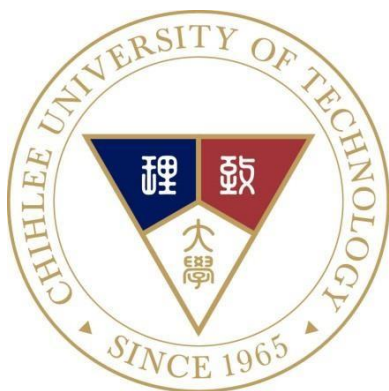


致理科技大學財務金融系

財金實務專題



致己的遊戲自己玩-KYC 理財遊戲機器人系統

指導教授：張佳雯

學生：杜宜樺、蕭妤格  
王琪英、林靜玫  
高偉庭、吳芳姩

中華民國 1 0 8 年 0 5 月

# 專題題目：致己的遊戲自己玩-KYC 理財遊戲 遊戲機器人系統

學生：杜宜樺、蕭妤格、王琪英、林靜玫、高偉庭、吳芳奴

## 摘要

### 摘要內文：

當我們要申請金融帳戶投資時，都需要填一份 KYC 問卷，使客戶了解自己的風險屬性，但問卷本身是密密麻麻的文字，容易造成客戶產生惰性、隨意填寫，因此我們決定將 KYC 改造成遊戲的方式，且填完問卷後能藉由社群小遊戲以及社群論壇，更加確認及了解自己的風險屬性是否正確，增加資產配置的正確性。

關鍵詞:KYC、理財機器人、金融行銷

## 目錄

一、企劃動機與目的 .....	4
(一)、計劃緣起 .....	4
(二)、價值主張 .....	4
(三)、核心目的 .....	5
二、企劃流程與方法 .....	6
(一)、企劃流程 .....	6
(二)企劃方法 .....	6
三、市場分析 .....	8
(一)SWOT 分析 .....	8
(二)P E S T分析 .....	10
(三)未來效益 .....	12
四、創作企劃與內容 .....	14
(一)產品架構 .....	14
(二)產品內容 .....	14
(三)產品特色 .....	16
五、預算評估 .....	18
六、結論 .....	19
參考文獻 .....	20

## 圖目錄

圖 1、執行進行圖 .....	6
圖 2、STP 分析圖 .....	7
圖 3、PEST 分析圖 .....	12
圖 4、產品架構 .....	14
圖 5、行銷流程圖 .....	15
圖 6、預算評估 .....	18
圖 7、計劃特質 .....	19

## 表目錄

表 1、SWOT 分析表 .....	10
表 2、未來效益 .....	13
表 3、手遊設計 .....	15
表 4、產品特色 .....	17

## 一、企劃動機與目的

在從事金融商品或服務時，需先填寫 KYC 問卷了解自己的風險屬性。由於傳統問卷太過冗長，導致填卷者對問卷枯燥乏味、交差了事，失去填寫問卷的目的。由遊戲結合 KYC 的遊戲機器人，讓顧客在沒有壓力及放鬆的情況下做填寫，使問卷提升準確性。因操作過程對長者較有負擔，故客群設定為青壯年。並根據客戶設定之投資目標與投資條件，配合理財機器人之服務，幫助投資人一步一步達到理想。

### (一) 計劃緣起

物聯網 (IoT)、機器人自動化 (Robotics)、人工智慧 (AI) 與智能運算 (Computational power) 等顛覆性科技，已創造出新的市場機會。依國際數據資訊 (International Data Corporation, IDC) 的全球認知和人工智慧 IT 支出最新報告顯示，2017 年全球認知和 AI 系統支出總額達到 120 億美元，比 2016 年成長 59.1%，到 2021 年預計將達到 576 億美元。隨著智能科技的發展，更多產業積極投資認知和人工智慧解決方案，2016 至 2021 年複合成長率將達 50.1%。

