# 2024年创业工作计划(10篇)

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-06-30

*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。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。创业工作计划篇一为在校大学生提供自我认知、自我展示的平台，...*

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。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

**创业工作计划篇一**

为在校大学生提供自我认知、自我展示的平台，帮助大学生树立自信心，增强学习的主动性、合作的协调性，实现自我教育、自我管理、自我服务，积极拓展综合素质，树立正确的就业、择业、创业观，增强就业竞争力。

秉承协会的服务宗旨，正在朝着服务专业化、宣传信息化、合作网络化的发展模式迈进。始终围绕着就业的特点，开展与就业有关的多种多样的特色活动，如举办模拟招聘大赛、职业规划演讲比赛、模拟自荐书大赛、素质拓展训练等品牌活动。不断丰富协会的活动形式，发掘协会的潜力。除此之外，要紧紧围绕就业指导中心的工作思想，积极协助招生就业做好本职工作，努力成为就业指导中心的得力助手。

1、 求真务实，锐意进取，加强协会内部组织建设，完善协会的《财务制度》、《会议制度》、《考核制度》、《评优制度》等各项制度，使协会的管理制度化、规范化、科学化;同时进一步修订和完善协会的章程，协调协会各部门之间的工作，明确各部门的相关职能，进行合理分工，以提高协会工作效率，同时为协会的发展注入新的思想。

2、 进一步加大宣传力度，扩大协会影响力。加强各社团之间的交流合作，有效利用校内资源来展示协会的风采;加强与各兄弟院校学生机构的联系，通过经验的交流、资源的互换，增强协会人员的实力，为协会将来更深层次的发展做好知识、经验储备。做好就业信息的收集工作，充分体现就业协会的自身特色。

1、9月底10级新生入学，选举新一届干事、会员等系列活动，有宣传部主要负责，各部门协助宣传部将招新工作顺利开展。

2、招新结束后，在10月左右王老师或xxx老师将对协会干事、会员进行全方面的培训，使之针对自身的职责和协会的发展与进一步的了解。

3、10月10日左右，招生就业处将举行一场书籍赠送活动，请各部门做好相应的准备。10月中旬开始新老校区模拟招聘会初赛，具体工作策划书，届时由相关部门提出。

4、10月下旬，在新老校区将各举办一次新生职业生涯规划讲座。

5、本学期照例将举办一次自荐书大赛，由招生就业处主办，大学生就业协会承办。做好前期的宣传工作，力争一些新的模式与观点。

过去的一切已经落幕，而新的一场戏却还没开始，我们将以全新的姿态，饱满的热情，迎接新的机遇与挑战。相信在我们的齐心协力之下，定能将大学生就业协会的明天设置得更加绚烂.

**创业工作计划篇二**

20xx年，学生就业及创新创业工作将围绕学校党委和行政工作要点，坚持“以生为本、竭诚服务、规范管理、提升质量”的工作理念，在深化服务、追求创新上下功夫，以创新创业教育为重点，以就业信息服务平台为载体，以生涯指导和个性化服务为特色，以拓展非师范生就业渠道和创业教育为突破口，以提升就业质量为目标，进一步完善就业创业服务工作体系，深化创新创业教育改革，彰显就业创业服务特色。

1、加强就业指导与服务工作，继续推进本科、研究生就业工作一体化。

2、以高水平大学建设为契机，贯彻落实《华南师范大学深化创新创业教育改革实施方案》（华师〔20xx〕15号）文，推进创业学院（办公室）实体化建设，为创业学院（办公室）配备专职管理人员和专职教师，安排场地，配备专用资金。做好华南师范大学创业孵化器“众创空间”二期建设工作，促进创新创业教育形成科学合理的运行机制。

3、进一步推进优化创新创业教育课程。落实“大学生创新创业课程开发与研究中心”功能，依托各级各类政府课题开展课题和优质创新创业课程。落实创新创业协同育人计划，整合政府、企业、社会、学校、学院、校友各方资源开展创业教育。修订20xx版人才培养方案，推进创新创业教育融入人才培养全过程。创新创业教育融入专业教育试点。

