

最新创业计划书便利店营销策略 校园便利店创业计划书(大全5篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

创业计划书便利店营销策略篇一

1、项目描述

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

校园便利店瞄准的是大学生（及部分教职员工）的现实购买力，作为校园营销的一级市场，同在校大学生有着直接的接触和联系。应该结合便利店优势、大学生消费特点和校园传播模式，选择适合的营销方式，提供令人满意的商品和服务，最大限度地实现利润收入。

2、产品与服务

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面

点，果蔬等商品。它具有以下经营特点：

距离的便利性：便利店与超市相比，在距离上更靠近消费者，一般情况下，步行5至10分钟即可到达。

时间的便利性：大超市营业时间一般是8：00至23：00，便利店却是“anytime”式，即24小时营业，一周7天开放，可在任何时刻都能及时满足顾客需求，有时甚至打个电话即可。

商品的便利性：便利店经营面积一般在50至200平方米左右，在有限的空间内要满足目标顾客的各种需求，商品的配置应采用广、窄、浅组合，即品种多，一般20xx至3000种，但可选性少，单品可能只有一两个畅销品牌，同时同一商品库存量少，以争取更大的陈列空间。

拿取的便利性：商品陈列布局上力求考虑目标顾客如老人、小孩拿取方便，且商店陈设一目了然。

交易的. 便利性：由于采用超市类的电子收款机，员工操作熟练，不会出现排队等候现象，使顾客购物时间缩短，一般顾客平均逗留时间5分钟左右。

3、行业及市场

便利店发展前景良好，一年回本，未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

4、营销策略

便利店促销的目标受众是便利店的常客(约占40%)。适当的促销有助于增加商品高流转率，增加人气，提高销量，锻造品牌，获取忠诚度，既拉拢低频消费者，又可以稳定高频消费者。

销售人员方面，要求善于与客户交流，善于劝说，善于处理各种矛盾，具有审美能力。校园便利店在挑选销售人员时应选择30岁以下，有活力、形象较时尚、反应灵敏、态度良好的销售人员。校园便利店可以参加学校勤工俭学计划，雇佣在校学生营业高峰期做兼职销售人员，即可以提高美誉度，又保证了销售人员更好地贴近目标消费群体。

促销商品方面，进行深入详细的调研工作，确定无利、低盈利、高盈利商品。对高盈利商品应大力推广；而对销售量大的受欢迎商品，可适当调低价格，在市场上拥有竞争优势并树立价格便宜的良好形象；对于无利商品依然要经营，充分为有需求的消费者提供便利。

促销时机：抓住市场供求曲线。分析销售旺季与淡季，灵活应变地进行促销活动。

促销力度：促销力度一定要看得见摸得着，如果是积分的. 话时间不宜过长，学生群体消费较没有等待耐心。必须给他们不断的惊喜，才能保持他们的满意度和忠诚度。

促销具体方式：除了传统的优惠券、买即送抽奖、积分、赠品等形式，校园便利店还可紧追大学生潮流，例如在假期来临时尝试返火车票或机票，情人节期间送玫瑰花，愚人节期间送整人玩具等。面对求新求变的大学生群体，校园便利店在做促销时要注意常常变换方法、内容。

促销反馈：对每次的促销结果进行认真检查、核对，并通过分析促销期间的销售情况来总结经验教训。

5、财务预测（未来12个月）

营业效益

预计营业额600——1000元/日

月计营业额24000元

营业利润 $24000 \times 20\%$ 利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益 $4800+500=5100$ 元

年收益 $=3100/月 \times 12月=37200/年$

6、风险控制

学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主，其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费，和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

商店的设计及选址：以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。教育部对于各高校的管理制度中，不允许高校在教学区域开设盈利性场所，但是允许市场营销等相关经济

类专业在校园内开设与专业相关的实训基地，期中就包含：可以在校内开设综合商店。

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查，各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强，学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此，为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；

到工商部门进行相关的注册；

确立商店地址进行装修设计；

商店经营、管理人员的确立与培训；

配货供应体系的明确。

综合商店组织结构

店长1名（袁晴）：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。会计1名（朱炎霞）：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员2名（曹丽娟、徐云艳）：负责收银及送货工作。

理货员6名（刘超、秦兵兵、吴晟涛、赵后利、李正泽、孙冉）：负责商店布置、理货工作。其中有2名导购，2名送货、2名理货保管员。

5、配套设施

固定设施

天花-便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面-便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主(食品的销售占50-60%)，要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌-便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面-为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

照明-白色或暖色的色彩为主，比较多的都是使用白色的日光灯管，正常情况下，需要保持10—15平方一根灯管即可使光度符合经营需要。

电脑-一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件-与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。

收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架-以平方数计，每4—4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜-因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。

其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

创业计划书便利店营销策略篇二

目录

一、项目描述

二、理货员的责任

三、便利店的销售与工作

四、市场与销售

五、财务计划

六、风险控制

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居高不下,导致生存空间越来越小,从而引发了业态的变革,从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查,各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强,学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此,为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

(1) 符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品,一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商

品，主要讲究库存小，周转要快。

(2) 为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；到工商部门进行相关的注册；确立商店地址进行装修设计；商店经营、管理人员的确立与培训；配货供应体系的明确。

组织结构：

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员1名：负责收银及送货工作。

理货员1名：负责商店布置、理货工作。包括导购、送货、理货保管。

二、理货员的责任

商品结构：主要为食品，重点做熟食、饮料、饼干、方便面等。这些是大学生平时消耗量最大，最可能到便利店购买，且循环购买的商品。熟食是校园便利店自产，利润较高且销量较大。注意不同季节的食物搭配，并且及时调整淡季的食物供应量。其次，日常消费品和药品。这些商品学生一般到

超市购买，校园便利店经营这些商品主要是为了满足大学生紧急需求。再次，报纸、杂志、文具等，贴近校园文化氛围。校园便利店完全可以取代报刊亭的职能。

正确进行商品类型的选择：。便利店的主打商品应在速冻食品、饮料及日常用品上，这些商品不求多、全，而应求精，即选择畅销的、质量高的、价格又适中的产品上架。在便利店中应避免出现整扎销售或者大包装的产品，既然便利店的定位是为应急的需求，量贩包装的商品是不属于便利店的销售范围，便利店销售商品的选择不是“韩信点兵，多多益善”。因为销售大包装商品，便利店的价格必然要高于大型综合性超市的价格，这种“鸡蛋碰石头，扬短避长”的行为将会导致顾客对便利店产生价格高、购物上当的心理。量贩商品陈列在便利店的货架上不仅不能获得良好的销售，还会浪费门店的有效陈列面，进而影响到门店的正常经营业绩及形象。所以，便利店所选择的商品类型应为品牌质量有保证、畅销的大众化商品。