KYC (Know Your Customer) 認識客戶，是金融機構在從事各項業務及商品銷售時，必須做到的基本動作，了解客戶後，才能提供合適的商品給客戶，也可避免衍生投資糾紛。在客戶開戶，或購買金融商品前，必須先審查客戶的身份、信用狀況、往來銀行資料後建檔，才知道客戶可以承受的風險等級，合適購買什麼樣的商品，並由金融機構評斷分數決定客戶可以投資商品的範圍，這是目前金融機構評估客人風險屬性最重要的方法。金融監督管理委員會要求銀行針對虛擬貨幣相關帳戶業務，須依洗錢防制法規定辦理，不管是虛擬貨幣平台業者或虛擬貨幣服務者，及其往來客戶，銀行都必須做到 KYC。本計劃將發展 KYC 理財遊戲機器人系統結合遊戲機器人的自動化運算功能，取代傳統的 KYC 問卷來了解個人的理財風險屬性，並進一步拓展至社群與金融行銷。

### (二) 價值主張

本計劃的價值主張在於「得出消費者內心的真實感受」，反映出真正的風險屬性。問卷的最終目的是讓客戶在放鬆又沒有壓力的情況下做問卷，透

過遊戲來運算出正確的風險屬性分析。KYC 手遊具備適當的問卷題型以及內容符合法規規定，透過遊戲方式讓客戶更有意願填答，降低客戶對問卷的反感度，提升問卷準確率，接著客戶可以自由選擇是否要做理財機器人投資組合建議。此外，本計劃根據市場、使用者條件與設定投資目標，開發社群論壇讓使用者互相交流時事議題，並設計出有關 KYC 的社群小遊戲來留住客群，幫助投資人更了解自己的投資屬性，一步一步找到適合自己的理財規劃。另外為了增加本計劃的收入，推展社群行銷活動，在論壇中加入金融服務的置入性行銷，例如理財機器人、共同基金或保單健診廣告，也能增加理財機器人的知名度。

### (三)核心目的

基本目的是希望客戶們只要在 KYC 手遊上透過既輕鬆又容易的遊戲功能，並且在無壓力的情況下，來運算出正確的風險屬性分析結果。進而透過進階功能的論壇議題經營，客戶所選擇的投資目標，可以在論壇裡互相交流，客戶可以了解自己的風險性、投資偏好、資金需求，不僅顧慮了報酬率及投資風險，還能考量多個投資觀點，克服價格波動過於敏感問題，此外可以達到保留客群的效益。論壇中與金融機構的合作，穿插一些廣告或加上置入性行銷的方式，可以推展理財機器人服務和各種金融機構的服務，來達成本計劃營收目的。

## 二、企劃流程與方法

### (一)企劃流程

雖然台灣仍有許多法令限制，但政府很重視金融業的創新發展。我們預計與本校的多媒體設計系及資管系進行跨科系合作，設計出的 KYC 手遊能代替紙本問卷，分析出客戶的風險屬性，且設立社群論壇及社群小遊戲，讓客戶可以互相交流。依照統計數據分析遊戲能在六個月內完成，所以我們設計的遊戲最大特色是簡單、便利。另外 KYC 手遊的經費可以申請金管會聯合金融總會的創業補助，降低開發費用及推銷費用，執行進行圖如圖 1 所示。

