# 最新培训学校招生方案(通用10篇)

来源：网络 作者：空山新雨 更新时间：2024-04-14

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。培训学校招生方案篇一...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**培训学校招生方案篇一**

概述

激烈的招生竞争已经拉开序幕。

生源是学校的生命线，招生是本培训学校一切工作的重中之重，它直接关系着本校的生存与发展。

招生需要策划。

招生策划，是策划者紧紧围绕招生这个目标，运用一系列的点子和创意进行构思、设计、谋划、导引，制定切实可行、高质高效的策划方案，供决策者选择运用的过程。

目的是使学校顺利实现招生的目标。

本校需要招生策划，一是因为本培训学校面临激烈的招生竞争，必须有针对性的制定相应招生策略，提高招生的质量和效率。

二是本培训学校直接面向社会、面向市场、面向家庭、面向学生，必须在深入了解市场的前提下，制定招生策划书，指导招生和教学工作。

招生策划背景

\*\*\*培训学校的发展在经过近几年来的飞跃发展后，已逐渐成长为品牌众多和竞争格局相对稳定的培训市场。

随着高科技和计算机行业的不断发展，it技术培训在最近几年里得到了迅速发展。

目前万州的电脑培训行业正由成长期逐步向成熟期过渡，电脑学校向综合性和专业性的发展趋势也日趋明显。

在电脑学校相对成熟的万州，市场前期的高利润回报率兴起了一大批电脑培训学校，业内竞争非常激烈，尤其表现在生源的竞争上。

同时，电脑学校的生源还受到公办大专、成教和自考类学校分流的影响，致使整个电脑培训行业都面临着招生的激烈竞争。

秋季招生竞争非常激烈，生源基数较大。

由于有相当多的初高中学生已经毕业，他们或考上高中大学在家无事，或考试失利在家待业。

在电脑学校学习放松、增加就业技能，是他们的最好选择。

同时，还有很多未毕业的小学、初高中学生、社会待业青年也希望利用暑假学习电脑知识。

招生策划方案

一、招生定位策划

招生定位策划主要包括：定位生源地和目标群体。

决到哪里去招收以及招收什么样这是根据学校的发展规划和培养目标以及办学规模和方向提出的，是解的学生的问题。

具体说就是在地理上展开招生的区域和招收学生的目标群。

是面向农村，还是面向城市;是面向应届毕业生，还是面向社会。

我们把生源地主要定位于万州城区和乡镇，以及辐射到万州周边各区县。

其中，万州城区为主要生源地，必须抓好这块市场。

招生目标群包括外出打工返乡人员、退伍军人、小初高中毕业生、在家待业人员、在岗培训等，其中初高中毕业生、在家待业、在岗培训人员约占总生源的60%～70%。

二、招生渠道策划

招生工作有多种渠道，尤其是当代，已经进入网络时代，招生渠道正在呈立体化发展的趋势。

招生渠道在招生中占有非常重要的地位。

一方面，招生渠道要多;另一方面，招生渠道要不断创新，要善于有所突破。

一套降龙十八掌和吸心大法，便可笑傲江湖!

我们准备采用以下渠道进行招生：

1、学校的老生带新生，学校全体教职工充当招生人员，利用各种网络人脉，挖掘学生。

2、聘请招生人员，往各主要生源地派驻招生机构、招生代表。

3、参加各级各类招生咨询会、展览会、进行宣传、推销。

4、到生源地学校开展各种联谊活动，进行公关。

5、新闻媒体宣传，树立形象。

6、各种实物广告、宣传单等。

7、网络招生，在万州或重庆各主要网站和论坛上发布招生信息。

三、招生广告策划

做好招生广告策划显得十分重要。

招生广告就是有计划地通过媒体向招生目标群传递有关本校、专业招生数量、规格要求、学校优势、特色等信息。

以介绍、说服、提醒为目标，起到唤起目标群体的注意、引起兴趣、导致行动等作用。

好的招生广告应该真实性强，信息量大而简约，针对性强，符合消费心理。

招生广告策划的关键在于创意。

主要应该考虑其经济性、针对性和适合性。

我们准备从两个方面做好广告宣传：

1、硬件广告：通过报纸、杂志、电视、广播、网络、宣传单、户外广告牌、车体广告、展览会、公益性社会活动等。

学校也可以自行设计组织一些恰当的活动或传播性工具来发布本校招生信息。

如：老师到学生家中和学生家长进行交流沟通并传播学校信息，学校组织学生开展一些社会公益活动等。

2、软件广告：要革命，先得造舆论。

正所谓三人成行，纵口烁金。

口碑效应是最好的广告，它对目标公众的渗透力有着极其重要的作用。

要获得良好的口碑效应需要自觉维护学校形象，提高教学质量和教师及领导的魅力。

商场如战场，一个好的舆论氛围往往可以赢得一场战争的胜利。

四、招生步骤及活动策划

1、学校聘请招生人员。

对招生人员进行招生培训，介绍学校总体概况、课程设置、招生对象等。

2、组织开展对生源地和目标群体的市场调查及预测工作，了解基本招生信息。

3、根据生源区域对招生人员进行分组,并指定招生任务。

4、对招生人员提供宣传工具(宣传单)并利用传播媒介进行宣传(报纸、杂志、电视、广播、网络、户外广告牌、车体广告、展览会)。

5、学校自行设计组织一些恰当的活动或传播性工具来发布本校招生信息。

如：老师到学生家中和学生家长进行交流沟通并传播学校信息，学校组织学生开展一些社会公益活动等。

效果预测

1、创造良好的.传播效果，获得良好的招生生源。

2、传播学校品牌，树立良好公众形象。

3、培育市场，树立口碑，稳固生源的后备力量。

4、广告强势传播和活动得力推广，具有很强的延迟效应。

我们的一切策划宣传活动都是建立在学校教学质量的基础上的，都必须围绕这个中心。

教师优良的业务素质、学校优良的物质环境和先进的教学设施、人本化的学校管理模式、积极的校风、学风及好的校长才是好学校的核心要素。

任何方案都还是一个纸上谈兵的书面材料，必须增强执行力，切实执行。

同时，有不足之处还请见凉!希望慧聪电脑培训学校生源广进，笑傲江湖!

