

## 珍爱网

所属行业：生活服务

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

### 品牌简介

珍爱网是国家著名的婚恋品牌网站，珍爱网前身是中国交友中心，创始于 1998 年 5 月，2005 年正式更名为珍爱网，截止到 2019 年，已有十余年的历史。截至 2018 年 2 月，珍爱网有注册会员 1.4 亿，是国内较为老牌的婚恋网站。

珍爱网曾经数次获得风险投资的支持，它采用的运营模式是“网络征选+红娘电话”，区别于其他网站的最大特点是“人工红娘的服务”，通过电话为注册会员牵线做媒，并具有等多项身份诚信认证。珍爱网是一家严肃、正规的婚恋网站，已经有大量的会员通过珍爱网找到了人生中的另一半。



#### 专注14年

珍爱网创始于2005年，专注婚恋14年，经验丰富



#### 注册破2亿

截止2019年11月，珍爱网会员注册量已经突破2亿



#### 5000位专业红娘

拥有庞大的专业红娘团队，5000位受过婚恋心理培训的红娘



#### 品牌力第一

蝉联“中国婚恋网站行业C-BPI品牌力第一名”，获2013央视年度品牌



#### 53家门店

在全国一/二线城市拥有53家专业的线下服务门店

### 2019 年数字营销创新性表现

伴随适婚用户群的跃迁，90 后，甚至 95 后用户，成为婚恋交友平台的主流用户群。过去十余年间，珍爱网等等经典婚恋交友老品牌，获得了年轻人的青睐和追捧，在 80 后用户群中早有口碑。但时移境迁，经典头部品牌，对于新一代年轻用户而言，略显“传统”。社交偏好，正在年轻一代的身上发生。针对全新用户群体，珍爱网等头部品牌，正竞相发力，逐鹿新战场。

#### 趣约会：开启红娘直播形式

面对年轻用户，婚恋相亲正日益变得更为人性化。传统的线上婚恋交友平台，为减少运营成本，将婚恋配对更多的寄托在大数据和用户自身，忽略了情感婚恋咨询的个体差异，从而降低了匹配效率，影响了用户体验。珍爱网针对年轻用户群中普遍存在的“社恐属性”，重升级人工红娘团队，推出红娘直播相亲软件，深受年轻用户青睐。

全新打造红娘直播平台“趣约会”，通过红娘+男嘉宾+女嘉宾的三屏连麦，打造“线上相亲角”，专业红娘以第三视角出现在线上直播间中，专业红娘的实时控场，则让线上相亲过程更为顺畅，沟通更加有的放矢。

满足年轻一代新用户偏好约会 App 整体 UI 简洁明了，主页面顶端设置“视频相亲”、“专属相亲”、“多人交友”这三个主要需求的快捷入口。下方则根据用户实际使用频次较高的异性“推荐”入口，大数据算法推算推荐，用户也可根据自身需求量身定制”。

数据显示，专业红娘的介入，平台直播相亲的用户留存时间以及成功匹配率有了明显提升，良好的使用体验也受到了年轻用户的信赖。

### 珍爱情感：内容分级付费 用户各取所需

珍爱情感 App 为主打情感咨询的平台，**针对不同用户群的情感需求，珍爱网率先引入分级内容付费制度**。从科普类免费内容，到个性化付费内容，再到定制化一对一服务。平台提供众多情感咨询讲座，内容基于海量用户案例库，由专业红娘及情感咨询师免费输出优质内容。**情感问题千人千面，珍爱网也对个性化用户需求提供了定制化内容及服务**。通过不同的收费方式，将具有不同情感需求的用户加以区分，各取所需，更易获得用户信赖。

