

115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（第一階段考試）、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。
(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、有效的教育訓練可以提高生產力、提升員工士氣，但通常保險經紀人公司的規模不如保險公司大，不像保險公司對業務人員有較完善的教育訓練。完善的教育訓練通常包含四個主要步驟，請依此四個步驟，試述財產保險經紀人公司可以如何實施較完善的教育訓練？（25 分）
- 二、行銷的本質是為顧客創造價值，而顧客知覺價值（Customer Perceived Value, CPV）乃是由顧客自服務中所享有的品質/利益以及為了取得服務而必須付出的成本/代價兩大因素構成。請試述顧客自服務中所享有的品質/利益涵蓋了那些項目？產險經紀人可以採用那些做法來增進顧客可享有的品質/利益？（25 分）

乙、測驗題部分：（50 分）

代號：4303

- (一)本試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當答案。
(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。
- 現今行銷導向已演變進入何種導向時代？
(A)生產導向 (B)銷售導向 (C)行銷導向 (D)社會行銷導向
 - 行銷人員必須瞭解目標市場的需要（need）、欲望（want）與需求（demand），下列敘述何者錯誤？
(A)需要是個人感覺某些基本滿足被剝奪的狀態
(B)欲望是人類在文化及個人個性的塑造下所呈現的需要形式
(C)需求會轉變為行動
(D)市場上的需求，無需購買力的支持
 - 下列那一個項目不屬於消費者購買決策程序的階段？
(A)需要認知 (B)資訊蒐集 (C)市場定位 (D)方案評估
 - 保險行銷與一般實體產品不同，下列關於保險行銷特色的敘述何者錯誤？
(A)保險行銷產品的非覓求特色 (B)保險行銷服務的不可試用特色
(C)保險市場之行銷不具有監理的特色 (D)保險行銷服務品質的易變特色
 - 產物保險銷售人員的薪酬制度較複雜且差異性也大，下列何種制度可使員工最充分的薪酬安全感？
(A)純佣金制 (B)佣金與保證底薪制 (C)固定薪資加獎金制 (D)純薪資制
 - 產險公司行銷成本的績效評估，其衡量不包括那一項目？
(A)費用率 (B)佣金率 (C)利潤率 (D)每股盈餘

- 7 就保險商品的生命週期而言，銷售成長逐漸地趨緩，競爭者最多。利潤因行銷成本增加而減少，是屬於那一生命週期？
(A)導入期 (B)成長期 (C)成熟期 (D)衰退期
- 8 下列何者非產險公司透過銀行保險通路的優點？
(A)多樣化的選擇 (B)擅長運用多重行銷的優勢
(C)運用分行地利之便 (D)銀行理財專員的保險專業度高於產壽險顧問
- 9 下列那一財產保險商品項目，財產保險業得辦理網路投保？
(A)要保人或被保險人非為自然人者
(B)每張保單主附約年繳保費合計超過新臺幣十萬元者
(C)要保人與被保險人非為同一人之車體損失險
(D)登山綜合保險
- 10 保險行銷與保險行銷管理確有不同，關於保險行銷與保險行銷管理的比較，下列敘述何者錯誤？
(A)保險行銷是保險企業組織的功能活動之一
(B)保險行銷管理強調的是行銷目標的達成
(C)保險行銷管理說明如何設計保單以滿足保戶需求
(D)保險行銷是一種企業組織的活動現象
- 11 區隔消費者市場之基礎即是用以區隔市場的變數，下列何者不屬於市場區隔變數之人口統計變數？
(A)人口密度 (B)家庭人數 (C)所得 (D)年齡、性別
- 12 臺灣某產險公司，不斷透過廣告宣傳方式強調公司汽車保險差異化的服務，為車主及其愛車保駕護航，尤其強調 24 小時 30 分抵達事故現場協助處理，這是運用何種差異化途徑來建立其競爭優勢？
(A)產品差異 (B)服務差異 (C)人員差異 (D)形象差異
- 13 下列何種保險屬於第三類保險單（Third Sector Policy）？
(A)人壽保險 (B)傷害保險 (C)汽車保險 (D)火災保險
- 14 保險公共關係，其主要目的為何？
(A)建立保險消費者的購買習慣 (B)維護公司的產品
(C)建立保險公司的良好形象 (D)改變保險消費者的價值觀
- 15 針對地震險或颱風洪水險而言，若是以地區或地形去區隔市場，被區隔出來的市場是否需要該保險較易分辨，這種市場區隔符合那一個市場區隔有效性準則？
(A)可衡量性（measurability） (B)異質性（differentiability）
(C)足量性（substantiality） (D)可接近性（accessibility）
- 16 保險行銷人員需具備專業證照，並講究服裝儀容，其目的乃在建立保戶對保險業務員服務品質的：
(A)穩定性（Reliability） (B)回應性（Responsiveness）
(C)信任性（Assurance） (D)同理心（Empathy）
- 17 為幫助保戶明瞭保單或保險服務可為其保障需求提供一個適當的解決方式，保險業務員可提出那一型態的問題？
(A)調查式問題 (B)探索式問題 (C)確認式問題 (D)需求滿足式問題
- 18 影響自用小客車竊盜損失險費率的考慮因素有多種，由於女性發生汽車失竊的可能性相對於男性較低，此等狀況會影響費率係屬於：
(A)從人因素 (B)從車因素 (C)地區因素 (D)其他因素
- 19 產品整體概念是現代行銷學的一個主要理論，購買各商業火災保險所獲得的損失預防效果利益係屬於保險產品整體概念的那一個層次的產品？
(A)核心商品 (B)基本商品 (C)擴大商品 (D)期望商品
- 20 Insurtech（保險科技，Insurance Technology）包含互聯網與物聯網，下列關於二者的敘述何者錯誤？
(A)互聯網是網路與網路之間所串連成的龐大網路
(B)物聯網被稱為世界資訊產業發展的第三次革命
(C)互聯網訊息傳送多半是使用者在沒有意識的情況進行
(D)物聯網往往是使用者在沒有意識的狀況下做成了訊息傳送