1、注重网络宣传

(1)注重学校网站建设，定期充实网站，使内容丰富有吸引力。

形式上：注重版面、文字和图片的设计;内容上：教研部每周上传授课内容总结;教务部每周必做课堂新闻上传工作，5个班次轮流上传。

(2)合作网站。

很多招生代理的网站都是免费的，如神州学习网、培训通等。

可以发表本学校的课程信息、特点等。

这些网站能在百度、谷歌搜到。

(3)严格执行每天发帖的工作，保证发帖质量。

是无需付费的广告，必须重视。

可以考虑增加搜狐，新浪，qq等。

(4)重视qq群推广。

尤其是针对各个大企业内部的扫群。

(5)增加百科词条。

是指可以在百度百科、搜搜百科、互动百科等网站中建立和自己业务相关的一些词条。

(6)做好网站推广工作，尤其是百度推广，也可以考虑google推广。

(7)做各科历年真题以及模拟题下载资源的链接，以增加网站访问量和学校知名度。

2、企业推广

(1)学校领导参加各类社会活动。

如讲座、公开课等，派发名片，增强人脉，提升学校知名度;

(2)学校举办考前mba、以及在读mba公开课。

邀请有兴趣的学员参加;

(3)走进名企。

与企业合作，给企业内部员工做讲座。

加深员工对mba的了解，从而引导其参加mba考试。

(4)校校合作。

与其他没有竞争关系的培训学校合作，双方互惠互利，协助对方的宣传;互换生源，资源共享，开发潜在隐形客户。

(5)广告宣传。

选择宣传费用较少，宣传效果较好的载体做广告宣传;到各大企业、写字楼、图书馆，以及人口集中的繁华地段派单，或发放印有学校介绍的小礼品。

(6)拓展其他市场。

增加不同年龄段的培训课程和科目，涉足领域越广，人气越好，更扩大学校知名度。

(7)举办各种社会活动，英语角，英语比赛等。

3、老学员介绍维护好与老学员的关系，服务好老学员，与老学员建立信任。

建立老学员介绍新学员的奖励制度，并认真执行。

可以通过定期回访，经常性沟通等手段来维持客户关系。

例如可以利用短信、邮件、卡片传情，手册指导等方式，不定期给每名学员发送短信，邮件，卡片等。

4、第三方招生

(1)教育培训市场越来越激烈，培训机构普遍存在生源不足，可通过第三方招生机构拓展更多生源渠道。

培训机构的招生和办学成本越来越高，招生推广费用和越来越大，可借助第三方招生机构的专业服务来降低招生费用和化解招生风险。

5、了解竞争对手的情况

彻底了解竞争对手的师资，学费，上课形式等情况，对比总结出我们学校的优势条件。

实时掌握竞争对手的动态，做到依照竞争对手的情况，我们做相应的策略调整。

6、员工内部培训

必须重视企业内训，提高内部员工的素质与专业知识。

专业有素的招生队伍，是保证生源的最关键要素。

**培训学校招生方案篇二**

目前，随着中小学阶段教育的快速发展和教育这一特殊市场的逐步建立，各种教育学校之间的竞争越来越激烈。例外是广大农村之间的竞争尤为突出。为了争夺学生，每个入学季节都在进行没有硝烟的战争。

两个注册战略

1.市长/市场调查是招生活动的第一步，以科学方法收集、整理、分析各种相关资料，了解当地教育水平和教育现状，让负责人更好地安排招生设计、场所设置、人员分配。通过对教师、学生、家长的采访、问卷收集和分析各种信息。战略地图的制造是招生的重要依据。

2.招生方法

第一阶段：全方位轰炸

具体目标：全方位宣传，让所有家长都能看到骄傲的广告传单。造势打造大气品牌广告铺天盖地。

具体实施：首先熟悉该地区人口分部，一两人坐在邑总部，其余全部出动，并出动覆盖导游班附近所有地区、主要住宅区、路边外观、大型超市、重要路段的传单、海报。分割图片，分割工作。各尽其责。每个家庭都要掌握内部情况，确认是否是下一个攻击对象，并做好记录。

第二阶段：重点攻击

具体目标：仔细攻击最后收集到的目标。

具体实施：要发挥小组团队精神，达到每人一个小组的双剑无敌的地步。要游说父母，说服孩子上补习班，提前掌握与家长沟通的技巧和与学生沟通的技巧。地区应该只关注住宅区，家里有孩子的房子，路边的孩子。

第三阶段：大厅

目标：路边的父母，路边的中年路人。

具体实施：将咨询奖放在重要位置，两人一人，一人在路边散发传单，一人在导游前努力散发传单，并游说家长坐在导游前交谈。发挥每个人的才能，把想要的家长带到各分部的教学点。为了实现更好的目标。

招生过程从另一个意义上说是人际关系的过程，学习招生其实是学习为人处世。

成功者决不放弃，放弃者决不成功。

1、查找学习者

不管你在哪里，遇到什么人，都要有“学生在这些人当中”的精神，不要抱有成见。任何人都可以成为我们的目标学生。

2、审查注册组

对于大部分招生来说，80336020的法则。

招生额的80%(业绩)来自20%的代理，如何找到20%的代理，如何找到这么优秀的团队，业绩的增长是必然的。

(1)市长/市场/市长/市场范围圈

(2)编制现有机构清单

(3)现有机构分类

(4)经过推荐和xx开发，找到新到达的代理

(5)让他们工作。

3、找到真正的学习者。

经过上面审查的招生小组，我们可以获得重点学生信息。

4、预约学生

约定的方法

电话预约、代理邀请等

电话预约的目的：

(1)这是理解学习者学习需求的最快方法。

(2)激发学员与你面谈的兴趣。

(3)争取面谈的机会。

5、了解学习者的要求(对学习的兴趣)。

6、了解其他类型的客户(经济情况)

