

彩虹蜗牛快素学平台 融资商业计划书

020素质教育综合解决方案服务平台

2015



最专业的少儿
素质教育教师
培训和课程研
发
机构



建设以社区生
活圈为核心的
少儿素质教育
生态系统

打造最具影响
力的互联网
少儿素质教育
平台





- 1、素质教育正在政策风口
- 2、标准化课程并保持每月更新，用教案、学案建立客户黏性
- 3、教师、家长、场地三方资源整合平台，利用闲置场地的闲置时间，降低50%的中间成本与时间成本
- 4、移动和PC端双管齐下，人人可用的素质教育平台
- 5、素质教育 + 互联网，北师大+人大，8年素质教育研究+10年互联网营销的核心团队
- 6、专注八年课程研发，情景式体验教学法及课程研发速度领先市场
- 7、三年成功培训素质教育教师2000+，10年内计划培养100万素质教育教师
- 8、创始人团队四年时间开设53家实体店，课程验证和市场验证。



- 2015年8月-12月总营业收入：400万
- 基本达到月盈亏平衡
- 日最高交易额：11万
- 业务规模月增长率：20%
- 付费会员数量：3250
- 注册教师数量：500+，
- 注册场地提供方：100+
- 教案库：200+，每月产生4份新教案，自主知识产权课程10+
- 文化部表彰的“百强优质产品”课程一项



核心团队介绍



余笛
CEO

- 北师大教育学本科、教育心理学硕士，人大MBA。
- 大三创业，第一个创业项目德方教育在没有引入资本的情况下，2011-2012年度流水500万
- 8年专注素质教育课程研发、独创情景式体验教学法
- 2015年中国100大MBA人物，MBA优秀创业奖

毛娟
研发教研
总监

- 北师大教育学本硕博
- 中国素质教育研究协会副会长，专注素质教育教学教研十余年
- 曾就职于北师大幼儿园，任园长及教学主管

李天宁
运营总监

- 人大MBA
- 搜狐畅游端游部运营总监
- 成功运作包括天龙八部在内的数十款端游的运营推广

韩美
教学总监

- 北师大教育学硕士
- 大一开始教育兼职，先后在新东方、红黄蓝、学而思等教育机构任职，
- 担任番茄苗店长、市场经理、北京区域经理，具有丰富的实体店运营管理经验。



素质教育市场混乱：
用户需求未满足，企业利益难保证，社会改变不明显

家长难获得
**标准化、
质优价廉**
的教育服务

- 课程不标准
- 价格不适当
- 服务不统一

平台
跳单现象
时有发生

- 建立老师/机构与家长黏性，未建立平台与家长黏性
- 缺乏平台的核心产品

没有解决
教师增量
市场

- 90%的优质教师集中在1%的市场
- 二、三线城市年轻人想成为教师却苦于没有培训途径



01

线上培训+线下考核 解决增量市场

- 标准理论课程
- 创新视频示范课
- 题库式考核
- 线下体验店综合测试

02

线下研发+线上共享 标准化教学产品

- 以情景式体验教学法为核心构造的课程体系
- 明确每节课程目标
- 提供标准教案、学案
- 实现知识变现与课程创新

03

线上匹配+线下授课 优化教学服务

- 教师发起课程、家长选择课程
- 线下闲置场地、闲置时间的利用
- 基于社区生活圈，降低时间成本
- 5人成班，快速引流

04

线上评价+线下监督 构建消费闭环

- 在线支付，线下消费
- 退款保证，在线点评
- 视频直播监督，家长放心
- 本地化全职管理团队，把控教师及课程质量



教师：

- ⊕ 学习彩虹企业学院的课程
- ⊕ 用彩虹蜗牛的教案、选择教学区发起课程

彩虹蜗牛：

- ⊕ 提供教师培训课程
- ⊕ 提供素质教育教案
- ⊕ 提供家长、教师、场地的三方平台

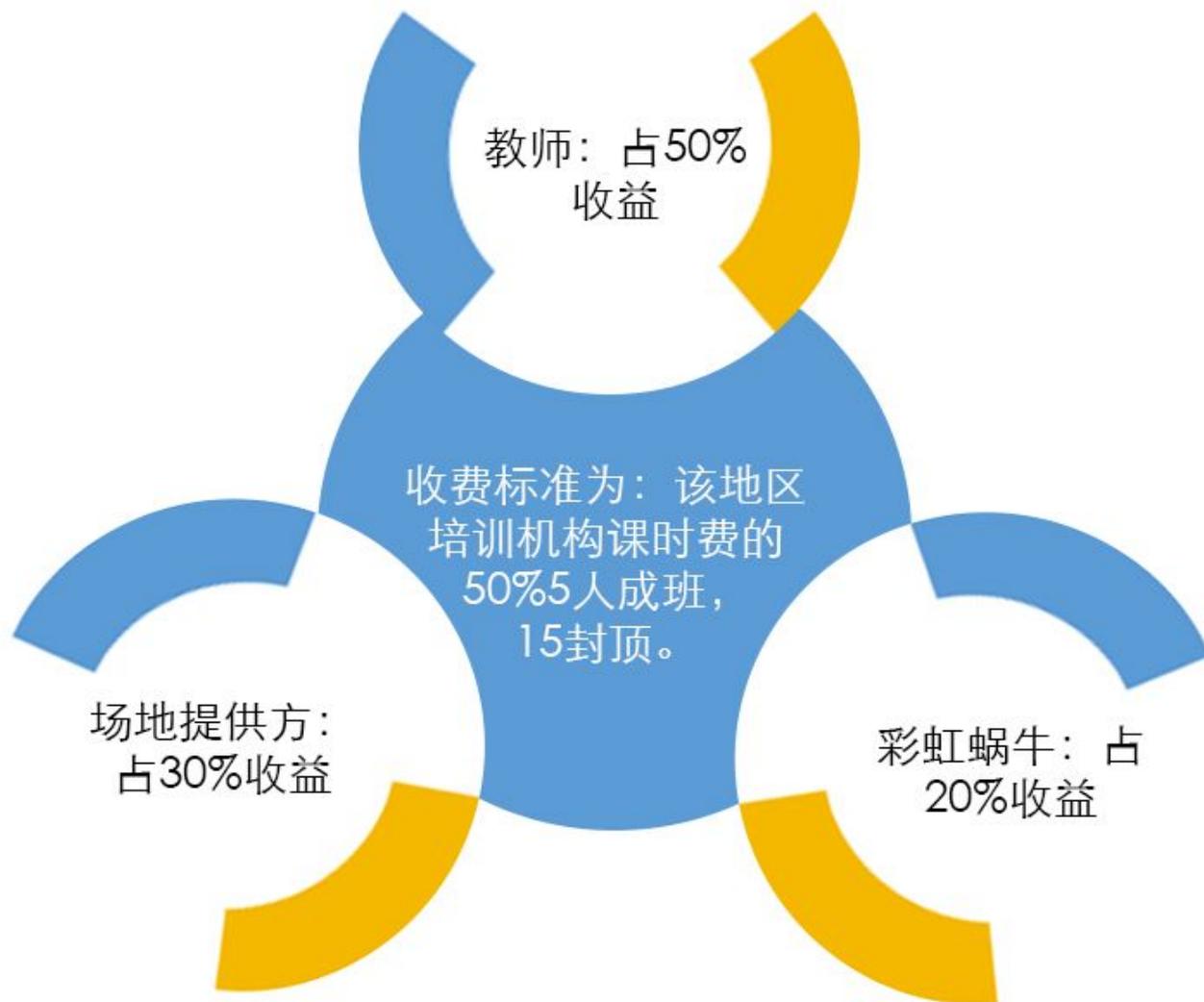
场地提供方：

将场地的闲置时间作为教学区

让每个孩子都享受最优质的素质教育



彩虹蜗牛快素学平台的财务模型



综合创造课



- 动手能力与创造性思维
- 明确课程目标：学会某个手工作品

综合语言课



- 表达能力与表现力
- 明确课程目标：学会某种句式或某类词汇

综合艺术课



- 陶冶情操与提升兴趣
- 明确课程目标：学会某首歌或某个舞蹈、武术

综合发展课



- 协作能力与领导能力
- 明确课程目标：一个团队游戏懂得一个人生哲理

自然课堂



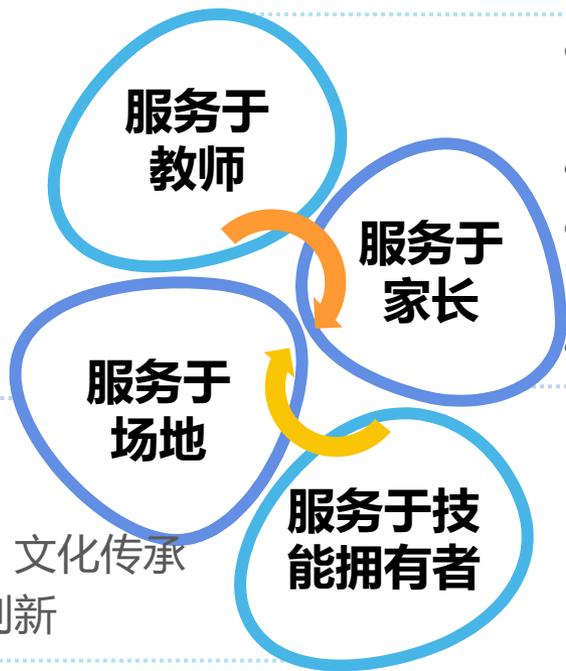
- 寓教于乐，以自然为背景学习相关知识
- 明确课程目标：学会与该景点相关的美术、音乐、历史、英文知识