4、申报全国创新创业教育典型经验高校（创业教育50强）。

5、对学生就业与服务中心一体化基地进行重新改造，实现就业工作功能综合化、体系化、服务专业化、精细化。

6、进一步拓宽毕业生就业渠道，加强对毕业生的精细化指导，尤其加大对非师范生的指导力度，大力推进网络招聘工程，提升就业服务工作信息化的水平和效率。

1、根据毕业生需求，充分利用“互联网+”技术，将学生求职意愿与用人单位岗位相对接，实现智能化供需匹配，为毕业生精准推送就业岗位。广泛利用手机等移动终端，开展订制服务，为毕业生“送岗位、送政策、送指导”，实现就业服务个性化、信息化。

2、完善“职业生涯发展与就业指导教研室”建设。

3、根据学院、专业特点，制定学院学生就业促进计划。

4、完善“双困学生”就业帮扶机制，切实促进就业困难学生顺利就业。

5、落实创业基地服务优化计划，在基地二期建设基础上，完善创业孵化基地各项功能，孵化优秀团队。

6、加强创业基地建设管理，开拓一批校内外创业实践基地，加强文化创意、教育产业等特色创业扶持。

7、加强创业师资队伍建设，制定合理的校内教师参与机制。

（一）就业工作

1、强化服务意识，完善工作细节，启动“就业服务质量提升工程”。

2、凸显就业服务个性化，重点举办各类专业化、小型化招聘会。

3、承办广东省20xx年农村从教供需见面会和广东省20xx届毕业生师范综合类专场招聘会。

4、加强就业指导和职业咨询个性化服务，做好困难毕业生就业帮扶工作。

5、积极引导毕业生到基层就业，做好“三支一扶”及西部计划等工作。

6、开展对近三年自主创业毕业生的系统跟踪调查。

7、加强“实习、实践、就业”三位一体就业基地建设。积极推进校企合作，力争更多的企业进校宣讲招聘，为毕业生提供更多的就业信息与渠道。

8、完善一对一生涯咨询流程，整理和撰写学生案例集。

9、加强就业指导队伍的培训与指导。

（二）创业工作

1、推进创业先锋训练营下半学期课程实施。

2、开设好创新创业相关课程。

3、举办各类创新创业活动。

4、开展毕业生创业培训和职业技能培训与鉴定工作。

5、加强校外创业导师的服务和管理，新聘任一批高素质企业家导师，开展好创业导师联谊会工作，整合开发华师校友创业资源。

6、建立激励机制，合理使用创业基金。设立相应的奖励措施（如创业奖学金），鼓励向创业学院申报高质量的创业项目，做好优秀项目参加创新创业竞赛比赛的辅导。

7、推进创业教育国际化，开拓国外高水平创新创业课程路线，选拔学生赴国外高校交流学习。

8、研究性开展工作，加强创新创业教育研究。

**创业工作计划篇三**

（1）、中国手工坊市场的现状

当代生活中，机械的现代化充斥着人们的生活，迅猛的提升了生产和生活速度，人们在快节奏的生活中奔波，内心的疲惫驱使追求生活质量的中端收入人群对手工业产品的精湛、精致有所需求。针对年轻人，这部分群体对生活的个性、多彩、自主的向往，开设diy项目，可以根据你的需求量身打造，补充diy市场的服务需求空白。

（2）、消费状况

据调查，目前学生一般是中低消费，学生在把生活费除开后，供自己零花的钱并不是特别多，而现在市面上许多精致的手工成品价格相对偏高，相比之下，学生更愿意花少一点钱，自己动手，不但成本减少了，也更加有意义。

