



2020

K12大战一触即发

百度带你 **“赢”** 战暑假



K12行业洞察

网民关注点的变化
K12家长人群特征洞察



暑期全链营销策略

线上品牌如何保持增速
线下机构如何快速复苏

行业洞察 K12行业保持高速增长，移动搜索占比达到75%

K12行业年检索总量



9.7亿

教育行业
年检索总量

55 亿

2019年年同比增速

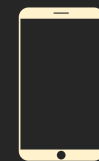


15%

行业平
均增速

10%

移动搜索占比



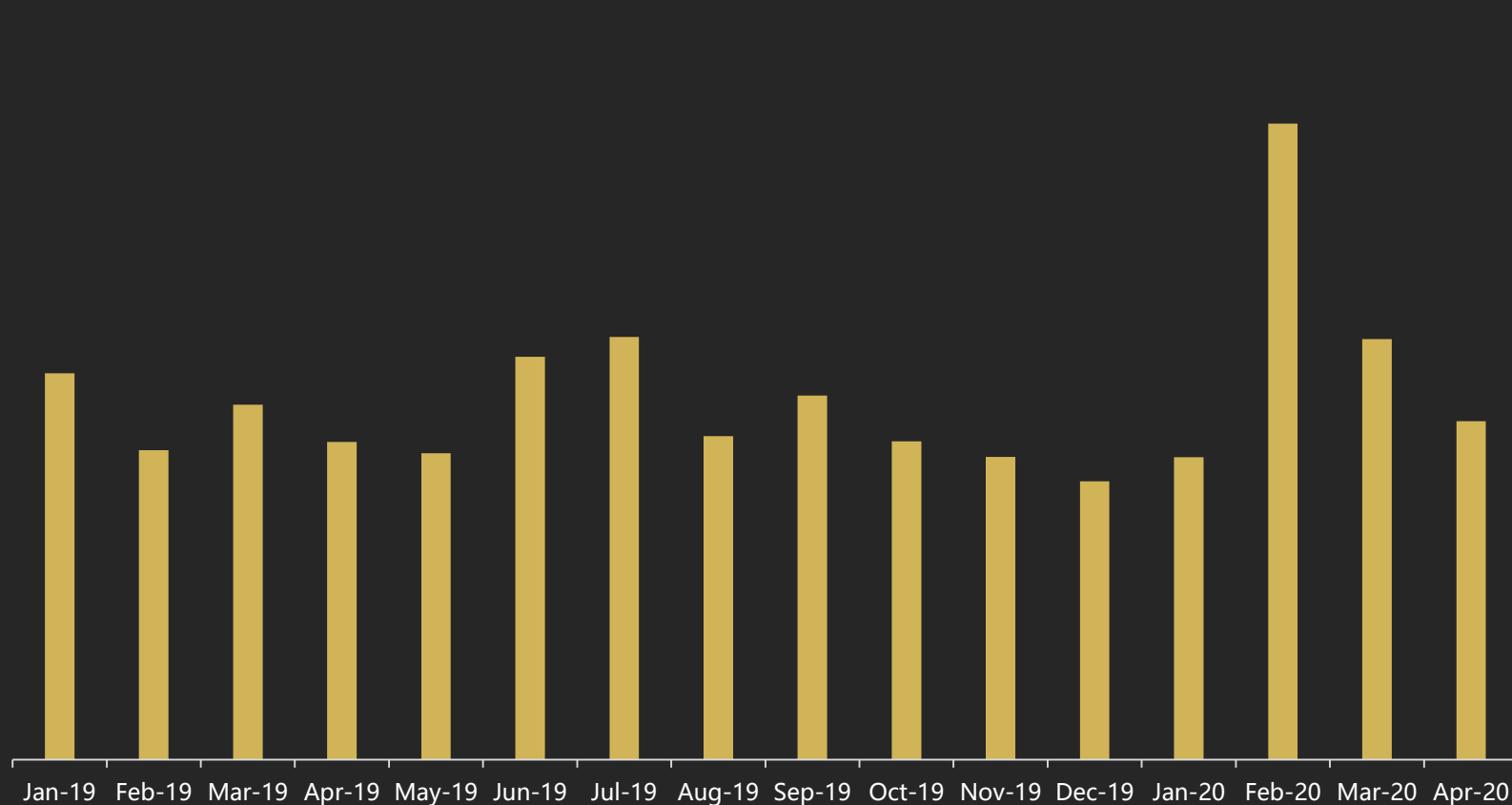
78%

行业移
动占比

75%

行业洞察 开学季及寒暑假是行业旺季，受疫情影响，20年K12需求大幅提升

2018.1-2020.4 K12行业检索量趋势



↑48%

一对一课程相关检索



↑43%

素质类课程相关检索



↑42%

数学类课程相关检索



↑35%

在线类课程相关检索

行业洞察 疫情期间，网民持续关注停课不停学、复课、高考等信息

2020年百度K12行业BY日检索趋势



数据来源：百度观星盘

行业洞察 带来了什么影响？疫情影响下网民行为的三大变化

1

增量在哪里

流量地域结构

2

课程是什么

网民关注学科

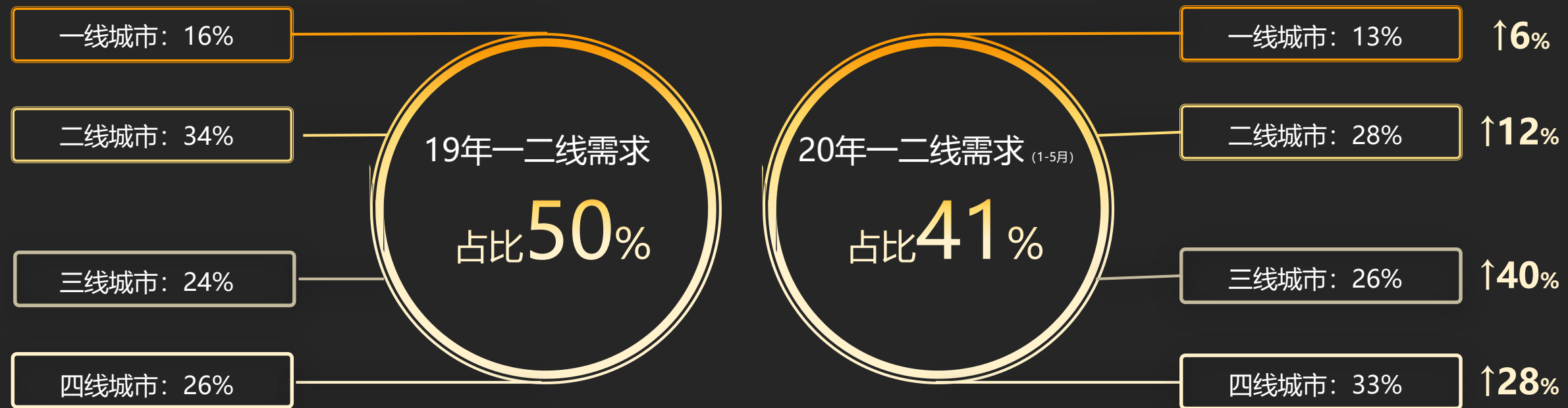
3

高峰期到了吗

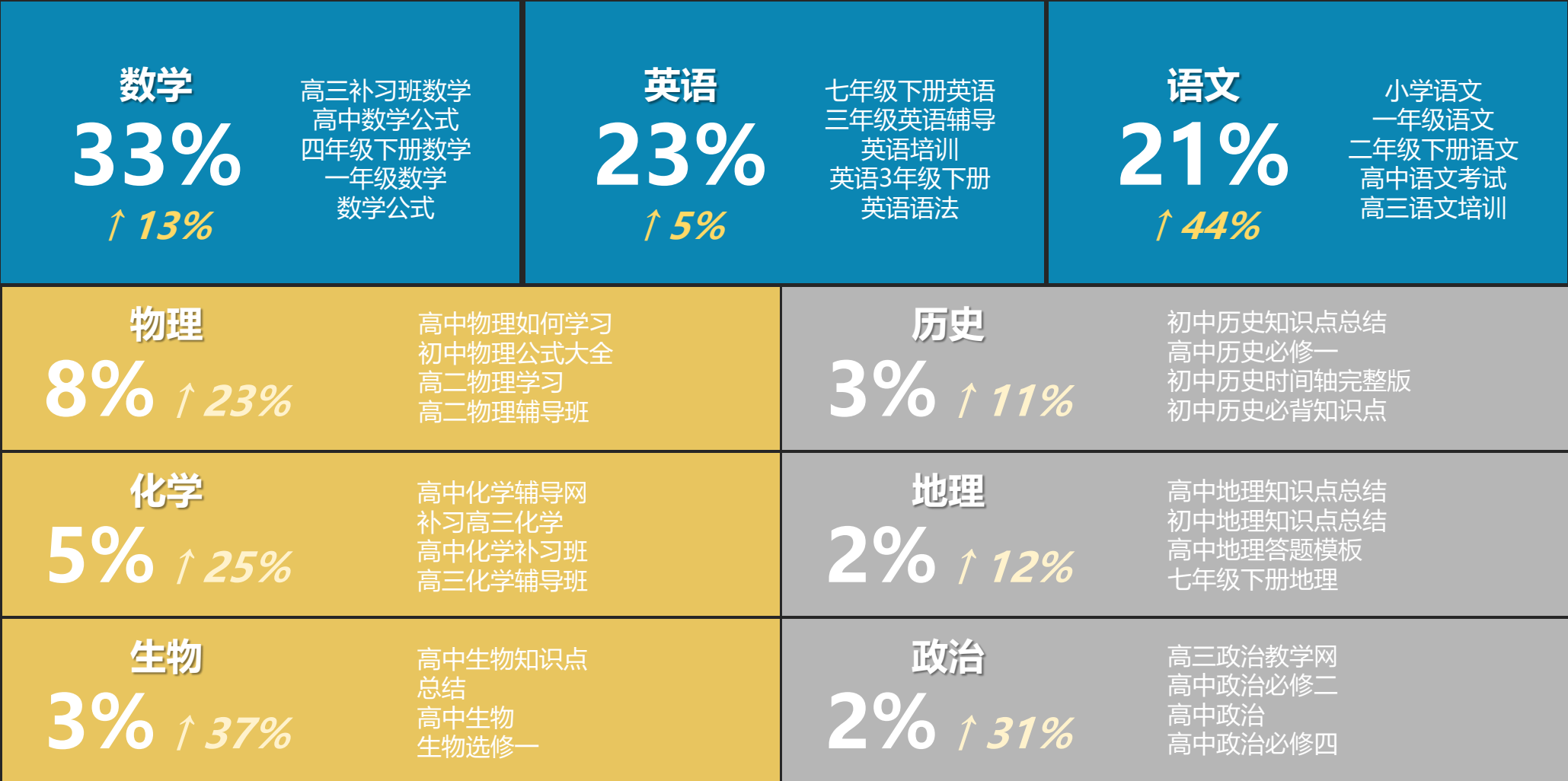
20年暑假班需求



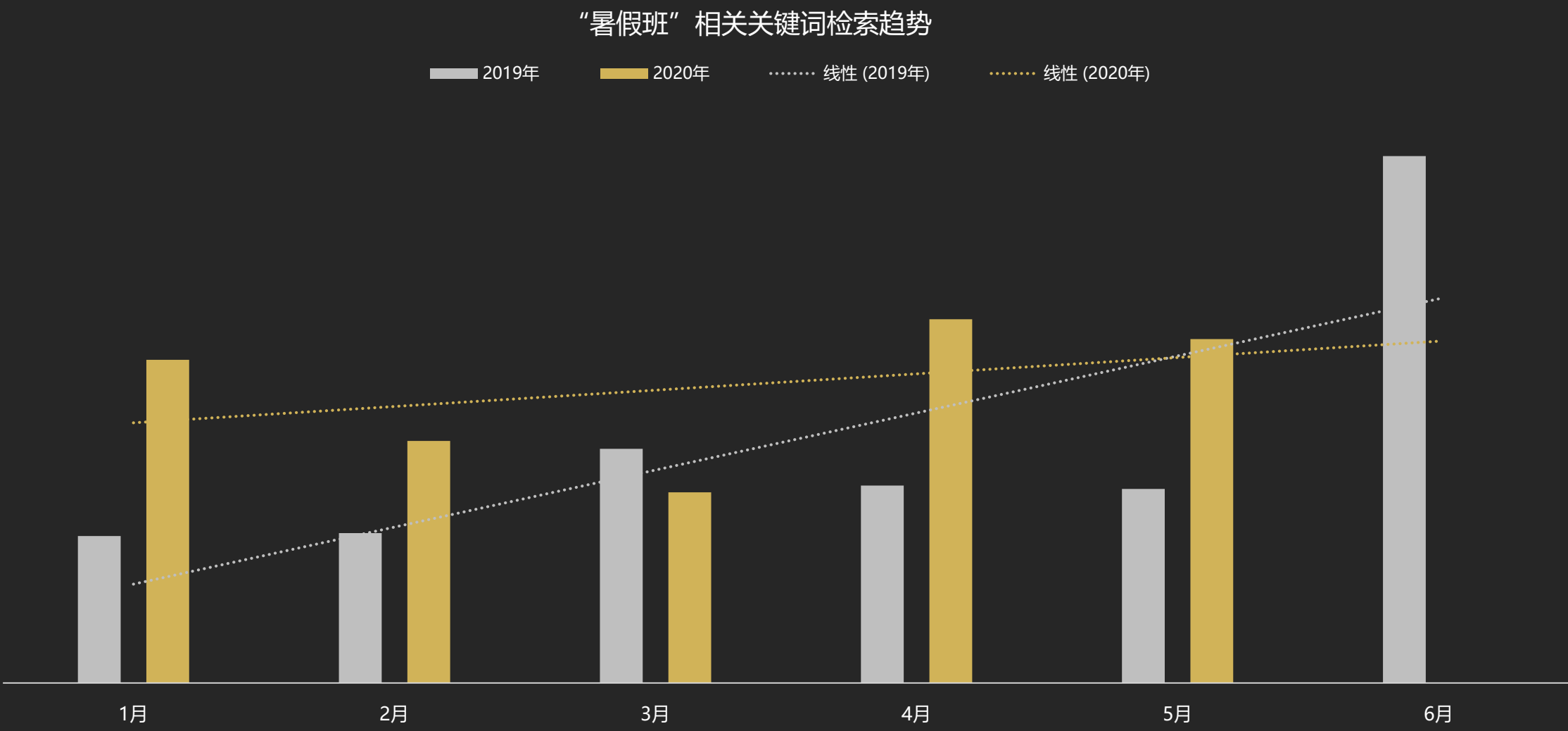
行业洞察 K12行业三四线城市下沉效应明显，需求占比超过一二线城市



行业洞察 语数外是网民关注三大科，其中语文关注度增速明显



行业洞察 后疫情时期，暑假班热度不减，相关检索量超19年同期



FINDINGS

受疫情影响，K12需求激增
行业流量地域下沉趋势显著
