

## 国外微博营销成功案例

微博营销是刚刚推出的一个网络营销方式，因为随着微博的火热，既催生了有关的营销方式，就是微博营销。微博适应了用户互动交流的需求，顺应了信息传播方式大变革的趋势。作为互联网的一种最新应用模式，它的高度开放性，介于互联网与移动网之间，无论在何时何地，用户都能及时发布消息。国内外中小企业在微博上有哪些成功的案例呢？

第1个案例是美国戴尔的。

大家知道，戴尔是通过自己的官方[网站](#)进行直销的，这样它就带来一个问题，就是它经常会有新产品出来，也经常有促销活动，仓库里的产品也在经常变动，这些信息仅仅在自己的网站上公布有局限性，影响的人群不够多。戴尔的方法是在 Twitter 上注册许多账号，每个账号一个专门的内容，产品信息的账号专门发产品信息，指定给专门的受众看，这样就不会骚扰其他人了。这是戴尔的一个特点。戴尔在2007年3月注册 Twitter 后，现在已经有了150万粉[丝](#)。

戴尔在产品账号上，经常发表的信息内容是：①经过翻修的二手产品信息，价格很诱人，并且有库存数据；②超低价格的清仓甩卖活动信息；③新产品信息；④优惠信息。

# 全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：[xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛  
[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: [www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

在每年的节假日，戴尔会向 Twitter 上的 150 万粉丝发送独家折扣大优惠，有 12000 名购买戴尔新产品的人享受了七折优惠。戴尔在 Twitter 上发给客户的折扣礼券，可以链接到专门的网页，在订购产品时享受到优惠。通过 Twitter，戴尔在全球已经直接创造了近 700 万美元的营业额。

我们再介绍一下戴尔在 Twitter 上的分组情况。目前戴尔在 Twitter 上已经拥有 65 个群组，每个群组都有专人负责管理，像一个个一对多的在线客服窗口一样，让客户能得到丰富而实时的信息，同时客户还能看到其他用户的问题解答。在新浪微博上，戴尔中国是 3 月 7 日上线的。戴尔的客服用轻松活泼的方式和大家唠家常，分享最新的促销打折信息，时不时地搞一些互动活动。在戴尔中国微博的背后，是一个个鲜活的面孔，它们是来自戴尔员工的真实声音。它们的微博帐号是它们在新浪上的微博帐号是戴尔中国。

第 2 个案例我想介绍下美国的百思买。

美国百思买公司是全球最大的零售企业，每年圣诞节都会有大型促销活动，这些促销活动的信息以前都是靠广告通知消费者的。为了聚拢 2009 年圣诞节购物潮的人气，百思买打出 Twitter 的大旗，组织了 2500 名员工上 Twitter 上发送产品促销信息。结果 2009 年圣诞节，百思买获得了比任何一年都要好的促销效果。

百思买 2500 名员工的微博团队，是由百思买公司最热情的、最有产品知识的员工组成的，他们来自门市店，或者来自公司总部。他们

通过 Twitter 的电脑屏幕，回答客户对产品的各种疑问，解决技术难题和客户售后服务。百思买也利用 Twitter 上成千上万客户的反馈，及时更改和制定各种促销政策。

在百思买的 Twitter 账号上，有密密麻麻的百思买在线员工的照片，任何一个客户都可以随意通过点击其中一个百思买员工的 Twitter 的帐户，要求给予回复。这些回复完整公布在网站上，有个性的回复会得到客户的赞扬，并且引发互动。公司负责人说，用户可以 24 小时与我们的员工交流。在感恩节周末最紧张的销售中，公司员工在 Twitter 依然为回答了客户 2.5 万个问题。

第 3 个案例是新加坡洲际酒店集团的。

世界各国的旅游业都在想方设法利用社区媒体的力量，发掘新的商业机遇。新加坡的洲际酒店集团（IHG）提出了一个名为“亲朋好友”FriendsandFamily 的计划，鼓励集团在世界各地 4150 家连锁店的员工，用每个人的 twitter 推销酒店客房。新的全球 IHG“亲朋好友”计划，以折扣价格向员工的朋友和家人提供全世界各地洲际酒店的客房预订优惠。

所有员工在 IHG 的内部网上注册以后，都会收到一封电子邮件，上面有一个独特的网站地址链接到每个人的酒店预订页面中。员工们可以将这个链接转发给亲朋好友，亲朋好友通过链接进入员工的个人页面，以独享的优惠价预订客房。这个计划刺激了集团在世界各地的 33 万名员工，大幅度增加了客户来源。

