

[2011 年 5 月]

[武汉仁杰文化 XX]



武汉仁杰文化 XX

[华农大--仁杰创业] | Administrator

武汉仁杰文化 XX

创 业 计 划 书

相关项目单位 武汉仁杰文化 XX
地 址 武汉市武昌区（华中农业大学创业实践中心）
电 话 15871699367
电子邮件 664942731@qq..
联 系 人 向 杰

仁杰文化

- 一、仁杰：仁者爱人，杰者杰出。其意在想为人们所想，为人们所做，把服务做到更优，追求质量更高。
- 二、仁杰（仁结）仁义至上，人人团结。旨在以仁义诚信做服务根本，仁杰一心，共同为人民、为社会服务而奋斗。
- 三、仁杰（人杰）人人杰出，共勉共荣。以吸纳更多更好的杰出人才，共同发展，共同进步。

企业价值观：服务大众，利益社会；服务发展，追求卓越。

宗旨理念：以质量求生存，诚信求肯定；用创新求发展，服务求完美。

服务要求：顾客为本，服务为首，态度为要，关怀为基。

发展目标：“一硬三优”现代公司：把该公司建设成为“质量硬、资产优、服务优，业绩优”的人才市场信息服务公司。

创业宗旨：打造信息中介品牌，以回馈社会为目的。

团队意识：同心同德，团结拼搏；精诚合作，携手共进。

危机意识：企业的发展是一个波浪式的过程，当它到达波峰时，我们就得去创造另一个波浪，攀登另一个波峰，否则就会跌入波谷而溺死其中；我们越成功就越容易失败；我们离失败永远只有一步之遥。

目 录

第一部分	摘要.....	4
第二部分	行业、公司、业务及战略.....	5
第三部分	市场调研和分析.....	8
第四部分	营销策划.....	13
第五部分	制造和运营.....	17
第六部分	团队及管理管控.....	19
第七部分	总日程表.....	24
第八部分	关键风险和假设.....	24
第九部分	财务策划.....	27
第十部分	风险退出.....	31
第十一部分	附录.....	31

一、摘要

1、企业

名称：武汉仁杰文化 XX

性质：私营公司、信息咨询和中介公司、XX

成立时间：2011 年 5 月

2、商机和战略

现在没有针对武汉大学生的一个专门提供毕业生求职、兼职、广告等信息咨询和中介的一个盈利性企业，这是一个巨大的市场漏洞。而且对于现在的大学生很多学生都希望在学习之余走出校园迈向社会锻炼一下自己，这是一个不容错过的商机。

3、目标市场预测

前期相关计划目标人群为华中农业大学学生，为他们提供信息咨询和中介方面的服务;接下来扩大为全武汉在校大学生，这样形成一个网络，最后扩大到全湖北，直至全国，所以前景非常巨大。

4、竞争优势

本公司系信息中介公司，虽然市场上有很多提供兼职、求职等的信息中介机构，但其可信程度低、信息完整性差、服务质量低，而且缺乏供需方的交流。“武汉仁杰文化公司”的出现将会打破这一局面。在兼职方面，公司制定了严格的考核制度，为社会输送大量家教人才，而对于家教类兼职、社会类兼职（在校生社会实践）、在企业节假日兼职的工资制度方面，本公司本着对客户负责的态度，设立了一系列工资管理管控制度，对于信息咨询方面，公司建立了信息量巨大、信息种类繁多的网站平台和短信平台，为在校学生提供优质、诚信的高品质服务。“以仁义、诚信服务求肯定”是我们服务的宗旨和理念，“社会化职业化”培训是我公司的附加服务。

5、团队构成

我们团队的 6 名成员分别来自华中农业大学经管、土管学院，理学院、植科院

向杰：总经理，负责整体管理管控工作；

钟永波：经理，负责管理管控工作，负责风险投资、行业分析、市场前景预测工作。

吴优：财务经理，负责公司财务工作

凌峰：市场经理，负责市场渠道、外界合作等工作；

高攀龙：相关项目主管，负责公司相关项目启动和执行管理管控，负责风险投资、行业分析、市场前景预测工作

王子贤：行政主管，负责公司内部制度制定及监管，还有人力市场调配管理管控

6、融资合适的方案

本公司预计注册资金为 10 万元，公司初期启动资金共需 8 万元。主要来自大型合作公司支持与六个创办人出资。

二、行业、公司、业务及战略

1、公司介绍及公司理念

当前，自主创业已成为高校学生就业的重要途径之一，我们以“创新”，“创业”为指针，充分结合地理环境、市场环境，通过多方讨论，制作出本创业相关项目“武汉仁杰文化公司”。

