

培训课程机构怎么做推广效果好？

产品名称	培训课程机构怎么做推广效果好？
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户代运营:互利互助 开户代运营:@BOHUI16
公司地址	贵州遵义市
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

一、推广培训机构的课程的常见方式

1、SEO

SEO是常见的推广方式，也是贴合消费者搜索习惯的方式，即利用关键词优化，如“培训机构课程”，让用户快速找到自己想要的培训机构课程。

2、视频推广

利用碎片化和移动化时间刷视频，是大多数小伙伴们的爱好。所以，可以把培训机构的相关信息点，通过有趣的视频画面展示出来，这样不仅能够“解锁”培训教育枯燥乏味方式，反而让培训教育推广更加形象。

3、社交渠道

QQ和微信社群是好的社交推广渠道，利用群筛选垂直用户群，通过给用户发资料、输送培训话题内容，增加用户对网站的好感和口碑，从而提升度。

4、内容种草

内容种草是利用他人的人际关系，个人影响力来推荐产品/服务，终帮助企业达到宣传效果。所以，培训机构课程的实质是内容的变现，可以从用户进化的痛点需求和用户痒点需求两种维度进行创造，进而提炼出来。用户口碑营销初的形式就是耳口相传，后来，随着媒体行业的不断发展，用户营销有所改变，但其成本低廉、拥有强大的传播力量的优势保留下来。相较于传统的广告营销而言，用户口碑营销在教育培训行业的作用毫不逊色，甚至是培训行业的主要营销手段。主要原因在于用户营销独有的两大特性：倍增特性和信息的正面性。但很多机构都对用户营销存在误解：他们认为用户营销就是提供优质的课

程和服务，让学生家长产生满足感，建立起良好的口碑，进而引导家长口耳相传。事实上，提供优质的课程和服务，让学生家长产生满足感仅是用户营销的基础条件。这个条件是必须具备的，但仅拥有这个条件还不足以开展用户营销方案。

1、怎么做产品推广和宣传

2、如何给公司网站做推广

3、新公司推广渠道应该有哪些

一、怎么做产品推广和宣传

我就拿我在培训机构的经历举例，当时我们上线了一种关于销售的培训课程，对于我们来说，这个销售培训课程就是属于我们的产品。那我们当时怎么推广的呢？我粗略的告诉下大家，我们老板带着我们去参加中小企业论坛，各种找关系获得演讲的机会，这是老板资源做的，而我带领团队怎么做的呢？去找网上不少培训平台合作，获得培训资格和培训邀请，同时我们也在网上做了一些推广，当然是推网站和做付费广告。那总结下来，排除掉老板的资源去参加中小论坛外，我们做的就是上下游资源整合和免费付费推广。

由于培训机构是按照课程销售提成的，所以新产品出来，我们个月都很惨淡，但不至于挂零，但新产品也就磕磕绊绊的起来了，这就是一个新产品启动的过程。

我总结这个过程，我们做对了上下游整合和免费推广这块。获客来源付费推广和中小论坛效果并不是很好。

二、如何给公司网站做推广

就拿这个培训机构来说，我们之前是没有网站的，在我和同事的努力下，我们用织梦给公司做了一个简单网站，然后推广我们的业务，我和同事们日常就是做外链、做站外和站内优化，并且每天日报以数据形式汇报，但老板是一个不太看重这块的人，他认为这些东西都是看不见的，只有客户才是真的，但他并不知道，一个客户不可能凭空出现，背后有人付出，后面在老板的提议下，我们也开通了SEM，但老板选择了充值5000元，到我从那家公司离职，这个账号里还是躺了将近5000，也就是说，这个SEM几乎没有起到什么作用。

在我接下来的几年中，我陆续接到合作电话或者客户咨询电话，虽然早已不在那家公司任职，但我还是把一些资源提供给前老板。

免费推广虽然你觉得开始没有做什么事，但是时间久，免费推广的威力就出来了。

三、新公司推广渠道应该有哪些

新公司推广渠道有哪些？其实公司做推广，渠道都是固定的，除了现有的腾讯系的腾讯广告、头条系的巨量引擎和百度系的百度SEM外，也有不少针对本行业的上下游推广渠道，除了这些还有自运营的新媒体平台。

