
行程云微信小程序商业计划书

目录

1.创业背景	1
1.1 市场条件	1
1.2 专家学者意见	2
2.项目概述	2
2.1 行程云微信程序介绍	2
2.2 行程云微信程序的设计	2
2.3 行程云微信程序提供的具体服务	3
2.4 行程云微信程序的优势	5
2.5 行程云微信程序的完善	5
3.行程云微信程序市场分析	6
3.1 微观环境分析	6
3.2 宏观环境分析	7
3.3 竞争对手分析	8
3.4 目标市场与目标消费者分析	8
4.发展战略	9
4.1 规模与发展	9
4.2 战略管理（SWOT 分析）	9
5.运营策略	10
5.1 产品策略	10
5.2 促销策略	11
5.3 宣传策略	11
5.4 价格策略	12
6.经营管理	12
6.1 招聘人才	12
6.2 管理模式	14
7.财务分析	14
7.1 财务预算	14
7.2 利润分析	15
8.经营风险及对策	16
8.1 前期经验不足	16
8.2 竞争风险	17
8.3 季节和天气带来的风险	17
9.结语	18

1.创业背景

随着生活水平的提高，人们在满足物质需求的基础上，更加注重精神需求，旅游业能够满足人们日益增长的物质和文化的需要，通过旅游使人们在体力上和精神上得到休息，改善健康情况，开阔眼界，增长知识，推动社会生产的发展。随着传统旅游产业与移动互联网融合程度的加深，在线旅游已经成为旅游行业的大势所趋。据统计，截止到 2023 年 12 月份，苹果的行程云微信小程序 s Store 上游旅游相关移动应用数量已经达到 23320 款。在移动互联网的影响之下，传统旅游行业各个细分领域的应用模式和技术应用也在不断推陈出新，传统旅游行业格局正在发生着深刻的裂变。在线旅游发展如火如荼，几乎成为整个旅游行业的“时尚”标志。移动互联网的飞跃式发展，给传统旅游产业带来了广阔的空间。当前，通过手机、平板等移动终端设备完成各类旅游支付已是现实，移动互联网将改变传统的旅游行业，使其走在社会潮流的前沿。

1.1 市场条件

纵观中国旅游行程云微信小程序行业，同程、途牛、携程、阿里、去哪儿这些软件中并没有具体针对大学生旅游的板块，也就是说在大学生这片市场中暂时是一片空白。而具体针对大学生旅游的旅游景点都是向学生提供信息，如果能做出针对大学生出行的小程序，会让旅行变得方便快捷和安全。

1.2 专家学者意见

从全球范围来看，在线旅游也是旅游行业发展的必然趋势，旅游电子商务化是未来旅游行业适应时代发展的需要。有关报道公开表示到：“中国将争取用 10 年左右时间，使旅游企业经营活动全面信息化，基本把旅游业发展成为高信息含量、知识密集的现代服务业，在这个新兴的世界旅游大国初步实现基于信息技术的“智慧旅游”。这也正说明了在线旅游的发展前景。

2.项目概述

2.1 行程云微信程序介绍

本平台坚持以为大学生提供最优质、最全面的服务为核心，专一服务于大学生为准则，主要是以一站式的服务为理念，只做大学生旅游这一版块，更加具有针对性，此程序基本涵盖了你在城市周边的所有景点，还推出各种旅游用品的交易，例如，烧烤架、帐篷等等，用户还可以选择多种方式出游，我们提供自驾游，团队游这两种模式，用户可以根据自己的需要进行选择。