语数英是网民关注三大科，语文增速明显
后疫情期，暑期班关注度持续增长，暑期大战即将开始



K12行业洞察

网民关注点的变化
K12家长人群特征洞察



暑期全链营销策略

线上品牌如何保持增速
线下机构如何快速复苏

用户洞察 25-44岁 “有才有财” 妈妈是K12行业核心TA

25-44岁

79%为该年龄段人群
属于消费中坚力量

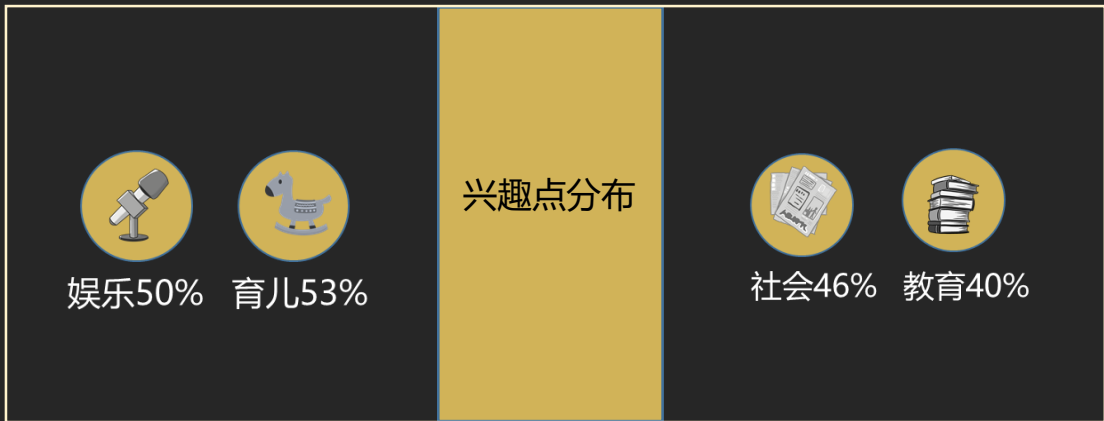
75%

女性占比高
妈妈人群为主

科学养娃，紧跟学习热点

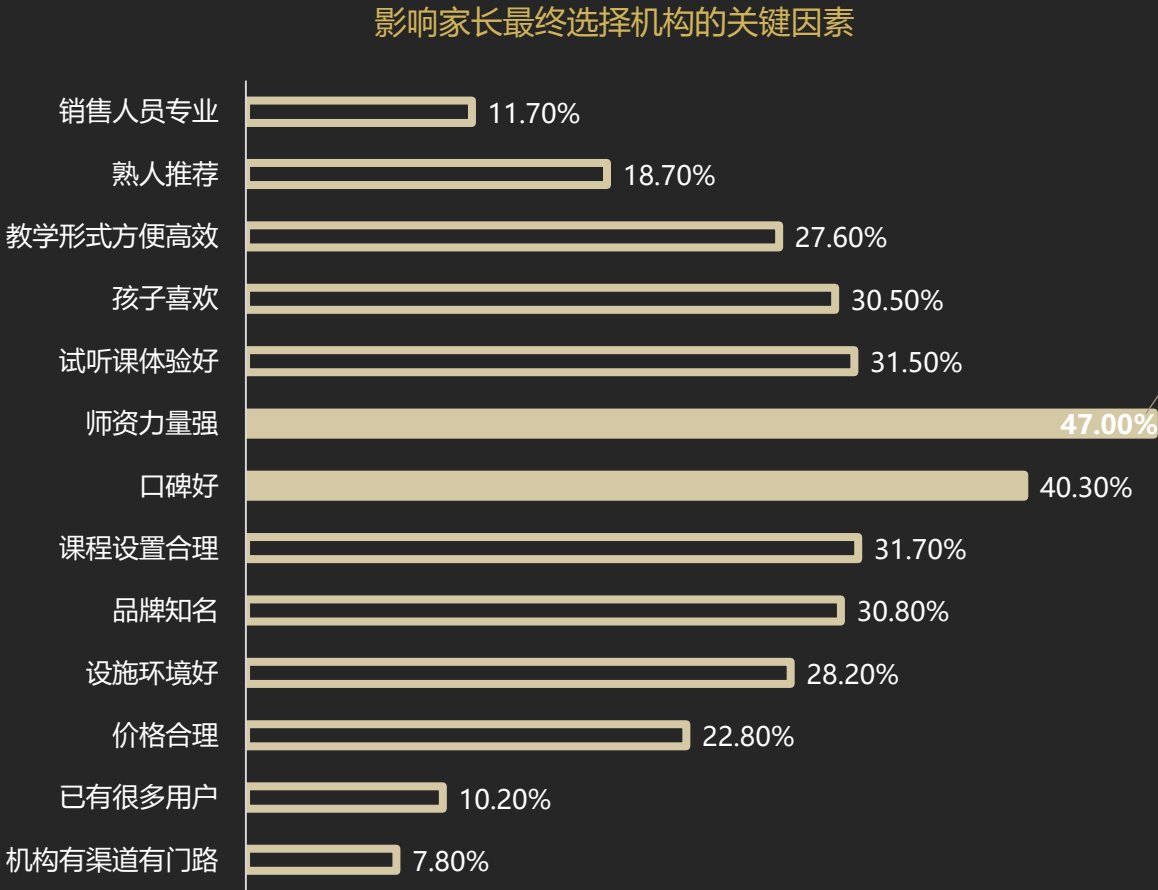


娱乐&科学育儿两不误



用户洞察

师资力量以及口碑是影响TA的核心因素



K12用户选择机构时看重的因素

师资力量的影响最大

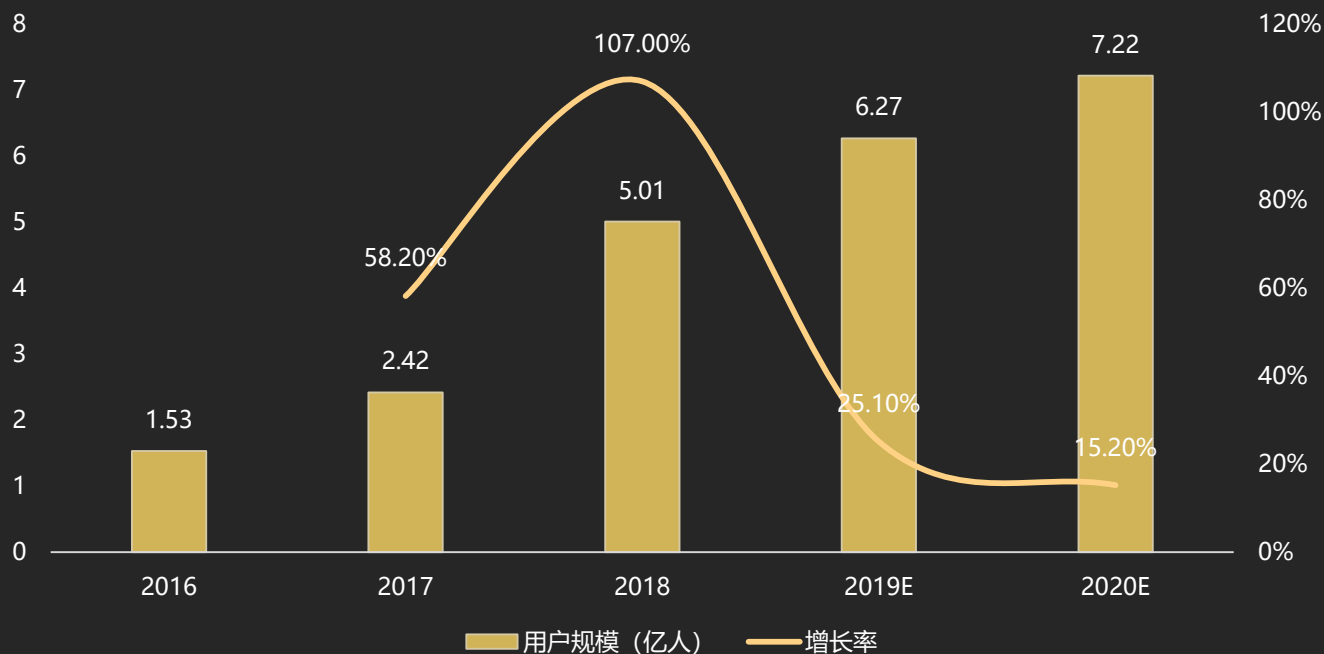
良好的品牌口碑也很关键

课程的设置和试听体验也较大程度影决策

用户洞察 更多家长通过短视频了解培训信息，智能音箱成为家庭学习新入口

中国短视频人均每天观看132分钟，超过六成用户目的是为了学习知识

2016-2020年中国短视频用户规模及增速



小度在家2019年全国出货量第一，已经成为家庭学习新入口



30+分钟
平均儿童学习时长



30+次
每日平均使用次数



5-6天
每周平均使用天数



30%+
每周视频通话渗透率

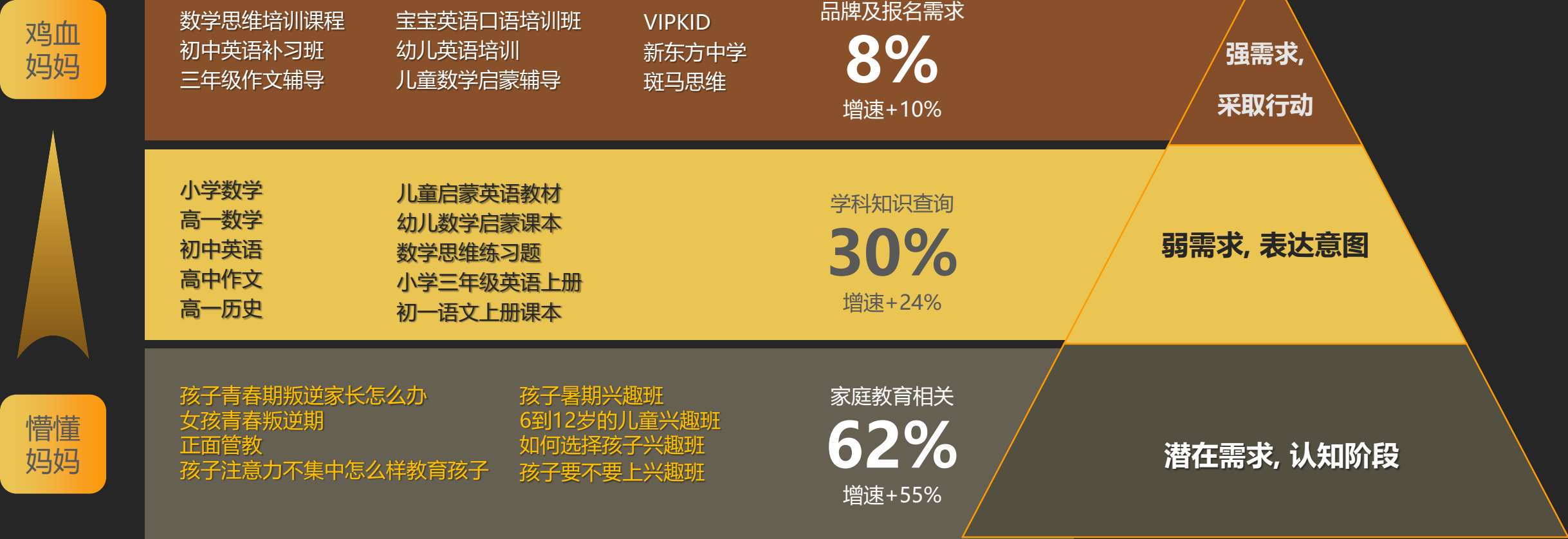


146分钟
平均观看长视频时长

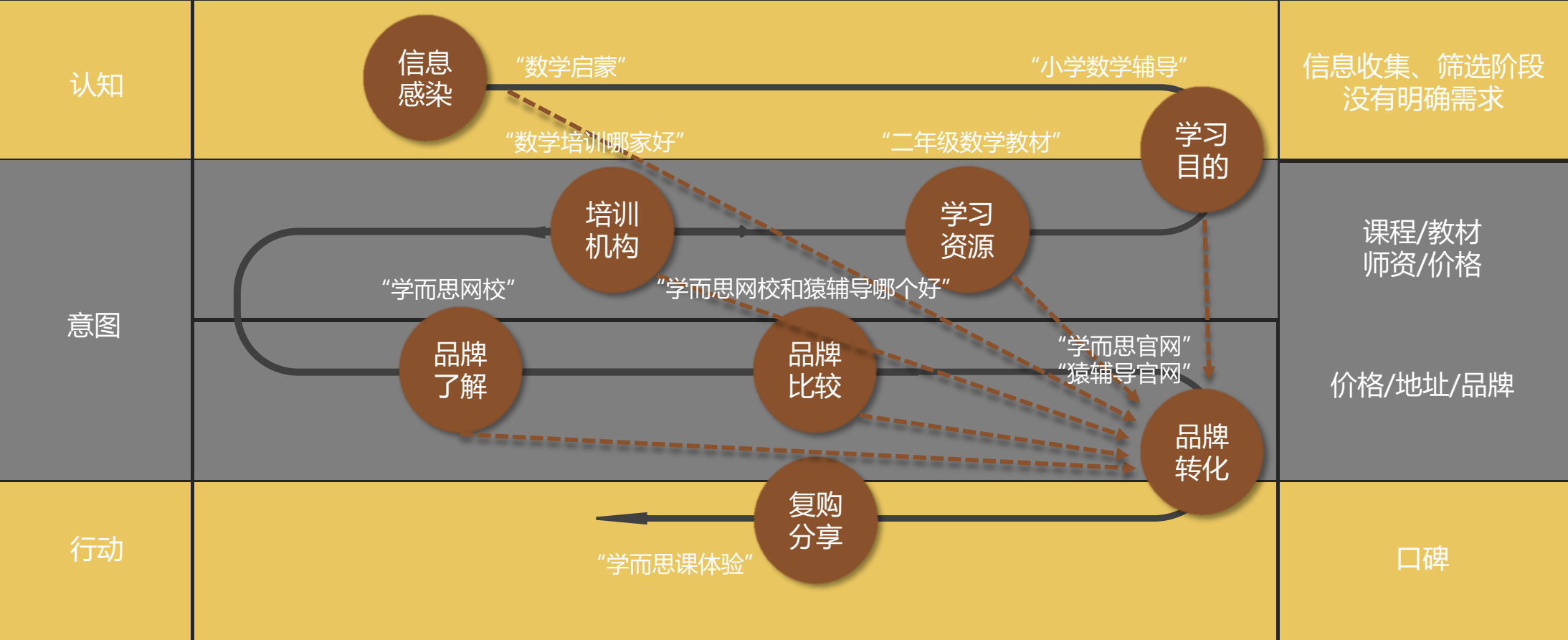


66分钟
平均观看短视频时长

用户洞察 目标人群需求分层，有大量懵懂妈妈关注家庭教育、孩子兴趣等问题



用户洞察 TA转化模式变化，决策路径上任何一个节点都可能发生转化



FINDINGS

1

人群画像

妈妈为主

25-44岁“有才有财”女性是K12核心用户, 她们决策看重师资力量和口碑、同时偏好视频