提高门店的商品陈列利用率。商品的选择和陈列是一门学问，如果做得好会给消费者带

来便利，并有极佳的促销作用。在产品策略方面，便利店的经营者应注意以下问题

目前，有些便利店门店商品数量和陈列空间的利用率存在严重不足现象，对其产品销售产

生了非常大的负面影响。便利店一般是在城市的繁华地段，面积也通常在100平米以内，所以不能浪费门店的陈列空间。在商品的陈列方面，有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象，有不少商品在3个排面以上，这样的陈列为门店的商品品种单调创造了借口，从而致使原本应当有1200种商品左右的门店，可能只有500多种的商品上架，其结果显然是不足以满足顾客的基本需求。

避免货架存在大面积空位。货架大面积空位是门店的暂时性缺货或者其他问题,但是这

对于顾客的影响是什么?不仅仅是顾客此次购物无功而返,还可能使企业损失一批固定客户

三、便利店的销售与工作

建立网络配送系统,统一配送 鉴于目前国内便利店多数已有配送中心这一事实,现

在重要的问题就是怎样提高配送中心的工作效率,尽量采取在特定区域高密度集中开店的策略。要充分发挥自设配送中心的优势,建立电脑网络配送系统,统一集货、统一配送,特别要发挥配送中心分别与供应商及各家店铺相连的电脑网络作用。为了保证不断货,配送中心一般应根据以往的经验保留3天左右的库存。同时,中心的电脑系统每天都会定期收到各个店铺发来的库存报告和要货报告,配送中心把这些报告集中分析,最后形成一张张向不同供应商发出的定单,由电脑网络传给供应商,而供应商则会在预定时间之内向中心派送货物。配送中心在收到所有货物后,对各个店铺所需要的货物分别打包,等待发送。

提高商品周转率,减少库存 由于门店面积小,又因地理位置多处于繁华地段,高额的房

主要工作

补货

1. 补货时必须检查商品有无条码
2. 检查价格卡是否正确,包括dm(促销)商品的价格检查

3. 商品与价格卡要一一对应
4. 补完货要把卡板送回，空纸皮送到指定的清理点
5. 新商品须在到货当日上架，所有库存商品必须标明货号、商品名及收货日期
6. 必须做到及时补货，不得出现在有库存的情况下有空货架的现象
7. 补货要做到先进先出
8. 检查库存商品的包装是否正确
9. 补货作业期间，不能影响通道顺畅

理货

1. 检查商品有无条形码
2. 货物正面面向顾客，整齐靠外边线码放
3. 货品与价格卡一一对应
4. 不补货时，通道上不能堆放库存
5. 不允许随意更改排面
6. 破损 / 拆包货品及时处理

促进销售，控制损耗

1. 依照公司要求填写“三级数量帐记录”，每日定期准确计算库存量、销售量、进货量

2. 及时回收零星商品
3. 落实岗位责任，减少损耗

价签 / 条码

1. 按照规范要求打印价格卡和条形码
2. 价格卡必须放在排面的最左端，缺损的价格卡须即时补上
3. 剩余的条形码及价格卡要收集统一销毁
4. 条形码应贴在适当的位置

清洁

1. 通道要无空卡板、无废纸皮及打碎的物品残留
2. 货架上无灰尘、无油污
3. 样品干净，货品无灰尘

整库 / 库存 / 盘点

1. 库房保持清洁，库存商品必须有库存单
2. 所有库存要封箱
3. 库存商品码放有规律、清楚、安全
4. 盘点时保证盘点的结果正确

四、市场与销售

1、市场计划

2、销售策略

促销活动一

促销内容：开业期间，到校园便利店购买任何货品满30元，凭收据即有机会赢取一百元校园便利店消费券。当天抽取一张，其次连续6星期，每周送出1张消费券！同时有大量精美礼品，100%中奖。

相关事项：

1. 每张收据只限参加一次。现场当时抽取，抽奖后小票回收作废。
2. 参加顾客若赢得了消费券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 消费券活动期内有效，若中奖者过期使用消费券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 校园便利店的员工不得参加，以示公允。

促销活动二

促销口号：到校园便利店换抵价券，折扣优惠由早晨开始。

促销内容：开业期间，前五十名顾客排队领取价值十元的抵价券。去校园便利店买任何正价货品满三十元，凭抵价券，即可抵去相应价格。抵价券不可重复使用。

相关事项：

1. 每人每天只限参加一次。
2. 参加之顾客赢得了抵价券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 抵价券活动期内有效，若中奖者过期使用抵价券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 此项促销活动不与抽奖活动同时参加。

优惠活动包括(此活动长期有效)：

1. 当天消费正价商品满二十元凭小票可免费赠送精美小礼品。
2. 可领取校园便利店积分卡，将每次消费额（满十元）的金额计入积分卡里（一元一分），当月积分满一百五可超于抽奖（100%中奖）。最高奖项为校园便利店五十元消费券一张。
3. 实行早餐vip制，在校园便利店预定早餐的顾客可享受早餐送货上门的服务，若预定一周五天早餐的顾客还可享受九折优惠。
4. 每天一款特价商品，保证低于长沙任何超市的价格，特价商品限量贩卖。

温馨提示：免费赠品不可与其他优惠促销活动同时参加。

3、销售伙伴

采用合作制，与区域中比较有名气的超市的期中一家进行合作。由超市为校园综合商店提供商品的供应保障同时提供部分校园综合商店的启动资金。校园综合商店则承担起替合作超市分流相关的客源，完成相关商品的销量任务。这种合作模式是有利于双方的，特别是处于启动期的校园综合商店经

营方更是有利。采用这种经营模式对于我们即将启动的校园综合商店的主要有如下几点优势：

- a.降低经营风险；
- b.获得强而有力商品渠道支持；
- c.依靠大型的超市的供货渠道可以取得价格优势；
- d.可以学习到大型超市的管理模式及经验；
- e.提升校园综合商店知名度提高；

4、定价策略

便利店商品定价一般比超级市场高20%左右，且通常不采用降价促销手段，毛利率较高。这是由便利店的特殊业态所决定的。首先，在商品流通过程中消费者与零售商之间存在着某种流通功能的替代关系，零售商为消费者所负担的流通功能越多，消费者为购买流通服务支付的费用就越高。其次，便利店多开设在人流较大的黄金地点，租金较超市高出许多，定价高是对租金的一种补偿。

但是因为校园便利店的消费群体都是经济情况不宽裕的学生，因此，校园便利店应在保证不亏损的前提下，尽量调低价格。可采取以下定价方式：

逆向定价。考虑大学生的承受力，先通过调查得出学生愿意并能承受的价格，再考虑成本费用，以获取圈套的利润。

对比定价。首先，校园便利店宜参考商圈附近3-5家同业商店的定价，而拟就明确、系统的价格策略。校园便利店若经营与超市相同的产品时，价格不可太高，否则会留下价格很高的恶劣印象；经营超市没有的商品或自有产品时，才可拉高

价格，用这部分商品互补盈亏。差别定价。销量大、受欢迎的产品定价不宜过高，有特色的自有产品才是校园便利店利润最高的部分，无利的便民服务尽量做到顾客满意，定价应尽量压低，以树立形象为目标。付款方式应支持传统的现金、银行卡刷卡消费。此外，一些学校有专用的校园卡，用于饭堂餐费、热水费等，条件允许的话，可以与校方联系，让学生刷校园卡付款，真正在校园内实现“一卡通”。

