# 最新企业计划书(十四篇)

来源：网络 作者：明月清风 更新时间：2024-07-18

*时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。企业计划书篇一1月：欢天喜地过大年。2月：耕种农作物...*

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**企业计划书篇一**

1月：欢天喜地过大年。

2月：耕种农作物、准备羊只饲草、母羊产出只羊羔、申请办理公司环保手续 (xx元) 。

3—4月：新建160㎡彩钢棚一个，支出xx元。承租xx亩土地，耕种饲草，支出xx元。

5—6月：硬化厂区(生活区)地面㎡，支出xx元。申请办理公司各项营业执照。

7月：收购饲草、田间管理、公司日常管理 、出售羊羔只，收入xx元。其他(房屋新建)

8—9月：其他(房屋新建)，支出xx元。公司由之前“xx乡标准化养殖小区”正式更名注册为“xx市养殖有限责任公司”、领取其他相关手续。

10月：饲草丰收、母羊产羔只、成立公司党支部、环保项目敲定落户、诚招合作伙伴买进山羊只，支出xx元、收购50亩饲草，支出xx元。找门路跑贷款。

11月：新增商业贷款xx元、环保项目建成8个畜禽粪便收集池，2个饲草青贮池(环保部门投资)。

12月：出售只山羊，收入xx元。买进只高山细毛羊，支出xx元。环保项目验收通过、母羊产羔只。

二、xx年公司计划

1月：活体出售羊羔只，上市屠宰只。

2月：张灯结彩，喜迎猪年。

3月：考取驾照、找门路申请新增贷款。

4—5月：新建㎡库房兼屠宰车间一间、建立健全羊舍基础设施、新建管理房2间(党支部一间、值班室一间)、硬化大门周围道路、植树若干棵、雇佣员工2名。

6月：新增贷款xx元、养殖土鸡只、申请商标注册。

7—12月：扩大养殖规模，扩展销售市场(广东、新疆等)、年计划贩卖羊只只，公司年终实存栏只。

**企业计划书篇二**

旺园服装店创业企划书

目录

一. 项目介绍

二. 行业调查与分析

三. 广告宣传与推广

四. 地点选择

五. 营销策略

一.项目介绍

服装服饰产业是“日不落”产业，行业发展日新月异，服装文化同样是时代文化的一种最简单、最直接的表现形式，是现代潮流文化的象征。在校大学生是时尚品、电子、影像、文化、培训等产品的强大消费者和潜在消费群体。旅游、电脑、手机、恋爱、服装可以称做是大学生的五大消费，消费额超过日常吃饭和购买学习用品的花费。大学生是未来消费时尚和方向的领导者，消费水平遍布高中低档商品。在旺园开店可以填补填补旺园附近的市场空白，方便同学生活，也能通过特色服装的经营吸引周边学校和地区的年轻人。

二.行业调查与分析：

后经济危机时代，服装产业复苏，各个品牌正积极寻找利益增长点。学生装产业在国内发展趋于成熟，学生装产业消费群体稳定而且庞大，但是同质化竞争异常惨烈。在而今激烈的市场竞争中，用正确的态度去看待同质化竞争才能走出乱战，开拓市场。

所谓“同质化”是指同一大类中不同品牌的商品在性能、外观甚至营销手段上相互模仿，以至逐渐趋同的现象。在商品同质化基础上的市场竞争行为称为“同质化竞争”。当前，随着营销手段的高度竞争同质化，以及市场竞争力度的不断升级，特别是消费市场资源的不断“透支”，销售工作是越来越难做了。

为什么创业者经常深陷同质化竞争的泥潭呢?原因恰恰出于创业者对惯例的过分尊重，对本源的顾客接触方式和沟通偏好研究过于藐视。一个好的销售商家在销售策略上必须基于广泛的客户、竞争对手情报的采集和分析上，不断推出新的产品，给人们以新鲜感才能在同质化竞争中立于不败之地。

销售服装就应该是，你无我有、你有我便宜、你便宜我实惠、你实惠我转。这样就不打价格战，但要打营销战、合作伙伴战。我人比你多，名气比你大，产品比你好，你怎么跟我比?往往打价格战的最后胜利者有三个特征:一有抗消耗能力;二有降价产品，为新产品推出打开局面;三有针对性目的的降价，并且有完整的降价后巩固阵地的措施，不至于打完了让别人乘虚而入，或打完了成了不毛之地，光耗成本没收益。同时，经营者在发展太快时，必须有的控制能力，后续产品代替能力，资金，一起配套，不能见利就忘了潜在的危险，好多昙花一现的销售者就是这么死的，所以必须在发展太快的时候刹车，不能得意忘形。

三、广告宣传推广由于主要针对我们学校，在宣传方式上我们采取简单，高效的宣传方式，有大学的特点，让同学们产生一种情切感。当然，这里面也有资金的原因。

a. 发传单

b. 招贴画

c. 校园广播

d. 学校电视台等

四、地点选择

地点选择旺园公寓。由于是针对本校学生，所以地点选择在学校公寓的附近，而我们初步以旺园学生为主要的销售对象，以后能拓展至其他公寓。而选择旺园为优先地点，首先考虑到旺园公寓学生更加集中，周围的服装店面稀少，学生出行不易，如果我们能带来特色的产品和比较实惠的价格，无论是从方便角度还是价格角度都将带来好的利益。

五、营销策略首先，是品牌，一个良好的品牌能极大的提高销售者知名度和刺激消费者的消费欲望。而我们的服装店只为男同学设计，脱离正统的服装，走休闲和个性服装。考虑到现在学生，特别是男同学中很多同学对魔兽dota非常的痴迷，我们将主营dota主题服装，这将是针对男同学的服装，无论是将各种卡通的或者是其他形式的游戏英雄形象印制在服装之上，或者是出售特色的英雄标志性的装备式的服装。仅在在dota选手伍声的个人淘宝店里，其出售的dude牌dota相关服装，每月出货量就达到一千件左右。我们同时可以开展有关游戏的资料和活动，比如dota比赛等等，同时在活动中发行特殊的拥有纪念意义的服装款式。带动同学们的消费的积极性，此后可以开展同学的自由创作图案的服装(及可以用同学自己为自己设计游戏服装造型，而后专门定做)等等。

第二、精品路线，对待店中每一件服装的质量做到进益求精，设立制度，如发现店中出现服装破损，脱水等情况，自我赔偿和处罚，做到每一件服装就算不是材料做好的，带做工质量和飞、款式外形有优质的保证，在顾客中建立良好的产品信誉，让顾客产生”本店出品，质量免检”的思想。

第三，设立用户反馈系统，就是在在每一件服装出售之时，将附带对应的改进表单，当然由于我们的服装店将以，款式和外形为主攻方面，所以在附带的改进表单中，将着重以对应的款式和服装外形以及图案为重点，逐步细化各个部分，充分了解顾客的要求和意见，在能做到的方面及时尽力的改变，把自身游戏的主题不断深入，再老顾客上门时及时了解最新的顾客要求和游戏实时动态的改变，不断提高自身的品牌。

