

## 目 录

|         |                   |
|---------|-------------------|
| 第 一 部 分 | 执 行 概 要           |
| 1       | 企 业               |
| 2       | 背 景               |
| 3       | 机 会               |
| 4       | 星 级 服 务 及 星 级 认 证 |
| 5       | 公 司 宗 旨           |
| 6       | 营 销 目 标           |
| 7       | 商 业               |
| 8       | 团 队 及 创 业 资 金 来 源 |
| 9       | 企 业 文 化           |
| 第 二 部 分 | 公 司 简 介           |
| 1.      | 服 务 部 分 种 类 简 介   |
| 2.      | 公 司 业 务 流 程       |
| 3.      | 后 续 服 务           |

### 第三部分

|                                                  |    |  |
|--------------------------------------------------|----|--|
| 市<br>场<br>分<br>析                                 | 14 |  |
| 1 SWOT 分<br>析                                    | 14 |  |
| 2 市<br>场<br>环<br>境                               | 15 |  |
| 3 市<br>场<br>细<br>分                               | 18 |  |
| 4 内<br>部<br>环<br>境<br>分<br>析                     | 19 |  |
| 5 选<br>取<br>的<br>目<br>标<br>市<br>场                | 20 |  |
| 6 服<br>务<br>定<br>位<br>——差<br>异<br>化<br>取<br>胜    | 23 |  |
| 第<br>四<br>部<br>分<br>营<br>销                       | 25 |  |
| 1 服<br>务                                         | 25 |  |
| 2 促<br>销                                         | 26 |  |
| 第<br>五<br>部<br>分<br>竞<br>争<br>分<br>析             | 28 |  |
| 1 目<br>标<br>市<br>场<br>潜<br>力<br>分<br>析           | 28 |  |
| 2 企<br>业<br>未<br>来<br>环<br>境<br>状<br>况<br>预<br>测 | 31 |  |
| 3 市<br>场<br>机<br>会<br>分<br>析                     | 33 |  |
| 4 市<br>场<br>和<br>竞<br>争<br>分<br>析<br>总<br>结      |    |  |

..... 33

I

4

|         |                       |    |
|---------|-----------------------|----|
| 第 六 部 分 | 组 织 结 构 及 人 力 资 源 管 理 |    |
| 1       | 企 业 运 作               | 34 |

|   |         |    |
|---|---------|----|
| 2 | 企 业 经 营 | 36 |
| 3 | 团 队 介 绍 | 40 |

|         |         |    |
|---------|---------|----|
| 第 六 部 分 | 财 务     |    |
| 1       | 财 务 假 定 | 48 |

|   |                                             |    |
|---|---------------------------------------------|----|
| 2 | 财 务 预 算                                     | 48 |
| 3 | 公 司 第 一 年 和 三 年 内 经 营 的 财 务 分 析 以 及 预 算 数 据 | 48 |

|         |                   |    |
|---------|-------------------|----|
| 第 七 部 分 | 风 险 控 制 与 退 出 机 制 |    |
| 1       | 技 术 风 险 与 市 场 风 险 | 53 |

|   |                     |    |
|---|---------------------|----|
| 2 | 营 运 风 险 ( 工 资 问 题 ) | 53 |
|---|---------------------|----|

|   |         |    |
|---|---------|----|
| 3 | 管 理 风 险 | 53 |
|---|---------|----|

|   |         |    |
|---|---------|----|
| 4 | 财 务 风 险 | 55 |
|---|---------|----|

|   |         |    |
|---|---------|----|
| 5 | 退 出 机 制 | 55 |
|---|---------|----|

# 第一部分 执行概要

## 1 企业

Sundance 有限责任公司是一所集家政培训家政服务中介家政服务和家政服务认证于一身的公司；公司以提高家政服务质量，改变传统上认为家政服务人员是素质较低人员的观念，提高家政人员在社会中的地位为宗旨，致力于高素质家政服务的普及。我们的目标是领导家政市场“星级服务”和“星级认证”两大新主题的实现。当前的任务是推广“家政星级认证和高素质家政服务人员”，并使之得到社会的认可。

## 2 背景

家政作为一种传统的服务产业，随着我国改革开放政策全面落实，国家经济在过去二十几年间突飞猛进，并持续高速增长，社会上出现无数小康家庭。由于夫妇一直在外工作，加上在国家的计划生育下，这类家庭必定十分重视家居料理及幼儿照顾，因此形成对家政服务人员的庞大需求，单以广州为例，市场对家政从业员的需求，在 07 年估计高达 50 万人。但是目前国内市场上家政服务业还没有一种特定的资格认证，家政服务人员的整体素质还是普遍偏低。随着家庭生活水平越来越高，小康家庭越来越重视家政服务人员的素质，高素质的家政服务人员才能满足雇主的需要，尤其是在安全感的心理需要方面。但就目前市场上的家政服务人员来说，对愿意及有能力支付较高工资的雇主来说有价无市。另一方面，国内现在的家政公司多而杂，规范运作的凤毛麟角，缺乏一套具专业及国际水平的系统训练和品质监察制度，导致良莠不齐，水准不稳，难以建立行业的专业形象，对愿意及有能力支付较高工资的雇主更欠保障。例如面对 06 年 40 多万人的市场需求，广州有近千家家政公司，竟只有 150 家办理市级家政工商登记。

## 3 机会

家政行业的高素质家政服务人员目前我国还很缺乏，随着我国改革开放，居民的生活水平越来越高，中高档家政服务人员市场空间大，需求大，这对于以高素质家政服务人员的服务为主要服务的我们将是一个很大的机会！另一方面现有家政服务公司管理很混乱，没有一套具专业及国际水平的系统训练和品质监察制度，这是家政服务业的明显缺陷，需要建立一种家政服务人员的认证作为雇主的安全保障。对于我们公司与政府合作开设家政培训课程提供星级证书或自聘请专家提供家政课程并建立的家政服务认证，将会得到广大雇主的认可，也有利地推动我国家政服务行业的发展，我们将有很大的成长空间。

## 4 星级服务及星级认证

家政星级服务是为满足不同家庭的不同特点而设计的,为了让我们的家政服务能普及到更多的人,同时也为了保护雇主及雇员双方的权利,星级服务能解决这些问题!家政服务星级认证,确保家政服务人员的优秀程度,也就是家政服务人员的价值。不同星级的服务人员拥有不同素质和能力,让顾客拥有一个挑选最适合自身家庭情况雇员的机会,也为雇主家庭提供一个有力的服务质量保证。

## 5 公司宗旨

第一,改变传统上认为家政服务人员素质较低的看法;第二,把高素质人才引进家政服务行业;第三,使国内的家政服务行业变得更有规范,给雇主一个很好的保证!第四,为广大用户提供最优良的家政服务!

