

## 朴新教育科技集团

**所属行业：**教育培训

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

### 品牌简介

目前，我国教育培训市场极其分散，几十万家教育培训机构林立，集约化、标准化整合极为困难。基于此，朴新教育科技集团于 2014 年应运而生。

作为教培行业投资并购和投后管理发展模式的开拓者，朴新教育致力于改变中国教育培训市场小、散、乱、弱的行业格局，提升教培行业的集中度和进入门槛，从而打造一个科技领先、引领未来的教育品牌。

### 2018 年数字营销影响力表现

- 1、帮助成立不到 4 年的朴新教育，以积极的舆论环境在纽交所成功上市，响彻教育界；
- 2、在朴新教育媒体基础基本为零的情况下，帮助朴新与党媒、央媒、各大门户、教育/财经/科技类垂直媒体等超 300 家媒体进行有效沟通，实现朴新教育媒体关系从无到“高质稳固全面”的拓展；
- 3、通过精准传达朴新“专注教育、务实诚信、创新开拓”的品牌形象，与朴新教育引领行业发展、推动教育规范的行业认知，让朴新的正向声音通过全媒体渠道大范围扩散，减少市场及投资者对于朴新模式的质疑，使其打破中概股上市即破发的魔咒，上市当天股价大涨 30%；
- 4、朴新教育上市前、中、后期，累计传播超 600 家媒体，全渠道新闻稿件累计铺发超 1000 篇，百度指数飙升 450%，传播期间总触达人群超过 5000 万。

### 代表案例

#### 朴新教育科技集团 IPO 品牌传播

##### 营销背景

- 1、朴新教育品牌定位模糊，品牌知名度低

自 2014 年成立以来，朴新教育一直未制定有效的品牌传播策略，造成企业品牌定位不明确、企业社会认知度差、集团与子品牌未能得到足够曝光等问题；同时，受到“安博教育模式”和“企业负利润上市”的负面新闻影响，朴新教育急需对自身业务模式、品牌进行正面发声，解答大众与市场的疑问。

## 2、朴新教育“并购+整合”模式行业认可度不高，上市前复杂的舆论环境亟待改善

目前，我国教育培训企业市场极其分散，几十万家教育培训机构林立，集约化、标准化整合极为困难，朴新教育“投资并购+投后管理”的运营模式在教育行业中不乏质疑之声，扭转行业舆论风向，减少投资者及市场质疑成为朴新教育 IPO 前后的核心传播任务。

## 3、复杂多变的全球上市环境将对朴新 IPO 造成不利影响

2018 年上半年，全球证券市场总体表现不佳：MSCI 明晟全球指数市值蒸发 1 万亿美元，创 8 年最差纪录；赴美上市的 13 家中概股中，仅有 4 家上市首日没有破发，其中三家教育培训类企业：尚德机构、精锐教育、安博教育全部破发。如何帮助朴新教育实现成功发行、获得品牌溢价是本次传播战役的关键一环。

### 营销目标

#### 1、品牌塑造：

借助上市机会，广泛宣传公司价值及品牌形象，助力朴新教育完成品牌声量“从无至有”的飞跃性改变；

#### 2、推高声量：

集合投资者、媒体及政府等广泛社会资源，帮助企业搭建投资者关系、公关关系、政府关系等多维度关系维护矩阵及完善的危机防范系统，助力朴新教育在行业内有力发声，实现品牌多渠道的曝光，获得良好品牌声誉；

#### 3、成功上市：

通过高效地路演推介，顺利实现目标定价，圆满完成发行上市，使公司成功进入资本市场并实现公司估值溢价。

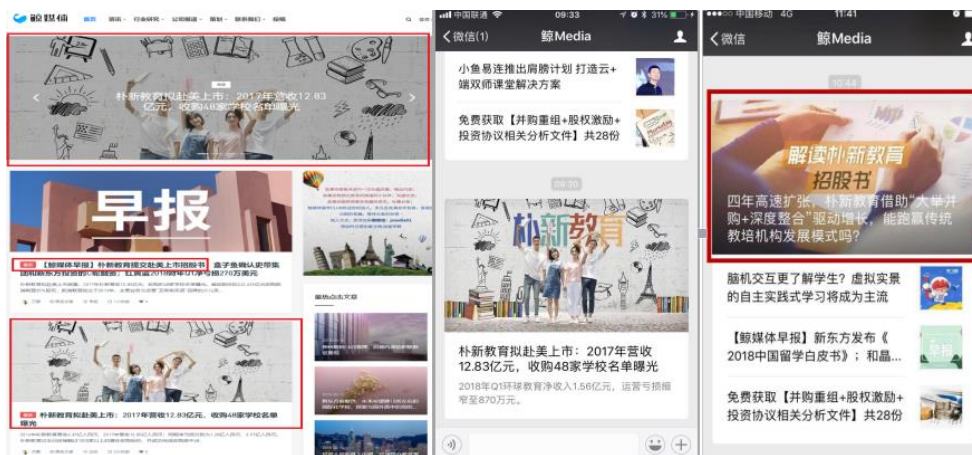
### 策略与创意

面对复杂的国际政治、经济环境，如何保证朴新教育达成上市目标，实现企业估值溢价，保证品牌正面曝光，成为朴新教育 IPO 的传播重点。在 IPO 进程中，以缄默期、路演以及上市日前后为时间节点，将整个工作分成三个阶段，遵循“主动防范，确立资本市场定位，逐步统一口径”的方针指导工作，以期达到发行顺利，公司圆满新亮相的工作效果。

