

# 广州职尚职业装有限公司

## 创新创业训练计划项目实施方案

为培养和提高大学生的实践能力和创新意识，根据《广东省教育厅关于开展 2019 年度广东省高等职业教育教学质量与教学改革工程验收工作的通知》（粤教职函〔2019〕65 号）的有关精神，为使此项工作顺利开展，特制定本方案。

### 一、指导思想

强化创新创业能力训练，增强学生的创新能力和在创新基础上的创业能力。

### 二、项目概述

T-ONE 职业服装有限公司成立于 2013 年 4 月 2 日，是一家定位于校园中低档职业装，集设计、生产、销售为一体的服装公司。

随着社会上对职场礼仪的日益重视，大学生在社团活动与求职面试等场景下对职业装的需求也逐渐增大，如面试，招聘会，毕业照，比赛答辩，表彰，企业实习等，往往都需要穿着职业装，越来越多的同学也开始有意识的提升自己的服装礼仪、商务礼仪等。

市场上生产职业装的企业很多，但专门针对校园职业装市场的公司却很少，因为大学生群体消费能力有限，尤其是使用频率较低的职业装，很多学生宁愿选择短期租赁的形式。对于大型服装企业而言，校园市场虽然大，但盈利难，且学生群体的需求多样，所以他们一般不会对校园市场专

门开发。T-ONE 职业服装有限公司抓住这一市场机会，专门从事校园职业装及配套饰品的设计、生产、营销，满足同学们多样化的需求，定位于校园中低档职业装，立足从化，致力于成为该行业的先驱者。

公司有丰富的经营思路,多样化的产品种类,专业的经营团队,时时把握市场趋势,相信通过不懈的努力,一定能实现我们做大做强的目标。

### 三、项目实施内容

1. 市场分析策划：通过问卷调查及实地考察。

2. 场地布置：针对当地学生的需求及爱好进行产品的铺货及店面装修。

3. 校园申请：与学校合作注册的品牌公司并在校内开店运营。

4. 宣传：

（1）线上宣传：通过海报、QQ 群、微信、校内贴吧等等平台进行宣传；

（2）线下宣传：通过校园内分发宣传单、粘贴海报、以及二维码方式进行宣传传播。

5. 人员招聘：面向全校及全市各大高校招聘销售代理，主要承担着产品的线下流动推广。

### 四、项目实施目标

由城建学院为起点向各大高校发展，将 T-ONE 打造成为职业装行业中的专注校园职业装的公司。

## 五、现有基础和条件

1. 两年多的门面经营经验，了解市场趋势与消费者的需求；
2. 拥有专业的市场推广团队，分工明确，责任清晰；
3. 深耕从化各大高校及城建学院市场；
4. 有经验丰富的指导老师与不同专业背景的团队成员协助；
5. 制定了明确的市场拓展方向及网络营销策划方案；
6. 筹划线上微店，拓展销售渠道；
7. 打造运营公司品牌并制定科学的推广计划；

## 六、项目团队分工

总经理：总体统筹，细节处理。决定各个部门经理人选，拥有建议权、监督权、咨询权、收益分配权。

财务部：目标利润管理，制定标准成本；资金筹集管理，收入利润及分配管理成分费用管理；编制分析财务报表，并对前景作出预测，提出下期利润目标。

销售部：明确公司的销售目标并努力实现目标，维持与老客户的良好关系，努力发展新客户进行市场调研和市场需求预测，提出产品竞争策略和新产品开发建议。

人力资源部：对公司在某个时期内的人员供给和人员需求进行预测，并根据预测的结果采取相应的措施来平衡人力资源的供需。对公司人员进行培训等。

监察部：协调公司各部门的相互关系，督促、检查总经理的各项指示

和公司会议决定的落实情况，管理公司的文书、档案和资料，传递和整理公司经营管理信息，为总经理制定经营管理决策提供依据，以及监督、监察每个加工厂的制作程序，及时向总经理汇报。

法定代表人：由财务总监欧阳熠为法定代表人。

## 七、市场调研及可行性分析

### 1. 市场需求

现如今，大学生对于职业装的需求使用逐日上身，职场上的文化礼仪日益加深，大学生无论对于面试、招聘会、毕业照、比赛、表彰、上班实习等等情况，都需要使用职业装，并且得学习使用职业装，提高自己的商务礼仪意识。

