

顺势而为 舞在风口

国际顶级编程教育机构如抢占国内市场？

广告主：童程童美

所属行业：教育

执行时间：2018.03.10-至今

参选类别：效果类

01

案例背景&洞察

公司介绍 | 行业情况 | 整体目标 | 人群洞察

童程童美
少儿编程教育



风口已至

在未来，可以不做程序员 但必须有编程思维

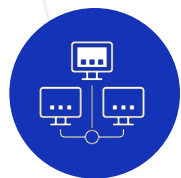
4年内
高速发展



2016

**奥巴马提倡
美国全民编程**

从美国小学一年级
便开始学习编程课程



2017

**国务院印发
人工智能规划**

开启人工智能相关课程
中国逐步推广编程教育



2018

**编程纳入
高考考试范围**

编程已确定
进入浙江省信息技术高考



2019

**中小学生
信息素养测评**

逐步推广编程教育
将同步编制
《中国智能教育发展方案》

风口已至

为什么孩子们都在学？ 编程教育的重要性



提高逻辑思维能力



中高考都在考



未来世界的扫盲课



上名校，更容易



突破数理难关

品牌简介

童程童美是什么？

国际顶尖编程教育机构

美国上市公司达内教育倾力打造，专注3-18岁青少儿编程教育，已形成乐高创意启蒙课程、人工智能编程、智能机器人编程、信息学奥赛编程等课程体系，并在全国50多个城市，建立180余家校区。



美国上市公司

首家在美国上市、累计培养了70万IT互联网软件人才的IT教育集团——达内。



17年经验积累

达内凝聚创办于2002年，依托专业+实战+理论积累，为中国孩子提供趣味编程教育。



3-18岁编程教育

线下200家校区，遍布60座城市，线上学习平台覆盖全国。满足孩子就近学习，更高效，更便捷。

深入洞察 童程童美的目标人群

- 有意向，但不清楚国内编程机构水准
- 不了解编程趋势，仍聚焦于传统科目
- 认为编程学习年龄较大，不知道启蒙教育
- 年轻家长群体了解，但缺乏信息渠道
- 国内编程机构繁杂，核心优势突出不明显

TA们可能 **“不信任/不了解”**

提升点：编程教育重要性认知 品牌信息渠道覆盖 品牌核心优势呈现



02

案例目标&策略

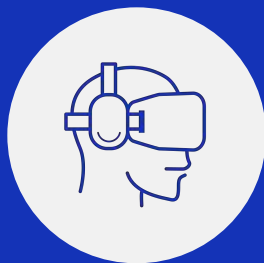
核心策略 | 策略亮点 | 具体规划 | 执行内容

童程童美
少儿编程教育



为童程童美制定核心三大目标

顺势而为 舞在风口



目标一

品牌覆盖

匹配用户媒介习惯

深度包围24小时真实生活

“种草品牌”



目标二

客资获取

线上广告精准能力

促进用户留下客资体验

“捕获用户”



目标三

数据反哺

通过广告反馈数据

描绘用户画像\热点位置

“数据积累”