### 国潮相亲：创新营销形式

除了创新服务内容，为在年轻用户群体中获得更高曝光，珍爱网也在积极探索新的营销形式，吸引更多潜在的年轻用户。

继 2017、2018 发力抖音“幽默”“甜宠”短视频营销之后，2019 年，珍爱网在年轻人中形象更为“青春”“新潮”。**珍爱网联合新锐摄影师，响应国潮文化趋势，打造“国潮相亲”**。一系列硬照出炉，让 90 后 95 后用户纷纷惊呼“相亲，原来可以这么潮！”除了线上形象重塑，珍爱网还**重磅推出 2020“珍爱”国潮相亲限定礼盒，彻底打年轻受众对于相亲的刻板印象，助力单身青年开启新年好运**。礼盒大胆启用国潮新元素，国漫，龙凤、浮雕、戏曲……将年轻一代的相亲交友变得潮味十足。

珍爱网通过品牌形象重塑，打入年轻用户群体，在年轻人中已经具有与一定声量。社会前进，用户群更迭不息。珍爱网作为行业老品牌，常变常新，已然收割了众多年轻用户的目光。

## 代表案例

### 互联网营销案例：阿里助力珍爱网竞争突围，真正懂用户的营销才会被买单

背景：2019 年婚恋交友市场增幅显著，用户聚焦移动端趋势明显；行业状况呈三足鼎立、竞争者层出不穷的态势。珍爱网需要强化品牌渗透，深化品牌影响力，促进用户转化。

**目标：强化品牌渗透，深化品牌影响力，促进用户转化。**

策略：前期通过全面立体的**自身产品分析+行业竞品研究+目标用户洞察**，明确差异化优势及核心受众，**采取“产品曝光+品牌渗透+引导转化”的方式**，整合多维度产品资源，锁定差异化需求用户，将多主题高频次投放及针对性创意投放相结合，实现深度连结用户，解决用户需求，创造营销

增长。

策略亮点：

做好监控，快速策应——自身产品分析+行业竞品研究+目标用户洞察，关注流量波动，跟进投放动态。

用对方法，环环渗透——产品曝光+品牌渗透+引导转化，多主题高频次投放+针对性创意投放相结合。

找对目标，精确制导——明确差异化优势，细分用户检索需求，锁定目标受众，精准投放。

选准资源，高效联动——整合多维度产品资源，以内容为核心逐层触达用户。

### 做好监控 快速策应

关注流量波动  
跟进投放动态

### 用对方法 环环渗透

产品曝光+品牌渗透+引导转化  
承接用户需求合理选词/定向  
多主题高频度投放素材



### 选准资源 高效联动

卧龙搜索 恒星 汇川

### 找对目标 精确制导

中青年  
企业白领  
一线/新一线城市  
.....

执行亮点：

## 1、搜索场景下：高级样式霸屏+个性化创意需求精准匹配持续曝光。

恒星通过细化产品业务线，快速匹配到用户需求，高级样式持续霸屏吸睛。

卧龙通过细化用户需求，按需求进行词性分类覆盖人群，匹配专属文案及高级创意精准投放。



**珍爱网**

从品专历史表现、热搜词、竞价账户、搜索下拉词等方面优选大流量词添加；

**关键词示例：**  
珍爱  
zhenai  
珍爱网下载  
珍爱网登录



需求匹配，展现广告



页面引导转化



信息采集，促成留咨

## 2、信息流场景下：个性化定投+牵星系统大数据分析决策实现精准覆盖。

结合用户画像进行定向投放，扩大用户覆盖范围。

运用牵星 DMP，精准属性人群定向，实现精准覆盖。

投放素材结合用户差异化需求点，以内容打动实现触达，缩短用户转化链路，减少流失。



人群特征/需求	大龄	同城	离异	交友
需求焦点	快速脱单	地理距离近	注重家庭稳定性	共同兴趣/话题
素材文案展示	<p>【省市】大龄相亲群，不介意离异，单身，有两年内结婚打算的姐</p> 	<p>【同城】附近，工作稳定，想找同城对象，妈宝生宝宝，好旅行，不介意离异</p> 	<p>【省市】人，有过一段失败的婚姻，有车游无贷款，想找同城对象养娃</p> 	<p>【省市】单身男女，想脱单，二线城市，找一个兴趣爱好一致的小伙伴吃喝玩乐</p> 

结果：最终，为珍爱网实现整体消费同比提升 68%+，2019 年 Q3，UC 信息流投放转化率环比提升 180%，效果尤为突出。