

這次演講提到了數據分析的重要性。由利用數據選擇球員的故事，點出了由於數據獲取容易，需要的技術是如何將這些資料萃取出背後的意涵。如果找到了一個有效的分析方法，能夠有效的解析這些數據，只用一半的年薪，就可以獲得一組各攻守指標齊全的籃球隊；只用低於洋基或是紅襪一個明星球員的年薪，就能夠組成並成為大聯盟史上第一隻連續 20 勝的球隊。

將同樣的想法運用在保險產業上，藉由分析保險公司持有的大量保戶資料，試圖讓原本已經接近飽和的傳統運作模式，在這種新的工具扶持之下，能更有效的提高公司利潤。

客戶分群將客戶分成頂客、稀客、常客和普客四類，而頂客、稀客和常客雖然人數較少，但是業績卻占比八成左右，顯示了保險公司如果想提高利潤，勢必得著重關照這三類客群，像是對頂客和常客推薦適合他們的產品，讓這兩客群購買更多的保險產品，而針對稀客則提出特別照顧，讓稀客對保險公司的產品依賴後成為頂客。至於人數較多的普客，則可以收集普客的相關資料，再針對這些資料分析出那些普客有潛力成為常客，提高這些潛在客群對保險公司產品的依賴程度。

這種數據分析方法不單只能針對客戶分群，公司內部的運作能力也可以藉由這種方法獲得提升。像是將業務人員分群，針對不同類別的業務人員提出改善方法，以此試圖提升每類業務人員的業績。

總而言之，將數據分析應用進保險產業是必然的趨勢。整體來看每間保險公司針對大數據該如何應用的想法確實大同小異，因此我認為倘若保險公司想要做出與其他公司的差異，應該是要著重在萃取背後意涵的方法，如何更準確的利用這些數據才是保險公司競爭所在。