

新东方布局 @移动互联网

新东方教育科技集团 林容丰

Marketing Department

New Oriental Education & Technology Group



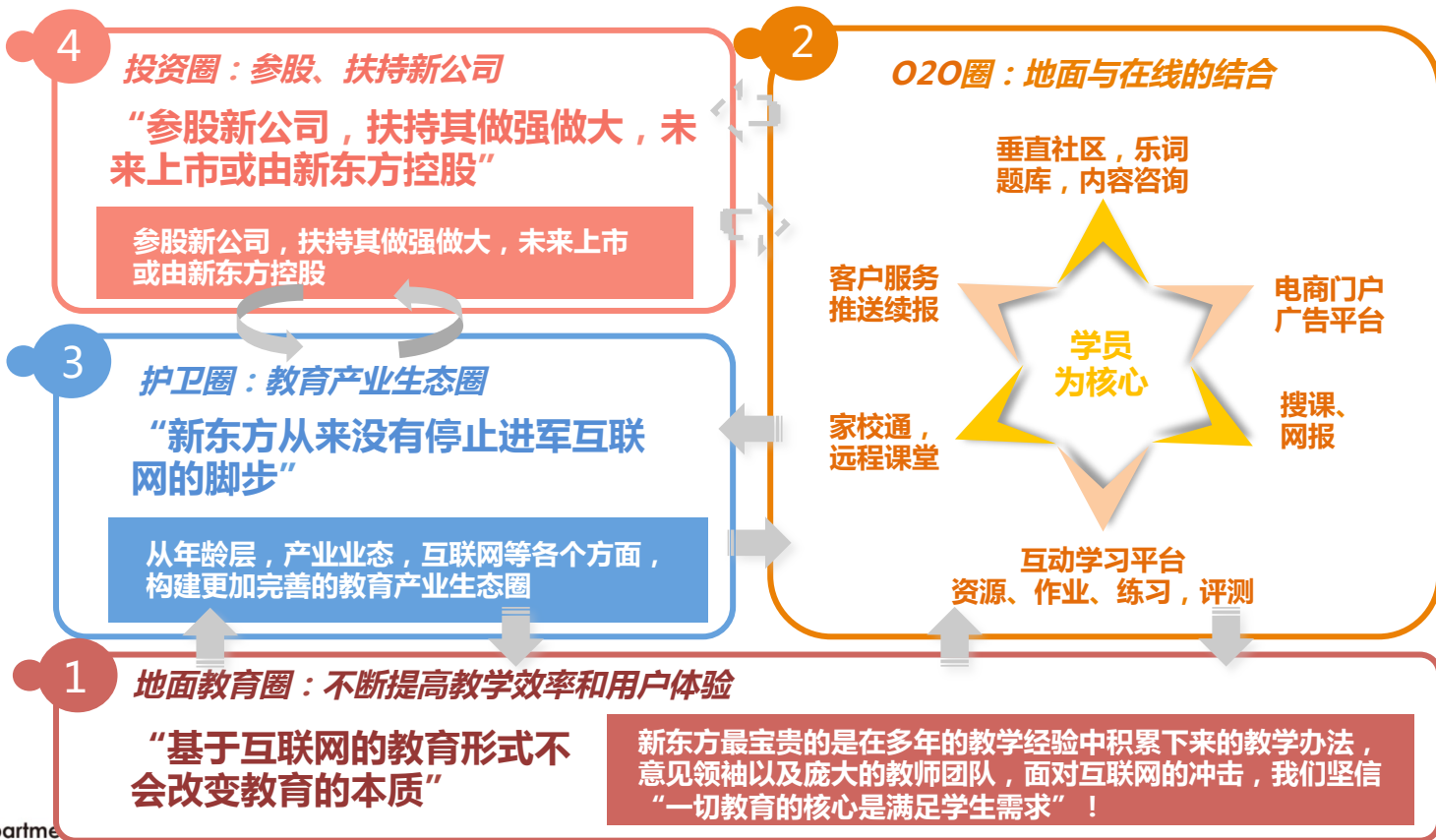
CONTENT

- 01 产业布局@4个圈
- 02 产品布局@回归教育本质
- 03 营销布局@数据化体系

01

新东方产业布局 @4个圈