第四、设立会员制度，在店中设立积分制度，消费额度和对服装改进的意见贡献度之和采取积分晋级，并且在店中设立会员专区以及对应的优惠制度，并且设立会员专用活动和休闲区，在其中设立有关游戏主题的特色，甚至提供一定的休闲工具，如电脑，电视。或是提供茶水。让来到店中的会员有优于一般顾客的感受，以此来刺激顾客的消费和对改进意见的反响程度，使店面进入良性循环。第五，以其他日常用品的廉价销售带动服装的销售。主要是增售一些日需品，如毛巾、手套、帽子、口罩、袜子等，销售价格维持在原价之上，这样就可以拉拢更多顾客，给他们一种“这里的东西都很便宜的感觉”，我们也是“醉翁之意不在酒”，靠主要的服装来增收利益，但是仍要以最优惠的价格卖给顾客，走薄利多销的路子。

第六，商品样式多样，款式限购。目前，有不少年轻人个性较强，不喜欢“撞衫”，就是所谓的走在路上碰见的人与自己穿的衣服一样。所以，在我们这里，最重要的是款式要多，数量要少。每种款式卖到一定数量之后立刻下架，更换其他款式。这样就很好的消除了一些同学怕“撞衫“的想法，从而大胆的去购买。我们一定要给顾客这样的保证。

第七，出售和赠送dota相关小饰品，如跳刀、徽章等，来增加人气，突出小店特色。

**企业计划书篇三**

一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在20xx里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

4、强化承保、核保规范，严格执行条款、费率体系，熟练掌握新核心业务系统的操作，对中支所属的承保、核保人员进行全面、系统的培训，以提高他们的综合业务技能和素质，为公司业务发展提供良好的保障。好文章尽在公文易

二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过20xx年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此，中支在20xx年里将严格规范客服工作，把一流的客服管理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

4、在20xx月之前完成15营销服务部、yy营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

三、加快业务发展，提高市场占有率，做大做强公司保险品牌。

根据20xx支保费收入1515万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险85%，非车险10%，人意险5%。20xx中心支公司拟定业务发展规划计划为实现全年保费收入1515万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计划的实现将从以下几个方面去实施完成。

1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点，20xx年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在20xx年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

3、积极做好与银行的代理业务工作。20xx0月我司经过积极地努力已与中国银行、中国建设银行、中国工商银行、中国农业银行、福建兴业银行等签定了兼业代理合作协议，20xx集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解中华保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益最大化奠定良好的基础。

**企业计划书篇四**

白酒市场竞争日趋激烈，但纵观白酒市场的运作，部分企业仍处于粗放式状态，很少进行精耕细作。这为白酒企业的运作留下了有效的空间，只要有企业能在这方面多下功夫，在市场运作的各个环节进行精耕细作，一定能够取得可喜的成绩，获得巨大的收获。根据近几年的市场工作经验，借鉴其他行业的运作手法，特制定本白酒营销计划方案，以供市场参考动作。

一、铺货：实行地毯式铺货方式

对于终端零售店非常多的日用品、食品店等，在新产品、新品种上市时，实行地毯式铺货方式是一种很有效的营销策略。在产品入市阶段，企业协同经销商主动出击，将货物送达终端，通过实行地毯式铺货的方式迅速提升终端的铺货率。

(一)地毯式铺货方式白酒营销计划方案的特点：

1、集中营销计划。集中人力、物力、财力实行地毯式营销计划铺货，其气势宏大，对每一片区域的短期影响力很强，容易让终端客户和消费者记住所推广的品牌。

2、快速营销计划。实行地毯式铺货，铺货时间非常集中，高效快速地在目标区域开拓批发商、零售商，一个目标区域市场完成80%的铺货一般不超过30天。

3、密集营销计划。采用地毯式铺货方式白酒营销策划方案，在目标区域市场密集开拓食杂店、夫妻店、中小型超市、连锁店等零售店和酒店、餐饮店、即一个门店挨一个门店，铺货不留空缺，从空间上达到密集覆盖。

4、系统营销计划。实行地毯式铺货期间，工作系统而细致，且要求一步到位。

(二)实施地毯式铺货成功的白酒营销计划方案关键：

地毯式铺货只能成功，不许失败。如果铺货失败，将会打击业务员和经销商推广产品的积极性，增加后续工作的难度。要使地毯式铺货能成功，必须做好以下几点：

1、认真挑选经销商

要在短期内迅速将产品铺到零售终端，必须有经销商的协作，以经销商为主，同时厂方配合经销商主动出击，充分发挥经销商的网络优势。

经销商要有吃苦耐劳的实干精神，要有学习愿望及销售经验丰富的业务员。

挑选经销商时，要选择有终端经营意识，有发展愿望的成长型经销商。营销策划不能选择坐等顾客上门的“坐”商。

2、制定明确的铺货目标和计划

在“铺货”之前，应由业务员进行踩点调查，掌握目标区域批发市场和零售市场的特征，包括产品批零差价，货款支付方式，同类产品的促销方法，消费趋势及其共性等，掌握铺货对象的分布状况。

根据调查结果，制定详细的铺货目标与计划，让业务员有章可循。具体明确如下项目：

a、要在哪一块区域铺货;

b、要花多少时间;

c、要铺多少个点;

d、铺货率要达到多少;

e、终端店的宣传要达到什么标准;

f、给各级客户的供货价格和铺货优惠方式是什么;

g、预估铺货产品的数量;

h、制定出具体的广告和促销计划。

在制定铺货目标和计划时，白酒营销计划方案要遵循以下法则：

★、明确。

“铺货目标”不能笼统，必须具体明确。

如：超市铺货――家，酒店――家，二批――家，县级网点――家，公关直销单位――个等等。

★、可达成。根据人力、物力、财力作出合理分配，使目标可以实现。

★、目标向导。以铺货目标来确定奖励标准。在第一次“铺货”时，着重点是“铺货面”而不是销量，考核的主要标准是成交数量(客户数量)。以此对业务员的奖惩制度，提高其工作的积极性。

★、时间表。确定各类客户“铺货”完成的具体时间期限。

3、铺货人员的选拔、训练

铺货人员应具有丰富经验，有强烈冲劲、具备熟练的推销技能、良好的口头表达能力。在铺货前，对铺货人员进行正规的训练，避免铺货中发生问题及铺货发生负作用，仔细研究分析铺货过程中可能遇到的各种困难，制定相应的应对措施。可采取人员讨论和情景演习两种方式进行训练。