**培训学校招生方案篇三**

（1） 注重学校网站建设，定期充实网站，使内容丰富有吸引力。形式上：注重版面、文字和图片的设计；内容上：教研部每周上传授课内容总结；教务部每周必做课堂新闻上传工作，5个班次轮流上传。

（2） 合作网站。很多招生代理的网站都是免费的，如神州学习网、培训通等。可以发表本学校的课程信息、特点等。这些网站能在百度、谷歌搜到。

（3） 严格执行每天发帖的工作，保证发帖质量。是无需付费的广告，必须重视。可以考虑增加搜狐，新浪，qq等。

（4） 重视qq群推广。尤其是针对各个大企业内部的扫群。

（6） 做好网站推广工作，尤其是百度推广，也可以考虑google推广.

（7） 做各科历年真题以及模拟题下载资源的链接，以增加网站访问量和学校知名度。

（2） 学校举办考前mba、以及在读mba公开课。邀请有兴趣的学员参加；

（3）走进名企。与企业合作，给企业内部员工做讲座。加深员工对mba的了解，从而引导其参加mba考试。

（4） 校校合作。与其他没有竞争关系的培训学校合作，双方互惠互利，协助对方的宣传；互换生源，资源共享，开发潜在隐形客户。

（5） 广告宣传。选择宣传费用较少，宣传效果较好的载体做广告宣传；到各大企业、写字楼、图书馆，以及人口集中的繁华地段派单，或发放印有学校介绍的小礼品。

（6） 拓展其他市场。增加不同年龄段的培训课程和科目，涉足领域越广，人气越好，更扩大学校知名度。

（7） 举办各种社会活动，英语角，英语比赛等。

维护好与老学员的关系，服务好老学员，与老学员建立信任。建立老学员介绍新学员的奖励制度，并认真执行。可以通过定期回访，经常性沟通等手段来维持客户关系。例如可以利用短信、邮件、卡片传情，手册指导等方式，不定期给每名学员发送短信，邮件，卡片等。

（1） 教育培训市场越来越激烈，培训机构普遍存在生源不足，可通过第三方招生机构拓展更多生源渠道。培训机构的招生和办学成本越来越高，招生推广费用和越来越大，可借助第三方招生机构的专业服务来降低招生费用和化解招生风险。

彻底了解竞争对手的师资，学费，上课形式等情况，对比总结出我们学校的优势条件。实时掌握竞争对手的动态，做到依照竞争对手的情况，我们做相应的策略调整。

必须重视企业内训，提高内部员工的素质与专业知识。专业有素的招生队伍，是保证生源的最关键要素。

**培训学校招生方案篇四**

在必须周期内使招生的规模幅射xxxx所有的居民村，熟悉三分之二以上居民家庭的构成及其联系方式，从中发掘现有客户和未来的潜在客户，招生推广方案。经过宣传推广使居民对xxx的了解度到达80%以上，认知度达45%以上，在社区取得较好的口碑并产生较好的社会效益。

以三年为一周期，分三阶段实施

预期每年在班学生达280名以上，学生流失率在8%以下（不包括自然流失）

初期预算约25000元左右

1、外招营销推广员6人：采取提成与底薪递减的\'薪资方案。（三个月试用期每人约千元，共6000元。

2、校方营销推广专员2至3人：负责外招员的培训，协助，和社区活动的联系、直辖市以及方案执行。（三个月试用9000元）。

3、宣传品的费用：2500元。

4、专职任课教师（兼职性质）：每一天50元，每年约100天课时，约需6000元。

第一阶段探索期（前三个月）

营销员的培训

六人分为三组进行社区走访，每组必须有一名女性，要求以学校为中心向外幅射，时间为19：30至20：15，每一天完成三户。

晨跑时间：着制服，第周改变路线。时间：7：30至7：55。

专业知识培训：9：00至11：00。

户外走访时间：15：00至18：00。

宣传品

精选3000句日常生活英语修改册，录成光盘作为内部资料随走访选择性的发放，光盘内要求有教学互动的资料，不得多于十分钟，规划方案《招生推广方案》。

社区合作

与社区联系合作进行老年人和成人英语的免费课程培训，扩大认知度，信任度。根据学校的有限资源选择受众范围，要求尽量合理分配。（其间建立信息库）

户外英语角

成立户外英语角，能够与周边的学校协办。

客源置换

与社区知名或信誉度高的单位进行客源转换（隐性费用），以取得双赢。

第二阶段拓展期（二年时间）

稳定营销队伍：此段时间人员流失很大，根据具体情景研究人员的补充和本项活动的终止。主要是扩大效益及信息收集的成果如何。销售人员进入收获阶段，留下的销售员能够自给自足，应着重激励引导和必要的重新定位。

晨练方式已经成为习惯，既增强了员工的本质又巩固了学校在居民中的依靠度。

定点英语角的成立能最大限度的聚集人气，扩大影响度，到达媒体自主宣传的目的，使受众呈几何度增长。

免费的成人、老人培训与英语角成为一个品牌。可寻求赞助合作商。此期间能够与企业交换服务。

第三阶段验收期（后九个月）

逐步完善信息库收集资料的分类，建档，建立数据库。

巩固前段时间的成效，找出不足及疏忽的地方，加以完善改善。

检验宣传收益率。

开发英语教学以年的教学资料，提升教学附加值。使xxx学校成为孩子从学校到家庭的第三个连接点，成为他们的三度空间。我们的教育是不一样于学校的压力，也不一样于家庭的封闭，要传达的是欢乐，创造，自由，联想的教学理念。要让孩子们乐于到学校来并成为他们成长中的亲密伙伴。