### 2. 目标市场

短期目标针对的是广州城建职业学院校内及校外从化九大高校的全体师生，长期目标是做一个面向珠三角地区甚至全国的学生职业装品牌。

### 3. 市场前景

对于从化市场来说，年轻人及大学生的职业装品牌，相对甚少，市场空缺，而处于商贸城地带（广州城建职业学院周边的商业地区）亦不存在门面竞争力，所以 T-One 职业装属于有着地域性的销售优势。

### 4. 产品或者服务的前景

职业装对于学生以及白领来说，都是属于有着相当巨大的需求关系的，并且近几年来，专门针对年轻人诞生的职业装极为的少，特别是从化地区，所以职业装及微信微店的职业装品牌销售路线极为宽广。

## 八、营销策略

### 1. 产品：

在建立销售网络、销售渠道、设立代理商、分销商方面的策略与实施。

### 2. 价格：在产品销售价格方面的策略与设施

为了更有效地促进产品的销售，就必须针对目标市场制定有效的价格策略。

（1）低价渗透策略：作为商家，无论采取什么样的定价策略，最终目的都是盈利，这就要求价格的制订必须以成本为基础，不可能低于成本去销售。所以要保持价格竞争的优势，就要从源头做起，批量直接采购，减少中间环节，提高经营效率，争取厂家让利等措施，千方百计降低成本，实行薄利多销，以低价取胜。

（2）心理定价策略之尾数定价法：针对消费者的消费心理，很多商家在制订价格时喜欢在价格上留下一个小尾巴，在其所销的商品中，尾数为整数的仅占 15%左右，85%左右的商品价格尾数为非整数，而在价格尾数中又以奇数为主。一件商品定价 99 元人们会感觉比 100 元便宜，定价 101 元人们则会感觉太贵，较之 99 元价格仿佛又上了一个台阶。利用心理定价策略会给人商店价格在整体上的都很低的印象，从而达到吸引并留住顾客的目的。

（3）心理定价策略之平头低尾法：只是将价格的“龙尾”微微向下落一落，给人一下降很多的感觉。例如标价 98 元和标价 100 元经常给人两个水平的感觉，其实相差只有 2 元，只占 1%。

（4）心理定价策略之幸运数字法：由于我们的主要开拓市场是友情、

恋情间的创意 DIY 制作，一些有意义的数字就成了我们的定价方向，如“19”代表着长长久久，“20”代表着爱你，“6”是顺，“8”是发等等。

3. 促销：根据各高校、企业单位，政府部门的季节性需求，开展促销打折、送礼物或者团购等优惠活动。

## 九、宣传策略

### 1. 在广告促销方面的策略与实施

（1）媒体宣传：我们可以提供宣传录音带或广告用语，在校园广播电台里播放或在各社团活动现场播放。

（2）互联网广告：宣传话语或者促销活动介绍都可以在学院网络里进行刊登，微博广告宣传。

（3）海报活动：在校园活动期间，门店可以打底价出租的形式提供给有需要的学生，但要在他们的宣传海报上加印本品牌 LOGO，效果毋庸置疑。

（4）传单宣传：可以在各大高校及技工学校派发宣传单。

（5）人脉宣传：利用团队内部的人脉关系，稳固宣传，各系各班进行宣传。

（6）展板宣传：在校园信息平台展板上可贴 1-2 张海报。

（7）奖品宣传：赞助校园各种活动的奖品，例如皮带、领结。

### 2. 抽奖活动宣传

为已在实体店购买满一定金额的客户提供一个抽奖机会，且奖品是本公司最好的产品。

### 3. 促销活动宣传

公司可策划一系列的促销活动，让同学们以最低的价格，买到最有质量职业装，品牌塑造深入人心。

### 4. 其他

还可依据贵方具体方案来协调实施。我公司主要将重点放在产品策略和广告实施策略上。以质取人，是我们的经营理念，给顾客以最好的品质，最新颖的产品，最好的服务！广告方面，我们采取发传单这种经济的方式，让消费者首次认识我们。

## 十、渠道建设

充分利用现代互联网进行销售：例如通过微店、网店、美团、同城生活圈等平台进行推广，适时赞助衣服等给高校开展活动，每个高校设立代理商、分销商等。

通过一切合法合规的方法进行宣传，并发现学院附近和从化其他高校各类潜在人群，扩大我们“T-ONE”的覆盖面，我们为客户提供优惠便利的一站式门店，职业装构建完善的职业装品牌交易构架，打造良好的公司形象，继而再继续以城建学院为中心，辐射从化。以成就客户——我们致力于每位客户的满意，以及成功的运营理念及不断完善的运营流程吸引更多人的关注以及服务更多有需要的人。

