

# 如何通过本地目录网站获取被动收入

大多数人一想到创业，脑袋里就像有一团乱麻，其实一些超简单的赚钱机会，就藏在谷歌、Reddit、脸书，甚至一些不咋地的网站里。今天，我就给你说道说道，怎么找到竞争小、需求大，还没人做的目录创业点子。最后，再给你分享 5 个我现在就想做的细分领域。不用产品，不用受众，不用写代码，纯靠流量赚钱。

现在有个被严重低估的线上商业模式，就是目录网站。我之前出过相关视频，你们很喜欢，所以今天想更深入聊聊。目录网站听起来可能有点无聊，但这恰恰是关键，无聊却有用。为啥这么说呢？

首先，目录网站排名速度快得惊人，尤其是选对关键词的话。你不需要写 4000 字的博客文章，也不需要找反向链接，只需要在正确的细分领域，为合适的人列出对的东西就行。

其次，目录网站赚钱就跟自动售货机似的，设置好后，就能自动产生广告收入、联盟点击收入、付费展示收入，或者搞些潜在客户生成表单啥的，而且不用像给售货机补货那样麻烦。你在外面忙着搞下一个目录网站时，它就在网上默默为你赚钱。

再者，竞争对手很弱。通常就是一些 2012 年建的破 WordPress 网站，运营的人可能从奥巴马时代就没更新过收藏夹图标。这就是你的机会，要是你的网站设计简洁、筛选功能强大，再懂点 SEO，那在搜索结果第一页，你瞬间就显得最靠谱。

还有个关键，你不需要是专家，也不用提供具体服务，实际上你很少会这么做。你要做的，只是整理各种信息。你不是承包商，你就像个拿写字板的组织者；你不是建房的人，只是告诉别人怎么建房。其他人去争着提供实际服务，你负责绘制“地图”就行。

下面讲讲怎么找这些机会。我最喜欢的方法之一，就是在 Ahrefs 里深挖“附近”相关的关键词，但别只看第一页。虽然之前讲目录网站的视频或播客提过这个方法，但这次咱们深入讲讲。你就搜“附近”相关词，翻到第五页以后，跳过那些常见的，比如“我附近的麦当劳”“我附近的 Chipotle（一家墨西哥餐厅）”，然后，你就会发现一些奇特的长尾关键词，像“我附近的山羊租赁”“我附近的汽车贴膜”，这方法很有用。不过，我还有些更厉害的招。

第一，在谷歌搜“inurl:directory”（连着写，没空格），再搭配一个细分领域，比如“inurl:directory 武术”。要是你看的是视频，我马上演示给你看效果。搜“inurl:directory 武术”，我看到 D 杂志（达拉斯杂志）的结果，这说得通，因为谷歌知道我在达拉斯附近。还看到一本关于武术目录的书，一个叫 gonumber22carate.com 的网站，是武术风格目录，第七个结果是一个叫“武术学校目录”的网站。点进去，好家伙，100%人工智能生成的。咱看看 Ahrefs 对这个竞争怎么说。点击关键词探索，输入“武术”，关键词难度 57，美国每月搜索量 44000 次。对我来说有点难，57 的难度挺高的。在英国更难，难度 48，流量只有美国的五分之一。回到谷歌，搜“inurl:directory 移动狗狗美容”，顺便看看搜“武术 附近”时 Ahrefs 怎么说，关键词难度 37，搜索量 33000 次，还是不太满意。再看“移动狗狗美容 附近”，关键词难度 48，搜索量 15000 次。在谷歌上看，前两个结果是 newar local easy.biz 和整体美容学院。我喜欢那个 biz

网站在自然搜索结果中排第一和第二,这说明有搞头。Ahrefs 能说明一些问题,但不是全部,就好比在谷歌图片或街景上看房子,和亲自开车去小区感受是两码事,有时候你得自己去看看。看起来 Local Easy 是 TransUnion 公司的,所以在反向链接方面,他们显然很有实力。再搜“inurl:directory 附近的除蜂服务”,我看到德克萨斯养蜂人协会、丹顿 Aaggraive (德克萨斯的一个城市),还有 bees-made-y.com,一个看起来超烂的养蜂目录网站,像 90 年代末的。去 Ahrefs 输入“附近的除蜂服务”,关键词难度 4,搜索量 5300 次,对新手来说,这看起来是个绝佳机会。我的意思是,用“inurl:directory”这个谷歌搜索技巧,你会发现排名前五的都是老旧、粗糙的网站,链接过时,没照片,全是垃圾网站。既然它们能排上,你肯定能做出更好的。

