

第一阶段

- 一、同行的踩盘和评估、自身的评估
- 二、定位服务对象和项目，并作出粗略预算
- 三、再一次进行自身的评估
- 四、分析自己的核心竞争力
- 五、找到针对用户
- 六、选址、起名
- 七、货源的确定
- 八、品牌设计
- 九、办营业执照或教学资质的申请

一、同行的踩盘和评估、自身的评估

开自己培训学校的时候一定要尽可能的了解行业的状况，

具体可以通过如下方式去了解，

- A 去自己朋友关系圈的同行那，和他们聊下你的想法，听听他们的建议和反馈，尽可能的了解他们的模式。
- B 去本地区的比较大，比较成功的培训学校踩盘。
- C 去和你规模差不多的培训学校踩盘。
- D 去国内连锁艺术培训学校踩盘参考。

如何去获取信息，获得怎样的信息。

除了 A 剩下的都是假扮学生家长，咨询询问迎接你的人各个方面。去他所有的地方都看下，看下他们的装修，拿到他们的宣传海报、传单折页等。

假扮应聘的专业老师（有一定专业能力，因为往往要现场展示）去了解他们的薪资待遇、乐器分成等。

像 A 这种，你就有啥问啥吧。态度一定要谦和，去之前先列一个要问的表。

先构思好你的想法，然后自己分析好可行性后，再去。面对对你自己想法的质疑时，不要着急，不要想着反驳，因为那是人家真的帮你，帮你分析。如果有人听完你的想法，什么缺陷都没说，就说干这试试，那肯定是不放在心上。

我们需要通过踩盘得到哪些信息呢？

装修(门店外面装修 迎宾收银台装修 琴房、鼓房 播音主持房装修 画室装修 民族乐器 下棋 舞蹈教室的装修 家长休息室 候课区 舞台表演区等等等。

他们的招生流程（常见的：宣传—咨询—预约试课—上课—缴费），

咨询方式：接待老师的专业程度，面对你的问题（可能家长以后问你的各种问题）他们的回答。参考全国连锁店的咨询老师，他们是把家长常见问题罗列出来，然后标准化记忆回答的。

上课方式 大课制 小课制度 上课频率 上课方式 是刷卡上课还是写名上课。

课费情况 针对不同人群各个专业各种上课方式的不同价位。

细节： 免费图书的借阅 表演的机会 奖励机制 宣传方式 店内文化氛围的营造 店内背景音乐 老师服装 甚至是他们学校学生风采展示的照片

与老师的薪资待遇：假扮应聘老师去询问。

总之 获取任何你想得到的信息！

自身的评估：

自身的评估主要是结合你所看的别的培训班，对自身优势和劣势的分析，

例如：办学经历 资金 信息 教学能力 人脉 政策等。

在细分：一次性投资的钱、后期可投资的钱、教育局相关政策、当地小学的政策、教学经验（面对学生或者面对家长）在所在地区社区小区的领导是否支持 老师的聘用是否有可靠的人脉等等。

同样，找合作人当然除了人品和工作能力以外，也要分析他上面的优势进行综合的评估。

二、定位服务对象和项目，并作出粗略预算

定位服务对象要考虑的因素：你主观想要服务的年龄段对象？你能提供的服务项目适合哪个年龄段？你觉得哪个年龄段适合投资并会有回报？

如下是对人群的分析来帮助你定位自己适合的服务人群。

核心：他们需要什么？你能给什么？

按年龄划分服务人群包括：

小孩子：幼儿 3-6 岁 少儿 6-12 岁

初中生：12-15 岁

高中生：15-18 岁

大学生：19-24 岁

社会人士：24 岁-50 岁

退休老年人士：50 岁以上

对于不同年龄段报培训班的一般原因：

小学生：音乐考级、兴趣爱好 家长逼迫

初中生：中考加分、兴趣爱好、提升自己竞争力

高中生：高考特长生艺术生的培养、兴趣爱好、提升自己竞争力

大学生：提升自己竞争力、兴趣爱好、以前学过希望继续练习。

社会人士：兴趣爱好、提高竞争力 解闷

老年人：兴趣爱好 解闷排解生活的空虚 锻炼身体

针对不同人群你的班的主要特点：

小学生：上课轻松（学生高兴）考级快（家长高兴）多一些集合活动，让小朋友们互相认识和玩耍。

初中生高中生：给予他学习艺术能让他在升学中走捷径的观点、让他感觉自己是搞音乐的让他觉得自豪，作他们的知心大姐大哥，注意到他们青春期的特点。同时有部分学生单纯为了提高自身魅力，比如学吉他不是为了高考也不是喜欢吉他或许只是他喜欢的女生爱听吉他。

大学生：和部分高中生特点和诉求基本一样，也有一些是小时候学过因为学习压力停了，现在考上大学重新拾起来。大学生的特点是：钱少练习诉求高 所以你的课要实惠且有足够的练习空间给他们。

此外，初中高中大学生面前一定表现出你的专业能力很高，一点不能让他们怀疑你的业务能力 否则他们会质疑你然后挑战你。

社会人士：他们生活压力大有的人的目的是放松自己（参考失恋 33 天学大提琴桥段），有的就是兴趣爱好了。他们的兴趣爱好和老年人有相似的特点，和大学生以下的年龄段不同的是，他们学习音乐更多的是喜欢音乐，而不是为了升学捷径为了追求某个人。

老年人：生活无聊、子女劝说 或者的很多老伴一起报。他们通常爱好或者觉得孤独才报班。他们心疼课费 但通常卖乐器时候不心疼。他们不在乎你的专业能力 他们在乎你是不是懂他们，能和他们聊起来。他们在乎你是不是好人。

各个年龄段学生流失几率排列（由不容易流失到容易流失）：

艺考（要求一定专业能力，前期发展缓慢）---成年社会人士---幼儿园---老年人---小学生---初中生

各个年龄段招生难度排列：（由容易招到难招）

小学生——幼儿园——艺考——成年社会人士——老年人——初中生（基本只有寒暑假）

注：（1）学生流失率：已经签单正式上课的学生，由于各种原因导致没有续费，或者要求退费的概率。

（2）招生难度排列不固定，受培训班所在地区和经济条件的影响。上面排列是列举大多数情况。

确定好你要针对的人群，就可以更具受众人群定好你培训班的发展方向。

大概做出初略预算（不需要做详细的市场调查）：

你要大概有底的是，你的首次投资，追加投资是多少？

房租 装修 乐器 宣传你打算分别占用你资金的多少？

防止一些预算痴人说梦、天方夜谈。完全脱离市场行情，笔者可代为根据读者所给预算，在不同地区和针对不同客户给一个大概的切实可行的资金分配方案，以提供参考。 价格：180 元

三、再一次进行自身的评估

之前，你已经去了所在地区的各种档次的培训班，分析他们的优势和看到自己没有想到的。

另外，你也了解了各个年龄段客户的特点，最后你需要确定你自己的特点，对自己进行评估，就可以选择地段了。

这里不光分析自己有什么，也要分析自己没有什么。根据自己特点或者擅长什么选用你适合你的投资项目。

有任何疑问也可微信咨询我。

四、分析自己的核心竞争力

这个其实是包含在“自身评估”中的，但是这个是非常重要的，就单独列出来，这也是你培训班立在不败之地的原因，和别的培训班竞争的优势，招生的宣传核心，都是要根据这个的，

例如：自身就是老师，相关专业人脉朋友广：就可以压低课费。

专业能力强：多在周边演出招生，

周边“领导”支持：某小区物业领导认识，就可以覆盖小区的大面积广告。某学校领导的认识，就可以免费入学教学卖周边，画材，乐器。然后再带出来教。

自家店面：没有房租压力、课费压低、装修可以提高档次。

老师资源的优势：名师讲座、名师宣传等。

地理优势：足不出户学会十八般武艺。

无非就是：课费 教学 服务增值项目（管辅导作业 接下学等等） 地段优势这几个方面。

五、找到针对用户 六、选址、起名

五和六一起写，就是因为他们属于前期准备（调查别人—分析自身—确定方向）三个环节的最后一环，同时也是密不可分的。

针对用户和**选址**就是不可分的，例如选在老年人多的居民区就很难针对小学生。

我们在找针对客户时也要分析自己的能力。专业能力差的就不要辅导艺考，没有一定资金支持就不要弄老年班。

选址：你至少要考虑的因素：房租、周围同行市场占有情况、周围居民消费能力、人群年龄段比例、宣传曝光度、是否扰民等等因素

当然不可能完美，你要考虑所有因素综合考虑。关键：以上因素有一个两个短板就不行，木桶效应。**每个点都要考虑，不能有一项特别差。结合自己的优势和劣势以及当地情况来考虑选址。**

例如：



这是一个大型社区住户以城区的拆迁房和商品房用户消费能力中等，适合平民中断音乐培训班，北面两个学校、一个中学、一个小学、南边一个小学

小区居民以婚房为主，社区建成几年，入住率基本达到标准且当年买新房结婚的现在孩子可以上音乐培训班了。周围只有一家音乐培训班，分不开完蛋糕，是老品牌的第3家分店（老油条开的），分析；人家开到第三家肯定有经验，有经验的人选着也说明可行。综合考虑，可开一家低端小规模培训班，费用低，老师专业能力相对要求不高。以大课为主，不适合一对一小课推广。

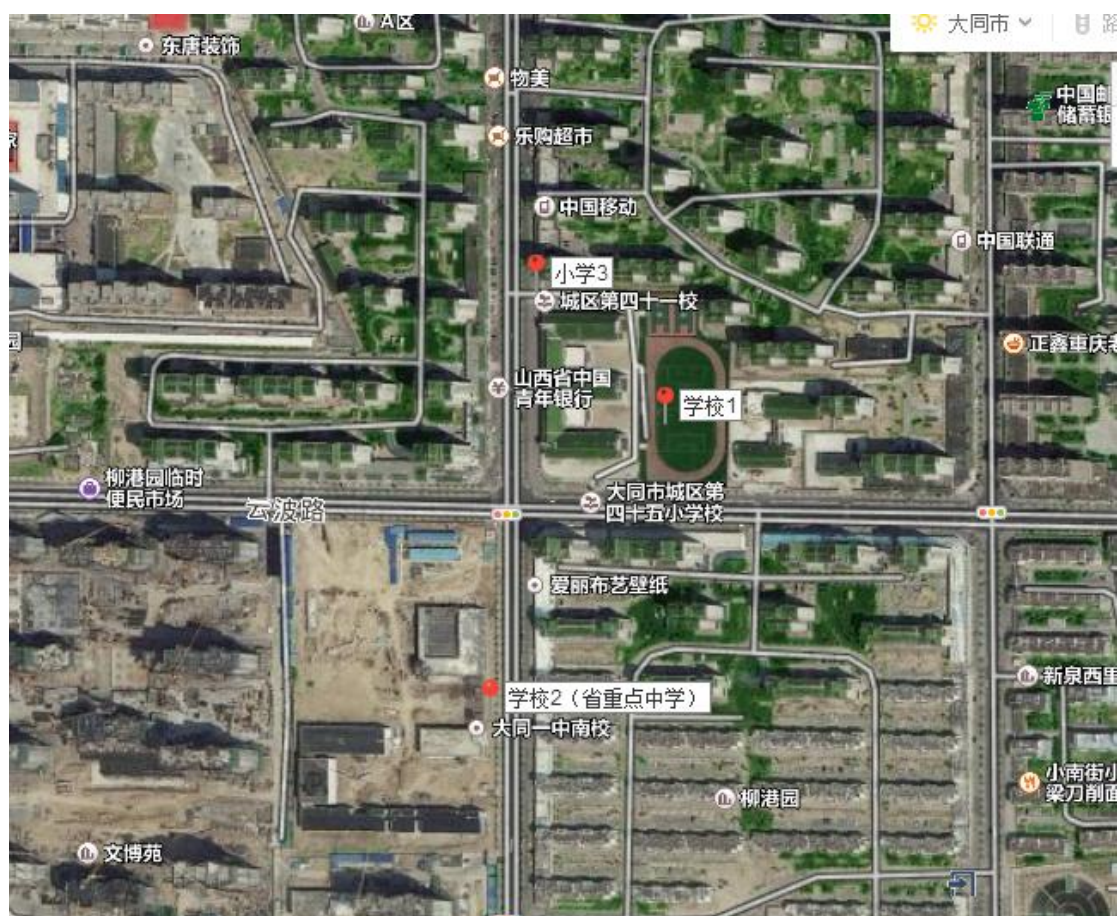


图 2

周围学校多，其中包含省重点中学（有初中和高中）。周围学区房，消费层次高。

但是，省重点中学学生，走艺考路的学生少之又少，可以忽略。但寒暑假学吉他的比较多，周围消费层次高反而对教师专业能力要求高。房租贵。

切合实地考察,周围琴行多，竞争大（图中没标出）。

所以，综合考虑，在这投资意义不大。

七、货源的确定

如果音乐类的话：我这里就可以提供货源。所有乐器，所有知名平牌或者订制品牌都可以。

例如：管乐 吉他 提琴 钢琴（一二手）民乐 等 高中低端货源都要有。

同时可以一件代发，不需要完成销售指标，同时同样乐器和淘宝的乐器标价相差大，利润空间大，质量有保障的。

现在家长都愿意从淘宝买东西，就是因为便宜，但是乐器这类的，家长更信任老师推荐，所以，**要么推荐网上差不多价格的，要么网上查到比你报价低的乐器。那么货源也要选择这样的，当然正品和质量是保证的前提。**

八、品牌设计

艺术培训的品牌设计需要涵盖的方面很多，首先 定位服务对象、起名、想好设计需要涵盖的元素、设计 LOGO、设计名片（个人、培训班）、设计 LOGO 贴纸（一些乐器画板等地方）

后期：设计宣传海报、单页、折页、店名办公形象墙等。

所有你需要注意的是：找个靠谱的店去设计，一个是报价，一个是案例，还有一个是效率，这是你选择他们主要参考的地方。不一定大的地方好，你要表达你特别着急，同时一直在设计师旁坐这看着他弄，随时交流。

自己在设计前，要有自己的构思和想法，品牌要有什么元素和文字，图像大概的样子，都要有底。

你可以参考“千图网”和“猪八戒”里面的素材，找到和你心目中的差不多的设计





九、办营业执照或教学资质的申请

学校的营业执照（又称办学许可）要求是很高的，一般地区都需要主办人有教师资格证 同时学校累计面积超过 300 平米。且必须商用房，而且很多地方是无法申请到的，后面装修要过得了消防等机关的审核，最后要 10 万的诚信保证金，直到你不办学时，审查你没有任何债务的拖欠才会退这 10 万，基本没关就要出次血。

那么我们必须绕其道而行，申请咨询行业，乐器咨询。美术舞蹈欣赏咨询等。避开教学，这样就可以顺利申请到执照了。