

2017

iResearch
艾瑞咨询

腾讯数据实验室

中国教育 培训行业

白皮书



1990-2017年教育培训行业创业热点



留学培训潮

政府鼓励留学



K12课外辅导潮

家庭经济条件好转



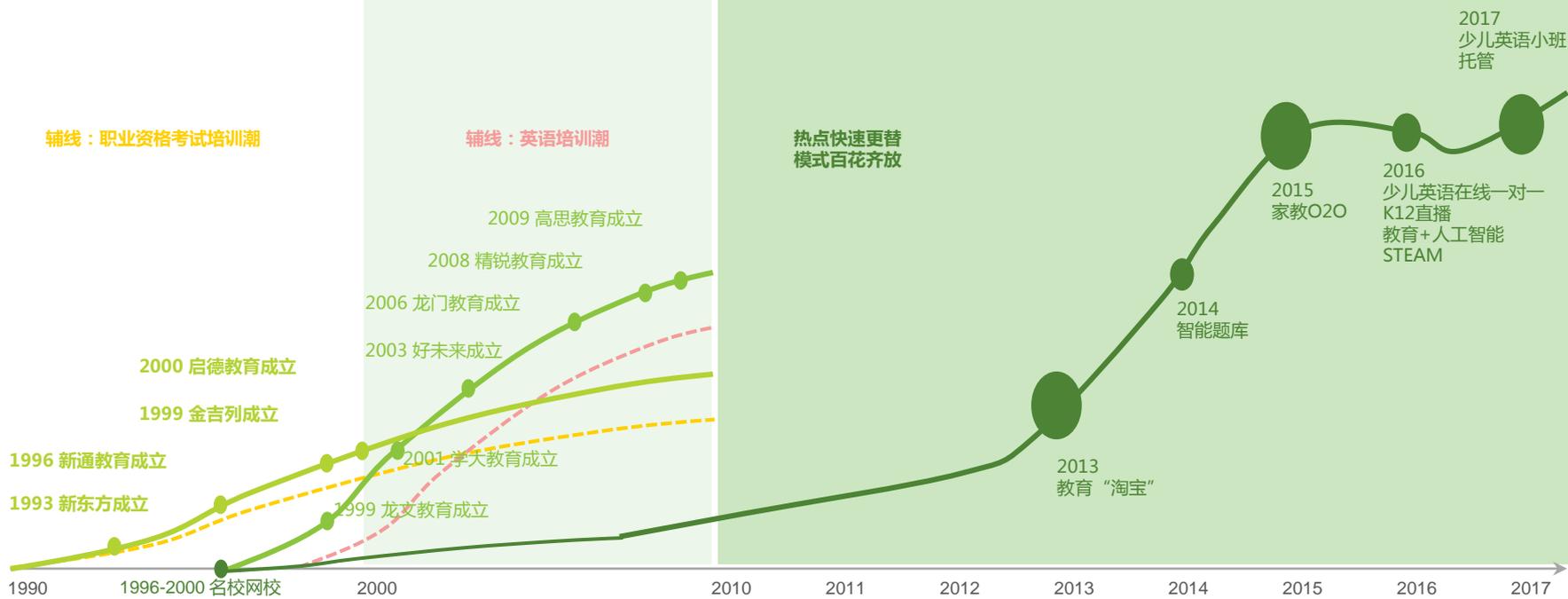
在线教育潮

政策利好、资本涌入、技术进步

辅线：职业资格考试培训潮

辅线：英语培训潮

热点快速更替
模式百花齐放



行业基本获客思路

砍树、种树、圈树各有利弊，互相借鉴是明智之举



