

教育行业营销进阶课

与中国企业同舟共度—百度共度计划

主播人：百度商业垂类业务部 教育行业产品经理 董楠

直播时间：2020年2月13日 20：00-21：00

01 — 行业概览

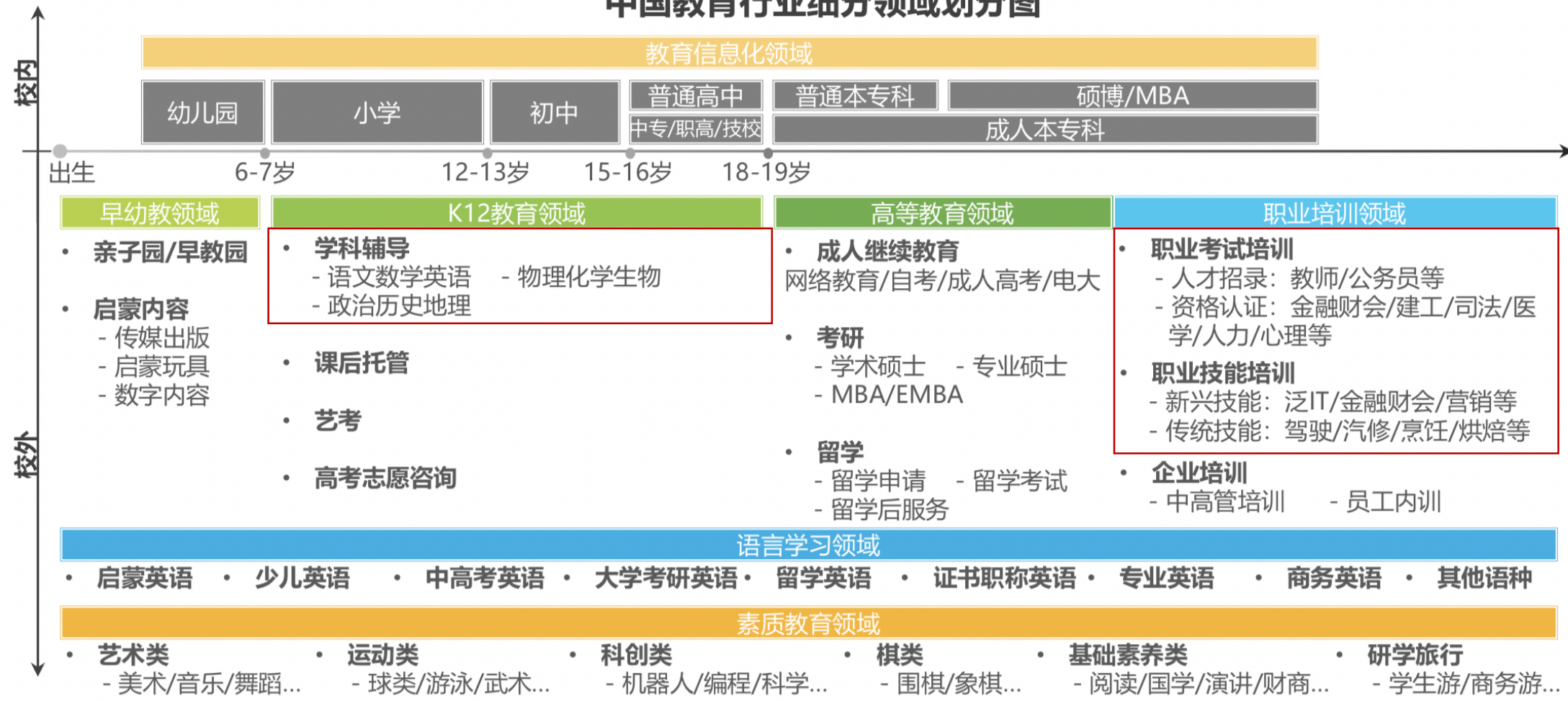
02 — 效果篇-如何保质拓量？

03 — 创新篇-教育的新增量？

行业大盘：教育万亿级市场，K12、职业教育需重点关注

- 2019年中国教育市场规模3.36万亿元，预计到2025年增长到5万亿，复合增长率10.8%。
- 校外细分领域市场规模：数千亿~K12教育、职业培训，千亿~高等教育、语言学习，百亿~早幼教，数十亿~素质教育
- 市场分散，尚未形成垄断：截止2018年全国教育培训机构数量接近20万家，行业TOP2市值加和不足教育市场的5%

中国教育行业细分领域划分图



来源：德勤中国、艾瑞

细分领域分析：市场分散，目标用户差异大，营销诉求各有不同

K12教育

小初高12年级的基础教育，决策与使用者分离
营销主攻家长人群

主营业务：课业辅导，私立学校招生等

用户年龄：6-18岁
(25-40岁+家长人群付费)

代表机构：学而思、掌门、精锐教育

职业教育

对教育者施以从事某种职业所必需的知识、技能、
学历的教育

主营业务：

职业知识类：公务员

职业技能类：驾校、美容美发、IT培训

学历教育类：自考、成考、专升本、MBA、考研等

用户年龄：18-35岁

代表机构：达内、新华、中公、尚德、升学

早幼教培训

面对低龄学前儿童的培训，决策与使用者分离
营销主攻家长人群

主营业务：早教班、亲子课、少儿游泳等

用户年龄：0-6岁
(家长人群付费)

