



K12 在线教育运营场景分析

2017-12-15

目 录

一、K12 在线教育常见模式与分析：

1. 1 录播课模式

1. 2 直播课模式

1. 3 在线一对一

二、K12 在线教育师资构成、教学场景与教师管理模式

2. 1 师资构成

2. 2 教学场景

（附双师课堂模式解析）

2. 3 教师管理模式（简析）

三、xxxx 教育线上中心直播布局思考意见

3. 1 教育直播课的意义

3. 2 一堂成功直播课的标准

3. 3 关于产品布局的前提理论原则分析

3. 4 xxxx 智能教育 K12 线上中心定位框架意见

3. 5 最新 K12 在线教育行业权威解读文章

K12 在线教育常见模式与分析

K12 在线教育行业目前的模式主要分三大类，录播课模式，直播班课模式及在线一对一模式，下面对三种模式做简短分析：

▲录播课模式：

1. 1 简述：

录播课是最早的在线教育业态，大概是 2005 年之后，各种网校如雨后春笋般冒了出来，其中比较有代表性的是：北京四中网校、黄冈网校、101 网校、新东方在线、学而思网校等。这类最原始的网校，基本模式都一样：依托于比较有名的公立或者民办的线下教育实体，挑选优秀老师，把他们的上课实录或者对摄像机录制的课程放到网上售卖。

1. 2 录播课的优势：

录播可以加后期制作，使讲授的呈现效果更好或者更具特色。

目前市面上有两款产品就是按照这个思路开发的，一个是主打高中的乐学高考。推出了乐学大电影系列，以拍电影的标准来拍授课短视频。此时的课堂不再是一个老头或老太太对着黑板干巴巴的在讲授，而是一个明星范儿的老师配合各种场景、助手及后期制作的生动课程；另一个是主打初中数学的洋葱数学。虽然录播课的呈现标准没乐学高考高，但也花了很多心思在课程效果上。而且，为了弥补录播互动性差的缺点，两者均设计了聊课室、助教 qq 群答疑等板块。

同时，我们要看到，目前做精品课程的成本高、产量低等问题是许多做录播课程机构必须解决的第一难题。

1. 3 录播课的不足：

(1) 录播课的很多实际消费者——家长不懂教育。在孩子身上向来不差钱的中国家长，在听了课程顾问的神忽悠后，自然舍得掏腰包。但从后期的课程复购率就知道该模式的属性。

(2) 在教育信息化的大背景下，各个学校，甚至是很多地方的乡村中学，都安装了微机室、多媒体等。随着各种教育新模式的不断涌现社会，尤其是 13 年后，录播这种传统模式的弊端越发明显。其最大问题在于学生毫无课堂参与感，也无任何课后服务，我讲我的，你听你的。而教育的本质是沟通，而非灌输，任何人都更倾向于和人去沟通，而不是被动接受。即使是作为专业的教育从业人员，让我们去看看一些知名机构老师的录课视频时，还是经常会走神、犯困、不自主的快进，更何况是思维更活跃的孩子呢。所以，录播课这种模式的衰落已成必然，想必近几年已经很少再看到关于北京四中、黄冈及 101 网校的信息了吧。

▲直播班课模式：

2. 1 简述：直播课（直播班课）模式是目前主流的在线教育模式，目前常见的直播课程模式又可以分为四小类：讲座、幻灯片、音频互动、视频互动模式。

(1) 讲座模式 讲座模式适合以语音为主的直播，语音直播也是一种方便快捷、应用最广的直播方式，直播时可直接语音授课，也可辅以图文、小视频，内容实时保存，随时可回放、支持私问送礼打赏评论聊天，互动丰富不受时间场合流量限制。

【适用场景】 语音直播授课基本适用于大部分课程，特别是符合碎片化学习需求，方便语音传递的内容，比如英语口语学习、咨询问答或者专业教学类的可以语音，沟通更简单、高效。

(2) 幻灯片模式 幻灯片模式适合图片 PPT 课件较多的语音直播，有些课程需要配合比较多的图片来配合课程内容，可以上传 ppt 至主屏，每张 ppt 绑定对应的语音，以便更好的理解课程。

【适合场景】 一般适合 ppt 课件较多的语音直播，比如一些需要做笔记的、识记背诵需要归纳重点的课程，比如教育考试、健康医学类相关考点、重点或者一些图片展示较多的课程，比如摄影教学、绘画、服饰搭配课程。

(3) 音频互动模式 音频互动模式适合已有录制好的音频，音频播放配合语音互动。讲师提前上传录制好的音频，定时播放，既有直播氛围，又能在评论区和听众即时互动交流。

【适合场景】 1. 碎片化需求：如果你的听众大多只是利用碎片化时间收听音频的上班族，课程内容又适合收听为主，那么你可能更适合选择音频为主的授课模式。

1. 音频直播实时互动课：该模式能适用于大多数课程，综合性强大，可采用音频+语音+图文+讨论区互动模式授课，根据课程内容需要调整其中任一部分的比重，达到最优的授课效果。

