**行銷規劃處(20200416)**

1. **整合行銷部**

|  |  |
| --- | --- |
| **工作項目**  **(負責人)** | **進度概要** |
| **金控服務品質委員會**  **【楊慎淇】**  **【洪筱婷】** | 1. 2020Q2會議將於6/5(五)下午4點舉行，議題調查中，預定4/29(三)進行彙整。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | 公司 | 議題 | 資料提供 | | 國壽 |  |  | | 銀行 |  |  | | 產險 |  |  | |
| **客戶聲音蒐集(VOC)分享會議**  **【楊慎淇】**  **【洪筱婷】** | 1. 目的：依金控服務品質委員會103年第二季會議決議，各子公司間應建立客戶聲音(VOC)蒐集定期分享機制，故決議由金控每季定期召集各子公司服務品質小組權責單位研討。 2. 進度：    * 1. 公關部主題加購需求：         + 1. 監控特定財經名人FB，10/5已提供收錄情形與預警規劃做法，10/8已提供報價。           2. 系統設定已於11/4完成，通知公關部測試。           3. 金管會網站裁罰案件監控：11/19申請系統擴增，12/30收錄作業完成，站台1/8上線。      2. 頻道標籤與地圖評論服務試用：11/14寄發通知，11/29彙整各公司觀測據點清單，進行系統設定與收錄建置作業。12/20各公司地圖評論需求地點已完成收錄。1/3上線並轉知子公司。      3. 金控/銀行資安部需求：試撈資安議題報表供監控需求評估，2/20另提供報價單。3/16已完成平台與通報群組設定並通知測試。      4. 公開社團頻道擴增需求：考量無收錄名單，盤點歷史+定期(季)探索重點名人/政治性公開社團做批次更新，優化監控範圍與即時性。 |
| **銀保會議**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：協調金控銀保通路商品策略及業務推動作法 2. 2月份銀保會議時間：2/24停開。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | ＃ | 名稱 | 報告子公司 | | 1 | 業績概況與同業訊息(採書面資料，預定2/26彙整)🡺2/27彙整完成並提供與會主管參考。  🡺3/9通知人壽更新數字。 | 人壽/銀行 |  1. 4月份銀保會議時間：4/20。視訊測試時間4/17。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | ＃ | 名稱 | 報告子公司 | | 1 | 業績概況與同業訊息 | 人壽/銀行 | | 2 | 美元101型預定利率討論 | 銀行 | | 3 | 給付差異化台幣商品需求討論(如新光五動鑫富、南山樂活雙享) | 銀行 | |
| **資安戰情室：使用者測試**  **【楊慎淇】** | * + - 1. 目的：配合集團資安管理政策，進行相關產品POC測試。       2. 進度：       3. 已於7/17回饋測試問題。       4. 7/19會議：回饋IM客製問題。       5. 7/25會議：回饋檔案交換與IM功能問題。       6. 7/29完成NB VDI環境連結需求統計。       7. 8月POC評選：已完成郵件、IM與檔案交換評選評分與補充意見。       8. 8月體驗交流會議：8/20回饋郵件、檔案交換工具使用意見。       9. 9月檔案交換討論：依使用情境(內外部交換、攜出、資安規則)回饋資料導入架構。       10. 10月：企業即時通廠商簡報、郵件系統意見回饋。       11. 11月POC評選：完成企業即時通評選評分與補充意見。   產品作業中，預估Q2使用者測試。 |
| **集團客戶拒絕資料交互運用通報機制**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：調整通報作業流程，統一透過系統對接減少人工會辦作業負擔。 2. 進度：    1. 子公司現行註記檔案拋接與系統更新作業情況調查9/3彙整。客服會辦單納入銀行直效窗口資訊，9/2已更新並提供各子公司。    2. 依11/8討論會議： 3. 跨公司自動化通報機制適法性確認：已完成確認子公司上傳檔案作法。11/26與法務討論，清查各公司註記來源與定義，規範自動化拋檔範圍。已擬註記規則通知，12/11與法務討論。12/23會議討論，(a)基金來源註記同信用卡/開戶、(b)金控留檔：已請資訊處查詢歷史檔異動檔程式邏輯+主機資料留存情形🡺樣本歷史檔載入TD+檢視月檔資料(c)各公司客戶0與Y註記日期分佈，1/31已完成。 4. 證券簽署資料：現階段提供台股客戶資料，待證券重新整檔客戶簽署資料(含複委託)後提供金控。11/26已提供整檔條件予證券。證券12/5召開討論會議：CTI資料交互運用註記新增記錄系統時間功能，待估作業時程。    1. 3/12與玉梅副總討論修法階段註記定義/規則：(A)人壽註記N：3/13請人壽確認定義與話術，3/23回覆。(2)早期Y人數：3/17完成分析(3)註記類別：查閱法管會會議討論。    2. 4/14法務討論會議：後續確認修法後各公司(銀行除外)告知事項異動暨註記影響情形。 |
