

I

2

_____家庭服务有限公司

目录

____家庭服务有限公司	1
一执行总结	4
(一) 公司简介	4
(二) 市场描述	4
(三) 组织与人力资源	5
(四) 投资与财务	5
二创业机遇	6
三服务概要	6
四市场及竞争分析	7
(一) 市场现状	7
(二) 目标市场	8
(三) 竞争状况市场	8
(四) 进入与扩张市场份额目标	8
(五) 面临困难	9
五公司	10
(一) 总体	10
(二) 公司宗旨	10
(三) 服务特色	10
(四) 发展	10
六市场营销策略	
(一) 产品策略	
(二) 价格策略	
(三) 促销策略	12
七公司经营	13
(一) 公司组织结构	13
(二) 管理方式:	13
(三) 管理原则:	14
(四) 运营模式	14
(五) 部门职责与配置介绍	15

(六) 人力资源管理	18
(七) 建立档案	18
(八) 回访制度	19
八 财务分析	19
(一) 主要财务假设	19
(二) 销售收入预测与销售额成本预测	19
九 投资分析	29
(一) 投资的评估架构	29
(二) 股本结构与规模	29
(三) 资金来源与运用	30
(四) 投资回报:	30
(五) 管理层人员简介:	30
十 保险与法律事务	31
十一 关键性风险与化解方法	31
(一) 关键风险:	31
(二) 关键风险解决办法:	33
十二 总结	33
十三 附录	33
(一) 相关政策	34
(二) *****服务公司市场调查表	34

一、执行总结

（一）公司简介

*****家庭服务有限公司是经广州市各级政府部门批准，并经工商注册的大型家政服务机构，注册资金：30 万元人民币。

公司设有家政部（钟点工住家保姆家教等）；保洁（日常清洁洗地毯地板家具打蜡等）。本公司备有各类培训教材，定期考核。在跟踪服务方面我们每一个片区都设有片区督导人员，在客户感觉与服务人员有难以沟通时，督导人员会定时回访并针对客户的具体情况为服务人员制定详细具体的服务方式和时间。

*****家庭服务有限公司被市消协评为“信得过优秀业”，“20242024 诚信经营单位”，“2024 先进服务单位”。在全市上千多家接受过家事无忧服务的客户中，有许许多多客户对我公司给予了很高的评价，说我们“诚实谦逊敬业”。我公司并由此开展了客户以“一带十”的活动，并取得了良好的效益。

实行员工面对面地了解客户对服务套餐的不同需求，上门制订有针对性的工作计划，提供顾问式的家庭服务解决方案，并以有约束力的法律文件明确双方的权利和义务，保证上户时有备而来。公司注重短期目标与长远的结合，中长期目标将逐步拓宽高级家政服务的市场领域。

本公司以“向社会提供高质量全方位的家政服务，提高人们的生活质量”为宗旨，对中国的高端家庭服务市场有着长期的信心，希望通过自身的努力和坚持，屏除行业歪风，建立以客户为核心价值的全新模式，逐步引领中国家政服务市场走向成熟和完善。

公司服务理念：优质的服务，给您最好的享受！

（二）市场描述

目前，我国家政服务每年约有亿人民币的市场需求，国内的家政服务 90%是以中介形式，其提供的服务大都集中在传统意义上的情节保姆之类，但是，目前家政人员普遍素质较低，家政专业知识少。因此，我们通过建立培训部来解决此问题。建立各社区的营业网点来扩大公司的市场份额，争取更为广泛的潜在客户群。

随着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，但同时不容忽视的是，作为柳州产业的家政服务业，它的规模化规范化也应尽早提上议事日程。根据劳动保障部培训就业对发展家政服务业就业问题进行的系统调查显示，从事以全日工半日工小时工等形式家政服务，其中城镇从业人员占 561%，农村富余劳动力占 439%，女性以 851%的比例在数字上占了绝对优势，有 30%的人在上岗前接受过家政服务业务培训。家政服务机构的形式多样，有社会团体开办企业自办集体和个人开办等多种形式，其中又分为家政服务中介机构和家政服务公司两种形式。家政服务项目由于不同的服务区域不同的服务对象而有所区别