4、铺货人员的组织分工

实施地毯式铺货要做到统筹安排、分工明确、统一指挥具体项目如下：

男～女优～差强～弱

5、(酒类营销理论)白酒实战白酒营销计划方案

⊙车辆统筹安排

⊙货源的调度，产品出入库控制管理

⊙向客户详细解说、介绍

⊙收款、欠条登记

⊙售点广告张贴

⊙争取货架位置

⊙试用样品

⊙赠送促销物品

⊙口头调查

⊙了解竞品的情况

⊙搬缷货物

⊙填写铺货记录、铺货报表或铺货一览表

⊙铺货的验收工作

6、制定“铺货奖励”政策

为调动终端客户的积极性，减少铺货主力，需要制定相应的铺货奖励政策。“铺货奖励政策”既要有吸引力，又要避免负面作用，维持好价格秩序。

“铺货奖励政策”有两个方面的内容：

a、给终端客户的促销品或根据订货量赠送一定数量免费产品或物品

;b、业务员的奖惩办法

;在制定“铺货奖励政策”时要注意的问题：

★铺货奖励政策不能有漏洞

如果铺货奖励政策不完善，有些客户可能会钻政策的空子。如“一箱送一瓶”活动的本意是激励零售商，提高零售店的“铺货率”，但有些客户可能会大量进货以赚取赠品利益,从而使活动背离了企业的初衷，白白地增加了促销成本。

为防止批发商降价“倾销”，“铺货”时赠品以不能兑现现金的礼品为佳。

★、避免造成低价进货的印象

在面向零售商以优惠实施“铺货”时，一定要注意精确沟通，不要给零售店造成“低价位”的认识误区，否则会给经销商以后出货工作带来障碍。

★、协调好经销商

铺货奖励政策是通过经销商来执行的，要求经销商要有远见，不能侵占促销品，使其落到实处。

7、地毯式铺货要有相应的广告支持

铺货时配合当地的广告宣传，以引起终端兴趣，减少铺货阻力，使铺货工作顺利进行。广告以成本较低的店面横幅、跨街横幅、巨幅等为主。

8、做好铺货的后期服务与跟踪管理

铺货到位以后，产品进入客户的仓库。为了能进入正常的销售轨道，必须对其进行及时回访和有效管理。回访一般在第一次后三四天内。回访的目的是销售动态，让客户感到你的关心，也给客户鼓劲加油。看看消费者和零售商对产品的反映，找出存在的问题和不足，为以后推广思路的调整找到根据。同时加强理货工作，理货工作同铺货一样重要。一个店内每类产品都有多家产品，店主很难关照到每一个产品，因而需要业务员主动出击。每个店每周至少理货一次，好的店每两三天理一次，要把产品摆放得整整齐齐，将产品摆放在醒目的位置，和货架端头、与视线同等高，增加产品的可视性，给消费者强有力的视觉冲击，会使零售点的销量增加。如果铺货以后，对其不再理睬，这货就等于白铺了。一方面零售商很反感，好

卖找不到人进货，不好卖找不到人退货。另一方面，如果下次该产品还去铺货，肯定会被零售商拒之门外，等于自己给自己断了退路。

二、促销：常年不断、追求创新

通过形式不同，常年不断的促销活动，增加产品销售量，提高市场占有率，为企业和商家创造更多的利润。

促销的分类：促销分为常规性促销、特殊渠道促销和传统节日主题促销三大类

a、批发商、零售商、超市、餐饮业，其业主关心的经济利润，对其促销应从利益方面考虑。通过对市场进行调查，了解其经营其它品牌的利润，然后制定具体的促销政策，使其经营本产品的利益大于其它同类产品，形式上可采取赠送当地市场上较为畅销的与本产品有关联的产品或较为实用的物品。由于赠品属批量采购，可同商家协商，获得，从而降低促销成本。如啤酒、饮料、电器、打火机等。

b、消费者促销在于让消费者获得意外的收获和增加消费者的乐趣，可设计一些互动性活动，让消费者在消费时参与活动当中，增强其记忆力，带动二次消费。

c、服务员与营业员，产品进入端后，需要通过服务员或营业员向消费者推荐，因此需要对服务员与营业员给予一定的好处和加强感情建设。方法可采取赠送实用或有收藏价值的小礼物，开展销售竞赛活动等。

特殊渠道促销：指对机关、企事业单位的团购、会议、宴席等的促销

对机关、企事业单位可采取赠送贵宾卡、免费消费等形式，达到公关、引导消费的目的宴席促销可与机关的专业酒店、大中型酒楼等联合开展，树立宴席用酒第一品牌的形象。传统节日主题促销：根据传统节日，开展不同主题的促销活动，提高产品知名度和品牌形象

三、广告宣传

采取伴随式、实效性广告策略，使之充分地为产品的销售服务。

产品分为导入期、成长期，成熟期

1、在人流量比较大的街头、餐饮业比较集中的地方悬挂布幅广告。地级市场一般在10-20张较为适宜。统一设计、文字、色彩、图案统一。

2、在各餐饮店(零售店、批发店等)悬挂布标广告，统一文字、图案、色彩等。

3、在各销售终端处张贴图画，悬挂pop广告，位置要显眼，在店外都能一目了然。

4、在餐饮销售终端各餐桌上摆设产品样品，陈放宣传小册子。

5、印制代有日历，当地百里杜鹃景区旅游册，常用单位电话号码宣传册，在各销售终端做“某某酒免费赠送百里杜鹃景区旅游册或常用单位电话号码宣传册”起到广告宣传的作用。注：此方法可在向终端铺货时同时进行。

6、电视、电台、手机短信、报纸、以发布活动信息为主。

广告宣传要紧扣为产品销售服务这一宗旨，每次发布都要有鲜明的主题和活动内容。因此，第一年的广告发布要围绕各次促销活动来进行，使其在传播过程中不显得空洞。形式上以成本低而范围广的媒体为主。

**企业计划书篇五**

一、项目背景

以高效的配送方式真正方便广大小零售商，并实现物流环节的 “增值效益”。 公司实行灵活配送，对常温商品、冷藏商品和对运输有特殊要求的商品实行 分类配送。公司通过配送线路的优化和对配送队伍的专业培训，保证货物安全及 时送达。公司、客户、供应商之间建有快速反应的信息系统，方便及时了解客户 需求及供应链情况，对一般情况统筹安排，对突发情况及时反应、高效处理;公 司还作为供货商与零售商之间的桥梁， 并代表客户与供货商沟通， 反馈客户意见， 反映市场需求。

二、市场分析

(一)行业背景及市场发展潜力分析 在发达国家，一家成功的便利店背后一定有一个高效的物流配送系统。近 年来， 随着国内物流行业的逐渐升温， 许多大中城市都开始兴建物流配送中心， 物流基础设施逐渐得到改善，整体物流技术水平也开始得到提高。专业化的配 送中心已成为一种发展趋势。

(二)目标市场分析 据实地调查，天津市的便利店大多是小型私人超市，配送体系还停留在原 始的体力运输层面上。而大型连锁超市下设的便利店由于是由供应商供货，运 送成本高，到货时间不能保证。天津市 20xx 年制定的商业引资计划中明确指 出引进国外大型购物中心，重点引进外资经营的 24 小时便利店，并且其 20xx 年的发展目标是新建和改造便利店两千多个， 因此我公司定位于天津建立物流配送体系将获得巨大的市场发展空间。