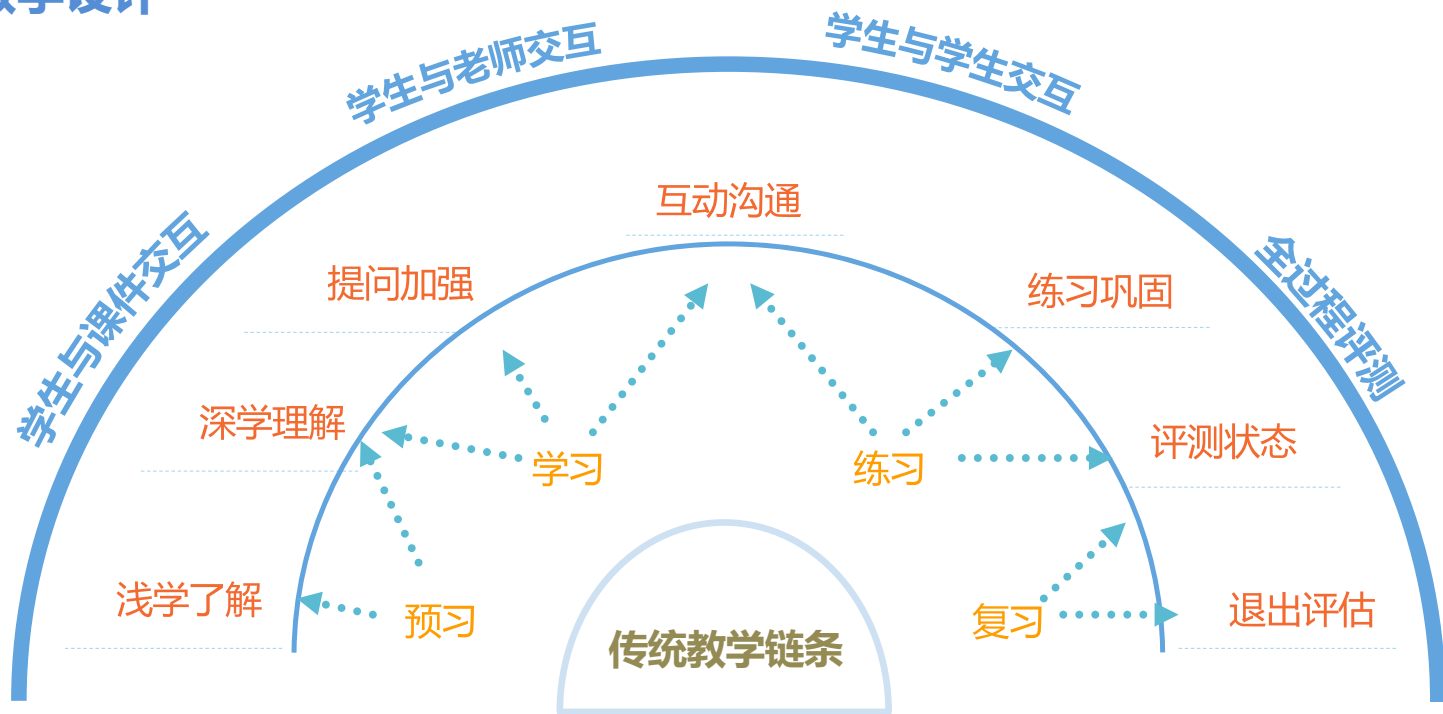
新东方的“4个圈”布局



02

产品布局 @回归教育本质

一套教学设计



对传统教学流程的再造

线上线下产品组合支持



线上线下同时覆盖教学链条，可自由组合
将选择权交给学生用户

沟通：新东方的自媒体

从大到小，从粗到细逐步建立**沟通体系**

师生交流

家校通、问吧、学吧

学生与老师交流的关键是老师应该教给学生的“授之以渔”，也就是点拨学习办法，避免老师成为答题小帮手的困境

生生交流

