

32 万加盟费

手把手教你开一家庆丰包子铺



全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理企业总经理、医院管理、工厂管理、企业管理咨询师 MBA 等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhyy.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

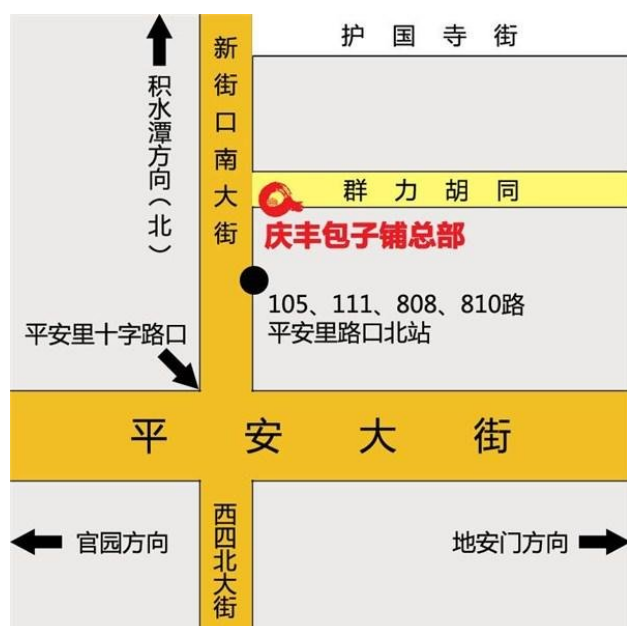
全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

老字号庆丰包子铺，皮薄馅儿大，入口即化，通常是我们一众小编们的宵夜，吃包子容易，做生意难，想要拥有一家属于自己的庆丰包子铺，你需要完成 12 步。



一、先得去庆丰包子铺总部填表。

庆丰包子铺的加盟者要先去总部填写《预申请者的询问及登记表》，考察预选店选址。庆丰包子铺总部是在西城区平安里路口北侧路东的第一个胡同，叫群力胡同，进胡同南侧第一个大门就是。请参考下面的地图



总部在哪儿？

二、包子铺开在哪儿合适？

首先，您需要找一间使用面积不低于 200 平方米（本地加盟）的店铺，电力要求不低于 45 千瓦，如果您选择电蒸车蒸制包子，则电力要求不低于 70 千瓦，其次店铺距离现有的庆丰包子铺要有一定距离，最好在 2 公里以上，所选店面必须是该地区主要街道的临街房，店面最好选首层。步行十分钟所能达到的区域内的常住居民应有 6 万人以上。一定要能获得餐饮营业执照。

三、客人看不到包子铺开在哪儿，咋办？

庆丰包子铺总部也替您想好了：店铺门头宽度不能小于 8 米。



门头门面很重要！

四、店址审查合格后加盟者还需要做什么？

答：申请加盟者需提交《店铺管理计划书》，其中包括主要管理人员简历。



想想还有点小激动呢！

五、开包子铺有风险，加盟需谨慎！

从您提出加盟申请到获得批准，需要经过一些较复杂的程序和过程，而且最终通过审批的几率也比较低，如果您承租店铺的目的就为加盟庆丰，一定要在和庆丰签订合同以前慎重缴纳承租店铺的各种费用。如果您所提出的申请没有被通过，对您的损失，庆丰包子铺不承担任何责任……

六、最关键问题，开一家庆丰包子铺要交多少加盟费？

在签订特许经营合同时，需要交纳总计 32 万元，其中含 10 万元的一次性加盟费，16 万元的保证金，和 6 万元的首年的权益金，也就是通常所说的品牌使用费，以后每年只交纳 6 万元的权益金。（合同续签时，不再收取一次性加盟费，保证金延续使用。）



交钱.....

七、开第二家庆丰包子铺加盟店有优惠不？

北京没有优惠政策，外埠地区可以有.....

八、北京市区没地儿了，如果包子铺开在郊区，加盟费打折吗？比如在北京远郊区县平谷、门头沟、延庆、怀柔、密云等等。

根据店面具体位置，庆丰包子铺已制定出较大的优惠政策，这得找总部面谈.....

九、北京郊区如果也没地儿了，在外埠开设庆丰包子铺加盟店，加盟费能便宜不？

根据具体城市的具体情况，庆丰包子铺总部会酌情考虑。



精打细算不容易.....

十、32 万只是加盟费，前期要投入多少钱，自己的庆丰包子铺才能开业？

以一个使用面积为 220 平方米的店铺为例，装修费用大概需要约 20 万元左右，设备、设施及餐具需要约 15 万元左右，不计房租，前期投入（店铺正常运营）总共大概约 70 万元到 80 万元。



继续交钱.....

十一、钱有了，装修、设备和人力还没谱，咋办？

装修由庆丰包子铺总部统一提供图纸，提供装修方案，保证店铺内的装修风格基本统一，机器设备总部提供几家专门的供应商，由加盟者自由选择；关于人员，所有包子铺内的员工包括值班经理都由加盟者自己招选，大约需要 22-25 人，总部提供统一的免费培训，经过理论学习和实际操作，达到要求方可上岗。



一个好汉三个帮，一个包子铺得二十人来帮！

十二、汁香馅多的包子的好包子是如何出笼的？

庆丰包子铺所有食品加工的原材料都是由华天集团统一招标，经过严格筛选的供应商所提供。为了保证所有店铺口味的统一，北京地区的庆丰包子铺施行统一配送馅料，外埠地区的店铺使用统一专用的“调味料包”进行馅料加工。庆丰包子铺总部有专门的督导部门协助您做好开业前的准备工作，和开业后的短期驻店指导，及在北京地区每月不少于两次（外埠地区每月一至两次）的针对服务、卫生、质量的全方位的现场检查指导。



好包子如何出笼？



汁香馅多的包子

有了这些，您的庆丰包子铺就大致成型了。说不定下次习大大就会去庆丰包子铺啦。



庆丰包子铺开张！（示意图）

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理企业总经理、医院管理、工厂管理、企业管理咨询 MBA 等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjt.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效



职业经理 MBA 整套实战教程

MBA 经理教材免费下载 网址：www.mhjt.net

质量战、品牌战价格战的今天 经销商何去何从？

《创业经理学——如何成为优秀的经销商》

无论你是准备以后自己创业，还是想代理一个产品，一个项目都应该掌握一种技巧那就是——如何成为优秀的经销商

在这里我可以告诉大家，想成为盈利的、成功的经销商你要具备 3 个条件：

- 一、 创业家的胆识
- 二、 企业家的观念
- 三、 经销商的本份

这三条缺一不可。

有一天，一个学生拿张报纸来找我，报纸上有一篇报道，说一个清华毕业的女孩子做内衣代理一年居然卖了 162 万，于是他也想做内衣代理，就问我投资这个项目可不可以？我说