代表机构：金宝贝、美吉姆

兴趣培训

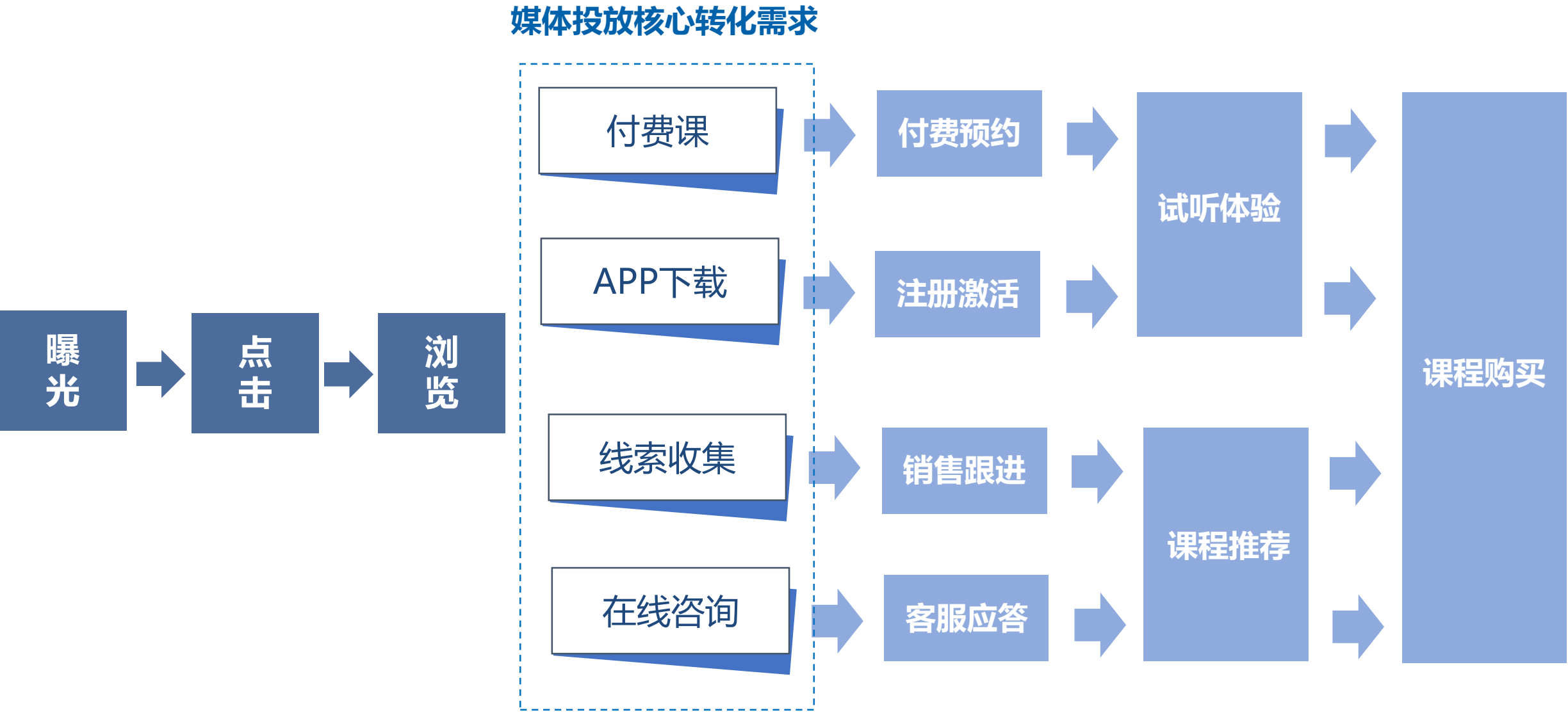
在常规课堂外的所有能获得知识、提高能力、学习专长、
培养情趣、得到快乐的一种课外学习形式

主营业务：以美术、声乐、舞蹈、体育等

用户年龄：无限制，分少儿和成人

代表机构：桔子树、VIP陪练

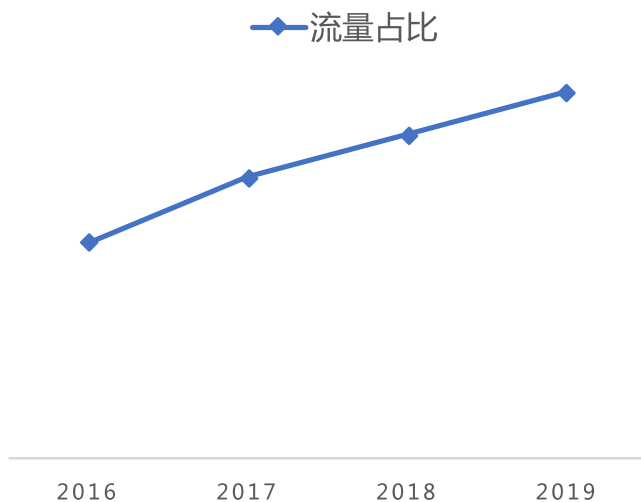
行业营销链路：线下教育客户重线索收集，在线教育客户存在付费课转移



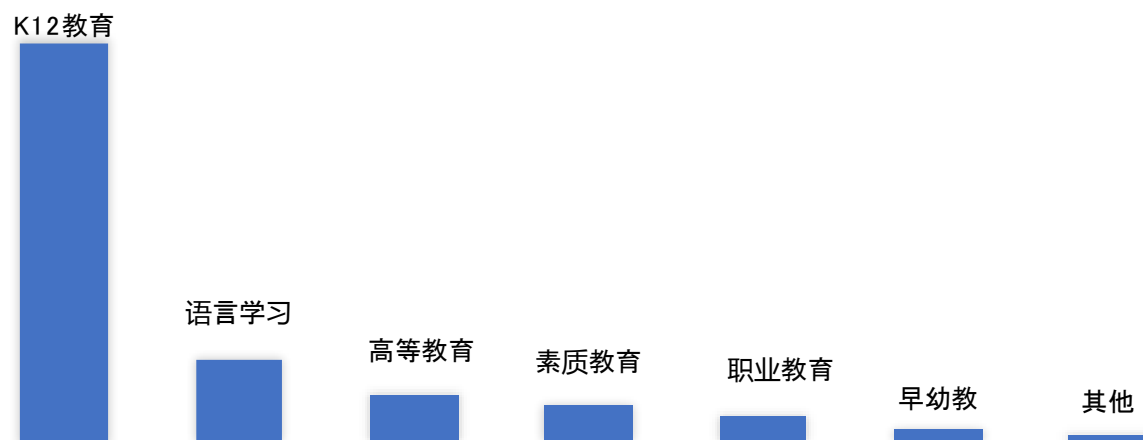
百度教育流量高速增长

- ◆ 教育流量增速快，占比大，利好教育客户
- ◆ 教育细分领域流量：
 - K12教育、语言学习：**流量大，可重点引入K12客户/搜索提升投放力度。**
 - 职业教育：搜索上建议**做好精细化运营，并重点关注信息流推广，尝试新产品投放机会**

