活用人工智能(AI)提升銷售及服務效率

打造你的 24 小時最強業務拍檔



課程核心目標



核心理念

讓 AI 成為你的
「最強助手」



課程宗旨

合規AI應用

課程核心目標



核心理念

讓 AI 成為你的
「最強助手」



課程宗旨

合規AI應用

Chapter

認識AI

01

時間貧窮

現狀 (Before)



痛點

- 產品太多，條款太長
- 做重複工作
- 行業競爭激烈

目標 (After)

理想狀態

- 減少行政工作與找資料
- 增加見客時間及業務機會
- 提供更優質服務

AI 是什麼？

去神話化



AI 不是魔法

它是

「預測下一個字」

的超級大腦



AI 的能力

它讀過網上幾乎所有的

保險條款 和 **銷售話術**

AI與自動化的區別

維度	自動化	人工智能 (AI)
特性	處理重複流程、執行預設指令	能理解、分析、回應不同情況
比喻	像機械手臂，按固定程序運作	像智能助手，根據情況調整策略
限制	無法理解內容，只能執行動作	能理解語境、生成個性化回應

實例：自動化

發送**一模一樣**的預設訊息給所有客戶，不論客戶背景。

實例：AI

根據客戶對話內容，自動生成**合適且個性化**的回覆建議。

AI 與你的黃金分工

維度	AI (IQ)	顧問 (EQ)
主要職責	處理資訊	處理人心
特點	速度快、產生草稿	判斷力、建立信任

「“AI” 處理資訊，“人類”處理關係。」

AI為什麼突然變得重要

過去的限制

- AI 僅限大型企業使用
- 需要龐大的技術投資
- 專業團隊才能操作
- 成本高昂

現在的優勢

- 個人也能使用強大 AI 模型
- 透過雲端服務即可存取
- 簡單易用的介面
- 低成本甚至免費

封閉與昂貴

普及與親民

Prompt 設計技巧與 AI 使用風險

掌握與 AI 溝通的藝術與科學



Prompt 設計技巧

如何精準地向 AI 提問，以獲得高質量的輸出？這是一門需要邏輯與創意的藝術。

#角色設定 #背景信息 #思維鏈 (CoT)

VS



AI 使用風險

如何識別並規避 AI 的潛在陷阱？這需要嚴謹的驗證機制與合規意識。

#幻覺 (Hallucination) #數據隱私 #偏見

什麼是 Prompt (提示詞)？

AI 時代的程式語言

定義 (Definition)

Prompt 是你輸入給 AI 模型的指令、問題或上下文，用來引導 AI 生成你想要的結果。



如果 AI 模型是強大的**引擎 (Engine)**，
那麼 Prompt 就是**方向盤 (Steering Wheel)**。

沒有方向盤，引擎再強也無法帶你到達目的地。

黃金法則：Garbage In, Garbage Out

模糊的指令 (Vague)

"寫一個關於保險的文案。"

→*結果：內容空洞，像教科書一樣無聊，無法吸引客戶。*

精準的指令 (Precise)

"為30歲新手父母寫一篇關於教育基金的軟文。語氣要溫馨、有同理心，強調『給孩子選擇權』的重要性。"

→*結果：直擊痛點，情感共鳴強，轉化率高。*

Prompt 設計的五個要素

打造完美指令的萬能公式

萬能公式： 角色 (Role) + 背景 (Context) + 任務 (Task) + 格式 (Format) + 約束 (Constraints)

1. 角色設定 (Role)

賦予 AI 特定的專家身份，引導其調用相關領域的知識庫與語氣。

Example:
"你是一位擁有 20 年經驗的保險核保專家..."

2. 背景信息 (Context)

提供充分的上下文資訊，讓 AI 了解任務的前因後果與目標對象。

Example:
"客戶是 35 歲單身男性，預算有限，擔心重疾風險..."

3. 具體任務 (Task)

使用強動詞 (Action Verbs) 明確指出你希望 AI 執行的具體操作。

Example:
"請撰寫一份 3 個方案的比較分析表..."

4. 輸出格式 (Format)

指定輸出的結構與呈現方式，減少後續排版工作。

Example:
"請以 Markdown 表格形式輸出，包含優點、缺點欄位..."

5. 約束條件 (Constraints)

設定邊界，明確告知 AI「不要做什麼」或「限制在什麼範圍內」。

Example:
"不要使用專業術語，字數控制在 300 字以內..."

Prompt 設計的進階技巧

從「單次指令」到「結構化思維」

思維鏈 (CoT)

引導 AI 展示推理過程，而非直接給出答案。這能顯著減少邏輯錯誤，特別是在處理複雜分析時。

Prompt Example

"請分析這位客戶的購買潛力。

在給出結論之前，請先一步步思考 (Let's think step by step)：

1. 分析他的收入狀況
2. 評估他的家庭責任
3. 判斷他的風險偏好

最後再給出評分。"

示例驅動 (Few-Shot)

"Show, Don't Just Tell." 給出 1-2 個標準範例，讓 AI 模仿你的風格、格式和語氣。

Prompt Example

"請將以下口語轉為專業術語。

範例 1：

輸入：這保險賠很多。

輸出：該計劃提供全面的理賠保障。

範例 2：

輸入：錢要放很久。

輸出：此為中長期資產配置工具。

現在請修改：

迭代優化 (Iterative)

不要期待一次完美。將 AI 視為實習生，要求它「自我批評」並根據反饋進行修改。

Prompt Example

"你剛剛生成的銷售話術有點太強勢了。

請作為一位資深顧問，批評上述話術的缺點。

(AI 輸出批評...)

很好，現在根據這些批評，重新寫一個更具同理心的版本。 "

Pro Tip: 複雜任務不要試圖用一個 Prompt 解決。將其拆解為「分析 -> 生成 -> 優化」的三部曲，效果通常最好。

實時演示：Prompt 設計的演進

5分鐘見證：從「堪用」到「驚艷」

任務目標：撰寫一封針對「企業中層管理者」的保險事業招募信

V1.0 直覺式提問 — Weak

Prompt Input:

"幫我寫一封保險招募信。"

結果特徵

內容空泛，充滿「挑戰高薪」、「時間自由」等陳腔濫調。像垃圾郵件，無法吸引高素質人才。

V2.0 增加細節 — Average

Prompt Input:

"寫一封招募信給企業經理人，強調我們團隊很專業，收入無上限，還有很好的培訓系統。"

結果特徵

結構完整，但語氣過於推銷(Salesy)。雖然提到了重點，但缺乏情感共鳴，難以打動痛點。

V3.0 結構化工程 — Strong

Prompt Input:

"角色：資深職涯顧問
對象：35-45歲遭遇升遷瓶頸的企業中層
痛點：付出與收穫不成正比、缺乏掌控感
價值：強調「建立自己的事業」而非「賣保險」
語氣：專業、啟發性、不卑不亢"

結果特徵

直擊內心痛點(Glass Ceiling)。將保險重新定義為「創業平台」。語氣專業，建立平等對話。

常見的 Prompt 錯誤

避開這些陷阱，釋放 AI 潛能

1 缺乏背景 (The Mind Reader)

✗ 錯誤：假設 AI 知道你的客戶是誰、你的產品是什麼。

✓ **修正：明確定義「我是誰」、「客戶是誰」、「目的是什麼」。**

2 指令模糊 (The Vague Asker)

✗ 錯誤：使用「寫得好一點」、「專業一點」等主觀詞彙。

✓ **修正：具體化要求，如「使用權威語氣」、「包含3個數據點」。**

3 信息過載 (The Data Dumper)

✗ 錯誤：一次性貼上大量雜亂無章的文字，沒有結構。

✓ **修正：使用分隔符 (如 ###) 區分指令與參考資料，分段輸入。**

4 忽略格式 (The Format Forgetter)

✗ 錯誤：沒有指定輸出格式，導致 AI 生成難以閱讀的長文。

✓ **修正：明確要求「請用表格列出」、「請用列點形式 (Bullet Points)」。**

5 單次放棄 (The One-Shot Quitter)

✗ 錯誤：第一次生成結果不滿意就認為 AI 不好用。

✓ **修正：AI 需要引導。請追問：「這部分太長了，請精簡」、「語氣再溫和一點」。**

核心原則

把 AI 當作一個**聰明但沒有常識的實習生**。

指令越具體，結果越精準。

Prompt 設計的最佳實踐

提升 AI 產出質量的黃金法則

1. 拆解複雜任務 (Divide & Conquer)

不要試圖用一個 Prompt 完成所有事情。將複雜任務拆解為一系列簡單的子任務，分步驟執行，準確率會大幅提升。

2. 使用分隔符 (Use Delimiters)

使用三重引號 (""")、井號 (###) 或 XML 標籤來清晰區隔指令與處理文本，防止 AI 混淆上下文。

3. 優先使用正向指令 (Positive Phrasing)

告訴 AI「要做什麼」通常比「不要做什麼」更有效。例如：用「請保持簡潔」代替「不要寫太長」。

4. 提供參考文本 (Reference Text)

如果需要 AI 回答事實性問題，盡量將相關資料貼入 Prompt 中，並要求它「僅根據提供的資料回答」，以減少幻覺。

5. 要求引用來源 (Ask for Citations)

在進行研究或分析時，要求 AI 在回答中標註信息來源或引用段落，這有助於你快速驗證內容的真實性。

Pro Tips

將 AI 視為一位「聰明但剛畢業的實習生」。

指令越具體，背景越清晰，它的表現就越出色。

警惕 AI 幻覺

Hallucination



AI 的弱點

AI 會「一本正經胡說八道」



解決方案

原則：Human-in-the-loop (人機協作)

> **AI 負責找，你負責核對**

AI 使用中的常見風險

機遇與挑戰並存：不可忽視的隱患

AI 幻覺 (Hallucination)

