09-08 保險團隊會議：業績檢討、AI工具更新與業務拓展規劃



本次會議聚焦第三季度收官與九月目標、內部AI助理「Force」重大升級與應用、以及招募與市場拓展（含SEN中醫合作與母嬰營養講座）。會中明確多項日期、配置策略與執行職責，並形成具體行動清單。

業績回顧與目標設定

會議以第三季度總結為開場，強調九月為收官關鍵。過往「同心季」為九月至十一月（因AIA十一月closing），但今年公司將相關安排提前。九月廿一日安排區域活動，Andrew預計八點半出席，現場提及派禮物、傳統激勵氛圍。

業績層面，講者定九月份目標為「五萬」，Marco定「六萬」，並表示將著重保單件數（CB）。Marco預估年尾尚有十五張保單，當月已上報一隻（口述「一隻 boy，一隻 l」；原文表述不明，僅保留量化資訊）。其他成員目標提及「四張保單、三萬」等。會中討論CB、Medical升級按鍵與扣款，提醒需完成C/D/F方操作；另提Good Medical家屬保障的

配置差異，指出首年費用、等級年齡與實際金額應以系統查核為準（現場因介面與版本限制有落差，故保留「需再核對」的立場）。

心態與方法論上，講者強調「Closing並非銷售核心；若前段價值傳遞與信任構建得當，成交水到渠成」。提醒成員「跑數的本質是找對客戶」，應以「量」對抗情緒起伏，避免把客戶互動放在心上，而是以紙面（ABC計劃表、T字圖）與工具管理，分時專注、分時生活（如拍拖、跳舞、游泳、射箭、社團活動），以長期穩定度支撐持續成交。若對九月目標或追數策略不清楚，鼓勵主動約談以獲得支援。

AI助理「Force」重大更新與應用指導

此段為會議重心，講者詳細介紹「Force」以Telegram為入口的新版儀表板（Dashboard）與系統整合。整體設計由AI自動化生成並迭代，講者提供框架與用例，功能聚合如下：

- 任務與日程：新增「To-do List」並分四類（客戶、招募、行政、個人）。行政涵蓋講座、培訓、見客、POS等與AI流程強耦合項；個人則為AI無涉之生活與學習活動。日程表採折疊顯示以保護隱私。
- 備戰區（ABC/T字圖）：以「九月目標」為核心，區分「機會區」（CLM中的潛客）與「攻堅區」（近期有望成交者）。此區作為全月業績推進的主戰場。
- Force系統目錄：FC D（Common Database，共用資料庫）、CLM（客戶管理）、FSK（Sales Kit，分三層：一句話、一張圖、完整資料）、賀圖（AI圖稿目前以免費版生成，文字版型能力不足，建議以Joomla二次排版）、對答（Role Play，每日推送練習素材）、FDA（整體培訓）、FAA（新人學堂，尚未完整）、FMA（經理培訓，於個人界面對Force指令「開始FMA」可啟動）、科文榜（積分機制）、靈感盒（供成員向Force下達的創作需求收納）、FSS/S S S（Seminar Secretary，會務與活動資料沉澱；目前結構待賦予具體流程含義）。
- FLP（Link Partner）：分Private/Public兩層。各自存入的合作夥伴（如醫療專科、供應商等）先入私域，經「願意共享」授權後進入團隊公域。
- FRA（Recruit）：招募流程管理與教學，配合FMA形成招募與管理雙系統。
- 貢獻機制：成員拋送檔案後自動入庫，形成可檢索的共同資源。
- 錄音轉文字與背景音樂：低階版本錄音轉文字速率約1:2（5分鐘音訊需10分鐘轉寫），另提供背景音樂播放供工作時使用。右下角設對話泡泡，可隨時同Force互動。

