04-21 會議：AI技術應用、第二季市場策略與銷售技巧

> 日期：2026-04-21 10:16:34
> 地點：[插入地點]
> 參與者：[Speaker 1] [Speaker 2] [Speaker 3] [Speaker 4] [Speaker 5] [Speaker 6] [Speaker 7]

會議記錄

AI 技術發展與應用

- **新 AI 系統「Mirrorfish」介紹**
  - 概念源自科幻劇《黑鏡》，歷經兩週研發與兩週測試後成功啟動，目前功能約為目標的一成。
  - 運作方式：創造大量具獨立背景的模擬真人（AI 化的「魚」），將新產品或政策放入此「魚缸」中，即可快速模擬市場反應並獲得回饋。
  - 近期實驗：創造 4000 個 NBA 粉絲的 AI，成功模擬整個賽季並分析粉絲喜好。
  - 未來應用：可用於測試產品受歡迎度、行銷策略效果，或模擬政策推行後的民眾反應，大幅降低市場測試成本。
- **AI 技術發展速度與衝擊**
  - 新技術（如 Gemini、豆包）的普及速度極快，資訊接收與實際情況存在巨大差距。
  - AI 基於過往數據運作，無法進行創造性開發，但能透過快速迭代測試輔助創新。
  - AI 將導致市場行銷、計程車司機等行業萎縮，相關從業人員可能轉向保險業。為維持社會穩定，政府可能會策略性地減緩「無人化」技術的推行。
- **AI 在保險業的應用**
  - 保險業是與人溝通的行業，掌握前端科技能帶來 2-3 年的領先優勢。
  - **具體應用**：可取代約三成的行政工作、建立全天候培訓系統、協助分析客戶資料、推薦產品及設計溝通話術。
  - 講者正在訓練的 AI 已能實現上述功能，並將持續優化。
- **主要 AI 公司與模型**
  - **全球**：OpenAI (GPT)、Gemini、Anthropic 等。

    - **中國**：Deep Seat (深求)、豆包、智譜 GLM、Minimax (月之暗面) 等。
    - **香港使用限制**：因限制，兩邊模型皆不易使用，團隊考慮採用較便宜且不需翻牆的 Minimax。

- **AI 的軍事應用**

    - 討論了美國國防部利用 AI（據稱 OpenAI 參與）進行精準軍事打擊的案例，顯示 AI 已開始參與戰爭。

第二季市場策略與業務重點

- **市場競爭與應對**

    - **競爭對手策略**：競爭激烈，如宏利推出一年 10% 回報的兩年期計畫；中銀人壽在頭十年回報可能略有優勢；其他公司亦有提供低價旅遊團或禮券等方式爭取客戶。
    - **AIA 優勢**：雖然對手策略不同，但計算後 AIA 計畫的長期回報通常更高。「財富傳承」計畫（入場門檻 50 萬美金）可勝過對手。
    - **應對策略**：避免直接比較計畫細節，應強調 AIA 的穩定性、代理人數、售後服務，以及作為香港本地保險公司（港資）的獨特優勢。

- **各家保險公司背景**

    - **宏利**：加拿大公司。
    - **AXA**：法國公司。
    - **保誠**：英國公司。
    - **YF Life (萬通)**：已被阿里巴巴相關集團收購。
    - **周大福保險**：屬新世界集團旗下港資。
    - **FWD (富衛)**：老闆為李澤楷，擅長資本操作及多渠道銷售。

