

(c) **廣告(Advertising)**：它與上述各項工作都有緊密的聯繫，這個極其重要的工作包括：

(i) 挑選公司以外的代理機構（如果以前曾經用過）；

(ii) 研究採用電視或其他媒介的程度；

(iii) 廣告活動的協調工作；

(iv) 開支的分析及控制。

**註：**廣告屬於一種可能涉及**巨額**開支的地方。因此，它在管理和控制上都要小心謹慎。正如一位著名的商人所言：「我所花的廣告費，一半是浪費的，可惜我連是哪一半都搞不清楚。」

(d) **贊助**：保險人經常被邀請贊助行業或教育活動，這些當然也是廣告工作的重要一環，但需要付出大量的時間，涉及的財政開支也可能相當可觀。

(e) **市場調查**：顯而易見，不斷地監察當前及潛在的市場，是市場行銷部門一項不可缺少的工作，以此建立對保險產品現有及預期需要和要求的了解。

#### 4.4 保險銷售

保險銷售與**市場行銷**之間有著十分密切的關聯，如果在公司內另外設立一個部門來處理與**市場行銷部**有關的工作的話，便可能出現頗大程度的業務重疊。不過，保險銷售這個名稱亦顯示了它的有關職能，其中特有的職能包括：

(a) **產品各環節的聯繫**：基於顯而易見的原因，產品的開發、市場行銷及銷售各部門之間建立緊密的合作關係是至關重要的。各部門的同事間如果缺乏溝通，便會帶來不堪設想的結果。

(b) **加強銷售計劃**：這裏再次要求與其他同事合作，例如與培訓部門和市場行銷部門的合作。

(c) **監察**：多掌握結果和趨勢，是相當重要的。與前面討論的一樣，需要同事間多進行團隊合作。

#### 4.5 核保

核保可以界定為選擇承保的風險以及決定有關的保險條款。對於非人壽保險，它也包括一個持續地監察結果及個別風險的過程，以決定是否應提出續保(renewal)要約，和以何種條款提供續保。它的一些特點如下：