

广东工程职业技术学院第七届中国国际
“互联网 +”大学生创新创业大赛

商业计划书

目录

第一章：项目介绍

1.1 项目概况

电脑、手机等电子产品早已成为人们工作和生活不可或缺的工具，而大学作为年轻人的聚集中心，电子产品的数量更是尤为众多。这些电子产品或多或少都会可能出现一些故障，但是大部分同学并没有处理解决这些问题的办法，而我们粤工程也没有专业的 IT 服务店，同时在日常生活中的电子产品的使用也会产生各种各样的问题，为了方便全校师生的学习生活建立校园 IT 服务店铺很有必要，同时这里面也存在着巨大的商机。

我们是全校唯一的一家 IT 服务店铺，相比校外的 IT 服务店来说我们更占据地利的优势，况且目前疫情时期，学生出行并不方便，师生们购买电脑、手机和相关的 IT 产品以及相关产品出现故障，或者咨询各种 IT 服务消息的时候，首选目标一定是寻找一个便捷服务点，而我们在校园里建立的 IT 服务店铺就正好符合这个要求，与校外的 IT 服务店相比我们的价格更加实惠，服务更加周到。

我们会通过前期的宣传推广把我们的店铺宣传出去，做到让校园里人人都知道我们的店铺和服务，然后通过不断地引流，举办宣传活动使我们融入学生的校园生活的，因为我们是一个“IT 管家”所以我们可以充分的绑定客户与我们之间的关系从而开展更多的业务。

1.2 项目背景

1.2.1 市场背景

广东工程职业技术学院作为省示范性高职院校，校园学生数量在 9300 人左右，全校拥有电子产品更是难以计数，一个人配备至少一台电脑和一台手机或一台手机和一台平板电脑，有的学生可能会配备三四种电子产品，根据统计全校电子产品的数量大概有两万

台左右，一般人一台电脑的维修率在 60%左右，1000 台电脑的返修次数大概在 2000 次左右。

根据数据电子产品随着使用时间的推移，电子产品的返修率会越来越高。如果使用得当，一台电脑可以每年只重装一次来维护一下性能，一般用户需要大约 3 至 5 次，而学校里面除了信息工程学院计算机专业的部分学生，其余大多数学生对于电子产品并没有太多了解，也就是说全校有三分之二以上的学生需要前端的配置咨询服务、购机服务、维修保养服务及周边产品服务，另外我们发现一些同学在不了解自己专业的提前下购买了电脑，然后发现自己的电脑配置并不能很好的运行自己专业所需要的软件，而重新更换配置购买电脑所需要的成本又太过高昂，还有部分同学在日常生活中需要储存各种照片或者文档、资料之类的，但是没有随声携带 U 盘，这时我们我们所提供的云端服务就正好是学生们所需要的。

特别是对于设计类专业需要安装各种软件，很多学生不懂得如何安装。经过调研发现，校外电脑维修店安装一个破解的设计软件需收取高昂的费用，并且与学生说这是正版激活，这无疑是欺骗一些不懂的学生。学校内部没有 IT 服务店铺，很多同学不得不去较远的百脑汇电脑城维修和咨询各种消息，这样就耽误了同学们的大量时间，给同学们带来了诸多不便。因此在粤工程校园内开设较为专业的 IT 服务店铺既能够为全校师生提供便捷优质的 IT 服务，又拥有着十分巨大的市场空间。

由数据得：一个 100 万人口的市场，目标电脑消费群体数为：个人电脑 5 万台+企事业单位电脑数 2 万台=7 万台。按每年有电脑 IT 服务要求的占 10%计算：7 万×10%=7000 台。

换算成我们学校就是：两万台左右的电子产品，2 万×10%=2000

为了更好地了解市场，下面是项目团队对 148 名师生（不仅限于本校）的调查。

- 。 您就读的专业类型为
- 。 您使用这些电子设备主要用于哪些方面？
- 。 您在购买电子设备会考虑品牌效应吗？
- 。 您选择购买该品牌电子设备的原因：
- 。 您通过哪些渠道购买电子设备？ 以及利用该渠道的频度

第1题：您目前是大几学生？ [单选题]

选项	小计	比例
A.大一	28	 18.92%
B.大二	113	 76.35%
C.大三	5	 3.38%
D.大四	2	 1.35%
本题有效填写人次	148	

- .. 您每天平均使用您的电子设备的时间为
 - .. 您对您拥有的电子设备的意见
- (已剔除与本项目无关的题目)

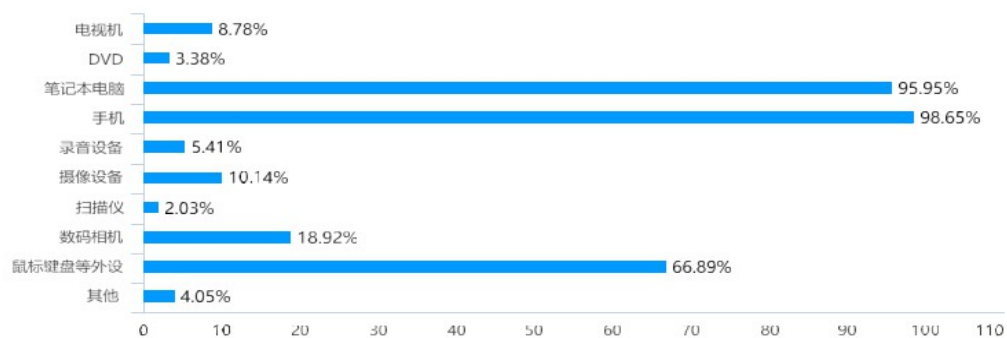
第2题： 您就读的专业类型为 [单选题]

