



新媒体运营策略



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**MBA**、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、工厂管理、服装企业管理、六西格玛管理师、车间主管、经济管理师、生产运营管理师、微营销管理师**MBA**等高级认证。
- 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
- 报名电话：**13684609885 0451—88342620**
- 咨询邮箱：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

- 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

目 录 CONTENT



前言

一、定位策略-----	3
二、组织策略（双微运营团队）-----	4
三、内容策略（发布内容指引）	
1、页面设计指引-----	12
2、栏目规范-----	16
3、发布时间-----	18
4、运营规则-----	21
四、运营策略（营销案例分享）	
1、建立初期-----	23
2、运营摸索期-----	24
3、运营发展期-----	25
4、运营后续方向-----	27
五、活动策略	
1、常规活动规划-----	28
2、主题事件炒作-----	29
3、节点活动营销	
六、危机应对策略-----	30

运营自媒体平台

1

品牌宣传——非硬广推送，而是社交文案和人文情怀的本地粉丝，合肥大剧院是什么？合肥大剧院对城市的变化？你为什么要和我们一起玩耍？#霸都新地标#

2

客户管理（沟通）——线下集客、粉丝维护、用户调查、意见收集、咨询解答、投诉处理、客户互动；

3

营销活动——产品推荐、项目推广、活动推广、事件营销、有奖互动；

4

公关传播——意见、投诉处理，危机公关；

一、微博、微信策略

微博放大声量；微信服务连接；



他们使用社交媒体的目的

晒心情 记录生活 娱乐休闲
结交新朋友 讨论兴趣话题
了解最新发生的 关注感兴趣的名人
寻求问题的解决办法

他们关注什么？

网络红人 热门电影 流行
星座、小测试 八卦等娱乐话题、
公益事件 智能手机 吃喝玩乐
接地气

一、定位策略

他是#大叔#？

敏锐、睿智、小资

有阅历、偶像的气质，乐于助人，工作有效率，
也懂得享受，会看歌剧、舞台剧，偶尔追星.....

卖萌活泼亦正亦邪
不偏不倚但有态度
关注正能量



二、运营组织策略

最强团队——杜蕾斯团队几十人，才能做好一件事！文案、策划、创意、制图、媒介各司其职！有时甚至需要建立全员自媒体推广制度，资源最大化。

团队架构	成员	主要职责
项目负责人		统筹微博微信运营方向、KPI考核、公司资源协调和运营报告
运营官		负责微博微信内容策划发布、文案撰写、粉丝互动、信息反馈、客户运营指导等
运营官	XXX	负责微博微信内容策划发布、文案撰写、粉丝互动、信息反馈、客户运营指导等
创意策划	XXX	根据营销节点、公司节点、活动节点策划事件活动
设计师		负责活动配图、社交海报、物料设计、配合执行、客户创意指导等
技术	XXX	配合分析数据、微信技术开发（H5、互动游戏）、服务订制客户的能力

注：运营官分为：中级运营官-资深运营官-首席运营官；设计师分为：创意设计师-资深设计师-首席设计师；
创意策划：日常策划-战役策划-首席策划师
(即岗位晋升空间分为三档)