Tencent 腾讯

全网顶尖的流量矩阵

-高度匹配童程童美推广目标-

借助腾讯流量抓取用户 精准化运营打造效果为王



广点通-全年长期投放广告

通过腾讯视频、腾讯新闻、QQ等优质媒介投放广告，不仅包围用户24小时真实生活，权威媒体更增加了品牌背书。



效果为王-广告效果为核心导向

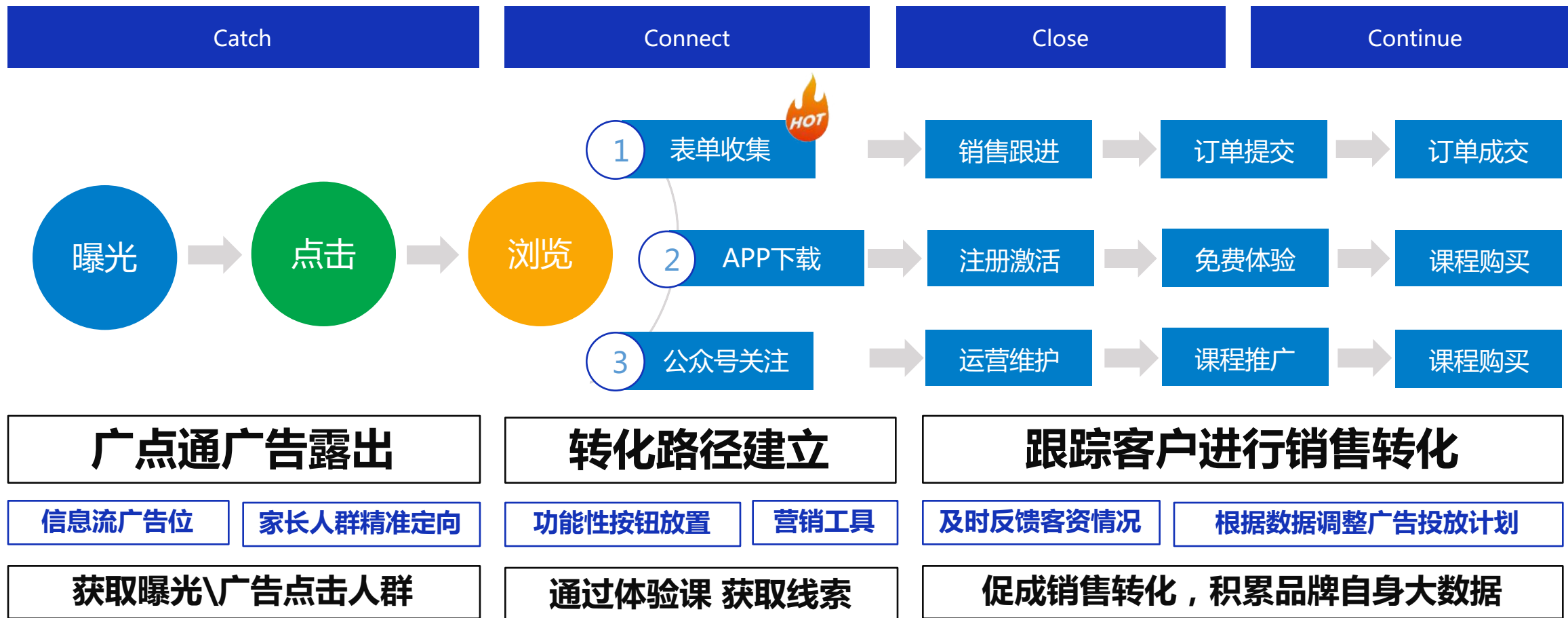
长期投放广告并以广告效果（用户姓名+手机号）为核心优化目标，迅速占据大量目标用户。



