

# 轻松赔

## 智能理赔服务平台

客观公正 想你所想

---



客观



精准



服务

# 目录

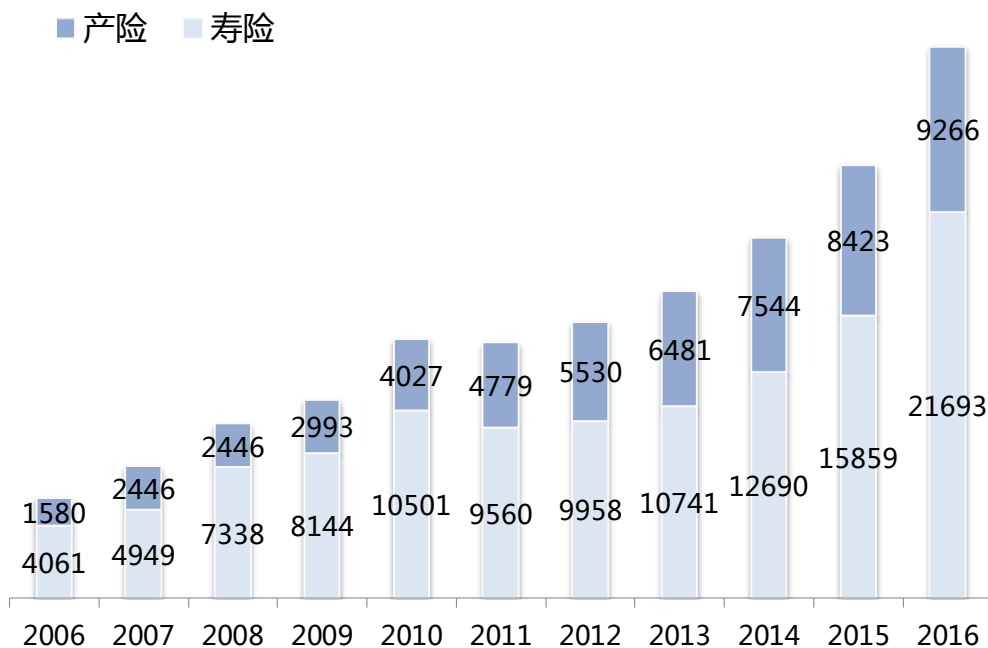
**一、背景：投保容易理赔难！广袤的保险市场，呼唤一款真正基于用户的互联网理赔产品**

二、定位：立足解决理赔环节痛点，放眼“保险后市场”

