

创 业 计 划 书

项目名称：“不再为活动策划烦恼”——

【策头策脑】线上策划应用小程序

前言

2021 年，国务院下发了关于进一步支持大学生创新创业的指导意见，文中提到支持在校大学生提升创新创业能力，促进大学生全面发展，通过深化高校创新创业教育改革，健全课堂教学，自主学习，结合实践，指导帮扶，文化引领融为一体的高校创新创业教育体系，增强大学生创新精神，创业意识，创新创业能力。

在暨南大学，校方通过设立创业学院，创业课程等措施，让大学生的创新创业意识和能力逐步提升，通过在校园参与创新创业比赛，校方帮扶等措施，支持大学创业，因此有了我们的线上应用程序产品——《策头策脑》的创业想法诞生。

《策头策脑》的应用是我们创业团队成员为了解决其本身的一个日常烦恼而诞生的想法，旨在解决日常策划烦恼的工具欠缺，同时市场上相似的产品并不多，具有免费策划功能的小程序是没有的。因此我们决定把这一烦恼的解决方案设计出来，并推往市场。我们将以具有创意性的策划笔记功能以及以大学生为主的目标定位，先后在暨南大学和广州大学城展开我们的创业计划，最终搭建完整的一个策划服务平台。

策头策脑

一站式解决聚会，团建问题



目录

一、项目介绍.....	4
（一）产品介绍.....	4
（二）创业团队介绍.....	9
二、宏观分析.....	10
（一）网络平台行业分析.....	10
（二）竞争对手分析.....	12
（三）市场分析.....	14
三、营销策略.....	15
（一）产品定位策略.....	15
（二）推广渠道.....	16
（三）促销组合.....	18
四、财务分析.....	18
（一）资金的筹集和资金构成.....	18
（二）资金使用.....	19
（三）成本预算.....	19
（四）收益和回报.....	19
五、风险分析.....	20
（一）风险分析及其解决方案.....	20
（二）风险预测.....	21
（三）风险防范.....	21
六、商业画布图.....	21
七、公司战略及未来发展.....	22
（一）公司发展战略规划图.....	22
（二）未来发展计划.....	22
八、附件.....	27
附件（一）产品图.....	27
【第一阶段】	27
【第二阶段】	27

一、项目介绍

（一）产品介绍

1. 名称

【策头策脑】线上策划应用小程序

2. 小程序功能

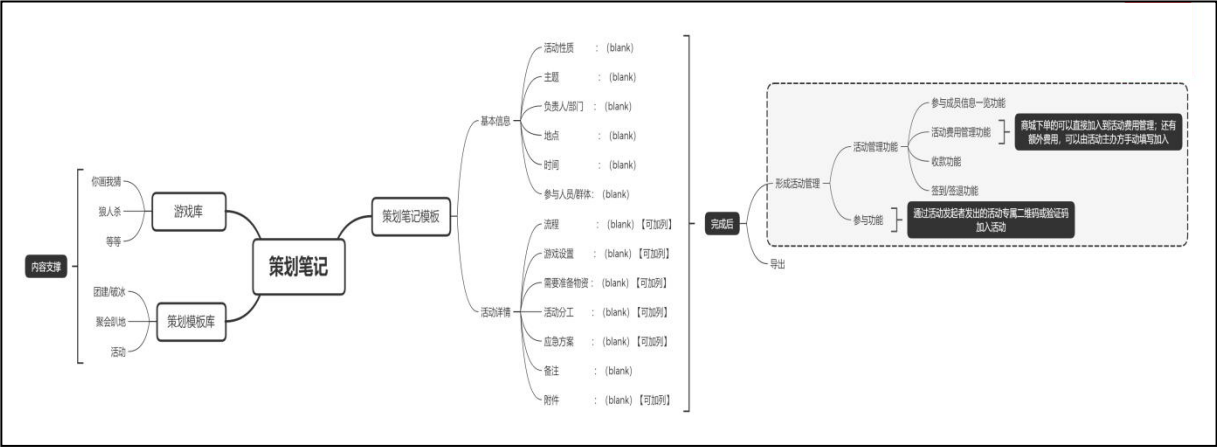
➤ 我们提供的



【策头策脑】线上策划应用小程序主要功能是由策划笔记功能+商城功能+社区功能组成。并具有活动管理功能，线上聚会功能以及模板库和游戏库内容支撑的辅助。

用户可以拥有个性化的策划以及一站式购买的便利。

2.1 小程序功能一【策划笔记】：



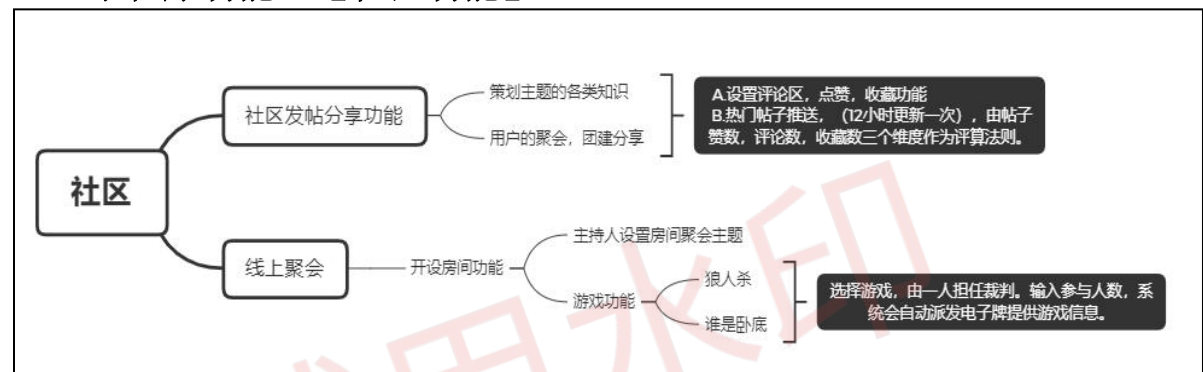
通过我们的小程序，用户可以免费使用【策划笔记】功能，根据自身的要求在线编写策划。这是我们的核心功能，是以免费的形式开放给所有用户的。

