

岭南有家驾校 项目策划书



岭南有家驾校
LINGNAN YOUJIA DRIVING SCHOOL

目录

一、引言	4
二、概要	4
三、产品介绍	5
四、企业文化	5
五、品牌背景	6
六、品牌现状分析	6
STP 分析	7
SWOT 分析	8
4P 分析	9
PEST 分析	11
七、品牌元素设计	16
广告策略	18
营业推广	18
实施计划	20
八、核心价值	20
九、品牌资产保护	20
十、风险管理	22
十一、财务预算	22
十二、附录和参考资料	23

一、引言

现阶段，全国每年有几千万人在各类驾校学习，清远市每年也有近 20 万学员在驾校毕业，这一数据还在以每年 14%—20% 的幅度递增。21 世纪以后，直至 2015 年，伴随着中国的国内生产总值（GDP）有望以 8%—9% 的年平均速度持续增长，所带来财富的增加，因此人们对汽车的需求也将水涨船高。根据推测，到 2015 年，中国汽车年度销售量将超过 1000 万量，汽车将越来越大众化，每个家庭都会拥有一辆甚至两三辆小轿车。中国的汽车时代已快速到来，买车、开车的人会越来越多，驾校的需求量也会不断增加。广东岭南职业技术学院清远校区有家驾校能够解决大学生校内学车得问题，协助岭南有家驾校，能够提高知名度。

二、概要

岭南有家驾校拥有全新的教学车辆，还拥有一支经验丰富，技术过硬，经得起考验的教学队伍。岭南有家驾校始建于 2016 年，建校至今，已累计为社会各界培训合格驾驶员 500 余人。岭南有家驾校本着“团结进取，求实守信，积极开拓，争创先进”的办学工作方针，以培训合格驾驶员为最终目的，竭力为在校广大学生学习汽车驾驶技术的朋友提供热情周到的服务。岭南有家驾校的目标群体是年满十八周岁以上，六十周岁以下的四肢健全，能够准确分辨出红绿色的人群。“站在竞争的激流中舞蹈，却不会被竞争的激流冲走”，这是每一个强者所必须做到的。岭南有家驾校在清远市的几所驾校当中怎样才能做得更出色呢？选准市场，选准目标。本企业划案在于协助岭南有家驾校建立品牌形象及提高知名度，以各种手段开拓市场占有率，并适度地传播该驾校良好的形象。

三、产品介绍

岭南有家驾校是广东岭南职业技术学院学校旗下的一家驾校，这家驾校是经过批准成为一所二类驾驶员培训学校，成立于 2016 年，至今已有 500 名学员。学校位于清远市清城区学贤路东城街道，总占地面积 12000 多平米。整个训练场地布局合理，基地设施均按国家规定要求建设，同时为学员提供休息亭。学校拥有教练专用车 20 余辆车，配备电脑、电视、VCD 和交通挂图、示教板、驾驶模拟器、电子模拟考仪及个零件实物，有助于学员理论学习。



四、企业文化

1. 服务宗旨：一切服务学员

经营信条：诚心为本，服务至上、规范管理、不断提高

目标：严格管理，不断提高服务质量，以为社会培养优秀的驾驶员为最终目标，积极争创一流的岭南有家驾校。学校制定一整套的规范管理制度和灵活的培训机制，通过严格的管理措施，建议一直优秀服务的管理人员和较高素质的师资队伍，促使每个员工都能尽心尽力。廉政廉教，诚心服务。学校虚心听取培训学员的建议和意见。

经营理念：诚信服务，多快好美”

2. 学校介绍

广东岭南职业技术学院成立于 2001 年 5 月，是一所经广东省人民政府批准、教育部备案、具有大专学历证书颁发权的全日制民办普通高等院校。学院地处天河区东部广州科学城内，西靠国家软件产业基地广州天河软件园，南邻奥林匹克体育中心，地理位置优越，校园环境优美。先后与吉林大学、天津大学等院校分别合作举办了远程教育和成人本科教育，已培养高职毕业生 29000 余人。广东岭南职业技术学院外语外贸学院始建于 1993 年，2004 年正式称为广东岭南职业技术学院外语外贸学院，学院贯彻“一切为了学生，为了学生的一切，为了一切学生”的教学理念，构建了模块化课程体系，同时更新教学观念，改进教学方法，重视对学生学习过程的评价和实践能力的培养，使学生在德、智、体、美方面全面发展，具有良好的综合素质和英语听、说、读、写、译的能力。

学校名称	广东岭南职业技术学院
外文名称	Guangdong Lingnan Vocational and Technical College
别名	岭南职院
地点	广州校区和清远校区
学校校训	明德、笃学、砺能、自强

五、品牌背景：

近年来，随着社会经济的快速发展，私家车逐年增长，人们迫切需要掌握小汽车驾驶技术，汽车驾驶技术是一项基本技能，而驾校则是使广大要求掌握此项技能人群的重要桥梁，大学生掌握此项技能不仅对自己知识面和实践能力的扩展，更是提升自己，为以后自己的求职增加一重要筹码。为了满足人们的这些需求，驾校如雨后春笋逐渐增多，成为众多社会培训机构中的一类。大学生考驾照热正悄然升起。面对庞大的市场，驾校行业前景十分优越。

根据现在我们大学生所在的情况，虽然在毕节地区有很多的驾校，但由于我们的学习的时间与驾校的培训的时间有冲突，导致我们学校没有提供驾驶知识培训的舞台，大学生毕业后，可能会开单位的车或自己的车，此时就会用到驾驶执照。显然工作后再去考恐怕就没有太多的时间。在现在大学生活里，大学生都有比较充裕的时间去考驾驶执照。一专多能，符合社会发展要求，面对如今日益严峻的就业形势，多一项技能就多点就业的几率。

企划目的：1、为岭南学院清远校区广大师生提供学习驾驶执照的舞台，为社会普及驾驶知识及为社会提供更好更多的驾驶技术人员。

2、把驾校和学校联系起来，驾校为学校学生提供学习驾驶的舞台。学校为驾校提供优质的驾驶学员。

意义：更好的让师生们有个固定的时间和舞台来更好的学习驾驶知识。把驾校办到我们学校，把驾校推向一个更好的发展平台；为我校的大学生进入社会后多一个就业机会；为社会普及驾驶知识及大量的驾驶技术人员，为交通安全上了一课，为相关部门的工作减轻负担。

六、品牌现状分析

（一）现阶段分析

现阶段，全国每年有几千万人在各类驾校学习，清远市每年也有近 20 万学员在驾校毕业，

这一数据还在以每年 14%—20% 的幅度递增。21 世纪以后，直至 2015 年，伴随着中国的国内生产总值（GDP）有望以 8%—9% 的年平均速度持续增长，所带来财富的增加，因此人们对汽车的需求也将水涨船高。根据推测，到 2015 年，中国汽车年度销售量将超过 1000 万辆，汽车将越来越大众化，每个家庭都会拥有一辆甚至两三辆小轿车。中国的汽车时代已快速到来，买车、开车的人会越来越多，驾校的需求量也会不断增加。