内衣市场如何我不知道，我对减肥市场很了解，我本人很希望自己能减肥，所以我最关注的是减肥行业。据我调查中国有“900 亿”减肥市场刚刚拉开帷幕，爱美是女人的天性，市场大趋势如此，谁也阻挡中国“美体”市场前进的战车，内衣行业就是减肥行业的延续，就是美体行业。由此可以证明内衣行业的前景是形式一片大好呀。据中国权威部门数据预测，未来 5 年内，中国内衣市场潜力将高达 5000 亿人民币。面对这么大的一块商业蛋糕。面对这样一个有潜力的商业项目，你说你会不会成功？

同时我也告诉我的这个学生一个古老的投资法则，要挣钱就挣女人的钱和嘴巴的钱，这是实实在在的投资法则。

现在希望大家一齐来回答一下这个问题：什么样的人最适合创业？我们随便沟通一下。

答案是：赌徒。

道理很简单，创业本身就是一项冒险活动。赌徒最有胆量，敢下注，赢得起也输得起，所以，具备赌徒个性的人最适合创业。科学研究发现，赌徒的心理承受能力远远强过普通人，在企业管理里面我们把这种赌性称之为抗挫折承受能力，这是企业管理者的基本素质要求。好项目要有好人来做，你不具备这样的素质，再好的项目你也运营不好。

做内衣的营销疯子周枫创业的时候更是赌行十足。当年周枫带人做婷美内衣，做了 2 年，花了 440 万元还是没有做成。眼看钱就没了，合作伙伴都失去了信心，要周枫把这个项目卖了。周枫说，这样好的项目不能卖。合作伙伴说，要不然你自己把这个项目买下来算了。周枫就花 5 万元钱把这个项目买了下来。单干的周枫带着 23 名员工，把自己的房子抵押，跟几个朋友一共凑了 300 多万元。他把其中 5 万元存在帐上，另外的钱，他算过，一共可以在北京打 2 个月的广告。他告诉员工，这回做成了咱们就赢了，要是不成，你们把那 5 万块钱分了，算是你们的遣散费，我不欠你们的工资。咱们就这样了！这些话把他的员工感动得要哭，当时人人奋勇争先，个个无比卖力，结果婷美就成功了。周枫成了亿万富翁，他的许多员工成了千万富翁、百万富翁。

创业法则=创业激情（赌行）+潜力产品+创新营销

创业需要赌性，需要胆量，需要冒险。但是冒险不等于没大脑。给大家，讲一个笑话。我这几天看报纸看到的

一个心理学教授到疯人院参观，了解疯子的生活状态。一天下来，觉得这些人疯疯癫癫，行事出人意料，可算大开眼界。想不到准备返回时，发现自己的车胎被人下掉了。“一定是哪个疯子干的！”教授这样愤愤地想道，动手拿备胎准备装上。

事情严重了。下车胎的人居然将螺丝也都下掉。没有螺丝有备胎也上不去啊！

教授一筹莫展。在他着急万分的时候，一个疯子蹦蹦跳跳地过来了，嘴里唱着不知名的欢乐歌曲。他发现了困境中的教授，停下来问发生了什么事。

教授懒得理他，但出于礼貌还是告诉了他。

疯子哈哈大笑说：“不就是轮胎吗，我有办法！”他从每个轮胎上面下了一个螺丝，这样就拿到三个螺丝将备胎装了上去。

教授惊奇感激之余，大为好奇：“请问你是怎么想到这个办法的？”

疯子嘻嘻哈哈地笑道：“我是疯子，可我不是没大脑的书呆子！”

这下可把教授气死了。

其实，我们现在不也是总说吗？瞧你傻的和博士一样，面对市场瞬息万变的今天，我们是慢慢思考还是立刻行动，这点对于创业的人来说真是太重要了。

我们说一个优秀的经销商首先你要具备创业家的胆识

一、 创业家的胆识

经销商创业的首要任务选对品牌嫁对郎，选择一个最适合你的产品做代理。（策划学叫立项，确立事业目标）（1 是选择品牌 2 是选择厂家的技巧）

1. 如何立项：如果现在你想加盟一个企业，或者想做一个商业项目，首先我们就要考察一下这个项目是否具备天时、地利、人和。

天时是指你要投资的这个项目有没有市场，有没有前景？如果没有市场，你就不要拿钱出来打水漂？

地利是指你要做的这个产品或者是项目是否有适合的促销方案可在当地迅速的打开局面，特许经营，品牌连锁的好处就是有一个成功的模式可以拷贝。代理商代理产品的时候得到的不仅是商品，而是整个模式，包括品牌标志、店名、商标、经营标准营销策略等等，只要你按照总部的全套模式进行就可以了。而且这整个模式已经是总部经过长久反复的实践印证、具有绝对科学的和市场优势的成功模式。

人和是指你是否有办法抓住顾客的心，这点我们过一会我们会重点讲到，经销商如何决战终端之巅，终端制胜的一个法宝就是要抓住，抓准消费者的心。

可口可乐在中国拍的第一个广告并不成功———

他是这样拍的，一个美丽的中国少女坐在火车上，车在徐徐的开着，这位美丽的中国少女，看着窗外的美景，心情舒畅，这个时候，车箱的门被猛的推开，一个美国帅哥手里拿着一听可乐走了进来，走到女孩面前，把可乐往桌子上一放，这个美丽的中国少女，一看到可乐，立刻眼露绿光。拿起可乐，一口气喝完可乐，跳了起来，高喊着，我要嫁给你然后和美国帅哥走了。

这个广告播出之后，倒是引起轰动了，就是没人买可乐，为什么呢？老板姓觉得 你可口可乐，太不尊重人了，我们中国女孩就值一听可乐钱呀，不买你的产品。

过了一个月，可乐公司根据调查，马上就把广告换了。

还是那样。一个美丽的中国少女坐在火车上，车在徐徐的开着，这位美丽的中国少女，看着窗外的美景，心情舒畅，这个时候，车箱的门被猛的推开，一个美国帅哥手里拿着一大桶可乐走了进来，走到女孩面前，把可乐往桌子上一放，这个美丽的中国少女，一看到可乐，立刻眼露绿光。拿起可乐，一口气喝完这一大桶可乐，跳了起来，高喊着，我要嫁给你然后和美国帅哥走了。