第4个案例是美国的全食公司。

WholeFoods 是美国一家天然食品连锁店，这家公司全方位提供有机食品，虽然售价高一点，但是由于食物不施加农药化肥、不含激素，还提供用有机纺织原料和染料制做各种受欢迎的有机服饰等，所以受到消费者喜爱。

因为这家公司的产品是新概念的产品，几乎每一个客户都有许多问题提出，因此公司就用 Twitter 的网页发布信息。WholeFoods 要求自己认真回答 Twitter 上的 16 万粉丝提出的每一个问题。

如果你是 WholeFoods 的粉丝，那么你就可以从问题的答复中学到很多东西，而且可以看到有关新店开张和可回收包装的新闻。每个消息都链接 Facebook 的网页，上面有丰富的促销内容。这些粉丝成为新概念产品最好的宣传大使。

第5个案例是美国一些做滞销库存的公司。

美国的服务业将在规定时间还没有出售的座位、房间，称为“滞销库存”。这些滞销库存很难销售掉。但是有了 Twitter 以后，这些公司发现如果实时公布这些信息，即便是在最后一分钟，仍然会有许多匆匆忙忙的客户会在观看信息以后，发出马上购买的回复。

美国联合航空公司之前在 Twitter 上发布一项促销计划，利用 Twitter 的平台，在周三和周四促销周末的机票座位。捷蓝航空的廉价促销计划，是在公司的网站上建立一个独立的票价类别，并派员工



把这些信息更新到 Twitter 上去。他们在每周一早晨发布未来两周内的促销信息。比如他们最近推出的从伯班克到拉斯维加斯的 9 美元特价单程机票，让许多 Twitter 上的用户惊喜不已。在 Twitter 上捷蓝航空已有 55 万个关注者。

还有许多酒店也是这样，他们把还没有订出去的房间放到 Twitter 上，有效提高了入住率。许多饭馆在 Twitter 上推销暂时还没有预订出去的餐桌。商店用它来推销掉库存过剩的商品。甚至还有按摩师用它来招揽顾客。

第 6 个案例是美国的 Kogi。

这个案例很有趣。Kogi 是美国一家名不见经传的流动快餐店，专门用流动汽车销售煎玉米卷。这样的流动汽车如果进入一些热闹地段，会受到警察的干预甚至驱赶。Kogi 为了钻进城市热闹地段，常常和警察捉迷藏。

有了 twitter 以后，Kogi 变得机灵起来。它在每一个热闹地段停留的时间并不长。它的办法是在 twitter 上发表下一站流动汽车会在哪里停下的消息，结果在汽车还没有到达前已经有客人排队了。流动汽车抓紧时间销售，在警察到来以前又开始赶往新的预约好的地点。Kogi 在短短三个月之内迅速成为美国知名度最高的流动餐馆之一，引起了美国人的广泛关注，甚至被包括《纽约时报》、《新闻周刊》等在内的主流媒体所报道。

第7个案例是美国一家小披萨店的案例。

2009年4月，美国新奥尔良一家比萨店，在一些媒体中引起轰动。引起轰动的原因是这家店使用了Twitter的工具来影响他们的生意。客户们通过Twitter向NakedPizza下订单、询问价格、告诉要送达的地址；而NakedPizza则通过Twitter向客户们传播打折信息、新品种的Pizza，报告Pizza是否已经送出。

此前，NakedPizza每年会花费6万美金在直投广告上，花2.5万美金在电子邮件广告上。现在，他们拆除了店铺前面标有订餐电话的广告牌，取而代之的是一块以Twitter为主题的新广告牌。广告牌上一边是形象生动的小鸟元素，一边是偌大的Twitter字样。在他们看来，Twitter已经成了为他们和目标消费者沟通的媒介以及获得相互认同的“暗号”。

现在，这家比萨店在Twitter上已经有6000多个关注者。不要小看这个数字，近关注者都是披萨店周围几公里的客户。现在，Twitter给这家披萨店带来的销量，已经超过总销量的15%，并且是上升趋势。

第8个案例是德莱先生的。

德莱先生是加州的一个在线视频服务商。当他第一次接触Twitter的时候，他看到的只是漫不经心的闲谈，认为对自己公司的销售没有什么相关的地方。在经济危机时期，德莱的公司营销预算大幅度减少，



