项目服务计划书（通用15篇）

时间的脚步是无声的，它在不经意间流逝，我们的工作又将在忙碌中充实着，在喜悦中收获着，立即行动起来写一份计划吧。可是到底什么样的计划才是适合自己的呢？下面是小编收集整理的项目服务计划书，仅供参考，希望能够帮助到大家。

项目服务计划书 篇1

一、项目背景

我国目前面临严重的人口老龄化趋势。这意味着我国需要养老的人口在激增。我国目前老年人照顾的现实是传统家庭养老功能在弱化、社会养老机构严重不足。在这一背景下，一些既不愿意到社区养老机构，也不愿拖累子女的半失能老人就必须独自照顾自己，生活的极其不方便让他们只能待在家里，与社区服务隔绝。为了更好地为这些老人服务，作为人们日常居住于生活的“社区”，不可避免的成为辅助社会、支援家庭的中间环节，“邻里帮扶和社区日间照顾”也日渐成为可发展的新型养老模式。而我们这个组织旨在帮助这些半失能老人提供一些基本的日间照顾服务，通过邻里协助网络和志愿者联系网络为他们建立一个社会支援网络。

二、理念

1、马斯洛需要层次理论：马斯洛理论把需求从低到高分成生理需求、安全需求、归属与爱的需求、尊重需求和自我实现需求五类。失能老人是生活不能完全自理、需要一定照料的老人，他们需要我们

的照料，以确保其基本的安全的需要，日间照顾主要为生活不能完全自理、需要一定照料的半失能老年人提供膳食供应、个人照顾、保健康复、休闲娱乐等日间托养服务，满足老人安全需要、归属与爱的需要。

2、埃里克森的生命周期理论：大多数人到老年时都能保持原来的状态，但埃里克森认为，人还有一种危机要克服。过去的岁月和经历，走向死亡的必然性，使老年人要么达到一种自我整合，要么产生失望感。以满足的心情回忆往事的人，将以一种完善感走完最后的发展阶段。埃里克森写到：“人对唯一的一次生命，是将它作为不得不是这个样子而接受的，是将它作为必然的、不允许有其他替代物而接受的，是以人的生活是人自己的责任这样一个事实而接受的。”不能形成这种良好整合的人会落入失望的境地。他们认识到现在时间是太少了，年轻人拥有的选择和机会，他们都没有了，一生已经过去，他们希望用完全不同的方式重新生活一遍，这样的人常常通过对他人的厌恶和轻蔑来表达他们的失望。通过日间照料让老人们可享受“白天入托接受照顾，晚上回家享受家庭生活”的社区居家养老新模式。

3、社区照顾是通过运用社区的各种正式与非正式资源，尽量做到使需要照顾的老人能够继续留在社区或他们原来熟悉的生活环境下维持独立的生活，而同时又能获得必要的照顾，从而避免不必要的住院或隔离。

4、符号互动理论：此理论认为，人们是在他们的社会环境中、在与他有的交往中获得他们的自我概念的，换句话说，人们是根据他人对自己的评判、态度来思考自身的。一旦他人把我们归入自我概念，我们便会不由自主地根据他人划分对自己作出反应，从而形成自我概念。日间照顾为

生活不能完全自理、需要一定照料的半失能老年人提供膳食供应、个人照顾、保健康复、休闲娱乐等日间托养服务，充分体现了我们对老年人的关心，让他们感觉到自己存在的价值感，摒弃把老人描绘成昏庸、老朽、无用的价值观念。

5、生态观理论，强调整合服务对象个人、家庭、朋友、邻居以及整个社区的资源，从而为服务对象提供服务。

三、需求分析

当前，我国老龄化越来越严重，社区中老年人的数量迅速上升，其中半失能老年人占了几乎三分之一的部分。通过调查，我们发现绝大多数的老人不愿被送去养老机构，居家养老几乎成了90%老人的首选，而半失能长者的需求也主要就是三大块：基本物质保障、医疗救助、寂寞排解，社区日间照顾可以是满足半失能长者需求，同时减轻家庭负担的好方法。

因为目前经费短缺、条件有限；缺乏专业的工作人员和志愿者队伍；加上为老服务的民间组织缺乏，因此我们只能先考虑最困难的群体，以社区中的半失能长者为服务对象，为他们提供社区日间照顾，同时构建邻里帮扶机制，实现居家养老和社区照顾的有机结合，构筑邻里相扶、守望相助的温馨社区。当然，在我们的组织发展起来后，我们不仅要建立完备的社区老年服务体系，而且要让我们的服务覆盖到社区所有的半失能老人。

四、项目计划

（一）初期

1、开展专题调研，了解社区状况。通过调查问卷、电话访谈等方式了解该社区中老年人的生活状况，基本需要和实际需求。

2、进行科学分类，着重分析半失能老人的实际需求。把关于半失能老人的状况整理分类，制定组织能够提供服务的老人名单，找出这些老人的实际需求，并且根据老人不同的实际需求，把老人进行分类，建立服务档案。

3、建立工作关系，奠定服务基础。通过上门进行访谈或者社区居委会的介绍，与服务对象进行沟通了解，掌握其实际情况，并与之建立基本的工作关系，建立服务基础。

4、走访服务对象邻居，了解邻里情况。通过走访服务对象的邻居，了解他们的邻里关系，邻里关系和谐的可以加强他们之间的来往，邻里关系一般的可以鼓励他们之间的来往，争取为服务对象建立更为有利的邻舍协助网络。

5、建立志愿者服务网络体系。建立志愿者服务网络体系，制定志愿者服务制度，以及其他相关的志愿者服务的相关活动。使志愿者的价值能够最大程度的发挥。

（二）中期

1、运用多种形式进行宣传。充分发挥社区居委会的功能，在社区中进行黑板报、海报、讲座宣传，让社区中的居民了解该组织的宗旨、服务内容以及相关的其他内容，推广先进助老服务理念和专业工作方法积极争取社区居民的支持。

2、开展专业服务。根据服务对象的需求和问题，运用社会工作方法，依据项目实施具体计划，开展专项服务，并对老人的基本信息，家庭信息，之前的工作情况，身体状况等做好详细的记录维护老年人的合法权益，

