**Báo cáo phân tích Bảo hiểm**

1. **Giới thiệu**

* Đề tài: Phân tích dữ liệu bảo hiểm
* Mục tiêu: Phân tích, khám phá các thông tin về nhu cầu, tỉ lệ sử dụng bảo hiểm của mọi người theo lứa tuổi, giới tính, khu vực để từ đó giúp nhà cung cấp dịch vụ có thể đưa ra những chính sách, chiến lược tiếp thị sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng của mọi người.
* Bộ dữ liệu:
  + Bộ dữ liệu tự tạo bằng python
* Câu hỏi:
  + 1. Nhu cầu sử dụng bảo hiểm theo giới tính có gì khác nhau? Giới tính nào có nhu cầu sử dụng dịch vụ bảo hiểm cao hơn ?
    2. Có sự khác biệt trong nhu cầu sử dụng bảo hiểm theo nhóm tuổi không ? Tại sao ?
    3. Số khách hàng tham gia dịch vụ bảo hiểm diễn ra như thế nào qua các năm ? Có sự chênh lệch, thay đổi đáng chú ý nào không ? Cần có những chiến lược, chính sách gì để khuyến khích khách hàng tham gia sử dụng dịch vụ bảo hiểm ?
    4. Số khách hàng tham gia bảo hiểm hàng tháng diễn ra như thế nào ? Tháng nào có số lượt tham gia nhiều nhất ? Nguyên nhân ?
    5. Tỉ lệ tham gia bảo hiểm theo khu vực diễn ra như thế nào ? Khu vực nào có số lượt tham gia bảo hiểm nhiều nhất ? Nguyên nhân ? Chính sách ?
    6. Có những loại bảo hiểm gì ? Số lượt, tỉ lệ tham gia loại bảo hiểm ấy diễn ra như thế nào ?
    7. Tình trạng sức khỏe nào có nhu cầu sử dụng bảo hiểm cao nhất ? Vì sao ?

1. **Phân tích tổng quan**

**A close up of a card

Description automatically generated**

* Bộ dữ liệu có 5237 người tham gia bảo hiểm, với tổng doanh thu là 5.23 triệu USD

**A screenshot of a blue background

Description automatically generated**

* Trung bình mỗi năm có hơn 400 khách hàng tham gia sử dụng bảo hiểm, đem về khoảng 1 triệu USD.

1. **Phân tích chi tiết**
2. **Phân tích khách hàng**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated**

* **Tuổi trung bình**: 49.03 tuổi, cho thấy khách hàng của nhà cung cấp bảo hiểm chủ yếu thuộc nhóm tuổi trung niên. Đây là độ tuổi có nhu cầu cao trong việc duy trì sức khỏe ổn định và bảo vệ bản thân trước các rủi ro sức khỏe.
* **Chỉ số BMI trung bình**: 23.67, nằm trong khoảng **khỏe mạnh** theo chuẩn quốc tế. Điều này chứng tỏ đa số khách hàng có sức khỏe ổn định, và bảo hiểm đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ họ duy trì sức khỏe và phòng ngừa các rủi ro tiềm tàng.
* **Tỉ lệ khách hàng tham gia sử dụng bảo hiểm:**

**A graph with numbers and lines

Description automatically generated**

* + **Tháng cao điểm:**
    - **Tháng 5, 7, và 10:** Lượng khách hàng tham gia bảo hiểm có xu hướng tăng, đặc biệt là tháng 7 với trung bình 461 lượt.
    - **Nguyên nhân:**
      * Giao mùa (hè - thu) có thể gây ra các vấn đề sức khỏe.
      * Thiên tai (bão, lũ lụt) gia tăng rủi ro, làm tăng nhu cầu bảo hiểm.
  + **Tháng thấp điểm:**
    - **Tháng 6, 9, và 12:** Lượng khách hàng giảm do sự quan tâm của người dân chuyển sang các hoạt động như du lịch, mua sắm, và dã ngoại.
  + Chiến lược:
    - **Tận dụng tháng cao điểm:**
      * **Chương trình khuyến mãi và quảng cáo:** Tập trung triển khai các ưu đãi hấp dẫn như giảm giá phí bảo hiểm, tặng quà hoặc voucher để thu hút khách hàng.
      * **Marketing theo thời điểm:** Quảng bá mạnh mẽ trên các kênh truyền thông vào tháng 5, 7, và 10 nhằm tận dụng tối đa nhu cầu tăng cao.
    - **Khuyến khích tham gia vào tháng thấp điểm:**
      * **Nâng cao chất lượng dịch vụ:** Điều chỉnh và cải thiện trải nghiệm khách hàng để tăng sự hài lòng.
      * **Chính sách khuyến khích:**
      * Tặng quà hoặc voucher giảm giá khi tham gia bảo hiểm.
      * Chương trình "giới thiệu bạn bè": Khách hàng mới hoặc người giới thiệu đều được nhận quà.
* **Tỉ lệ khách hàng theo giới tính:**