三、内容策略

内容定位

1

立足本地——服务于安徽本地用户，合肥为主。安徽接近4000W双微用户，要短时间覆盖安徽潜在消费者、达人用户，要尽可能贴近粉丝而非传统商业体的形象

2

辐射全国——社会化媒体无疆界，制造挂靠品牌的热点事件。希望合肥大剧院有在全国范围内的典型热点或社会化营销案例。

3

五味杂陈——风格、内容、栏目的多元化。不要固定风格！粉丝要什么我们给什么！保证输出所有内容全部有栏目归档。做一个有高逼格（风格）、有人玩耍（互动）的自媒体。

三、内容策略

1、页面设计指引

我们现在长这样！

设计模板、调整导航和粉服平台各功能设置

微信二维码互导

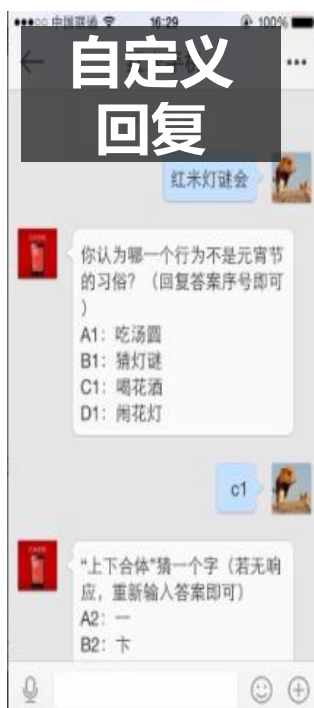


节点活动为主题



一站式的服务平台：粉丝服务平台是帮助微博认证用户为主动订阅他的粉丝提供**精彩内容**和**互动服务**的平台。

三大核心功能：1.自定义回复 2.私信群发 3.自定义菜单



一句话：长在微博里的微信功能（降低粉丝转移的成本）

三、内容策略

2、栏目规划

【品牌和传播热点结合规则】

话题大类	栏目名称	话题内容
热点类	#XX有颗记者心#	抓取播报当下热点事件的同时寻找和的关联性，解读甚至植入
	#XX是个段子手#	原创或整合现在传播度最高的一个群体：段子手！（注重下品牌感受度）
活动类	#大剧院活动汇#	①自发有奖类活动（包括节日节点、项目活动、线下活动招募等） ②配合商家各类型活动 ③子帐号的各类活动支持转发
生活类	#XXX#	以安徽本地生活为主，接地气的东西会树立身边的好助手的形象
	#XX潮人街拍#	打造潮流男女青年街拍UGC输入的用户习惯。可配以犀利解读互动方式。
	#天气万象#	本地天气、空气质量播报。（接地气的互动利器）
产品特色类	#XX大牌秀#	
	#粉丝迷俱乐部#	1、会员特权的解读和咨询（微博微信栏目打通互通）；2、粉丝团【万人迷】，要形成自己的粉丝用户群体并入库整理。
	#万叔不神秘#	展现企业文化、资讯和员工真实故事的人文情怀的出口。
网友互动、危机公关	#万叔微私访#	①定期挑选出优质产品表扬类UGC转发感谢 ②遇到特定投诉事件进行选择转发，并针对个案反映客服直接电话当事人并解决问题
问候类	#XX陪你看日出#/#XX夜话#	固定时间的互动式问候。内容灵活多变，增强互动感。
热门话题	#XXXXXX#	制作话题充当主持人可以迅速提升品牌影响力和积累粉丝

微信公账发布时间点选择

一、根据**用户**的行为确定，例如坐车，中午吃饭，晚上回家，睡觉前等各种碎片时间点来推送。或者根据用户的活跃度来推送，找**最多人活跃的时候**下手。

二、根据**发布者**的行为确定，一般都是**即时性的**，例如爆炸新闻，只要是新的，爆炸的，也就不用刻意去管哪个时段的。或者另外像**天气**的肯定是提前的。再有你甚至能装逼的说**专门做一个时段**，培养用户习惯，让他们跟随你。

