

# 线上线下混合型经销商大会 策划指南

微吼研究院出品

## 引言

作为企业针对经销商一年一度最重要的盛会，经销商大会是大多数企业唯一一次与全球经销商正式沟通的机会。经销商大会能更好更长久的维护伙伴关系，让经销商充满激情和信心，来年更好的售卖自家产品。经销商大会可以说是企业激励经销商最快速最有效的方法，甚至比促销、培训、返利等手段更加有效，这直接关系到企业来年的业绩增长。

如何召开经销商年会，更好地发挥其情感沟通和信息沟通的桥梁作用，越来越被更多的企业所重视。

然而，当活动预算收紧，营收压力增大，企业如何才能在用更少的成本，强化经销商大会的赋能价值？微吼研究院全新推出《线上线下混合型经销商大会策划指南》，从全新视角助力经销商大会将本增效。

# 为什么要办经销商大会？

## 品牌方

1. 展示企业实力，新品发布、新动态，强化品牌认知，业内发声、传播造势；
2. 宣贯品牌战略、政策，指明方向，上下同欲，传递到市场终端；
3. 表彰先进、树立标杆、分享经验，为经销商打气，提振信心；

## 目的及需求

## 经销商

1. 了解最新销售政策；
2. 向品牌获取更多支持；
3. 学习更多同业经验

01.

# 如何定义混合型经销商大会

一场活动，两种体验

## 传统经销商大会的痛点

- 全国乃至全球的经销商代表参会成本高
- 品牌的影响力只能触达经销商代表层面
- 高投入活动价值局限于渠道管理，无法落地品牌宣传与营销价值
- 线下会议的组织、场地、差旅成本高
- 组织经销商大会工作繁杂，筹备周期长，往往需要多部门协调

# 混合型经销商大会的优势



## 第一，既能降低线下成本，又能提高活动规模、影响力不输线下体验

参与者对于混合活动的体验要求越来越高。根据一项调查（PCMA Convene），64%的参与者更倾向于参加同时具有现场和虚拟元素的混合活动。



## 第二，符合大多数经销商行为习惯

随着作为互联网原著名的90后、95后成为职场主力后，越来越多的工作场景也逐渐被转移至线上，据统计近七成经销商表示他们更愿意选择线上观看直播。



## 第三，成本更可控，性价比更高

据统计，普通线下活动参会人员的成本约为2000元/人（一般经销商大会的人均标准会高于此成本）；而线上有效参会的人员成本约为20-50元/人。



## 第四，更多创新体验，展示品牌实力

随着AR、VR、XR、数字人、元宇宙等创新技术的发展，线上可以创造更多新奇创新的互动体验，以及更炫酷的产品展示效果等，这些都是以往线下不能满足的，一方面能给经销商带来更多惊喜，也可以通过创新尝试展示品牌实力。



## 第五，符合企业数字化转型战略及趋势

企业数字化转型趋势和大背景下，未来所有企业的所有行为可能都是数字化的，这为企业提高运营效率，沉淀数据资产，推动业务决策，有着非常重要的作用。所以不仅是经销商大会，未来企业的所有营销行为可能都是线上化的数字化的，这不仅是对企业的要求，也是对从业者的要求，这一趋势已经到来。

# 混合型经销商大会会有哪些形式？

## 形式一：线上+线下结合的混合型经销商大会

如何做好重要经销商的深度沟通呢，又扩大大会影响力？有些企业会选择用线上+线下结合的混合型模式。

**优势：**对于少部分重要经销商依然可以请到会议现场，其他更多的经销商可以通过线上直播的方式参与，这种方式既兼顾了经销商大会的社交属性也覆盖了更多不能来到现场的经销商。

传统混合模式往往更注重现场观众体验和互动，线上观众的互动体验往往无法很好的兼顾。借助数字化活动平台，混合经销商大会的线上部分也不再是单纯的将活动报名及直播画面搬到线上，而是将单向的直播体验升级为互动参会的数字化体验。



## 混合型经销商大会会有哪些形式？

### 形式二：线下实景场地+AR特效叠加

- 保留线下场景的真实参与感：将线下实景的空间场地、现场互动等效果完整保留，增加线上观众的真实参与感；
- 关键信息的重点展示：线上的观众受限镜头画面，有时很难看清楚大屏上的产品信息（文字、图像），或者主办方想要传达的真实场景，如参观工厂、现场连线等；
- AR技术增强互动体验感：将AR新技术与传统直播结合能为大会带来增彩，提高科技含量，增强线上受众的互动体验感



线下增加了场地舞台搭建、实体物料、人员等成本；

一些视觉呈现效果会受限于线下场地、设备的实际条件制约；

### 形式三：线下绿幕录制+XR虚拟舞台+AR特效叠加

#### 不受场地大小限制

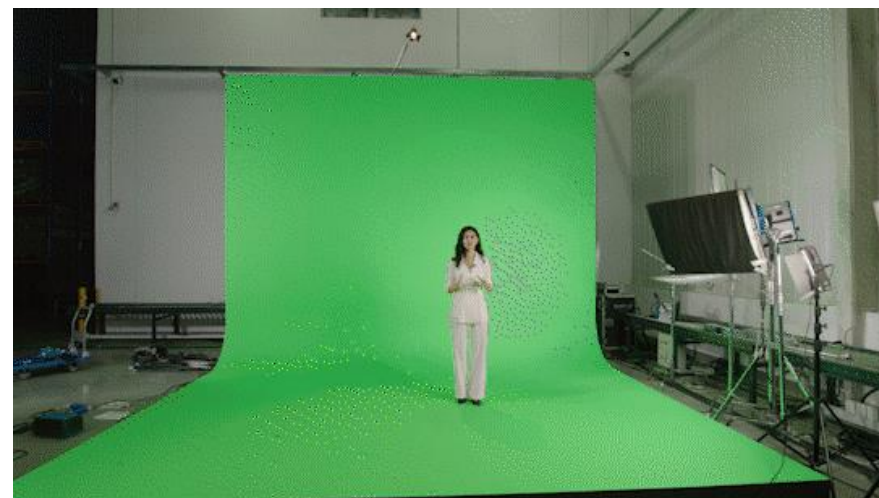
XR虚拟直播不受限场地大小，仅需能容纳演讲者的绿幕场地即可完成不限范围的虚拟舞台合成呈现，减少了大量线下实景场地的成本

