# 创新创业计划书 创新创业项目计划书(优秀8篇)

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2025-04-19

*人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。创新创业计划书篇一diy蛋糕...*

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**创新创业计划书篇一**

diy蛋糕店这个项目并不是一个新事物，我所要经营的是提供原料，工具，场地，专业指导顾客自己动手diy的蛋糕店。在这里广大的消费者(主要是学生，青少年儿童)可以亲手自己动手制作diy蛋糕，而且不需要任何西点基础就可以亲手制作一款相当于酒店级别的蛋糕，独一无二的爱心糕点，店内可以亲手制作diy蛋糕、巧克力、饼干、果冻布丁、曲奇、派、蛋挞、泡芙等。但主打产品是蛋糕diy，同时还是要出售成品和定做制品。在这里消费者可以进行朋友聚会，亲子同乐，团队分享，个人学习，他们可以放下所有的烦恼，放松心情融入到diy的无限乐趣中。

1.2公司概述。

开心diy蛋糕坊为大学生自主创业品牌，进行小成本投资，做的是营养均衡，休闲的，时尚的diy食品，面向广大的中低档消费者群体。

蛋糕坊现做现卖diy蛋糕、巧克力、饼干、果冻布丁、曲奇、派、蛋挞、泡芙等以及深受年轻人喜欢的果冻个性蛋糕，尤其是果冻情侣蛋糕，这些均打破了市场的局面，同时该蛋糕以海藻为原料，制作中不加防腐剂，从而保证了食品的安全。健康的，才是开心的;开心的，就是健康的!

二、市场调查分析。

2.1现状。

现在的年轻人都十分追求创意，大家都对新奇的东西感到好奇，而且对于现在90、00后的朋友们来说大多都很缺乏自主动手能力，我们可以为大家提供一个动手的平台，也让大家的到精神上的满足!

2.1.1流行趋势。

时下市场上充斥着各种口味不同、式样不同的西点，归结起来这些产品无非都是为了满足顾客休闲的需求(娱乐、时尚、口感……)、满足美丽的需求、满足健康的需求、满足成长的需求。消费者购买diy食品用于食用和送礼。味道好，有一定营养价值，送礼增加了个人的用心度所以它的购买频数较高，是适于表达情感的载体。

(一)外部环境分析。

1.竞争并不激烈，有较大的发展空间。

2.大学和商业区小区等地有固定的客户群，而且消费力比较高。3.店铺新鲜独特，价格能获得众多信赖的口碑并接受，容易吸引各个阶层消费者，面向的人群广泛，受淡旺季影响不大。

(二)内部环境分析。

2.1.2行业现状。

随着我国人民生活水平的提高，休闲成为大众生活不可缺少的重要部分，而休闲食品也由原来仅能充饥，发展到现在既可满足口感需求，又可提供所需营养，还能调节心情。近年休闲食品市场需求量呈持续增长势头，按年增长速度10%计算，预计今年中国休闲食品市场需求额将超过千亿元。但中国目前的消费水平偏低，市场潜力仍很大。

从网络调查和实地考察都可以看出目前市场上没有或很少存在专业而且全面的diy甜点屋，大多因为产品单一，服务系统化，但即便是这样，他们的生意仍旧很好。且目前是对大学生及年轻人市场的开发期，年轻人的购物习惯，我们这样的价优物美是必然的要求。学校周边的市场及消费能力还有很大的提升，心式自主自制消费模式是市场的新宠儿。

2.3态势分析。

swot分析表。

：西点是年轻人喜欢的食品，消费市场巨大，而且就在你的身边，充满个性化、时尚化的diy食品，令人们留恋往返。

w(劣势)：特色经营市场接受程度难以预测，存在一定风险。

o(机会)：diy市场需求逐年扩大;人们的消费观念也发生变化,人们希望通过自己动手获得劳动成果，在消费中感受自己的劳动结果。

t(威胁)：市场上经营西点食品的商店较多，且各具特色，竞争很激烈。

三、创业优势。

3.1自身优势。

a、大学生创业往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。

b、大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的知识技能优势。知识的重要性是不言而喻的，“用智力换资本”是大学生创业的特色和必然之路。

c、大学生属于年轻一代，对流行时尚的敏感度强，可以始终走在流行的前列，和适合此类项目的创业。

3.2政策优势。

近年来，为支持大学生创业，国家各级政府出台了许多优惠政策，涉及融资、开业、税收、创业培训、创业指导等诸多方面。根据国家和各市政府的有关规定，各地区应届大学毕业生创业可享受免费风险评估、免费政策培训、无偿贷款担保及部分税费减免四项优惠政策，具体包括：

高校毕业生(含大学专科、大学本科、研究生)从事个体经营的，自批准经营日起，一年内免交个体户登记注册费、个体户管理费、经济合同示范文本工本费等。此外，如果成立非正规企业，只需到所在区县街道进行登记，即可免税三年。