或有所偏重，但基本上覆盖了家庭清洁家务管理家庭看护家庭教育家庭娱乐休闲这几个方面。

在发展水平不同的城市，家政服务的发展也是不同的。从根本上讲，家政服务于城市发展水平密切相关。总的来说，家政服务在发展较快的大城市市场化和规范化程度较高，发展速度较快，档次较高，公众接受程度也比较高，在柳州市场发展潜力较大。

（三）组织与人力资源

*****是有限责任公司，初期采取职能型组织结构，总经理下设市场部经理财务部经理人力资源部经理。

（四）投资与财务

公司成立初期资金共需资金 25 万元人民币。其中固定资产 23 万元，流动资金 2 万元。

股本规模及结构暂定为：公司注册资本 20 万元人民币。资金入股 10 万。

（五）选址计划

1 企业的位置

对于服务业而言，地理位置是很关键的。

2 选址此地的原因

- 1 地点在繁华地带；
- 2 交通便利四通八达；
- 3 周围环境好，知名度高；
- 4 社区商业密集顾客群体多；
- 5 便于上门服务，随叫随到
- 6 更进一步了解顾客的需要，吸取更多的宝贵意见
- 7 租金合适

二创业机遇

随着信息化时代的到来，人们的生活节奏越来越快。人们正朝着快捷便利具有个性化理性化上发展，一些白领阶层高薪阶层双职工事业型阶层等很多人为了不被市场淘汰，整日奔波于工作，根本无暇顾及自己的家庭生活。有的人甚至把家庭生活的琐事当做是一种累赘，大城市这种现象尤为严重。工作的压力再加上家庭生活的压力，让都市中的人们倍感疲惫，对家政服务的渴求量也越来越大。

不知不觉中，家政服务，这个一直以来很容易被人们忽视的行业，正在日益扮演起重要的角色，甚至是不可或缺的角色。这种重要性显然已经得到了国家层面的肯定。2024年9月，出台了促进家庭服务业发展的意见，这也标志着我国家政服务行业正在朝着规范化产业化的道路发展。目前在我国，家政服务公司90%是中介形式，其提供的服务大部分都集中在传统意义上的清洁保姆月嫂陪护老人照看幼儿洗衣做饭，计时服务清洗饮水机抽油烟机疏通下水道，但家政服务人员的素质较低，服务标准缺失，中介公司不能有效保障用户及员工双方面的权益，导致市场混乱，因此是家政服务行业的正常发展受到了影响。

*****家庭服务有限公司针对行业现状采用员工制管理，提倡以人为本的优质生活新理念，在公司内建立培训部，家政人员能在上岗之初就接受相关的专业技能培训。并为人们提供高质量全方位的家政服务。与中介形式相比，公司采用员工制的形式。即家政公司与家政人员签订合同，提供社保，以发放工资的形式运作。并在各社区的营业网点来扩大公司的市场份额，争取更为广泛的潜在客户群。

公司注重短期目标与长远的结合，中长期目标将逐步拓宽高级家政服务的市场领域，涉足母婴护理育婴早教家庭秘书幼儿智力开发等方面。随着公司业务的发展，在从事家政服务的人员中，运动健康咨询家庭专业医用护理等高级家政从事人员数量相应增加，并逐步推出高级家政服务项目。

*****家庭服务有限公司也建立全方位的家政服务体系，让传统服务与高级服务坚固，帮助那些忙碌的人们在紧张的工作之余，不再为家庭琐事操心，减轻他们的负担，让他们也能感受到生活的惬意。

三服务概要

鉴于上述对市场的调查，本公司作出以下服务内容

*****家庭服务有限公司服务内容一览表：

传统品牌项目	母婴护理（医疗顾问产后心理辅导营养专家咨询）
	育婴/幼儿早教（含胎教婴儿按摩膳食营养幼教看护等）
	家庭日常生活助理（洗衣做饭卫生清洁计时服务清洗家电安装洗手间洁具之类）
高级家政服	家教服务
	膳食营养

