



# 小红书语言及留学行业通案

小红书-商业部-生活服务行业

# 目录

01

语言留学  
行业概况

02

小红书  
语言留生态解读

03

小红书  
语言留学解决方案

04

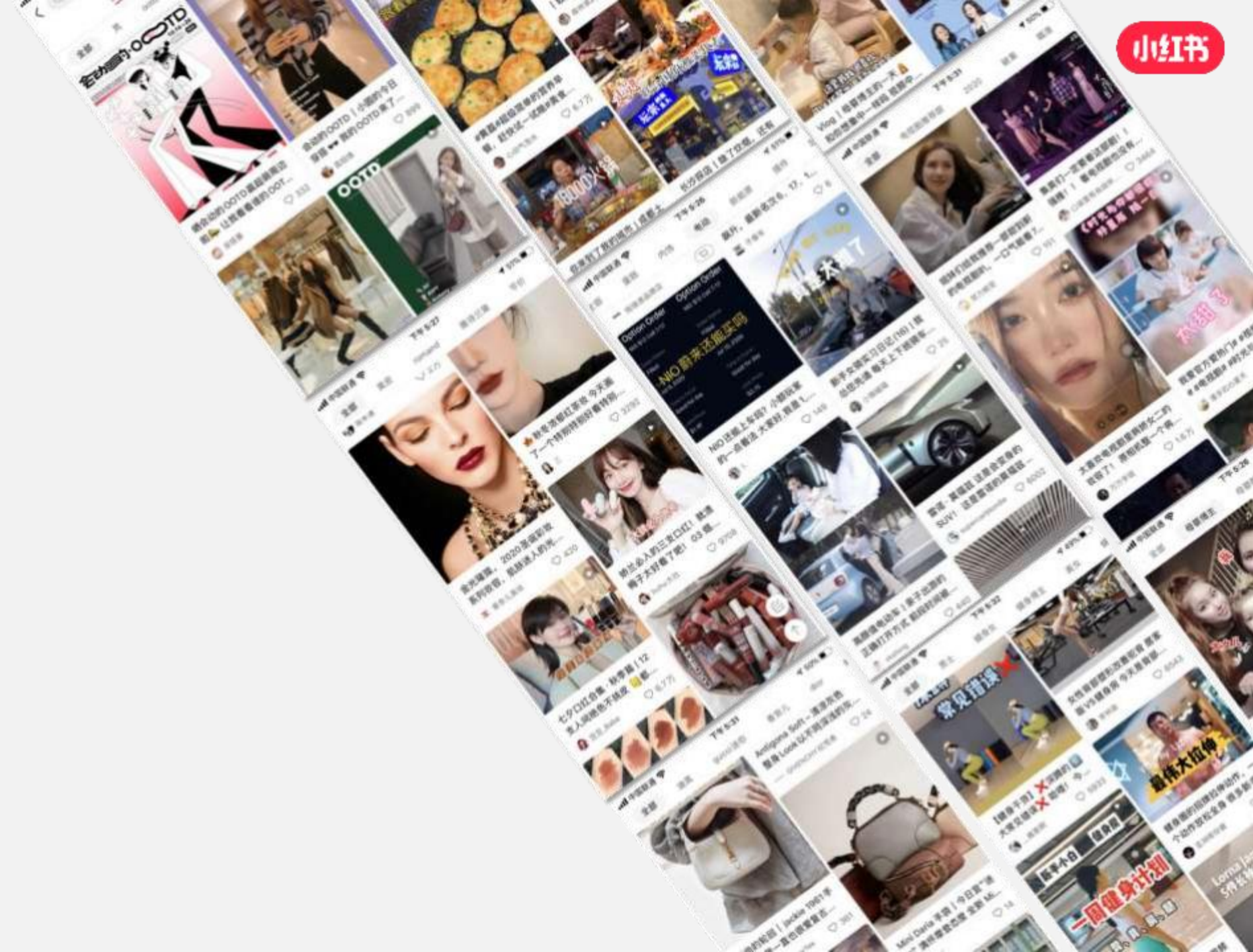
小红书  
语言留学成功案例

05

小红书  
语言留学 IP 推荐

# 01

# 语言留学 行业概况



# 后疫情时代国内外形势对中国成年人教育的影响

中国就业竞争激烈,深造成为成年人提升竞争力的重要工具

## 全球形势

### 经济下行压力持续增大

受经济形势延宕反复和地缘政治冲突升级等超预期因素影响,世界经济下行压力逐步增大。

### 就业有所改善但充满不确定

2022年全球就业市场保持向好复苏态势,但复苏过程缓慢且仍充满不确定。

## 国内形势

### 疫情反复环境复杂严峻

2022年新冠疫情反复爆发,全国企业及家庭经历数次疫情封控;年底疫情管控政策放开,经济有向好趋势

### 一揽子政策效果持续显现

推出稳经济一揽子政策,着力稳增长、稳就业、稳物价,就业形势逐渐复苏

变化频出的时代,对企业及人才提出更高的要求

**企业**涉及业务领域不断变化

需要更多中外背景加持,应对时代浪潮

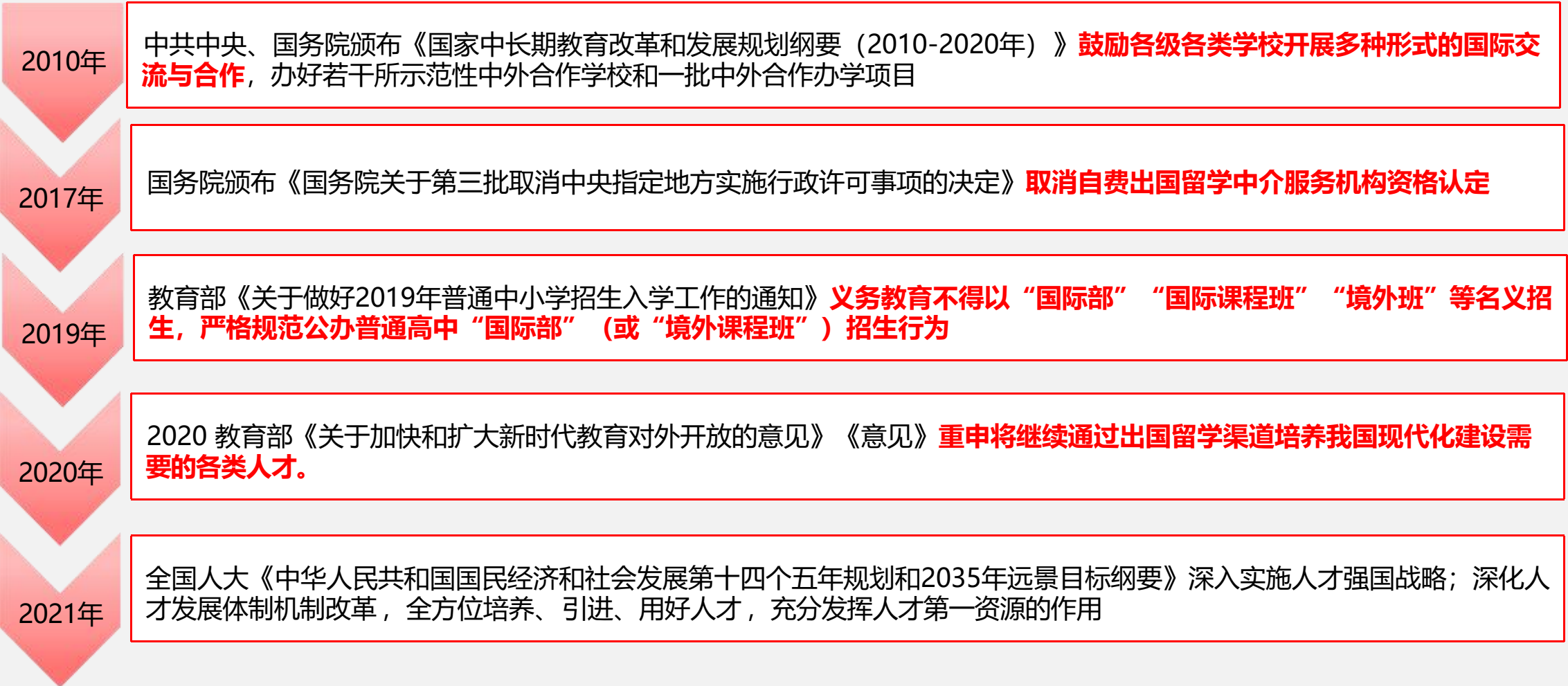
共同  
发展

**个人**所需掌握知识快速迭代

需持续深造,满足市场需求

# 国家坚持人才强国战略，促进留学行业发展

扩大新时代教育对外开放和“十四五”规划中强调的人才强国战略都在促进和引导留学行业的规范化发展

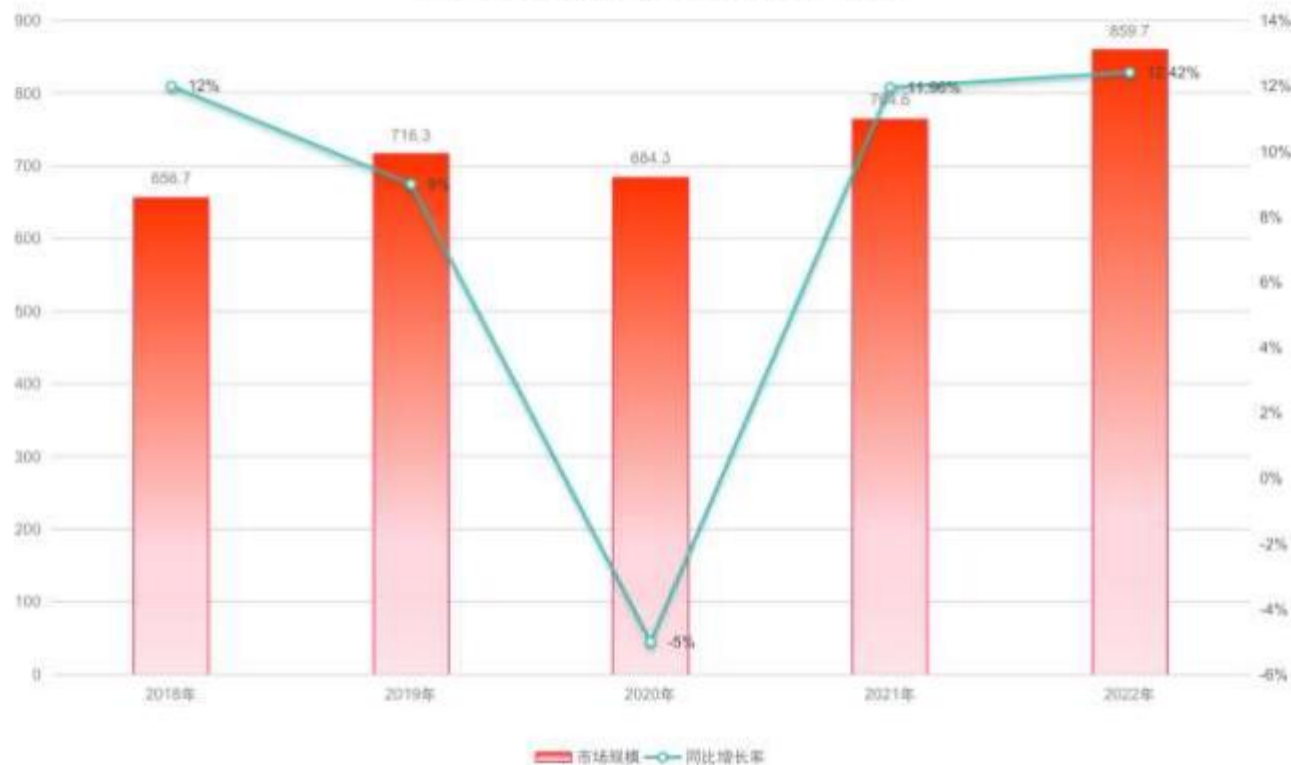




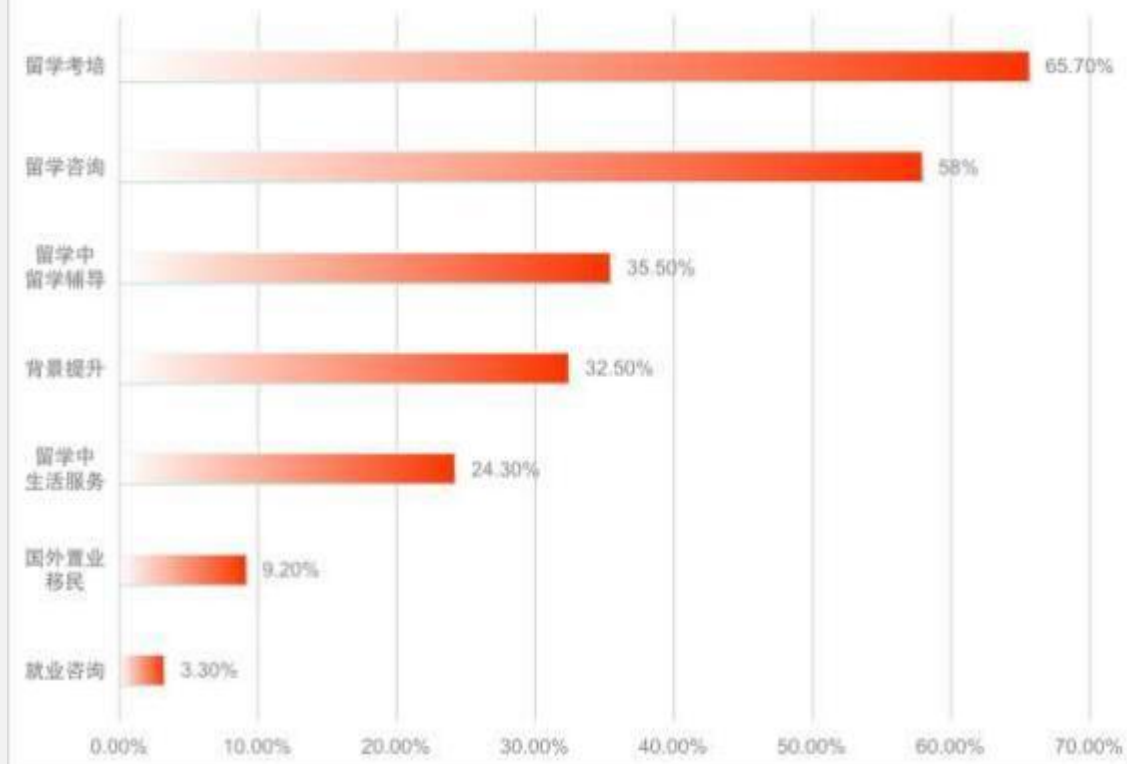
# 2022年整体规模近860亿，其中传统赛道仍为主要组成部分

2022市场整体规模近860亿元，疫情前行业同比增速10%左右，2020年受疫情影响呈负增长。传统赛道（国际学校、留学咨询留学考培）仍是市场的主要组成部分，疫情前已进入相对平稳的增长阶段；新兴赛道（面向留学生、准留学生的背景提升、就业咨询）疫情前增长迅速

2018-2022年中国留学生就业咨询市场规模



2022年中国各类国际教育产品使用率



# 以留学周期作为划分：留学前期 - 留学申请 - 留学期间 - 留学后期

每一阶段都有相应的细分服务品类，目前较成熟的品类包括：留学语培、国际游学、留学咨询/中介服务，已有头部机构出现，而随着国际教育消费趋势的变化，产业分工也带来了新的服务品类，如：低龄留学、背景提升、国际课程辅导等，目前多处于供需快速增长阶段





