

百度助力海风教育冲上云霄

广告主：海风教育

所属行业：在线教育

执行时间：2018.09.01-09.30

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

海风教育是在线 K12 教育品牌，此次将针对 9 月开学季、围绕海风的“口碑信赖度&品牌优势：师资力量+在线教育”做一波整合营销 campaign；但目前，老品牌不断通过“免费试听”或“优惠券”吸引用户，夺取流量；**如何促使海风旺季营销中脱颖而出，成为营销方所面临的重大挑战；其次，用户行为碎片化，如何捕捉核心受众成为广告营销的重大挑战。**

营销目标

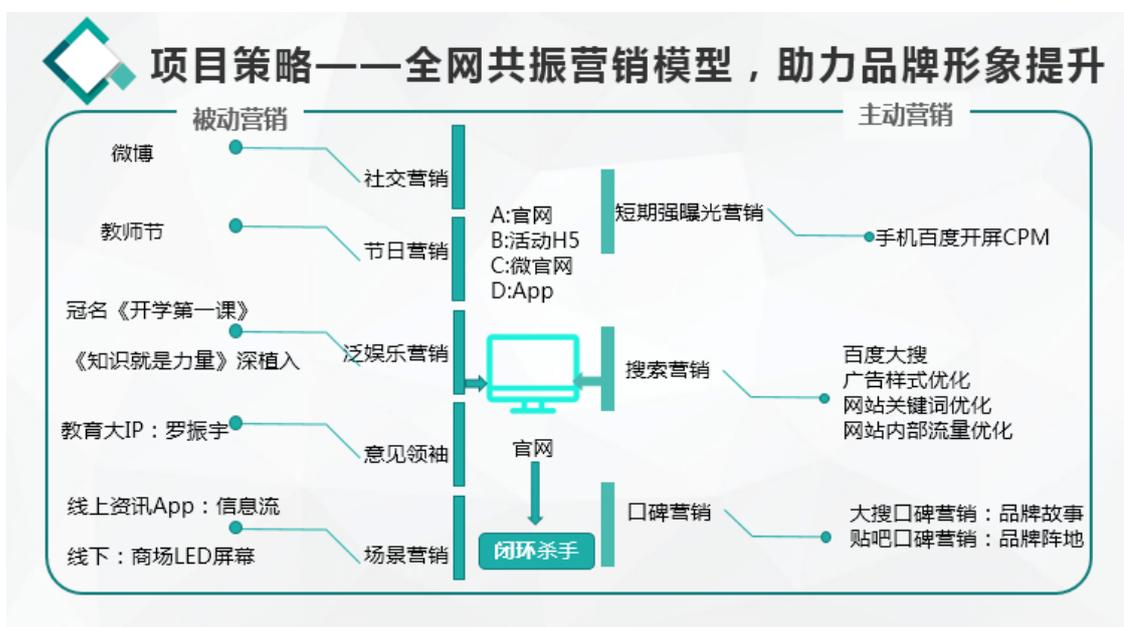
提升品牌声量：通过全网共振营销，同时通过多维标签圈定不同人群，进行差异化营销；

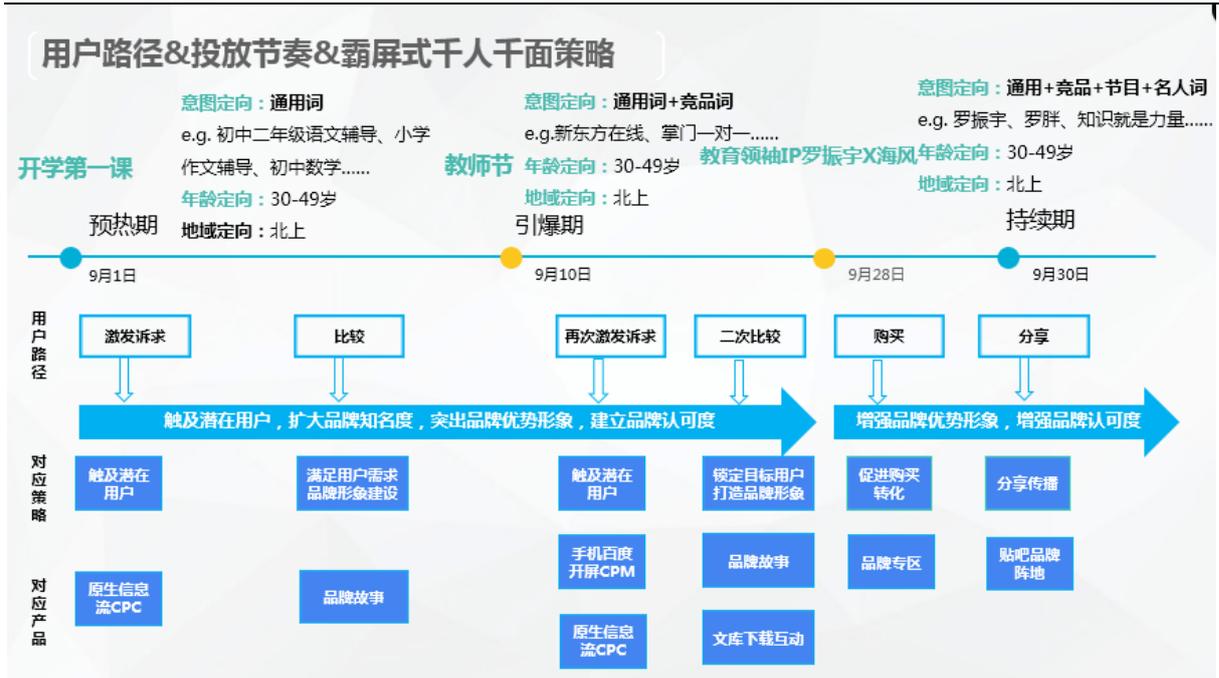
提升品牌口碑：针对特定标签的受众，通过泛娱乐节目+教育 KOL 双重“隐”响力，提升品牌口碑；

品牌调性凸显：通过教师节的情感共鸣营销，凸显品牌调性。

策略与创意

