

## 学而思网校

**所属行业：**教育

**参选类别：**数字营销最具创新精神品牌

### 品牌简介

学而思网校，纽交所上市公司好未来旗下在线教育品牌，为 6 — 18 岁孩子提供小初高全学科课程辅导。课程历经十余年教学沉淀，陪伴千万孩子成长，在家长间口碑相传用户遍布全国 200 多个城市。

优选清华、北大、哈佛等高校毕业生打造一流的师资团队，整合世界范围内的优质教育资源，携手诺贝尔物理学、文学奖得主和哈佛大学、麻省理工、牛津大学出版社、剑桥大学出版社、北京大学、北京师范大学等权威学术机构共同打磨课程内容，采用“主讲老师 + 辅导老师”的双师直播模式，并将自主研发的语音识别、语音评测、表情识别等 AI 技术作为辅助教学手段引入课堂，力争打造千人千面的新型在线学习平台。

2019 年：

4 月 12 日，学而思网校受邀参加在克罗地亚举办的“中国—中东欧国家教育合作交流展”，李克强总理、教育部部长陈宝生、副部长田学军参观体验学而思网校六 1 老师系列产品，展会现场好未来集团战略发展副总裁吴杉杉为李克强总理讲解并演示了网校产品。

4 月 25 日，杨澜出任学而思网校六日英语课程推荐大使。合作围绕“与杨澜一起，打开英语的世界”主题展开，在 29 集的系列教学课程中，杨澜作为“主笔人”，携六日英语小精灵 ^O136 代和 6 叫，带领小朋友们领略不同节日和国家的文化。

4 月 28 日，学而思网校受邀参加阿拉伯国家孔子学院联席会，展示老师语言学习系统”。中国驻阿联酋大使、孔子学院总部副总干事，国家汉办副主任郁云峰、阿联酋教育部门领导、迪拜大学校长等出席。此次联席会由孔子学院总部主办，迪拜大学孔子学院承办。

5 月 16 日，学而思网校“八 1 老师语言学习系统”受邀参展国际人工智能与教育大会，国务院副总理孙春兰、联合国教科文组织教育助理总干事斯蒂芬妮亚 ^ 贾尼尼女士等领导莅临体验。孙春兰副总理评价说：这套系统一定要在偏远的少数民族地区好好用。

5 月，学而思网校自主研发的“六 1 老师语言学习系统”亮相 2019 京交会，展会期间好未来集团总裁白云峰为国务院副总理胡春华、北京市委书记蔡奇、商务部部长钟山等领导、嘉宾介绍“教育十科技”扶爸成果。“以老师语言学习系统”入选“科技创新服务示范案例”，展区被评选为“最佳专题展区”。

5月31日，学而思网校“少年文学院”正式成立，诺贝尔文学奖获得者、法国著名作家勒·克莱齐奥，茅盾文学奖获得者阿来、苏童出席启动仪式。少年文学院将整合中外名家资源共同研发阅读、写作系列课程，联合出版书籍，助力中国青少年文学素养的全面提升。

## 2019 年数字营销创新性表现

水木年华——这个由四位清华毕业生组成的民谣组合曾火遍大江南北，成为一代人的记忆。在线教育品牌学而思网校集结 11 位老师，组成“XES 教师天团”，以一支知识点满满的《诗词在召唤》MV 迅速火遍了各大社交平台。XES 教师天团的出道，可以算得上是一个从内容到传播都极佳的教育品牌破圈案例，也能为更多教育品牌营销提供新思路。

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDQ4NjM0NjYyNA==.html?spm=a2h0k.11417342.soresults.dtitle](https://v.youku.com/v_show/id_XNDQ4NjM0NjYyNA==.html?spm=a2h0k.11417342.soresults.dtitle)



### 有用有趣的内容，增强记忆强化学习能动性

国潮、国风正在成为新的年轻潮流，句句都是诗词经典的《诗词在召唤》就正中国潮的点，让 00 后乃至 10 后学生产生兴趣。

XES 教师天团用这种歌曲演绎知识点+舞蹈动作帮助记忆的方式教诗词，将诗词知识变得更普遍化和流行化，算得上是真正的寓教于乐。同时，这种教育方式，一方面是解决了诗词背诵难的痛点，另一方面更是在培养学生对于古诗词的兴趣，对于强化学生的学习能动性意义颇大。

### 高学历合唱团，重塑教师印象



名校毕业教师们以新奇教学法，打破了人们对于教师的刻板印象——“唱跳俱佳”，还能玩梗、喊麦、拍 Vlog、搞表情包样样精通，多才多艺，让学生的教学体验有更多的想象空间。



截至 12 月 14 日，#学历最高的合唱团#话题阅读量已经破 2 亿，并登陆微博音乐话题榜 TOP3。

行业高速增长的情况下，教育品牌竞争也将愈演愈烈。而 XES 教师天团的出道，正好向整个市场传递了一种在课程推介外，真正关注学生关注点，与学生充分沟通的差异化品牌形象，这无疑也为更多教育品牌营销在未来竞争中提供了新方向。

## 代表案例

### 互联网营销案例：注册数上涨 28 倍！阿里助力学而思网校成本转化双丰收

背景：K12 在线教育规模增长稳定，赛道内玩家竞争加剧；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；现有的经营模式可复制性强，无法形成有效壁垒。

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：

#### 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。



效果：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%。实现账户成本和量级的双丰收。