目前在武汉没有一个针对大学生专门提供毕业生求职、在校大学生兼职、假期票务预订（在校设立）等的全方位信息中介的赢利性企业。虽然市场上有很多提供兼职、求职等的信息中介机构，但其可信程度低、信息完整性差、服务质量低，而且缺乏供需方的交流。“武汉仁杰文化有限公司”的出现将会打破这一局面。为在校学生提供优质、诚信的高品质服务。

本公司由华中农业大学的六位同学创建，前期相关计划目标人群为华中农业大学学生，为其提供兼职信息以家教、市场促销员、发单员、实习生工作、考前培训（计算机、英语四六级及国家级等级考试）票据服务（假期火车票、汽车票、飞机票预订）等服务，并收取相关费用（基本为向合作单位收取业务提成）。初期投资 8 万元，在前期业务的基础上，中后期将继续扩展业务范围，如与企事业单位进行合作（市场调研，广告代理等）。根据我们创业小组 6 个成员的市场调研，我们预测，本公司信誉度提升后将会获得更大市场占有率，源源不断的盈利。

“仁义、诚信”是我们服务的宗旨和理念，这一点可以完全从我们的公司名称及公司文化介绍中感受到。我公司始终应把诚信服务放在第一位，它是我公司存在的前提条件，是我们的行事标准，我们必须视其为我公司利润的源头所在。我们通过一系列的活动实现客户和公司的双赢局面。诚信服务会成为我们公司每一位员工的职业道德准则，仁义、诚信第一是我们的座右铭。

本公司所提供的信息种类有考研信息、出游信息、交友信息、毕业生求职信息、兼职信息、家教信息、广告信息等，主营业务为家教类兼职、非家教类兼职（在校社会实践）、户外运动、市场调研代理业务（中期拓展业务），信息平台为短信和网站。

社会化职业化培训是我公司的附加服务，通过培训以及实践让客户初步掌握与人交流的能力。在职时，我们严格要求他们遵守所在的职业道德准则，年终对表现优异者进行奖励。通过职业化的在职实践，让他们在未来的工作岗位中坚守职业道德准则，使其成为一种习惯甚至本能。

公司管理管控甚至一切活动程序化是我们公司追求的目标，这样对新晋职员能起到良好的指引作用，同时也降低了管理管控的难度，这样也可使我们公司资源得到合理配置，提高工作效益。

1、行业分析

我公司在兼职业务（在校生社会实践）属于中介性质，而对于其他业务属于信息咨询性质，所以定义本公司性质为信息中介公司。

信息服务是一个成长性非常好的朝阳产业，国内的市场还处于一个初级发展阶段，只有上海、广州的房地产类中介三级市场交易量超过了二级市场。在武汉，由于以行业不规范、自律性较差等特点，尤其是针对大学生的信息中介仅仅活跃于几家网站而且诚信度不高，经常有学生反应被骗。

信息咨询作为营利性质的产业活动，已有 100 多年的历史。信息咨询起源于 19 世纪 90 年代的英国，当时是以在电力、煤气等领域开展技术服务和技术咨询为表现形式，随后转向欧美发达国家。20 世纪 50 年代以来，随着科技进步和社会经济的飞速发展，信息咨询业呈现综合化和国际化的趋势。纵观信息咨询业的发展，大致经历了四个阶段：个体咨询阶段（18 世纪末，19 世纪初），集体咨询阶段（20 世纪前期）综合咨询阶段（二战后）国际合作咨询阶段。

中国的信息咨询业是 20 世纪 80 年代初中国改革开放后才逐步形成和发展起来的，其发展经历了 20 世纪 80 年代初期的初步发育阶段，20 世纪 80 年代到 20 世纪 90 年代初期稳步成长阶段，20 世纪 90 年代中后期到现在的迅速发展阶段。大致经历 3 个阶段：初步发育阶段（20 世纪 80 年代初期），稳步成长阶段（从 20 世纪 80 年代中期到 20 世纪 90 年代初期），迅速发展阶段（20 世纪 90 年代以后）。

现在在中国成立一家咨询公司一般是 XX，一人成立的，需要十万，两人以上成立的，需要三十万。咨询公司与律师事务所的职能很像，不同的是，律师事务所是专攻法律，而咨询公司包括很多方面，比如企业咨询，房产咨询，财务咨询，婚姻咨询，心理咨询。

2、业务介绍

（1）家教类兼职

家长、学生、在职教师通过各种渠道在本公司注册家教信息后，公司将此类信息及时发布在短信平台和网站平台上，客户（主要指学生、在职教师等）可自己去寻找雇主；客户（主要指学生、在职教师等）也可在本公司报名，凡在本公司注册的家教人员，公司将会对他们进行专业考核和培训，并发证书以证明鼓励；在本公司注册的学生报名免收费，对于成功找到雇主的家教人员公司将收取中介费；对于在公司办理此项业务的家长，公司免收一切费用；为保障学生权益，家长支付给家教人员的工资需通过本公司代发（具体见协议书）。