2. 自修课：可以提前上传音频，定时播放，以供学员自学，最大程度让老师以最小的成本丰富课程的多样性，比如一些有声书、美文、故事分享等等。

(4) 视频互动模式 视频互动模式适合已有录制好的精品视频，视频播放配合文字、语音互动。讲师提前上传录制好的视频，定时播放，既有直播氛围，又能在评论区和听众即时互动交流。

【适合场景】 1. 具体展示需求：如果你讲授的是绘画、厨艺、电影、健身等等需要体现比较具体的操作和展示的课程，视频为主的授课模式可能更加适合。

2. 视频直播实时互动课：视频互动同样综合性强大，可采用视频+语音+图文+讨论区互动模式授课，根据课程内容需要调整其中任一部分的比重，达到最优的授课效果。

3. 分班教学，效率 Max：视频模式非常适合精品付费课程，那么可以针对重点 VIP 学员开授小班模式的课，因为老师对这些学员比较了解，班级规模较小，可控性更强。老师还可以根据不同学员基础水平分班教学，同一视频分批带学员，有针对性的加强课后辅导和互动，最大程度节约时间提升效率。

2.2. 直播 VS 录播优势分析：

(1) 每个人都有惰性，当一件事没有紧迫感时，我们就会把它的重要性等级降低。比如，直播课 7 点开始，我们可能会推掉别的事，给它腾出时间；如果随时可以观看，嗯，不着急，还是睡一觉再看吧。

(2) 学习本质是沟通，人还是愿意和人去沟通的，如果不能，那么我们也倾向于找一种最接近直接沟通的方式。如果各种学习方式按照容易被接纳的程度排序，应该是：一对一学习，线下班课学习，在线直播学习，在线录播学习，学生独立看书学习。在线直播学习为什么又优于在线录播呢？虽然直播时，学生也不能进行多少沟通，但确能感受到‘老师是真真切切存在的’，学生的情绪就会被老师调动。我们看足球比赛直播都会大喊大叫，但是看录播就不会，这是一样的道理。

(3) 虽然录播也可以有课后服务（比如乐学高考建立的助教 qq 群），但是，学生最有问题冲动的时候，往往是刚上完课的时候。随着时间的增长，学生想去解决不会问题的意愿会减弱。这也可以解释为什么各种答疑平台都在鼓吹“1 分钟解答”。如果每个人观看课程的时间不同，助教就很难保证全天候在群中及时服务每个同学。而统一所有同学在某时间段集中答疑，又会打消其他时间段学习的学生的问题冲动。而直播在这方面的优势是，在所有人集体学完后，随即开放提问环节，助教可以立刻针对同学的问题进行集中高效的回答。上述原因的存在直接导致了直播课的崛起和录播课的衰退。

2.3. 直播的 B2C 和 C2C 模式：

B2C 模式：如新东方在线、学而思网校等，一般的线下机构发展在线教育会采用此种模式；

C2C 模式：如 YY（100 教育）、猿辅导等，一般是纯粹互联网出身的在线教育公司的选择方案。

两种模式 PK：现存的 B2C 和 C2C 模式，前者要优于后者，且前者是后者的进化方向。

(1) 新东方在线、学而思网校等此类依托原有教学资源建立的单一 B 端平台，对平台老师有很强的管控和协调，不至于当行业出现爆发期时，大量的学生涌入造成服务质量的低下。

(2) 在推广方面，B2C 模式的在线教育公司有计划、有针对性的推广方案也比 C2C 老师排名体系靠谱的多。比如 B2B 模式的在线教育网站可以通过调整宣传来控制每个老师的学生数量，做到各种资源的最优配置，而且也不会过度宣传某几个名师（如学而思在线模式，不宣传名师而是宣传课程体系）。但 C2C 模式的在线教育网站推广来的学生则永远会选择排名最靠前的老师，不仅排名高的几个老师一定忙不过来，而且由于过度对个别老师进行包装，导致这些老师单飞的风险还极高。但是，C2C 彻底转变为单一 B2C 几乎是不可能的，毕竟 C2C 的管理者没有新东方、好未来那么深的人才及内容积淀。

2.4. 网红教师的发展分析：

C2C 模式最终会朝向 B（教师网红经济公司）T0C（学生）的模式发展。目前网红经济大行其道，这个趋势已经蔓延到了我们的教育行业。那么，教得好，就能成教育界网红吗？绝不是。由于学生短期内是根本听不出老师讲课好坏的，尤其是在老师认真准备的情况下。所以学生或者家长一节课就听出特点的教师才有可能成为教师网红。说这层话的意思是，在线时代，一个老师只能讲课是不行的，真的没人喜