他只能选择使用 Twitter 来推行公司的产品 Fliqz。这是因为使用 Twitter 不会花他一分钱。“唯一的开支就是时间，必须投入很多精力去关注 Twitter 上的更新。”

德莱的方法是这样的：他在 Twitter 上的用户名就是产品名字：@Fliqz。他每天会发三到四条新信息给他在 Twitter 上发现的对网络视频行业感兴趣的用户，或者是跟随这些用户的最新动态。终于有一天，德莱在 Twitter 上发现了一个客户在视频编码上遇到了麻烦。德莱帮助了他，这位顾客在 Twitter 上发布了一条消息，表达了自己的惊喜之情。

经过几个月的努力，目前@Fliqz 拥有 1,358 位跟随者。通过 Twitter，德莱抓住了 21 次新的销售机遇，并且完成了一项年交易额为 6,000 美元的合同。德莱估计他每周会花 8 小时在 Twitter 上，这相当于他每年营销预算的 2%。

第 9 个案例是美国的 Zappos 卖鞋网站。

这家网站有 1600 名员工，写 Twitter 的人超过 400 名。400 名员工写的 Twitter 各有自己的风格，但是最后都会让你感受到 Zappos 是一家服务至上的公司。网站的总裁托尼谢说，不要以为 140 个字符会限制一个品牌。他有一个比喻：任何单一的鸟叫，就像任何一个点，本身可以是微不足道的。但如果随着时间的推移，你最终与很多的叽叽喳喳声连接在一起，就会汇合成一种合唱，在总体上描绘出你的公司，并且最后形成你的品牌。

Zappos 对自己的企业文化有明确的表述，并且深深烙印在每个员工的心里，这就是 Zappos 企业文化的 10 个核心价值观。在有了这样的核心价值观具体表达以后，Zappos 对凡是到 Twitter 上开微博的员工，都会先进行一次培训，培训的内容是告诉你如何表述的方法。

托尼谢认为，员工在 Twitter 上的内容应该是反映个人成长。他归结为 4 件事：1，透明度和价值观：不断提醒自己我是谁，我为什么加入 Zappos；2，重塑现实：用 Twitter 鼓励自己寻找更积极的方式参与现实；3，帮助别人：做能对别人生活产生积极影响的事情；4，学会感恩：懂得欣赏生活里的小事情。

这样一来，员工如何写微博就有了指南，但是在风格上，Zappos 鼓励员工个性化的表述方法和个人魅力，但最终是将企业文化生动地传递给社会。于是我们就看到了这样一种结果，就是 400 多只 Zappos 的小鸟在各种树木的低杆高枝上鸣叫，各种叫法不同，但是它们是一种合唱，一种令人陶醉的合唱，这样的合唱会促使每一个受众都迫不及待地想进一步去体验 Zappos 公司的文化，享受 Zappos 品牌照耀在自己身上的温暖阳光。

国内微博营销成功案例

我们先来看看@藏壶者的企业微博。

藏壶者是淘宝网上一家专门销售紫砂壶的皇冠店，它的受众很窄小，适合在一个很大的平台上去寻找。藏壶者发现新浪微博以后，每天都在微博上发布有关紫砂壶的信息，有紫砂壶的产品知识、名人介绍、泡茶学问、客户故事等，是一种知识性的对话。

@藏壶者的方法是这样的：他每天会在微博上搜索和紫砂壶相关的话题，新浪微博搜紫砂壶就有 2000 多条相关信息，他一旦搜索到对象就加入并且开展对话，提供对方需要的知识。靠这样的积累，他已经拥有 2000 多位粉丝，有的购买了他的紫砂壶，有的申请做他的紫砂壶的代理。

再给大家介绍一个微博案例，@膜法世家

@膜法世家的企业微博上线现在有一个多月了，但是已经开始有了自己的风格。膜法世家在淘宝网上专做面膜产品，不到 2 年做了 20 万笔生意，保持了 100%好评。膜法世家有一个 7 个人的微博团队，她们以美容专家的身份出现，专门回复受众各种有关面膜、美容、护肤类的话题，帮助大家纠正错误做法

在淘宝网上成为 5 皇冠，必须做满 20 万笔生意。2 年时间里，他们兢兢业业每天做好 300 笔生意，不敢一丝一毫怠慢，20 万笔生意下来竟然没有一个差评，是 100%的好评。全团队每个人都把客户服

