

学尔森教育精准聚粉营销

- ◆ 广告主：学尔森
- ◆ 所属行业：教育
- ◆ 执行时间：2017.06.01-06.30
- ◆ 参选类别：效果类



学尔森教育精准聚粉营销



背景：艰难毕业季催生培训热

毕业季

就业难

毕业生人数逐年剧增，就业形势不容乐观；

复合型人才
受关注

考试类的执业考前培训、就业技能类培训和在职培训需求强烈；

培训热

考试类的执业考前培训、就业技能类培训和在职培训需求强烈；

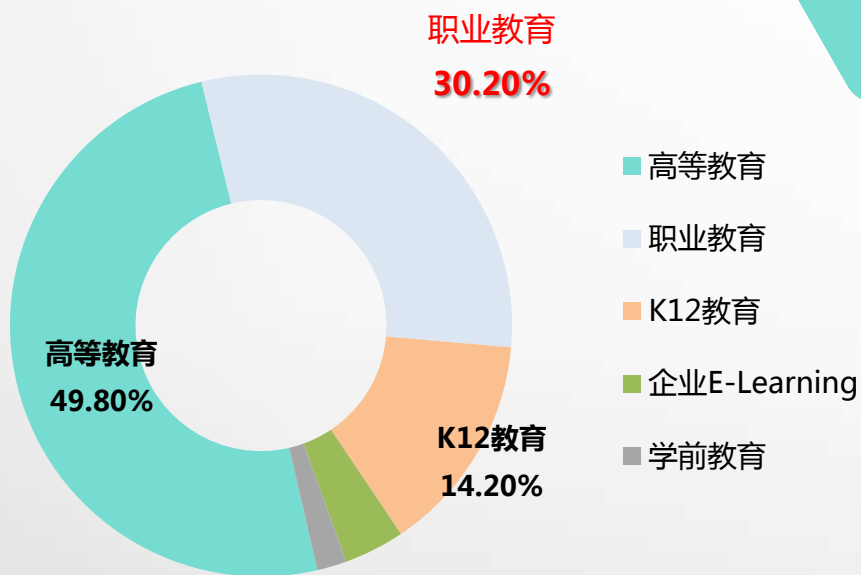
背景

：职业教育培训发展迅猛

➤ 中国互联网职业教育市场规模大。在整体互联网教育市场中占30.2%，仅次于高等教育，排名第二。

➤ 用户参加职业教育目的明确、主动性强、付费意愿高，市场潜力巨大。

2016年中国互联网教育各细分市场占比



➤ 价格、便利性、就业前景是该部分人群关注的重点。



学尔森教育背景资料

关于品牌：国内上市建设教育集团，在全国20多个省市和地区开设60多个培训分校，职业教育、学历教育行业领先。

关于师资：建筑专业资深名师指导，教材、题库业内权威，近13年建筑专业培训史。“网授+面授”教学形式丰富，循环开课，保证学员随到随学。



一建

二建

造价

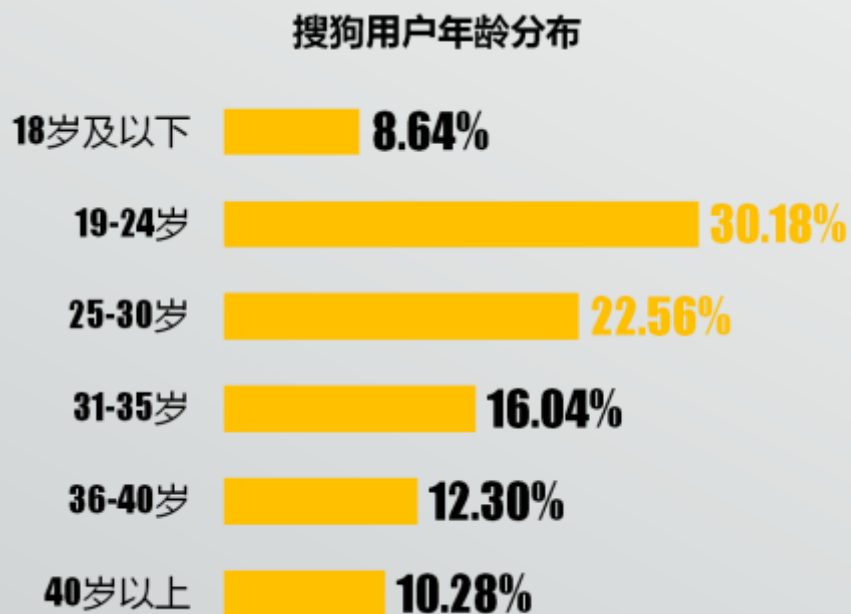