2

行为分析

阶段明确

懵懂妈妈进阶鸡血妈妈分为三个阶段, 第一阶段需求增速领跑

3

高效转化

转化升级

用户转化路径模式发生变化: 任何一个节点上都可以发生转化





K12行业洞察

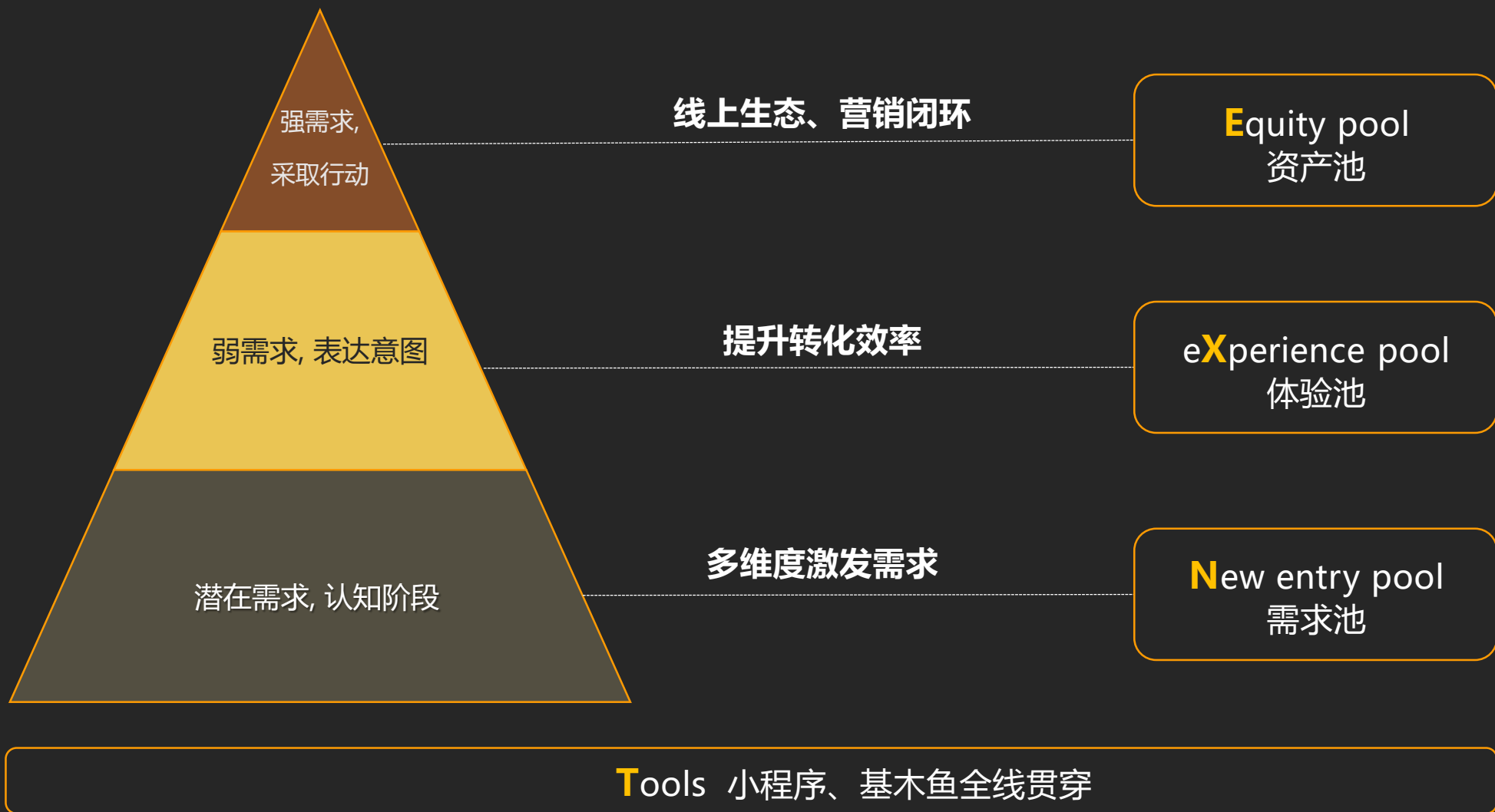
网民关注点的变化
K12家长人群特征洞察



暑期全链营销策略

线上品牌如何保持增速
线下机构如何快速复苏

全链营销 K12行业全链解决方案：针对不同阶段需求，制定不同营销策略



激发池 多维度激发网民需求，线上线下家庭全场景覆盖

线上场景

资讯浏览场景-GD广告/CPC广告

通过关键词、人群包等方式实现精准投放

APP使用场景-开屏广告

通过关键词、人群包等方式实现精准投放



家庭场景

合家欢看电视-OTT广告

精准定向人群，强势广告宣传

智慧家庭中控-小度在家

HOMEFEEDS广告，视频样式全面介绍课程优势

线下场景

重点小区人群覆盖-聚屏广告

定向家长高密度小区高效覆盖目标人群

家庭附近校区推荐-地图POI广告

百度地图-定位附近校区LOGO定制展现

线上场景 百度APP开屏、信息流GD广告，精准识别人群，高效提升品牌知名度



百度APP开屏

活动策划：教师节、感恩节&周年庆活动
定向思路：重点城市、家长人群定向



信息流GD广告

活动策划：新增在线课程宣传
定向思路：重点城市、意图词定向

线下场景 深挖校区优势，精准辐射家长



线上品牌聚屏活动

活动策划：旺季宣传
定向思路：核心城市



02-29-2020 星期六 电梯楼层：
31103101152012010098 电梯方向：
年家浜路28弄13# 电梯速度：



02-27-2020 星期四 电梯楼层：
30101101052002060329 电梯方向：
218-东-1 电梯速度：

线下品牌聚屏活动

活动策划：新课程宣传
定向思路：优质小区电梯电视

