

創業計劃書

○○髮廊

題目：○○髮廊

小組成員：

組長：王瑋琳 D95425210

組員：楊奇恩 D95425238

蔡逸忠 D95425211

陳瑋承 D95425255

陳信宏 D95425233

指導老師：梅明德 老師

班級：四管一B

日期：2007/6/14



目錄

第一章	摘要
第二章	理念與定位
	■ 組織背景與規模
	■ 產品定位
	■ 目標與願景
第三章	產業、產品或服務
	■ 產業
	■ 產品定義
	■ 產品特性
	■ 產品取得
	■ 售後服務與品質保證
	■ 成長策略
第四章	市場研究與競爭分析
	■ 目標市場
	■ 顧客
	■ 競爭
第五章	生產製造或營運計劃
	■ 營運策略
	■ 營運範圍
	■ 後續活動
第六章	研發計劃
	■ 發展策略與風險
	■ 發展時間表
第七章	行銷計劃
	■ 定價策略
	■ 廣告和宣傳
	■ 銷售策略
	■ 銷售預估
第八章	管理團隊
	■ 主要經營夥伴
	■ 外部成員
第九章	風險評估與規劃
第十章	財務規劃
第十一章	時程計劃表



第一章 摘要

1. 簡介：

○○髮廊為專業美容美髮店,提供20-70歲的整體造型店,髮廊提供的產品皆為茵多蘭國際化妝品公司品質保證,對於全球化競爭時代的來臨。「○○以服務,關心」,提升自我來要求員工,務必做到「客人至上」為原則。

2. 機會：

年滿20-70歲的女性都是○○的機會。

3. 商業概念：

獲利來自服務的熱忱,創造品牌精神。主張以客人導向的態度出發,掌握時尚趨勢、創照消費價值進行e化企業創新改造、跨入新世紀。

4. 產業綜述：

美容美髮產業為時尚流行趨勢、必能創造經濟價值獲得最大報酬率,以經濟學理論需求等於供給,所以創造需求大於供給,必得到最大報酬率。

5. 目標市場：

搶攻東區,因為高報酬、高所得、住戶生活品質高尚,水準佔優勢,故為目標市場。

6. 競爭優勢：

在同一地點,提供美髮、美容、護膚、修剪指甲等所有的服務與產品。

7. 經營團隊：

王瑋琳、楊奇恩、陳信宏、蔡逸忠、陳瑋承。

8. 財務重點：

能在開幕後的11個月賺回成本。

9. 資本募集現況：

新台幣200萬。

10. 願景：

- 真 - 尊重、實在、關心
- 善 - 奉獻、熱誠、感受
- 美 - 專業、創新、分享

第二章 理念與定位

2.1 組織背景與規模

1. 組織理念：

提供卓越的美容服務以及高品質的美容產品，並且在合理價位下，創造一個舒適的空間環境與氣氛，滿足消費者的心理需求。

2. 資本額：

新台幣 200 萬元之內

3. 員工數：

10員。1位接待收銀員、1位財務經理、2位髮型設計師、1位美容護膚師、5位共同經營者。(隨著客戶人數的增加，員工人數預計擴增到15 人)

2.2 產品定位

1. 產品品質：

提供能滿足消費者需求的好產品與優質的服務。

2. 價格：

有品牌的美髮產品成本價約在台幣500元至1500元間，成本價與競爭者差別不大，而且產品的進價都是標準價格。我們的零售的定價方式為成本價在上加60%作為零售定價，價格大約在800元到2400元間。服務的平均價格約為1200元，從剪頭髮的600元起，到美髮、美容護膚（包括剪髮、按摩、敷臉）定價1500元，這些價格都低於競爭對手的定價。

