# 与10俱进
# 见证10力

Smartbi V10线上交流会

# 《盘活数据资产，助力保险业智慧化经营》

思迈特软件　　张仲朋

Smartbi，更聪明的大数据分析软件

智能化BI/办公化BI/自助化BI/移动化BI

www.smartbi.com.cn

# 目录


01 行业背景

02 指标管理

03 经营决策支持

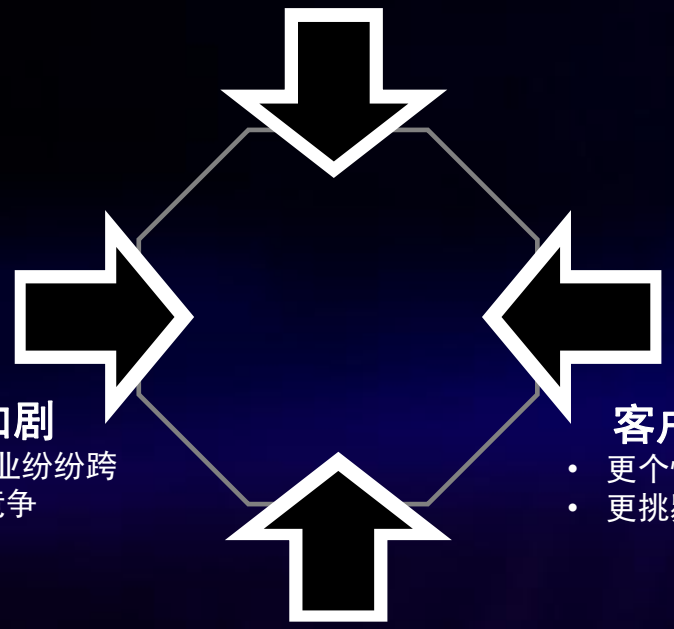
04 客户价值挖掘

# PART ONE

## 行业背景

# 众多挑战

**技术创新**
- 技术创新日趋成熟



**竞争加剧**
- 互联网企业纷纷跨界竞争

**客户需求**
- 更个性化的需求
- 更挑剔客户体验

**政策与环境影响**
- 政策开放，费改深化
- 新冠疫情挑战传统营销模式

如何快速响应市场变化，迅速制定经营战略？

如何满足不同客户需求和行为变化？

如何应对互联网企业的“降维打击”？

如何应对银保监会提倡“非接触式”服务趋势？

提升保险公司数据化经营能力，降本提效，增强市场竞争力

# 智慧化经营目标

## 业务全面数据化

一切业务及管理线上化与数据留痕

- 人：员工、客户、用户、伙伴…
- 事：展业、作业、管理、运营…
- 物：产品、服务、资源、市场…

颗粒化　结构化　系统化　标签化　模块化

## 智慧化经营

## 数据驱动经营

一切经营决策基于数据输出策略

- 业务：精准营销、主动销售
- 运营：客服、风控
- 管理：战略、企划、绩效

自动化　智能化　智慧化

经营模式与管理方式的颠覆性变革

人工智能在经营上的科技充分应用

智慧大脑输出策略的数据替代经验

# PART TWO

## 指标管理

# 指标管理平台

**指标管理**

- 指标定义管理
- 计算公式管理
- 指标数据管理
- 维度管理
- 指标效验公式管理
- 指标应用管理
- 指标数据补录管理
- 数据属性管理
- 指标权限管理

