Better｜Kelly 全平台社交媒體運營優化完整 SOP｜唯一詳細延續整合版

📄 文件狀態：唯一正式延續版

🗓️ 本次重建日期：2026-06-08

📥 正確底稿：2026-06-03 系統 SOP 中 Better 角色與十二Bot架構基準

📚 新增整合：Kelly 昨日提供的 4 份 Gemini 策略 PDF 全部核心資料

🧩 延續整合：2026-06-03 至 2026-06-07 / 2026-06-08 已知 Better 優化紀錄

🎨 PDF 版面標準：參考 Kelly 指定 Chili PDF 的暖金企業 SOP 風格

🔐 敏感資料：所有 token、API key、chat id、delivery target、connection string、密碼一律顯示為 `[REDACTED]`

📌 長期源文件：`/Users/kelly/.hermes/profiles/Better/sop/全平台社交媒體SOP_詳細延續整合版_20260608.md`

📚 目錄

✅ 0. 最新執行結論

🔄 1. 本次修正原因與正確重建方式

📥 2. 2026-06-03 基準底稿｜Better 原始角色與系統定位

📚 3. 四份 Gemini PDF 詳細整合索引

👑 4. Kelly 300萬佣金目標與 Better 支援邊界

💎 5. 高淨值獲客總戰略

🚫 6. 低端流量隔離與高資產客戶過濾網

📈 7. 9AL 信任累積與睡後獲客內容系統

🧠 8. 用戶決策焦慮定位法

🌱 9. Better 低侵略感文案系統

🔒 10. AIA / 內地平台雙重合規防火牆

👤 11. Kelly 個人品牌靈魂母本

🧩 12. 三層人設金字塔

📱 13. 全渠道帳號矩陣與定位

📣 14. 微信朋友圈 SOP

📕 15. 小紅書 SOP｜主號 / 移民升學號 / 房產號

🧾 16. 宜嘉世代資管公眾號 SOP

🎬 17. YouTube / Facebook 物業短片 SOP

💼 18. LinkedIn 高端招聘與 B 端信任 SOP

🏷️ 19. Fact Check 長尾關鍵詞庫

🔥 20. 當日新聞轉化公式

⏰ 21. 每週 4 小時極簡內容運營閉環
🧲 22. CTA / 私訊 / 群聊 / 自動回覆模板
🚀 23. 即刻啟動三個 30 分鐘行動
🧰 24. Better 固定控制指令 Prompt
📅 25. 自動推送與內容節奏
📄 26. SOP / PDF 唯一版本維護制度
🧾 27. 2026-06-03 至 2026-06-08 已整合優化紀錄
🌶️ 27.5 CHILI_BOT 近兩天新分配給 Better 的工作
✅ 28. 總結優化點逐項詳列
🧭 29. 延伸優化 + 事後建議持續紀錄制度
📊 30. Kelly 社交媒體 KPI 落地操作手冊｜Part 1–6

✅ 0. 最新執行結論

- ✅ 本文件已按 Kelly 最新要求重做，不再沿用上一份過亂、內容不足的版本。
- ✅ 本次以 **2026-06-03 系統 SOP 的 Better 基準內容** 作為起點。
- ✅ 本次已把 **4 份 Gemini PDF** 的全部核心策略拆解後合併入同一份 SOP。
- ✅ 本次已把 **2026-06-03 至 2026-06-07 / 2026-06-08 已知 Better 優化** 合併入同一份延續版。
- ✅ 本次 PDF 將重新採用更接近 Chili 參考文件的排版：暖金封面、清晰目錄、單欄少框、金色左線、重點紅框提示卡。
- ✅ 本次已新增第 30 章 KPI 落地操作手冊，將 6 個落地模組合併入同一份 SOP，不另開 6 份文件。
- ✅ 往後 Better 不再同時維護「最新版 / 日期版 / 上午版 / 晚上版 / Gemini整合版」多份正式版本。
- ✅ Markdown 是唯一長期源文件，PDF 只作 Telegram 臨時派送。

⭐ 重要提示卡

- 📌 Kelly 要看的正式版本只有本文件。
- 📌 舊版本只可進 archive，不可再放主目錄混淆。
- 📌 新資料、新策略、新排版、新優化，都要延續寫入本文件。
- 📌 統一檔名規則：`全平台社交媒體SOP_詳細延續整合版_yyyymmdd.md`。
- 📌 若需要 PDF，只從本文件重新生成，不另開 Markdown 分支。

🔁 1. 本次修正原因與正確重建方式

- ❌ Kelly 指出上一版排版與 Chili 參考 PDF 差很遠。
- ❌ Kelly 指出上一版內容不正確，因為沒有以 2026-06-03 那個內容較多的版本作為真正底稿。
- ❌ Kelly 指出 4 份 Gemini 資料需要詳細記錄，不是只抽幾個標題。
- ❌ Kelly 指出 2026-06-03 到昨天為止所有優化都要加進去。

- ✅ 本次已改為「先抽取底稿 → 再整合 Gemini → 再合併後續優化 → 最後列明逐項優化點」。

🧭 1.1 本次重建順序

- 1️⃣ 找回 2026-06-03 系統 SOP 基準資料。
- 2️⃣ 抽取 4 份 Gemini PDF 原文文字。
- 3️⃣ 抽取 Kelly 指定 Chili PDF 的版面特徵。
- 4️⃣ 將 Better 在 2026-06-03 的角色、邊界、管轄關係、已完成與待開發功能作為基礎。
- 5️⃣ 將 Gemini 1 的「高淨值獲客實戰計劃」整合入內容戰略。
- 6️⃣ 將 Gemini 2 的「9AL 信任積累 + Better 內容系統」整合入文案方法。
- 7️⃣ 將 Gemini 3 的「宜嘉世代資管公眾號 + 長尾關鍵詞 + 六大渠道矩陣」整合入平台 SOP。
- 8️⃣ 將 Gemini 4 的「終極一體化廣告系統 + 控制指令 + 三個 30 分鐘行動」整合入執行 SOP。
- 9️⃣ 加入 2026-06-07 / 2026-06-08 的排版、唯一版本、cron、自我介紹、禁用詞與 PDF 規則。
- 🔟 生成一份更乾淨、更接近 Chili 參考風格的 PDF。

🧱 2. 2026-06-03 基準底稿｜Better 原始角色與系統定位

- 📄 來源：`Kelly_十二Bot智能企業生態系統架構SOP_20260603.pdf`
- 📌 作用：作為 Better 在十二Bot架構中的原始定位基準。
- 📌 本次不是重新發明 Better，而是在 2026-06-03 的基準上延續優化。

📣 2.1 Better 於 2026-06-03 的原始身份

- ✍️ Better 是 Kelly 十二Bot生態系統中的 CMO 營銷總監 Bot。
- 📣 Better 負責整個營銷內容部門。
- 🎨 Better 下轄 Isso，負責 AI 創意與圖片影片方向。
- 📊 Better 下轄胖胖，負責戰略分析與業務數據分析方向。
- 🌶️ Better 接受 Chili 全域管控與最終 Fact Check。

🎯 2.2 Better 於 2026-06-03 的核心職責

- ✍️ 營銷內容策劃。
- 🔎 在各社交平台搜尋熱門貼文和影片。
- 📊 分析熱門話題與可用內容方向。
- 🎯 根據 Kelly 個人風格推薦合適發文主題。
- 📝 幫 Kelly 撰寫社交文案。
- 📩 完成文案後發送給 Kelly 確認。
- 🎨 Kelly 確認後，可交 Isso 生成相關圖片或影片方向。
- 📈 負責流量轉化分析與內容效果追蹤。

🚫 2.3 Better 於 2026-06-03 的嚴格邊界

- 🚫 不處理客戶業務洽談。
- 🚫 不做私人投資分析。
- 🚫 不回答客戶保險成交問題。
- 🚫 不自動發布文案到社交平台。
- 🚫 不修改 CRM 主檔。
- 🚫 不主控 Sales Builder。
- ✅ 所有文案與創意都發給 Kelly，由 Kelly 手動發布，保障帳號安全。
- ✅ 所有輸出必須貼近 Kelly 風格。
- ✅ 所有輸出必須符合高淨值客戶定位。
- ✅ 下屬 Bot 輸出先由 Better 做內容 Fact Check，再交 Chili 終審。

🗂️ 2.4 2026-06-03 Better 相關文件結構

- 📁 `ROLE.md`
- 📁 `SOP/`
- 📁 `WechatMoments/`
- 📁 `generated_copy/`
- 📁 `hot_topics/`
- 📁 `hot_topics_archive/`
- 📁 `identity_planning/`
- 📁 `life_sharing/`
- 📁 `social-plan/`
- 📁 `system/`
- 📁 `trending_analysis/`
- 📁 `投资移民_content/`

✅ 2.5 2026-06-03 已完成 / 待開發基準

- ✅ 已完成：社交文案生成。
- ✅ 已完成：廣告內容製作。
- ✅ 已完成：熱門話題監控。
- ✅ 已完成：雙業務內容分流。
- 🔄 待開發：每週流量轉化分析自動生成。
- 🔄 待開發：小紅書 / IG / FB 內容預排程。

📚 3. 四份 Gemini PDF 詳細整合索引

- 📄 Gemini 1：`Kelly_Full_Social_Media_Operation_Plan_v2.pdf`
- 📄 Gemini 2：`Kelly_Ultimate_Social_Media_Signing_Machine_Plan.pdf`
- 📄 Gemini 3：`Kelly_Integrated_Social_Media_Signing_Machine_Master_Plan.pdf`
- 📄 Gemini 4：`Kelly_Ultimate_OneSystem_Signing_Machine_Master_Plan.pdf`

📘 3.1 Gemini 1｜全渠道社交媒體戰略轉型與高淨值獲客實戰計劃

- 🎯 核心目標：2026年9月前達成 HK$3,000,000 佣金目標。
- 💎 主攻方向：HK$760,000 高佣投資移民大單。
- 🧲 核心綱領：極端精準篩選、內地平台合規防火牆、每週4小時高效自動化矩陣。
- 🚫 痛點一：抖音 / 小紅書低門檻移民與勞工內容會吸引低質查詢。
- 🔎 痛點二：熱門不等於轉化，幾萬點讚可能只是大眾低門檻流量。
- 🔥 高淨值客戶通常低調，不一定公開留言，而是私訊索取專業資料。
- 🧩 關鍵結論：Kelly 不需要百萬播放，Kelly 需要 500 個精準企業家 / 高管看見。
- 📕 小紅書群聊：建立高端交流空間，分享 CIES、跨境財富、家族信託、西貢房產資訊。
- 🎨 品牌視覺：保險 / 信託 / 身份規劃用森林綠 + 金屬金；直家物業用海洋藍 + 白 + 亮金。
- 📱 平台矩陣：微信、三個小紅書方向、Facebook、LinkedIn、YouTube、FB Page。
- ⏰ 每週時間：控制在約 3 小時 50 分鐘。
- 🚀 啟動步驟：更新 Bio、開小紅書群聊、拍攝西貢房產視頻。