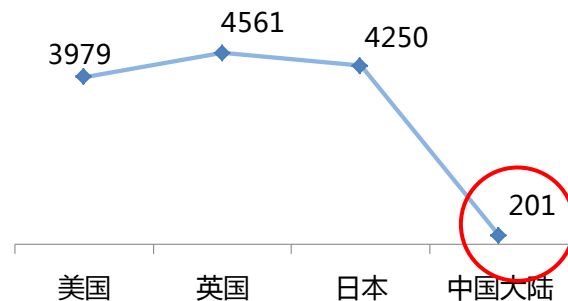
三、详细设计（初步）

# 过去10年，保险市场稳步增长，已形成三万亿规模的巨大市场，未来增长空间仍然巨大

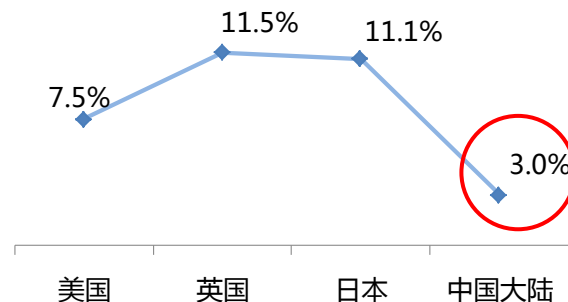
## 2006-2016年保险市场规模稳步发展



## 2013年各国保险密度对比



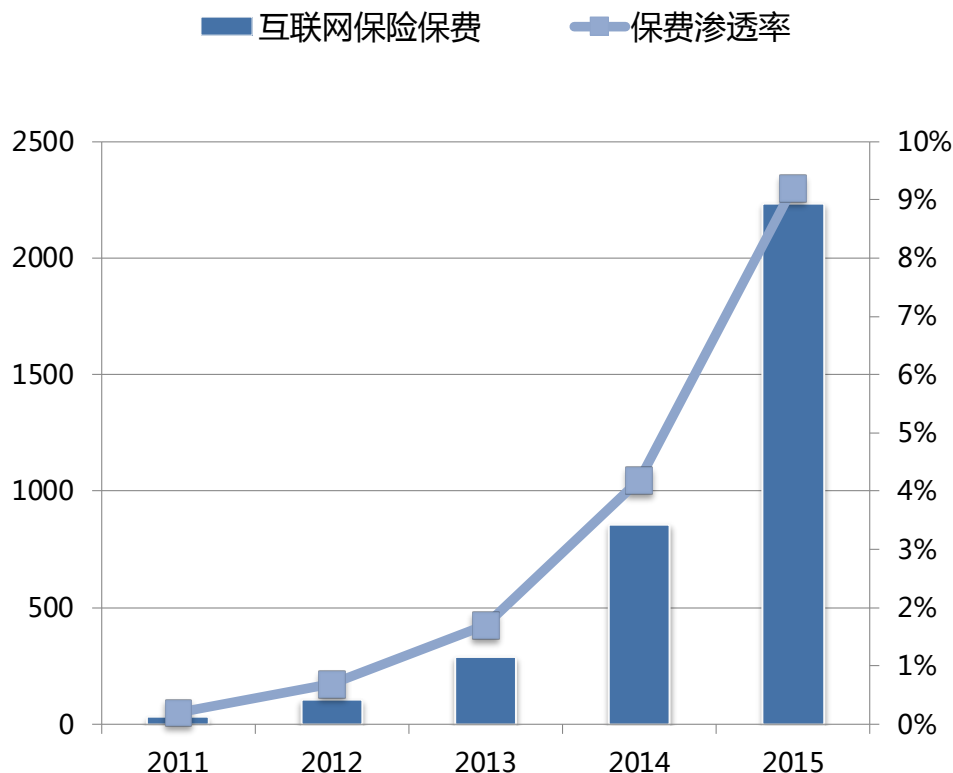
## 2013年各国保险深度对比



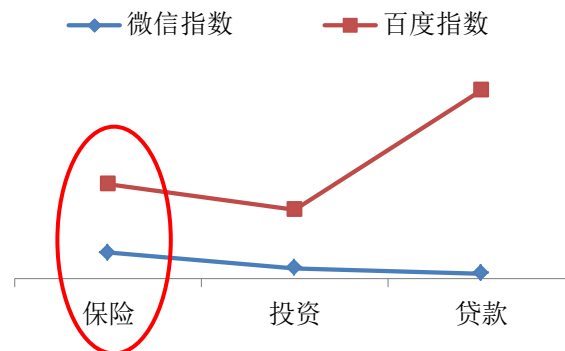
注：保险密度为人均保费支出，保险深度为保费除以GDP。数据来源为瑞士再保险公司

# 2014年以来，互联网保险成为新增长点，用户网上投保已成趋势

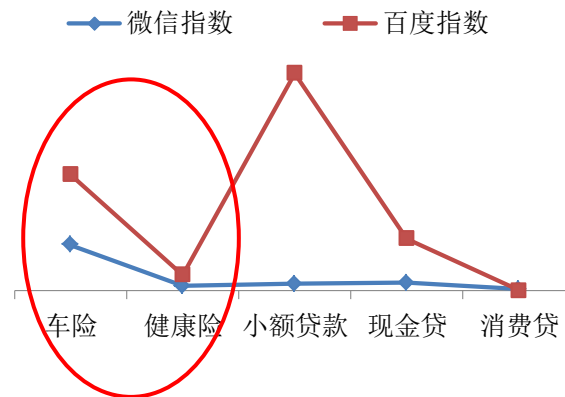
## 2011-2015年互联网保险规模快速增长



## 网上搜索指数对比（一级类目）



## 网上搜索指数对比（二级类目）



注：因2016年统计口径调整，暂缺乏数据进行回算，故删除

# “理赔难”仍是行业痛点，制约市场发展

## 消费者痛点

### 存在投保盲区



投保时无法了解该公司或产品的理赔质量，只能依据品牌知名度和价格等有限信息来作出选择

### 缺乏理赔知识



由于保险事故发生概率低，消费者日常不会学习理赔知识，导致出险后不知如何解决

### 网上现有理赔信息质量欠佳



充斥大量虚假、广告信息。消费者出险后“病急乱投医”，容易收到误导

## 保险公司痛点

### 重投保，轻服务



理赔服务是“后验产品”，较为隐性。相比打促销战、价格战，真正用心做服务的公司，反而难以被用户感知

### 理赔黑产猖獗



车险、医疗险造假已形成产业链。据专业人士估计，每年全国保险欺诈损失超2000亿

