

# syb 创业计划书 【优秀 7 篇】

## syb 创业计划书 篇一

### 一、企业概况

#### 主要经营范围：

我创办的项目是在泰州大润发附近开一间以咖啡为主，甜点等小吃为辅的咖啡馆，目前喝咖啡是一种流行，是一种文化。咖啡厅也正在成为提供消费者高层次的精神享受，所以我们小组打算在大润发附近开一家咖啡馆，馆内提供各种咖啡，面包，糕点，还提供书籍供消费者阅读。

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、创业计划的个人情况

#### 以往的相关经验（包括时间）：

20\_\_年在星巴克做过一个月服务员，熟悉服务态度和顾客的消费心理

#### 教育背景，所学习的相关课程（包括时间）

20\_\_-20\_\_在南京理工大学泰州科技学院进行土木工程相关专业的学习

黄亮、李燕均初中毕业

### 三、市场评估

目标顾客描述：

目标客户有：1.普通学生或者情侣，大润发与牧院南理工泰科院距离不远，方便学生前来消费

2、附近居民和上班族 大润发附近有几个小区附近居民也多，我们店环境优雅，设施齐全对他们也有一定吸引力

市场容量或本企业预计市场占有率：

随着人民生活水平的提高，人民会越来越懂得享受生活，所以市场潜能是巨大的，利润也是可观的

在大润发附近有三四个小区，但是目前只有万达星巴克一个咖啡馆，市场占有率为 50%

市场容量的变化趋势：

随着生活水平的提高，人们会更更多地在意自己的生活品质，喝咖啡是一种自我心情放松的方式，也是平时打发时间和朋友聊天聚会的好场所，目前喝咖啡的人群有白领，家庭组合，学生群体，收入稳定的工薪族

## SWOT分析

优势 劣势

1、附近类似消费场所甚少 1.首次创业经验少

机会 威胁 1.靠近大学城，会带来更多的客流量 1.越来越多的餐饮店都会成为竞争对手

2、随着消费水平的提高，越来越多的人 2.大润发里的 KFC等设备齐全的消费 会追求高档的消费场所的娱乐项目场所会带来更多的

挑战

#### 四、市场营销计划

##### 3、地点

(2) 选择该地址的主要原因:

改地址有大型超市,交通便利靠近居民区,客流量较大

(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:

咖啡是一次性消费品

#### 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 {syb 创业计划书超市范文}。

业主或经理 咖啡师 糕点师

#### syb 创业计划书 篇二

市场分析: 社会的激烈竞争就是人才的激烈竞争, 家长望子成龙对孩子要求很高, 学生学习不得法, 压力很大, 他们需要家教的帮助, 可是往往寻找无门; 另一方面, 做家教是大学生创收的唯一直接途径,

可是他们又很难联系到工作。这种信息不对称的现象需要充当桥梁的家教中介来调节。目标：解决贫困大学生经济困难，降低家长同学寻找家教成本，提高大学生实际公司运营的能力。

组织结构：董事长、总经理、财务部、策划部、客户部、广告部、人事部

董事长：监督指导整个工作流程，对重大决定有最终的决策权

总经理：组织讨论，对工作效益定期进行反思、总结，在具体工作中起到轴心作用

财务部：财务管理预算审核工资发放年末利润分配财务监管

策划部：前瞻规划制定公司长、短期业务计划、完善公司制度总结公司工作情况制定学生家教协议

广告部：制定宣传方案广告策划张贴海报及传单发放

客户部：家长信息及学生信息档案管理接受客户咨询、投诉进行客户回访与学生签订协议

人事部：人员调配招聘解雇成员奖惩评定

% 上缴基金会，20% 作为盈余公积，余下的为股东分红

工作地点：总部设在 9#108 室，平时采取手机联系的流动办公形式（笔记本记录要汇总到总部）

工作时间：每天，每周至少开一次会，整理资料，总结经验，为下一周工作做准备

宣传途径：主要通过散发传单，张贴海报，还可以通过宿舍阿姨、老师介绍。重视公司形、建立良好口碑，重视口耳相传的宣传作用。

我们的优势：

- 1、全国重点大学（名牌效应）
- 2、由在职老师、在校学生操作运营，可信度高
- 3、所得收入 10% 捐如基金会，体现出商业目的之外的慈善宗旨，得到社会认可

我们的特色：

- 1、价格较低：为普通家教中介(100~120)的一半
- 2、公开网站（内附公司合法证明）可信度高，同时网站上有登记师生双方的详细信息，家教老师有主动的查询权
- 3、充分考虑交通问题，以长沙市地图为基准，尽量连接最近的两点，为同学们节省车费和时间
- 4、反馈机制：定期采用随机抽样的方法对以往顾客进行电话访谈，收集意见和建议，网站建有意见箱