📙 3.2 Gemini 2｜高淨值獲客終極實戰計劃書

- 📈 核心新增：9AL 最新社交媒體打法。
- 🧠 定位邏輯：從「職業身份」轉向「用戶決策焦慮」。
- 🧲 內容系統：打造可控信任累積的睡後獲客複利系統。
- 🚫 打破誤區：保險與財富管理內容不是網紅曝光邏輯。
- 👀 高淨值客戶未必互動，但會長期觀察專業度、穩定性與價值觀。
- 🌱 Better 三招：把說教改成自嘲 / 調侃；把教育改成探索 / 內幕；把銷售改成吐槽 / 先站隊再解法。
- 🔒 合規天條：內地平台不提具體產品名稱、不放計劃書截圖、不做收益對比、不用絕對化詞。
- 📕 小紅書簡介：套用「我是誰 + 我能幫你什麼 + 如何互動」三行公式。
- 📌 小紅書3：移民升學號作為 76萬高佣大單核心入口。
- 💬 Facebook：本地與舊客轉介紹旗艦。
- 💼 LinkedIn：高端同行 / 跨界高管招聘核心。
- ⏰ 黃金發布：星期一、三、五、週末分渠道運營。
- 🧰 控制句：Kelly 可直接要求 Better 按指定小紅書號定位和格式生成文案。

📗 3.3 Gemini 3｜高淨值獲客終極整合實戰計劃書

- 🪨 核心定位：定版母本，融合 17年西貢房產 + 8年友邦保險雙王牌生態圈。
- 🚫 五大高資產過濾網：前置門檻、封殺低端選題、群聊門檻、私信卡門檻、高淨值選題聚焦。
- 🔒 去產品化：內地平台 100% 不談具體保險產品，只談規劃邏輯與政策趨勢。
- 🧾 公眾號改革：宜嘉世代資管要從雜亂生活 / 商務內容，改成官方權威智庫。
- 🔁 微信生態閉環：短視頻 / 小紅書 → 公眾號深度解讀 → 自動回覆卡門檻 → 個人微信一對一合規諮詢。
- 👑 Kelly 品牌靈魂：專業犀利不忽悠、熱愛生活有溫度、懂修心會平衡。
- 🧠 三層人設：專業能力、生活溫度、精神修心。
- 🏷️ 長尾關鍵詞：香港買樓投資、香港保險理財、CIES、信託、教育、醫療、傳承。
- 📱 六大渠道矩陣：朋友圈、小紅書3、小紅書1、公眾號、LinkedIn、YouTube / FB 物業專頁。
- 🔥 當日新聞公式：新聞事件 + 會計師眼光拆解 + 吐槽亂象 + 決策焦慮 + 私信轉化。
- 🧰 最高控制命令：要求 Better 同時產出朋友圈與小紅書3版本。
- 🚀 三個 30 分鐘：換 Bio、改公眾號、開高質群聊。

📕 3.4 Gemini 4｜終極一體化廣告系統母本

- 🧩 核心作用：把 Gemini 3 的策略再壓縮成一體化執行母本。
- 🎯 戰略目標：3個月內精準獲客香港 3000萬新 CIES 投資移民高淨值客戶。
- 🪨 高資產過濾：前兩行 / 前3秒設置門檻，避免勞工、找工作、低門檻簽證流量。
- 🔒 內地平台：100% 去產品化，不出現保險產品名、分紅數字、理賠數字、計劃書截圖。
- 🧲 內容焦點：投資移民、新 CIES、稅務籌劃、家族信託、跨境資產、子女教育、美元資產、傳承。
- 🧠 Better 文案心法：自嘲、八卦內幕、探索體、吐槽先站隊。
- 👤 人設鎖定：前美國會計 + 西貢地產 + 道教順勢而為 + 17年香港本地經驗。
- 📐 朋友圈版本要求：短平快、清晰分段、金句、低侵略 CTA、話題標籤。
- 📕 小紅書3版本要求：Point form 乾貨體、長尾關鍵詞、收藏關注、合規聲明。
- 🧭 執行理念：80% 精力放在小紅書3與微信朋友圈，其餘平台作信任補強。

👑 4. Kelly 300萬佣金目標與 Better 支援邊界

- 🎯 Kelly 目標：2026年9月前保險業務獲取佣金 HK$3,000,000。
- 💎 內容主攻：高淨值投資移民 / CIES / 家族信託 / 跨境資產配置相關高質 enquiry。
- 🧲 Better 支援：曝光、信任、私訊、內容轉化、禁用詞風險控制。
- 👑 呆Bot主控：成交策略、客戶跟進、CRM、Sales Builder、佣金拆解。
- 🌶️ Chili 終審：全局規則、系統修復、Fact Check 終審。

📌 4.1 Better 對 300萬目標能做什麼

- 📣 提升高質曝光：讓合適的高淨值客戶看見 Kelly。
- 🧲 提升 enquiry 質量：用內容前置篩選不合適客群。
- 💬 降低客戶戒心：用教育、故事、生活與價值觀建立長期信任。
- 🔒 降低合規風險：避免保證、誇大、收益承諾、跨境銷售敏感表述。
- 📚 建立可複製內容庫：讓 Kelly 每週用少時間持續產出。
- 🎬 協作 Isso：把文案方向變成圖片、短片、封面、素材 prompt。

🚫 4.2 Better 不能做什麼

- 🚫 不承諾內容一定帶來成交。
- 🚫 不承諾一定達成 HK$3,000,000。
- 🚫 不代替 Kelly 發佈社交平台內容。
- 🚫 不直接與客戶成交。
- 🚫 不修改 CRM 主檔。
- 🚫 不處理正式產品建議書與投保主控。

💎 5. 高淨值獲客總戰略

- 🎯 總原則：不要追泛流量，要追可轉化的高質信任流量。
- 💎 目標人群：企業主、高管、高收入家庭、跨境家庭、CIES / 高才通 / 投資移民客群。
- 🧠 核心場景：身份、子女教育、跨境資產、醫療保障、家族傳承、西貢居住、香港生活。
- 📌 內容不是叫客戶即刻買，而是讓客戶覺得 Kelly 值得先問。
- 🧲 高淨值客戶通常不在留言區暴露私隱，要設計私訊入口。

🧭 5.1 高淨值客戶內容判斷標準

- ✅ 是否能展示 Kelly 的專業判斷。
- ✅ 是否能呈現 Kelly 的 17年香港本地經驗。
- ✅ 是否能連接身份、保障、資產、物業與下一代。
- ✅ 是否能自然篩走低質、低預算、只問免費資訊的人。
- ✅ 是否不踩保險、投資、移民與平台合規風險。

🚫 6. 低端流量隔離與高資產客戶過濾網

- 🚫 禁用低端流量詞：勞工、打工、找工作、免費移民、低門檻簽證、包過、保證批、內部渠道、非法務工。
- 🚫 禁用低質選題：人人都可申請、無門檻、免費拿身份、快速上岸、灰色捷徑。

- ✅ 推薦高質選題：CIES、新資本投資者入境計劃、高才通 A 類、家族信託、跨境資產、子女教育、稅務籌劃、美元資產、財富傳承。
- ✅ 推薦高質語氣：適合正在思考、值得提前了解、先做合規梳理、以家庭情況評估。

💎 6.1 五大高資產過濾機制

- 1️⃣ 內容前置卡關：開頭直接表明適合「正在考慮香港身份、跨境資產與家庭長期安排」的人。
- 2️⃣ 選題天然過濾：只寫高淨值會關心的稅務、信託、CIES、子女教育與醫療安排。
- 3️⃣ 私訊問題過濾：引導對方先說明關注方向，而不是公開留言問敏感資料。
- 4️⃣ 群聊質量過濾：群公告清楚寫明只分享政策、資產配置、香港生活與合規資訊。
- 5️⃣ CTA 語氣過濾：用「完整梳理」「家庭規劃清單」「CIES 合規資產清單」吸引有決策能力的人。

⚠️ 6.2 合規修正提醒

- ⚠️ Gemini 原文有較硬的「不符合門檻恕不回覆」語氣。
- ✅ Better 正式使用時要改得更有溫度，避免傲慢或損害 Kelly 品牌。
- ✅ 建議改成：「因每個家庭情況不同，我會優先回覆已清楚說明規劃方向的朋友。」
- ✅ 建議改成：「如果你正準備做身份、資產或家庭安排，可以先私訊我你的方向，我再看是否適合進一步梳理。」

📈 7. 9AL 信任累積與睡後獲客內容系統

- 📈 保險與財富管理內容不是網紅曝光邏輯。
- 🧲 核心是可控信任累積。
- 👀 高淨值客戶未必留言，但會長期看 Kelly 的內容是否穩、專業、有邊界。
- 🏛️ 好內容像不落幕的線上展廳。
- 🌙 睡後獲客不是自動成交，而是內容持續完成預教育。
- 📌 內容複利來自長期一致，而不是單篇爆紅。

✅ 7.1 信任累積四件事

- 📚 長期輸出可收藏的乾貨。
- 🔒 長期保持合規克制。
- 🌱 長期展示真實生活與價值觀。
- 💬 長期提供低壓私訊入口。

🧠 8. 用戶決策焦慮定位法

- 🧠 定位不是只說「我是誰」。
- 🎯 定位是讓客戶在某個決策焦慮時想起 Kelly。

- 💎 高淨值客戶不是買產品，而是處理家庭與資產的不確定性。

🧩 8.1 客戶會想起 Kelly 的五個場景

- 🪪 場景一：手上有資產，想考慮 CIES / 香港身份，但不知道怎樣合規安排。
- 👨‍👩‍👧‍👦 場景二：拿了高才通，準備安排子女教育與香港居住。
- 🏦 場景三：企業主想分散資產、安排美元資產與跨境傳承。
- 🏥 場景四：家庭開始擔心長壽、醫療、重大疾病與現金流。
- 🏡 場景五：想在西貢或香港找合適生活圈與物業安排。