欢一个老头或老太太絮絮叨叨的说一个小时的。但如果不能短时间内抓住学生的眼球，就没有后续学习来印证他真的是一个‘好老师’。所以，老师要么美，要么逗，要么背景好的闪瞎眼等等，总之你要有特色，看看香港和韩国的补习市场就知道了。**网红教师绝不是一个人在战斗，每个网红教师的后面都有一个团队在使劲，你做公关我做内容等等**。这就进一步促进了直播班课从 C2C 商业模式向 B2C 商业模式进化的过程。在目前的直播课市场上，C2C 平台的名师都将会有自己的‘经纪公司’，即未来的直播平台不会是入驻很多个体老师的淘宝（C2C），而是入驻很多名师经济公司的天猫（B2C）。此时，教师和机构的关系不再像现在一样**老师给机构打工，机构给老师发工资**，反而更像是**机构给老师服务，老师给机构提成的模式**

▲在线 1 对 1 模式：

3.1. 简述：打 2015 年起，在线一对一慢慢火了起来。比如，掌门一对一，三好网等，都拿到了令人羡慕的投资，学霸君、猿辅导也在不断有意无意的转型，在圈内搅起了不小的水花。

3.2. 在线 1 对 1 的优势：

(1)前面提到的班课直播体验感要比线下班课差很多，而一对一在线的体验感虽然比线下一对一差距，但是并不会前者那么大的差距。这跟说话的道理类似，当面聊天确实好，但见不了面的时候打电话也行，能视频更好；相比之下，多人电话会议的效果就比当面开会差很多。而且，**技术层面已经能够实现通过智能书写装备将手写内容同步传输到网络（手写板）**。很多人诟病的授课交互差的问题也能够很好的解决。在这方面，VIPABC 和 51talk 已经开了好头。

(2)相对于直播班课面临的线下巨头新东方、学而思以及一众地方霸主（很多省级班课机构在地方口碑并不比新东方学而思差）等，在线一对一面临的对手档次要低得多。最好的线下一对一对手不过是学大，更有大部分还是一些兼职小机构甚至是大学生。

(3)机构一对一教师更有动力去跳槽到平台上，实现短期工资增长。相对于班课机构老师，一对一机构老师更不稳定（行业离职率非常明显的差距）。因为一对一机构老师更累（工作时间长），工资更低，且受限于本身单位时间创造价值低，其工资增长空间也不大。如果平台能实现短期工资增长，他们有什么理由不去。

(4)对于三四线城市，在线一对一刚需。一对一辅导是一个倒三角型的需求（即初三、高三需求量非常高），而相对班课老师，一对一老师的能辅导人数弹性非常少，当需求猛增时，他们的工作时间可是不能猛增的。这就导致了基本上再差的机构，在需求高峰期都是有钱赚的。

(5)在线一对一通过低价创造了一个增量市场。互联网最拿手的是去中介化，降低成本，从而降低价格。但降低价格对班课吸引力并不大，毕竟线下班课也不贵，但对于一对一影响就比较大。现在的很多家长和学生的习惯是，平常上班课，冲刺期（如初三、高三）上一对一，就是因为家长学生认为一对一效果好，但是高一高二觉得没必要。

(6)在线一对一最大的优势是提高了效率，老师或者学生不必跑来跑去。很多在线一对一的师生是有地域上阻隔的。

3.3. 在线 1 对 1 的劣势：

(1)真正的好老师基本是不会去带一对一的，因为班课的课酬更高，而且从来不缺学生。即使有一对一，也是从班里的学生转化过来的，此时课单价会很高，因为班课老师获取了班里有更强支付能力和意愿的同学的剩余价值。这是一对一高价要靠很大的学生基数才能实现的情况，而不是大众情况。

(2)家长报一对一的目标很明确，就是提分。在这个前提下，家长会在可以负担一对一高价的年级去寻找有信任背书的老师。比如在职教师，不知道有多好，但总不会太差；比如上过他班课的老师。所以就跟电商大多是低价路线，奢侈品还要去商场买的道理一样，除非学生家长对在线一对一教师平台之前就产生了学习习惯，否则不会在初三、高三这个一对一价格可以很高的年级选择在线一对一的形式学习。

(3)有的平台可能会提出通过培训，监督等保证平台上的老师质量，以收取更高的价格。这个理想丰满，教育行业需求一般会集中爆发，当大量的学生涌入，哪个机构能忍住让老师继续培训，不许代课挣钱？新东方做不到，好未来也做不到，老师也忍不住。任何机构承诺的经过多少轮、经过多长时间的培训都是假的，最起码是夸大的。监督就更不说了，目前任何机构都做不到实时监督教师授课过程，平台居然能？

