

活动行 产品分享会

季祥 产品经理

仅限 Informa 内部使用

- 8年产品经验：从活动行管理 SaaS、活动平台、数据产品 至活动行Live
- 8年行业经验：一直专注活动行业，服务过27个行业、500+品牌主办方；
- email: jixiang@huodongxing.com



仅限 Informa 内部使用

分享内容

- 关于活动行
- 企业如何定位线上活动?
- 线上活动运营的3个技巧
- 活动行Live 产品新功能
- 案例分享

1.关于活动行

活动行，是深受主办方信赖和城市白领喜爱的活动平台，同时也是业内领先的活动科技服务商。

提供包含活动场地预定、票务系统、运营工具、营销推广、数字化验票、**活动行Live**、数据分析、定制大会App/小程序、活动服务商对接等等一站式综合活动服务。

目前，活动行聚集了4300万+的城市精英，50多种活动类型，包含创业、互联网、科技、投融资路演、行业峰会、设计、分享会、沙龙、亲子、户外、TEDx、公益、音乐演出、时尚、公开课等，是城市人提升职场技能、开拓视野、拓展人脉、聚会交友及丰富业余生活的首选平台。

同时，活动行已服务超过50万+的优质活动主办方，在IT互联网、创业、科技、金融、营销传媒、电商、影视文娱等主办方圈形成了良好的口碑，是活动主办方信赖的活动发布及推广平台。

仅限 Informa 内部使用

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

活动行发展时间轴

2013年

活动行1.0版上线

2015年

注册用户突破1000万
主办方数量达40万

2016年

活动行“小程序”上线

2017年

活动行A+轮融资

2021年

活动行Live 1.0版上线

仅限 Informa 内部使用

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

合作客户



仅限 Informa 内部使用

亚洲领先的中文活动平台



仅限 Informa 内部使用

合作案例-LEC授权展



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

合作案例-CBME母婴峰会



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

2.企业如何定位线上活动?

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

什么会议软件 or 活动行Live SaaS?

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

什么会议软件 or 活动行Live SaaS?

- 用户架构：同级（N 对 N）、非同级（1 对 N）
- 内容结构：会议-有议、有决、有行；
活动-品效合一

办一场 **线上活动** 你的预算多少?

办一场 线下活动 你的预算多少?

关于活动行

企业如何定位线上活动?

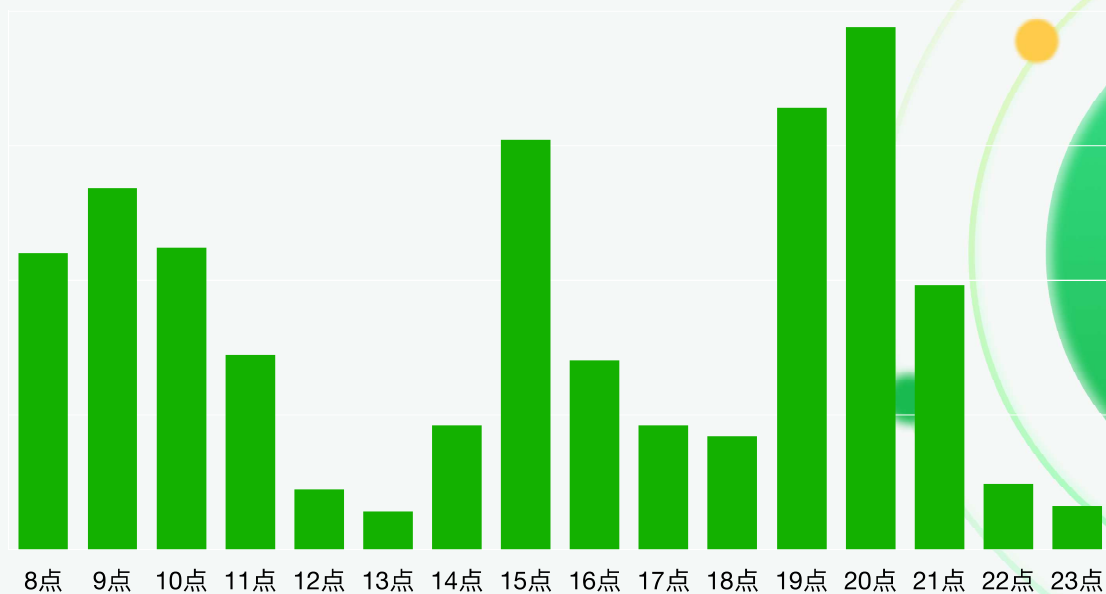
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1 数据-举办时间



关于活动行

企业如何定位线上活动?