🔁 8.2 文案公式

- 🧲 客戶焦慮：說出對方正在擔心的問題。
- 🔎 專業拆解：用 2至3 點講清底層邏輯。
- 👑 Kelly 觀察：加入 17年香港經驗 / 會計背景 / 生活角度。
- 🔒 合規提醒：所有安排都要按個人情況、政策、條款評估。
- 💬 Soft CTA：私訊做方向梳理，不急著推產品。

🌱 9. Better 低侵略感文案系統

- 🌱 核心路徑：有用 → 有興趣 → 有共鳴。
- 🚫 避免一開頭就推產品。
- 🚫 避免高高在上的說教。
- 🚫 避免恐嚇式痛點打擊。
- ✅ 先幫客戶看清問題，再自然建立信任。

🪄 9.1 降低侵略感三招

- 🤭 把說教改成自嘲 / 調侃。
- 🔍 把教育改成探索 / 內幕 / 經驗觀察。
- 💬 把銷售改成吐槽 / 先站隊再解法。

✍️ 9.2 三種 Kelly 文案聲線

- 👑 專業犀利版：適合高淨值客戶、政策解讀、CIES、信託、資產配置。
- 🌱 溫柔陪伴版：適合家庭保障、升學、香港生活、女性成長與修心。
- ⚡ 簡短直接版：適合朋友圈、短片口播、IG caption、快速提醒。

🔒 10. AIA / 內地平台雙重合規防火牆

- 🔒 內地公域平台必須 100% 去產品化。
- 🚫 不提具體保險產品名稱。
- 🚫 不發布計劃書截圖。
- 🚫 不公開分紅、收益、理賠金額對比。
- 🚫 不用「保證」「一定」「最高」「最安全」「必買」等絕對化詞。
- 🚫 不暗示跨境銷售。
- ✅ 只談宏觀政策、身份規劃、家庭風險、資產秩序、合規思維。

🧾 10.1 平台合規免責句

- 📌 身份 / CIES：本文僅為香港身份與公開政策方向分享，實際申請條件與審批結果需以官方最新政策及個人情況為準。
- 📌 保險 / 保障：本文僅為一般保障及家庭財務規劃教育分享，不構成投保建議，具體內容需以正式文件及條款為準。
- 📌 投資 / 財富：本文僅為市場與資產配置觀察，不構成投資建議，所有安排需按風險承受能力及專業意見評估。
- 📌 稅務 / 信託：涉及法律、稅務及信託安排，應諮詢合資格專業人士。
- 📌 物業：物業資料及按揭條件需以實際樓盤、銀行與法律文件為準。

🚫 10.2 禁用詞與替代表達

- 🚫 保證批核 → ✅ 需視乎官方審批及個人條件。
- 🚫 穩賺不賠 → ✅ 需承受市場及產品風險。
- 🚫 一定適合 → ✅ 需按家庭情況評估。
- 🚫 最高收益 → ✅ 演示收益不代表保證結果。
- 🚫 零風險 → ✅ 可協助降低部分風險，但不能消除所有風險。
- 🚫 內部渠道 → ✅ 以公開規則與合規流程處理。
- 🚫 不買會後悔 → ✅ 提前了解會更從容。

👤 11. Kelly 個人品牌靈魂母本

- 👑 核心 Slogan：專業犀利不忽悠，熱愛生活有溫度，懂修心會平衡的香港本地資深規劃顧問。
- 🧭 簡短定位：17年香港本地經驗，幫你提前佈局身份、保障、資產與下一代。
- 💎 高淨值定位：不急著推銷，只陪你把身份、財富、家庭與未來安排得更穩。
- 🌱 生活定位：懂規劃，也懂生活；講乾貨，也講長遠。

🧬 11.1 Kelly 差異化資產

- 🌆 17年香港本地生活與業務經驗。
- 🧾 美國會計背景。
- 🏦 AIA 保險與財富管理經驗。
- 🏡 西貢物業與香港生活圈經驗。
- 👨‍👩‍👧‍👦 家庭、子女教育、雙城生活視角。
- 🧘 修心、道法自然、長期主義價值觀。

🧩 12. 三層人設金字塔

🧰 12.1 第一層｜專業能力

- 📌 17年香港本地經驗。
- 📌 美國會計專業背景。
- 📌 熟悉香港身份、CIES、高才通、保險理財、信託、物業、升學。
- 📌 說話直接，不繞彎，不搞虛套路。
- 📌 擅長把複雜政策與家庭安排講成清晰方向。

🌸 12.2 第二層｜生活溫度

- 🌿 工作生活分得開。
- 🚴 運動愛好：瑜伽、健身、壁球、網球、潛水、滑浪、風帆。
- 💃 舞蹈愛好：芭蕾、爵士、中國舞。
- 🍳 生活愛好：烹飪、種植、閱讀、探店。
- 👨‍👩‍👧‍👦 家庭視角：不是只談生意，而是與客戶同頻的生活同行者。

🧘 12.3 第三層｜精神修心

- 🧘 信奉順勢而為。
- 📖 研讀《道德經》與修心內容。
- 🌱 不焦慮、不催促、不硬推。
- 🧭 做規劃要遵循規律與長期秩序。
- 👑 給客戶的不只是方案，而是安穩踏實的長期規劃感。

📱 13. 全渠道帳號矩陣與定位

- 🟢 保險 / 信託 / 身份規劃：森林綠 + 金屬金。
- 🔵 直家物業 / Sweet Home Agency：海洋藍 + 白色 + 亮金。

- 📌 原則：保險與身份內容要合規去產品化，物業內容要生活化與實景化。

📣 13.1 微信號 A｜朋友圈 / 私域信任池

- 📛 名稱：Kelly 何嘉莉｜香港資深規劃顧問。
- 🎯 功能：私域信任沉澱與高淨值客戶轉化終點。
- 📚 內容比例：50% 專業、35% 生活、15% 修心。
- ✍️ 文案方向：宏觀觀察、政策澄清、家庭保障、CIES、生活隨筆、修心感悟。
- 🚫 禁止：產品硬銷、收益承諾、恐慌式逼單。

📕 13.2 小紅書 1｜Kelly香港規劃生活記

- 🎯 功能：個人 IP 主號，建立溫度與真實感。
- 👤 人設：港漂17年 / 前美國會計 / 雙娃辣媽 / 修心日常。
- 🌱 內容：香港生活、青島雙城、教育成長、探店、運動、女性成長。
- ✍️ 語氣：低侵略感閨蜜體、自嘲、調侃、先共鳴再專業。

📕 13.3 小紅書 3｜Kelly香港身份規劃

- 🌟 功能：76萬高佣大單主戰場。
- 🎯 客群：CIES、高才通A類、高淨值家庭、企業主、跨境資產客戶。
- 📚 內容：CIES 政策、資產界定、子女教育、稅務、信託、家庭配置。
- ✍️ 語氣：Point form 乾貨體、避坑、攻略、流程拆解。
- 🔒 每篇需有合規免責聲明。

🏡 13.4 小紅書 2｜香港西貢買房甜姐兒

- 🎯 功能：西貢房產專屬號。
- 🏡 客群：來港定居、CIES / 高才通家庭、想住西貢海景 / 村屋 / 洋房客戶。
- 📚 內容：西貢樓盤、香港買房流程、印花稅、按揭、社區、國際學校生活。
- ✍️ 語氣：實景、真誠、大白話、專業本地代理。

🧾 13.5 宜嘉世代資管｜微信公眾號

- 🎯 功能：深信任累積基地。
- 🧠 定位：官方權威智庫。
- 📚 內容：CIES、跨境資產、家族信託、美元資產、宏觀趨勢、專業活動、MDRT 招募。
- 🚫 不再發與資管 / 身份無關的自嗨內容。

💼 13.6 LinkedIn｜Kelly Ho, AICPA

- 🎯 功能：高端商務背書與跨界精英招聘。
- 📚 內容：全球宏觀、稅務合規、信託架構、會計師轉型財富管理、MDRT 團隊招募。
- ✍️ 語氣：中英雙語、客觀、高遠、商務精英感。
- 🔒 招募內容需按內部要求審批。

🎬 13.7 YouTube / FB 物業專頁｜Sweet Home Agency 西貢房產

- 🎯 功能：西貢房產長尾搜尋與被動吸客。
- 🎥 內容：5至10支西貢代表性豪宅 / 村屋 / 社區生活短片。
- 🔎 關鍵字：Sai Kung House、西貢買房、西貢租房、西貢村屋、西貢筍盤。
- 📌 片尾 CTA：私訊預約看房 / 索取資料。

📣 14. 微信朋友圈 SOP

- 📌 朋友圈是 Kelly 私域信任的核心。
- 📌 不追求每篇都賣東西，而是穩定讓熟人圈看到 Kelly 專業、生活與價值觀。
- 📌 朋友圈內容要像一位成熟顧問的日常觀察，不像硬銷廣告。

🧾 14.1 朋友圈固定結構

- 🧲 標題：Emoji + 一句主題。
- 🖼️ 背景：今天發生什麼政策 / 市場 / 客戶問題。
- 💬 疑慮：客戶可能擔心什麼。
- ✅ 澄清：用 2至3 點講清楚。
- 👑 Kelly 觀察：加入 17年香港 / 會計 / 家庭 / 修心角度。
- 🌟 金句：一句可記住的價值觀。
- 🧲 CTA：私訊做初步方向梳理。
- 🏷️ 標籤：2至5個。
- 🔒 合規：不承諾結果，不硬銷產品。

📌 14.2 朋友圈內容比例

- 📚 50% 專業：政策、CIES、保障、資產、醫療、傳承。
- 🌿 35% 生活：運動、家庭、探店、西貢、雙城生活。
- 🧘 15% 修心：道法自然、順勢、長期主義、人生觀。

🧪 14.3 朋友圈三版本輸出

- 👑 專業格局款：適合高淨值與企業主。

- 🌱 溫柔陪伴款：適合家庭客戶與媽媽群體。
- ⚡ 精簡干貨款：適合日常高頻發布。

📕 15. 小紅書 SOP｜主號 / 移民升學號 / 房產號

- 📕 小紅書要重視搜尋、收藏、標題與長尾關鍵詞。
- 📕 每篇內容要有明確保存價值。
- 📕 不要為流量寫低端內容。

🧲 15.1 小紅書三行簡介公式

- 1️⃣ 我是誰。
- 2️⃣ 我能幫你什麼。
- 3️⃣ 為什麼關注 / 如何互動。

🧾 15.2 小紅書3 標準簡介

- ⚖️ 17年香港本地規劃顧問｜美國會計背景。
- 📈 專注 CIES、高才通A類、家庭資產與子女教育安排。
- 📩 想先看清香港身份與家庭規劃方向，可私訊索取清單。