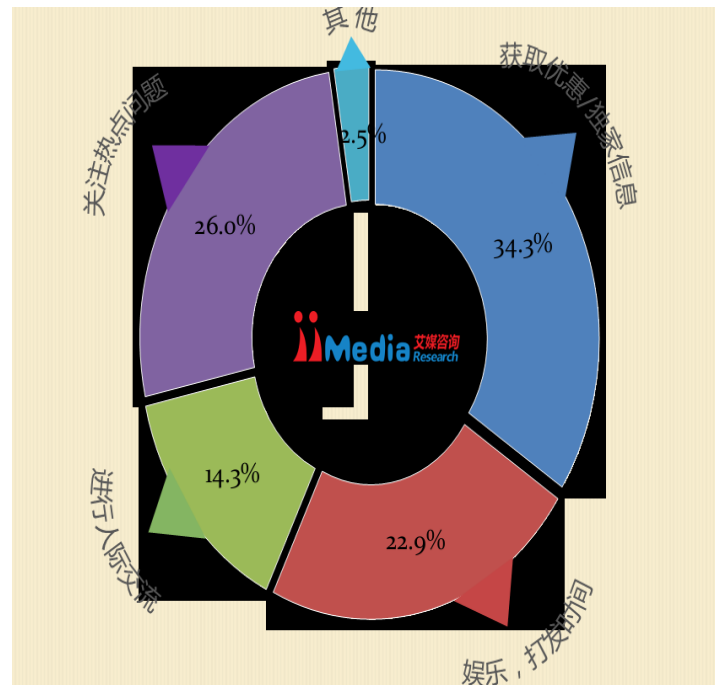


微信公账运营技巧

1、推送消息的内容选择

三类信息最受用户欢迎：

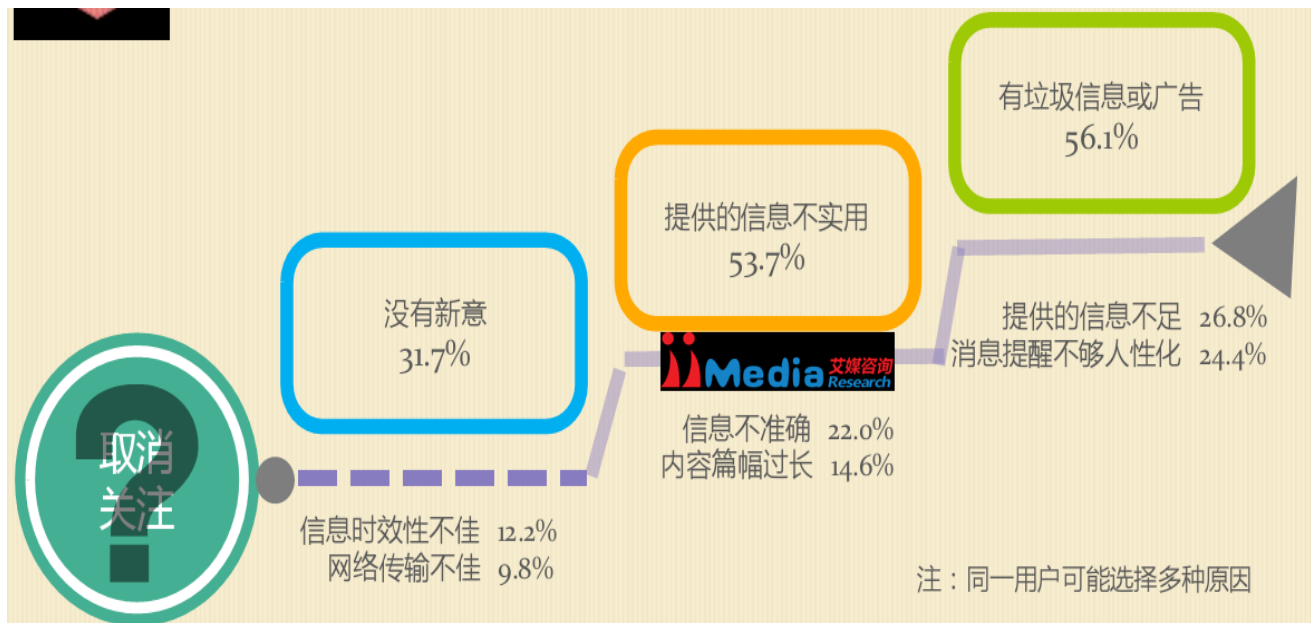
- (1) 利益类信息（利己或利他）
- (2) 娱乐类信息（星座、测试、笑话、热点话题）
- (3) 情感类信息（好奇心、八卦心、侠义心、泛滥的爱心）



