KELLY HO · AIA WEALTH PLANNER

60 分鐘沙龍全流程 SOP

10 大階段 · 從選題到完成 · 從 PPT 到 closing

重點 · GOLDEN RULE

60 分鐘 = 15 + 15 + 15 + 15（破冰 + 主題1 + 主題2 + Q&A+CTA）

永遠準備 80% 內容，講 60%（永遠唔好超時）· 目標 = 出席 70% + FNA 60% + Closing 30%

10 大階段總覽（W-12 到 D+30）

階段	時間	核心任務	關鍵產出
選題定位	W-12 ~ W-8	定主題/對象/目標	選題確認單
受眾分析	W-8 ~ W-6	誰會來/痛點/WOW	受眾畫像 + 名單
內容架構	W-6 ~ W-4	60 分鐘分 4 段	PPT 大綱
PPT 設計	W-4 ~ W-2	一頁一重點	PPT 完整版
邀請宣傳	W-2 ~ W-1	微信/朋友圈/報名表	報名名單 ≥30
物資準備	W-1	場地/茶敘/禮品	Checklist 100%
預演彩排	D-3 ~ D-1	計時 + 過稿	彩排通過
現場執行	D-Day	流程 + 角色 + CTA	FNA ≥6 個
後續跟進	D+1 ~ D+30	感謝信 + FNA + closing	Closing ≥3 單
復盤沉澱	D+30	數據 + 案例庫 + 改良	SOP V2 升級

階段 1-3：選題 → 受眾 → 內容（W-12 ~ W-4）

階段　選題定位（W-12 ~ W-8）

核心問題：我嘅沙龍想解決客戶邊個具體問題？

Step 1-1：用「Why-How-What」定主題
Step 1-2：寫出 3 個候選主題（每個 1 句話）
Step 1-3：用「痛點 × 目標客群」矩陣篩選（4 × 4 = 16 格）
Step 1-4：確認 1 個主題 + 副標題（Why 句式）
Step 1-5：寫「選題確認單」（主題/對象/目標/成功指標）

範例：「2027 財富傳承 × 香港保險新機遇」（國情班專場 · 深圳 · 38人）

階段　受眾分析（W-8 ~ W-6）

核心問題：邊個會嚟？佢哋而家最痛嘅嘢係咩？

Step 2-1：寫出 3 個目標客群（行業/收入/年齡/家庭）
Step 2-2：每個客群寫 3 個核心痛點 + 3 個深層恐懼
Step 2-3：用「DISC × 痛點」配對：佢哋屬於邊種風格？
Step 2-4：預測 10 個「WOW 觸發點」（第幾分鐘觸發邊種情緒）
Step 2-5：建立「30 人目標名單」+ 等級 S/A/B + 邀請順序

範例：深圳國情班 Tier-B 7人（彭業庭/林樂/賈学琼/任程汉/张景然/賴鈞文/章法）

階段　內容架構（W-6 ~ W-4）

核心問題：60 分鐘點樣分？邊段做咩？

60 分鐘標準分配（永遠跟呢個）：

0-15 min 迎賓破冰（茶敘 + 自我介紹 + 暖場）
15-30 min 主題分享 1（宏觀趨勢 · 痛點共鳴 · 唔帶產品）
30-45 min 主題分享 2（真實案例 · 方法論 · WOW 觸發）
45-60 min Q&A + CTA（互動 + 一分鐘諮詢 + 預約 FNA）

黃博士心法：15+ 15 + 15 + 15 = 永遠唔好超時

階段 4-7：PPT → 邀請 → 物資 → 彩排（W-4 ~ D-1）

階段　PPT 設計（W-4 ~ W-2）

核心問題：PPT 點樣設計先可以 hold 住 60 分鐘？

Step 4-1：PPT 總頁數 = 30-40 頁（平均 1.5-2 分鐘/頁）
Step 4-2：**永遠「一頁一重點」**（每頁只有 1 個 takeaway）
Step 4-3：配色 = 香檳金 #D4AF7A + 深金 #8B7355 + 奶白 #FAF7F2
Step 4-4：字體 = 標題 32px / body 18-22px（投影優化）
Step 4-5：必須有「「故事」slide」3 個（開場/中段/結尾各 1）
Step 4-6：必須有「「WOW 數據」slide」2 個（震撼數據/反直覺觀點）
Step 4-7：必須有「「CTA」slide」最後 1 頁（限時優惠/預約 FNA）

v16 純金色 Hermès 風格永久適用

階段　邀請宣傳（W-2 ~ W-1）

核心問題：點樣搵到 30 個對嘅人？

Step 5-1：準備「邀請話術」3 個版本（朋友/客戶/陌生人）
Step 5-2：朋友圈 Post = 3 篇（W-2 / W-1 / D-3 各 1）
Step 5-3：微信群發 = 5 個行業群（金融/醫療/教育/法律/商會）
Step 5-4：1 對 1 私信 = 30 人 S/A 級目標
Step 5-5：報名表單 = Google Form / 金數據（姓名/電話/背景/痛點）
Step 5-6：每日追蹤 = 早報名 / 中跟進 / 晚提醒（D-1 訊息提醒）