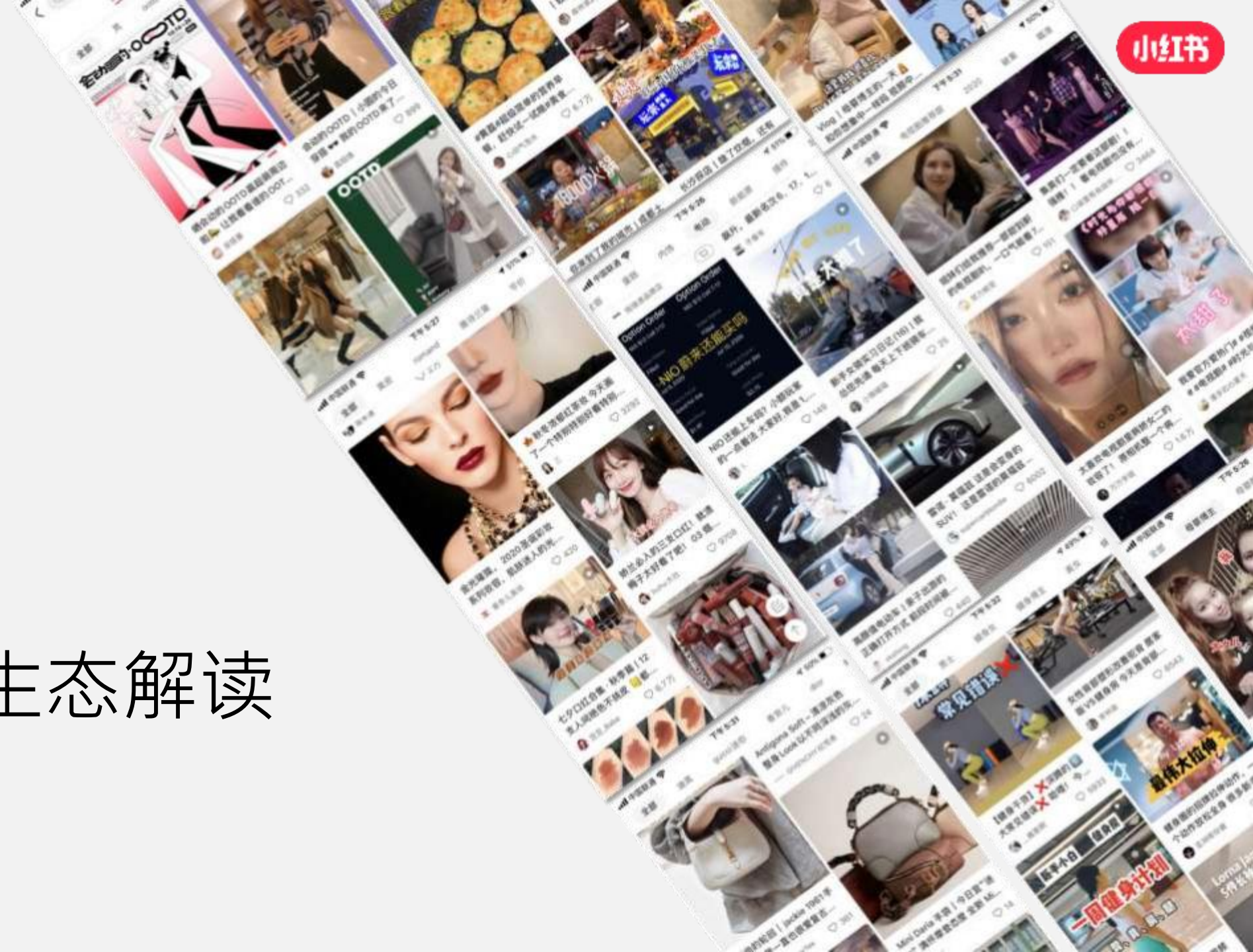


百科创建  
新闻发稿  
SEO优化  
小红书种草探店  
网站搭建  
扫码联系我们

# 02

# 小红书

# 语言留学生态解读



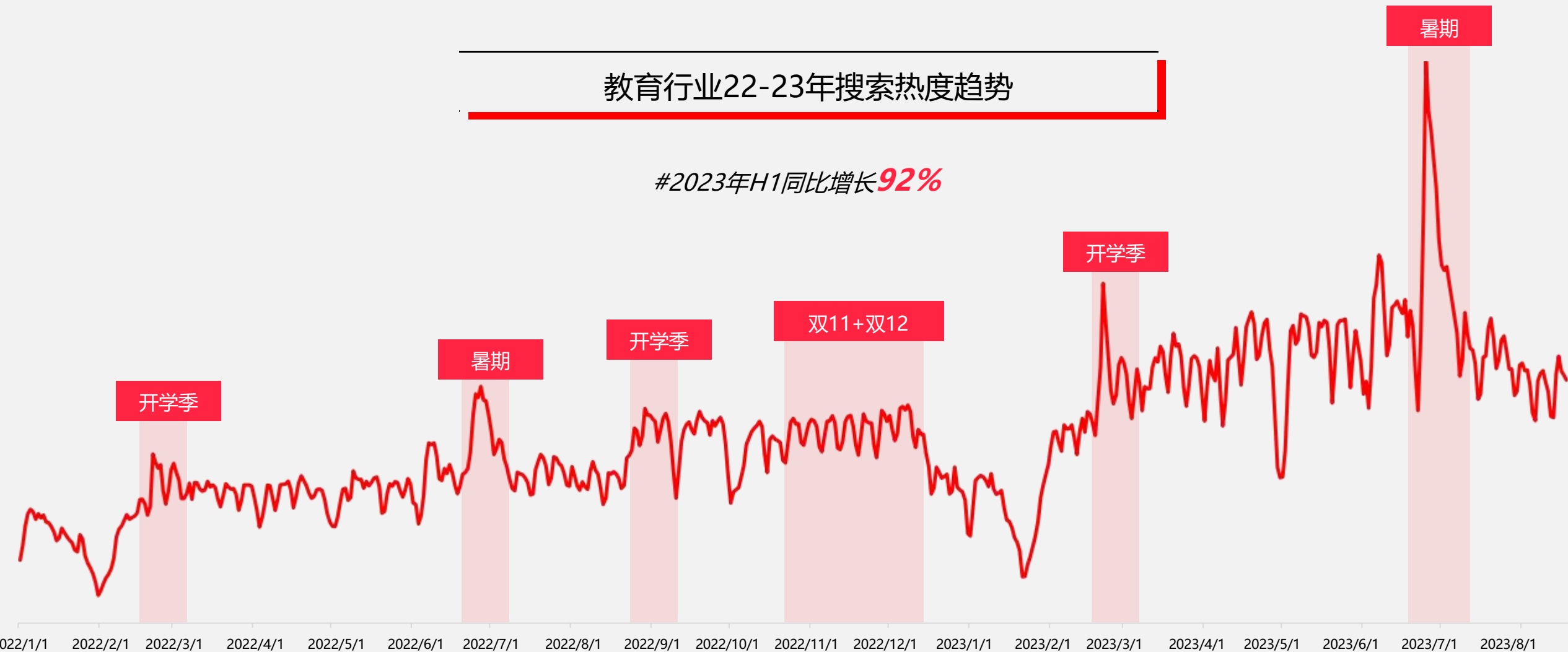


# 小红书站内教育行业正在蓬勃发展

2022年站内教育行业增幅明显，全年呈现明显上升趋势，同时有明显的旺季高峰期

## 教育行业22-23年搜索热度趋势

#2023年H1同比增长**92%**



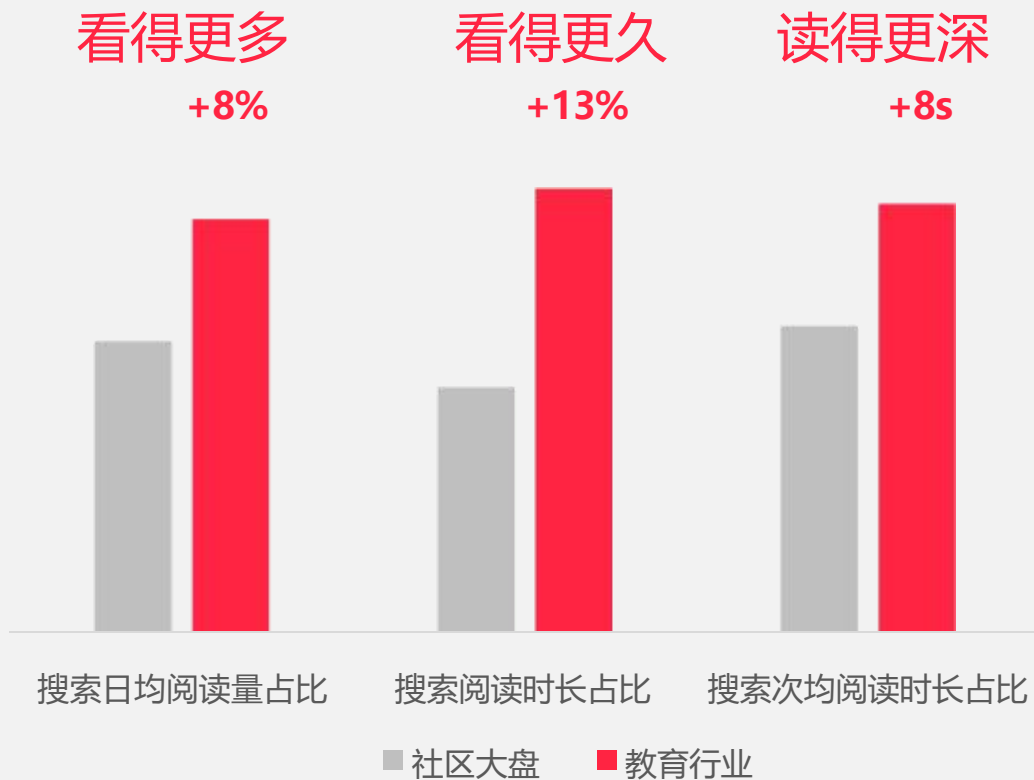
# 教育行业用户更加聚焦搜索场景

教育行业用户有明显的搜索场偏向，教育相关词的日均搜索用户占社区日均搜索用户的10%

## 教育相关词日均搜索用户占比

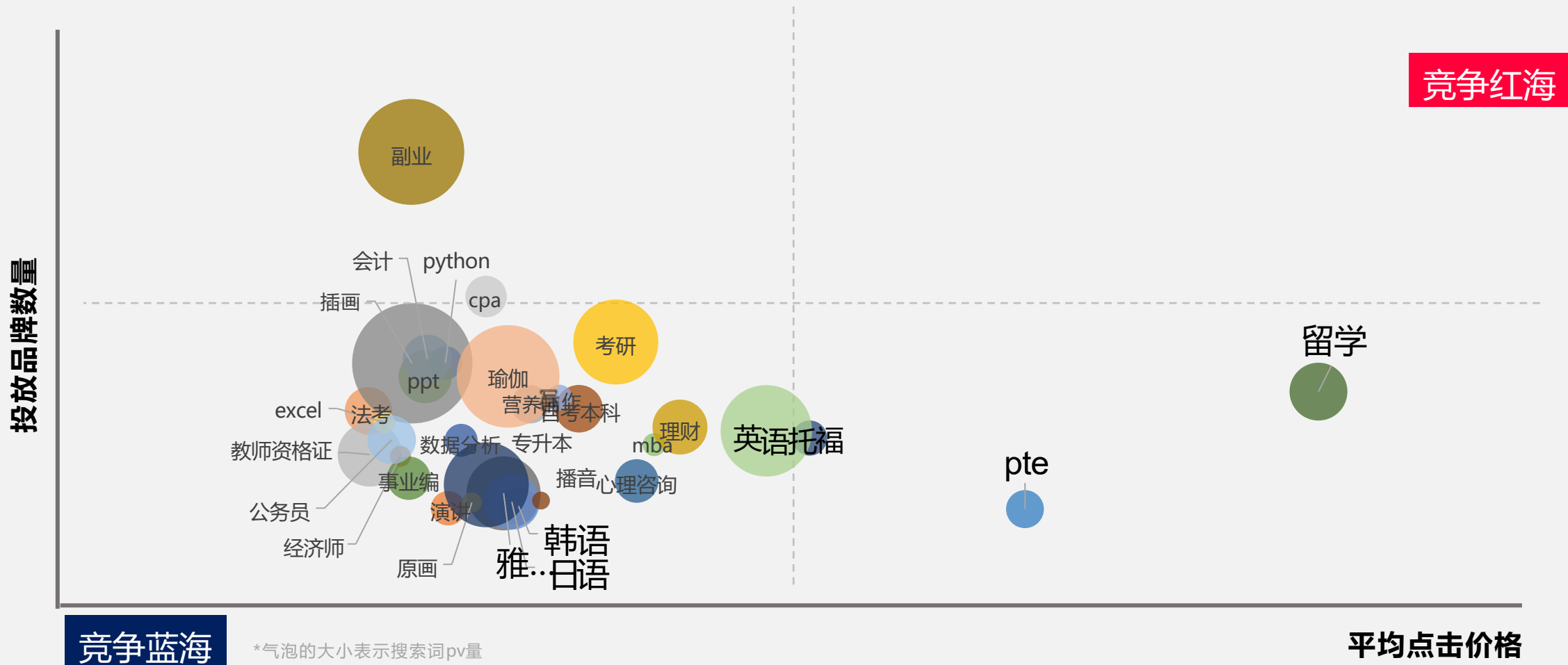
排名	类目
1	美食
2	时尚
3	美妆
4	旅游
<b>5</b>	<b>教育</b>
6	家居家装
7	科技数码
8	影视
9	医疗健康
36个一级类目	.....

