

创业计划

公司名称： “吃吧” 食品店

创业者姓名：

日期：

邮编

邮寄地址:

电话:

传真:

电子邮件

## 目录

- 一、公司概况 3
- 二、创业计划作者的个人状况 3
- 三、市场评估 4
- 四、市场营销计划.6
- 五、公司组织构造.9
- 六、固定财产 10
- 七、运营资本(月).12
- 八、销售收入展望(12 个月) 14
- 九、销售和成本计划.15
- 十、现金流量计划.17

一、公司概况

以龙岩、漳州、泉州等五个地域的特点食品为主，附加其余地域的小部分特点食品。

|      |      |      |    |    |
|------|------|------|----|----|
| 生产制造 | √ 零售 | √ 批发 | 服务 | 农业 |
| 新式家产 |      | 传统家产 | 其余 |    |

二、创业计划作者的个人状况

过去的有关经验(包含时间)（这是我们几个的综合你们也能够自己写）

2009 年五一时期，佳能百货做促销员，锻炼销售能力。

2210 年 8 月暑期在泉州鳄鱼莱特工厂当管理员。

2011 年 7-8 月，厦门中开信息技术有限公司当业务代表。

2012 年 11-到现在、参加 SYB 创业培训，娴熟创业整个流程、掌握了创业技术。

教育背景,所学习的有关课程(包含时间)（能够依据所学的课程来写）

自己有管理学的研究生学历，而且正在大学从事销售和人力资源管理方面的教课

(2009 年到现在)。

2010 年上学期《市场营销学》 《服务营销学》

2010 年下学期《管理学》 《统计学》

2011 年上学期《花费者行为学》 《经济法》

2011 年下学期《商务谈判》 《电子商务》

2012 年上学期——到现在



---

三、市场评估

---

目标客户描绘:

---

1.在校大学生 2.在外务工的工人 3.邻近居民

---

---

市场的容量/本公司估计市场据有率

---

经市场检查有关的数据显示，有 20%在校大学生、 25%的在外务工人员、 15%邻近居民来花费，其余占 40%。

市场容量的变化趋向:

- 
- 1. 跟着在校大学生的增加，花费集体将不停增添。
  - 2. 生活水平的提升，其食品花费比重增加。
  - 3. 营业范围渐渐变宽，经营品种多样。

竞争敌手的主要优势:

- 1. 产品种类多。
- 2；经营管理、产品流通渠道比较成熟。
- 3 经营时间较长，顾客群较为稳固。

竞争敌手的主要劣势:

- 1. 产品种类的特点对比较低。
- 2. 广告和促销方式较少，著名度不高。

有关于竞争敌手的主要优势:

- 1. ；产品特点性强
- 2. 针对在外学习的学生及在外务工人员对家乡产品的进而吸引花费者
- 3 产品的口胃多，能够吸引一些顾客的尝鲜心理

有关于竞争敌手的主要劣势:

- 1；产品采买渠道不够完美。
- 2. 起步较晚，经验不足
- 3；对市场信息掌握有限
- 4 没有较为稳固的顾客群

四、市场营销计划

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| 产品              |           |
| 产品(产品系列)/服务主要特点 |           |
|                 |           |
|                 |           |
|                 |           |
| 漳州鱿鱼干           | 品中多样、口胃鲜美 |
| 龙岩地瓜干           | 源滋原味，营养丰富 |

泉州龙眼干

龙岩地瓜干

质量优秀、颗粒饱满

味美爽口，风味独到

|                        |  |        |     |
|------------------------|--|--------|-----|
|                        |  |        |     |
|                        |  |        |     |
| 价钱                     |  |        |     |
| 产品(产品系列)/服务成本价销售价竞争敌手的 |  |        |     |
|                        |  |        |     |
|                        |  |        |     |
|                        |  |        |     |
| 漳州鱿鱼干                  |  | 赊销将赐予： |     |
|                        |  | 100    | 150 |

|       |  |    |    |
|-------|--|----|----|
| 龙岩地瓜干 |  | 30 | 50 |
| 泉州龙眼干 |  | 60 | 80 |
|       |  |    |    |

折扣将赐予:

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |



价钱

160——200

40——60

---

|         |  |
|---------|--|
| 80——100 |  |
|         |  |
|         |  |
|         |  |
|         |  |
|         |  |
|         |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |

|           |    |         |
|-----------|----|---------|
| 地址        |    |         |
| (1). 选址细节 |    |         |
| 地址        |    |         |
| 大学城不可以街   | 面积 | 租金或建筑成本 |
|           | 40 | 2000    |

(2). 选择该地址的主要原因:

- 1、步行街与高校距离较近人流量大
- 2、交通便利，购买方便
- 3、租金合理。

(3). 分销方式(选择一项)

|                          |  |          |  |
|--------------------------|--|----------|--|
| 产品将卖给:最后花费者 √ 零售商批发商     |  |          |  |
| (4). 选择该分销方式的原因:         |  |          |  |
| 依据本产品的特点，购买者主要以零售形式购买为主。 |  |          |  |
|                          |  |          |  |
| 促销                       |  |          |  |
| 人员推<br>销                 |  | 成本预<br>测 |  |

广  
告

成本预  
测

|          |  |          |
|----------|--|----------|
| 公共关<br>系 |  | 成本预<br>测 |
|          |  |          |
|          |  |          |

200

营业推  
广

名片宣传

成本预  
测

元

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

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/267131046133006066>