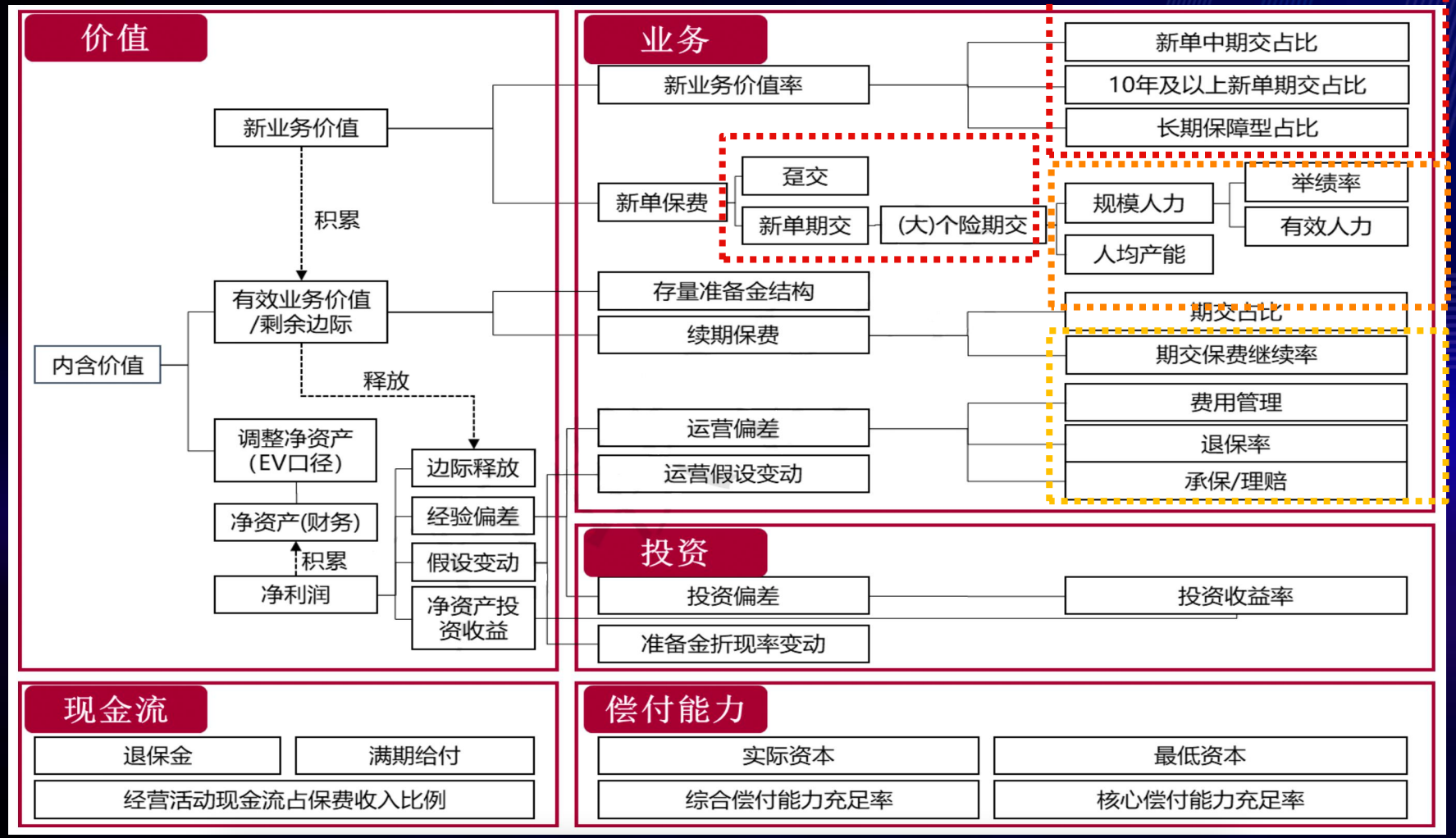






| 指标标准 | 指标标准大类 | 指标标准大类名称 | 创建日期 | 创建人 | 维护日期 | 维护人 | 记录状态 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 高管类 | 01 | 规模类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 09 | 结构类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 02 | 发展类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 03 | 经营类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 04 | 风险类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 05 | 效益类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 06 | 盈利类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 07 | 质量类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 08 | 计划类 | | | | | 正常 |
| 高管类 | 10 | 收入类 | | | | | 正常 |

# 指标体系梳理


价值
新业务价值
积累
有效业务价值/剩余边际
内含价值
释放
调整净资产(EV口径)
净资产(财务)
积累
净利润
边际释放
经验偏差
假设变动
净资产投资收益
业务
新业务价值率
新单保费
趸交
新单期交
(大)个险期交
存量准备金结构
续期保费
运营偏差
运营假设变动
新单中期交占比
10年及以上新单期交占比
长期保障型占比
规模人力
举绩率
有效人力
人均产能
期交占比
期交保费继续率
费用管理
退保率
承保/理赔
投资
投资偏差
准备金折现率变动
投资收益率
现金流
退保金
满期给付
经营活动现金流占保费收入比例
偿付能力
实际资本
最低资本
综合偿付能力充足率
核心偿付能力充足率
结构
效能
品质

