# 2024年旅游app创业计划书 手机app创业计划书(7篇)

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2024-07-23

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。旅游app创业计划书 手机app创业计...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇一**

一、项目摘要 1.1 市场背景

随着中国互联网用户群的日益庞大，互联网产业正扮演着市场经济的重要角色。与此同时，信息时代的来临彻底改变了人们传统的通信手段。从寄信到打电话，从打电话到通话手机，从通话手机到能获取大信息量的智能手机，人们获取信息的主要手段发生了质的变化。人们不会仅仅满足于手机只有通话与发短信的功能，而更多是把手机当成接受讯息的工具，了解时事的工具，建立社交网络的工具，便利生活的工具，游戏娱乐的工具。而大学生对于各种信息平台的接受度和依赖度普遍非常强，但是市面上的生活服务类应用软件鱼龙混杂，针对大学生的需求，以大学生的利益为基本出发点提供信息方便大学生的学习生活的应用软件还少之又少。于是针对大学生群体的校园搜索app也孕育而生了。

1.2产品简介

校园搜索app是一个依托第三方平台(ios平台，安卓平台)，针对在校大学生，聚合大学周边衣食住行等信息，分类集中发布，方便大学生学习生活的应用软件。和58同城，赶集网等生活服务类app软件相同是：都是为了服务消费者，都为消费者提供信息，方便消费者查询。和其他服务类app不同的是：校园搜索app针对的是在校大学生，对消费者进行了细分，同时 app发布的所有内容，是结合同学们的生活体验，由专门的资料搜集整理人员进行搜集整理筛选确认之后再发布的，所有的信息发布都是以方便大学生生活为基本出发点。其主要内容包括以下几个方面：

1)生活指南

周边饮食：学校食堂的特有招牌菜，供应窗口，供应时间段，价格、学校周边餐馆的招牌菜，特色菜，新款菜系，人均消费，点菜攻略，学长学姐推荐指数，餐馆优惠券，校内外外卖店电话，菜单，餐点饮料搭配套餐;休闲购物：周边商圈不同档次商场，超市，书店，酒吧，咖啡馆，美术馆等的分布，交通路线、商场的特色品牌，换季折扣信息，同城活动、特色餐馆，特色酒店，团购信息;二手物品转让：二手书，二手衣物，二手电子产品，二手自行车等;兼职：校内，校外兼职信息;校内生活信:停水，停电，宿舍检查，社团活动，晚会举办等信息发布。

2)学习指南

选课指南，优秀课程推荐，选课攻略，选修学分搭配攻略四六级，计算机，司考，国考等专业考试备考指南，资料分享，学习班报名，本校，周边院校，图书馆以及博物馆的讲座指南，考研占座，资料团购，购买往届同学的学习笔记，学校补考，预修，交换生等信息发布。

3)游玩指南

周边景点旅游攻略、同学聚会，日租房，器械出租等。4)其他

报名驾校考试、各局开各种证明的流程等。1.3实施计划

联合周边商户，服务同学联合学校周边的一系列配套设施，饭店、旅店、商铺等，为其在app里提供详细信息和广告，使其加盟大学生校园搜索app，周边商户可在app里提

供电子优惠券功能、团购功能、二维码功能吸引目标用户。与学校联合，校园信息和新生作为重点，学校资讯提供方面肯定要和学校有一定合作才能提供相应的信息，可与学校谈妥把学校的日常信息、介绍放进app内。与学校合作对于刚进校的新生来做推广，把其加进开学教育内容，对大一新生做全面的推广，在学校醒目地方贴该app应用的二维码让学生们下载，并在校内网上做宣传。之后与多个学校合作，推广到各大高校组织。

二、业务描述 1.1业务简介

校园app是面向特定学校学生，旨在为学生提供本地化的学习、生活等信息并具备一定社交功能的智能手机应用程序,其功能具体包括：校园资讯、信息查询、生活服务、本地交友等各个方面，不仅可以为高校学生在生活、学习、娱乐中提供各种便捷服务，也为我们大学生创业提供了一个良好的契机。

2.2发展前景

随着智能手机的迅速普及，基于智能手机的手机app近年来得到了迅速发展。与一般商业化的app相比，面向高校学生的智能手机app又有着自身的特点。不同种类app在具备自身所设计的应用软件功能同时一定程度上也有着媒体的属性，因此，可将其归于新媒体的范畴。目前对国内校园投入使用的app数量没有准确的统计数字，可以肯定的是由于开发app的技术门槛和成本要求都处于较低的水平，未来一段时间内在相应需求的推动下和国家鼓励大学生自主创新创业的政策引导下，投入使用的校园app数量将进入一个快速增长的阶段

三、

产品与服务 3.1app的设计

app部分分为ios系统与android系统两个版本，界面设计以简洁明了的风格为指导，分为用户、功能和软件反馈三部分。

用户部分是用户管理自己的账户和个人信息的部分，支持缺省(即游客登录)，包括账户的信息管理，标签组的管理，自定义标签的管理，推送信息的设置，课表信息的保存，收藏信息的管理;功能部分是软件功能实现的部分，包括关联百度地图提供导航，关联微信等软件提供地址或店铺等信息的分享，关联闹钟进行提醒，预存的课表系统(包括

教学

楼内教室平面图)，信息推送系统，以及联网获得店铺信息的系统，用户和软件反馈的实现系统;软件反馈是对软件进行设置以及用户联系软件设计者的部分。包括软件的基本设置(登陆注销，是否推送消息，版本更新等)，意见反馈(以文字形式提交意见及想法)，商业联系方式(需要宣传的校园活动通过此渠道与专人联系)。

同时也有对应的app后台管理系统，负责管理上传的店铺信息及各种及时更新的推送消息。同时记录用户的搜素记录等各种信息便于以后升级与完善。

3.2app的制作

使用java制作android版，使用苹果发布的ios专用的sdk制作ios版

3.3app所提供的服务

1.校园周边地图及导航：对学校周边的位置进行校园化的标注(校园化意指用本校学生通用的地名在地图上进行详

细标注，如使用：七食堂单车棚，一教等。对各个地方进行详尽仔细的标注，每一家店都进行标注，范围是本部，南校，新校，后湖小区，步步高广场等学生常出没的地方，后续追加铁道、湘雅等)同时支持用户间分享地点;2.校园及周边的店铺评价：对周围的每个店铺进行星级评价，参照其他的点评app给出初始评价，对每家店铺给出两个“特色名额”(如饭店为特色菜，饮品店特色饮品，旅馆特色房间等)接受用户的持续更新，每家店都设一张宣传用的实地照片，需要经过验证才会通过。支持店铺的收藏及分享;3.常用地点的推荐：对网上各处的攻略贴进行app的特色化(地图导航，图片预览，评价及收藏信息)，并推出基于特定活动的(而不是地点本身的特点的)专门的推荐组(如：约会该去哪，班级活动地点的选择);4.课表及教室指引功能：可以自主设定课程名称，app内自带上课的时间段和教室位置供选择，同时提供详细的教学楼(a，b，c，d座，新校各楼，本部各楼等)教室位置平面图，上课教室以高亮显示。提供课前闹钟功能，可以自主设定上课前多长时间提醒;5.校园信息推送功能：实时推送各个校园网上的信息(各院网，校官网，云麓园，贴吧，学工网，教务管理网等)对信息进行分类并设置标签，用户可以对各个标签进行关注，将实时推送用户关注的标签的信息(包括各类通知，成绩发布时间，新闻，讲座信息等);6.生活信息推送功能：对商家的优惠活动，及例如电影院等不断更新的商品信息以类似的标签方式进行推送;7.与身份相关的预设标签组：具体细致的预设标签组功能，更加符合校园学生的生活习惯，如班长，体委，新生，5

吃货，运动达人等;8.校园活动宣传窗口：建立一个由学生组织的校园活动的宣传平台，活动组织者或者组织可以联系我们将海报等放置在软件的宣传页。

3.4app的完善及发展方向

对不集中的湘雅，铁道校区资料进行补全;对信息推送的来源网站进行关注，保证信息的实时性;对搜索较高但未被收录的地区进行扩展及补全;四、市场与销售 4.1市场开拓

本项目将采取市场营销、网络推销等方式来促进运营。与此同时，我们将通过海报、网络、自印宣传单、与社团联谊等方式，开拓市场业务。

4.2营销策略

1、每年新生开学时在升华广场挂宣传横幅并且在二食堂前摆放宣传展板。

2、开展扫二维码送精美礼品活动。 3、发放宣传单。

4、设置消费者反馈系统，提高公司服务水平，切实做到顾客是上帝。

7、针对老顾客定期给予馈赠。表达我们对其支持的感谢，同时推进顾客由 新变老的转变。

4.3市场联络

为了让广大学生团体了解本款app的服务内容，我们决定采取以下市场联络方式：

五、管理团队 5.1人员及主要职能

5.1.1人员设置 公司负责人1名 公关经理2名 财务总监1名 研究员1名 助理1名

5.1.2主要职责与分工 一、总负责人

1全面管理公司的大小事件，总调度。

2确保app的正常营运，审核营销计划,统筹策划和确定合作商内容，检查运营app的效果,对app应用实施要求和质量有领导责任。

3对销售人员和研究员的业务培训工作。

4负责和学校周边所需各类应用商家做好协商达成合作、以及与学校方面进行教务管理系统学生的所需数据开放方面进行协调。

二、公关经理

1在公司服务区迎接客人,引客入座,招待客人。2供应app应用服务,为客人提供热情优质咨询服务，引领客人推广使用。

3客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。三、财务总监

1定期对公司营运资金进行整理和分析。2对每月公司盈利进行统计并进行资金管理。四、研究员

1着重进行app开发。

2网络方面与其他网络运营商进行协调。

五、助理

1对总负责人的任务进行协助完成。2协助研究员进行应用app数据统计。5.2公司员工守则 一、基本准则

1、遵守法律、法规，社会公德及公司的各项规章制度。 2、关心公司业务情况，爱护公司财产，维护公司利益和荣誉。

3、加强沟通、增进合作、精诚团结。 4、秉公办事、公私分明、平等待人。5、敬业乐业、钻研业务、提高效率。6、更新观念、好学上进、开拓创新。7、开源节流、力求节俭、反对浪费。二、职业道德要求

1、从事与本公司利益冲突的业务时，员工应向公司提出职务上的回避。

(1)员工的直接亲属不得与本公司直接或间接地进行业务往来;(2)不能介绍直系亲属或不符合公司招聘的人员进公司;2、公司对外的交际活动，应本着礼貌、大方、简朴的原则，严禁涉及不法行为。

(1)对业务关联单位的一般性邀请活动，应报部门经理批准，且需要有两人以上的人同行;(2)对外展开工作时，禁止以贿赂及其他不正当的手段获取利益;(3)对应邀出席、考察、签约、学习的应报公司批准;3、严禁索取或者收受业务关联单位的任何利益，在拒

绝会被视为失礼的情况下而不得不收的，接收后三天内应向总经理助理汇报。

4、未经公司授权或批准，不得将公司的资金、房产、车辆、设施、设备、物料、商品等擅自出售、出租、出借、赠与、转租、抵押给其他公司、单位或个人。

5、严禁偷窃，侵占公司财物，挪用公款，如有发现应及时举报或采取有效措施，防止公司财产受损。

6、代表公司外出参观、学习、比赛，所获资料应交总经理办公室，所获奖金、奖品应交法律监察室报公司统一安排。

7、在不与公司利益发生冲突的情况下，可以从事合法的投资活动，但禁止下列情况：

(1)投资与本职工作密切相关的行业;(2)以职务之便向投资对象提高利益

(3)以直系亲属名义从事上述三项投资从行为;8、保守公司秘密：

(1)公司涉密文件包括：标有保密级的公司以及其他未经公开的经营情况、工程情况、投保况、业务数据、财务数据、电脑资料、合同资料及其附件(如送货单据)等;(2)对持有涉密的文件需妥善保存;(3)未经公司授权或批准，不得将涉密文件自行复制，带出公司区域对外提供;(4)涉密文件不需保存时，保证予以销毁。六、财务分析 6.1 赢利模式 1会员模式

在使用者经过搜索获得的关于店家的信息中，根据是否

为会员分为两个部分，非会员商家仅提供基本信息服务，如位置、店名、经营类型等，信息主要来源是各贴吧中获取的信息;商家通过注册成为会员，除基本信息模块儿外获得增加“店家推荐”功能的权力，用于店家自我编辑店内的信息，可以添加如特色服务等的信息。两个模块儿并行既保证了商家信息全面真实，又为店家提供了自我推销的平台。团队通过收取会员会费获得赢利。

2广告模式

app首页除搜索框及功能选项外，设置广告位置，向商家进行广告位招商，商家通过缴纳广告费获得广告推送的权力。团队通过广告费获得赢利。

3持续推出更新附属功能模式

这里指的是除了主程序之外，持续推出可以额外付费下载的附属功能象是游戏的新场景或是拍照软件的新滤镜效果等，让收入可以持续增长。同样的也可以让主程序的费用是$0(搭配广告模式)，或是运用收入组合模式的心理效果。

4线上推广线下经营附属产品模式

考虑到长期发展的需要，仅通过app来获得收入毕竟有限，软件仅针对本校学生，市场有限。可以在app中搭载由团队设计的原创卡通形象，当软件使用率及使用频率升高，该卡通形象逐渐深入人心，可作为软件的形象代表或整个中南大学的形象代表。可以通过授权生产以该形象为原型的公仔、t恤等周边产品获得收入。

6.2筹资来源

资金前期来源为创办人投资及学校资助，用于软件开发和检验，并在老生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款。

1创办人集资：每人出资5000元，启动基金将为5000\*7=35000元。

2风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，但是此部分资金具有不确定性，如果获得将用于产品新功能开发和宣传推广。

6.3 成本规划 1app的开发

app的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善，总计预期花费15000元。

2app的线上测试

寻找专业的测试公司，对app 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在10000元。

3产品宣传推广

产品主要针对新生，故线下宣传部分仅集中在9月份，其余月份的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以年份记，预算初期每年宣传部分花销5000元，后期每月的宣传花费为总赢利的1%，可累积。

4员工工资及福利

员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。

5app维护所需费用

公司全部流动资金的80%作为维护资金，此部分资金全部用于app的维护和新功能的开发，保证app的运行。

6公众平台及收费平台等的获取

随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，11

如进入应用商店，获得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为2024，后期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。

6.4 收入预期

经调研获知，学校周边的商家约在500家左右，我们以500家作为基数，对各项收入进行了估计。

1会员会费

产品推广初期，为获得市场，会员会费定价较低，为10元每月，随着产品的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费。

2广告费

每天允许20个店家做广告，广告循环播出，每天的广告费为20元，每月以三十天计，每月可获得20\*20\*30=12000元的固定收入。

3新功能收费

根据产品的类型及效果，及开发该功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每半学期推出一项新功能，收费为1元，假设有1%的用户选择安装此功能，则月收入可增加400元。

4线下产品推广

此部分的收入根据推广效果及产品类型而定，目前未可知。

6.5收益预测

支出部分除初次较多的启动基金外为每个月员工工资，软件维护费用，宣传及产品维护基金;收入部分为每月会员费、广告费和新功能收费，新功能按每月收费1元计，安装率为1%，每三个月推出一项新功

能，会员率按每月2%的速率递增，当公司可以获得风险投资的基金，用于扩大宣传力度时，盈利费用将大幅上升。如假设风险投资的基金在公司成立三个月后加入，使得会员率的增长率从每月2%增至3%，广告费用增加为25元，新功能更加强大，使用率从1%增至2%，则支出、收入、结余三者的关系将变为：

由图可知，我们约5个月后开始盈利，一年半后盈利金额将达到约14万。也可知，会员率、广告费及新功能使用率及新功能定价都将会对我们的赢利金额产生较大影响，因而通过一定的策略使得这几项参数得到提高将有效增加赢利，做好资金积累，为日后拓展线下产品打好基础。

