

# 金融商品行銷實務

## 教學附件 | 第一週

### 行銷的本質：不只是推銷

賴奕豪副教授 | 大葉大學財務金融學系

## 附件 A：行銷 vs 推銷——對比分析工作紙

### 課堂活動：分析台灣金融行銷案例

**活動說明：**以下提供三個真實改編的台灣金融行銷案例。請各組討論，判斷每個案例屬於「行銷」還是「推銷」，並說明理由。

**評判標準**（用三大定義的語言）：

- 出發點是顧客需求，還是賣方業績？
- 是否真正為顧客「創造了價值」？
- 顧客最終是否得到「需求被滿足」的感受？

### 案例一：業績末月的銀行臨櫃

某銀行業務員，每月 25 日前若業績未達標，主管會要求他「積極開發存款客戶」。這個月，他向一位前來辦理定存續約的 68 歲王太太，推銷了一個「保本型連動債」，強調「比定存利率高 3%」，但未主動告知商品的流動性限制（3 年無法贖回）和匯率風險。王太太當場簽約。

這是行銷還是推銷？\_\_\_\_\_

理由（請用三大定義的語言說明）：

---

---

---

### 案例二：ETF 科普 App 的智能推播

富誠 FinTech 的 App，根據使用者過去 90 天的消費紀錄（每月固定儲蓄約 5,000 元），分析出用戶具有「穩健存錢型」特徵。App 主動推播：「依您的消費習慣，您可能適合月配息 ETF，讓每月儲蓄自動產生收益。點此了解三個適合您的選項。」用戶點進去後，是一篇深入淺出的 ETF 科普文章，最後才出現商品連結。

這是行銷還是推銷？\_\_\_\_\_

理由：

---

---

### 案例三：市場大跌後的品牌溝通

2022 年股市大跌期間，某基金公司沒有趁機推銷「危機入市」的新基金，而是向所有持有人發出一封長信，解釋市場下跌的原因、基金的長期投資邏輯，以及「如何判斷自己是否應該停損」——即便這份指引可能讓部分人選擇贖回基金。信末沒有任何銷售連結。

這是行銷還是推銷？\_\_\_\_\_

理由：

---

---

## 附件 B：行銷三大定義速查卡

### ■ 行銷定義速查（含 CCDVTP）

思想家	核心定義（精簡版）	關鍵詞
<b>Kotler</b>	個人/組織透過生產並交換產品及價值，滿足需要與慾望的社會過程	創造 → 交換 → 滿足需求
<b>AMA</b>	針對目標市場（T），創造（C）、溝通（C）、傳遞（D）品牌價值（V），以獲利（P）為目的的過程	<b>CCDVTP</b>
<b>Drucker</b>	「行銷的目的，是使推銷變得多餘。」 充分了解顧客，讓產品自己推銷自己	顧客理解 → 自然購買

#### AMA 的 CCDVTP 框架拆解：

<b>C</b>	創造（Create）	設計出對顧客有意義的商品或服務
<b>C</b>	溝通（Communicate）	讓顧客知道這個價值的存在
<b>D</b>	傳遞（Deliver）	確保顧客能方便地取得
<b>V</b>	價值（Value）	核心目標——為顧客創造價值
<b>T</b>	目標市場（Target）	明確對誰行銷
<b>P</b>	獲利（Profit）	行銷的最終商業目的

其中 CCD 是核心活動（做什麼），V 是中心目標（為了什麼），TP 是方向與條件（對誰、達成什麼）。

#### 三大定義的共同核心：

行銷 = 從顧客需求出發，  
為顧客創造真實價值，  
同時讓組織也得到永續發展的回報

## 附件 C：行銷 vs 推銷——一眼看懂的對比

	推銷 (Selling)	行銷 (Marketing)
出發點	我有什麼商品？	顧客需要什麼？
核心問題	怎麼讓你買？	我能如何幫你？
時間軸	短期（這筆交易）	長期（顧客關係）
成功指標	業績達成率	顧客滿意度、回購率
金融業失敗案例	賣不合適商品衝佣金	N/A（做好的沒失敗）
金融業成功案例	N/A	KYC 適合度評估、理財規劃諮詢

## 附件 D：PBL 任務 1-A——使命宣言設計引導

### 📁 設計優秀使命宣言的三步驟

#### 第一步：確認顧客的核心痛點

王先生的問題不是沒有錢，而是：

- 不知道怎麼理財（資訊不足）
- 不信任金融機構（過去的不良經驗）
- 看不懂商品說明（專業門檻過高）

#### 第二步：確認富誠能創造的價值

富誠 FinTech 的獨特能力：

- 陳建宏的銀行業背景 → 懂得如何把複雜金融知識轉化為白話
- FinTech 技術 → 能根據個人數據提供個人化建議
- 「有溫度的行銷」理念 → 不推銷，只推薦合適的

#### 第三步：寫出使命宣言（填空）

富誠 FinTech 不是在賣金融商品——我們是在幫人：

---

**評估清單**（完成後自我檢查）：

- ☐ 有沒有提到顧客的需求或痛點（不是商品特性）？
- ☐ 有沒有提到富誠能創造的具體價值？
- ☐ 有沒有金融商品的特殊脈絡（信任、理解、複雜性）？
- ☐ 30 字以內，簡潔有力？