砍树型

销售是重点

通过广告投放或销售团队来获取销售线索，实现用户转化。

一种传统的、快速高效的、最为通用的获客方法



种树型

品牌是重点

通过良好的产品效果和用户口碑，让用户自己上门。

十分依赖于时间的积累，是老牌机构偏好的方法



圈树型

流量是重点

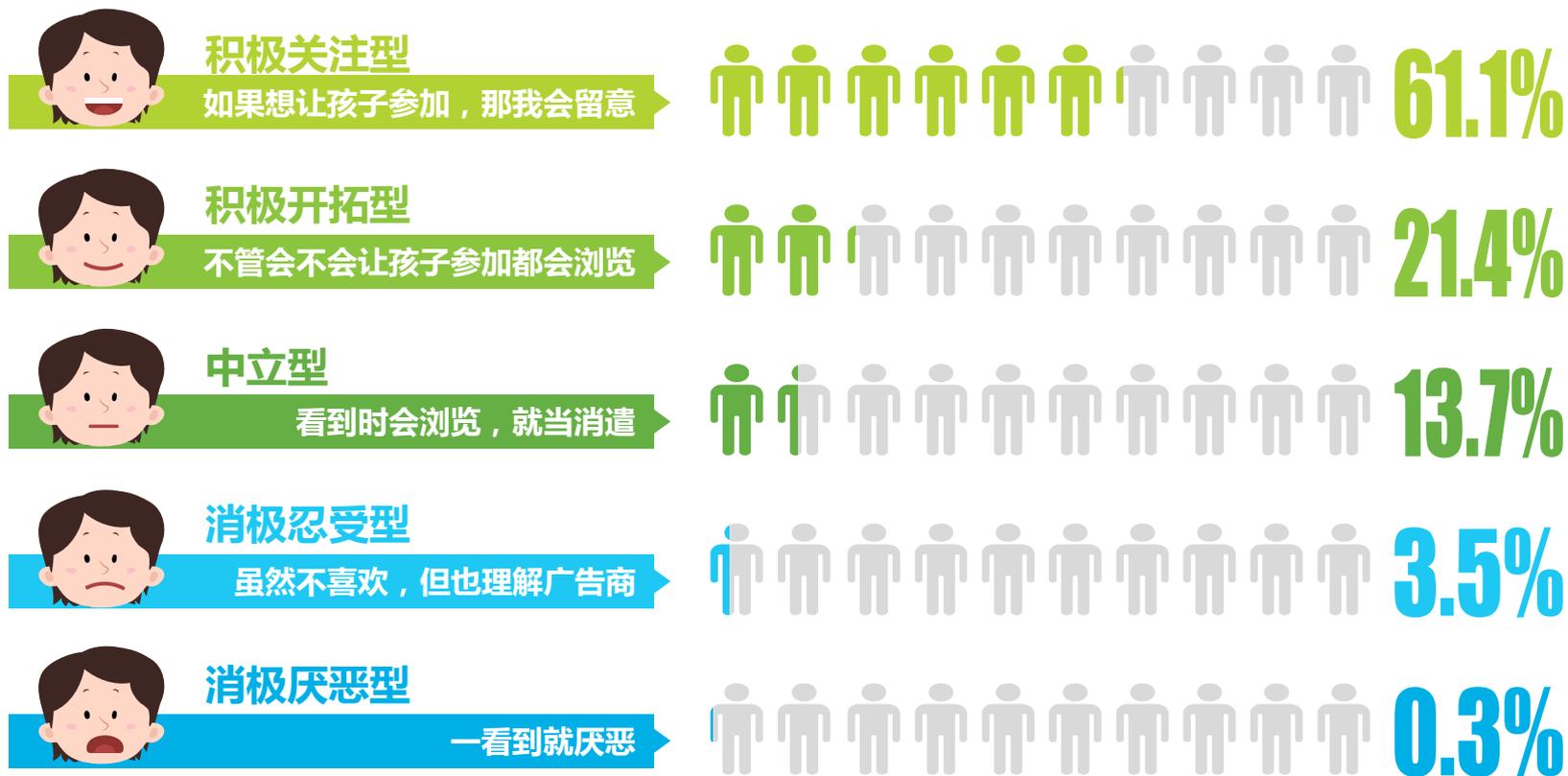
搭建网络平台（森林），提供实用工具或内容（养料），吸引用户注册并运营留存，后期依靠广告、增值等方法盈利。