AI 可能自信地生成完全錯誤的資訊（如虛構的保險條款或法規），即「一本正經地胡說八道」。

數據隱私 (Privacy)

將客戶敏感個資或公司內部機密輸入公開版 AI 模型，等同於將數據洩露給第三方。

算法偏見 (Bias)

AI 可能反映訓練數據中的社會偏見，導致在招聘篩選或核保建議中出現不公平的判斷。

過度依賴 (Over-reliance)

盲目相信 AI 的建議，導致人類批判性思維退化，失去對複雜情況的判斷能力。

法律與合規 (Legal)

AI 生成內容的版權歸屬尚不明確，且可能無意中侵犯他人的知識產權或違反廣告法規。

關鍵原則：AI 是強大的「副駕駛」(Co-pilot)，但人類必須始終握緊方向盤，對最終結果負責。

如何驗證 AI 的輸出

建立人機協作的信任機制



Trust, but Verify

AI 語言模型是
「機率模型」而非「知識庫」。

它追求的是「看起來像真的」，
而不是「事實是真的」。

人工驗證是最後一道防線。

1. 數值驗算 (Numerical Verification)

AI 的數學能力不穩定。涉及**保費**、**現金價值**、**紅利演示**的具體數字，必須使用官方建議書系統進行二次核對。

2. 事實查核 (Fact Checking)

涉及**醫療條款**、**理賠定義**、**法律法規**的內容，務必對照官方文件或保單條款，避免誤導客戶。

3. 來源確認 (Source Validation)

如果 AI 提供了引用來源或網頁鏈接，請務必**點擊確認**該鏈接是否真實存在且內容相關（AI 常會編造鏈接）。

4. 合規審查 (Compliance Review)

確保內容不包含**誤導性陳述**、**過度承諾**或違反保監局/公司合規要求的用語（如「保證回報」等敏感詞）。

數據隱私與安全

保護客戶信任的最後防線

核心原則： 公共 AI 模型（如免費版 ChatGPT）可能會將你的輸入用於訓練。**永遠不要輸入敏感個人資料 (PII)。**

紅色禁區 (PII)

- 客戶真實姓名
- 身分證號碼 (HKID)
- 電話號碼與地址
- 詳細病歷資料
- 保單號碼與銀行帳戶

絕對禁止輸入

黃色警戒區

- 未公開的產品策略
- 內部培訓教材
- 具體業績數據
- 客戶案例細節

需去識別化 / 企業版

綠色安全區

- 已公開的市場資訊
- 通用保險條款
- 行業法規與政策
- 一般性知識問答
- 公開的營銷文案

可自由使用

去識別化技巧

✗ "陳大文先生，身分證 A123***，患有糖尿病..." → ✓ "一位 45 歲男性客戶，有慢性病史..."

AI 生成內容的法律責任

在合規的邊界內創新

保險業是高度監管的行業。AI 是強大的工具，但它不能成為逃避法律責任的藉口。

知識產權
(Intellectual Property)

目前多數司法管轄區認定，**純 AI 生成的內容不受版權保護**。這意味著你的競爭對手可以直接複製你的 AI 文案而不違法。

⚠ 風險：不要聲稱擁有 AI 圖片的版權。

廣告合規
(Ad Compliance)

AI 可能會生成誇大收益、忽略風險或誤導性的產品描述。在保險業，這屬於**銷售誤導 (Mis-selling)**，後果嚴重。

⚠ 風險：AI 承諾了保單條款中沒有的保障。

專業責任
(Liability)

如果 AI 給出的建議導致客戶損失，**責任在於使用者（你）**，而非 AI 供應商。你不能在法庭上說「是 ChatGPT 告訴我的」。

⚠ 風險：盲目轉發 AI 建議而未經核實。

鐵律：所有 AI 生成的對外內容，必須經過人工審核 (Human Verification)。

常見問題與解答

關於 Prompt 設計與 AI 使用的疑難雜症

Q AI 會取代保險代理人嗎？

不會。保險是「人與人」的信任產業，情感連結與複雜決策無法被取代。

但請記住這句話：**「AI 不會取代你，但善用 AI 的代理人將會取代那些不用 AI 的人。」**

Q Prompt 一定要用英文寫嗎？

不一定。目前的頂級模型對中文的理解能力已經非常出色。

除非涉及非常前沿的技術編程或極度複雜的邏輯推理，否則使用中文完全足夠，且更便於您表達細節。

Q 如何判斷 AI 是否在「胡說八道」？

保持**「合理的懷疑」**。如果 AI 給出的數據太過完美，或者引用的法規條款你從未聽過，請務必查證。

技巧：要求 AI 提供引用來源 (Source)，或者將同一問題問兩次，看答案是否一致。

Q 公司還沒有 AI 政策，我能私下用嗎？

請務必謹慎。在沒有明確政策前，僅將 AI 用於「通用知識查詢」或「文案潤色」。

絕對禁止將客戶名單、保單號碼或公司內部文件上傳到個人的 AI 帳號中，這可能構成嚴重的違規。

還有其他問題？歡迎在課後交流環節提出。

Chapter

02

AI協助產品比較與競爭分析

本章重點

實時市場情報

利用 AI 監控競爭對手動態與最新產品發佈。

深度產品對比

使用 AI 進行結構化的優劣勢分析。

戰略決策支持

將數據轉化為可執行的銷售話術與競爭策略。

保險業的競爭分析需求

傳統方法已經失效？

市場迭代加速

競爭對手每季度甚至每月推出新的**危疾與儲蓄產品**。依靠人工收集傳單和簡報，永遠比市場慢一步。

產品條款複雜化

真正的競爭力差異往往隱藏在**細節條款**中（如早期賠償定義、紅利實現率）。人工對比耗時且易出錯。

客戶信息透明化

客戶在見面前已上網做足功課。顧問若不能提供**即時**、**有數據支持**的對比分析，將難以建立信任。

傳統人工整理

耗時 2 週 + 數據滯後

AI 實時分析

耗時 2 分鐘 + 實時數據

使用AI進行競爭分析

實時掌握市場動態與產品差異

第一步：輸入具體業務指令

"比較A公司 與B公司 最新自願醫保產品的條款與保費差異"

第二步：AI 多維度信息聚合

官方渠道數據

- 產品宣傳冊 (PDF)
- 官方網站條款細則
- 年度業績報告

媒體與新聞

- 財經新聞報導
- 行業分析文章
- 監管機構公告

市場輿情反饋

- 保險討論區 (如 Discuss)
- 社交媒體評論
- 客戶真實反饋

核心價值

不再依賴過時的內部報告或主觀猜測，AI 助您在 30 秒內獲取可驗證的實時市場情報。

使用AI進行產品對比分析

從繁雜文檔到結構化洞察

產品A_計劃書.pdf

產品B_計劃書.pdf

Prompt 指令

"請閱讀這兩份計劃書，對比其「危疾定義」、「首10年保費」及「預期回報率」，並以表格列出差異。"

AI 生成的結構化對比表 (示例)

比較維度	產品 A	產品 B
早期危疾定義	涵蓋 58 種早期疾病，包括原位癌及通波仔。	涵蓋 65 種早期疾病， 額外涵蓋良性腫瘤切除 。
首10年保費	$2,800 USD / 年 (固定費率)	$2,650 USD / 年 (首年優惠 10%)
預期回報率 (IRR)	20年期: 3.5% 30年期: 4.2%	20年期: 3.2% 30年期: 4.5% (長期回報較高)
多重賠償	癌症最多賠償 3 次，總額 300%	癌症/心臟病/中風合計賠償 5 次，總額 500%

競爭分析的Prompt設計

精準指令決定分析深度

弱指令 (Weak)

"請比較A公司和B公司的危疾產品。"

問題分析：

- 缺乏具體產品型號
- 未指定比較維度
- 未設定輸出格式

結果：AI 只能給出官網簡介式的泛泛而談，無法用於決策。

強指令 (Strong)

"**你是一位行業內最Top 1%資深精算師**。請對比公司A '產品甲' 與公司B '產品乙'，重點分析：

1. **早期危疾定義**的具體差異
2. 35歲非吸煙男性的**保費走勢**
3. 癌症多次賠付的**間隔期條款**

請以**對比表格**形式輸出。"

優勢分析：

- **角色設定**：確立專業視角 (精算師)
- **具體任務**：指定產品與三個核心維度
- **輸出控制**：要求表格格式，便於閱讀

Prompt 黃金公式　　角色 (Role) + 任務 (Task) + 上下文 (Context) + 格式 (Format)

市場情報收集

演示任務

模擬場景

"客戶詢問：市場上最新的多元貨幣儲蓄計劃，哪一家的第20年預期回報率(IRR)最高？"

01

輸入自然語言指令

比較 A公司多元貨幣 與 B公司 多元貨幣 的第20年預期回報率 (IRR)

02

驗證數據來源

操作重點：點擊腳註 (Citations)，確認數據來自官網或產品小冊子。

03

追問生成表格

請將上述數據製作成對比表格，並列出非保證紅利的佔比

從競爭分析到戰略決策

數據 (Data) → 策略 (Strategy) → 業績 (Results)

1. AI 洞察

利用 AI 快速識別競爭對手的優勢與劣勢，獲取客觀數據。

發現

"對手產品在第 20 年的總回報率 (IRR) 比我們高 0.5%，主要來自非保證紅利。"

2. 策略制定

結合人類經驗，制定差異化銷售話術與競爭策略。

對策

"避開非保證回報的直接比拼，轉而強調我們產品的保證現金價值與理賠成功率。"

3. 落地執行

將策略轉化為團隊行動，提升成交轉化率。

行動

"生成新的對比圖表，並在晨會中進行角色扮演 (Role Play) 演練。"

