

# 保险裂变增长平台 — 产品需求文档 (PRD)

版本: 1.0 日期: 2026-02-19 状态: Draft 作者: 产品团队

## 一、执行摘要

本平台是一个面向保险业务员的数字化增长工具，定位为传播「风险认知」的媒体平台，而非传统的保险销售工具。平台连接四方：保险客户、保险业务员、保险公司、平台运营。核心价值主张是：让每个业务员都成为家庭保障顾问，让每个客户都有「帮朋友」的理由和工具。

产品的核心差异化在于：将保险从「销售行为」转化为「关心的传播」——越不像销售，越容易成交。增长飞轮目标 K 因子 > 0.5，通过客户自发分享驱动病毒传播。

**变现模型：**业务员轻SaaS订阅（第1年免费，第2年起收费）。

## 二、问题陈述

### 当前痛点

#### 业务员侧：

- 存量客户维护没有「正当理由」联系，频繁打扰被屏蔽
- 转介绍失败因为没给客户顺手介绍的工具和话题，不是关系不够好
- 新人90天脱落率高，不知道每天该干什么，做了看不到反馈
- 客户数据散落在微信/手机备忘录，无法系统管理
- 顶级业务员的成功经验无法被复制给新人

#### 客户侧：

- 买到保险后没有「地图」，不知道自己处于什么保障状态
- 保险条款看不懂，业务员一说就推产品，没有被听见的感觉
- 想转介绍但没有顺手的工具和「不像推销」的话题
- 对保险的认知停留在「万一出事才用得上」，缺乏正向情感连接

#### 行业痛点：

- 保险最大的传播障碍不是产品复杂，而是「信任赤字 + 场景割裂 + 利益不透明」
- 焦虑营销短期有效，长期让客户反感离场

### 业务影响

- 业务员月均收入2-3万但流失率极高（90天脱落率30%+）
- 转介绍率低于5%，行业平均客户获取成本超过500元/人
- 客户续保率低，原因之一是感受不到持续价值

## 三、产品定位

产品定位：不是卖保险的工具  
而是传播「风险认知」的媒体平台  
业务员是内容节点，客户是传播网络

核心价值主张：

让每个业务员都成为家庭保障顾问

让每个客户都有「帮朋友」的理由和工具

品牌调性：让每个家庭，活得更有底气

### 重要设计原则：焦虑是门，正向是家

- 认知内容区：完全无业务员标记、无成交入口（建立中立信任）
- 成交发生在用户主动进入业务员主页后（不做平台推送）

## 四、目标用户

### 用户画像 A：保险业务员（主要服务对象）

类型	描述	核心需求
新人 (0-1年)	月收入不稳，不知道每天该做什么	每日任务清单 + 即时正反馈
中间层 (2-5年)	入行2-5年，50-200存量客户，对现有工具不满，月收入1-3万	客户管理工具 + 内容素材 + 线索通知
团队长	管理20-50人团队，需要管理团队业绩和数据	团队仪表盘 + 过程数据

冷启动目标用户：「委屈的中间层」业务员（入行2-5年，50-200存量客户，对现有工具不满）

### 用户画像 B：保险客户（三类）

类型	特征	痛点	传播动机
小王 (28岁，互联网男)	只有百万医疗，单身	觉得复杂、不信任	内容让他显得聪明（信息优越感）
林姐 (42岁，教师)	买了但看不懂，有家庭	理赔失望，没有被听见	工具类内容，实用产出
张总 (50岁，企业主)	知道重要，不信任销售	不想被当销售目标	小圈子私信，引荐人身份

## 五、增长飞轮

业务员发布「守护完整度检测」链接



潜在客户B：30秒测出家庭保障状态



结果显示：「你的保障完整度比同龄人低X%」（认知触发）



B分享给家人/同事（完善家庭报告/提醒朋友/职场传播）



每个新用户自动归属原始业务员

业务员实时收到「线索热度通知」



成交 → 客户变新节点 → 理赔故事接力 → 二次传播



（飞轮加速，K因子目标 > 0.5）

## 六、功能优先级总览

### MVP 阶段（验证传播意愿）

功能编号	功能名称	用户	核心价值
F-001	守护完整度检测 H5	客户	裂变入口，30秒生成可分享报告
F-002	傻瓜可视化计划书	业务员+客户	客户能自己回家讲清楚
F-003	线索热度实时通知	业务员	客户打开链接即推送，即时反馈
F-004	新人每日任务标准化	新人业务员	打开就知道今天干什么
F-005	每日战报早报	业务员	昨日新增浏览/线索，数据激励