满足半失能长者需求，同时减轻家庭负担，充实和完善已有的居家养老服务体系。

3、做好志愿者招募工作，并对他们进行系统的培训。通过宣传，尽可能多的招募志愿者，并且了解他们的专业技能，对于没有专业技能的，则培养他们的基本老年服务技能。

项目服务计划书 篇2

一、市场分析

随着生活的质量的不断改善，很多人更注重去享受生活，在日常生活中，家庭打扫是件很累的事情，越来越多的人选择将打扫这一事项交给家政保洁公司来完成。

任何企业无论做什么，首先需要的就是对市场认真的考察和准确的把握。而在家政企业中，市场调查首先是要对市场消费环境做出准确的判断，要判断所在的城市是否有较好的消费水平，同时也要判断大多数人的工作属性。

家政服务行业在20xx年受到政策的关注，将会从教育、立法、监管上得以完善。目前，家政服务业在母婴护理和养老护理两个业态上蓬勃发展，推动家政服务业市场规模不断扩大。但供需结构失衡、从业人员素质水平较低、企业规模化程度较低等问题将会阻碍家政服务业的产业升级。

菲律宾的家务雇工有一定影响力，菲律宾的劳务输出收入占该国GDP的8%，其中菲佣输出收入占4.4%。“菲佣”甚至已经成为家政服务

的品牌，向全球190多个国家和地区输出，占据了东南亚、中国、欧美国家家政服务市场的绝大部分外劳份额。

目前，菲佣也开始输入到中国的香港、上海、北京、广州等地，艾媒咨询分析师认为，随着中国对家政服务人员的需求不断加强、要求不断提高，将会进一步向中国经济相对发达地区蔓延，一方面这会推动菲佣中介业务的发展，另一方面也有利于触动中国的家政服务业发展提高。

二、运营基本

基地培训（免费）、运输（自费）、住宿（自费）、推荐工作（免费）、每月工资的10%－15%佣金；

在后期的劳动关系中公司、客户（也就是需要保姆的人）和保姆形成一种新的劳动关系。

客户：将保姆每月工资交给我；

保姆：我将每月工资抽取10%后发给她；

在这种新的劳动关系中每个人都有利益，这种利益会维持这种新的劳动关系。

关于客户：

我们承诺不满意可以随时重新更换保姆，并且寻找保姆的最大担忧就是这个保姆的人品问题。在这里我们以整个公司作为后盾来处理客户提出的各种申诉要求。包括盗窃财务、各种有意无意的过时带来的经济损失。在原来保姆本人是没有能力负担的，现在有整个公司作为担保，最大限度的降低原来的损失。

关于保姆：

在以前的劳动关系中，这一类是弱势群体在城市中没有依靠，不熟悉生存环境。我们在收取每月10％到15％的佣金之后将为他担负以下责任，免费的推荐工作、解决劳资纠纷、无偿的法律援助、尤其重大疾病和人身伤害的赔补和治疗。这样他们就彻底解决了在城市生活打工中的最大问题。

三、家政管理

（1）公司是具备公司的品牌形象，其次家政公司必须拥有营业执照，服务人员必须拥有健康证、从业资格等。

（2）家政服务人员必须受过一定的专业培训、在家政行业中获得过相关的荣誉或证书。

（3）除了家政公司的品牌力度、服务人员的基本素养以及专业度，还应该考虑家政服务工具清洁干净，对人体无害等。

（4）地域的选择要符合家政保洁力所能及的服务范围。

四、营销思路

（1）重模式，自建平台

优点：想怎么运营，可以自己说了算。缺点：成本较高，技术、运营、推广都需要投入大量人力物流，没有大量资金运转不了；

（2）加盟已经成熟的平台

优点：技术、品牌都是现成的，省钱身心，重点就是保证好服务的品质。缺点：这样的好处大家都知道，自然都想玩，竞争也较大；

（3）独家代理模式承包当地的市场

优点：不仅技术、品牌是现成的，运营推广也有一定的自主权，符合创业心态。缺点：显而易见，需要一些家底、人脉和资源。

（4）营销要素：

口碑营销：口碑营销被称为病毒式营销，核心是营销者努力给客户带来优质产品和服务，致使他们通过亲朋好友之间的交流将公司产品信息、品牌传播开。这种营销方式具有成功率高、可信度强、成本低等特点，能短时间内把公司品牌推广出去。

口碑营销分为两步，第一步是运用各种有效的手段，引发客户对其产品、服务及企业整体形象进行谈论和交流；第二步是激励客户向亲朋好友进行介绍和推荐市场营销方式及过程。

家政企业要注重公司口碑的建立，通过回访、及时关怀等方式，提高客户满意度，让老客户引来更多新客户。

体验式营销：体验，就是让客户参与到营销活动中，包括线上、线下两种形式。通过体验活动，调动客户的感官、情绪、知识、思考等因素，让他们深入了解产品，产生消费需求。

体验营销的核心在互动。利用精彩有趣的活动吸引客户参与，营销人员通过与客户的互动，能清晰了解他们的喜好与痛点。体这种营销方式能

让客户在体验中打消对产品的顾虑。家政企业服务于人，所以要通过体验式营销方式，拉近和客户的距离。

植入广告营销：社交媒体时代，植入广告营销有了新变化，可以把广告放到微博评论、公众号、朋友圈中，这些方法成本低、效果好，适合中小微家政企业采用。植入营销需要精心运营，它没有立竿见影的效果，前期需要一段沉淀时间。

五、公司利润来源

我们在整个劳动关系中实际上充当了两者之间的仲裁觉色，实际上就相当于一个微型的保险公司，我们的利润来源于抛开那些非正常需要赔负和纠纷解决的，剩下来的资金。

举例子来说假如我们有5万保姆签订合约，每个保姆的月工资为500元那么10%就是每月250万的收入，一年为2500万。5万保姆中出现重大疾病，纠纷等等需要支出的占30%，我们一年至少拥有过千万的收益。而目前北京需要的保姆为20万，上海和广州也为10左右。我们不但能引进新的也可以吸呐现有的劳务人员加入到这个体系中来。