**A blue and green circle with numbers and a number

Description automatically generated**

* + **Phụ nữ:**
    - Tỷ lệ chiếm ưu thế: Phụ nữ chiếm 59.71% tổng số khách hàng, vượt trội so với nam giới (40.29%).
    - Nhận định: Điều này cho thấy phụ nữ có xu hướng quan tâm đến việc duy trì sức khỏe ổn định, bền bỉ, và phòng ngừa bệnh tật.
  + **Đàn ông:**
    - Tỷ lệ tham gia: Mặc dù chỉ chiếm hơn 40%, đàn ông vẫn đóng vai trò quan trọng.
    - Nhận định: Nam giới có thể ít tham gia hơn do họ thường tự tin vào sức khỏe của mình và ưu tiên các lĩnh vực khác như thể thao, du lịch.
  + Chiến lược tiếp cận:
    - Phụ nữ:
* Tổ chức các sự kiện hoặc ưu đãi đặc biệt vào ngày Quốc tế Phụ nữ (8/3) và Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10).
* Tặng quà, voucher giảm giá, hoặc miễn phí sử dụng một số dịch vụ trong những ngày này.
* Đẩy mạnh các thông điệp liên quan đến sức khỏe gia đình và chăm sóc bản thân để thu hút thêm khách hàng nữ.
  + - Đàn ông:
* Hợp tác với các câu lạc bộ thể thao, phòng gym, hoặc tổ chức các giải đấu nhằm khuyến khích đàn ông tham gia bảo hiểm.
* Cung cấp gói bảo hiểm kết hợp ưu đãi cho các hoạt động như du lịch hoặc chăm sóc sức khỏe định kỳ.
* **Số khách hàng theo nhóm tuổi:**

A screenshot of a computer

Description automatically generated

* + Nhóm 19-35:
    - Số lượng: 1454 người, chiếm tỷ lệ cao nhất trong các nhóm tuổi.
    - Đây là lực lượng lao động chính của xã hội, cho thấy sự quan tâm lớn đến sức khỏe và nhận thức về tầm quan trọng của bảo hiểm. Nhóm này có thể được xem là **khách hàng chủ chốt** của nhà cung cấp.
  + Nhóm 65+:
    - xếp thứ 2 với 1345 khách hàng.
    - Đây là nhóm người cao tuổi, có nhu cầu cao về bảo vệ và duy trì sức khỏe để tận hưởng cuộc sống.
  + Nhóm 36-50:
    - đứng thứ 3 với 1229 người.
    - Nhóm tuổi trưởng thành này có sự ổn định về tài chính và địa vị xã hội. Họ coi bảo hiểm như một công cụ để duy trì sức khỏe ổn định, giúp họ tiếp tục đóng góp cho xã hội.
  + Nhóm 51-64:
    - Đứng thứ 4 với 1126 người
    - Đây là nhóm tuổi chuẩn bị nghỉ hưu, có nhu cầu bảo vệ sức khỏe để duy trì cuộc sống ổn định và chuẩn bị cho tuổi già.
  + Nhóm 0-18:
    - Chiếm tỉ lệ it nhất với 83 khách hàng.
    - Đây là nhóm khách hàng trẻ, đa số là học sinh và phụ thuộc tài chính vào gia đình. Điều này giải thích tỷ lệ tham gia bảo hiểm thấp trong nhóm này.
  + Chiến lược:
    - Với nhóm 19-35, nhà cung cấp có thể quảng cáo trên mạng xã hội, ưu đãi cho gói bảo hiểm kết hợp du lịch, thể thao.
    - Với nhóm 65 tuổi trở lên: tăng cường dịch vụ chăm sóc sức khỏe định kỳ, giảm giá vào các dịp lễ.
    - Với nhóm 36-50: Gói bảo hiểm cao cấp, ưu đãi cho gia đình, tập trung vào sức khỏe dài hạn.
    - Với nhóm 51-54: Ưu đãi kiểm tra sức khỏe định kỳ hoặc hỗ trợ chi phí khám chữa bệnh.
    - Với nhóm 0-18: Khuyến mãi khi phụ huynh mua bảo hiểm cho con, đẩy mạnh truyền thông qua mạng xã hội.
* **Số khách hàng theo khu vực:**

