****

**西安建筑科技大学第一届**

**大学生创新创业大赛**

Dream High团队

二〇一六年十二月

**西安建筑科技大学第一届**

**大学生创新创业大赛**

**“LT”APP的网络运营**

**商**

**业**

**计**

**划**

**书**

团队名称：Dream High 团队口号：让志向腾飞，让梦想飞扬

团队成员：金晔（队长）、傅枫炜、赵文婕、张泽鑫、刘武芳茗、刘坤

傅枫炜 女 管理学院 18829502634 赵文婕 女 管理学院 13002959100

刘坤 女 管理学院 18829042925 刘武芳茗 女 管理学院 15029675175

金晔 女 管理学院 15353702119 张泽鑫 男 机电学院 18829503558

## 目 录

[目 录 3](#_Toc28350)

[一、 创业背景 5](#_Toc898)

[二、 公司概述  5](#_Toc16059)

[（一） 公司简介 5](#_Toc25838)

[1、企业文化 5](#_Toc23918)

[2、企业精神 5](#_Toc6803)

[3、激励制度 5](#_Toc30568)

[4、技术优势 6](#_Toc19343)

[5、组织结构 6](#_Toc22742)

[（二） 团队分工 7](#_Toc30396)

[（三） 产品概述 7](#_Toc25350)

[1、初期阶段功能 7](#_Toc18086)

[2、优势 8](#_Toc29439)

[三、 产品介绍 8](#_Toc13877)

[（一） 功能概述 8](#_Toc27139)

[1、预约课程 8](#_Toc5046)

[2、独立社群 8](#_Toc20211)

[3、资源共享 8](#_Toc7467)

[4、入驻机构 9](#_Toc30693)

[5、兼职助教 9](#_Toc2051)

[（二） 产品优点 9](#_Toc25973)

[四、 目标市场 10](#_Toc1431)

[（一） 战略分析——TP 10](#_Toc16794)

[1、T——Targeting（目标市场选择） 10](#_Toc495)

[2、P——Positioning（产品定位） 12](#_Toc4802)

[（二） 市场竞争与竞争优势 12](#_Toc7680)

[1、主要竞争对手 12](#_Toc27025)

[2、竞争对手所含的市场份额 12](#_Toc2988)

[3、竞争策略——线下教学为主，线上答疑为辅 12](#_Toc28899)

[4、发展前景 12](#_Toc4314)

[5、抗压能力 13](#_Toc27536)

[（三） 市场份额与销售预测 13](#_Toc28487)

[1、小学生群体市场 13](#_Toc7560)

[2、中学生群体市场 13](#_Toc18370)

[3、大学生群体市场 13](#_Toc18065)

[4、国外市场 14](#_Toc15460)

[五、 营销策略 14](#_Toc1052)

[（一） APP推广——简单的操作，精准的分类 14](#_Toc29067)

[（二） 宣传slogan 14](#_Toc23267)

[（三） 营销方案 14](#_Toc19357)

[1、借势营销——类似杜蕾斯的文案创作 14](#_Toc28185)

[六、 资金分析 14](#_Toc30680)

[（一） 资金来源 14](#_Toc22901)

[（二） 产品规划 15](#_Toc192)

[1、前期战略——以西安为例 15](#_Toc3182)

[2、成熟期战略 15](#_Toc29418)

[3、未来的发展规划 15](#_Toc14417)

[（三） 收入预期 16](#_Toc32055)

[1、从教育培训机构收取的入驻费 16](#_Toc12323)

[2、从教育培训机构收取的提成 16](#_Toc4022)

[七、 风险及对策 17](#_Toc20583)

[（一） 风险 17](#_Toc22215)

[1、技术风险 17](#_Toc30271)

[2、市场风险 17](#_Toc7227)

[3、经营风险 17](#_Toc2188)

[4、财务风险 18](#_Toc9854)

[（二） 对策 18](#_Toc27370)

[1、技术风险对策 18](#_Toc11794)

[2、市场风险对策 18](#_Toc12738)

[3、经营风险对策 18](#_Toc998)

[4、财务风险对策 18](#_Toc26575)

[八、 结论 18](#_Toc5959)

