

如何低成本高盈利运营本地相亲平台实现年入 100W+

爱情豆同城相亲交友这个项目，因为本身成体系、高利润、轻资产，且满足长期稳定的刚需，特别适合创业经验较少、想从 0 开始做项目赚钱的朋友。

一、当前的本地相亲平台业务及发展情况

为什么单身？社交 APP 越来越多，大家认识人越来越容易，了解人却越来越难。社交平台虽然帮人们建立连接，却加深了孤独感。夜深人静时，却是一个一个空虚的灵魂。

1、信息不对称。

大量女生在找男生，大量男生在找女生，彼此都有脱单的需求，但是没有很好的形成信息交互，人与人之间是独立的信息隔阂。这就导致了彼此都有需求，但是哪怕两个人擦肩而过，也无法产生联系。

2、信息量太少。

不管是男生，还是女生，身边的异性资源的信息供给较少，可选的范围太窄，开微信通讯录，认识的也就那么几个，圈子太小，单身资源较少。这是当前很多单身青年普遍存在的问题。

3、缺乏连接机制（社交属性弱）

就算单身资源较多，就算信息对称了，但是仍然面临怎么交流，聊什么的问题，这就是所谓的尬聊。为什么年轻人都不太习惯相亲？理论上，相亲的人，基本上各方面都是大体合适的，但是聊不下去，

原因在于：

1>目的性太强，缺乏铺垫，见面就聊人生太过于突兀。

2>场景不合适，中国人社交属性较为薄弱，特别是年轻人，陌生人面对面交流难免紧张和不适。这也是年轻人普遍不喜欢相亲的主要原因。

（中年人则喜欢相亲）

4、缺乏有效的方法，过于被动和佛系。

由于社交和恋爱教育的部分缺失，或者是年轻人主观层面的不重视，中国有相当大一部分年轻人其实不善于和异性相处，尤其是不善于去处理和经营一段关系，特别是男性。在面对异性时，很多时候更需要用心，需要花心思在对方身上，以对方为中心，从用户体验的角度，说每句话，做每件事，都要去考虑对方的感受，层层递进，环环相扣。这样才能够实现感情的巩固和升华。最终收获一段感情，婚姻，家庭甚至人生。

相亲平台本地化，线下服务为主，线上服务为辅的平台。主要通过组织各类同城活动(线上线下)，同城单身社群的搭建来帮助本地的小伙伴脱单。我们则通过收取会员费，市场推广费、活动费、服务费、配对费等（奖励制度、盈利方式）利润。

说起来因为本身程序员出身，加上亲身经历 50+次传统相亲经历，浪费不少时间和金钱，更多的是付出的真心犹如长江水，一去不复返，上手做这个项目也是机缘巧合，朋友找我做相亲软件，后来发现「找对象」这件事真的是刚需，市面上不乏很多大公司已经在做这件事了，为什么我们仍然可以赚钱？

经过分析总结，因为本地化的相亲平台填补了很多线上大平台、大公司会员交互性不强、收费较高、虚假骗婚、本地运营匮乏、用户粘性低的空白等，我们为客户提供了性价比高、真实、高效、接地气的相亲活动和服务。增加了单身男女之间的互动，在互动中摩擦、交流和碰撞产生爱的火花，从真正意义上助力有缘人终成眷属。

具体是怎么做呢？接下来跟随我们的脚步一起来梳理一下！

二、实现立体化的盈利的平台模式

目前我们的盈利模式有很多个，基本涵盖了线上和线下的服务。首先，和其他相亲平台不一样，无需门店，轻模式轻资产，轻装上路意味着我们可以快速上路，并且降低了投资风险。

首先梳理一下线上的部分服务的内容：

1. 会员展示及会员搭桥

平台为会员提供个人展示服务，也就是如果会员愿意的话，我们会把会员信息、照片同时发到几个客服的朋友圈，相当于主动推销自己给我们的全体会员，极大的提高脱单概率。

这项服务收费比较便宜，我们一般也就是收个 100 块钱以内。但是不要小看这个服务，因为与之匹配的另外一个服务是会员搭桥，二者相辅相成。

继续说会员搭桥，言下之意就是如果有人对个人展示的会员感兴趣，想认识，我们就可以帮忙牵线搭桥，客服会充当「红娘的角色」

把需要搭桥会员的信息给到主动展示的会员，如果对方同意的话双方可以互换微信，成功后我们收取一定费用(也很便宜，100 左右)，不成功则不收取搭桥费用。因为一个展示的会员是可以有若干个其他会员去认识的，所以，搭桥这个过程每次视会员质量是可以创造几百到几千的收入。最高的时候，一个会员有 50 多人想认识，赚 5、6000 块钱是常事。