选项	小计	比例
A.理科	15	10.14%
B.工科	113	76.35%
C.农林	1	0.68%
D.经管	8	5.41%
E.人文	10	6.76%
F.其他 [详细]	1	0.68%
本题有效填写人次	148	

第4题： 您在大学生活中目前使用的电子产品有哪些？ [多选题]

选项	小计	比例
电视机	13	8.78%
DVD	5	3.38%
笔记本电脑	142	95.95%
手机	146	98.65%
录音设备	8	5.41%
摄像设备	15	10.14%
扫描仪	3	2.03%
数码相机	28	18.92%
鼠标键盘等外设	99	66.89%
其他 [详细]	6	4.05%
本题有效填写人次	148	

查看多选题百分比计算方法



第9题：您通过哪些渠道购买电子设备？ 以及利用该渠道的频率 [矩阵量表题]

该矩阵题平均分：0 [查看详细数据](#)

题目\选项	never	seldom	sometimes	often	usually	always	平均分
广告	51(34.46%)	38(25.68%)	28(18.92%)	14(9.46%)	12(8.11%)	5(3.38%)	0
电视	63(42.57%)	37(25%)	20(13.51%)	14(9.46%)	10(6.76%)	4(2.7%)	0
互联网网店	11(7.43%)	18(12.16%)	32(21.62%)	46(31.08%)	28(18.92%)	13(8.78%)	0
上门推销	106(71.62%)	31(20.95%)	3(2.03%)	3(2.03%)	5(3.38%)	0(0%)	0
门户网站推送	73(49.32%)	31(20.95%)	19(12.84%)	13(8.78%)	10(6.76%)	2(1.35%)	0
品牌实体店	12(8.11%)	14(9.46%)	28(18.92%)	43(29.05%)	33(22.3%)	18(12.16%)	0
电话推销	112(75.68%)	23(15.54%)	6(4.05%)	5(3.38%)	2(1.35%)	0(0%)	0
代购	80(54.05%)	33(22.3%)	23(15.54%)	8(5.41%)	3(2.03%)	1(0.68%)	0
其他	83(56.08%)	28(18.92%)	18(12.16%)	13(8.78%)	3(2.03%)	3(2.03%)	0
小计	591(44.37%)	253(18.99%)	177(13.29%)	159(11.94%)	106(7.96%)	46(3.45%)	0

第11题：您每天平均使用您的电子设备的时间为 [单选题]

选项	小计	比例
<2h	5	3.38%
2h—5h	68	45.95%
5h—8h	49	33.11%
>8h	26	17.57%

第12题：您对您拥有的电子设备的意见 [多选题]

选项	小计	比例
A.尽量提升上网带宽	118	79.73%
B.设备零件单价应该降低，更换麻烦	71	47.97%
C.延长设备保修期	71	47.97%
D.设备说明书尽量通俗易懂	36	24.32%
E.其他 [详细]	4	2.7%
本题有效填写人次	148	

通过充分的调研，我们得到以下结论：

校园广大师生对于电脑、手机以及周边产品和服务有着巨大的市场需求。我们可以通过 IT 校园管家，依赖多年的服务经验和专业的团队，为师生带来极大的便利，同时也可以将专业知识运用到实践中，锻炼同学们的专业精神、服务意识和团队合作能力，把便捷和实惠带给每一个师生，让每一个师生都能感受到更便利的校园服务。

1.2.2 项目优势

1、粤工程附近只有两家商铺提供电子产品维修该项服务，而且这两家店面主营是电脑及其周边产品，服务价格也十分高昂。而我们打出专业 IT 服务的名号，价格也控制在老师同学可以接受的范围内，这无疑使我们的服务拥有了巨大的优势。

2、IT 管家项目团队运作已有多多年，经验丰富。同时有相关专业公司的合作和专业教师的指导，技术能力优势明显。

3、我们的店面不单单建设成为一个 IT 服务中心，而是一个电子产品的交流中心。我们会在店内提供最新的电子产品动态，与电子产品兴趣爱好者进行探讨交流，并为其提供一定的服务。例如

手机免费刷机，升级服务等等。这无疑会使我们的店面增加巨大的市场感召力。

4、在粤工程里我们拥有丰富的资源可以帮助我们宣传推广，还有师兄的助力，这使得我们可以迅速打开市场提高我们的知名度。

5、从团队出发，团队成员富有激情，专业敬业，对于项目了解充分，可以更好的推动项目的后续发展。

6、IT管家这个项目具有广阔的发展前景，和庞大的校园市场，业务逻辑清晰，技术层次可靠。

7、我们的业务符合消费者的销售心理与使用习惯，是用户需求的刚需。

8、项目战略方案清晰，符合行业经济的实际发展方向，注重公共关系和店铺品牌，具有社会责任意识。

9、校园里只有我们一家IT服务店铺，因此我们在校园里的市场占有率可以做到100%，运营资金流转充足。

1.2.3 业务范围

- a.1. 提供电脑、手机等周边产品的配置咨询服务。
- a.2. 提供电脑、手机等周边产品的销售服务。
- a.3. 承接各种电子产品的维修服务。保内保外均可上门，保内上门取件代报，保外上门取件维修。
- a.4. 电子产品故障排除，硬件维修或更换。
- a.5. 提供各种网络和软件的前端服务。
- a.6. 提供云服务

