

创业工作年度工作计划(模板6篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

创业工作年度工作计划篇一

转眼间，社团又经历了半个春秋，在校团委的领导和创业周的帮助下，我们南邮创业协会越走越成熟，在上个学期里，很荣幸被授予五星社团和全国十佳之称，但是，我们也深深地知道自身还是有很多方面的不足的，经过理事会的讨论，制定了xx年下学期的工作计划，希望能在全体会员的努力之下，能取得更大的成就。

南京邮电大学创业协会(中文简称南邮创协)，成立于xx年5月。它是在校团委领导下的依照国家法规和大学生规章制度，由在校大学生自发组织的社会实践类的公益性校级学生社团。

1 对内发展，同各个社团友好竞争发展;对外发展，和其他高校社团搞好外交，让会员们走向外界锻炼实习。

1 争取评上本年度的校级优秀社团和全国十佳社团。

文化部：为每期活动提供主持人;发掘人才，充分利用会员特长来丰富协会内部娱乐活动。

1、9月份在全校范围内策划开展全国大学生技术创业大赛;

6、11月中旬至下旬，承办创业周的创想20xx[]创业视频大赛以及创业新兴达人等相关活动。

1、文娱活动，由文化部组织内部的全体文娱活动，或者与学校文娱类社团合作组织活动，丰富协会成员的课余文化生活，同时也可以为会员提供发挥才华的舞台。

2、创业培训，积累前期的培训经验，设计出标准的课件，有计划有组织的向会员推广创业及社交知识；培养储备干部，为协会后续发展提供大量的人才。

3、部门培训，组织各位新部长及老部长进行内部培训，讲解工作流程及方法，提高工作效率，提高工作执行力(比如外联部如何拉赞助等)。

4、交流会，组织办公室值班交流，加强内部沟通，凝聚团队。

1、与南京智途集团合作将原先的六格团队扩建为六格俱乐部；

2、通过“川粤时空”成功案例在校内强势营造创业氛围；

3、组建“唯爱”工作室，专门承接校园各种表白门以及生日惊喜活动，为后期成立婚庆公司做打算。

协会的组织机构及其职能如下：

1)会长、副会长。会长、副会长负责整体的组织管理工作，组织领导协会各部门进行日常工作和活动开展。

2)秘书处：协会会员档案和日常活动资料的管理；会议主持和活动记录工作。

3)信息采集部：市场调查，信息收集, 创意提出，方案设计。

4)创业策划部：策划创意方案的制作、可操作性分析以及实施方案。

5)宣传部：活动海报设计制作；联系新闻媒体、广播台、报刊等对内对外发表信息。

创业工作年度工作计划篇二

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产业的企业和经营者的极大的热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其它餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事火锅行业，必须认真做好市场调研研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握火锅风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场份额。所以说，做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

（一）、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等；基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施；措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

（二）、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

（4）、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

（1）、不确定性：大部分顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。

（2）、随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

（3）、灵活性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

（4）、引导性：调整经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生一定引导。

（一）、划分要求：

3、具有稳定性。市场划分后，只要符合实际，就大胆开拓，制定长期计划，占领市场。

（二）、划分种类：

1、地理位置：火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体；而同一店和锅品到了不同地域也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮冲动型，还是豪华张扬型等，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等，这与火锅店的火锅质量、服务水平、顾客的信赖等有关。

（一）、火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

1、按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等；

2、按功能分：特色火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等；

3、按来源分：川味火锅、蒙古火锅、宫廷火锅、老火锅等；

4、按经营分：品牌火锅、餐厅火锅、自助火锅、火锅吧等。

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己的经营品种。

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅、高水平服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快赢得顾客、树立形象、打开局面，实现正常经营。

2、高高结合法：起点高，效益也高。以高质量火锅、高档次的环境、高品位的装修、高水平的服务吸引高层次的顾客。

风险大、利润也大，进入良性循环后收益也很大。

3、品牌垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化的价格低价供应，以薄利多销为主。

1、豪华型：

豪华型火锅店在某一区域均有较高的声誉，装修设施齐备，环境优美，在火锅制作方面十分讲究。除了具有一般火锅店的特点外，其独特之处为价格较高，高质量的火锅、高超的服务及就餐环境相统一具备高级的烹调和服务人员，其服务对象以高收入者居多。