七、风险以及对策 7.1 市场风险

7.1.1 app正对大量行业产生深刻的影响

随着app的大量开发和出现，在游戏、艺术品、零售等多个行业中，app正逐渐在改变人们接受和进入这些个行业的方式，越来越多的人已经习惯了在上班途中使用手机游戏的app度过空闲的时间，在手机上完成物品的采购或是预定。所以在贴近人们日常生活的领域，还有很大的空间可以通过app来填补空白，所以在正确的思路指导下，app市场仍然还具有很大的发展潜力。

7.1.2 app的发展还存在若干尚未被很好解决的硬伤 缺乏不可替代性，大部分app还只是停留在作为互联网在电脑上的应用基于手机开发出来的外延产品，单纯的成为了“移动”的互联网，这会导致推广渠道和应用广泛度的局限性。

缺乏有效的盈利模式，暂时的app盈利模式并不具备长

期占有市场并且长期获利的能力，这对于投资方而言是最不愿意面对的结果。

app应用体验的下降和用户需求标准的提升，当越来越多的嵌入式广告出现在app的使用过程中，当免费试用的范围越发缩小，面对的却是经历了更多的app应用，对于应用标准愈发苛刻的用户群时，用户满意度的下降似乎已经成为了不可避免的问题。

7.2 财务风险及应对措施

在公司成立之初，由于一切都是从零开始，难免会遇到资金周转不灵的情况，从而引发经营危机。一方面我们要积极开展业务，获得收入，提高资金周转率。另一方面我们会尽可能的节约成本，减少不必要消费。

面临流动资金不足的困难局面，造成经营困难，引发各类危机。一方面，我们会做好财务计划，减少坏账、呆账，提高资金周转率。另一方面，我们会提升服务质量，做充分的市场推广，增加收入，争取利润最大化。

7.3 技术风险及应对措施

在软件项目开发和建设的过程中，战略管理技术因素是一个非常重要的因素。项目组一定要本着项目的实际要求，选用合适、成熟的技术，千万不要无视项目的实际情况而选用一些虽然先进但并非项目所必须且自己又不熟悉的技术。如果项目所要求的技术项目成员不具备或掌握不够，则需要重点关注该风险因素。重大的技术风险包括：软件结构体系存在问题，使完成的软件产品未能实现项目预定目标;项目实施过程中才用全新技术，由于技术本身存在缺陷或对技术的在掌握不够深入，造成开发出的产品性能以及质量低劣。

预防这种风险的办法是选用项目所必须的技术、在技术

应用之前，针对相关人员开展好技术培训工作。首先，做好各阶段的技术评审工作，通过集体智慧确保项目所采用技术的可行性以及技术方案的正确性。其次，对新技术的使用要谨慎，要循序渐进，尽量采用成熟的技术方案完成软件开发工作。再次，在技术创新与技术风险之间进行平衡，并做好创新技术的研究和试验工作。需要对软件项目过程中使用的各种技术进行评估，软件项目管理在制定软件开发计划时必须考虑这些因素，并作出合理的权衡决策。

7.4 用户风险及应对措施

由于app市场中充斥着盗版软件，app用户极有可能在无意中下载了盗版软件，并在使用过程中因受到盗版app的侵害而遭受损失，此时，不知情的app用户有可能错误将矛头指向正版app的运营者或开发者。

应对这种风险的方法通常有：

(1)app开发者可在自身官方网站的醒目位置，提供正版app的下载链接。

(2)在app开发者的网站醒目位置提示用户通过官方渠道下载app，避免通过第三方app市场、论坛等非官方渠道下载。

(3)可在app中加入程序，在首次启动时提示用户核实是否为正版app。

(4)通过技术手段(例如md5码校验等方式)，向用户提供核实正版app的途径。

(5)在网站用户协议、app用户协议中对用户使用。八、公司发展战略 8.1公司战略

基本信息多样化战略：严格保证首批高校信息的完整和

多样化以及准确性，保证初期的实地考察和后期的不断更新。

更新与服务多样性战略：不断开发和引进新的活动和服务，始终保持公司的竞争力。

文化普及战略：在发展初期广泛宣传我们公司的文化，提升公司的知名度，以及在消费者心中树立我们公司的地位。

资本运营战略：最有效地利用资本，使之产生最大的效益。

8.2未来规划

第一期：2024年—2024年，本公司的文化广泛传播，发展本地入门级客户，培养忠实消费者。

第二期：从2024年起实施扩张政策，在全省并向其他省市扩张，提高知名度并不断完善系统。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇二**

“福满”家政服务app创业策划书

团队名称：思拓队

团队成员：张宏雷郭磊唐伟

李调娟姜璐璐

前随着现代人生活节奏的加快，庭里，小家也存在相关的需求，是要帮助东家制定一些理财规划、大小小的综合咨询师！代的社会机构式综合的管家服务，言

管家这一称谓不仅限于大家

更多的再到现

生活物质与精神要求的提高，而且现代人要求的管家并不局限于日常生活的助理。

到近代的酒店式管家服务，营养饮食规划、服装配制建议、出行选择建议等生活中大华仆管家服务在中国的历程并不长，不过专家预测，管家为用户解决最后一公

餐馆、饿了么、app作为

管家服务从先前的家庭式管家爷，服务这一新兴行业将随着个人家庭的需求增加了解会有一个飞速发展的阶段“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，里配送痛点的o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。

唯独以小区为中心的垂直生活领域的服务

目二、产品技术及研究开发

录一、项目介绍.3

.......3（1）app所提供的服务 3（2）app的设计与制作 3（3）app的完善及发展方向

.....3 三、市场分析.4（一）宏观分析..4（二）微观分析..4 四、swot分析.........4 1内部因素.4 2外部因素.4 五、管理团队.5(一)团队及人员主要职能（二）公司员工守则

5.......6 六、营销战略.7（一）stp战略..7

1市场细分...7 2目标市场选择........7 3市场定位...8(二)企业战略.......8

1战略定位...8 2战略联盟...8 3战略实施...8 4发展战略...9 七、营销策略.9 八、财务分析..10（一）赢利模式.10（二）筹资来源 10（三）成本规划 11（四）收入预期 11 九、实施计划..12 十、风险分析与预防方案1市场风险及对策2经营风险及对策3财务风险及对策

.....12........12 13 13 风险：...13 十一、结束语..14

2 一、项目介绍“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，公里配送痛点的为用户解决最后一

o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，餐

唯独以小区为中心的垂直生活领域

app馆、维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，的服务平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务作为我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。二、产品技术及研究开发（1）app所提供的服务app开发已经成为企业实现战略转型的重要转折。当下，移动互联网市场的迅猛发展推动了企业的智能管理步伐，加快了企业开展移动互联网营销的趋势。企业开发可挡。我们公司是把家政服务做成app的形式。可以通过app互联网把我们的业务做到全国

app名称叫“满福”。的主要业务有以下几大

app有专业的人员维护我们从客户收到付款就会

我们还

app支持第三各地，增加我们的价值与利益，我们公司的和操作，主页面上有注册会员，app势不类保姆、钟点工、专业月嫂、看护陪护、婴儿产品销售等。我们的会员登陆界面。后台有支付平台，立刻派出我们的工作人员快速的上门服务，方付款，和各大银行网银和手机付款方式。我们公司还会在告费用。

然后每个员工的工资会由公司统一发放。支持线下付款，由工作人员收款开发票的形式来维系这种线下付款。我们的app的首页或者其他页面为别的公司和网店做广告宣传，从中收取广（2）app的设计与制作我们的app支持图片处理下载、线支付、数据传输加密，lbs定位、ar、3d建模、wifi控制、视频音频、在erp等技术。lbs定位：指通过无线通讯网络或外部定位方式，获取移动终端用户的位置信息，在gis平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。ar：ar是把虚拟的图像和文字讯息与现实生活结合在一起，和ios系统的手机或平板上了。数据传输加密：更好的解决网站数据传输的安全而采用的一种加密技术。erp：是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。我们公司的满福家政服务2、ios苹果手机操作系统3、微软（windows)大部分用于电脑系统

app主要用于以下三种系统1、安卓（android）是时下最流行的手机操作系统

很多ar已经应用在安卓（3）app的完善及发展方向1、对信息推送的来源网站进行关注，保证信息的实时性；2、对员工服务质量的随时监测和反馈；3、对客户的意见建议做出紧急的处理进行更正；4、界面的画面进行美感处理；

3 三、市场分析（一）宏观分析小区o2o不仅是线下企业做电子商务、纯电商企业做线下体验，还包括了线上线下多终端的无缝融合，如门店端、pc端、手机端、电视端等，让消费者在享受线上优惠价格的同时，可享受线下贴身的服务，间巨大。（二）微观分析如今小区o2o竞争日渐激励，目前有叮咚小区，小区无忧，小区问问，小区管家，小区助手等平台。尤其是战推向了高潮。

5月17日，兰州叮咚小区宣布获得亿元的天使投资，将小区

app大

据艾瑞资讯数据分析，预计到2024年中国小区o2o市场规2.93亿，就此可判断纵极

o2o市场空模将突破2708.8亿，同比增长40.5%，在线用户达到四、swot分析1内部因素（1）优势满福家政服务首先满福家政服务

app是目前市场较少的几家电子家政服务平台之一，有很广阔的市场前景。

app融入了很多现代常规家政公司的基础业务，例如住家保姆、不住家保姆、钟点工、照顾老人、病人护理等方面的的服务。而且还有许多常规家政公司没有的业务。我们的新业务有母婴护理部主要提供：专业月嫂、专业育儿嫂、专业育婴师。我们的app不仅提供家政服务，而且还有“亲子坊”婴儿用品店。这里是婴儿的世界，主营商品有喂奶用品，奶嘴、奶瓶、奶瓶刷、奶粉等；洗浴用品，浴盆、浴架、水温计、沐浴用品、浴巾、洗澡玩具等；婴儿护理用品，体温表、喂药器、指甲剪等；婴儿玩具，床铃、摇铃、拉铃等。满福家政服务

app用最全面的服务和最热情的工作态度对每位顾客负责，我们的优势就是我们的全面和热情。我们从质量出发，层层把关，而且对我们的员工有严格的素质要求，工作经验和文化水平。对每个员工都要做专业的培训，做好我们的每一步工作。由于现在的很多年轻人都在用智能手机或者电脑上网，对我们的工作打好了基础，也利于我们的业务发展和推广。（2）弱势对于满福家政服务

app来说在人们心目中没有认知，而且现在常规的家政服务公司以经

会有很多的消费者不了解我营多年，有他们的老顾客。我们开始进入市场会有很大的困难，们的业务和工作，不信任我们的质量。这是我们的在推广方面的一个很大难题。我们这是新产品，对于大多数人来说都相信传统的服务的人说，这是一个很不现实的业务。他们宁愿相信传统也不相信新兴的行业。情。而且我们这是首次做，前面也没有参考的案例，在工作终会有很多的困难，会有经验不足，思考问题不全面，人员安排方面做得不足。这都是我们在工作中必须学习和改进的方面。面对这些弱势，我们公司应该团结合作，合力解决这些困难。为我们的前进努力。

改变这些人的这种思想也是我们刻不容缓的事2外部因素（1）机会公司的发展不仅要靠内部因素，而且还要依赖外部因素。外部的因素主要有市场、国家政策、经济、社会的发展、社会各阶层人员文化水平的提高。这些对我们的发展和推广有很大的帮助。有利于我们的利益实现。

4 首先我们的服务和销售的产品要适应市场，还必须在质量方面有更好的保障。不允许出现一点点的差错。这样才能保障我们公司的发展和壮大。我国从改革开放以来，全国上下都大力发展经济，使我国的经济水平大幅度提高。对我们行业发展做出了铺垫。随着人们的收入增加和社会地位的提高，对精神方面也有了很大程度提升。所以提升我们公司的业务。士来做。由于现在的电子商务比较发达，也基本上做到了成熟期，为我们的“育儿坊”中的产品销售做了很好的铺垫。（2）威胁在有很多机会的同时，我们也面临着来自各方面的威胁。经济的不景气带来了许多人失业，工资减少和欠发。会使许多人没办法消费，会直接导致我们的业绩下滑。现在的市场竞争激烈，随着我们公司的进入，会有一大波和我们公司相似或者一样的公司出现，在这样的环境下，我们必须拿出我们的独特之处去战胜他们。服务业丑闻，有很多人不会相信我们的服务，仅要做好我们前期的宣传工作，基础的。随着现在微商和淘宝网的各类产品在网上销售，打折扣。而且做微商和淘宝店里面的产品价格比较便宜，地多，这样会不利于我们的产品销售。少我们产品的销量。整个电子商务行业的信誉度和美誉度下降，我们公司的“育儿坊”的产品销量会大

种类也是非常多的，他们的选择余

这样会造成会减

我们更应该从我们的人员出发，随着网上相继爆出的因此我们不

做好最

这样会给我们带来很多大的危机。

而且现代许多人追求高品质生活，不仅仅只是追求物质方面，没有时间忙家务，很多事情都喜欢请一些专业人

这样有许多人忙于追求精神方面的享受，严格要求每位员工。

做微商的大部分商品或多或少都有问题，对我们公司的产品销售带来很严重的问题，五、管理团队(一)团队及人员主要职能1团队及人员设置团队名称：思拓公司负责人1名（由张宏雷担任）公关经理2名（由李调娟担任）财务总监1名（由郭磊担任）研究员1名（由唐伟担任）助理1名（由姜璐璐担任）2主要职责与分工一、总负责人1全面管理公司的大小事件，总调度。2确保app的正常营运，审核营销计划效果,对app应用实施要求和质量有领导责任。3对销售人员和研究员的业务培训工作。,统筹策划和确定合作商内容，检查运营

app的5 4负责和城市周边所需小区及各类应用商家做好协商达成合作，行协调。二、公关经理1在公司服务区迎接客人,引客入座,招待客人。

就所需数据开放方面进2供应app应用服务,为客人提供热情优质咨询服务，引领客人推广使用。3客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。三、财务总监1定期对公司营运资金进行整理和分析。2对每月公司盈利进行统计并进行资金管理。四、研究员1着重进行app开发。2网络方面与其他网络运营商进行协调。五、助理1对总负责人的任务进行协助完成。2协助研究员进行应用

app数据统计。（二）公司员工守则一、基本准则1、遵守法律、法规，社会公德及公司的各项规章制度。2、关心公司业务情况，爱护公司财产，维护公司利益和荣誉。3、加强沟通、增进合作、精诚团结。4、秉公办事、公私分明、平等待人。5、敬业乐业、钻研业务、提高效率。6、更新观念、好学上进、开拓创新。7、开源节流、力求节俭、反对浪费。二、职业道德要求1、从事与本公司利益冲突的业务时，员工应向公司提出职务上的回避。（1）员工的直接亲属不得与本公司直接或间接地进行业务往来；（2）不能介绍直系亲属或不符合公司招聘的人员进公司；2、公司对外的交际活动，应本着礼貌、大方、简朴的原则，严禁涉及不法行为。（1）对业务关联单位的一般性邀请活动，应报部门经理批准，且需要有两人以上的人

6 同行；（2）对外展开工作时，禁止以贿赂及其他不正当的手段获取利益；（3）对应邀出席、考察、签约、学习的应报公司批准；3、严禁索取或者收受业务关联单位的任何利益，在拒绝会被视为失礼的情况下而不得不收的，接收后三天内应向总经理助理汇报。4、未经公司授权或批准，不得将公司的资金、房产、车辆、设施、设备、物料、商品等擅自出售、出租、出借、赠与、转租、抵押给其他公司、单位或个人。5、严禁偷窃，侵占公司财物，挪用公款，如有发现应及时举报或采取有效措施，防止公司财产受损。6、代表公司外出参观、学习、比赛，所获资料应交总经理办公室，所获奖金、奖品应交法律监察室报公司统一安排。7、在不与公司利益发生冲突的情况下，可以从事合法的投资活动，但禁止下列情况：（1）投资与本职工作密切相关的行业；（2）以职务之便向投资对象提高利益（3）以直系亲属名义从事上述三项投资从行为；8、保守公司秘密：（1）公司涉密文件包括：标有保密级的公司以及其他未经公开的经营情况、投保况、业务数据、财务数据、电脑资料、合同资料及其附件（如送货单据）等；（2）对持有涉密的文件需妥善保存；（3）未经公司授权或批准，不得将涉密文件自行复制，带出公司区域对外提供；（4）涉密文件不需保存时，保证予以销毁。

