# 最新无人便利店创业计划书 便利店创业计划书(大全15篇)

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2025-02-11

*计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理的工具。什么样的计划才是有效的呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。无人便利店创业计划书篇一创业的关键一步就是写份完美的创业计划书，创业计划书的起草与创业本身...*

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理的工具。什么样的计划才是有效的呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

**无人便利店创业计划书篇一**

创业的关键一步就是写份完美的创业计划书，创业计划书的起草与创业本身一样是一个复杂的系统工程，不但要对行业、市场进行充分的研究，而且还要有很好的文字功底。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。世界顶级的投资家、世界股王沃伦·巴菲特说过一句名言“当企业有形资产预期产生的价值大大超过市场收益率时，企业的价值就远远大于有形资产的价值”。当您看完这本创业计划书，是否可以作这个断言呢？！

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，果蔬等商品。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。

1、企业标识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。

2、企业理念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。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。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。

a方案;员工入股。

b方案;前期投资算做风险投资，由员工进行担保抵押经营，自负盈亏。

c方案;以委托经营的模式交给员工经营，多劳多得，上交费用。

d方案;缴纳承包金的形式进行承包经营六投资解析。

1、前期投资固定设施及营业设施，可以利用部分现有的设备，以降低其投入。

2、追加投资因以利用了现有卖场的客户资源，在首期投入中已经没有了货款投入，故在后期需要追加部分货款投入，即是后期追加的3万元货款投入来作为后期的资金运营，此投入可视总部对供应商的整合而降低投入数量。世界创业实验室提醒您，一份好的创业计划书，要注意以下写作技巧：可操作性(如何保证成功)可赢利性(能否带来预期的回报)可持续性(我们能生存多久)创业计划书六大关注重点项目的独特优势市场机会与切入点分析问题及其对策投入，产出与赢利预测如何保持可持续发展的竞争战略风险应变策略确立创业目标应考虑的因素(6m方法)商品(merchandise):所要卖的商品与服务最重要的那些利益是什么市场(markets):要影响的人们是谁动机(motives):他们为何要买，或者为何不买信息(messages):所传达的主要想法，信息与态度是什么媒介(media):怎样才能达到这些潜在顾客测定(measurements):以什么准则测定所传达的成果和所要预期达成的目标创业计划团队的最佳组合专业技术人员。

文档为doc格式。

**无人便利店创业计划书篇二**

租金ddddd-800―1000元/月。

税dddddd-500元(国税)+200(地税)=700/月。

工商管理dddd150元月。

水ddddddd50元/月。

电ddddddd400元/月。

耗损预估dddd400元/月。

合计800+700+150+50+400+500=2025元/月。

营业效益。

预计营业额600dd1000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。

**无人便利店创业计划书篇三**

由于中国人均收入增加及生活节奏的加快，作为继大卖场及超市之后出现的又一新兴的零售业经营方式，便利店必将大有作为，它也将成为未来中国极具在发展前景的零售业态。

本便利店是由三人合伙投资的一家小型便利店。店名为xx，故我们的宗旨是“让消费者快乐的购物”。本店理念是“为大众提供便利购物条件，为消费者提供适合的商品，为消费者提供优质的服务”，为消费者创造高品质的便利生活。xx是一家简便快捷的日常便利店，店面简单大方，店内干净整洁，商品摆置整齐及一目了然，营造自在舒适的购物环境，给人以怡然自得，身于居家的氛围。

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，经营管理不当，经营服务不佳，存空间愈来愈小，从而引发了业态的变化，从而产生了居于超市和小型杂货店铺另外一种业态—便利店。便利店的经营紧紧抓住大型卖场的市场的空白点，以方便消费者为前提。在当今，人们生活及居住房所集中于大面积的地方，也就所谓的居民区，离大型超市等商业购物中心有一定的距离。同时随着人们经济收入水平的提高和生活节奏的加快，人们的时间变得愈来愈宝贵，而人们在日常生活需要的应急性商品或单买商品，此时的便利店这这方面起到了快捷，高效的作用，给消费者带来了满足。

2、商品种类

主要经营快速消费食品（零食饮料等）、日用百货、报纸杂志、日配和水果等。在商品结构中，食品占比率45%，日用百货30%，其他的占25%。

3、店铺装潢

店面外观的颜色为白色和淡绿色，给人以其商品具备安全和信任的感觉，店内墙壁和天花板采用反光性，衬托性较强的纯白色，给人造成较大空间的视觉偏差。

4、店铺选址

店址位于居民区人群出入方便集中的地方或各社区流动人口较多的地方，以便消费者的快速购买和及时需求，以此来赢得消费者。

1、机会（opportunity）

a.居民社区市场潜力大

目前，便利店在大城市的发展速度比较快，地点集中，特别是在一些繁华地带，甚至出现了一家紧挨一家的现象，竞争激烈。而在是居民生活区中，便利店很少出现或只有一家。居民社区发展有以下两点：