> AI 提供彈藥 (數據)，決定目標 (策略)，開火 (執行)。

競爭分析中的數據隱私與倫理

確保合規：智能與誠信並重

數據來源合法性

- ✓ 僅使用公開渠道信息 (OSINT)
- ✓ 引用官方發布的年報與計劃書
- ✗ 拒絕使用非法獲取的內部文件
- ✗ 不利用系統漏洞獲取數據

客戶隱私保護

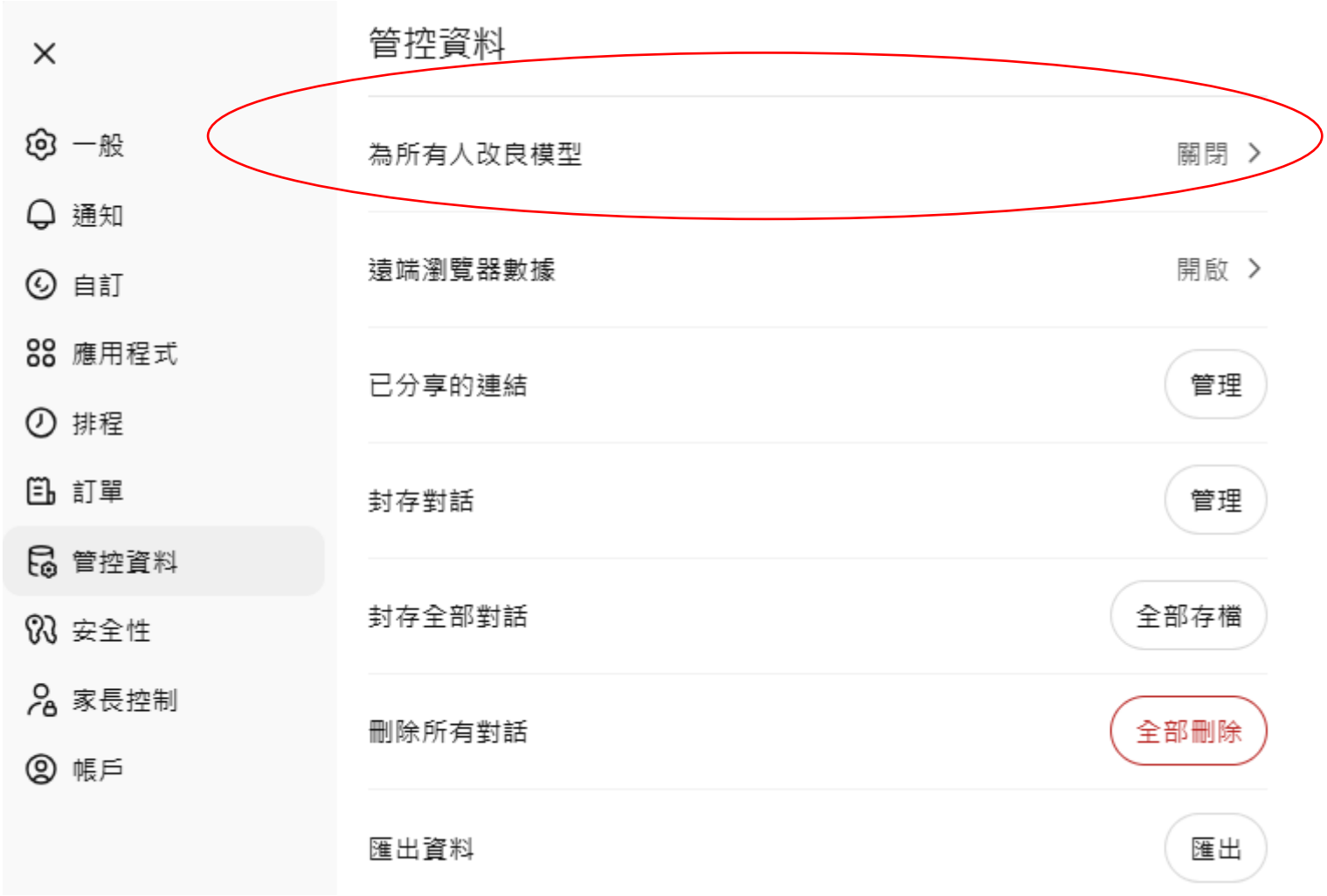
- ✓ 輸入 Prompt 前進行數據脫敏
- ✓ 使用虛構代號 (如 Client A)
- ✗ 絕不輸入客戶真實姓名
- ✗ 絕不輸入身份證或保單號碼

知識產權尊重

- ✓ 分析數據邏輯與產品結構
- ✓ 合理引用並註明出處
- ✗ 不直接抄襲競爭對手文案
- ✗ 不將專有報告用於公開模型訓練

企業安全操作建議

務必在 設置中關閉「Chat History & Training」(模型訓練) 選項，防止您的查詢數據被用於訓練公共模型。


一般
通知
自訂
應用程式
排程
訂單
管控資料
安全性
家長控制
帳戶
管控資料
為所有人改良模型
關閉
遠端瀏覽器數據
開啟
已分享的連結
管理
封存對話
管理
封存全部對話
全部存檔
刪除所有對話
全部刪除
匯出資料
匯出

幫我計劃一個五日四夜古里吾島親子旅程

顯示思路

這個「古里吾島」主要指的是位於**廣東台山川島鎮上川島西面**的一個無人或半開發小島（也常被當地推廣文案稱為「估你唔到」的諧音梗）。這是一個比較小眾、原生態的親水目的地，通常不適合單獨住 4 晚（島上設施極少），最適合的玩法是**以上川島為基地，將古里吾島作為其中的重點一日遊或露營體驗**。

以下為您規劃的 **5日4夜台山川山群島親子深度遊**，以上川島為主駐地，重點打卡古里吾島的自然野趣，適合家庭放鬆遊玩。

🗺️ 行程概覽

- **目的地：** 廣東台山（上川島 + 古里吾島 + 下川島/或台山陸地）
- **住宿建議：** 4晚均住在 **上川島飛沙灘景區** 附近的酒店（比較方便），或最後1晚安排在台山溫泉酒店。
- **交通方式：** 自駕或高鐵轉車至台山山咀港 → 乘船上島。

🗓️ 詳細行程規劃

請輸入 Gemini 提示詞

工具　Pro

「Desmond Lai」對話不會用於改良 Google 模型。Gemini 可能會出錯，請查證回覆內容。個人隱私權與 Gemini

常見問題與解答

競爭分析篇

Q **AI 提供的競爭對手數據一定準確嗎？**

不一定。AI 偶爾會產生「幻覺」。關鍵在於使用聯網工具，並**必須點擊來源鏈接 (Citations)** 進行二次核實，特別是具體的保費和紅利數字。

Q **AI 的分析是否會帶有偏見？**

AI 的回答反映了互聯網上的信息權重。建議使用**多個模型 (如 ChatGPT + Claude)** 進行交叉驗證，或要求 AI 列出「正反兩面」的觀點，以獲得更客觀的視角。

Q **如何確保 AI 使用的是最新資料？**

在 Prompt 中明確指定時間範圍，例如**「僅使用 2025 年以後發布的資料」**，並要求 AI 在輸出時標註數據的具體日期來源。

Chapter

03

AI 分析客戶需求與處理異議

從數據洞察到心理博弈

- 識別客戶隱性需求
- 智能異議應對策略
- 建立情感共鳴與信任

保險業客戶服務的核心挑戰

為何傳統異議處理如此困難？

異議多樣性

每位客戶的背景、家庭狀況與擔憂點都不同。「千人千面」的需求導致標準化話術難以奏效，死記硬背無法應對突發提問。

黃金響應時間

在 WhatsApp / WeChat 時代，客戶期望「秒回」。

一旦回復延遲超過 5 分鐘，客戶的購買衝動與信任感就會顯著下降。

知識邊界限制

顧問需要同時精通醫療、法律、財經與產品知識。

人腦難以隨時調用海量細節，導致回答不夠專業或自信。

痛點總結：人類顧問的精力與記憶力是有限的，而客戶的需求與期望是無限的。這正是 AI 介入的最佳切入點。

使用 AI 進行客戶需求分析

從表面話語洞察真實動機

> *「我想幫小朋友買份儲蓄保險，供幾年就算，唔想太長，最緊要係將來讀書有用。」*
>
> 客戶原話 (Customer Voice)

顯性需求 (Surface)

- **目標：** 教育基金儲備
- **年期：** 短供款期 (3-5年)
- **產品：** 儲蓄型分紅保單

隱性擔憂 (Hidden)

- **流動性：** 擔心資金被鎖死太久
- **承諾恐懼：** 不想背負長期供款壓力
- **回報：** 期望跑贏通脹

銷售切入點 (Action)

- 強調「**回本期快**」 的產品優勢
- 展示「**保費假期**」 功能以消除壓力
- 計算「**大學入學時**」 的預期現金價值

AI 指令示例 (Prompt)

> "我是一位了解客戶的保險顧問。客戶說：[插入客戶原話]。請分析他的：1. 顯性需求 2. 潛在的隱性擔憂（如現金流、風險厭惡） 3. 我應該強調產品的哪些具體賣點來回應這些擔憂？"

異議處理的 Prompt 設計

精準指令喚醒 AI 的銷售潛能

弱 Prompt (模糊)

"客戶覺得保費太貴，幫我寫個回應。"

→結果：AI 生成通用的、教科書式的回答，缺乏針對性，無法打動客戶。

強 Prompt (結構化)

"你是一位 **資深 TOT 顧問** 。客戶是 **35 歲新手爸爸，擔心現金流** 。針對 **『保費太貴』的異議** ，請用 **『每天一杯咖啡』的類比** 進行拆解，強調保障槓桿。語氣要 **同理且專業，不強迫** 。"