自主创业的大学生，向银行申请开业贷款担保额度最高可为10万元，并享受贷款贴息。

四、创业风险。

(一)外部风险：

1.国家对食品行业的生产、销售、检验、广告等政策的影响。

2.市场的现有竞争者，以及潜入竞争者得加入，使得竞争变得更为激烈。

3.技术含量低，被其他蛋糕店先进技术取代的风险。

4.上游供应商原料供应的风险。

5.银行贷款或其他财务风险。

(二)内部风险：

1.产品生产标准不统一，设备不齐全。

2.市场适应能力及调整能力的不确定性。

3.蛋糕原料及配料的安全问题。

4.价格及服务是否能配合公司发展需要的问题。

5.公司的经营决策上的其他问题。

(三)应对策略：

1.熟悉食品行业的相关法律法规。

2.严格公司的产品检验程序，保证食品质量安全。

3.招聘和培养具有制作蛋糕的技术员工，操作先进设备。

4.善于管理上游供应商，保证原料供应的按时安置。

5.建立合理的信息反馈机制，随时掌握市场最新动态，及时作出适应市场变化的经营策略。

6.一定时间，调查了解顾客的反应情况，及时对公司的业务进行改进。

五、资金预算。

投资预算分析。

六、运营计划。

6.1.地址选择。

diy蛋糕坊的店面应选在学校周围、大型商场、购物中心的周边地段，这些地方客流量大，租金又不会太高。

6.2内结构及功能。

diy蛋糕坊内分为两个区域：成品区、制作区。

成品区：主要是我们已经做好的产品，顾客随时都可以带走，或当即享用。

制作区：由顾客diy。

6.3目标市场定位：

6.4销售促进。

a、定期开展配送活动：销售旺季，现做食品往往是采取“现场品尝”、“买一赠一”或“礼品赠送”等促销活动。

b、抽奖活动：每天前十位消费者有机会免费抽奖。

c、特殊品种会员制销售，增加销量。

6.5客户管理。

建立销售信息簿：注明产品类型、名称、价格、销售日期，由顾客签字确认。方便售后服务。

**创新创业计划书篇二**

和其他所有的买方市场一样，如何激发潜在客户的购买欲望，使他们的能量得到充分发挥，是汽车销售面临的难题之一。因此，对经销商而言，能否利用有效的营销策略来吸引顾客的注意，如何提高销售人员的素质，是否拥有完善的售后服务是终端能否成功的关键因素。

如今，酒好也怕巷子深已经成为了商家的共识，为了向消费者传递的产品信息、服务信息和企业形象得到消费者的接受和认可，进而促进销售，公司可以综合运用广告、促销、提高知名度等手段，以树立良好的形象。

有针对性的综合运用各种形式，在汽车越来越普及的今天，一定要从企业、产品、消费者的实际出来，在媒体的选择上要有所取舍，在风格的制作上要有所改变，在与竞争对手的比较中突出自己的优势，以适应变化越来越快的消费环境、吸引更多的眼球。我们的轿车品牌主要是家用轿车，而且价格较低，很适合工薪阶乘，零散用户，由于我们刚刚进入东营市场，知名度还较低，所以我们在投于媒体广告的同时，由我们的业务人员在个个小区及商业区发放宣传资料、车辆巡展、利用周六及周日在繁华的商业地段举办车展等以尽快的的时间让公众了解我们的企业及的品牌。

极性，构建一个流畅、高效、良性的渠道；而对于推销队伍把奖金等物质奖励和提供培训机会、内部刊物表彰等精神奖励相结合旨在提高士气的做法，充分发挥其主人翁精神，为企业的发展、壮大培养后备军。

知名度是企业为了改善与社会公众的关系，促进公众对企业的认识、理解及支持，达到树立良好组织形象，促进商品销售的目的的一系列活动。我们可以通过建立和谐的内部关系、向上的团队精神、均等的发展机会以及周全的关心制度来打造良好的内部关系，同时通过媒体广告、积极参加公益活动、销售人员上门拜访等建立起良好的企业及产品的知名度。

营销队伍是销售车辆、贯彻营销理念，提供优质服务的关键，是连接消费者与销售企业之间的桥梁，甚至本身就是销售企业的招牌。销售人员在汽车营销过程中处于一个比较特殊的岗位，他们同时服务于公司和顾客，一方面代表公司与顾客接触，将公司的汽车产品信息和服务信息传达给顾客，通过接近顾客介绍产品、回答顾客问题、与顾客谈判价格、最后达成交易售出汽车，之后还要为顾客提供相关服务。与此同时，还要为公司做市场研究和情报工作、填写销售报告、将顾客对产品的意见和建议传达给公司相关部门，与公司其他人员一起共同提高顾客满意度。销售人员不仅要关心产品销售，还要知道如何创造顾客满意和公司利润。

