

本次演講由賴昌作協理為我們說明客戶數據分析與數位應用，由於我曾經在去年參加 SAS 的數據分析競賽，競賽內容也跟保險數據分析有關，所以此次主題我特別感興趣。

首先，協理先說明數據分析的威力，拿熟悉的 NBA、MLB 運動產業來舉例，如大聯盟的魔球，他們運用數據分析的能力，打造出一支擁有頂級運動表現，薪水卻沒有那麼高的球隊，又如同 NBA 用數據分析，打造能力差不多，薪水卻比較少的明星隊。這樣的能力當然也能用在保險通路上，傳統是以銷售人員自身經驗與推銷能力來銷售保單，現在卻能更精準的對準不同客人，運用數據分析，向特定族群推銷特定商品，以增加成功率。

接著進入實務的分析，透過數據，將客人的身家狀況、購買保單狀況等等分成幾類客戶，稀客、貴客、普客、常客四類客人，並針對特定客人作出特定行銷策略，不僅是客人能夠分群，連銷售員都能分群，分為再購達人、行銷菁英、加油團、銷售奇兵，這樣做可以更了解銷售員屬性，適當提升他們不足的地方並且運用他們的強項來推銷。

數位應用的貼標技術也廣泛應用在保險業，如同我們在用的看影集、聽音樂軟體，會將我們的行為紀錄下來，透過 ai 自動推薦我們可能會喜歡的項目，來提高我們的點擊率。保險業也是如此，透過數位產品使用紀錄，我們能了解到這個人偏向的喜好，風險程度等等，更可以直接瞭解的推銷產品增加成功率。

最後是對答機器人，不僅能使客戶更快解決問題，在他們發問、回答問題的同時，ai 也開始運作，記錄下他們的行為，進一步分析得到最私人的數據，這也是最直接，最值得信任的樣本。聽完了協理深入淺出的演講內容讓我獲益良多，對於保險業的數據分析有進一步的了解，也期待往後的課程有更多接觸。