创业计划书

海艺佳 创业人：XXXX

**日 期：20XX年XX月XX日**

# 一、工作室概述

## （一）工作室名称

XXXX网络设计工作室

## （二）工作室概况

XXXX网络设计工作室是针对：网站建设 网站制作 网站设计 做网站公司 网站推广 网站优化 营销型网站制作 微博营销 SEO优化 APP二次开发 网络安全的一家二人合资型工作室，我们预计选址在XX区60平左右，我司预计需要26万元，目前已自有11万元资金（本人自有8万元，合作人自有3万元资金），仍需贷款15万元。

网站建设：我们独特的设计会让您的网站在众多网站中脱颖而出，我们能开发出功能全面，操作方便，性价比较高的企业展示及营销型网站。 网站设计：我们很自豪，我们有能力创建更具吸引力和功能更加大的网站，独特创新的设计，网页代码符合最新W3C质量标准，兼容更多浏览器。我们力求在网站设计和功能开发上满足客户的业务目标。我们一直专注、执着，我们将用心耐心的服务每一个客户。 网站维护：网络是人们获取信息的重要手段，目前中国已进入主动营销时代，企业网站作为网络营销重要工具，将在这个时代发挥关键作用，网站制作服务商建站方案的丰富和便利，将推动企业网络营销步伐加快。

我们的理念

“动心设计”：成于匠心，在第一面就看得出心思和用意“用心服务”：将心比心，专业态度+做法，收获自我认同与他人尊重“放心执行”：做到承诺的，限定时间和费用下的最佳执行效果。