我们的客户主要有四类：

一是在校大学生，他们平时课程比较轻松，课余时间多，同时对中小学课程也比较熟悉，是家教市场最活跃的力量之一。他们的最大优势是：能够轻松地跟孩子沟通，并且很多孩子比较喜欢请大学生做自己的家教。二是在职教师，在上班之余赚些钱补贴家用，他们的最大优势是：有比较丰富的教学经验。管理管控模式与我们针对学生家教的大体相同。三是专职家教，目前面临经济危机，就业压力大，部分大学生毕业后找不到合适的工作，就做起了职业家教的工作，他们一般受聘于较大的家教公司，长期从事家教工作，这一类人最大的优势是：对家教工作的把握能力较强。四是一些考前培训技师工作人员，如计算机、英语、音乐、美术方面的特长家教等。

基于协议（合同合约）上具体责任和义务的相关规定，我公司聘用的家教人员一旦和家长签订雇佣合同合约，则最短履行合同合约的期限为6周。若从雇佣合同合约生效日期开始算起，直到学生放假当天截止，时间不够合同合约期限且放假不进行授课义务的，则把剩余期限推迟到下个学期履行；若同样情况下，家教申请人接受放假继续授课，则根据学生要求履行合同合约上的期限。同时公司不应局限于只接受学生的申请，同样接受在职老师的家教申请。

（2）社会类兼职（在校生社会实践）

此业务包括短期（节假日）兼职和长期兼职两类。短期兼职方面，公司将此类信息及时发布在短信平台和网站平台上，学生了解信息后有需求者可以到仁杰文化有限公司办理上岗证后可直接到企业报到，办理此项业务企业收费标准为：20元/人/学期（此费用完全为学生证件办理工本费）；长期兼职方面，公司将此类信息及时发布在短信平台和网站平台上，客户（主要指学生）可直接到企业处报到（需要凭仁杰文化有限公司上岗证），也可在本公司报名，由于学生群体的特殊性，公司将会根据学生的课程表安排上岗时间，即提供专业时间规划。企业方面，本公司为企业输送兼职人员，这样企业（超市、餐馆、大型商场等）在规定工作时间内都会有在岗学生工，为保障学生权益，企业（超市、餐馆、大型商场等）支付给学生兼职人员的工资需通过本公司代发，保证学生薪资权益（具体见协议书）。

（3）假期票务预订服务办理

有需要的客户可以在本公司提前登记预订，缴纳部分预订费用，（具体见假期票务预订服务相关项目书），本公司与铁路局、火车站票务中心、汽车站票务中心合作。需求客户需付资金跟在外面一样，但是通过本公司能享受更优质的服务，我们送票上门，服务到家。

（4）短信套餐

公司将采集到的信息及时通过短信平台发送给定制短息套餐的客户，信息包括：考研信息、出游信息、交友信息、毕业生求职信息、兼职信息、家教信息、广告信息、公司动态等，中期公司将会扩大信息量和信息种类。对于客户普遍关心的问题，进行分类搜集整理，并及时回复以改进短信套餐在经营过程中存在的问题。（华农德鲁克采用模式）

（5）网站

公司将采集到的信息及时发布在网站上，信息包括：公司简介和动态、考研信息、出游信息、交友信息、毕业生求职信息、兼职信息、家教信息、广告信息等，中期公司将会扩大信息量和信息种类。网站将专设“社区”专栏，合适的内容包括：

兼职指南、教你维权、专业人士职业规划、兼职人员感受等以丰富和娱乐网站合适的内容。对于客户普遍关心的问题，进行分类搜集整理，并及时回复以改进网站在经营过程中存在的问题。网站以其严谨、务实的工作作风和客观、公正的行业规范，为客户提供优质的服务。

（6）广告业务

广告业务包括学生面向学生广告和企业面向学生广告两类，对于前者为了体现公司对学生人文关怀精神的特点，实行免收费政策；对于后者，企业根据实际情况收费。公司将此类信息适时的发布在短信平台和网站平台上。

（7）市场调研代理业户，市场展销代办

此项业务为公司在中期拓展业务，我们作为代理商为公司策划、指导经销商或代理商做好目标地区的市场调研工作，包括目标地区基本状况、消费者状况、竞争品牌状况调查、以及当地媒介状况调查、当地政府、民间活动调查等；同时，实施“动态企划”，抓住机会，巧妙借势，做好在当地的广告、促销活动，高校商业展销等。

