LISA 保險業務助理場域驗證採購規格書

一 專案基本資訊

專案名稱：LISA 保險業務助理（AI 顧客管理與 AI 群組管理）場域驗證暨成果報告採購案。

專案時程：自決標翌日起至 115 年 12 月 25 日止；其中包含連續 3 週場域試運轉。

採購性質：採場域驗證服務模式，以既有 LISA 保險業務助理（LINE 官方帳號、LIFF 網頁、行銷網站、營運後台及後端系統）進行必要設定、保險產業範本確認、操作輔導、實際營運測試、資料蒐集及成效分析，並完成本案約定之功能模組、場域配置與數量驗證；主要成果文件為一份場域驗證報告。必要帳號、行銷網站、數位儀表板、群組機器人配置、雲端主機、資料庫、檔案儲存、AI 模型（Anthropic Claude）用量、LINE 訊息費用、金流測試及測試環境使用費應列入報價。

驗證規模：以保險業務員為使用對象，邀請 50 名保險業務人員參與，配置 1 個通用 LINE 官方帳號、1 個行銷網站、1 個數位儀表板、50 個 LINE 群組及 50 個群組機器人服務實例，並建立 100 位測試顧客。業務人員可將保險商品、DM 及保單建議書以 LINE 傳給顧客，每次傳送產生該顧客專屬之瀏覽連結並記錄互動歷程。上述數量為全案合計驗證與配置規模，不作為每位使用者之方案額度；參與業務人員及測試顧客名單、群組對應關係於啟動時確認。

應用背景：依壽險公會統計，2025 年底人身保險業務員登錄總人數為 378,198 人，接近 38 萬人，包含壽險公司、保險代理人及經紀人公司登錄人員。保險業務員需持續提供顧客商品資訊、DM 與保單建議書，並在多個 LINE 群組中處理顧客、團隊及公司事務。LISA 以 AI 協助整理商品 DM、比對建議書版本差異並草擬給顧客的說明，記錄顧客是否打開及查看哪些資料；同時保存群組對話與檔案，每日彙整重點、決議及待辦，支援顧客經營與後續追蹤。

資料來源：中華民國人壽保險商業同業公會《民國 114 年度人身保險業務員登錄概況與分析》第 1 頁；https://www.lia-roc.org.tw/storage/uploads/6a62dea533bac.pdf

二 場域驗證工作內容

廠商應依下列情境擬定驗證計畫，以業務人員透過 LINE 官方帳號操作 AI 顧客管理與 AI 群組管理為重點，核對 AI 整理結果、建議書版本比較、顧客互動歷程、群組記錄及每日彙整通知；既有功能經確認可用後執行測試，必要調整須先確認範圍。

1 業務加入與名片情境

加入與試用：驗證業務人員是否可加入共用之 LISA 官方帳號，以 LINE 帳號登入、勾選同意條款並開始 14 天全功能試用（試用額度與標準版相同），不需另設帳號密碼，亦不需輸入信用卡。系統應顯示試用剩餘天數及到期日。試用期滿未訂閱時，查詢、顧客管理與傳送功能應停止開放，已記錄之群組仍可停止記錄；付費生效後依所選版本開通權限。

產業與名片：本案以保險產業範本為驗證範圍，加入時應套用保險範本。業務可於「我的名片」設定姓名、職稱、所屬公司、LINE ID 及電話；顧客收到之頁面應顯示業務員所屬公司，以符合保險業務員管理規則之揭露要求。

圖文選單：LINE 官方帳號圖文選單分為「顧客管理」及「群組管理」兩個分頁：顧客管理含顧客、商品、我的名片及如何使用；群組管理含我的群組、每日摘要、搜尋、設定與方案及如何使用。兩分頁之「如何使用」內容應分別對應各自功能。

2 商品與 DM 管理及 AI 整理情境

上傳 DM 由 AI 整理：驗證業務於商品頁「新增商品」上傳保險公司 DM（PDF 或圖片，至少支援 JPG、PNG、WEBP）後，AI 是否讀取檔案並依保險範本整理商品名稱、一句話介紹、重點、適合對象及保險公司、險種、繳費期間、保額範圍、給付項目等欄位，自動建立商品並將該 DM 存為商品之第一份

