# 农村教育培训机构创业计划书

来源：网络 作者：落霞与孤鹜齐 更新时间：2025-05-12

*第一篇：农村教育培训机构创业计划书农村教育培训机构创业计划书范文农村教育培训机构创业计划书范文：第一章执行总结一．公司概述公司秉承着“以市场为导向，以顾客满意为宗旨”的经营信条，“创新，进取，诚信，热情”的企业精神，“人本人和，从严从高”...*

**第一篇：农村教育培训机构创业计划书**

农村教育培训机构创业计划书范文

农村教育培训机构创业计划书范文：第一章

执行总结

一．公司概述

公司秉承着“以市场为导向，以顾客满意为宗旨”的经营信条，“创新，进取，诚信，热情”的企业精神，“人本人和，从严从高”的企业经营哲学，服务大众，回馈社会。

二．服务与产品

我们公司的定位是新型教育业兼服务业，主要客户群体为农村地区有一定消费能力的学生及家长。公司聘请的讲师均来自天津大学、南开大学等知名高校成绩优异的学生，通过三轮试讲、批课、360度考核等，为广大农村学生提供价廉质优的课程。除面授课程外，针对农村学生较为分散的特点，我们提供网络远程教育平台并将部分课程刻录成光盘，最大限度地满足学生个性化的学习需求。寒暑假期间，我们会组织培训营，邀请知名教授、优秀学长学姐与学生们交流，组织实践活动，培养综合素质。

三．市场竞争分析

农村教育是中国教育改革和发展的重点。据权威机构统计，中国（内地）农村人口占全国总人口的65%，人口素质低，文盲和半文盲人口2.19亿，在农村就业人口中，文盲和半文盲占35.9%，小学文化程度者占37.2%，每万人口大学生数为4名，平均文化程度为4年。近年来，由于教育支出不均衡，城乡教育与知识差距明显加大，集中体现在公办学校的教学设施和师资水平上。而随着农村教育需求的增加，农村地区对正规私立培训机构的需求也大大增加。目前，多数培训是由非正规的个人组织，或由一些城市培训机构以公益讲座的形式进行短期培训，教学效果甚微。

为弥补农村教育的空白，本公司教育培训的核心竞争力如下：1）费用低廉，所聘教师为高校学生，授课成本低；2）公司有一套完善的培训考核制度，课程质量有保证；3）拥有远程教育平台、教学光盘等，教学资源丰富。

四．市场营销

为了打出本公司的品牌，我们将投入大量资金，宣传本产品。首先对公司的课程产品、价格进行合理细分，制定不同价格。在营销方面，初期通过市场渗透策略，宣传企业形象，打造品牌，提高市场占有率；后期加强课程开发和设计，丰富授课内容，引入新产品，并将重点由硬性宣传转移到与各个学校的合作上，举办各类比赛，设立奖助学金等。

五．出资说明

公司计划注册资本10万人民币，其中每位创始人自筹资金2.5万，保证团队对公司的管理。

六．投资报酬与退出

目前国际上风险资金撤出的方式主要有三种：IPO，收购，注销。其中采用IPO方式的企业通常要有健全的资本市场的支持；而注销则意味着风险企业的失败。因此，结合我们公司的经营目标，以及中国资本市场的现状，我们决定采用由管理者自身收购或者由风险投资者继续持股，成为战略投资者的方式，我们有信心使第二种方式成为风险投资者的首选，如果选择第一种方式，我们将在第五年实现风险资金的完全退出。

七．风险分析

尽管启明教育公司有广阔的销售市场及广大的客户群，但风险是一定存在的，因此团队会以强烈的责任心对投资者负责，全面地分析公司运营后会遇到的各种风险及应对策略。

八．经营预测与财务分析

依据公司现金流量大，周转快的特点，公司建立一套良好的财务制度体系，实行现收现付的财务制度，做到每一分钱都能得其所用，不断升值。

第二章

公司描述

2.1公司目标

公司将市场定位于城市周边人口较密集的村镇地区，主要目标客户为6-18岁的农村青少年。产品主要有三种形式：课程培训、远程教育及光盘、寒暑假培训营。通过培训的开展，一方面为高校的优异学生提供一个勤工俭学的平台，另一方面弥补农村地区正规教育培训的空白，使农村学生享受更多的教育资源与机会。考虑到农村学生的消费能力，我们在保证课程质量的基础上尽量压缩成本，并将授课形式多样化灵活化，以满足更多学生的需求。在最初的五年内，我们的目标市场将主要定在京津周边地区，待经营模式成熟后，逐步向南京、上海等各大城市周边拓展。

2.2公司简介

启明教育有限责任公司，位于天津市南开区，是一个致力于为农村学生提供教育培训服务的中小学课外辅导机构。公司核心管理团队有四人，分别来自天津大学理学院和文法学院，为使我们的的经营与理论更好的结合，我们还特别邀请天津大学管理学院的资深经济学教授担任公司的运营顾问。公司设有两个核心部门,分别是培训中心和运营中心，并建立了专业的远程教育网络平台辅助课堂教学。

公司秉承着“以市场为导向，以顾客满意为宗旨”的经营信条，“创新，进取，诚信，热情”的企业精神，“人本人和，从严从高”的企业经营哲学，服务大众，回馈社会。

2.3公司战略

(1)服务与产品（Product）---真诚的服务将是我们最主要的特点，我们将投入资金建立包括一个培训中心和多个培训点的服务体系，将为顾客提供最真诚最直接的服务，通过为消费者提供周到细致的差异化服务，与消费者建立起良好的关系，逐步树立企业的品牌，形成企业的核心优势。在充分调研的基础上，我们将产品细分为对升学类课程、日常课外辅导课程以及对兴趣辅助类课程。

(2)价格（Price）---针对不同类型的课程，价格有所不同，面授课程平均30元/次课，每次课2.5小时，5人以上报名优惠100元。远程教育课程20元/次课，10次课为一期。在考试高峰即将到来之际，适时推出优惠周、优惠月活动。

(3)促销(Promotion)---经营初期，我们将投入较大比例资金用于宣传营销。除了传统的传单、报纸、网络、电视等媒体宣传外，我们还将与目标地区各中小学校进行合作：1）发放由权威教育专家编写的《学习手册》、远程教育光盘，内附公司课程列表及优惠措施；2)定期举办校园公益课堂，并开展系列素质拓展类活动；3）举办原创文学比赛、英文演讲比赛等，对优胜者进行一定物质奖励。通过前三个月的密集宣传，提高消费者对公司品牌的认知和认可度，树立品牌权威，打造公司形象。公司发展小有规模后，在合作学校设立贫困学生助学金、奖学金，一方面激励成绩优异的学生，另一方面作为对公司形象的长期宣传。

(4)渠道(Place)---我们选在城市周边的村镇建立我们的培训中心，配有专业的运营团队和丰富的教学资源和设施。此外，培训中心下设多个培训点，以培训中心的位置为圆心辐射到周边村镇。培训点采取连锁加盟的模式，现有的私人作坊式补习班经过专业团队培训考核认证后，也可开设简单的课程。2.4公司管理

2.4.1管理团队（略）

2.4.2合作伙伴

本公司的主要合作伙伴是目标地区各中小学，如在天津周边地区的杨村六中等举办各类比赛，分设奖助学金；我们将通过培训点加盟来进一步扩大发展；并将利用媒体广告进行宣传，公司每年在寒暑假举行两次固定的促销活动。同时还会联系一些素质拓展俱乐部、大学等作为实践培训营的基地。

2.4.3董事会

目前公司还未成立董事会，我们将在公司发展成熟后设立，由称职的商业及工业专业人士和专家组成。这个董事会协助我们的管理层制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。

第三章

产品和服务

3.1 产品体系介绍

本公司产品服务主要为教育类产品，根据其内容和类型可将其分类。根据教育类型分类，服务可分为日常培训、远程教育及寒暑期培训三种。这三部分的产品分别针对不同需求群体，设计了不同的授课方法及载体，为广泛农村学生提供了多种选择。其中，日常培训班主要针对城市周边居民较集中农村地区，而远程教育及寒暑期培训营则主要针对相对较偏远地区。而同时，这三种产品的教育内容也都会随着面向对象的不同而产生改变。

根据教育内容分类，则可将其分为小学教育产品、初高中教育产品及兴趣类教育产品。其中小学、初高中教育产品主要针对对学校课程由培训及提高需求的学生，而兴趣类教育产品则针对于对音乐、美术等有需求的学生。

3.2产品的市场导向性

随着农村生活水平的提高，越来越多的农村居民对子女的教育投入有了大幅度的提高。但是由于城乡教育水平的差异，学生在学校无法得到高质量的教育，此时他们急需具有质量保证的课外辅导。但是由于地处农村，交通等因素使他们不能够前往城市参加教育辅导，且大多家庭无法负担现在市场上教学辅导班的价格。此时，我们推出针对农村学生的课外辅导，并针对交通有困难的学生推出光盘及网络等远程教育平台，极好的迎合了市场需求，具有充分的市场导向性。

3.3产品发展

日常及远程中小学课程培训：初期考虑市场需求及资金问题只提供课程辅导产品

加入寒暑期培训营：在日常课程辅导广泛进入市场，并有了一定的资金基础时，考虑进行产品线增长，为寒暑假学生提供培训营。

加入兴趣类教育产品：在公司稳步发展期间，为使产品多元化，降低企业风险，扩大竞争优势，可将服务扩大到兴趣教育（美术、音乐等），但是我们的主打产品仍是具有更广阔市场的课程辅导。

第四章

市场分析

4.1行业现状

经研究分析，我们发现目前我国中小学课外辅导行业有以下几点现状。

首先，该行业市场增长快速。据统计，中国中小学课外辅导市场仅2024年至2024年便从1238亿元增长至1897亿元，年复合增长率为23.8%，预计到2024年将增长到4472亿元。

其次，此行业对经济周期变化不敏感。与许多民办教育服务不同，中小学课外辅导贯彻于学生12年的教育实践。此外，这12的教育往往营销到一个学生一生的前途，因此中小学课外辅导市场和其他民办教育服务（如大专、职业培训）相比对经济周期的变化不敏感。据统计，中小学课外辅导市场在2024年经济不景气的时候增长了26.4%，远超过了中国整体教育市场同期约7%的增速。

第三，中小学课外辅导市场如今仍处于高度分散状态。由于中小学人数庞大、学生地理位置分布广泛和进入门槛低等原因，该市场目前呈现高度分散特点。据统计，目前市场上有超过十万家公司从事中小学课外附带，但没有一家公司所占的市场份额超过1%。这种高度分散的市场特点为能提供高品质服务、具有良好品牌和信誉的教育服务商提供了更多机会。

最后中小学课外辅导行业潜力巨大。据统计，2024年重点大学毕业生的收入比职业高中毕业生平均高出46%以上，比普通大学收入平均高出23%以上。此外，高校毕业生普遍享受着比高中毕业生更好的就业前景。目前尽管中国教育市场增长强劲，但与其他发达国家相比仍处于投资过低的水平。据统计，2024年中国政府在教育领域的支出占中国GDP的3%，而美国和英国这一比例分别为5%和5.25%。为迎合中国学生和家长未得到满足的教育需求，造成了民办教育的成长壮大的机会。中小学课外辅导市场的服务对象主要是5至19岁的中小学生。据教育部统计，到2024年底有近180晚学生在小学、初中和高中就读。中小学课外辅导在一个学生的未来祈祷的重要作用带动了中小学课外辅导市场的发展，使其成为我国民办教育上最大和增速最快的市场之一。中小学课外辅导在很多东亚国家都普遍存在。例如在韩国，89%的小学生、75%的初中生和55%的高中生接受不通用性使得课外辅导服务。而相比之下2024年在中国大约有5400至6300万中小学生接受课外辅导服务，占到中小学总人数的30%-35%，这一普及率远远落后于韩国和其他东亚国家。综上，我们认为中小学课外辅导行业在中国存在很大的增长潜力。4.2 PEST分析