第二章：项目战略

2.1 核心目标

- 1、 为全校师生搭建一个优质可靠的 IT 服务平台提供便捷的 IT 服务
- 2、 建立发展成一个电子产品交流的友好互利平台
- 3、 建立一个完整的产业生态链，从销售到售后一条龙服务
- 4、 为全校师生生活上提供便利，让我们的服务惠及到每一位师生，力求让每一位师生都能感受到我们校园 IT 服务的温暖贴心

2.2 市场分析

本店服务的市场非常明确，就是粤工程内全校师生，竭诚为他们提供廉价、优质、贴心的 IT 服务。我们将以客户为核心，不断提高服务质量，争取成为龙洞高校圈内 IT 服务的知名品牌，在以后的发展中扩大我们的品牌，把我们自身做的更强。

下面是项目团队对市场的调查数据：

第10题：

在以下各方面内您愿意每个月投资多少以尽可能最大利用您拥有的电子设备？

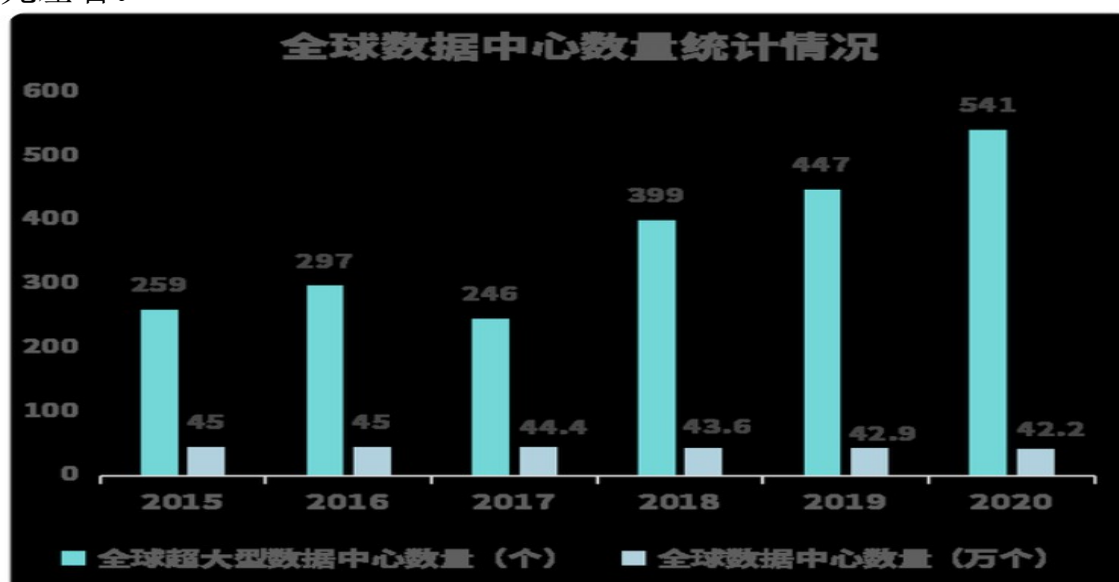
[多选题]

选项	小计	比例
上网	123	83.11%
电话，短信	89	60.14%
维修	25	16.69%
服务（比如看要花费的电影、小说，资料之类的） [详细]	37	25%
更新设备	22	14.86%
其他（请写上类别并标明花费）	5	3.38%
本题有效填写人次	148	

由此可得，师生是愿意在电子产品方面做一个消费的，团队在市场里是有发展空间的。

随着技术与网络通信的巨变，云电脑近两年又悄悄起势。5G 通信网络的升级换代，网速传输的稳定性与高速率以及增大的网络容量让古早的一些延时、带宽问题等迎刃而解。云计算技术的革新，其超大规模的算力、可扩展性、通用性能等让网络的基础建设和服务产业得到了高速的发展。在这样的产业技术背景之下，作为云计算终端的产品云电脑的发展，也跟着水涨船高。

根据工信部的一些统计数据，截至 2020 年年底，中国大陆数据中心的总机架数大约在 300 多万，数据中心总数量超过 7 万个，大约能占全球数据中心总量的四分之一。2019 年国内数据中心市场规模为 1560 亿元，同比增长 27%，预计 2020 年规模可以达到 2000 亿元左右。



2020 年全球各行业受到疫情冲击，但全球云服务市场却继续保持强劲的增长，中国云服务厂商也不例外。从当前披露的云服务厂商业绩来看，中国区的云厂商在 2020 年度收入表现强劲，阿里云、腾讯云、金山云的收入在 2020 年均创新高，增长幅度高达 60% 以上。

云厂商	2020年营收	同比增长
阿里云	400	61.94%
腾讯云	290	70.59%
金山云	19.2	63.80%
金蝶云	19.12	45.60%
青云	0.8	-12.99%