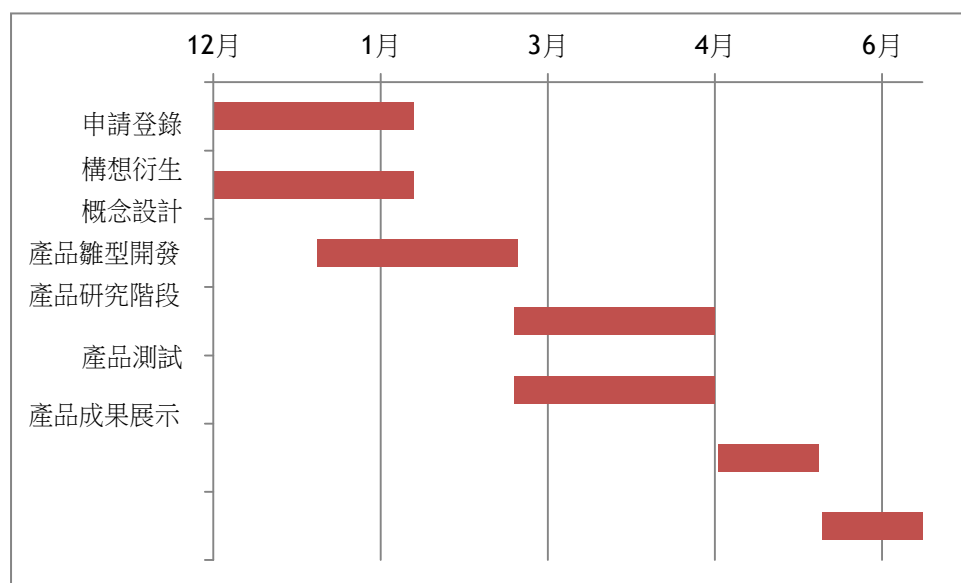


圖 1 執行進行圖

### (二)企劃方法

當科技的快速起飛，我們面臨到許多問題，例如：對於科技的發達，我們在生活上越來越便利，發展的技術也逐年進步，但伴隨著商品的生命週期越來越短、淘汰率高，為了讓設計出來的商品更能被顧客接納。我們應該鎖定特定的客群來開發商品，所以我們以下透過 STP 分析，分別利用市場區隔、目標市場與市場定位，來分析本計畫開發出來商品的目標客群特點，如圖 2 所示。

### 1. 市場區隔

(1)地理、人口：以台灣地區為主要市場，將購買金融商品或服務的族群，依年齡層分為青壯年、中年與老年，而性別部分不限定男性或女性。

(2)心理：偏好在調查過程中以靈活或互動式方法之群體。

### 2. 目標市場

KYC 手遊調查活動的過程中會操作電子資訊設備，考量中年及老年人口較少接觸手遊及行動裝置，反而造成此年齡層顧客更多的負擔，因此選擇以不分性別的青壯年人口為的目標族群。

### 3. 市場定位

以結合「科技創新、有趣」的設計使 KYC 遊戲化，讓填寫者縮減對問卷內容的反感性，刺激填寫者的填寫意願，讓問卷結果更貼近事實，且延伸出論壇及種菜小遊戲，透過論壇間互相交流投資資訊，而種菜小遊戲可隨時了解自己風險類型是否有所改變。

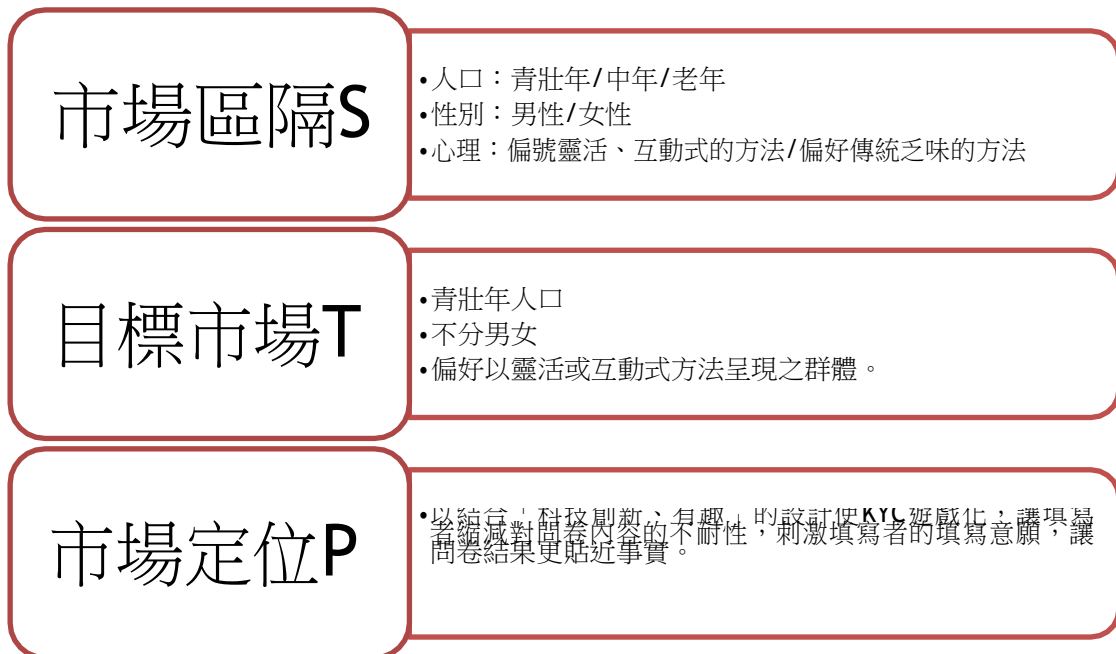


圖 2 STP 分析圖



### 三、市場分析

在市場分析方面採取 SWOT 分析、PEST 分析與未來效益，來探討本產品在現在與將來市場上的各種優劣分析，以客觀的市場調查分析更能準確地描繪出產品市場，避免在不了解市場狀況之前執行策略。