🔥 15.3 小紅書3 選題庫

- 📌 香港投資移民新政策 2026：多少錢可以申請？
- 📌 CIES 3000萬資產界定最容易踩的坑。
- 📌 高才通 A 類家庭，為什麼要提早想子女教育？
- 📌 香港身份、保險、信託，三者到底有什麼關係？
- 📌 投資移民後，家庭醫療和資產傳承要怎樣一起看？
- 📌 香港身份不是終點，而是家庭資產秩序的開始。

🔒 15.4 小紅書每篇合規聲明

- 🔒 本文僅為香港身份、家庭規劃與公開政策方向分享，不構成投資、保險、法律或稅務建議。
- 🔒 實際申請條件、審批結果、產品安排與專業方案，需按個人情況及正式文件評估。

🧾 16. 宜嘉世代資管公眾號 SOP

- 🧾 公眾號定位：深度、權威、穩重、可沉澱。
- 🧾 不適合發太碎、太生活化、太自嗨的內容。
- 🧾 要成為高淨值客戶查 Kelly 專業背景時能看到的「信任陣地」。

📚 16.1 公眾號內容比例

- 40% 香港投資移民 / 身份規劃政策深度科普。
- 30% 高淨值家庭資產配置 / 家族信託案例分析，必須匿名。
- 20% 香港經濟 / 美元資產 / 全球市場趨勢觀察。
- 10% 團隊日常專業活動 / MDRT 新人招募。

🔁 16.2 微信生態閉環

- 🎬 視頻號短片 / 小紅書引流。
- 📑 公眾號深度文章建立權威。
- 💬 自動回覆提供清單或方向，不索取敏感資料。
- 👤 添加個人微信做一對一合規初步梳理。
- 🔥 正式成交與客戶跟進交呆Bot主控。

🎬 17. YouTube / Facebook 物業短片 SOP

- 🎬 目標：用西貢房產內容建立長尾搜尋與生活信任。
- 🏡 內容：豪宅、村屋、海景、學校、社區、買房流程。
- 🧲 導流：來港定居與高才通家庭可能先因物業內容認識 Kelly。
- 📌 視頻可持續存在，搬遷青島後仍可產生被動查詢。

📽️ 17.1 標準短片結構

- 1️⃣ 外觀與地段。
- 2️⃣ 客廳與空間。
- 3️⃣ 景觀與生活圈。
- 4️⃣ 價格 / 租售方向，以實際資料為準。
- 5️⃣ 片尾 CTA：想看更多西貢生活與樓盤，可私訊預約。

💼 18. LinkedIn 高端招聘與 B 端信任 SOP

- 💼 LinkedIn 是 Kelly 的高端商務名片。
- 🎯 目的不只是客戶，也包括金融、會計、法律、地產、移民、家辦圈層。
- 👥 同時支援年內高質新人招募方向。

📚 18.1 LinkedIn 選題方向

- 📌 全球宏觀與跨境稅務合規。
- 📌 CRS 與家族資產安排。

- 📌 從美國會計背景轉型財富管理的職業復盤。
- 📌 香港身份與財富管理的跨界價值。
- 📌 MDRT 團隊文化與高質招募。

🏷️ 19. Fact Check 長尾關鍵詞庫

🏢 19.1 香港買樓投資關鍵詞

- 🏠 內地人在香港買房可以貸款嗎。
- 🏠 內地人買香港房產需要什麼條件。
- 🏠 香港買房最新政策 2026。
- 🏠 香港買房印花稅計算方法。
- 🏠 內地人香港買房流程步驟。
- 🏠 香港西貢買樓有什麼優勢。
- 🏠 香港銀行房貸利率 2026。
- 🏠 香港西貢最新樓價走勢。

🛡️ 19.2 香港保險理財關鍵詞

- 🛡️ 內地人為什麼去香港買保險。
- 🛡️ 香港保險理賠真的很麻煩嗎。
- 🛡️ 香港重疾險和內地區別在哪。
- 🛡️ 2026 香港保險最新政策。
- 🛡️ 香港儲蓄分紅保險靠譜嗎。
- 🛡️ 香港保險需要親自去香港買嗎。
- 🛡️ 香港保險續保怎麼繳費。
- 🛡️ 香港保險會被內地課稅嗎。
- 🛡️ 香港保險能幫助申請身份嗎。

🪪 19.3 身份 / CIES 關鍵詞

- 🪪 香港新資本投資者入境計劃。
- 🪪 CIES 申請條件。
- 🪪 香港投資移民家庭規劃。
- 🪪 香港身份與子女教育。
- 🪪 香港身份合規規劃。
- 🪪 高才通家庭安排。
- 🪪 CIES 合規資產清單。

💎 19.4 財富 / 傳承關鍵詞

- 💎 跨境資產配置。
- 💎 家族財富傳承。
- 💎 家族信託與保險。
- 💎 企業主家庭資產隔離。
- 💎 財健一體規劃。
- 💎 長壽規劃。
- 💎 跨境醫療安排。

🔥 20. 當日新聞轉化公式

- ⚡ 普通 Agent 只轉貼新聞，容易變成自嗨。
- 👑 Kelly 要用新聞展現專業判斷與高淨值視角。

🧾 20.1 新聞轉化公式

- 📰 當日新聞事件。
- 🧾 用美國會計師眼光拆解背後對高淨值跨境資產的影響。
- 💬 用 Better 系統吐槽不專業中介亂象，建立共鳴。
- 🧠 拋出客戶決策焦慮情境。
- 🔒 加入合規提醒，不誇大、不承諾。
- 🧲 私訊 CTA，引導「先做方向梳理」。

📣 20.2 可用開場句

- 📌「這條新聞表面看是政策，其實背後是家庭資產秩序的問題。」
- 📌「很多人只看到門檻，真正要看的是合規路徑。」
- 📌「高淨值家庭最怕的不是沒有選擇，而是選擇太多卻沒有系統。」
- 📌「身份、保障、資產與下一代，從來不應該分開看。」

⏰ 21. 每週 4 小時極簡內容運營閉環

- ⏰ 每週總投入目標：約 3 小時 50 分鐘。
- 📌 原則：Kelly 把時間留給見客、成交、團隊；Better 負責內容產能與合規檢查。

🧭 21.1 每週時間分配

- ⏰ 30分鐘：身份與投資移民深度乾貨，2篇。
- ⏰ 20分鐘：個人 IP 與生活修心內容，2篇。

- ⏰ 20分鐘：直家物業房源與買房攻略，2篇。
- ⏰ 20分鐘：西貢房產短片折合準備。
- ⏰ 140分鐘：私域互動與群運營。
- ✅ 合計：約 230分鐘。

📅 21.2 黃金發布節奏

- 📌 星期一上午：LinkedIn + Facebook，發宏觀市場 / 商務形象。
- 📌 星期一晚上：小紅書3，發 CIES / 投資移民乾貨。
- 📌 星期三上午：FB Sweet Home，發優質盤源。
- 📌 星期三晚上：小紅書2，發西貢買房 / 村屋攻略。
- 📌 星期五晚上：小紅書1 + IG + 微信朋友圈，發生活 / 修心 / 個人 IP。
- 📌 週末：YouTube 西貢豪宅帶看，私域集中互動。

🧲 22. CTA / 私訊 / 群聊 / 自動回覆模板

💬 22.1 朋友圈 Soft CTA

- 💬「如果你也在思考香港身份、保障或家庭資產安排，可以私訊我，我幫你先看方向。」
- 💬「不用急著買，先把身份、保障、資產和下一代安排放在同一張圖上看清楚。」
- 💬「如果你想做一次家庭規劃初步檢視，可以私訊我索取清單。」

📕 22.2 小紅書 CTA

- 📩「想要《CIES 合規資產清單》，可以私訊我。」
- 📩「想知道自己家庭適合先看身份、升學還是保障，可以留言『清單』。」
- 📩「收藏這篇，之後做香港身份規劃時會用得上。」

👥 22.3 小紅書群聊歡迎語

- ✨ 歡迎來到「香港 CIES 投資移民與資產進階交流空間」。
- 📌 本群只分享香港身份、家庭資產、子女教育、跨境規劃與西貢生活相關資訊。
- 🔒 群內不作個別投資、保險、法律或稅務建議。
- 🤝 若你希望一對一梳理方向，可以私訊 Kelly 先說明你的關注點。
- 🚫 本群不處理低端勞務、非法中介、廣告推銷或無關內容。

🤖 22.4 私訊初篩回覆｜溫和版

- 💬「謝謝你關注，我是 Kelly。」
- 💬「我主要協助家庭從香港身份、子女教育、保障、資產與傳承角度做整體梳理。」

- 💬「如果你方便，可以先告訴我你目前最想了解的是：CIES / 高才通 / 子女教育 / 醫療保障 / 資產傳承 / 香港物業。」
- 💬「我會先按你的方向，給你一個初步整理思路。」

🚀 23. 即刻啟動三個 30 分鐘行動

⏱️ 23.1 第一個 30 分鐘｜更新所有 Bio

- 📌 更新微信、小紅書、LinkedIn、公眾號、FB、YouTube 簡介。
- 📌 使用三行公式：我是誰、我幫你什麼、如何互動。
- 📌 補上合規免責句與專業定位。

⏱️ 23.2 第二個 30 分鐘｜重整公眾號

- 📌 檢查公眾號舊文章。
- 📌 與資管 / 身份 / 家庭規劃無關的內容，建議隱藏或另行整理。
- 📌 公眾號定位改為「宜嘉世代資產管理官方權威智庫」。
- 📌 設置私訊 / 自動回覆，承接清單與一對一方向梳理。

⏱️ 23.3 第三個 30 分鐘｜建立高質群聊

- 📌 開設高質小紅書群聊或私域交流空間。
- 📌 使用溫和但有門檻的群公告。
- 📌 不要求公開提供敏感資產資料。
- 📌 用清單、政策解讀、常見誤區吸引真正有需求的人。