精细化-专项人员运营广告

专项团队运营广告，7*24小时监测账户情况，并提供大量创意支持（图片/视频）以及投放策略。

腾讯广告&童程童美 线上广告营销链路建立



童程童美前期采取0元试听课活动, 促使用户留下个人信息 (姓名/电话), 配合销售达成转化。

03

广告优化与效果展现

广告整体分析 | 阶段优化执行 | 投放效果预估

童程童美
少儿编程教育



整合广点通媒体资源，多场景渗透



优选腾讯新闻/腾讯视频/QQ浏览三大效果优秀资源位

腾讯新闻

用户群体教育程度高、成熟用户多、用户收入高。



高学历人群渗透率**72%**

来自经济发达地区**50%**

腾讯视频

女性用户群体多
用户量级大且粘性强



女性占比**63%**

平均月活跃用户数**5亿+**

QQ浏览器

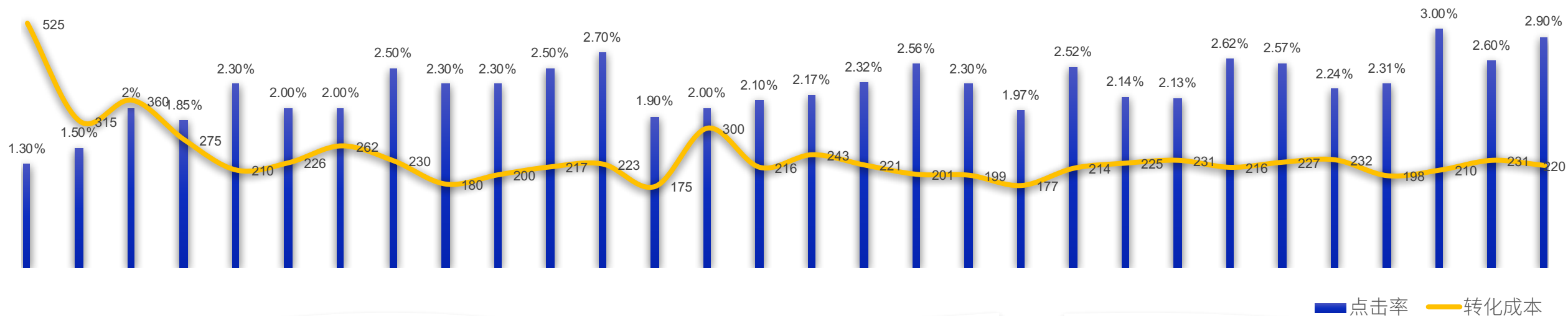
根据用户搜索行为
深度分析用户的浏览兴趣爱好



月活**3.5亿**

核心用户二三线城市的**白领为主**

广告整体数据分析



第一阶段问题

?

广告点击率1%
客资成本较高300元+

精准人群+素材调整

第二阶段问题

?

量级持续低温
单日消耗5000元左右

拓展渠道+智能工具

持续放量，稳定账户模型

广告平均点击率超过3%
招生成本下降50%低至200元
月耗300W元

保持账户模型稳定

第一阶段问题解决

症状：点击率低、转化成本较高、客资有效率较低

定向调整，聚焦高意向潜在人群

快速抢占一二线市场
(北京、上海、郑州等)

覆盖门店城市



在地域选择上，北京、上海、天津、沈阳、郑州、济南核心投放，全面覆盖门店所在城市的目标客户群体，从而提升门店客流量。

目标人群定位
(35-50岁，女性)