五、财务计划

1、经营成本和收益分析

经营成本及经营费用

租金———800—1000元/月

税———500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理———150元月

水———50元/月

电———400元/月

耗损预估———400元/月

合计800+700+150+50+400+500=2000元/月

营业效益

预计营业额600—1000元/日

月计营业额24000元

营业利润24000*20%利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益4800+500=5100元

年收益=3100/月12月=37200/年

收益分析

年收益=3100/月12月=37200/年

不可预计费用4000元/年

总投入=首期投入+后期追加=22820+12000=34820

年回报率=年收益总投入=33200/34820=0.953

预计收回投入需1.1年

六、风险控制

根据调查我发现，各种便利店、报刊亭、小型超市教学区为中心点，在外部形成包围之势。在考虑校园综合商店的建设的时候，我们面临着外部竞争者的强烈挑战与压力。因此我们需要合理的利用自身的“先天优势”同外部竞争者展开竞争。我们具有主动参与竞争的优势，同时场地的`选择上比外部竞争者有更多的“先天优势”。

我们要以缩小自身的覆盖面、产品面为代价才能取得相应的优势。如：学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。教学区没有任何一家商店，学生的大量需求得不到满足，如果我们取得校园综合商店的经营权，将得到极大的发展空间。因为教学区人流量稳定且较大。我们可以利用有限的场地上针对性的提供适销对路的商品（例如：饮料类，提供更多更全的选择。），不断的壮园商店。采用灵活的经

营方式，合理有效的利用人力资源优势，可以取得意想不到的实际效果。但我们需要和校方进行大量的沟通，取得合适的场地。

大学生创业计划书

项目名称：

姓名：叶半仙

系别班级：旅管系13经管2班

学号：201502140230

一、项目描述

1、选址方面：食堂楼下，面对全院学生，食堂是学生流量较大的地方。

2、行业类型：零售。

3、校园市场环境：校园经济市场有很广的发展空间，消费者相对于外部市场竞争小，个体经营单纯，投资小资金流动快，服务广大教师和在校生，更多地吸引学生眼球，营销途径多样化。

二、公司组织与管理团队

1、人员制度

店长，负责综合协调支配各个员工工作，督促员工工作，接受配合学校卫生等检查。

服务员，要有灵活的头脑，牢记超市内各个商品的价格、位置，服从店长的指挥，并配合店长的工作。

保洁员, 清理超市和门口的卫生, 随时接受检查, 做到卫生整洁, 给客人留下好印象; 并帮助服务员留心超市货架内食品的保质期, 超过保质期的及时处理, 即将到保质期的及时提醒服务员。

进货员, 勤恳诚实, 要求会开车, 了解店内商品的流量, 配合服务员做

到店内商品充足, 无断货、缺货现象, 对保质期短的食品, 如水果、面包等, 做到每日进货, 确保食品的新鲜。

2、管理团队

尊重服务业人员的人格; 互相监督, 管理者监督员工的工作, 员工也可以向上级提出意见, 共同改进; 营造和谐的团队, 既要让员工感受到团队合作的精神, 也要有严明的纪律约束员工行为; 公平对待, 一视同仁, 各司其职, 发挥才干。

三、竞争与合作

决不能忽视学生群体的情报, 一定要掌握第一手资料, 虽然学生群体的消费能力较低, 但群体数量大, 产生的利益也是很大的; 而且要不断推出新产品吸引消费群体, 及时促销赢得消费者好感, 提高服务质量, 让学生买的开心放心。

随着生活水平的不断提高, 追求环保, 健康的消费已成为一种生活时尚, 所以我打算要销售一些绿色的产品, 以保证学生的身心健康, 顾客至上, 这是我们的宗旨。

四、营销手段

1、价格粗略

本着薄利多销的原则, 价格不宜过高, 否则会失去部分消费

者，当然也不能过低，价格要与市场基本一致。

根据消费心理，把同类商品有意识的放在一起，但要排出价格档次，让消费者在比较价格中选择自己习惯的消费水平，还要把一些新的商品放在与眼光水平的货架上，易于被消费者发现。

2、促销策略

每周推出一款促销产品，既能吸引更多的消费者还能在消费群体中产生好的反响，等同于做了一些免费广告。

对于一些在保质期内，即将超期的产品，及时促销，促销不成及时处理，确保食品的卫生安全，要做好质量保证。

五、项目实施计划

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过是顾客满意，最终达到本超市的经营理念的推广。

开店前，一定要做好宣传工作，发放问卷，根据消费者需求，完善产品种。

推出会员卡，吸引顾客，多买多送。

六、融资计划

每日收入严格清点，每日核对入账。

店内的所有物品及固定资产，不得随意破坏或带走。

每月结算后，一部分作为将近发放员工，一边提高员工工作积极性。

对于账目，要做到事无巨细一律入账，这样店内盈亏一目了然

然。

七、风险分析

1、内部管理风险

超市是一个服务类行业，严格的质量把关才能赢得消费者的信赖，超市的管理层基本由店主一人构成，公司内部人员结构简单，管理比较松懈，健全管理体制与模式，是十分必要的。

2、原料资金风险

虽然每日的食品流量较大，但是还存在一部分商品滞销的问题，这样就产生了资金流动不好，滞销问题严重的超出保质期又会是一个不小的损失，所以要认清市场对各个商品的需求量，这样有利于超市的长期发展。而且，在食品的选择上要有一定专业的眼光，这样才能采购到新鲜，无污染的绿色食品。

目录

一、项目描述

二、理货员的责任

三、便利店的销售与工作

四、市场与销售

五、风险控制

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以大学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居高不下,导致生存空间越来越小,从而引发了业态的变革,从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查,各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强,学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此,为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

(1) 符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品,一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品,主要讲究库存小,周转要快。

(2) 为消费者提供方便——就近的购买条件,可适当考虑送货上门,经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；到工商部门进行相关的注册；确立商店地址进行装修设计；商店经营、管理人员的确立与培训；配货供应体系的明确。

我理想的组织结构：

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员1名：负责收银及送货工作。

理货员1名：负责商店布置、理货工作。包括导购、送货、理货保管。

二、理货员的责任

商品结构：主要为食品，重点做熟食、饮料、饼干、方便面等。这些是大学生平时消耗量最大，最可能到便利店购买，且循环购买的商品。熟食是校园便利店自产，利润较高且销量较大。注意不同季节的食物搭配，并且及时调整淡季的食物供应量。其次，日常消费品和药品。这些商品学生一般到超市购买，校园便利店经营这些商品主要是为了满足大学生紧急需求。再次，报纸、杂志、文具等，贴近校园文化氛围。校园便利店可以取代报刊亭的职能。正确进行商品类型的选择：。便利店的主打商品应在速冻食品、饮料及日常用品上，这些商品不求多、全，而应求精，即选择畅销的、质量高的、价格又适中的产品上架。在便利店中应避免出现整扎销售或者大包装的产品，既然便利店的定位是为应急的需求，量贩包装的商品是不属于便利店的销售范围，便利店销售商品的选择不是“韩信点兵，多多益善”。因为销售大包装商品，便利店的价格必然要高于大型综合性超市的价格，这种“鸡蛋碰石头，扬短避长”的行为将会导致顾客对便利店产生价格高、购物上当的心理。量贩商品陈列在便利店的货架上不仅不能获得