### Growth 阶段（验证转化）

功能编号	功能名称	用户	核心价值
F-006	保障状态仪表盘	客户	持续性保障健康地图，最大需求
F-007	理赔故事机	全用户	脱敏真实案例，社会证明传播
F-008	保险翻译官（AI条款解读）	客户+业务员	AI翻译成人话，避坑知识传播
F-009	人生节点触发器	业务员	智能提醒最佳接触时机
F-010	积分体系 + 家庭积分池	客户	活跃留存，分层兑换
F-011	理赔进度实时追踪	客户	像外卖单，自带传播力
F-012	团队长仪表盘	团队长	批量导入业务员的关键功能
F-013	客户生命周期标签	业务员	MDRT经验工具化

### 壁垒阶段（建立情感护城河）

功能编号	功能名称	用户	核心价值
F-014	保险家书	客户+家庭	父母给子女留言，情感数据壁垒
F-015	保单礼物（赠险）	全用户	礼物经济学，节日传播

F-016	业务员个人品牌主页	业务员	数字资产积累，主动传播
F-017	家庭保障遗嘱（数字保险箱）	客户	全球空白创新，极强留存
F-018	保险知识学习打卡	客户	习惯养成，积分驱动
F-019	续保智能跟进系统	业务员	防止流失，自动话术生成

## 七、功能详细需求

### F-001：守护完整度检测 H5

**描述：**30秒填写，生成家庭保障健康报告，核心裂变入口。

**用户故事：**作为业务员，我想分享一个测评链接，让客户自己发现保障缺口，从而主动联系我；作为客户，我想知道自己的保障是否完整，并能告诉家人一起检测。

**功能设计：**

- 填写步骤：年龄/家庭结构/收入区间/现有险种勾选 → 不超过5步
- 输出：五维雷达图（医疗/重疾/意外/寿险/养老）+ 综合健康指数（0-100分）
- 锚点文案：「你的保障完整度比同龄人低X%」
- 邀请家人：「邀请家人完成，解锁完整家庭报告」
- 分享设计：「保障健康证书」图卡，红色低分版传播率更高

**验收标准：**

- 完成测评不超过30秒（5步以内，每步≤2个问题）
- 生成报告页面加载时间 < 2秒
- 报告页面包含可分享图片（自动生成，无需截图）
- 每个分享链接携带业务员唯一标识，新用户自动归属
- 邀请家人按钮点击后生成专属家庭链接
- 适配微信H5和小程序两个环境

**优先级：** P0 (MVP必须)

### F-002：傻瓜可视化计划书

**描述：**业务员录入客户信息，30秒生成漫画式图解计划书，客户自己能看懂、能转发、能回家讲清楚。

**用户故事：**作为业务员，我想生成一份客户能自己读懂的方案，这样客户可以回家跟家人讨论，提升成交率。

**功能设计：**

- 输入：客户年龄/性别/职业/月收入/家庭结构/风险偏好
- 输出呈现（漫画式分段）：
  1. 你现在面临的风险（图示）
  2. 我为你设计的方案（产品+保额）
  3. 每月费用（直观展示）
  4. 理赔预期（具体场景+金额）

- 客户可以转发计划书链接，阅读行为实时通知业务员
- 付费功能 (SaaS收费点)：高级模板 + 客户行为数据 (哪页停留最久)

**验收标准：**

- 业务员填写客户信息不超过2分钟
- 计划书生成时间 < 5秒
- 计划书客户端展示无需登录
- 客户每次打开/翻页，业务员收到推送通知 (精确到页面)
- 支持导出PDF/截图分享
- 免费版：基础模板；付费版：5套以上高级模板 + 行为数据

**优先级：** P0 (MVP必须)

---

**F-003：线索热度实时通知**

**描述：**客户打开计划书/完成测评/分享链接，业务员立即收到推送，制造即时反馈和最佳接触窗口。

**用户故事：**作为业务员，我想在客户对我的内容感兴趣的第一时间收到通知，而不是猜来猜去。

**通知类型：**

事件	通知内容	建议动作
客户首次打开测评链接	「张姐刚刚打开了你分享的测评」	48h内联系
客户完成测评	「李先生完成了保障测评，得分43分」	立即联系
客户打开计划书	「王总正在查看你的方案，已看到第3页」	10分钟后联系
新用户通过客户链接注册	「你又新增了一个潜在客户（来自张姐转发）」	48h内跟进
客户仪表盘连续3天查看某维度	「林女士连续3天查看重疾险板块（高意向）」	立即联系