4.2.1政治法律环境：

我国现阶段处于综合国力逐渐增长、国际地位逐渐提高的状况，国家政局比较稳定，这有利于我国教育培训企业的发展。教育是国家大计，我国政府贯彻落实《义务教育法》，满足广大人民群众的教育需求，大力推进中小学教育的优质发展，这让校外培训呈逐年增长趋势。1987年国家教委颁布了改革开放以来第一个有关社会力量办学的法规性文件--《关于社会力量办学的若干暂行规定》，这标志着我国民办教育走上法规化的轨道。1997年国务院正式颁布了《社会力量办学条例》，极大的激发了社会各界办学兴教的积极性。2024年底颁布了《中华人民共和国民办教育促进法》。

自中国加入WTO后，我国逐步开放教育，发展教育市场，国外的大型培训机构大举进入我国市场，成为我国交易培训的重要影响力量，而我国的国内教育培训机构在与它们的竞争和合作的过程中，自身也迅速成长起来了，逐渐发展成当今社会教育的一个重要部分

4.2.2经济因素：

中国仍处在产业结构转型的时期，对人才的培养需求呈现出新的变化。十二五时期将是中国由工业化中期向工业化后期过渡的阶段。中国目前的产业结构存在一定矛盾：第二产业在经济中占比过大，其中高能耗、高污染的行业在第二产业中占比也比较大，在产业链的分配中，又集中于技术含量偏低的一般加工制造环节，对高端环节参与不足。因此未来几年中国的产业结构发展将会向制造业高端环节、低能耗行业、现代服务业方向倾斜。相应的人才需求也将顺应产业结构转型的变化（如文化创意人才等），不但对传统的学历教育体系提出新的需求，由此也催生出对市场反应更为敏感的相关职业培训市场的发展。

中国企业再掀境外上市高潮，教育培训机构扎堆登陆美国股票市场。2024 年以来，中国企业再次掀起海外上市的热潮，特别是教育行业：8月5日，安博教育在纽约证券交易所上市；10月8日，环球雅思在纳斯达克上市；10月20日，学而思教育在纽约证券交易所挂牌交易；11月2日，学大教育正式挂牌美国纽约证券交易所。截止2024年底，已经累计有10家中国教育培训机构成功上市，但是这些教育机构无一例外，均选择了境外证券交易所，多家机构的成功上市，也体现出国际资本对中国教育培训行业前景的肯定态度。

教育培训机构密集上市对教育行业发展的影响主要体现在以下几方面：一方面，教育机构密集上市对资本市场有积极的示范效应。据称，目前纽交所已经形成了中国教育概念板块，将对后续的教育机构上市产生正面的影响，也吸引更多的VC/PE机构进入该领域，资本的积极注入提高了教育行业整体规模。另一方面，从竞争格局上看，领先机构的上市行为将进一步提高细分市场的集中度。获得了资本优势的企业将可能通过并购等行为进一步扩张，或者利用规模优势在竞争中打击对手，从而形成了强者更强的马太效应，使得市场集中度进一步提升。但是值得注意的是，本轮中国企业（包括其他行业的企业）上市高潮中，仍然不乏未实现或刚实现盈利就上市的案例，企业上市市盈率甚至高达300多倍，资本泡沫隐现。

4.2.3社会人文因素：

从社会文化环境来看，具有以下特征：家庭结构的改变使得民众对下一代的教育投入意愿进一步加强。时至今日，中国的计划生育政策进入第30个年头，新生的儿童中已经有不少是“独二代”，祖辈、父辈三个家庭都将有可能参与到孩子的养育过程中，子女的教育支出将呈现进一步增加的趋势，应运而生出各种新形式的教育服务。

4.2.3技术因素：

高科技的发展对教育机构的促进是多方面的，通过高科技手段提供咨询。教学、辅导、通知、宣传等各个环节的服务，不仅能够扩大教育机构的规模、加快其信息化步伐，也为教育机构实现规模化效益创造了条件。现今社会通讯技术和信息技术等的发展使得更多的教育机构在全国范围内开自己的分支机构，他们之间信息的交流与流通都是通过高科技手段，这样不仅提高了自己的效益，也实现了机构信息的统一整体规范化，使得机构资源得到更高效地利用。

以网络技术、通讯技术为代表的现代信息技术是现代教育技术中重要的技术手段成分，它能够促进学生学习方式、教师教学方式和师生互动方式的变革，而且利用网络资源，丰富教育内容。这些信息技术的发展使得教育机构与其他媒体实现整合，随着媒体技术的进步，它会突破传统的教育机构的信息化程度低的局限。

4.3公司内外环境的分析（SWOT分析）

优势：首先我们针对不同的消费群体设计了不同的产品，包括方便易行的光盘及寒暑期训练营等，能够满足农村学生的各种需求，同时解决了其家住农村不方便参加日常培训班的问题。其次，我们的教师都来自天津大学以及南开大学两所国内知名高校，教师水平相比于其他教育机构高出不少，能够为学生提供更高水平的教育服务。同时由于都是学生兼职，价格低廉，我们的成本将会很低。

劣势：由于刚步入社会，缺乏商业信用，我们的信用档案与社会没有接轨，导致融资借贷困难重重；缺乏社会经验和职业经历，尤其缺乏人际关系和商业网络；再者是我们毕竟是在校学生，接触的大多是书本上的知识，难免喜欢纸上谈兵，创业设想大而无当，市场预测普遍过于乐观。

威胁：如今教育市场上存在很多类似于新东方、学大、学而思的大型教育机构，这些机构主要为城市学生提供包括小班课外教学以及寒暑期集训营的服务。其在学生及家长心中具有一定知名度，完成了品牌的建立。与他们相比，我们在资金、品牌知名度及影响力上仍存在很大差距。

机会：随着农村居民的收入水平及文化素养的提升，越来越多的人愿意在子女教育方面投入资金。同时，城乡之间教学水平的差异又让这一需求变得更加迫切。因此，这一市场存在着极大的发展空间。据调研，现如今农村课外中小学辅导行业尚没有具有影响力的机构出现，这就为我们的成功提供了很好的机会点。

4.4竞争性分析

4.4.1现有竞争者

目前中小学课外竞争市场上虽有类似学而思、学大这类较有影响力的企业，但是整个市场集中度仍然很低。而且大型教育企业大多在大城市，但是对于城市周边及农村市场并没有进行开发。因此，农村的中小学课外辅导市场如今仍基本处于空白状态，同类竞争者尚未形成一定的规模，作为较早进入农村市场的企业，公司将会持续为市场提供优质的教育服务及产品，占领农村市场。因此，公司相对于享有竞争者具有绝对竞争力。

4.4.2潜在竞争者

随着农村课外辅导市场的发展，将会有一大批国内企业家投身这一行业。在农村教育辅导行业刚刚起步的今天，未来潜在竞争者的威胁非常值得关注，目前我们公司仍掌握着天津大学及南开大学的优质教师资源，我们决心通过企业文化的建设以及具有竞争力的薪酬体系来预防潜在竞争，把握人才优势。同时利用市场先入者的优势，建立公司品牌，及时丰富产品、增加产品附加值，使我们的产品具有竞争力。

4.4.3替代品

目前，远程网络教育是本公司产品的主要替代品，但是针对农村现状，大多数家庭并不具备远程教育所需条件。同时，我们的光盘产品更加的符合农村居民的经济现状及条件，因此我们相信，本公司的产品相较于替代品具有极大竞争力。

4.4.4买方

公司的消费者看似为学生，实际上真正的卖方应当为学生家长。由于学生升学及考试的压力，公司于学生家长这一目标市场的良好沟通将会使市场营销取得明显的效果。为此，公司将大力培训市场营销人员，通过加强与学校的合作加大营销力度，有力影响学生家长这一消费人群。同时，我们将会定期对买方进行调研，及时反馈效果，及时调整产品及服务，力求为消费者提供最优质的服务。

4.4.5卖方

公司的供应方主要来自天津大学及南开大学，这些同学在兼职工作的同时，也提高了自己的表达能力，锻炼了自己，因此他们与公司将是一种“互利共生”的关系。本公司将为他们提供有竞争力的薪酬待遇以及一个良好的学习的平台，共同携手打造中国农村中小学课外辅导行业新兴企业。

第五章 营销战略与实施计划

1.1

目标市场

结合调研结果，我们将目标市场定位为农村地区，并将其细分为距离城市较近且人口相对集中的村镇，以及以此为中心向外辐射的位置较偏远、人口相对较少的地区。初期，我们将校址选在天津市武清区附近的写字楼，经调研，写字楼均价3.6元/平方米/天，计划先租用80平米的写字楼，那么月租金约为8640元。

根据客户对产品的不同需求，我们又将目标市场分为如下几类：

1、对小升初、初高中考试有迫切需求，即将要参加考试的学生；

2、对英语、数学等重点科目有日常辅导需求的学生；

3、对开拓视野、锻练综合能力有需求的学生

5.2 营销策略

目前的中国市场上，中小学课外辅导是崛起中的产业，在需求迅速增长的同时，新的竞争者也不断进入市场，因此，公司为了尽可能长地维持市场增长而采取下列战略：

产品策略：提供优质的服务，与各合作方建立良好关系以提高后来者的进入壁垒；改进产品质量，培养产品特色，重点改进课程设计以适应农村学生的课外辅导教育需求，形成我们的竞争优势。

价格策略：采取市场渗透定价方法。农村地区的中小学课外辅导市场远未饱和且存在强烈的潜在竞争，大部分消费者对价格敏感，适当地降低价格可以吸引对价格敏感的购买者，抢占市场高份额，虽然放弃了眼前的高利润，但获得的优势地位一定会在下一阶段得到补偿。

宣传策略：在产品的宣传策略中，我们采取着重推广普遍渗透的方式。公司成立初期由于资金限制，不做大型的广告宣传，只做小型的传单广告宣传，如在人流量大的地方发放《学习手册》、远程教育光盘等。之后将在当地报纸、广播等媒体上进行一定的宣传。此外，我们将联系目标地区各中小学校，定期举办校园公益课堂，并开展系列素质拓展类活动；举办原创文学比赛、英文演讲比赛等，对优胜者进行一定物质奖励。同时我们会邀请一些学生来我公司免费参观及试听课程，通过他们的亲身感受口口相传，进行公司的口碑营销。通过前三个月的密集宣传，提高消费者对公司品牌的认知和认可度，树立品牌权威，打造公司形象，使产品占有稳定的市场占有率。公司发展小有规模后，在合作学校设立贫困学生助学金、奖学金，一方面激励成绩优异的学生，另一方面作为对公司形象的长期宣传。公司还会定期举办促销活动，在保证成本的基础上建立一个良好的企业形象。

在大量竞争者涌入市场后，产品的销售增长率会在达到某一点后放慢步伐，并进入相对成熟阶段，可以预计，农村教育类若干年之后一定会达到市场的饱和点，因此需要通过调整营销战略保持竞争优势，对此我公司的营销战略是：

产品方面开始形成品牌和样式的多样化，开发职业教育培训、认证培训等课程，丰富授课内容，实现前向一体化，利用传统课程的销售利润重点发展后续产品，保证产品组合中至少有一种产品处于成长期并及时淘汰已进入衰退期的产品。

价格方面：对于传统课程，利用已有的知名度选定能够击败竞争者的价格；对于后续产品，我们将制定较低的销售价格——接近甚至低于成本的价格，力求以最快的速度打入市场。而后，我们将逐步提升价格，以增加利润。在公司发展3年后，价格将趋于平稳，使公司和用户双方均能接受。

宣传方面：在继续品牌推广的同时，适当降低传统课程宣传力度，将重点放在新产品的推广上，强调品牌的区别。

新产品的开发会为我公司注入新的活力，使其“躲过”衰退期而走入下一个产品生命周期，因此我公司不会停止研发新产品的步伐，并进行有效的技术创新管理，只有居安思危才能永葆企业的青春活力。

5.3 品牌策略

公司在进行品牌战略决策时，选择品牌延伸战略，即使用课程辅导品牌推定其他类型的产品，利用之前创下的品牌优势加快新产品进入市场的速度。在建立品牌知晓度和品牌偏好方面，公司采取以下措施：