(三)竞争分析 国内大型第三方物流企业规模大、实力雄厚，并且发展速度比较快，竞争 激烈，但是专注于便利店的大型物流公司几乎没有。单一物流服务提供者，是 规模小、服务功能单一的第三方物流公司。它们虽然不能提供整合的系统化物 流服务，但是却常常成为生产企业和商贸企业物流一体化的参与者。可以说， 这些企业是我公司的主要竞争者。 由于市场上服务提供者的数量较多、产品的差异性较小，并且进入壁垒比 较低，该行业的竞争将会日趋激烈。我公司的供应商数目较多，规模较大，谈 判力强，因此竞争压力会比较大。便利店数量及对品牌的忠诚度对我公司的配 送货物数量及价格都起到直接的影响作用。

三、公司战略

(一)战略目的

为客户支付的价格提供更多的价值。

(二)战略基本思想

在质量、服务、特色、性能上领先竞争对手，在成本上打败它们。 (三)业务层战略 成本领先战略与集中差异化战略相结合： 我公司将利用先进的信息系统，提供低成本的差异化服务，迅速、及时地送 货。保持公司的技术领导地位，创新物流作业流程和物流配送服务，保持公司的 竞争优势。 公司通过规模经济获取成本优势;通过信息系统的优化、最优线路的设计和 设备的统一达到物流成本最小化;设立相对较少的管理层次，以节省管理费用。 (四)公司层战略 主要采取以服务为核心的目标集聚战略和品牌战略。 公司将主要客户定位于 小型便利店，针对它们提供快捷、优质的服务。进行公司品牌形象建设，打造绿 色、经济的物流理念，树立公司在同行业中的高端形象。

四、营销策略

(一)产品策略

我公司将始终坚持从客户角度出发，针对不同种类、品种、规格、包装的产 品，提供高效、便利的物流服务，与客户建立长期、稳定的合作关系。 建立和宣传自己的品牌——“以最低的价格，向便利店提供高效的专业物流 服务” 。 (二)价格策略 在分析目标客户需求的基础上，我公司将合理地对运输工具、路线、运距、 费率等进行系统优化，为目标客户量体裁衣实施一套个性化的物流方案，不断降 低自身的物流成本。我公司将结合客户期望值和竞争者提供的服务水平与价格， 制定适当的服务标准和价格水平。 (三)促销策略 公司初期采用的促销活动主要有人员推销、广告、公共关系和营业推广。我 们要充分利用互联网做好宣传工作， 积极开展公司网络营销， 适时开展电子商务。 (四)营销组和策略 我公司在以上策略的基础上，还将进一步加入客户保留、相关产品销售以及顾 客推荐。

五、融资方案

总公司设在天津滨海新区发展基地，享受税收减免的优惠政策。公司设立初 期共需资金 400 万，其中用于固定资产投资 250 万，流动资金 150 万。 股本结构及规模暂定为公司注册资金 400 万元。外来风险投资 200 万元;批 发商入股 150 万元，设备入股 50 万元。

六、盈利模式

公司针对不同类型的客户，在初期预设了两种盈利模式。 一是针对大型超市经营的连锁便利店。因超市一般都建有自己的物流配送 中心， 只是不一定能满足便利店少量多次的补货需求。 我们作为第三方物流公司， 可以承接其连锁便利店的配送业务，以运费作为部分收入来源。 另一是针对小型连锁便利店、私人便利店以及小型超市，为其配送厂家或 批发商的货物，靠商品差价盈利

七、组织与管理

公司是扁平化组织结构， 总经理下设五个部门， 分别是市场部、 信息技术部、 人力资源部、财务部和客服中心。

八、财务计划

预计投资回收期为十年。 风险投资最好在 3~5 年退出， 采用联合方式适合本 公司。按最保守估计，风险投资五年收回，据此预计第一年营业收入为 30 万， 销售成本费用为 10 万，则第一年利润约为 20 万。根据资金时间价值推算我公司 将完成所定资金回收及风险投资补偿计划。

**企业计划书篇六**

七夕情人节是酒店促销的大好时机，七夕情人节活动做得好，不但可以促进酒店经营，增加营业额，还可以树立酒店品牌知名度。

七夕

二、活动名称：

“情系七夕、相约星际”

三、活动内容

3.1)“愈夜愈美丽、七夕不孤单”大型郎才女貌亲密约会派对

酒店南广场500平方精心布置，摆放各种休闲桌椅，广场播放舒缓浪漫的背景音乐，住店宾客凭房卡免费入场，其他客户凭入场券进场。现场配设饮品销售点、小吃点心销售点、七夕商品销售点等。凡莅临的宾客皆有机会抽取七夕意外惊喜大奖一份，价值5000元珠宝首饰。此外凡约会成功的男女可获赠精美礼物纪念一份。

3.2)客房：

活动当天特别推出“七夕”特价客房，一号楼高级大床房428元/间夜，赠送次日双人自助早餐、赠送精品玫瑰一支、赠送精品红酒一支、精美棒棒糖一支、演出门票二张。

3.3)餐饮：

银河餐厅推出

277元七夕情人套餐(包含双人套餐、红酒一支、玫瑰一支、)

577元七夕情人套餐(包含双人套餐、高档红酒一支、玫瑰花一束、巧克力一盒)

777元七夕情人套餐(包含超值双人套餐、进口高档红酒一支、玫瑰花一束、大河秀典门票2张)

月宫食府

凡活动当天，在月宫食府消费满77元，即可获赠玫瑰花一支。

四、实施细节

3.1)请采购部联系购买活动所需礼品(如：玫瑰花、巧克力、红酒等)

3.2)请餐饮部出列不同的套餐菜单，对餐台餐位进行适当装饰。请餐饮部小吃城及九曲餐厅负责人领取相关物品，并按活动内容配合执行。

3.3)请财务部知会各餐饮收银，做好折扣优惠。

3.4)请前厅部针对步入散客积极销售七夕特价房，并介绍相关内容;请房务部领取相关礼物，并按活动配合执行。

3.5)策划部设计制作派对入场券(抽奖券)，1座、2座大堂海报及相关宣传。

3.6)请宴会部提前做好派对现场的摆放，并配合策划部、工程部对现场的装饰。

五、推广宣传

酒店店内海报、单页

酒店官方网站及友好连接网站

商都信息港漂浮广告(一个月)

大河报四分之一彩版+软文

时尚杂志硬广及软文

沿街灯箱胶片

目标客户短信

六、费用预算

玫瑰花2元/支500支1000元

巧克力50元20盒1000元

棒棒糖50元10支500元

红酒150元10支1500元(红酒商赞助)

高档红酒300元10支3000元(红酒商赞助)

精美礼品200元200个40000元(企业赞助)

条幅/海报80元

短信促销0.04元/条60480条2400元

大河秀典演出门票赞助(100张内，超出置换)

珠宝首饰赞助

小礼物酒店库存礼品

大河报、商都信息港、时尚杂志约68000(全额置换)

合计：2500元(不含置换)

**企业计划书篇七**

一、企业概况

随着生活节奏的不断加快，综合的大型卖场和方便快捷的便利店经营应是零售行业的未来发展趋势。这种经营方式既具有超市的经营特点，又有杂货铺的经营成本价格及便利优势，一定会赢得消费者的青睐，因而会得以快速发展，并逐步形成连锁化经营。 便利店的经营紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。在国内便利店的经营是大有一番作为的。

