

花甲不孤單

業師：台灣人壽林怡萱、游舒晴

指導老師：彭金隆老師、蔡芸琇老師

組員：

東吳大學---巨資三葉蕙瑜、巨資二陳潔翎、沈佳妤

政治大學---風管三賴廷旻、會計四蘇奕丞



成效說明

1

挖掘公平待客議題的目標客群及痛點

透過問卷以及對保險業議題的知識背景設定目標客群&痛點

2

提出解決方案

透過建置業務員績效指標及設置依客戶情形分配業務員的機制

3

達到公平待客目標&提升業務強度

透過績效指標得以加強業務員對孤兒保戶的聯絡意願，也透過業務員的分派機制模型幫助保戶找到適合的業務員，長期來看也可將資料應用於商業策略



中國信託金控

台灣人壽

一、企劃案介紹

1. 提案簡介

4. 解決方案

2. 目標客群

5. 可行性評估

3. 現行機制

6. 結論

二、網頁介紹

1. 網頁部署流程

3. 網頁操作

2. 頁面講解

目錄
CONTACT

提案簡介

目標客群

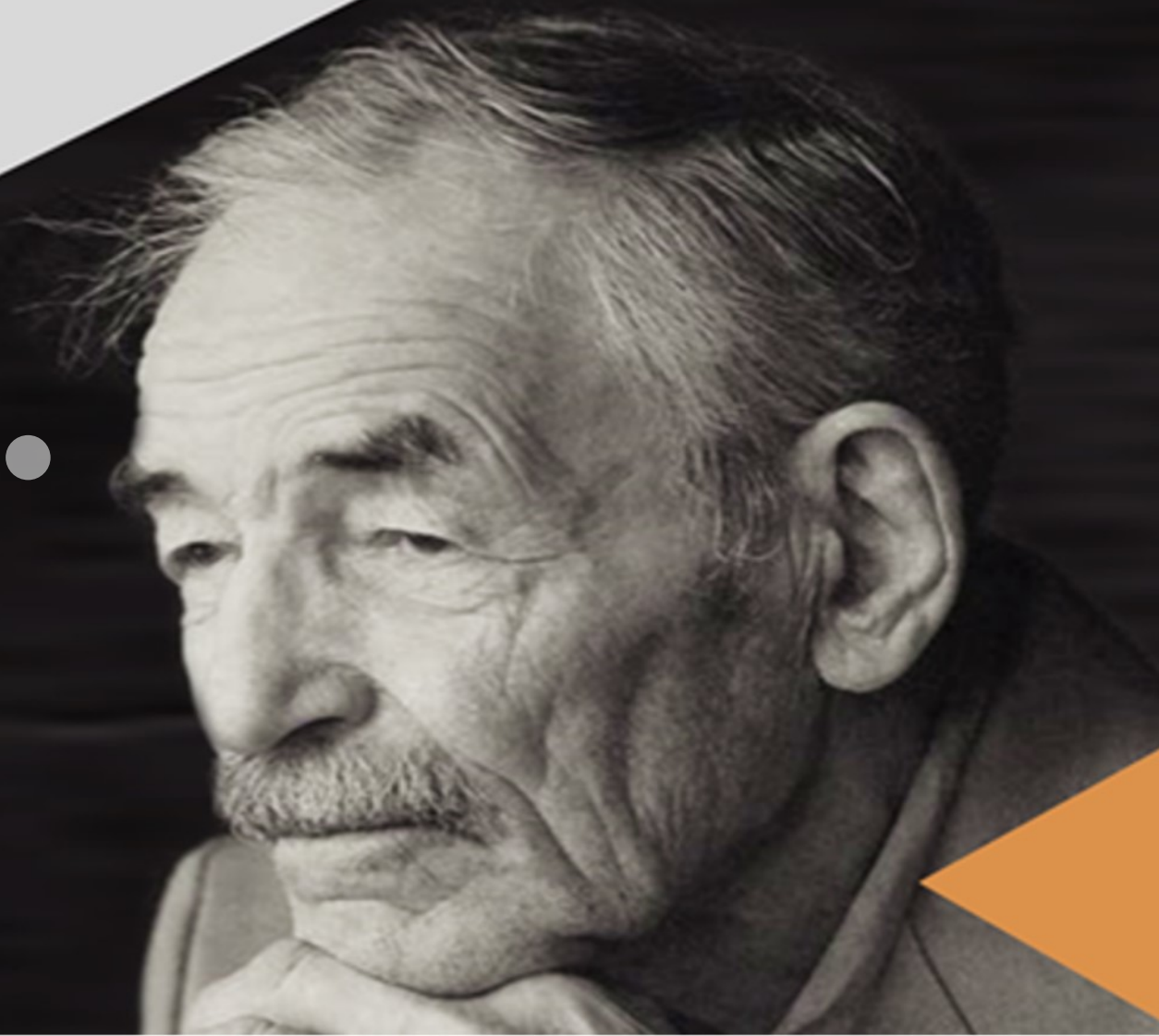
現行機制

解決方案

可行性評估

結論

企劃案介紹



花甲不孤單



Who?

中高齡、
孤兒保戶



What?

- 針對售後服務
1. 加強業務員待客意願
 2. 業務員分派機制



How?

