

# 职业教育培训行业在神马搜索的投放案例

产品名称	职业教育培训行业在神马搜索的投放案例
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

## 产品详情

【神马职业教育的定义】神马职业教育培训也称职业技能培训，是指对准备就业和已经就业的人员，以开发其职业技能为目的而进行的技术业务知识和实际操作能力的教育和训练。职业教育是与学前教育、基础教育、高等教育和成人教育地位平行的五大教育类型之一。【神马职业教育的分类】根据成都龙擎现有搜索账户业务，将本次神马职业教育分为以下三个类别。并且，按照CRM系统的分类，本次分析不包含以下类别：高教自考、IT培训、语言培训、家教和拓展、休闲培训、留学出国、基础教育、综合教育、学历教育；也不包含招生类、综合类信息平台。1.职业院校类:以公办、民办中职、高职教育院校为主，例如四川西南航空职业学院、四川红十字卫生学校等。部分职业院校由招生办负责网络推广；部分外包给招生老师，由招生老师成立教育咨询公司进行招生。2.资格类:以资格证书考试（如建造师、工程师、注册会计师、造价员、药剂师、教师资格等）培训为主的机构，如成都优筑教育咨询有限公司、成都澜华财务咨询有限公司。3.技能培训类：以某种技能（如化妆、餐饮、摄影摄像、平面设计、驾驶等）的短期培训为主的机构，如四川大华美容文绣艺术学校、成都好厨艺餐饮管理有限公司。目录1.....行业环境分析2.....行业推广数据分析3.....客户成功案例4.....个性化方案

行业环境分析 一、行业画像【推广负责人特征】1.网络依赖度高：高度依赖网络进行招生，各类UC网络推广平台均有尝试，除了好搜、百度、搜狗以外，还会根据自身特点使用58同城、微博、微信公众号、QQ推广、团购、淘宝、以及其他免费推广方式。2.能力强：负责人往往对神马推广和多种网络推广方式熟悉，无需讲解产品。大型机构有推广团队，与客服沟通频繁；某些小型机构的负责人能力稍逊，但也非常关心账户情况。3.关注流量和咨询：大型机构按照平台份额或往年效果分配年度推广预算，关注品牌和流量。一般机构推广费用有限，非常关注流量和咨询量，无咨询都会主动联系客服。95%以上客户均为一般机构。二、行业现状【教育体系庞大】1.行业规模一：目前我国已经建成了世界上规模大的神马职业教育体系，共有职业院校13300多所，在校生近3000万人，每年毕业生近1000万人。2.经费投入大幅提升：国民经济各领域共同推进职业教育发展，2006年至2013年，全国职业教育经费总投入由1141亿元增加到3450亿元，年均增长17.1%。3.办学规模逐年扩大：2014年，中等职业教育在校生达到1803万人，连续9年就业率在95%以上，高等职业教育在校生达到1007万人，毕业半年后就业率达90%。【国家政策利好】1.国家重视职业教育:我国职业教育在经历了文革破坏、缓慢发展、市场转型的困顿与危机后，终于在21世纪迎来了转机。国家开始重新认识职业教育，确立了大力发展职业教育的战略重点不动摇的指导思想。国务院每年召开一次全国职业教