用户可以在选中的策划模板打开【策划笔记】功能，在小程序中直接进行个性化的策划。同时我们提供游戏库和策划模板库作为内容支持。

在策划笔记的基础上，我们还配备

- ✧ 活动管理功能：签到/签退功能、活动账单记录功能，收款功能、参与成员信息一览功能。
- ✧ 策划导出功能

2.2 小程序功能二【社区功能】：



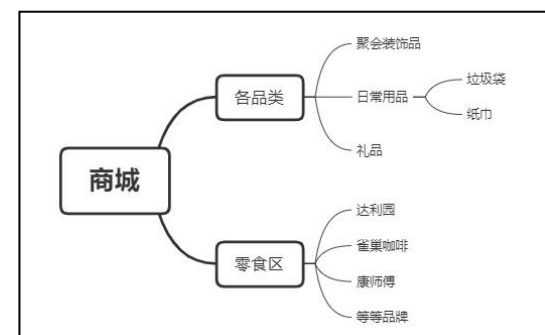
我们打造了一个可以加强用户粘性的社区，用户可以在社区内发帖，互相评论关于策划的相关知识，或者举办的聚会等等。

另一个功能是线上聚会，用户可以在小程序内的【线上聚会】功能，建立房间，设立主题，邀请朋友一起开展线上的聚会参与，适用于校园内学生组织部门，班级小组的联谊与聚会。

2.3 小程序功能三【商城功能】：

商城区包含：（不具有区域性限制）

- ✓ 饮食
 - 即食包装类（例如达利园，雀巢饮料等）
- ✓ 布置用品/聚会用品（例如垃圾袋，纸巾，装饰品，小礼品等）



*详细请见请见附件（1）产品图

➤ 我们解决的



我们帮助用户解决的两大痛点：

1. 用户在遇到策划烦恼的时候

我们提供的：便捷化的策划工具，只要使用小程序策划笔记功能就可以开始一份活动的策划设计，功能里会有所有的详细框，也避免了策划者会忽略某个部分的编写，例如策划的应急方案等。其二我们提供了模板库和游戏库的内容，用户可以通过参考这些内容获得一些新的想法或流程设计，帮助用户不再为一份策划而烦恼。

2. 用户在策划工具选择的欠缺

我们提供的：目前市场上，并没有类似提供给消费者这种策划笔记等，而我们开发的这个小程序就可以很好地解决部分目标群体，例如本产品在第一阶段的目标用户——大学生。大学生在编写关于学生组织社团分配的策划任务的时候，往往只能选择在电脑打开 word，然后根据网上查找的模板开始编写，而我们我们就是为了解决用户对于有策划笔记功能的工具选择缺乏而诞生的小程序。

3. 小程序研发（制作）过程

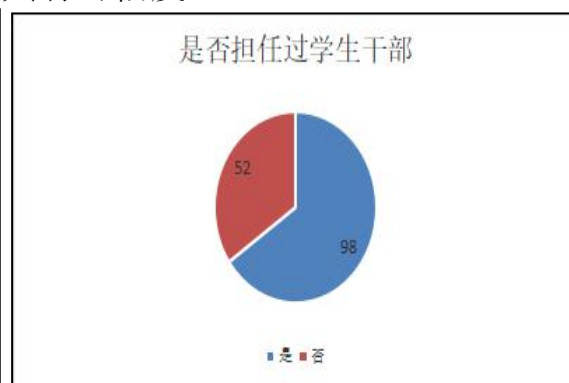
在校园创业阶段，由于有限的预算，我们会寻找第三方公司，为我们提供小程序的开发服务。根据所提供的小程序软件，该公司将提供小程序审核，部署搭建，售后服务，创业团队可以直接在后台进行操作控制和更改。

同时我们将招募有理科背景和计算机能力的同学加入我们的团队，负责技术相关方面的工作。

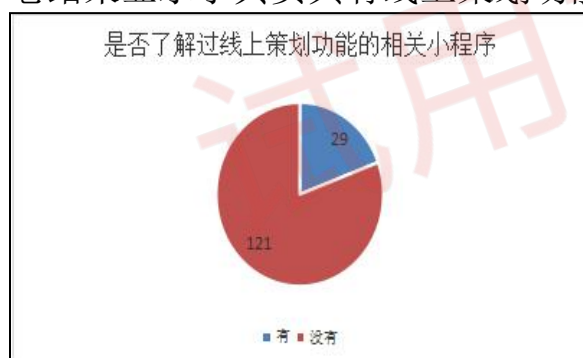
在模板库和游戏库的内容创作方面，我们会通过学校内的学生资源，通过支付劳务费的方式来打造我们的内容库。

4. 市场前景预测

我们通过问卷调查法的形式进行了前期的市场调查。团队共发出 150 份问卷，回收 150 份，有效问卷达 100%。根据数据显示我们问卷的调查对象大部分为 2019，2020 级（占 78%）。担任过学生干部的有 65.33%，未担任过学生干部的有 34.67%。充分表示了我们的问卷数据是包含跨年级，各类型的样本，具有可信度。

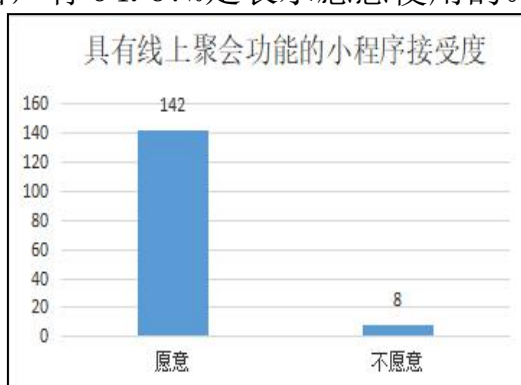
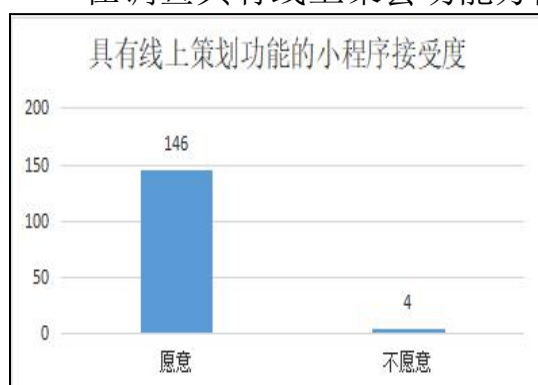


通过被调查者对于线上策划工具了解程度的调查显示，80.67% 表示没有了解过或使用过相关的小程序。根据我们的市场观察和问卷结果显示了其实具有线上策划功能的小程序并不多。

