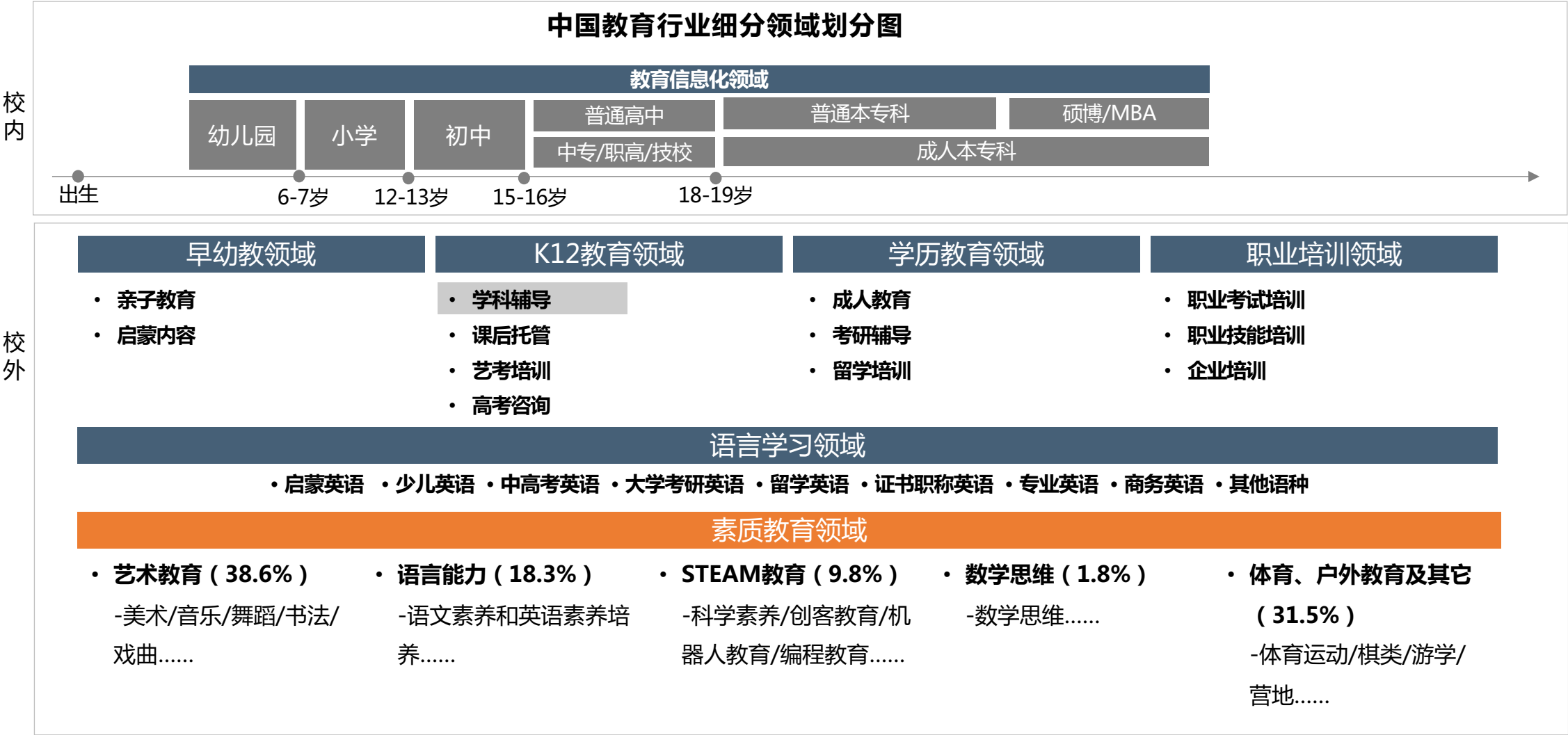


教育行业-素质教育投放指南

商业产品运营部-教育行业组
2021年9月

教育培训市场行业图谱

- 素质教育是指一种以提高受教育者各方面素质为目标的教育模式。它重视人的思想道德素质、能力培养、个性发展、身体健康和心理健康教育。
- 2021年，在深化教育改革的背景下，素质教育赛道呈现极强的韧性和成长性，不断被强化和重视。



