将产品或服务销售或提供供给：最终消费者零售商批发商 选择该销售方式的原因：

获得较多的利润，及时获取并处理反馈信息（最终消费者） 量大，薄利多销，获得推广支持，保证现金流（零售商、批发商） 促销策划：

人员推销：派推销员（业务员）上门服务、上门宣传，活动现场促销，公众人物促销。

广告投放：发传单、发短信、广告牌、广播、灯箱等

价格策略：采用成本加价法和竞争比较法来定价。开业初期，进行打折（赠送礼品、买一送一、送金卡等）。经营正常后，利用多种定价策略积极促销活动。

销售渠道的拓展：联系一些大企业作为长期客户并逐步拓展到区外；置、业务能力、信誉、合作态度、资金支持等）；

六、人力资源规划

企业人员的组成：

业主 1 人，员工多少人（其中技术员 X 人，服务员 X 人，收银员 X 人，业务员员工工资：业主工资 X 元/月（可实行分段发放制度 3500、5400、8000.....），各工种员工工资 X 元/月（注意不要低于 870 元/月），并实行相关奖金制度。 员工的培训：

新进员工均进行岗前培训，考核合格后方可录用上岗；每月对员工进行专业技术培训、安全培训、服务礼仪培训；定期对员工进行思想观念的培训（团队观念、营销观念）；不定期对员工进行相关培训。 劳动保障：

按照劳动合同法，给员工办理社保（五险）。 七、固定资产情况

办公及生产服务工具和设备（P34）：

it 创业计划书 篇 5

一、企业概况

主要经营范围：

我创办的项目是“朱砂泥手工艺品加工厂”。主要从事小型手工艺品的设计、生产、批发业务，暂不搞零售。

主要产品是：飞马、菩萨、飞天三个系列，共 18 个品种。

本企业创办初期，以自行设计、自主生产为主；来样加工为附。以批发为主要销售方式，不搞赊销，减少资金占压。由于人手原因，暂不零售，将来准备在敦煌旅游区设立摊位，主要是了解市场需求，改进设计和生产。

产品市场前景广阔，据调查，来我省旅游的游客 80% 的会买纪念品，仅敦煌旅游区一处，一年就卖“朱砂泥手工艺品” 15 万件，附近其他景点同时销售 15 万件，共 30 万件的市场容量，而本地生产的仅 19 万件，其余 11 万件由外地工厂加工，我厂有较好的生存空间。

企业类型：

生产制造、传统产业、零售、其他、批发、服务、农业、新型产业。

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验（包括时间）：

黄亮：原镇陶瓷厂技工，手艺高，从事陶瓷加工有 20 余年的经验。担任过班组长，有一定的生产组织能力。

李燕：在供销社当过售货员和业务组长，有一定的和市场打交道的经验。

教育背景，所学习的相关课程（包括时间）

黄亮、李燕均初中毕业

三、市场评估

目标顾客描述：

最终客户是占游客大多数的中等收入者。

目标客户是各旅游景点的商店，为他们提供“价格便宜、样式简单、便于携带、有地方特色”的工艺品。

今后，可以与旅游纪念品公司、工艺品公司、贸易公司、装修公司合作。

市场容量或本企业预计市场占有率：

市场容量为 30 万件，当地供应量仅为 19 万件，有 11 万件的市场可供初期与外地企业竞争。

如果，我厂能占有这 11 万件的 10%，约 10000 件就可保证初期的生产能力满负荷。同时，采取各种方法改进设计、生产、销售，完全有可能强占本地的供货市场约 5%，两项合计为 20000 件。但仅占整个市场的 6、7%，发展的余地很大。

市场容量的变化趋势：

随者西部大开发的进程，游客会增加，市场容量会扩大；但竞争者也会增多，且市场增容的速度可能会比加剧竞争的速度要慢，因此，必须练好内功，有领先一步的意识，做到“销售一代、生产一代、设计一代、开发一代”。

竞争对手的主要优势：

- 1、起步早
- 2、有雇工，产量大
- 3、在景点摆摊，了解市场
- 4、价格低
- 5、有一定的.销售渠道
- 6、有一定的经验

竞争对手的主要劣势：

- 1、产品简单
- 2、品种少
- 3、产品均为仿制
- 4、没包装
- 5、没计划
- 6、不打广告

7、不贴商标

本企业相对于竞争对手的主要优势：

- 1、产品精致
- 2、品种多自行设计，有便于携带的包装，有一定的计划
- 3、准备搞宣传
- 4、贴商标，创品牌

本企业相对于竞争对手的主要劣势：

- 1、起步晚
- 2、产量小
- 3、不了解市场
- 4、价格比他们高 1 元
- 5、没有渠道
- 6、没有经验

四、市场营销计划

地点

(1) 选址细节：

(2) 选择该地址的主要原因：

生产设施占地少；无条件找地方

(3) 销售方式（选择一项并打√）

将把产品或服务销售或提供给：最终消费者零售商批发商

(4) 选择该销售方式的原因：

没有富余人手销售

五、企业组织结构

企业将登记注册成：

个体工商户有限责任公司

个人独资企业其他

合伙企业

拟议的企业名称：

企业的员工（请附企业组织结构图和员工工作描述书）：

职务；月薪

业主或经理；

员工；

企业将获得的营业执照、许可证；

企业的法律责任（保险、员工的薪酬、纳税）

六、固定资产

1、工具和设备

2、交通工具

3、办公家具和设备

4、固定资产和折旧概要

七、流动资金（月）

八、销售收入预测（12个月）

九、销售和成本计划

十、现金流量计划

it 创业计划书 篇6

一、执行总结

是创业计划一到两页的概括，包括以下方面：

1、公司及提供的产品、技术、概念产品或服务的概述

2、面临的市场机会和目标市场定位与预测

3、市场环境和竞争优势

4、经济状况和盈利能力预测

5、团队概述

6、所需资源，提供的利益等

二、产业背景和市场竞争

1、本创业计划的产业背景和市场环境

2、详细的产品、技术、概念产品或服务说明，以及如何满足关键的顾客需求

三、市场调查和分析

1、目标市场的定位与分析

2、市场容量估算和趋势预测

3、竞争分析和竞争优势

4、估计的市场份额和销售额

5、市场发展的趋势等

四、公司战略

阐释公司的发展战略，分阶段制定公司的发展计划与目标，包括：

1、商业模式

2、总体进度安排、分阶段制定公司的发展计划与市场目标

3、公司的研发方向和产品线扩张策略

4、主要的合作伙伴与竞争对手等

五、营销策略

制定有效的营销策略，确保产品顺利进入市场，并保持和提高市场占有率，包括：

1、定义产品、技术、概念产品或服务面对的顾客群，所提供的核心价值、附加利益等

2、制定符合本项目市场特点的价格策略

3、构建通畅合理的营销渠道

4、提出新颖而富于吸引力的推广策略

六、经营管理

1、生产工艺/服务流程

2、设备购置和改建、人员配备、生产周期

3、产品/服务质量控制与管理

七、管理团队

1、公司的管理团队，组织架构以及团队能力

2、各成员与管理公司有关的教育和工作背景，团队成员的分工和互补

3、领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况

八、融资与资金运营计划

1、资金需求和来源

2、融资计划

3、股本结构与规模

4、资金运营计划

5、退出策略（方式、时间）

九、财务分析与预测

1、关键的财务假设

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/397146044115006044>