# 幼儿园七大招生技巧总结——让生源问题迎刃而解

来源：网络 作者：风吟鸟唱 更新时间：2024-08-25

*第一篇：幼儿园七大招生技巧总结——让生源问题迎刃而解幼儿园七大招生技巧总结——让生源问题迎刃而解招生变成了近期幼儿园面临的一项尤为艰巨的任务。在招生工作方面，沟通又成为一项极其重要的因素。如何跟家长们有效沟通呢？根据我个人多年从事幼教工作...*

**第一篇：幼儿园七大招生技巧总结——让生源问题迎刃而解**

幼儿园七大招生技巧总结

——让生源问题迎刃而解

招生变成了近期幼儿园面临的一项尤为艰巨的任务。在招生工作方面，沟通又成为一项极其重要的因素。如何跟家长们有效沟通呢？根据我个人多年从事幼教工作的一些观察分析和实践经验反思总结，在这里为大家总结了几条技巧，虽然不够全面，但希望对各位园长老师们有所帮助和借鉴。

技巧一：用不同的方式应对不同类型的家长

在和家长第一次接触时，可以通过观察家长的衣着打扮、见面用语等，初步判断家长的文化素养水平和性格特点。在进行交流时，我们能选择更恰当的的语气和角度，让家长产生共鸣。

有些脾气急的家长，上来就问幼儿园特色，你可以这样说：“家长，您先别急，我带您到园里去看看，边走边为您介绍我们园的特色，与其他园有什么不同。”既有效的为家长作了介绍，又营造出了耐心亲切的教师形象。

技巧二：多次提到孩子的名字

以孩子为话题与家长聊天，既自然又亲切。我们要牢记孩子的名字，在后面的聊天过程中可以多次用全名提到孩子，记住孩子的生日和兴趣爱好等。如果家长是带孩子一起来的，可以先与孩子拉近距离，比如询问孩子的名字和年龄，在聊天过程中可以多赞美孩子，多和孩子交流。想要抓住家长的心，并不意味着要一味的讨好孩子，最关键的还是要真诚，否则很容易弄巧成拙。

技巧三：用肯定句复述家长的需求

比起疑问句，肯定句的使用更容易让家长认可，因此，我们在面对家长的咨询时，可以通过肯定句的句式来复述家长的需求。

如果家长是外来打工人员，你可以这样说：“XXX（孩子姓名）家长，你一定希望你的孩子能享受到跟城里孩子一样的教育吧。从小打好了基础，将来上重点小学、重点大学都不是问题，他将来有出息了，你们现在辛辛苦苦地在外打工挣钱供孩子学习就没有白费呀。”由此，我们可以主动根据家长的回应来展开话题。

技巧四：用选择性语言

一句普通的选择性问话，从心理上给人一种暗示，把家长的思维拉出否定的回答，转向选择前者还是后者。在招生时，可以巧妙地运用语言中的暗示原理。

如希望家长报名时说：“是我来帮您的孩子报名，还是您直接来校报名？”，希望家长来校参观时说：“您是周六到校，还是周日到校来看一看？”或者说：“您是自己开车过来看校，还是随我们的校车一起来？”在希望家长交费时，就这样问：“您是选择A种交费方式，还是B种交费方式呢？”这种问法给了家长一种肯定要接受这种服务的暗示，可以招生工作中取得意想不到的效果。

技巧五：巧用家长的“从众”心理

招生时，要巧用家长的“从众”心理，在言语中不经意透露出已经有很多家长已经选择了本园，会让不少家长对幼儿园产生信任感。

如在让家长咨询登记时，把咨询的和已经登记的家长名录提供给家长看；也可以在招生期间的星期

六、星期日两天集中组织家长报名咨询活动，并参观幼儿园。这样一来，幼儿园人气很旺，很多犹豫不决的家长很快能够拍板。

技巧六：不要对家长说“NO”

商场中有一条规定：1.顾客永远是对的；2.如果顾客不对时，请遵循第一条。

幼儿园也是一样的。个别家长总是以挑剔的眼光提出置疑，有的可能会直接跟我们唱反调，或者提出一些不切实际的要求。如有的家长认为你的学费与其他民办幼儿园相比太贵了，要求收费上能优惠些。

当遇到这种情况时，不要否定家长，而是站在他们的角度，深入了解他们的需要，根据他们的需要对症下药。既让我们了解了家长内心的需求，又让家长对幼儿园有了一定认识，从而实现了双赢的目的。

技巧七：巧抬招生门槛

在招生过程中，当家长正在犹豫不决时，故意抬高门槛的做法反而会促进家长的选择。但这个门槛要抬得“巧”，如果抬的过高，可能会吓跑一批家长，如果抬的太低，则没有实质意义。如果门槛设置的不巧妙，被家长认为是故弄玄虚，那就弄巧成拙，适得其反。

如当家长咨询园所是否还招生时，你可以回答：“我们幼儿园小班只招24名学生，昨天已经有20名孩子报名，今天各地报名情况还没有汇总，不知是否还有名额，等我问清楚后再跟你联系。”过一会，招生老师再打电话过去，“现在只剩下两个名额了，你如果能在今天给你的孩子报名，我可以给你保留一个指标，否则恐怕会有些遗憾”。让家长产生紧迫感，势必会让入园率提高。

当然，这确实只是我个人关于幼儿园招生问题的一些实践经验反思和总结，不代表所有园所的园长老师们在处理这一问题的时候都会条条适用，还得具体情况具体分析取舍，况且也只是总结了其中的一些方面，有所侧重，幼儿园标准文案网上还有针对这些问题更加全面的归纳、分析和总结，还结合了具体实例。不过，仅仅掌握以上七个技巧之后，还远远不够，还需要在家长可能提出的具体问题上做准备。下面就是我根据一些实践经验，总结整理的招生问答全面解析：