近几年diy 类商铺的走俏，在某种程度上也说明了手工个性产品的走强。结合和手工制作和民族之风的产品，在市场上势必由它的获利空间。

1. 资金来源一次性规划，阶段性重点实施的原则，做到有针对性

投入，减少投资风险，保证经济效益。由于初期生产规模小，创业的先头资金5000元，后期投入1-2万元。

2. 手工坊的产品主要以十字绣、纸质涂鸦、编织、纸艺等手工作品为主，出售生活手工品、礼物手工品等。并提供代卖手工品的项目。

3．经营业务

① 出售各种手工制品的材料并免费教授制作方法：十字绣、纸艺花、布艺、串珠、编织等。据调查，这些都是时下流行的手工制品，颇受学生们的青睐，市场潜力较大。

②个性定制产品图纸设计、成品制作等。标有自己名字的布艺蛋糕、独具个性的头花、款式新颖的披肩等等，这些产品不仅代表了自己的个性，也让顾客在制作的过程中享受到了成功的喜悦：

③成品出售：出售各类成品，包括布艺蛋糕、纸娃娃、纸艺花等等。为不会手工但喜爱手工制品的同学提供产品。

4. 发展战略 首先租地，建立销售渠道，增设产品销售网络；其次找寻新的时尚产品风格；再次在网上经营一家同风格店铺。

5．竞争对手情况分析。

一是校外的小商品市场。目前主要分布在服装城。这些市场在品种上比较单一，一般只出售时下流行的几类产品，且大多以十字绣为主。这些店铺由于租金较贵、经营成本较高，因此出售的商品价位很高，超出了一般学生的经济承受范围。据

了解，在学校附近以纸艺花为主的商铺几乎没有。

二是校外的小卖部。小卖部仅把手工diy的产品作为辅助销售，并不是其主营的内容。所以这些产品往往款式陈旧，且店家不提供技术上的帮助。很多学生购买之后并不会制作，没有享受到diy带来的成就感。

三是网络店铺。淘宝网上出售各式各样的diy制品，且品种繁多、价格低廉。但是不是所有的学生都有电脑，并且在网上购物有一个弊端就是没办法看商品质量，有时手工品对原材料的质量要求是比较高的，同时网络购物所产生的快递费用无疑增加了手工材料本身的价格。

6、市场上暂无竞争对手

目前，市场上暂无竞争对手，市场的全部份额有待我们去占据，我校手工作品这块大“肥肉”还没有被众多的商家发现，只有零零点点的几个同学摆地摊，不具有固定性。所以可以减少与竞争者在价格，广告，分销渠道和策略等方面的厮杀，可以实现成本优势。

**创业工作计划篇四**

一、项目名称：个人形象咨询工作室

二、经营范围：个人形象咨询、特色服装设计及制造、商场导购专业和色彩顾问、礼仪形象培训、团体形象课程等

三、项目投资：约十九万

四、场地设置：北二七路仟汇女子名店四楼

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

一、个人形象设计业的市场发展现状

纵观形象设计行业市场，由于居民消费能力不断增长，时尚氛围渐浓，形象设计的需求空间更大，形象设计是一种艺术组合，形象设计是一种个性，形象设计是一种心情。形象设计带给我们的是什么?是美丽、快乐、文化、态度。同样一个人，设计出了品位，精神上就有了力量，就具备一种透射力，而且经得起时间的考验。随着

市场经济的建立个拓展，形象设计的商业品牌与越发显得重要，一个好品牌，能使商品本身产生高的附加值，它是企业的无形资产。形象设计行业市场需要形象设计企业塑造品牌、培植品牌，服务的质量是形象设计企业在市场竞争中立于不败的基础，服务质量的竞争力可以决定企业 在市场竞争中的实力。目前形象设计行业市场从业人员良莠不齐，在一片繁荣背后，负面形象也日益显现。在生产力水平很低的情况下，只要商品价廉物美，即使不做任何宣传，也会非常畅销，这是由于物质和精神生活很缺乏的原因。但是这个时代已经一去不复返了。人们希望得到优质的服务，这一切反映了人们对服务质量的追求。形象设计企业为了迎接市场的竞争与挑战，如何主动、积极地开拓市场，提高市场占有率，这已成为形象设计企业经营发展战略新的要求。