技術趨勢上，講者分享「GPT-6已進入AGI」的觀點，稱其在短時間內可自主完成複雜創作與工程任務（3D遊戲、三千餘零件設計、動畫教學等），並引用社群預測「2027年為AGI爆發年、2030-2032年將出現ASI」。其主張現階段不需糾結遷移至哪家大廠（騰訊、Google、Claude、GPT），更應專注「如何下指令（Prompt）與與AI對話」，把日常重複事務（標記行事曆、撰寫WhatsApp對話、總結見客內容等）交由AI處理。未來將調整Google Calendar整合，由Force代為邀請。講者分享自用二十餘個Force分工涵蓋管家、社團、股票、心靈、讀書等，提醒「不建議一般成員一次訓練過多AI」，應聚焦於核心業務的效率提升。

另示警資料安全與審查：雲端大廠平台可能對敏感字眼過濾，或有數據邊界考量；本地方案（如高配工作站）雖成本較高（提及Mac Studio八萬八千餘元），但可在可控環境內運行、避免審查限制。團隊目前以性價比最優的組合運行，待輸出穩定滿意成果後再考慮遷移。

市場趨勢分享與AI創作演示

會議播放近期全球爆紅的「販賣時間」短片，內容以高維度視角結合AI生成敘事，反思「可自由支配時間」的稀缺性與現代人被安排的生活。講者藉此引申至AI影像製作的加速器：現今能以3分鐘生成5分鐘影片，意味無窮影像創作能力正快速普及，虛擬世界湧入大量AI內容，真偽難辨，需以「人性」與「同伴連結」應對資訊寒冷。

講者強調AI本質是「能力放大器」，並以自身案例對比：三年前拍攝長片成本約20萬（含化妝、攝影、交通），今年用AI以約3千元、一週內完成且效果更佳；去年拍攝三十人照片需五日，今年以AI一鍵統整與美化。鼓勵團隊以AI放大個人天賦（Talent），並指出「Talent非與生俱來，而是長期栽培的結果；找到天賦後自然成為Famous，吸引粉絲並形成商業價值」。現場演示工具包含影片製作的Grok（講者訂閱約二百餘元/月）與文字轉語音工具Fish（FSH，免費但單次長度限制），並即場試用普通話與廣東話生成語音，展現上下文分析與自然語調能力。

業務拓展與活動規劃

會議提出多軌拓展策略：

1. 中醫診所合作（佐敦，聚焦兒童S.E.N.自閉症治療）

- 模式：與中醫館合作，在每日10:00-14:00空檔時段舉辦講座與活動，藉此獲取家長與學生的初始接觸與數據（後續導入會員系統，分群、運營、轉化）。
- 保險切入：針對中度自閉症兒童，建議配置Cancer Guardian（癌症醫療開支儲備）、意外保障，並透過父母公司方案把Good Medical家屬保障延伸至子女（需父母達Company Level）。是否可Step Up、細項資格與承保邊界需向希頓（或相關專家）再確認。人壽保險與意外保障可評估自費安排；醫療與轉現金（與醫療同類的underwriting邏輯）多數受限。
- 擴張藍圖：目標三至六個月進入增長期、形成穩定客源，取得盈利後於六個月左右開設啟德分店，後續規劃太古、元朗與深圳（深圳採不同運作模式）。

2. 招募渠道：秋季大學與展會

- 香港大學：9月14-18；另提到9月21-22（現場語句有重疊與不一致，保留兩段日期以避免遺漏）。
- 理工大學/城市大學（場地口述有差異；會中稱CTU商學院）：9月16-17。

- HKCEC SmartRecruit Expo 2026：9月25-27。
- 教育大學：日期待定。

團隊需落實如何入場、資質申請與現場流程（Marco主責研究與執行）。

3. 母嬰營養講座

- 主題：由營養師主講母嬰健康（避孕、懷孕期、產後營養與保養），配合保險方以疾病場景衍生保障與預防的具體配置，建議採「A-B-A」交叉結構以降低早退率（先營養師、中段保險、再營養師或諮詢）。
- 日期與形式：會中商定為10月24日（星期四）上午10:00-12:00；地點優先考慮尖沙咀（Movement 2）或具備大螢幕的場地。須預約場地與設備（大螢幕/投影）。
- 留客手段：可考慮於尾段加入法律/財務免費諮詢時段（如法律15分鐘）或以福袋/贈品（若有贊助）激勵聽完全程。