| **金控資料**  **倉儲**  **【楊慎淇】** | SAS登入問題：8/27起金控帳號失效，已由銀行業管單位協助開單重建。9/6測試SAS無法連線TD，已請銀行偵錯。9/20已彙整帳號提供銀行處理。10/15測試連線TD正常。   1. 其他需求帳號處理中，10/18提請資訊作業申請書。 2. 10/23虛擬帳號申請完成併請USER進行登入測試，11/5彙整測試結果。11/6提單申請連線資料倉儲權限，12/17測試完成。   SAS版本升級：VDI環境出現啟動錯誤訊息，已請人壽IT協助更新版本。已提供安裝步驟請資訊處調整以解除安裝檔錯誤訊息。  🡺1/31聯繫原廠索取安裝說明與確認授權碼，2/7 WIN7環境升級完成。  🡺配合人壽升級作業系統，2/27提供WIN10安裝檔，人壽3/4安裝完成後配合測試：測試結果無法連線SAS資料館，3/13通知銀行處理。  跨售資料偵錯：   1. 7月底資料異常，已盤點問題並請資訊處重新執行，因人壽系統升級問題致更排程新未成功，report下架。 2. 8月底未有資料：server異常致排程延後，另人壽資料異常，經資料格式修改，9/12已重新執行。 3. 9月底資料異常：已完成偵錯並調整。 4. 銀行商品註記代碼檔未定期更新，致銀行客戶數統計有誤：   A.請銀行提供新代碼檔(10/7)整理大中小分類：10/30已完成整理並提供資訊處。  B.請資訊處確認原跨售商品統計邏輯，討論調整作法。   1. 11月底未有資料：12/4調整跨日問題並重新執行。 2. 12月底未有資料：因應TD空間不足，清整2年前檔案下架。重新執行後仍異常，1/9通知資訊處處理。1/9傍晚執行完成。 3. 3月底未有資料：4/10通知資訊處處理。   VDI升級：   1. 現行VDI環境之連線IP自9/9起無法使用，已EMAIL通知user重新設定新IP。 2. 升級WIN10環境測試：3/13測試TD資料表出現Error，已請資訊處協助處理。WIN7環境並行，為主要使用環境。   金控倉儲管理：9/20聯繫資訊處針對維運現況與系統架構做說明。10/23請數數發回饋建議。11/7召開會議，依會議決議：   1. 人壽/銀行評估通知機制  |  |  |  | | --- | --- | --- | | 項目 | 人壽 | 銀行 | | 通知機制 | * + - 1. 跨售資料排程通知機制完成更新       2. 12/27召開討論會議：  1. 盤點金控與人壽資料表 2. 討論並建立程式判斷規則 3. 評估傳檔資料調整為倉儲資料、開放layout查詢權限 | 1. 9點前未處理完畢之異常以及異常處理完成，由倉儲人員發信通知。清單盤點中。 2. 資料源異動通知提案12/19資料治理委員會討論：以欄位異動通知為主。資訊作業方式納入每週討論。 | | 資料使用時段規範 | 比照銀行管理辦法設置固定時間清除一般排程 | 現行已有 |  1. 代碼檔更新：銀行研議由IT彙整各BU代碼檔，按現行形式提供金控。請銀行就現行資料表整理進度於12/27前上傳系統更新，缺漏代碼持續增補。    * + - 1. 銀行盤點協作BU單位，預定明年Q2完成自動化更新。          2. 2019Q4：12/25已上傳更新代碼檔。          3. 2020Q1：3/23完成更新代碼檔。   SAS資料存取:2/4測試人壽資料館連結，資料權限設定成功。 |