（二）市场背景

1、目前驾校市场

区域：广东省清远市

自 2005 年以来，清远市学员人数一直保持稳步快速上升趋势，每年以 14%—20% 的幅度递增，特别是近年来政府对私家车政策的进一步放宽如今小汽车越来越普及。2010 年随着学车年龄的放宽，在大学生中又悄然兴起一股考驾照的热潮。而目前在这种考驾照热流的冲击下，许多的驾校纷纷涌出，驰骋市场。丽水市目前有 11 所驾校，驾校市场不断被切碎细分，驾校市场拥挤告急！

2、市场特点

- ① 驾校多：清远市有 11 家驾校，已属驾校高密度地区。
- ② 季节性：驾校招生呈季节性变换：8 至 9 月份属淡季，由于农忙秋收、学生放假，所以学员较少。春节一过，便属旺季。
- ③ 地域性：一般学员会以就近原则选择驾校，很少有人会在驾校里住宿，所以，驾校市场受地域的限制影响严重。

近年来，随着社会经济的快速发展，私家车逐年增长，人们迫切需要掌握小汽车驾驶技术，汽车驾驶技术是一项基本技能，而驾校则是使广大要求掌握此项技能人群的重要桥梁，大学生掌握此项技能不仅对自己知识面和实践能力的扩展，更是提升自己，为以后自己的求职增加一重要筹码。大学生考驾照热正悄然升起。

3. 校园市场分析：

（1）校园市场越来越大，学生考驾照的意识越来越明显：数量越来越多；人群集中，口碑传播效果好；校园市场正日益成长为各大驾校看好的市场。

（2）越来越多的驾校开始尝试自建校园推广渠道。特别是当越来越多的驾校打着“全市价格较低”旗号的时候，大学生学驾照又是绕不开的一个话题。同时小车正成为大学生接触较多的交通工具，通过广告宣传引导至大学生进行在校学驾照，然后利用大学生的人际关系组成“校园驾照大军”完成推销过程正成为一种标本模式。

（3）同时也有越来越多的驾校开始试图开拓这一通路，把它做成一个商业的项目来运营。但总是感觉形式大于实质，中看不中用，有时候性价比并不高。很多驾校注重的是报名学员的数量，而不是本着以对每个驾校学员负责的态度来进行招生，对于很多大学生而言伤害更大。

（4）从大学生的媒体接触习惯和生活轨迹而言，网络和户外（比如海报、宣传单页等）是其获取信息的最重要渠道，而建立在群体生活之上的口碑的力量会成为其做出最终消费决策的决定因素。

4. 市场潜力

（1）清远市经济状况迅速发展，越来越多的人需要考取驾照。东城区有 10 万人以上，如果有 10% 的人考取驾照，那么对于清远市清城区仅有 11 的家驾校来说是一个庞大的市场。假设一个人盈利 500 元，总盈利将市 2500 万。

（2）在驾照学员中 30 岁以下的青年学员占 60%，大学生仅占其 20%，而部分大学的学子考照的又屈指可数，而驾驶又是当代大学生必备的技能，所以，校园市场商机无限。

STP 分析

（一）市场细分

地理环境因素：岭南有家驾校位于清远市广东岭南职业技术学院学校内，清远属于二线城市，为大学广大师生提供学车的问题。

心理因素：学生角度，学车是现代社会必备的一项技能，随着就业的出现，就很难抽时间去学车，但大学时间比较自由，能够满足学车。

消费者心理：没有受到时间的限制，能够根据自己的喜好去学车

利益因素：由于对比校外的其他驾校，价格方面，岭南有家驾校学车的费用是比较低的，没有收取其他的费用，这无疑节省了一部分费用，在校生面对这一利益问题，肯定有所行动的。

（二）目标市场选择

随着大学校园“考证族”的不断壮大，在现今大学生中又悄然兴起一股考驾照的热潮。同时也为了能在找工作时多点技能专长，大学生学车考驾照成为了时下考证热的一大热点。随着大学生学车热的不断升温，不少校园流行起求职“三证”的说法，即计算机等级证书、英语等级证书、驾驶证。学校里老师都鼓励他们多拿证，也即是“广撒网，多考证，就业的时候总有一个证能派上用场”而这张“含金量”颇高的驾照对于大学生就业有时也能起到“敲门砖”的作用。

目标群体是年满十八周岁以上，六十周岁以下的四肢健全，能够准确分辨出红绿色的人群。

（三）市场定位

1、培训合格优质驾驶员的最佳驾校

2、用更方便，更优惠的服务使学员在学车中享受驾车给你带来的快乐。

3、教学与服务完美结合的驾校

行业分析

岭南有家驾校现在在清远市清城区还属新兴行业，但很有发展前景，在我们的分析中，现在的驾校注重学员的考试通过率而疏忽了学员的驾驶技术培训，让很多的学员领证后对于开车上路望而却步。我公司在分析这些情况后推出了一系列有针对性全方位的客户学前及领证后驾驶技术培训服务套餐，让每一位驾驶员能真正的安心驾驶，安全上路。

SWOT 分析

1. Strengths（优势）分析

全新面貌，无不良记录和口碑。以一个全新的姿态面向社会

价格优势，同比清远市清城区内其他驾校，性价比更高

硬件资本，学校刚引进一批新车，更具舒适性，吸引力大

福利保障，吸引了一批素质过硬，积极肯干的教练

服务取胜，耐心、优质的客户服务，与其他驾校形成鲜明的对比

无积压学员，因此学员通过考试时间更快

2. Weaknesses（劣势）分析

市场占有率低，不被社会大众所熟知

对外宣传力度不大，对外联络不够积极主动

过分狭隘的产品组合，只有针对社会学员的，没有针对学生群体的相关产品

没有形成自己的网络，信息反馈较少，顾客面较狭窄

没有明确的战略导向，市场规划能力的缺乏

新企业刚刚起步，管理体系还不够完善

超越竞争对手的高宣传成本

3. Opportunities (机遇) 分析

分享竞争对手的市场资源。

竞争对手的支持——前期的市场宣传铺垫,让人们意识到学车是当今社会所应必备的知识技能。

品牌形象拓展机会——塑造一个全新品牌的机会

政协规划带来的广大发展空间——新大学城的建立,将每年有上万学生涌入清远,这是一个相对固定的群体,而且需求很大,发展空间前景广阔

时代的潮流,现在社会人人必备的技能,因而会有大量的学员进入本市场

4. Threats (威胁) 分析

由于清远拥有大量的驾校,所以强势的竞争对手给予压力

受到其它培训机构的影响,导致客户量的流失

岭南有家驾校才刚刚起步,市场的知名度低,以致于市场占有率低

还有有家驾校是校内的一家驾校,受到学生开学还有放假,商业周期的影响。

从SWOT分析中可以得知,岭南有家驾校的内部优势还是比较明显的,但也存在着很大的外部压力。然而它的优势是暂时的,随着市场的发展和需求的变化,岭南有家驾校需要迅速扩大市场占有率,提高产品服务质量和满意度。