1、公司发展战略

初期（2011年5月—2013年5月）

目标市场和人群：华中农业大学在校学生，及周边民大、财大、湖工在校学生。

公司目标：成为武汉市为武汉高校学子服务的最大信息中介公司

以优质、周到的服务挤占武汉高校人才信息中介市场份额，以“职业化、社会化”为主题的特色服务占领市场，以“仁义、诚信”的公司理念深入人心。通过我们创业团队六人的市场调研和分析，我们发现，保守估计累计家教客户约达1000人，非家教类兼职（社会实践活动）达5000人，保守估计总营业额约72万，利润约42万。

中期（2013年—2016年）

目标市场和人群：整个武汉地区在校大学生、

公司目标：成为武汉地区最大的信息服务中介公司

中期相关计划为抢占武汉市信息中介公司的市场份额，拓展业务为市场调研代理，进一步提高公司知名度。公司将在武汉市进行声势浩大的宣传活动，此时公司可以考虑专门为武汉所有高校办一份信息周报，以丰富课余时间，减轻学习压力、提前了解社会。此时，在武汉市下属13区重点5个区（汉阳、武昌、汉口、洪山、江夏），公司重点放在汉阳、武昌、汉口、洪山、江夏等几个高校人数较多的地区，公司将在这几个地区的每个高校附近设立咨询点，同时将根据地区特点改变短信套餐和网站上的部分合适的内容，网站规模和点击率将进一步扩大。国家等级考试考前培训本公司将考虑与汉中知名教育培训机构合作共建相关项目，考前培训达到一个小高潮。

长期（2016年以后）

目标市场和人群：整个湖北地区高校学生

公司目标：成为湖北地区的高校人才信息服务公司

公司在所有服务都已基本成熟，解决的大部分问题，短信，家教等用户较前期相比有了大幅度提高，利润翻两番。此时公司的重点放在市场调研代理业务，并积极与大公司合作共建新相关项目。利用以在武汉建立的品牌逐步向湖北其他地区扩展，建立营业网点，扩大市场的占有率，成为全湖北信息中介行业的领先者。公司将在武汉建立的成功模式照搬到其他地区，武汉为中枢系统，成为湖北地区最大的信息服务公司。

后期（2016年以后）

目标市场和人群：整个湖北地区直至全国

公司目标：成为全国最大的信息中介公司

利用以在湖北地区建立的品牌逐步向整个湖北周边地区直至全国扩展，建立营业网点，扩大市场的占有率，成为整个湖北地区直至全国信息中介行业的领先者。公司将在武汉建立的成功模式照搬到整个湖北地区直至全国，各省省会建立信息中枢系统，成为全国最大的信息服务公司。

三、 市场调研和分析

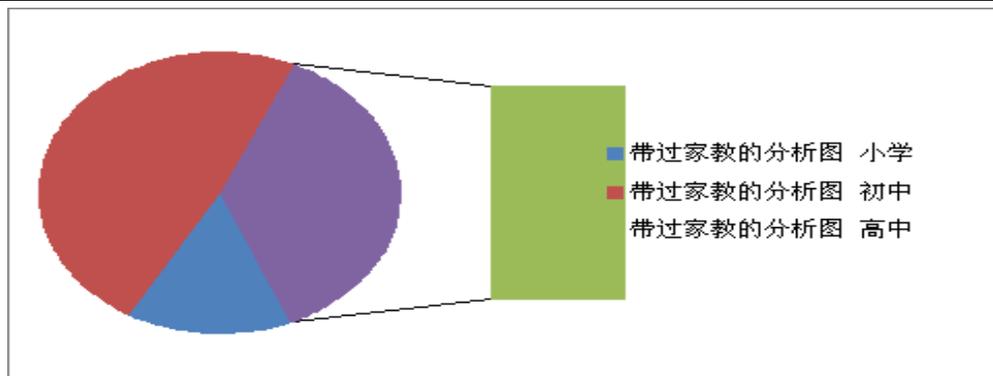
1. 市场调研（仅通过一个家教兼职调查）

（1） 为了制定科学的营销策划，更好的了解市场，我们对我们初期的目标人群——华中农业大学在校学生进行了市场调研活动，以得到他们对于家教中介的看法、经历以及是否愿意通过信息中介公司介绍得到工作等方面的信息。通过数据分析，我们估计出社会类兼职和考前培训的人数，为此制定科学的营销策划和合理的营销策略等。

（2） 我们通过调查问卷（具体见附录-华中农业大学兼职调查分析调查问卷）的形式以抽样调查（样本为 100，总体为 12521）的方法通过面谈进行调查，具体数据如下：