教育搜索流量趋势



细分领域流量情况



01 — 行业概览

02 — 效果篇-如何保质拓量？

03 — 创新篇-教育的新增量？

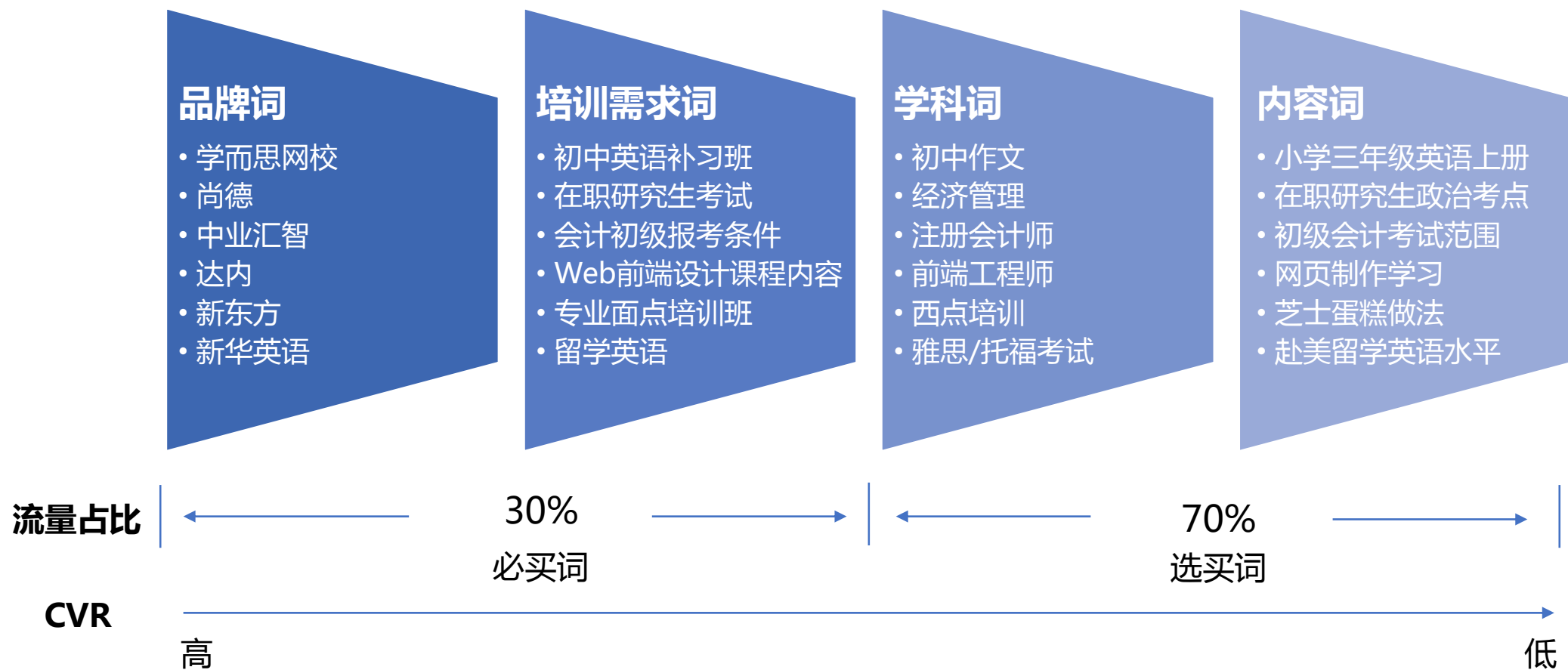
定向 (Targeting)、出价 (Bid)、点击率 (CTR)、转化率 (CVR) 是影响投放效果的核心因素



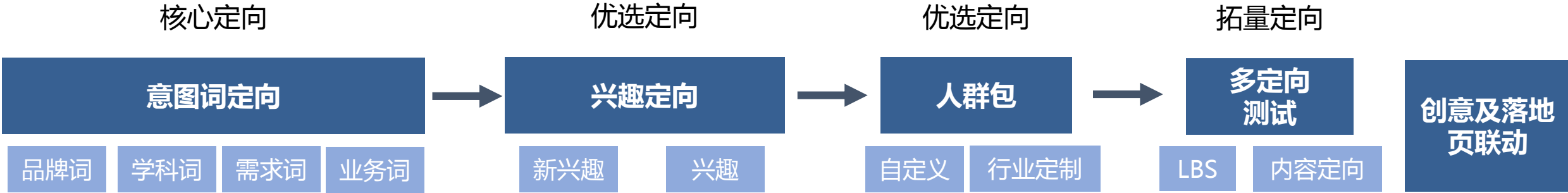
说明：Bid=广告出价，点击率(CTR)=广告点击量/广告展现量，转化率(CVR)=转化量/广告点击量

搜索推广-定向：做好关键词分类，根据客户需求匹配不同买词类型

- 做好关键词分类，根据客户投放目标不同，选择买词范围和价格设置
 - 品牌词、培训需求词**用户质量较高但流量有限，**适配关注转化效果的客户**使用
 - 学科词、内容词**流量大，用户需求偏激发型需强运营，流量大，**适配关注转化量提升客户**使用
- 建议客户搭配搜索推广oCPC产品使用，保障稳定投放效果



信息流推广-定向：做好意图词定向是基础，新兴趣等必不可少



商业意图: ☐ 不限 ☒ 添加意图词

用户行为: ☒ 全网行为 ☐ 历史搜索

意图词推荐 使用已有意图词包

最多可输入5个关键字 0/5 清除 下载

已根据历史投放及业务点推荐意图词

意图词	类型	人群关注点	覆盖度	
初中数学辅导	高频购买,核心,搜索...	其他	67892	<input checked="" type="checkbox"/>
英语	高频购买,核心,搜索...	其他	67763	<input type="checkbox"/>
初中数学	高频购买,核心,搜索...	其他	66251	<input type="checkbox"/>
英语口语	高频购买,搜索热门	其他	65793	<input type="checkbox"/>
儿童英语	高频购买,搜索热门	面向人群	65028	<input type="checkbox"/>
少儿英语	搜索热门	其他	63798	<input type="checkbox"/>
初中英语	高频购买,核心,搜索...	其他	63150	<input type="checkbox"/>
少儿学英语	高频购买,搜索热门	面向人群	62560	<input type="checkbox"/>
数学	核心,搜索热门	其他	60968	<input type="checkbox"/>