优势和劣势 机会和威胁	优势 Strengths	劣势 Weaknesses
		1. 培训硬件,软件齐全 2. 设施先进,师资雄厚 3. 交通便利
机会 Opportunities	SO 策略	WO 策略
1. 国家政策支持 2. 经济的高速发展 3. 需求量不断增加 4. 发展空间大	发挥自身优势,充分把握驾校发展空间大的机遇,积极拓展市场	结合政策支持广告传媒的发展,强化岭南有家驾照发展理念,寻求多种盈利模式
威胁 Threats	ST 策略	WT 策略
1. 驾校竞争压力大 2. 驾校市场被市场细分	突破其它驾校竞争者,利用优势降低威胁	加快制定有家驾照标准,完善相关市场

一、总结: 1. 公司的师资力量。驾校建设需要投入大量人力物力,牵涉到车、人、场所等,没有一定的经济实力,无法保障驾校的发展。

2. 驾校的经营管理。因为驾驶培训面向的学员数量多,培训考试过程周期长,驾校必须有好的经营理念和管理措施,才能保证驾校的正常运营。

3. 驾校知名度。清远市是一个年轻人多的城市,网路通讯也较为发达,只有教学质量好,信誉度高的驾校才收到欢迎。

4. 主管部门的态度。为保证驾驶培训市场的健康有序发展，防止一些非正常因素给社会造成重大的影响，主管单位也一直引导员工的选择好的驾校。

4P 分析

1. 产品

从产品上说，我校可以提升自己的服务，提升教练教学水平跟教学方式，再加上学生接受新事物的时间快，所以一旦学校的通过率提高了，那么学校的名声打响了，有时候口口相传比实实在在的广告效应还要好！同样也达到了低成本宣传的效果。

2. 渠道

通过建立特有的平台，如交流平台的建立，这是别的驾校所没有的，也是针对我们驾校而建立的特色。网络的发展，驾校越贴近网络，越有利于自身的发展，具体表现形式是以 QQ 的形式表现出来的。

3. 价格

价格是固定的，由于我校重点针对对象是清远市清城区广东岭南职业技术学院在校生，这是一个非常大的潜在顾客人群，由于是新驾校我们无不良记录和口碑，无积压学员，因此，学员通过考试时间较快。更具有价格优势，

4. 促销

据了解，现在很多的驾校都存在一个问题，除了基本的学费之外，还需要交多额外的费用，这样导致一本驾驶证考下来花掉五六千，所以我校采取一致收费，除了学费跟考试费，不再收取其他额外的费用，这样方便，简单的缴费也会对消费者产生巨大的吸引力了。

所以，我校可以通过特定的人群，一致收费而且性价比高的方式，达到很好的初期开发市场的效果，等到通过率高了，学校的名号打响了，价格可以适当的上涨，顾客群也由在校大学生慢慢推广到全社会人员，这样学校占有率就会提升，学校的规模也越来越大。

品牌元素设计

1. 品牌名称：岭南有家驾校

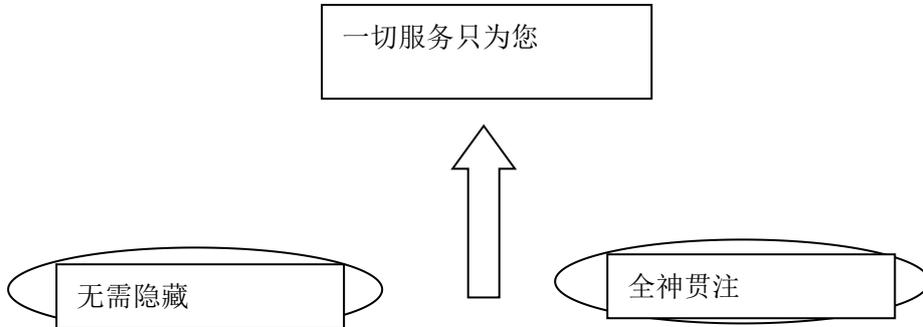
2. Logo：



岭南有家驾校由三个字母构成，合起来即为 one，寓意这是岭南第一所为广大师生服务的驾校，第一字母为 o，图片像一辆车，则告诉我们这是关于车的方面，还有中间的 n，这就像岭南职院的大门，一样宽敞，最后一个人单词为 e，颇有代驾的意义，则总结起来就为在广东岭南职业技术学院有专门的为师生服务的第一家校内驾校。

品牌建立时间：2016年5月

品牌愿景



3. 营销目标

五年内成为清远市清城区最大的校内驾校

产品策略

公司主营领证后，学前驾驶技术培训及服务

渠道策略

通过本学校广告宣传，有需要者可直接联系本学校与各驾校建立合作关系。

价格策略

需要的人群属于任何对驾驶技术不熟练及驾驶上路无信心的每一个人 定价依时段和距离及车辆型号为标准

广告与促销策略

初期广告费争取花在刀刃上，最大的目标客户群学前和刚领证的驾驶员，在雄基广告和本地网络论坛及电信群发业务作为宣传

PEST 分析

1 政治法律环境

目前国内汽车驾校校近 6000 家,但小、散、弱的特点十分明显。机动车驾驶员不断增长的情况下,汽车驾校所存在的问题严重影响了道路交通安全,对人民的生命和财产安全造成了严重的隐患。为进一步提升驾校总体服务水平,构建权威评价体系,于 2010 年在全国范围内举办汽车驾校评价活动,活动将采用报纸、手机、网络、调查员投票卡 4 种投票形式,使公众对驾校的教学质量、科技手段、服务质量等进行评价。并将以消费者最直接评价为主,综合调查员和专家意见评出消费者推崇的驾校,并建立全国驾校评价体系。

全国驾校评价体系将对驾校的建设提供了更严格的规范,同时对驾校的整体素质提升起到一定的作用,从而促进驾校的发展。

2. 技术环境

中国在发展阶段不断强化各行业与国际、行业之间的技术交流,引进了许多国外的先进技术,行业之间也开始互相借鉴、创新、改进,甚至在管理理论和管理思想上也走向进行化和科学化。中国驾校的总体实力在发展中不断提升,从学校的目标管理、人员技术管理、财务管理、政策管理到教学管理、招生事宜等都走向了规范化和人性化相结合。先进、科学、规范的技术为驾校的素质和质量提供了强大的保证,建立了力量基础。

3. 经济环境

从 2010 年 1-2 月汽车待业的主要经济指标汇总表来看，人们的生活水平提高，人们更加追求高质量的生活。

4. 社会环境

改革开放以来，我国道路运输业得到了迅猛发展，道路运输动力的快速增长和社会对驾驶员的大量需求，使驾驶员培训工作的重要性日益凸现。随着人们的生活质量不断提高，消费承受能力也随之增强，从而加大了对汽车的消费倾向，2008 年宜阳县汽车数量 6560 量，摩托车 20373 辆，机动车驾驶员 52931 人，其中汽车驾驶员 24906 人，2010 年，宜阳县汽车数量 9680 辆，汽车购买力的上升也带动了对驾驶证的需求上升，这一个现象给驾校迎来了一个巨大的市场。

