

发泄小屋创业计划书

篇一：发泄屋创业计划书

发泄屋创业计划书

1、 企业介绍

在当今社会上由于各种情况造成了很多人有气没处发泄，如在温州高教区的在校的大学生，面临考试失败时，还有参加工作的员工收到领导的批评时。。。都需要能够有一个合适的场所来发泄出来。

发泄屋就是提供这样的群体在以“科学合理发泄”方法，通过提供温馨舒适的发泄场所、科学有效的发泄方式以及专业心理咨询专家咨询，帮助压力大的顾客减压，以缓解他们的紧张情绪，确保他们有良好的精神状态，在以后的学习和工作能更好的发展。

发泄屋，为压力大的顾客在消除压力的时候也确保，来消费的顾客的隐私安全。绝不泄露顾客的隐私。使顾客能够更安心的来消费，发泄愤怒。

2、 产品（服务）介绍

为了社会的各种需要，发泄屋经过多方面的研究提供了一系列的服务项目。这些服务项目是根据不同人群为他们排除压力专门建立的，如一些心理存在障碍的顾客，我们为他们提供专业的心理咨询师，来治疗顾客所存在的问题。对于其他的群体，我们发泄屋，专门建立了清新淡雅的聊天室，

聊天室适用于那些想通过交友发泄存在的问题。发泄屋，还建立了健身房，针对那些以锻炼发泄自己的压力，健身房里有专门的教练，来教导正确的释放压力的健身。我们还会设立，一些游戏娱乐的场所，来针对一些顾客，以快乐轻松的心情，忘去自己的压力和愤怒。

发泄屋还设立了，喜爱旅游为顾客，专门带领他们来到适合散心和放松心情的地方，发泄屋以后，还会针对顾客的其他需求还会做更多的服务项目。

3、 行业分析

a 发泄屋的特点

发泄屋在于可以为人们提供各种方式进行发泄的场所。

b 未来的发展趋势

在未来随着工作学习和生活节奏的加快，人们的精神压力也就越大，对于缓解压力的需求也就越大，所以人们对于我们这个行业的需求也就越大，我们的公司就可以发展的更大。 **SWOT分析**

竞争优势(S)

我们公司的成员都是学生，在专业的知识上可以提供很大的帮助。市场的发展空间大，项目比较新颖。像发泄屋，那样的公司还不是很多，在温州地区竞争力不大，对以后有很好的发展，获得利益会有很大。

竞争劣势 (W)

由于成员都是学生，所以都缺乏应有的经验。风险大，有些人对此存在怀疑。还有像发泄屋的这样公司，温州还没有很多，温州人群可能会接受不了这样的发泄地方。 潜在机会（O）

市场上的发泄屋少，在市场上占有很大的优势。还拥有广阔的消费市场。现代人的压力大，一个完全释放压力的场所并不多见。

外部威胁（T）

在周边有很多像酒吧、歌厅等的让人发泄的场所，跟我们还是有很多的相互之间的竞争的。

4、 市场预测

a 市场需求预测

由于现代社会的高速发展人们生活、工作上所遇到的困难、压力也越来越多（列如今物价的飙升，房价，食品安全，教育，医疗，养老，就业，住房等方面的问题难有根本保障，总让人心里不踏实，还有各种不确定的事，也就是压力大。），而学生不仅要承受家长给予的压力还有学业上的压力，到社会上还要面临就业问题。而大不部分人遇到不顺心的事都只能憋在心里，因为做为当今现代人根本没什么时间让他用在发泄上，由于各种的压力和责任的背负下，存在的很多问题需要找到能发泄的地方，这时发泄屋就能够充分的提供这样的群体的服务。预测像发泄的这样的公司在温州这边还是没

有多少的，所以我们的发泄屋在以后的市场需求还是很乐观的。

b 目标市场定位

发泄屋，目标市场主要是定位在温州市，我们发泄屋面向服务群体是，大学生，参加工作的白领，企业老板等。（主要以青少年为主）因为青少年对新事物的接受能力比较快。

c 争对手分析

温州地区存在着很多娱乐场所，如网吧，酒吧，球场，这些地方都是适合，休闲放松心情地方，对发泄屋的销售群体有存在的竞争的可能。

5、 营销策略

发泄屋坚持“诚信至尚，真诚服务”的理念，满意为发泄者服务。实行全天 24 小时开吧模式，随时为发泄者提供便利服务。以半小时作为收费周期，根据时段的不同，采取不同的计费价格。

a 产品策略

发泄屋将根据产品在不同阶段的具体情况投放不同种类的产品，以适应市场的需求。

利用前期的基础继续扩大市场，利用各种营销手段，增加公司的知名度。接下来，寻找合适的机会为顾客推出发泄房的服务。根据顾客的实际情况和需要，休闲减压充分利用网络进行营销，在各大网站上宣传休闲减压文化，使消费群

