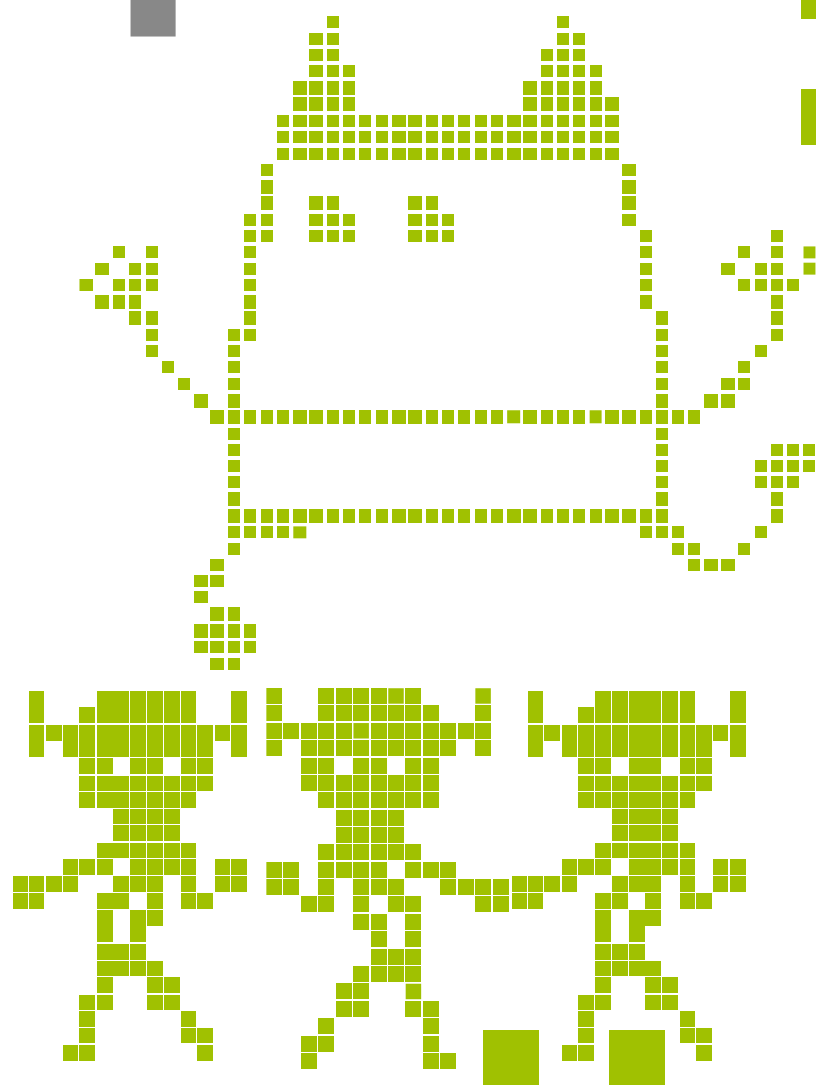


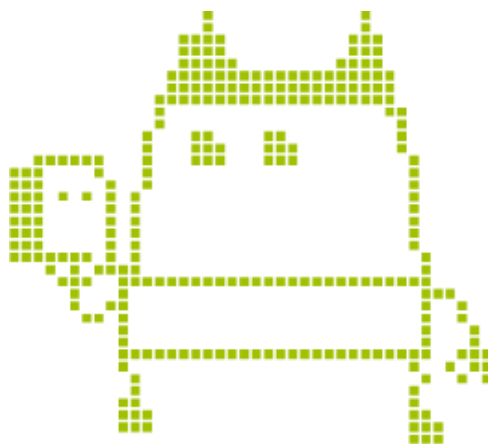
2015



下好课玩



前言



你是不是(也)这样？

学IT就像学英语一样纯靠背诵；

写代码就像抄书一样只靠复制粘贴；

睡觉前打开C语言教学视频 就当听了催眠曲？

乏味、枯燥的教学 让你掌握了一堆理论知识 然而毫无动手能力，
你发现起初对编程的热情已逐渐冷却，

可是 除了比教学视频更枯燥的理论课本，
你别无其他选择？

那就来课工场看看吧，

丰富的[自学资源整合集中](#)导航，

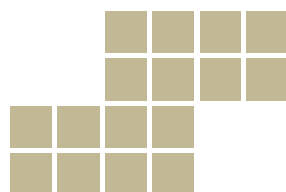
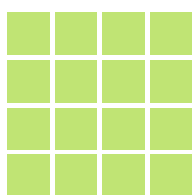
有效提高自学资源搜索效率；