針對台灣人壽公平
待客議題提出建議



中高齡人口

- ✓ 獲取保險資訊能力較受限
- ✓ 難以記得所有保單
- ★ 以年齡**50~80歲**中高齡人口為目標客群



孤兒保戶

- ★ 依孤兒保戶來源不同分為
- ✓ 業務員離職之孤兒保單
- ✓ 企業整併之孤兒保單

業務員離職之孤兒保單



01

業務員以業績導向，平均做六年便離職

02

壽險服務期間長達10年、乃至終身

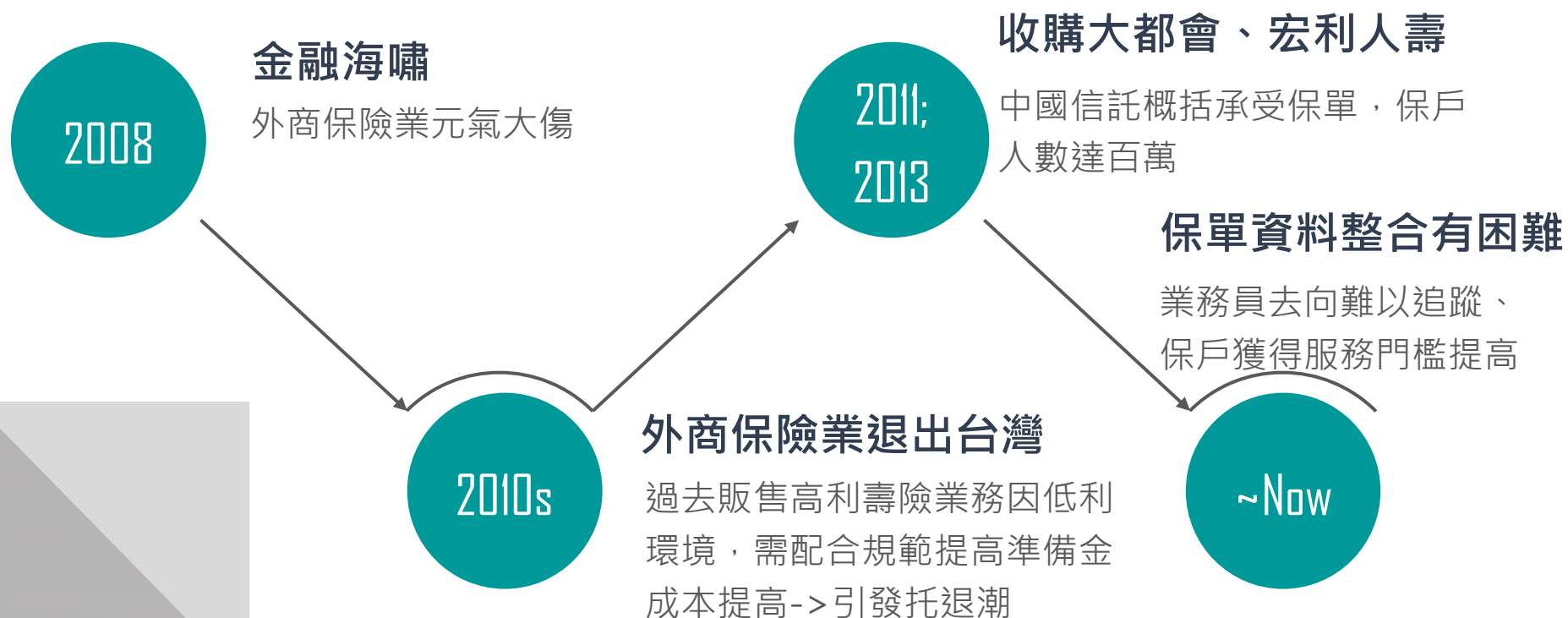
03

保單購買後通常不會時常查看，若對業務員離職一事未覺，未來需費心自行處理

04

接管業務員因續期保費低，經營意願不高

企業整併之孤兒保單



問卷佐證

- ✓ 大多有業務員被更換經驗
- ✓ 目標客群皆偏好線下服務

一般痛點

- ✓ 與陌生業務培養關係的意願低
- ✓ 保險事故發生沒有及時協助
- ✓ 不熟悉網路
- ✓ 較難獲取保險資訊

現行問題

從**台灣人壽**出發

- ✓ 主動建立提高該客群權益的機制
- ✓ 建立經營績效指標提升業務員經營意願
- ✓ 依據客戶資訊推測其需求挑選業務員的查詢系統

利用績效指標提升業務員經營意願



● 針對上歸客戶經營情況

是否與接管後保戶有持續往來：

成功簽發保單紀錄

以通訊處為單位認定是否持續關懷

● 業務員基本經營狀況

是否因違反內外規而遭到記點懲處

將上述指標量化，並以通訊處為單位排名及獎勵措施

依據客戶資訊推測適配業務員

分類

業務員特徵為匹配基礎

單位所在地

性別

主要經營
年齡層

配對

居住地

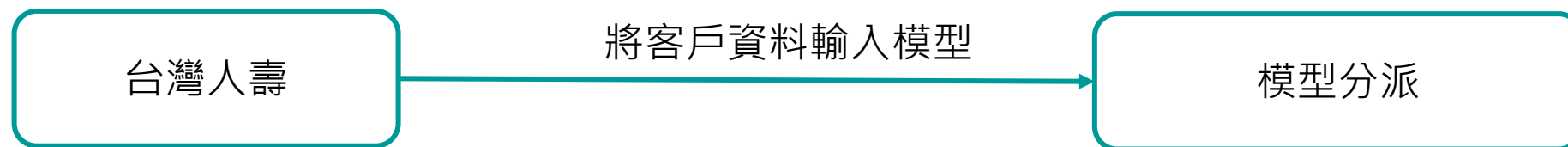
年齡

性別

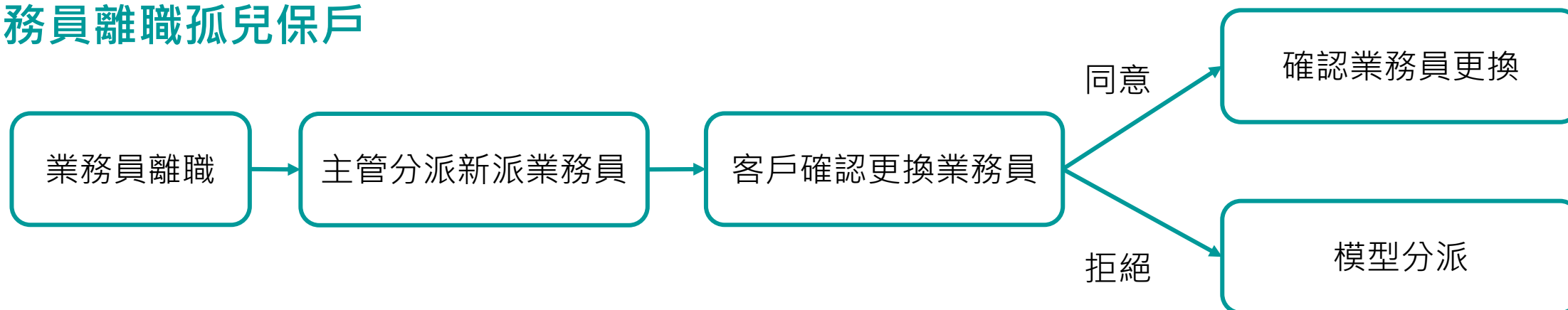
輸入保戶對應資訊

使用時機

企業併購孤兒保戶



業務員離職孤兒保戶



短期效果



將適配業務員分類

由台灣人壽整理業務員資料庫，針對業務員屬性做分類，再由台灣人壽出發，依據保戶情況匹配與適當業務員，經過分派之業務員更容易掌握客戶潛在需求。例如：類似年紀、性別、收入之保戶可能有相似的需求，將觀察結果作為匹配基礎。

