# 从幼儿园成功案例看教育培训行业如何做微信营销

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2025-01-20

*第一篇：从幼儿园成功案例看教育培训行业如何做微信营销从幼儿园成功案例看教育培训行业如何做微信营销武汉凯得威国际幼儿园于2月7日成功举办了半日体验课活动，在此武汉同享广告策划专员为您分析此次活动微信营销推广成功因素，解析教育行业做好微信营销...*

**第一篇：从幼儿园成功案例看教育培训行业如何做微信营销**

从幼儿园成功案例看教育培训行业如何做微信营销

武汉凯得威国际幼儿园于2月7日成功举办了半日体验课活动，在此武汉同享广告策划专员为您分析此次活动微信营销推广成功因素，解析教育行业做好微信营销的关键点。

一、客户背景：

凯得威国际儿童学校以蒙台梭利教育理念为主导，环境清幽雅静，课程设置完备。英美外教全日制授课，竭力为孩子创造优良的英语学习环境。

本次凯得威半日体验课活动，不仅是为了让新晋的奶爸奶妈学习到更多的蒙特梭利课程知识，实地感受凯得威教学环境，更是为了真正的融入幼儿教育，让宝宝提前适应幼儿园，避免入学时的不适应和分离焦虑，在消费者中建立更好的品牌形象，树立新的幼儿教育行业标杆。

基于这样的活动目的，武汉同享广告决定将整个计划分为前期精心策划、中期线上推广、后期线下执行和二次传播三个阶段。

我们以微博、微信、社区及妈妈QQ群等渠道适时介入的方针，全力通过线上的运营帮助武汉凯得威国际幼儿园达到此次活动的目的。

二、系列海报: 图文+系列创意微海报

三、线上大号传播:

四、线下微信打印:

微信打印使现场消费者主动关注凯得威微信公众号，也有助于凯得威企业文化的展示和品牌形象的树立。

五、活动总结：

此次微信营销活动覆盖了近5万人，个人微信朋友圈约1200左右，精准受众人群约100人，活动当日到场家庭15组（30人）。覆盖大量的受众朋友圈，引起大量的曝光，打破传统营销模式，组合微博、微信应用，打通线上线下，目标人群精准定位，促使了此次活动成功举办。

影响教育行业的微信营销因素有：活动形式、内容、文案创意、媒体传播时间点、现场活动执行，只有综合以上几点，才能做好微信整合营销服务。武汉同享广告根据凯得威国际幼儿园目标人群的媒体接触习惯来进行选择性推广，线上引流，线下体验，实现客户相互转化，致使此次活动成功举办。

**第二篇：教育培训行业微信营销方案和案例概要**

教育培训微信营销方案

随着中国的发展,每一个人都面临着巨大的压力,企业要发展必须学习新的思维、新思 想, 企业必须跟国际思想接轨, 可是我们必须面对一个事实是:每一个人的时间都是有限的, 作为一家企业的总裁, CEO 他们更多的是要把自己的时间花在自己的企业管理上,没有时间 来学习。

如果企业不学习的话,企业很难做大做强,这样寄诞生伟大的培训行业们大家一定听过 这一句话,如果你想获取更大的成功,你必须知道的更多。

老板必须懂营销.....老板必须懂销售.....老板必须懂行.....老板必须懂领导力.....老板必须懂管理.....老板必须懂战略布局.....老板必须懂资本运作.....老板必须懂股权分配.....老板必须懂网络营销.....老板要懂得实在是太多了.....公司的总裁头脑不变,整个企业也不要想变,这是事实,当然那些不爱学习的老板总是 靠自己的经验做事,很难把企业做大。

为什么,因为之前经验只能管 N 年前的企业,整个社会在变,市场在变。

所以需要一批最实战的经验老师,把他们的经验系统、并且向众多实战家学习,最后把 这些知识、经验、技巧分享给这些企业总裁、CEO 帮助他们快速的成长。

我位一定不能否定这些培训的价值,想一想,一个老师从早到晚每一天研究一门课程, 研究10、15、20,难道不值得我们学习吗? 所以今天写这一篇文章也是在帮助中国的企业做的越来越强大,中国企业要发展必须要 靠中国的培训行业的发展、推动、企业培训行业...我一直在强调中小企业做微信营销其实就是在做数据库营销.第一步:获取大量的目标客户

