大学生家政创业计划书家政公司创业计划书

大学生家政创业计划书篇

1

一 创意来源

在现代都市社会生活中，特别是在一个文化历史气氛很浓的社会阶层，中国菜文化深深打动并继续着人们不断追求着一种做菜的文化生活方式。社会上，家庭里人们都普遍喜欢自己制作美味可口的饭菜，很多人再做菜的过程中不仅是为了烧制自己喜欢的口味，制作适合自己的饭菜;更多人在做菜 1 的过程中体味生活的乐趣，在做菜中享受生活，做菜是一种生活方式的体会。但是，在社会上很多人喜欢自自己做菜，却不喜欢做菜前准备和做菜后的清扫活动。那么我们的家政服务就是以为这些目标顾客提供做菜前的准备和做菜后的清扫活动为我们主要的服务内容，让顾客享受故和个性化需求服务，让顾客体会更多的生活乐趣。

我们公司的核心服务包括菜前准备工作：

1 买菜，送菜上门，按顾客需求切菜苪做好各种必须品的准备;

2 做菜后的清理阶段：收拾做菜后的各种用具的整理与清扫，打扫卫生以及其他附加服务。

二 概要

桂花家政服务有限公司是一个针对中、高消费群体的服务性质公司，主要从事家政服务的业务，并愿意为顾客提供一些信息以及家政的技术指导业务了。它是新型的朝阳产业－－服务业。本公司提供的家政服务主要包括家庭烹饪的准备已经后勤工作，以及日常家务等一系列服务为一体。即包括所有家庭日常生活劳务额服务。本公司提供的家政服务适合所有的家庭，但公司将主要的目标市场定位于中档住宅小区的居民，是便民利民的业务，并且向一些出入社会活缺乏的经验的顾客提供指导服务。本公司注重长远的发展，但是由于资金不足，所以我们先立足于现有的产品和特色，重点开发现有市场，不断改进做大，加大人才的培养力度，不断推陈出新，力争使我们的服务走向全成都甚至全国。我们确信在全体员工的共同努力下必将是走向成功。

三 公司描述

1 公司宗旨：让每一个家庭都享受做菜的乐趣。

2 公司名称：桂花家政服务公司

3 公司经营策略：

1 以优质取胜，服务至上。及时为顾客提供满意和周到的服务让顾客顺心、开心。

2 锁定特定客户群，成都市中档居民区的家庭

3 服务多样化，符合顾客的个性化需求

4 加大影响力度，重点是公关关系。争取让每位顾客都成为我们的宣传员。

5 抓住重要的时机加大同各居民区的关联，加深同居民的交流

6 抢占新的市场，抢先宣传

四 公司的地理位置和特点

地理位置：四川成都是桐梓林中路 8 号桐梓林小区

地理特点：

1 位于二环外，房价居中，成都市区未来的反展方向。此区域内，经济实力雄厚，商业繁荣，是成都南部的中心地带，难靠家乐福大世界店，玉林美食街等经济地带。

2 交通便利：公司地处桐梓林中路，市内可乘 11 路、59 路、93 路、76 路、110 路、304 路等公交车到达市内。交通便利，有利于我们的服务开展。

3 接近消费者。公司地处桐梓林中路桐梓路小区，东有牡丹路各活力，主要锦绣花园和世纪锦苑，北靠银都花园，嘉信花园和晏苑公寓，西临紫金嘉苑，紫竹苑和紫金名苑，南部地带是翔宇花园。以上住宅小区都是中档级别的居民区，符合我公司定位于中档住宅小区的目标市场的特点。且这以区域内的居民大多属于工薪阶层，上下班的工作以市区及高新区为主，人口众多，且住宅区为居民提供了多种娱乐功能，南部的人口数量占有相等的份额，且人口的经济实力与知识水平都处于成都市的中高档水平。成都的 “东穷西富，南安北乱”的传言可以得到验证。所以

说，南部的住宅区绝对符合目标消费者的经济要求，西面也是我们的以各中要目标拓展市场。

5 劳动力资源丰富：桐梓林中路北临成都市诚信人力资源市场，公司可以在劳动力市场招聘一些下岗妇女及外地的农村女孩作为我们的职工。成都市区也是一个大学相对集中的地区，市内有多个大中专院校，这为我们公司的未来发展提供了很好的人力资源条

6 接近资源：桐梓林小区 100 米处就是家乐福大世界店，资源充足，且北临好又多九茹村店，价格便宜。再者，各住宅区附近都拥有菜市场，以上可以满足不同类型需求的顾客。