DM；業務可於編輯商品頁確認、修改後儲存。AI 無法讀取或檔案超過 AI 讀取上限時，應以檔名建立商品並保留 DM，提示業務自行補填。

網址整理：驗證業務貼上保險商品網址，或於 LINE 聊天室傳送網址後，系統讀取網頁標準資料（schema.org、Open Graph）與文字，由 AI 依保險範本整理欄位並保留來源網址，業務確認後始得存檔。需瀏覽器執行始能顯示內容之網頁，應提示業務改以上傳 DM 或自行補填。

商品清單與編輯：商品清單應顯示每項商品之 DM 數量與傳送次數，並提供「傳送紀錄」及「傳給顧客」兩個入口；點選商品名稱即進入編輯商品頁，可直接修改欄位、管理 DM、儲存、下架及重新上架。下架商品不得出現在可傳送清單，顧客開啟既有連結時亦不再顯示。

DM 管理：每項商品可附多份 DM（PDF、圖片或網路連結，可混合使用），應可設定顯示名稱及順序，並可新增、替換或移除。上傳時須檢查實際檔案格式，格式不符、檔案為空或超過大小限制時應提示且不得顯示為可用 DM；單檔大小及儲存容量於啟動時確認。

正確性與限制：DM 或網頁未載明之欄位須留空，不得由 AI 自行產生價格、保障內容、規格或數字；保險商品不顯示價格。AI 整理結果僅為草稿，須經業務確認。DM 應使用所屬保險公司提供或核可之版本。

3 顧客與傳送商品情境

顧客資料：驗證是否可建立顧客稱呼、手機、LINE 名稱及需求備註；標準版及試用期間顧客數上限為 100 位，達上限時應提示且無法新增，進階版不限。顧客資料僅建立之業務可查看，不得越權存取；刪除顧客時，其傳送連結、建議書檔案及互動紀錄一併刪除。

傳商品給顧客：驗證業務可從顧客開始（選擇顧客後勾選商品），或從商品開始（選擇商品後選擇顧客，亦可直接輸入新顧客稱呼並自動建立），一次勾選一項或多項商品，經 LINE 好友選擇器傳出。每次傳送產生一個該顧客專屬、具獨立識別碼之連結；業務於 LINE 完成傳送後，系統始記錄傳送時間，取消傳送不計為已傳送，並可於互動歷程重新傳出。

顧客收到之頁面：顧客免登入即可開啟，頁面不被搜尋引擎收錄，僅呈現：業務傳送之商品（名稱、介紹、重點及 DM）、業務員名片（姓名、職稱、所屬公司及 LINE 聯絡、撥打電話入口）及免責說明。PDF 應可開啟閱讀或下載，圖片應可檢視，網路連結應可開啟；DM 檔案以短效連結提供。業務預覽不計入紀錄；業務試用結束且未訂閱或帳號停用後，頁面應無法開啟。

傳送紀錄：於商品之「傳送紀錄」頁，應呈現該商品傳過次數、已打開人數及看過 DM 人數，並列出傳送對象、傳送時間及是否打開；點選顧客應連至該顧客之互動歷程。

4 保單建議書與 AI 版本比較情境

建議書版本：每位顧客同時有一份建議書，業務每次調整規劃（例如不同保額之防癌險）即上傳為新版本；每版可上傳 PDF 或截圖（最多 10 個檔案）並附一句說明。驗證版本編號、檔案開啟、刪除版本及僅建立之業務可查看等規則。

AI 讀取與比較：驗證 AI 是否正確讀出每一版之保險公司、被保險人性別與年齡（不含姓名及身分證字號）、各險種之主附約、保額、年期、保費及年繳總保費。上傳新版本後，系統應自動與前一版比較，差異表由程式依兩版讀取結果逐項比對產生，標示新增、拿掉及調整，數字不經 AI 改寫；業務亦可指定與其他版本比較。AI 僅撰寫一句給業務之差異重點，以及一段給顧客之白話說明草稿。

傳送給顧客：給顧客之說明須經業務確認或修改後，始可與建議書一併以 LINE 傳出；顧客頁面應顯示建議書檔案、業務說明、與前一版之差異表，並註明「實際保障內容與保費，以保險公司建議書及核保結果為準」。業務上傳顧客建議書前應已取得顧客同意。

5 顧客互動歷程追蹤情境

互動紀錄：驗證顧客打開連結、開啟商品、開啟 DM、開啟建議書及按下業務員聯絡按鈕，是否正確記錄事件類型、對應項目與時間，並於業務端顧客頁之「互動歷程」依每次傳送呈現（傳了什麼、打開幾次、看了哪份 DM）；顧客清單應標示已打開或未打開。業務預覽不計入；紀錄保存 1 年後刪除。點擊僅代表開啟操作，不代表已讀完 DM 或建議書全文。