艾媒咨询（iiMedia Research）数据

小技巧，固定发布某类信息，让用户形成固定阅读习惯；
别把微信公众平台过度营销化：用户没有义务接受你的广告轰炸，他随时可能离开你；

2、几类信息禁忌



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据

- 小技巧，几类信息别发：
- (1) 与企业没有关联的信息
 - (2) 随意复制黏贴的信息
 - (3) 微博、微信已经泛滥的信息
 - (4) 图片超过10张以上的信息

微信公账运营技巧

3、图文消息标题设置技巧

图文消息标题长度尽量不要超过 **13 个汉字**，否则手机显示会**折行**影响显示效果。

超级直接的标题：微信5.0的新特征

间接的标题：避孕套，山羊，18岁女孩；

数字式的标题：学会这8招，让你在酒桌上千杯不醉

如何式标题：如何跟我一样半个月瘦10斤

提问式标题：七夕送女友最有创意的礼物是什么？

命令式的标题：杜绝职场拖延症你要这样做！

小技巧，图文标题的设置，要想方设法与用户产生好奇想法，这样用户才会去进行点击阅读。

4、单条图文消息，别忽视摘要的重要性

摘要一定要重视，因为在没有**wifi环境下**用户图片显示**比较慢**，了解文章主要靠**标题和摘要**，一段好的摘要一定会提高用户的阅读率。

油价涨了，翼支付帮你省钱

2013-08-30



【9月1日天翼加油特权巡游活动】试乘试驾，参与就送200元！你想来炫一炫你的爱车么？你想或得免费加油的资格么？那就报名参加【9月1日天翼加油特权巡游活动】开着爱车去兜兜风，就可以获得200元免费加油的资格！

小技巧，微信公众平台上传封面图片时边上有提示大图片建议尺寸：720像素 * 400像素封面。实际上传的图片尺寸在600px*300px比较合适；

5、多条图文消息编辑时的注意事项

(1) 样式要简单，不要有**太多颜色突出**会分散注意力；(2) 文章配图不宜多，会受到网速影响无法打开，无特殊情况**三张足矣**；(3) 多分段多留白，不要出现大量文字堆积的情况；(4) **文字 500-1000 为宜**，用户阅读都是利用碎片时间，太长了没这个耐心。



小技巧，如果不是新闻类资讯网站，编辑多条图文消息的数量尽量别超过5条（最多可编辑8条）；

6、在群发前发送预览

避免犯低级错误，检查以下几点：

图片显示是否正常？

有无错别字？

段间距是否一致？

段首空格是否一样？

重要的信息，预览除了发送给自己
最好再发给同事帮忙检查。



小技巧，在编辑图文消息的时候，如果是在微信后台上直接编辑文章，由于微信后台没有做自动保存功能，时不时点下发送预览可以用来保存文章；

三、内容策略

4、微博发布规则

- (1) 对所有新增加的粉丝和订阅用户私信自动回复发送感谢语；(微博、微信)
- (2) 对于最新的重大新闻置顶，不时更新；
- (3) 每天发布6条以上微博，每条微博之间间隔30分钟以上。；
- (4) 赋予微博“鲜活的生命质感”，每天主动参与评论本地微博客户，增加互动，但要留意评论内容不要随意的同时转发，尤其是对加V、达人等高质量用户和有咨询信息疑问的尽力给予确切回复，进而增加我们对网友亲切感和粘度；
- (5) 多与一些本地重要微博客户及意见领袖互动，如安徽卫视、新浪安徽、新安晚报、吴婷等，互相转发一些活动，增大微博内容的转载、曝光率，增强影响力；
- (6) 加大原创内容，尽量减少转载内容，注意企业硬广的频率，每天不要超过2次；
- (7) 紧密关注时下最新话题和最新热播电视电影，如后会无期、泰囧，甄嬛传等，及时策划编辑与企业有关的内容、活动，加大转发、评论；
- (8) 建立一套良性的微博供源途径和机制，主要包括：A、网站、论坛、博客；B、纸媒的电子版和网站、各类大型网站；C、关注分组微博（同行业微博矩阵、草根号、媒体号、新浪大号）；D、网友微博；E、本地记者等媒体人提供爆料；F、自采、策划、整合原创类。
- (9) 根据发布微博的重要性和相关性@ 给相关大号给予转发支持。如：互联网那些事、汪涵、琢磨先生等