☒ 新兴趣 ☐ 兴趣

相关推荐: 中小学教育

可选兴趣(314) 全部添加

输入兴趣名称搜索

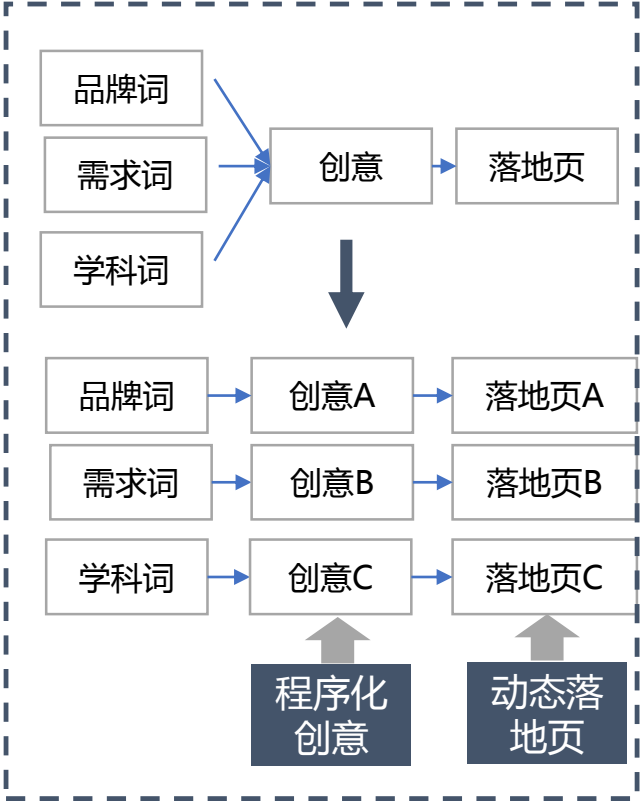
教育

- 学前教育
- 中小学教育
- 学历教育
- 出国留学
- 语言培训
- 职业技能培训
- 文艺培训
- 体能培训

可选兴趣(226) 全部添加

- 教育培训
- IT培训
- 体育培训
- 全日制学校
- 家教
- 技能培训
- 留学
- 考试培训
- 职场培训
- 艺术培训

人群ID	人群名称	人群类型
>	教育阶段人群	
>	职业教育人群	
>	留学中介人群	
>	K12	
125000327	小学英语人群	教育行业人群
125000326	学前英语人群	教育行业人群
125000328	初中英语人群	教育行业人群



● 同时叠加基础人口信息/设备应用进行人群筛选

■ 信息流推广-定向（流量tips）：手百流量多质量高，手百列表页转化好

强效 / 初测

初测客户建议首选手百信息流，
优选列表页版位；
强效果客户建议以手百信息流为主，不限版位

稳定投放

以百度信息流为主，勾选优选流量（投放系统根据历史投放情况做模型进行效果预估所选中的流量）/单选好看/单选贴吧进行投放测试

持续拓量

测试百青藤联盟流量，根据目标人群特征进行媒体优选，
勾选相关性高的媒体或屏蔽相关性不高的媒体

流量媒体	流量特性
百度信息流	流量大，质量好，竞争度大，列表页优于详情页，建议拆分流量类型精细化投放，高CPA保证优质流量获取
贴吧信息流	竞争度低，适配拓量需求客户
好看视频	近期DAU增长明显，流量质量高，建议购买
百青藤	流量大，竞争度低，可指定媒体投放，适配拓量需求客户

数据来源：取自单日百度信息流内部数据平台

搜索推广-CTR-样式：优势前置+转化数据前置+图片吸引

子链类

描述表格

北京小学数学_100个试听名额限时领取

暑期班,精品班,1对1学习规划,多种课程模式,帮助孩子应对学习问题,优惠试听,相关难点,解题技巧,特级教师为你精讲.

热点	优势	特色
小学数学	大师授课	满减优惠
北京升学政策	限时抢购中	精彩活动不断
对口升学班	现场互动体验	羽毛球课程丰富

广告

TOP1

天问直达

怎么能提高数学成绩_t 教育咨询网站

怎么能提高数学成绩 咨询网站,专注小初高学科辅导15年,家长一致说好.一千多家学习中心就近选择.打开页面选择距离您近的校区.

[入门] 小学数学基础

[甄选] 小学数学学校哪里好

[难度] 小学六年级数学难吗

广告

TOP2

图片类

单图样式

小学一年级奥数_XX网校_直播+辅导双师教学_学会为止

价格: 0元

培训类型: 小初高爆款课

介绍: XX网校 "直播+辅导"双师教学,老师主讲直播带着学,辅导老师1V1...

XX网校

不放心可旁听

不满意退余额

广告

TOP4

多图样式

小学数学教育_2019年杂志征订_订两年送...



小学数学教育 2019年杂志征订活动进行中!全国快递配送,100%准时配送到家,300万杂志粉丝钟爱的杂志订阅网


广告

TOP8

线索类

线索通转化组件子链样式

学完健康管理师可以月薪过万?精品课程...



健康管理师报考培训机构,讲师一对一小班授课,历年题库练习

本月1039人已咨询相关问题

广告

TOP5

线索通转化数据前置样式

2020心理咨询师报考条件更新:须满足以下...

最近41分钟前有人咨询相关问题

心理咨询师报考条件更新:取消专业及学历限制,非相关专业也可报考!2020年报考心理咨询师须满足:①满18周岁;②...

报考条件 2019学历要求/户籍限制

报考流程 全国心理2019报考流程(详解)

政策改革 心理二级取消,心理证书哪个可认

广告

TOP6

商品类

商品大图站内直达

数学作业帮一课_小学数学思维课_5节仅需...

小初重难点抢分 特训班

在家学的名师直播课

9元5节课>

一线名师带队教学,提高孩子数学思维,扫清数学易错难点!预约限时抢购

数学思维 计算能力 运算定律

面积难题 乘法秘诀 鸡兔同笼

广告

TOP3

商品列表

教育-2019雅思培训_报名入口

GEDU.org

雅思 ielts

为雅思考生提供报名/雅思培训/定制快速考试通关课程,你需要的备考秘籍,都在这儿.