## 6 营销目标

Sundance 有限责任公司最初以广州为据点,在 1 到 2 年内打响自己的公司名号,建立自己的竞争优势——中高素质家政服务人员的服 务,并着手建立星级服务和申请家政服务星级认证的授予权!在 2——3 年内成为广州家政服务市场的领头羊,并在此基础成立家政服务行业的星级认证的唯 一提供单位!在 2——3 年内成为广东家政服务行业的领头羊,并在此基础上进军全国市场,领导全国的家政服务市场。在公司足够成熟的时候,公司也会进入国际市场。

## 7 商业

### 1, 研究发现

创新是公司发展壮大的重要条件,也是在强烈的竞争条件下生存的必要条件之一。公司拥有专门的调研队伍,专门对市场和顾客做调查,作出针对市场的创新策略,针对顾客的需求而发现的新服务。

### 2, 人力资源

人才是公司保持旺盛生命力的保证,我们始终秉承“以人为本”“人才第一”的理念,在公司整体发展的体系下,依靠我们的优秀团队实现公司的总体目标。

### 3, 品牌

品牌的核心价值是品牌资产的主体部分,同时也是品牌保持持久竞争力的保证。我们 Sundance 有限责任公司就是以高素质家政服务人员的提供为我们的核心品牌。我们将以科学的管理最卓越的品牌服务与消费者建立起相互信赖的客户关系,树立起优秀的家政服务品牌。我们也借此机会申请到我们的家政服务星级认证的提供权。

### 4, 市场营销

市场营销是建立在对企业目标市场环境竞争者内部资源的全面认识基础上，使营销目标营销环境与企业资源三者之间达到动态平衡，这是制定营销的基础。我们将以市场为导向，以“顾客需要什么样的服务，我们就提供怎么样的服务”为口号创新发展。

## **8 团队及创业资金来源**

不同性格，各有各的特长的 8 个人组成的优势互补的团队。团队的最大特点在于团结，责任心强。来自工商管理系和会计系的我们爱好各异，各自擅长的领域也有所不同。有擅长管理的，有擅长会计的，有擅长经济的，有擅长市场营销的·····我们各自又在各自擅长的领域略懂一二，所以我们所做的决策不仅是独断独行的，又是团体做出的。会计的同学以她专业的会计知识指导我们做好我们的财务工作。所以我们相信未来的我们是最好的团队，我们的组合也是最强的。

Sundance 有限责任公司成立之时估计要 100 万资金，自筹资金 60 万，银行借款 10 万，期望风险投资 30 万。假如没有那么多风险投资资金，将加大自筹的资金或银行借款。

## **9 企业文化**

### **没有最好，只有更好！**

“世界上永远没有最好的，只有更好！”的这是我们共同追求的。大到企业，小到公司上下的所有员工，都要求对自己的工作追求做得更好。这也是我们公司创新的源泉，公司不断进步的原因。

### **顾客的微笑，我们的骄傲！**

作为服务行业，顾客就是我们的上帝。没有他们，我们就没有生存的空间。我们追求的是顾客对我们服务满意的微笑！为了达到这一点，我们将不断的提高服务质量，并不断的接受顾客的意见，不断的完善自己，争取做得更好！

### **诚信，我们生存的权利！**

我们提倡做一个文明的家政公司，诚信是我们的立足之本；诚实又守信，诚信严守法，诚信善经营，诚信保质量，诚信赢客户，诚信受尊重，诚信能生存，诚信促发展，诚信有效益，诚信是生命

### **为社会所需服务，让爱充满每一个家庭！**

我们希望能给每个有需要的家庭提供温馨的服务，让每个家庭充满爱！

## 第二部分 公司业务及业务流程简介

### 1 服务部分种类简介

根据市场分析与调查，针对不同的客户需要，我们公司主要提供以下服务：高考型保姆家教型保姆陪护型保姆月嫂涉外型保姆等。

#### 高考保姆：

2024 年咨询“高考保姆”的家长特别多，有价无市，百元一小时都雇不到人。高考不再单单是高考生的事，而成为了一个家庭的头等大事。高考生面临升学压力，情绪上身体上都需要特别的照顾；家长工作太忙，无暇分身陪伴子女，想找个既懂孩子心理又能辅导孩子功课的保姆来帮忙。

公司提供的“高考保姆”具有三大优势：知识热情理念。为高考生提供合理营养的膳食创造良好安静的学习氛围稳定舒缓紧张情绪，做好考前的心理辅导。提供学习时间分配等建议。

高考保姆不是一般的保姆，不但要进得厨房，能为高考生准备可口饭菜，还懂得营养的均衡搭配，干净讲卫生；另外，还要有一定的文化知识，方便和高考生思想交流。

公司的高考保姆，在上岗前接受过有关营养学的正规培训，且公司提供的高考保姆一般是经历过高考的大学生，了解高三学习的进度和高考生的心理变化，能够体谅高考生的压力和辛苦，清楚高考期间应该注意的事项，可以为高考生创造一个适合读书复习的环境。

另外，高考保姆有一定的交流能力，可以倾听高考生的烦恼，也可和高考生进行交流，帮助高考生放松，也从中鼓励高考生努力上进。

#### 12 家教型保姆：（临时哥哥姐姐）

照顾小孩子的起居饮食，指导学习功课，陪伴孩子玩耍，合理分配孩子作息，充实孩子假期生活。

家教型保姆的需求量一般在寒暑假期间比较大，此类保姆的服务层次也很宽广，可以针对幼儿园至小学的孩子，也可以是初中生。

家教型保姆一般是在寒暑假期间，对中小学生进行功课辅导并照料其假期生活，解决父母由于工作关系，无法照料放假中的孩子这一问题。

家教型保姆具有两方面的条件，一是品质好综合素质高有爱心，可以很好的和小孩子相处并进行交流，辅导孩子的功课，成为孩子的“良师”；二是有责任感阳光健康，可以“陪玩”，让孩子的假期更加丰富，更有乐趣，并成为孩子的“益友”。

#### 13 陪护型保姆：

帮助老人或患病人士料理生活起居合理膳食身体护理患者擦浴，观察老人或患病人士的身体情况进行家庭式理疗陪伴适量运动，做好心理护理工作，提供给陪护家庭正确的护理知识等。

陪护型保姆均经过专业正规的医护培训，拥有照料老人或患病人士的专业知识及技能。

照顾老人是家庭生活中非常重要的一个部分，老年人身体较弱，容易患病，风湿骨刺关节炎高血压等是常见的老年疾病，需要得到特别的专业的护理与照顾。另外，老年人的心理问题也逐渐成为了社会关注的问题。陪护型保姆耐心细心有爱心，愿意凝听老人们的心声，也愿意和老年人聊天交流。

患病人士或伤残人士的照顾也是一些特殊家庭非常头痛的问题，陪护型保姆学习过专业的护理知识，懂得正确的方法去照顾伤患。

#### **14 涉外保姆：**

工作性质与一般保姆无异，但能熟练的掌握外语的日常应用，能和外国家庭沟通相处。

随着中国国际化步伐的加快，越来越多的外国企业商社来到了中国，也有越来越多的外国家庭进入中国，涉外保姆因此应运而生。

涉外保姆要求有较高的文化程度一定的语言能力有家庭管理经验技能和坦诚的本分。公司培养的涉外保姆，都经过基础外语西方礼仪的培训，有日常外语对话的能力，且懂得一定的西方礼仪，能接受中西方的文化差异，并能较好的适应西式的生活。且公司对涉外保姆的培养方案中包含西餐的烹饪课程，涉外保姆能够烹饪西餐，清楚外国人的饮食喜好。

有责任心诚实本分热情，可以较好的融入外国家庭。

#### **15 月嫂：**

帮助产妇料理生活起居合理膳食乳房护理产妇擦浴，观察子宫恢复协助形体恢复，做好产后的心理护理，指导母乳喂养。为婴儿洗澡抚触做被动体操喂养衣物尿布换洗脐部护理臀部护理以及黄疸观察。新生儿早期智力开发婴儿用品和玩具的选择和建议等等。

如婴儿游泳。新生儿游泳可促进婴儿脑部神经的生长发育促进食物的消化吸收促进婴儿正常睡眠节律的建立，提高婴儿对外部环境的反应能力，增强抗病能力。胎便早排出，生理性黄疸提前消退，营养早吸收，生理性体重早恢复。同时还有益于孩子早期的智力和身体发育，提高孩子的智商情商。在家庭内开展婴儿游泳需由专业人员进行指导和演示，而公司提供的月嫂全部接受过正规的母婴护理培训，对 0 到 3 岁孩子的护理和教育有独特的方法，可以为家庭提供这样的服务。