（2）便利店在居民社区发展空间大，甚至可以弥补此种零售业态在当地经营的空白。

b.相对有利的经济环境

因为便利店行业经营风险小，进入门槛低，是实现投资避险的上佳选择，这对于我们新办便利店和新进便利店行业的一个好的学习机会和锻炼。

2、威胁（threaten）

a.同类行业竞争，减少便利店生存空间

相对品牌连锁便利店，在人们心中已经有一定的信任地位，加上在当地经营时间较长，已树立统一良好的店铺形象，经营模式有序统一，经营策略成熟鲜明，吸引了一定量顾客的光顾，并成为此家的忠实和顾客。而我们是新进便利店，要在吸引顾客的关顾需要做出很大的努力以及一定的时间。

b.消费需求的多样化趋势

随着我国经济的不断发展，人民购买能力也不断增强，人们的需求日愈多种多样；同时交通设施和交通工具的方便，而我们便利店经营的主要商品往往集中在食品和其他基本的生活必须品方面。消费在需要不止购买食品时，需要购买大量各类商品时，往往是不会选择到便利店购物。这表明，在一定程度上会造成购买力的分流。给便利店的经营带来不利影响。

3、劣势（weakness）

a.缺乏自有品牌意识

我们的便利店是独自出资开发的，对于人民来说，完全陌生和没有知名度，不能及时产生信赖。

b.缺乏工作经验

由于我们都是第一次投资经营生意，只能依靠一些理论和客观学习别人的经验，却没有经营开店的经验。很多东西只能一边经营一边学习，缺乏管理经验，工作流程也比较模糊，很多问题也不能及时正确的处理，这是我们很大的劣势，可能会给我们带来风险。

4、优势（strength）

a.经营壁垒较低

经营成本较低，经营管理模式也不像大企业那么大型及规范，没有像连锁制式化的约束。我们能独立自主管理。

b.直接与消费者接触，快捷的市场反应优势。

在面前为止，很少有便利店有提供为消费者上门送货。在这情况，我们可以为消费者送货，为顾客提供方便和节约时间，从而得到顾客的喜欢，尽我们的努力，让顾客得到最大的满意。

1、产品策略

正确的采购商品和陈列商品，给消费者带来购物的满意便利，并起到给消费者好印象的作用。以下是我们的产品策略：

a.商品陈列和空间利用

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。由于我们便利店的空间有限，不能浪费陈列的空间，而是要对于做到很好的利用，上架的商品可以达到2500-3000种，满足消费者更多需要和选择。同时商品陈列清晰和同类商品归类摆放在一起，让顾客一目了然和容易挑选商品。

b.进货特色商品

采购一些有特色的商品，与其他同类型的便利店形成差别。我们选择一些优质的，也就是口味好吃的食品，以此吸引消费者。还可以根据消费者提供的意见和指点需要的商品，采购入其商品。

2、价格策略

因为其吸引顾客的不是价格而是可以应急的服务。此外，如果提供便利店特色品牌的产品，在商品成本上会具有一定的优势，同时也可提高便利店的影响力。

3、分销渠道策略

我们提供便民服务，根据消费者的需要，我们可以亲自外送消费者所要购买的商品。

4、促销渠道

a.特色商品优惠

对于家庭日常必需用品，需求弹性很小，这类商品如被选做特价商品进行促销是起不到好效果的。因此，我们选择特色商品和有创意的用品作为我们的促销商品，做到每日一种商品降价优惠，让消费者有所期待。

b.发送传单

由于我们的便利店是小投资生意，同时也是选址在居民社区，在促销策略中，我们不用也不必做电视广告，我们利用经济型小成本制作传单，发送传单。

c.购满赠物

如果顾客买到58元以上，我们可以送给顾客我们店形象的环保购物袋，购物袋一面是我们店的logo，另一面写着我们的宣传语“xx，做你的好邻居”。让宣传语拉近我们便利店与消费者的距离，让消费者有亲切感，同时达到宣传的作用。

d.植入广告

根据人们的。日常视觉行为习惯，在上楼梯的时候都会看楼梯楼层指示牌。我们会与居民楼管理人员联系和协商洽谈，我们可以提供楼层指示牌，同时在楼层指示牌中的层数下写着我们的宣传语。我们也会在电梯里的墙壁上用小面积塑料牌以文字的形式写上我们的宣传语。

1、总共创业资金投入：19万元。由来是我们获得的10万元的创业资金加上我们三人计划各出3万元投资预算。

2、总投入分配：

a.租金费用：每月为20xx元，首次先交付6个月的租金。（预算：本便利店的面积为100平方）

b.店面装潢和固定设施：30000元

c.经营设备（货架，冰柜，收银台等设备）：20000元

d.首次商品购进成本为：40000元e.广告费用（传单，打招牌等）：20000元

f.每月经营费用（税收，工商管理，水电等费用）：1500元

g.后期资金周转：66500元

3、营业效益：

a.预计日营业额：1200元，月计营业额：36000元

b.月营业利润：36000\*30%（利润率）=10800元

c.营业外收入（手机充值，协助社区居民收取电费，水费，电视收视费等）：500元

4、收益分析：

b.年收入：93600元

c.不可预计费用：5000元

f.预计收回投入需2年

**无人便利店创业计划书篇四**

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dd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dd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2名：负责收银及送货工作。