#### 多场景多形式展示

不同于线下固定的实景场地，XR虚拟舞台可呈现多场景、多角度等不同的效果，轻松实现从沙漠到草原的1秒切换，还可以实现影视级舞美灯光变化，大大提高视觉享受

#### 画面稳定性与最佳效果

采用线下绿幕录制与后期剪辑，可以使嘉宾的演讲效果最佳保障，减少直播时的细节问题，且提前筹划的XR舞台与AR特效可以让整体直播更加出彩，直播时画面效果稳定有保障



沟通成本高，对供应商的策划、执行、技术、经验有较高要求，建议选择线上大会直播经验丰富的专业供应商。

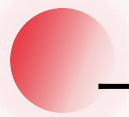
## 02. 三大篇章-放大经销商大会深度价值

如何借助一场混合型大会，对经销商进行持续赋能？

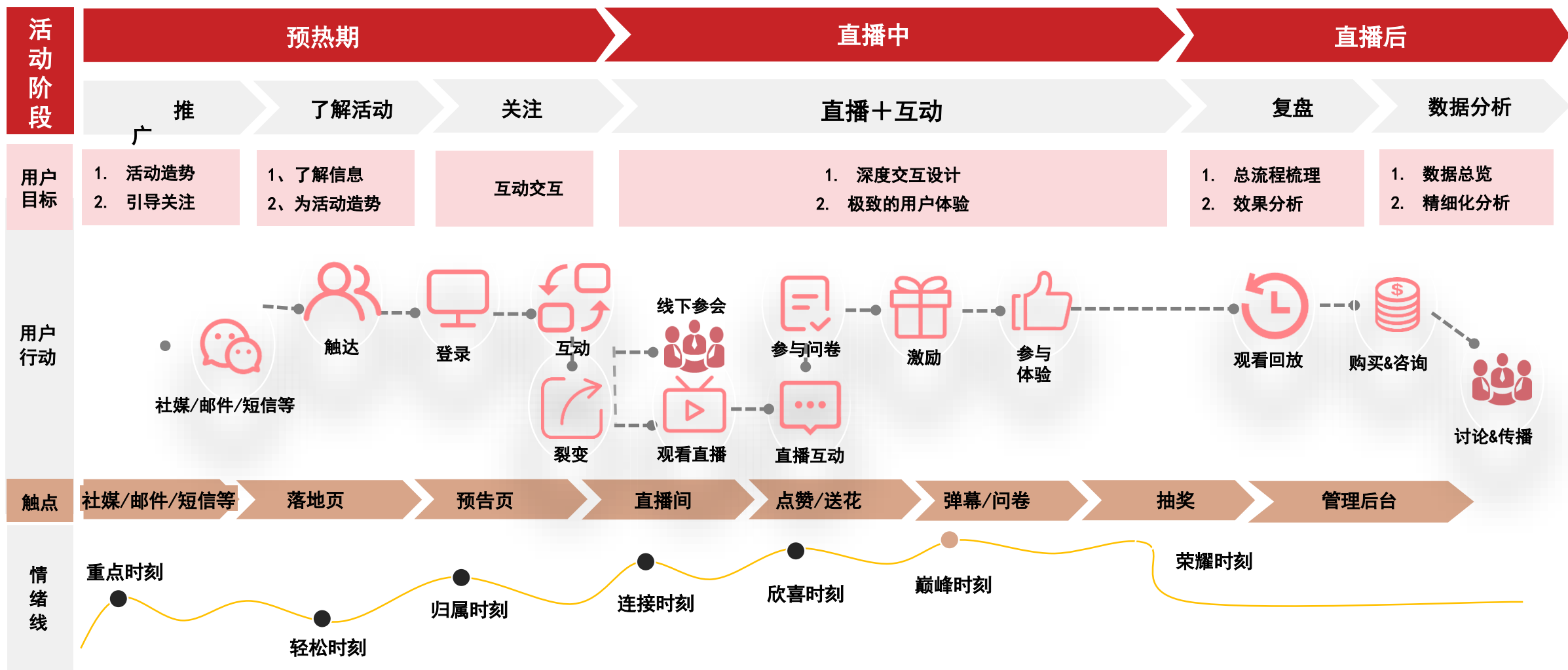


# 三大篇章，一个平台，一站式贯穿经销商大会





# 一站式用户旅途设计



# 确定完整的混合型经销大会全流程

微吼研究院  
VHALL INSTITUTE

## 筹备阶段（活动前8-12周）

## 执行阶段（活动前一周至活动当天）

## 复盘阶段（活动后15天内）

项目策划

品牌内容展现

引流推广

彩排&重保

互动/创新

全球媒体分发

数据留存

长尾传播

（提前8-12周）

（提前6-8周）

（提前8周）

（提前2天-1周）

（活动当天）

（活动后3天内）

（活动后15天内）

线上

- ✓ 直播流程
- ✓ 直播脚本
- ✓ 技术方案
- ✓ 画面方案
- ✓ 官方活动聚合大厅
- ✓ 统一线上宣传物料
- ✓ 直播间报名入口
- ✓ 官方推广
- ✓ 全员营销
- ✓ 裂变推广
- ✓ 渠道合作
- ✓ 直播场地搭建
- ✓ 直播拍摄/设备
- ✓ 直播导演/测试
- ✓ 直播工程师
- ✓ 直播平台保障
- ✓ 虚拟直播场景
- ✓ 连麦/互动/问卷/红包
- ✓ CTA、线上交流
- ✓ 多语言幕翻译
- ✓ AR/VR/MR直播
- ✓ 多媒体推流
- ✓ 媒体平台推荐
- ✓ 裂变分享
- ✓ 短视频实时分享
- ✓ 可视化BI数据报告
- ✓ 推广渠道效果评估
- ✓ 用户数据收集
- ✓ 分析师数据分析
- ✓ 用户分级运营
- ✓ 回放提醒及资料获取
- ✓ PPT获取；
- ✓ 短视频剪辑分发；

线下

- ✓ 确定场地
- ✓ 确定规模
- ✓ 邀约方案
- ✓ 线下物料筹备
- ✓ 线下展位
- ✓ 礼品周边
- ✓ 线下专属邀请函
- ✓ 渠道合作
- ✓ 定向邀约
- ✓ 线下场地搭建
- ✓ 线下流程彩排
- ✓ 签到、礼品、抽奖
- ✓ 线下问答
- ✓ VIP交流合作间
- ✓ 展位体验区
- ✓ 媒体席位
- ✓ 交流社群
- ✓ 线下参会、互动数据

混合体验

- 确定整体目标
- 明确线上线下职责
- 协同线上线下用户
- 统一品牌视觉
- 统一报名入口
- 线上注重人群的规模及广度
- 线下注重VIP客户体验
- 渠道效果追踪
- 平台稳定性
- 突发应急能力
- 线上线下联动
- 缩小体验差距
- 打通社交通道
- 媒体推荐/曝光
- 观看人数
- 互动效果
- CTA
- 统一线上线下数据平台
- ROI
- 用户分级运营