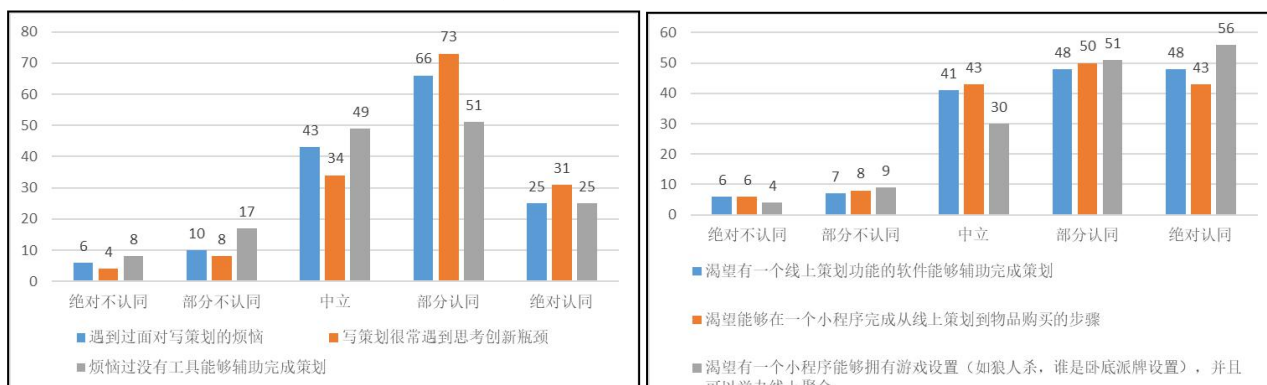


在调查对于线上策划的接受度，数据显示 97.33% 是表示愿意使用具有线上策划功能和活动管理功能的小程序。

在调查具有线上聚会功能方面，有 94.67% 是表示愿意使用的。



在调查被调查者对于线上策划功能的欲望以及渴望，我们得到的数据显示，大部分同学是遇到了相关烦恼和策划瓶颈的，也渴望有一个工具能够辅助他们完成策划。



在本产品的市场调查中，我们进行了总结，针对市场痛点方面，我们认为现阶段大学生在对于线上策划应用的工具选择是较为缺乏的。而市面上目前较多的是具有活动管理功能，如签到，签退。但是这些功能对于主办方而言只是在整个活动其中的一个部分小工具，【策头策脑】要做的是让用户从活动的开始到结束都可以通过我们平台去进行记录和完成。

综上所述，通过我们的调查结果显示，根据我们第一阶段的设定，我们在大学校园内推出关于线上策划功能的小程序是具有市场接受度的。

5. 我们的突出优势

A. 简易性与个性化策划

提供线上策划笔记功能，把策划变得简单和便捷。提供模板库和游戏库作为内容支撑，作为我们的内容优势。

B. 一站式解决聚会，团建等服务

除策划笔记功能外，还具有商城服务，汇聚各类食品，饮料商家，可以直接下单，解决聚会等的食品问题。

C. 社区交流，提高社交属性

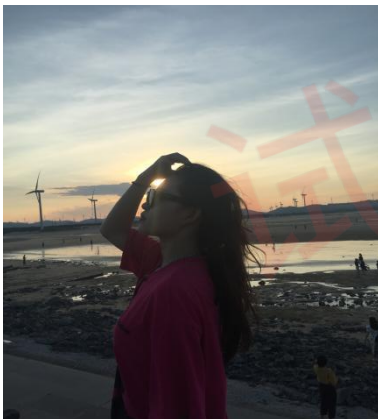
用户可以在小程序社区功能，进行发帖分享，互相交流。还备有线上聚会功能，可以在线聚会，受地域限制，一起线上 happy。

（二）创业团队介绍



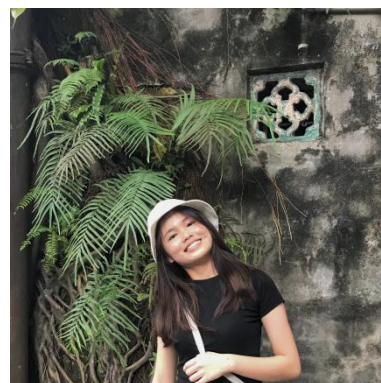
谢忠益 SEAH KEAN YUH 2019059022，
工商管理专业，负责整体的项目战略，
功能开发以及全局统筹。
职位：总经理

赵雪儿 2019055408，工商管理专业，
负责运营管理方面，营销策略的实施与
商户的开发。
职位：运营总监



林嘉欣 2019057728，工商管理专业，
负责财务管理与风险管理方面，
资金的筹集以及风险预测。
职位：财务总监

林均涵 LIM JIUN HANN 2019059030，
工商管理专业，负责市场分析方面，
政策的了解与市场预测。
职位：市场总监



二、宏观分析

（一）网络平台行业分析

1. 中国小程序市场分析

A. 适用于利基市场碎片化需求：

小程序具有即用即走、不占内存的特点，且开发成本低，即能够满足用户碎片化的需求又能够满足开发商低成本盈利需求，有利于利基市场的开发。除此以外，利基市场中用户使用需求不密合、使用频度较低，只有通过流量级平台的支撑才能使得其得到有效开发，而小程序有利于用户直接使用，减少了用户不想使用的风险。

B. 连接线下实体流量：

传统电脑端互联网的入口在搜索框，而移动互联网的入口则是二维码，同时二维码也是小程序的重要入口之一，小程序以二维码为入口将连接更多的服务场景尤其是线下消费场景。小程序未来将连接无处不在的线下店铺、交通、休闲娱乐等场景，甚至有望与智能硬件等新型场景结合全面打通日常生活空间，形成用户生活场景中的超级闭环，而未来移动支付如微信支付、支付宝、银联云闪付等加速扩张为小程序占领线下消费场景提供了必要工具。接下来，我们策划 APP 会和校园的一些商店合作，就可以实现线上与线下的合作。

C. 完整平台生态链：

互联网巨头打造的小程序补足了自身的互联网平台生态圈，连接一切是小程序的主要功能，小程序在连接线上线下场景中发挥了重要的中介作用。如微信以微信小程序、服务号、订阅号组成非常完整地平台生态圈，对于我们策划 App，我们利用小程序产品创业，相对来说已经拥有了很好的一个软件的生态环境。

D. 与应用程序共存：

以微信为例，在小程序出现前，外部链接的分享、转发虽然为用户提供了更丰富的用户体验，但用户也同时被外部链接引导到第三方应用，减少了微信的使用时间。虽然微信拥有庞大的社交网络、即时通讯能力、内容生产传播体系以及支付能力，但仍无法与第三方服务或应用无缝连接，做到我中有你。小程序的出现丰富了微信可提供的服务、提升了用户粘性，构建了完整的用户生态。