中高收入白领家庭



在兴趣行为标签上(少儿编程、中小学教育、少儿英语、乐高)等定向多维度聚焦有需求的目标家庭。

**先触达对编程接受程度较高人群
积累种子用户，提高账户质量**

兴趣 28/250

清空

编程培训班 × 培训 × 编程入门教程 × 创客 ×
机器人大赛 × 乐高玩具 ×
乐高机械组 ×

细化兴趣行为标签

行为 49/250

清空

编程入门 × 创客教育 × 少年宫 × 夏令营 ×
智能机器人 × 编程培训班 × 培训 ×
编程入门教

细化兴趣行为标签

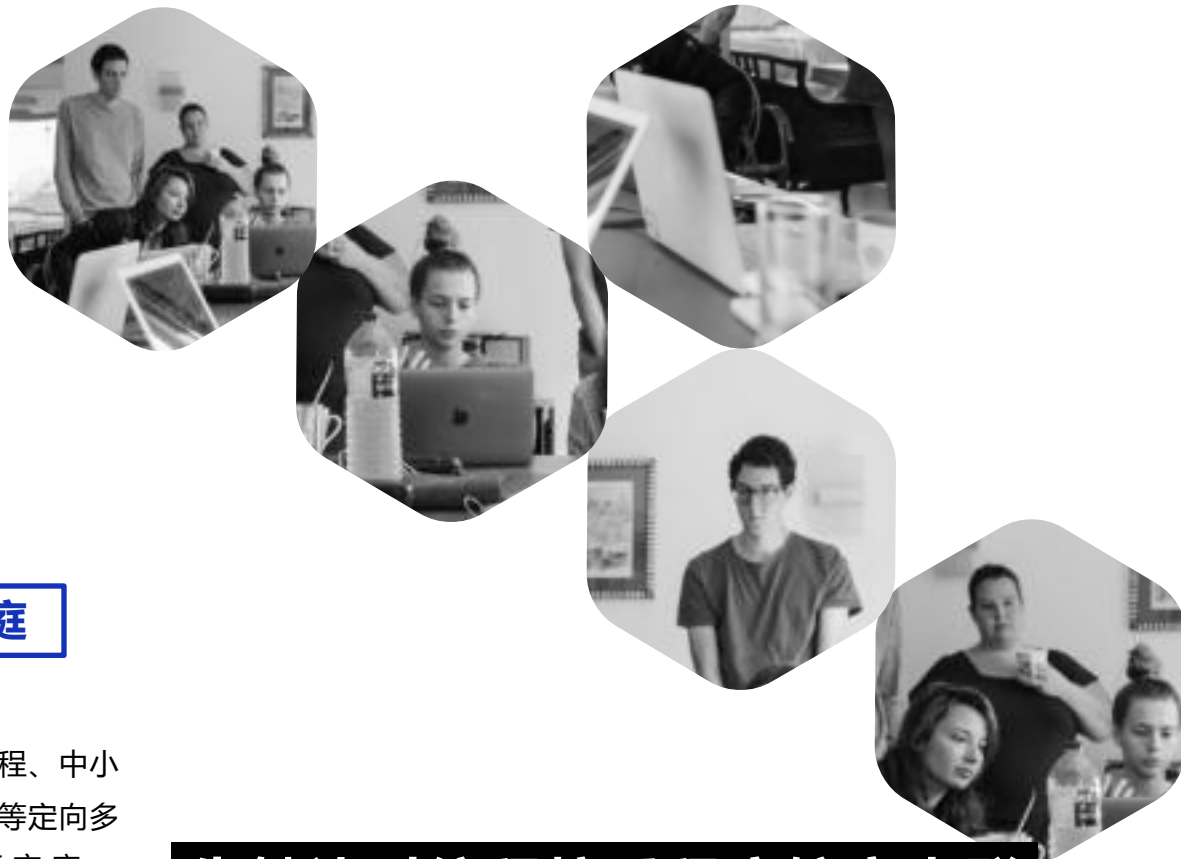
行为场景:不限 行为时效:6个月 行为强度:高 修改

浙江-杭州市-江干区 × 天津-和平区 ×

天津-河东区 × 天津-红桥区 × 天津-南开区 ×

天津-滨海新区 × 西青区 ×

区域标签



第一阶段问题解决

症状：点击率低、转化成本较高、客资有效率较低

素材调整，增加视频素材，图片素材快速更新迭代

活动突出0元体验

明星代言

落地页详细介绍课程

增加视频素材



文案突出0元领取，迅速更新素材，广告平均点击率超3%，招生成本下降50%

童程童美 美国上市公司 更多人的选择

佟大为 童程童美品牌代言人

落地页明星代言素材 更具说服力

为什么要学少儿编程 锻炼孩子四大能力

孩子学习兴趣差？ 激发孩子兴趣和学习能力

孩子们对机器人这种科技产物充满探索心态，极大地激发孩子兴趣，保持好奇心，增强学习能力。

孩子缺乏思考能力？ 提升孩子专注力、创造力

锻炼全方位思考能力，例如如何搭建机器人，如何使其稳定行走路线。

孩子表达能力弱？思维逻辑差？ 锻炼孩子语言表达能力，增强自信心

课后展示自己搭建编程作品，锻炼孩子语言表达能力，让孩子更有自信，有思路面对各种沟通难题。

孩子无法应对人工智能时代？ 增强AI时代竞争力

知名国际大赛（FLL、WRO）任务融入课程设计，更具实战性，紧跟时代发展，让孩子增强AI时代竞争力。

第二阶段问题解决

症状：获取用户量级较小，日耗5000千左右

增加微信朋友圈渠道



两个月内实现1774.7W+次曝光

客资成本200元

品宣与引流一箭双雕



素材方向

实景+视频+免费试听



定向

高学历/少儿编程



落地页

添加表单/课程详解



朋友圈外层素材



朋友圈落地页素材

依据童程童美广点通广告以及其它教育行业投放经验，
朋友圈稳定投放，减少试错成本。

第二阶段问题解决

症状：获取用户量级较小，日耗5000千左右

使用DMP人群包 | oCPM+CPM计划组合投放 | 提高账户预算



oCPM+CPM计划组合

为保证获取更多优质用户量，在广告计划上采用oCPM+CPM计划组合投放，提升广告竞争力。



提高账户预算

提高广告预算，保证广告账户质量，获取更多量级。



公众号粉丝拓展包

门店周边人群包



竞品关键词包

高消费/少儿编程包



销售线索拓展包