公司的主打服务是高考保姆家教型保姆涉外保姆。这三种服务是公司的品牌服务。

## **2 公司业务流程**

### **21 Sundance 家政服务有限责任公司家政从业人员职业培训流程**

211 介绍本家政公司的规章制度及《Sundance 家政服务有限责任公司家政从业人员职业培训流程》。

212 简介本中心保姆中心服务宗旨服务范围家政从业人员须知。

213 了解家政从业人员的详细情况，填写家政从业人员个人资料，吸收其成为 Sundance 家政服务有限责任公司家政从业人员会员，向公司会员颁发会员卡。

214 公司会员有资格从公司业务培训部处了解客户所需求的家政服务岗位信息，选定所要从事的家政服务类型及目标雇主类型。

215 公司业务培训部对公司会员进行资质考核，根据资质的不同水平有针对性地对其进行半个月至两个月不等的岗前业务培训，对通过公司的等级考核的人员颁发上岗证书并帮助安排工作。

216 签定家政从业人员劳动合同。

217 家政从业人员工作范围及家政从业人员守则。

218 基本培训内容及明晰家政从业人员要学的东西：

- a 职业道德礼仪礼貌仪容仪表服务意思卫生习惯；
- b 日常清洁卫生基本程序擦拭除尘的项目及要求；
- c 家用电器的使用及日常维护；
- d 实用下厨必备的基本技能。
- e 其他相关的特色技能（如医护知识，营养膳食知识等）。

219 专项培训内容。

2110 培训考核。

附：会员卡基本信息：

正面：

|                         |            |           |
|-------------------------|------------|-----------|
| <b>Sundance 家政服务会员卡</b> |            | <b>相片</b> |
| 姓名：_____                | 性别：_____   |           |
| 成为会员时间：_____            | 结业时间：_____ |           |

反面：

- 1 本卡是低抗磁磁条卡，经公司读卡机验证方有效。
- 2 本卡由 Sundance 家政服务有限责任公司发行，受《Sundance 家政服务有限责任公司会员卡管理办法》约束。
- 3 只限本人使用，在接家政服务前请出示此会员卡。
- 4 若两个月后联系不上家政工作或家政工作不成功，公司可根据情况凭卡退回工本费。
- 5 我公司对此卡拥有最终解释权。

## **22 客户聘请家政从业人员须知**

**1** 客户到我公司聘请家政从业人员，在聘请我公司家政从业人员之前，请仔细了解聘请家政从业人员须知聘请流程及收费标准。

### **221 客户如何聘请家庭服务人员：**

**2211** 客户须与家政服务公司签定《聘请家政从业人员协议书》，协议书签约期限最短为 6 个月。

**2212** 客户须向家政服务公司提供有效的身份证。

**2213** 客户须提供家政从业人员工作所在地的详细地址和电话，以便家政服务公司联系家政从业人员。

**2214** 客户签定《聘请家政从业人员协议书》时须按协议合同金额一次缴清所有费用的 40%，其余 60% 的费用在家政人员开始服务以后的一个月内付清。（钟点工除外）

**2215** 在合同期限内，如客户对 Sundance 家政服务有限责任公司的家政从业人员工作不满意，公司可以酌情调换服务人员。

**2216** 客户对家政从业人员的体检报告有质疑，应在家政从业人员到达雇主家三天内家政从业人员就报告所载之项目进行再次体检，若复检合格则由客户支付复检所有费用，若不合格则由本中心支付体检费。

**2217** 在合同期限内，公司会履行合同中义务，为客户提供优质服务。

**2218** 客户必须在《聘请家政从业人员协议书》上的合约结束前一星期内决定是否续约，并缴清续约费用，若到了合约期限客户仍未决定续约或未交清雇用金，公司有权于合同期满次日立即调回家政从业人员，对此造成客户之不便或损失公司不承担责任。

**2219** 协议期满客户续签协议，免收劳务输送费 300 元。

**22110** 客户在聘请家政从业人员期间，如因特殊原因中途终止协议，中心将按月退还管理费（不足月的十五天内按半个月计，超过十五天的按一个月计），劳务输送服务费及保险费不退。

## 222 雇佣双方其文约定：

2221 雇主有以下情形之一的，服务人员可以拒绝继续提供服务：

- ① 不能提供约定工作条件的；
- ② 强制家政从业人员提供约定之外的服务；
- ③ 对家政从业人员实施虐待的；
- ④ 严重损害家政从业人员人格尊严的；
- ⑤ 可能威胁服务人员人身安全的；
- ⑥ 要求服务人员从事违法犯罪行为的；

2222 家政从业人员有以下情形之一的，雇主可以要求更换：

- ① 家政从业人员的工作不为客户所满意；
- ② 不尊重雇主或干预雇主私人生活的；
- ③ 擅自离岗未经雇主同意引领他人进入雇主家中，并有涉嫌的；
- ④ 损害雇主合法利益的；
- ⑤ 泄露雇主及其亲友家人隐私的；
- ⑥ 有严重违法行为的。

