

# 重庆商业计划书咨询代写公司

产品名称	重庆商业计划书咨询代写公司
公司名称	贵州云叶科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	贵阳市南明区国际中心1号楼
联系电话	18208473065

## 产品详情

重庆商业计划书 BP（商业计划书）写作

这是一篇很长，也可能目前好、全、实用的商业计划书写作攻略，值得认真学习。即使你不创业，也值得花时间阅读收藏，帮助你理解商业世界。

为了寻找不错的项目，投资人常常要阅读大量的商业计划书，据说看完一份商业计划书只需3分44秒，那么，创业者如何让自己的项目脱颖而出？

虽然不能保证你的成功，但伞友相信，这篇强商业计划攻略，必定可以减少你失败的概率。

内容太多，怕你读起来枯燥，我先将目录列在这里：

### 目录

- 一、为什么写好商业计划书很重要；
- 二、你的想法会被投资人拿走或抄袭吗；
- 三、什么时候需要准备商业计划书；
- 四、商业计划书写多少页合适；
- 五、PPT，WORD，PDF？用哪种格式；
- 六、商业计划书先写什么，再写什么；
- 七、如何通过数据锦上添花；

- 八、怎样写好项目的产品介绍；
- 九、关于商业模式和发展规划；
- 十、如何做好市场和行业分析；
- 十一、正确分析你的竞争对手；
- 十二、做好团队介绍要注意什么；
- 十三、关于财务预测与计划；
- 十四、关于融资需求与股权结构；
- 十五、关于日后的退出机制；
- 十六、商业计划书内容注意事项；
- 十七、书写商业计划书的禁忌；
- 十八、投资人对哪些点感兴趣；
- 十九、投资人经常问的问题有哪些；
- 二十、写好商业计划书，如何找投资人；
- 二十一、邮件发送商业计划书的注意事项；
- 二十二、怎样知道投资人对我的项目是否感兴趣；
- 二十三、种子/天使轮、A轮、B轮的商业计划书有哪些区别；
- 二十四、商业计划书现场演示要注意哪些问题；
- 二十五、其他补充问题。

BP（商业计划书）的重要性不言而喻

下面进入正文

一、为什么写好商业计划书很重要？

1. 足够好的项目，是不需要商业计划书的；

足够闪亮的项目，投资人都是追着去的；不过这种传说级别的项目毕竟是少数；

因此对于大多数创业者而言，是要去重视的，以便赢得与更多人接触交流的机会；

2.商业计划书是对自己商业的梳理；

BP（商业计划书，下同）是给投资人看的，更是给自己看的，通过BP梳理自己公司的发展状态、发展战略和资本部署是非常必要的；

好的BP可帮你提炼和梳理创业思路，指导你分析市场和用户、找到好的定位和切入点、明确产品逻辑和业务走向、规划发展路径，搭建团队，定制资金规划；

虽有一腔热血却缺乏深度的思考，不太容易成功。落实到纸面上，迫使你检查自己的运作构思是否可行。帮你改正却不切实际的想法，降低试错的代价。能够让你加深对核心的记忆，如市场竞争，解决方案等；

3.商业计划书是找投资人的敲门砖；

打动投资人，从来不是一份商业计划书就可以做到的事，它只能帮你打开大门，进门以后的路会有更多的挑战；写好一份商业计划书，不仅是对投资人的尊重，更是对自我创业初衷的肯定；

商业计划书更利于交流。更容易把你的商业构思讲给供应商听，讲给客户听，甚至是讲给你的丈母娘听。写出来的商业计划书能让你的交流和视野聚焦在重点上；

BP更多的只是一个情书，目的是让投资人对你产生兴趣，有了兴趣才可能达到后面的事情；

4.帮你简洁快速的展示你的项目；

一份简历，如果没在5秒钟内引起HR的兴趣，就会被扔到垃圾桶。同理，想在VC堆积如山的商业计划书中脱颖而出拿到融资，更需要功夫；

一个事情5分钟说不清楚，基本上不是好项目。我问了一个做投资的朋友，你觉得好的项目有多少？他的回答是，大部分不及格，小部分能打60分，一小撮80分，90和100分的都是可遇不可求的；