3. 市場區域：

客層定位在20-70歲之間的女性朋友。

如此定位的理由有兩個：

- 此一族群是想要方便有想達到多項服務。
- 定位清楚可確立明確的行銷目標。

然而這並不表示我們的顧客不包括其他族群，只是現階段將有限之人力集中在此一族群。

4. 顧客群：

主要顧客 → 20~45歲的女性。

次要顧客 → 46~70歲的女性。

2.3 目標與願景

1. 願景：

真·善·美是我們堅持的經營理念、工作態度，而其含意為：

- **真** - 尊重、實在、關心
- **善** - 奉獻、熱誠、感受
- **美** - 專業、創新、分享

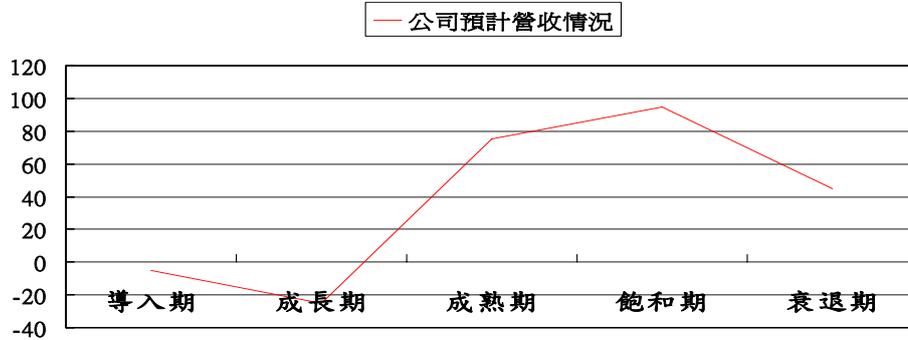
2. 目標：

未來將預計於，並規劃向大中華經濟圈為發展目標，擴大企業發展地區。

第三章 產業、產品或服務

3.1 產業

- 1.規模：小公司
- 2.成長：



3.主要的競爭對手：

希望與一般的髮廊有所區別。而消費者希望到一家能提供各種美髮、美容、護膚、修剪指甲等齊全的服務，不需跑很多家才能獲得不同的服務。我們專注於提供美髮的服務，在台北東區，提供像我們一樣服務的髮廊有三家，但是他們是鎖定高消費族群。而我們是針對中價位消費族群。

4.趨勢：

爲了爭取商機，逐漸往連鎖化發展的趨勢。每家連鎖髮廊的經營理念不一，所欲爭取的顧客層次亦不同，對服務品質的認知也有相當程度的差異。

3.2 產品定義

前言：

擁有專業的團隊，給客人高級的服務爲最高原則，讓您有自信的嶄露自己。本公司以合理的價格，以專業與熱誠的服務對待客人。

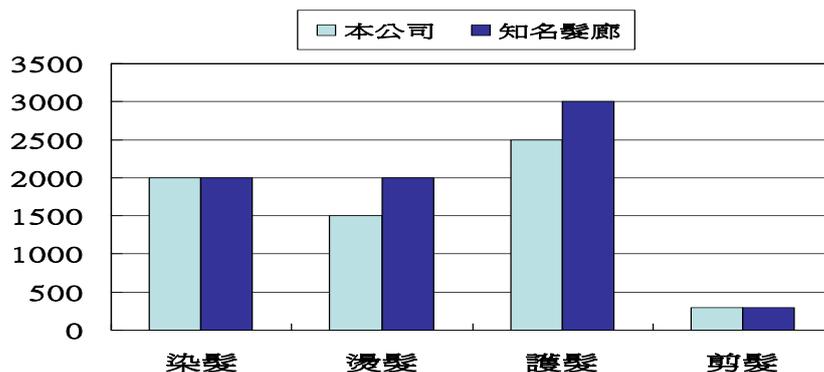
3.3 產品特性

1.功能：

提供高品質的美髮、指甲修飾、護膚相關的產品。

2.優於競爭者產品的地方：

差異在於我們在同一便利的地點，提供以上所有的服務與產品。



3.4 產品取得

1. 外購：

所有主要產品的供應(包括美髮、美容、護膚產品/器材等)，主要向「茵多蘭國際化妝品公司」採購。「茵多蘭國際化妝品公司」沒有提供的產品，「美麗佳人公司」採購。

3.5 售後服務與品質保證

1. 服務：

項目包含：

- 美髮：剪髮、燙髮、染髮、洗髮
- 指甲美化
- 護膚：敷臉、油壓、按摩

2. 品質：

提供高規格、全方位服務的美容美髮的沙龍。

3.6 成長策略

1. 行銷通路：

由業務人員來進行推廣。方式是由本公司所屬業務員開發客戶，以市場調查為依據，收集、整理潛在客戶資料，設計宣導DM，透過電話拜訪、人員推銷及網路行銷等方式積極招攬客戶。