以片面知整体，

从编程语言基础 到小程序编写调试 再到交互页面UI设计，
统统囊括在一个案例教学中。

于是你可能会发现，学IT也可以这么好玩！

课工场IT教育平台，就是在[改变不好玩](#)！



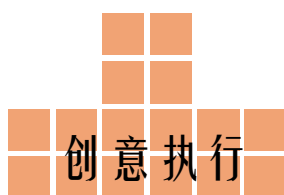
市场环境分析

市场分析 01

竞争者分析 02

消费者分析 02

SWOT分析 03



创意执行

线下密室逃脱体验室-效果图 09

线下密室逃脱体验室-解密思路 10

趣味逻辑题H5宣传 11



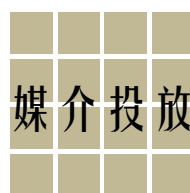
营销策略

概念导入 04

阶段一：看起来好玩 05

阶段二：用起来好玩 07

阶段三：学起来好玩 08



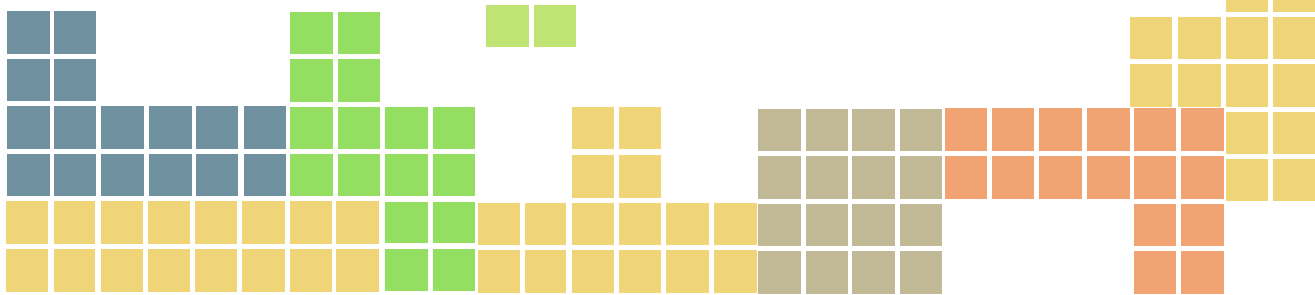
媒介投放

活动排期 13

媒介排期 14

预算 15

附录 16



市场环境分析

市场分析

宏观市场分析

■ 政治

“互联网+”理念，推进教育资源信息化网络化；
十九大提出深化产教融合的战略，促进职业教育与产业相融合。

■ 经济

人均可支配收入、人均消费支出中教育类占比逐年升高。在国家稳定向前发展的大环境下，教育产业前景广阔。

■ 社会

根据国家统计局数据，近年来愿意进入职业技术培训机构学习的人数有所下降。部分原因是智能手机和互联网普及范围持续扩大，及网络免费公开课的兴起。学生的自学意识有所增强，除进入培训机构学习外，更多人开始寻找花费较少又能学有所成的学习途径。

■ 技术

移动互联网、社交网络、云计算、大数据等第三代信息技术架构蓬勃发展；
信息服务逐渐从信息化、网络化到智能化、个性化方向转变。

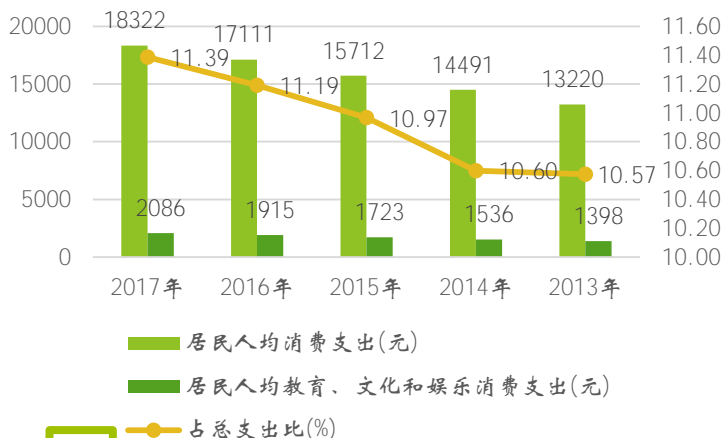
行业分析

- 国内IT类线上学习品台产品众多，水平参差不齐；
- 大多数产品同质化严重，少数具有细分化市场的定位；
- 部分平台具有O2O教学模式，但口碑普遍不高；
- 行业领先的平台都有自行开发的APP，且功能完善。

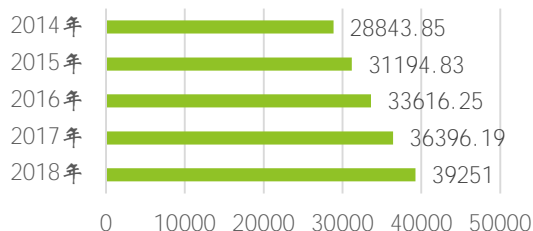
居民学习方式变化情况



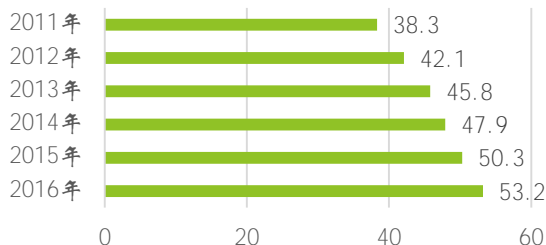
居民人均教育、文化和娱乐消费支出占比情况






居民人均可支配收入(元)



互联网普及率(%)



竞争分析

品牌	优势	劣势	口号	目标受众
 慕课网 imooc.com	有针对就业开设的课程套餐, 以及一对一批改作业、答疑解惑等服务。口碑好, 有不少忠诚度较高的学员, 问答社区气氛活跃。	就业班的服务虽诱人, 但收费不低, 部分就业班学员对其口碑评价不高, 而更多的人会选择到书本上或专业的论坛上吸收知识。	程序员的梦工厂	以程序员为职业目标的人群
 开课吧 kaikeba.com	以直播和直播回放为主要授课模式, VIP课程收费, 常用的优惠方式是报名抢免费VIP课。直播内容包含行业的前沿内容。	直播课程按时间线排序, 分类不明确, 难以找到想要的内容。	升职加薪不是梦	IT在职人员
 中国大学MOOC	目前国内最具知名度的公开课平台之一, 汇集全国各大名师和名校的公开课资源, 课程种类丰富, 其中很多课程进入各大高校的选修课系统中。	由于大多数公开课是入门类的基础知识课程, 所以行业前沿类的课程比较缺乏。	国家精品课程 在线学习平台	大学生