良好的销售,还会浪费门店的有效陈列面,进而影响到门店的正常经营业绩及形象。所以,便利店所选择的商品类型应为品牌质量有保证、畅销的大众化商品。

目前,有些便利店门店商品数量和陈列空间的利用率存在严重不足现象,对其产品销售产生了非常大的负面影响。便利店一般是在城市的繁华地段,面积也通常在100平米以内,所以不能浪费门店的陈列空间。在商品的陈列方面,有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象,有不少商品在3个排面以上,这样的陈列为门店的商品品种单调创造了借口,从而致使原本应当有1200种商品左右的门店,可能只有500多种的商品上架,其结果显然是不足以满足顾客的基本需求。

三、便利店的销售与工作

建立网络配送系统,统一配送

鉴于目前国内便利店多数已有配送中心这一事实,现在重要的问题就是怎样提高配送中心的工作效率,尽量采取在特定区域高密度集中开店的策略。要充分发挥自设配送中心的优势,建立电脑网络配送系统,统一集货、统一配送,特别要发挥配送中心分别与供应商及各家店铺相连的电脑网络作用。为了保证不断货,配送中心一般应根据以往的经验保留3天左右的库存。同时,中心的电脑系统每天都会定期收到各个店铺发来的库存报告和要货报告,配送中心把这些报告集中分析,最后形成一张张向不同供应商发出的定单,由电脑网络传给供应商,而供应商则会在预定时间之内向中心派送货物。配送中心在收到所有货物后,对各个店铺所需要的货物分别打包,等待发送。

分早中晚3次直接送货到各个门店。

主要工作:

补货

1. 补货时必须检查商品有无条码
2. 检查价格卡是否正确，包括dm（促销）商品的价格检查
3. 商品与价格卡要一一对应
4. 补完货要把卡板送回，空纸皮送到指定的清理点
5. 新商品须在到货当日上架，所有库存商品必须标明货号、商品名及收货日期
6. 必须做到及时补货，不得出现在有库存的情况下有空货架的现象
7. 补货要做到先进先出
8. 检查库存商品的包装是否正确
9. 补货作业期间，不能影响通道顺畅

理货

1. 检查商品有无条形码
2. 货物正面面向顾客，整齐靠外边线码放
3. 货品与价格卡一一对应
4. 不补货时，通道上不能堆放库存
5. 不允许随意更改排面
6. 破损 / 拆包货品及时处理

促进销售，控制损耗

1. 依照公司要求填写“三级数量帐记录”，每日定期准确计算库存量、销售量、进货量
2. 及时回收零星商品
3. 落实岗位责任，减少损耗

价签 / 条码

1. 按照规范要求打印价格卡和条形码
2. 价格卡必须放在排面的最左端，缺损的价格卡须即时补上
3. 剩余的条形码及价格卡要收集统一销毁
4. 条形码应贴在适当的位置

清洁

1. 通道要无空卡板、无废纸皮及打碎的物品残留
2. 货架上无灰尘、无油污
3. 样品干净，货品无灰尘

整库 / 库存 / 盘点

1. 库房保持清洁，库存商品必须有库存单
2. 所有库存要封箱
3. 库存商品码放有规律、清楚、安全

4. 盘点时保证盘点的结果正确

四、市场与销售

1、市场计划

2、销售策略

促销活动一

促销内容：开业期间，到校园便利店购买任何货品满30元，凭收据即有机会赢取一百元校园便利店消费券。当天抽取一张，其次连续6星期，每周送出1张消费券！同时有大量精美礼品，100%中奖。

相关事项：

1. 每张收据只限参加一次。现场当时抽取，抽奖后小票回收作废。
2. 参加顾客若赢得了消费券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 消费券活动期内有效，若中奖者过期使用消费券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 校园便利店的员工不得参加，以示公允。

促销活动二

促销口号：到校园便利店换抵价券，折扣优惠由早晨开始。

促销内容：开业期间，前五十名顾客排队领取价值十元的抵价券。去校园便利店买任何正价货品满三十元，凭抵价券，

即可抵去相应价格。抵价券不可重复使用。

相关事项：

1. 每人每天只限参加一次。
2. 参加之顾客赢得了抵价券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 抵价券活动期内有效，若中奖者过期使用抵价券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 此项促销活动不与抽奖活动同时参加。

优惠活动包括(此活动长期有效)：

1. 当天消费正价商品满二十元凭小票可免费赠送精美小礼品。
2. 可领取校园便利店积分卡，将每次消费额（满十元）的金额计入积分卡里（一元一分），当月积分满一百五可超于抽奖（100%中奖）。最高奖项为校园便利店五十元消费券一张。
3. 实行早餐vip制，在校园便利店预定早餐的顾客可享受早餐送货上门的服务，若预定一周五天早餐的顾客还可享受九折优惠。
4. 每天一款特价商品，保证低于长沙任何超市的价格，特价商品限量贩卖。

温馨提示：免费赠品不可与其他优惠促销活动同时参加。

3、销售伙伴

采用合作制，与区域中比较有名气的超市的期中一家进行合作。由超市为校园综合商店提供商品的供应保障同时提供部

分校园综合商店的启动资金。校园综合商店则承担起替合作超市分流相关的客源，完成相关商品的销量任务。这种合作模式是有利于双方的，特别是处于启动期的校园综合商店经营方更是有利。采用这种经营模式对于我们即将启动的校园综合商店的主要有如下几点优势：

- a.降低经营风险；
- b.获得强而有力商品渠道支持；
- c.依靠大型的超市的供货渠道可以取得价格优势；
- d.可以学习到大型超市的管理模式及经验；
- e.提升校园综合商店知名度提高；

4、定价策略

便利店商品定价一般比超级市场高20%左右，且通常不采用降价促销手段，毛利率较高。这是由便利店的特殊业态所决定的。首先，在商品流通过程中消费者与零售商之间存在着某种流通功能的替代关系，零售商为消费者所负担的流通功能越多，消费者为购买流通服务支付的费用就越高。其次，便利店多开设在人流较大的黄金地点，租金较超市高出许多，定价高是对租金的一种补偿。

但是因为校园便利店的目标群体都是经济情况不宽裕的学生，因此，校园便利店应在保证不亏损的前提下，尽量调低价格。可采取以下定价方式：

逆向定价。考虑大学生的承受力，先通过调查得出学生愿意并能承受的价格，再考虑成本费用，以获取圈套的利润。

对比定价。首先，校园便利店宜参考商圈附近3-5家同业商店

的定价，而拟就明确、系统的价格策略。校园便利店若经营与超市相同的产品时，价格不可太高，否则会留下价格很高的恶劣印象；经营超市没有的商品或自有产品时，才可拉高价格，用这部分商品互补盈亏。差别定价。销量大、受欢迎的产品定价不宜过高，有特色的自有产品才是校园便利店利润最高的部分，无利的便民服务尽量做到顾客满意，定价应尽量压低，以树立形象为目标。付款方式应支持传统的现金、银行卡刷卡消费。此外，一些学校有专用的校园卡，用于饭堂餐费、热水费等，条件允许的话，可以与校方联系，让学生刷校园卡付款，真正在校园内实现“一卡通”。