项目服务计划书 篇3

一、项目背景

早在1999年以前，中国互联网的先知们就开始建立B2C网站，致力于在中国推动网络购物的发展。据2008年有关统计显示，我国网上购物发展迅速，在以北京、上海、广州和深圳为代表的全国中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率达到了42.5%，网上购物用户总数超过1000万人，网上购

物金额超过人民币250亿元。在以武、成都、沈阳和西安为代表的四个区域中心城市，网上购物用户在网民中的渗透率也达到了29.3%，网上购物用户总数253万人，网上购物金额50亿元。可见，中国的网络购物的春天已经到来，发展前景十分广阔。

大学生的课余时间较为充足，对网络应用也不陌生，所以开网店不是什么难事。近几年，淘宝、易趣、拍拍等C2C网站发展迅速，还提供个人网店平台，而且有很多是免费提供的，这就更为大学生在网上开店提供了方便。可以说，开网店已经成为了大学生创业的一条捷径。

二、网店介绍

1、网店宗旨

诚信求生存，服务求发展。

网上开店，当然是信用是最重要，只有好的信用才能赢得消费者的信赖，才能使网店长久的存活下去。现在网店的竞争相当激烈，除了要以质优价廉的商品去吸引买家外，还要有热情耐心的服务，这样才能让自己的网店在众多店铺中脱颖而出，才能让自己的网店有较好的发展。

2、网店目标

本网店将从淘宝的普通店铺做起，并用一年的时间积累一定的信用度，同时树立一定的知名度和品牌形象。

有了信用度、知名度和品牌形象后，网店的浏览量就会成倍增加，接着就加大了成交量。有了一定的资本后，就能适当扩大网店规模，增加商品数量和种类，开始做淘宝商城。

三、自我分析

1、大学生为什么要选择开网店?

对于我们大学生来说，业余时间是相对比较多的，但是个人的资金是相对比较少的。所以针对这种情况，没有时间约束入门门槛比较低的网店就成为我们大学生创业的不错选择。

2、开网店到底对我们大学生有什么好处?

现在的大多数大学生都是有梦想的人，都希望毕业了能做一番大事业，为了这个梦想，不停的在外找兼职就成了我们大学生的假期里必干的一件事。大学生可能都这么想过，“工资不算什么重要的是我能得到锻炼”。出去给别人打工就真的能的到锻炼吗?我们的付出和我们的收获真正成正比吗?一个毕业4，5年的学长给我说过，在外大学生找工作还没有一个农民工容易，现在最廉价的劳动人群就是学生。

谁都想让自己的付出有收获，而选择开网店会让你受益匪浅。营销专业的学生，开网店可以让你们学到如何把商品推销出去；工商管理专业的学生，开网店可以让你们学到如何管理好一个企业；会计专业的学生，开网店可以让你们学到如何把账算好；物流管理专业的学生，开网店可以让你们学到如何把商品送到顾客手里；计算机专业的学生。开网店可以让你们学到如何把自己学的知识用到真实的网络上去。

3、失败了怎么办?

真正的失败是源于你的放弃，人生最可悲的事是半途而废。一片漆黑里，我们摸索着那扇通往“天堂”的大门，曾经，我们都以为他离得很远

，一次的跌倒，两次的绊足，三次的相撞，信心便轻易地在无助中懈怠，在懈怠中绝望，在绝望中崩溃。然而，终有一天，我还是看见了“天堂”的模样，回望起点，那不过是一米的距离。

四、经营环境与客户分析

1、行业分析

网上开店对成本的要求低，它占用资金少，也基本不需要水、电、管理费等方面的支出；这样就解决了大学生没有创业资金的问题；网店经营方式灵活，基本不受时间、地域等因素的限制，只要有时间、能上网就能正常营业，而且只要少量存货就能开店，所以也可以随时更换经营其他商品；网店的客户范围十分广，只要是上网的人群都有可能成为商品的浏览者与购买者，这个范围可以是全国的网民，甚至是全球的网民。以上也是网上开店创业的优势所在。

2、调查结果分析

通过搜集查阅大量统计数据发现，中国的网民数量庞大，但网购人数在所有网民中所占的比例距发达国家还有很大差距，这从另一个角度也可以说明中国的网络购物有着巨大的发展空间，事实也证明了这一点——中国近几年网络购物发展十分迅速，网上购物的人数快速增长，而且这种势头从现阶段来看只有增强而不会有丝毫减弱。尽管网络购物的飞速发展给开网店带来了不小的竞争，但在一定时间段内，机遇还是大于竞争的，所以网店创业的潜力还是十分大的。

3、目标客户分析

在网上购物的用户中，占主要比例的是在校学生、职业白领等，年龄以中青年为主，性别上女性大于男性。其中，学生用户购买比例较高的商品为书籍、音像制品、服装以及游戏类商品等；职业白领购买比例最高的商品为服装、化妆品、饰品和母婴用品等。

买家收入的高低也影响着其购买倾向。收入高的群体购买比例较高的是数码类商品，而中等收入买家的消费比例最高的是服装、首饰、化妆品，游戏点卡类商品则是低收入买家群体的消费比例较高。

总体来看，女装、化妆品、饰品的成交额长期排名靠前。可见，适合中青年女性消费的商品市场更为广阔。

五、经营策略

1、管理者及其任务

由于开店初期业务量小，全部工作由创业者本人即可完成。待以后业务量大时，可寻找合作伙伴或聘请员工，合理分配任务。

2、营销策略分析

(1)品牌策略

第一，网店要有一个独特新颖，且易被人们记住的店铺名，并设计出美观大方的名片，在发货给顾客时随件发出，加深顾客对本店铺的印象，打造店铺的外在品牌形象。

第二，在商品质量上要严格把关，坚决不以假乱真，以次充好，力争让每一位顾客都能对本店商品的质量满意，打造店铺的质量品牌形象。

第三，努力提高服务质量，要让每一位顾客都能感受到一种贴心的售前、售中和售后服务，打消客户在购物时的后顾之忧。必要时还可对顾客制定个性化服务方案，打造店铺的服务品牌形象。