# 互联网保险理赔赛道的玩家较少，大部分公司缺乏建设智能化理赔的能力或意愿

## 第三方互联网平台

流量资源丰富，往往以保险销售作为变现渠道，缺乏深耕保险价值链的动力。且代办理赔需保险经纪牌照，成本较高



## 保险公司

各公司短期业务和盈利压力大，缺乏深耕的动力  
保险公司不具备中立性，难以做出优秀信息产品  
中小保险公司缺乏互联网能力，又无力投入



## 保险中介公司

为掌握客户，慧择、中民等经纪公司积极发展代办理赔服务，但受制于公司定位，理赔服务均以流程代办类为主，缺乏深度



# “轻松赔” 智能理赔服务平台呼之欲出，致力于抢占保险后市场

**连接人与信息**：快速提供 **客观公正** 的理赔辅助信息，帮助消费者进行明智的投保决策和理赔操作，减少因不了解理赔造成的损失和麻烦

**连接人与服务**：**想你所想**，解决消费者在理赔过程中面临的服务断层，搭建全方位理赔服务生态

# 目录

一、背景：投保容易理赔难！广袤的保险市场，呼唤一款真正基于用户的互联网理赔产品

**二、定位：立足解决理赔环节痛点，放眼“保险后市场”**

三、详细设计（初步）



# 目标客户洞察

## 人口属性

- 28岁以上中年人
- 月收入5000以上城市中产
- 有车（车险）

## 行为模式

- 平时不会主动学习保险，但发生保险事件后会通过主动搜寻信息来寻求解决方案
- 会通过点赞和吐槽来表达对服务的评价。但在缺乏激励和监督的情况下，难以保证理性客观的点评内容

## 痛点

- 缺乏处理保险事件的经验，心急
- 网上信息和黄牛的可信度低，怕上当
- 事故处理流程复杂，嫌麻烦
- 事故处理不当，易导致自身损失

## 需求发生的场景

- 第一次发生交通事故
- 车辆发生人伤事故，撞人或被撞
- 车辆维修发生纠纷
- 发生重大疾病或家人去世
- 更多...