#### (一)SWOT 分析

SWOT 是一個內外環境結合的分析工具，分析出本身的優勢 (Strengths) 與劣勢 (Weaknesses)，並尋找外部環境的機會 (Opportunities) 與威脅 (Threats)，以分析結果作為基礎，提升優勢、降低劣勢、把握可利用的機會與消除潛在威脅。

##### 1. 優勢

(1) 高效率、高價值：透過手遊來運算出正確的風險屬性分析並讓客戶更有意願問答，提升問卷準確率。

(2) 機器人理財-冷靜且理性：機器人理財顧問的特性是沒有情緒，可以保持絕對的理性、冷靜與紀律，讓投資人能簡單篩選、理性管理投資組合。

(3) 環保：環保意識抬頭下，我們使用電子問卷取代傳統紙本問卷，降低調查成本並以電子檔案進行統計及分析，相較於紙本問卷，更加省時省力，也能避免資料遺失。

(4) 大眾對 3C 產品接受度高：現今大多人都有使用 3C 產品的習慣，透過大眾對 3C 產品的高依賴度，容易取得大眾的觸及率及填答率。

##### 2. 劣勢

(1) 台灣法規較嚴謹，對業者管制嚴格：因 KYC 理財遊戲機器人系統關係到金融服務因此政府在這方面的管制較為嚴格，對於我們研發出來的商品是否可以取代傳統問卷是一大困難。

(2) 個資安全問題：資訊科技的發展一日千里，金融業所面臨的資安挑戰也與日俱增，隨著金融生態圈內圈外間的連結也不斷加深加廣、新科技應用範圍擴增，無孔不入的網路犯罪及其對於金融資安的威脅正快速增加、個人資訊的安全要如何防範也是一種問

題。

### 3. 機會

(1)開發新客戶：可以推廣給對於購買金融商品或服務有興趣的客戶，了解自己的風險性、投資偏好、資金需求等進而吸引更多新客戶。

(2)理財機器人興盛：現今社會裡、投資理財風氣興盛，如何妥善做好理財規畫是一門相當重要的課題，投資人剛開始接觸這個市場時，面對琳瑯滿目的各類型產品，可以利用遊戲理財機器人來運算出正確的風險屬性分析。

(3)科技能夠帶動金融創新：為發展金融科技創新，促進普惠金融及金融科技發展，行政院已實行「金融科技創新實驗條例」，協助創新實驗之申請，並以專業方式審查及評估創新實驗之可行性及成效。

(4)無法拓展全部年齡層：高齡者由於視力和記憶力退化，觀看螢幕較為吃力而容易疲倦，對數位化產品抱有排斥的心態，因此高齡者對科技產品的使用相較於一般年齡層而言就顯得偏低。

### 4. 威脅

(1)同業競爭激烈：同業都想吸引更多的顧客，會不斷研發類似的產品，若我們的產品不夠特別，比較容易被模仿，並容易在市場被淘汰。

表 1 SWOT 分析表

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 高效率、高價值</li> <li>2. 機器人理財 — 冷靜且理性</li> <li>3. 環保意識抬頭</li> <li>4. 大眾對 3C 產品接受度高</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 台灣法規較嚴謹，對業者管制嚴格。</li> <li>2. 個資安全問題</li> <li>3. 無法擴展到所有的年齡層</li> </ol>
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開發新客戶</li> <li>2. 理財風氣興盛</li> <li>3. 科技能夠帶動金融創新</li> <li>4. 無法擴展到所有的年齡層</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 同業競爭激烈</li> </ol>

## (二) P E S T 分析

PEST 分析是利用環境掃描分析總體環境中的政治 (Political)、經濟 (Economic)、社會 (Social) 與科技 (Technological) 等四種因素的一種模型來作分析。這也是在作市場研究時，外部分析的一部份，能給予公司一個針對總體環境中不同因素的概述。