→結果：AI 生成具備同理心、邏輯清晰且符合客戶畫像的高轉化率話術。

黃金公式 角色設定 + 客戶背景 + 具體任務 + 語氣風格

常見保險異議與AI回應示例

化解抗拒，轉危為機

「這份計劃太貴了，超出了我的預算。」

異議類型：價格抗拒

價值重塑策略

AI 建議回應方向

不要直接談總價，而是將保費**拆解為每日成本**（如一杯咖啡錢），並對比風險發生時可能產生的巨額醫療開支，強調「用小錢鎖定大額現金流」的概念。

「我已經買了很多保險，不需要再加了。」

異議類型：需求飽和

缺口分析策略

AI 建議回應方向

首先肯定客戶的保障意識，然後引導關注**醫療通脹**或**新型療法**（如標靶藥）的費用缺口，詢問：「您現有的保單是否涵蓋了這些最新的醫療技術？」

「我覺得不錯，但我需要回去和家人商量。」

異議類型：拖延/決策權

同盟建立策略

AI 建議回應方向

不要施壓，而是賦能。提供一份簡潔的**「家庭討論清單」**，列出核心價值與常見疑問解答，幫助客戶準確地向家人轉述方案亮點，成為您的內部推廣者。

實時演示：使用AI處理客戶異議

5分鐘現場實戰：從拒絕到成交

演示場景 (Scenario)

客戶異議 (The Challenge)

"這份計劃是不錯，但我需要回去和我太太商量一下，她通常負責家裡的財務決定。"

處理目標 (The Goal)

- 避免客戶離開後冷卻 (Cooling off)
- 提供「家庭討論懶人包」
- 爭取與太太共同見面的機會

ChatGPT 4.0 - Live Session

User:

你是一位有輔導學及心理學學位的資深保險顧問。客戶說：「我要回去問太太。」

請生成 3 種不同風格的回應話術：

1. **同理心風格** （理解尊重）
2. **賦能風格** （提供資料支持）
3. **進取風格** （直接邀約太太）

要求：每段話術不超過 50 字，口語化。

演示重點：觀察 AI 如何針對同一異議生成多種風格的回答，讓顧問可以根據與客戶的關係深淺選擇最合適的一種。

使用 AI 進行複雜客戶分析

處理長篇文檔與多重保單的利器

複雜輸入 (Input)



- 50+ 頁的年度體檢報告
- 來自 3 家不同公司的舊保單
- 雜亂的家庭財務狀況表

AI 分析核心



200K Context Window

一次性閱讀整本書的容量，能夠理解跨文檔的關聯性，不會遺漏細節。

結構化洞察 (Output)

- 核保風險預警 (紅旗)
- 現有保障缺口分析
- 整合建議方案摘要

文檔分析 Prompt 模板

"請閱讀附件中的 [體檢報告] 與 [現有保單]。作為資深核保專家，請幫我：1. 列出所有可能影響新單核保的健康異常項。 2. 對比現有保單的醫療保額與當前私家醫院收費標準，指出具體的保障缺口（Gap Analysis）。"

客戶分層與個性化策略

從大數法則到精準營銷

傳統分層 (Static)

年齡、性別、收入

→

AI 智能分層 (Dynamic)

行為模式、生活事件、風險偏好

AI 識別的三大高潛力客群

沈睡客戶 (Dormant)

AI 識別特徵

超過 2 年無互動，但保單持續生效中

個性化行動

發送「保單權益檢視」邀請，強調累積紅利與保障缺口，而非直接推銷。

家庭變更 (Life Event)

AI 識別特徵

社交媒體提及結婚/生子，或更改受益人資料

個性化行動

推送「家庭支柱保障升級」方案，重點展示危疾與人壽槓桿。

高淨值 (HNW)

AI 識別特徵

持有高額儲蓄單，且近期關注資產傳承話題

個性化行動

邀請參加「財富傳承私享會」，提供稅務與信託的 AI 輔助諮詢。

異議處理的進階技巧

多輪對話與深度挖掘

第一步：隔離異議 (Isolation)

除了價格之外，這份計劃在保障範圍上是否符合您的預期？還有其他顧慮嗎？

第二步：假設成交 (Conditional Close)

如果我們能通過調整付款年期來解決預算問題，您今天是否願意啟動這份保障？

第三步：價值錨定 (Value Anchor)

讓我們回到初衷，這份計劃是為了確保孩子未來的教育基金，這個目標對您來說依然重要，對嗎？

AI 輔助策略

上下文記憶 (Context)

AI 能夠記住前幾輪的對話。在 Prompt 中使用「基於客戶剛才的回覆...」來生成連貫的追問話術。

預判推演 (Simulation)

要求 AI 扮演「刁鑽客戶」，進行 5 輪壓力測試，預先演練所有可能的拒絕路徑。

Prompt 技巧：
"請繼續對話。客戶回答說 [插入回覆]。請根據『隔離異議法』，生成 3 個不同強度的追問問題，目的是找出他的真實顧慮。"

使用 AI 進行客戶反饋分析

聆聽真實聲音，驅動服務升級

原始反饋 (Input)

"理賠申請交了兩個星期還沒消息，打電話也沒人接..."

來源: WhatsApp | 情感: 憤怒

"陳經理解釋得很清楚，這份危疾計劃正是我需要的。"

來源: Email | 情感: 滿意

"條款太複雜了，根本看不懂那些醫療術語。"

來源: 客服錄音 | 情感: 困惑

AI 智能分析

整體滿意度 65% Positive

投訴佔比 15% Negative

高頻關鍵詞 (Topic Modeling)

專業態度 | 理賠速度 | 產品回報 | 條款難懂 | 跟進服務

改進策略 (Action)

自動化進度通知

針對「理賠速度」痛點，部署 AI 自動發送 WhatsApp 進度更新，減少客戶焦慮。

條款懶人包

利用 ChatGPT 將複雜條款轉化為「3分鐘圖文懶人包」，解決「條款難懂」問題。

針對性培訓

識別服務評分較低的顧問，推送定制化的溝通技巧課程。

異議處理中的倫理與透明度

贏得信任的關鍵底線





人類最終審核權

AI 是副駕駛，**你是機長**。AI 生成的每一個字都必須經過你的專業審核與潤色，確保語氣真誠並對內容負全責。



隱私優先原則

嚴禁輸入 PII (個人身份信息)。使用代號（如 "客戶 A"）代替真實姓名，模糊化具體財務數字，防止數據洩露。



真實性與合規

警惕 AI **「幻覺」**。所有涉及保單條款、回報率或法律定義的內容，必須核對官方文件，嚴禁誤導銷售。

> **信任是保險業的基石。AI 可以提升效率，但唯有真誠能贏得人心。**

常見問題與解答

關於 AI 輔助異議處理

Q. AI 寫的回覆會不會太生硬、像機器人？

A. 關鍵在於 Prompt 的**角色設定**。如果您指令 AI「扮演一位有 20 年經驗、語氣親切的資深顧問」，它生成的內容就會非常有溫度。

Q. 客戶會知道我在用 AI 回覆嗎？

A. 不會。AI 是您的**幕後軍師**。建議您將 AI 的建議消化後，用自己的口吻微調再發送，保持個人風格的一致性。

Q. 遇到非常情緒化的投訴，AI 能處理嗎？

A. AI 擅長邏輯拆解，但在**情感共鳴**上仍有局限。建議先用 AI 分析客戶的核心訴求，再由人工進行電話溝通與安撫。

Q. AI 會不會給出錯誤的保險建議？

A. 有可能。AI 會有「幻覺」。涉及具體**條款、數字或法律定義**時，必須由專業顧問進行最終核實，不可直接複製貼上。

小貼士：將您過去最成功的 10 個異議處理案例「餵」給 AI，讓它學習您的專屬風格。

客戶異議處理的進階應用

從被動應對到主動預測

傳統模式 (Reactive)

等待客戶提出拒絕，再進行解釋與挽回

AI 預測模式 (Predictive)

分析數據特徵，提前化解潛在顧慮

三大主動出擊策略

傾向模型 (Propensity)

利用 AI 分析客戶過往行為，預測對價格或流動性的敏感度。

應用場景

對價格敏感者，主動提供分期或替代方案，避免價格異議。

預先教育 (Pre-empting)

在面談前發送針對性知識膠囊，解答客戶未問出的疑惑。

應用場景

發送短片或解說，預先消除對非保證回報的疑慮。

情緒監測 (Sentiment)

AI 即時偵測語氣變化，提示顧問調整溝通節奏。

應用場景

當回覆變慢，AI 建議暫停推銷，轉以關懷為主。

第三章重點回顧

從理解需求到化解異議

精準畫像 (Profiling)

- 利用 AI 分析非結構化數據，識別客戶隱性需求。
- 從靜態標籤（年齡/性別）轉向動態行為分析（生活事件/風險偏好）。
- 針對不同客群（沈睡/家庭/高淨值）制定差異化策略。

智能攻防 (Handling)

- 使用 AI 模擬「刁鑽客戶」，進行高強度的異議處理演練。
- 生成具備同理心與邏輯性的話術，將「太貴」轉化為「價值投資」。
- 利用「隔離異議法」與「假設成交法」鎖定真實顧慮。

人機協作 (System)

- 建立三層服務架構：AI 處理 80% 常規詢問，專家處理 20% 關鍵時刻。
- 堅持「人類最終審核權」與「隱私優先」的倫理底線。
- 利用反饋數據閉環，持續優化服務流程。

Next Chapter

第四章：AI 驅動的行銷與社交媒體應用

Chapter

04

AI 驅動的行銷與社交媒體應用

從內容創作到精準獲客
打造個人品牌影響力

本章重點 (Agenda)

行銷文案生成

利用 ChatGPT 快速產出高轉化率文案

社交媒體內容規劃

建立多平台內容矩陣與發佈日曆

客戶故事與案例

將真實反饋轉化為引人入勝的品牌故事

效果分析與優化

數據驅動的 A/B 測試與策略調整

保險業行銷的核心挑戰

為何傳統方法越來越難奏效？



高投入，低產出

High Effort, Low Return

內容同質化 (Content Saturation)

朋友圈被千篇一律的產品單張刷屏，客戶產生「廣告盲區」，導致互動率極低。

點擊率 < 1%

個性化缺失 (The "Canned" Trap)

群發節日問候與罐頭訊息，缺乏針對性與溫度，常被客戶視為騷擾甚至封鎖。

合規與速度的矛盾 (Compliance)

嚴格的合規審查限制了創意發揮，且審批流程長，難以追上社交媒體的熱點話題。

使用 AI 進行行銷文案生成

從靈感到發佈，只需幾秒鐘

Input (Idea)

"我想推銷兒童危疾保險，對象是新手父母，強調保障全面。"

AI Processing

給寶寶最好的第一份禮物 🎁

懷胎十月，您只想給他最好的。除了嬰兒床和奶粉，一份守護他成長的危疾保障，才是父母最深情的承諾...

