# 商业策划书格式 商业策划心得体会(汇总15篇)

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-06-29

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧商业策划书格式篇一商业策划作为企业...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

**商业策划书格式篇一**

商业策划作为企业发展的重要组成部分，不仅仅是一个简单的计划，更是一种战略性的行动，需要深入研究市场情况和竞争对手的动态。近期我在一家大型企业的营销部门担任商业策划的职位，通过与同事的合作和市场的观察，我积累了一些心得体会，希望能够与大家分享。

首先，一个成功的商业策划需要充分了解市场的需求和人们的消费习惯。在我担任商业策划的工作中，我经常与销售和市场调研人员进行沟通，了解市场的热点和趋势。通过观察市场上的竞争对手，我发现他们通常会根据不同的时期和场景进行不同的促销活动。因此，在制定商业策划时，我会特别考虑到各种因素，例如节假日、特定的时期和大型活动等，以便更好地满足消费者的需求。

其次，商业策划需要与公司的整体战略相结合。一个成功的商业策划不仅需要考虑到市场需求，还需要考虑到公司自身的发展规划和目标。在我担任商业策划的工作中，我经常与公司的高层管理层进行沟通，了解他们对公司未来发展的期望和战略规划。在制定商业策划时，我会将公司的发展目标作为指导原则，确保策划能够与公司整体战略相一致，并为公司的长期发展做出贡献。

再次，商业策划需要精确的数据分析支持。在我担任商业策划的工作中，我积极地与数据分析团队合作，运用数据分析工具和方法对市场进行深入分析。通过大数据的分析，我能够更好地了解市场的需求和趋势，并据此制定相应的商业策划。数据分析还能为商业策划提供指导，并从中发现商机和创新点，进而提高市场份额和盈利能力。

此外，一个成功的商业策划还需要与营销团队的合作和执行力。在我担任商业策划的工作中，我意识到一个好的商业策划需要与市场营销团队紧密合作。我与销售团队、广告团队和运营团队定期开会，讨论并评估商业策划的执行进度和成果。通过与团队的合作，我能够更好地了解市场的动态和竞争对手的策略，并及时调整和优化商业策划，以便更好地实现销售目标和公司的长远发展。

总结起来，商业策划是一个复杂的工作，需要对市场和竞争对手进行深入研究，与公司整体战略相结合，运用数据分析进行科学决策，与营销团队合作并具备较强的执行力。通过这段时间的工作经验，我深刻认识到了商业策划的重要性，并且意识到制定一个成功的商业策划需要全方位的考虑和努力。希望未来能够在商业策划领域有更好的发展，为公司的发展做出更大的贡献。

**商业策划书格式篇二**

本站发布商业街商业策划范本，更多商业街商业策划范本相关信息请访问本站策划频道。

前言

××广场商业步行街，是南大街南段的首席商业街区。一、二期工程全部竣工后，商业建筑面积将达2万平方米，拥有大小店面房120个，成為集购物、休闲、办公為一体的综合商业街区。目前，一期商街刚刚开市，店铺出租率偏低，商街的商业氛围偏冷，商户入驻经营热情不高。据调查，一期商街的65家店铺中，目前出租率仅為52.3％，有近一半的店铺闲置待租；已入驻的商户中有7家正在寻求转租、退租或改行。这种状况，不仅对一期店铺的继续招租、出租產生了不利影响，而且对二期店铺的预售、销售带来了潜在威胁。因此，我们必须采取有效手段，炒热××一期的商街气氛，大力提升其商业价值，增强业主和商户的投资信心，并以此拉动××二期的店铺出售。鉴于营造一期商街气氛、迅速催生人气的任务迫在眉睫，本案将主要对××一期商街如何突破商业现状和形成旺盛人气进行策划。一、背景分析××一期商街位于濠河之畔，处于城市商业中心，与繁华的南大街北段仅一步之遥。这样具有“鉆石级”市口的商业街，当前缘何一时难“热”?在我们拿出策划方案之前，首先必须对此进行研究分析，以便找準“病灶”对癥下药。据考察和分析，××一期商业步行街主要存在“先天”与“后天”两方面原因。(一)、商街设计“先天不足”1、大广场难搞大活动。步行街北广场扼××街、××路交匯处，西邻五大酒店，原本属于最能吸引公眾“眼球”、最宜举办大型活动的商业舞臺，能给商街源源不断注入人气。由于当初仅从景观角度设计广场的“旱式喷泉”、“简易花坛”，而没有考虑广场的商业价值，如今的广场狠难发挥聚集人流、吸纳大型活动的功能。广场热不起来，商街自然冷落。2、“假山”成了“绊脚石”。步行街南入口处的“假山景观”，既无观赏价值，又横亙在道路中央，事实上成了阻碍游人进入内街的“绊脚石”。此外，南入口的臺阶亦与商街道路平坦要求不相符，也没有考虑人性化的地面设计如残疾人、盲人通道等。3、内外街连接通道商用功能缺失。××街通往内街的三个通道，从商业功能设计上看实属败笔。按照商业街区的布局要求，街区内主干道、副通道两侧均应為店面房，以便使街区形成鳞次櫛比的商店群。这不仅能有效吸引顾客逛街购物，易于催生和聚集客流，而且能把土地资源利用率发挥到极致，如同上海豫园商街那样条条路上有店铺，每寸地皮生银子。遗憾的是，××一期外街通向内街的三个通道，两条是没有任何店铺的“幽巷”，顾客在街口看不到商业气氛，甚至不知道里面还有内街；一期与二期之间的通道，同样因一期建筑南侧没有设计店面房，走在南大街的顾客看不出街口的商业氛围而止步于此。4、××街一侧临街绿化带的设计过长，阻挡店门，不少顾客入店购物因此要绕一大圈，于是放弃了购买动机，导致临街店铺生意清淡。(二)、商街策划“后天失调”1、××广场商业街处于核心商圈，在市场竞争特别强调个性化的今天，商街必须有自己的“灵魂”，即战略定位和商业主题。××广场商业街最早定位是“××街”(狠好)，后来又定位于“×××”（狠好，只是推广狠费力)，如今準备冠以“××广场步行街”(老土，没有鲜明个性、目标顾客也不清晰)。由于没有精确、精準的市场定位，关于商业上“我是谁”、“我為谁服务”的问题没有首先解决好，其它问题也就难以解决了。2、××广场是一处狠好的“市民广场”，但要吸引广大市民聚集到这里，还需要有浓郁的.“广场文化”，例如象×××路、×××广场、×××步行街那样的广场雕塑。此外，还需要有体现人文关怀的指引牌、休闲椅、售报亭、公用电话亭、垃圾筒、商品广告牌、露天茶座等。目前，由于上述设施没有配套，××广场的“磁场效应”不佳，所以商街难“热”。3、打造商街，服务“缺位”。开发商开发一片商铺销售出去，再由物业管理公司去打理，这是开发商业房產的“老皇歷”。事实上，经营××广场商业街，“物业管理”代替不了“商业管理”，商业街由“冷”到“热”需要专业策划管理机构来“操盘”运作，此所谓“泛商业地產运作”。××广场起步阶段缺少商业策划管理机构的全程介入，商铺的出租与经营全由业主与商户“婚姻自主”，双方又都缺乏成熟的理性，商街本身也没有搞啟动和培育市场的形象“炒作”，这就无法形成火爆的商业氛围。此外，我们对业主购买店铺后的关注程度不够，没有从尽快啟动商街运营和提升商业价值的角度予以指导和服务，例如，商街北口的66号(圆形)、68号(尖顶)两家首席店面房一直空关，这对内街商户的经营及整个商街的气氛便构成较大影响。

**商业策划书格式篇三**

商业策划是现代企业发展中不可或缺的一部分。通过对市场环境和竞争对手的深入研究，制定出适合企业发展的策略，并且通过一系列的营销活动实施策略，达到企业的营销目标。在实施商业策划的过程中，我积累了一些心得体会，下面将从不同的角度进行阐述。

首先，市场调研是商业策划的基础。通过对市场环境和竞争对手的调研，企业能够深入了解消费者的需求和竞争对手的优势。例如，在我所在的企业中，我们经常通过问卷调查、深入访谈以及社交媒体分析等方式收集消费者的反馈和市场信息。通过这些调研，我们能够了解到消费者对于产品特点、价格、品牌认知等方面的看法，从而指导我们在制定产品和市场推广策略时做出合理的决策。

其次，商业策划需要有明确的目标和战略。一切的策划都应该有一个明确的目标，只有这样，才能制定出相应的战略。例如，我们在推广一个新产品时，首先要确定推广的目标，是提高品牌知名度还是增加销量，再根据目标来制定相应的战略，比如通过线上营销、线下推广或者特价促销等手段。只有明确了目标和战略，才能在推广过程中有所行动，并且能够根据实际情况进行调整。