2. 行銷策略：

採用漸進式行銷原則，將顧客關係劃為數個等級(陌生人、新朋友、會員、資深會員等四個等級)，以此為據，針對不同等級顧客設計不同的行銷重點。我們的目的是以漸進之方式，逐步培養並加深顧客對本店之信賴感，使能再來店內消費，不但可降低顧客流失率，更可引發「耳語效應」，形成良性循環。

第四章 市場研究與競爭分析

4.1 目標市場：

美髮業爲了爭取商機，逐漸往連鎖化發展的趨勢。每家連鎖髮廊的經營理念不一，所欲爭取的顧客層次亦不同，對服務品質的認知也有相當程度的差異。

4.2 顧客

- 顧客特性：
 - 年齡在20到45歲之間。
 - 年收入在75萬到120萬之間。
 - 女性。
 - 具有全職或是兼差的工作。
 - 利用午休時間或下班後，在上班附近，找髮廊做美容服務。
 - 因忙碌的工作，希望找一家提供各項美容美髮護膚的髮廊。

2. 人口統計：

	項目	資料(來源)	數據
1	市場所在地區	台北東區	
2	東區總人口數	台北市戶政資料	200,000 人
3	東區總家庭戶數	台北市戶政資料	50,000 戶
4	年收入在75萬到120萬之間的戶數	行政院主計處	10,000 戶

4.3 競爭

1. 優勢：

營造一種休閒舒適的消費氣氛，店內播放輕鬆音樂，提供咖啡等免費飲料服務，並提供個人化的電視視訊服務。

2. 相關資料分析：

1	願意到店內消費比例	市場調查	50%
2	潛在客戶人數	$10,000 \times 50\%$	5,000 人
3	潛在客戶年平均消費能力	市場調查	20,000 元
4	潛在市場規模	$20,000 \text{元} \times 5,000 \text{人}$	100,000,000 元
5	競爭對手家數	電話簿登記	3 家
6	預估市場占有規模	$100,000,000 \text{元} \div (3+1)$	25,000,000 元
7	第一年銷售預測	$25,000,000 \text{元} \times 30\%$	7,500,000 元

3. 競爭對手簡述：

在台北東區，提供像我們一樣服務的髮廊有三家，但是他們是鎖定高消費族群。而且只提供幾項服務。

4. 競爭比較圖：

內部環境分析	
優勢	劣勢
1. 本店設有美容美髮及按摩。 2. 中價錢。 3. 兼具行銷人員。	1. 顧客忠誠度不高。 2. 知名度不高。
外部環境分析	
機會	威脅
1. 多項性的服務。 2. 消費者追逐流行髮型。 3. 消費者想要漂亮。	1. 競爭者較多。 2. 東區有其他髮廊業者。

而且我們擁有以下服務：

- 服務人員的專業技術與知識
- 服務人員對顧客的禮貌態度
- 能提供合格的產品給顧客
- 服務人員不會因為太忙而疏於服務顧客
- 美髮服務人員常保持高度服務顧客的意願

第五章 營運計畫

5.1 營運策略

1. 營運策略：

向「茵多蘭國際化妝品公司」購買美髮產品。

2. 設備：

向「谷內司有限公司」購買美髮儀器。

3. 地理位置：

店面將開設於台北市忠孝東路三段50 號1 樓，面積50 坪。店面是向信義不動產管理公司租賃。根據統計，店面所在的地點，交通便利，附近辦公大樓林立，女性上班族出入頻繁的地點。