數據顯示：兒童危疾風險不容忽視 📊

醫療通脹年均升幅達 8%。我們的「全護保」計劃覆蓋 100+ 種疾病，每日僅需一杯咖啡錢，為家庭財務築起防火牆...

⏰ 限時優惠倒數：首年保費 8 折

優惠將於本月底結束！立即預約諮詢，鎖定寶寶的終身保障權益。別讓猶豫成為遺憾...

文案創作效率提升

~~1 小時 / 篇~~ → **5 分鐘 / 3 個版本**

行銷文案的 Prompt 設計

指令的質量決定輸出的質量

弱 Prompt (Weak)

Input

幫我寫一個保險廣告。

Output (Generic)

"買保險很重要。我們提供最好的保障，價格優惠。立即購買，保護您的家人。請聯繫我們..."

(內容空洞，像推銷機器人，無法引起共鳴)

強 Prompt (Strong)

Input

角色：資深理財顧問
對象：30歲新手父母，擔心醫療通脹
任務：寫一段 100 字的朋友圈文案
語氣：溫暖、專業、不販賣焦慮

Output (Targeted)

"看著寶寶熟睡的臉龐，我們總想給他全世界。但在醫療通脹達8% 的今天，一份『全護保』不僅是保障，更是父母給孩子最長情的承諾。每天一杯咖啡錢，鎖定終身無憂..."

萬能公式 Formula

角色 (Role) + 對象 (Audience) + 任務 (Task) + 語氣 (Tone)

使用 AI 生成行銷文案

演示任務

推廣產品

高端醫療保險 (VHIS)
全數賠償 + 全球保障

目標客群

35-45 歲中產父母
關注子女健康與醫療品質

核心痛點

公立醫院輪候時間過長
擔心突發重病拖垮家庭

1

設定角色與背景 (Context)

賦予 AI 專業身份，輸入產品核心賣點與目標受眾。

"你是一位資深保險顧問，請為高端醫療保險撰寫..."

2

生成多角度文案 (Ideation)

要求 AI 同時生成 3 種不同切入點的標題與開場白（感性 vs 理性 vs 恐懼）。

"請提供 3 個不同風格的標題：溫情版、數據版、警示版"

3

優化與格式調整 (Refinement)

調整語氣，加入 Emoji，並轉換為適合 WhatsApp/WeChat 閱讀的排版。

"請將第二個版本改寫為 WhatsApp 格式，加入 Emoji..."

社交媒體內容規劃

一源多用：打造全平台內容矩陣

COPE 策略

Create Once,
Publish Everywhere.

輸入一個核心主題，AI 自動生成適配不同平台的內容形式。

1. 核心主題：稅季規劃
2. AI 內容裂變
3. 自動排程日曆



使用 AI 合規進行社交媒體內容創作

一源多用：全平台內容矩陣

核心主題 (Source) 新一代危疾保險產品發佈：強調「多重保障」與「早期賠付」

WeChat 公眾號

- **深度長文**：1500+ 字，邏輯嚴密，數據詳實。
- **信任背書**：引用醫學報告與理賠案例。
- **排版結構**：標題層級分明，適合沈浸閱讀。

AI Prompt 策略

"請撰寫一篇專業的公眾號文章，語氣權威但親切。結構包括：1. 現代家庭的健康隱憂2. 產品核心優勢解析3. 真實理賠故事。請使用數據圖表佔位符。"

小紅書 (RED)

- **種草筆記**：視覺衝擊，Emoji 豐富，情緒價值。
- **標題黨**：「後悔沒早買！」「新手爸媽必看！」
- **關鍵詞**：#保險 #避坑指南 #家庭保障

AI Prompt 策略

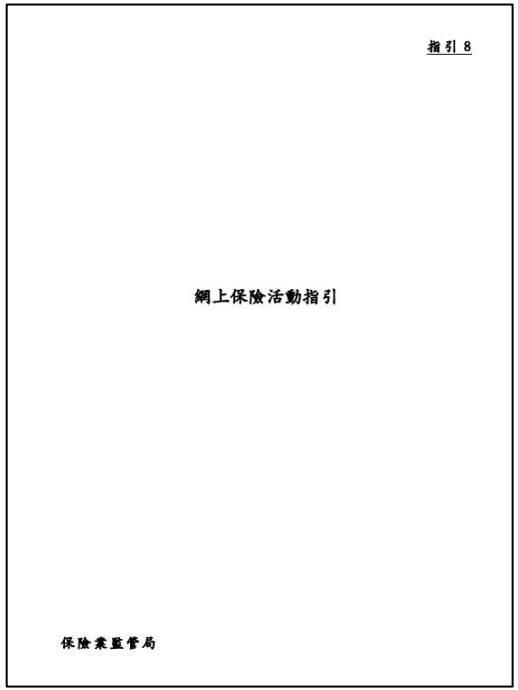
"請生成5 個吸引眼球的標題。正文使用『集美們』口吻，加入大量Emoji (🌟💪💊)。重10 個熱門Hashtag。"
點突出『性價比』與『不踩雷』。文末加上

Tiktok/Reels

- **短視頻腳本**：黃金 3 秒開頭，快節奏剪輯。
- **視覺引導**：畫面描述 + 口播文案對照。
- **行動號召**：「點擊主頁鏈接」「評論區留言」。

AI Prompt 策略

"請撰寫30 秒口播腳本。[0-3s] 提問：『你以為買了醫保就夠了嗎？』[3-15s] 痛點：展示醫療賬單畫面。[15-30s] 解決方案：



指引 8

網上保險活動指引

保險業監管局

目錄 頁數

1. 引言 1
2. 釋義 2
3. 服務供應商的身分 3
4. 授權情況 3
5. 保安措施 5
6. 客戶資料私隱保障 6
7. 通訊方式 6
8. 保險產品的銷售 6
9. 第三者網站的使用 10
10. 從其他網站取得的資料 11
11. 指引的檢討 11
12. 查詢 11
13. 生效日期 12

https://www.ia.org.hk/tc/legislative_framework/files/GL8.pdf

跨境銷售



- 持有香港保險中介人牌照的人士，只代表可在香港從事與香港保險有關的保險銷售活動。
- 若持牌人於其他司法管轄區進行相關活動，必須嚴格遵守當地法律及監管要求，確保其行為在有關司法管轄區是合法合規。
- 否則，在香港境外的違法行為（例如在內地無牌銷售保險）亦可能會影響保監局對其是否繼續為「適當人選」之評估，從而影響其在香港繼續持牌的資格。

跨境銷售



法例與規管架構

規管架構概覽

守則

指引

摘要說明

通函

《監管通訊》

保單持有人專欄 - 來自中國內地的潛在保單持有人須注意的重要經驗

2023年5月

保監局採取的紀律行動，透過在出現違規的情況時採取相稱的執法行動以收阻嚇作用，以確保保險業監管框架中的標準、業務常規和規定得以維持，並保護保單持有人的利益。

在2022年4月1日至2023年3月31日的財政年度內，保監局針對現任和前任的保險中介人的各種行為，因該等行為令他們不適合擔任該職位，而採取了13項紀律行動。上一個財政年度（2021年4月1日至2022年3月31日），即保監局開展採取紀律行動的第一個財政年度，期間一共採取了10項此類行動，我們的紀律處分程序就像一台運轉良好的機器，正順利地運行。

我們採取的多項紀律行動或與因新冠疫情中國內地邊境關閉之前發生的事件有關，或與非在港人士尋求從香港獲授權保險人購買保險時可能發生的事件有關。

隨著通關，中國內地訪客可以再次把握機會到香港保險市場購買保險，以滿足他們的保險需求。因此，在本期保單持有人專欄中，取自我們的執法和投訴工作所得到的經驗教訓，提醒來自中國內地的潛在的保單持有人注意三項重要經驗：

https://www.ia.org.hk/tc/legislative_framework/Conduct_in_Focus_Issue_07_(Article_02).html

社交媒體內容的 Prompt 設計

針對平台特性定制指令

LinkedIn

Authority | Insight | Professional

Prompt Structure

Role: Senior Industry Leader

Topic: The Future of InsurTech

Tone: **Professional, Visionary, Data-driven**

Structure:

1. Provocative Question about industry change
2. 3 Key Trends (bullet points)
3. Strategic Implication for leaders
4. Call for Discussion

Constraint: No emojis, use formal business English.

Output Style

"Is traditional underwriting dead? As we look at the Q4 data...
• Trend 1: AI-driven risk assessment...
Leaders must adapt or risk obsolescence. What are your thoughts?"

