

首先恭喜您成功進入 2019 年第 17 屆 ATCC 全國大專院校商業個案初選階段，這份個案是全球人壽的策略目標，它是一份真實的商業個案。全球人壽相當期待同學們换位思考，站在全球人壽考量可執行性，來改變保險客戶體驗的面貌！期盼您在比賽中運用創意、分析技巧及對數位世代的洞見，提出一份可執行保險體驗企劃，讓全球人壽與客戶的接觸更直覺、個人化；更有科技感及溫度，也讓保險的愛與責任獲得更多落實，共創有意義的商業服務模式。

一、企業簡介

全球人壽自 1994 年正式在台灣營運，藉由豐富的壽險經驗，為台灣保戶提供專業的保險規劃與服務，多年來經營有方，屢建佳績，已締造出亮眼的成績單。

全球人壽陸續於 1998 年至 2001 年間，併購美國家庭人壽、全美人壽台灣分公司、安盛國衛在台所有保戶及相關業務，並於 2013 年 3 月概括承受國華人壽全體保戶及業務，展現對經營人壽保險事業強烈的決心與企圖心。2017 年全球人壽推出全新 CI 企業識別系統，並主打品牌 Slogan「因為愛 責任在」，突顯全球人壽品牌核心精神。2018 年核心系統轉型專案正式上線，成為全球人壽發展數位科技能力的重要基石。

近年來，全球人壽業務通路規模迅速成長，總員工人數超過 3,000 人，個人險保戶數約 240 萬名，持續展現卓越的成績。截至 2018 年上半年，全球人壽總資產破兆元，達 1 兆 576 億元，資本適足率 (RBC) 亦達 300% 以上，為第八家總資產破兆元保險公司，更是第二家未上市櫃即破兆元的保險公司，是中型保險公司資優生。

未來全球人壽將整合「金融」、「科技」、「服務」與「創新」四大元素，朝向「Future Branding」邁進，運用先進的金融智慧科技，提供客戶更快速便捷、美好的價值服務，創新客戶體驗，提升全球人壽成為金融服務業的標竿領導品牌。

二、議題背景

有人說，保險是一個防護罩，可以在你面對未知風險的時候提供保障。2017 年台灣的保險滲透度 (保費/GDP) 位居世界第一。然而，保險公司平均給付的身故保險金額僅約 55 萬元，假設每人平均投保 2 張人壽保險，當意外不幸降臨時，為家庭帶來的保障僅 110 萬元的保險給付，顯然十分有限，反映了國人投入了大筆金錢購買保險，獲得的保障卻不一定足夠，「知道買保險的好處，卻不知道買對保障的重要」仍然普遍存在。只有**正確選擇保險商品**，才能夠真正移轉風險、獲得保障。因此，提升國人對保障的知識，才能讓保險發揮提升社會的安定力。

另外，由於保險是無形的服務，很難像看到新 iPhone 發表般，以實體商品吸引人們的目光進而引起購買慾望。我們觀察到：「保障需求並非不存在，而是往往尚未被察覺」。因此，我們期望從與客戶的接觸開始，喚起個人保險保障的需求，並提供更有溫度的服務，體現全球人壽「因為愛 責任在」的品牌精神。同時，數位原生世代已無法被傳統保險服務所滿足，我們期待能與同學們一起針對下一個世代的需要，創造 WOW 的保險體驗。

三、題目

保險 x 數位科技 x 體驗 = 打造 wow ! 的客戶體驗

題目說明

以數位原生世代為目標客戶，創造驚呼「wow !!」的保險體驗流程為目標。我們的理想是希望規劃出一個可以提供保險知識傳遞，並且透過數位科技及大數據的應用，營造出充滿溫度、科技感及個人化服務的客戶體驗中心。希望學生們由保險知識的傳遞出發，提升大眾對保險的體驗、向客戶推廣個人化的保險概念喚起自身需求，並推薦合適的保險商品，以保險 x 數位科技 x 體驗，創造共贏。

四、提案發展方向與條件限制

1. 初賽企劃大綱重點說明 (3/17 ATCC 千人 Camp 當天現場需繳交的 2 頁 A4 成品)

