**大 纲**

**背景：**

疫情之下，各企事业单位延迟复工，学校延迟开学，教育部门全面禁止线下培训。线下实体机构面临寒假班退费、常规课难以消课的风险，同时影响我们的春季招生计划。我们作为英语品牌机构，更面临被线上英语平台抢走客户的风险。截至目前，各商学院（服务机构的培训公司）给的建议大多都是鼓励机构转型线上课，经过我公司这几年的线上课程和线上营销的尝试，我们深知线上课程并不能形成盈利，且教研、师资要求差异较大，学习效果相对线下更加没保障，同时由于家长全程参与，因此对于并不擅长线上教学的老师来说，容易导致线下课的家长缺少信心。鉴于此，特拟定本次疫情应对方案。

**方案定位：**维习惯，稳服务，抓春招

**目标：**挖掘复课后的例子及到访，促进复课后的快速新招，抢占新招

**主要计划：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 类型 | 工具 | 目的 | 目标 | 关键 |
| 打卡 | 朋友圈 | 维持习惯 | 80%老学员参与 | 分主题差异化，切记任由打卡，老师务必实时点评，每周公布奖项 |
| 集赞 | 云快招 | 挖新资源 | 分享链接到朋友圈被点击30次，即可获得价值50元的开学礼品+2次体验课（到店领取） | 务必包含课程，保证到访，老学员只奖励礼品，重点推动老学员转发 |
| 问卷 | 云快招 | 拉新+品牌 | 答题后获得价值50元的礼品（到店领取） | 题目与疫情相关 |
| 在线辅课 | 千聊+钉钉群 | 服务寒假班学员 | 全体参与 | 免费不扣课时，以阅读、练习互动为主，不平移正式课 |