本計畫透過 PEST 分析來了解市場風險管理屬性，利用總體環境中政府、經濟、社會與科技來有效的觀察市場成長與衰退、企業所處的情況、潛力與營運方向，如圖 3 所示。

### 1. 政府

(1) 金管會已於 107 年 2 月成立「金融科技發展與創新中心」，作為政府與業者之溝通對話窗口，並專責發展金融科技及創新實驗。

(2) 為發展金融科技创新，促進普惠金融及金融科技發展，行政院已實行「金融科技创新實驗條例」，協助創新實驗之申請，並以專業方式審查及評估創新實驗之可行性及成效。

(3)金管會發布「金融產業發展政策白皮書」，希望能夠以金融業為支點，透過資金的引導配置與金融專業服務，做到以金融支持產業發展，帶動產業創新轉型。

## 2. 經濟

(1)金融科技發展成熟，消費者的需求與行為已經改變，逐漸形成完善的新金融科技體系。

(2)提升創新研發能力，使資金需求增加並有效協助企業降低研發成本與風險。

## 3. 社會

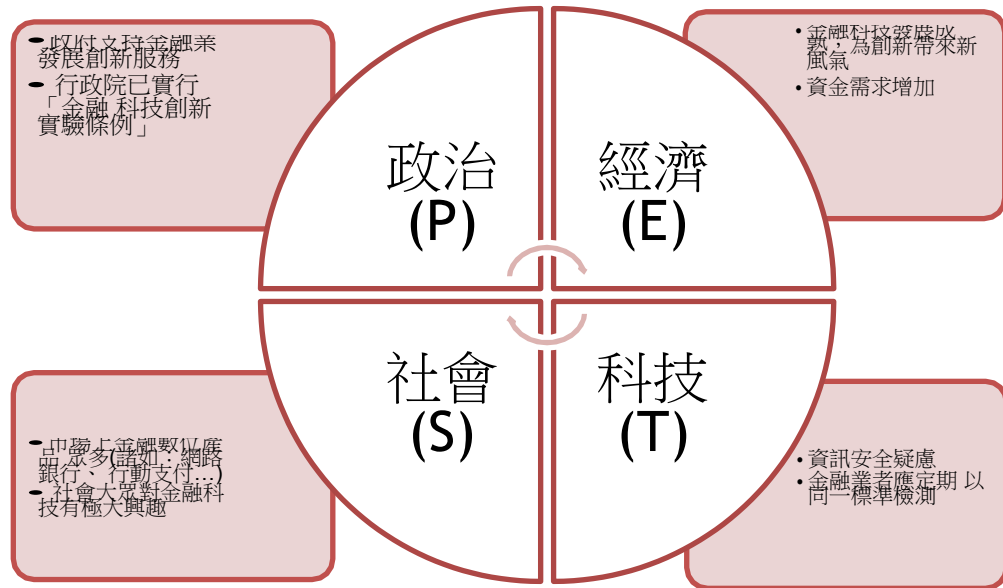
(1)市場上金融數位產品眾多，例如：網路銀行、行動支付與比特幣錢包等。

(2)金融科技對一般使用者帶來許多利益，使社會大眾對金融科技有極大興趣。

## 4. 科技

(1)金融科技創新為金融業帶來新機會，同時帶來資訊安全與疑慮。隨著金融科技發展，資安議題不斷擴大影響範圍。未來在數位金融的時代，資訊將大量透過網路傳輸，且大數據分析是金融科技的重要應用，如何處理消費者資訊也將與消費者資料保護息息相關。

(2)金融業者應定期以同一標準檢測以保障金融消費者安全。降低消費者對金融科技資安的疑慮。



### (三) 未來效益

圖 3 PEST 分析圖

本計畫以發創者立場、金融機構立場、客戶立場及社會公益，探討各方面的未來效益，未來效益以表 2 所示。

1. 發創者立場：論壇平台透過廣告置入性行銷賺取收入，且以低價位的方式行銷給金融機構，並提升此產品知名度，獲取收益。
2. 金融機構立場：KYC 手遊使用效果良好，增加客戶對銀行的好感度，進而提升公司知名度
3. 客戶立場：不必填寫冗長問卷，即可得知風險屬性。利用社群小遊戲，反覆檢視自我的風險屬性是否正確，且能在社群論壇與網友交流如何投資理財，提升便利性與準確度。
4. 社會公益：幫助社會大眾了解自身風險承受度，避免不適當之投資，造成不必要的資金浪費。