## 用户搜索阅读行为分析



# 小红书语言留学赛道多处于竞争蓝海，营销红利明显

- 语言留学各品类投放品牌数总和多，留学、pte，英语等类目竞争相对激烈；
- 雅思、日语、韩语等留学项目处于蓝海市场，发展前景可观，



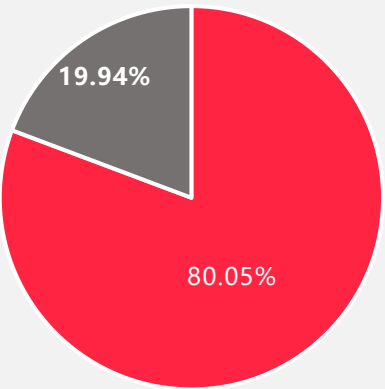


# 语言留学用户年轻有消费力，集中在发达城市



女性主导

女性占比超过80%占主导地位

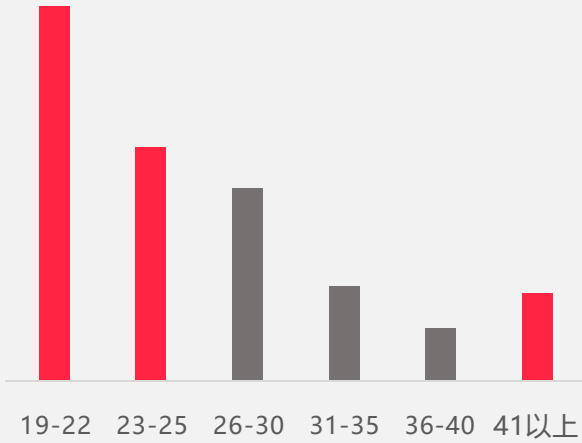


u女 u男



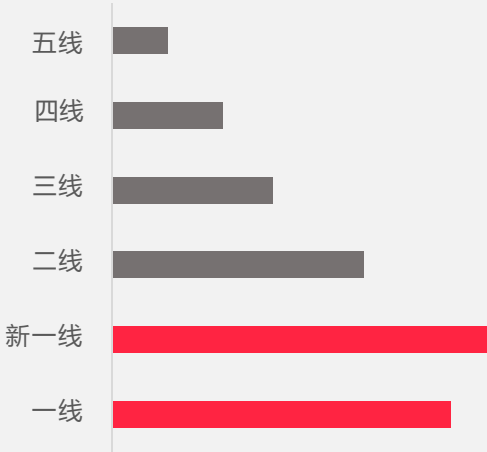
年轻群体

19-30年轻群体占比75%+  
近10%家长群体关注语留



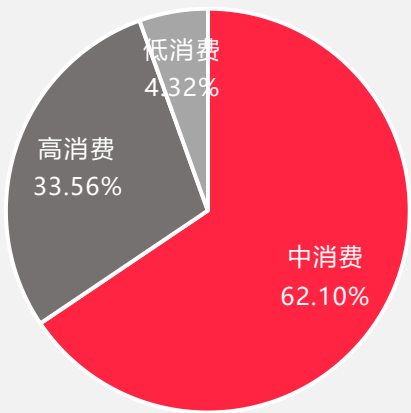
发达城市群

用户地域分布新一线、  
二线城市用户占比最多



消费水平

留学语言受众人群中，  
中高消费行为占比达95.68%



# TA们观看时尚、教育、美食类博主最多，偏爱教育、生活记录博主

职业教育用户偏爱的博主类型

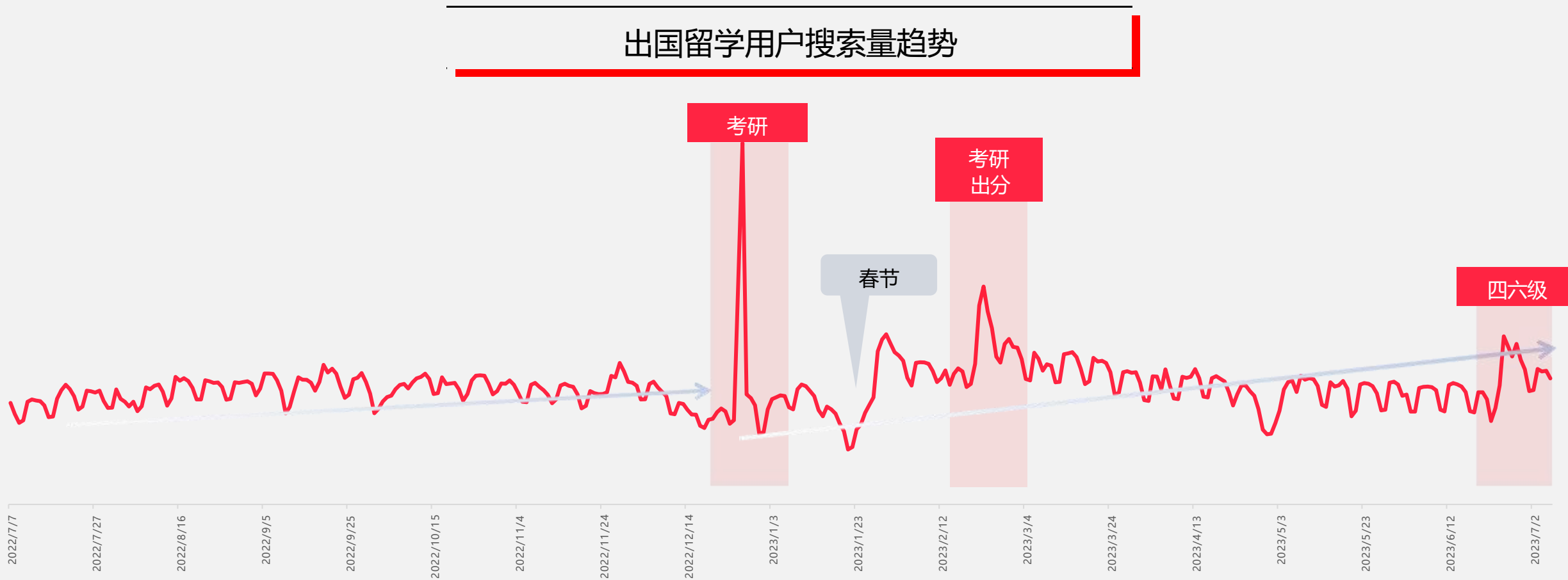


内容关键词偏好



# 随着疫情放开，留学赛道搜索呈上升趋势，需求及关注度增加

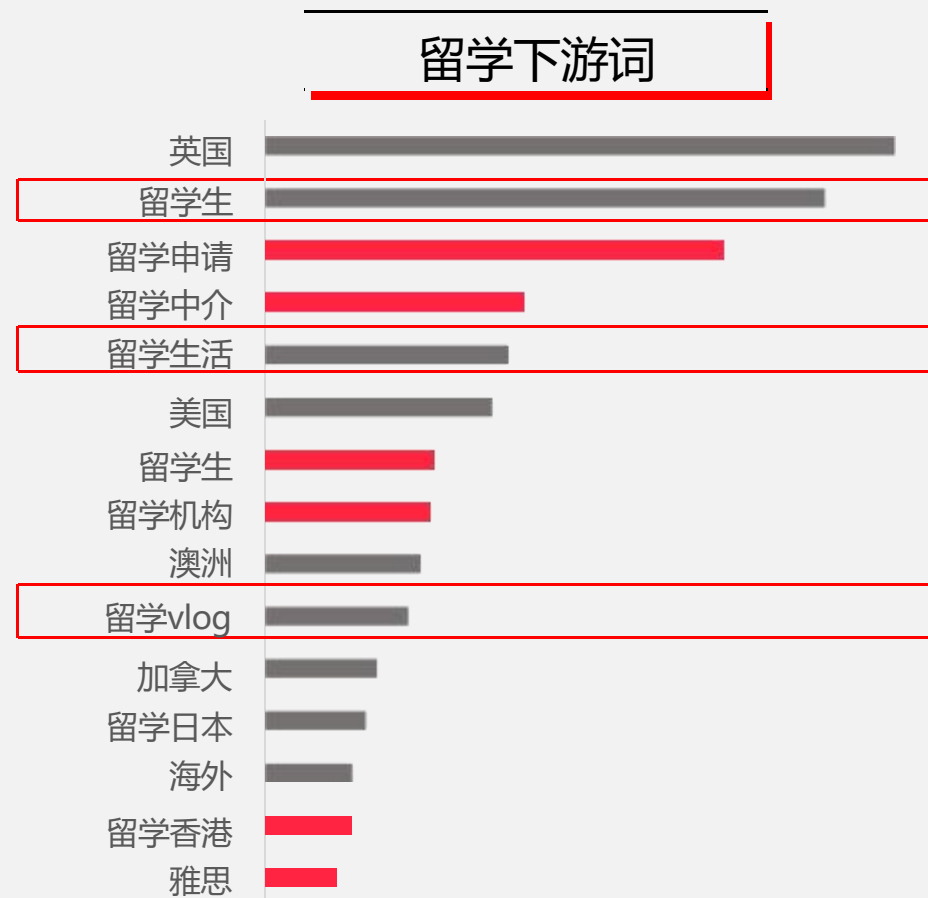
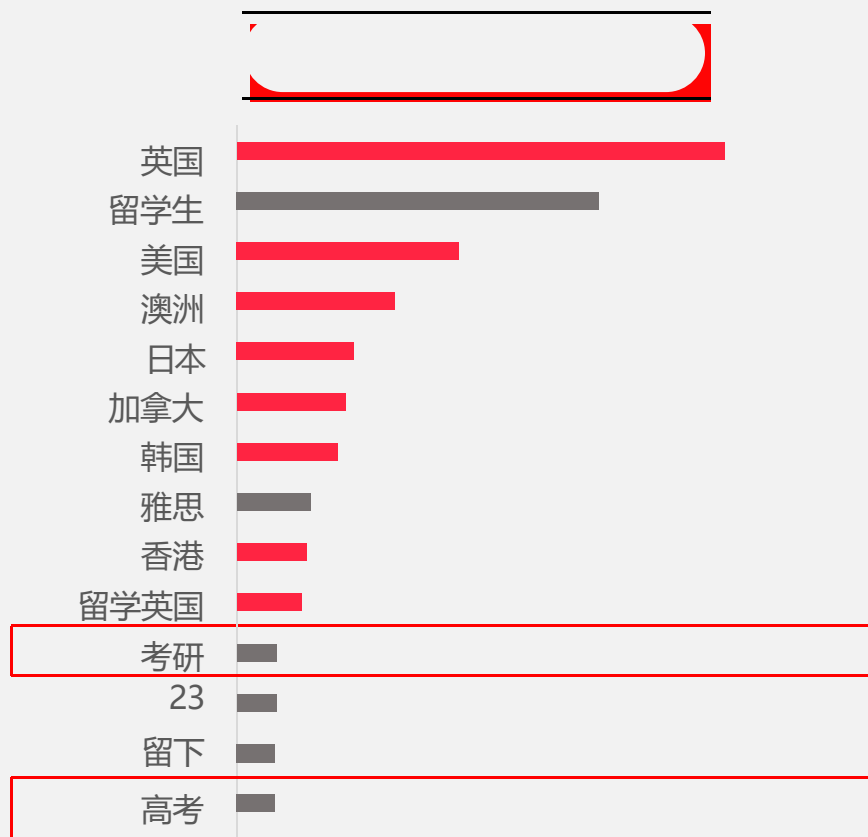
站内用户对出国留学的关注度会受节假日和同类教育热点（考研、四六级）的影响,需前置做好内容储备工作





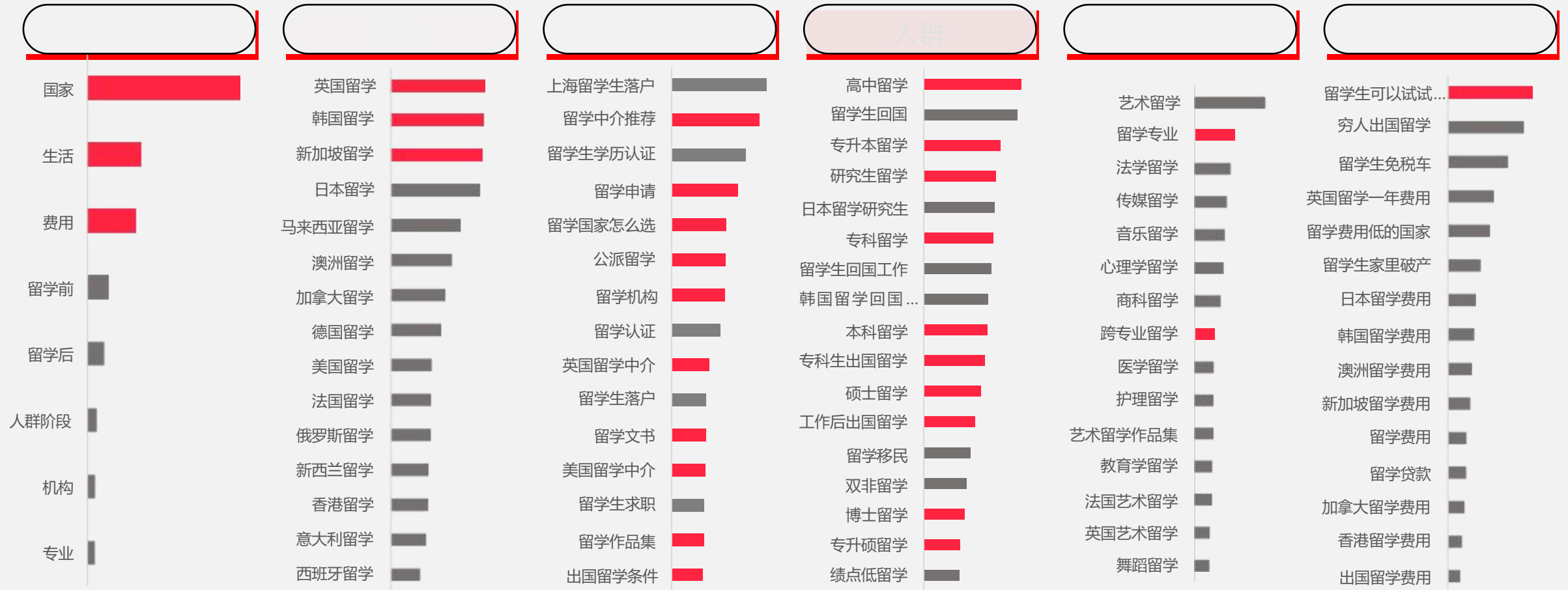
## 留学需求从哪来，到哪去？

- 搜前心智：搜索留学内容前，用户会被国家、地区相关内容吸引产生留学需求。同时考研究生、高考生也会寻找海外本科、硕士的需求；
- 搜后心智：产生留学意向后，用户偏向关注申请各环节经验，如申请、中介、机构、雅思。会浏览更多留学生、留学生活、vlog相关内容去体感留学生活，建议品牌在创作时融合此类题材增强用户粘性；



# 留学相关热搜词及营销机会

- 留学前后各阶段都有细分需求，留学前需求集中在规划、择校、申请等环节，留学中后需求在落户、认证、求职；
- 高中、专科、硕博、本科人群阶段均有分布，双非、绩点低人群需求较强；艺术类专业关注最高、社科商科、专业性专业是留学热门方向，同时关注跨专业、交叉学科也有强烈需求；



# 承接各国（地区）留学需求,搜后更加聚焦机构口碑、服务

## 搜索前

搜索排名	上游搜索词	搜索排名	上游搜索词
1	留学	11	香港
2	留学申请	12	雅思
3	英国	13	留学英国
4	英国留学	14	美国留学中介
5	作品集机构	15	留学中介推荐
6	留学机构怎么选	16	日本私塾
7	新东方留学	17	出国
8	美国留学	18	机构
9	出国留学	19	留学咨询
10	美国	20	新航道



## 留学机构/中介



## 搜索后

搜索排名	下游搜索词	搜索排名	下游搜索词
1	留学中介	11	新东方留学
2	留学	12	作品集机构
3	留学机构推荐	13	留学中介推荐
4	留学机构避雷	14	美国留学中介
5	留学申请	15	留学机构费用
6	留学机构怎么选	16	留学机构测评
7	艺术留学机构	17	雅思
8	留学机构工作	18	北京留学机构
9	英国留学	19	新航道
10	留学机构避雷基地	20	留学咨询

