

105年專門職業及技術人員高等考試大地工程技師考試
分階段考試、驗船師、第一次食品技師考試、高等暨
普通考試消防設備人員考試、普通考試地政士、專責報關
人員、保險代理人保險經紀人及保險公證人考試試題

等 別：普通考試

類 科：財產保險經紀人

科 目：財產保險行銷概要

考試時間：1 小時 30 分

座號：_____

※注意：禁止使用電子計算器。

甲、申論題部分：（50 分）

(一)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在申論試卷上，於本試題上作答者，不予計分。

(二)請以黑色鋼筆或原子筆在申論試卷上作答。

一、產險行銷目標為何？在產險行銷策略中，有關競爭策略包括那幾項？請分別定義並舉例說明。（25 分）

二、依據保險業辦理電子商務應注意事項，電子商務包括那兩項？請分別說明定義。金融監督管理委員會為因應行動化、網路化趨勢並簡化作業，開放產險業那五類特定業務免經要保人、被保險人簽章，即得以取具足資證明要保人投保意願之相關證據，取代由要保人及被保險人於要保書簽章？並舉例說明一般產險業提供網路行銷服務的項目為何？（25 分）

乙、測驗題部分：（50 分）

代號：4303

(一)本測驗試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當的答案，複選作答者，該題不予計分。

(二)共 40 題，每題 1.25 分，須用 2B 鉛筆 在試卡上依題號清楚劃記，於本試題或申論試卷上作答者，不予計分。

- 1 保險行銷具有對價關係，要保人交付保險費給保險人，保險人提供保障給被保險人，是屬於行銷定義中的：
(A)交換行為 (B)保障需求 (C)社會福祉 (D)公益形象
- 2 下列何者不屬於保險行銷市場總體環境？
(A)政治與法律 (B)社會環境與文化 (C)人口統計環境 (D)保險競爭同業
- 3 一般消費者購買決策過程的先後順序依次是：
(A)方案評估、資訊蒐集、購買決定 (B)資訊蒐集、方案評估、購買決定
(C)購買決定、方案評估、資訊蒐集 (D)方案評估、購買決定、資訊蒐集
- 4 目標市場行銷是指因應市場上消費者多樣化之需求，行銷管理者針對某一消費群體所進行之行銷活動。若要執行目標市場行銷，主要執行三個步驟為何？
(A)目標市場選擇、市場定位、資本市場 (B)市場區隔、目標市場選擇、資本市場
(C)市場區隔、目標市場選擇、市場定位 (D)市場區隔、市場定位、資本市場
- 5 財產保險產品若以火災保險、汽車保險、海上保險及意外保險為產品組合，此種以產品線數目分類是屬於保險產品組合構面的：
(A)廣度 (B)深度 (C)長度 (D)一致性