对于服务者和消费者的价值

- 完善培训，增加二三线城市教师数量
- 标准化教案，备课无压力
- 基于互联网的课程发布平台，让就业更轻松

- 闲置时间增值
- 引流及宣传



- 优质的本地化教师及优质价廉的课程
- 直播监控与评价体系
- 标准化学案，给孩子完整的学习循环
- 家长也可以通过学习成为老师

- 知识变现、文化传承
- 课程体系创新



运营数据

47000+ 注册用户

130万 月最高销售额

2100 教师数量 (含在训)

6000万 年收入 (2016预计)

87% 课程重复购买率



彩虹蜗牛 | 2015.3~2016.1(预测)
快素学 | 月消费课时数增长情况 (单位: 节) 无补贴



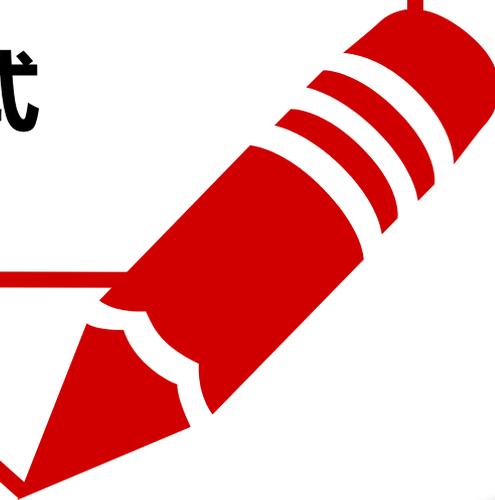
彩虹蜗牛 | 2015.3~2016.1(预测)
快素学 | 周活跃教师增长情况 (单位: 人)



竞争分析

公司	嗨课	快素学	跟谁学
服务		标准化课程、 标准化教师	非标化 (个性化老师服务)
价格	相对规范 (机构自己把控, 150-500)	规范 (当地培训机构的一 半)	自定义 (免费-上万)
产品	分散 (机构自己把控)	聚焦 (以情景式体验教学 法为核心的少儿素质 教育课程)	分散 (1对1/答疑/涵盖 教育全产业)
服务者类型	聚焦 (中小型机构/工作 室)	聚焦 (教师、愿意成为教 师的人)	自定义 (免费-上万)
对服务者支持	一般 (线上推广/场地共 享)	全面 (培训、教案、平台 管理系统、闲置场地)	较少 (仅线上推广)

**互联网少儿素质教育的
深度服务、轻资产
运营模式**



2016年底

进入200社区/20城市

10万人次/月均

5000培训训教师

6000万收入

2017年底

500社区/50城市

30万人次/月均

20000培训教师

3亿/年营收

2018年底

1000社区/100城市

80万人次/月均

100000培训教师

10亿/年营收



本轮目标融资3000万人民币，出让10%股份



服务体系建
设20%
完善针对服务提供
者的服务
体系

- 积极拓展互联网教师培训及教案提供的数量和质量
- 增强对于服务提供者的支持力度
- 改善教学过程中的的教学设置条件及授课条件

市场60%
品牌建设与市场
推广

- 扩大快素学用户数量的获取
- 积极拓展天津（一线城市代表），西安（二线城市代表），常州（三线城市代表），周口（四线城市代表）的新增用户
- 彩虹蜗牛快素学品牌推广，优化社区和粉丝运营，打造中国少儿素质教育第一品牌（第一届中国儿童素质教育大赛）

研发30%
扩大研发资源提升
系统平台服务
能力

- 完善课程研发体系，扩充研发队伍与增强研发实力
- 完善快素学平台的系统管理能力
- 课程产品化，进一步提高核心竞争力

使用周期：10个月

达到效果：6000万年收入



关于彩虹蜗牛的一些题外话

经济价值与社会影响并存

- ⊕ 解决了教育资源分配不均匀的问题
- ⊕ 解决了劳动力就业的社会问题

彩虹蜗牛的企业愿景

- ⊕ 制定素质教育教师培训的规则
- ⊕ 制定素质教育学习体系的规则

情怀

- ⊕ 教育的本质是让更多的人接受教育
- ⊕ 教育的本质还是要回归到让老师与孩子面对面的“传道、授业、解惑”中来。



我们要用十年的时间为中国培养100万的素质教育教师

T H A N K