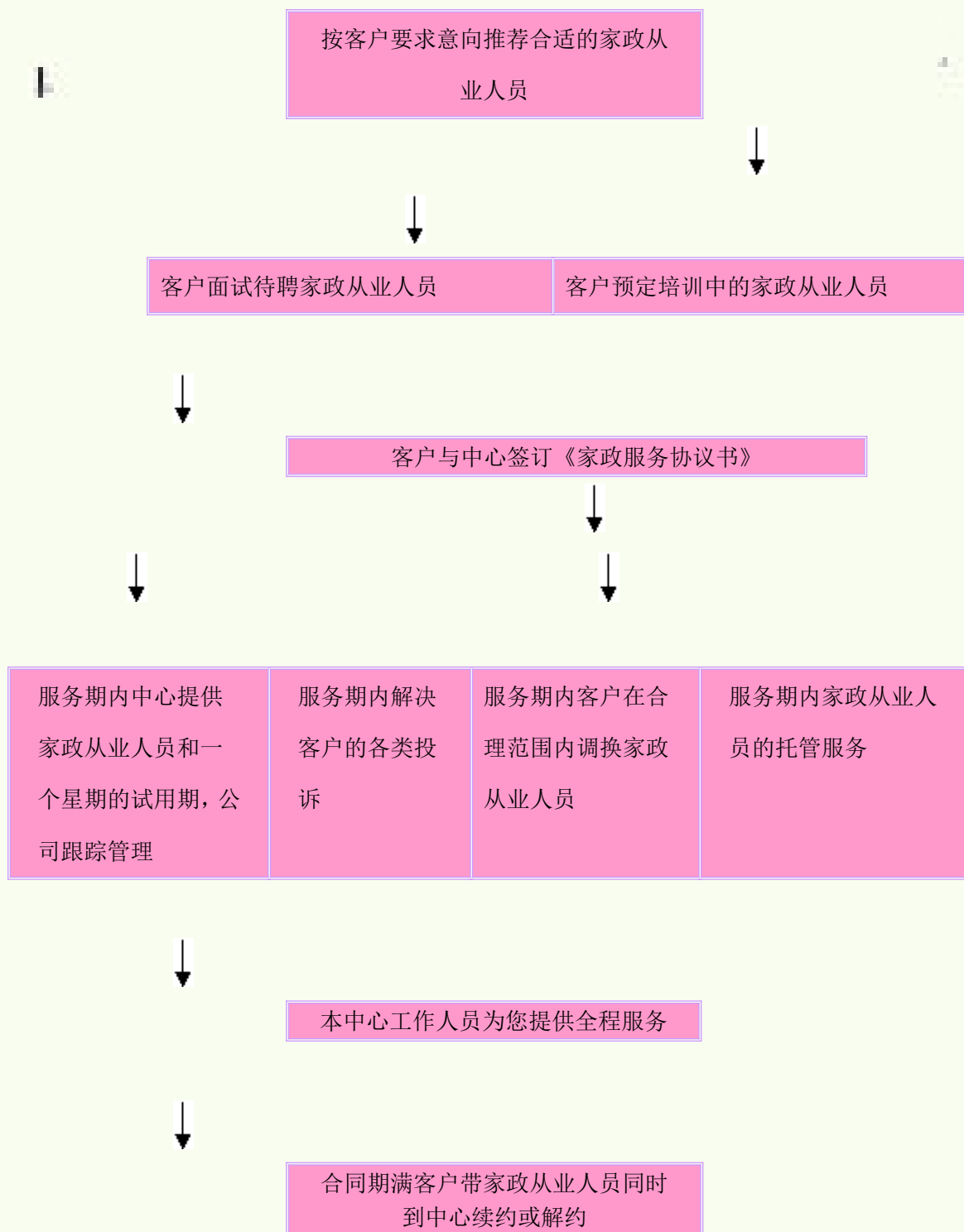
### 2.2.3 家政服务流程表

客户通过网站查询预定，至电或亲  
临本中心



本中心工作人员了解客户需求  
并介绍有关家政从业人员的情况





#### 2.2.4 钟点工规范和流程

##### 2241 出发前的准备

- (1) 仪表：男士短发，不留胡须，仪表端庄，服装整洁；女士不佩戴首饰，不留长指甲涂指甲油，工装整洁；
- (2) 工具：把工具箱（工具齐全）服务记录表服务报价表宣传资料派工单及其它必备用品提前准备好；
- (3) 服务路线：提前一天了解路线，确保准时到达地点；

- (4) 上岗前不得饮酒，不论男士女士，一律平跟鞋，统一穿工作服；
- (5) 其它：与客户进一步确定时间地点了解客户工作要求严禁精神不振带情绪上岗；
- (6) 每天工作时间不得迟到早退。

#### 2242 服务前的准备

- (1) 再次整理仪容仪表，敲门进入，礼貌问答；
- (2) 表明身份，出示工号牌，示明来意；
- (3) 了解客户所需服务内容，要求掌握正确的服务方法，工作效果及主事项；

#### 2243 服务中的工作

- (1) 由组长首先与客户进行沟通，详细了解客户的需求，然后安排每个家政人员的具体操作岗位；
- (2) 进入客户家中必须使用礼貌用语；
- (3) 组长精心组织，有序操作，分工协作，细致认真，服务周到；
- (4) 该使用工具设备的必须使用，形成规范快速高效施工，不得偷工减料；
- (5) 如无特殊情况，严禁使用客户电话；
- (6) 礼貌谢绝主人敬烟，工作时间严禁吸烟；
- (7) 工作时间如需饮水，必须自带杯具，不得使用客户的杯具；
- (8) 不拿客户的一针一线，不准向客户索要物品和小费；
- (9) 工作过程中要做到：从上至下，从里向外，走路轻说话轻操作轻；
- (10) 工作过程中，不得损坏客户的物品，如有损坏，照价赔偿。

#### 2244 服务后的工作

- (1) 收拾所带的工具，摆设整齐；
- (2) 礼貌提醒客户自行检查家中贵重物品有无丢失，损坏；
- (3) 主动展示工具箱里的物品，并请客户过目；
- (4) 若产生服务费用应及时按照标准收费，不准擅自多收或少收；因工作质量问题，客户少付或责任人少收，差额由责任人负责；
- (5) 请客户填写《服务记录表》，不得自行填写；
- (6) 服务工作全部结束后，礼貌的起身告辞，并说：今天的家政服务工作已经结束了，很高兴为你进行服务，感谢你对 Sundance 家政服务公司的信任与支持，下次再见！

#### 附:聘请钟点工价目表:

一包月家政服务人员工资一览（二星服务员一般家务）

|             |                     |            |
|-------------|---------------------|------------|
| 包月 80 元     | 共 4 次， 每次 2 小时，每周一次 | 累计工时:8 小时  |
| 包月 120 元    | 共 4 次， 每次 3 小时，每周一次 | 累计工时:12 小时 |
| 包月 160 元    | 共 8 次， 每次 2 小时，每周两次 | 累计工时:16 小时 |
| 包月 240 元    | 共 12 次，每次 2 小时，每周三次 | 累计工时:24 小时 |
| 包月 300360 元 | 共 12 次，每次 3 小时，每周三次 | 累计工时:36 小时 |

|              |                     |             |
|--------------|---------------------|-------------|
| 包月 350400 元  | 共 20 次，每次 2 小时，每周五次 | 累计工时:40 小时  |
| 包月 450500 元  | 共 20 次，每次 3 小时，每周五次 | 累计工时:52 小时  |
| 包月 600700 元  | 共 26 次，每次 3 小时，每周六次 | 累计工时:78 小时  |
| 包月 9001000 元 | 共 26 次，每次 4 小时，每周六次 | 累计工时:104 小时 |

二临时工，每次至少 2 小时，每小时 10 元/人。

注：一次性服务费 100200 元，服务时间可另协商。

以上钟点服务，如有往返交通费另付。

### 聘请家庭服务员收费标准

- 1 凡签约满一年以后续签的用户，免收介绍费；只收劳务输送费 300 元手续费（50 元）及服务费 60100 元/月，保险费 100 元/年；
- 2 试用家庭服务员时限为三天，特殊情况除外，否则责任由用户负责；
- 3 意外伤害及附加意外伤害急救医疗保险费 100 元/年；
- 4 试工每天服务费 10 元，服务员工资 2550 元/天；
- 5 三个月合同收费另加收押金 200 元；
- 6 不住家保姆加收住宿 200 元/月，并支付保姆往返车费。

### 基本收费标准

| 费用明细 | 劳务输送费 | 服务费     | 保险费   |
|------|-------|---------|-------|
| 金额   | 300 元 | 100 元/月 | 100 元 |

