

中華民國人壽保險管理學會
102 年度秋季壽險管理人員暨核保理賠人員測驗
科目：壽險行銷

試 場 規 則

- 一、每次測驗時間為 100 分鐘。
- 二、參加測驗人員憑身分證件（限用中華民國身分證、有效期間內之駕駛執照、護照正本、附有相片之健保 IC 卡、外僑永久居留證或外籍、大陸配偶領有長期居留證件）及准考證入場，無身分證件或持未附有照片的證件者，不得入場考試。
- 三、測驗開始後未滿 30 分鐘不准出場，超過 15 分鐘仍未入場者均以缺考計。
- 四、參加測驗人員應依准考證上所載之場次及試場座號對號入座，否則均以缺考計。
- 五、禁止攜帶參加測驗證件、文具以外之物品進入試場，否則以違規論並以 0 分計算該次測驗成績。
- 六、測驗進行時，參加測驗人員禁止左顧右盼、使用電子通訊設備、交談等，企圖舞弊之情事，否則以違規論並以 0 分計算該次測驗成績。
- 七、答案卡上不得出現任何與作答無關之註記，否則以缺考計。
- 八、只繳回答案卡，若該堂考科需考試證明之考生，請監考人員於准考證上蓋到考證明，另試題卷請考生自行保留。
- 九、參加測驗人員如有疑問（如試題印刷不清等情形），應舉手表示，待監考人員近身時方可提出。
- 十、壽險數學、會計與經濟、壽險財務管理等三科目，可攜帶簡易型計算機，其他科目則不得攜帶計算機入場。

單選題：(25 題，每題 2 分，共計 50 分，答錯不倒扣)

1. 以下何者不是服務的特性？
 - (A) 無形性
 - (B) 不可保存
 - (C) 標準化程度低
 - (D) 一致性
 - (E) 生產與消費同步發生

2. 以下關於人壽保險起源的描述，何者為非？
 - (A) 道光 22 年，魏源在《海國圖志》中，將保險公司譯為『擔保會』
 - (B) 十五世紀出現在歐洲的基爾德組織，是由社會階層相同者，基於互相扶持之精神所成立的團體
 - (C) 1676 年成立於德國的『救濟金庫』，是世界上最早的公營火災保險組織
 - (D) 成立於 1683 年的『友愛社』，是英國最早的相互保險組織
 - (E) 古羅馬帝國時代的互助協會，是人壽保險制度起源最普遍的說法

3. 『為了達到社會和諧與進步及企業之行銷目標，從事行銷之相關人員或組織，必須遵守的言行規範』，前段敘述指的是？
 - (A) 行銷規範
 - (B) 行銷道德
 - (C) 行銷承諾
 - (D) 行銷標準
 - (E) 行銷指引

4. 策略行銷規劃通常包含以下幾個主要步驟，請排出正確的規劃流程：a. 決定組織之願景與使命 b. 發展目標 c. 診斷組織內外環境 d. 結果評估與回饋 e. 制訂及檢討策略 f. 提出戰術或技巧
 - (A) abcdef
 - (B) bacdef
 - (C) acbefd
 - (D) acebfd
 - (E) cabefd

07-壽險行銷

5. 壽險行銷研究最常使用的是問卷調查法，實際執行上又可分為郵寄調查、電話調查及當面調查三種，以下何者不是郵寄問卷調查法的優點？
- (A) 回收時間最快
 - (B) 單位成本最低
 - (C) 所需人力、物力最少
 - (D) 容易操作
 - (E) 可以問比較敏感的題目
6. 個別消費者市場之區隔變數一般可分為行為變數、心理變數、人口統計變數與地理區域變數，下列何者不屬於行為變數？
- (A) 需求
 - (B) 尋求利益
 - (C) 生活形態
 - (D) 態度
 - (E) 使用率
7. 除了環境因素之外，消費者個人因素也會影響其壽險購買行為。以下何者不是影響壽險購買行為的個人因素？
- (A) 經濟能力
 - (B) 購買動機
 - (C) 保險知識
 - (D) 親朋好友的意外事故
 - (E) 對保險與保險公司的態度
8. 請排列出正確的理性壽險購買模式：a. 壽險資訊搜尋 b. 壽險購買需求確認 c. 替代方案評估 d. 購後評估 e. 決定購買與否
- (A) abcde
 - (B) bacde
 - (C) baced
 - (D) bcaed
 - (E) bcade