(2)价格策略

淘宝价格竞争十分激烈，刚开的店铺由于没有信用度，可以说低价销售是吸引客户的唯一方法，所以在营业初期价格要尽量低，甚至是零利润销售。待积累一定的信用度后可逐步提高价格，要在全面考察同类卖家价格的基础上合理定价，薄利多销是主要的测略。

(3)促销策略

开店初期可进行“包邮”、“打折”、“有买有赠”等促销活动，以吸引客户；每年的各种节日(如五一、十一、圣诞、元旦等)期间，进行一些适合本店客户的促销活动，如“满就送”、“满就减”等，以增加成交量；

在店铺信用等级上升时进行一些促销活动，如“冲钻包邮”、“冲钻打折”等。

(4)渠道建设

大学生一般在开店初期由于充足的资金，所以一开始可以与提供网店代销的批发商建立业务关系。由于代销的特殊性，所以在选择批发商时，一定要通过各种渠道认真考察其产品质量，服务质量，信誉，供货是否及时等方面的情况。

等有一定资金时，就应该改变代销模式，自己进货。此时要争取与一级批发商建立合作关系，并与其签订合作协议，主要就价格、产品质量和服务等问题达成一致意见。

六、营销效果预测与分析

1、营业额收入

前一年属于积累信用的阶段，不会有大的收入，保证成本即可。

从目前淘宝网店销售情况看，预计普通店铺平均每天的销售额一般是300元左右，钻石店铺能达到1000元以上，皇冠店铺则可达3000元以上甚至更多。

2、支付方式

淘宝网店主要是用支付宝担保交易的，也可以进行网上银行支付。

3、订货方式

淘宝网店都是在线订购的。

七、经营成本预估

1、初期投资

初期(第一年)的投资主要是淘宝消费者保障服务保证金、代销加盟费(或预存款)、宣传推广费用等，还要一定的流动资金用于物流配送等。预计人民币3500元。

2、第二期投资

这一阶段业务量会有较大的扩大，需要有较多的流动资金用于进货、发货等，有必要的时候还要聘请员工。鉴于淘宝网店自己流动较快，预计人民币20000元即可。

3、其他成本

电脑：4000元；

数码相机：1500元；

网费：100元/月；

淘宝增值服务和营销工具软件：80元/月。

项目服务计划书 篇4

一、计划摘要：

随着国民经济的日益增长，以及工作和学习上给人们带来的巨大压力，人们也开始思考通过什么方式来放松自己的身心，而旅游是多数人想到的减压方式，但这个过于饱和的市场还缺少一个主要的消费群体——大学生。对于还没有经济来源的学生群体来说，昂贵的旅行费是他们不愿选择旅行的主要障碍。而这正是我们旅行社成立的原因之一，我们可以通过低廉的价格赢得这个主流消费群体的青睐，所谓薄利多销正是如此。

二、公司概况：

公司运行初期，公司职员控制在十人以内，而后，随着公司的发展，具体的职员人数根据情况而做出相应的变动。初期时，为了减少开支，职员应一人身兼多职，充分的利用每一处资源，例如：导游可以做一些文员

的事情、而一些文员可以做一些接待工作等等。建立团队合作的理念，互帮互助的精神，并且可以通过平时的日常交流达到沟通的目的。

公司可大致分为几个部门，财务部、公关部、宣传部、营销部，还有关键人物总经理。

主要管理者：XXX

主营产业：而主营产业就是旅行社，在这个看似过于饱和的市场中，想要生存下去似乎比较困难，但市场上大多数的旅行社主要针对的是有经济来源的消费群，虽然针对大学生旅游的旅行社也存在，但消费者不见得有多少。对于每个月才五六百块生活费的大学生来说，旅行费还是昂贵了一点，因此，这块“大蛋糕”还是有必要去尝一尝的。

三、营销策略：

假如以我们学校为例，市场的潜力还是蛮巨大的，就济南周边的旅游景点就有许多，近一点的有：大明湖、趵突泉、千佛山等等；远一点的有：朱家峪、泰山，甚至青岛，潍坊等等都是可以纳入旅行线路的。

首先旅行社可以推出以不同主题为形式的旅行项目。比如说可以有回归自然的旅游线路，也可以有只为了纯粹娱乐而旅行的线路，在节假日时，还可以推出不同主题的旅游形式，例如：情人节、圣诞节时可以推出情人旅行线路，对于喜欢浪漫的女生和喜欢制造浪漫的男生来说是很有诱惑力的。而在光棍节时可以推出以交友为目的的旅行，对于渴望扩大社交圈的学生来说是不可多得的机会。母亲节、父亲节时，可以以此为契机，推出亲子旅行，全家游等活动。根据不同的时期提出不同的旅游线路。

而公司的口号得从实际出发，目前，旅行社之间的竞争主要是以服务为基础的软性竞争，各个公司的口号都大同小异，所以旅行社的口号应该以安全为前提，开心为目的，廉价为宗旨，全方位的服务，例如：“有我们的服务，到哪里旅途都精彩”，推出的口号尽量新颖。

四、竞争情况及营销手段：

对于目前的市场来说，竞争是存在的，但还不过于激烈，冲出“重围”不是不可能，而杀手锏则是价格和营销方式，就目前我们学校而言，节假日时只有一两家旅行社在组织学生旅行，但是，目的地很单一，而价格不算便宜，并且全都是是一日游，对于爱玩的年轻人来说怎么可能尽兴，再比较一下价格，出游的打算只好作罢。由此看来，公司应该以微薄的利润去赚取更大的市场，而且可以多推出些其他的不同的线路。选择多了，自然消费人群也增加了。不能仅仅局限在同一个目的地和短暂的游玩时间上，正如前面所说，济南周边的旅游景点多了去了，开发起来并不是难事，何苦要局限在一个地方，而游玩的日期可以延长一到两天，这样，消费人群应该会更多。

