

# 讓客戶上門之行銷自動化

## -人脈王-之商品排程-

### 1. 案例說明

(長看險、儲蓄險、意外險)

### 2. 「人脈王」設定方式



# HOPA



賀柏企管科技

品牌管理顧問

# 一般商品行銷

## 一般作法：

將各式剪報及保單DM以Email或Line寄送

## 效果：

- 1.總在推銷時才聯絡客戶，效果很差。
- 2.自行製作，美工陽春，不具吸引力。
- 3.不知對方有沒有看Email，不易追蹤。

HOPA



賀柏企管科技

品牌行銷

# eMail 的價值

## Email的價值：

- 1.使用免費
- 2.有智慧型手機就有email
- 3.坐辦公室、公教人員、科學園區科技人必使用

## 為什麼Mail 沒有用？

- 大量的郵件 = 垃圾郵件
- 罐頭Mail = 一般訊息
- 收件人不是對方…

## 人脈王解決方案：

1.大量發送但唯一收件者	2.有價值資訊
3.發送適當頻率	4.全年自動發送
5.開信狀況查詢提升開信率	



# 「長期看護險」議題式行銷

將直接銷售變為優雅行銷，

**先談健康與社會保險**

最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

時間	聯繫事件及內容
第1天	健康資訊：超寶貴的健康資訊分享
第3天	社保資訊：可用商業保險彌補健保不足
第5天	醫療資訊：長期看護靠醫療險不夠！
第7天	“長期看護險”之產品說明

# 第1天：超寶貴的健康資訊分享



Dear 小柏：

您有身體不舒服，但卻不知道該掛哪一科門診的困擾嗎？別怕！別怕！為避免您病急亂投醫，延誤寶貴的治療時間且浪費氣力在轉診上，特別整理看診科別建議表如下，希望提供您最得益的就醫資訊！

如果你有下列症狀	你應該看這一科
頭痛，頭暈，癲癇，中風，半身不遂，肌肉抽搐，手腳顫抖，巴金森氏病，不自主運動，手腳麻木無力，腰酸背痛，各種神經痛，腦炎，腦膜炎，眩暈，意識障礙，步調不穩，失語症，睡眠障礙，眼球運動障礙，顏面神經麻痺，肌痛症	(腦)神經內科
頭部外傷，脊椎外傷，顛顏面畸形，腦瘤，脊椎腫瘤，腦梗塞，高	

管科技

醫之科學

# 第3天健康資訊:可用商業險補健保不足



## 2代健保

Dear 小柏：

二代健保預計明年元旦上路，為了提升保費負擔的公平性，解決健保財務虧損的窘境，保費計算將出現部份差異。

二代健保除了依現行方式收取保費外，還會針對經常性薪資以外的所得，收取健保補充保費，若您能透過商業保險彌補二代健保的不足之處，才是有效提高保障的最佳良方。

二代健保的保費計算可分為「一般保險費」及「補充保險費」二種，「一般保險費」依現行制度規定的保險費，以經常性薪資所得為主的上班族為例，沒有獎金、紅利、津貼等其他收入，未來整體保費可望減輕部份負擔。

不過，如果小柏有其他的高額獎金，例如全年累積超過四個月的投保獎金、兼職收入、執行業務所得、股利所得、利息所得、租金收入...等，其他收入將列入「補充保險費」裡，另外會收取2%的健保補充保費：

儘管未來無法避免增加健保支出，小柏更應加強風險意識，透過社會保險的基層保障，再為自己及早用商業保險規劃周全保障。

# 第5天 醫療資訊：長期看護靠醫療險不夠！

Dear 小柏：

台灣目前六十五歲以上老年人口高達十·五四%，超過二百四十萬人，（根據聯合國定義，六十五歲以上人口佔整個社會人口超過七%就是高齡化社會），經建會預估民國一〇八年，老年人比例將達十四%，進入超級老化社會，壯年工作者負擔扶養比率，將成為每兩人就需扶養一位老年人。

## 政府有十年長照計劃 民眾知道的不多

人口老化衍生出的問題愈來愈不容忽視，長期照護資源不足，已成為不爭的事實，經建會原規劃一百年開辦長期照護保險制度，可能因民意支持度未達五成而變得遙遙無期。

需要長期照護的保戶，可以妥善利用社會資源來減輕家庭負擔。只要因先天或後天身心功能限制，導致日常生活的一部分或全部需要他人協助或照顧，持續超過六個月以上，符合長照資格的民眾，可以向地方政府申請，長照中心會派專業人員前往瞭解後做出需求評估，提供包括居家照顧、居家護理、居家復健、喘息服務、機構照顧、交通接送、輔具購租、居家改善等服務。每半年重新評估一次，以檢視服務是否需要調整。