在线教育时代的新玩法

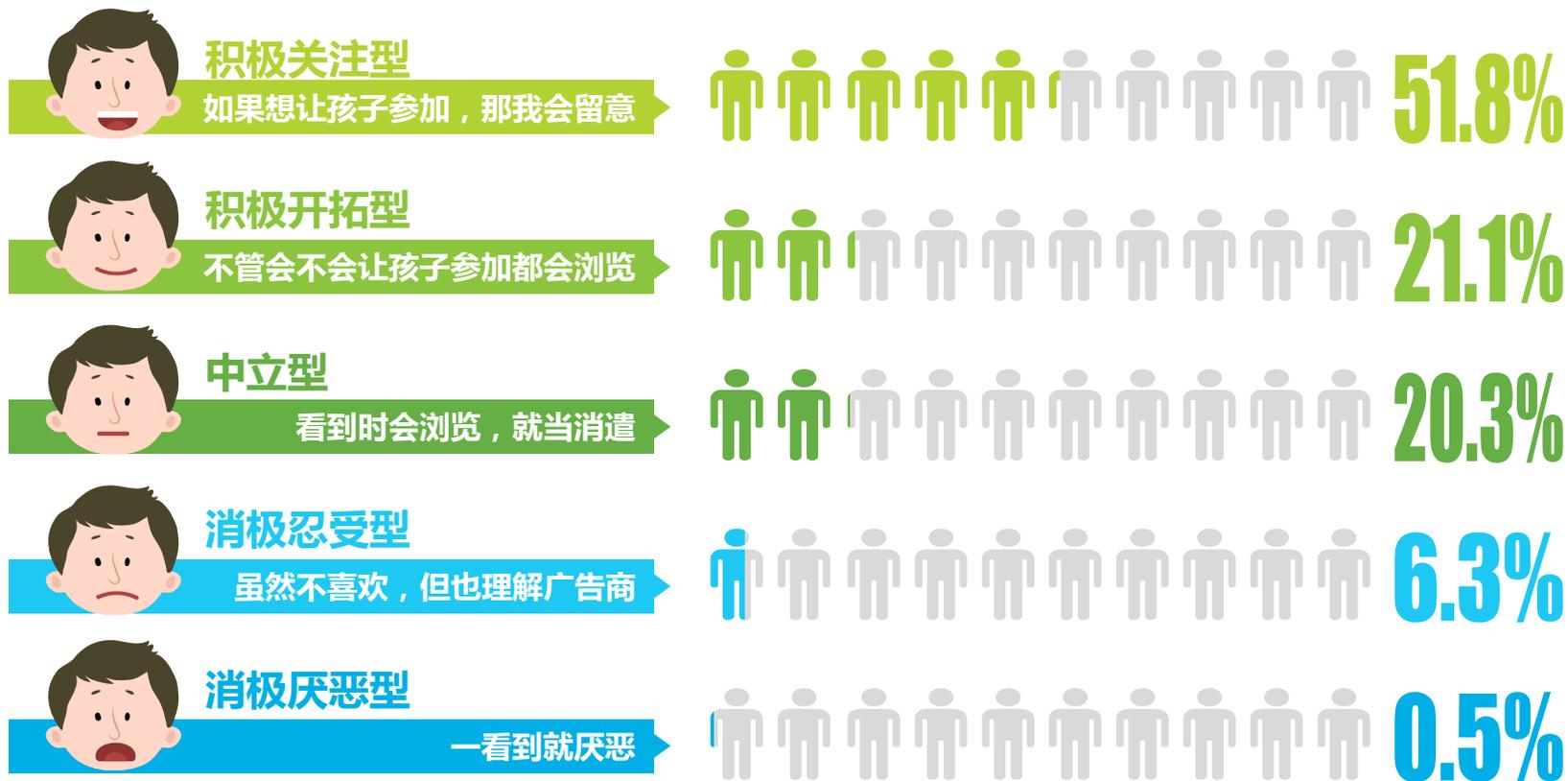
用户调研样本n=2000，其中家长用户n=1000，成人用户n=1000

用户对教育培训广告是什么态度？

●●● 家长的态度非常开放 ●●●



... 成人的态度比较开放 ...