### 家政服务人员级别评估标准

基本级别划分：

**二星级** 年龄： 18—40 岁， 文化程度：高中以上， 要求技能：会烹饪清洁卫生熟练使用家电招呼客人会听普通话诚实和善常用食品买卖无令人生厌的言行及外貌特征。

**三星级** 年龄：18—40 岁，文化程度：大专以上，要求技能：从事家政工作一年以上，洗烫衣会烹饪清洁卫生接待客人熟练使用家用电器常用食品买卖电话处理照料小孩。

**四星级** 年龄：18—40 岁，文化程度：本科以上，要求技能：从事家政工作一年以上，洗烫衣会烹饪清洁卫生接待客人熟练使用家用电器电话处理代购物品护理病人照料兼家教小孩处理家庭理财工作家庭生活生产安排和管理。

**以婴儿保教为例，星级认证的条件：**

**婴儿保教**：有三年以上保姆工作经验的，具有婴幼儿添加辅食早期智力培育经验；

**二星服务员**：有婴儿保教工作经验的，具有婴幼儿及产妇护理经验；

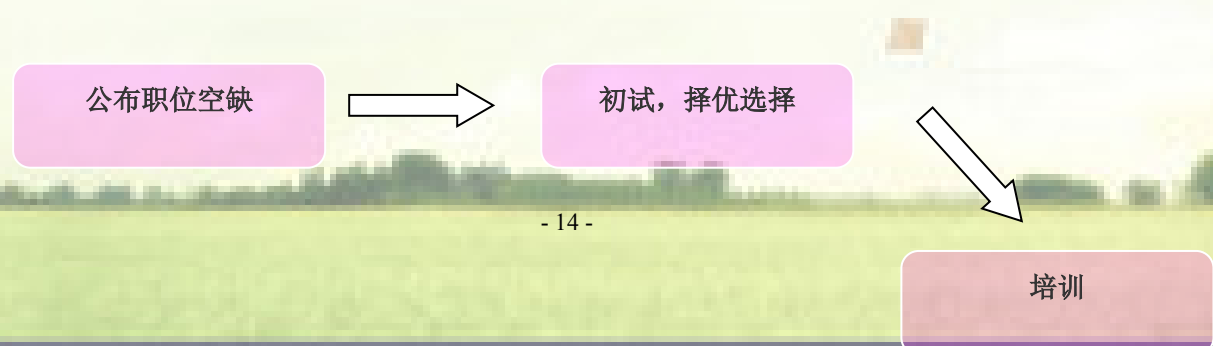
**三星服务员**：有一年以上并具有多家三级护理及临床护理工作经验；

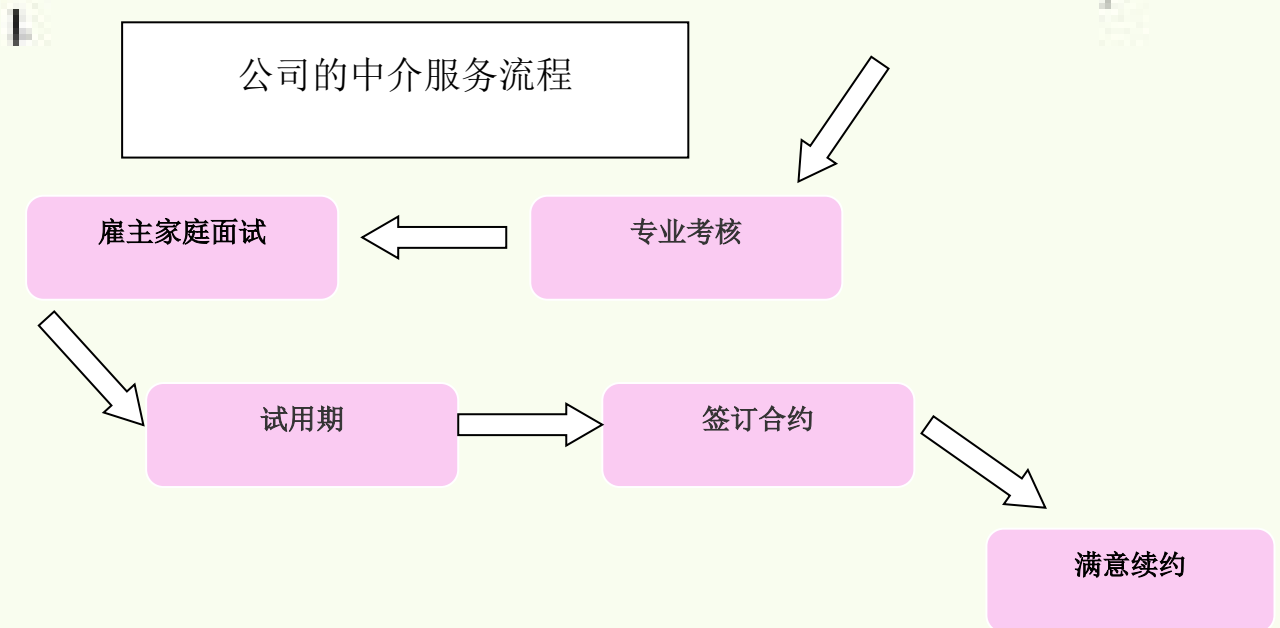
**四星服务员**：正规卫校毕业有相关医护证书，在医院工作五年以上及多家护理工作经验。

### 3 后续服务

优质的后续服务，是本公司的又一服务亮点。

本公司的中介流程大致分为以下几个部分：公司根据雇主要求，拟定相应工作的职位通知并公布；有意竞争此岗位的家政员通过公司相应考核公司择优选择适合此岗位的家政员；针对雇主家庭的具体要求和实际情况，公司为应选的家政员提供一系列专业的针对性培训；家政员通过培训考核；家政员接受雇主家庭的面试；通过面试的家政员在雇主家庭提供为时一个星期的试用期服务；通过试用期的家政员与雇主家庭正式签订合约，开始正式工作。即





对于经过公司培训，并通过专业考核，但未被雇主家庭录用的家政员，公司承诺若有相似工作岗位，将优先选择。且家政员通过专项考核，将获得相应的证书证明，有效期限为一年半。

对于已被录用的家政员，公司针对其在雇主家庭工作的实际需要提供专项强化培训，即提供在职培训。如对于成功受聘的高考保姆，公司可据其需要，不定期为其提供关于高考心理辅导膳食营养搭配等专项的加强培训。

公司设有专人负责处理顾客的投诉，且公司具有完备的信息反馈系统，公司将定期（三个月）对雇主家庭进行“家访”或电话访问，目的在于更好的了解雇佣双方的现状，并及时跟进家政员的服务情况，保证家政员的服务质量。

在合约期间，若雇佣双方产生重大矛盾，经调解无效，公司将在双方同意的情况下，解除合约。对于雇主，公司承诺将其重新介绍符合其要求的家政员；对于家政员，在有相似岗位的情况下，公司将优先录取，为其制造新的工作机会，且在此过程中，中介费用减半。

## 第三部分 市场分析

### 1 SWOT 分析：

#### 优势（Strengths）：

1. 公司建立标准化的服务形象和运营管理，采用国家认证的培训手段；
2. 有一支优秀的培训队伍；

3. 公司的家政员以应届毕业生为主要来源，素质较高培训难度较小；
4. 经公司培训的家政员服务专业全面，素质较高；
5. 公司提供的家政服务项目全面，能满足各种市场需要；
6. 培训与营销环节与相关机构（如医院家教中心）合作；
7. 有别于传统保姆中介，公司提供完备的后续服务，真正做到保障雇佣双方权益。

## **12 劣势(Weaknesses):**

1. 小型企业，资源薄弱，信用度受制约；
2. 发展新的专项保姆难度较大；
3. 对家政人员要求较高，培训时间较长，难免避免受训人员中途退出；
4. 未摆脱个人公司的格局，存在培训人员流失的可能性；
5. 以应届毕业生为主要家政员来源，缺乏相关工作经验；
6. “保姆职业低人一等”的观念仍存在，限制公司培训来源——主要是大学生；
7. 低层次保姆在市场上泛滥，影响公司向高层次的发展。

## **13 机会 (Opportunities) :**

1. 市场要求：人们对保姆的素质要求越发提高；
2. 市场的开发和经济的增长，人们愿意出较高的价格以得到优秀的家政服务；
3. 竞争企业留下的间隙：由于高级保姆市场广阔并处于新兴阶段，市场上专项专业的家政服务者较少，存在一个“间隙”，在这个市场上，能最大限度的发挥公司的优势；
4. 产品认证浪潮：为确保自己得到的服务是优质的，人们更倾向于受认证的服务产品，这种心态正是本公司引入家政星级认证的特殊时机；
5. 大学生就业困难，但给公司提供了更多的机会，吸收大学生人员从事高素质家政服务工作。
6. 广州经济持续发展，外籍家庭数目庞大，有利于本公司以广州为据点进一步发展。

## **14 威胁 (Threats) :**

1. 人才技术资源的流失。
2. 高级保姆市场的空隙，吸引新的竞争者入市，家政行业竞争激烈；
3. 不成熟的市场：企业需付出很大的代价，开拓市场；
4. 通过中介来往的家政工作人员“人流量”大，但难保证“人留量”。
5. 不正当竞争，低层次保姆泛滥，破坏保姆行业的总体对外印象；
6. 家政星级认证的接受度可能不够高。

## **15 SO (依靠内部优势，利用外部机会):**

1. 人们对保姆素质要求提高，促销过程突出公司保姆有素质保证的特点；
2. 专项保姆市场存在空隙，加大力度培养家政人员专项工作能力；
3. 通过提供优良的服务，形成高级保姆专有市场，占领高级保姆市场；
4. 利用消费者对认证产品的信赖心理，打响公司家政星级认证的知名度。

## **16WO (克服内部劣势，利用外部优势):**

1. 保证公司服务水平，提高市场信任度；
2. 形成特色经营并有一定的不可替代性，创造让雇主与家政员选择的动机；
3. 加大市场分析力度，发掘专项服务市场空缺，积极发展新项保姆；
4. 建立企业文化，加强公司人员向心力。

