

**中華民國人壽保險管理學會**  
**104 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、 每科測驗時間為 100 分鐘；遲到 15 分鐘到場者，不准應考；考試 30 分鐘後始准離開考場，否則視同缺考。
- 二、 應考人憑身分證件（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，並置於桌角前方，以備核對，無身分證件或持未附有照片的證件者，不得入場考試。
- 三、 應考人應依准考證上所載之場次及試場座號對號入座，每節考試座位不一定相同，請詳閱試場公布之座次表，否則視同缺考。
- 四、 應考人之書籍文件應放置於試場前後方或指定場所，不得置於抽屜中、桌椅下、座位旁或隨身攜帶，否則以違規論並以 0 分計算該堂測驗成績。
- 五、 各科考題皆為選擇題，請自備原子筆、2B 鉛筆、修正帶及橡皮擦應試作答。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 分計算該堂測驗成績。
- 六、 測驗進行時，應考人禁止左顧右盼、使用電子通訊設備、交談等，企圖舞弊之情事；並請將行動電話等相關電子通訊器材關機，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，否則視同缺考。
- 八、 只繳回答案卡，若應考人需該堂考科考試證明，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、 應考人如有疑問（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，否則以違規論並以 0 分計算該堂測驗成績。

※天災注意事項：若遇非人為因素(如颱風)之事件，則依政府機關公布之停班停課訊息為準，若臺北市/新北市、臺中市、高雄市其中只要任一市停班停課，則各區當次測驗隨之順延，當次測驗其他相關事宜，請以學會網站公布之訊息為準。

**單選題：(25 題，每題 2 分，共計 50 分，答錯不倒扣)**

1. 『利用所得、職業、性別等變數，將可能的目標顧客區分成較小的同質族群。』以上敘述為下列何者之定義？
  - (A) 行銷研究
  - (B) 行銷組合
  - (C) 市場區隔
  - (D) 顧客滿意
  
2. 在十五世紀歐洲，由職業相同者，基於互相扶持之精神所成立的團體為何？
  - (A) 擔保會
  - (B) 基爾德組織
  - (C) 救濟金庫
  - (D) 友愛社
  
3. 學者史密斯(N. Craig Smith)針對不同企業在決定其行銷決策時，是否合乎道德的評估標準之價值觀，提出了所謂道德漸進性架構，從企業取向到消費者取向的五個學派依序是：
  - (A) 產業實務學派、自由競爭學派、消費者主權學派、道德章程學派、消費者至上學派
  - (B) 自由競爭學派、道德章程學派、產業實務學派、消費者至上學派、消費者主權學派
  - (C) 自由競爭學派、產業實務學派、道德章程學派、消費者主權學派、消費者至上學派
  - (D) 道德章程學派、產業實務學派、自由競爭學派、消費者至上學派、消費者主權學派
  
4. 以下何者不屬於莫斯特架構之構面？
  - (A) 經營理念或經營使命
  - (B) 策略
  - (C) 戰術或技巧
  - (D) 行銷計畫
  
5. 下列何者不屬於計質研究法？
  - (A) 深度訪談
  - (B) 焦點集體訪談
  - (C) 實驗設計法
  - (D) 投射技巧

6. 以下何者非區隔組織型購買者的變數？
- (A) 顧客國籍
  - (B) 顧客所在地點
  - (C) 顧客類別
  - (D) 購買狀況
7. 影響消費者壽險購買的因素可分為「環境因素」、「個人因素」、「壽險公司的行銷策略及其他因素」，下列何者不屬於環境因素？
- (A) 文化
  - (B) 經濟因素
  - (C) 保險知識
  - (D) 他人影響
8. 消費者在作成購買決策之後，所產生之疑惑或焦慮狀態指的是？
- (A) 事後評估
  - (B) 事後焦慮
  - (C) 購後失落
  - (D) 購後失調
9. 以下為組織型顧客之購買決策流程中之四個階段，請問哪個階段的排序應該在最前面？
- (A) 供應商搜尋
  - (B) 一般需求確認
  - (C) 供應商選擇
  - (D) 訂單或合約內容確認
10. 以下四類抱怨者中，何者最可能進行負面口耳相傳、停止購買及向廠商抱怨？
- (A) 活躍者
  - (B) 憤怒者
  - (C) 發聲者
  - (D) 被動者