# 指标应用

综合信息展示平台，帮助管理者在多种终端获得全面、及时、准确的信息，如经营情况、风险情况、盈利情况、 外部监管等。







## 核心价值

1. 辅助管理决策
2. 移动管理驾驶舱
3. 风险预警

# AI语音助手




更简单、更自然的交互方式—自然语言分析

无需学习、直接输入文字或者问话即可得到结果

个性化推荐、偏好设置、智能预警




【自然语言分析-Mobile-视频演示】

# PART THREE

## 经营决策支持

# 高管驾驶舱架构

## 高管驾驶舱

### 业绩仪表盘

- 关键业绩指标
- 每日快报

### 月度检视

- KPI简报
- 经营评述
- 问题追踪
- 定性项目
- 会议材料

## 经营主题分析

### 业务概览

- 业务线分析
- 机构分析
- 客户分析
- 产品分析
- 渠道分析
- 核心驱动分析

### 市场概览

- 市场概览
- 国寿对标

## 内部专题分析

### 财务分析

- 利润分析
- 利润预测
- 费用追踪
- 投产分析
- EVA分析

### 产品分析

- 产品分析

### 业务分析

- NBEV分析
- 佣金手续费分析
- 新单分析
- 客户用户分析
- 销售队伍分析
- 综拓分析

### 运营分析

- 续期分析
- 运营分析
- 风险合规分析

### 投资分析

- 投资概览
- 投资分析
- 资本市场概览
- 投连组合分析
- 投资KPI
- 同业对标分析

## 外部分析

### 市场分析

- 同业对比
- 宏观政策
- 行业研究

# 联合作战平台

**先知：智能预测预警** → **先觉：智能决策** → **先行：追踪执行**

## 应用场景

总部班子

中高管理者
机构班子

机构/渠道
管理者

A机构车险经营成本率
连续3个月高于100%

**指标告警**

基于预警发起提问
“尽快制定解决方案”

接收预警和提问卡片
点击“智能决策制定”