1.开发创造性的广告。如借助远程教育平台或教育类节目等。

2.提供良好的公众服务。如将课程学习类、职业教育类、实用技能类小知识印发成手册或光盘发放。

3.对某些社会机构给与援助。当公司有一定的资金基础时，可以把部分利润捐助给慈善机构，或为穷困地区的孩子提供免费基础教育培训等。

4.在各目标地区中小学定期举办比赛，设立奖助学金。

5.在全市各大高校开办我们的启明俱乐部，一方面扩大宣传面提高认知度，另一方面有机会招募高校人才，为我所用。

5.4 竞争性分析

5.4.1 行业竞争状况分析

目前市面上培训学校数量繁杂，有新东方、学而思、等大型教育机构，但这些机构多是面向城市学生开展培训，价格高昂且不适合农村学生的学习特点。而随着农村居民收入的提高和对文化技能需求的提升，越来越多的人愿意在子女身上投入大量教育资金，以谋求未来好的发展。在农村地区，对课外辅导教育的需求强烈。调研显示，目前针对农村学生开设的辅导班多以私人作坊式为主，教学设施简陋，缺乏专业认证，教学效果难以保障。这样的现状给了我们极大的发展空间。

5.4.2 竞争策略

1.教学质量至上，保证顾客满意。目前市场上农村教育质量良莠不齐。教学质量是我们实现品牌战略的决定性因素。在课程把关时宁缺勿滥，从招聘、培训、考核等各环节严格把关。招聘时，首先通过简历筛选能力强、素质高、成绩优异的大学生，经过3轮面试及试讲，考察其课堂表现。之后由专业教师进行培训，并定期进行由学生、同事、主管三方面进行的360度全方位考核，辅以一定的奖惩机制，严抓课程质量。

2.打造品牌，进行大力宣传。当今时代，不管哪一种产业或行业，品牌都是质量与服务的第一保证，是企业的无形资产，因此为了企业能够在行业中率先拔得头筹，必须建立自主品牌，以品牌打响进入行业的第一炮；通过多方面的宣传方式，如广告、社会活动等，将企业品牌进行对外宣传。

3.持续产品创新，延长产品生命周期。市场人员定时实施市场调查，积极反馈市场需要，并以市场为导向研发新的课程产品。同时根据企业运作过程中的经验积累，以及客户意见，不断提出新的想法，以迎合广大消费群体的需求。

4.打造差异化，阻碍其他竞争者：

通过在价格、服务项目、成本等各个方面采取策略，打造差异化，通过不断占有市场份额，减少竞争者市场，制造行业壁垒，阻碍其他竞争者进入市场。

第六章

组织结构及人员管理

6.1组织结构背景

作为一个资源有限的新创公司，在公司的运行初期对一切相关问题的处理我们都将本着实质重于形式的原则来处理，目标就是尽可能的充分利用现有资源来推动公司发展充实公司实力逐步完善公司。我们的团队成员都有创业和项目管理经验，这对于公司的运营是一个良好的开端。

公司在市场营销和持续性融资方面仍有待完善。针对上述状况，一方面我们将充分利用社会化的资源，以弥补自身的欠缺。我们将建立公司顾问团队，引进设计方面的专家和资深人士。在资本市场方面，我们将和各机构协会合作，借助外部力量。

6.1.1组织结构

由于初期公司刚建立，资金和人员比较缺乏，而且我们的业务只是单纯的生产纳豆，我们将以精简的机构，最有创造力的人员，最高效的团队，形成最具创新能力的学习型组织。

6.1.2职位及职责说明

总经理：对公司的总体负责，制定公司的业务发展战略；平衡、协调各部门经理之间的关系起到核心作用；在每个财务年度末向董事会汇报工作；拟订公司基本管理制度和制定公司的具体规章制度。

营销部门经理：负责公司的总体营销活动，策划企业形象，根据不同消费者的需求，制定公司营销策略；适时进行必要的市场调研，收集信息及时完善营销策略，提高销售业绩；采取相关的营销策略，扩大公司市场占有率、销售额和销售利润。

人力资源部门经理：负责在公司成员之间创造和谐的关系，形成一个团结高效的团队，使公司经营能正常顺利进行下去；对人员的招聘、培训负责，有义务为公司挑选和培训具有专业素质的人才；建立有效的考评和激励机制；负责公司内部的沟通。

财务部门经理：负责公司内部的财务控制、会计、金融、投资活动；根据实际需要制定准确的预算；为总经理提供财务数据和财务分析报告并提出建议。

教务管理部门经理：负责与课程相关事宜，如课程研发与教学、教室选址、班级信息管理等。

董事会：在公司发展成熟市场扩大后，我们将设立董事会，我们公司的董事会由称职的商业及工业专业人士和股东组成。这个董事会协助我们的管理层制定切实可行的决策，执行最有效率的任务。

6.2人员配备

我们团队总共有四人，根据每个人的专长与性格分配不同职位，每个人总负责一个部门，再根据不同部门的需要对外招聘人员，则初期主要招聘市场营销人员及专业教师。

6.3创业团队主要人员（略）

6.4管理团队缺陷

因为我们的团队只是大学在校生，难免会存在一些比较普遍的劣势，如：（1）缺乏社会经验和职业经历，尤其缺乏人际关系和商业网络；（2）我们已经有了真正有商业前景的创业项目，但对此行业我们团队没有足够的专业技术与经验；（3）刚步入社会，缺乏商业信用，我们的信用档案与社会没有接轨，导致融资借贷困难重重；（4）再者是我们毕竟是在校学生，接触的大多是书本上的知识，难免喜欢纸上谈兵，创业设想大而无当，市场预测普遍过于乐观。

6.5报酬和激励机制

公司最大的资产是员工，启明教育需要最优秀的人才，为此，我们必须为之提供良好的福利。除了在薪资、红利及休假方面的福利之外，未来，公司将采取员工认股的方式，公司每次增资时都保留10％-20％的股份做为员工的认股比例，只要员工在公司服务满一年以上，即可享有这项福利。这样能够更好的达到激励员工的目的。

薪酬激励

（1）高级管理人员和技术核心人员的激励机制

高管人员（经理和部门总监）薪酬由三个组成部分，一是基本工资，二是业绩奖金，这两个部分都是以现金形式发放，起短期激励的作用；三是股票期权，即由企业的所有者向经营者提供报酬以达到激励目的。

（2）员工激励机制

普通员工的薪酬由两部分组成，一是基本工资，二是季度奖金，公司将根据工作性质的不同制定相应的业绩评定标准，并根据业绩评定结果发放奖金，鼓励员工通过不断提高业绩水平及对公司的贡献而获得加薪。

（3）销售人员激励机制

加大营销挂钩力度，以分配机制促进营销积极性。将业务发展与月工资全额捆绑，实行奖罚并举。按照销售业绩划分奖金等级，超过一定的销售金额发放全额薪金并给予一定的提成。

组织文化激励

在薪金激励的基础上，我们将充分发挥创业公司形式灵活的优势，在员工之间营造一种和谐的工作氛围，让员工在公司有一种家的感觉，使他们把公司的发展当成自己的事业，例如：在员工过生日时公司送上生日礼物并给予假期，节假日公司组织员工聚会，旅游等，让员工感觉到公司真正关心他们的生活和工作，像一个充满人情味的大家庭，这样员工同样也会更加关心公司。

培训激励

企业工作效率的提高，最重要的还是员工自身素质的开发。所以经理人必须注重对员工的培训，挖掘他们的潜力和热情，提高他们的技能。而且，现在越来越多的人看重的事企业单位对自己今后的培训，培训的力度往往能看出公司对员工的重视度，和这个员工的价值。所以除了比较普遍的培训机会，公司将会把更进一步，更深一层的培训机会最为一种激励手段。

6.5企业文化

企业文化对形成企业内部凝聚力和外部竞争力所起到的积极作用，越来越受到人们的重视。企业竞争，实质是企业文化的竞争。面临全球经济一体化的新挑战和新机遇，我们的企业应不失时机地搞好企业文化建设，从实际出发，制定相应的行动规划和实施步骤，虚心学习优秀企业文化的经验，努力开拓创新。我们的项目比较新颖，还需要让更多的人知道这种形式的教育，从而刺激市场的需求量。而我们要在这个行业中创立自己的品牌，创建自己的企业文化。

第七章

财务部分（略）

**第二篇：培训机构创业计划书**

录

一、执行总结........................................................3 二公司概述........................................................、5 2.1、企业的文化 2.2、公司的组织结构 2.3、管理人员及职责

三、产品与服务......................................................9 3.1、服务产品 3.2、与其他培训的对比 3.3、服务特色 3.4、服务优势 3.5、品牌的服务

四、市场分析.......................................................14 4.1、市场现状分析 4.2、市场定位

1、目标市场定位

2、目标消费群定位

4.3、市场需求趋势与学府招生规划 4.4、市场优势 4.5、竞争者分析

五、市场营销.......................................................18 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 1

5.1、营销策略 5.2、营销手段 5.3、目标人群 5.4、价格定位

六、人力资源管理...................................................20 6.1、教师的招聘 6.2、对内部工作人员的管理 6.3、对学员的管理 6.4、上课安排

七、采购管理.......................................................29 7.1、选址及构建 7.2、采购

八、财务分

目析.......................................................35 8.1、资金分析 8.2、财务预算 8.3、财务比率分析 8.4、综合财务分析 8.5、长期财务分析 附 录.............................................................47 附件一：团队介绍

附件二：社会调查问卷 附件三：调查报告 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 2

第一部分 执行总结 企业简介 1．公司名称：香港\*\*培训（企业管理）公司驻张家港办事处

2.学校名称：\*\*学校（培训机构）3．公司地址：\*\*\*\*\*\*\*\* 4．经营业务：企业类培训机构 5．注册资金：500万元 6.公司目标：创建行业明星企业，打造培训品牌机构 7.企业的消费人群为：、幼儿、青少年、大中专学员、企业家、中产阶级以上（包括中产阶级）工作者和企业管理人员、技术人员、出国留学人员、以及致力于事业发展的的其他人群。

企业发展规划 在创办这个现代私塾三到五年，我公司将处于同行培训机构的前列。后期随着知名度的提高以及自身的不断完善，将采取以张家港为母公司，对周边的经济区进行扩张，推向全省，然后辐射全国乃至全世界。市场进入优势

1、迎合张家港及周边地区的市场需求

2、特色的私塾式教学

3、张家港及周边地区有足够的消费群体

4、本地区及周边还没有一个完善的培训教育机构

5、优秀的营销策划方案和企业内外部管理制度

6、目前经济大环境的低迷，使得各类单位及个人对于自身素质和水准的提升有了更大的认识和需求，做外政府招商引资的配套服务，有利于招商项目的进一步发展，因此，获取政府支持，有利于业务的发展 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 3

营销策略 “要想效益高，还得宣传好”。在人们对我们的培训质量还不是很了解前，做好前期的宣传，才能开始打造以高品质培训为代表的品牌效益，所以我们在宣传方面需要花很大的心思，主要以宣传的多样性和特色性掀起本公司培训业务推广的热潮。例如宣传单、海报、喷绘、网络、广播电台、报纸、咨询活动等，形式多样，各有侧重。宣传前期，即公司成立一到两年间，影响有限时期，我们应组织几场免费及收费的公开课、小范围课程教授、技能培训、露天互动活动，以扩大影响力； 中期，即公司经营了三到五年，具有一定影响力后，我们将以\*\*培训机构的名义，与大中专院校联合举办系列活动或合作、与企事业单位及个人进行就业合作等； 后期，即五年以后，我们将以公司名义开展一场成果展示会，邀请本地区及周边区域的教育机构进行培训交流会；进而形成机制性论坛，每两年举办一次，并将这个活动的品质与规模逐渐扩大，发展成为地区有影响力的交流会。