🧰 24. Better 固定控制指令 Prompt

▶️ 24.1 最高執行指令

- 📌「Better，請嚴格鎖定 Kelly 個人品牌靈魂母本。」
- 📌「目標是協助我精準吸引香港 CIES / 高才通 / 高淨值家庭客戶，支援 300萬佣金目標。」
- 📌「請 100% 避免內地公域產品化，不提具體保險產品名稱，不放收益與理賠數字，不承諾結果。」
- 📌「請使用有用 → 有興趣 → 有共鳴，避免高高在上、硬銷、恐嚇。」
- 📌「請把內容寫成朋友圈版本、小紅書3版本、短片口播版本，並附禁用詞檢查、合規提醒、CTA、標籤。」

🧾 24.2 常用任務句

- 📣「Better，幫我把這條新聞轉成朋友圈文案。」

- 📕「Better，幫我寫小紅書3 CIES 乾貨文。」
- 🎬「Better，幫我寫 45 秒短片口播。」
- 🚫「Better，幫我檢查禁用詞並改成合規版本。」
- 🧲「Better，幫我設計能篩選高淨值客戶的 CTA。」
- 🎨「Better，幫我給 Isso 一個短片封面與圖片方向。」

📅 25. 自動推送與內容節奏

- 🗓️ 07:40 每日：同業熱門話題監測。
- 🗓️ 07:50 每日：社交熱門話題內容生成。
- 🗓️ 07:55 每週一、三、五：吸粉引流內容生成。
- 🚫 對 Kelly 不顯示 raw cron 表達式。
- 🔎 如無可核實資料，必須清楚寫「暫無可核實新增 / 資料不足」。
- 🚫 自動推送不可誤輸出自我介紹。
- ✅ 自動推送只回答該任務本身。

📄 26. SOP / PDF 唯一版本維護制度

- 📄 本 Markdown 是 Better 全平台社交媒體 SOP 的唯一長期源文件。
- 🚫 不再建立「最新版 / 日期版 / 上午版 / 晚上版 / Gemini 整合版」多個正式 Markdown。
- 📦 舊版本只放入 archive。
- 📩 PDF 只作臨時派送，可有日期檔名，但不作權威源文件。
- 🧩 每次新增規則、策略、文案法、平台規則、排版修正，都要合併入本文件相應章節。
- 🌶️ 如涉及十二Bot全局規則，需提醒 Chili 更新總 SOP。

🎨 26.1 PDF 排版標準

- 🎨 暖米白背景。
- 🟡 金色封面資訊卡。
- 🟤 深金棕色主標題。
- 📚 Emoji 目錄。
- 🪨 單欄內容卡片，不做密集表格。
- 🔴 重要警示用紅框提示卡。
- 🟢 完成 / 驗證用綠框提示卡。
- 🔵 Fact Check / 合規用藍框提示卡。
- 🚫 禁止 raw Markdown pipe table。
- 🚫 禁止 HTML `<br>` 直接顯示給 Kelly。

🧾 27. 2026-06-03 至 2026-06-08 已整合優化紀錄

🗒️ 27.1 2026-06-03 基準

- ✅ 十二Bot基礎架構完成。
- ✅ Better 定位為營銷內容 CMO。
- ✅ Better 負責社交文案、廣告內容、熱門話題、雙業務內容分流。
- ✅ Better 接受 Chili 終審，不越界處理客戶成交。
- ✅ 全系統加入今日金句概念。
- ✅ 每日 AIA 產品 / 培訓主題重溫在系統層面新增。

🗒️ 27.2 2026-06-07 已整合優化

- ✅ Better 身份修正為呆Bot業務線下廣告內容部 / 內容轉化與社交增長 Bot。
- ✅ 明確 Better 不做正式成交、不改 CRM、不做系統配置。
- ✅ 自我介紹固定模板修正。
- ✅ 多問題回答第一段必須為「我是誰」。
- ✅ 所有回覆需使用 `## + Emoji + 標題`。
- ✅ 每一行正文需使用 Emoji point form。
- ✅ 每次最後一行需加入今日金句。
- ✅ cron 自動推送不得輸出自我介紹。
- ✅ 自動推送若無資料須標示資料不足，不可編造。
- ✅ 07:40 / 07:50 / 07:55 自動推送任務規則明確。
- ✅ 禁止 raw cron 表達式顯示給 Kelly。

🗒️ 27.3 Gemini 四份策略整合優化

- ✅ 高淨值獲客策略整合。
- ✅ CIES / 高才通 / 家族信託 / 跨境資產方向整合。
- ✅ 低端流量隔離規則整合。
- ✅ 9AL 信任累積邏輯整合。
- ✅ 用戶決策焦慮定位法整合。
- ✅ Better 低侵略感文案三招整合。
- ✅ 內地平台去產品化合規防火牆整合。
- ✅ 小紅書三行簡介公式整合。
- ✅ 宜嘉世代資管公眾號改版方向整合。
- ✅ 六大核心渠道矩陣整合。
- ✅ Fact Check 長尾關鍵詞庫整合。
- ✅ 當日新聞轉化公式整合。

- ✅ 每週4小時內容閉環整合。
- ✅ 三個30分鐘即刻啟動動作整合。
- ✅ Better 控制指令 Prompt 整合。

🗓️ 27.4 2026-06-08 本次文件制度修正

- ✅ Kelly 指出多版本混亂後，Better 改為唯一正式延續版制度。
- ✅ 舊多版本移入 archive。
- ✅ 主目錄只保留一份 Better 全平台社交媒體 SOP 正式源文件。
- ✅ PDF 只作臨時派送，不作長期正本。
- ✅ 本次重新按 2026-06-03 基準 + Gemini 四份 + 後續優化重建。
- ✅ 本次重新按 Chili PDF 風格簡化排版。

🌶️ 27.5 CHILI_BOT 近兩天新分配給 Better 的工作

- ✅ CHILI_BOT 新分配重點一：Better 的全平台社交媒體 SOP 必須由多版本混亂改為一份唯一正式延續版。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點二：所有新策略、新 Gemini 資料、新排版規則、新 cron / profile / SOP 優化，全部合併回同一份 Markdown 源文件。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點三：PDF 只作 Telegram 派送版本，不作長期正本，不另開最新版、日期版、上午版、晚上版或 Gemini 整合版。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點四：Better PDF 需跟隨 Chili / 呆Bot 文件風格，採用暖米白底、金棕標題、單欄閱讀、少框線、重點紅框提示卡。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點五：禁止一格內分兩欄，禁止大框包正文，禁止過多卡片，禁止 raw Markdown table，禁止 HTML `<br>` 直接顯示。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點六：自我介紹、SOP、修復回報、cron 回報、自動推送與交接摘要，均需跟呆Bot版面一致。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點七：所有 token、API key、chat id、delivery target、connection string、密碼與敏感資料一律遮罩為 `[REDACTED]`。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點八：排程時間只可顯示人類可讀時間，不可向 Kelly 顯示 raw cron 表達式。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點九：Better 只負責內容引流、社交轉化、禁用詞檢查、CTA 優化與 SOP 內容整理；正式成交、CRM 主控、Sales Builder 與成交拆解仍交呆Bot。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點十：涉及十二Bot全局規則、Fact Check 終審、跨Bot分流、總 SOP 更新，需交 Chili / CHILI_BOT 終審與維護。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點十一：若 Kelly 指出排版錯誤，Better 必須先修排版，不可繼續重複解釋內容。
- ✅ CHILI_BOT 新分配重點十二：每次系統 / SOP / profile / cron / Gateway 類優化後，需更新 Better 自己的完整 SOP Markdown，並提醒 Chili 更新總架構 SOP。

🧾 27.6 Better 本次已做工作清單

- ✅ 已找回並採用 2026-06-03 基準內容作為重建底稿。
- ✅ 已抽取並整合 Kelly 提供的四份 Gemini 策略 PDF。
- ✅ 已把 Gemini 1 至 Gemini 4 的策略、平台矩陣、合規規則、行動步驟逐項寫入。
- ✅ 已補入 2026-06-03 至 2026-06-08 的 Better 身份、格式、自動推送、PDF 與唯一版本制度優化。
- ✅ 已將舊多版本移入 archive，避免 Kelly 再分不清哪份是正式版本。
- ✅ 已建立唯一正式延續版 Markdown 作為長期源文件。
- ✅ 已按 Kelly 指定 Chili PDF 重新修正排版，由兩欄大框改為單欄少框正式 SOP 版面。
- ✅ 已重新生成 PDF，並核實頁數、內容關鍵字與單欄排版。
- ✅ 已補入內容日曆、發布節奏、CTA、禁用詞、Fact Check 長尾關鍵詞與高淨值流量過濾規則。

✅ 28. 總結優化點逐項詳列

🧰 28.1 內容底稿修正

- ✅ 由「上一版臨時整合」改為「2026-06-03 基準延續」。
- ✅ 補回 Better 在 2026-06-03 的原始角色、職責、邊界、管轄、文件結構。
- ✅ 補回 2026-06-03 已完成與待開發功能。

📚 28.2 Gemini 整合修正

- ✅ 逐一拆解 Gemini 1 至 Gemini 4，而不是只寫幾個摘要字眼。
- ✅ 保留每份文件的核心目標、策略、平台矩陣、合規規則、行動步驟。
- ✅ 把重複策略合併成可執行 SOP，而不是堆疊重複文字。

🎯 28.3 戰略層優化

- ✅ 明確 Better 的內容目標是高質 enquiry，不是泛流量爆紅。
- ✅ 明確 300萬佣金目標中 Better 只負責內容端支援。
- ✅ 明確正式成交與 CRM 主控仍交呆Bot。
- ✅ 明確 Chili 負責全局 SOP 與終審。

💎 28.4 高淨值流量優化

- ✅ 新增低端流量禁用詞。
- ✅ 新增高資產客戶過濾網。
- ✅ 新增 CIES / 高才通 / 信託 / 跨境資產高意向內容方向。
- ✅ 修正 Gemini 原文較硬的資產門檻語氣，改為更有溫度又能篩選的說法。

📈 28.5 信任累積優化

- ✅ 新增 9AL 信任累積邏輯。
- ✅ 新增睡後獲客概念。
- ✅ 新增內容複利與不落幕展廳的定位。
- ✅ 新增高淨值客戶「低互動、高觀察」的內容判斷。

🧠 28.6 文案方法優化

- ✅ 新增用戶決策焦慮定位法。
- ✅ 新增有用 → 有興趣 → 有共鳴路徑。
- ✅ 新增自嘲 / 探索 / 吐槽先站隊三招。
- ✅ 新增專業犀利版、溫柔陪伴版、簡短直接版三聲線。