本次**通过全网共振营销助力海风流量引爆；同时技术辅佐，助力海风 get 核心受众。**





创意：目前，少有 K12 品牌突破固有营销思维，将广告营销玩转；而海风教育洞察到目前用户行为碎片化，且海风的受众对互联网的接受度高，且停留时间长，通过**泛娱乐营销+KOL“隐”影响力+节日营销**等全面塑造海风良好的品牌形象，提升品牌声量。

执行过程/媒体表现

1、9月1日：冠名 CCTV《开学第一课》，直接圈住家长人群，同时利用 CCTV 公信力建立海风可靠的品牌形象；



☆ 热门



每日经济新闻

【在线教育平台“出境”《开学第一课》 资本热捧引来行业融资潮】近日,《开学第一课》的超长广告引发热议,作业帮一课、掌门1对1、海风教育三家在线教育平台首次成为特约合作伙伴,全程参与其中。在央视热播栏目打广告,在线教育行业再次受到关注。《每日经济新闻》记者注意到,三家投放广告的企业大 [展开全文](#)



2018年09月03日 22:50 来自 微博 weibo.com

2.9月10日 情怀营销——海风教育在纽约时代广场推出教师节祝福广告,凸显出品牌情怀同时,引起热议,助力广告认知度提升,成为了K12在线教辅圈内的热点新闻!