工程情况、六、营销战略（一）stp战略1市场细分根据顾客不同的消费水平及对服务的内容不同，可以把市场细分为三个不同的层次：一是初级的“简单劳务型”服务，如煮饭、洗衣、维修、保洁、卫生等二是中级的“知识技能型”服务，如护理、营养、育儿、家教等；三是高级的“专家管理型”服务，如高级管家的家务管理、家庭消费的优化咨询等。

社交娱乐的安排、家庭理财、;2目标市场选择

7 目前兰州市经济发展水平不断提高，对家政服务的需求也不断增加。但整体上的服务水平并不高，还处于起步阶段，也就是“简单劳务”型。福满家政目前主要提供的服务是线上提供平台供消费者方便快捷选取家政服务，线下主要针对培养高素质高质量的服务人员为顾客服务。

“简单劳务”型的服务需求，大量3市场定位福满家政目前的市场定位是一个提供资讯的服务平台及单劳务型”的服务但它已经处于较高层的标准。

“简单劳务型”的服务。虽是“简

“简单劳务”，在服务的各个方面都有明确的服务(二)企业战略1战略定位（1）总体战略：福满家政服务平台。（2）具体战略：“福满”家政服务服务平台及良好优质的服务，务，得到顾客的认可。（3）销售上：采用直销的方式，根据公司实际情况，流动资金少、规模小、品牌效益低、消费者认知度低，而直接销售易于管理、一需求，从而掌握市场。

减少成本，可以更好的了解市场，了解消费者的第其次，宣传也是

可以根据客户的不同需求来提供不同的家政服务。

app公司的主要功能是为顾客提供一个方便快捷的我们前期可以

让顾客感觉到我们福满家政的独特的服务质量，app公司，是以提供快捷资讯的服务平台及各种家政服务等“多元化”服务的新型公司，旨在给顾客一个全能型的家政服务公司及方便快捷的服务采取一些广告宣传，让消费者快速了解到我们的福满家政有现在市场上的家政服务不同的服必不可少的途径，现在兰州市场上的家政公司比较多，兰州市民对我们公司的“福满家政app”的特有服务还不是很了解，因此要加大广告的宣传力度。2战略联盟选择电视、广播、互联网以及大型的海报等广告传播工具作为我们广告的宣传载体。同时联系大型写字楼，挑选信誉好，数据回报真实及时的广告联盟进行合理的宣传。技术联盟：与省内关于有关计算机开发及有关服务这些方面的学院建立良好的关系，这样可以保证我们福满家政紧跟技术与服务的更新速度，提升管理品质。

app公司的优秀技术人员和服务人员的，紧跟技术与服务的发展方向。

保持服务的更新速度，销售服务和信息化管理等全过程3战略实施前期（1—2年）利用app平台积极开展我们公司的特色家政服务，家政服务相区别开来。

积极开展我们的特有服务宣传，将我们公司特有的家政服务与传统的打稳在兰州人们心目中的信誉及公司品牌形象，大力赢得等多消费者的青睐，并逐步扩大我们公司的经营范围。中期（3—4年）打开省内市场，在品牌上狠下功夫，并开辟区域中心市场稳定根据地。

逐步将我公司的影响力扩展到以兰州为中心的周边地区，扩大公司销售规模，增开连锁店和加盟店。中后期（5—6年）扩大市场份额，采取app专利及特许连锁经营的双向策略，8

即公司将特许权转让给加盟店，加盟店要使用我们公司的商标、商号、服务方式等，并向公司交纳一定的特许费。且利用app平台为众多商家提供广告模块收取广告费用。将我们公司的一些内话的特色服务的新模式推广到全国各大城市，营销链条，建立自己的品牌形象，使我们在企业稳步发展状态下，形成全国的连锁生产

可考虑向国外不断的扩展。4发展战略（1）企业发展前期：宣传、服务两手抓◆聘请专业的服务人才；◆宣传新理念的文化内涵，并定期举行“福满家政”服务的展览会；◆加大广告的投入以吸引更多消费者；◆采取品牌和低价手段来扩大市场占有率。（2）企业发展中后期增多服务的类型，扩大市场份额，着力开发各种新的服务产品来满足顾客的不同需求，加大与学院和一些知名企业的合作力度，促使产业的多元化。集团在坚持“虚拟经营”、稳步发展的基础上，全面启动品质管理工程，从品牌形象、产品的服务质量、市场拓展。七、营销策略 1、每年定期在兰州市各大小区，写字楼等场所摆放宣传展板。2、开展扫二维码送精美礼品活动。3、发放宣传单。4、设置消费者反馈系统，提高公司服务水平，切实做到顾客是上帝。7、针对老顾客定期给予馈赠。表达我们对其支持的感谢，同时推进顾客由新变老的转变。8、在专业的微信群、家政网、口碑网、博客等做好宣传工作，提高公司知名度9 可以与物业公司等联系,进行合作,张贴宣传画报

9 八、财务分析（一）赢利模式1会员模式在使用者经过搜索获得的关于店家的信息中，根据是否为会员分为两个部分，非会员商家仅提供基本信息服务，如位置、店名、经营类型等，信息主要来源是各贴吧中获取的信息；商家通过注册成为会员，除基本信息模块儿外获得增加“店家推荐”功能的权力，用于店家自我编辑店内的信息，可以添加如特色服务等的信息。两个模块儿并行既保证了商家信息全面真实，销的平台。团队通过收取会员会费获得赢利。2广告模式app首页除搜索框及功能选项外，设置广告位置，向商家进行广告位招商，商家通过缴纳广告费获得广告推送的权力。团队通过广告费获得赢利。3持续推出更新附属功能模式这里指的是除了主程序之外，持续推出可以额外付费下载的附属功能象是公交卡充值等，让收入可以持续增长。同样的也可以让主程序的费用是告模式），或是运用收入组合模式的心理效果。4线上推广线下经营附属产品模式考虑到长期发展的需要，仅通过app来获得收入毕竟有限，软件仅针对本校学生，市场有限。可以在app中搭载由团队设计的原创卡通形象，当软件使用率$0（搭配广

又为店家提供了自我推及使用频率升高，该卡通形象逐渐深入人心，可作为软件的形象代表或整个中南大学的形象代表。可以通过授权生产以该形象为原型的公仔、得收入。

t恤等周边产品获（二）筹资来源资金前期来源为创办人投资及学校资助，用于软件开发和检验，并在老生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，1创办人集资：每人出资

5000元，启动基金将为5000\*7=35000元。

10000元的资2学校资助：该项目具有学校特色，预期得到学校支持，获得

10 助。3风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，如果获得将用于产品新功能开发和宣传推广。

但是此部分资金具有不确定性，（三）成本规划1app的开发app的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善，总计预期花费15000元。2app的线上测试寻找专业的测试公司，对

app 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安

10000元。全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在3产品宣传推广产品主要针对新生，故线下宣传部分仅集中在9月份，其余月份的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以年份记，预算初期每年宣传部分花销5000元，后期每月的宣传花费为总赢利的4员工工资及福利员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。5app维护所需费用公司全部流动资金的和新功能的开发，保证

80%作为维护资金，此部分资金全部用于

app的维护

1%，可累积。

app的运行。6公众平台及收费平台等的获取随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，如进入应用商店，获

2024，后得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。（四）收入预期经调研获知，兰州周边的家政公司约在200家左右，我们以200家作为基数，对各项收入进行了估计。1会员会费

11 产品推广初期，为获得市场，会员会费定价较低，为的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费。2广告费

10元每月，随着产品每天允许20个店家做广告，广告循环播出，每天的广告费为20元，每月以三十天计，每月可获得3新功能收费根据产品的类型及效果，及开发该功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每半学期推出一项新功能，收费为1元，假设有1%的用户选择安装此功能，则月收入可增加

400元。

20\*20\*30=12000元的固定收入。九、实施计划联合周边商户，为其在app里提供详细信息和广告，使其加盟我们的家政app，周边商户可在app里提供电子优惠券功能、团购功能、二维码功能吸引目标用户。把小区，写字楼生作为重点，app 服务提供方面肯定要和家政公司有一定合作才能提供相应的信息，可与家政公司的日常信息、介绍放进app内。与家政公司网上做宣传。之后与多个家政公司合作，推广到

全市各个角落。十、风险分析与预防方案总述：由于兰州市场经济还处于不成熟的阶段，市场信用体系还不健全，诚信水平较低，拖欠款现象、违约现象等还普遍存在，这些不良现象大大制约企业发展，导致企业面对更多的不确定性，福满家政服务公司在这个时期进军这个行业，险，视而不见显然不是我们的本意，必然存在着一系列的营销风

我们有必要再参考其它行业的情况及结合本行业自身的推动我们公司在在特点，针对可能出现措施，以保证我们的公司产品能够顺利实现其价值，这一行业中成为龙头老大。1市场风险及对策

12 风险：现在兰州市家政服务这个市场上，各个家政服务公司的市场价格比较混乱，这加剧了行业的竞争程度：同时，“福满”的理念刚刚提出，人们对新理念家政服务公司的一些具体的服务缺乏了解。作为一家新开的家政服务竞争对手认同的阶段，app公司，在创业初期，也往往会经历不被市场的目前还会受到金融危机影响，同

这对于公司来说也是一种市场风险。时也不可避免的会受到宏观经济、政策、不可抗拒的外在因素的影响。对策：◆在努力开拓市场的同时，建立一套完善的市场信息反馈体系，对市场能够起到及时的反馈作用，灵活制定一条龙服务的价格，增强公司的盈利水平。◆品牌形象是消费者对品牌具有的印象，高品质的服务理念传播于市场。2经营风险及对策风险：公司的经营风险主要来源：◆作为大学生缺少独立经营的经验。◆人们对家政服务的不够重视。◆在管理人员方面，经验不够。◆可能会出现同行相仿本公司的经营模式。◆app平台建立初期存在对策：◆努力实现更多的销售额，进一步加强公司和顾客购买决策者的社会关系。◆市场开拓初期，公司将加大宣传力度，和方便。◆组建信息研究与管理人员对3财务风险及对策风险：由于受客观条件的限制，在我们的经营活动和财务活动，资金需求的不确定性、筹资能力和

app不断强化改善。

让更多的人了解到福满家政服务对人们带来的益处

bug。

我们将采用努力传播公司品牌的战略，尽快将公司条件的不确定性、资金成本的不确定性、衡量不能达到绝对准确，业务收入的不确定性导致我们对营销风险的识别和

进而可能会带来偿债能力的丧失、财务危机

疏漏或偏差在所难免，13 和公司所有者受益的不确定性的风险。在技术创新的投资是否有保证人满意的利润。对策：

在前期投入阶段, 主要为能否及时筹集到足够的资金，;在成长期以后,财务风险主要为能否按期收回投资并获得令◆风险规避：我们将加强对营销风险的预测，预料风险产生的可能性程度的条件和因素,并在实际中尽可能避免它。这是我们的主要措施。◆风险控制：公司将采取各种措施，现的概率及经济损失的程度。◆风险自留：积极对可能出现的风险做好准备工作，努力将损失降低到最小程度。◆风险组合：采取多元化的投资方式，分散投资风险，让更多的人分担风险资者和经营者所承担的风险,从而在整体上增强风险承担能力。,判断导致其实现

实施风险对抗，在维持原有决策的基础上，降低风险出,以减少每个投◆在销售过程中加速资金的回笼速度，司财务的影响。

在预计损失即将发生时通过将损失摊入经营成本、建立意外损失基金、借款来补偿营销风险的经济损失和自负额保险等措施最大限度地降低对公十一、结束语家政服务业

app涵盖了生活中各方面的住所服务，用户对服务的需求多种多样，商业

app吸引了大量的进入者。家政物业

app平台提供在线即时app及时了解小区最新公

而且能机会也就较多，所以家政物业服务，居民可以通过这个平台随时召唤各种服务。小区居民通过告资讯，轻松解决生活的物业小问题，够方便居民的生活，减少生活家务压力。使他们有足够的业余生活时间。

这时的居民更加愿意参与小区的管理和活动。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇三**

app 创业策划书

计划摘要列在商业计划书书的最前面，它是浓缩了的 商业计划书的精华。以下是小编分享的 app 创业策划书，更多创业计划书请关注。

项目介绍

纵极 o2o 是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，为用户解决最后一公里 配送痛点的 o2o平台。(要一句 话搞定)

市场前景

在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完 备，餐馆、维修、商店 等均能找到，但其服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点点整合 了餐饮，各种家政 app 整合了家政服务，唯独以小区为中 心的垂直 生活领域的服务整合尚没有出现较好平台，据艾 瑞咨询数据分析，预计到 xx 年小区 o2o 市场规模将突破 4000 亿，市场空白，体量巨大。

推进方案

在技术研发层面，实现 pc、webapp、微信、app 多端 数据同步整合;在营销 推广层面，实施“pc 端占媒体头条，移动端微信圈人，门店端纵极 wifi 导流” 的战略;在运 营维护层面，以服务和特卖切入，辅以小区社交增加用户

粘度。项目优势

首先，纵极 o2o 有专业的产品研发、平台运营、市场 推广团队;其次，纵极 o2o 有独创的引流模式和精准的切 入点，不仅满足上游商家效益需求，同时解决 下游用户接

入服务不便捷的痛点。盈利模式

纵极 o2o

盈利的模式有三种：第一是增值服务，占

30%;第二是商家销售分 成，占 60%;第三是广告收入，占 10%。战略规划

纵极 o2o 上线纵极 o2o 有以下的计划: 1)平台运营 12 个月后开始实现规模盈利，覆盖 500 个以上高端小区;2)以智慧社区的概念申报国家项目，获得资金以及政策、政府的支持;3)与物业合作，建立特色的小区服务模式，增强居民对平台的信任和依赖;4)往物联发展，软硬件 结合，为小区提供安防、家居、服务一体化解决 方案。

2.市场分析

宏观分析

小区 o2o 不仅是线下企业做电子商务、纯电商企业做 线下体验，还包括了线 上线下多终端的无缝融合，如门店 端、pc 端、手机端、电视端等，让消费者在 享受线上优 惠价格的同时，可享受线下贴身的服务，据艾瑞咨询数据

分析，预计 到 xx 年小区 o2o 市场规模将突破

亿，同

比增长 %，在线用户 达到 亿，就此可判断纵极 o2o 市 场空间巨大。

图 21 本地生活 o2o 在线城市市场规模

图 22 本地生活服务 o2o 在线商务用户规模

微观分析

如今小区 o2o 竞争日渐激烈，目前有叮咚小区，小区 无忧，小区问问，小区 管家，小区助手等平台。尤其是 5 月 17 日，上海叮咚小区宣布获得亿元的天 使投资，将小

区 app 大战推向了高潮。分析

1)优势：首先，纵极 o2o 有专业的产品研发、平台 运营、市场推广团队;其次，纵极 o2o 有独创的引流模 式和精准的切入点，不仅满足上游商家效益 需求，同时解 决下游用户腐乳接入成本的痛点。2)劣势：进入比较晚，在起步阶段，相对而言缺乏，再加上团队墨盒 需要时间，这对项目启动一定的阻碍作用。3)机会：值得肯定的是，这个市场足够大，目前没有一个像样的小区 o2o

平台，这给纵极 o2o 非常好的机会，纵极 o2o 相信 独创的模式能够分到这个 市场的大蛋糕。4)威胁：最大 的威胁在于巨头的进入，模式容易被复制，其次是团队架 构 的稳定性会对项目起到负面作用。解决的主要办法是 运营上单点切入，深耕 线下服务，只是最不容易被模仿的;其次是在团队管理上注重价值观和文化 期权激励制度。目标定位

