大树下
团队与分工

三个全职的人、五个 AI 岗位、两个兼职池、三家外部。
每一格都写清楚：谁做、做到什么算完、谁验收。



呈：黄总

Sola智库 · 2026 年 11 月

先说结论

这家公司第一年只有三个全职的人，但它的交付能力不止三个人

三个全职：一号位、销售、内容主理人。其余全部是 AI 岗位、丽景的兼职池和外部采购。

这个结构有一个很具体的好处：**固定成本只有三个人，产能却按单量伸缩。**没单的月份不烧钱，单多的月份靠 AI 岗位和兼职池扛，不用招人。它也有一个很具体的坏处——**三个人里任何一个空缺，整条线就停了。**所以这一本的重点不是组织图好不好看，是三件事：**每个位置做到什么算完、谁验收、空了谁顶。**

最要紧的一条写在前面：**丽景一侧没有任何人转为全职。**16 个内容池、6 个内核池、17 个保育老师，全部是自愿报名、按次计酬、不背销售指标、随时可以退出。新公司跑通了他们自然过去，跑不通园里一个人都没少。

三个全职里，**销售是唯一必须外招、也唯一卡得住整家公司的那个**。招不到他，这一本后面所有排期都不成立——所以第 5 页单独给了岗位说明和薪资带。

全景 · 谁在什么位置

四类角色，一张表说完谁归谁管

角色	人数	出自哪一边	负责什么	向谁交活
一号位	1	Sola	方向、大客户、钱、对外是这家公司的脸	股东会
销售	1	**外招**	每天在外面谈园长与品牌方；报价、签约、回款	一号位
内容主理人	1	Sola	管五个 AI 岗位，对所有交付的质量负全责	一号位
AI 岗位	5	工具	策略研究、文案、版式出图、视频配音、质检	内容主理人
内容池	16（上限）	**丽景，自愿**	拍摄、观察记录、出镜答家长问	内容主理人
内核池	6	**丽景，自愿**	围棋、英语、体能、美术、早教的内容内核与专业背书	内容主理人
照顾池	17	**丽景，自愿**	**只参加成人场，一年四场**	一号位
外部采购	3 家	外包	法务财税顾问、本地摄影、印刷与代工	一号位

两条边界：**园长不进这张表**——她的岗位在现场，不承担新公司任何职责；**丽景的三个池子只向内容主理人交活，不向销售交活**，避免老师被销售指标牵着走。

关键岗 · 销售

这家公司成不成，大半取决于能不能找到这一个人

所以把他写得具体一点，而不是写「招一个销售」。

要找什么样的人

必须有的三条： ① 在中山或周边做过 **面向机构（不是面向家长）** 的销售，有园长、校长或母婴品牌的现成名单；② 能独立完成从约访到签合同到回款的全程，不需要有人带；③ 听得懂幼教的行话，能跟园长聊课程和招生，不是只会报价。

加分： 做过教育行业的招生或渠道；本人是家长。

不要的： 只做过线上投流、只做过面向 C 端的课程顾问、需要底薪养着的。

怎么给钱（建议带，须按实际行情校准）

底薪： 月 5,000–7,000 元，覆盖基本生活与交通。

提成： 首年合同额的 10%–15%，回款后结；续约年给 5%。

试用期目标： 三个月内谈下 **3 家付费**（可以是意向金）。谈不下来，说明不是产品不行就是人不行，两边都该止损。

按一年 15 家、客单 4.8 万算，提成总额约 7–11 万，加底薪约 15–19 万——这笔钱已经算进第 27 页的测算里。

这是门一：90 天内没有招到这个人，就不开张。先按项目合作，不急着设公司——因为公司一设，固定成本就开始烧了。

五个 AI 岗位，每个都要有输入、输出和验收人

把 AI 当岗位管，而不是当工具用，差别就在这张表上：每一格都能问责。

岗位	输入（谁给它）	输出（做到什么算完）	谁验收	常见翻车
策略研究员	客户的公开资料、推文、竞品名单	一页行业盘点＋三个候选主张，每条都要有出处	一号位	把估算写成事实
文案	主张定稿＋现场素材＋老师原话	脚本、推文、投放文案；**人名地名数字全部可核**	内容主理人	形容词堆砌、编细节
版式与出图	文案定稿＋客户的色与标识	提案页 / 海报 / 长图 / 网页，**1440 与 390 两档都看过**	内容主理人	手机端折行、贴底块重叠
视频与配音	分镜＋实拍素材＋配音稿	成片，**抽帧联络表看过、响度测过**	内容主理人	静止段没人发现
质检	交付前的全部成品	一份问题清单：排版、事实出处、广告法红线、占位字样	内容主理人只看清单	误报当真、漏报当没有

一条硬规矩：**AI 岗位不对外署名、不直接面对客户、不下任何专业判断。**客户看到的永远是人。出了错是内容主理人的责任，不是工具的责任。

老师这边只有三条规矩，比任何制度都重要

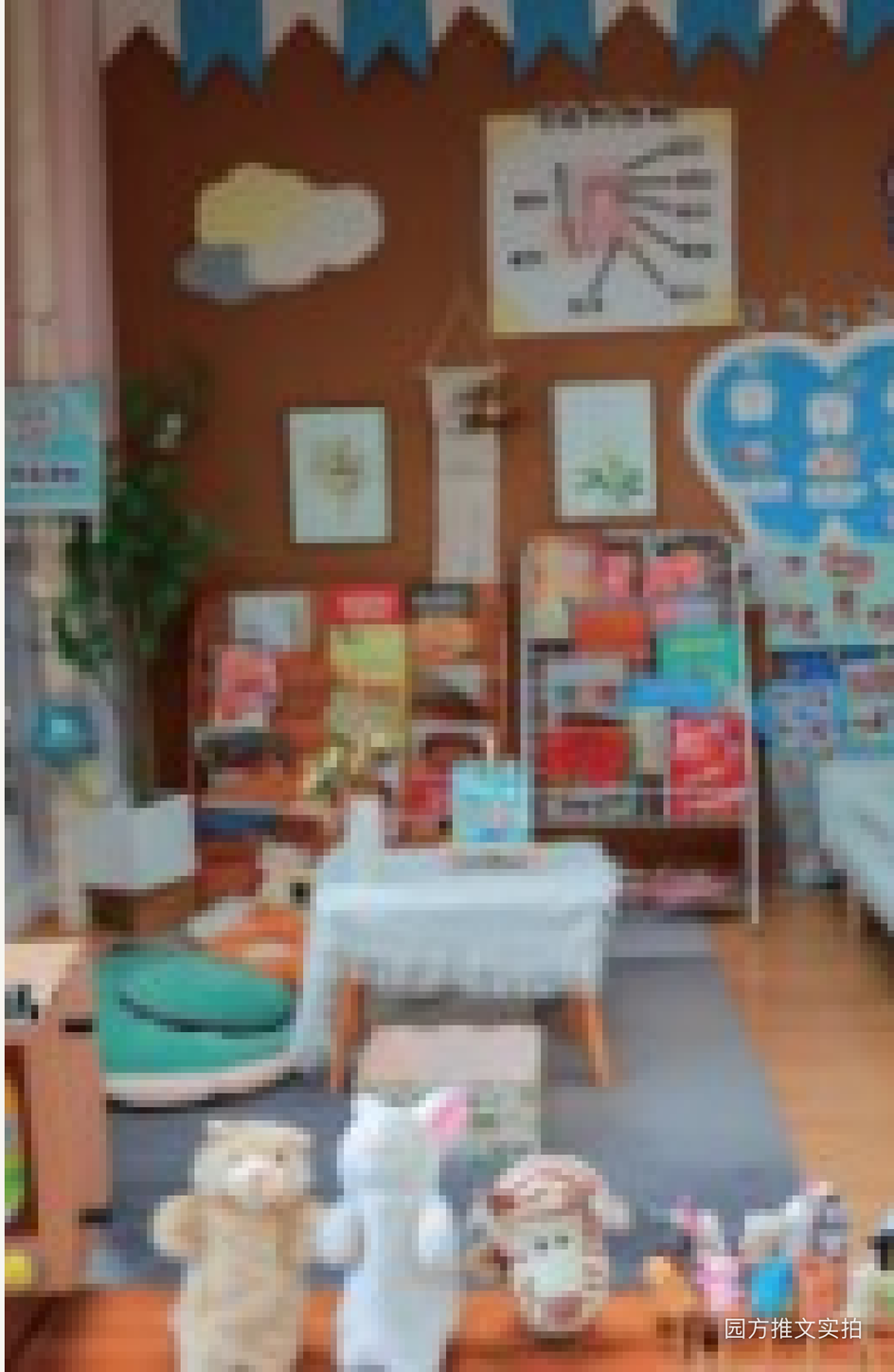
一、自愿，随时可退。报名不记入考核，退出不影响任何评价。第一年报名人数不设下限，但低于 8 人就说明这件事在老师那边没立住，要停下来问为什么。