说这话的人，你一定是没有干过这活。 所以，这个行业只能是课后监督，课前及课中监督想都别想

（4）有的平台承认不用好老师，他们提出了一个理念：最适合的老师才是最好的老师，以收取更高的价格。 这个说法不新鲜了，祖师爷学大已经这么说了十年了，学大从来不说老师好，而是说适合。 那么什么是适合的老师呢？ **但你能知道老师哪里教得好吗？你有数据后台吗？你记录过学生的学习轨迹和学习曲线吗？（大数据支持）**所有的机构也都会号称给你匹配合适的老师，而事实是哪个老师课少或哪个老师贵就给你匹配哪个老师，就好像你去饭店问哪个菜好吃，服务员告诉你的基本都是今天剩下啥，啥就好吃。我想没有**数据支撑的平台**最终也是这个结果吧。

（5） 在线一对一和线下一对一一样都有**规模不经济**效应，行业普遍获客成本居高不下，营收额不断增大的同时亏损额度也在不断增大。

K12 在线教育师资构成、教学场景与教师管理模式

在 K12 教育领域，主要核心竞争力不外乎：师资实力，教学场景的衔接度，老师、学生课堂的管理监控（教学质量后端把控）及技术实现等方面；下面主要分析 K12 在线教育行业主要机构的师资构成、教学场景实现及管理模式三方面。

▲师资构成：

1. 学而思网校：

（1）老师招聘条件：

- 1、985/211 全日制统招院校本科学历及以上，中学基础知识功底扎实；
- 2、热情乐观，责任心强，具有良好的沟通能力和团队合作能力；
- 3、热爱互联网教育培训事业，愿投身教育行业长期发展。

（2）入选流程：

初试（初试）—笔试—7 天培训营（每天 10h，淘汰制）—通过培训拿到 offer—坐班实习 1 周（定岗）

（3）对外介绍：

通过面试、笔试、试讲、淘汰制培训等层层机制严格筛选，**教师平均录取率为 30%**，只为找到最优秀的人才加入我们。80 人明星教师团队，其中 45 人毕业于清华北大，占团队 56%，除此外更有诸多特级教师，人大、北师大、复旦、南开、北外等名校学子加入。70 人在线教师团队，985/211 院校毕业生达 80%，教师多毕业于北大、清华、人大、北师大、北邮、北科大、北理工、山大等高校，拥有过硬的知识基础和竞赛背景。

（4）老师兼职/全职：全职

2. 沪江网：

（1）老师招聘条件：

- 1、**211** 以上重点院校科目对口专业，师范类院校和教育硕士以上学历优先，有 **3 年以上教学经验者** 优先。
- 2、专业功底深厚，熟悉初高中数学课程体系，对中高高考有深入研究者优先。
- 3、喜欢和学员交流互动，关注用户需求和反馈，善于分析总结；授课有激情，喜欢尝试新模式教学；
- 4、有责任心，能够激发学生的学习兴趣，有创新意识和团队合作精神。

（2）入选流程：

初试（初试）—笔试—**入职实习（淘汰制）**—实习转正（定岗）

（3）对外介绍：

师资全部出自一流名校（兼具教研实力和人格魅力），标准化的师资培训（老师专业化的培训周期长达 6-12 个月），严苛的筛选制度、层层选拔（筛选比例通过率低于 10%，优中选优），同时聘请重点中学的一线名师职教。

（4）老师兼职/全职：全兼职均有，兼职为主。

3. 掌门 1 对 1：

（1）**兼职老师**招聘条件：

1. **北师大**、清华、北大、复旦、交大、浙大、人大、中科大、中大、南大、哈工大、西交、南开、武大等高校在读本科生/研究生或毕业本科生/研究生，专业不限；
2. 有责任心，拥有良好的沟通表达能力，有家教经历者优先；
3. 能够保证每周至少 **4 个小时** 的授课时间；

全职老师招聘条件：本科以上，专业不限，有相关工作经验者优先；

（2）入选流程：

在线报名初选——在线笔试——在线试讲 1——在线试讲 2——通过定岗

（3）对外介绍：

掌门 1 对 1 拥有 200 多位教研专家组成的资深教研团队，长期扎根试卷、考纲、政策，研究各省中高考长达 10 年，自主研发超过 10000 套教研材料，直击中高考难点，同步各个省份教材知识点。掌门 1 对 1 目前拥有 10000 名自有师资储备，所有授课教师均为来自名校的学霸和全国重点公立中学名师，经过 5 轮

