

111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、保險公司業務人員不當的行銷手法，通常是顧客不滿意的主要原因，甚至會向保險公司抱怨。試問顧客抱怨之主要目的為何？(25分)
- 二、落實保險行銷核心準則，對於產險業而言，除了可讓顧客滿意之外，也可以為產險業帶來那些好處？(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 依據「保險業辦理電子商務應注意事項」第六項規定：「財產保險業除下列項目外，得辦理財產保險商品之網路投保」，下列敘述何者錯誤？
(A)要保人或被保險人非為自然人者
(B)含傷害保險或健康保險之綜合保險、附加保險或附加條款者。但登山綜合保險、海域活動綜合保險及第七點第三項之險種不在此限
(C)要保人與被保險人非為同一人者。但要保人為其 14 歲以下之未成年子女投保旅遊不便保險，不在此限
(D)每張保單主附約年繳保險費合計超過新臺幣 10 萬元者
- 2 行銷收支差額占保費收入比重，係屬於何項行銷成本績效評估？
(A)利潤率 (B)費用率 (C)自留費用率 (D)佣金率
- 3 保險公司透過滿足員工需求的工作設計與組織文化，建構與維持一支高效能且以顧客為導向的工作團隊，以達行銷目標與公司使命，稱之為：
(A)內部控制 (B)保險行銷的核心 (C)內部行銷 (D)建立共同願景
- 4 下列何者非屬保險業者基於行銷觀點發展職團行銷之產品策略？
(A)產品以需求為導向 (B)消費者有能力負擔保費
(C)具有獲利可能性 (D)產品簡單易於瞭解

- 5 許多人出國旅遊會購買旅行平安險，通常在 1、2、7、8 月有明顯較高之需求，是何種需求類型？
(A)潛伏需求 (B)不規則需求 (C)充分需求 (D)過量需求
- 6 下列何項非屬影響行銷策略規劃之總體因素？
(A)政治法律 (B)社會文化 (C)天災 (D)競爭者
- 7 保險公司常利用某一競爭方法以爭取目標市場，例如車禍出險服務 30 分鐘抵達，此方法係為：
(A)顧客價值主張 (B)功能性策略與計畫 (C)策略性資產 (D)策略性能力
- 8 為確保公司所屬人員之行為與績效符合組織的標準，因此要實施控制。而控制之目的有四，下列何者錯誤？
(A)因應環境改變 (B)限制錯誤之累積 (C)極小化成本 (D)迎合組織之大型化
- 9 對保險行銷工作者而言，欲構成買方市場必須具備三要件，下列何者錯誤？
(A)購買情境 (B)購買權 (C)購買需求 (D)購買力
- 10 以消費者購買保險商品想得到的利益來作市場區隔，此項尋求利益的變數，係屬於下列何項？
(A)行為變數 (B)心理變數 (C)人口統計變數 (D)地理區域變數
- 11 保險行銷工作者常以客戶的收入高低建議其適合之保險商品，利用收入及資產大小的市場作區隔變數，係屬於下列何項？
(A)行為變數 (B)心理變數 (C)人口統計變數 (D)地理區域變數
- 12 在此波疫情中，許多產險公司透過其金控子公司的壽險業務員銷售防疫保單，此交叉行銷係屬於下列何種策略？
(A)市場發展 (B)產品發展 (C)市場滲透 (D)多角化經營
- 13 保戶在購買保險商品後，發現其服務品質及保險商品都比原先預期的水準低，這時很可能產生購後失調，顧客對購後失調可能採取幾項策略，下列何者錯誤？
(A)忽略負面資訊 (B)說服他人自己作了明智決定，並因此說服自己
(C)選擇解約 (D)降低期望水準
- 14 消費者購買的保險產品不符合參考群體之標準時，所產生的壓力，稱之為：
(A)心理風險 (B)績效風險 (C)社會風險 (D)財務風險
- 15 產險商品多數為組織型顧客，例如：顧客發現過去投保的雇主責任險保費較高，想修正商品內容或價格時，其可能面臨的購買情境，稱之為：
(A)全新購買 (B)直接重購 (C)再購 (D)修正重購
- 16 下列何者非為影響組織型顧客購買決策的內部因素？
(A)組織價值 (B)保險公司行銷活動 (C)知覺／記憶 (D)企業規模
- 17 保險公司應提供之核心利益包括風險管理與理財規劃，不管是出險後的理賠金或商品的滿期金，影響這些核心利益的因素主要有三，下列何者正確？
(A)保費、理賠、風險 (B)保障、時間、理賠
(C)保費、時間、風險 (D)保障、時間、風險
- 18 保險業者為求自己定位，建立公司的競爭優勢，多年來不斷在塑造品牌。保險業者可透過下列四種方法以建立強勢品牌，何者正確？
(A)敢與眾不同、建立聲譽、製造情感連結、內化品牌
(B)啟發創意、建立聲譽、善用類比、提升品牌
(C)顧客體驗、敢與眾不同、善用類比、內化品牌
(D)啟發創意、製造情感連結、善用類比、內化品牌