论坛，家校通(班级群)，QQ群

学生、家长、学校老师相互之间的沟通，通过服务提升对客户了解和客户对新东方的互动粘性

学生与课件

微课堂、直播课堂、测评平台

学生与课件，也就是与各种资源的交互，提供精准服务，让老师和学员都得以充分使用

自媒体

新东方展示自我与倾听反馈的平台

沟通平台不仅仅是建立平台，而是为了让正确的声音传达给正确的人

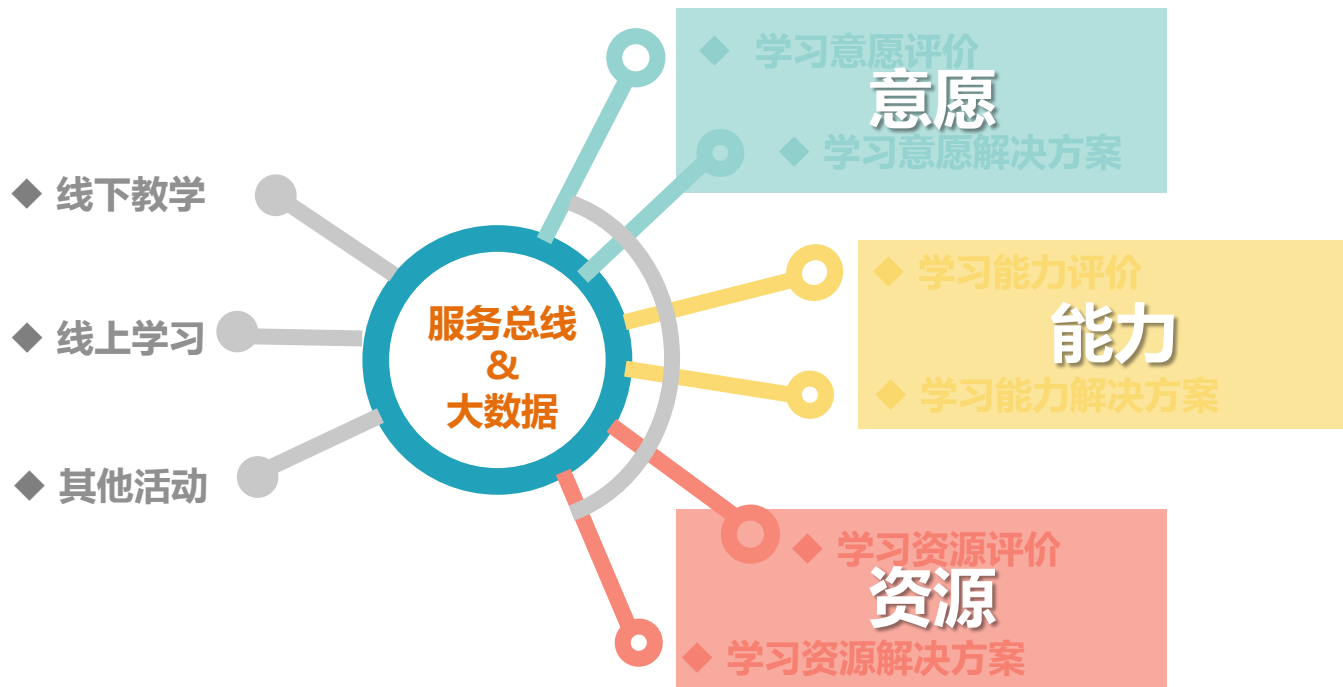
粉丝经济下的“自媒体”