通过以上数据的分析我们很清晰的知道，我们所提供的云服务顺应了市场发展的潮流，拥有良好的前景适合我们去发展。

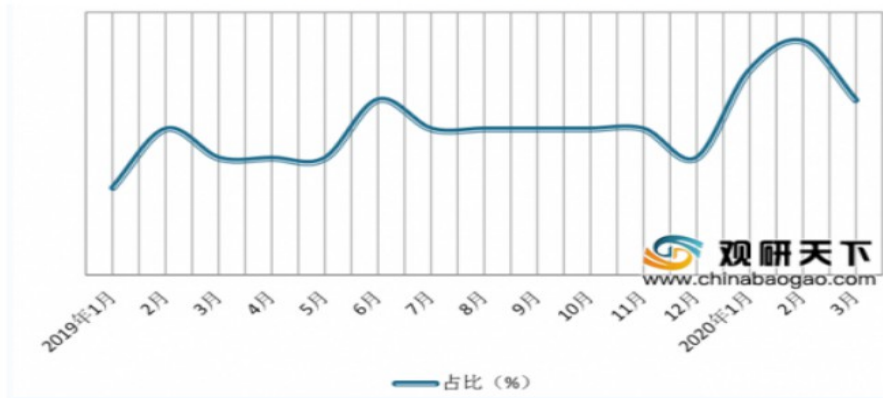
而近年来随着互联网的不断渗透，使用智能手机的场景也越来越多，其使用者也不断增多，在2016年，我国智能手机出货量达到近年的峰值，为5.22亿部，同比增长14.20%。虽然在2017年以来，由于人口红利的小时，智能手机出货量出现下降，但随着5G的到来和更新换代的需求，智能手机市场仍有一定的增长空间。根据数据显示，2019年中国智能手机出货量达到了3.72亿部，累计下降4.7%，

占同期手机出货量的95.6%，到2020年3月中国智能手机出货量2102.9万部，同比下降21.9%，占同期手机出货量的97.5%。



数据来源：中国信通院

2019-2020年3月我国智能手机出货量占同期手机出货量情况



数据来源：中国信通院

与此同时，随着智能手机的场景不断增多、使用频率压在不断增长，各种故障也是接踵而来，诸如手机黑屏、碎屏、不能充电等问题，因此也就要拿去维修。而在上述的广阔的市场下，我国智能手机维修市场有着广阔的发展空间。以2018年的数据为例，2018年保内维修市场占据仅占整体维修市场的16%，保外维修市场占整体市场84%，手机维修市场整体规模在300-500亿。那么在2019年，我国智能手机出货量达到了3.72亿部，而一般情况下，手机维修率在10%至15%，如此算来，仅2019年一年就有近0.4-0.55亿台智能手机维修需求产生。由此可见，未来我国智能手机维修市场前景可观。

目前我国手机维修市场主要由官方维修、传统维修和互联网O2O维修三大维修形态构成。其中传统维修市场占比最大，达到了

55%。

目前我国手机维修市场各类型占比情况



数据来源：公开数据整理（WWJP）

以上就是项目团队对于手机市场的一个数据调查，通过调查我们可以得知，项目在目前的市场具有非常好的一个前景，项目有可发展和实施的一个空间。

2.3 产品策略

2.3.1 品牌和商标

我们店面的名字取为“校园 IT 管家”，手机和电脑是现在最为流行，普及最为广泛的电子产品，我们希望顾客能把我们当成“管家”，使得电子产品的管家和 IT 主人不再是冷冰冰的买卖关系，我们会用我们细致周到的服务让他们感觉到我们的专业和服务的温馨。

2.3.2 服务

服务质量是我们店铺能否生存的关键所在，所以我们将其视为本店的核心竞争力。

1、我们将从电子产品零件的进货，维修师傅的选择，店内员工的培训等方面全方位为提高服务质量严格把关，视质量为生命。

2、我们会让客户感受到我们最真切的关心，用心做服务，给予客户关怀，因为我们主打的是管家的名号，所以我们会尽到管家应尽的职责，全身心投入到对客户电子产品的服务。

3、我们的服务讲究高质高量，对于客户的每一点要求我们都会尽全力去满足，保质保量的完成客户的需求，让客户满意。

4、我们将会提供一切有关于 IT 管家的服务，包括维修 销售 故障排除 售后 前端消息咨询 云端 周边等等，做到有求必应

5、IT 服务，是指在信息技术领域服务商为其用户提供信息咨询、软件升级、硬件维修等全方位的服务 管家服务，是指以其舒适、温馨、便捷、规范和个性化服务的高端服务水平

6、我们将给客户提供最稳定的云端电脑服务，通过链接学校内网的方式实现全校覆盖，在保证稳定的前提下实现范围的最大化，同时我们将搭建尽可能完整的平台，与我们较为顶尖的服务器相结合，使得我们的每一位客户在不需要承担安全风险同时，还能体验优质的云端电脑服务

2.3.3 定价策略

(1) 定价目标：我们服务的主要群体是在校大学生，在价格上我们将尽可能做到实惠，不会像校外维修店一样在学生不知道的情况下胡乱报价，努力在保证市场占有率的同时为广大师生带去实惠。

(2) 定价：我们服务的实际价格将根据所提供服务的具体内容、服务成本等多方面权衡定价，尽全力做到给予师生最优惠的价格，让广大师生们感到实惠。

(3) 价格调整：我们也会及时根据市的竞争变化和供求状况调整我们的定价策略，做到盈利的同时，又能保证不加重师生们负担，让我们可以长期的发展经营下去。

(4) 其他因素：当还有一些外部因素时，商铺定价时是需要考虑的。比如中间商需要的利润空间、政府及相关政策、社会舆论等。

2.3.4 影响定价的因素

1. 产品成本：定价的底线是产品成本，一般来说定价不能低于产品成本，否则公司就面临亏损的风险
2. 顾客的价格敏感点：这个基本上是定价的天花板，高于这个价格会面临顾客选择其他产品或者顾客流失的风险
3. 其他的内外部影响因素：比如竞争者的价格和战略、市场需求特点、企业自身的营销战略等