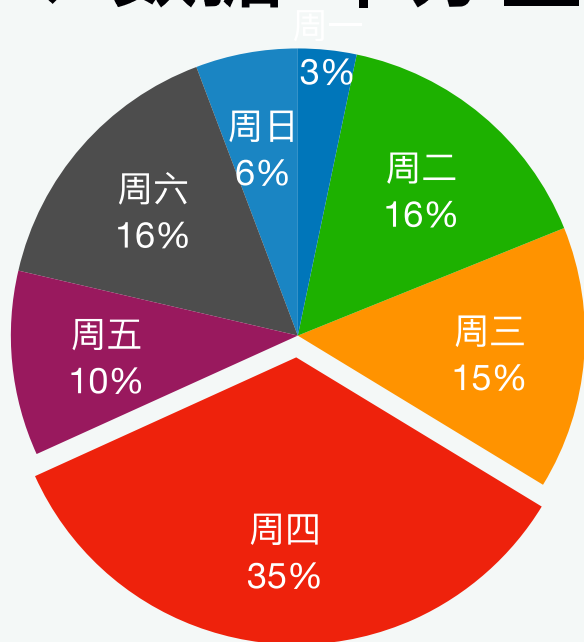
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-举办星期



- 大家都喜欢周四办活动
- 大家都不喜欢周一办活动

关于活动行

企业如何定位线上活动?

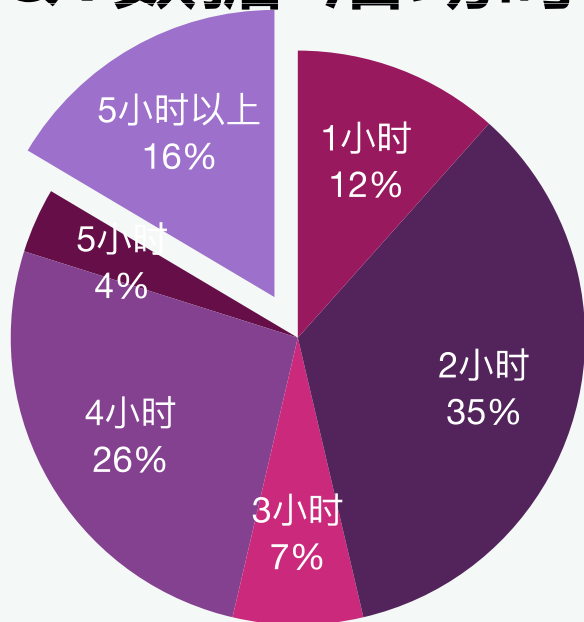
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-活动时长



- 2小时&4小时累加大于50%
- 5小时以上16%大成本大制作

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-用户转化率

转化率= 报名人数/活动浏览

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-用户转化率

平均转化率=10%

关于活动行

企业如何定位线上活动?

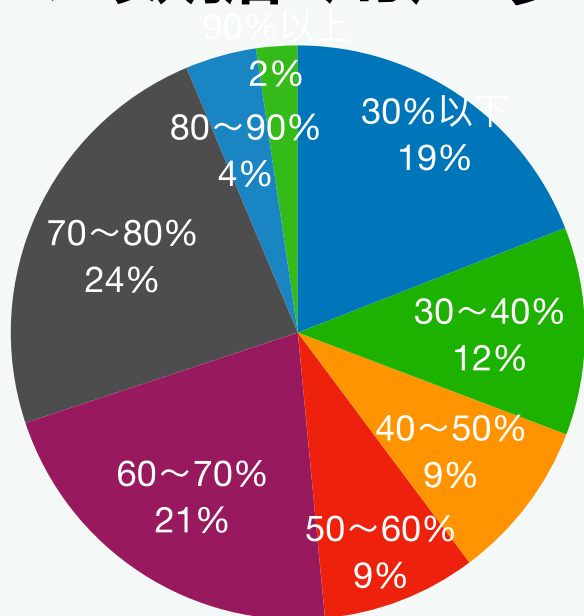
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-用户参与率



- 30%以下 近20%
- 60~80%到场率 占近50%

关于活动行

企业如何定位线上活动?

