NEX AGENCY

TÀI LIỆU MIỄN PHÍ CHO TRƯỜNG HỌC & TRUNG TÂM ĐÀO TẠO

Checklist tuyển sinh 2027

Danh sách việc cần làm theo từng giai đoạn để chuẩn bị một mùa tuyển sinh bài bản: từ nền tảng, nội dung, kênh thu hút đến tư vấn, đo lường và chăm sóc sau đăng ký.

nexagency.vn

Agency marketing chuyên ngành giáo dục

Cách dùng checklist này

Checklist chia mùa tuyển sinh thành 7 nhóm việc, đi theo đúng hành trình của phụ huynh và học viên: từ lúc biết đến đơn vị, tìm hiểu, được tư vấn, trải nghiệm cho đến khi đăng ký và giới thiệu người khác. Hãy in ra hoặc chia sẻ cho đội ngũ, đánh dấu từng mục khi hoàn thành và ghi người phụ trách bên cạnh. Không phải đơn vị nào cũng cần làm hết mọi mục; hãy ưu tiên những mục ảnh hưởng trực tiếp đến số học viên nhập học.

1 Nền tảng trước mùa tuyển sinh

Làm xong phần này trước khi chi tiền quảng cáo, nếu không ngân sách sẽ bị thất thoát.

- [ ] Xác định rõ chỉ tiêu tuyển sinh theo từng chương trình, khối lớp hoặc khóa học.
- [ ] Mô tả chân dung người ra quyết định (phụ huynh hay học viên), nỗi lo và tiêu chí chọn trường của họ.
- [ ] Viết 3–5 điểm khác biệt có thật, chứng minh được, so với các đơn vị cùng khu vực.
- [ ] Công bố rõ chương trình học, lộ trình, học phí và các khoản phí đi kèm.
- [ ] Rà soát giấy phép hoạt động, tên gọi chương trình và các cam kết đầu ra trước khi đưa vào quảng cáo.
- [ ] Chốt ngân sách marketing dự kiến và mục tiêu cho từng tháng của mùa tuyển sinh.

2 Website, fanpage và hồ sơ trực tuyến

Đây là nơi phụ huynh, học viên kiểm tra lại trước khi để lại thông tin.

- [ ] Website tải nhanh trên điện thoại, có trang riêng cho từng chương trình và nút đăng ký rõ ràng.
- [ ] Biểu mẫu đăng ký ngắn gọn (họ tên, số điện thoại, chương trình quan tâm), thử gửi trước khi chạy quảng cáo.
- [ ] Hồ sơ Google Business Profile đầy đủ địa chỉ, giờ làm việc, ảnh thật và số điện thoại đúng.
- [ ] Fanpage cập nhật ảnh bìa, thông tin liên hệ, tin nhắn chào tự động và câu trả lời mẫu.
- [ ] Gắn công cụ đo lường (Google Analytics, Meta Pixel hoặc tương đương) và kiểm tra dữ liệu về đúng.
- [ ] Có trang câu hỏi thường gặp về học phí, lịch học, đầu vào, chính sách bảo lưu và hoàn phí.

3 Nội dung và bằng chứng thật

Trong giáo dục, niềm tin đến từ những gì người xem nhìn thấy được.

- [ ] Quay video lớp học, giờ ra chơi, hoạt động ngoại khóa thật (xin phép phụ huynh khi có học sinh).
- [ ] Giới thiệu đội ngũ giáo viên: chuyên môn, kinh nghiệm, phong cách giảng dạy.
- [ ] Thu thập chia sẻ của phụ huynh và học viên cũ, có sự đồng ý của họ, không viết hộ.
- [ ] Chụp ảnh cơ sở vật chất: phòng học, thư viện, khu vui chơi, an ninh, bán trú.
- [ ] Lên lịch nội dung theo tuần cho cả mùa tuyển sinh, chia theo từng giai đoạn của hành trình.
- [ ] Chuẩn bị tài liệu giới thiệu (brochure, bộ slide) dùng chung cho tư vấn viên và sự kiện.

4 Kênh thu hút học viên

Chọn kênh theo nơi đối tượng của bạn thật sự dành thời gian, không chạy dàn trải.

- [ ] Quảng cáo Facebook/Instagram nhắm theo khu vực quanh cơ sở và độ tuổi phụ huynh, học viên.
- [ ] Quảng cáo Google Tìm kiếm cho các từ khóa có ý định rõ (ví dụ: “trung tâm tiếng Anh + khu vực”).
- [ ] Nội dung TikTok, Reels ngắn cho nhóm học viên trẻ hoặc chương trình kỹ năng, năng khiếu.
- [ ] SEO website và Google Maps để có lượng tìm kiếm tự nhiên ổn định sau mùa cao điểm.
- [ ] Tổ chức ngày hội trải nghiệm, buổi học thử, workshop cho phụ huynh tại cơ sở.
- [ ] Chương trình giới thiệu từ phụ huynh, học viên hiện tại; hợp tác với trường, doanh nghiệp, cộng đồng gần cơ sở.

5 Tư vấn và chuyển đổi

Nhiều đơn vị thất thoát học viên ở bước này dù quảng cáo vẫn mang về nhiều đăng ký.

- [ ] Quy định thời gian phản hồi tối đa cho mỗi đăng ký mới và giao người chịu trách nhiệm.
- [ ] Tập trung toàn bộ đăng ký từ mọi kênh về một nơi (CRM hoặc bảng theo dõi chung).
- [ ] Kịch bản tư vấn: câu hỏi khai thác nhu cầu, cách trả lời về học phí, xử lý băn khoăn thường gặp.
- [ ] Phân loại đăng ký theo mức độ quan tâm để ưu tiên gọi lại và chăm sóc phù hợp.
- [ ] Đặt lịch học thử, tham quan hoặc kiểm tra đầu vào; nhắc lịch trước một ngày.
- [ ] Quy trình chăm sóc lại người chưa đăng ký sau buổi học thử, có mốc thời gian cụ thể.

6 Đo lường và tối ưu

Không đo thì không biết nên tăng hay cắt kênh nào.

- [ ] Theo dõi số đăng ký, chi phí cho mỗi đăng ký theo từng kênh quảng cáo.
- [ ] Theo dõi tỉ lệ đi từ đăng ký → học thử/tham quan → nhập học của chính đơn vị bạn.
- [ ] Ghi nguồn của từng học viên nhập học để biết kênh nào mang lại học viên thật.
- [ ] Họp xem báo cáo hằng tuần trong mùa cao điểm, điều chỉnh ngân sách theo số liệu.
- [ ] Ghi lại lý do người được tư vấn không đăng ký để cải thiện chương trình và cách tư vấn.

7 Sau khi học viên đăng ký

Học viên hài lòng là kênh tuyển sinh rẻ và đáng tin nhất cho mùa sau.

- [ ] Chuẩn bị quy trình đón học viên mới: thông tin lớp, giáo viên, lịch học, nhóm liên lạc.
- [ ] Cập nhật tiến bộ học tập định kỳ cho phụ huynh.
- [ ] Khảo sát mức độ hài lòng sau những tuần đầu và xử lý góp ý kịp thời.
- [ ] Mời phụ huynh, học viên hài lòng chia sẻ cảm nhận và giới thiệu người quen.
- [ ] Tổng kết mùa tuyển sinh: điều làm tốt, điều cần sửa, lưu lại cho kế hoạch năm sau.

Cần một kế hoạch tuyển sinh riêng cho đơn vị của bạn?

Nex Agency có thể cùng bạn rà soát checklist này, chọn kênh phù hợp với loại hình đào tạo và xây dựng kế hoạch theo ngân sách thực tế. Để lại thông tin tại **nexagency.vn** để được tư vấn miễn phí.