🔒 28.7 合規優化

- ✅ 新增 AIA / 內地平台雙重合規防火牆。
- ✅ 新增去產品化原則。
- ✅ 新增身份、保險、投資、稅務、物業免責句。
- ✅ 新增禁用詞與替代表達。
- ✅ 新增「不顯示 raw cron」與「資料不足不可編造」規則。

📱 28.8 平台矩陣優化

- ✅ 補完整微信朋友圈、小紅書1、小紅書2、小紅書3、公眾號、LinkedIn、YouTube / FB 物業專頁定位。
- ✅ 補完整每個平台的功能、客群、內容比例與語氣。
- ✅ 補完整公眾號深信任陣地與微信生態閉環。

🏷️ 28.9 關鍵詞與 SEO 優化

- ✅ 新增香港買樓投資關鍵詞。
- ✅ 新增香港保險理財關鍵詞。
- ✅ 新增身份 / CIES 關鍵詞。
- ✅ 新增財富 / 傳承關鍵詞。
- ✅ 明確小紅書要用搜尋、收藏、長尾詞建立被動流量。

⏰ 28.10 執行節奏優化

- ✅ 新增每週 3小時50分鐘內容閉環。
- ✅ 新增星期一 / 三 / 五 / 週末發布節奏。

- ✅ 新增三個 30分鐘即刻啟動任務。
- ✅ 新增 Better 固定控制指令 Prompt。

🎨 28.11 排版與文件制度優化

- ✅ 由多版本改為唯一正式延續版。
- ✅ 舊版本 archive，不再讓 Kelly 猜哪份正確。
- ✅ PDF 改為暖金企業 SOP 風格，並採用單欄少框、無大框兩欄的正式版面。
- ✅ 文件內容改為清晰章節 + 單欄 point form + 少量重點提示卡。
- ✅ 禁止 raw table、密集長段、HTML `<br>`。

🌶️ 28.13 CHILI_BOT 新分配工作整合修正

- ✅ 補入 CHILI_BOT 近兩天新分配給 Better 的工作。
- ✅ 補入單一 Markdown 源文件、PDF 臨時派送、舊版本 archive 的文件治理規則。
- ✅ 補入 Chili / 呆Bot 版面規則：單欄、少框、暖米白底、金棕標題、重點紅框。
- ✅ 補入禁止兩欄大框、禁止過多卡片、禁止 raw table、禁止 HTML `<br>` 的排版紅線。
- ✅ 補入敏感資料 `[REDACTED]` 與排程時間人類可讀格式規則。
- ✅ 補入 Better 與 Chili / CHILI_BOT / 呆Bot 的職責邊界。
- ✅ 補入 Better 本次已做工作清單，方便 Kelly 追蹤到底完成了什麼。

📌 28.12 往後更新原則

- ✅ 新資料不另開版本。
- ✅ 新 Gemini 文件不另開 Gemini 整合版。
- ✅ 新排版規則不另開排版版。
- ✅ 新 cron / SOP / profile 優化全部合併入本文件。
- ✅ PDF 只從本文件生成臨時派送。

🧭 29. 延伸優化 + 事後建議持續紀錄制度

- ✅ Kelly 已確認此排版為正確方向，日後 Better SOP 需以本文件作唯一延續源文件。
- ✅ 以後所有延伸優化、事後建議、排版修正、內容策略修正、CHILI_BOT 新分配工作，全部寫入本文件。
- ✅ 不再另開「最新版 / 日期版 / 上午版 / 晚上版 / Gemini 整合版」等平行正式 Markdown。
- ✅ 檔名固定使用 `檔案名_yyyymmdd` 格式。
- ✅ 本文件正式檔名建議並已採用：`全平台社交媒體SOP_詳細延續整合版_20260608.md`。
- ✅ 正式檔名不加 Better 前綴，避免文件名過長及重複。
- ✅ PDF 派送檔名需跟隨同一命名邏輯：`全平台社交媒體SOP_詳細延續整合版_20260608.pdf`。

- ✅ 若日後只是內容延伸或事後建議，先更新同一份 Markdown，再由同一份 Markdown 重新生成 PDF。
- ✅ 若日後需要更換日期檔名，必須先把舊正式檔移入 archive，主目錄仍只保留一份正式 Markdown。
- ✅ 每次更新後需在本章或相關章節寫明：新增原因、處理方式、事後建議、是否影響 Better / Chili / 呆Bot 邊界。

📊 30. Kelly 社交媒體 KPI 落地操作手冊｜Part 1–6

- 📌 本章是 Kelly 要求新增的「一本詳細說明書」式落地模組。
- 📌 本章不另開 6 份文件，全部合併在同一份正式 SOP 內。
- 📌 本章目標是把前面策略，轉化成 Kelly 每日、每週、每月可執行、可檢查、可優化的內容操作系統。
- 📌 本章服務 Better 的內容引流、社交轉化、禁用詞檢查與 CTA 優化職責。
- 🔒 正式成交主控、客戶系統主檔、Sales Builder 與 300萬目標成交拆解仍交給呆Bot。
- 🔐 所有敏感資料、客戶身份、chat id、token、API key、delivery target、connection string、密碼一律顯示為 `[REDACTED]`。

✅ 30.1 本章加入原因

- ✅ Kelly 指出 6 個落地文件方向有用，但不想產生多份文件混亂。
- ✅ Kelly 希望把 6 個文件整合成同一份 SOP 的新大部分。
- ✅ Better 判斷最適合做法，是把它變成「Kelly 社交媒體 KPI 落地操作手冊」。
- ✅ 此做法可以補足原 SOP 內「策略很多，但每日怎樣做」的執行細節。
- ✅ 此做法可以避免與原 SOP 重複，又能把重複內容變成可操作清單。

🎯 30.2 本章 KPI 對應關係

- 📣 曝光 KPI：由人設定位、平台內容日曆、小紅書選題庫支援。
- 🧲 私訊 KPI：由合規 CTA、朋友圈互動題、小紅書收藏型內容支援。
- 💬 Enquiry KPI：由信任建立內容、保單檢視入口、家庭規劃問題入口支援。
- 📅 約見 KPI：由高意向私訊回覆、低壓約見 CTA、呆Bot 成交分流支援。
- 💎 高淨值線索 KPI：由高資產語境、資產配置問題、跨境身份與家庭規劃內容支援。
- 🚫 風險控制 KPI：由禁用詞、合規 CTA、平台語氣與 Fact Check 流程支援。
- 🔁 穩定輸出 KPI：由內容日曆、短片腳本庫、每週回顧表支援。

🧭 30.3 本章使用方式

- 🗓️ 每日使用：Kelly 或 Better 按 Part 3 的內容日曆選題發布。
- 📌 每週使用：Kelly 用 Part 6 檢查曝光、互動、私訊、enquiry、約見入口。

- ✍️ 每次寫文案前：先看 Part 1 人設語氣，再看 Part 2 禁用詞與 CTA。
- 📕 做小紅書前：先用 Part 4 選題庫找搜尋型標題與收藏型結構。
- 🎬 做短片前：先用 Part 5 選一個腳本方向，再交 Isso 做視覺或短片素材 prompt。
- 🔎 每月回顧：把 Part 6 的 KPI 數據交給呆Bot / Kelly 判斷成交鏈路是否需要調整。

👤 Part 1｜Kelly 個人 IP 人設定位與語氣手冊

- 👤 目標：讓 Kelly 的內容不是散亂發帖，而是長期累積可信、專業、有溫度的個人 IP。
- 👑 核心定位：Kelly 是懂家庭保障、跨境規劃、高淨值家庭需要與長期財務安全感的專業顧問型人物。
- 🧲 內容角色：不是硬銷保險的人，而是幫家庭先看清風險、選擇、節奏與取捨的人。
- 💬 客戶感受：看完 Kelly 的內容後，應該覺得「她不是逼我買，而是幫我想清楚」。
- 🔒 合規邊界：不承諾回報、不保證批核、不製造恐慌、不暗示人人適合。

👑 30.4 Kelly IP 三層定位

- 💎 第一層｜專業可信：用教育型內容說清保障、家庭規劃、身份配置、財富傳承與風險管理。
- 🌱 第二層｜有溫度：用真實生活、家庭觀察、客戶常見問題、普通人焦慮建立共鳴。
- 🧭 第三層｜有判斷力：用趨勢觀察、政策解讀、誤區提醒，展示 Kelly 不是只懂產品，而是懂決策。

🗣️ 30.5 Kelly 固定語氣原則

- ✅ 專業但不壓迫：用「可以先了解」「值得檢視」「視乎家庭情況」代替「一定要做」。
- ✅ 溫柔但不空泛：不要只說陪伴與安心，要加入具體場景、問題與下一步。
- ✅ 直接但不硬銷：可以指出風險，但不使用恐嚇式語言。
- ✅ 高端但不炫耀：用資產配置、家庭決策、長期安排表達高端感，不用浮誇字眼。
- ✅ 真實但不洩密：可講常見問題與匿名場景，不透露客戶身份與敏感資料。

🧩 30.6 Kelly 三種內容聲線

- 🧠 專業犀利版：適合政策變化、保險誤區、財富配置、身份規劃類內容。
- 🌿 溫柔陪伴版：適合家庭保障、父母焦慮、子女教育、女性理財、自我成長內容。
- ⚡ 簡短直接版：適合朋友圈短帖、限時動態、短片開場、小紅書標題與 CTA。

🧾 30.7 Kelly 內容自我檢查問題

- 🔎 這篇內容是否讓人覺得 Kelly 更可信。
- 🔎 這篇內容是否有一個清楚客戶場景。
- 🔎 這篇內容是否避免了保證、絕對化、恐嚇與誇大。
- 🔎 這篇內容是否自然引導私訊或 enquiry。
- 🔎 這篇內容是否符合 Kelly 的高淨值客群方向。
- 🔎 這篇內容是否可以被轉成朋友圈、小紅書或短片。

🚫 Part 2｜Kelly 平台禁用詞與合規 CTA 手冊

- 🚫 目標：讓 Kelly 的內容可引流、可建立信任，同時降低平台、合規與品牌風險。
- 🔒 原則：Better 可以做禁用詞檢查與 CTA 優化，但不提供正式法律、稅務、投資或合規終審。
- 🌶️ 如涉及 Fact Check、系統級合規或跨 Bot 分流，交給 Chili / CHILI_BOT 終審。