| **寶可夢合作專案**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：以集團角度建立遊戲客群合作模式。 2. 進度：    1. 配合人壽與寶可夢公司討論授權項目，已與銀行(預定10/17回覆)、產險(預定10/18回覆)與證券聯繫，彙整各公司需求。    2. 10/24召開會議    3. 依照TPC討論時程，請銀行評估品牌合作可行性：11/5召開跨部門討論會議。11/7回覆意見予人壽    4. 11/6國建-寶可夢合作討論會議，人壽說明現行規劃與合作模式。    5. 執行內容含銀行ATM行銷成分之利害關係人議題：11/18經法務討論識別應用，11/19回覆人壽可行做法。11/22回覆銀行作法。    6. 銀行授權合約：活動網站與cathaywalker使用銀行CI和名稱(遊戲不使用)，12/23法務討論簽訂授權必要性與簽約對象訂定。    7. 點位：3/25點位上線，共計2,340個(其中補給站2,258個)  | 公司 | 點位 | 說明 | | --- | --- | --- | | 銀行 | 全家 | (1)原於1月已完成擇點(1083個)，惟針對N社近期提出全家另有其他部門與之洽談遊戲合作，人壽/銀行、全家與N社三方2/26會議討論確認合作模式。  (2)因應日方要求，3/3人壽提出雙方合作信函予全家，3/10回覆確認合作夥伴關係。  (3)合作契約審閱完成，待簽約。 | | 捷運 | 2/4溝通會議，2/21完成擇點119個。  配合疫情，延緩點位上架時程。 | | 分行 | 以補給站為主，12/31提供點位資料 | | 全聯 | (1)1/30溝通會議，2/21提供點位994個。因應日方要求，合作夥伴意向函已回覆。  (2)合作契約審閱中 | | 華泰 | 2/18人壽與國建會議討論。擬以園區經營角度洽談，規劃分階段設置於(1)華泰周圍與(2)影城/水族館基地🡺待園區整體營運範圍完備後再行討論。 | | 人壽 | 營業據點 | 服務中心22個、通訊處158個 | | 自營大樓 | 35個 | | 中華電信 | (1)完成合作洽談，2/21完成擇點385個。  因應日方要求，合作夥伴意向函已回覆。  (2)合作契約審閱中。 | | 證券 | 分公司 | 1/14完成擇點，10個。 | | MR | 特店 | 待大型通路確認後洽定數量🡺379個 |  * 1. 點位調整：12/27與N社確認點位定期檢視與異動規則。   2. 活動資訊曝光與導流  1. 活動網站放置國泰協辦單位資訊：   (a)2/26提請法務確認合規性，3/5完成確認並通知人壽。  (b)確認各公司說明文字與CI：2/27已提供ai檔與規範供製作。3/20確認文字稿並回覆人壽。   1. 國泰協辦單位線上廣宣活動版位：   (a)2/26提請法務確認合規性，3/5完成確認並通知人壽。  (b)金控、銀行與證券版位設置、排程與協調：依各版位規範委外製作，另提單申請上版。3/20素材製作完成，圖稿審閱與調整中，3/30完成。  (C)金控、銀行、證券版位申請：銀行內網(已上線)、銀行line官方(系統轉換)審核中，其餘已全數上線。   * 1. 活動上線前/後QA：因應點位上線，3/27提供各公司客服單位及線上編輯。 |
| **ROBO智能投資服務推廣**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：協銷ROBO產品至集團通路，提高服務使用人數。 2. 進度：   (1)12/13會議討論，新增理專手收試算、調整客說會時程提前洽談、集團員工體驗會及人壽AG說明方式評估。   |  |  |  | | --- | --- | --- | | # | 項目 | 說明 | | 1 | 理專手收試算 | 12/30銀行提供試算結果。經會議討論，今年度以外獎方式推動，暫不納入考核。 | | 2 | 客說會時程 | 3/23舉辦後活動全數取消，4月中旬後重啟評估與安排後續規劃。 | | 4 | 員工體驗會 | •2/14召開集團經營討論會議。  (1)現行ROBO架構是否遵循投信投顧法令規定🡺2/17與主管機關討論定案維持原架構。  (2)3月起，搭配行銷活動舉辦銀行內部說明會，依試辦結果調整後進行集團推廣。  (3)邀請高階主管體驗與支持  •依產品架構調整推廣活動時程與活動規劃：(1)共三場，第一場為3/18(其餘兩場預定於4月舉辦)，3/11開放報名。後續取消。  (2)博恩影片上架學習網：4/14已上架學習網，點閱人數82。 | | 5 | 集團員工  行銷活動 | •揪團：4/1-6/30組隊並完成交易任務，獲得抽獎資格。4/8上線，以公務信箱廣宣，4/9申請上架金控入口網曝光。  4/13止報名：分行49、銀行18、人壽3。 |   (2)分行/區部績效：統計至3月底止。 |
| **2020年金控KPI訂定作業**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：呈報總經理暨處部承接KPI及目標 2. 進度：   (1)2/15寄發通知。3/3完成初版，3/19完成簽核。  (2)3/10盤點與調整總經理/處部KPI作業流程。 |
| **金控伺服器資料權限**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：配合人壽清查作業 2. 進度：確認中，預定4/17回覆。 |