营销手段是我们突出重围的“武器”之一，对于才涉入这一领域的公司来说，如何将自己公司与别的旅行社区分开来，树立起独树一帜的标志是关键的一步，推出有特点的旅行方式，让追求新新事物的年轻人觉得可以尝试，是公司应该一直牢记的。

对于市场上已经涉足这一领域的公司来说，他们的优势无非在于经验和拥有老顾客。因此，创新是我们要做的第一步，除了一些有特别意义的节日外，公司需要根据不同时期作出相应的策划，在平时也可以推出不同

种类的旅游方式，比如在期末、毕业时，可以以此为契机，组织学生集体出游，以此来纪念彼此之间的友谊。又或者，如果旅行的人数较多时，可以给予一定的优惠，让学生们本就不多的预算可以发挥到极致。这样，不失为一个积累顾客的方法。而对于一些特别的顾客，比如富二代，公司可以为其办理贵宾卡，将其列入公司的尊贵客人的名单，针对他们实行一些特别的服务。比如节假日来临之前，主动出击，电话询问他们是否有出行计划，再根据不同情况制定不同方案，以求达到资源再利用，对于公司无偿不是一件好事。

第二步，则是拓展市场，拓展市场是相对于公司发展成熟后而言的，这一切都基于公司发展良好后有能力去开拓市场。对于专门针对大学生的旅行社毕竟只是起步的开始，而要想在这个市场上生存的更久，拓宽市场是必需的，因此，针对不同年龄段的旅行线路就要三思而后行了。首先，我们公司的服务人群不再是单一的大学生了，而是来自不同地区，不同年龄的人，所以，对于顾客的基本情况要了解清楚，各地区人的口味如何；是集体出游还是单人游。比如，四川、湖南人喜欢吃辣，福建那边的人喜欢吃甜，在旅行用餐时，就要注意这些地方，安排相应口味的餐点，这样会让顾客有宾至如归的感觉，但也有想尝试其他口味的顾客，他们想吃什么，喝什么，都应该了解清楚，在事前做好相应的安排，让顾客旅行开心愉快，这也是公司的口号和目标。

除了相应的服务之外，公司的宣传是必不可少的，虽然公司后期会拓展市场，服务的人群也不再是单一的大学生，但公司的主要服务对象则还是大学生。对于公司来说，初期经营时并不可能花血本去做昂贵的电视广告宣传，所以，主要宣传手段还是发传单，除了大学校园外，闹

市街区都是可以考虑的地方，这方面可以招聘大学生做兼职，资金控制了，宣传也到位了，但是另一个问题又出现了，宣传到位不一定营业额就会增加，所以，公司就应该认真地对待每一位顾客，从服务的根本着手，树立良好的企业形象，这才是生存之道。

五、市场预测：

对于大学旅行社而言，在旅行社运营时，到底有多少消费者会选择本公司?以下是抽样调查的结果(调查人数为30人)：

在节假日会选择出游的学生占40%；

选择通过旅行社旅游的占50%；

选择省内旅游的占93%；

选择结伴而行的占91%；

能承受旅行费在两百及两百以内的占60%(两日游)。

从数据来看，节假日时，三到四人中就有一人会选择旅行，如果再以较低的旅行费来吸引顾客，那么势必可以占领这一块市场，而基础打好了，之后的拓宽市场就容易多了。

现在看来，市场现状十分混乱，鱼龙混杂，许多旅行社想通过其他手段谋取暴利，比如带旅客购物，大半的旅行时间花在了买东西上。从中，公司应该牢记，不能看到一时的利益，要从久远的角度来看。因此，公司应在这一领域树立特有的标志，比如就用踏踏实实的形象来吸引顾客，赚多赚少都以顾客的感受为前提，这样即吸引了顾客也赢得了口碑。

项目服务计划书 篇5

一、企业概要

公司的社会价值

社会的高速发展，人们在为社会做出自己贡献时，也承受着巨大的压力，尤其是妇女，工作压力之余，还要承受家庭的压力，因此，多数妇女身心疲惫，抑郁烦闷，长期处于亚健康状态，需要心理抚慰。心理服务中心的成立，恰好可以成为女人的心灵家园，帮助这些人，走出个人的抑郁，走出家庭的困惑，走出工作的烦恼，恢复往日的笑容。希望妇联支持妇女心灵家园的建设。

公司成立基本情况

公司名称：慧阳心理服务中心

公司性质：个体工商户

主营产业：心理服务

二、公司描述

总体战略

经营策略：心理服务咨询走进社区，走入生活

价值增值：心情舒畅，心理健康，高品质，好生活

发展战略

初期(1-
2年)：一年内，企业能初步运转，一年至2年内，企业基本可以正常运转，出现微盈利，有一定的市场。

中期(3-
5年)：进一步提升品牌形象，能够占据北辰市场，并开始渗透到北辰附近地区。

长期(5-
10年)：品牌深入到人们心中，占据北辰及附近地区市场，有一定的影响力。

三、项目与服务

项目：资格认证

价格：1800元

服务：中国注册心理咨询师培训认证，认证分为一级、二级和三级三个级别。普及心理学知识，满足爱好者需要。同时，提高职业技能，助人助己。

项目：心理辅导

价格：100—500元/小时;2000元/单位(30人内)

服务：建立辅导关系，制定针对性方案，调试辅导心理问题，恢复往日笑容;调试企业员工心理，疏导心理障碍，将企业的关爱带到每个员工的心中，创建和谐企业。

四、市场分析

目标市场分析

地理位置：市场主要是以北辰区为主，辐射河北区、红桥区和武清区等附近地区。这些地区市场，心理服务还是一个空白，积极经营，市场潜力巨大。

需求动机：市场主要是以心理学爱好者和心理需求者为主。

顾客人群：市场主要是以处在发展中的问题青少年、因家庭的困惑、生活的烦恼、工作的压力长期焦虑抑郁的男性和女性，孤独无助心神不悦的中老年人心理服务中心创业计划书范文心理服务中心创业计划书范文。

相关市场分析

目前，市场上心理服务质量不高，专业化不强，误导顾客，对于北辰地区心理服务业来说更是如此，我公司处于一个市场前景非常广阔且市场仍处在空缺的区域。将以自己的高品质服务占据市场。