精品大班	环球名师	查看详情
vip小班	管家式服务	查看详情
在线网课班	全天后跟踪	查看详情

广告

TOP7

信息流推广-CTR-样式：视频组图重点跟进，竖版视频转化率高版位有限

信息流大图视频CTR高，三图、竖版视频CVR高

心理咨询师严重缺人，成都报考条件公布，挑战高年薪！

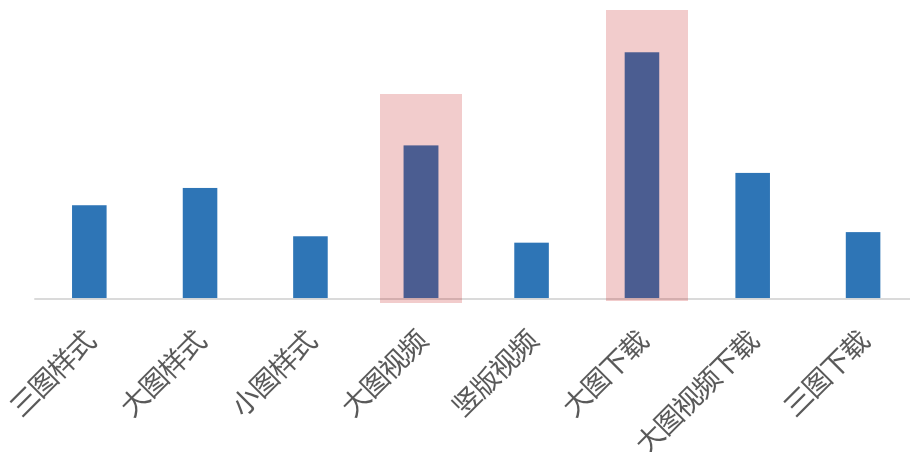


广告

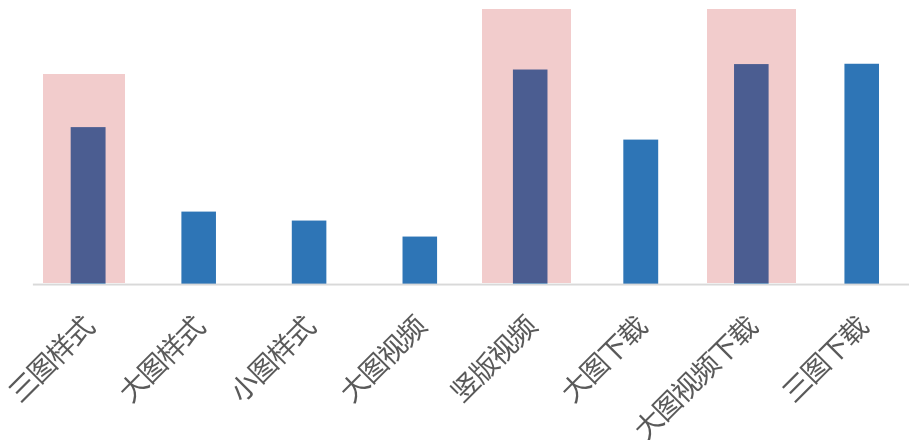
高曝光

高转化

广告样式CTR对比



广告样式CVR对比



高转化

注会能过吗？不如做下下面几道题，看看能考几分？



高曝光

高转化

拒绝死记硬背！场景化趣味学习英语，让你的英语水平突飞猛进！



立即下载领百元奖学金

立即下载

信息流推广-CTR-（创意tips）：创意仿原生，图片及文案内容互补

图片创意优化

选图原则：仿原生、补充标题没有表达完全的内容（勾起兴趣、补充解释、提高可信）



总结：

- 细节=信息
- 真实的场景=可信度
- 美好的场景=“购买就可以拥有”
- 害怕出现的场景=“购买就可以规避”

好的创意
应该在盖上“广告”二字后
看起来不像广告

文案创意优化

1、损失规避心态

A文案：现在才知道，没有本科证，居然比同事工资少这么多

B文案：闺蜜工资涨了1万，原来是在这修了本科

损失

损失型CTR是收益型的1.92倍

2、高价值+低价格冲击

花1万块在考研班学的知识点，没想到这里1块钱全覆盖

高价值

低价格冲击

研究考研10年的名师，没想到他的课程1块钱能买到

3、高价值+数量少冲击

高价值意味着产品具有拥有人们都渴望的高价值

数量少冲击制造焦虑，如：仅剩30套、限量、仅限、家长都在抢

示例：价值千元的考研资料，还有10个免费领取名额

4、人物描述型

例如，你的客户卖成人自考学历培训，而你的目标受众是北京地区有考研需求的学生。文案可以这样写：

在北京工作的人注意了，没有本科证，工资竟然比同事少这么多

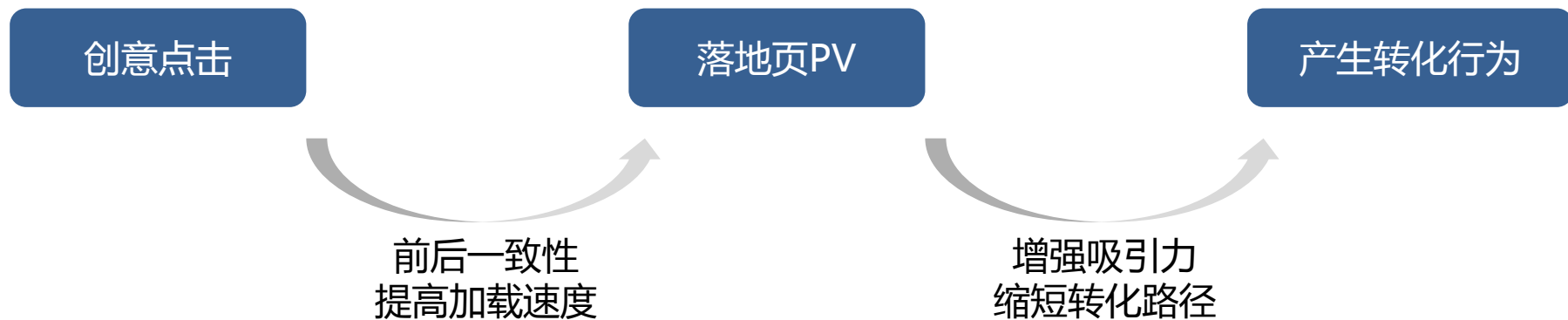
5、行业典型代表

Step1：找出行业典型人物，人物类型：直系学长、清北名师、师兄、学霸、学渣、邻居家孩子等等

CVR-落地页：关注创意到落地页一致性、加载速度、吸引力、转化路径

广告分配： $eCPM = CPA(\text{转化成本}) * CTR(\text{创意点击率}) * CVR(\text{落地页转化率})$

注意：oCPX模式下，落地页的转化率直接影响到广告的排名与效果，对效果优化非常重要！
落地页转化率的提升与下降，直接影响到转化量与投放成本，需要持续性的优化；



落地页优化指导：

- **前后一致性：**创意信息与落地页信息一致，重点突出，反复引导；
- **吸引力强：**图文丰富，文案简洁明了，关键内容首屏呈现；
- **转化组件突出：**转化组件按钮丰富、位置显著；
- **时效性：**落地页素材及时更新，保持新鲜感；
- **速度：**提升落地页访问速度和响应时长；