二、个人形象设计业的市场发展前景

随着社会的发展，人类文明的进步，个人形象设计已经成为人们生活中不可或缺的组成部分，个人形象设计，缩短大家摸索的时间，提升穿衣品味与素质，让人人都像走在巴黎街道的男女，充满自信有魅力。籍由外在转动内在，启发生命活力，这些都是透过服装与态度可以办到的事。个人整体形象咨询业是一个蓬勃发展的新兴行业，是西方发达国家在拥有了先进的.色彩与形象理念和成熟的色彩应用技术的基础上发展起来的行业，风靡于欧美日韩等28个国家，进入中国仅有数年。和其他所有的新兴行业一样，色彩咨询业在中国也将有着巨大市场发展空间。

尤其是在郑州这座历史积淀与现代时尚相交融的城市中，人们渐渐的注重自己的个人形象问题，也更想拥有专业的，贴心的个人形象设计等一系列服务。

一、一次性固定投资：5500元，其中包括：

(一)房租首付1200

(二)装修费500

(三)杂项支出1000

(四)设备用具购置原材料备用20xx

(五)流动资金800

由于形象咨询是新兴行业，开业初期估计要为顾客提供各项优惠服务，所以，毛利率初步计算为30%-40%。项目分别定价为：整体形象设计50元，单项设计指导15元。如果每天有10-15人进入咨询，月咨询人数为300-450人，预计：

营业收入：整体形象设计20人

60人\*50=3000元

单项指导200人

200人\*15=3000元

月营业收入为4000元

减：原材料等1000元

房租、水电费900元

员工：2500元

实得利润：1100元

投资回报期：5500元/1100元=5个月

在现阶段。尽管相形咨询工作室的经营模式我国大的城市的运营已取得成功，但在二线三线城市开展会有一定的风险，其一，消费能力及消费观念还未达到普遍要求的水平，与一线城市相比 ，存在比较大的消费差异，所以一线城市的成功并不意味着学校的成功。其二，由于服务内容比较抽象，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。

形象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，要涉及各种综合知识，为各种不同需求群体提供服务，为了防止技术风险，必须在原有的基础上，通过工作实践提高，创新品牌，独树一格，做出自有的特色，需计划每三个月进修。否则技术滞后与社会发展，必然受到淘汰。

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一线城市企业的体制，运用先进管理模式，在严格各种管理制的中去体现经济收益，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，体现责任。

**创业工作计划篇五**

1、舞蹈机构公司介绍

详细介绍目前前有的机构背景、团队人员、师资力量、资本构成等等，如果没有可做预设

1)舞蹈机构主要股东

股东名称、出资额、出资形式、股份比例

2)舞蹈机构团队介绍

核心团队、师资力量介绍、运营思路、管理经验等等，一定要说明我们的优势是什么?

3)舞蹈机构的基础结构

4)舞蹈机构师资、员工等情况

2、舞蹈机构经营财务情况(从建立起开始写)

3、 舞蹈机构招生网络和宣传;宣传预算、合作单位、招生网络、战略合作伙伴等等

4、舞蹈机构的运用思路和营战略规划;比如，近期及未来3-5年的发展方向是什么?近期半年的目标是什么?全年目标是什么?

1、舞蹈培训课程设置、服务标准

2、舞蹈培训核心竞争力是什么?

3、舞蹈培训品牌的注册

1、舞蹈机构行业情况;舞蹈培训行业发展趋势，相关政策、市场潜力

2、舞蹈机构市场潜力;对舞蹈培训市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析

3、舞蹈机构行业竞争分析;主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括课程、师资、价格、环境、服务等方面

4、舞蹈机构收入(盈利)模式;业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润

5、舞蹈机构市场规划;机构的未来3-5年的销售收入预测

1、舞蹈培训市场分析和客户群体

2、 舞蹈培训客户消费分析

3、舞蹈培训营销业务计划策略

(1) 招生网络、宣传机制

(2) 舞蹈机构促销活动策划

(3) 舞蹈机构课程优势和服务定价

(4) 员工的激励机制和师资等课时费的标准

4、舞蹈培训服务标准体系是什么?