大会前：建立经销商大会聚合页，提供一站式报名、参会体验

混合型经销商大会landing page：提供全面/精细的活动信息，便于 了解 → 参会



统一活动视觉、聚合多会场入口及CTA按钮



统一报名入口，建立线上线下一无差别用户旅途



建立品牌及产品咨询专区，强化品牌认知及经销商互动



全方位展示活动信息，吸引更多经销商参与



平台嵌入直播与回放，提升互动体验与会后内容留存



链接数据管理平台，直观展现活动效果，优化销售跟进流程

## 大会前：多渠道宣发预热，为经销商大会造势



1

### 多渠道邀约推广

通过定向、短信、邮件、微信公众号触达，企业APP触达对参会人进行邀约

2

### 社群推广

在大会预热推广时，也应建立社群，由群管理号召员工在固定时间分享推广。直播间与微信生态相辅相成，可直接在微信生态内裂变分享，形成雪球效应。

3

### 暖场预热

暖场预热：播放暖场视频，landing page直播间，发布直播时间公告

4

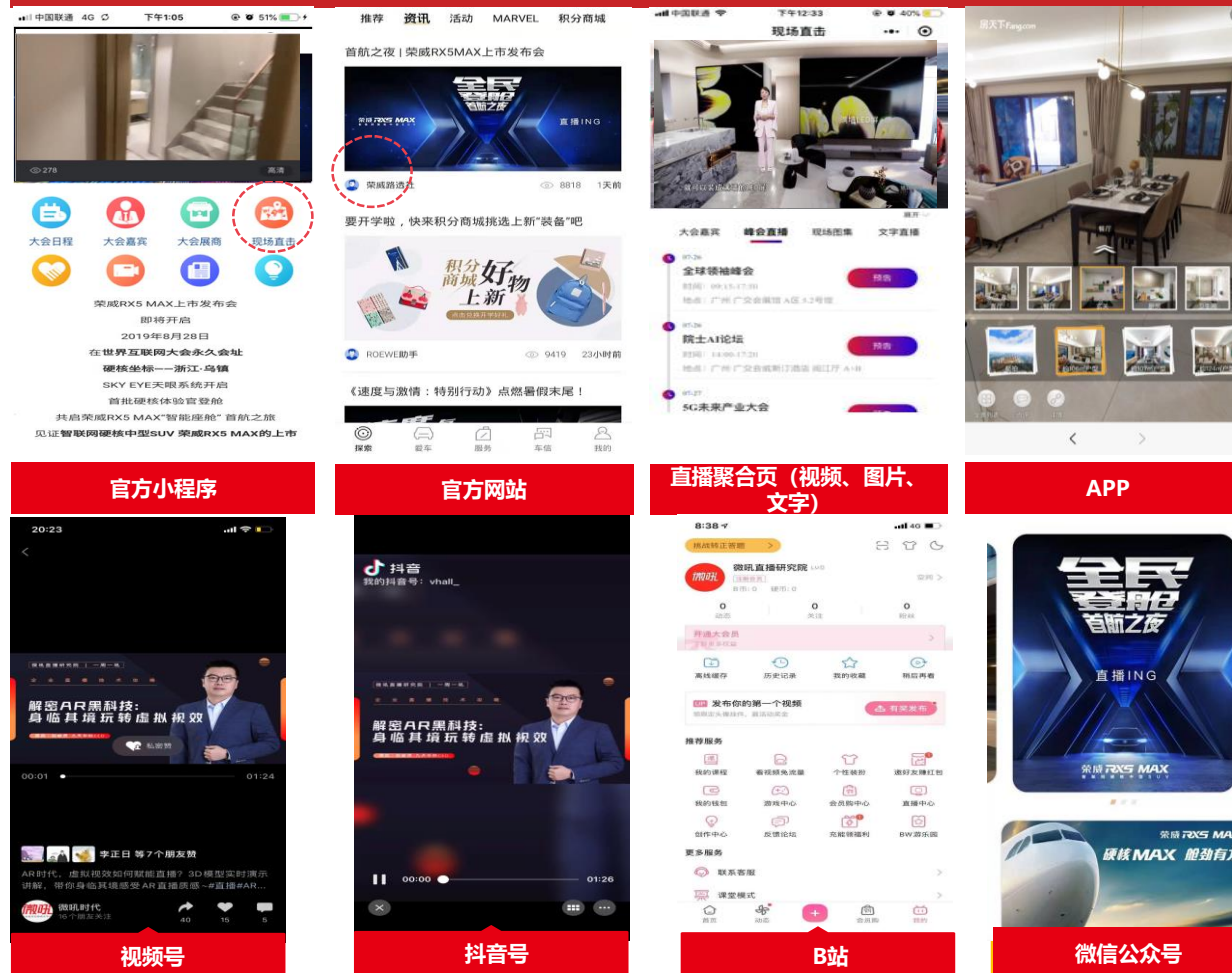
### H5预热

多种H5互动游戏，提前进行企业文化宣传、增强参与感、渲染大会氛围

## 大会前：多元传播矩阵，全面激活经销商参会热情

- 可将经销商大会landing page嵌入微信公众号、小程序、APP、官网、H5页面中，便于将活动信息推广至各种社交渠道。
- 可以同步在公域平台直播，如抖音、视频号、B站等，建立多元直播矩阵。让用户在不同渠道都可接收到直播信息。

### 多元直播矩阵





## 大会前：分层邀约，高效管理供应商参会流程和体验

### 核心OR当地 定向邀请

#### 触达经销商

1. 邀请海报
2. 发送EDM邀请函至经销商

#### 经销商自助填写信息

自助填写个人信息并选择角色及大区，完成报名

- 审核通过
- 生成白名单
- 生成专属裂变海报

#### 会前提醒

- 报名结果短信
- 参会提醒

### 非核心OR跨区域 自助报名

#### 触达家属/员工/分销商等

1. 经销商分享专属裂变海报至朋友圈
2. 转发活动信息，分享至朋友圈

#### 自助填写信息

自助填写个人信息并选择角色及大区，完成报名

- 审核通过
- 生成白名单

#### 会前提醒

- 报名结果短信
- 参会提醒

## 大会前：参会提醒

微吼研究院  
VHALL INSTITUTE

### 直播提醒

- 通过微信、短信、邮件主动触达线上或线下提醒；
- 高效便捷，基于直播提醒时间和频率设置；
- 错过直播可提醒直播回放。



请在插入菜单一页眉和页脚中修改此文本

## 大会中：签到、开场，更多样的线上创新互动方式，提升参会体验

在大会的内容安排上，一个好的开场很重要，它可以最迅速调动参会人的情绪和氛围，让参会人体验到归属感和融入感。一个有仪式感、有趣的签到环节是一个非常好的开始，能够让小伙伴感受到对大家的重视，也会更容易的融入到大会想要营造的氛围当中去。匹配暖场视频和留言互动，让大会瞬间热起来。