而在我国，随着汽车普及程度的提高，顾客的专业水平也在不断提升，汽车消费者越来越理性，销售人员的专业水平要高于消费者，如果销售人员能向顾客介绍所销售汽车发动机、变速箱，适用的车型以及该款发动机在国内的使用情况和各种手动换档，自动和无级变速器，还能知道售后服务、汽车贷款、汽车保险及理赔等，从而更好地达成销售。没有系统的培训体系，培训不能持续进行，而不能持续进行的培训，是难以发挥作用的更为重要的也是真正的困难所在就是在于培训应是一个使业务员专业化和职业化的过程。有计划、有目的的加强销售人员的技术、销售技巧等方面的培训，从而为企业的发展奠定坚实的基础。

汽车市场的竞争是一个综合性的竞争，除了要有优质的汽车产品，还要有优质的售后服务。汽车消费者越理智，消费者对于汽车产品的售后服务的要求就越高，如今越来越多的整车生产厂家将提高自身售后服务质量作为维护品牌、发展客户的手段。良好的售后服务不仅获得丰厚的利润，还可以有效带动销售两的增加，从而在汽车生产、销售、售后服务、提高顾客品牌忠诚度等方面取得成就，形成购车、用车、再次购买同品牌汽车及介绍周围朋友购买同品牌汽车的良性循环。除此之外我们还要注重团队建设，分公司是个整体，只有充分发挥每个成员的积极性，才能实现我们制订的目标。

建立健全了每天的晨会，每周例会，每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题，大家在例会上广泛讨论，既统一了认识，又明确了目标。在加强自身管理的同时，借助外界的专业培训，提升团队的凝聚力和专业素质。进一步强化全体员工的服务意识和理念。同时建立起完善的客户档案（电子挡案），由业务人员定期回访维护，争取最大限度的从老客户身上发掘出新的客户。我相信只要我们努力去做，就一定能把东营市场做好做大。

**创新创业计划书篇三**

发展真正意义上的面皮快餐行业，利用先进合理有效的管理和投资，发掘岐山民间名优小吃，建立一家永续经营的中式快餐连锁事业。御京粉，俗名面皮，是用关中地区优质冬小麦磨成面粉制做而成。岐山是凉皮的发源地，有蒸面皮，擀面皮，烙面皮，黑面皮，可凉调，热炒，煮烩。

素以“白、薄、光、软、筋、香，”而闻名。因为它筋韧耐嚼，香辣适口，深受群众喜爱。御京粉始于清康熙年间。那时，关中西府岐山县北郭乡八亩沟村王同江在北京皇宫御膳房里当御厨，他根据自己多年的丰富经验，在实践中摸索，首创出这种面食。作为御膳，故取名“御京粉”。康熙末年，王同江年老回乡。在家乡开店铺，经营御京粉，从此这种宫廷食品传入民间，距今已有260多年。

“天行健，君子以自强不息，地势坤，君子以厚德载物”御京粉人将始终秉承这一企业文化，以诚实守信，不断创新的经营理念贯穿于产品研发，物流运输，店面装修，经营管理的全过程。为社会提供：安全的，卫生的，健康的，可口的，方便的，快捷的，营养食品。

社会生活节奏加快，使快餐业的存在和发展成为不容置疑的问题。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但洋快餐充斥使大部分市场都不得与中式快餐无缘。如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

现在，由于上班节奏加快，传统的家务劳动将转向社会。由此快餐业务的发展将进入急剧扩张的时刻，所以中国快餐市场将随着我国经济发展而进入高速发展的阶段。

目前，市面上西式快餐其实并不适合国人对快餐的消费观念和传统饮食需求的观念。拿西式快餐最普通的汉堡包来说，除了新奇，基本上是没有什么美味可言。而且，快餐在美国的发展向来是以价格低廉而着称的，是大众日常消费的对象。但在中国的市场上，西式快餐的价格，还远非大众化所能接受的程度，这也决定了不可能性让工薪阶层经常去尝试那份新奇\"快餐\"。

但现行中式快餐，小、脏、乱、差的状况仍然很严重，就岐山地区的面皮摊位，流动小贩作坊式生产，没有卫生许可证和营业执照，很难保证食品质量，中式快餐的众多弱点，给我们建中式快餐连锁店提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善中式快餐经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色，那么我们进入中式快餐市场占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

1．快餐服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到公司经营理念的推广。

2．目标市场的定位。

大众能接受的中式快餐：面皮，醋粉，稀饭，肉加馍。顾客群：上班族+儿童+休闲族+其他。

3．市场策略。

产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

（1）\"御京粉\"的名称，商标，员工的服装，店面装修，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。

（2）流动快餐---早餐策略

针对早餐人口流动性大，时间紧迫的特点，我们将由模式统一的早餐车和服务人员流动至各主要需求网点向顾客提供方便、营养的早套餐。

因学生人数众多，还可推出学生营养快餐，既注重经济效益，又兼顾了社会效应。

（3）快餐店形象策略

在位于商业区、旅游景点区的快餐厅充分显示本公司的形象清洁、卫生、实惠、温馨。

由点做起，辐而为面，先批发，后零售，再到专业连锁零售。立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应试形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时“闪亮全登场”。以后再根据发展，辐射经营。

发展初期，大力发展面皮，醋粉批发业务，待资金实力有了一定的积累，并有了稳定的顾客消费群体，再大力发展零售和连锁店，以及面皮培训和相关食品机械业务。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地的便利店，小卖部，超市，食堂，网吧大量提供碗装面皮，醋粉，桶装稀饭。

百年小吃，百年微利，希望御京粉成为优质服务和行业健康发展的理想和信仰。

**创新创业计划书篇四**

（一） 公司类型： 有限责任公司.