3、9月28日：深植入热门知识型综艺节目《知识就是力量》，从而圈住核心用户；同时利用教育KOL 罗振宇 口播“海风教育”，再次建立海风可靠的品牌形象；



4、数字广告整合营销——百度各大产品资源始终贯穿整个 campaign，曝光类+口碑类+效果类产品齐发，同时依靠百度精准技术圈定不同人群，进行差异化数字广告营销。

信息流——千人千面

开学补习找<海风>，让孩子赢在新学期ICC TV1《开学季》特约品牌

海风教育 广告
意图定向：节目词+名人词

地域：爸妈福利！价值299元名师课，现在居然「免费领」

海风教育 广告
意图定向：通用词

换了3个补习班还是没效果？先来0元试效果

海风教育 广告
意图定向：竞品词

手机百度开屏CPM——千人千面

词包定向：检索海风品质人群
地域定向：北京、上海
年龄定向：30-49岁

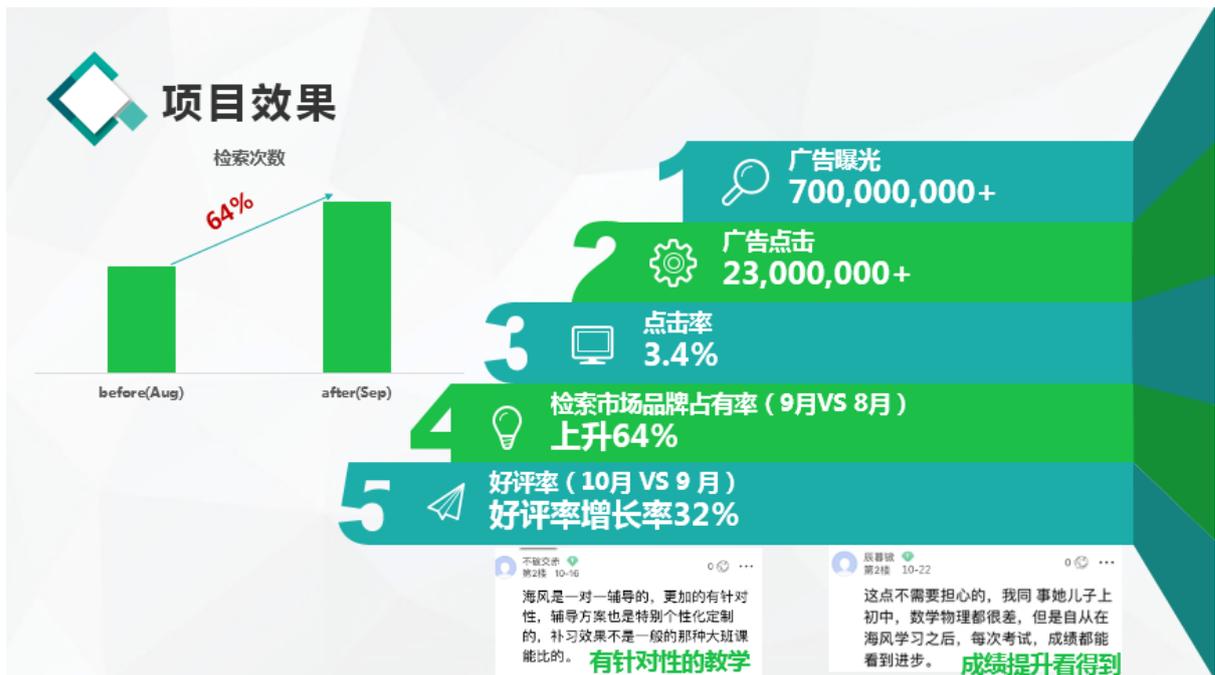
词包定向：检索名师资质力量人群
地域定向：北京、上海
年龄定向：30-49岁

品专

品牌故事

品牌阵地

营销效果与市场反馈



业界点评：

1. 新浪《海风教育多层遴选成就一只“硬仗”名师团队》：海风教育在纽约时代广场所推出的祝福广告成为了 K12 在线教辅圈内的热点新闻；
2. 每日经济新闻《在线教育平台“出境”引关注 资本热捧引来行业融资潮》：在 9 月 1 日当天，海风平台的搜索指数达到峰值，曝光度大增；在热播栏目打广告，在线教育行业再次受到关注。