#### **17 ST（依靠内部优势，回避外部威胁）：**

1. 和专业机构合作进行培训和宣传，增强公信力；
2. 利用优质完善的服务，吸引并留住顾客；
3. 定位在优质高层次的家政服务，区别于同业竞争者。

#### **18 WT（克服内部劣势，回避外部威胁）：**

1. 寻找一种特色的经营方式和服务组合，突破传统家政观念的局限，让消费者慕名而来；
2. 市场地位与同业竞争者泾渭分明，降低替代性；

## **2. 市场环境：**

### **市场现状**

据国家劳动和社会保障部的有关调查资料显示，目前我国大约有3亿多户人家，其中共有500多万户属于“一二一四式”家庭即1个家庭，2个中年人，带1个孩子，要照顾4个老年人；丈夫的父母妻子的父母，这类家庭很有必要聘请1个甚至2个家政服务人员帮忙料理一些家庭事务；另外，大约还有300多万户属于“一二一式”的青年之家即1个家庭，一对青年夫妇和1个孩子，他们因工作或事业的关系而无法顾及自己的孩子和家庭事务，这类家庭也很有必要聘请1个家政服务人员帮忙。以上两类家庭，共计大约有800多万户；仅按一户聘请1个家政服务人员计算，我国的家政服务行业至少也就可以提供800多万个就业岗位这几乎相当于我国2003年各行各业全年新增岗位的总数量；如果“一二一四式”要聘请2个家政服务人员的话，则提供的就业岗位就更多。显然，这是一个非常庞大的就业市场，也是一条宽广的就业新门路，更是一项新的就业增长点。由此可见，家政服务行业现在已经成为就业市场中的一个新领域新行业新工种职业，其市场发展前景是十分广阔的。

### **消费者心理现状**

随着我国经济的不断发展，人民生活质量水平的不断提高，人们对待“保姆”这一职业的看法也在不断的改变：除了传统保姆应当具备的料理雇主日常生活起居（打扫做饭等）的基本家政能力外，许多家庭更希望可以聘请高素质高水平的，或可以为雇主家庭提供专业专项服务的家政服务员，并愿意高薪聘请之。因此，高考保姆陪护型保姆辅导型保姆月嫂等拥有专业专项知识技能的家政服务员在社会上出现了供不应求的现象。

总的来说，培训多层次高档次的各种类型的家庭保姆，是由家政服务行业市场 and 时代需求而决定的。多层次的家政服务，能够把竞争机制引进家政服务行业，使该行业成为一个充满竞争活力的热门职业，这就是家政服务行业市场今后发展的大方向。

## 21 市场定位:

作为就业市场中的一个新领域新行业新工种的家政行业,作为社会经济发展和家庭结构变化的必然产物的家政行业,有着广阔的发展前景。

公司成立之初,定位在一般的符合广大消费者要求的保姆中介服务公司。务求尽快成为中介服务领域中较为出色的一员。

在达到初期目标累积一定资金后,公司将成立自己的培训队伍,开展家政培训服务。市场重新定位在中介服务领域的领头公司之一,培训中介双结合。

而提供的家政培训家政服务和中介服务,旨在提供最专业最全面的家政培训和家政服务将是本公司的最终定位:

- a. 服务差别:我国家政服务行业虽然正在不断的发展,但其现实状况还是比较弱的。首先,从事家政服务行业的人员来源复杂,服务综合素质普遍不高,其提供的服务一般仅限于打扫卫生准备三餐等简单的基本的项目,不能满足人们日渐增长对家政服务的要求。本公司为前来培训的家政员提供专业的培训,让其掌握更多的专业技能;且本公司对公司培训提供的每一位家政员的情况都作了完备的记录,在提供中介服务的时候,综合考虑雇佣双方的条件与要求,从雇佣双方的实际情况出发,保证双方的权益与安全。而且从本公司成功培训的人员都会得到相应的家政星级认证,这也是有效保证双方的权益与安全的一种途径。
- b. 人员差别:本公司拥有一直优秀的家政师资队伍,包括经验丰富的家政服务人员以及专业的技能培训人员(中心与医院厨艺学校等挂钩,聘请专业医护人员厨师心理培训师等为受训家政员进行相关知识培训)。接受培训的每一位家政员都要经过严格的考核,才能最终获得资格认证,并获得在本公司中介就业的机会。因此,经过公司培训考核的合格的家政员,除了精通基础的家政服务项目(烹饪清洁)外,还拥有一定的专业技能,如育婴照顾病患基础外语等能力,可谓是专业专项的高素质家政服务人员。
- c. 形象差别:中心旨在塑造一个专业全面的家政服务形象。

## 2.2 市场潜力预测:

- a. 由于社会经济的持续发展,人们生活质量得到了快速的提升。人们的生活水平也从维持温饱发展到了逐步迈入小康社会,人们开始对家庭在子女教育个人健康居室环境休闲形式社交往来等方面都有了新的要求。城市家庭对家政服务的强烈诉求,是我国经济社会发展的必然产物,也是我国现阶段的国情社情的具体反映。而由于人们对家政服务观念的改变已经对家政的要求的提高,专项专门高素质可信赖的家政人才成为了家政市场的新宠。家政市场的这种新诉求无疑对于以严格把关家政员素质提供专业专项家政培训为主旨的本公司来说是一个很好的机会。

而由于社会竞争的激烈，许多家庭中的中青年劳动力都投身在繁忙的工作和无休止的社交生活中，从而导致无暇料理家事，没有时间陪伴小孩以及照顾老人，即有幼孩的核心家庭和有高龄老人的空巢或直系家庭对家政服务有强烈的需求。而从老人小孩的具体生理和心理特征出发，可知照料老人小孩的生活，需要扎实的家政能力以及一定的专业知识技能，和耐心关心爱心等。要求提供服务的家政员有较高的素质和专业的能力，而这正是目前家政市场普遍缺乏的，也正是本公司所致力提供，努力培训的。

- b. 传统的家政服务存在一个通病，即家政服务人员缺乏资质报酬偏低，人们对“保姆”这一职业的看法也存在偏差，认为保姆是寄人篱下低人一等的。但传统的家政服务已经无法满足新客户的要求了，现在的雇主家庭，更注重家政员一般家政能力以外的现代文明操守和法制观念等多层面的综合素质，包括敬业精神人性化服务保护他人隐私工作安全自我防卫意识等，雇主家庭也愿意为得到高质量适合其家庭特点的家政服务支付较高的工资：（家政市场平均价格参考如下）

**住家型：**

| 服务种类   | 星服务员          |
|--------|---------------|
| 母婴护理   | 2200 2500 元/月 |
| 婴儿保教   | 1500 2000 元/月 |
| 高考保姆   | 1500 1800 元/月 |
| 家庭病人护理 | 1500 2000 元/月 |

**非住家型：**

| 服务种类   | 星服务员          |
|--------|---------------|
| 一般家务   | 001300 元/月    |
| 母婴护理   | 2500 2800 元/月 |
| 婴儿保教   | 1800 2300 元/月 |
| 高考保姆   | 2000 2800 元/月 |
| 家庭病人护理 | 2000 2100 元/月 |

**以天为单位计算：（上班时间由家政人员与雇主自由商定，采取八小时工作制）**

| 服务种类   | 星服务员      |
|--------|-----------|
| 一般家务   | 1520 元/时  |
| 母婴护理   | 70 90 元/时 |
| 婴儿保教   | 40 60 元/时 |
| 老人陪护   | 40 60 元/时 |
| 高考保姆   | 70 90 元/时 |
| 家庭病人护理 | 40 60 元/时 |

- c. 就业市场竞争激烈，大学生毕业就业形式严峻，本科毕业生工资下调。综合种种原因，有越来越多的大学生愿意投身于家政服务行业，大学生保姆亦不少见。这就为我们培训高考保姆家教型保姆涉外保姆提供了良好的来源，也降低了公司培训的成本。