每一个培训行业做了3、5年都有大量的会员、目标客户 , 有了微信的公众平台 , 可以为会 员专门申请一个微信公众平台 , 就能很好的管理会员,并且有利于后面珍对会员,销售后续 的高价产品 , 也且不会影响到潜在的目标客户群体 , 可以通过微信的公众平台, 每一个星期都 可以向老顾客传递价值 , 服务发了会员.同时可以用微信做活动, 鼓励老会员转介绍顾客 , 这样就利用微信打造了自动转介绍系统 , 为企业获取大量的目标客户群 , 做大自已企业的客户数据库.第二步:整合资源做大客户数据库

做数据库最重要的是目标客户的量 , 你的目标客户数量是 5000人、50000人、500000人 , 这个决定你的财富的大小,是百万级还是千万级.我们知道现在很多的培训机构 , 他们现在都是在靠自已企业现在的资源 , 在开发顾客 , 没 有整合企业外的资源为企业所用.把自已的价值拿去跟同行进行交换、整合获取更大的价值 , 我们知道, 我们的客户同时也 是别人的客户 , 如果在产品不产生竞争的情况下 , 整合自已的资源.其实在微信中合作很简单 , 只要你写好一篇文章 , 帮你转发一下就可以 , 如果你能借助微 信公众平台整合 1000家企业跟你合作 , 把企业做大 10倍、客户数据库做大 100倍是一件很 容易的事情.第三步 :培养顾客

要让这些顾客产生更大的价值 , 不断的跟踪, 不停地为他们创造价值 , 如此客户就不会产 生抵触心理, 增加自已的信任 , 让销售产品变的容易 , 关键是一定要提供理多的价值给目标客 户 , 这些顾客才会一直关注你、支持你.现在的培训机构 , 有了微信平台 , 就能跟顾客长期的建立连系 , 可以每一星期向顾客不断 的传递价值 , 后面当我们要销售后续产品的是一件很容易的事情.还有就是有那个顾客要过生日了 , 在公众平台上发个图文并 的祝福信息给他 , 当然具体 可以做的更好 , 在这里我只是出一个思路.还有就是很多企业经营公司的时候经常会遇到很多的问题 , 都没有办法解决 , 有了公众平台企业遇到了问题都可以发给公众平台 , 让企业的老师帮助解决 , 把服务做好了, 后面会有多 顾客带来很多的顾客.第四步 :促销产品

经过以上步骤 , 顾客越来越信任我们了 , 当我们有新产品、课程要发布 , 只要写一篇文章 , 或者写一封简单的信给客户 , 就能产生大量的利润.第五步 :重复做上面的动作.不断的重复上面的步骤 , 就能为企业产生大量的利润,就能把微 信的顾客变成现金、大把大把的钞票.培训行业都在运用的营销方法:

1、开公开课程

开公开课程,让学员免费试听,后面推面授课程,遇到的问题是,很难找到目标客户, 通畅采取的方法, 都是乱打电话, 获取目标客户, 后面我会讲解怎样利用网络解决这个问题。

2、采用电话营销

用电话销售课程,这样遇到的问题是,需要招聘大量的电话销售员,我们不可以否定这 些业务都会大量的流失, 现在大量的企业都在使用电话营销, 电话营销都是在打扰客户的生 活, 电话营销越来越难做, 因为每一次顾客的拒绝都在影响企业的品牌, 这样的销售流程到 底存在什么样的问题呢, 每一天都要不停的寻找顾客, 少了自动转介绍系统, 自动顾客沟通 系统、自动顾客重复购买系统、自动超高价系统。

现在很多培训机构都缺少这样的系统, 英语培训、电脑培训、幼教培训、中小学生培训、书法培训、小提琴培训、网络营销培训、美容院培训、会计培训、软件开发培训、婚礼主持 人培训、化妆培训、餐饮培训都没有这样的系统, 导致这样的原因是因为没有一个更好的工 具能帮他们实现这样的系统。