违纪处罚制度：

- 1、擅自扣留或转卖学生或家长信息，每条按信息费予以处罚，严重者经股东大会共同商定处罚
- 2、私吞业务过程中产生的商业回扣，一经发现予以警告，回扣上缴，严重者免去年终奖金
- 3、擅自挪用公司资产、资金者，要求原数返回，给予相应的公司行政处罚，严重者开除出公司
- 4、虚报费用者根据实际情况予以处罚，若虚报费用不超过实际费用的 25%，给予警告，并自行弥补账款，若虚报费用占实际费用的

25%到50%之间，则同时要处以双倍罚金；虚报费用未达实际费用两倍者，开除出公司

长期规划：

我认为公司发展一年以上，资金充足，规模扩大的情况下，最需要改进以下三方面：

### 1、网站完善

建成完整的管理信息系统模式，同学上网输入自己的详细资料（身份证、学生证需扫描）登记过后，可以通过显示的辅导对象的详细信息与要求完成双向选择操作，同时他的状态（是否工作）及资料备档到公司记录中。本网站还提供在地图进行交通便利的筛选功能。

### 2、宣传力度

在长沙晚报、潇湘晨报等知名报纸上刊登广告（针对主要通过看报来了解周遭的知识分子）在资金条件允许的情况下，可考虑在湖南卫视上打广告，因为家教公司一般都名不见经传，很少有这种气魄，所以我们更容易一炮打响，占领市场。

### 3、机构重建

招收员工，成为较高层领导，根据实际情况调配任务，行商坐贾，进入计划、讨论、监督阶段。

## syb 创业计划书 篇三

一、基本情况：

1、企业名：百货超市。

2、行业类型：零售。

3、组织形式：个体工商户。

主要经营范围：自己家乡的镇中心，这里是人流的中心集合处。

4、经营地点：广西省南宁市大沙田广场。

面积：占地大概 150 平方米。

选择该地点的理由：因为中心处没有一间较大的超市，该地点是人流车流的集中地带，交通方便，市场前景非常广阔。

5、创业者个人情况：张×源，男，十九岁，大专。

相关工作经历：曾经在商店里卖过东西，懂得一点怎样经营，但在日后的日子里本人会增加社会实践的，学习与这方面的知识的。

## 二、立项概述：

我是一名大学生，专业是计算机专业，从小对经营方面感兴趣。现在将要大学毕业了，凭着自己对经营的爱好和向往，一直希望在自己的乡镇开一间超市，用此来发展自己乡镇的经济，是广州市的许多超市吸引了我，我去超市购物时的启迪，使我对此产生极大的兴趣。根据本人的经验，资金情况及对当今社会的了解，决定要谨慎从事，三思而行，因为这有很大的风险的，加上自己的经验不足。

随着居民生活水平的不断提高，追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些绿色的产品，以保证人民的身心健康，顾客至上，这是我们的宗旨。

## 三、市场调查

商圈范围：徒步商圈（二百米五百米半径范围内）；

潜在的消费群体：居民区；

消费能力：消费能力高；

竞争情况：附近只有一间不算很大的超市；

市场潜力：人们生活水平提高，需要的物质有所增加，生活方式改变，大多数消费观念增强，消费结构合理；商圈范围：居民住宅  
潜在的消费群体：消费能力中等。

消费能力：附近有一间中学。

竞争情况：邻近有几个村子（五百米一千米半径范围内）。

市场潜力：消费观念增强，消费水平提高，有较多的商店，但销售的东西比较少。

#### 四、对其它大型超市的调查

1、店铺硬件调查。主要包括：竞争店的选址、店铺外观形象、建筑物构造、停车场的设计、经营设施配置等方面的调查。

2、店堂陈列布局调查。主要包括：竞争店的楼面构成、平面布局、面积分割、商品陈列及店堂气氛营造等方面的调查。

3、商品能力调查。对竞争商店商品品种齐全的程度、商品的价格带、商品的品质、货源供应等情况进行调查分析。

4、顾客层次的调查。主要从年龄层次和收入层次进行调查。

5、店铺运营管理调查。对促销、补货、陈列及环境卫生等方面的调查。

需求与供给的关系有以下几种类型：

① 需求旺盛，供给偏低型；

② 需求旺盛，供给旺盛型；



③ 需求不旺，供给也不旺型；

④ 需求不旺，供给旺盛型。

从仓储式超市选址看，其立地商圈内需求与供给关系呈现出第一类型最佳，第二种次之，第三、第四种类型要尽力回避。对需求和供给的调查，要注意对潜在需求和供应的调查，要特别留意可能会引起供需变化的一些因素的发展趋势。

