**行銷規劃處(20200910)**

1. **整合行銷部**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序號** | **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. 2020Q3會議9/4(五)下午4點召開，報告議題如下，9/9已送出簽呈。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | 公司 | 議題 | 報告人/資料提供 | | 國壽&銀行 | 語音辨識應用及未來發展 | 王滄慶副理、莫康寧副理 | | 產險 | 公平待客執行架構-icare | 陳家祥協理 | | 投信 | 簡單｜小額｜智慧的投資心法：泰機靈 | 林士凱經理 | |
|  | **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。   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。   1. 預定12月中上旬舉辦網路輿情工作坊，議程如下   (1)上午：基本關鍵字設定及站台操作教學  (2)下午：針對各公司目前站台使用上遇到之問題，以案例方式教導演練  (各公司問題蒐集中，9月中將先提供予廠商依使用情境先行製作成教學案例) |
|  | **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. 6月份銀保會議追蹤事項：    * 1. 9/1起放寬(類)保障型商品承保年齡至繳費期滿不超過80歲。採個案審核，搭配調降佣獎。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | 商品名稱 | 繳費年期 | 承保年齡上限 | | 益美雙喜 | 2 | 高齡損益無法收斂，不增開 | | 祿美滿 | 6 | 74 | | 10 | 70 | | 好美利101 | 6 | 74 | | 美美年年 | 2 | 78 |  * + 1. 調高2年繳儲蓄險等主力商品之宣告利率   🡺7月份美美年年調整至3%   * + 1. 研議開發類醫療險商品，開拓有資產傳承需求之高資產客群   🡺銀行已回覆商品初版架構條件優化意見，人壽將與再保公司洽談  調整。   1. 8月份銀保會議：原訂9/1，延至9/15召開。  |  |  |  | | --- | --- | --- | | ＃ | 名稱 | 報告子公司 | | 1 | 業績概況與同業訊息 | 人壽/銀行 | | 2 | 美元策略型商品條件優化討論與建議 | 銀行 | | 3 | 類保障型商品需求 | 銀行 | | 4 | 近期新商品開發進度說明 | 人壽 | |
|  | **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🡺證券、產險已回覆，待人壽回覆。    3. 4/27提請資訊需求：資訊處初步回覆，5/5召開IT會議討論。       * + 1. 5/14資訊處回覆方案評估結果。5/19完成會議資料。5/20寄發會議通知。           2. 5/21-5/25向子公司業務單位說明。經會議討論，預定6/16彙整評估資訊與進度🡺各公司回覆資料完成彙整。   金控整檔：7/8已提出資訊作業申請。預定10/30完成。  異動歷程檔：經與金控資訊處討論，請各公司預估整檔檔名、規模、欄位與格式以及整檔時程。陸續完成與BU和IT窗口溝通需求。人壽完成資訊作業申請，已回覆，產險預估中，銀行8/24與證券8/19召開內部會議討論，已回覆。  資料品質：已與法務討論改善作法。預定提報9月法管會。8/11完成提案資料並提請法務檢視。9/9回覆意見，完成提案。 |
|  | **金控資料**  **倉儲**  **【楊慎淇】** | 跨售資料偵錯：   1. 3月底未有資料：4/10通知資訊處處理。4/16重新執行完成。 2. 5月底未有資料：6/9已完成執行。 3. 6月底未有資料：7/9聯繫人壽倉儲，7/13重新執行完成。   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：   A.3/13測試TD資料表出現Error，已請資訊處協助處理。4/28重新測試，已無編碼錯誤問題。  B.人壽升級TD分析工具版本：5/6轉知user測試，5/8回覆測試問題予資訊處。   1. VDI WIN7環境預定於6/29關閉，個人資料存放至U槽。   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🡺信用卡判斷邏輯定義中，另行預估上線時程。          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。  SAS教育訓練：5/19完成報名，時間6/4-6/5。 |
|  | **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：【Q3活動】： 3. 點位合作：  |  |  | | --- | --- | | 全家 | 提供廣宣曝光+點位兌換優惠與點數兌換，人壽5/11提案🡺規劃中，預計Q4深度合作。 | | 全聯 | 提供廣宣曝光+點位兌換優惠與點數兌換，人壽5/11提案🡺6/11拜訪，後續研議網投合作以及APP內活動資料回串問題。 | | 捷運 | 觀察疫情緩解情形，預計7月點位合作洽談。 | | 桃園置地 | 1. 6/10請國建評估28個預留點位之期望佈點時間與點位資訊。🡺A區設點12個，配合園區開幕時程，8/5上線。 2. 配合見面會，評估Pokemon GO短波遊戲操作可行性。 |  1. 國泰協辦單位線上廣宣活動版位，已於6/25前完成申請，7/1上刊。 2. 見面會(預定10/25或10/24)：    * 1. 人壽6/16召開討論會議，6/15提供園區空間簡介供活動規劃討論。      2. 活動方向與執行內容(7/8)：場地為A區，邀請人壽客戶與園區遊客參加，以健康為主軸，置入pokemon明星、CW/MR等互動攤位並搭配舞台遊戲。已完成選商。 3. 9/1會議決議，邀請各公司討論明年度合作意向與需求，會議時間9/7。 4. 9/7會議:由各公司評估合作意願與意見回饋，預定9/11回覆。 |
|  | **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： 3. 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，視疫情狀況評估與安排後續規劃。已請分行洽詢。 | | 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。  博恩影片上架學習網：4/14已上架學習網。點閱數：6/1(1,106) | | 5 | 集團員工  行銷活動 | •揪團：4/8-6/30組隊並完成交易任務，獲得抽獎資格。  (1)4/8上線，以公務信箱廣宣，4/9申請上架金控入口網曝光。  🡺資格隊數：4月份64隊，5月份20隊(4月延續45隊)。  (2)新活動網頁上架入口網：  🡺4/22完成申請hotnews並上線。  🡺4/22申請功能選單，4/27上線。  🡺4/27banner申請，5/4上線，至6月底，採每兩週輪撥。  (3)Line貼圖文分享：4/25上線。  (4)集團員工簡訊：5/7起寄送。  (5)申購者問卷調查：投資與使用經驗分享，獲抽獎資格。  •星際之旅：8月起完成交易任務，獲得抽獎資格+員工加碼超商禮券。  (1)8/10申請上架員工入口網功能選單，8/17上線。  (2)8/10申請上架員工入口網banner，8/14上線。  (3)8/18申請上架hotnews。 |  1. 分行/區部績效： 2. Q2：配合銀行延長活動計績期間至6月底，更新至6/30結算。區部獎勵為達標+加碼(期末總投資本金大於首扣金額) 3. Q3：新戶目標2戶/人，且新戶資格增加期末本金需留存1萬元。更新至8/31止。 4. 人壽通路推廣    * 1. 新商品：智能投資型保險(預計10月上線)，暫以銀行為銷售通路。      2. AG：         1. 規劃獎勵方案，協助基金投組新戶推廣。         2. 通路市場調查，了解AG認知:8/11完成調查規劃初版。8/18完成問卷上版作業，8/31完成前測。9/1執行(320)、9/6(612)，9/7寄發跟催信。9/9(753)，預定寄發區部群組。 |
|  | **金控**  **資產管理**  **【楊慎淇】** | 1. 目的：建立子公司產品與通路協作機制，協助金控資產管理推動。 2. 進度： 3. 依7/1討論內容調整規劃template，7/2寄發銀行與投信，7/13彙整。 4. 新增投信相關財務數字、基金績效表現、產業銷售狀況、人壽保單鏈結/類全委概況。 5. 7/21討論後調整，7/27更新完成。 6. 7/28:預定增補(a)人壽類全委帳戶:已提供佔比與明細(b)投信年度預算。 |
|  | **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及目標並進行追蹤 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。  (3)CSR辦公室新增總經理KPI，6/20提供指標分類。  (4)上半年追蹤：7/21寄發通知，8/7完成資料彙整。8/11上簽，8/18核定。 |
|  | **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。 |
|  | **稽核一般查核**  **【洪筱婷】** | 1. 2020年稽核一般查核日期：7/9~7/22 2. 一般查核行前單位業務內容與內控相關議題簡介會議    1. 會議日期：7/1上午    2. 資料日期：6/29    3. 整行工作重點報告(新增、調整、內控缺失等)    4. 特定議題：「公平待客原則」特別說明    5. 7/30簽覆稽核查核意見。    6. 109.08.19(三)14:10-15:40於本公司28樓會議室召開內控座談會。 |
|  | **電子金融**  **月會**  **【許瑞宏】** | 1. 9月份會議：9/25下午2:00舉行。 2. 議題：    1. 掃描支付與點數生態圈應用分享 (銀行卡金)    2. O2O的經營現況和成效檢視 (人壽數發) 3. 9/4發通知，會議資料9/16回來 |
|  | **滿期金趨勢與未來走向研討**  **【許瑞宏】** | 1. 8/25開會，針對各子公司回饋國壽滿期金回流所帶來的效益/成本，研討之後對回流效率追蹤管理方向。 2. 未來5年滿期資源 (95%以上為台幣)   滿期金金額、件數逐年減少，至2024年已不足100億元。   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **年度** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** | | **金額** | 413.6億 | 219.4億 | 377.8億 | 102.0億 | 79.4億 | | **件數** | 11.3萬 | 7.4萬 | 14.4萬 | 4.1萬 | 1.8萬 |  1. 各子公司回饋    1. 銀行：滿期金客戶因限制行銷，且滿期客戶偏保守，外匯匯兌收益有限。惟手續費收入依新戶占比決定。    2. 投信：96%以上金額逾30天內贖回，近一年約18萬成本匯費。惟轄區同人至單位早會宣導，建立養客觀念，增加客戶黏著。    3. 證券：透過滿期金輔導推動線上開戶，擬推動小債平台，訴求保守穩健商品。 2. 金控建議：    1. 滿期金金額式微，應該調整銀行、投信、證券等對滿期金客戶行銷模式。    2. 若滿期金對各子公司成本大於效益，應檢討各子公司所提供預算或Campaign；人壽亦檢討現行的管理手段執行是否符合資源分配，或調整回流項目。 3. 人壽評估方向：    1. 待銀行端手收效益、投信端首次開戶比率效率數字統計後，若滿期金效益不大，評估是否不再追蹤滿期金效率。    2. 考績、獎勵等追蹤模式分階段退場機制。 |
|  | **共銷工作證數位化**  **【許瑞宏】** | 共同行銷管理辦法第7條：…並主動**出示**符合主管機關之相關法規及行政命令所規定之資格或證照。   1. 證券正在製作數位防偽造效果。 2. 人壽打算請教訓科將對保課程列入受訓清單中，服務中心人員印製進教育系統印出以為證明。 |
|  | **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. **第四次贊助人會議：**因不便險仍停售，以呈送會議資料方式。會前會已於5/15(五) 15:30召開，會議資料已於6/24(三)呈送。 4. **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，已寄發通知並將會議資料上傳至行動會議。 5. **機場櫃台上線**：3/24(二)已上線新版不便險。 6. **易call保上線**：4/27(一)已上線並開始重簽作業。   重簽進度：總會員數：62萬，業務同仁件55萬，靜止戶(近5年內未投保)：20萬，非靜止戶：35萬，截至六月底統計，重簽完成：4萬。   1. **業務員通路行動投保(MI)：**延遲至9/22(二)完成開發。 2. **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。贈送版不便險為過渡期作法，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。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。 3. **信用卡滿額贈**：確定取消信用卡滿額現金回饋之活動，銀行已公佈取消訊息於於卡友活動頁面。 4. **檢視指標訂定**：已檢視過去績效並訂定2020年度目標，於第二次贊助人會議呈報。 5. **團隊成員考核**：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，已於第四次贊助人會議說明。 6. **人壽網路會員共銷試辦**：將研擬申請書，提報金管會，解決人壽網路會員不能直接購買不便險之問題。申請書進度：正在照會人壽法風稽。 7. **沙盒結案報告：**因應主管機關評估縮短人壽旅平險沙盒測試時程，數發預計於6/5提交沙盒結案報告書，並在報告書中納入壽、產險搭售模式。4/29(三)召開產壽險合作策略討論會議，數發已提供詳細API流程圖，並於5/14(四)會同產壽雙方法務討論適法性。已拿到沙盒定期報告，溝通重點如下： 8. 由於績效受疫情影響，建請主管機關可完整執行本計畫已核定之計畫期間，待累積一定驗證實驗結果後，再行開放相關法令。 9. 建議未來可酌情開放人壽保險公司採共同行銷方式投保同一金融控股公司所屬產險子公司之不便險服務。 10. 建請未來可在滿足保險利益原則、資安個資控管、投保身分機制可確認之前提下，酌情開放試辦多人投保。   後續：因修改法規需時長，沙盒實驗期間確定會延長。   1. **人壽網站旅平險專區優化：**待優化細項已盤點完成，8月底由團險部負責後續優化作業。 2. **集團旅平險市場開拓策略請示案：**草擬以集團品牌開拓旅遊保障市場之開拓模式，與產壽雙方高管交流後，已取得數位通路銷售產險旅綜險，實體通路維持人壽旅平險搭售產險不便險之共識。簽呈已簽回。 3. **實體通路階段性報告：**資料於8/27呈送，小組預計九月底結束。 4. **集團旅遊保險市場開拓策略小組kick-off meeting：**8/24(一)已召開，靜宜經理已寄出會議記錄。 5. **數位通路策略開拓專案小組：**第二階段小組已於8/28開始作業。 |
|  | **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) Recap：   1. 美食與旅遊，品牌合作機會少，效益不高，將透過子公司合作，如刷卡優惠來進行為主。 2. 米其林續約建議，另外開啟專案準備。 3. 生活娛樂品牌合作，將嘗試詢問下方兩點： 4. 李安：林懷民/雲門舞集模式，將另外提案 5. 迪士尼：將在研究評估後，如有覺得合適將找窗口聯繫 6. 國泰女籃：可從HBL種子球隊為宣傳主軸，搭配HBL新球季來 創造聲量。 7. NBA續約：以高三之夜+國際賽邀請賽方案為主。 8. 音樂：與KKBOX 風雲榜持續合作，並且結合校園活動。 9. 贊助評估模式：不需要太長花費請第三方做市調，但是可固定幾年一次，來追蹤效果。 |
|  | **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. Gala：2020米其林指南-台北台中發佈會目前規劃於8/24於台中歌劇院舉辦，僅邀請得獎餐廳/廚師與媒體參加，並線上直播，不舉辦Gala。7/24米其林告知2020年本公司贊助雖延期，7/27發佈的媒體採訪邀約中還是會將國泰金控列為2020年官方金融合作夥伴。 4. 合約順延進度：8/18收到米其林合約，8/25完成6家公司簽約。 5. 費用進度：8/31收到發票，已交由公關部核銷預付50%的贊助費用22.5萬美元，台幣6,594,750元。 6. 配合米其林首年加入台中餐廳進行評比的新聞熱度，8/25於蘋果日報米其林專刊刊登半版廣告，並彙整集團相關美食優惠請公關部協助撰寫新聞稿於8/26發佈。 7. 8/24發布會當天，共計80家媒體到場，當週新聞共約1700則(電視台約120則、平面約80則、網路約1500則) |
|  | **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> * 成效，截至5/10(日)   + 網頁瀏覽數： 358,059   + 總參與人數： 44,242   + 有填個資人數：25,796   + 遊玩次數： 73,417   + FB分享：9,682   + FB活動1：1030留言、331分享、3,985讚   + FB活動2：187留言、28分享、3,548讚   + FB廣告1：  |  |  |  | | --- | --- | --- | | **行銷活動名稱** | **點擊成果** | **單位成本** | | 流量(點擊)\_NBA\_FB | 28,015 | $2.51 CPC | | 觸及\_\_FB | 664 | $15.87 CPM | | 流量(點擊)\_\_IG | 6,247 | $5.18 CPC |  * + FB廣告2  |  |  |  | | --- | --- | --- | | **行銷活動名稱** | **點擊成果** | **單位成本** | | 流量(點擊)\_NBA\_FB | 6,670 | $3.75 CPC | | 互動\_\_FB | 2,055 | $3.57 CPE | | 流量(點擊)\_\_IG | 1,943 | $8.4 CPC |  1. NBA續約建議：    * 簽呈文案已提供給Ben。 2. 國泰NBA 3X  * 8/22、23，每日上午11點開始 * 國泰優惠攤位活動：追蹤國泰優惠FB，參加投籃遊戲送獎品 * 國泰優惠舞台活動：籃下投籃大賽，報名須下載國泰優惠  1. 神預測回歸：    * 8/19正式上線 2. 奧美提案的國泰Content Hub：    * 8/31(一) 奧美X國泰運動主題會議，創想法討論。   還你一堂體育課(KOL)、以動探索運動(Google技術)   * + 9/7 (一) 創意想法，調整後討論（2nd）   + 9/11 (五) 創意想法確認   + 9/25 (五) 奧美提供執行計畫/調整   + 9月底 國泰確認拍攝計畫   + 10月 執行製作&修調   + 11月~ 上線  1. 國泰優惠閃購NBA商品  * 預定將提供3顆簽名球供閃購作為抽獎誘因，刺激買氣。 * 有跟神坊要求提供目前的銷售狀況與網站瀏覽數。 |
|  | **國泰優惠**  **通路推廣**  **(會員統計)**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】**  **【詹宛霖】** | 1. 國泰優惠會員數 2. 截至2020.09.09，會員數累計：  |  |  | | --- | --- | |  | Total | | 累計人數 | 2,149,364 | | 全新會員 | 2,095,721 |  1. 國泰優惠通路推廣 2. 通路推廣會員數統計：  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 通路 | 7月  (7/1-31) | 8月  (8/1-31) | 9月  (9/1-8) | 全年度  (12-) | 2020  獎勵目標 | 進展率 | | 分行 | 941 | 719 | 244 | 15,470 | NA |  | | DS | 3,680 | 2,811 | 451 | 33,533 | TBD |  | | 人壽 | 539 | 773 | 310 | 7,526 | NA |  | | Total | 5,160 | 4,303 | 1,005 | 56,529 | TBD |  |   2019年MAU：平均44.2萬(2018年32.7萬)、最高52.3萬(12月)。  2019年開啟天數：3.65天，較前期成長0.03天。   1. 進度  * MMB提案：  1. 全聯通路贈點：客戶於全聯下載贈福利點 2. 主力卡上市 3. 獎勵活動：每戶50元  * MR Q4提案：  1. 開發全國電子、鞋全家福新通路，並提供客戶下載小樹點獎勵。 2. 業務員獎勵：每戶30元，搭配信用卡計績加成 3. 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    4. 每月全新會員3.6萬(Q4)    5. MAU 60萬(Q4) 4. 小樹點購買進度：    1. 合約提供給神坊，等候寄回。    2. 周五預計可以開好發點帳戶。 |
|  | **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。   1. 上線行銷優惠合作    1. 詳見表單(<https://goo.gl/EGs5uL>)    2. 9月行銷優惠合作    * FriDay 影音免費看7天    * 台灣大車隊55688 新戶$50    * 義大遊樂世界 特約優惠    * MEIER Q 不限金額80元 2. Red Bull    * 2021 預計於Q3-Q4舉辦造飛機，場地暫定台中港三井Outlet。 3. 美而快(Pazzo、Meier Q女裝品牌)   以優惠券分波段合作四個品牌，Pazzo因有代言人楊丞琳，可設計有趣的互動方式。   1. Tripadvisor (TA)：    * 留評論贈獎活動：TA希望獎品可以更有旅遊/餐飲相關，國泰商旅確定願意一起加入。      + 獎項為：慕軒平日住宿券x1、慕軒雙人下午茶x3與小樹點。      + 日期：暫定8月中後，將為期一個月。    * #LoveYourLocal活動網頁：MR與商旅的版位預計8/17上線 2. 麥當勞：8/27二次簡報。麥當勞整合行銷部3 Team Leads與會討論(Digital-報報、點點卡、歡樂送；Trade Marketing-各種餐業績；Branding-DT得來速、Mc Café、Signature極選漢堡)， 3. 台北合唱音樂節抽票成效 (7/10-7/19)  |  |  | | --- | --- | | Banner點擊數 | 4,879 | | Banner不重複點擊數 | 3,618 | | 網頁瀏覽數 | 4,963 | | 網頁不重複瀏覽數 | 3,658 | | 總填表 | 2,711 | | 不重複填表 | 2,223 |  1. 種子村親子電商平台(My First Book台灣總代理)：以優惠券方式合作，9月初活動上線，走期一個月。 2. OB嚴選(女裝電商品牌)：8/5會議，初步表示有意願合作，但須再進行內部評估。 3. 台灣大車隊55688：8/13(四)會議討論，以優惠券方式合作，活動走期9/1-9/30，台灣大車隊提供：新戶搭車金$50x1000組，APP首頁banner曝光2週，推播1則。 4. 早午餐/烘焙連鎖商戶開拓： 5. 麥味登(800+店26直營)：想主要以直營門市合作即時核銷，另尚待總公司討論執行/預算面是否合作，另提同集團餐飲炸雞大獅(16店)、REAL真·Café·Bread(5店)較易進行合作。 6. 一之軒(23店)：中秋檔期後可上架合作。 7. 亞尼克(18店)8-10月僅能提供現有優惠。 8. 咖啡連鎖開發： 9. Cama(120+店)：咖碼2020年的異業合作策略轉為採購+行銷合作，透過合作夥伴向他們採購咖啡券作為贈品，Cama可以提供採購折扣、門市宣傳、Cama咖啡杯套印刷宣傳…等。4/22-6/9導下載商周APP成效參考(活動為期共49天，商周APP自Cama通路下載量14,000+) 10. 黑沃咖啡：直營店僅5間(台中3新竹1台北1) 11. 合作商戶供導下載MR資源  * 熊媽媽買菜網：可供手機版官網BN上架10天導連至其行銷活動網頁曝光MR資訊。預計宣傳MR會員日每月5號快閃活動 * 小三美日：提供部落格方式、異業夥伴頁面，評估不適 * 瘋桌遊：擬結合桌遊coupon，可供官網、臉書、門市曝光， * 毛孩市集：官網 * 台灣大車隊：APP首頁banner曝光2週，推播1則。 |
|  | **音樂/**  **異業合作**  **【林昱宏】**  **【林芝萱】**  **【詹宛霖】** | 1. KKBOX提出金曲獎合作方案，後因文化部公告延後金曲獎至10月份舉辦，故活動順延。已提供給公關、國壽與KOKO看過，目前活動以露出為主，沒有特別有創意的活動，但是會再跟子公司討論是否要另外請KK提案。 2. 林書豪活動：  * 5/25(一)經紀公司已來提案，6/12展逸提供第二版。 * 6/20 CBA復賽 * 6/17林書豪第二版提案內容確認，將要求獲得10周年紀念特製產品如：球鞋、布袋、T-shirt作為國泰優惠行銷使用。  1. 電影/戲劇類別：也許可以找李安合作，發想中。 2. 電影節：建議與發行商、戲院合作，可以直接觸及一般大眾。 3. 電影返校實境展：已將廠商介紹給KOKO直接處理，目前會以包場晚上產的形式進行，另外有社群活動、宣傳與現場攤位的合作。 4. Vogue FNO 5. 8/25 Vogue提案 6. ROBO確定合作時尚快閃店「人生咖啡館」 7. 私人銀行希望更具隱密性與體驗感的配合內容，如Bellavita 3F小型show，與Vogue直接討論需求。 8. 其餘與會單位：國壽、KOKO、公關部，將會評估明年度；銀行廣告部未參加，但對明年度也有興趣 9. Vogue提與國泰合作Concept：Fashion Fund 10. 兩廳院TIFA     * + - * 預計9月中提供合作提案           * 國壽初步反應良好、KOKO覺得TA不合適 11. Red Bull  * 2021 預計於Q3-Q4舉辦造飛機，場地暫定台中港三井Outlet。  1. #VOUGE風格野餐日(2020.07.11) 2. [2020Vogue#風格野餐日執行成效1.0](https://docs.google.com/presentation/d/1T7LJKR5Zp7bn39zo-KPF1oa-sraBm0X3rBgnaekxcDM/edit?usp=sharing) 3. 2020Vogue#風格野餐日執行成效2.0 Brief   活動執行費用與合作權益：   * 費用約新台幣134萬元整。 * 合作權益：前期-廣宣資源(雜誌露出、社群貼文、網路廣告等)；中期-活動現場(活動攤位及設備、品牌活動、現場文宣等)；後期-花絮宣傳([網路報導](https://www.vogue.com.tw/lifestyle/article/%E5%9C%8B%E6%B3%B0%E4%BA%BA%E5%A3%BD-cathaywalker-%E9%A2%A8%E6%A0%BC%E9%87%8E%E9%A4%90?utm_source=Facebook_PicSee)與[社群推播](https://www.facebook.com/VogueTW/videos/vb.101096408753/1492539297595168/?type=2&theater)、雜誌跨頁廣編）。   活動執行成效：  Vogue風格野餐日   * 活動現場參與人數20,000+（實際30,000+） * 活動網站帶入瀏覽量264,000+ * VOGUE Taiwan粉絲專頁/野餐活動頁觸及達3,211,000+ * 社群互動數594,000+   國泰人壽@Vogue風格野餐日   * 廣宣執行成效  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 資訊  曝光 | 自媒體 | 國壽社群(FB/IG/LINE)、數位平台(MML/MR/官網) | 118萬 | | 異業資源 | VOGUE社群貼文、廣編、活動網站、現場文宣及參與人數 | 35萬+ | | 現場活動 | 野餐解謎 | 結合「城市尋寶」及「CW健康促進」概念 | 950+人 | | SE問卷 | 49%既有客；44%潛在客；7%既有準客 | 749人 |  1. 回饋建議  * 活動性質吸引TA，活動設計吸引互動：Vogue野餐日活動性質有利於精準觸及並溝通目標受眾，可由問卷樣態看出近8成參與者為年輕族群。將與國壽評估長期合作的可能性，找出最佳合作場景。   + 1. 民眾/同仁回饋整理： * 品牌於現場曝光有助於對品牌印象更為親民及年輕化 * 贈品質感有助提高活動參與意願，不太排斥留下個資 * 活動設計(野餐解謎)切角契合CW，有助傳遞健康促進的理念   + 1. KPI設定與達成狀況： * 活動觸及130萬，達成率117%，觸及153+萬人 * 問卷回收800份，達成率90.3%，回收723份 * 行銷轉換率3%，轉換目標為21人   + 1. 檢討或建議： * 國壽搜集資料系統(Smart Event)待優化…，也應備有其他方案供現場遇到狀況無法排除時可隨即替補 * 因調動人力排解搜集資料系統問題，無暇顧及推廣花牆留言活動(寫下2020健康新目標於國壽臉書互動抽獎)，導致參與人數未達預期 * Vogue野餐日提案合作之費用逐年攀升，建議可儘早於簽合約或委刊單前，爭取品牌曝光資源(拉高現場曝光)或品牌獨家合作方式，並詳載於文件中約束Vogue團隊執行  1. 東森新媒體 2. 好朋友生活節：東森音樂節&野餐日2020合併於9/19舉辦好朋友生活節，地點擇美堤河濱。  * 8/6下午簡報說明BU：產險數發、人壽營企、銀行KOKO。 * KOKO&產險數發(旅遊險、寵物險)評估於8/14本周五確認東森生活節參與狀況。 * KOKO：提及東森生活節合作效益高、CP值也高，對KOKO是很適合的機會，但時間剛好遇校園擺攤規劃，人力吃緊，今年只能PASS ~ * 產險寵物險：預算15萬上簽中(12萬活動攤位、3萬活動贈品)；與東森密切討論寵險與現場其他異業合作互動的方向。  1. 料理之王The Chef King - 台灣廚藝類競賽綜藝節目  * 6/12東森[提案說明](https://drive.google.com/file/d/1ncdpYzmdNqA7CKC4zAgb8Q-X1iIUtXa4/view?usp=sharing) * 商旅考慮和逸桃園青埔場地單集或番外置入、以及新廚師參與節目(報名/評審) * 東森製作團隊回覆場地無法置入，商旅評估後廚師亦不參與節目  1. Discovery探索生活節 2. 8/6下午簡報說明BU：產險數發、人壽營企、銀行KOKO。 3. 提案內容可依子公司品牌宣傳或專案需求另案討論。 4. 8/11已由玉山確認贊助2020探索生活節並排競。    * M4ru |
|  | **客群拓展** | 一、電影院影視客群：  二、寵物飼主客群：   1. 案由：隨著國內寵物飼養比例上升、寵物市場漸趨成熟，人們生活更加緊貼寵物。與擁有不同類型客群的異業合作夥伴進行廣宣與活動合作，接觸潛在飼主客戶、同時為集團既有客群創造多元互動場景。 2. 目標：以異業合作方式 (1)擴充國泰優惠APP寵物元素、串連寵物生活與服務場景 (2)提升國泰寵物險品牌與產品知名度 3. 進度： 4. 萬達寵物  * 寵物險API串接：萬達會員APP於Q3試行、Q4上線，萬達想做會員區隔，預計規劃VIP pkg(寵物醫療/保險/溝通/美容/友善店家…)。 * 保費與廣告費等價交換：以萬達身份贈寵物險給VIP，萬達的保費支出可以刊登國泰寵物險廣告支應。(FB、LINE@、官網、門市海報、陳列廣宣、線下健檢/認養/公益/溝通師活動...)。 * 以送基本保障(寵物意外險)作為接觸飼主的敲門磚，飼主如想更多保障，門市通路可安排轉介客製專案讓飼主加價投保。 * 相較於明台的提案，萬達偏好與國泰目前談及的合作方式，讓VIP飼主更直接接受寵物險的保障和觀念。 * 目前進行保單產品客製化及廣告資源計價調整溝通。目前產險提第一階段合作為20萬預算，提供400位VVIP $500的寵物意外險。 * 合作預計與會員APP改版發佈同步，萬達目前規劃8月從台南高雄地區門市開始推、9月開始台中..，一路測試調整陸續往北部推(VVIP約70%位於雙北)，另談400份VVIP兌完後的第二波合作，7/22討論後續要接網投。。 * MR x LBS：預計8月底前寵物公園振興券campaign走完，寵物公園盤點可參與店數後預估執行效益。 * 毛孩市集：產險接洽廣宣合作沒回音。以MR廣宣交換做接觸洽談。   + - 創辦人Layra提因毛孩市集網站改版中，8月底可討論合作。     - 8/24會面結論：國泰優惠APP合作內容預計10月上架，除提供優惠外，亦可提供宣傳MR版位資源。毛孩市集目前合作的策略方向希望直接對營收有益，與寵險網投合作希望2021再議。  1. 毛起來  * 寵物險異業合作：社群起家電商，夾帶高流量/人氣，主打商品幾乎都跟寵物健康保健有關。初步合作想法是以採購毛起來明星商品送投保飼主，交換毛起來社群曝光機會。 * 毛起來社群為維持品牌的知識中立，不傾向與異業合作廣告曝光。產險另評估採購和社群內容直接授權使用的合作。 * MR優惠合作：毛起來Coupon點擊成效佳，Coupon被動點擊人數9,573人/15天。  1. 洽談家居賣場合作曝光（家樂福、特力屋、IKEA，46.8%飼主）；綜合電商寵物館合作曝光（MOMO-蝦皮-PChome，47.4%飼主）。 2. 寵物與飼主TA相關實體活動  * [東森好朋友生活節](https://drive.google.com/file/d/1tkV_Ude1e3wLlWlIiO6kKntDludZpZQX/view?usp=sharing)今年9/19於美堤河濱舉辦，往年現場設有寵物專區，寵物客群人潮多且互動踴躍。 * 產險數發確認以寵物專區攤位規劃參與2020東森好朋友生活節——以大型扭蛋機與現場TA互動。 * Discovery探索生活節(2020.10)：動物星球頻道主題村(挑戰賽、公益比賽…)，內容可依專案提需求另案討論。8/11更新已由玉山確認贊助2020探索生活節並排競。 |
|  | **影視客群經營**  **【黃薇】** | 1. 案由：國內疫情趨緩，實體藝文與娛樂活動復甦，計劃開拓更多電影發行商合作外，也將洽談音樂表演活動的合作。經由電影、音樂類別的異業合作，達到經營注重生活娛樂客群之目的。 2. 威視電影：5/12會議後，願意長期和MR合作廣宣交換活動。   近期活動操作模式：看預告回答問題，答對可參加特映會票券抽獎。   |  |  |  | | --- | --- | --- | | 活動內容 | | | | 電影名稱 | 角落小夥伴 | 戀夏時光 | | 活動走期 | 6/18-6/30(7/10上映) | 7/7-7/14(7/24上映) | | 提供票券數 | 30 | 20 | | 活動成效 | | | | Banner點擊數/不重複 | 11,883 / 6,441 | 4,333 / 2,246 | | 網頁瀏覽數/不重複 | 14,958 / 8,260 | 4,444 / 2,276 | | 總填表人數/不重複 | 4,313 / 3,568 | 1,672 / 1,401 | | 推播人數/開啟數 | 66,715 / 2,940 | -- | | 開啟率 | 4.40% | -- |  1. 木棉花娛樂：9/9電話會議後，願意和MR長期合作廣宣交換活動。   (1)《鬼滅之刃劇場版-無限列車篇》：10/30上映，提供電影交換券20張，活動細節規劃中。  (2)《工作細胞特別上映版-強菌來襲！人體腸道大騷動！》：10/8上映，提供電影交換券20張，活動細節規劃中。   1. ifilm傳影互動：已約9/10(四)會議討論。台灣前5大電影發行商，近期發行電影《女鬼橋》、《打噴嚏》等。 |
|  | **傳說對決校園聯賽贊助案**  **【林昱宏】**  **【黃薇】** | 1. 案由：Garena提供傳說對決校園聯賽贊助提案，無須費用，評估和國壽、KOKO想主打校園的策略相符。 2. 進度：9/4會議，國壽、KOKO皆有興趣，正在盤點需要的版位資源，再整理給Garena。 |
|  | **部門事務** | 1. 國泰工具吧：為提供更安全便利的職場工具、落實集團政策「資料不落地」減少被稽核或檢查的風險，資安戰情室預告推出系列新工具： C\_Team+、C\_Mail、C\_Drive、新AD系統。 2. **C\_Team+：已在正式環境下，請前往下載使用：**   ① 於App Store搜尋「C\_Team+」下載  ② 開啟APP輸入Teamplus Code：emp.cathay  ③ 帳號：員工身分證字號  ④ 密碼：員工入口網密碼   1. C\_Mail & AD系統轉換：  * 金控種子8/5已轉換server和e-mail系統試用，若遇使用問題將回報行管/資訊處紀錄與排除。(AD部分曾遇VDI無法使用登入，已排除) * 盤點部門安排轉換的桌機(11)、公務信箱數量(1)及有登入公務信箱需求之名單(權限：協理、蛋哥、宛霖、芝萱)。 * 其餘仁愛大樓同仁將自9/7正式開始安排轉換AD及C\_Mail。將另通知安排時間與需注意事項。 * 行管9/9公告轉換暫緩，待種子反映之意見優化後進行。  1. C\_Drive 2. 2020處遊[投票](https://docs.google.com/presentation/d/18TimzrTrliHwvJmSNG2tC57KUD1leaEg1jAbbNFTn70/edit#slide=id.g91f015b8fd_0_0)：Longtail Restaurant & Bar  * 米其林一星人氣餐酒館(2018-) * 價位2,580 + 10%（蛋奶素1,880 + 10%） * 用餐環境分成兩區、近餐廳門口；用餐時間爭取可到3hr * ！無停車場 * 聚餐日期10/14 * 推薦調酒：   Charlie Chaplin (酸甜，杏桃，佛手柑，話梅)  Pandan Mojito (薄荷，香蘭葉，蘭姆酒)  Aged Old Fashion (苦精，波本威士忌，琥珀糖漿)  High Steak (多寶內藥草酒，和牛油洗蘭姆酒)  Night Market (龍舌蘭，鳳梨，羅勒，芝麻油)   * 推薦無酒精特調：   Watermelon Brisk (西瓜汁，海鹽，薄荷茶)  Passion Twist (百香果，萊姆，百里香)  Cucumber Fizz (小黃瓜，萊姆，葡萄柚，接骨木花，蘇打水)  Orange Creamsicle (橙花，香草，煉乳，全香果)  Lassi (優格，季節水果) |