商业筹划书

“互联网+”餐饮服务平台

创业筹划书



Business Plan

目 录

第一章 项目背景 4
1.1 存在问题 4
1.2 解决方案 4
1.3 公司目的 5
第二章 公司简介 6
2.1 机构体系 6
2.2 公司理念及管理 7
2.2.1 公司理念 7
2.2.2 公司管理 7
第三章 行业现状 9
3.1 市场分析 9
3.2 市场定位 11
第四章 产品简介 13
4.1 快餐 13
4.2 网站 13
4.3 订餐系统 14
A 按价格搜索 14
第五章 市场营销方略 16
5.1 营销筹划 16
5.2 营销策划分析 16
5.2.1 产品开发方略 16

5.2．2 促销方略 17
5.2.3 广告方略 19
第六章 运作流程 21
6.1 运作简介 21
A 按价格搜索 22
B 按口味搜索 22
第七章 风险分析 24
7.1 内部风险 24
（1）快餐生产部门不按咱们原则生产 24
(2) 经营风险 24
（3）公司订餐系统风险 24
（5）财务风险 25
7.2 外部风险 25
（1）爆发大规模传染病和不可抗拒自然因素 25
(2) 政策性风险 25
7.3 风险管理 25
第八章 公司规划 26
第九章 财务预算 27

第一章 项目背景

1.1 存在问题

（一）越来越多人发现电话订餐缺陷：（1）可选取范畴小，并且“只知其名，不识其物”，有时不懂得点什么饭，（2）订餐信息容易被传递错误。电话难以讲清晰地址、饭菜类别，听电话一方很容易把饭名相近听错误，进而送给顾客错误快餐。（3）工作人员难以在短时间内记录下顾客规定和配送地址。

（二）厦门快餐存在问题：

通过咱们调查，厦门快餐配送速度慢，容易吃腻。78%受访者表达配送速度慢，64%受访者表达快餐品种少、容易吃腻。

1.2 解决方案

（一）用“网上订餐+电话订餐”代替老式“电话订餐”。

“网上订餐+电话订餐”长处：（1）网上订餐集结多家快餐馆，口味多样饭菜选取范畴广。（2）通过图片和有关文字可以很清晰解说所点饭菜，使顾客明白自己在“点什么” （3）点菜信息通过文字传送错误率很低可忽视不计，工作人员容易记录信息。（4）老过客和没有电脑顾客也可以通过电话订餐，很容易找自己所爱快餐。

（二）创立一流物流团队

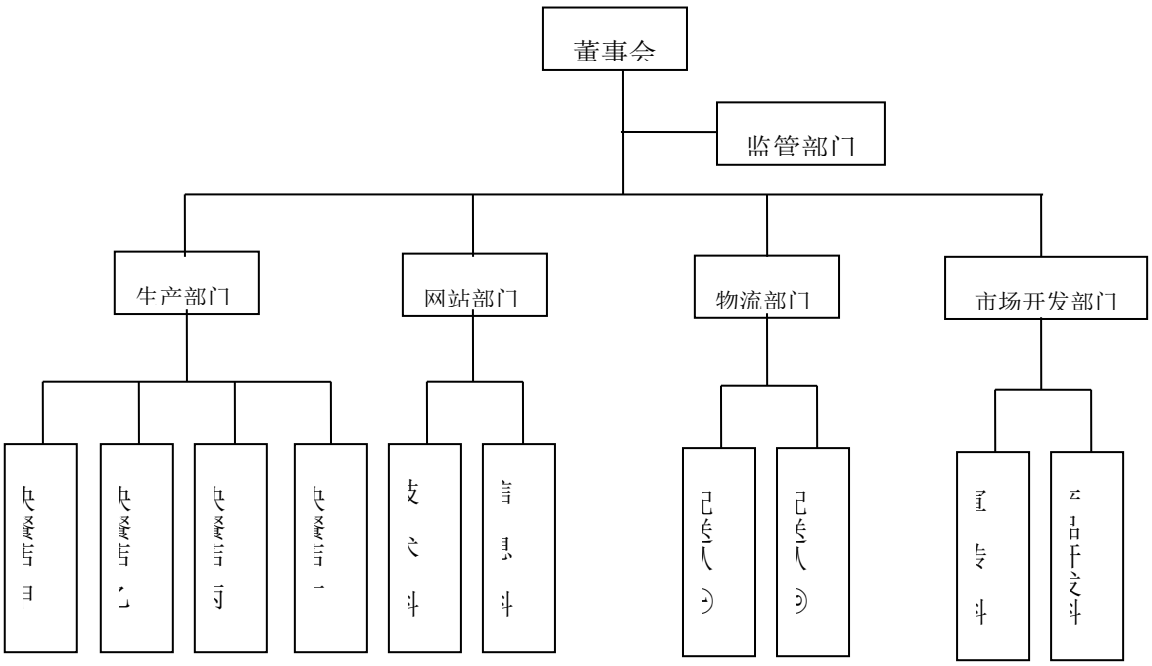
通过专业培训，达到有礼貌、态度和蔼、送餐迅速规定。配送时必要穿印有“迅美”工作服，最迟在半小时内送到，否则免费赠送快餐一份，配送人员记一次过错。让客户乐意吃快餐，满旨在“迅美”。