务和产品口碑看得比利润还重要，就凭借着这两个基本点，他们有太多太多的故事。

他们的生意做的这样井井有条，每年花费的广告钱也不少，起码都在百万以上。作为生意人，他们知道做广告的重要，但是这么多钱花出去，和自己的客户却说不上几句话，这个让他们很郁闷。他们的产品是天天敷在女人脸上的，知道客户的体验，就算花钱去买，也是他们愿意做的事情。

在一次电子商务的演讲会上，店主张目和黄晓东听了我的关于新浪微博的演讲，她们马上敏感到，这种互动性很强、门槛又很低的微博，似乎很适合他们这样的产品和企业。他们显得很兴奋，虽然是从广州专程到上海来听课的，但是不着急回去，在上海待了 2 天，我们交流了许许多多问题。

这个网店很小，但是我看他们是一个看到互联网上有好工具就会去认真学会的团队。6 月 23 日，在张目的带领下，网店组织了一个微博营销的团队，除企业微博@膜法世家外，还有 7 个团队成员微博：@张目的围脖、@黄晓东的膜法、@樊建富、@爱可 aike、@霞怡围脖、@吴志鹏 90、@王军的围脖。

在互联网上，这个团队接受了我的远程培训。我告诉他们，微博上确实有很好的互动条件，但是我们要尊重每个人在微博上的自由，轻易不要去骚扰别人。企业微博要逐渐建立自己的通道，组织自己的粉丝群体，让对话通达，即使喋喋不休，彼此也心情愉悦。

膜法世家有自己的经验，很快就理解了微博的特点，他们为自己做了一些游戏规则：

- 1) 要写有感觉的内容，真实，自然，能够体现企业整体的价值观和理念；
- 2) 不要在自己的围脖里批评任何企业和品牌，也不能说贬低对方的话；
- 3) 不要主动推销自己的企业和品牌，除非\*地问到膜法世家的产品和品牌；
- 4) 要避免任何一种有可能被认为是不正当竞争的做法，对同行尤其要尊重，不能轻易地以自己的个人主观意识，去批评对方，切忌切忌。这是品牌文化的表现。在围脖中的言论，要充分体现膜法世家的理念和价值。

和膜法世家能够媲美的是@爱尚鲜花，这是一个鲜花网站，她们在新浪微博上每天会发几条花语，或者客户的故事，充满了对消费者的温馨和感动。一张鲜花照片，几句花语，一个小故事，让阅读的人慢慢接受熏陶，改变中国人传统的送礼方法，习惯西方人更浪漫的表达感情的送花形式。3个月的时间，他们微博上现在粉丝已经6000多。

在新浪微博上喜欢用照片表达愉悦的还有@美国黑黛，虽然它不像鲜花的照片那样夺目，但是美国黑黛的添发高科技总是让每一张照片都带来一个神奇故事。最近他们在微博上发布的音乐家周小燕的增发

照片，就引来许多粉丝对这位 93 岁老人的祝福，表现了人们对美丽和优雅的崇敬。

大家知道，现在做假发添发的企业很多，美国黑黛是一种最新技术，是一种新概念的产品。许多人对假发添发的认识还停留在药物和开刀的方法上，美国黑黛希望用微博的方法来做市场教育和产品教育。

之前，黑黛公司的顾客，在准备接受黑黛的服务前，一般要[咨询](#)黑黛专家 2 小时左右，有的长的可能需要 3 个多小时，而有了微博博客以后，他们发现顾客下单的速度越来越快了，最近，发现有的顾客居然五分钟就下定决心接受服务。他们后来跟踪网站系统发现，这些顾客进入网站，都是直接先点网站上“揭密黑黛”这个按钮进入博客微博后，了解企业的故事再回来下单。这让他们坚信企业微博和博客是非常重要的，它让一个顾客可以很快相信企业。

对喜欢有更多体验受众的化妆品企业来讲，在微博送体验品可以有更多愉悦感染。@凡茜品牌的微博抓住了这个特点，在新浪微博上推出了一系列的凡茜成长计划活动。第一期是鼓励顾客到微博上反馈，送出 100 瓶面膜，第二期又送出 100 瓶茶喷，结果一周时间就有 1500 多个跟贴申领。

现在凡茜微博上已经有 4900 多粉丝，并且是属于粘性较强的粉丝群体。企业在微博上开展体验营销，相对于其它平台人气更旺，人群更广泛，可以出现人声鼎沸的场面，更便于企业收集各种反馈和建议。