五、风险控制

根据调查我发现，各种便利店、报刊亭、小型超市教学区为中心点，在外部形成包围之势。在考虑校园综合商店的建设的时候，我们面临着外部竞争者的强烈挑战与压力。因此我们需要合理的利用自身的“先天优势”同外部竞争者展开竞争。我们具有主动参与竞争的优势，同时场地的选择上比外部竞争者有更多的“先天优势”。

局。教学区没有任何一家商店，学生的大量需求得不到满足，如果我们取得校园综合商店的经营权，将得到极大的发展空间。因为教学区人流量稳定且较大。我们可以利用有限的场地上针对性的提供适销对路的商品（例如：饮料类，提供更多更全的选择。），不断的壮园商店。采用灵活的经营方式，合理有效的利用人力资源优势，可以取得意想不到的实际效果。但我们需要和校方进行大量的沟通，取得合适的场地。

创业计划书便利店营销策略篇三

创业计划书是对创业的一个预先计划，也是对创业的一个长远的规划打算，如何制定便利店创业计划书范文?下面是本站

小编收集整理关于便利店创业计划书范文以供大家参考学习，希望大家喜欢。

目录

一、项目描述

二、理货员的责任

三、便利店的销售与工作

四、市场与销售

五、财务计划

六、风险控制

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费和主要消费类型决定商店的规模 and 经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居高不下,导致生存空间越来越小,从而引发了业态的变革,从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查,各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮

食类产品消耗能力较强，学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此，为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

(1)符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快。

(2)为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；到工商部门进行相关的注册；确立商店地址进行装修设计；商店经营、管理人员的确立与培训；配货供应体系的明确。

组织结构：

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员1名：负责收银及送货工作。

理货员1名：负责商店布置、理货工作。包括导购、送货、理货保管。

二、理货员的责任

商品结构：主要为食品，重点做熟食、饮料、饼干、方便面等。这些是大学生平时消耗量最大，最可能到便利店购买，且循环购买的商品。熟食是校园便利店自产，利润较高且销量较大。注意不同季节的食物搭配，并且及时调整淡季的食物供应量。其次，日常消费品和药品。这些商品学生一般到超市购买，校园便利店经营这些商品主要是为了满足大学生紧急需求。再次，报纸、杂志、文具等，贴近校园文化氛围。校园便利店完全可以取代报刊亭的职能。

正确进行商品类型的选择：。便利店的主打商品应在速冻食品、饮料及日常用品上，这些商品不求多、全，而应求精，即选择畅销的、质量高的、价格又适中的产品上架。在便利店中应避免出现整扎销售或者大包装的产品，既然便利店的定位是为应急的需求，量贩包装的商品是不属于便利店的销售范围，便利店销售商品的选择不是“韩信点兵，多多益善”。因为销售大包装商品，便利店的价格必然要高于大型综合性超市的价格，这种“鸡蛋碰石头，扬短避长”的行为将会导致顾客对便利店产生价格高、购物上当的心理。量贩商品陈列在便利店的货架上不仅不能获得良好的销售，还会浪费门店的有效陈列面，进而影响到门店的正常经营业绩及形象。所以，便利店所选择的商品类型应为品牌质量有保证、畅销的大众化商品。

目前，有些便利店门店商品数量和陈列空间的利用率存在严重不足现象，对其产品销售产生了非常大的负面影响。便利店一般是在城市的繁华地段，面积也通常在100平米以内，所以不能浪费门店的陈列空间。在商品的陈列方面，有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象，有不少商品在3个排面以上，这样的陈列为门店的商品品种单调创造了借口，从而致使原本应当有1200种商品左右的门店，可能只有500多种的商品上架，其结果显然是不足以满足顾客的基本需求。

三、便利店的销售与工作

建立网络配送系统,统一配送 鉴于目前国内便利店多数已有配送中心这一事实,现在重要的问题就是怎样提高配送中心的工作效率,尽量采取在特定区域高密度集中开店的策略。要充分发挥自设配送中心的优势,建立电脑网络配送系统,统一集货、统一配送,特别要发挥配送中心分别与供应商及各家店铺相连的电脑网络作用。为了保证不断货,配送中心一般应根据以往的经验保留3天左右的库存。同时,中心的电脑系统每天都会定期收到各个店铺发来的库存报告和要货报告,配送中心把这些报告集中分析,最后形成一张张向不同供应商发出的定单,由电脑网络传给供应商,而供应商则会在预定时间之内向中心派送货物。配送中心在收到所有货物后,对各个店铺所需要的货物分别打包,等待发送。

主要工作

补货

1. 补货时必须检查商品有无条码
2. 检查价格卡是否正确,包括dm(促销)商品的价格检查
3. 商品与价格卡要一一对应
4. 补完货要把卡板送回,空纸皮送到指定的清理点
5. 新商品须在到货当日上架,所有库存商品必须标明货号、商品名及收货日期
6. 必须做到及时补货,不得出现在有库存的情况下有空货架的现象
7. 补货要做到先进先出
8. 检查库存商品的包装是否正确

9. 补货作业期间，不能影响通道顺畅

理货

1. 检查商品有无条形码
2. 货物正面面向顾客，整齐靠外边线码放
3. 货品与价格卡一一对应
4. 不补货时，通道上不能堆放库存
5. 不允许随意更改排面
6. 破损/拆包货品及时处理

促进销售，控制损耗

2. 及时回收零星商品
3. 落实岗位责任，减少损耗

价签/条码

1. 按照规范要求打印价格卡和条形码
2. 价格卡必须放在排面的最左端，缺损的价格卡须即时补上
3. 剩余的条形码及价格卡要收集统一销毁
4. 条形码应贴在适当的位置

清洁

1. 通道要无空卡板、无废纸皮及打碎的物品残留

2. 货架上无灰尘、无油污
3. 样品干净，货品无灰尘

整库/库存/盘点

1. 库房保持清洁，库存商品必须有库存单
2. 所有库存要封箱
3. 库存商品码放有规律、清楚、安全
4. 盘点时保证盘点的结果正确

四、市场与销售

1、市场计划

2、销售策略

促销活动一

促销内容：开业期间，到校园便利店购买任何货品满30元，凭收据即有机会赢取一百元校园便利店消费券。当天抽取一张，其次连续6星期，每周送出1张消费券！同时有大量精美礼品，100%中奖。

相关事项：

1. 每张收据只限参加一次。现场当时抽取，抽奖后小票回收作废。
2. 参加顾客若赢得了消费券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 消费券活动期内有效，若中奖者过期使用消费券则属作废