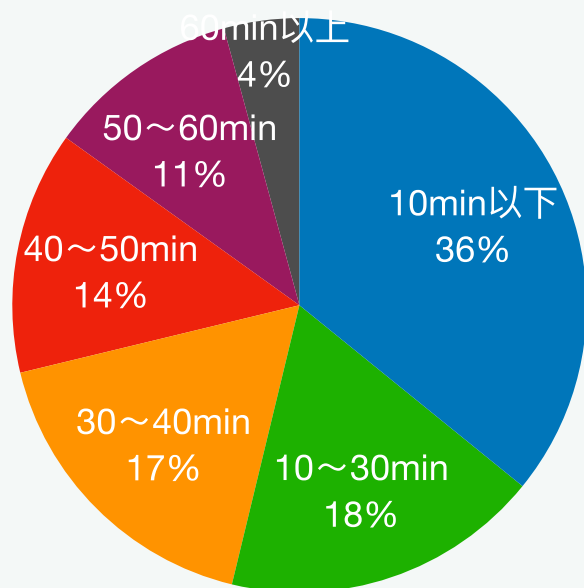
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

Q1数据-用户参与时长



- 10min以下 1/3以上
- 60min以上极低

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用



更多数据分享
我们会在我们开放日持续更新

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

什么是大活动什么是小活动?

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

线下活动定义-大&小

预算花费多

参与人数多

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

线上活动呢?

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

定位企业线上活动

- 确定活动目的
- 确定活动形式&规模
- 关注数据化指标：宣传数据、用户行为数据 等

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

3.线上活动运营的3个技巧

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

线上活动 ≠ 直播

弱弱问个小问题：花了几十万+ 做了一期好看节目，收益甚微

关于活动行

企业如何定位线上活动？

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

线上活动=内容+会场运营

直播

直播是一个技术名称，只是被娱乐、秀场、游戏场景先应用了被用户误解了；线上活动 = 传统古典直播



传统（古典）直播

内容

使用活动行PC网页产出内容，OBS 推流产出内容；观赏性和视觉感



线上虚拟活动

体验

实时互动内容、提问、上链接、投票、交流室、人脉社交，全流程、全域的体验；

关于活动行

企业如何定位线上活动？

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

技巧1:回归初心

自我介绍

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

线上活动如何变现?

抽奖

仅限 Informa 内部使用

运营技巧 1：策划阶段清晰

活动阶段	线下活动	线上活动
活动前	预定场地&搭建、 嘉宾邀请&排练、 宣传页面、票务系统	活动行Live线上会场管理系统 (暖场视频、人脉)、 嘉宾邀请、 宣传页面、报名系统
活动中	票务核销&名牌打印、 现场与嘉宾和参与者互动 展区人脉结识	好看画面、有趣内容、好的参与感、结识人脉； 交流室、分会场
活动后	内容传播、 数据复盘 (签到率、数据采集、 主观感觉火不火)	内容精剪传播、数据复盘 (线上到场率、用户停留时长、互动人脉数据)

自我介绍

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

线上活动如何变现?