（二） 公司成员概述：以在校大学生为主体成分，雇佣少量专业技术人员为指导团队。主要包括我校国商学院，美院优秀学员以及相关专业的授课老师。

（三） 公司业务：主营业务——提供寝室传统和特色装修美化兼营业务——寝室物件更换修理，寝室非施工型装修（寝室壁纸搭配美化，小物件搭配美化等）

（四） 公司经营理念：让以最实惠的价格，满足顾客最挑剔的心。

（五） 企业文化：用严谨甚至刻薄的眼光看待细节，以心映心的方式对待顾客的要求，全心全意的服务让你最舒心的微笑。

（六） 公司创新性描述：寝室装修行业是一个完全新兴的服务行业，这是由于其所定位的市场位置所决定的，这独特的市场定位也给了这个行业宽广的市场前景和奇特的市场规则，这都需要我们去不断的摸索前进，但是这些特性都很符合大学生这个群体，我们本身就身处这个群体中很了解其中信息变化。再加上近年来国家对大学生创业的鼓励，我们相信公司会有一个明亮的前程！

（一）公司宗旨：向学校寝室提供具体到位的上门装修美化服务，立足市场，服务优质，发展创新，迈向成功！

（二）公司目标：成为全国知名的学生寝室装修公司，在全国各地建立起连锁门店.

（三）公司的发展规划

一. 创业初期（半年到一年）

主要是让寝室装潢这种新兴的服务方式走进市场，建立自己的品牌，积累无形资产，并且收回初期投资，准备扩大服务范围，开始准备研究提供新的服务方式：

1.服务进入市场，在学院拿下一个相对优势的市场配额位。

2.为寝室装潢做广告宣传，提高寝室装潢的知名度，初步建立自 己的品牌效应。

3.逐渐占据本学院寝室装潢市场，每天顾客总量开始增加。

4.累计装潢寝室300间，净利润为56000元。

二.中期（1—3年）

1.学校寝室装潢服务已经逐渐成熟，业务手段公司制度不断完善；

3.寝室装潢市场配额占有率达到15%-25%，占据相对主导的地位；

三.长期（3-5年）

利用寝室装潢的独特性，开发新的领域，甚至可以考虑发展跨领域发展。力求成本的最小化和利益的最大化，再度拓展市场空间，扩大市场占有配额，成为学校服务业的领跑者。

（四）公司的营销策略

公司起步阶段，为了更好的推广公司的产品服务，决定采取线上线下互动营销的模式。线上营销充分利用微信、58这样的网络平台，建立公众号，推广自己的产品服务，同时发布一些装修方案，供客户参考选择。线下营销模式则主要采取在校内人员密集处发传单的方式，让更多同学了解公司，了解公司所提供的产品服务。

公司发展初期，暂定为10人团队，采用直线型的组织结构。 总经理：一人（负责全局规划与总体决策，同时负责财务） 营销和策划：二人（负责寝室装潢这一产品的推广和宣传以及销 售）

采购员：一人（负责装修用品的采购以及销售）

装修团队：六人（两人一组，负责入寝为客户装修以及销售）

本公司主要包括以下五种产品服务

1.平面设计

2.产品设计

3.室内设计

4.景观设计

**创新创业计划书篇五**

。

在\_\_市\_\_区建立首家专业甜品店\_\_，经营范围为小糕点，冰品，甜品.品种包括冰淇淋类，沙冰刨冰类，糖水类，羹(露)类，粥类，果汁类，调味乳制品类，布丁类，药膳滋补炖品类，凉茶类，龟苓膏类，中式传统点心类等.

经营宗旨。

甜美，健康，时尚.

二、市场及竞争分析。

市场介绍。

\_\_市\_\_区是\_\_市一个新兴现代化新市区，知名的旅游风景区，重要的高新技术产业区和一流的大学集聚区.现在的\_\_区是在20\_\_年x月，\_\_市调整江北地区行政区划，\_\_县，\_\_区合并，新成立的\_\_区.在各方面基础设施，配套设施逐渐完善，居民和流动人口基数和消费水平达到一定高度后，尚缺乏一家能够专业经营，系统化管理的甜品店.而本案所拟建的\_\_甜品店正是填补了这样一个空白.