長照需求包括生活照顧及健康照護二個層面，一般個案及家屬最常需要的是生活照顧協助。各項服務中，由衛生署負責推動的居家護理、居家（社區）復健服務，主要幫助維持或改善個案身心功能；喘息服務能在照顧者呈現負荷過重前提供休息時間，支持家庭持續照顧的能量，減輕照顧者身心壓力。

有社會福利 自己也要提前準備

管科技

# 第7天：「長期看護險」產品說明



DEAR 小柏:

面對人生不確定風險，小則造成肢體障礙行動不便，大則終身癱瘓臥病在床，甚至失去寶貴生命，種種令人心痛遭遇，都會帶給周遭親人極其沉重經濟負擔，如是身為家庭支柱者，若不先未雨綢繆及早規劃，對自己、對家人都將造成難以彌補遺憾。

目前雖有健保，但為了醫療品質，也為了不讓自己未來造成太大負擔，富邦人壽特推出「**富利旺終身壽險**」。

富邦人壽「**富利旺終身壽險**」多重給付的保障內容，滿足不定人生的風險規劃，妥善補足保障缺口，是關愛自己、保障家人所不可或缺的保險商品，其特色說明如下：

- 1、多繳別：可選擇躉繳、6年、20年、65歲滿期等繳別，依需求彈性繳費。
- 2、多保障：除了一般壽險保障外，若因疾病與意外所導致全殘、二或三級殘廢，另提供殘廢生活扶助保險金，每年給付保額的12%~15%，可領終身。
- 3、多安心：保險年齡屆69歲起，因疾病或傷害住院，每日按保額0.3%給付。
- 4、多放心：第二至第六級殘廢可免繳未到期之各期保險費，並持續享有該商品各項保障。

\* **富利旺終身壽險**之更多說明：< 請按此下載 >



# 「長期看護險」創意行銷

時間	聯繫事件及內容
第1天	健康資訊：超寶貴的健康資訊分享
第3天	社保資訊：可用商業保險彌補健保不足
第5天	醫療資訊：長期看護靠醫療險不夠！
第7天	“長期看護險”之產品說明

將直接銷售變為優雅行銷，先談健康與社會保險，最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

## 案例二：「儲蓄養老險」議題式行銷

將直接銷售變為行銷流程，

### 先談退休規劃與退休金

最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

時間	聯繫事件及內容
第1天	要用一輩子時間回答的問題：退休規劃
第3天	退休資訊：為了人生要多存一份退休金！
第5天	如何以保險規劃人生？
第7天	「儲蓄養老險」之產品說明

# 第1天：要用一輩子時間回答的問題：退休規劃



## 要用一輩子時間回答的問題：退休規劃

DEAR 小柏：

政府提議延後公務員退休年齡至66歲，提高月繳費用、用平均薪資計算退休金（原制為退休前最後薪資為標準）。公會認為會讓公務員陷入「付出更多、工作更久、獲得更少」的窘境，以這種方式為國家減少赤字並不公平。

預想：我們的國家，會發生一樣的事嗎？

未來如何不敢說，但應該將別國的現況當作借鏡。其實現在大部分政府，都用寅吃卯糧的方式遞延社會福利問題，簡單說，就是「借明天的錢來用」- 以稅收補貼現在付出的退休金。如果現行的社會經濟結構、稅制、福利政策不變，未來的不足是可預想的，屆時就會影響勞保基金、軍公教退撫基金等。

用未來補現在是國家總體財政的短期止痛藥，而總體經濟牽涉範圍廣，個人很難扭轉其中的影響因子，但我們依然可以從微觀處著手。怎麼做？如果把問題以家庭、個人為單位分割，將國家退休財政問題微觀、個體化後，其實就是個人的退休規劃。而退休規劃跟總體政策一樣，若缺乏前置準備與執行，就會陷入只出不進的窘境。

