

中華民國人壽保險管理學會
105 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、駕駛執照、有效期間內之護照正本、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，可使用不具記憶功能計算機，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. 以下何者「非」無形商品產品策略？
 - (A) 公司正面形象化
 - (B) 產品組合彈性化
 - (C) 有形服務無形化
 - (D) 服務品質全面化

2. 首家進入北京的外資保險公司？
 - (A) 荷商全球人壽
 - (B) 美商紐約人壽
 - (C) 美商友邦人壽
 - (D) 美商安泰人壽

3. 以下何者「非」消費者主權學派之評估構面？
 - (A) 消費者之能力
 - (B) 資訊可取得性及其品質
 - (C) 公平與自由競爭的市場
 - (D) 消費者之自由選擇權

4. 綜合考量壽險公司所面臨的機會與威脅，所謂「值得改善的策略」係指下列何種情形？
 - (A) 同時面臨主要的機會與威脅
 - (B) 可以掌握主要的機會，卻面臨極小威脅
 - (C) 所能掌握的機會很小，卻面臨極大威脅
 - (D) 其所面臨的機會與威脅都小

5. 計量研究法的資料蒐集方式，以下列何者為非？
 - (A) 觀察法
 - (B) 深度訪談
 - (C) 實驗設計法
 - (D) 問卷調查

6. 個別消費者市場區隔變數為非？
 - (A) 市場變數
 - (B) 地理區域變數
 - (C) 人口統計變數
 - (D) 行為變數

7. 以下何者「非」消費者購買保險的利他動機？
 - (A) 遺產稅考量
 - (B) 彌補社會保險之不足
 - (C) 宗教因素
 - (D) 人情動機

8. 產品使用時無法達到預期效果或發生問題的可能性為什麼風險？
 - (A) 心理風險
 - (B) 生理風險
 - (C) 社會風險
 - (D) 績效風險

9. 以下何者「非」保險購買決策影響因素？
 - (A) 產業類別
 - (B) 國際市場經濟趨勢
 - (C) 保險公司行銷活動
 - (D) 地理環境

10. 在探討顧客滿意、不滿意或抱怨的文獻中，何者「非」最常引用的模式？
 - (A) 公平理論
 - (B) 歸因理論
 - (C) 學習理論
 - (D) 不吻合理論

11. 人身保險的定價，通常必須考慮以下要素，何者為非？
 - (A) 涵蓋費用稅金預定利潤與賠款特別準備附加
 - (B) 時間的金錢價值
 - (C) 承保事件發生的機率
 - (D) 投保時間

12. 超行銷的角色比傳統的公共關係要廣，壽險公司企圖改變外在的環境，使得利益攸關團體對於公司形象，產品及行銷活動有更高的接受度，請問確實運作超行銷第二個步驟為何？
- (A) 訂定公司策略
 - (B) 大力投資於公司形象廣告
 - (C) 發展公司經營理念與目標
 - (D) 發展與政府協商及遊說技巧
13. 以下何者「非」廣佈關係網之方法？
- (A) 參加各種課程
 - (B) 第三者介紹
 - (C) 組織聚會方式
 - (D) 舉辦各種銷售說明活動
14. 以下何者「非」人情要素？
- (A) 贈送禮物或提供資訊
 - (B) 必要時提供迅速、及時的協助
 - (C) 客戶需要時再溝通
 - (D) 真誠關懷的心
15. 一般業務員在問的過程中，常常犯了「代答」的毛病，可掌握以下原則，何者為「非」？
- (A) 以微笑或點頭方式，鼓勵潛在顧客回答或繼續發表意見
 - (B) 多問是非題與選擇題，少問問答題
 - (C) 容許交談中出現片刻沉默
 - (D) 業務員不直接提供答案
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基礎或參考標準，係指
- (A) 他人參考標準
 - (B) 市場參考標準
 - (C) 公司參考標準
 - (D) 自我參考標準