抽奖

仅限 Informa 内部使用

技巧2:传递品牌

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

运营技巧 2：内容精彩

议程设计：类比与线下活动，小于18min的演讲；（除非纯技能考试类）

演讲嘉宾：重视、仪式、意识

互动性：关注提问区域、互动区域

内容共创：以投票形式，实时感受用户反馈

传播性：金句、逻辑、共鸣、总结（出图表必拍照）等等

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

技巧3:共创价值

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

运营技巧 3：体验感

活动前：用户报名表单、开播前提醒和召回、电话沟通与会 等等

活动开始前线上会场：暖场视频、提问板块引导、人脉功能开启、交流室等等

活动进行中：内容共创、用户反馈实时响应、用户留存、
用户分享（30%用户新增来自进行中分享）等等

活动结束：结束反馈投票、内容预告 等等

😊塑造体验感😊被关注、被重视

避免销售后期跟进，用户反馈不晓得哎、没太了解；

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

4.活动行Live 全新功能

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行Live = 直播 + 会场运营 + 数据化

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

主办方使用流程

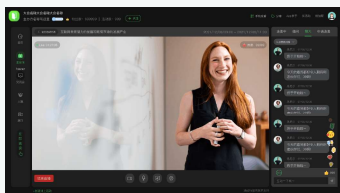
发布

活动行发布线上活动，3分钟配置完成直播间。



举办

活动行PC网页端轻松操作开播，开启直播旅程。



运营

用户可通过网页、App、小程序观看直播，体验身临其境的乐趣，实时互动、人脉、交流室。



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

参与者使用流程

App
小程序
H5
官网

活动页面

提交报名信息

获得
参与
直播
资格

获得资格

直播前

开播
提醒

消息

进入

PC网页
微信网页
小程序
App

直播间

开播后

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

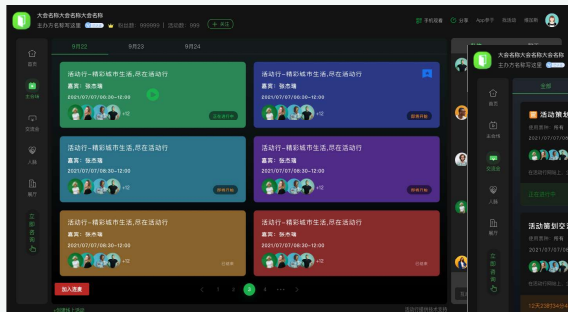
仅限 Informa 内部使用

线上会场

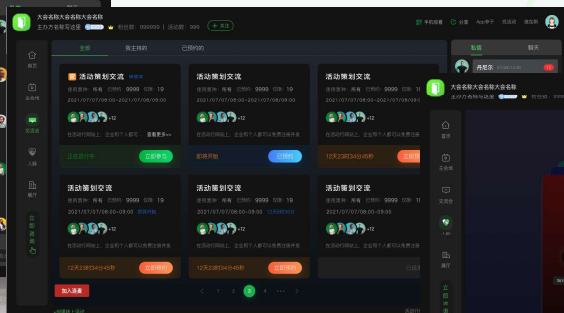
多会场展示

私密交流室（内测）

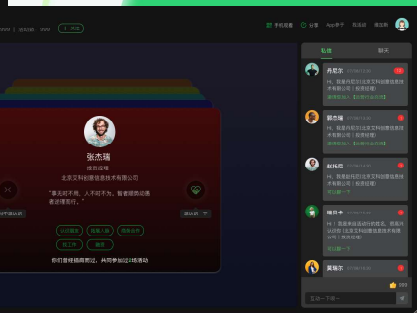
人脉社交匹配



支持多个会场创建，可以多个同时举办、不同运营参与管理



参与者与嘉宾会议室进行深度交流，获得更多有效信息，加强黏性。



同场活动参与人可滑卡进行社交，匹配成功支持即时私信互动

关于活动行

企业如何定位线上活动？

3个技巧

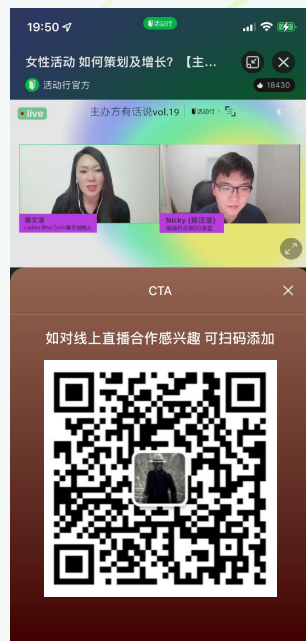
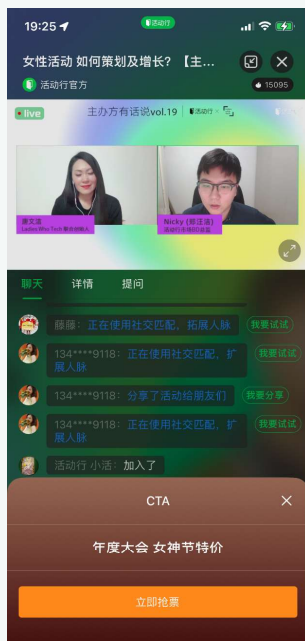
活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

CTA上链接/上传图片 功能

主办方可以通过CTA（上链接）功能将活动、商品等相关链接，以弹窗的形式发送，吸引用户点击，例如主办方介绍文章、商品购买链接、下一场活动预约等内容；或者使用上传图片功能，将企业微信码推送给参与人。