消费者分析

那些直观展示学习成果的标题或封面更容易吸引他们的关注
(标题举例: 制作一个简单好玩的微信小游戏)

在选择课程时, 他们首先关注到的是课程标题和封面

经调查发现, 当代大学生愿意对感兴趣的事物进行较深入的学习

相对于纯理论纯知识点的讲解, 他们更偏好“现学现用”的知识点对应案例的应用型课程。

他们偏好与时事热点相结合的课程内容

SWOT分析

■ 优势

1. 整体VI设计富有特色,符合大学生青春活力的形象,有益于体现大学生高端教育品牌的定位;
2. 具有IT专家组成的课程研发部门,和自行研发出版的专业教材和线下培训基地;
3. 免费分类题库便于学员查缺补漏。

■ 机遇

1. 我国互联网行业发展迅猛,新媒体成为营销主力,但创新性IT人才稀缺;
2. 大学生对IT的兴趣有待进一步提高;
3. 信息化时代,教学资源已不再稀缺,使得人们检索目标资源的效率越来越低。

■ 劣势

1. 在大学生群体中的知名度较低,品牌形象不够鲜明;
2. 课程内容更新周期长且同质化严重;
3. 课程标题和封面缺乏趣味性。

■ 威胁

1. 人才培养方案跟不上行业发展进度,学员缺乏接触前沿技术的机会;
2. 人们对职业技术培训机构的信任度降低;
3. 古板、闷骚、死宅、不修边幅...人们对程序员的刻板印象越来越糟糕。

总结

IT在大学生群体中认识度普遍不高,尤其是文学、艺术专业类的学生,很多人没有意识到IT知识在学习和工作中的重要性。如何让更多大学生关注、了解甚至对IT产生兴趣,课工场在其中扮演着重要的媒介作用。因此提出“**改变不好玩,让学习IT更有趣**”的诉求定位。

营销策略

概念引入

市场

IT教育
问题

把高薪、升职等功利化学习当作宣传内容，课程内容同质化严重、缺乏创新；

在众多同质化产品中脱颖而出，必须注重内容创新。

消费者

在校大学生
痛点

渴望在互联网学习中准确、快速找到需要的自学资源、网站；
期望在学习的同时接触行业中的新鲜前沿资讯。

产品

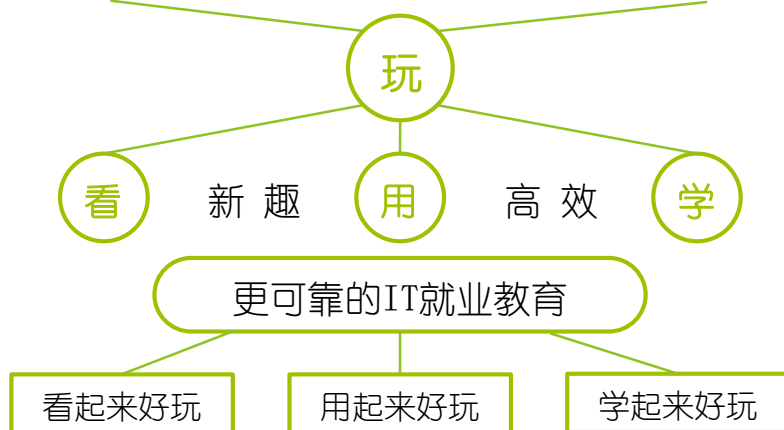
课工场APP
优势

个性化练习题库：针对性定制出题技能方向和难度、可视化数据展示做题正确率趋势、错题本查缺补漏提升自学效率；

专注课程研发：拥有由IT专家组成的课程研发团队。

在众多同质化的IT教育产品中，课工场更
注重兴趣培养和研发创新高质量课程。

在混乱的互联网学习资源中，课工场能
准确寻找并整合适合你的资源和资讯。



阶段一：看起来好玩——推陈出新，制造话题

阶段二：用起来好玩——线上线下整合，扩大知名度

阶段三：学起来好玩——增设板块，留住常驻用户

阶段一：看起来好玩

活动目的：扩大课工场知名度，吸引人们的好奇心，进而让人们了解课工场的定位：更好玩有趣的IT学习平台，更可靠的IT就业教育。

■ 微博话题营销#学IT的有趣体验#



9月1日-7日



课工场

9月1日 09:26 来自 微博 weibo.com

你有没有体验过，习得一项技能带给你的乐趣，第一次制作出简单但酷炫的特效小视频、第一次一个个代码敲出来只为让面前的机器对你说：“Hello World!”、经过许多次调试修改后第一次做出的令你满意的APP……如果你曾体会到这样欣喜的乐趣，并愿意与大家一同分享，带上#学IT的有趣体验#话题，与大家一同互动吧！我们将抽取1位幸运儿送出500元课程代金券，10位幸运儿送出课工场定制的代码备忘录！

☆ 收藏

🔄 转发

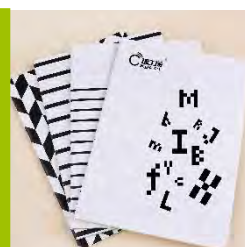
💬 评论

👍 赞

转发抽奖

抽-1送500元课程代金券

抽10人送代码备忘录



■ 幕星社-坛九发表微博漫画植入



9月12日



坛九

9月12日 20:25 来自 微博 weibo.com

#幕星周刊广告部# 今天是国际程序员日！



☆ 收藏

🔄 转发

💬 评论

👍

让自带流量的网络漫画家发表关于程序员的漫画，传播IT圈正能量，让读者了解到程序员绅士、博学、有趣的一面，削弱其负面刻板印象，同时植入课工场广告，实现网络漫画家KOL到课工场的引流。

