🎤 60 分鐘主題沙龍 Master SOP v2

通用範本・建立日期 2026-09-21・v2.0 修正版

📌 沙龍本質定義

主題沙龍 ≠ 一場活動，主題沙龍 = **一個閉環式客戶經營系統**。嚴守原則：**絕不直接硬銷產品**，由痛點共鳴 → 方法論 → 案例佐證 → 自然導流 1對1 諮詢，再由諮詢場景完成專業判斷與方案建議。本 SOP 為通用範本，**不含任何特定行業/品牌/公司綁定**，使用者按自身專業領域代入關鍵字即可。

🎯 雙模式選擇（按場景揀）

🚀 敏捷版（D-21 至 D+3）

適合：中小型常態化沙龍・3 週高頻運作
規模：15–20 人出席・12–15 頁精簡 PPT
目標：每場轉介 4–5 個 1對1
製作時間：總計 12–16 小時

💎 旗艦版（W-12 至 D+30）

適合：年度/季度大型旗艦沙龍
規模：25–40 人出席・30–40 頁奢華視覺 PPT
目標：深度 DISC 受眾心理剖析 + 朋友圈鋪墊 + D+30 沉澱
製作時間：總計 40–60 小時

⏱️ 統一時間架構（60 min = 6 段）

時間	環節	核心內容與目標
00 – 15	迎賓破冰	暖場茶敘・講者 30 秒故事・10 字 Hook 破題
15 – 30	宏觀趨勢與痛點共鳴	剖析 3 大痛點 + 行業誤區（**不講產品**）
30 – 45	核心方法論與案例	拆解 3 步框架 + 真人脫敏案例 A/B
45 – 50	**茶敘交流（黃金 5 分）**	**逐桌交流需求・記錄 1對1 意向・收集 1對1 名單**
50 – 55	互動 Q&A	解答預設 + 現場 10 大 FAQ
55 – 60	抽獎 + CTA 收單	限時預約 1對1・抽獎品為「免費專業諮詢名額」

⚠️ 心法：**準備 80% 內容只講 60%**，永遠不超時。每章「一句標題 + 一個數字 + 一個例子」三件套。

雙模式時間線對照

敏捷版（D−21 至 D+3）

節點	必做事項	交付物
D−21	鎖目標客群 + 約 5 位訪談	訪談記錄 5 份
D−14	挖 3 痛點 + 寫 10 字 Hook	選題 doc
D−10	定場地 + 落茶點 + 發邀請	場地 confirm
D−7	寫大綱 + 同事 mock 1 次	PPT 大綱
D−4	PPT v1 + 印 30 份	PPT v1
D−2	PPT v2 + 對鏡 3 次	PPT v2 + 錄音
D−1	場地 walkthrough + backup 齊	場地 checklist
D−0	提早 1hr 到場	—
D+1	WhatsApp 跟進 + 約 1對1	1對1 預約
D+3	完成 1對1 預約	預約清單

旗艦版（W−12 至 D+30）

節點	必做事項	交付物
W−12	鎖定客群 + DISC 受眾心理建模 + Why−How−What 篩選矩陣	受眾畫像 doc
W−10	4×4 痛點x客群矩陣篩選 + 情緒動線設計（10 個 WOW 觸發點）	情緒動線圖
W−8	朋友圈鋪墊 Post 1 + 1對1 訪談 5 人	訪談記錄 + Post 文案
W−6	朋友圈 Post 2 + 名單分級 S/A/B	分級名單
W−4	確定時間架構 + 寫大綱 + 同事 mock	PPT 大綱
W−2	PPT v1 + 朋友圈 Post 3 + 開始發邀請	PPT v1 + 邀請話術 3 版
W−1	場地確認 + 物資 110% 準備 + 報名收集表	物資清單
D−3	計時彩排 1 次（60±5 分鐘）	彩排錄影
D−2	對鏡講 3 次 + 錄音 + Mock Q&A	錄音 + Q&A 答案庫
D−1	場地 walkthrough + 備援方案	場地 checklist
D−Day	提早 1hr 到場 + 現場執行	—
D+1	發感謝信 + 精華簡報 PDF	感謝信模板
D+3	完成所有 1對1 預約	預約清單
D+7	完成所有 1對1 面談	面談記錄
D+14	完成 3–4 單成交（預期 AP 300K+）	成交記錄
D+30	5–6 單成交 + 深度訪談 + 案例庫 + SOP v2	案例庫 + SOP 更新

🎨 PPT 設計與結構

🚀 敏捷版 PPT（12–15 頁）

風格：極簡・大字 24pt・一頁一重點・圖表優先
色彩：行業 Brand Guide 或自訂 1 主色 + 1 強調色
製作時間：6–8 小時

💎 旗艦版 PPT（30–40 頁）

風格：奢華視覺・1.5–2 分鐘/頁・故事化敘事
色彩：Hermès 香檳金 #D4AF7A + 深金 #887355 + 奶白 #FAF7F2
製作時間：24–32 小時