一、幼儿园基本情况问答：

1、问：请问幼儿园是什么性质的？

答：我们打造的是一所民办私立幼儿园。

2、问：幼儿园的面积有多大？

答：我园的面积总共XX平方米，室内XX平方米，室外XX平方米。

3、问：幼儿园会开设多少班级？

答：幼儿园预计开设X个班级，招生人数XX人左右。

4、问：幼儿园是什么公司承办的吗？

答：幼儿园是XX幼教机构于XXXX年承办的。

5、问：幼儿园的建园目标是什么？

答：我们幼儿园志力于打造出具有自己的教学特色，一流的配套设施，高素质的教师团队，为家长和宝宝提供高品质服务的品牌幼稚园。

6、问：请问幼儿园教室内部设施是如何配备的？

答：我园教室搭配设计科学合理，有标准的教室，盥洗室，以及宝宝寝室。另外根据幼稚园的教育特色，我们还有舞蹈大厅、主题情景《互动教学》、音乐教室等，这些功能性大厅不仅设计考究，还处处融入了教学理念，让孩子们在优雅美观的环境中，多元智能得到最大的提升。

7、问：幼稚园里的安防系统问题？

答：为了保证园内安全，我们的安保人员都是从专业的保安公司聘请，经过专业训练和学习，并且通过公司考核合格的优秀人员，他们每天对园内进出人员进行严格查看和登记，保安亭24小时全天值班，白天和晚上定时对幼儿园安全隐患进行监督和排查。另外，我们除了常规的保安护卫，不定时巡查外。确保每位幼儿的安全.将安全工作做到极致。

8、问：幼儿园属于哪个区域管辖？

答：我们幼儿园属于XX市XX区教育局直属管辖。

9、问：你们幼儿园招收多大的孩子？

答：我们幼儿园招收2—6岁的幼儿。

10、问你们使用的是什么教材？

答：我园使用的是幼教专业出版社出版的的主题教材。

11、问幼儿园的教学特色是什么？

答：我们除了双语教学为特色外，还有主题情景《互动教学》为主线的教育教学。

二、幼儿园收费情况问答：

1、问：你们幼儿园的收费标准是什么？（预设）

答：我们幼儿园收费定价是教育费XX元半年，生活费每月XX元，保育费每月XX元。

2、问：收费标准有相关合格手续吗？

答：幼稚园收费严格按照成本预算进行定价收费，并由教育局和物价局两个部门审核批准，各项手续具备齐全。

3、问：缴费形式是否可以自行选择？ 答：是的，我们制定了多种收费方式供家长选择，具体请参考《幼稚园收费公示》。

4、问：开学是否有优惠？

答：是的，如果您选择半年以上的交费方式，我们针对第一批次的家长在教育费上会有一定的折扣，并且在X月X日之前报名的家长，可以享受更多的优惠。

5、问：你们有哪些优惠方式呢？

答：如果您想了解我们的优惠方式，请到我们接待中心详细咨询。

6、问：如果我们有事或生病不能到园，幼儿园是否能退费？

答：幼儿园严格按照《民办幼儿园收退费管理制度》执行退费方式，连续三天（不含周末）或三天以上因病，事假不到园的幼儿，按每天15元伙食费退费，其中不包含教育费和保育费，因此我们建议家长每天坚持送幼儿来园。

7、问：寒暑假如果幼儿园主动放假，是否会产生退费？

答：幼儿园为了保持教育的连续性，均无寒暑假，国家法定假日除外。如因家长自身原因请病事假，则按幼儿园规定退费标准退取相应伙食费，保教费除外。

8、问：如果我们一次性缴纳了三年费用，但后来因某种原因要退园，是否能退回所有费用？

答：首先选择一次性缴纳一年及以上费用，方式是由家长自愿选择的，与此同时还享受了一定额度的优惠。其次，在缴纳费用后我园会根据您缴费的年限来预留孩子的学位，并进行学位管理。因此，若发生退费情况时，我们会酌情从缴纳的费用中收取部分学位管理费，剩下部分将退还给家长。我们希望得到家长的理解与支持，因此在缴费前请仔细考虑，慎重选择。

9、问：你们的优惠期是多久？怎样报名呢？

答：我们定于X月X日后正式接待家长预定学位和咨询，优惠期是在X月X日至X月X日，但学位一旦提前订满，优惠即止。报名需先填写一张幼儿入园报名表，并提前交纳保教费，学位即可预留。

10、问：报名需要带什么资料？

答：报名时请带上您的户口薄和身份证原件以及复印件，并填写一张幼儿入园报名表即可。

11、问：我家里有两个小孩，是否能再优惠一些？

答：按照我园收费规定，教育费选择半年以上针对业主会有一定优惠，如果您家里有两个小孩，首先非常感谢您选择我们幼稚园，但是也只能按照我们的财务制度执行优惠政策。

12、问：请问你们保教费和生活费一共收费是多少呢？（预设）

答：这要看您选择的收费方式，目前根据教育局下发的文件，保教费最低半年一交，我们还有一年和三年的交费方式供您选择，因为交费年限不同，所以核算的费用也不同，如果您选择半年以上的交费方式，我们会有更多优惠，所以详细情况您可以到我园接待中心，由财务人员为您专门核算。

13、问：如果我现在选择半年收费方式，那以后幼儿园会不会涨费呢？

答：关于调费问题，我们目前无法肯定回答是否明年一定会涨或不涨。但根据大的趋势，每年物价都在上涨，如果幼稚园成本增加，有可能会产生调费，但是短期之内应该不会。如果您担心未来幼稚园调费问题，您可以选择半年以上的交费方式。

14、问：除了保教和生活费，还会有其他费用吗？ 答：我们严格按照教育局下发的收费文件规定，只收取三项费用，后期不会产生任何额外费用。

三、师资配备问答：

1、问：幼儿园班级幼儿人数及教师配备情况？

答：我园实行小班制教育，每个班孩子不超过40名。对于小班等年龄较小的孩子班级，我们会酌情调整到25—30名。各班级教师人数也是由孩子年龄的大小以及人数进行合理配备的，小班2岁左右的会安排2名主教、1名助教、由此类推，我们每个班级都有分工明确的保教人员，给您孩子提供适龄的游戏教学及更细致入微的生活护理。