- 21 關於商業式銷售與顧問式銷售二者的比較，下列敘述何者正確？
(A)商業式銷售，客戶導向，專注解決問題
(B)顧問式銷售，產品導向，專注銷售數量
(C)商業式銷售的銷售策略，係雙向溝通，針對需求量身訂做
(D)顧問式銷售的關係建立，建立持續服務與長期信任
- 22 保險行銷環境的結構與一般行銷環境相同，因保險產業的特殊性有其特殊名稱，保險代理人、保險經紀人或銀行在保險行銷環境的個體環境因素係屬於何種角色？
(A)供應商 (B)競爭者 (C)中間商 (D)顧客
- 23 下列何者屬於產險公司的間接行銷體系？
(A)職團行銷 (B)網路行銷 (C)櫃台銷售 (D)銀行保險
- 24 保險消費者向金融消費者評議中心申請評議之前，應先向保險公司提出申訴，保險公司應於幾日內為適當的處理並回覆？
(A) 15 (B) 30 (C) 10 (D) 60
- 25 產物保險網路行銷具有相當多的優點，下列何者非其優點？
(A)大幅簡化投保作業，降低時間與人力成本
(B)投保流程較為透明迅速
(C)網路資訊可隨時更新，改善了保險公司的服務品質
(D)所銷售之保險商品均可於線上核保完成
- 26 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)電話行銷 (B)電視行銷 (C)網路行銷 (D)人員行銷
- 27 關於「保險行銷」的概念，下列敘述何者錯誤？
(A)是一種具有對價關係的交換行為
(B)所行銷的商品是一種主要以提供保障為訴求的無形商品
(C)所行銷的商品通常具有專利性
(D)在行銷上除了重視成功銷售外，更強調售後的理賠服務
- 28 在保險商品的行銷上，保險經紀人扮演著相當重要的通路角色。關於保險經紀人的通路角色，下列敘述何者錯誤？
(A)屬於一種直接通路
(B)大多為一階通路
(C)可以協助消費者做不同保險公司間的保險商品比較分析
(D)在行銷上須面對其他銷售通路的銷售競爭
- 29 保險商品服務邁入成熟期的發展階段後，下列何項是結合金融科技來擴展行銷通路的廣度及密度，以提高消費者對保險商品可及性的行銷方式？
(A)保險公司在公司官網增設線上客服專區
(B)保險公司開發 UBI 車險（Usage-Based Insurance），並與保險經紀人公司簽訂銷售合約
(C)保險公司透過電子郵件，將保險商品的相關訊息提供給消費者
(D)保險公司與航空公司和旅行社合作，當消費者線上購買機票時，可以同時投保旅行平安保險
- 30 隨著科技的快速發展，「嵌入式金融（embedded finance）」已成為金融商品在銷售上的新型態行銷策略。關於「嵌入式金融」在保險行銷上的運用，下列敘述何者錯誤？
(A)是一種透過融入消費者的生活場景，來導引消費者潛在保險需求的行銷策略
(B)運作上是透過在保險公司官網創造生活場景，並提供線上投保的選項
(C)可以提高行銷通路的廣度及密度
(D)是一種異業結盟的行銷策略
- 31 下列何種場景，並非「嵌入式金融（embedded finance）」在保險行銷上的實際應用？
(A)消費者在航空公司官網購買機票時，網頁會適時出現旅行平安保險的投保選項
(B)消費者在租車網站預定租車時，網頁會適時出現汽車保險的投保選項
(C)消費者在產險公司網站透過線上方式投保強制汽車責任險時，網頁會適時出現第三人責任險的投保選項
(D)消費者在購物網購買家電用品時，網頁會適時出現家電產品修復補償保險的投保選項