請以 2 頁 A4 完成的初賽議題企畫大綱，內容須包含：

(1) 對數位原生世代進行行為分析：

請以 20 歲至 35 歲作為目標族群 (TA)，分析其族群使用數位服務的社群平台、內容喜好類型與常使用的數位服務。

(2) 如何打造良好的客戶體驗：

以數位原生世代為出發點，結合金融科技，幫助全球人壽提升保險知識傳遞與客戶服務的良好感受。

(3) 進行方式：

以上述兩點為起點，將保險知識傳遞、有溫度的銷售與客戶服務，擇一或兼具設計出建議執行的方案 (建議內容：發想起因、目標族群、族群分析、執行策略、時程安排、成本估算及效益評估)。

(3/17 ATCC 千人 Camp 上午第一次 office hour 時間，每組需準備 3 分鐘簡報，現場全球人壽業師會據以提供反饋建議)

2. 初賽完整企劃書提案要求 (針對千人 Camp 提交 2 頁 A4 成品通過評選之公告晉級團隊)

依千人 Camp 提案成品、企業評核與參訪指導後所獲反饋建議之內容基礎，發展初賽完整企劃書 (PDF 格式，篇幅在 8 頁 A4 以內)。

請提出一份完整的保險知識傳遞/有溫度的銷售/客戶服務企劃，協助全球人壽更了解目標族群，並規劃貼近數位原生世代的保險知識傳遞方式或客戶服務。完整的企劃需包含：

(1) 進行數位原生世代的行為、喜好與痛點分析。

(2) 分析未來客戶體驗在保險知識傳遞、銷售及客戶服務與大數據的應用，抓住數位原生世代的喜好。

(3) 執行預算評估。

條件限制

1 基本企劃架構：先定義問題，就問題特性進行分析後找出重點發現，再配合本次議題設定進行思考並歸納洞察，藉以提出最佳企劃方向，最後在這個架構下，撰寫你們就該方

向的個別創意方案與建議做法。請考量現實情況並帶入階段性概念，針對不同時程分別設定可量化目標，請注意數字可行性，合理性與成本效益。

- 2 邏輯推演：每個做法或建議都必須有數據或是依據企劃書前端的分析所得結論支持，務求前後一致，避免憑空跳出沒有立論根據的說法或創意。
- 3 實作企劃和方式：同學需合法取得資料，方式和範圍不限。
- 4 體驗設計專案到可落地執行的總預算請規劃在 500 萬之內（含行銷預算）
- 5 交付完整性：企劃書以 8 頁為限，其中需包含一頁摘要 (Executive Summary)，其餘形式及架構不限。

五、時程規劃

日期	活動項目	說明
3/17	初賽企劃書大綱繳交	企劃大綱限制: 2 頁 A4 內，呈現方式不限。
3/25	企業參訪	<ol style="list-style-type: none"> 1. 將安排至全球人壽總公司聽取高階主管實作案例分享、企業參訪及客戶服務中心參觀交流。 2. 各組將有與業師進行報告及討論的時間，以協助團隊確認方向及可執行性。 3. 請同學攜帶個人電腦。
4/1	企業評選初賽完整企劃書	一份 8 頁 A4 內完整的企劃書。
4/9	總公司初賽決選	業師將依據企劃書篩選出 8-10 組至全球人壽總公司進行口頭簡報 <ol style="list-style-type: none"> 1. 每組 10 分鐘簡報，評審 3 分鐘 QA 2. 簡報內容應包含企劃書內容 3. 將分組提供專屬 Mentors 討論後續執行方向及實際執行方式
5/14 23:59	複賽完整企畫書 & 實作成果繳交	15 頁 A4 內的複賽企劃書
5/15	總公司內部複賽決選	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每組 20 分鐘上台簡報時間，評審 5 分鐘 QA 2. 簡報內容含企劃書，當場供佈全球人壽代表隊與名次 3. 請準備 10 份 1 頁 A4 企劃大綱，供評審參考

六、備註

1. 所有全球人壽相關之資訊、文件、圖像皆受版權保護，未經授權而揭露或從事商業行為，將負相關法律責任。以上懇請參與同學遵循保密。
2. 作品禁止剽竊，並使用的任何著作及資訊需符合智慧財產權之規定始可公開播送，如經查屬實立即取消參賽資格，並予以公示，如涉及智慧財產權之侵害，由法院判決確定者，全球人壽不負任何法律責任。