体能够认识休闲减压，接受休闲减压，使产品在市场上相互影响，扩大知名度，并创造出更大的价值。

b 促销策略

人员推销

当推销人员已经确定顾客需求的情况下，针对这些需求进行有目的的宣传介绍，投其所好，以求引起对方共鸣促成交易。

广告

①平面广告

利用平面媒体，在杂志周刊、报纸等地方编写发泄屋的广告。尤其在一些曝光率比较高的杂志上做平面广告，重点介绍发泄吧的特点，针对性的宣传有关知识吸引消费者的注意力。

②户外广告

利用霓虹灯、车体广告、路牌、超市的广告栏等载体，曝光发泄屋。重点介

绍产品的特点，以及得到服务的途径如电话地址等。

③网络广告

现如今网络广告太多，无目的的投放网络广告收益性较差，建议在中国知名的大网站如搜狐的健康专栏长期设置广告。

c 价格策略

按照目标市场及市场定位策略等来制定价格:

1) 发泄屋如果面对一些问题, 如过剩的生产能力、强烈的竞争或变化了的消费者需要等, 一般会设立以生存为基础的目标。一般定低价, 只要价格能补偿变动成本, 并能补偿部分固定成本。

2) 公司在经营过程中始终贯彻服务最优化的指导思想, 制定消费者容易接受的价格, 补偿研究与开发的成本支出。

6、 人员及组织结构

一个企业的成功离不开人员的管理, 在我们的企业中就有这么一群优秀团队。企业管理的好坏, 直接决定了企业经营风险的大小, 因此, 人才在企业中是多么重要。一个企业必须要具备董事长、总经理、负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。

董事会

|

总经理——

| |

| 副总经理

| |

| | | | | |

人 财 市 销 研 客

事务场售发户

行部拓部部服

政展 务

|

||

网互

络联

通网

信应

用

部门结构树状图

7、 财务规划

场地费用以现在市中心繁华为例每平方米大概要
500-600 元

发泄屋占地面积约为 200 平方米

发泄屋一年需要店面资金 20 万左右外加设备购进费各
种音响设备、发泄工具

5 万元总计 25W 上下

开屋前几月为我店潜伏期收益和支出不成正比多多少
少会亏损，顾客需要一个接受我店消费模式的时间和过程，
新开店期间可以多搞促销活动，做好服务尽可能得到消费者

的认可，提高自身的口碑。

在员工上的要求，员工必须经过培训才能上岗必须有一套严格的管理体系，工资发放上形成分级制，做好相应的员工放错处罚制度，提高员工的工作效率也要形成奖励制度设立年终奖、全勤奖等项目激励员工调动员工的积极性。

8、 风险与风险管理

在如今这个市场经济大前提下，随着经济信息化和全球化进程加快，公司竞争方式呈现出从粗放式向集约化发展的趋势。

发泄屋顾名思义就是一种心理上的发泄，也称为砸吧。在当今社会上，一些人们情绪随着生活而发生巨大变动。在这个世界上，我们任何一个多少都有点情绪，连小朋友也是一样。然而我们的项目针对一些学生（高中生和大学生）、白领。由于这个项目是新兴的行业，自然而然人们对其也是了解不是很多。但是，随着时代的发展，人们也变得越来越开放，从而这个行业得到越来越多认得支持。一个行业的兴起，它的竞争也随之而来，这也是不可避免。在竞争者面前，我们做好课充分准备。

每一个行业都有它的风险，在风险面前，我们怎样去对付风险，怎样把风险减到最低，怎样把这个行业从风险中就回来，以最小的成本获得最大的保障。应对措施

当我们的生意受到竞争时，可以降低价格来进行做活动，

使我们的竞争者时刻存在危机感；也可以推出更多有创意，有新颖的活动可以免费让顾客试玩来保证我们的客流量；还可以进行再电视上、报纸上进行打广告，以便于我们的宣传。

篇二：Save house 发泄屋创业计划书

Save house 发泄屋创业计划书

一. 基本部分

1. 机会：

a. 创业计划描述：一方面伴随中国经济的高速增长和市场化进程的深入，人们受到的职业

压力、家庭生活压力、健康压力等越来越大；另一方面恋爱问题是在青年人群中占据很大的比例，失恋压力会影响工作学习及身心健康。“Save house ”发泄屋以缓解各种压力的主旨和与“慢递”相结合的运营方式出现在市场上，会受到极大一部分人群的关注。 b. 产品服务概念：“save house”发泄屋以“没有缓解不了的压力，立竿见影的解压效果”