1.3 公司目的

随着 4G 时代到来，“网上订餐+电话订餐”模式必然代替“电话订餐模式”。用订餐网将既有快餐资源整合起来，专业化管理，原则化生产，一流配送服务，从而形成强大快餐运营集团，从而减少成本，提高快餐在人们心目中地位，变化人们从家里带午饭生活方式。

第二章 公司简介

2.1 机构体系



（一）公司简介：

网站部门：负责管理网站，收集订单信息，选出最适合餐馆，然后把订单发给餐馆。此部门核心工作最重要是信息收集和传递。

生产部门：运用当前厦门生产线，像田野家、吉野家、和合谷、百万庄园、比格、庆丰包子铺、老家肉饼、马兰拉面、面酷、加州牛肉面、筷乐家园、面香居、南粥北面等这样较有名快餐店负责快餐生产。产品生产向原则化靠拢。网上有 15～20 家快餐店，提供各种快餐，顾客可以自由选取，不至于吃腻。此部门核心工作最重要是做出顾客满意快餐。

物流部门：负责配送快餐和顾客满意度、改进建议等信息收集。通过专业培训，达到有礼貌、态度和蔼、送餐迅速规定。配送时必要穿印有“迅美”工作服，最迟在半小时内送到，否则免费赠送快餐一份，配送人员记一次过错。每次送快餐都要记录顾客不满意和满意之处，作为改进服务根据。让客户乐意吃快餐，满旨在“迅美”。此部门核心工作最重要是时间控制和礼貌服务。

监管部门：负责收集和查处网络部门、生产部门、物流部门某些不按规则办事现象，嘉奖出众之人。

市场开发部门：负责开发市场和产品开发。

2.2 公司理念及管理

2.2.1 公司理念

顾客满意

健康化，网络化，科学化

高效管理。运用典型管理理论及当代新型理论结合实际状况高效管理，使几种部门灵活运转，形成一种统一有机体。

奖惩分明，勉励创新。嘉奖有功之臣，惩罚不尽职尽责之人，勉励员工创新，提出改进意见。

2.2.2 公司管理

员工考核级别

A——满意　　B——普通　　C——差　　按级别给与相应奖励。

服务原则

为顾客服务时严格按照我公司服务原则，可稍微变通。

1、搞好系统寻常维护详细方案

对于系统寻常维护作好方案，责任贯彻到人，做好应对系统也许浮现问题。

2 制定使消费者满意服务方针.

树立“好服务是公司生命”思想，坚持“服务第一，顾客第一”服务宗旨，严格规定服务接待工作原则，实行规范服务，注重市场调查，收集，反馈市场信息，认真及时解决投诉，不断推出新服务项目，注重服务设计硬件建设同步不断改进软件和工作流程。

3、明确服务达到目的

顾客满意应与职业原则和道德规范相一致，不断改进服务，提高服务效率。

4、规定服务职责和职权，建立一种合理服务控制体系构造

建立一种设立合理管理组织构造,明确所有管理服务人员职责与职权，最后制定工作安排筹划。

5、进行评审，考核与奖惩

第三章 行业现状

3.1 市场分析

总体趋势：快餐是社会经济、文化发展到一定阶段产物。人们生活节奏加快、职业妇女增多、家庭规模缩小以及可自由支配收入增长是促使快餐业产生并兴旺重要因素由于"快餐"种类迅速成长与其所来冲击，再加上快餐餐饮业被列为 14 项方略性服务业第二名，已成为今日产业（服务零售业）行销竞争最强烈行业。社会生活节奏加快，使快餐业存在和发展成为不容置疑问题。历史资料，当人均收入达到美元时，老式家务劳动将转向社会。由此快餐业务发展将进入急剧扩张时刻，因此中华人民共和国快餐市场将随着国内经济发展而进入高速发展阶段。