### 3D创意签到



#### 3D签到

参会人通过手机录入签到信息，直播屏幕同步签名状况

#### 图文直播

直播间中实时同步入场图片、照片墙、文案素材

### 暖场视频



#### 形象宣传

公司全面全球战绩发布，线上纤细同步播放，将大会氛围感拉满

#### 精彩回顾

重温全年点滴精彩瞬间，用感人视频烘托大会气氛

### 留言互动



#### 评论弹幕

参会人在评论区留言刷屏，同步弹幕飘屏，多端同步消息内容

#### 表情包轰炸

企业专属品牌定制特效表情包轰炸直播间



大会中：创新三大场景呈现方式，深度传递品牌价值

01

### 战略发布

全球演讲、政策宣讲、  
全球经销商连麦

02

### 实力展示

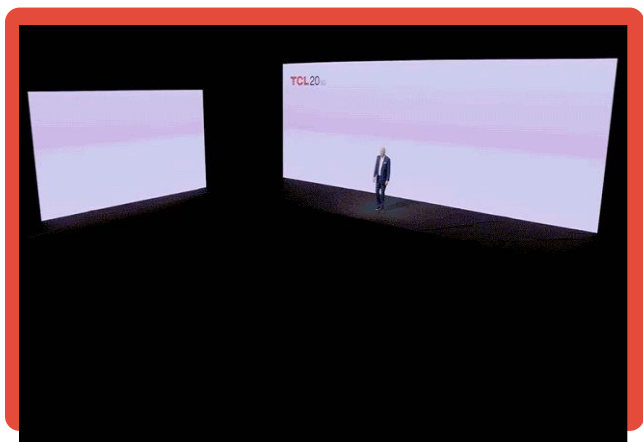
走进工厂、新品展示  
新品发布

03

### 年度表彰

经销商连线表彰

# 01 战略发布



打造炫酷、沉浸式的直播体验，并在虚拟现实场景中与线下参与者进行互动，让线上参与者调整视角或者观察现场其他区域，使其更好地了解现场状况，缩小线上和线下的差距；

**虚拟直播**  
提升用户感官体验



利用线上直播平台开展多语种直播，将全新的品牌策略及合作政策推向全球代理商。

**多语种直播**  
打造沉浸式线上交互



线上线下连麦打破时空限制，主持人、嘉宾演讲环节照顾现场观众情绪的同时，与线上观众的互动可以同时进行；通过平台能力建立线上线下的交互社区，打通线上线下社交需求。

**灵活联动**  
缩小线上线下社交距离

## 02 实力展示

### 全球万人经销商云逛工厂



工厂负责人第一视觉介绍和拍摄，置身于智能化工厂进行实地拍摄，引发经销商及全员共鸣，全员“云上沉浸式逛工厂”的视觉感。

### 场景化云端产品展示，打造沉浸式产品体验



基于用户场景的产品呈现，核心产品3D虚实交互，更加场景化、精细化的像经销商介绍新产品的功能、特点、使用体验。

## 03年度表彰

### 云合影



主会场与各地分会场，汇聚在一个直播页面，合影留念

### 云颁奖



表彰环节可以采用 PPT 投屏，远程连麦邀请表彰者上麦发言，展现仪式感

### 云授旗



通过高清流畅的直播连线异地参会人，线上授旗仪式无缝对接

## 大会中：多样的互动方式持续为大会升温

微吼研究院  
VHALL INSTITUTE

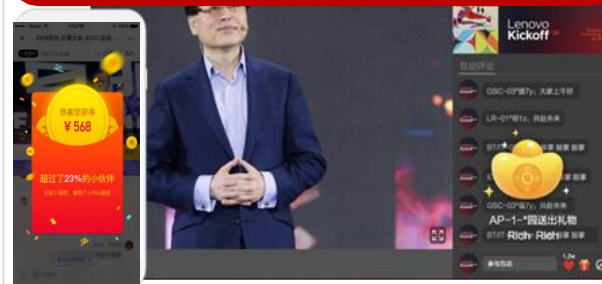
### 弹幕

让弹幕飞一会儿，火热交流一触即发



### 红包

表演打赏一气呵成，点赞、匿名统实现



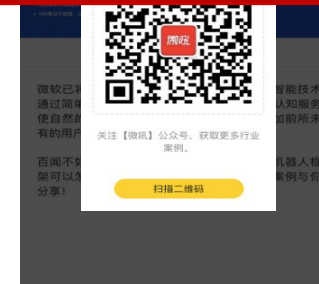
### H5游戏

参与游戏互动 全员参与其中



### 卡片推动

推送会议相关内容或二维码



### 照片直播

随拍随传，水印自动添加，AI修图，人脸智能识别



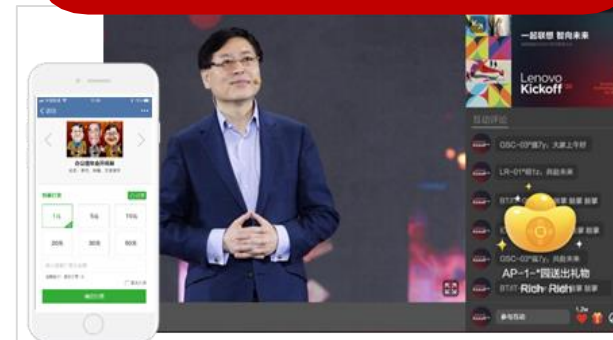
### 投票

观众为自己喜欢的演讲投票



### 专属点亮礼物+打赏点赞

自定义打赏礼物，个性化展示



### 产品推荐

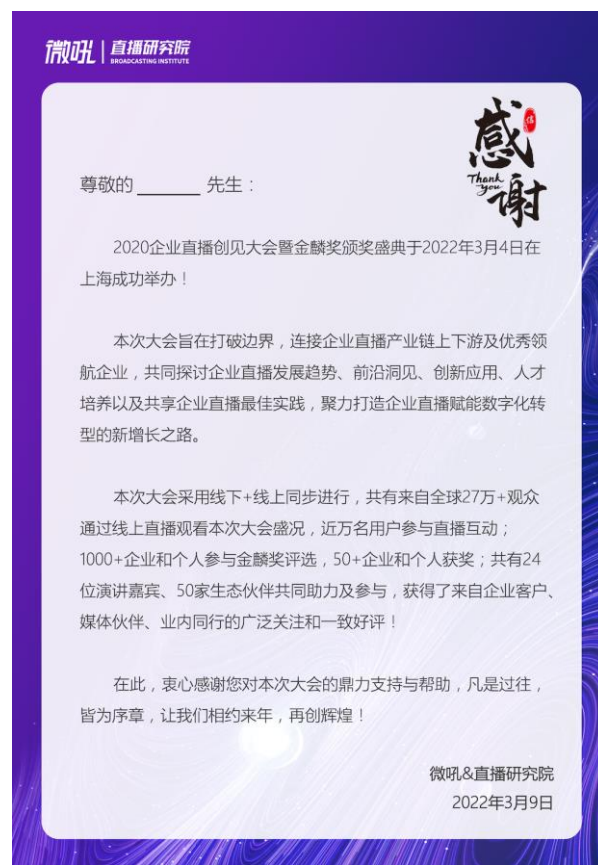
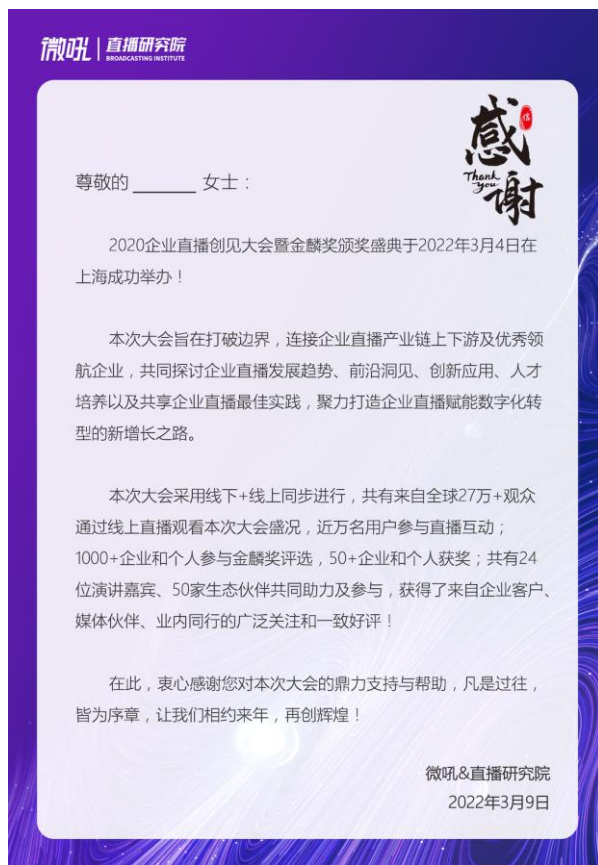
推荐相关产品或服务

