

弘裕 项 目 可 行 性 报 告

目 录

一、项目背景

- 1、背景
- 2、2020 社交电商规模
- 3、项目介绍

二、运营模式

三、业务模式解析

- 1、护肤团队
- 2、锁定
- 3、营销模式
- 4、服务

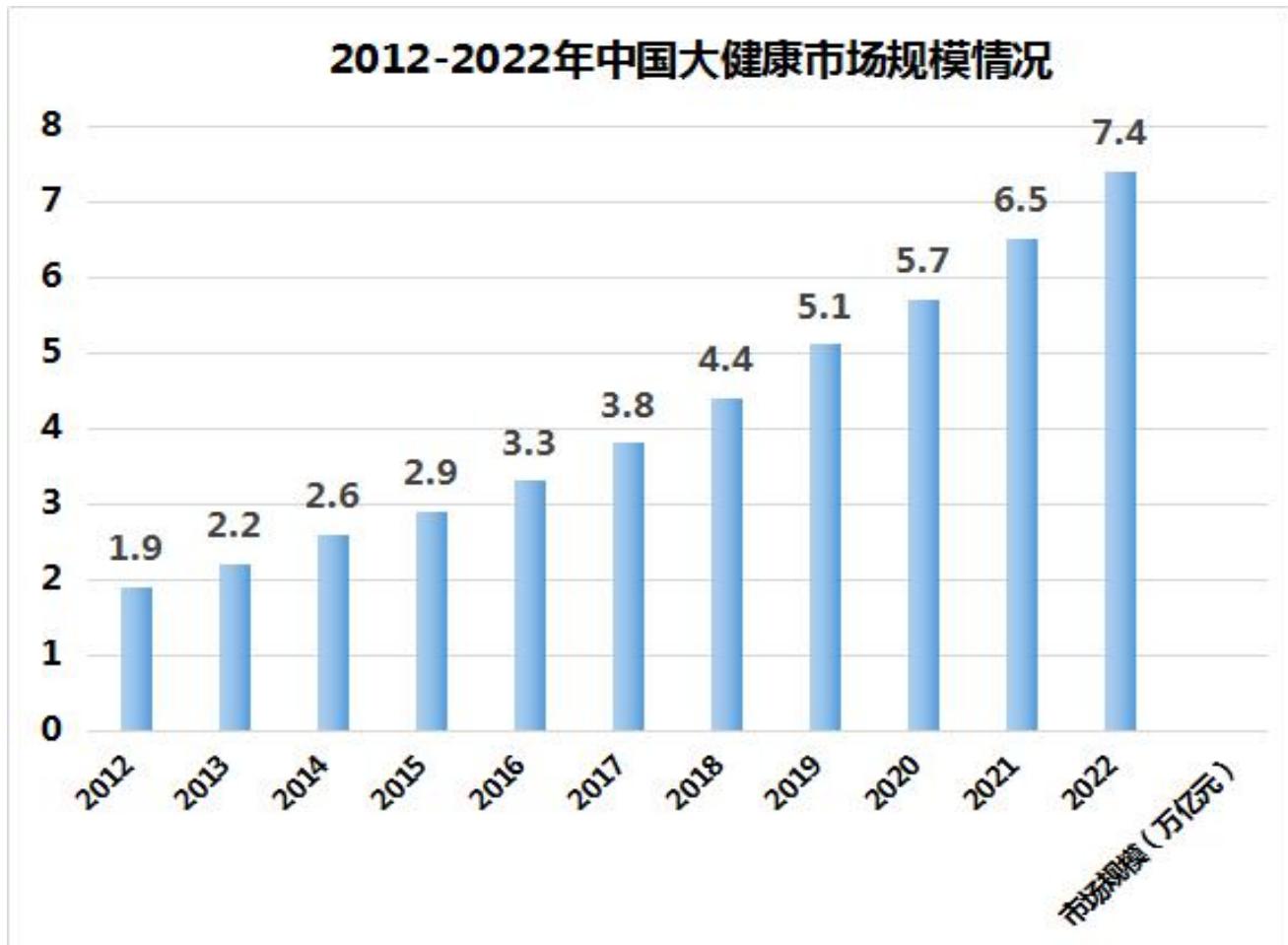
四、盈利模式

- 1、小型工作室创业成本核算
- 2、公司盈利模型

弘裕项目可行性报告

【一】项目背景

大健康产业是世界上增长最快的产业之一，与发达国家相比我国健康产业仍处于初创阶段。在发达国家，比重超过 15%，而我国健康产业仅占国民生产总值的 4%-5%，发展空间巨大。



中国大健康产业是以中国五千年的中医文化为依托、中国中草药为核心、集医疗、保养、保健、养生为一体的健康管理产业。一场疫情，把大健康产业推向顶峰！也让国人对于健康的意识，至少提前了 10 年！未来 10 年，中国健康产品的消费额将在目前的基础上以几何级增长，形成一个全球引人注目的拥有兆亿价值的市场。与传统的健康产业相比，大健康产业提供的不单是产品，而是健康生活的解决方案，进而创造更大的商机。