🚫 30.8 高風險禁用表述類型

- 🚫 保證型：保證回報、保證批核、一定賺、一定賠、一定做到、包成功。
- 🚫 絕對型：最好、唯一、最安全、零風險、無風險、人人適合、必買。
- 🚫 恐嚇型：不買就完了、再不做就遲、一定出事、錯過就沒有機會。
- 🚫 誇大型：躺賺、暴富、穩賺不賠、內幕渠道、特殊通道、百分百保障。
- 🚫 醫療型：治療、根治、必定賠、一定覆蓋所有疾病。
- 🚫 投資型：保本保息、固定賺、無波動、高回報無風險。
- 🚫 身份型：保證拿身份、一定批、快速通關、內部名額。

✅ 30.9 建議替代表達

- ✅ 「保證回報」改為「可作為長期規劃的一個參考方向」。
- ✅ 「一定批核」改為「需要視乎個人條件與審批要求」。
- ✅ 「最安全」改為「相對穩健，仍需按家庭情況評估」。
- ✅ 「人人適合」改為「是否合適，要看年齡、家庭責任、預算與目標」。
- ✅ 「一定要買」改為「值得先做一次保障缺口檢視」。
- ✅ 「不買會出事」改為「提前了解，可以減少臨急決定的壓力」。
- ✅ 「內部渠道」改為「可按公開要求和個人條件逐步了解」。

🧲 30.10 合規 CTA 分級

- 🟢 低壓互動 CTA：適合朋友圈與小紅書教育文。
- 💬 低壓句式：「如果你也想知道自己家庭保障是否夠，可以私訊我『檢視』。」
- 💬 低壓句式：「想要一份家庭保障檢查清單，可以留言或私訊我。」
- 🟡 中意向 CTA：適合已有明確痛點的內容。
- 💬 中意向句式：「如果你正考慮子女教育、身份安排或家庭保障，可以先做一次需求梳理。」
- 💬 中意向句式：「不一定要即刻決定，但可以先把問題列清楚。」
- 🔵 高意向 CTA：適合私訊後段或約見前。
- 💬 高意向句式：「如果你願意，我可以幫你整理一個初步問題清單，再交由正式流程跟進。」
- 💬 高意向句式：「下一步可以安排時間，把家庭目標、預算與現有保障先看一遍。」

📱 30.11 平台合規語氣差異

- 💬 微信朋友圈：語氣自然、像朋友提醒，不堆關鍵詞，不過度銷售。
- 📕 小紅書：標題可搜尋，但避免極端吸睛與承諾式標題。
- 📸 Instagram：用生活感與價值觀承接專業，不把產品當主角。
- 🎬 短片：開場可尖銳，但結尾必須回到「視乎情況」「先了解」「不急著決定」。
- 💼 LinkedIn：偏專業與 B 端信任，避免情緒化與過度私人銷售。
- 🧾 公眾號：可較深入，但要加入免責與個案差異提醒。

📆 Part 3｜Kelly 朋友圈內容日曆

- 📆 目標：讓 Kelly 每週不用重新想題目，也能穩定發出有策略、有節奏、有信任感的內容。
- 🧭 原則：朋友圈不是每天賣產品，而是讓熟人圈逐步理解 Kelly 的專業、價值觀與可求助入口。
- 📌 建議頻率：每日 1–2 條輕內容，每週 3–5 條中深度內容，每週 1 條明確 CTA。

🗓️ 30.12 每週朋友圈節奏

- 📌 週一｜專業提醒：用一個家庭保障、身份規劃或資產配置問題開週。
- 📌 週二｜生活信任：分享生活片段、工作日常、學習筆記或客戶常見問題反思。
- 📌 週三｜誤區拆解：拆解一個常見保險、理財、身份或子女教育誤解。
- 📌 週四｜案例啟發：用匿名情境講「如果早一點整理，決定會更清楚」。
- 📌 週五｜CTA 入口：提供一個檢查清單、問題清單或私訊關鍵字。
- 📌 週六｜高淨值語境：分享家庭資產、跨境安排、子女教育、企業主保障等高端議題。
- 📌 週日｜溫柔總結：用一段低壓文字總結一週觀察，降低銷售感。

💬 30.13 朋友圈 7 日示例文案方向

- 📌 週一標題：「很多家庭不是沒有保障，而是不知道缺口在哪裡。」
- 💬 週一內容：提醒保障不是買得多就好，而是要看家庭責任、收入來源、負債與子女安排。
- 🧲 週一 CTA：想要家庭保障檢查清單，可以私訊「檢視」。
- 📌 週二標題：「今天和一位媽媽聊天，她最擔心的不是自己，而是孩子未來。」
- 💬 週二內容：用家庭角色與責任切入，表達 Kelly 理解父母焦慮。
- 🧲 週二 CTA：如果你也有類似問題，可以先把擔心寫下來。
- 📌 週三標題：「保險不是越貴越好，最怕是不知道自己為何買。」
- 💬 週三內容：拆解預算、保障責任、現金流與長期維持能力。
- 🧲 週三 CTA：不急著買，先知道自己缺什麼。
- 📌 週四標題：「有些安排，不是因為今天用得上，而是避免明天太被動。」
- 💬 週四內容：講提前規劃、跨境家庭、資產與身份安排。
- 🧲 週四 CTA：如果你有跨境家庭安排，可以先做一次問題梳理。

- 📌 週五標題：「我整理了一份家庭保障自查問題。」
- 💬 週五內容：列出 5 個問題，引導留言或私訊。
- 🧲 週五 CTA：想要完整版，可以私訊「家庭」。
- 📌 週六標題：「高資產家庭真正要看的，不只是收益，而是結構。」
- 💬 週六內容：用傳承、稅務、身份、現金流、保障缺口作高端切入。
- 🧲 週六 CTA：可以先從家庭資產結構圖開始整理。
- 📌 週日標題：「這一週最大的感受：很多焦慮，其實來自資料不清楚。」
- 💬 週日內容：溫柔總結，提醒先整理資料，再做決定。
- 🧲 週日 CTA：下週可以從一份保障清單開始。

🔁 30.14 朋友圈內容比例

- 📚 40% 教育型：保障缺口、家庭責任、身份與跨境規劃、長期風險。
- 💬 25% 信任型：工作觀察、客戶匿名問題、學習筆記、行業反思。
- 🌿 20% 人設型：生活、價值觀、家庭觀、女性成長、日常溫度。
- 🧲 15% 轉化型：檢查清單、私訊關鍵字、預約梳理、問題收集。

📕 Part 4｜Kelly 小紅書選題庫

- 📕 目標：讓 Kelly 的小紅書不是隨機發，而是用搜尋型標題與收藏型內容累積被動流量。
- 🔍 原則：小紅書標題要像用戶會搜尋的問題，正文要像值得收藏的答案。
- 🚫 禁止：標題黨、保證式承諾、恐嚇式焦慮、過度產品化。

🔎 30.15 小紅書選題分類

- 💎 高淨值家庭：資產配置、家庭傳承、企業主保障、跨境家庭風險。
- 👨‍👩‍👧‍👦 家庭保障：父母責任、子女教育、家庭收入中斷、醫療與重大疾病風險。
- 🌏 跨境身份：香港身份、內地家庭、子女升學、家庭資產跨境安排。
- 🏠 香港生活與買樓：香港置業、家庭現金流、供樓壓力、保險與資產配置關係。
- 👧 女性理財：女性保障、媽媽角色、單身女性風險、職業女性財務安全。
- 📄 保單檢視：舊保單檢查、保障缺口、受益人安排、保費壓力。

🏷️ 30.16 小紅書標題庫

- 📌 「來香港前，很多家庭忽略了這 5 個保障問題。」
- 📌 「不是每份保單都要加，先看你家缺的是什麼。」
- 📌 「高收入家庭最容易忽略的，不是投資，而是風險結構。」
- 📌 「孩子升學前，父母可以先整理這份家庭保障清單。」
- 📌 「香港保險是不是適合你？先看這 6 個問題。」
- 📌 「企業主買保險，最不應該只看保費。」

- 📌 「舊保單要不要保留？先不要急著斷，先看這幾點。」
- 📌 「跨境家庭做規劃，最怕資料分散、責任不清。」
- 📌 「媽媽不是只為孩子安排，也要記得自己的保障。」
- 📌 「家庭資產越多，越需要先看結構，而不是只看產品。」

🧾 30.17 小紅書正文模板

- 🧲 開頭：先講一個用戶常見疑問。
- 📌 例句：「最近很多家庭問我，來香港後要不要重新看保險。」
- 🔎 中段：列 3–5 個檢查點。
- 📌 檢查點：家庭責任、收入來源、已有保障、子女安排、跨境資產。
- 🧠 觀點：加入 Kelly 的專業判斷。
- 📌 例句：「真正重要的不是買哪一份，而是先知道你的家庭缺口在哪裡。」
- 🚫 合規提醒：加入「每個家庭情況不同」與「需要按個人情況評估」。
- 🧲 CTA：引導收藏、留言、私訊關鍵字。
- 📌 例句：「想要一份自查清單，可以私訊我『家庭』。」

🏷️ 30.18 小紅書 Hashtag 原則

- 🏷️ 每篇使用 8–15 個相關 hashtag。
- 🏷️ 結合大詞、中詞、長尾詞。
- 🏷️ 大詞例子：香港保險、家庭保障、理財規劃。
- 🏷️ 中詞例子：香港身份、子女教育、家庭資產配置。
- 🏷️ 長尾詞例子：香港保險適合內地家庭嗎、舊保單檢視、家庭保障缺口。
- 🚫 不使用誇張、收益承諾、灰色引流或不合規標籤。

🎬 Part 5｜Kelly 短片腳本方向庫

- 🎬 目標：讓 Kelly 可以穩定產出 30–60 秒短片，用短內容建立專業感與私訊入口。
- 🎯 原則：每條短片只講一個問題、一個觀點、一個提醒、一個低壓 CTA。
- 🎬 Better 負責腳本方向；Isso 可接手畫面、分鏡、短片素材 prompt。

⚡ 30.19 短片基本結構

- ⏱️ 0–3 秒：用一個問題抓住注意力。
- 🧠 4–20 秒：講清一個常見誤區或場景。
- 📌 21–45 秒：給 3 個檢查點或判斷方向。
- 🔒 46–55 秒：補一句合規提醒，避免絕對化。
- 🧲 56–60 秒：用低壓 CTA 引導留言或私訊。