数据来源：德勤中国、艾瑞、2021年中国素质教育行业市场结构占比

素质教育行业环境分析

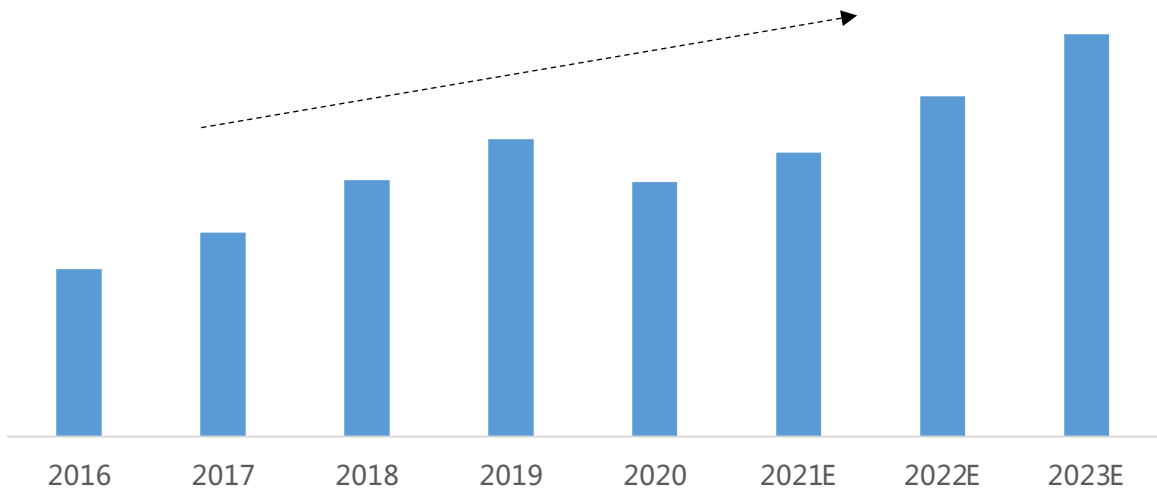
素质教育市场环境变化

【变化1】市场扩大：中商产业研究院预测，2021年年我国素质教育市场规模可达5123亿元。

【变化2】多项业务：业务层出不穷，包括编程、钢琴等大众学科及机器人、书法等小众学科不断占领更多市场份额

【变化3】线上化：素质教育线上化加剧，用户学习行为向线上进一步迁移。

2016-2023年我国素质教育市场规模（单位：亿元）



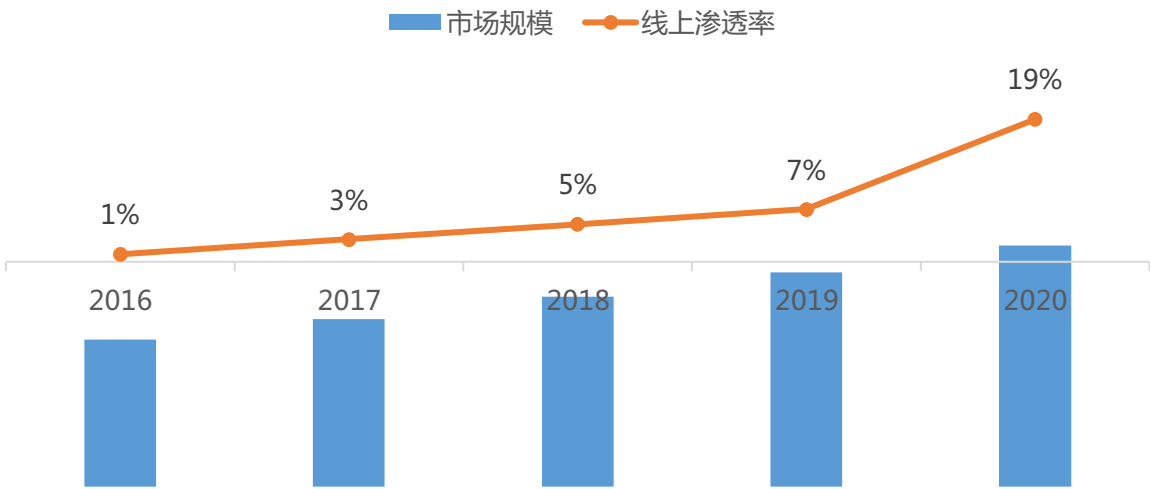
先惠及素质教育少儿学段

【特点1】人口红利：近年来0-14岁人口数量稳中有升，同时2020年国内少儿素质教育市场规模达到4290亿元。

【特点2】政策趋好：少儿素质教育经费提升，且出台的政策向体育以及美育方向倾斜。预计2022年美术和体育纳入中考考核中。