| **金控員工創新提案獎勵**  **【洪筱婷】** | 1. 因近年來收到之提案較少商業創新，多與員工體驗有關，與創新提案辦法設置初期方向已不同，擬修訂廢止本辦法，並由CPX戰情室規劃相關員工體驗發聲管道。 2. 近二年各子公司創新提案執行狀況：    1. 國壽：2019年收160件，受理22件，6成為服務流程精進改善。    2. 銀行：2019年規定每部門根據所屬業務提案，算部門協理PMD。   2020年將部門分為二大系統進行提案競賽。   * 1. 產險：無徵稿收件。   2. 證券：2015起無徵稿收件。   3. 投信：隔年舉辦一次主題式大型徵稿。 |
| **合約建檔**  **【洪筱婷】** | 1. 目的：為符合公司合約管理規範，將合約建檔  2. 進度：完成資料蒐集，及貼印花稅，2月11日已完成移交法務歸檔。 |
| **電子金融**  **月會**  **【許瑞宏】** | 1. 4月份會議於4/22舉行，採視訊會議方式進行，議題： 2. 數位獲客及一鍵綁卡合作機制 (銀行卡金) 3. 數位平台服務滿意度調查 (人壽數發) 4. 官網\_子公司內容管理系統導入介紹 (銀行數銀) 5. 4/20請各主管秘書測試視訊會議 |
| **金管會檢查局一般業務檢查**  **【許瑞宏】** | 1. 二年一次檢查局一般金檢：109/3/26~107/4/17。 2. 調閱資料範圍：107/8/31~108/12/31。 3. 先針對公版調閱資料(整合行銷部有14項)及單位規章辦法，於3/20前提供稽核室。 4. 可能被提列意見：建議金控應訂定各子公司間交互運用客戶資料使用期限並表示同業有訂定相關政策。 5. 是否請子公司擬定符合資料倉儲管理要點第十條之資料銷毀作業細則 |
| **中華信評問卷**  **【許瑞宏】** | 1. 中華信評年度信評會議將於7/21(二)、7/22(三)舉辦， 2. 問卷於6/5(五)下班前繳交 |
| **股東會**  **【許瑞宏】** | 1. 股東會將於6月12日召開 2. 股東會模擬問答截止日為5月5日 3. 股東會總演練於6月9日   其他細節視疫情而定。 |
| **國壽滿期金專案**  **【許瑞宏】**  **【楊慎淇】** | 1. 案由：依據11/18保險聯繫會議，劉大坤資副建議金控與各子公司成立專案小組，討論滿期金回流推動痛點與機會。 2. **各子公司回流優化方案**(預定3/2保險季會報告)：    1. 銀行：對滿期回流銀行客戶在Q2有美元換匯及定存加碼優惠。美元換匯減碼0.035，美元3個月定存加碼0.3%。    2. 證券：推廣小債平台及定期存股，配合業務員廣宣，滿期客戶交割有手續費優惠、及禮券好禮。    3. 投信：輔導人壽重點單位，宣導滿期金回流投資型商品，連結標的選擇國泰投信基金。 3. **整體客群分析**：    1. 未來5年年金件數(件數)  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | AUD | NTD | USD | 合計 | | 2020 | 15,160 | 1,751,119 | 476,082 | **2,244,381** | | 2021 | 15,160 | 2,218,952 | 477,050 | **2,713,183** | | 2022 | 15,160 | 1,945,711 | 481,375 | **2,444,268** | | 2023 | 15,151 | 1,911,626 | 478,591 | **2,407,391** | | 2024 | 15,147 | 2028848 | 478,556 | **2,524,575** |  * 1. 未來5年年金金額(台幣萬元)  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  | AUD | NTD | USD | 合計 | | 2020 | 10,729 | 3723693 | 1,063,556 | **4,797,977** | | 2021 | 15,271 | 5350860 | 1,127,033 | **6,493,164** | | 2022 | 19,150 | 5658637 | 1,237,099 | **6,914,886** | | 2023 | 21,023 | 5467559 | 1,296,096 | **6,784,678** | | 2024 | 21,512 | 6382942 | 1,350,134 | **7,754,588** |  1. 待人壽整合行銷科6月提案後，再討論專案進行方式。 |
