

家政公司创业计划书

目 录

10 执行摘要.....	5
公司概况	5
12 注册资金	6
13 产品/服务特征摘要	6
14 商业模式（盈利模式）	7
15 市场机会	7
16 投资与财务	7
2 0 市场分析	8
21 市场定位与目标客户	8
22 市场预测（市场占有率）	8
23 竞争分析	8
24 项目 SWOT 分析	8
30 营销策略	9
31 产品定价与销售收入预测	9
32 地点（渠道/选址）	9
33 促销/宣传推广	10
4 0 人员与组织结构	
41 组织结构	
42 管理团队	
43 部门/岗位职责	
5 0 投资与财务分析报告	12
51 固定资产：生产经营所需设备工具和办公家具	12
52 原材料采购计划	12
53 资金需求	13
54 盈亏平衡点（保本点）	13
60 风险分析与对策.....	13
70 企业的愿景.....	14
8 0 附录	15
81 附表 1：经营第一年损益表	15
82 附表 2 第一年度的现金流量计划.....	17

10 执行摘要

1.1 公司概况

公司名称	舒心家政有限责任公司
公司类型	☒ 有限责任公司 ☐ 个体工商户 ☐ 个人独资企业 ☐ 合伙企业 ☐ 其他 （打√选择） <i>一般选择有限责任公司，若不是，则要注意整个创业计划书是否按照所选的公司类型来描述</i>
所属行业	☐ 投资 ☐ 融资担保 ☐ 贸易 ☐ 科技 ☐ 咨询 ☐ 装饰 ☐ 服装 ☐ 化妆品 ☐ 饲料 ☐ 文化传播 ☐ 清洁服务 运输（服务） ☐ 物流（服务） ☐ 展览服务 ☒ 家政服务 ☐ 环保 ☐ 园林绿化 ☐ 生物工程 ☐ 物业管理 ☐ 房地产 ☐ 房地产中介代理 ☐ 药业 ☐ 医疗器械 ☐ 广告 ☐ 经营部商场服务部 ☐ 中心贸易商行工厂 ☐ 其他 （打√选择）
注册地址	苏州市汇金大厦 A 座 02 室

主要经营范围	家政类（保姆月嫂专业保洁家庭教师等）
市场定位	主要集中于中高档客户…也面向于各种大厦的清洁工作，对于不同档次的客户群，我们也最出了相应的价目表及服务人员。

12 注册资金

50万

13 产品/服务特征摘要

产品或服务	家政服务是根据要求为所服务家庭操持家务照顾儿童老人病人，管理家庭有关事情 （1）一般家务：制作家庭便餐家居保洁衣物洗涤园艺等等，以器物的服务为主； （2）看护婴幼儿：对婴幼儿的照料看管； （3）护理老年人：照料陪护老年人； （4）照顾病人：在家庭或医院照料看护病人；
-------	--

	(5) 护理产妇与新生儿：护理产妇与新生儿，亦称月嫂； (6) 家庭教育：主要是对幼儿或小学生的品德和良好习惯的培养智力开发和学业辅导； (7) 家庭理财：对客户日常生活开支的管理，包括采购记账等； (8) 家庭秘书：从事家庭或家庭企业的文书档案处理电脑操作公关事务汽车驾驶等； (9) 家庭安全员：一类是负责家庭器物的维修与安全，如负责水电电器电脑住宅的维修服务与安全等，又称家庭技术员；另一类是负责家人的安全，又称家庭保安员； (10) 陪伴：陪同购物或聊天，主要满足客户舒缓情绪，排遣孤独感，或通过其他陪伴方式满足客户的心理需求； () 管家：对客户家庭事务进行全面安排，具体安排其他家庭服务员的日常工作。能针对客户家人的不同特点，调配膳食，美化家庭环境，科学体育锻炼，安排家庭休闲娱乐旅游，迎送宾客，指导合理的作息等等； (12) 居家服务的家政从业人员（保姆）其服务项目一般是全面多项的，而钟点工计件工则有单项或多项的，其具体服务项目应以客户与家政企业或家政从业人员所签订的合同内容为准。 (13) 单位社区的服务项目，因其后勤服务比较专业化，其项目一般以单项或几项为主。
--	---

14 商业模式（盈利模式）

由专业家政服务人员来提供室内外清洁打蜡清洗地毯沙发月嫂服务钟点服务，将部分家庭事务社会化职业化的社会盈利组织

15 市场机会

家政服务是一项跨世纪的“双赢”工程。一方面，它为广大家庭提供了保姆护理保洁家教物流配送家庭管理等方面全方位的服务体系；另一方面，它是解决再就业问题的主要渠道之一。据劳动与社会保障部的调查，家政服务业就业潜力巨大，至少可为我国提供 500 多万个就业岗位。

目前，我国家政服务业已初具规模，众多家政服务公司如雨后春笋般出现在各个城市，有些甚至已形成一定品牌，服务范围日益扩大，内部分工更加精细，服务内容开始分级。家政服务消费热业已形成，一种新的消费时尚（家政服务成礼品）出现在人们的视野中。一些商家把家政服务当作“谢礼”，回报客户；老板把家政服务作为“温暖礼品”，犒劳员工；儿女将家政服务作为“孝心礼”，献给父母。