1、便利店主要经营：快速消费食品，日用品，面点，果蔬，书报，收费业务代办等商品。根据消费者的需求随时购进新的货品。 2、企业类型：零售 3、组织形式：个体工商户 4、企业理念：

为大众提供便利购物条件 为消费者提供优质的服务 为消费者提供适合的商品

二、创业计划作者的个人情况

以往的相关经验：任《创业指南》课的教学老师，参加过创业设计书的培训。

教育背景，所学习的相关课程：青岛大学毕业，本科，所学专业为《政治思想教育》。

三、市场评估

1、目标顾客描述：千家汇便利店位于居民区，紧邻三中车站(距车站约12米)，主要消费者为周围的居民、过路人群(来往于三中车站的乘客)及中学生(青岛第三中学距此店铺只有约60米)。而这样的一种内容丰富、方便快捷的便利店，将深受广大消费者的欢迎，回头客必定很多。

2、市场容量或本企业预计市场占有率：在千家汇便利店周围200m的范围内只有两家小型超市且地角较偏。所以市场占有率达到40%不成问题。

3、市场容量的变化趋势：未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。所以市场占有率会受到冲击。但是千家汇以其先做起来的优势抢占了本地的商业先机，从经营过程中获得了许多宝贵的经验并以诚实守信、真诚服务、不断创新的理念和顾客、关系单位建立了牢固的信任关系。相信便利店会越来越受消费者的追捧。因此所占的市场份额将会越来越大。 4、竞争对手的主要优势：装修较好，店面较大。 5、竞争对手的主要劣势：地角较偏。客流量较少。

6、相对于竞争对手我店的优势是：地角好，客流量大，顾客购物便利，配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐来营造购物气氛。劣势：因为是临街楼的底层装修成的便利店，店的面积较小，店面朝向西，店内光线不太亮。针对于此，我店将在盈利时及时的进行再装修。把天花改为白色腻子顶、地面装成乳白色的地板、白色仿瓷作为墙面的装饰色调并用广告图来装饰、使用白色的日光灯管，打造成清新，明快，舒雅的购物环境 。

四、市场营销计划

(2)选择该地址的主要原因：地角好，千家汇便利店位于居民区，紧邻三中车站(距车站约12米)且在街的拐角处，青岛第三中学距此店铺只有约50-60米，客流量大(附近的居民、乘客及中学生)

4、盈利能力(月) 营业额—成本=营业利润 8000-3100=4900元

年利润：4900×12=58800元 5、 投资回收期：

投资回收期：186700/4900≈38.10/12月≈3.2年

八、经营发展目标

1、 根据市场预测，开业后尽力完成日均净盈利300元左右，月盈利8000元，年盈利达90000万元左右。开始一两年先稳定市场，打出名誉和信用度，稳定客户稳定营业额，稳定企业动作机制。

2、 两年后以发展为主，在三个方面尽力发展：发展散户;发展团体客户;发展会员卡客户;开设一些购物券和一些会员卡，从中得到优惠。在节假日开展优惠活动，及投奖活动。此时月盈利力争达到10000元，年盈利达12万以上。再过不到一年的时间可回收投资的18万多元，即可回收成本。

3、第四年扩大经营规模或开千家惠便利店的连锁店。

**企业计划书篇八**

创业计划是创业者叩响投资者大门的“敲门砖”，一份优秀的创业计划书往往会使创业者达到事半功倍的效果。

一、创业计划书

创业计划书是创业者计划创立的业务的书面摘要。它用以描述与拟创办企业相干的内外部环境条件和要素特点，为业务的发展提供指示图和衡量业务进展情况的标准。通常创业计划是市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。

写好创业计划书要思考的问题：

(一)关注产品

(二)敢于竞争

(三)了解市场

(四)表明行动的方针

(五)展示你的管理队伍

(六)出色的计划摘要

二、创业计划书的内容

一般来说，在创业计划书中应该包括创业的种类、资金规划及基金来源、资金总额的分配比例、阶段目标、财务预估、行销策略、可能风险评估、创业的动机、股东名册、预定员工人数、具体内容一般包括以下十一个方面

(一) 封面

封面的设想要有审美观和艺术性，一个好的封面会使阅读者产生最初的好感，形成优良的第一印象。

(二) 计划摘要

它是浓缩了的创业计划书的精华。计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并作出判断。

计划摘要一般包括以下内容：

说明：在两页纸内完成本摘要

1、公司基本情况(公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。)

2、主要管理者情况(姓名、性别、年龄、籍贯、学历/学位，毕业院校、政治面貌、行业从业年限、主要经历和经营业绩。)

3、产品/服务描述(产品/服务介绍、产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。)

4、研究与开发(已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平，竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。)

5、行业及市场(行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。)

6、营销策略(在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。)

7、产品制造(生产方式、生产设备、质量保证、成本控制。)

8、管理(机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、 人事计划。)

9、融资说明(资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。)

10、财务预测(未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。)

11、风险控制(项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。)

摘要要尽量简明、生动。特别要说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

(三) 企业介绍

这部分的目的不是描述整个计划，也不是提供另外一个概要，而是对你的公司作出介绍，因而重点是你的公司理念和如何制定公司的战略目标。

(四) 行业分析

在行业分析中，应该正确评价所选行业的基本特点、竞争状况以及未来的发展趋势等内容。

关于行业分析的典型问题：

(1)该行业发展程度如何?现在的发展动态如何?

(2)创新和技术进步在该行业扮演着一个怎样的角色?

(3)该行业的总销售额有多少?总收入为多少?发展趋势怎样?

(4)价格趋向如何?

(5)经济发展对该行业的影响程度如何?政府是如何影响该行业的?

(6)是什么因素决定着它的发展?

(7)竞争的本质是什么?你将采取什么样的战略?

(8)进入该行业的障碍是什么?你将如何克服?该行业典型的回报率有多少?

(五) 产品(服务)介绍

产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性;主要产品介绍;产品的市场竞争力;产品的研究和开发过程;发展新产品的计划和成本分析;产品的市场前景预测;产品的品牌和专利等。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)做出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。一般地，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

(六) 人员及组织结构

在企业的生产活动中，存在着人力资源管理、技术管理、财务管理、作业管理、产品管理等等。而人力资源管理是其中很重要的一个环节。

因为社会发展到今天，人已经成为最宝贵的资源，这是由人的主动性和创造性决定的。企业要管理好这种资源，更是要遵循科学的原则和方法。

在创业计划书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。此外，在这部分创业计划书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图;各部门的功能与责任;各部门的负责人及主要成员;公司的报酬体系;公司的股东名单，包括认股权、比例和特权;公司的董事会成员;各位董事的背景资料。

经验和过去的成功比学位更有说服力。如果你准备把一个特别重要的位置留给一个没有经验的人，你一定要给出充分的理由。

(七) 市场预测

应包括以下内容：

1、需求进行预测;

2、市场现状综述;

3、竞争厂商概览;

4、目标顾客和目标市场;

5、本企业产品的市场地位等。

(八) 营销策略

对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

在创业计划书中，营销策略应包括以下内容：

(1)市场机构和营销渠道的选择;

(2)营销队伍和管理;

(3)促销计划和广告策略;

(4)价格决策。

(九) 制造计划

创业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：

1、产品制造和技术设备现状;

2、新产品投产计划;

3、技术提升和设备更新的要求;

4、质量控制和质量改进计划。

(十) 财务规划

财务规划一般要包括以下内容：

其中重点是现金流量表、资产负债表以及损益表的制备。流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要预先有周详的计划和进行过程中的严格控制;损益表反映的是企业的盈利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果;资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

(十一)风险与风险管理

(1)你的公司在市场、竞争和技术方面都有哪些基本的风险?