务	运动健康咨询
---	--------



	理财咨询
	法律咨询
	家庭医生（家庭专业医用护理）
	宠物服务（含防疫代管等）

从我们所提供的这个服务列表中了解，本公司在提供传统服务的同时，添加高级的家政服务。并且在传统中也渗透着高级的服务，比如在婴儿护理这项，我们与传统意义的“月嫂”就有区别：增加了婴儿按摩的服务。这项服务必需要专业人员才能做到。

另外，公司还特别设有客户服务部，有客服专员专门听取顾主的反馈和意见，及时地对公司各项制度及管理作出调整。*****的目标就是要打造出中国最全面最专业最高素质的家政品牌！

四市场及竞争分析

（一）市场现状

受金融危机影响，而市家政市场也出现了招人难的状况，不少家庭仍然为约请一名合适的家政人员而犯愁。尤其以春节期间缺员最甚，返乡的外地家政服务人员的比例将有一半，使得用人家庭感到十分不便。但由于家政行业尚属起步阶段，一些家政服务公司存在以下几个问题：

- 旧观念的影响不可忽视
- 职业介绍不健全，影响家政服务发展
- 家政服务员的素质亟待提高
- 家政人员工资普遍偏低
- 培训不足急需解决
- 权益保障机制急待健全
- 用人家庭的需求难以保证，家政服务的消费尚需引导

（二）目标市场

从服务的内容来看，我们服务的对象是面向社会各个收入阶层的家庭。但是，在高级家政服务这个服务领域，我们还是把目标市场重点放在中高收入的家庭。

（三）竞争状况市场

	*****家庭服务有限公司	中介公司
优势	人员素质高	公司承担风险小
	高级服务的市场潜力大	
	公司经营规范	已经占有一部分市场份额
	对客户负责	
	员工有劳动保障	
劣势	人们对高级家政服务有待转变	人员素质服务质量没有保障
		没有家政高级
		公司经营不规范
		没有员工的劳动保障

（四）进入与扩张市场份额目标

*****要想在市场上立足需要分为以下几个阶段：

在打入市场前，需要对市场进行全面的调研和分析，弄清客户的需求，调整服务内容和价格。然后在人均收入 4000 元以上的小区中租房，创办*****家庭服务有限公司。同时根据已经定好的服务内容进行员工的招聘和培训。

培训过后，公司开始要。为了赢得第一批顾主，公司决定先在柳州几个人员较为复杂的小区搞一个*****员工一天的免费试用的活动。活动期间，我们的员工将以最佳的精神面貌，为顾主们免费提供高质量的服务，让人们知道*****了解*****接受*****。活动过后，如果顾主认可我们的服务，就可以按着公司已经制定的价格，正式开始聘用我们的员工。这样，公司既开辟了市场，又能通过顾主和别的人群之间的联系起到宣传的作用。赢得了第一批顾主，我们就开始向其他的社区宣传我们的服务。

我们服务的网点覆盖了广州市 5%以上的小区，公司进入暂时稳定发展阶段，积累成本。在公司的资本积累到一定数量后，我们就会考虑向其他的几个大城市发展，最终把*****做成全国连锁性质的企业。

（五）面临困难

1 员工来源问题：由于人员流动性大，所以必须要稳定的员工来源，然后还得进行上岗培训，淘汰一部分人员，从事家政服务行业的人，受“伺候人”“低人一等”等旧观念的影响，被社会上一些人看不起，没有得到应有的尊重，也使一些劳动者，特别是下岗职工感到自卑不愿去做。

2 员工的可靠程度：大部分家政服务人员都是进城打工者，文化水平不高，而且员工里面很复杂，有些具有不良的社会习惯，会给客户造成一定的经济损失，影响公司信誉。因此必须严格审核员工身份信息，最好找当地公安局协助。