对怎样的广告感兴趣？

家长感兴趣的广告内容



老师好，方法新，机构牛，离家近
多少钱不重要，明星代言不重要

成人感兴趣的广告内容

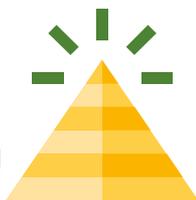
有名师/牛
师/好老师
35.2%



全新的培训
方法或技术
33.5%



机构是同行
业中最好的
34.9%



这个机构懂
用户的需求
30.3%



现在报名
有优惠
19%

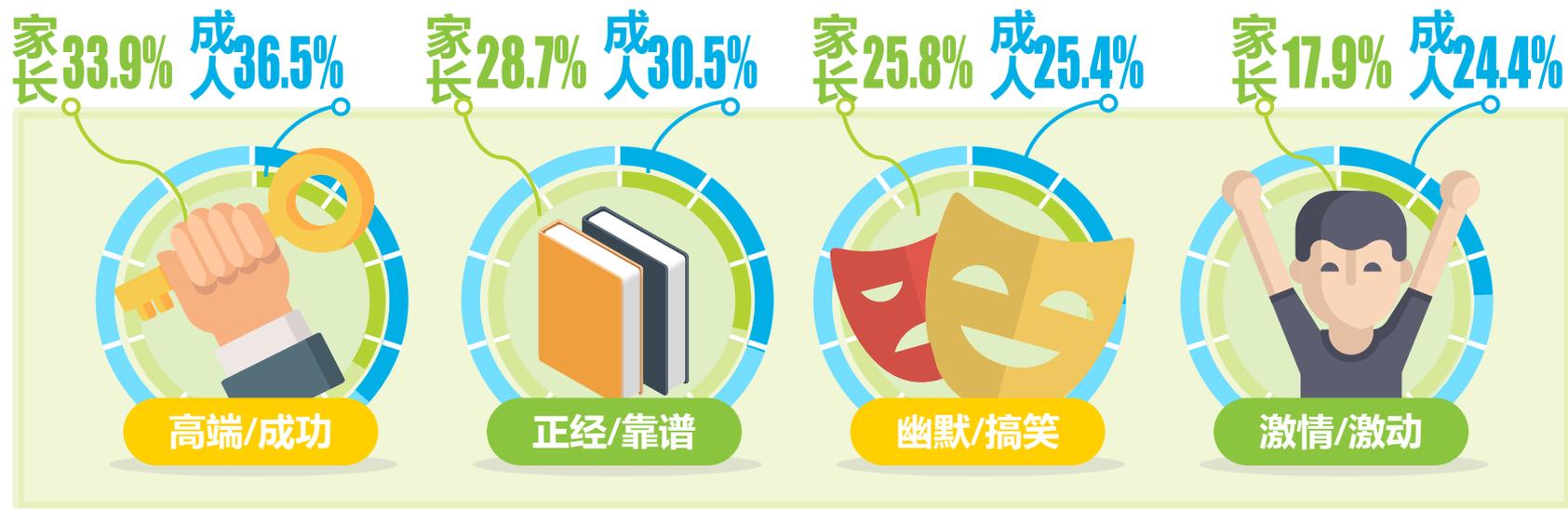