#### 6、仓储式超市的调查：

在仓储式超市选址时，除了对以上大的项目调查外，具体地点选址还必须对以下几个虽属细节问题但又颇为重要的几个因素进行调查。

可见度。可见度是商店被往来行人或乘车者所能看到的程度。场所可见度越高，商店越容易引起客流的重视，他们来店购物的可能性越大。因此仓储式超市选址时要选择可见度高的地点，如两面临街的十字路口或三岔路口。

适用性。如果要征用土地建房子要考虑土地面积形状与商店的类型是否相符，如果租用现成的房子则要考虑建筑的构造、材料、立面造型及其可塑性，仓储式超市货架比一般商场的高，相应地要求建筑物的层高也比较高。同时还要了解有关城市建设发展规划要求，详细了解该地点的交通、市政、绿化、公共设施、住宅建设或改造项目的近期、远期规划。交通便利性。主要了解两方面的情况：

a、是该地是否接近主要公路，交通网络能否四通八达，商品从火车站、码头运至商店是否方便，白天能否通过大型货车，因为大城

中心区许多街道不允许通货车，有的只允许夜间通车。

b、是该地是否有较密集的公交汽车路线经过，各条公交路线的停靠点能否均匀全面地覆盖整个市区，当前我国私家车普及不广，这点显得尤为重要。因为这直接关系到顾客购物的便利程度。

## 五、开业前的市场调查

在开超市之前我得访问一些超市和商家，仔细观察了消费者购物的情况，并询问了一些消费者，比如：不同年龄、不同职业、不同收入水平的消费者，有着不同的购物习惯和消费需求，我认为精明的商家在经营过程中要不断的揣摩各种消费群的心理变化和需求变化。

### （一）高收入消费群的消费行为及心理特征：

1、品牌偏好明显，受文化需求的影响大于价格上的诱惑。高收入群体多为高学历、高品位、高消费需求的“三高”消费群体，易于接受新事物和大品牌，并会由此产生相应的品牌偏好。

2、购买数量较大，购买频率和次数较少。高收入群体忙于工作，因而他们在生活上表现出极大的不规律性。除周末以外，逛街购物对他们来说只能是一种“奢侈”。但是若进商场购物，他们购买的数量很多，从吃的、喝的到用的，一消费就是数百元。据了解，这种“集中购物”的消费者并不少，在周末购物群中占了很大的比例。

3、购物期望值较高。高收入消费者受其社会地位的影响，在购物时也期望商家能给予其特殊的关照，比方如售前服务和售后服务方面等等。我访问过许多消费者，他们一致认为，购物时他们最重视的

## （二）低收入消费群的消费行为及心理特征：

1、注重价格。很多人都有过手头拮据的经历，没钱的日子，他们总不得已掐算着一分一厘的支出。对低收入消费群而言，在这方面表现得尤为突出。用最少的支出满足尽可能多的消费需求是他们最为“奢侈”的美好愿望。在调查中，我发现商场的特价处，大多数是低收入群。因为对他们来说，低价是实惠。很多外面大城市的超市就以这样的实惠吸引了众多的市民。

2、注重质量。目前，城镇里的低收入群中。在调查中，我发现他们的消费习惯远远不同于农村消费者。他们已经具有了消费过程中的自我保护意识和对健康生活、营养饮食的追求。即使他们为了节俭而去购买肉菜市场里的低价肉菜，但他们仍然担忧肉菜的质量，并渴盼“放心肉菜”的到来。因为质量是实在，东西在便宜的同时还要中用、中吃。

3、购物数量少，购物频次多。下岗工人尤其是其中的家庭主妇，生活很有规律，每天基本上是按时起、按时睡，按时买东西，按时看电视……他们的单次购物数额很小，但是购物频次很多，有时一天就会发生数次购买行为。

## 六、超市市场调查目的及内容

做好市调，提升竞争力一次好的市调，可以提升本身的竞争力，掌握自己的发展方向，了解竞争者的动态，做到知己知彼，百战不殆。

零售业，一个商品平凡不能平凡的商品交易场所，她带给的人们

没有负于其它行业。如何在这一块新型的圣地发挥商品的潜能，如何驾驭商品的成功之帆？这就要学会如何做到商品正确市场调查。

## 七、商品分类

1、主妇商品，这种商品的价格如有轻微的变动有些顾客即有相当的关注。顾客对这种商品的价格敏感度最高。同时在销售时应注意此类商品的质量。例：生鲜的商品更应注意鲜度及陈列的量感，妈妈菜蓝商品是每家店以生鲜为主，一般是用来吸引顾客，走低价位及市场鲜度较强的商品，此类商品市调时要非常注意价格的幅度。