四、运营策略

自媒体运营需要站内，站外多种方式集中推广。

站内推广

员工和公司品牌（矩阵）

全员营销（项目、入驻剧目、员工）



活动推广

双微平台自建活动，吸引粉丝参与，增加搜索结果数



草根账号推送

邀请粉丝量多的草根账号进行推送



异业合作

通过赞助奖品等形式与其他微博微信开展联合活动



主动关注

通过搜索相关关键词，找到潜在用户，主动求关注

站外推广

BBS 官网

论坛及官网上发布企业新媒体信息



宣传物料

线下终端的宣传物料添加双微信息（昵称+二维码）



员工名片

名片上加二维码

四、运营策略

1、建立初期

时间：2-3周
(11.9前)

(1) 主页的页面装修、微信的认证、各版块和各功能的设计完善

包括：**微信的认证**、**粉丝服务平台**及导航菜单设置(素材填充)、公告栏、友情链接、详细资料、子品牌、领导人、员工、微客服等

(2) 要求公司员工开通个人微博、微信并关注官微，同时互相关注且的主动关注本集团各分公司、公司同事、媒体、本地微博客户，关注后同时进行求关注，这样第一批的粉丝就开始聚集起来了。

(3) 常规栏目的试运行，可物尽其用先让周围可利用资源进行初步推广，尝试1~2周，关注效果进行微调。

四、运营策略

2、运营探索期

时间：1-2个月

(1) 探索粉丝心理和互动情况，逐步调整优化栏目、语言风格并根据情况加入新栏目。

(2) 确定大致合理的KPI数据考核，以及人员分工调配执行。

(3) 新版微博、微信上线给予企业自媒体运营很大创新空间，对于非媒体、非名人的商业账号，前期需要不断通过线上有奖活动和玩法，刺激粉丝关注和互动情绪。

——多种有奖活动互相穿插，包括有奖转发、大转盘等。

——微信定制各种互动游戏、拆礼盒、打印机等玩法。

——前段有奖转发和截图关注。



四、运营策略

3、运营发展期

时间：2-5个月

(1) 把核心用户分类，找到核心用户中契合度高的粉丝，如优秀媒体以及知名同行，这部分受关注的网友自身的粉丝不能低于500个，通过不断地与这些网友进行互评、交流，提高与粉丝之间的互动性，提高粉丝忠诚度及粘度，为以后更多的线上或线下活动打下良好的基础。

(2) 在栏目稳定、风格固定、粉丝积累的基础较为扎实之后，做些创意类、借势营销的社会化推广，多做话题性炒作，做一个真正能结合当下热点吸引网友眼球的有态度的品牌自媒体。

陈
欧
体



江苏移动 V: #中国移动手机4S服务#服务，是一条永远也走不完的路，路上少不了曲折和质疑，但那又怎样？哪怕前方没有指向，也要开辟我的方向。你不了解服务的现在，我只愿你拥有满意的未来。我是中国移动手机4S服务，我为自己代言



今天 14:32 来自专业版微博

转发(471) | 收藏 | 评论(52)