家庭场景 新兴智能场景，多种转化方式满足广告主需求



HOMEFEED图片广告



一键授权手机号码

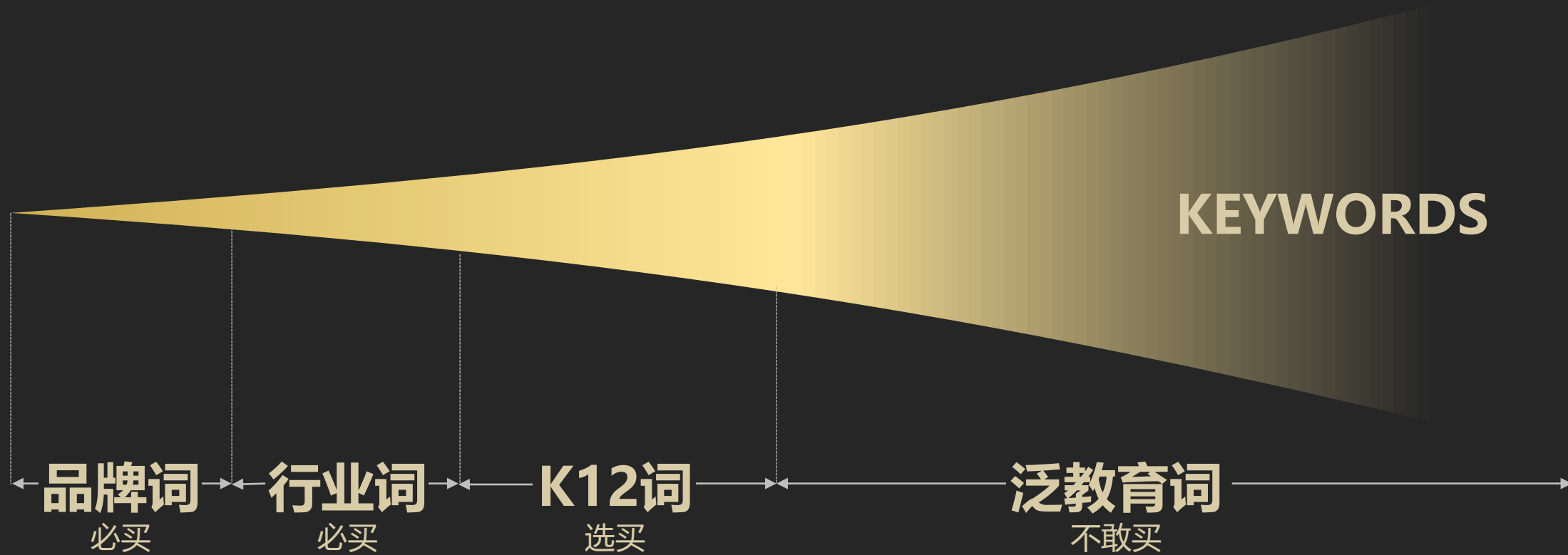


手机扫码注册

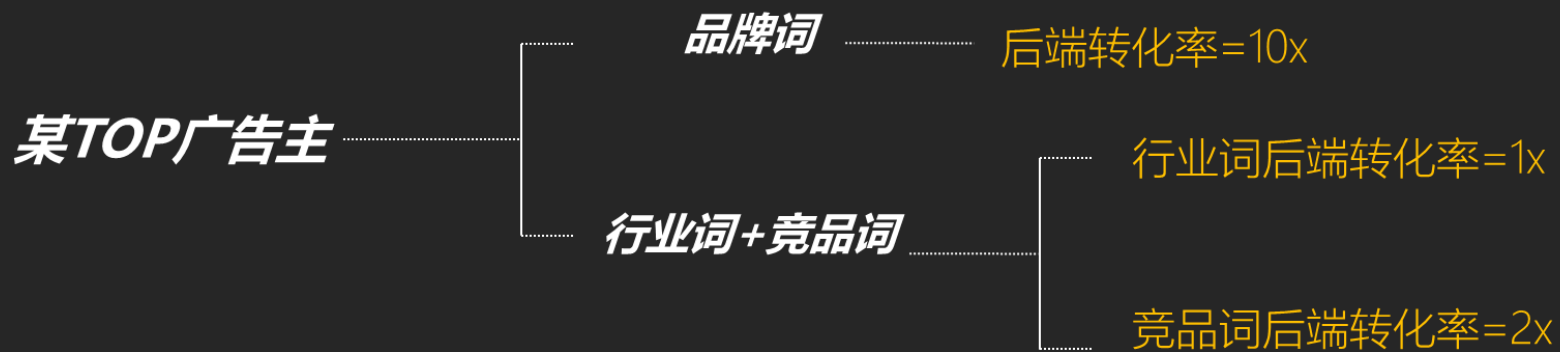


手机扫码付费

体验池 高效提升流量转化率，深挖精准流量

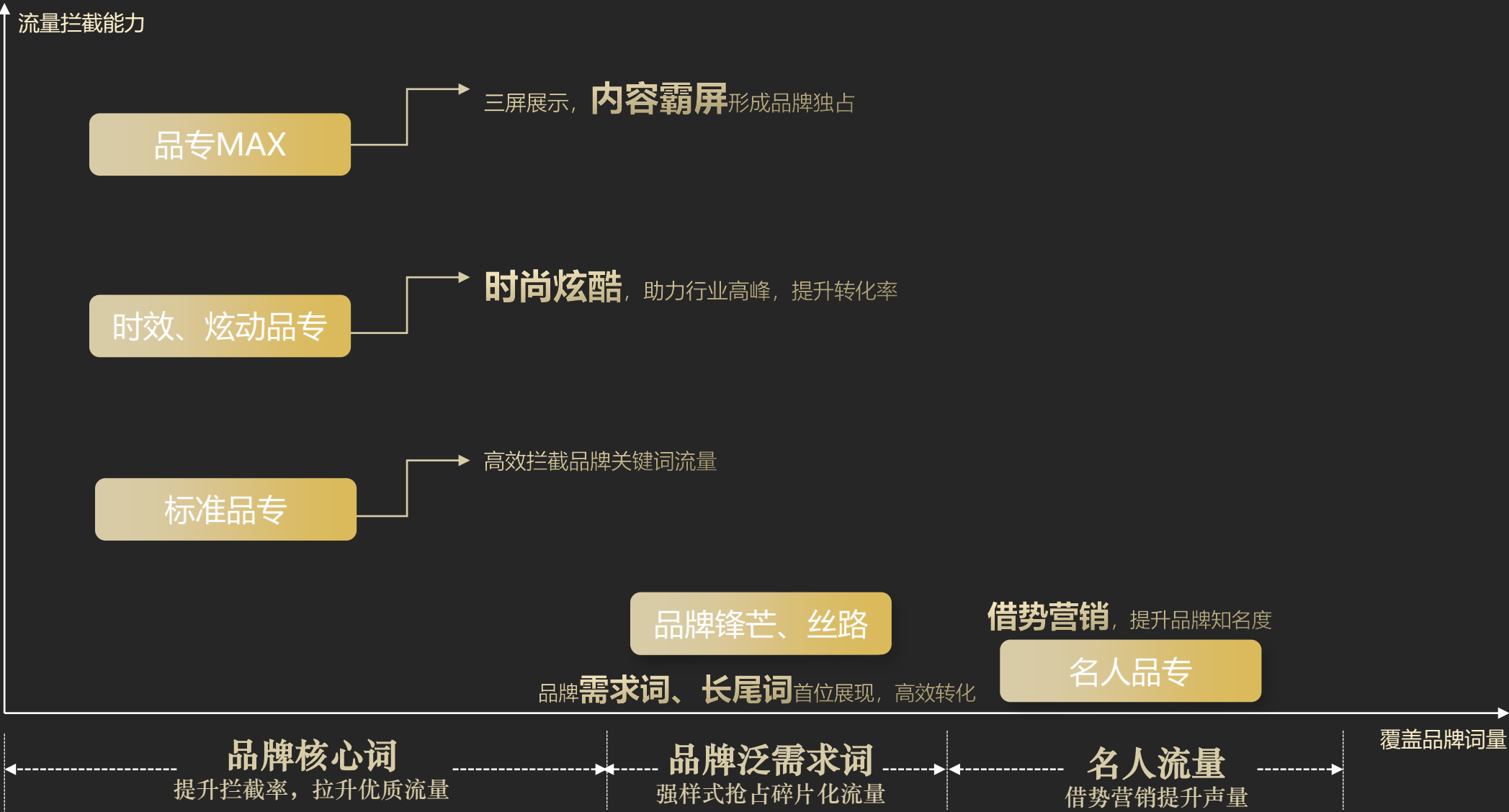


体验池 品牌流量是广告主最核心流量，高效切割可大幅提升后端效果



备注：上图数据仅做示例使用

体验池 品牌流量：品专样式矩阵，充分拦截品牌词流量



体验池 品牌流量：品专样式矩阵，充分拦截品牌词流量



品专标准样式

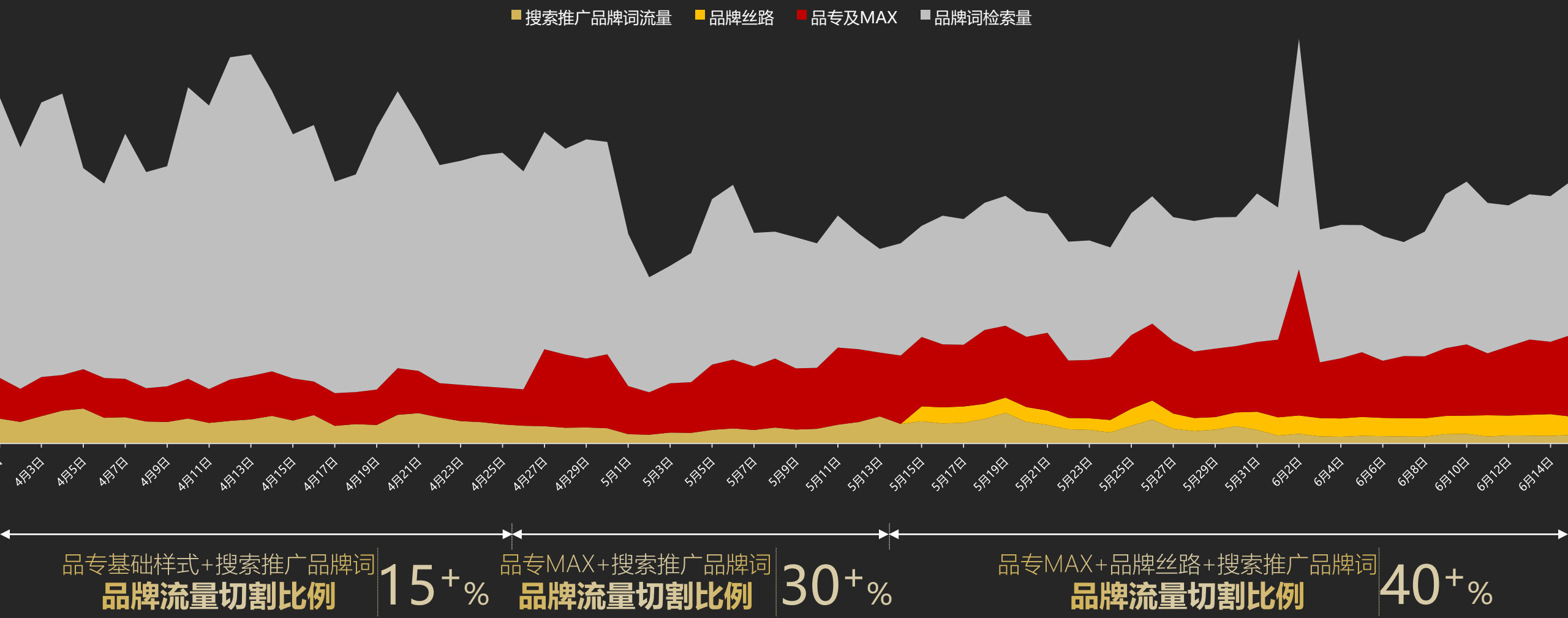


品专高级样式

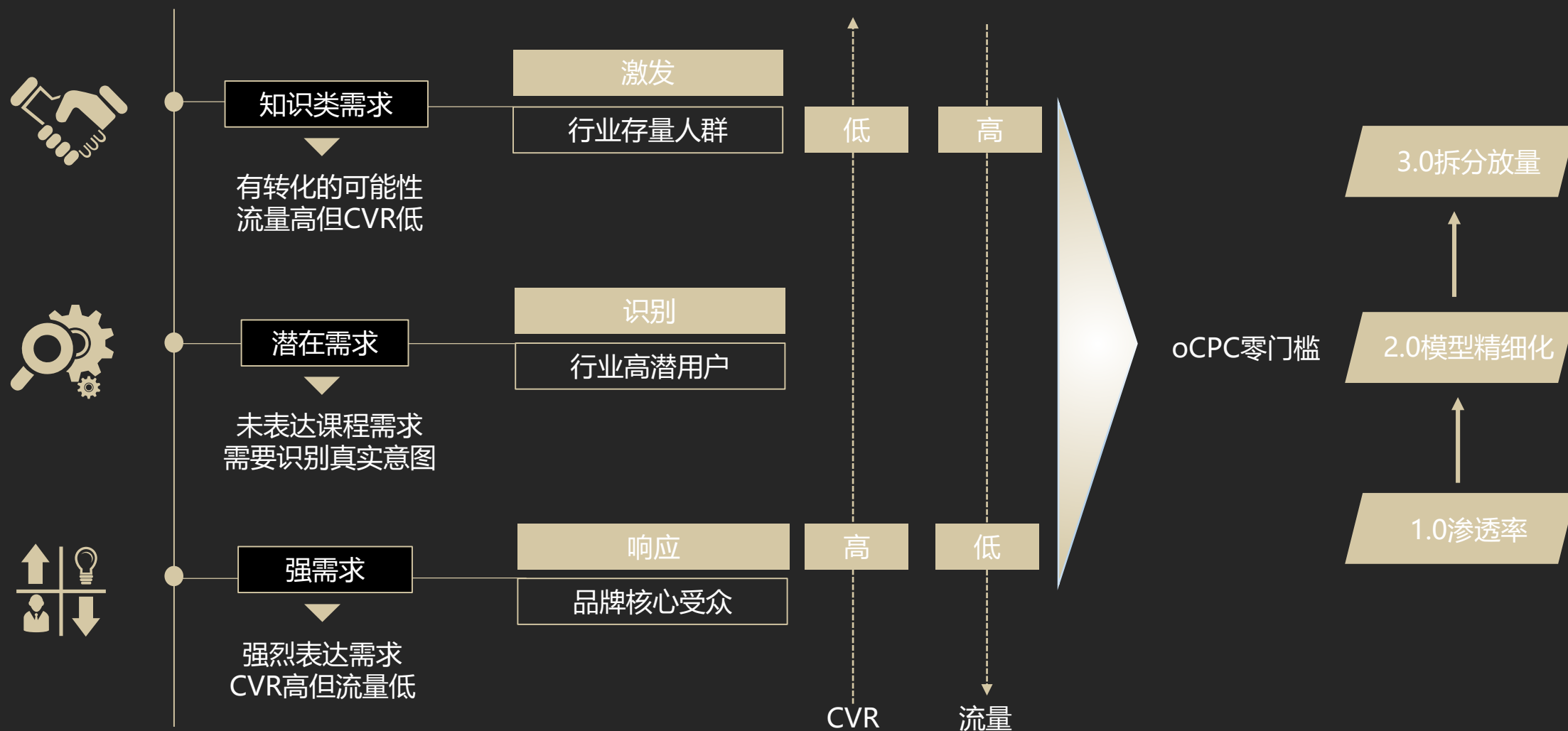


品专MAX

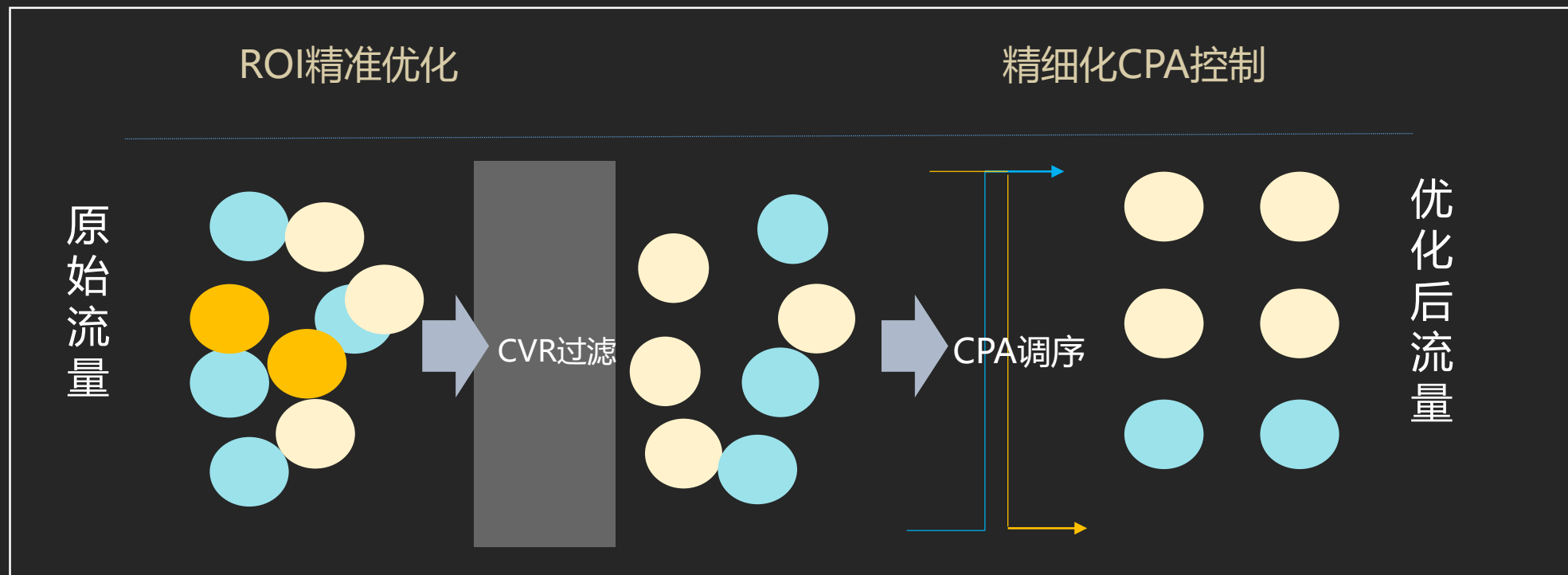
体验池 品牌流量：优秀案例-多产品配合，客户品牌流量切割能力大幅提升



体验池 常规流量：智能投放全面转化各需求层级用户



体验池 常规流量：搜索推广oCPC秘籍1-快速提升渗透率



共建深度转化数据
依托DNN模式深度学习
帮广告主稳定转化成本

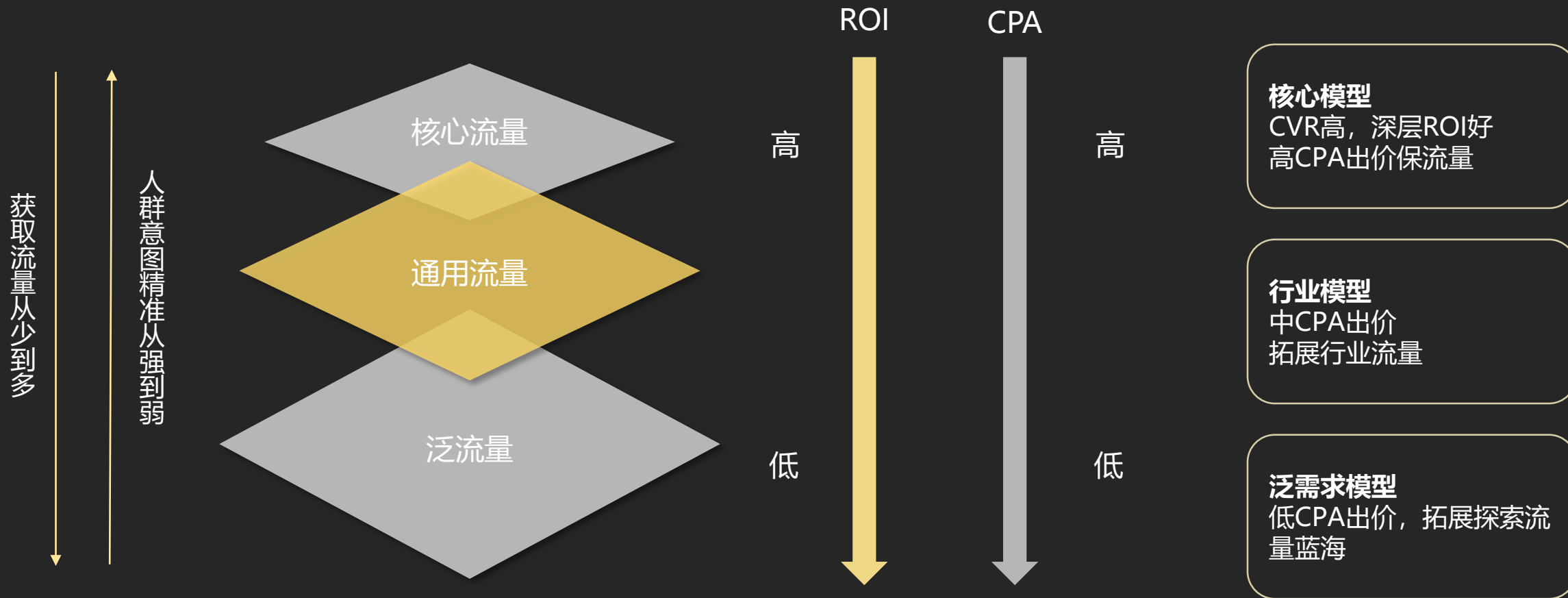


甄选优质高转化流量
突破关键词匹配/出价限制触发

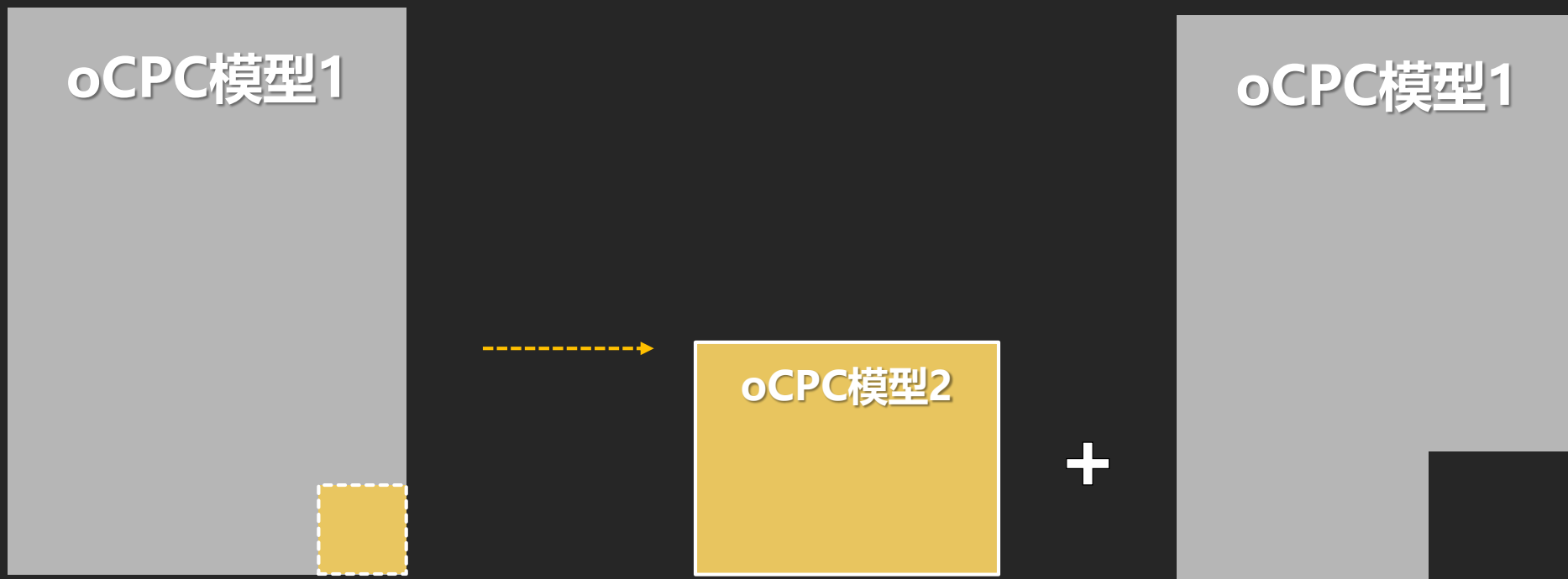


减少低效花费 控制转化成本
根据广告主目标成本进行投放

体验池 常规流量：搜索推广oCPC秘籍2-词类精细化运营，分CPA建立模型，提升后端ROI



体验池 常规流量：搜索推广oCPC秘籍3-低效关键词拆分，旺季快速放量



- STEP1-关键词选择：筛选原模型中低消费关键词（例如月消费小于10元）