第三章：项目运营

3.1 发展战略

在前期及发展阶段，我们将立足于广东工程职业技术学院，努力为全校师生提供优质、便捷的 IT 服务，通过我们在学校掌握的资源宣传和推广打开局面，让学校里的师生认识和了解我们的店铺，使我们的品牌知名度不断提高。

然后中期，在我们的经营成熟之后，我们将逐步扩展我们的业务范围，将我们的业务融入到师生的日常生活中，通过日常的活动推广和我们无微不至的服务，让师生在生活中依赖我们从而绑定与店铺的关系，我们将通过这种友好的交流形式长期的发展经营下去。

在后期我们将努力向广州龙洞高校圈内扩展我们的业务，争取成为龙洞高校圈 IT 服务行业的第一品牌。届时，我们将采取连锁店加盟的方式，鼓励各高校大学生积极参与我们的连锁企业。

3.2.1 商业模式

我们将会采用市场上比较成熟的几套商业模式作为参考，结合实际情况，发展创新成我们自己的一套新模式。

1、电子商务模式

传统行业加互联网、传统制造业加互联网向电子商务转型已经是一种大的趋势，它不是简单把产品放到网上去卖，而是整个系统性的流程再造。目前有一定网络知识和英语水平的年轻人最容易入手的电子商务创业模式，其实就是在亚马逊上把中国的产品卖到全球，未来再把全球的产品卖到中国。这是当下大家应该去把握和研

究的机会，这就像当年在淘宝上开店一样是个机遇。再过三五年，可能就是鸡肋了。

2、店铺模式

从人类社会出现集市，有了固定的人群居住地开始就有了店铺模式，但是这种古老的商业模式，主要以服务业为主的商业模式的变化，比制造业和零售业更为复杂。这种模式更需要人性化的服务和各种促销手段来完成产品和服务的销售。店铺模式的核心就是在有潜在消费群体的地方开设店铺。

3、搭售模式

又被称为“饵与钩”模式、“剃刀与刀片”模式，这种模式出现在 20 世纪早期，其定价策略是基本的产品往往定价很低，甚至亏损，但是与之相关联的消耗品或者服务的价格却十分昂贵。比如吉利公司不是在卖剃须刀，他卖的是刀片，利润点就在刀片上。再比如手机免费（饵）和只收通话费（钩），打印机（饵）和墨盒（钩）等等。

4、免费模式

在互联网时代，免费模式已经成了一种非常成功的商业模式，最典型的的就是 360 杀毒软件一面世就直接终身免费，抢了金山毒霸、瑞星、卡巴斯基等传统杀毒软件开发商的饭碗。免费模式的成功就在于它是二段收费，赚钱并不是凭借免费的软件，而是通过某个功能集聚大量的有粘性的人群。在互联网时代流量就是价值，它可以创造新的需求，比如说广告和产品的推荐，就成了它的盈利手段。在互联网时代还出现了新的变种，比如建立免费的阅读创作平台，一部精彩的小说前三章免费，等你有兴趣了想读后面的内容就要收费。比如游戏平台，基本功能免费，但是要想更高的体验——收费。

5、硬件+软件+大数据模式

这也是苹果公司独步天下的秘诀，苹果将硬件制造和软件开发进行结合，通过软件的使用增加用户对硬件使用的粘性，这就是一

种商业模式的创新。苹果公司通过不断升级 iOS 系统在手机端承载这些软件，消费者在使用这些软件的时候就形成了自己的习惯和路径依赖，使消费者准备购买其它硬件时就不得不考虑已经形成的软件使用习惯。虽然苹果创新的速度已经放慢，但新的苹果手机的出现使原来大量的使用者不得不去购买。

6、限时达模式

例如京东商城自建仓储和物流系统，可以最快速地把货送到顾客手中，从体验上看目前是最快的一家电商，这种快的体验会让顾客更愿意在京东上购物。这种商业模式是自主电子商务平台的一种创新，其核心资源在于完善的技术支持、价廉物美的产品、快捷的物流仓储、周到的在线服务。所以京东的这种模式，比起快递模式原创者美国 UPS 公司又有了极大的提升，正是京东商城的这种创新商业模式，搅动了整个互联网电商，帮助中国互联网生态快速进化。

任何企业在新的大时代能够找到大势所趋的市场需求，并且能够在传统商业模式中去发现新的市场空缺，在适当的时机介入的人，未来都可能借助商业模式的创新，创造出非凡的成就。

3.2.2 运营方案

伴随 CRM（客户关系管理）在企业中的广泛应用，近年国内 CRM 发展迅速。CRM 作为众多企业客户管理的标配系统，不仅能帮助企业解决销售转化过程的跟进，同时也可以帮助客户实现企业内部的连接。

我们将根据校园市场的实际情况，开展属于我们自己的一套 CRM 方案

一、CRM（客户关系管理）系统是什么意思？

客户关系管理简称 CRM（Customer Relationship Management）。它是以客户数据的管理为核心，可帮助你保持客户的联系信息处于最新状态，跟踪他们与企业的每次交互并管理他们的帐户。与 ERP 系统不同的是，CRM 系统是以建立、发展和维护客户关系为主要目的。本质是吸引客户，留住客户，实现客户利益最