效果

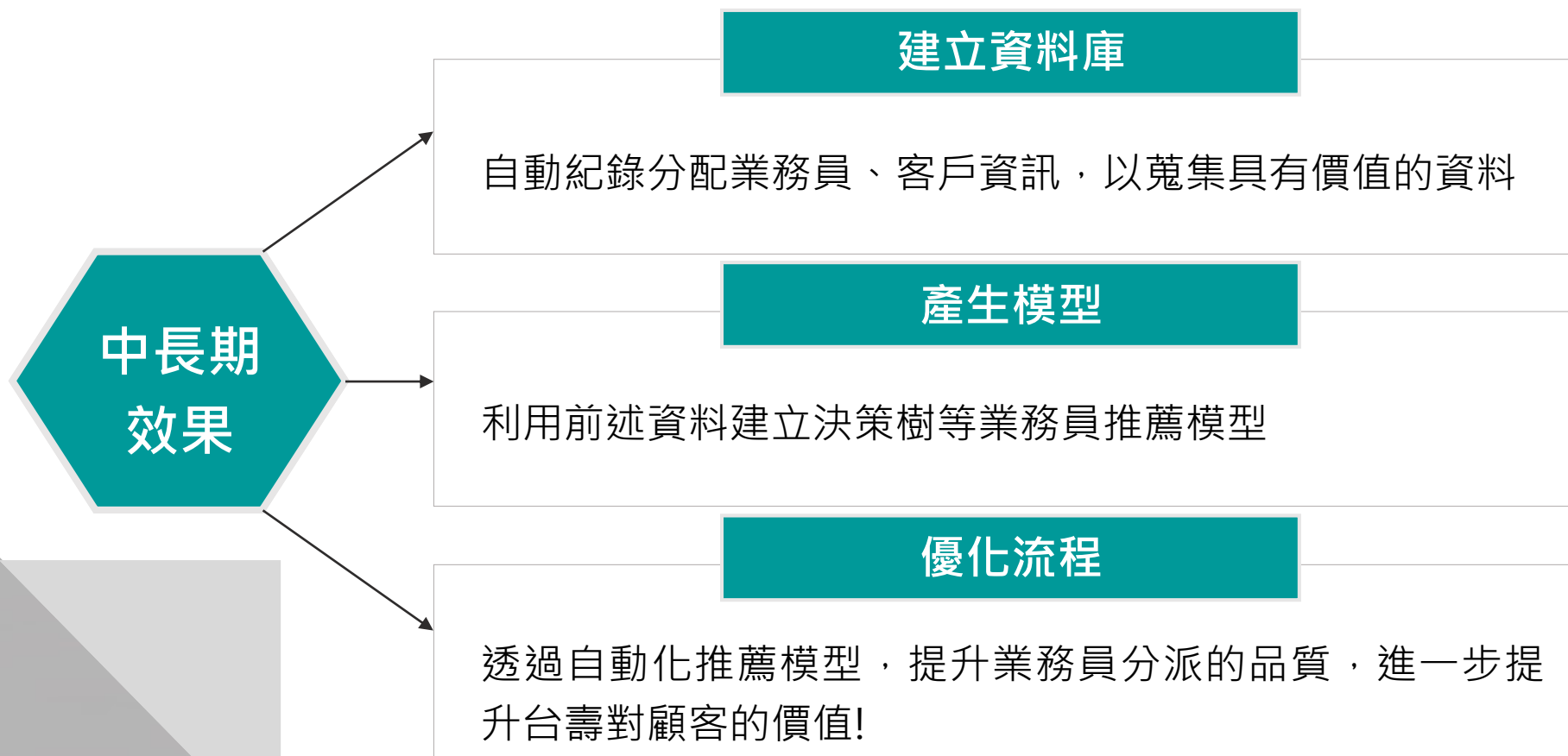
加強



針對有基本操作3c產品的保戶而言，在數位上歸時讓客戶自行選擇要指派業務or填入個人需求，若自行選擇即可利用以客戶端出發的業務員分派機制，找到適合業務員。

將選擇業務員的權利還保戶

中長期效果





公平待客原則

以中高齡人口為目標客群



台灣人壽歷史及保險業常態

企業合併之孤兒保單&業務員離職之孤兒保單



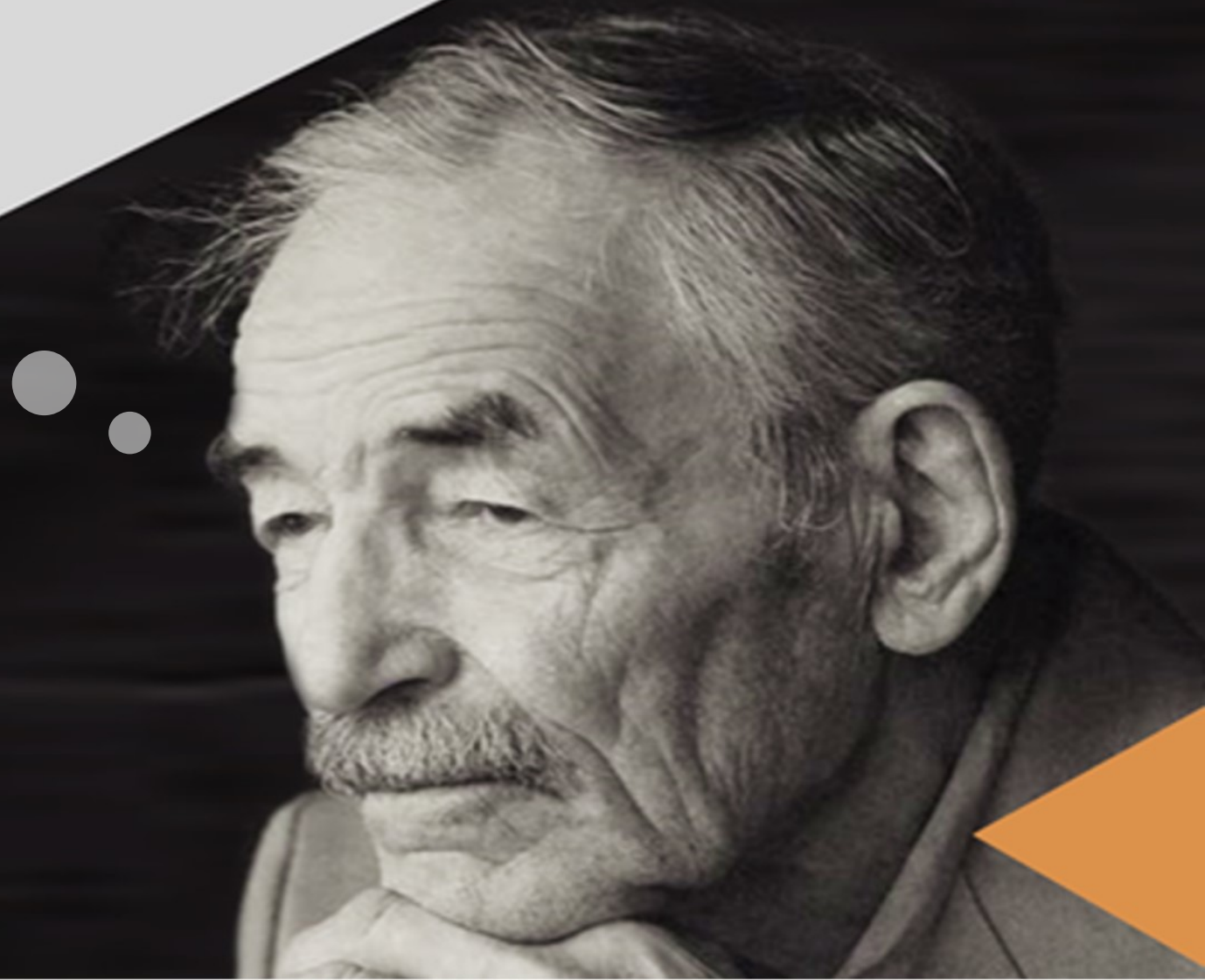
提出解決方案

以績效指標提升業務員經營意願&提出依照
客戶需求分派業務員之方案



網頁實作

網頁介紹



花甲不孤單

業師：台灣人壽林怡萱、游舒晴
指導老師：彭金隆老師、蔡芸琇老師

組員：
東吳大學---巨資三葉蕙瑜、巨資二陳潔翎、沈佳妤
政治大學---風管三賴廷旻、會計四蘇奕丞





中國信託金控

台灣信託人壽

1

挖掘公平待客議題的目標客群及痛點

透過問卷以及對保險業議題的知識背景設定目標客群&痛點