论。

4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 校园便利店的员工不得参加，以示公允。

促销活动二

促销口号：到校园便利店换抵价券，折扣优惠由早晨开始。

促销内容：开业期间，前五十名顾客排队领取价值十元的抵价券。去校园便利店买任何正价货品满三十元，凭抵价券，即可抵去相应价格。抵价券不可重复使用。

相关事项：

1. 每人每天只限参加一次。
2. 参加之顾客赢得了抵价券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 抵价券活动期内有效，若中奖者过期使用抵价券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 此项促销活动不与抽奖活动同时参加。

优惠活动包括(此活动长期有效)：

1. 当天消费正价商品满二十元凭小票可免费赠送精美小礼品。
2. 可领取校园便利店积分卡，将每次消费额(满十元)的金额计入积分卡里(一元一分)，当月积分满一百五可超于抽奖(100%中奖)。最高奖项为校园便利店五十元消费券一张。
3. 实行早餐vip制，在校园便利店预定早餐的顾客可享受

早餐送货上门的服务，若预定一周五天早餐的顾客还可享受九折优惠。

4. 每天一款特价商品，保证低于长沙任何超市的价格，特价商品限量贩卖。

温馨提示：免费赠品不可与其他优惠促销活动同时参加。

3、销售伙伴

采用合作制，与区域中比较有名气的超市的期中一家进行合作。由超市为校园综合商店提供商品的供应保障同时提供部分校园综合商店的启动资金。校园综合商店则承担起替合作超市分流相关的客源，完成相关商品的销量任务。这种合作模式是有利于双方的，特别是处于启动期的校园综合商店经营方更是有利。采用这种经营模式对于我们即将启动的校园综合商店的主要有如下几点优势：

a.降低经营风险；

b.获得强而有力商品渠道支持；

c.依靠大型的超市的供货渠道可以取得价格优势；

d.可以学习到大型超市的管理模式及经验；

e.提升校园综合商店知名度提高；

4、定价策略

便利店商品定价一般比超级市场高20%左右，且通常不采用降价促销手段，毛利率较高。这是由便利店的特殊业态所决定的。首先，在商品流通过程中消费者与零售商之间存在着某种流通功能的替代关系，零售商为消费者所负担的流通功能

越多，消费者为购买流通服务支付的费用就越高。其次，便利店多开设在人流较大的黄金地点，租金较超市高出许多，定价高是对租金的一种补偿。

但是因为校园便利店的目标群体都是经济情况不宽裕的学生，因此，校园便利店应在保证不亏损的前提下，尽量调低价格。可采取以下定价方式：

逆向定价。考虑大学生的承受力，先通过调查得出学生愿意并能承受的价格，再考虑成本费用，以获取圈套的利润。

对比定价。首先，校园便利店宜参考商圈附近3-5家同业商店的定价，而拟就明确、系统的价格策略。校园便利店若经营与超市相同的产品时，价格不可太高，否则会留下价格很高的恶劣印象；经营超市没有的商品或自有产品时，才可拉高价格，用这部分商品互补盈亏。

差别定价。销量大、受欢迎的产品定价不宜过高，有特色的自有产品才是校园便利店利润最高的部分，无利的便民服务尽量做到顾客满意，定价应尽量压低，以树立形象为目标。

付款方式应支持传统的现金、银行卡刷卡消费。此外，一些学校有专用的校园卡，用于饭堂餐费、热水费等，条件允许的话，可以与校方联系，让学生刷校园卡付款，真正在校园内实现“一卡通”。

五、财务计划

1、经营成本和收益分析

经营成本及经营费用

租金———800—1000元/月

税———500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理———150元/月

水———50元/月

电———400元/月

耗损预估———400元/月

合计 $800+700+150+50+400+500=20xx$ 元/月

营业效益

预计营业额600——1000元/日

月计营业额24000元

营业利润 $24000*20\%$ 利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益 $4800+500=5100$ 元

年收益=3100/月12月=37200/年

收益分析

年收益=3100/月12月=37200/年

不可预计费用4000元/年

总投入=首期投入+后期追加= $22820+120xx=34820$

年回报率=年收益总投入= $33200/34820=0.953$

预计收回投入需1.1年

六、风险控制

根据调查我发现，各种便利店、报刊亭、小型超市教学区为中心点，在外部形成包围之势。在考虑校园综合商店的建设的时候，我们面临着外部竞争者的强烈挑战与压力。因此我们需要合理的利用自身的“先天优势”同外部竞争者展开竞争。我们具有主动参与竞争的优势，同时场地的选择上比外部竞争者有更多的“先天优势”。

我们要以缩小自身的覆盖面、产品面为代价才能取得相应的优势。如：学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。教学区没有任何一家商店，学生的大量需求得不到满足，如果我们取得校园综合商店的经营权，将得到极大的发展空间。因为教学区人流量稳定且较大。我们可以利用有限的场地上针对性的提供适销对路的商品(例如：饮料类，提供更多更全的选择。)，不断的壮大校园商店。采用灵活的经营方式，合理有效的利用人力资源优势，可以取得意想不到的实际效果。但我们需要和校方进行大量的沟通，取得合适的场地。

共3页，当前第1页123

创业计划书便利店营销策略篇四

对于一个发展中的企业，专业的创业计划书既是寻找投资的必备材料，也是企业对自身的现状及未来发展战略全面思索和重新定位的过程。

近年来，由于大型卖场的数量不断增加，中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后，加上经营成本居高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，

从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

便利店主要是为方便周围的居民或是人群而开设的一种小型超市，是生存于大型综合卖场及购物中心的商圈市场边缘的零售业态。

以经营项目齐全及经营日用快速消费品为主的一种零售业态，主要开设于各社区及流动人口教多且以快速消费商品的地方，或学校附近。商圈范围一般只覆盖周围200m的范围。

便利店的经营应紧紧抓住大型卖场的市场空白点，以方便消费者为前提，为消费者提供一个方便、快捷的购物环境，以此来赢得消费者。

主要经营快速消费食品，日用品，书报，收费业务代办，面点，果蔬等产品。

因为他具有超市的经营特点，杂货铺的经营成本价格优势及便利优势，迅速赢得了消费者的青睐，因而得以快速发展，并形成了连锁化经营。

未来随着生活节奏的不断加快，一是综合的大型卖场，一是方便快捷的便利店经营应是零售行业发展趋势。

国内由于经济收入水平比较低下，起步较晚，所以在便利店业态目前尚没有很突出的企业，大家都在边做边摸索，导致业态的发展缓慢。

（一）商圈理念

便利店的商圈一般是位于店铺的直线距离0---200米内，超过200米的效果就比较差了，经营面积一般在60---200平方。

（二）经营选址

一般都在社区（拥有自己的商圈）及路边的人气比较旺的地方，

或是大卖场旁边（借助人家的商圈），以此来达到自己的经营赢利。

（一）ci设计

要明显的体现出便利店的经营信息，要符合便利店的经营特点，并且要能有效的结合现有的资源来设计企业的ci

既要体现出阳光超市的经营特点来设计连锁经营的便利店的企业标识。

为大众提供便利购物条件为消费者提供优质的服务为消费者提供适合的商品。

（二）投资计划

1、固定设施

天花——便利店的装修不必讲究奢华，只要符合自己的经营特点，且能达到给顾客留下清洁，舒适的环境即可，一般只需要使用白色天花顶或者其他暖色的天花顶即可，但是在布局装饰时比较讲究搭配，比较常见的有白色腻子顶，或者是石膏板。