#### 一、 创业背景

在这个移动互联网高速发展的时期，APP软件开发已然是时代发展的必然趋势，所以众企业纷纷睁开慧眼将目光聚焦在APP营销上。由于智能时代带来对传统行业的冲击，单纯的门户商店在市场竞争的大环境下已经越来越显现出一种疲软的状态。实体店在网络时代已经极大的不能够满足消费者的需求。因此，APP公司前景也愈加可观。另一方面，教育问题一直是社会十分关注的问题，它关系到下一代的未来，也决定着国家的未来。现在的教育市场总存在盲目选择，所在补习班及学生接受能力参差不齐，优秀教师资源难以利用，学习效率低等问题。所以我们联系二者，力求做到教育资源最大，最高效的利用，做到网上平台求资源，让每个学生真正找到适合自己的教育。同时，为了解决地处偏远的大学生兼职问题，我们提供线上和线下难疑解答和作业批改任务，以此使得大学生得到发展自我机会，这也很好的节约了教师的时间，教师只需要课后与助教沟通，便可以知道学生问题所在。教育类移动互联网APP制作，严格意义上讲并非全部是实体教育在app的应用制作上延伸。由于app制作在娱乐性及互动性较强，制作出的app应用在与教育过程进行结合时，会被衍生出更多业务和功能上的可能。

#### 二、 公司概述

##### （一） 公司简介

###### 1、企业文化

为了保证团队的稳定，以保证APP项目不断向前发展，要重视企业文化的建设。首先，要统计价值观，我们着重打造有价值的平台，追求有感知的服务体验,诚信立足,创新致远。我们不断设定目标，今天最好的表现是明天最低的要求，一切以用户利益为主，做好一切沟通。

###### 2、企业精神

诚信、敬业、奉献、创新。

###### 3、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，作为愿意共同成长的创业伙伴的激励政策。

###### 4、技术优势

可根据客户需求及客户自身情况，提供不同介入程度的服务，使每个人可以与自己有同等知识和进度需求的客户一起学习，获得适合自己的教师资源，帮助客户达成目标，也提供后续的知识巩固，难疑解答，为广大大学生提供兼职机会，实现最终共赢价值。

###### 5、组织结构

**设立董事会，选举董事长1名，下设总经理、副总经理各1人，以及三个中心10大部门**

1. 其中三大中心包括：

研发中心——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

1. 分别负责：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、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。
2. 主要招聘和培养的人才：软件架构师、产品经理、用户体验设计师、产品测试工程师、网络运营、商务谈判等

##### （二） 团队分工



##### （三） 产品概述

”LT(Learn Together) ”APP是一款依托第三方平台（ios平台，安卓平台），为青少年量身定做，针对使广大学生找到合适自己的补习教育,使大学生找到合适兼职的应用软件。

###### 1、初期阶段功能

1. 新手指引功能：每次打开软件以后，会根据使用者需要，进行详细的步骤索引，直到完成目标，学生用户可注册用户找寻教师资源，大学生用户可提供个人信息，找寻兼职机会。
2. 需求测试：学生根据信息填写和自我需求,找寻适合自己程度的补习老师，我们会为之组成一个专业配对小组。
3. 兼职申请：大学生或高三毕业生通过注册填写自己所擅长的科目和自己的性格特点，进而配备给各位任课老师担任助教。
4. 解惑平台：在课后，为节约教师时间，我们提供线上和线下两种方式的答疑解惑和布置作业，由助教批改，将问题直接反映给老师。
5. 打分平台：每月月末以补习班的各个班级为单位，学生匿名为助教打分，根据分数高低决定基础工资外的兼职奖金，促使助教更加用心工作。
6. 每日新闻：平台每天提供学习小技巧或相关内容新闻，丰富生活。

###### 2、优势

1. 高效匹配，为学生选择最合适的老师，制定最合适的学习方案，节省实体补习老师浪费的不必要时间
2. 为广大大学生群体提供就业机会
3. 更加符合当今科技生活飞速发展的背景
4. 让父母掌握孩子学习的第一动态