■ 包装新课程 引起编程小白的好奇心



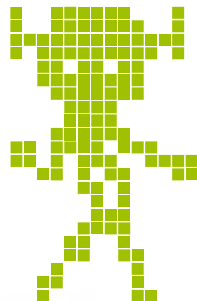
长期



两色风景嘎



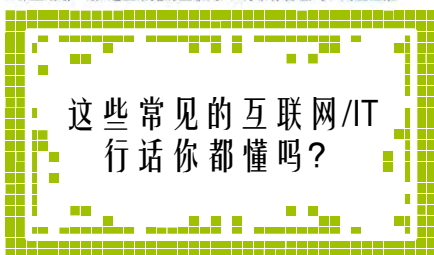
幕斯



课工场

9月1日 09:26 来自 微博 weibo.com

#课工场聊一聊#这些常见的互联网/IT行话你都懂吗? 网址链接



☆ 收藏

🔗 转发

💬 评论

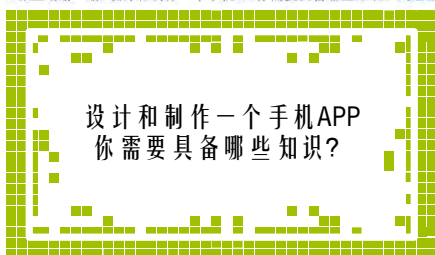
👍 赞



课工场

9月1日 09:26 来自 微博 weibo.com

#课工场聊一聊#设计和制作一个手机APP你需要具备哪些知识? 网址链接



☆ 收藏

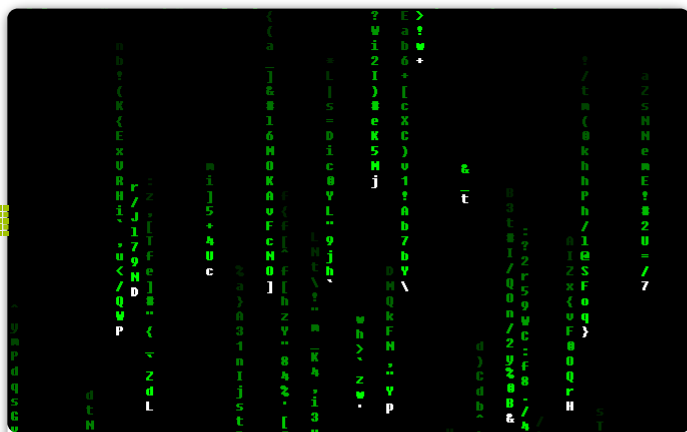
🔗 转发

💬 评论

👍 赞

推出为编程小白打造的IT知识科普类小视频，**标题突出IT知识的趣味性**，通过受青少年欢迎的博主如两色风景嘎（轻小说作家）、幕斯（幕星社社长）的转发，吸引对IT感兴趣的编程小白的关注。

在封面上别出心裁，将代码与UI/可视化元素相结合，首先在视觉上吊足学员的胃口。



用Java实现黑客帝国代码雨，让电脑桌面瞬间变酷炫！

中级



在课程设计上，借**具体案例**综合运用各种IT知识，从代码的基础知识到Java程序可视化设计和调试运用——详细讲解，**教程等级区分**让学员第一时间找到适合自己的课程。

阶段二：用起来好玩

活动目的：进一步提高知名度：提出“让学IT变得好玩有趣”诉求，改变人们对程序员、IT从业者的刻板印象，并吸引目标消费者使用课工场、下载课工场APP。

■ 线下密室逃脱体验室

9月12日

在人流集中的商场或步行街开设课工场密室逃脱体验室，引起行人关注并参与，在游戏过程中学习IT知识并逃脱密室，让游客体验学习IT知识的成就感和乐趣，扩大课工场知名度、提高注重趣味性教育的形象认知度。

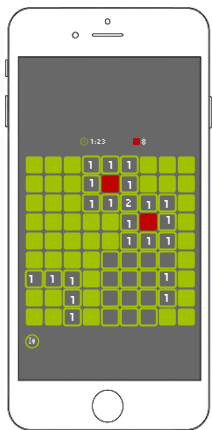


■ 趣味逻辑题H5宣传：当你掉进兔子洞会发生什么？

10月1日



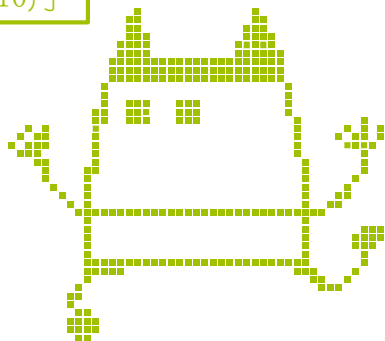
H5套用《爱丽丝梦游仙境》将逻辑题植入童话情景，读者在推理解密的过程中，体验情景故事的趣味性，从而给读者留下注重趣味性教育的印象。