请在插入菜单



## 大会后：一键发布问卷、感谢信，提升经销商满意度和好感度

大会结束后，对参与本次大会的经销商、代理商、分销商发送感谢信，提升品牌和经销商好感度。



请在插入菜单一页眉和页脚中修改此文本



大会后：结束即开始，开启经销商赋能新旅程

01

品牌赋能

会后长尾传播，建立持续品牌影响力

02

营销赋能

To B 线上订货会，促进产品售卖与成交

03

经销商赋能

网路研讨会跟进经销商培训

04

数据赋能

数据复盘，效果评估

# 01品牌赋能：会后长尾传播，打造持续品牌影响力

用户参与活动的历史数据，形成完整用户画像，通过数据收集分析、用户行为分析，辅助策划二次营销的执行方向，帮助瞄准新客户与老客户的最终需求。

首先，二次传播。精彩环节剪辑，分发至各大渠道，内容复用，实现长尾传播。

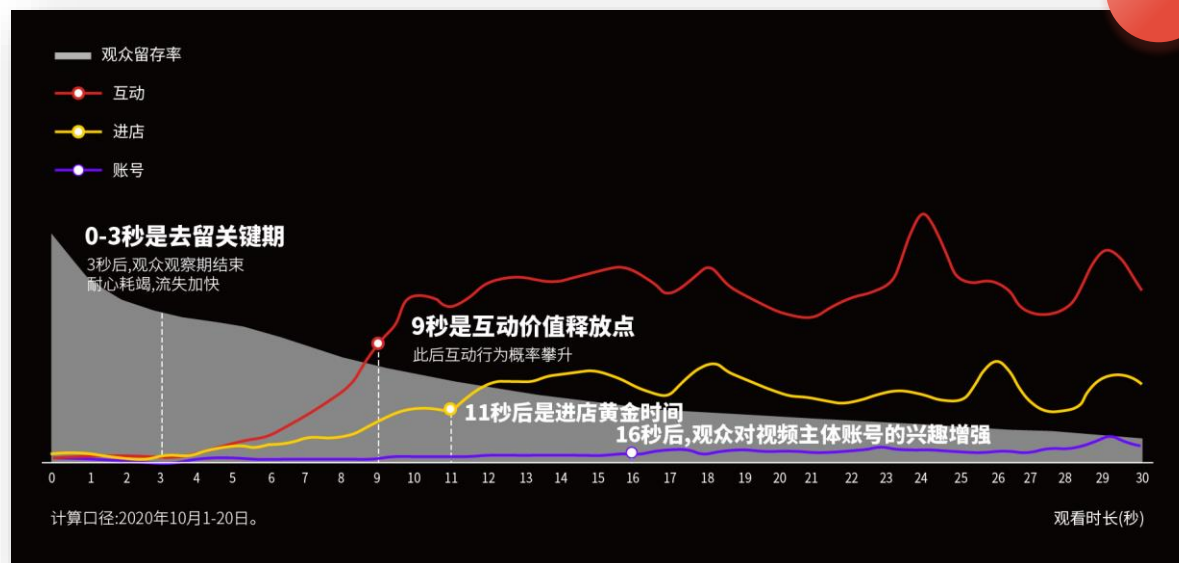
其次，二次触达。发送回放视频及资料获取通知，进行用户调研，提醒用户试用，新用户培养认知，老用户提升粘性。并且针对性内容输出，根据用户漏斗深度，分级内容触达。

