

DOI:10.12361/2661-3263-05-12-125080

大数据技术在寿险业务中的实践应用

王 佳

对外经济贸易大学, 中国·北京 100105

【摘要】寿险业务作为保险公司众多业务中不可或缺的一部分,与保险公司未来发展有着密切的联系。在大数据技术的支持与影响作用下,为寿险业务提供诸多发展机会,同时,也面临较大的冲击与挑战。而如何迎合大数据时代做好寿险业务的创新与营销、保险数据的获取保存与利用,已经成为当前保险公司发展所密切关注的问题。文章基于大数据背景下,分析寿险业务发展机遇,并从产品管理、销售管理、运营管理、风险管理等方面提出寿险业务的应用,以期对寿险业务的创新与发展提供理论参考和支持。

【关键词】大数据; 寿险业务; 实践应用

Practical Application of Big Data Technology in Life Insurance Business

Jia Wang

University of International Business and Economics, Beijing, China 100105

[Abstract] As an indispensable part of many businesses of insurance companies, life insurance business is closely related to the future development of insurance companies. Under the support and influence of big data technology, it provides many development opportunities for life insurance business, and at the same time, it also faces great shocks and challenges. How to cater to the era of big data to do a good job in the innovation and marketing of life insurance business, the acquisition, preservation and utilization of insurance data, has become the current issue closely concerned by the development of insurance companies. Based on the background of big data, this paper analyzes the development opportunities of life insurance business, and puts forward the application of life insurance business from the aspects of product management, sales management, operation management, risk management and so on, in order to provide theoretical reference and support for the innovation and development of life insurance business.

[Key words] Big data; Life insurance business; And practical application

大数据时代的到来,促进了网络信息的传播与发展,并为各行各业提供了良好的发展机遇,而如何科学有效获取信息数据,并做好保护与利用工作,是当前众多保险公司亟待解决的问题之一。以寿险业务为例,要想在激烈的保险竞争环境中占领先机,促进寿险业务模式推陈出新,就要迎合大数据发展趋势,不断改造与重塑寿险业务模式,凸显寿险业务价值,突破新时期寿险业务同质化严重、个性化薄弱等发展难点。另外,在大数据的支持作用下,保险公司能够准确分析客户信息与需求,进而为客户推荐针对性较强的保险产品,同时,提高保险业务服务的标准,在降低经营成本的基础上,提高客户群体体验感。

1 大数据背景下寿险业务发展机遇

1.1 不断拓宽行业发展空间

数据时代的到来,成为推动各行各业高效高质发展的先决条件,不断拓宽行业发展空间。以保险业务为例,以往可保与不可保风险界限模糊不清,而应用大数据技术,就能进一步

明确可保与不可保风险的界限,促使传统不能承保的模式向可保方向转变,以此拓宽保险公司的经营范围。另外,利用互联网开展寿险业务营销工作,能够深入挖掘潜在客户群体,了解客户群体的产品需求,进而开展针对性的客户服务工作,确保保险业务在激烈的市场竞争环境中站稳脚跟。

1.2 不断增强行业风险管理能力

在大数据技术的积极影响作用下,保险公司能够准确了解客户群体需求,不断增强自身承保风险能力,增强自身理赔能力,促进反欺诈能力的优化,全面提高保险公司的风险管理能力。从精算层面来讲,互联网技术拓宽了风险评估数据,提高风险评估的准确性,健全完善保险公司风险估算模型,以此保障保险产品的精准定位。

1.3 不断增强产品差异化竞争能力

随着保险公司寿险业务的蓬勃发展,深受市场消费者的喜爱与支持,而大数据技术的引入,能够全面且准确的分析客户

消费行为模式, 从多角度、全方面考虑客户对产品的需求, 以此为依据做好保险产品的创新工作, 不断增强产品差异化竞争力^[1]。

1.4 不断提高寿险业务的资金运用水平

借助大数据技术, 可准确且精量计算保险公司承保损失, 进而制定科学精准的风险投资策略, 不断提高保险公司的资产负债管理能力, 以促进寿险业务在资本市场中的蓬勃发展, 切实提高公司运营投资回报水平。

2 大数据技术背景下寿险业务的实践应用

2.1 产品管理

结合当前中国寿险市场发展情况来看, 负债驱动已逐渐取代资产驱动模式, 未来很长一段发展时间内, 中国寿险市场需结合客户实际需求, 提供个性化产品服务^[2]。因此, 能否开发与客户需求相符的新型保险产品, 已经成为当前保险公司发展的核心所在。

2.1.1 产品设计

传统以精算为核心的保险产品与客户个性化需求背道而驰, 为进一步增强客户体验感, 要结合客户需求提供精确化保险产品。而大数据技术对于保险产品方案的设计、内容的优化、价格的拟定均发挥着至关重要的作用。一来能够准确分析客户偏好, 并提供个性化产品和专业化服务; 二来有助于节约产品开发时间与设计成本, 促进保险公司高效高质发展。传统保险产品开发周期长, 而且不能很好地符合客户需求, 融入大数据技术后, 既可满足客户对保险产品的需求, 又能为客户提供精准化服务^[3]。