必须插入一个知识点：OCPX

除了前面介绍的基础投放优化外，后面更多“保质拓量”的高阶玩法需要提前了解OCPX

- OCPX智能出价模型适用于效果类广告主，以转化目标为优化目的，以机器自动出价的方式来控制转化成本，最终实现“保质拓量”和提升转化效率。解决互联网广告投放出价难、控制难、优化难三大痛点。
- OCPX是AI智能投放模式，主要包括“OCPC、OCPM”，**都是按转化出价，通过点击扣费的一种系统自动优化的出价方式。**
- OCPC出价模式主要分两个阶段：**第一阶段为CPC投放（即OCPC一阶）-数据积累阶段；第二阶段为智能投放（即OCPC二阶）**，当转化量积累到一定数值（搜索和信息流各不同）时自动进入第二阶段，系统根据转化率动态调整出价，控制转化成本接近目标成本。
- OCPM启用-转化出价模式，系统会根据转化率动态调整出价，控制转化成本接近目标成本，**与OCPC区别是OCPM引用曝光转化模型，投放效果更加稳定。**

搜索推广-拓量：拓词工具推荐

买词扩量，用好系统的买词指导工具；

oCPC专用

1. 启用系统自动拓词 (详细使用说明见产品手册)

* 智能加词 ①: ☒ 智能加词将在进入oCPC第二阶段后，每隔三天为自动查看并启用后才会开始投放，请您及时启用



CPC+oCPC通用

2. 关键词规划师

技巧：(1)采纳系统主动推荐词表。(2)使用行业词根查询，发掘相关行业词根。



买词建议：

1. 建议购买推广业务的大类词根，并匹配模式设置为智能匹配；例如“小学数学”、“口语培训”、“家庭装修”等短词根，匹配流量空间更大；
2. 单独创建计划，放开购买大量行业流量词，并配合低CPA探索流量，是一种常见的优化手段；

搜索推广-拓量：业务点投放（搭配oCPC二阶使用）

关键词定向

精细化定向。一种窄定向方式，一个关键词匹配对应字面或者语义相关的流量。
举例：要匹配“小学数学”所有相关的流量，需要购买大量相关的关键词。

业务点定向

一种宽定向方式。一个业务点对应该推广业务相关的所有相关流量及潜在人群。
举例：要匹配“小学数学”所有相关的流量，只需要选择“小学数学”对应的业务点。

关键词定向 + 业务点定向搭配使用，探索推广业务下的更多潜在流量；

产品入口：工具中心-定向工具-业务点投放



说明：

1. 当前内测阶段，可申请白名单，详细使用说明可见产品手册；
2. 目前测试行业范围：教育、金融、医美、房产、招商加盟、旅游六个行业；
3. 目前比较适合买词不充分或者中小买词优化能力差的客户；

搜索推广-拓量：行业定投+关键词推荐，快速提升广告覆盖

行业定投

一个URL=海量动态关键词



产品特点

➤ 操作简便

一个网址=海量动态关键词，快速提升广告覆盖；

➤ 流量优质&稳定：

基于实时自然搜索结果，精准定位行业流量和人群，分析账户历史投放情况，保障搜索相关性；

➤ 监控便捷

支持监控通配符，实现创意和落地页联动，缩短转化路径

关键词推荐（升级版）

海量搜索词库+行业客户画像+账户投放偏好=词包

① 智能匹配关键词
手动词包+筛选采纳

② 动态词包
小流量测试

关键词推荐-申请流程

- **申请时间：**每日17:00前
- **对接人：**运营接口（运营接口发送至邮件组：邮件组:fc-xg@baidu.com，抄送vid-edu@baidu.com；(若发生邮箱退信，发送备用邮箱：lili47@baidu.com)
- **申请方式：**邮件组申请，智能匹配关键词及动态词包T+2离线提供。若存在特殊情况，延迟提供
- 另：动态词包账户端口当日完成开通。
- **邮件标题：**关键词推荐申请-日期
- **上报字段：**

账户id	广告主体	运营单位	一级行业	二级行业	日消

信息流推广-拓量：多重组合搭配，多帐户多计划提升竞争度

流量

- **流量推荐**：强效果客户建议以手百为主，稳定投放后可尝试优选流量/好看/贴吧，持续拓量客户可尝试百青藤进行补余
- **优选流量**：由投放系统根据历史投放情况做模型进行效果预估所选中的流量
- **补充流量-百青藤**：根据目标人群特性进行媒体优选；勾选相关性高的媒体或屏蔽相关性不高的媒体

定向

- **定向推荐**：意图词定向为主，其次是新兴趣和行业人群包，拓量期可进行多种定向尝试
- **意图词**：通过对用户不同周期内的搜索行为（全网行为&历史搜索）追踪，深度计算拓展商机精确目标
- **兴趣**：长期积累的搜索、浏览行为，形成个性化标签，短期内不会轻易改变
- 可**多重定向叠加**取交集

创意

- **样式推荐**：大图视频CTR高，三图、竖版视频CVR高
- **高转化样式**：竖版视频、大图视频下载、三图下载、三图样式
- **高ctr样式**：大图下载、大图视频、大图视频下载、大图样式
- **创意选择**：优先测试效果稳定的创意，减少新产品测试时间，待成本稳定后再测试新创意。建议使用**程序化创意**，可提升创意测试效率，减缓创意衰减
- **更新频率**：尽量**每周更换**一次创意

出价

- **出价推荐**：建议使用OCPX（oCPC、oCPM搭配使用），强效果客户建议做深层数据对接，可尝试浅层表单+深层自定义双转化出价
- 依据投放需求可勾选**OCPX实验室**用于拓量

