光譜計劃

深入地方翻轉保險概念，攜手民眾完善弱勢保障

企劃背景

對比資源及資訊發達的都市，偏遠地區成為了資訊普及上的弱勢族群，不僅各項金融與保險知識的落差造成生活中的風險，地方的標會詐騙案例也層出不窮。

企劃目標

透過面對面、最有人情味的方式，建立新光人壽與地方居民的交流管道，讓當地居民感到自己與保險的距離不再遙遠，並以深入地方的微型保險投保計劃，擴大弱勢族群保障範圍。

A族群 40-60歲偏遠地區民眾

#金融保險知識不足　#資訊可及性低

#交通較不便　#易從事高風險金融活動

B族群 當地經濟弱勢民眾

#無法負擔高額保費

#無暇顧慮生活中的風險

新光移動概念館

翻轉保險刻板印象

線下人潮引流線上

停設於鄉鎮人潮聚集處

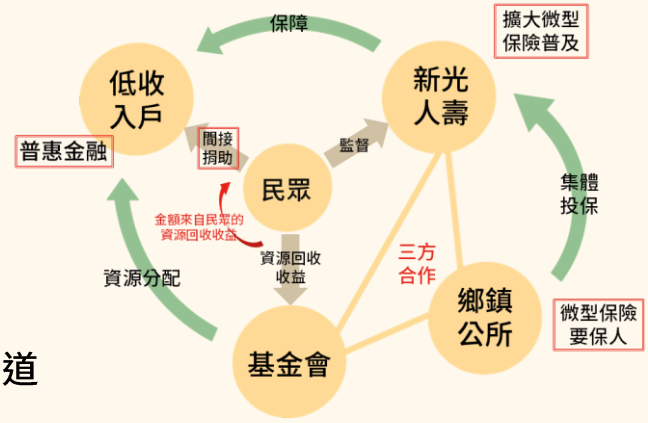
1. 以懷舊柑仔店與民眾建立共感
2. 互動模式體驗情境故事
3. 微型保險宣導專區
4. 提供無壓力的專人諮詢服務

數位互動模式

1. 金融知識情境動畫－提升保險觀念
2. 個人化長輩圖－達到人傳人的效果
3. 鄉土懷舊遊戲－提高帳號黏著度
4. 業務員地圖－搭建TA與新光的投保管道

綠色聚「保」盆

透過民眾的資源回收金，與新光人壽、基金會共同合作，將回收金轉換為弱勢族群的微型保險，並持續在全台各地舉辦，擴大微型保險保障人數。



質化效益

1. 翻轉偏鄉民眾對保險的刻板印象
2. 民眾共同響應光譜計劃，達到社會共榮
3. 建立在偏鄉居民間的品牌形象

量化效益

#民眾保險意識提升6成5

#每月觸及超過12萬人

#每月多為2700位的弱勢居民進行投保

透過光譜計劃，一步步讓偏鄉居民接近保險、了解保險、信任保險、最後獲得保險，將在光譜外的民眾納入新光人壽的保障，讓他們不再是局外人，達到讓保險在鄉鎮普及，讓新光在地方轉型的普惠金融願景。