#### 三、 产品介绍

##### （一） 功能概述

###### 1、预约课程

APP最基本的功能即为预约上课。家长和学生可以在线上预约老师，预约内容包括在线视频教学、预约上门辅导、预约机构上课等，上述均是可实现功能。

###### 2、独立社群

1. 这个功能可以实现教育APP客户端的用户在线上互动交流，学生分享学习心得，家长分享选择心得、老师可以上传学习资料，双方可以进行线上答疑，解放了空间和时间的束缚，大学生家教也可以互相交流学习。
2. 效果分享：在教育APP上学习了一段时间，得到了一些指导和学习机会，但是学习效果怎样呢？你可以在教育培训APP上分享自己的学习成效，与广大APP用户分享的同时，也扩大了教育APP的影响力和品牌效益。

###### 3、资源共享

1. 教学视频：教育APP上具有大量的存储空间，只需要连接上无线WiFi，就能在线观看教学视频，查看教师课件和上传资料。无需到处寻找各种适配视频格式的播放器来播放，妈妈再也不担心我看不到教学视频了！
2. 线上课件：在线教学视频都有了，怎么少得了学习课件呢？在线上看完教学视频，还能下载线上课件，随时查看学习资料，拿出手机，点开教育APP应用软件就能回顾上次教学内容，温故而知新。
3. 职能岗位：一个教育APP应用软件，除了基本的功能之外，还需要对线上的老师职能岗位介绍，让用户们了解这个教师团队的实力如何，同时也增加了用户对手机教育APP的信任度。

###### 4、入驻机构

作为链接优质师资和本地生源的平台，对于入驻的教育机构可以提供相对优惠的合作价格，通过本平台帮助机构真正实现线上办公。生源保质保量！

###### 5、兼职助教

全体高三毕业且满18岁的独立青年，均可以通过APP申请当选助教，并可以根据个人应聘信息和擅长科目，与相应老师进行搭档，帮助补习同学进行答疑，帮助老师批改作业或书写教案。

##### （二） 产品优点

智能手机的普及，使得使用移动互联网的用户也愈来愈多，传统教育行业也逐渐改变，教育行业APP已经越来越受到欢迎，教育APP开发的出现给很多人提供多一个新的学习途径。但是种类繁多的教育类APP多是为已经离开校园环境，进入社会的人提供线上课程帮助，一部分教育培训企业借助移动互联网的发展趋势开发了自适应性APP。但教育APP在开发良久之后始终无法走在移动互联网时代的前列。

其原因有：受众定位不准确、目标服务不到位、用户粘度不够高、信用程度不够。

在综合以上问题并进行调整和改进后的APP将成为在互联网时代的洪流中，用真实和进步，专业和享受来牢牢抓住用户的教育类APP。总结其优点如下：

1. 受众定位精准：家长是真正的教育投资者
2. 本地资源对接紧密：通过线上预约和线下兑现，保证资源对接准确无误
3. 参与即获益：机构和教师赚钱、学生放心学习，家长安心教育、大学生实践体验
4. 靠谱的教育：选择APP对孩子的教育是一种质的承诺
5. 社群交流：精准的社群分类，家长们、教师们、学生们都可以找到分享心得经验之处。
6. 用户粘度高：可靠的产品牢牢抓住用户的心。
7. 信用足够保障：坚持一心一意为学生服务，保证不刷单，力求展现出老师真实的教学水平。

#### 四、 目标市场

##### （一） 战略分析——TP

###### 1、T——Targeting（目标市场选择）

* 追求“优生优育”的时代背景

一个孩子的降临对于一个家庭有着格外特殊的意义，在这个追求“优生优育”的时代背景下，每个家长都一定会都会尽可能为自己的孩子配备尽量好的教育资源，然而现在各大补习机构却良莠不齐，在面对如此庞大的需求背景下，好老师显得少之又少，就算是找到了别人口中的“好老师”，但是这个老师是否适合自己的孩子仍旧是一个未知数。

* 家长重视孩子教育

孩子的教育总是重中之重的，孩子的时间总是极其宝贵的。这是绝大多数家长的想法，然而现在好老师真的太过于稀缺，各个补习机构也不断地吹嘘自己的实力，孩子时间宝贵又不可能一个老师一个老师地去试听，而且，就算是孩子去试听了，家长也没办法知道孩子听了之后的效果终究怎么样......这些，都是萦绕在现在家长身上的烦恼。