财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年舞蹈培训项目资产负债表

未来3-5年舞蹈培训项目现金流量表

未来3-5年损益表

1、舞蹈机构出资方式;详细说明舞蹈机构未来阶段性的发展需要投入多少资金，目前机构能提供多少(没有设立可做预设)，需要投资多少。融资金额、参股比例、融资期限

2、资金用途(详细说明每个环节的支出，以及投资的比例概况)

3、退出方式(详细说明，中途股东退股后的方式等等)

创业不能光想好的一面，我们应当未雨绸缪的规避，所将要或者未知的风险。说明该舞蹈培训项目实施过程中可能遇到的风险及其应对措施。

**创业工作计划篇六**

在创业过程中，如果说压力，我认为选择什么不做是非常大的压力。因为在这过程中受到的诱惑太多了，每一个新的概念都可以做很大的东西。在商业上的策略不是决定做什么，而是决定不做什么。

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。

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。

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 beautifuo)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20xx年设计工作室创业计划书20xx年设计工作室创业计划书。

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,西曼色彩工作室为近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，国内的商家和企业在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

咨询服务业的毛利较高，达50%-60%左右，但是，由于色彩咨询是新兴行业，开业初期估计要为顾客提供各项优惠服务，所以，毛利率初步计算为 30%-4017年设计工作室创业计划书文章20xx年设计工作室创业计划书出自http:///article/，转载请保留此链接！。项目分别定价为：全套设计服务为2880元。单项设计指导为500元。如果每天有10-15人进入咨询，月咨询人数约为300-450 人，按咨询后，以中华广场每天客流量为250人的人流量的3%计算。预计：

#from 20xx年设计工作室创业计划书来自学优网http:/// end#

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

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定的风险，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昧着广东的成功。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。

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，独树一格，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。

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。

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。

第六部分、行业相关法律法规

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《中华人民共和国经济合同法》、《劳动法》等，鉴定各种相应的合同20xx年设计工作室创业计划书工作计划

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。

免责声明：本文仅代表作者个人观点,与本网无关。

**创业工作计划篇七**

一、企业简介

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

1.具有良好的职业经历和职业业绩，长期从事技术、业务和企业管理工作。

2.具有一定时期的创业模拟准备，如团队建设等

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。

b、工程客户——指大量购买商品或服务，以满足营业需求的顾客(如饭店、宾馆、公司等)。商用楼：提供高品质、具有浓重商业氛围的写字楼、商业会议楼装潢设计和装修、装饰材料;以及宾馆房间、餐厅、会议中心等商业场所的装潢设计、装修、装饰材料;党政办公楼：党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

a、以一定品质标准的产品和服务，分别满足四个顾客群的现实和潜在的需求。

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9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。

目前在杭州市场这种定位的品牌在工程及分销方面相对比较薄弱，实际上在工程项目及分销渠道还是相对有极大发展空间。鉴于在价格及供货周期方面的优惠，因此应着重有效的去发展工程项目及分销等渠道。真正的来提高在市场上品牌知名度及销售量。随着个人收入和欣赏品味的提高，中高端瓷砖产品陆续被得到高度重视，可见在展厅直销及被家装公司设计师的运用也有极大空间，正确的控制好展厅价格及与家装公司的友好合作来提高展厅的销售量。 b、正确选择配套品牌产品互补

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。

b、专用销售地的氛围营造，使现实和潜在商品选购者在销售地停留时问增多。

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

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 产品及相关的宣传品(册)。

1、总经理

1名 (负责公司整体运营、方向把控)

2、市场部经理 1名 (负责公司销售拓展。工程、家装、小区渠道跟进)

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)

5、展厅店长 1名、销售人员 4名 (负责展厅销售)

6、业务人员 5名 (配合市场部经理业务工作开展)

7、策划设计部 2名 (活动策划、统筹、执行)