11. 下列何者非未來保險商品趨勢？
- (A) 產品標準化
  - (B) 產品資訊公開化
  - (C) 全方位財務金融商品之整合
  - (D) 週邊產品或服務多樣化
12. 下列何者不屬於網際網路針對消費者的特點？
- (A) 方便購買與查詢
  - (B) 顧客化程度高
  - (C) 購買成本降低
  - (D) 提高顧客服務品質
13. 根據蜘蛛網理論，要在獵物最多、天災最少的地方結網，業務員應瞭解目標市場在哪裡？主要競爭者是哪些公司的業務員？以上所述指的是蜘蛛網理論中的何種指標？
- (A) 策略性指標
  - (B) 技能性指標
  - (C) 執行力指標
  - (D) 技術性指標
14. 人們常用不同的標準，來對待和自己不同關係的人，一旦建立了緊密的關係，通常可以得到較好的對待與較多的好處。以上敘述指的是？
- (A) 利害關係理論
  - (B) 利益交換理論
  - (C) 差序格局
  - (D) 差別待遇
15. 溝通技巧在壽險行銷中扮演舉足輕重的角色，以下對於溝通技巧的敘述，何者為非？
- (A) 觀察顧客的臉色以採取適當的因應措施
  - (B) 為提供迅速的服務，應打斷顧客的談話，主動提出解決方案
  - (C) 適切地發問，並以各種方式鼓勵顧客提出問題
  - (D) 展現專業知識，提供對顧客最有利的保單建議書

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或參考標準」指的是？
- (A) 自我意識標準
  - (B) 自我參考標準
  - (C) 自我經驗標準
  - (D) 他人經驗標準
17. 服務品質決定要素中，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) 迅速正確
  - (B) 同感心
  - (C) 一致可靠
  - (D) 有形展示
18. 對於產生「服務品質標準與實際提供的服務品質之間的差距」，以下何者非可能原因？
- (A) 服務品質標準訂定的明確程度
  - (B) 公司是否對實際提供服務進行監控
  - (C) 獎勵與工作績效的配合程度
  - (D) 顧客對於服務品質的認知
19. 留才三部曲不包括下列何者：
- (A) 薪酬
  - (B) 教育訓練
  - (C) 適時指導
  - (D) 獎懲
20. 以下對於教育訓練必要性之描述，何者不正確？
- (A) 教育訓練能讓員工避免掉入沿襲過去工作習慣的陷阱
  - (B) 教育訓練可以提高生產力、降低生產成本
  - (C) 教育訓練可以減少缺席率、提昇員工士氣
  - (D) 教育訓練可以確保公司目標的達成

21. 職場行銷對於保險公司的業務員或其代理人、經紀人而言有許多優點，不包括下列何者？
- (A) 降低理賠率
  - (B) 增加交叉銷售保險產品的機會
  - (C) 降低行銷與管理成本
  - (D) 提高繼續率
22. 以下對於「人情」的描述，何者有誤？
- (A) 個人遭遇到各種不同生活情境時，可能產生的情緒反應
  - (B) 等同於人際關係
  - (C) 人與人進行社會交易時，可以用來餽贈對方的一種資源
  - (D) 人與人應該如何相處的社會規範
23. 優秀業務員應養成的習慣不包括下列何者？
- (A) 主動、積極
  - (B) 傾聽顧客需求
  - (C) 商品導向
  - (D) 不斷自我精進
24. 「透過公司人力、流程與科技之整合，提供合適的產品或服務以吸引、維持及提升特定顧客之關係，並因此極大化顧客滿意與忠誠度及公司獲利的一系列過程」指的是？
- (A) 顧客關係管理
  - (B) 資訊管理
  - (C) 資料採擷
  - (D) 資料倉儲
25. 下列何者不是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) 利潤極大化
  - (D) 迎合組織之複雜性