通过近年发展，中华人民共和国快餐市场已颇具规模。其从业人员及营业收入都是逐年递增态势。来自国内贸易局记录资料表白，整个 90 年代，在国民生产总值(GNP)同比增长 7.8%背景下，中华人民共和国快餐业以 20%年递增率迅猛增长。快餐业已成为中华人民共和国商品市场及劳动市场上最大也是最具吸引力利润单元。据专家分析，到，全球以便食品在整个食品工业中所占份额，将由 20 世纪 90 年代 5%提高至 17%。而当前以便食品在食品工业中所占比例，美国为 21%，中华人民共和国仅 4%，市场潜力巨大。

（一）厦门发展：

据厦门市商务委员会记录厦门市餐饮零售总额突破 450 亿元。在这 450 亿当中，快餐贡献不超过 50%。而商务部调查数据显示，东部省市快餐营业规模明显超过正餐，广东快餐

市场份额高达 90%，江苏、上海等省市也已达到 65%以上，可见厦门快餐发展前景巨大。

年末厦门每百户家庭拥有家用电脑 70.5 台，接入互联网计算机 65 台。

（二）从三年数据可知：餐饮业不断持续上涨，受金融危机影响较小，市场容量很大，发展前景大。当前厦门快餐市场大概有 220 亿市场。

（三）机会：

并且据咱们调查，有人不乐意点外卖因素是：配送速度慢，吃多了口味就很腻，因此更乐意从家里带来午餐。当前厦门快餐发展正在或者即将迈入黄金阶段，当前快餐都是选取电话订餐，当前没有网上订餐，虽然有这样网站也是出于停用状态，“网上订餐”出于空白阶段。

用订餐网将资源整合起来，专业化管理，原则化生产，一流配送服务，从而形成强大快餐运营集团，从而减少成本，提高快餐在人们心目中地位变化人们从家里带午饭生活方式，市场前景可观。

总之，我司是一种弥补了餐饮“电子商务+物流”生态餐饮空白新型餐饮公司，运用了先进一体化系统，体现了网络营销和信息化管理新观念。

3.2 市场定位

定位于高校学生、白领人群、网吧游戏人群和其她人群。

（1）高校学生：普通宿舍均有电脑，上网订餐以便，很大比例学生对学校食堂不满，电脑订餐概率大，由于收入来源较少，相对质量更注重重量，档次稍低，价格定位在 8 元。

（2）白领人群：白领人群普通都在办公室上班，均有电脑，据咱们调查有超过 64%经常订快餐。工资：厦门白领工资普通在 3500～6000 元。饮食习惯：调查中发现不怎么做和不做分别是 18.89%和 6.30%。由此可见，做饭对于大多数白领来说已经不是每日生活必要，只有少某些白领可以忍受每天业余时间被大量交给厨房；工作繁忙因而经常叫快餐，规定快餐卫生、合口味、服务态度好、送餐迅速，更注重品牌和心理上满足，消费档次较高。点快餐频率高，且概率拟定。价格在 10 元左右，对快餐质量和服务质量规定很高。

（3）游戏人群：几乎是某些青年，收入较低，意志不坚强容易沉迷网络游戏，而很难抽身吃饭，与质相比更注重量，档次稍低。电脑订餐概率大。在网吧玩游戏，通过网上订餐也很以便。价格定位在 8 元，规定比白领稍低。

（4）其她人群：收入比较低，点快餐随机，频率不拟定，很少有电脑，普通选取电话订餐。定位在 8 元左右，对饭质量规定较高，对服务质量规定稍低。

经营目的：用订餐网站把厦门“快餐龙头”联合起来，打造厦门快餐集团；用“网上订餐+电话订餐”模式代替老式“电话订餐”模式，拿下厦门市快餐份额 20% ，然后进军其她地区市场。

第四章 产品简介

4.1 快餐

依照顾客口味和季节变化，推出几种类别产品，有中餐、西餐、其她。

中餐	西餐	其她

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/968106047132006074