- STEP2-模型复制：上述关键词在原模型中暂停，并在新账号中采用零门槛方式投放

资产池 提升品牌心智定位、沉淀行业资产

结构化输出
品牌形象、品牌课程

- ✓ 原生故事
- ✓ 品牌故事

- ✓ 商业阿拉丁
- ✓ 知了好学
- ✓ 好看-频道共建

01

文章资产



- ✓ 文库-下载互动
- ✓ 经验-知识锦囊
- ✓ 搜索推广-品牌知识中心

03

视频资产



知识资产

02

- ✓ 知识营销
- ✓ 知道合伙人
- ✓ 秒懂植入
- ✓ 知识闪电

04

课程资产




承接网民内容、知识需求
渗透知名度、提升声量

资产池 文章资产-品牌知识中心，蓝海流量优化空间大，高效招生新渠道

18:54

百度知识

英语音标怎么学？



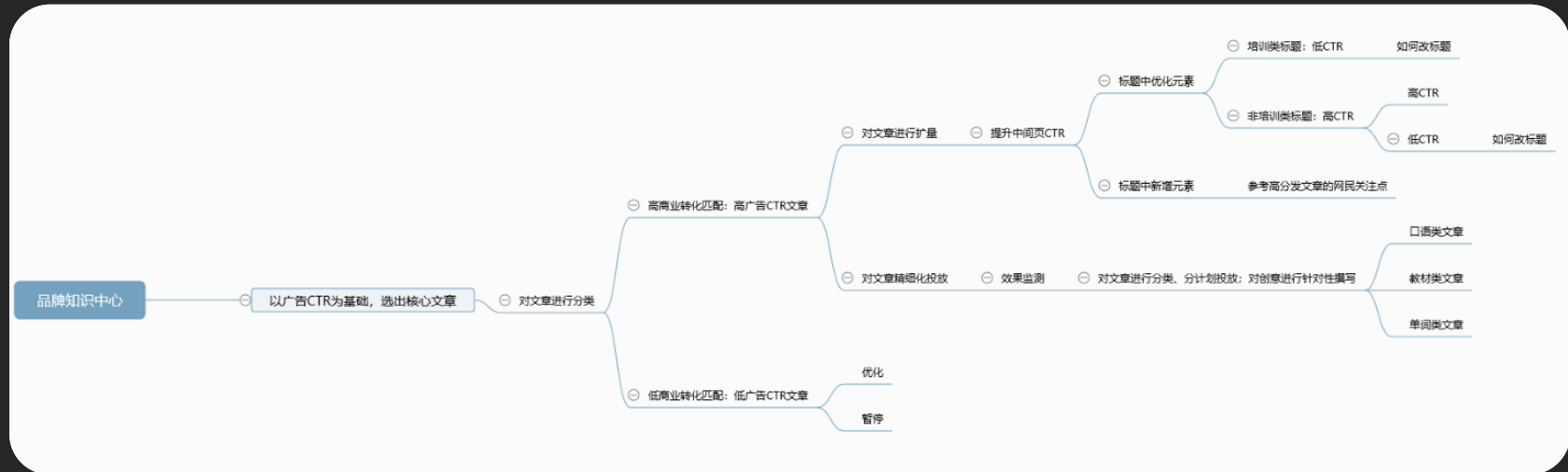
众所周知英语中一共有48个音标，其中又分为元音音素和辅音因素这两大类。音标是单词发音的一种构成，因此学好英语音标对于英语的发音以及单词的拼读都是很有帮助的，那么接下来我们就一起来看看英语音标怎么学？

英语音标怎么学第一点：掌握英语音标的发音

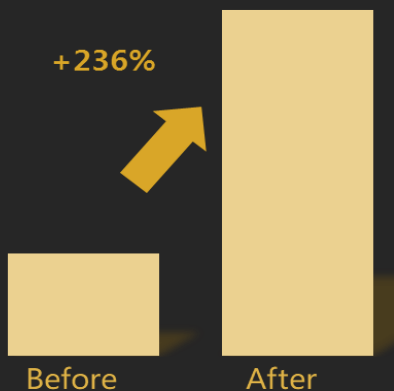
我们要知道的是其实音标的发音与汉语中的拼音是很相似的，元音音素分为单元音和双元音，而辅音因素也分为清辅音和浊辅音，其中不同的因素其发音的技巧也是不一样的，发音时候的口型、声带振动情况也是不一样的，因此建议大家最好是根据不同的分类来掌握音标中不同的发音。

英语音标怎么学第二点：联想记忆

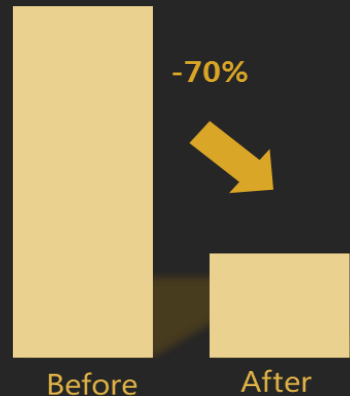
也就是说可以将英语的音标发音与中文联系起来，这样的方法无论是对于初学者来说，还是有一定基础的学习者来说都是比较简单的，可以很好地帮助大家记忆音标的大概发音方式。不过这样的方式只适合音标的辅助学习，若是一味依靠中文文字替换的方法来学习音标的话，那么对之后的英语发音会造成影响的。因此建议大家还是要按照标准的发音来读，联想记忆只作为一种辅助学习的方法。