如此，該怎麼辦？我們先不談未來，看看現在。

實際狀況：退休金不足率高達44%，對報酬率的預想也有落差

# 第3天：退休資訊：為了人生要多存一份退休金



## 理財搶先報

Dear 小柏：

「勞保破產！」「退休金大騙局！」最近媒體充斥一堆驚悚標題，你該怎麼辦？

第一，不要當「鴛鴦」，以為等到自己退休就會迎刃而解：

第二，不要當「憤怒鳥」，以為上街抗爭，就能討回公道。

小柏趕快改變觀念，重練退休準備功夫，用更有效率的方式買房子、買保險，擠出有限的資源來存基金、存年金，老來就不用害怕勞保破產，退休的主動權依然操之在己。

### 掌握退休主動權 老來不用上街抗爭

由一群歐吉桑、歐巴桑領銜主演的電影《金盞花大酒店》，竟然開出亮眼票房。7個英國老人雖然大多是因為漂亮的文宣圖片而被「騙」到印度，但卻各自在印度找到初戀的「同志」情人、老伴，甚至是人生的第1份工作；而他們原本在英國老家所面臨的養老難題，也像電影中一再重複的一句台詞「Everything will be alright in the end.」都在這個遙遠的國度獲得滿意的結局。

勞保年金 給付變不確定

只是，當你看完電影帶著微笑走出戲院時，可千萬不要以為自己的老後，也能像

管科技

專業分析

# 第5天：如何以保險規劃人生？



Dear 小柏：

保險商品樣式多，適合自己最重要！

老郭是木工師傅，太太是家庭主婦，平日夫妻以定存、購買基金作為理財工具，唯獨缺乏風險管理的觀念。最近老郭工作時不小心受傷住院，兩個小孩又還在唸大學，急需現金週轉，這時才體會到保險的重要，但是面對五花八門的保險商品，卻不知那一種最適合。

## 投保建議

老郭雖平日已以定存及基金等方式作理財規劃，但卻缺乏彈性，在面臨突發事故急需大筆金錢時卻無法即時提供，在此建議老郭可以將理財項目加以擴大，如先購買終身保險附加醫療保險，讓自己的保障完備，若經濟狀況尚可，不妨再購買具有儲蓄、養老特性的保險，另外對於子女而言，可考慮購買子女教育保險，藉由保險制度來準備子女教育的經費，如此一來，便可將部份風險轉嫁給壽險公司，使自己的理財規劃更具彈性。

不同年齡層有不同的風險規劃需求，下表為人生不同階段建議應具備之保障內容，消費者可依自己實際狀況，選擇最合適的保險商品：

# 第7天：「儲蓄養老險」產品說明



小柏，您好：

保險不是發生事故、意外或生病才有保障，保險亦可規劃投資理財，只是不同階段、不同族群，規劃方式將有差異。

「還本型保險」與一般人壽保險最大不同在於除可領取身故保險金外，還可以領取「滿期保險金」，或「生存保險金」。

「還本型保險」的「還本」加「保障」的功能，絕對可以滿足個人實現理財目標的需求。

在此推薦三商美邦人壽目前最熱銷的還本型保險：“**新金享富終身保險(NSF)**”，其特色說明如下：

**一、保額高倍增值，身價水漲船高：**不分繳費年期長短，保險金額按基本保額，自第一年度起依單利12%固定增值至繳費期滿為止。

**二、生存金給付三階段，資金運用好靈活：**

(1)第一階段：第一~十年，每屆滿一保單週年日時，可依基本保額的3%請領生存金。

(2)第二階段：第十一~二十年，每屆滿一保單週年日時，可依基本保額的6%請領生存金。

第一、二階段可以使資金方便靈活運用，理財節稅，一舉兩得。

(3)第三階段：自第二十一保單週年日起，每屆滿一保單週年日時，可依基本保額的9%請領

生存金至本契約終止，活得愈久，領得愈多。

管科技

# 「儲蓄養老險」創意行銷

時間	聯繫事件及內容
第1天	要用一輩子時間回答的問題：退休規劃
第3天	退休資訊：為了人生要多存一份退休金！
第5天	如何以保險規劃人生？
第7天	「儲蓄養老險」之產品說明

將直接銷售變為優雅行銷，先談退休規劃與退休金  
最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

# 案例三：「新意外險」議題式行銷

將直接銷售變為優雅行銷，

**先談意外與保險觀念**

最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

時間	聯繫事件及內容
第1天	防患家庭意外事故
第3天	關鍵數字篇 / 車禍意外，每天奪10命
第5天	理賠小常識：意外險理賠認定非疾病才理賠
第7天	保險知識：善用意外險抬高身價
第9天	<b>「新意外還本險」</b> 之產品說明