(2)你准备怎样应付这些风险?

(3)就你看来，你的公司还有一些什么样的附加机会?

(4)在你的资本基础上如何进行扩展?

(5)在最好和最坏情形下，你的五年计划表现如何?

如果你的估计不那么准确，应该估计出你的误差范围到底有多大。如果可能的话，对你的关键性参数做最好和最坏的设定。

(十二)文字排版要求

1、字型：大标题用2号黑体, 中标题用3号黑体, 小标题用3号揩体, 正文用4号宋体。

2、纸型：统一用a4纸，左侧装订。

3、页边距：上2.6cm、下2.6cm、左3.0cm、右2.0cm。

4、结构层次序数：“一”、“(一)”、“1”、“(1)”。

**企业计划书篇九**

旺园服装店创业企划书

目录

一. 项目介绍

二. 行业调查与分析

三. 广告宣传与推广

四. 地点选择

五. 营销策略

一.项目介绍

服装服饰产业是“日不落”产业，行业发展日新月异，服装文化同样是时代文化的一种最简单、最直接的表现形式，是现代潮流文化的象征。在校大学生是时尚品、电子、影像、文化、培训等产品的强大消费者和潜在消费群体。旅游、电脑、手机、恋爱、服装可以称做是大学生的五大消费，消费额超过日常吃饭和购买学习用品的花费。大学生是未来消费时尚和方向的领导者，消费水平遍布高中低档商品。在旺园开店可以填补填补旺园附近的市场空白，方便同学生活，也能通过特色服装的经营吸引周边学校和地区的年轻人。

二.行业调查与分析：

后经济危机时代，服装产业复苏，各个品牌正积极寻找利益增长点。学生装产业在国内发展趋于成熟，学生装产业消费群体稳定而且庞大，但是同质化竞争异常惨烈。在而今激烈的市场竞争中，用正确的态度去看待同质化竞争才能走出乱战，开拓市场。

所谓“同质化”是指同一大类中不同品牌的商品在性能、外观甚至营销手段上相互模仿，以至逐渐趋同的现象。在商品同质化基础上的市场竞争行为称为“同质化竞争”。当前，随着营销手段的高度竞争同质化，以及市场竞争力度的不断升级，特别是消费市场资源的不断“透支”，销售工作是越来越难做了。

为什么创业者经常深陷同质化竞争的泥潭呢?原因恰恰出于创业者对惯例的过分尊重，对本源的顾客接触方式和沟通偏好研究过于藐视。一个好的销售商家在销售策略上必须基于广泛的客户、竞争对手情报的采集和分析上，不断推出新的产品，给人们以新鲜感才能在同质化竞争中立于不败之地。

销售服装就应该是，你无我有、你有我便宜、你便宜我实惠、你实惠我转。这样就不打价格战，但要打营销战、合作伙伴战。我人比你多，名气比你大，产品比你好，你怎么跟我比?往往打价格战的最后胜利者有三个特征:一有抗消耗能力;二有降价产品，为新产品推出打开局面;三有针对性目的的降价，并且有完整的降价后巩固阵地的措施，不至于打完了让别人乘虚而入，或打完了成了不毛之地，光耗成本没收益。同时，经营者在发展太快时，必须有的控制能力，后续产品代替能力，资金，一起配套，不能见利就忘了潜在的危险，好多昙花一现的销售者就是这么死的，所以必须在发展太快的时候刹车，不能得意忘形。

三、广告宣传推广 由于主要针对我们学校，在宣传方式上我们采取简单，高效的宣传方式，有大学的特点，让同学们产生一种情切感。当然，这里面也有资金的原因。

a. 发传单

b. 招贴画

c. 校园广播

d. 学校电视台等

四、地点选择

地点选择旺园公寓。由于是针对本校学生，所以地点选择在学校公寓的附近，而我们初步以旺园学生为主要的销售对象，以后能拓展至其他公寓。而选择旺园为优先地点，首先考虑到旺园公寓学生更加集中，周围的服装店面稀少，学生出行不易，如果我们能带来特色的产品和比较实惠的价格，无论是从方便角度还是价格角度都将带来好的利益。

五、营销策略 首先，是品牌，一个良好的品牌能极大的提高销售者知名度和刺激消费者的消费欲望。而我们的服装店只为男同学设计，脱离正统的服装，走休闲和个性服装。考虑到现在学生，特别是男同学中很多同学对魔兽dota非常的痴迷，我们将主营dota主题服装，这将是针对男同学的服装，无论是将各种卡通的或者是其他形式的游戏英雄形象印制在服装之上，或者是出售特色的英雄标志性的装备式的服装。仅在在dota选手伍声的个人淘宝店里，其出售的dude牌dota相关服装，每月出货量就达到一千件左右。我们同时可以开展有关游戏的资料和活动，比如dota比赛等等，同时在活动中发行特殊的拥有纪念意义的服装款式。带动同学们的消费的积极性，此后可以开展同学的自由创作图案的服装(及可以用同学自己为自己设计游戏服装造型，而后专门定做)等等。

第二、精品路线，对待店中每一件服装的质量做到进益求精，设立制度，如发现店中出现服装破损，脱水等情况，自我赔偿和处罚，做到每一件服装就算不是材料做好的，带做工质量和飞、款式外形有优质的保证，在顾客中建立良好的产品信誉，让顾客产生”本店出品，质量免检”的思想。

第三，设立用户反馈系统，就是在在每一件服装出售之时，将附带对应的改进表单，当然由于我们的服装店将以，款式和外形为主攻方面，所以在附带的改进表单中，将着重以对应的款式和服装外形以及图案为重点，逐步细化各个部分，充分了解顾客的要求和意见，在能做到的方面及时尽力的改变，把自身游戏的主题不断深入，再老顾客上门时及时了解最新的顾客要求和游戏实时动态的改变，不断提高自身的品牌。