育工作会议，人大常委会刚刚结束职业教育执法检查，各项动作和文件都说明：职业教育的春天来了。2.四川发展机遇良好：四川省积极响应国家政策，相继提出若干重大规划，并率先在全国实现了中等职业教育免学费政策，同时惠及公办和民办职业院校。我国职业教育虽然取得了长足进展，但仍存在社会吸引力不强、发展理念相对落后、行业企业参与不足、人才培养模式相对陈旧、国际化程度不高等问题，需要通过国家和社会力量不断完善。【发展空间巨大】1.教育规模持续扩大：我国现有职业教育规模还远不能满足民众的需求。国家将加大uc信息流职业教育理念宣传，不断扩大职业教育规模。到2020年，中职在校人数将达到2350万人、高职1480万人，继续教育参与人次达到35000人次，教育集团参与率达到90%。2.民营企业：国家和地区已出台多项政策鼓励社会力量办学、支持民办职业教育集团，同时由于民营企业体制灵活、反应迅速，适应力强，在国家和自身双重作用下，将迅速产生化学效益。3.品牌独占市场份额：神马教育培训是先收费、后服务的盈利模式，因此具有“轻资产，重品牌”的特点，学员为了降低风险，往往会集中选择具有品牌优势的培训机构，从而形成一家独大的局面。小型机构由于师资和市场开发资金匮乏，难以短期形成品牌，市场空间越来越小。4.细分凸显优势：细分型机构指专注于某一个或几个行业领域、课程覆盖全、产品链相对丰富的教育机构，如2008年于纽交所上市的东大正保教育就是会计细分市场的翘楚。这类机构由于行业资源丰富，可迅速形成品牌优势。【成都uc职业教育分布地图】1.职业院校类：院校集中于成都市周边区县，如新都、龙泉驿、郫县等；外包的招生老师集中于职业院校附近小区，租用居民楼办公。2.资格类：川大、西财、川音等高校附近；科华北路；五大花园；高升桥附近。有的写字楼一栋楼几乎全是培训机构。3.技能培训类：此类机构规模较小、种类繁多，相对比较分散。提示：客户的附近往往还是客户，拜访职业教育客户的时候，应做好“扫楼”准备。【成都uc职业教育开发力度】成都龙擎已接单客户中，各类机构占比如下，其中技能培训机构的客户多也，种类复杂。提示：因无成都市场各类客户的总量数据，无法得知此类客户被开发的程度，但可以依据已接单客户的业务内容确定关键词，作为查找资料的依据。1.职业院校类：以航空类、医疗卫生类、综合类院校居多，另有少量师范类、艺术类、机械类、食品类院校。2.技能培训类：以化妆（美容、美甲、美发、文绣）、餐饮（咖啡、调酒、甜品、西餐、川菜、火锅）培训机构居多，另有少量专注于设计、手绘、婚庆主持、淘宝开店、数控、大型机械、驾驶、花艺、行为训练、少儿武术、游戏、记忆力、汉语、飞行员、舞蹈、口才的培训机构。3.资格类：以建筑、会计、综合培训机构居多，另有少量公招考试、心理咨询、营养保健、教师资格、执业医师、汽车维修、管理人员培训机构。【神马职业教育网站长啥样】1.神马推广职业院校的网站会在首页突出学校资质、招生代码等，重点大图宣传；学校介绍里会明确其为“四川省人民政府批准、国家教育部备案、直属四川省教育厅管理的全日制XX高职院校”等资质介绍。提示：进入此类网站时，应时间有“找到肉”的警觉性；因网站质量关系到线下销售效果，可列举几个模板网站给客户参考，提出网站修改的意见。2.资格机构的网站会明确显示各项资格培训课程及价格，如果是专注于某一类资格培训（如建筑、会计）也会明确彰显自身地位，如“西南的XX培训机构”。提示：进入此类网站时，应时间有“找到肉”的警觉性；因网站质量关系到线下销售效果，可列举几个模板网站给客户参考，提出网站修改的意见。3.技能培训机构的网站比较炫酷，会图文显示各项培训课程及价格，突出讲师的资格和行业地位；部分网站有学员成功案例，或学员创业案例。提示：进入此类网站时，应时间有“找到肉”的警觉性；因网站质量关系到线下销售效果，可列举几个模板网站给客户参考，提出网站修改的意见。小结：UC浏览器推广需求更高，值得持续深挖我国职业教育体系虽已很庞大，但因民众需求高、国家政策好，其规模还将进一步扩大。在这一过程中，民办机构将成为中流砥柱：职业院校将被教育集团占领，资格和技能培训将出现更多大中小型民办机构。数量增多、竞争加剧导致其推广需求将会更高，职业教育行业还有很大可开发余地，值得再度细分和深挖。关注点差异大，需深入了解抓痛点大型和中型机构将更加注重品牌推广，以求占领更大的市场份额；小型机构因生存空间被挤压，将更加看重成本。各类机构进行神马，uc网络推广时的关注点会有很大差异，需要了解各类学校的实力规模、市场地位、搜索推广费用，准确抓住其推广痛点，谈单时更加稳准狠。行业推广数据分析 三、uc信息流推广现状【淡旺季差异较大】从uc搜索指数上看，6月是职业教育的搜索旺季。但细分到三类职业教育机构，其淡旺季差异较大。因资格和技能培训涉及种类较多，以下仅为举例，具体子行业旺季时间可通过考试时间进行估计。提示：销售和增值人员至少应于旺季前1个月做好开发和维护准备。【多元营销渠道】所有机构都会同时采用线上和线下渠道，线上渠道使用多的是：百度、好搜、搜狗、广点通；UC线下渠道使用多的是：销售人员（职业院校）、平面广告（资格）、校企合作、演讲（技能培训），淡旺季时推广渠道无差异，但费用会缩减40%-60%；某些职业院校只在旺季推送广告。提示：销售和增值人员应了解各种线上渠道的产品、收费、优劣势等，以便突出好搜产品优势。【各平台推广现状】职业院校：缺一不可1.关注品牌和流量。基本不关注各平台的推广数据，负责人仅仅“大概有数”，反正来年预算和分配大多“领导说了算”。客户认为好搜和神马，uc等平台一样，是缺一