## 十一、销售方案

面向在校师生，在合法的前提下进行推广宣传，向各高校宣传、发现

市场，发展下线代理，使其他学院学生充当“业务员”，以提升品牌知名度为主。我们将完善“T-ONE”的淘宝店铺，拍拍店铺，微店，实行网络与实体两个销售渠道的同步发展。

在稳定下来的良好形象与稳健的运营流程，同时我们将和各大高校商谈合作，在开学，招新时，和校服一并发出，学生自愿购买。

## 十二、预期目标和效益

目标：聚集在广州从化市的大学生高达 10 万，我们前半年的目标市场就是各高校毕业生，计划销售量要达到 6000 套，接着的一年半时间，会把市场扩大到从化甚至广州其他各高校，即是 2 年后的计划年销量为 2 万套，接着继续把市场扩大到广东各种高校。

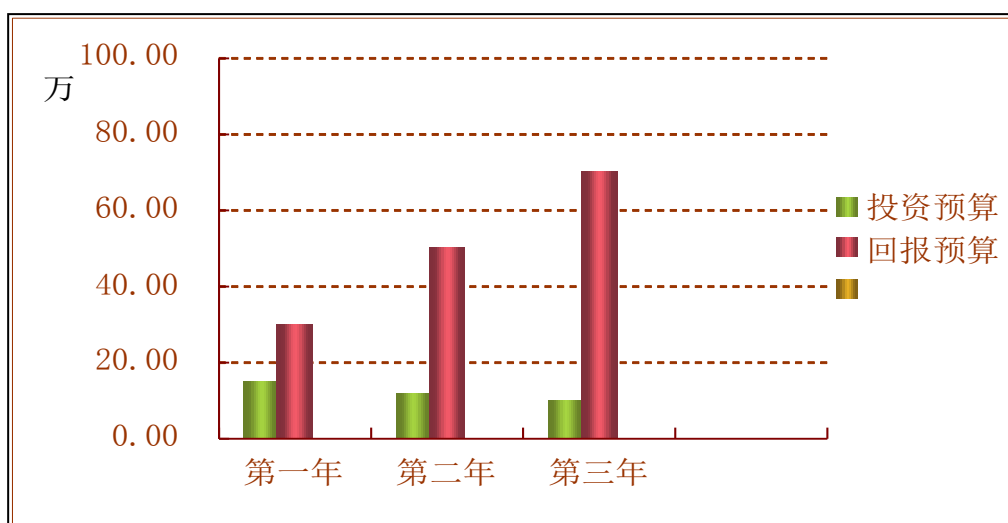
效益：对于公司 T-ONE 在这三年的计划，最重要的是大力宣传这个针对大学生职业装的品牌，随后是抓住机遇，扩大经营范围，扩大消费人群，最后主攻专业质量。我们将确定一个战略定位。

建设期：2013-2014 年

调整期：2014-2016

跨越发展期：2016-2017 年





预计收益分析柱状图

### 十三、本项目的预期风险及防范

#### (一) 市场不确定性风险

1. T-ONE 的消费对象集中在大学生，根据学生毕业季和寒暑假，有分淡季旺季。

2. 个别款式不流行，销售不出，易形成堆货。

应对对策：

1. 在旺季，也就是毕业季，我们要大力宣传并且保证服饰供应正常与品质保证。在淡季，我们就要把目标投向餐饮等服务业及中小企业消费群体，我们可以针对他们的行业性质，设计他们所需的服饰。

2. 制定各种营销策略，减价促销，微博有奖转发活动等。

#### (二) 财务风险

顾客因个人原因而中途退货，而我们公司已经做成服饰。

应对策略：

前期预定先交一半押金，一旦衣服成品完成，顾客因个人原因要求退货，一律押金不退。

### （三）竞争风险

目前职业装市场巨大，许多创业者也跃跃欲试，可能会出现更强的竞争对手，会导致公司的受到严峻的挑战。

风险策略：

1. 校内竞争较小，有绝对的信心赢取客户欢心。校内其他职业装品牌代理和我们有直接或者间接的商业竞争，但我们主打出租销售、职业装及学士服。在淡季，向一些中小企业实行合作发展策略，毕业季，就与制衣厂合作，实行订单式的订做。

2. 公司从量身、选款、交易、到最后送货上门，实行链式服务制度，可以满足学生的各种合理需求。最终打造出从化中完善、可靠、实在的职业装品交易平台。