2

提出解決方案

透過建置業務員績效指標及設置依客戶情形分配業務員的機制

3

達到公平待客目標&提升業務強度

透過績效指標得以加強業務員對孤兒保戶的聯絡意願，也透過業務員的分派機制模型幫助保戶找到適合的業務員，長期來看也可將資料應用於商業策略

主題說明



中國信託金控

台灣人壽

一、企劃案介紹

1. 提案簡介

4. 解決方案

2. 目標客群

5. 可行性評估

3. 現行機制

6. 結論

二、網頁介紹

1. 網頁部署流程

3. 網頁操作

2. 頁面講解

目錄
CONTACT

提案簡介

目標客群

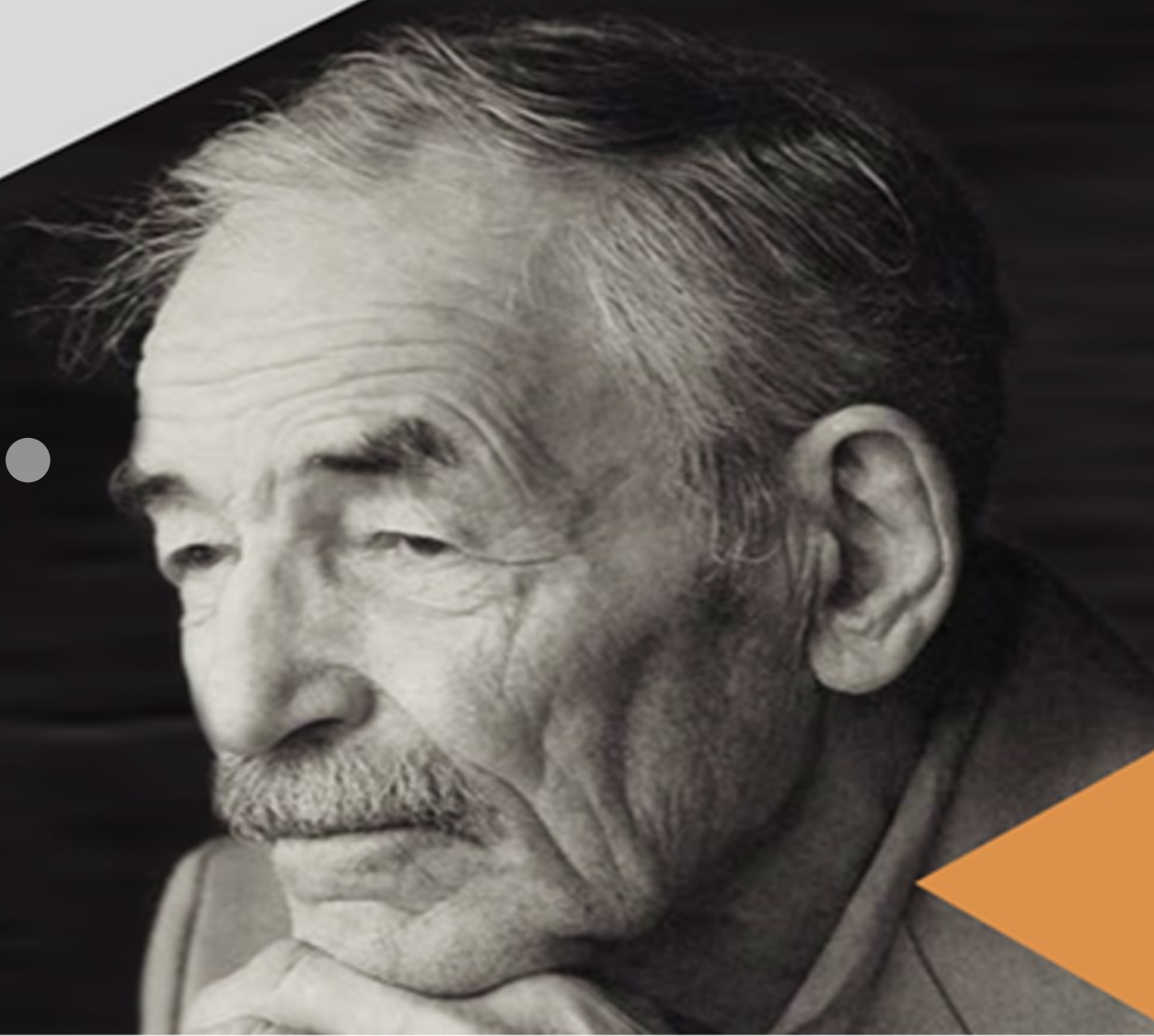
現行機制

解決方案

可行性評估

結論

企劃案介紹

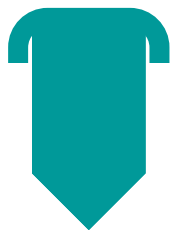


花甲不孤單



Who?

中高齡、
孤兒保戶



What?

針對售後服務

1. 績效指標
2. 業務員分派機制



How?

