

创业项目计划书精选【10 篇】

创业准备的东西要很多，创业项目计划书就是其中之一。你们知道有哪些创业项目计划吗？这里给大家分享一些关于创业项目计划书精选【10 篇】，供大家参考。

创业项目计划书 1

网上花店项目计划书

一,项目背景

千姿百态的花朵述说着千言万语,每一句都解说着美好 特别是现在.随着人们的生活水平不断进步,生活质量不断提高.对生活的追求!鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀!花卉消费近年来呈越来越旺的趋势,除了花卉本身所具俏丽姿容,让人们赏心悦目,美化家居等功效外,它还可以开发人们的想象力,使人们在相互交流时更含蓄,更有品位.这样我们创办网上校园花店以鲜花专递为市场切入点,兼顾网站长期市场占有率和短期资金回报率以抢占市场,以满足个性消费为主题,以鲜花为试点带动其他产品,最终能形成具有地质大学青鸟花店品牌优势的市场.是十分可行的。

二,公司项目策化

1. 提供鲜明,公司使命有效,畅通的销售渠道,提供产品服务为根本,促进鲜花市场的大发展.我们的青鸟将成为一个可爱的信使,把祝愿和幸福送到千家万户.为人类创造最佳生活环境!

2.公司目标

立足地大,服务武汉,辐射华中.创建网上花店一流的公司。

本公司将用一年的时间在武汉的消费者中建立起一定的知名度,并努力实现收支平衡. 在投入期仅选择网站总站所在地质大学西校区作为试点市场,该区市场容量在 3000 人以上,较有代表性,试点时间为一个半月.当模式成功后,

以 ASP 的形式在分站推广.经过 3 到 6 个月的运营后再扩张到其余的市场.

三,经营环境与客户分析

1. 行业分析

地质大学青鸟花店网站是由在校大学生推出的面向 650 万在校大学生的垂直网站,因此目标消费者定位为在校大学生.该网站除武汉地质大学的总站外,在湖北各高校设有分站,因此,暂定的目标消费群以湖北各高校大学生为重点,将来逐步扩大市场,以中国地质大学为例,各类在校生近 2 万人,则投入 8 校共有近 20 万的目标消费者,而最新

的统计表明,全国在校大学生有 650 万左右,这样的市场规模是相当庞大的,而且考虑到将来在校生毕业后仍将成为网站的忠诚客户这一现实,目标市场的容量将是相当可观的.

2. 调查结果分析

本公司对武汉的各高校大学生为重点进行客户分析,主要采取问卷调查(问卷调查表见附录一)和个别访谈的方式.此次我们共发出问卷 50 份,收回 37 份.由于时间有限,问卷数量不多,但还是从一定程度上反映了广大消费朋友的消费心理和需求.

(1)有明显的好奇心理,在创新方面有趋同性,听同学或朋友介绍产生购买行为.

(2)购买行为基本上是感性的,但由于受自身经济收入的影响其购买行为又带有理性色彩,一般选择价位较低但浪漫色彩较浓的品种.

(3)在校大学生没有固定的购买模式,购买行为往往随心所欲.

(4)接受和吸收新事物的能力强,追求时尚,崇尚个性.

(5)影响产品购买的因素依次为:价格,品种,包装,服务等.

(6)购买行为节日性很强,一般集中在教师节,情人节,圣诞节及朋友生日前后.

3. 目标客户分析

在校大学生购买一般不问价格,但从网上定单来看侧重于中档价位.在定单数量上倾向于能表达心声,如大多数订购 1 支(你是我的唯一),3支(我爱你),19支(爱情路上久久长久),21支(最爱)等等,在教师节这一天往往以班级人数为单位订购鲜花.包装一般倾向于要求高档化,有向个性化方向发展的趋势,对鲜花的质量要求比较苛刻,如不允许有打蔫现象等.

四,经营策略

1.小组成员:

黄金金(组长)主要负责网站的制作和维护

蒋文敏主要负责开发计划

李鑫主要负责经营策略与项目规划

王鹏主要负责市场调查和结果分析

2.营销策略分析

2.1 品牌策略

网站建设初始,我们便非常重视品牌.在品牌包装上,由美工人员根据详细的市场调查和大胆预测,采取动态与静态页面相结合的设计方案,从视觉形象和文字字体都经过精心规划,力求具有独特创新.