3 员工管理：员工管理很麻烦，所以必须制度详细的规则制度，奖惩制度，赔偿制度，考勤管理等。

4 客户资料管理 很多家政公司都没有使用软件的习惯，信息化程度相当低，还采用传统的卡片电子文档管理。要对定时服务客户，客户服务记录，合同记录等进行管理和快速检索都是很困难的事情，并且错误率很高。

5 员工工资计算：员工的工资计算很复杂，涉及到很多因素，包括：等级，服务质量，满意度，服务数量，服务的具体项目等。即使是专业的财务人员也很难计算清楚。所以极易引发员工纠纷。

6 权益保障机制：由于家政服务机构与服务员和用人家庭的责任权利不明确，有的服务协议不规范，导致双方的权益保障没有依据，纠纷争议难以处理。另外，服务员的社会保障和工作期间的伤害致残死亡等问题没有妥善解决办法，导致供求双方均存在后顾之忧。

7 用人家庭需求：用人家庭对家政服务的基本要求是安全可靠和质量满意，许多家庭实际有条件聘用家政服务人员，只是目前家政服务市场选择余地小，难以找到合适人选，又没有客观衡量标准和担保机制，故不得已放弃使用家政服务员。

五公司（目标计划详细描写）

（一）总体

在 35 年内成为家政行业的市场领导者。

（二）公司宗旨

“向社会提供高质量全方位的家政服务，提高人们的生活质量”

（三）服务特色

对于高收入家庭做量身定制化保姆方案，个性化的长期家政服务和家庭教师，全方位的婴儿看护及高级的专业的业务咨询和医用服务。

（四）发展

为保证企业的有效实施，特制定了如下计划：

时间	内容	目标
初期（13 年）	对市场全面的调研和分析，弄清客户需求，调整服务内容和价格，同时根据已经定好的服务内容进行员工的招聘和培训。	为赢得第一批客户，可进行免费试用的活动，加大宣传力度，让顾主更好了解企业
	建立注册自己的网站 服务进入市场，提高知名度，树立品牌形象	建立经营网点，挤占传统家政市场，打开并初步占领高级家政服务的市场
	提升品牌形象，增加无形资产，增加网点数量，服务基本成熟	重点挖掘新的服务项目，扩展市场份额
中期（46 年）	完善和健全营业网点	重点开发新的服务项目，扩展服务领域，实行多元化经营巩固扩展武汉的家政市场
长期（710 年）	建立的家政品牌逐步向全国扩展，建立外省城市的营业网点	扩大全国家政市场占有率，成为全国家政服务行业的领先者

六市场营销策略

（一）产品策略

1、 产品，在*****

目前所提供的服务产品中，仅有“简单劳务”型的部分产品，针对目前的消费者需求状况应增加保姆钟点工等的“简单劳务服务”，并不断向“知识技能”型服务和“专业管理”型服务不断迈进。

- 1、品牌，目前在家政服务业中并没有哪个企业树立了自己的品牌形象。*****在服务过程中应该着重树立自己的品牌形象，以优质的服务质量取胜，在顾客心中树立良好的形象是*****的品牌目标。
- 2、公司根据市场要求推出传统品牌家政服务以及高级家政服务（服务概要表格中明细）在工作期间，不对员工统一服饰，但胸前必须佩带有企业名称的徽章。公司每隔一段时间会对顾主进行一次调查，以确保员工的服务质量，保障顾主的权益。直接反映了服务的质量，良好鲜明的企业形象，是步入市场时考虑的头等问题。

