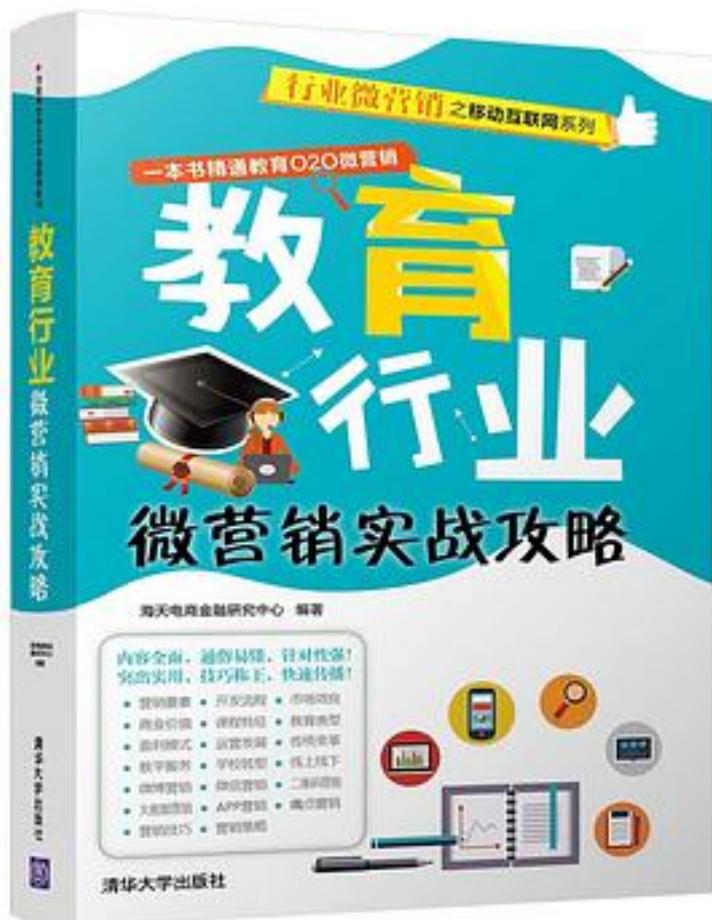


教育行业微营销实战攻略



[教育行业微营销实战攻略_下载链接1](#)

著者:海天电商金融研究中心

出版者:清华大学出版社

出版时间:2017-4

装帧:

isbn:9787302461715

教育微营销怎么入手、定位？又有哪些要素、哪些技巧？如何抓住痛点、打造亮点？活动、营销和推广又如何具体地进行？

本书从“案例+技巧”两条线展开，帮助读者快速成为教育微营销的高手！

一条是横向案例线，内容涉及慕课在线、微课在线、腾讯教育、阿里巴巴教育、百度教育、新东方教育、100教育、网易公开课、学而思教育、学大教育等30多家机构的经典案例，以及70多个专家提醒、220多个图解，对教育企业的特色、重点与技巧进行展示。

另一条是纵向技巧线，含有3大运营模式、3大盈利模式、10大营销方式、6个营销工具、6种商业模式、20种营销技巧、40种营销策略等，针对教育市场、传统变革、商业价值、学校转型、数据分析等方面，对读者进行系统化的指导。

本书结构清晰，适合互联网教育机构的管理者、教育行业的从业者、对教育微营销感兴趣的人士、希望通过教育微营销这个热门领域获得第一桶金的投资者与创业者阅读，同时也适合作为传统教育向教育O2O微营销转型的教育机构、想构建网校的教育机构或教育类企业、教育O2O微营销广告公司或部门的培训教材。

作者简介:

海天电商金融研究中心有着十多年图书行业策划经验，并由专注于金融、理财、营销、电商、微商等行业的几十位专业人士参与，他们中的成员大都是财经记者、银行金融理财师、财富顾问、互联网营销专家、电商和微商店主等。

海天电商金融研究中心紧扣时代潮流趋势，力求为读者打造一系列精品理财、营销、金融类图书。由作者团队编写的“新手理财系列”、玩转“电商营销+互联网金融”系列图书，一经上市就受到读者的一致好评！