凡茜说，虽然活动只举办了两次，但关注凡茜的人一浪一浪，一些铁粉们家里都有了凡茜专柜了。

在企业微博中，人们把有幽默感的、平易近人的对话称为情感营销，如果是总经理亲自参与，情感上则有更多的加分。北京酷绅公司总经理@黄岳南的微博，就是这种微博的一个典型。他经常是清早第一件事情就是微博对话，和大家交流经营理念、创业感悟、服装定制理念。

黄总的微博受到粉丝们追捧，是因为他的幽默、平等、没有架子。企业微博切记的游戏规则是：在微博里人人平等，你就是名牌，也一样和人平视着说话。微博里没有仰视，只有家的感觉。黄总正是抓住了这个特点，才显得左右逢源、潇洒自在，甚至给人 80 后的感觉。他们还有两个企业微博，其中@型牌男装现在很有影响力。



# 全国Mini-MBA职业经理双证班



允许提前获取证书 全国招生 权威双证 请速充电

教委批准成立正规管理类教育机构，近 20 年实战教育经验，值得信赖！（教证：0000154160 号）

全国迷你 MBA 职业经理双证书班®，全国招生，毕业颁发双证书，近期开课. 咨询电话:13684609885

## 招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学 费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《IE 工业工程管理》MBA 双证班	高级 IE 工业工程师职业资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《工厂管理》MBA 高等教育双证班	高级工厂管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



### 【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课：远程函授+视频光盘+网络学院在线辅导（集中面授）



### 【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》；
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》；



### 【证书说明】

- 1、证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）；
- 2、毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，



### 【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



### 【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



### 【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



### 【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习：专家、顾问24小时接受在线教学辅导+每年度集中面授辅导



### 【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



### 【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



### 【主办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育培训专家、教育协会常务理事徐传有老师担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】 13684609885 0451--88342620

【咨询教师】 王海涛 郑毅

【学校网站】 <http://www.mhgy.net>

【咨询邮箱】 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com)



## 【报名须知】

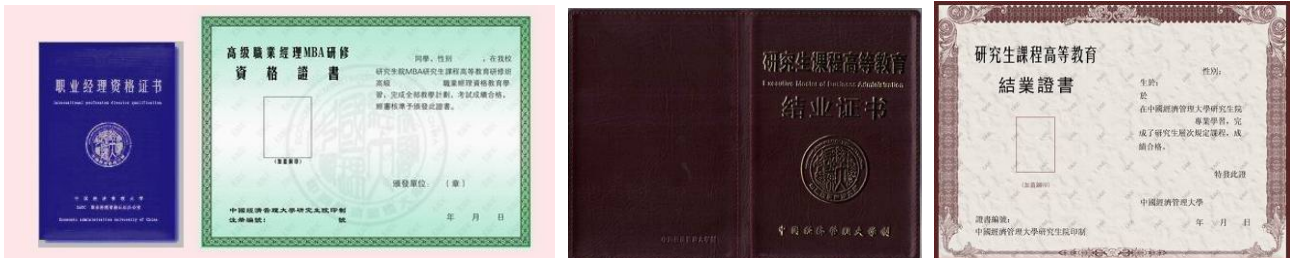
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



## 【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



## 【学费缴纳方式】(请携带本人身份证到银行办理交费手续，部分银行需要查验办理者身份证)

方式一	学校地址	<p>邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室</p> <p>邮政编码：150020      收件人：王海涛</p>
方式二	学校帐号 (企业账户)	<p>学校帐号：184080723702015    账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校</p> <p>开户银行：哈尔滨银行中大支行    支付系统行号：313261018034</p>
方式三	交通银行 (太平洋卡)	<p>帐号：40551220360141505      户名：王海涛</p> <p>开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心</p>
方式四	邮政储蓄 (存折)	<p>帐号：602610301201201234      户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨道外储蓄中心</p>
方式五	中国工商银行 (存折)	<p>帐号：3500016701101298023    户名：王海涛</p> <p>开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行</p>
方式六	建设银行帐户 (存折)	<p>中国人民建设银行帐户（存折）： 1141449980130106399</p> <p>用户名：王海涛</p>
方式七	农业银行帐户 (卡号)	<p>农业银行帐户（卡号）： 6228480170232416918    用户名：王海涛</p> <p>农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行</p>
方式八	招商银行 (卡号)	<p>招商银行帐户（卡号）： 6225884517313071    用户名：王海涛</p> <p>招商银行卡开户银行：招商银行哈尔滨分行马迭尔支行</p>

可以选择任意一种方式缴纳学费，收到学费当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材、考试问卷以及收费票据。