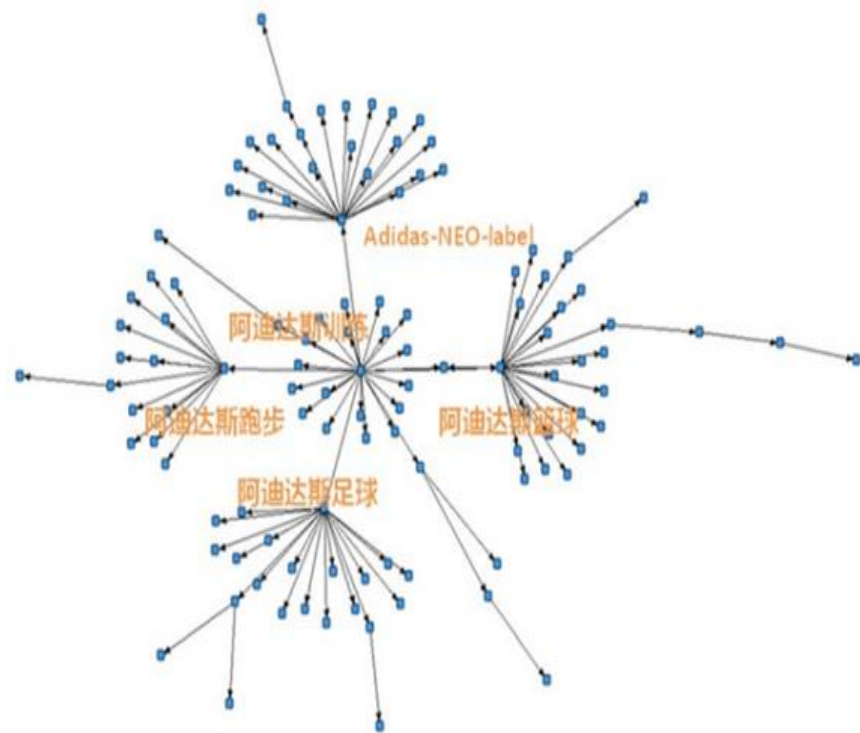
热门微博

四、运营策略

4、运营后续方向

时间：1-2个月

- (1) 对前期自媒体运营工作进行总结，并规划2015下半年（万象城正式开业）的微博运营方向和目标。
- (2) 项目终端的宣传，如展架、名片、宣传单张，展厅活动等等添加自媒体信息。
- (3) 建立集团及子公司自媒体矩阵，建立链式传播反应系统，加大对不同品牌客户和活动的渗透，同步举行自媒体主导和传统活动串联主题的线下线上活动，增加宣传的叠加效应，加大宣传效果。
- (4) 自媒体实现了自宣外，到了转化人流和营收的阶段。建立自己的达人和粉丝俱乐部系统并打造自己的粉丝团（通过挑选高质量本地达人义务和权利并存），根据业务需考虑含有会员深度入口、玩法开发等功能APP的开发。



五、微博活动策略

1、常规活动规划

- 1、微博活动（有奖转发、有奖征集、免费试用、秒杀预约等）。
- 2、微博活动（分享截图、扫码关注、打印机、游戏、抢红包、拆礼盒等）



五、微博活动策略

2、主题事件炒作



目的：配合传统策划活动，利用新媒体放出最大音量的同时给本地粉丝最佳的互动体验和参与感。实现线上粉丝的**引流**。

形式：

- 招募网友线下体验
- 转发有奖线上炒热；
- 话题传播。（单位时间内营销利器，如#霸都城市新地标#）
- UGC征集（自主传播）
- 线下直播（自家新媒体、网友达人、媒体官博、微博微信大屏幕）

五、活动策略

3、节点活动营销

2014.10-2015.5关键节点：

11.11光棍节、11.27感恩节；12.25圣诞节；1.1元旦；2.14情人节；3.7日女生节；4月植树节；5.1劳动节；

活动形式：1、微信微博有奖活动；2、话题判断；3、自主活动配合；4、异业合作（新浪体系：线上或线下）



六、微博危机应对策略

微博危机发生



定义类型



了解发生过程



危机处理流程



- 1、统一指挥，项目负责人召开相关人员会议；
- 2、注意倾听，及早响应（感谢关注、诚意邀请参观公司、请对方给出意见与建议等）；
- 3、不在事发评论区积极回应，尽可能降低舆情的热度；
- 4、事后恢复，弥补事件造成的损失；
- 5、建立危机应对预案，确保紧急时刻能做到“兵来将挡水来土掩”；
- 6、完善网络微博发言人机制，统一指挥，统一口径；
- 7、加强与网友日常沟通，培养忠实粉丝和客户，防患于未然；
- 8、注重企业领导人及员工在微博的一言一行。