资源：更精准的后台资源



以知识点为核心，可以“自学习”的资源库

评价体系构建 -》 Personalized Learning



**基于大数据的过程评价
是确保学习质量最大化的关键手段**

线上线下载混合式教学体系



1

以出国、四六级为例
大学生英语学习



2

以英语、绘画为代表的
幼少兴趣教育



3

以升学为目标中学教育
课外辅导班

用户特点：学员自学能力较强，对新生事物接受度高

互联网冲击：高度重合，直播、视频、在线教育创业热区

对策：通过混合平台，增加个性化策略，以过程评价保证学习效果

以学员为核心的教学设计

线上线下载混合式教学体系



2

以英语、绘画为代表的
幼少兴趣教育



2

以英语、绘画为代表的
幼少兴趣教育



3

以升学为目标中学教育
课外辅导班

用户情况：家长才是决策者，市场混乱，口口相传

互联网冲击：非常少，基本以实物销售和论坛为主

对策：打通家长端，锁定学员关注点，建立直接、持续的沟通通道

以家长为主要辅助的口碑营销

线上线下混合式教学体系



3

以升学为目标中学教育
课外辅导班



3

以升学为目标中学教育
课外辅导班

用户情况：无法脱离公立学校教育体系，以学校为主导，

互联网冲击：较少，以题库、视频为主，影响力小

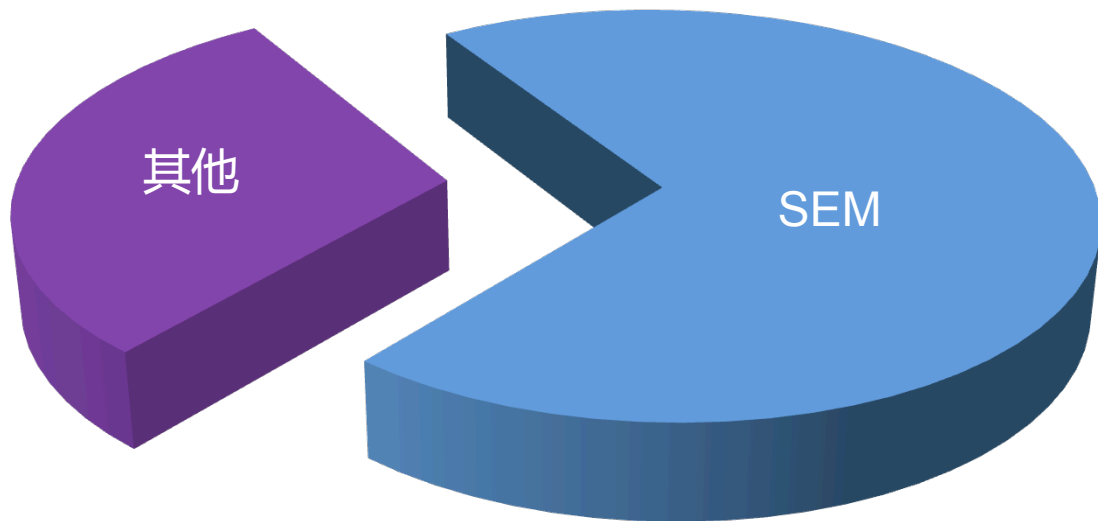
对策：形成新东方自己的教学理念，以点破面，实现个性化教学

辅导班延伸覆盖至课内课外

03

新东方营销布局 @数据化体系

投入现状



营销环境

- 媒体成本年年增幅
- 传统竞争对手卯足了劲
- 投资热带来新入玩家

行业特性

- 客户生命周期长
- 重服务，多互动
- 产品而非营销导向

新东方网络营销架构 (D.P.C.T)