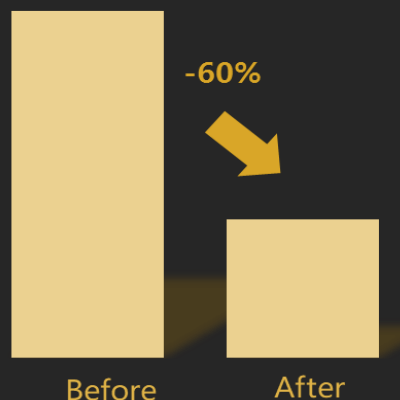
优化后CTR提升2.3倍



ACP下降70%



线索成本显著低于前期成本



资产池 知识资产-知道合伙人，行业问答高效拦截需求人群

普通回答位不固定

合伙人优质回答排序前置

合伙人提供更多转化途径



继承知道搜索加权

多次点击不额外收费

内容无广告标识

高度定制样式内容专题

支持部分内容外链

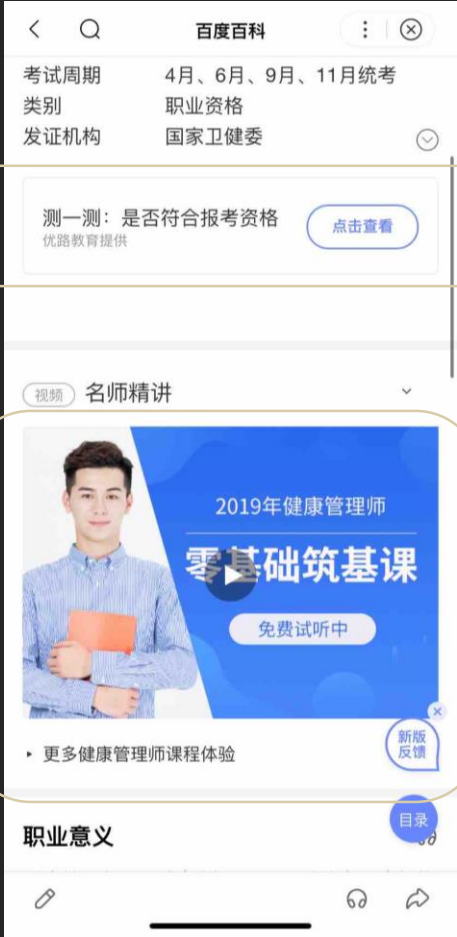
可支持填表单领取礼品

资产池 知识资产-秒懂百科-百科词条视频共建， 百度百科权威背书

秒懂视频软植入

词条页内容软植入

百度百科WAP端词条页面顶部位置展现
WAP端秒懂视频与PC端视频一致



WAP端导流模块

百度百科WAP端词条页面顶部位置展现
WAP端秒懂视频与PC端视频一致

课程视频模块

点击跳转到客户网站课程视频「直接」播放页面
不可直接跳转人工客服等无实际内容页面，不可直接展示广告

百度

欠缺

专业K12课程内容
更多活跃百家号

优势

海量K12行业需求



活动导流



课程列表页



留咨加粉

广告主

欠缺

K12行业流量
私域流量

优势

大量学科知识资料



资产池 课程资产、视频资产-创新合作：新东方冠名K12频道共建-运营通路



百度APP开屏



好看视频开屏



教育频道顶部banner



评论区banner



热门话题banner



发布页顶部banner



个人中心banner

黄金导流资源



K12共建栏目

冠名商权益

【课程栏目】
五个学科栏目+四个
前台视频
前两位新东方后两位
随机其他广告主。
点击【更多】进综合
列表

- 新东方教育科技集团
- 新东方在线网络课堂
- 精锐教育
- 北京新东方
- 掌门1对1
- 100教育一对一辅导
- 瑞思英语官方
- 美联英语培训
- 少儿编程童程童美