## 因此，他们需要...

1

一旦需要，即可立即寻求帮助

2

有针对性、明确、可靠的信息

3

恰到好处、正确的服务

4

表达意见的通道

# 经营思路

## 深挖内容价值



- 围绕目标用户场景，提供真正有价值的信息
- 真实反映理赔过程，不篡改、不迎合
- 具有高可读性，吸引客户深度阅读、重复阅读和传播

## 个性化搜索和推送



- 深度洞悉用户在不同场景的需求，建立客户画像
- 基于用户画像，缩短每位用户的信息获取路径，提高信息获取效率

## 生态闭环



- 线上线下整合，本地化经营，在一定区域内形成密集生态
- 立足理赔流量，挖掘价值链中其他环节商机（例如推修、法律服务、健康管理等）

## 大数据



- 采集用户行为数据，并基于机器学习进行用户聚类，完善用户画像策略
- 数据产品化，进一步挖掘数据在保险公司风控、营销和产品优化方面的价值

# 核心功能

用户功能    后台功能

第一时间：救助    事中：持续支持    事后：点评

## 信息类功能

专家问答	知识搜索	知识推送	社区论坛	发表点评	内容审核
				内容奖惩	专业编辑

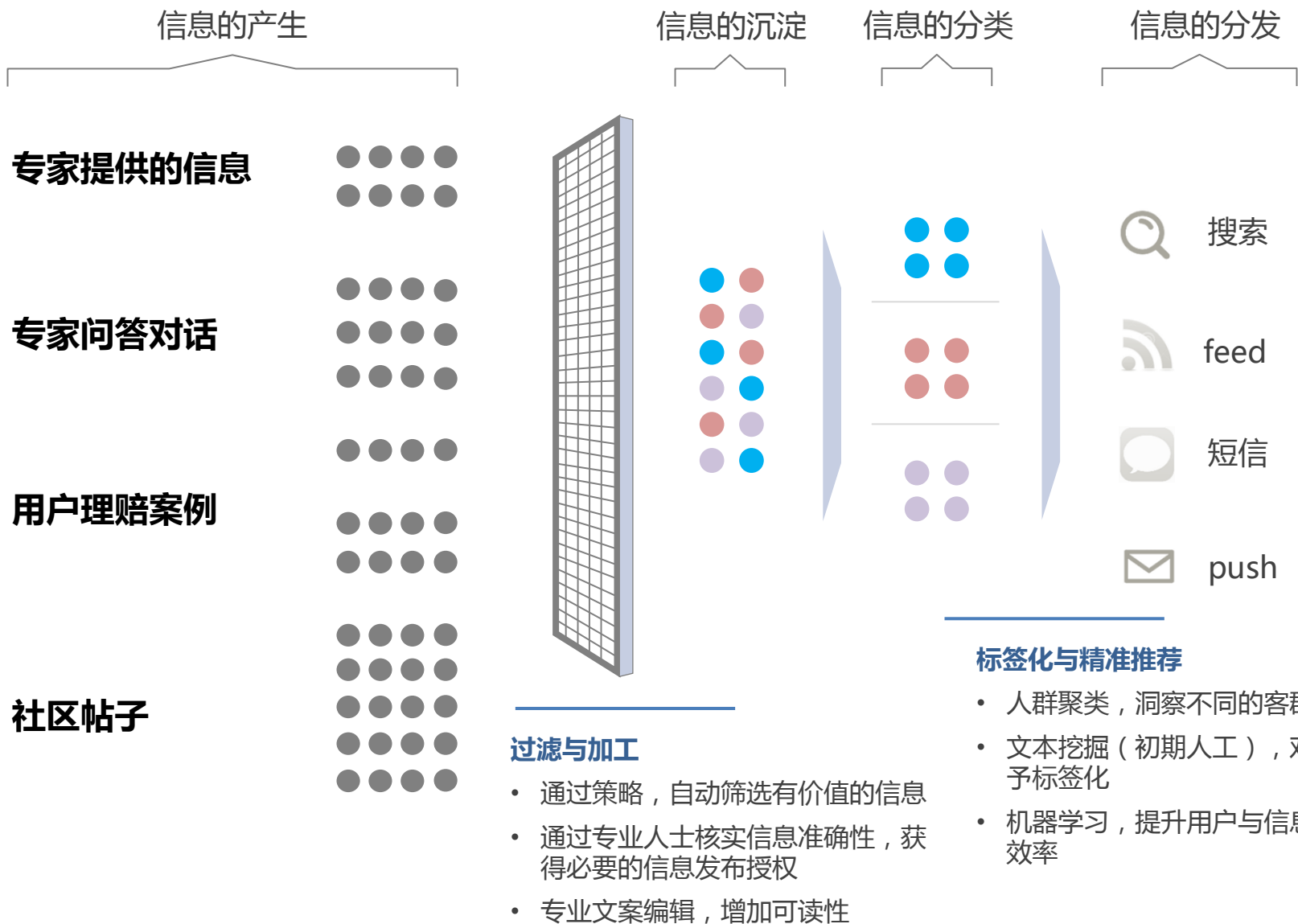
## 工具类功能

一键报案	一键救援	推修/挂号	法律援助
		在线理赔	更多...