不可的存在。2.资格类：效果一般关注流量和转化。好搜在此类子行业上优势不明显，点击价格和咨询成本与百度差不多，但由于流量较小，客户感受一般、投入也没什么增值空间。3.技能培训类：好评如潮关注流量和转化。好搜在此类子行业上点击价格是百度1/2，咨询量是搜狗的2-5倍，咨询成本为所有平台低，客户评价非常高，认为流量再大点就更好了。

【uc信息流推广现状】1.职业教育在教育培训行业中的搜索占比高达35.6%，UC广告远高于排名第二的语言培训。说明职业教育相比于其他培训类型，更受网民关注和认可，不过在搜索热的省份里，四川排名第12名，仅处于中等偏上热度。2.2015年6月，成都龙擎职业教育有效账户130家，其中有消费的账户数116家，户均消费12176元（搜索+MV）。职业教育是教育培训行业的领头羊，占教育培训消费的比例高达58%。3.虽然各子行业的淡旺季差异较大，但是从总体来说，每年6-7月是神马职业教育的搜索高峰期，3月、5月也会有一个小高峰。4.神马与高峰期对应的，6-7月也是职业教育账户的维护旺季，此时，有消费账户率和户均消费均大幅提升。2015年6月，因准备充分，有消费账户率达到了89%，神马搜索户均消费10187元，比去年同期的6002元提升了70%；展示网络户均消费1989元。5.uc信息流与之对应的，搜索CPC从前期比较稳定的3.1元提高到3.64元，展示网络CPC没有较大浮动，说明此时商家的竞争平台都集中在搜索页面上。