**验收标准：**

- 事件触发到推送延迟 < 3秒
- 推送到达率 > 95% (微信服务通知/App推送)
- 业务员可设置通知免打扰时段
- 通知列表可查看历史 (30天内)
- 同一客户同一事件不重复推送 (防刷屏)

**优先级：** P0 (MVP必须)

---

**F-004：新人每日任务标准化**

**描述：**将团队长成功路径转化为新人每日任务清单，打开即知今天干什么，配合即时正反馈机制撑过90天。

**用户故事：**作为新人业务员，我想每天打开APP就知道今天应该完成哪些任务，并在完成时收到鼓励反馈。

**任务维度：**

- 见客量目标 (今日计划拜访X人)
- 内容发布 (今日建议发布内容类型)
- 学习任务 (1篇保险知识)
- 跟进提醒 (今日应回访客户)

#### 即时正反馈设计:

- 「你的计划书被客户打开了3次」 → 绿色勋章
- 「你发布的内容今天有5人点击」
- 「恭喜！你的第一个客户完成了测评」
- 每日结束：「今日完成度73%，比昨天提升12%」

#### 验收标准:

- 任务列表每日自动刷新 (00:00)
- 每个任务完成后有动效反馈 ( $\leq 0.5$ 秒)
- 新人前30天每日打开率  $> 60\%$  (目标指标)
- 团队长可自定义任务模板
- 团队长实时看到每个新人的任务完成率

优先级: P0 (MVP必须)

---

### F-005: 每日战报早报

**描述:** 每日早8点推送业务员专属战报，展示昨日数据并与上周对比，制造正向激励和竞争力。

#### 战报内容:

- 昨日新增: 浏览量 / 测评完成 / 新线索 / 计划书阅读
- 与上周同日对比:  $\uparrow 12\% / \downarrow 5\%$
- 团队排名: 你在团队中排第X位
- 今日建议行动: 「张姐48小时前查看了计划书，今天适合跟进」

#### 验收标准:

- 每日08:00准时推送
- 数据更新截止时间: 前日23:59
- 战报可分享 (业务员自愿晒成绩)
- 首次推送留存率  $> 70\%$  (收到后1小时内打开)

优先级: P0 (MVP必须)

---

### F-006: 保障状态仪表盘

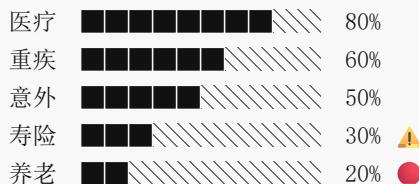
**描述:** 客户侧核心功能，提供持续性的「保障健康地图」，让客户知道自己「现在站在哪」。

**用户故事:** 作为客户，我想有一个实时的保障状态视图，让我知道自己的保险是否完整，不需要每次都问业务员。

#### 核心视觉设计:

保障健康指数：73分「基本安全，有缺口」

五维进度条：



守护已开始：847天（2年3个月）

### 数据来源三步走：

1. D0 (冷启动)：引导式卡片勾选 + 保额区间估填，30秒出初版
2. D7 (温数据)：OCR拍保单首页，AI提取险种/保额/续费日
3. D30 (热数据)：接入合作保险公司API (单点登录授权)

### 三类客户差异化视图：

- 小王（单身）：个人保障视图，突出「重疾/寿险」缺口
- 林姐（有家庭）：家庭圆形地图，分「自己/配偶/孩子」三圈
- 张总（高净值）：资产防护仪表盘，显示企业主专属风险维度

### 动态预警触发：

- 保单30天内到期 → 橙色续费提醒
- 家庭新增成员 → 红色缺口提醒
- 年龄跨越节点（30/40/50岁）→ 年度检视弹窗

### 保障健康证书（传播设计）：

- 高分版：用户分享显示优越感
- 低分版：「我才27分，你们多少分？」（传播率反而更高）
- 分享后好友扫码 → 先测自己分数 → 裂变

### 验收标准：

- 冷启动状态（无保单数据）不显示空白，展示「同龄人均值65分」对比
- OCR识别准确率 > 85%，支持用户手动纠错
- 仪表盘加载时间 < 1.5秒
- 客户仪表盘行为实时同步业务员工作台（延迟 < 5秒）
- 健康证书图片生成时间 < 2秒，支持微信分享

优先级：P1 (Growth阶段)