邀請話術範本：「X總你好！我係Kelly，10月搞咗場小型財富沙龍…」」

階段　物資準備（W-1）

核心問題：D-Day 現場有咩必要物資？

Step 6-1：場地確認（投影/音響/WiFi/座位/茶敘）
Step 6-2：茶敘準備（茶點/水果/水/咖啡 — 至少 3 種）
Step 6-3：禮品準備（保單 review 名額 × 3 / 神秘禮物 × 10）
Step 6-4：名牌（人手 1 個 — 寫名 + 公司 — 方便記憶）
Step 6-5：報到表（紙本 + 電子 — 收集 email / WeChat）
Step 6-6：PPT 試映 + 投影測試（D-1 必做）
Step 6-7：Backup Plan（投影壞 / 冷場 / 走人 — 點算）

永遠準備 110% 物資，用 80%

階段　預演彩排（D-3 ~ D-1）

核心問題：點樣確保現場唔會失控？

Step 7-1：完整計時 1 次（D-3 · 必須 60 ± 5 分鐘）
Step 7-2：過稿 1 次（D-2 · 對住鏡講 + 錄影）
Step 7-3：突發演練（D-1 · 投影壞 / 冷場 / 客戶駁嘴）
Step 7-4：邀請 1 位朋友做「神秘嘉賓」聽完整場（搵問題）
Step 7-5：準備「Q&A 預備答案」10 題（FAQ + 反駁答案）
Step 7-6：提前 1 小時到場（D-Day · 設備測試 + 最後走位）

黃博士：「永遠準備 80%，講 60% — 留 20% 緩衝」

階段 8-10：現場 → 跟進 → 復盤（D-Day ~ D+30）

階段　現場執行（D-Day）

核心問題：60 分鐘現場每一秒做咩？

時間	環節	Kelly 動作	台下觀察
-15 ~ 0	迎賓 + 報到	逐個打招呼 + 自我介紹	記名 + 配對
0-15	🎤 迎賓破冰	自我介紹 + 為何搞呢個沙龍	注意聽眾表情
15-30	🎤 主題 1	PPT 宏觀 + 痛點共鳴	記低表情變化
30-40	🎤 主題 2	3 個真實案例 + 方法論	記低 WOW 觸發
40-45	茶敘 + 交流	逐桌傾 + 探聽 needs	記低 1對1意向
45-55	🎤 Q&A	回答問題 + 樹立專業	記低問題種類
55-60	🎤 抽獎 + CTA	禮品 = 保單 review + 即場預約 FNA	記低預約數量

目標：出席 ≥10 · 現場 FNA ≥6 · 兩週內 closing 3-4 單

階段　後續跟進（D+1 ~ D+30）

核心問題：沙龍完結後點樣轉化成單？

Step 9-1：D+1 寄「感謝信」+ 沙龍簡報 PDF
Step 9-2：D+3 內 1對1 約「30 min Zoom FNA」（6 個目標）
Step 9-3：D+7 完成 6 個 FNA（W5 deadline）
Step 9-4：D+14 內 closing 3-4 單 AP 300K+
Step 9-5：D+30 內 closing 5-6 單 + 介紹 2-3 位新客
Step 9-6：每個新成交客戶寄「客戶感謝包」+ 介紹邀請信

「3 日內跟進」= 沙龍成功嘅關鍵（趁熱）

階段　復盤沉澱（D+30）

核心問題：今次沙龍有咩可複製？有咩要改？

Step 10-1：收集數據（出席率/FNA/Closing/客單價/介紹率）
Step 10-2：客戶訪談 3 位（滿意度/痛點/可改進）
Step 10-3：寫「沙龍案例」入「案例庫」（永久）
Step 10-4：改 SOP V2（更新痛點/WOW/話術/CTA）
Step 10-5：複製成功元素 → 下一場沙龍（W+12）
Step 10-6：累積「沙龍 SOP V_N」永久沉澱

黃博士：「沙龍唔係一場活動，係一個系統」

「沙龍唔係一場活動，係一個系統 — 純金色 Hermès 60 分鐘沙龍 SOP」