- 19 保險業者與顧客及其他對象取得良好互動的重要方法中，藉由與對方分享資訊、觀念或感覺，以影響其知覺、興趣、欲望或行為的過程，稱之為：
- (A)行銷策略 (B)品牌行銷 (C)促銷 (D)公共關係
- 20 保險業者在與目標觀眾溝通時，宜注意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，以達行銷溝通的目的，此可稱之為：
- (A)目標行銷 (B)銷售促進 (C)整合行銷溝通 (D)溝通策略
- 21 行銷通路宜在適當的時間與地點，提供正確的保險商品與服務給目標顧客。下列有關行銷通路交易功能的敘述，何者正確？
- (A)方便購買、資訊提供、風險分散、提升顧客關係
(B)方便購買、方便銷售、風險分散、選擇多樣化
(C)方便銷售、資訊提供、風險分散、提升顧客關係
(D)方便銷售、資訊提供、選擇多樣化、提升顧客關係
- 22 產險業透過其聘用之業務員、分支機構或櫃檯來招攬商業險種業務，此種行銷方式屬何種行銷制度？
- (A)代理人制度 (B)直接回應制度 (C)直接招攬制度 (D)經紀人制度
- 23 所謂業務人員自我內在的情緒商數，係泛指個人自我管理能力的，其包括三個要素。下列何者正確？
- (A)自我察覺、自我監控、自我激勵 (B)自我學習、自我監控、自我管理
(C)自我協調、自我監控、自我察覺 (D)自我學習、自我監控、自我激勵
- 24 保險業十分重視保戶服務品質，而消費者知覺的服務品質往往受到三個因素影響，下列何者錯誤？
- (A)公司聲譽 (B)無形展示 (C)保險商品或服務的客觀績效 (D)與顧客互動
- 25 顧客關係管理係追求服務品質、顧客滿意及忠誠，以達到公司利潤目標。顧客管理流程分為三個程序，下列何項正確？
- (A)投入、管理、提升 (B)吸引、維持、滿意
(C)吸引、維持、提升 (D)投入、管理、滿意
- 26 下列有關保險業作好顧客關係管理之三大要件，何項正確？
- (A)人力資源、流程、科技 (B)設備、管理、電腦
(C)資料庫、管理、人力資源 (D)人力資源、技術、科技
- 27 下列那些屬於保險業之間接行銷通路？①網路行銷 ②保險經紀人 ③保險代理人 ④電話行銷 ⑤銀行保險
- (A)①②③ (B)②③⑤ (C)②③④ (D)①④⑤
- 28 下列何者不是保險行銷市場總體環境因素？
- (A)利害關係者 (B)研發技術環境 (C)政治與法律 (D)人口統計與文化
- 29 保險公司趁旅客出境前在機場設櫃銷售旅行平安險，係屬下列何種市場區隔變數？
- (A)人口統計 (B)行為 (C)心理統計 (D)地理
- 30 根據 PZB 缺口模式，下列何種缺口取決於業者是否關心市場需求？
- (A)顧客知識 (B)品質規格 (C)服務傳遞 (D)外部溝通

- 31 若保險公司只販售標準化保單，除了理賠之外，甚少提供額外服務者，是採行下列那一種行銷管理哲學概念？
(A)商品 (B)生產 (C)行銷 (D)銷售
- 32 保險業者試圖以現有廣泛多樣的產品盡可能獲得巨大的市場占有率，在維持市場占有率的同時，試圖達到獲利的極大化，代表此一產品在產品生命週期中處於何種階段？
(A)導入 (B)成長 (C)成熟 (D)衰退
- 33 下列有關「專屬代理人制度」之敘述，何項正確？
(A)在國內稱之為普通代理人
(B)只能為一家保險公司或某一保險企業集團代理業務
(C)擁有終結與轉換所代表的保險人業務之權利
(D)為被保險人的利益，替其尋求可能的最適當保險，或提供損失控制服務
- 34 某一產險公司採取較低價格之基本訂價，而在附加服務的訂價上則採高額之訂價，係屬下列何種訂價方法？
(A)偏向訂價法 (B)價格內襯法 (C)差異訂價法 (D)彈性訂價法
- 35 下列何者不是車商介入車險市場之優點？
(A)大幅減少招募訓練行銷人員之費用 (B)節省保險公司設立據點之成本
(C)在經營策略上可放寬理賠條件 (D)減少帳務處理之人力與時間
- 36 銀行業成立保險部門或成立財產保險經紀人，其主要銷售商品為？
(A)工程責任保險 (B)住宅火災保險 (C)海上貨物運輸保險 (D)商業火災保險
- 37 下列何種策略常被應用於小規模或剛起步之產險公司？
(A)差異化行銷 (B)大量行銷 (C)無差異行銷 (D)集中行銷
- 38 資源基礎觀點 (resource-based view, RBV) 認為服務人員是金融機構發展的核心資源，下列何者不是服務人員協助企業取得競爭優勢應具備之特點？
(A)難以模仿 (imperfectly imitable) (B)有價值 (valuable)
(C)不可取代 (non-substitutable) (D)資訊蒐集 (information search)
- 39 下列關於保險公司之行銷管理程序，何者正確？
(A)分析市場機會→選擇目標市場→擬訂行銷組合→執行與控制
(B)分析市場機會→擬訂行銷組合→執行與控制→選擇目標市場
(C)選擇目標市場→分析市場機會→擬訂行銷組合→執行與控制
(D)選擇目標市場→執行與控制→分析市場機會→擬訂行銷組合
- 40 下列有關過去與現在保險行銷活動差異之敘述，何項正確？
(A)現今保險公司與消費者間的溝通較少
(B)市場愈趨競爭，產品間實質差異愈來愈小
(C)由過去以消費者產品導向為主，現在以生產者產品導向為主
(D)現代保險公司行銷不經由市場調查來研發新產品