

代號：30340
頁次：4-1

106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、引水人、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、特種考試驗光人員考試試題

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。

(三)本科目除專門名詞或數理公式外，應使用本國文字作答。

一、試詳述產險商品若要表現其特質，可透過那些方式？（25 分）

二、審視整體保險經營環境，產險商品之設計未來應掌握的主流方向為何？（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 所謂「人員銷售」，為一種發展關係，用來發掘需求、媒合滿足需求的適當產品，並傳遞或提醒產品利益的過程。隨著現代行銷觀念的發展，自 1990 年代起，「人員銷售」所強調之重點為何？
 - (A)「人員銷售」專注於銷售之策略，並且重視團隊銷售之管理與責任
 - (B)「人員銷售」之主力在於顧客而非產品，強調顧客價值的創造，鼓勵銷售人員與顧客建立長期且優質之夥伴關係
 - (C)「人員銷售」之重點在於透過訊息之溝通與談判之策略，以確認購買者之需求
 - (D)「人員銷售」所扮演之角色在於蒐集與顧客有關之產品、行銷與服務之資訊
- 2 在未來的新金融服務中，保險行銷應透過結合風險保障、投資理財與慈善公益，創造個人、企業、社會整體最大利益。保險公司的行銷決策，不僅考慮消費者需求與公司利潤，也要兼顧社會大眾的利益。此一行銷概念為：
 - (A)大量行銷
 - (B)品牌行銷
 - (C)社會行銷
 - (D)金融行銷
- 3 保戶經常用以衡量保險業務員服務品質之準則中，何者可採用保險公司對保險業務員的訓練、公司的政策、人員之留任率（Retention Rate）作為評估的重要因素？
 - (A)服務的穩定性
 - (B)回應性
 - (C)信任性
 - (D)同理心
- 4 下列何種保險銷售人員的薪酬制度，可使員工擁有最充分之薪酬安全感？
 - (A)純薪資制
 - (B)固定薪資加獎金制
 - (C)佣金底薪與獎金制
 - (D)佣金與保證底薪制
- 5 下列何項行銷成本績效之評估，係考量行銷收支差額占保費收入之比重？
 - (A)費用率
 - (B)利潤率
 - (C)佣金率
 - (D)分紅率

- 6 就保險商品的生命週期而言，單位成本最低但銷售量與獲利遞減，是屬於那一期？
(A)市場導入期 (B)成長期 (C)成熟期 (D)衰退期
- 7 旅行平安保險對沒有計畫要去旅行的人而言，屬於何種需求類型？
(A)正需求 (B)無需求 (C)負需求 (D)反需求
- 8 保險行銷者應要設法確認在保單購買過程中，何人扮演什麼角色。通常保險業務員所扮演的角色為何？
(A)購買者 (B)影響者 (C)決策者 (D)提議者
- 9 許多保險公司的成功可歸因於行銷與核保部門的合作關係，但此兩部門往往因業務目標不同而有衝突。為減緩兩個部門之間的矛盾，保險公司可考慮將何者列入行銷人員之績效評估？
(A)市場占有率 (B)業務達成率 (C)業務品質 (D)專業能力
- 10 下列何者屬於保險行銷市場總體環境因素？①再保險人 ②保險競爭同業 ③政治與法律環境 ④科技環境
(A)③④ (B)①③④ (C)②③④ (D)①②③④
- 11 產險公司利用電子商務，提供保戶網路線上投保的管道。下列何者非網路行銷之優點？
(A)大幅簡化投保作業，降低時間與人力成本
(B)由於網路傳送的即時性，可迅速回應客戶需求
(C)對於風險不易掌握的商品，皆可於線上核保完成
(D)網路資訊可隨時更新，改善了保險公司的服務品質
- 12 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。下列何者屬於直接銷售體系？
(A)保險代理人 (B)保險經紀人 (C)銀行保險 (D)櫃檯銷售
- 13 某超商成立保險經紀人公司，與產險公司合作，透過各超商店內的機器平臺，銷售該產險公司之保險商品。產險公司與超商合作，獲取更大的市場，體現了通路的何種功能？①交易功能 ②物流功能 ③促進功能
(A)①② (B)①③ (C)②③ (D)①②③
- 14 推廣組合（促銷組合）包括廣告、人員推銷、促銷、公共關係等工具的特定混合調配，用以追求行銷目標。各推廣工具在消費品之相對重要性，下列何者正確？
(A)廣告＞人員推銷＞促銷＞公共關係 (B)促銷＞廣告＞公共關係＞人員推銷
(C)廣告＞公共關係＞人員推銷＞促銷 (D)廣告＞促銷＞人員推銷＞公共關係
- 15 近期多家保險公司先後推出微電影廣告，透過完整的故事情節，將保險商品特性與需求融入影片中。下列何者非其可能的廣告目標？
(A)告知 (B)說服 (C)體驗 (D)提醒
- 16 某產險公司於 2016 年推出國內第 1 張車聯網 UBI (Usage-Based Insurance) 車險保單，期望藉此增加該公司汽車保險在現有市場之客戶，可歸屬於何種行銷策略？
(A)地區擴張策略 (B)市場滲透策略 (C)商品發展策略 (D)成本策略

