

少儿体适能创业计划书(汇总6篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

少儿体适能创业计划书篇一

四年时光转瞬即逝，我们即将离开母校，可以在毕业后找到一个工作是所有毕业生的愿望，也是家长、学校、社会和国家共同的期盼。然而，去年由于美国华尔街次贷危机引发了全球经济危机，我国也不可避免的卷入其中，截至目前，仍有越演越烈的势头，失业率一路飙升，无数企业倒闭，难逃破产的厄运。在这样的大背景下，今年的大学生就业形势可谓相当严峻。自主创业成为许多的毕业生的首选目标，经过两个多月的实地调查和走访，我决定也加入创业的队伍中，与同学合伙开办一家音乐培训中心。

二、创业意义

三、宗旨

服务社会，实现个人的价值

四、机构概述

(一) 机构名称：卧龙艺术培训中心（暂拟）

(二) 地址：山东省惠民县

(三) 机构性质：个体合作。

(四) 业务：

1、音乐培训

2、乐器销售（民族乐器为主）

3、承接各种演出业务

（五）客户：在校的中小學生、幼儿园學生、城乡农民演出队及其他热爱音乐的人士

（七）师资：授课教师一部分是音乐专业的应届和往届毕业生，一部分是有一定专业知识和高超民乐演奏技能的民间音乐人士。具有一定规模后聘请大中专学校音乐教师客座指导。

（八）组织决策：成立本中心组织委员会，选举委员会主任，一般决议由委员会主任决定，重大决议由委员会全体成员表决，三分之二为通过。

五、财务预测

启动资金：20万元（成本15万元，流动资金5万元）

营业面积：200m²~300m²

资本结构：自筹、借贷

六、成功因素

七、风险评估

商业经验不足，或导致受骗和亏损。县城毕竟是县城、农村毕竟是农村，在经济危机大背景下，城乡居民或许在精神文化的需求上有所自我遏制，对生源可能是个挑战。由于参股的成员多数家境并不宽裕，或者家长不支持，加上借贷的可操作性变数较大，最终导致资金不足，计划搁浅。

文档为doc格式

少儿体适能创业计划书篇二

本公司产品服务主要为教育类产品，根据其内容和类型可将其分类。根据教育类型分类，服务可分为日常培训、远程教育及寒暑期培训三种。这三部分的产品分别针对不同需求群体，设计了不同的授课方法及载体，为广泛农村学生提供了多种选择。其中，日常培训班主要针对城市周边居民较集中农村地区，而远程教育及寒暑期培训营则主要针对相对较偏远地区。而同时，这三种产品的教育内容也都会随着面向对象的不同而产生改变。

根据教育内容分类，则可将其分为小学教育产品、初高中教育产品及兴趣类教育产品。其中小学、初高中教育产品主要针对对学校课程由培训及提高需求的学生，而兴趣类教育产品则针对于对音乐、美术等有需求的学生。

随着农村生活水平的提高，越来越多的农村居民对子女的教育投入有了大幅度的提高。但是由于城乡教育水平的差异，学生在学校无法得到高质量的教育，此时他们急需具有质量保证的课外辅导。但是由于地处农村，交通等因素使他们不能够前往城市参加教育辅导，且大多家庭无法负担现在市场上教学辅导班的价格。此时，我们推出针对农村学生的课外辅导，并针对交通有困难的学生推出光盘及网络等远程教育平台，极好的迎合了市场需求，具有充分的市场导向性。

日常及远程中小学课程培训：初期考虑市场需求及资金问题只提供课程辅导产品

加入寒暑期培训营：在日常课程辅导广泛进入市场，并有了一定的资金基础时，考虑进行产品线增长，为寒暑假学生提供培训营。

少儿体适能创业计划书篇三

中层管理人员管理技能提升及强化执行力培训

培训目的：根据公司发展需要，中层管理人员作为公司的中流砥柱，需要不断地获取先进的管理理念及管理技巧以便提升自身专业管理技能，同时强化执行力，提高工作效率，以提高企业的核心竞争力，保证年度经营目标任务的顺利完成。