学校结构、近期目标、战略形式、教学导向。

社区环境组成，人际脉络。

人才的储备。

财务状况。

师资力量。

硬件配备。

专业技术知识支持情景。

现阶段民意调查。

**培训学校招生方案篇五**

暑假已经到来了，那么那些培训学习在暑假的时候是怎么招生的呢?招生方案是怎么样的呢?下面小编为你整理一些相关内容文章，欢迎前来阅读。

面对很多机构招生难的情况，为便于机构招生，实现相互配合，家长汇个性化测评系统针对各个机构共同的特点，对招生提出如下建议方案：

一.招生人员

招生组长，招生业务员。

二.工作要求

1.统一管理，按照规定的时间完成招生目标。

2.组织有序，按照组长的安排，分小组进行蹲点，做到有纪律，有组织。

3.礼貌待人，业务员在招生过程中，一定要有礼貌，形象端正向上。

禁止穿拖鞋，佩戴首饰。

4.有纪律性，在招生过程中，没有意外情况，不允许迟到，早退。

三.工作安排

1.发放宣传资料，让家长了解这次活动的内容。

2.在学生集中地大门口进行设点招生。

3.在组长的安排下进行电话招生。

4.一些业务员可进行游击招生。

四.具体事项

(一)人员安排

1.在机构大设点，在设点时间中，必须保证有3名业务员在此进行招生。

没有值班的业务员可以在周围进行游击招生。

业务员务必对个2.在设点周围进行宣传工作，发放传单，与家长聊天。

(二)招生时间

在6月26.27日以及7月3日至7月15日进行设点招生。

设点时间为早上8点至中午12点以及下午2点半至6点。

晚上7点至8点招生业务员可以以散步形式进行宣传活动。

(三)招生对象

中小学生(小学一二年级学生需在家长陪同下进行评测)

(四)招生业务员须知

(1).招生时的穿着打扮要得体,给学生家长一个好的印象.不要穿拖鞋,尽量不要穿短裤等太暴露的衣服。

(2).在招生的过程中不要与其他培训机构的人员进行争吵和冲突，遇到情况要及时通知主管，注意不要越级上报。

以协商的口吻和他们交谈，都是为了孩子们好!

(3).在招生过程中要尽量说出我们的优势，对方有意向时将家长汇个性化测评系统相关资料给予家长，不需要时不用给。

家长在看资料时一定要认真讲解讲解时速度要慢一点，把每一点都讲清楚。

(4).电话招商时要注意，语气缓和，不管对方说话有多恶劣都要心平气和，和家长说明原因。

五.工资分红

1~10人每人50元11~20人每人60元20人以上每人70元另以上为建议水平，测评使用机构可根据自身情况及所处地区酌情调整。

六.活动优势(重点向家长介绍的内容)

1.我们有区别于其他一般知识点培训，这是一个一对一测评的系统，找到学生的优势与劣势，有针对性地去调整学生的情况，让其达到最优。

2.关注留守儿童，我们会提供20个免费的机会给他们，让他们也体验个性化测评系统的魅力。

3.我们的主题是手拉手、心连心，所以我们会让一些有条件的孩子和留守儿童组成一帮一的活动，他们互相帮忙，互相学习，培养孩子们的交流能力和认知能力。

4.我们专注让孩子们养成一个良好的习惯，不仅是学习知识更是学会如何做人，培养他们各种能力。

5.我们的教学内容生动灵活，现场为孩子准备了很多开发智力的玩具，还开发了一些有益的游戏，让学生在玩的过程中逐步提高，激发孩子天赋，引导孩子更健康、快乐的生活。

学校品牌推广步骤

一、具体方法

第一，编写一本家长完全手册。

在这本手册里，把培训概况、举办者的背景、办学理念、办学特色、收费标

准、入学须知等做一详细的介绍。

若有家长来咨询时，送上一本。

第二，做几块展版，搁在外面，以便家长前来咨询时参看。

第三，印一些彩页，在周边小区、家长出入必经地发放。

第四，做一些横幅，，挂在小区主要出入口，以及城市主要街道上。

第五，在自己门口，挂一个横幅，以引起大家的注意。

第六，依据自己的经济实力，有选择地在当地媒体，通常是电视台、报纸、室外广告牌上做宣传.

第七，必须全面招生，时间持续两个月。

第八，找学校老师.

二、家长咨询

1、介绍教学特色;

2、问讯学生情况;

3、三分钟倾听(说三分听十分)

4、接待人员要微笑，耐心，细致，善意承诺.

5、登记学生名字及相关情况.

三、宣传阶段

其就读需求，实现春季招生计划。

第三阶段为“收获”，进行生源的最终过滤.

活动有效地推动招生活动开展和延伸，同时有效地封杀竞争对手的攻击。

如果试点成功，下次招生活动就可

以将成功经验快速复制。

但前期筹备阶段，运筹帷幄，筹备先行. 制定策略，规划流程，预算金额，掌控时间，权责到位，绝对执行，刻不容缓。

四、教师选择

教师以大学生为主，也在考虑请退休的老教师优秀老师必须具备以下几点职业素质：

4.讲课时要有性格魅力，那些在授课中非常投入的老师总是能让课堂气氛“激情澎湃”，学生们听得如痴如醉。

具体要求：

1、要用最快的时间吸引学生们的注意力，激发学生的学习兴趣;

3、一定要重视备课、授课内容以及列举的例题既要非常典型又要独具创意;

4、讲课时注意理论联系实际，这样的课堂内容也深受学生的喜欢。

新东方成功的地方固然很多，但，讲究课堂气氛，讲究调动学生高昂的学习状态，在枯燥的英语学习中注入幽默、笑话、知识、人生激励，把苦行僧般的生活变成追求人生目标的一个有趣过程，把新东方营造成为努力、奋斗、成功的精神象征。

5、除了日常授课还应施行班主任坐堂管理制度，班主任和学生们坐在一个课堂上听课。

这样一来，班主任掌

握了考勤情况，消除了家长们在孩子出勤问题上的顾虑;班主任了解学生的听课情况，及时与家长沟通，让他们掌握自己孩子的听课状况;班主任和同学们经常做交流，向学生传授一些学习心得，家长们一定会很放心的。

6、施行电话家访制度。

其主要目的不是为了告学生的状，主要是了解学生和家长对辅导、管理、服务等方面有什么意见和好的建议。

只要意见正确学校就一定要改进，只要建议合理学校就一定要采纳,这样才会了解需求,发展的更好.