预计市场占有率

目前，天津市场上，有三四家心理服务公司，多数集中市区，而我公司地处北辰区，只要积极营销推广，市场前景乐观，能占据一方市场，预计能够与其他几家公司平分市场。

预计市场发展趋势

随着我国经济全球化进程的加快，市场竞争的日趋激烈，由此给人们带来了诸多心理压力，甚至产生了严重的心理障碍。根据世界卫生组织权威人士透露，21世纪威胁人类最大的敌人不是饥荒和地震，而是比自然灾害更严重的自身心理问题。心理科学统计，在不同年龄阶段的人群中有80%

人存在不同的心理障碍、人格缺陷和习惯性不良行为。如何保持健康的心理，健全的人格和成熟的心态，直接影响人们的工作和生活质量，是现代人必须面对的人生和社会问题。

国际卫生组织资料显示，美国每1000人就有1名心理咨询师，而我国2005年每100万人中只有4.6名心理咨询师，中国专业心理咨询人员严重短缺。我国13亿人口，国内外权威机构预测，我国在今后的发展中至少需要1000万名心理咨询师，所以心理咨询行业是我国新世纪最具发展潜力、有着广阔发展空间的事业。

北辰区由于近些年加快了招商引资的力度，经济快速发展，人才流入，竞争是不可避免的，由此，引发社会与人，人与人，人与家庭矛盾产生，心理问题甚至是心理障碍出现了，而且北辰市场又是个空白，我公司从事心理服务市场前景很乐观。

五、竞争分析

我公司的优劣势

公司的优势

1、我公司处在北辰地区，离市区较远，与同行竞争不是很激烈。

2、我公司处在需求巨大，市场空白的北辰，积极营销，前景乐观。

3、我公司是中国注册心理咨询师天津代理，有资格和技术优势。

公司的劣势

1、我公司处在不成熟的北辰市场，需要长时间开发市场。

2、我公司刚刚创建，在市场中品牌形象还未树立，需要积极营销。

3、我公司刚刚起步，需要多方支持，资金不足，抗风险不强。

同行公司的优劣势

同行公司的优势

1、同行公司地处市区，信息通畅，经营时间长，有一定市场优势。

2、同行公司品牌有一定的影响力，已初步形成了品牌形象。

3、同行公司资金相对充足，抗拒市场风险较强。

同行公司的劣势

1、同行公司多数集中在市区，他们之间的市场竞争激烈。

2、同行公司经营成本大，导致服务质量一般，性价比不高心理服务中心创业计划书范文工作计划。

3、同行公司没有新资格优势，一段时间内停留在发展已有老项目。

六、营销策略

总的策略：综合本公司各个方面的实际情况，所以本公司的项目服务进入市场的顺序采用先近后远策略

先在北辰区内学校和社区导入市场，再推广到河北去、红桥区和武清区等附近地区。

项目展示：走入社区和学校，积极宣传心理学知识，介绍心理咨询业的发展前景和中国注册心理咨询师职业前景。介绍一些常见的心理问题案例，调试辅导人们的心理，帮助人们排解心中的苦闷。

营销渠道：主要是发放宣传单和开展街道、社区普及心理学知识活动，同时辅以报纸等广告媒体和网络公告和信息宣传。

七、财务分析

到赢亏平衡所需资本投入：

公司赢亏平衡时，需要投入至少两万元，能达到企业基本运转。

项目服务计划书 篇6

一、项目介绍

项目名称：“XXX”儿童托管服务公司

经营范围：儿童托管、课后辅导、营养配餐服务的提供

项目投资：20万人民币

场地选择：沈阳市皇姑区昆山路

项目概述：如今社会，上班族的压力越来越大，出现了许多没有时间照顾孩子，导致孩子性格变得孤僻，自卑的例子。创办“XXX”儿童托管服务公司，将父母亲无法照顾的儿童组织起来，管吃、管睡、管学习辅导，解决家长与儿童双方面困难，而且利用系统的管理教育，培养儿童的自我约束、独立管理能力和团队协作精神，造福下一代。

二、市场分析

目前，龙南县的儿童托管已成为市民日常生活中一个老大难的问题，这是我及身边熟人常谈及孩子读书后，因上班远而不能及时带小孩，也有

谈到小孩读书后，因吃不好午饭变瘦了。谈论更多的是，父母文化程度低辅导孩子做作业成问题，代沟问题等，由此产生一种想法，如果能把这些小孩组织起来，保证孩子们吃得香、睡得好，同时辅导他们做作业，难道不是一个很好商机吗?

1.市场需求分析

据悉，现在龙南县有小学十多所，各小学都不同程度出现托管难的问题，据不完全统计各小学平均有900名学生，新生入学需要托管服务约60%，需要辅导各科作业约45%，需要美术、音乐、英语等辅导约30%，需要单科作业辅导约20%。但是，现在小学的托管服务一致不好，经常出教学事故。

从上述数据分析：

①当今人们对教育的重视程度较以前大有提高;

②当今的孩子竞争性强、压力大;

③父母投入社会工作多，难以照顾好孩子;

④教育社会化的程度需不断提高。

2.市场竞争与前景

社会进步必然存在竞争，在创业阶段必须重视行业竞争，据有关报道，目前，龙南在开发家教、托管服务市场的时间不算很长，但普遍存在着质量不高的问题，如：货不对板、师资不合格、服务质量差等。只要扬长避短，制定自己的竞争优势，突出优点，创新发展，才能不断满

足社会的需求。发展潜力是十分巨大的，从创业项目来讲，只要重视竞争对手，采取“全方位发展，服务多元化，以优质服务取胜”的经营方针，一定能成功。

三、成本预算

1.薪资预算

说明：专科课程辅导老师不做工资预算，故不计人经营成本。组织一个班另外聘辅导教师，只计提成。

2.投资预算

说明：

(1)对原经营场所只是修补性质的简单装修。

(2)要充分利用原经营场所的基本设施：电器、办公设备、桌、椅、床等，用旧添新。

项目服务计划书 篇7

随着大学生对西方文化的日益了解和西方食品文化的不断进入，越来越多的大学生对西餐产生了浓厚的兴趣，以至于很多人尤其是大学生这个群体愈发的想接触它，去尝试它，所以这其中蕴藏着巨大的市场资源，在大学的附近开个西餐厅能很好的利用并开发这个市场，虽然可能资金有限，但还是希望能筹集资金并实现这个计划，实现自己的创业梦想，让自己在创业上能打造出一片天地。