5. 技术环境

随着中国汽车行业第一千万辆汽车诞生，标志着中国汽车行业已经进入世界前三位，也意味着中国汽车行业跨上了一个高台阶，中国汽车行业已经做大。面对如此大的一个市场，必然也带来驾校的市场。中国在发展阶段不断强化各行业与国际、行业之间的技术交流，引进了许多国外的先进技术，行业之间也开始互相借鉴、创新、改进，甚至在管理理论和管理思想上也走向进行化和科学化。中国驾校的总体实力在发展中不断提升，从学校的目标管理、人员技术管理、财务管理、政策管理到教学管理、招生事宜等都走向了规范化和人性化相结合。先进、科学、规范的技术为驾校的素质和质量提供了强大的保证，建立了力量基础。

目前，国内汽车驾校近 6000 家。公安部 1 月 7 日通报了全国机动车和驾驶人数量增长情况，2009 年全国机动车增加 1669 万多辆，驾驶人增加 1910 多万人。截止 2009 年底，全国机动车保有量已超过 1.86 亿辆，全国机动车驾驶人接近 2 亿人。

宏观环境

金融危机以来，国家围绕“保增长、扩内需、调结构”采取了一系列宏观调控政策，为我国驾校行业提供了较为宽松的国内发展环境，使行业从 2008 年下半年以来的困境中得到缓解和恢复。我国驾校行业也加快产业结构调整、转变发展方式，为行业持续发展提供了动力和支撑。在全球经济不景气、国际市场持续低迷的情况下，我国驾校行业仍然呈现出了企业稳定回升、发展逐渐向好的良好局面。

虽然驾校行业发展很快，但是市场上存在的一席问题不容忽视，如市场无序竞争、产品质量下降、创新乏力等。驾校行业的规划和发展需要建立在充分市场调研的基础上，驾校市场管理需要认清市场经济条件下政府和企业的角色定位，驾校市场有序运行管理需要完善市场交易规则和各项制度。

目前清远市的驾校为规避竞争风险采取联营的合作策略。整个驾校市场也几乎被他们所垄断。这些驾校拥有分布广泛的报名网点作为其渠道支撑；被社会大众所接纳的高认可度和知名度；完善的管理系统等等。想要在这样的几乎被垄断的市场中分一杯羹，就必须通过一系列的宣传活来扩大自己的知名度，提高服务质量和教练的专业化水平，让社会大众认识，了解大认可，接纳该企业。

微观环境

广东岭南职业技术学院清远校区岭南有家驾校拥有全新的教学车辆，还拥有一支经验丰富，技术过硬，经得起考验的教学队伍。有家驾校始建于 2016 年，建校至今，已累计为社会各界培训合格驾驶员 500 人。

岭南有家驾照驾校本着“团结进取，求实守信，积极开拓，争创先进”的办学工作方针，以培训合格驾驶员为最终目的，竭力为广大学习汽车驾驶技术的朋友提供热情周到的服务。

二、竞争者状况

1、市场规模

清远市广东岭南职业技术学院的有家驾校基本都属二类驾校，占地面积均 25 亩左右；拥有培训车辆均 20 辆左右

2、市场价格 ① 报名费：749 元

② 培训费：5500 元（注：包学出 2400）+IC 卡 15 元 ③ 考试费：273 元

④ 体检费：须到县级以上医院体检，费用自理。

2、主要竞争者状况

在清远市清城区内，主要竞争对手有伟豪驾校和永升驾校。

伟豪驾校：该校有着 10 多年的汽车技术教学历史，现拥有 20 辆左右 C 照培训车有驾驶模拟器和红外线桩考训练仪的驾校，，本着以传授驾车技艺为主，传承平安为重。

永升驾校：占地面积 20 余亩，地处清远市城北二路，其广告宣传突出，配有接送专车。

此外，各大驾校都以各学院合作，给考驾照的学生给与相应学分奖励。

调研

调查内容：

1. 学生对掌握驾驶技术的认识及学车习惯
2. 学生心目中理想的驾校应具备哪些条件
3. 目前岭南有家驾校在学生中的知名度
4. 学生对驾校现有服务的熟悉和满意程度
5. 调查对象的意见和建议

调查对象：广东岭南职业技术学院清远校区在校生 5000 名学生

调查方式：抽样调查，网络调查问卷

调查费用：700 元

调查目的：

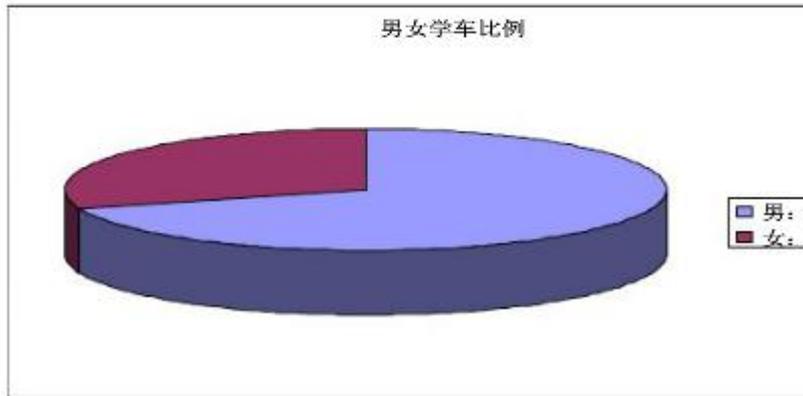
在面临上述市场竞争者的情况下，岭南有家驾校就自身建设关心的一些问题委托我们小组进行一次市场调查，以进一步了解消费者心理，获得改进宣传和服务第一手资料。本次调查主要包括以下目的：

