

最新计划书应该(优质5篇)

计划是一种为了实现特定目标而制定的有条理的行动方案。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看看。

计划书应该篇一

计划摘要列在商业计划书的最前面，它是浓缩了的商业计划书的精华。

计划摘要涵盖了计划的要点，以求一目了然，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

计划摘要一般要有包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围；市场概貌；营销策略；销售计划；生产管理计划；管理者及其组织；财务计划；资金需求状况等。

在介绍企业时，首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。

其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。

在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。

中肯的分析往往更能赢得信任，从而使人容易认同企业的商业计划书。

最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。

企业家的素质对企业的业绩往往起关键性的作用。

在这里，企业家应尽量突出自己的优点并表示自己强烈的进取精神，以给投资者留下一个好印象。

在计划摘要中，企业还必须要回答下列问题：

- (1) 企业所处的行业，企业经营的性质和范围；
- (2) 企业主要产品的内容；
- (3) 企业的市场在那里，谁是企业的顾客，他们有哪些需求；
- (4) 企业的合伙人、投资人是谁；
- (5) 企业的竞争对手是谁，竞争对手对企业的发展有何影响。

摘要要尽量简明、生动。

特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

如果企业家了解他所做的事情，摘要仅需2页纸就足够了。

如果企业家不了解自己正在做什么，摘要就可能要写20页纸以上。

因此，有些投资家就依照摘要的长短来“把麦粒从谷壳中挑出来”。

2、产品(服务)介绍

在进行投资项目评估时，投资人最关心的问题之一就是，企业的产品、技术或服务能否以及在多大程度上解决现实生活中的问题，或者，风险企业的产品(服务)能否帮助顾客节约开支，增加收入。

因此，产品介绍是商业计划书中必不可少的一项内容。

通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性；主要产品介绍；产品的市场竞争力；产品的研究和开发过程；发展新产品的计划和成本分析；产品的市场前景预测；产品的品牌和专利。

在产品(服务)介绍部分，企业家要对产品(服务)作出详细的说明，说明要准确，也要通俗易懂，使不是专业人员的投资者也能明白。

一般的，产品介绍都要附上产品原型、照片或其他介绍。

一般地，产品介绍必须要回答以下问题：

(1) 顾客希望企业的产品能解决什么问题，顾客能从企业的产品中获得什么好处？

(2) 企业的产品与竞争对手的产品相比有哪些优缺点，顾客为什么会选择本企业的产品？

(5) 企业采用何种方式去改进产品的质量、性能，企业对发展新产品有哪些计划等等。

产品(服务)介绍的内容比较具体，因而写起来相对容易。

虽然夸赞自己的产品是推销所必需的，但应该注意，企业所做的每一项承诺都是“一笔债”，都要努力去兑现。

要牢记，企业家和投资家所建立的是一种长期合作的伙伴关系。

空口许诺，只能得意于一时。

如果企业不能兑现承诺，不能偿还债务，企业的信誉必然要

受到极大的损害，因而是真正的企业家所不屑为的。

3、人员及组织结构

有了产品之后，创业者第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。

企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。

而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。

因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

企业的管理人员应该是互补型的，而且要具有团队精神。

一个企业必须要具备负责产品设计与开发、市场营销、生产作业管理、企业理财等方面的专门人才。

在商业计划书书中，必须要对主要管理人员加以阐明，介绍他们所具有的能力，他们在本企业中的职务和责任，他们过去的详细经历及背景。

此外，在这部分商业计划书书中，还应对公司结构做一简要介绍，包括：公司的组织机构图；各部门的功能与责任；各部门的负责人及主要成员；公司的报酬体系；公司的股东名单，包括认股权、比例和特权；公司的董事会成员；各位董事的背景资料。