## F-007：理赔故事机

描述：脱敏真实理赔案例，制作成可分享卡片，传播动机是「利他（帮朋友避坑）+社会证明」。

### 卡片内容格式：

37岁，确诊肺癌，30天到账38万

背景：上海，软件工程师，两个孩子

发生：2024年3月确诊

理赔：42天后，到账380,000元

客户说：「那天我第一次觉得，当初那个决定是对的。」

底部引导：「测测你的保障完整度」

#### 叙事翻转原则（正向叙事）：

- ✗ 旧版：「幸亏当时买了，不然真不知道怎么办」
- ✓ 新版：「理赔款到账那天，我对当年那个自己说：你做对了」

#### 验收标准：

- 每个理赔故事经客户授权 + 公司合规审核后发布
- 脱敏要求：无姓名/无地址/无公司名（只保留年龄/行业/城市级别）
- 每张卡片底部含业务员专属链接
- 卡片支持微信/朋友圈/短视频封面格式

优先级：P1 (Growth阶段)

### F-008：保险翻译官

描述：AI将保险条款翻译成人话，生成「避坑图鉴」系列竖版长图，底部标注「由[业务员名字]为你整理」。

#### 功能设计：

- 用户输入：条款文本 / 保单名称 / 拍照识别
- AI输出：一句话人话版 + 3个关键提醒 + 1个真实案例
- 生成格式：竖版长图（适合朋友圈）
- 传播动机：转发知识 = 显示聪明，底部业务员署名 = 自然引流

#### 验收标准：

- AI翻译响应时间 < 10秒
- 翻译准确率由保险业务专家团队抽检（月度），目标 > 90%
- 生成图片包含「本内容由AI翻译，仅供参考，具体以合同为准」免责声明
- 底部业务员署名可开关（业务员自选）

优先级：P1 (Growth阶段)

### F-009：人生节点触发器

描述：自动识别客户人生关键节点（结婚/生育/购房/换工作/父母重疾等），在最佳窗口期推送给业务员。

#### 8大核心节点：

节点	窗口期	切入方向	预期转化提升
结婚	婚前3个月	两个人的保障重新规划	+40%

生育（孕期）	确认怀孕后90天	孩子出生前配齐最低成本	+65%
购房贷款	签约后15天	贷款N万，你不在了谁还？	+55%
换工作/断社保	离职后15天	社保断档30天怎么办	+70%
父母确诊重疾	确诊后7天	子女为自己配保障	+80%
同龄人出险	朋友圈扩散48小时	发真实理赔故事（不说话）	+60%
孩子升小学	入学前6个月	教育金配置	+45%
孩子高考结束	录取后1个月	父母角色转换，配养老	+35%

### 节点感知三层：

- 客户主动填写（激励：填写家庭档案解锁专属报告，奖励积分）
- 业务员录入（聊天后一键记录触发系统接管）
- 朋友圈关键词感知（需用户授权，识别「满月/升学/乔迁」等词，推提醒给业务员，不直接打扰客户）

### 触发后双轨行动：

- T+0：业务员收到「节点提醒 + 话术卡片 + 产品组合建议」
- T+1：若业务员未行动，客户收到非销售内容（育儿健康知识）
- T+3：业务员二次提醒 + 参考话术

### 禁止触达的负面节点：

- 理赔被拒后（情绪对立）
- 家属去世后72小时内
- 客户发失业朋友圈时（经济压力）
- 本人确诊重疾（带病体法律风险）

### 验收标准：

- 节点识别覆盖率：从人工5% → 系统辅助60%
- 窗口期内业务员接触率提升3倍（可测量）
- 负面节点黑名单系统自动拦截推送
- 业务员可标记「已跟进/暂缓/放弃」，系统记录转化率反哺模型

优先级：P1 (Growth阶段)

## F-010：积分体系 + 家庭积分池

**描述：**客户通过活动/学习/社交行为获取积分，兑换分层权益；家庭成员可合并积分兑换家庭级权益。

### 积分获取路径：

行为	积分	目的
完成守护完整度检测	500分	高价值首触点

每日保险知识打卡（答对）	20分/天，连打7天×2倍	习惯养成
参加线上/线下活动签到	300分	激活参与
分享测评结果到朋友圈（验证）	50分	传播素材
成功转介绍1人注册	800分	核心裂变
被转介绍人成交	额外500分（双向）	K因子加速
购买保险产品	保费×10分	绑定GMV