- （1）了解岭南有家驾校在学校学生中的知名度情况；
- （2）获取被调查者对驾校的建议；
- （3）了解自动挡和手动档的培训的需求情况

男女学车的比例：

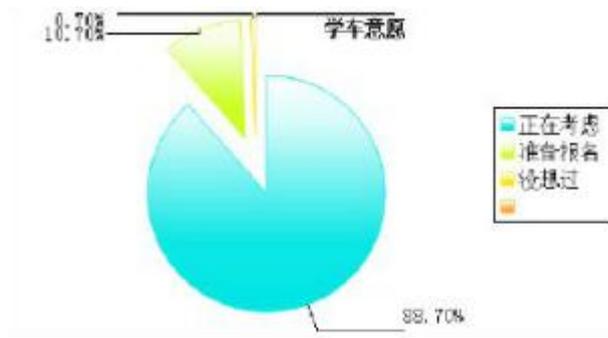
男女学车比例

男： 70%
女： 30%



分析：学车人男女所占比例较大，这种差距还有待缩小。

您想过在大学校园内里准备学车吗？



分析：绝大部分人正在考虑在大学中学车，可见有家驾校的市场前景良好。

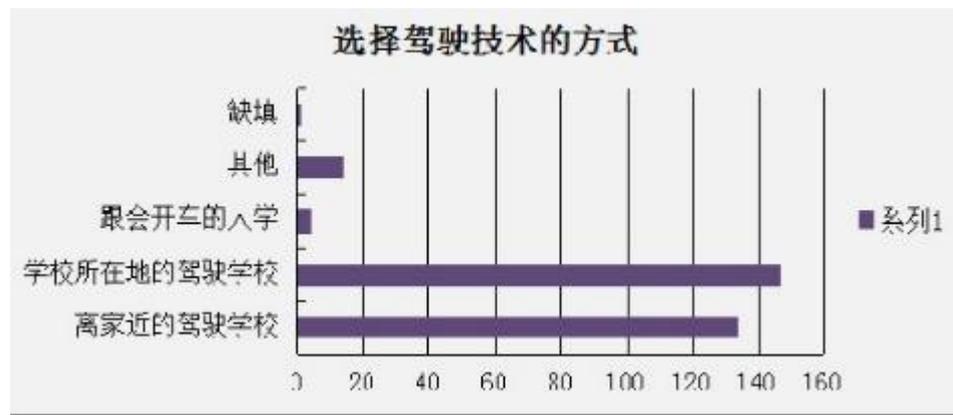
您希望学车得时间安排是怎样的？

学习驾驶的时间选择分布图



分析：对于学车时间的安排，60%的人觉得在大一至大三学车比较好，在校园内设置驾校有好的发展。

您希望选择驾驶技术的方式是那种？

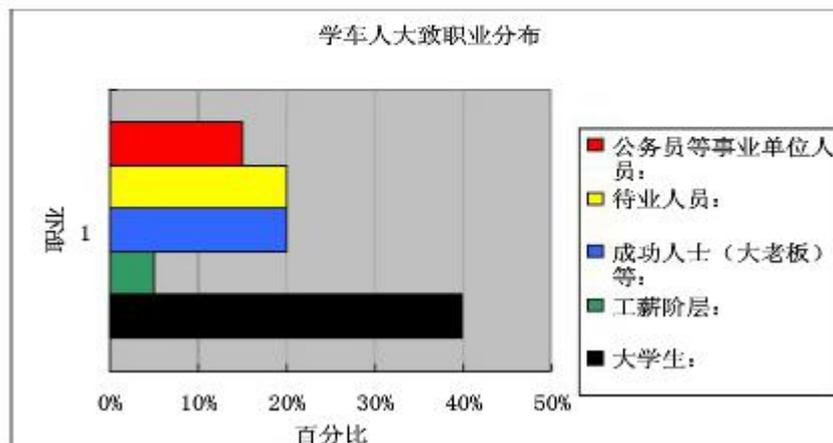


分析：从图表中我们可以看出，大部分人还是希望在选择驾驶技术的，更倾向于学校所在地的驾驶学校。

您是属于那种职业学车的？

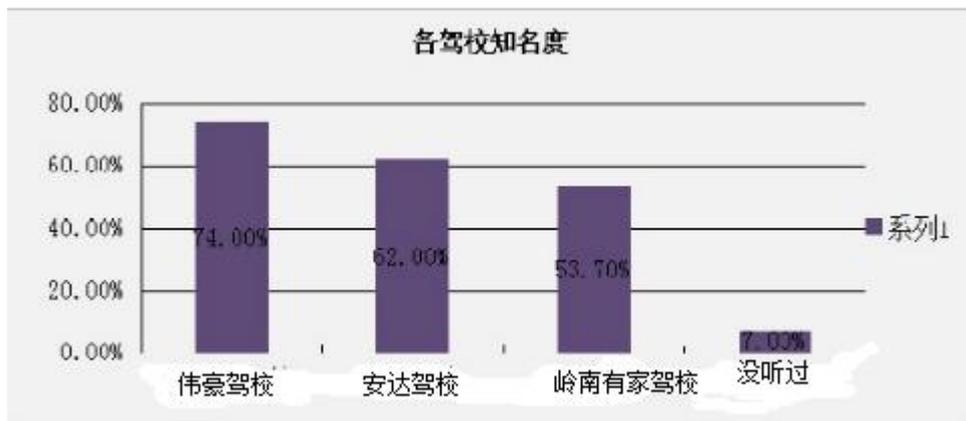
学车人大致职业分布

大学生：	40%
工薪阶层：	5%
成功人士（大老板）等：	20%
待业人员：	20%
公务员等事业单位人员：	15%



分析：虽然从数据上看学车人职业不同，但很明显，大学生占了一大部分。

您知道哪些驾校吗？



调查结果分析：

以上的数据反映出广东岭南职业技术学院清远校区学生对学车的态度与观点，学生普遍认识到现代人学车的重要意义，有效比例达到 88%，折说明大部分学生是有学车意向，随着经济水平的提高，国民收入增加，私家车的普及，这个比例还会提高，驾驶培训市场有着广阔的前景。

学车习惯方面，在时间段的分布上，选择在大一至大三期间的同学学车的人高达 60%，选择在毕业实习期间学驾驶的人达到 24%，这两个部分学生没有完全脱离校园生活，选择学校附近驾校的可能性较大，两者加起来的将占总人数的 81%，说明针对在校生的驾校还是相当有市场的。

在学车方式的选择上，字驾校学车者占到了总调查人数的 96.3%，远远超过会开车的人学的 4.7%。说明学生还是比较信任专业的教学，到驾驶学校接受培训是最普遍的学车方式。但在地点的选取方面，选择在学校附近学驾驶的人只有 49%，而选择会老家学车的人也达到 44.7%，两者数目大抵相同，由此看出本驾校不仅要面临其他驾校的竞争，还要面临学生会老家驾校的强力竞争。如果想要提高营业额，就必须想办法把老家学车的学生争取过来。

七、品牌元素设计

Bi 设计

部门管理制度：

为了全面提高我校诚信意识和道德水平，树立“诚信为本，信誉第一”的驾培风尚，维护学校声誉，树立良好的社会形象，制定本制度。

1、诚信一般内容包括：

- (1) 按教学大纲规定的教学顺序、内容、时间培训，保证培训质量。
- (2) 按收费许可证上核定的标准收费，不乱收费。
- (3) 训练中保证学员的安全，防止人员伤害。
- (4) 文明教学，新生学员的人格，不准侮辱学员人格。
- (5) 如实填写驾驶员培训记录，不弄虚作假。
- (6) 准许学员选择培训日期和上车时间，给学员提供方便。
- (7) 保证教练车的车况良好，不影响学员的训练。
- (8) 不收取学员的钱物，不加入学员请客吃饭和娱乐活动。

- (9)在诚信承诺活动中，学员满意度要达到 95%以上。
- (10)对学员投诉要及时处理，并要对投诉人保密。
- (11)驾校负责对学员承诺的要落实。
- (12)全校所有教职员工要结合本校工作一定要落实。年终评比时，对不落实主要负责人并实行一票否决制。