9. 購買中心指的是組織內參與購買決策制訂的人之集合，購買中心的參與者通常會有不同角色的扮演，其中，具有實權與供應商協商及決定購買條件之人為？
- (A) 使用者
 - (B) 影響者
 - (C) 決定者
 - (D) 購買者
 - (E) 核准者
10. 以下何者不是顧客不滿意或抱怨的原因？
- (A) 實際績效低於先前期望
 - (B) 實際績效讓顧客產生不滿
 - (C) 顧客在消費或接受服務時，產生不好的感覺
 - (D) 問題屬於持續性、責任歸屬於廠商且非廠商可控制的
 - (E) 顧客認為交易不公平
11. 以下何者不是人身保險的定價要素？
- (A) 保險公司的品牌價值
 - (B) 承保事件發生的機率
 - (C) 時間的金錢價值
 - (D) 投保金額
 - (E) 附加費用
12. 相較於其他媒體，網際網路具有多項特色，以下何者為針對廠商而言的特點？
- (A) 方便購買與查詢
 - (B) 提供更自由化的交易與提昇銷售量
 - (C) 資訊豐富
 - (D) 顧客化程度提高
 - (E) 購買成本降低

13. 根據調查研究顯示：開發一個新顧客的成本是服務既有顧客成本的 5-7 倍。下列何者不是提供滿意的服務給現有顧客可以帶給業務員的好處？
- (A) 這些顧客會繼續投保，不會輕易被競爭者搶走、造成損失
 - (B) 當現有顧客對其他壽險產品有需求時，他們大都會再找同一位業務員購買
 - (C) 滿意的顧客是最好的廣告，可為業務員塑造良好的口碑
 - (D) 滿意的顧客會再介紹更多的顧客給業務員
 - (E) 滿意的顧客會對商品的價格斤斤計較
14. 人情四要素，不包括下列何者？
- (A) 以利益為基礎
 - (B) 真誠關懷的心
 - (C) 平時多溝通
 - (D) 贈送禮物或提供資訊
 - (E) 必要時提供迅速、及時的協助
15. 下列何者為成功業務員應具備的專業知識？
- (A) 產品專業知識
 - (B) 管理專業知識
 - (C) 行銷專業知識
 - (D) 壽險業及顧客行業的專業知識
 - (E) 以上皆是
16. 個人常常不自覺地以自己的文化價值、過去經驗與既有知識作為決策的基礎，這種情形稱為？
- (A) 彼得原理
 - (B) 月暈效果
 - (C) 自我參考標準
 - (D) 差序格局
 - (E) 類推原則

07-壽險行銷

17. 服務品質的決定因素中，何者為『壽險公司、經紀人代理人公司及其業務員，對顧客表示體諒與提供個別關懷的做法』？
- (A) 一致可靠
 - (B) 有形展示
 - (C) 安全感與服務能力
 - (D) 及時回應
 - (E) 同感心
18. 下列何者不是保險公司主管不瞭解顧客需求的原因？
- (A) 公司組織設置不良
 - (B) 公司主管本身對市場導向的漠視
 - (C) 未進行市場調查
 - (D) 公司行銷研究功能不彰
 - (E) 公司內部溝通不良
19. 『透過能滿足員工需求的工作設計，以吸引、發展、激勵及留住有能力的員工，並且因此達到行銷目標與公司任務。』以上描述為何者之定義？
- (A) 工作設計
 - (B) 員工發展
 - (C) 人員管理
 - (D) 內部行銷
 - (E) 人事管理
20. 台灣壽險業實施之教育訓練可分為三個階段：職前教育、銜接教育及在職教育，下列何者不屬於職前教育之訓練內容？
- (A) 人壽保險基本知識
 - (B) 銷售技巧
 - (C) 壽險產品
 - (D) 作業流程
 - (E) 角色扮演

21. 『企業吸引、發展與維持顧客關係的行銷過程』為下列何者之定義？
- (A) 關係行銷
 - (B) 內部行銷
 - (C) 顧客行銷
 - (D) 顧客開發
 - (E) 顧客服務
22. 關於顧客關係管理運作的關鍵要素，下列何者為非？
- (A) 其目的在於透過極大化顧客滿意與忠誠度，極大化公司利潤
 - (B) 其對象不是所有的顧客，而是對公司有利潤貢獻的特定群組
 - (C) 顧客管理流程可以劃分為吸引、維持及提升三個密不可分且循環不已的步驟
 - (D) 其運作要件必須整合公司的人力、流程與科技
 - (E) 僅須部分人員參與即可
23. 『結合特殊的軟體工具，對資料進行分類並且建立預測模式』指的是哪一項技術？
- (A) 資料倉儲
 - (B) 資料採擷
 - (C) 線上分析處理
 - (D) 決策支援與報告工具
 - (E) 互動語音回應系統
24. 下列何者非評估與控制的主要目的？
- (A) 因應環境改變
 - (B) 限制錯誤的累積
 - (C) 滿足監理機關的需求
 - (D) 極小化成本
 - (E) 迎合組織之複雜性