- **AIA 的獨特地位**

    - 保監局去年公布的「對香港保險業有重大影響的公司名單」（亦稱「大到不能倒」名單）僅有 AIA 和保誠入選，可作為公司實力的證明。

- **4、5、6 月業務主打：強積金 (MPF)**

    - 年中是開發強積金客戶的好時機，可利用「積金易」App 協助客戶整合帳戶。
    - 每轉移 10 萬元強積金約有 500 元收入。

銷售策略與客戶溝通技巧

- **從強積金到保險的銷售技巧**

    - 以「政府推廣積金易 App」為由接觸客戶，在整合過程中派發卡片，順勢以「你有沒有買開保險？」等開放式問句將話題轉向保險。

- **退休規劃策略：強積金與儲蓄計畫結合**
    - 強積金屬投資型，應搭配儲蓄型計畫（如「愛無憂」）以應對市場波動。
    - 儲蓄計畫供款年期與金額靈活（最低每月 100 美元），且供款期間可提取資金，形成互補。
- **保險配置策略**
    - **核心概念**：若無保險，儲蓄最終可能用於支付醫療費。
    - **建議**：若客戶傾向公立醫院，應購買「危疾」和「意外險」；若希望使用私家醫院，則需「醫療險」。
    - **危疾險**：保額建議為年收入三倍，有事賠償，無事可於退休時取出當儲蓄。
- **客戶溝通技巧**
    - **Mirror Effect (鏡像效應)**：引導客戶多談論自己，在其談完後保持沉默，製造對方反問的機會。
    - **銷售三部曲**：當客戶反問時，應依序闡述團隊專業性、個人職涯目標，並請求支持以引導業務。
    - **其他**：應將所有話題拉回對客戶自身的影響；「想到就做」，立即預約客戶，多利用線上會議提升效率。

團隊管理與內部事務

- **CPD (持續專業發展) 申報**
    - 公司要求在 4 月完成，早於業界普遍的 7 月，以避免過往的補交問題。
    - 建議 7 月後再上 MPF 課程，以便分數可同時計算於 IACPD。
- **團隊活動與安排**
    - **經理訓練營**：4月22日起為期三天，[Speaker 1]、Isa 和 Ack 參加。
    - **Roll Show 活動**：活動已結束，獲得的銷售線索和禮物有助於實戰訓練及客戶關係建立。
    - **公司獎勵**：本月最快完成六張醫療保單可參加大灣區醫院參觀團。
- **社交媒體策略**
    - **影片製作**：強調「先完成後完美」，可從模仿優質影片開始，利用工具輔助製作。
    - **數字人討論**：付費方案效果尚可，但平台可能限制流量，且缺乏真實感。
    - **管理服務**：[Speaker 1] 提及可考慮以團隊形式與他佔股的公司合作，獲取社交媒體全套管理服務。
- **客戶個案跟進**

    - [Speaker 4] 約見了多位舊識及一位籌辦中山退休業務的社工，希望開拓新客源。
    - [Speaker 5] 跟進一位對保險不熟的深圳客戶，及一位考慮移民馬來西亞的客戶。
    - [Speaker 3] 跟進一位預計 6 月來港的內地客戶，及一張將於 5 月 20 日到期的兒童醫療單。
    - 因市場競爭激烈，會議強調應積極推動客戶簽單，避免流失。
- **經濟與市場趨勢分析**
    - **地緣政治**：預測美國與伊朗的衝突將持續至十月，可能影響股市。
    - **市場預測**：預測比特幣價格將在十月大幅下跌至約 25,000 美元。
    - **施拉理論**：當一般大眾熱烈討論某項投資時，代表市場即將見頂。

後續安排

- [ ] [Speaker 5] 查看 [Speaker 1] 的行事曆，安排與深圳客戶的線上會議。
- [ ] [Speaker 5] 準備並提供關於香港移民的資料給考慮移民馬來西亞的客戶。
- [ ] [Speaker 3] 積極跟進考慮為孩子轉保單的客戶，以及有意向的內地客戶。
- [ ] 團隊聚餐，地點為常去的一家番茄火鍋餐廳。
- [ ] 2026年4月23日（星期三）為自由活動，未來計劃將星期三定為 AI Day。
- [ ] 2026年4月24日（星期四）預計有 Super First Day 活動。
- [ ] 2026年4月25日（星期五）暫定休息。
- [ ] [插入更多]

AI 建議

> **AI 建議**
> AI 識別出以下議題在會議中未達成結論或缺乏明確的行動方案，請注意：
>
> 1. 關於與 [Speaker 1] 的公司合作進行社交媒體管理的提案，尚未決定是否執行及具體的合作模式。
> 2. 關於將星期三設定為「AI Day」的構想，尚未確定具體的啟動日期與培訓內容。
> 3. 關於香港團隊使用 AI 模型所面臨的限制，雖提及考慮使用 Minimax，但尚未確定最終決策及實施步驟。
> 4. [Speaker 4] 與社工見面後，如何具體結合公司的理財產品與對方在中山的退休安排，尚未有明確的下一步計畫。
> 5. [Speaker 3] 提到的小朋友醫療轉單客戶，其保單將於 5 月 20 日到期，客戶仍在商量中，存在保單流失的風險，需要緊急跟進。
> 6. 會議中斷於討論如何引導客戶購買保險的第三個結果，內容未完整。

7. 關於比特幣價格將在十月大跌的預測，會議中未討論具體的應對策略。
8. 會議提及某位成員欠款，但未明確後續處理方式與具體金額。
9. 關於客戶 Alice 考慮兩地法律差異的問題，會議中並未討論出具體的應對策略。