小紅書 / IG

Emotion | Visual | Relatable

Prompt Structure

Role: Gen-Z Lifestyle Influencer

Topic: Why I bought insurance at 25

Tone: **Excited, "Bestie" talk, Authentic**

Structure:

1. Clickbait Title with Emojis
2. Personal "Regret" or "Discovery" story
3. "Cheat Sheet" summary
4. 10+ Relevant Hashtags

Constraint: Use 🌟 🔥 💰, short paragraphs.

Output Style

"後悔沒早點買！25歲的第一份保單 📝✨
集美們！真的不要覺得年輕就不需要...
👇 抄作業時間：
#保險 #理財 #女生必看 #自我投資"

使用 AI 進行客戶故事與案例開發

將理賠數據轉化為感人故事

原始數據 (Facts)

客戶

陳先生，42歲，家中經濟支柱

事件

突發中風 (Stroke)，入住 ICU

理賠金額

HK$ 1,200,000 (危疾 + 醫療)

處理時效

3 個工作天完成批核

AI 指令 (Prompt)

角色：資深保險顧問

任務：將左側理賠數據改寫為一個感人的客戶見證故事。

核心信息：強調「快速理賠」帶來的「家庭安穩」，而非僅僅是金錢。

語氣：溫暖、充滿希望、不販賣焦慮。

受眾：35-45歲的中產家庭父母。

感人故事 (Story)

"那是一個普通的週二下午，陳太太的電話打破了辦公室的平靜。電話那頭的無助，至今讓我記憶猶新..."

*"然而，就在陳先生轉入普通病房的第三天，**120萬的理賠支票已經送到了陳太太手中**。那一刻，我看見她緊鎖的眉頭終於舒展。"*

*"這不僅僅是一筆錢，它是**家庭繼續運轉的燃料**，是讓陳先生安心休養的底氣。保險，就是在風雨來臨時，為你撐起的那把傘。"*

情感共鳴
Emotion

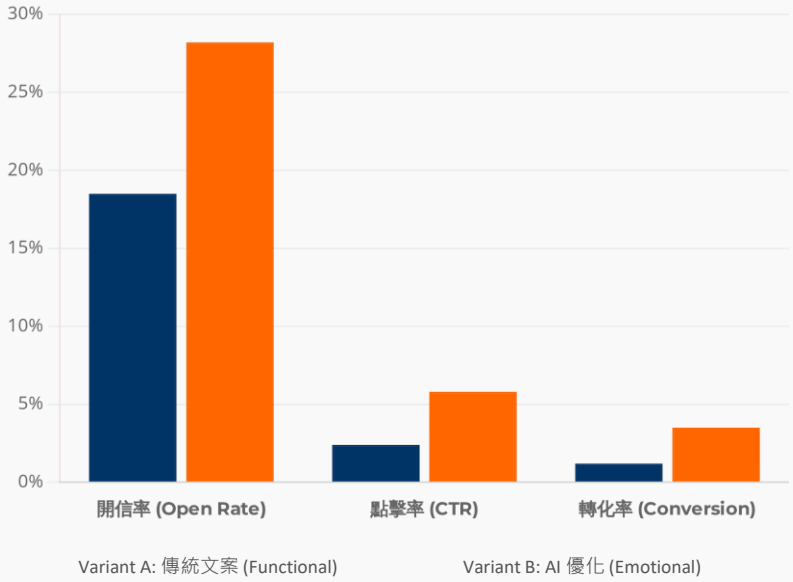
場景構建
Scene Setting

代入感
Relatability

行銷效果分析與優化

數據驅動決策：從 A/B 測試到智能優化

A/B 測試結果：郵件營銷



優勝者：Variant B

Winner

標題："2026年，您的醫療保障還夠用嗎？"

轉化率提升：**+191%** (vs Variant A)

AI 深度洞察 (Why it worked)

- **情緒觸發**：使用問句形式激發了讀者的「損失厭惡」(Loss Aversion) 心理。
- **時效性**：強調具體年份 (2026)，增加了內容的緊迫感與相關性。
- **痛點聚焦**：直接針對「保障不足」的潛在擔憂，而非單純推銷產品功能。

Next Step 將 Variant B 推送給剩餘 80% 的客戶群體 →

行銷中的倫理與合規

在創新與合規之間取得平衡

信任是保險的基石

AI 是強大的工具，但必須在法律與道德的框架內使用。合規不僅是規則，更是保護客戶與品牌的防線。

關鍵法規

- 個人資料（私隱）條例 (PDPO)
- 保監局 (IA) 指引
- 公平待客原則

嚴禁 (Prohibited)

- 輸入客戶真實姓名、身份證號或財務數據到公開 AI 模型。
- 要求 AI 虛構理賠案例或捏造客戶見證。
- 承諾非保證的回報率 (AI 可能產生幻覺)。

警惕 (Caution)

- **AI 幻覺 (Hallucinations)**：AI 可能編造不存在的條款或醫療事實。
- **偏見 (Bias)**：避免生成帶有性別、年齡或種族歧視的內容。
- **版權**：注意生成圖片的潛在版權爭議。

最佳實踐 (Best Practice)

- 用於創意發想、結構大綱與語氣潤色。
- 使用脫敏數據 (Anonymized Data) 進行分析。
- **Human-in-the-loop**：所有輸出必須經由持牌人士審核。

Human-in-the-loop (人工審核) 是必須的

第四章小結

AI 驅動的行銷與社交媒體應用

效率倍增

- 文案生成速度提升 10 倍
- 多平台內容一鍵裂變
- 降低創意枯竭的風險

精準觸達

- 針對不同客群定制語氣
- 千人千面的個性化溝通
- 提升開信率與互動率

數據驅動

- A/B 測試優化內容策略
- 實時監測行銷轉化效果
- 從直覺決策轉向數據決策

合規與倫理

- 確保內容真實不誤導
- 保護客戶隱私數據
- 人機協作，保持專業溫度

Chapter

05

AI 實戰




CCTV 13
新 闻
某单位工作人员
在处理内部文件时
违规使用开源AI工具
由于电脑系统
默认开启公网访问且未设密码
导致敏感资料
被境外IP非法访问和下载
星期三 18:44
项目并网发电。
CCTV新闻《直播电商监督管理办法》公布，进一步

⚠ WARNING ⚠

【重要】合規與風險

監管原則 (HKMA/SFC)：負責任使用 (Responsible Use)

絕對禁忌

- 不可輸入客戶全名
- 不可輸入身分證號碼
- 不可輸入保單號碼
- 不可輸入個人隱私資料

什麼是『去敏化』輸入？

錯誤範例

陳大文，身份證 **A1234567**，住**沙田第一城**，月收入 **$50,000**，已婚有兩個小孩 ...

正確範例

Peter， **40 歲**、居住在**新界區**的男士，已婚，有家庭責任...

核心原則：只描述特徵，不提供具體識別資訊

場景：產品太多，記唔晒

痛點

同一間公司有 10 款危疾保險，客戶問：「這款跟那款有什麼分別？」

傳統做法

查看條款

2 小時

VS

AI 做法

出對比表

30 秒

實戰 1 - 準備工作

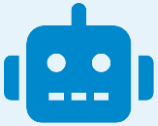
產品對比與分析



所需素材

2-3 份保險計劃書

(PDF 檔案)



AI工具

Poe (Claude 3.5 Sonnet)

或 Gemini



目標：30 秒生成詳細對比表

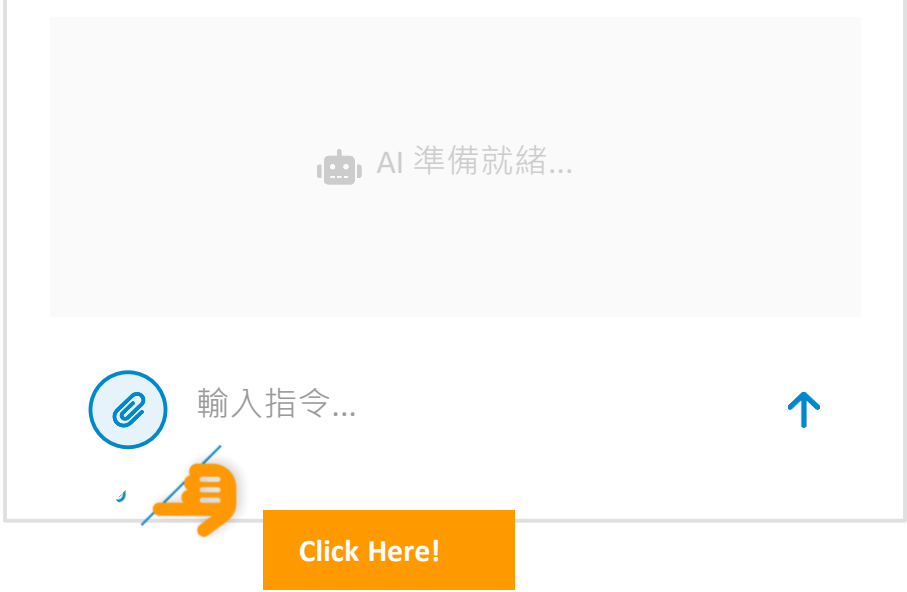
步驟一 - 上傳文件

01

點擊輸入框旁的「萬字夾」圖標

支援格式：





步驟二 - 輸入指令

請作為一位 **專業的保險顧問**，幫我 **對比這三份危疾保險的優缺點**，並用 **表格列出**。



角色 (Role)

設定 AI 的身份與視角



任務 (Task)

明確指出要做什麼



格式 (Format)