表 2 未來效益

發創者立場	在論壇平台，透過廣告置入性行銷，賺取收入。
	以低價位的方式行銷給金融機構，並提升此產品知名度，獲取收益。
金融機構立場	提升客戶對銀行的好感度。
	遊戲效果良好，可提升公司知名度。
客戶立場	能透過社群與網友交流如何投資理財。
	不必填寫冗長問卷，即可得知風險屬性，提升便利性與準確度。
	透過社群小遊戲，反覆檢視自我的風險屬性是否正確。
社會公益	幫助社會大眾了解自己最適合的理財方式，避免不必要的資金浪費。

## 四、創作企劃與內容

本產品以 KYC 手遊代替乏味複雜的 KYC 紙本問卷，以輕鬆的方式設定偏愛投資、產品風險、金額與條件得出較準確的風險管理屬性，在政府的法令要求下，我們會有銀行、證券、保險業等企業的客户群，接著客户可以藉由玩家之間的互相交流，透過理財機器人服務得到專業的知識，並在論壇中穿插廣告以達成營收目的。以下分別詳細介紹產品架構、產品內容以及產品特色。

### (一) 產品架構

首先，先利用遊戲方式完成 KYC 問卷，接著依照測驗結果分配到該風險屬性的論壇討論區進行理財討論與交流，再者利用論壇中的社群種菜遊戲模擬投資的行為，比對問卷結果或日後的風險屬性是否有所改變，如圖 4 所示。

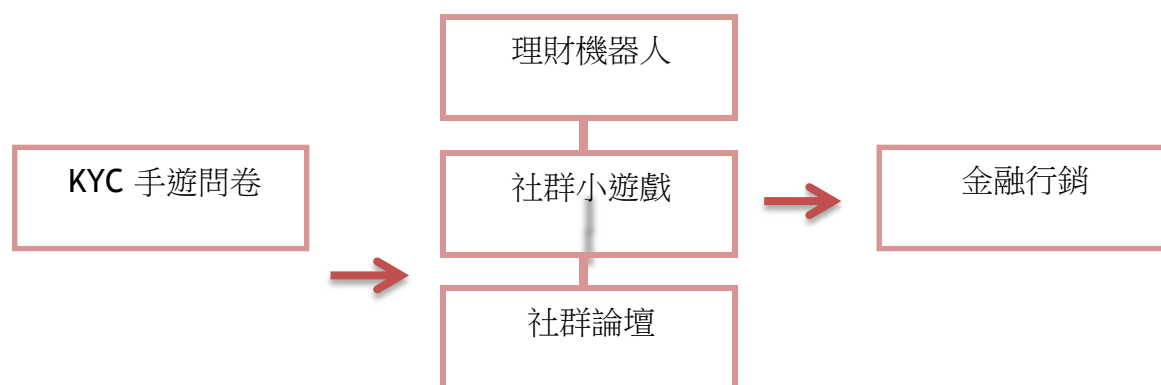


圖 4 產品架構

### (二) 產品內容

#### 1. KYC 手遊問卷

本計畫依照客户的職業創立角色，並以遊戲闖關的方式開局，在遊戲過程中獲得資金與完成 KYC 問卷，並得知風險屬性。

本計畫分為平民開局、遊戲闖關與測知風險。首先客户以平民身分開局，回答職業、年齡與資金來源開始遊戲，接著依闖關而變換角色，再者完成 KYC 手遊後可以得知客户較正確的風險屬性。如表 3 KYC 手遊設計所示。

表 3 手遊設計

平民開局	遊戲闖關	測知風險
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 以平民身分開局</li> <li>• 選擇職業開始遊戲</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 闖關方式進行</li> <li>• 依自己的選擇而變換角色</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 得知 KYC 風險程度</li> </ul>