一、公司的项目概况

1.1项目目的

自食其乐西餐厅以打造优质的西餐文化和服务大众为其办业和经营宗旨，力求开拓一片属于自己的市场。

1.2公司名称：自食其乐西餐厅

1.3性质：此项目集开发家居设计、房屋室内设计、独栋别墅设计专业性服务项目，同时，吸引商家投资，建设中国人自己的家居设计文化。

1.4前卫的高技派风格营造：如果目标顾客是青年消费群，运用前卫而充满现代气息的设计手法最为适合青年人的口味。运用现代简洁的设计词汇语言，轻快而富有时尚气息，偶尔可流露一种神秘莫测的气质。空间构成一目了然，各个界面平整光洁，巧妙运用各种灯光构成室内温馨时尚的气氛。西餐厅的装饰特征总的来说明，富有异域情调，设计语言上要结合近现代西方的装饰流派而灵活运用。西餐厅的家具多采用二人桌、四人桌或长条型多人桌。

1.5建设开创地点：南昌市经济开发区高校周边

1.6食其乐西餐厅的经营理念自食其乐西餐厅力求做到“完美”，严选食材，坚持用优秀的原料品牌，针对大众饮食习惯及口味，兼顾美味/健康，秉持着“1杯送”的服务态度，提供多样化产品，把差异性价值呈现在大众面前，让每1份精细的产品都能够呈现在消费者面前。享受美味时刻，自食其乐一定是你的优选品牌。

经营理念：专注，诚信，和谐，感恩

服务理念：始终如一的为客人提供亲情化服务，关注品质，关注健康

服务誓言：

1)熟记顾客称谓。

2)对顾客行注目礼、微笑、问好3)热情的为顾客介绍。

4)将顾客当成亲人及朋友般的对待5)用感恩的心回馈给顾客。

1.7服务宗旨：服务大众，优质经营，为广大消费者展现不一样的西餐文化。

1.8经营范围：

(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、粟子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

(4)提供不同口味的冷饮和热饮。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。结论：“自食其乐西餐厅”这个店名易记，易读，好听。“自食其乐”一词可以营造风趣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。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。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”。

二、市场定位与行业分析

2.1大学校园所在地(南昌)市场行业分析

(1)高校现有大约几万多的师生，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。各种美食街附近是男女生聚餐最聚中的地方，偶尔去的人占了全师生65.8%，现时有40.2%师生觉得现在学校最缺的服务是就餐环境，而适合自食其乐西餐厅设计是幽雅、舒适、休闲的消费环境，这可表明了，自食其乐西餐厅开业后会有更受欢迎的可能性。

(2)据资料以xx财经大学周边的餐饮业为例，存在的餐馆扎堆现象严重、店面装潢简单、不具欣赏价值，以及服务质量不高，上菜速度较慢，菜肴同质，特色不鲜明等问题。

3)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;其次，是怎样达到以下营销效果。

2.2西餐业的形成以及发展前景分析

(1)随着西方饮食文化不断进入中国市场，越来越多人开始关注西餐，所以这提供了很好的市场前景。

(2)西餐是发达国家已有的饮食，形成了西方的饮食文化，对我国饮食文化也有影响。

(3)为发展我国的饮食文化提供支持探索。

2.3西餐需求度分析

西餐自始就受到老百姓的关注，尤其是在校大学生对其情有独钟，不管是学生还是其他消费群体都对其有很大兴趣，所以开一家西餐厅是很有市场前景。在本西餐厅所制定的.营销计划下开展人性化经营，运用品牌策略、价格策略等一系列策略经行运营。

2.4消费者市场分析

南昌经济开发区地区在不断发展，为加速其城市建设，西餐厅能过有效带动特色的饮食文化文化兴起。而且南昌经济开发区地区城市发展速度很快，且附近旅游资源丰富，是一个潜在的大市场。由于大量不同地区人口聚集，对饮食的选择很不同，但市场上能提供的饮食比较单一，所以市场前景很好。

2.5对其他西餐厅的特点的不规范的全面分析

(1)同一性：目前在很多的城市中，西餐厅完全是一个套路。加之饮食比较单一，忽略了特色服务，对饮食文化发展起阻碍作用。

(2)追求时尚个性化：西餐厅盲目追求华丽的外表，时尚的造型，忽略了结合本地区的特色来进行运营

2.6目前面临问题的综合分析与方案解析

(1)西餐厅店铺的选择，一个人流量大经济发达的地段等于是给了我们一个梯子，这样说吧，客流量带来了市场，市场带来了营业额!我们的目的是效益，积累原始基金!要做到这点就必须要很多的市场，能带来市场的就是客流量了!

(2)我们必须要把我们的顾客群体给定位好，创意产品让人产生很多的联想，拥有这种想象空间大的顾客群体是属于年轻人和已婚夫妇!所以能在人流量相当的地段找到这类群体集中的店铺也是个非常不错的选择!有一篇叫做店铺选址制作商圈地图的文章，我们可以作为一种借鉴，具体是这样的：

a.对本地的居住情况进行调查，将它们的位置标在地图上。研究其所在地段是否符合最大利益原则。

b.根据地图，标出看好的地点。

c.在选定的地方周围，画出经营范围。

d.确定该商圈内是否有我的竞争对手，对彼此的实力进行权衡，然后决定是否需更改地点。

e.了解商圈内的人口、人口统计特性、购买力和其他相关信息，帮助我们了解顾客群。

f.画出可走到本店面的街道或公交者线路，了解顾客是否能很方便地到达那里。

2.7经营活动分析

(1)经营活动分析是在经济核算的基础上，通过正确评估，找出问题，分析问题和原因，提出整改措施，以进一步加强经营管理和成本管理，提高经济效益。

(2)经营活动分析的主要内容包括以下几点：

1)客源构成变化对餐饮业收入的影响及其发展趋势。

2)产品品种、质量和价格，人均就餐消费水平等变化对餐饮收入的影响程度食品原料价格、毛利变动对成本的影响程度及食品原料综合利用情况的分析

三、营销策略

市场营销：在西餐厅初步发展中，我公司将采用品牌策略、价格策略、促销策略等来实施创业计划。可以不同程度降低营销成本，还能建立起坚实的客户关系。随着西餐厅的发展，还将扩展体验式营销、网络营销等模式。