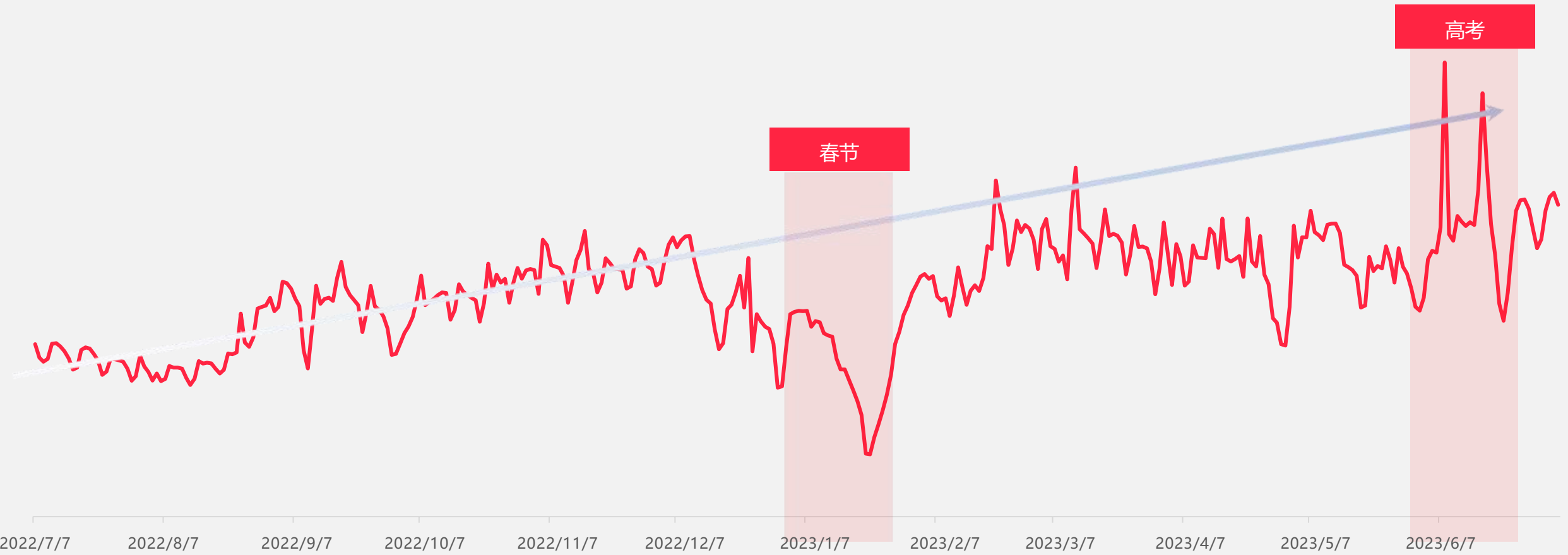




# 语言考试赛道搜索增速快、用户需求高

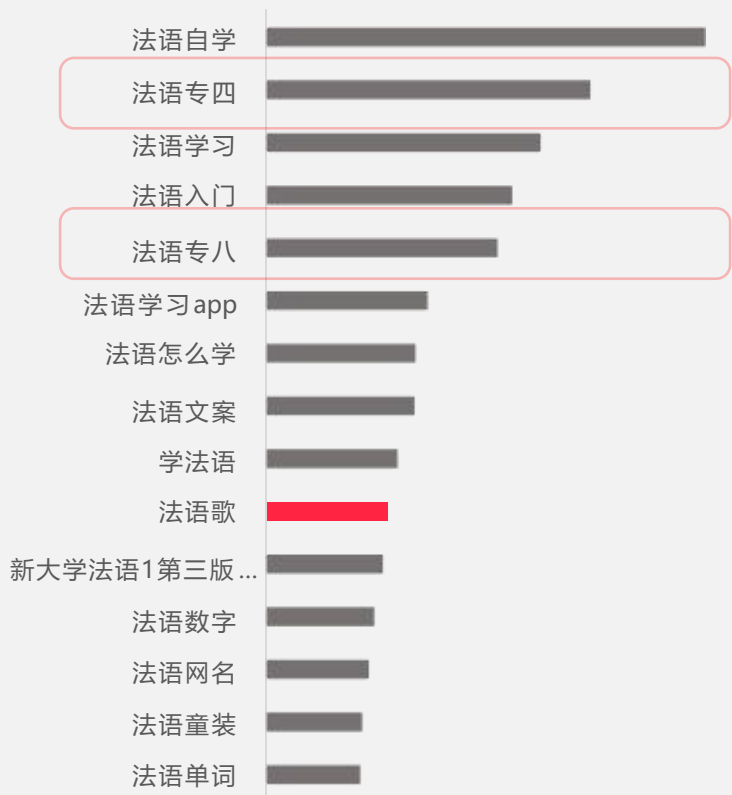
语言考试用户搜索热度持续上升，受到节点性事件营销峰谷值

## 语言培训搜索趋势



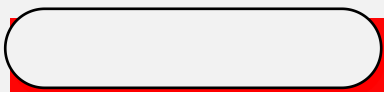
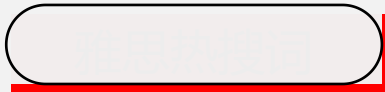
# 语言培训相关热搜词及营销机会

- 日、韩、法语关注内容聚焦学习、备考；“配音”“歌”等内容体现更强的娱乐属性；



# 语言考试相关热搜词及营销机会

- 雅思人群多关注备考、题型、机构等内容，热度受站内话题影响；
- 托福人群更多在雅思之间对比，辐射家长群体小托福类目；PTE用户心智认知更浅，多被视作雅思平替。