5.2 營運範圍

1. 服務的程序：

本店在客人進來後，將有服務生帶領至等候區，在等候區擺設新的髮型設計書及介紹最新流行的商品書刊，給追逐流行的大眾觀看及提供飲品給客人飲用，我們也會有服務生來提醒下一個顧客剪髮，最後將在櫃檯以最後的熱誠服務顧客再度光臨。

2. 員工的人力安排、運作、管理：

第一年，將僱用一位全職的接待收銀員，負責客戶接待以及收費的工作。僱請有一位財務經理，負責審查所有的營運開支、薪水、收入之會計工作。另外，僱請五位髮型設計師，負責洗髮、剪髮、燙髮、染髮等工作，一位專業的美容師，負責美容護膚、按摩、修剪指甲等工作內容。

除了接待收銀員與財務經理是領固定薪，其他的髮型設計師與美容師採底薪加上業績獎金的方式。我們會定期提供專業訓練課程，幫助員工提升產品知識與技能。等到公司成長穩定之後，將會考慮提供員工旅遊、員工健康保險等福利。

5.3 後續活動

1. 後續維護、服務與永續運作活動：

- 能更進一步發展成爲連鎖企業。
- 在各方面加以改變。
- 不管什麼時候都能享受很好的服務態度。

第六章 研發計畫

6.1 發展策略與風險

1. 發展策略：

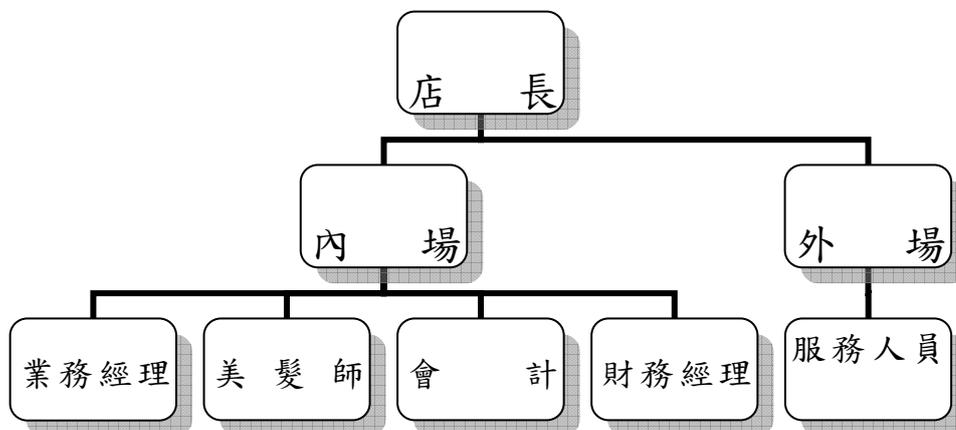
一旦資金籌措順利，預定在明年元月一日正式開幕。開幕初期，我們將專注於新客戶的行銷面。初期營運目標為每週（六個工作天）有150個美髮的客戶，5個髮型設計師，每個設計師每天服務 5個客戶，另外，每週有12個美容護膚的客戶（平均1天2個客戶），至於美髮、美容產品每天銷售金額約為5,000元。在第二年後，我們希望營業額增加10%，接下來營業額每年以10%的速度成長。

2. 發展風險：

因為美容美髮店過多，導致削價競爭，同行間惡性競爭放黑函，導致顧客來此的意願降低。

6.2 人力資源表

1. 人力資源表：



第七章 行銷計畫

7.1 定價策略

1.定價：

我們採用市場需求法。

對手約 10%之價格做品牌產品上競爭，而我們用高級產品以實在價格賣給消費者。合理、公道，是本公司的經營理念。

7.2 廣告和宣傳

1.初期廣告策略：

當顧客離開髮廊，擁有美麗的外型，滿意我們的美容服務，他們會宣傳我們的品牌及服務品質。大部分的客戶都是舊客戶推薦。不會規畫大型的廣告活動。

2.成長期的廣告策略：

會安排一些特別的活動，凡是顧客介紹的新客戶，我們提供一定的消費折扣，另外，我們將舉辦抽獎活動，獎品是免費旅遊，只要客戶介紹一名新客戶到店裡消費，就能獲得一張抽獎券，介紹愈多客戶，就能獲得愈多抽獎機會。