# 第1天：防患家庭意外事故



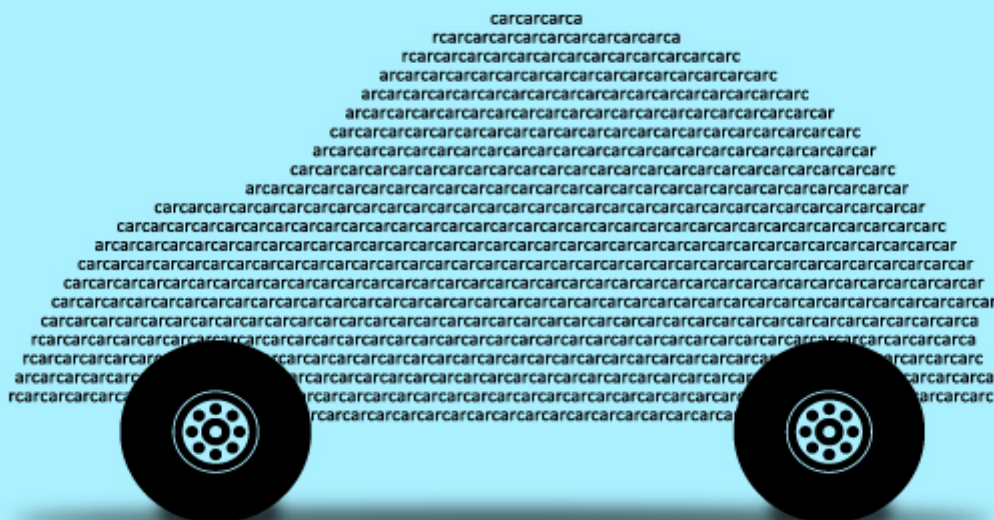
Dear 小柏：

每天，報紙上、電視談話節目裡和新聞中都在不停的報導著有關謀殺或混亂的事，這自然使很多人把他們的家當成一個庇護所——寧靜而安全，把所有的危險都擋在了門外。然而，這種安全感卻有可能只是一種錯覺。

根據美國國家安全委員會（National Safety Council, 簡稱NSC）公佈的統計資料，實際上，許多美國人的家庭可能比外面的世界更加危險。美國國家安全委員會是一個致力於研究家庭和工作地點是否健康與安全的非盈利組織。在美國，家庭意外事故在導致死亡的原因裡排第四位。每年，大約有19500人死於家庭意外事故。這一數字比每年死於工作意外事故的人數還多。唯一比這一數字更高的死亡人數是由交通事故造成的。

而就致殘傷害而言——包括持續24小時或更長的身體傷殘——根據美國國家安全委員會

# 第3天：關鍵數字篇 / 車禍意外，每天奪10命



Dear 小柏：

快快樂樂出門，平平安安回家。是每個人都希望的幸福事，只是世事難料，多一分注意，就少一分憂慮。提供一些意外發生該有的措施，有備無患，讓意外產生的傷害可以降至最低。

【以下資料來源：聯合報／記者陳惠惠】

衛生署指出，除了民國88年921大地震外，運輸事故占傷害死亡人數都超過五成。近幾年來，國內運輸事故死亡人數持續下降，成功大學醫學院公共衛生研究所教授呂宗學說，可能與台灣醫療有關，傷者未在當場或事故發生後24小時內死亡，拖了一陣子才過世，若法醫未相驗，或死亡證明沒註明，實際人數恐更多。

	營業 大客車	自用 大客車	營業 大貨車	自用 大貨車	營業 小客車	自用 小客車	小貨車	機車
96年	56	2	176	67	20	715	284	1,043

## 第5天：保險常識：意外險理賠認定非疾病才理賠



Dear 小柏:

部分民眾認定意外，就是「很突然發生、非預期的事情」都算意外，但實際上並非如此，而是「非疾病」才算意外。

意外險的理賠認定其實很簡單，就是「非疾病、外來突發」。舉例來說，例如某個民眾心臟病突然發作，引發跌倒，滾到馬路，被車撞到辭世，這就是心臟病的問題，若沒有心臟病就不會引發跌倒及後續事件，這就屬於疾病，而非意外。

以這個案例來看，可能會發生糾紛的原因，可能就是因為檢察官並沒有察覺是心臟問題而造成的事情，但保險公司會特別去了解前因後果，所以意外險的認定重點就是「非疾病」。

另一方面，意外是跟外力接觸所引發，像是自己扭傷就不在意外範圍，但挫傷就是有跟外力接觸，意外險就會理賠，所以小柏更要了解保單的內容與用字遣詞。

大部分意外險的理賠爭議是因被保險人本身有疾病，但因遭受外來突發事故而死亡，保險公司會依照醫師鑑定死亡原因是為意外發生所造成，或者是意外事件導致

# 第7天：保險知識：善用意外險抬高身價



## 善用意外險抬高身價

Dear 小柏：

有人說保險很貴，因為都要花好幾萬才能買較高的保險。事實上，保險有許多種類，意外險就是可以用低保費而買到高保障的商品。

### 善用意外險抬高身價

日本發生世紀大地震，引發的海嘯、火災甚至輻射層的影響超乎我們一般想像，怵目驚心的畫面不斷重播，車落海、船上岸、房子被水帶著跑，整座城市成為火海，民眾的生命財產一夕間化為烏有，再一次見識到大自然的威力。