还有个我喜欢的技巧,用谷歌的 Keywords Everywhere 工具。输入任何本地服务,往下翻,跳过广告和地图,找“人们也问”和“相关搜索”。就像这样,我给你免费做视频,讲的都是干货,结尾也没油腻的推销。要是你照我说的做,能赚更多钱,生活也更好。我只求你点个订阅,说不定再开个通知铃声,就像这样,谢谢啦。我以搜“我附近的 HVAC (供热通风与空调)”为例,翻到页面最下面,你会看到“人们也搜索”。在地图结果旁边,你会看到“人们也问”,比如“普通 HVAC 工作成本多少?最便宜的 HVAC 选项是什么?”谷歌这是直接送目录创业点子呢。你可以用这些推荐的关键词和搜索词建个新目录,还能看看谷歌商家资料里的修饰词,像女性所有、少数族裔所有、接受 EBT (电子福利转账)、儿童友好,这些都是目录创业思路,比如儿童友好餐厅目录、女性所有的美发沙龙目录。这些筛选条件,是人们一直在找,但大多数目录网站都忽略的。所以别只想着“我附近最好的牙医”,你可以建个“我附近接受医疗补助且会说西班牙语的最好牙医”目录,这样既有竞争力,又能留住用户。

还有一招,去 Craigslist 的服务板块,“服务”里我特别喜欢“技能行业”。在这儿能找到真实需求,尤其是像“劳工/搬家”或“农场与花园”这种随机分类。要是有人发帖,就说明有需求,别想太多。要是没有一个简洁的网站整理这些信息,那就有市场,这就是你的机会。

我最喜欢的类似技巧,去 YouTube,搜“某城市最佳细分领域”,看看出现什么。要是看到有人用一个只有 400 浏览量的 shaky vlog (不稳定的视频博客)排在 YouTube 搜索结果第一页,那谷歌就是在盼着有更好的内容,这就是你的工作。咱们今天就是干这个的。试试搜“夏延最佳饼干”,第一个结果 197 浏览量。

下面讲讲怎么找到谷歌上意外排名的垃圾 listing (列表),然后用一个简洁的目录网站打败它们。这是 GBP 板块,也就是谷歌商家资料,我保证这被严重低估了。咱们用谷歌地图找一些几乎没人提到的简单 SEO 机会,我叫它“垃圾定位”。打开谷歌地图,搜一些奇怪的词加“本地”,比如“普莱诺移动轮胎修理”。现在咱们浏览屏幕左边的结果,看这些商家名字。要是看到像“德克萨斯麦金尼最佳树木修剪”,或者这儿的“达拉斯移动轮胎店”“佐哈尔移动轮胎店”“北德克萨斯移动轮胎”,他们把精准匹配关键词放进商家名里了。我买房车公园的时候也这么干,把谷歌商家资料的名字改成城市、州加上“房车公园”,流量马上就上去了。不是说他们不好,这对别人来说就是个打破这个领域的机会,像“我附近的 24 小时水管工”“我附近的牙医”,这些都是关键词堆砌的例子。你要找那种听起来像把一堆相关关键词塞进商家名的名字,这就是地图垃圾 listing。这些 listing 能自然排名,只是因为谷歌没更好的展示内容。点进去看看,网站什么样?有网站吗?这就相当于在黄页时代,把自己的生意命名为“AAA 锁匠”。这些网站有库存照片、零评论、没有潜在客户表单、没有引流磁铁,或者看起来像是 2007 年一个叫 Chad 的人建的。要是你看到这样的网站在谷歌地图上排名,那谷