严格教学技巧筛选，教学经验丰富，熟悉各省考点，1 个老师拥有 1 套应试技巧，满足学员及家长的各类需求。

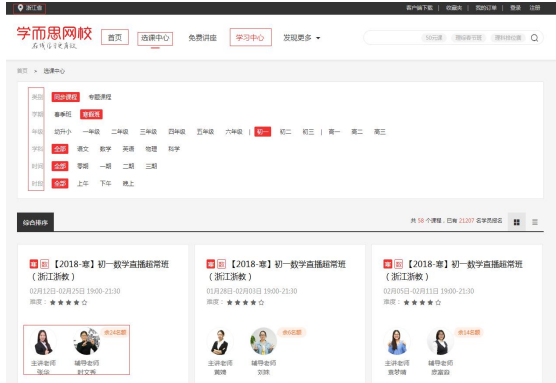
1 层筛选：全国顶尖名校精英 17.4%，2 层筛选：长期教学经验 13.7%，3 层筛选：专业教学技巧 8.5%，4 层筛选：备课与教案能力 6.2%，5 层筛选：试讲好评率高 3.7%。

(3) 老师兼职/全职：全兼职均有，兼职为主。

▲教学场景（模式）：

1. 学而思网校：

- (1) **教学模式：**直播班课（视频+课件+聊天+书写）
- (2) **课程分为四期：**春、秋季，寒暑假班，**以期为推，分同步班和专题课**）
- (3) **课程模式：**双师课堂（直播课-随堂测-学习报告）



(4) 教学流程核心：

首页 > 选课中心 > 【2018-寒】初一数学直播超常班（浙江浙教）

【2018-寒】初一数学直播超常班（浙江浙教）

直播授课 纸质讲义 学期家长会 及时答疑 考试检测 随堂测1对1批改 学习报告 随时退款 无限回放

难度：★★★★☆

学习流程

预习测验

课前测巩固知识，课前直播预习要点

检测作业

课程效果及时检测，辅导老师1对1批改

学习报告

上课情况数据化展示，一目了然

教授新课

多年教龄老师授课，严谨教学体系

课中练习

课中互动练习题，保证听课质量

错题订正

在线专属错题本，逐一订正，学会为止。

(5) 学而思网校优势：

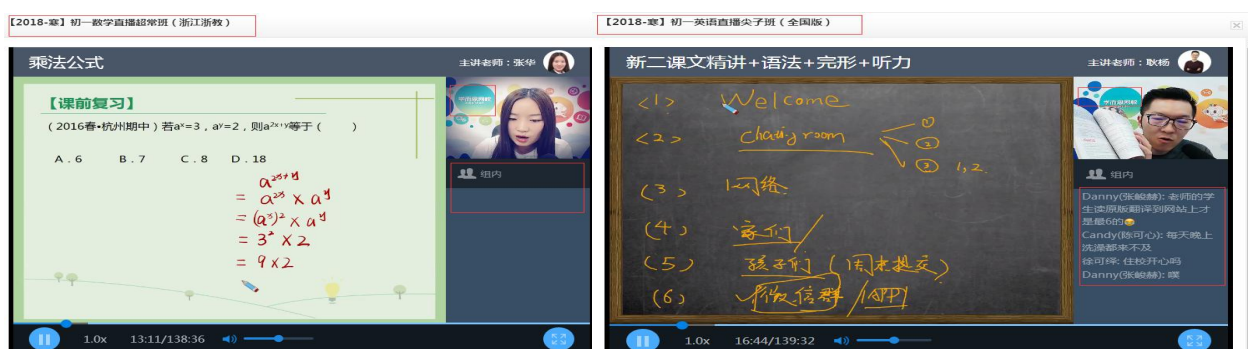
8

学而思网校优势

 <h3>名校毕业的主讲老师</h3> <p>985、211等名校毕业，多年授课经验，专注教学及考试政策研究</p>	 <h3>1对1的全程辅导</h3> <p>辅导老师全程辅导，一对一答疑，作业批改，预习复习全搞定。</p>	 <h3>14年的教学内容研发</h3> <p>十四年的教研积淀，依据当前考试大纲更新教学内容</p>
 <h3>省时有趣的直播课堂</h3> <p>直播授课，实时与学生互动，并且课后可无限次回放，反复学习</p>	 <h3>在线全真模考系统</h3> <p>春秋期中期末测试，全真模考，让孩子的进步可见。</p>	 <h3>个性化专属错题本</h3> <p>记录每位学员做错题目，查漏补缺的利器。</p>

(6) 教师教学场地及背景：

教学场地：全职老师的性质，由公司统一提供场地获自主布置场地（符合职业形象+背景+周边大环境）
授课教学背景截图：



(7) 班型规模：50 人标准

(8) 教学系统：自主研发

注：新东方在线与学而思网校的模式非常类似，新东方在线增加了在线 1 对 1；同样是采用双师课堂的模式；涉及课程比较偏重英语（涵盖的课程种类选项更丰富）

2. 沪江网:

- (1) 教学模式: 直播班课、在线 1 对 1、录播课 (三种模式均涵盖)
- (2) 课程分类: 年级、科目、课时
- (3) 课程模式: 班课和在线 1 对 1 为主



(4) 教学流程核心:

互动直播课 24h 内答疑 作业批改 资料下载 系统化学习 私人订制 全程督导 (红色为 1 对 1 流程)

(5) 沪江网优势:



(6) 教师教学场地及背景:

教学场地: 主要是通过课件+音频+聊天对话+答疑的直播形式, 对老师的授课场地要求不高 (安静即可)
授课教学背景截图:



(7) 班型规模：人数基本不限（100 左右）

(8) 教学系统：自主研发

3. 掌门 1 对 1：

(1) 教学模式：在线 1 对 1（为主），小班课

(2) 课程分类：以课时套餐为标准(40/80/120/160/200...)，全科，全年覆盖

(3) 课程模式：1 对 1 为主



(4) 教学流程核心：

电话预约——测评——老师匹配——免费试听——报名（课程定制计划）

老师教学方案制定——课前班主任沟通（课程时间安排）——教学互动与反馈/评价——回访服务（增值服务）

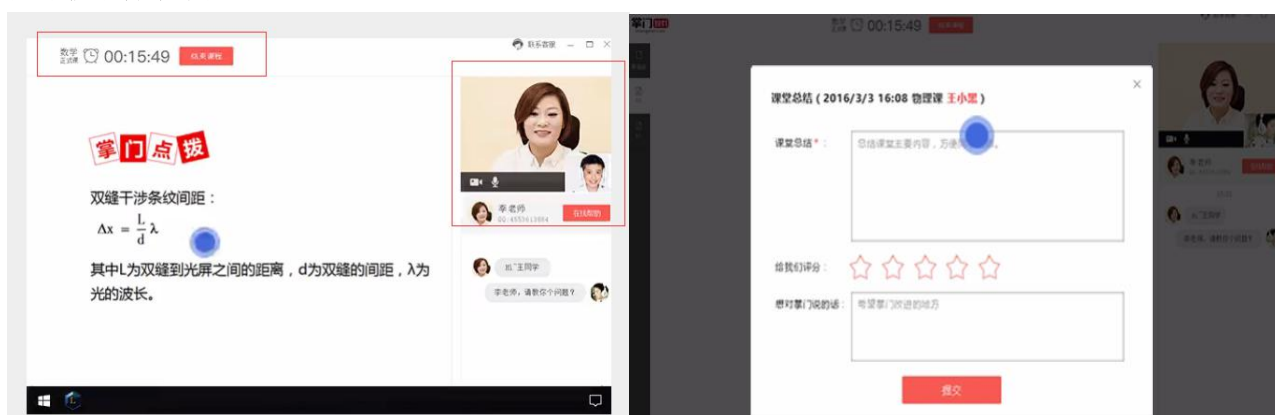
(5) 掌门 1 对 1 优势：





(6) 教师教学场地及背景:

教学场地：视频+音频+聊天版+写字板的方式，一般由机构在高校提供场地，老师职业形象+环境安静
授课教学背景截图：



(7) 一对一

(8) 教学系统：自主研发

注：掌门目前已经内部实行小班 1 年多，班型人数 4-6 人左右；目前仍没有大规模推广和复制；

双师课堂相关知识补充：

1. 双师课堂：我们将传统教学中老师的职责进行细分，让优秀的主讲老师通过直播的形式给更多班级的孩子上课，让每个小班的辅导老师课上课下陪伴、辅导本班孩子的学习，两位老师各司其职，分别做好课上教学和课后辅导。借此，我们将传统课堂学习从课上延伸至课下，形成“课堂学习-课后练习-辅导纠正-真正掌握”的高效学习流程。我们把“名师授课”与“实时辅导”完美结合的高效学习模式称为——双师课堂。

2. 双师课堂如何授课：（1）名师小班授课，双向互动，课堂更高效；（2）课上互动答题，分组比拼，学习更积极；（3）辅导老师陪伴，答疑辅导，掌握更牢固；（4）通过一个现场视频，来看一下双师课堂

是怎么样上课的呢？(具体以实际授课视频为例：学而思双师授课视频链接地址：

<http://sbj.speiyou.com/spy/20161010/57fb47659c4b4.html>)

3. 双师授课的优势：

法宝一：名师授课，课堂更高效

双师课堂的主讲老师，都是精挑细选的学而思“明星教师”，教学经验丰富，教学成果斐然，常年在学而思带高端班，授课能力强。他们的课程开班即满，让许多想报名师班的家长苦恼不已。双师课堂上主讲老师用双向直播的形式，同时向多个教学点、多间教室进行直播授课，同时也将教室情况直播给主讲老师，老师与孩子实时双向互动，彻底解决了名师课程报名难的问题。再也不用担心报不上名师的班了