E. 结合各领域开启多元变现

小程序提供包括小程序自身、搜索栏、移动平台、垂直频道、公众号、生活号、二维码等上百个入口，结合 LBS 地理位置信息，

广泛连接线上线下需求场景。小程序无需下载安装，并且能够快捷扫码或通过链接等入口快速进入的特点使得其成为连接线上平台和线下实体场景的最佳工具，小程序在平台支付优势的支持下，创建线上线下交互的新零售、消费方式。在万物互联的发展背景下，小程序将作为 OMO 场景连接工具，帮助商家进行线下服务的升级，连接线上丰富的资源和技术支持。

综上所述，【策头策脑】线上策划应用选择了以小程序作为平台媒介，它既可以减少了用户需要下载 app 的麻烦，同时也可以让创业团队充分利用微信已经打造了完善的生态圈带来的资源和好处。

2. 政策

■ 我国网络与信息安全行业法律法规、政策

A. 2021 年 6 月《数据安全法》

规定了数据安全与发展、数据安全制度、数据安全保护义务、政务数据安全与开放等，旨在保障数据安全，促进数据开发利用。

B. 2020 年 10 月《个人信息保护法（草案）》

规定了个人信息处理规则、个人信息跨境提供的规则、个人在个人信息处理活动中的权利、个人信息处理者的义务、履行个人信息保护职责的部门等，旨在保护个人信息权益，规范个人信息处理活动，保障个人信息依法有序自由流动，促进个人信息合理利用。

C. 2020 年 4 月《网络安全审查办法》

规定了关键信息基础设施运营者采购网络产品和服务，应当进行网络安全的审查，旨在确保关键信息基础设施供应链安全，维护国家安全

D. 2013 年 7 月《电信和互联网用户个人信息保护规定》

明确行业内个人信息的保护范围，个人信息收集使用原则等内容。

■ 创业政策

A. 2021 年《关于支持港澳青年在粤港澳大湾区就业创业的实施意见》

B. 2020 年《广州番禺出台十一条政策支持港澳青年来穗创新创业》

C. 2019 年《关于加强港澳青年创新创业基地建设的实施方案》

创业政策是基于国家现阶段大力支持大学生创新创业，加上港珠澳大湾区的蓬勃发展，在湾区内的创新创业扶持更为明显。我们可以通过学校，番禺区，广州市等推出的创业政策获得扶持资源，如创业资金，办公室补贴等。这对于创业团队可以减少在生活上的负担，也能帮助创业团队更好在校园内开展我们的宣传活动。

■ 行业政策

A. 2021 年 3 月 十三届全国人大四次会议《国民经济和社会发展的第十四个五年规划 和 2035 年远景目标纲要》

培育壮大人工智能、大数据、区块链、云计算、网络安全等新兴数字产业，提升通信设备、核心电子元器件、关键软件等产业水平。健全国家网络安全法律法规和制度标准，加强重要领域数据资源、重要网络和信息系统安全保障。建立健全关键信息基础设施保护体系，提升安全防护和维护政治安全能力。

（二）竞争对手分析

1. 竞品分析

1.1 报名王

报名王的宗旨是轻松各种会议和活动，报名签到现场互动一个不落。具有报名信息设置，签到设置以及现场互动设置三大板块。同时提供企业定制收费服务，具有全平台能力（移动端，PC 端），全方位覆盖，随心所欲的样式定制，行业特性个性化服务提供。

优势：

- ✓ 具有功能较为全面，可以让主办方通过基本的信息设置开启活动管理功能。
- ✓ 与时俱进，基础的三大板块，还额外有健康登记，训练计划，打卡活动等板块。
- ✓ 在基本的功能使用上，还添加了一些会员专享的信息填写项，如报名审核，设置报名口令等。

分析：报名王在活动管理功能方面具有全面的功能服务提供，适用于活动主办方的使用，但对比本产品，报名王倾向于是主办方在活动期间的一个报名工具，但策头策脑提供的是主办方从一开始的策划开始，包含了采购物资列表填写，应急方案填写等。策头策脑与报名王不同的点在于，策头策脑是可以解决主办方从开始到结束

（策划创作到物资购买）的步骤。分析总结，策头策脑在活动管理辅助功能方面的完善是具有参考性的。

1.2 活动易

活动易是北京活动时文化传媒有限公司旗下的专注数据娱乐电商应用平台。通过使用活动易，游乐、演出、赛事、节庆主题展等现场活动主办，可以快速且低成本地自建自营票务为主的多品类电商平台、建立分销体系、使用丰富的营销工具、实现会员管理和大数据跟踪分析。活动易是一个票务电商，帮助主办解决票务营销问的小程序。活动易的功能主要偏向于商户买票的平台，其活动管理的功能是值得我们去借鉴和发挥，并面向不同的用户，提供多样化的价值。

优势：

✓ 支持活动设置

1. 主办自主定制：可设置企业 logo、网站域名、短信内容等
2. 多种支付：电子票、纸质票、身份证、app 验票等

✓ 智慧分销

1. 实时监测访问量、成单量、销售金额、渠道提成、订单转化率等渠道销售数据，便于查询结算。

分析：活动易是一个票务平台的产品，主要是面向主办方进行售票服务，并进行发送电子票，核销票等服务功能。虽然活动易与本产品的冲突性不大，但是在同类型产品中是属于比较出色的。在分析中发现，活动易其实具有强大的后台监测功能，这对于活动主办方是一项非常有用的功能提供。在这方面对于团队在优化产品功能是具有启发性的。

1.3 会小二

会小二创立于 2013 年，是北京云动数字媒体技术有限公司旗下会议 O2O 网站平台，主要提供会议场地、活动资源在线预订等服务。包括会议场地、会议搭建、会议签到、会议用车等活动物料的采购，让中小企业办活动更轻松。

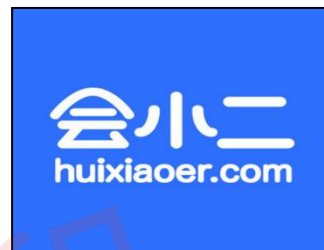
优势：

- ✓ 靠大数据满足个性化需求：用户可通过平台内的大数据资源和海量场地数据搜索满意的场地或各种服务。
- ✓ 后台系统：会小二自动匹配合适的场地和会议资源，并在短时间内把方案发给客户，方案生成时间可缩短至几分钟。会小二强大的后台系统可以满足用户苛刻的要求。