歌急需靠谱的结果。你要做的是，记录他们排名的关键词，可以把网站放进 Ahrefs，或者用 Keywords Everywhere 这样的谷歌浏览器扩展工具，在搜索里就能用。然后问问自己，我能不能建一个单页目录，列出这个城市这个细分领域里 5 到 10 个真实的供应商，有简洁的筛选功能和靠谱信息？要是能，那就干。还有个额外的，打开实际网站，用 BuiltWith 这样的工具，它也有浏览器扩展，看看他们用的什么技术栈。要是 Wix、Weebly、Squarespace、GoDaddy，那就更好了。技术差意味着竞争弱，你可以用更好的域名、主机，像 Webflow、WordPress，加上真实列表、真实照片、真实评论打败他们。再强调一下，你甚至可以围绕“现在营业”“仅移动服务”“儿童友好”这些筛选条件建目录。你就成了谷歌一直想找的聚合者，只不过它只能把你搜索结果里的垃圾内容凑合。要是你想更厉害点，可以去他们的谷歌商家资料列表，翻到问答部分，你会看到像“你们提供下班后服务吗？会说西班牙语吗？接受保险吗？”然后你可以用 Manis、OpenAI 的 operator 或 Replet 这样的工具，把这些都刮下来，找到那些提供特定服务比例特别高的类别，像儿童友好、女性所有等等。每个问题都是人们关心的筛选条件，你可以把这些筛选条件都加到目录里，或者就用一个条件建个目录，这样你做的东西价值就翻了 10 倍。

现在说说 Facebook 群组。我超爱聊 Facebook，最快的、不用猜就能知道人们在搜什么的方法之一，你猜对了，就是 Facebook 群组。第四点，咱们聊聊 Facebook 群组挖掘。这方法简单到让人觉得不可思议，但几乎没人用对。Facebook 上有数百万个群组。咱们这么做，进 Facebook 群组，看看人们在哪实时、无过滤地求推荐，这是超本地化、超具体且相关的需求，就像直接从源头获取搜索意图。你先加入一堆本地 Facebook 群组，幸好我打开了个人 Facebook 账号，我加了一百多个群组，主要因为我总像这样反向研究东西。搜像“你所在城市的妈妈们”这样的群组，我老婆就在一个叫“到处跑的妈妈们”的群组，不是你想的那种，就是妈妈们聊家常。顺便说下，我有个叫 TK owners (tkowners.com) 的社区，我们在这儿聊这些技巧，最好的内容都不会放到 YouTube 上。或者你可以搜“城市承包商”，像“达拉斯承包商”“明尼阿波利斯承包商”，找到这些细分领域的 Facebook 群组。还有“州 homeschool 网络”，比如“阿拉巴马州 homeschool 网络”，“纽约州北部婚礼”“三城地区婚礼”。你要找活跃、热闹，有很多人“在找东西”的群组，“在找”这两个字就是宝藏。咱们进这个群组，“Airbnb 预订 Verbo 房东”，这个群组有 495000 人，你觉得这里面没价值吗？50 万人，要么已经有，要么想有 Airbnb 房产。咱们进去在群组里搜“在找”（加引号），看看我找到了啥。“寻求推荐，新手学习如何开展短期租赁业务的最佳课程或资源是什么？”我的天，这就是低垂的果实，快来卖我一门课。“寻求短期租赁业务商业保险推荐”，当然，人们做短期租赁，要么需要，要么觉得自己需要专门的保险。“寻求清洁服务推荐”“寻求小型企业清洁服务”“寻求亚麻制品租赁”“寻求全方位服务的房产经理推荐”。你可以用 operator 或 manis 把这些都刮下来，找共同点，人们最常搜什么，或者最近在搜什么。因为可能 3 年前大家都在找清洁服务，后来有人做起来了，现在需求可能没那么大了。你也可以搜“推荐”（加引号）或者“有人知道一个好的……”（加引号），然后开始往下翻，你会发现规律，像“在找今晚有空的移动公证员”“有人知道给孩子生日派对画脸的人吗？”你甚至可以在左边筛选，看过的帖子、最新的帖子、特定地点的帖子。这就是个金矿，每个帖子都是一个潜在的目录创业点子。不是说这些点子都好，你还得再找两三个数据点支持你的想法，但这是个超棒的起点，在 Ahrefs、谷歌或 Facebook 其他地方都找不到。