广告投放智能化=避免“瞎”花钱

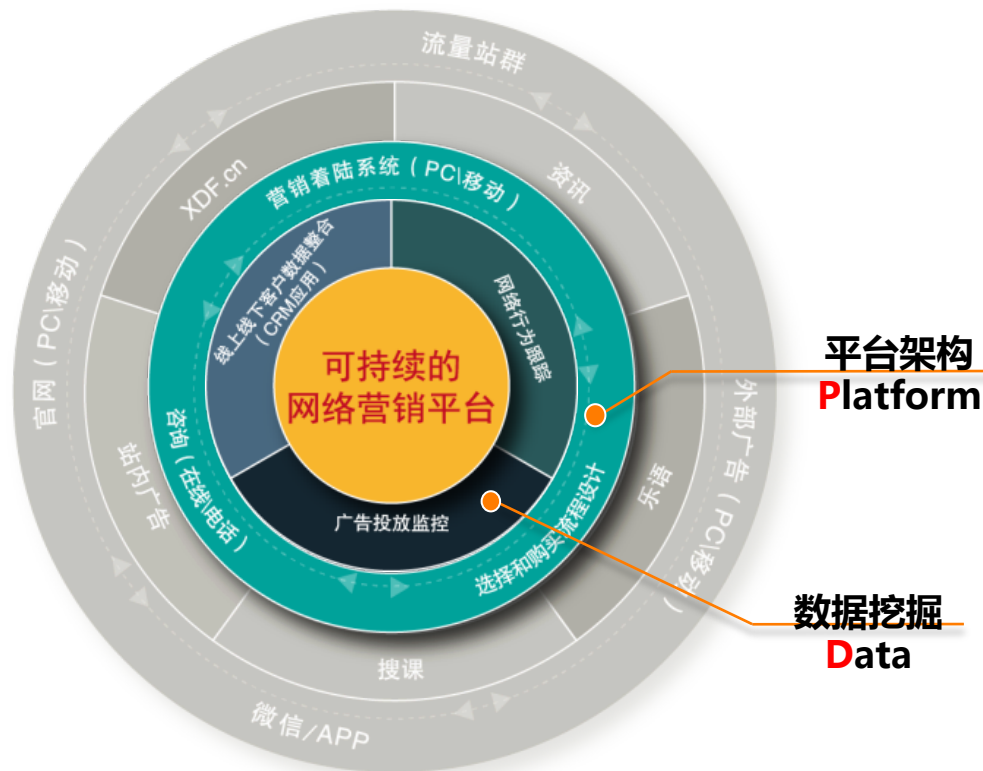


数据挖掘
Data

- 线上线下客户数据整合
- 打通数据O2O
- 广告投放监控
- 明确广告产生真实收入
- 网络行为分析
- 监控用户行为，投递精准广告

新东方网络营销架构 (D.P.C.T)

封装用户需求 = 提升购买体验



平台架构
Platform

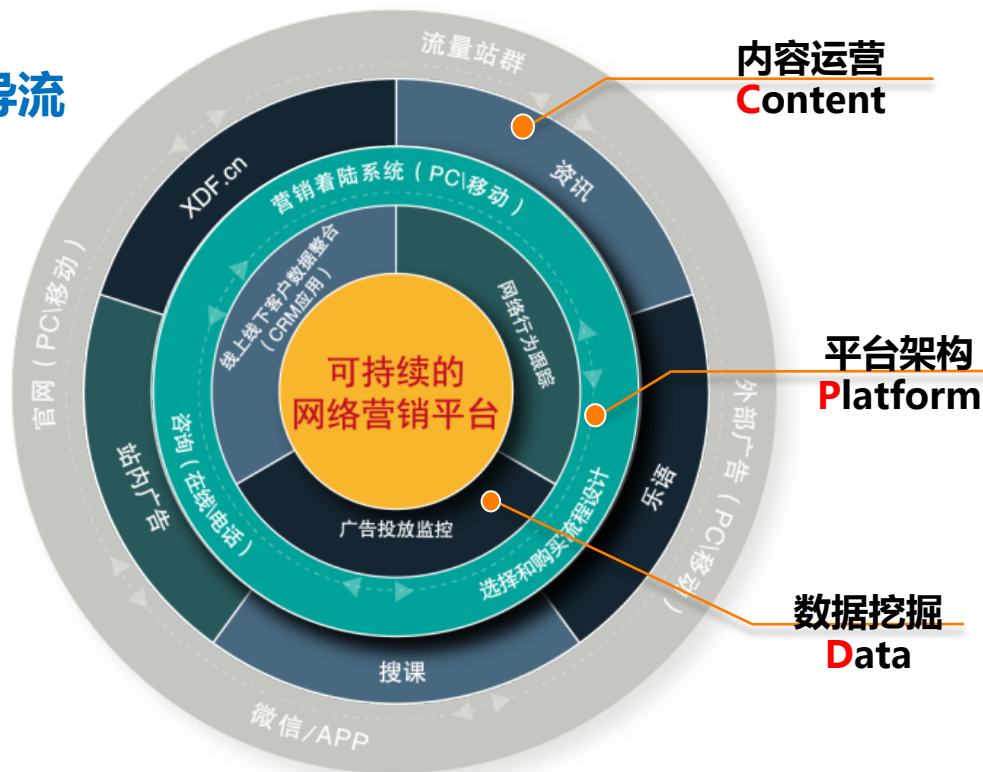
- 营销着陆系统
-根据用户意向推荐跨部门产品，整合解决需求
- 选择和购买流程设计
-实现消费者对于公司各业务线的需求
- 咨询（在线电话）
-实现咨询在PC和移动的支持并检测效果