计划时间安排□20xx年4月、8月

学习内容：

（一）执行力：余世维《赢在执行》视频（共6集），该视频深入浅出的介绍了执行力的核心内容，并辅以案例对当前企业存在的执行力问题以及原因进行分析，提出相关改善建议。

（二）管理技能：余世维《领导商数》视频（共6集），该视频介绍了提高领导商数、掌握管理技能的全新方法，从领导力内涵、团队意识、有效沟通、企业文化等方面进行阐述，通过诙谐幽默的语言和丰富详实的案例来引导大家正视领导商数的重要性。

学习方式：自学

学员范围：公司中层管理人员

培训效果评估方式：结合本职工作及自身情况撰写学习心得。

二、公司全员培训计划项目

（一）医疗常识及急救知识培训

培训目的：伴随着景区的日益发展，到景区游玩的游客将会

越来越多，安全隐患也随之递增，加之近年来老年休闲游趋势愈发明显，为防患于未然，确保在意外事件发生时，可以及时予以援手，保证游客的生命财产安全，并体现公司应有的人性关怀和社会责任。

计划时间安排□20xx年3月中旬

学习内容：医疗常识、急救知识

培训讲师：外聘专业人员

学习地点：区成教中心

学习方式：授课、演习

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

（二）消防安全知识强化普及培训

培训目的：安全是各项工作的重中之重和前提，结合公司实际，随着游客增多，以及景区的各项活动开展，消防安全的重要性不言而喻，要为保证游客生命财产安全而努力。

计划时间安排□20xx年6月中旬、11月初

学习内容：消防器材的使用和消防安全相关知识

培训讲师：外聘专业人员

学习地点：区成教中心

学习方式：授课、演习

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

（三）景区基本知识和公司规章制度培训

培训目的：员工的职业素养直接决定了公司的未来发展，员工知识储备的丰富和公司规章制度的有效践行，将对景区的知名度、影响力起到积极影响。

计划时间安排□20xx年4月中旬

学习内容：景区基本知识（涵盖各景点介绍）、公司相关规章制度。上述两部分内容以导游词和员工手册为准。

学习地点：公司会议室（分部门进行）

学员范围：公司全员

培训讲师：各部门负责人

培训效果评估方式：日常工作验证、导游大赛

（四）工作流程标准化培训

培训目的□20xx年是景区旅游标准化体系建设关键年，年底将会接受上级主管部门的验收，工作流程标准化作为旅游标准化体系的重要组成部分，必须得到进一步规范，此外，它直接影响着景区的服务水平以及未来5a级景区评定工作。

计划时间安排□20xx年7月初

学习内容：工作流程标准化

学习方式：自学

学员范围：公司全员

培训效果评估方式：日常工作

三、各部门培训项目

（一）行政办公室

培训目的：进一步提升行政办公室工作人员的知识水平和服务水平，为公司的快速发展提供强有力的后勤保障。

计划时间安排□20xx年4月、7月

学习内容：财务报账流程、景区信息宣传时效性

学习地点：公司会议室

学员范围：行政办公室全员

培训效果评估方式：日常工作验证

（二）导游部

培训目的：作为景区的窗口部门，导游的综合素质高低影响着游客对景区的直接感官，提升导游团队的整体素养，是公司长远发展的支撑。

计划时间安排□20xx年3月至9月

学习内容：普通话、仪态、古建筑、摄影、急救等

学习地点：公司会议室

培训讲师：导游部负责人、外聘专业人员

学员范围：导游部全员

培训效果评估办法：日常工作验证

（三）商品经营部

培训目的：商品经营作为今年景区工作的重点和难点，将成为景区收入的又一增长点，加强学习和提升已迫在眉睫。

计划时间安排□20xx年6月、9月、12月

学习内容：服务规范、商品销售技巧等

学习地点：公司会议室

培训讲师：商品经营部负责人、外聘专业人员

学员范围：商品经营部全员

培训效果评估方式：日常工作验证

（四）景区管理部

培训目的：景区管理是游客游玩景区的着眼点，如何有效提升景区管理水平，是我们练好“内功”的关键。

计划时间安排□20xx年3月、4月、6月

学习内容：售票技巧、军训、游客投诉处理办法

学习地点：局会议室、停车场

培训讲师：外聘专业人员、保安组负责人

学员范围：景区管理部全员

培训效果验证方式：日常工作验证

四、其他培训项目

（一）导游讲解大赛

比赛目的：为进一步提高景区服务人员的整体素质，全面展示导游形象风采，激励导游队伍的整体素质再次提升，提倡人人都是景区讲解员的服务规范要求。

计划时间安排□20xx年6月底

比赛规则：1、与往年不同，此次比赛分为专业组和业余组，专业组为导游部工作人员，业余组为接待组及其他自由报名人员。

2、比赛内容为周村古商城所属景点（景区概况介绍、千佛寺、三益堂、民俗展览馆、瑞蚨祥、状元府、票号展览馆、杨家大院、大染坊、魁星阁、鲁商发源地、特色旅游商品、周村烧饼、淄博艺术博物馆等），以及周村区相关文化主题、风俗民情、传说故事等；才艺展示内容形式不限。