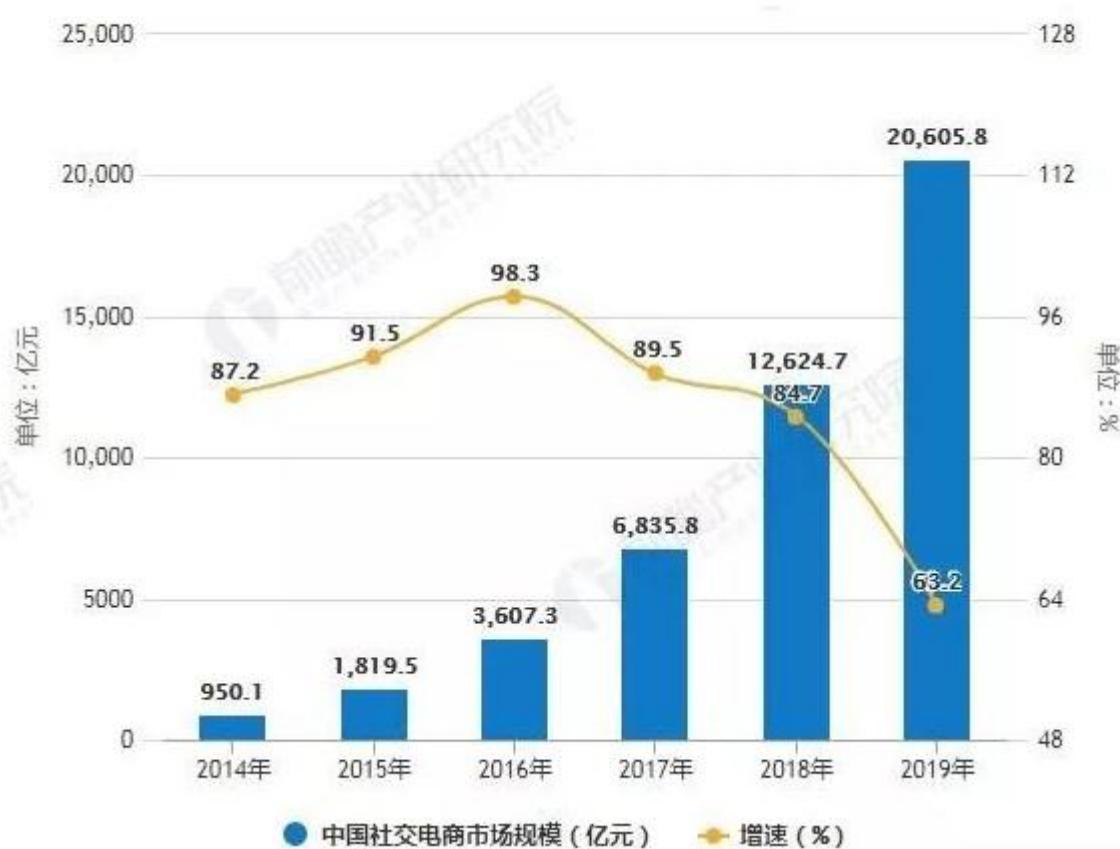
疫情前后行业数据对比

行 业	2019年1-3月	2020年1-3月
餐 饮	春节前后营业额最少比平时翻3-5倍	面临转型自救 餐饮零售化真正来来临
酒店 住 宿	春节前后民宿 酒店 满客率90%	住宿行业营收平均损失达67.81%
旅 游	78%的游客正在计划新的旅程	旅游业损失或达5500亿
医 疗	年复合增长率达到74.6%	需求增长量激增至120%
保 健	2019年中国保健品市场规模约为3970亿元	2020年市场规模将突破4500亿元，呈爆发式增长

2020 年中国社交电商市场规模将突破 3 万亿

作为一种新业态，社交电商是基于社交媒体或支持社会互动的网络媒体，是通过客户参与推动在线购销产品和服务的电商。近年来，我国社交电商发展方兴未艾，涌现了一批发展潜力巨大的企业。根据公开统计数据显示，过去 5 年我国社交电商市场复合增长率为 60%，2018 年年中国社交电商市场规模已超 1.2 万亿元，2019 年中国社交电商市场规模突破 2 万亿元，达到 20605.8 亿元，同比增长 63.2%。我国社交电商消费人数已超过 5 亿人，从业人员规模超过 4000 万人。

2014-2019年中国社交电商市场规模统计及增长情况



什么叫社交新零售？

社交新零售也就是社交电商，可以说是未来发展的一个重要的市场，随着中国市场竞争的不断上升，也随着消费者的购买力越来越强，新零售的风口已经到来。公司研发生产承担商品采购库存、仓储、物流、培训、售后等供应链职能，合作伙伴无须囤货，只需要进行分享推荐，就能获取销售佣金，是轻资产模式的分销模式，受到各行各业以及年轻人的喜爱。