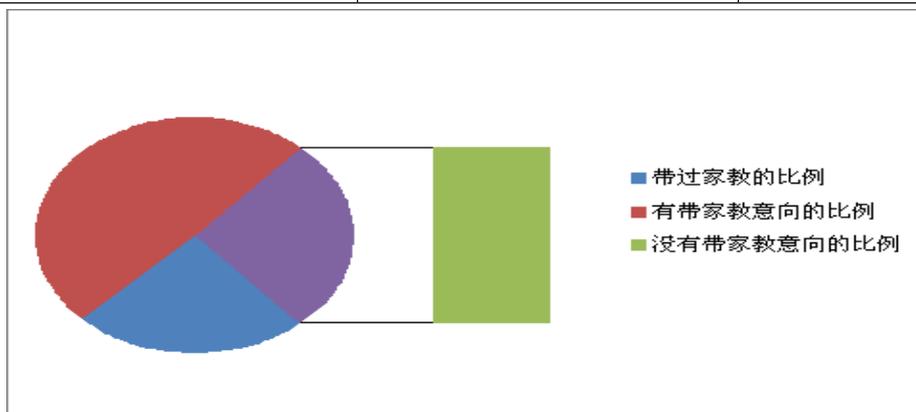
A、华中农业大学带过家教的分析：

所带学生为小学生的比例	所带学生为初中生的比例	所带学生为高中生的比例
14.8%	48.1%	37.1%



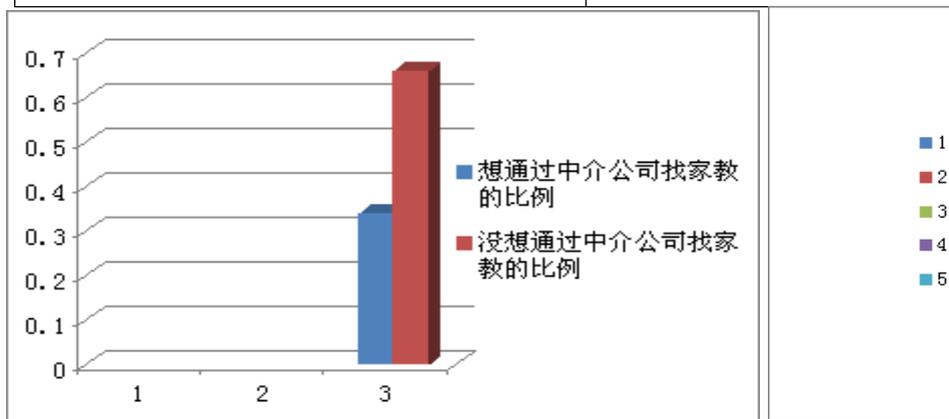
B、华中农业大学做家教兼职的分析

带过家教的比例	有带家教意向的比例	没有带家教意向的比例
24%	49%	27%



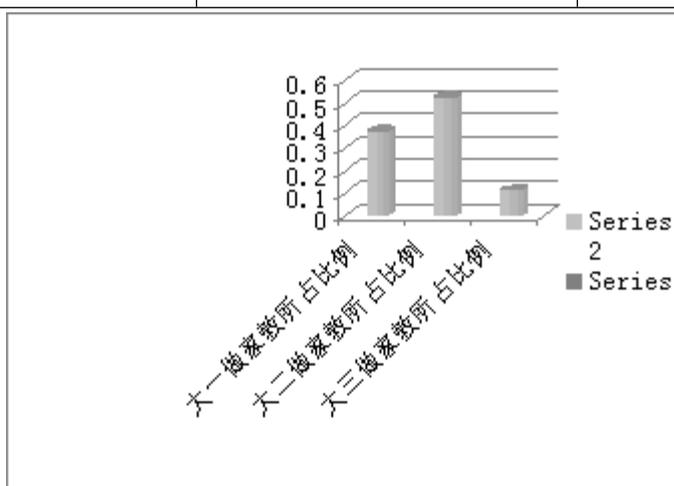
C、华中农业大学有带家教意向的分析

想通过中介公司找家教的比例	没想通过中介公司找家教的比例
34%	66%



D、华中农业大学各年级做家教兼职的分析:

大一做家教所占比例	大二做家教所占比例	大三做家教所占比例
37%	52%	11%



第一，认为中介费比较合适的问题：

我们在问卷（具体见附录-华中农业大学兼职分析调查问卷）调查时设置了六种中介费选择标准（A 5 元以下，B 5-15 元，C15-25 元，D25-35 元，E35-45 元，F45-65 元），通过调查我们发现选 B 和 C 的人较多，其中选 B 的占 31.6%，选 C 占 26.3%。