8、财务部 会计人员1名

9、行政1名 (办公用品采购、前台接待)

七、成本计划

成本计划 材料、工、费(财务费用、租赁费用、销售费用、保险费用、运输费用、折旧费用等可计入成本的费用)

a、店面租金 500㎡×100元/㎡=50000元/月×3个月=150000元

b、店面装修 500㎡×1000元/㎡=500000元

c、流动资金 100000元

d、展厅样品 建议尽量让厂商免费提供支持，减少成本。

八、现金流量计划 a、员工工资费用 b、招待费用 c、店面租金 d、杂费部分 每个月控制 100000元 3个月×100000元=300000元

九、风险防范

(一)风险

**创业工作计划篇八**

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

我的店面在县城东关冠森家具建材市场四号楼13号、18号，主要是以经销批发、零售、安装建材等业务。对于现在的城市、农村来说、随着城市居民楼大量崛起，以及新农村的建

设规划都离不开建材，所以建材这个行业也就有很大的发展空间，例如居民区卫生间，洁具，座便器，管道、洗手盆太阳能热水器、室内暖气等设施都需要购买和安装，以及楼房的地暖配套安装等都离不开建材，所以说商机非常大。我准备在不影响妻子服装店的生意下，把我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

1、价格适宜，以优惠的价格占领市场拉住顾客。

2、利用销售地的氛围营造，使现实和潜在商品选购者在销售地停留时问增多。?

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。

创业人：×××

×××年××月××日

个人能力增长计划

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。俗话说要想企业更好的发展首先自己要具备市场分析和判断能力，只有具备了这个能力才能更好的发展。为了后面企业更好的发展特制定增长计划如下：

一、能力分析

1、我有经营的能力，要想发展自己的企业站住市场舍得投资，投资社会圈，自己的经营圈，建立良好的信誉，为顾客多 着想。

2、对市场分析能力要强，有自己的见解能力，对突发事件要有预见性，能迅速正确的做出判断。

二、不足分析

1、对产品的售后做得不到位

2、对产品的定位不明确

3、发展慢创造能力慢

三、个人感想

通过这次学习，我学习到了很多知识加深自己的定位：

1、怎样做人，做一个对家庭，对社会有用的人

2、怎样孝敬父母，合理的和父母和睦相处

3、怎样发展壮大我的企业，诚信经营，学习电脑知识

4、善待理性的处理各种事情

5、合理的安排自己的时间，做到有头有序

6、学习别人的长处，补自己的身上的不足

7、把自己的身体养好，只有好的身体才能成就大事业

四、发展营销计划

(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

1、价格适宜，以优惠的价格占领市场拉住顾客。

2、利用销售地的氛围营造，使现实和潜在商品选购者在销售地停留时问增多。?

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。

我相信通过我的坚持我的企业一定会越来越好越做越大越强。

**创业工作计划篇九**

从做生意的角度讲，花店应该算是典型的小本经营。一间面积不需很大的屋子，简单的装修即可，四面白墙也能显出鲜花的美丽。小花店就可以开张了。现在不少下岗的人都寻思着做点小买卖，开花店的成本正是他们所能承受的。我看到过一份花艺学校的学员调查，百余名学员几乎有95%以上的人都打算开花店。再加上现有的花店，竞争的激烈程度可想而知。

但是，开花店并不是想象中那么容易，毕竟花是鲜活的东西，花店是一个充满风险的行业。花从一买进时就要有损耗，如果生意不好，只能眼睁睁地看着花变枯变烂。有些高档花卉更不能多进，若卖不掉损失可就太大了，可如果没有高档花卉出售，可能会失去利润较高的定单，这又不得不让人费上一番脑筋

从人类历史发展角度来看，当人们的物质生活得到满足后，对精神生活需求就会非常强烈，有人曾说过在中国“花如手机一样普及的时代即将到来，抓住每一个重大节日，如春节、情人节、圣诞节、母亲节、教师节。同时开发七夕情人节、秘书节、护士节、父亲节、记者节等有潜力的节日，扩大潜在消费人群，激发市场潜能，加强市场喧传力度。