# 二、工作室的组织机构

## （一）工作室组织结构

总经理：工作室最高人事、行政管理、各项政策、财务管理，为本工作室最高的领导决策由本人担任。

财务：财务、结算、出纳、收银、审计、采购、企管、财产管理等中心级权力事务处理由合作人担任。

营销（2人）：主要负责市场开发、异业结盟、外展接单。

技术（5人）：分为美工、IOS程序员、安卓程序员、网页工程师、调测师。

主要负责：网站建设 网站制作 网站设计 做网站公司 网站推广 网站优化 营销型网站制作 微博营销 SEO优化 网络安全 APP二次开发等。

优质优先——无论订单的大小，我们都及时响应，严格按照一印通技术标准生产操作

团体协作——合作的精神，无论是在工作还是在与他人交往中

追求卓越——我们努力做到超越我们客户、伙伴的期望

勇于竞争——我们坚持公平相待和职业道德及人格力量，着意在市场竞争中取胜

褒扬业绩——我们崇尚美德，欣赏并提升为成功作出贡献的员工

# 三、工作室环境分析

## （一）环境分析

### 1.内在环境分析

（1）理论知识的不断深化，让实际操作有了理论基础；

（2）课余时间的增多，让理论转化为现实的时机日渐成熟；

（3）团队成员日渐成熟，有了承担风险的能力。

## （二）顾客分析

### 目标群体消费形式特点

我们团队的网站工作室主要面对的是公司消费群体，针对个人与团体的意向，为其提供所需服务。

## （三）竞争分析

### 2.竞争影响力量（潜在竞争者）

每个地区的网络公司解析，有每个地区的负责人负责

### 3.工作室竞争优势

（1）方便快捷。使工作室能够近距离与消费者联系，第一时间满足需求，反馈信息。

（2）价格优惠。会员制、打包销售的各式价格策略为公司省下了可观的开销，方便其更高效地安排支出。

（3）目标群体的集中性，决定了消费者间的高相似度，使各种营销活动容易聚焦。

（4）服务多元化。对多种业务的整合使得消费者只需要一个网址，就能解决多种需求。

### 4.竞争策略

（1）优质的售后服务。妥善处理消费者的意见和建议，树立良好的工作室形象。

（2）拥有一套有效的代理人管理、考评和激励制度，培养一支队伍稳、绩效高、业务专的代理人及加盟店团队。

（3）了解市场动态，给消费者最新、最全的选择。

（4）利用目标客户间的相似性，挖掘其潜在需求，通过增值营销提高单个顾客价值。

# 四、工作室目标市场策略制定

## （一）市场细分

### 1.产品市场范围

### 网站建设 网站制作 网站设计 做网站公司 网站推广 网站优化 营销型网站制作 微博营销 SEO优化 网络安全 APP二次开发

### 2.市场细分依据

由于在工作室发展前两步时，在相对较小的市场中，根据各大网络公司情况进行细分。

## （二）目标顾客的选择

在众多的行业中，往往遵循这“八二”的市场原则，在市场细分后，针对公司对网络的认识，也要进行针对性的顾客选择，以最小的费用投入，获得最大的销售利润。工作室针对目标大客户，针对了不同的营销组合进行市场攻占。

工作室的目标消费群体分为下面三类：

1.主要消费群（最终消费者）：各大广告市场，影楼。

2.主要消费群（最终消费者）：公司企业，小型企业，影楼的网络推广

3.次要消费群（行业用户）：个人和社会组织等团体。

## （三）市场定位

### 1.市场机遇

市场规模庞大，就网络市场的支持力量来说，近年来在整个中国网络尤其是当腾讯在国内外市场旺盛需求的拉动下，一些资本力量开始入场推动网络，从多方交易观察和事件累积来看，网络业呈现出清晰的启动、加速的脉络。

总体上来说目前中国网络的市场定位和归类系统尚不清晰、稳定，相对来讲网络毕竟是个新生力量，其市场的结构性提升尚待时日。

网络业主要以网络工作室的工作形式呈现，市场上形形色色的婚庆网络工作室面向的影楼，有着相对稳定的客户源。各种写真网络工作室也拥有着一大批年轻人的喜好。

# 五、工作室的营销组合策略

## （一）产品策略

### 1.产品整体概念运用

（1）核心产品

工作室的核心产品为两类，一是网站建设，二为APP二次开发。

（2)对工作室服务的评价

这些信息反映了客户的主要偏好和潜在消费能力，有助于工作室挖掘客户潜在需求，进行增值营销，提升客户价值，同时也会工作室营销策略的制定和变化提供了依据。

1个性化服务

每位客户在消费后都能在我们的电子平台上拥有属于自己的网站以及一套全面的网络推广计划。

2售后服务

本着对客户负责的态度，工作室将及时了解客户的反馈意见，；优惠增值服务使顾客能够获得自身消费带来的增值，以优惠的价格享受工作室接下来的各项业务；客户信息管理系统能够快速解决顾客问题并保留历史记录，以便提供长期、持续、高效的服务。

### 2.品牌策略

（1）以客户服务作为社会市场营销的主旨。

以在小型企业作为客户群体，考虑到本身中国市场群体的求实、求廉心理

（2）加大宣传，树立品牌艺佳网络设计

我工作室在成立之处知名度尚低，但通过改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，势必步步提高品牌知名度和美誉度8476策略。

（4）当工作室的资本积累到一定阶段，前期市场稳定之后，与大型商业活动合作的方式继续进一步打开其他地区的市场，向其他区域发展，真正实现品牌理念。

## （二）渠道策略

### 1.网络平台渠道的选择

当电子商务的网络宣传走向以客户为主的Web2.0时代，网站服务也转向了以客户端为主的运营方式。TVix、酷6、优酷、土豆、PPlive、PPstream等Web2.0式的视频网站也应运而生，并且在整个媒体传播领域占据了极其重要的位置，而随着网络视频和网络社交的兴起，新媒体的影响力势必将出现进一步的全面扩张