二、按次计酬，不脱岗。拍摄按条、成人场按场、出镜按条，都由新公司直接与个人结算并代扣代缴，**不走园所的账**。不占用带班时间——素材只在本来就在发生的活动里采集，不为拍摄额外组织活动。

三、不背销售指标。老师只负责判断和素材，不负责卖货、不负责拉人、不在家长群推任何东西。这一条是对老师的保护，也是对园所的保护。

三个池子的分工：**内容池（16 人上限）**拍与写，**内核池（6 人）**出专业内容的内核，**照顾池（17 人）**只参加一年四场的成人场。

开工前要落地的一份文件：《兼职参与办法》——含自愿书、计酬标准、肖像与素材授权、退出流程、个税代扣口径。没有这份文件不开始招募。



园方推文实拍

流水线 · 一个订单怎么走

从签约到交付，五步，每一步都有人名和天数

第 1-3 天

接单与盘点

去客户园现场走一趟，拿齐推文、荣誉、现有素材，问清楚他们自己觉得好在哪。

销售 + 一号位

第 4-7 天

定那一句话

出三个候选主张，当面让客户选一个。**不选定不开工**——这是整单最容易返工的地方。

一号位

第 8-14 天

拍与写

客户自己拍（按我们给的清单）或本地外包；文案与版式同步起草。

内容主理人 + AI 岗位

第 15-20 天

出成品与质检

十条卖点内容、开号与排期表、开放日动线。质检清单必须清零。

内容主理人

第 21 天起

交付与陪跑

交给客户自己发，我们只看数据、每月复盘一次。**不代运营、不派驻人。**

销售（月度回访）

整单三周，其中**我方真正投入的工时集中在第 8 到 20 天**。第二单起这段要压到一半以下——压不下去就是模板没做好，不许接第三单。

交接 · 什么算做完了

“做完了”必须是一个能被别人检查的状态，不是一种感觉

这一页是内容主理人的验收清单。任何一项没过，这单就不算交付，不开发票、不算提成。

网页与长图

① 1440 和 390 两档截图都看过；② 质检脚本「必须改」为 0；③ 没有占位字样、没有待确认红条；④ 首屏两秒内出来；⑤ 转发到微信有标题图。

视频

① 抽帧联络表看过，没有「两个人站着不动」的静止段；② 响度测过；③ 字幕无错别字；④ 片中所有孩子影像都有对应的授权级别；⑤ 客户能自己拿去发，不需要我们再处理。

文案与数字

① 每个数字都有出处，写在脚注里；② 没有承诺效果、没有用孩子作推荐证明；③ 人名地名核对过；④ 客户提供的素材已书面确认授权。

加一条通用的：**交付包里必须有一份「客户自己怎么接着做」的说明。**我们不代运营，所以交付的最后一件事永远是教会对方——教不会，等于没交付。

决策权 · 谁能拍什么板

先把拍板权写清楚，比事后吵架便宜得多

事项	股东会	一号位	内容主理人	销售	园长
股权、追加投资、退出	**拍板**	—	—	—	—
使用丽景名义、场地、师资、孩子影像	**黄总一票否决**	提出	—	—	**现场可否决**
接不接这个客户、报什么价	—	**拍板**	给产能意见	提出	—
一条内容发不发、怎么改	—	—	**拍板**	—	—
老师要不要参加、参加几场	—	提出	排期	—	**老师本人＋园长**
成人场办不办、在哪办	**拍板**	提出	—	—	**时段可否决**
停止接单、启动模板化	—	**拍板**	提出	—	—

两条最要紧的：**凡是动到丽景名义、场地、师资和孩子的，黄总有一票否决，园长在现场层面也能否决；凡是内容本身的对错，内容主理人说了算，销售不能改。**后一条是为了不让赶单压坏质量。

边界 · 不归任何人管的三件事

这三件事不设负责人，因为根本不该做

一 · 代客户运营账号

我们教客户怎么发、给排期表和模板，**但不替客户发**。一旦代运营，人力就按客户数线性增长，毛利立刻被打回传统代理，而且客户一断约什么都不剩。**销售在报价时就要说清楚，别等交付了才解释。**

二 · 替客户做承诺

不承诺招到几个孩子、不承诺涨多少粉。我们承诺的是**交付物的数量与质量**，以及按月复盘。教育广告本来也不允许承诺效果——这既是纪律也是法律。

三 · 让老师承担商业结果

老师不签客户、不背指标、不被考核转化。任何让老师「顺便推一下」的动作都不做。这一条守不住，丽景的主业会先出问题，而主业是这家公司唯一的地基。

把不做的事写进销售话术和合同模板，而不是只写进这一页——**写在这里只有我们看得到，写进合同客户才会配合。**

第一个 90 天 · 逐周

头九十天每个人干什么，按周排

第 1–2 周	**一号位：**公司设立、章程（含归属与退出六条）、向教育主管部门做一次事前沟通。**销售：**还没到位，一号位自己先约三家同行园。**丽景：**出《兼职参与办法》草稿，商标检索。
第 3–4 周	**一号位：**发布销售岗位、面试。**内容主理人：**把丽景自己这一单的主张和十条卖点定下来。**丽景：**内容池自愿报名，确认人数。
第 5–8 周	**内容主理人＋AI 岗位：**丽景这一单全量生产（十条内容＋小红书开号＋开放日动线）。**销售（如已到位）：**带着半成品去谈三家同行园，收意向。**丽景：**内核池六人各出一个内容内核。
第 9–12 周	**全员：**丽景这一单交付并开始记招生数据。**内容主理人：**当周把它拆成模板入库，没入库不许接第二单。**一号位：**盘门一———销售到位没有、样板做完没有、三封付费意向书拿到没有。

90 天结束只看三个事实：**销售到位了吗、丽景那一单做完了吗、有没有三家同行园愿意付钱。**三个里缺一个，就不进第二阶段——停在这里只损失三个月，往前走可能损失一年。

考核 · 每个角色一个指标

一个人只背一个数，背两个就等于没背

角色	只看这一个数	为什么是它
一号位	**第二年的续约率**	续约率才能区分「卖的是产品」还是「卖的是人情」。第一年签多少家都不算数
销售	**付费客户数（回款后计）**	不看约访量、不看意向数。只有回款才是真的
内容主理人	**第 N 单工时 ÷ 第 1 单工时**	这个比值降不到一半以下，说明在做作坊不是做公司
AI 岗位	**质检清单一次通过率**	衡量的其实是主理人把流程调好了没有
内容池老师	**不考核**	自愿兼职，按次计酬。考核就变成摊派，摊派就会有人应付
整家公司	**丽景的班级流失率有没有变差**	这是唯一的一票否决项：主业被稀释，新业务赚再多也是亏的

最后一行要特别说：**它不是这家公司的业绩指标，是它的生存条件。**每学期看一次，一旦超过阈值，无条件收回老师的兼职安排。

回到开头

三个人，五个 AI 岗位，和三十九个自愿的老师

这不是一张为了好看而画的组织图。它只解决一件事：**让这家公司在没单的时候烧得起，在单多的时候接得住，并且任何时候都不从幼儿园身上抽人。**

所以三个池子全部自愿、按次计酬、不背指标；所以一号位不领第一年的薪；所以考核表最后一行写的是丽景的班级流失率。

现在要定的两件：销售岗位什么时候开始招、《兼职参与办法》谁来起草。这两件定了，九十天就可以开始数。

任何时候都不从幼儿园身上抽人。



园方推文实拍