業務查看：系統不主動推播顧客互動；業務自行開啟顧客頁、商品傳送紀錄，或於 LINE 聊天室輸入「顧客」查看最近打開之顧客。畫面數字須與實際事件紀錄一致，且僅該名業務可查看。

6 AI 群組管理與每日彙整通知情境

加入即記錄：驗證 LISA 被加入群組後是否即開始記錄訊息、檔案及連結，且不在群組內發送公告；加入前之訊息不保存。記錄名額歸屬群組中第一位有剩餘名額之 LISA 用戶（於 LINE 提供成員名單時、該用戶於群組發言時或開啟「我的群組」時決定）；7 天內無人負責之群組自動停止記錄。業務應於加入 LISA 前告知群組成員該群組將被記錄。

我的群組：驗證「我的群組」是否列出使用者所在之群組、記錄狀態、負責人、檔案用量及名額使用數，並可透過每個群組之開關直接開始或停止記錄，不需回到群組操作，亦不在群組公告；名額已滿時應提示且無法開始。於群組中呼叫 LISA 選單按「開始記錄」或「停止記錄」亦應正常運作。僅目前在群組中之 LISA 用戶可查看該群組記錄；訊息收回時同步刪除。

檔案與搜尋：驗證 LINE 上已過期之檔案是否可自 LISA 下載並標示最新版；點選圖片應以全螢幕預覽並提供下載，點選文件應列出各版本並可分別下載。跨群組關鍵字搜尋應正確找出對話、檔案與連結，且不得出現使用者未在其中之群組內容。

每日彙整通知：驗證 AI 是否每日正確整理各群組前一日之重點、決議、待辦（含指派給該使用者之事項）及尚未解決之問題，並將使用者所有群組合併為一則，於其設定時間以 LINE 私訊推播，不發送至群組；待辦可於 LISA 勾選完成。LINE 接受推播請求後，系統無法得知訊息是否送達或已讀，送達與否以測試帳號實際收到之訊息核對。

7 試用與收費方案情境

方案設定：提供標準版與進階版兩種付費方案，方案名稱統一使用「標準版」及「進階版」，並可辨識使用者之試用、訂閱版本、生效日、到期日及可用權限。現行方案如下，價格與額度如需調整於啟動時確認並形成方案比較表：

項目	免費試用	標準版	進階版
價格	14 天免費	NT$ / 月	NT$ / 月
顧客數	100 位	100 位	不限
記錄群組數	10 個	10 個	30 個
群組檔案	單檔 100MB、每群組 10GB	單檔 100MB、每群組 10GB	單檔 300MB、每群組 30GB
商品與 DM	不限	不限	不限

線上付款：以 TapPay 信用卡付款並支援 3D 驗證，每月自動續訂；驗證首次付款、每月扣款、扣款失敗重試與停權、升級補差額、降級、換卡、取消（可用到當期結束）、恢復及退款，付款結果以 TapPay 交易紀錄核對。場域驗證期間得以測試環境進行，正式收款之商店設定另行確認。

8 通用官方帳號與行銷網站情境

服務入口：配置 1 個通用 LINE 官方帳號，供參與業務加入、登入及使用 LISA 功能，並依帳號權限區分個人資料。配置 1 個行銷網站，依功能分區呈現：AI 顧客管理之功能描述、AI 應用（AI 讀 DM 整理成商品卡、AI 比對建議書版本、AI 撰寫給顧客之說明）及實際畫面；AI 群組管理之功能描述、AI 應用（AI 每日摘要、AI 抓出決議和待辦、AI 提醒還沒回覆之問題）及實際畫面；另含 14 天免費試用、標準版與進階版方案比較、常見問題及加入 LINE 官方帳號入口。實際畫面應使用保險情境之示範資料，桌面與手機均應可正常瀏覽。

9 數位儀表板情境

數據呈現：配置 1 個數位儀表板（營運後台），供授權管理者依驗證期間查看試用與付費帳號數、版本分布、顧客數、商品數、傳送次數、顧客打開與點選次數、建議書版本數、AI 整理次數、已記錄群組與機器人數，以及每日彙整通知推播則數。各指標須註明統計期間、定義及更新時間，並與後端紀錄核對；業務端僅能查看本人授權範圍之資料。