建设以及团队

纵极 o2o 的目标定位是从高端社区切入。理由是，一 方面相比于大部分小区 管理的无序性，高端小区或者运营 成熟度较高的小区，其居民的稳定性，以及较 高的文化，可以使得 o2o平台的推广更加顺利;另一方面，规范成 熟的物业管理，常态化与多样化的小区居民活动，完善规 范的小区商业，都可以给小区 o2o 带 来足够多的商机。盈利模式

小区 o2o平台坚持的原则是“向下游用户免费，向上 游商家收费”的原则，盈利的模式有三种： 1)第一是增 值服务，主要是以帮助商家架设免费的纵极 wifi、开通纵 极微 信、上线 o2o平台、产品文案设计、门店海报设计 等为主，一方面纵极 o2o 获得收益，保证创业初期的现金 流(此时平台没有流量不可能有现金流)，另一方面服务 了商家，商家可以信任的把他的门店开在你的 o2o平台上 面，这部分的收益预计会占整个业务收益的 30%;2)第 二是商家销售分成，商家在平台上面发布产品服务，发布 团购优惠，所产生的交易额 5—20%归平台所有，这部分 是主要受益，占整个业务收益的 60%;3)第三是广告收入，平台有了上游商家，有了下游用户，就会产生流量，通过 放置广告位或者产品服务推荐等形式，收取商家广告费，这部分占占整

个业务收益的 10%。还有未能预料的盈利模式，这部 分放在战略规划中，比如政府专项资金、小 区高端一体化 智能解决方案等，在此不做展开。

3.产品技术

研发流程

在技术研发层面，纵极

o2o的战略是实现

pc、webapp、微信、app 多端数据 同步整合，但在实际运 营中纵极 o2o 要做到分阶段实施，确保步步为营，迭代推 进。考虑到手机 app 开发周期长、成本高、尤其是难推

广(用户已下载发现没内 容立即卸载，况且需要花费大量的资金去做排名分发)，纵极 o2o 把 app 开发放 在第三 步。第一步是建立云平台商家数据库，打通 pc 端，这个 时候就可以通过 增值服务服务的形式采集商家数据，丰富平台内容。第二步是打通移动端，这个时候主要考虑是 如何引入下游用户，但考虑到服 务内容还不足以吸引用户 下载 app，这一步骤纵极 o2o 的战略是做 webapp 嵌入 微信的模式，因为微信目前用户已达 8 亿，庞大的用户群

体已经养成使用习惯，只需要扫码即可享受 o2o 服务

(如何让用户扫二维码在后面的营销部分会提到)。第三 步才是开发下载的 app，因为这个时候内容也有了，基础 的用户数据也 有了，这个时候大规模推广 app 就非常简 单。但不管是那一端，都同一个云端数据库，保证跨各个

终端数据统一。研发计划

1)第一阶段：建立数据库，打通 pc 端，时间约 1 个月，研发费用约 10 万 元人民币;2)第二阶段：打通 weapp 嵌入微信模式端，时间约约 1 个月，研发费用约

15 万元人民币;3)第三阶段：开发移动端 app，时

间约约 个月，研发费用约 25 万元人 民币;在研发上面，纵极 o2o 要引进华为的 ipd 集成研发管理，严格按照 “创意讨 论、需求分析、产品原型、开发执行、验证测试”

等流程执行，确保每月一次的 迭代升级。增值服务

在第一阶段研发结束，即可启动增值服务的产品。

做增值服务的目的有两个，有一定的现金流，二是采集 初始的商家数据，一举两得。纵极 o2o 初步的计划是，帮助商家架设店内免费纵极 wifi、开通纵极微信、上线纵 极 o2o平台、产品文 案设计、门店海报设计等，保证商 家有一个很好的引流渠道和品牌展示。

4.营销推广

营销策略

在营销推广层面，实施“pc 端占媒体头条，移动端纵 极微信圈人，门店端 纵极 wifi 导流”的战略，可以查看 附件 2：营销流程矩阵图(没有的话可以去 禽叫兽的站上 面去下载)。pc 端占媒体头条： xx 年是移动互联的元 年，移动端的流量和 pc 端的流 量持平，一方面说明了移 动端流量激增猛进，另一方面也表明未来 5 年内 pc 仍 然霸占这市场。用户都有一个习惯，你说的再好他都不信，宁愿自己去百度一下 看个究竟。所以 pc 端的重点是占领 百度首条首页，即纵极 o2o 说的占头条战略 其中的一个 体现。营销的手段 seo 为主，sem(竞价)为辅;移动端微 信圈人：把 webapp 嵌入微信，最大的目的是快速吸引粉

丝用户，用户只需要扫一下就成为您的粉丝，无需下载

app，还能精准群发，所以第二个

营销战场是微信，引爆粉丝经济。门店端纵极 wifi 导流：用户进店一般喜欢蹭免费 wifi，纵极 o2o 可以利 用 这个需求，为商家铺设 wifi。首先是能满足用户免费 上需求，其次是可以投 放该店商家 o2o 页面，做广告引

流，采集用户数据，便于二次营销，最重要的是 在纵极

wifi 页面上可以投放小区 o2o平台 app 下载链接的广告，吸引用户下载，可以查看附件 1：商业模式图。(没有的话可以去禽叫兽的站上面去下载)建立 crm

建立 crm 客户数据分析管理系统，一方面划分客户级 别和客户类型，实现精准推

送;另一方面分析用户行为，挖掘用户消费动向，一遍及时调整运营策略。(写到这有 点头痛，不深入了，有兴趣可以加禽叫兽微信号(keenlyqin，或搜 覃珂槚)，深入细谈。

5.团队管理

企业文化

为了保证团队的稳定，以保证项目不断向前发展，纵 极 o2o 要重视企业文化 的建设。首先，要统计价值观，即：打造有价值的平台产品，追求有感知的服务

体验;其

次，建立学习文化、执行文化，家人文化三个唯独的企业 文化。(详细 的文化制度可向禽叫兽索要)激励制度

公司秉承“价值观大于 kpi”的管理制度，企业的 kpi 考核制度只是起到辅 助的作用，主要靠统一的价值

观让团队成员自动自发去执行每项工作。同时公司

预留

20%的股份作为期权池，作为愿意共同成长的创业伙伴的激 励政策。

组织结构

设立董事会，选举董事长 1 名，下设总经理 1 人，副 总经理 1 人，以及三个 中心 10 大部门：

三大中心 研发中心 部门 产品部 技术部 项目部 运 营中心 企划部 营销部 业务部 客服部 行政中心 人力部 财务部 行政部 负责 产品设计、原型设计，ui 设计 技术 研发，产品测试、平台迭代 增值产品开发、客户定制开发 宣传文案手册、平台活动策划 软文撰写投放、络推广 seo 商家加盟入住、区域代理加盟 客户问题答疑、客户售后服 务 文化制度考核、招聘福利培训 开票收款做账、税务出 纳薪资 会议文档资料、后勤采购物料 人数 3 4 4 3 4 3 2 1 1 1

主要招聘和培养的人才有软件架构师，产品经理，用 户体验设计师，产品测 试工程师、络运营、商务谈判等.6.财务管理

投资预测

单位：万元

固定资产 15 信息费用 2 研发成本 60 营销费用 15 租赁费用 15 不可预测 5 财务费用 5 总计 302 差旅管理 5 薪资福利 180

收入预测

年费 收入 成本 利润 第一年 300 302 2 第二年 600 500 100 第三年 1000 600 400 第四年 1400 700 700 第 五年 xx 800 1200

投资计划

在项目启动半年后，公司启动融资计划，融资 xx 万，软让 2024%的股份。(一般还有三个报表的：资产 负债表、现金流量表、利润表，禽叫兽累了就 不写了，感 兴趣的小伙伴自己上搜哦)(略)

7.战略规划(略)8.风险控制

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇四**

一、项目概述

本产品为新兴的手机app应用，产品的宣传推广对于后期本产品的发展具有重大影响，在此背景下，团队制定了一系列线上线下的推广措施来积极推进产品的宣传推广。

通过互联网线上宣传迅速增加 app 应用的品牌曝光度，提前为产品宣传造势，从而让更多用户下载使用，而且能增加 app 应用在互联网上的美誉度，提升企业品牌形象。

通过线下宣传在增加产品曝光度的同时提升产品可信度，增加用户使用服务的频率，获得盈利，实现销售成功。

二、app 推广方案

根据项目概述，此次推广方案主要为围绕线上以及线下宣传渠道进行策划执行。

（一）线上宣传 （1）应用市场推广

将 app 应用 app 提交至苹果 app store和应用宝百度手机助手（含91，安卓市场），360手机助手，小米应用商店，华为应用商店，oppo应用商店，vivo应用商店，豌豆荚，pp助手（含uc浏览器）等国内主流的 android 应用市场，全面覆盖建立符合用户习惯的下载渠道，方便用户通过各种渠道进行下载使用。

在选择应用市场时候，我们可以通过国内第三方移动商店活跃用户排名来获悉应用市场是否属于流量较高的，从而判断其是否属于主流的应用市场，部分应用市场相关信息如下：

同时，我们可以通过撰写关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文章，投稿上述应用商店，营造营销热点，提高关注度，增加应用下载量。操作步骤：

1、将app打包发送至上述各大app市场，并联系其相关工作人员并与之洽谈，要求快速上架或者根据上线环境具体要求统一上架。

2、制作关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文案，联系各大app市场相关工作人员并与之洽谈，使关于本app的相关文章可以迅速发布，并且占据各应用市场相关板块重要位置。

3、联系app市场相关工作人员，要求各大应用平台反馈本app下载用户的数据，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定

参与合作商：各大app市场 费用：5000元 执行人员：宣传部门

完成标准：前期下载量超10000，中后期下载量超10万

（2）网络新闻

网络新闻作为公众舆论的一个风向标，联系各大新闻信息平台例如今日头条app，uc浏览器等平台作者，定期发布利于 app 应用的网络新闻，提升 app 应用的品牌曝光，让用户浏览新闻时，能够获得更多更全面的关于 app 应用的介绍。操作步骤：

1、联系排名较高的今日头条号以及uc浏览器大鱼号写手并与之洽谈，推广关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文章。

2、联系有合作关系的今日头条号以及uc浏览器大鱼号写手，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定

参与合作商：各大新闻app写手 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：阅读量超一百万

（3）直播答题得奖

可以通过与日前火爆的答题直播软件，如冲顶大会app，西瓜视频app，芝士超人等合作，发布关于本app的特点相关的问卷，并安排主播对问题进行及时解答，增加与用户的互动性，并及时解答用户的疑问，提高曝光度。操作步骤：

1、联系冲顶大会app相关工作人员并与之洽谈，在其合作上线关于 app 应用的特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的题目。

2、联系冲顶大会app相关工作人员，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定 参与合作商：宣传部门 费用：1万元 执行人员：宣传部门 完成标准：无。

（4）搜索引擎推广

搜索引擎仍然是目前用户获取信息的重要渠道，一般用户在完成搜索后，习惯按排名顺序进行浏览，因此，保证 app 应用相关关键词能够排名靠前是非常关键的。由于搜索引擎的结果是多样化的特点，包含网站、百科、知道、文库、新闻、视频等信息，针对上述信息类型进行推广是非常有限需要考虑的。可以通过搜索引擎竞价获得较强的搜索排名，例如百度竞价以及360so竞价等。操作步骤：

3、联系百度、360so相关工作人员并与之洽谈，购买在其产品上线关于 app 应用的特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的网页排名。

4、联系百度、360so相关工作人员，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定 参与合作商：百度，360 费用：1万

执行人员：宣传部门 完成标准：月搜索点击量超20万

（5）知识问答

知识问答是树立企业口碑和产品口碑的重要渠道，知识问答的倾向性是产品口碑的互联网体现，能更清晰的描述 app 应用的产品特征与品牌特征。

基于搜索的互动式知识问答分享平台进行推广的重要性不言而喻，用户可以根据自身的需求，有针对性地提出问题；同时，这些答案又将作为搜索结果呈现给其他潜在用户，除了能提高网站的外链数量与外链质量，更重要的是能通过第三方立场给网站带来稳定精准的流量，从而提升网站的转化率。

抓取和分析各种网络问答平台上与“app 应用”相关的问答。根据已有问题的数量和质量选取关键词，针对这些关键词设计制作有利于“app 应用”推广的问题。发布问题及答案，并把答案选为最佳答案；发布于百度知道、知乎、等平台。并利用 seo 技术提升排名至平台首页。

平台选择：百度知道、知乎、搜搜问问、新浪爱问、百度百科、维基百科等； 执行步骤：

1、根据关键字、网民搜索习惯设定知道问题和百科文案；

2、针对 app 应用，完成知道答案的设计；

3、按照时间规划，完成问题、答案的发布，以及答案选为最优。 预期效果：

1、搜索目标关键词，相关问答出现在首页；

2、搜索引擎平台搜索目标关键词，首页有相关问题出现；

3、对 app 应用功能性相关的问题，都可以在知道平台找到相关答案。

执行时间：暂定 参与合作商：无。费用：2024元 执行人员：宣传部门

完成标准：相关内容访问量超10万

（6）视频推广

将 app 应用相关视频上传至国内主流的视频网站，包括优酷土豆、爱奇艺、搜狐视频、酷 6 等。帮助客户更直观地了解 app 应用，可以覆盖相关报道、品牌介绍、使用操作等。还可以通过目前国内市场占有率较高的短视频分享平台例如抖音app，快手app进行推广。操作步骤：

1、自行制作相关视频，上传至各大视频网站，必要时可以通过其他途径增加播放量，以营造热度。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：1000元 执行人员：宣传部门 完成标准：浏览量超100万

（7）社交媒体推广

社交媒体是用户用有极大参与空间的新媒体类型，泛指方便用户撰写、分享、评价、讨论、沟通的互联网工具和平台，比如新浪微博、腾讯qq、微信等。

开设微信公众号并且进行在线客户服务系统的建立。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：暂定 执行人员：宣传部门 完成标准：关注人数超20万

（二）线下宣传

（1）公交出租车及灯箱广告

根据城市公交的主路线图，在线路人流大的车体上印制app的广告并附带下载二维码，有选择性的对部分出租车内部投入少量广告，使用户能够第一时间响应广告宣传，无操作障碍，有效提高广告转换率，推广app等有很好地效果。

对城市的商业街区、客运站、大型农贸市场及部分公交站可以适量投放灯箱广告贴近受众用户群体，广告设计的细节要符合当地用户的习惯，明确下载既有好礼相送（如：下载app送金币，金币可兑换商城产品等）。

用户每天都能看到pp广告,潜移默化中形成了品牌效应。

执行时间：暂定

参与合作商：济南公交公司 费用：10000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程： 渠道专员到达目标城市通过客运站及出租车公司或通过网络查询了解清楚各个公交线路，找到当地合作过的广告公司及商家能了解当地公交车体广告的合作方式价格等信息。同时找到目标城市灯箱广告位承包单位，了解价值高，人流大的灯箱广告价格。

（二）电视及广播媒体广告

电视媒体广告早已融入大众的生活，可以与城市广播电视站合作，根据电视频道的观看率进行广告植入，用户对自己喜爱的频道有很好地信任感。

广播电台是人们日常生活的新闻导向，架起电台与用户之间的互动桥梁，能够通过活动的形式宣传app。

执行时间：暂定

参与合作商：济南广播电视台，山东电视台 费用：50000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：渠道专员先通过网络及论坛了解当地用户习惯性的观看频道及收听的广播电台，渠道专员到达目标城市寻找当地广播电视站了解合作条件方式或者先通过电话来进行咨询。