#### 积分兑换层级（合规设计）：

层级	兑换品	积分	合规性
大众层	咖啡券/视频会员	100-300分	✓ 安全
中端层	体检券/法律咨询1次	600-1500分	✓ 最安全（服务类）
高端层	邀请制私享财富沙龙	2000-3000分	✓ 安全
保险增值	1年意外险（需保险公司授权）	1200分	⚠ 需合规审核

**合规红线：**禁止兑换现金/购物卡/保费直接抵扣（中介平台无权操作）；实物商品单次≤200元

#### 家庭积分池（创新机制）：

- 家庭成员可合并积分（夫妻/父母子女）
- 兑换家庭级权益（家庭体检套餐/家庭法律顾问）
- 「帮家人攒积分」比「推销保险」更好的邀请话术
- 有家庭池用户，邀请家庭成员概率是普通用户4倍

#### 等级体系：

普通会员(0) → 银卡(1000) → 金卡(3000) → 钻石(8000) → 守护家(20000)

「守护家」享有：优先理赔通道 + 专属客服 + 年度体检

#### 积分过期机制：

- 基础：12个月不活跃则过期
- 任意活跃行为（打卡/分享/活动）自动续期6个月
- 每年12月发送「你的XXX分将于30天后过期」→年末促活

#### 防刷分机制：

- 同一设备24小时积分上限50分
- 答题类最低完成时长60秒/题
- 活动签到需定位验证
- 业务员账号与客户积分规则隔离

优先级：P1 (Growth阶段)

### F-011：理赔进度实时追踪

**描述：**理赔状态可视化，像外卖单一样让客户实时知道进展，自带传播力（小王说：「这个要是有，我立刻发给五个朋友」）。

#### 状态流程展示：

- 报案受理（已完成）2026-02-15
- 材料审核（已完成）2026-02-17
- 核赔审查（进行中）预计2-3个工作日
- 赔付打款
- 理赔完成

#### 验收标准：

- 理赔状态更新延迟 < 1小时（对接保险公司接口）
- 客户可分享理赔进度截图（包含脱敏信息）
- 理赔完成时推送「守护兑现」通知，附「感谢信」模板

**优先级：** P1 (Growth阶段)

---

### F-012：团队长仪表盘

**描述：**面向团队长的专属管理功能，让团队长主动推广给全队安装（1个团队长=批量导入30个业务员）。

#### 核心功能：

- 团队成员活跃度排行（谁的客户互动最多）
- 转化漏斗视图（谁卡在哪个环节）
- 本周内容发布情况（谁发了什么）
- 运营经费挂钩活跃度指标（自定义规则）
- 新人任务完成率实时监控

**定价：** 299元/月（团队版），团队长自费或公司统一购买

#### 验收标准：

- 团队数据更新频率：每30分钟
- 支持导出周报（PDF）
- 团队长可邀请成员加入（邮件/微信）
- 团队规模限制：标准版≤50人，企业版无限制

**优先级：** P1 (Growth阶段，冷启动关键)

---

### F-013：客户生命周期标签

**描述：**将MDRT顶尖业务员的「客户档案」逻辑工具化，让普通业务员也能系统经营客户资产。

#### 五个阶段标签：

观望期 → 意向期 → 成交后蜜月期 → 稳定客户期 → 沉默/流失风险

#### **自动标签逻辑（基于行为数据）：**

- 连续3次打开内容但未咨询 → 意向期
- 成交后30天无互动 → 需要关怀
- 90天无任何互动 → 流失风险预警

#### **验收标准：**

- 业务员可手动调整标签
- 不同标签客户对应不同推荐动作提示
- 标签准确率由业务员反馈优化（点赞/踩机制）

**优先级：** P1 (Growth阶段)

---

#### **F-014：保险家书**

**描述：** 父母给子女配置保障时留言，子女收到「一份来自爸妈的保障礼物」通知。保险从商品变情感载体，竞品无法复制的情感数据壁垒。

#### **功能设计：**

- 购买时填写：「如果有一天这份保障真的用上了，我想对你说……」
- 理赔时系统自动投递，附注：「这是TA在XXXX年为你写下的话」
- 设计原则：这是一封「延迟投递的信」，不是营销工具

#### **验收标准：**

- 信件内容加密存储，仅在理赔触发时解密推送
- 信件可预览（购买者视角），不可被第三方查看
- 推送时机：理赔审核通过后1小时内
- 支持文字/语音留言两种形式