4、市场预测

当企业要开发一种新产品或向新的市场扩展时，首先就要进行市场预测。

如果预测的结果并不乐观，或者预测的可信度让人怀疑，那

么投资者就要承担更大的风险，这对多数风险投资家来说都是不可接受的。

市场预测首先要对需求进行预测：市场是否存在对这种产品的需求？需求程度是否可以给企业带来所期望的利益？新的市场规模有多大？需求发展的未来趋向及其状态如何？影响需求都有哪些因素。

其次，市场预测还要包括对市场竞争的情况？企业所面对的竞争格局进行分析：市场中主要的竞争者有哪些？是否存在有利于本企业产品的市场空档？本企业预计的市场占有率是多少？本企业进入市场会引起竞争者怎样的反应，这些反应对企业会有什么影响？等等。

在商业计划书书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述；竞争厂商概览；目标顾客和目标市场；本企业产品的市场地位；市场区格和特征等等。

企业对市场的预测应建立在严密、科学的市场调查基础上。

企业所面对的市场，本来就有更加变幻不定的、难以捉摸的特点。

因此，企业应尽量扩大收集信息的范围，重视对环境的预测和采用科学的预测手段和方法。

企业家应牢记的是，市场预测不是凭空想象出来，对市场错误的认识是企业经营失败的最主要原因之一。

5、营销策略

营销是企业经营中最富挑战性的环节，影响营销策略的主要因素有：

- (1) 消费者的特点;
- (2) 产品的特性;
- (3) 企业自身的状况;
- (4) 市场环境方面的因素。

最终影响营销策略的则是营销成本和营销效益因素。

在商业计划书中，营销策略应包括以下内容：

- (1) 市场机构和营销渠道的选择;
- (2) 营销队伍和管理;
- (3) 促销计划和广告策略;
- (4) 价格决策。

对创业企业来说，由于产品和企业的知名度低，很难进入其他企业已经稳定的销售渠道中去。

因此，企业不得不暂时采取高成本低效益的营销战略，如上门推销，大打商品广告，向批发商和零售商让利，或交给任何愿意经销的企业销售。

对发展企业来说，它一方面可以利用原来的销售渠道，另一方面也可以开发新的销售渠道以适应企业的发展。

6、制造计划

商业计划书中的生产制造计划应包括以下内容：产品制造和技术设备现状；新产品投产计划；技术提升和设备更新的要求；质量控制和质量改进计划。

在寻求资金的过程中，为了增大企业在投资前的评估价值，企业家应尽量使生产制造计划更加详细、可靠。

一般地，生产制造计划应回答以下问题：企业生产制造所需的厂房、设备情况如何；怎样保证新产品在进入规模生产时的稳定性和可靠性；设备的引进和安装情况，谁是供应商；生产线的设计与产品组装是怎样的；供货者的前置期和资源的需求量；生产周期标准的制定以及生产作业计划的编制；物料需求计划及其保证措施；质量控制的方法是怎样的；相关的其他问题。

7、财务规划

财务规划需要花费较多的精力来做具体分析，其中就包括现金流量表，资产负债表以及损益表的制备。

流动资金是企业的生命线，因此企业在初创或扩张时，对流动资金需要有预先周详的计划和进行过程中的严格控制；损益表反映的是企业的赢利状况，它是企业在一段时间运作后的经营结果；资产负债表则反映在某一时刻的企业状况，投资者可以用资产负债表中的数据得到的比率指标来衡量企业的经营状况以及可能的投资回报率。

财务规划一般要包括以下内容：

(1) 商业计划书的条件假设；

(2) 预计的资产负债表；预计的损益表；现金收支分析；资金的来源和使用。

一份商业计划书概括地提出了在筹资过程中企业家需做的事情，而财务规划则是对商业计划书的支持和说明。

因此，一份好的财务规划对评估企业所需的资金数量，提高

企业取得资金的可能性是十分关键的。

如果财务规划准备的不好，会给投资者以企业管理人员缺乏经验的印象，降低风险企业的评估价值，同时也会增加企业的经营风险，那么如何制订好财务规划呢？这首先要取决于企业的远景规划？是为一个新市场创造一个新产品，还是进入一个财务信息较多的已有市场。