（三）报纸横幅及单页广告

报纸覆盖特定群体，便于分辨用户类型，选择各类报纸的客户类型（如：企业、商家店铺、村民等）进行精准广告投放，投放内容可与app同步。

在城市的主要街道社区村道投入横幅广告，宣传app带给消费者的价值，（如：app的概念及下载使用活app，凭下载凭证可到合作商家换取礼品一份等）。dm单页针对用户群体有效控制投放点，收集高质量用户。制作足够的宣传单页，单页内容设计的吸人眼球，根据不同地点来确定合适时间，派遣公司渠道专员（可兼职人员）穿上带有app二维码的服装在镇上人流密集点（农贸市场、学校、商超）和时间点（17点-19点）来宣传散发。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：首先精准定位当地用户对哪类报刊感兴趣或者订阅量较高的，对客户定位定好之后可以在报刊内植入app的广告，需要寻找报社负责广告位的人员进行洽谈；接下来横幅悬挂之前会提前对每个村子进行提前考察一遍，选择村口人流进出密集处；dm单页的散发需要大量的人力，提前服装上佩戴app下载二维码图案，方便现场直接扫描下载，在当地寻找兼职人员，按时付费进行dm散发，选择农贸市场、学校、商超等人流密集处，制造口碑营销。

（四）名片及产品购物袋广告

合作商家店铺统一名片对外，并在名片醒目位置标注活app客户端二维码及下载渠道。店内所售出的产品购物袋均统一定制，购物袋需标注app客户端二维码及下载渠道。

执行时间：暂定

参与合作商：各合作商铺 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：设计并制作统一合作商家名片，并在名片醒目位置标注app客户端二维码及下载渠道，店内的产品购物袋可寻找生产厂家提前设计好统一定制购物袋，需标注app客户端二维码及下载渠道。

（五）商家资源共享 资源共享分为两部分

一是app与app之间的流量互换，也就是换量互推的道理，与其他app应用合作（app流量互换联盟平台），在相互间的app植入彼此的下载端口或链接。

二是线下真实商家之间的合作，渠道专员先负责让商家下载使用app，把自己店铺的产品上传到平台，然后寻找目标城市所有手机店铺来进行门店预安装，凡是卖出的手机由店主进行app的预安装工作，每安装一部手机记下手机号码及imei号信息，按照定制时间点由公司给出相应的佣金或礼品。也可寻找镇上各咖啡厅、网吧或者奶茶店等商家进行合作，让其在app上开通虚拟店铺后，app的当地用户直接点击附近需求的商家就可以找到此商家，可以带来很大的人流量和客源，明确已有资源（各合作商家的总客流极大、app用户多）在当地影响力比较广等信息，促进商家的合作意愿。届时商家同意后可以将app的二维码下载信息及简单介绍做成台卡或者x展架的方式，在各个商家内做宣传。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇五**

一、项目概述

本产品为新兴的手机app应用，产品的宣传推广对于后期本产品的发展具有重大影响，在此背景下，团队制定了一系列线上线下的推广措施来积极推进产品的宣传推广。

通过互联网线上宣传迅速增加 app 应用的品牌曝光度，提前为产品宣传造势，从而让更多用户下载使用，而且能增加 app 应用在互联网上的美誉度，提升企业品牌形象。

通过线下宣传在增加产品曝光度的同时提升产品可信度，增加用户使用服务的频率，获得盈利，实现销售成功。

二、app 推广方案

根据项目概述，此次推广方案主要为围绕线上以及线下宣传渠道进行策划执行。

（一）线上宣传 （1）应用市场推广

将 app 应用 app 提交至苹果 app store和应用宝百度手机助手（含91，安卓市场），360手机助手，小米应用商店，华为应用商店，oppo应用商店，vivo应用商店，豌豆荚，pp助手（含uc浏览器）等国内主流的 android 应用市场，全面覆盖建立符合用户习惯的下载渠道，方便用户通过各种渠道进行下载使用。

在选择应用市场时候，我们可以通过国内第三方移动商店活跃用户排

名来获悉应用市场是否属于流量较高的，从而判断其是否属于主流的应用市场，部分应用市场相关信息如下：

同时，我们可以通过撰写关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文章，投稿上述应用商店，营造营销热点，提高关注度，增加应用下载量。操作步骤：

1、将app打包发送至上述各大app市场，并联系其相关工作人员并与之洽谈，要求快速上架或者根据上线环境具体要求统一上架。

2、制作关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文案，联系各大app市场相关工作人员并与之洽谈，使关于本app的相关文章可以迅速发布，并且占据各应用

市场相关板块重要位置。

3、联系app市场相关工作人员，要求各大应用平台反馈本app下载用户的数据，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定

参与合作商：各大app市场 费用：5000元 执行人员：宣传部门

完成标准：前期下载量超10000，中后期下载量超10万

（2）网络新闻

网络新闻作为公众舆论的一个风向标，联系各大新闻信息平台例如今日头条app，uc浏览器等平台作者，定期发布利于 app 应用的网络新闻，提升 app 应用的品牌曝光，让用户浏览新闻时，能够获得更多更全面的关于 app 应用的介绍。操作步骤：

1、联系排名较高的今日头条号以及uc浏览器大鱼号写手并与之洽谈，推广关于 app 应用的评测软文、特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的文章。

2、联系有合作关系的今日头条号以及uc浏览器大鱼号写手，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定

参与合作商：各大新闻app写手 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：阅读量超一百万

（3）直播答题得奖

可以通过与日前火爆的答题直播软件，如冲顶大会app，西瓜视频app，芝士超人等合作，发布关于本app的特点相关的问卷，并安排主播对问题进行及时解答，增加与用户的互动性，并及时解答用户的疑问，提高曝光度。操作步骤：

1、联系冲顶大会app相关工作人员并与之洽谈，在其合作上线关于 app 应用的特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的题目。2、联系冲顶大会app相关工作人员，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定 参与合作商：宣传部门 费用：1万元

执行人员：宣传部门 完成标准：无。

（4）搜索引擎推广

搜索引擎仍然是目前用户获取信息的重要渠道，一般用户在完成搜索后，习惯按排名顺序进行浏览，因此，保证 app 应用相关关键词能够排名靠前是非常关键的。由于搜索引擎的结果是多样化的特点，包含网站、百科、知道、文库、新闻、视频等信息，针对上述信息类型进行推广是非常有限需要考虑的。可以通过搜索引擎竞价获得较强的搜索排名，例如百度竞价以及360so竞价等。操作步骤：

3、联系百度、360so相关工作人员并与之洽谈，购买在其产品上线关于 app 应用的特色功能以及日后所获荣誉等相关内容的网页排名。

4、联系百度、360so相关工作人员，要求反馈用户浏览、评论、转载信息，并汇集数据制表并制作分析报告。

执行时间：暂定 参与合作商：百度，360 费用：1万

执行人员：宣传部门

完成标准：月搜索点击量超20万

（5）知识问答

知识问答是树立企业口碑和产品口碑的重要渠道，知识问答的倾向性是产品口碑的互联网体现，能更清晰的描述 app 应用的产品特征与品牌特征。

基于搜索的互动式知识问答分享平台进行推广的重要性不言而喻，用户可以根据自身的需求，有针对性地提出问题；同时，这些答案又将作为搜索结果呈现给其他潜在用户，除了能提高网站的外链数量与外链质量，更重要的是能通过第三方立场给网站带来稳定精准的流量，从而提升网站的转化率。

抓取和分析各种网络问答平台上与“app 应用”相关的问答。根据已有问题的数量和质量选取关键词，针对这些关键词设计制作有利于“app 应用”推广的问题。发布问题及答案，并把答案选为最佳答案；发布于百度知道、知乎、等平台。并利用 seo 技术提升排名至平台首页。

平台选择：百度知道、知乎、搜搜问问、新浪爱问、百度百科、维基百科等； 执行步骤：

1、根据关键字、网民搜索习惯设定知道问题和百科文案；

2、针对 app 应用，完成知道答案的设计；

3、按照时间规划，完成问题、答案的发布，以及答案选为最优。 预期效果：

1、搜索目标关键词，相关问答出现在首页；

2、搜索引擎平台搜索目标关键词，首页有相关问题出现；

3、对 app 应用功能性相关的问题，都可以在知道平台找到相关答案。

执行时间：暂定 参与合作商：无。费用：2024元 执行人员：宣传部门

完成标准：相关内容访问量超10万

（6）视频推广

将 app 应用相关视频上传至国内主流的视频网站，包括优酷土豆、爱奇艺、搜狐视频、酷 6 等。帮助客户更直观地了解 app 应用，可以覆盖相关报道、品牌介绍、使用操作等。还可以通过目前国内市场占有率较高的短视频分享平台例如抖音app，快手app进行推广。操作步骤：

1、自行制作相关视频，上传至各大视频网站，必要时可以通过其他途径增加播放量，以营造热度。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：1000元 执行人员：宣传部门 完成标准：浏览量超100万

（7）社交媒体推广

社交媒体是用户用有极大参与空间的新媒体类型，泛指方便用户撰写、分享、评价、讨论、沟通的互联网工具和平台，比如新浪微博、腾讯qq、微信等。

开设微信公众号并且进行在线客户服务系统的建立。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：暂定 执行人员：宣传部门 完成标准：关注人数超20万

（二）线下宣传

（1）公交出租车及灯箱广告

根据城市公交的主路线图，在线路人流大的车体上印制app的广告并

附带下载二维码，有选择性的对部分出租车内部投入少量广告，使用户能够第一时间响应广告宣传，无操作障碍，有效提高广告转换率，推广app等有很好地效果。

对城市的商业街区、客运站、大型农贸市场及部分公交站可以适量投放灯箱广告贴近受众用户群体，广告设计的细节要符合当地用户的习惯，明确下载既有好礼相送（如：下载app送金币，金币可兑换商城产品等）。

用户每天都能看到pp广告,潜移默化中形成了品牌效应。

执行时间：暂定

参与合作商：济南公交公司 费用：10000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程： 渠道专员到达目标城市通过客运站及出租车公司或通过网络查询了解清楚各个公交线路，找到当地合作过的广告公司及商家能了解当地公交车体广告的合作方式价格等信息。同时找到目标城市灯箱广告位承包单位，了解价值高，人流大的灯箱广告价格。

（二）电视及广播媒体广告

电视媒体广告早已融入大众的生活，可以与城市广播电视站合作，根

据电视频道的观看率进行广告植入，用户对自己喜爱的频道有很好地信任感。

广播电台是人们日常生活的新闻导向，架起电台与用户之间的互动桥梁，能够通过活动的形式宣传app。

执行时间：暂定

参与合作商：济南广播电视台，山东电视台 费用：50000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：渠道专员先通过网络及论坛了解当地用户习惯性的观看频道及收听的广播电台，渠道专员到达目标城市寻找当地广播电视站了解合作条件方式或者先通过电话来进行咨询。

（三）报纸横幅及单页广告

报纸覆盖特定群体，便于分辨用户类型，选择各类报纸的客户类型（如：企业、商家店铺、村民等）进行精准广告投放，投放内容可与app同步。

在城市的主要街道社区村道投入横幅广告，宣传app带给消费者的价值，（如：app的概念及下载使用活app，凭下载凭证可到合作商家换取礼品一份等）。

dm单页针对用户群体有效控制投放点，收集高质量用户。制作足够的宣传单页，单页内容设计的吸人眼球，根据不同地点来确定合适时间，派遣公司渠道专员（可兼职人员）穿上带有app二维码的服装在镇上人流密集点（农贸市场、学校、商超）和时间点（17点-19点）来宣传散发。

执行时间：暂定 参与合作商：无 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：首先精准定位当地用户对哪类报刊感兴趣或者订阅量较高的，对客户定位定好之后可以在报刊内植入app的广告，需要寻找报社负责广告位的人员进行洽谈；接下来横幅悬挂之前会提前对每个村子进行提前考察一遍，选择村口人流进出密集处；dm单页的散发需要大量的人力，提前服装上佩戴app下载二维码图案，方便现场直接扫描下载，在当地寻找兼职人员，按时付费进行dm散发，选择农贸市场、学校、商超等人流密集处，制造口碑营销。

（四）名片及产品购物袋广告

合作商家店铺统一名片对外，并在名片醒目位置标注活app客户端二

维码及下载渠道。店内所售出的产品购物袋均统一定制，购物袋需标注app客户端二维码及下载渠道。

执行时间：暂定

参与合作商：各合作商铺 费用：5000元 执行人员：宣传部门 完成标准：无

工作安排流程：设计并制作统一合作商家名片，并在名片醒目位置标注app客户端二维码及下载渠道，店内的产品购物袋可寻找生产厂家提前设计好统一定制购物袋，需标注app客户端二维码及下载渠道。

（五）商家资源共享 资源共享分为两部分

一是app与app之间的流量互换，也就是换量互推的道理，与其他app应用合作（app流量互换联盟平台），在相互间的app植入彼此的下载端口或链接。

二是线下真实商家之间的合作，渠道专员先负责让商家下载使用app，把自己店铺的产品上传到平台，然后寻找目标城市所有手机店铺来进行门店预安装，凡是卖出的手机由店主进行app的预安装工作，每安装一部手机记下手机号码及imei号信息，按照定制时间点由公司给出相应的佣金或礼品。也可寻找镇上各咖啡厅、网吧或者奶茶店等商

家进行合作，让其在app上开通虚拟店铺后，app的当地用户直接点击附近需求的商家就可以找到此商家，可以带来很大的人流量和客源，明确已有资源（各合作商家的总客流极大、app用户多）在当地影响力比较广等信息，促进商家的合作意愿。届时商家同意后可以将app的二维码下载信息及简单介绍做成台卡或者x展架的方式，在各个商家内做宣传。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇六**

“福满”家政服务app创业策划书

团队名称：思拓队

团队成员：张宏雷 郭磊 唐伟

李调娟 姜璐璐

前言

随着现代人生活节奏的加快，生活物质与精神要求的提高，管家这一称谓不仅限于大家庭里，小家也存在相关的需求，而且现代人要求的管家并不局限于日常生活的助理。更多的是要帮助东家制定一些理财规划、营养饮食规划、服装配制建议、出行选择建议等生活中大大小小的综合咨询师！管家服务从先前的家庭式管家爷，到近代的酒店式管家服务，再到现代的社会机构式综合的管家服务，华仆管家服务在中国的历程并不长，不过专家预测，管家服务这一新兴行业将随着个人家庭的需求增加了解会有一个飞速发展的阶段

“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，为用户解决最后一公里配送痛点的o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，餐馆、维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，唯独以小区为中心的垂直生活领域的服务平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务app作为我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。

目录

一、项目介绍 ...................................................................................................................................3

二、产品技术及研究开发 ...............................................................................................................3（1）app所提供的服务........................................................................................................3（2）app的设计与制作........................................................................................................3（3）app的完善及发展方向................................................................................................3

三、市场分析 ...................................................................................................................................4

（一）宏观分析 .......................................................................................................................4

（二）微观分析 .......................................................................................................................4

四、swot分析 ..............................................................................................................................4 1内部因素................................................................................................................................4 2外部因素................................................................................................................................4

五、管理团队 ...................................................................................................................................5(一)团队及人员主要职能........................................................................................................5

（二）公司员工守则 ...............................................................................................................6

六、营销战略 ...................................................................................................................................7

（一）stp战略 .......................................................................................................................7 1市场细分........................................................................................................................7 2目标市场选择................................................................................................................7 3市场定位........................................................................................................................8(二)企业战略............................................................................................................................8 1战略定位........................................................................................................................8 2战略联盟........................................................................................................................8 3战略实施........................................................................................................................8 4发展战略........................................................................................................................9

七、营销策略 ...................................................................................................................................9

八、财务分析 .................................................................................................................................10

（一）赢利模式 ...................................................................................................................10

（二）筹资来源 .....................................................................................................................10

（三）成本规划 .....................................................................................................................11

（四）收入预期 .....................................................................................................................11

九、实施计划 .................................................................................................................................12

十、风险分析与预防方案 .............................................................................................................12 1市场风险及对策

................................................................................................................12 2经营风险及对策..................................................................................................................13 3财务风险及对策..................................................................................................................13 风险：.....................................................................................................................................13 十

一、结束语 .................................................................................................................................14

一、项目介绍

“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，为用户解决最后一公里配送痛点的o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，餐馆、维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，唯独以小区为中心的垂直生活领域的服务平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务app作为我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。