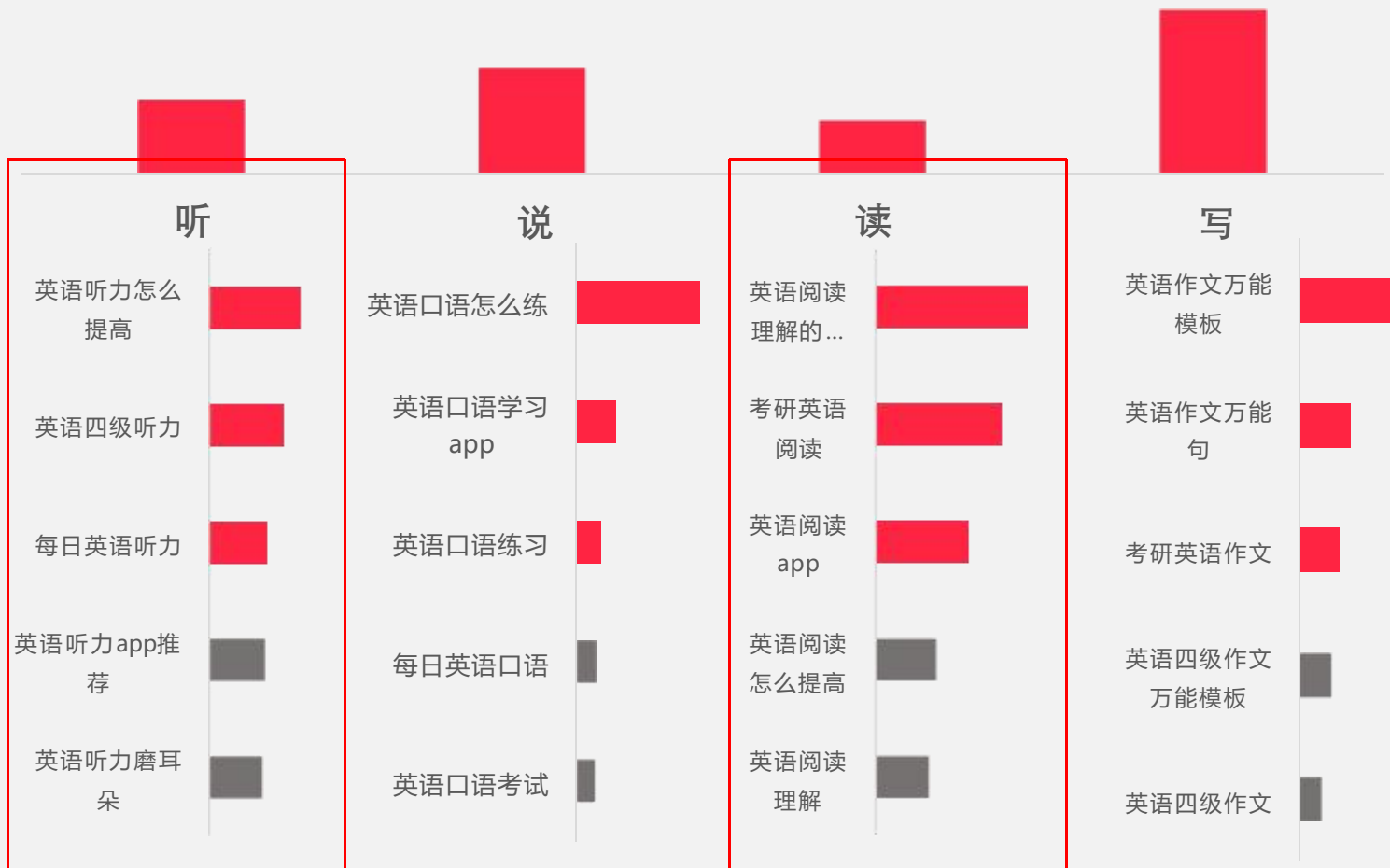
# 语言培训类目细分洞察

## 为何关注?

### 类目热度



## 关注什么?





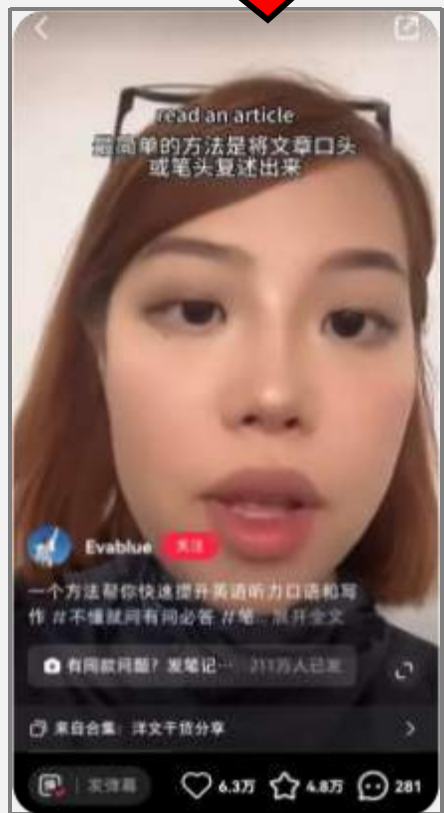
# 小红书站内语言留学赛道热门笔记形式

达人vlog、真人出镜、备考干货、口播分享等内容更受用户喜欢

备考干货



学习技巧



上岸经验



考后心得



留学生活

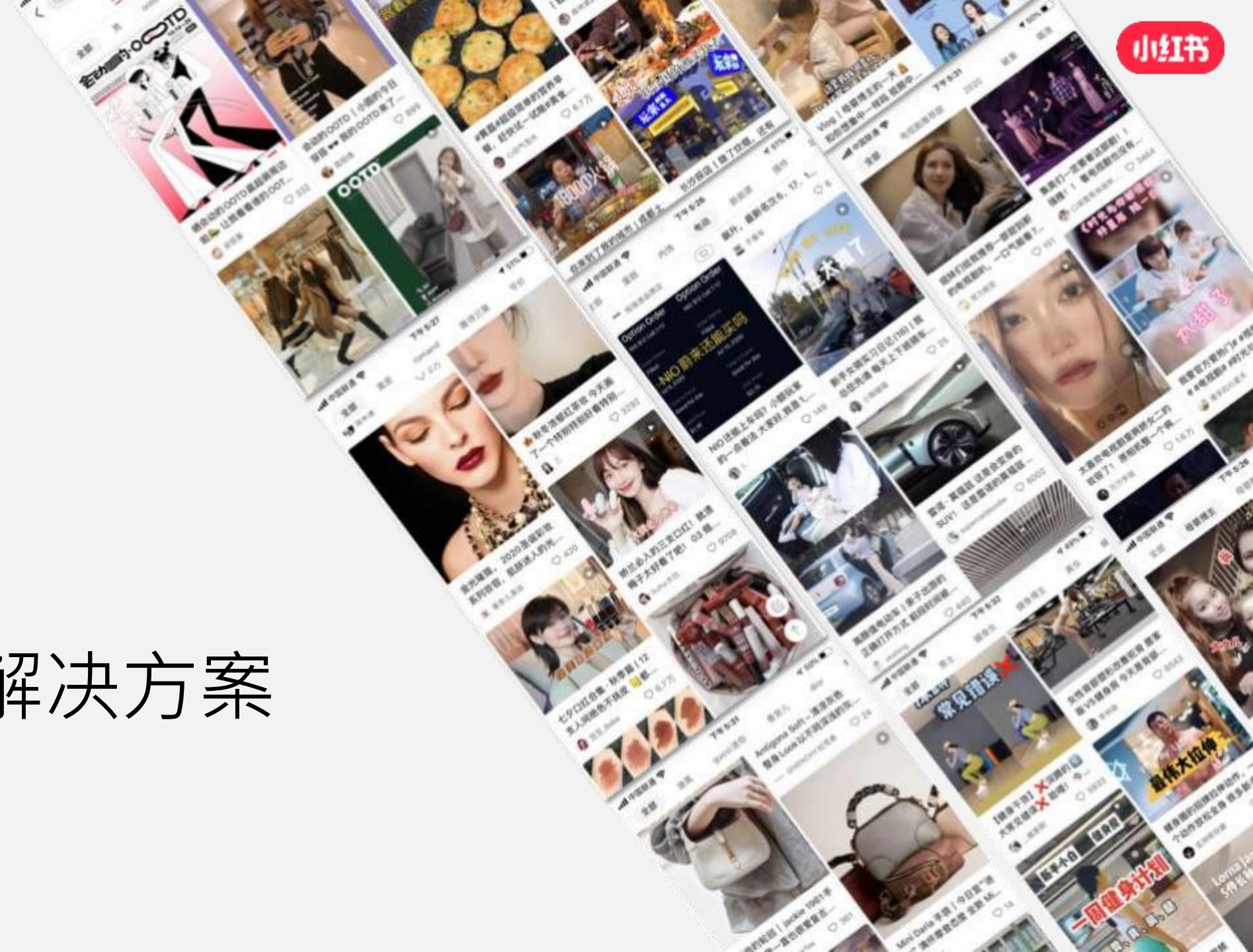




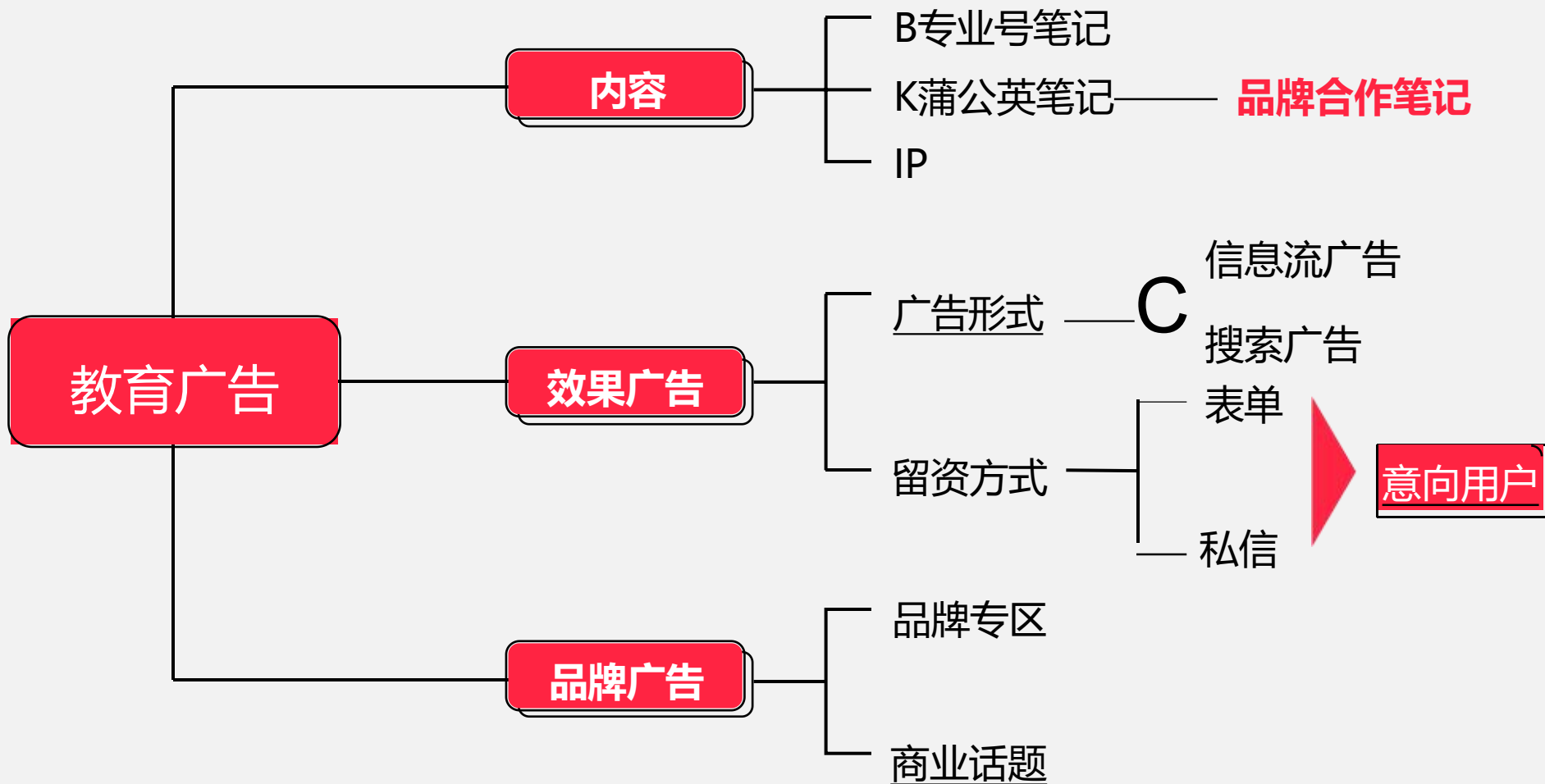
03

小红书

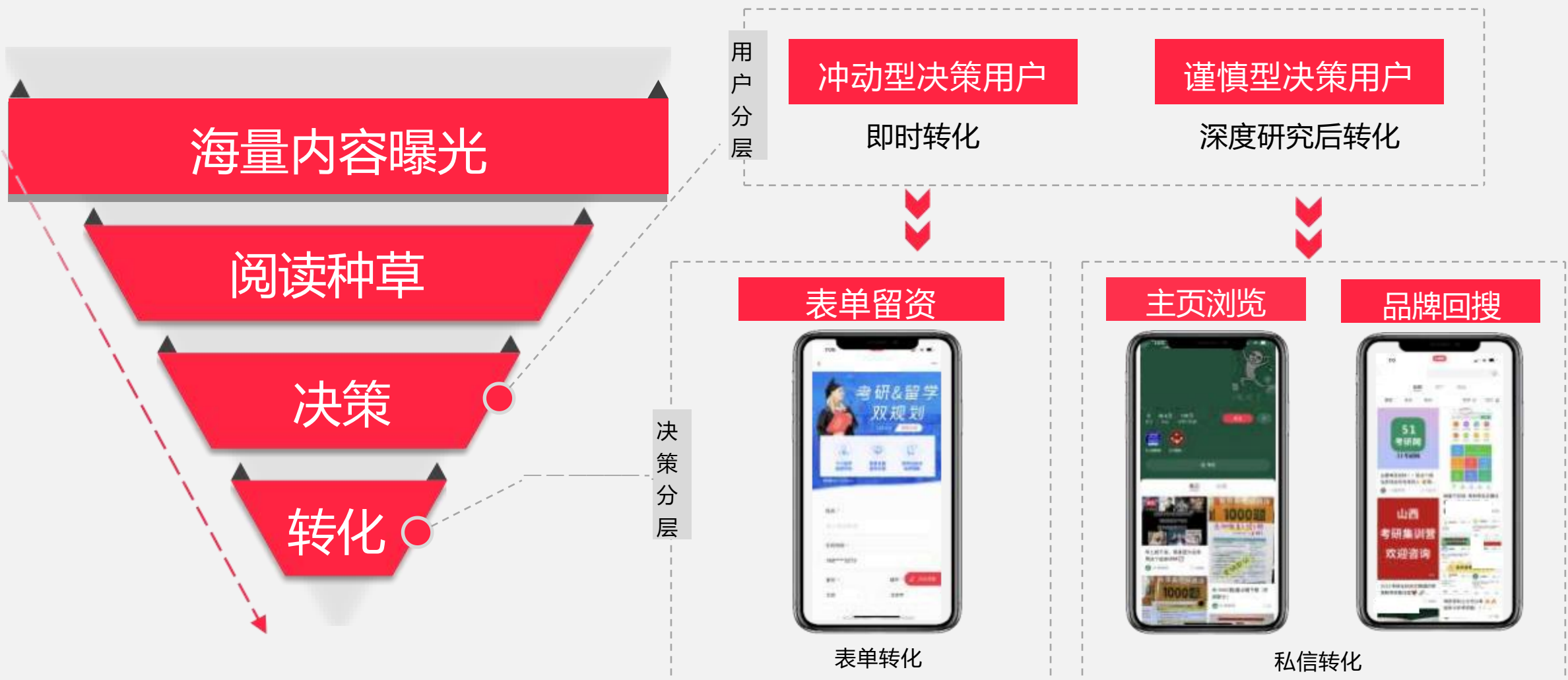
语言留学解决方案



# 小红书商业化营销元素



# 小红书语言留学用户行为路径





# 小红书语言留学投放链路-私信链路



· 搜索/信息流广告位



· 一跳笔记详情页



二跳私信内页, 引导留资



私信功能迭代

欢迎语/自动回复

快捷菜单栏

客服分线

...