17. 被保險人於年金保險契約有效期間內，由保險公司約定時日起，每屆滿一定期間給付保險金，不以被保險人是否生存為條件給付者稱為：
- (A) 死亡保險金
 - (B) 變額年金
 - (C) 生存給付年金
 - (D) 保證給付年金
18. 維持既有客戶成本，只有開發新客戶成本的多少？
- (A) 三分之一到五分之一
 - (B) 五分之一到八分之一
 - (C) 三分之一到七分之一
 - (D) 五分之一到七分之一
19. 以下何者非「人員管理」之原則？
- (A) 分而治之
 - (B) 恩重於威
 - (C) 平時訓練
 - (D) 善用溝通工具
20. 台灣壽險業實施的教育訓練可分為三個階段，其中「銜接教育」包括以下項目？
- (A) 銷售技巧
 - (B) 作業流程
 - (C) 陪同指導
 - (D) 壽險產品
21. 職場行銷保險公司面臨主要挑戰，何者為非？
- (A) 雇主可接近性
 - (B) 加退保登記問題
 - (C) 行政技術問題
 - (D) 員工可接近性
22. 客戶對人際關係的需求可由人際互動的哪兩大構面得到反映？
- (A) 專業及訓練
 - (B) 專業及情緒
 - (C) 訓練及情感
 - (D) 情感及專業

23. 麥卡地 (McCarthy) 建議業務員成功重要技巧，何者為非？
- (A) 問問題
 - (B) 仔細地說
 - (C) 察言觀色
 - (D) 保持主動積極態度
24. 顧客關係管理運作關鍵要素，以下何者為非？
- (A) 其對象不是所有顧客而是對公司有利潤貢獻的特定群組
 - (B) 其運作要件必須整合公司人力、流程與科技
 - (C) 其目的透過極大化顧客滿意度與忠誠度，極大化員工所得
 - (D) 其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
25. 以下何者「非」主要控制方法？
- (A) 營運控制
 - (B) 市場控制
 - (C) 法令控制
 - (D) 財務控制

複選題(25 題，每題 2 分，共計 50 分，答錯不倒扣，全對才給分)

26. 保險公司在評估與控制內外環境之變化及執行成效時，應掌握以下方法？
- (A) 競爭者
 - (B) 準保戶
 - (C) 保險公司內部員工
 - (D) 保單價格與市場變數
27. 隨著台灣低利率時代與市場趨向自由化，壽險公司必需秉持以下何種策略才能取得競爭優勢？
- (A) 通路多元化
 - (B) 產品多樣化
 - (C) 市場導向化
 - (D) 業務員專業化

28. 在專業性道德中有哪些種類？
- (A) 行銷專業知識
 - (B) 產品專業知識
 - (C) 行業專業知識
 - (D) 管理專業知識
29. 壽險公司與轄下單位在制訂策略時，應避免所謂的「策略盲點」？
- (A) 過度自信
 - (B) 一窩蜂現象
 - (C) 低估他人對自己觀點
 - (D) 對不確定的未來過於悲觀
30. 何謂「次級資料」之蒐集？
- (A) 台灣經濟情勢
 - (B) 國民生產所得
 - (C) 保戶資料
 - (D) 各保險公司營運狀況
31. 以下何者符合市場集中策略？
- (A) 美國人壽防癌險
 - (B) 賓士汽車
 - (C) 健怡可樂
 - (D) 華泰書局關係行銷
32. 以下何者為壽險購買行為的環境因素？
- (A) 他人影響
 - (B) 保險知識
 - (C) 家庭
 - (D) 文化
33. 消費者簡化壽險購買過程之原因？
- (A) 消費者經濟能力提高後，其感受到的財務風險會變小
 - (B) 消費者對於「便利」要求日益提高
 - (C) 人情通常交雜於消費者的壽險購買決策之中
 - (D) 消費者具保險知識