4. 推廣工具與關鍵字營銷

- 討論名為「GEO」的跨平台關鍵字投放方案（豆包、小紅書、抖音等），費用一年一萬。講者提醒須先建立團隊自有基站（網站域名、客服與搜尋引擎路徑），再評估投放效率與數據安全。

此外，月餅派發、禮品、CO影片播放等區域日常事務亦有提及，秘書人員更替（新任Sarah）與AI內容產出支持也在持續完善中。

行動項目

為確保落地執行，以下任務依負責人分組列示，未明確日期者以[TBD]標註：

- **@Speaker 1（Jeff）**
  - [ ] 支援九月追數與目標設定的個別諮詢，協助成員梳理策略與推進路線 - [TBD]
  - [ ] 在Force系統中開放並調整Google Calendar整合，使用本人Calendar向團隊發送行程邀請 - [TBD]
  - [ ] 於Telegram/Force收集團隊對各功能模塊（FSK、FMA、FRA、FLP、FSS等）的優化需求，統一整理與迭代 - [TBD]
  - [ ] 指導在「備戰區」設定九月目標，並督導機會區與攻堅區更新 - [TBD]
  - [ ] 與希頓或相關專家確認SEN兒童可配置保險（Cancer Guardian/意外/Good Medical家屬延伸、Step Up可能性）之承保邊界與細節 - [TBD]
- **@Marco**
  - [ ] 研究並落實進入香港大學（9/14-18；另9/21-22）與理工/城市大學（9/16-17）場地的招募流程與資質申請，制定現場話術與資料攜帶清單 - [TBD]

    - [ ] 於Force「備戰區」更新個人九月目標（六萬）與機會/攻堅客戶名單，並每週檢視進度 - [TBD]

- **@Speaker 4**
    - [ ] 於系統完成CB/C/D/F方相關Medical升級按鍵與扣款核對，並回報完成狀態 - [TBD]

- **@Speaker 6（Lisa）**
    - [ ] 依個人目標（例：三萬與四張保單）更新Force「備戰區」，標記本月可成交案件與跟進節點 - [TBD]

- **@Speaker 8（Kerry）**
    - [ ] 聯絡Tommy預訂10月24日上午講座場地（優先尖沙咀Movement 2；備選配備大螢幕之場地），確認設備與時段 - 2024-10-24
    - [ ] 與營養師落實母嬰講座內容結構（避孕/懷孕/產後三階段）、與保險分享之交叉節奏，以及現場留客機制（法律/財務諮詢或贊助禮品） - [TBD]

- **@全體成員**
    - [ ] 標記並參與秋季招募活動：HKU（9/14-18；9/21-22）、CTU/理工/城大（9/16-17）、HKCEC SmartRecruit Expo 2026（9/25-27）、教大（待定）；依個人行程表於Force中登記 - [TBD]
    - [ ] 於Force「對答」（Role Play）每日完成一則練習，強化客戶對話與異議處理能力 - [TBD]
    - [ ] 依個人實際需求提交FSK（Sales Kit）產品清單與版式偏好，供系統生成一語句/一張圖/完整資料三層素材 - [TBD]
    - [ ] 錄音轉文字工作流試用：每日用語音總結客戶互動與待辦，交由Force彙整成文字與任務 - [TBD]

- **@指定課程參與者（Marco等）**
    - [ ] 報名並出席CLS課程，彙整重點與可落地的支持策略，會後簡報分享於Force/Telegram - [TBD]