法宝二：辅导老师全程陪伴，实时答疑辅导

辅导老师 90%以上来自 985、211 的高校，经过了学而思层层面试、选拔、培训和考核。课前带领孩子们预习、课上面对面答疑辅导、课后批改孩子作业、与家长沟通反馈孩子的学习情况，完成从集体学习到个性化“矫正-反馈”的学习环节。再也不用担心孩子课后没人辅导了

法宝三：科学的学习流程，提升学习效果

环环相扣的学习流程，每一环都有老师监督辅导，让学习事半功倍，将学习效果最大化。

预习：为本讲知识的学习打好基础，提高听课效率

课前测：复习、巩固上节课知识，温故知新

出门考：课上要点及时检测，全部做对再出门，不留知识盲点

课后作业：辅导老师一对一语音批改，消灭错误，纠正思路

再也不用担心孩子没学会、忘得快了

法宝四：学习情况一目了然，家长更放心

通过 IPS 智能练习系统、作业批改 APP、课上互动答题 APP，双师课堂的学习过程将被数据化记录。

辅导老师会综合孩子每次课的课上学习状态、课前测、出门考、作业的完成情况，分析学生知识点的掌握程度，为每个学生单独**总结针对性学习报告**，并及时与家长沟通，给予更准确、更科学的学习建议。**再也不用担心不了解孩子的学习情况了**

4.服务沟通：各班级的 qq 交流群;

▲教师管理模式（简析）：

全职老师管理：

- 1.入职培训（行业普遍一周至少）
- 2.老师管理制度与规范：
- 3.老师等级制度；
- 4.考核标准：kpi

兼职老师管理：（以掌门为例）

1. 入职在线培训；
2. 规范制度入职资料及在线考核；
3. 教务管理部门抽检与考核；
4. 分细小单位管理：以大学、专业、寝室楼道、上课专用教室的单位进行个人负责制管理
5. 等级管理制度；

xxxx 教育线上中心直播布局思考意见

▲教育直播课的意义：

教育直播会承担相应的运营目标：

注册转化——KOL（关键意见领袖）公开课的注册转化率可以是平常自然转化的 5 倍 10 倍甚至更高。

活跃/激活——不管是最近一两个月注册的学员，还是半年前 1 年前注册的学员，虽然他们已经有一段时间没来上课了，但是来参加一堂有意思也有价值的公开课多半是愿意的

营收转化——群体效应，相比较而言，1 对 1 或者小组（5 人以下）的教育直播，主要目标就比较简单——实现教学服务效果；对于大班（20 人以上）直播，需要课程内容与服务双方效果结合

思考 1：我们在开直播之前，一定要弄清楚我为什么要开直播？我可以用直播来为我的学员实现什么价值，我可以用直播来为我们学妈学霸实现什么价值？只有理解深刻了，目标清晰了，才能开始有方向的筹备我们自己的教育直播。

开直播的原因：线下社区服务的延伸，服务更大区域的学妈及学生；节省路上时间；提升注册用户及转化率、活跃度；有效提高活动运营的效率；**为学员实现的价值：**让家庭也有效的参与到教育中来；节省获取优质教育的时间成本；**为学妈学霸实现的价值：**降低获客成本；维系客情关系；突破规模不经济，尽快实现盈利

▲一堂成功直播课的标准：

目标——我是为了获得更多的**注册学员**？还是希望**提高网校的用户活跃度**？还是**希望赚钱**？

内容——目标不同，需要准备的内容不同

用户定位——我的公开课学员是谁（画像）？他们在哪（渠道）？我要怎样才能找到他们（到达方式）？

流程设计——为了实现目标，我需要设置哪些环节？一般的具体流程如下：

- (1) **广告设计**——我们通过什么样的信息吸引/通知到用户？
- (2) **落地页**——用户第一眼看到的什么内容？什么样的信息才能够让用户更愿意第一时间选择注册报名公开课？
- (3) **注册成功后的导流**——是微博、QQ 群、微信群还是微信公号？
- (4) **课前预热**——是课前作业，课前讨论，还是课前问答，亦或者有奖竞猜？是否有免费试听课？
- (5) **直播**——讲课方式？互动方式？促销方式（营收转化）？节奏？水军还是自来水？销售配备和支持？
- (6) **课后**——课后作业？课后讨论群（微信还是 QQ 群）？课后如何转化课程销售？

▲关于产品布局的前提理论原则分析：

原则 1：线上客户需求可以参考线下：用户需求一般一定需要具备“有付费习惯、有刚性需求、可形成消费密度”三个特点：（1）线下需求旺盛，线上需求才成立；（2）线下趋势积极，线上才有前途。（3）K12 教育的本质是备考，而非广义的“教育”，备考的需求是刚需。