5.一份好的商业计划书为企业加分不少

凡事预则立，不预则废。创业之前，你一定要做份商业计划书来审视下你的想法；

调查显示，曾做了商业计划书的创业者，公司发展更快，更容易从供货商那里拿到原材料，更快拿到笔订单，在产品改善方面的工作会更出色，失败的概率会更低；

在企业的发展中，商业计划书做得很早，很难对销售或是企业利润起到直接的作用。但它帮你建起公司，让公司顺利运转，减少失败的可能。

二、你的想法会被投资人拿走或抄袭吗？

创业者需要对自己的业务和投资人的背景做充分的准备和思考：

1.投资人跟你要做的项目有冲突吗？他是不是投了类似的公司？这也是可以事先了解的；

2.他的投资公司靠谱吗？你们之间的契合度怎么样？你是否愿意接受这样一个长期的合伙人？要抱着找创业伙伴的心态来找投资人；

3.你害怕抄袭吗？还是有竞争壁垒不惧抄袭？

### 三、什么时候需要准备商业计划书？

可能是在融资、可能是在招合伙人、可能是申请某项基金，甚至是为了说服自己给自己洗脑从而脱产创业。这个时候，就可以开始写商业计划书了。

### 四、商业计划书写多少页合适？

1.关于商业计划书的页数，调查结果有很多种：

有：1页说，7页说，5-8页说，10页说，10-20页说，15-20页说，30页说等等.....

2.但是有一点是可以肯定的：

在保证展示重要内容的前提下，越少越好；很多投资人可能每天都能收到十几份的BP，如果页数太多，看不完的概率会很高；

3.综合调查结果，建议如下

PPT10页以内，一定不要超过15页，比较合理。

### 五、PPT,WORD,PDF? 用哪种格式

关于格式，有WORD、PPT、PDF、思维导图几种说法：

1.众多调查结果中，绝大多数投资人更喜欢PPT而不是WORD，使用PPT，图文排版更方便、表现更丰富，方便讲清楚创业项目。PPT一般是按页查看，让人更有耐心去了解；

2.PPT版的商业计划书适合在展示或路演时使用，而WORD或PDF版本则适用于通过筛选后的进一步展示，内容上也更详实；

3.而思维导图，能帮助一目了然的展示思路；

无论哪个版本，把所有内容融会贯通、熟记于心都是必要的。

### 六、商业计划书先写什么，再写什么

商业计划书，一般都包含产品介绍、商业模式、市场分析、发展规划、竞争分析、团队介绍、财务规划与预测、融资需求、退出机制等内容。

一般按照叙述的逻辑展示，当然，也许如下三种另类的观点：

1.倒叙说——贝塔斯曼汪天凡；

先说市场，讨论市场有多大，增长有多快，里面有多少参与者。

第二说商业模式，利差在哪里，产品是什么，我是

APP，有社区、有电商。提到数据的时候用户增长怎么样，预测现在的趋势到几年之后是什么样的状态。

第三讲团队，CEO，主管的部门是谁，一共多少人。后因为团队和推广的需求，每个月花多少钱，融资

需求是多少。

2.有卖点的信息放页——创投家胡晓维；

3.团队介绍放首页——经纬创投张颖。

## 七、如何通过数据锦上添花

1.团队和数据往往是初期判断和兴趣点；

如果有飞涨的数据，那就直接拉出来秀一秀吧，亮出数据，有利于增加底气，提高双方兴奋度，并且可以将谈话角度引入“为什么数据涨这么好？”的趋势，进一步提高谈话气氛；

2.数字有说服力，投资人喜欢看的就是数字和图表；

有多少注册用户？

多少活跃用户？

网站有多少PV？

官微粉丝几位数？

传播效果如何？

有收入的话，收入怎样，利润怎样，平均客单价是否合理？

投资人没法仅通过BP就试用你的产品，因此运营数据成为了产品以外直观的体验；

3.运营数据，适当罗列，建议展示量级和数据里程碑。

比如：APP上线三个月，用户到百万量级，日活在十万量级等等之类的，不用写得特别细。

## 八、怎样写好项目的产品介绍

好的计划书应该融入销售心理学，要站到投资人的心理角度去写。

关键词：痛点，解决办法，目标人群，专注。

1.痛点：你做的是什？

一句话概括你要做的事情，解决了什么痛点；

例如“一个预定体育场馆的App”，“体育爱好者和体育场馆一键连接”等等，把想做的事情，提炼成这样一句话是很考验人的，这个提炼的过程，也是不断取舍产品定位；

思考产品方向的过程，建议直接体现在首页。

2.解决办法：你是怎么做的？

发现需求和痛点，你拿出了什么解决方案、提供什么服务？

和竞争对手的做法有什么不一样？你的方案有什么优势？

只要产品逻辑清晰，几句话就可以将痛点描述清楚；

投资人深谙行业规矩，只需点出创新点所在即可。

3.取得了什么样的效果？

有成绩有数据？一定要拿出来亮一亮；运营数据（用户数、转化率、营收等等）。

关于产品介绍

1.不能太苛求细节；

产品的交互图、流程图、具体功能、操作都不需要，如果用户体验或者视觉设计是很重要的卖点，可单独拿出体现；

但投资人想了解的更多是产品是怎么解决用户需求的；

2.不要只讲想法和点子；

投资人要的不是点子，一个点子往往一个人想到的时候，还有其他很多人都想到了，怎么做才重要；

3.不要吹牛、夸张；

别说“我们要成为中国大的什么什么……”也别说自己是“好好的什么什么……”