落地页

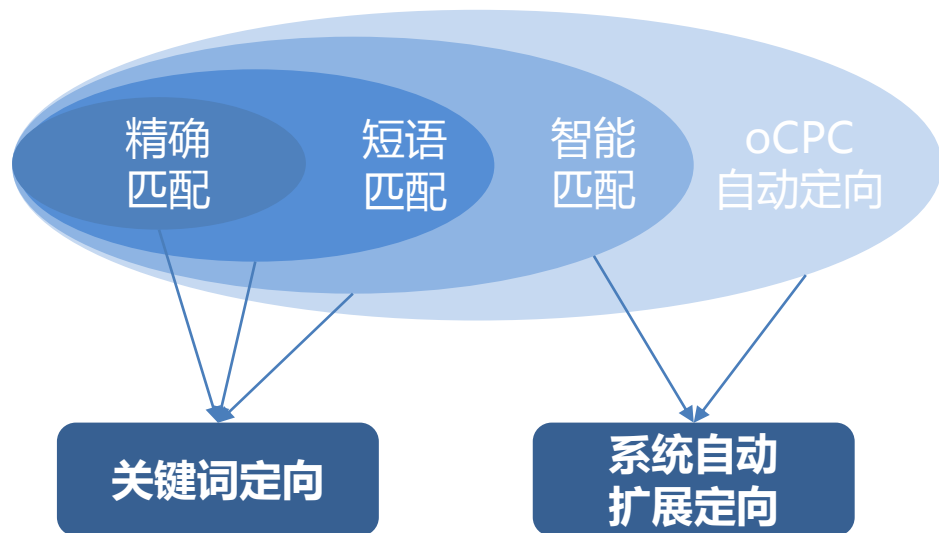
- 落地页与前端创意统一有承接
- **重要信息放首屏，内容结构化，清晰易理解**
- 百度支持通过输入结构化信息而直接生成落地页，建议使用基木鱼教育行业模版

投放

建议同时**多建账号、多建计划**（可流量、定向、创意等排列组合设置，也相同设置）进行投放，提升竞得率

保质拓量：擅用oCPX，买词关注丰富+精准，尝试自动流量拓展

以搜索推广oCPC为例，介绍搜索推广的定向方式结构



依赖客户的**买词覆盖面与精准度**，需要客户不断进行优化扩展。

依赖客户的当前的**买词、创意、落地页**等内容信息，系统进行**自动流量拓展**，并保证成本。

注意：

- 自动定向扩量是关键词定向的一种有效补充，并不是替代关系，关键词定向依然非常重要；
- 客户买词定向优化与系统自动定向优化同等重要，且客户买词的丰富度和精准度，也会直接影响系统自动定向的效果和空间；
- **推广时段、投放地域、否词**等因素也会影响定向范围