消防

八大员

传统教育成单步骤




搜狗用户与目标群体重合度高，且基于用户主动搜索，精准直达目标群体。




发达地区居多


年龄：16-30岁


目的明确


主动性强


学生、刚入职场的白领


付费意愿高

目标群体分析



报名时间

报考条件

一级建造师

考题考点

真题测试

造价

目标群体关注点

二级建造师

培训课程

消防

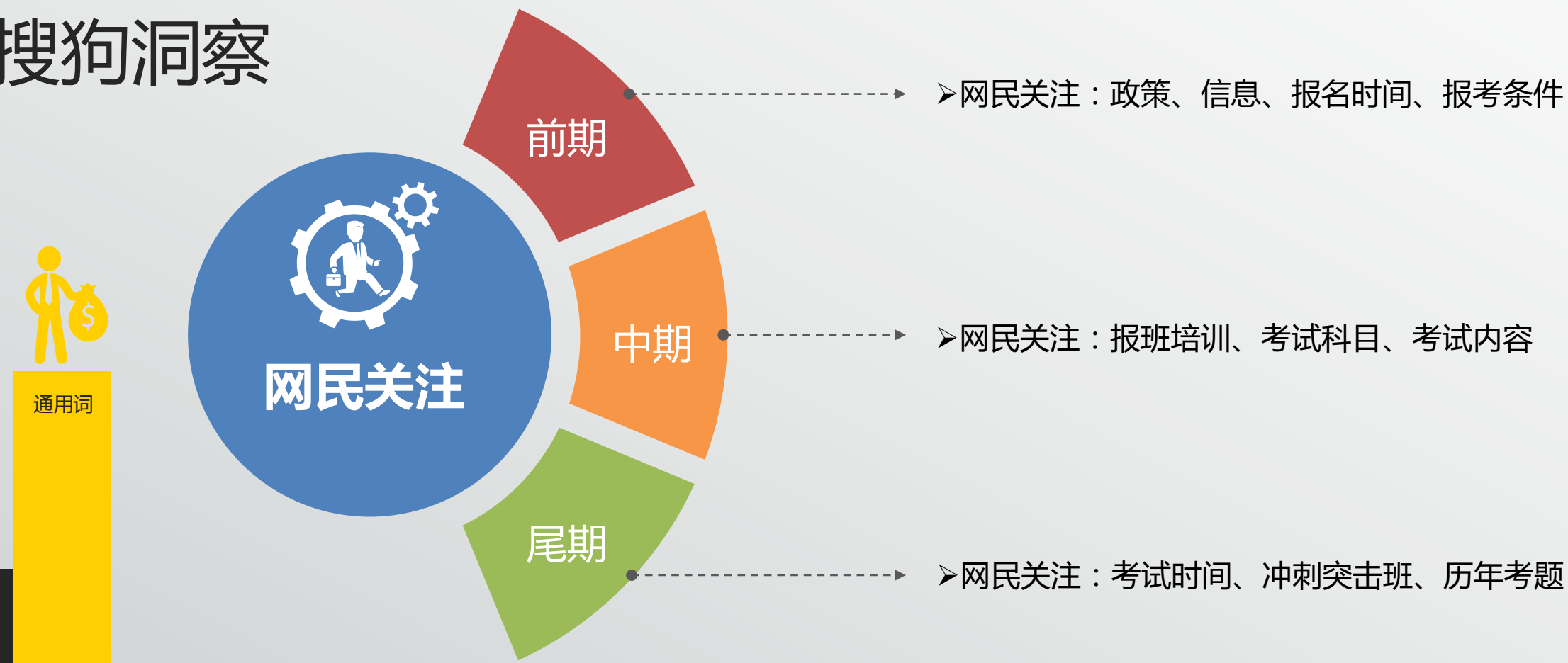
成绩查询

八大员



搜狗分析用户需求，发现用户对于建造师的搜索，以“一级建造师”等核心通用词为主。
其余附加词，则由于所处时期的不一样，而呈现周期性变化。

搜狗洞察



策略

精准直达关注建造师考试的目标用户，精准呈现推广内容；



精准聚粉



汇聚用户需求，根据用户的实际情况，定制化呈现测评结果；精准推荐用户所需信息，自然过渡到学尔森学习大礼包，实现转化。



当用户搜索一级建造师、二级建造师等通用词汇，搜索动态浮层效果即刻精准展现。

用户输入信息，即可测评适合的报考类型。



当用户符合一级建造师报考条件，则为其呈现一级建造师报名时间、考试时间、考试科目等重要信息概览。并将结果导向学尔森教育提供的学习大礼包。若用户只符合二级建造师报考条件，则类推.....



效果

咨询转化达

35%

总曝光

5000万