2、问：幼儿园的教师团队情况？

答：由于我们打造的是品质幼稚园，因此对教师的甄选就更为严格，首先主教和助教都必须是幼教专业毕业，并具有大专及以上学历。特别是主教必须在一线岗位执教三年以上，并在入职前进行反复的业务培训、考核，在确认符合我园的主教资格后方才能担任主教职位。助教同样要经过严格的筛选、培训、考核合格后方能上岗。整个教师团队我们都要求具有三心：爱心、耐心、责任心。

3、问：现在很多学校都发生老师虐学生事件，请问你们幼儿园的老师都具备怎样的素质？

答：首先，我们幼儿园坚决杜绝任何教师对幼儿的体罚，变相体罚等恶劣事件发生，为了保证幼儿心理健康，我们会选择具有亲和力，爱心，责任心和耐心的老师，并且打造一支具有高素质的教师团队，我们在选聘老师时会严格把关，从外形到学历，以及定期对老师们的心理测试，便于及时发现教师心理和性格上的缺陷，及时予以调整和筛选。

4、问：你们的领导班子是如何配备的？

答：我们的领导班子由行政园长，业务园长，保健医生和财务人员组成，行政，业务园长都具有高档幼儿园5年以上管理经验，后勤，保健医生，财务和行政助理都具有相关的幼儿园工作经验。

5、问：你们的教师配备会出现老龄化的现象吗？

答：我们致力打造一支青春洋溢，具有阳光般活力的教师团队，所以班级教师平均年龄一般不会超过35岁。

四、幼儿园安全事宜问答：

1、问：你们有校车配备吗？

答：根据国家校车安全条例，我园暂不提供校车服务。

2、问：食堂是否经过正规安全，卫生检查？

答：幼儿园以保障孩子安全为首要任务，而食品卫生更是重中之重。我们的食堂都要经过成都市卫生检测部门，工商部门，进行各项卫生，安全指标的检测。厨师及厨房工作人员均持证上岗，并定期进行严格的健康检查。

3、问：你们的菜和肉品是否进货渠道是否正规？

答：我们选择食品供应商，都是经过幼稚园高层的层层筛选，具有各类合格证书的正规供应商，为了保证每天菜品的质量，我园管理层及厨房工作人员，会对每天的菜品进行正规检查和验收，并留存建档，以保证食品卫生安全。

4、问：你们是吃几餐几点呢？

答：我们为幼儿提供三餐两点，即早餐、中餐和晚餐，早点与午点。

5、问：如果我的孩子在幼儿园突发疾病，你们会怎么处理呢？

答：首先，在每个幼儿报名的时候，我们会和家长签订一份幼儿保健协议，幼儿有什么特殊病况，家长需提前告知，如果家长对园方有所隐瞒，发生一切事故园方概不负责。如果幼儿在园突发疾病，首先上报保健医生，和行政人员，情况特别严重者，直接送往医院进行救治。

6、问：你们幼稚园的工作人员是否都有健康证？

答：我们从行政到保洁阿姨，每位教师及阿姨都具有三甲以上正规医院办理的健康证，食堂人员都具有区防疫站的厨师卫生健康证。

7、问：孩子用的东西是否是分开的，会不会产生交叉感染？

答：我们幼稚园为幼儿提供的生活用品，都是一人一用，每天定时消毒，并有严格的消毒记录，保健医生会对班级消毒情况和记录进行不定时检查，尽量预防交叉感染。

**第二篇：国学幼儿园招生问题[范文模版]**

相信幼儿园招生是一直困扰园长们的一个问题。幼儿园对于招生，应该有一套属于自己的营销手段。特别是近年来兴起的国学幼儿园，幼儿园是以教育为主的，是为奉献社会为目的的一个特别的单位，所以，它不像普通的单位完全是抱着谋取利益的一个心理来办这个国学幼儿园机构的。

至德国学在这里建议各位园长，幼儿园的招生营销手段应该是一种提升自己、完善自己的一个促进自己不断进步发展的手段。只有这样，对于幼儿园才能带来一定的客户资源。我们国学幼儿园才能够起到营销效果，起到双赢的结果。

但是国学幼儿园应该从哪些方面来促进自身不断发展呢？每一个企业在成立之前，首先应该做的就是对市场的一个调查，了解消费者的心理，真正去探讨客户的需求。才能根据市场需求做出营销方案、根据市场需求做出产品。我们班国学幼儿园也是一样，连家长的需求都不知道是什么，我们的招生肯定就做不好了。

至德国学认为国学幼儿园首先应该了解我们幼儿园所要招生的家长的心理。因为家长才是有主导权和决定权的一方，我们只有先了解他们的需求，才能解决招生的关键问题。我们的家长需要什么，我们就给予孩子们什么样的教育。家长们想把自己的孩子培养成什么样的人才，我们幼儿园就对症下药。根据这些问题，我们幼儿园去解决，去提升自己，慢慢的建立幼儿园在当地的特色优势，不断的去吸引我们幼儿园的潜在客户。至德国学建议，幼儿园每月都做一次家长沟通调查，根据家长们的建议，我们不断去做出调整。我们在办园一定要做到以孩子为本，做到让家长最为满意的教育，幼儿园要以这样的信念去办园，才能为幼儿园的发展做好准备。

关于幼儿园招生问题，其次就是宣传了，在所有企业的经营中，企业为了让营销做得更为成功，都会利用不同的宣传方式去给企业带来商机。关于国学幼儿园的宣传方式也有很多种，要注意的是所有的宣传方式都是有一个共同点，那就用最吸引人的方式在群众们的心理留下最深刻的映像，这样才能达到我们国学幼儿园宣传的效果。

在国学幼儿园的宣传招生中，至德国学教大家一个方法，我们幼儿园可以做一些有卡通效果的小贴纸，上面以卡通的形式注明幼儿园形象、电话、特色等等，尽量做到让孩子们喜欢。把这些发布分散到当地一些人员密集的地方，要知道我们幼儿园传统速度的效果比传统打广告的效果是好上很多倍的。

