

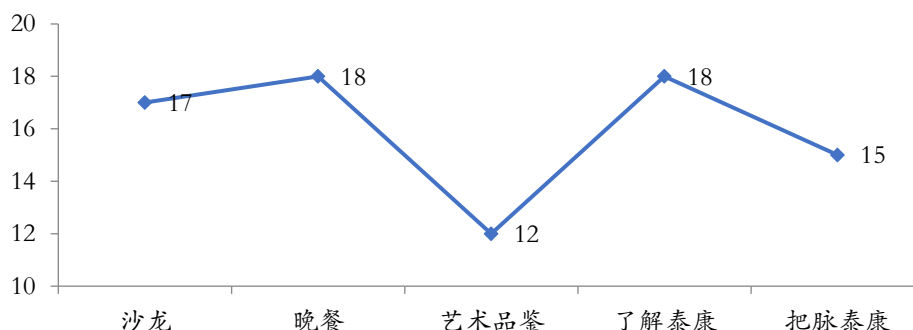
中国企业家俱乐部理事互访-泰康站 项目总结

一、理事出席情况与分析

1、出席情况

俱乐部现有理事 62 位，本站出席 27 位，**出席率达 43.5%**

各环节出席人数：



2、理事行为记录

• 取消、迟到、早退等纪律监测：

会前累计报名总人数：33 人，实际到场 27 人。**取消率 18%。**

取消

6 位理事（王文京、刘乐飞、刘永好、吴乐斌、苗鸿冰、唐越）**在报名后取消此次行程。**

所有活动环节都参加的理事，共计 5 位：陈东升、徐井宏、王伟斌、冯军、程虹

迟到

6 月 4 日理事沙龙（15:00-18:00）迟到 8 人，当日临时缺席 2 人：

王中军（15:05）洪崎（15:15）蒋锡培（15:30）夏华（15:50-妇联活动耽误）李东生（16:00-从天津赶来）汪潮涌（16:30-国际航班晚点）王伟斌（17:00-临时有事耽误）、孙强（17:40-公司第二天周年庆，临时被留住）；

王均金（当日因公司事务临时改航班，不能出席沙龙环节；晚餐环节加入）艾欣（当天中午告知对沙龙内容不感兴趣，不参加；晚餐环节加入）

6 月 5 日泰康访问（10:00-17:00）迟到 6 人，当日临时缺席 1 人：

左晖（10:02）王伟斌（10:05）邓锋（10:09）曹国伟（10:40）汪潮涌（10:45）王兵（11:00）；夏华：6 月 5 日早上告知因有政府领导会面，取消当日行程



早退

6月5日：冯仑（午餐结束后离开，未告知秘书处去向）

•其他：临时增带人

4日晚宴及艺术品鉴，冯仑理事自行联系陈东升后，带一位朋友（凤凰网地产板块总经理）参加

3、本站参与理事分析

本站理事出席人数创新高：2018年7月-2019年6月的5站理事互访活动中参与人数最多的一站。

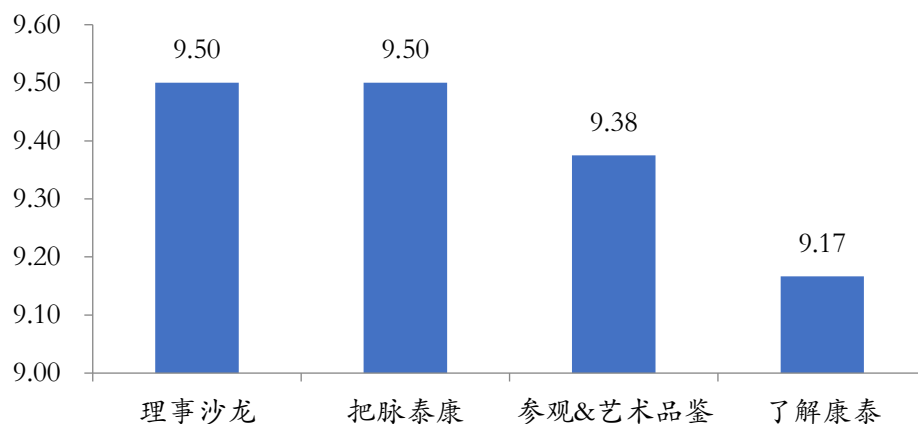
原因分析：

- ☆ 被访理事及其企业的吸引力：泰康是理事互访年度投票中得票最高企业，众望所归。
- ☆ 举办地优势：大量理事base在北京，出行时间成本相对较低；
- ☆ 内容的丰富与吸引的增加：新增理事沙龙环节，吸引一些原本不打算参加访问泰康集团的重要理事，如柳传志。此外，活动分两天，环节众多，理事参与时间选择更多，很多理事选择部分参与；
- ☆ 理事们的加力支持：王玉锁及柳传志两位理事对理事沙龙的推动以及主题和分享嘉宾的重要贡献；徐井宏副理事长在本次活动中的用心主持与引导，均让本次活动的价值得到极大提升。