* 老师难当

就老师而言，已经有越来越多的老师们抱怨，现在的老师真的是越来越难当，每一个老师，都和学生们在学校的父母一般，比起教书，更重要的是育人，以至于很多老师几乎把自己所有的时间都投在了学生身上，而家里自己的孩子，却没有时间管。不过，要是仅仅只是将时间投在学生身上倒也是值了，更伤脑筋的是，学校还总是会开各种各样的会议，让老师写各种各样的教案，以至于老师专心投入于优化自己教学质量的时间更少。

* 大学生兼职难寻

另一方面，一些高三毕业生和大学生们则总是感慨自己的时间过多，明明辛辛苦苦地读了12年的书，走过了高考这座独木桥，自己之前学过的知识却是毫无用武之地，想要找各种机会来锻炼自己的能力，充实自己的生活，却无奈没有一个好的平台，更重要的是，现在各个地区的新校区都有往郊区地带搬迁的趋势，地处偏远，兼职的机会就变得更加稀缺。

**为此我们特地创立了一款APP，根据不同的用户的需要为其制定相对应的服务，而且还会有相应的优惠政策，从而会使顾客不断地来享受我们的服务。**

1. 地理细分

前期选择二、三线城市（以西安为例）

一线城市目前公司运营成本大，生活节奏快，市场利益与消费群体基本固定，格局难以打破，更关键的是，一线城市地区的优秀教育资源毫不稀缺。而四线以下城市经济发展水平不够，有的家长不会将大量的精力和金钱放在教育问题上，对此类别服务需求不大。

二、三线城市学生数量多，优秀教育资源稀缺，已经有了对此产品的需求。就西安而言，确实是一个重教育的城市，也有不少大学位处偏远地区，如西安建筑科技大学、西北工业大学、西安邮电大学等。

1. 人口细分

* 接受资源者：家长、大学生、以及各个年龄层中想要上课外补习班的人。
* 给予自愿者：各大补习机构、学校、老师

3) 心理细分

* 家长视角：我们APP将提供各个补习机构的特点和优势，各个老师的教学方式和教学特点，以供各位家长们选择。所以，我们的第一目标人群首先是各位有“望子成龙，望女成凤”迫切需求的家长。在我们的APP上，有各个补习机构的特点，各个老师的上课方式，以及已经在老师那里上过课了的同学们的评价等等，家长只需要轻轻点一下“搜索”，这些信息就可以全部展示在家长们的面前，从此，老师的一切信息，孩子的学习状态全部掌握在手中，家长怎会不动心？
* 老师视角：为了可以让更多的优秀教师来注册我们的APP，我们还会给老师们提供助教，从而可以帮助老师节省出大量不必要的时间，增加老师的私人时间，老师怎会不乐意？
* 大学生视角：助教的主体，就是各个高校的大学生和高三毕业人群，他们往往有大把的时间，更重要的是，他们比起拿工资，更加希望可以有一个机会来锻炼自己的能力，充实自己的生活，而且，作为经过了12年教育后的佼佼者，通过与任课老师的沟通，他们往往可以很快了解一名老师的教学模式和教学习惯，从而代替老师做一些例如写教案、答疑、批改作业这些简单的工作，这对于他们而言也是一个很好的锻炼机会。但是，现在各大高校渐渐地都有向偏远地区搬迁的趋势，有些大学生身处地区过于偏远，从而无法获取这些机会，为此，我们的APP分别提供线上和线下两种方式供大学生们选择，这样一来，偏远地区的大学生们就可以在APP上为学生们答疑解惑，批改作业等等，从而解决他们的苦恼，他们怎会不满意？

###### 2、P——Positioning（产品定位）

我们坚持这样一种理念：利用社会上的剩余资源，让所有的学生都可以接受到尽量好的教育，健健康康地成长，同时让老师更加享受教育过程。

##### （二） 市场竞争与竞争优势

###### 1、主要竞争对手

市场上现有的各大帮忙找老师的APP，如“跟谁学”，“轻轻家教”、“神州家教”等。

###### 2、竞争对手所含的市场份额

现今以“跟谁学”为首的各大帮忙找老师的APP所占市场份额较大，尤其是“跟谁学”，甚至誉为“可能是北半球最大的学习平台”，然而，尽管如此，市场还是存在有很大的空缺。