指定輸出的形式

步驟三 - 獲取結果

03

AI 自動提取關鍵資訊
生成清晰對比表格

- 節省 90% 閱讀時間
- 格式統一，方便閱讀
- 自己參考消化

AI Assistant Output

這是為您生成的對比表：

比較項目	計劃 A (全護保)	計劃 B (安心保)
早期危疾賠償	20% (最多3次)	**25% (最多5次)**
癌症多重賠償	間隔 3 年	**間隔 1 年**
首10年贈送	35% 保額	50% 保額
深切治療保障	不適用	**涵蓋 (20%)**
年繳保費	**$3,200 USD**	$3,800 USD



異議處理

轉危為機的溝通藝術

「保費太貴了...」

「我需要再考慮一下...」

「我要跟家人商量...」

AI 賦能：情緒同理 + 邏輯說服

場景：客戶提出異議



客戶

「我有公司醫保啦，
不用再買。」

隱藏風險 (Hidden Risks)

轉工斷保？

退休失效？

保額不足？

異議分析框架

讓 AI 幫你讀懂客戶潛台詞

1. 捕捉

客戶原話

"這份計劃太貴了，
我再考慮一下。"

2. 解讀 (AI)

分析動機

是預算不足？
還是價值認同不夠？
或是決策權不在他？

3. 回應

策略話術

針對「價值重塑」
生成 3 種不同角度的回應

Prompt 公式： [客戶異議] + [分析深層心理] + [提供回應策略]

AI 回應生成

針對同一異議，生成多角度策略

策略 A：同理心

“我完全理解，現在經濟環境下，每一筆開支都需要謹慎。我們都希望把錢花在刀口上...

重點：建立共情，降低防衛

策略 B：數據拆解

“其實這份計劃如果除開 365 天，每日只需 $30，相當於一杯咖啡的價錢，就能換取 $100萬 的保障...

重點：具象化成本，顯得便宜

策略 C：價值重塑

“這不單是一份消費，而是為您的資產加鎖。萬一有事發生，它能保護您的積蓄不被醫療費蠶食...

重點：強調資產保護，而非支出

AI 提供選項 (Options)，最終由你決定 (Decision)

角色扮演練習

AI 作為你的 24/7 專屬陪練

1. 設定對手

告訴 AI 扮演
「固執的客戶」或
「精明的投資者"

2. 模擬對話

嘗試用你的話術
去說服 AI
(可語音輸入)

3. 獲取評語

AI 分析你的
語氣、邏輯漏洞
並給出評分

> **在見真客前，先在 AI 面前跌倒。**

客戶分析

讀懂需求，精準營銷





AI 賦能：數據洞察 + 個性化方案

場景：如何從「資料」看到「需求」？

單憑人腦，很難將碎片化的資料拼湊成完整的客戶畫像

表面資料 (Data)

- 35歲，男性，已婚
- 銀行經理，月入 6 萬
- 持有基本醫療保險

AI Analysis

深層洞察 (Insight)

- 家中經濟支柱 (高風險)
- 子女教育需求
- 危疾與人壽保障不足

痛點：有 Data，無 Insight

客戶心理分析

AI 洞察冰山下的真實需求

表面資訊 (Surface)



45歲 · 男性

中小企老闆

已婚 · 2子女

"我想買份儲蓄保，
回報要高一點。"

NLP 分析

AI Insight

深層心理畫像

1 決策風格：掌控型 (D-type)

喜歡直接、高效，討厭繁瑣細節。需要看到明確的結果和數據。

2 核心動機：資產隔離

身為老闆，他更擔心生意風險波及家庭，而非單純追求高回報。

3 溝通策略

少談情懷，多談「安全」與「控制權」。

個性化建議生成

從「懂他」到「打動他」

輸入：客戶畫像



陳先生

35歲 / 新手爸爸

#責任感強　#擔憂未來

#教育基金　#家庭支柱

輸出：建議話術

「陳先生，恭喜您榮升爸爸！

*這份計劃不只是一份保單，而是給寶寶的一份**未來禮物**。它能確保無論發生什麼事，寶寶的**教育基金**都專款專用，讓您這位家庭支柱**無後顧之憂**。」*

轉變思維：從「推銷產品 (Selling)」轉變為「解決焦慮 (Solving)"

社交媒體文案

吸睛標題 + 情感共鳴

Instagram

Facebook

小紅書

AI 賦能：一鍵生成多平台風格

場景：如何寫出吸睛貼文？

內容一樣 (Content)，包裝不同 (Packaging)，效果天差地別

關於全新危疾保障計劃的通知

本公司近日推出全新危疾保障計劃，涵蓋100種疾病，包括癌症、心臟病及中風，旨在為客戶提供全面醫療保障。

#太正式 #無重點

傳統寫法

😱 30歲仲未買保險？ 小心『裸奔』風險！ 🛡️

年輕不是免疫牌！每日一杯咖啡錢 ☕，換來 100 種危疾保障。

✅ 癌症全包 ✅ 早期賠償 別讓醫療費吃掉你的積蓄！ 💰

#理財 #保險 #危疾 #保障

♡328 💬45 ✈120

AI 優化 (吸睛版)

#標題黨 #痛點行銷

AI 懂得「平台語言」(Platform Language)，讓演算法更喜歡你

小紅書貼文生成

爆款筆記公式：標題黨 + Emoji + 乾貨

輸入指令 (Prompt)

"請幫我寫一篇關於 **儲蓄保險** 的小紅書筆記，對象是 **25歲職場新人**，語氣要 **活潑、真誠**，多用 Emoji。"

AI 自動適配風格

- H 吸睛標題
- 豐富表情
- # 熱門標籤



合規檢查員

AI 幫你避開監管地雷，確保文案安全

原始文案 (Risky)

"這份儲蓄保單保證派息 8%，絕對無風險！是全港最高回報的選擇！"



AI 審查中...

禁用：保證

禁用：絕對

禁用：最高

合規建議 (Safe)

"這份儲蓄保單預期派息可達 8%，主要投資於低風險資產，具備市場競爭力。"

視覺衝擊 - 為什麼要生圖？

在注意力稀缺的時代，一張好圖勝過千言萬語

大腦處理圖像的速度比文字快

60,000 倍

純文字描述

認知負荷高，難以想像

AI 生成圖像

瞬間擊中情感

- 吸引眼球
- 喚起共鳴
- 加深記憶

實戰 5

節日賀卡

拒絕「長輩圖」，生成獨一無二的祝福



AI 賦能：Gemini 生成文字 + 圖片，一次搞定

輸入指令示範 (Prompt Engineering)

萬能公式：主體 + 動作 + 場景 + 風格

主體 (Subject)

可愛 3D 財神爺

+

動作 (Action)

手持比特幣

+

場景 (Context)

股市暴漲

+

風格 (Style)

皮克斯風格, 柔和光線

完整指令 (Full Prompt)

Copy

"A cute 3D cartoon Chinese God of Wealth (Caishen) holding a large golden Bitcoin. The background features a stock market trading floor with green charts and arrows surging upwards, symbolizing a financial boom. The style is Pixar-like animation, with soft studio lighting, high quality 3D rendering, vibrant colors, and a cheerful atmosphere."

生成結果：皮克斯風格 (Pixar Style)

溫暖、親切、無距離感，最適合軟性行銷



#3D Render　#Warm Lighting　#Cute

極致親和力

圓潤的線條和大眼睛設計，能有效降低客戶的心理防線，建立信任感。

溫暖光影

模擬電影級的打光效果，營造出溫馨、正面的氛圍，適合節日祝福。

高品質質感

3D 渲染的細膩材質（如毛髮、布料），展現出專業與高級感。

風格轉換示範

同一句 Prompt，加上不同「魔法咒語」

基礎指令： *"A happy family having dinner together..." (一家人開心的晚餐)*

印象派油畫

筆觸濃厚，色彩鮮豔，充滿藝術感。

Style Keyword

Van Gogh style

日本動漫

線條清晰，色彩溫馨，適合年輕家庭客群。

Style Keyword

Studio Ghibli

賽博龐克

霓虹燈光，未來科技感，適合創新產品。

Style Keyword

Cyberpunk

風格關鍵詞決定了圖片的靈魂，請大膽嘗試！

應用場景：退休願景圖

將抽象的數字，轉化為具體的幸福畫面



My Dream Retirement

傳統話術 (Logic)

*"陳先生，根據通脹計算，你需要儲蓄**500 萬** 才能維持現有生活水平。"*

AI 視覺行銷 (Emotion)

*"陳先生，這就是您**65 歲在瑞士喝咖啡** 的樣子。我們一起來實現這個畫面，好嗎？"*

生成指令參考：

"Happy elderly couple, traveling in Switzerland, drinking coffee, snowy mountains background, photorealistic, 8k"

AI 在保險前線的實際用途

從後台支援到前台銷售，全方位賦能

客戶洞察 (Insight)

- 分析客戶背景資料
- 挖掘潛在保險需求
- 生成個性化建議書

行銷文案 (Marketing)

- 撰寫吸睛社交貼文
- 合規風險檢查
- 多平台風格轉換

視覺溝通 (Visuals)

- 製作節日祝福賀卡
- 具象化退休願景
- 提升簡報視覺質感

自我提升 (Training)

- 銷售話術對練
- 模擬奧客應對
- 獲取即時反饋

影片行銷的趨勢

短影音時代：流量在哪裡，客戶就在哪裡

82%

互聯網流量
來自影片內容

(Source: Cisco Annual Internet Report)