oCPX模式下买词



➤ **原则：利用好oCPC自动出价保证成本这个杠杆，精细化优化，灵活探索，积极主动寻找流量红利与空间**

搜索推广oCPC自动定向

如何操作？

进入oCPC二阶，打开【自动定向】-【积极扩量】模式，在保证CPA条件下提升转化量。



保质拓量：如何进入oCPX二阶？

中长尾客户

基本鱼+eCPC



基本鱼/度小店

落地页+营销组件+广告高级样式

无技术能力客户

建站+数据自动回传

业务复杂，关注排名客户

投放+智能拓量提效



eCPC

原有账户结构+出价习惯+智能补量

大客户

降低二阶门槛——低门槛&0门槛

低门槛

-周维度控制
-1周累积30个
转化成本需要按周核算

0门槛

中小客户智能投放
KA:6大行业跳过一阶

教育，金融，医美，招商加盟，房产，旅游

小流量测试中 →

01 — 行业概览

02 — 效果篇-如何保质拓量？

03 — 创新篇-教育的新增量？

内容营销：一站式知识满足平台，海量流量+优质内容满足用户知识需求



内容营销：内容驱动+场景原生，用知识立公信深度影响决策

以**问答**形式触达行业潜在用户

独占

抢占

持续

以**知识**形式触达行业潜在用户

独家

唯一

认知

以**权威**性触达行业潜在用户

权威

高效

正向

Baidu 知道



知识营销CPC
知识属性中间页
组件多样，高转化



知识闪电
知道首位回答
高搜索权重

Baidu 文库



文库商业文档
多样营销组件
专人审核

Baidu 百科



秒懂软植入
百科头部视频
权威媒体背书

内容营销-知道：基于知识类流量的内容驱动、场景原生的广告商业产品

知识营销

手机端百度知道入口



点击浮窗或激发模块均进入咨询



PC端 百度知道/右侧大卡入口



通过传播知识，增进信任，促进转化

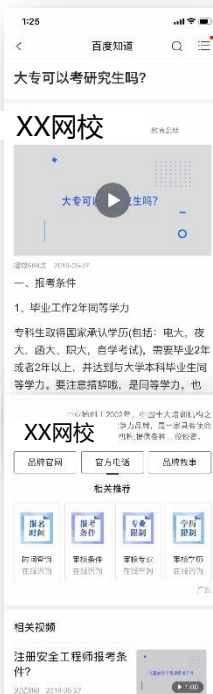
知识闪电



- 精准触达目标用户，60s内短视频，答疑解惑同时树立权威形象
- 11支考证热门话题，日均播放量1.6万+



品牌植入
前中后



知识解答区
需求激发区
推荐

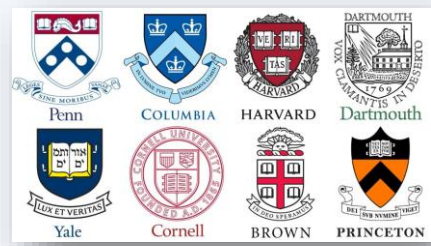
内容营销-文库：商业文档，由品牌发声传播行业知识，树立专业形象



内容营销-百科：软植入+词条共建，品牌发声传播行业知识，树立专业形象

触发词条：

- 1. 教育行业相关：教育垂类、教育专业、职称评级、职称考试、专业证书
- 2. 高等院校：国外高校词条



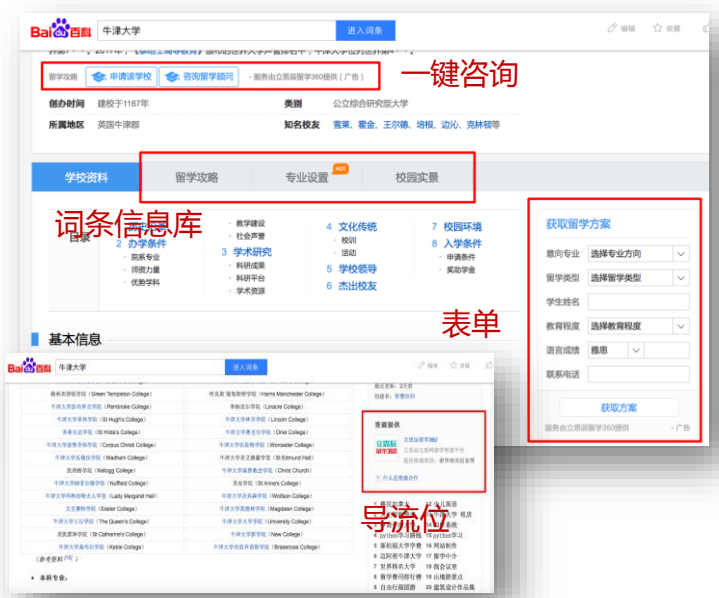
秒懂百科入口



词条共建入口



教育行业相关
移动端



高等院校
PC端

线下教育新增量：门店推广&知了好学



商业
结果

自然
结果

门店推广

计费方式：CPC

知了好学

计费方式：CPT

核心价值

解决门店推广
类广告主线下
门店引流诉求

解决用户和机
构之间链接效
率，打造教培
获客新阵地

产品亮点

精准定向：基于门店位置
精准锁定目标受众

专属创意：强化服务范围
内用户认知

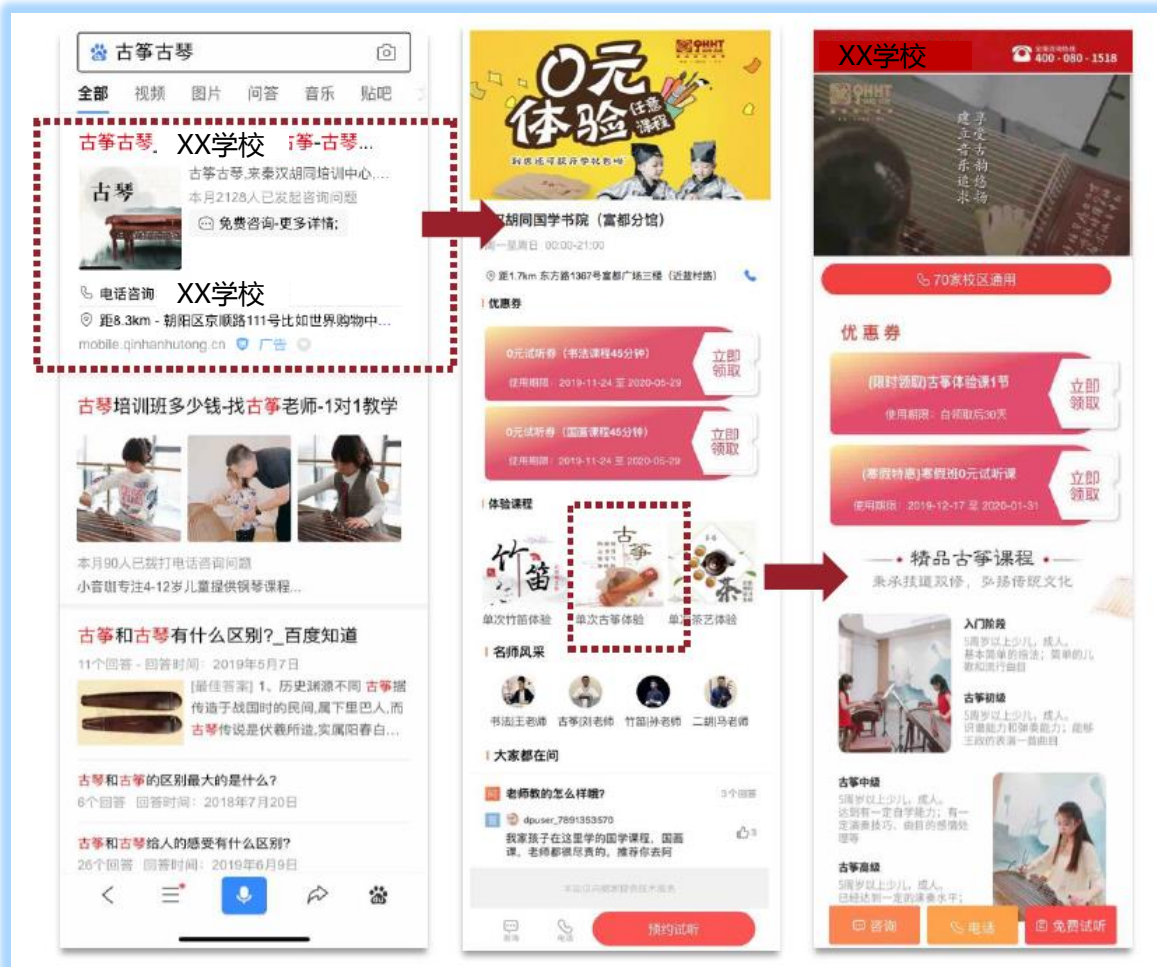
门店模板&组件：通过基
木鱼平台快速搭建

多端多场景覆盖：搜索、
feed、地图.....

精准人群触达：根据用户
位置及表达，依靠智能算
法推荐

内容分发解决方案：品牌
曝光与转化两不误

线下教育新增量-门店推广：突出线下教育属性，定制化产品解决方案



精准定向：以门店为中心覆盖5-50km内人群，商圈+ocpc+门店智能定向（基于业务点圈选流量）三大法宝助力圈定触达精准人群



专属创意：门店专属样式突出用户离店距离，促使用户前往或联系最近的门店，位置标签可一键调用百度地图导航



门店模板&组件：智能提取门店信息，提供卡券、预约、抽奖、到店礼等多种转化组件

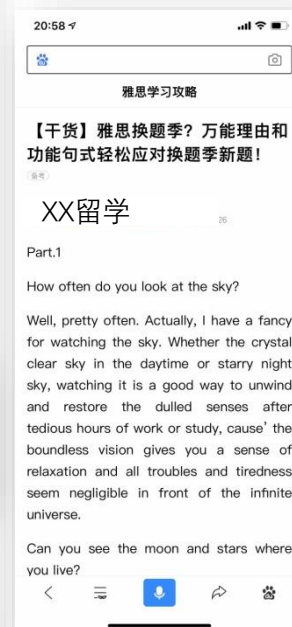
线下教育新增量-知了好学：多场景覆盖+精准人群触达+内容分发

平台入驻按照门店粒度支付入驻费，服务费以年为单位，自缴费自然日开始为期一年结束

覆盖海量培训需求用户



机构页、课程页、内容页承接



感谢观看

【教育行业沟通群】百度HI群号：2317968

与中国企业同舟共度—百度共度计划