首先我们知道培训行业有一个特点就是:主要是卖方法、卖思想,不是什么实物产品, 很容易通过微信向顾客传递价值, 现在有了微信门户, 教育机构可以把这个问题说清, 在此 基础上可以灵活拓展更多的营销方法。

1、教育机构的授课地点是与用户相关的,这与餐馆、便利店的情况类似。于是,微信的 “查找附近”的功能可以起到很大作用。设想, K12机构的市场人员在中小学门口,使用查 找附近的功能搜索附近的家长;古筝、钢琴的培训机构在自己办公室里查找附近的潜在客户, 把他们吸引到自己的公众号里。

2、对已有客户, 在开课时让客户扫描机构的微信公众号, 由此不仅增加了机构与学生的 联系纽带, 让老客户能够随时查看机构的课程、与客服发起联系。通过这种方法提高用户的 满意度,对用户的二次付费决策提供帮助。

3.通过微信获得优惠,这是最常见最有效的方法,但是这一功能是很难采用传统的文章 推送模式解决的。如果教育机构的微信门户上提供这样的功能, 不但可以直

接吸引学生报名, 而且还可以促成“客户推荐优惠”, 从而产生自滚动的推广效应。正如前文所说, 客户在自 己的微信群里横向传播,以及分享在自己的朋友圈里的可能性更大。

4.宣传彩页可以更简单,更直指核心,不必让宣传彩页的有限空间附加太多的信息,也 许微信营销, 只要提供二维码和简单的广告语就可以了。这种内容的宣传彩页, 不论是户外、信箱还是学校渠道投放, 也许更为直接有效。以上是一些简单的设想, 具体的实施过程 会有更多的精彩策划。这其中的关键在于:良好的微信内容和互动性服务, 为教育机构的推 广手段提供了更多的可能性,从而使得教育机构拓展了移动互联网这一新兴的营销通路。

教育行业的微信营销与其他行业的营销同理,不必贪求粉丝数、转发数、推送数,因为 这些都是虚的。微信的特点在于“粉丝的真需求, 与粉丝的沟通零距离, 丰富地展示自己的 服务”,只要吸引一位新粉丝, 把新粉丝服务好,近则是一桩订单,远则是一个实实在在的 口碑了。

微信公众平台的出现,非常有效地降低教育培训机构进入移动互联网的成本与风险

对于传统教育培训机构企业 APP ,用户的需求并不是频发与刚性的,需求没有触发之前, 很多时候用户即便装了 APP 应用也不会想到去使用它, 这类应用很容易就会被淹没, 而微信 则相对更为灵活,清晰简洁的用户体验能帮助用户更方便地找到想要的资源。

基于 O2O 商业模型

为什么要开展教育微信营销?微信营销能给教育行业带来什么创新?

1、以点带面,进阶传播:微信是一种点对点的社交平台,拥有亿万的庞大用户群体,通过微信点对 点的互动传播, 逐步推进为用户朋友圈分享, 让品牌影响的全面扩散, 获得更好的教育微信营销效果。

2、精准推送,有效互动:教育培训机构可以通过微信公众号,向用户精准推送有价值的教育信息, 例如最新特色课程、师资力量介绍、教育成功案例等,全面满足家长获取信息的需求,有效提升品牌 形象。

3、家长问题,一键搞定:在家长遇到问题需要解决时,可以通过微信随时随地与教育培训机构取得

联系,通过文字、图片、语音、视频等多样化方式进行沟通交流,让家长获得更好的用户体验,提升 品牌忠诚度。

教育环境生动展现

大图展现教育环境,风格不一的教室、主题不同的学习空间,让家长学员获得更直观地了解,引发上 门参观的兴趣。

培训课程全面介绍 图文并茂的课程介绍出现在用户的手机中, 不但可以展示教育培训机构的教育水平, 而且还能够让用 户对各项课程进行深入了解,同时支持朋友圈分享,将有价值的信息进行广泛传播。