第二，通过调查有过家教经验的，对于他们提出的收费标准：小学科目（每小时 15 元比较合理），初中科目（90%的人认为每小时 20-25 元合适）

2. 市场分析

(1)客户

为更好的进行市场营销，经营公司业务，现结合我公司业务及针对的客户群体进行以下分析：

- A、大学生具有较高素质。许多家庭，企业都需要这样具有较高素质的工作人员，我公司提供家教类兼职业务和社会类兼职（在校生社会实践），具有很大市场需求。
- B、大学生基本没有收入来源，但大多数人都渴望能够经济独立，有自由支配的金钱，所以都很渴望得到兼职机会，以赚取金钱满足消费，所以我公司的业务具有很大市场。结合大学生经济拮据，消费比较理性，我公司的一切费用都是确定在大学生接受范围内的。
- C、目前经济危机，就业压力大，许多大学生希望能够得到兼职机会以获取社会经验，为以后就业增加筹码。
- D、现在网络方便，大学生基本都会电脑造作，且都比较喜欢上网学习，搜集资料等，据调查，华中农业大学周围网吧就有 30 多家，收费也较其他地区低，约为 1.5~2.5 元之间。校内也有三家收费较低的网络教室，据走访调查，经营状况良好，尤其是在假期。这为我公司高校人才信息网站经营提供很大市场。
- E、现在大学生基本人手一部手机，而且都比较喜欢通过短信交流，武汉本地的移动公司为学生提供了一项 21 元包业务及 5 元 V 网免费打业务，其中包括赠送 300 条短信业务，就华中农业大学来说，短信市场就十分巨大。我公司的短信平台，短信套餐都有很大市场。
- F、大学生在校期间课支配的课余时间较多，都能够合理分配时间，有时间来做兼职，家教，参加培训，上网等。
- G、

现在大学生的人际交往能力都较强，许多信息都是来自同学或朋友，大学生进入大学后还和以前的高中同学保持密切关系，而这些同学分布广泛，遍及全国各个地方，这样就形成了一个巨大的网络，而且信息交流快，交流广，可信度也较高。那陕华中农业大学学生来说，我公司知名度打出去以后，应该很快能够在其他地方得到宣传，这有利于我公司中后期扩大市场。

H、当代大学生都是 80、90 后，有许多这个时期的特点：学习成绩大都一般，缺乏对书本知识作用的认识，但知识面广，反应敏捷；胆大，自信，办事能力强，但往往给人目中无人的感觉；具备承受挫折能力，但抗挫能力需要锻炼和开发；价值观念都是现代化，需要适当引导；以自我为中心，需要在集体生活、学习中矫正。我公司并非只是为了盈利，我公司的最终目的是通过公司业务能够为在校大学生服务，使其能够很好的融入社会，公司的定期的职场培训课程，目标就是将人员职业化、社会化，以更好的适应社会，融入社会。大多数大学生也渴望能够有这样一个机会来提升自身综合素质，更好的融入社会。通过宣传及讲座，我公司这一理念必会得到认可，也会吸引更多客户。

(2)营销

为了让客户认可我们公司，了解公司业务，提高我们公司的知名度、诚信度，我们将采取一系列的营销策略。我们利用宣传单、短信、E-mail 等方式进行宣传，我们宣传的对象不仅仅是学生，还有家长，组织人员去居民小区做公司业务宣传，向他们宣传我们公司的特色服务和优势，我们还会通过公交车上的电视广告做宣传。为了更好的为客户服务，公司专门创建了一个网站，让客户快速准确的了解各方面信息，我们会进行定期讲座。考前培训方面我们会聘请专业老师，在校申请场地周末培训，而对于从事长期兼职的人员我们会根据学生的课程表进行专业时间规划。

(3)市场大小和趋势

华中农业大学共 4 万多人，本科生、成教、自考及研究生一起，根据以上的统计调查表可知：做过和正在做兼职的人数是约占总人数的 18.4%；没有做过兼职但有意向的人数约占总人数的 37.6%；想通过中介公司介绍的人数约占总人数的 12.8%，以上可知我们的在兼职业务的理想目标的市场人数【1.2 万，4 万】。由此我们估算出社会类兼职（在校生社会实践）客户（保守估计）为 6000 人。

这是我们在华中农业大学的目标市场，通过一系列的数据分析，所以我们预测不但市场前景巨大而且经营状况相当乐观。我们公司在第一阶段展示期的市场区域是华中农业大学在校学生；第二阶段市场开发期的市场区域是全体武汉地区高校学生；第三阶段稳定增长期的市场区域是整个湖北地区高校学生。

(4)市场竞争状况和各自竞争状况

	武汉仁杰文化有限公司	其他公司
--	------------	------

<p>优势</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 家教人员素质高，实现职业化社会化教育 2. 服务的市场潜力大 3. 公司经营规范专业 4. 对客户负责。公司文化优秀 5. 信息量巨大，信息平台方便快捷 6. 收费合理、服务方便、立足校园 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公司承担风险较小 2. 已经占有了一部分市场份额
<p>劣势</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 诚信度 2. 信息量大小 3. 知名度 4 个性化服务 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 家教人员素质、服务质量没有保障 2. 公司管理管控不专业 3. 公司经营不规范 4. 没有员工的劳动保障 5. 收费不合理 6. 对客户不负责