大化。目标是帮助你发展客户关系，推动业务增长并提高客户忠诚度。

CRM 系统是一种以信息技术为手段、有效提高企业收益、客户满意度、雇员生产力的具体软件和实现方法。它使用关于客户与公司的历史数据分析，来改善与客户的业务关系，从而达到销售增长和销售预测。

CRM 系统也是一种管理企业与当前和潜在客户的互动的方法。它通过满足客户个性化的需求、来提高客户忠诚度，实现缩短销售周期、降低销售成本、增加销售收入、拓展市场、从而全面提升企业赢利能力和竞争能力。

基本上，CRM（客户关系管理）系统就是允许你管理与客户之间的业务关系，以帮助你发展业务。但在事实上，CRM 系统远远超出客户理解的范围，它更能使你能够专注于企业与各种人员的关系，例如：员工，客户以及用户等。因为，CRM 系统的实施目标就是通过全面提升企业业务流程的管理来降低企业成本，通过提供更快速与周到的优质服务来吸引和保持更多的客户。

二、CRM 主要类型有哪些？

CRM 主要类型包括有：战略型 CRM、运营型 CRM、分析型 CRM、协作型 CRM。

战略型 CRM：以客户为中心的商业文化的发展，其目标是集中和提高客户的知识，并利用这些知识改进和定制与客户的互动，以保持与客户的长期关系。

运营型 CRM：侧重于基于客户或客户支持的业务流程的自动化，改进和增强。目标是整合和自动化销售，营销和客户支持。

分析型 CRM：主要的作用是分析客户数据和交互，以改善销售，营销和服务中的各种业务流程，以便业务经理可以做出更明智的决策。

协作型 CRM：协作型 CRM 是客户关系管理（CRM）的一种方法，目的是提高客户服务质量，增强了互动，还增加和改善了客户保留和自由。

三、CRM 主要功能特点有哪些？

CRM 系统是一种以客户为中心的商业战略，以高效的方式管理员工和管理其客户，以实现更好的业务目标。而一个好的 CRM 系统，一般具有以下 5 个功能特点：

- 1、易用性
- 2、易于集成
- 3、适应性
- 4、创造更好的客户体验
- 5、帮助管理者做出更好的战略决策

四、CRM 重要性和意义有哪些？

CRM 客户管理是维护和建立客户关系的最有效方法，下面给出的一些更广泛的视角，为什么 CRM 系统对企业来说总是重要的。

- 1、提高企业效率
- 2、获得更多新客户
- 3、提高客户忠诚度
- 4、专注于你的业务
- 5、高效的成本效益
- 6、更好服务客户

五、CRM 的使用意义

实施 CRM 系统解决方案有很多好处，其中重要意义在于，它通过实现客户生命周期的自动化并整合整个客户管理流程，彻底改变了客户关系流程。正如其他地方已经讨论过的那样，你越了解客户，你就越能够个性化他们的体验流程。让你实现更大的销售目标，提高转化率，提高销售效率。从而，这使得 CRM 尤其重要。

我们将结合自身实际条件开展属于我们自己的 CRM 系统，虽然 CRM 系统是一套完整的软件方案流程逻辑，但是我们不一定需要开发一个软件，我们只需要结合 CRM 系统里面的一个方案实施逻辑，开展属于我们自己的一个 CRM 方案，去运营实施我们的项目。

我们将会以 CRM 系统去作为我们一个与客户发展沟通的一个模式，以此来维持我们后续的发展，以及引流。

3.2.3 引流方案

很多人因为创业开了个店铺，但是没有充分的做好计划，贸然地去投资。整个店铺的门面装修就耗费了很多资金，所以在运营期需要新增补充资金的时候就有点后劲不足。

作为负责人应该把握整个实体店的发展大方向，找对实体店运营的店长人才至关重要。实体店能真正地去操作，就是能够让店铺每天能够挣钱。金钱的意思就是能够帮助店铺有现金流。

其实做个实体店，我们应该要运用运营公司的方式去策划这个实体店。虽然可能在刚开始我们只是开张的一家小店，但是可能我们后期要扩张的时候要开一到两家。三五家甚至几十家过百家的时候，他就是一个公司型的一个项目。而不是简简单单这种个体户的这种事，所以说实体店营销我们的目的是为了增加客流。提高自己的营业额。

那么想要店铺盈利，一个很关键重要的就是引流，我们通过下面几种形式去引流

1、体验式引流

拿餐饮企业来说，推出一道菜免费赠送给客户。吃完以后让客户来提意见，无论提什么意见，这道菜我都送他两份，让顾客切实体验到这家店的味道和服务。延伸到我们的 IT 服务行业就是，假如客户上门需要我们的 IT 前端消息咨询服务，我们让他免费体验我们的硬件检查服务，让客户切实的感受到我们服务的温馨

2、低价引流

就是通过超低的价格吸引顾客，我们可以通过低于市面的服务价格来帮助我们前期的一个引流

3、主产品免费引流

比如火锅店火锅免费吃啤酒，一元钱都是这样。把自己店面在外人看起来最赚钱的项目拿出来免费拿来引流。延展到我们的IT服务行业可以实施这样的一个模式，我们提供免费的一个前端消息咨询服务，然后推销我们的周边产品

4、副产品引流

餐饮行业的饮料、美容院的面膜，都属于副产品。不一定说所有的行业都要有主产品免费，副产品运用得当也能够吸引大量的客流，就像我们店铺的周边产品一样，只要我们运用得当，也许会有意想不到的收获