项目介绍：服务式线上营销 + 社交电商

护肤品牌：皙 魅 内调品牌：海洋秘语 综合：大健康护理系列

覆盖整个大健康产业链：

护肤品 — 内调 — 大健康产品（口腔类、益生菌、母婴类、减肥、私密护理类）

属于快销品，覆盖人群广，复购率高，服务需求量大；

【二】运营模式

- 1、成本低投入少、零库存、月结算、资金回流迅速；
- 2、精锐讲师团队，线上线下从零开始孵化业务团队；
弘裕商学院，十万销售精英在线交流分享实战经验，强化业务团队；
- 3、OA 办公管理系统：客户管理、订单管理、数据分析；
- 4、总部负责营销策划，活动定制，仓储物流，售后服务；
- 5、经销商：租赁场地、招募人员，准备日常办公设备，开通经销商后台，在线学习；
- 6、通过微信群、手机通讯录添加好友，提供一对一服务，再达成销售；

【三】业务模式解析

在产品和服务同质化的今天，皙魅更重视细节，细节的完美是客户选择皙魅唯一理由。

优质的产品+专业服务+个性化消费体验，皙魅护肤导师跟客户的关系亦师亦友，培养和监督客户的健康的饮食、作息、保养、运动等习惯，不仅仅是把产品卖给客户，而是提供一套保养的方法，科学的护肤，健康的生活理念传递给客户。

1、护肤团队

皙魅致力于培养专业、一对一的护肤指导老师，客户生活上的朋友，护肤上的教练，心灵上的聆听者。关心客户的皮肤，更关心客户的生活。

每一个进入皙魅的人，都需要通过企业专业的学习培训考核才能上岗，通过业务的锤炼，专业的沉淀，提升为中高级护肤讲师，并在后期考取获得国家级护肤讲师证书，国际级营养师证，为实力背书，为能力见证。