## 2. 理財機器人

結合現今熱門的理財機器人，在完成 KYC 手遊問卷測出風險屬性後，理財機器人會自動推算出最適合玩家購買的投資標的，可以藉此幫玩家規劃出更多投資組合。

## 3. 論壇討論區

完成手遊問卷後，依照客戶測出的風險屬性，分配到該風險屬性的論壇討論區，可以與該討論區的客戶進行交流、提問與分享理財投資相關議題。

## 4. 社群小遊戲

我們在系統中加入種菜小遊戲，並透過此遊戲吸引客戶來加入論壇，藉由遊戲中的菜價、數量、品質而模擬自己投資的行為，也可以反覆驗證出自己曾做過的 KYC 問卷結果是否相符。

## 5. 金融行銷

掌握客群後，版主可以透過廣告媒體穿插合作金融機構的金融服務，以置入性行銷來獲取本計畫的收益，以圖 5 所示。



圖 5 行銷流程圖



### (三) 產品特色

在這科技發展迅速的時代中，產品週期逐漸縮短，要如何吸引廠商的目光呢？以下我們以創意計畫設計、創意內容架構、創意實體產品及創意產品推廣分別來做說明。

#### 1. 創意計畫設計

本計畫以手遊的方式代替乏味複雜的 KYC 紙本問卷，在法令規定必須要做 KYC 問卷下，以輕鬆無壓力的方式設定偏愛投資、金額與風險得出客戶較真實的風險管理屬性，不但提升問卷準確率，也能提升顧客的好感度。

#### 2. 創意內容架構

首先以 KYC 問卷做為本計畫架構中的起點，KYC 問卷在法令要求下為必須填寫的問卷，因此可以取得大量的使用人數。接著同時進行理財機器人、社群小遊戲與社群論壇，跳脫傳統遊戲必須先完成一個步驟才能進行下一步，本計畫利用較新穎的內容架構吸引更多玩家。最後加入金融行銷來獲取本計畫的收益，近而能不斷提升系統的功能，以滿足玩家的需求。

#### 3. 創意實體產品

本計畫將與本校多設系與資管系合作開發遊戲，分別利用多設系的創意、設計以及資管系的系統開發能力，結合本計畫成員的財務金融專業，本產品特點簡單方便且容易操作，計畫在 6 個月內開發完成。

#### 4. 創意產品推廣

本計畫推廣對象初期主要為保經公司，因保經公司規模較小，所以比較容易取得認同的機會，也能提升此產品知名度，獲取收益。不只限定在特定的金融產品，所有需要進行 KYC 問卷的群體皆可以使用，讓使用對象廣泛，以下如表 4 所示。

表 4 產品特色

<p>創意計畫設計</p>	<p>以遊戲的方式代替乏味的 KYC 問卷，在無壓力的情況下得知客戶的真實風險屬性，並提升問卷準確率。</p>
<p>創意內容架構</p>	<p>邊玩遊戲邊填寫 KYC 問卷。 設立客戶論壇討論區進行理財交流。</p>
<p>創意實體產品</p>	<p>與本校多設系與資管系合作開發遊戲。 產品特點簡單方便，遊戲可在 6 個月內開發完成。</p>
<p>創意產品推廣</p>	<p>推廣對象初期主要為保經公司。 以低價位的方式行銷給保經公司，並提升此產品知名度，獲取收益。</p>

## 五、預算評估

本計畫 KYC 理財遊戲機器人系統預算經費規劃為十萬元，主要運用在雜費、行銷費用、開發費用、系統維護以及市場測試。雜費 10% 包含印刷費、材料費及諮詢費，行銷費用 10% 為置入性行銷。開發費用 40% 包含遊戲動畫製作及研究費，系統維護 20% 及市場測試 20%，如圖 6 所示。