# 小红书语言留学投放链路-表单链路



# 小红书语言留学投放链路-商销链路



搜索/信息流广告位



浏览笔记内容



小红书站内购买

# 小红书语言留学投放链路-直购链路



· 搜索/信息流广告位



· 一跳笔记详情页



二跳外链表单或自建站表单



· 三跳可引导用户加微信

# 小红书语言留学投放链路-种草链路



· 搜索/信息流广告位



· 获取推荐码

大家都快学起来哦~  
现在打开Cambly口袋英语APP，新用户输入推荐码【兔尾】可以享受【15分钟英语口语体验课】，课时有效时间：2022.4.15-2023.4.15  
👉 注：此码仅适用于18岁及以上的英语初学者使用！#英语



· APP内获取免费课程



· 体验课程



# 围绕营销目标展开的小红书营销布局

- 营销目的
- 产品解决方案
- 场域
- 营销度量



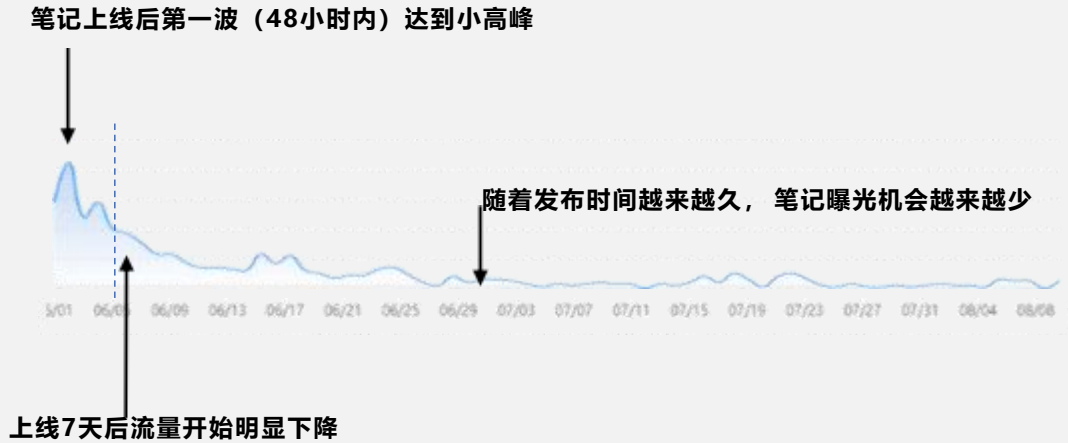


# 好内容+流量确定性 = 高效种草

## 自然笔记在无流量加持下的生命周期

上线7天后流量下降明显,

30天后信息流侧不再出现, 仅在搜索侧被动触发展现;