国学幼儿园招生，最好是让精通琴棋书画的教师参与到招生现场。我们作为国学幼儿园，琴棋书画的元素既能引起家长的们关注，又能展现国学幼儿园的文化底蕴和师资力量。

关于幼儿园招生手段，至德国学先为各位园长们讲到这里，我们在只有在当地留下良好的口碑之后，对于宣传我们的国学幼儿园才是能起到很重要的帮助的。

**第三篇：民办幼儿园招生技巧大揭密**

生源是幼儿园的经营命脉。对于每个幼儿园来说，孩子越多也就意味着越盈利。所以做好招生推广是每个幼儿园面临的大事，但是与此同时对于大多数民营的幼儿园来说考虑的更多的是，如何做好低成本的招生推广。

华夏爱婴资深教育专家文博士曾说过：对于在市场经济下的中国民营幼儿园，在提高园所教学质量同时考虑的最多的是如何做低成本的招生推广。而在如今多元的社会领域，降低招生推广成本也是有章可循的。

首先利用丰富的网络资源。互联网时代的到来，似的人们之间的沟通变得非常简便快捷。很多网络媒体提供大量的信息发布的平台。我们的民营幼儿园可以开设博客、微博、空间将自己园所的情况发布到网上，让更多的人了解自己；也可以在网上发布一些活动的信息，欢迎园外的孩子参与进来；甚而可以与一些网站合作，开展线下的活动等等、只要敢于想、放手去做，相信网络资源会利用的更加充分，也能够园所带来意想不到的成果。

开阔胸襟开拓视野。如今的社会是共赢的社会，很多个体不能脱离全体而独立发展。多个个体联合起来共同做大教育市场，才是发展的根本。幼儿园可以充分考虑与幼教产业链合作。比如可以与麦当劳、肯德基这样的知名品牌合作搞活动，对方可以提供场地，而园所只需提供好的活动创意和参加人员即可。园所省却场地费、商家得到客流、孩子和家长得到难忘的欢乐记忆，多方共赢何乐而不为呢？

最后一点就是一定要做好园所的教学工作。如果通过互联网、通过定期与商家的合作我们招来了生源，但是我们的课程不过硬、教师素质不过关，那么迟早会“煮熟的鸭子飞了”。

招生的策略是：

第一，编写一本幼儿园的家长完全手册。在这本手册里，把幼儿园的概况、举办者的背景、办园理念、办园特色、收费标准、入托须知等做一详细的介绍。若有家长来咨询时，送上一本。

第二，做四块幼儿园的展版，搁在幼儿园的大厅，以便家长前来咨询时参看。具体样式，也可参看附录。

第三，印一些彩页，在周边小区、各幼儿园家长出入必经地发放。注意，不要直接在人家幼儿园门口发放，不要与这些幼儿园发生正面冲突。通常，这些幼儿园是反对你这么干的，但争取生员，你别无选择。

第四，做一些横幅，如“英华幼儿园现招收2-6岁幼儿园。咨询电话：82123939”等，挂在小区主要出入口，以及城市主要街道上。

第五，在幼儿园，挂一个横幅。在幼儿园四周，插些彩旗，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。

第七，一旦幼儿园大型玩具到货，即打开园门，免费供小区幼儿游玩。此时，注意一个环节，一定要在大喇叭里播放儿童经典歌曲，以创造一个儿童游玩的人文环境。园长不要可惜大型玩具会被孩子玩坏。

第八，园长招生时机要选择好。如果你的幼儿园定在9月1日正式开学，你务必在7月1日之前完成幼儿园的建设任务，6月份全面招生，7月1日正式开园。你可以通过举办7月份、8月份两期夏令营试运行。如果你的幼儿园定在3月1日正式开学，你务必在2月1日之前完成幼儿园的建设任务。刚过元旦，你就必须全面招生。时间持续两个月。

技巧一：抓住孩子的心

当一对夫妇带着孩子去逛玩具店或食品店，我们发现，售货员无论是在接待还是在介绍商品时，其关注点不是家长，而是孩子。他们知道，孩子是否喜欢直接影响着家长的决策。招生工作非常类似。家长在选择学校时基本是带着孩子的。孩子是否喜欢和接受这个学校，对家长来说至关重要。现代家长一般愿意尊重孩子的意见。虽然说孩子喜欢，家长不一定喜欢，但可以肯定的是，孩子如果不喜欢，家长肯定不会选择你的学校。所以在做招生咨询，或者领家长参观学校时，如何巧妙地抓住孩子的心，就需要招生人员动一点脑筋。南京有一所民办学校，要求招生人员在见到孩子的第一眼时，一定要记住孩子的名字，记住孩子的生日，记住孩子的兴趣爱好。要多赞美孩子，多和孩子交流。免费给孩子补课，如逢节日，可组织孩子一起开展活动等等。醉翁之意不在酒。

抓住孩子的心，这里再三强调的是巧妙和艺术，要真诚，不能流俗，不能一味地讨好孩子，否则很容易弄巧成拙。

技巧二：巧用家长的“从众”心理

人们在购买商品或服务时，都有一个从众心理。哪个地方人气旺，人们喜欢到哪个地方去。这里虽然有些盲目消费的性质，但大多数人认为，好东西总是招徕更多的人。要么物美，要么价廉，要么比较流行，总之，有它值得买的理由。

招生时，也要巧用家长的“从众”心理。如有些招生人员在让家长咨询登记时，把咨询的和已经登记的家长名录，提供给家长看，让家长产生“从众”心理。北京有一家民办学校，为了提高报名率和交费率，他们在招生期间的星期