**优先级：** P2 (壁垒阶段)

---

#### **F-016：业务员个人品牌主页**

**描述：** 展示从业年限/服务客户数/理赔记录/客户评价，可分享到朋友圈，帮业务员打广告。

#### **数字资产设计原则：**

- 业务员创作的内容可导出（她的知识产权）
- 客户在平台上与她的互动历史/信任评分 → 属于平台数据资产
- 业务员离开平台后，客户仍在，但失去「专属关系标签」

#### **验收标准：**

- 主页公开可分享（无需登录可查看基础信息）
- 理赔故事须经客户授权才能展示
- 客户评价须真实完成咨询后才可提交

**优先级：** P2 (壁垒阶段)

---

### F-017：家庭保障遗嘱（数字保险箱）

**描述：**全球尚未有同类产品。用户记录「如果我发生意外，家人需要知道什么」——保单在哪、联系哪个业务员、钱怎么分配。业务员切入话术从「买保险」变成「帮你整理好」。

#### 功能内容：

- 保单清单（哪家公司/险种/保额/受益人）
- 理赔联系人（业务员姓名+联系方式）
- 遗产/资金分配备注
- 「给家人的话」（文字/语音）

#### 合规要求：

- 加密存储，用户本人设置授权人（如配偶）
- 不构成法律遗嘱，需标注「本文档仅供信息参考，不具法律效力」

#### 验收标准：

- 内容加密存储，平台工作人员无权查看
- 授权人在用户设定的触发条件下可获取访问权限
- 用户可随时更新内容

**优先级：**P2（壁垒阶段）

## 八、正向体验设计（去焦虑化原则）

### 全局文案原则

焦虑版（禁止使用）	正向版（使用）
你的家庭风险暴露	你离完整守护只差一步
保障严重不足	你已经做到了大多数人还没做的事，再完善一点点
万一你出事了	给自己加一道底气，专注地去生活
同龄人已经出险了	越来越多人选择提前为自己安排好一切

### 功能正向命名

旧名称	正式名称
保障缺口测评	守护完整度检测
风险暴露	当前保障盲区
家庭保障缺口	家庭守护地图
风险评估报告	家庭安全感报告
保障不足提醒	守护升级建议

## 关键正向时刻设计

### 购买完成：「守护启动仪式」

- 动画：保障内容逐条点亮
- 文案：「从今天起，你的家人多了一道看不见的保护」
- 按钮：「生成我的守护宣言」→ 可分享图片

### 理赔成功：「守护兑现」

- 推送：「这笔钱，是你当初对家人的承诺在今天兑现」
- 业务员手写卡片模板：「这次陪你走过了，往后也是」

### 续保提醒（刘哥的神操作）：

- ✗ 禁止：「您的保单快到期了」
- ✓ 使用：「你的保障又新了一岁」

### 保单周年纪念日：

- 推送：「你守护家人满X年 — 365天，你从未缺席」
- 可选：给受益人发「悄悄话卡片」

## 九、合规红线清单

禁止行为	合规替代方案
积分兑换现金/购物卡/微信红包	服务类权益（体检/法律咨询）+ 小额实物（≤200元）
积分直接抵扣保费	需持牌保险公司授权配合，MVP不做
以「产品即将停售」制造紧迫感（炒停）	系统层面禁止此类内容发布
承诺收益/夸大保障	只展示保障状态，不做收益承诺
线下讲座主讲保险知识	须持证业务员主讲；健康/法律内容由第三方专家主讲
未授权收集家庭健康信息	健康信息单独弹窗授权（PIPL要求），不得自动化决策推荐
业务员代替客户操作积分	实名答题+签到定位验证，业务员账号积分规则隔离
理赔拒赔后主动推销	系统自动屏蔽拒赔后30天内的营销推送