快问快答，要是有个私密社区，里面的人都基于这个播客创业，怎么样？我刚建了一个，只针对创业新手和创业者，叫 TK owners，基本上就像我和其他 100 个商业天才当你的商业伙伴，但你不用给他们股权。里面有独家新趋势、增长技巧、商业点子，还有我讲过的所有东

西的数据库。你能找到成千上万的创业案例研究，每周有“问我任何事”环节，我直接回答你的问题。你会在我的 Slack 频道，我每周都在那，一对一帮成员。我们还有独家嘉宾，包括一些你认识的人。要是你在做很酷的东西，我可以把你介绍给你需要的任何人。TK Owners 是最快融入一群聪明、有野心的创业者和靠谱伙伴的方式，大家实实在在分享成功经验。一个月 99 美元，差不多一天一杯能量饮料的钱。现在就可以在 [tkowners.com](http://tkowners.com) 加入，链接在节目简介里。

第三步，你边翻帖子边建一个素材库，说白了就是用谷歌文档或表格。把最好的帖子截图，记录他们在找什么，产生了多少评论，因为每个点赞或评论都是一个数据点，说明这里有需求。也许评论显示需求已经被满足，大家都有好的清洁服务，那你就得深挖评论，评论里才有真东西。你甚至不用猜该加什么筛选条件，他们在评论或原帖里就给你结构了。还有个小技巧，你可以发个帖子，比如“嘿，要是你能挥挥魔法棒，马上找到城里最好的……（填类别），什么样的筛选条件对你最重要？预算多少？想要移动服务、儿童友好的吗？我就是好奇。”让群组帮你完善整个目录的用户界面。你会得到一系列筛选条件、关键词、服务缺口，也许你发现城里没有素食餐厅。你从最相关的市场里最相关的人那里实时得到这些数据。

再乱一点，咱们跳进 Reddit，它比 Facebook 更混乱，但要是知道搜什么，也能挖出宝。还有一些基于 Reddit 的第三方工具，能让你从 Reddit 得到更多信息。这部分，第五点，我叫它 Reddit 挖掘。没错，Reddit 上到处是喷子，乱糟糟的，但它也是最被低估的平台之一，能直接从沮丧的用户嘴里找到未被满足的服务类别。下面讲讲具体怎么挖掘，找到目录创业的宝藏。第一步，选一个子版块。你要找人们需要推荐或者在计划事情的子版块，像 [r/frugal](http://r/frugal)（节俭生活）、[r/weddingplanning](http://r/weddingplanning)（婚礼策划）、[r/byforlife](http://r/byforlife)、[r/personalfinance](http://r/personalfinance)（个人理财）、[r/moving](http://r/moving)（搬家）、[r/hvac](http://r/hvac)。很多这样的社区都是宝藏，因为参与度很高。不是说人多的子版块就好，很多大的子版块有毒，参与度低，版主也不咋样。你得找那些潜力股。[r/parenting](http://r/parenting)（育儿）、[r/chronicillness](http://r/chronicillness)（慢性病）、[r/dogs](http://r/dogs)（狗狗）、[r/vanlife](http://r/vanlife)（房车生活）。每个这些子版块都可能是高摩擦、高意图的服务类别。第二步，用搜索词，像“推荐一个”“有人知道一个好的……”“怎么找到一个好的……”“在哪能找到最好的……”。你会找到像“有人知道不因为我没保险就区别对待我的好牙医吗？”“想找一个接受医疗补助还回邮件的治疗师”“在哪能找到上门不收费 300 美元的移动兽医？”每个这样的问题都是一个目录创业点子，还带着急切的需求。第三步，分析评论，翻回复。出现了什么名字？我在每个平台都反复说，宝藏在评论里，不在点赞率、点赞比例甚至原帖里。评论里人们在为找不到问题答案而苦恼。评论里有人链接到可疑网站吗？评论看起来像机器人发的，全是表情符号吗？人们在评论里争论说“我也一直在找”吗？这就是需求，就是验证。你可以建一个简洁的网站，列出人们在评论里苦苦寻找的东西，这样你甚至能超越 Reddit 帖子本身的排名。要是你想更厉害点，在任何子版块，你可以按全部时间、一周、一个月、去年排序，这些帖子都是宝贝。顺便说下，这也是反向研究怎么在任何子版块走红的好方法，虽然做目录网站不一定用得上，但知道这个小技巧也不错。按热门帖子排序，你会找到有几百个赞的重复问题。大多数时候，人们在 Reddit 问问题时，不会去看别人是不是已经问过。所以这些相同类型问题的赞，就是被压抑的需求。此外，你可以借助谷歌的搜索功能，跳过 Reddit 糟糕的用户界面。你在谷歌搜“[site:reddit.com/r/wingplanning](http://site:reddit.com/r/wingplanning)“推荐一个”（引号内是搜索词），这就是一个搜索查询。把“[weddingplanning](http://weddingplanning)”换成任何子版块，把“推荐一个”（引号内）换成类似的问题查询。这样更快更好，因为你从 Reddit 得到数据，但有谷歌的用户界面。你还可以用 Glasp 这样的工具，在研究时突出显示、保存和标记特定的评论线程。有很多这样的第三方工具。我最喜欢的 Reddit 工具之一叫 Gummy Search，一个月大概 50 美元，但我建议至少用一个月，因为