【特点3】需求变化：家长对教育培训的需求发生变化，素质教育的地位也有所上升。

2016-2023年少儿素质教育市场规模和线上渗透率（单位：亿元）

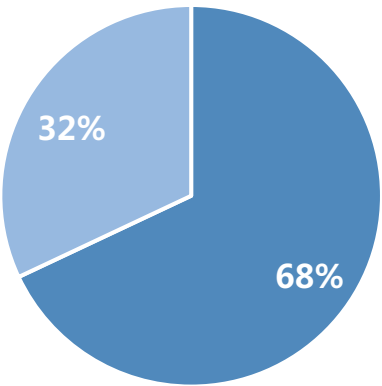


素质教育人群画像

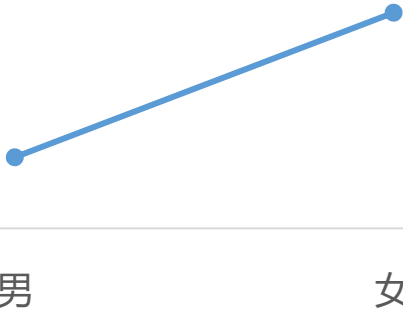
“女性” 用户关注基数大，偏好高

2021素质教育用户性别分布

■ 女性 ■ 男性

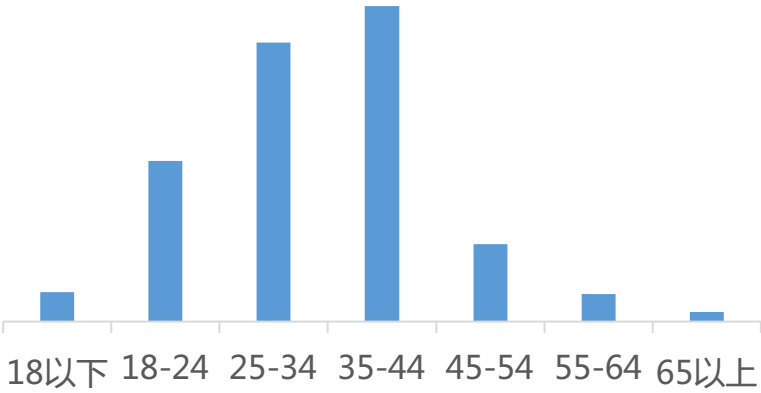


2021素质教育用户性别TGI

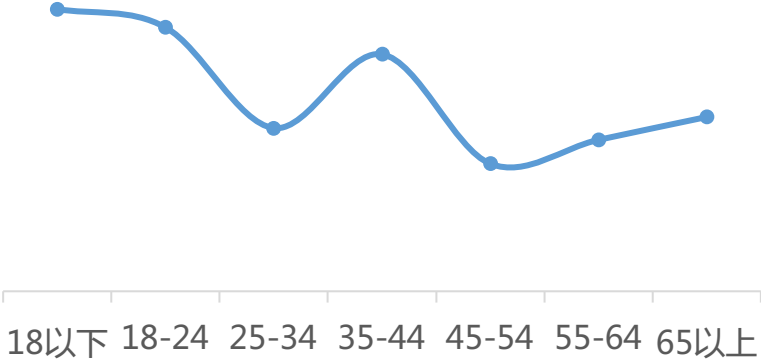


“25-44岁” 构成目标用户主流群体

2021素质教育用户年龄分布



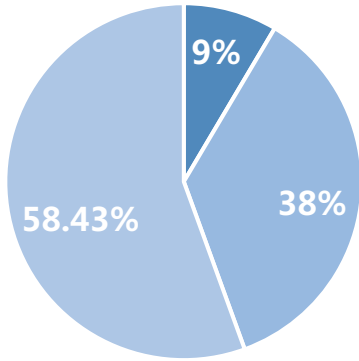
2021素质教育用户年龄TGI