市场竞争分析。

我们走访了\_\_区主要商业区附近的大小咖啡店，西式休闲餐厅，发现虽然他们也大多数都有经营一定品种的甜品，但是设施不完善，品种不齐全，经营不专业，管理不系统.所以在甜品这个项目上没有能够形成一种系统的，规范的行业氛围.但是仍然会因为消费者心中已形成的品牌依赖，被分流大量顾客.比如肯德基等.

然而正是由于目前市场的混乱，给我们大来了一线曙光，我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场，我们领先于同行的经营理念能够支撑起属于我们的天空.经过分析，我们可以对这块较为混乱的市场进行洗涤整合工作专业经营甜品，坚持品牌化差异化人性化的经营.用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我.

目标顾客。

有人误认为女性比男性更喜爱甜食，其实是个错误.事实上，口味的喜好并无性别之分，许多男性也喜爱甜品.不少年轻女子为了保持苗条身段或为了减肥，往往视甜食为洪水猛兽.而且如今消费者越来越理智.所以\_\_的目标顾客并不只是年轻女性，而是面向各身份，各品味，各年龄层次的顾客，大众经营.

三、产品与服务特色。

原料专业，放心更多。

\_\_与知名品牌饮用水，乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在\_\_店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识.从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉.

品种丰富，选择更多。

众口难调要尽可能让甜品口味适应各个年龄层次，各类品味的人.推出诸多款式的甜品可供各类顾客挑选.

营养全面，健康更多。

\_\_经营品种除了普通的冰品甜品外，还有在我国南方部分地区教为流行的药膳滋补炖品类，凉茶类，龟苓膏类.价格表上列明每种甜品所含的补品成分，药膳滋补功效，适应症等，以便顾客按需选择.低热量，有良好养颜功效的甜品，尤其针对爱美的年轻女士.吃甜品和保持好身材不仅不冲突，而且能够通过食补养颜.

服务规范，满意更多。

\_\_员工分为管理，甜品加工制作，点餐收银，店堂清洁四类.分别着统一服装进行操作和服务.员工要求技能专业，服务统一使用普通话，建立严谨的服务管理规范和投诉回访机制，并严格进行监督管理.

四、选址分析。

\_\_首家门店设置在\_\_镇\_\_路，\_\_区人民政府对面.有良好的交通和稳定的人流量，是\_\_区消费水平较高和休闲消费较密集的地区.周围没有同类门店购物中心，\_\_超市，肯德基等商店云集，\_\_区邮局，中国银行，工商银行，农业银行，建设银行，交通银行，\_\_区中医院，\_\_人民医院等配套设施完善，\_\_工业大学\_\_校区，\_\_职教中心，\_\_海军电子工程学院，\_\_高级中学，\_\_三中，\_\_实验小学等十余所教育机构环绕周边，长江三桥，过江隧道及鼓珍线，601，602，603，611路，江汉线公交线路，共同组成由\_\_镇，\_\_区到\_\_市从内而外层层扩散的完善交通网.

五、人事与管理。

人事。

\_\_每个员工必须是专业的，包括点餐收银人员和店堂清洁人员在内的每个人必须进行严格培训，确保正常工作时的规范操作.管理人员设置人事管理和企业管理人员各2名，要求本科以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;甜品加工制作人员设置配方员2名，加工操作员6名，要求大专以上学历，专业素质优秀并有良好实践操作能力;点餐收银和店堂清洁人员若干，严格培训后上岗.所有员工须办理健康证.

管理思想。

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想.我们将采取以人为本，重视团队合作精神的管理思想.重视个人的发展，尊重个人价值，各职能部门相互协调合作，求得餐厅的整体发展，实现1+12的效果.

管理理念。

(1)尊重餐饮业人员的独立人格。

(2)下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务.

(3)互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解.

(4)营造集体氛围：既要上下属感受到甜品店纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性.

(5)公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干。

管理队伍。

投资是一项经营人才的业务.我们将构建一支在各种有影响力的岗位上具有直接技术与经验的管理队伍，并欢迎一切有志于谋求本甜品店发展的人才加入本甜品店.

**创新创业计划书篇六**

外来人口日均流量：常住人口：学龄前的儿童：

顾客的市场只会增加而不会减少。如果不是自身经营管理的失误，市场不会下滑。

我开办的幼儿园目标顾客锁定在2岁以上学龄前儿童。2岁之前，在开办初期先不予考虑。因个体办园开办初期条件有限，师资有限。2岁以下的幼儿从语言、行动、自理能力方面稍差，所以，看护责任和风险增大，个体园承受风险的能力有限，随着幼儿园的发展和壮大，在以后可以考虑开设托幼班，招收2周岁之前的婴幼儿。

幼儿园的生源主要来自以下三部分：

1、收入低的家庭：国办幼儿园收费最低在400元以上，有的高达千元。这些收入低的家庭除去日常开支，所剩根本不能供孩子进国办幼儿园接受教育，他们则会选择条件相对好一些、收费适中的个体幼儿园。

2、从事商贩和打工的外来人口：这些孩子家长终日早出晚归，忙于生意，无暇照顾孩子。国办幼儿园定点接送，不能满足这些家长的要求。我可开办延时服务，收费低廉，可以吸纳一部分这样的幼儿。