微吼数字化活动营销平台能够提供在直播结束的智能化剪辑能力，能够高效的助力混合活动的二次传播，形成长尾效应。

精准剪辑

回放/下载

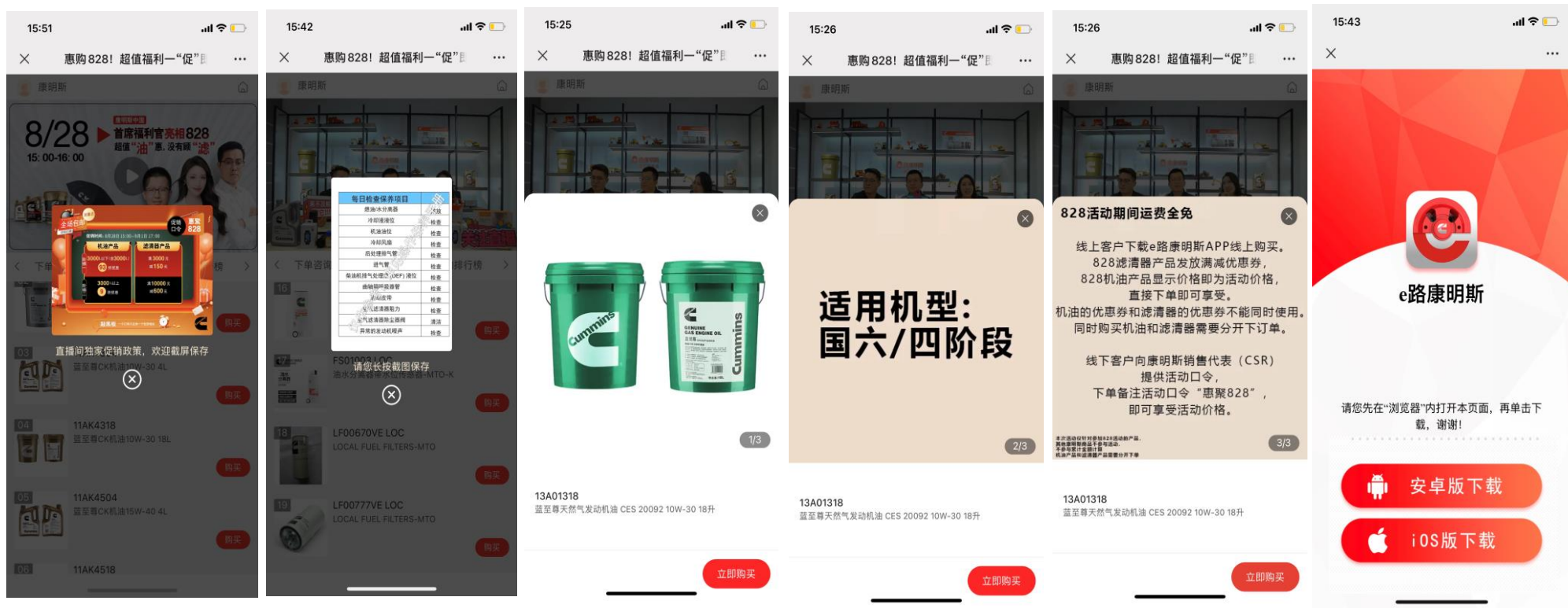
智能字幕



需要注意的是，将直播剪辑成短视频时，要特别注意“0-3 秒”这一去留关键期，应当利用明晰的主题和极具吸睛力的内容元素争取更多观众留存。将直播中的亮点，在前三秒就抛出来。

## 02 营销赋能：趁热打铁，开启直播线上订货、促销政策，推动产品售卖

借助经销商大会势能，通过私域直播平台开展线上订货会，发布优惠政策，实现对渠道的高效维护，树立渠道信心，提升渠道销售。



促销政策自动推屏显示

商品详情一站显示

打通线上转化路径，促进成交

## 03 经销商赋能：高频次经销商培训，加快经销商产品售卖过程

经销商大会结束后，借助高频的经销商/渠道商培训或网络研讨会，充分调动经销商的参会率以及接受知识质量，以及产品卖点培训；通过内容质感提升品牌形象和关怀，建立渠道商的售卖信心。

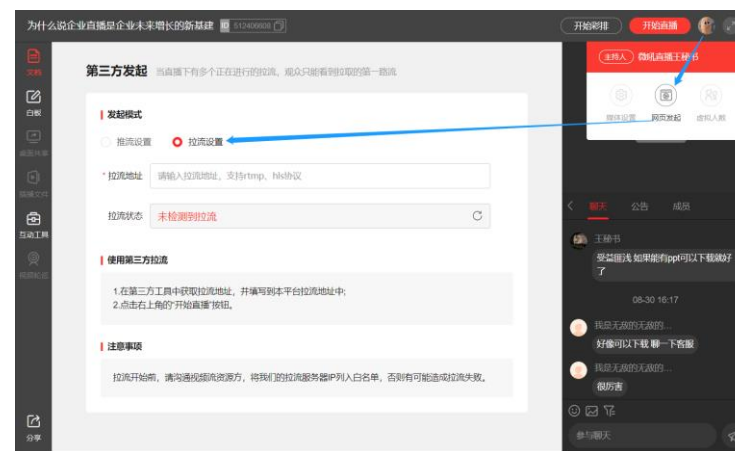
### 产品政策解读



### 销售技巧分享

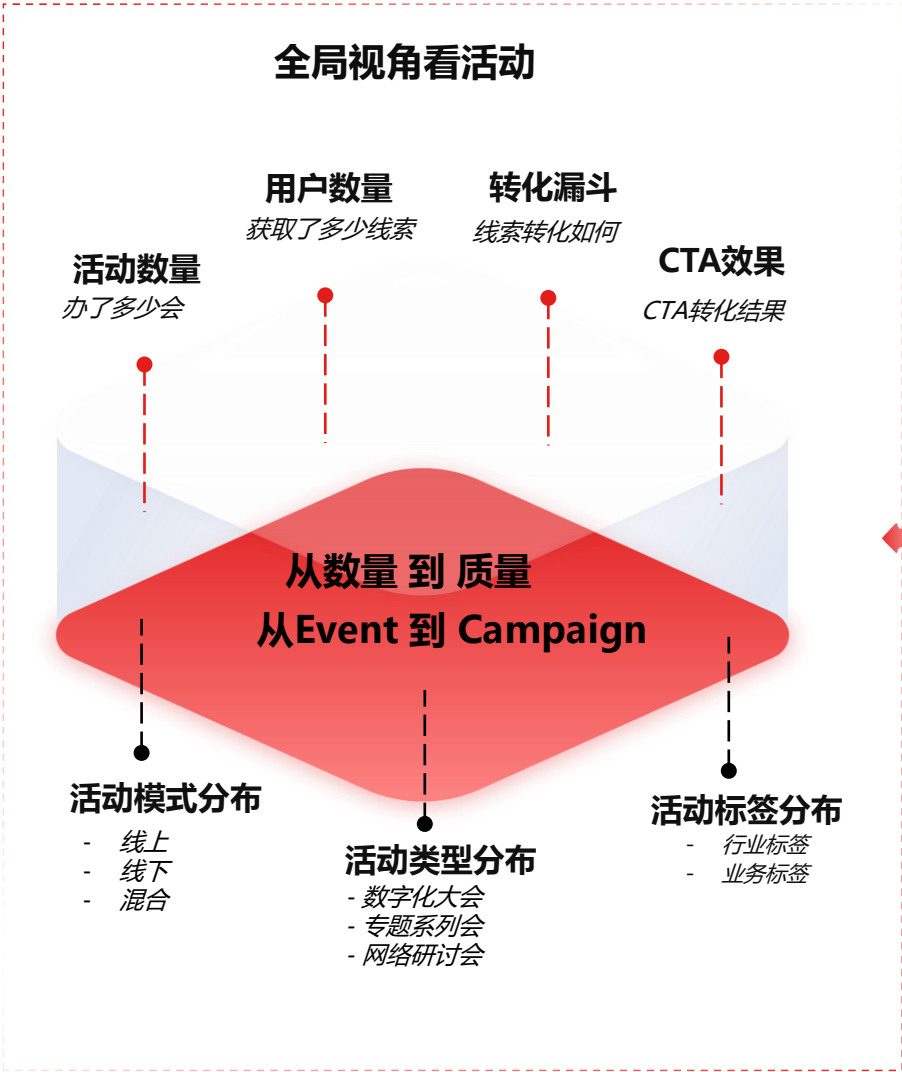


### 新产品卖点培训



04数据赋能：高频次经销商培训，加快经销商产品售卖过程

微吼聚合直播平台统计经销商关于活动直播的全部数据，如参会数据、互动数据、问卷数据、培训数据，并以图表的形式生成BI报告，便于公司对后续经销商政策进行分析、解读、赋能。