2.2 价格策略 青鸟网上花店在原料,包装,服务等方面力求尽善尽美,努力给客户最大限度的享受和心理满足.既走价格路线,又走质量路线,满足不同层次消费者的需求.

2.3 促销策略

(1)宣传策略

利用学校广播站,报栏,宣传栏免费宣传另外利用网站本身信息流优势宣传和突出形象,并与各大报社,地方电台与电视台建立良好的关系,采取互惠互利双赢的战略模式.

(2)服务方面

网上花店的服务必须是一流的,对于配送队员而言,只要有定单,就必须按照定单要求按时按地送到,并且是微笑服务.在售后服务方面,由客户服务部负责采取以下几种方式:

①打感谢电话或发 E-MAIL 进行友情提醒服务,并在客户重大节日时发电子贺卡.

②无条件接受客户退货,集中受理客户投诉.

③设立消费者调查表,附赠礼品,掌握消费者需求的第一手资料.

④第一次订购的客户将收到随花赠送的花瓶,并享受价格优惠,成为会员后享受会员价格.

⑤不定期的在网上或离线召开会员沙龙,交流信息,沟通感情,并解答客户最感兴趣的问题.

⑥建立客户数据库档案,客户重复订购时只要输入名字,客户的其他信息便自动调入系统.

2.4 渠道建设

就目前来看,网上花店主要是与一级批发商建立业务关系.选择批发商时,一般考察其经营业绩,信誉,合作态度,供货是否及时等方面,要求此批发商在同一城市有位于不同区域的几家营销网点,以便于各高校配送成员就地取花.通常与批发商签订合作协议,就价格与产品质量等问题达成一致意见.

3. 网上花店策略实施

1. 市场范围选择 在投入期仅选择网站总站所在中国地质大学西校区作为试点市场,该区市场容量在 3000 人以上,较有代表性,试点时间为一个半月.该模式成功后,以 ASP 的形式在分站推广.先在已经建成的另外 7 个分站试运营,经过 3 到 6 个月的运营后再扩张到其余的市场.

2. 重点宣传客户,宣传对象以在校学生为主,他们对流行感兴趣,往往容易领导潮流,而对于逻辑思维较强的工科学生,我们利用先期的受众进行传播达到宣传效果.

3. 现场促销选择每年 9 月 8 日和 9 月 9 日两天为重点宣传日期,在此之前,将宣传单分发至学生宿舍. 宣传内容包括:

(1)悬挂统一的彩色横幅,位于校园主干道上,数量为 3-5 条,以 青鸟花店 网址和 校园花店隆重推出 为题搭配悬挂.

(2)在校园人流量较高的位置如宿舍门口和食堂附近搭一宣传台,摆放 3-5 台微机,可以上网查询并订购;放置一宣传板详细介绍花店内容,并摆放实物鲜花,在宣传当天将配送礼品现场送出.

(3)请学校广播站播发 青鸟花店 宣传部门拟定的宣传材料,在早,中,晚各一次,连续数日.

(4)为营造气氛,安排两名小姐佩带写有 青鸟花店 网址的绶带,进行解说,并组织抽奖活动,中奖者可以现场订购 20 元以下的鲜花,由网站付款.

(5)在宣传当天,请与学校有关的媒体到现场报道,如武汉晚报,各地方电视台等.

五,营销效果预测与分析

1.营业额收入

据调查分析,我们可以预测在主要节假日,每天销售额在 1000 元以上.

2.支付方式

根据有关材料网上在线支付将会达到 20%,我们正积极与招商银行等金融单位联系建立业务合作关系,促进在线支付.

3.订货方式

E-MAIL 定单,直接进入 青鸟花店 网站校园花店订购,电话订购.另外,我们重点推出倍受学生喜欢的短信订购.

4.客户特点 年轻化,100% 为青年人,以男性学生为主;他们信誉高,文化素质高,无坏帐现象.

5.消费特点

60 元以下的鲜花最受欢迎.

6.信息基础设施

公司网站主要是以虚拟主机的形式存在的,故公司暂时不需要具备信息方面的硬件设施.对于信息软件的开发和网站的建设,公司将通过内部成员中计算机较好的同学和招聘有这方面特长的成员来共同完成.B2C 网站虽然在理论上可以实现零库存,但是现实中要达到这一点却很困难.

六,经营成本预估

1.原则:

把每一分钱用在刀刃上,充分发挥每一分钱的价值

2.初期投资:

这一时期,资金主要用于外购整体网络服务(虚拟主机),产品采购,系统开发和维护,前期宣传,物流配送等方面上.预计需要人民币 2 万元左右.从网站建立到网站正常运作起来大约需要一个月的时间.