1、要开办好幼儿园，就要办出自己的特色，且开办各种服务项目，区别于其他幼儿园。同时，要利用好天时、地利、人和。

2、选址。选址很关键。地点显眼，周围环境安全也是吸引家长的一个重要因素。开办的幼儿园地处村中心地带，紧邻中心街，区内环境绿化好，物业管理规范，安全可靠。同时，选址一定要选底层建筑，不仅方便家长孩子出入，避免孩子登高危险，而且不会影响楼上居民生活。

3、促销手段。如何吸引家长和孩子对幼儿园感兴趣?采取一些必要的促销手段也会起到意想不到的收获。例如，利用人和手段，借助周围熟悉的街坊邻居推广，增加影响力和信任;在街区显眼处常年悬挂招生广告，印发名片;与当地妇联搞好团结，争取支持，可以有效的增加幼儿园信誉度;利用六一儿童节、元旦等节日免费为幼儿发放印有幼儿园名字的背心、小奖品等等。采用以上的促销手段，投资不大，但对吸引家长、扩大知名度很有效果。

4、规范教学。个体开办幼儿园，一定要取得办园许可证。对于无证经营的幼儿园，可信度会在家长心中大打折扣。有了办园许可证，园幼双方都会得到保护，也会取得家长的信任。

5、经营风险及规避。不论从事什么样的生意，都会存在经营风险。这种风险不仅来自与竞争对手和景气变动，还来自于经营本身。幼儿园本身的服务对象就是幼儿，这类人群是无行为能力的特殊人群，需要无微不至的照顾和看护。对于幼儿园最重要的是卫生条件、意外事故防范和疾病的防治。如果这三个工作做不到，即使老师教的再好，信誉度也会遭受质疑，极容易将幼儿园至于死地。反之，这三个工作做到家，就能获得家长的信任，幼儿园也就成功了一半。由于家长的嘉许、推广，入托的儿童会逐渐增加。来自竞争对手的风险，如能在价格、办园特色、教学质量上下功夫，应会好于竞争对手。关键还是加强幼儿园自身的管理。

我认为，开办幼儿园就不能等同于看护孩子的家庭托儿所。麻雀虽小，五脏俱全。个体办园虽比不上国办园的条件，但不论从教室的布置、人员的安排、教学计划等等，都要学习国办园，并建立健全幼儿园安全制度、卫生制度、接送制度、作息安排、保教人员制度等等一系列制度。

(一)、园长，全面负责工作。

(二)、教养员岗位职责。

1、贯彻执行《幼儿园工作规程》和《幼儿园管理条例》，按照幼儿园教育纲要，搞好本班幼儿保教工作。

2、在教养活动中，培养幼儿良好的文明卫生习惯和独立生活能力。

3、根据幼儿园要求，认真备课，做好教材、教具的准备工作，保证课堂教学质量。

5、配合保育员搞好保教、卫生保健及生活护理工作。

6、对幼儿进行初步的五爱教育，培养幼儿优良的品德、文明礼貌的行为、开朗的性格。

7、积极参加教研教改活动，做好观察记录。

8、积极参加各级组织的业务培训，不断提高能力。

9、按儿童特点，定期布置活动室、自然角。

10、注意幼儿生活游戏等活动的安全，防止意外事故发生。

(三)、保育员岗位职责。

1、认真执行卫生保健制度，搞好室内外卫生，保持用具清洁整齐，定时开窗通风，确保室内空气流通。

2、热爱幼教事业，爱护幼儿，不怕脏、不怕累、不怕麻烦，树立全心全意为幼儿服务思想。

3、配合教师全面细致地搞好、照顾好幼儿早晨接待、进餐、课堂活动、户外活动、游戏、盥洗、大小便、饮水、睡眠、离园等。培养幼儿卫生习惯，根据天气冷热变化，随时给幼儿增减衣服，注意观察幼儿的活动、饮食、体温、精神状况，发现问题及时报告医务人员。