五.品牌扩张：

很多学生家长因为路途太远担心孩子的安全问题，学校在这种情况下应该扩大学校规模，增加新的教学地点。

**培训学校招生方案篇六**

一、登记背景：

目前，随着中小学阶段教育的快速发展和教育这一特殊市场的逐步建立，各种教育学校之间的竞争越来越激烈。例外是广大农村之间的竞争尤为突出。为了争夺学生，每个招生季节都在进行没有硝烟的战争。

二、注册战略

1.市场调查是招生活动的第一步，用科学方法收集、整理、分析各种相关资料，了解当地教育水平和教育现状，让负责人更好地安排招生设计、场所设置、人员分配。以对教师、学生、家长的采访、问卷的方式收集和分析各种信息。战略地图的制造是招生的重要依据。

2.招生方法

第一阶段：全方位轰炸

具体实施：先熟悉本地区人口分部，然后一两个人坐在邑总部，其余全部出动，传单、海报覆盖导游班附近所有地区、主要住宅区、路边外观、大型超市、重要路段。分割图片，分割作业。各尽其责。对每个家庭都要掌握内情，确认是否是下一个攻击对象，并做好记录。

第二阶段：重点攻击

具体目标：仔细攻击上次收集的目标。

具体实施：要发挥小组团队精神，每人一支球队，达到双剑无敌的地步。要游说父母，说服孩子上补习班，事先掌握与家长沟通的技巧和与学生沟通的技巧。地区应该只关注住宅区、家里有孩子的房子或路边的孩子。

第三阶段：大厅

目标：路边的家长，路边的中年路人。

具体实施：将咨询奖放在重要位置，两人一人，一人在路边散发传单，一人在导游台前散发传单的努力，游说家长坐在导游台前交谈。发挥每个人的才能，尽可能把想要的家长带到各分部的教学点。为了实现更好的目标。

招生过程从另一个意义上说，其实是人际关系的过程，学习招生其实是学习为人处世。

成功者决不放弃，放弃者决不成功。

1、查找学习者

不管你在哪里，面对什么人，都要有“学生在这些人当中”的精神，不要有成见。任何人都可以成为我们的目标学生。

2、注册组审查

对于大部分招生来说，80336020的法则。

80%的招募额(业绩)来自20%的代理，如何才能找到20%的代理，能否找到这样优秀的团队，业绩的增长是必然的。

(1)圈出市长/市场范围

(2)编制现有代理机构名单

(3)现有代理分类

(4)经过推荐和xx开发，找到新到达的代理

(5)让他们工作。

3、找到真正的学习者。

经过上面审查的招生小组，我们可以获得重点学生信息。

4、预约学生

约定的方法

电话预约、代理邀请等

电话预约的目的：

(1)这是理解学习者学习需求的最快方法。

(2)激发学员与你面谈的兴趣。

(3)争取面谈的机会。

5、了解学习者的要求(对学习的兴趣)。

6、了解其他类型的客户(经济情况)

**培训学校招生方案篇七**

学校在日常的经营中，能否最大限度的利用好本身资源，以最低的成本进行长期持续有效的营销活动，直接决定着学校是否可以健康发展壮大。本活动基于这个出发点，根据现在学校的经营模式，合理运用已有学员资源，完全针对学校内部进行营销活动，挖掘新学员报名，稳定老学员续班。 活动介绍：

双响炮：

一种爆竹，点燃引线之后会首先“砰”的响一声腾空而起，然后在空中再“彭”的响一声，顾名思义为双响炮。

在本次活动中，双响炮指的是，由在校老学员带动新学员报名学校的课程，并且通过带动新学员，老学员和新学员都会获得礼品或奖学金。也就是运用“1+n”的营销模式，利用现有学员资源，以最低的成本，带来n倍的销售。所谓“1+n”，就是通过本次活动的运作，一名老学员可以带来n名新学员报名。 活动目的：

通过老学员带动新学员报名，促进招生。 活动主题：

优科100好伙伴! 活动口号：

噼里啪啦双响炮，你报我报大家报! 好课程，当然要和好朋友分享!

一起学习，一起进步，分享大礼，分享成功! 活动时间：

适合各个季节长期使用 活动适用范围：

适用于各分校对内宣传推广 活动方式：

通过对学校老学员及其家长的宣传，带动外部新学员的报名。

具体活动优惠方式如下：

? 老学员带来1名新学员成功报名一年课程，新老学员均可获得优科大礼包，(教

榨汁机、2个月的课程任选其一。

? 老学员家长老学员带来3名新学员成功报名一年课程，老家长可以赠送高档山

地自行车一辆或4个的课程。

备注：

? 享受本活动优惠的同时，可以享受学校当期其他优惠活动; ? 老学员为学校当期在班学员，新学员为未在学校报班学生; ? 新学员第一次登门报名填写信息时必须说出老生的姓名和所学专业; ? 每季度评出带来新生最多的学员，当选为本月“号召之星”，进行特殊奖励。

活动执行： 一、

活动准备

(一) 人员准备

1、 做好内训

活动宣传

(一) 宣传材料的运用

(二) 奖品展示

在学校前台明显位置设立奖品展示台(柜)，旁边摆上奖项设置及获奖要求的易

拉宝海报，让孩子看见奖品“眼馋”的同时，能够很清楚自己带来多少个新生就可以获得什么样的奖品。如有需要，奖品可以现场体验，增加孩子对奖品的喜好度，增强奖品对孩子的诱惑力。