豪华型火锅店具有高价与火锅成本、服务水平、就餐环境融为一体，火锅产品与技术高度统一，服务对象稳定与社会形象突出，管理到位、制度完善等特点。

2、大众型：

大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以接受的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的差别，在顾客中各有自己的地位与形象。有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。

大众型火锅店具有价格与大众化结合，经营方式灵活多样，服务对象面向大众消费者、经营管理方法结合自身实际等特点。

3、风味型：

风味型火锅店是体现独特的饮食文化，具有浓郁的地方风味、品种比较单一、但影响很大的火锅店，往往具有一定的代表性，是历史性、地域性、民族性的综合反映。此类火锅品种比较定型，汤卤比较固定，服务有一定特色，风味得到公认。

风味型火锅店具有布局与装修有丰富主题与内涵，顾客能感受到独特的文化熏陶与情调，吃与乐结合、参与性强，展示某种有特殊意义的活动，气氛轻松和睦等特点。

4、自助型：

自助型火锅店是将火锅原料（生料和半成品等）与餐具全部放在火锅厅的某一区域，由客人自行选用，服务人员较少的火锅店。此类火锅除了有着随意性、自由性的特点外，还拥有较大的选择性，感到较大的满足感。

自助型火锅店具有布局上实行开放式、以大厅为主，锅品上以一二个品种为主、口味大众化为好，价格上采取每人限定金额消费，服务上比较灵活、服务人员较少，顾客的参与性和自我满足感得到体现，讲究原料及菜肴的丰富性、又避免浪费，充分利用空间与顾客的运动性等特点。

1、独立经营：

此类火锅店的经营一般不受其它餐饮企业的制约，独立选择自己的经营品种，一般规模较小、费用较少，利润不高，资金来源以独资、入股、贷款为主。这种形式在市场上占主要地位，其优点有：能根据市场的发展变化做出对经营品种、策略的调整与适应，以满足消费者的需要；能保持自身的火锅特色，并按照市场要求调整和创新锅品；员工关系比较密切，管理比较直接，利于调动积极性。其不足之处为：由于规模较小，经营品种单一，可能会受到大型火锅企业的冲击，在市场竞争中禁不起风浪，发展潜力不大。

因此，要采取独立经营方式开办火锅店，必须要有独特的火锅品种、较好的口岸、比较充足的资金等。

2、合伙经营：

此类火锅店是有几个人分别出资、或分别以技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其它餐饮企业牵制，遇到各种问题，由合伙人一致协商解决。其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力；可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制；与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧跟消费者需求。其不足之处为：合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。

创业工作年度工作计划篇三

转眼间，社团又经历了半个春秋，在校团委的领导和创业周的帮助下，我们南邮创业协会越走越成熟，在上个学期里，很荣幸被授予五星社团和全国十佳之称，但是，我们也深深地知道自身还是有很多方面的不足的，经过理事会的讨论，制定了xx年下学期的工作计划，希望能在全体会员的努力之下，能取得更大的成就。

（一） 社团性质：

南京邮电大学创业协会（中文简称南邮创协），成立于xx年5月。它是在校团委领导下的依照国家法规和大学生规章制度，由在校大学生自发组织的社会实践类的公益性校级学生社团。

（二） 发展目标：

1 对内发展，同各个社团友好竞争发展；对外发展，和其他高

校社团搞好外交，让会员们走向外界锻炼实习。

1 争取评上本年度的校级优秀社团和全国十佳社团。

(三) 部门计划：在原来的基础上，增加文化部。其余7大部门保持不动。

文化部：为每期活动提供主持人；发掘人才，充分利用会员特长来丰富协会内部娱乐活动。

(四) 大型活动安排：

1、9月份在全校范围内策划开展全国大学生技术创业大赛；

6、11月中旬至下旬，承办创业周的创想20xx[]创业视频大赛以及创业新兴达人等相关活动。

(五) 常规活动：

1、文娱活动，由文化部组织内部的全体文娱活动，或者与学校文娱类社团合作组织活动，丰富协会成员的课余文化生活，同时也可以为会员提供发挥才华的舞台。

2、创业培训，积累前期的培训经验，设计出标准的课件，有计划有组织的向会员推广创业及社交知识；培养储备干部，为协会后续发展提供大量的人才。

3、部门培训，组织各位新部长及老部长进行内部培训，讲解工作流程及方法，提高工作效率，提高工作执行力（比如外联部如何拉赞助等）。

4、交流会，组织办公室值班交流，加强内部沟通，凝聚团队。

(六) 项目部计划：

- 1、与南京智途集团合作将原先的六格团队扩建为六格俱乐部；
- 2、通过“川粤时空”成功案例在校内强势营造创业氛围；
- 3、组建“唯爱”工作室，专门承接校园各种表白门以及生日惊喜活动，为后期成立婚庆公司做打算。