4、定期换洗床单、枕套、枕巾、窗帘，晾晒被褥，消毒玩具。

5、做好课前教具、用具准备工作和活动后的整理工作。

6、管理好幼儿的衣物和本班的用品，不丢失、无差错。

7、配合教师做好幼儿的各项教育工作，协助教师制做玩教具，开展游戏和户外活动，布置自然角、活动角，必要时代理教师组织幼儿的活动。

8、每天保证幼儿喝到新鲜开水，每天刷洗消毒水桶一次。

9、掌握本班以往传染病史及易感儿，杜绝传染病蔓延。一量发生传染病，在保健医指导下负责检疫、消毒、清洗工作。

10、中、大班保育员负责指导幼儿值日工作。

(四)保健员岗位职责。

1、协助园长组织实施有关卫生保健方面的法规、规章和制度，并监督执行。

2、密切与当地卫生保健机构联系，及时做好计划免疫和疾病防治工作。

3、组织安排幼儿入园前的查体、接管好幼儿的各种卡片，并做好入园前的严格把关。

4、每年组织幼儿一次幼儿身高、体重的测量，建好幼儿体检档案，向家长汇报反馈。

5、向全园工作人员和家长宣传幼儿卫生保健常识。

6、指导调配幼儿膳食，检查食品、饮水和环境卫生。

7、组织安排全园教职工每年全面体检一次，搞好计划生育的宣传和具体工作。

8、组织保育员的业务学习和培训，检查和指导工作。

9、妥善管理医疗器械、消毒用具和药品。

(五)、炊事员岗位职责。

1、按食谱做饭，按人量投料，按人数分发饭菜。

2、保证伙食质量，做到色、香、味、型符合幼儿年龄的口味，坚持创新花样，每周主副食花样不重。

3、投料新鲜，操作科学，注意保存营养素，保证饭菜冷热适度(冬天保温，夏天降温)。

4、做好本岗位的卫生工作，保持室内外清洁，做到制度化、经常化。

5、严格做好炊具、餐具清洗消毒，生熟用具要分开，板刀加套。

6、做好个人卫生，食堂内不许吸烟，坚持穿工作服戴工作帽操作，入厕要脱掉工作服。

7、严格遵守开饭时间。

(六)、工勤人员岗位职责。

1、负责全园开水供应，每日换水，不让幼儿喝不开的水和陈旧水，并保证供水及时。

2、负责锅炉房内外卫生。

3、负责公共用房及操场、器械、砂池等幼儿活动场所各处的清洁卫生工作。

4、负责全园水、电、暖等设施的管理和养护工作。

注：以上人员配置视规模和业务需求配备。

**创新创业计划书篇七**

精品小咖啡店是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快，类似于奶茶店，而且门面非常好找的创业项目，一般除了保留3个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转资金，非常适合小本自主创业。

我们店名为“茶物语”，易记顺口，可以让人很快记住。我们的目标是以一般奶茶店不具有独有的特色吸引顾客而获取大的利润，用一年的时间打响“茶物语”名声，建立品牌效应并积累资金后，通过调查试点后，把运营扩张到其他市场，获得更大的利益。通过在经营的过程中不断改革，逐步完善，形成口碑，扩大市场占有额，形成连锁“茶物语”奶茶店。

奶茶、咖啡属于大众消费，消费者甚多，主要以青少年学生为主，不管是现在的市场需求还是未来的市场需求都极大，不过奶茶店行业竞争也很激烈，我们必须做出特色才能不被淘汰，才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创新，例如增加新的口味、使用奇特有趣的杯具，让顾客耳目一新。同时要注重奶茶店的卫生，让顾客一走进奶茶店就有一种干净清新的感觉。

对于产品的定价，我们会根据不同的口味定出不同的价格，一般在3.5元左右，和市场平均价格相同。我们采取产品竞争优势，以产品的质量和特色抢占市场份额。

由于类似的店众多，进入该行业比较困难，而且大多顾客有惯性消费心理，取得行业竞争优势比较困难。所以我们会在开业前期以高质量低价格来取得进入市场的通行证，并且会有促销和特殊活动，具体的会在产品和服务中介绍。

本店主要经营各种咖啡、奶茶，另外，为了满足顾客的消费需求，同时经营双皮奶、

刨冰、奶昔，各种果汁及饮料和各种小吃，如各种口味的瓜子和烤翅等。

为吸引顾客，本店会通过不断地尝试来研发新类奶茶，新类奶茶会成为本周的推荐饮品，在推出的前两天会特价销售，如果反响好的话会成为本店特色产品。为了不被因模仿而被超越，我们会不断地推出新产品、节日产品和周年产品。如情人节：推出情侣奶茶，光棍节：推出单身奶茶。不断地因特色而吸引顾客，使顾客对本店印象深刻，并逐渐地形成口碑，成为企业的无形的品牌资产。

另外可以通过把调味技术结合调酒工艺要求来操作，这是一种质的飞跃，也是一种艺术享受。奶茶的主要成份有：奶粉、茶叶、糖、水(及冰)、香料(珍珠奶茶还包括珍珠)。不同的水做的奶茶味道相差很远，你用的是自来水?还是矿泉水?还是山泉水?海水?过滤水?这是完全不同的，山泉水虽然贵，但口感好，产品好才能有回头客。冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。所以，为了企业长远的发展，作业人员有真正的学会奶茶技术。基本要懂得：1、学会品味奶茶;2、原料成份配方;3、调味份量与时间;4、设备的应用与调味火候。