| **集團旅平險協調**  **【曾芷儀】**  **【黃薇】** | 1. 案由：因人壽與產險均有旅平險商品，為擴大集團推動綜效，將共同協商找出最佳合作方式，增加集團旅平險整體市場佔率。 2. 進度： 3. 第三次贊助人會議：原定4/9(四)10:30在第七會議室召開，因防疫考量，取消會議，已寄發取消通知，並將會議資料上傳至行動會議APP。 4. 機場櫃台上線：3/24(二)已上線新版不便險。 5. 產壽險總簽進度：人壽和產險皆已完成。 6. 易call 保：因近期人壽IT臨增業務量多，人力不足，暫定從4/15（三）延至4/29（三）上線。 7. 贈送版不便險：以標準型不便險為基礎，規劃相同給付項目、保額較低之新贈送版不便險。惟贈送版不便險仍為過渡期作法，僅維持4/1-12/31，人壽數發規劃於此期限內突破法規限制爭取搭售標準型不便險。目前商品規格及活動條件皆已確定，由數發與銀行先行簽約，惟受疫情影響，產險全面停售不便險，故贈險活動待解禁後上線。 8. 信用卡滿額贈：確定取消信用卡滿額現金回饋之活動，銀行將公佈於卡友活動頁面告知用戶。 9. 檢視指標訂定：已檢視過去績效並訂定2020年度目標，並於第二次贊助人會議呈報。 10. 商務開拓：已和壽產險確認策略合作對象(星宇航空、LINE BANK、將來銀行、樂天銀行)之開拓進展，僅產險正和星宇航空接洽中。目前將星宇航空列為首要開拓對象，已主動聯繫窗口，探詢合作意願，等待回覆中。 11. 團隊成員考核：原預計比照戰情室，團隊成員駐點滿半年以上，由專案辦公室評核年度考績。 |
| **集團品牌贊助策略研究**  **【曾芷儀】**  **【林昱宏】**  **【黃薇】** | 1. 案由：為建立集團品牌贊助執行成效評估指標，擬分析集團客群樣態，並蒐集外部客戶聲音與方法論，以為未來品牌贊助及策略行銷依據。 2. 進度：   (1) 因集團品牌贊助經營策略將更換窗口，Cynthia回覆預計10月底會提供集團品牌未來經營策略報告資料。新窗口小豹 (邱彥蓁)回覆，目前因為都在協助轉型媒體案與內部影片拍攝，相關報告可能要12月底才會出來。  (2) 已於周二提供最新版本給Ben，預計12/5周會後彩排。  (3) 1/3(五) 下午4點與小豹開會。  (4) 芝萱已完成修改版。  (5) 3/25 與Amy、小豹開會討論後，修正簡報中。  1. 還是會以品牌贊助為主軸，只講品牌會太廣，方向又不一樣。  2. 增加國泰女籃體系宣傳，UBA文化大學亞軍、HBL淡商冠軍。  (6) 4/9 與Amy Team一起報告給David |
| **米其林品牌合作案**  **【曾芷儀】**  **【洪筱婷】** | 1. 案由：透過品牌合作，規劃系列跨子公司實體及數位行銷活動，持續加強「生活金融」獨特項目，並深耕集團客戶關係。 2. 2020年米其林贊助活動規劃： 3. 2020米其林指南-台北台中發佈會暨Gala Dinner因應全球新冠肺炎疫情將延期至第三季舉辦。 4. 4/9米其林初步通知，因全球疫情沒有趨緩跡象，目前規劃方向為於8月底採網路直播方式公布今年得獎餐廳名單，不舉辦Gala。   銀行原定11月舉辦之Wine Dinner也可能因疫情無法舉辦，目前與米其林商討將合約延期之可能性。   1. 2/20米其林依銀行需求，提供3款小型餐酒會規劃，經呈報執行長，裁示如下，相關需求已再與已與WA溝通，預計3月底將提供進一步規劃。  * 今年不舉辦大型mini gala，改舉辦能與客戶互動較深入之小型餐會，由理專陪伴參加。 * 餐廳選擇已2星餐廳為主，搭配提案2由專業品酒師教導品酒。 * 約50~60人/場，中部1場、北部3~4場 * 舉辦時間：11月中 * 配合理專加入，預算降低至USD 500/人(2019 mini gala預算約USD 790/人)  1. 除固定品牌合作及上述活動舉辦費用外，不足合約45萬美元之部分，約USD 56,600與WA協商，暫擬規劃如下：  * 製作國泰米其林聯名紀念酒：預算USD 20/瓶(含包裝)，共700份，作為gala dinner及銀行餐酒會伴手禮。 * 廣宣：邀請社群名人與星級餐廳主廚合作拍攝影片，以記憶中的味道-酸、甜、苦、鹹、鮮-設計可自行在家製作的美味餐點，加深民眾國泰米其林合作印象。 |
| **國泰優惠**  **通路推廣**  **(會員統計)**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】**  **【詹宛霖】** | 1. 會員人數：至2020.04.12會員累計如下表：  |  |  | | --- | --- | |  | Total | | 累計人數 | 2,056,427 | | 全新會員 | 2,000,122 |  1. 通路推廣：  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 通路 | 2月  (2/1-29) | 3月  (3/1-31) | 4月  (4/1-14) | 全年度  () | 2020  年度目標 | 進展率 | | 分行 | 2,301 | 2,126 | 658 |  | 70,000 |  | | DS | 150 | 197 | 80 |  | 90,000 |  | | 人壽 | 953 | 1,422 | 463 |  | 28,000 |  | | Total | 3,396 | 3,745 | 1,201 |  | 188,000 |  |   3. 2020年度目標: 25萬通路新會員。通路推廣繼續由整行負責，實際分工/推廣方向也需跟著產品發展做調整，先提供目前通路推廣的執行方式及聯絡窗口。  4. 集團點數命名：小樹點 Tree Point。  5. Jerry 願意以進件後30天也算給DS的績效，呈現於MR半月報中。  6. 2019年MAU：平均44.2萬(2018年32.7萬)、最高52.3萬(12月)。  7. 2019年開啟天數：3.65天，較前期成長0.03天。  8. 2020/1/26初二撒紅包DNU 2,715、DAU 105,092。  9. 會員數2020/1/31開始破200萬大關。  10. 預計4/24更新MR官網(新增小樹點和第3方服務說明)；預計6月初上線小樹點新官網。  11. 國泰優惠 2020年度KPI (公開)  (1) 開啟天數5天 (2019最高為3.8)  (2) 小樹點累積2億點，包含行銷贈送、紅利兌換、手動兌換。  (3) 小樹點兌換次數60萬次。 |
| **NBA**  **品牌合作**  **專案**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】** | 案由：基於與NBA官方合作關係，結合賽事熱度及相關資源設計主題活動，以加乘品牌贊助效益，增加與集團客戶之互動頻次。   1. 長期品牌合作應用規劃： 2. 成效：<https://reurl.cc/8qrog> 3. 2020上半年度規劃： 4. 明星賽系列預測 5. 季後賽預熱社群活動：心理測驗 6. 季後賽神預測網站調整 7. 進度： 8. 合約簽署完畢 9. 明星賽系列神預測 (1/13 – 2/15) 數據成效：   網站瀏覽次數：88,446，來自國泰優惠26,295  不重複上站人數：33,132  不重複登錄人數：6,264  社群觸及：47,464   1. FB心理測驗遊戲：已送審NBA完成，將開始製作  * 預計活動：4/20 – 5/10，如能提前將會提前上。 * 確認可在NBA Taiwan FB粉絲頁投放廣告，將會與UDN規劃討論後續執行方案，並請他們提供報價單。 * FB與IG廣告規劃：<https://reurl.cc/R4XjND> * 規劃6-7月活動中，可能是類似心理測驗的單次社群活動。  1. NBA季後賽神預測 (4/19開打)：   已請Leo協助分析，預計3/31前提供結果。   * 目前正在規劃如果不強迫成為國泰優惠會員的方案，請會員留下姓名與Email。 * 獎品方面可能不再提供7-11票券。 正在找尋其他替代方案，且可能採用Email發送電子序號獎品，已詢問宜睿可行性。  1. NBA續約建議： 4/8已提供David需要的3頁報告。 2. 國泰NBA 3X已提供F1新聞給他們參考，根據公關部表示，NBA似乎還是想在4月底開始報名，7月打總決賽。 |
| **BD**  **國泰優惠**  **異業/子公司**  **業務合作**  **拓展**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】**  **【詹宛霖】** | 目的：與異業洽談合作，除取得國泰優惠獨家優惠，以達到會員行銷以及分群經營之目的，另也思考如何建立創新的商業獲利模式；同時與子公司/關係企業則進行業務合作或商品輔售。  一、行銷優惠合作  上線行銷優惠合作：詳見表單 (<https://goo.gl/EGs5uL>)    二、異業合作  1. Red Bull -> 1/15已回信婉拒F1，有提及後續阿里會邀請他們來聊聊。並請他們如準備好2020年度計畫，可以先分享出來。目前確認因為疫情暫時都沒有進一步的規劃。  2. 2020 VOUGE風格野餐日   * Vogue#風格野餐日：Vogue Taiwan 在 Vogue Health的概念之下提出的在地品牌活動，2020年已邁入第6屆。城市野餐的概念融合自然氛圍、舞台活動、風格特色市集，亦與環保體驗和公益參與深度結合，形象自然清新且正面積極，線上觸及與線下參與人數眾多且逐年增加。 * 國壽確定參與今年度Vogue#風格野餐日品牌活動的合作。藉由Vogue專業的跨媒體整合行銷網絡，以及風格野餐日的現場駐點與互動體驗，推廣國壽LINE BC與Cathay Walker，營造青春活力、健康運動的品牌形象，另擬結合公關與集團CS相關行銷操作。預計2月27日前完成確定合作細節，開始進行前導宣傳。 * 國壽駐點攤位 攤位設計風格：木質文青、自然、藤蔓花牆 體驗區設計： 集體創作 或 多肉小教室 贈品：國泰樹狀小香皂，體驗打卡分享即贈 * 國壽 x Vogue野餐尋寶 宗旨：以鼓勵大家多運動、健康防疫為概念，宣導 #CathayWalker 健康促進計畫 任務：達成各關卡指定步數方可進行關卡尋寶、並獲得下個關卡的解謎關鍵 專屬宣傳：   (1)每一站會有關主&遊戲規則立牌，立牌會置入國壽Logo強化品牌  (2)最後一站到國壽攤位完成任務可換取多肉植物贈品(任務為加入國壽LINE BC 或 填寫問卷)  - Vogue會在4/20先與尋寶遊戲設計單位討論架構，國壽會在5月初第2次討論時加入   * 防疫規劃 鑒於防疫需要，Vogue與市府商討後，野餐日確定延期至7月11日週六。所有線上宣傳依舊會持續且至新野餐日日期，以鼓勵大家走出戶外、健康野餐的方向宣傳，最後以野餐實體活動作結。 因目前疫情未控，官網暫時將野餐日確切日期抽掉，待疫情控制後與政府單位確認後公告。 * 3-5月前期宣傳安排   - Vogue雜誌3月刊：露出國泰新人類徵才計畫廣告  - 2020#風格野餐日官網：<https://www.vogue.com.tw/voguepicnic/> - 5月雲野餐：打造線上互動網站，作為野餐前期暖身宣傳，藉由互動式體驗引發社群討論  - 國壽預計4/17簽回委刊單和現場市集需求   1. 電影/戲劇類別：也許可以找李安合作，發想中。 2. Pinkoi：Ｑ4會有兩場大型線下活動，一場在台中，一場在台北，將於Ｑ3開始洽談合作細節。 3. 第7屆台大音樂節(4/24-5/17)：已確定停辦。 4. 第5屆政大音樂節：提案企劃書如下。活動日期待確認，主辦方正在商討延期事宜。因疫情關係，暫以2021年之贊助為目標去談。   https://drive.google.com/file/d/1Pfc4SRZo9shFtwrIyGI-BBbxp1fXtAH\_/view?usp=sharing   1. 2020第二屆台灣奶茶節：   贊助合作案簡介   |  |  | | --- | --- | | 項目 | 說明 | | LOGO露出 | 活動網頁、紙本奶茶地圖、粉墨誌、頒獎典禮 | | 奶茶護照 | 50本 | | 國泰優惠APP折扣 | 50份奶茶護照折扣50元  \*亦可討論為KOKO優惠 | | 國泰聯名飲品 | 與特定奶茶店家合作推出國泰聯名飲品 | | 社群曝光 | Hashtag 10次 | | 贊助費用 | 100萬 |   待與相關單位討論是否有贊助興趣   1. StreetVoice：﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽﷽ pinkstival,街聲：已聯繫到窗口，正在詢問近期有無線上演唱會之規劃。   三、客群拓展   1. 寵物飼主客群 2. **案由：** 隨著國內寵物飼養比例逐年上升、寵物市場的漸趨成熟，人們的生活更加緊貼寵物。透過與寵物服務產業/科技新創團隊等異業合作夥伴進行合作，接觸潛在飼主客戶。 3. **寵物客群：**    1. 產險寵物險 與產險討論寵物險異業合作面向，盤點目前最希望的合作是核保相關的異業數據資料，其次為互惠的行銷合作。    2. 國泰優惠 將新增任務牆功能，「寵物」為其中之一的興趣/資料選項。 持續開發寵物服務類(e.g. 媒合平台/寵物用品電商等)異業合作，為未來國泰優惠收集的寵物客群提供優惠或相關服務。 4. **合作洽談對象及內容：**     1. **安家行動寵醫** 4/1已提案予寵物險部門進行討論： i. 提供獸醫師到府醫療的便利性，並提供合作優惠給有需求的國泰寵物險飼主。 ii. 合辦寵物醫療知識與保險講座，提供飼主正確的醫療知識與保險觀念。    2. **PetTalk說寵物** i. PetTalk寵物健康護照系統：已與產險洽談未來看診與理賠聯動的相關合作。 ii. 線上或線下寵物類活動：PetTalk初步提及今年有規畫8月毛孩麻吉日、12月毛孩聖誕派對。待PetTalk提供資訊以邀集會議了解BU參與意願和方式。    3. **動物雲商城** i. 國泰優惠APP行銷導購：由電商提供優惠序號，透過APP發送給寵物飼主用戶。5/1-31上架國泰優惠進行合作。 ii. 寵物險廣告行銷合作：寵物險資訊露出於電商首頁或是購物結帳完成頁面。請產險與動物雲4/10前提供初步簡介資料以利進階討論。    4. **東森寵物雲** i. 預計先以國泰優惠合作面向始談起，再接往其他進一步合作。(註：東森保代已和華南產險自2019年9月合作推出「東森華南寵物險」。) ii.    5. **LuluPet智慧貓砂盆** 醫療級儀器影像辨識檢測貓咪排泄物，追蹤貓咪健康狀況。 i. 產險表示對於寵貓核保相關經驗較少，且飼主替寵貓打晶片比例低，需再進一步了解可合作面向。 5. 其他：家庭親子、新手爸媽、女力...等 |