六、星期日两天集中组织家长报名咨询活动，各个招生点的招生人员也相应地把家长领到学校参观。这样一来，学校人气很旺。结果是，很多犹豫不决的家长很快能够拍板。

技巧三：营销中的语言暗示

在商界有一个经典案例：有一个卖早点的小店，每次服务员询问客人对茶叶蛋的需求时，总是习惯地问一句：“先生，你需要茶叶蛋吗？”有人需要，也有人拒绝了。后来有人出了一招，服务员再征询客人的需求时，换一种问法：“先生，你是需要一个茶叶蛋还是两个茶叶蛋？”结果大部分客人都选择了一个或两个茶叶蛋，茶叶蛋的销量大增。看似简单的一句话，其中大有文章。第二种问法实际上是给客人一种肯定要接受这种服务或商品的暗示，只不过是在不同的服务方式或商品数量之间选择而已。

招生作为民办学校市场营销中最重要的工作，每一个环节都需要精雕细刻，招生语言的精心设计更不可少。某一学校在招生时，强调招生老师要巧妙地运用上述中的语言暗示原理。如希望家长报名时说：“是我来帮您的孩子报名，还是您直接来校报名？”，希望家长来校参观时说：“您是周六到校，还是周日到校来看一看？”或者说：“您是自己带车过来看校，还是随我们的校车一起来？”在希望家长交费时，就这样问：“您是选择A种交费方式，还是B种交费方式呢？”通过这种改变语言交流的方式，最终在招生工作中取得了意想不到的效果。技巧四：花钱办事

寻找合适的信息发布渠道对于商家而言，无论是销售商品还是推销服务，其中一个关键环节是信息的发布：如何让别人知道你，了解你所提供的服务或商品，从而吸引潜在的客户上门。这是商家需要斟酌的事情。一提到信息发布，很多人就会想到在各种媒体上做广告。这是最常见的办法，但如果未经周详考虑，最后很可能是“花了钱办不成事”，不能达到预期效果。

民办学校在招生工作中，同样面临着一个信息如何有效发布的问题。学校无论是在本地还是到外地招生，如何尽快地让社会及潜在客户尽快了解招生信息，都是必须迅速解决的问题。南京一家民办学校在泰州招生时，采取多渠道发布信息的做法，效果良好，很值得借鉴。该校招生老师一到泰州市区，首先在泰州市的一些主要商业街都拉上了招生的条幅，告诉大家一个最简单的信息“欢迎泰州市优秀学生报考南京××学校”（这种信息发布方式的优点是：快速、价格低；缺点是：信息量少、范围小）。第二步，在当地晚报做广告。通过对在校泰州家长和当地居民调查，发现当地党报发行量虽大，但人们最喜欢看还是当地的晚报，很快在晚报上做了一个通栏广告，发布了学校相关情况（优点：信息量大、范围广、可信度强；缺点：价格高、针对性差）。第三步，通过邮局的服务机构给泰州市的私营企业及个体工商户寄发商业信函（优点：信息量大、针对性强、价格低；缺点：可信度弱）。第四步，定期到一些高档住宅区、高档消费场所现场咨询（优点：针对性强；缺点：工作量大）。通过这一系列措施，该校在泰州市的招生咨询量急剧增加，当年的招生工作也取得了较好的业绩。据上，在民办学校招生信息的发布方面，分析师提出如下建议：

（1）信息发布前要进行总体规划，要考虑到成本、可行性和合理性等多种因素；

（2）要对信息发布的媒体进行调查，媒体发布要考虑到特定群体的针对性；

（3）在控制成本的前提下，多种信息发布渠道综合运用。

技巧五：不要对家长说“NO”

商场有一个黄金定律：第一，顾客永远是正确的；第二，顾客如果不正确，请参照第一条。其意指，在市场营销中，销售人员不要轻易否定顾客的观点或看法，虚心听取顾客的意见或建议，然后，逐渐引导顾客对所售商品或服务的认可，从而实现营销的目的。“嫌货人通常就是买货的人”是营销中的常见现象。

在民办学校招生工作中，时常会遇到这样的情况，当招生老师向家长介绍学校状况或办学特色时，个别家长总是以挑剔的眼光提出置疑，有的直接跟你唱反调，有的会提出一些不切实际甚至违背教育规律的要求。如有的家长认为你的学费与其他民办学校相比太贵了，要求收费上能优惠些；有的家长因孩子太娇惯，要求学校给孩子配专门的生活老师，家长出工资；有的家长要求学校最好一个礼拜带孩子去吃一顿肯德基等等。此时，招生老师该如何处理，直接反对家长的话，很容易与家长争辩起来，形成沟通上的“一堵墙”。即使争论占了上风，家长也可不会选择你的学校。如果不争，家长的话显然不对，有些要求更是苛刻甚至无理的要求，显然是难以实现的。

在此状况下，分析师的建议是：首先，不要急着去否定家长的话，而应肯定家长想法中一些积极因素；然后，通过与家长交谈，来了解孩子的优缺点及家长送孩子来校就读的目的所在，帮助家长分析家庭教育中存在的问题；最后，逐步引入到学校所倡导的教育观念中，控制谈话的主动权，在家长的心目中逐步树立教育权威的角色定位。如此，招生的目的则较易实现。

所以，一些民办学校在招生中则要求招生老师不但不能对家长说“不”，甚至连一些消极的词汇都要避免使用，是有它特定道理的。

技巧六：妙解家长的对立情绪

某商场空调销售专柜，一销售员正口吐白沫地在推销某一牌子的空调机，围了一圈顾客，有心动者正欲交款购买，忽听见人群中一顾客言道，“这空调好是好，就是耗电量太大”，随后有几名顾客附和着说这空调的毛病，正准备购买的顾客马上迟疑起来，又转到另一个牌子的空调销售点。

民办学校的招生也有此类似情景。宁波某民办学校在2024年夏季在舟山招生时，招生老师组织了一批家长来校参观，在返回途中，有一家长提到这个学校存在的一些问题，车上另外两名家长马上随声附和，随后车上大部分家长都谈起这个问题。结果随这辆车来参观的家长的子女没有一人来该校就读。后来了解，其实有部分家长在参观学校时入学意向比较明显，就是因为受到其他家长这种对立情绪的影响，最后选择了其他民办学校。