✓ 把服务延伸到线下：会小二通过大数据给用户提供可海量场地信息，并打通线上线下服务平台的 O2O 平台。

✓ 一站式服务：会小二提供了开会、用餐、住宿

分析：会小二的主要面向的客户更偏于商务类的会议安排，用户会在会小二中可以直接通过输入要求，然后被他提供一套完善的会议安排方案，节省用户的时间。在竞品分析中，我们认为会小二是更倾向于有预算的用户去使用的。会小二在不断地发展中具有了较为庞大的场地资源和服务团队，同时也提供用餐，住宿等方面的服务。对于策头策脑，在未来发展的方向，提供个性化服务或者是策划方案提供将会是我们的主要考虑方面。



（三）市场分析

1. 大学生群体消费偏好

随着经济社会发展水平大幅提升、消费市场供给极大丰富，大学生的物质需求和精神需求也更加多样化，其消费相应地体现出一些鲜明偏好。

2. 智能化消费

当前，大学生普遍青睐时尚化、智能化、高端化消费产品，已跻身高科技产品上市后最早购买的群体。智能手机、声控护眼仪、无线蓝牙音箱、颈椎按摩器、语音控制家居灯等智能产品受其普遍喜爱，新科技、新产品带来的生活品质是其购买诱因。

3. 电商化消费

大学生是网络电商消费主力之一，在“双 11”“双 12”等时间节点，大学生消费支出占较大份额，支付宝、APP、微商、网红直播带货等线上支付成为大学生生活常态。

4. 潮流化消费

“网红打卡”“研学旅行”是大学生文旅消费的主要方式，他们通过抖音、快手等了解网红城市、小镇名吃，进而旅游“打卡”；《三毛流浪记》《故宫六百年》等书籍在直播平台“云首发”吸引

众多大学生粉丝；《长安十二时辰》等“潮剧”吸引大量大学生线上付费观看。

5. 社交化消费

大学生是校园周边“小微经济”集聚发展的主要驱动。名目繁多的“同学生日会”“考研保研聚餐”及日常聚餐活动，吸引大量餐饮店铺在校园周边集聚。随着网络社交文化平台迭代更新，大学生社交化消费的形式日趋多元，文娱、游艺等热度上升。

小程序可以提供直接连接线下各种服务场景，例如交通、休闲娱乐等的消费场景。在这过程中，小程序发挥了终中介作用，连接一切。另外，小程序提供各种连接的入口，可以让大学生快速进入并看到感兴趣的内容，因此小程序符合了大学生的智能化消费和电商化消费。我们策划 App 的功能可以让大学生实现潮流化消费和社交化消费，在他们的生活中发挥并占有价值，融入他们的社交生活

第一阶段，策划 APP 的主要目标群体为大学生，分为任职学生干部的大学生和非学生干部的大学生。配合到智能化消费和社交化消费，大学生得以在我们的策划 APP 来满足他们的在校园和社交生活中的体验。任职学生干部的大学生会因所在的组织或社团需要定期开会或聚会而需要规划聚会活动的内容以及用到活动管理的功能，因此会较常需要用到我们的策划 APP。策划 APP 可以为他们在策划聚会方面带来很多便利性。非学生干部的大学生的大学生想要在想要举办庆生会或生日会时，可以使用策划 APP 进行聚会策划，得到良好的聚会体验。

三、营销策略

（一）产品定位策略

1. 产品定位

我们主打提供一站式、一条龙解决活动策划服务的平台。

2. 商业目标

抓住用户的策划需求，在线上策划应用小程序类别“跑”出来。

3. 用户目标

找到更简易进行策划的工具，同时还可以解决物资购买的问题。

4. 用户画像与分析

寻求可以更加便捷解决策划困难的目标群体，以下进行举例：

第一阶段：大学生具有参加学生组织社团的群体 <ul style="list-style-type: none">✓ 面临需要策划活动，部门破冰，聚会等工作✓ 寻求更加便捷的策划工具	第二阶段：中小型企业 HR <ul style="list-style-type: none">✓ 面临策划公司的实习生破冰任务，公司团建，公司下午茶福利策划✓ 寻求更加丰富化的策划概念和创新的策划思想，一站式解决从策划到实操的步骤✓ 面临着公司团建和聚会的频率较密，需要有更便捷化的工具
--	---

5. 提供的服务

5.1 策划笔记功能

线上策划笔记功能，具有直接完善的模板可以使用。同时，提供模板库和游戏库作为内容支撑。

5.2 商城功能

提供商城服务，汇聚各类食品，饮料商家，布置用品三大品类，实现活动物资直接可采购服务。

5.3 社区交流

提供社区交流区域，用户可通过发帖，评论形式进行交流。

（二）推广渠道

1. 与大学社团组织合作

1.1 赞助转发朋友圈宣传形式

通过与社团学生组织合作开展朋友圈推广赞助活动。在公司战略部分，我们第一阶段主要面向大学生群体，故此前期阶段向大学

社团学生组织合作显得尤为重要，其一是因为大学社团或学生组织具有策划的硬性需求，其二是该类组织的聚会需求频密。

合作形式：通过支付一定的赞助费用，费用区间介乎在 8-10 元条/人，要求社团组织的干部成员在使用软件的同时在朋友圈内发布广告。

好处：达到校园内快速的宣传。

目标对象：各社团学生组织（招生宣传协会，职业发展协会等）

1.2 与校内社团学生组织合作，举办活动

可以通过与社团组织以及院校级学生会洽谈，提供以小程序为平台开展策划类等创新活动的合作意向。

合作形式：透过与社团学生组织合作开办活动，比如职业发展协会，招生宣传协会等，可以作为赞助商提供比赛奖金和奖品。合作过程会要求必须以我们平台作为活动的指定策划工具。

好处：与社团学生组织合作开办活动，除了物质奖励，还可以通过加综测的方式吸引更多的学生参与，达到开发更多小程序的用户。

目标对象：各社团学生组织（招生宣传协会，职业发展协会等）



暨南大学招生宣传协会



暨南大学职业发展协会



暨南大学管理学院学生

合作举例：

暨南大学招生宣传协会是隶属于招生办下的一个负责招生宣传工作的学生组织，每年的会举办一个跨五校区的校级品牌活动冬暨宣讲团，根据 2020 年数据显示，第七届的冬暨宣讲团共有 630 余支队伍，3000 余人成功宣讲。该项活动主办方在活动期间会要求宣讲队伍提交一份宣讲计划书。