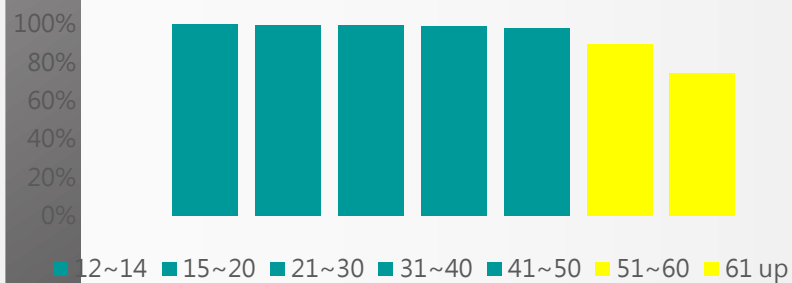
針對台灣人壽公平
待客議題提出建議



目標客群

中高齡人口

各年齡層使用網路服務之密度



★ 以年齡**50歲以上**中高齡人口為目標客群

孤兒保戶

- ★ 依孤兒保戶來源不同
- ✓ 業務員離職之孤兒保單
- ✓ 企業整併之孤兒保單

目標客群

業務員離職之孤兒保單



01

業務員以業績導向，平均做六年便離職

02

壽險服務期間長達10年、乃至終身

03

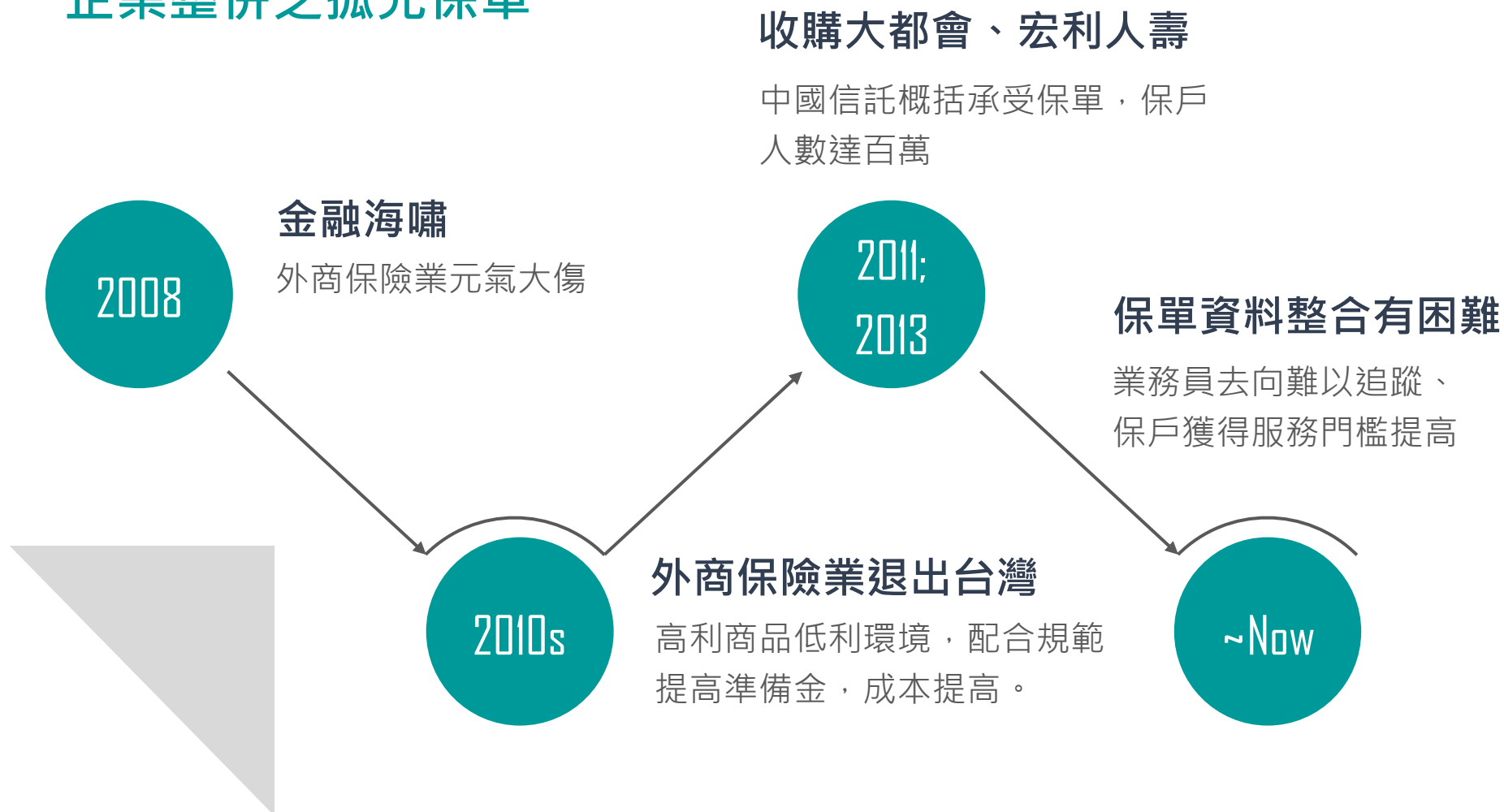
保單購買後通常不會時常查看，若對業務員離職一事未覺，未來需費心自行處理

04

接管業務員因續期保費低，經營意願不高

目標客群

企業整併之孤兒保單



問卷佐證

- ✓ 大多有業務員被更換經驗
- ✓ 目標客群皆偏好線下服務

一般痛點

- ✓ 與陌生業務培養關係的意願低
- ✓ 保險事故發生沒有及時協助
- ✓ 較難獲取保險資訊

現行問題

提案簡介

目標客群

現行機制

解決方法

可行性評估

結論

企劃案介紹

台灣人壽

提升業務員經營意願

利用業務員經營狀況給予分數評比，給予相對應獎勵，提升整體經營意願