- 6 銀行機構與保險機構合作的主要原因為：
- (A)消費者一次購足的便利性需求、銀行競爭激烈需另闢財源、保險多元行銷通路的時代
 - (B)消費者一次購足的便利性需求、銀行競爭激烈需另闢財源、降低銀行的逾放比
 - (C)消費者一次購足的便利性需求、銀行競爭激烈需另闢財源、擴大徵信管道
 - (D)消費者一次購足的便利性需求、保險多元行銷通路的時代、擴大徵信管道
- 7 財產保險經紀人為大型企業規劃商業火災保險時，通常會以風險管理為基礎，考量客戶需求與面臨的問題，提供保險規劃與服務，此種行銷方式稱為：
- (A)契約差異化行銷
 - (B)態度差異化行銷
 - (C)價格差異化行銷
 - (D)顧問式行銷
- 8 保險公司直接透過廣告媒體使社會大眾認同公司理念或喜歡其產品，稱之為外部行銷，下列何者不是外部行銷的內容？
- (A)行為識別（behavioral identity）
 - (B)理念識別（mind identity）
 - (C)視覺識別（visual identity）
 - (D)風險識別（risk identity）
- 9 僅銷售住宅火災保險一種商品給老師、公務員或上班族。稱為：
- (A)商品與市場專業化
 - (B)商品專業化
 - (C)市場專業化
 - (D)選擇性專業化
- 10 某產險公司，當年度汽車保險的市場占有率為全國第二名，若想要超越第一名的公司，應採取何種策略比較有可能達成目標？
- (A)領導者策略
 - (B)挑戰者策略
 - (C)跟隨者策略
 - (D)利基者策略
- 11 國內汽車保險市場競爭激烈，若想增加汽車保險在現有市場的客戶，應採取何種策略？
- (A)市場發展策略
 - (B)多樣化策略
 - (C)滲透策略
 - (D)產品發展策略
- 12 產險公司透過舉辦研討會、發行年報或慈善捐款等方式與目標市場溝通，此種方式稱為：
- (A)廣告
 - (B)促銷
 - (C)宣傳
 - (D)人員推銷
- 13 下列何者是財產保險行銷過程中，最能向客戶描述保險的核心精神？
- (A)投資理財
 - (B)資產配置
 - (C)資金運用
 - (D)經濟補償
- 14 目前政府正式核准國內保險公司成立境外保險分公司（Offshore Insurance Unit）銷售境外保單，若保險公司為了搶攻境外市場並設計新商品，該策略稱為：
- (A)市場滲透
 - (B)產品發展
 - (C)集中發展
 - (D)多角化策略
- 15 財產保險行銷會運用顧客關係管理，其過程中的評量要素為服務品質、顧客滿意、顧客忠誠及下列那一個要素？
- (A)公司利潤
 - (B)信用評等
 - (C)資本適足率
 - (D)綜合損失率
- 16 下列何者不是保險公司採用間接通路與產險經紀人合作的主要優點？
- (A)能迅速開發市場
 - (B)採取佣金制度，業績收入與展業費用可維持良好的配合
 - (C)不必負擔間接通路營業處所的固定費用
 - (D)不受監理單位的業務檢查

- 17 電子商務興起進而帶動網路投保，財產保險經紀人在銷售何種保險商品時，不易產生「去中間化（弱化中間商或零售商）」的窘境？
- (A)商業火災保險 (B)汽車強制責任險 (C)旅行平安險 (D)傷害保險
- 18 基於市場區隔，許多銀行業藉由內部成立保險部門或成立財產保險經紀人，其主要銷售的商品為：
- (A)海上貨物運輸保險 (B)商業火災保險 (C)董監事責任保險 (D)住宅火災保險
- 19 統轄廣告、促銷、公共關係與線上行銷等工具，稱為：
- (A)整合性行銷 (B)顧客關係行銷 (C)公共關係行銷 (D)品牌行銷
- 20 下列何者不是直效行銷會經歷的階段？
- (A)干擾行銷（interruption marketing） (B)終生價值行銷（lifetime value marketing）
- (C)互動式行銷（interactive marketing） (D)資料庫行銷（database marketing）
- 21 行銷哲學的演進中，組織的主要任務在於決定目標市場的需求與慾望，並使組織能比其他競爭者更有效的滿足目標市場，是屬於何種導向？
- (A)生產導向 (B)銷售導向 (C)行銷導向 (D)產品導向
- 22 一般製造業產品價格之決定，常於成本已知的情況下，利用完備之會計制度得出成本，則能決定其正確之價格。而一般保險費之收取是按過去損失經驗和費用加以預估，但這種預估的費率是否合理，須待事後實際資料印證。這說明了產險行銷的特性為何？
- (A)保單條款過於複雜難懂 (B)保險商品成本無法預估
- (C)消費大眾缺乏購買慾望 (D)保險商品之承諾大多與不幸事件相關
- 23 愈來愈多的企業採用目標行銷的方式，來幫助銷售者掌握較好的行銷機會，其中常作為市場區隔的變數，例如：年齡、性別、家庭人數、家庭生命週期、所得、職業、教育程度、宗教及種族等，是屬於何種變數？
- (A)地理變數 (B)心理變數 (C)行為變數 (D)人口統計變數
- 24 保險公司常運用行銷策略來主動影響消費者對於保險的需求，例如：專業、便利之銷售管道，亦會吸引消費者自動購買或提高消費者購買之意願。這是屬於何種策略？
- (A)價格策略 (B)產品策略 (C)通路策略 (D)促銷策略
- 25 對於消費者來自其內部或外部的刺激，引發購買的需求，迫使其開始考量是否須採取行動滿足需求，其購買過程即開始。這是屬於消費者的購買決策過程中的那一階段？
- (A)確認問題 (B)蒐集資訊 (C)評估方案 (D)購買決策
- 26 當公司只推出一種商品，賣給所有消費者，亦只使用一個行銷方案，設法爭取大量消費者。是屬於目標市場策略的何種類型？
- (A)差異行銷策略 (B)無差異行銷策略 (C)集中行銷策略 (D)市場定位策略
- 27 就行銷觀念與銷售觀念而言，行銷觀念著重在整體行銷，然而，銷售觀念卻著重於銷售及促銷，其不同之處是在於：
- (A)出發點不同 (B)方法之不同 (C)目的之不同 (D)結果之不同