它能以 Reddit 原生做不到的方式整理 Reddit 话题，能帮你在其他地方还没流行起来之前，找到 Reddit 上正在流行的东西。别光想着目录网站，这是个反向研究或研究任何商业想法的好工具。

现在看看怎么从人们希望存在但实际没有的筛选条件里直接找点子，也就是筛选条件缺口。这是大多数人完全错过的部分。这些目录网站真正的力量，不在于你列出谁，而在于你怎么让人们筛选。因为大多数专门的目录网站只按城市或类别排序，太宽泛、太无聊，所以人们才会离开。真正的用户不是这么搜的，他们搜的是“营业到很晚”“儿童友好”“接受医疗补助”“会说西班牙语”“宠物友好”“儿童安全”“女性所有”“LGBTQ 友好”等等。记住，这些是筛选条件，不是类别。所以做法是建微型目录，重点就在筛选条件上。别想“达拉斯最好的治疗师”，而是“达拉斯接受滑动费率并真正回复邮件的治疗师”。别只想着“我附近的活动场地”，而是“允许自带食物的活动场地”。找到一个细分问题，用一个漂亮的筛选条件解决它。记住，筛选条件就是亮点。举个现实中的好例子，搜“我附近接受医疗补助的牙医”，你会找到过时的 PDF 文件、2009 年的州政府网站、失效链接，还会看到 Reddit 帖子里人们受挫放弃。现在想象一下，有一个简洁的网站，有位置、接受的保险、说的语言、是否接受 walk-in（无需预约）、周末营业时间、节假日营业时间，评论也整合到这个目录网站里，你就做出了谷歌希望能排名的产品。谷歌想展示最好的东西，但没有，世界上有太多细分领域，没人能全部覆盖。要是你想更聪明点，记住我们几分钟前说的，看看谷歌的“人们也问”框，因为所有这些问题都等于一个筛选条件，而没人围绕它们整理信息。你不是要建一个大网站或者下一个 Uber，而是针对大痛点给出小答案。