4.不要追求大而全；

这里核心是要突出专注，表明你就想做一件事，而且就想解决这件事中的某一个关键问题。

关于用户

你的产品将面对的用户群是哪些？一定要有一个用户群的划分。

用户获取，即你的项目如何得到批用户？大概数量有多少？

关于痛点

是什么？为什么是现在？怎么解决？

根据马斯洛需求层次理论判断，看你的项目是不是瞄准了真实存在的需求。有潜力成长为大公司的项目一定试图满足人们更基础更本质的需求，而看起来很不错现实中却实属小众的项目常常将注意力集中在了需求的塔尖；

创业者打动投资人，靠的就是生动具体的细节，用户有什么痛苦，我有什么方法解决这些痛苦。从用户的痛点出发做产品才容易成功，在BP中尽可能展示出你产品的动人细节和独特价值。

## 九、关于商业模式和发展规划

关键词：收入模式、客户（现有和开发中的）、定价、人均客户价值、销售和渠道

### 1.收入模式：商业模式部分主要是要说明你的企业是怎么赚钱的？

主要包括你向谁提供产品或服务，你的产品或服务主要内容是什么，你怎么收钱，以及你的产品或服务是如何制作与提供的等等；

这一部分好简单明了，让所有人一看就知道你是怎么赚钱的。

### 2.投资人需要的是能够把钱当做自己钱来花，并且能涨的创业者；

因此一个切实可行的盈利模式是投资人关心的事，你需要告诉投资人：商业盈利模式是怎么样的？这样的模式是可靠并且有盈利期望的。

### 3.如果真的不知道怎么挣钱，你可以不说；

可以老老实实地说，我不知道这个怎么挣钱，但是中国一亿用户会用，如果有一亿人用我觉得肯定有它的价值。

想不清楚如何挣钱没有关系，投资人比你有经验，告诉他你的产品多有价值就行——周鸿祎。

（对于早期互联网创业公司，能看到未来潜在的巨大市场即可，商业模式未必很清晰）

### 4.明确自己的战略思想；

这个产品做出来以后，怎么推广，打算用多少时间做到多少的用户量，公司会怎么去扩展，希望占有多少的市场份额，这一步做好以后，下一步会怎么做，一步一步的，一个公司长远的一个发展，毕竟投资人投资的不只是产品，而是这家公司，需要了解这家公司长远的一个发展；

产品分析要能细分到自己一年内做的事；列出自己超越对手的关键点以及一年期的工作要点。

## 十、如何做好市场和行业分析

### 1.你的产品或服务针对什么市场？

这个痛点背后的商业价值有多大？你的目标是占有多大的市场份额？（根据产品和定价来估算的真实有效收入市场，而不是瞎扯万亿市场。）

用一句话来描述市场规模和潜在的远景；

### 2.有多少用户可能使用你的产品，百万级、千万级还是亿级？

当然，市场预期不能仅看用户数量，一些用户数少但客单价高的产品或服务也可以被认为有很大的市场预期，比如各类 2B 服务；

### 3.市场竞争情况如何？

有几家在做？行业和市场的细节是什么情况？为什么现在切入的时机正好？

4.说明你如何来行之有效地做市场；

忌讳的就是通篇讲产业、讲概念，不务实、不落地。应该告诉投资人的是你的市场选在哪、你的机会在哪；

别斗胆说你需要1000万去做媒体广告建立企业品牌.....初创的公司是没钱玩那些游戏的；你不如说“我们已经和XX达成意向，通过他们的渠道进行捆绑在全国推广.....”