我创业协会依然会以“提高自我，追求卓越”为宗旨，会尽自己的最大可能让大家展示自己的才能，让大家的大学生活过得开心快乐，让有志大学生登上舞台，用梦想开拓未来！

****大学创业协会 郑****

xx年8月28日

创业工作年度工作计划篇四

推动全县全民创业以科学发展观为指导，按照县委、县政府全民创业实施意见的总体要求，解放思想，创新思路，搞活流通，树立全心全意为企业服务的思路，引导、支持和鼓励各类创业主体进入商务行业，为全县经济发展添砖加瓦。

1. 放宽自营出口企业的准入条件。企业申请自营出口权需报商务厅审批，商务部备案，逐级申报，手续繁多，资料要求高。今后，凡申请自营出口权的企业，商务部门将主动作为，上门服务，简化手续，在资金、设备、外贸人才等条件方面降低准入门槛，改事后监督为主动服务，免除申报自营出口权所需的各种费用。
2. 放宽商务特种行业准入门槛。凡涉及报废汽车回收、拍卖、成品油、酒类批发、典当、直销、二手车交易等特种行业的设立，可收可不收的费用一律不收，必须收费的按照下线收取。主动、积极同上级争取商务特种行业在我县设立的规划。商务特种行业企业的设立按最低标准进入。

3. 人性执法，宽严相济。在商务执法工程中，对轻微违法，以说服教育为主，不予处罚；对严重违规违法行为在政策范围内尽量考虑当事人的实际承受能力，体现人性执法的执法原则。

4. 主动为自然人和企业服务。凡自然人或企业需要提供政策咨询的，耐心解答，有求必应。主动为外贸出口企业提供贴息贷款、出口商品保险、外汇结算等方面的服务。主动协调银行、外汇管理局、出口保险、上级商务主管部门、商检、商品检验检疫局等部门的关系，做好外派劳务方面的监督管理工作，为出国打工人员提供政策支持，维护外派劳务人员的合法权益，及时处理外派劳务纠纷。

我局全民创业工作领导小组要切实加强对推动全民创业工作的领导，商务局全民创业工作领导小组办公室要搞好有关协调服务工作，根据授权做好有关解释工作，掌握全面情况，及时争取政策，协调相关部门关系，主动办理有关手续，搞好服务。

创业工作年度工作计划篇五

一、项目名称：出色色彩设计、形象咨询工作室。

二、经营范围：个人整体形象咨询、特色服装设计及制造、商场导购专业和色彩顾问行业。

三、项目投资：约十八万元。

四、场地设置：广州市中山三路中华广场六楼约80m²

五、项目概况：为顾客提供自我形象设计(包括个人色彩分析、着装款式风格指导、个人化妆指导、并以色彩理论为依托的特色服装设计及制造，)帮助失业人员开发职业岗位提供商场导购专业和色彩顾问行业的培训与指导。以满足文明大

都市人们追求精神需要提供优质服务。

六、 回报期：约一年左右。

该行业在欧美发达国家地区得到了的蓬勃发展。(大学生蛋糕店创业计划书范文)世界最权威色彩咨询机构--美国cmb(color me beautiful)色彩咨询公司，期分支机构已遍布30多个国家和地区，显示出色彩市场的强大的生命力。

1998年，中国第一色彩大师于西蔓女士将cmb色彩季节理论带入了中国，创办了中国第一家色彩工作室，经过4年的发展，西蔓色彩工作室为近4000人提供了全套的个人形象设计指导，培训了近300名专业色彩顾问，成为我国色彩市场的传播种子。

目前，在我国色彩咨询还处于初始阶段，人们对色彩革命带来的成效还未充分的认识，国内的商家和企业自身的色彩规划方面大多处于一种比较模糊、无序滞后的状态，这在日益激烈的国际国内市场竞争中缺少了一定的优势，减弱了顾客选择上存有爱美之心对产品的吸引力，因此，将色彩设计快速推开，不仅使众多的国内企业可以有效提高品牌的影响力，而且，使广州地区的人民在享受政府三年一中变项目带来美好社会环境的同时，对享受高品味、多姿多彩的精神生活的需要。