数据挖掘
Data

* 充分考虑PC和移动端的不同体验

新东方网络营销架构 (D.P.C.T)

内容，为营销目标导流



- XDF.cn官网
-建立电商导向的官网架构和内容运营机制为学校提供指引

- 站内广告
-匹配市场需求和用户兴趣有规划呈现

- 搜课
-更准确、更匹配需求、更完善的信息

- 乐语
-支持PC以及移动

- 资讯/社区
-作为内容搜索结果引入流量并匹配产品
-打造家长、学员和新东方的强关系链

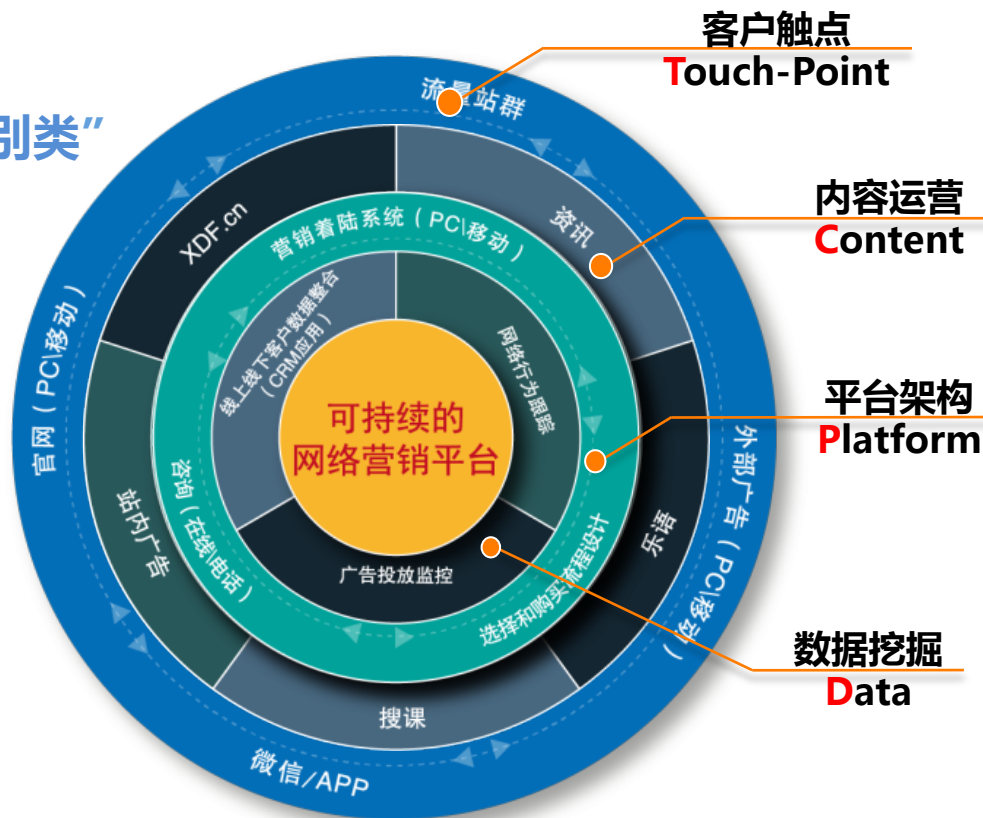
内容运营
Content

平台架构
Platform

数据挖掘
Data

新东方网络营销架构 (D.P.C.T)

