

注册数上涨28倍！阿里助力学而思网校成本转化双丰收

广告主：学而思网校

所属行业：教育

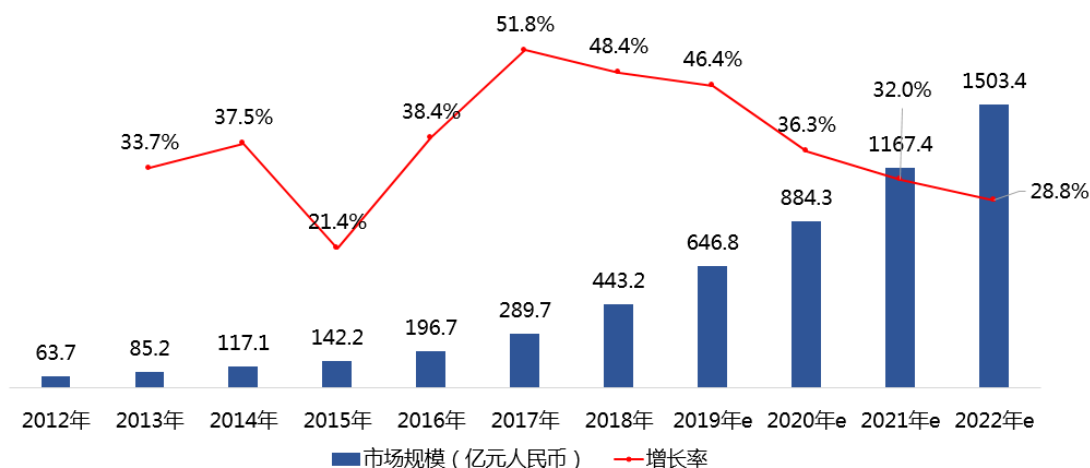
执行时间：2019.07

参选类别：智能营销类

营销背景

- 1、K12 在线教育规模增长稳定，赛道内玩家竞争加剧；
- 2、学而思网校在全国范围内颇受用户信赖，凭借较高的用户渗透率和行业独占率占据领先者位置；
- 3、现有的经营模式可复制性强，无法形成有效壁垒。

- K12在线教育规模保持稳定增长;
- 预计2019年k12在线教育市场规模或将突破646亿元；预计未来几年的市场规模仍将保持40%以上的增长率;