资产池 课程资产、视频资产-创新合作：新东方俞敏洪老师直播

**STEP2 百度APP开屏
导流至直播专题页**

**STEP4 主FEED一级干预
为直播间导流**

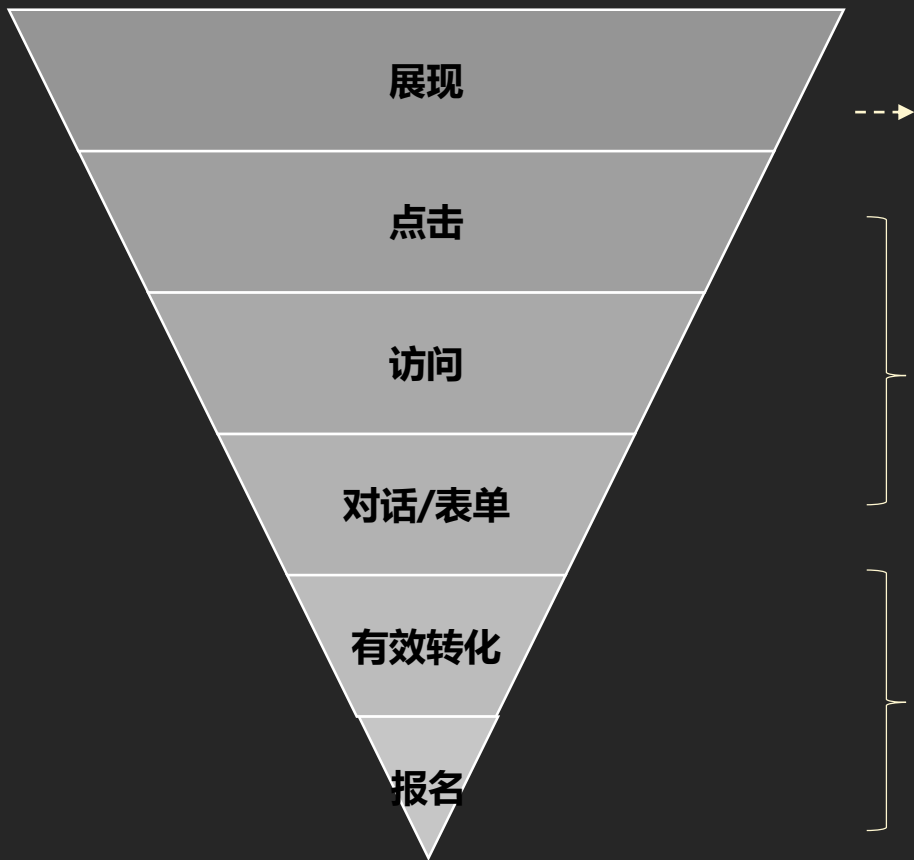


**STEP1 俞敏洪老师
直播&百度APP开屏同时上线**

**STEP3 直播专题页
为直播间导流**

**STEP5 直播挂件
为客户H5导流**

教育行业典型营销漏斗



多

流量层

小程序提供更多流量入口，自然+商业流量匹配更多用户场景，流量获取成本更低。

快

体验层

小程序可在百度系APP直接调起，提供更快的加载速度，且端内优质流量更有利于转化率提升

优

转化层

手机号一键授权大幅提升号码收集效率

营销工具 智能小程序TOP广告主示例

流量层



商业流量

- 小程序中文名称

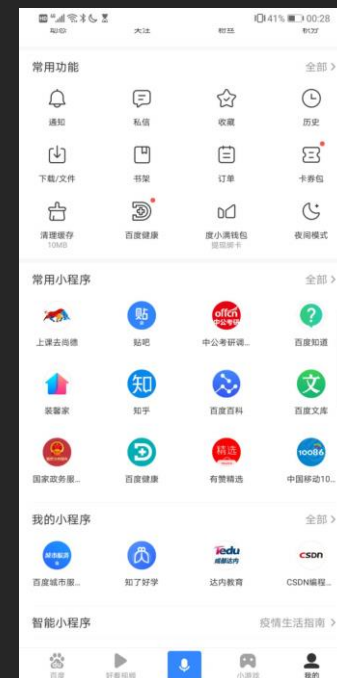
体验层



自然流量

- 小程序卡片
- 自然结果替换
- 百家号文章挂载

转化层

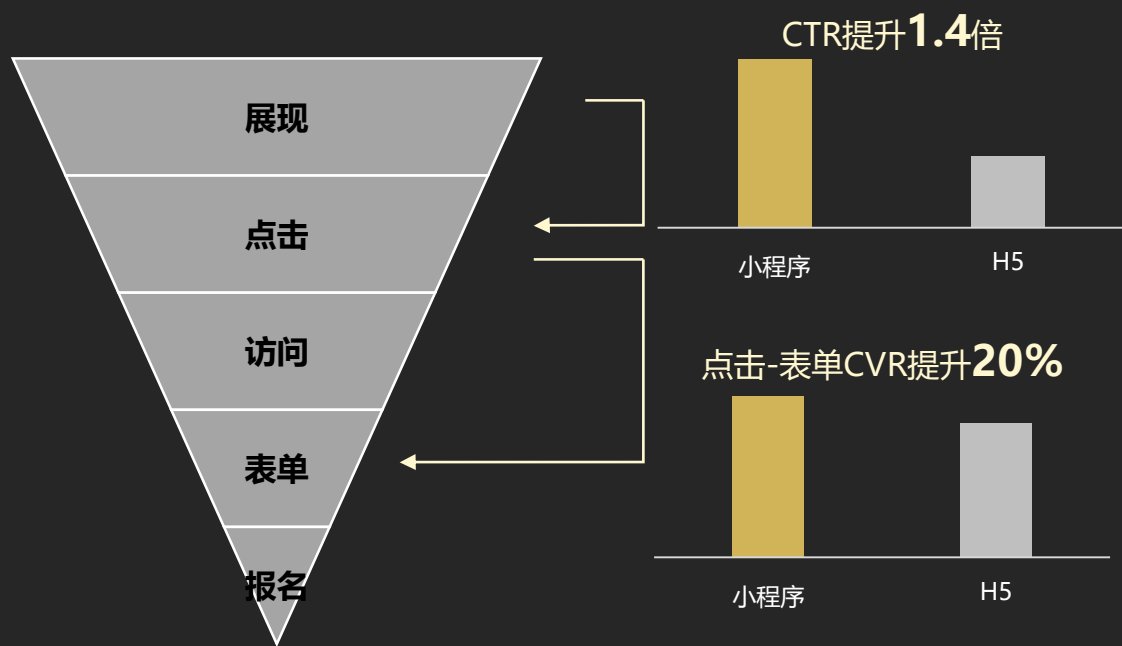


私域运营

- 固定入口：个人中心

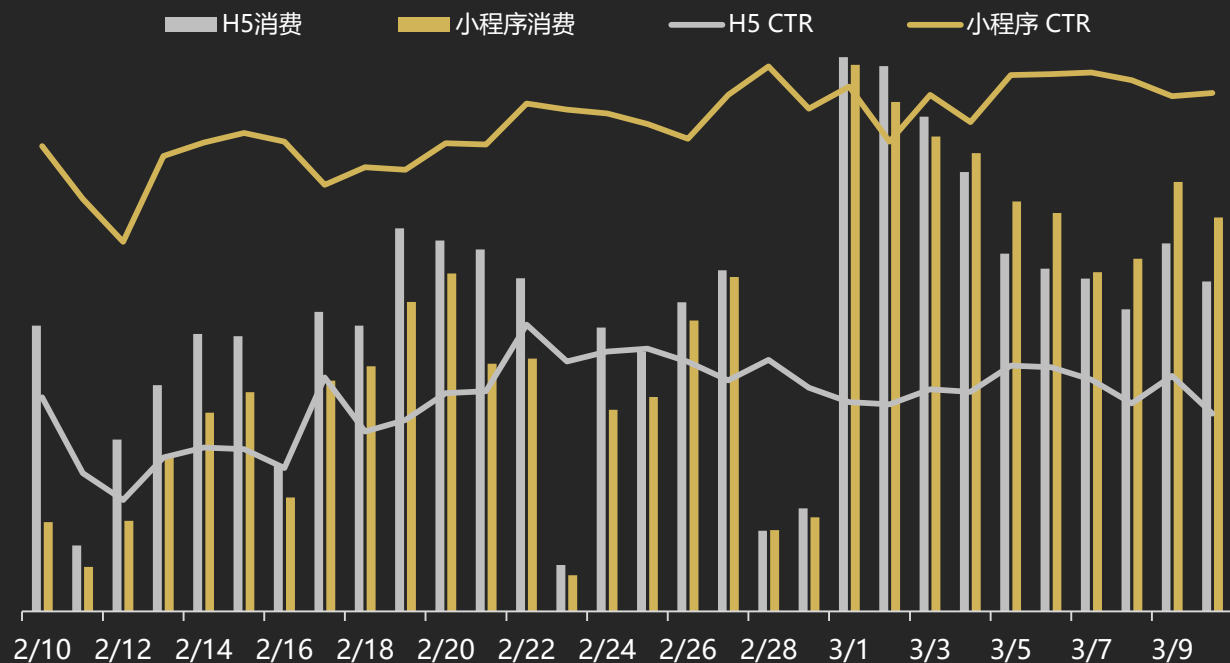
营销工具 智能小程序协同oCPC高效优化营销漏斗：提升核心指标优化模型放量

oCPC接入小程序，利用端内流量优势，提升模型核心指标



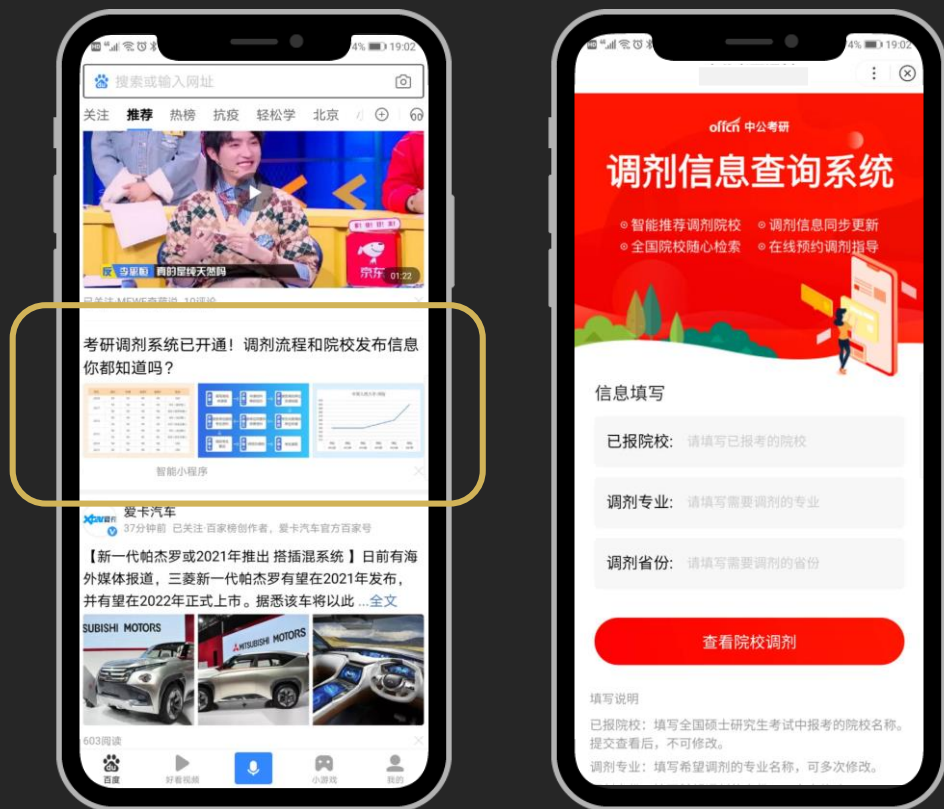
$$ECPM = Bid\text{-}转化 * eCTR * eCVR * 1000$$