（二）价格策略

一、服务项目及收费标准				
序号	项目	工作范围	服务人员工资（元）	
			初级	中级
1	一般家务	买菜、打扫卫生、做饭	1200	1500
2	护理婴幼儿	护理婴幼儿（五个月以上）	1800	2500
3	老人陪护	买菜、打扫卫生、做饭、护理老人	1500(自理)	2000(半自理)
4	护理家庭病人	打扫卫生、做饭、护理家庭病人	1500(自理)	2000(半自理)
5	医院护工	护理医院病人	12小时：100元起 24小时：200元起	
6	月嫂	针对新生儿、孕妇的特别护理	4000元起	
7	临时钟点工	卫生清洁及日常清洁工作	20-25元/小时（每次服务至少2小时）	
8	保洁开荒	承包大厦或家庭开荒、日常卫生	5-7元/平米	
9	高空窗户清洁	玻璃、窗框清洁	20-30元 / 扇 窗户面积1.8X2.0米以内	
10	地板打蜡	地板清洁 打蜡 机器抛光	国产蜡8元/平米 进口蜡16元/平米	
11	沙发清洗	布艺及真皮沙发清洁保养	布艺沙发80元/人座 真皮沙发120元/人座	
12	室内环境监测及治理	室内及车内空气质量监测及专业治理	监测费：200元/监测点 治理费：100元/治理点	
13	跑腿	市内跑腿	100元 起	

（三）促销策略

公司的促销活动，推广手段相对比较单一，少有广告配合，很难在处于相对劣势的区域获得好的效果。所以我们建议将促销区域选择在绝对销售额相对市场份额与邻近区域相比，具有明显的优势，巩固市场领先地位，提升

品牌形象，加大对周边区域的辐射影响力。针对这一情况，我们将推广计划
暂定为以下步骤：



1 步是要通过媒体的广告宣传。

企业形象广告：

在大众媒体和专业媒体上发布制作精良的企业形象广告，他们的宣传可以使我们在大众中留下初步的良好印象。

服务品牌广告：

品牌广告可以通过多种渠道进行。广播电视广告虽然信息传递时间短，可以用来提高知晓度，但媒体的广告费也极其昂贵，尤其是在电视台做广告，费用更是让我们觉得高不可攀。所以在创业初期，我们暂且不与电视台合作，而是利用报纸杂志制作一些寓意深刻高品位的广告，来提升品牌形象，待公司有了一些成本之后，再在电视台做广告，扩大宣传；在居民区外各居民区楼道口的广告牌，有针对性的对主要的目标市场区域内进行长期的广告安排；也可以通过路牌宣传，路牌广告优势在于醒目，所以对图案设计的要求较高。

公益广告：

同时我们也会搞一些免费为老年人服务一天等公益活动，吸引更多的媒体关注我们，既可提高公司形象，也达到了宣传的效果。

2 采用在社区内部举办家政服务咨询会的形式，向社区居民推广我们的服务。

3 公共关系。主要是搞好与居民区，顾客和资源地的关系

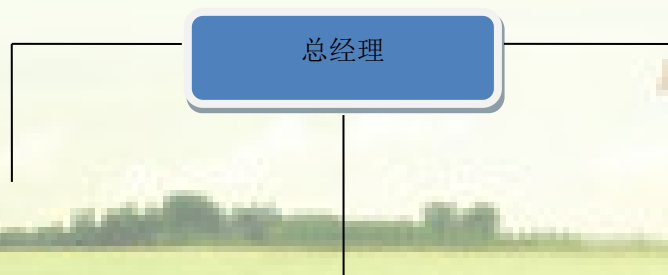
顾客关系：以为顾客提供最满意的服务，让顾客对我们的服务作出好评。在重要的日子对顾客进行联谊或为其提供信息服务，做好顾客生活区域内的卫生与安全。在节假日顾客寄送贺卡送祝福，逢年过节给顾客拜年等，加强与顾客的感情交流。

