

到校量增长60%，阿里精细运营助力中职北方口碑转化双丰收

广告主：中职北方汽车教育

所属行业：教育行业

执行时间：2019.09-10

参选类别：创新营销类

营销背景

随着社会的发展，职业教育已成为热门关注话题，2020年职业教育市场规模预计高达1136亿元；

中职北方汽车教育集团是国内唯一一所系统化培训汽修人才的独立专业职业学校，开设了汽车维修管理等多门专业，全国在校生达5万余人；

职业教育市场产品同质化及用户注意力分散，行业竞争加剧，新客成本持续上涨等问题使中职北方面临新的竞争格局。

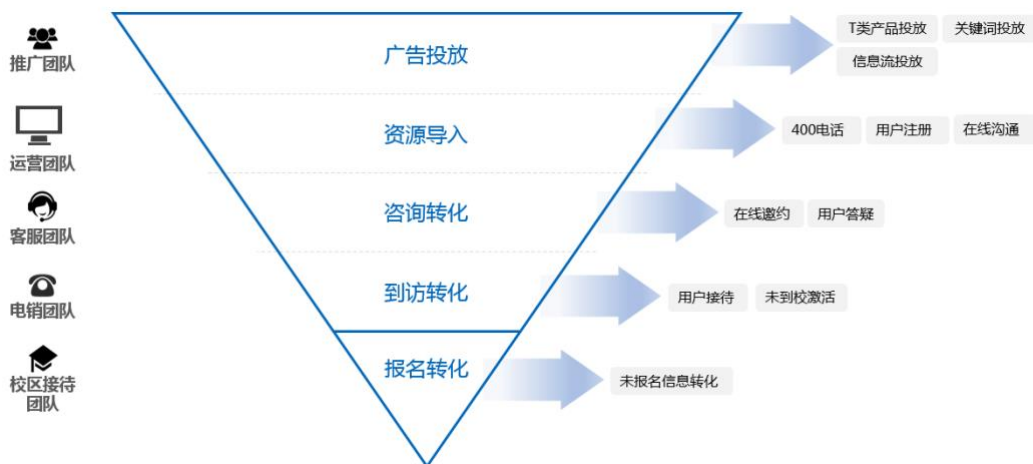
营销目标

- 1、提升各环节转化效率，提升报名数量；
- 2、降低搜索投放的获客成本；
- 3、研发贴合人群的差异化产品，推动各专业发展。

策略与创意

1、洞察转化路径痛点，搭建全链路运营体系，实现营销闭环。

盘点中职北方包括推广、客服、运营、电销、校园接待等营销转化路径中的各个环节，搭建一套从广告投放到资源导入，咨询转化、到访转化、报名转化全线贯通的全链路运营思路，实现营销闭环，助力客户高效转化。



2、分层指标有序引导转化，精细化流量拆解及运营，连通线下高效沟通，全面提升口碑与级消费。

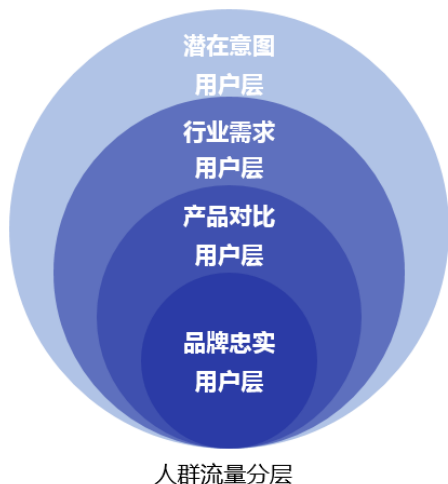
- 1) 建立转化路径各环节核心评估指标及细化指标，进行了有效引流指标下的人群细分及投放拓展，保障信息的传播价值。
- 2) 依据有效承接指标，对面向不同需求用户的落地页进行精准对应、重点突出展示，聚焦用户视野。
- 3) 配合有效沟通指标，与各转化路径岗位有效沟通，把控投放成本提升品牌好感度。
- 4) 优化话术、邀约、及培育等，将前置推广与后续服务承接环环相扣，合力助推消费增长。



执行过程/媒体表现

首先，基于引流指标，团队以品牌黏性为依据，将中职北方可囊括的人群流量进行了品牌忠实用户层、产品对比用户层、行业需求用户层、潜在意图用户层的分级。

有效引流指标下人群细分



品牌忠实用户层

忠实于北方汽修品牌，不论市场有怎样变化，都忠诚于北方汽修，愿意在此品牌下购买各类课程

产品对比用户层

想要学习汽修、计算机、烹饪等专业，但对于各个培训机构的课程内容，课程价格，课程时长等因素进行比较

行业需求用户层

对此行业了解并不清楚，但对于课程内容、专业技能有着浓厚的兴趣，希望通过专业课程提升自己

潜在意图用户层

对此行业有一定兴趣，对于课程内容有一定兴趣，但兴趣程度不足以对课程内容付费，需要经过一定的兴趣培养

并将搜索投放的精准关键词与宽泛关键词进行拓展，最大限度的保障信息在传播价值更高的人群中进行扩散。

有效引流指标下投放拓展

关键词	汽修	汽修学校	汽车美容学校	汽车维修学校	汽修培训	汽车维修培训	汽车美容培训	汽修维修专业
2018	555	9357	1357	2424	143	1646	349	256
2019	478	701	333	263	163	228	329	212
环比	-14%	-93%	-75%	-89%	14%	-86%	-6%	-17%

初中专业学校	技校	中专排名	汽车美容培训
初中有什么好的技校	技校排名	中专学费多少	汽车电工培训
初中没考上高中咋办	技术学校招生	中专学校招生	汽车喷漆学校
中学生学什么专业好	技术学校	中专生	汽车电工院校
初中生上技校	技校学费多少	中专学院	新能源汽车专业
初中考不上高中	技校啥专业好	中专学校排行	二手车评估师
初中生学点啥好		中专班	学汽车钣金

优化前

优化后

其次，依据有效承接指标，对面向不同需求用户的落地页进行精准对应、重点突出展示，第一时间聚焦用户视野，引发受众的初步探索诉求。

有效承接指标下页面分类

1. 将投放流量细分属性，划分出初中生、男生、技校、汽修等多种流量类型，对不同的流量使用强营销性页面进行对应，提升转化
2. 每个页面只突出单一营销点，让用户快速理解，并有效记忆页面营销点

随后，配合有效沟通指标，与设计、客服、电销、校区接待老师的有效沟通，保证投放成本得以把控，更让兴趣用户对于中职北方品牌的好感度与课程的兴趣指数进一步升温。