### 执行过程/媒体表现

## IPO 前

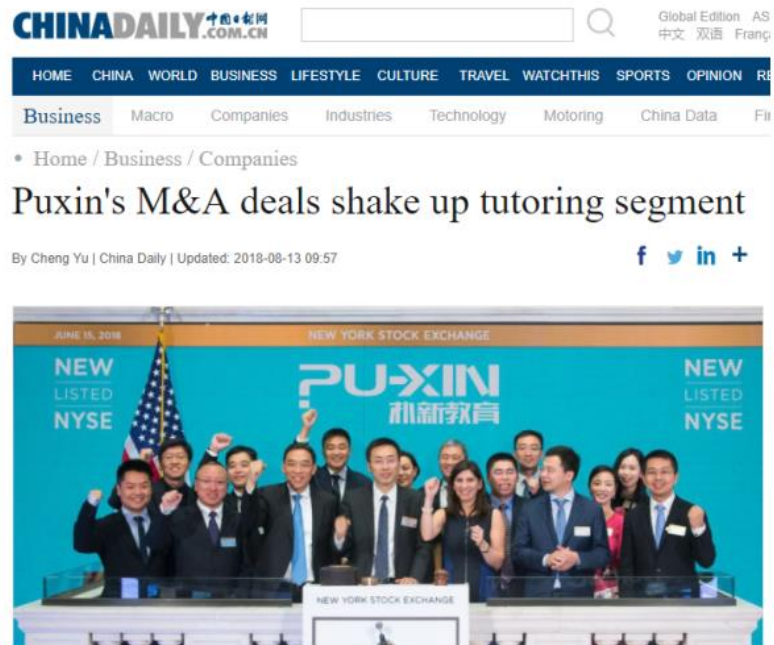
- 1、为朴新教育制定媒体维护策略与确认媒体维护优先级，重点维护易产生敏感信息、爆发负面的媒体及核心媒体高层，确保上市缄默期没有企业负面信息流出。维护范围覆盖核心党媒央媒、财经媒体、知名教育、创投类垂直媒体及权威门户等；
- 2、搭建媒体资源库，帮助朴新教育主动沟通选题和策划传播内容，第一时间响应媒体采访诉求与传播企业正向信息，与媒体建立有效沟通渠道；
- 3、建立朴新媒体 Q&A 库，分析危机敏感信息点，做出完善的危机预警机制，撰写多版本新闻稿及沟通话术防患于未然；
- 4、第一时间发布重大事件新闻稿，抢占一手信源，在媒体对朴新教育进行解读前，优先形成新闻稿件，引导媒体对招股数据进行正向解读；
- 5、针对不同类型媒体，以媒体专访、招股书公式新闻稿、招股书解读深度稿等形式输出对应的朴新优势信息，确保正面引导朴新教育 IPO 前的媒体报道风向，打造朴新上市前良好的媒体舆论环境；
- 6、5 月 19 日，朴新教育招股书正式递交，全媒体平台传播 3 篇正向新闻稿件，累计传播 245 家媒体。其中，新华网、光明网、中国网、央视网、中国日报网等党媒央媒给予第一时间报道，新浪、腾讯、搜狐、网易、凤凰网财经、中金在线、金融界、品途商业评论、创投时报等权威门户媒体同时跟进传播，并配合微信、微博、搜狐号、今日头条、百家号等新媒体平台共同铺发，及时占据搜索引擎入口，大幅提升正向新闻扩散率，达到超过 60 条百度新闻源收录，实现有效的 SEO 优化。



鲸媒体：建立朴新教育赴美上市专题，并给予首页重点推荐、微信头条推送



多知网、芥末堆：首页焦点图推荐及首页重点推荐位；知名自媒体九宫八卦：头条推送自发报道



北京商报、China Daily 给予整版突出报道

## IPO 当天

- 1、第一时间抢占新闻源头，在行业内及时树立品牌正面形象，提升 B、C 端对朴新教育的信任度与认可度：上市当天接连策划 3 轮不同角度新闻进行传播，以“朴新模式解析”正面行业稿件、开盘涨幅利好消息、CEO 感谢致辞等多种形式输出内容；
- 2、优质稿件内容及央视媒体正面报道引发传统平面、权威门户、知名教育财经垂直媒体、新闻聚合类客户端及微博、微信等社会化媒体平台争相报道转发，产生新闻“搭车”效应，超 600 家媒体在朴新教育上市当天及次天全方位高密度报道朴新教育上市相关新闻，使朴新教育上市当天百度指数屡破峰值，增长率达到 450%，引发“刷屏式”传播热潮，强有力地扩大了朴新教育在行业内的知名度与影响力。