随着经济社会的发展人民物质生活和精神生活的提高城市居民生活节奏的不断加快，家政服务市场的前景将更加广阔

16 投资与财务

投资与财务				单位：元	
投资额			投资收益率（第一年）		
预期净利润（税后利润）	第一年		第二年	第三年	
关于第二三年净利润的说明					
备注	投资收益率=净利润÷总投资×100%				
	预期净利润第一年：见附表 1；				
	投资额：应大于各项经营费用总和，即销售成本+销售费用+管理费用				
	此表中“投资额”项的金额以公式的形式引用到表 53 中“金额总计”项				

注：投资收益率=净收入÷总投资×100%（第一年）

预期净利润第一年与 81 损益表数据相符，允许学生对第二年第三年都是预期增长，对亏损状态或大幅增长的要评价其现实性可行性。

20 市场分析

21 市场定位与目标客户

目标客户	坐月子的人，老年人，大厦的清理，工作忙碌而没时间打扫家里卫生和煮饭的人，需要补习功课的人
------	--

22 市场预测（市场占有率）

以家政服务为基础，以技能培训为依托，集培训就业服务为一体；以家政超市服务选择星级家政服务员推荐；全程服务质量跟踪保险保障服务和包括节假日多项服务为特色的家政服务。大家政新视野全方位高起点及优质的特色服务和强势的核心竞争力，使企业始终走在家政服务市场的最前沿。

23 竞争分析

主要竞争对手：苏州市新城专业清洗保洁服务公司喜洋洋家政无锡亮洁清洗服务有限公司等。

竞争对手主要优势：（1）干得早已形成了户订的客户；（2）服务标准与模式也以形成；

（3）管理经验与流程较清晰；（4）资金相对可有一定的优势。

本企业的主要优势：（1）价格适合各个阶层次及大多数人群；（2）服务质量好，讲诚信；

（3）经营项目多，贴近老百姓生活；（4）定期想顾客回访听取意见。

24 项目 SWOT 分析

优 势 (Strengths)	1 价格适合各阶层次及大多数人群; 2 服务质量好, 讲诚信, 守信誉, 提供快捷方便的服务; 3 经营项目逐渐增多, 贴近老百姓生活; 4 定期向顾客回访听取意见, 创品牌服务。
劣 势 (Weaknesses)	1 起步晚, 需求人群还需要一定的适应期; 2 从业经验少, 还需不断的积累经验; 3 经营理念还需加强。
机 遇 (Opportunities)	1 整个家政服务行业没有一家真正跨地域经营的企业; 2 雇主对家政工作人员的需求量越来越大, 对其专业水平要求越来越高; 3 家政服务行业是一个不起眼却庞大到每年近 1000 亿元的大市场; 4 雇主对家政工作人员的需求量越来越大, 对其专业水平要求越来越高。

威胁 (Threats)	随着社会的发展，开展此类公司的人也会越来越多，提供的服务也会不断增加，所以需要我们不断的更新以及不断的了解市场的需求，这样我们才不会被淘汰。
------------------------	---

30 营销策略

31 产品定价与销售收入预测
 填主要产品即可，6项不要求都填满

序号	产 品 或 服 务	单 位	成本单 价 (元)	销售单 价 (元)	同类产品市场 零售单价 (元)	月均销 售数量	月均销售 收入 (元)
1	月嫂	50/天	200	350	4050	1020 (个)	8000
2	保姆	50/天	200	350	4050	510 (个)	4000
3	专业保 洁	50/天	200	350	4050	1020 (个)	8000
4	家教	80/天	200	350	50100	510 (个)	4000
5	产品 5						
6	其他产 品						
合计							240000

32 地点（渠道/选址）

经营地址	面积	费用或成本（元）	选择该地址的主要原因
------	----	----------	------------

无锡汇金大厦 A座02室	120平方米	10万元	地属繁华地带，交通便利，环境好，知名度高
销售渠道	☒ 面向最终消费者 ☐ 通过零售商 ☐ 通过批发商 （打√选择）		
选择该销售方式的原因	（1）价格适合各个阶层次及大多数人群； （2）服务质量好，讲诚信，守信誉； （3）经营项目多，贴近老百姓生活		
主要批发/零售商情况	（1）周围居民		
	（2）周围大厦		
	（3）周围社区		
备注：此表中“费用或成本”项的金额以公式的形式引用到附表1中2月“管理费用场地租金”项			
销售渠道	☐ 面向最终消费者 ☐ 通过零售商 ☐ 通过批发商 （打√选择）		
选择该销售方式的原因			
主要批发/零售商情况			
备注：此表中“费用或成本”项的金额以公式的形式引用到附表1中2月“管理费用场地租金”项			

销售渠道	☐ 面向最终消费者 ☐ 通过零售商 ☐ 通过批发商 (打√选择)
选择该销售方式的原因	
主要批发/零售商情况	

3.3 促销/宣传推广

推广方式	主要内容	成本预测(元)
广告宣传	公司服务优秀	100
会展推广	公司服务范围广泛	100
公关活动	发放公司传单, 张贴公司海报	100
网络推广	网络付费广告, 竞价排名, 论坛群发	100
优惠活动	限时打折优惠	100
人员推销	到人群密集的地方发放公司传单对公司进行简介	100
数据库营销*	通过电子邮件向数据库中的客户群发优惠活动内容	100
合计	1400	700
备注: 此表中“成本预测合计”项金额是按照表 31 中“月均销售收入销售合计”项的 10%设定。促销/宣传推广的成本项金额以公式的形式引用到附表 1 中 2 月“销售费用促销/宣传推广”项		

*注解: 数据库营销是指通过手机短信电子邮件, 向数据库中的客户群发送促销/推广信息的营销手段。

40 人员与组织结构

I

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/608137047050006116>