

110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、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、在「新冠肺炎 (COVID-19)」疫情衝擊下的保險經營環境，財產保險業者如何建構其「行銷差異化」核心要項，試分述之。(25分)

二、試從保險行銷的成長策略 (growth strategy) 與競爭策略 (competitive strategy) 方向，分別陳述其可用的種類並一一具體舉例說明。(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 公司提供多種保險商品給單一企業，這種目標市場選擇的方式，稱為：
(A)集中行銷 (B)差異行銷 (C)產品專業化 (D)市場專業化
- 2 公司審慎並確保所有推廣活動能產生吸引顧客的一致性訊息，避免溝通的衝突與力量的分散。稱之為：
(A)行銷溝通力 (B)訊息控制力 (C)協調行銷衝突 (D)整合行銷溝通
- 3 保險公司設置客服中心 (call center)，同時藉由電腦電信整合系統進行顧客服務。下列敘述何者錯誤？
(A)透過客服中心可以進行互動行銷
(B)客服中心可以視為公司的利潤中心
(C)透過電腦電信整合系統傳遞服務，屬於公司間接通路型態
(D)以數位化方式記錄顧客資料，為極佳的顧客管理機制
- 4 針對產險公司服務品質缺口的描述，下列敘述何者錯誤？
(A)服務傳遞的缺口是指「管理者對消費者期望認知」和「實際傳遞服務」之間的差距
(B)品質規格的缺口是指「管理者對消費者期望認知」和「服務品質規格」之間的差距
(C)顧客知識的缺口是指「管理者對消費者期望認知」和「消費者期望的服務」之間的差距
(D)外部溝通的缺口是指「公司或業務員對外界之溝通」和「實際傳遞服務」之間的差距
- 5 關於產物保險的訂價策略，下列敘述何者錯誤？
(A)競爭訂價基礎是指如果公司所提供的服務和其他保險公司無差異，消費者會傾向選擇便宜的保險服務。單位成本較低的公司享有訂價優勢
(B)由於保險服務的內涵、水準與品質，都可依照不同要保人、被保險人之需求而配合調整，所以保險訂價可由要保人與公司協商決定
(C)保險商品與服務之無形性特徵下，消費者會將價格視為內在線索，推測公司的服務品質，更可突顯保險訂價與保障之對價關係
(D)愈是實物理賠型的商品，其價格之制定傾向於成本基礎與標準價格的訂價方式

