

現代的數據分析技術已逐漸取代傳統的經驗取向，在保險業當中亦是如此，過往在做決策時仍需要管理階層的主觀判斷，然而，隨著機器學習、文字探勘等數據分析技術日趨成熟，利用蒐集數據來建構模型，以利人們做出決定的趨勢。

而今天講者所舉的例子正貼切這我的生活，講者以 MLB 魔球的故事作為切入點，舉出 NBA 經理以蒐集球賽數據，分析球員 twitter 等情緒反應，來作為簽約球員的依據，取代以前教練等主觀的個人喜好，而身為男籃校隊一員，陣中同樣也有數據分析團隊，雖然目標取向稍微不同，但我們利用觀看對手影片，將所需要的資料一步一步人工累積下來，舉例來說，會觀察對手主力球員的切入次數是以右手為主還是左手為主，切入後會投籃還是以助攻隊友為優先，透過多場比賽數據的累積先去分析對手球員的習性，來針對比賽做出模擬策略。

回到保險面的應用，客戶的旅遊次數、消費行為等等，皆可做為量化數據來分析客戶再投保的可能性，利用多種特性來將保戶分成多種族群，大幅增加推銷保單的效率以增加業績，而在演講下半場也提到 digital tracking 與 chatbot 的應用，透過 deep learning 和演算法建構的機器人，客製化的與客戶進行互動，在互動的過程當中將顧客感性的思想量化成理性的數據，從講者舉得

spotify 例子當中，透過用戶平時的習慣來分析消費者的特性，向消費者推薦歌單。

然而隨著數據分析等技術日益發達，我認為個人隱私的問題也逐漸浮上水面，平時的上網、消費紀錄等等皆備記錄在數據庫當中，隱私就像攤在陽光當中被眾人檢視，因此我認為在發展科技同時也須兼顧著隱私權的問題。