还是没有成功，还是说中国少女不值钱压。这个时候，一个营销专家就说了，你这样不可以的，你不了解中国人的心理，广告必须改。

于是广告又改版了，一个美丽的美国少女玛丽莲梦露坐在火车上，车在徐徐的开着，这位美丽的美国女子，看着窗外的美景，心情舒畅，这个时候，车箱的门被猛的推开，一个中国男子手里拿着一大桶可乐走了进来，这个中国男子不仅其丑无比，还是一只眼，一条腿。一瘸一拐的。走到女孩面前，把可乐往桌子上一放，这个美丽的美国玛丽莲梦露，一看到可乐，立刻眼露绿光。拿起可乐，一口气喝完这听可乐，跳了起来，高喊着，我要嫁给你然后抱着这个残疾中国男子走了。

这回广告播完一下子就成功了，老百姓一想，这回还可以，不值钱的是美国姑娘。于是开始购买可口可乐。

你必须满足消费者占小便宜的心理。我每次买香皂都卖 3 块连一起的，这样可以省几毛钱，明知道买多了就是个过期，还是心理偷着乐。

2. 如何选择品牌？下面我们一起来分析一下经销商选择什么样的品牌与厂家合作最容易成功？

选择品牌看起来很简单，其实却是有很深的学问。

陕西有一个内衣代理商一年之内换了三个品牌，第一个品牌因为内衣风格太欧化，不适合中国人，在三个月后换了；第二个品牌做了约半年，价格太高，始终打不开市场，只好作罢；第三个品牌则刚做了不到三个月，该品牌的厂家就专门做外单加工去了，宣布不再做内销产品，该代理商也只好退出。一年下来，仓库里堆满了三个牌子的产品，资金精力投入了不少，却根本无利可图，你说这代理商累不累？

投资者在选择加盟项目和品牌的时候要仔细的分析一下要代理的项目的利和弊。

假如，你要代理的是知名品牌，比如可口可乐，百事可乐。那么知名品牌会给加盟者带来什么好处呢？

1、资信度高：如果你代理了可口可乐和百事可乐的产品，你不用做广告，你就会发现其他同类品牌厂家主动上门找你谈合作事宜。市场也好开拓。但是需要昂贵的代理费用，而且代理权不稳固，也许会轻易拿下你的代理权。

2、好品牌还可以带给你客源（对这个品牌有忠诚度的人，是不介意在那里购买到这个产品的，你不用解释，他就会认为不论在那里买到的这个产品，质量都是一样的）

3、强大的市场支持：经销知名品牌你不但可以从中学习到更多的市场经验，而且风险不大，不会出现积压几百箱货卖不出去的结果。

不知名的全新品牌能给你带来什么呢？

首先就是

1. 利润：

这种产品一般都有较高的利润空间，起步可能有点慢但是后劲十足。

2、政策支持大

新品牌的政策支持幅度要远远大于知名品牌，其实所谓的知名品牌就是，自己创造的一种流行趋势，如果一夜之间，你的货物全部铺到某一个地区，你的产品就是立刻成为流行产品。

如果说希望我给个建议的话，我希望选择一个正在稳步发展的品牌，他的后劲很足，你可以先入为主。

3. . 如何选择厂家？

好品牌还需要好厂家来操作，你才会受益？

和不负责任的厂家合作，经销商就会的麻烦一大堆 比如说。

1、爆仓：厂家为增加销售量常会给经销商压货(当然进货越多奖励就越大)，经销商一时疏忽，或碍于情面、或贪图奖品，对自己的进货量把握不准，最后产品就会滞销于仓库里，影响了资金的周转。

第 2 个麻烦是 断货：厂家本身产销协调不准确、货品供应安排不合理，经销商在淡季费心费力付出成本打市场，到了旺季却断货，白白损失利润并伤害自己的客户关系。尤其新品打市场，刚刚做起来又断货就可能使前面的所有投入毁于一旦，以后也很难再恢复。

第 3、质量问题：产品质量没有事前承诺的那么好，或者中途产品质量下滑。

等等，还有很多不足点，所以我希望我们的经销商擦亮你的慧眼，选择一家好的品牌厂家合作。

那么什么才是好厂家呢？ 我告诉你

1. 首先好厂家所运营的产品是市场行情看好、有潜质、能赚钱的产品。

经销商在市场上不要做火车头，要做小池塘里的大鱼而不是大海里的小鱼。

好的产品市场前景看好但不是过于前卫，（如：VCD 还没流行起来却卖 DVD，淋浴器还

没有普及你却卖整体浴室肯定是有风险的)

2. 好厂家自身经营实力强（有样板店）

经销商可以去考察了解一下，你要加盟的单位的样板店每日运转情况，目前销售状况（包括年销量，年度卖钱额）

- 可向厂方代表直接询问，也可以仔细察看这家企业的宣传资料。

3、好厂家的商业信誉良好：

商业伙伴的选择如同结婚找对象，视婚姻为儿戏的美女会让丈夫带上一顶顶绿帽，劣迹斑斑的美男子、大帅哥也很可能是个负心汉，要紧的是我们要加盟的单位是否有诚意，是否有信誉。比如说，调货的时候，谁来负责，窜货的时候谁来负责？**事事有人管 人人都管事的**企业才是好企业。

现如今只有知道双赢的合作单位才是成功的单位。一直凶狠的鄂鱼张开了嘴巴，一只小鸟飞了进去，是不是小鸟要死了，不是的原来是小鸟再为鄂鱼踢牙呢，他们一大一小却实现了双赢，鄂鱼需要小鸟帮他踢牙，按摩牙齿，小鸟在帮助鄂鱼的同时，自己也吃的饱饱的。共生，双赢是今天，是 21 世纪厂商合作的唯一出路，也是我们必须遵守的职业道德，有的经销商超企业要支持，要政策，一旦你不给我支持，我就窜货，竞价扰乱市场。这都是你死我活，鱼死网破的下策。