工作室将建立品牌门户网站。网站的建立，不仅能进一步打响工作室的品牌，打开市场和增加客户，另一方面也能更好的实现品牌理念，体现工作室的宗旨，增加商业和作的领域。

可通过网络宣传、与各广告市场潜在客户群的进一步接触来扩大影响。

### 2.渠道管理

在管理上的方式包括：渠道结构的科学设计，渠道成员的合理选择，明确的角色分工和权力分配，有效的交流和沟通机制等。

## （三）促销渠道

### 1.推广宣传

（1）加强网络营销渠道的建设，并与各个广告市场建立良好的公共关系。

（2）实施会员营销，结合套餐和积分服务。

（3）各个广告市场区联合宣传，网络等渠道扩大宣传。

（4）区别性，个性化服务，以客户需求为出发点，提供全面服务。

### 2.主要促销方式

网络销售和电话销售，QQ群销售、微博销售、微信销售、博客销售

### 3.广告

工作室广告的投放将主要以优惠为诉求点，旨在提高知名度，激发消费者潜在需求。工作室将根据所处的发展阶段；以期达到最佳的宣传效果。根据目标群体特点，工作室综合成本及受众精确度：

# 六、财务分析

一、成本预算

1 公司注册费用：XXXXX元（ 有效证件）

2 房租： XXXXX 元（付三押一）

3 员工工资：XXXXXX 元(一个月7人)

4 装修：XXXXX元（办公室内部装修）

5 办公设备：XXXXX（空调、电脑等）

6 广告推销：XXXXX（自制网站，媒体推广等）

7 销售用款：XXXXX元（各类渠道费用、差旅费用）

8 服务器等软设：XXXXX元

9 软件购买：XXXXX（必用软件的购买）

9 流动资金：XXXXX元（备用金等）

总计：XX 万元。

已自有XX万元资金（本人自有资金X万元，合伙人自有资金X万元），需贷款XX万元。

二、收入预测

网站设计制作按年收费：

1.网站设计（网站建设 网站制作 网站设计 做网站公司 网站推广 网站优化 营销型网站制作）折中计算为XX万元

2.APP二次开发（IOS系统、安卓系统）折中计算为XXX万元

合计共：135万元，分摊到一个月为：XXXXXX元。

三、每月成本预算

房租：XXXX元

水电气：XXX元

员工工资：XXXX元

其他不可预见费：XXX元

每月总成本：XXXX元

4、利润估算

每月利润=月营业收入-月总成本

=XXXXXX-XXXXX

=XXXXX元

年利润：XXXXX\*XX =XXXXXXX元

开业一年即可收回全部投资XX万元，并盈余XX万元

七、风险预估及规避

一、网页设计风险

想要让网站中的网页来吸引人气，提升用户忠诚度，关键就在于网页的策划上，只有策划到位，才能够更好的切中用户的需求核心，从而有效激发网页的利润潜力。通常一个网页的策划工作主要包括下面几个方面的内容：需求分析、针对竞争网站的调研以及网站架构及文化设计，最后就是有关网页设计和后台程序以及客户需求的有效沟通等。由此可见网页策划工作的重要性。

但是很多时候，站长们在网页设计时，并不十分重要网页策划工作，往往是做到哪里是哪里，从而让网页设计出现不同程度的错误，下面就来对这些常见的错误风险进行分析和规避。

第一个错误风险，就是网页逻辑表面上完整。要知道正确的网页设计逻辑应该是提供激情内容，激发用户兴趣，形成信任关系，促进消费欲望，最终形成消费行为。很多站长在构建网站时，虽然也遵循着这种网页设计逻辑关系，但是从策划上更多注重表现上的逻辑，也就是说从思想中能够了解这个理论，但是从实际的网页设计过程中，却存在着不同的逻辑要点被割裂开来。要么只有激情内容，要么只有消费欲望，而没有将这个逻辑关系从头至尾的串联起来。

所以要想解决这个问题，最重要的方法就是循序渐进的设计，首先要将内容选择好，让用户喜欢这些内容，然后通过扩展阅读进一步激发用户信任度。而在扩展阅读的过程中，还要串联一些解决问题的方法，而这些方法往往需要一定的消费能够解决，从而促使用户的最终消费。