目录: 目录

第1章 在线教育：构成要素+开发
流程+市场效应 1

1.1 在线教育的4大要素 2

1.1.1 学习对象 2

1.1.2 授课导师 7

1.1.3 教学平台 9

1.1.4 课程资源 13

1.2 在线教育的开发流程 16

1.2.1 设定单元目标 16

1.2.2 设定教学原则 18

1.2.3 设定知识内容 20

1.2.4 设定课程质量 22

1.3 在线教育的市场效应 23

1.3.1 在线教育市场崛起 23

1.3.2 在线教育企业增多 24

1.3.3 在线教育投资火爆 24

1.3.4 在线教育领域扩张 26

第2章 慕课在线：课程特征+产生
原因+国际发展 29

2.1 慕课在线的课程特征 30

2.1.1 打破学习的时间和空间
限制 30

2.1.2 资源开放与学习自主 35

2.1.3 学习平台和学习服务 37

2.1.4 慕课教师和慕课教学 39

2.2 慕课在线的全球发展情况	40
2.2.1 英国的慕课发展	40
2.2.2 美国的慕课发展	43
2.2.3 韩国的慕课发展	48
2.2.4 中国的慕课发展	51
2.3 慕课在线的产生与发展趋势	54
2.3.1 慕课教育的产生及发展状态	54
2.3.2 慕课教育的未来发展	56
2.3.3 慕课教育的危机和问题	56
第3章 微课在线：理论基础+微课开发+设计宝典	61
3.1 微课在线的理论基础	62
3.1.1 微课教育的视听原理	62
3.1.2 微课教育的学习原理	63
3.1.3 微课教育的引导原理	65
3.1.4 微课教育的负荷原理	67
3.2 微课在线的课程开发	67
3.2.1 微课的基本开发流程	68
3.2.2 微课开发的设备基础	71
3.2.3 微课录播的课件制作	72
3.2.4 微课讲师的选拔培养	74
3.3 微课在线的设计宝典	75
3.3.1 微课在线的构思设计	76
3.3.2 微课在线的选题设计	76
3.3.3 微课在线的内容设计	77
3.3.4 微课在线的版面设计	79
3.3.5 微课在线的案例设计	80
第4章 走向颠覆：传统变革+教育延伸+高考公平	85
4.1 在线教育推动传统教育加速变革	86
4.1.1 传统教育机构的问题	86
4.1.2 在线教育市场的切入	87
4.1.3 在线教育的市场策略	88
4.1.4 在线教育的商业运营	89
4.2 在线教育是传统教育的空间延伸	89
4.2.1 在线教育的最佳时期	89
4.2.2 在线教育的“烧钱”期	90
4.2.3 在线教育的生钱期	91
4.2.4 在线教育的扎根时期	92
4.3 在线教育资源共享促进高考公平	93
4.3.1 高考是公平之本的表现	94
4.3.2 高考是命运的转折	94
4.3.3 在线教育促进高考更公平	95
4.3.4 在线教育促进高考改革	96
第5章 走向融合：线上线下+学校转型+教师价值	99
5.1 互联网与学校联结的O2O模式	100
5.1.1 传统教育是在线教育的根本	100
5.1.2 在线教育与传统教育的	

- 互补 102
- 5.1.3 在线教育的产品策略 105
- 5.1.4 传统教育的移动端业务 110
- 5.2 在线教育促使学校经营转型 110
 - 5.2.1 传统教育自建网校平台
转型 110
 - 5.2.2 传统教育加入市场进行
转型 114
 - 5.2.3 传统教育打开教育O2O
围墙 117
 - 5.2.4 传统教育挖掘更多天然
优势 120
- 5.3 在线教育挖掘教师更高价值 121
 - 5.3.1 教师眼中的在线教育 122
 - 5.3.2 教师会因为在线教育
失业吗 125
 - 5.3.3 教师与在线教育配合 126
- 第6章 教育营销：教育市场+商业
价值+教学服务 129
 - 6.1 教育营销的市场布局 130
 - 6.1.1 百度在线教育市场 130
 - 6.1.2 阿里巴巴在线教育市场 132
 - 6.1.3 腾讯在线教育市场 134
 - 6.1.4 互联网教育市场下的教育
变动 136
 - 6.2 在线教育的商业价值 137
 - 6.2.1 教育产业的O2O布局 138
 - 6.2.2 互联网公司对教育的
投资 138
 - 6.2.3 在线教育的股市飘红 139
 - 6.2.4 企业竞相进入教育领域 140
 - 6.3 在线教育的线上服务 141
 - 6.3.1 在线教育的测评服务 141
 - 6.3.2 在线教育的自学服务 142
 - 6.3.3 在线教育的定位服务 143
 - 6.3.4 在线教育的辅导服务 143
- 第7章 营销工具：微博营销+微信
营销+APP营销 145
 - 7.1 在线教育的微博营销 146
 - 7.1.1 微博营销的价值和作用 146
 - 7.1.2 微博营销开展的3大
环节 149
 - 7.1.3 微博营销的策略和技巧 152
 - 7.2 在线教育的微信营销 154
 - 7.2.1 微信营销的价值和问题 154
 - 7.2.2 微信营销的优势和策略 158
 - 7.2.3 微营销的独到之处 161
 - 7.3 在线教育的APP营销 163
 - 7.3.1 APP营销的品牌策略 163
 - 7.3.2 APP营销的主要功效 166
 - 7.3.3 APP营销的策略和技巧 168
- 第8章 营销技巧：二维码营销+大数据
营销+痛点营销 171
 - 8.1 在线教育的二维码营销 172