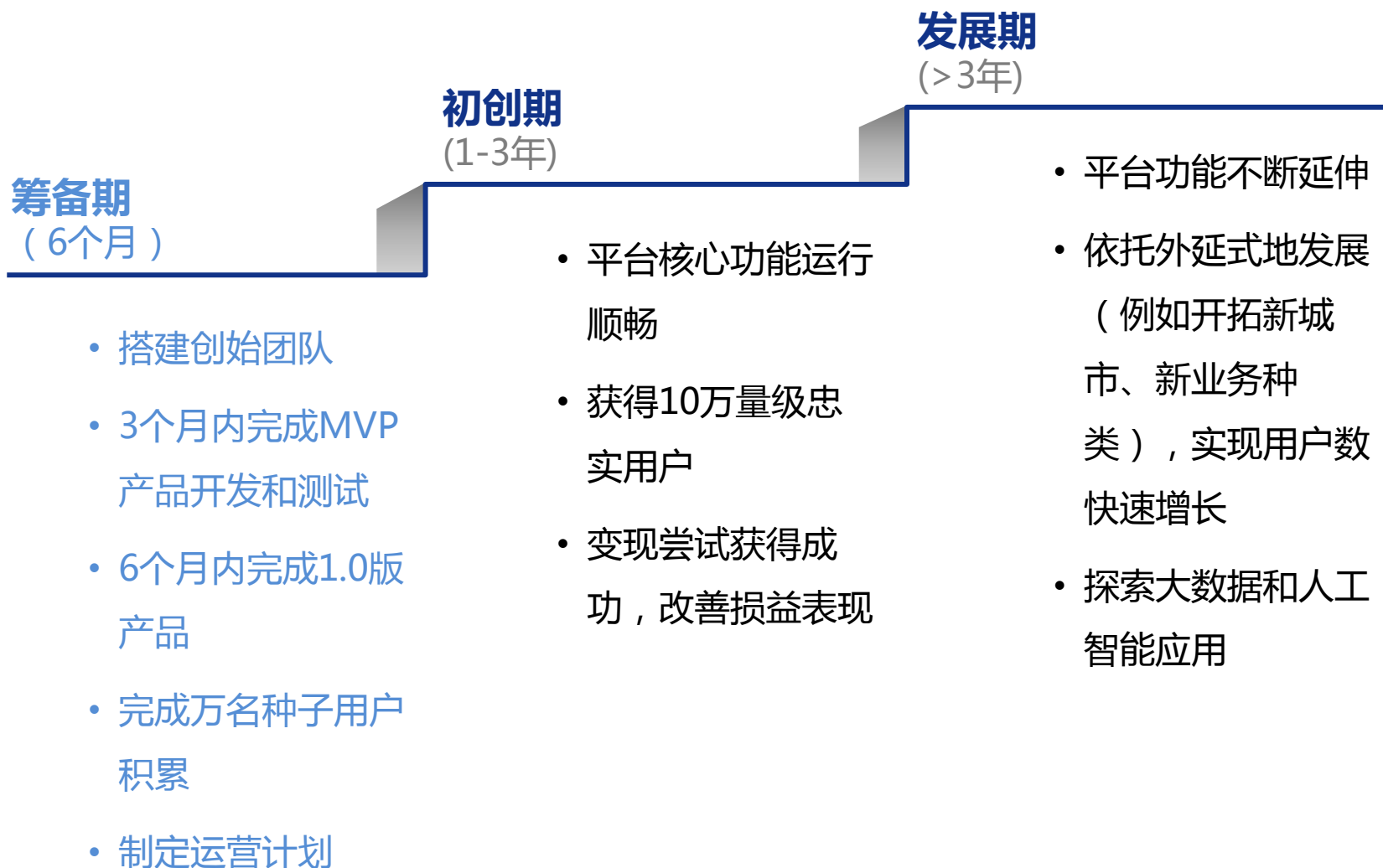
## 平台功能

会员系统
精准推荐引擎
营销、投保、支付、风控、客服、理赔等...