二、教学管理制度

为加强机动车驾驶培训教学管理，规范教学行为，提高教学质量，教练员每月进行一次政治学习和业务学习，不断提高自身的素质，增强业务水平，确保招生安全，合格率上新台阶。

(一)全面落实全国统一的教学大纲

- 1、学校严格按照教学大纲规定的内容、时间和顺序组织教学。
- 2、坚持领导查课制度，分管教学的领导每天查课一次。主管领导每周查课一次，检查教学大纲落实情况。查课后要认真填写查访记录。
- 3、教员实行讲课制度，认真进行试讲，注意“尊师爱徒，从严执教”的方法，对学员进行交通法规，职业道德、安全意识、驾驶技能汽车的维修等多方面知识的指导与传授。
- 4、学员补课的规定，学员缺课时由教练员补课达不到规定学时的不准参加科目三考试。
- 5、培训结束后将教学日志存入学员档案和电子档案。

(二)驾驶培训记录管理

- 1、驾驶培训记录是考核学员培训单科学时和总学时的凭证。
- 2、认真填写培训记录。每个科目训练结束后，由教练员在培训记录上填写培训学时，然后按照先学员后教员的顺序签名，主管校长签名后，加盖学校培训学时审核专用印章。
- 3、驾校业务员将驾驶培训记录送到交通管理部门审核后，凭驾驶培训记录及相关手续到公安部门约考。
- 4、驾驶培训记录一式三份，科目三培训结束时，经交通部门审核和公安部门预约，分别报送交通和公安部门各一份留存。
- 5、学校留存驾驶培训记录存入学员档案。

三、教练员管理制度

为加强教练员队伍建设，提高全体教练员的素质，充分调动教练员的积极性，提高教学质量和服务水平，根据交通部机动车驾驶培训制度，结合我校实际情况，制定本制度。

(一)教练员聘用

- 1、学校聘用的教练员必须符合交通部颁发的《机动车驾驶培训机构资格条件》及有关教练员的要求。
- 2、学校聘用教练员采取社会招聘，申请人向学校提出书面申请，学校人事部负责面试和测试。
- 3、对申请人进行培训或组织申请人参加有关部门组织的培训。
- 4、参加全省公安交通部门统一组织的教练员考核。
- 5、申请人考试合格后驾校人事管理部门办理聘用劳动合同。聘用合同期限一般为三年。聘用合同期的前三个月为试用期。

奖惩制度：

教练员有下列行为之一，每次记 1 分

- (1) 车上学员未按规定乘坐且未加以纠正；
- (2) 着装不整洁，教学时未按规定佩带准教证、携带驾驶证；
- (3) 训练时在车上打瞌睡；

考核等次：

记分 0 为优秀，1-6 分为良好，7-12 分为合格，13 分及其以上为不合格。

4. 奖惩办法：优秀教练员奖 1000 元，良好教练员奖 600 元，合格教练员奖 100 元，不合格教练员罚 300 元。

5、解聘教练不享受本年度任何奖励。

6、未到期而自行解除合同，不享受本年度任何奖励。

7、信誉考核由驾校教务组织实施，每天安排人员值班检查。

二、质量考核

学员一次通过桩考，教练享受奖励（小货 50 元/生、大货 70 元/生）；二次通过桩考奖教练员（小货 20 元/生、大货 40 元/生）；学员一次通过场地考奖教练员（小货 30 元/生、大货 45 元/生），二次通过小货不予奖励、大货奖励 20 元/生；，学员一次通过大路考奖教练员（小货 30 元/生、大货 45 元/生），二次通过均不予奖励。

三、节能考核：1、根据车辆状况核定每生用油量，具体车辆生均用油量另行规定。

四、2、奖惩：不足额定用油量，结余部分学校奖励其 60%给教练员，超过额定用油量 15%—25%（含），教练负担超出部分的 25%，超过额定用油量 25%—35%（含），教练负担超出部分的 60% 超过额定用油料 35%以上，教练负担超出部分的 100%。3、以全年培训人数累计统一计算生均用油量。

四、安全考核

全年无安全事故，年终奖励大货 650 元，小货 500 元，如出现责任安全事故，教练须负担保险赔偿外部分（含各项费用支出）的 20%经济责任，并按有关规定处理。取消原保险公司安全奖励。

八、宣传推广策略：

1、宣传方式

大多数驾校的广告一般会以路牌、报纸刊登、电视广告、传单、与高等学校合作等形式出现。也有一些实力较雄厚的驾校，在中国驾校网上加入了会员，可以在网上报名。

（1）海报宣传：①宣传海报由上商家以合作单位份出现，这些海报将分别置于学校人流量大之处，即饭堂门口。②由我们协会制作 POP 海报及文字性宣传、由协会在本校园内各宣传栏处进行。

（2）横幅宣传：制作横幅将其挂在校内各主干道及各分院门口。（宣传手段是针对全校学生）

（3）谈话式广告：我们将动员本协会的全体成员到各个寝室进行口语宣传和社团活动期间宣传。并告知他们，现在报名学车将有大的优惠，可以免去一部分费用，保证他们学车将由驾校的金牌教练进行教学，从而吸引他们报名学车。

（4）活动冠名权，本次社团活动将以商家的名义、要求来为活动取名，达到为商家宣传的效果。

（5）邀请商家前来客串颁奖嘉宾，社团活动结束后，商家进行颁奖。

（6）活动结束后期，为商家制作宣传片！

（7）、利用网络工具

（1）微博：通过官方微博发布

@赞助商微博、@清远官网、@广东岭南技术学院官网、@岭南职院清远校区，并且在微博上搞抽奖活动，如关注赞助商微博后转发活动微博并@上好友微博则有机会获得由贵店送出的精美礼品一份，吸引更多的同学关注活动和贵店，达到宣传效果。

- (2) 微信：随时发布最新消息
- (3) 协会内部人员通过人脉关系，转发微博，更新微信，加大宣传力
- (8) 广播台：通过播放岭南有家驾校的广播
- (9) 飞信平台宣传

通过各个年级各个班班长将毽球活动的信息散播到每个人手上。

- (10)、Q 群宣传

通过各个班级 Q 群发布信息。

5、宣传活动的效果：提升全校师生对贵驾校的知名度，了解考驾照的基本情况。大限度的增加报名学车的人数，为今后与驾校长期合作打好坚实基础。。

广告创意

1、品牌口号

岭南有家驾校，让您在人生每条道路明明白白消费，开开心心学车

2、利用驾校网站首页宣传

在主页显眼的地方放上“岭南有家驾校，让您在人生每条道路明明白白消费，开开心心学车”这样夺人眼球的标语来刺激顾客。另外在网站上设立“顾客反映”的板块，让他们用最直观的感受去表达，从而让整个岭南有家驾校的宣传显得更加真实化。