###### 3、竞争策略——线下教学为主，线上答疑为辅

“跟谁学”、“神州家教”、“轻轻家教”等现存教育类APP，将产品的核心主要放在线上教学或是一对一教学。然而当今时代，尤其对于二、三线城市而言，好老师稀缺，一对一的教学资源明显易导致优秀教师资源不够，使孩子接受的教育中掺杂大量的水分；对于单一的线上教学，因为失去了面对面的教育，孩子失去了来自于老师的直接管教，老师也无法知道孩子们的问题和不懂的地方所在，容易使得上课的效果大幅度地降低。

“LT”APP，主要以线下教学为主，线上答疑为辅。学生在线下跟随老师学习的同时，APP也为家长提供了一个随时监督和了解孩子学习情况的平台，为学生提供了课后答疑解惑的平台，在保持原有各大教育机构各自特色的基础之上，帮助机构深化自己的特色，同时有更充足的时间优化老师自身的教学质量。

###### 4、发展前景

教育讲良心，它相比其他行业具有更大的责任，与此同时，因为其成果不可量化，很有可能在短时间内无法显现，使得我们要准备足够的耐心。在推广的过程中，会出现知名度不够等低迷现象，但是我们会尽量做好宣传，坚决不刷单，坚持真实全面展现老师的实际教学水平，获得广大家长的信赖，督促老师发现自己的问题所在并及时解决，使老师能够主动地提高自己的教学水平和教学质量。

###### 5、抗压能力

我们相信我们的产品和服务是独一无二，通过我们的服务一定可以在市场上占有一席之地，我们可以承受竞争所带来的压力，我们的产品与服务理念与其他的产品不同，我们是一心一意想为学生好，一心一意地希望教育行业可以得到发展，绝不会为了自己的利益而做一些减少公司信用度的事情。

##### （三） 市场份额与销售预测

###### 1、小学生群体市场

目前很多家长都抱着一种“不让自己的孩子输在起跑线上”的心态教育孩子，为此，越来越多的家长会抓准这个开发孩子智力的绝佳机会去报各种奥语奥数班或各种兴趣班，而为顺应这样的趋势，各种相对应的补习班也层出不穷，市场会越来越大。

###### 2、中学生群体市场

据教育部统计，2014年全国参加高考人数为939万人，2015年全国参加高考人数为942万人，2016年全国参加高考人数为940万人，尽管中国教育总是被人诟病，但是每年参加高考人数却总是居高不下，在高考这座独木桥上，为了可以让孩子上更好的大学，有更好的发展前景，家长们总是一窝蜂地去报各种补习班，同时各个老师面对学校的各种升学压力，也是全身心地提高自己的教学水平和教学质量，恨不得每时每刻都投入到教育事业中，而我公司正是主要针对这一广大的消费群体，以满足他们的需要。

###### 3、大学生群体市场

1. 从接受资源者的角度：现在，也有不少的大学生为了准备考研、为了准备出国，而去报各种补习班，这些群体，也将成为我们的目标。
2. 从给予资源者的角度：因为出于自己已经成年的考虑，不少的大学生都想要从事一些兼职或多或少地挣一些钱，然而，对于衣食无忧的大学生们来说，挣钱终究不是主要目的，主要是想锻炼自己的能力，充实自己的生活，只要我们给予大学生们优质的培训，帮助让他们了解到社会上真实的样子，相信他们很愿意加入我们的APP平台。

###### 4、国外市场

虽然国外不像中国一样有高考，但也有其十分严格的考察制度，我们可以将我们这一经营模式投入到国外中，从而在国外获取利益。另外，对于国外人士而言，各种中文以及具有中国特色方面的教育应该会深受外国朋友们的欢迎。

#### 五、 营销策略

##### （一） APP推广——简单的操作，精准的分类

在界面和操作程序设计起步时，我们将产品的主要受众范围定在企业、家长和大学生兼职三大群体中，此三类群体均有一个特点——因为工作或年龄等原因，喜欢化繁就简，一眼便可获取自己想要的信息，或者知道去哪里寻找自己的信息，所以在APP 的UI和界面设计上，将以最简单直接的方式为用户提供便利！