5.行业分析，突出对行业的理解和认知，不是简单的罗列数据；

宏观市场数据，VC们大多数都一清二楚。市场大，不代表有需求；

要描述在目前的市场背景下，你的项目抓住了一个用户的痛点。或者你的项目可以为用户带来更高性价比的产品或服务；

尽量列出与竞争对手的对比分析，表明当前的商业机会。重要的是与你的产品直接相关的市场数据，即微观市场、力所能及的市场，这些数据越详细越好。

## 十一、正确分析你的竞争对手

关键词：竞争对手、核心竞争力、竞争壁垒、渠道优势、差异化

### 关于竞争对手

1.将竞品写出来的好处是：可以比较各自的优势，分析战胜他们的策略。

商场如战场。兵法云：知己知彼，百战不殆；

投资人的收益不仅与被投资方是否做得好有关，也与其竞争对手的强弱变化紧密联系。竞争对手的情况分析，对于投资前景的判断和项目收益预测必不可少。

商业计划书里对于竞争对手分析的忽略或语焉不详，显然不是“知己知彼”的表现，“没有竞争对手”或随便提几个同行，并没有针对性地就所涉及业务领域进行对比分析，难以取得投资人的信任。

2.只有太细分且没有成长空间的市场才会缺少竞争者。

竞争对手包括直接竞争对手、间接竞争对手和潜在竞争对手；

把潜在竞争对手列出来，把各自的侧重点和业务方向描述清楚，让投资人了解在这样一个竞争环境里，为什么你还能有立足点，也有助于分析产品的差异性。

3.竞争对手分析几点注意：

分析竞争对手时不要回避，不要顾左右而言他；

不要说“我这个想法后无来者”这样的话，投资人一听这话就要打个问号。有其他人在做同样的事不可怕，重要的是你能不能对这个产业和行业有一个基本了解和客观认识。

### 关于核心竞争力

为什么这件事情你能做，而别人不能做？



否则如何这件事谁都能干，为什么要投资给你？

你有什么特别的核心竞争力？

有什么与众不同的地方？

关键不在于所干事情的大小，而在于你能比别人干得好，与别人干得不一样；

突出自己的亮点。只要有一点比对方亮就行。刚出来的产品肯定有很多问题，说明你的优点在哪里。

关于渠道优势

1.名人明星创业，成熟企业转型，都会为新项目带来很多现有渠道。自己或团队的亲朋好友提供的资源，团队里有巨头出走员工，都是渠道优势的一部分；

2.渠道仅作锦上添花，决不能拿来当核心竞争力。

相比技术和团队，渠道优势并非真的优势，因为渠道是别人也可以用的。渠道仅作锦上添花，决不能拿来当核心竞争力。

关于差异化

保持差异化，将有限资源集中到一个简单明确的点上。

关于竞争壁垒

对于有市场的项目，竞争壁垒可以分为以下五类。

1.不可能抄袭；

存在某种性的保障致使其技术或模式是不可能被抄袭的，常见于生物医药类产品或政府特许经营类产品；

2.抄袭难度很大；

没有保障，但在技术上或模式上的复制门槛导致无法复制。比如有突出个性的团队或个人，eicoDesign、罗辑思维等；

3.有一定抄袭难度；

在技术上或模式上可以复制，但需要耗费大量成本，大部分国内的技术性创业企业位于该层面；

4.抄袭门槛较低；

模式和技术都比较清晰，只要组建好团队可以随时抄袭；

5.抄袭无门槛；

该产品已经标准化，任何一个人都可以轻易的复制；

有壁垒的竞争态势市场竞争是不可避免的，但竞争壁垒决定着竞争的态势。企业在选择创业项目时，必

须考虑提高竞争壁垒，以形成相对好的发展环境。

竞争壁垒首先是技术壁垒，要有专有技术；其次是资源壁垒，相对垄断原料来源；还有是许可壁垒，取得众多的经营许可证和资格等级证等。通过提高市场进入壁垒，获得持久的竞争能力。