## 朴新上市当天

### IPO 后

- 1、构建品牌资产：为朴新教育邀约媒体专访，撰写朴新教育上市后深度稿件，挖掘商业故事及创始人故事打造企业 IP，借助优质内容与全媒体渠道全面提升朴新教育的品牌价值与社会认同感；
- 2、危机应急管理：建立危机 24 小时应急小组，第一时间发布应对声明；
- 3、定期维护，延续媒体良好关系：朴新教育上市后继续向媒体输出朴新教育的新闻动向，保持品牌的持续曝光。将媒体拜访及沟通常态化，逐渐建立朴新教育核心媒体圈，携手媒体长期向外发声在行业内赢得良好口碑。

<p>新华网 新闻 &gt; 社会新闻 &gt; 正文</p> <p><b>员工超底朴新教育高速发展秘诀：以专业态度把事情做到极致</b></p> <p>2018年08月26日 14:26:51 来源：新华网</p> <p>成立不到四年，2017年营收超过12.8亿，学生人次涨幅超过180%，作为中国第三大综合性课外辅导集团于2018年6月15日赴美上市。朴新教育为仅花了不到四年的时间就能登陆交易所？上市之后又是否能够承载来自各方的压力和挑战呢？近日，一些来自朴新教育内部的员工解读，揭示了朴新教育高速成长的秘诀。</p> <p><b>以专业的态度把事情做到极致</b></p> <p>朴新教育成立之初，就选择了一条与众不同的“并购+整合”道路。一方面，朴新教育通过在行业内并购中小教育机构实现了全国范围内的快速布局；另一方面，其又致力于将“好管理、好人才、高标准”下沉到基础培训市场，以强管控的方式实现于品牌的高效增长和健康发展。在这个过程中，对于品牌的管理科学与否，能否真正改善于品牌的运营状况，都成为朴新教育在“并购+整合”的过程中面临的重要挑战。</p> <p>“朴新进场后，最大的感触就是对我们教学质量和经营业绩的高要求”，对于并购之前就在原机构工作的88兴学校人力资源部门负责人马次丹老师来说，朴新教育对地方学校在“专业度”上的要求给了她十分深刻的印象。</p>	<p>专访朴新：攻城掠地，成立四年实现上市，“并购+整合”模式能否颠覆传统模式？</p> <p>原创：沈力琴 鲸Media 1周前</p> <p><b>鲸媒体</b> jingmeiti.com</p> <p>资本   产品   趋势   动态   模式   思路</p> <p><b>教育媒体</b></p> <p>阅读本文共 6713 个字，预计阅读 7 分钟</p> <p>常言道“人要有梦想，别像一条咸鱼那样活着”，厚上土，朴新教育里没有人活得像一条咸鱼，个个都像是一条活着的咸鱼。</p> <p>在位于海淀创富大厦16层的朴新教育总部，除了创始人沙云龙拥有自己的个人办公室之外，其他重要高管都没有独立的办公室，一望望去，全部员工都在自己的工位上埋头做事，空气中弥漫着一股蓄势待发的躁动，处处透着创业公司艰苦奋斗的气息，很难想象这是一家赴美上市的大公司样子。</p> <p>四年前，新东方前高级副总裁沙云龙离开新东方，他曾被称作新东方最年轻的地方校长，并兼任多项重职。即便沙云龙的离开在当时被外界称之为是新东方一个时代的落幕，换另一枚硬币，这也是朴新教育的新起点。</p>	<p>4年收购48所学校：朴新高速狂奔下的人才战略</p> <p>原创：邱鸣 多知网 前天</p> <p><b>多知网</b> 独立商业视角，新锐教育观察</p> <p>文邱鸣</p> <p>“以终为始，长期投入，延迟满足。”</p> <p>6月15日，朴新赴美上市，在敲钟当天的早餐会上，沙云龙如是说。</p> <p>“延迟满足”，这句话是沙云龙在内部常常说的一句话，也很适合形容现在的朴新。高管自愿遵守“8、9、7”工作制，全公司自愿遵守“8、7、6”工作制——这样的工作强度实在有些疯狂。</p> <p>在朴新位于创富大厦的总部门口，贴着一副对联，上联：博观约取进无倦，下联：行知力行始有言，横批：兼义辅仁。每年，沙云龙都会挑选好句子，让人写好春联贴在门口，每一次去朴新，门口的春联就显得很有仪式感。</p> <p>创业4年，收购48个品牌，员工增加到近万人，但是朴新的总部还是在创富大厦的旧址里。</p> <p>“沙老师总是会把棉花在刀刃上。”一位高管评价。</p>
---	--	---

新华网、鲸媒体、多知网、芥末堆、投资界对朴新教育集团的专访报道