我要告诉大家

二、成功的经销商要具有企业家的观念。

我把经销商分成 2 大类，一类是企业家型经销商，一类是问题型经销商。作为厂商来说最喜欢的就是“两耳不闻天下事，一心只想做生意”的企业家型的经销商。几年前北京有一家企业，起步资金只有 10 万元，资金很弱，他代理了一个品牌，厂家经过考察和聊天发现，这个加盟商很有创业的激情，很看好这个项目，于是厂家提供了大量的政策支持，市场很快启动。现在手里有几百万元了，可是前不久厂家派代表到北京考察这家企业的时候发现，这家经销商没有全力以赴做市场的精神了，有钱了也不愿意吃苦了。像这样有资金没决心的经销商，大家说说企业会给你政策支持吗？

企业家型的经销商与一般的经销商是有所不同的。

首先企业家型的经销商把商业当事业来做，一般的经销商把商业当作生意来做

第二点不同就是企业家型经销商会把利润用于再投资，改善现在运营环境，而一般的经销商会把利润用来消费（追求吃喝玩乐上了）

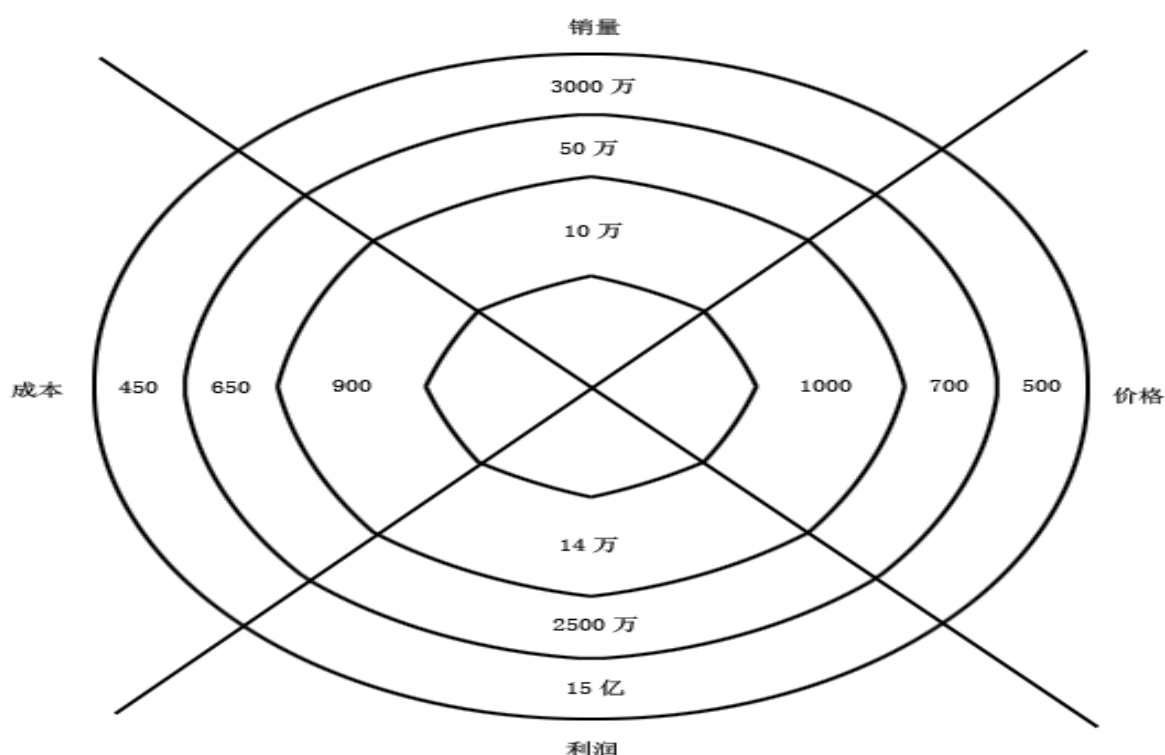
厂家愿意全力以赴支持企业家型的经销商，所以只要你做了经销商你就要努力做成企业家型的经销商。

2. 1. 争取厂家政策支持有 5 个小技巧 再讲这个大家非常感兴趣的话题之前，我们一起来做一个游戏，活动一下，然后再讲

争取厂家政策支持有 5 个小技巧

1. 争取厂家业务员和销售经理的支持

中国有一句老话“朝里有人好做官”，对于经销商来说，要是可以争取到业务员和销售经理的支持，对以后争取政策是大有帮助的，最少可以在他们的口中取得一点情报，比如今年的流行趋势，总部有什么政策调整，早知道，早准备。（比如，厂家要为产品涨价，业务员提前告诉你一声，我们就可以，提前多进货，低价进货，高价时卖出，利润增加。价格战是双刃剑，打价格战，是企业常用的策略，不是好与坏的问题，而在于用得如何。格兰仕的成功就是价格的成功。价格、销量、成本、利润是企业战略决策的四个指标）



当格兰仕进入中国市场的时候，微波炉当时的售价是 1000 元以上的，这个产品还没有普及，是高档产品，多数人觉得买了没有用。

成本是 900 元一台 格兰仕想要使保守估计，年销量是 10 万台，每台利润是 $1000 - 900 = 100$ 元，我的利润就是 1 千万。

要是降价到 700 元每台，会怎么样呢？老百姓会接受但是自己每台赔钱 200，可是要是批量机构原材料，保守估计每年 50 万台的话，成本将会降到 650，每台获利 50 元，年利润就是 50 万乘以 50 就是 2 千 5 百万 可是格兰仕还是不满意这样的策略，他要达到销量的价格雪崩，就是保守估计 500 元一台的时候，会达到 3000 万的销量每台成本会降到 450。总利润就是 15 亿，每一台不挣钱，但是总利润却是增大了。

有业务员提早报信，你不是也会达到这样的结果吗？

2. 双赢才会有支持

经销商在与厂家打交道的时候，要有双赢的思想，而不是对立的关系，这样的话，你提出的政策支持就不是为了你自己而是为了这个事业，你要是有了这样的思想，厂家不用你说都会主动为你出主义想办法搞促销了

3. 吃小亏占大便宜

你不要动不动就打电话要政策，你总要，每次都一点小小的要求，时间长了人家就会认为你是属于那种不沾点便宜心里难受的那种人，你的人格被看清了，他还会重视你的事业吗？聪明的经销商会在关键时刻，比如节假日，店庆，交易会等这些重要的时刻要求厂家给与大的支持，你看，不要就不要，咱要就要大的，合理的要求厂家是愿意支持的，而且还是全力以赴的支持，毕竟厂家的资源要比你大的多得多。