着眼于一项新技术或创新产品的创业企业不可能参考现有市场的数据、价格和营销方式。

因此，它要自己预测所进入市场的成长速度和可能获得纯利，并把它的设想、管理队伍和财务模型推销给投资者。

而准备进入一个已有市场的企业则可以很容易地说明整个市场的规模和改进方式。

企业可以在获得目标市场的信息的基础上，对企业头一年的销售规模进行规划。

商业策划书包括摘要、综述、附录三大部分

一、摘要列在商业策划书的最前面，它浓缩了的商业策划书的精华。

摘要涵盖了商业策划的要点，以便读者能在最短的时间内评审计划并做出判断。

摘要一般包括以下内容：公司介绍；主要产品和业务范围、市场概貌、营销策略、销售计划、生产管理计划、管理者及其组织、财务计划、资金需求状况等。

首先要说明创办新企业的思路，新思想的形成过程以及企业的目标和发展战略。

其次，要交待企业现状、过去的背景和企业的经营范围。

在这一部分中，要对企业以往的情况做客观的评述，不回避失误。

最后，还要介绍一下风险、企业家自己的背景、经历、经验和特长等。

摘要要尽量简明、生动。

特别要详细说明自身企业的不同之处以及企业获取成功的市场因素。

二、第二部分最主要的是进行产品/服务介绍、人员组织、营销策略、市场预测、财务规划。

产品介绍是商业策划书中必不可少的一项内容。

通常，产品介绍应包括以下内容：产品的概念、性能及特性、主要产品介绍、产品的市场竞争力、产品的研究和开发过程、发展新产品的计划和成本分析、产品的市场前景预测、产品的品牌和专利。

有了产品之后，第二步要做的就是结成一支有战斗力的管理队伍。

企业管理的好坏，直接决定了企业经营风险的大小。

而高素质的管理人员和良好的组织结构则是管理好企业的重要保证。

因此，风险投资家会特别注重对管理队伍的评估。

在商业策划书中，营销策略应包括以下内容：

- 1、市场机构和营销渠道的选择
- 2、营销队伍和管理
- 3、促销计划和广告策略
- 4、价格决策

在商业策划书中，市场预测应包括以下内容：市场现状综述、市场需求预测、竞争厂商概览、目标顾客和目标市场、产品的市场地位、市场格局和特征等。

财务规划一般要包括以下内容：商业策划书的条件假设、预计的资产负债表、预计的损益表、现金收支分析、资金的来源和使用。

计划书应该篇二

环视一下你的房间，看看哪儿最适合你学习。也许这只是一张书桌，或许只是你房间的一个角落，除了学习用具，其他什么都没有。没玩具，没收音机，没有电视。如果你找不到合适的地方，那就去你常去的图书馆。当你坐下来时，一定要集中精力。如果不想学习的话，千万别到这个最适合学习的地方。

二、恰当地利用课堂的时间

课堂上要认真听老师讲的每一件事，坐在你既看得清又听得清的地方。这样做可以使你在课下少费些功夫。记笔记可以使你记得清老师课堂上讲的内容，但当老师讲些与主题关系甚微的内容时，就不必记了。

三、粗略地浏览要读的文章

在你仔细阅读某篇文章之前，应该粗略地先看一遍，对文章有一个大致的了解。这样，我们在细读时，可以越过一些不太重要的内容。浏览还可以加快阅读的速度，增强理解的能力。

四、正视对考试的认识

考试目的是让你了解对某学科知识的掌握程度。考试不不仅是为了分数，而且是为了让你知道还有哪些地方需要努力，更好地掌握知识。所以考好了，不能骄傲。考不好，也不要气馁。