原则 2：在 K12 流量与市场的转化中，流量就是市场，但是不同的流量，质量却有着差异；在流量的利用中，我们需关注：

（1）**流量入口的转化距离**：能把控市场、流量，才是生存之本。家长帮、学霸君等均为流量入口，但是对转化的距离却有远近。家长帮直接 HOLD 住升学，与培优业务距离比较近，其他则比较远。还有没有更近的入口？显然有的，例如，对本地化一线教师的“大众点评”，也许更接近转化。

（2）**流量的频次**：流量入口做到高频，既考验思路，又考验运营，一键拍题等虽然属于高频工具，但是距离转化比较远，也缺少温度。如果在流量产品的设计上，全力**关注内容稀缺性、周期性、传播性**，一定可以完成流量入口产品的建设。**互联网技术+对教育行业的理解**，缺一不可。

（3）**流量的运营**：流量的沉淀一定要充分发挥互联网的优势，按照不同的时间节点，不断沉淀并唤醒用户。

原则 3：教研、教学、技术与招生的关系：

（1）**教研**：培训机构的教研是机构能否形成口碑和快速复制的关键，基本集中在“**教什么、怎么教、如何出彩**”3 个环节。这就决定了培训机构老师其实更多的是表演性教学，例如，很多曾经知名的老师独立创业后，很快就会被甩到尘埃之中。亲其师、信其道，表演不好的机构妄谈教学专业（与考试的紧密关联程度），后果往往会很惨；

（2）**教学**：教学是用户对课程的直接体验者，**对口碑的形成至关重要**。快乐教学包括非学习快乐与学习快乐。现实教学中越来越多的学生在乎教学中的快乐，仅有少部分学生依然在乎教学的专业性，实践证明，最后成绩优异的往往是后者。这其实是个奇葩的悖论，但事实如此。

（3）**技术**：技术是做互联网教育行业不能回避和跨越的关键；技术需要解决教学场景、教学监控和大数据精准分析（AI）及运营分析，目前在线教育的技术手段普遍不够完善及很难弥补线下教学的优势；这也是线下机构依旧占据较大市场份额的主要原因之一。

▲综上，xxxxK12 线上中心的定位框架意见：

一. 产品定位：

公益课程直播（大班：免费或低价收费，作为增值服务与活动引流）

学科辅导课程直播（小组 or 大班：实现营收和盈利的关键）

在线 1 对 1（特殊高端群体的个性化定制：满足毕业班及阶段性的辅导需求）

是否考虑双师课堂模式？（目前阶段可能不适合，对教研体系的完善度及师资培训要求比较高）

二. 客户群体：

公益课程直播：学妈群体为主

学科辅导课程直播：

年级侧重段：小六一—高二（初一/初二/高一/高二）

科目侧重：数学（奥数）/技术（通用技术、信息技术、编程）/备考（幼小衔接、小升初、初升高、高考新政策解读及志愿填报）

在线一对一：小六、初三、高三 理科为主

三、客户范围定位：

第一阶段：杭州市/浙江省（准一线）

第二阶段：沿海城市+东部省会城市（一线、二线城市）

第三阶段：覆盖三四线城市

四、师资构成：

浙大优质学霸（上海名校学霸）（**为主**）+线下实体店优秀个性师资（**辅助**）+杭州市特/高级名师（**公开课**）

五、教学场景实现：

1. 场景展现（**教学白板功能**）：视频+音频+聊天框+写字板+课件+录播回放等主体功能；

一对一教学场景功能需要预留

2. 学霸授课环境：

（1）场地：机构提供为主（众创空间/高校校区自习室租赁）；

（2）教师职业形象：主观印象、个性穿着、发音及面部表情；

（3）周边环境：绝对需要安静；

3. 公开课授课环境：统一场地背景布置

4. 课程大纲及课程特色相关标准介绍：

5. 直播课程流程：（直播课的标准：见上文）

6. 课后服务体系；

7. 大数据分析体系：（AI 运用）

六、部门需求设置：

技术

产品

咨询销售（公开课预热、转化与转介绍）

教务（教研、师训、教师招聘与教师管理）

学务（课程监督、家校沟通、学情反馈、续费转介绍）

客服中心（品检、质检、投诉与退费办理） 前期可不设立此部门

七、现阶段可运行的工作：

1. 技术组建及研发项目定位、研发周期预设

2. 直播主体运营思路的探讨与确定（客户群体、主打模式、收费标准等）

3. 课程体系的开发（公开课、同步课及专题课）

4. 教研的内容框架整理——参考同行竞品分析；

5. 团队的组建；

6. 市场预热（根据项目上线的时间提前）

▲最新 K12 在线教育行业权威解读文章：

