

演講題目：客戶行為大數據分析及運用

授課主管：管理資訊分析中心 賴昌作 協理

賴協理在開頭透過各種例子指出數據分析對現今社會的影響，在科技圍繞生活的現在，每個人都擁有數位軌跡，不起眼的資訊經由適當的處理分析都可以派上用場，像是業者能根據每次住院天數、醫療用品支出額可以設計出不同額度不統保障的商品，吸引客戶再購。這顯示出**數據有無限的可能性，往往能顛覆傳統的想法**。但傳統統計與機器學習的分析方法各有優劣，需情況而定，機器學習需避免變數太多導致模型複雜，反而使解釋能力降低。

數據能有許多的應用，像是客戶與業務員分群、業務員風險以及一些數位上的應用等等。適當的客戶分級能達到「精準銷售」的模式，針對客戶的財富指標與忠誠度提供不同的服務與保單，提升客戶忠誠以及回購率。進一步透過客戶分群對業務員分群，將解決以業績分析產生的盲點，更能給予不同員工其需要鑽研訓練的內容，提升員工能力的同時提升管理效率。這麼一來，不只能解決族群的痛點，因地制宜的訓練方式使自家員工與其他業者做出差異化，最終提升企業的品牌價值。這些讓我再次體會到了數據應用的強大之處。

然而，越廣泛應用數據將伴隨越高的資訊風險，個資議題往往是不可忽視的。針對個資的部分南山除了符合法規外，內部也有對應的作法以及管制，像是先把有關個人資料的部份去掉再供業務員分析使用，以及所有含有個資的內容必須經過審核，確認用途與銷毀方式後才供特定人使用。這些顯示出業者對保戶的保護與保證，我認為這是資訊持有人都應抱持的態度，也是建立企業良好形象的不二法門。