第四、设立会员制度，在店中设立积分制度，消费额度和对服装改进的意见贡献度之和采取积分晋级，并且在店中设立会员专区以及对应的优惠制度，并且设立会员专用活动和休闲区，在其中设立有关游戏主题的特色，甚至提供一定的休闲工具，如电脑，电视。 或是提供茶水。让来到店中的会员有优于一般顾客的感受，以此来刺激顾客的消费和对改进意见的反响程度，使店面进入良性循环。 第五，以其他日常用品的廉价销售带动服装的销售。主要是增售一些日需品，如毛巾、手套、帽子、口罩、袜子等，销售价格维持在原价之上，这样就可以拉拢更多顾客，给他们一种“这里的东西都很便宜的感觉”，我们也是“醉翁之意不在酒”，靠主要的服装来增收利益，但是仍要以最优惠的价格卖给顾客，走薄利多销的路子。

第六，商品样式多样，款式限购。目前，有不少年轻人个性较强，不喜欢“撞衫”，就是所谓的走在路上碰见的人与自己穿的衣服一样。所以，在我们这里，最重要的是款式要多，数量要少。每种款式卖到一定数量之后立刻下架，更换其他款式。这样就很好的消除了一些同学怕“撞衫“的想法，从而大胆的去购买。我们一定要给顾客这样的保证。

第七，出售和赠送dota相关小饰品，如跳刀、徽章等，来增加人气，突出小店特色。

**企业计划书篇十**

一、父亲节活动方案：

方案1：后勤部门和门店店长参加

(一)、 后勤部门参加人员：

1、到本部门工作满一年以上;

2、父亲节当天，父亲能到公司安排的会场(柏林酒店)参加活动 的;

3、参加人数为到本部门工作满一年以上总人数的30%;

4、公司特邀人员;

5、参加人员需部门全员生发评选;

6、员工必须自费给自己的父亲买礼物，于晚宴时献给自 己的父亲;

预计人数：

采购部：员工10人，父亲5人，共计15人;

财务部：员工10人，父亲5人，共计15人;

卡部： 员工3人， 父亲2人，共计5人;

信息部：员工4人， 父亲2人，共计6人;

运营部：员工3人 ，父亲3人，共计6人;

企划部：员工2人， 父亲2人，共计4人;

开发部：员工2人， 父亲2人，共计4人;

商学院、总裁办：员工3人，父亲3人，共计6人;

人力资源部：员工2人，父亲2人，共计4人;

审计部： 员工1人，父亲1人，共计2人;

研发部： 员工1人，父亲1人，共计2人;

综合管理部：员工1人，父亲1人，共计2人;

置业公司： 员工6人，父亲6人，共计12人;

特邀人员：10人

合计：93人

(二)、店长参加人员：

任职店长职务满1年以上;

参加人数：

店长约30人; 父亲约10人;共计40人。

总合计约133人;计划150人。 费用总计约21200元

方案2：a、b类店店面员工

活动方式：

1、由店长组织带优秀员工和优秀员工的父亲一起吃饭;(公 司统一补助);

2、员工必须自费给自己的父亲买礼物，于晚宴时献给自 己的父亲;

参加人员：

1、在爱家工作满一年以上;

2、父亲节当天，父亲能到晚宴现场的;

3、参加人数a类店20人;b类店20人(含父亲);

4、参加人员需店面全员生发评选;

二、旅游拓展计划：

方案1：后勤部门人员，分成两批外出拓展，每批人员各占本部 门人数的一半;(服装公司和物业公司除外)

方案2： 部门经理(含)以上人员为一批外出拓展(拓展碰撞);

部门经理(不含)以下人员为一批(爬山拓展);

**企业计划书篇十一**

50万的初始资金。如何分配应该是最最最重要的事情。50万只投入一项创业项目，可以说是资金充沛，能够灵活运转。但也存在一定的风险，也可以说这是一项愚蠢而又无知的做法。这就跟一盆鸡蛋放在一个篮子一样，一有闪失就是全部碎掉的结果。所以，我觉得把这笔资金进行适当的划分，是创业的首项工作。

a.30万用于投资素食餐饮项目(后文介绍)

b.10万做为流动资金机及其意外资金。

c.6万用于金融投资、炒股、期贷等。

d.4万用于日常所需。

素食餐饮项目

一.素食餐饮项目的提出想法

很多人都知道，全球变暖引起的气候将直接影响到地球的生态平衡。但却很少有人知道人类餐桌的必备食品──肉类，也会严重地破坏地球的环境。主要表现为肉类工业的发展上。到目前人类畜牧活动已有一万年，但只是在最近50多年人们才如此大规模地饲养牲畜。今天，世界上的牲畜数目是20--年的4倍。为了养活它们，很多热带雨林砍伐作了牧场。这使生活在雨林中种类丰富的动植物消失了，促使全球环境破坏情况愈加严重。

注气候变迁，节能减排从我做起，于是，开素食餐厅的想法就应运而生了。

二、市场分析

1。客源：学生，爱美女士，瘦身一族，健康饮食一族。

2。竞争对手：基本无，应为其提供服务的特殊性。

三.素食餐饮店的详细计划

1。食店属于餐饮服务行业，是个人独资企业。

2。食物种类。以健康的蔬菜和水果以及一些副产品如豆腐，大豆为主。也提供以豆制类为主的素食产品，其特点是：外行似肉，口感也像肉，专门适合酷爱吃肉的朋友。

3.面向的消费群体分为低、中、高三个档次，不同的价位。使得市场群体面更广

4. 午晚餐提供商务套餐型、经济实惠型等营养丰富的菜肴，并提供外送服务。

5. 随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求。

四、素食餐饮店的营销手段

1.推行会员制。一方面为收集顾客信息。两一方面吸引回头客，并未后期营销计划做铺垫

2.素食餐饮必然吸引爱美女士以及瘦身一族的青睐。定期举办瘦身知识推广(在店面中摆出小知识贴，或者a型架海报)。瘦身大赛，招揽瘦身一族(会员)参与，奖品可提供在店内消费的代金卷等。

3.每月累计消费一定金额，参与会员抽奖，消费第一名获得什么奖励。

4.在实体店的基础上建立网上淘宝店。将店内素食产品在网上平台进行兜售。提高知名度以及一定的销售额。

主营30万资金的素食餐饮项目。又兼以6万的金融投资来赚取外快。10万的流动资金又使得素食餐饮项目的实施更加顺利。4万预留出的生活所需使我不为日常生活所牵制，能专心于素食餐饮项目。50万的初始资金，大体上按此进行投资分配。

**企业计划书篇十二**

在我上任后我会加强对酒店知识的学习,酒店管理的学习,加强自己的各种人际交往能力,在每天的工作中更加认真，对每天维修单任务进行全面的修理和审核，同时也要加强自身的素质和技术能力，提高对各种突发事件的处理能力。

首先决定清洗和维护锅炉，对我们的全自动燃锅炉进行一次系列性全面的保养工作，同时为节省燃油和减少锅炉的维害，我们将对水质进行全面处理。

近期我将带领工程部所有员工对发电机和高低压配电系统进行系统的检查维护、修复工作，发电机和配电线路从酒店建起到现在已经好多年，每一分钟都在工作，每一年都在保养维护如今又到了该维护的时期了，这些系统都已有部份的磨损和损坏，所以我们必需在近期展开对发电机和配电系统的检查、维护、清洗、修复和加强管理和训练等工作。

酒店一、二楼已开始将由外包工建筑工司进行紧张的改建，我和工程部所有成员将会对这些工程进行质量和技术监督检察，并从中协助在新年黄金周前使其顺利完工。

待解决的问题：

为加强自身技术和管理能力也为更好的和各部员工勾通、联系、配合,在今后我会更积极地去对待工作,同时展开对新进员工进行电脑的正常使用及简单故障排除和各种常用家电设备技术上的陪训.

