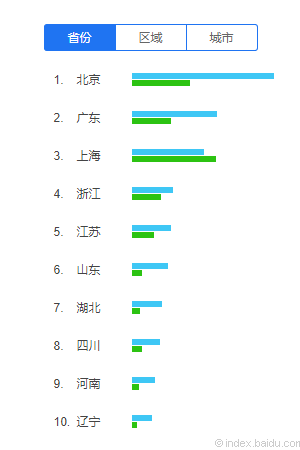
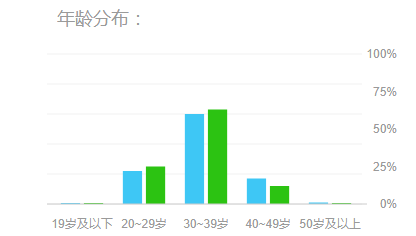
第一步：确定竞品

泰康在线vs众安保险

从用户需求出发，在选择保险产品上，用户的痛点主要是在投保、理赔，续保等服务流程上，比如是否能够满足客户在选购产品的快捷性，出险赔付时效性，客服服务等方面，因此在APP分析方面以“如何更好的提供用户快捷投保，理赔服务，客户生活服务”方面为主题。

**产品目标人群分析**

C:\Users\ruofan lv\AppData\Local\Microsoft\Windows\INetCache\Content.Word\图例1.png





借助百度指数工具，选取“泰康”和“众安”为关键词，时间范围选择2016年8月到2017年8月间，可以不难发现：

**目标用户地区分布**

搜索“泰康”较多的主要在北京，而搜索“众安”较多的主要在上海，这也和两个平台的所在地区有关系，除各自所在地外，其余地区泰康的搜索比例要明显大于众安，不过从alexa网站的排名上看，众安(4788)在国内的访问排名明显高于泰康(14511)，并且众安在美国地区也有一定的访问量，可见由于众安的互联网背景创立的特殊性，以及全球首家互联网保险公司，其关注度范围更广，而由于泰康有传统保险企业售卖寿险，养老，健康险的市场根基，对于广大国内民众来讲，关注度会更高一些。

**目标用户年龄组成**

搜索两个关键词最多的用户集中在30-39岁年龄段内，基本都在60%+，这一年龄段的特点是事业上升期，工作压力大，照顾小孩，忙于买房买车，树立个人社会地位的关键时期，因此人们对于各类活动所带来的风险会多加关注；第二大用户群是20-29岁，该群体属于互联网有广泛的了解，但对于保险方面意识还不够强，属于成长阶段。

**目标用户性别组成**

从搜索结果上看，众安和泰康主要均为男性为主导优势，可见男性由于在工作，财富积累，养家糊口方面更多承担更主要的责任，因此相关的保险意识也会随之增强。