价格便宜
17.3%



老师好，机构牛，方法新，能懂我也关注价格和折扣

●● 感兴趣的广告风格 ●●



创意/新鲜/有趣



温暖/温情/温馨

● 有意思的广告最吸睛

家长 有意思的广告最吸睛
温情路线也可以

成人 有意思的广告最吸睛
高大上风格受推崇

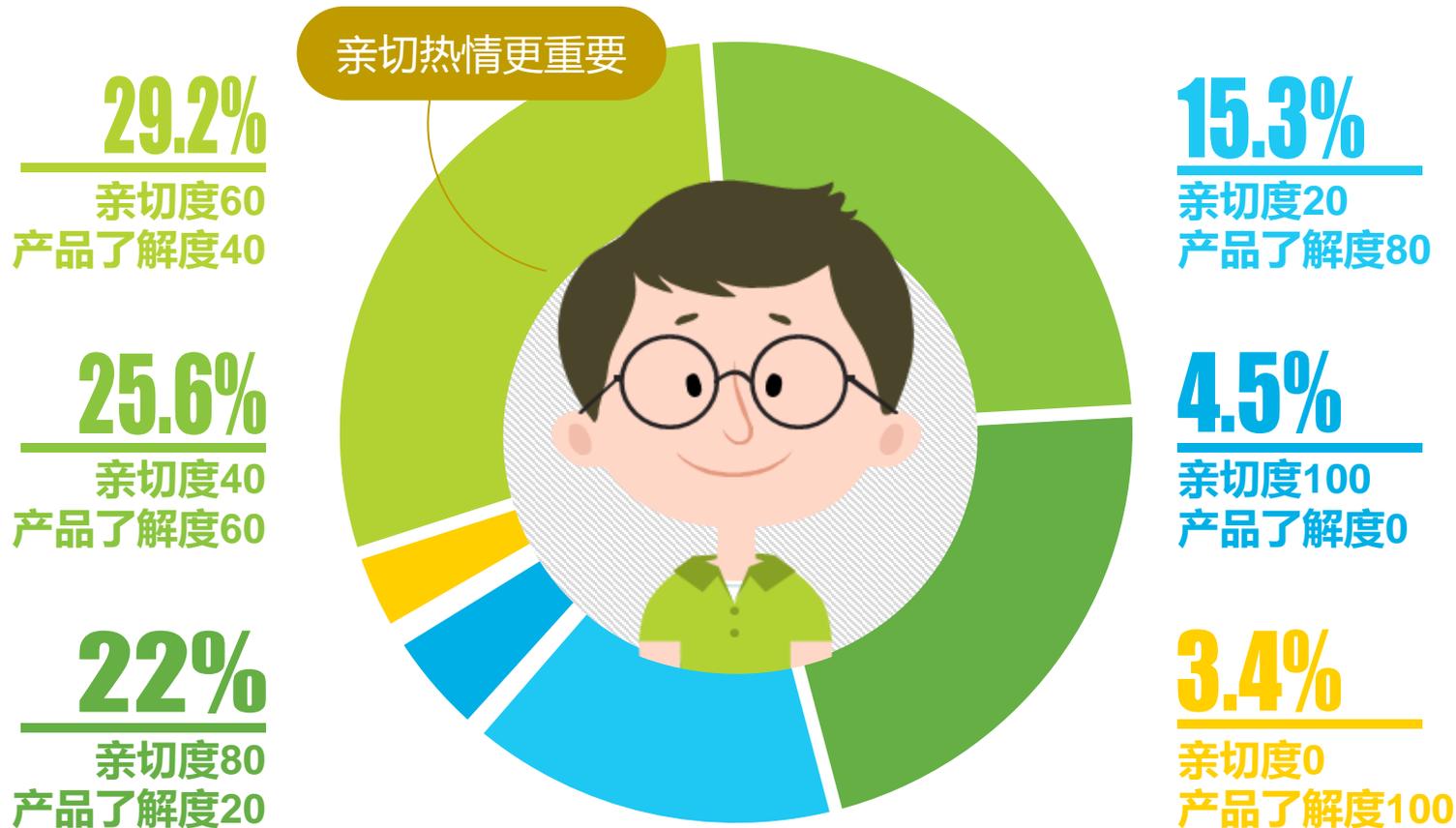
喜欢怎样的销售人员？

... 家长 ...



实实在在，不好“忽悠”。宁愿销售人员不那么亲切热情，也希望他们能了解产品

... 成人 ...