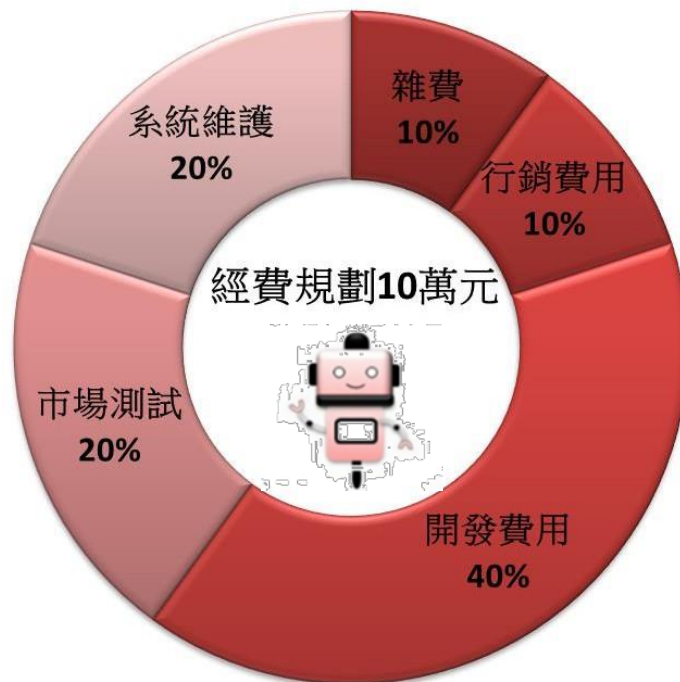


圖 6 預算評估

## 六、結論

透過遊戲方式輕鬆填寫 KYC 問卷，除了能提高投資人填寫問卷的意願且有效提升問卷準確度，延伸的種菜小遊戲也能讓投資人隨時了解自己的風險屬性是否有所改變。並且線上使用減少紙本的印刷，能讓金融服務產業支出成本減少，達到雙贏的局面。

隨著科技進步，各方面發展將更完善，機器人理財使用者逐年增加。且機器人理財比填寫一般問卷更加使用了大數據，分析比對資料庫，並依照你的投資習慣，推薦適合你的產品，未來將會創造更多的效益。

我們的計劃構想重點包括原創性、市場需求、收益以及社會公益，集結我們所學且創意構想使我們發想出具有原創性的產品，利用市場需求結合社會公益為出發點，並同時製造了收益，達到一舉兩得的方式，如圖 7 所示。

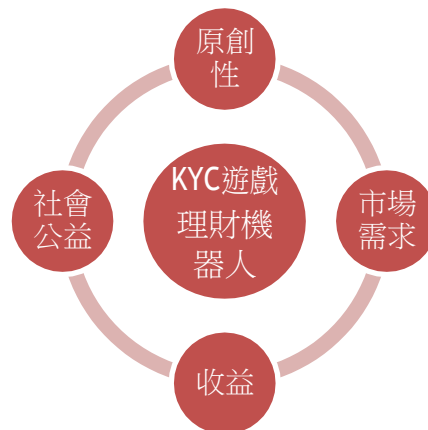
(一)原創性：利用我們所學集思廣義，發想出 KYC 理財遊戲機器人系統，我們的作品擁有原創性，在市場上具有新穎性與微量創意。

(二)市場需求：符合市場需求，在金融與科技發展趨勢中製造出一個市場上需要的產品。

(三)收益：除了能達到金融市場的需求，又能創造出收益，使我們開發的程式能夠不斷精進，近而研發出能讓我們及社會大眾都得力的產品，達到一舉兩得的方式。

(四)社會公益：能夠幫助客戶，不斷了解自己風險類型是否有所改變，讓他們知道自己適合的風險屬性，並使得客戶不在投資時花下過多的冤枉錢以及在自己能承擔的風險下去投資，以避免發生社會問題。

圖 7 計劃特質



## 參考文獻

IDC 預測全球認知和人工智慧系統 IT 支出將在 2021 年達 576 億美元取自 <https://technews.tw/2017/10/12/idc-report-ai/>

防洗錢 金管會盯上虛擬貨幣業者

取自 <https://udn.com/news/story/11316/3742374>

品牌定位策略 7 步驟，找到產品市場定位的方法取自

<https://transbiz.com.tw/%E5%93%81%E7%89%8C%E5%AE%9A%E4%BD%8D-br-and-positioning/>

KYC(客戶風險屬性評估)的迷思:每個人只有一種投資風險屬性嗎?

取自 <https://www.mysmartadvisor.com/Research/Details/3>

李顯儀(2018)。《投資理財規劃》。新北市:全華圖書股份有限公司。

致理技學  
財務金融系

財會叢題

致己的遊戲自己玩

理財遊戲輸入系統

學生  
杜品權撰