

## VIP 好外教,让孩子爱学敢说-品牌整合营销

**广告主:** VIPKID 在线少儿英语

**所属行业:** 在线少儿教育

**执行时间:** 2018.01.20-04.06

**参选类别:** 跨媒体整合类

### 营销背景

**行业背景:** 以全球碎片化优质教育资源的“整合共享”为核心理念,以互联网技术实现供求双方的“连接”为驱动力,凭借二胎新政的东风,儿童英语在线教育行业在中国,正以平均每年超过 30% 的增速迅猛发展。

**品牌现状:** VIPKID 在线少儿英语,作为教育行业中国第一品牌,拥有超过 50% 的市场占有率。一路走来,品牌始终秉持以用户为中心,精耕老用户口碑,拉动新用户增长的营销理念。

**整合营销背景:** 寒假和开学季,是在线少儿英语行业的拉新旺季,也是各大品牌必争的关键营销时间节点。

### 营销目标

VIPKID Q1 整体传播目标:进一步巩固行业第一的品牌地位及用户认知;

预计达到 70 亿次曝光,销售目标达成至少 1 亿。

### 策略与创意

以“VIP 好外教,让孩子爱学敢说”为核心,左手拉新,挖掘潜在市场,右手激活,精耕老用户口碑。

### 执行过程/媒体表现

整合营销以“VIP 好外教,让孩子爱学敢说”为主题依次展开

P1: IP 娱乐跨界,零成本下的营销双赢!

借势电影《奇迹男孩》高口碑效应,发起“寒假来 VIPKID,创造孩子的奇迹时刻”全媒体整合营销



P2: 挖掘真实好外教故事，凸显核心优势

站外 TVC+户外媒体打出组合拳，站内征集真实好外教故事，以“内生式”传播策略，由内而外渗透微博、微信小程序、朋友圈等内容渠道



视频链接: <https://v.qq.com/x/page/x0646shfcq3.html>

P3: 连接北美外教，赋能乡村儿童，升华营销主题

通过自有课程和优质北美外教资源，用创新教育公益形式，为乡村孩子链接全球优质教育资源，传递品牌理念，升华营销主题。



H5 链接: <http://fy.apppin.com/h5gongyi/index.php>

H5 二维码:



P4: 首届项目展示大赛: 教学成果外化拉新

站内举办“首届项目展示大赛”通过家长在社交平台的分享传播, 将教学成果集中外化, 吸引 6 千多的新增注册



## 营销效果与市场反馈

VIPKID Q1” VIP 好外教，让孩子爱学敢说”整体营销达成 111 亿有效曝光，达成的销售额近 3 亿，营销 ROI 高达 1,700%。

通过“VIP 好外教，让孩子爱学敢说”的核心季度沟通主题，以“娱乐”“内容”“公益”“成果”为营销方式，分四大营销波次，逐层递进的沟通和交互中，完成了媒体资源从内而外的全面整合，实现营销投资 ROI 的最大化。

视频链接：[http://www.iqiyi.com/w\\_19s62h77bl.html](http://www.iqiyi.com/w_19s62h77bl.html)

视频密码：1234