内心更敏感、希望被尊重。宁愿销售人员不那么了解产品，也希望他们能亲切热情

喜欢怎样的培训形式？



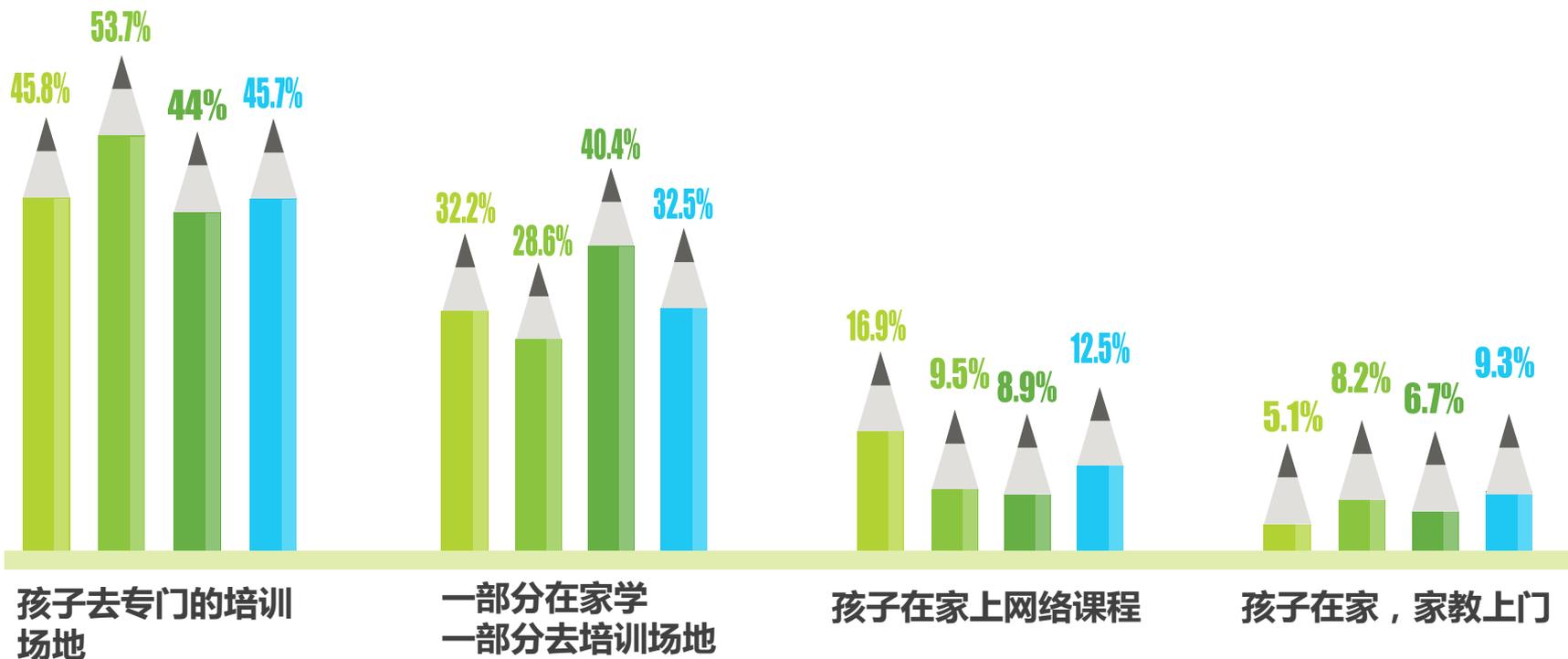
家长：首选线下形式，也喜欢线上线下相结合，至于网课还要再看看；考试科目辅导和语言培训对纯线上网课的喜好程度最低