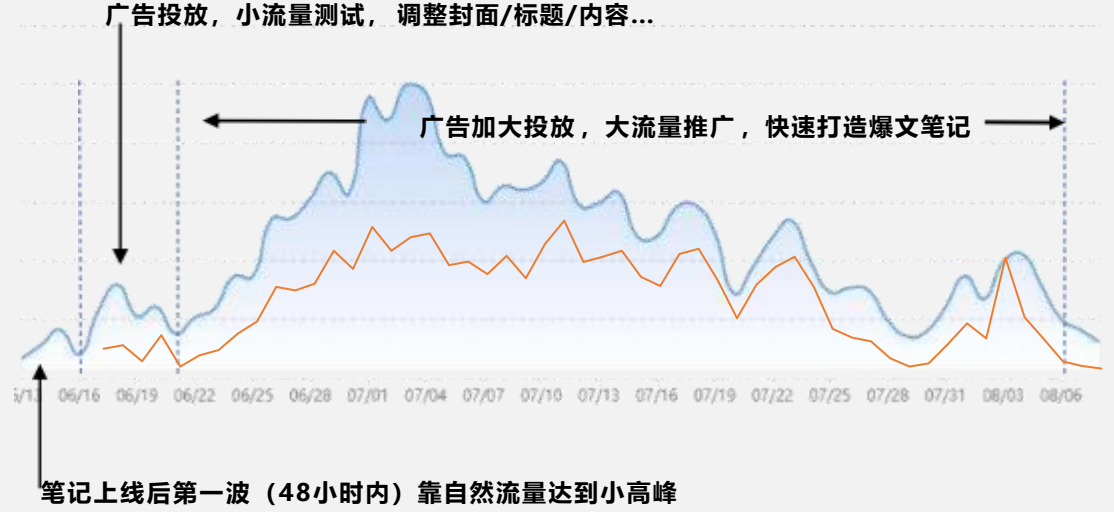


—— 笔记曝光

## 商业流量加持后的表现

商业流量在笔记发布48H加持, 与自然流量加乘,

能大幅度提升笔记曝光量, 大大延长笔记生命周期



—— 笔记曝光      —— 笔记消耗

# 语言及留学教育行业 “KFS种草” 投放方式

内容是基石

浏览场+搜索场

# B/K

专业号笔记/博主笔记

构建三方原生价值内容  
@蒲公英平台

# F

信息流广告-科学测试

打造消费者心动笔记  
@聚光平台

# S

搜索广告-精准卡位

拦截用户需求  
@聚光平台

# F：信息流投放助推笔记测试，制造强种草爆款笔记



## 笔记储备

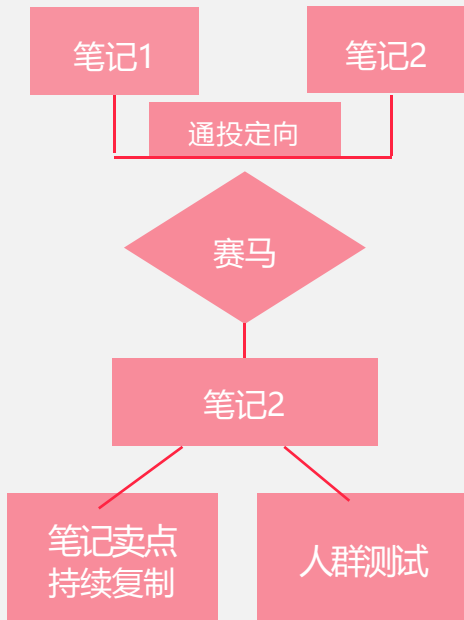
定向产品N个卖点  
每个卖点至少5种撰写方式

- 蒲公英平台达人笔记
- 专业号自撰笔记
- 专业号转达人笔记



## 赛马测试

储备笔记测试  
寻找优质笔记方向，持续复制



## 精准触达

筛选需求目标人群  
让推广效果事半功倍

- 【用户属性测试】  
年龄、性别
- 【兴趣定向测试】  
内容兴趣、购物兴趣
- 【地域测试】  
一二线市场、下沉市场
- 【DMP人群包】  
用户生活方式购物属性  
内容兴趣标签  
品牌一方数据



## 打造爆文

拓宽产品固定族群  
打破品牌圈层束缚

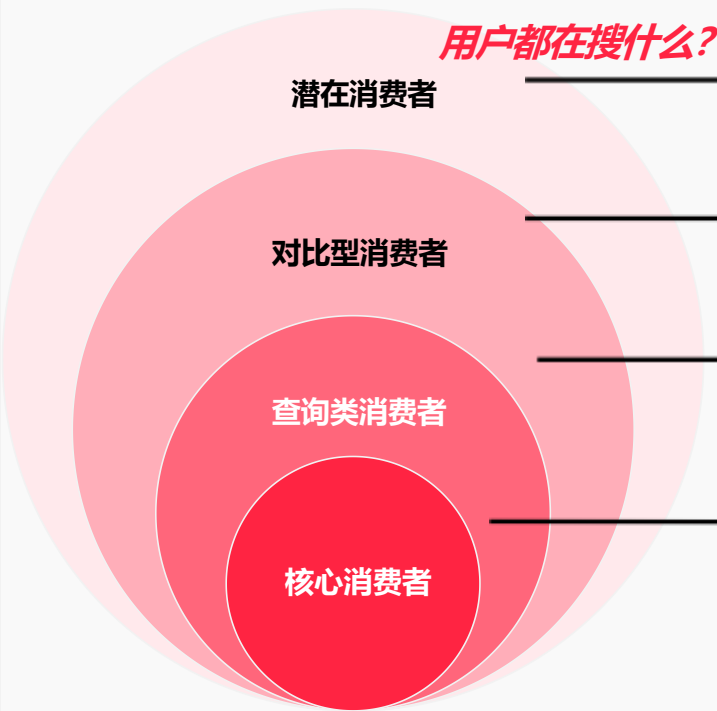
- 新功能助推，控制CPE (MCB BCB)
- 点赞率高笔记
- 评论率高笔记
- 持续打爆适合种草
- 卡位搜索助力转化
- 防止歪楼，及时矫正

# S: 搜索广告承接用户流量，让TA们看到品牌优质内容

## 选词依据

- 1. 品牌词;
- 2. 产品词;
- 3. 行业热词;
- 3. 对标竞品词;
- 5. 内容提及相关词;
- .....

## 用户层级



## 搜索行为

**【需求词】**  
雅思培训, 留学机构推荐...

**【竞品词】**  
(根据具体品牌和赛道)

**【行业通用词】**  
核心大词: 英语培训、留学...  
长尾词: xx和xx机构哪个好...

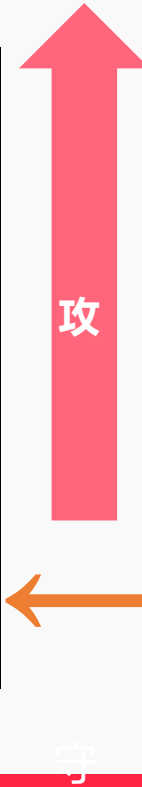
**【品牌词】**  
(根据具体品牌, 也可是品牌词+产品词)

## 搜索策略

**攻: 种草教育**  
**【大流量核心词】**  
抢占行业用户心智  
高竞争强度, 高成本抢占高位

**【小流量长尾词】**  
低成本引流, 低竞争环境  
多角度沟通

**守: 防守拦截**  
7\*24H首位防守, 拦截竞品  
最大化转化核心用户



全面覆盖不同类型消费者

# 小红书语言留学行业整体投放规划

针对职业培训类品牌的需求，抓住用户心智，提早布局，覆盖精准人群，高效获客

时间节点	基础建设	内容探索期	链路优化期	高效放量期	
预算分配	600/年	信息流：搜索=8:2 大量笔记发布寻找合适内容方向	信息流：搜索=6:4 持续补充高转化内容属性的笔记	各场域占比视情况而定 少量上线新笔记	
落地策略	注册专业号	<b>信息流：</b> 测试新发布笔记，梳理笔记内容和营销点，产品种草和客资收集同步测试	<b>信息流：</b> 根据赛马结果，根据优化四象限，增加好成本笔记计划预算，暂停空耗计划	<b>信息流：</b> 适当放开成本，常规考核标准提升的20%，增投定向，对于广泛人群低价扫量，核心人群，提价抢量的策略	<b>信息流：</b> 控制成本，调整成本至日常考核要求，缩减定向，稳定消耗
		<b>搜索：</b> 拓展关键词，尽量覆盖，品牌词，核心通用词，以及节点相关人群词，并分词性设置计划	<b>搜索：</b> 暂停，或者减少高成本词类预算，提升低转化成本出价，逐步拉高整体搜索消耗	<b>搜索：</b> 适当放开成本，常规考核标准提升的15%，维持全天投放，并加投竞品词，测试省心智投，获取低价流量	<b>搜索：</b> 控制成本，调整成本至日常考核要求，缩减定向，稳定消耗
关注指标	笔记发布数、48h内赞藏评论量、单计划中笔记消耗及成本			计划消耗及成本、带量笔记数	

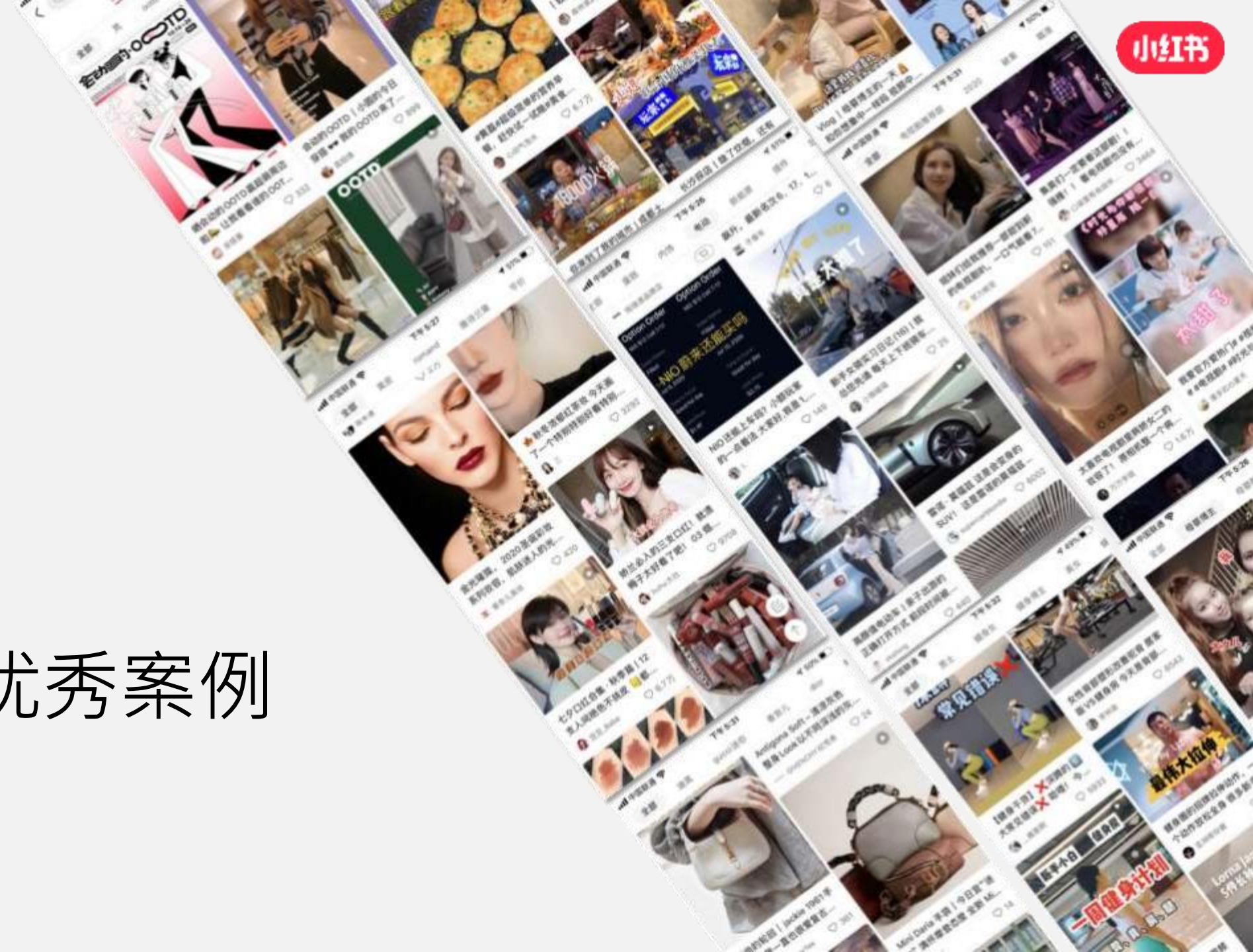




04

小红书

语言留学优秀案例



# 好内容影响潜在人群，好口碑提高留资效率

语言培训case  
EF英语



### case解读:

- 1、内容：自产内容捕捉刚需核心人群，博主合作内容影响潜在人群，达到种草+客资收集的目的；
- 2、落地页：突出品牌和适配人群，切中目标用户需求；
- 3、转化：老品牌好口碑提高留资效率，电销紧跟促转化。