3、利用人力资源宣传

让驾校工作人员在各自的博客、QQ 空间等个人主页上采用连接、旗帜广告、广告交换、签名等形式做宣传。或是一些有过岭南有家驾校培训经验的并认可岭南有家驾校的顾客帮忙宣传，通过向朋友介绍，在自己的个人主页上推广，用此类方式来提高岭南有家驾校的口碑。

4、在热点网站宣传

在热点网站上（优酷、土豆等）上传驾校宣传视频播放，打出“最牛逼的驾校”“神奇的赛车手”等劲爆的标题吸引网名点击观看。增加点击率，提升知名度。

5、在学校宣传

在学校发放广告，宣传栏张贴海报各大院校潜伏着一大批可参与驾校培训人员，最有开发市场。在食堂，寝室门口张贴海报，也可聘用一些在校大学生分发宣传单。让岭南有家驾校走进学校，走进学生。

6、城区宣传

在城区各个人流量大的地方派发宣传单、海报、名片等。这个方式比较普遍，但也是很直接宣传方法。

广告理念：

1、服务理念

在这里，您不仅考取的是驾照，更多的是提升了自己的技能。体验了一种新的生活和享受一种不同的快乐～

2、营销理念

服务带给学员，结合匹夫策划理念与经验，传统与创新相结合，调动一切可以调动的手段，如，与附近的各大高等院校合作，协调一致的为打开市场、赢得生源树立名牌服务。

广告计划

1、新闻发布会、交流会（学员与教练交流会）

两会旨在获得媒介的关注和支持。一方面帮助学员更好的学习驾车技术，另一方面扩大岭南

有家驾车在清远市清城区这一范围内影响力。2、“体验驾车乐趣”——试驾，试教活动在驾校高峰期来临之前，与市区繁华的商场（大润发、城市广场）饭店、酒店、酒店，超市（沃尔玛）等协商，推出消费 500 元送一张岭南有家驾校试训，体验驾车乐趣的抵用卷此类活动。不仅达到互惠互利的双赢的效果，又对岭南有家驾校的宣传起到了一定的作用。顾客会觉得像这样有知名度的地方合作的企业应该是值得信赖的，降低了顾客的抵触情绪，比较容易接受。

3、举办专题活动

举办一个相关的设置奖项的岭南有家驾校专题活动，比如开车过障碍等，用这样无门槛的方式吸引那些有些驾龄的人前往参加，但要求带上 2-3 个具有考驾照资格的但未考过驾照的人一同前往，然后活动环节需要一起配合，共同参与，用最直接也最有效的方法介绍并推广下岭南有家驾校。活动结束后，向前来的参加的无驾照的人宣传岭南有家驾校的高品质高服务，并告诉他们现在当场报名可免收一部分报名费，用此来吸引他们参加驾校培训。

4、赞助高校

赞助高校运动会或文艺晚会，在学生这一庞大群体中树立好的形象。扩大驾校在学校范围的知名度。

5、其他有影响的公益活动

（七）广告实施阶段

广告活动在 2017 年分三个阶段投入，即导入期、生长期、延续期

1、导入期（3/2017——7/2017）

这一阶段为 3 个月，根据驾校的特点，前期广告旨在吸进消费者，扩大影响力，以“岭南有家驾校，让您在人生每条道路明明白白消费，开开心心学车的广告主题，通过加大广告投入量的密集攻击方式，力求岭南有家驾校能以短、平、快的速度，获得知名度，与丽汽、大地争夺市场。

2、生长期（7/2017——12/2017）

这一阶段为 6 个月，在第一阶段宣传的基础上，进一步加深主题，并减少广告数量，以公共关系活动配合广告宣传，巩固企业形象。

3、延续期（1/2018——3/2018）

针对前面广告宣传中存在的问题，适当调整广告策略，并结合企业的整体形象进行宣传。

竞争广告分析

分析同类驾校广告宣传策略，以适时调整广告计划。

五、媒介策略

（一）媒介的组合策略

以电视、报纸为主要媒介。户外、海报、POP 宣传册、小赠品 为辅助媒介。

（二）媒介的选择

1、报纸：在报纸的醒目位置占据一小块地方进行宣传。 2、杂志：在杂志的封面刊登驾校的基本信息。3、电视：在热门频道、黄金时间插播驾校的宣传广告。 4、广播：随时像人们传播，例如出租车上的收音机。 5、传单：向潜在群体发放传单，比如学校。 6、户外广告：在客流量打比如居民楼或学校的寝室大厅、食堂等挂上岭南有家驾校的横幅。

八、核心价值

1. 核心理念：

“安全从这里开始，文明在这里弘扬。”岭南有家驾校的责任是让学员能够安全行车、文明用车。安全从这里开始：在这里有两个涵义。一是让学员学习安全驾驶的技能，在完成学业后能独立的安全驾驶车辆。二是在学车的过程是安全的。文明在这里弘扬：中国汽车的保有量越来越多，可是驾驶员的整体素质还很低，不文明的行为随处可见。驾校在培养驾驶员文明用车方面有他得天独厚的优势，我们要为提高驾驶员素质，减少不文明行为的出现而努力。“轻松学车，快乐出行。”轻松学车，快乐出行。是针对训练方面的理念。我们要努力钻研教学方法，学透教学内容，弄清教学的真谛。要把难懂的内容好理解，要把难掌握的动作容易练，遇到教学难点时，能够运用我们的专业知识去拨开问题的表面现象，直至其根源，并用简洁、明了的方式去解决。目的只为让学员轻松的学会驾驶技能，享受快乐的驾驶体验。

2. 核心讯息：广州岭南教育集团一直致力于解决学生的需求，关心学生的生活，将驾校设置在清远校区内也是关注到同学们经常需要去到市区或其他地方参加驾驶员考试的练习和考试，不仅浪费了时间，交通上的安全也没办法得到保障，相信这一举措不仅让现在在清远校区的学生得到便利，对未来的新生也是可以提供优质、便捷的报读驾校的服务。

3.