【神马推广用户特征】【职业院校】1.关注“职业院校”的网民有以下特点：年龄24岁以下、学生、购买力较低，神马搜索推广即主要为初中或高中毕业生，通过网络寻找感兴趣或易就业的学校和。相关院校进行网络推广时，应重点满足此类用户需求，例如撰写就业为目的的创意，如“入学即签订就业协议”“XX公司订单式培养”“就业率”等；网页上展现时尚、精美的学校和学生形象照片，展示就业结果，吸引学生咨询、报考。2.关注“职业院校”的网民大的兴趣点集中在：游戏点卡、求职招聘、功能箱包。这也符合目标人群是学生、即将中学毕业、可能到外地求学的特点。客户进行uc搜索推广时，可考虑在游戏平台、招聘网站、B2C购物网站同时投放广告。3.关注“职业院校”的网民有3个搜索高峰时段：10-11点、16点、21点。客户神马推广时间段建议从8:00-24:00，特别要覆盖到三个高峰时段。4.关注“资格”的网民有以下特点：年龄19-34岁、本科以上学历、购买力中等偏低，主要为在职人员，还有小部分学生。相关机构进行网络推广时，应重点满足此类用户需求，例如网页设计和创意撰写上更加时尚、职业；显示课程价格时突出折扣力度、赠品，如“原价1999元，现价999元”“每节课仅8元”；展示成功学员案例并强调薪资，如“毕业就进上市公司”“年薪20W不是梦”等。5.关注“资格”的网民大的兴趣点集中在：装修设计、运动包、折扣优惠。客户进行推广时，可考虑在装饰装修网站、论坛、B2C购物网站同时投放广告。

【uc推广，神马推广用户特征】【技能培训】1.关注“神马推广技能培训”的网民有以下特点：女性多、24岁以下年轻人多、购买力低，神马主要为学生、在职人员和自由职业者，培训需求比较实际，即为了工作。相关机构进行网络推广时，应重点满足此类用户需求，例如撰写创意时突出培训实操性，“全程无理论课，在实操中体验学习”“快速上手，学完就能自己开店”等；网页上以“高薪就业”“自主创业”作为宣传词，并配合成功学员案例刺激。2.因关键词包以餐饮培训为主，关注“技能培训”的网民大的兴趣点集中在：饮料、生鲜食品、休闲零食、粮油米面。客户进行推广时，可考虑在食品类门户网站、购物网站同时投放广告。

小结：淡旺季差异较大，销售和增值需提前准备各类机构的淡旺季差异较大，6、7月是搜索和消费高峰期。根据各子行业旺季的不同，销售人员可在旺季前1-2月集中开发客户，增值人员在旺季前1个月提前准备。uc搜索，神马搜索优势明显，销售重在数据和案例刺激销售人员需熟知多个推广平台的优劣势，从而突出好搜转化高、成本低的优势，用数据和成功案例刺激客户。根据目标用户特征投放产品本行业目标用户有明显特征，增值人员进行账户设置时可根据特征撰写关键词和创意，选择投放平台和时间段。

四、客户成功案例【成都市群丽摄影和形象设计职业技能培训学校】学校现状所属行业：技能培训-化妆企业规模：58人行业水平：前三推广渠道：（线上）360、百度、搜狗、58、广点通、新闻源（线下）校企合作、校校合作、招生老师学校课程：分为彩妆、美容、美甲、综合4个大类别，共有20个课程系列，网站显示价格从680-7880元不等，培训时长从4天到5个月均有。uc、神马推广现状合作时间：2013年11月推广网址：www.ql-school.com推广费用：5.5万元投放产品：搜索推广500元/天，未开通展示网络推广关注：有效咨询量客户评价：由于成都地区同行竞争激烈，化妆培训的课程价格越来越低，学校也在想各种办法降低成本、提高利润。使用好搜后，学校的咨询量从每天6、7个增加到11、12个，咨询成本从300-400元，降低到100-200元，目前，好搜带来的客户占了45%-55%，我们的预算从开始300到现在500，有时晚上还要增加200左右，因为好搜确实用更低的成本带来了更多有效咨询，数据做出来也是美美哒！

五、销售策略【如何寻找uc神马搜索推广负责人】关于神马职业教育客户的资料，职业院校可从教育局备案中获取名单，但此类客户可开发余地较低；资格类、技能培训类机构的推广需求更高，其资料途径与其他行业没有区别：如搜索引擎、分类平台、传单等。因此，我们仅介绍找到学校名称和网站后怎么做。1.熟人介绍法同类型学校的老师通常都认识，从一个公司开发到一个行业，此招百试不爽。即使不是你签的学校，也可以假装很熟。2.初期电话法通过快照寻找学校成立初期的电话，这