第三，商业策划需要注重市场营销的四个P。即产品（Product）、价格（Price）、渠道（Place）和促销（Promotion）。这是营销管理中的经典理论，也是商业策划中不可或缺的部分。产品决定了市场需求，价格决定了市场的竞争力，渠道决定了产品的销售方式，促销决定了产品在市场上的推广力度。在商业策划中，需要对这四个P进行综合考量，制定相应的策略。比如，当我们推广一款价格上要相对较高的产品时，可以通过强调产品的高品质和独特性，以及更加个性化的宣传手法，来吸引潜在消费者的关注。

第四，商业策划需要注重团队协作。在商业策划中，无论是市场调研、战略制定、还是营销活动的实施，都需要团队的密切协作。每个人都应该明确自己的责任和任务，同时也要能够与其他人保持良好的沟通和合作。例如，在我所在的企业中，我们常常通过团队会议和小组讨论的形式，共同商量解决问题，在策划和执行过程中互相支持和帮助，形成了一个高效的团队合作模式。

最后，商业策划需要不断总结和反思。策划过程中的成功或失败都应该引起我们的重视，并且进行及时的总结和反思。通过总结和反思，我们能够发现问题所在，从而在今后的策划中避免类似的错误。同时，也能够发现一些有效的方法和经验，进一步提升自己的能力。例如，我在策划一次促销活动时，由于时间安排不当导致活动过程中人流量过大，造成了一些混乱。通过总结和反思，我改进了活动的组织形式，并加强了对人流量的控制，下一次的活动效果得到了极大的提升。

总而言之，商业策划是企业发展中非常重要的一部分，通过市场调研、明确目标和战略、注重四个P、团队协作以及总结和反思，可以取得较好的策划效果。

**商业策划书格式篇四**

有人说，我们即将面对的就是一个策划家的时代。何谓商业策划?怎么去写好一份商业策划书呢?下面是本站小编精心为大家整理的旅游项目策划书精选，欢迎阅读。更多旅游项目策划书精选相关内容请关注本站策划书栏目!

商业策划书怎么写

顾名思义，商业策划，就是在商业活动中通过与生产、管理、战略等的紧密协调，运用广告、促销、公关、新闻等手段，综合实施运行，使商业活动达到较好的效果。商业策划是一门以预测和定位为基础的学问。如果一个公司能够预测到未来将出现的市场，那么它就可以通过生产或提供这些市场所需要的产品或服务，取得商业上的成功。商业策划是一种高智力的活动，运用到商业上，往往能起到点石成金的功效，不但给策划对象带来利益，而且能够为自己带来利益。

商业策划书，也称作商业计划书，是指为一个商业发展计划而做的书面文件。它的目的很简单，一般商业策划书都是以投资人或相关利益载体为目标阅读者，从而说服他们进行投资或合作。一份好的商业计划书，要使人读后，对下列问题非常清楚：

1、公司的商业机会;

2、创立公司，把握这一机会的进程;

3、所需要的资源;

4、风险和预期回报;

5、对你采取的行动的建议。

商业策划书具体怎么去写?

一、执行总结

是商业计划的一到两页的概括。包括：

1、本商业(business)的简单描述

2、机会概述

3、目标市场的描述和预测

4、竞争优势

5、经济状况和盈利能力预测

6、团队概述

7、提供的利益

二、产业背景和公司概述

1、详细的市场描述，主要的竞争对手，市场驱动力

2、公司概述应包括详细的产品/服务描述以及它如何满足一个关键的顾客需求。

3、一定要描述你的进入策略和市场开发策略

三、市场调查和分析

这是表明你对市场了解程度的窗口。一定要阐释以下问题：

1、顾客

2、市场容量和趋势

3、竞争和各自的竞争优势

4、估计的市场份额和销售额

5、市场发展的走势(对于新市场而言，这一点相当困难，但一定要力争贴近真实)

四、公司战略

阐释公司如何进行竞争，它包括三个问题

1、营销计划(定价和分销;广告和提升)

2、规划设计和开发计划(开发状态和目标;困难和风险)

3、制造和操作计划(操作周期;设备和改进)

五、总体进度安排

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

1、收入

2、收支平衡点和正现金流

3、市场份额

4、产品开发介绍

5、主要合作伙伴

6、融资

六、关键的风险、问题和假定

1、创业者常常对于公司的假定和将面临的风险不够现实

2、说明你将如何应付风险和问题(紧急计划)

3、在眼光的务实性和对公司的潜力的乐观之间达成仔细的平衡

七、管理团队

1、介绍公司的管理团队。一定要介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景

2、注意管理分工和互补

3、最后，要介绍领导层成员，商业顾问以及主要的投资人和持股情况

八、企业经济状况

介绍公司的财务计划，讨论关键的财务表现驱动因素。一定要讨论如下几个杠杆：

1、毛利和净利

2、盈利能力和持久性

3、固定成本、可变成本和半可变成本

4、达到收支平衡所需的月数

5、达到正现金流所需的月数

九、财务预测

1、包括收入报告，平衡报表，前两年为季度报表，前五年为年度报表

2、同一时期的估价现金流分析

3、突出成本控制系统

十、假定公司能够提供的利益

这是你的“卖点”，包括

1、总体的资金需求

2、在这一轮融资中你需要的是哪一级

3、你如何使用这些资金

4、投资人可以得到的回报

5、你还可以讨论可能的投资人退出策略

商业计划书应注意哪些问题?

当你在写商业计划的时候，应该达到下列目标：

1、力求表述清楚简洁。

2、关注市场，用事实说话，因此需展示市场调查和市场容量。

3、解释潜在顾客为什么会掏钱买你的产品或服务。

4、站在顾客的角度考虑问题，提出引导他们进入你的销售体系的策略。

5、在头脑中要形成一个相对比较成熟的投资退出策略。

6、充分说明为什么你和你的团队最合适作这件事。

7、请你的读者做出反馈。

当你做商业计划并向投资者提交时，必须避免下列问题：

1、对产品/服务的前景过分乐观，令人产生不信任感。

2、数据没有说服力，比如拿出一些与产业标准相去甚远的数据。

3、导向是产品或服务，而不是市场。

4、对竞争没有清醒的认识，忽视竞争威胁。

5、选择进入的是一个拥塞的市场，企图后来居上。

6、商业计划显得非常不专业，比如缺乏应有的数据、过分简单或冗长。

7、不是仔细寻求最有可能的投资者，而是滥发材料。

2024商业策划书范本【一】

背景分析

据我国权威机构对中国女性饰品市场的调查显示，目前我国女性饰品市场人均占有率不足5%，而发达国家一般都在45%左右，其中最高的是日本的东京为98%。据专家预计，我国女性用品消费率正按每年19%的年增长率递增，可期待的巨大市场空间和可怜的市场占有率形成了鲜明的对比。就目前而言，可供消费者满意的产品并不多，市场中的产品和店面形式也参差不齐、良莠不分。所以说饰品行业的市场发展空间是很大的。

项目概述

在店铺漫天飞的今天，个性是店铺的灵魂，是店铺的生命。为了区别于普通的女性饰品店，我们将以壁挂、藤编容器等家居小饰品作为经营项目，以专业化和个性化为主导理念，以普通消费者为客户群。我们将采用网上经营的模式，构建自己的饰品店网站，采用“一站式”销售实现经营利润的最大化。以电子互动平台来全面提高产品供销链的上市速度，及时补货，与客户进行充分的交流。经营饰品店的想法源于我们自身对个性饰品，家居装饰的浓厚兴趣，以及饰品行业巨大发展潜力的吸引。我们希望我们的产品——一个藤编花瓶，一副泰式壁挂，一盏贝壳灯具，能为您的温馨小家增光添彩，营造出浪漫满屋的氛围。

一、公司介绍

1、公司经营宗旨及目标

本公司坚持诚信为本，顾客利益至上的经营宗旨。我们会时刻关注顾客需求，以公司网站为平台，留意客户反馈信息，为客户提供各种咨询服务。并以市场为导向，加快产品更新速度，从而保证我们的家居饰品的优质与时尚，满足人们追求个性、简洁、潮流的欲望。

靠薄利多销，走经营流水，凭品质和设计，赚客户认可度，这就是我们的经营之道。相信依靠公司同仁的努力，我们的产品会赢得良好的信誉，在获得丰厚利润的同时，也帮顾客创造出温馨舒适的家居气氛。实现公司与客户的双赢，这便是我们的目标!