关于活动行

企业如何定位线上活动？

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

提问功能

参与者进入直播间，可以在提问区向嘉宾提问，同时，参与者也可以点赞其他的问题，提问区可以选择以点赞数排序、以发布时间排序，主办方可以在提问区收集问题，引导嘉宾与参与者互动。



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

自定义背景功能

主办方可以通过换背景功能将直播间的背景图替换，新背景图可提现品牌风格调性，增加文字引导等。



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

自定义水印功能

默认活动行logo水印，管理员可在后台设置，创建无水印模式及自定义水印模式。



自定义logo模式



无logo模式

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

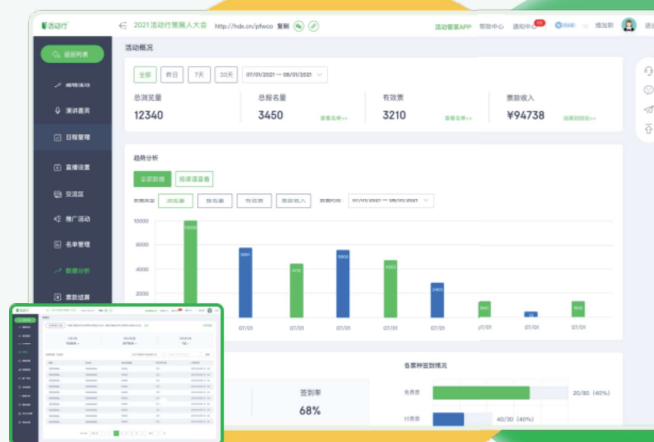
仅限 Informa 内部使用

全方位数据分析

宣传推广数据：活动浏览量、报名量、收藏量、各渠道转化率等，实时监控推广效果。

活动直播数据：观看人次、观看时长、聊天评论条数、出席率、回放次数等，助力分析直播效果。

用户画像数据：自定义报名表单，收集分析行业、公司、职位、性别、城市等用户画像。



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

应用场景

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

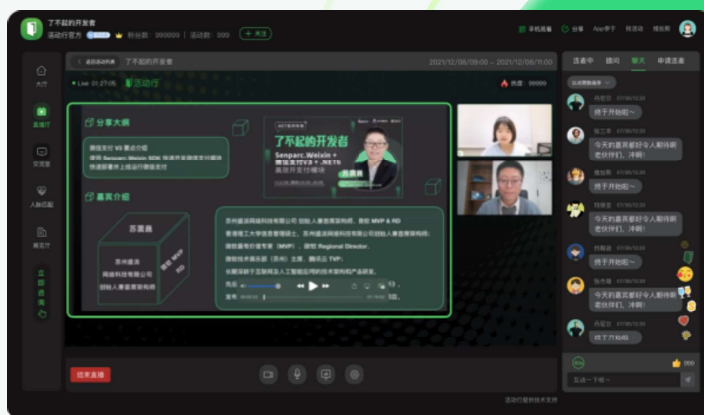
案例

仅限 Informa 内部使用

线上分享会 / 课程

《了不起的开发者》系列线上活动

- 桌面共享：分享 PPT、视频等文档
- 多人连麦：支持多嘉宾分享，或与参与者连麦对话
- 提问：参与者可发布问题到提问墙，其他人可点赞
- 人脉：给参与者认识技术圈大佬的机会
- 数据：系列活动累计观看人数超过 5万



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

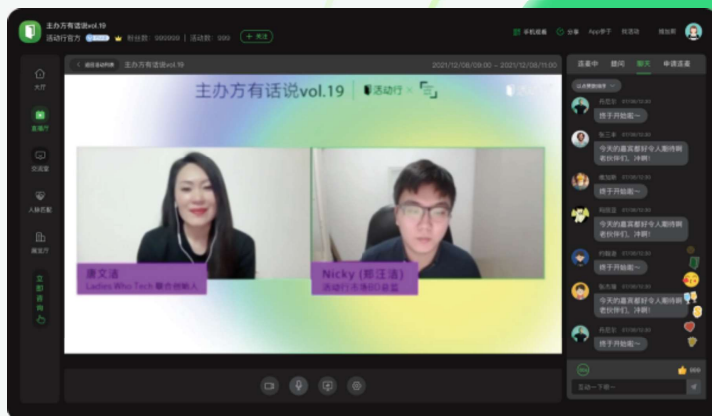
案例

仅限 Informa 内部使用

嘉宾访谈 / 圆桌讨论

《主办方有话说》线上系列活动

- 连麦：邀请业内知名主办方进行访谈
- 提问：参与者可发布问题到提问墙，其他人可点赞
- 人脉：给参与者认识技术圈大佬的机会
- 数据：系列活动累计观看人数超过3万