### 生命無價亦有價

華爾街日報引述災難風險建模公司AIR的報導，日本直接受地震影響的區域，投保物業總價值約3000億美元，分析師預估這次的保險理賠金可能介於100億到250億美元，創下保險理賠金的天價。

因處於地震帶的關係日本防災應變力強，一般民眾的保險觀念也強。反觀我們，資料顯示台灣民眾平均從保險公司獲得的死亡理賠，金額只有55萬元，大家偏愛儲蓄型商品，反而將最重要的風險規劃給忽略了，頗令人擔心。

我們常說要珍惜生命，因為生命無價，但是直到生命終止的那一刻才知道，其實是有價的，有的人命不值錢兩手空空的走，有的人一走反而身價暴漲百萬千萬，差別到底在那

# 第9天：「新意外險」之產品說明



Dear 小柏：

對國人而言，常見的意外風險種類不少，包括、颱風、洪水、土石流、地震、火災、交通事故等足以造成生命、財產受損的風險。基於未雨綢繆，目前手中已有保單的民眾，宜檢視自己手中保單是否有足夠的保障，以面對未來突然的或不可預知的意外事故風險。

目前意外險商品非常多，價格高低差蠻多的，主要是保障內容的不同，而有所差異。

南山人壽特別推出新型意外險-「**意帆風順保本終身保險(20WPA)**」，產品特色如下：

1. 意外事故**終身保**，且遇水陸大眾運輸意外事故**3倍**保障，航空大眾運輸意外事故**5倍**保障。
2. 保費不浪費！繳費期間屆滿仍生存時，可領取所繳保費總和之**1.03倍**，保本兼具終身意外保障。
3. 貼心提供給付期間長達**5年意外特定殘廢扶助給付**，讓您無後顧之憂。
4. 意外2-6級殘廢**豁免保險費**，發生重大事故後，您不用再為了繳交保費而傷透腦筋。
5. 保險年齡80(含)以前，享有多項**意外醫療**給付！

\***意帆風順保本終身保險(20WPA)**之更多說明，<請按此>

# 「新意外險」創意行銷

時間	聯繫事件及內容
第1天	防患家庭意外事故
第3天	關鍵數字篇 / 車禍意外，每天奪10命
第5天	理賠小常識：意外險理賠認定非疾病才理賠
第7天	保險知識：善用意外險抬高身價
第9天	「新意外還本險」之產品說明

將直接銷售變為優雅行銷，先談意外與保險觀念，最後再將商品推薦，無論成交否，都會讓對方感恩。

# 「人脈王」商品行銷之設定方式

登入網頁版人脈王

[Https://www.crm945.com](https://www.crm945.com)

人脈王-人脈管理、自動排程、性格分析

安全 | <https://www.crm945.com>

登入人脈王 註冊帳號

## 超強人脈經營自動化

人脈管理、雲端活動管理、簡訊郵件排程自動發送性格分析(DISC、MBTI)、生命靈數、姓名解析、計分卡

- 

姓名學、生命靈數

人脈王運用姓名、生日、生命靈數
- 

個性分析、職業性格測驗

個性分析(DISC)、職業性格分析、
- 

計分卡功能

記錄跟每個連絡人的連繫狀況(筆

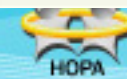
打開網頁版人脈王 (或上網搜尋「人脈王」)