所以，色彩咨询的发展，将有具大的潜力。如：企业产品色彩设计，服装色彩搭配，美容美发系列，色彩装璜设计等。更重要的是广州目前商场导购咨询职业尚处于空缺，因此，可以通过自身的专业知识，培训有就业需求的失业人员，帮助开发职业岗位，使该项目在解决自身创业、带动下岗失业人员就业同时满足现阶段人们对高层次精神文明享受的追求。

一、一次性固定投资：125000元，其中包括：

(一)房租首付 20000元

(二) 装修费 30000元

(三) 开办费用 5000元

(四) 杂项支出 20000元

(五) 设备用具购置 50000元

二、流动资金及原材料备用金 55000元

营业收入：全套服务10人

10人*2880=28800元

单项指导15人

15人*500=7500元

月营业收入为36300元。

减：原材料等 8300元

房租、水电费 12000元

实得利润：16000元

投资回报期：18万/1.6万=11个月

一、营收风险

在现阶段，尽管色彩工作室的经营模式在欧美地区及我国北京等城市的营运已取得成功，但广东地区的开展会有一些风险，其一，广东地区的消费能力及消费观念还未达到普遍要求的水平，与北京、上海相比，存在比较大的地域文化差异，广东人的民俗习惯历来是重吃不重穿，所以北京的成功

并不意味着广东的成功。其二，由于服务的内容较为抽象，属于无形商品，体现的是无形资产，其价值难以量化，顾客还需有一个认识和接受的过程。

二、技术风险

色彩顾问是引领新时尚的职业，随着日益增长的物质和文化需要，技术要不断更新改造，要涉猎各种综合知识，为各种不同需求群体提供服务，为了防范技术风险，必须在原有的基础上，通过工作实践提高，创新品牌，独树一帜，做出自有的特色。否则技术滞后于社会发展，必然受到社会淘汰。

三、管理风险

由于本行业技术要求，人员素质要求，服务水平要求都相对较高，所以，管理方法必须借鉴和参照外资或合资企业的体制，运用中外结合的管理模式，在严格各种管理制度中去体现经济收益，为了防止因管理造成的失误，必须做好组织设计，完善各项规章制度，体现责、权、利对等的原则，创造良好的团队合作精神，发挥精干人员的战斗力，减少内耗造成的损失。

四、政策风险

党的十六大提出全面建设小康水平的社会主义，全国就业工作会议后，政府相继推出各种促进就业和鼓励创业的优惠政策，结合广州进入全面的环境整治，本项目的政策风险会很低。

1. 按照开业有关的法律法规向相关的政府部门：工商、税务、消防、劳动和社会保障部门办理有关的开业手续。
2. 按照《中华人民共和国合同法》、《劳动法》等，鉴定各种相应的合同。

一、 本项目所聘人员以本市失业人员为主，初步拟定为7人。设有：经理兼色彩顾问1人，色彩指导1人，创意策划1人。色彩专业知识培训人员2人，文秘兼财会2人。

二、 岗位设计原则：以岗设人，用其所长，不求最优秀的但求最适合的，用合造的成本让合造的人在合造的岗位上发挥合造的作用。做到人尽器材，物尽其用。

创业工作年度工作计划篇六

公司名称?星辰建材有限公司

主营业务?代理、销售、批发(以瓷砖为主)

目标?打造瓷砖领域领先企业

宗旨?做强、做精、做准、做好、做妥、做稳

二、 行业分析

1、 市场需求

近年来我国房地产产业发展迅速，使得我国瓷砖的生产和消费都获得了较大的发展。杭州房地产业的空前发展，紧紧围绕着房产伴生的建筑墙、地瓷砖市场需求巨大。随着个人收入和品味的提高，中高端瓷砖产品需求不断扩大。另外，随着基础设施改造、居民住房建设的投资也日益增加，伴随gdp的稳步增长，普通民众的收入也不断增加，且开始讲究装饰住房，瓷砖等建材商品需求日益上升，瓷砖市场前景广阔。