二、 理事意见与反馈：

本次共获得12位理事的有效回复，整理结果如下：

1、各环节平均评分



2、本站收获

- ◇ 徐井宏：陈东升对企业与生命的感悟；专业化、市场化、规范化等运营思维。
- ◇ 丁立国：对战略的认识。



- ✧ 曹国伟：了解保险，了解泰康。
- ✧ 胡葆森：收获：远见、专注、坚持。
- ✧ 艾欣：真诚真实地了解决策者的思想活动。
- ✧ 吴亚军：理解公司治理及价值观和战略的价值。
- ✧ 冯仑：了解了陈东升从少年立志到创业的全过程，艺术品品鉴安排独特，虽然对东升很熟，但这次依然能感到泰康的用心安排和嘉德事业的发展前景。
- ✧ 张醒生：看到陈东升先生除企业家精神外的艺术家气质，一个真实的人。
- ✧ 邓锋：了解保险行业和泰康。
- ✧ 沈国军：对创业的了解和理解。
- ✧ 程虹：理事长和副理事长进入角色状态对活动有明显的拉动作用。

3) 对“理事沙龙”的意见

- ✧ 徐井宏：这个环节很好。未来可增加些有关最新科学技术的论题。
- ✧ 程虹：这次沙龙质量很高，保持高质量沙龙是关键，也是挑战。

4) 对“理事互访-美的站”的建议

- ✧ 曹国伟：多谈一下工业 4.0。
- ✧ 胡葆森：增加参访人数。
- ✧ 吴亚军：了解制造业未来和智能制造。
- ✧ 张醒生：美的在家族创始人退出后如何成功地高速稳妥继续发展？美的的全球战略。
- ✧ 沈国军：工业互联网和投资板块。
- ✧ 程虹：美的的研发管理/美的的接班人/美的的市值管理。

三、 活动传播

- 1、A 端传播：泰康站传播首次确认以 A 端传播为主——理事价值最大化，为此，在活动当日共制作“金句”图片 26 张。在 A 端传播的同时（当日），也在微信朋友圈辐射到 B 端人群；
- 2、本站活动也首次尝试在活动期间同步拍摄、制作小视频，并联动泰康公关部，发布到 CEC 及泰康微博上，以辐射 B、C 端人群。本次活动共发布 5 条微博，点击量超 5 万，小视频 4000+；
- 3、本站活动微信原创活动稿一篇，但行文依旧延续传统方式，且在活动第二天（端午节假期前一天）才发稿，因此文章阅读量仅为 6000；头条阅读量：近 2000；百家号阅读量 5000 多。



四、本站理事互访亮点

- 1、本站覆盖了 7 位已许久 (201807-201906 年度) 未参加俱乐部活动的理事：**王玉锁、邓锋、王中军、左晖、冯仑、陈东升、柳传志。**注：截至本站，本年度理事互访覆盖理事人数 43 人。**
- 2、环节设计有创新：**本站在理事长办公会的倡议下，新增“理事沙龙”环节，话题结合理事在当下企业发展中关心的难点问题，吸引了众多理事提前参与到活动中来；
- 3、特色参观，给理事带来更好体验：**本站结合理事企业自身特色，在晚上增加艺术品品鉴环节，给理事们以尊贵的感受，同时又能多角度地展现东道主理事的个性与事业版图；
- 4、设置午休，给理事中午休息多种选择：**本次一方面东道主企业有客观条件（泰康商学院有住宿房间），另一方面部分理事确实有午休需求。“午休”环节的设计，也给大家一个中午调节、缓冲、轻松交流的机会；
- 5、内容精彩，以价值吸引理事：**本站泰康三大业务板块高管与陈东升一起展开分享，因此原本打算 5 号下午离开的理事如左晖等，当天又决定留下并完整参会。

五、对未来理事互访活动的提升思考

1、提早询问理事出席时间及问题征集：

今后可提前搜集理事下一站理事互访时间段的情况，以避开部分理事的重要行程安排，保证凡是有意愿参与的理事都能在时间上获得客观保证；

本站理事前期问题获得量较少，今后应提早对理事做个性化沟通，搜集理事给东道主企业的问题，例如，可在上一站访问期间面对面询问理事，亦可在活动结束后尽早开始询问理事意见与建议；另外，如在后期沟通，则尽量选择直接询问理事本人意见的机会（方式），且对理事做个性化沟通，如告知其本站亮点，以诱导其提出自己的个性化问题。

今后，要更注重对理事问题的搜集，以好的问题，引导出东道主企业内容准备的积极性和内容对理事吸引的准确度。

2、传播：优先理事价值，灵活制定传播策略：

理事互访活动，首先应将满足理事价值放到第一位。同时，今后的理事互访活动传播，应结合每站特点，灵活制定传播策略。本站的“金句”和小视频传播均为首次尝试，今后可结合每站情况继续保持或形式升级，尤其传播的形式今后需更加轻松、灵活，考虑年轻人的阅读习惯。此外，传播应“一鱼多吃”，有价值的内容可根据传播人群的不同，做内容与形式上的更新，二次、三次传播。

3、理事沙龙有独特价值，需更多发挥理事作用：

“理事沙龙”以满足理事们阶段性关系的话题、问题为核心，因此需首先发挥理事

长办公会的作用，其次可在与理事的日常沟通中提前了解理事们的兴趣点以及资源优势，以更好地提前筹备，让“理事沙龙”也成为“理事互访”活动中的一个价值亮点，增加理事们参与的兴趣与意愿。

4、俱乐部活动纪律需以得体的方式告知理事：

本站有个别理事前期未主动告知秘书处，私自与东道主理事沟通，带外面的“朋友”参与到活动中来。秘书处应以在合适的机会以合适的方式告知其理事互访为“闭门活动”，且如有特殊需求应先与秘书处沟通。