

產物保險公司的整合行銷傳播之探索性研究:以F產物保險公司為例

謝武章、劉子歆

E-mail: 9607775@mail.dyu.edu.tw

摘要

民國90年金控法立院通過，促使產險市場進入戰國時代，各方面通路系統，無不急速搶食產險市場，依目前產險整體業務量全年度約一千多億元，通路系統佔據六成以上之高比率，這對產險經營是高成本負擔，所以產險公司無一不使自有業務比率往上提升，以降低營運成本，整合行銷傳播只要在透過綜效的整合，提供消費者或是潛在消費者一致的訊息，將傳播效益發揮至極致，消費者與產險公司不透過通路，以達到消費者與產險公司雙贏。本研究藉由F產物保險公司整合行銷傳播策略運用，積極提升自有業務來源比率，降低對通路系統的依賴，個案所提出之整合行銷傳播修正模式，擬以「消費者」為起點，就「異業聯盟關係」、「資料庫之建立與分析及資料庫行銷」等面向，探討本個案整合行銷傳播策略運用的模式，藉此能跳脫通路系統之行銷模組，並可提供產物保險業者有效運用整合行銷傳播，推廣策略模式以降低傳統通路商依賴。最後並透過本研究所提供的整合行銷傳播模式，來解決目前產險公司所面臨困境，提供另一種行銷選擇。

關鍵詞：整合行銷傳播(integrated marketing communication)；產物保險(non-life insurance)；個案研究(case study)

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第一節 研究目的	4	第二章 文獻探討	4
6 第一節 整合行銷傳播之定義	8	第二節 整合行銷傳播規劃	4
之系統模式	12	第三節 整合行銷傳播績效之評量	17
績效構面之探討	24	第三章 研究方法	28
方法	28	第一節 個案研究	28
架構	31	第二節 研究流程	29
個案背景介紹	35	第三節 研究	31
結論	62	第四章 個案分析	35
第二節 研究貢獻	63	第一節	35
參考文獻	65	第二節 F產物保險公司整合行銷傳播策略運用	37
70		第三節 主要研究發現	62
		第三節 研究限制與後續研究建議	64
		附錄 訪談記錄	65

參考文獻

- 一、中文部份 American Association of Advertising Agencies, AAAA(1989), 整合行銷傳播(吳宜蓁, 李素卿譯), 台北:五南書局, 64. Duncan(1999), 品牌至尊 - 利用整合行銷創造終極價值(廖宜怡譯), 台北:麥格羅希爾出版社. Rossiter and Percy(2000), 整合行銷傳播策略(王鐸, 洪敏莉譯), 台北:遠流出版社. Schultz(1993), 整合行銷傳播 - 21世紀企業決勝關鍵(吳怡國, 錢大慧, 林建宏譯), 台北:滾石文化. 余逸玫(1995), 整合行銷傳播規劃模式之研究 - 以消費性產品為例, 國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文. 祝鳳崗(1996), 整合行銷傳播之運用觀念與問題, 傳播研究簡訊, 6, 6-8. 黃俊英(2000), 多變量分析, 台北:中國經濟企業研究所出版. 黃富崇(1997), 報關業經營關鍵成功因素之探討, 國立中興大學企業管理研究所未出版碩士論文. 陳順宇(1998), 多變量分析, 台北:華泰書局. 博陽廣告(1994), 如何克服統合傳播執行的觀點, 動腦雜誌, 23. 蔡美瑛、陳蕙芬(1998), 整合行銷傳播在高科技產業行銷上的應用, 民意研究季刊, 204期, 46-62. 二、英文部份 Chase, R. B. (1978). Where Does the Customer Fit In a Service Operation. Harvard Business Review, 32, 137-142. Dilenschneider, R. L. (1991). Marketing Communications In the Post-Advertising Era. Public Relations Review, 17, 227-236. Duncan, T. (1994, January). Is Your Marketing Communications Integrated?. Advertising Age, 26-65. Duncan, T., & Moriarty, S. E. (1998). A Communication-Based Marketing Model For Managing Relationships. Journal of Marketing, 62, 1-13. Gonring, M. P. (1994, Fall). Putting Integrated Marketing Communications to Work Today. Public Relation Quarterly, 47-48. Gronstedt, A. (1996). How Agencies Can Support Integrated Communication, Journal of Business Research, 37, 201-206. Gronstedt, A., & Anders, E. (1996). Five Approaches To Organize An Integrated Marketing Communications Agency. Journal of Advertising Research, 36, 48-59. Hancock, W. Data Warehoused Now Within

Agents' Reach. *American Agent & Broker*, 69, 16-20. Low, G. L. (2000, January/February). Correlates of Integrated Marketing communications. *Journal of Advertising Research*, 27-39. Moriarty, S. E. (1994, Fall). PR and IMC: The Benefits of Integration. *Public Relations Quarterly*, 38-44. Nowak, G., & Phelps, J. (1994). Conceptualizing the Integrated Marketing Communications Phenomenon: An Examination of Its Impact on Advertising Practices And Its Implications for Advertising Research. *Journal of Current Issues and Research in Advertising* (No.1). 16, 49-66. Overall, J. E., & Klett, C. J. (1972). *Applied Multivariate Analysis*. New York:Mcgraw-Hill BookCo. Petrison, L. A., & Wang, P. (1994). Integrated Marketing Communication: Examining Planning and Executional Considerations. *Integrated in Communication :Synergy of Persuasive Voices*. Phelps, J., Harris, T. E., & Johnson, E. (1996). Exploring Decision-Making Approaches And Responsibility for Developing Marketing Communication Strategy. *Journal of Business Research*. 37, 217-223. Pickton, D., & Hartley, B. (1998). Measuring Integration: An Assessment of the Quality of Integrated Marketing Communication. *International Journal of Advertising*. 17. 447-465.66 Prensky, D., McCarty, J., & Lucas, J. (1996). Integrated Marketing Communication : An Organizational Perspective. *Integrated Marketing Communication :Synergy of Persuasive Voice*. Schultz, D. E. (1993a, July). How to Overcome the Barriers to Integration. *Marketing News*. 16-18. Schultz, D. E. (1993b, November). The Customer And the Data Base Are the Integrating Forces. *Marketing News*. 27. 14-17. Schultz, D. E. (1997, August). Check Out Your Level of Integration. *Marketing News*, 16. Schultz, D. E., & Kitchen P. J. (1997, September). Integrated Marketing Communication in U.S Advertising Agencies: An Exploratory Study. *Journal of Advertising Research*. 7-18. Shimp, T. A. (1997). *Advertising Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*, Dryden Press. (4th ed.). Shaw, R., & Stone M. (1990). *Database Marketing*. Grower Publishing Company Limited. Thomas, D. R. (1978). Strategy in Different in Service business. *Harvard Business Review*. 38. 158-165. Wortzel, R. (1979). New Life Style Determinants of Women's Food and Shopping Behavior. *Journal of Marketing*. 43. 28-29. Yarbrough, J. F. (1996). Implementation IMC with Ease. *Sales and Marketing Management*. 148. 73.67