3.第二期投资

这一阶段我们的服务将辐射各大高校和武汉市区.服务的内容会有很大的扩展,服务的质量也将有进一步的提高.其资金来源主要是公司前

期盈利的积累和外来资金的引入,如银行的信贷.

七,系统开发计划

1.系统开发计划

根据公司创建初期资金缺乏的情况和我们开发小组的实际情况,我们决定选择虚拟主机的方式来建立我们公司的网站.当然随着业务的扩大,资金的充裕,我们会考虑建立公司自己的网站.在系统初具雏形后,公司将根据预定的系统功能要求来逐步进行实时测试.系统的完备无疑是一个测试,完善,再测试,再完善的过程,直至系统功能达到公司预期的要求.

2.系统逻辑方案

系统逻辑方案是实现电子商城的经营目标,策略和方式的总体框架.下面结合本公司实际情况做出图解说明六大模块:系统商务活动流程,系统总体逻辑结构,系统数据分布,信息处理模块和安全控制模块.

八,项目小结

1.主要工作完成情况调查

了解到广大大学生朋友的真实需求,而且公司从实现目标,运营机制,项目策略等方面都进行了总体规划.另外,在

系统开发计划方面,公司也结合我国的实际情况,参阅了大量的关于网站服务方面的文献,也结合了课堂上所学的电子商务的知识,做出了适合公司的网站运作流程和设计流程,以及适合我们公司的系统逻辑方案.最重要的是,针对目前鲜花市场上适合大学生朋友特殊要求的情况,我们自行设计了一系列服务产品,如短信订购鲜花,附带祝福卡片,电话传情等并且制定了合理的价位.与此同时,我们还设立了论坛,不仅满足了广大青年学生等切实需要,也可以满足社会不同年龄层次消费者的需求!

2.不足与困难之处

由于我们企业刚刚开始计划,资金方面存在严重不足,同时由于时间紧迫,整个计划书难免有些欠缺,不过我们会尽量地去充实,完善之.在网站设计,制作方面,由于我们小组成员对与此相关的知识了解得不够多,致使我们在网站设计时有很大的困难,但是经过我们的共同努力和协作,青岛花店网站已初具规模,送人玫瑰之手,终久留有余香.我们相信,在以后

的努力中,本网站一定会得到进一步的完善!

创业项目计划书 2

一、创业经营宗旨和理念

明月西餐厅的经营宗旨为：“著意求新,以客为尊”，经营理念为“极意营造幽雅、舒适、休闲之气氛,融汇西方餐馆美食”。

二、市场定位

1.选址方面：明月西餐厅位于学院的美食街内,与连串的快餐店连在一起,但都作为美食街唯一的西餐厅.与其它快餐店所不同的是有更好的就餐环境和更优质的服务。

2.格调方面：西餐厅为温馨浪漫的风格,为顾客提供优质的服务,给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

3.校园市场环境方面：校园经济的市场有很广的发展领域，消费者也是很单纯的消费，相对外部市场竞争要小，个体经营单纯，以小投资为主，服务于在校大学生。服务于学生，应该提供最优质的服务，首先，要吸引学生的注意目光，让他们能在最短的时间来光顾本店，所运用的营销方法是多种途径的;其次，是怎样达到以下营销效果

潜在客户

现实客户

满意客户

美誉度 100

所运用的营销方法也是多种多样的。

4. SWTO 分析

学院现有一万三千几个师生，调查资料表明他们多消费用于饮食方面占了 54.7%，正因如此，饮食也是在学校创业首选之路。消费对象比例图如下：

同时在校院里经营西餐厅的 SWTO 分析图如下：

S: 美食街附近是男生宿舍最聚中的地方，偶尔去美食街的人占了全师生 65.8%

W: 大多数学生都习惯了到快餐和学校所设的饭堂就餐，对于西

餐厅来说不那么的习惯，但资料表明对西餐厅有兴趣尝试的占了 38.2%

O:现时有 40.2% 师生觉得现在学校最缺的服务是就餐环境，而适合明月西餐厅设计是幽雅、舒适、休闲的消费环境，这可表明了，明月西餐厅开业后会有更受欢迎的可能性。

T:美食街有众多快餐店和学校内有五间饭堂

三.管理理念

1.尊重餐饮业人员的独立人格.