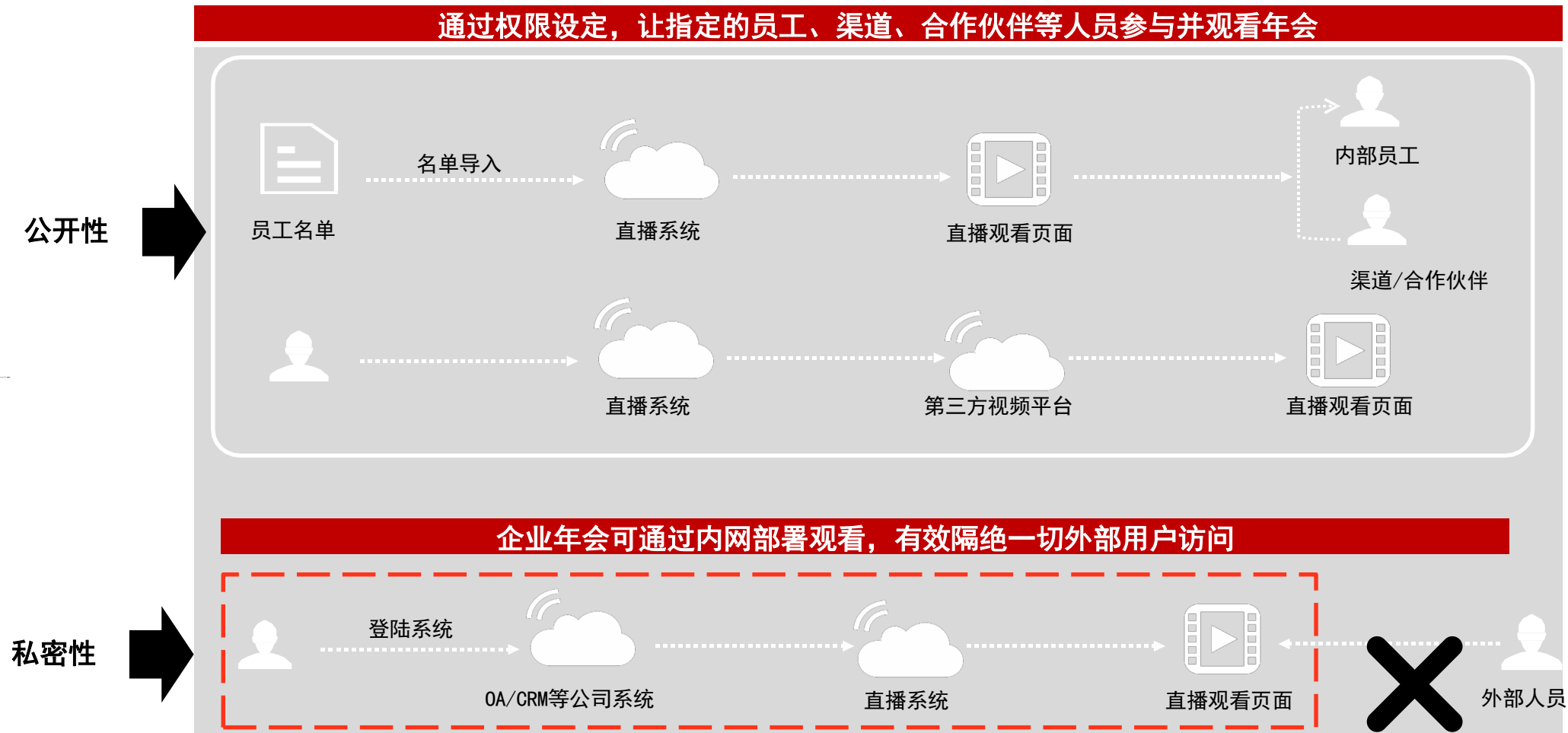


## 03. 稳定，才是一切玩法的基础

如何保障一场混合型大会，平稳顺利的进行？

## 安全登录，身份验证

通过权限设定，可以决定年会直播的私密性，可以让指定的员工、渠道、合作伙伴等人员参与并观看年会，也可以通过内容部署观看，隔绝一切外部用户访问。



## 互动安全：建立互动审核机制，维护峰会情感驱正

线上峰会，是一场即时的用户交互活动，在直播当中，需要对网络舆情进行管理，建立互动审核机制，引导用户舆情走向。

### 审核

开启聊天审核功能，所有观众的聊天内容经过审核过滤后才能被公开显示。

评论审核

### 人机合作

自动回复模板设置互动  
针对潜力热评，人工个性化回复  
优质热评置顶推荐  
人工客服介入

人机合作管理评论区

### 互动统计

对用户分组设定标签，按级进行优先  
回复评论  
实时整合互动评论内容，分批分类标  
注统一回复  
统计粉丝互动评论量，分析内容关注  
度和后续优化点

基础互动统计

# 直播平台稳定及服务商经验丰富是保障大会顺利进行的基础

微吼研究院  
VHALL INSTITUTE

## 平台稳定性

- 微吼采用腾讯云、阿里云、华为云、AWS、Azure云全球顶级云服务商作为平台基础设施保障，保证任何一个平台出现故障，秒级切换备份环境，确保99.99%的系统可用性；
- 全球1.2万+顶级CDN节点，完整覆盖全球六大洲 100 多个国家和地区；完美支撑千万级观众同时线上观看。

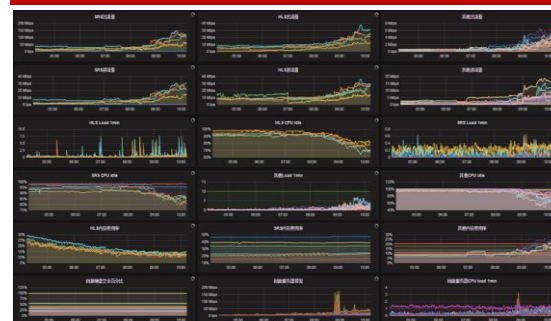


## 毫秒级 无延时

- 沉浸式观看、“他们”就在眼前——  
0.3秒超低延时
- 实时互动、“福利”绝不错过 无延迟互联——WebRTC实现高性能高清晰度实时直播+互动能力

## 高规格安全保障

- 智能鹰眼监控系统：对全球直播流分布实时监测，智能预警，直播流全网自动化调度，全网直播成功率达到99.95%以上；
- 全量内容实时审查，一键禁播
- 行业资质：ISO9001、ISO27001、ISO27701、ISO20000、信息系统安全等级保护三级认证



## 重保服务SOP

完善的标准化服务SOP及专业直播团队保障直播顺利进行：  
策划方案→画面方案→技术方案→直播脚→直播彩排（流程/设备/现场）→现场保障（设备、网络、推流）→应急预案→响应机制→总结复盘