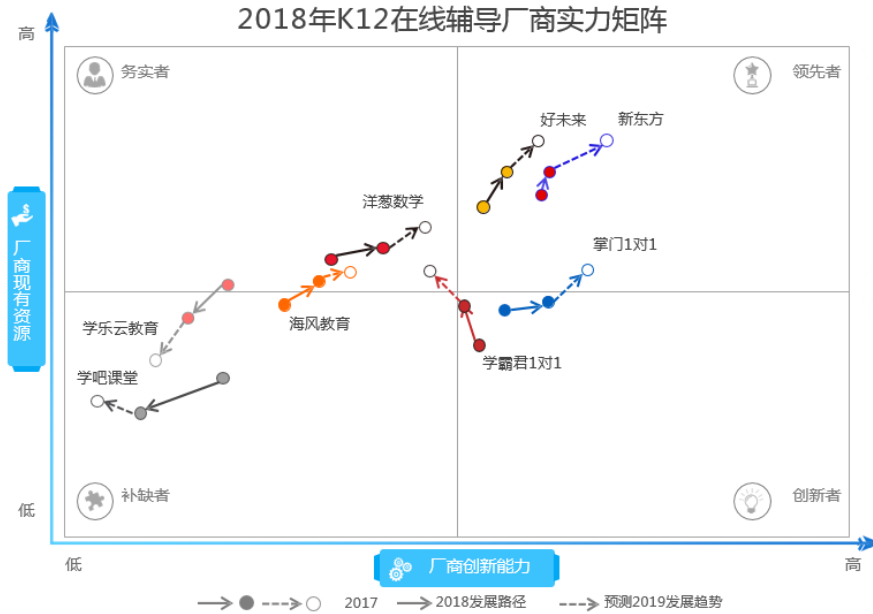
营销目标

抓住 K12 教育市场发展红利期，通过智能 AI 的多场景营销推广，增加有效的用户咨询量与订单量，以优势成本换取优质流量。

策略与创意

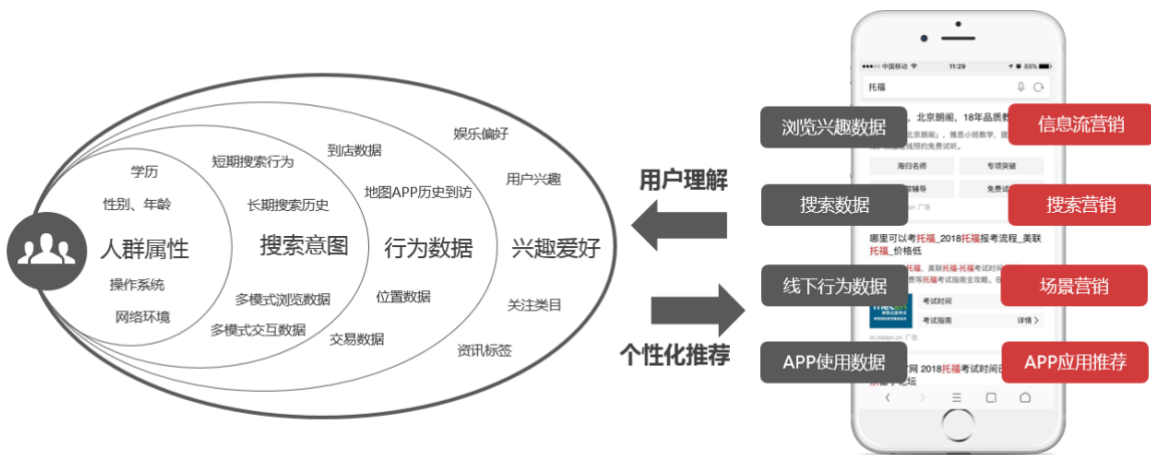
一、明确市场定位及营销挑战。

- 1、定位：学而思凭借较高用户渗透率和行业独占率占有领先位置；
- 2、挑战：现有的经营模式可复制性强，无法形成有效壁垒，竞争日益激烈，资源抢夺加剧。



二、回归营销本质，以用户真实需求作为立足点，通过用户的深度挖掘，打造高效触动营销方案，配合持续优化与优势利用，提升整体营销成效。

1、充分发挥媒体矩阵优势，以阿里全域数据赋能实现全场景营销、内容精准化与传播智能化。



2、以清晰的投放逻辑，配合多方向素材与精细化账户机构设置，精准投递。让用户所看既所想，所看既所要。

拆分意向用户群及分层影响策略，将意向用户拆分成“目标用户”“潜在用户”“兴趣用户”，多定向圈定目标受众人群，降低成本，针对性匹配素材文案方向与三类意向人群相匹配，通过差异化出价策略达到三类意向人群的收割、引导与覆盖。