4. 关键时刻帮人一把

企业和经销商一样，有的时候，也会有点困难，比如畅销产品突然断货了，市场突然有点串货了，这个时候，我们可以和厂家协商解决，不要的理不饶人。逞口舌之能是不行的。

5. 让企业看到希望。

作为经销商要经常和企业保持联系，最少也要电话联系，及时汇报你的促销政策，让企业知道，你是真的在做一件事，是用心在做，要是有了政策支持的时候，你也会第一时间得到消息和实惠的。

下面我们一起来做一个小游戏，小雨大雨和中雨的故事

真正能做大的经销商，一定是企业家型的经销商。那末企业家型经销商通常是怎样发展起来的

2. 2. 企业家型经销商通常是怎样发展起来的？

首先，刚开始做经销商时，一定是自己亲自做——不亲自做就不可能真正熟悉市场。

其次，在规模扩大时，一定要带出几个得力干将。这些得力干将既可能是自己的家人、亲戚，也可能是聘请的业务员——通过自己言传身教，带出第一批队伍——只有队伍扩大了，自己才能壮大。

再次，规模扩大到一定时候，通过设立相应的组织机构，招聘专业人员，实行分工负责。如果一切都交给自己的得力干将，他们可能跳槽带走资料，这样损失太大。专业化分工的好

处就是每个人都只做自己最擅长的事；每个人都只管自己的那一部分事，任何一个人离开都不会造成太大的损失。

第四，设立管理人员和监督机构。规模太大，自己一定管不过来，因此，要实行分层管理。分层管理后，自己可能不放心，因此，要设立监督机构，检查管理人员和相应机构的工作情况。

第五，制订相应的制度，按制度管理。规模较小时，一切都装在自己脑子里，半小时就把事情安排完了。规模扩大以后，就必须按制度进行管理，老板自己也要遵守制度。

有些经销商悟性高，靠自己不停地琢磨，就能悟透很多东西；但大多数做不到，经销商的进步主要靠向别人学习。

三. 经销商的本分

1 是如何好终端市场 2 是诚信经商 3 是厂商共赢全力以赴

终端促销一直都是最让经销商头痛的事情，也是经销商最热衷的事情，在面对质量战、价格战、品牌战的今天，经销商是无奈的，外行看热闹，内行看门道，在外人眼里商家促销轰轰烈烈的促销活动，其实经销商自己最清楚，销售额远远比不上促销的费用。

更有的商家抓住了消费者从众的心理，促销制胜的。

有一个商店积压了一批内衣卖不出去，经理非常着急，可是有一天他灵机一动，在商店门口写了一个大牌子，本商场有一种高档内衣数量不多，每人只能购买一件，欲购从速。写完之后，他又对营业员说，要是有人要买 2 件，就必须要有经理批条。说完经理就回办公室了，营业员都纳闷了，是不是衣服卖不出去，经理脑袋急坏了，过了一会，商店来了一位客人说要买 2 件内衣，为国外的朋友代回去，可是营业员说什么也不卖给他，人就是这样，你越不卖，他越想买买，最后营业员请经理批了条子，这位顾客才买了 2 件，这样一来，周围围观的人都不干了，我们也要买 2 件，我们也要买 2 件，他能买，我们也要买，经理亲自出来，才解决问题，告诉大家，就这一次机会，我给你们的小票上签字，快点买吧，这样，大家你一件，我一件的，到最后还剩 2 件的时候，营业员说什么也不卖了，要自己留着，他觉得这个内衣太好了，自己不留才傻冒呢，其实这都是促销的手段，卖产品更多的是在卖概念，买感觉，只要感觉对了你的促销就成功了。

终端市场，就是销售渠道的最末端，是商品、顾客、金钱三项要素的联结点。现代企业销售的一个基本法则就是：谁掌握了销售终端，谁就是市场赢家。

想提高销量的朋友请回答我的一个问题？

如何将 1000 箱货从甲地运到乙地，甲乙之间相距只有 50 米，而且越快越好？

答案是：

- 1 • 增加人手，找 1000 个人，一人搬一箱最快；
- 2 • 增加搬运量，一个人每次多搬几箱（在不影响速度的前提下）；
- 3 • 提高搬运频率（单位时间里多跑几个来回，就象过去修长城时候，拿鞭子抽你，让你快跑）；

市场运作也是这个道理，想提升销售量卖钱额的最好办法有 3 招。

- 1 • 增加人手，找 1000 个人，一人搬一箱最快；在企业运营时可以 1. 同时增加产品的销售网点，提高铺货率，. 短时间形成流行趋势. 我和大家讲，流向趋势是人为造就的。（相当于增加人手）
- 2 • 增加搬运量，在不影响速度的前提下一个人每次多搬几箱； 2 企业可以通过促销，增加每个人的购买数量，比如买几赠几（这就相当于提高每个人的搬运量，我们就是要提升每个人的购买数量，本来只想购买一件衣服，但是一看买 3 赠一，她就有可能一次买 3 个这样的产品，这是求实惠的心理）。
- 3 • 提高搬运频率（单位时间里多跑几个来回）； 3 经商就是希望客户到我们这里多来几回，增加回头客的购买次数，建立客户档案. 长期信息反馈，建立上帝俱乐部. 新产品来的时候，可以电话通知。（相当于提高每个人的搬运频率），实际销量的增长正是由此产生。

终端卖场魅力、气氛、陈列效果与店头广告 POP 等等，都会左右消费者的购买意识——一个进入商店前相当理智的消费者，会在进入店后产生某种程度的冲动性购买行为。

这里我要强调一点，什么叫陈列生动化？ 让产品更生动的展示于消费者面前。

先讲 2 个商品陈列的故事

❖ 酸奶与盒饭

- ❖ 一位女高中生在一家叫做 7-11 的店铺中打工，由于粗心大意，在进行酸奶订货时多打了一个零，使原本每天清晨只需 3 瓶酸奶变成了 30 瓶。按规矩应由那位女高中生自己承担损失——意味着她一周的打工收入将付之东流。这就逼着他只能想方设法地争取将这些酸奶赶快卖出去。她冥思苦想之后，把装酸奶的冷饮柜移到盒饭销售柜旁边，并制作了一个 POP，写上“酸奶有助于健康”。令她喜出望外的是，第二天早晨，30 瓶酸奶不仅全部销售一空，而且出现了断货。谁也没有想到这个小女孩戏剧性的实践带来了 7-11 新的销售增长点。从此，在 7-11 店铺中酸奶的冷藏柜同盒饭销售柜摆在了一起。