2、红色商品：顾客对此类商品的价格敏感度次之，这一类商品销量一般比妈妈菜蓝那一类商品销量大，价格也一般比妈妈菜蓝商品高些。此类商品一般都适应中层消费者。所以对此类商品要注重品牌及质量，这种商品也称之为价格商品，畅销品排行榜上经常有此类商品。绿色商品：顾客对绿色商品的价格敏感度最低。

3、市调完商品后要做商品的整理，要将营业额商品、毛利商品、敏感性商品、季节性商品、形象商品区别，做一次整理。包括排面和价格。

一次完善的市调你会注意到我们的很多商品属于畅销商品还是属于滞销商品，可以让你在最短的时间里调整你的商品。

市场调查表明：客户十分重视产品的质量，重视产品的价格，我个人认为市场潜力还有的，如果加大宣传，使人们的消费观念改变消费就等于让社会发展，适度的消费能够促进社会经济的发展，使社会

是非常重要的，也是当务之急。超市的销售产品要丰富多彩。

## 八、产品与服务

产品方面：

### （一）产品分类：

#### 1、大分类的分类原则：

在超级市场里，大分类的划分最好不要超过十个，比较容易管理。不过，这仍须视经营者的经营理念而定，业者若想把事业范围扩增到很广的领域，可能就要使用比较多的大分类。大分类的原则通常依商品的特性来划分，如生产来源、生产方式、处理方式、保存方式等，类似的一大群商品集合起来做为一个大分类，例如，水产就是一个大分类，原因是这个分类的商品来源皆与水、海或河有关，保存方式及处理方式也皆相近，因此可以归成一大类。

#### 2、中分类的分类原则：

##### A、依商品的功能、用途划分：

依商品在消费者使用时的功能或用途来分类，比如说在糖果饼干这个大分类中，划分出一个“早餐关连”的中分类。早餐关连是一种功能及用途的概念，提供这些商品在于解决消费者有一顿“丰富的早餐”，因此在分类里就可以集合土司、面包、果酱、花生酱、麦片等商品来构成这个中分类。

##### B、依商品的制造方法划分：

有时某些商品的用途并非完全相同，若硬要以用途、功能来划分

此时我们可以就商品制造的方法近似来加以网罗划分。例如：在畜产的大分类中，有一个称为“加工肉”的中分类，这个中分类网罗了火腿、香肠、热狗、炸鸡块、熏肉、腊肉等商品，它们的功能和用途不尽相同，但在制造上却近似，因此“经过加工再制的肉品”就成了一个中分类。

### C、依商品的产地来划分：

在经营策略中，有时候会希望将某些商品的特性加以突出，又必须特别加以管理，因而发展出以商品的产地来源做为分类的依据。例如：有的商店很重视商圈内的外国顾客，因而特别注重进口商品的经营，而列了“进口饼干”这个中分类，把属于国外来的饼干皆收集在这一个中分类中，便于进货或销售的统计，也有利于卖场的演出。

#### （二）小分类的分类原则：

1、依功能用途分类：此种分类与中分类原理相同，也是以功能用途来作更细分的分类。

2、依规格包装型态来分类：分类时，规格、包装型态可做为分类的原则。例如：铝箔包饮料、碗装速食面，都是这种分类原则下的产物。

#### （三）以商品的成分为分类的原则：

有些商品也可以商品的成分来归类，例如100%的果汁，“凡成分100%的果汁”就归类在这一个分类。

#### （四）以商品的口味做为分类的原则：

以口味来做商品的分类，例如“牛肉面”也可以做为一个小分类，

分类的原则在于提供做分类的依据，它源自于商品概念。而如何活用分类原则，编订出一套好的分类系统，都是此原则的真正重点所在。

超市服务方面：

超市服务在市场经济条件下，显示出强大的生命力：

1、服务对现有商品销售起到强有力的促进作用。超市在销售商品时，需要提供给消费者各种各样的服务，比如解答消费者的疑问，为消费者讲述有关商品制作，使用方法或保养知识等，这些服务会在一定程度上帮助实现销售。

2、服务能将消费潜在需求转化成现实需求。据国内一家权威机构对于深圳地区的消费者购买行为调研报告显示，到超市购物的消费者中，只有 40% 的顾客是预先有购买计划的，而另外 60% 的顾客没有预先计划。由此可见，充分刺激消费者的潜在购买欲望，能够大幅度增加超级市场的销售额，服务所起到的作用绝不可小视。