2.1.2 产品定价

在大数据技术的广泛渗透作用下, 增加了保险产品精准化定价的可能。保险公司可利用大数据收集潜在客户基础信息, 其中主要包括年龄、投保情况、生活习惯等, 设计针对性强的保险产品组合方案, 为不同客户匹配相应的保险产品, 提供差异化评价方案^[4]。而大数据可提高寿险精算定价的多样化与精准化, 以意外保险为例, 可根据客户出行目的提供差异化保险产品与报价策略, 同时, 实时追踪客户出行情况, 为客户提供更为优质的保险增值服务。

2.2 销售管理

销售是保险公司持续化经营之根本, 实际销售情况直接影响保险公司的经营效益。在销售领域应用大数据技术, 除明确客户性别、年龄等基础信息外, 还可准确分析客户所在地理位置, 进而开展精准化销售。另外, 利用大数据挖掘客户相关信息, 以此为依据划分用户群体、构建客户画像, 为用户推荐个性化产品, 提高客户与公司间的紧密度^[5]。大数据在寿险精准营销领域的应用主要表现在以下几方面: 首先, 通过建立预测模型预测客户行为, 更为精准的预测客户转化概率。其次, 通过分析客户偏好与兴趣, 更为全面的了解客户群体需求, 为不

同客户制定针对性的营销策略。最后, 通过大数据判断并分析客户的价值度, 以便于对高价值客户展开个性化追踪, 促进客户的转化。在销售中引入人工智能技术的根本目的在于实现精准营销, 与传统营销模式相比, 大数据精准营销更具针对性和有效性^[6]。

利用大数据智能化分析客户的购买意愿, 摸准市场销售导向, 进而实现寿险的精准营销。如30~45周岁的客户具有更为强烈的购险意愿; 女性和男性相比, 购买保险的意愿更为强烈; 近一年内, 有母婴消费需求的客户比普通用户更愿意购买保险。

2.3 运营管理

大数据技术在保险运营管理工作中的应用多集中在以下两方面: 一方面, 核保处理。借助信息技术实现核保处理工作的自动化发展, 简化核保流程, 可实现24小时制的自助核保, 准确识别高风险客户, 避免恶意投保等现象的发生。另外, 可帮助目标人群节约大量的时间, 以便于在短时间内完成核保工作, 全面提高核保效率^[7]。大数据技术除能准确分析海量数据外, 也能做好标注预处理工作, 并在核保模型构建过程中采用网格搜索、特征分解、协同训练等诸多智能算法, 全面优化核保模型结构, 提高模型的精准性与科学性。另一方面, 理赔处理。如案件办理简单、涉及额度小, 就可采用大数据分析后台案件数据库, 了解案件损失及自动理赔规则, 尽可能提高保险理赔效率, 增强消费者的理赔体验, 以免出现重复劳动等现象。

2.4 风险管理

随着大数据在保险领域的广泛应用, 风险预警能力越强, 通过分析内外部数据对承保风险进行评估, 更好地预判客户有无逆向选择或恶意投保行为。全方位、多角度分析客户特征, 通过设置规则检验保险风险管理效果, 准确识别高风险客户, 切实提高保险风险管理等级。另外, 风险预警能够做到事前防范, 在第一时间发现公司内部的风险情况, 进而采取行之有效的管控措施。保险反欺诈过程中, 可利用大数据技术识别新的欺诈风险, 并采取不同方法应对千变万化的欺诈手段^[8]。

构建风险评估模型是开展保险风险预警工作的关键之举。一旦客户申请理赔、承保等相关业务, 均可事先评估与审核, 对评价结果进行量化, 准确识别风险等级。信息技术的融入, 整个风险评估工作趋向于自动化发展, 无需人员的过多干涉, 大大提高风险评估效率。此外, 能够促进各项保险资源与数据的整合和优化, 建立较为全面的风险控制平台, 增强寿险业务的风险管控能力。

3 大数据技术在寿险业务中的未来应用发展趋势

随着大数据技术在寿险业务中的不断普及与发展, 使寿险业务逐渐由传统模式向个性化、智能化方向过渡。结合当前寿险业务发展情况来看, 未来大数据的应用趋势逐渐向产品管理、销售管理、运营管理、风险管理方面渗透。

3.1 产品管理

3.1.1 产品形态灵活化。大多数寿险公司越发倾向于按需型产品的供应,通过细致化服务使传统客户享受个性化保险服务,在数字技术的作用下,能够简化保险产品、优化购买流程,建立与客户需求相符的保险服务,在降本增效的基础上,提高客户对保险服务的满意度。

3.1.2 产品设计个性化。大数据技术能够准确匹配客户需求,并为寿险公司提供个性化保险设计方案,提高产品设计效率,满足客户对多样化产品的需求,同时,保险定价越发倾向于灵活性。寿险公司要想在激烈的价格竞争环境中站稳脚跟,就要重视个性化增值服务的作用,以此增强客户购险体验感,巩固寿险公司在市场中的竞争地位^[9]。