##### （二） 宣传slogan

一点顶一万句

想法：在APP上的一次点击，便可以获取用户在平日生活中，听广告宣传或者口头销售时一万句语言的内容含量。

##### （三） 营销方案

###### 1、借势营销——类似杜蕾斯的文案创作

在APP的活动中，加入根据热点话题和热点事件而引申的教育活动，并根据不同的年龄段，为家长提供不同年龄段应该具备的思考观点，防止家长在就时事热点进行教育时犯难。

娱乐化的交互设计：让用户即使今天不预约，也可以在界面上获取“新内容”

通过游戏签到设计，每日精准推送相关社会事件等提高用户粘性。

#### 六、 资金分析

##### （一） 资金来源

前期根据入股时股权分配的比例创业团队每人拿出一定的启动资金，根据股权分配拿出30,000元，学院及学校提供创业基金20,000元，共构成创业资金50,000元。另外可以通过国家扶持大学生创业的政策从银行获得低息贷款100,000元。一共构成公司初始资金150,000元。由于采用使补习机构入驻平台的线上建立方式，在初期不需要线下实体，所以运营成本可以控制在较低的范围内。但是在平台建立的初期，需要吸引用户进入平台，主要的成本用于营销宣传方面，将耗费较多的资金，根据对其他共享经济运营平台的推广模式及融资的调查，初始的资金投入应该在300万元人民币左右，资金投入量决定着平台在上线后是否能够吸引用户以及能够吸引的用户量。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目 | 来源 | 金额 |
| 权益资本 | 创业团队投资 | 30，000 |
| 债务资本 | 银行贷款 | 100，000 |
| 赞助资本 | 学校、学院投资 | 20，000 |
| 合计 |  | 150，000 |

###### 

##### （二） 产品规划

###### 1、前期战略——以西安为例

公司在前期面临着知名度低，信誉未开创等问题，大部分线下用户还未获取业务开展等公司有效信息，而有些用户尽管知道了有关公司业务开展的信息但还是会持观望态度。针对这些问题，就要制定一个公司前期的战略。解决的办法的重中之重在于：首先在西安市区市场开拓出一个基本市场，大的方面，可以通过在各大校园、教育培训机构等地点做定点推广，使公司首先在西安形成一定的影响力。与此同时，动用人脉，首先对朋友，认识的人进行宣传，产品和服务的体验，进而使了解的人数扩大。简而言之就是大的领域和小的领域相结合，逐步提升公司的知名度，并在西安市区拥有初步的用户市场。

###### 2、成熟期战略

此时公司已经拥有一群目标用户，可以定时的对这些目标消费者提供一些优惠活动，如赠送积分，以积分兑换补习经费等之类的活动。此时产品服务的价格就保持与竞争者的相当。及时更新产品服务，保证用户的需求，在旗下媒体也要定时的宣传产品服务的特色，以培养更多的目标消费者。

###### 3、未来的发展规划

经过一定时间的积累与沉淀，当资金、公司的规模的发展与市场的饱和形成一定的比例的时候，我们必须要确认自己的发展方向与定位，根据我们服务实际的模式，它是有利于资金的回笼速度，但同时又加速的我们服务在市场的饱和度。

现在有两个方向，一个是开拓产品服务的模式，如增加对学生的心理开导、对家长的教育培训等功能；二是创立自己的品牌，以直营、联营、加盟等多形式的发展，扩大自己的品牌效益。如果资金允许的情况下，参照实际情况，两者都兼营也是可取的。

##### （三） 收入预期

###### 1、从教育培训机构收取的入驻费

在APP的起步阶段为了达到吸引更多教育培训机构入驻、丰富平台的目的，我们暂时不向教育培训机构收取入驻费。然而在APP的快速发展阶段，当APP能够为教育培训机构带来极大便利时，我们将对教育培训机构收取一定的入驻费便是合理且能得到培训机构同意的。因此，我们的App将进行一定时间的试运营。在试运营的过程中，我们将通过每个教育培训机构的学生人数、营业额等数据确定出几个合理的阶梯额度，各个阶梯的入驻费有高低之分。然后我们按照阶梯模式收取入驻费。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 时间 | APP投放后/前的营业额 | 入驻费（元/户） |
| 半年内 |  | 0 |
| 半年后 | 100%-125% | 10,000 |
|  | 125%-150% | 15,000 |
|  | 150%- 200% | 20,000 |
|  | ＞300% | 30,000 |

