

代號：30340
頁次：4-1

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

測驗式試題標準答案

105年專門職業及技術人員高等考試大地工程技師分階段、驗船師、第一次食品技師考試
考試名稱：、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

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	A	D	B	C	A	A	D	D	B	B

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	C	C	D	D	A	D	A	D	A	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	B	D	C	A	B	B	A	B	B

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	A	C	D	C	B	B	C	A	D	D

題號	第41題	第42題	第43題	第44題	第45題	第46題	第47題	第48題	第49題	第50題
答案										

題號	第51題	第52題	第53題	第54題	第55題	第56題	第57題	第58題	第59題	第60題
答案										

題號	第61題	第62題	第63題	第64題	第65題	第66題	第67題	第68題	第69題	第70題
答案										

題號	第71題	第72題	第73題	第74題	第75題	第76題	第77題	第78題	第79題	第80題
答案										

題號	第81題	第82題	第83題	第84題	第85題	第86題	第87題	第88題	第89題	第90題
答案										

題號	第91題	第92題	第93題	第94題	第95題	第96題	第97題	第98題	第99題	第100題
答案										

備註：