博主合作内容影响潜在人群



搜索+好口碑提高留资效率



降本增效，提高转化





# 构建内容矩阵，线索经营带来持续客资

留学培训case  
海马课堂



### case解读:

- 1、内容：以解决用户不同需求指导内容产出，投放侧放宽触达更多潜在人群，借封面用户痛点吸引精准用户；
- 2、品牌：搭建品牌矩阵，从企业介绍、师资力量、课程服务、案例好评等全方位展现课程服务，解决用户决策及信任问题；
- 3、承接：搜索抢占赛道，卡位精准需求；客服24小时轮班，日夜承接回复；行业销冠团队高转化+高复购提升项目整体ROI。

大字压图圈选目标人群



根据用户需求构建内容矩阵



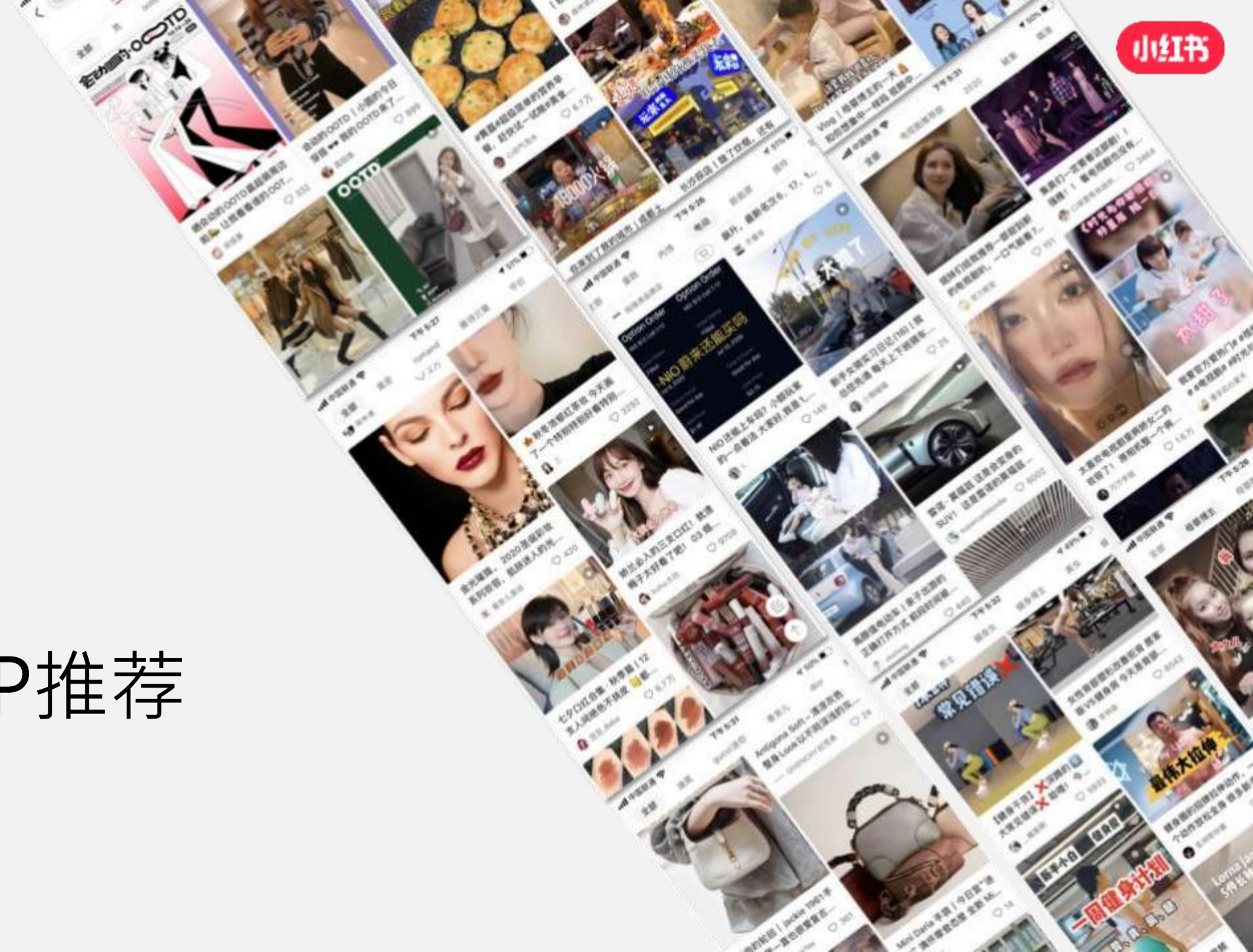
品牌专区+抢占赛道拦截



05

小红书

语言留学IP推荐





# 毕业再见一面

小红书携手共青团和全国20所高校建立毕业季「高校联盟」，打造一场品牌与1158万毕业生的情感共鸣大事件

## 预热期

1 「再当两天大学生」贴图上线  
重返校园再见一面



2 8薯联动发布贴图笔记  
开启重返校园热潮



## 号召期

1 易立竞「再好好见一面」主题演讲  
共青团官媒联合20所高校一同背书



2 共青团官媒联合20所高校发起号召



3 品牌明星跟进&KOL发布再见一面号召



## 互动期

1 用户互动打卡“毕业必做的10件事”

- 再吃一遍学校所有食堂
- 再在图书馆上次自习
- 再喂一次学校的流浪猫
- .....

2 活动落地双话题页上线，共炒声量



3 「返校时光隧道」开启 穿行高校联盟



「返校时光隧道」牌子隧道



## 爆发期

1 品牌活动落地 20所高校联合庆祝



垂类KOL参与线下活动

用户参与线下活动



品牌植入线下活动  
用户参与联合庆典，发布笔记  
活动声量爆发



# 我就要这样生活-校园季

精准触达校园核心人群，线上线下体验整合，达成有效种草

## 预热期

1 三大官号发起号召，引领开学新生活向往感



2 校园生活向往感宣传片，一万种开学姿势引发社会情绪共鸣



## 爆发期

1 联合REDesign打造开学文具盲盒



2 携品牌盲盒进入线下千校活动，和学生直接互动

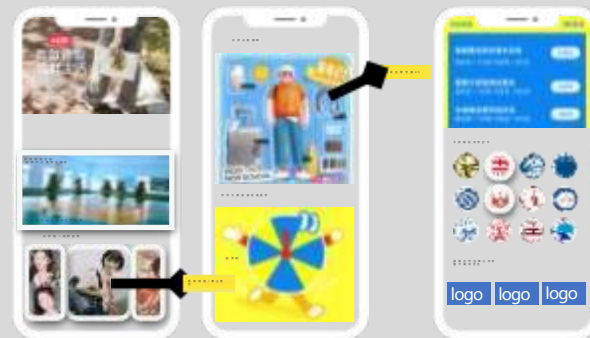


3 线上明星、博主齐参与，引领开学新生活方式

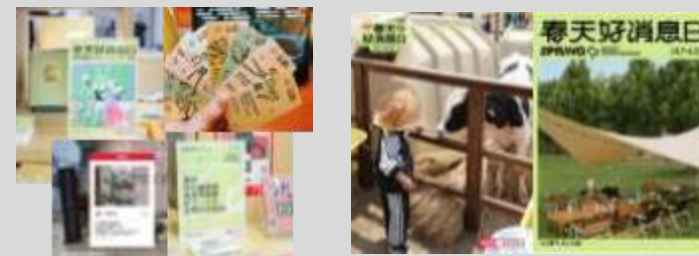


## 长尾期

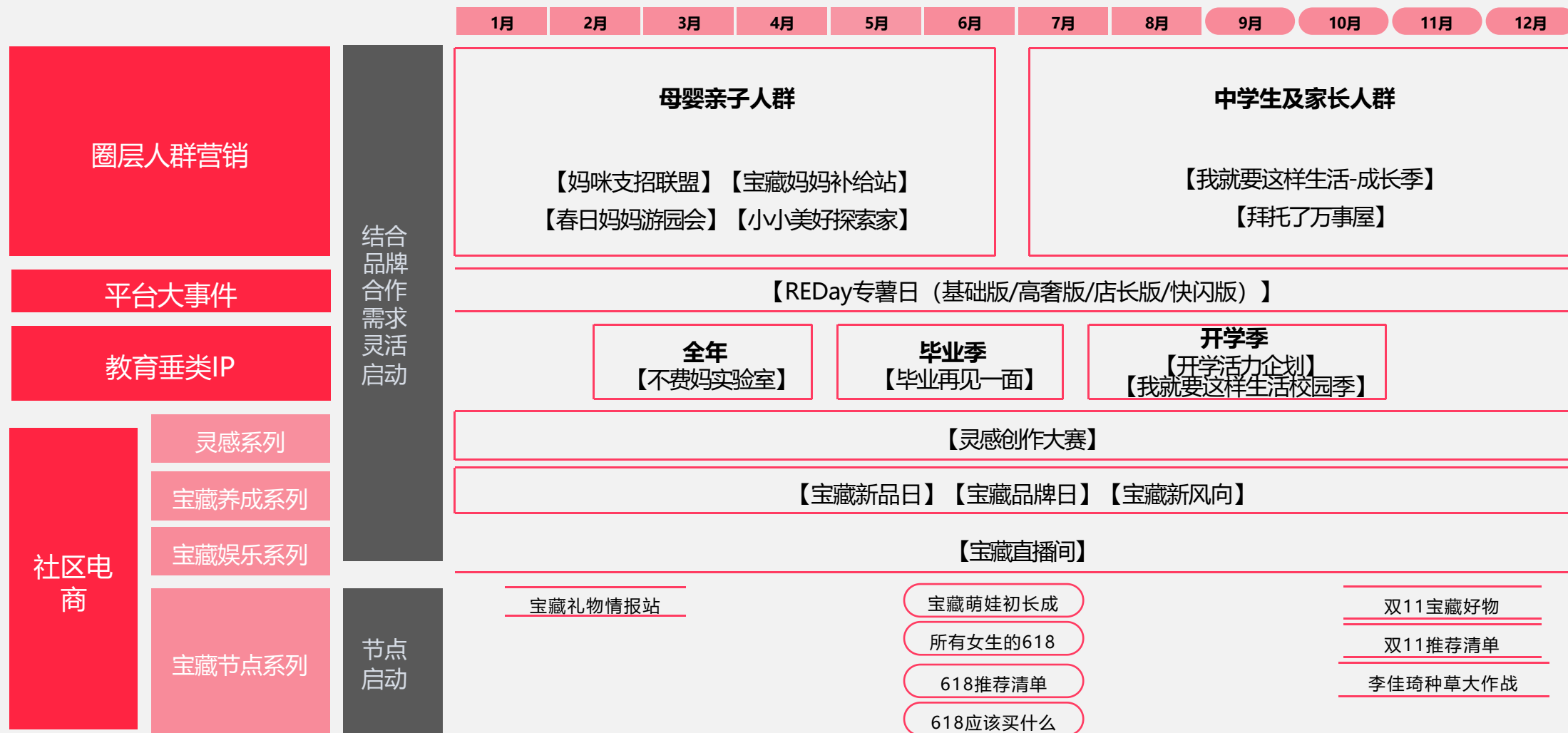
1 线上H5活动主阵地，多种有趣互动玩法



2 和各行业品牌一起分享校言校语



# 2023小红书教育行业营销日历



# THANKS!

小红书

小红书-商业部-生活服务行业

2023年9月