- 32 面對著日趨多元的線上與線下銷售通路，保險行銷人員的銷售概念需要從傳統行銷進化到「關係行銷（Relationship Marketing）」，以因應通路間的銷售競爭。關於「關係行銷」的概念，下列敘述何者錯誤？
- (A)站在客戶的需求角度，來提供客戶適切的保險商品規劃
 - (B)行銷績效的評估標準著重在銷售數量及銷售金額
 - (C)以建立與客戶間長期的互利關係為行銷目標
 - (D)屬於一種「顧問式銷售」的模式
- 33 關於傳統行銷與關係行銷（Relationship Marketing）的比較，下列何者錯誤？
- (A)關係行銷將銷售規劃視為優先，傳統行銷完全未納入銷售規劃的概念
 - (B)傳統行銷主要著重商品的說明，關係行銷主要著重在商品對消費者需求的評估
 - (C)傳統行銷主要以銷售數量（或金額）來評估銷售績效，關係行銷則會結合銷售數量（或金額）與服務滿意度問卷結果，來共同評估行銷績效
 - (D)傳統行銷以一次性的交易達成為目標，關係行銷則重視消費者的回購情況
- 34 「配合金融監督管理委員會自 2017 年起開始分階段推動的『綠色金融行動方案』，再輔以金融科技的發展，讓財產保險公司對 UBI 車險（Usage-Based Insurance）的開發及銷售，自 2020 年起再次有了具體行動。」關於前述內容，屬於保險行銷程序中的那個步驟？
- (A)保險市場機會分析 (B)保險市場區隔 (C)保險市場定位 (D)擬定保險行銷組合
- 35 依據 PZB 服務品質模式，對消費者進行服務滿意度的問卷調查，是下列那項服務缺口的評估方式？
- (A)顧客期望與顧客感知服務之間的缺口（expected service-perceived gap）
 - (B)實際服務與外部溝通之間的缺口（service delivery-external communications gap）
 - (C)管理者認知與服務品質標準之間的缺口（management perception-service quality specification gap）
 - (D)服務標準與實際服務傳遞之間的缺口（service quality specification-service delivery gap）
- 36 關於保險商品生命週期的敘述，下列何者錯誤？
- (A)保險商品高度受到保險監理政策的影響，故並非所有保險商品都會經歷全部的生命週期階段
 - (B)保險商品會同時面對銷售利潤與同業競爭的雙成長階段，通常是在保險商品的成長期
 - (C)銷售商品的附加費用成本較高的階段，原則上是在保險商品的成長期
 - (D)保險商品通常沒有專利權，故有效行銷的第一步，是力求縮短商品的導入期
- 37 就保險商品的特質而言，下列何項商品最適合透過網路來進行行銷及銷售？
- (A)旅行平安保險 (B)商業火災保險 (C)公共意外責任保險 (D)建築師專業責任保險
- 38 由中華民國人壽保險商業同業公會於 2021 年與多家保險公司合作建立的「理賠聯盟鏈」，是一個保險科技運用共享平台，自成立後，加入的產壽險公司逐年增加。關於「理賠聯盟鏈」的運作，下列何者錯誤？
- (A)在理賠申請上採行「單一申請、文件共通」的通報機制，可以減輕保戶在申請理賠時的文件及程序負擔
 - (B)在服務資料的傳輸上係運用區塊鏈技術，以防止檔案遭竄改
 - (C)對參與的保險公司而言，可以透過取得較詳細的客戶個人資料來加以分析，作為核保作業的參考
 - (D)對保險從業人員而言，可以透過向保戶說明「理賠聯盟鏈」來建立自身的金融科技專業形象
- 39 科技的快速進展，讓保險公司能取得保戶的活動數據並進行數據分析，以作為保險費率分級的依據，因而奠定外溢保險（spillover-effect insurance）的開發基礎。因此，外溢保險在行銷上最需著重下列那方面的說明，以降低保戶對商品的疑慮？
- (A)對保戶個人活動資料的採集、使用與保全 (B)用以採集活動資料之裝置的使用說明
 - (C)保險商品所具有的損害防阻性質 (D)善盡風險管理可享有較低的保險費率
- 40 下列何項保險商品最適合採用「社會行銷（Social Marketing）」的策略，來創造保險公司跟法人客戶間共同需要達成的「企業社會責任（Corporate Social Responsibility）」實踐目標？
- (A)商業火災保險 (B)員工誠實保證保險
 - (C)汽車駕駛人傷害保險 (D) UBI 車險（Usage-Based Insurance）