3. SWOT 分析

(1) 机会

目前市场很少有企业涉足于专业为在校大学生提供信息中介服务，随着社会教育的发展，学生群体越来越大，继而学生所需的各方面的信息中介服务也随之扩大，这样就为我们公司提供了一个十分有利的发展空间。

(2) 威胁

竞争对手已经进驻目标市场并取得了一定的市场和顾客忠诚度。目标顾客的个性化需求难以把握或很多人不相信或不愿意通过我们信息中介公司。现代社会的不良次序也可能引起顾客对此类公司的不信任感。

(3) 优势

(a) 兼职人员素质高，实现职业化社会化教育

公司为了体现特色服务这个特点，实现职业化社会化教育，建立了一套严格的考核培训制度，这样，在本公司注册的兼职职员提供的服务质量是有保证的。

(b) 服务的市场潜力大

拿家教来说,通过我们长期的市场调研活动,发现仅仅在华中农业大学就有 49% 的学生有家教倾向,而在调研中我们又发现有兼职倾向的学生比重更大。长期我们将打入湖北地区,仅仅在武汉,粗略估计大学生人数至少在华中农业大学 50 倍以上,所以市场前景非常巨大。

(c) 公司经营规范专业

公司本着“一流人才、一流管理管控、一流效益、仁义立足、诚信服务”的经营理念,兼职人员的服务培训、业务水平和服务质量都是由我们直接加以管理管控控制。其他公司对我公司介绍职员的质量是否满意,也可以直接向我们反馈,我们根据顾客的反馈,将会对公司存在问题提出修正合适的方案。

(d) 对客户负责

拿长期兼职来说,公司为兼职人员提供专业时间规划,由于雇主给兼职工发工资要通过公司这个平台,工资有保障,客户会感到有安全感;而对于公司的考前培训业务,我们将聘请专业老师,就学校设班开课,让学生学的放心。

(e) 信息量巨大,信息平台方便快捷

公司性质为信息中介公司,诚心为大学生群体服务,我们的信息种类有考研信息、培训信息、交友信息、毕业生求职信息、兼职信息、家教信息、广告信息、公司动态等,信息量巨大且种类繁多,我们将采集到的信息通过短信和网站这两个平台发布,体现了信息平台方便快捷的特点。

(d) 收费合理

我们为学生制定了专门的价格策略,对于特别贫困的学生将根据实际情况减免费用,而在对于团体登记的客户将采取打折收费政策。

(4) 劣势

公司预测到初期会有很多客户质疑公司的诚信度,所以我们在宣传活动中将公司的诚信理念作为主题;而对于信息公司来说,信息量的大小关系着公司的命脉,所以前期的工作重点是信息的采集工作;对于知名度方面,我们一定要加大宣传力度,争取让仁杰文化有限公司家喻户晓。另外,公司难以把握每一个顾客的个性化服务特征。

四、 营销策划

一、 营销策划

1、 销售目标

信息传播最大化

服务对象最大化

服务质量最大化

经济效益最大化

2、销售策略

我们把目标市场定为华中农业大学在校学生, 二级市场为整个武汉地区高校学生, 三级市场为整个湖北地区高校学生。

我们应采取以下策略进行销售:

- (1) 确定目标市场, 根据不同的时期对兼职产生吸引的不同角度, 采用平面宣传, 散发传单、信息平台等, 进行市场营销。
- (2) 重点宣传我们的特色服务, 对于家教我们针对不同的科目进行严格的考核, 建立一套行之有效的考核体系及标准, 对参加培训的人员渗透职业化和社会化教育。
- (3) 价格策略, 对于家教方面, 收取兼职人员中介费 40 元/人/年 (为仁杰文化公司上岗证件工本费), 再收取合同合约总额 (本公司与兼职人员) 的 5%; 对于非家教类兼职 (在校生社会实践活动) 的人员收取兼职中介费 40 元/人/年 (为仁杰文化公司上岗证件工本费) 再收取合同合约总额的 (本公司与兼职人员) 的 8%; 对于办理考前培训业务的客户根据培训课程及时间长远缴纳费用 (包括资料费、老师费用等)。

3、市场分析

(1) 目标市场:

华中农业大学及周边在校学生

① 现状分析:

① 华中农业大学在校学生 (本科) 共约 2 万人 (含成教自考),

② 市场特点:

A 对自己的未来或多或少都有一个职业规划

B 渴望一份兼职工作, 切实的能锻炼一下自己适应社会的能力, 赚取部分自主资金。

(2) 竞争状况

校内有勤工俭学信息服务中心, 校外信息中介机构

- ① 勤工俭学信息服务中心是我校学工部下属的一家专为学生提供业余时间的服务机构, 它属于非盈利组织。由于它的一切费用都由学校负担, 造成管理管控混乱, 而且其中人员对于开拓家教市场几乎没有兴趣, 他们对是否有人在那报名毫不在乎, 这也造成它的服务质量低下。它的优势就在于它所提供的服务是免费的。

