

淡江大學教育科技學系第二十五屆畢業專題

南山人壽

職能訓練課程

指導教授 鄭宜佳

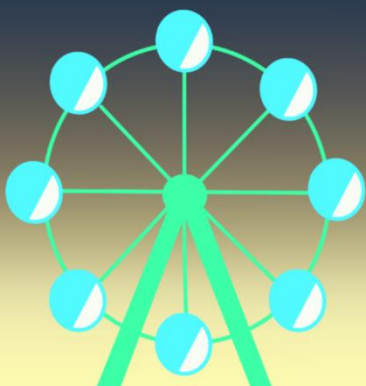
組長 吳昀瑄

動畫 陳意婷

美編 王婕倫

程設 林詠翔

合作對象 南山人壽



合作對象

南山人壽成立於 1963 年 7 月，深耕台灣半世紀，素以專業經營、財務穩健著稱。南山人壽極為重視業務人才的專業培訓，除了固定投入基本的培育成本，今年仍會投注逾 2 億元，啟動全職業務新人的招募與培育計畫，透過紮實的教育訓練、財務補助及獎勵引導等多元機制，協助業務新人在壽險事業起步階段站穩腳步並持續發展。

需求分析

我們拜訪了南山人壽負責人，經了解後，我們分析出需要製作的數位教材是可以在智慧型手機、電腦，且隨時都能使用，將攏長、無趣的文字簡化和增添趣味，最後使用多種媒體方式呈現，使教材的內容變得生動，讓使用者更有意願去學習，來提升學習動機；每章節最後設置測驗環節來給予即時回饋。

學習者分析

我們利用線上表單取得學習者資訊和目前需求狀況，綜合學習者填寫表單結果，學習者大多數偏好使用平板學習，並採用動畫和影片呈現教材，因此，我們在教材中會以製作動畫和影片為主進行教學，並加入一些互動元素，讓教材更加豐富，以此提高學習者學習意願和學習效率。

內容分析

- ❖ 課程名稱：南山人壽職能訓練課程
- ❖ 課程總時數：120 分鐘
- ❖ 課程先備知識：無
- ❖ 課程總目標：說明初步的保險觀念和銷售流程。

目標分析

課程總目標

認知領域：

- (1)學習者能解釋職能訓練的意義
- (2)學習者能夠應用所學在工作職場中
- (3)學習者能說明壽險事業的觀念及運作

單元總目標

壽險事業觀念建立

1. 學習者能闡釋人壽保險的意義與功能（認知領域）
2. 學習者能說明壽險市場商機並認識南山壽險事業（認知領域）

銷售前的準備

1. 學習者能使用正確的行銷禮儀（認知領域）
2. 學習者能運用所學，搭配適合的職場穿搭與工具（認知領域）

銷售流程概述

1. 學習者能使用正確的行銷禮儀（認知領域）
2. 學習者能運用所學，搭配適合的職場穿搭與工具（認知領域）

組織準客戶

1. 描述準客戶的重要性（認知領域）
2. 能解釋準客戶應具備的條件（認知領域）
3. 標出組織準客戶的要領（認知領域）
4. 舉例準客戶的來源跟開拓方法（認知領域）

單元大綱

第一單元 壽險事業觀念建立	
子單元 (1) 人壽保險的意義與功能 (2) 人身風險與影響 (3) 壽險業務人員的使命 (4) 壽險事業在南山	子單元介紹 在每個動畫中以文字為主，圖片為輔的方式講述壽險的基礎觀念，讓學習者能更清楚了解成為業務員應具備的能力。
第二單元 銷售前的準備	
子單元 (1) 打造專業形象 (2) 細節補充 (3) 建立正確的銷售心態	子單元介紹 在每個動畫中以文字和圖片引導學習者更清楚銷售前該有哪些配件與工具和心態，並且創造主要角色，示範銷售該有的穿著、工具、態度。
第三單元 銷售流程概述	
子單元 (1) 人的購買心理 (2) 人性的基本欲求 (3) 人性的基本弱點 (4) 購買決策 (5) 銷售六大步驟	子單元介紹 在每個動畫中以文字和生動的圖片，並用實際例子呈現讓學習者更清楚人的心理狀態，並且以主要角色，示範銷售的流程與步驟。
第四單元 組織準客戶	
子單元 (1) 準客戶應具備的條件 (2) 組織準客戶的要領 (3) 準客戶的來源	子單元介紹 子單元的頁面中會有上下頁的按鈕，以及回到第四單元選單的按鈕，每一子單元皆會有主角引導課程，幫助學習者去了解準客戶要如何組成，將重點用有趣的呈現方式進行教學，結束所有子單元後，點選下一頁，會有是否進行測驗的按鈕，檢視學習者的學習成效。

介面設計

風格規劃

我們的設計理念是以親切、可愛的風格為主。由於此份教材主要針對的學習者為十八到二十五的初入職場新鮮人，在設計教材內容方面，我們採用以活潑有趣、生動的方式呈現，藉此吸引學習者的目光、提升學習動機。



版面設計

以書櫃、書本作為主題，學習者可以點選不同的書，進入到不同的單元中進行學習。每個單元會以不同顏色作為區分，第一單元的主色為藍色，第二單元為紫色，第三單元為橘色，第四單元為綠色。書本內頁作為單元選單的主題，可以點選書中不同的子單元觀看教學動畫。



▲主選單



▲第一單元選單-藍色



▲第二單元選單-紫色



▲ 第三單元選單-橘色



▲ 第四單元選單-綠色



▲ 南山人壽職能訓練課程課程結束畫面