2、公司简介

(1)公司名称：猴哥淘艺

(2)业务范围：家居小饰品——各式壁挂、藤编花瓶、布质靠垫、陶瓷画、陶瓷花瓶、小地毯、电器套等。

3、公司管理

(1)管理思想：以质量管理理论为指导，要求人员和产品必须不断完善、学习、成长，同时对经营过程彻底进行再思考和再设计，以便在业绩衡量标准(如成本、质量、服务和速度等)上取得重大突破，完成企业再造。公司采取网络化层级管理体制，实现集权和分权统一，稳定和变化统一，一元化和多元化统一。

(2)管理队伍：以总经理为管理中枢，下设产品服务总监，市场营销总监、网站技术主管，财务主管。

(3)管理决策：以总经理为核心召开公司会议，各部门主管参加，共同讨论公司相关事务。涉及公司战略方向选择以及不同工作单元自主性劳动的范围与边界确定等问题，总经理拥有最高决策权。公司管理在强调统一指挥和一定程度集权的同时，也注重分权。工作单元内的一线人员，也就是各部门主管，有权在公司战略参数的范围内自主地处理可能出现的紧急情况。

4、团队概述

我们公司的四位创建者都是在校的女大学生，目前均就读于电子科大人文社科学院行政管理专业。扎实的管理理论功底和深厚的友谊使我们共同设计出了一套严密且分工明确的管理体系，让大家能够各司其职，各尽其责。

以下便是公司四位成员简介：

职务：总经理兼网站技术主管

职务：市场营销总监

职务：财务主管

职务：产品服务

二、成本及经济效益分析：

4、目标市场

销售对象主要集中于有一定消费能力的白领阶层，对生活品质和格调有较高的需求和期望，喜欢休闲有情调，更加关注物质以外的生活质量。所以在销售过程中要锁定这种消费群体：高学历收入较高的波波族，新贫族，白领。也包括高中生和大学生。

5、顾客的购买准则

遵守购买时自愿平等，诚实信用原则，用支付宝付款结算，遵守淘宝网的网上交易协议。

三、产品与服务

产品简介

猴哥淘艺主要从事礼品、挂图、手工艺品等艺术产品销售，产品由xx1公司、xx公司生产。xx1公司产品有什么系列，某系列有什么型号、颜色，规格……xx公司产品有。

服务细则

承诺：

1、凡在猴哥淘艺购买任一商品的顾客均是本商店的普通会员，普通会员的积分达到1500分(每花一元积一分)时即可上升为贵宾会员，贵宾会员积分达到3000分时即可上升为钻石会员。普通会员可享受9·8～9折优惠，贵宾会员可享受9～8折优惠。钻石会员可享受7·5折优惠并提供免费邮寄或免费送货服务(成都市三环以内)。

2、猴哥淘艺将根据客户自己选择的运输方式，免费代办运输。邮寄费用或长途运输费(含保险费)将由客户承担。

3、因邮寄或长途运输而造成的货物损失，猴哥淘艺不承担责任。

结算：

4、为确保订单的有效性，猴哥陶艺将在客户订单发出一天之内通过手机短信、电话或e\_mail确认是否购买，在收到客户准确答复后视为合同生效，货款及其邮费余款应在其2天之内到帐，并在到帐后当天或第二天邮出物品。如因其他原因造成客户费用汇出而我方显示未到帐的，我方将在汇款到帐后发货，或者客户可以提供相关证明证实实际情况的，我方认为合理的情况下在提供证明后3天内发货。

5、客户2天内买下多件商品可一起邮寄。6、如果客户所购的礼品涉及到特殊设计和印刷及其它方面的问题，猴哥陶艺在接到客户订单意向后，将与客户联系并最后商定价格。(附：所涉及的商标侵权责任应由客户承担。)

7、猴哥陶艺将根据客户会员级别给予折扣优惠，最终价格将在接到订单意向后与客户具体商定。

售后：

8、客户在收到所定的商品时，发现质量问题，若因本店人员疏忽或商品本身质量与说明不相符的，自收货之日起3天内本店为客户无条件包换包修，但客户需承担返还商品的费用，而不需承担再次邮寄费用。

9客户再收到商品后若不满意猴哥淘艺可以包换，但必须未对该产品设计、材料等作任何改动、并损坏标志印刷，无质量问题不影响再次销售，而且因此产生的费用由客户承担。

10、因客户行为造成的商品外观、包装、性能破坏并且影响再次销售时，请原谅本店将不予退换。

四、资金需求、筹措方法及投资回报

因为公司为网上公司，经营货品占地不大，起步初期可以先根据市场需求作一份需求分析，根据此分析再逐步扩大购买规模，故起始资金的投入相对较小，公司预计需要3000(待算)元启动资金，主要用于库房购置、员工培训、市场宣传推广。资金的筹措方式是个人或者机构的风险资金，以投资入股的方式投入，其他资金投入方式也可以考虑。公司预计在未来的一年内收回成本，按每月销售一件产品计算，(平均销售利润率30%计算)。

1、设备费用

软件(启动投入)：100元;

租用办公地点(每月投入)：拟租用办公室约20平方米，月租200元(按季付)

设备的启动资金合计760元

将来随着访问率的提高及购买队伍的扩大，将会在已有的淘宝网猴哥淘艺小店的基础上，把网络买卖重心转移至公司独立网站的构建上，就需要提高服务器的档次、增大专线带宽、增加pc机的台数、扩大办公面积等。预计将在一年后追加设备费用。

2、行政费用

人员工资：初期工资为0工资，属于朋友间创业阶段，故以股份形式为个人所有。

宣传费用：印发宣传单每次100份，初步范围为电子科大女生公寓(寓苑和15栋)，宣传海报(成华区附近小区和八里小区附近)10份。

通讯费用：估计每月100元

参考资料：网上和货品来源地为参考。车费开支。

行政费用启动资金预合计为150元

3、盈利回报

网络时代，注意力即是经济，猴哥淘手工艺饰品网以指向性强并且相对忠实的注意力为基础，以便实现以下的盈利方式：

收费

在线一口价：以每年有约6000元交易额计算，收取5%劳务费用，年收入：3000元

由于我们所采用的是网上经营的方法，因此省去了传统店铺所需的经营费用，我们的资金主要用于商品的采购和运输及仓储。

就我们所知，进货渠道多种多样，有直接从厂家进货的、有从设计公司进货的、有批发市场批发来的，还有连锁经营从总部发过来的。从厂家进货时费用要低一些，因为厂家没有设计能力，产品大多是来料加工和来图加工，产品会比市场略微过时一点。从设计公司进货则要高一点，但可以保证货品的“新鲜度”。批发市场中的拿货价格则遵照了一般原则，给经营者留出了50%的空间。

通过在荷花池批发市场的调查，我们决定并选择了一家较熟悉的供货商，进货价比零售价低一半，这使我们有足够的利润空间，也降低了经营风险。初步估计首次资金投入为3000元，由我们公司四位成员均摊。

2024商业策划书范本【二】

美国的一位风险投资家曾说:“风险企业邀人投资或加盟，就象向离过婚的女人求婚，而不像和女孩子初恋。双方各有打算，仅靠空口许诺是无济于事的”。对于正在寻求资金的风险企业来说，商业计划书就是企业的电话通话卡片。商业计划书是包括企业筹资、中小企业融资等活动在内的，企业战略谋划与执行等一切经营活动的蓝图与指南，是行动纲领和执行方案;也是企业管理团队和企业本身给风险投资方的第一印象，是评估的第一关。

商业计划是企业为完成某种经营目的而拟订的计划，事实上，这个计划不同于汉语中的计划的含义，也不完全同于管理职能中的计划职能的意义。

国内以前也常用可行性报告或项目论证书来替代商业计划。在实际操作中，其主要意图是递交给投资人，以便于他们能对企业或项目做出评判，从而使企业获得中小企业融资。但是商业计划发挥的作用却是方方面面的。可以毫不夸张地说，商业计划对于企业特别是风险企业的成败有着极其重要的意义。

一份精彩的商业计划需要企业投入一定的人力、物力和时间。在允许的情况下，企业也可以选择一些顾问或咨询公司这样的中介服务公司来帮助或代理编制商业计划，他们的专业经验对于企业无疑是极其重要的。对企业来说，一方面存在着如何把真实想法和实际情况传递给代理人的问题，另一方面则是寻求代理人的成本问题.