<https://www.crm945.com>

1. 點選「登入人脈王」



2. 點選「發排程」



賀柏企管科技



# 商品排程之查詢

1.輸入欲查詢的保險公司名稱後，按「查詢」

3.想先預覽排程內容可點選「展開明細」

2.如選定要發送的商品排程，按「使用」

選取群組 排程範本

排程名稱 富邦

查詢

每頁100筆(共28筆) 第1頁(共1頁) 首頁 上一頁 下一頁 末頁 1 100

序號	排程名稱	功能
1	明細 富邦人壽之「全心照護終身健康保險附約(XIR)」行銷排程	使用
2	展開明細 富邦人壽之「十在好漾專業」行銷排程	使用
3	展開明細 富邦人壽之「吉富利增額終身壽險(XLV)」行銷排程	使用
4	展開明細 富邦人壽之「吉祥理財變額萬能壽險(ULO)」行銷排程	使用
5	展開明細 富邦人壽之「吉美利外幣利率變動型增額終身壽險(FID)」行銷排程	使用
6	展開明細 富邦人壽之「好扶氣終身健康保險附約(XNR)」行銷排程	使用
7	展開明細 富邦人壽之「守護人生終身健康保險(SIB1)」行銷排程	使用

N	分類	事件名稱	預定日期	彈	時	分	類別
01	排程日期	第1天郵件:人生三階段四問題八需求	19-12-04	001	17	00	
02	排程日期	第3天郵件:投保資訊分享,購買保單,謹守136原則	19-12-06	003	09	00	
03	排程日期	第5天郵件:保險現狀說明:今年做了保單健診了嗎?	19-12-08	005	10	00	
04	排程日期	第7天郵件:"吉富利增額終身壽險(XLV)"之產品說明	19-12-10	007	11	00	

# 商品排程之設定使用

1. 點擊「查事件名稱」可以  
先預覽內容

2. 排程內容可編輯或刪除

3. 勾選欲發送的對象

○ 自訂收件人：指定對象，未來不會自動增刪

○ 自訂群組：只有群組裏的名單才會發送，無論是現在或未來才新增的名單。（若同時勾選不同群組，若有名單同時屬不同群組，只會發送一次。

○ 全部：只要在人脈王內的名單，全部自動發送，即使是以後增加的名單。

4. 按“存檔”

The screenshot shows the '排程明細' (Event Scheduling Details) page. At the top, there are fields for '標題' (Title: 富邦人壽之「吉富利增額終身壽險(XLV)」行銷排程), '排程日期' (2019-12-03), '排程期限' (2020-12-03), and '狀態' (Status: 啟用). Below this is a table of events. Callout 1 points to the '事件名稱' column, callout 2 points to the '移除' (Delete) icon, and callout 3 points to the '聯絡人清單' (Contact List) dropdown. Below the table, there are radio buttons for '自訂收件人', '自訂群組', and '全部'. Callout 4 points to the '存檔' (Save) button. A '新增事件' (Add Event) button is also visible.

No	分類	事件名稱	預定日期	彈	時	分	類別	移除	編輯
01	排程日期	第1天郵件:人生三階段四問題八需求	19-12-04	001	17	00		🗑️	✎
02	排程日期	第3天郵件:投保資訊分享:購買保單, 謹守136原則	19-12-06	003	09	00		🗑️	✎
03	排程日期	第5天郵件:保險現狀說明:今年做了保單健診了嗎?	19-12-08	005	10	00		🗑️	✎
04	排程日期	第7天郵件:「吉富利增額終身壽險(XLV)」之產品說明	19-12-10	007	11	00		🗑️	✎

聯絡人清單

自訂收件人  自訂群組  全部

存檔 取消

# 查詢開信狀況一

1. 「連絡人」 -> 「連絡人管理」



2. 查詢「忠誠度」，表示其開啟email的次數累計

序號	姓名	拼音	筆劃	暱稱	手機1	郵件1	忠誠度	生日	月份	更新日
1	袁			志	933- 42	ch...d.net.tw	55			17-11-
2	袁			富	935- 56	flo...a.com.tw	50	1987-11-13		19-06-
3	李			振	927- 35	ccl...e.url.tw	40			17-11-
4	書			世	911- 50	jer...@nansha nli	39			17-11-
5	吳			伯	931- 26	art...@gmail.co m	38			17-11-
6	麥			崇	911- 01	ne...otmail.co m	38			17-11-
7	郭			明	932- 17	gn...ms43.hin et	37			17-11-
8	陳			振	987- 69	de...@hotmail. co	36			17-11-
9	Ma			Ma	935- 97	Hc...@gmail.co m	35	1971-08-09		18-06-