- 28 保險業務人員為達成公司經營目標，在執行行銷管理之程序步驟上，首要之務為何？
(A)分析市場機會 (B)選定目標市場 (C)擬訂行銷組合 (D)執行與檢討
- 29 就行銷觀念的演化上，銷售者針對消費者多樣化之品味，推出數種不同式樣、不同特性、品質、規格之產品供銷售者選擇，是屬於何種行銷方式？
(A)大量行銷 (B)多樣化行銷 (C)目標行銷 (D)人物行銷
- 30 公司所擬訂的行銷策略必須能有效接觸及服務區隔市場，上述一個有效的市場區隔必須具備那一要件？
(A)可衡量性 (B)可接近性 (C)大量性 (D)可行動性
- 31 公司設計產品的行為，使產品在目標消費者心中占有一獨特、清晰的地位，下列何者最符合其定義？
(A)定位 (B)策略 (C)區隔 (D)目標
- 32 服務具有高度之可變異性，透過不同行銷人員之銷售方法，保險商品將各自有其異質性。符合產險商品特性之那一項？
(A)無形性 (B)不可保存性 (C)標準化程度低 (D)生產與消費同時進行
- 33 直效行銷（Direct marketing）是針對個別消費者，以非面對面的方式進行雙向溝通，以期能獲得消費者立即回應與訂購的推廣方式。下列何者不是直效行銷？
(A)郵購和型錄行銷 (B)電話行銷 (C)網路行銷 (D)人員銷售
- 34 行銷組合包括產品、價格、通路、推廣。下列何者不屬於推廣？
(A)廣告 (B)人員銷售 (C)規格 (D)促銷
- 35 保險行銷者應設法確認在保單購買過程中，每個人扮演的角色。若為提出意見且左右購買決策的人，是扮演何種角色？
(A)提議者 (B)影響者 (C)決策者 (D)購買者
- 36 產品根據消費者的購物習慣予以分類，若消費者立即、頻繁的購買，較少花費心力比較的產品是屬於那一類？
(A)消費品 (B)便利品 (C)特殊品 (D)工業品
- 37 當產品快速為市場接受，競爭者開始加入，利潤漸增。就產品生命週期而言，是屬於那一期？
(A)導入期 (B)成熟期 (C)成長期 (D)衰退期
- 38 如果把預計支付的賠款當作是成本，則保險訂價就必須足以應付這些賠款，如此才能達到保險費收入與賠款支出的平衡。上述是以何種作為保險訂價之基礎？
(A)成本訂價基礎 (B)競爭訂價基礎 (C)價值訂價基礎 (D)政策訂價基礎
- 39 一般而言，保險公司的銷售體系可分為直接銷售體系與間接銷售體系。下列何者屬於保險公司的間接銷售體系？
(A)保險公司分支機構 (B)櫃檯銷售 (C)職團行銷 (D)保險經紀人
- 40 下列何種準則不是用來衡量保險業務員之服務品質？
(A)服務的穩定性 (B)回應性 (C)信任性 (D)產品內容複雜性