二、产品技术及研究开发

（1）app所提供的服务

app开发已经成为企业实现战略转型的重要转折。当下，移动互联网市场的迅猛发展推动了企业的智能管理步伐，加快了企业开展移动互联网营销的趋势。企业开发app势不可挡。

我们公司是把家政服务做成app的形式。可以通过app互联网把我们的业务做到全国各地，增加我们的价值与利益，我们公司的app名称叫“满福”。的主要业务有以下几大类保姆、钟点工、专业月嫂、看护陪护、婴儿产品销售等。我们的app有专业的人员维护和操作，主页面上有注册会员，会员登陆界面。后台有支付平台，我们从客户收到付款就会立刻派出我们的工作人员快速的上门服务，然后每个员工的工资会由公司统一发放。我们还支持线下付款，由工作人员收款开发票的形式来维系这种线下付款。我们的app支持第三方付款，和各大银行网银和手机付款方式。

我们公司还会在app的首页或者其他页面为别的公司和网店做广告宣传，从中收取广告费用。

（2）app的设计与制作

我们的app支持图片处理下载、lbs定位、ar、3d建模、wifi控制、视频音频、在线支付、数据传输加密，erp等技术。

lbs定位：指通过无线通讯网络或外部定位方式，获取移动终端用户的位置信息，在gis平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。

ar：ar是把虚拟的图像和文字讯息与现实生活结合在一起，很多ar已经应用在安卓和ios系统的手机或平板上了。

数据传输加密：更好的解决网站数据传输的安全而采用的一种加密技术。

erp：是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。

我们公司的满福家政服务app主要用于以下三种系统

1、安卓（android）是时下最流行的手机操作系统

2、ios苹果手机操作系统

3、微软（windows)大部分用于电脑系统

（3）app的完善及发展方向

1、对信息推送的来源网站进行关注，保证信息的实时性；

2、对员工服务质量的随时监测和反馈；

3、对客户的意见建议做出紧急的处理进行更正；

4、界面的画面进行美感处理；

三、市场分析

（一）宏观分析

小区o2o不仅是线下企业做电子商务、纯电商企业做线下体验，还包括了线上线下多终端的无缝融合，如门店端、pc端、手机端、电视端等，让消费者在享受线上优惠价格的同时，可享受线下贴身的服务，据艾瑞资讯数据分析，预计到2024年中国小区o2o市场规模将突破2708.8亿，同比增长40.5%，在线用户达到2.93亿，就此可判断纵极o2o市场空间巨大。

（二）微观分析

如今小区o2o竞争日渐激励，目前有叮咚小区，小区无忧，小区问问，小区管家，小区助手等平台。尤其是5月17日，兰州叮咚小区宣布获得亿元的天使投资，将小区app大战推向了高潮。

四、swot分析

1内部因素

（1）优势

满福家政服务app是目前市场较少的几家电子家政服务平台之一，有很广阔的市场前景。首先满福家政服务app融入了很多现代常规家政公司的基础业务，例如住家保姆、不住家保姆、钟点工、照顾老人、病人护理等方面的的服务。而且还有许多常规家政公司没有的业务。我们的新业务有母婴护理部主要提供：专业月嫂、专业育儿嫂、专业育婴师。我们的app不仅提供家政服务，而且还有“亲子坊”婴儿用品店。这里是婴儿的世界，主营商品有喂奶用品，奶嘴、奶瓶、奶瓶刷、奶粉等；洗浴用品，浴盆、浴架、水温计、沐浴用品、浴巾、洗澡玩具等；婴儿护理用品，体温表、喂药器、指甲剪等；婴儿玩具，床铃、摇铃、拉铃等。

满福家政服务app用最全面的服务和最热情的工作态度对每位顾客负责，我们的优势就是我们的全面和热情。我们从质量出发，层层把关，而且对我们的员工有严格的素质要求，工作经验和文化水平。对每个员工都要做专业的培训，做好我们的每一步工作。

由于现在的很多年轻人都在用智能手机或者电脑上网，对我们的工作打好了基础，也利于我们的业务发展和推广。

（2）弱势

对于满福家政服务app来说在人们心目中没有认知，而且现在常规的家政服务公司以经营多年，有他们的老顾客。我们开始进入市场会有很大的困难，会有很多的消费者不了解我们的业务和工作，不信任我们的质量。这是我们的在推广方面的一个很大难题。

我们这是新产品，对于大多数人来说都相信传统的服务的人说，这是一个很不现实的业务。他们宁愿相信传统也不相信新兴的行业。改变这些人的这种思想也是我们刻不容缓的事情。

而且我们这是首次做，前面也没有参考的案例，在工作终会有很多的困难，会有经验不足，思考问题不全面，人员安排方面做得不足。这都是我们在工作中必须学习和改进的方面。面对这些弱势，我们公司应该团结合作，合力解决这些困难。为我们的前进努力。

2外部因素

（1）机会

公司的发展不仅要靠内部因素，而且还要依赖外部因素。外部的因素主要有市场、国家政策、经济、社会的发展、社会各阶层人员文化水平的提高。这些对我们的发展和推广有很大的帮助。有利于我们的利益实现。

首先我们的服务和销售的产品要适应市场，还必须在质量方面有更好的保障。不允许出现一点点的差错。这样才能保障我们公司的发展和壮大。

我国从改革开放以来，全国上下都大力发展经济，使我国的经济水平大幅度提高。对我们行业发展做出了铺垫。随着人们的收入增加和社会地位的提高，不仅仅只是追求物质方面，对精神方面也有了很大程度提升。这样有许多人忙于追求精神方面的享受，没有时间忙家务，所以提升我们公司的业务。而且现代许多人追求高品质生活，很多事情都喜欢请一些专业人士来做。

由于现在的电子商务比较发达，也基本上做到了成熟期，为我们的“育儿坊”中的产品销售做了很好的铺垫。

（2）威胁

在有很多机会的同时，我们也面临着来自各方面的威胁。经济的不景气带来了许多人失业，工资减少和欠发。会使许多人没办法消费，会直接导致我们的业绩下滑。

现在的市场竞争激烈，随着我们公司的进入，会有一大波和我们公司相似或者一样的公司出现，在这样的环境下，我们必须拿出我们的独特之处去战胜他们。随着网上相继爆出的服务业丑闻，有很多人不会相信我们的服务，这样会给我们带来很多大的危机。因此我们不仅要做好我们前期的宣传工作，我们更应该从我们的人员出发，严格要求每位员工。做好最基础的。

随着现在微商和淘宝网的各类产品在网上销售，我们公司的“育儿坊”的产品销量会大打折扣。而且做微商和淘宝店里面的产品价格比较便宜，种类也是非常多的，他们的选择余地多，这样会不利于我们的产品销售。做微商的大部分商品或多或少都有问题，这样会造成整个电子商务行业的信誉度和美誉度下降，对我们公司的产品销售带来很严重的问题，会减少我们产品的销量。

五、管理团队

(一)团队及人员主要职能

1团队及人员设置

团队名称：思拓

公司负责人1名（由张宏雷担任）公关经理2名（由李调娟担任）财务总监1名（由郭磊担任）研究员1名（由唐伟担任）助理1名（由姜璐璐担任）2主要职责与分工

一、总负责人

1全面管理公司的大小事件，总调度。

2确保app的正常营运，审核营销计划,统筹策划和确定合作商内容，检查运营app的效果,对app应用实施要求和质量有领导责任。

3对销售人员和研究员的业务培训工作。

5 4负责和城市周边所需小区及各类应用商家做好协商达成合作，就所需数据开放方面进行协调。

二、公关经理

1在公司服务区迎接客人,引客入座,招待客人。

2供应app应用服务,为客人提供热情优质咨询服务，引领客人推广使用。3客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。

三、财务总监

1定期对公司营运资金进行整理和分析。2对每月公司盈利进行统计并进行资金管理。

四、研究员

1着重进行app开发。

2网络方面与其他网络运营商进行协调。

五、助理

1对总负责人的任务进行协助完成。2协助研究员进行应用app数据统计。

（二）公司员工守则

一、基本准则

1、遵守法律、法规，社会公德及公司的各项规章制度。

2、关心公司业务情况，爱护公司财产，维护公司利益和荣誉。

3、加强沟通、增进合作、精诚团结。

4、秉公办事、公私分明、平等待人。

5、敬业乐业、钻研业务、提高效率。

6、更新观念、好学上进、开拓创新。

7、开源节流、力求节俭、反对浪费。

二、职业道德要求

1、从事与本公司利益冲突的业务时，员工应向公司提出职务上的回避。（1）员工的直接亲属不得与本公司直接或间接地进行业务往来；（2）不能介绍直系亲属或不符合公司招聘的人员进公司；

2、公司对外的交际活动，应本着礼貌、大方、简朴的原则，严禁涉及不法行为。（1）对业务关联单位的一般性邀请活动，应报部门经理批准，且需要有两人以上的人

6 同行；

（2）对外展开工作时，禁止以贿赂及其他不正当的手段获取利益；（3）对应邀出席、考察、签约、学习的应报公司批准；

3、严禁索取或者收受业务关联单位的任何利益，在拒绝会被视为失礼的情况下而不得不收的，接收后三天内应向总经理助理汇报。

4、未经公司授权或批准，不得将公司的资金、房产、车辆、设施、设备、物料、商品等擅自出售、出租、出借、赠与、转租、抵押给其他公司、单位或个人。

5、严禁偷窃，侵占公司财物，挪用公款，如有发现应及时举报或采取有效措施，防止公司财产受损。

6、代表公司外出参观、学习、比赛，所获资料应交总经理办公室，所获奖金、奖品应交法律监察室报公司统一安排。

7、在不与公司利益发生冲突的情况下，可以从事合法的投资活动，但禁止下列情况： （1）投资与本职工作密切相关的行业；（2）以职务之便向投资对象提高利益

（3）以直系亲属名义从事上述三项投资从行为；

8、保守公司秘密：

（1）公司涉密文件包括：标有保密级的公司以及其他未经公开的经营情况、工程情况、投保况、业务数据、财务数据、电脑资料、合同资料及其附件（如送货单据）等；

（2）对持有涉密的文件需妥善保存；

（3）未经公司授权或批准，不得将涉密文件自行复制，带出公司区域对外提供；（4）涉密文件不需保存时，保证予以销毁。

六、营销战略

（一）stp战略 1市场细分

根据顾客不同的消费水平及对服务的内容不同，可以把市场细分为三个不同的层次：

一是初级的“简单劳务型”服务，如煮饭、洗衣、维修、保洁、卫生等;

二是中级的“知识技能型”服务，如护理、营养、育儿、家教等；

三是高级的“专家管理型”服务，如高级管家的家务管理、社交娱乐的安排、家庭理财、家庭消费的优化咨询等。

2目标市场选择

目前兰州市经济发展水平不断提高，对家政服务的需求也不断增加。但整体上的服务水平并不高，还处于起步阶段，也就是“简单劳务”型。福满家政目前主要提供的服务是线上提供平台供消费者方便快捷选取家政服务，线下主要针对“简单劳务”型的服务需求，大量培养高素质高质量的服务人员为顾客服务。

3市场定位

福满家政目前的市场定位是一个提供资讯的服务平台及“简单劳务型”的服务。虽是“简单劳务型”的服务但它已经处于较高层的“简单劳务”，在服务的各个方面都有明确的服务标准。

(二)企业战略

1战略定位

（1）总体战略：福满家政服务app公司，是以提供快捷资讯的服务平台及各种家政服务等“多元化”服务的新型公司，旨在给顾客一个全能型的家政服务公司及方便快捷的服务平台。

（2）具体战略：“福满”家政服务app公司的主要功能是为顾客提供一个方便快捷的服务平台及良好优质的服务，让顾客感觉到我们福满家政的独特的服务质量，我们前期可以采取一些广告宣传，让消费者快速了解到我们的福满家政有现在市场上的家政服务不同的服务，得到顾客的认可。

（3）销售上：采用直销的方式，根据公司实际情况，流动资金少、规模小、品牌效益低、消费者认知度低，而直接销售易于管理、减少成本，可以更好的了解市场，了解消费者的第一需求，从而掌握市场。可以根据客户的不同需求来提供不同的家政服务。其次，宣传也是必不可少的途径，现在兰州市场上的家政公司比较多，兰州市民对我们公司的“福满家政app”的特有服务还不是很了解，因此要加大广告的宣传力度。

2战略联盟

选择电视、广播、互联网以及大型的海报等广告传播工具作为我们广告的宣传载体。同时联系大型写字楼，挑选信誉好，数据回报真实及时的广告联盟进行合理的宣传。

技术联盟：与省内关于有关计算机开发及有关服务这些方面的学院建立良好的关系，这样可以保证我们福满家政app公司的优秀技术人员和服务人员的，保持服务的更新速度，紧跟技术与服务的更新速度，紧跟技术与服务的发展方向。销售服务和信息化管理等全过程提升管理品质。

3战略实施

前期（1—2年）

利用app平台积极开展我们公司的特色家政服务，将我们公司特有的家政服务与传统的家政服务相区别开来。积极开展我们的特有服务宣传，打稳在兰州人们心目中的信誉及公司品牌形象，大力赢得等多消费者的青睐，并逐步扩大我们公司的经营范围。中期（3—4年）

打开省内市场，在品牌上狠下功夫，并开辟区域中心市场稳定根据地。逐步将我公司的影响力扩展到以兰州为中心的周边地区，扩大公司销售规模，增开连锁店和加盟店。中后期（5—6年）

扩大市场份额，采取app专利及特许连锁经营的双向策略，即公司将特许权转让给加盟

8 店，加盟店要使用我们公司的商标、商号、服务方式等，并向公司交纳一定的特许费。且利用app平台为众多商家提供广告模块收取广告费用。

将我们公司的一些内话的特色服务的新模式推广到全国各大城市，形成全国的连锁生产营销链条，建立自己的品牌形象，使我们在企业稳步发展状态下，可考虑向国外不断的扩展。

4发展战略

（1）企业发展前期：宣传、服务两手抓 ◆聘请专业的服务人才；

◆宣传新理念的文化内涵，并定期举行“福满家政”服务的展览会； ◆加大广告的投入以吸引更多消费者； ◆采取品牌和低价手段来扩大市场占有率。（2）企业发展中后期

增多服务的类型，扩大市场份额，着力开发各种新的服务产品来满足顾客的不同需求，加大与学院和一些知名企业的合作力度，促使产业的多元化。

集团在坚持“虚拟经营”、稳步发展的基础上，全面启动品质管理工程，从品牌形象、产品的服务质量、市场拓展。

七、营销策略

1、每年定期在兰州市各大小区，写字楼等场所摆放宣传展板。

2、开展扫二维码送精美礼品活动。

3、发放宣传单。

4、设置消费者反馈系统，提高公司服务水平，切实做到顾客是上帝。

7、针对老顾客定期给予馈赠。表达我们对其支持的感谢，同时推进顾客由新变老的转变。

8、在专业的微信群、家政网、口碑网、博客等做好宣传工作，提高公司知名度

9 可以与物业公司等联系,进行合作,张贴宣传画报

八、财务分析

（一）赢利模式

1会员模式

在使用者经过搜索获得的关于店家的信息中，根据是否为会员分为两个部分，非会员商家仅提供基本信息服务，如位置、店名、经营类型等，信息主要来源是各贴吧中获取的信息；商家通过注册成为会员，除基本信息模块儿外获得增加“店家推荐”功能的权力，用于店家自我编辑店内的信息，可以添加如特色服务等的信息。两个模块儿并行既保证了商家信息全面真实，又为店家提供了自我推销的平台。团队通过收取会员会费获得赢利。

2广告模式

app首页除搜索框及功能选项外，设置广告位置，向商家进行广告位招商，商家通过缴纳广告费获得广告推送的权力。团队通过广告费获得赢利。

3持续推出更新附属功能模式

这里指的是除了主程序之外，持续推出可以额外付费下载的附属功能象是公交卡充值等，让收入可以持续增长。同样的也可以让主程序的费用是$0（搭配广告模式），或是运用收入组合模式的心理效果。