我们可以合作的方式是以我们小程序作为官方提交策划平台支持，既减轻了主办方的繁琐收取 word 档计划书的工作，也可以推广我们的产品小程序应用。

1.3 校园增长官招募

此外在第一阶段后期，我们会逐步向广州大学城各高校开扩市场，并延展到整个广州市。所以我们会招募校园增长官作为公司的远程实习项目，要求实习生分别对接自己校区的社团以及校园推广事宜。

2. 校园内广告推广

我们会在校园内进行广告推广，分别采用海报以及传单的方式分别对软件本身以及商城优惠进行传播，以及借助校园内的学生的朋友圈形式就像一个宣传，例如转发推文集赞换奶茶。

3. 社交媒体推广

我们将会建立公司的小红书账号以及公众号，小红书官方账号将会定期更新我们新推出的模版，策湖的知识点以及软件更新等内容。公众号会及时推送比赛推文、商店优惠等。采用新媒体的方式以及内容进行营销与宣传。

（三）促销组合

在前期引流阶段，我们会在商城推出系列的促销组合，来吸引用户。

1. 与高校实体店深度合作，可以在商城利用优惠价格购买到商店的代金券和商品。

例如：与奶茶店合作，可以在商城购买 7 折的饮料商品。

2. 提供代金券优惠，可使用在小程序商城里的各类商品。只需通过转发朋友圈即可联系客服获取代金券福利，并不设代金券使用条件（例如最低消费额度）。

四、财务分析

（一）资金的筹集和资金构成

➤ 创业扶持资金

参与“挑战杯”或“互联网+”竞赛设的创新创业竞赛项目，希望得到校方对于我们团队创业的支持，参与立项获得起始资金，也了解到国家对于大学生创业的支持，我们将会申请大学生创业贷款。

- 自筹资金
团队成员自筹资金每人约 2000 元。

（二）资金使用

- 宣传推广费用：传单、海报制作费用；发放的活动代金券；校园团体组织合作推广费用（赞助）；
- 平台技术维护和升级需要支付技术人员的薪酬费用；
- 其他费用

（三）成本预算

前期（大学落地阶段）预计投入

1	小程序制作	4000 人民币
2	技术人员津贴	2000 人民币
3	推广费--校内宣传，集中向学生组织以及社团推广。	5000 人民币

（四）收益和回报

1. 广告投放平台获得的广告费

我们主要会围绕大学生的生活和学业上寻找相关的广告去洽谈。

（1）广告入驻目标商家

- 暨南大学附近的驾校、托福雅思教育机构
- 大学城的商家（餐饮店，甜品店等）
- 各大娱乐项目（长隆、融创等）

（2）广告模式

广告方式	收取金额	额外备注
A. 进入小程序时 3-5s 的 屏 幕 页面广告	以投放一小时为基准，3-5s 的屏幕页面广告 100 元	优惠： 长期合作投放十天广告费打九折，十五天八折，二十天七折封顶。
B. 首页视频广告	首页视频广告 90 元/日	
C. 首页海报（6 张不同商户）	首页海报（6 张不同商户）和首页文章（承接 5 篇商户）第一张/篇 80 元/日，后面依次递减 5 元	
D. 首页文章（承接 5 篇商户）		
E. 页面弹窗	页面弹窗 60 元/日	

2. 入驻商城的平台费（佣金）

商家入驻商城收取平台费用 500 元为基础费，当销售数量达到五百到一千笔时，之后的每笔订单收取佣金 1%，公益捐赠 0.10 元。
一在前期阶段，为吸引商家入驻，我们会提供比较优惠的方式来达到我们预想的商家数量。

3. 会员制方案

在产品吸引到一定的流量后，会推出会员制方案，可以享有模板库特定的策划参考，策划笔记的提升，商城优惠卷等。

4. 获得平台流量和消费者的信任

前期通过优惠活动、社交媒体推广、大学社团组织比赛等方式使用小程序获得大学生群体流量，让他们有一个便捷、舒适的体验感从而得到他们的信任，体现出我们这个从小程序的价值所在。

五、风险分析

（一）风险分析及其解决方案

1. 外部风险

市场风险：需要时刻关注市场走向，抓住新趋势和新策略，精准定位人群基本画像；

其他风险：时刻进行监管，防止其他问题出现。

2. 内部风险

技术风险：当小程序出现页面加载不出、数据系统出现故障等此类技术难题时，我们需要聘请技术人员，或者动用身边人脉关系寻求帮助；

资金风险：资金不足时，可以进行银行贷款、寻找天使投资以及亲朋好友资助；

合伙风险：拟定合同，与合伙人签订相关协议。

（二）风险预测

- 商家延迟发货、物流缓慢等问题
- 小程序吸引不到用户、用户活跃度不高
- 订单取消的可能（消费者恶意退货等）
- 收益少，出现财政赤字

（三）风险防范

- 在前期商谈入驻平台时，会根据相关要求和商家洽谈清楚并签下合约，例如订单必须要在 48 小时内发货。如果发生商家延迟发货，用户将拥有申请退款的权益。若遇到相关投诉，平台客服将会提供用户一些补偿，例如代金券等，同时会降低该商家的店家信誉评级。
- 通过我们小程序的亮点【策划笔记】吸引用户，同时从体验、社区发表动态以及实惠价格和各大活动开展推广。
- 完善订单退款制度，保障商家与消费者的权益。
- 准备好一些吸引顾客的爆款商品用来活动推广，增添额外的业务，扩大收入渠道。

六、商业画布图

以下为第一阶段的商业画布图：

阶段一：以暨南大学番禺校区为市场试验					
价值创造			价值发现		
重要伙伴 ✓ 学校 ✓ 校区内的社团组织 ✓ 商家	关键业务 ✓ 策划笔记 ✓ 活动管理 ✓ 线上聚会 ✓ 商城	价值主张 一站式解决聚会，团建问题	客户关系 我们是你举办活动的“小棉袄”帮手	客户细分 暨南大学本部、华文与番禺三校区学生 ✓ 学生组织干部 ✓ 普通学生	
	核心资源 ✓ 大学人脉关系 ✓ 学校资源（参与创新创业比赛）		渠道通路 ✓ 朋友圈宣传 ✓ 公众号营销 ✓ 校园海报		
成本结构 ✓ 小程序制作 ✓ 宣传费用			收入来源 ✓ 广告费 ✓ 商家佣金（不是主要的）		
价值占有					