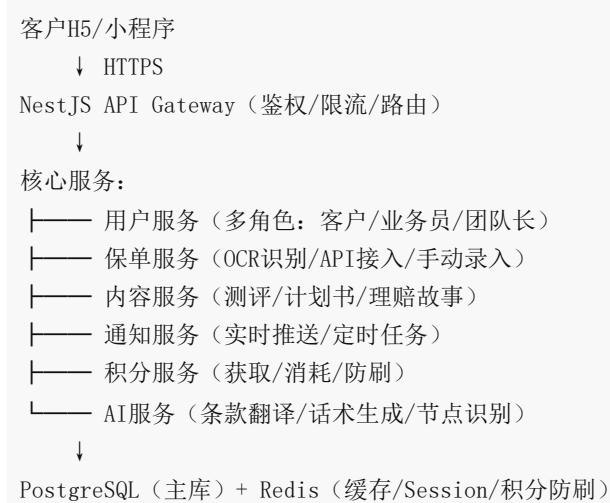
## 十、技术架构

### 技术栈

端	技术
客户端 H5/小程序	Vue3 + uni-app + Tailwind CSS

业务员工作台	Vue3 + Vant + Tailwind CSS
公司/运营后台	Vue3 + Element Plus + Tailwind CSS
后端服务	NestJS + TypeScript + PostgreSQL
缓存	Redis
消息推送	微信服务通知 + Firebase (备用)
AI服务	Claude API (保险翻译官 + 智能话术)
文件存储	OSS (保单OCR原图/理赔图片)
CDN	阿里云CDN
测试	Playwright (E2E) + Jest (单元测试)

## 系统架构概述



## 关键数据模型

### User (用户)

字段	类型	说明
id	UUID	主键
role	enum	customer/agent/team_leader/admin
mobile	string	手机号 (唯一)
wechat_openid	string	微信openid
agent_id	UUID	所属业务员 (客户专用)
team_id	UUID	所属团队 (业务员专用)

created_at	timestamp	注册时间
------------	-----------	------

### ProtectionProfile (保障档案)

字段	类型	说明
id	UUID	主键
user_id	UUID	关联用户
medical_score	int	医疗维度得分(0-100)
critical_score	int	重疾维度得分
accident_score	int	意外维度得分
life_score	int	寿险维度得分
pension_score	int	养老维度得分
overall_score	int	综合得分
data_source	enum	manual/ocr/api
updated_at	timestamp	最后更新时间

### Policy (保单)

字段	类型	说明
id	UUID	主键
user_id	UUID	关联用户
insurance_type	enum	medical/critical/accident/life/pension
company	string	保险公司名称
coverage_amount	bigint	保额 (分)
premium	bigint	年保费 (分)
expire_date	date	到期日
status	enum	active/expired/pending

### Lead (线索)

字段	类型	说明
id	UUID	主键
agent_id	UUID	归属业务员

customer_id	UUID	关联客户
source	enum	assessment/plan/share/activity
heat_score	int	热度分(0-100)
last_action	string	最后行为描述
last_action_at	timestamp	最后行为时间

#### Points (积分)

字段	类型	说明
id	UUID	主键
user_id	UUID	关联用户
family_pool_id	UUID	家庭积分池ID (可空)
balance	int	当前积分余额
expire_at	timestamp	积分过期时间

## 十一、非功能需求

### 性能指标

- H5页面首屏加载 < 2秒 (4G网络)
- API响应时间 < 300ms (P95)
- 推送延迟 < 3秒
- 支持并发用户：MVP阶段1000人，Growth阶段10000人

### 安全要求

- 所有API使用HTTPS
- 用户鉴权：JWT (有效期7天, 刷新机制)
- 健康/保单数据加密存储 (AES-256)
- 敏感信息 (保单号/身份证件) 脱敏展示
- PIPL合规：健康信息单独授权, 最小化收集原则

### 数据合规 (PIPL)

- 积分行为数据 = 一般个人信息 (需在隐私政策明示)
- 健康问卷/保单信息 = 敏感个人信息 (单独弹窗授权)
- 不得将用户数据用于自动化推荐决策 (须人工确认)

## 十二、变现模型 (3年路径)

阶段	时间	策略	收入来源	目标

冷启动期	第1-12月	全功能免费，死磕增长	无/融资	MAU 3万+业务员
变现启动期	第13-24月	专业版59元/月（个人），299元/月（团队长）；免费版不降级，付费版加行为数据+高级模板	SaaS订阅，目标月收入30-50万	付费转化率8-12%
广告引入期	第25-36月	MAU破10万后引入保险公司广告位（明确标注「合作产品」，不影响推荐算法）	SaaS + 广告（广告≤30%）	CPM目标50-80元

#### 定价说明：

- 个人版（业务员）：59元/月，含高级计划书模板 + 客户行为数据看板
- 团队版（团队长）：299元/月，含团队仪表盘 + 活跃度排行 + 数据导出

**绝对红线：** 广告收入永远不影响产品推荐算法；第1年任何收费都是战略失误。

## 十三、冷启动策略

**目标：第一批100个业务员**

**目标用户特征：** 「委屈的中间层」——入行2-5年，50-200存量客户，对现有工具不满，月收入1-3万

**三步走：**

阶段	目标人数	策略
第1步	前30人	以「效率工具」切入（计划书+报告生成），免费6个月换深度反馈
第2步	30-70人	邀请制+内部圈子稀缺感，建种子群（满100人关闭）
第3步	70-100人	找1个明星案例（多成交X单），在从业者社群定向投放