### 3 市场细分

I

#### 31 地理因素

|      |                                       |
|------|---------------------------------------|
| 地区   | 广州——东南部沿海发达城市——东部沿海发达城市——国内发达城市——海外市场 |
| 城市规模 | 200 万~500 万人；500 万人以上                 |
| 人口密度 | 都市；郊区                                 |

### 32 人文因素

|        |                                                          |
|--------|----------------------------------------------------------|
| 年龄阶段   | 婴儿；儿童；少年；青年；中青年；中年；中老年；老年                                |
| 家庭生命周期 | 单身；新婚，满巢期，空巢期，鳏寡期（年长独居者）                                 |
| 收入     | 少于 500 元；500 元~1000 元；1000 元~2500 元；2500~5000 元；5000 元以上 |
| 职业     | 都市白领；管理人员；官员和业主；领班；操作员；退休人员；学生                           |
| 受教育程度  | 小学或以下；中学毕业；高中或中专毕业；大专毕业；大学毕业或以上                          |
| 社会阶层   | 中中；中上；上下；上中；上上                                           |

### 33 心理因素

|      |                           |
|------|---------------------------|
| 生活方式 | 追求质量型；以工作为主，家事需要专门人士打理的家庭 |
| 个性   | 不排斥与家政服务人员相处或共同生活型        |

### 34 行为因素

|              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| 追求的利益        | 质量；服务；经济；方便                 |
| 雇佣家政人员念头     | 一般；强烈                       |
| 对家政服务行业的了解程度 | 未知道；知道；已了解；有兴趣；企图请家政服务人员;急需 |
| 对家政人员的态度     | 热情；积极；不关心；否定；敌视             |
| 对服务质量的要求     | 一般,较高,很高                    |

## 4 内部环境分析

### 41 专业技能及市场拓展能力

Sundance 家政服务公司的家政人员来源主要

应届毕业生（包括护理烹饪专业英语等本科生或高职生）下岗或需要重新就业的人员等。对于员工的家政技能培训，我们拥有一支优秀的师资培训队伍来保证其专业性，与各专业培训机构及专业院校挂钩实行校企合作，每一名家政员均需经过严格考核才能执证上岗，除精通基础的家政服务项目外，还拥有一定的专业技能。

家政人员的专业化同时也为我们的市场开拓奠定了坚实的基础，通过逐步推广和实施家政局的“服务星级认证”来增强公司的总体竞争力，从长远来看具备较强的市场拓展能力。

## **4.2 人力资源及其管理能力**

公司的创业团队来自不同性格特长的 8 人组合，素质均衡，各有擅长的技能和不同的组织工作经验，优势互补，分工协作。怀着热烈的创业激情和奋发图强的务实精神，团队产生了强大的凝聚力，团结合作，共同奋进，充分展现出“没有最好，只有更好”的企业文化。

## **4.3 财务资源及能力**

家政服务公司的经营属于长期投资项目，初期需投入较大笔培训资金打造我们的专业服务平台，但我们拥有良好的财务管理能力和谨慎的财务风险意识，加强风险控制，降低风险成本，对现金流的运转高度重视，培训后通过家政人员的服务输出，相信能获得不错的市场反响，从而使资金顺利回笼。

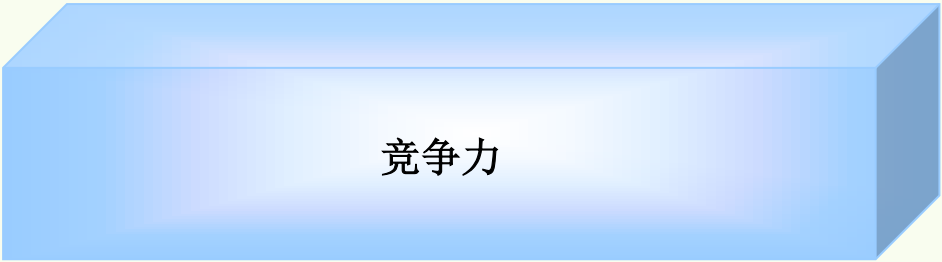
## **4.4 组织资源及治理能力**

权责明晰：实行总经理负责制，初期下设营销策划部业务培训部客服部财务部四部门。

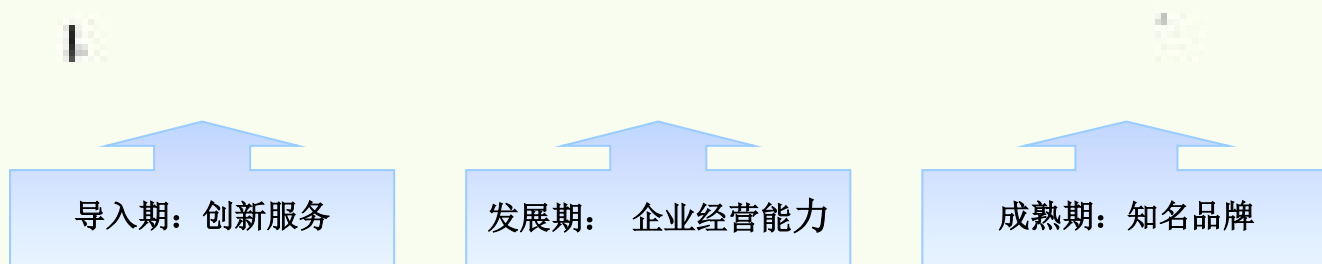
组织架构设置灵活：根据公司的发展状况历程，成熟期可对组织架构作进一步的修改完善，增设人力资源部及信息资源部以适应发展的需要。

## **4.5 竞争力分析**

I



竞争力



## 5 选取的目标市场

### 5.1 区域市场定位

**销售区域：**广州——东南部沿海发达城市——东部沿海发达城市——国内发达城市——海外市场。从广州市场为切入打造南部据点，三年后，把市场开拓到广东省其他发达城市，如佛山惠州东莞中山深圳。又两年后把市场开拓到东南部沿海发达城市，继而进军北京上海香港杭州国内发达城市，形成沿海一线，最终辐射全国，放眼海外。

我们选择广州为第一年的切入市场，在创业初期建立自己的公司，建立一支优秀的家政从业人员队伍，在广州地区打响知名度。公司在广州市场内占据相对稳定的市场份额，打响品牌知名度之后，开始申请家政行业星级认证资格，并申请星级认证资格专利，成为国内第一家家政从业人员资格认证单位。主营业务扩大到各个领域，向客户输出具有公司特色的星级家政人员。

选择广州作为开拓点基于以下几点原因：

1 广东是我国经济最发达最活跃的地方之一，人均生活和消费水平都位居全国前列

2 广州是广东的省会所在地。市场对家政从业员的需求，在 08 年估计高达 50 万人。

3 随着家庭生活水平越来越高，小康家庭越来越重视家政服务人员的素质，高素质的家政服务人员才能满足雇主的需要，尤其是在安全感的心理需要方面。

4 就目前市场上的家政服务人员来说，许多家政服务公司还远远达不到雇主的需要。

5 国内现在的家政公司多而杂，规范运作的凤毛麟角，缺乏一套具专业及国际水平的系统训练和品质监察制度，导致良莠不齐，水准不稳，难以建立行业的专业形象，对愿意及有能力支付较高工资的雇主来说有价无市。