花店是美丽幽雅的场所，花艺是花店的灵魂。美丽的花儿为人们传播着各种各样的情感，千姿百态的花儿述说着千言万语，每一句都述说着美好,特别是现在。随着人们的生活水平不断地进步，生活质量不断地提高和对生活的追求。鲜花已经是人们生活不可缺少的点缀。花卉消费近些年来呈越来越旺的趋势，除了花卉本身所具俏丽姿容，让人们赏心悦目，美化家居等功效外，它还可以开发人们的想象力，使人们在相互交流时更含蓄，更有品位。

名称：梦花缘花店

广告语：花来一份好心情

招牌：

经营理念：花店本着以诚为本，服务至上的经营原则，真诚服务于消费者。树立竞争意识、市场意识、讲信誉、讲品牌。经营花店要学会做人，人生在世，做人是第一位的，搞经营活动，更要重视做人。

目标:有效的打通销售渠道,以提供产品服务为根本,促进鲜花市场的大发展.让顾客明白理解花的真实意义，把祝愿和幸福送到千家万户.带给顾客美好与幸福!尽可能的提高花店的知名度和美誉度，建立属于自己的一套完整体系，最终推向全市，全国，甚至全世界，做大做强。

选址定位:交院后街(德全路中街十字路口一门市处，人流量多而集中，属于大学城内，位置优越，交通方便，效果明显，容易带动生意)。

装饰定位：以现代风格装饰，给人以时代的气息，现代化的心理感受，这对大多数时代感较强的消费者具有激励作用。店内气氛活泼(但都要以节约成本为主)。

经营范围定位：主要包括鲜花、盆花、干花、花器、工艺绢花等，因为刚开始的原因，所以其次才是花卉意境设计、婚庆服务等。

宣传定位：要以消费群体相符合，针对性强，不能片面撒网。

服务定位：引导消费，让顾客了解其花语，顾客有需要，可以上门服务，为其布置厅堂，进行花艺设计;教会消费者养护保鲜知识，经常访问客户，掌握其新要求、新动向，向有租摆业务的客户及时更换新鲜花等;可为消费者灵活安排经营时间，这样都可有很好的增加其回头客和占有率。

花色、品种齐全，盈合市场需求;

包装精美，特色花艺，花材品质优;

一个几十平方米的门市要布置好基本所求。门外处，用六束大的花篮分两行均匀摆放在门市两侧，以吸引顾客眼球;大门处上面，摆放一个较大的合适的横幅条，让顾客醒目;进门内处右侧边是收银台，有专门的电脑、打印机、传真机等设备;旁边有一个客桌，供顾客商谈和休息等;中间为员工工作区，以设计花等工作;墙壁的三面，较上部分设为橱窗，橱窗里面放着鲜花、花篮、花瓶等标本设计，较下部分放着一些综合设计的花体和备用的鲜花、花瓶、花篮等，能看能摸，让顾客切身感受体会;

大体是老、中、青年，年龄是18岁——60岁之间，最主要消费群体为大学生，因为地点本就在大学后街，主要客流量就是大学生，也最为集中，所以他们作为第一和首要消费群体;其次就是其它青年工作者、中年人、老年人;最后是为其它过路客等。

1、 以自己五万元的资金开此店，在节约成本的前提下，开好花店

2、以服务顾客第一，质量绝对过关，价格绝对相对便宜，积极的花店要以走价格+质量+服务为宗旨，赢得客源;

3、可以广告宣传，在大学城里，贴海报、发宣传单、租用小车宣传、利用学校内广播和论坛宣传等;

4、花店发展稳定后，就可以在网上宣传和网上销售，更大的提高知名度和客源;

5、在温江范围内，我们可以保证送货上门和上门服务。

本身卖鲜花等的品种的利润;

鲜花配送的服务费;

上门服务的服务费;