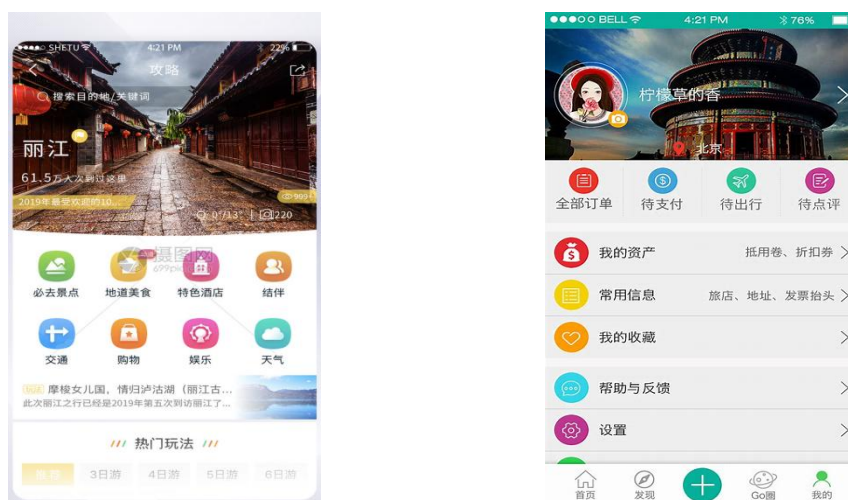
2.2 行程云微信程序的设计

行程云微信程序以简单明了为主题风格，分为用户、系统、功能反馈四个部分。

用户部分是用户管理自己的账户和个人信息的部分，包括账户的信息管理，标签组的管理，自定义标签的管理，对自己发表的谈论的管理，收藏旅游信息的管理。

功能部分是软件功能实现的部分，包括关联百度地图提供导航，关联微信、支付宝等软件以便能在线快捷支付，以及联网获得旅游用品店铺信息的系统，信息的自动更新系统。

软件反馈部分是对软件进行设计以及用户直接联系软件设计者的部分。包括软件的基本设置（登陆注销，是否推送消息，版本更新等），意见反馈（以文字形式提交意见及想法），商业联系方式（需要宣传的校园活动通过此渠道与专人联系）。



2.3 行程云微信小程序提供的具体服务

（1）校园周边景点及其导航，还收录每个学校的地图方便高校之间的互联和交流，并且对每个景点的票价（包括团队游和自驾游的票价），地址及其乘车路线，适宜出游时节，还有各个景区的特色游玩项目，以及已经游玩过的游客的评价进行详细的说明。

(2) 本行程云微信程序

还提供农家乐等适合团体游的项目。丰富农家乐里的游玩内容，让游客们 DIY，其中游客需要的食材等可以在行程云微信程序上预订，保证价格最优、以及食材的安全性，同时行程云微信程序上会收录多个店家，通过他们的竞争以此来提供给用户最便宜、最优质的服务。

（3）提供自驾游和自助游，对于这种一般单独出行的游客，我们会提供他们最安全最便捷的游玩线路，以及适宜的自驾游景点以及行程云微信程序上还会推出自行车交易专区，以及自行车出租专区。

（4）与旅游用品专卖店关联，行程云微信程序上也会出售一些旅游用品供用户选择，最大程度的满足自驾游、团队游用户的需求，例如烧烤架、帐篷、自拍神器、旅游地图、药品等等，让用户直接与店家下协商，我们从中抽取一定的佣金。

（5）开设论坛专区，方便用户之间的交流以及信息反馈，每位用户都可以在此平台上发帖（但要经过我们的审核），用户可以点赞和评论别人发的有关旅游类帖子，对于那些发的多且精的用户，我们会给他们一些更低的票价折扣，还会定期聘用一些旅游达人写一些专栏。

（6）我们直接和保险公司合作，为每位出游的游客提供保险，其中的保险费用来自我们的佣金的一部分。

（7）行程云微信程序上还会介绍一些旅游常识，我们会精选一些旅游文章置顶，让更多的人爱上旅游。

（8）用户与我们的沟通，可以通过 QQ、微信、客服电话、邮件等方式，告知我们您的一些意见和建议，来完善行程云微信程序。或是发现实地景点与宣传不符，以便我们及时更正信息。

(9) 行程云微信程序还提供拼团服务，通过在行程云微信程序上搜索与自己前往同一地点且出游时间相同的人来进行拼团，这样不断可以节约一部分出游费用，还能结交好友，极大的增进了旅游的趣味。