竞争分析 虽然目前的培训机构很多，类似的机构也有不少，相对来说，语言类培训为主的专业性培训机构较多且影响力较大。但本地区目前并没有综合性的企业管理培训机构；时下的培训机构鱼龙混杂、层次不齐，但这并不代表我们在进入这块市场后就不够能力将自身壮大，相反，正是这样的现状给了我们更大的发展空间。培训机构多，但很繁杂，没有几个真正有品牌效益的机构，而我们的培训内容除了传统的培训外，还有新、奇、特的各类培训；就同类机构来说，周边地区确有不乏有类似机构，但这些机构的教学质量和办学管理模式都存在很大的缺陷，这也恰恰成为我们进军突围的优势。届时，我们的优势也是非常明显的，我们拥有专门的办学场地，完备的教程内容，多样的教学模式，而且还有一点能说明我们将如雨后春笋般速度的发展，那就是我们将利用外资企业的外壳来推进我们的业务，加之我们综合性的企业管理咨询及培训服务，将大大提升我们公司的市场竞争力。用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 4 人力资源管理 在策划方案中，人力资源管理也是我们与其他相关机构相比所具备的一大优势。届时，里面将包含高质量的教职工选拔体系，有效的员工奖励机制，完备的员工福利制度和合理、高效的课程安排。从多方面体现出公司能有效发挥各工作人员的专业特长及人性化的公司管理制度、企业文化。采购管理 采购费用是我们前期办学花费最高的一块，但是我们在精打细算的安排后，它将花的合理、花的值，给我们的办学带来非常大的经济效益。优势如下： 1.清雅、灵动的特色学习环境 2.优质的培训学习氛围 3.精打细算的房屋租赁和装修设计体制 4.齐全的教学设备和后期采购管理机制

投资与回报 我们的启动资金将是\*\*\*万，这对于一个综合性培训机构的推广及培训的长期投资来说并不算多。第一年我们公司主要是打开市场，增加知名度，第二年到第三年，是企业资本回流的一个上升阶段，凭借深入的宣传方式，以及预期将收纳更多的学员和客户，来作为我们资金回归的手段，预计能收回成本并有不错的盈利。到了第四、五年，我们现有教学设备及师资力量将达到基本的饱和状态，这段时间是资金积累和扩大的过程。接着我们将享受到前几年的宣传回报，在完善和扩大本地现有办学条件的同时，将它定位为集团公司，开始准备向其他周边经济产业的扩张，最后实现大苏州、江苏、华东地区、直至全国办学，达到综合性培训的推广和盈利的双丰收。我们的社会效应 1.有利于加强对各类人员素质的提升。通过培训教育，引导学院了解先进的管理模式，接受先进文化熏陶，从而增强自身能力和素质，激发工作或创业热情，树立良好的事业心，提升发展我公司的软实力。

用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 5

2．有利于更好地开展技能教育。培训的主体内容与知识经济发展是一致的，特别是综合了各个领域的教与学，里面蕴藏着丰富的技能标准和知识点，这些都是对于企业发展弥足珍贵的经验，是当今企业塑造员工品质的基本要求。

3.开展培训教育，可以塑造学员正确的社会价值观和荣辱观、提高学员的素质水平、有利于德才兼备的优秀人才的养成教育，符合国家、企业以及社会对各类人才的要求。4．有利于推进本地区政府及社会的综合效益。开展综合性教育培训业务，可以为招商引资营造良好的投资环境，有利于企业提升整体的竞争力和发展力人，响应国家的创建学习型社会，节约型社会的理念。第二部分 公司概述 2.1企业的文化 企业使命：\*\*\*\*\*\*\*\* 公司信条：\*\*\*\*\*\*\*\* 公司精神：\*\*\*\*\*\*\*\* 服务理念：\*\*\*\*\*\*\*\* 经营理念：\*\*\*\*\*\*\*\* 管理理念：\*\*\*\*\*\*\*\*

2.2公司的组织结构 公司成立初期，内部实行直线职能的组织结构，全体合作伙伴均为公司的股东，推荐执行董事兼法人代表，执行董事任命总经理，其余各人依据自己的专业特长就职于各部门,并负责各部门。公司上下各司其职，相互协调，共同发展。用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 6

董 事 长 总 经 理 营销总监 营运总监行政总监 培训总监 广营市日选人预财课课师告销场常址

事算程程资务

与计研业和、、讲设力 营划究务设行成计解计量 销及营计 政本 及及建划实运 等及实管设 施 采 施理 购 2.3管理人员及职责 董事长——\*\*\*

1、董事长作为公司的法定代表人，负责召集和主持董事会会议。

2、检查股东会议和董事会会议的落实情况，并向董事会报告。代表公司签署有关文件。在发生战争、特大自然灾害等紧急情况下，对公司事务行使特别裁决权和处置权，但这类处置权必须符合公司利益，并向董事会和股东会汇报。

3、决定公司的经营、计划和投资等总体发展战略，并决定总经理人选。总经理——\*\*\*：

1、主持公司的生产经营与日常管理工作，组织实施董事会决议；

2、组织实施公司经营计划和投资方案；

3、拟订公司内部管理设置方案；拟订公司的基本管理制度；

4、制定公司的具体规章；

5、提请聘任或者解聘公司副经理、财务负责人；

6、公司章程和董事会授予的其他职权。

7、定期向董事会提供生产计划书，在每个财务末向董事会作工作汇报，平衡协调各部门之间的关系。营销总监——\*\*\*\*：

1、负责公司总体的营销活动，决定公司的营销策略和措施，并对营销工作进行评估和监控，包括市场分析、广告、销售等、2组织安排人员深入市场，了解相关企业的市场行情及有关的信息资料，了解公司用户的基本情况，及时反馈用户意见及需求信息。

3、„„ 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 7

营运总监——\*\*\*：1、2、3、„„ 行政总监——\*\*\*：1、2、3、„„ 培训总监——\*\*\*：1、2、3、„„ 第三部分 产品与服务 综合性培训，根据行业、专业等划分并延伸出各种具体的培训。其中以企业管理咨询和培训为主要的业务，其它列从属地位。3.1服务产品 我公司主要以企业管理培训教育为主，在进行传授的同时，融合先进的现代科学管理机制。本着“传承先进管理理念，推广科学教育模式”的目的，将企业管理咨询和培训做成一个产业和品牌，使其本身既被赋予了全新的意义，又能为客户带来实实在在的商业价值。1.企业管理培训开设课程：\*\*\*\*等。针对对象：\*\*\*\* 学习目的：\*\*\*\* 开课意义：\*\*\*\* 2.技术技能培训课程：\*\*\*\*等 针对对象：\*\*\*\* 学习目的：\*\*\*\* 3.语言类开设课程：\*\*\*\* 针对对象：\*\*\*\* 学习目的：\*\*\*\* 开课意义：\*\*\*\* 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 8

4.公益性（免费）视听课开设课程：自由选择:\*\*\*\*等 针对对象：\*\*\*\* 学习目的：\*\*\*\* 开课意义：\*\*\*\*

3.2与传统的培训对比 3.3服务特色 1.以企业管理培训教育和咨询为主要的教学内容。2.学院和讲师进行互动式教学活动的教学氛围。3.授课目的明确，基础与特色课程特色分明。4.齐全的教学设施和设备。3.4服务优势 1.迎合了目前各类客户对培训的需求。2.一流的硬件设施和教学设备。3.师资力量雄厚，教学能力突出（可与大中专院校进行师资合作）。4.合理的课程安排，有利于学员的学习效益达到最大化。3.5品牌的创造 我公司主要以企业管理咨询和培训教育为主，在进行传授的同时融合了先进的现代科学管理机制和实战经验，将培训做成一个产业和品牌，使它既在新世纪重新唤起新活力，又能为公司带来巨大利润。我公司的品牌价值衡量标准为： 品 牌价值=品牌定位\*品牌知名度\*市场范围 从上式中可以清楚看到，一个品牌的价值除了要定位市场之外，还要靠品牌的知名度和市场范围。而品牌定位可以抽象为： 品牌定位=价格-成本 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 9

无论产品价格高低，只要价格减去成本后的差越大，定位就越有利，越能创造品牌的价值。如果成本大于价格，就表示投资很大，但创造的价值不够大，产品的价位再高还是要亏本。

我们公司在经过慎重考虑和调查后，价格定位是采取折中的方式，即处在类似公司价格加权后的平均水平。这既符合消费者的接受程度又能在价格方面得到自己的预期效果。从成本上来讲，虽然我们是一个有一定规模的公司，但是文化无形价值是我们的主打，这就可以让公司在有形的购置方面压力很小。因为在学习教育方面只需要一些基本的东西就可以办到。除了建设一些必需的硬件外，我们没有其他的投入。可以说我们的成本对于回报来说是很小的。除此之外，我们都知道，品牌知名度，是要靠媒体的宣传和产品的实体出现来打造。前者就是通过公关、广告或各种事件来宣传产品；后者就是将产品曝光，产品的市场占有率越高，知名度就越高。公司在进入市场伊始就很注重宣传的力度。因此，这在本地来说就有了相对大的影响。但是从长远来看，本地区只是我们的第一站，在公司运作到有足够资金的时候，我们会考虑向周边及其他省市扩张。相信那时候的宣传力度会更盛大，可以这么说，我们的品牌知名度是上升的。我们在市场定位的方向上也是运用了培训的特有性质，即培训学习没有人群年龄限制。但是我们在市场细分定位、消费者细分定位上，却着重定在企业各类管理人员以及创业人群层次上。因为考虑到本地以及市场的实际情况，目前企业以及个人对于自身教育投资是很舍得花钱的，竞争环境下，必须充实自我和提升自我。从另一方面讲，单位品牌产品的价值差（价格减去成本的差）大小是衡量定位高低的的标准对我们在实际品牌决策中有很大的点醒作用；在激烈竞争的时代，价格竞争是市场竞争的重要手段，依据需求弹性原理，价格越低，需求量越大，市场占有率也越大；因而单纯以绝对的静态价格数字衡量市场定位的高低是不准确的。价值差的大小就意味着产品的附加值大小。附加值高，定位高；附加值低，定位低；所以定位高低关键看产品可以实现的价值差的大小。另外，产品价值差乘以品牌知名度在乘以市场范围，就是现在的品牌价值。目前，张家港市场对于公司来说是很大的市场，因此我们相信在品牌的定位、用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 10

知名度以及市场范围都何时的情况下，我们的品牌价值肯定是很高的。但是由于价值差与知名度在不同的时期是会发生变化的，所以在不同的时期，品牌价值也是不同的；企业是否能够长期保持产品价值差的水平、品牌知名度的位置（品牌在媒体发布率方面的名次、产品在市场占有率的名次），就决定了品牌的价值是否稳定，未来价值的升降趋势。但是我们会努力的去随着市场因素的变化调整公司战略，以达到价值稳定的目的。除此之外，我相信我们的品牌价值在未来可以实现更高的价值，因为我们在未来在媒体的投资力度、及未来的市场占有率几个要素上都会是上升的。第四部分 市场分析 4.2市场现状分析 4.3市场定位

1、目标市场定位：为了综合性培训事业的长期推广和企业发展的长远利益，我们根据市场需求、消费水平、培训发展状况等一系列因素，将深入进行科学的市场定位分析，将企业开拓的首选定在张家港，然后根据后期的办学情况再逐步向周边地区进行扩张，随后我们将目标定位为全省、华东地区、全国，最终，达到全国办学的最终目标。

2、目标消费群定位：\*\*\*\*

4.4市场需求趋势与招生规划用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 11

市场需求曲线600050004000数3000人数人200010000年年年年后0257以1----136年801 通过近年来对张家港市场本地消费群的市场调查，培训的市场需求人数大致显示在上方图标里。当然潜在的消费者数量远远不仅于此。根据上面图表，我们对未来几年的生源人数做了一定预测，见下表： 学员招收曲线图

3000

2500

2024

1500人数 1000 500 0 第一年第二年第三年第四年第五年 学员招收人数说明 第一年：由于初始，人员数量可能由于人们对我们的陌生，因此不会很多；第二、三年：此两年由于宣传及学员效果的影响，会吸引不少人参加进来，而且预计学员数量会超过预期；第四、五年:人员会呈基数增加，公司本着“精益求精”的宗旨进行学员教育，考虑到公司的本身能力以及教学人员的数量，公司会限制招生数量，以保证学员的质量和品牌的质量，这两年会和前一年的人员数量持平。4.5 市场优势 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 12 下面从市场外部环境和企业内部条件两方面证明我们进入市场的优势。

（一）外部环境

一、以凝结着竞争力和生产力的企业管理咨询和培训为主要教学内容的机构经营模式进入市场是我们一个非常大的特色。

二、知识经济时代，“知识就是第一生产力“讲求的是最大限度发挥个人才智，创造更多价值。而我们的培训所传授的就是“竞争力”。因此，我们的培训是适合时代发展要求的。各个层次的培训，越来越受到个人、企业、国家和政府的重视，在当地办学必将得到当地政府和社会广大人士的支持和帮助。