**后续将继续丰富和完善新媒体运营思路
做些有趣且有效的事！**

全国Mini-MBA职业经理双证班



权威双证 全国招生 远程函授 请速充电

允许提前获取证书 20 年热招精品课程

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！

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：教授课件全部赠送，双证，档案一切尽有！

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 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《IE 工业工程师》MBA 高等教育双证	高级 IE 工业工程师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
电商经理（电子商务经理）MBA 高等双证	电子商务经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
微商经理（微营销师）MBA 高等教育双证	微营销管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	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 高等教育研修证	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《人力资源管理师》MBA 双证书班	高级人力资源管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育证	1280 元
全国《养老机构管理人员》MBA 双证书班	养老机构管理人员资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	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+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元

全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《工商管理培训教师资格》双证班	工商管理培训教师资格证+2 年制 MBA 高等教育研修证书	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 高等教育研修证书	1280 元
全国《经济管理师》MBA 高等教育双证	高级经济管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元
全国《六西格玛管理师》MBA 双证书班	高级六西格玛管理师资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证	1280 元

学校还开设：薪酬管理师、绩效考核师、企业教练技术、企业管理师、培训总监、物流经理、工厂管理（厂长证书）、营销总监、企业法务管理师、市场定位研究员、整合营销策划师**等管理岗位MBA课程**

教委批准正规教育机构，20年先进管理培训院校（教证154160号）

全国《职业经理》 Mini-MBA班

20年成熟教育项目，30个精品管理岗位课程 咨询报名：13684609885

课程全面，只讲干货，课件全送，直播下载，反复学习，终身辅导

双证，档案一切尽有！ 现在报名：赠送价值30万《两年制MBA实录视频课程》

网址：www.mhjj.net

课程表：
MBA实录视频课程
工商管理 战略管理
人力资源 营销管理
互联网新思维
生产管理 品质管理

赶紧体验吧



【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。

【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】

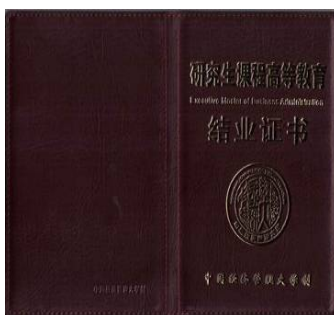
- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 xchy007@163.com (入学时不需要提交相片,毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认,以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



【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】(支持网转、柜台办理和自动取款机办理)(如柜台办理请携带本人身份证到银行办理)

方式一	支付宝	支付宝账户: 13684609885 户名: 徐传有
方式二	学校帐号 企业账户	学校帐号: 184080723702015 账号户名: 哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行: 哈尔滨银行中大支行 支付系统行号: 313261018034
方式三	中国银行	卡号: 6217855300007073962 户名: 徐传有 开户行: 中国银行哈尔滨爱建支行
方式四	邮政储蓄	卡号: 6217992600016909914 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨南马路支行
方式五	工商银行	卡号: 6222083500001062507 户名: 徐传有 开户行: 哈尔滨市道外区太平桥支行
方式六	农业银行	卡号: 6228450176006094464 户名: 徐传有 开户行: 道外支行民众分理处

可以选择任意一种方式缴纳学费(建议首选工商银行账户),收到学费当天,学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教学资料、考试问卷以及收费票据。

【咨询电话】13684609885 0451—88342620

【学校网站】<http://www.mhgy.net>

【客服微信】微信号: mhjymhgy (或者 122285053)【微信公众号】MHJY1995