

Mia老师-选题点挖掘 V3.0 (业务战略版)

一、强观点 / 反常识 (Counter-Intuitive Viewpoints)

标准: 包含颠覆性的、能引发思考的观点，通常与市场主流认知相悖。 **业务价值:** 通过犀利观点筛选高认知用户，建立“人间清醒”的专业人设。

• 关键词: 全职太太没话语权

- **阐述:** 很多全职太太连买一份保险的决策权都没有，还自信离婚能分一半身家？这是没脑子。一旦回归家庭，你在财务上是非常脆弱的。 (录音1, 14:01)
- **目标受众:** 全职妈妈、家庭主妇
- **业务价值:** 唤醒女性理财意识，直接转化女性保险客户。

• 关键词: 全职太太要有工资

- **阐述:** 女性的隐形劳动应该明码标价，生孩子前就该商议好，每个月老公要转几万块工资。这笔钱是用来买保险、建被动收入，给自己安全感的。 (录音2, 06:29)
- **目标受众:** 备婚/备孕女性
- **业务价值:** 提供具体解决方案，建立信任，促进储蓄型保险销售。

• 关键词: 销售是金字塔尖

- **阐述:** 金融行业裁员潮，最后被裁的一定是销售。销售才是整个公司架构里最尖的位置，后边所有人都是为你服务的。 (录音4, 03:12)
- **目标受众:** 职场焦虑人群、潜在增员
- **业务价值:** 提升销售职业地位，吸引优秀人才加入团队。

• 关键词: 资产是底牌

- **阐述:** 一个人有多少资产是他的底牌（底裤）。当你决定把底牌展现给另一半时，代表了100%的信任。但现在很多年轻夫妻选择各管各的。 (录音1, 10:38)
- **目标受众:** 高净值女性、年轻夫妻
- **业务价值:** 强调个人资产配置的重要性，为大额保单做铺垫。

• 关键词: 不靠谱的人会被AI取代

- **阐述:** 未来一个靠谱的人是越来越值钱的，但是那些不靠谱的人也真的会被 AI 全部都取代掉。 (录音3, 11:28)
- **目标受众:** 职场新人、求职者
- **业务价值:** 强调“靠谱”价值观，筛选价值观匹配的团队成员。

• 关键词: 有钱未必幸福

- **阐述:** 真的有一个亿可能没现在幸福。最幸福的状态是有个3000万、5000万就可以了。再多也用不完。 (录音3, 01:50)
- **目标受众:** 中产阶级、高净值人群
- **业务价值:** 展示成熟金钱观，吸引同频的高端客户。

二、高情绪价值 (Stories & Emotional Hooks)

标准: 蕴含个人故事、奋斗经历、成功或失败的复盘，能引发用户强烈的情感共鸣。 **业务价值:** 通过真实故事丰富人设，增加用户粘性和信任感。

- **关键词:** 被客户“背刺”

- **故事:** 约好客户来香港，在机场傻等几个小时联系不上。最后客户发消息说，“不好意思，我找亲戚买了”。这种时刻让人身心俱疲，不再相信人。（录音3, 10:52）
- **目标受众:** 销售同行、服务业者
- **业务价值:** 展示从业不易与坚韧心态，引发同行共鸣，促进团队招募。

- **关键词:** 父亲的“南山中学”

- **故事:** 小时候家里穷，父亲骑车几十公里带我去市里最好的中学，把我抱上树说“以后你来读读书”。多年后我真的考上了。父母的陪伴影响深远。（录音4, 11:04）
- **目标受众:** 35-40岁父母、教育焦虑群体
- **业务价值:** 建立重家庭、重教育的温情形象，利于切入教育金保险话题。

- **关键词:** 迪士尼的尖叫

- **故事:** 作为一个淡人，为了陪客户一家玩迪士尼，坐过山车叫得最惨。虽然尴尬，但也让客户看到了不同的一面。（录音1, 05:48）
- **目标受众:** 潜在客户、i人
- **业务价值:** 展示极致的服务精神和反差萌，拉近与客户距离。

