

這次演講著重在講解企業保險和銀行保險，並提到了在數位時代中，如何利用其他科技技術，來提高企業保險與銀行保險的獲利。

相較於傳統業務員的銷售管道，銀行保險主要的銷售產品性質比較偏向財富管理類型。由於台灣儲蓄率較高，銀行存有大量的資金，而且在低利率的時代，銀行藉由銷售保險才能提高自身獲利，因此在台灣的壽險銷售管道之中，銀行保險是最主要的銷售管道。

在過去人們必須親自去銀行辦理相關業務，銀行也藉著這個機會銷售保險產品。但隨著金融科技的發展，一般大眾已經減少臨櫃辦理業務的次數，漸漸習慣更快速方便之金融服務與體驗。而銀行也透過網際網路、大數據、行動科技及演算能力提供各式金融服務，大幅提升工作效率並降低營運成本。在電子商務蓬勃發展的現在，傳統的銀行保險銷售管道勢必也得進行改革。在 2017 年 6 月，保經代電子簽署作業自律規範通過，傳統的銷售方法發生了重大改變，像是要保書的電子化，消費者不用親自見到理專才能獲得保險產品相關資料；另外也准許藉由通訊軟體 line 等，及時查詢保險產品與投保資料。對銀行與保險公司來說，行銷管道的數位化帶來了大量的數據資料，藉由分析這些資料銀行能夠更精準地將客戶分群以提供服務，保險公司也可以更即時得知保險產品的銷售情況，並提出更符合大眾需求的商品。