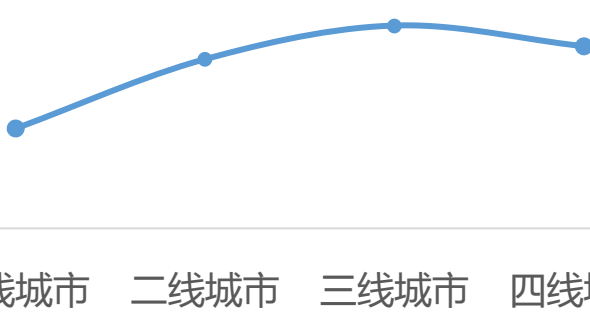
“中低线” 城市用户学习诉求及偏好较高

2021素质教育用户区域分布

■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三、四线城市



2021素质教育用户区域分布TGI

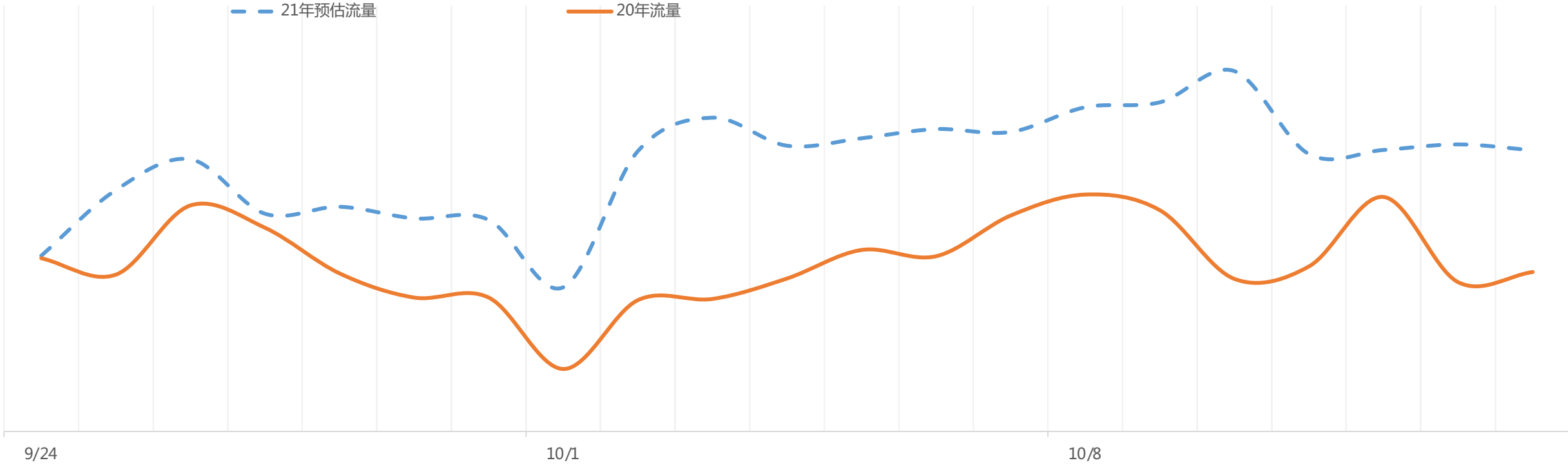


数据来源：百度商业数据平台，TGI指数反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)内的强势或弱势的指数

素质教育预估流量与用户行为

- 【搜索流量预估】 素质教育行业的迅猛发展激发，2021年9-10月预计流量呈上涨趋势。
- 【用户行为分析】 当前素质教育需求的用户更倾向优先观看视频内容，对于视频认知越发强烈。
广告投放时，可尝试丰富优质视频内容以强化用户认知。