三、目前，社会就业大军中，有相当比例是大中专院校毕业生以及没有经过实践经历的农民工，他们有着迫切的希望，能够更快更好地融入社会经济的发展中，因此对于实战经验的学习和积累，对他们来说有着非常迫切的期待。

四、我们所进行的培训教育内容也丰富多彩，能够让我们有更多的选择去进行尝试和发展。这样，公司的发展空间就大大增加，也使得我们在竞争中具有一定的灵活性，能根据变化自如的调整发展方向。

（二）内部条件

一、公司会采取一系列高效的宣传手段树立公司在消费者心目中的品牌形象，而张家港这样一个高效传播地带给了我们一个很好的宣传平台，同时我们也会通过本身的优质教学提高公司的知名度。这样，在公司进入市场时，能使我们率先抢占市场以及在与同类机构竞争中取得先机。

二、我们机构的教学设施，都将为专业培训量身打造，是进行学习教育以及学术研究等的理想场所。我们还可以专门设立自己的小课堂供学院去学习，同时我们的师资力量建设，也将是值得竞争的一点，我们可以聘请在专业领域从事教学或者有实战经验和专业技能的讲师。

三、我们将慎重地将公司定在了度假村对面，为我们的办学提供了非常大的帮助。

1、本身位置，环境优雅、适宜学习和交流。

2、\*\*\*\* \*\*\*\*4.6竞争者分析 目前我们的竞争对手主要有两大类，一类是以企业管理培训和讲座为办学特色的培训机构；另一类是专教语言类培训的机构。

第一类的培训机构，尽管他们办学模式单一，规模小，但开课内容与我们部分相似的关系，因此，将对我们的生源造成一定的影响。用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 13

但是我们也有自己的优势：首先，我们所教学的范围比他们广，不仅涵盖了各类讲座知识，同时蕴含了指导人们生活、工作、学习的快乐原则，从多方位帮助学员提高精神文化内涵；其次，我们针对的消费人群更广，推广培训的办学目的也更有利于我们企业生源的扩招。就第二类的机构来说，由于部分办学较早，影响较大，有了一定的品牌效应，对我们占领一块市场造成了一定困难。但我们制定合理的价格定位、丰富多样的教学内容、定期的培训安排、良好的培训反馈体系，将使我们在竞争中处于更有利位置；这些机构授课的内容十分单一，他们找的老师单一，教学水平有限，专业知识也缺乏。针对我们与竞争者的比较，我们一定要扬长避短，把我们的特色展现出来，以达到与类似机构相区别的效应，进而让消费者去认清我们公司与其它公司的不同之处。第五部分

市场营销 5.1营销策略 遵循市场发展规律，立足公司的竞争优势，我们制定了明确的市场销售目标与计划，并依据该目标确定了详实的市场营销策略。在创办初期，我们采取快速抢占生源的策略。进入中后期以后，随着知名度的提高以及自身的不断完善，将采取择优录取的策略，以确保生源质量并不断提高本培训中心的知名度，成为本地区类似培训机构的领头羊。在不断扩大和完善本地现有办学条件的同时，并将它定位为母公司，还将开始准备向其他周边经济文化区扩张，最后实现全国联办，从而达到培训业务推广和盈利的双丰收。

5.2营销手段 我公司的宣传方式主要以广告宣传为主，各类活动为辅。主要分三步走。初步：市场渗透，传达理念与形象。在公司成立伊始，我们将在本地相对有影响力的报纸、杂志等纸质刊物上刊登广告，同时通过网络、电台等媒体宣传方式将公司名称、产品、品牌、特色等传达给大众，将公司的具体理念与形象传达给社会人群。用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 14

另外，我们还会定期发放一些宣传单、海报、礼品派送等宣传品，派人员去人群流动量大的场所分发和张贴，以达到预期的宣传目的。我们还在公司附近及消费群居多的地方设立固定的咨询台，并派专业人员进行质询服务。在一些文娱交流场所，例如文化馆，少年宫等类似场所。我们会与相关负责人进行沟通。如果有人有意向参加培训，他们会第一时间通知我们。并在这些场所的醒目位置悬挂横幅进行宣传。定期在本地开展各类活动。第二步：公司经过一段时间的运营，有了大量资金投入。这个时期我们会考虑增加电视媒介的广告宣传。在硬性宣传手段之余，我们还会在特定时间内组织并召开代表我公司文化特色的会议和立体展示活动，比如宣传会、交流会等。除此之外，公司还将采取专家讲座、联合学校组织活动等组合策略，全方面、多方位的对本机构进行宣传，从而树立更高的公司形象，进一步提高公司知名度。同时我们也会定期的与周边的院学或者相关机构进行交流活动，通过让一些企业和个人来我公司进行免费参观及试听课程，从他们的亲身感受来为我公司赢得口碑。透过宣传树立企业形象，赢得好口碑，能使产品建立起稳定的市场占有率。第三步：即五年以后，我们将以公司名义开展成果展示会，邀请优秀的学员表及企业客户派代表来进行交流会，并将这个活动的品质与规模逐渐扩大，发展成为机制性的交流会。在企业形象以及公司知名度都相对较高的前提下，公司会考虑在其他经济区域做宣传广告为以后的公司扩展打好基础，搏得进入市场的先机。5.4营销特色

1、制造文化卖点：鉴于公司与其他类似机构的不同，凸显我们的优势和文化特色，用文化特色去吸引生源，以避免我们成立之初可能因资金不足而可能出现的一些问题。

2、营销企业形象：企业形象是企业无形资产的重要组成部分，所以我们将花大力气树立企业形象。我们要在消费人群面前树立起一个不以盈利为直接目的，而是把更多精力放在推广业务，为个人发展和企业发展出谋划策的高度上，从而赢得社会认同。用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 15

3、贫困助学计划：在公司运营稳定的情况下，我们可将盈利所得的一部分用于构建一个培训基金会，对于那些追求上进的学员，但因家庭贫困等原因而无条件学习的人群，基金会将给予适当补助。此外，每年可从学员中评选出几名贡献奖，奖励那些对公司培训事业的发展起积极推动作用的人。5.5定价策略 收费标准（初期）：\*\*\*\* 后期的收费我们会根据根据学员的接受程度适当的上调。定价策略 一般根据学科冷热程度来进行定价，也可以根据班上人数多少来作出调整，但是可以保证绝对报有所值 初期价格略低，到中期以后逐步开始提高，拉开与同类间的档次。备注：我公司的另一目的是推广科学先进文化，希望每个人追求上进的人都能加入进来。对于那些追求上进，但家境贫寒的学子，我们会适当给予一定的学费减免政策，同时，我们可定期特别设立免费课程，让所有对学习有兴趣的人都能获取营养，为社会贡献我们的一份力量。

第六部分

人力资源管理 6.1教师的招聘 \*\*\*\* 6.2对内部工作人员的管理

（一）完善内部管理

1、建立科学合理的薪酬激励机制 \*\*\*\*

2、完善公司员工个人职业生涯广阔的发展空间 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 16

\*\*\*\*

3、企业文化建设 \*\*\*\*

（二）做好离职管理工作 很少有企业能正确对待提出离职的员工，做好离职管理工作。企业面对提出辞职的员工，不能简单地交由人事部门办理离职手续、财务部门核算工薪而了事。事实上，真正对公司内部管理程序、价值文化以及公司内部其他管理问题作出客观、公正、大胆评价的人是那些办理离职的雇员。所以，雇员离职时，要与离职人员作恳切的面谈，了解离职的真实原因、离职人员对公司管理的评价和建议等，并作好记录。善待离职人员，既可以稳定在职人员的军心，又可以树立企业良好的口碑。欢迎聘用回头员工，因为可以保证人才招聘的有效性，他们了解公司文化、熟悉业务，知道如何来开展工作，有利于提高工作效率，同时，经过比较而再次叫回头则会更加忠诚于企业，而且其本身所传达的是“别地方的草没有此处绿”的积极信号，对在职员工是一种提醒，有利于维持他们的稳定性。人力资源管理之对内部人员的管理。6.3对学员的管理 \*\*\*\* 6.4课程安排 \*\*\*\*第七部分 采购管理 7.1选址及构架

（一）选址 1.初设地点 \*\*\*\* 2.初期设计 \*\*\*\* 3.所需时间 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 17

\*\*\*\*

（二）未来设想（五年期满之后）\*\*\*\*

（三）学校构架 \*\*\*\* 7.2采购

一、工程建设材料 \*\*\*\*

二、办学用品 \*\*\*\*

三、采购物品的图片及具体规格要求

（一）行政管理所需

\*\*\*\* 第八部分

财务分析 资金分析8.1 融资形式 ：银行贷款，个人投资，以及其他赞助等 资金来源 ：个人投资\*\*% 银行贷款\*\*% 其他\*\*% 1——个人投资；2——银行贷款；3——其他 资金筹备比例图3 用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 18

资本退出 ：尽管公司有众多的有利条件，同时我们也有信心将它发展壮大下去，但也不排除有万一失败的可能。因此，公司初创时，应全面考虑好了投资者在各种情况下的资本退出方案，保证将投资的风险降到最低，努力扩大投资收益，确保大家的利益。附件一 团队介绍

用心打造一片天地，创业的路上，你我一路同行 19

**第三篇：语言培训机构创业计划书**

语言培训机构创业计划书

2024年05月09日 16:15

原文地址：语言培训机构创业计划书作者：yuxuanxsh\_5juk5

一 项目名称 :（建议起日语名称）

二 计划目的1.短期目的：通过开设语言培训机构，吸纳学员，指导教授语言，使本机构成为当地有名气有规模的语言培训机构

2.长期目的：逐渐夸大名气和规模，和国外学校组建派遣学习关系，成为与国际接轨的综合语言培训机构

三主要内容

1.培训对象分析

作为语言培训机构，主要针对出国及在职人员，其次是兴趣爱好者。现在中国越来越与国际接轨，很多人因出国而需要语言过级，因业务提升而需要熟练掌握交际外语等，综合性的语言培训机构就在这种情况下诞生了。

2.市场预测

目前，银川进入了历史上最好的发展时期，被国家确定为欧亚大陆桥西陇海兰新经济重点开发城市。今后5到10年内，银川经济保持两位数的增长速度，构筑起适宜200万人居住的现代化城市基本框架，城市化率将达到70%以上，注册地在宁夏的日资(含合资)企业截止2024年共50家，这些都显示语言机构的市场需求而据调查，银川语言培训机构总共才五六家，且都不具规模.可以说,综合性培训班在在银川有巨大的利润空间 ,巨大的市场潜力就消费需要方面来看，各种语言需求较大，同时需求也呈现出分散的不集中的特点；在市场供给主体方面，几乎所有中介和经营机构都呈现出一种”散、小、乱”的特点，因此抓住机遇成立一家专业化的综合语言培训机构，是不错的选择。

3.生源招收步骤（还应添加其他的招生来源）

能不能拥有生源,成为培训班成功与否的决定性条件,招生至关重要.招生工作应该做到以下几点:

⑴ 加大宣传力度,可以通过电视台做广告或散发宣传单或贴横幅等⑵ 可以和学校或企业达成协议组建培训班

4.团队机构人员配置

机构规模较小时实施直线职能的组织结构

⑴ 总经理一名总经理负责整个培训机构的管理和制度的制定，督促员工积极参与机构的运作，负责整个机构的内外交流，使其实现一体化

⑵ 行政人事部

主要职责:

① 招聘培训机构人员到职与离职人员的相关办理

② 各类人事资料的汇总,建档及管理,员工档案资料管理③ 员工请假,调休假作业,出勤状况,稽查,统计作业④ 员工考勤,督导并薪资核算

⑤ 对培训机构各项工作的纪律检查

⑥ 做好每次会议的会议记录

⑦ 收集培训机构在工作中积累的经验和不足之处并加以记录,以便下次借鉴和改进

⑧ 协调本部门与其他部门的联系

⑶ 财会部实行严格的财务管理

实现损益控制的手段是通过“周报表”和“月报表”上的科目对各个服务单元进行审核.审核内容包括销售额,顾客数,平均消费数量,食品原料的价格,记时工作人员的工资,电费,煤气费,水费等.通过报表上反应的实际情况向上级汇报。以便缩减发展空间小的单元，增设发展空间大的单元，充分利用我们有限的资金