協助保戶分派業務

依據客戶地區、年齡等資訊推測其需求，挑選業務員的查詢系統



中國信託金控

台灣信託人壽

解決方法

利用績效指標提升業務員經營意願

● 針對上歸客戶經營情況

是否與接管後保戶有持續往來

成功簽發保單紀錄

以通訊處為單位認定是否持續關懷

● 業務員基本經營狀況

是否因違反內外規而遭到記點懲處

將上述指標量化，並以通訊處為單位排名及獎勵措施

依據客戶資訊推測適配業務員

企劃案介紹

業務員特徵為匹配基礎

單位所在地

性別

主要經營
年齡層

居住地

年齡

性別

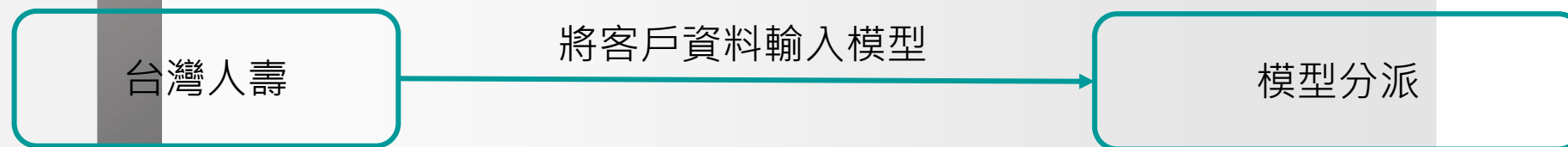
輸入保戶對應資訊

分類
配對

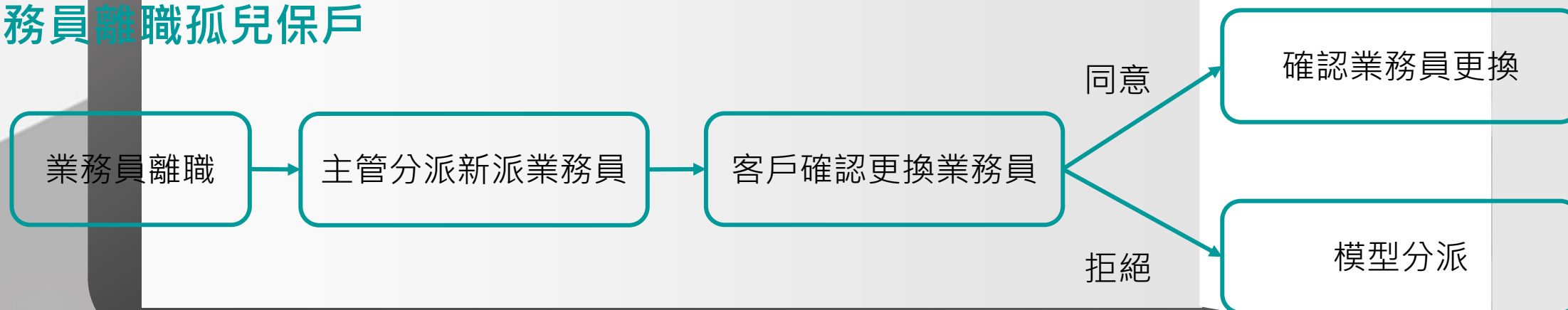


使用時機

企業併購孤兒保戶



業務員離職孤兒保戶





短期效果



將適配業務員分類

由台灣人壽整理業務員資料庫，針對業務員屬性做分類，再由台灣人壽出發，依據保戶情況匹配與適當業務員，經過分派之業務員更容易掌握客戶潛在需求。例如，類似年紀、性別、收入之保戶可能有相似的需求，將觀察結果作為匹配基礎。