(三) 班级动员

在班级内给学生讲解活动要求老生约他的同学来试听课程，或者学校组织的活

动课。(老师可以拿样品给孩子展示或者让孩子去前台看)。

讲解过程中要抓住孩子爱攀比，爱虚荣的心理。相关话术如下，可供参考： 老师问大家一个问题，大家都有很多好朋友对不对呀?那么大家都有几个好朋友呢?让我们看看谁的好朋友最多……(这样的问题小朋友一般都会争着回答，比较自己的朋友最多)

嗯，看来大家的好朋友都很多呀，大家真棒!那我们的老师棒不棒呀?(棒!)你们喜不喜欢?(喜欢!)那现在我们学校呢?有个活动，可以把你最好的小朋友带来和我们一起学习，如果带他来学习，他也喜欢我们的老师，将来报名了，你和你的朋友都挑选一个最喜欢的大礼包。大家说好不好?(好!)

嗯，到时候我们看看谁的号召力最大，那么他就是我们最棒的.小朋友，还能得到更好的奖品呢!但是老师只给表现最好的几个同学邀请朋友来和你一起上课的机会。其他的相待同学来的同学必须表现足够好才可以。

备注：老师可以首先从班级上的“铁杆儿”学生入手，积极动员这些学生带新生报名，让他们这部分老学员在班上起到带头作用。

(四) 家长课后十分钟推介

名交年费的，我们会有友情关心奖品，新家长也会感谢你的介绍的。(把老带新的政策讲解清楚)

三、

活动奖品的发放要及时

对于带来新学员的老学员要及时进行奖励，只要这边有新学员报名，那边就要在班里当着其他学生的面，把老学员和新学员同时请上讲台，分别发放大礼包，同时还要进行口头表扬，让其他孩子看到这样可以即拿奖品还能受到表扬，吸引大家继续想办法把周围的小朋友带到学校来。

【上课后，老师带着大礼包走进教室】：“同学们，大家看见我手上的大礼包了吧，猜一猜今天我们班哪位同学要得到它?这位同学的号召力真大，他不仅自己学习进步了，还要邀请了一个好朋友一起来学习，一起进步，所以我们要奖励给这位同学还有他的好朋友，一人一份大礼包，这位同学就是xxx!”

【鼓掌】“下面就请xxx同学和他的好朋友xxx一起上台领奖，大家欢迎!”

【颁奖】“相信我们的同学们都像xxx一样优秀，那么，就让我们把好朋友都叫来和我们一起学习，一起进步，大家说好不好?”

【鼓掌】学生：“好!” 活动推广进度：

注意事项：

1、奖品要经常换，孩子们就会觉得新鲜感。

2、一定要经常把奖品拿出来，在课间的时候，当着孩子们的面，讲解怎么样才能得到。

3、来了新生后，要注意及时跟进(按前台接待流程执行)：

a、要在试听课上充分关注(坐姿、语言表达、课堂注意力、课堂积极性、专业程度、性格等)，让他感受到绝对的快乐，绝对的有价值体现。

b、要在课后，及时与孩子聊天，聊他上课的感受，告诉他你对他的了解与未来的期待。

c、要及时与新来学生的家长聊天，孩子的上课表现情况(坐姿、语言表达、包含各类专业文献、幼儿，小学，中学教育、外语学习资料、行业资料、应用写作文书、生活休闲娱乐、文学作品欣赏、2024培训学校招生方案(内)49等内容。

1、 注重网络宣传

(1) 注重学校网站建设，定期充实网站，使内容丰富有吸引力。形式上：注重版面、文字和图片的设计;内容上：教研部每周上传授课内容总结;教务部每周必做课堂新闻上传工作，5个班次轮流上传。

(2) 合作网站。很多招生代理的网站都是免费的，如神州学习网、培训通等。可以发表本学校的课程信息、特点等。这些网站能在百度、谷歌搜到。

(3) 严格执行每天发帖的工作，保证发帖质量。是无需付费的广告，必须重视。可以考虑增加搜狐，新浪，qq等。

(4) 重视xx群推广。尤其是针对各个大企业内部的扫群。

(6) 做好网站推广工作，尤其是百度推广，也可以考虑google推广.

(7) 做各科历年真题以及模拟题下载资源的链接，以增加网站访问量和学校知名度。

2、 企业推广

(2) 学校举办考前mba、以及在读mba公开课。邀请有兴趣的学员参加;

(3)走进名企。与企业合作，给企业内部员工做讲座。加深员工对mba的了解，从而引导其参加mba考试。

(4) 校校合作。与其他没有竞争关系的培训学校合作，双方互惠互利，协助对方的宣传;互换生源，资源共享，开发潜在隐形客户。

写字楼、图书馆，以及人口集中的繁华地段派单，或发放印有学校介绍的小礼品。

更扩大学校知名度。

(7) 举办各种社会活动，英语角，英语比赛等。

3、 老学员介绍

维护好与老学员的关系，服务好老学员，与老学员建立信任。建立老学员介绍新学员的奖励制度，并认真执行。可以通过定期回访，经常性沟通等手段来维持客户关系。例如可以利用xx、邮件、卡片传情，手册指导等方式，不定期给每名学员发送xx，邮件，卡片等。

4、 第三方招生

(1) 教育培训市场越来越激烈，培训机构普遍存在生源不足，可通过第三方招生机构拓展更多生源渠道。培训机构的招生和办学成本越来越高，招生推广费用和越来越大，可借助第三方招生机构的专业服务来降低招生费用和化解招生风险。