执行过程/媒体表现

1、账户结构搭建：合理的账户是成功的根基，保证账户结构清晰，便于后期管理与优化。



2、素材、文案制作与针对性匹配：增加关联性，提升用户点击率。

素材优化

优化前

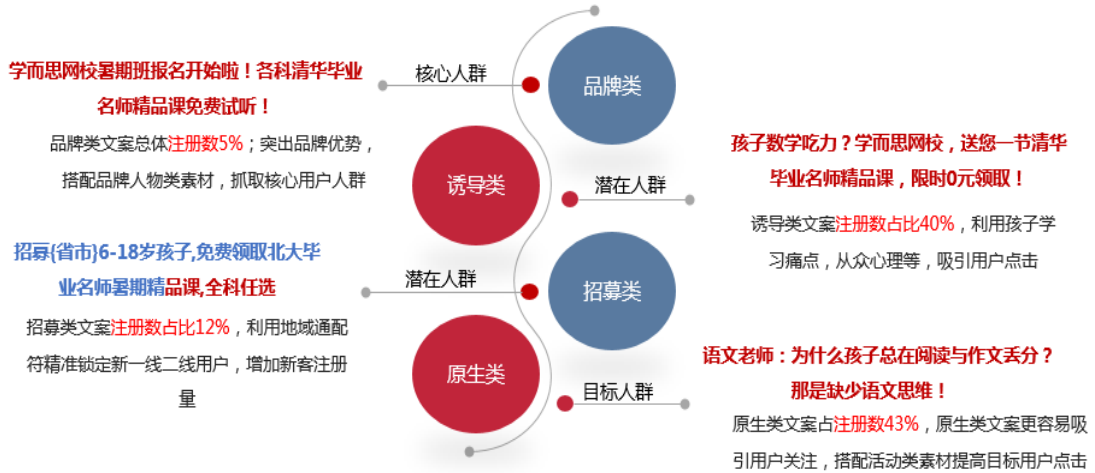
优化后，CPA降低45%，CTR提升2.3倍。

优化后

优化后，CPA降低40%，CTR提升2倍。

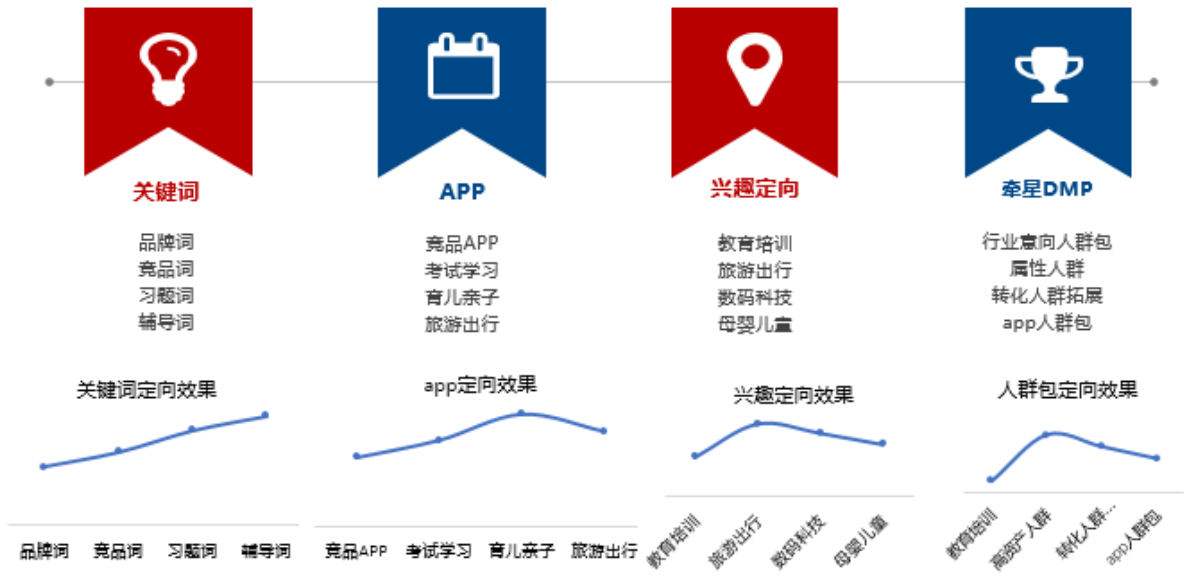
着陆页一致承接

- 根据用户的**关注点**设置素材，拦截用户注意力；
- 在文案上合理利用**智能创意词包**，体现**地域**，吸引用户关注；
- 素材使用**偏原生类**素材，比如试卷类、分数类；组图的顺序需要**有关联性**；
- 增加素材和页面的相关性，提升转化率，降低转化成本



3、多定向测试：圈定目标受众，降低成本。

定向效果分析：关键词定向>app定向>人群包定向>兴趣定向



4、ocpc 优化策略：使用 ocpc 投放，有助于控制成本，提升用户留店量。

OCPC投放目标

控制转化成本
提升转化量级



定制策略

利用OCPC投放策略，挖掘潜在用户



投放效果

结合数据，优化调整



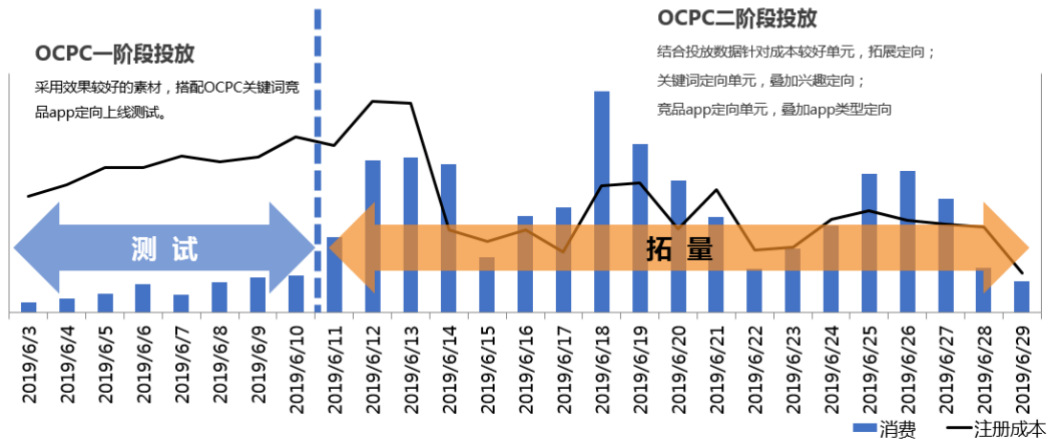
OCPC测试阶段（一阶段）

- ★投放时段：8:00~23:00
- ★定向设置：采用关键词定向、APP名称定向或单一人群包定向
- ★广告样式：大图、组图
- ★创意数量：每个单元下，搭建3条以上创意

OCPC优化阶段（二阶段）

- ★投放时段：全天投放（覆盖各个时段）
- ★定向设置：关键词+兴趣、APP类型+APP类型、多人群包叠加投放
- ★广告样式：大图、组图
- ★创意数量：结合数据，保留高点击、高转化创意

OCPC效果表现



营销效果与市场反馈

学而思网校暑期课相比春季课注册数上涨长 2871%，转化成本下降 59%。实现成本和量级的双丰收。