**A pie chart with numbers and a blue circle

Description automatically generated**

* + Sự chênh lệch khá lớn về số khách hàng tham gia từ 3 khu vực, miền bắc chiếm ưu thế với hơn 2300 người tham gia chiếm 44.51%, hơn hẳn miền trung (1800 người ) và miền nam (1100 người)
  + Chiến lược:
    - Cải thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ ở miền trung và nam để tiếp cận với nhiều khách hàng hơn
    - Đưa ra các chiến dịch quảng bá dịch vụ ở miền trung và nam nhằm thúc đẩy mọi người tham gia
    - Xây dựng hệ thống phản hồi nhanh chóng, nâng cao tay nghề phục vụ của đội ngũ nhân viên, tạo ra các buổi hội thảo nhằm giải đáp thắc mắc, hiểu hơn về khách hàng.

1. **Phân tích tình trạng sức khỏe**

**A graph of a number of customers

Description automatically generated**

* Tổng số khách hàng tham gia bảo hiểm trong tình trạng sức khỏe ở mỗi khu vực diễn ra khác nhau.
  + Ở các 4 tình trạng sức khỏe là bệnh tim (Heart disease), tăng huyết áp (Hypertension), không bị bệnh (None) và tiểu đường (Diabetes) thì bệnh tim vẫn chiếm tỉ lệ lớn tiếp đến là tăng huyết áp, không bị bệnh và tiểu đường.
  + Bệnh tim là một bệnh tương đối nguy hiểm, ảnh hưởng lớn đến sức khỏe nên nhu cầu tham gia bảo hiểm với loại bệnh này cao
  + Điểm đáng quan tâm là những người không bị bệnh đã có ý thức bảo vệ sức khỏe của mình, dù không bị bệnh nhưng có gần 1000 người tham gia, chiếm tỉ lệ 15,4% trong tổng số khách hàng tham gia bảo hiểm

**A pie chart with numbers and a graph

Description automatically generated**

* Chiến lược đề xuất:
  + Nhóm bệnh tim và tăng huyết áp: Tạo gói bảo hiểm chuyên biệt, nhấn mạnh quyền lợi hỗ trợ y tế và hợp tác với bệnh viện.
  + Nhóm không bị bệnh: Phát triển gói bảo hiểm chi phí thấp, tập trung vào phòng ngừa và lợi ích dài hạn.
  + Nhóm tiểu đường: Khuyến khích tham gia qua ưu đãi phí bảo hiểm và hợp tác với phòng khám chuyên môn.
  + Theo khu vực: Quảng bá mạnh ở nơi tỷ lệ tham gia thấp và điều chỉnh ưu đãi phù hợp.
  + Quan hệ khách hàng: Triển khai chương trình chăm sóc và tích điểm để duy trì khách hàng lâu dài**.**

1. **Phân tích doanh thu bảo hiểm**

* Doanh thu bảo hiểm theo các năm

**A graph with numbers and a line

Description automatically generated**

* + Doanh thu của nhà cung cấp này đang có xu hướng tăng trở lại vào năm 2023 với mức tăng 3,8% so với 2022 và 7,2% so với thời điểm 2021. Đây là tín hiệu đáng mừng, cho thấy khách hàng đã có nhu quan tâm trở lại với lĩnh vực bảo hiểm
* Doanh thu theo loại hình bảo hiểm

