

履 歷

許瑞宏

男, 未婚, 173 cm 高, 80 kg 重。

1975 年 7 月 30 日生。

役畢, 陸軍裝甲兵預士退伍。



台北市大安區樂業街 72 巷 11 號 5 樓

doltegg@cathayholdings.com.tw

0922589586

學歷

- 國立台灣大學經濟學系研究所碩士班畢業 (2001年9月 – 2003年6月) 論文
題目為: 台灣貨幣需求實證研究 — 誤差修正模型之分量迴歸
- 國立台灣大學經濟學系畢業¹ (1998年9月 – 2001年6月)
- 私立淡江大學物理系肄業 (1993年9月 – 1995年1月)

工作經驗

- 國泰金控 (2016 年 1 月至今), 行銷規劃處整合行銷部副理
- 國泰人壽 (2011 年 9 月 – 2016 月 1 月), 放款部放款企劃科副理
- 國泰人壽 (2010 年 12 月 – 2011 月 9 月), 展業萬華通訊處區主任
- 國泰人壽 (2006 年 11 月 – 2010 月 12 月), 整合行銷部放款企劃科科員
- 萬泰商業銀行 (2003年7月–2005年7月), 業務部企劃科領組
- 南亞塑膠公司 (1997年5月 – 1998年3月), 製膜廠聚合課現場操作員

¹ 退伍後在南亞塑膠待了 10 個月後, 參加轉學考進入台大經濟學系二年級。

證照

- CFP 認證理財規劃師 (2014 年)
- 投資型保險商品業務員 (2010 年)
- 外幣收付之非投資型人身保險業務員 (2010 年)
- 金融市場常識與職業道德 (2009 年 3 月 14 日)
- 財產保險業務員 (2009 年 3 月 14 日)
- 信託業務專業測驗 (2004 年 4 月 11 日)
- 人身保險業務員 (2004 年 2 月 21 日)
- 理財規劃人員 (2004 年 1 月 4 日)
- 銀行內部控制基本測驗 (2003 年 11 月 16 日)
- 投信投顧業務員 (2003 年 3 月 2 日)
- 證券商高級業務員 (2002 年 12 月 12 日)

自 傳

碩士畢業後,第一份正職工作在萬泰銀行總行業務部。業務部是銀行分行、存匯業務及財管業務的管理單位,當時我負責各分行考核 KPI 訂定、追蹤、考核及各分行預算執行、收益考核等。另外當時財務管理業務正興起,萬泰銀行也開始著手徵募各分行理財專員的培訓及財富管理建置。

之後進入了國泰人壽的整合行銷部,但我待的是放款企劃科。

雖然保險業也可以從事放款業務,但當時國泰人壽的組織思維把非人身保險業務範圍的工作全部定義成整合行銷,在內部只是業務員服務客戶的一種工具,如同產險、信用卡、證券開戶一樣,都以「服務」為出發,讓客戶能夠一站購足,做全方位的服務。

因此放款業務的商品、行銷、推動、考核就落在整合行銷部的放款企劃科了。而執行放款業務的徵、審、貸放、收息等中後端作業則為放款審查部。

我在放款企劃科幾乎所有的工作都輪過了,商品規劃:我製作過四個商品,也包含 2014 年起國泰人壽承做公教人員貸款,從習慣性公股銀行包辦的公教貸款,第一次由民間企業承辦,更是第一次由「保險公司」承包。這項工作從一開始與行政院人事行政總處資格認定的來往開始,到最後投標利率的建議,得標後業務同仁的訓練,讓每一項安安穩穩地讓業務量增加一倍以上的績效能安然度過,現在想想也覺得不容易。我曾經問過富邦人壽,他們敢去標公教貸款嗎? 答案是否定的。

會說安安穩穩是因為公務員是一群很特殊的族群,普遍教育水準高、心中既定成見深,難以更動,比一般大眾客戶更嚴謹、要求更高更多、更難服務。當我們放款業務量足足增加一倍,我們實際徵審工作負荷不過來時,我們放款企劃科進了放款審查部當救急助手,順利完成了 2 年的承包工作,這 2 年也讓我對放款貸放、收息作業更加熟悉。

放款業務把公務人員引進公司了,名單已經取得,後續靠保險部門的客群經營,讓這群公務員能在後續對公司帶來放款以外的收益了。這是當初我們說服主管們讓我們去標售公教貸款的一大主因。

按國泰人壽的職涯規劃,當中可到外勤業務單位歷練一年的經驗,我義無反顧地到外勤去體驗一些不同於內勤所謂穩定的工作。因為我本來就屬教育業務同仁

的講師之一,又各區部的會議我也常以總公司的整合行銷部(放款)代表出席,所以與業務單位算是熟識。在我要外調業務單位時,外勤的長官很看重我放款的專業,所以極力爭取我,讓我能經營一個很不錯的區。外調那一年,我很順利能以該區主任入選上海高峰會的榮耀。

2016年我調金控,主要負責各子公司間合作方案,不管事不是共同行銷。主動上我的業務是促成各子公司間合作,被動上當子公司需要其他子公司合作配合時,上門來找我們幫忙。這是我們最主要功能,我曾經經手一些如銀行幫證券作身份認證讓證券能以線上 App 開戶,此一認證方式現在也移植至投信公司。人壽、銀行人員登錄幫證券開戶等,還有傳統的共同行銷業人壽、產險、證券幫銀行推信用卡、開戶。還有共同行銷名單供其他子公司電話行銷規劃。

現在金控公司講求跨公司合作、客群經營分析,如名單跨公司使用建模,用模型來分析預測電話行銷可能成交的客戶,以節省無效的行銷電話通數,大大提高成交成本。另外,當各子公司資訊流通的管道打通,讓小額信貸申請案件能使用客戶在各公司往來情形,導入信用評分表計分,就可以大大提升客戶的貸款額度,也能有效降低客戶的風險,因此可以導入線上核貸模型。以前小信案件進件後,每一件都由徵審人員人工作業,耗時費力,現在線上核貸,僅需幾秒鐘,系統就能評估出利率及風險,能更科學化客觀決策貸放的可能性、更有效率使用人員及資訊。如果再結合網路、App 等數位進件,線上核貸系統,如此一來,電銷人員從頭自尾皆可在線上完成一個信貸貸放件,客戶端也能享受 10 分鐘動撥的好處,這正是數位化帶來的改革。將來許多業務跨平台、跨公司皆可導入數化整合,所以跨子公司間的業務只會愈來愈頻繁。

整合行銷的業務愈來愈多元,如現在數位化,各家子公司都積極經營自己的 App 來服務客戶,常常會有資源分享問題,這就是整合行銷的業務,還有共同經營 App,打造一個客戶資訊流通的 App,共同塑造品牌價值等。

我的數學很強,對數字邏輯很清楚也很敏感,常能看到別人看不到、想不到的點。因為我看到許多人對於數字不是很在行,一討論到數字便只能當聽眾,所以這點是我很引以為傲的地方。

我軟體技能如 Word、Excel、PowerPoint 等極強,是可以開課的那種強。特別是 Excel,我幾乎可以出書了。

另外我工作上曾經用 Html, CSS, JavaScript, SAS 等軟體, 對於 R, Python 也懂一點點。