4线上推广线下经营附属产品模式

考虑到长期发展的需要，仅通过app来获得收入毕竟有限，软件仅针对本校学生，市场有限。可以在app中搭载由团队设计的原创卡通形象，当软件使用率及使用频率升高，该卡通形象逐渐深入人心，可作为软件的形象代表或整个中南大学的形象代表。可以通过授权生产以该形象为原型的公仔、t恤等周边产品获得收入。

（二）筹资来源

资金前期来源为创办人投资及学校资助，用于软件开发和检验，并在老生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，1创办人集资：每人出资5000元，启动基金将为5000\*7=35000元。2学校资助：该项目具有学校特色，预期得到学校支持，获得10000元的资 10 助。

3风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，但是此部分资金具有不确定性，如果获得将用于产品新功能开发和宣传推广。

（三）成本规划

1app的开发

app的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善，总计预期花费15000元。

2app的线上测试

寻找专业的测试公司，对app 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在10000元。

3产品宣传推广

产品主要针对新生，故线下宣传部分仅集中在9月份，其余月份的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以年份记，预算初期每年宣传部分花销5000元，后期每月的宣传花费为总赢利的1%，可累积。

4员工工资及福利

员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。

5app维护所需费用

公司全部流动资金的80%作为维护资金，此部分资金全部用于app的维护和新功能的开发，保证app的运行。

6公众平台及收费平台等的获取

随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，如进入应用商店，获得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为2024，后期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。

（四）收入预期

经调研获知，兰州周边的家政公司约在200家左右，我们以200家作为基数，对各项收入进行了估计。

1会员会费

11 产品推广初期，为获得市场，会员会费定价较低，为10元每月，随着产品的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费。

2广告费

每天允许20个店家做广告，广告循环播出，每天的广告费为20元，每月以三十天计，每月可获得20\*20\*30=12000元的固定收入。

3新功能收费

根据产品的类型及效果，及开发该功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每半学期推出一项新功能，收费为1元，假设有1%的用户选择安装此功能，则月收入可增加400元。

九、实施计划

联合周边商户，为其在app里提供详细信息和广告，使其加盟我们的家政app，周边商户可在app里提供电子优惠券功能、团购功能、二维码功能吸引目标用户。把小区，写字楼生作为重点，app 服务提供方面肯定要和家政公司有一定合作才能提供相应的信息，可与家政公司的日常信息、介绍放进app内。与家政公司网上做宣传。之后与多个家政公司合作，推广到 全市各个角落。

十、风险分析与预防方案

总述： 由于兰州市场经济还处于不成熟的阶段，市场信用体系还不健全，诚信水平较低，拖欠款现象、违约现象等还普遍存在，这些不良现象大大制约企业发展，导致企业面对更多的不确定性，福满家政服务公司在这个时期进军这个行业，必然存在着一系列的营销风险，视而不见显然不是我们的本意，我们有必要再参考其它行业的情况及结合本行业自身的特点，针对可能出现措施，以保证我们的公司产品能够顺利实现其价值，推动我们公司在在这一行业中成为龙头老大。

1市场风险及对策 12 风险：

现在兰州市家政服务这个市场上，各个家政服务公司的市场价格比较混乱，这加剧了行业的竞争程度：同时，“福满”的理念刚刚提出，人们对新理念家政服务公司的一些具体的服务缺乏了解。作为一家新开的家政服务app公司，在创业初期，也往往会经历不被市场的竞争对手认同的阶段，这对于公司来说也是一种市场风险。目前还会受到金融危机影响，同时也不可避免的会受到宏观经济、政策、不可抗拒的外在因素的影响。

对策：

◆在努力开拓市场的同时，建立一套完善的市场信息反馈体系，对市场能够起到及时的反馈作用，灵活制定一条龙服务的价格，增强公司的盈利水平。

◆品牌形象是消费者对品牌具有的印象，我们将采用努力传播公司品牌的战略，尽快将公司高品质的服务理念传播于市场。2经营风险及对策

风险：公司的经营风险主要来源： ◆作为大学生缺少独立经营的经验。◆人们对家政服务的不够重视。◆在管理人员方面，经验不够。

◆可能会出现同行相仿本公司的经营模式。◆app平台建立初期存在bug。

对策：

◆努力实现更多的销售额，进一步加强公司和顾客购买决策者的社会关系。

◆市场开拓初期，公司将加大宣传力度，让更多的人了解到福满家政服务对人们带来的益处和方便。

◆组建信息研究与管理人员对app不断强化改善。3财务风险及对策 风险：

由于受客观条件的限制，在我们的经营活动和财务活动，资金需求的不确定性、筹资能力和条件的不确定性、资金成本的不确定性、业务收入的不确定性导致我们对营销风险的识别和衡量不能达到绝对准确，疏漏或偏差在所难免，进而可能会带来偿债能力的丧失、财务危机 13 和公司所有者受益的不确定性的风险。在前期投入阶段, 主要为能否及时筹集到足够的资金,在技术创新的投资是否有保证;在成长期以后,财务风险主要为能否按期收回投资并获得令人满意的利润。

对策：

◆风险规避：我们将加强对营销风险的预测，预料风险产生的可能性程度,判断导致其实现的条件和因素,并在实际中尽可能避免它。这是我们的主要措施。

◆风险控制：公司将采取各种措施，实施风险对抗，在维持原有决策的基础上，降低风险出现的概率及经济损失的程度。

◆风险自留：积极对可能出现的风险做好准备工作，努力将损失降低到最小程度。◆风险组合：采取多元化的投资方式，分散投资风险，让更多的人分担风险,以减少每个投资者和经营者所承担的风险,从而在整体上增强风险承担能力。

◆在销售过程中加速资金的回笼速度，在预计损失即将发生时通过将损失摊入经营成本、建立意外损失基金、借款来补偿营销风险的经济损失和自负额保险等措施最大限度地降低对公司财务的影响。

十一、结束语

家政服务业app涵盖了生活中各方面的住所服务，用户对服务的需求多种多样，商业机会也就较多，所以家政物业app吸引了大量的进入者。家政物业app平台提供在线即时服务，居民可以通过这个平台随时召唤各种服务。小区居民通过app及时了解小区最新公告资讯，轻松解决生活的物业小问题，这时的居民更加愿意参与小区的管理和活动。而且能够方便居民的生活，减少生活家务压力。使他们有足够的业余生活时间。

**旅游app创业计划书 手机app创业计划书篇七**

“福满”家政服务app创业策划书

团队名称：思拓队

团队成员：张宏雷 郭磊 唐伟

李调娟 姜璐璐

前 言

随着现代人生活节奏的加快，生活物质与精神要求的提高，管家这一称谓不仅限于大家庭里，小家也存在相关的需求，而且现代人要求的管家并不局限于日常生活的助理。更多的是要帮助东家制定一些理财规划、营养饮食规划、服装配制建议、出行选择建议等生活中大大小小的综合咨询师！管家服务从先前的家庭式管家爷，到近代的酒店式管家服务，再到现代的社会机构式综合的管家服务，华仆管家服务在中国的历程并不长，不过专家预测，管家服务这一新兴行业将随着个人家庭的需求增加了解会有一个飞速发展的阶段

“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，为用户解决最后一公里配送痛点的o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，餐馆、维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，唯独以小区为中心的垂直生活领域的服务平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务app作为我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。

目 录

一、项目介绍 4 二、产品技术及研究开发...4（1）app所提供的服务.........4（2）app的设计与制作.........5（3）app的完善及发展方向.6 三、市场分析 6（一）宏观分析.6（二）微观分析.6 四、swot分析.....7 1内部因素.......7 2外部因素.......8 五、管理团队........10(一)团队及人员主要职能.......10（二）公司员工守则..11 六、营销战略........13（一）stp战略.........13 1市场细分 13 2目标市场选择..13 3市场定位 13(二)企业战略.13 1战略定位 13 2战略联盟 14 3战略实施 14 4发展战略 14 七、营销策略........15 八、财务分析........16（一）赢利模式.......16（二）筹资来源.........17（三）成本规划.........17（四）收入预期.........18 九、实施计划........18 十、风险分析与预防方案.19 1市场风险及对策

....19 2经营风险及对策......20 3财务风险及对策......21 风险：..21 十一、结束语........21 一、项目介绍

“福满”家政服务app是一个整合高端小区周边服务和特卖信息，为用户解决最后一公里配送痛点的o2o平台。在居民较为集中的小区周边，各项居民服务已经很完备了，餐馆、维修、商店等均能找到，但由于服务过于分散，缺乏一个以小区为中心的整合平台。饿了么、淘点整合了餐饮，各种家政服务已慢慢走进市场，唯独以小区为中心的垂直生活领域的服务平台尚没有出现较好的平台，市场空白，体量巨大，所以我们组决定以家政服务app作为我们组的创业的项目，相信我们的团队可以取得很好的成果。

二、产品技术及研究开发

（1）app所提供的服务

app开发已经成为企业实现战略转型的重要转折。当下，移动互联网市场的迅猛发展推动了企业的智能管理步伐，加快了企业开展移动互联网营销的趋势。企业开发app势不可挡。

我们公司是把家政服务做成app的形式。可以通过app互联网把我们的业务做到全国各地，增加我们的价值与利益，我们公司的app名称叫“满福”。的主要业务有以下几大类保姆、钟点工、专业月嫂、看护陪护、婴儿产品销售等。我们的app有专业的人员维护和操作，主页面上有注册会员，会员登陆界面。后台有支付平台，我们从客户收到付款就会立刻派出我们的工作人员快速的上门服务，然后每个员工的工资会由公司统一发放。我们还支持线下付款，由工作人员收款开发票的形式来维系这种线下付款。我们的app支持第三方付款，和各大银行网银和手机付款方式。

我们公司还会在app的首页或者其他页面为别的公司和网店做广告宣传，从中收取广告费用。

（2）app的设计与制作

我们的app支持图片处理下载、lbs定位、ar、3d建模、wifi控制、视频音频、在线支付、数据传输加密，erp等技术。

lbs定位：指通过无线通讯网络或外部定位方式，获取移动终端用户的位置信息，在gis平台的支持下，为用户提供相应服务的一种增值业务。

ar：ar是把虚拟的图像和文字讯息与现实生活结合在一起，很多ar已经应用在安卓和ios系统的手机或平板上了。

数据传输加密：更好的解决网站数据传输的安全而采用的一种加密技术。

erp：是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台。

我们公司的满福家政服务app主要用于以下三种系统 1、安卓（android）是时下最流行的手机操作系统 2、ios苹果手机操作系统

3、微软（windows)大部分用于电脑系统

（3）app的完善及发展方向

1、对信息推送的来源网站进行关注，保证信息的实时性；

2、对员工服务质量的随时监测和反馈；

3、对客户的意见建议做出紧急的处理进行更正； 4、界面的画面进行美感处理；

三、市场分析

（一）宏观分析

小区o2o不仅是线下企业做电子商务、纯电商企业做线下体验，还包括了线上线下多终端的无缝融合，如门店端、pc端、手机端、电视端等，让消费者在享受线上优惠价格的同时，可享受线下贴身的服务，据艾瑞资讯数据分析，预计到2024年中国小区o2o市场规模将突破2708.8亿，同比增长40.5%，在线用户达到2.93亿，就此可判断纵极o2o市场空间巨大。（二）微观分析

如今小区o2o竞争日渐激励，目前有叮咚小区，小区无忧，小区问问，小区管家，小区助手等平台。尤其是5月17日，兰州叮咚小区宣布获得亿元的天使投资，将小区app大战推向了高潮。四、swot分析

1内部因素

（1）优势

满福家政服务app是目前市场较少的几家电子家政服务平台之一，有很广阔的市场前景。首先满福家政服务app融入了很多现代常规家政公司的基础业务，例如住家保姆、不住家保姆、钟点工、照顾老人、病人护理等方面的的服务。而且还有许多常规家政公司没有的业务。我们的新业务有母婴护理部主要提供：专业月嫂、专业育儿嫂、专业育婴师。我们的app不仅提供家政服务，而且还有“亲子坊”婴儿用品店。这里是婴儿的世界，主营商品有喂奶用品，奶嘴、奶瓶、奶瓶刷、奶粉等；洗浴用品，浴盆、浴架、水温计、沐浴用品、浴巾、洗澡玩具等；婴儿护理用品，体温表、喂药器、指甲剪等；婴儿玩具，床铃、摇铃、拉铃等。

满福家政服务app用最全面的服务和最热情的工作态度对每位顾客负责，我们的优势就是我们的全面和热情。我们从质量出发，层层把关，而且对我们的员工有严格的素质要求，工作经验和文化水平。对每个员工都要做专业的培训，做好我们的每一步工作。

由于现在的很多年轻人都在用智能手机或者电脑上网，对我们的工作打好了基础，也利于我们的业务发展和推广。

（2）弱势

对于满福家政服务app来说在人们心目中没有认知，而且现在常规的家政服务公司以经营多年，有他们的老顾客。我们开始进入市场会有很大的困难，会有很多的消费者不了解我们的业务和工作，不信任我们的质量。这是我们的在推广方面的一个很大难题。

我们这是新产品，对于大多数人来说都相信传统的服务的人说，这是一个很不现实的业务。他们宁愿相信传统也不相信新兴的行业。改变这些人的这种思想也是我们刻不容缓的事情。

而且我们这是首次做，前面也没有参考的案例，在工作终会有很多的困难，会有经验不足，思考问题不全面，人员安排方面做得不足。这都是我们在工作中必须学习和改进的方面。面对这些弱势，我们公司应该团结合作，合力解决这些困难。为我们的前进努力。

2外部因素

（1）机会

公司的发展不仅要靠内部因素，而且还要依赖外部因素。外部的因素主要有市场、国家政策、经济、社会的发展、社会各阶层人员文化水平的提高。这些对我们的发展和推广有很大的帮助。有利于我们的利益实现。

首先我们的服务和销售的产品要适应市场，还必须在质量方面有更好的保障。不允许出现一点点的差错。这样才能保障我们公司的发展和壮大。

我国从改革开放以来，全国上下都大力发展经济，使我国的经济水平大幅度提高。对我们行业发展做出了铺垫。随着人们的收入增加和社会地位的提高，不仅仅只是追求物质方面，对精神方面也有了很大程度提升。这样有许多人忙于追求精神方面的享受，没有时间忙家务，所以提升我们公司的业务。而且现代许多人追求高品质生活，很多事情都喜欢请一些专业人士来做。

由于现在的电子商务比较发达，也基本上做到了成熟期，为我们的“育儿坊”中的产品销售做了很好的铺垫。

（2）威胁

在有很多机会的同时，我们也面临着来自各方面的威胁。经济的不景气带来了许多人失业，工资减少和欠发。会使许多人没办法消费，会直接导致我们的业绩下滑。

现在的市场竞争激烈，随着我们公司的进入，会有一大波和我们公司相似或者一样的公司出现，在这样的环境下，我们必须拿出我们的独特之处去战胜他们。随着网上相继爆出的服务业丑闻，有很多人不会相信我们的服务，这样会给我们带来很多大的危机。因此我们不仅要做好我们前期的宣传工作，我们更应该从我们的人员出发，严格要求每位员工。做好最基础的。

随着现在微商和淘宝网的各类产品在网上销售，我们公司的“育儿坊”的产品销量会大打折扣。而且做微商和淘宝店里面的产品价格比较便宜，种类也是非常多的，他们的选择余地多，这样会不利于我们的产品销售。做微商的大部分商品或多或少都有问题，这样会造成整个电子商务行业的信誉度和美誉度下降，对我们公司的产品销售带来很严重的问题，会减少我们产品的销量。

