

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管理，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

測驗式試題標準答案

111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、第一次食品技師考試名稱：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	C	A	C	C	B	D	A	D	A	A

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	C	C	D	B	C	A	C	C

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

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：