# 查詢開信狀況二

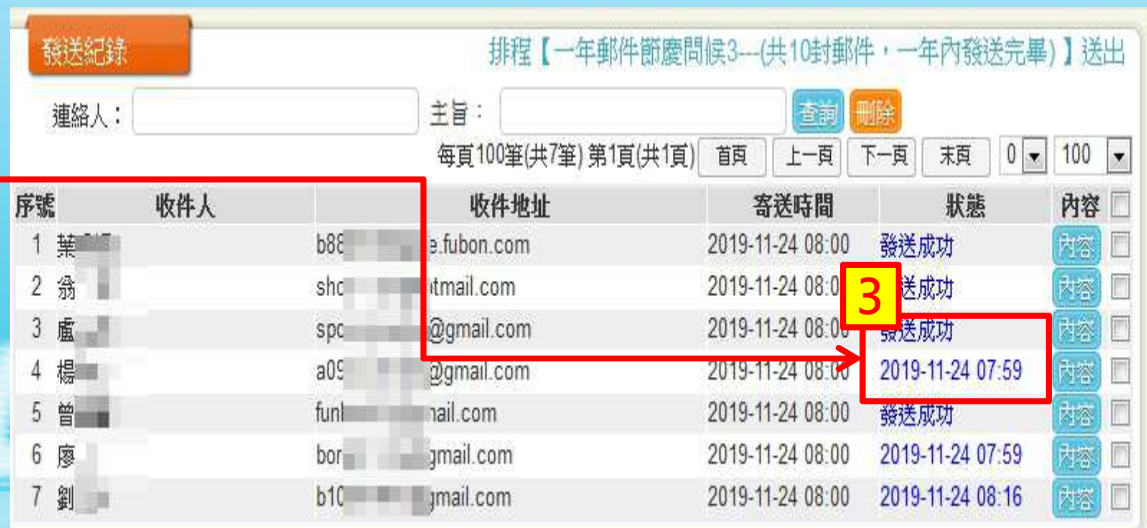
1. 「連絡人」 -> 「記錄查詢」



2. 查詢「明細」



3. 若有時間，則是顯示其打開email的時間



# 「保險商品」銷售自動化

每頁75筆(共73筆) 第1頁(共1頁) [首頁](#) [上一頁](#) [下一頁](#) [末頁](#) 1 [75](#)

序號	排程名稱	功能
1	<a href="#">展開明細</a> 新光人壽之「新長期看護終身壽險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
2	<a href="#">展開明細</a> 中國人壽之「安心樂高與安健終身手術醫療保險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
3	<a href="#">展開明細</a> 全球人壽之「安心360美元增額壽險(FIS)」行銷排程	<a href="#">插入</a>
4	<a href="#">展開明細</a> 幸福人壽之「幸福美滿增額終身壽險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
5	<a href="#">展開明細</a> 全球人壽之「GO活力終身醫療險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
6	<a href="#">展開明細</a> 國泰人壽之「真安順手術醫療終身險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
7	<a href="#">展開明細</a> 宏利人壽之「大發宏利變額年金保險(VAD)」行銷排程	<a href="#">插入</a>
8	<a href="#">展開明細</a> 南山人壽之「福氣康祥終身保險(DDB)」行銷排程	<a href="#">插入</a>
9	<a href="#">展開明細</a> 台灣人壽之「新健康滿分終身醫療保險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
10	<a href="#">展開明細</a> 三商美邦人壽之「世紀龍騰人民幣變額萬能壽險(TVUL)」行銷排程	<a href="#">插入</a>
11	<a href="#">展開明細</a> 南山人壽之「幸福年年外幣增額還本終身保險(ULE)」行銷排程	<a href="#">插入</a>
12	<a href="#">展開明細</a> 富邦人壽之「鑽美利外幣增額終身壽險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
13	<a href="#">展開明細</a> 中國人壽之「元氣御守終身保險」行銷排程	<a href="#">插入</a>
14	<a href="#">展開明細</a> 遠雄人壽之「美滿增值增額終身壽險」行銷排程	<a href="#">插入</a>