地面——便利店由于营业的时间比较长，加上其基本都是以销售日常食品为主（食品的销售占50-60%），要求店堂的色彩要比较淡雅明快清新，地面由于灯光的反射效果，一般要求店面地板以素色，浅色为主，一般使用乳白色或是米黄色的地板。

招牌——便利店的招牌一般等同于店面的临街宽度，制作时

不用考虑豪华，只需符合自己特点，能有效的契合企业的经营特点，且能符合便利店本身的特征，必要时为节约成本还可以考虑由企业赞助制作。

店前的地面——只要平整，容易搞好卫生，不至于使灰尘太多即可，一般会用素色地板或是直接使用水泥地面。

墙面——为保证店堂的光度，便利店一般使用白色仿瓷作为墙面的装饰色调，还可以以突出商业气氛为目的，使用广告图来装饰，使用广告图时一般要求使用反光度较高的灯箱片。

音响——为保证顾客的舒适的购物心理情绪，便利店一般都配备有小功率的音响，并且主要以开放舒缓的背景音乐。

2、经营设备

电脑——一般每店配备收银机一台，其功能兼具前后台，无需另行配备专门的后台操作系统。

软件——与总部实行连网，各店统一使用软件系统，以方便总部对其进行管理监控，并且总部能根据系统来进行库存管理。收银台——收银台兼管理人员工作台。

货架——以平方数计，每4-4.5平方需要一组货架，货架只需使用一般的货架即可。

冰柜——因便利店是方便于就近的居民，故便利店一般都备有2个冰柜，一个是饮料啤酒柜，另一个作为冰激凌专用冰柜。其他设备——如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

3、商品

便利店的商品结构中，食品占比50%，日用化妆品20%，日用

百货20%，其他10%，约需单品数20xx至3000种。

（三）经营理念

1、制度管理

创业计划书便利店营销策略篇五

一、项目描述

二、理货员的责任

三、便利店的销售与工作

四、市场与销售

五、财务计划

六、风险控制

一、项目描述

1、项目背景

学校附近主要以学生为主,其每月可支配开销在501-800元之间。购物次数多、数额小的显著大众性消费和主要消费类型决定商店的规模和经营方向。经营规模及主要经营品类:中小型超市,以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局,在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。商店的设计及选址:以简洁大方为主这样既迎合消费者又节约装修成本。

近年来,由于大型卖场的数量不断增加,中小型卖场由于在商品品种以及经营项目、经营理念的落后,加上经营成本居

高不下，导致生存空间越来越小，从而引发了业态的变革，从而产生了居于超市和小型杂货铺另外一种业态——便利店。

据调查，各学校师生整体消费总体能力较强。在课间对于饮食类产品消耗能力较强，学生每日用于饮料、食品等相关产品的消费在5元左右。因此，为开设校园综合商店提供了较强的消费环境。

2、项目宗旨

(1)符合目标消费者需求——便利店因为都是经营的快速消费品，一般选择在店铺范围内比较常销的商品作为其经营商品，主要讲究库存小，周转要快。

(2)为消费者提供方便——就近的购买条件，可适当考虑送货上门，经营项目要根据周围居民的需求来进行商品配置。

3、项目介绍

经营规模及主要经营品类：中小型超市，以食品、文具生活用品为主导型商品。期中倡导以饮食类产品为主的布局，在饮食类产品的同质化竞争中为消费者提供更多的选择。

4、管理队伍

寻找有意向的商家进行商谈合作事宜；到工商部门进行相关的注册；确立商店地址进行装修设计；商店经营、管理人员的确立与培训；配货供应体系的明确。

组织结构：

店长1名：主要负责处理校园综合商店的所有日常事务。

会计1名：负责对商场进行日常的财务结算。

收银员1名：负责收银及送货工作。

理货员1名：负责商店布置、理货工作。包括导购、送货、理货保管。

二、理货员的责任

商品结构：主要为食品，重点做熟食、饮料、饼干、方便面等。这些是大学生平时消耗量最大，最可能到便利店购买，且循环购买的商品。熟食是校园便利店自产，利润较高且销量较大。注意不同季节的食物搭配，并且及时调整淡季的食物供应量。其次，日常消费品和药品。这些商品学生一般到超市购买，校园便利店经营这些商品主要是为了满足大学生紧急需求。再次，报纸、杂志、文具等，贴近校园文化氛围。校园便利店完全可以取代报刊亭的职能。

正确进行商品类型的选择：。便利店的主打商品应在速冻食品、饮料及日常用品上，这些商品不求多、全，而应求精，即选择畅销的、质量高的、价格又适中的产品上架。在便利店中应避免出现整扎销售或者大包装的产品，既然便利店的定位是为应急的需求，量贩包装的商品是不属于便利店的销售范围，便利店销售商品的选择不是“韩信点兵，多多益善”。因为销售大包装商品，便利店的价格必然要高于大型综合性超市的价格，这种“鸡蛋碰石头，扬短避长”的行为将会导致顾客对便利店产生价格高、购物上当的心理。量贩商品陈列在便利店的货架上不仅不能获得良好的销售，还会浪费门店的有效陈列面，进而影响到门店的正常经营业绩及形象。所以，便利店所选择的商品类型应为品牌质量有保证、畅销的大众化商品。

目前，有些便利店门店商品数量和陈列空间的利用率存在严重不足现象，对其产品销售产生了非常大的负面影响。便利店一般是在城市的繁华地段，面积也通常在100平米以内，所以不能浪费门店的陈列空间。在商品的陈列方面，有些便利店存在某些商品的陈列面积过大的现象，有不少商品在3个排面以上，这

样的陈列为门店的商品品种单调创造了借口,从而致使原本应当有1200种商品左右的门店,可能只有500多种的商品上架,其结果显然是不足以满足顾客的基本需求。

三、便利店的销售与工作

建立网络配送系统,统一配送 鉴于目前国内便利店多数已有配送中心这一事实,现在重要的问题就是怎样提高配送中心的工作效率,尽量采取在特定区域高密度集中开店的策略。要充分发挥自设配送中心的优势,建立电脑网络配送系统,统一集货、统一配送,特别要发挥配送中心分别与供应商及各家店铺相连的电脑网络作用。为了保证不断货,配送中心一般应根据以往的经验保留3天左右的库存。同时,中心的电脑系统每天都会定期收到各个店铺发来的库存报告和要货报告,配送中心把这些报告集中分析,最后形成一张张向不同供应商发出的定单,由电脑网络传给供应商,而供应商则会在预定时间之内向中心派送货物。配送中心在收到所有货物后,对各个店铺所需要的货物分别打包,等待发送。

主要工作

补货

1. 补货时必须检查商品有无条码
2. 检查价格卡是否正确,包括dm(促销)商品的价格检查
3. 商品与价格卡要一一对应
4. 补完货要把卡板送回,空纸皮送到指定的清理点
5. 新商品须在到货当日上架,所有库存商品必须标明货号、商品名及收货日期