3、比赛分为初赛和决赛，地点暂定演艺广场

4、评委除邀请专业人员外，也可邀请景区业户参加，加大互动性。

（二）专业知识培训

培训目的：为提升公司员工其他方面的专业素养，改善公司整体管理水平，组织旅游局部分人员对公司相关人员进行培训，营造良好的学习氛围。

计划时间安排□20xx年4月至12月

学习地点：局会议室

培训讲师：曹三强、高云、张红霞、宋亮、李晓燕、高磊、宋琪等

学员范围：公司相关人员

培训效果验证方式：日常工作验证

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

少儿体适能创业计划书篇四

1、项目名称：新起点暑期培训

2、计划目的：

（1）为使培训班更好的运行

（2）为了更好的招收生源

(3) 为了使日常工作更系统

(4) 为了更好的应对媒体暴光

3、主要内容

(1) 培训对象分析

(2) 市场预测

(3) 生源招收步骤

(4) 团队机构人员配置

(5) 培训过程

(6) 财政预算

(7) 风险分析

中小学寒暑假培训是中国高考体制下的特殊产物，虽然政府三令五申，但仍以无法遏制的速度发展，有着众多的竞争对手及巨大的市场。

优势：有良好的信誉，较高的知名度，深厚的教育资源，规模大。

劣势：竞争对手多，社会舆论压力大，政府查处严厉

1、培训对象分析

做为一个暑期培训中心，主要面对中小學生，帮助其提高学习成绩。在中国，有许多的父母，为了让孩子有较好的成绩及过人的才华，使孩子有好的前途，常常在孩子身上花费大量的精力财力，让孩子参加各种培训班。而在我国高考体制

下，孩子平时的空余时间就很少，只有寒暑假有大量的时间，所以寒暑假就成了孩子提高自己的最佳时间，寒暑假培训班就是在这样的情况下诞生的。

（2）市场预测

在江西，2005年，全省共有小学14727所，在校生万人，小学适龄儿童入学率达，辍学率为。小学毕业生升入普通初中的比例为，升入初中阶段的比例为。

共有初中1865所，在校生万人，初中阶段适龄人口入学率达，毛入学率为。

共有普通高（完）中617所，在校生万人；各类中等职业教育学校509所，在校生万人。高中阶段毛入学率达到。

可以说，中国，培训班在有巨大的利润空间，巨大的市场潜力，但是随着社会舆论的压力，政府的干预，使得培训班的发展障碍丛丛。

（3）生源招收步骤

面对众多的竞争对手，能不能拥有生源，成为培训班成功与否的决定性条件，招生至关重要。招生工作应该做到以下几点：

- 1、赢取家长的信任与兴趣
- 2、让学生很好的了解
- 3、加大与校方的联系，获得更多的学生资源

大体的步骤：

- 1、有自己的宣传团队

2、打造自己的品牌特色

3、对家长加大宣传

(4) 团队机构人员配置

一个成功的团队，其人员配置应该是最大限度的开发每一个成员的潜力，而且有合理的机构安排。做为培训班的团队，分为前期与后期。前期的团队以宣传和招生为主，后期的团队为培训团队。

少儿体适能创业计划书篇五

二新员工培训的目的

新员工培训的基本目的`是让新员工了解企业的基本背景情况，即在了解企业历史、文化、战略发展目标、组织结构和管理方式的同时，了解工作的流程与制度规范，帮助员工明确自己工作的职责、程序、标准，并使他们初步了解企业及其部门所期望的态度、规范、价值观和行为模式等，从而帮助员工更快地适应环境和新的工作岗位，更快地进入角色，提高工作绩效。同时，通过培训帮助新员工建立良好的人际关系，增强员工的团队意识与合作精神。