- 6 公司展現對社會的關懷，將消費者的購買行為和公司對某一理念的金錢資助與支持連結在一起，稱之為：
(A)善因行銷 (B)支援關懷 (C)關係行銷 (D)顧客連結
- 7 保險行銷者應要設法確認在保險購買過程中，什麼人扮演什麼角色以促進銷售。下列說明何者錯誤？
(A)購買者是採取實際行動去購買的人，通常是要保人
(B)影響者是在銷售進行期間左右決策的參考群體
(C)使用者是受到保險契約保障的人
(D)提議者是保單銷售進行期間的行銷重點
- 8 產險公司進行消費者調查、設計保單內容和相關條款及提供各項服務等，成為可供市場選擇的保險商品。以上敘述，說明行銷價值在於創造何種效用？
(A)資訊效用 (B)形式效用 (C)市場效用 (D)擁有效用
- 9 服務人員為配合公司的要求或情境的需求，必須在公共場合控制與隱藏真實自己，以順利處理人際溝通與衝突，進而提升服務品質並維持企業形象。稱之為：
(A)行為控制 (B)服務控制 (C)情緒勞務 (D)密集勞務
- 10 產險公司擬定年度計畫時，必須制定年度獲取最大利潤的行銷組合。下列敘述何者正確？
(A)公司銷售量的變化會受一些無法掌控因素的影響，例如：國家對保險市場管理的鬆緊、消費者收入變化以及理賠支出等
(B)銷售反應函數是指在行銷組合中單一因素的變化與銷售量變化之間的關係
(C)公司的營業費用包括：資產折舊、水電費、員工薪資等固定費用
(D)公司加強行銷活動的同時，競爭者也會採取同樣的行動，加速該險種的市場飽和進程，導致每一個產險公司銷售增長速度下降
- 11 下列那一項不是業務經理常用來控制成本的方法？
(A)計算初年度費用率 (B)與其他公司的單位比較
(C)與公司內其他單位比較 (D)計算契約保全成本率
- 12 網路行銷是近年的發展趨勢，產險公司進行一項研究，想要了解「有那些人喜歡在網路上買保險？男性還是女性？是否偏向某一工作類型？年紀大的人是否也會在網路上投保？」這類資料蒐集與分析是屬於那一類型的研究？
(A)描述性研究 (B)規範性研究 (C)市場性研究 (D)探索性研究
- 13 行銷人員將市場加以區隔後應評估市場，下列有關評估標準之敘述，何者錯誤？
(A)符合可衡量性，例如：區隔內的消費者規模與購買力可以估計
(B)符合異質性，例如：分為喜歡看電視的男性與女性，以及不喜歡看電視的男性與女性
(C)符合可接近性，例如：區隔內的消費者容易透過媒體或管道進行溝通
(D)符合可實踐性，例如：具有地緣或語言文化的優勢，可以耕耘東南亞新移民市場
- 14 下列有關行銷涵義的說明，何者錯誤？
(A)行銷是一種交換活動 (B)行銷是一套社會程序
(C)行銷的執行對象可能是群體或個人 (D)行銷的標的不包含抽象觀念
- 15 銷售分析、市場占有率分析及獲利能力分析可顯示公司某些產品、地區或市場績效不佳的情況。若要進一步了解造成績效不佳的可能策略原因，則需要進行：
(A)行銷替代效率分析 (B)行銷組合效率分析 (C)市場忠誠度分析 (D)市場轉換率分析
- 16 下列有關服務場景（servicescapes）之敘述，何者錯誤？
(A)把實體環境當作刺激，導致員工與顧客產生反應
(B)音樂、氣味與色彩是影響周遭情境的要素
(C)空間功能與標誌影響知覺服務與社會互動
(D)顧客的趨近行為涵蓋：到訪、滯留、抱怨與花錢
- 17 下列有關產險公司選擇的市場區隔變數，何者不屬於行為變數之範疇？
(A)生活型態 (B)反應層級 (C)追求利益 (D)購買頻率