这里一个重要问题是如何化解家长的对立情绪。针对此情况，分析师提出如下建议：一是考虑问题要周密，事先要考虑到家长可能会提出什么不同的意见，如何应对；二是当家长提出异议时，不要争着争辩，要巧妙地扬长抑短；三是主动与那些对学校感觉比较好家长谈话，控制整个谈话的主调向有利于学校的方向发展；四是采取有效的隔离手段，使家长的反面意见影响控制在最小范围内，如有另一个老师和家长单独进行交流，巧妙转移家长的话题等。

技巧七：巧抬招生的门槛

在现实生活中，有一现象：人们轻易就能够买到的东西，购买的愿望并不迫切。还有人说，“抢来的东西总是香的”。所以有些商家故意设置一些“存货有限，欲购从速”、“最后三天清仓处理”“欲购此商品，请静候三天”等玄虚，意在刺激顾客的消费欲望。

在招生过程中，当家长正在犹豫不决时，这种故意抬高门槛的做法反而会促进家长的选择。常见的情形有，一家长咨询某学校小学一年级的是否还招生时，招生老师的回答是：“恐怕会有些遗憾，我们小学一年级本次只招24名学生，昨天已经有20名学生报名，今天各地报名情况还没有汇总，不知是否还有名额，等我问清楚后再跟你联系。”过一会，招生老师再打电话过去，“现在只剩下两个名额了，你如果能在今天给你的孩子报名，我可以给你保留一个指标，否则难以保证”。有的孩子参加了入学测试后，招生老师告诉家长，“以你孩子现在的入学成绩，还没达到我们学校录取的标准。”然后看着家长的焦急的样子，招生老师又告诉家长“我们招生老师可以利用假期帮孩子补补课，让孩子再来参加一次测试，此外，我再找学校领导，看看能否通融一下”。99年大连一学校，招生名额过半，则在当地主要媒体上刊登了一则公告“承蒙各界的支持，今年本校顺利完成了招生任务，除个别班级有少量名额外，本校已基本停止招生，没有安排情况下，请家长勿大规模来校参观。”其结果是家长纷纷来电咨询还有哪些班级余有招生名额。

这个门槛要“巧”抬，抬的过高，则可能会吓跑一批家长，抬的太低，没有实质意义，如果门槛设置的不巧妙，被家长认为是故弄玄虚，那就弄巧成拙，适得其反。

技巧八：做好潜在家长群的管理工作

一个企业的营销工作，客户管理是其中重要的一环。这里的客户既包括了现实客户也包括潜在客户。本分析师曾在大街上被人随机拦住做过一次关于保健品方面的调查，当时并没有在意，但在以后相当长的时间里，经常接到该保健品经验商举办的“保健知识讲座”的邀请函，并在节日里收到其发来的节日贺卡。其潜在客户的管理的意识和作法确实值得民办学校借鉴。

民办学校在日常工作中，大部分忽视了家长群的管理，即使有一些学校做了此方面的工作，也只是对现实家长群进行管理，而忽视了潜在家长群的管理。而实际上，有些家长第一次咨询时对学校已产生良好印象，后来因为多种因素，孩子不能马上入学。计划在第二年入学，如果不能及时跟踪，很可能在第二轮招生中被其他学校捷足先登。所以很多学校经常是每轮招生工作一结束，原来所获得众多资源也随之丢失，可谓是一种浪费。民办学校的招生工作是一个长期的工作，而不仅在于每年的两次大规模的招生。做好潜在家长群的管理工作，对民办学校的持续招生工作具有重要的支撑作用。

在大规模招生结束后，如何将潜在的家长转化为现实的家长仍需要学校招生部门费心研究。为此，分析师建议：

1、建立潜在家长群档案，凡是来学校或在下面招生点咨询过的家长均应进入管理档案；

2、对潜在家长群档案进行分析，根据家长潜在需求的强弱程度设计不同的处理策略；

3、定期对潜在的家长群进行访谈，此时注意的是，不应再谈学校招生的情况，而是与家长沟通教育问题，关心孩子的学习问题，帮助孩子解决学习困难；

4、在一些特殊的日子里，及时送上学校的祝福和问候，加强感情交流；

5、定期邀请家长或孩子参加学校举办的一些重大活动，如校园开放日、学校文化艺术节、夏令营等。

**第四篇：新东方总结的听力七大技巧（范文）**

学英语，练听力，上听力课堂！

听力是一种领会能力。是通过不断地强化训练而形成的一种听音、辨音和听音会意的综合能力。听力是在听的练习里培养起来的。

听力难提高的原因一：发音不准确。

找一盘发音纯正的英语磁带吧，反复、认真地模仿，每天训练1-2小时，2到3周内声音条件会有大的变化。bad—bed，sheep—ship，beat—bit，Ireland-island-Iceland 原因二：单词不熟练或词汇量太少。

听懂听通得首先解决生词问题。正如平常我们在运动前总是要做一些“热身”那样，尽量活动自身肌体的每一处肌肉和关节，以避免或减少剧烈运动可能带来的伤害。听力训练也是如此，对于那些比较生疏，比较艰涩，比较专业的词汇，尽量听得越熟越好。原因三：英语有不同的口音与方言。原因四：对连音和略音缺乏 原因五：对自己的听力信心不够 原因六：数字、人名（官衔）、地名

原因七：母语干扰（培养用英语思维的习惯）

如何练习听力

听力和口语密不可分。

input-process-output随便注意一下你周围的听力高手，他们的口语十有八九不会逊色到哪里去。用paraphrase的方法输出达到训练效果最大化。

从有听力文字的材料练起。

具体的做法是听，然后回过来研究文字材料，都搞懂了，试着背诵这些文字材料，最后再回过去听，这时候，当你听到你已经背诵的出的文字时，那种顺畅的感觉实在是没有经历过无法体会到。接下来要做的就是不断提升听力的难度，不断重复上述的步骤，只要坚持，终于有一天我们发现老外和我们讲话也很紧张。练习精听泛听都离不开阅读水平。道理是，成年人学习听力是在学习阅读之后进行的，所以大脑的思维程序是，先把听到的声音转为文字，再领会意义。也就是说，能否听懂取决于能否读懂。

精听和泛听的完美组合。

精听就是通过运用正确的方法反复地听，最终听懂所听到的任何一个词，搭配，用法，甚至能想起来每句标点符号。（三遍式精听克服“假听”）泛听就是要尽一切可能“泛”，“杂”的去听。随时随地，英语新闻也好，原声电影，英文歌也好，不需要文字材料，也不需要你坐下来听，甚至不用你听懂。你能置身充满英语的环境中，给自己多找一些泛听的机会，让自己多点英语的感觉，听不懂时，你也在进步。听力的提高指日可待。一定是以精听为主，泛听为辅来练习。求质量而不是求数量！Tips

声明：本资料由听力课堂网站收集整理，仅供英语爱好者学习使用，资料版权属于原作者。

学英语，练听力，上听力课堂！

1.学会边听边记笔记，不是听写，而是写下关键信息，如关键词、时间等，便于作参考。2.在平时训练听力时，注意捕捉文中所涉及的人物(who)、事件(what)、时间(when)、地点(where)、原因(why)、方式(how)、程度(how long，how soon，how much)、数字(how many，how much)、选择(which„)3.语言的另一重要作用是其交际功能，能够理解中心思想，演讲者的意图，或细节，能体会语言的交际功能意义，善于把语言与语境联系起来进行体会字面表层所传递的深层意义，如请求、命令、建议等，而熟悉句子的句型，有助于提高对讲演者意图的判别能力，理解句子的语言外涵义。Let’s „

4.不管听什么材料，注意力一定要集中在整体内容的理解上，千万不能只停留在个别单词或单句上，听不清时马上放弃，不要强迫自己听清每一个词，要把重点放在听关键词即实词上

5.语言的听是主动的解码而不是被动的感知，是积极地认知构建而不是单纯的声学事实。练习听写，平时听录音时就要有意识地将关键信息写下来，一方面训练信息接受的准确性；另一方面培养短期记忆、正确拼写单词的能力。练习听写还能强制性地迫使自己全神贯注、积极思考。

6.关注一下常用的单词，词组，句子结构，将其转换为“条件发射”

7.努力挖掘语言背后的英语思维模式和外国文化背景，毕竟语言是文化和思维的载体，掌握英语的逻辑思维顺序（eg.Self assurance）

声明：本资料由听力课堂网站收集整理，仅供英语爱好者学习使用，资料版权属于原作者。

**第五篇：幼儿园招生策略与营销技巧**

幼儿园招生策略与营销技巧

为什么幼儿园要品牌化幼儿园面临三大问题：

•幼儿园要招生\*幼儿园要发展\*幼儿园要生存

因此要用市场的理念经营幼儿园，用企业化的手段管理幼儿园

幼儿市场被动化表现\*缺市场主动性\*缺市场品牌性\*缺市场价值性

·营销观点及策略：营销战略（STP）；市场细分S，目标市场T，定位P；

•为什么要细分如何细分 ·为什么要定位（定位改变人生，为个人事业幼儿园定位）如何定位：按档次、特性、对象、类别、情景、比赋、文化等。大舍大得，小舍小得，不舍不得

市场分析SWOT：S优势在哪里W劣势在哪里O机会在哪里T威协在哪里 目标市场：谁是你的客户，客户的需求是？长远的需求？潜在需求？在报名过程中谁在决策 ？我做什么？我的目标是？（3-5年）使命是什么？我的取胜之道是？与对手不同点奇招差异化，我的特殊竞争力在什么地方？卖什么：产品？快乐？体验？专业？服务？未来？信仰？天堂等

领导品牌定律：人们往往能记住的是第一领导品牌，要做就做第一或唯一或个性。幼儿园如何打造自己的品牌

•品牌的基本因素：显性因素（名称标致硬件），隐性部分（保教质量、园所文化、园风、幼儿质量、教师品牌、年龄结构、人际关系、从业态度、稳定性及园长品牌，名师造就名园，好园长打造一个好幼儿园。

•具体步骤：分析幼儿园、选择品牌策略、塑造品牌文化、维护品牌权益、推广品牌形象、测控品牌态势

•品牌建设应注意的问题：一是不能急于求成，二是不能急功近利，三是重视口碑 •品牌建设期限：1.5-3年，三年建不了品牌管理有问题

学前教育市场特点要素及推广

•特点及要素：\*区域性幅射力度有限 \*市场相对稳定 \*市场逐步痿缩 \*市场交流互动性 \*层次性\*教育与服务结合的特征

市场如何推广\*媒体、报刊、单张\*社区宣传：校车、宣传栏、公益性讲座、亲子活动等\*园内宣传：重点是办好家长学校家长就是业务员

•市场推广原则：\*资料要有内涵\*尽可能隐藏你的商业行为\*突出教育的科学性严肃性 \*从专家的角度为家长服务开好新生家长会把每个家长变成推广员金杯银杯不如口啤