七、公司战略及未来发展

（一）公司发展战略规划图

	战略	目标群体	产品服务	推广模式
阶段一（1）： 在暨南大学推出 产品和进行推广	以暨南大学为 目标市场实行 市场接受度实 验	暨南大学学 生	✓ 策划笔记 ✓ 商城	✓ 校园内宣传（包 含校园海报，传 单，与学生组织 团体合作、赞 助）
阶段一（2）： 往广州市其他大 学扩张	开启扩张策 略，逐渐往大 学城以及广州 市大学推广	广州市大学 生	✓ 策划笔记 ✓ 商城	✓ 校园内宣传， （包含校园海 报，传单，与各 大学一些学生团 体合作、赞助） ✓ 设立公司官方小 红书账号进行宣 传 ✓
阶段二： 推广到市场上的 OL, HR 群体	经过大学生群 体的积累后， 优化小程序功 能，添加专业 服务区域，推 往市场	大学生 18-35 的职 场人士	✓ 策划笔记 ✓ 商城 ✓ 专业服务 功能区域 （新增）	✓ 公司官方小红书 账号进行宣传 ✓ 派发传单等方式

（二）未来发展规划

1. 持续打造一个完善的策划服务平台

A. 最终目标：

搭建一个完善的策划服务平台，提供更多的策划服务与帮助

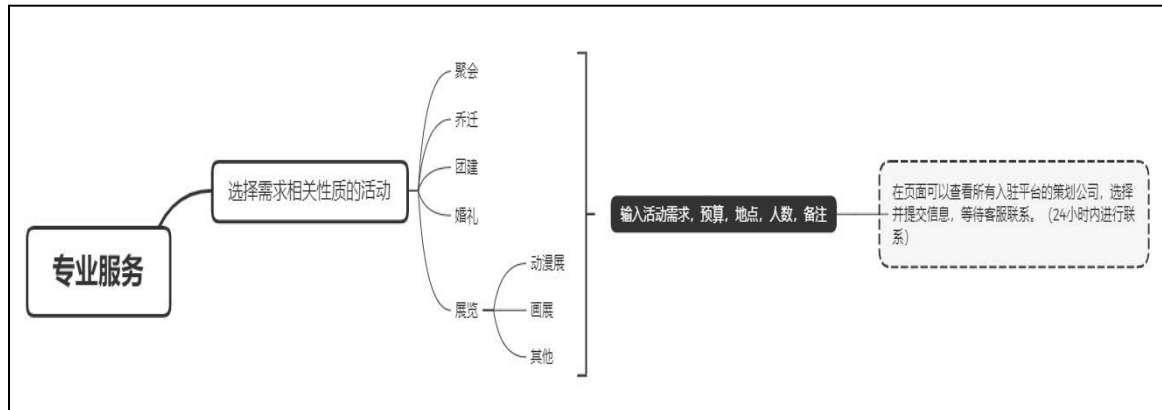
B. 新增功能：

专业服务功能

专业服务区主要服务一些愿意支付一定的费用，追求更加优质成功的活动。我们提供针对部分消费群体需要专业人士服务的各类中小型活动，如公司年会，小型展览会，生日宴会等等。

用户可以通过点击该功能，选择活动性质，然后根据要求输入活动需求，人数，预算以及备注。再选择心仪的已入驻平台的策划公司，提交资料后，由策划公司与客户进行洽谈。

策划公司项目组接手，洽谈并签下合约，进行专业的线下服务。所有费用，合约以及流程等都会要求策划公司进行进度更新，会被记录在小程序订单中，用户可以查看以及无需担心有任何的潜在消费或服务。



C. 优势:

- 实现账单透明化
- 活动进度清晰化
- 客户与策划公司的沟通便捷化
- 用户寻找策划公司更方便

D. 目标群体拓展:

- 中小型企业 HR
 - 面临策划公司的实习生破冰任务，公司团建，公司下午茶福利策划
 - 寻求更加丰富化的策划概念和创新的策划思想，一站式解决从策划到实操的步骤
 - 面临着公司团建和聚会的频率较密，需要有更便捷化的工具
- 普通大众具有聚会或策划需求
 - 面临着市场琳琅满目的策划公司而无从下手
 - 寻求更具创新的活动策划，希望聚会更有仪式感、独特感的需求（求婚、纪念日、父母大寿等）
- 区域性中大型活动
 - 面临大型活动的策划问题
 - 寻求一站式高质量、高信用、高效率解决选址、物资、人员人配、活动流程、活动宣传等一切大型活动的统筹（展览、开幕式、漫展书展等）

E. 最终实现

【策头策脑】在阶段一会以大学生为目标市场，并逐渐往广州市其他大学扩张。当把大学生群体的流量积累后，在阶段二，团队

会持续升级产品，旨在打造一个完善的策划服务平台，提供更多的策划服务与帮助，拓展更多的目标用户。

第二阶段主要新增专业服务的功能，在提供专业服务方面，我们围绕打造一个一体化策划平台，除了普通用户以外，我们将拓展目标群体，引入提供专业服务的策划公司，将【策头策脑】打造成一个策划品牌的产品。