碎片化時間

現代人注意力僅剩 8 秒，短影音是唯一能抓住眼球的格式。

演算法紅利

各大平台 (FB, IG, YouTube) 優先推播影片，觸及率遠高於圖文。

建立信任感

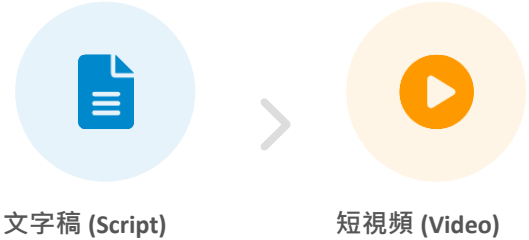
「見面三分情」，真人出鏡或語音解說，能更快建立專業形象。

TikTok　Instagram Reels　YouTube Shorts

實戰

圖文成片

文章秒變影片，搶佔短視頻紅利



AI 賦能：剪映 (CapCut) 自動匹配素材 + 配音

步驟一 - 貼上文案

開啟剪映 (CapCut) -> 選擇「圖文成片」

STEP 01

在剪映首頁，找到並點擊 **「圖文成片」** (Text to Video) 功能按鈕。

將剛剛 AI 生成的文案，**直接貼上** 到編輯框中。



小撇步 (Pro Tip)

確保文案有清晰的段落，剪映會自動根據段落切分畫面。

步驟二 - 一鍵生成

AI 自動分析語義，匹配畫面與音樂

智能生成視頻

畫面匹配

提取關鍵詞，自動搜尋並匹配高品質素材庫影片。

智能配音

文字轉語音 (TTS)，可選擇不同性別、語氣的旁白。

自動字幕

精準識別語音時間軸，自動生成並對齊字幕。

無需手動剪輯，節省 **90%** 製作時間

步驟三 - 成品預覽

AI 自動完成剪輯，確認無誤即可導出



AI 完成項目

- 智能匹配高清素材
- 自動生成同步字幕
- AI 語音旁白配音

導出影片 (Export)

個人化 AI 訓練的基礎

把通用 AI 變成你的專屬業務秘書



1. 設定人設 (Persona)

告訴 AI 它是誰，賦予它具體的職業身份和經驗背景。

Prompt Example

"你是一位擁有 10 年經驗的資深保險顧問，擅長用溫暖的語氣溝通..."



2. 投餵資料 (Context)

提供具體的產品資訊、客戶背景或公司規範，讓回答有依據。

Prompt Example

"這是我們公司最新的危疾保單條款，請根據此內容回答客戶..."



3. 修正風格 (Tuning)

像帶徒弟一樣，對 AI 的產出給予反饋，調整語氣和長度。

Prompt Example

"太官腔了，請改得更口語化一點，並加入一些表情符號。"



善用 ChatGPT 的 "Custom Instructions" 功能，讓它永遠記住你的偏好！

AI 常見誤區與最佳實踐

避開陷阱，發揮AI最大價值

常見誤區

關於定位

把 AI 當作「搜索引擎」

過度依賴其事實準確性，詢問最新股價或具體法條細節（易產生幻覺）。

關於操作

期待「一鍵生成」完美結果

只給一句簡單指令，就期望得到專業級的保險建議書。

關於隱私

直接上傳客戶個資

將含有真實姓名、身份證號的保單直接發送給 AI。

最佳實踐

思維轉變

把 AI 當作「推理引擎」

利用其邏輯分析、總結歸納與創意發想能力，而非單純查資料。

操作優化

採用「迭代對話」模式

像指導下屬一樣，提供背景、給予反饋，分步驟完善結果。

安全合規

嚴格執行「數據脫敏」

使用代號（如客戶A）或虛擬數據替換敏感信息後再處理。

核心原則：AI 是您的「副駕駛」(Co-pilot)，最終的決策與審核責任永遠在人 (Human-in-the-loop)。

課程總結

打造全能 AI 銷售顧問的三大支柱



大腦篇

邏輯與分析 (Logic)

- 快速閱讀保單條款
- 競品優劣勢比較
- 挖掘客戶潛在需求



嘴巴篇

溝通與話術 (Communication)

- 高 EQ 應對異議
- 撰寫吸睛行銷文案
- 確保內容合規安全



門面篇

視覺與呈現 (Visuals)

- 生成節日祝福賀卡
- 具象化退休願景
- 圖文成片短影音



融會貫通這三項能力，你將成為 不可替代 的超級顧問

令 AI 成為你的業務拍檔

釋放你的時間，專注於最有價值的人際互動



超級助理 (AI)

負責 理性、重複、海量工作

- 處理海量數據分析
- 快速生成文案初稿



業務菁英 (You)

負責 感性、判斷、人際連結

- 建立深層情感連結
- 贏得客戶信任關係

1 + 1 > 2：讓科技為你賦能，而非取代你

Q&A 互動環節

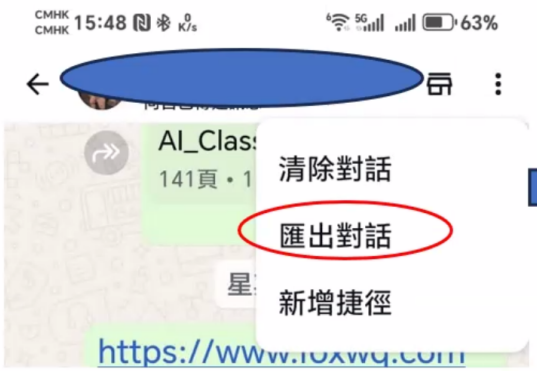


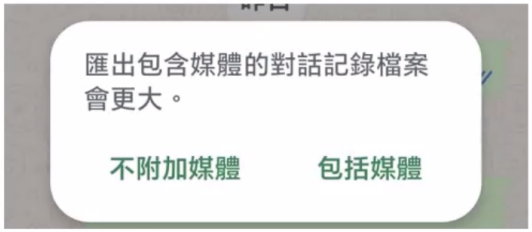
Questions & Answers

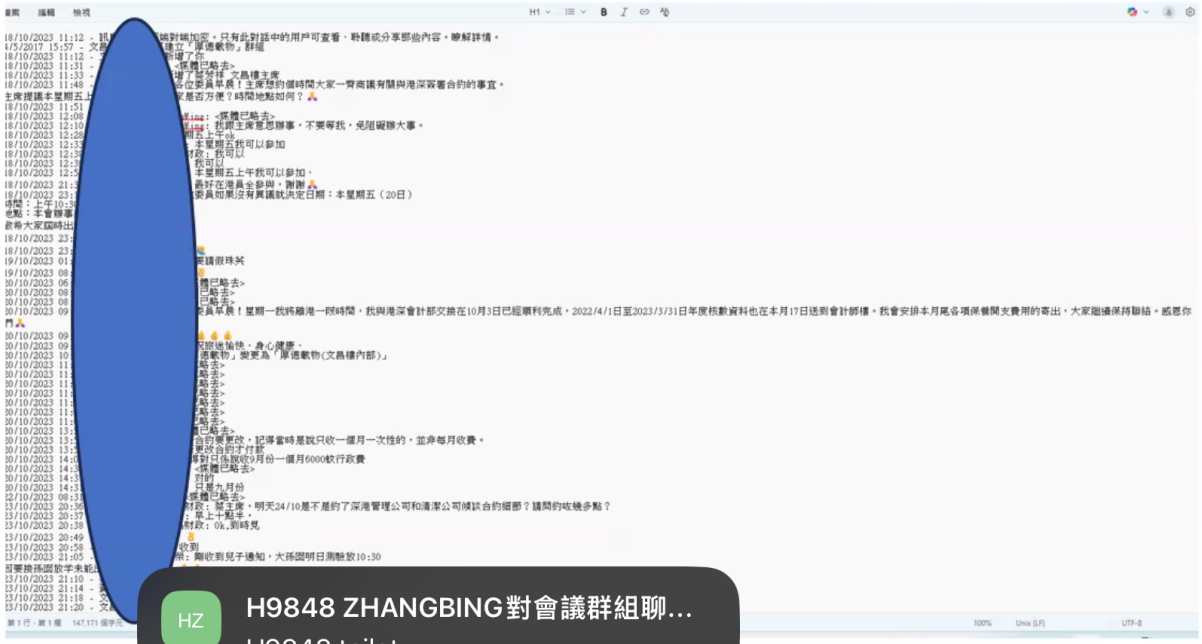
關於今天的內容，有任何疑問或想深入探討的地方？

資料只供內部培訓用途，不能公開予客戶。內容僅供說明，法律稅務 / 法律意見、各區政策如有任何改變，恕不另行通知，最新詳情請參閱相關的政府網站。

◀ Chrome 15:21 6月9日 週二
Zoom
100%
REC







HZ
H9848 ZHANGBING對會議群組聊...
H9848 toilet

解除靜音 停止視訊 與會者 91 聊天 93 回應 開始分享 錄製 應用程式 更多 離開

◀ Chrome 15:58 6月9日 週二
100%
Zoom
REC

行銷文案的 Prompt 設計

指令的質量決定輸出的質量

弱 Prompt (Weak)

Input

幫我寫一個保險廣告。

Output (Generic)

"買保險很重要。我們提供最好的保障，價格優惠。立即購買，保護您的家人。請聯繫我們..."

(內容空洞，像推銷機器人，無法引起共鳴)

強 Prompt (Strong)

Input

角色：資深理財顧問
對象：30歲新手父母，擔心醫療通脹
任務：寫一段 100 字的朋友圈文案
語氣：溫暖、專業、不販賣焦慮

Output (Targeted)

"看著寶寶熟睡的臉龐，我們總想給他全世界。但在醫療通脹達 8% 的今天，一份『全護保』不僅是保障，更是父母給孩子最長情的承諾。每天一杯咖啡錢，鎖定終身無憂..."

萬能公式 Formula　角色 (Role) ＋ 對象 (Audience) ＋ 任務 (Task) ＋ 語氣 (Tone)

解除靜音　停止視訊　與會者 92　聊天 114　回應　開始分享　錄製　應用程式　更多　離開