客户触点需“分门别类”



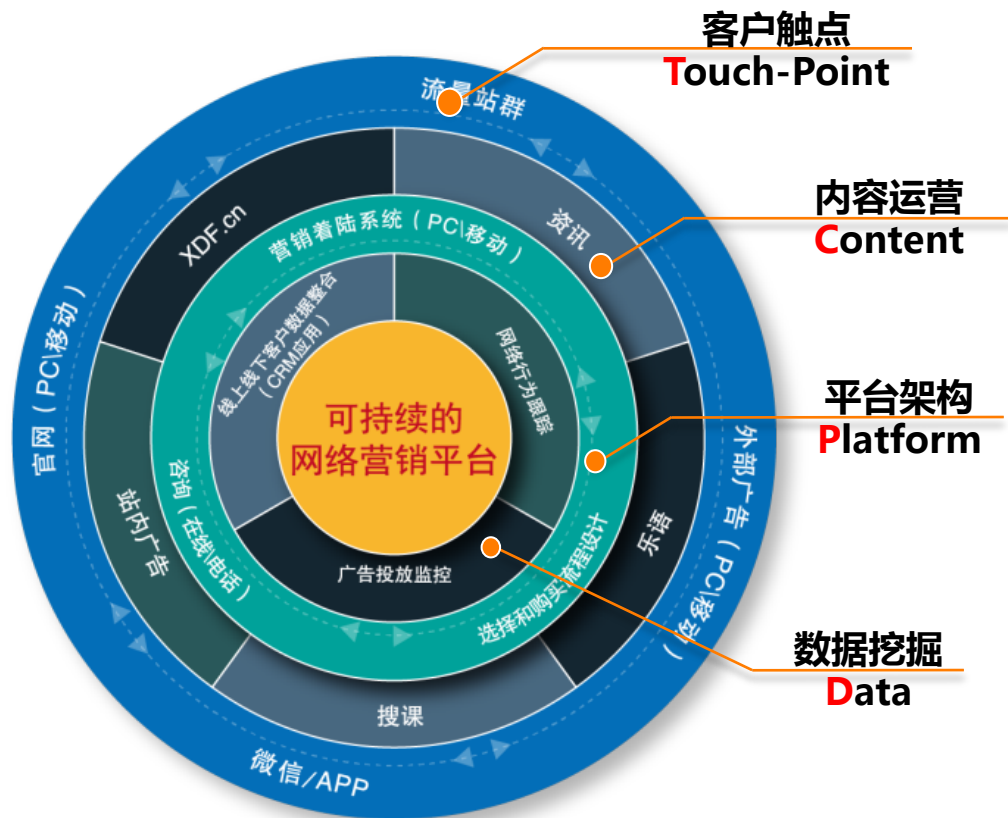
• 官网PC\移动端入口
-根据用户设备和使用环境构建

• 外部广告
-针对用户行为和兴趣展现核心产品

• 微信\APP等自媒体
-与数据对接,支持用户移动交互

• 流量站群
-针对品牌建站,引入流量进入官网

新东方网络营销架构 (D.P.C.T)



地面为本、研发为魂、
体验为王、客户为先、
系统融合、边界无限

-- By 俞敏洪

THANKS.

Marketing Department

New Oriental Education & Technology Group

新东方®
XDF.CN