五 市场环境分析

1 宏观市场环境分析

服务业是我国大力发展的第三产业，我国人口数量多。又很多的闲散人口。现代社会，很多农村人进入城市务工，且尝试也存在大量的事业妇女。成都是一个融休闲与娱乐为主的城市，闲散是成都地区人的普遍生活态度，很大一部分人都不愿花太多的时间区做过多的家务，再者，我国改革开放多年来所取得的成功是显而易见的，我国的居民经济能力普遍提高，特别是在一些大中型城市。居民的经济能力已经达到了中等发达国家水平。在成都，作为西部打开发的中心城市，目前及未来的发展形势十分巨大，那么对成都地区的居民而言是一个很好的经济提升机会，经济有一定在未来得到长足发展。其次，成都未来的发展在南部，

这与我们公司的目标市场帝国那为相一致。当做菜工作成为一种文化，特别是在四川。川菜的影响力是可以让多数人为之痴迷。

2 竞争对手分析：

现有目标市场的竞争对手的总体情况处于一种规模小，企业多，企业分散的特点。形成规模，拥有固定市场的企业较少。且这些企业的服务大体上处于同一种状态，也九是以相似的服务提供给不同的消费者，它们的服务内容遍及家务。输送煤气等家庭事务的内容。很少有企业涉及为家庭提供买菜、切菜服务的。也很少或根本没有为顾客提供关于家务的知道与信息服务。现有竞争对手的优势主要有，现有企业拥有较长的经营，经验丰富，有业务熟悉的工作人员与成熟的经营管理体系。他们已经形成固定的市场以及拥有一定的顾客资源并且有的企业与社会简历了很好的关系基础。入住这些区域市场将产生一定的困难。六

目标市场分析：

目标市场：定位于桐梓林小区以及周边小区

六、目标市场分析：

1　桐梓林小区及周边小区居民主要的特征是收入属于人均收入达 2500/月以上的中高级别。

2 人均水兵比较高，一般都是受到高等教育、文化水平较高的居民。

3 一般分为散三口之家，并且男女都是属于工薪阶层。上班时间都为 8 小时/天以上。在现代快节奏的都市生活中，下班后他们

很少有时间去做更多的繁杂家务并且一般家庭都有小孩。小孩的教育都很重视。

4 都地主、打麻将和喝茶是成都人最基本的生活习惯，休闲是成都人的生活主旋律，那么对于这些小资本而言，下班后对这些生活的最求将大大提高。

5 高薪族情保姆。底薪族缺乏资金。只有中高等收入的一族可以并且愿意花钱来享受特殊的服务。那么这一区域内的顾客正好为这一阶层的人群。

6 桐梓林小区处于成都南部经济发达地带，是渔民的集中地区，经济繁荣，且有附近相对集中的大型超市和农贸市场，资源充足。

七 swot 分析

1.机会

1）目前市场空白或很少有企业涉足于专业为顾客提供做菜的准备与善后服务。

2）对于服务业特别的家政服务而言，成都的整体文化环境休闲之都，为我们提供了一个十分有利的发展空间。

3）目标市场。人们的生活水平日益提高，记过疟疾支付能力加强，成都的经济主要的南部，人口的经济能力与经济潜力巨大。

4）更多的人愿意享受生活，享受工作之后的空余时间，享受做菜的快乐与成就感。那么这些繁杂的工作九交给了专业的服务人员。

2.威胁

1）竞争对手过多且十分分散，很多企业已经进驻目标市场并取得了一定的市场和顾客忠诚度。

2）目标顾客的个性化需求难以把我或很多人不相信或不愿意把一些重要的家务交给其他人来完成，特别是对于饮食方面的事务。

3）现代社会的不良次序业可能引起顾客对服务人员的不信任

4）现代化的生活小区属于生活空间，管理控制严格，促销难以进入，广告促销效果不大。

5）虽然很多人不愿意化时间在做菜的准备与善后过程，但是不否认的是有一部分人认为做菜的整个过程应缺一不可，他们认为做菜的真正快乐在于完整性与操作性的享受性，那么把握每一个细节尤其重要。他们就不会将这些业务交给服务人员去做。