34. 購買決策影響因素中，考量組織內部的影響為何？
- (A) 學習
 - (B) 企業規模
 - (C) 企業組織價值
 - (D) 政府法規
35. 以下何者為顧客抱怨處理之方法？
- (A) 主動蒐集有關顧客抱怨原因之相關資料
 - (B) 主動與保戶接觸以了解(可能)抱怨原因
 - (C) 設立付費服務電話
 - (D) 定期問卷調查保戶對公司服務滿意與不滿意項目與程度
36. 投資型保單在世界各國有不同稱法，那些為真？
- (A) 在美國，稱為變額保險
 - (B) 在法國，稱為持分保險
 - (C) 在英國，稱為連結保險
 - (D) 在加拿大，稱為分離基金保證
37. 潛在競爭者可能的威脅，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) 對顧客及中間商之長期契約承諾多少
 - (B) 配銷通路建立之難易程度與成本
 - (C) 特定資產投入多寡
 - (D) 規模經濟
38. 以下何者為銀行保險行銷通路之特色？
- (A) 複雜保單
 - (B) 費用高
 - (C) 人口集中地區
 - (D) 資訊系統共享
39. 哪些是保險公司中的資源，是業務員可以使用或可以建議使用？
- (A) 保險公司提供的健康資訊
 - (B) 邀請保戶參觀保險各部門
 - (C) 公司進行免費教育訓練
 - (D) 當保戶數激增甚至超過業務本人所能負荷時，聘請助理與保戶當面聯繫

40. 所謂「差序格局」理念及內涵為何？
- (A) 中國人常用同一標準來對待和自己不同關係的人
 - (B) 關係越密切通常可以得到越多
 - (C) 至親好友優先於一般親戚朋友的好處
 - (D) 「做人情」就是要拉緊與客戶之間的緊密關係
41. 以下對購買中心參與人員的描述何者正確？
- (A) 影響者是指具有實權與供應商協商及決定購買條件之人
 - (B) 決定者是指決定產品或服務項目及供應商之人
 - (C) 核准者是指可以禁止賣方或資訊觸及購買中心成員之人
 - (D) 發起者是指發起或要求購買某項產品或服務者
42. 以下何者為銷售流程步驟之一？
- (A) 客戶類型分析
 - (B) 如何接觸準客戶
 - (C) 激發客戶購買慾望
 - (D) 未促成的因應方法
43. 保險公司提供服務品質高低，取決於下列哪些因素？
- (A) 顧客的需求
 - (B) 他人的能力
 - (C) 政府的規範
 - (D) 競爭者的服務品質
44. 服務品質差距圖中，差距三為「服務品質標準」與「實際提供服務品質」之間的差距之原因？
- (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) 服務品質標準與公司價值或觀念之間的差異
 - (D) 獎勵與工作績效配合程度
45. 會影響公司教育訓練目標之設定與規則之因素？
- (A) 公司文化之差異
 - (B) 市場競爭壓力增加
 - (C) 訓練方法
 - (D) 組織規模

46. 影響職場行銷發展因素？
- (A) 福利成本
 - (B) 經濟環境
 - (C) 政府規範
 - (D) 員工福利自主化
47. 以下何者為「人際關係」的定義？
- (A) 人際關係係天生的，例如父母與兄弟姐妹
 - (B) 人際關係可以透過人際互動而產生
 - (C) 人際關係不等於人情
 - (D) 互動結果可以讓人際關係從無到有
48. 壽險業務員「SHAKE」指的是？
- (A) Skill 工作技巧
 - (B) Habit 工作習慣
 - (C) Education 教育訓練
 - (D) Attitude 工作態度
49. 顧客關係管理可能的障礙？
- (A) 未更正原有流程缺失
 - (B) 未能善用科技
 - (C) 具顧客關係管理專家
 - (D) 跨部門整合良好
50. 有效控制之準則，何者為真？
- (A) 控制方法必須在最需要的時候及時提供所需資訊
 - (B) 所採用的控制或控制系統必須是公司認為必要且是適當的
 - (C) 沒有偏差或不會被員工操弄以圖利自己的控制方法
 - (D) 控制方法必須能及時調整以符合實際的環境變化