三新员工培训的内容

1、常识性培训，是指对员工进行企业发展历程、企业文化、管理理念、组织结构、发展规模、前景规划、产品服务与市场状况、业务流程、相关制度和政策及职业道德教育展开介绍、讲解和培训，使其可以全面了解、认识企业，加深认识并激发员工的使命感。

2、专业性培训主要包括：介绍部门结构、部门职责、管理规范、培训基本专业知识技能、讲授工作程序与方法、介绍关

键绩效指标等。在这过程中部门负责人要向新员工说明岗位职责的具体要求，并在必要的情况下做出行为的示范，并指明可能的职业发展方向。

四新员工培训的注意事项

- 1、新员工培训必须在实施之前根据企业自身的具体情况和新员工的特点，制定详细的规划，对培训的内容、形式、时间、负责人等做出详细的计划，并对执行的过程进行监控。
- 2、新员工培训不是人力资源一个部门的事情。对于新员工培训的责任部门和人员，一定要明确人力资源部、高层管理者、岗位所在部门负责人、相关部门负责人的职责划分，并保证各岗位和部门担负起各自应尽的职责。
- 3、为了保证实际效果，新员工培训实施之后应及时进行记录归档和效果评估。

“好的开始等于成功的一半！”，新员工进入公司最初阶段的成长对于员工个人和企业都非常重要。新员工培训的成功离不开每一个细节的精心筹划。成功的新员工培训是人力资源管理的重要一环，为员工顺利融入企业，进而选择长期发展迈出了坚实的一步！

【培训项目商业计划书目录】

第一部分摘要

一. 公司概况描述

二. 公司的宗旨和目标

三. 公司目前股权结构

四. 已投入的资金及用途

五. 公司目前主要产品或服务介绍

六. 市场概况和营销策略

七. 主要业务部门及业绩简介

八. 核心经营团队

九. 公司优势说明

十. 目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一. 融资方案（资金筹措及投资方式及退出方案）

十二. 财务分析

1. 财务历史数据

2. 财务预计

3. 资产负债情况

第二部分综述

第一章公司介绍

一. 公司的宗旨

二. 公司简介资料

三. 各部门职能和经营目标

四. 公司管理

1. 董事会
2. 经营团队
3. 外部支持

第二章技术与产品

一. 技术描述及技术持有

二. 培训产品状况

1. 主要产品目录
2. 培训产品特性
3. 正在开发/待开发产品简介
4. 研发计划及时间表
5. 知识产权策略
6. 无形资产

三. 培训产品生产

1. 资源及原材料供应
2. 现有生产条件和生产能力
3. 扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力
4. 原有主要设备及需添置设备
5. 培训产品标准、质检和生产成本控制

6. 包装与储运

第三章培训市场分析

一. 市场规模、市场结构与划分

二. 目标市场的设定

三. 培训产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响培训市场的主要因素分析

五. 市场趋势预测和市场机会

六. 行业政策

第四章竞争分析

一. 有无行业垄断

二. 从市场细分看竞争者市场份额

三. 主要竞争对手情况：公司实力、培训产品情况

四. 潜在竞争对手情况和培训市场变化分析

五. 公司培训产品竞争优势

第五章市场营销

一. 概述培训营销计划

二. 培训销售政策的制定

三. 培训销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四. 主要业务关系状况

五. 培训销售队伍情况及销售福利分配政策

六. 促销和市场渗透

1. 主要促销方式

2. 广告/公关策略、媒体评估

七. 培训产品价格方案

1. 培训定价依据和价格结构

2. 影响培训价格变化的因素和对策

八. 培训销售资料统计和销售纪录方式, 销售周期的计算。

九. 培训市场开发规划, 销售目标

第六章投资说明

一. 资金需求说明 (用量/期限)