便捷的课程预约

在线咨询、预约报名,只需用户选择对应的课程,手机点一点即可完成,随时随地、方便快捷

**第三篇：从“找妹子”看微信营销**

从从“找妹子”看微信营销

因为有足够的私密性，微信在酒店业的预订应用有一定的优势，也比其他社交媒体靠谱。2025年1月15日，微信注册用户突破300,000,000，多达3亿的“炮友”让商界垂涎三尺，从现实来看，“约炮”似乎已经隐藏了声势浩大的商机，“约炮神器”似乎绝非“浪”得虚名，因为如果仅仅是“浪”，你再怎么“发浪”，勾得到妹纸，赚不到钞票，也是白闹。“勾引到妹子了？OK！你和微信说说我要吃饭，微信就告诉你有什么附近又什么饭店可以吃。你和微信说我要给妹子买新衣服，微信就告诉你有几件衣服还不错。你要和妹子逛商场，微信给你提供优惠券和会员卡。你要和妹子看电影，微信给你提供电影信息，提供电影订票服务。最后，瓜熟蒂落、水到渠成，你对微信说，我要订酒店，微信就告诉你有什么酒店可以订。”

以上是引自《微信转舵：从“约炮神器”到“服务约炮神器”》一文中的微信商用的经典场景，最后的压轴和重点显然是微信订房，可见微信订房在整个微信商用里实在是经典中的“精点”，“神器”中的神奇，欲要“约炮”，必要订房，若不订房，一切白忙，其他逛街、吃饭、看电影全都弱爆了，前奏神马的，全是浮云。

也就是说，对于约炮而言，没有订房，其他一切商用场景都失去存在价值，也不会有人对它们感兴趣。只有有了订房，男人们才有动力去勾引妹纸，并带她们逛街吃饭看电影。人们如此期待微信订房应用，微信订房也正如男人们的欲望一样呼之欲出，变成现实，并迅速得到了布丁、汉庭等酒店的良好效果验证，去年11月，腾讯生活电商部门负责人张颖在接受媒体采访时透露，每天通过微信炮友为汉庭带来的订单就有好几百个。

业内专注酒店在线营销的问途公司认为，相比微博，同为社交媒体，微信更侧重社交，我们姑且称其为隐私性社交媒体，也就是说用于聊天或者说约炮，聊天的局限在于，不论是语音还是文字，因为内容更有隐私性，往往无法或不愿向外界展示，与他人分享。约炮更想神不知鬼不觉，害怕在阳光下暴晒。

因为这种特性，微信在酒店业的预订应用有一定的优势，也比其他社交媒体靠谱。从约炮来讲，我们只有勾搭上了妹纸，才会想到企业及其服务，其他时候，只有当你这个企业能提供“妹纸”和约炮服务时，我才对你感兴趣。但即便能通过某种关联联想到企业及其服务，也不是每个“疯一样”的男纸都会慷慨到见面就带妹纸去购物、看电影，但一定会带妹纸去订酒店，他们更希望单刀直入。

具体来讲，微信在对客服务和会员计划实施上具有较大优势。酒店针对约炮或不约炮的男人们，可以采用这样的方式，男人们第一次勾到妹纸并成功通过微信在酒店开房后，即自动成为酒店会员，第二次来酒店通过微信订房就能享受到酒店优惠。并且，在男人们刚勾到妹纸的同时，酒店利用微信及时向他们推送的优惠信息也能让男人们更快锁定酒店，从而在有刚性订房需求的时候预订客房。而在对客服务过程中，文字、语音、视频、图片、链接等多种形式向客户进行的点对点推送，除了能让男人们拥有更多亲切感，还能勾起他们更多浪漫回忆。酒店还可以更方便地得到男人们更多反馈，并可以有更私密而方便地方式进行沟通、互动。

从营销功用来讲，利用微信的LBS技术，也就是“附近的人”和“摇一摇”功能，我们也可以如布丁酒店一般快速被男人们锁定。因为男人们在使用“附近的人”和“摇一摇”功能的时候，更倾向于勾引附近的妹纸，同时也更倾向于带妹纸就近预订客房。在这样的情况下，酒店甚至只需要注册一个微信账户即可被“约炮者”搜索到，甚至男人们在微信上查找、勾引妹纸的过程即可顺便找到某家酒店，并成为他们的首选。