❖ “啤酒与尿布”：

- ❖ 美国沃尔玛超市的啤酒和尿布在一起卖。营销分析家，在统计数据时发现店内的啤酒和尿布的销售量总是差不了多少。一经分析，原来是做了父亲的年轻人在经常给小孩买尿布的同时，自己也捎带上瓶啤酒，于是这家超市的老板就把啤酒和尿布这两样看起来风马牛不相及的商品摆放在一起。

销售要灵活

一个让你目瞪口呆的销售员的故事

先讲一个故事：

一个乡下来的小伙子去应聘城里“世界最大”的“应有尽有”百货公司的销售员。老板问他：“你以前做过销售员吗？”

他回答说：“我以前是村里挨家挨户推销的小贩子。”老板喜欢他的机灵：“你明天可以来上班了。等下班的时候，我会来看一下。”

一天的光阴对这个乡下来的穷小子来说太长了，而且还有些难熬。但是年轻人还是熬到了 5 点，差不多该下班了。老板真的来了，问他说：“你今天做了几单买卖”

“一单，”年轻人回答说。“只有一单？”老板很吃惊地说：“我们这儿的售货员一天基本上可以完成 20 到 30 单生意呢。你卖了多少钱？”“300 万美元，”年轻人回答道。“你怎么卖到那么多钱的？”目瞪口呆，半晌才回过神来的老板问道。

“是这样的，”乡下来的年轻人说，“一个男士进来买东西，我先卖给他一个小号的鱼钩，然后中号的鱼钩，最后大号的鱼钩。接着，我卖给他小号的鱼线，中号的鱼线，最后是大号的鱼线。我问他上哪儿钓鱼，他说海边。我建议他买条船，所以我带他到卖船的专柜，卖给他长 20 英尺有两个发动机的纵帆船。然后他说他的大众牌汽车可能拖不动这么大的船。我于是带他去汽车销售区，卖给他一辆丰田新款豪华型‘巡洋舰’。”

老板后退两步，几乎难以置信地问道：“一个顾客仅仅来买个鱼钩，你就能卖给他这么多东西？”

“不是的，”乡下来的年轻售货员回答道，“他是来给他妻子买卫生棉的。我就告诉他‘你的周末算是毁了，干吗不去钓鱼呢？’”

诸位是否看过这个故事，有点让你目瞪口呆吧，虽然只是一个故事，相信每一位老板都喜欢这样的伙计，每一个销售员都希望自己成为这样的伙计。

1. 商品陈列要注意 5 点：

- 1 商品陈列空间要饱满不要让它有中空或货源不足的现象，以免竞争者乘虚而入。
- 2、尽量把各规格的商品全都陈列到货架上。要是货架陈列数量有限，那就要陈列好卖好销的商品。
- 3、配套系列商品集中陈列，系列产品集中陈列能够造成一股气势，有助于整体销售的带动。

4、主打产品要陈列在消费者第一眼能看到的位置上。

5、经常保持商品价值。在陈列的过程中，随时更换商店中损坏品、瑕疵品和到期品。如有滞销品，应想办法处理，不能任其蒙尘，有损品牌形象。

2. 连锁加盟单位. 为啥每次都要把品种进全？

1. 零售店赚钱靠的就是多品种，你不是批发，一下走几十件货。你走零售，量小就得多种经营，最好是让人到你店里想买啥都能买到，才能把来人的钱赚到，当然这要在你的资金和地方允许的前提下。

2. 不一定每种东西到店里你都能卖掉，都能赚钱，但一定要试一下，少进一点，试一下能不能卖，不能卖，你进的少，也不怕压货，一试能卖这不是又多了个赚钱的路子，你回想一下，那几个产品不是刚开始打开市场都很难，最后从不能卖到火起来。

3. 不要等到火起来之后你再卖，专卖店一半以上的生意都是卖给回头客，你早下手，你的老主顾就知道你这儿在卖这种产品，时间长了他们会习惯到你这来买这种产品。产品火起来的时候，你的路都铺好了。要不然，到产品火起来了，你再进货就迟了。

4. 生产商生产不同包装、口味、品牌，有不同的目的。

比如说可口可乐，一样的饮料，为什么会有玻璃瓶、易拉罐、塑料中瓶和大瓶？各有各的意思：

- 易拉罐是档次的感觉，喝起来比较气派。
- 中瓶是为旅游，外出准备的，喝几口盖子一扭，拿着走也不漏很方便，所以中瓶的广告词是“清凉感觉随身带”；
- 大瓶是上席时喝的，五六个人围一桌，一人一个中瓶大概二十元钱，大瓶一瓶才 7 元。
- 玻璃瓶冰镇效果好，瓶子可以回收，所以成本就低，一元来钱买一瓶，是让人吃饭，坐下闲聊时喝的。

每一种包装针对一种需要，你少进个大瓶，少进个玻璃瓶，那吃酒席的人，走路渴的人，就不从你这里买，你就少一个卖货的机会！任何产品都一样，这个问题需要你自己好好的想一想。

3. 夯实品牌基础，营造品牌口碑效应

“春都”作为我国火腿肠制品的“开山鼻祖”，曾引领肉类行业多年。然而“春都”人缺乏品牌意识，疏于品牌管理，1997 年，时值玉米等粮食涨价，生猪等原料采购价大幅上涨，后起之秀山东“金锣”在行业内第一个挑起了价格战的大旗，“春都”本应采取依靠规模优势降成本、巩固质量，稳步降价的应对策略，但由于厂家在采购、生产、销售等环节上的松懈和混乱，2 亿多自己收不回来，现金流发生了严重问题，不得已采取了降质也降价的上下策，竞争对手趁机发动舆论攻势：“春都”火腿肠是“淀粉肠”，“春都”火腿肠是“面棍”等负面报道，使“春都”名誉扫地，品牌形象一夜间轰然倒塌，市场份额大面积萎缩，“春都”走上了不归路。

在这场价格战厮杀中，同处河南内地、同为国有企业的后来者——双汇，却采取了另外的策略：一是狠抓内部管理，采购招标降成本，严把原料接收关，在行业内率先通过并严格推行 ISO9000 质量管理体系；二是主销规格产品采取保质量降价格、“让利不让市”的策略，宁愿暂时亏损也要保住市场、保住产品美誉度；三是推出“双汇王中王”，瘦肉含量高达 80%，并在央视等强势媒体发起猛烈广告攻势：“双汇王中王”横腰斩断，鲜红的瘦肉藕断丝连，垂涎欲滴的童声“哇，好多瘦肉也！”，引起儿童和父母的强烈心理共鸣，消费者买火腿肠只要“王中王”，“双汇王中王”一时间成了我国火腿肠的代名词。