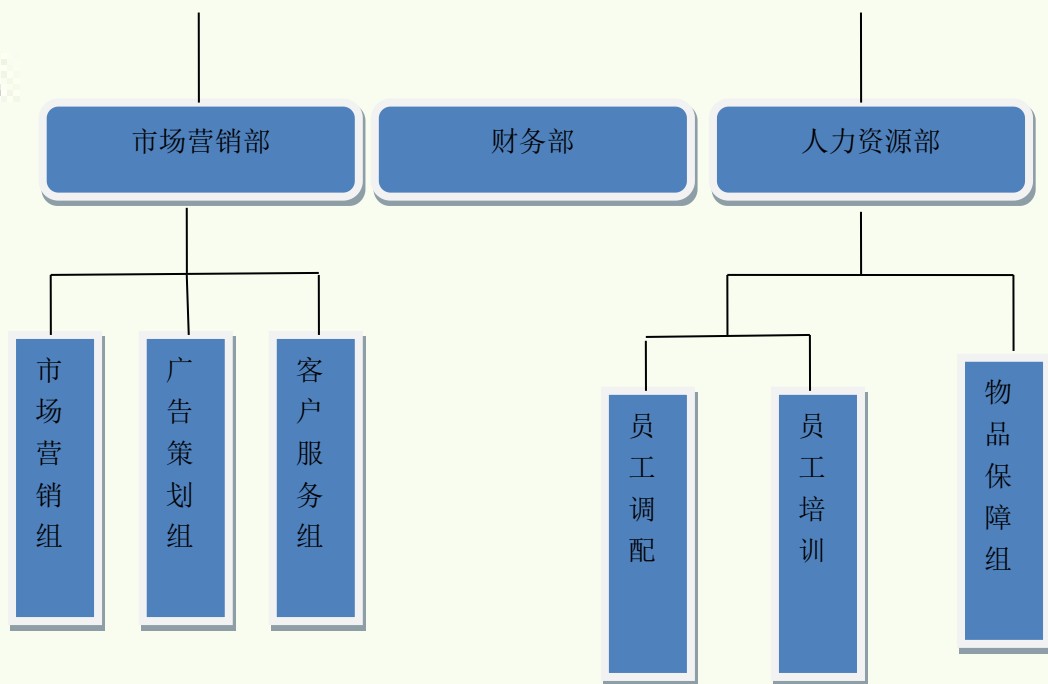
社区关系：义务做一些社区内的卫生环保工作，为社区提供一个安全卫生环保的环境。做好与社区管理人员的关系与信息往来，做好与社区内其他业主的关系，保持公司工作地区与公司外部环境工作安排等。

七公司经营

（一）公司组织结构

1 组织结构





结构优点：为专业化管理提供了条件，经营的每方面按其主要的职能分组，在每个部门中由专家负责。职能型组织机构克服了直线型组织机构内不能进行专业化管理的缺陷。

（二）管理方式：

我公司提倡：管理是人力发展，而不是事务指导。

我公司实行“参与型”与“授权型”相结合的方式管理公司。

“参与型”要求管理层邀请员工共同讨论面临的状况以及选择，征询员工的意见以及协调他们了解各种不同的决策。公司可从员工处受益，也可得到员工对既定行动方案的支持，且仍可以保有做最后决策的威信与责任。

“授权型”能有效地运用时间与资源。公司在可能的范围内授权，就有时间去执行别的任务。我们要认识尊重每一个员工的个性和才能，最大限度的挖掘人才，信任人才，鼓励人才。既要深入工作现场，进行现场管理，巡视管理，与员工举行面对面的口头形式的思想交流，又要避免事必躬亲而压抑了员工的主动性和创造性。

（三）管理原则：

- 1 进行分工，以确保每个人都能完成特定的部分。
- 2 公司拥有发布命令和指示的权利，也承担工作做的不佳的责任。
- 3 公司要负责在劳动者之间建立起信心，员工也应对公司忠诚。
- 4 员工仅有一个管理者，以防止多个管理者所引起的管理冲突。
- 5 工资和奖金必须反映出每个员工的努力状况，对团队中心目标的贡献。
- 6 员工受到的待遇必须是平等和公开的。

| [REDACTED]
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/646235122104010210>

[REDACTED]