7.3 銷售策略

我們每天最少需要50名顧客的支持。請2個工讀生到外面發傳單。

有 5 名髮型設計師，開幕當天開始 3 天，以前 10 名免費，利用技術吸引更多的人打出名聲。我們暫時不打算有加盟活動，等到我們以我們的技術與服務打出了名聲，我們會開放加盟名額，爲了保持我們的服務態度我們將會挑選符合我們關地的加盟者。

7.4 銷售預估

銷售預測			
項次	數量	說明	計算結果
每人每年的最大工作量	1 天工作8小時， 1星期工作5天， 1年工作50週， 1次服務花1小時	8x5x50/1	每人每年可以服務2000工作單元
一年的潛在銷售量或是服務收入	每人每年可服務2400工作單元， 每個服務單元收費2000元， 服務人員6人	2000x2000x6	24,000,000 元
第一年銷售預測	第一年能達成潛在銷售量的30%	24,000,000 元 x 30%	7,600,000 元

第八章 管理團隊

8.1 主要經營夥伴：

- 1.陳信宏：公司的共同所有人，專業美髮設計學院畢業，畢業後即進入台北最大的沙宣髮廊工作，從助理設計師做起，擔任三年沙宣髮廊的髮型設計師。在沙宣髮廊工作期間，建立專業服務的口碑，擁有數百位忠實的長期客戶。他喜歡與人接觸，具備經營管理髮廊的企圖心、專業技能與經驗。
- 2.王瑋琳：公司的共同所有人，擁有龍華商管方面的學士學位，他有非常豐富的商業管理經驗。他是菁英企管顧問公司的商業顧問，也是哈佛財務管理顧問公司的所有人，擁有十年企管與財管的專業經驗。
- 3.楊奇恩：公司的共同所有人，畢業於龍華科技大學工業管理系，擁有「品質管理師」和「服務品質管理師」的證照，曾在聯電擔任副理。
- 4.蔡逸忠：公司的共同所有人，畢業於龍華科技大學工業管理系，擁有「企業風險管理師」的證照，曾在中國石油擔任企業風險管理部門直屬總經理。
- 5.陳瑋承：公司的共同所有人，畢業於龍華科技大學工業管理系，擁有「理財規劃人員」的證照，在台新銀行和寶來證券公司上班。

8.2 外部成員：

- 1.會計師：會計系碩士，會計師高考及格。
- 2.收銀員：滿18歲以上，要高中職畢業，全職。
- 3.美容師：具專業執照資深美容師為客戶保養及調理膚職並有手足指甲護理。
- 4.美髮師：具3年以上美髮設計工作經驗，熟悉美髮一貫作業及能獨立作業者。
- 5.按摩師：具有3年以上專業技術。
- 5.業務經理：具4年以上工作經驗，碩士畢業，善用電腦，行政事務工作。

第九章 風險評估與規劃

9.1 配銷通路

1. 供應商關係：

我們開店就與茵多蘭國際化妝品公司大量採購，並建立友好關係，希望可以將採品的價格壓低，並且茵多蘭公司會將提供最新的產品之訊給本店。

9.2 競爭對手的行動與報復

因為美髮店很多所以競爭激烈，為了能永續經營，我們也會播一些獎金讓我們的設計師學習技術，還有有時可能會有遭同行發黑函以及恐嚇，所以我們為了客人安全，而且我們一定都使用有名品牌的商品、在店內有安裝攝影機，以及滅火系統。