10 群組與群組機器人配置情境

配置數量：建立或納入 50 個 LINE 群組，逐群配置 1 個可獨立識別及管理啟停狀態之群組機器人服務實例，共 50 個；交付群組識別碼、機器人識別碼與負責業務對照清單，驗證加入即記錄、我的群組開關、權限、檔案下載、搜尋及每日彙整流程。機器人共用後端與通用官方帳號；本案之 50 個機器人係群組服務實例數，實際技術配置方式於啟動時確認。

三 時程規劃

第 1 週：盤點 LINE 官方帳號、LIFF 與既有系統，確認 50 名保險業務人員名單、保險商品 DM 與網址樣本、建議書樣本（去識別化）、兩版方案與試用規則、行銷網站內容、儀表板指標，以及 50 個群組、50 個機器人服務實例與 100 位測試顧客之配置清單；完成驗證計畫、權限及量測方法、測試案例與導入前作業基準紀錄。

第 2 週：完成 1 個通用 LINE 官方帳號、圖文選單、LIFF 與雲端環境、AI 模型、1 個行銷網站及 1 個數位儀表板之必要配置；測試試用、付款與兩版權限、DM 與網址 AI 整理、商品編輯與 DM 管理、傳送商品與互動歷程、建議書版本比較，完成 50 個群組及對應機器人啟用檢查與 100 位測試顧客建置，辦理 50 名業務人員操作輔導及試運轉準備。

第 3 至 5 週：透過 LINE 官方帳號連續 3 週實際驗證，逐週記錄使用情形、AI 整理與建議書讀取修正情形、顧客互動、群組記錄與每日彙整、異常及改善結果；第 5 週完成數據分析與場域驗證報告，經審查修正後辦理驗收。

四 驗證指標與報告驗收標準

邀請 50 名保險業務人員參與，建立 30 個保險商品樣本（上傳 DM 與貼上網址各至少 15 個，網址涵蓋具標準資料、純文字及需瀏覽器載入之網頁）、100 位測試顧客、至少 20 位顧客之建議書（每位至少 2 個版本）、50 個 LINE 群組與 50 個對應群組機器人服務實例，並驗證 1 個通用 LINE 官方帳號、1 個行銷網站及 1 個數位儀表板。另測試 DM 替換、移除與錯誤格式提示。逐案記錄操作步驟、預期與實際結果、證據及通過狀態；建議書及例外案例使用去識別化資料，不得誤發真實通知。

評估面向	驗證觀察指標	報告檢附證據
加入與權限	保險範本正確套用；14 天試用、到期及帳號權限符合規則；名片顯示所屬公司；越權存取 0 件。	50 名保險業務完整加入流程；到期帳號 2 個；跨帳號存取測試 5 次。

評估面向	驗證觀察指標	報告檢附證據
AI 商品整理	DM 或網頁有載明之欄位整理正確率 90% 以上；未載明卻被填入之欄位 0 筆；需瀏覽器網頁提示率 100%。	30 個商品樣本（DM 與網址各 15 個）逐欄核對表，附原始 DM 或網頁截圖與整理結果。
商品與 DM 管理	編輯、下架、重新上架、DM 新增 / 替換 / 移除及格式檢查結果正確；清單之 DM 數與傳送次數正確。	PDF、圖片、連結及混合 DM 各至少 2 項，於手機及桌面核對；錯誤格式與容量上限測試紀錄。
顧客與傳送商品	顧客建檔、上限、刪除正確率 100%；從顧客或從商品傳送皆正確；取消傳送不計入；顧客頁內容與所屬業務一致，下架商品不顯示。	100 位測試顧客清單；顧客上限測試 1 組；至少 100 次傳送之連結開啟檢查；傳送紀錄頁核對。
建議書版本比較	AI 讀取欄位正確率 90% 以上；差異表與兩版讀取結果一致率 100%；給顧客說明經業務確認始傳出；顧客頁顯示差異表與免責說明。	至少 20 位顧客、40 個版本之逐欄核對表，附建議書（去識別化）、差異表與顧客頁畫面。
顧客互動歷程	打開、商品、DM、建議書及聯絡事件與操作一致，正確率 100%；業務預覽不計入。	互動事件各 20 次以上，涵蓋所有 DM 類型與聯絡入口；互動歷程與傳送紀錄頁核對。
群組記錄與搜尋	加入即記錄且不公告、名額歸屬、我的群組開關、過期檔案與圖片下載、跨群組搜尋符合規則；非群組成員不可見。	50 組群組與機器人對照及啟停檢查；其中至少 2 個群組各 2 週詳細紀錄；過期檔案下載 5 件；搜尋 10 組關鍵字。
群組每日彙整通知	彙整內容（重點、決議、待辦、未解決問題）與群組原始對話相符；推播對象、時間與群組範圍正確，以測試帳號實收訊息為準。	連續 3 週每日推播則數；至少 10 則逐項對照原始對話與測試帳號實收訊息。
方案與付款	標準版、進階版及 14 天試用之名稱、價格、期限、額度與權限一致；付款、續訂、升降級、取消與退款結果正確。	兩版各 1 個帳號；試用起訖、到期、轉付費、版本切換及 TapPay 交易紀錄核對。
操作與場域	記錄帳號綁定、操作障礙與使用回饋；完成連續 3 週實測。	50 名業務操作輔導紀錄、每週數據、異常追蹤與使用者回饋。
官方帳號與網站	1 個通用 LINE 官方帳號、兩分頁圖文選單及 1 個行銷網站可使用；網站功能、AI 應用、實際畫面、方案資訊及加入入口正確。	帳號與網址清單、手機及桌面畫面、加入與登入流程紀錄。
數位儀表板	1 個數位儀表板可查詢；統計期間及數值與來源紀錄一致，權限正確。	至少 2 個期間之逐項核對表、儀表板畫面及權限測試。
配置數量	完成 50 名業務人員、50 個群組、50 個群組機器人服務實例及 100 位測試顧客之配置。	識別碼與對應清單；全數啟用或可開啟檢查結果，實際與測試資料分列。