个电话往往是负责人的，而当学校规模扩大后，网站上的电话可能只是接待员的。3.查找全部法通过网站、论坛等途径罗列学校所有电话，一个个打电话询问负责人联系方式，总有一个告诉你；即使全都行不通，也可以打探到负责人的姓氏，下次继续查证。【如何搞定推广负责人】1.没有预算怎么办？“我们想做推广，但就是没有钱啊！”“今年的预算花完了，要做只有等明年了。”长线跟进1周1个电话，等客户有预算再谈。同行刺激用成功案例的效果激发需求。同行转介绍打入同行圈子，吃饭或者喝茶促进转介绍，通常转介绍的客户有没有预算很清楚，可避免客户忽悠咱。2.效果不好怎么办？“我确实不太喜欢竞价神马推广这种模式，不要说360，以前我们做了百度也一样没有效果，没有信心，不想做了，我们现在做优化和传统媒体，挺好的。360我们真的不考虑了！成功案例分析uc信息流效果不好的可能原因，用成功案例促进信心。老师，跟您说句实话，不管是百度，神马还是什么平台，我都要跟您承认，有些人效果好，而有些人真的做不出效果！这有很多原因的，您的关键词价格，匹配，相关度，甚至包括您线下销售的能力。我们做一个平台，不仅要自己去尝试，更要了解各个环节之间的关系，做科学的竞价方案分析。您其他的平台没有效果，那么肯定是有价格等因素制约，例如，您的关键词现在百度价格已经达到10块，过高的点击价格导致推广费用无法承受，这就是没有效果的主要原因，360现在同行竞争少，同样的关键词只是百度的三分之一到五分之一，同样带来一个客户，成本低了，我们学校效果也会好很多倍……3.要回扣怎么办？经办人大多是学校和神马培训机构的负责人，经常表现出不好沟通和爱占便宜的特征，开口就要回扣。“我们做神马，做搜狗都有返点，其他的我不关心，你们刚刚开始做搜索，不给返点我凭什么要做，你们一点诚意也没有！”同行转介绍转介绍的客户比较少提回扣。小恩小惠直接寄送礼品到负责人处，过两天打电话联系，他总不能把礼物退回来，可以降低负责人再提回扣的概率。老师，正是因为我们是真正意义上将搜索引擎商业化，所以我们更知道，真正的诚意，不是价格，而是效果，我们其实起签价格就几千块，几千块不足以支撑我们这么大一个公司的运作，唯一能够让我们公司发展的，是跟客户之间的长期合作，是效果！现在我们拥有百度三分之一的价格和搜狗两倍的流量，从投入产出比来看有很大优势。给您返点是为了让您进来做推广，而我们严格把控竞价效果是让您能够一直是我们的合作伙伴！