兴趣培训流量趋势



素质教育视频内容优化

素质教育用户在观看视频广告的时候，有明显点击倾向，广告主可参考类型和优势进行视频内容制作。

2021素质教育视频广告类型选择

口播类

30%

学习/教学场景

26%

情景剧

29%

其他（视频轮播、采访等）

15%

2021素质教育视频广告价格优势

低价

35%

低价+赠品

33%

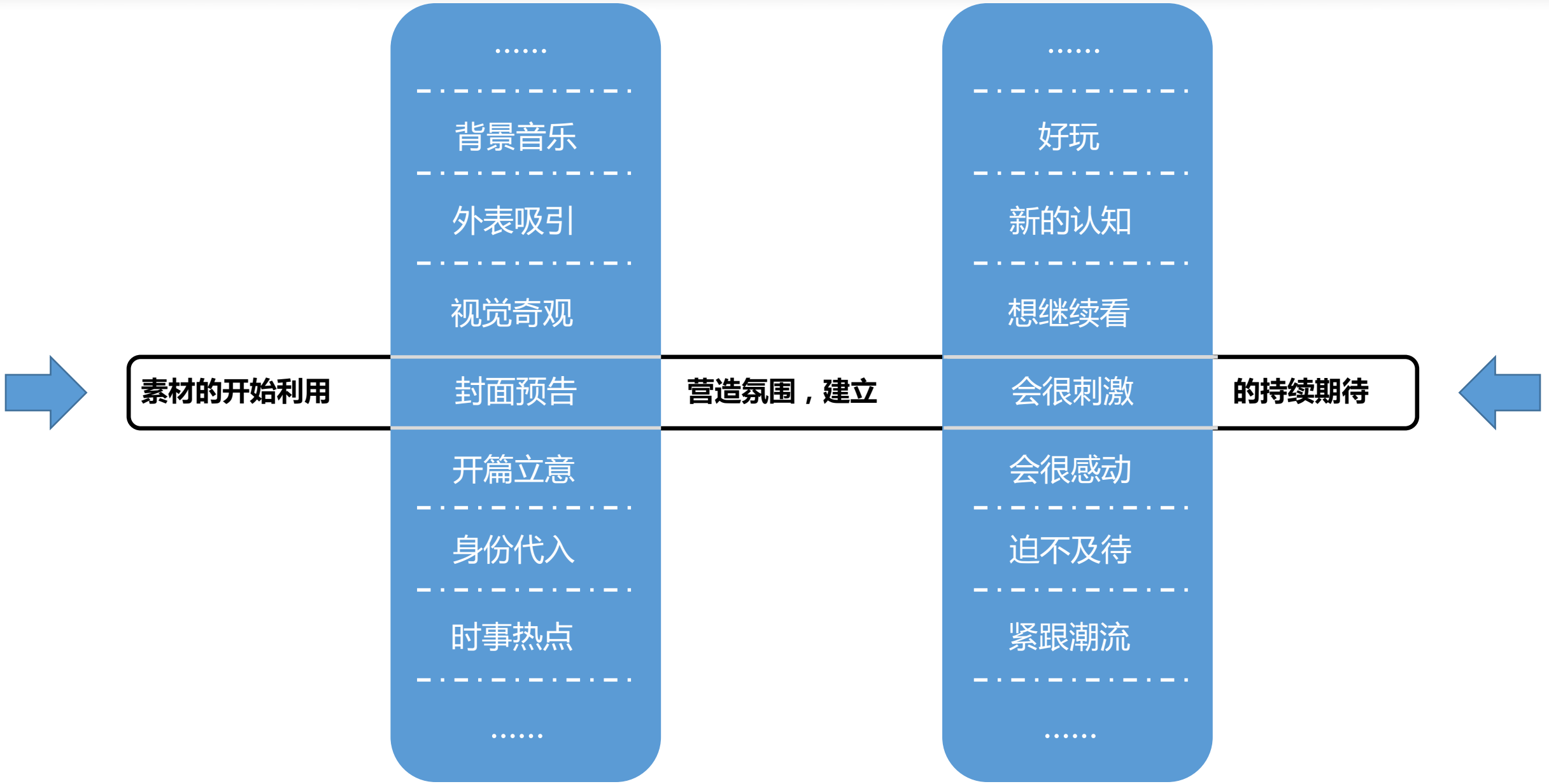
免费

24%

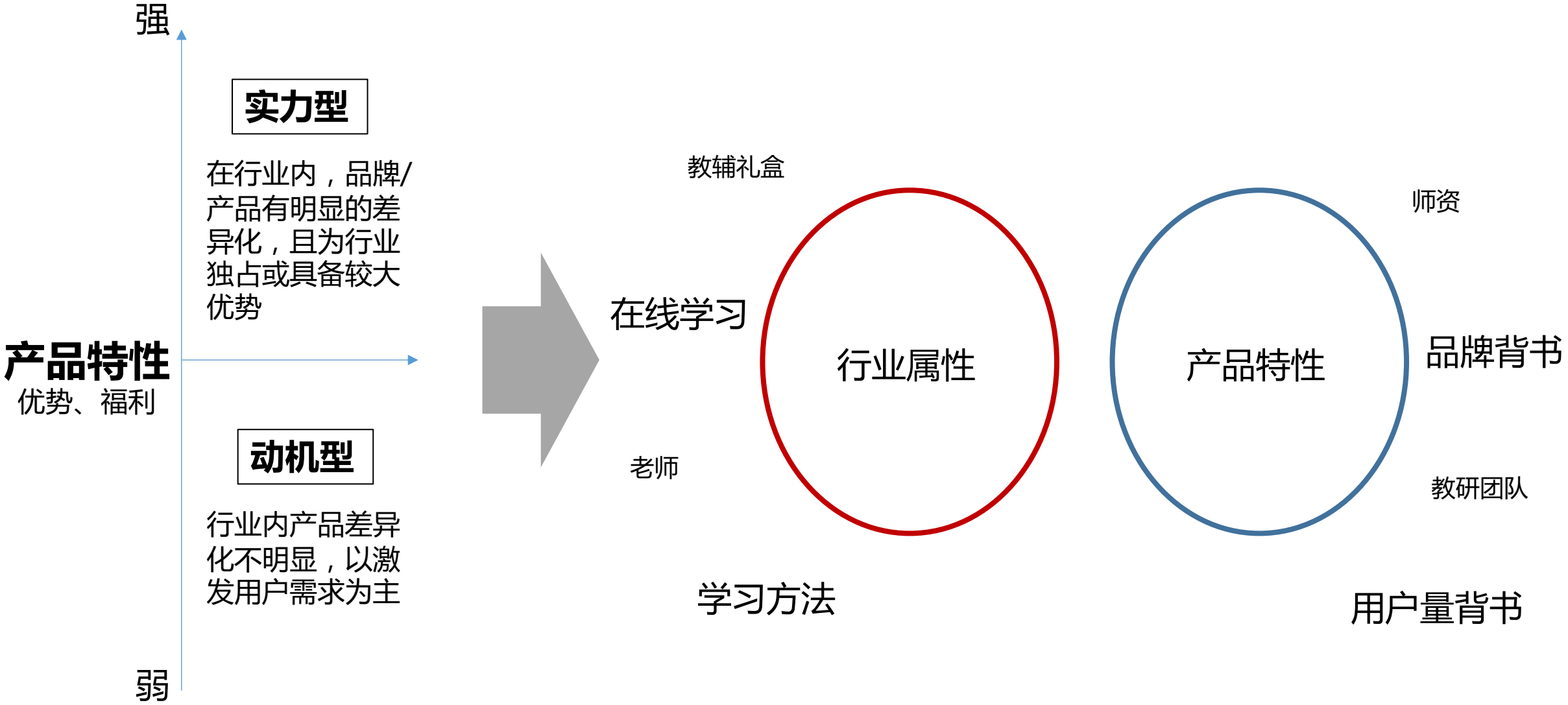
免费+赠品

8%

素质教育视频内容优化—如何吸睛



素质教育视频内容优化—产品特性拆解



4T法则制作优质视频素材

结合4T法则，制作优质视频

吸引力

吸引力 (Attract) —— “人” 决定内容
基于覆盖目标人群属性和用户关注点（热点、产品、卖点），实现用户停留观看视频

黄金五秒
利用视觉和听觉两感官，产生冲突或引发好奇或直入主题，满足用户心理需求

信任力

信任力 (Trust)
掌握用户情绪，内容与广告结合增强用户信任感，让用户主动参与

说服力
知名品牌背景，专业领域技术
视频内容能被大多数人认可

诱惑力

诱惑力 (Tempt)
满足物质需求，提前享受到产品的好处，或满足情感需求，激发心理认同感，让用户觉得好

利益诱惑
情感认同，价格吸引，优先体验，特效方法，良好结果表现

行动力

行动力 (Act)
号召用户尝试课程，引导用户转化留电，提供清晰转化路径，便捷高效完成转化

号召力
营造时间紧迫感和数量稀少；
领取优惠，限制名额，引导转化

视频素材时间轴

产生兴趣引起关注

1-5s