正確率 = 符合預期之測試筆數 ÷ 有效測試筆數 × 100%；AI 欄位正確率 = 整理正確之欄位數 ÷ DM、網頁或建議書有載明之欄位數 × 100%。表列數值為驗證目標；報告須呈現實測值、未達原因及改善建議，保留失敗與複測紀錄。驗收依約定期間、情境與報告證據完整性判定；LINE API 接受請求不等同人員已閱讀，顧客打開紀錄亦不等同顧客購買意願。

五 契約價金給付與成果報告

分期付款：兩期各 50%。第一期於 115/12/4 前完成驗證計畫、必要設定、操作輔導及場域準備經確認後給付；第二期 115/12/25 驗證完成，一份成果報告及其附件經審查修正並驗收通過後給付。

主要交付物：交付一份 LISA 保險業務助理場域驗證報告，提供可編輯 Word 與 PDF；另檢附已配置之 1 個通用 LINE 官方帳號、1 個行銷網站、1 個數位儀表板、50 個群組、50 個群組機器人服務實例、50 名業務人員帳號及 100 位測試顧客之清單與使用方式。報告包含保險業務應用背景、場域與對象、驗證方法、試用與兩版方案規則、操作流程、AI 整理與建議書比較結果、測試結果、營運數據、導入前後比較、異常改善、使用者回饋及後續應用建議。

報告附件：將驗證計畫、情境案例、保險範本與商品 DM 及網址核對表、建議書版本比較核對表、標準版與進階版方案比較表、試用起訖與付款測試、網站與儀表板畫面、群組與機器人對照清單、100 位測試顧客與傳送清單、互動歷程核對表、DM 測試證據、操作輔導紀錄、每週紀錄及缺失複測證據納入附件；數據須註明期間、樣本數、公式及來源。

成果驗收：以約定功能配置與數量、報告完整性、數據可追溯及情境完成度驗收。統計試用與訂閱版本、商品與 DM 整理數、AI 欄位修正數、顧客數、傳送次數及互動紀錄、建議書版本與比較數、50 組群組與機器人記錄情形、每日彙整推播與搜尋次數，核對數位儀表板數據，並比較商品整理、建議書說明及群組管理工時；不足情境以測試補足，實際與測試資料分列。

服務範圍：正式資料去識別化，保護 LINE、雲端、金流與 AI 服務金鑰及帳號權限；顧客個人資料及建議書由業務人員依法取得同意後建檔，AI 服務提供者不得以本案資料訓練模型。報價列明驗證期間必要費用及本案網站、儀表板、群組機器人與 AI 用量費用。兩種付費方案之設定、TapPay 金流串接及驗證列入本案；新產業範本開發、需瀏覽器載入網頁之自動抓取、永久授權及 12 個月維運如有需求，另行約定。試用到期不得中斷已約定之連續 3 週場域驗證，所需驗證授權與費用應納入報價；結案後使用期限、續用費用及帳號管理權於啟動時確認。