于是《微信转舵：从“约炮神器”到“服务约炮神器”》一文中描述的应用场景就转变成了以下情况。

男人开始在微信上勾引妹纸，妹纸回应勾引之后，经过几天的热聊变得如胶似漆、相见恨晚，双方达成共识选地方见面，完成约炮，进而在夜色掩映下通过微信联系，在咖啡厅等场所完成见面，进一步达成共识，于是形成订房需要并订房。当他们第二次产生“苟且”需求，或者该男纸第二次勾到其他女纸的时候，酒店向其推送的促销信息吸引了该男人的眼球，或者因该男纸第一次入住获得的会员优惠特权，他第二次选择了入住该酒店。更有趣的时候，在战斗过程中，他们突然发现，他们悲催地需要某种战斗工具而无法亲自获取的时候，比如营造浪漫气氛的蜡烛（别想歪了），男人优雅地掏出了手机，冲酒店微信服务客户端说了一句话，酒店服务员即快速将该用品送到了酒店门外。

即便不约炮，对于普通旅游者，当他们来到一个陌生的地方，对这个地方的酒店一无所知的情况下，因为身在路途中，除了手机之外没有其他设备的情况下，要寻找附近的酒店入住，微信自然也是一个很好的首选工具。其他行业就没有这么好的先决条件了，因为你往往不会事先选好酒店，但却往往会事先选好逛街或吃饭的地方。而在对客服务上，虽然客户是在附件入住的酒店，但即便他去到千里之外，我们也可以以各种形式对他进行较好维护，从而让他在下次来到酒店的时候，再次入住酒店。这也从另一个角度体现了问途公司一直倡导的酒店移动互联网营销的优势。

但不可否认，因为微信的活跃用户以年轻人为主，受经济能力决定，就目前来讲，经济型酒店如布丁酒店在微信营销方面相对来说更为成功，但高端酒店也并非会毫无作为，随着微信用户群体的进一步普及，以及商业模式的更为成熟，我们期待着在不久的将来会有高端酒店有成功案例出现，并形成较好的营销模式向酒店业推广