编制商业计划的时间应因企业不同而各异，对于规模较小的企业，安排5--10天的计划较为适宜。

在开始正式编制商业计划前，企业应做好资料搜集工作

企业在商业计划的编制过程中，将要用到许多相关的资料和数据，这些资料不仅有企业自身的，也有不少是关于企业外部，诸如市场的状况等。在正式编制前，应尽力做好这些资料的搜集工作。从另一个角度来说，对各种相关信息的收集、汇总和整理应该是企业管理和运作中必不可少的重要工作，而且对一个现代企业来说，这是必不可少的基础性工作。管理信息系统(mis)、决策支持系统(dss)、乃至企业信息主管(cio)、erp(企业资源计划)等等这些名词已成为今天企业里常见的词汇。对于一个创立不久的中小企业来说，加强在内外信息的搜集整理工作决不仅是为了中小企业融资编制商业计划的需要，更是企业发展所必须要进行的工作。文件和资料：

(1) 企业现状(含资金状况、人员状况、甚至企业已拥有的和将要拥有的资源状况)

(2) 市场状况和简单的行业分析

(3) 竞争对手状况

商业计划的具体要素

根据企业的情况，企业可以在具体内容上加以选择，但一般说来，以下几项内容是必不可少的：

(1) 实施提要

一份商业计划的实施提要未能吸引住投资者，那么这份商业计划也将很难成功。实施提要的内容事实上也就是这份商业计划的浓缩精华。说它浓缩，这是因为依据经验，一份实施提要不应超过两页，要在两页里将整个商业计划加以提炼。说它精华，这又是因为实施提要不能简单地将商业计划压缩，还必须抓住整份商业计划最关键、最精彩的.部分，因为只有它才能吸引住投资者的兴趣。

至于实施提要在商业计划编制过程中何时完成，有建议在整个商业计划前，也有说在商业计划具体内容完成之后。这一点并不重要，而重要的还是实施提要其能否发挥其首要效能--吸引投资者继续关注的兴趣。

(2)企业使命

向投资者展示出企业的精髓是必要的。

主要内容有：企业的经营宗旨、经营理念、经营方针、企业的经营方向和实现目标的手段、企业的发展战略等。

(3)公司介绍

简要介绍企业的一般情况。

其内容有：企业的组织结构、法律形式、背景、主要社会关系、目前所处的阶段、企业的历史与经验等。

(4)产品或服务

向投资者展示企业的产品或向社会提供的服务。企业应根据企业自身产品或服务的独特性质来展开介绍，其中应有一些相应的认证证书的说明和简单的技术内涵的解释。

(5)市场

对企业的产品和服务所处的行业环境和市场特征进行分析和预测，其中对企业的产品在市场上的地位等也应进行分析。

(6)营销计划

根据上一部分对市场的分析和预测系统地提出企业的营销战略和策略。

(7)生产计划

介绍企业的生产准备和安排情况，包括供应商的渠道和产品的生产规划。

(8)竞争

详细分析市场上已有的竞争力量和各种潜在的竞争势力。并讨论企业应有的竞争策略。

(9)机会和风险

紧接上面的市场分析和竞争分析，讨论企业的优势、劣势，探讨企业所面临的机会和威胁(swot分析法)，指出企业抓住机会、规避风险的措施。

(10)管理团队

向投资者详述企业的管理班子(含董事会和监事会)关键成员的背景、经验。

(11)资金需求计划

提出企业的资金需求数额，经预测和计算后的收益率，资金的退出方案设计。

(12)财务计划

根据以上的分析和预测，推断出企业的财务预测，并依此编制出企业在未来数年内的各张财务报表，并做说明。

(13)其它要说明的部分和附件

此处是对正文中尚需补充说明的部分进行详细阐述，并列出在正文中提及的需要参考的资料的详细说明和出处。

正确使用商业计划的格式是一份格式清晰、明了、严谨的商业计划也正是一个有前途企业及企业家的写照。

商业计划的格式我们可以散见于各种相关资料，格式的选择同样也与企业的项目情况和对中小企业融资对象的选择有关。在此我们推荐使用以下的格式：

封面：封面应用大写字体指出是xx公司商业计划，并注明公司地址、通讯方式。特别要注意的是要指出公司的指定联系人的姓名和电话。此外，应注明相应的完成日期。封面应该简洁明快，纸质坚硬耐磨，可依公司风格选择彩色或素色的纸张，也可采用透明胶片。

扉页：虽然名为扉页，但却是十分重要和据有实质意义的一页，这一页应向意向投资人出具关于本商业计划的保密须知或守密协议，其目的在于保证商业计划中的内容不致外传和泄露。企业为了顺利地获得中小企业融资，不得不在商业计划中披露一些对企业来说十分机密的内容，如企业的技术、未来的竞争策略、营销计划以及财务状况等等。这些秘密一旦泄露，将会对企业的未来发展造成不可估量的损失，因此，在正式交付商业计划前，应与投资方约定好保守商业机密的协议，在对方许可之后，方可转交，并且在商业计划中附上此协议。

**商业策划书格式篇五**

随着社会和经济的不断发展，商业策划在现代社会中变得至关重要。作为一名大学生，我在大学四年的学习和实践中深刻领悟到了商业策划的重要性，并积累了一些心得和体会。在这里，我将结合实际经验，从市场调研与分析、品牌建设、广告营销、公关活动以及团队合作等方面，总结出一些关于大学商业策划的心得体会。

首先，市场调研与分析是商业策划的基础。在进行商业策划前，必须首先了解市场的需求、竞争对手以及公司自身的优势和劣势。通过市场调研和数据分析，我们可以了解消费者的需求和心理，从而更好地制定和实施商业策划。然而，市场调研和分析并不仅限于收集和整理数据，更重要的是要从中看到潜在的商机和变化趋势，及时调整策略，以适应市场的需求。

其次，品牌建设是商业策划的核心。品牌是企业的形象和价值体现，良好的品牌能够增加产品或服务的认知度和忠诚度，从而带来更高的销量和市场份额。在进行品牌建设时，我们需要明确品牌的核心属性和定位，同时注重品牌的一致性和差异化。通过定期的市场研究和品牌评估，及时调整和改进品牌的推广策略和形象，以确保品牌的长期发展。

第三，广告营销是商业策划中不可或缺的一环。广告是将产品或服务传递给消费者的重要手段，通过广告的形式和内容，我们可以刺激消费者的购买欲望，提升品牌的知名度和影响力。然而，广告的制作和传播必须具有创意和专业性，才能吸引消费者的注意力并达到预期效果。此外，随着社交媒体的兴起和发展，通过社交媒体平台进行广告营销成为一种趋势。因此，我们应该不断学习和了解新的广告媒体和市场趋势，以适应日益变化的市场环境。

第四，公关活动是商业策划的重要组成部分。公关活动是通过组织各类活动，增加企业与媒体、消费者以及其他利益相关方之间的互动和沟通，从而提升品牌的形象和声誉。在进行公关活动时，我们需要注重活动的策划和执行，选择合适的场地和时间，吸引有影响力的人士参与，以及提供有价值的信息和福利。通过精心的公关活动，我们能够增加消费者对品牌的认知和好感度，从而促进销售和品牌口碑的提升。

最后，团队合作是商业策划中不可或缺的一部分。在大学商业策划的实践中，我深刻体会到了团队合作的重要性。在一个团队中，每个成员都有各自的专长和优势，通过相互协作和配合，我们能够充分发挥个人的优势，提高工作效率和质量。与此同时，通过团队合作，我们还能够分享和学习彼此的经验和知识，提升自身的能力和素质。因此，团队合作不仅仅是简单的分工合作，更是一种相互理解和信任的关系，只有团队成员不断沟通和协作，才能取得更好的商业策划效果。

综上所述，大学商业策划涉及很多方面，包括市场调研与分析、品牌建设、广告营销、公关活动以及团队合作。通过对这些方面的学习和实践，我深刻体会到了商业策划的重要性，并形成了一些心得和体会。希望我的经验和总结对今后从事商业策划的人们有所启发和帮助。

**商业策划书格式篇六**

2.能独立完成项目各类设计稿、新闻稿的文案创作

3.完成项目的销售包装工作，以及各类营销活动及媒介活动的策划与执行工作

4.与发展商以及相关合作单位的日常沟通

5.跟踪市场和客户动态，检讨项目营销策略，及时提出调整建议和方案

6.负责完成接案报告的制作

7.参与销售案场的管理。

**商业策划书格式篇七**

主办方：暨南大学旅游学院音沙协会·舞蹈协会

协办方：公关部、办公室、文娱部、礼仪队

“非凡五月·非凡舞乐”潮流晚会为暨南大学深圳旅游学院音乐沙龙协会和舞蹈协会主办，音乐和舞蹈热潮的兴起和爱好者规模的不断扩大，使音乐和舞蹈艺术达到了前所未有的发展，大学生作为新生代的主力军，将音乐和舞蹈艺术推向一个又一个高潮，大学作为培育高等人才的教育基地，不单肩负着对广大大学生们的知识教育，更承担着新世纪，新一带人才的德、智、体、美，综合发展。时入春分，为丰富大学城的校园文化生活，将高校文化活动推向高潮，带来一次热情激昂的震撼，“非凡音乐·非凡舞蹈”潮流晚会应运而生。