5、特殊身份引流

比如大学奶茶店，只要王姓学生办会员卡，送一学期奶茶，这就是特殊身份引流，我们也可以运用这样一个办理会员卡的模式来帮助我们引流

3.2.4 截流方式

引流确实重要，但引流之后怎样把这些客户截留下来，让他们产生消费的动作也是一个很重要的步骤。因为引流的产品基本上都是免费的不赚钱的。付出了成本，引流后端一定要让客户产生其他的消费，这样才能赚钱。那怎么去截流呢？

一、三限理论

这个理论简单来说就是限人限时限量，当然在校园这个市场里我们并不需要做到真正的限人限时限量，我们需要的是准确的把控校园市场的受众人群，通过这样的一个模式增加我们的客流，去更好的吸引客户，形成一个良性的市场效应。

二、制造稀缺

大多数人都是选择恐惧症的。所以在做方案的时候不要给客户太多选择，最好不要超过三个。设置的参与门槛也要适当，太高了参与的人太少，如果太低又不能很好的筛选客户，提高客户的品质。其实在校园这个市场里面，我们不太需要去筛选客户，之所以说设置门槛，主要是为了把握客户的一个市场心理，去帮助我们前期打开市场或则截取流量的一个方式。

三、赠品模型

赠品是一个非常好的说服客户消费的方式。但是在设计正品的时候要虚实结合，立足客户需求，赠送的东西要对客户有价值，例如我们可以根据客户的一个消费量去赠送 U 盘等周边产品或者我们云端的一个免费体验

除此之外还要有良好的商业信用，对于新开的门店，可以通过各种方式增加自己的信誉，来提高自己的说服力。

最后一个就是精准地对接市场，和精准传播，现阶段我们的市场面对的就是全校师生，我们要的是准确的去把握校园这个市场，了解校园市场的需求和走势

第四章：项目投资与财务分析

4.1 项目投资预算

4.1.1 维修和清洁保养工具

工具	价格
拆机全套螺丝刀	200
启动盘制作	100
焊台及其零件固定架	1000
打磨机及抛光机	200
清灰套件	100
排插 3 个	200
总计	0.18 万

4.1.2 人员工资

包括的工资支出全年总计 3.48 万元。

其中服务人员（两人）工资全年总计 2.4 万元。每月 1000 元/人

学生兼职（两人）工资全年总计 1.08 万元。每月 450/人

4.1.3 其他费用

工具	价格
NAS 服务器一台	2000
水电网费、广告费等	2000
总计	0.4 万

4.2 盈利期望

收入种类	收入
维修服务	20 万/年
销售服务	10 万/年
管家服务	5 万/年
总计（除去成本）	34.42 万/年

第五章：公司管理

5.1 公司宗旨

以学生为主要客户群，同时兼顾学校的老师和各工作人员。专一市场经营，用更优质的 IT 服务，吸引更多的客户。同时在尽可能盈利的前提下为有志同学提供勤工俭学的机会，尽全力搭建一个优质的 IT 服务店铺，让全校师生可以在学校里享受更便捷的服务。

5.2 管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确的管理思想。我们将充分发挥每位员工的劳动积极性，尊重他们的劳动价值，营造和谐的团队，公平对待每一位员工，使其各司其职，发挥才干，企业管理思想的真谛是聚合企业的各类资源，充分运用管理的功能，以最优的投入获得最佳的回报，以实现企业既定目标。我们的管理思想概括起来是五个方面：计划管理、流程管理、组织管理、战略管理、文化管理。这五方面内容是一个递进关系，顺序不能颠倒，也不能只强调一个而忽略其它。一个好的企业管理，需要这五方面内容协同作用，而这五项内容的协同就是企业的系统能力。一个具备了系统能力的企业才有希望具有核心能力。

一、计划管理

计划管理常常被人们和计划经济联系在一起，这种偏见带来的直接后果是使管理处于无序状态。在对计划本身的理解当中，大多数人都认为计划是一组数据，是一个考核指标的指导文本，没有人认真的想过，计划本身属于管理的一部分。计划管理要解决的是目标和资源之间关系是否匹配的问题。因此，计划管理由三个关键元素构成：目标、资源和两者的匹配关系。

目标是计划管理的基点。计划管理也被认为是目标管理，目标管理的实现需要三个条件，即：高层强有力的支持；目标要能够检验；目标经过高层管理者确认。

资源是计划管理的对象。很多人对于计划管理的理解多是与目标联系在一起的，通常会以为目标是计划管理的对象，其实计划管理的对象是资源，资源是目标实现的条件，要实现计划，唯一的办法是获得资源。

目标与资源匹配是计划管理的结果。也可以说两者的匹配关系是衡量计划管理好坏的标准。当所拥有的资源能够支撑目标的时候，计划管理得以实现；当资源无法支撑目标或者大过目标的时候，要么是“做白日梦”，要么是浪费资源。所以我们不必关心企业确定什么样的目标，企业设立多大的目标，我们只需要关心是否有资源来支撑目标。

二、流程管理

提高企业效率的关键是流程。实现流程管理需要改变传统管理的一些习惯：一是打破职能管理习惯；二是培养系统思维习惯；三是形成绩效导向的企业文化。

打破职能习惯。中国企业中的职能部门很大程度上秉承古代官制沿袭下的“自利取向”而非“服务取向”。在“自利取向”情况下，各职能部门特权膨胀，大家都只关注部门的职能完成程度和垂直性的管理控制，部门之间的职能行为往往缺少完整有机的联系，由此导致企业总体效率下降。因此，必须打破职能区隔习惯。