25. 以下何者不是優秀的業務員應養成的習慣？

- (A) 主動、積極
- (B) 目標導向
- (C) 專注於服務核心顧客
- (D) 分清事情的優先順序
- (E) 傾聽客戶需求

複選題(25 題，每題 2 分，共計 50 分，答錯不倒扣，全對才給分)

26. 提高顧客滿意度可以為保險公司帶來哪些好處？

- (A) 促使顧客重複購買
- (B) 塑造良好口碑
- (C) 減少人事成本
- (D) 提升公司利潤
- (E) 介紹更多顧客

27. 以下何者為台灣壽險市場之行銷發展趨勢？

- (A) 全方位的財務金融服務
- (B) 行銷導向
- (C) 通路多元化
- (D) 業務員專業化
- (E) 產品一致性

28. 依據《保險業務員管理規則》，業務員的哪些行為，將會被撤銷登錄或停止招攬？

- (A) 妨害告知
- (B) 以誇大不實之宣傳、廣告招攬
- (C) 代簽名
- (D) 以登錄證供他人使用
- (E) 挪用保費

29. 潛在競爭者的可能威脅，主要視進入與退出障礙高低而定，以下何者為可能的進入障礙？
- (A) 對顧客與中間商之長期契約承諾
 - (B) 規模經濟
 - (C) 所需的資本投資
 - (D) 既有顧客之忠誠度及產品差異化之可能性
 - (E) 配銷通路建立之難易程度與成本
30. 關於壽險行銷研究的敘述，以下何者為真？
- (A) 行銷研究方法通常可分為計質研究法與計量研究法
 - (B) 壽險行銷研究流程始於決定研究方法
 - (C) 計質研究法的主要目的在於深入瞭解事情或現象發生背後的原因或動機
 - (D) 次級資料指的是，其他人為其本身之研究目的所蒐集的資料
 - (E) 觀察法是屬於計質研究法的一種
31. 以下何者為構成買方市場的三項要件？
- (A) 購買力
 - (B) 購買習慣
 - (C) 購買權
 - (D) 購買需求
 - (E) 購買者
32. 台灣消費者購買壽險的動機可歸納為利己動機和利他動機，下列何者屬於利他動機？
- (A) 保障家庭
 - (B) 保障債權人
 - (C) 人情動機
 - (D) 養老
 - (E) 儲蓄動機

33. 關於消費者購買模式中，可能產生的風險之描述，以下何者為真？
- (A) 財務風險指的是，消費者因購買產品，所導致本身經濟能力發生困難之程度
 - (B) 社會風險指的是，消費者所購買、具重要性的產品，不符合其自我觀念或自我形象的機會大小
 - (C) 心理風險指的是，因所購買產品不符合參考群體標準，而產生之壓力
 - (D) 績效風險指的是，產品使用時無法達到預期效果或發生問題的可能性
 - (E) 生理風險指的是，因產品績效不佳，而導致消費者身體受損之風險
34. 下列對於組織型顧客購買情境的描述，何者為真？
- (A) 當企業首次購買，通常都會採取全新購買模式
 - (B) 全新購買模式的購買過程最仔細、最繁複
 - (C) 多數的小量購買都屬於直接重購
 - (D) 修正重購指的是，之前已經執行多次的一種例行性購買
 - (E) 修正重購通常會引進買賣雙方額外的決策參與者
35. 企業的顧客抱怨處理不但攸關公司形象，而且更可能影響客戶忠誠度及公司利潤。下列何者為適當的處理方式？
- (A) 主動蒐集顧客抱怨原因之相關資料
 - (B) 主動與保戶接觸以了解抱怨原因
 - (C) 定期進行滿意度調查
 - (D) 設立 0800 免付費服務專線
 - (E) 盡速處理顧客抱怨
36. 關於傳統型保單與投資型保單之比較，下列哪些描述是正確的？
- (A) 投資型保單繳費方式採定期、定額方式
 - (B) 傳統型保單之投資資產管理採分離帳戶制
 - (C) 投資型保單的現金價值通常沒有保證
 - (D) 傳統型保單的投資風險由保險公司承擔
 - (E) 投資型保單的費用收取較不透明