理货员6名：负责商店布置、理货工作。期中有2名导购，2名送货、2名理货保管员。

5、配套设施。

(1)固定设施。

音响dd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dd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dd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(如果是自己开单店侧不需要联网)。

收银台dd收银台兼管理人员工作台。

其他设备dd如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

二、产品与服务。

1、商品类别。

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。

品牌选择方面：应充分考虑大学生群体中的个体差异，搭配进货。个体差异有：消费能力差异：学生因家庭经济条件不同，在购买能力上也显示出差异。校园便利店应为同一品种产品配置两种以上品牌，满足追求高档和追求平价两种消费层次学生的需求。

性别差异：男女差异在个人护理用品上特别突出。年级差异：刚入学的大一新生在日常生活必需品上消费较多，随着年级的升高，人际交往消费增多。同时，还要注意经营知名品牌。顾客在便利店挑选过程中，会选择比较熟悉的商品，经营知名品牌可以节省购物时间，也避免给人经营“杂牌”的劣质感。选择符合大学生消费喜好的品牌。

根据前文分析，大学生的消费喜好是追求新鲜、追求时尚、追求品牌、追求个性。因此便利店所卖商品应该大胆购进新品、包装时尚的产品。校园便利店自主开发的独有产品亦要遵循大学生的消费喜好。同一种商品的品牌不必太多，而是应在经过认真的市场调查和分析后，将某种商品确定在有限的几个知名品牌。如此可以增加单位产品的订购量，提高采购议价能力，降低进货成本。

商品及时更新换代。便利店的主营商品一般是相对固定的，占经营商品种类的80%，其余的20%用作新商品和配套商品的销售空间，以适应消费者口味的变化和新鲜感，这20%的商品是经常变换的。

校园便利店的延伸项目中，传统延伸中的打印、复印，电话卡、手机卡、上网卡、交通卡等，大学生这部分的需求量非常惊人。快递服务，由于网络购物的规范和流行，大学生快递需求正迅速增长。dhl、ups等大型快递公司在外国都有同便利店合作的经验。便利店可以成为快递投递、领取的站点。培训报名、旅游服务，这部分利润较大，是可以尝试的区域。修理雨伞、修理自行车、打起补胎、干洗衣物等，大学生偶有这部分需求，但极少有人经营。提供这类便民措施可以进一步巩固校园便利店的“便利”形象。

2、服务策略。

营业长度：通常便利店都是24小时营业，但大部分学校有门禁，规定学生必须在晚上某个时刻归校熄灯，不得晚归。校园便利店可根据自身地点(流动客源多寡)，及学校情况(门禁时间及学生遵守程度)，在充分观察研究后确定营业时间。

营业高峰期：校园便利店的每日高峰期是每日三餐学生出门吃饭时间，以及夜间宵夜时段;每年的淡季是学生放假的寒暑假期间，只有部分学生在校;每年的高峰期出现在开学，学生采购生活用品的时候。

此外，便民服务会损害利润率，但会提高整体销量和品牌忠诚度，从而提高总和利润，增长无形资产。送货上门服务。这是校园便利店必须经营的部分。尽管便利店在距离上已经非常短，但许多大学生出于各种原因，尤其雨天天气时，不愿意出门，却常有紧急需求。因此，很多学校都有开辟学生自己经营的宿舍零食铺，包送货上门业务。但是这些学生经营不成体系，利润低，经营艰苦，而且学生最需要的熟食无法经营。校园便利店有很好的运营系统、熟食产品，如果能够送货上门，必定深受欢迎。

网上订货服务。结合送货上门服务推出网上订货服务。初期可以使用qq等即时聊天工具一对一地通知销售人员，后期可以拥有自己的订货网站，正规化运作。

无利便民措施。这部分便民措施完全无利，甚至会在某些时间造成一定损失。但却让校园便利店提供完整的“便利”服务的形象深入人心，顾客交口称赞。例如免费微波炉、atm取款机等。如果路面宽敞的话，可在门口安装电视机，热门运动赛季免费播放电视节目。

三、市场分析与选址分析。

1、市场定位。

便利店定位在价格等同于同类超市,宗旨是“便利至上”。服务时间长，服务效果好，服务更加的便利，在价格上也与同类超市保持相同的价格。便利店的服务宗旨也是以方便、快捷、便利为主。

2、目标市场。

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。

3、选址分析。

靠近学生生活区。便利店辐射范围约为500米，因此便利店方圆500米范围内至少应有2500-3000个商圈人口。生活区是学生聚集的地方，部分学生可能因为课业繁忙，或出于习惯到临近的便利店购物。有些学校学生宿舍是集中的，校园便利店选址很轻松;有些学校校区较老，没有长期规划，学生宿舍是分散的，校园便利店就必须通过市场调研，确保店址附近有3000人左右的市场容量。