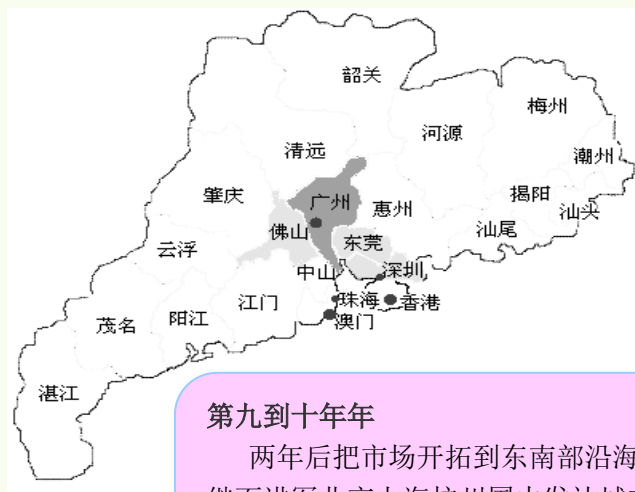
6 对 07 年 40 多万人的市场需求，广州有近千家家政公司，竟只有 150 家市级家政工商登记。目前国内市场上家政服务业还没有一种特定的资格认证，家政服务人员素质还是普遍偏低。

所以我们的市场前景是比较乐观的。

## 5.2 销售拓展计划

### 第一到五年

以广州地区为市场突破口打响公司名号,使公司拥有一定知名度,建立南部据点。

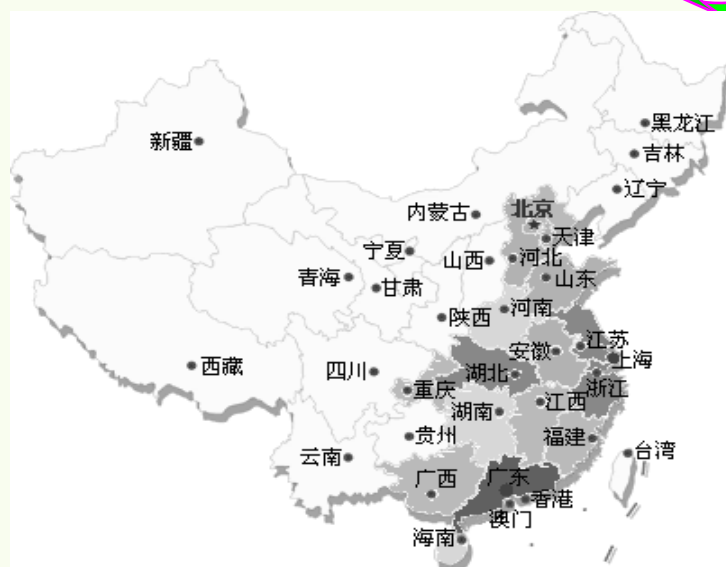


### 第五到八年

把市场开拓到广东省其他发达城市，如佛山惠州东莞中山深圳。

### 第九到十年年

两年后把市场开拓到东南部沿海发达城市，继而进军北京上海杭州国内发达城市，形成沿海一线，最终辐射全国，放眼海外。



### 第十到十三年

在国内各大发达城市建立公司的据点，建立家政星级认证机构，申请独家认证专利，巩固已有市场。

### 第十三年后

巩固已发展区域的优势，进一步占领市场分额，开拓海外业务。

## 53 目标市场定位

### ● 目标市场对象分析——家政从业人员

|      |                                      |                    |
|------|--------------------------------------|--------------------|
| 年龄   | 18-40 岁                              | 18 — 30 未婚青年       |
|      |                                      | 18 — 30 已婚青年，无子女   |
|      |                                      | 18 — 30 已婚中青年，有子女  |
|      |                                      | 30 — 40 已婚中年，子女较年长 |
| 职业   | 一般家政清洁工母婴护理人员婴儿保教人员老人陪护家庭病人护理人员      |                    |
| 生活方式 | 有意从事家政服务行业，有一定的家政服务知识，有较多的空闲时间从事服务行业 |                    |

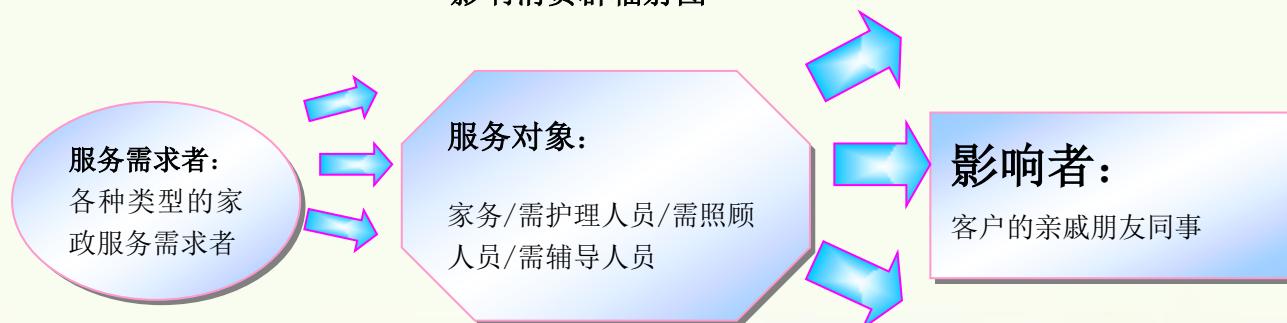
### ● 目标市场对象分析——家政服务人员需求者



### ● 消费影响的过程

选定目标市场后，我们将以上述群体为中心，辐射到使用者之亲戚朋友同事等，从而逐渐扩大市场。

影响消费群辐射图



## ●产品传播的扩展过程

|            |                                                                                                                                                            |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 领导消费群体     | 各个年龄阶段的家政服务需求者，中等以上收入者，有相当的经济基础，文化程度较高，追求健康和高品质的生活。他们是我们产品的领导消费群，是我们初期宣传的重点目标。                                                                             |
| 需传播引导的消费群体 | 这一类潜在的消费群体是我们未来更广阔的目标顾客。他们可能：<br>1、家政服务需求不够强烈,暂时不需要请家政服务人员。<br>2、对价格的敏感程度较高。<br>3、尚未了解新型家政服务类型。<br>4、对我们公司信任度不够。<br>我们要通过宣传公司服务理念，刺激需求强化需求引导需求，进而推动家政服务到位。 |

## 54 目标市场营销

作为就业市场中的一个新领域新行业新工种的家政行业，作为社会经济发展和家庭结构变化的必然产物的家政行业，有着广阔的发展前景。本公司提供的家政培训和中介服务，以及最权威的家政从业人员资格认证，以提高家政服务质量，改变传统上认为家政服务人员是素质较低人员的观念，提高家政人员在社会中的地位，提供家政培训和中介服务，提供家政人员从业资格认证，构建和谐社会为宗旨，致力于高素质多层次高档次的家政服务人员的普及为宗旨。

## 6 服务定位——差异化取胜

我国家政服务行业虽然正在不断的发展，但现实状况还是比较混乱的：家政市场里，低端市场鱼龙混杂，高端市场又人才紧缺。我公司通过正规注册，经营正规，管理完善，服务周到，工作细致，采用全新的经营理念，科学的管理模式，对每一位家庭服务员进行正规统一的培训考核。通过服务差别人员差别形象差别取胜。

### 6.1 服务差别

从事家政服务行业的人员来源复杂，服务综合素质普遍不高，其提供的服务一般仅限于打扫卫生准备三餐等简单的基本的项目，不能满足人们日渐增长对家政服务的要求。本公司为前来培训的家政员提供专业的培训，让其掌握更多的专业技能；且本公司对公司培训提供的每一位家政员的情况都作了完备的记录，在提供中介服务的时候，综合考虑雇佣双方的条件与要求，从雇佣双方的实际情况出发，保证双方的权益与安全。

#### ●对家政从业人员的服务

- (1) 收费合理。我司严格按照物价法以及各项有关规定向家政从业人员收取培训费和中介费，向家政从业人员提供专业的培训，提供理想的就业岗位。
- (2) 权益保障。我司为公司旗下家政从业人员购买意外伤害及附加意外伤害急救医疗保险，保障其人身以及人格尊严等方面的合法权益。

#### ●对客户的服务

- (1) 设立完善的服务咨询热线

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/678137076050006116>