非凡五月·非凡舞乐

——不一样的青春，不一样的梦想。活跃、飞扬、优雅、骄傲。

活跃校园气氛，加强学院老师、同学对音乐沙龙和舞蹈协会的了解。

为学院爱好音乐和舞蹈以及在这些方面有特长的同学提供展现自己的舞台。

通过本次活动加强本社团与学生会内其他社团的联系，加强与深圳其他院校音乐舞蹈社团的联系。

绽放激情，传递时尚，让人们尽情感受视听盛典。

倡导“激情与优雅兼得”，引导大学生时尚生活健康发展。

彰显特区风采，展现青春活力，创造审美新视界。

在特区举办高水准活动，挖掘和培养具有潜力的人才。

促进中国音乐和舞蹈事业积极、健康、向上地快速发展。

促进中国音乐和舞蹈行业多极化发展。

演绎时尚经济，推广企业品牌，为企业搭建一个上升的平台。

提升高校形象，提高各高校美誉度和知名度，带动以教育为主的产业链。

主流媒体强势推出，大范围的覆盖，创造无限商机。

活动时间:5月（具体时间待定）

活动地点: 学院酒店(燕晗山大酒店)6楼

合作关系:1.主办单位:暨南大学深圳旅游学院音乐沙龙及舞蹈协会

2.协办单位:暨南大学深圳旅游学院公关部,文娱部,

礼仪队,宣传部,资讯部

3.赞助单位

工作安排：

1. 主要由音乐沙龙和舞蹈协会组织晚会工作

2．文娱部负责场地与设备

3．宣传部负责活动前期的海报宣传。

3．资讯部主要负责活动报道的编撰和刊发。

4．公关部主要负责活动赞助和外校学生会的联系接待工作。

宣传地点：暨南大学深圳旅游学院

**商业策划书格式篇八**

我们的广告语：感受绿色自然，打造都市休闲新天地!

mall的经营模式更是当今世界上最流行的商业模式;贵店的人气越来越旺，又欣闻贵店在店庆当天日销x万元，创造了本行业的一个奇迹，可见xxx商场的人气;贵店在xx年有奥运明星来助阵，xx年当红明星又莅临xxx商场，可见贵店的影响力;市委领导、省委领导都不止一次到xxx商场来视察，可见政府及领导对贵店的重视!

我们与贵店采取扣点联合经营方式，扣点的额度另行洽谈;本店后方管理由我方负责，大局管理遵守xxx商场的统一安排。都市休闲农庄是国际上最流行的一种全新的休闲业种，它以田园风光、庄园风情为主要风格，迎合城市人追求“绿色”“田园”的一种心态，综合了城市人比较感兴趣的农村生活状态，把“自耕自种自留地”、“动物家园”、“领养小动物”、“小桥流水”、“别有洞天”、“钓金鱼”等一系列的全新休闲方式综合起来，形成了一站式享受田园乐趣的`业态。在繁华的都市中打造出一片全新的天地!

你可以在这里领养小动物，可以给自己领养的小动物命名，给自己的小动物喂食;你还可以在这里种自己的自留地，开荒、播种，让你体验完全的农家生活乐趣!你还可以来这里钓金鱼，钓多少就可以带走多少!当然，这一切都是需要付费的。

装修风格以农村的绿色基调为主，中间有草地、小型鱼塘、自留地、小木屋、宠物基地等等一系列的设施。大概需要500平方米的面积。我们将不定期的对店内设施进行更新及维护!

同xxx商场的中高档定位一样，我们的目标客群以追求时尚的都市白领(女性为主)、3—14岁的少年儿童为主，以中年的政府官员为辅!积极迎合他们追求田园风情乐趣、热爱小动物的心理!这部分客群的消费能力比较强，他们会不惜金钱来追求一种自然的休闲状态。而儿童会根据自己的喜好选择游戏的方式，他们普遍对小动物有好感，而父母对他们的行为除了支持之外，也没有其他的办法!所以我们的目标市场是两种顾客行为：一种是刻意追求形的;一种是兴趣支配形的!

x城市经济实力雄厚，在全国城市综合实力50强评比中，x城市列居18位;在全国国内生产总值超百亿元的城市中，x城市位居第10位;在全国55个人均国内生产总值超万元的城市中，x城市位居榜首。x城市人的消费能力更是位居全国之首!

x城市市位于x省的西部，气候干燥寒冷，年封冻期长达5个月。也就是说，在这长达5个月的时间里，人们的活动范围只限在室内，而室外也很少见到绿色，市民在这5个月里最向往的就是绿色!

繁忙的都市生活使城市人接触自然的机会越来越少，很多人都有在夏天到农村去的想法，而我们正是迎合这种想法，把一个完整的农村搬到城市来，同时把农村不受欢迎的部份全部剔除掉!这里是一个整洁的、有序的、具有优美风光的田园!

都市休闲农庄这种业态的休闲方式在欧美是比较流行的，在我国也只有延海的几个城市有类似的店铺。这种模式在x城市还是一个空白，我们就是要抓住这个市场空白的机遇，在别人还没有想到的时候，我们已经付之于行动!而x城市人本身对各种方式的体育运动项目就没有多大兴趣，在年收入较高的基础上，他们更热衷于追求一种全新的休闲方式，而都市休闲农庄也就应运而生!

贵店的美食娱乐广场是在x城市最大的一家室内休闲娱乐场所，受到了x城广大消费者的欢迎和认可!但是这里的休闲项目是有欠缺的，贵广场注重的是娱乐项目，而对于休闲来说，除了陶吧、玩吧之外，再没有吸引人的地方，都市休闲农庄会弥补这种状态，全力打造一个室内的田园、城市中的农村、一个别有洞天的“桃花源”!

我们采取的是店长负责制原则，在本店将设店长一名，全权负责本店的管理。

我们有固定的清洁员，负责店内的所有卫生;有养育员，负责小动物的喂养;有负责店内卖各种动物食物的相关人员;有负责安全的安全员。

我们的小动物选的是一些温顺的动物，不会对顾客进行人身攻击。

我们会积极配合xxx商场的各种促销活动，也会在适当的时间搞自己的促销活动。

我们采取整合营销方式(imc)进行前期的市场拓展，把所有广告的触点整合起来，以错落有致的媒体广告、交相呼应的软性新闻为主，进行大幅度的市场推广，同时，也希望贵店给予一定的支持!

前期我们将在本市各大知名媒体上进行大幅度的广告轰炸，以提高品牌知名度，树立良好的品牌形象，力争做到家喻户晓，路人皆知!

x城市地区没有强势媒体，这是x城市人都知道的，所以我们整合了各种媒介信息后，选择能够互补的媒体进行广告宣传。初步打算在x城市晚报、x城市电视台、x城市广播电台等媒体上发布广告。

软性新闻最大的好处就是能够提升品牌的美誉度和知名度。

我们将通过x城市晚报、电视台、网站等一系列的媒介，进行软性新闻报道，把都市休闲农庄变成市民关注的交点!让人们进行口头传播。

在每年的元旦、春节、劳动节、儿童节、端午节、国庆节、中秋节、圣诞节等重大节日推出各种促销活动。包括票价打折、钓鱼比赛等等。

综上所述，我们前期所做的一切都是希望能把都市休闲农庄这个项目做好，并能与x城市商业龙头xxx商场合作;前期，我们曾到全国各地的零售企业做过市场调查，这个项目在省内还是个空白，我们期望着能与xxx商场积极合作，添补这个空白，把这个市场做起来，真正的把它作成x城市人的“都市休闲农庄”

**商业策划书格式篇九**

大学商业策划是现代商业管理专业中的一门重要课程，通过该课程的学习，我对商业策划的内涵、方法和重要性有了更深刻的认识。在这门课程的学习中，我积累了一些宝贵的心得体会，并通过实践活动锻炼了自己的商业策划能力。本文将总结我在大学商业策划课程学习和实践过程中的心得体会，以期能够对未来的职业生涯和个人发展有所帮助。

第二段：商业策划的内涵和方法

商业策划是指通过分析市场、竞争对手和消费者需求，制定合理的商业发展方案，以实现企业的商业目标。在商业策划过程中，市场调研是非常重要的一步，可以揭示消费者的需求和偏好，从而为产品和服务的定位和推广提供依据。此外，制定明确的商业目标和策略、合理规划资源、建立有效的执行机制，也是商业策划的关键环节。在课程中的实践活动中，我深刻认识到商业策划需要系统性思维和全局意识，要将市场和企业的各项要素整合到一起，形成有机的商业运作模式。