2、锁定

客户渠道的来源是任何企业生命之源，而女性市场客户市场广阔，社交平台众多，自媒体发达的今天，塑造一个时尚、热爱运动、热爱美食、精致的优质男性/女性，通过多渠道多平台获取个人粉丝。

锁定方式一：云控系统添加客户

女性客户都是我们的客户，只要愿意和我们交流，就是我们潜在的意向客户，不管成交与否，我们都提供细致的服务：护肤小技巧、邀请进群学习护肤、提供免费的护肤指导，了解客户，跟进客户，根据客户需求制定护理方案。

锁定方式二：抖音、快手等短视频吸粉交友

新媒体的出现丰富了客户的交友圈，通过短视频软件、交友软件、K歌软件、论坛等渠道获得更多相同兴趣爱好的朋友。

锁定方式三：客户转介绍

客户通过我们细致的服务，得到了一个很好的体验和感受，也会更愿意给自己的朋友体验，公司也会提供一些方案，促使客户愿意去分享，去介绍更多的姐妹来我们这里护理。比如说公司制定的新 VIP 体验礼盒—原价 638 元的水嫩修复礼盒，现价只要 368 元，还能领取 36 盒玻尿酸水光面膜，推荐朋友购买还能获得推荐奖励。

3、营销模式：群/电话/私聊/朋友圈/短视频平台+直播

成交方式：私聊+群+电话+朋友圈结合的方式，打造一个真实的讲师 IP，真实的信息、生活、交友、专业服务。

群营销：一对多的服务方式，不仅仅老师跟成为朋友，把群变成一个知识学习、新闻八卦、生活经验交流、情感交流、相互激励的地方，同时提升讲师的专业形象，解决客户对产品信任问题。

电话营销：一通维护电话，一通分析/抗拒点解决电话，客户对产品的信任，其实是对专业和讲师人品的信任，通过电话，给予客户更多的信心，了解解决客户真实的顾虑。

朋友圈营销：一个专业老师的日常生活工作朋友圈，而非微商朋友圈。展示的是一个热爱生活、有温度、有责任心的老师。

短视频平台+直播：客户精准化，流量私域化，美容营养讲师在线跟和客户生活互动，专业教学，话题互动，客户维护和裂变。

4、服 务

服务一：提供物流跟进跟踪、提醒客户签收、察看破损情况。

服务二：制定私人护理方案，并电话/语音教客户使用，以及提醒注意事项，以及后期跟踪时间安排。

服务三：收到货之后，第 1、3、7、天以后的每一周跟进客户皮肤情况一次。

服务四：了解收集客户一些重要的节日，给与小礼物或者小惊喜。

服务五：在线一对一即时服务。

【四】盈利模式

1、小型工作室创业成本核算：

- 一、 办公场地：初期可容纳 10~15 人的工作室
- 二、 人均一台办公电脑、手机设备、打印等办公设备
- 三、 网络：家用 100 兆宽带
- 四、 员工工资：当地人员工资 2000~3000/人均

2、公司盈利模型：(以部分员工的案例做参考)

新人进入公司，第一个月基本上是完成量化，学习专业和业务，在组长的协助下开启第一个订单。严格要求数据和量化为第二个月突破和转正做准备，第二个月即可收回人力成本最低要求-三个月内必须业绩破万，业务考核标准。

下图为一年入职员工数据-年 36 万

月份	锁定	搭配	总业绩	新客户开发	单数	VIP业绩	VIP单数
3	438	11	906	906	1	0	0
4	492	20	15969	9912	9	6057	7
5	348	24	25481	10595	8	14886	18
6	195	16	42630	12475	19	30155	27
7	300	17	22397	7052	7	15345	27
8	271	9	30091	10556	8	19535	32
9	157	3	125453	15069	10	110384	37
10	393	3	8550	1807	2	6743	12
11	215	3	184028	4980	1	179084	45
12	371	14	20303	9856	5	11347	17
1	81	3	58950	6658	2	52292	22