5、 了解竞争对手的情况

彻底了解竞争对手的师资，学费，上课形式等情况，对比总结出我们学校的优势条件。实时掌握竞争对手的动态，做到依照竞争对手的情况，我们做相应的策略调整。

6、员工内部培训

必须重视企业内训，提高内部员工的素质与专业知识。专业有素的招生队伍，是保证生源的最关键要素。

**培训学校招生方案篇八**

一、招生计划背景概述：

学校简介：

当前，随着初高中阶段教育的快速发展和教育这个特殊市场的逐步建立，各类职校之间，还有普通初高中之间以及职校和普通初高中之间的竞争越来越激烈，特别是面向广大农村之间的竞争尤为突出，为了争抢生源，每到招生季节，就打响了一场没有硝烟的战争。

市场营销是一种管理过程，即将品质优良的商品以适当的价格和最合理的渠道提供给消费者的科学的有系统的活动。

职业学校的招生活动也可以说是在目前市场经济条件下，学校将“教育”商品销售给学生，但这种销售不是一次性交易，而是与顾客长期持续的服务过程，学生对产品的消费要达到一定的时间，最后实现消费的目的。职业学校招生活动过程是在“教育”商品真实质量的前提下的营销活动：发现有就读意愿的学生，与之沟通，挖掘其潜在需要，唤起就读欲望，通过系列的分析、计划、执行和控制的过程及营销手段的组合应用，最后达成学生就读的目的。

所以说招生营销活动应该是一个管理过程。当前对职业学校来说，应该了解和实施这种管理过程，包括相应的营销手段的组合应用，而更重要的是对招生工作中营销理念、新的思维的认识，摆正和确立招生工作的地位及从全局上把握招生工作。

二：在学校招生工作营销理念及运作手段的管理过程主要体现在以下几个顺序及层面。

1、市场调查及目标市场的确定市场调查是招生营销活动的第一步，指以科学的方法收集、整理、分析各种有关资料，以了解营销目标及其需求，使主管人员能更有效地设计、执行和控制各项营销活动。职业学校可从教育部门获得有关生源的各种数据，如人数、毕业意向、家庭状况、现有及潜在需求，进行研究分析；或用分层调查法，以学校为单位，分为领导、教师、学生和家长诸个层面，以访谈、问卷方式，收集、分析各种信息，进一步接触实质情况，如生源数减少或增长原因，就读学生层次及相关需求，生源校对职业学校印象及学生选择学校就读的主要考虑等，可为学校提供较为客观的材料，以供决策参考。

由分析结果建立目标市场，所谓目标市场，是指学校根据自身条件和能力，分辨出能为之有效服务的细分市场，以利发挥优势。职业学校招生目标市场慨念以学生类别，学校和区域为主，如职校校学生主要以普通中学初中毕业生为对象，再进一步细分为学业成绩中下及家景较为一般，而分布于学校影响力能及的某一区域内的学生，以及确定生源丰足的客户大校及一般学校，从而将招生工作中人力、物力资源集中于这一目标市场。

2、职业学校的市场定位：定位是在顾客心理上建立自身形象及内涵，职业学校定位是为在目标对象中树立自身品牌地位。所以学校应了解消费者心理，对同类教育产品认知印象，学校在学生眼中地位、独特形象及优势，由定位可以确定营销方法及手段，在信息时代，职校应研究的是如何使消费者在大量信息包围下获得本校清晰的最佳形象。

而采取的步骤有：

（一）确认学校最有利的竞争形象。定位来源不是产品本身而是消费者心理，学校要从自身教育系列活动到消费者心目中印象进行客观、系统的调查，依据顾客、产品差异和同类物价比关系研究来确认长期有利的竞争态势。职校可对本身师资、设备、环境、就业率，服务等进行评估、比较、根据学生认知调查，选择自身强项和特色，突出学校形象。

（二）选择竞争优势，指经系统性方法评估现有诸多因素后选择最富形象和竞争性的优势。如某职校硬件差、办学条件薄弱，则选择自身在素质培养，管理方法方面的优势，并使之与就读学生和家长心理切合，对公众强调现代社会人的素质重要性，树立自身特色品牌。

（三）定位的宣传和坚持，定位是一个心理认知问题，应该是学校和学生、家长的沟通，通过宣传，使自身特色、办学理念、教育观为大众认同。宣传手段必须与定位相吻合，如宣传学校朴实校风就不能渲染奢华，宣传现代育人手段必须有相应硬件作衬托。宣传就业率就必须有充足依据等。

定位是学校品牌，学生、家长的心智模式，宣传中一定要客观地考虑消费者印象，也要实事求是。

定位是消费者认知和感情的长期积累，因此职校一旦确立、选择了自身定位，除非有重大情况发生，则应长期坚持，全力以赴。定位应有好的标的物，如对照某一有鲜明特点好的或坏的标的物，以衬托自身形象；或使自身形象与学生或家长脑海中定型形象有机衔接，比重新建立形象要容易。

也可以采用新位置策略，如职校本身形象欠佳，可考虑大范围更动专业及培养目标，甚至合并或扩张、重组、改名以吸引学生。定位如遇重大社会变革或政策调整，如大学扩招、普高热等，也需要根据实际情况加以调整。

三、营销推广策略营销推广包括人员推销、广告、促销和公共关系。

1、人员推销，指在既定目标下，与潜在或已有的顾客谈话，它有针对性强，容易培养友谊，信息反馈快的优点、缺点是成本较高。在招生工作中，人员推销可有对个人访谈、开会、电话推销等方式。在推销人员选择上，教师由于职业关系，了解学生心理、兴趣、能把握学生思想，有较好的语言能力，为学生所信服，是招生工作中推销人员首选。或可采用职校校长、教师、学生的综合营销法，多层次展开，校长打开局面，教师宣讲，学生现身说法等，方式上可依据推销人员社会关系及学校熟悉情况，采用总体进行或任务包干。人员推销应建立一支固定队伍，以老带新，在每年职校招生时间内发挥作用，维持一批有固定生源的老客户学校。