为主旨，为有压力的顾客提供针对性服务，目的是缓解顾客压力，改善顾客心理环境。店内将设置发泄屋（通过物质方式，在安全范围内，在店内设置的发泄屋发泄不良情绪，例如：砸盘子、打“隐形人”、捏面团等发泄方式）、健身房运动、（专业的健身教练为孤苦量身订做能够缓解压力而不影响身心健康的运动方案）、专业心理咨询师（顾客可以无

顾忌地表达心声、咨询师提供心理疏导，根据客户情况对症下药；)、慢递服务（客户可选择给未来某一时间写信或寄包裹，支付一定储存费和投递费用，于客户指定时间送至指定地方）。依据顾客选择，服务方式为“1+1+2”。“1”：发泄屋、健身房运动；“+1”：店内专业心理咨询师心理疏导；“+2”：店内提供的慢递服务。

c. 市场竞争：市场上现有北京“黑暗餐厅”发泄屋、汕头发泄屋等，但现有发泄屋服务内

容单一，仅提供物质发泄这一类发泄方式。这一服务方尚不具规模，因此市场竞争能力弱。“save house ”发泄屋以其结合“发泄屋、运动健身、心理咨询、慢递”四种服务集合于一体的形态出现，必然能吸引消费者目光。

2. 策略：

A.

策略：制定全面完整的商业策划，成立创业团队，展开市场调研，设计“save house ”发泄屋图纸。以创新、实用的服务理念和立竿见影的服务效果将“save house ”发泄屋推广出去。目标市场：失恋的人；生活、学习、工作压力大的人群。

B. 创业模型

商机：一方面我国处于社会转型期，伴随经济高速增长现代人群也显现出各种压力，例如：工作压力、生活压力、

学习压力等等，极大一部分人群处在亚健康状态，压力管理和健康管理已成为社会发展的需要。“save house ”发泄屋为这部分有压力但不能正确解压的人群提供有效、便捷的解压服务。另一方面“save house ”发泄屋拥有自己独特的经营特色，方式新颖、专业、有效，“慢递”这一板块为“save house ”发泄屋增添了极大的色彩。

资源：“save house ”发泄屋所需资源易获取，成本较少，符合国家节能减排的方针政策。所需人力资源为管理人员、财务人员、心理咨询师。

工作团队：要由经验丰富的管理人员、市场调查人员和具有创意的青年创业者等组成，有创新能力、能够及时应对发生的状况和解决创业过程中出现的各种问题。及时沟通、协商，力求创业计划完善。

不足：发泄屋在市场内规模小，经验不足，风险大。

C.盈利方式：

依据顾客选择，提供四种服务，分别为发泄屋、健身房运动、心理疏导、慢递。顾客可选择单一服务项目也可多选，根据不同选择和服务时长制定收费方案。

与特定健身房合作，将发泄方式与运动相结合，同健身房抽成盈利。

店内设置柜台，出售各种解压玩具。

D.将产品送到顾客手中：

a. 创业团队可在创业计划完善的同时，到人流密集的地方做问卷调查，作为“save house ”

发泄屋的初步宣传。

b. “save house ”发泄屋落成前，创业团队可寻求投资方、知名人士在微博宣传，同时在网络、杂志上打出广告，印制宣传单，宣传“save house ”发泄屋。

c. “save house ”发泄屋落成一周内实行折扣优惠，将“save house ”的信誉度推广出去，吸引消费者走进发泄屋。

3. 怎样做：

A. 盈利潜力：

(本文来自： 小草 范 文 网：发泄小屋创业计划书)
当代社会各种压力的形成已成普遍问题，“save house ”发泄屋以“没有缓解不了的压力，立竿见影的解压效果”为主旨，吸引压力大的人群走进发泄屋，发泄自己的情绪，必然会受到消费者的欢迎。

“save house ”发泄屋与健身房合作的经营方式亦可以做到客户资源共享，为顾客提供运动发泄的方式同时，能够从健身房吸引顾客。

B. 盈利能力：“save house ”发泄屋将会拥有稳定的消费群体，盈利能力强。

C. 回收策略：若“save house ”发泄屋发展到一定程

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/287165003056006052>