第二个错误风险是网页要面面俱到的抓亮点。很多站长喜欢让网页变得完美无缺，这样似乎能够更好的吸引用户。可是我们知道韩国美女虽然经过多次整形，无论是从脸蛋还是从体型都变得完美无缺，可是我们却始终认为这样的美女缺乏天然性，总会在心理产生一种被苍蝇咯吱的感觉。因为当所有的网页都变得完美时，就没有突出的亮点，从而缺乏对用户的吸引力。所以我们在策划网页时，就需要注重可能会产生亮点的部分要进一步凸显，而其他的设计仅仅为这个亮点进行烘托，这样才能够有效的规避这种策划风险。

由此可见，网页想要设计成功，其核心要素就需要注重逻辑关系的紧密联系，而且针对每一个逻辑节点都需要进行详细的设计和规划，从而让这些逻辑节点形成吸引用户的亮点，这样才能够有效提升网站的吸引力以及利润率，达成网页设计成功的目的。

二、APP风险

越来越多的互联网团队及新创的创业团队加入到APP开发这个行列。因为大家都看到了国外不少三五人的小团队，因为APP而获得不错的报酬，或者吸引了庞大的风险投资资金……只是，多数的想法都还停留在跟风的阶段，今天国外有什么，那我们就先照着做。国内整个APP产品开发，甚至一些大型网站，也只是把APP当成一个必备品，而不是开拓新市场的利器。整体来说，APP还停留在很早期的阶段，再加上多数APP本身有些生命周期的特性，因此APP这件事虽然看起来简单、进入门槛不高，但实际业务上，可能没有那么容易。  
  
1、现金流与品牌的平衡。对于一个新创的开发团队，现金流尤其重要，因此不少的开发团队都以接外包案子为生，就目前的行情，这的确是不错的收入，同时也增加了练兵的机会。但这是快钱，就是代工产业，拼到最后就是接案数以及价格，对于团队的品牌没有多大的加分，更没有留下一个属于自己的产品。因此我认为开发团队应该在APP数量以及APP品牌上面下点功夫，两条线的策略，一条是以尽可能多数量的APP来开创现金流(不一定是接外包)，另一条是开创自有品牌的APP，在这两者之间保持平衡，才有机会找到突破点。  
  
2、创意以及内容的搭配。APP是一种新的工具，新的媒体，新的呈现方式，那么就不应该用传统互联网的思维来搭建，而应该多一点软件的思维，更多用户体验，软件流程的考量，甚至是更多结合手机或者平板的特性(照相、LBS、感应器等)，这是创新创意的思维，也是App上市后得以吸引用户及媒体关注的主因。但别忘了山寨者众，因此光有一个亮点是不够的，很快别人也跟进了，如果没有内容做为后盾，那创意只是昙花一现，因此如何跟内容作结合，影响这个事业的持久性，比如说：电子阅读、新闻、照片分享、优惠分享等都是案例，而我认为目前还没有较完美的模式以及应用出现，这是创业团队们很好的机会。  
  
3、多种APP盈利模式的组合。最早的时候，我们都熟悉了每个工具或者游戏一定有一个Lite版也有一个完整版，这就是一种组合，此外还可以考虑第三种模式(In-APP Purchase，应用内付费)，或者是加入CPS导购等等。这些我们也都在摸索当中，不同市场的用户特性不同，必须有不同的做法。比如说在中国，一般用户习惯免费经济，如何引导，同时，他们可能观念上直接把In-APP当作一种付费的陷阱，又如何应对，这都考验着开发团队的智慧。  
  
4、设法让APP的生命周期延长，一般来说APP的效果如何大概一上线当天就会知道，如果不好的话，就必须立即修改方向，或者开发不同的APP。而同时用户反应良好的APP也必须想些方法延伸其生命周期，如同上述第二点所说的内容的搭配。这边要谈的是，除了内容，用户活跃度如何长期经营，我想Apple有所谓的push功能，这是必须采纳的，随时有提醒的作用。此外，加入分享的功能，比如分享到微博、Facebook或者email等，也很重要。甚至除了分享的设计之外，如何吸引用户经常性的愿意转发分享也必须纳入考虑，功能与创意都是一时的，用户活跃度才是关键。