2.4 行程云微信程序的优势

(1) 专一性

我们只做大学生旅游的行程云微信程序，这是其他旅游类的 APP 没有的，更加精细化，使我们的精力集中，来为大学生提供最优质的服务。

(2) 一站式服务

这是我们的特色，省去了很多游客查路线、买旅游装备的时间，这样一来，游客就有更多的时间去游玩。

(3) 安全

我们用自己的一部分佣金来为游客买保险，提供来回的包车服务，还告知游客景区的一些安全隐患，让他们都能放心的出游。

(4) 优惠

我们在收取的佣金中抽出一部分，以此降低大学生游客的花费。

2.5 行程云微信程序的完善

(1) 对城市不集中的景点资料进行补全。

(2) 对信息推送的来源网站进行关注，对联网到行程云微信程序上的店铺进行定期甄别，以保证信息的实时性、真实性。

- (3) 对那些游客经常去的但未被收录的景区进行扩展及补全。
- (4) 对用户的反馈信息进行及时的处理，给用户一个满意的答复。
- (5) 对与保险公司和旅游公司的合作逐渐完善。
- (6) 对论坛信息合理筛选，对个人言论进行合理干预。

3.行程云微信程序市场分析

3.1 微观环境分析

3.1.1 竞争对手分析

随着互联网的发展以及人们收入的提高，消费者对服务的要求越来越高。我们推出的这款针对大学生旅游的行程云微信程序软件不仅满足了消费者的需求，为他们的生活提供了方便同时也提高了商家的销售额。所以我们的这款行程云微信程序软件既顺应了技术的发展潮流又顺应了消费者的消费趋势。但是，我们不是这个领域的先驱，小程序时代也在退下热潮，现在有很多新兴的网络科技公司在做 APP，比如阿里、携程、美团等。如何在众多公司中脱颖而出得到商家的认可和支持是我们的工作重点。

3.1.2 消费者分析

我们的主要目标市场是高校大学生，并不是已经进入社会的广大人群，根据我们的问卷调查，60%的

班级平均每年都会组织 1~2 次团体出游活动，并且都是通过旅游代理或者自行上网查询景点信息，我们这款软件不仅包含苏州市所有景点信息，为他们提供方便快捷的服务，更能确保他们的人身安全，还有整个游玩过程中所需器材的服务。所以说我们会很大的市场。

3.2 宏观环境分析

3.2.1 市场经济发展

通过整理近两年的旅游新闻，我们不难发现大学生已经成为城市重要的游客市场，大学生不仅是苏州市免费旅游景区的重要游客市场，也是主要收费景区的重要客源。

苏州是著名的江南水乡，名闻古迹为旅游市场的拓展奠定了坚实的客源基础。再加上开学季陪伴子女上学、节假日探望学生的家长和亲友游客，以及相当数量的毕业周年聚会或携妇将雏等游客，大学生及其背后庞大的亲友团已经成为旅游市场独特的市场资源和纵深发展的潜力股。

3.2.2 网络技术发展

互联网已经成为中国人生活和工作形影不离的工具，移动互联网已经持续渗透到我们的生活和工作，在诸多方面改变和改善我们的生活和工作形态，产生更多的商业机会。

3.2.3 优劣势分析

虽然在大的环境下，微信程序

软件开发的技术比较完善，但是由于我们自身的资源有限，所以不免有不足的地方。可是我们也有其他软件开发公司所没有的地方，比如，其他的旅游 APP 软件开发公司的产品是针对社会人群，但是我们的行程云微信程序软件只服务于高校大学生，这是我们的优势之一。

实际上，我们最大的劣势就是团队管理经验缺乏。

3.3 竞争对手分析

3.3.1 现有竞争者

同程、途牛、携程、阿里、去哪儿、美团这些已经存在并且被多数人已知的 APP。

3.3.2 潜在竞争者

抖音、小红书推荐。

3.4 目标市场与目标消费者分析

根据前期我们问卷调查，目标市场初步定在附近学校的大学生市场，目标消费者是大学生以班级为单位，逐渐扩展到市区周边其他大学。

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/196112014110010205>