KELLY HO · AIA WEALTH PLANNER

60 分鐘沙龍 Master SOP v2

終極整合版 · 雙模式 · Gemini v2 + Kelly 5 大補充 ·

通用範本 · 純金色 Hermès · 2026-09-21

沙龍本質 · 永久守則

主題沙龍 ≠ 一場活動，主題沙龍 = 一個閉環式客戶經營系統

永遠唔可以直接硬銷產品 · 流程：痛點共鳴 → 方法論 → 案例佐證 → 自然導流 1對1 → 完成專業判斷 + 方案建議

雙模式選擇（按場景揀）

項目	◪◺ 敏捷版（D-21 → D+3）	◪◺ 旗艦版（W-12 → D+30）
適合	中小型常態化沙龍 · 3 週高頻運作	年度/季度大型旗艦沙龍
規模	**15-20 人** 出席	**25-40 人** 出席
PPT 頁數	**12-15 頁** 精簡	**30-40 頁** 奢華視覺
目標	每場轉介 4-5 個 1對1	深度 DISC + 朋友圈鋪墊 + D+30 沉澱
製作時間	**12-16 小時**	**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 + 痛點	剖析 3 大痛點 + 行業誤區（永遠唔講產品）
30-45	◪◺ 方法論 + 案例	拆解 3 步框架 + 真人脫敏案例 A/B
45-50	◪◺ 茶敘交流 5 分	逐桌交流 + **記錄 1對1 意向** + 收集名單
50-55	Q&A 互動	解答預設 + 現場 10 大 FAQ
55-60	◪◺ 抽獎 + CTA	**限時預約 1對1** · 抽獎品 = 免費專業諮詢名額

⚠ 心法 · 永久守則

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 → 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 → 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×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 · 邀約漏斗 · 現場執行

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 #8B7355 + 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 · 1對1 私訊）· A 級（朋友圈互動 · 3 版話術）· B 級（廣傳 · 群發 + 群組）
3 篇朋友圈節奏：W-2 懸念（提問式）· W-1 嘉賓/場地/收益 · D-3 最後名額 + CTA
3 版邀請話術：朋友版（親切）· 客戶版（專業 + 痛點）· 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 + 3 份抽獎品 + 10 份神秘禮物

現場執行（D-Day）

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 · 跟進沉澱 · 90 秒總覽

通用 KPI 公式

30 邀請人數（最低線）

50% 出席率（15 人）

30% 1對1 預約率（4-5 人）

50% 首場 close 率（1-2 單）

版本	轉化漏斗	重點
現實版（首場）	15 出席 → 4-5 個 1對1 → **1-2 單成交**	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**	口碑轉介 + 朋友圈裂變
⚠ 過份樂觀版	15 → 6 個 1對1（40%）→ 3-4 單（60%）	首場未建立信任就追會反效果
⚠ 雙 PPT 版陷阱	30-40 頁奢華版 = 12-15 頁精簡版 3 倍製作時間	常態用精簡版，旗艦先升級

跟進與系統沉澱

D+1	WhatsApp/微信感謝信 + 精華簡報 PDF
D+3	完成所有 1對1 預約
D+7	完成所有 1對1 面談
D+14	完成 **3-4 單成交**
D+30	5-6 單成交 + 深度訪談 + **案例庫 + SOP v2**

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

⚠ 3 個常見陷阱（永久守則）

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

Kelly 5 大補充（永久 Lesson V606-66）

黃博士 + 李龍心法整合 — 永遠唔可以直接硬銷產品（閉環式客戶經營系統）
保險業專屬元素 — WOW 觸發點要包含「真實保單案例」+「保費演示」+「核保 SOP」
Apple Reminder 自動 sync — 每個階段 deadline 必須自動加入 Apple Reminder（V606 守則）
90 秒版總覽 — 永遠背住個 1 行版本（Gemini 有，我同意永久加入）
3 個 KPI 風險指標 — 預約 < 30% = 重新設計 · close < 50% = 改提案 · < 1 單/場 = 改良 SOP

「沙龍唔係一場活動，係一個系統 — Gemini v2 + Kelly 5 大補充 · 純金色 Hermès 終極版」

KELLY HO 何嘉莉 · NR-0127 · AIA WEALTH PLANNER · 2026-09-21 · 60 分鐘沙龍 Master SOP v2 終極整合版