- 18 產險行銷人員實際制定顧客滿意問卷時，必須考量資料蒐集工具的正确性，是否能真正測量出顧客滿意度。這項對資料蒐集工具的要求，稱之為：
(A)信度 (B)準度 (C)效度 (D)深度
- 19 下列有關道德之敘述，何者錯誤？
(A)法律是行銷道德的底線，內線交易、挪用公款與盜用顧客資料是不道德的
(B)行銷道德是指在社會規範的約束下，公司行銷活動或成果所應遵守的準則
(C)行銷道德與個人的價值觀和特質有關，保險從業人員無法透過公司教育訓練增長
(D)道德是一套準則用以判斷行為的好與壞、應當與不應當、公理與不公、美好與傷害等
- 20 顧問式的保險銷售服務遞送方式，在與準客戶建立融洽關係並吸引其注意後，尚包括下列工作事項：①建立顧客購買動機 ②傾聽知曉保戶的回答 ③詢問適當的問題 ④媒合購買動機與保單利益 ⑤建構保險需求解決方案。適當的排列順序為：
(A)③②①④⑤ (B)①⑤④③② (C)②④③①⑤ (D)①④③②⑤
- 21 「市場服務分析」也是一種產險公司可採行的行銷績效評估方式，下列敘述何者正確？
(A)市場服務分析主要是想了解行銷通路的績效
(B)市場績效分析是一種財務面的分析
(C)「相對的服務品質」是市場服務分析的一種分析指標
(D)「顧客流失的數目」並非市場服務分析的指標之一
- 22 產險公司若想評估銷售團隊的效率，可以採行下列那些方法？①銷售人員每進行 100 次銷售訪問後所接下的訂單百分比 ②因促銷活動而增加的銷售百分比 ③每一期間所流失的顧客數目 ④銷售人員每次接洽客戶的平均銷售訪問時間
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 23 社群媒體行銷是目前相當熱門的網路行銷模式，下列有關社群媒體行銷的敘述，何者正確？
①社群媒體中經常存在負面意見，故必須聘請專人處理 ②社群媒體中的粉絲人數相當於顧客數，故應好好經營粉絲團 ③社群媒體充斥冒用公司品牌與身分的騙徒，業者必須保護自己的智慧財產權 ④社群媒體有助於產險業者建立客戶信任，提供更人性化的服務
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 24 產險公司的服務品質與公司的績效息息相關，下列有關服務品質各要素的描述，何者錯誤？
(A)「一致可靠」要素指的是產險公司提供理賠與保全等售後服務的穩定性
(B)「有形展示」要素指的是員工的專業知識與禮貌
(C)「及時回應」要素指的是對客戶提供協助的意願與速度
(D)「同理心」要素指的是對顧客表示體諒與提供個別關懷的做法
- 25 為確保公司所屬人員的行為與績效符合組織的標準，產險公司可以採用的控制方法有五大類。而其中有關「財務控制」的敘述，何者錯誤？
(A)財務控制一般可以分為 3 種，包括預算控制、財務報表控制及財務稽核控制
(B)財務報表控制是指透過資產負債表、損益表或相關財務數據之比例分析，達到控制之目的
(C)內部與外部財務稽核之目的，均為稽核公司所採用的財務報表編製方式，是否符合一般公認之會計準則
(D)由於內部財務稽核由公司員工擔任，因此成本較低
- 26 下列那些通路屬於產險公司間接的行銷通路？①社群媒體行銷 ②保險經紀人 ③保險代理人 ④外包之電話行銷
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 27 對消費者而言，產險公司採用網路行銷有何優點？①可節省保險費 ②適合購買複雜性高的保險商品 ③不限時間與地點，方便購買與查詢 ④可獲得較豐富的資訊，諸如公司背景資料與保險商品資訊……等
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 28 若產險公司對非營利組織及慈善團體提供贊助，以之做為行銷計畫的一部分，是屬於下列何種行銷方式？①目標行銷 ②善因行銷 ③事件行銷 ④整合行銷
(A)①② (B)①③ (C)②③ (D)②④

