短视频招生方案

以抖音为例

不是招不到生，而是你根本不会招生。为什么别人招生很容易，自己招生却很难？教育行业其实蛋糕很大，只要你的师资水平还不错，靠周边的生源，养活一个中小教育机构是很容易的：1.需求强烈、规模巨大；2.有政策支持，较小，我认为未来，政策支持会越来越高，支持的力度也会越来越大。

我们预计，2020年，教育信息化将达到4000亿规模；幼教领域，在2020年将突破5000亿规模；K12的教育培训规模在2016年就已经达到4200亿，2020年有望达到7187亿。一个人的成长其实与时代、行业的整个大趋势密不可分，只有结合整个社会大势的变化和行业的变化，才能快速完成一个人的自我成长。教育行业是一块放在高处的肥肉，就看你能用什么方式够着。

研究了很多教育巨头的招生方式，却依然毫无头绪，为什么？相信校长们平时也会关注很多教育巨头，学习他们的招生营销思路，比如新东方、学而思。可学习研究之后，却发现他们的招生营销方式却总是无法运用到自己的学校中。

这归根到底，是什么原因呢？那是因为校长们一直在穿别人的鞋，走自己的路。大家都了解了新东方的逻辑，学习了学而思的策略，但别人的东西不一定适合我们。所以，你要了解你自己。看到了暑假招生的关键节点，如果学校招生效果一直不好，那么是时候改变一下你的招生策略了。

以下为企业进行在线推广的方法汇总：分为3大类渠道：付费渠道：搜索引擎广告、展示广告、联盟计划、原生广告；自有渠道：网站、SEO、社交媒体营销；APP推广 　　赚取的渠道：UGC，口碑传播，推介活动，评论评级...哪些方式不适合教育行业？有些方式适合教育行业，而有些方式即使你砸再多的钱也无法获利。APP推广，昂贵的开发成本让教育机构无法负荷。比如APP推广，很多中小教育机构账面上就只有几十万，员工还得发工资还得支付租金，根本没有钱去开发一个APP，明智的选择是开发一个微信小程序，微信小程序也能实现APP的众多功能，而且备考十亿的微信流量。CPS渠道，是五彩泡泡，只用来观赏，但无法落地。联盟广告也不适合教育培训行业，因为这个是按照CPS付费的，这种方式媒体只接受电商行业，能够直接在线上成交的行业，而教育行业成交周期长，网络推广的效果也受到在线客服、课程顾问、价格、校区地址等因素的影响，所以一般联盟广告是无法接受的。 　　很多中小企业总是想找CPS合作渠道，觉得这样风险小，但————终结果是你无法找到媒体与你合作。DSP渠道，虽然价格便宜，但假流量盛行。我还尝试过很多营销方式是没有效果的，又比如DSP，在2016年DSP打着大数据的旗号大火，千人千面、价格还便宜，我选择了一家规模挺大的服务商，投放了近10万元，————后来的电话量却寥寥无几，————后经过数据分析才发现，DSP带来的流量大部分是机器流量。反而是百度的关键词广告效果还不错，虽然价格不便宜，但如果算投入产出比，效果还是不错的。