2 互相监督:管理层监督员工的工作,同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解.

3 营造集体氛围:既要上下属感受到西餐厅纪律的严明,也要关怀员工,让员工感受到来自集体的温暖,有利于加强凝聚力,提高工作积极性.

4.公平对待,一视同仁,各尽所能,发挥才干。

四.产品介绍

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

1.推出皇牌主食套餐，经济实惠，例如：泰汁鸡扒印尼炒饭套餐、青咖喱猪颈肉扒伴意粉套餐、鳗鱼泰汁鸡扒局饭套餐等，各套餐还配有(粟米忌廉汤、油菜、热奶茶或冻柠乐)，最适合校园情侣品味。

2.西餐结合快餐

例如：扒类(牛扒、猪扒、鸡扒)、各式快餐、各式小食、各种中西炖汤、中西式局饭、粉面类(意粉、米粉等)。

3.美颜甜品

例如：姜汁鲜奶雪蛤膏炖蛋、金粟南瓜西米露、栗子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

4.根据不同的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

例如：现磨咖啡、花式精致冰啡、香滑奶茶、特式风味茶、天然花茶、精美饮品、鲜榨果汁、雪糕新地、滋润甜品等等。

五、市场营销策略

1.品牌策略：

“明月西餐厅”这个店名易记，易读，好听。“明月”一词可以

营造典雅的个性氛围传播快捷，符合目标市场消费者的消费需求。而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

2. 价格策略：

(1)主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

(2)针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，形成价格系列，使消费者在比较价格中能迅速找到自己习惯的档次，得到选购“满足”。

3. 促销策略

(1)西餐厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比较自己与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

(2)为迎合本餐厅的经营宗旨为：“著意求新”，促销战略中应包含以下4方面：

A.求新：我国的西餐厅不但历史久远，而且品种丰富，已初步形成了高、中、低档的格局，冲、泡、蒸、煮、烤、炸、炒，可谓五花八门，一应俱全，但都是多年一层不变的老面孔，消费者对此缺少新鲜感，尤其是文化品味太低，跟不上发展的潮流，因此，要在传统基础上做足做够“新”字文章，增强其吸引力。

B.求变：过去20年，人们以能解决温饱为主，而今天人们则以营养和享受为主，所以，西餐厅也要以变应变，在工艺、烹调、配料上求变来满足人们的口味，一变天地宽，这样才能牢牢抓住消费者，以拓展西餐厅业市场空间。

C.求奇：要在求新和求变的基础上求奇，同样一个商品，变换一个新名词就能赢得消费者的青睐，我们应该从国外饼干、水果等进入中国市场时的新名词而受到启发，同时，求奇，还表现在西餐厅结合上取长补短，用洋西餐厅的技术改造中式西餐厅，也可以用传统的中国工艺嫁接洋西餐厅，做到出奇制胜。

D.求特：这个特，就是中国特色的特色西餐厅。回望中国西餐厅

往来，结果是谁也做不大快上“蛋糕”，有的甚至失传或萎缩了，因此，要尽快选择几个特色西餐厅，上规模，拓市场，强强联合，打造特色品牌，抢占名牌制高点。

(3)促销策略中的宣传策略走低成本，高产出方式，印刷宣传品。分宿舍发放，采用密集战略，同时利用学校广播站，宣传栏免费宣传。

六、实施方案

1. 按照直营店的实施情况来执行：

我们初期的实施方案主要也是按照直营店的实施情况来执行。单店的选址将会通过严格的市场调研和细密的市场分析及谨慎的作业态度来操作，开业前规划，经营地考察从潜在消费分析，门店规划，营业点圈边消费水平，市场竞争状况做科学评估，预测开业后的经营状况。初期的创业重要人员均以到位，其他岗位人员装修开始着手招聘培训。层次定位在10-20元的人均消费，创业初期计划所需资金为10万人民币。

2. 西餐厅服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到本店经营理念的推广。

3. 人员与制度

1) 店长

店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时接受学校的监督，做好西餐厅与学校的交流工作。

工作内容：督促各部长及员工的工作，鼓舞员工的工作热情，听取员工的意见。综合决策各种工作的运行。代表西餐厅与学校进行交流，向上反映员工的意见及要求，向下传递学校所要求的工作。

2) 行政人事

主要职责：人员到职与离职的相关办理，各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理，员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业。

3) 厨师

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/808060050065006122>