避开校园超市和便利店饱和区域。部分学校有定位于学生的校园超市，虽然面积比不上大卖场，但品种、价格均比便利店有优势;同时，做好市场调查，避开其他便利店的辐射商圈。有一定量的流动人群。便利店商圈小，而交叉性布点的情况比较普通，在稳定性顾客被瓜分之后，必须要有一定量的流动顾客群的支持。可选择车流动线较多的地方，并运用醒目的店面设计。

便利店每月的租金要在一天的销售额内。校园便利店可能在学生寒暑假期间出现淡季，所以在对每日销售额的测算上，应平均视之。控制密集程度。从国外便利店的发展实践看，每2500-4000人就拥有一家便利店，这样可使消费者在2-7分钟到达。同时，便利连锁公司一般是在两到三年内规模达到170家左右的时候开始盈利。因此，对定位于校园市场的便利店，采取连锁形式，一定程度的密集开店是必要的。方便进货。还要注意选择能让货车通行，方便进货的地点。

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。

**无人便利店创业计划书篇五**

相关得管理制度有：

出勤制度。

卫生管理制度。

报表管理制度。

能耗管理制度。

设备管理制度。

固定资产管理制度。

采购管理制度。

现金管理制度。

工资得发放管理规定。

员工得担保制度。

管理人员得权限规定。

员工得奖惩制度。

员工工作制度。

货架作业管理制度。

商品配送管理制度。

仓库管理制度。

会议管理制度。

耗材领用管理制度。

通讯器材及设备管理制度。

2商品管理。

为维护企业得形象，保证顾客在店内能买到合乎自己要求得，新鲜得商品，相关得制度有：

商品得进场制度。

商品得销售报表。

采购报表。

滞销报表。

畅销商品统计表。

关于商品得奖罚制度。

商品得配备申报制度。

临近商品得处理。

商品销售考核。

**无人便利店创业计划书篇六**

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。

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，雇佣在校学生在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\*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

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。期中有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。

**无人便利店创业计划书篇七**

二、理货员的责任。

四、市场与销售。

五、财务计划。

六、风险控制。

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。

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。

2.参加顾客若赢取了消费券，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。

2.参加之顾客赢取了抵价券，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=20\_\_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。

**无人便利店创业计划书篇八**

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

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。

2.参加顾客若赢取了消费券，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。

2.参加之顾客赢取了抵价券，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=2025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

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。

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。

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

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。

2.参加顾客若赢取了消费券，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。

2.参加之顾客赢取了抵价券，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。

**无人便利店创业计划书篇九**

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。

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。

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。

2.参加顾客若赢取了消费券，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。

2.参加之顾客赢取了抵价券，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

1

2

3

**无人便利店创业计划书篇十**

(2)经营设备。

电脑dd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dd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(如果是自己开单店侧不需要联网)。

收银台dd收银台兼管理人员工作台。

其他设备dd如书报柜，糕点柜，根据经营的项目需要来进行设备的增加。

二、产品与服务。

1、商品类别。

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。

品牌选择方面：应充分考虑大学生群体中的个体差异，搭配进货。个体差异有：消费能力差异：学生因家庭经济条件不同，在购买能力上也显示出差异。校园便利店应为同一品种产品配置两种以上品牌，满足追求高档和追求平价两种消费层次学生的需求。

性别差异：男女差异在个人护理用品上特别突出。年级差异：刚入学的大一新生在日常生活必需品上消费较多，随着年级的升高，人际交往消费增多。同时，还要注意经营知名品牌。顾客在便利店挑选过程中，会选择比较熟悉的商品，经营知名品牌可以节省购物时间，也避免给人经营“杂牌”的劣质感。选择符合大学生消费喜好的品牌。

根据前文分析，大学生的消费喜好是追求新鲜、追求时尚、追求品牌、追求个性。因此便利店所卖商品应该大胆购进新品、包装时尚的产品。校园便利店自主开发的独有产品亦要遵循大学生的消费喜好。同一种商品的品牌不必太多，而是应在经过认真的市场调查和分析后，将某种商品确定在有限的几个知名品牌。如此可以增加单位产品的订购量，提高采购议价能力，降低进货成本。

商品及时更新换代。便利店的主营商品一般是相对固定的，占经营商品种类的80%，其余的20%用作新商品和配套商品的销售空间，以适应消费者口味的变化和新鲜感，这20%的商品是经常变换的。

校园便利店的延伸项目中，传统延伸中的打印、复印，电话卡、手机卡、上网卡、交通卡等，大学生这部分的需求量非常惊人。快递服务，由于网络购物的规范和流行，大学生快递需求正迅速增长。dhl、ups等大型快递公司在外国都有同便利店合作的经验。便利店可以成为快递投递、领取的站点。培训报名、旅游服务，这部分利润较大，是可以尝试的区域。修理雨伞、修理自行车、打起补胎、干洗衣物等，大学生偶有这部分需求，但极少有人经营。提供这类便民措施可以进一步巩固校园便利店的“便利”形象。

