04-09 季度会议：第二季度回顾、团队发展与产品策略

> 会议日期：2026-04-09 10:14:57
> 会议地点：[插入地点]
> 与会者：[Speaker 1]

会议纪要

第二季度回顾与展望

- **第一季度回顾**：发言人鼓励大家回顾第一季度的个人、区域及团队业绩，并与年初设定的增长目标（如100倍、200倍、300倍增长）进行对比，评估进度。
- **四月份工作重点**：
  - **约见客户**：强调四月是关键时期，需积极约见客户，为五一黄金周内地客户来港签单做准备，避免客户流失。
  - **活动量管理**：提醒同事们管理好每月的活动量，特别是需要追赶CB（Career Benefit）的同事，从四月起需保证每月开单。

团队发展与招募计划

- **2024年招募激励计划**：
  - **行业精英招募奖励**：为招募行业精英（行家）的Leader/Recruiter设立特别奖项。若行家选择特定方案，Leader可获20,000元奖金；若不选择签约费，Recruiter可获5,000元现金奖励。
  - **新成员业绩奖励**：新招募成员若达成MDRT、COT或TOT，可获得20,000元至80,000元不等的奖学金。
- **友邦领袖生徒计划**：旨在通过工作坊、课程和招募活动帮助更多经理晋升。
- **快速晋升花红**：AUM晋升为NSUM后的一年内，可获得三万港元的花红，鼓励相关同事积极规划。
- **招募嘉许**：1月至4月期间，完成一位新招募并达成个人8万FYC，可获得电子嘉许，4月是最后机会。
- **全年目标**：全年将设有不同目标，并提供交流会及海外会议机会。

产品与市场策略

- **“活然人生”产品销售要点**：
  - **产品定位**：当客户已购买足够储蓄险和重疾险后，可作为新的人寿产品切入点。
  - **销售角度**：对高净值客户具长线稳定投资和高额人寿保障的吸引力；对内地高净值客户而言，作为人寿计划在CRS体系下暂不需申报是重要卖点。
  - **便捷投保**：公司推出“优越核保”优惠，代理人可查询“特选VHIS可以享用优越核保的客户名单”，简化高额人寿产品的投保流程。
- **“新香港人”市场的机遇与策略**：
  - **市场潜力**：新香港人客户的再购买率是本地客户的2.6倍，平均保费是本地客户的2倍，且对医疗重疾险需求更高。
  - **客户特点与切入点**：即使在内地已有保险，仍倾向配置分红和实现率更优的香港储蓄险，以及利用香港更优质医疗资源的医疗险。

第二季度优惠及竞赛

- **“开门红”优惠延续**：
  - **活动时间**：优惠延续至第二季度（4月1日-6月30日），名额有限，先到先得。
  - **优惠条件**：适用于10万美元以上保单，需在5月31日前成功交付。
  - **回赠比例**：10万美元起回赠20%，100万美元以上最高可达28%，并可与额外3%的combo优惠叠加。IBS优惠不适用。
  - **新企业方案**：同样享有“开门红”优惠，保费从100万起有6.5%回赠，350万以上最高回赠8.5%。
- **第二季度保费回赠优惠**：
  - **五年缴费期产品**：保费25,000美元起享15%回赠，结合combo可达25%-35%，IBS客户最高37%。
  - **三十年缴费期产品**：回赠率从15%至25%不等。
  - **GFL/GFP产品**：保费1万美元起回赠5%-8%（含combo），20万美元以上最高可达21%，IBS客户为23%。
- **保费预缴（PRUoffer）**：
  - 一年预缴期利率为4.3%。
  - 四年预缴期利率为3.8%（20万美元以下）或4%（20万美元以上）。
- **现金奖励竞赛**：
  - **全方位保单起步赏**（4-5月）：完成4张指定“全方位保单”且总FYC达1万，奖励现金1088元。

    - **火力全开FYC花红挑战赛**（4-5月）：完成不同FYC级别（8万/20万/40万）且续保率达75%，可获4%、6%或9%花红。此奖赏与“全方位保单起步赏”二选一，取较高者。
    - **高额采池精英赛**（第二季度）：完成200万FYC且续保率达75%，可参与瓜分两个总额200万的奖金池。
- **福冈聚龙会竞赛**：已进入最后三个月，持续至今年6月。

业绩要求与团队支持

- **CDB（续保佣金花红）的重要性**：
    - **价值**：提供稳定现金流，是获取公司团体人寿或医疗保险福利的简便途径。
    - **获取条件**：每月最低要求12824张保单、9个月开单活动及大于75%的续保率。建议通过IPA系统查询进度。
- **2024年PA及MDRT业绩要求**：
    - **MDRT要求**：最低业绩提高至391,000元，续保率需达85%。
    - **PA对新同事的优势**：根据入职月份，PA业绩要求有相应折扣，更易达成。
- **公司支持与活动**：
    - **讲座安排**：4月10日“MCV全攻略”讲座，4月22日高净值客户讲座，及五一黄金周系列活动。
    - **友邦精英学院15周年活动**：4月16日（下周四）在Mplus举办，面向新成员或感兴趣者，需通过内部系统报名，先到先得。
    - **品牌宣传**：通过户外广告、财富中心活动等方式提供支持。
- **友邦市场地位与优势**：
    - 根据第一季度数据，友邦在新造保费数量、保单数量及MDRT签单比例上领先市场，可用于建立客户信心。

后续安排

- [ ] 跟进符合“优越核保”资格的现有客户名单，推广“活然人生”。
- [ ] 把握4月10日“MCV全攻略”和4月22日高净值客户讲座的机会邀约客户。
- [ ] 尽快在内部系统（阿瑞库）为感兴趣的新成员报名参加4月16日的友邦精英学院15周年活动。
- [ ] 提醒客户第二季度各项优惠政策，特别是名额有限的“开门红”优惠，并利用五一黄金周活动机会签约。
- [ ] 规划四月和五月的业务活动，争取达成“全方位保单起步赏”或“FYC花红挑战赛”目标。

- [ ] 针对高净值客户，准备“高额采池精英赛”的冲刺计划。
- [ ] 计划晋升的同事需关注“友邦领袖生徒计划”及快速晋升花红的要求。
- [ ] 4月底前完成新招募和个人业绩目标，以获得电子嘉许。

AI 建议

> **AI建议**
> AI识别到以下问题在会议中未明确结论或缺少清晰的行动项，请关注：
>
> 1. **优惠与竞赛细节不清**：会议提到的多个竞赛（现金赏、福冈聚龙会、CDB）、优惠（“开门红”）及奖励计划，其具体的名额数量、查询方式、参与规则、考核标准和奖励发放流程未详细说明，建议明确并传达给团队。
> 2. **市场策略缺乏工具支持**：针对“新香港人”市场，虽分析了潜力，但未提供具体的客户画像、触达渠道或销售话术工具包，建议后续组织专项培训。
> 3. **内部计划信息不完整**：“友邦领袖生徒计划”和招募信息分享的具体内容、报名方式和时间节点未明确，可能导致感兴趣的同事无法有效参与。