**第四篇：微信营销,这样做才能成功!**

【微信营销，这样做才能成功！】

或许我们听过很多微信营销的课程！内容各异！五花八门，或许也看到、学到不少的方法、策略、技巧、知识！

但是最终：我们的微信营销做的差强人意，并不理想！不妨我们做个审视，梳理下为何没有成功？

1：微信营销的知识和内容也是不少的！从理念到动作，你是否贯穿一致？

2：你是否深刻领悟并掌握了微信营销的本质与精髓？

3：你是否将微信营销的关键核心，运营于微信其中？

4：粉丝系统、管理体系、品牌运营、诚信体系、互动与精准营销、成交跟踪等近20个环节，你熟悉掌握了没有？

微信营销，需打造健全、强大的运营与营销系统，才能出彩致胜！

微商成功系统：《微商专业化升级倍效班》：

以微信营销3.0的营销革命正在全面升级着商业色彩，掌握精髓，把情感营销做为运营核心，将消费者需求层级提升的更高！更多捕捉心灵与情感的共鸣！

微信营销3.0：全面以人性化视角来提升你的营销水平！“品牌运营＋情感营销＋价值输出”，打造微商系统化、专业化、品牌化。

【微信营销3.0高级课】《微商专业化升级倍效班》：10天－15天时间，全部真操实练。18个大环节，直击倍效提升你的销售效益和创富水平。微信：lixu8880

980元。

《微商专业化升级倍效班》：核心内容

一：微信营销关键核心与微商思维

二：如何精选品种

三：微商角色转换与素材准备

四：微信营销本质与精髓

五：综合加粉策略

六：微商品牌化形象打造

七：微信品牌化内容精构架

八：4.5.6黄金法则

九：朋友圈高效运营与技巧

十：朋友圈营销策略

十一：运营禁忌与信息推广注意事项

十二：粉丝管理，精准营销

十三：微信营销运营九大环节

十四：产品推广综合赢利策略

十五：信任力建立与提升

十六：微信营销活动与互动策略

十七：强关系圈子建立，打造钢丝团

十八：文案写作

真操实练＋案例解析、10天－15天，让你脱胎换骨！效益倍增。

课程优势：

1：迅速掌握要领与精髓，倍效提升你的销售效益，和创富水平。

2：真操实练＋案例解析、而非简单的授课方式。

3：（10天－15天）充足消化、吸收，系统掌握知识技巧。

4：双效性：微信营销＋市场营销知识。

5：细节性指导，让你成就专业水准。

李旭老师简介：

著名品牌营销实战专家

高端品牌缔造专家

品牌战略规划师

多家企业品牌战略与营销管理咨询顾问

2025年中国策划人北京十大策划人

业绩增长操盘手

微信营销3.0研究实践者

中国品牌研究院研究员，中国战略与管理研究会会员，中国品牌发展战略联盟专家，中国医药联盟专家，中国策划专家指导委员会副秘书长，全国各大管理类营销类知名媒体和网站邀请开设专栏。百度：“李旭品牌”

**第五篇：早教行业做微信营销**

幼教行业如何做微信营销

微信运营：

微信有几个特性，注定了它在幼教行业非常适合做微信营销：

1.高分享性：幼儿园营销招生、品牌宣传、活动公告可以及时、精准、有效地传达到您想要的客户手里、心里，而且是免费的。

2.广泛性：同时服务好数百个甚至几千个学生家长，而且不需要你花钱和时间、精力。

3.实时性：一个平台可以让您及时把您的教育理念灌输给您的学生家长，家长们能随时随地的向你们咨询任何信息，而且双方都不需要花钱。

那幼教行业做微信营销能得到哪些实实在在的好处? 1.家长的口碑传播

家长在发朋友圈时，在无形之中向他成百上千的家长宣传了你的机构。2.属于自己的广告平台

鼠标点一下，手机按一下，就可以向成百上千的微信家长派发你的广告。家长喜欢的话，还会转发，帮你再次广告。能做到这点的，现在只有微信了。并且还具有以下5大优点：

 想发就发，不受时间地点控制

 广告发给喜欢自己的家长，精准有效  可以用图片，还可以用视频

 家长越来越多，广告平台不断增值  不需要印传单，人工派传单 3.家长交流的平台

幼儿园放个微信二维码，家长可以随时与幼儿园，与其他家长分享。 微信好玩，有趣，一大特色

 激发家长发朋友圈，进行口碑传播

4、建立家长微信学院

“微信家长学院”包含以下内容：  及时了解孩子在学校的成长表现。 及时了解最新的育儿资讯。

 及时与学校的老师沟通反馈孩子在家里的情况。 及时了解学校的课程活动安排。

 直接参与幼儿园的线上微信家长论坛。

那么幼教行业要如何做微信推广呢?

一、公众平台建设

1.做好微形象设计

微信形象包括昵称，头像，简介，背景，活动模块„„你的微信形象需要让人一眼了解你的特色是什么，在哪里，怎么定位等等。2.做好内容发布

幼教的微信内容可以集中在：领袖培育，榜样成长，哲理故事，育子之道，亲子游戏，营养健康，招生宣传这7大方面，一周内每天发布一个模块的内容。3.信息监控 要全天监控，对好的信息回复要及时互动，对负面信息要全面掌握。并在24小时内处理。

二、内部老师推广

1.在职老师使用微信

所有在职老师学会使用微信，添加关注自己幼儿园的公众平台，留意公众平台的内容并不断的在自己的朋友圈和群里做连接分享。2.建立幼儿园内部微信群

把现有已经开通微信的老师加入此群，可在群里进行日常的管理沟通 3.幼儿园的管理人员建立官方的私人微信号

建设好官方的昵称、头像、位置签名，并不断的在朋友圈发表自己的日志（微博）

三、新老家长服务

1.添加家长微信号

将现有家长所有名单导入手机通讯录，在官方私人微信上有个通过手机号添加朋友的功能

2.建立家长微信群

以班级为单位。小班一个群、中班一个群、大班一个群 在群上不断分享内容，并不断推荐幼儿园的公众平台名片 3.寻找目标家长

我们可以通过：附近的人、摇一摇、漂流瓶„„找到潜在客户

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！