校外的一些信息中介机构,他们对兼职人员没有要求,只要在它那交一定费用就可上岗,这即是对客户的不负责任,同时也是对那些委托单位的不负责任。他们在售后服务(做完兼职的人员所反馈回来的信息)比较差,这些都在总体上严重影响它们的服务质量,而且在诚信这一点上,客户基本上对其没有什么概念。

(4).战略确定

让目标市场更多的人了解我们的服务,最终让他们投入其中。从而真正将我公司的优势发挥,结合其他同类服务公司无法比拟的服务特色,力争引起较高的认知度,吸引大量学生。

4、宣传策略

(1) 特色定位

根据以上情况分析,我们公司的特色在于兼职有一套严格的考核制度,在培训期间对他们进行相关的职业化社会化教育,成功的关键在于凸显我们公司服务的特色之处以及能给大学生带来的益处,故以“职业化社会化与兼职”为主题,举办各种活动,突出重点将此主题推向市场。

(2) 宣传对象定位

本次调查着重调查了一些业余时间较多的院系,发现了大量对兼职感兴趣的人群。他们共有的特点:

A 感觉只有学习、课外活动,这样的生活有些枯燥

B 对自己未来很担忧,想通过兼职来锻炼自己,以期更好的融入社会

C 想通过兼职来提高自己的执行(做事)能力,为将来的工作打下基础

(3) 广告

散发传单,举办主题演讲,网站宣传(对在校学生的广告,例如寻物启事,旧货交易,交友信息等)在我公司信息网上发布的免费,使更多人了解我们公司)

(4) 可能出现的问题及解决合适的方案

A. 问题:在家教及长期兼职工资制度方面,为了保障学生权益,我们采取本公司特有的工资制度——即家长和企业支付给学生的工资需经过本公司周转(家长和企业支付学生工资时需将工资汇入本公司的银行账号,再由本公司代发给学生),故家长和学生会有有一种上当受骗的感觉。

解决合适的方案:在宣传中我们要凸显出公司得目的是为了规范家教市场的工资制度,保障学生权益,体现对学生的人文关怀精神;对于家长,我们要体现出不同与其他家教公司的特点,即对于家长不收取任何中介费用,而且提供的家教人员服务是有保障的,家长在权衡利弊后定会消除顾虑。

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径，学海无涯苦作舟

页码: 第 18 页 共 22 页

B. 问题: 对于非家教类兼职 (在校生社会实践) 和考前培训业务、假期票务预订业务, 存在市场淡季问题

编号： 时间：2021年x月x日	书山有路勤为径，学海无涯苦作舟	页码：第 18 页 共 22 页
---------------------	------------------------	------------------

解决合适的方案：公司对此将采取相应的促销策略，如在仁杰文化公司注册会员客户对于某些业务实行折扣优惠等。

C. 问题：在本公司新成立之初，很多客户会质疑公司的诚信度

解决合适的方案：在宣传中，公司将“仁义、诚信”作为主题；而实际中，公司将“仁义、诚信”作为每个员工的行为准则。

5、营销策略

(1) 总体目标

通过高层次的营销企划和多种营销手段，在较短时间内大幅度提高我们公司服务的知名度，使其在中介市场中占据高位的市场份额。

(2) 阶段目标

第二阶段：...展示期

在此阶段，我们处于我们公司特色服务形象宣传的展示期，为后期的销售打下基础。

i 此阶段的时间预计：两个月时间。

ii 此阶段针对的市场区域：华中农业大学在校学生

iii. 在此情况下针对目标群：

- ① 力争使公众了解我们公司的特色服务的价值所在。
- ② 争取学生代表前来感受特色服务的高附加值并发表评论。
- ③ 加强广告（传单、网络等）力度，增加活动次数，从而强化其参与意识。
- ④ 发展已知客户，进而扩大客户宣传面。

iv. 价格定位：

兼职方面，对以团体（10人以上）的形式在我公司注册的学生，实行团体价（9折）优惠政策；考前培训方面，对于团体（15人以上）的形式在我公司注册的学生，实行团体价（9折）优惠政策。

第二阶段：...市场开发期：

在此阶段，宣传造势已见成效，公司业务信息都已宣传到位，客源量日渐增长。

i 此阶段的时间预计：四个月时间。

ii 此阶段针对的市场区域：

建议区域为：全体武昌高校学生

编号:

时间: 2021 年 x 月 x 日

书山有路勤为径, 学海无涯苦作舟

页码: 第 19 页 共 22 页

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/568037032043006051>