37. 針對新型態行銷通路之描述，下列何者為真？
- (A) DM 行銷可涵蓋之地區廣泛但售後服務品質較差
 - (B) 電話行銷平均銷售成本低、方便購買
 - (C) 銀行保險可透過銀行的專業形象，在人口集中地區吸引顧客
 - (D) 網際網路行銷可提供精準的資訊，適合銷售複雜型保單
 - (E) 電話行銷成功的主要關鍵不包括正確的顧客資料
38. 關於蜘蛛網理論的描述，下列何者不正確？
- (A) 蜘蛛網理論是指：當一隻蜘蛛能避開天災，慎選擁有最多獵物的地點，而且又能耐心地結成又大又結實的蜘蛛網時，它成功豐收的機率最大。
 - (B) 在獵物最多、天災最少的地方結網，是蜘蛛網理論的技術性指標
 - (C) 對業務員而言，技術性指標的應用為：能夠明確界定競爭者與目標市場
 - (D) 結成又大又結實蜘蛛網的各種方法，是蜘蛛網理論的策略性指標
 - (E) 對業務員而言，策略性指標的應用為：廣佈與鞏固關係網的種種方法
39. 關於人情保的描述，下列何者正確？
- (A) 以消費者的立場來看，人情保是指因為人情的關係才購買保險
 - (B) 以保險公司的立場來看，人情保是指僅依賴人情因素來銷售保險，卻未具備應有的專業知識，也未提供應有的售後服務
 - (C) 一般而言，人情保退保的機率較低
 - (D) 人情保對消費者弊多於利，但是對業務員利多於弊
 - (E) 以上皆非
40. 業務員發問時應掌握哪些原則？
- (A) 為節省時間，適時地替客戶代答
 - (B) 為表現個人的坦率，問問題儘可能單刀直入
 - (C) 多問問答題，少問是非題與選擇題
 - (D) 以微笑或點頭方式，鼓勵潛在顧客回答或繼續發表意見
 - (E) 容許交談中出現片刻沈默

07-壽險行銷

41. 以下為部分銷售流程之步驟，其中有哪些是在遞送保單前進行的流程？

- (A) 拒絕處理
- (B) 潛在顧客搜尋
- (C) 促約
- (D) 售後服務
- (E) 接觸準客戶

42. 如何落實服務品質策略？以下何者正確？

- (A) 瞭解保戶對服務品質之期待
- (B) 循序漸進提昇服務水準
- (C) 隨時注意顧客對服務品質需求之變化
- (D) 密切掌握其他競爭者之動向
- (E) 提高顧客對服務品質的期待

43. 關於改善服務品質之建議，下列何者正確？

- (A) 僅客服人員須對服務品質許下具體承諾
- (B) 獎勵標準要同時考慮經濟數字績效與行為績效
- (C) 提供員工適當的工具與訓練
- (D) 組織型態扁平化與跨部門溝通之加強
- (E) 列出服務品質改善方案的優先次序

44. 保險公司留才三項重要措施為何？

- (A) 教育訓練
- (B) 適時指導
- (C) 獎懲
- (D) 薪酬
- (E) 企業文化

45. 教育訓練的主要目標為何？
- (A) 建立員工正確的工作心態
 - (B) 增進員工工作知識與技能
 - (C) 培養員工解決問題的能力
 - (D) 引導員工自我學習及對工作與公司產生歸屬感
 - (E) 協助員工在專業證照考試中取得高分
46. 以下何者為職場行銷所面臨的主要挑戰？
- (A) 管理、帳單處理與保單遞送
 - (B) 客戶申訴問題
 - (C) 雇主的可接近性
 - (D) 加退保登記問題
 - (E) 雇主觀念問題
47. 下列有關傾聽技巧的說明，有哪些是正確的？
- (A) 將注意力放在顧客身上，傾聽他的話語及他要表達的意思
 - (B) 顧客說話的同時，同步規劃接下來要講的內容
 - (C) 避免一些容易造成緊張的習慣
 - (D) 顧客誤解我們的意思時，應立即打斷並加以解釋
 - (E) 藉由肢體語言的回饋，讓顧客知道你很專心地在傾聽
48. 自我內在情緒商數泛指個人自我管理的能力，它包含哪幾項要素？
- (A) 自我察覺
 - (B) 自我監控
 - (C) 自我激勵
 - (D) 自我學習
 - (E) 自我發展

49. 顧客關係管理在人力、流程與科技等三大要件上，可能產生的障礙的有哪些？
- (A) 扁平化的組織
 - (B) 高階主管支持度不足
 - (C) 缺少顧客關係管理專家
 - (D) 跨部門整合不足
 - (E) 前端系統、後端系統與分析系統整合不足
50. 下列關於有效控制之準則，哪些描述是正確的？
- (A) 控制與規劃的相關性越低，控制系統就越有效
 - (B) 客觀的控制或控制系統指的是，沒有偏差或不會被員工操弄以圖利自己的控制方法
 - (C) 及時性指的是，控制方法必須在最需要的時候及時提供所需資訊
 - (D) 完整性指的是，控制或控制系統必須涵蓋保險公司的所有職能
 - (E) 可接受性指的是，所採用的控制或控制系統必須是員工認為必要、而且是適當的