二. 资金使用计划及进度

三. 投资形式 (贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四. 资本结构

五. 回报/偿还计划

六. 资本原负债结构说明

七. 投资抵押

八. 投资担保

九. 吸纳投资后股权结构

十. 股权成本

十一. 投资者介入公司管理之程度说明

十二. 报告

十三. 杂费支付

第七章投资报酬与退出

一. 股票上市

二. 股权转让

三. 股权回购

四. 股利

第八章风险分析

一. 资源风险

二. 培训市场不确定性风险

三. 培训研发风险

四. 培训生产不确定性风险

五. 培训成本控制风险

六. 竞争风险

七. 政策风险

八. 财务风险

九. 管理风险

十. 破产风险

第九章管理

一. 公司组织结构

二. 管理制度及劳动合同

三. 人事计划

四. 薪资、福利方案

五. 股权分配和认股计划

第十章财务分析

一. 财务分析说明

二. 财务数据预测

1. 销售收入明细表

2. 成本费用明细表

3. 薪金水平明细表

4. 固定资产明细表

5. 资产负债表
6. 利润及利润分配明细表
7. 现金流量表
8. 财务指标分析

少儿体适能创业计划书篇六

公司将市场定位于城市周边人口较密集的村镇地区，主要目标客户为6-18岁的农村青少年。产品主要有三种形式：课程培训、远程教育及光盘、寒暑假训练营。通过培训的开展，一方面为高校的优异学生提供一个勤工俭学的平台，另一方面弥补农村地区正规教育培训的空白，使农村学生享受更多的教育资源与机会。考虑到农村学生的消费能力，我们在保证课程质量的基础上尽量压缩成本，并将授课形式多样化灵活化，以满足更多学生的需求。在最初的五年内，我们的目标市场将主要定在京津周边地区，待经营模式成熟后，逐步向南京、上海等各大城市周边拓展。

启明教育有限责任公司，位于天津市南开区，是一个致力于为农村学生提供教育培训服务的中小学课外辅导机构。公司核心管理团队有四人，分别来自天津大学理学院和文法学院，为使我们的经营与理论更好的结合，我们还特别邀请天津大学管理学院的资深经济学教授担任公司的运营顾问。公司设有两个核心部门，分别是培训中心和运营中心，并建立了专业的远程教育网络平台辅助课堂教学。

公司秉承着“以市场为导向，以顾客满意为宗旨”的经营信条，“创新，进取，诚信，热情”的企业精神，“人本人和，从严从高”的企业经营哲学，服务大众，回馈社会。

(1) 服务与产品(product)---真诚的服务将是我们最主要的特

点，我们将投入资金建立包括一个培训中心和多个培训点的服务体系，将为顾客提供最真诚最直接的服务，通过为消费者提供周到细致的差异化服务，与消费者建立起良好的关系，逐步树立企业的品牌，形成企业的核心优势。在充分调研的基础上，我们将产品细分为对升学类课程、日常课外辅导课程以及对兴趣辅助类课程。

(2) 价格(price)---针对不同类型的课程，价格有所不同，面授课程平均30元/次课，每次课2.5小时，5人以上报名优惠100元。远程教育课程20元/次课，10次课为一期。在考试高峰即将到来之际，适时推出优惠周、优惠月活动。

(3) 促销(promotion)---经营初期，我们将投入较大比例资金用于宣传营销。除了传统的传单、报纸、网络、电视等媒体宣传外，我们还将与目标地区各中小学校进行合作：

2) 定期举办校园公益课堂，并开展系列素质拓展类活动;3) 举办原创文学比赛、英文演讲比赛等，对优胜者进行一定物质奖励。

通过前三个月的密集宣传，提高消费者对公司品牌的认知和认可度，树立品牌权威，打造公司形象。公司发展小有规模后，在合作学校设立贫困学生助学金、奖学金，一方面激励成绩优异的学生，另一方面作为对公司形象的长期宣传。

(4) 渠道(place) ---我们选在城市周边的村镇建立我们的培训中心，配有专业的运营团队和丰富的教学资源 and 设施。此外，培训中心下设多个培训点，以培训中心的位置为圆心辐射到周边村镇。培训点采取连锁加盟的模式，现有的私人作坊式补习班经过专业团队培训考核认证后，也可开设简单的课程。

2.4.1 管理团队(略)

2.4.2 合作伙伴

本公司的主要合作伙伴是目标地区各中小学，如在天津周边地区的杨村六中等举办各类比赛，分设奖助学金；我们将通过培训点加盟来进一步扩大发展；并将利用媒体广告进行宣传，公司每年在寒暑假举行两次固定的促销活动。同时还会联系一些素质拓展俱乐部、大学等作为实践培训营的基地。

2.4.3 董事会

目前公司还未成立董事会，我们将在公司发展成熟后设立，由称职的商业及工业专业人士和专家组成。这个董事会协助我们的管理层制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。