

姓名：華敏學

學號：r08725051

學係：台大資管所碩二

Paper 標題：Increasing the Level of Customer Orientation - A
Big Data Case Study from Insurance Industry

Paper 作者：Katja Tiefenbacher, Sebastian Olbrich

心得：

這篇 Paper 圍繞保險業的大數據應用對客戶定位水平提高展開，著重於 CRM（客戶關係管理）以及用戶數據的獲取、存儲和分析方面的探討。應用大數據分析可以提高組織能力，使其能夠全面了解客戶的偏好和需求，這是有效客戶導向所必需的。為了在競爭激烈的商業環境中獲得競爭優勢，大型保險組織越來越需要維護和分析大量結構化和非結構化的數據，迅速應對市場的變化，理解客戶的偏好，以支持市場導向與客戶導向的策略，從而提高保險公司的業績。

大數據技術是保險科技的重要的組成部分，也是人工智能、雲計算、區塊鏈等前沿的保險技術的數據來源和底層支撐，也是推動保險行業發展的重要基礎設施。數據挖掘等大數據技術可以將生活中海量、複雜、多源的非結構化數據轉化為機器可識別的結構化數據，從而為保險科技領域的其他技術提供了研究分析的數據。應用於保險品種的創新和精細化定價，基於客戶畫像的精準營銷，以及對長期的客戶服務管理體系和大數據智能風控。保險公司開發了更多的更豐富的保險產品，如建立在對氣象數據分析結果上的氣象保險，基於可穿戴設備記錄運動的面向健康管理的醫療保險。

保險行業的 CRM，即以客戶關係管理為導向，可以大幅提高客戶的忠誠度。

保險公司必須增強客戶意識，提高標準的服務和支持，以鞏固和客戶之間的良好關係。與此同時，還需要保險公司有能力來鑒別和控制經營中的風險，也就是說要有能力進行客戶的精確定位和細分，這些要求與 CRM 的能力都可謂是不謀而合。客戶忠誠度包括：新客戶的數量、老客戶的流失率、客戶與保險公司平均關係保持時間等。大數據和 CRM 的結合可以幫助保險公司研究客戶的需求、喜好和購買習慣，在熟知客戶前提下進行有效的溝通，這不僅可以促進銷售活動的效率，同時還可以提高盈利能力。為目標客戶進行分類，針對不同類別客戶提供不同的服務，從而降低整體成本。

客戶導向背景下的大數據分析給保險行業賦予新的機會，也帶來了創新，通過信息的篩選和整合，針對性地服務，保險行業將實現營收的提升和成本的下降，綻放新的活力。