效果

加強



針對有基本操作3c產品的保戶而言，在數位上歸時讓客戶自行選擇要指派業務or填入個人需求，若自行選擇即可利用以客戶端出發的業務員分派機制，找到適合業務員。

將選擇業務員的權利還保戶

中長期效果

企劃案介紹

中長期 效果

建立資料庫

自動紀錄分配業務員、客戶資訊，以蒐集具有價值的資料

產生模型

利用前述資料建立決策樹等業務員推薦模型

優化流程

透過自動化推薦模型，提升業務員分派的品質，進一步提升台壽對顧客的價值！



公平待客原則

以中高齡人口為目標客群



台灣人壽歷史及保險業常態

企業合併之孤兒保單&業務員離職之孤兒保單



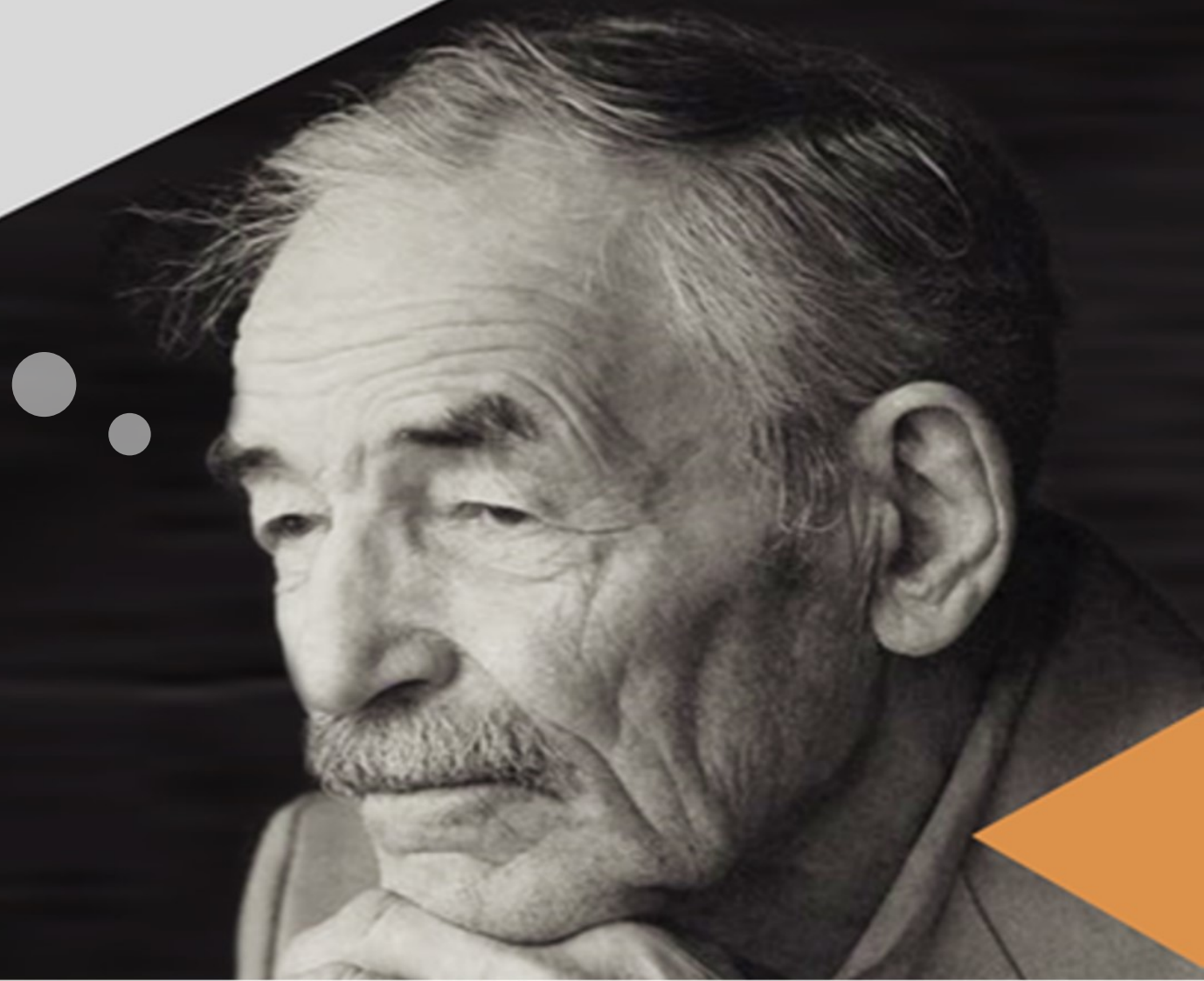
提出解決方案

以績效指標提升業務員經營意願&提出依照
客戶需求分派業務員之方案



網頁實作

網頁介紹



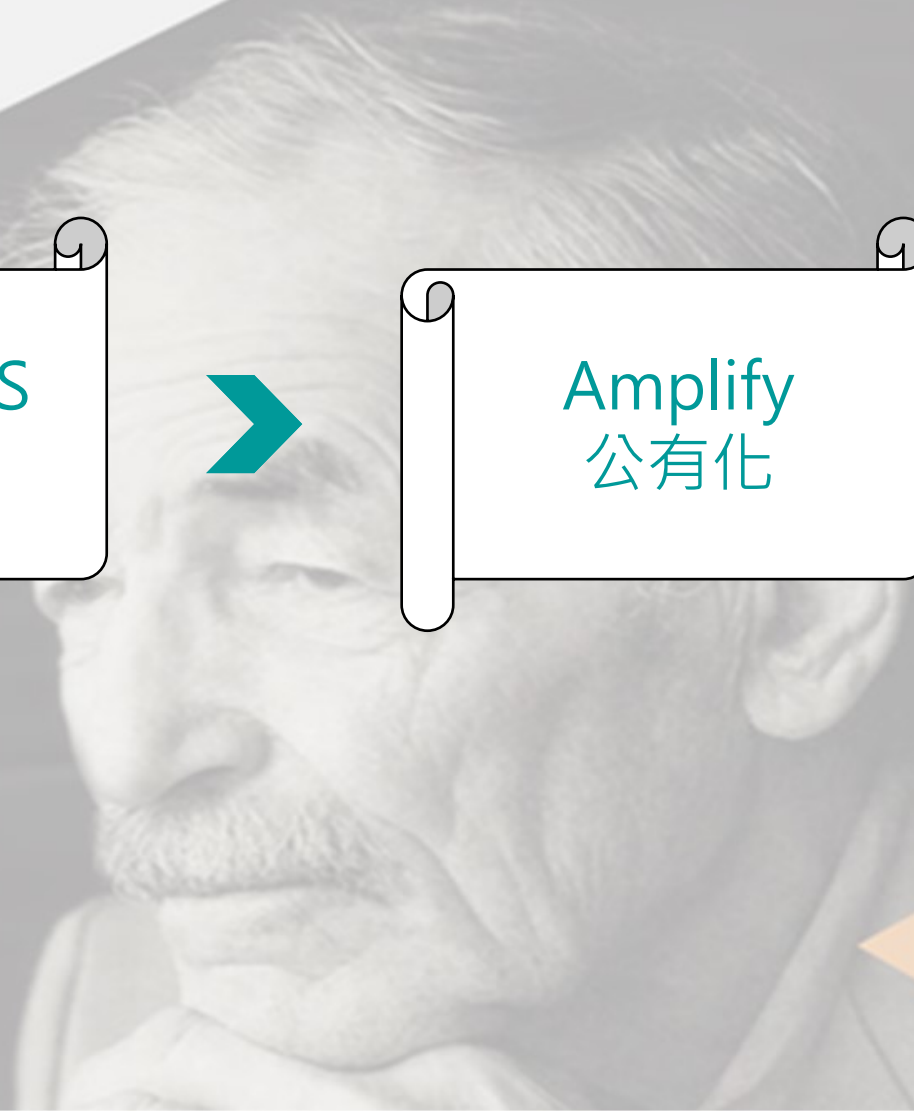
Figma繪製



HTML&CSS
撰寫



Amplify
公有化



登入頁面

確保業務員隱私並限定進入此系統之權限，因此使用員工編號作為登入之帳號



中國信託金控

台灣人壽

業務員搜尋平台

員工編號:

密碼:

登入



搜尋頁面

依據各種條件搜尋符合之業務員



中國信託金控 台灣人壽 業務員搜尋平台

EN 登出

性別: ☐ 男 ☐ 女

地區: 縣市 地區

服務客群年齡: ☐ 20~30 ☐ 30~40 ☐ 40~50 ☐ 50~60 ☐ 60以上

顧客客群年收: ☐ 100萬以下 ☐ 100~200萬 ☐ 200~300萬 ☐ 300萬以上

保單數量: ☐ 15張以下 ☐ 15~30張 ☐ 30以上

聯絡時間: ☐ 皆可 ☐ 上午(9:00~12:00) ☐ 下午(14:00~18:00)

送出

搜尋結果



- 依評分的高低，主管能輕鬆瀏覽搜尋結果。
- 點擊圖片進入業務員的詳細資料

業務員的詳細資料

呈現業務員擅長的保險領域，
主管能更精確的分派孤兒保單



網頁連結



Thank you for your listening~