標準 15 頁 PPT 結構（兩版通用）

#	Slide 標題	內容 / 視覺	時間
1	封面	主題 + 主講人 + 日期	—
2	Hook 一句	大字破題（10 字內）	15 min
3	個人故事	主講人 30 秒品牌故事	
4–6	痛點 1–3	場景 + 數據 + 互動位	15 min
7–9	方法論 1–3	3 步框架 + 圖表/checklist	15 min
10–11	案例 A & B	真人脫敏故事	
12	常見誤解	反駁 3 個誤區	
13	下一步 CTA	3 個明確選擇	5 min
14	結尾聯絡	QR code + 預約連結	
15	備用/Q&A	預備 FAQ 題目	

📣 邀約漏斗與物資準備

名單分級

- S 級：核心客戶，已建立信任，1對1 私訊
- A 級：朋友圈互動者，發 3 版話術
- B 級：廣泛傳播，群發 + 群組轉發

3 篇朋友圈節奏

- W–2 / W–1：D–3 各一篇
- 第一篇：懸念（提問式）
- 第二篇：嘉賓/場地/收益
- 第三篇：最後名額 + CTA

3 版邀請話術

- 朋友版：親切 + 個人化
- 客戶版：專業 + 痛點共鳴
- 陌生人版：鉤子 + 收益

物資 110% 原則

- 投影/咪/HDMI/音響全備援
- U 盤 + iPad + 打印版
- 3 種茶點/咖啡
- 3 份「免費專業諮詢」抽獎品
- 10 份神秘禮物

🎤 現場執行（D–Day）

時段	動作
D–1hr	設備終檢・測投影・測咪・排座位
–15~0 min	主動打招呼・記住名字・協助賓客互相配對
主講中	觀察表情・記錄 WOW 觸發點與困惑表情
最後 5 min	送抽獎品（**免費專業諮詢名額**）・展示 QR・即時預約 30 分鐘 1對1

📈 轉化 KPI（現實版 vs 樂觀版）

📊 通用 KPI 公式

30	50%	30%	50%
邀請人數 （最低線）	出席率 （15 人）	1對1 預約率 （4–5 人）	首場 close 率 （1–2 單）

✅ 現實版（首場）

15 出席 → 4–5 個 1對1 → 1–2 單成交
重點：累積案例 + 建立口碑

✅ 進階版（第二場起）

15 出席 → 6 個 1對1 → 3–4 單成交
重點：口碑轉介 + 朋友圈裂變

⚠️ 過份樂觀版（唔好當目標）

15 出席 → 6 個 1對1（40%） → 3–4 單（60% close）
問題：首場未建立信任就追呢個數會反效果

⚠️ 雙 PPT 版陷阱

30–40 頁奢華版 = 12–15 頁精簡版 3 倍製作時間
建議：常態場用精簡版，旗艦場先升級奢華版

🔁 跟進與系統沉澱

節點	動作	交付物
D+1	WhatsApp/微信感謝信 + 精華簡報 PDF	感謝信模板
D+3	完成所有 1對1 預約	預約清單
D+7	完成所有 1對1 面談	面談記錄
D+14	完成 3–4 單成交	成交記錄
D+30	5–6 單成交 + 深度訪談 + 案例庫 + SOP v2	永久案例庫

✅ 90 秒版總覽（記住呢個就夠）

D–21 / W–12 鎖客群挖痛點 → D–10 / W–8 朋友圈鋪墊 → D–7 / W–4 寫大綱 mock → D–4 / W–2 PPT v1 印好 → D–2 對鏡練 3 次 → D–1 walkthrough → D–0 提早 1hr 到 → D+1 跟進感謝信 → D+3 約 1對1 → D+14 成交 → D+30 沉澱案例庫 + SOP v2

💡 **核心 KPI**：30 邀請 → 15 出席 → 4–5 個 1對1 → 首場 1–2 單（第二場起 3–4 單）

⚠️ 3 個常見陷阱

- ❌ **直接講產品/回報率** — 違規且失去信任
- ❌ **追首場就 3–4 單** — 過份樂觀會令團隊挫敗
- ❌ **雙版本 PPT 同時做** — 製作時間爆炸，揀一個做起點

🏷️ 通用範本・不含特定行業/品牌綁定・使用者按自身專業領域代入關鍵字（Hook、案例、CTA）即可
📅 建立日期 2026-09-21・v2.0・修正：統一時間架構・修正：轉化率分層・修正：PPT 版本選擇策略