我最喜欢做的事之一就是聊工具。Ahrefs 不错，但不是万能的。我给你讲讲我用来快速找到这些角度，还能更快搭建网站的工具组合。第七部分，我叫它工具组合。这些是我实际用的工具。咱们一个个说。肯定有人会问，做这些必须要 Ahrefs 吗？不需要，它有帮助，但不是必需的。我用 Ahrefs 就干两件事，找别人没碰过的奇怪长尾“附近”关键词，看看这些关键词的搜索量，把垃圾竞争对手的网站输进去，看看他们意外排名的关键词，就这些，二八原则。你不需要那些花里胡哨的功能。第二个工具，Keywords Everywhere，这是个浏览器扩展。要是你预算有限，这就是个宝，它能在谷歌里显示关键词搜索量，你可以在谷歌地图搜索、Reddit、YouTube、Facebook 群组帖子里用。很方便，不用登录，不用导出，没废话。第三个工具，lowfruits.io，这是个很小众的工具，能找到竞争比平均水平小的关键词，像 SER（搜索引擎结果页面）等于 Quora 加 Reddit 加 YouTube 加低域名权重博客，这意味着你能赢。你可以把这些工具 and 这个 low fruits 工具一起用，它甚至能把“人们也问”的问题拉出来，你还能按细分领域筛选。第四个工具，BuiltWith，我点击谷歌地图上的垃圾网站时，用 BuiltWith 和它的浏览器扩展，它能告诉我网站用的是 Wix、Squarespace、GoDaddy、Web Flow 还是 WordPress。大多数人觉得用 BuiltWith 得每月花 450 美元，但只用他们的免费浏览器扩展就行。我们又不是大规模搞，只需要一两个网站起步。它还会告诉你网站有没有安装分析工具、用的什么表单构建器、什么 CMS 驱动，如果是老旧、过时、蹩脚的技术，那就是个信号，说明这是个好好竞争的领域。第五个工具，Gasp 或 Evernote，你可能听说过 Evernote，也可以用谷歌文档或者苹果笔记应用，别整太复杂，不需要 Notion。我用这些工具保存 Reddit 线程、Facebook 帖子、奇怪的搜索结果，还有我之后想借鉴的细分目录例子。研究的时候，我用这些工具实时突出显示内容，标记、分类，就完事了。视频不错，但你知道什么更好吗？通过播客和我的时事通讯提供的长篇音频。去 tkopod.com 免费订阅我的时事通讯，一周一封邮件，全是实用技巧。再去听我的音频播客，一周三集，像这样的内容，你会喜欢的，全免费，没有恶心的推销。tkopod.com。第六个工具，Air Table，比起 Notion 我

更喜欢 Air Table，因为在我经验里，它更像电子表格，筛选功能更好用。在 Air Table 里，我会列一个细分领域清单。要是你不熟悉 Air Table，用谷歌表格也行。我用不同列记录关键词、筛选条件、某个细分领域“人们也问”的问题、域名想法、竞争对手用的工具、不同的盈利模式。要是我在不同平台上反复看到对同一种服务的需求，就会把它加到“接下来做这个”的清单里。要是不执行，这些工具都没用。这就是你看这个视频的原因，我们希望你行动起来，对吧？

接下来，我给你 5 个现成的目录细分领域创业点子，我自己现在就想做，还会告诉你为啥这些领域机会大。你不用信我，看看数据就行。第八部分，我现在就想做的 5 个目录细分领域。你已经看了所有策略，我也给你展示了工具，现在聊聊执行。这 5 个目录，我现在毫不犹豫就会做。我是基于真实需求、低竞争和明确的盈利路径选的，不是只凭直觉。

第五个，农村地区的移动狗狗美容。不是郊区，也不是大城市，是农村。记住，大多数美国人住在农村，这些人住在偏远地区，他们养狗，可能比城市或郊区的人养的还多。大问题是附近没有狗狗美容师，但附近有人会美容，只是他们没有建好的网站，很难找，也没有预订工具。你可以建一个简洁的网站，按邮编、服务半径、价格、照片、本周是否可用、徽章等列出信息，通过潜在客户生成或者每月特色列表赚钱，甚至可以通过 Mediavine 卖广告。

第四个，不在 The Knot（一个婚礼相关平台）上做广告的婚礼供应商。我之前发过关于 The Knot 的内容，他们现在日子不好过，一语双关啊。他们被私募股权收购，客户不满意。新娘们烦透了，烦在 The Knot 上翻来覆去都是那 40 个花钱买置顶的供应商。有一整个第二层的超棒供应商，他们讨厌做广告，只靠推荐获客。The Knot 每年向这些供应商收几千美元，但他们可能得不到足够的潜在客户，觉得不划算。很多最好的供应商都不在 The Knot 上。你可以为 DJ、摄像师、餐饮供应商、摄影师、活动场地等商家建个目录，这些人从来没在 The Knot、Zola 或 Wedding Wire（三个大的婚礼相关平台）上列过。你可以采取大卫对抗歌利亚的策略，把它定位成反 The Knot。每月只收供应商 20 美元，而不是像 The Knot 那样每年 5000 美元，这样能被更酷的新人发现。一旦产品与市场契合，人们开始了解和信任你，之后可以再涨价。