- **关键词:** 酒店大堂“守株待兔”

- **故事:** 一个同事没资源，就天天去奢侈酒店大堂坐着，物色人聊天。被拒绝无数次后，竟签成了从业最大一单。你有这个勇气吗？（录音3, 08:41）
- **目标受众:** 销售新人、想搞钱的人
- **业务价值:** 激励团队士气，展示行业无限可能，吸引有野心的人。

- **关键词:** 母亲被查税

- **故事:** 我妈退休后，我爸拿她身份证开发票，结果被查税。活得久了什么都能遇到，哪怕是基层公务员也不要太自信。（录音4, 18:13）
- **目标受众:** 中老年人、体制内人群
- **业务价值:** 提示税务风险和意外风险，引出合规与保障的重要性。

三、金句时刻 (Quotable Moments)

标准: 语言精练、高度概括、极具传播力的句子。 **业务价值:** 便于短视频传播和记忆，强化IP标签。

- “一个人有多少资产，是一个人的底牌（底裤）。”（录音1, 10:38）
- “你连一份保险的决策都做不了，哪里来的自信离婚能分一半身家？”（录音1, 14:01）
- “靠运气赚来的钱，你是守不住的。”（录音3, 05:53）
- “真正的自由就是上善若水。”（录音3, 00:23）
- “什么事要写在墓碑上？Who cares? Nobody cares.”（录音4, 01:13）

- “小孩哭，本身就是一种销售行为。”(录音3, 16:40)
 - “DeepSeek 可能不会骗你，那人会骗你挺难的。”(录音3, 11:28)
 - “我是个淡人，我是个 i 人，社交对我是一种消耗。”(录音3, 12:10)
-

四、高密度解决方案 (Frameworks & Solutions)

标准: 针对某一具体的用户痛点，给出的清晰、可执行的解决方案或方法论。**业务价值:** 展现专业能力，提供价值，直接促进客户咨询和转化。

- **关键词:** 家庭财务透明化

- **方案:** 建立一本公开的家庭账本，记录所有定投、保单、账户信息，夫妻双方共享。这种“势均力敌”的财务透明能减少矛盾。(录音2, 07:34)
- **目标受众:** 已婚家庭、理财小白
- **业务价值:** 树立理财专家形象，引流家庭保单咨询。

- **关键词:** 女性婚前避坑

- **方案:** 结婚时不要把财政大权交出去。一旦回归家庭，必须清楚哪些钱是自己能动的，最好有在他国（境外）名下的保险资产。(录音1, 12:56)
- **目标受众:** 未婚高知女性
- **业务价值:** 切中女性安全感痛点，直接推广境外资产配置。

- **关键词:** 被动收入规划

- **方案:** 设定合理的财富目标（如3000-5000万），通过保险和定投建立被动收入现金流。当被动收入覆盖生活开支时，工作就只为了意义感，而非生存。(录音3, 03:05)
- **目标受众:** 追求FIRE人群、高净值客户
- **业务价值:** 展示长远规划能力，销售储蓄分红型保险。

- **关键词:** 保费融资避坑

- **方案:** 保费融资本质是借钱投资，利息波动风险大。在利息不确定且中美关系动荡时，不要为了贪图利息差而贸然加杠杆，安稳最重要。(录音1, 01:27)
- **目标受众:** 中产阶级、投资激进者
- **业务价值:** 体现专业、客观、不唯利是图的职业操守，建立深层信任。

- **关键词:** 淡人社交策略

- **方案:** 淡人吸引淡人。没事不闲聊，有事说事。这种高效的沟通方式反而能筛选出同频的高质量客户。(录音1, 00:06)
- **目标受众:** 内向型销售、专业人士
- **业务价值:** 强化“i人销冠”人设，吸引同类性格的优质客户和合作伙伴。