第三段：实践活动的收获和反思

在大学商业策划课程中，我曾参与过一个实践活动，团队负责为一家咖啡连锁店制定新产品上市策略。我们首先进行了市场调研，通过问卷调查和走访实地了解消费者对咖啡产品的需求和偏好。然后，我们通过分析竞争对手和市场趋势，确定了新产品的特点和定位，并制定了推广和营销方案。在实施过程中，我们遇到了一些问题，诸如预算不足、推广渠道选择等，但是团队成员们团结一致、积极研究解决方案，最终取得了成功。通过这次实践活动，我深刻体会到商业策划不仅需要理论知识的支撑，更需要团队协作和实际操作能力。

第四段：对个人职业生涯的启示

大学商业策划课程的学习和实践经验，对我个人的职业生涯有着重要的启示。首先，商业策划需要全面掌握市场信息，了解消费者需求，而这需要我们保持对社会、经济的敏感性，注重信息的收集和分析能力。其次，商业策划强调团队合作和沟通能力，只有通过多方合作，才能实现商业目标。因此，培养团队合作意识和沟通技巧是非常重要的。最后，商业策划需要积极主动的心态和创新思维，要勇于承担责任，并能够灵活运用所学知识解决问题。这些特质将对我的职业生涯发展起到至关重要的作用。

第五段：结语

总之，大学商业策划课程为我打开了商业世界的大门，让我深入了解商业运作的要素和原则。通过学习和实践，我理解到商业策划需要兼顾理论和实践，同时注重市场调研、团队合作和创新思维。这些心得体会对于我今后的职业发展和个人成长具有重要的指导意义，我将努力发扬商业策划精神，不断提升自己的商业能力，为实现个人价值做出积极的努力。

**商业策划书格式篇十**

本公司在电子商务市场并不成熟的情况下进军电子商务市场，能在竞争并不激烈的情况下占领市场，扩大市场份额，以最快的速度实现盈利。

前期类型：c2c、b2c，服务对象基于本地区市民，经营，食品，书籍，软硬件等，类似于传统仓储型超市的网上超市，另建立小型二手市场平台。

后期类型：b2c、b2b，增强交易平台功能，增加企业交易、产品发布平台，扩大网上超市产品内容，从经营低价商品扩充到大件商品，高产值，高利润产品。

初期：申请域名，申请贷款，吸收风险投资，制作网站。联系isp，申请网络介入，购买服务器等软硬件设备。

6个月：建立网站，扩容网站内容，规范网站服务，吸引加盟营销商，使网站在本地区有一定知名度，建立服务网络，建立产品采购网络，建立产品配送网络，培训员工，产品采购、配送依托连锁超市等传统物流网络。依托传统物流网络可以采用合作加盟等方式，可作为一个传统零售商的从属企业。

1年：在本地区有较强的.知名度，能打出自己的品牌，在网站内容上有更进一步的充实，争取更多的加盟营销商，丰富网上超市的产品，并向高端产品发展。吸纳投资，扩大经营范围，着手建立b2b商业交易平台。实现网站盈利。

2年：达到本地区最大的几个电子商务网站之一，巩固市场份额，网站集成，b2b、b2c、c2c三种经营方式为一体，建设独立的物流体系，降低经营成本。在巩固低端产品市场的同时，重心向高端产品发展，建立以高利润，高附加值产品为主的经营体系。

3年：收购产品供货企业，建设自己的产销体系，进一步降低产品成本。完全脱离传统零售商，物流公司，建立更便捷，更优惠的产品营销网络。

3年以后：视情况再定。

1、网站初期分为产品索引、在线交易、新品发布、bbs、二手市场，五大部分。

2、以后逐渐增加企业产品发布板块，增加会员板块，对付费会员实行优惠政策。

3、风格定位为简洁明快，图片和文字相结合，以淡色做基调。

4、产品网页形式采用统一模块，突出产品图片。

5、二手市场平台用统一格式，从产品名到产品备注都统一格式，并采用类似于易趣的信用制度，鼓励网下同城交易，避免不必要的纠纷。

6、仓储超市产品价格统一定价为xx元，百元以上产品定价为xx元。

初期聘请专门的数据库操作员，网站内容每天更新，制定网站规范。

加入大型网站的搜索引擎，如新浪、搜狐、百度、等。初期由于和传统零售商联合，可以在连锁零售商店内做广告，并在零售商店内采取诸如买一定限额商品送会员资格的推广优惠活动。等网站有了一定点击率之后可以找专门的策划公司来包装。企赢专注企业网站推广，专业网络营销服务团队。从网页到宣传进行一次大的改版，打响品牌，进一步开拓市常。

1、租用虚拟主机

2、操作系统：window2019/nt

**商业策划书格式篇十一**

现在市场竞争越来越厉害了，我前几年开的影楼面临着巨大的竞争压力，为了应对这些压力，我也想出了很多的办法，其中网络营销是一种很不错的选择。网络营销也就是在网站上做广告，这就需要我对各种网站的了解了，我只有联系谷歌，让他们给我投放广告，这是一种省时省力而且有效的策略，是一种被证明很好的广告投放方式。

我们主要是采用网络为主要渠道进行客户的开发，以实体店作为辅助开展网络营销。所以我们的目标客户就分为两种，一种是网民，具有上网习惯，习惯通过网络来获得信息进行网上购物，具备这一特征的结婚人群是我们的主要目标客户，一种是直接通过门店上门的客户，通过网络来进行维护和开发。通过他们进行网上平台的推广活动，通过口碑的形式实现网上的预约和订单。这也符合网络营销口碑营销的特点，更具有针对性。

主要目标客户的特征：

地域：主要是以xx及周边县市为主，辐射整个xx省。

学历：大专和本科

性别：男性和女性区分开。

办公位置：写字楼。

消费类型：感性消费为主，混合时尚消费。

商业模式: btoc的商业模式、网络品牌的推广、潜在客户的开发；网站和实体店面相结合。

婚纱摄影服务、服装租赁、婚纱销售、相关产品销售,服装定做。

精确设定网站目标：明确网站想让浏览者在网站上面做什么。由于影楼产品大概有婚纱摄影服务、婚纱租赁、婚纱出售。我们设定的目标有实现网上在线租赁、在线销售婚纱、在线拍照预约、客户在线注册、客户在线的咨询、在线下载优惠券、客户在线评论、网上试穿婚纱、客户直接来门店咨询、客户电话咨询。

新产品开发策略：针对网络目标客户的特点，在现有产品基础之上进行新的服务的开发。主要主要针对竞争对手的优劣势分析，有针对性的进行短期产品开发。

1、 根据不同时间和节日进行促销价格的制定，限定人数的价格优惠活动。通过不同价格的制定，吸引不用客户的关注，增加网站流量，通过网站增加客户到门面店的机会。给予客户不同多样的选择。

2、 借助门面店价格对到店咨询的客户没有直接成交的客户，只要客户在特定时间内在网上进行预约的客户给予打折的优惠。目的是通过网站平台提高客户的转化率。

3、 对客户进行会员制营销，在网上进行注册成为会员享受折扣价格，以达到客户资料的收集。积累大量的客户资料，方便进行客户的定期开发。对会员进行级别的分类。不同的会员给予不同的价格和增值服务。

4、 根据网上预约方式的不同进行价格的制定，直接在网上进行预订的客户制定相关价格优惠，通过网上客户咨询后到门店的进行价格制定。对通过网站获得信息直接到门店的客户进行不同的价格制定。

多样的渠道建设策略：主要通过网站为主要的平台结合实体店面和我们的客户三方三方共建多样渠道。

1、体验式营销: 通过建立更强的体验式网站功能，来体现公司产异化的产品和独特的服务，在网上设计一个客户试婚纱的功能，让客户既可以选择试穿婚纱效果。又可以得到一种独特的网上体验，体现公司的独特的网上服务方式，建立独特的网站功能模式。

2、 网站本身：增强网站本身的营销功能和客户体验功能，让客户获得更多的管全面的信息。更完善更新颖的体验。增加客户驻足网站的时间和反诉浏览的次数。通过网站增加客户的信赖感，达到客户进行口碑宣传的作用。

3、 结合实体店达到对网站平台的宣传，让实体店的员工对进店的客户进行网站宣传，使客户进行网站访问，借助现有的平面媒体，如标志，名片、宣传册等一些列的工具进行网站平台的宣传，进行线下的网站推广。

4、 通过客户即一种合作伙伴营销策略：建立客户转介绍的一种模式，给予客户一定的佣金。让客户成为我们合作伙伴，成为我们的销售人员，通过建立这个模式达到客户转介绍的目的。借助网络平台实现对客户的管理。