诚实营销使双汇赢得了消费者的芳心，也帮助双汇快速发展成为年创产值近 80 亿元的特大型企业，双汇靠诚实营销最终成就了我国肉类行业的一代盟主。

●创业经理创业的十二大误区

创业是令人兴奋的经验，也是充满梦想的园地，然而 80%的企业活不过五年，当初的兴奋变成痛苦的经验，梦想变成梦靥，好朋友变成恶言相向的仇人，为何如此？错误的第一步将为您解开创业期间最该避免的误区，提供您迈向成功的清晰指引。

●创业的十二大误区

第一类：动机问题——动机隐藏在创业家的心中，虽然看不见摸不着，但却是影响甚大，因为所有的经营行为来自心中的想法，所以动机的正当与否以及强弱程度，直接关系到未来所有的企业活动。

误区一：动机不纯正 市场经济带来机会，这机会理当提供创业者与消费者双赢的机会，可是有些人便误用这样的机会，为了自己短暂的私利，藐视消费者的权益，破坏社会间的互信关系，有些创业者采取损人利己的方法，运用假冒伪劣或拐骗，虽然让自己赚得一时的利益，但造成社会的不公与不安，另外一种损人不利己，缺乏经营意识，胡乱竞争，造成你死我也活不了的局面，结局甚至造成牺牲一个行业的前途，VCD 是典型个案。中国古代的修养哲学是：诚意、正心、修身、齐家、治国、平天下。由内而外的展开，经营企业者应有更多的社会良知与责任感，人要有人格，企业要有业格，才能创造成功并受尊敬的企业。

误区二：一切向钱看 创业成功固然会带来经济的利益，但是只想赚钱的唯一动机却是使企业无法健康成长以及持续发展，原因有几：一是创业过程困难重重，只想赚钱缺乏付出的决心，会导致半途而废。二是经营过程许多决策如果站在赚钱的角度而不是满足客户需求的角度，往往会作出错误的决定。三是赚钱之后是否为了维持实力而愿意继续投资？还是就此打住？能否持续发展需要有长久经营事业的决心，以及为客户负责的承诺。

第二类：是股东问题——股东是企业的发起者、拥有者，也是对于企业未来经营方向的最终决策者，对于中小企业而言股东往往也是主要参与运作的人，因此股东的结合方式将会影响企业成败甚钜，不可不慎。

误区三：股东组合错误典型的错误便是茶余饭后聊天之余，谈到某一个点子，大家便一头热组成一个公司，或是经由某些场合认识的新朋友，在认识不深，了解不足时，便组成新的事业，这些人的动机不同、需求不同、承诺不同，有的想搭救生船，有的想碰运气，有的想不劳而获，也许有一位是真正热爱这个事业，可想而知，这位老兄未来必定会很

痛苦。资金不足想增资，大伙儿不愿意，等到赚钱时，自己想扩大投资，其它人想分钱，又闹意见，辛辛苦苦的干，其它人不是帮不上忙，便是意见多到您应接不暇，选择正确的股东是企业成功的开头。

误区四：结构不合理专家型创业家容易碰到这类的问题，典型的情况专家有好的技术，但缺乏资金，例如各类设计师、技术专家、拥有专利配方的人，出资的股东占有多数股权，等到公司开始运作后便会出现冲突与矛盾，包括出资者不能尊重专家的意见，外行管内行，不愿意持续投入资金，导致计划胎死腹中，或是专家缺乏管理公司的能力以致于公司一片混乱，或是出资者不能信赖而加强控制，结果是专家意兴阑珊或脱离公司，另外一种情况是赚钱以后，专家感觉委屈——都是透过我的能力赚钱，为何我分的比较少，或是规模扩大后，出资方感觉专家占有的干股过多…，真所谓不平则鸣，大多数以拆伙告终，股权结构合理化是确保安心合作的必要条件。

误区五：创业家失去控制 创业家大部分都有较强的自我意识，喜欢控制大局，如果公司创立初期，因为各种因素无法拥有控制能力，往往决策缓慢而失去新公司应有的冲劲与弹性，导致过快的老化与分裂，例如成熟的集团公司并购小企业，要求小公司的一切行为符合总部的管理模式，把繁文缛节套到一个尚在摸索的新公司，这是极大的危险，另外一种情况是亲朋好友组织的公司，因为有人情压力与角色问题，导致创业家受到太多制约太多妥协，最后的结局大都是创业家离开公司或者解散企业，创业者保持对企业的控制能力可以使效率提高，并稳定核心团队。

误区六：产权不清楚 创业初期公司很小，大家不好计较或是没有意识到未来可能的问题，在法律上缺乏明确的界定与清楚的权责，甚至出资时有些人没钱，别人先垫，或是用土地、租金、产品、设备等作为前期投入，等到公司壮大后，才发现 1%也值得计较，此时处理起来一定大伤感情，严重者甚至影响公司生存，四通公司便是典型的个案。俗话说，“亲兄弟，明算帐”便是这个道理，不论多小的公司，一定在开始便把产权给弄清楚，法律关系界定明白，对于想当隐名股东者，也要做好法律的手续，避免未来的问题，一时的客气结果对大家都是伤害，相对如果您想谈清楚，其它人不愿意，最好不要同这种人共同创业，早晚伤感情。第三类：战略问题——市场经济的特性便是满足需求以及自由竞争，因此创业家如果缺乏客户意识与竞争意识，都会导致失败，创业家一般都具有一定的冒险性格，但是成功者必定是智勇双全者，不仅有勇气，更要有智能做前提方能成功。

误区七：缺乏创业计划 笔者曾经主持一项创业研讨会，令人惊讶的是 65%的创业者缺乏完整的书面创业计划，他们的构想都放在几个人的脑中，创业时拍胸脯，遇到问题时拍脑袋，等到收拾不了烂摊子便拍拍屁股走人，这样的勇气令人不敢苟同，是匹夫之勇，创业家的责任不仅是自己的公司，还有包含员工生活的保障、客户的权益、供货商的付出，以及提供帮助的亲朋好友，创业失败会引起或大或小的连锁反应，建议有心经营企业的朋友，创业前先制定一份合理的经营计划书，正如盖房子前要先画好蓝图一般，让公司经营活动有明确的指引。