运用管理控制手段，预算经济业务情况，根据实际不断调整计划，最终达到资本的最合理运用，使成本最小化。

初期人员设置（根据实际运作再调整)总经理1名财务部经理1名采购部经历1名信息收集员工2名各种语言讲师7-9名

另外选择小组组长若干名（每门语言课设一名小组长）培训过程

(1)前期培训运作：

对于培训的这一阶段，要注重细节，做好每一步事情，否则必定影响招收学生的数量及培训的资金运作前期培训的运作可以进行免费试听，教授学生们在外语学习过程中出现的问题及应对技巧，让同学树立语言的的重要性及兴趣。

无论怎样，前期培训都是必须注重教学效果的，对老师提出高的要求，优秀的老师安排在合适的位置。

(2）中期培训运作

如果前期的工作做的较好，那么学生应该正式步入学习的环节，课时的安排由教师和我们根据各门考试时间进行详细安排。同时应该注意以下几点:

第一，如果学生未能按时上课，制定制度，给予另外的辅导或者让同学自行学习，要求学生掌握实质的内容

第二，要求老师充分备课，如果当场课老师不能来，应有可以替补的教课老师

第三，根据情况开课，可以由最开始的日语培训班逐渐增加到英语、韩语、阿语、法语等；班级可以由最开始的初中高级班到考级班、冲刺班、出国班、网络班等；开课时间可以由日班、夜班、周末班到小时班及上门授课

(3）后期培训运作

如果机构经营顺利，后期应考虑规模的扩大，注意不断与老师进行协商，改进教学质量，只有把握市场需求才能在培训教育这方面有所得。后期应注重管理人员机制，合理的人力管理才是机构做大做强的保障。

同时建立自己的培训网站，扩大机构的影响力，并不断改善机构作业方式，在学员的语言学习中起到作用。

6.财政预算

投资教育具有投资资金相对较少、利润回报率较高、投资风险相对较小、社会地位高、现金流良好等显著特点

按照一般语言机构投资预算，在银川举办一个教学点需投资约40—50万元。其中办公场所租金8万/年，装修费用1万元/年，办公用品1万/年，水电费 1万/年，员工工资 15万/年，宣传费用4万/年，流动资金10-20万/年。（我自己估计的，具体情况还要考察）

7.合作融资方案

⑴ 面向教学机构的合作模式：

我方：提供培训项目、提供师资及教师教学计划、提供教学计划及培训教材；对方：在不影响正常教学秩序的前提下，提供可使用的现有教学场地、提供现有教学设施及设备、配合做好招生宣传及咨询工作。:培训费用分成。

⑵ 面向投资人的合作模式

投资人提供培训场地，以公司股份20%作为回报。

⑶ 直接融资

主要面向公司员工融资，且须控制融资数额。

⒏ 利润来源

盈利模式—— 学生培训收费、网站会员费、教材资料费。学费每年分为4期：暑假期、平时期、寒假期、平时期。每期辅导50小时，平均学费50元/小时，共计2500元/期，10000元/年，每名教师可带10名学生，每名教师每年可获得学费10万元，工资、奖金及其他成本除去6万元，公司净利润4万元

⒐ 风险分析

做为教育事业,基本没有风险,只要有生源一切的问题都可以迎刃而解，由于我们是初次做教育方面的，难免经验不足，但只要我们同心努力，相信成功在不久的未来

**第四篇：教育培训机构创业计划书**

一、办学宗旨

以追求高质量、高水平、高信誉为办学宗旨，依托启发式教育理念，朝气蓬勃的团队，为中小学生提供最优质的教育服务。严谨的办学模式，优质的教学效果，以注重学习兴趣的激发，整合先进的教学资源材料，在传授知识的同时，树立学生学习的信心，培养学习能力，从而全面提高学生的学习配置个性化的学习帮助计划和最适合的教学方案，释放每个学生的潜能，培养孩子阅读、发现问题、分析问题、解决问题、沟通与表达、合作学习、自我控制和调节、归纳和总结、创新等各种学习能力，培养孩子学习计划的制定、课前预习、做笔记、课后总结、考试总结五种优良学习习惯。小学到高中各年级学生以及技校中专升大专学生均是我们的目标客户。肄业班学生主要采用精品小班化（2～4人）培训，肄业班部分富裕家庭的学生采用“1对1”兼“1对2”个性化辅导。初三和高三是主要的目标客户群，采用“1对1” 兼“1对2”个性化辅导模式。（其中“1对2”模式学生必须具有共同特点具有可比性，基础相当，接受能力相当。）

A；学员定位：以中高收入家庭中学生为主，以低收入家庭托管和中专升大专学生为辅。

B：师资定位：以我校专职教师为主，以各重点中学在职教师和知名高校的优秀研究生兼职为辅。学历均要求本科以上，有经验者优先。

C：教育选址：鄂前旗中学附近。

D：招生模式:委托中学生（最好是有影响力的学生会干部）在班级中发放传单，；委托学校中相关负责人或老师（班主任，深受学生喜爱,教副科的老师一般自己不做家教，在利益的驱动下会向我机构介绍生源到我机构学习，抽取提成，学生成绩提高，作为班主任也会得到奖励，会和我机构形成长期的利益链关系。

E：招生宣传：海报宣传、传单宣传、横幅宣传、设点宣传，城市论坛发帖，与校区旁商户合作，保持消息灵通，寒暑期搞一期“免费学习”（针对家庭贫困的品学兼优的学生），适当的增加媒体宣传力度。后期以口碑等多种宣传方式并进。

二、教育模式

•个性化教育思想：最适合的教育是最好的教育。•个性化教育理念：多元学习。

•个性化教育模式：一对一（小组和大班也可实现）

•个性化教育技术：个性化分析、个性化管理、个性化教学、个性化学习。•个性化教育体系：一个团队辅导一个学生。•个性化口号：引领成长，成就未来。

1、教学特色 •启发式教学—创新--实践

懂得如何启发，是教人的一大艺术。教育的艺术不在传授,而在鼓舞和唤醒。教育中应该尽量鼓励个人发展的过程。应该引导儿童自己进行探讨，自己去推论。假如一个先生想用知识去启导一个葬身在无知之中的学生，他便先得激起他的注意，使它能用一种贪婪的心理去吸取知识。教师的职责，不在于教给孩子讲的学问，而在于启发孩子的学习兴趣，当兴趣已很浓的时候,再教他的学习方法,这才符合优良教育的原则。给他们讲的应该尽量少些，而引导他们去发现的应该尽量多些。孩子提出的问题越多，那么他在童年早期认识周围的东西也就愈多，在学校中越聪明，眼睛愈明，记忆力愈敏锐。要培养自己孩子的智力，那你就得教给他思考。硬塞知识的办法经常引起人对书籍的厌恶;这样就无法使人得到合理的教育所培养的那种自学能力，反而会使这种能力不断地退步。教育中要防止两种不同的倾向：一种是将教与学的界限完全泯除，否定了教师主导作用的错误倾向；另一种是只管教，不问学生兴趣，不注重学生所提出问题的错误倾向。前一种倾向必然是无计划，随着生活打滚；后一种倾向必然把学生灌输成烧鸭。•因材施教

凡是出于人为的事,人都能破坏它,只有自然的本性是不能消灭的,因此教育必须“遵循自然”。教学必须符合人的天性及发展的规律.这是任何教学的首要的最高的规律。知教育者,与其守成法,毋宁尚自然;与其求化一,毋宁展个性。培养教育人和种花木一样，首先要认识花木的特点，区别不同情况给以施肥、浇水和培养教育，这叫“因材施教”。人像树木一样，要使他们尽量长上去，不能勉强都长得一样高，应当是：立脚点上求平等，于出头处谋自由。当教师把每一个学生都理解为他是一个具有个人特点的、具有自己的志向、自己的智慧和性格结构的人的时候，这样的理解才能有助于教师去热爱儿童和尊重儿童。•养成性教育

生活、工作、学习倘使都能自动，则教育之收效定能事半功倍。所以我们特别注意自动力之培养，使它关注于全部的生活工作学习之中。自动是自觉的行动，而不是自发的行动。自觉的行动，需要适当的培养而后可以实现。播种行为，可以收获习惯；播种习惯，可以收获性格；播种性格，可以收获命运。儿童不是用规则可以教得好的,规则总是会被他们忘掉的。习惯一旦培养成功之后，便用不着借助记忆，很容易地自然地就能发生作用了。习惯真是一种顽强而巨大的力量，它可以主宰人的一生，因此，人从幼年起就应该通过教育培养一种良好的习惯。•情感教育

没有爱，就没有教育。只有爱才是最好的教师，它远远超过责任感。热爱孩子是教师生活中最主要的东西。精神空虚，思想枯竭，志趣低下，愚昧无知等，绝不会焕发和孕育出真正的爱。尊重来源于爱，要尊重儿童，不要急于对他作出或好或坏的评判。只有在有良心和羞耻心的良好基础上，人的心灵中才会产生良知。良心，就是无数次发展为体验、感受的知识，正是在它的影响下，必然会派生羞耻心、责任心和事业心。只有心地善良的人才能易于接受道德的熏陶。谁要是没有受到过善良的教育，没有感受过与人为善的那种欢乐，谁就感觉不到自己是真实而美好的事物的坚强勇敢的卫士，他就不可能成为集体的志同道合者。•劳动教育

劳动的崇高道德意义在于，一个人能在劳动的物质成果中体现他的智慧、技艺、对事业的无私热爱和把自己的经验传授给同志的志愿。一分耕耘，一分收获，要收获得好，必须耕耘得好。劳动磨练行动的意志，劳动的荣誉感抵制个体的懒惰，间接促进心灵的勤奋，精神的浩瀚，想象的活跃。劳动可以使我们摆脱三大灾祸：寂寞、恶习、贫困。每个对孩子将来负责的父母应该牢牢记住这个很重要的育儿原则——替孩子们做他们能做的事，是对他积极性的最大打击。•教学方法 授人以鱼，不如授人以渔。最有价值的知识是关于方法的知识。教师之为教，不在全盘授予，而在相机诱导。教是为了不需要教。就是说咱们当教师的人要引导他们，使他们能够自己学，自己学一辈子，学到老。只有让学生不把全部时间都用在学习上，而留下许多自由支配的时间，他才能顺利地学习（这）是教育过程的逻辑。不能把小孩子的精神世界变成单纯学习知识。如果我们力求使儿童的全部精神力量都专注到功课上去，他的生活就会变得不堪忍受。他不仅应该是一个学生，而且首先应该是一个有多方面兴趣、要求和愿望的人。问题不在于教他各种学问，而在于培养他爱好学问的兴趣，而且在这种兴趣充分增长起来的时候，教他以研究学问的方法。

2、教学优势与亮点 •强大的师资力量保证

聘请一线教龄4～5年的本科及以上学历的优秀教师，教学业务熟练，课堂掌控能力强，考点把握准确，授课严谨而不失活泼，善于沟通，仪表端庄，举止大方，为人师表。•量身定制学习计划，针对性强

首先对学员进行专业的水平测评，并根据学员想要达到的目标，由教务部联合班主任老师，为学员量身定制学习计划，进行有针对性的教学，提高迅速。•灵活的上课时间

一对一的学习方式，时间和地点都具有灵活性。学员可根据自己的时间和老师预约上课时间，避免了没有时间上课的情况，确保学员的每一分学费都有超值的回报。•专职学习助教跟踪辅导

我们为每一位学员配备一名专业的学习顾问，帮助学员做课前的预习和课后的复习，强化课堂学习的效果。定期为学员做测评，确保教学质量。

•寓教于乐，快乐轻松学习

树人机构特有的知识构建法，使孩子轻松掌握，牢固记忆；树人机构特有的教学资料编辑，给学生以最新最前沿的学科信息，与时俱进。

三、市场前景

1、国内基本的市场状况

中国有超过70％的中小学生选择用课外辅导的方式来弥补学校教育的不足，而大考冲刺阶段的学生选择课外辅导的比例更高，其中愿意拿出上万元为孩子买单的家长竟占到调查总数的1/3。按70％的比例计算，仅在中国各大城市，就有4000万～5000万的中小学生参加课外辅导，即便平均每年每人只花费1000元，这个市场也具有400亿～500亿元的规模。”中国从小学到大学的学生人数占世界的17%，但是教育市场价值却只占2%。从这一报告来看，中小学教辅的市场开发尚处于起步阶段。