# 信息类功能-信息流



# 业务发展阶段



# 客户旅程示例

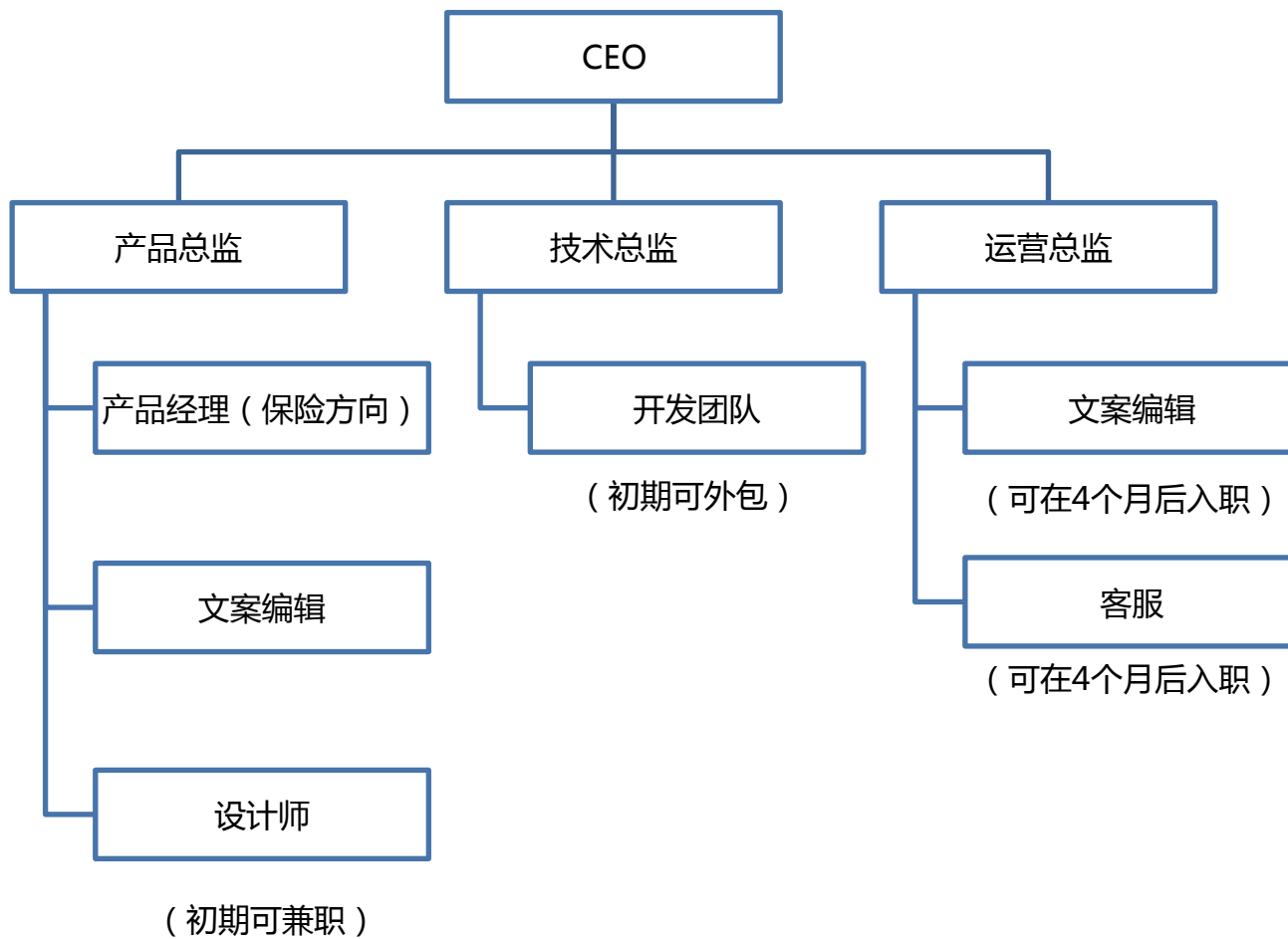
# 目录

一、背景：投保容易理赔难！广袤的保险市场，呼唤一款真正基于用户的互联网理赔产品

二、定位：立足解决理赔环节痛点，放眼“保险后市场”

三、详细设计（初步）

# 创始团队





# MVP产品与测试方案设计

# 附：某论坛分享帖

铁血苍蝇



+ 加关注 发信息

精华：0帖

帖子：5帖 | 497回

注册：2007年10月7日

来自：广东 珠海

关注：哈弗H6



## 完结篇

中途发生的一些事情就不说了，责任的认定是我方3成，死者7成，首先进入调解程序，但自从保险公司加进来后，事情就不是很顺利，能拖就拖，能赖就赖，调解没有成功，最后死者将我和保险公司起诉到法院，2013年11月27号开庭审理，老太太76岁了，按5年标准赔的，乱七八糟加起来19W多一点点，我先前垫付了5W元，法院直接让保险公司打到我的银行卡里了，其他全是保险公司赔的，车子从出事一直被交警扣留，后来死者家属又提出财产保全，车子被法院责令查封了，直至审理完毕15天后判决书生效才将车子领了出来，拖车费+停车费总共花了不到4000块，现在已经全部处理完毕了，有网友想知道处理结果，我特地上来做一个完结篇，新的一年就把这篇翻过去，重新开始了。

有人问到精神损失费，说此费用保险公司不赔，其实是个误区，只要原告律师在起诉书中请求法院在交强险11万中优先赔付精神损失费，法院一旦支持，这笔精神损失费就由保险公司出了。个人只需要承担拖车费、停车费、鉴定费、修车费，诉讼费，大概这些加起来不到2W块钱。另外按照广东省的地方法律，机动车与非机动车发生事故，机动车要多承担10%的责任，也就说虽然我是30%的责任，但实际要承担40%的赔偿责任。