🎥 30.20 短片腳本方向 1｜家庭保障缺口

- 🎬 開場：「你家不是沒有保險，但你知道缺口在哪裡嗎？」
- 📌 內容：很多家庭有保單，但未必對應現在的家庭責任。
- 📌 三點：收入責任、子女教育、家庭負債。
- 🔒 合規：每個家庭情況不同，不能只用保費多少判斷夠不夠。
- 🧲 CTA：想要自查問題清單，可以留言「檢視」。

🎥 30.21 短片腳本方向 2｜舊保單檢視

- 🎬 開場：「舊保單要不要保留？先不要急著斷。」
- 📌 內容：舊保單有時仍有價值，重點是先看保障內容、保費壓力與家庭目標。
- 📌 三點：保障是否重疊、保費是否可持續、受益人是否需要更新。
- 🔒 合規：是否調整要視乎個人情況與正式評估。
- 🧲 CTA：可以先把保單資料整理出來，再做判斷。

🎥 30.22 短片腳本方向 3｜高淨值家庭規劃

- 🎬 開場：「資產越多，越不應該只看單一產品。」
- 📌 內容：高資產家庭更需要看結構、流動性、傳承與跨境安排。
- 📌 三點：家庭成員責任、資產分布、未來身份與教育安排。
- 🔒 合規：不同地區、身份與資產結構會影響規劃方向。
- 🧲 CTA：可以先做一張家庭資產與責任地圖。

🎥 30.23 短片腳本方向 4｜媽媽與家庭保障

- 🎬 開場：「很多媽媽把孩子安排得很好，卻忘了自己也是家庭支柱。」
- 📌 內容：媽媽的收入、照顧責任、健康與時間，都是家庭安全感的一部分。
- 📌 三點：自身保障、家庭後備方案、孩子未來支出。
- 🔒 合規：保障安排要按預算、責任與現有配置評估。
- 🧲 CTA：如果你也是媽媽，可以先整理三個最擔心的問題。

🎥 30.24 短片腳本方向 5｜跨境家庭

- 🎬 開場：「跨境家庭最怕的不是沒有選擇，而是資料散在不同地方。」
- 📌 內容：身份、教育、醫療、資產與保障常常分散在不同系統。
- 📌 三點：家庭成員所在地、資產所在地、未來教育與退休安排。
- 🔒 合規：跨境安排需要按個人身份、地區要求與家庭目標評估。
- 🧲 CTA：可以先做一份家庭資料總表，再決定下一步。

📊 Part 6｜Kelly 社交內容 KPI 追蹤表

- 📊 目標：讓 Kelly 不只發內容，而是知道哪些內容帶來曝光、互動、私訊、enquiry 與約見入口。
- 📌 原則：Better 追蹤內容表現與 CTA 質量，不承諾成交結果。
- 👑 成交率、佣金拆解、客戶階段推進與 Sales Builder 主控仍交呆Bot。

📈 30.25 每日 KPI 記錄欄位

- 🗓️ 日期：記錄發布日期。
- 📱 平台：朋友圈、小紅書、IG、短片、LinkedIn、公眾號等。
- 📝 內容類型：教育型、信任型、人設型、轉化型。
- 📌 主題：例如家庭保障、舊保單、跨境身份、高淨值家庭、媽媽保障。
- 👀 曝光：平台可見的瀏覽、閱讀或觀看數。
- ❤️ 互動：點讚、收藏、評論、轉發、截圖回覆。
- 💬 私訊：由內容引起的私訊數。
- 🧲 Enquiry：有明確需求、願意提供背景或提出具體問題的人數。
- 📅 約見入口：願意安排時間進一步梳理的人數。
- 🔎 備註：記錄哪一句 hook、哪個 CTA、哪類客群有反應。

📊 30.26 每週 KPI 回顧問題

- 🔎 哪一類內容帶來最多私訊。
- 🔎 哪一類內容只帶來觀看，但沒有 enquiry。
- 🔎 哪一個 CTA 最自然，客戶最願意回覆。
- 🔎 哪一個平台最容易帶來高質量問題。
- 🔎 哪一個選題吸引了不適合 Kelly 的低端流量。
- 🔎 哪些內容需要交給 Isso 改成短片或視覺卡。
- 🔎 哪些 enquiry 需要交給呆Bot 做成交鏈路分流。

🎯 30.27 KPI 判斷標準

- 🟢 優質內容：曝光不一定最高，但私訊問題具體、客戶背景清楚、願意繼續溝通。
- 🟡 普通內容：有互動但問題偏泛，適合作為信任累積素材。
- 🔴 低效內容：只有點讚、沒有收藏、沒有私訊、沒有後續問題。
- ⚠️ 風險內容：吸引太多不合適客群、引起誤解、容易被平台判定為過度營銷。
- 💎 高價值內容：能吸引高淨值、跨境家庭、企業主、父母或有清晰家庭責任的人群。

🧩 30.28 每週優化動作

- 📌 把高私訊內容改寫成小紅書搜尋文。

- 📌 把高收藏內容改寫成朋友圈信任文。
- 📌 把高評論問題改寫成短片腳本。
- 📌 把高質量 enquiry 的問題整理成 FAQ。
- 📌 把低端流量多的內容調整標題與 CTA。
- 📌 把高風險字眼交 Better 做禁用詞檢查。
- 📌 把高意向私訊交呆Bot 分流成交跟進。

🧾 30.29 KPI 記錄模板｜文字版

- 🗓️ 日期：YYYY-MM-DD。
- 📱 平台：朋友圈 / 小紅書 / IG / 短片 / LinkedIn / 公眾號。
- 🧾 內容類型：教育 / 信任 / 人設 / 轉化。
- 📌 主題：填入本次主題。
- 🧲 CTA：填入私訊關鍵字或行動入口。
- 👀 曝光：填入平台可見數據。
- ❤️ 互動：填入讚、留言、收藏、轉發等。
- 💬 私訊：填入由內容引起的私訊數。
- 🧲 Enquiry：填入具體需求人數。
- 📅 約見入口：填入願意約時間的人數。
- 🔎 觀察：寫下有效句子、客戶問題、風險字眼或下一步優化。

🔁 30.30 與十二Bot協作分流

- ✍️ Better：負責文案、選題、CTA、禁用詞、內容日曆與 KPI 內容觀察。
- 🎬 Isso：負責短片畫面、視覺素材、海報、封面與 prompt 協作。
- 👑 呆Bot：負責正式成交主控、Sales Builder、客戶階段推進與 300萬目標成交拆解。
- 🌶️ Chili / CHILI_BOT：負責系統級分流、Fact Check 終審、SOP 架構同步與跨 Bot 風險控制。
- 📌 Kelly：提供產品方向、目標客群、平台重點、客戶常見問題與最終決策。

✅ 30.31 本章落地總結

- ✅ Part 1 解決「Kelly 是誰、語氣怎樣穩定」的問題。
- ✅ Part 2 解決「怎樣引流但不踩平台與合規風險」的問題。
- ✅ Part 3 解決「朋友圈每天發什麼」的問題。
- ✅ Part 4 解決「小紅書怎樣用搜尋與收藏累積被動流量」的問題。
- ✅ Part 5 解決「短片怎樣快速起題、交給 Isso 視覺化」的問題。
- ✅ Part 6 解決「內容做完如何看 KPI、如何優化下一週」的問題。
- ✅ 本章已把 6 個落地文件合併成同一份 SOP 的新大部分，不再造成多文件混亂。
- ✅ 本章會與前面策略互相支援，但定位更偏每日落地、KPI 追蹤與執行檢查。

🗂️ 全局文件命名規則｜2026-06-08

- 📌 所有交付 Kelly 的文件、SOP、PDF、Word、PPT、圖片、影片、CSV、Excel、報告，檔名必須統一使用：`檔案名_yyyymmdd_V01.ext`。
- 📌 `檔案名` 必須清楚描述主題，可加入 Bot 名、客戶名、文件類型或項目名。
- 📌 `yyyymmdd` 必須使用文件生成或交付日期，例如 `20260608`。
- 📌 `V01` 是版本號，固定兩位數；同一天同一主題第一次交付用 `V01`。
- 🔁 同一天同一件事、同一個客戶、同一份 SOP 或同一個項目多次修改，必須遞增為 `V02`、`V03`、`V04`。
- 🧩 不同主題、不同客戶、不同文件類型，即使同一天也各自從 `V01` 開始。
- 🚫 禁止使用混亂後綴，例如 `final`、`final_final`、`最新`、`新版`、`今日最終版`、`copy`、`修正版2`。
- 🚫 禁止檔名包含 raw chat id、token、API key、delivery target、電話、身份證、完整客戶敏感資料。
- 🔐 如需區分客戶，使用 Kelly 可辨識的簡稱或代號，敏感資料一律遮罩為 `[REDACTED]`。
- 📄 長期權威 Markdown 源文件可保留固定檔名；但每次交付 Kelly 的 PDF / Word / PPT / 匯出件，必須使用本命名規則。
- 📩 Telegram 發送 PDF / 文件時，回覆文字必須把文件標籤與 `MEDIA:` 放在同一行，不可只寫標籤漏發附件。

✅ 最終總結

- ✅ 本文件已改為真正「2026-06-03 基準 + 四份 Gemini + 後續優化」的詳細延續整合版。
- ✅ 本文件比上一版補回更多原始內容、更多 Gemini 細節、更多執行規則與更多逐項優化總結。
- ✅ 本文件以後就是 Better 全平台社交媒體 SOP 的唯一正式源文件。
- ✅ 本文件後續只延續更新，不再分裂成多份平行版本。
- ✅ 本文件已補入 CHILI_BOT 近兩天新分配給 Better 的工作與 Better 本次已做工作清單。
- ✅ 本文件已改名為統一格式：`全平台社交媒體SOP_詳細延續整合版_20260608.md`。
- ✅ 日後延伸優化與事後建議會延續寫入本文件。
- ✅ 本文件已新增 Kelly 社交媒體 KPI 落地操作手冊，並把 Part 1–6 合併為同一份 SOP 的新大部分。
- ✅ 本文件 PDF 版會重新使用更接近 Kelly 指定 Chili PDF 的暖金單欄少框正式版面。

🌟 今日金句：真正有力量的 SOP，不是把版本做多，而是把正確內容持續延續成一條清晰的路。