3.1实行差异化战略，进行错位经营

(1)随着大学生生活水平和质量的提高，个性化消费趋势日益明显。对社会消费品的不同需求，更加注重产品和服务的附加值。这体现在餐饮业市场上，就是饮食消费已经从单纯的填饱肚皮、一饱口福开始转变为吃特色、吃新奇、吃文化、吃营养、吃健康的多感官享受。人们这些餐饮消费习惯的改变，必然要求企业差异化经营。而目前的“同质化”的现状显然与消费者的偏好背道而驰。

2)南昌高校周边的餐饮业要摆脱“同质化”竞争的困扰，重新进行市场定位将是一个明智之举。这就要求重新对南昌高校周边餐饮市场的需求进行调查，对消费者心理和消费结构的变化进行分析，并对市场发展趋势作出预测。结合本企业自身的强项，调整自己所在的环境中重新定位自己的角色，形成自己的核心竞争力。同时也要不断对自身进行调整，不断推出新的经营形象和特色产品，密切关注消费需求的动向，使之和市场脉搏一起跳动，走出一条与众不同个性化经营之路。

3.2就地取材，雇佣高校中的学生做服务员

(1)仔细分析餐饮业中服务员的特征不难发现，其实服务员的工作时间比较集中，一天中也就中午和晚上吃饭时间工作量大。这是店主不愿意聘请更多服务员的根本原因。同时，这一特征也使餐饮企业聘请兼职钟点工成为可能。

(2)从经济学的角度来考虑这样做也是经济的。规模适中的餐饮企业一般会雇佣5个服务员，而一名服务员每天的工资在40元左右(含食宿费)，每天共支出200元。学校为贫困大学生提供的勤工俭学岗位大概是每小时5元左右，鉴于服务员的工作量比较大，将工资加到8元(实际没这么高)，一天大学生工作4个小时(中午、晚上各两个小时)。假设企业现在只聘请两名全职服务员，三名大学生兼职服务员，那么餐馆的服务质量就可以有较大幅度的提高，而餐馆的支出此时为40*2+4*3*8=176元，可见餐馆在提高服务质量的同时实现了成本的节约，可谓一举两得。

3.3餐厅的定位特色营销方式

(1)根据学生消费理念及学生的就餐时间等，从周一到周日实行定位，如周一，可周对情侣学生消费群体定位为男左女右，比如在就餐座位上这方面定位，通过我们杂志对男左女右这种爱情文化理念进行传播或者引导，因为大学生对新事物非常大的好奇感。

(2)特色菜命名一般的大学生在校时间是4年，针对这一特点，我们可以在开业之际通过杂志和网站活动等。对各种菜进行有学生命名，通过在餐厅就餐的同学或者网站，海选餐厅的餐单，从中选出最好的菜名。

3.4重视品牌效应，提升公司整体形象

江西南昌高校周边固然有像“xx”这样的大品牌，但总体来看，品牌意识还很薄弱。我们知道，一个现代意义上的品牌除了品牌名称、品牌标记、品牌文化、品牌形象等一般要素外，更具有品牌核心价值、品牌联想、品牌个性等独特要素。而目前的状况是，即使有一些品牌在一般要素上做的比较出色，但在更深层面上独特要素方面仍需要建立和完善。企业必须清醒的认识到：品牌不仅仅是一个代号，更主要的是品牌所产生的效应。小四川的菜肴就应该具有浓厚的四川风味，清蒸馆就应该形成一种大西北回民的独特氛围，将品牌与特色有机结合。这一点正是当前许多餐馆所缺少的。所以，增强餐饮企业的品牌意识，重视并塑造餐饮企业的品牌效应是提升企业整体形象的当务之急。

3.5重视市场营销推广：平面与网络

(1)平面媒体的基本选择：DM杂志推广海报宣传单优惠券会员卡。

(2)网络媒体的基本选择：公司网站话题论坛软文推广。

(3)其他媒体的投放：校园论坛，校园BBS联盟活动推广代金券及合作活动。

(4)下线活动：校园选秀投票大赛摄影视频大赛校园社团的合作活动月3.6校园DM周边饮食DM杂志推广。

进入校园我们始终认为良好的互动和高端的杂志图片，文字展示很重要。综合目前市场上常见的优惠券，会员卡等的有效传播整合，对餐厅进行特色定位营销。

3.6.1关于杂志方面的宣传工作

(1)杂志的设计要求：(大气，精美有档次高端)150克铜版纸内页105克铜版纸，大小A5页数60页(包括封面)。

(2)杂志的定位：时尚、娱乐美食体现大学生的吃喝玩乐大杂烩的特点，可以由我们完全掌握，体现我们宣传的主题。在杂志的内容上我们要体现的就是关于大学生在娱乐领域的新特点。

(3)杂志的编辑及策划等这是我们非常重要的一块，也是核心内容，杂志要发行6期，每月一期，所以怎样每期在内容和方法上创新，同时要宣传带动我们的消费，这就是我要们要做的细致工作。因此，我们要有效利用高校人才，通过在每所大学组织一批团队，(包括摄影爱好者，文字编辑者，记者，社团负责人等)在杂志的不同板块设立不同的高校栏目。从而让他们更好的体现自己的才艺和在高校的认知度。这样做有利于市场细分，同时为我们打开高校市场提供了校园门槛，更加有利于带动消费。最后，我们更要通过杂志这个有效的传播平台，把我们的线下活动结合起来，在杂

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/247130123113010011