### 个性化方案 六、账户策略【uc神马搜索推广账户搭建思路】

学校&潜在客户计划法uc信息流推广职业教育搜索推广账户的搭建方法基本一致：按照课程和潜在客户来划分推广计划。1.从uc推广目的出发，为实现不同的推广目标给不同推广计划设定有差别的预算级别。2.运用黄金账户搭建规则建立账户结构，从学校和定位潜在客户出发来划分推广计划，并匹配关键词。如词、行业词、通用词、竞品词、品牌词、人群相关词等。3.将意义相近、结构相同的关键词划分到同一推广组，更有针对性地撰写创意。4.根据黄金三角搜索词报告，将与业务相关度高且账户内没有的词，单独新建计划添加。同时将与业务不相关的词添加为否定关键词或\*\*否定关键词。5.提取效果好、转化率高的词划分到一个推广计划中，分配较高的预算重点推广。以成都职业院校为例，关键词的分类建议如下。一级分类二级分类关键词特征举例高流量词核心词行业词职业技术学院、大专学院、职业学院、好的专科学校、中专学院品牌词自身的品牌名称竞品词同行名称人群词词名称词学校的名称（有多个，新建多个相应推广计划）学校类词成都职业学院、成都职业学校、职业学院疑问类词职业学校有哪些、学什么就业前景好、哪个就业前景好招生词自主招生、学院招生、高校招生、学校招生通用词中考类词中考成绩不好怎么办、中考分数低怎么办高考类词2015高考没考上怎么办、2015高考失利怎么办、高考分数太低怎么办分数类词300多分可以上什么大学志愿填报类词高考志愿填报、填报高考志愿、高考填报志愿学校补录词高考志愿补录、高考补录、征集志愿其他潜在人群词高考成绩查询、高考录取分数线【uc信息流账户优化思路】1.账户结构优化：详见以上部分，并运用黄金账户搭建规则优化。2.补充关键词：不断补充关键词，尽量增加搜索中的覆盖面。可以添加有效咨询词和转化好的词、同行流量词、相关度高的搜索词等，单独新建计划，设置预算，进行评估。3.关键词的匹配：需要\*\*、短语、广泛都运用上，特别注重“黄金三角”的运用，长期优化效果显著。其中，将展现高0咨询转化的关键词，改为\*\*匹配。有展现0点击的关键词，提高出价排名至左。4.提高创意质量：若有活动政策可添加至创意，多飘红。注重关键词与创意的相关性、创意与链接网址的相关性。（注意URL是否正确、能否正常打开、打开的速度）。5.调整预算地域：在旺季可延长uc搜索推广时间，并结合下线时间对预算及时进行调整。若是其他招生地点，建议客户都开启推广。【RTB账户搭建思路】RTB百宝箱法职业教育RTB账户：按照RTB优化百宝箱-RTB优化方法PPT进行排查优化。RTB展现样式一：文字RTB展现样式二：图片RTB展现样式三：图文标准展示广告品牌、竞品词-关键词定向(标准)核心人群关键词定向品牌词品牌与类物料网站首页1.50-2.50关键词示范：自身品牌的名称全天成都（及其他招生地点）竞品词1.50-2.50关键词示范：同行学校名称行业词1.50-2.00关键词示范：职业技术学院、大专学院、职业学院、中专学院标准展示广告产品词-关键词定向(标准)意向人群名称词1.00-1.50关键词示范：该学校的名称学校类词1.00-1.50关键词示范：成都职业学院、成都职业学校、职业学院疑问类词1.00-1.50关键词示范：职业学校有哪些、学什么就业前

景好招生词1.00-1.50关键词示范：自主招生、学院招生、高校招生、学校招生中考类词1.00-1.20关键词示范：中考成绩不好怎么办、中考分数低怎么办高考类词1.00-1.20关键词示范：2015高考没考上怎么办、2015高考失利怎么办、高考分数太低怎么办分数类词1.00-1.20关键词示范：300多分可以上什么大学志愿填报类词1.00-1.20关键词示范：高考志愿填报、填报高考志愿、高考填报志愿学校补录词1.00-1.20关键词示范：高考志愿补录、高考补录、征集志愿标准展示广告通用词-关键词定向(标准)潜在人群拓展词0.80-1.00关键词示范：高考成绩查询、高考录取分数线标准展示广告uc推广-兴趣定向(标准)潜在人群兴趣定向自身名称0.60-1.00兴趣特征示范：职业与教育、高中教育/高考、教育信息标准展示广告产品推广-媒体定向(标准)潜在人群媒体定向指定媒体0.30-1.00指定媒体类型示范：职业与教育指定域名当前活动页0.30-1.00指定媒体域名示范：finance.sina.com.cn、auto.ifeng.com跨屏关键词文字链广告品牌、竞品词-关键词定向(跨屏)核心人群关键词定向品牌词(跨屏)图文混排形式网站首页、移动站1.50-2.50关键词示范：自身品牌的名称竞品词(跨屏)1.50-2.50关键词示范：同行学校名称行业词(跨屏)1.50-2.00关键词示范：职业技术学院、大专学院、职业学院、中专学院