鲜花的保养难。开花店不可避免的会碰到鲜花的损耗问题，因此如何保养好鲜花，尽量降低花朵的损耗就显得非常重要。如果保养工作做得不好，损耗过大，就会入不敷出。

淡季的顾客少。每年的淡季是花店面临的一个重大考验，如果不能在淡季找到新的销售渠道，保持一定的顾客量，那么这几个月花店就很难挺过来。

1、可以将员工送到专门的培训学校进行培训。另外，鉴于如今人们对花艺作品的喜好各不相同，所以量身定做是花店发展业务的方向;

2、为花店选择正确的定位。花店的档次相差巨大，如果定位不当，就会造成很大的损失。

3、选择适当的店址。开花店可以选在该地区的花店聚集地，这样的话可以形成规模效应，很多顾客会“慕名而来”。如果决定单独选址，则可以考虑选在医院、酒店、影楼或娱乐城旁边，这样可避免淡季对整个业绩的影响。

4、经营花店要抓商机，多做熟客。要做到这一点，信誉是关键。首先是花卉质量价格要适当，其次是要重视服务质量，可以向顾客作出免费送货上门等承诺。

总共资金——五万元

店铺的租金(三万元左右);

店铺简单装修费(五千元左右);

进货款、设备配置费、;两名技术员工费等(一万元左右);

备用余款(五千元左右)。

与学校等单位建立好关系，采取互惠互利双赢的战略模式;

服务必须是一流的，对于配送而言，只要有定单(在温江)，就必须按照定单要求按时按地送到，并且是微笑服务;

实行会员制，满一定钱，可以发会员卡，适当的打折;

在特定节假日期间，对在本店登记的人员(如会员)，发短信问候等，对在此期间的顾客买花，可送小礼品和打折等。

**创业工作计划篇十**

基于学校办学实际，把握创新创业的时代契机，在全校范围内着力推行“大创业”的工作理念，致力于在我校双一流大学建设新征程中提供更积极、更全面的氛围支撑。

1、倡导师生投身创新创业。

2、倡导提升创业潜能。

3、发挥品牌活动辐射作用。

4、打造一个功能完备的众创文化空间。

1、进一步推进双创精英班个性化培养

2、大力推进课程创新，改革教学方法

3、进一步组建校内外创业导师专业团队

4、推出人文创业大讲堂系列讲座

抓紧建设完备的创新创业指导服务体系，依据学生差异化的创新创业知识需求，以及所处差异化的创新创业发展阶段，进行精细化、精准化指导服务。

1、尝试构建“孵化+创投”的创业模式。

2、将创新创业就业教育融入专业教育之中。

3、优化双创专门培训。

4、细化实训资源供给。

1、健全就业指导课程体系。

2、开设就业指导专题讲座。

3、充分发挥二级学院在学校就业创业工作中的基础性作用，发挥各二级学院产学研合作资源、校友资源、教师人脉资源等，多渠道收集适合我校应届毕业生的就业岗位信息，共同拓展渠道，助推学生就业，确保顺利完成校院两级就业工作目标。全力组织好校内大型系列综合性供需洽谈会和大型企事业单位来校宣讲招聘活动。立足湖南，面向全国，将长三角、珠三角经济圈等地区作为重点地域，通过“走出去、请进来”等方式促进校园招聘活动热度不减、数量提高。

4、做好基层就业项目。

充分梳理校企合作中的优势互补、利益诉求、合作共赢点，着力打造全链条创新创业实践载体群，形成多元协同的资源整合机制。

1、建设实践孵化的完备通道。

加强与校内各二级院系创新创业实训平台的合作，丰富载体建设内涵，强化实践育人成效。

2、建好孵化基地。

一是完成匠成楼的改造，引入双创实训软件，服务全校师生。

二是全力支持一批运营良好、前景广阔的创业项目深度孵化。大力发挥“湖南人文科技学院创业孵化基地”对周边区域的辐射性。

3、全面整合外界的实践资源。

积极与娄底市对接，全面整合相关资源，建设好娄底市创新创业学院，进一步发挥我校创新创业工作在区域经济社会中的辐射作用。

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