###### 2、从教育培训机构收取的提成

基于我们的APP为教育培训机构提供的额外的学生来源和完善的第三方服务，教育培训机构获得了较于以往更多的便利。因此，我们为了支持APP平台的运营和盈利，将向教育培训机构订单收取一定的提成。我们的APP将进行一定时间的试运营，并在试运营过程中，通过统计分析教育培训机构的订单数、营业额等等数据，和教育培训机构进行协商后，确定收取的提成的比例。在APP的发展前期提成将是很主要的收入来源，也是和教育培训机构互相配合能否顺利的关键因素，因此需要在试运营一定时间后，再制定合理的提成比例。

|  |  |
| --- | --- |
|  | 提成（元/10元） |
| 半年内 | 0 |
| 半年后 | 0.3 |

#### 七、 风险及对策

##### （一） 风险

###### 1、技术风险

互联网行业本身是一个风险很大的行业，技术更新日新月异，一项技术今天本来可能还很先进，但是命题就有可能另一项更先进的技术取代前者。EPOST挑战WMAIL，Linux挑战Windows等实例比比皆是，如果企业不能够居安思危，抢占技术的至高点，直接后果就是企业衰退倒闭，王安公司、贺氏公司等就是最好的案例。公司能否始终保持领先的技术水平，将直接影响其未来的兴衰成败。

公司技术风险的主要体现为软件开发失败，而软件开发成功与否在很大程度上取决于公司人才素质以及对教育行业管理、业务流程是否有深入的调研、了解与掌握。

###### 2、市场风险

随着潜在进入者与行业内现有竞争对手两种竞争力量的逐步加剧，各公司会利用现有的用户，并采用模仿的策略打击竞争对手，进而引起大量用户流入其他公司的现象出现。

###### 3、经营风险

1. 人力风险

当今社会人力成本正在逐渐上升，高素质人才不足，公司为稳定技术人员和吸引外部优秀人才，必将采取一系列的奖励措施，因此人力成本的投入必然会逐步增加。同时，由于公司处于创业初期阶段，工作环境、福利待遇在开始时同其他公司相比可能会存在一定差距，从而增加了引进高素质人才的难度。

1. 管理风险

在公司发展的成熟阶段，随着公司规模的急剧膨胀，公司组织结构、管理方法可能不适应不断变化的内部环境。

###### 4、财务风险

公司在发展初期，财务风险主要体现为资金短缺风险，即资金不能满足公司快速发展的需要。

##### （二） 对策

###### 1、技术风险对策

1. 奉行“以人为本”的企业文化，以实现员工价值和公司价值的共同成长；坚持“您有多大能耐，就给您搭建多大的舞台”的人才理念；
2. 采取多种激励措施，如员工持股、股票期权等，尽可能地吸引并留住人才；尽可能提供优质的工作、生活环境，创造良好的工作、研究、学习氛围；
3. 给予员工发展所需要的空间和支持，满足员工实现自我价值的需要；
4. 聘请数名相关行业的专家对公司的研究开发给予业务上的指导。

###### 2、市场风险对策

1. 加快公司的信用体系建设，提高公司的信誉度；
2. 建立一套完善的公司管理和评分管理体系，加强公司内部的团结，提高产品的质量；
3. 加大宣传力度，增设公司特色服务，打造公司品牌。

###### 3、经营风险对策

1. 推行目标成本管理，加强成本控制；
2. 采用内部培训、外部培训等多种措施，提高管理团队的整体素质；
3. 倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境。

###### 4、财务风险对策

1. 构筑和拓宽畅通的融资渠道，为公司的发展不断输入资金，同时，要完善公司自身的盈利机制；
2. 加强对资金运行情况的监控，最大限度地提高资金使用效率；
3. 实施财务预决算制度。

#### 八、 结论

当今国家对于教育的投入力度不断地加大，教育的传统模式与互联网模式的结合是必然趋势。本公司顺应时代发展，既符合社会核心价值观，又有市场，可以说是不可多得的好项目。我们期待您的青睐。