1、搜索推广即SEO，它是对行业中的词优化，使得名靠，获得关注及点击，实现转化。所以，其中需要优化网站布局、优化内容、提供优质的内外链等作支撑，以使得推广获得较好的效果。

2、搜索竞价推广即SEM，是种通过出价把[在线教育平台](#)推广到某个位置上，这种费用较高，但一样需要不断去调整内容，才可以使效果更好。

3、信息流推能通过挖掘、分析行特征，可以有多种形式进行投放，如图、文、视频等，而且较接近原生

态的，比较易让用户接受。

1、清晰定位、针对性推广根据不同年龄阶段，有针对性的推动书籍、内容等。并结合用户不同的意图和属性不同，有针对性的进行内容，如按照培训、职业教育、学历等分类，做到精投推广，取其转化好的主攻。

2、文案创意提炼分析属性、紧抓关注点和痛点进行撰写。记住原创永远是有看头的，重点多突出优势，吸引着用户往下看，刺激消费、提高转化。

3、借助热点进行结合受众群体，项目优势等因素搭建账户，需要哪类方面的书籍等进行推送;例如：现在的年轻人都喜欢看新闻。所以，可以把内容多结合热点，借助高人气，为推广增更多的流。

4、活用功能，用价引流，是用户感兴趣的那部分。所以，想要为教育引流，可以活用特色功能，如用价格吸引他们，99元限时特惠指导、99元限时10节课程的指导等等，进行推广。

5、植入要巧妙和慎重推广并不是单纯多推而是还在推的时候走好后续多引转化。所以，在推时，植入要自然，不要太过生硬，好用情节来宣传上风，或者只在结尾体现下机构的名称和logo即可。

其实，教育培训行业想做推广，大家可以考虑通过不同的搜索平台，各种渠道去投放付费的推广，这些都是做行业推广的方式，当然，也可利用免费的流量去进行推广，这些都是非常不错的方式。

(一) 竞价模式策略

品牌模式：投入过大，以宣传品牌为目的(不适合目前阶段)

关键词模式：投入小。合理控制，可快速收益。是目前适合的模式。

(二) 竞价目的

扩大招生为本次竞价的主要目的。辅助目的：推广品牌，提供加盟招商的展示。

(三) 用户定位

目前我中心针对幼儿教育，潜能开发，培养孩子习惯为主要研究方向，集合我中心用户学员中3-7的家长占65%的生源，竞价用户定位可全部集中在优势资源的配比上，定位用户：3-7岁的家长。

(四) 关键词定位策略

关键词的选择定位决定竞价广告是否能做成功。起到核心的决定因素。

关键词的选择分热词和长尾词2部分组成。

热词可选择：幼儿早教，学前教育，幼儿教育。多4-5个词语

重点以长尾为主，根据家长特性组合50-200个长尾词语，这部分需要分析。

(五) 竞价关键词模式

只选择选择匹配广告模式。

(六) 区域定位

定位：武汉市

(七) 时间区域

根据当地习惯作息制度，区分周六，周日，限定好开放时间

(八) 预算方案

地方性热词每次点击在2-3元。

热词1-3个。长尾词组50-100个，预算每日100-150元。

热词4-6个。长尾词组100-200个，预算每日200-250元。

暂时设置后台控制上限100-150元消费比较合理。百度具备及时性交易。

(九) 配合性工作

竞价对应的网站电话独立单独上一个电话监控效果。网站单独配置QQ。

(这些联系方式电话，QQ好是没有其他广告做过的，方便监控效果)

(十) 效果监控

每天下班整理电话咨询表，qq咨询表。详细记录客户问题。成交比例，意向比例等。统计好转化率的比例。竞价为及时性广告。3天一个单位，做一次针对性的调整。