- 通过**孩子极强的表现力**，**吸引家长注意**
- **家长夸赞**，表明孩子在技能上的出众
- 留住用户

信息引导产生信任

6-30s



- 除了来自家长的夸赞，**还有快递小哥的关注**，增加信任
- 突出**仅6岁的年龄**，反差出弹琴的水平很高。

增强诱惑力吸引力

31-40s



- 价格福利，配合视频场景，体现性价比，让家长获利
- 名人加持，智能辅助
- **增强诱惑力引导转化**

明确路劲促成转化

41-45s



- 明确转化路径，路劲方便快捷，凸显报名入口，引导用户转化
- 结尾再次强化名人宣传
- **促成转化**

本地推广，助力本地商家获取更多商机

线下面授首选

素质教育线下面授仍是用户的主流选择。用户更愿意选择附近的培训机构，以保证学习氛围、学习效果验收和监控等。

本地类商户推广的难题

- 到店成交难
- 无法承接线索多
- 落地页难形成结构化

适用客户

- 有门店的商户
- 已入驻知了好学的商家
- 使用基木鱼的客户

门店推广三大核心能力

1、LBS定位能力 精细化投放提升转化率

- 独有定向
覆盖门店周边5-50公里，实时识别用户所在位置，吸引用户到店消费
- 找到对的人
精准定位门店服务范围内的高转化人群
- 推荐对的店
有多家门店时，向用户推荐距离最近的门店

VS > 10KM
< 3km cvr + 50%
3-5km cvr + 20%
5-10km cvr + 14%

2、特色专属样式 23种样式CTR+29.7%

- 专属门店类创意组件相比常规创意更受青睐



3、结构化落地页 一键快速生成CVR+15%

- 结构化专属门店页模板
- 卡券、预约等多种高效转化场景