- 17 對保險公司而言，電話行銷為一種高效率的行銷與服務通路。下列有關保險電話行銷之優點，何者錯誤？
(A)在最短的時間內快速促銷新產品與服務 (B)銷售人員可清楚陳述保單重要訊息
(C)以合理的成本提供較好的顧客服務 (D)可搶在競爭者之前接觸到潛在顧客
- 18 銷售方程式為銷售量與其決定因素的關係式，用以描述各銷售變量對保險商品銷售量的影響。下列何者屬保險公司不可控制的銷售變量？
(A)廣告費用 (B)國民所得水準 (C)佣金率 (D)保險商品價格
- 19 企業以單種商品、單一行銷組合去迎合全部的消費群，並未將市場區隔化，此種行銷策略為：
(A)差異式行銷 (B)集中式行銷 (C)無差異行銷 (D)多元式行銷
- 20 下列有關我國保險經紀人與保險代理人經營體系的敘述，何者正確？
(A)保險經紀人為保險公司的代理人 (B)保險代理人的業務員向保險公司支領佣金
(C)獨立代理人僅能為一家保險公司代理業務 (D)我國產險業的主力通路集中在保險代理人
- 21 有些顧客雖然擁有一些財富，但因未達法定年齡或其他因素（例如：不符合投保條件），而導致形成非保險公司理想的目標顧客。上述說明涉及市場構成的何種要素？
(A)購買需求 (B)購買權 (C)購買力 (D)購買慾望
- 22 保險商品與服務滿足顧客風險管理與理財規劃的需求，是屬於商品與服務的何種利益？
(A)潛在利益 (B)周邊利益 (C)成本利益 (D)核心利益
- 23 保險公司辨認可能的目標顧客後，下一個階段，如何管理這些顧客以能深入了解目標顧客？
(A)市場聯繫 (B)市場定位 (C)市場區隔 (D)市場預測
- 24 許多消費者在購買保險時，均受到人情因素的影響。此種購買決策的關鍵在於消費者的何種因素？
(A)信任 (B)經濟 (C)需求 (D)能力
- 25 影響公司在保險購買決策效率的關鍵因素是：
(A)公司研發與創新 (B)公司規模與結構 (C)公司治理與董事 (D)公司人事與訓練
- 26 服務品質構成要素中，所謂提供協助給顧客的意願與速度，是指：
(A)有形實體 (B)及時回應 (C)持續能力 (D)安全服務
- 27 了解目標顧客風險管理與理財規劃之需求與偏好後，保險公司如何比競爭者更有效、持續地滿足顧客，創造適當利潤？
(A)利用銷售戰術 (B)利用競爭優勢 (C)分析成本結構 (D)分析組織結構
- 28 顧客關係管理運作的要件之一，是公司必須設計流程系統以便進行顧客描述與忠誠度管理。該系統稱為：
(A)人力系統 (B)接觸系統 (C)作業系統 (D)分析系統
- 29 顧客在購後評估過程中，可能會受到其他因素的影響，例如：親友可能認為他（她）多付了保險費，這些負面資訊都可能使顧客對自己的購買決策產生懷疑。以上敘述稱之為：
(A)購後損失 (B)社會影響 (C)購後失調 (D)社會評價
- 30 保險公司如欲預測並推估顧客未來購買行為以滿足其需求，採取下列何種研究方法較恰當？
(A)深度訪談 (B)大數據分析 (C)個案分析 (D)變異數分析

- 31 消費者花費金錢與支配時間的方式，常透過各種活動、興趣、意見展現獨特的樣貌，此為重要分析保險顧客市場的變數，稱為：
- (A)生活型態 (B)人格特質 (C)行為型態 (D)偏好特質
- 32 以競爭觀點而言，保險公司在目標顧客心中欲建立清楚的形象，應進行的分析是何種評估？
- (A)配銷定位評估 (B)經營利潤評估 (C)市場構面評估 (D)公司定位評估
- 33 當保險公司的產品與服務無法滿足顧客的需求時，顧客會針對特定交易，形成對自己投入與產出的看法。這種分析顧客不滿意的觀點稱為：
- (A)吻合模式 (B)公平理論 (C)歸因理論 (D)認知模式
- 34 保險公司經由雇主認可，對其員工所進行的行銷活動，員工自主做成保險購買決策、支付保費，並可透過薪資扣除作業繳納保費。這種方式稱為：
- (A)滲透行銷 (B)員工行銷 (C)交叉行銷 (D)職域行銷
- 35 保險公司運用各種功能（如：溝通與工作設計）和工具（如：激勵）來滿足員工需求，以建構高效能、顧客導向的工作團隊，達成公司的行銷目標。這種概念稱之為：
- (A)互動行銷 (B)全面行銷 (C)內部行銷 (D)外部行銷
- 36 保險公司在處理顧客抱怨時，應回答服務失敗的理由，並展現禮貌與解決問題的誠意，即是達到何種公平性？
- (A)互動正義 (B)程序正義 (C)結果正義 (D)社會正義
- 37 保險公司在與目標顧客溝通時，透過不同溝通要素所傳遞的訊息必須具備一致性，才能讓目標顧客正確解碼，達到行銷溝通之目的，稱之為：
- (A)整合行銷關係 (B)全面促銷溝通 (C)整合行銷溝通 (D)全面行銷品質
- 38 保險業者可以透過何種分析方式，以辨認（潛在）競爭者？
- (A)策略群組 (B)市場監測 (C)產業模擬 (D)環境監測
- 39 某產險公司上年度各地區分公司汽車保險業績總額彙整如下：

地區	業務人員數	保費收入
北部分公司	110 人	9,500 萬元
中部分公司	108 人	5,500 萬元
南部/東部分公司	109 人	5,300 萬元

該公司擬定下年度業績預算時，該如何分配各分公司之業績總目標？

- (A)按人員年資分配 (B)按人力員額數量分配
- (C)平均分配 (D)按地區差異分配
- 40 要有系統、有條理進行保險行銷研究，首先必須：
- (A)蒐集資料 (B)決定方法 (C)確認問題 (D)分析資料