2、服务策略。

营业长度：通常便利店都是24小时营业，但大部分学校有门禁，规定学生必须在晚上某个时刻归校熄灯，不得晚归。校园便利店可根据自身地点(流动客源多寡)，及学校情况(门禁时间及学生遵守程度)，在充分观察研究后确定营业时间。

营业高峰期：校园便利店的每日高峰期是每日三餐学生出门吃饭时间，以及夜间宵夜时段;每年的淡季是学生放假的寒暑假期间，只有部分学生在校;每年的高峰期出现在开学，学生采购生活用品的时候。

此外，便民服务会损害利润率，但会提高整体销量和品牌忠诚度，从而提高总和利润，增长无形资产。送货上门服务。这是校园便利店必须经营的部分。尽管便利店在距离上已经非常短，但许多大学生出于各种原因，尤其雨天天气时，不愿意出门，却常有紧急需求。因此，很多学校都有开辟学生自己经营的宿舍零食铺，包送货上门业务。但是这些学生经营不成体系，利润低，经营艰苦，而且学生最需要的熟食无法经营。校园便利店有很好的运营系统、熟食产品，如果能够送货上门，必定深受欢迎。

**无人便利店创业计划书篇十一**

大学生便利店创业计划书范文模板，下面小编为你整理推荐

创业计划书范文\_创业计划

，欢迎阅读参考。

一、便利店的潜力及趋势

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，果蔬等商品。

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。

二、选址

(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。

三、投资计划

(一)ci设计

1、企业标识

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。

2、企业理念

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。

**无人便利店创业计划书篇十二**

购物广场做为地区最大的生活大卖场，其地理位置，硬件设施，商品配置等在同行业内，都称得上是一流的。如今整个店的销售业绩下滑，客流量下降，既有大环境的因素，也有自身的原因。大环境下，金融危机造成经济往来减少，整个流通行业也受到了冲击，人们危机感增强，日常购买能力与同期相比减少了。自身原因，超市经历了开业的喜悦和几个月的运营后，各个部门的管理漏洞多少都出现了，招商部没有及时引进新的供应商、增加新的商品;企划部虽然每月都在做活动，出促销dm，但每期相同的特价品给顾客造成了审美疲劳;卖场部分商品陈列，导示系统、卖场整洁等不能给顾客一种新鲜感，提高不起顾客的购买欲。

第一部分：现有问题及调整思路。

客流量下降，造成营业额下降，公司利润肯定就会减少。如何能尽快提升客流量、提高营业额，是迫在眉睫的一件事。拟通过以下几个方面来做：

一、调整卖场布置及商品陈列。

在品牌营销时代，卖场不再是简单囤积商品的销售场所，科学的布局设计成为卖场经营发展的关键制约因素。卖场重要是保持通畅，要根据顾客的动线，来布局自己的卖场。主展区，辅助展区，促销展区的商品区分要懂得利用各展区的优势进行互补。同时还需要根据季节性来布置卖场，让卖场能吸引顾客，更能留住顾客。例如收银台区，应该考虑顾客排队等候结账是否顺畅，而不是一味的扩大货架所占区域;各种礼盒及整件牛奶从卖场深处移到收银台前的区域，既方便了顾客的购买，又增加的整体美观度和整洁度。

以上为卖场硬布置，卖场场软布置包括导视系统和气氛渲染布置。导视系统即卖场内引导顾客购物的视觉引导布置，包括各类功能指示牌，如各商品分区指示，各服务分区指示等。我们的卖场导示系统，虽说都有，但却起不到实际作用，顾客从入口处看，只能看到第一张指示牌，其他的全在后面掩盖着，想去哪个区域购物，只能自己摸索，应考虑将其分散错开，让顾客能一目了然的看到区域指示。促销区商品pop的悬挂，特价商品价格的标示，都应统一、突出，能让顾客切实感觉到价格的震撼力，提高其购买欲。场内广告应根据季节性定期更换，多做一些大品牌的广告，既提高其厂家对我们的支持度，又提高了卖场的整体档次。

好的陈列是最好的导购，要将商品生动化，靠的就是陈列技巧。陈列方法要根据商品的不同来变化，但是有些共同点：商品饱满度、清洁度，价格签的摆放，宣传品的摆放，商品的美观度、可视度、可取度等。例如奶粉区，做为家庭的必需品，超市的利润点，商家的争夺地，应扩大奶粉的陈列面，加大陈列量，要求各厂家加大场内广告支持，把此区域打造成一个卖场内的亮点。蔬菜水果区，各种精心挑选的蔬果，洗净后用保鲜膜封好放在架子上;现场加工区，新鲜出炉的各种糕点，整齐的摆放在糕点架上，在让顾客感受到味的诱惑的同时，又让其切实享受到其美味。