九、资产保护

1. 品牌名称：岭南有家驾校

岭南有家驾校是广东岭南职业技术学院名下的，品牌名称的所有权属于学校的，一旦受到侵权，学校将进行驳回。

2. 商标和专利保护



商标权，是商标专用权的简称，是指商标主管机关依法授予商标所有人对其注册商标受国家法律保护的专有权。商标注册人依法支配其注册商标并禁止他人侵害的权利，包括商标注册人对其注册商标的排他使用权、收益权、处分权、续展权和禁止他人侵害的权利。商标是用以区别商品和服务不同来源的商业性标志，由文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合或者上述要素的组合构成。根据《商标法》规定，商标权有效期10年，自核准注册之日起计算，期满前6个月内申请续展，在此期间内未能申请的，可再给予6个月的宽展期。续展可无限重复进行，每次续展期10年。

按照《商标法》的规定，商标专用权保护实行行政保护和司法保护并行的双轨制，因此商标侵权的法律责任既有行政责任，也包括刑事责任和民事责任。首先，行政、司法保护双轨制，是现阶段具有特色的商标保护体制，由于行政保护具有方便、快捷、高效的特点，因

此大部分商标侵权案件是通过行政执法机关处理的,但随着商标法律与国际商标法律的接轨以及社会商标意识、法律意识的不断提高,行政保护日益显示出其不足之处。因此要求加强两方面工作,一是增强行政执法部门队伍总体素质、提高商标管理和行政执法水平;二是充实人民法院知识产权审判机构和人员,提高知识产权审判专业化水平。其次,按照有关规定,对于商标侵权案件,涉嫌构成犯罪的,行政执法部门应当该案件向司法部门移送。

对于案件移送,虽然法律上已有明确规定,但实施起来仍不够顺畅,影响案件移送的主要因素有:1、案件的定性标准不统一;2、案件定性的法律依据不一致;3、个别行政执法部门片面追求办案数量;4、个别司法机关的消极司法行为。实践证明,加大执法力度,追究当事人的刑事责任是极其有效的措施,因此,当前既需要积极引导权利人依法通过司法途径打击侵权行为,更需要确保移送渠道畅通。再次,有学者认为,制裁商标侵权行为最有效的手段是损害赔偿,这一见解不无道理。对于商标侵权的民事责任方面的赔偿问题,现行《商标法》规定工商部门有权应被侵权人的请求责令侵权人赔偿损失。这实际是关于执法部门解决民事问题的规定,从实践看,这一规定既增加了执法部门的负担,又不利于有效解决被侵权人的民事权利,已经不适合形势的需要。应对方法之一是可以此规定在《商标法》修改中删去;或者如果确实考虑国情,可以规定执法部门可以就侵犯商标专用权的赔偿数额进行调解,如果调解不成,当事人再依照程序向人民法院起诉。

岭南有家驾校是经过省依法授予认证的,而且一经查到假冒伪劣的,将保持权利进行申诉,岭南有家驾校是由广东岭南职业技术学院副校长李峻校长代言的,李峻校长希望明明白白学车,安安全全上路,这些都将成为品牌其他构成要素的保护。

3. 所谓品牌的经营保护,是指企业经营者在具体的营销活动中所采取的一系列维护品牌形象、保持品牌市场地位的活动。不同的品牌,其所面临的内部和外部环境的差异,自然经营者所采取的保护活动也各不相同,但是不论采取何种经营活动对品牌进行保护

4. 品牌经营者为努力营造高知名度品牌,然而枪打出头鸟,品牌的知名度越高,假冒者就越多,技术失窃的可能性也就越大,品牌搏杀竞争、品牌之间互相斗击、两败俱伤的现象也就越普遍,因此品牌经营者为使品牌健康成长,必须注意进行自我保护。

十、风险管理

1 不可抗力因素风险

驾校是一个对市场需求、对政府政策依赖性很强的行业,在本驾校发展期间,不可抗力因素必然存在,例如自然灾害、政府行为以及社会异常事件。本校在固定设施和设备上投入力度大,如果遭遇自然灾害,损失将是十分严重。在驾驶行业上,政府的政策一直在更新、规范,要适应政府的政策和由此带来的消费者的心理变化,也是我们要面对的不可抗力因素。

2. 投资风险管理:

它是指因投资不当造成投资企业经营的效益不好,投资资本下跌。驾校对此应采取:在专案投资前,一定要各职能部门和专案评审组一起进行严格的、科学的审查和论证,不能盲目运作。对外资专案更不能作风险承诺,也不能作差额担保和许诺固定回报率。

3. 产品市场风险管理:

它是指因市场变化、产品滞销等原因导致跌价或不能及时卖出自己的产品。产生市场风险管理的原因有三个:(1)市场不景气,包括市场疲软和产品产销不对路;(2)商品更新换代快,新产品不能及时投放市场;(3)国外进口产品挤占国内市场。

十一、损益预估

(一) 财务预算

1、媒介费用预算(包括设计、制作、发布费用) 电视 8000 元、报纸 2000 元、网络 100

元、传单、海报 500 元 其他 1000 合计：11600 元

2、活动费用预算

新闻发布会、交流会 8000 元 试驾，试教活动 20000 元 专题活动 5000 元

附件：调查问卷

岭南有家驾校市场调查问卷

亲爱的同学：

驾驶技术作为现代人必备的一项基本技能，正日益受到在校大学生的重视。为了给您提供更为优质的驾驶培训服务，岭南有家驾校需要了解一些相关情况并获取您的宝贵意见。为此我们开展了这项问卷调查活动，希望您能仔细阅读以下问卷并认真填写。对您的热情参与和积极配合我们将不胜感激！

您的基本资料：

姓名_____ 性别_____ 学院_____ 年级_____ 联系方式_____ (选填)

(请在每个选项的方格中打钩)

1. 您认为掌握驾驶技术对现代人的意义如何？

必要 可有可无 没有必要

2. 您认为在何时学习驾驶技术比较合适？

在校学习期间（大一至大三） 毕业环节和实习期间 工作以后

3. 如果您想学习驾驶技术，您会选择

离老家近的驾驶学校 岭南有家附近的驾驶学校 清远市其他的驾驶学校
跟会开车的人学

4. 以下是人们选择驾校的一些理由，请您根据自己的理解，对每项的重要程度做一次评估。

(每项勾选一个，请勿多选)

非常重要 重要 一般 不重要 完全没必要考虑

教练的理论水平

专业素质和经验

对学员的态度

驾校知名度和美誉度

驾校到住所的距离及交通便利程度

理论教学和场考在

学校进行

往届学员考试的一次通过率

车辆性能

符合正式考试要求的场地条件（场考）

模拟尽可能多的道路情况（针对路考）

属于公办学校还是私人办学校

价格

5. 岭南有家附近的驾驶学校中，请在您知道的后面打钩

岭南有家驾校 畅源驾校 雨鑫驾校 都没听说过

6. 您是通过何种途径知道岭南有家驾校的? (可多选)

户外广告牌 海报 传单 同学谈论 广播 报纸 网络
 其他

7. 如果您想到驾校报名, 最好的方式是

8. 直接到驾校 驾校指定报名点 电话报名 网上报名

9. 下列那几项是您选择岭南有家驾校的理由 (可多选)

在校内培训, 考试 可获得学分 超大训练场 齐全的设备 费用低廉 服务态度好

9. 目前市场上自动挡车辆培训比手动档的价格要高 500—600 元, 如果岭南有家驾校有自动挡的教练车, 你会选择自动挡车辆的培训吗?

会 不会

10. 目前驾校还没有考点, 等考点正式启用后, 驾校价格 (目前全部培训费用为 4300 元人民币) 会适当回升, 您能接受的涨价数额是多少?

300 左右 300—500 500—800 800 以上

11. 您喜欢的优惠方式是

团体报名可享受一定折扣 附送精美纪念品 送代购物代金券或优惠卡
学车期间组织一次社交活动

12. 请您写下对岭南有家驾校发展的?