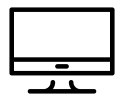
点击人群拓展包

提升账户竞争力，挖掘拓展更多用户



第三阶段平稳持续投放

稳定账户，持续平稳投放，根据用户情况实时调整



计划搭建

持续搭建计划，每天10-20条

A/B test测试素材及文案

保证账户整体新鲜度



账户定向

流量高峰时段 08:00-22:00

根据预算情况调整时段

定向使用人群包



文案创意

卖点+痛点+区域

广点通区域动态词包

朋友圈视频不断更新



LBS打点门店

部分计划

打点童程童美线下门店

实现精准覆盖



04

投放总结与反馈

投放经验总结 | 客户反馈 | 影响力与口碑

童程童美
少儿编程教育



广告效果整体汇总

累计消耗
1500W元+

平均点击率
3%

转化成本
200元

ROI
1.5+

★ 点击率从1%提升到3%，客资成本下降50%，获取优质客户30000+



投放
亮点

人群精准 + 视频素材 + 人群包使用

编程教育作为非刚需教育，先期精准触达接受度较高用户，积累种子人群，图片+视频不断更新，提高账户质量，后期进行人群挖掘与拓展有效提升获客量级。



服务
亮点

5Min内响应，1对1解决问题

广告上线初期，每日上线计划10-20条，数据作为支撑及时优化调整，群内反馈问题 建议和投放策略；
3分钟内及时响应



客户反馈

效果很理想，运营执行力MAX，沟通顺畅无阻。

★ 招生成本在200以内，效果非常理想，后续将与微盟持续合作.....

“谢总表示“现在少儿编程市场竞争十分激烈，之前我们采用线下派单、扫楼等方式进行推广，效果不好，招生成本高达300元。与微盟盟聚合作进行朋友圈广告投放，将招生成本控制在200元以内，广告投放期间，线下门店客流量有明显提升，效果非常理想，后续我们也将继续与微盟合作投放广告。”

—— 童程童美 网络营销经理



我们优化师说

投放经验总结

> 01
experience

寒暑假旺季提前做好规划

童程童美在应对招生旺季时，果断增加朋友圈渠道，采用优质素材+优质定向，快速提升效果。

> 02
experience

素材真实原生点击率高

广告素材中，真实学生学习场景吸引力更强，视频素材在广告投放中表现较好。

> 03
experience

线索人群拓展更有效

在不同维度人群包中，以前期广告收集线索作为种子人群进行拓量，转化效果较好。

- 影响力与口碑 -

童程童美&腾讯社交广告



腾讯教育2017年人气精品课程



新浪五星金牌教师评选“全国金牌团队奖”



新京报金粉笔年度教育公益品牌



腾讯教育2017年优质课程教育机构

单季招生破万，业务持续领先

单季招生破万，招生人数5倍速飞跃式增长，标志着达内少儿编程品牌童程童美业务继成人业务之后再次成为了行业的领导品牌。

品牌影响力获众多机构认可

童程童美荣获腾讯教育总评榜“[2018年度知名素质教育品牌](#)”大奖
童程童美荣获新浪教育年度盛典“[2018年度口碑影响力素质教育品牌](#)”大奖