二、供应商筛选及商品结构优化调整。

想要提升销售业绩，要通过增加客流和客单价两个手段。增加客流和客单价有很多方法，但超市的根本在于商品(或商品结构)，只有它做好了，那两个手段才能发挥作用。

怎样进行调整才合理，换个顾客的角度会更清楚。顾客说超市商品不丰富，有些商品买不到，一般有两层意思：第一是超市确实没有顾客需要的那一“类”的商品或品牌。第二即使那一“类”的商品或品牌有，但顾客买不到他认为合适的规格，口味，价位，质量甚至包装外观。对于一，很简单，引进。对于二，顾客的需求千差万别，超市不可能满足所有顾客的需要，所以，对这些需求要轻重有别，区别对待。

如何更好的满足顾客的需求，这就需要我们要多去市场转转，多了解顾客的需求，发现市场上出现的新品要根据卖场需求及时引进;多寻找一些优质品牌、优质供应商，定期淘汰一些滞销品;根据季节性，及时调整卖场局部规划，增加新品。如夏天来到了，可增加一些雪糕、冰激凌、厂家支持的冷藏陈列柜等，让顾客可以在炎热的夏天喝到冰凉可口的冷饮。卖场内增加现场加工部分，如面包、糕点、馒头、面条、凉菜、豆腐等。蔬菜水果部分，现有供应商如果经营思路不清晰，可多与他沟通及指导，如在经营方式上可通过差异化来吸引客流，部分蔬果洗干净后用保鲜膜封好出售，既提高了美观度，也方便了顾客食用，重要的是提高了商品利润，在不降低其利润的同时，让其主动配合我们的促销活动。通过一系列调整和促销手段，着力把我们的生鲜区打造成老百姓心中的生活大厨房。

三、规范各作业流程及制度，压低经营成本。

开源节流是每个公司都做的事情，前面我讲的是一些开源的想法，但节流同样重要，在全球恶劣的经济环境下，“省钱就是挣钱”更是成为每个经营者的口头禅了。超市是一个高销售额，低毛利率的经营业态，所以其流程的规范及成本的控制也是很重要的，如果流程走不好，那无形中就会造成损耗，增加经营成本，降低本来就少的利润额。如收货流程，应严格按照验货标准收货，临期及过期商品坚决拒收;各部组应定期查看商品保质期，临期或滞销、破损商品及时进行退货处理。关注畅销品，过季品、高库存品、滞销品等的库存量，杜绝供应商结账周期小于商品周转期的现象出现。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印。

**无人便利店创业计划书篇十三**

在社会一步步向前发展的今天，创业计划书的使用频率呈上升趋势，创业计划书通常是结合了市场营销、财务、生产、人力资源等职能计划的综合。我敢肯定，大部分人都对拟定创业计划书很是头疼的，以下是小编整理的便利店投资的创业计划书，仅供参考，大家一起来看看吧。

xx购物广场做为地区最大的生活大卖场，其地理位置，硬件设施，商品配置等在同行业内，都称得上是一流的。如今整个店的销售业绩下滑，客流量下降，既有大环境的因素，也有自身的原因。大环境下，金融危机造成经济往来减少，整个流通行业也受到了冲击，人们危机感增强，日常购买能力与同期相比减少了。自身原因，超市经历了开业的喜悦和几个月的运营后，各个部门的管理漏洞多少都出现了，招商部没有及时引进新的供应商、增加新的商品；企划部虽然每月都在做活动，出促销dm，但每期相同的特价品给顾客造成了审美疲劳；卖场部分商品陈列，导示系统、卖场整洁等不能给顾客一种新鲜感，提高不起顾客的购买欲。

第一部分：现有问题及调整思路。

客流量下降，造成营业额下降，公司利润肯定就会减少。如何能尽快提升客流量、提高营业额，是迫在眉睫的一件事。拟通过以下几个方面来做：

在品牌营销时代，卖场不再是简单囤积商品的销售场所，科学的布局设计成为卖场经营发展的关键制约因素。卖场重要是保持通畅，要根据顾客的动线，来布局自己的卖场。主展区，辅助展区，促销展区的商品区分要懂得利用各展区的优势进行互补。同时还需要根据季节性来布置卖场，让卖场能吸引顾客，更能留住顾客。例如收银台区，应该考虑顾客排队等候结账是否顺畅，而不是一味的扩大货架所占区域；各种礼盒及整件牛奶从卖场深处移到收银台前的区域，既方便了顾客的购买，又增加的整体美观度和整洁度。

以上为卖场硬布置，卖场场软布置包括导视系统和气氛渲染布置。导视系统即卖场内引导顾客购物的视觉引导布置，包括各类功能指示牌，如各商品分区指示，各服务分区指示等。我们的卖场导示系统，虽说都有，但却起不到实际作用，顾客从入口处看，只能看到第一张指示牌，其他的全在后面掩盖着，想去哪个区域购物，只能自己摸索，应考虑将其分散错开，让顾客能一目了然的看到区域指示。促销区商品pop的悬挂，特价商品价格的标示，都应统一、突出，能让顾客切实感觉到价格的震撼力，提高其购买欲。场内广告应根据季节性定期更换，多做一些大品牌的广告，既提高其厂家对我们的支持度，又提高了卖场的整体档次。