分门店类型推广优化方案

门店类型

单一门店

连锁门店

核心玩法

• 门店样式

利用门店专属样式，有效提升创意点击率；实时展现到店距离，更可直接唤醒地图，打通用户到店全环节

• 结构化门店落地页

具有本地特色的门店页面，结构化内容信息，卡券、预约等多种组件，为用户提供丰富的信息和服务

• LBS设置

根据业务最大经营范围适合的投放距离，同一地域不同门店覆盖范围尽量不重叠

• 多门店专属样式+多门店落地页

系统智能推送距离用户最近的门店，实时展现用户与店铺的距离；一站式搭建多门店结构化落地页

前台展示

特色宣传视频
吸睛更吸金

北京 少儿编程少儿编程
校区多 离家近



少儿编程少儿编程
校区遍布全国近50个城市,2...
专业服务免费答疑

咨询

品牌logo
品效合一

在线咨询
强化转化意识

电话组件
缩短转化路径

电话咨询: (北京太阳宫校区)

距5.6km - 朝阳区太

广告 保障

实时距离
强势引导到店

多门店落地页

门店名称 (分店名称)	省市
昂立小学生 (彭浦校区)	上海市宝山区
昂立外语 (银李路校区)	上海市闵行区
昂立外语 (周浦校区)	上海市浦东新区
昂立外语 (殷行路校区)	上海市杨浦区
昂立外语 (中山校区)	上海市长宁区
昂立外语 (新松江路校区)	上海市松江区

多门店样式，就近展现策略

在哪里画画-少儿线上画画学习,免费...



出价建议

按照门店经营覆盖范围设置出价，离门店越近出价越高，且门店推广出价高于常规出价（以下是参考建议）

- 10km以内，出价系数是常规2倍
- 10-20km，出价系数是常规1.5倍
- 20-30km，出价系数是常规1.2倍



Thankyou