数据辅助生
成解决方案

针对策略
进行调整

**策略制定**

即时线上会
议现场调整
决策

一键决策下
达层层自动
匹配

接收决策
查看目标调
整

查看分版块策略调
整
如直通金牌话术调
整

执行追踪和
监控

**执行监控**

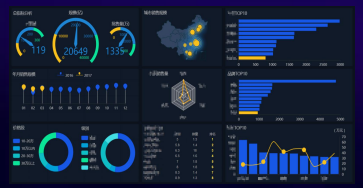
## 联合作战平台



高管驾驶舱
- 核心指标
- 智能预警预测



智慧经营决策
- 目标规划，询签投产
- 政策预演，经营监控



机构经营看板
- 指标PK
- 机构下钻



经营执行追踪
- 智能目标拆解
- 一键策略下达

# PART FOUR

## 客户价值挖掘

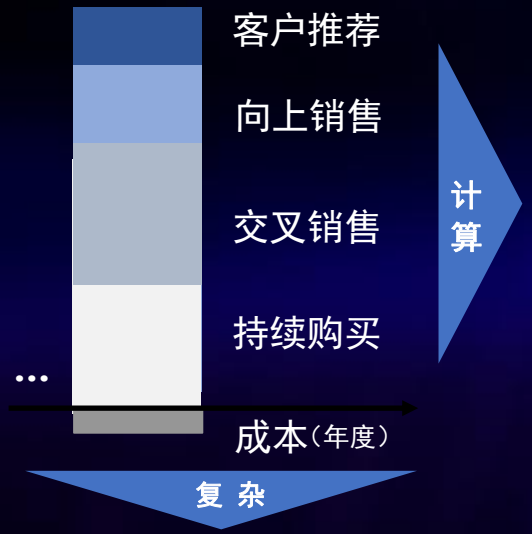
# 客户价值测算

**现有和未来价值**

## 客户现有和未来价值贡献度量方式是年缴折算保费：

在**规模保费**的基础上，按照不同险种与缴费年限的业务对公司利润或价值的贡献度大小，设置一定的折算系数，进行折算后的保费收入即为**年缴折算保费**

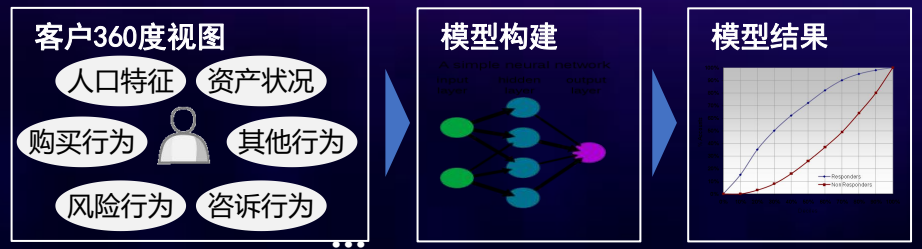
**潜在价值**




$$\sum \text{潜在价值} = \text{持续购买} + \text{交叉销售} + \text{向上销售} + \text{客户推荐}$$

| 持续购买 | 交叉销售 | 向上销售 | 客户推荐 |
|---|---|---|---|
| 预测模型：预测持续购买现有产品的价值 | 预测模型：预测交叉销售另一子公司产品的价值（产寿交叉） | 预测模型：预测子公司另一种产品的价值 | 预测模型：预测推荐其他客户购买产品的价值 |

**“客户响应概率”预测建模**




**潜在价值计算的复杂性体现在：**

- 需为每个产品，构建数个预测模型
- 每个预测模型，需要成千上百个预测变量，尤其是客户行为变量

# 保险客户价值因子




SMARTBI 思迈特软件

# 加保率预测

**当前价值**

当前已购生效保单价值

**未来价值**

**未来加保概率预测**

**影响力价值**

转介绍客户预测

示例

1年

预测模型

示例：用截至2018年12月31日的客户数据训练模型，预测2019年客户是否加保，即加保概率

**历史数据**

人口信息　投被保历史　Wellness行为

**未来1年潜在加保价值预测：**

- All-in-One产品加保概率
- Medical & Others产品加保概率
- Saving产品加保概率
- 不区分产品的综合加保概率

| 步骤1：数据获取 | 步骤2：数据探索与预处理 | 步骤3：因子挖掘 | 步骤4：建立模型 | 步骤5：模型评估 | 步骤6：模型应用 |
|---|---|---|---|---|---|
| 客户维度数据 | • 数据清洗：缺失值/异常值处理<br>• 数据探索：业务意义、数据发布、加保因子探索<br>• 变量计算、转化和构造 | 相关性分析　特征工程 | 多基础模型对比　最优模型　调节参数 | 使用预测准确率、KS、ROC等指标评价模型 | 预测加保概率，量化客户价值，圈选高潜客户人群 |

# 老客户加保活动方案

示例

| | |
|---|---|
| 活动名称 | 老客户加保活动 |
| 活动时间 | 1月1日～3月31日 |
| 目标产品 | 目标产品组1，目标产品组2 |
| 参与部门 | 产品部、市场部，渠道部 |

## 活动流程

1. 活动流程及注意事项培训
2. 发送客户名单及销售工具
3. 公司统一发送客户短信
4. 客户预约、拜访及销售促成
5. 更新销售日志
6. 早会及微信战报推动
7. 电话抽查客户拜访情况
8. 提交销售日志、拜访回执
9. 统计销售结果并分析

## 活动支持工具

1. 

**活动介绍及流程培训**，帮助业务员理解活动流程和意义

2. 

**目标客户名单**，帮助业务员准确、高效定位客户及其适合的产品



**销售话术**，帮助业务员整理该类客户注重的产品特点、最可能为谁投保

**客户回馈赠品、拜访回执**，为业务员提供登门服务的缘由

3. 

**客户短信**，统一告知客户活动相关信息，增加客户对活动的信任；另可作为业务员拜访客户的敲门砖

4. 

**销售日志**，帮助业务员更新展业进展，作为公司管理跟踪的重要手段

5. 

**微信战报**，调动各方参与热情及对活动关注度

6. 

**电话抽查及结果通报**，帮助公司监控业务员活动率，作为管控推进抓手

# V10
# 全新引擎

助力保险公司智慧化经营

提速保险业高质量发展

SMARTBI 思迈特软件



# Thanks


S 广州思迈特软件有限公司

M 电话：400-878-3819

A 广州、北京、上海等办事处

R http://www.smartbi.com.cn

T sales@smartbi.com.cn