培养系统思维习惯。流程导向侧重的是目标和时间，即：以顾客、市场需求为导向，将企业的行为视为一个总流程上的流程集合，对这个集合进行管理和控制，强调全过程的协调及目标化。每一件工作都是流程的一部分，是流程的节点，它的完成必须满足整个流程的时间要求，时间是整个流程中最重要的标准之一。时间作为基本坐标决定了我们需要系统地思考问题，而不是仅仅依据自己所在的部门或所处的位置。

形成绩效导向的企业文化。形成以绩效为导向的企业文化是流程管理的保障。管理层要重视转变员工观念，通过让员工理解的概念激励每个员工参与流程再造，重视员工的建议等完成管理方式改变。没有这样的文化氛围，流程管理只能是流于形式。

三、组织管理

权力与责任一直是管理中需要平衡的两个方面，让这两个方面处于平衡状态是组织管理要解决的问题。从古典组织理论中，我们知道组织结构设计需要遵循四个基本的原则：

- 1、指挥统一 一个人只能够有一个直接上司。
- 2、管理幅度 有效的管理幅度是5-6个人。
- 3、分工 根据权责和专业化来进行横向与纵向分工。

4、部门化 把分工所产生的同一专业的员工集合于一个部门内，由一个经理来领导并加以协调。组织设计的古典原则只是想平衡权力和责任两者之间的关系。因此实现组织管理需要两个条件：专业化与分权。

专业化。专业化能够解决很多问题，包括服务的意识、分享的可能，更重要的是，专业化能消除人们对权力的崇拜。如果一切以专业化为标准，尊重标准和科学，人们就不会再依靠权力和职位来传递信息和指令。

分权。不少企业也有分权手册，也有分权制度，但是实施起来常常走样，原因是不能正确理解什么是分权。分权是权力一经分配就不再能收回，而授权是可以收回的，很多人喜欢混淆分权与授权的界限。

四、战略管理

企业的核心竞争力包括三个基本特征：

- 1、提供了进入多样化市场的潜能；
- 2、对顾客重视的价值作出关键贡献；
- 3、竞争对手难以模仿的能力。

显然，这三个特性都反映出核心竞争力的最关键要素是从顾客需求的角度定义企业的核心竞争力。不符合顾客需求、不能为顾客最重视的价值作出关键贡献的能力不是核心竞争力。核心竞争力首

先应当是深入理解和准确把握市场和顾客需求的能力。对于这一点，海尔是这么总结的：“与顾客零距离就是与竞争对手远距离”。

核心竞争力的建立和培育对于确立企业的市场领导地位和竞争实力是极为重要的。为此，企业必须站在战略的高度上从长计议。企业自己需要审察经营的业务、所拥有的资源和能力，观察市场需求和技术演变的发展趋势。

通过运用企业的创新精神和创新能力，独具慧眼地识别本企业的核心竞争力发展方向，并界定构成企业核心竞争力的技术，这些就是战略管理需要回答的问题。因此，简单地讲，战略管理就是为得到核心竞争力所做的独特的管理努力。在企业核心竞争力要素的整合过程中，需要相关的机制与环境条件加以支持。

战略管理包括：有利于学习和创新的组织管理机制、以团队管理为中心的分权化扁平状网络组织、创造充满活力的创新激励机制、以市场为导向、以顾客价值追求为中心的企业文化氛围。最后，是依赖既开放又相互信任的合作环境。

基于此，企业核心竞争力同样是一种以企业资源为基础的能力优势，而且是异质性战略资源，如：技术、品牌、企业文化、营销网络、人力资源管理、信息系统、管理模式等。只有在这些方面进行强化突出，建立互补性知识与技能体系，才能使企业获得持续的差异竞争优势。

五、文化管理

企业文化既是企业的核心灵魂，也是企业的本质特征。随着企业的发展，企业文化的发展通常历经企业家个性魅力(企业家文化)—团队个性魅力(团队文化)—企业个性魅力(企业文化)，到最终形成社会个性魅力(竞争性文化)。所以企业文化管理要经历生存目标导向、规则导向、绩效导向、创新导向、愿景导向的逐步过渡，才可以保证企业能够逐步成长。

5.3 管理队伍

根据店铺的需要，考虑店铺开销问题，除店长外，再聘用多个长期工，分别担任技术部长、销售部长与负责售后的人员还有多名核心成员，根据工作量和客流量的多少，聘用一些人（主要是学生）来填补缺额。

由于工作的性质和目标市场的选定，店铺工作人员年龄要求17 到 25 岁所有员工上岗前都要接受严格培训。负责人一职将由本人担任，同时本人将承担起店面的全权管理的职责，我将尽可能拓展本店在校园内的影响力。技术部长将负责维修护理的工作，销售部长将负责本店的推广工作，销售部长和采购部长将同时负责起店里的后勤工作等等，为了给同学们提供兼职机会同时降低店面的日常开销，这两个职位将面向广大同学们招募。

5.4 项目主要成员：

成员	职位	职责
高翔宇	负责人	项目负责
李子键	核心成员	团队负责
陈翼乾	核心成员	团队负责
刘新怡	核心成员	团队负责
张镇	核心成员	团队负责
陈燊燊	核心成员	团队负责