会员展示和搭桥属于薄利多销的板块，尽可能不间断有人来展示，甚至一定时候，特别优质的会员可以免费邀请展示，因为你可以收到更多的搭桥费用。每天都有人要上墙的，但是我们不想放得太多，希望给上墙会员足够的曝光时间，每天一个，或者 1-2 天一个。

2. 线上云相亲会

因为很多会员是有工作的，周一到周五你组织线下活动的话很多人没有办法参加，基于疫情，我们开始做线上云相亲。一组云相亲基本控制在 40 人(男女各 20)，视报名情况可以同一天操作好几组。

线上云相亲我们基本放在周三晚上，这样不会太影响周末的线下活动报名情况。因为没有真实见面，所以收费比线下要便宜一些(100 左右)。就组织来说，我们会把男生和女生分别放在不同的群里面，然后挨个把男生邀请进女生群里面，做自我介绍、发照片，女生可以根据男生情况问自己喜欢的问题进行互动，也可以发自我介绍。然后一场下来，女生可以选择 5 位自己感兴趣的男生，我们负责沟通后互换微信。

线上云相亲的价格是要比线下活动便宜的，我们基本参考就是线

下活动最便宜那个档次的 80 %左右来收费。云相亲每个月 1 - 2 次，最少组局也要 20 人，最多 40 人，多出来的开始分组。

目前每月两次也是基于想尽量鼓励会员参加线下活动的考虑，特别如果接下来周末有大场(比如百人相亲之类的)，我们就不会在同一周做云相亲，尽量把人气留到周末。

3. 心动打卡

为什么很多人下载了很多社交 APP，用了那么多相亲网站，却依然找不到对象？个人观点是：每个产品/渠道都像一座信息孤岛，你喜欢的类型不一定是这类 APP 的用户，所以相遇本身就有概率，而你所有的努力只是在提升相遇的概率。其次，真正了解一个人需要付出较长的时间成本，目前婚恋社交产品基本解决的是认识更多（靠谱）异性陌生人的需求，缺的是互动，活动是互动引线，活动种类丰富多样，我们根据会员的不同兴趣爱好会组织打卡活动，帮助会员在找对象的路上变成更好的自己。比如跑步减肥打卡群、八分钟约会、桌游、户外徒步、摇摆舞等，依据活动内容收取费用。每月组织一次，感兴趣的会员可以报名，缴纳 100 元的押金，打卡失败不退还押金，成功打卡的人退还押金。除此之外，我们还拿出失败者 50 %的资金给成功者瓜分，剩余 50%作为社群运营费用。目前，平台也在探索新型的线下活动，如优质短途旅游路线、酒类知识讲座、商务礼仪、个人形象课程、读书活动等。

平台归根到底还是服务行业，用户体验非常重要。我们也一直致力于为用户提供更优质的服务。

4. 付费进群

付费进群也是为了给群成员提供更有价值、持续性的输出，社群内运营人员、活动执行、内容的输出都是需要成本的，付费社群也是一种商业形态，付费社群的盈利能力吊打任何形式的 cpa 拉新渠道，包括充场、地推及其它任何形式的网络推广渠道和方式。想成交，切记一定要做付费群，收费根据流量的消费能力设置。不建议太高，这笔费用不是让你发财的关键，它们只是过滤流量的门槛。

方法：搭建付费群 A（男女会员交流互动，）根据情况分享收费群 B 再次变现，而搅动这批付费用户为你拉新的话，再引入合伙群 C。即付费群成员再付一定费用就可加入合伙群 C，合伙群 C 享有推广付费群 A，

