

人身保險之行銷策略研究:以 T 保險代理人公司為例

黃秋萍、劉子欽

E-mail: 9607666@mail.dyu.edu.tw

摘要

銀行業近年來，在自由化風潮下逐一解除管制，新商品及新競爭對手的進入障礙消失後，銀行的傳統業務之利差來源不斷受到壓縮而呈現逐年遞減的趨勢；自1991年政府開放新銀行設立開始，國內銀行業就已面臨了一個高度競爭的新局勢。銀行業除了要面對同業間激烈的競爭外，更要與異業對抗來消除將面臨持續生存的壓力。T銀行藉由成立T保險代理人公司經營銀行保險，帶來了高手續費收入好處，由於金融市場的資金浮濫，銀行保險適時消化存款資金，T銀行成立保險代理人已然為目前金融業所群起效尤，因此銀行透過保險代理人的制度輔助銀行保險的銷售已完全進入銀行保險的戰國時代。T銀行在銀行通路為提升更高的市佔率，除了運用眾多的行銷通路及促銷策略，在產品方面剛開始銷售短年期儲蓄險之外，現在也已經開始以銷售投資型保單為主，但面臨到人員的異動，保險顧問的良莠不齊及產品較不銷售造成銀行理財專員銷售意願低落的問題，最後還是會偏向銷售同質性較高及較易銷售的金融商品。

關鍵詞：銀行保險；行銷策略；個案研究

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
vii 表目錄	viii	圖目錄	viii
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	3	第三節 研究流程	3
3 第四節 研究目的	4	第二章 文獻探討	4
5 第一節 銀行保險的定義	5	第二節 銀行經營壽險業務之模式	5
6 第三節 行銷策略的探討	8	第四節 銀行保險成功的利基	8
13 第五節 保代與銀行行銷策略理論架構	16	第三章 研究方法	16
18 第一節 研究對象	18	第二節 個案研究方法	18
19 第三節 資料來源與彙整	19	第四節 資料分析的方法	20
20 第四章 個案分析	22	第一節 個案公司介紹	22
22 第二節 T保代的行銷策略	25	第三節 T銀行與T保代間相互關係	34
34 第四節 T保代與T銀行成功的利基	38	第五章 結論與建議	43
43 第一節 結論	43	第二節 建議	44
44 第三節 研究限制與未來研究建議	45	參考文獻	47

參考文獻

- 一、中文部份 T銀行網站[線上資料]，來源：<http://www.taishinbank.com.tw>。中華民國保險代理人商業同業公會網站[線上資料]，來源：<http://www.ciaa.org.tw>。李運元(2003, February)，以商業銀行為基礎之金融控股公司經營銀行保險之行銷競爭優勢研究，國立交通大學管理學院研究所未出版之碩士論文。余慎美(2000)，我國銀行跨業兼營保險態度與現況研究，私立逢甲大學保險學系研究所未出版之碩士論文，112。凌氫寶(1999, June)，保險業跨業經營之研究。陳明哲(2004)，由歐美經驗論銀行與保險之聚合在台灣可能的發展，保險實務與制度，3(2)，141-162。現代保險雜誌(2007, May)，吳鴻麟，銀行保險在台灣的3次蛻變，第221期，36-39。黃俊英(2000)，行銷管理 - 策略性觀點，台北:華泰文化事業公司。黃俊英(2001)，行銷學的世界，台北:華泰書局。賴一豪(2002)，銀行保代之研究 - 專屬代理與普通代理之策略選擇，私立淡江大學保險學系保險經營碩士班之未出版之碩士論文。謝坤明(1999)，銀行業兼營保險業務之探討，保險資訊，第161期，18-24。
- 二、英文部份 Baker, W. A., (1990). Market Networks and Corporate Behavior. American Journal of Sociology, 96, 589-625. Dave McDaniel (1996), Bancassurance Lessons From Abroad. Best Review, Life/Health. Eisenhanret, K. M. (1998). Building theories from cas study research. Academy of Management Review, 14(4), 532-550. Ferrell, P. (1989). Marketing. Boston: Mifflin. Gora, J. C. (1997). Bancassurance: Positioning for Affiliations. Life Office Mnagement Association (LOMA). Kotler, P. (1988). Markting Management: Analysis. Planning, and Control. (7th ed.). Prentice Hall Englewood Cliffs.N.j. Kotler, P. (1988). Markting Management: an Asian Perspective. Prentice Hall.

Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. (7th ed.). Prentice Hall Englewood Cliffs, N.J. Kotler, P. (1997). *Marketing Management: an Asian perspective*. Prentice Hall. Leavitt, H. J. (1976). *Applied Organization Change in industry*. In J.G March (eds). McDaniel, D. (1996, June). Bancassurance lessons from abroad. *Best 's Review*, 97, 22-31. Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper and Row. Violaris, H. (2001). *Bancassurance in Practice*[Online]. Available: World Wide Web: <http://www.marclife.com/pdf/banc.pdf> Yin, R. K.(1994). *Case Study Research: Design and Methods* (2nd ed.). London, LA: sage.