3.2 销售管理

3.2.1 销售渠道多样化。在大数据技术的引领下,为寿险业务开辟更多的销售渠道,以便于在海量的用户群中筛选精准客户,以稳定保险公司的经营收入。(2) 销售流程高效化。大数据技术是在传统技术基础上的进一步优化,能够更深层次的挖掘客户需求,更深层的与客户间交流互动,简化销售流程,使销售过程更为直观的展现出来,提高销售效率。简单的销售流程能够进一步增强客户体验感,降低同代理人的联系频率,以起到节约服务成本的作用。大数据系统下的客户名单与传统名单相比更具针对性,通过智能化分析能够准确找出潜在客户,并对潜在客户的购买意愿进行分析,通过精准预测与判断,生成与客户需求相符的销售策略^[10]。

3.3 运营管理

3.3.1 24小时客户服务。通过24小时自动化服务为客户提供保险服务保障,增强客户体验感,大数据技术一改传统寿险公司的互动方式,通过线上服务随时随地满足客户需求,不受时间和地点的约束,全面凸显服务效率与服务质量。(2) 双核流程提速快捷。借助大数据技术实现核保核赔流程的智能化发展,减少医学测试等一些不必要的审核流程,尽可能减少向客户询问问题的数量,借助内外部数据生成精准客户风险头像,在准确判断客户价值的同时,能够更好地预测客户风险,确保双核效率的全面提升。核保核赔流程的优化,能从最大限度上缩短客户获保时间,优化客户体验,降低承保风险。

3.4 风险管理

3.4.1 管控前优化。大数据技术在深度普及与发展的过程中,除能够在短时间内预测风险的发生外,还能及时有效开展风险管理工作,促进风险管控提前化。另外,借助先进设备对客户健康情况予以实时监测,规避不良生活习惯,做好常见疾病的预防与控制工作,降低保险公司赔付率。管理机制方面也要不断健全和优化,以便于在短时间内发现防控内部的欺诈现象,有效制止一系列误导消费等行为。(2) 管控智能化。在人工智能技术发展进步的背景下,风险管控工作逐渐倾向于智能化发

展,不单单能够精准且有效的识别内部风险问题,而且能够在大数据的帮助下,健全完善保险公司内部风险防控体系,以便于更好地应对复杂多变的市场环境形式,帮助保险公司规避风险,全面落实风险预防与控制工作。

4 结语

综上所述,传统寿险服务已无法满足新时期社会发展需求,在大数据背景下,寿险公司逐渐迈入转型阶段,促进大数据技术与寿险业务的融合发展,充分彰显其在产品与销售管理等多个领域的重要作用。未来保险公司要不断改革创新,通过自动化服务提高现金流评估结果的准确度,高效高质落实寿险理赔服务。文章首要分析大数据背景下保险行业发展机遇,并从产品管理、销售管理、运营管理和风险管理等方面提出大数据技术在寿险业务中的实践应用,最后阐述自动化技术在未来寿险行业的发展趋势,希望能为推进寿险行业转型与发展提供理论参考和支持。

参考文献:

- [1] 崔华飞. 大数据技术在寿险业务中的应用与实践研究[J]. 中国产经, 2023(02): 73-75.
- [2] 许健, 孟去非, 张良等. 传统寿险业在“大数据时代”的发展思考[C]//浙江省保险学会. 浙江保险科研成果选编(2016年度). 浙江保险科研成果选编(2016年度), 2017: 639-645.
- [3] 贺玺平, 常培林, 于超佳, 张强, 路娟, 尚楠, 张倩. 大数据内部审计在保险集团公司个人客户综合拓展的探索实践[J]. 甘肃金融, 2022(05): 18-21.
- [4] 张富阳. H保险公司寿险营销模式优化研究[D]. 电子科技大学, 2022.
- [5] 杨文青. “大数据时代+线上课程”非寿险精算学课程实践研究——以天津财经大学珠江学院为例[J]. 山西青年, 2021(21): 64-65.
- [6] 杨钧钧, 解志山. 浅析大数据对保险定价的影响——以寿险为例[J]. 全国流通经济, 2021(24): 154-156.
- [7] 顾佳盛, 徐勤燕, 杨阳, 王伟. 大数据环境下使用神经网络技术实现寿险产品推荐[J]. 数字通信世界, 2017(10): 215-216.
- [8] 丁芬. 保险科技背景下寿险个人代理人展业模式创新研究[D]. 安徽财经大学, 2021.
- [9] 刘伟. 浅析大数据技术在寿险业务中的应用与实践[J]. 保险职业学院学报, 2021, 35(02): 21-26.
- [10] 高翔. 大数据背景下平安人寿LN分公司营销策略问题研究[D]. 沈阳理工大学, 2021.

作者简介:

王佳(1989.09)女,汉族,籍贯河北省邢台市,硕士研究生在读,对外经济贸易大学统计学院在职人员高级课程研修班学员,研究方向:统计学。