6. 必须做到及时补货，不得出现在有库存的情况下有空货架的现象

7. 补货要做到先进先出

8. 检查库存商品的包装是否正确

9. 补货作业期间，不能影响通道顺畅

理货

1. 检查商品有无条形码

2. 货物正面面向顾客，整齐靠外边线码放

3. 货品与价格卡一一对应

4. 不补货时，通道上不能堆放库存

5. 不允许随意更改排面

6. 破损/拆包货品及时处理

促进销售，控制损耗

2. 及时回收零星商品

3. 落实岗位责任，减少损耗

价签/条码

1. 按照规范要求打印价格卡和条形码

2. 价格卡必须放在排面的最左端，缺损的价格卡须即时补上

3. 剩余的条形码及价格卡要收集统一销毁
4. 条形码应贴在适当的位置

清洁

1. 通道要无空卡板、无废纸皮及打碎的物品残留
2. 货架上无灰尘、无油污
3. 样品干净，货品无灰尘

整库/库存/盘点

1. 库房保持清洁，库存商品必须有库存单
2. 所有库存要封箱
3. 库存商品码放有规律、清楚、安全
4. 盘点时保证盘点的结果正确

四、市场与销售

1、市场计划

2、销售策略

促销活动一

促销内容：开业期间，到校园便利店购买任何货品满30元，凭收据即有机会赢取一百元校园便利店消费券。当天抽取一张，其次连续6星期，每周送出1张消费券！同时有大量精美礼品，100%中奖。

相关事项：

1. 每张收据只限参加一次。现场当时抽取，抽奖后小票回收作废。
2. 参加顾客若赢得了消费券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 消费券活动期内有效，若中奖者过期使用消费券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 校园便利店的员工不得参加，以示公允。

促销活动二

促销口号：到校园便利店换抵价券，折扣优惠由早晨开始。

促销内容：开业期间，前五十名顾客排队领取价值十元的抵价券。去校园便利店买任何正价货品满三十元，凭抵价券，即可抵去相应价格。抵价券不可重复使用。

相关事项：

1. 每人每天只限参加一次。
2. 参加之顾客赢得了抵价券，可在便利店购买任何正价商品。
3. 抵价券活动期内有效，若中奖者过期使用抵价券则属作废论。
4. 如有任何争议校园便利店保留最终决定。
5. 此项促销活动不与抽奖活动同时参加。

优惠活动包括(此活动长期有效):

1. 当天消费正价商品满二十元凭小票可免费赠送精美小礼品。
2. 可领取校园便利店积分卡，将每次消费额(满十元)的金额计入积分卡里(一元一分)，当月积分满一百五可超于抽奖(100%中奖)。最高奖项为校园便利店五十元消费券一张。
3. 实行早餐vip制，在校园便利店预定早餐的顾客可享受早餐送货上门的服务，若预定一周五天早餐的顾客还可享受九折优惠。
4. 每天一款特价商品，保证低于长沙任何超市的价格，特价商品限量贩卖。

温馨提示：免费赠品不可与其他优惠促销活动同时参加。

3、销售伙伴

采用合作制，与区域中比较有名气的超市的期中一家进行合作。由超市为校园综合商店提供商品的供应保障同时提供部分校园综合商店的启动资金。校园综合商店则承担起替合作超市分流相关的客源，完成相关商品的销量任务。这种合作模式是有利于双方的，特别是处于启动期的校园综合商店经营方更是有利。采用这种经营模式对于我们即将启动的校园综合商店的主要有如下几点优势：

- a.降低经营风险；
- b.获得强而有力商品渠道支持；
- c.依靠大型的超市的供货渠道可以取得价格优势；
- d.可以学习到大型超市的管理模式及经验；

e.提升校园综合商店知名度提高;

4、定价策略

便利店商品定价一般比超级市场高20%左右，且通常不采用降价促销手段，毛利率较高。这是由便利店的特殊业态所决定的。首先，在商品流通过程中消费者与零售商之间存在着某种流通功能的替代关系，零售商为消费者所负担的流通功能越多，消费者为购买流通服务支付的费用就越高。其次，便利店多开设在人流较大的黄金地点，租金较超市高出许多，定价高是对租金的一种补偿。

但是因为校园便利店的目标群体都是经济情况不宽裕的学生，因此，校园便利店应在保证不亏损的前提下，尽量调低价格。可采取以下定价方式：

逆向定价。考虑大学生的承受力，先通过调查得出学生愿意并能承受的价格，再考虑成本费用，以获取圈套的利润。

对比定价。首先，校园便利店宜参考商圈附近3-5家同业商店的定价，而拟就明确、系统的价格策略。校园便利店若经营与超市相同的产品时，价格不可太高，否则会留下价格很高的恶劣印象；经营超市没有的商品或自有产品时，才可拉高价格，用这部分商品互补盈亏。

差别定价。销量大、受欢迎的产品定价不宜过高，有特色的自有产品才是校园便利店利润最高的部分，无利的便民服务尽量做到顾客满意，定价应尽量压低，以树立形象为目标。

付款方式应支持传统的现金、银行卡刷卡消费。此外，一些学校有专用的校园卡，用于饭堂餐费、热水费等，条件允许的话，可以与校方联系，让学生刷校园卡付款，真正在校园内实现“一卡通”。

五、财务计划

1、经营成本和收益分析

经营成本及经营费用

租金———800—1000元/月

税———500元(国税)+200(地税)=700/月

工商管理———150元月

水———50元/月

电———400元/月

耗损预估———400元/月

合计 $800+700+150+50+400+500=2000$ 元/月

营业效益

预计营业额600—1000元/日

月计营业额24000元

营业利润 $24000 \times 20\%$ 利润率=4800元

营业外收入300元/月

合计效益 $4800+300=5100$ 元

年收益=5100/月12月=61200/年

收益分析

年收益=3100/月12月=37200/年

不可预计费用4000元/年

总投入=首期投入+后期追加=22820+12000=34820

年回报率=年收益总投入=33200/34820=0.953

预计收回投入需1.1年

六、风险控制

根据调查我发现，各种便利店、报刊亭、小型超市教学区为中心点，在外部形成包围之势。在考虑校园综合商店的建设的时候，我们面临着外部竞争者的强烈挑战与压力。因此我们需要合理的利用自身的“先天优势”同外部竞争者展开竞争。我们具有主动参与竞争的优势，同时场地的选择上比外部竞争者有更多的“先天优势”。

我们要以缩小自身的覆盖面、产品面为代价才能取得相应的优势。如：学校的教学区不是生活区，与公寓区较远，在商品供应上只能针对性的提供以饮食类为主，文具类为辅的商品格局。教学区没有任何一家商店，学生的大量需求得不到满足，如果我们取得校园综合商店的经营权，将得到极大的发展空间。因为教学区人流量稳定且较大。我们可以利用有限的场地上针对性的提供适销对路的商品(例如：饮料类，提供更多更全的选择。)，不断的壮大校园商店。采用灵活的经营方式，合理有效的利用人力资源优势，可以取得意想不到的实际效果。但我们需要和校方进行大量的沟通，取得合适的场地。