儿童启蒙教育

考试科目辅导

语言培训

兴趣科技游学





成人：纯线下、线上线下结合都可以，也愿意在家上网课，对线上形式的接受度更高

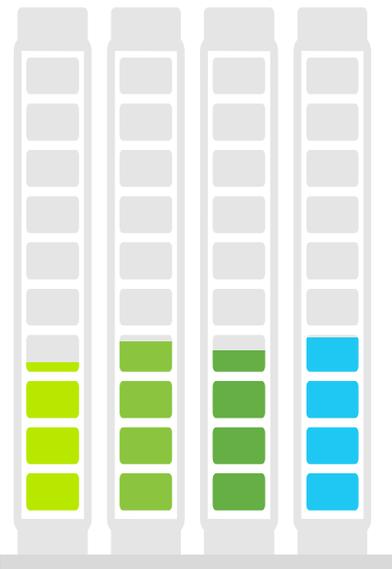
语言培训

考证/考试/求职

学历提升培训

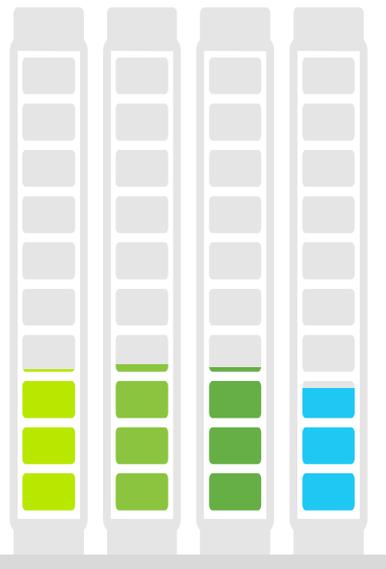
专业技能培训

32.8% 38.2% 35.8% 39.3%



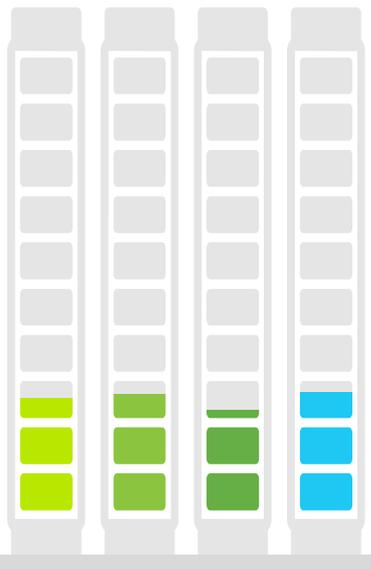
去专门的培训场地

30.7% 32.2% 31.3% 28.1%



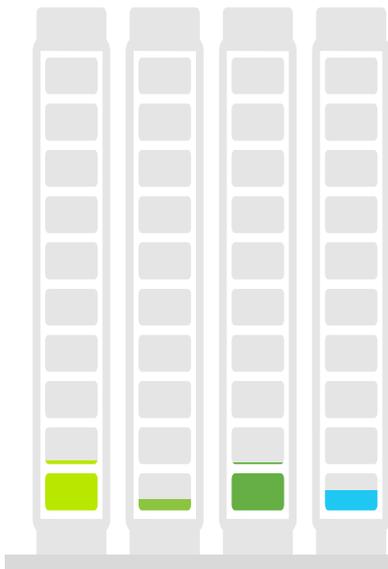
一部分在家学
一部分去培训场地

25.5% 26.6% 22.4% 27%



在家上网络课程

11% 3% 10.4% 5.6%



老师来我家

教育培训行业营销趋势

边砍树边种树

销售导向的“砍树式”效果和品牌导向的“种树式”品牌广告都需要，两条腿走路才长久。

精准砍树

目前正在从强调范围和规模的“广而告之”，向强调匹配的“精准营销”过度，未来两种思路将有机结合。

线上线下一起来

地推性价比高，不会被网络营销取代；同时网络营销的传播力和效率也是传统方式不可比拟的。未来传统渠道和网络渠道将协同使用。另外，营销渠道的“用户信任感”很重要。

砍树也要讲趣味

用户触网的方式将更加生活化和场景化，用户与营销内容之间将存在更多的互动可能性；企业营销风格将不再受行业严肃特性的限制，而变得更加新鲜有趣。

长按阅读报告原文



来源：艾瑞研究院自主研究及绘制