虽然在全球金融危机的笼罩下，国内各行业普遍受到影响。但我国总共5万亿元的基础建设投资计划对于建筑建材行业在较长一段时间内将有极大的推动作用，特别是对于建材行业拉动十分明显。市场对于该板块不可能只是短期炒作。从行

业前景来看，建材板块在此次金融危机拥有较大的优势。目前建材行业景气度持续，未来行业集中度有望提高。

a□实施创业的基本条件

3?发起人、团队具有满足企业创办初期的资金需求能力。

b□公司性质和主要经营范围

公司的法律形式采用有限责任公司形式，性质为混合经济。

主要经营范围为?瓷砖销售及其延伸产品的销售，室内装潢设计和室内装潢施工及其配套制品的销售，家居式空间相关用品的制造的原材料销售。

2、经营理念

做准、做精、做好。

作准?品牌掌控。

做精?品质控制。

做好?顾客和分销商的服务。为顾客服务以建立企业的美誉度，为分供方服务以提高质量。

三、顾客群体分析市场细分和目标顾客

1、目标顾客

a□终端顾客——指购买商品或服务，以满足居住和提高生活质量的人群。其特征是个性化的小量购买。按顾客需求分类，将市场细分为：普通商品房市场、高档别墅市场、商用楼市场、党政办公楼市场。普通商品房：企业首选的细分市场，

既是企业的“发迹”市场，也是企业赖以生存的最大的市场，因此，企业将自始至终把它作为重点开发，保证该市场占有率。致力于为广大居民量身定做令顾客满意的设计、装修、装饰服务；高档别墅区：鉴于此市场顾客要求普遍较高，个性化需求差异大，消费者大部分有比较高的认知水平和鉴别能力，实现回报率高的特点，企业须发展到一定规模具备足够的技术和经验，形成自己的品牌形象后，才能重点进入这一市场。

政机关办公楼的要求相对简单，只要与该部门职能、角色相当，性价比合理即可。但收益率不是很高。所以此细分市场不作为重点市场。

c□装饰机构——指通过在设计装修中需要所涉及到的购买

d□分销代理——指八区以及其它地级城市通过销售进行营利的二级经销商。

2、顾客需求满足

b□以个性化的商品和服务满足终端顾客群中的不同层次的需要，以整体化销售的方式满足这一类顾客对营造温馨居室和彰显文化品位的潜在需求。

c□以准时化服务满足工程客户群体的需求。

d□以有显见成效的方案和策划满足有特殊需求顾客的需求。

四、市场分析

1、市场格局分析

a□国产化高端品牌(诺贝尔、金意陶、露华浓、罗马利奥、马可波罗□l&d□斯米克、冠军、东鹏等)目前市场上此类品牌运

营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作、工程项目、分销商等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。由于它们在价格及厂商供货方面的优势，这些品牌在杭州市市场走势相对还是比较平稳。

b□进口化高端品牌(宝路莎、雅素丽、蜜蜂、加德尼亚、希莉莎等)

目前市场上此类品牌运营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。由于它们在价格方面超高及供货周期略久、产品单一、配套产品不完善等原因，在工程项目及分销等渠道方面无法得到发展。

c□进口国产化品牌(道格拉斯、伊莎、伊加、芒果、维纳斯等)

目前市场上此类品牌运营模式主要以展厅直销零售、家装公司的合作等渠道来扩展在市场上的品牌知名度及市场销售量。实际上它们高端品牌定位上在价格及厂商供货方面也是很有优势。但在工程项目及分销等方面一直没有正确的去发展，有效的去发挥，还处在一个定格状态。

2、竞争对策

a□首先应正确选择品牌及品牌的定位

建议以进口品牌国内生产的为首选，相对在价格方面及供货周期方面可以达到有效的控制，打进口品牌的旗号以价格取胜国内高端品牌，充分的以展厅直销、家装公司合作、工程项目、分销等渠道有效的去发展及控制。

建议备选一个中档品牌作为配套产品的互补，尽量减少单个品牌所产生的产品单一、配套产品不齐全等现象。真正做到

让顾客能有更多的选择空间及一站购齐，减少在同等条件下少购买的顾客。在工程项目方面采购商也有更多的选择机会，提高签订率。

五、定价与销售

1、第一年销售计划不求赢利，只求打开市场。

2、定价和销售渠道

拟将“破坏价格”和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用。

3、促销手段

a□价格适宜。

c□做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为

d□宣传?售后服务专用车辆?媒体广告和软广告?产品及相关的宣传品(册)。

e□不设购买金额下限的随品赠送，印有企业标志的独特定制的工艺品。 4. 面向产品合作 房屋装修离不开装修材料、家具、房屋装饰物品，产品合作则可利用装修公司与装修材料，家具及房屋装饰物品相互合作来实现利益的双赢。