2、广告，具有面广、生动、迅速的特点。职业学校招生广告对象为学生和家长及生源学校教师和其它对学生就读意愿有影响的人，要诉诸理性，情感等诸多因素。广告的任务是建立学校的知名度，显示其教育产品实质、及学校特色、环境、服务等。关键要把握帮助学生达到的某一具体的目的，如用实例展示学生就读可升学，获得某一行业职位等，建立学生的信心和取向。广告的目标可分为通知、说明、提醒和建立形象等。广告通知性目标是使学生对教育产品有一个了解，产生需求和欲望。通知性目标要突出职业学校的性质、作用、就读前途和发展；广告说明性目标往往采取比较手法，突出学校独特优势；广告提醒性目标指要保持连续性、反复播放，加深顾客印象；形象性目标要造成从视觉到心灵上的震撼或感触，如宣传办学理念、校训、校史、校舍、环境、及学校各种活动，也可采用侧面办法，如播放学校献爱心、公益活动、校风校纪的材料。

3、促销，指采用各种能迅速刺激消费者采取购买行为的手段的集合。促销行为多种多样，要有新颖性与实用性，如给予生源校或协助人员个人经济奖励，给学生赠品，分发彩色印刷品，布置展板展台，有职校在分发手提袋上印上宣传内容，学生因实惠而采用，起到很好的宣传作用。

**培训学校招生方案篇九**

尊敬的各位家长：

暑假即将来临，我们希望每位幼儿能过一个快乐并有意义的暑假，并让家长能安心专心的工作。我园为幼儿制定了一个科学轻松的暑假学习方案，丰富幼儿暑期生活、开发幼儿潜能、训练幼儿思维、陶冶幼儿情操、解决家长暑期托管幼儿的后顾之忧。给孩子一个健康而又有收获的暑假。具体安排如下：

一、课程安排：

幼小衔接班：(一年级强化训练)、游戏识字、快乐拼音、智力游戏、综合艺术。

中班、小班、托班：暑期课程内容、语言训练、生活常规训练、礼仪教育、游戏识字、综合艺术。

二、课程时间：

遵照《幼儿园教育纲要》及《幼儿园工作规程》之精神科学合理安排幼儿日常作息时间，科学合理安排幼儿课程及幼儿适当的游戏锻炼时间，保证孩子的身心健康。

三、开课时间：

17年7月3日(星期一)

四、报名时间：

即日起，暑假需要留园的宝宝，请及时到班主任处报名。我们以缴费为准，确定暑假在读学位，名额有限，望各位家长朋友报名从速。

五、招生对象：

2.5—6周岁的幼儿。

六、招生热线：

\_\_

\_\_幼儿园

\_\_-6-12

**培训学校招生方案篇十**

·在必须周期内使招生的规模幅射xxxx所有的居民村，熟悉三分之二以上居民家庭的构成及其联系方式，从中发掘现有客户和未来的潜在客户，招生推广方案。经过宣传推广使居民对xxx的了解度到达80%以上，认知度达45%以上，在社区取得较好的口碑并产生较好的社会效益。

二、推广周期及目标

以三年为一周期，分三阶段实施

预期每年在班学生达280名以上，学生流失率在8%以下（不包括自然流失）

三、人员配备及支出预算

初期预算约25000元左右

1、外招营销推广员6人：采取提成与底薪递减的薪资方案。（三个月试用期每人约千元，共6000元。

2、校方营销推广专员2至3人：负责外招员的培训，协助，和社区活动的联系、直辖市以及方案执行。（三个月试用9000元）。

3、宣传品的费用：2500元。

4、专职任课教师（兼职性质）：每一天50元，每年约100天课时，约需6000元。

四、具体措施

第一阶段探索期（前三个月）

营销员的培训

六人分为三组进行社区走访，每组必须有一名女性，要求以学校为中心向外幅射，时间为19：30至20：15，每一天完成三户。

晨跑时间：着制服，第周改变路线。时间：7：30至7：55。

专业知识培训：9：00至11：00。

户外走访时间：15：00至18：00。

宣传品

精选3000句日常生活英语修改册，录成光盘作为内部资料随走访选择性的发放，光盘内要求有教学互动的资料，不得多于十分钟，规划方案《招生推广方案》。

社区合作

与社区联系合作进行老年人和成人英语的免费课程培训，扩大认知度，信任度。根据学校的有限资源选择受众范围，要求尽量合理分配。（其间建立信息库）

户外英语角

成立户外英语角，能够与周边的学校协办。

客源置换

与社区知名或信誉度高的单位进行客源转换（隐性费用），以取得双赢。

第二阶段拓展期（二年时间）

稳定营销队伍：此段时间人员流失很大，根据具体情景研究人员的补充和本项活动的终止。主要是扩大效益及信息收集的成果如何。销售人员进入收获阶段，留下的销售员能够自给自足，应着重激励引导和必要的重新定位。

晨练方式已经成为习惯，既增强了员工的本质又巩固了学校在居民中的依靠度。

定点英语角的成立能最大限度的聚集人气，扩大影响度，到达媒体自主宣传的目的，使受众呈几何度增长。

免费的成人、老人培训与英语角成为一个品牌。可寻求赞助合作商。此期间能够与企业交换服务。

第三阶段验收期（后九个月）

逐步完善信息库收集资料的分类，建档，建立数据库。

巩固前段时间的成效，找出不足及疏忽的地方，加以完善改善。

检验宣传收益率。

开发英语教学以年的教学资料，提升教学附加值。使xxx学校成为孩子从学校到家庭的第三个连接点，成为他们的三度空间。我们的教育是不一样于学校的压力，也不一样于家庭的封闭，要传达的是欢乐，创造，自由，联想的教学理念。要让孩子们乐于到学校来并成为他们成长中的亲密伙伴。

五、方案的可行性论证调查

学校结构、近期目标、战略形式、教学导向。

社区环境组成，人际脉络。

人才的储备。

财务状况。

师资力量。

硬件配备。

专业技术知识支持情景。

现阶段民意调查。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn