

修平科技大學

行銷與流通管理系

校外實習專題

實習公司：南山人壽保險股份有限公司



指導教師：林晉照 老師

學生：BZ 99069 許毓展

中華民國 103 年 05 月

修平科技大學專題報告全文電子檔著作權授權書

本授權書所授權之專題報告為授權人於修平科技大學行銷與流通管系(科)103學年度第2學期修習專題製作課程之報告。

題 目：三明治教學校外實習專題 - 南山人壽保險股份有限公司

指導教師：林晉照老師

同意 不同意(僅開放專題典藏資料表內相關資訊)

本人茲將本著作，以非專屬、無償授權修平科技大學圖書館；基於推動讀者間「資源共享、互惠合作」之理念，與回饋社會與學術研究之目的，修平科技大學圖書館得不限地域、時間與次數，以紙本、光碟或數位化等各種方法收錄、重製與利用；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行線上檢索、閱覽、下載或列印。

指導教師：_____ (請親筆正楷簽名)

授 權 人

學號：_____ 學生姓名：_____ (請親筆正楷簽名)

中 華 民 國 1 0 3 年 5 月 日

修平科技大學專題報告全文電子檔典藏資料表

題 目	三明治教學校外實習專題 - 南山人壽保險股份有限公司
作 者	許毓展
發表日期	103 年 05 月 日
所屬系科	行銷與流通管
語 言	繁體中文
關鍵字詞	南山人壽
摘 要：	
指導教師	
<p>(一) 本表所有欄位請務必確實填寫。</p> <p>(二) 填寫完成後請列印一份，並將本表電子檔案一併置於專題全文電子檔案光碟內。</p> <p>(三) 請將本表、授權書、全文電子檔案光碟與書面報告兩份，送交系科助理。</p>	

填表人：

系科辦公室：

圖書館出版組：

摘要

南山人壽保險股份有限公司成立於 1963 年 7 月，五十多年來創建南山人壽為最專業、經營績效與財務最佳、公司業務人員形象最好的保險公司。南山人壽在全台各地擁有 24 家分公司，以及超過 500 處通訊處。綿密的服務網絡提供保戶便捷即時的保險諮詢服務。內勤員工約有 4,100 名，業務員超過 35,000 名。總資產自 2009 年新台幣 1 兆 6000 億元增加至 2013 年 12 月底的新台幣 2 兆 8000 億元，總資產居業界第二名。股東權益方面，2010 年 11 月底之股東權益約為新台幣 1,514 億元，佔整體壽險業之總股東權益約三分之一，為業界第一。資本部份，股本高達新台幣 787 億元，為股本最大的壽險公司。截至 2012 年 11 月為止，保單總數約 810 萬張，提供 400 萬保戶優質的保障及保險理財規劃服務。首年度新契約保費成長率達 38%。

2013 年 5 月 1 日，我前往南山人壽保險公司面試且正式與南山人壽保險公司簽立修平科技大學行銷與流通管理系的實習合約，2013 年 7 月 15 日，開始了一學年的南山人壽保險公司實習共計 1,050 小時實習時數，在保險這個行業裡，除了具備保險從業人員應該考取最基本的一般人身保險專業證照，並在南山人壽保險公司學習公司的商品內容及銷售技巧等，將最好的商品介紹給客戶，為客戶做財務需求分析，針對他保障的缺口，規劃更完善的保單內容，在未來會持續不斷的學習，來提升自己的附加價值。

致謝

感謝系上老師們全力推動三明治教學計畫方案，此方案讓我提早一步體驗職場生活並獲得更多的實務經驗，藉此機會更能了解到目前社會上需要的是哪種人才，藉此多加磨練自己、充實自己，讓自己在這個社會更有競爭力。

在大四實習這段時間裡，也很感謝我的保險爸爸、保險媽媽 – 楊少鏞經理、洪幸慧經理，在他們的引領之下我到了五權通訊處這個大家庭，經理總是不厭其煩的陪我演練、陪我下市場、教導我如何尋找我的客戶群，當我遇到困難，不管時間多晚，經理們一定熬夜幫我找尋解決的管道，我真的非常感謝他們。

再來，我也要感謝曾經拒絕過我、潑我冷水、不看好我的人，如果沒有你們，我相信在我的保險事業這條道路上，就不會蹦出許多的火花，讓我的保險事業變得『多采多姿』；經理常跟我說：『時間花在哪裡，成就就在哪裡』，古人也曾說過：『不經一番寒徹骨，焉得梅花撲鼻香』，所以我相信我只要努力、不放棄我完全可以完成我的目標，我會時間證明一切。

目錄

致謝.....	2
目錄.....	3
圖目錄.....	4
第一章 實習動機與目的.....	5
第一節 實習動機.....	5
第二節 實習目的.....	5
第三節 實習公司甄選過程.....	7
第二章 南山人壽保險公司介紹.....	8
第一節 公司沿革.....	8
第二節 公司策略.....	8
第三章 業務單位實習所見.....	11
第一節 人力規劃.....	11
第二節 業務單位認識.....	18
第三節 行銷企劃實作.....	26
第四章 實習培訓計畫.....	32
第一節 南山新人培養計畫.....	32
第二節 菁英培訓計畫.....	36
第五章 實習心得與未來建議.....	39

圖目錄

圖 3-1 單位人力資源組織架構圖	11
表 3-1 通訊處人力資源表.....	11
圖 3-2 南山人壽 外勤人員甄選流程圖	13
表 3-3 業務主任工作績效表	14
表 3-4 業務襄理作績效表.....	15
表 3-5 四星會獎勵標準表.....	16
表 3-6 孝親教養津貼發放對照表	17
表 3-7 商品銷售作業流程表	22
表 3-8 南山 SWOT 分析表.....	26
表 3-9 生活支出表	27
表 3-10 業績拜訪量表	28
表 3-12 活動量達成率計分表	28
圖 3-3 理財規劃金三角圖.....	30
表 3-14 活動量各項目標比利表	30
表 3-15 推銷活動得分表	31
表 3-16 行銷預算表.....	31
表 4-1 工作成長表	33
表 4-2 財務補助表	34
表 4-3 南山商品類別表	36

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

當我還是大一的新生時，就有聽老師說過當我們大四的時候有二條路可以讓你們選擇，第一條：做專題，升學繼續讀研究所，第二條：三明治教學，校外實習提早工作與社會接軌，當時心想還早還有很多時間讓我慢慢去選擇，所以就沒認真的去思考這件事情，當我到大三上學期系學會結束後，逐漸的開始徬徨不知道自己該做怎樣的選擇，工作與未來已不再是我可以去慢慢思考的事了，聽了多數人的意見但卻始終拿不定一個主意，但幾經思考後終於決定參與學校的三明治教學，提前一年到公司企業實習。

第二節 實習目的

老實說雖然選擇了三明治實習這條路，但是卻不知道自己要做什麼，而系上也有幫我們找了一些公司企業來學校做一個校園徵才的活動，讓我可以更了解該企業公司的文化，讓我做出最適合自己的抉擇。不過，說真的，系上所媒合的廠商都不怎麼吸引我，我考慮的原因不全然只是因為時薪的高低、待遇的好壞、月休幾天...等，而我真正顧慮的是-『畢業後，這是我要的工作嗎？如果不是，那我這一年不就白白浪費掉了；還有這是我想要的生活嗎？』，我曾經在一本

書上看到一句話-『人生的長度是固定的，精采度卻是我們可以決定的』，這句話深深的影響了我。就在我還處於猶豫不決的情況下，服務我家多年的保險阿姨和叔叔從國外回來了，帶了些禮物來我家，媽媽也跟阿姨和叔叔提到了我要去實習的事宜，在當下阿姨和叔叔並沒有馬上找我進入保險業，而是送了一句話給我-『你現在主管過的生活，就是你以後的借鏡；想要過怎樣的生活，是你自己可以決定的』，這句話真的打醒我了！也勾起我踏進保險業的契機，我開始找了很多的資料，經過一番評估後，看來只有業務這個工作才有這樣的可能；業務不外乎就三種：1.房仲業務員 2.汽車業務員 3.保險業務員，幾經考量後，我選擇了保險業，原因很簡單，現在的景氣叫一個2、30歲上下的年輕人買一部屬於自己的轎車，那可是談何容易，更不用說一棟子房子了，左思右想後的結果就是保險業最合適。到保險這個行業實習，一方面想了解商品內容，而後如遇到狀況或事故才會知道處理的辦法及解決的管道，一方面也希望在這個行業可以讓自己有所改變，讓自己學習更多與人溝通的技巧、與人相處的模式，也想讓自己在這個行業不斷的學習、成長來提升自己的能力，並且累積自己的工作經驗。

第三節 實習公司甄選過程

當我決定選擇保險這個行業後，我開始多方的蒐集各家保險公司的公司制度，再經由南山的業務員詳細的為我解說後，我發現南山人壽保險股份有限公司的人才培訓是非常完整健全的，對於業務人員的教育訓練更是業界有名的公司，於是我便選擇加入了南山人壽這個大家庭。

在進入南山人壽這個大家庭之前，我有先去給處經理做個基本的面試，並參觀我未來實習公司的週邊環境，讓我看到印象最深刻的就是每位同仁的辦公桌上，都有很多的彩帶及獎狀，相信這些優秀主管未來都是可以讓我學習的對象，原本我以為讓處經理面試後就沒事了，沒想到處經理的面試只是初步的，最後還要經過公司內部的考試，不僅如此除了內部考試還要通過中華民國人壽保險商業同業公會所舉辦的人身保險業務員資格測驗，才能加入南山人的行列，大公司果然就是不一樣，就連甄選新人的流程與制度都規劃的很完善。

第二章 南山人壽保險公司介紹

第一節 公司沿革

南山人壽保險股份有限公司成立於 1963 年 7 月，1970 年 1 月由美亞保險公司(American Internation Underwriter Ltd.)董事長朱孔嘉先生出任改組後首任董事長，聯合首任總經理葛令樓先生、前任董事長郭文德先生、現任董事長謝仕榮先生及高級幹部等，引進專業管理及國際豐富資源與經營知識，四十多年創建南山人壽為最專業、經營績效與財務最佳、公司業務人員形象最好的保險公司。秉持「誠信第一、服務至上」之宗旨，1970 年以來，南山人壽展現以下傲人的成績：

資產總值由 1970 年的 0.79 億元，到 2007 年的 13,923 億元，成長 17,623 倍。（依本公司會計年度結算）

第二節 公司策略

南山人壽為了培養最專業的領航者，以下是叫四訓練的方針：

一.培訓未來領袖

為培訓未來領袖，南山人壽在 2007 年 4 月首開業界先河，成立『青年領袖計劃』，且每年持續推出各類講座與學習成長課程，並帶領學生積極投入志工服務主動關懷社會，希望為青年學子打造多元化學習平台，培養國際觀與競爭力。

二.保戶服務再創新

南山人壽保戶服務再創新！南山人壽領先業界首創 Skype 線上通話服務。自 2007 年 7 月起，在海外之保戶只要在 Skype 官方網站申請

Skype 帳號及下載 Skype 程式後，就可透過 Skype，直接與南山人壽 客服專員線上通話，即時享受貼心、專業及無遠弗屆的服務，即使 身在海外，也能擁有最佳的客戶服務。

三.創造三贏績效

面對 e 時代的來臨，誰能夠快速掌握資訊、應用資訊，往往能成為 最後的贏家。南山人壽為即時將公司政策與新商品訊息零時差地傳 遞到業務同仁，與中華電信簽約，完成全國首創高品質、跨越 340 多點的「e-Broadcast 同步學習系統」，為內外勤同仁的教育訓練工 作，建構了高效率的 e 化服務平台，創造企業、前端業務與顧客的 三贏績效。e-Broadcast 的建構不僅讓溝通的機制與資訊流通方便健 全，也讓業務端的學習無障礙，進而呈現完美客務服務的最佳典範。

四.多元化的產品

南山人壽的保險商品，涵蓋個人壽險、意外險、團體險、醫療險、 防癌險、年金保險、及投資型商品，滿足社會大眾不同的需求。

五.高素質的內外勤服務團隊

南山人壽除了率先建立台灣第一套業務員考試制度外，並積極建構 完整的教育訓練體系，引入先進的保險知識與服務理念，配合各種 獎勵與升遷制度，啟發同仁自主性學習精神與動力，培育高素質的 服務團隊。

六.高效率的 e 化與 M 化

南山人壽於 2001 年完成全省連線影像系統，為業界之創舉，加速契 約核保、發單、變更及理賠作業，大幅度縮短各項作業時間。遍佈 全省的分公司與通訊處間，已全面架設 ADSL 專線及教育訓練多媒體 電腦，提供最新即時資訊，大幅提高傳輸效率。南山人壽並推行 PDA

專案，成功協助業務同仁使用 PDA，達成專業行銷之即時化與行動化。南山人壽不斷投資於電腦軟、硬體設備及內、外勤同仁的教育訓練工作，即是為了建構完整的 e 化與 M 化的高效率服務。

第三章 業務單位實習所見

第一節 人力規劃

一. 單位人力資源組織

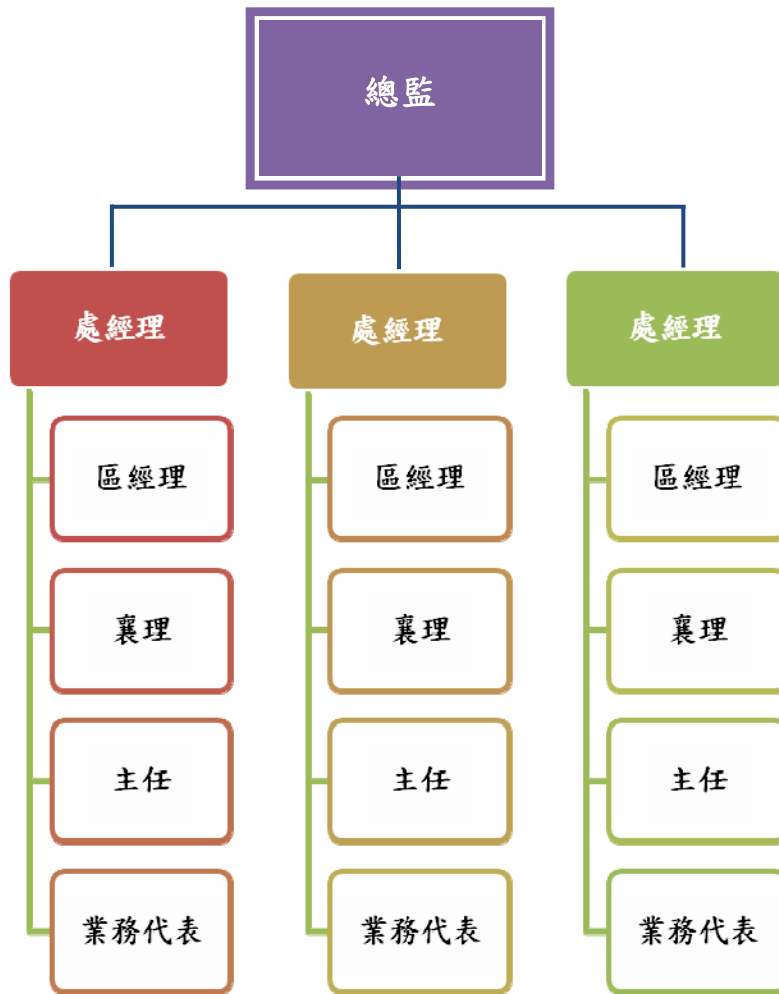


圖 3-1 單位人力資源組織架構圖

二. 通訊處人力資源概況

表 3-1 通訊處人力資源表

項目	處經理	區經理	襄理	主任	業務員	合計
人數	1	12	30	40	50	133

三. 員工甄選與試用

(一). 內勤人員徵選條件：

本公司除採人性化管理及多項員工福利外，更開辦多項訓練課程與鼓勵員工自我進修，以永續培育並吸引各類之專業人才。

本公司人員訓練及福利措施簡述如下：

1. 工作時間：

- (1). 週一至週五 08:30-12:00 13:30-17:00 每天 7 小時
- (2). 週六、週日及中央主管機關規定應放假之國定假日均放假

2. 出勤管理：

- (1). 人性化管理

3. 教育訓練體系：

- (1). 海外進修研習計劃
- (2). 階層別管理系列課程與培訓方案
- (3). 員工工作專業技能研習方案
- (4). 部門專業類培訓計劃
- (5). 組織發展相關主題培訓計劃（變革、服務、企業倫理…）
- (6). 追星計劃（管理人才發展專案）
- (7). 管理及工作新知講座
- (8). 新進人員訓練

4. 國內外保險專業考試：

- (1). 美國人壽保險管理學會壽險管理師資格（FLMI）測驗
- (2). 國際理賠學會資格（ALHC/ FLHC）測驗
- (3). 美國核保學會核保管理師資格(FALU)測驗
- (4). 美國精算學會會員資格（SOA）測驗
- (5). 國內外相關專業考試證照測驗
- (6). 本公司員工於上述各項專業考試通過人數居國內保險同業之首

(7). 通過各項認證，給予不同獎勵方案

(8). 民國八十六年度起共計十四次獲頒美國人壽保險管理學會

『教育成就獎』，為台灣累計獲頒此項殊榮最多之保險公司。

(二). 外勤人員徵選條件、流程如下圖：

1. 學歷: 高中職以上畢業
2. 年齡: 年滿 20 歲者
3. 其他: 無不良財務紀錄與身心健康者



圖 3-2 南山人壽 外勤人員甄選流程圖

四. 員工的教育訓練

(一). 公司希望通過員工訓練的方法，讓員工具備以下十大能力：

1. 業務規劃: 明確的行程規劃與安排，良好的執行狀況。
2. 專業知識技巧: 學習新知，讓所學能用於工作領域中。
3. 個人形象: 專業成熟穩重。
4. 溝通技巧: 清楚表達自己的意思。
5. 聆聽: 了解他人的意思，並能適時澄清確認。

6. 說服他人:說話條理分明，架構清楚。
7. 建立關係:主動與人認識，表達親切、熱心、友善。
8. 開發業務機會:能主動完成任務，碰到困難會用不同的方法克服。
9. 毅力:能夠快速轉換自己的心境，堅持到底。
10. 成就動機:希望有一個屬於自己的舞台。

(二). 公司培訓員工有下列五種辦法:

1. 教育課程—南山提供完善的訓練制度培育新進業務代表並安排相關課程。
2. 單位訓練—利用通訊處晨會時間由當月的主辦單位安排各種訓練與演練的課程。
3. 專題式課程—公司安排各種理財、投資、退休、市場及名人等講座。
4. 專業證照考取—公司安排員工考取各種投資理財的專業證照。
5. 數位學習—公司利用LMS數位學習平台，讓員工可以利用此平台吸收新知及達到重複學習的效果。

(三). 在階級晉升制度方面，只要通過公司工作績效評估與考績，就可以如下圖順利晉升各職級。

表 3-3 業務主任工作績效表

合約年數 (月)	計績保費	A & H 計績保費	計績保費 之 FYC	不同被保險 人數	產生新業績 月數	合約委任 結果
6 以上	175 萬以上	35 萬以上	25 萬以上	20 以上	5 以上	業務主任
9 以上	125 萬以上	25 萬以上	18 萬以上	20 以上	8 以上	業務主任

表 3-4 業務襄理作績效表

合約年數(月)	計績保費	A & H 計績保費	計績保費 之 FYC	不同被保 險人數	活動 率	繼續率	組織	人力
12 以上	240 萬以上	36 萬以上	34 萬以上	32 以上	60%	85%	1 以上	2 以上
12 以上	240 萬以上	36 萬以上	34 萬以上	32 以上	60%	85%		4 以上

五. 南山人壽四星會獎勵制度

(一). 業績計算標準：

1. 主管組：業務主管之組直轄業績每月達壽險及意外險合計不同被保險人數八人，並於當月經公司核保通過，其直轄合計壽險及意外險第一年度業務津貼（FYC）達六萬元以上者。

2. 個人組：

(1). 個人（含業務主管及業務代表）於每月提交壽險及意外險合計不同被保險人數四人，並於當月經公司核保通過，其所賺取之壽險及意外險第一年度業務津貼（FYC）達三萬元以上者。

(2). 新進業務代表簽約起六個月內，個人每月提交壽險及意外險合計不同被保險人數四人，且壽險及意外險FYC達一萬五仟元以上者，但簽約滿六個月後，即依個人組第1項為標準，可繼續銜接連續次數。

(二). 四星會會員資格：

1. 一般會員：連續三個月以上達成業績標準者。
2. 特別會員：連續四十八個月以上達成業績標準者。
3. 連續月數之計算，主管組及個人組資格必須分開統計，不得在不同組別中相互銜接，但若業務主管於兩組均同時達成時，則可分別依主管組及個人組連續資格獲得獎勵，且均達出席四星會聯誼餐會資格時可攜伴一位業務同仁參加。

表 3-5 四星會獎勵標準表

連達成標準之月數	現金獎	獎勵
3 個月	無	證書乙紙
6 個月	獎金 3,000 元	無
9 個月	獎金 6,000 元	無
12 個月	獎金 10,000 元	獎牌乙面
24 個月	獎金 10,000 元	獎牌乙面
30 個月	獎金 15,000 元	無
36 個月	獎金 15,000 元	獎牌乙面
42 個月	獎金 20,000 元	無
48 個月	獎金 20,000 元	特別會員獎盃乙座
48 個月以上每連續 12 個月	獎金 20,000 元	無
100 個月以上每連續個月 (含 100 個月當次)	無	百次會員獎盃乙座
120 個月以上每再連續 12 個月 (含 120 個月當次)	額外獎金 10,000 元	無

六、員工保險與福利

(一). 孝親教養津貼

在業務員階段勞、健保由業務員自行參加工會投保，晉升主任之後公司會以孝親津貼幫業務員投保勞、健保，詳細資料如下表。

表 3-6 孝親教養津貼發放對照表

個人每月 平均收入	孝親教養津 貼一	孝親教養津貼二			
		個人 (無眷口)	個人+ 眷口1	個人+ 眷口2	個人+眷口3 (含以上)
20,100(含)及以下	671	549	1,098	1,647	2,196
20,101~21,000	701	573	1,146	1,719	2,292
21,001~21,900	731	598	1,196	1,794	2,392
21,901~22,800	761	622	1,244	1,866	2,488
22,801~24,000	801	655	1,310	1,965	2,620
24,001~25,200	841	688	1,376	2,064	2,752
25,201~26,400	881	721	1,442	2,163	2,884
26,401~27,600	921	753	1,506	2,259	3,012
27,601~28,800	961	786	1,572	2,358	3,144
28,801~30,300	1,011	827	1,654	2,481	3,308
30,301~31,800	1,061	868	1,736	2,604	3,472
31,801~33,300	1,111	909	1,818	2,727	3,636
33,301~34,800	1,161	950	1,900	2,850	3,800
34,801~36,300	1,211	991	1,982	2,973	3,964
36,301~38,200	1,274	1,043	2,086	3,129	4,172
38,201~40,100	1,338	1,095	2,190	3,285	4,380
40,101(含)及以上	1,401	1,147	2,294	3,441	4,588

(二). 公積金的提撥方式

1. 南山人壽保險股份有限公司（以下簡稱「本公司」）之業務人員公積金（以下簡稱「本公積金」），自民國七十五年一月一日起依下列規定辦理。惟本規程中之規定得於公司認為需要時，隨時加以變更。同時，如果現有或將來政府舉辦的任何福利措施有變更時，本公司保有修改本規程中任何福利項目之權利。但仍應將其變更內容通知本公積金之各會員。
2. 凡經本公司正式簽約之壽險部業務人員於連續服務滿六年後，即可參加為本公積金之會員，並須遵從本規程之規定，但公司受薪員工於受僱期間及意外險部專業人員於合約有效期間得視同壽險部已簽約業務人員之身分，唯辭職時仍須另行簽訂壽險部業務人員合約。

3. 本公積金之提撥：本公司於每月月底就該會員所經手售出即接替其直屬業務人員承辦售後服務之人壽險保單(不含意外險附加保單及團體險保單)，第七年及以後所收取之保險費為基礎，提撥百分之二存入本公積金。任何會員若因本規程第六條之規定而終止會員資格時，則其名下應撥付之款額，應撥付至其終止生效的之上一個月月底為限。

第二節 業務單位認識

一. 組織與環境之認識

(一). 南山人壽公司介紹

1. 公司總部：南山金融中心

地址：台北市莊敬路 168 號；電話：02-8758-8888；網站：
www.nanshanlife.com.tw

2. 公司據點：

南山人壽在全台各地擁有 24 家分公司，以及超過 500 處通訊處。綿密的服務網絡提供保戶便捷即時的保險諮詢服務。

3. 公司產品：

南山人壽的保險商品涵蓋個人壽險、意外險、健康險、防癌險、年金保險、投資型商品以及團體險等，滿足社會大眾不同的需求。南山人壽領先業界承辦財富管理業務，提供保戶多元的財務規劃服務；推出業界首張「個人投保」微型保單，為經濟弱勢族群提供基本保障；領先業界率先推出全系列美元保單，居美元保單市場領導地位。

4. 資產總值：

總資產自 2009 年新台幣 1 兆 6000 億元增加至 2013 年 12 月底的新台幣 2 兆 8000 億元，總資產居業界第二名。

5. 財務表現

- (1). 股東權益方面，2010 年 11 月底之股東權益約為新台幣 1,514 億元，佔整體壽險業之總股東權益約三分之一，為業界第一。
- (2). 資本部份，股本高達新台幣 787 億元，為股本最大的壽險公司。
- (3). 資本適足率方面，2013 年 12 月底自行結算之資本適足率為"百分之二百以上，未達百分之三百"，高於法定標準，保戶權益獲得保障。
- (4). 99 年度之各項財務指標比率等皆維持相當水準，財務結構穩健。

6. 業績表現：

截至 2010 年 11 月為止，保單總數約 810 萬張，提供 400 萬保戶優質的保障及保險理財規劃服務。首年度新契約保費成長率達 38%。

7. 內勤員工及業務員：

約有 4,100 名內勤員工以及超過 33,000 名業務員。

(二). 公司近期得獎紀錄：

1. 9 度獲現代保險教育事務基金會「保險信望愛獎」之「最佳保險專業獎－壽險組」。
2. 14 度榮獲美國人壽保險管理學會(LOMA) 頒發教育成就獎。
3. 2007 年成為台灣第一家獲得經營財富管理業務的壽險公司。
4. 天下雜誌「2010 年一千大調查」之「100 大金融業排名」第三名。
5. 現代保險金融理財雜誌「全國最佳壽險公司」問卷調查，8 度榮獲保險三冠王，3 度衝上保險四冠王；16 度獲「業務員最優」；14 度獲「最值得推薦壽險公司」；8 度獲「理賠服務最優」；3 度獲「知名度最高」。
6. 成立「南山人壽慈善基金會」，照顧弱勢、回饋社會，落實企業社會責任。

- 7.4 度獲現代保險教育事務基金會「保險信望愛獎」之「最佳社會責任獎」。
8. 獲保險事業發展中心「台灣保險卓越獎」之「公益關懷卓越獎」。
9. 投入莫拉克風災救災，獲內政部肯定為救災有功團體，為唯一獲獎保險業者。
10. 獲教育部「社教公益獎」。
11. 連續七年贏得讀者文摘信譽品牌保險類金獎。
12. Yahoo！奇摩「2009-2013 情感品牌大獎」保險類第二名。
13. 連續三年獲現代保險教育事務基金會「全國大學財金、保險學系所應屆畢業生就業意願調查」選為畢業生最希望進入擔任外勤業務員的壽險公司第一名。
14. 獲公關基金會、動腦雜誌、公關業經營人協會共同主辦「2012 傑出公關獎」之「優異企業形象管理獎」。
15. 蟬連今周刊「商務人士理想品牌大調查」壽險業第二名。
- 16.5 度獲保險事業發展中心「台灣保險卓越獎」之「保戶服務卓越獎」。
17. 連續七年獲壹周刊「服務第壹大獎」人壽保險類前三名。
18. 獲遠見雜誌「2013 服務業大調查」壽險業第二名。
19. 「理賠服務」及「電話客服中心」通過 ISO9001 國際品質管理系統定期覆檢。

二. 公司外勤的作業流程：

- (一). 開晨會：各主管宣達公司重要事項、上台授課分享、各通訊處交流演講、總公司安排課程訓練外勤人員。
- (二). 打電話：聯絡客戶並與客戶約定見面時間。
- (三). 拜訪客戶：與客戶聯絡感情、關懷客戶近況。
- (四). 請聽客戶講話內容，歸納重點，了解客戶需求。
- (五). 傳達保險的意義與功能。

- (六). 引發客戶的需求。
- (七). 送建議書，為客戶量身訂做並完善的規劃保險內容。
- (八). 簽要保書，讓客戶可以快速獲得保障，享有保障內容。
- (九). 售後服務，當客戶有問題時，要盡快處理並回覆顧客問題。

三、顧客服務

(一). 顧客接觸之禮儀與態度

與顧客接觸及詢問顧客問題時，要注視著顧客的眼睛、面帶微笑，不要東張西望，第一次接觸不宜問太私人的問題。

(二). 顧客詢問之處理

誠實的回答客戶所問的問題，如有不清楚的先跟客戶說聲抱歉，再趕緊打電話詢問主管，或是回公司查詢資料後在電話通知客戶。

(三). 顧客抱怨之處理

認真聆聽顧客問題，了解事情狀況，幫客人解決問題。

(四). 顧客簽約之禮儀與態度

簽約時要先為客戶詳細說明合約內容與注意事項，不要一味的要求客戶簽約。

(五). 主動服務顧客之技巧

陌生客戶可用問卷的方式接近客戶，第一印象很重要，要注意好自己的儀表，舊客戶可利用過年過節或是生日傳簡訊或是寫張卡片聯絡感情。

(六). 讓顧客留下好印象之技巧

帶著微笑的問候，專業的知識，親切的服務，不要過於急躁會讓客戶有壓迫感。

四、顧客購買忠誠度

(一). 提高顧客購買忠誠度的方法

提供完善的查詢與服務機制，站在顧客的角度，用心的為顧客

著想並做好需求分析推薦客戶最適合的產品，而不是最好賺商品，教育並提升員工售後的服務，才能與每一位顧客建立永續的良好關係。

(二). 消費者滿意度對企業之影響

消費者消費後滿意度越高，忠誠度相對提高，容易讓消費者對企業建立信心，進而在消費或是推薦給大家知曉，提升企業的知名度，更提升了企業的品牌。

五、商品銷售的標準作業流程如下表 3-7 所呈現資料

表 3-7 商品銷售作業流程表

推銷重點	推銷話術	要點	購買心理	
計劃 事前	準備 推銷前之準備工作	1. 由準保戶卡或你所收集的資料，研判對方的需要性。 2. 整套話術，事先擬好，並加以檢討，如有需要該事前演練一下。		
推銷自己	接觸 訪問與面談	1. 訪問要領：不怕拒絕、熱忱、激極、誠懇、堅持、親和力。	引起注意	
	促成親密感	1. 要消除準主顧的不信任感，警戒或拒斥心理。 2. 使準主顧認為你是個誠實，而不會強迫別人的人（以誠為貴）。		
推銷商品的效用	說明	建立共同問題	1. 從你事先所設計的題案有關話題談起，使準主顧不知不覺中，內心發生不安，喚醒他潛在的需要（創造需求）。 2. 提醒一般人普遍可能會面臨的問題，如風險好比空氣一樣	喚起興趣
		建立個別問題	1. 把共同問題的結論，帶入準主顧自己本身的問題比較一下。 2. 對準主顧本身的實際問題與準主顧共同討論如何去解決。	發生購買慾
		提出解決問題的方案	1. 提出你事先準備好的方案，使準顧客充分瞭解。 2. 說明建議書的時候，要簡潔、要有魄力、要有主動性（單純化）。	
		反對問題的處理	對準顧客的各種拒絕、反對意見、猶豫，必須一一去克服，使準顧客的心理狀態，接近於下決心的階段。	促使他下決心購買 使他信任你及商品
推銷商品	結束 激勵與促成話術	1. 準主顧仍是猶疑不決的，需要你協助他，甚至幫他跳過這一關。用故事、比喻或展示名單激發其愛心和責任感。 2. 要保書的填寫，第一次保費的收受，要把握時機完成。		
擴充銷路	告辭 時機	1. 運用介紹的要領，拓展新的市場、預約下次見面時間。	使客戶滿足	
	事後服務 服務的方法	1. 時常與客戶保持接觸、表示關心。 2. 寄感謝函、生日卡、季刊、賀卡。		

六、顧客反對問題之處理

(一). 常見反對問題的種類

1. 以能力不足來反對：如沒有錢，有債務等。
2. 以不需要來反對：如已經投保了，身體很健康等。
3. 因誤解而反對：如死了才能領到錢，儲蓄比保險好。
4. 因猶豫而反對：如考慮考慮，和太太商量。
5. 因討厭而反對：如不吉利、不喜歡。
6. 因不安而反對：如怕貨幣貶值。

(二). 突發狀況之處理與檢討

1. 以能力不足來反對：真正囊空如洗的不太多，大部份不是找藉口推托，就是自己沒有想到稍稍動腦筋就勻得出保費。
2. 以不需要來反對：這一類人大部份的保障都不足夠，其實就是對保險理解太少，因此首先要說明保險的重要性。
3. 因誤解而反對：這些都是因為對保險本身的優點和本質缺乏了解而引起，應該向他們強調保險的原理和基本功用。
4. 因猶豫而反對：其實這些人已經有投保的意思，只是下不了決心，自己也不知道怎麼辦，因此，為了敦促他毅然決斷，要強調現在加入的有利性。
5. 因討厭而反對：這大多由於他的親友裡發生過使他厭惡保險的事故，所以，首先要使對方了解你是足以信賴的業務員，然後說明壽險的本質功用，消除他的偏見。
6. 因不安而反對：這要強調保險所處理的問題遠超出了通貨膨脹的範圍。

(三). 如何避免突發狀況之發生

一開始就先與顧客說明保險的意義與功能並建立好保險的觀念之後，顧客自然對保險的疑慮就會隨之減少。

七、業務員工作管理

(一). 推銷六大步驟標準作業流程：

1. 組織準客戶：

- (1). 列出準客戶名單
- (2). 準客戶篩選與分類
- (3). 決定接觸的方法
- (4). 決定接觸的時間

2. 接觸—電話約訪：

- (1). 問候與自我介紹
- (2). 表明目的
- (3). 運用第三人影響力
- (4). 說明由準客戶決定
- (5). 要求約訪
- (6). 異議問題處理
- (7). 再次要求約訪
- (8). 感謝對方

3. 建立普通問題：

- (1). 寒暄
- (2). 介紹自己與公司
- (3). 說明人生收支曲線圖

4. 建立個別問題：

- (1). 詢問個人投保經歷-5W
- (2). 喚起準客戶需求
- (3). 蒐集準客戶資料
- (4). 感謝並要求二次約訪

5. 成交：

- (1). 寒暄
- (2). 確認資料並回顧上次面談重點
- (3). 說明規劃的設計理念
- (4). 建議書說明
- (5). 促成
- (6). 完成要保

6. 售後服務

- (1). 表達祝賀之意
- (2). 再次確認投保目的
- (3). 說明保障內容與重要條款
- (4). 為下次的銷售鋪路
- (5). 承諾未來的服務
- (6). 要求轉介紹
- (7). 再次表達感謝

第三節 行銷企劃實作

一. 南山人壽 SWOT 分析

表 3-8 南山 SWOT 分析表

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
<p>1. 公司的保單，續保率都很高，多數都是優質的保單。對客戶長期權益，極有幫助。</p> <p>2. 業務人員採承攬制度，較具有彈性及人性化。</p> <p>3. 公司會舉辦大大小小的業績競賽與旅遊競賽，讓員工們彼此激勵，提升員工的士氣。</p> <p>4. 公司擁有整套的教育訓練方法，讓新人更有效率的學習專業知識，更設立教育訓練中心，提升南山人的素質。</p>	<p>1. 目前競爭情勢—市場集中度高，競爭激烈。</p> <p>2. 南山 AIG 事件讓許多人對於南山的未來持有保留的心態，因此在商品的推銷方面更為困難。</p> <p>3. 經紀人體系相較其他保險公司商品多元化。</p>
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
<p>1. 銀行保險的興起，讓堅持走業務員通路的南山擁有更多的機會，因為跟銀行買保險的售後的服務由顧客自己解決，但跟南山業務員買保險，由業務員為您服務。</p> <p>2. 因應時代的趨勢走向，商品結構也隨之改變，由傳統型的壽險一直延伸到年金保險、外幣保險與投資型保險，讓消費者擁有更多選擇的權利。</p> <p>3 政府正推動社會保險，雖然在保障部分還沒規劃得很完善，這對於民眾及保險公司而言是相當不錯的，因政府推動此政策，不僅可以教育民眾還可提升國民對保險認知度，社會保險保障不足的部分，可由保險公司補足。</p> <p>4. 國人的壽險保額普遍不足。</p>	<p>1. 保險給付，限額免稅或取消免稅，都大幅的降低客戶購買意願。</p> <p>2. 銀行通路挾其客戶資源，與集團資源優勢擠壓保險公司的業務發展。</p> <p>3. 受到不肖業務員的影響，導致保險公司形象，嚴重受損。</p> <p>4. 目前台灣的景氣尚未復甦，民眾的荷包縮水，因此對保險的購買率便會下降。</p>

二. 策略規劃

1. 設定目標

- (1). 首先要先明瞭自己在經濟上的需求，甚至是想過怎樣的生活，進而訂定活動目標，並確實執行，可建議業務同仁利用生活收支表做檢視。

表 3-9 生活支出表

一、固定費用		二、生活費用		三、業務開支		四、儲蓄		五、雜項支出	
項目	每月金額	項目	每月金額	項目	每月金額	項目	每月金額	項目	每月金額
租金或分期付款		食品費		交通費(汽車保養, 汽油, 旅費)		儲蓄險及投資型保險		教會及慈善捐款	
人身保險(含意外)		衣著費		廣告郵費		銀行存款		娛樂費	
產物保險		水電, 瓦斯, 電話, 管理費		印刷, 文具, 圖書, 雜誌費用		基金股票		俱樂部及各種會員會費	
各項稅金		醫藥費		業務往來		其他		交際費, 禮品	
其他		教育費		禮物公關				圖書, 雜誌, 報紙費用	
		休閒費用		其他				其他	
每月小計		每月小計		每月小計		每月小計		每月小計	
全年總計		全年總計		全年總計		全年總計		全年總計	
(1) 未來 12 個月的總支出=上述一~五項全年總計之和									
(2) 未來 12 個月的其他收入=個人的其他收入(如房租、利息)之和									
(3) (1)-(2)=未來 12 個月必要之總收入(首年度業務津貼)									
(4) (3)/12=每個月必需之收入									

2. 預測技術

- (1). 利用上面的表格去推算自己一年需要收多少的保險費以及要賺取多少的業務津貼，去推算每天所需要的拜訪量。訓練計畫*活動管理=生產力；可請業務同仁利用業績拜訪量表來做月、週、日的拜訪量檢視。

表 3-10 業績拜訪量表

活動目標	每月	每週(1/4月)	各項目標比例
首年業務津貼			
收取的保險費			
(A)投保件數			
(B)簽要保書			
(C)遞送建議書數			
(D)取得面談數			
(E)接觸/電話約訪數			
必要開發新名單數			

三、行銷企劃

1. 預測行銷成果，利用推銷週百分卡去計算活動量管理的達成率，每一個推銷活動的完成所給的分數都有所不同，下表是分數的計算方式：

表 3-12 活動量達成率計分表

推銷活動	得分	增員活動	得分
新增準客戶	1	新增員名單	3
約訪	1	約訪	3
面談	2	面談	6
送建議書	3	展示事業	9
簽要保書	4	報公輔	12
收取保費	5	進 FAP	15

2. 建立行銷策略確認目標客戶的要點說明：

- (1). 列出準客戶名單—透過「曼陀羅法」或是個人觀察、熟人、保戶、關鍵人物、轉介紹、報章消息、陌生拜訪、名冊及通訊錄等方法，找出名字。

※曼陀羅法：

親戚	同學	隨緣
朋友	自己	付款對象
鄰居	同好	同事

- (2). 準客戶篩選與分類—根據所得到的名單，利用 MAN 及其健康、職業狀況，判斷哪些人是屬於你要優先接觸的，或是應歸檔適時再拜訪的人。

※MAN：

Money：有經濟能力者

Authority：有自主權者

Need：有需求者

- a. 決定接觸的方法—依照準客戶的不同，決定最適合的接觸方式，例如：電話約訪、信函、問卷等等。
- b. 決定接觸的時間—決定接觸的時間後，最好事先能由推薦人親自介紹，效果會更好。

3. 建立行銷組合與顧客接觸的技巧：

- (1). 詢問個人投保經歷—利用「5W」詢問準客戶過去的保險經驗，了解準客戶目前的保障情況。這些都是準客戶容易回答的具體問題，能讓他較輕鬆的面對你接下來的問題。

5W：

Which/Who：您是我們南山的客戶嗎？您是買哪家？跟誰買？

When：甚麼時候買的？

What：買的內容是什麼？

Why：當初為什麼想購買保險？業務員還有沒有在做？

How：您是如何做保障規劃？

- (2). 喚起準客戶需求—透過「理財規劃金三角」喚醒準客戶需求，發掘有關準客戶本身及其內心的想法與感受。

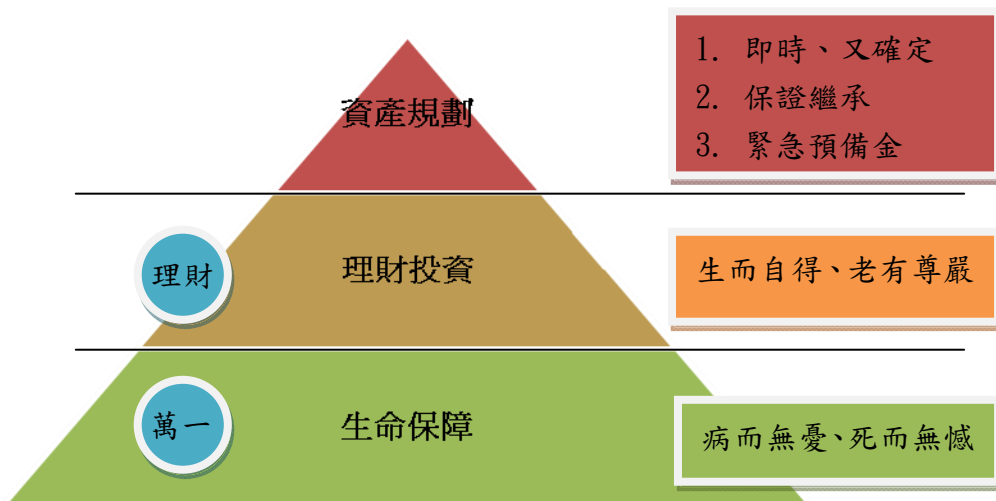


圖 3-3 理財規劃金三角圖

- a. 蒐集準客戶資料——你所取得的一切資料，將會成為為準客戶做建議時的重要基礎。利用「個人財務檢查手冊」或「財務需求分析表」了解準客戶的財務狀況，為準客戶規劃合適的保障計劃。
- b. 感謝並要求二次約訪——了解準客戶的需求與資料後，便開始著手保障規劃的設計。此時，感謝準客戶給你面談的機會，並與準客戶訂定下次約訪的時間。

4. 執行行銷計畫：

- (1). 運用表 3-14 活動量各項目目標比利表，紀錄活動量管理，落實去執行並且努力去拜訪客戶，務必達成各項目目標比例。

表 3-14 活動量各項目目標比利表

活動目標	每月	每週(1/4 月)	各項目目標比例
首年業務津貼			
收取的保險費			
(A)投保件數			
(B)簽要保書			
(C)遞送建議書數			
(D)取得面談數			
(E)接觸/電話約訪數			
必要開發新名單數			

- (2). 利用推銷週百分卡統計達成項目計算分數，以利完成活動量管理的目標設立。

表 3-15 推銷活動得分表

推銷活動	得分	增員活動	得分
新增準客戶	1	新增員名單	3
約訪	1	約訪	3
面談	2	面談	6
送建議書	3	展示事業	9
簽要保書	4	報公輔	12
收取保費	5	進FAP	15

5. 訂定行銷預算，編列業務開支的預算，以避免超支過多的預算費用，這樣也不能算是良好的工作管理。

表 3-16 行銷預算表

項目	每月金額
交通費(汽車保養、汽油、旅費等)	
廣告郵費	
印刷、文具圖書、雜誌費用	
業務往來	
禮物公關	
其他	

6. 建立行銷控制系統，良好的工作管理，有一點很重要的就是時間的規劃，因此每日睡前都應事先擬定好，明天的行程規劃，除了編列預定要約訪的客戶，事前先打通電話給客戶，確定客戶可以約訪的時間，在前往拜訪，除了事前約定好的客戶，應需多預備幾個拜訪名單，為一些因臨時有緊急要件要處理而取消約訪的客戶做準備，當天的行程要事先規劃好拜訪的時間，不要超過自己事前預算好的時間，不僅會給下一位要拜訪的客戶留下不好的印象，也會影響活動量管理的拜訪量。

第四章 實習培訓計畫

第一節 南山新人培養計畫

一. 壽險事業的願景

根據行政院勞委會的統計，人壽保險業是 21 世紀台灣最熱門的行業，更甚於資訊服務業及金融服務業。金控整合後更強化人壽保險的金融多元服務功能。很多人選擇保險作為他們的終身事業，因為這行業提供了無限的成長空間。「成功」是一種選擇，隨著加入的時間可以從超級推銷員成為內部企業家，讓自己成為自己心目中的巨人。透過以下的說明及表 4-1 的分析更可一一證明：「今日的選擇，明日的自由」。

- (一). 投保率上升：歷年人壽保險業投保率的逐年上升，過往從一個人不到一張保單到一個人有 1.6 張保單，代表著國人愈來愈重視保險。
- (二). 平均保額降低：個人壽險新契約的平均保額從 2000 年的 78 萬、2001 年的 64 萬、2002 年的 55 萬，直到 2003 年以下降至 52 萬。證明了保額偏低、保障不足的隱憂。
- (三). 老年人數比例增加：根據統計，台灣在民國 140 年的時候，老年人口的比例將高達 30%，再加上醫學的發達，平均存活年齡的不斷延長，造成了人口老化是未來必然的趨勢。
- (四). 扶養比例沉重：在人口老化的同時，加上目前出生率每年下降，也造成了原本於 1995 年平均每 9 個人扶養一個老年人，到了 2036 年後，平均每 3 個人需扶養一個老年人的沉重負擔。因此，理財規劃在 21 世紀不再是一門有錢人才需要進行的活動，而是每一個人都需要了解的知識。

表 4-1 工作成長表

加入年期	0-2 年	3-5 年	6-10 年	11 年以上
收穫	獲得肯定， 卓越成績。	規劃能力， 成功管理。	制定策略， 卓越領導。	業界顧問， 經濟自由。
成就	頂尖行銷高手 Super Producer	專業經理人 Effective Manager	全方位領導人 Leader-Manager	內部企業家 Intrapreneur
養成能的與素質	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務策劃知識 ● 銷售技巧 ● 演說技巧 ● 專業形象 ● 上進心培養 ● 紀律性建立 ● 設定目標能力 ● 建立人際網絡 ● 面對與扭轉逆境能力 ● 被尊重的人際溝通能力 	<ul style="list-style-type: none"> ● 決策能力 ● 企劃能力 ● 招募技巧 ● 甄選技巧 ● 管理技巧 ● 督導技巧 ● 規劃技巧 ● 激勵技巧 ● 客戶管理能力 ● 經營管理能力 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商業敏感度 ● 策略制定能力 ● 教練能力養成 ● 社會服務 ● 財富累積 ● 品味生活 ● 建構廣闊人脈網 	<ul style="list-style-type: none"> ● 建構企業能力 ● 傳承輔導使命 ● 接班人養成能力 ● 顧問規劃能力

二、 菁英培訓計畫制度及規章

- (一). 學員受訓期間與南山人壽為承攬關係，參加菁英培訓計畫研習期間不是受僱於本公司，學員更可透過完成評量要求，獲得公司額外的財務貼補，詳細資料表 4-2 財務補助表。

表 4-2 財務補助表

期程期間	評量要求	育成金金額／簽約獎金
第一個月	出席率、專業知識測驗。	15,000 元+當月實習成果
第二個月	累計實習成果至少 15,000 元。	15,000 元+當月實習成果
第三個月	1. 累計實習成果至少 30,000 元（含）以上及 6 個不同被保險人。 2. 累計實習成果至少 50,000 元（含）以上及 4 個不同被保險人。	15,000 元+當月實習成果
簽約獎金	達結業標準並轉簽業務代承攬合約書	課程期間累計實習成果之 11%

(二). 達成財務貼補的計算方式如下：

1. 學員參訓期間超過一個月，則每個月補助金額=固定育成金 \$15,000 元+當月實習成果。
2. 自第二個月起倘參訓未滿一個月，補助金額=當月固定育成金 (15,000 元) / 30 (天) * 受訓天數+當月實習成果。
3. 學員達結業資格，需於課程結束後五日內簽訂業務代表承攬合約，才可領取課程期間累計實習成果的 11% 簽約獎金。
4. 當月實習成果以實際核保通過為基礎，照會件、契撤件不納入計算。

三. 市場實習內容

(一). 學員配合課程進行，應主動配合課程建立準客戶名冊、擬訂活動推銷計畫、每日或每週安排訪談機會，其準客戶的來源可為：

- 親戚和朋友
- 同學和校友
- 嗜好方面的朋友
- 軍中服役時的袍澤
- 過去和現在的鄰居
- 社交團體所認識的人
- 和職業上有相關的人
- 時常付款的對象

四. 向準客戶說明封險規劃的意義，以及說明如何運用保險作完整的規劃，以利準客戶掌握保險需求的重要性。

五. 協助準客戶投保保險之服務，其服務範圍包括：

- 解釋保險商品內容及保險單條款
- 說明填寫要保書注意事項
- 協助客戶繳付首期保險費
- 協助客戶繳交要保文件
- 於南山人壽同意對客戶承保後
- 送交南山人壽製發之保險單與客戶簽收
- 其他經南山人壽委託提供之相關服務

六. 對學員招攬保險而已與南山人壽訂立保險契約之客戶，提供其所要求之與保險契約有關之各項售後服務。

七. 工作標準

(一). 要在壽險業取得成功，首先要建立良好的工作習慣，最重要的是建

立「3-3-9」念，因此在執行「3-3-9」活動推銷計畫的步驟應包含：

1. 每日需取得「3」個準客戶見面機會。
2. 每日需安排「9」個接觸或電話約訪客戶機會。
3. 每日與準客戶會談機會中取得「3」位保戶參考名單。

(二). 準時開始每天之工作，包含參訓期間之課程、活動推銷計畫以及公

司通訊處所舉辦的各項活動。

八. 正確的工作態度與工作禮儀，學員受訓期間需要有正確的工作態度與工作禮儀。

第二節 菁英培訓計畫

一. 南山人壽保險公司的菁英培訓計畫

南山人壽保險股份有限公司會為新進業務代表準備一系列的訓練課程，透過公司的教育訓練部的教育訓練人員幫新進業務代表密集訓練，好讓新進業務代表可以更快在南山的壽險事業上軌道，培育更多更優質的南山人，一起在南山的壽險事業上成功。

二. 成為南山菁英的初步要件

- (一). 須有高中職學歷
- (二). 須年滿 20 歲
- (三). 須通過公司面試
- (四). 須參加公司的人壽保險課程
- (五). 須通過公司的人壽保險考試

三. 認識南山商品

表 4-3 南山商品類別表

商品類別	商品名稱
終身壽險商品	南山人壽美寶 2 外幣終身壽險
定期險商品	南山人壽優活定期壽險
	南山人壽家溫馨定期壽險
	南山人壽家好康定期壽險
	南山人壽好家在定期壽險
	南山人壽不分紅定期壽險
	南山人壽不分紅一年期定期壽險附約
南山人壽不分紅定期壽險附約	
意外險商品	南山人壽一年期微型傷害保險
	南山人壽長青傷害保險
	南山人壽新人身意外傷害保險 (含「南山人壽意外傷害保險身故保障批註條款」)
	南山人壽意外骨折及特定手術傷害保險金契約
	南山人壽意外骨折及特定手術傷害保險金附約

	<p>南山人壽新人身意外傷害保險附約(含「南山人壽意外傷害保險身故保障批註條款」)</p> <p>南山人壽傷害保險附約</p> <p>南山人壽新傷害醫療保險金附加條款</p> <p>南山人壽意外傷害醫療日額給付附加條款</p> <p>南山人壽骨動青春傷害補償附加條款</p>
健康險商品	<p>南山人壽真獻情手術醫療定期健康保險附約</p> <p>南山人壽終身醫療健康保險附約</p> <p>南山人壽護您久久終身防癌健康保險</p> <p>南山人壽護您久久癌症醫療終身健康保險附約</p> <p>南山人壽特定傷病終身健康保險附約</p> <p>南山人壽住院費用給付保險附約</p> <p>南山人壽住院醫療保險附約</p> <p>南山人壽住院費用給付保險附約居家療養附加條款</p>
傷害險暨健康險商品	<p>南山人壽海外心安旅得保險 (含南山人壽恐怖主義暨特定地區除外責任批註條款)</p>
壽險暨健康險商品	<p>南山人壽增康祥保險</p> <p>南山人壽健康兒童終身保險</p> <p>南山人壽家安心定期壽險</p> <p>南山人壽康祥一生終身保險 (含南山人壽康祥一生終身保險批註條款)</p> <p>南山人壽真安心手術醫療終身保險</p> <p>南山人壽新終身醫療保險</p> <p>南山人壽寵愛佳人婦女終身保險</p>
旅行險商品	<p>南山人壽旅行平安保險 (含南山人壽恐怖主義暨特定地區除外責任批註條款)</p> <p>南山人壽海外旅行平安保險</p>
投資型商品	<p>南山人壽優越人生變額壽險</p> <p>南山人壽財星報喜躉繳變額壽險</p> <p>南山人壽富利一生變額壽險</p> <p>南山人壽青年領袖變額壽險</p> <p>南山人壽致富一生變額壽險</p> <p>南山人壽伴我一生躉繳變額壽險</p> <p>南山人壽財星高照變額萬能壽險</p>
還本型終身壽險商品	<p>南山人壽鑫美年發外幣增額還本終身保險</p> <p>南山人壽美鑫發外幣增額還本終身保險</p>

五. 我的陌生開發實作

在陌生開發這個區塊我試過兩種方式，第一種是打陌生電話，第二種是做問卷，不過在做陌生開發這件事之前，一定要有樂觀、正面、積極的心態，我剛開始打陌生電話打了好幾十通除了一直被掛電話還是一直被掛電話，但是當你持續不間斷的打，就會找到跟你聊得來，願意聽你說話的人，但怎麼做才能讓自己擁有更多的準客戶，其實沒有什麼訣竅，就只是做的量要大而已，量大客戶名單自然就多。

六. 如何幫客戶規劃商品

未買保險的客戶，建議應事先規劃人身保險商品，因為風險無所不在，每個人無時無刻都有可能面臨到風險發生，而保險的意義與功能就是當風險來臨時為你做風險的移轉，這風險可能是活得太短、收入中斷、殘廢長年病，不管是什麼每一個人都有發生的可能性，因此人身保險做足了，當風險發生時，可以降低風險對我們造成的影響。

七. 新秀輔訓的點滴

在菁英班受訓的過程中，最讓我印象深刻的就是我們有一次的活動是要去創世基金會當義工，採用分組競賽的方式進行，希望藉由競賽讓每個人都能積極的參與募集發票的活動，目的是讓大家一起體驗在募集發票中間的過程，而不是比賽後的結果，有開口才有讓大家主動捐發票的機會，有實際去走訪才有讓大家更認識創世基金會的機會，雖然一開始是漫無目的的走，沒有特定的目標及方向，但只要你有持續不間斷的走下去，就會發現其實機會就在你身邊，人生是這樣，工作也是這樣，尤其用在保險業身上更為貼切，期許我在這裡可以持續不間斷的成長，增進自己的廣度及深度，讓自己更有價值。

第五章 實習心得與未來建議

一. 實習心得

還沒進保險業前，其實我很不喜歡保險這個行業，因為給我的感覺就是錢一定要按時繳交，但是發生意外的時候，理賠卻遲遲沒有下落，好像錢只進不出，會讓人有受騙的感覺，會有這樣的想法也是出至於家裡曾經有碰過類似的事情，但是當自己選擇走進保險業，慢慢的了解保險的商品，漸漸的認識保險這個行業後，其實保險並不像自己所想的那樣，並不是保險沒有理賠，是因為我們有風險發生的時候，其實有些是因為自己沒有規劃到那塊的保障，有些是原本就不在保險的給付項目裡，所以保險公司當然就不可能會做理賠的動作。

我會想進保險公司實習有兩個原因，第一個原因就是想要改變自己，學習與人溝通的技巧、與人相處的模式，以前要我主動跟別人聊天，說真的我還真不知道要跟別人聊什麼，但進來南山後不斷的與人接觸、相處，就比較有辦法與人交談了。第二個原因就是很單純的想要在這個行業學習一些商品或知識，並不是想進來這裡告訴自己要在這裡賺多少錢，如果我是以錢在這裡實習，那我相信這也不是學校希望我們去實習的目的，進來實習的日子我學到了很多，除了對商品的認知外，更重要的是我學到了正面思考，我也曾打陌生電話打了好幾十通一直被掛電話、被拒絕，也曾請人填寫問卷，路人一連串的拒絕，但是你一定要感到很開心，因為他們的拒絕，讓我們可以把握時間趕快去找下一個有緣願意聽我們說話、願意為我們填寫問卷的人，進而有更進一步的接觸，現在這樣說好像很輕鬆、很容易，其實一開始我也曾經感到很挫折、很無力，也曾經放棄過、不想做，但這都只是在於自己怎麼去想這件事情而已，在這個行業裡我學到最重要的東西就是要有無可救藥的樂觀，挫折是每個人都會面臨而且一定會遇到的事，但如果挫折若是必經的路

程，那又何必把它當做是一件苦，因此樂觀、正面、積極這三句話，不管是從是什麼行業都應該要有的態度，如果現在可以讓我再重新選擇一次，我還是會選擇實習並且從事同樣的實習單位。

二. 給學弟妹的一段話

我想給學弟妹一個建議，不管你們未來是選擇做專題，繼續往研究所邁進，或是選擇實習，是學校安排的實習單位也好，還是自己找的實習公司也行，一定要記得「莫忘初衷」，當自己迷惘的時候，想想當初自己為了什麼原因而做這樣的選擇，才能找回最初自己，對未來思考的方向也會更明確。

然後，也希望學弟妹們可以用慎重、嚴謹的心，去面對實習及挑選實習單位，外面的社會失業率居高不下，系上老師幫我們安排了這麼好的一個機會，提早與社會、與企業接軌，希望在不久的將來，你們可以大聲的跟人家說『我們是畢業即就業』。

三. 給系上的建議

首先我真的非常感謝系上的老師們為們用心的安排了這次的實習課成，也因為透過實習，讓我提早了解到我在工作職場上我的優勢、我的缺點在哪邊，可以提早充實自己，讓自己更有競爭力，總而言之，我真的很喜歡系上所安排的實習課程，唯一給系上的建議-其實現在是多元就業的時代，很多成功的企業家、老闆並非本科系出身，所以我希望在未來系上老師安排實習廠商時，可以有更多的類別，不單單局限在門市服務這一個區塊。

四. 我的未來計畫

在南山實習的這段時間，透過公司舉辦的課程、活動或講座，每天都不斷的在接收新的資訊、學習銷售的技巧以及時間管理，因此選擇在南山實習對於我的未來是有幫助的，在未來我會持續不間斷的學習，除了在工作上加強自己的專業以外，可以學習一些人際溝通方面的技巧，不論未來自己是否會繼續在保險這個領域繼續經營，或是選擇進入另一個未知的領域，相信在南山所學到的理財專業知識或是行銷技巧、時間管理、人際管理等等，都可成為自己在其他產業發光發熱的良好穩固基石。

參考文獻

南山人壽網站—www.nanshanlife.com.tw

南山人壽之內部資料及教育訓練暨人力發展編製之教材