■ 课工场APP休闲小游戏板块

10月

学习累了，休息一下，到休闲小游戏板块玩玩钓鱼、扫雷、推箱子小游戏提提神，放松的同时还可以训练逻辑推理能力。



阶段三：学起来好玩

活动目的：留住常驻学员，提高口碑，吸引更多人下载使用课工场APP。

■ 入驻天猫电商平台



10月、11月3日-11日



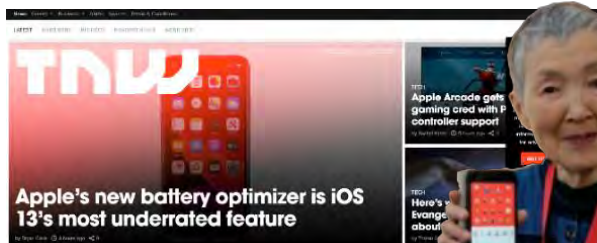
参与天猫、当当的双十一促销活动，在11月3日-11日期间在店铺首页发放优惠券，通过淘宝直通车智能推送吸引消费者，增加品牌曝光度。

■ 增设IT界热点时事和名人采访报道板块



长期

定期收录国内外IT界热点新闻，国内新闻如：各城市科技成果展、各大互联网公司新动态等，国外收录如：The Next Web、IT BusinessEdge等IT新闻网的热点。IT界名人如：若宫正子，TK教主tombkeeper等。把IT界的新鲜活力第一时间输送给学员。



tombkeeper
知名互联网资讯博主



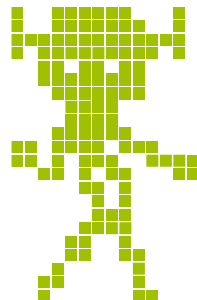
■ 打造自学资源整合集中地



11月



开设资源导航页面，收录受欢迎的IT网站，例如：GitLab、Github、开源中国等，将各种自学资源网站整合集中，帮助学员提高自学效率，减少枯燥的搜索信息时间。

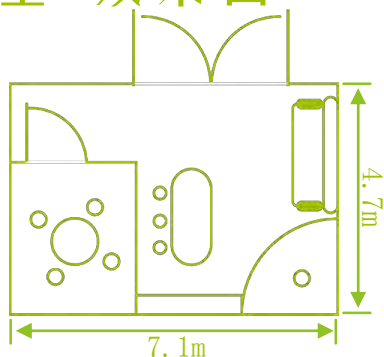


创意执行

线下密室逃脱体验室-效果图



密室逃脱体验室现场效果图



密室逃脱体验室内部结构示意图



体验室内部装修布局效果图，体验室总体上分为密室部分和等候厅部分，墙上的画框用于展示课工场的相关介绍。



体验室俯视效果，从商场上方能看到等候厅，横梁用于悬挂照明吊灯，密室上方被印有课工场LOGO的毛玻璃遮盖，以维持神秘感。



等候厅分为接待柜台区、休闲阅读区、休息雅座区，游客可以根据自己的喜好在这里度过排队进入密室的等待时间。



密室区效果图，密室容纳上限为4人，正前方墙上是提供给体验者记录解密过程的可擦式白板。

线下密室逃脱体验室-解密思路



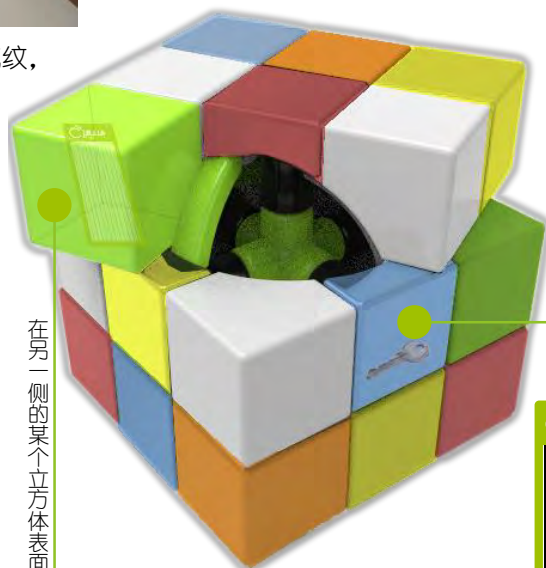
进入密室看到一张桌子，桌上有花纹，并放着信、书、魔方。

■ 道具：

一个魔方（带按钮和小箱子）、
莫尔条纹解密卡、
一张带花纹的桌子（花纹是可以旋转的拼图）、
一把钥匙、
一扇密码门、
一封信和一本简易编程语言书（第一线索）、
对讲机（用于求助）。



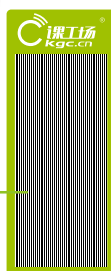
推荐使用解密书：《啊哈C语言》



按动其中一块立方体盖子弹出，盖子后是一把钥匙。

在另一侧的某个立方体表面

发现滑块，移动滑块后出现钥匙孔。



用钥匙打开立方体后发现解密卡。



查阅代码书破解C语言获得密码4323，打开密码门成功逃脱密室。

```
1.#include<stdio.h>
2.int main()
3.{
4.printf("d%\n",23+4300);
5.return 0;
6.}
```

复原拼图出现一串C语言代码，代码为：

```
1. #include <stdio.h>
2. int main()
3. {
4. printf("d%\n", 23+4300);
5. return 0;
6. }
```

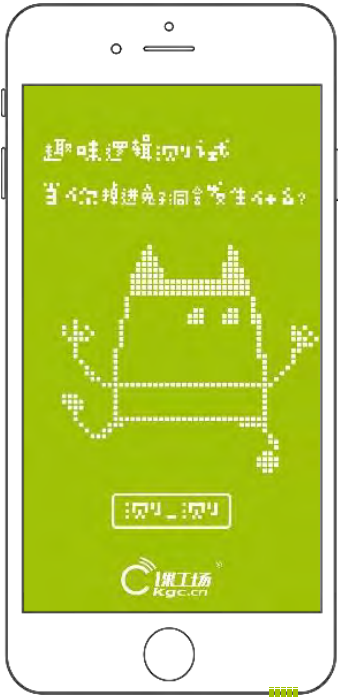
KWYKZPVCYJZVDA BICL
KZWSMOPRYREEDSGYKAOJ
NMGLMGHFOPEZSECDN
ELNWSHUPQSONJZBCOED
MZAOSFORUHQDIEUNVOTE
BANKZJCHNEGPONOWENLUFUT
EYSGVCSMIMQJZESWVQGUJ
HEDSDIAZKBYSEUWURADHEZ
EPYAEIFFORAMUJZGSHKEDJAM

用解密卡读取桌子上的花纹拼图并将其复原。

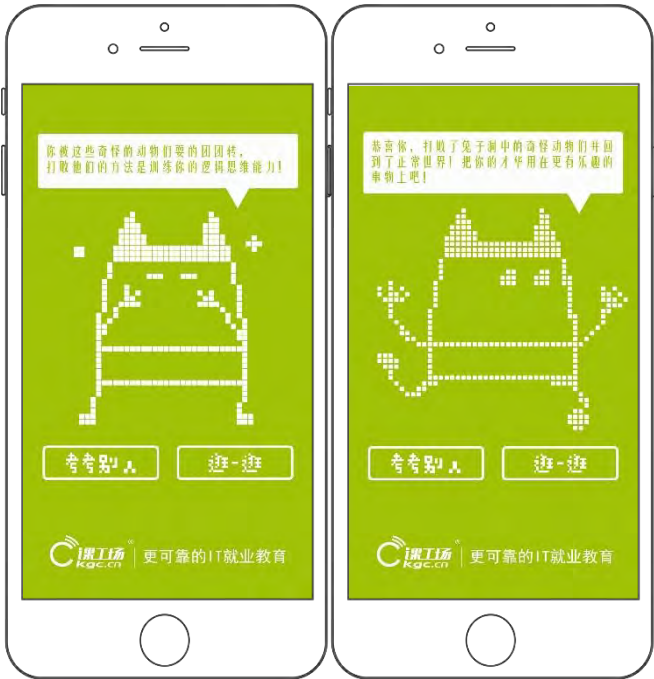
趣味逻辑题H5宣传



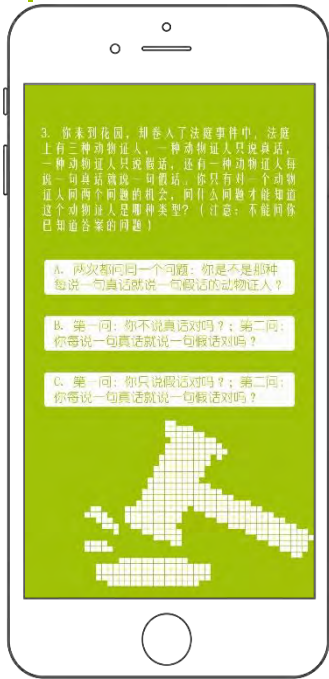
1. 消费者通过微信公众号、微博话题、好友分享点击链接或扫表二维码进入H5测试。



2. H5分为开头页，测试题页、测试结果页，点击“测一测”按钮进入测试题页面。



3. 测试共有三大题，题目按照《爱丽丝梦游仙境》的情节发展顺序排序，排版以简约风格为主，点击选项自动跳至下一页。



4. 测试结果页的背景和结果描述根据答对题数不同而改变。

趣味逻辑题H5宣传-样题

■题目1:

你追寻赶时间去真话村的兔子掉进了树洞，树洞里都是会说话的奇怪的动物，但真话村动物只说真话，假话村动物只说假话，你要去真话村寻找兔子，你来到一个有东和西两个方向的岔路口，分别通往两个村子，但你不知道怎么走。你打算询问路边的一只渡渡鸟，你知道他来自两个村子之一，但不知道来自哪个村子，你只能问渡渡鸟一个问题。问什么问题才能找到真话村的方向？

- A. 你来自于哪个方向的村子？
- B. 真话村在哪个方向？
- C. 假话村在哪个方向？

■题目2:

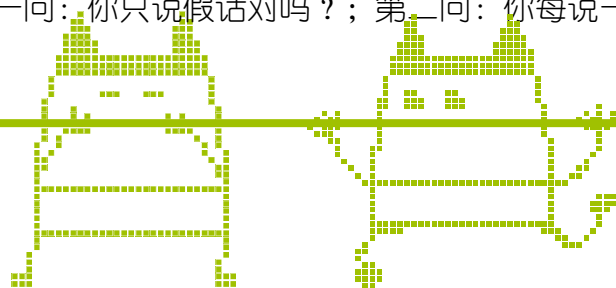
你来到兔子家时兔子已不知去向，你在屋子门前发现兔子留下的花园槌球比赛邀请函，你离开真话村前往花园，走到某个路口时，发现有南和北两个方向，分别通往花园和大海。但你不知道怎么走，路边正好坐着正在喝下午茶的帽匠和柴郡猫，他们互相间认识，你知道他们一个来自真话村一个来自假话村，但不知道具体是谁来自哪个村。现在你只能问其中一个动物一个问题，问什么问题才能找到花园的方向？

- A. 如果让你身边的那个动物给我指大海的路，他会指哪个方向？
- B. 如果让你身边的那个动物给我指花园的路，他会指哪个方向？
- C. 请你告诉我，花园在哪个方向？

■题目3:

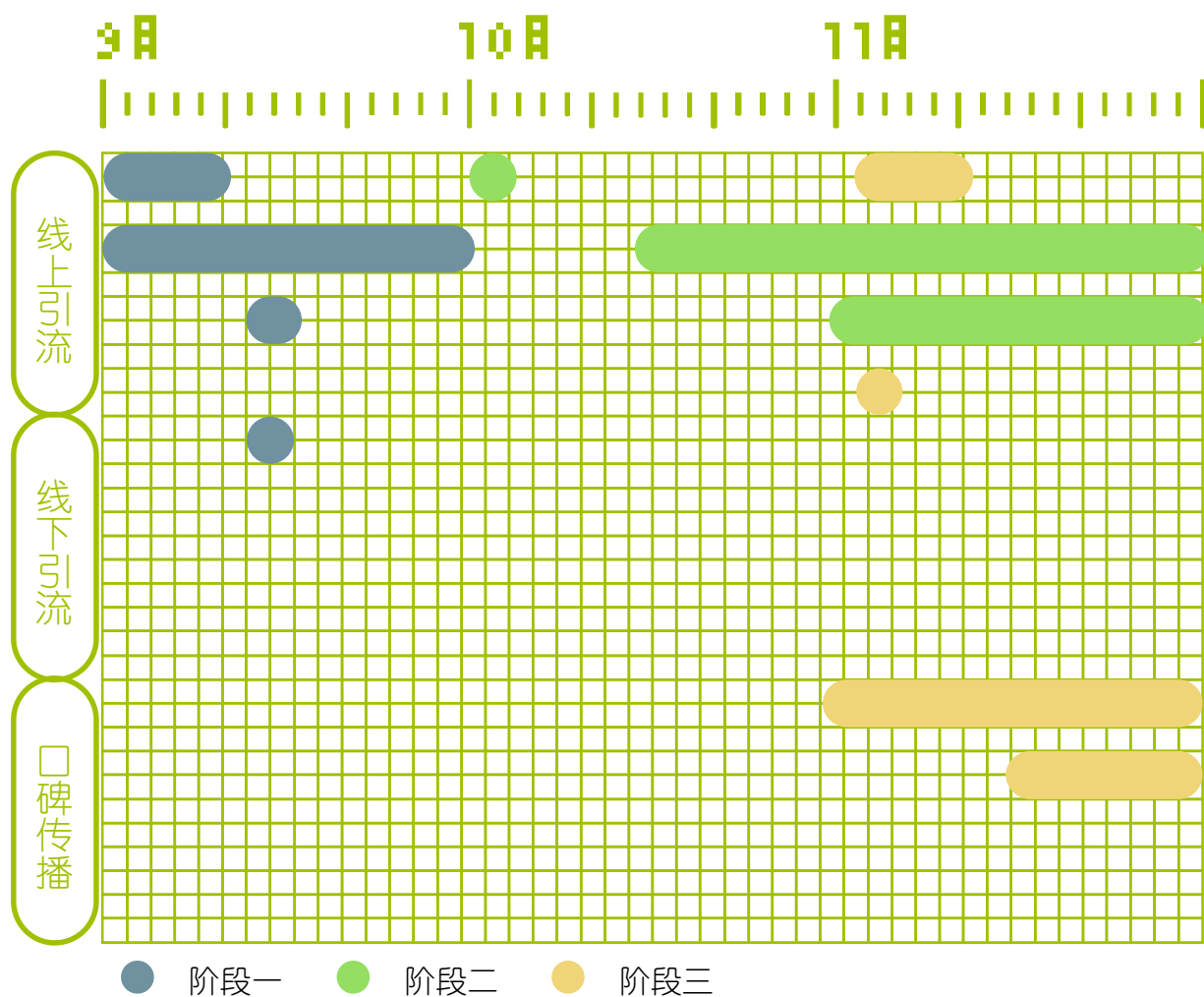
3. 你来到花园，却卷入了法庭事件中，法庭上有三种动物证人，一种动物证人只说真话，一种动物证人只说假话，还有一种动物证人每说一句真话就说一句假话。你只有对一个动物证人问两个问题的机会，问什么问题才能知道这个动物证人是哪种类型？（注意：不能问你已知道答案的问题）

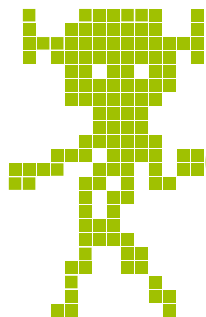
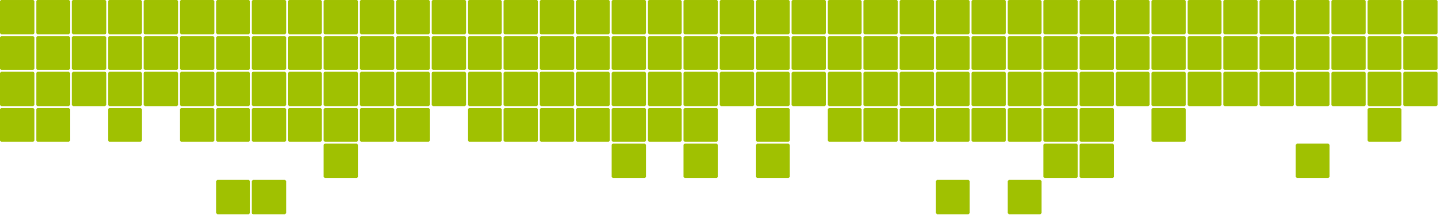
- A. 两次都问同一个问题：你是不是那种每说一句真话就说一句假话的动物证人？
- B. 第一问：你不说真话对吗？；第二问：你每说一句真话就说一句假话对吗？
- C. 第一问：你只说假话对吗？；第二问：你每说一句真话就说一句假话对吗？



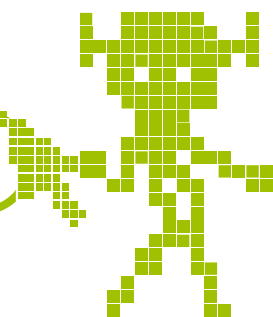
媒介投放

活动排期表

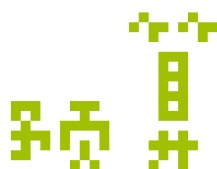




媒介排期

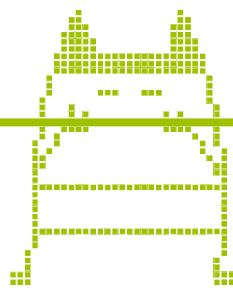


媒体		形式	频率	时间	9月
看起来好玩	微博	话题#学IT的有趣体验# 转发抽奖	每天	9月1日~7日	
		广告植入漫画	1次	9月12日	
		科普短视频	每周一次	长期	
	微博、微信 官网、APP	创新课程上线	每月一次	长期	10月
看起来好玩	户外快闪	线下 密室逃脱体验室	1次	9月12日	
	微博、微信	趣味逻辑题H5	1次	10月1日	
	官网、APP	休闲小游戏板块 (如：钓鱼、扫雷、推箱子)	每周一次	10月1日~30日	
看起来好玩	微博、微信 官网、APP	IT界新闻采访报道	每天	11月1日起，长期	11月
	天猫、当当	双十一店铺推广	每天	11月3日~11日	
	官网、APP	开设资源导航页面	每天	长期	



项目			
看起来好玩	话题#学IT的有趣体验# 转发抽奖	抽奖	0.05
	广告植入漫画	软文推广	5.4
	科普短视频	KOL推广	20
	创新课程上线	课程研发 KOL推广	24 20
用起来好玩	线下 密室逃脱体验室	场地布置 人力	8.3 5
	趣味逻辑题H5	H5制作	5
	淘宝直通车智能推送	电商推广	0.1+
学起来好玩	名人采访报道	预约采访	6
	扩增功能板块	研发	12
合计：105.9万元			

附录



课工场了解和使用情况调查问卷

1. 您现在的学历是：A. 本科及本科以上 C. 大专 B. 其他
2. 您的专业是：A. IT类 B. 非IT类
3. 是否有利用网上学习平台学习的经历？A. 有（回答第4题） B. 没有（跳至第5题）
4. 您使用网上学习平台，您认为原因主要是：A. 增加就业竞争力 B. 开辟兴趣爱好提升自身修养 C. 老师同学推荐 D. 被广告吸引 E. 跟风赶时髦 F. 获取名校或名师的教学资源 G. 掌握业内人士学习就业经验 H. 无聊时充实自己 I. 学分认证 J. 其他（填写）
5. 您不使用网上学习平台的原因主要是：A. 没有需要的课程 B. 会产生依赖心理 C. 缺乏监督机制，学习效率不高 D. 无法直面交谈，学习浮于表面 E. 水平参差不齐，选择成本较高 F. 不知道这种学习渠道 G. 太忙导致无心学习 H. 没兴趣
6. 您认为什么类型的网课更有吸引力：A. 与热点时事相结合 B. 通俗易懂的授课方式 C. 直观的学习成果标题/封面展示（如：制作一个简单有趣的微信小游戏） D. 纯干货的浓缩知识点（如：AE系列-提升效率必备知识点） E. 有丰富教学和应用经验的讲师授课 F. 其他（填写）
7. 您对IT（信息技术）的了解程度是：A. 不了解 B. 一般 C. 有一定知识基础
8. 您是否有学习IT技术的需求：A. 非常需要深入学习 B. 有兴趣会学习 C. 一般 D. 不轻易尝试 E. 不需要
9. 您知道哪些IT类的网课平台：A. 慕课网 B. 开课吧（选择此项继续答题） C. 课工场 D. 中国大学MOOC E. 实验楼 F. 极客学院 G. 计蒜客 H. 其他 I. 不了解
10. 您安装了哪些IT类网课平台的APP：A. 慕课网 B. 开课吧 C. 课工场 D. 中国大学MOOC E. 不曾安装这类app F. 其他（填写）
11. 您了解这些平台的渠道是：A. 关键词搜索 B. 老师同学推荐 C. 网络或户外广告 D. 论坛或社交平台分享（如：知乎、微博等） E. 新闻资讯 F. 其他（填写）
12. 您对课工场的印象是：A. 课程内容新颖有趣、质量高 B. 免费分类题库帮助提高自学效率 C. 一般大众化 D. 课程内容陈旧、更新缓慢 E. 网站或APP界面操作复杂，降低学习效率
13. 您认为课工场相对于其他IT网课平台的优点是：A. 课程设置系统化 B. 售后服务良好 C. 线上授课线下实训相结合 D. 针对岗位设置课程套餐 E. 具有自行研发出版的专业教材 F. 付费课程优质且价格合理 G. 有针对不同技术方向的个性化分类题库 H. 不了解 I. 其他（填写）
14. 您认为课工场的缺点是：A. 知名度不高 B. 课程标题或封面不吸引人 C. 课程内容深奥不易理解 D. 课程内容平淡无趣 E. 课程学习意义不大 F. 高薪诉求打击兴趣助力学习的热情 G. 宣传内容与实际不符 H. 不了解 I. 其他（填写）
15. 您能接受的IT类网络课程价格是：A. 0-50元 B. 50-100元 C. 100-200元 D. 200元以上