对酒店各部门电脑系统和周边设备进行捡查、保养、修理。

另外由于洗衣房设备老化，又在高温和各种酸咸水中工作，经常出现故障，我也将会在今后的工作中加强管理和维护让其能保持工作正常。

由于太阳能的老化和表面污垢，一到冷天或太阳不好就会热水不够用，客人时不时提出水不够热,为了减少这种情况,我也将在后期的工作中进行捡查和处理,并在近期会对其进行玻璃表面清洗工作.尽量改善水循环系统。

水泵房的电机控制系统的已有一些失灵，或是损坏，也需要一个技术能力比较强的人去捡查修理。

紧跟而来的是对弱电消防系统进行全面系统的检查及故障处理，众所周知酒店的消防报警监控系都有很大程度上的损坏，为了明年的消防安全和酒店所有人员的人身安全，急需进行更换和修复，让其能保持正常的工作壮态。

在此，工作中我还会不断的学习、借鉴，提高自身素质、技术、管理水平，以求完美。

展看未来，我对自己充满信心，对工作我全身充满精神和力量，在锦鹏酒店有我理想和美好未来的憧境。

我会用我的知识技术，管理技巧，把酒店的设备设施搞得更好，同时为了走向现代化、新时代，适应新潮流，酒店会如我所说的每间客房都有新的改进和变化，实现网络化、数字化、自动化，让客房就是一个高档办公室也是一个温欣家。

以上我也提到了锅炉和热水的问题，为了达到更理想化，我也在构想着能不能我们自己研究设计一个自动电加热水箱系统。这样在天上没有太阳热水不够用或是不够热时我们就可以用电加热而不再用昂贵的燃油了;另由于洗衣房的启用，所以每天都得用锅炉烧蒸气，我们用自来水直接注进锅炉，没有经过特殊的水质处理，从科学角度看多少会对锅炉产生一定程度上损伤，所以我也在构想着，研究设计着是不是能用已经报废的过滤水箱来做一个大型的水质处理器，让我们都报着成功的希望吧.毕竟这些都是一种美好的设想，如能把这些构想变成事实那么对我们的工作，对酒店的成本和服务上都会有很大的改善。

为了完成以上我所说的目标也为了我工作的顺利开展，为酒店设备的能高效正常的工作，我在今后的工作中将会更加认真,负责的去工作，更加会全身心的去投入到工作当中去，更加的去努力学习新的知识和技术，还有更加科学的管理技巧;我会尽我最大的能力用我最热情的工作情绪去工作，用最科学的管理技巧，最具权威的技术把工程部搞得更好，更团结，更能发挥和体现自身和团体的价值和意义,

**企业计划书篇十三**

1、年度销售目标600万元；

2、经销商网点50个；

3、公司在自控产品市场有必须知名度；

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：1、夏秋炎热，春冬寒冷；2、近两年湖南房地产业发展迅速，个性是中高档商居楼、别墅群的兴建；3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；4、长株潭的融城；5、郴州、岳阳、常德等超多兴建工业园和开发区；6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品个性是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业20xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就能够挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中务必要十分清楚我公司的优势，并加以发挥使之到达极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

1。空调自控产品应以长远发展为目的，力求扎根湖南。20xx年以建立完善的销售网络和样板工程为主，销售目标为600万元；

2。挤身一流的空调自控产品供应商；成为快速成长的成功品牌；

3。以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。

4。市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，代替省内同水平产品的一部分市场。

5。致力于发展分销市场，到20xx年底发展到50家分销业务合作伙伴；

6。无论精神，体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展；

如果空调自控产品要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选取必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速发展、城市化规模的不断扩大，空调自控产品市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选取。围绕“目标集中”总体竞争战略我们能够采取的具体战术策略包括：市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此，我们需要将湖南市场划分为以下四种：

战略核心型市场———长沙，株洲，湘潭，岳阳

重点发展型市场————郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场—————娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场————吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程，大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能构成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有必须的能活性。

4、渠道策略：

（1）分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

（2）渠道的建立模式：a。采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议；b。采取寻找重要客户的办法，透过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上；c。在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场；d。草签协议后，在我们的广告中就能够出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场；e。在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的能够成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

（3）市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程商的人员主攻行业市场和工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：a。开放心胸；b。战胜自我；c。专业精神；

（1）业务团队的垂直联系，持续高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

（2）内部人员的报告制度和销售奖励制度

（3）以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

（4）编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和带给的支持等说明。

**企业计划书篇十四**

一、创业背景

我国经济飞速发展的今天，市场日趋完善，商品日渐丰富，不论是生产性企业，还是商业，只要把握好了物流这一环节就等于掌握了通向全身的命脉。电子信息时代，信息发达，各地的市场的竞争就是时间的竞争，是时间要求我们以最快的速度完成我们客户所需要的服务。

整个苏北和鲁南的经济发展为物流的发展提供一个广阔的空间，我们正是抓住了新沂地区，新兴的交通枢纽城市，良好的工农业基础为依靠，优惠的创业政策为后盾，使我们的创业有了以很好的平台。

二、公司的创立

中原物流公司致力于整合地区物流资源，公司设在新兴交通枢纽城市---新沂，是面向周边地区的地区性物流公司，主要业务：对产品运输、保管(即仓储)、代加工、包装及配送。公司采取有限责任公司的组织形式，公司的权益由投资商所有。

三、公司的发展规划

第一年，公司成立，建立仓储、办公场所，完成业务流程设计，信息平台的建设，在新沂地区建成最初的业务关系网络，并试着向周边地区发展。

第二年开始，将与周边地区公司合作，共建区域性物流网络。逐步与国内外的企业联系业务，成为其在鲁南苏北地区的物流服务提供商!。

长期计划，将公司发展为中原地区最具实力的，业务覆盖全国，涉及海外业务，技术设施齐备的物流公司。

四、公司的组成及管理

公司创建人员为本院的四名学生，分别是电子商务专业，财会专业。我们将聘请周玉泉老师为公司物流技术顾问，原新沂铁路货运主任郭景民先生为业务发展顾问

公司将招聘一些物流技术人员，有电子商务平台开发经验的计算机人员和有相关工作经验的人员，来组建最初的公司。

我们将以人为本，本着“我为人人，人人为我”的服务理念，创造人性化服务的物流企业，以提高员工素质，增强团队理念为企业生存之根本，创造一流的服务，一流的。

五、公司的服务理念

我们的服务宗旨是：更便捷，更安全，更准时的物流服务。

我们的目标是将公司建设成为，以新沂市为中心方圆150公里范围内较大物流公司。公司经营范围国内外物流中介，运输服务、电子物流、管理服务、包装物流的综合性物流公司。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找