五、温故而知新

在家，要养成时常翻看课堂笔记，反复研读课堂上老师提及的要点。

六、预习

预习第二天老师讲课的内容，有助于更深地理解新的知识内容。养成预习的习惯，会让你对每天的内容掌握的更深刻。

计划书应该篇三

一是常规学习时间，主要用来完成当天老师布置的学习任务，消化当天所学的知识。

二是自由学习时间，是指完成了老师布置的学习任务后所剩下的时间。这部分时间一般可以用来补课或提高深造。

学习较差的同学，随着学习水平的提高，应经历常规学习时间逐渐减少，自由时间逐渐增加的过程。

凡是体会到因为抓住了自由学习时间而给学习的全局带来好处的同学，就会努力去提高常规学习时间内的学习效率，以

便增加自由学习时间，使学习的主动权越来越大。

长计划和短安排长计划和短安排是指在一个比较长的时间内，应有个大致计划

由于实际的学习生活往往无法预测，所以，长计划不可能太具体，不可能把每天干什么都列出来。

但是，在学习上计划要解决哪些问题，心中应当有数。应把一个在短期内无法完成的学习任务分到每周、每天去。

计划书应该篇四

一句话，最符合特定投资者需求的商业计划书就是优秀的计划书，因此撰写符合“投资者关心什么样的项目”要求的就是唯一标准。

具体来讲：

1、形式上：

装订美观大方，字体合适，图案清晰，不要错误错字连篇，那将极大影响投资者对你项目的评价，毕竟，投资者到目前为止，还只能通过这篇商业计划书来了解你的项目和你的为人。

2、内容上：

一般来讲，商业计划书的内容格式都有一定之规，大同小异，但几个重点方面还是要多加斟酌：

——产品独特之处，特别是该项目的进入壁垒；

——市场分析，一定要给投资者清晰的目标顾客概念，潜力

分析要有理有据；

----近期和中期资金使用计划(现金流)；

----公司战略与产品竞争策略，这也是投资者关心的焦点问题；

----营销模式有效吗？

计划书应该篇五

执行总结是创业计划一到两页的概括。包括以下方面：

- 本创业计划的创意背景和项目的简述
- 创业的机会概述
- 目标市场的描述和预测
- 竞争优势和劣势分析
- 经济状况和盈利能力预测
- 团队概述
- 预计能提供的利益

产业背景和公司概述

- 详细的市场分析和描述
- 竞争对手分析
- 市场需求

市场调查和分析

- 目标市场顾客的描述与分析
- 市场容量和趋势的分析、预测
- 竞争分析和各自的竞争优势
- 估计的市场份额和销售额
- 市场发展的走势

公司战略阐释公司如何进行竞争

- 在发展的各阶段如何制定公司的发展战略
- 通过公司战略来实现预期的计划和目标
- 制定公司的营销策略

公司的进度安排，包括以下领域的重要事件

- 收入来源
- 收支平衡点和正现金流
- 市场份额
- 产品开发介绍
- 主要合作伙伴
- 融资方案

关键的风险、问题和假定

- 关键的风险分析(财务、技术、市场、管理、竞争、资金撤出、政策等风险)
- 说明将如何应付或规避风险和问题(应急计划)

管理团队

- 介绍公司的管理团队，其中要注意介绍各成员与管理公司有关的教育和工作背景(注意管理分工和互补);介绍领导层成员，创业顾问以及主要的投资人和持股情况。

公司资金管理

- 股本结构与规模
- 资金运营计划
- 投资收益与风险分析

财务预测

- 财务假设的立足点
- 会计报表(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)
- 财务分析(现金流量表、比率分析等)

假定公司能够提供的利益

这是创业计划的“卖点”，包括：

- 总体的资金需求
- 在这一轮融资中需要的是哪一级

注意事项

大学生创业计划书聚焦于特定的策略、目标、计划和行动，对于一个非技术背景的有兴趣的人士应清晰易读。创业计划可能的读者包括：希望吸纳进入团队的对象，可能的投资人、合作伙伴、供货商、顾客、政策机构。所以大学生创业计划书一定要通俗易懂。

- 如何使用这些资金
- 投资人可以得到的回报，还可以讨论可能的投资人退出策略。