3.优势

1）我公司的业务是新兴行业下的新型业务形式，市场空白点大且新颖。

2）可满足网络的个性化需求。根据每个顾客的具体需求为基础提供具体的服务项目。

3）成本低廉，收效快速。一般我公司的主要投入在于广告费用。联系顾客主要靠电话。一间办公室即可。服务成本只需基本的形成费用以及工具费用。

4）在与顾客的沟通过程中很容易让顾客形成对我服务的依赖，可了解一些顾客的具体需求情况。

4.劣势

1）难以把握每一个顾客的个性化服务特征。

2）服务人员的专业技能需求较高且较广，一般需要有一定的经验或接受培训，拥有健康证的人员才能提供此类的服务。

3）就进入一个行业。一个新型的形式，无先例可循，只能是以“摸着石头过河”的形式进行经营。

八 服务策略

核心服务：我公司为顾客提供的服务内容以为顾客

1）记录并按顾客的需求选择资源

2）选择顾客所需求的菜种及价格范围内的菜

3）买菜

4）将菜送上顾客家里

5）按顾客所需要进行切菜

6）做好顾客做菜所需要的工具和配料的准备工作

7）辅助顾客做菜过程

8）做好顾客做菜完以后的卫生清扫，工具清洁与整理工作

大学生家政创业计划书篇

2

一、项目说明

1、概述

大学生家政，顾名思义就是由未毕业或已毕业的大学生为消费者提供家庭所需的各种家政服务。这是最终目标，当前历史条下肯定还是以从普通服务人员中选出的优秀员工来服务。区别于传统家政公司，服务对象主要是外籍家庭、明星、政府官员、企业家、私营企业主、高管等高端人群。

2、项目背景

(1)自 20 世纪 90 年代后期特别是 1999 年高校大扩招以来，我国的高等教育事业取得了长足的进展，高校招生规模不断扩大，大学生也由精英教育逐步向大众教育转变。伴随着高等教育的规模扩张，大学毕业生的就业难度日益增加，压力之下就业观念也在发生变化。

(2)改革开放 30 年来中国经济高速发展，催生了一大批富裕人群，生活质量的提高使传统的低素质家政服务人员难以满足消费者的需求。

(3)随着中国经济的发展，越来越多的外国人来中国经商、工作、留学、旅游等等，据统计，2021 年有 5000 万人次的外国人出入中国，长住中国的外国人已达到百万。目前，在北京常住半年以上的外国人多达十几万人，其中有外国驻华使领馆人员、国际组织驻华代表机构人员、外国新闻机构常驻人员、各类外国专

家、外国驻京商社和商业机构人员、外国留学生，此外，还有各国政府、联合国及其所属机构、国际组织、跨国公司每年临时应邀到北京访问、参加国际会议和会展、参加各类体育比赛和文艺演出活动的人员和来访记者，以及每天川流不息的旅游者。随着我国改革开放和对外交流的进一步发展，来中国常住和临时访问的外国人将会越来越多。外籍家庭收入一般高于国内平均水平，服务要求也比一般家政服务要求高。

3、项目内容

大学生家政涵盖内容全面，既包括普通的保洁、保姆、钟点工等，也包括家庭护理、私人家教、私家管家、涉外家政、私家秘书、私家顾问等内容;其中涉外家政还包括帮其办理各种签证等服务行为。所有服务人员的选拔以大学生优先，然后逐级选择，不断补充、壮大大学生员工队伍，扩大大学生员工的比例。

二、市场

(一)

市场分析

据对北京家政市场的调查，大约 40%的家庭需要家政服务，而对由大学生提供服务的调查中，现在、将来都需要(25%)和现在暂不需要、将来需要(38.4%)之和为 63.4%，可见市场容量之大，前景很广阔。

（二）服务内容

1、私家管家　不仅具有基础的家政技能包括衣、食、住、行等全方面，还要协助雇主进行家务的管理。比如预定机票、家庭理财与采购管理、家庭宴会、外出陪同、客户接待、营养膳食、解决问题、收发邮、文处理等等。

2、涉外家政服务

全面掌握各国的礼仪，了解中外生活习惯差异，进行良好的语言沟通，完成酒店化的日常清洁和整理工作，擅长中西餐烹饪，系统熟练的各项护理、教育等服务技能。

3、高级家政服务

针对不同家庭需求，完成标准化的日常清洁和衣物熨烫，具备良好的配餐知识和烹饪技术;提供婴幼儿喂养，儿童早教，老人病人陪护等专业品质的多元化服务。

4、母婴护理

包括月嫂服务、育儿嫂/育婴师服务。

5、私人家教

文化课、语言、艺术、计算机、考级、出国等各项家教服务。

6、私家秘书

或者叫私人助理，知识渊博，社会经验丰富，善于交际，主要负责雇主的生活助理、资料处理、商务接待、行程安排、商业谈判等内容。

7、私家顾问

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/638103063141007044