目前，纷乱繁杂的中小学课外辅导市场正在走向三分天下的局面：家教、本校教师补习班和独立辅导学校。但从发展趋势上看，由于国家明令禁止“校中校”及学校内开设辅导班，大学生家教又难以产生专业化、规模化的经营模式，专业的教辅机构将是唯一能够统一中小学教辅市场的势力。

教育企业拥有良好的盈利能力和现金流，从利润率上看，成熟的教育培训类公司利润率在15％~25％之间，而高端培训的净利润可以达到35％~40％，与发展已经比较成熟的IT培训、英语培训、EMBA培训相比，早教、中小学教辅、职业培训、网络教育、民办学校等细分市场，有着很多投资进入的新机会。业内人士观察，未来10年，碎片状的教育市场将逐渐聚合为几个巨头，现在能够在教育价值链上找到自己的位置，并及时吸引到资本的50家企业占整个市场的80％。伴随政府管制、人们的价值观和生活水平的变化，教育领域还会有更多的机会和模式冒出来。

2、市场发展空间分析

在市场供给主体方面，呈现出一种”散、小、乱”的特点。现在广大的市场究竟被谁占领了呢？调查表明：A.其他各类并不专业和不正规的培训中心采用低成本运行、收费较低，吸引了部分学生和家长；B.在校教师个人在家举办的辅导也瓜分了市场；C.大学生家教也扮演了重要的角色；D.各类中介和家教中介网站也分得了一杯羹。绝大部分的家教服务机构既未经过教育行政部门批准，也没有经过工商行政部门注册，根本就是不具备经营家教资格。

从概念上来看，家教为家庭式教育，事实上社会上大量补习班、培训班一定程度上“抢”了家教的市场，分流了不少客户资源。目前，基于市场竞争现状及竞争下散、小、乱的无序特点，家教市场已呈现出明显的信任危机。因为行业的不规范操作和声誉较差，造成了部分学生和家长持观望态度。

从趋势上来看，目前大家都已经意识到传统的“中介型”家教所具有的局限性以及市场细分的趋势，也都在努力对自己的业务进行横向的发展。此外，还出现了“合同家教”，即家教有效果家长才付钱。

随着经济的发展，教育开支渐渐成为一个家庭的主要开支，支出不断攀升。近年来国家除了原有的小升初考试、中考、高考、考研、考博外，现在又有了公务员考试、村官考试、教师招聘考试、事业单位考试。正因为这些大量的考试，才催生出繁荣的教育培训市场。

分析了这几年课外辅导行业发展迅速的原因。第一，近年来中小学基本取消了学生晚自习，这一举措无形中把学生大量的在校时间，推到了教育培训机构里。第二，中小学禁止在职教师私自为学生补课，这样把原本在老师家里上课的学生也推到了教育培训机构。第三，新东方在海外的成功上市，吸引了大量的风投资金投向教育培训市场，从而使得教育培训机构不再是原来的自有资金发展，而是引入资本促使教育培训市场高速发展。

未来中小学课外辅导市场将成为各地教育培训市场的重头戏。根据相关调查显示，中国有70%的中小学生正在上课外辅导，重点城市普及率达到了90%。而另外一项调查显示，被调查的家长中有三分之一愿意为子女的上万元辅导费买单。

四、教育培训优势、劣势 优势：

1、固定资产投资是非常小，经营成本小，流动资金只有工资和房租以及日常零星开销，与托管机构合作互补性也很强，复制会很快；

2、赏识启发、因材施教、养成性教育，授人以渔产品四大特色。

3、教师成为小股东，具有分红权，教师招到生源，提取10%的课时费作为招生提成。教师主人翁地位加强，积极招生宣传。

4、质量保险给家长定心丸会招徕大量生源；成绩提高，对教师和学生双奖励机制，成绩退步问责制度，同时辅以资金惩罚。劣势：

1、时间劣势。在课外补习方面，学生必须在学校读书，因此只能周末和晚上参加课外补习，降低了我们的盈利能力（暑假和寒假除外）。

2、公共关系劣势。我们在政府关系方面和社会人际关系上缺乏人脉，但是在教学过程中却能接触到实力强大的学生家长，因此我们可以充分利用。机会：

鄂托克前旗目前为止还没有特别知名和专业的初高中课外辅导机构，有利于抢占市场和品牌建设。威胁：

项目推出后无疑会带来模仿者，它们主要来自于现有家教机构、新加入者这两个方面。它们都有各自的优势，同时也有其劣势。虽说任何项目都有风险，但不得不说，本项目的风险系数确实很小。

五、利润分析

我们创业初期的收入就是学生缴纳的学费，因此要求我们做到“让学生满意”。我们将每年分为四期：暑假、平时、寒假、平时。每期辅导50小时，平均学费60元/小时，共计3000元/期，12000元/年，每名教师可带15名学生，每名教师每年可获得学费17万元，工资、奖金及其他成本除去10万元，净利润7万元，国内成功的教育企业如学大教育、的教师总数超过了4000名，并且他们的收费比我们高出50%多，因此他们每年的学费收入达到了3—5亿，而他们的真正发展时间仅为1—3年。

我们在利润和财务方面努力的目标是：总投资10万元，在鄂托克前旗试点运行，12个月后实现基本的收支平衡，3年实现净利润50万的目标，在实现50万的净利润后我们将实行扩张和新一轮融资，为创建教育名牌做准备。

六、投资估算

投资教育具有投资资金相对较少、利润回报率较高、投资风险相对较小、社会地位高、现金流良好等显著特点。投资预算明细表（总投资25.3万）固定资产

办公场所租金 3万/年 办公用品1万/年 水电费 0.5万/年 办公装修费用 2万元/年 流动资金3.5万 前期投资总计 10万/年 流动资产 员工工资15万/年 宣传费用 3000元/年

总计投资 25.3万（不含学费收入）

**第五篇：艺术培训机构创业计划书**

艺术培训机构创业计划书范文（精选4篇）

随着人们对艺术生活的追求，越来越多的人开始参加艺术培训，下面是小编为您整理的艺术培训班创业计划书范文，仅供参考，希望您喜欢！

艺术培训机构创业计划书1

第一部分：工作室概况

一、工作室名称：xx舞蹈工作室

工作室设立背景：xx科技学院xx街舞团体成立于20xx年（原f3街舞团体重组）有xx最权威的师资力量！

让你在xx科技学院彻底感受街头文化的火热气氛！

二、公司经营项目：舞蹈培训、商业演出

（1）舞蹈培训

据调查，xx目前近年来各类高校都拥有着自己独特的文艺社团，在历届校园演出中，舞蹈则是每场演出的亮点。街舞、民族舞以及动感拉拉操舞等表演都一直深受学生的喜爱。

学习舞蹈不仅能够充实自己的业余生活，更能满足自我表现欲，达到自信心的进一步提高。在都市白领人群中，忙碌的工作难免会使身心压抑。

选择放松的方式除器械健身之外，舞美健身则备受白领人群的青睐。颈肩劳损是长时间工作留下的通病，而增强运动能则有效的改善这一状况，通过舞蹈及音乐方面的感官刺激，并渐渐能改善心情。

特此，我们的定位是综合性的舞蹈工作室，开设课程∶

poppin（常规班）

poppin（提高班）

breaking（常规班）

breaking（提高班）

jazz（常规班）

jazz（提高班）

（2）商业演出

近年来各类商家都争先恐后利用各种宣传手段来提升自己。无论是品牌汽车、精品楼盘还是各类电器及商品的品牌促销，商家都会选择用商业演出这一项活动来争夺消费者的眼球及关注。

由于外请的演员演出价格比较贵，许多商家则把眼光头像了在校大学生，一是大学生素质比较高，二是商家眼中的“廉价劳动力”。

而我就是慢慢从一个“廉价劳动力”变为一个“专业商业团队”的领头人。大二期间，我就开始频频参加这类活动。

商业演出活动时间一般是都安排在周末，这样一来时间不仅不会影响自己的学习课程，还能赚取一份额外的收入，减轻家庭负担。

身边越来越多的朋友希望加入到我的行列，我聚齐了好朋友共同参与，取名为xx舞蹈工作室。就这样我带领着学校内舞蹈特长女学生打开了xx商演演出舞蹈市场。

三、项目投资：

1、培训班（包括场地两年年租费约6000元；装修费用约1500左右元；设备费用约500-600元；宣传材料费约200-400元；（三个导师平均出资，一个出资约2800-3000左右））

四、项目概况：

1、项目目的：

为喜欢舞蹈及想通过舞蹈培养自身气质的顾客提供完善的学习地点，演出基地（包括各种舞种培训，舞蹈编排，舞蹈参赛指导，商业演出等）。

同时为在校大学生提供勤工检学岗位，提供专业舞蹈演员的培训与指导。以满足文明大都市人们追求精神需要提供优质服务。

2、背景：

在近几年的工作中，原xx街舞队成立于20xx年，一直担任xx市xx礼仪演绎公司的街舞成员，多次担任街舞编导，伴舞商业方面积累了许多信息及资源，演员方面人才输送由校舞蹈队大力支持。培训方面拥有xx地区各商业公司支持，可大大缩短宣传周期，提高教学培训班效率。

3、可行性：目前已在实施，并取得较好成绩。

六、回报期：

最多约为两个学期（1年）即可全部赚回所有出资费用。

3科培训班满10人开班，所需教学费用均为300元每人，教学时长为每星期两节课（90分钟），即可赚回1年租费。

我们还可以在服装道具这方面变相赚取利润，报名之后学员必须要购买队服，会经常性的开设一些街舞小型比赛赚取报名费用，我们会经常联系一些有需要商业宣传的公司，也可赚取相对的费用按报名总人数（50人）计算，报名费收入约为15000元，除去房租、水电、宣传费用，第一次赢利约为1500-2024元左右。

如有其它情况临时商议。

第二部分：市场分析

一、舞蹈行业的发展历史

舞蹈行业在欧美韩等发达国家地区得到了的蓬勃发展。世界各国人民无时无刻都在追求着物质文明的同时也在追求着精神文明。舞蹈无疑成为了精神文明的代言人之一，显示出强大的生命力。

目前，虽然我国的舞蹈培训机构已日趋承受，但集培训与演出为一体的综合性舞蹈培训机构还处于初始阶段，人们对舞蹈艺术带来的商业成效还未充分的认识，国内的商家和企业在自身的宣传规划方面大多处于一种比较清晰、力求创新的状态，而文艺宣传在日益激烈的国际国内市场竞争中必然会成为一种的趋势，通过文艺节目的.途径吸引顾客，在顾客身心得到放松的情况下增加了顾客对企业或产品的了解。

因此，将商业演出快速推开，不仅使众多的国内企业可以有效提高品牌的影响力和知名度，而且，人民在享受政府带来美好社会环境的同时，享受高品味、多姿多彩的精神生活。

二、舞蹈工作室现阶段的发展状况

集培训与演出为一体的综合性舞蹈培训机构的发展，将有具大的潜力。更重要的是xx目前这一职业项目尚处于空缺。

因此，可以通过我们自身的专业知识，培训专业的商业演出人员和有提高自身气质与修养需求的人，同时帮助大学在校生提供勤工检学岗位，使该项目在解决自身创业、带动就业、缓解大学生学费压力的同时满足现阶段人们对高层次精神文明享受的追求。

第三部分：市场风险预测

一、营收风险

在现阶段，尽管舞蹈工作室的经营模式在欧美地区及我国北京，广州等大城市的营运已取得成功，但xx地区的开展会有一定的风险。

其一，xx地区的消费能力及消费观念还未达到普遍要求的水平，与北京、上海大城市相比，存在比较大的地域文化差异，xx人的民俗习惯历来是重物质文名不重精神文明，所以北京的成功并不意昧着xx的成功；