具体策略：

合作1，主体寄托于公司的房屋装修设计软件，可以利用房屋装修设计软件做出该合作产品的三维立体效果图并注明品牌，实现植入性广告。公司公关部可以在公司所在地的装饰，材料及家具市场对合作者进行业务合作洽谈。公司对目标合作

者可以免费为其推行为其三个月的植入性广告。三个月后，合作者会根据这段时间的营业额来决定是否进行长期的正式合作。如果可以进行正式合作，在业务日常推销和软件设计推广品牌，合作可定期支付一笔广告费用。真正意义上实现双赢！

合作2，因为如今许多房地产商需要向客户直接提供成品房，公司公关部可以接洽房地产商，譬如通过投标的形式与房地产商达成合作。公司接到此项目首先可以提高自己在市场中的声誉，在市场上更具有竞争力；其次是提升公司的营业额。

六、人员及组织机构

1、总经理?1名 ?(负责公司整体运营、方向把控)?

3、采供部 1名?(负责产品采购、跟单进货)?

4、售后物流部 3名 ?(产品装卸、配送)?

一、个人基本情况

我叫×××，性别男，现年××岁，初中文化程度，×××年在×××××××专卖，店名为《××××》开店四年以来一直是由妻子和一个店员经营，由于我的店面处于县商业繁华阶段人流量很大，所以生意一直很好，在开店以前，我两口做曾今做过服装展销会，每年能赚三至五万元。经过多年以来的经营与考察自认为建材这个行业在未来我们县的发展前景很为广阔，于是与20xx年在县城东关冠森建材市场租了两间66.12平方米的门面房，做起水暖建材生意，店面为《红祥水暖管材》今年刚一年时间。

二、企业概况

我所经营的企业位于×××冠森家具建材市场四号楼

13号、18号，我的企业主要以经营：上水管(tvc管、附件、管件、配件)下水管(ppr管、附件、管件、配件)电线、线管、线槽、洁具、蹲便器、坐便器、水箱配件、洗脸盆、吊柜、各种龙头及附件，花洒及附件、各种晾衣架、纸巾盒、小五金等。我的企业工程项目主要以：工程建筑、民房建筑、材料设计安装与维修、工业建筑、民区建筑、配套建筑水暖安装与改造等。

三、市场评估

的生意发展更强更大。

四、优势与劣势

(一)我的优势

1、最初我也做了两年多的安装水暖，对同行的发展也做了详细的市场调查与分析，和我们过硬的师傅请教学习过很多水暖安装应注意的事项，我本人也经过很多的专业培训。所以技术精湛。

2、我的技术已经得到很多顾客的满意，服务质量也得到了顾客的信耐。

(二)我的劣势

自己对经营这个方面还没有达到最精，由于是跨行营业，商品种类太多，店面经营时间不是太长，所销出的商品质量自己没有很大的自信，对产品顾客服务还没有达到尽善尽美，还不能达到所有顾客的需求，但我很有信心，我相信通过我的努力和坚持不懈一定可以克服这些困难，把我的生意做好。

五、市场营销计划

(一) 定价和销售

拟将“破坏价格”和需求导向定价、竞争导向定价法交替使用，确保合理的价格。

(二) 促销手段

3、做顾客的顾问和助手，提倡在一定条件下的顾客少购买行为

4、宣传?售后服务专用车辆?媒体广告和软广告?产品及相关的宣传品(册)。

5. 面向产品合作，房屋装修离不开装修材料、家具、房屋装饰物品，产品合作则可利用装修公司与装修材料，家具及房屋装饰物品相互合作来实现利益的双赢。

六、固定资产和流动资金

我的企业固定资产有25万元，流动资金有10万元，可容纳就业人员4人(含自己人员)。

七、总结和期望

通过创业培训，使我学会如何经营和管理企业，我相信通过我的不断努力，以及政府的扶持帮助，我的企业会越来越好，越做越强越大。我决定自己筹备一点再向政府贷款×××万元，来扩大和改善我的企业。