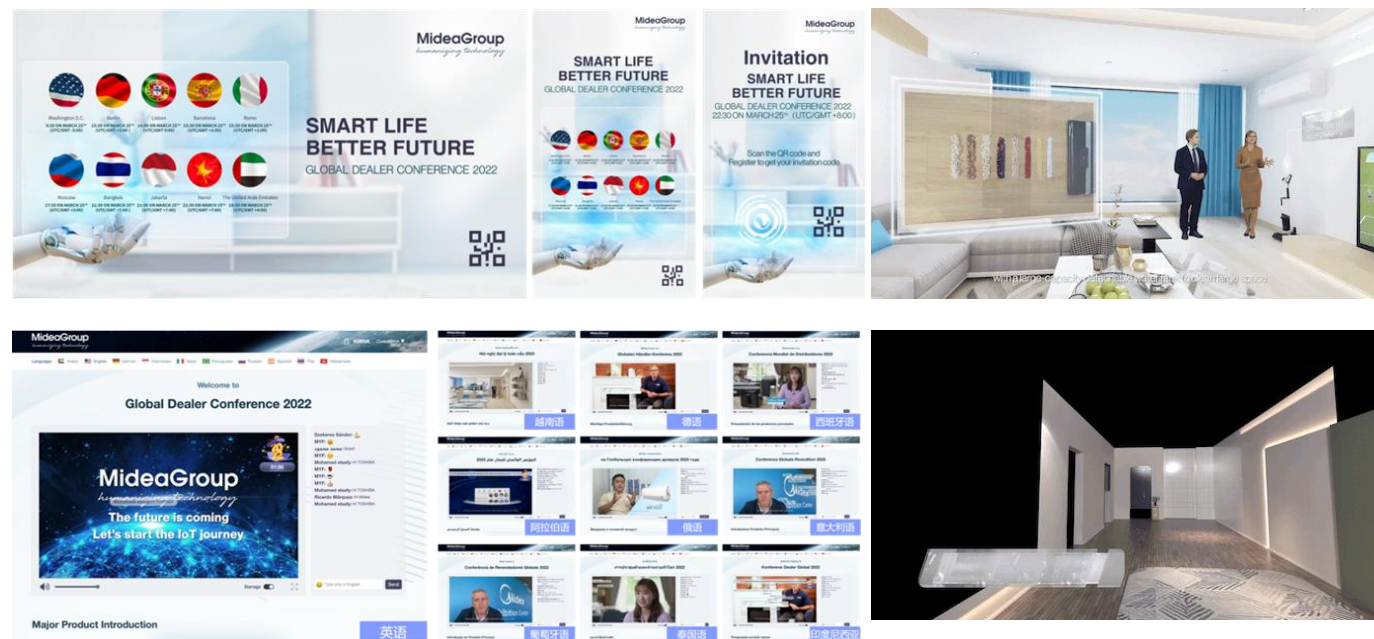
LOGO HERE

# 04 经典案例

## 某全球知名品牌经销商大会

国内知名家电品牌在海外市场布局多品牌发展策略，但不同经销商和消费者对该品牌的接触深度不同，整体认知较少，需要一个向经销商、消费者展示品牌整体形象的契机。

然而疫情当下，开展线下会议风险较高，打造一场面向全球经销商和消费者的超炫酷沉浸式线上虚拟大会则成为展示品牌实力、核心产品发布、品牌战略传递以及表彰优秀经销商以及建立沟通桥梁、倾听消费者声音的与全球经销商消费者建立良好沟通渠道、高效覆盖多个国家地区、有效触达更多的消费者的最佳选择。



## 科沃斯经销商元宇宙大会

微吼研究院  
VHALL INSTITUTE

•开拓了工业行业的场景虚拟直播先河：不同于市场上常见的虚拟舞台+PPT的绿幕直播，本次经销商元宇宙直播大会，运用元宇宙概念及虚拟演播室技术实现概念场景真正的根据产品的使用场景，以现场直播的形式，向用户展现美沃奇的产品使用场景和产品。

•品牌实力及品牌创新力强输出：以不走寻常路的场景虚拟直播的方式，对新经销商展示产品的卖点和使用场景，既对经销商进行了产品知识的普及，同时也通过虚拟的形式对于品牌实力和品牌创新力的强输出，让经销商对于与美沃奇的合作更有信心。

•以有限的空间突破了空间的延展：线下的方案如果要在场直播中，以场景化的方式来呈现产品的使用场景，只能采取多场地录制或以LED屏播视频的方式出现，虚拟运镜的方式，突破了空间的延展，实现了场景的直播无缝切换



支持UE4实时绿幕抠像，打造虚拟演播厅



根据品牌调性，结合需求定制虚拟场景建模



将产品展示与应用场景结合



定制产品AR模型，360°旋转浮层展示

# 某全球TOP级工业品私域直播带货

破局公域流量内卷，入局私域精细化运营，首次实现从视频号转向康明斯私域直播平台（微吼），通过私域直播带货的方式促进经销商下定。

单产活动战况如下：

## 活动战况汇报

直播观看人次

3160人

渠道分享

235人

带货销售额

246W

- 直播总观看人数：1218人
- 直播最高并发：437人
- 平均观看时长：19分05秒
- 直播下单咨询：12条
- 直播问卷数：478份



裂变分享、直播产品详情、打通APP订购平台



## 中国企业直播&数字化活动营销开创者及引领者

微吼创立于2010年，作为中国数字化活动营销平台及企业直播的开创者和领军企业，微吼致力于为全球客户提供值得信赖的数字化活动营销平台和解决方案，助力企业实现营销数字化转型，为企业增长赋能。

微吼已经为40万家企业客户举办了超过3000万场数字化营销活动，全球注册参会超过3亿商务用户，为世界500强企业中21%的客户提供了服务，覆盖IT科技、工业制造、金融、医疗、零售等垂直领域。

13年  
专注深耕

3亿+  
覆盖用户

40万+  
企业客户

21%  
500强企业

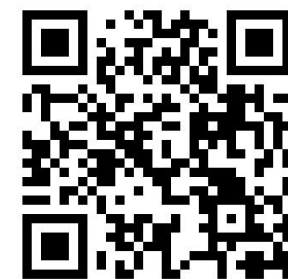
3000万+  
数字化活动

# 关于微吼研究院

让专人的事做专业的事

微吼研究院，创立于2018年，前身为微吼直播学院，创立之初作为微吼特色的直播学习交流平台，致力于服务微吼业务合作伙伴及用户，通过整合直播案例、剖析解决方案、直播课程、最新功能、共享技术前沿突破、传递直播价值，助力客户及合作伙伴成长。

2021年初，正式升级更名为【直播研究院】面向整个直播产业链开放，致力于通过最前沿的行业洞见，最炫酷的直播新玩法，最佳案例实践，最专业的人才体系赋能，推动直播行业良性发展，构建直播产业开放共赢生态圈及赋能行业人才成长的学习平台。



微吼提供从策划、画面方案到平台支持、落地交付的一站式经销商大会解决方案，[扫码获取经销商大会解决方案>>](#)