其二，由于服务的内容较为抽象，属于无形商品，体现的是无形资产，其价值难以量化，顾客还需有一个认识和接受的过程。不过主要针对的可以是大学在校的学生。

二、技术风险

舞蹈培训是引领精神文明新时尚的职业，随着日益增长的物质和文化需要，舞蹈技术、教学技术要不断更新改造，要涉猎各种舞种综合知识，为各种不同需求群体提供服务，为了防范技术风险，必须在原有的基础上，通过工作实践提高，不断改造学习，创新品牌，独树一格，做出自有的特色。否则滞后于社会发展，必然受到社会淘汰。

第四部分：自身优势

从事舞蹈教学及编排几年时间，有着丰富的培训及演出经验。秉着自己对舞蹈的热爱和敏锐的市场洞察力，自己几个合作伙伴都有较超前的思维，率先步入开创xx集培训与演出为一体的综合性舞蹈培训机构的行列，凭着自己对舞蹈的执着追求，努力提高自己的舞蹈技能。

因此，我相信自己经过不懈努力有能力将xx舞蹈工作室经营得很好。

由于自己对舞蹈培训及商业演出有着浓厚的职业兴趣，个性特点也与职业要求想匹配，并具有诚实、热情、稳重的良好品格和刻苦努力勇于开拓的坚强性格。

对开创新事业有一定技术和职业能力基础，拥有善于沟通，亲和可爱，易于让他人接受的美德。

从零三年至今，在舞蹈行业获得多次重要奖项。原F3在20xx的校园舞林大会获团体一等奖，2024年与何润东和沈建宏同台演出；经常性的承办xx市以及周边地区的街舞活动，带学员参加各系的演出活动以及有带过四届学员的丰富教学经验，是校园街舞文化的主流。所以，我坚信，我的努力不会白废，机会是留给有准备的人的。

第五部分：环境及地理优势

位于xx市xx科技学院门口最繁华的街道中心地带，属于学生出来逛街打发时间人流最多的地带，适合各种消费群体，是xx市最大的购物中心，人流密集。环境可谓得天独厚。

第六部分：可行性分析

一、目标客源的范围

（一）舞蹈培训：

1.主要对象是学校在校学学生及周边青少年。

2.有需要的人员（求职者、大学毕业生、企业领导人）。

二、项目特色

结合xx的具体情况，引入新行业、开拓新思路，寻求新突破，以满足人们日益增长的物质文化需要和精神文明需要，更重要的是通过商业演出为商家和企业宣传，提高企业产品，商品品牌，提高在社会地位中的竞争力。

通过舞蹈技能培养专业商业演出人员，引导更多的人员通过掌握一技之长从事创业和就业或重新调整职业岗，让社会充满和谐。

为此，项目的发展前景适合xx市，需求潜力之广阔，更能得到大众的支持，人民的接受。

第七部分：工作室发展展望

十一月，xx舞蹈工作室将要走进xx各大高校进行巡回演出，希望通过此次活动吸引更多商家及学生朋友的关注。在未来的两年内，我们要将舞蹈培训深入到各大校园，帮助提升校园文化生活，成为某某大学生众所周知的舞蹈学习品牌。

另外，在商业演出这一项目发展过程中，我们要从承接演出逐步转变为活动主办方这样一个角色。更好的为大学生与社会服务，努力成为有利于大学生与社会交流的现实平台。

艺术培训机构创业计划书2

一、企业概况

1.本机购书属于艺术培训服务行业，名称为（xx艺术培训中心），是一个个人独资企业。主要提供各个在校学生的各种艺术培训，重点科目是即将参加高考的艺术类在校生的美术、音乐、舞蹈、器乐。

艺术培训中心位于庆师院内或庆师院附近，开办初期是一家小型的艺术培训中心，经过一段时间的发展，创建自己的培训品牌和培训特色，将成为大庆市最为专业的，最为正规的服务机构。之后，我们将会继续发展，在全国各大城市开办各连锁培训中心，进军全国。

艺术培训中心的所有者是xx，经理xx，顾问xx，我们将精诚团结，共谋大业，以我们的智慧、才能和对事业的一颗炙热的心，一定会成为本行业的佼佼者，独领风骚。

4.本机构需创业资金--元，其中--元已筹集到位，剩下--向银行贷款。

二、经营目标

1.虽然地理位置处于中心地段，周边环绕丰泽园，广厦西苑.......众多小区及中小学校，生源相对丰富，竞争对手不多，但本机构刚刚开办，想要打开市场，必须要在教学服务质量和学生家长的需求上下功夫，取得他们的信任，不断的开拓市场，巩固市常短期目标是在本市内站稳脚跟，谋求进一步的发展。

2.本机构将在2年内增设两家下属分布，逐步发展成为一家师资力量雄厚，培训服务一流，并有一定市场占有率的培训服务连锁机构，在油城众多培训辅导品牌中闯出一片天地，并成为培训服务行业的知名品牌。

三、经营计划

1.培训辅导：培训输出，为客户配套各个科目的一对一，或一对多的培训服务。

2.培训辅导班：学生可以来我们开办的速成班里上课（可以单点教师一对一授课），班级可分5人以内和15人以内的中小型班。

3.经营时间：每天上午8：00-11：00，下午14：00-17：00

4.对以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会在教学质量、服务态度、价格行情等方面下功夫，争取获得更多的客源。

四、人事计划

1.本机构运营前期，初步计划设立四个部门（市场部、教学部、人事培训部、财务部），招收多名全日制雇员（包括数名教师），多名临时雇员（教师）。

具体内容如下：

（1）通过学校招聘本校艺术类学生，有一定工作经验和工作能力，有良好的职业道德，工作认证负责，有爱心，有积极的上进心，有团队精神的在校大学生（男女不限），应聘者持《招用职工登记表》，并附入个人资料来面试。

（2）同时邀请各大名校老师教授等来我培训中心授课、讲解。

（3）经面试、笔试、综合测试合格者方可录用（有试用期）。

2.为了提高服务人员的整体素质，被招聘上岗的人员都需要接受专业的培训。具体内容如下：

（1）制定培训计划，确定培训目的，制定评估方案。

（2）实施培训计划，贯彻学习教育心理学和各种规章制度。

（3）考核上岗，对于不合格者不予录取或停职。

五、管理运营

制度管理在公司经营过程中，管理与效益是亲密相关的，因此，制度化的管理在运营过程中是相当重要的。

相关的管理制度有：

出勤制度、固定资产管理制度、财务管理制度、工资的发放管理制度、业绩与员工工资的关系制度、人事培训制度、管理人员的权限规定制度、员工的奖惩制度、员工工作制度、教案作业管理制度、培训输出管理制度、班级管理制度、会议管理制度。

六、市场分析

1.生源：xx培训中心的中心目标顾客有：xx小区.....的中小学生高中生。

2.竞争对手：周边已有数家培训中心，但规模都不大，办学体制也不够健全，是薄弱环节，在竞争中我们占有较大的优势。

艺术培训机构创业计划书3

一、创业原因：

四年时光转瞬即逝，我们即将离开母校，能够在毕业后找到一个工作是所有毕业生的愿望，也是家长、学校、社会和国家共同的期盼。

在这样的大背景下，今年的大学生就业形势可谓相当严峻。自主创业成为很多毕业生的首选目标，经过两个多月的实地调查和走访，我决定也加入创业的队伍中，与同学合伙开办一家音乐培训中心。

二、创业意义：

个人：砥砺人生，培养能力，创造财富，实现个人价值社会：提供就业岗位，满足城（县城，下同）乡居民越来越多的精神文化需求，弘扬民族器乐，传承音乐文化国家：一定程度上支持国家的素质教育、精神文化建设以及新农村建设。

三、宗旨：服务社会，实现个人价值

四、机构概述

（一）机构名称：xx艺术培训中心（暂拟）

（二）地址：xx县

（三）机构性质：个体合作。

（四）业务：

1、音乐培训（钢琴及各种乐器：以民乐为主，理论知识：乐理、和声等）

2、乐器销售（民族乐器为主）

3、承接各种演出业务

（五）客户：

在校中小学生、幼儿园学生、城乡农民演出队及其他热爱音乐的人士

（六）战略：

在运行伊始举办本中心所有教师参加的全县巡回演出，以展示教师的精神风貌和专业技能。一年至少举办一次展示学生成绩的比赛或观摩。年底，在县城举办大型的音乐会。

一段时间过后，壮大自己的同时向周边邻县扩展。具有一定规模后，可以进行招标与热心人士联合办学。

（七）师资：

授课教师一部分是音乐专业的应届和往届毕业生，一部分是有一定专业知识和高超民乐演奏技能的民间音乐人士。具有一定规模后聘请大中专学校音乐教师客座指导。

（八）组织决策：

成立本中心组织委员会，选举委员会主任，一般决议由委员会主任决定，重大决议由委员会全体成员表决，三分之二为通过。

五、财务预测

启动资金：20万元（成本15万元，流动资金5万元）

营业面积：200㎡—300㎡

资本结构：自筹、借贷

六、成功因素

（一）主观因素培训中心的教师由应届或往届音乐专业毕业生和民间资深音乐人士组成，专业知识丰富，专业技能过硬

（二）地域因素xx县地处鲁北地区的中心地带，人口众多，交通便利，环境优美，人文资源丰富，享有“孙子故里”的美誉

（三）行业市场xx县以及邻近的县城还没有一家专门的音乐艺术培训中心，几个小琴行也只是专营民族乐器的销售，并不作艺术培训。

我们与他们相比，有一定的优势和竞争力

（四）现实因素

①随着新城镇和新农村建设的发展，城乡人民的精神文化需求越来越强烈，音乐相比于其他文化活动来说，无疑具有优势。

②国家提倡素质教育，音乐是是其中重要的一部分。许多家长也希望孩子能在音乐上有一技之长，给自己增加才能的同时也给家庭带来欢乐。这就有了广大的生源。

七、风险评估：

商业经验不足，或导致受骗和亏损。县城毕竟是县城、农村毕竟是农村，在经济危机大背景下，城乡居民或许在精神文化的需求上有所自我遏制，对生源可能是个挑战。

由于参股的成员多数家境并不宽裕，或者家长不支持，加上借贷的可操作性变数较大，最终导致资金不足，计划搁浅。

艺术培训机构创业计划书4

一、主办单位：某某大学创业社

活动对象：xx市中小学生

活动形式：艺术特长培训班

活动场所：xx师范大学

活动时间：初步定于周末

二、培训班的性质：

1、培训班主要是给热爱艺术的中小学生提供一个安全、可靠、全面的学习的平台。

2、本培训班依托曲师大美术学院和音乐学院的强大的资源优势，本着为同学们服务的宗旨，为在校大学生提供一个锻炼自我的机会。

三、活动目的：

一方面为热爱艺术的中小学生提供一个理想可靠的学习的平台，培养他们的艺术特长。

另一方面利用青春创业社这个平台，为在校的大学生提供一个教学实践的平台，利用他们的专业特长给孩子授课，同时获得一定的报酬。

四、活动意义：

1.充分落实创业社的宗旨，本着为同学们服务的原则，利用在校大学生的课余时间，实现能力和报酬的双丰收。

2.该活动由青春创业社举办，可以很好的锻炼我们创业社人员的组织能力与应变能力，提高人员的综合素质。

在举办活动的同时会很大程度上提高青春创业社的公众认可度和知名度，从而为创业社争得较高的荣信誉。

3.作为创业社一次新的项目的尝试，通过举办培训班，为以后创业社项目的开展奠定一个良好的基础，同时活动发现自身的不足。

五、活动内容：

培训班本学期计划开展六期，每一期确定一个主题。

主题含书法，素描、水粉、声乐、器乐，舞蹈等。

具体安排：每位助教负责5-7名会员，教授其基础知识、指点错误、答疑等。

每次根据来的人数，安排助教的人数。

授课时间：上午8：00——11：00；下午3：00——5：00

六、培训班收费和盈利

收费标准应该低于市场价，初步定于每小时25元，可根据行情商议另行调整。

七、活动前期准备

（1）做好宣传工作和准备工作

（2）人力资源、主教和助教届时务必到位

（3）邀请老师做讲座时，提前制作邀请函，提前预约并确认时间

（4）主持人提前做好准备

八、所需器材：书画用品会员自带。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！