好的陈列是最好的`导购，要将商品生动化，靠的就是陈列技巧。陈列方法要根据商品的不同来变化，但是有些共同点：商品饱满度、清洁度，价格签的摆放，宣传品的摆放，商品的美观度、可视度、可取度等。例如奶粉区，做为家庭的必需品，超市的利润点，商家的争夺地，应扩大奶粉的陈列面，加大陈列量，要求各厂家加大场内广告支持，把此区域打造成一个卖场内的亮点。蔬菜水果区，各种精心挑选的蔬果，洗净后用保鲜膜封好放在架子上；现场加工区，新鲜出炉的各种糕点，整齐的摆放在糕点架上，在让顾客感受到味的诱惑的同时，又让其切实享受到其美味。

想要提升销售业绩，要通过增加客流和客单价两个手段。增加客流和客单价有很多方法，但超市的根本在于商品（或商品结构），只有它做好了，那两个手段才能发挥作用。

怎样进行调整才合理，换个顾客的角度会更清楚。顾客说超市商品不丰富，有些商品买不到，一般有两层意思：第一是 超市确实没有顾客需要的那一“类”的商品或品牌。第二即使那一“类”的商品或品牌有，但顾客买不到他认为合适的规格，口味，价位，质量甚至包装外观。对于一，很简单，引进。对于二，顾客的需求千差万别，超市不可能满足所有顾客的需要，所以，对这些需求要轻重有别，区别对待。

如何更好的满足顾客的需求，这就需要我们要多去市场转转，多了解顾客的需求，发现市场上出现的新品要根据卖场需求及时引进；多寻找一些优质品牌、优质供应商，定期淘汰一些滞销品；根据季节性，及时调整卖场局部规划，增加新品。如夏天来到了，可增加一些雪糕、冰激凌、厂家支持的冷藏陈列柜等，让顾客可以在炎热的夏天喝到冰凉可口的冷饮。卖场内增加现场加工部分，如面包、糕点、馒头、面条、凉菜、豆腐等。蔬菜水果部分，现有供应商如果经营思路不清晰，可多与他沟通及指导，如在经营方式上可通过差异化来吸引客流，部分蔬果洗干净后用保鲜膜封好出售，既提高了美观度，也方便了顾客食用，重要的是提高了商品利润，在不降低其利润的同时，让其主动配合我们的促销活动。通过一系列调整和促销手段，着力把我们的生鲜区打造成老百姓心中的生活大厨房。

开源节流是每个公司都做的事情，前面我讲的是一些开源的想法，但节流同样重要，在全球恶劣的经济环境下，“省钱就是挣钱”更是成为每个经营者的口头禅了。超市是一个高销售额，低毛利率的经营业态，所以其流程的规范及成本的控制也是很重要的，如果流程走不好，那无形中就会造成损耗，增加经营成本，降低本来就少的利润额。如收货流程，应严格按照验货标准收货，临期及过期商品坚决拒收；各部组应定期查看商品保质期，临期或滞销、破损商品及时进行退货处理。关注畅销品，过季品、高库存品、滞销品等的库存量，杜绝供应商结账周期小于商品周转期的现象出现。

员工素质队伍建设也是一个很重要的内容，好的企业只有一套完善的制度是不够的，还需要很好的执行和监督。各经理、主管对员工的日常工作应不定期的进行监督和检查，并针对性的进行业务指导。如理货员的一日规范内容，商品补货、卫生整理、价签更换等。防损员对其工作内容的了解，对卖场内是否定时巡查，验货口、验票口有没有按照规定检查，发现可疑顾客后如何处置。

以上是我个人的一些想法，希望通过这三个方面的调整及规范，来提升整个卖场的人气，提高销售额，当然所表述的只是一个大致的轮廓，并没有展开进行细致性的叙述，因为每个规范、每个流程都可以引申出好多的东西，具体的实施细节还需要在实际工作中拿出切实可行的方案。

第二部分：工作计划及时间安排

在调整时间上，我计划分为三个阶段。第一阶段：调整预热期；第二阶段：局部调整期；第三阶段：整体收尾期。具体时间安排如下：

第一阶段：调整预热期。时间安排：4月下旬——5月下旬。

工作安排：首先选择一些应季性特价品，在4月底进行一次3——5天的促销活动，并与分店开业结合在一起进行同步宣传。同时准备五一的大型促销活动，五一促销活动7天，重点是夏季用品，如防晒护肤品，户外游玩用品，夏季饮料，空气清新剂等。并在五一活动期间穿插有文艺演出，来拉升人气，烘托现场气氛，以及增加买赠活动、抽奖活动等，分店同步进行促销活动。活动结束后，进行本次活动结果分析，为下次活动提供参考数据。然后对周边市场进行价格市调，根据市调分析结果调整部分商品价格，让其更具价格优势，市调分析结果也为下步商品结构调整打下良好基础。