**「人脈王」自動銷售，就像每個月固定撒網補魚  
讓銷售變簡單，持續一定有效！**



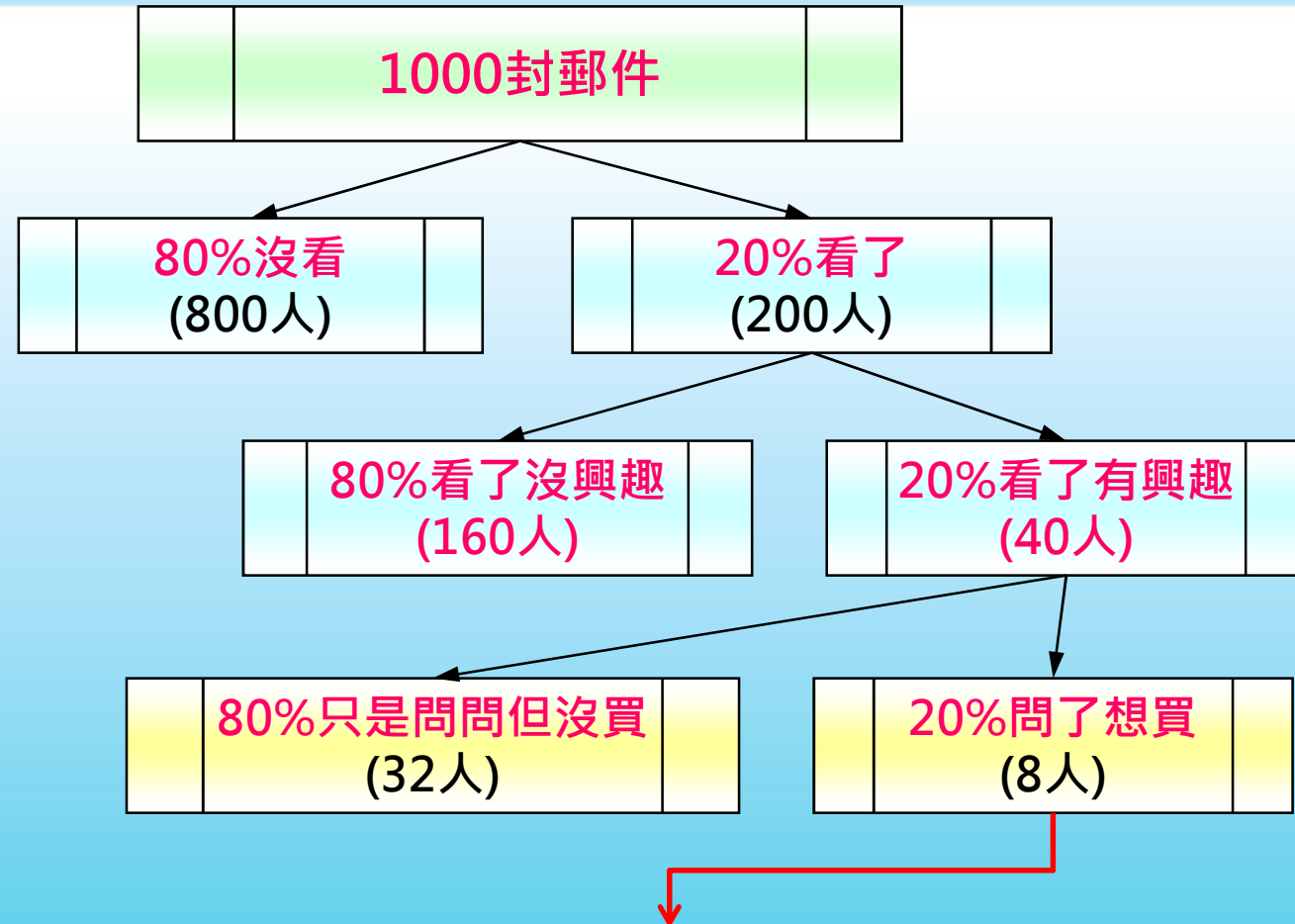
## 商品排程發送建議：

1. 每個月選定一個商品行銷行程自動發送
2. 不要連續發送同性質的商品  
(例：連續 3 個月都發送長看險)
3. 關注開信率與退信狀況，確保email的正確性



如果有商品已下架，  
或是熱門商品查詢不到，  
尚請通知「[人脈王客服](#)」，謝謝

# 20/80 定律



$20\% \times 20\% \times 20\% = 0.8\%$   
每次有機會成交 8 個客戶，您覺得如何？

# 使用「人脈王」能獲得4種能力







市場開發力

增員倍增力

業務行動力

客戶服務力

(手機, 平板, NB, PC 都適用)

1.市場開發力	找話題開發沒問題，工具  天天新增名單
2.增員倍增力	用  或簡訊即可增員開發，週週增員面談
3.業務行動力	名單自動排行程，  查閱行事曆，輕鬆有活力
4.客戶服務力	服務自動化，  保單商機，月月報件沒煩惱



# 某些商品排程找不到？或已停賣？

Q：搜尋不到公司的商品排程？

A：麻煩告知客服，貴公司目前有那些熱銷商品，我們會在盡量去完成。  
(同類型的商品只會選擇一個)

Q：某些公司的商品已停售？

A：麻煩告知客服，有那些商品已停賣，我們會在儘快的將該商品排程下架。



人脈王Line客服  
(專人回覆)

HOPA



賀柏企管科技

品牌管理顧問