| **音樂/**  **異業合作**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】**  **【詹宛霖】** | KKBOX第15屆風雲榜演唱會：2020/1/18(六)，台北小巨蛋   1. 各子公司目標與活動確認：   **國壽：**Cathay Walker下載量5萬 (11/18 – 12/31) IG抽獎：<https://www.instagram.com/p/B54ms3DIbxh/?igshid=8asdxizdL6b2>  粉專抽獎：<https://ww.facebook.com/Cathaylife/>  **銀行：**改贈票模式，以客戶維繫為主，不做社群抽票。  <KOKO>  篩選200位2019年度(1-11月)的高價值客戶，並曾於KKBOX進行消費者，將依照高價值排序發送40份Survey Cake 問卷填答，填答完成即贈KKBOX電子序號(可兌換兩張電子門票)，若優先填答問卷者未完成問卷，則依序請候補者填答回覆  <ROBO>  搭配申購ROBO抽旅遊金活動，集團員工申購ROBO加碼再抽KKBOX演唱會門票以及3年免管理費，主題會包裝成 集團員工獨享３好禮。  <行銷科>  發問卷給MMB MGM前25名的客戶，完成問卷即可以送KKBOX演唱會門票  **國泰優惠：**優化APP評價 與 邀請好友註冊(原為增加綁定發票數) 。(12/16-1/5)  以WEBA設計活動網站，同時宣傳子公司的抽票活動：<https://mr-kkbox.ryzoweba.io>  活動已正式上線，也於國泰優惠FB、KOKO FB、FB演唱會換票社團、KKBOX FB與APP Banner宣傳。   * 1/9(四)上午9-10點於冰火島，與公關部、兩家子公司開行前會，David會參與。 * 已提供截至1/5為止的前期宣傳效益與截圖報告，保守估計觸及150萬(國泰平台)，並且約1.4萬人次參與留言、分享、邀請好友或是回填問券。 * 國泰優惠部分   APP留言評價：624位不重複會員參加  MGM邀請會員：新增268位會員    KKBOX已提供結案報告，檔案有1.7G，另外提供給協理。  KKBOX風雲榜初步回饋：   * + 1. 國壽:   - 內部多位主管覺得贊助案效果好，很喜歡KOKO在現場置入的方式與玩法，建議明年可以用類似的互動機制來置入；  - 業務員與同仁覺得門票是好的行銷資源，希望未來可以爭取更多；  - 整體來說，國壽認為風雲榜是好的贊助標的，如果可以願意持續贊助。   * + 1. KOKO：   - 現場置入效果佳，風雲榜的調性符合2020年的TA目標：7-30歲；  - 覺得不一定需要門票，比較想要有曝光與互動機會；  - KOKO與國壽都不喜歡攤位，如有持續贊助，可換成其他曝光。   * + 1. 公關部：   - 整體露出滿意，認為KKBOX配合度高，很樂意針對國泰需求調整。  - 建議David後續可詢問小老闆當天現場的感想  KKBOX 2020年可能會走校園巡迴，KOKO跟國壽都很有興趣。預計在4月KKBOX會出提案。  KKBOX已告知公關與子公司，因為疫情將會延遲提案，目前已確定上半年都不會有任何校園活動，下半年目前也都暫停中，等後續疫情明朗後才會提供。 |

**會議進行模式：**

1. 在仁愛路國壽大樓上班人員至第七會議式，以社交距離入座(不排座位)，並配戴口罩。
2. 會議資料在「行動會議App平台」，可自行下載，或收視第七會議室之視頻。
3. 視訊會議連結會在會議前15分鐘開通。
4. 非國壽大樓人員以WebEx視訊會議參加會議。
   1. 外點人員可以以「部」為單位，連進視訊會議室。
   2. 高級主管可以在辦公室連進會議室。
   3. 外點連接會議室請勿開啟己端視訊，避免佔用頻寬。
   4. 麥克風先行關閉，待欲發言時再打開，避免音頻干擾。
5. 報告人注意事項
   1. 資料畫面全由國壽大樓第七會議室提供，不論報告人在哪。
   2. 請報告人應清楚表達會議資料頁碼、落點，讓第七會議室資料操控人可以正常播放，及與會人員能跟上。
   3. 報告人出場順序由司儀呂錦棠協理主持安排。
6. 會中發言注意事項
   1. 發言前請先表示自己的單位、身分。
   2. 司儀呂錦棠協理會適時安排發言順序，以利會議進行。