9.3 發展的時間與成本

1. 時間：預定在明年元月一日正式開幕。

2. 成本：新台幣200萬。

9.4 營運的開銷

營運資金			
編號	項目名稱	有/否 (Y/N)	金額 (NT)
1	薪資	Y	250,000
2	保險費	Y	5,000
3	租金	Y	80,000
4	折舊	N	
5	貸款還款	Y	20,000
6	行銷廣告費	Y	10,000
7	專業諮詢服務費	N	
8	辦公用品費	Y	10,000
9	薪資以外的人事支出	Y	10,000
10	設施使用費	Y	10,000
11	書報訂閱費及專業團體會員費	Y	1,000
12	稅金	Y	5,000
13	修理與保養費	Y	2,000
14	紅利	Y	20,000
15	其他雜項支出	Y	5,000
合計金額			428,000

第十章 財務規劃

10.1 公司開設成本

公司開設成本			
編號	項目名稱	有/否(Y/N)	金額 (NT)
1	薪資 (開幕前)	N	
2	薪資以外的人事開支 (開幕前)	N	
3	專業諮詢/服務費	N	
4	執照/許可的申請費	Y	5,000
5	保險費	N	
6	一般辦公用品/事務機器購置費	Y	200,000
7	辦公營業家具/商品展示櫃	Y	100,000
8	廣告行銷費用 (開幕前)	N	
9	設施安裝申請費 (電話、網路等)	Y	5,000
10	商品庫存	Y	20,000
11	土地、建築購置費	N	
12	裝潢費	Y	1,000,000
13	營業車輛購置費	N	
14	營業用特殊器材/設備購置費	Y	600,000
合計金額			1,940,000

10.2 損益表

○○髮廊
損益表
2007年1月1日至12月
31日

銷貨收入		\$ 2,062,500
銷貨成本		1,940,000
銷貨毛利		<u>\$ 4,002,500</u>
營業費用		
薪資	\$ 1,050,000	
行銷費用	30,000	
水電費	895,900	
保險費	15,000	
租金	240,000	
稅金	15,000	
書報費會員費	3,000	
貸款還款	60,000	
維護保養費用	6,000	
辦公用品費	45,000	
設施使用費	45,000	
營業費用		<u>2,404,900</u>
稅前利潤		<u>\$ 1,597,600</u>
員工紅利(5%)		60,000
分紅後利潤		691,400
所得稅		15,000
稅後淨利		<u><u>\$ 2,364,000</u></u>

10.3 資產負債表

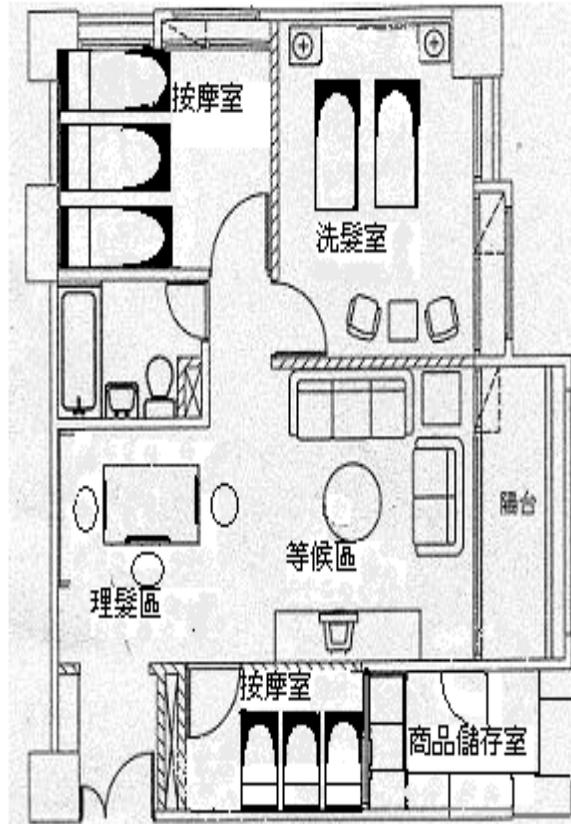
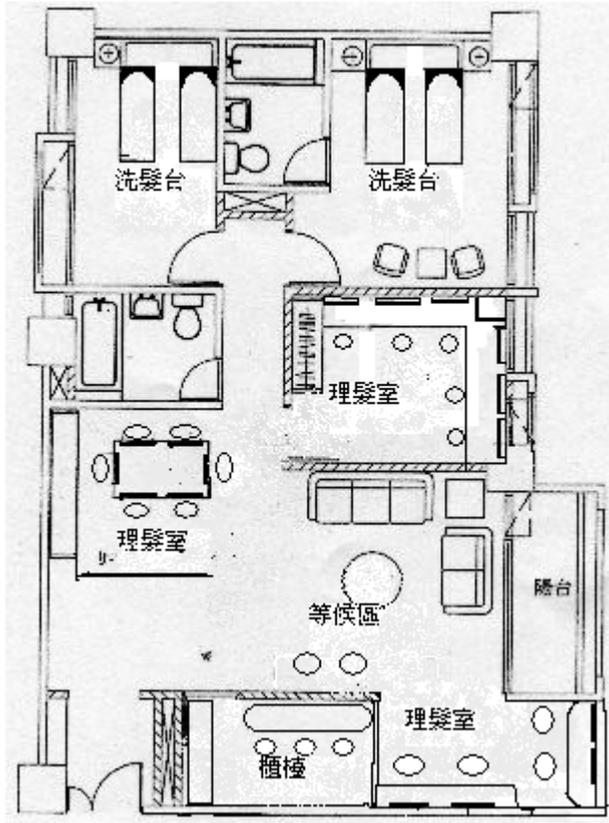
○○髮廊
資產負債表
2007年1月1日