第三个，接受医疗补助且回复邮件的治疗师。这名字有点长，不会是你公司的全名，但这是你的目录网站出名的原因。后半部分很重要，回复邮件，因为这类业务最大的抱怨就是他们从不回电话、不接电话或者不回邮件。建一个有保险类型、等待名单状态筛选功能的目录，治疗师可以有个邮件回复率徽章，你自己可以跟踪。还有语言、性别、专业等筛选条件。你可以通过治疗市场的联盟链接赚钱，或者向治疗师收费升级他们的资料或优先展示。

第二个目录，也是我超喜欢的，差点排第一，选的时候超纠结，就是允许自带食物的活动场地。要是你试过预订婚礼或生日场地，就知道这可能是场噩梦。通常餐饮成本比场地成本本身高很多，大多数场地强制你用他们 40 到 60 多美元一盘的餐饮，但有些地方允许自带食物，只是很难找。不一定要只有一个这样的目录，世界各地各种市场都可以有多个以这个筛选条件为核心功能的目录。这个筛选条件就是网站的全部意义。你可以列出宴会厅、教堂、后院、谷仓等等。你可以用 Peers 这样的平台找到已经允许自带食物的场地，从 Peers 上刮下来，加到你的网站。你可以通过直接联系场地、升级服务、广告等方式赚钱。

第一个，我最喜欢的目录细分领域，你现在就该做的，就是二手商业厨房租赁空间。你知道

现在什么火吗？幽灵厨房（只做外卖的厨房）、配餐、食品创业公司、想合法化的家庭烘焙师。这在新冠期间开始火爆，一直没降温。你知道这些人需要什么吗？他们需要一个经过卫生检查的厨房，每周租 3 到 4 个小时。这些租赁信息散落在 Craigslist、Facebook Marketplace、旧餐厅论坛上。你可以把它们都整理到一个地方，按每小时或每天、包含的设备、认证类型、所需保险金额、城市或邮编筛选。你向厨房收费，让它们在你的网站上列出信息，之后也许可以从预订中抽成，但首先得让它们用你的网站。这 5 个点子的共同点是，24 到 48 小时内就能上线。用 Card、Softer、Web Flow，都无所谓，关键是用真实的筛选条件解决特定痛点。

最后说说快速计划。讲讲怎么在 24 小时内验证并推出你的目录网站，不用写代码，不用有受众，也不用猜。第九部分，24 小时内验证并推出。第一步，选细分领域。别想太多，选人们正在积极搜索的领域。我已经给了你所有工具，没有标准答案，这取决于你的偏好和市场。记住，根据人们反复问的问题，筛选条件很明显。要是卡住了，倒回去几分钟，抄我的 5 个点之一。第二步，找 10 个靠谱的列表。去谷歌地图、Reddit、Yelp、Facebook，找已经提供相关服务的人，暂时不用征求许可，这叫“许可列表”。你只需要足够的数据建一个目录原型。所以你要收集名字、城市、链接，一两个重要细节，像营业时间、价格、是否提供移动服务等。然后第三步，用 Card、软件、Notion、Air Table、Tally，还有我之前提到的 Chrome 扩展，打造 MVP（最小可行产品）。你不是建一个完整的网站，只是针对人们的问题给出一个最小可行的答案。我问你的是，有人访问你的网站时，能比谷歌更快解决问题吗？这就是你要达到的标准。第四步，软启动。在本地 Facebook 群组发布，给你列出的几个供应商发私信，问他们“嘿，我建了这个页面帮人们找服务，你想被列出或展示吗？”要是两三个说行，你就有证据了。其实，你甚至可以在没有网站的时候就这么做。这些人要么愿意付费、分享、推广，要么不愿意，最坏的结果就是拒绝。第五步，添加盈利方式。像特色列表，每月收 10 到 30 美元，他们得为升级或额外筛选条件付费。要是你指向市场，还可以添加联盟链接。你也可以用潜在客户生成表单盈利，收集潜在客户信息，找到买家就卖掉。不需要完美，真实就行，关键是执行。你要选一个痛点，列出选项，让谷歌、Reddit 和 Facebook 把需求直接送到你面前，因为你不是要建一个科技公司，而是绘制一张针对某个细分领域里没人整理过的问题的地图。一旦上线，你就入局了。