误区八：缺乏市场焦点有位朋友想开餐厅，我问他：“您想经营什么形态的餐厅？针对那些类型的客户服务？餐厅的主要特色是什么？”他的回答是：“我要经营一家高档感觉平民化消费、包含各种主要菜系的餐厅，这样可以把各种客户一网打尽。”结果是四不像，想想麦当劳汽车，IBM 餐厅，加上娃哈哈化工产品，客户会认同吗？竞争激烈时市场区隔要明确，如果不清楚目标市场，或是定位错误，都会造成不必要的失败，虽然这是简单的商业常识，却是大量失败者的坟地。

误区九：错误评估 当我向许多创业家质问：“如果业务拓展不如您的理想时，您会如何处置？”许多时候得到的答案是：“不会的，我们很有把握。”继续追问，如果真的有问题呢？那就去借，何处借？到时后再说。彼得原理书中提到，会发生问题的地方早晚便会发生问题。过度乐观的评估，往往是创业的杀手，会让创业家准备不足，在遭遇困难时便会自乱阵脚，对于可能的问题不要避讳，认真客观的面对它并做好可能的准备，可以有效延长企业的生命。第四类：资源问题—巧妇难为无米炊，创业家缺乏必要的资源，也会功败垂成，分辨企业所需的资源，并进一步去汇集必要的资源，是创业家的主要责任。

误区十：缺乏关键资源每一个成功的企业都需要掌握几个重要的环节，称为 KSF（成功关键因素）例如广告公司的创意与业务能力，餐厅的厨师与外场经理，连锁店的品牌与标准化管理能力，加工行业的规模与成本等都是成功关键，创业能否成功，便要看关键因素是否掌握在自己的手中，否则不易生存，也很容易被摹仿与打败，牵牛要牵牛鼻子，创业要掌握 KSF。前些日子一窝风的咨询机构，打出同样的课题、同样的师资、在相同的媒体广告，抢食同样的市场，结果是同样的下场。

误区十一：同时发动太多业务 创业初期企业的知名度尚未建立起来，工作团队默契不足、核心业务还未稳固、资源有限，如果同时发动太多业务，想要变成三头六臂的巨人，结果是内部混乱、一事无成，一张纸放在太阳底下不会燃烧，但用放大镜却是可以让它烧起来，原因只是聚焦，创业家必须有所为有所不为，分辨优先级与轻重缓急是生存重要的道理，特别竞争激烈时更要集中焦点，传统的可口可乐与现代的雅虎都是业务极为单纯的公司，他们在专长的领域中，集中资源创造今日的成就。

误区十二：缺乏流动资金 创业初期对于资金的需求非常殷切，但是业务收入尚未稳定，这时如果过度耗费原有的资金（包含铺张浪费、过度豪华的写字楼），或是现金流量预估错误，应收帐款回收不当，三角债，或是过于冒险的扩充行为，都会导致现金周转不灵而失败，过度运用财务杠杆的操作，不当扩张，想要表演艺高人胆大的绝活，也是造成失败的原因，爱多公司的例子便是如此。

最后我要为大家朗读一首经销商自己的诗歌

经销商宣言

我们是快乐经销商
我们是全力以赴的经销商
我们是企业家型的经销商

我们畅想发展，纵横天地。
我们历经迷茫，纵情驰骋。
感谢岁月赐予的动荡，它使我们坚强。
多谢厂家，给我机会，将我照亮。
燃起希望，同行携手，温暖胸膛。
诚然，创业不能只凭热血一腔，
诚然，面前道路扑朔迷茫，
但我们有一颗雄心和铁胆志向，
我们是团结的经销商
我们是真诚的经销商
我们是热爱事业的经销商
不窜货、不竞价、不欺客
厂商合作，品牌护航，理想不灭，灿烂光芒！
面临风雨，一起担当；面对潮涨，无需张狂，
不管前方是悬崖万丈，还是火海刀枪，我将一无反顾，一如既往！
就在今日，雷霆出击，逆流而上！我们是快乐的经销商

各位朋友，21 世纪商战硝烟急，21 世纪的经销商敢为天下先，今天我是你的代理商，明天我是你的合作伙伴，后天我们就是并肩作战的事业联盟。实现双赢，追求利润。春天过后不是秋，火热的事业属于你，祝各位朋友事业进步。

全国职业经理MBA双证班

认证系列：职业经理、人力资源总监、营销经理、品质经理、生产经理、物流经理、项目经理、IE 工业工程师、企业培训师、营销策划师、酒店经理、市场总监、财务总监、行政总监、采购经理企业总经理、医院管理、工厂管理、企业管理咨询 MBA 等高级资格认证。

颁发双证：高级经理资格证书+MBA 高等教育研修结业证书（含 2 年全套学籍档案）

证书说明：证书附档案、电子注册，是提干、求职、晋级的有效依据

学习期限：3 个月（允许提前毕业，毕业后持续辅导 2 年）**收费标准：**全部学费 **1280** 元

咨询电话：13684609885 0451- 88342620 **招生网站：**<http://www.mhjt.net>

电子邮箱：xchy007@163.com **颁证单位：**中国经济管理大学 **主办单位：**美华管理人才学校

全国招生 函授教育 颁发双证 权威有效

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



【报名须知】

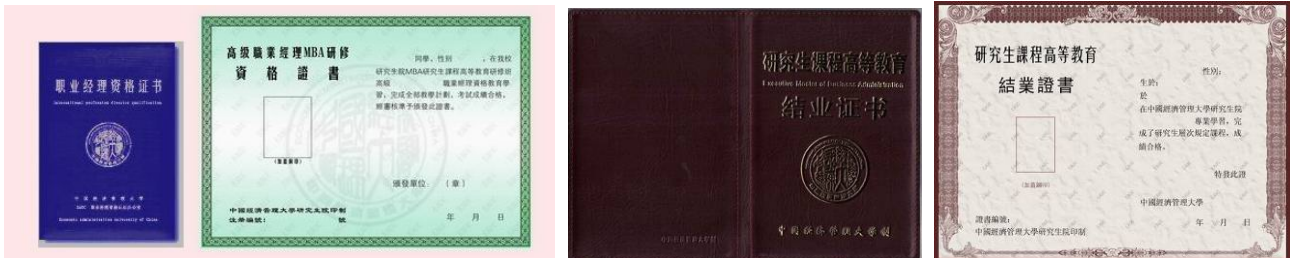
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【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。