資產		
流動資產		
現金	\$ 1,500,000	
銀行存款	500,000	
流動資產合計		\$ 2,000,000
固定資產		
辦公用品費	\$ 45,000	
事務機器購置費	155,000	
商品展示櫃	100,000	
固定資產合計		\$ 350,000
無形資產		
開辦費	\$ 610,000	
無形資產合計		\$ 610,000
資產總額		<u>\$ 2,960,000</u>
負債		
流動負債		
應付票據	\$ 580,000	
應付費用	480,000	
流動負債合計		\$ 960,000
長期負債		
銀行借款		\$ 2,000,000
負債總額		<u>\$ 2,960,000</u>
業主權益		
業主資本	\$ 1,000,000	
負債及業主權益總額		<u>\$ 3,960,000</u>

10.4 現金流量表

第一年每月現金流量預測												
	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
收入												
毛銷售額	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000
應收帳款												
總收入	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000	625000
支出												
薪資	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
保險費	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
租金	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
貸款還款	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
行銷費用	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
辦公用品費	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
人事支出	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
設施使用費	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
書報費會員費	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
稅金	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
修理與保養費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
紅利	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
其他雜項支出	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
總支出	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000
淨現金	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000	197,000
累積現金量	197,000	394,000	591,000	788,000	985,000	1,182,000	1,379,000	1,576,000	1,773,000	1,970,000	2,167,000	2,364,000

第二年每季現金流量---第三、四、五年現金流量預測				
	第二年第一季	第二年第二季	第二年第三季	第二年第四季
收入				
毛銷售額	2,062,500	2,062,500	2,062,500	2,062,500
應收帳款				
總收入	2,062,500	2,062,500	2,062,500	2,062,500
支出				
薪資	1050,000	1050,000	1050,000	1050,000
保險費	15,000	15,000	15,000	15,000
租金	240,000	240,000	240,000	240,000
貸款還款	60,000	60,000	60,000	60,000
行銷費用	30,000	30,000	30,000	30,000
辦公用品費	45,000	45,000	45,000	45,000
人事支出	45,000	45,000	45,000	45,000
設施使用費	45,000	45,000	45,000	45,000
書報費會員費	3,000	3,000	3,000	3,000
稅金	15,000	15,000	15,000	15,000
修理與保養費	6,000	6,000	6,000	6,000
紅利	60,000	60,000	60,000	60,000
其他雜項支出	15,000	15,000	15,000	15,000
總支出	1,629,000	1,629,000	1,629,000	1,629,000
淨現金	433,500	433,500	433,500	433,500
累積現金量	2,797,500	2,797,500	2,797,500	2,797,500



室內設計圖