市场推广误区：\*把教师拉到街上去 \*脱离教育价值的表演活动采取打折的策略 •给教师定招生指标\*预交下学期学费

招生过程中的沟通技巧沟通技巧沟通的原则：实现双赢

2、沟通的目的 ：把想法、观念、服务让对方接受，让对方感觉良好

3、沟通的三要素：文字：7%，语调： 38%，肢体动作：55%

4、沟通的关键：自己少说，对方多说说得比较少，问得比较多

要问简单容易回答的问题，一连串约束性问题，从小的问题开始问，多问二选一，能问的尽量少说

5、问话技巧：开始问开放性问题—问兴趣——问快乐——问报

名——问交费

问话技巧聆听技巧赞美技巧赞美技巧•由衷的赞美（赞美要及时）

•赞美别人的闪光点）赞美的越具体越好•间接地赞美：家人、朋友、公司、人事物

•通过第三者赞美（听某某说你如何三句经典赞美•你真不简单•我很佩服你

在招生过程中不是为了赢得战争，而是为了达成合作（注册）

肯定认同技巧

1、礼貌，2、听别人讲话可以建立信赖感

3、用心听，4、态度诚恳

5、记笔记

6、重新确认

7、不打断、不插嘴

8、停顿3-5秒，9、不要发出声音，听时眼睛注意注视对方的鼻尖和前额

10、坐定位（不要让家长看到门窗户招生十大

步骤

电话有效十大法则\*激发他人谈话\*有条有理的说话\*避免使用我\*不要插

嘴\*避免枯燥无味的话题\*不要得罪他人\*不要说长道短\*讨论而非争论

不要忽略他人\*聆听他人讲话\*运用电话招生的物质准备•

•与媒介公众建立良好的关系

政府资源在活动中可运用的方面政府部门：

卫生局：爱牙日绘画 \*民政局：机会更多 \*文化局：\*环保局：世界环境日 \*科技局：

科普活动 \*交管局：交通安全\*消防局

非政府组织 \*宣传部\*组织部：老干处关工委 \*统战部：外商台商\*妇联：儿童

部 \*共青团：青少部\*武警：警民共建

与政府机构交往中应注意的问题

•积极主动：电话文字材料，只讲耕耘不讲回报

•不卑不亢：给领导一个机会、好处、让领导心中有数、言之有物

•做好被拒绝的准备，切忌搞庸俗关系

•主动争取政府支持；不设障就是支持，不求雪中送炭，只盼锦上添花

幼儿园宣传中应注意的几个问题

•媒体资源运用方面：不出钱能办事最好（新闻），该出钱时就出钱（广告）

•选择媒体方面：逆向思维，独特创新，最好有图片可读性强，有视觉冲击力

•尊重记者的劳动，事先准备资料和文字

•在宣传幼儿园的同时要宣传园长自己

•用好幼儿园的宣传阵地\*最好给每个教职工印发2盒名片

招生工作中的沟通技巧

•谢宝琴：电话：2677408（办公）

•手机：\*\*\*

•电子邮箱：xbj6204@tom.com

打造学习型组织做魅力园长

如何成为学习的先行者 •每天不低于2小时的学习习惯\*培训就是最好的学习（领导必须会培训）•向成功人士学习成功的方法研究同类竞争对手、老大哥，吸取先进经验 •树立标杆，向所有优秀者学习\*卓越的领导者都是最杰出的培训师 领导者须是学习的责任者-授人以渔

建立学习制度：\*园长负责岗前培训\*业务园长级组长负责专业培训 •园长负责管理培训\*学习成果与奖励挂钩\*做到三个保障 •经费保障\*时间保障每周不少于2小时\*制度保障：走出去，请进来、互教学、学必用\*领导者是学习的教导者-园长即教练 •教练是辅导员：帮助员工让员工先得到成就---培育、激发、成就荣辱与共 •教练是指南针：---坚定信念、明确目标、调整员工心态 •教练是一面镜子：回馈、客观、表率---正衣冠、鉴古今、察得失 成功人人士评学习型组织的意义：我们终于找到一条企业的成功之路，那就是一条

终身学习之路\*未来唯一持久的优势，是有能力比你的竞争对手学得更快 •竞争力取决于创新能力，创新能力取决于学习能力\*魅力园长—特色的领导风格—永无止境、追求卓越\*经营决策的三个方法：找对人、做对事、用对方法 •管理工作的三个方法：结果导向、策略优先、行动快速 •解决问题的三个方法：复杂问题简单化、简单问题条理化、解决问题抓重点 •执行力管理的三个方法：责任制、检讨制奖罚制 •园长的三种角色：“第一”教练员、第一招生高手、第一赢家 做魅力园长：园长应具有的人性特质\*运筹帷幄：是劳心者非劳力者\*亲身参与：

是既管又理的人\*身先士卒：不是在做官\*有勇有谋：是人才而非人手 •承上启下：是单位内的两面人\*负责到底：是负责整个组织的绩效成败之人 领导者应具备的涵养： \*心存感激之心\*宽大的胸怀与气度\*责人先责已 •洞悉部属的需求\*提拔后进、培养部属\*坚定信心\*使命感和自我期许 •建立权威风范\*虚心学习、追根究底\*注重实力而非学历 \*凡事全力以赴 员工去留的原因及创造留人的条件： • 员工去留原因：\*工作能否满足生崖规划，占41.6%。\*人际沟通管道、工作氛围良好，占21.3%\*升迁管道是否通畅，占20.7% \*薪资待遇不错占7.9%

创造幼儿园魅力的条件：\*能帮助员工成长?能力智慧?\*员工能得到?好处提升?

\*员工能看到什么希望?前途?分红?入股?\*愿景 •员工到底要什么：\*做自我感觉、自我肯定的工作\*做建设性的工作 \*不断学习新事物的机会与条件（培训也是福利）\*发展自我专业技巧与能力的机会、环境\*在工作上有自我发展的空间

总之：生活要有意义、要有归属感、要被尊重、要有别人倾听自己的感受。• 留才的基本因素：\*不到最后关头绝不轻言牺牲 \*朋友千万不嫌多，敌人最好一个无\*一个愉快的工作环境\*管理制度合理化\*要有人性化，没有人性化就没合理

化\*幼儿园经营不能没有公关作媒（让员工产生自豪感）

\*人才——训练培育而成\*用才——能力发挥\*留才——主管引导\*进（育、留）才—进（育、留）财\*好人才是不断培训的结果

教职工为什么不如领导的期望？\*不知要做什么\*不知该做什么 \*不相信这件事该

做\*不会做\*没时间做\*做得优先秩序不对\*没有意愿要做 \*个人不能解决的障碍 \*自以为做得很对，\*不良管理\*私人原因\*不重视培养部属的原因及教导部

属的方法

不重视培养部属的原因：\*过去失败的经验\*效果不是预期的好\*怕留不住人，浪

费资源\*怕比他人能力强而造成压力

教导部属的方法：\*说给他听\*做给他看\*让他自己做\*修正（回馈）、鼓励

总之：化繁为简、化简为易、化易成趣、化趣成道、切指挥

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找