B 等群的权限。那靠啥变现？这些付费流量相当精准而且具有较强付费意愿，可以为新的收费群和合伙群供血，空间巨大。

5. 合伙人分销返利

也许有人明白为啥付费群 A 的会员费更大程度只是起过滤作用了吧，真正高明的手法是让这批付费成员成为你的推广员。恰当的利益分配机制最终的结果会让所有的付费群成员成为你的推广员。一旦引爆，赚得太多恐怕你连出门都时刻担心被抢。（详情参考奖励制度）

三、线下活动的主要服务内容

1. 精准匹配

这个项目是我们服务的核心服务之一，该项服务的会员会和我们沟通，确定自己的择偶要求。

很多单身人士在择偶标准的定制上其实不太理性, 因为很多美好的特质注定是相悖的, 比如时尚和勤俭, 比如年纪小和性格成熟等等, 我们会帮他们梳理清自己真正的需求, 确定下来后基本上每周提供 2 位异性资料帮助他们牵线搭桥, 直到匹配成功, 这时候就需求充足的会员池了, 不然无法做到长期进行精准匹配。

同时我们也为这类会员提供性格分析、感情咨询服务, 帮助他们更好的展示自己。很多会员其实不清楚自己在择偶市场的优缺点, 需要我们去帮他们做包装。

举个例子, 有一个男性会员, 长相、工作、家事都是平平无奇的, 参加了几次活动都不成功, 我们在前期和他沟通的过程中发现他特别会投资, 和我们谈起投资认真又有魅力, 所以我们专门为他做了一期投资理财分享课, 那节课上他收获了 6 个女嘉宾的青睐, 甚至还和好几个同性成为好朋友。精准匹配服务一定是平台的护城河之一, 可以很好地打造口碑, 进行裂变宣传, 提高复购率, 同时, 让你和其他平台完全不一样。精准匹配不是单纯的通过年龄、性格、爱好、身高这些数据去做无脑匹配, 重点在于让客户在这个过程中有实际收获或者良好的体验感, 甚至我们会变走变改变策略, 无论是择偶条件或者包装方式, 客户有可能开始想要 A, 最终找到满意的 C。这个过程客户必须感受到你的用心, 在精准匹配会员的挖掘上真的很值得用心去做, 所以我们目前来看除了匹配成功的, 剩余会员续费率接近 100 %

(我们会给续费会员一定折扣, 但是尽量往时间长的收费. 上引, 比如月会员让他成为年会员这样)。

精准匹配我们是按时间收费的，每个人按季度、半年、年来收费（3000、5000、10000 这样子）。

精准匹配的转化率大概在 5 %左右，也就是 100 人，我参考了同行其实不算低了。

2. 线下活动(兴趣爱好型)

我们每周末都有线下活动，根据不同的主题去策划，包括烧烤、桌游、徒步、k 歌等等，人数控制在 30- 40 人内的小场，一是为了会员体验感。收费在 100- 300 间，视具体情况来定(组织成本)。尽可能多的设计场景和爱好，这样复购率会高，同时，增加三人同行一人免单，两人同行打几折这样子，可以做一些裂变。定价前先收集几个爱好场景，谈好成本再定价，我们基本会定成本的一倍价格左右。

3. 线下活动(相亲型)

这类活动也是在周末组织，有别于兴趣爱好型的活动，相亲型的更直接一些，比如 8 分钟(男性每一桌聊 8 分钟，然后一直轮换桌子)、百人计划等多人相亲专场。这类活动也就 100- 200 的费用，都是流水线作业，基本不需要太多控场、调节气氛等，和爱好向活动是互补的，缺点是单刀直入，有些社恐的朋友可能不喜欢，但是讲究效率的朋友就喜欢参加这一类(人数多、简单直接)

这类活动比爱好向利润要高，因为成本低(详细的下一章讲)、人数多，所以利润贼高。

四、做好本地相亲的 4 个关键点

相亲平台看似简单，但是也有一些技巧和需要规避的点，下面分成 4 个方面简单分享一下。

1. 引流的重要性及方法

相亲平台的会员数量是最重要的盈利增长点，它直接决定了你的利润。怎么更好的引流?其实最重要的是前期的 2000 个粉丝积累，根据经验，会员超过 2000 或者 3000 人，后期都会自然裂变，自然增长。最初的 2000 个粉丝其实不算太难。