**B端获客捷径：** 找团队长（一个团队长=批量导入30个业务员）

## 十四、成功指标

**MVP阶段（第1-3月）**

指标	目标	测量方式
活跃业务员MAU	500人	平台登录数据
守护完整度测评完成率	> 40%（打开→完成）	Funnel分析
测评分享率	> 25%（完成→分享）	分享事件追踪
业务员日活	> 30%（每日打开）	日活/MAU
K因子	> 0.3	新用户中来自分享的比例

## Growth阶段 (第4-12月)

指标	目标	测量方式
注册业务员总数	10,000人	用户数据库
K因子	> 0.5	新用户来源分析
客户MAU	100,000人	月活数据
计划书生成次数/月	> 50,000份	功能日志
积分活跃参与率	> 30%活跃用户	积分系统
积分兑换率	15%-25%	兑换记录

## 十五、AI编码实现指引

### 构建顺序

1. **数据库 schema** (PostgreSQL)
  - User、Policy、ProtectionProfile、Lead、Points、Activity、Notification
2. **后端核心API** (NestJS)
  - 用户鉴权 (微信OAuth + JWT)
  - 保障档案CRUD
  - 线索事件系统 (WebSocket推送)
  - 积分事务 (防刷 + 家庭池合并)
3. **前端：守护完整度检测 H5** (uni-app Vue3)
  - 5步问卷 → 报告生成 → 分享图片
4. **前端：业务员工作台** (Vue3 + Vant)
  - 今日信号 + 客户列表 + 计划书生成
5. **推送系统** (微信服务通知)
6. **AI集成** (保险翻译官 + 节点识别)

### 关键实现细节

- **裂变归因链路**: 分享链接携带 `ref={agentId}&source={featureId}`，新用户注册时写入 `user.agent_id`
- **积分防刷**: Redis记录设备指纹+用户ID的24小时积分上限，答题类需服务端计时
- **推送节流**: 同一用户同一事件类型1小时内最多推送1次 (Redis SETNX实现)
- **保单OCR**: 调用第三方OCR服务 (阿里云/腾讯云)，结果人工可纠错，纠错积分奖励
- **测评结果图片生成**: Canvas服务端渲染 (Puppeteer)，避免客户端兼容性问题
- **家庭积分池**: 转入/转出为事务操作，防止并发导致积分异常

### 推荐库

- **ORM**: Prisma (类型安全, 迁移方便)
- **推送**: 微信官方SDK + ws (WebSocket实时通知)
- **图片生成**: node-canvas 或 Puppeteer
- **任务队列**: Bull + Redis (定时任务/批量推送)

- **OCR:** 阿里云OCR SDK
- **AI:** @anthropic-ai/sdk (Claude API)

### 禁止使用

- 任何会导致数据出境的第三方服务 (PIPL合规)
- 不要在客户端存储 JWT, 使用 HttpOnly Cookie

### 常见坑

- 微信H5和小程序的 `wx.share` API不同, 需分别处理
- uni-app 打包时 Tailwind 需配置 PostCSS, 注意类名扫描范围
- 积分「过期」逻辑不要用硬删除, 使用软删除 + `expire_at` 字段, 保留审计日志

## 十六、下一步行动

### 本周必须决定:

- 确定产品名称 (保险家 / 保盾 / 家盾 / 其他)
- 确定MVP范围 (建议: F-001 + F-002 + F-003 + F-004 + F-005)
- 法务审核积分体系合规方案 (重点: 实物商品金额上限)

### 开发准备:

- 数据库schema设计评审
- UI设计师启动守护完整度检测H5原型 (参考第五轮正向体验设计文档)
- 确定第一批合作的保险公司 (赠险需真实承保主体)
- 找3-5个保险从业者社群建立合作关系 (冷启动准备)

### 参考文档 (本项目docs/product/目录) :

- `brainstorm-保险裂变增长产品.md` — 第一轮: 增长飞轮设计
- `brainstorm-积分体系与客户粘性.md` — 第二轮: 积分体系
- `brainstorm-第三轮盲点发现.md` — 保障状态仪表盘/团队长/变现
- `brainstorm-第四轮深度专项.md` — 全球参考/节点触发/3年变现
- `brainstorm-第五轮正向体验设计.md` — 正向叙事/庆典仪式