**A screenshot of a graph

Description automatically generated**

* + Bảo hiểm hộ gia đình (Family) chiếm tỉ trọng lớn trong tổng doanh thu của nhà cung cấp này với 58.72% tương đương với 3.1 triệu USD. Con số này hơn hẳn với loại bảo hiểm còn lại là bảo hiểm cá nhân (Individual) với 41,28%.
  + Điều này phản ánh, các khách hàng của nhà cung cấp này đa phần là những người đã có gia đình

**A screenshot of a computer screen

Description automatically generated**

* + Doanh thu của loại bảo hiểm hộ gia đình vẫn vượt trội so với bảo hiểm cá nhân, điều này cho thấy đây là một loại hình chủ chốt của doanh nghiệp
  + Chiến lược:
    - Thúc đẩy mạnh hơn mô hình hoạt động của bảo hiểm hộ gia đình, đưa ra các chính sách hỗ trợ, các gói ưu đãi cho khách hàng khi sử dụng loại hình bảo hiểm này
    - Bên cạnh đó, cải thiện dịch vụ liên quan đến bảo hiểm cá nhân, hỗ trợ tư vấn, quảng bá nhằm mở rộng khách hàng cho loại bảo hiểm này

1. **Kết luận**
2. **Nhu cầu sử dụng bảo hiểm theo giới tính:**

* **Phụ nữ chiếm 59.71%** tổng số khách hàng tham gia bảo hiểm, cho thấy nhu cầu sử dụng dịch vụ bảo hiểm của phụ nữ cao hơn so với nam giới (40.29%). Điều này có thể được tận dụng để phát triển các chiến lược tiếp cận và marketing hướng đến phụ nữ.

1. **Nhu cầu sử dụng dịch vụ theo nhóm tuổi:**

* **Nhóm 19-35 tuổi chiếm 1454 khách hàng** (tỷ lệ cao nhất), phản ánh sự quan tâm của nhóm khách hàng trẻ đến việc bảo vệ sức khỏe. Đây là nhóm khách hàng tiềm năng cần được tiếp cận qua các chiến dịch marketing phù hợp.
* **Nhóm 65+ chiếm 1345 khách hàng**, cho thấy người cao tuổi có nhu cầu bảo hiểm cao, đặc biệt là để duy trì sức khỏe ổn định.

1. **Xu hướng tham gia bảo hiểm qua các năm:**

* **Tăng 4,4% trong năm 2023** so với năm 2022, cho thấy sự phục hồi và sự quan tâm trở lại của khách hàng đối với bảo hiểm.

1. **Sự thay đổi về số lượng khách hàng tham gia bảo hiểm hàng tháng:**

* **Các tháng 5, 7, 10** có số lượt tham gia bảo hiểm cao nhất, trong đó **tháng 7 có 461 lượt** tham gia, có thể do thời điểm giao mùa và các thiên tai gia tăng nhu cầu bảo hiểm.

1. **Tỉ lệ tham gia bảo hiểm theo khu vực:**

* **Miền Bắc chiếm 44.51%** tổng số khách hàng tham gia bảo hiểm, trong khi miền Trung và miền Nam có tỷ lệ thấp hơn. Điều này cần được chú ý để phát triển các chiến lược marketing phù hợp tại các khu vực khác.

1. **Loại hình bảo hiểm phổ biến:**

* **Bảo hiểm gia đình chiếm 58.72%** tổng doanh thu, với **3.1 triệu USD** doanh thu, cho thấy đây là loại hình bảo hiểm chủ yếu được khách hàng lựa chọn, vượt trội hơn so với bảo hiểm cá nhân (41.28%).

1. **Tình trạng sức khỏe và nhu cầu bảo hiểm:**

* **45.24% khách hàng có bệnh tim** tham gia bảo hiểm, cho thấy nhu cầu bảo hiểm cao hơn đối với nhóm này. Cần phát triển các gói bảo hiểm đặc biệt cho khách hàng mắc bệnh tim.