第一，通过本地社群进行资源互换

所有城市都有各种各样的社群，户外、减肥、团购、跳舞、健身、读书等等，尽可能的去参加，和群主混熟一些，进行会员互换(组织活动给群主一定提成，我基本上会给 50%以上)，很多社群和我们做相亲是不冲突的，群主一般不会反对进行互惠互利。

第二，充分利用各类线下曝光机会。

本地有很多大型商场、购物中心开始做「地摊经济」的，有的是免费的，有的是收费的，但是一般也不会太贵。我们都会去线下宣传，X 展架、串灯、玫瑰花各种都用上，发发小扇子啥的(有的人不好意思当面扫码)，疯狂吸粉，效果还是很不错的。

第三，借助活动在各社交平台发文章。

比如本地各类豆瓣小组、小红书都可以做宣传，以爱好向活动为契机，参加过活动的人自然就转化为粉丝了。

第四，借助其他平台宣传。

我们是找了美团做炒饭、盖饭、单人套餐类的商家，在店里贴了

海报，随餐配送宣传单，效果比较好，一个星期吸了几百粉。最好开始找熟悉的商家合作，可以有效测算转化率，也能保证效果。

第五，利用自身会员资源。

1. 做相亲交友一定要多和会员互动!一个会员就是一片资源，免费的广告，会员拓客等，就不一一列举了，效果都特别好。真心会员交朋友，真的不会错。

2. 如何依靠本地资源互换极大的缩减成本

我们的运营成本极低，因为我们做了很多的资源互换压缩了成本。对于很多活动的组织，场地费用是大头。所以我们会找很多酒吧、餐厅等等场所合作。我们的很多活动是在下午开展的，并不是他们的生意时段，场地空着也是空着，他们都愿意免费提供场地，甚至很多愿意再送一份饮料和水果，因为这个对他们来说也是引流的方法。其次是和各类社区、公益组织联合举办活动。很多社区、团委是有各类活动组织任务的，而且还有经费，但是没有组织活动的经验。试着和社区和团委，一起举办活动，我们不收取任何费用，对方还有很多经费可以用，我们和对方都会出会员。既可以吸粉，又可以为平台背书。最后是拉赞助，随着会员人数的增加，平台其实是自带流量的，给会员发福利发奖品可以找各种周边温泉、水上乐园商家给提供，甚至一些婚庆、珠宝. 商家也会找我们合作，有的愿意直接出宣传费用给我们，算下来也可以节省不小的开支。

3. 相亲细分领域的用户（用户画像）—— 这个今天就不细说，加盟代理后专题探讨。

你可以说所有单身的都想找对象，这个是对的，但是我们选择了 90 后作为我们的主要客户群体来做。

第一、90 后：都 30 岁以上了，有积蓄有工作，付费能力强，精准匹配的会员 90 %都是 90 后，90 后在找对象这件事上更着急(没有冒犯 90 后的意思)，所以更愿意参加活动，90 后社交圈子相对更窄。比如大学生，他们的社交圈是比较广的，同学，刚入职，实习都是年轻人，他们的选择很多，但是 90 后基本都是在现有圈子找不到合适的，更愿意参加活动。细分领域可以根据不同地区不同情况去慢慢做，我们同行也有专做离异群体的，虽然会员数没有我们多，但是付费能力更强，而且用户粘性极高，所以营收也相当高。

第二、高端婚恋私人订制：三高人群（高学历、高收入、高颜值）

高端婚恋以猎头的方式主动寻觅，通过个性化的寻找条件，推荐出适合约会的人选，促成双方约会见面，从而帮助委托人找到最佳结婚对象。每个人的精力是有限的，当一个人把 80%的精力放在事业上时，放在感情上的精力一定会少一些。然而放在感情上的精力有限，但是他们同样需要关爱和陪伴。所以，他们需要一个稳定，不让他们太费心的对象，同时这个对象需求很高的价值，这些价值包括学历、能力、人品，以及可为家庭提供的价值。

第三、二婚市场（离异、丧偶等）

一婚掏钱的是男士，二婚掏钱的往往是女士。

第四、机关事业单位

。。。想要学习更多更细的运营方法就加入我们吧
我们一直是在边做边优化，希望能给大家一些参考。

加入爱情豆合伙人 成人之美共享百亿财富

助力有缘的人终成眷属



—— 成全 Ta 人 成就自己 ——