第二阶段：局部调整期。时间安排：5月下旬——7月中旬

工作安排：此为重点阶段，根据卖场内出现的问题，分块、分组的进行调整。首先是现场软布置上，卖场导示部分、装饰部分、场内广告部分，结合前期装修，在减少各种费用开支的情况下，进行整体规划，统一设计。

第二是卖场硬布局上，首先调整生鲜区，增加现场加工部分，主食厨房，增加半成品，如凉菜、净菜、糕点等，让附近居民就近、方便、快捷、卫生的购买到所需的食物。结合当地市场情况，调整南北干货的面积，因为南北干货在销售中也是一个利润较大的部分。在卖场外增加顾客休闲区，如小吃、茶座、儿童游乐园等。因为我们的购物中心处在步行街中，增加此类项目，可以让逛街的顾客走累了，在此休息，既增加了整体人气，还能带来良好的收益。

其次是食品、洗化区，百货区，结合公司自有代理品牌，同时引进大品牌、知名品牌，在陈列位置、陈列量上进行倾斜。加大场内广告投放，场外广告宣传等。能要求厂家上促销的就上，能向厂家要支持的就要，压低采购成本，降低商品零售价，增加价格竞争力。

在本阶段，招商工作也是重点，要及时引进新品牌、知名品牌，在合作方式上可灵活些，原则上是少花钱，多做事，做实事，最终实现双方共赢。

第三阶段：整体收尾期。时间安排：7月中旬——8月中旬。

工作安排：对前期的一些工作，进行检查和验收，看哪块还存在不足，哪里考虑的还不细致，做些补充工作。同时根据9月到12月的促销计划书，做好商品库存储备工作，准备迎接即将到来的销售旺季，为完成全年销售计划做好战斗的准备。

这三个阶段预计时间为3个月，在调整的过程中，在节假日结合分店定期的做一些促销活动，同时结合厂家不定期的做一些场外或场内促销活动。

调整总体原则：在不影响正常营业的前提下，进行调整，花最少的钱，做最大的事，一切以提高卖场形象，提升销售额为中心。通过丰富的商品配置、合理的价格定位、舒适的购物环境、完善的服务品质，把xx购物中心塑造成一个老百姓心目中快乐的购物家园。

**无人便利店创业计划书篇十四**

姓名：

系别班级：

学号：

邮箱：

电话：

一、项目描述。

1、选址方面：师院三餐楼下，远离了各个超市的竞争，面对师院学生，食堂有是学生流量较多的地方。避免了同行业竞争又有一定的人员流量。

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。

1）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。

2）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。

3）保洁员，清理超市和门口的卫生，随时接受检查，做到处处一尘不染，没有灰尘，地面没有污迹水渍泥渍，给客人留下好的印象，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。

4）进货员，老实诚实，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。

1）尊重服务业人员的人格。

2）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。

3）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。

4）公平对待，一视同仁，各司其职，发挥才干。

三、竞争与合作。

知己知彼百战百胜，作为超市的经营者，要了解学生日常所需，结合我校的实际情况，为学生提供最大化的方便，深入比较与分析学校内各个超市，借以占据经营上的有利地位。

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普遍不是太高，但是人数上占有一定优势，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、品牌策略。

“校园百货超市”点名好记，点出了服务的群体，面对的是校园的老师和同学们；也点出了商品的属性，是属于百货类的；招牌的字体美观大方简洁，容易吸人眼球。

2、价格粗略。

同学们普遍反映学校超市内的商品价格较高，大部分同学选择去山下的超市选购商品，虽然麻烦，但是可以省下大笔钱，所以我们的超市要走的路线是薄利多销的原则，价格不宜过高，否则会失去一部分消费者，当然也不能过低，否则扣除各项费用利润较低。价格比山下的微高即可。

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。

3、促销策略。

每日推出一款促销产品，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。

实行严格的财务管理。

严格核对经营产品价格，进货价，收货价，人员工资，经营项目费，水电费，员工福利等。

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。

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。

姓名：

系别班级：

学号：

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。

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。

**无人便利店创业计划书篇十五**

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。

音响dd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。

电脑dd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dd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（如果是自己开单店侧不需要联网）

收银台dd收银台兼管理人员工作台

其他设备dd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。

品牌选择方面：应充分考虑大学生群体中的个体差异，搭配进货。个体差异有：消费能力差异：学生因家庭经济条件不同，在购买能力上也显示出差异。校园便利店应为同一品种产品配置两种以上品牌，满足追求高档和追求平价两种消费层次学生的需求。

性别差异：男女差异在个人护理用品上特别突出。年级差异：刚入学的大一新生在日常生活必需品上消费较多，随着年级的升高，人际交往消费增多。同时，还要注意经营知名品牌。顾客在便利店挑选过程中，会选择比较熟悉的商品，经营知名品牌可以节省购物时间，也避免给人经营“杂牌”的劣质感。选择符合大学生消费喜好的品牌。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找