- 29 產險公司可運用各種方法，激勵消費者在線上自發性的將公司產品的優惠內容或有趣感人的訊息，轉寄給朋友。這種做法屬於下列那種行銷方式？①病毒式行銷 ②事件行銷 ③部落格行銷 ④口碑行銷
(A)①② (B)①④ (C)②③ (D)③④
- 30 產險公司針對「已向其投保火險的保戶」，行銷其「現有的車險商品」，稱之為：
(A)市場滲透 (B)市場發展 (C)產品發展 (D)多角化經營
- 31 市場哲學的演進經過數個階段，下列有關各階段市場哲學之敘述，何者正確？①處於「銷售觀念」階段的廠商，會同時重視公司的利潤與顧客的需要 ②處於「行銷觀念」階段的廠商，只重視公司的利潤 ③處於「社會責任行銷觀念」階段的廠商，除了追求公司的利潤與滿足客戶的需要以外，還強調經營要符合社會福祉 ④處於「產品觀念」階段的廠商，認為好產品自然好賣，故而組織經營的重點在於追求最高品質的產品
(A)①② (B)①④ (C)②③ (D)③④
- 32 110 年 4 月 2 日臺鐵太魯閣號因邊坡翻落的工程車，導致重大傷亡事件。重大意外事件往往引發社會大眾對意外傷害險的投保意願，請問市場上提供意外傷害險的產險公司，彼此之間屬於下列那一種競爭者的類型？
(A)慾望 (B)本質 (C)型式 (D)品牌
- 33 產險消費者制定投保決策時會依序考慮下列各個集合，集合內包含的是市場上產險公司的品牌，在考慮的過程中，集合內產險公司的數量將越來越少，直到消費者選出要投保的品牌為止。依照消費者制定投保決策的順序，何者正確？①選擇集合 ②知曉集合 ③考慮集合 ④整體集合
(A)①④②③ (B)②④①③ (C)④②③① (D)④③②①
- 34 消費者在進行產險商品方案評估的時候，除了「期望價值模式」以外，亦可使用「直覺法」來做選擇。下列有關直覺法的敘述，何者錯誤？
(A)直覺法屬於「非補償性模式」，正面與負面的屬性並不會彼此抵消
(B)採用「代表性直覺法」的消費者會選擇自己認為「最重要屬性」得分最高的品牌
(C)採用「連結式直覺法」的消費者，對所有屬性會設定一致的最低接受下限。若某一品牌所有屬性都通過此下限，即是消費者的第一選擇
(D)直覺法用一種比較獨立的方式來評估屬性，對消費決策的制定是比較容易的
- 35 產險公司選擇目標市場時，可參酌下列那些標準？①目標市場規模夠大 ②目標市場得以用經濟、有效的方式接近 ③目標市場的競爭者眾多 ④目標市場吻合產險業者的形象
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 36 業者以超低價格的產品吸引客戶來消費，再以售罄、缺貨等藉口，使客戶無法購得該產品，繼而遊說客戶購買其他相似類型但價格較高的商品。這種定價法，稱之為：
(A)誘餌式定價 (B)犧牲打定價 (C)差別定價 (D)談判定價
- 37 產險公司若推出「30 分鐘到達事故現場」的服務，請問這屬於下列那一種服務創新？
(A)主要創新 (B)服務改善 (C)產品線延伸 (D)型態（風格）改變
- 38 依英國劍橋大學三位教授（Parasuraman, Zeithaml and Berry）提出之服務品質模式（即 PZB），其「實際傳遞的服務」與「服務品質的規格」之間的差距，屬於下列何項缺口？
(A)缺口一（知識差距） (B)缺口二（政策差距）
(C)缺口三（提供差距） (D)缺口四（溝通差距）
- 39 消費者在購買保單時，會考慮是否划算、會擔心一旦出險，該保單是否能夠提供足額的理賠以免蒙受損失，請問此時消費者考慮的是下列那一種知覺風險？
(A)心理風險 (B)財務風險 (C)實體風險 (D)社會風險
- 40 消費者的購買行為若依循「需求確認、資訊蒐集、替代方案評估、購買決策與購後評估」之流程，稱為下列何種購買模式？
(A)理性 (B)便利 (C)人情導向 (D)組織

測驗式試題標準答案

考試名稱：110年專技高考大地工程技師考試分階段考試（第一階段考試）、驗船師、引水人、第一次食品技師、高等暨普通考試消防設備人員、普考地政士、專責報關人員、保險人員考試

類科名稱：財產保險經紀人

科目名稱：財產保險行銷概要（試題代號：4303）

單選題數：40題

單選每題配分：1.25分

複選題數：

複選每題配分：

標準答案：

題號	第1題	第2題	第3題	第4題	第5題	第6題	第7題	第8題	第9題	第10題
答案	D	D	C	A	C	A	D	B	C	D

題號	第11題	第12題	第13題	第14題	第15題	第16題	第17題	第18題	第19題	第20題
答案	D	A	B	D	B	D	A	C	C	A

題號	第21題	第22題	第23題	第24題	第25題	第26題	第27題	第28題	第29題	第30題
答案	C	C	C	B	D	D	C	C	B	A

題號	第31題	第32題	第33題	第34題	第35題	第36題	第37題	第38題	第39題	第40題
答案	D	D	C	B	B	A	B	C	B	A

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

備註：