## 十二、做好团队介绍要注意些什么

### 1.团队的重要性；

有这样一种说法：“宁可投资人，二流项目；也不投项目，二流的人”；

也就是投人投人再投人，所以大家关注团队，只要团队好，模式、市场与利润都是可以创造的；

所以企业融资应该关注的是团队，而投资者关注的也是团队；

### 2.投资人希望看到你要做的事是适合你做的；

创业者做项目，需要有相关气质，积累过相关经验，在要做的事情上有过积累，不能只是因为你想做一件事你就去做；

如果你要做旅游，那VC希望你是热爱旅游的；如果你要做社交，那么你应该热爱社交，是微博、微信上的社交达人；如果你要做游戏，那么你应该是一个骨灰级玩家或开发者；

### 3.突出团队项目的经历和经验，与当前项目的匹配之处；

你之前做过什么不重要，重要的是你之前的经历和经验跟现有项目的契合度；

需要介绍团队主要成员的背景和特长。强调个人的能力适合该岗位，团队的组合适合创业项目。稳定的团队利于融资；

互补的管理团队是企业的核心；

### 4.团队成员的职能和工作经历，建议以下格式：

姓名、年龄、目前职位、个人能力和历史业绩。

对于有高平台工作经验的团队来说是个加分项，但是也不代表没有高学历高平台的创业团队就没有机会了。

#### 1.有名校名企背景的；

清华、北大等学校毕业生，这是一个千载难逢的亮相机会，海龟们也不例外，即使是在西半球的某个偏僻小镇上的学校里只泡上了几天，照样也可以在自己脸上贴金。

要是在大公司比如Google、微软工作过，人们就有可能想象你的水平和谢尔盖、比尔盖茨也不相上下；

悲哀的现实是，我们总是根据每个人身上的标签来判断一个人的能力；

#### 2.没有名校名企背景的；

不是高富帅、不是BAT，团队部分怎么写？

1. 尽量挖掘成员过往经历中的闪光点。可以具体说说自己在相关行业的经验及成就；
2. 为什么这个项目你们团队能做成？先把自己说服，再说服投资人会容易一些；
3. 当然，如果有考上名校后留级、逃学、退学、辍学的人，也不失为一个卖点。

团队背景就跟学历一样，一开始可能是个敲门砖，但一旦项目正式启动，投资人关注的就是核心成员间的默契和互补性、项目本身的发展速度了。

投资人不会被文凭、过去大公司的工作经历所蒙蔽，他们首要关注的是某个的行业面临的主要挑战，以及你的团队是否有经验应付这样的挑战。

1. 不要粗暴地把一群牛人聚在一起。

区分合伙人及普通员工，不要让投资人以为你们的股权划分有问题；

2. 如果你没有合伙人？这种情况是很难融资的，先去扩充团队吧；

能不能得到团队成员的信任，一起跟着你做事，也证明了创始人的能力和魅力。

### 十三、关于财务预测和计划

1. 投资人不会把钱交给一个没有计划和目标的创业者。他们想要知道的是，公司什么时候能够达到收支平衡……

2. 市场变化风云莫测，不要预算未来三年挣多少钱，没人会信；

说说未来一年或者六个月需要多少钱，用这些钱干什么？大概会花多少钱在人力成本上，多少钱在服务器运营上，多少钱在市场推广上，每个月固定成本是多少，运营成本是多少，半年花多少钱，一年预计花多少钱，至少你对公司未来怎么花钱心里要有计划；

3. 如果业务成功，什么时候能达到盈利，如果业务遇到问题，自己的财务状况能够继续支持企业运营多久，这些都是创业者需要思考的问题；

4. 不要预测过高、过于夸大和吹牛；难以置信的利润和回报是不足取信的；

带着现实和保守的态度，才能使你获得认真对待；

财务预测自己没谱干脆先不提——周鸿祎。

### 十四、关于融资需求和股权结构

1. 早期项目的盈利不重要，投资人主要对高增长感兴趣。表明你的融资计划，需要多少资金，准备稀释多少股份；

2. 分析一下自己一定时间需要用的钱，你将在接下来的3-6个月时间里做哪些事？例如团队如何组建、产品如何开发、营销推广如何开展，各个方面的费用开销大概是怎么样的？以及你希望融资的金额和出让的股份比例；

特别值得一提的是，项目早期融资的时候，过高的估值或过多的股份出让，对于公司未来发展都是非常不利的；

稀释的股份要少于30%，稀释太多你就是打工的了，稀释太少投资人可能不太感兴趣；

3.说明需融多少钱，前几轮融资是谁投的，当时怎么遇到或者决定的；

早期没有必要特别纠结估值的问题，更重要的是拿到一笔钱先把项目启动起来，这比纠结估值更重要；

4.立场上，你的需求是估值越高越好、出让比例越低越好，而投资人正好相反。估值和出让比例可以人为调整，于是创业者和投资人有了博弈的空间；

5.估值应该基于投资者真正支付金额的合理估算，荒谬的估值会被直接扔进垃圾桶；

6.建议大家设定阶段目标、小步快走。并考虑好下一轮预计在什么时候启动？

## 十五、关于日后的退出机制

1.VC关心的问题——如何退出；

一般有上市、公司并购和管理层回购3种退出方式；

2.上市——满意的退出方式；

3.公司并购—卖给差不多大的公司就是并购，大家进行换股，旧股票变成新股票。VC和创始团队根据自己的股票比例大小分；

其中不公平的就是晚进来的VC先分，之后前一轮的VC分，这样依次下去，后才轮到创业者；

4.管理层回购—形同虚设，目前受VC投资管理层再“赎身”的事一例也没有。