五、管理团队

(一)团队及人员主要职能

1团队及人员设置

团队名称：思拓

公司负责人1名（由张宏雷担任）公关经理2名（由李调娟担任）财务总监1名（由郭磊担任）研究员1名（由唐伟担任）助理1名（由姜璐璐担任）2主要职责与分工

一、总负责人

1全面管理公司的大小事件，总调度。

2确保app的正常营运，审核营销计划,统筹策划和确定合作商内容，检查运营app的效果,对app应用实施要求和质量有领导责任。

3对销售人员和研究员的业务培训工作。

4负责和城市周边所需小区及各类应用商家做好协商达成合作，就所需数据开放方面进行协调。

二、公关经理

1在公司服务区迎接客人,引客入座,招待客人。

2供应app应用服务,为客人提供热情优质咨询服务，引领客人推广使用。3客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。三、财务总监 1定期对公司营运资金进行整理和分析。2对每月公司盈利进行统计并进行资金管理。四、研究员

1着重进行app开发。

2网络方面与其他网络运营商进行协调。五、助理

1对总负责人的任务进行协助完成。2协助研究员进行应用app数据统计。

（二）公司员工守则

一、基本准则

1、遵守法律、法规，社会公德及公司的各项规章制度。 2、关心公司业务情况，爱护公司财产，维护公司利益和荣誉。3、加强沟通、增进合作、精诚团结。4、秉公办事、公私分明、平等待人。5、敬业乐业、钻研业务、提高效率。6、更新观念、好学上进、开拓创新。7、开源节流、力求节俭、反对浪费。

二、职业道德要求

1、从事与本公司利益冲突的业务时，员工应向公司提出职务上的回避。（1）员工的直接亲属不得与本公司直接或间接地进行业务往来；（2）不能介绍直系亲属或不符合公司招聘的人员进公司； 2、公司对外的交际活动，应本着礼貌、大方、简朴的原则，严禁涉及不法行为。（1）对业务关联单位的一般性邀请活动，应报部门经理批准，且需要有两人以上的人同行；

（2）对外展开工作时，禁止以贿赂及其他不正当的手段获取利益；（3）对应邀出席、考察、签约、学习的应报公司批准；

3、严禁索取或者收受业务关联单位的任何利益，在拒绝会被视为失礼的情况下而不得不收的，接收后三天内应向总经理助理汇报。

4、未经公司授权或批准，不得将公司的资金、房产、车辆、设施、设备、物料、商品等擅自出售、出租、出借、赠与、转租、抵押给其他公司、单位或个人。

5、严禁偷窃，侵占公司财物，挪用公款，如有发现应及时举报或采取有效措施，防止公司财产受损。

6、代表公司外出参观、学习、比赛，所获资料应交总经理办公室，所获奖金、奖品应交法律监察室报公司统一安排。

7、在不与公司利益发生冲突的情况下，可以从事合法的投资活动，但禁止下列情况： （1）投资与本职工作密切相关的行业；（2）以职务之便向投资对象提高利益

（3）以直系亲属名义从事上述三项投资从行为； 8、保守公司秘密：

（1）公司涉密文件包括：标有保密级的公司以及其他未经公开的经营情况、工程情况、投保况、业务数据、财务数据、电脑资料、合同资料及其附件（如送货单据）等；

（2）对持有涉密的文件需妥善保存；

（3）未经公司授权或批准，不得将涉密文件自行复制，带出公司区域对外提供；（4）涉密文件不需保存时，保证予以销毁。六、营销战略（一）stp战略 1市场细分

根据顾客不同的消费水平及对服务的内容不同，可以把市场细分为三个不同的层次：

一是初级的“简单劳务型”服务，如煮饭、洗衣、维修、保洁、卫生等; 二是中级的“知识技能型”服务，如护理、营养、育儿、家教等；

三是高级的“专家管理型”服务，如高级管家的家务管理、社交娱乐的安排、家庭理财、家庭消费的优化咨询等。

2目标市场选择

目前兰州市经济发展水平不断提高，对家政服务的需求也不断增加。但整体上的服务水平并不高，还处于起步阶段，也就是“简单劳务”型。福满家政目前主要提供的服务是线上提供平台供消费者方便快捷选取家政服务，线下主要针对“简单劳务”型的服务需求，大量培养高素质高质量的服务人员为顾客服务。

3市场定位

福满家政目前的市场定位是一个提供资讯的服务平台及“简单劳务型”的服务。虽是“简单劳务型”的服务但它已经处于较高层的“简单劳务”，在服务的各个方面都有明确的服务标准。

(二)企业战略

1战略定位

（1）总体战略：福满家政服务app公司，是以提供快捷资讯的服务平台及各种家政服务等“多元化”服务的新型公司，旨在给顾客一个全能型的家政服务公司及方便快捷的服务平台。

（2）具体战略：“福满”家政服务app公司的主要功能是为顾客提供一个方便快捷的服务平台及良好优质的服务，让顾客感觉到我们福满家政的独特的服务质量，我们前期可以采取一些广告宣传，让消费者快速了解到我们的福满家政有现在市场上的家政服务不同的服务，得到顾客的认可。（3）销售上：采用直销的方式，根据公司实际情况，流动资金少、规模小、品牌效益低、消费者认知度低，而直接销售易于管理、减少成本，可以更好的了解市场，了解消费者的第一需求，从而掌握市场。可以根据客户的不同需求来提供不同的家政服务。其次，宣传也是必不可少的途径，现在兰州市场上的家政公司比较多，兰州市民对我们公司的“福满家政app”的特有服务还不是很了解，因此要加大广告的宣传力度。

2战略联盟

选择电视、广播、互联网以及大型的海报等广告传播工具作为我们广告的宣传载体。同时联系大型写字楼，挑选信誉好，数据回报真实及时的广告联盟进行合理的宣传。

技术联盟：与省内关于有关计算机开发及有关服务这些方面的学院建立良好的关系，这样可以保证我们福满家政app公司的优秀技术人员和服务人员的，保持服务的更新速度，紧跟技术与服务的更新速度，紧跟技术与服务的发展方向。销售服务和信息化管理等全过程提升管理品质。

3战略实施

前期（1—2年）

利用app平台积极开展我们公司的特色家政服务，将我们公司特有的家政服务与传统的家政服务相区别开来。积极开展我们的特有服务宣传，打稳在兰州人们心目中的信誉及公司品牌形象，大力赢得等多消费者的青睐，并逐步扩大我们公司的经营范围。

中期（3—4年）

打开省内市场，在品牌上狠下功夫，并开辟区域中心市场稳定根据地。逐步将我公司的影响力扩展到以兰州为中心的周边地区，扩大公司销售规模，增开连锁店和加盟店。

中后期（5—6年）

扩大市场份额，采取app专利及特许连锁经营的双向策略，即公司将特许权转让给加盟店，加盟店要使用我们公司的商标、商号、服务方式等，并向公司交纳一定的特许费。且利用app平台为众多商家提供广告模块收取广告费用。

将我们公司的一些内话的特色服务的新模式推广到全国各大城市，形成全国的连锁生产营销链条，建立自己的品牌形象，使我们在企业稳步发展状态下，可考虑向国外不断的扩展。

4发展战略

（1）企业发展前期：宣传、服务两手抓 ◆聘请专业的服务人才；

◆宣传新理念的文化内涵，并定期举行“福满家政”服务的展览会； ◆加大广告的投入以吸引更多消费者； ◆采取品牌和低价手段来扩大市场占有率。（2）企业发展中后期

增多服务的类型，扩大市场份额，着力开发各种新的服务产品来满足顾客的不同需求，加大与学院和一些知名企业的合作力度，促使产业的多元化。

集团在坚持“虚拟经营”、稳步发展的基础上，全面启动品质管理工程，从品牌形象、产品的服务质量、市场拓展。

七、营销策略

1、每年定期在兰州市各大小区，写字楼等场所摆放宣传展板。

2、开展扫二维码送精美礼品活动。 3、发放宣传单。

4、设置消费者反馈系统，提高公司服务水平，切实做到顾客是上帝。

7、针对老顾客定期给予馈赠。表达我们对其支持的感谢，同时推进顾客由 新变老的转变。

8、在专业的微信群、家政网、口碑网、博客等做好宣传工作，提高公司知名度

9 可以与物业公司等联系,进行合作,张贴宣传画报 八、财务分析

（一）赢利模式

1会员模式

在使用者经过搜索获得的关于店家的信息中，根据是否为会员分为两个部分，非会员商家仅提供基本信息服务，如位置、店名、经营类型等，信息主要来源是各贴吧中获取的信息；商家通过注册成为会员，除基本信息模块儿外获得增加“店家推荐”功能的权力，用于店家自我编辑店内的信息，可以添加如特色服务等的信息。两个模块儿并行既保证了商家信息全面真实，又为店家提供了自我推销的平台。团队通过收取会员会费获得赢利。

2广告模式

app首页除搜索框及功能选项外，设置广告位置，向商家进行广告位招商，商家通过缴纳广告费获得广告推送的权力。团队通过广告费获得赢利。

3持续推出更新附属功能模式

这里指的是除了主程序之外，持续推出可以额外付费下载的附属功能象是公交卡充值等，让收入可以持续增长。同样的也可以让主程序的费用是$0（搭配广告模式），或是运用收入组合模式的心理效果。

4线上推广线下经营附属产品模式

考虑到长期发展的需要，仅通过app来获得收入毕竟有限，软件仅针对本校学生，市场有限。可以在app中搭载由团队设计的原创卡通形象，当软件使用率及使用频率升高，该卡通形象逐渐深入人心，可作为软件的形象代表或整个中南大学的形象代表。可以通过授权生产以该形象为原型的公仔、t恤等周边产品获得收入。（二）筹资来源

资金前期来源为创办人投资及学校资助，用于软件开发和检验，并在老生中试运行，用于完善软件。当产品已成熟稳定，各项运行体制检测完毕，引入风险投资和银行贷款，1创办人集资：每人出资5000元，启动基金将为5000\*7=35000元。2学校资助：该项目具有学校特色，预期得到学校支持，获得10000元的资助。

3风险投资和银行贷款均为获得资金的方式，但是此部分资金具有不确定性，如果获得将用于产品新功能开发和宣传推广。

（三）成本规划

1app的开发

app的开发由团队中的技术人员负责，并邀请专业技术人员指导完善，总计预期花费15000元。

2app的线上测试

寻找专业的测试公司，对app 的安全性稳定性进行全面测试，保证产品安全可靠，并拿到产品合格证明。总花费预期在10000元。

3产品宣传推广

产品主要针对新生，故线下宣传部分仅集中在9月份，其余月份的宣传以线上宣传如微信、微博等方式进行，故此部分开销以年份记，预算初期每年宣传部分花销5000元，后期每月的宣传花费为总赢利的1%，可累积。

4员工工资及福利

员工的工资以月记，包括基本工资和提成，基本工资每人每月为800元，提成为每月总利润的10%，发放给员工，增加员工积极性，将员工收入与企业收益联系在一起。

5app维护所需费用

公司全部流动资金的80%作为维护资金，此部分资金全部用于app的维护和新功能的开发，保证app的运行。

6公众平台及收费平台等的获取

随着软件的推广，必然需要与各大公众服务平台接轨，如进入应用商店，获得微信支付、支付宝等公众支付平台的支持等，这部分的花销初期为2024，后期每年拿出总收入的5%作为拓展基金。

（四）收入预期

经调研获知，兰州周边的家政公司约在200家左右，我们以200家作为基数，对各项收入进行了估计。

1会员会费

产品推广初期，为获得市场，会员会费定价较低，为10元每月，随着产品的市场占有率增大，可增加新的功能增加收费。

2广告费

每天允许20个店家做广告，广告循环播出，每天的广告费为20元，每月以三十天计，每月可获得20\*20\*30=12000元的固定收入。

3新功能收费

根据产品的类型及效果，及开发该功能的成本费用进行定价，当使用者数量形成规模时，此部分的收入会相当可观。预期每半学期推出一项新功能，收费为1元，假设有1%的用户选择安装此功能，则月收入可增加400元。

九、实施计划

联合周边商户，为其在app里提供详细信息和广告，使其加盟我们的家政app，周边商户可在app里提供电子优惠券功能、团购功能、二维码功能吸引目标用户。把小区，写字楼生作为重点，app 服务提供方面肯定要和家政公司有一定合作才能提供相应的信息，可与家政公司的日常信息、介绍放进app内。与家政公司网上做宣传。之后与多个家政公司合作，推广到 全市各个角落。

十、风险分析与预防方案

总述： 由于兰州市场经济还处于不成熟的阶段，市场信用体系还不健全，诚信水平较低，拖欠款现象、违约现象等还普遍存在，这些不良现象大大制约企业发展，导致企业面对更多的不确定性，福满家政服务公司在这个时期进军这个行业，必然存在着一系列的营销风险，视而不见显然不是我们的本意，我们有必要再参考其它行业的情况及结合本行业自身的特点，针对可能出现措施，以保证我们的公司产品能够顺利实现其价值，推动我们公司在在这一行业中成为龙头老大。

1市场风险及对策 风险：

现在兰州市家政服务这个市场上，各个家政服务公司的市场价格比较混乱，这加剧了行业的竞争程度：同时，“福满”的理念刚刚提出，人们对新理念家政服务公司的一些具体的服务缺乏了解。作为一家新开的家政服务app公司，在创业初期，也往往会经历不被市场的竞争对手认同的阶段，这对于公司来说也是一种市场风险。目前还会受到金融危机影响，同时也不可避免的会受到宏观经济、政策、不可抗拒的外在因素的影响。

对策：

◆在努力开拓市场的同时，建立一套完善的市场信息反馈体系，对市场能够起到及时的反馈作用，灵活制定一条龙服务的价格，增强公司的盈利水平。

◆品牌形象是消费者对品牌具有的印象，我们将采用努力传播公司品牌的战略，尽快将公司高品质的服务理念传播于市场。

2经营风险及对策

风险：公司的经营风险主要来源： ◆作为大学生缺少独立经营的经验。◆人们对家政服务的不够重视。◆在管理人员方面，经验不够。

◆可能会出现同行相仿本公司的经营模式。◆app平台建立初期存在bug。

对策：

◆努力实现更多的销售额，进一步加强公司和顾客购买决策者的社会关系。

◆市场开拓初期，公司将加大宣传力度，让更多的人了解到福满家政服务对人们带来的益处和方便。

◆组建信息研究与管理人员对app不断强化改善。3财务风险及对策

风险：

由于受客观条件的限制，在我们的经营活动和财务活动，资金需求的不确定性、筹资能力和条件的不确定性、资金成本的不确定性、业务收入的不确定性导致我们对营销风险的识别和衡量不能达到绝对准确，疏漏或偏差在所难免，进而可能会带来偿债能力的丧失、财务危机和公司所有者受益的不确定性的风险。在前期投入阶段, 主要为能否及时筹集到足够的资金,在技术创新的投资是否有保证;在成长期以后,财务风险主要为能否按期收回投资并获得令人满意的利润。

对策：

◆风险规避：我们将加强对营销风险的预测，预料风险产生的可能性程度,判断导致其实现的条件和因素,并在实际中尽可能避免它。这是我们的主要措施。

◆风险控制：公司将采取各种措施，实施风险对抗，在维持原有决策的基础上，降低风险出现的概率及经济损失的程度。

◆风险自留：积极对可能出现的风险做好准备工作，努力将损失降低到最小程度。◆风险组合：采取多元化的投资方式，分散投资风险，让更多的人分担风险,以减少每个投资者和经营者所承担的风险,从而在整体上增强风险承担能力。

◆在销售过程中加速资金的回笼速度，在预计损失即将发生时通过将损失摊入经营成本、建立意外损失基金、借款来补偿营销风险的经济损失和自负额保险等措施最大限度地降低对公司财务的影响。

十一、结束语

家政服务业app涵盖了生活中各方面的住所服务，用户对服务的需求多种多样，商业机会也就较多，所以家政物业app吸引了大量的进入者。家政物业app平台提供在线即时服务，居民可以通过这个平台随时召唤各种服务。小区居民通过app及时了解小区最新公告资讯，轻松解决生活的物业小问题，这时的居民更加愿意参与小区的管理和活动。而且能够方便居民的生活，减少生活家务压力。使他们有足够的业余生活时间。

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