促销策略：借助互联的多媒体手段实现对客户的增值促销，给客户提供电子相册制作服务，结合其他产品进行组合。

开展网络营销的根本和基础是如何提升网站的流量，如何让我们的网站呗跟多的潜在客户所知晓访问。这是我们开展网络营销的第一步。也就是网站的推广。当然网站的推广网络营销中相当重要的份量。

搜索引擎推广：主要以付费的网络推广和seo进行网络推广。在进行搜索引擎推广的过程中，侧重点主要放在关键词的选择上面，更精准的进行关键词选择。主要以目标客户为主，不盲目追求网站流量。主要工作放在数据调研上，通过数据收据进行关键词的投放和优化。

网下推广：借助线下的平面媒体：名片、标志、彩页等一些列的`传统媒体进行网站的推广。

**商业策划书格式篇十二**

大学商业策划是培养学生实践能力和创新思维的重要课程之一。在学习这门课程的过程中，我深感商业策划的重要性，并从中获得了许多宝贵的心得和体会。本文将结合个人经历，总结大学商业策划心得体会，希望能对同学们在今后的学习和实践中有所启发和借鉴。

第二段：理论与实践的结合

理论知识是商业策划学习的基础，但仅仅停留在书本上是远远不够的。实践是将理论运用到实际生活中的关键环节，只有通过实践才能深入了解商业策划的各个环节和流程。在我的学习过程中，我积极参与学校的商业策划实践项目，并担任团队成员之一。通过与团队成员的合作，我不仅学到了很多商业策划的实践技巧和方法，还锻炼了沟通协作的能力。因此，我认识到理论与实践的结合是成功的商业策划所必需的。

第三段：灵活运用市场调研

市场调研是商业策划的重要环节之一，它能帮助商业策划人员了解市场需求和潜在消费者群体，为企业的决策提供重要的依据。在我学习市场调研课程中，我学到了如何制定调研计划、选择调研方法、分析调研结果等相关技巧。然而，在实践中我发现，灵活运用市场调研是十分重要的。不同的产品或服务需求，不同的消费者群体，需要采用不同的调研方法和手段。因此，商业策划人员需要根据实际情况，灵活运用市场调研方法，以便更好地了解市场需求和消费者心理。

第四段：创新思维的培养

商业策划需要具备创新思维，能够提出具有竞争力的创意和解决方案。在学习商业策划的过程中，我明白创新思维是需要培养的，而不是与生俱来的。为了培养创新思维，我大胆提出自己的想法，并进行开放性的讨论和交流。在团队合作中，听取他人的建议和意见，并进行思维碰撞，可以激发更多的创意，并得到更好的解决方案。另外，我还积极参与商业策划竞赛，通过与其他团队的交流和竞争，不断吸取新鲜的观点和思路。通过这些实践，我的创新思维得到了很大的提升。

第五段：沟通能力的提升

商业策划需要与不同的利益相关者进行沟通和协商，以达成共识和合作。因此，沟通能力对于商业策划人员来说至关重要。在大学商业策划学习中，我通过与团队成员和老师之间的交流与协调，提高了自己的沟通能力。与他人进行有效的沟通，要注意听取对方的意见和建议，善于倾听，相信团队的共同目标，并尽量寻求共识。通过实践，我逐渐掌握了良好的沟通技巧，不仅能够更好地与他人交流和合作，还能够更好地表达自己的想法和观点。

总结：商业策划是一门综合性很强的课程，需要我们在学习过程中注重实践，并灵活运用市场调研等方法。同时，培养创新思维和沟通能力也是商业策划人员不可或缺的能力。通过大学商业策划学习的过程，我不仅获得了丰富的理论知识，还锻炼了实践能力，并提升了创新思维和沟通能力。我相信，通过不断的学习和实践，我们的商业策划能力必定会不断提高，为实现自己的创业梦想和为社会做出贡献奠定坚实的基础。

**商业策划书格式篇十三**

俗话说，“民以食为天”，为了满足居民、学生等类型的顾客的.饮食需要，特在昌盛路开此快餐店。我店本着“宾客至上，服务至上”的基本要求，将为顾客提供最优质的服务。

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。

2、都市快餐店位于商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐渐发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。

3、都市快餐店的所有者是xxx，餐厅经理xxx，厨师xxx，三人均有6年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才智和对事业的一颗执着的心，一定会在本行业内独领风骚。

4、本店需创业资金xxxx万元，其中xxx万元已筹集到位，剩下xxx万元向银行贷款。

1、由于地理位子处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必需要在服务质量和产品质量上下工夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在商业步行街站稳脚跟，1年收回成本。

2、本店将在3年内增设3家分店，渐渐发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

1、客源：都市快餐店的目的顾客有：到商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50;邻近学校的学生、商店工作人员、小区居民，约占50。

2、客源数量充裕，消费水平中低档。

3、竞争对手

都市快餐店邻近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家酒店经营期均在2年以上。xx快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

1、快餐店主如果面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。

2、大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐。

3、午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境。4、随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目的是“送餐到家”服务。

5、经营时间：早~晚!

6、对于以上计划，我们将分工合作，各尽其职。我们将会在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客源。

1、本店开业前期，初步计划招收多少名全日制雇员(包括多少名厨师)，多少名临时雇员(含厨师)具体内容如下：

应聘者特《招用职工登记表》并附入个人资料来本店面试。

2)经面试，笔试，体检合格者，与其签订劳动合同(含试用期)。

2、为了提高服务人员整体素质，被招聘上岗的人员都需要接收2个月的培训，具体内容如下：

1)制定培训计划，确定培训目的，制订评估方法。

2)实施培训计划，贯彻学习《劳动纪律》和各种规章制度。

3)考核上岗，对于不和格者给以停职学习，扣除20工资，直至合格为止。若3次考试及不和格者，扣除当月全部工资和福利。

1、开业前进行一系列宣传企业工作，向消费者介绍本店“物美价廉”的销售策略，还会发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

2、推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

3、每月累计消费xxxx元者可参加每月末大抽奖，中奖者(1名)可获得价值xxx元的礼券。

4、每月累计消费xxx元者，赠送价值xx元的礼券，xxx元赠送xx元礼券，以此类推。

七、财务计划

1)本店固定资产(xxxx)万元 桌椅 (xxxx)套

营业面积(xxxx)平方米

冷冻柜 (xxxxx)台

灶件 若干

2)每日流动资金为多少万元

(主要用于突发事件以及临时进货)

3)对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样企业的盈亏在帐面上一目了然，就避免了经营管理工作的盲目性。

注：因刚开业，所以在各种开销上要精打细算，但要保证饭菜的质量，尽量把价格放低。

**商业策划书格式篇十四**

摘要：随着商业建筑策划理论研究的深入，它的社会效益与经济效益将日益被人们所重视，其研究机构的组织形式、管理体制也将日益完善，我国的建筑学领域的发展也将呈现一个全新的格局。本文在建筑策划理论的基础上，对商业建筑策划的概念、过程作了较为全面、深入的阐述、判断和归纳，为其他类型的建筑策划提供一定的参考价值，使建筑策划这一新兴学科更加系统、全面和完善。

关键词：建筑策划;过程分析;商业建筑

商业建筑要适应越来越多的服务内容，提供灵活多变的空间，除造型的特色外，内部空间环境设计也要研究人们的心理。商业建筑策划将面临更多更广泛的问题，其深度和广度的增加将不断充实和完善建筑策划这门新兴学科。

1.总体项目构想

总体项目构想包括商业建筑外部条件的把握和商业建筑内部条件的调查。外部条件主要是指围绕建筑的社会条件和地域条件。社会要求来自各个方面，建筑是和地域分不开的。商业建筑的建筑策划，则要研究在城市中的作用、与周围道路、广场等公共空间的关系，外形的研究也要考虑在城市景观中所充当的角色以及所在地区的建筑风格特色、建筑限高与体量大小等，应该做到与城市景观有机结合在一起。社会的要求方面，不只局限于建筑物用地周围的相互关系，还必须对环境进行全面考虑和研究，这些外部条件是做好建筑策划的关键。商业建筑内部条件的调查是对建筑自身的最直接的功能上的要求。现代商业建筑无疑是城市总体面貌的重要特色之一。

2.目标分析及确定

商业建筑是消费市场买卖双方进行商品交易活动的建筑空间。按建筑空间规模的变化分类可分为大、中、小型商店，但此标准常因建筑类型的不同和国家地区的区别而异。按建筑空间形式分可分为以下几种：独立设置在一幢建筑内的独立式商店;与其他用途的建筑如住宅、办公写字楼、旅馆、车站等组合修建而结合为整体的合建式商店;和在街道两旁毗邻相连修建商店组合而成的商业街;采取交通措施，保证步行购物、安全舒适的步行商业街;商业街上空架设屋顶拱廊的室内商业街;设于城市地下或建筑地下层的地下商场和地下商业街等。商业建筑的类型是丰富多彩的，而且随着经济的发展和社会的进步越来越呈现多样化的趋势。只有综合运用各学科领域交错发展、相互融合形成的现代观点来分析、判断、决策，才能设计出真正为买卖双方欢迎的商业建筑空间。