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

大咖年度演讲

进化的力量. 刘润年度演讲

- 高清直播：现场高清拍摄直播，支持最高 2 万人同时在线观看
- 提问：参与者可发布问题到提问墙，其他人可点赞
- 分发：同时推流分发到 B 站、视频号、抖音
- 回放及干货笔记：活动行微信公众号发布的回放及干货笔记阅读量 10万+



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

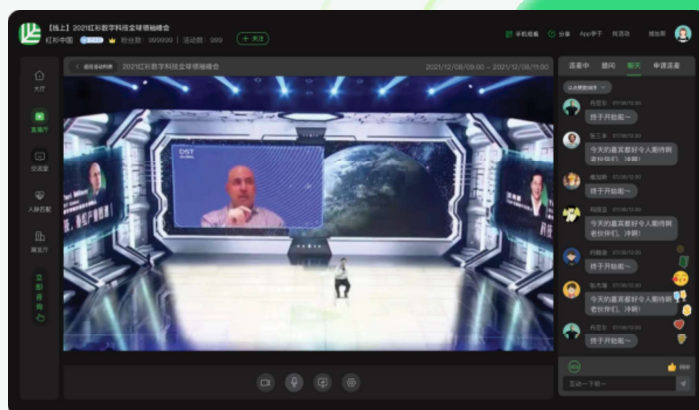
案例

仅限 Informa 内部使用

线上峰会 / 研讨会

2021红杉数字科技全球领袖峰会

- 拉流直播：现场高清拍摄直播，活动行拉流直播，支持最高 2 万人同时在线观看
- 提问：参与者可发布问题到提问墙，其他人可点赞
- 回放及干货笔记：活动行微信公众号发布的回放及干货笔记阅读量 6万+



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

发布会 / 推介会

执牛耳：数说故事新品发布会

- 直播：现场高清拍摄，线上线下同时介绍新产品，支持最高2 万人同时在线观看
- 提问：参与者可对感兴趣的产品及功能提问，线上线下观众同时互动
- 交流室：数说“脱口秀”、数说“乐队”，线上线下同时燃爆、最大化传播



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

云端市集 / 展览

春节活动推介日1.25小年直播

- 多人多地连麦：10几位策展人，北上广深杭、武汉、成都等多地连线直播市集/展览现况
- 上链接：小助手及时上架活动购票链接，在线推介转化付费
- 抽奖：评论区刷屏及转发抽奖，赠票
- 虚拟背景：直播背景画面替换成喜庆的红色并可配上文字提示



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

5.案例解析

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行 TOB 类活动

- 内容结构
- 执行SOP
- 总结：数据&服务

关于活动行

企业如何定位线上活动?

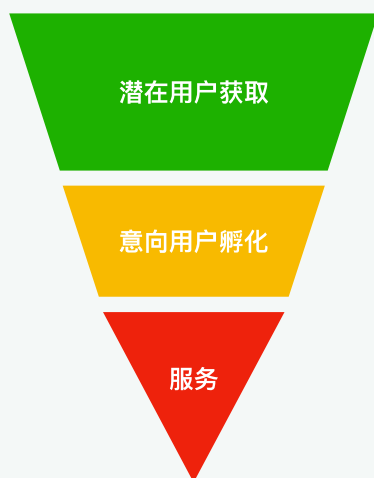
3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行 TOB 类活动-内容结构



策划**市场运营**感兴趣系列活动：
洞察营销、主办方有话、运营技巧等
策划**企业中层**感兴趣系列活动：
数字化管理、资本类峰会等

主办方开放日挖掘潜在主办方、
品牌方 与我们产生链接

优质合作伙伴定制化服务

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行 TOB 类活动

执行SOP

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行 TOB 类活动-数据

- 4.7日 产品开放日
- 数据：1095人报名、916人参与、平均时长43min、私域社群添加276、潜客线索84；

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

活动行-服务

- 标准SaaS 产品服务
- 个性化代运营 和 整合营销服务
- 广告投放
- 企业内部培训服务

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用



关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用

感谢大家

关于活动行

企业如何定位线上活动?

3个技巧

活动行Live产品

案例

仅限 Informa 内部使用