做销售这种经营服务是一种长期性的服务，关键是不能欺骗消费者，不能短斤缺两的，欺骗了消费者的生意是不会做得长久的；关键是要得到消费者的依赖。

#### syb 创业计划书 篇四

##### 一、关于创业的根本条件可行性概述

##### 1、商场需要与自个的有关

自个在家私行业 20 多年，非常幸亏这一类别的商品商场需要耐

久而广泛。

## 2、施行创业的根本条件

(1) 具有杰出的工作阅历和工作成绩（长时刻从事技能、事务和公司办理工作）。

(2) 具有必定时期的创业模仿预备，如团队建造等（决议方案、实行和操作三层主干人员根本配齐，人员特长包含商品开发、推广、出产、办理等要素，且均具有较杰出的工作成绩），这批方针将作为建议人而参加新办公司。

(3) 建议人（团队）具有满意公司兴办前期的资金需要才能。

(4) 新办公司（以下简称公司）有可以取得著名品牌的授权运用。

(5) 公司有可以取得原工作单位在方针答应条件下的撑持和协助（可视为轻工国有公司有些转制的性质），其内容大致为：工作场所和有些设备以及老练出售店肆等方面。

(6) 公司有可以经过创业扶持方针取得活动资金的借入和享遭到有关优惠方针，如所得税减免等。

(7) 一个以中心特长为根底并辅之于分化联系方法的工作思路日趋老练。这个思路是由商场条件和公司状况所决议的。做强、做精、做准 20%；做好、做妥、做稳 80%，在坚持双赢和不断学习的引导下做好这个 2：8 例如技能制作方面，公司仅完结整个技能道路中的要害工序和结尾工序的加工，约占 20%，其他 80% 的加工（含制品）由公司的采办行动撑持。采办行动将取得技能技能规范、质量操控规范、



经济合同实行和合格分承包方的撑持。

(8)公司的建议人(群)对建造学习型公司有激烈的希望和认同(建议人群的根本状况略)。

(9)公司运转的方向,将向脑筋型公司演化,经过可操控资源要素和不行操控资源要素在出售和开发的磨合效果,逐渐完成。公司运转前期将是这一结构的模仿实习运作和磨合。

## 二、公司的通常状况

### 1、公司性质和首要运营范围

公司的法令方法选用有限责任公司方法。性质为混合经济,公司的前期投入(注册本金)为人民币60万元。其间,国有股份约为10%,自然人股份约为90%。

首要运营范围为:木制家私(含软体家私)出产、出售(含延伸商品);技能品、艺术品制作、创造及其延伸商品的出售;室内装潢描绘和室内装潢施工及其配套制品的出售;咨询效劳;家居式空间有关用品的制作的原资料出售(含进口原资料)。

### 2、地址挑选

工厂地址首选为租借原工作单位主干工厂的一有些。占地面积约为5000平方米,建筑面积约为2500-3000平方米。出售地挑选在新原单位的专卖商厦(老练且有杰出出售成绩,上海市区境内)。工厂首选和次选地理位置均安排在沪青公路二侧的刘行镇辖区内。

### 3、运营理念

做小、做精、做好。

做小：寻求 1：6.5 的调和（脑筋与躯干），操作 2：8（1：的）加工。

做精：质量操控。

做好：2 个方向的效劳，即顾客和分供方。为顾客效劳以树立公司的美誉度，为分供方效劳以进步全部质量。

4、质量方针（指结尾查验入库查看状况）

特等品率：10%；一等品率：20%；合格品率：100%。

公司将在运转前期，遵循 ISO9001 系统。贯标 6 个月后，请求多边认可的认证证书。

三、商品与效劳

商品出售与效劳范围见首要运营范围。

其间咨询效劳为：中小型木制公司（方针）的技能、质量操控和公司办理参谋以及为有特别需要的顾客供给商品、技能流程描绘。

四、商场与顾客群剖析

1、方针顾客

新办公司的方针顾客为：

1.1 单体顾客—指采办商品或效劳，以满意寓居和进步日子质量的人群，其特征是个性化的小量采办，是咱们首要效劳方针。

1.2 集体顾客—指采办商品或效劳，以满意经营需要的顾客（如饭馆、宾馆、公司等）和出售需要的经销商（含海外顾客）。其特征是个性化描绘的成批采办和来样制品出产安排。

1.3 有特别需要的顾客—指采办效劳领域内的，以满意出产安排、质量操控等需要的顾客（自个或公司）。

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/017061042055006056>