**创新创业计划书篇八**

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1-3岁段的.幼儿装、4-6岁段的小童装、7-9岁段的中童装、10-12岁段的大童装、13-16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，查过很多相关的资料得知，目前我国年产童装占全国服装总产量的近10%。童装生产以中小企业为主，近年来，我国童装的消费需求同比保持高速增长，国内童装企业目前相对缺乏竞争力，国外品牌童装已占据了相当大的市场份额，几乎达50%，而国内有特色的童装品牌所占市场份额还很小，只有30%左右，70%企业处于无品牌状态。随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套，市场较乐观。同时中国童装市场正在逐步由“数量消费阶段”转移到“品牌消费阶段”总体消费特点表现为一是由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型，部分经济发达的城市，消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。童装企业在做品牌时，一定要做一个有文化内涵的品牌。

中国童装产业发展很快，市场需求迅速扩大，童装产业发展前景被广泛看好。中国拥有庞大的童装消费主体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，经查过相关的资料显示，中国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。据测算，20xx年以后，中国每年的新生儿出生率将保持一定比率的递增，到20xx年，新生儿出生数将进入高峰期，在现有出生数的基础上增加1倍，将形成庞大的儿童服装消费市场。

童装业的发展非常快速，以后的童装业发展将步趋品牌化、服务化、个性化、功能化发展，分述如下：

1.品牌化。

现在一些发达城市，生活水平较高的城市童装品牌店日益增多，随着生活水平的提高，品牌意识渐渐加强，现在不少城市中散货童装店也虽然很多，但一定要有品牌意识。

2.服务化。

童装的购买者有直接者有间接者(指买来送人的)，但以父母间接购买居多，现在由于子女人数不多，一般程度上都比较尊重他们的意见，一定程度上儿童的意见性非常重要，会制约购买意向。如何留住顾客，促使二次消费，我们要考虑更多的增值服务，除了单纯的卖给他们服装后，我们还能给他们带来什么?我们可以提供哪些更多的增值服务，进一点提高顾客价值，也是提高竞争力扩大销售的一种手段和一种发展趋势。

3.个性化。

生活水平的提高，对物质各方面的追求会越来越高，审美观点也变得潮流和时尚，针对儿童如果有一些再个性化的服装(一般是中童，大童，少年装为主)将会越来越被重视，而且要表达健康成长、积极向上的良好喻意。

4.功能化。

也查过相关资料，据了解市场上有部分衣服对人面含有不利健康的材料，不符合环保健康要求，穿得要健康。因此在以后的发展形势中，有各种功能诉求卖点，如可以当少儿一些不良症、有益提高免疫力的等功能性童装将会越来越被推广和普及。

童装行业的发展任重而道远，品牌男装和女装也许你可以一口气说上十来个不成问题，但要你说出知名的十来个童装品牌可能有点困难，未来童装的发展目的性针对性较强，大的国内品牌将会不断加强品牌建议，不断提高品牌知名度和影响力，规模将会越来越大;一些非品牌将会接受新一轮的应战，要么细会市场打造另一个第一，要么会被一些知名品牌收购和吞拼，一些研发能力，设计款式时尚跟不上的部分中小型企业将会举步维艰。

市场调研是一项非常重要的工作，因市而变，以便做好相应的评估，及时做好当地的市扬调查情况，要了解当地童装店的分布情况及销售情况，了解当地消费人群的消费习惯及消费水准，采用交谈法，实地观察法和问券调查的方法收据相关的信息收据。

当地的市场调查采取以下几种方法：

2.采用顾客交谈法，多问问当地身边的目标群体，了解他们的消费习惯。

3.多到当地同类产品店多观察，了解他们的店面装修风格、货物风格以及销售成交情况，以便做评估。

4.要在所租店面地段多多观察，多了解所在地段的人流量，目标群体进店率，所在地段的商业氛围。

5.沿街观察或多到当地的幼儿园、小学多看看，了解当地年龄段朋友的穿衣风格，流行的款式等。

据业内人士分析，全球15岁以下的儿童有18亿人，占世界人口的30%。从数量上看，儿童服装将具有绝对的市场潜力。以中国市场为例，该地区对童装的需求量每年以10%至13%的速度增加，服装业主要开拓儿童消费群体。，中国在不仅是世界第一人口大国，消费者可支配收入也持续上升这一切都预示着中国童装市场的潜力巨大。

同时，尽管有些国家儿童人口并没有显著增多，但由于本国时尚潮流以及消费者可支配收入持续上升，童装市场潜力同样不可小视。以英国为例，英国人口近年来呈下降趋势，但20xx年其童装市场销售额仍增长了26%，达到47.9亿英镑(约合92.3亿美元)。根据对大众消费者的有关调查显示，最具购买力的是年龄在18-34岁的人，而这一年龄段的人群许多都已为人父母，父母更倾向于加大孩子服装方面的开支，他们越来越紧跟潮流，关心流行趋势，不再将童装仅仅认为是生活必需品，而是将其作为提高生活质量的一部分。韩国纤维服装产业联合会对韩国2500个家庭进行的调查显示，今年上半年，韩国家庭购买儿童及青少年服装的金额达到7908亿韩元(约合7.1亿美元)，同比增长20.7%，占据韩国服装市场13.9%的份额，高于去年同期的11.9%。童装对整个服装市场的巨大拉动作用由此可见一斑。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn