

学堂在线市场资源规则及执行办法

(2017 年 12 月)

主站资源位

一、总则：

1. 主站定位为学堂在线的品牌窗口，以 c 端用户为主要受众目标；
2. 纳入本管理办法的主站资源包括 web banner、app banner、app 闪屏、站内信、手机短信、EDM；
3. 发布内容需符合学堂在线核心价值，需求方一级部门负责人对所提交材料的合规性负责（包括但不限于法务、视觉）；
4. 原则上优先以申请时间为准排序，市场部就该内容对公司品牌形象、财务贡献及用户流量等维度综合考量进行调整；
5. 市场部设置公共看板，公布排期，<http://confluence.xuetangx.com/pages/viewpage.action?pageId=5407544>。

二、时间：

1. 所有发布需提前一个工作日以上完成审批流程，向市场部管理员（刘旭：liuxu@xuetangx.com）提出申请，并提供完整合规物料，写明上线时间段、使用位置、责任人等信息；
2. 原则上所有 web banner 位停留不超过 7 天，其中 web banner1、web banner2 各停留不超过 2 天；所有 app banner 位停留不超过 5 天；app 闪屏不超过 3 天；同内容或图片下线之后 10 天内不得再次上线；
3. 站内信、EDM、手机短信，请至少提前 3 天提出申请，并提供完整合规物料。具体发送情况需根据国家相关部门管理要求而定。
4. 申请至发布时间在一个工作日内，需双方一级部门负责人批准，并抄送双方分管副总裁知晓；
5. banner 位使用超过 7 天需市场分管副总裁批准。

三、数量：

主站 web banner 共 8 个，分配给课程类 4 个（其中单门课程不超过 2 个）、直播类 2 个、活动类 2 个；app banner 共 4 个，分配给课程类 2 个（其中单门课程不超过 1 个）、直播类 1 个、活动类 1 个。

四、申请途径：

通过 jira 申请。特殊紧急情况，可通过邮件、微信、钉钉方式提出申请或给予审批，但需补 jira 备案。

五、审批流程：

位置	申请部门			市场部		
	直接上级	一级部门负责人	分管副总裁	管理员	一级部门负责人	分管副总裁
web banner 1-2	审核批准	审核批准	知晓	预审核	审核批准	知晓
web banner 3-8	审核批准	知晓	——	审核上线	知晓	——
app banner 1-4	审核批准	知晓	——	审核上线	知晓	——
app 闪屏	审核批准	知晓	——	审核上线	知晓	——
站内信 手机短信 EDM	审核批准	知晓	——	审核上线	知晓	——

六、审核流程

市场部操作人员完成发布后，须检查链接和图片的呈现效果，回复 jira。

市场部管理员复核链接和图片效果，无误后，回复 jira 确认。

需求申请人审核链接和图片效果，确认无误后，关闭 jira。

注：

1. 对标明为“知晓”的，一个工作日内未给予反馈，视为同意；
2. 消息（站内信、手机短信、EDM）发送人数超过 10000 人，需要双方一级部门负责人审核批准；
3. 市场部仅负责发送市场营销类手机短信和 EDM，如活动推广等。其他，如登录注册、支付和状态通知等验证码和消息通知类短信请联系运维部发送；课程消息类内容，请联系课程部发送；
4. 董事长和总裁有特批权。

“学堂在线”微信订阅号

一、位置及要求：

位置	内容	要求	曝光时间/频次	示例
头条图文	知识类文章；大型活动推广；用户故事（含 UGC）；重要 PR 新闻等	1、字数在 1000—3000。 2、保证政治安全，内容优质，知识性强，符合公司核心价值和粉丝群（C 端用户为主）兴趣。 3、原创文章为主，部分转载文章。转载的文章，需要提前征得原作者同意并添加白名单，并提供原作者要求的转载规范。 4、活动信息须保证准确清楚，不要造成用户的困惑。	每周一至周五每天发布一篇。每周至少两篇知识类文章。	1、知识类文章： http://t.cn/RKQv9eC 2、大型活动推广： http://t.cn/RKQPXjx 3、用户故事： http://t.cn/RKQP8PA 4、重要 PR 新闻： http://t.cn/RKQPBfH
二条图文	直播预告；课程硬广；PR 文章；中小型活动推广等	1、字数不限。 2、保证政治安全，内容优质，符合公司核心价值。 3、直播预告应提供准确的时间、地址、嘉宾介绍（含	每周一至周五每天发布一篇。	直播预告： http://t.cn/RKQ7vOe

		照片)、内容、宣传图。 4、课程推广类素材, 如果能用知识点软文的形式呈现, 可酌情考虑放头条。 5、活动信息须保证准确清楚, 不要造成用户的困惑。		
微信自动回复 (含被添加自动回复和消息自动回复)	课程推广(带链接); 活动推广(需要有手机端链接); 直播推广等	推荐语短小精悍	直播/活动期间均可曝光	/
菜单栏	目前三个版块 活动推荐位 2 个 关于学堂 1 个	1、活动推荐位: 包含活动推荐和专题推荐 2、关于学堂: 主要为企业相关信息		/

二、申请流程:

1. 至少提前一个工作日以邮件的形式将资料发给管理员(程丹: chengdan@xuetangx.com), 申请资源位, 抄送本部门一级负责人和市场部一级负责人知晓(一个工作日内未给予反馈, 视为同意)。内容经管理员审核通过, 排期推广。
2. 如果当天头条和二条已经被预定, 则推广时间顺延;
3. 对时间、排序、内容等有争议, 提交市场部一级负责人决定;
4. 董事长和总裁有特批权。

“学堂在线” 微博

一、位置及要求：

位置	内容	要求	曝光时间/频次
微博短文	知识类图文；知识点视频（主站知识点板块内容）；大型活动推广；重要 PR 文章；优质直播内容推广。	1.短微博字数在 140 字符以内，长消息最多 2000 字，最好有图片素材； 2.保证政治安全，内容优质，知识性强，符合公司核心价值和粉丝群（C 端用户为主）兴趣； 3.活动信息须保证准确清楚，不要造成用户的困惑。如有抽奖信息推广，新浪微博会判断为广告，做删除处理	每周一至周五每天发布 3-6 条，其中至少两条知识类内容，每天固定发送当天学堂日签。
微博文章	知识类文章；用户故事（含 UGC）；PR 文章。	1.字数不限，最好有图片素材； 2.保证政治安全，内容优质，符合公司核心价值； 3.课程推广类素材，最好能用知识点软文的形式呈现； 4.微博文章必须原创内容，不支持转载发送。	每周发布 2-3 篇。
私信群发	推荐活动；课程推广。	1.字数在 100 字以内，只能是文字内容； 2.活动或课程信息须保证准确清楚，不要造成用户的困惑，如有抽奖信息，推广新浪微博会判断为广告，做删除处理； 3.不支持外链跳转。	每周发送一次。
微博焦点图	课程推广；活动推广；直播推广等。	提供符合主站 VI 规范的焦点图片与链接地址。	共四个位置，每周二、周五更换两次

二、申请流程：

1. 至少提前一个工作日以邮件的形式将资料发给管理员（宋昱：songyu@xuetangx.com），申请资源位，抄送本部门一级负责人和市场部一级负责人知晓（一个工作日内未给予反馈，视为同意）。内容经管理员审核通过，排期推广。
2. 对时间、内容等有争议，提交市场部一级负责人决定；
3. 董事长和总裁有特批权。

外部推广渠道

一、申请内容：

● 推广综述：

项目背景、项目介绍、项目计划、项目目标、项目负责人、影响因素；

● 推广素材：

图片素材（未确定渠道不限定规格；确定渠道后按需调整）、文字素材、链接素材（流程优化并可统计所需数据）、证件素材（合同、商标证等）；

● 推广方向

效果目标：如新用户注册、APP 下载、品牌推广、产品销售等；

用户属性：包括但不限于年龄、性别、地域、学历等；

关键词：如学堂在线、同等学力等。

● 推广计划：

已有推广、推广时间（开始-截止）、推广渠道（百度、搜狐、新浪等）、样板案例（其他品牌推广方案参照样例）、推广预算、预算来源、ROI 预期、流量预期、收益分成。

二、申请时间：

需提前两周以上完成审批流程，通过邮件向市场部管理员（院冠男：yuanguannan@xuetangx.com）提出申请。

三、审批流程：

预算金额（元）	项目部门审批		市场部		总裁审批		董事长审批
	项目发起人	需求部门一级负责人	渠道管理员	市场部门一级负责人	双方部门分管副总裁	总裁	
免费资源置换	申请	知晓	审核批准	知晓	/	/	/
5 万元以内	申请	审核批准	预审核	审核批准	知晓	/	/
5 万-50 万	申请	审核批准	预审核	审核批准	审核批准	审核批准	/
50 万以上	申请	审核批准	预审核	审核批准	审核批准	审核批准	审核批准

注：

1. 审批流程通过后，后续有关法务、财务流程按照公司现行制度执行。
2. 另行制定相关规则，对 ROI 进行管理。

学堂在线市场部

2017.12.14