**複選題(25 題，每題 2 分，共計 50 分，答錯不倒扣，全對才給分)**

26. 促銷組合要素包括？

- (A) 廣告
- (B) 客服專線
- (C) 公共關係
- (D) 人員銷售與銷售促進

27. 台灣壽險業的市場行銷發展趨勢包括？

- (A) 提供全方位的財務金融服務
- (B) 通路多元化
- (C) 業務員專業化
- (D) 產品多樣化

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) 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) 特定資產投入多寡
- (B) 對顧客及中間商之長期契約承諾多少
- (C) 規模經濟
- (D) 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) 問卷調查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) 購買者
  - (B) 購買力
  - (C) 購買權
  - (D) 購買需求
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) 儲蓄
  - (B) 養老
  - (C) 保障家庭
  - (D) 遺產稅考量
33. 以下何者為消費者在購買保險時，評估各個可能替代方案的重要考慮因素？
- (A) 公司形象
  - (B) 口碑
  - (C) 業務員的專業程度
  - (D) 服務態度
34. 以下對購買中心參與人員的描述，何者正確？
- (A) 發起者是指發起或要求購買某項產品或服務者
  - (B) 影響者是指具有實權與供應商協商及決定購買條件之人
  - (C) 決定者是指決定產品或服務項目及供應商之人
  - (D) 核准者是指可以禁止賣方或資訊觸及購買中心成員之人
35. 以下何者為顧客不滿意或抱怨的原因？
- (A) 問題責任歸屬於廠商但非廠商可控制的
  - (B) 實際績效低於先前期望
  - (C) 顧客認為交易不公平
  - (D) 顧客在消費或接受服務時，產生不好的感覺

36. 下列何者屬傳統型保單？
- (A) 健康保險
  - (B) 萬能保險
  - (C) 變額年金
  - (D) 傷害保險
37. 關於業務員通路的描述，以下何者不正確？
- (A) 在開發潛在顧客上較被動
  - (B) 對保險公司而言，成本較低
  - (C) 流動率偏高
  - (D) 適合銷售較複雜的商品、提供客製化的服務
38. 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。下列何者為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) 滿意的顧客是最好的廣告，可為業務員塑造良好的口碑
  - (C) 滿意的顧客會再介紹更多的顧客給業務員
  - (D) 滿意的顧客會對商品的價格斤斤計較
39. 一個成功的業務員之所以成功、之所以能讓顧客滿意，並願意轉介其他顧客的必備條件，包括下列何者？
- (A) 專業知識
  - (B) 熱誠
  - (C) 口才好
  - (D) 售後服務能力
40. 關於溝通技巧四字訣的描述，以下何者正確？
- (A) 四字訣指的是忘、聞、問、切
  - (B) 耐心是察言的基本要件
  - (C) 提問問題，切忌單刀直入
  - (D) 「業務員運用專業素養，判斷潛在顧客的需求，並加以說明」，是屬於四字訣中的「切」

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) 建立對客戶的影響力
  - (B) 潛在顧客搜尋
  - (C) 售後服務
  - (D) 拒絕處理
42. 關於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) 提高顧客對服務品質的期待
  - (D) 隨時注意顧客對服務品質需求之變化
43. 關於改善服務品質之建議，下列何者正確？
- (A) 公司主管對服務品質許下具體的承諾
  - (B) 提供員工適當的工具與訓練
  - (C) 組織型態扁平化與跨部門溝通之加強
  - (D) 列出服務品質改善方案的優先次序
44. 聘用四標準包括？
- (A) 高性價比
  - (B) 符合工作需要
  - (C) 道德標準
  - (D) IQ(智力商數)
45. 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，下列何者屬於銜接教育之訓練內容：
- (A) 銷售技巧
  - (B) 人壽保險基本知識
  - (C) 角色扮演
  - (D) 陪同指導

46. 以下哪些是影響職場行銷發展的因素？
- (A) 員工福利自主化
  - (B) 福利成本
  - (C) 員工組成
  - (D) 經濟環境
47. 「業務專員」是保險公司的行銷通路之一，通常包括下列哪些族群？
- (A) 退休員工
  - (B) 人際關係良好的社會人士
  - (C) 電話行銷人員
  - (D) 關鍵企業之員工
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) 自我激勵
  - (B) 自我察覺
  - (C) 自我發展
  - (D) 自我監控
49. 關於顧客關係管理運作的關鍵要素，下列何者正確？
- (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) 其對象為所有的顧客
  - (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
50. 修正性控制指的是，用以減少或防止不好的行為或結果，以期達到組織規範與標準的機制。下列何者屬於修正性控制的應用？
- (A) 人員懲罰
  - (B) 業務品質規定
  - (C) 顧客抱怨處理
  - (D) 教育訓練流程