2. 以策划平台为媒介推动大学生与美丽乡村的策划公益活动

2.1 项目目标：

助力乡村振兴，促进乡村旅游消费，让大学生进一步了解更多的美丽乡村以及为乡村旅游出一份力。

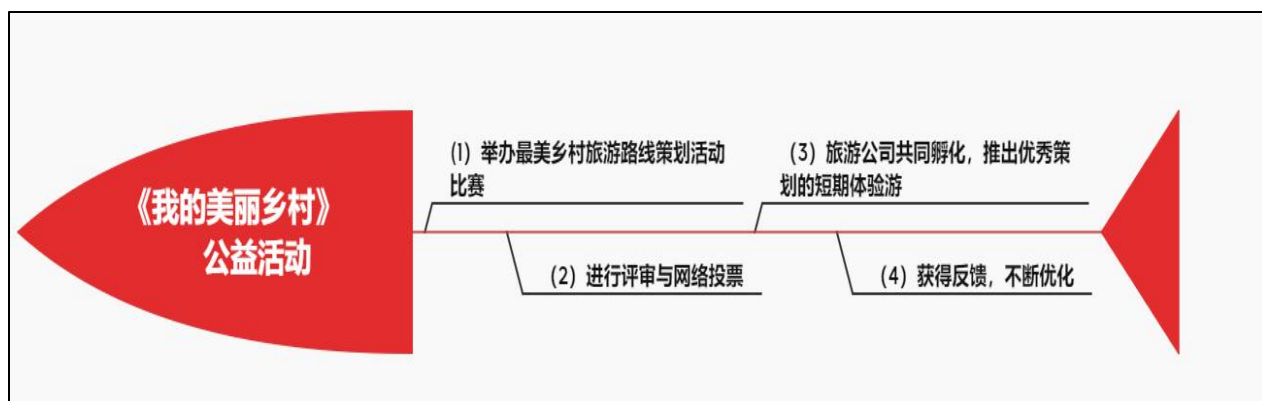
2.2 项目实施方案：

在前期的产品推出和推广发展下，我们将获得广州市大学生这一目标群体的聚合。在拥有这一资源下，我们计划推出一项公益活动，既可以来自一些美丽乡村的大学生参与其中，也可以推动更多的大学生通过乡村旅游自我放松，深入了解更多的美丽乡村，脱离城市的喧闹，接触大自然，了解小乡村的魅力。

计划中，团队会以每半年为一个季度为阶段设定，定期推出《我的美丽乡村》公益项目，来自全国各地的广州市在校大学生都可以参与其中，通过【策头策脑】小程序，进行一份乡村旅游的策划方案，策划方案需包括地点介绍，景点介绍，地方特点，大致路线以及经费预算。

《我的美丽乡村》公益项目将会有专门团队负责，定期拨出一定的资金进行项目支持，会邀请旅游专家，旅游达人进行初阶段的评审，同时也会通过【策头策脑】的微信公众号，抖音等社交媒体账号进行网络推广以及投票，投出最佳的两个项目并进行后续的孵化。

在后续方面，我们会与旅游公司合作，共同推出相关路线的一个短期体验游，让更多的大学生可以通过这个短期的体验游既可以自我放松，又可以了解到更多的有趣乡村。



2.3 项目准备:

A.前期的项目安排

推出《我的美丽乡村》项目，我们会与广州市高校的学生社团组织合作，进行推广，主要目的是为了让更多的大学生参与其中，会以丰富的奖励以及福利进行鼓励。

《我的美丽乡村》公益策划活动会分为两个阶段，阶段一会先从广州市出发，以广东省为主要目的地，发现身旁的美丽乡村，预计整个计划推行 1-2 年。第二阶段在本活动稳定以后，我们同时可以吸引更多来自中西部的同学参与其中，开始介绍祖国的美好河山和美丽乡村，例如新疆，甘肃等通过本项活动推广其家乡。

B.后期旅游公司合作方

团队会预先与一些旅游公司洽谈，例如“行走 20 岁”是一家以因为热爱而出发为宗旨的旅游公司，他们的愿景与使命是“分享”精神。我们可以通过《我的美丽乡村》优秀的家乡路线策划与其进行合作孵化，把策划变成实践，同时透过双方的平台，推动更多的人一起出发，认识更多的美丽乡村。

C.项目的吸引方案

当我们完成了每一次的策划大赛后，我们都会与旅游公司将优秀的家乡路线策划孵化出来，并且开团吸引更多的大学生等群体来一场体验游。

主要的方案包括，双方平台的粉丝流量积累，同时我们会活动的影响力不断扩大，吸引更多的合作方加入。例如与当地政府进行合作，把路线规划成固定路线，定期开团。

D.优秀策划路线未来的深度合作

每一次的被评为最佳家乡路线策划，不会仅仅只有一次的开团机会。我们会鼓励与提供支持获奖的家乡路线策划与旅游公司进行深度的合作，包括不断优化路线与景点设置，同时与当地政府进行洽谈深入合作的模式，把一些优秀的路线形成定期的开团活动。

【策头策脑】立足于广州市，在此项公益活动中，我们通过一次一次的积累，把这项《我的美丽家乡》做到最好。我们把积累到的大学生资源，通过推广鼓励其积极参与到这一项活动，既是能够为乡村振兴出一份力，又可以获得一份意外惊喜，通过每一次的短期体验游，能够获得区别于景点游，城市游的意外收获。

2.4 重要合作方：

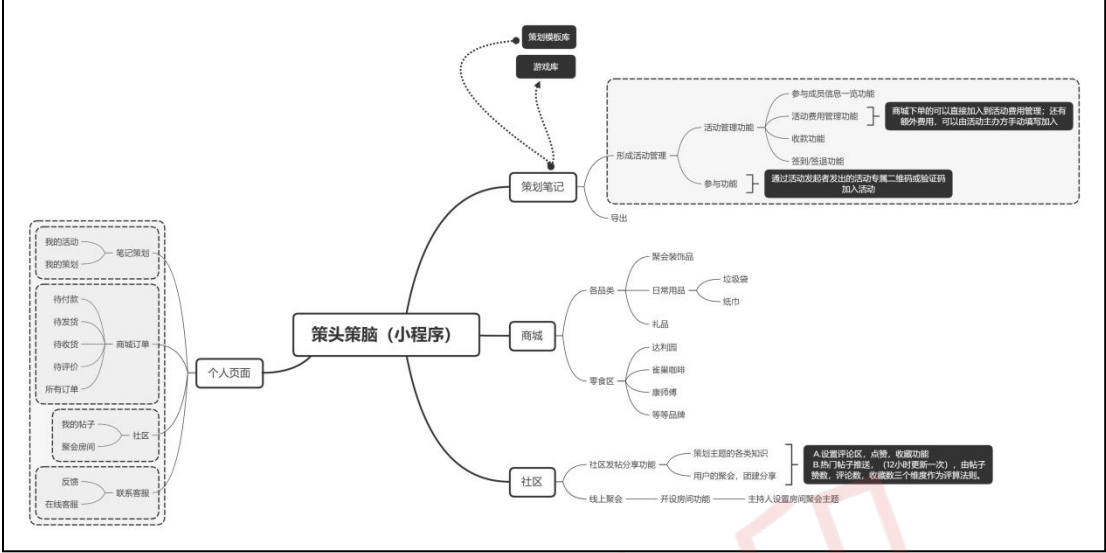
- 广州市高校学生社团组织
- 旅游公司（例如：行走 20 岁）

试用水印

八、附件

附件（一）产品图

【第一阶段】



【第二阶段】