3.策划内容

策划内容包括组织策划、经营策划、空间策划、技术策划。建筑策划业务的内容，根据对象而有所差异。对集合住宅、社区、新市镇或学校来说，建筑物的内部或配置等空间策划，往往是整个建筑策划的最主要的部分。相对的，在商业建筑策划中，由于预估建筑物营运的收支是非常重要的工作，因此经营策划便成为建筑策划中非常重要的部分。不过，随着经济的发展，对企业经营者来说，其建筑动机的思考也出现了变化。建筑已经扩展成一种表达企业特有形象的方式，并且将这重点导入“究竟要如何建造何种建筑物”的空间策划中。为吸引顾客而策定商业建筑的过程中，在组织策划、空间策划、经营策划中无不体现了集客这一概念，其中空间策划和技术策划是和建筑紧密相连的。对于商业建筑，由于其主要目的是赢利，故在做此类建筑策划时，应加重经营策划的分量，在人员的配置上，重点是熟悉市场、懂经营的人员的加入、加强市场调查、分析，建筑策划的总负责人也应该是一位对市场有一定了解的建筑师。

3.1空间策划。商业是城市中最活跃的经济成分之一，亦是城市形成和发展的主要推动力之一，商业建筑是城市的时装，变化多样，发展迅速。商业空间是城市布局的重点。空间策划可以分为计划、功能、展示等项目，计划是指基地面积、商场规模或通路的宽度之决定等策略。此外，还包括商场内通行之方便性（电梯、电扶梯的配置、交通等），使交通具有回游性，使顾客与商品的接触会尽量增加，自然增加了购买率，同时还包括商业建筑将来的布局发展等等。计划策划包括规模策划和发展策划。在确定商业建筑的规模时，应根据地区特点，购买力状况，以及便利消费者购买和经济核算等原则进行统一规划，合理安排，区别不同情况设置大、中、小型商店。我们知道，任何形式的商业建筑的服务半径都是有限的，在今天日趋激烈的市场竞争中，如何赢得顾客的信赖和回头率是至关重要的。如何让顾客在每一次购物中都能获取新意呢？发展是必要的。但发展又不是盲从的。从策划开始就应该有考虑和远见，以尽可以在项目选择和用地等方面留出发展的余地。发展的模式归纳起来有三大类：内部扩展与完善模式;局部扩展模式;整体扩展模式。至于将来采取何种模式发展，要看企业的经济实力和经济特点而定，不能盲目追随潮流，要注意避免选择不必要的改造性不强的商业建筑类型。

3.2技术策划。在商业建筑策划中，为了创造一个既试用又舒适的空间环境，必须充分利用近代科学技术的一切新成就从空间“质”的方面来保证功能的合理性。这样不仅可以体现新技术的实用性，也可以为商业空间带来新的活力，注入新的血液。选用合理经济的结构形式以形成功能所要求的空间形式，根据商业建筑的性质、等级等不同类别采取不同的结构形式。如大规模的商业建筑，结构多采用钢筋混凝土框架;设置于住宅、办公楼等建筑底层的商业建筑，其营业厅形式受上部建筑的制约，结构常采用混合式或框架式。而某些单层或低层的大面积的连锁商场可采用钢结构或拱等结构形式。同时还要考虑充分利用天然采光、通风、日照等自然条件;设置空调装置以保证室内合适的温度和湿度，同时商品的种类繁多要求空调种类有一定的灵活性;设置消防报警系统，设置足够的防排烟设备，在货物存放处和营业厅应考虑避免火灾和引导疏散等要求;设置楼宇自动化———智能系统;设置具有完善的中央管理及自控系统，提供中央整体监察，对机电设备故障做出及时的觉察与分析;充分利用商场内部具有的网络系统，实现楼内数据、语音和多媒体虚拟专用网的服务。

4.策划方案的完成

目前，国外建筑设计中的概念设计已有很久的`历史了，国内的这类设计实践也在日益增多，正在逐步实现规范化。对于建筑策划来说，要决定建筑的性质、性格、规模、利用方式等，从而拟订建设任务书，但如果没有具体的建筑构想和方案，决定这些条件是困难的。这种研究性的方案设计应属于建筑策划的范畴而不是建设项目的正式设计。它只是建筑策划的一部分，只是依据这种探讨性的设计为建筑策划的其他内容提供参考。商业建筑策划报告的拟订，是将整个策划工作文件化、逻辑化、资料化、规则化、格式化的过程。它的结论是商业建筑策划全部工作的总结和表述，它将对下一步的商业建筑设计工作起到科学的指导作用，是商业投资项目进行具体设计的科学的合乎逻辑的依据，也便于投资者做出正确的选择。结论报告包括框图和文字表格两大部分，其中框图部分包括经济模式、环境模式、人口构成模式、使用模式、商业空间组合模式框图及项目评价、决策图式;文字表格部分包括项目的规模及主题，商业建筑主要服务对象，造价表、经济损益表、结构造型材料表、建设周期表。实施总结包括促销、后续调查、定期抽检。并对策划方案总结，为今后的策划工作积累经验。

建筑策划是现代城市建设活动中所产生的一个新领域，商业建筑策划是其中一个分支，其研究在我国的建筑学科中尚属起步阶段。本文在建筑策划理论的基础上，对商业建筑策划的概念、过程作了较为全面、深入的阐述、判断和归纳，为其他类型的建筑策划提供一定的参考价值，使建筑策划这一新兴学科更加系统、全面和完善。

**商业策划书格式篇十五**

进入21世纪的中国，经济快速发展，居民消费水平逐步提高，消费心理和消费习惯逐渐改变，人们消费逐渐由单纯物质消费，转向以服务消费为主的时期。

旅游业作为“无烟工业”，随着中国人均生活水平的提高，旅游收入和旅游人数都保持了25%的年增长率。发达国家的经验表明，在人均gdp1000美元，即达到小康水平，旅游的大众化，普通化即开始迅猛发展。根据最新的统计数据显示，中国人均gdp已经超过1000美元，即旅游热潮即将兴起。

国家旅游局在中国旅游业发展的“十五”规划中，到xx年，国内旅游人数将达到11亿人次，旅游收入500亿元。旅游业总体产出为7500亿元，相当于全国gdp的5.8%。

而在同时，国内旅游业发展并不成熟，形式单一，主要是游山玩水，旅游市场没有针对性，缺乏特色服务和创新服务，让许多本来有出游打算的消费者因为对旅行社的服务不满意而不出游，浪费了旅游资源和消费资源，同时消费者无法得到满足。

现代社会的日趋发展和进步，对人的素质的要求也日益提高，当前和会就业压力很大，大学生就业问题日益突出，而怎样提高大学生素质，拓展大学生思维，解决大学生就业问题，目前已经成为社会关注的一个热点和焦点问题。

大学是人一生中十分重要的转折点，这个时期的成长如何，直接影响进入社会，甚至整个人生的发展历程。当前社会对大学生要求压力日益增大，大学生如何应对挑战，提高素质，这成为目前在校的1700万大学生迫在眉睫的事情。

另一方面，作为站在时代潮头的大学生，消费观念开放，思维先进，对于参与社会，享受自然和生活的热情也日趋高涨，大学生在这方面的消费需求也日益增强。

“读万卷书，行万里路”，古人游学给我们留下了深刻的印象，大学生现在也应该行万里路，在实践中锻炼自己，享受生活，感悟人生。为此，我们公司正对这一情况，推出特色旅行服务。我们并不是传统的观光旅游，而是旅行。是在旅游享受生活和自然的同时，通过发挥自己的能力，低费用获得自身素质，思维，感悟的提升。给大学生的前途发展打下基础，为人生留下美好的回忆。

我们公司将通过一系列的服务和活动，并于教育部门联合，为大学生提供旅行服务，为大学生的生活提供一个更加丰富的平台，让大学生能在以后的生活中终身受益。

公司的业务主要针对各大高校有消费能力的大学生而开展的。并根据大学生的实际消费能力进设计和客源开发。本着“特色服务，以人为本”、“创造终身价值” 的理念，汇集管理、财务、营销等各方面的人才，充分发挥潜力，提供最优秀的服务，获取收益。公司的短期目标是在一个地区开展服务，并成为领导企业。长期目标是开发全国市场，构筑全国服务网络，成为大学生旅行服务的首选服务。成为倡导大学生生活文化，促进大学生自身发展和交流的大型平台。

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