积累沉淀一年之后，员工从业务精英晋升到组长，在团队中起到业绩标杆的作用。客户经过一年的积累和沉淀，第二年至少还有60%以上的存活率和高复购率。新客户开发虽然是主要工作，但是员工有更多的时间用于个人成长，培训沟通能力、带新能力、团队建设能力也得到了很大的提升。同时随着业务能力提升+高复购率+高口碑裂变，业绩增长速度更快。

下图为入职一年半员工数据-年 60W

19年年度数据

月份	锁定	总业绩	新客户	单数	vip业绩	单数	客单量
1月	480	19309	5107.5	3	14201.5	8	1923.82
2月	720	12582.72	4690.8	4	7891.92	9	1067.38
3月	720	17697.7	12633.1	9	5064.4	8	1137.24
4月	360	89046.29	6925.9	5	82120.39	29	2756.41
5月	540	40211.09	10323.1	11	29887.99	41	842.88
6月	480	86663.81	19491.8	13	67171.98	36	1992.04
7月	210	39482.58	11192.6	8	28289.98	23	1393.28
8月	390	22055.5	10027.7	9	12027.8	20	811.69
9月	270	70161.2	6748.6	13	63412.6	34	1629.51
10月	90	12792.05	4365.35	7	8426.7	13	720.75
11月	210	206235	11763.2	4	194471.8	48	4304.9
12月	180	18965.57	1270	4	17695.57	28	662.5
总数	4650	635202.51	104539.7	90	530662.8	297	2138.73

员工入职两年后，从工作转化到事业方向，有自己忠诚的一批 VIP，通过社群裂变，活动裂变，每月业绩相对更稳定。高级精英年 100W 业绩，收入年 20W+不是梦，在二三四线城市，都是非常可观的收入。

部分员工在 2 年之后，有些会晋升为职业经理，或者独立营业部裂变。带来团队跨越式发展。个人稳定的业绩，还能支撑前期团队的投入成本。

下图为入职三年的员工数据-年 100W

销售总业绩统计表

月份	总业绩	新客户业绩	单数	vip业绩	单数	总体客单
1月	45947	2290	2	43657	46	959
2月	41058	9476	5	31582	32	1150
3月	22863	6096	5	16767	22	849
4月	256917	8339	6	248578	83	3000
5月	34429	6090	4	28338	30	990
6月	103580	9634	7	93946	68	1431
7月	58829	11562	7	47267	31	1549
8月	16268	6157	4	10110	13	734
9月	116525	2823	4	113701	53	2047
10月	8892	620	2	8272	12	635
11月	292714	3973	5	288741	75	3715
12月	22720	5543	9	17177	27	646
总和	1020742	72603	60	948136	492	1475

基础型团队 10W 盈利模型-5 人团

费用核算

	金额	核算方式
人员工资	22500	人均4500
办公费用	2000	耗材/日常开销
场地租金	5000	150平
成本估算	29500	小型团队构架
毛利估算	70000	不同等级经营商不同
利润估算	40500	固定资产未纳入成本核算

中型团队 30W 团队盈利模式-15 人团队

费用核算

	金额	核算方式
人员工资	75000	人均5000
办公费用	6000	耗材/日常开销
场地租金	15000	300平
成本估算	96000	小型团队构架
毛利估算	210000	不同等级经营商不同
利润估算	114000	固定资产未纳入成本核算

片区模型 130W 盈利模型—1 本部+10 下属营业部

片区本部业绩 30W 下级经销商团队业绩均 10W

费用核算

	金额	核算方式
片区本部利润	114000	参照30W中型团队
渠道利润	50000	下级经销商100W渠道，纯利润点5%
孵化中心建设		根据孵化中心情况定
纯利估算	164000	不同等级经销商不同



弘裕有你，逐梦同行