- 8.1.1 二维码营销的广告模式分析 172
- 8.1.2 二维码营销的注意要点分析 179
- 8.1.3 二维码营销的应用领域分析 181
- 8.2 在线教育的大数据营销 184
 - 8.2.1 大数据营销的操作分析 184
 - 8.2.2 大数据营销的作用分析 186
 - 8.2.3 大数据营销的模式分析 188
- 8.3 在线教育的痛点营销 190
 - 8.3.1 在线教育用户的痛点分析 191
 - 8.3.2 在线教育用户的痛点转化 192
 - 8.3.3 在线教育用户的痛点营销 192
- 第9章 教育竞争：教育公司+教育资本+教育类型 195
 - 9.1 教育公司的市场竞争 196
 - 9.1.1 教育公司的能力竞争 196
 - 9.1.2 教育公司的服务竞争 197
 - 9.1.3 教育公司的价格竞争 197
 - 9.1.4 教育公司的信誉竞争 198
 - 9.2 教育资本的领域竞争 199
 - 9.2.1 在线教育的5大资本公司 199
 - 9.2.2 教育资本的产品领域竞争 199
 - 9.2.3 教育资本的项目领域竞争 200
 - 9.2.4 教育资本的跨界领域竞争 201
 - 9.3 教育类型的优势竞争 202
 - 9.3.1 用户年龄层次分类 202
 - 9.3.2 用户学历层次分类 203
 - 9.3.3 教育平台业务模式分类 203
 - 9.3.4 教育公司商业模式分类 205
- 第10章 教育盈利：发展阶段+运营模式+盈利模式 207
 - 10.1 教育盈利的三个发展阶段 208
 - 10.1.1 在线教育初期阶段 208
 - 10.1.2 在线教育中期阶段 208
 - 10.1.3 在线教育成熟阶段 210
 - 10.2 教育盈利的三种运营模式 210
 - 10.2.1 课程直播录播的运营模式 211
 - 10.2.2 提供作业标准答案的运营模式 212
 - 10.2.3 课后进行辅导的运营模式 212
 - 10.3 教育盈利的三种盈利模式 213
 - 10.3.1 教育盈利的2B业务模式 213

10.3.2 教育盈利的2B2C业务模式 214

10.3.3 教育盈利的2C业务模式 217

第11章 案例分析：成功的在线教育服务平台 219

11.1 新东方，传统培训转型在线教育模式 220

11.1.1 以往传统培训教育的影响 220

11.1.2 迅猛发展的网络时代 220

11.1.3 教育行业盈利模式的改变 221

11.2 100教育，打造不同领域的在线教育 221

11.2.1 独立的移动教育APP 222

11.2.2 借助YY语音平台的优势 223

11.2.3 免费试听给用户更多选择 223

11.2.4 一对一的线上教学模式 224

11.3 网易公开课，天时地利人和的教育平台 225

11.3.1 与在线教育共同发展 226

11.3.2 用户群体非常庞大 227

11.3.3 开发在线APP应用 227

11.3.4 平台全面的课程优势 228

11.3.5 万分投入的翻译课程 229

11.3.6 借助公益来扩大影响力 230

11.4 学而思教育，牢固基础让学习更有效 230

11.4.1 家长认可的教育方式 231

11.4.2 明确的平台服务定位 232

11.4.3 主题资讯网收集流量 233

11.4.4 完善教学模式的优势 233

11.5 学大教育，双线结合的主流教育趋势 234

11.5.1 区域内的独家学习中心 235

11.5.2 产品质量获得用户信任 235

11.5.3 推出完全家教式的服务 236

11.5.4 不可忽视的线下影响力 237

• • • • • [\(收起\)](#)

[教育行业微营销实战攻略_下载链接1](#)

标签

在线教育

评论

被“实战攻略”这几个字欺骗了.....千万别买，浪费时间浪费钱

[教育行业微营销实战攻略_下载链接1](#)

书评

没看过这本教育行业的，我看过同系列的《游戏行业微营销实战攻略》，写得很烂，一看就知道是一帮外行靠在网上搜索资料东拼西凑的一本书。这个编写组教育行业、游戏行业、房地产行业、餐饮行业……什么都写，但是他们哪个行业都不了解。连基本的常识都搞不清。读起来的感觉就...

[教育行业微营销实战攻略_下载链接1](#)