H5/小程序投放对比



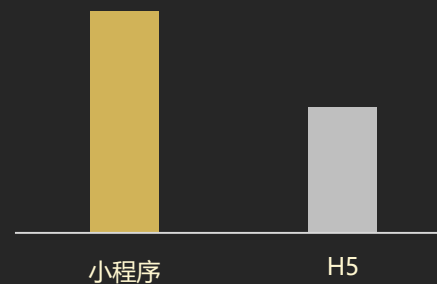
小程序消费占比从24%提升至54%，带动账号整体消费上涨

营销工具 智能小程序协同oCPC高效优化营销漏斗：优化性能体验，降低获客成本

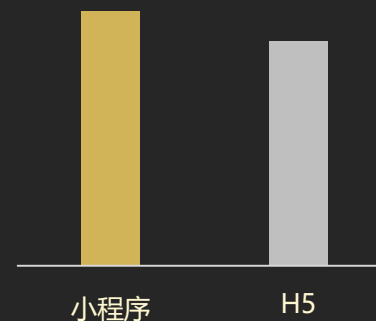


单页面小程序，打开速度快，体验佳
微信已有小程序一键迁移，快速投放

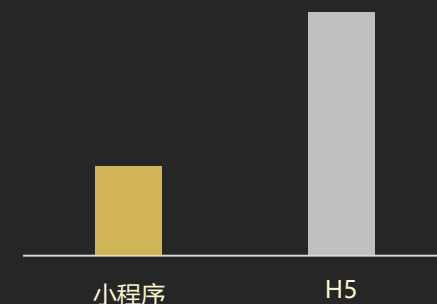
CTR提升**1.4倍**



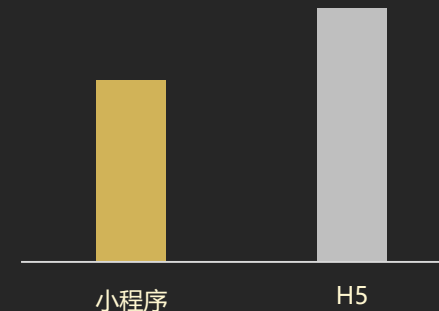
抵达率提升**13%**



CPC下降**13%**

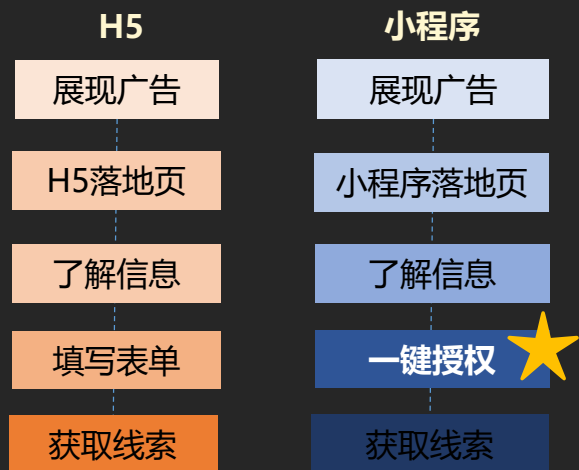


表单成本下降**29%**



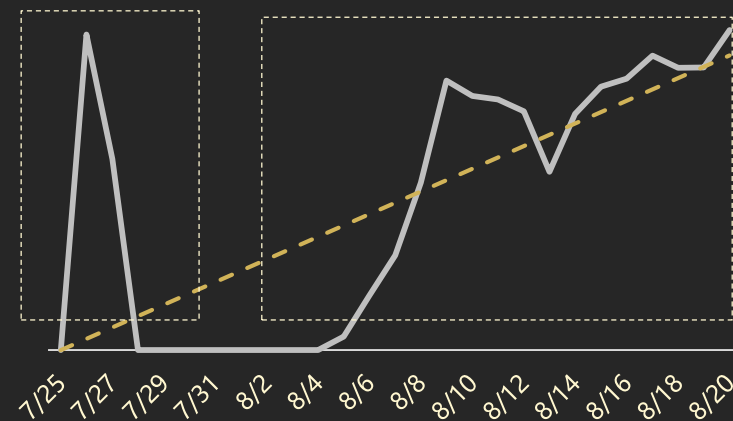
小程序各项指标均优于H5
新增账号全量独立投放小程序

营销工具 智能小程序协同oCPC高效优化营销漏斗：小程序授权手机号实现快速转化



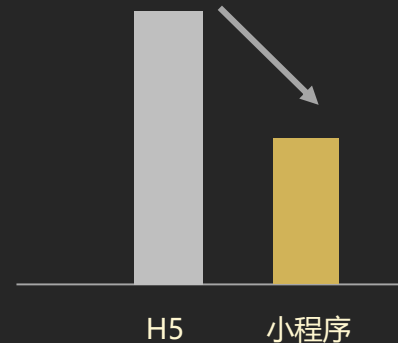
一键授权使用手机号权限能力，免去填写步骤
缩短广告整体转化路径

开始投放测试



验证正向后小程序消费持续走高

线索成本较H5低30%



使用一键授权手机号功能
线索成本大幅下降

K12行业2020年营销策略 深度结合N.E.X.T.策略，打通全链营销，实现高效增长

Toolkits工作台

New entry pool激发池

eXperience 体验池

Equity 资产池

工具提效

激发用户需求

提升投放效率

积累品牌资产

小程序

基木鱼

信息流CPC

信息流GD

开屏广告

聚屏

小度在家

品牌专区

品专MAX

品牌丝路

品牌锋芒

oCPC

视频化物料

知识营销

品牌知识中心

品牌故事

知识闪电

好看频道共建

百家号

本堂课程满意度调研-填写就有机会赢取礼品奥~

1. 请扫描二维码，完成本次课程的满意度调研
2. 我们会按月度，从认真填写满意度调研的同学中随机抽取5名同学，赠送礼品



百度营销系列直播课程下期预告

【周五】（6月5日）晚8点开播

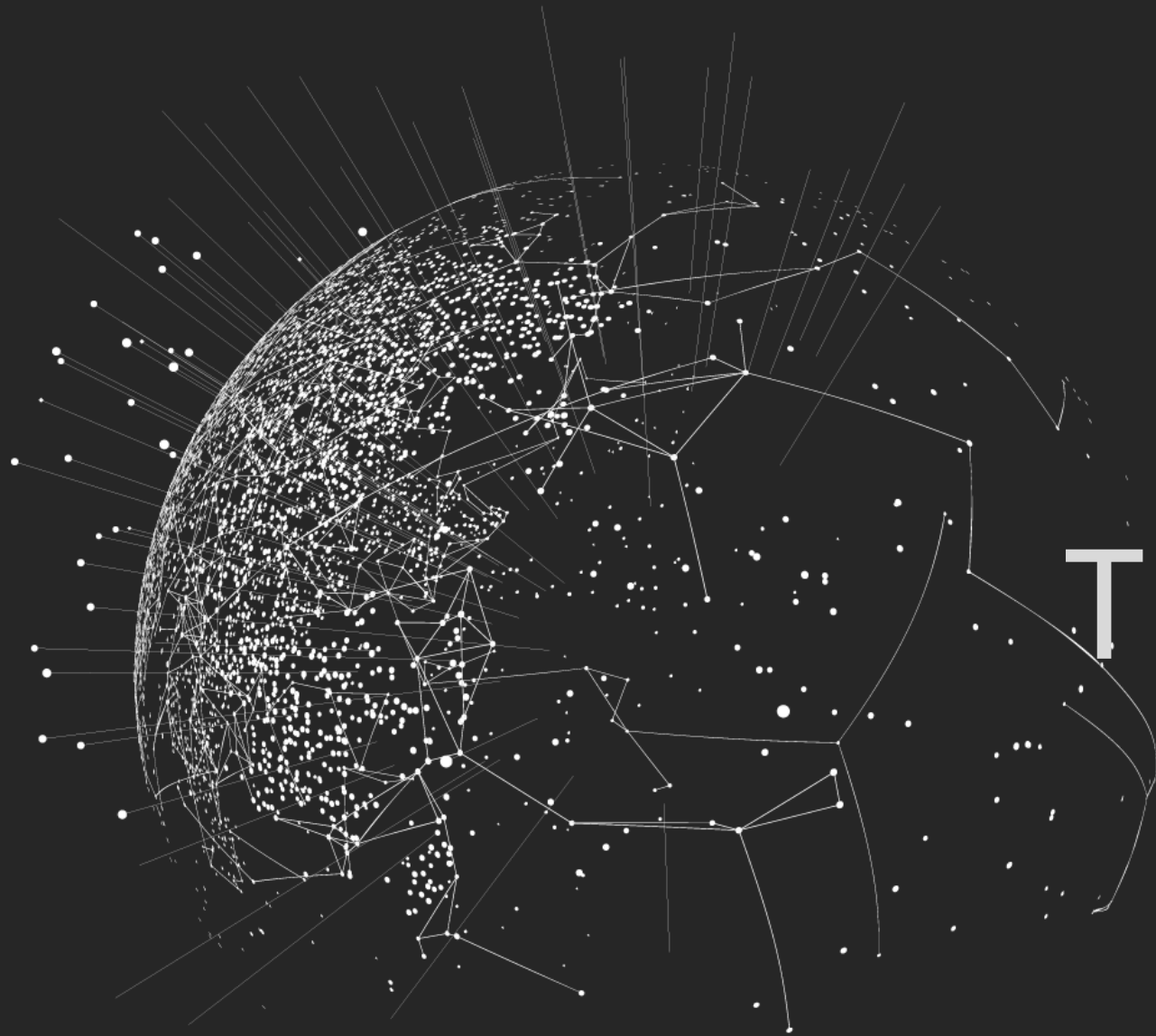
预告课程	时间
《涨姿势！百度好看视频广告全面解析，助您探索视频场景营销》 -邵越 商业产品运营部	周五（6/5）

**欢迎同学们互相转达！
每周二四晚，不见不散！**

百度营销系列直播课程资料获取及如何申请成为主播



1. 预约直播课可扫码关注百度营销中心百家号（左侧二维码）
2. 直播录像回放和材料获取，可在营销中心官网 (yingxiao.baidu.com)或百家号获取
3. 申请成为主播，请发需求邮件到：
renzheng@baidu.com



THANK YOU