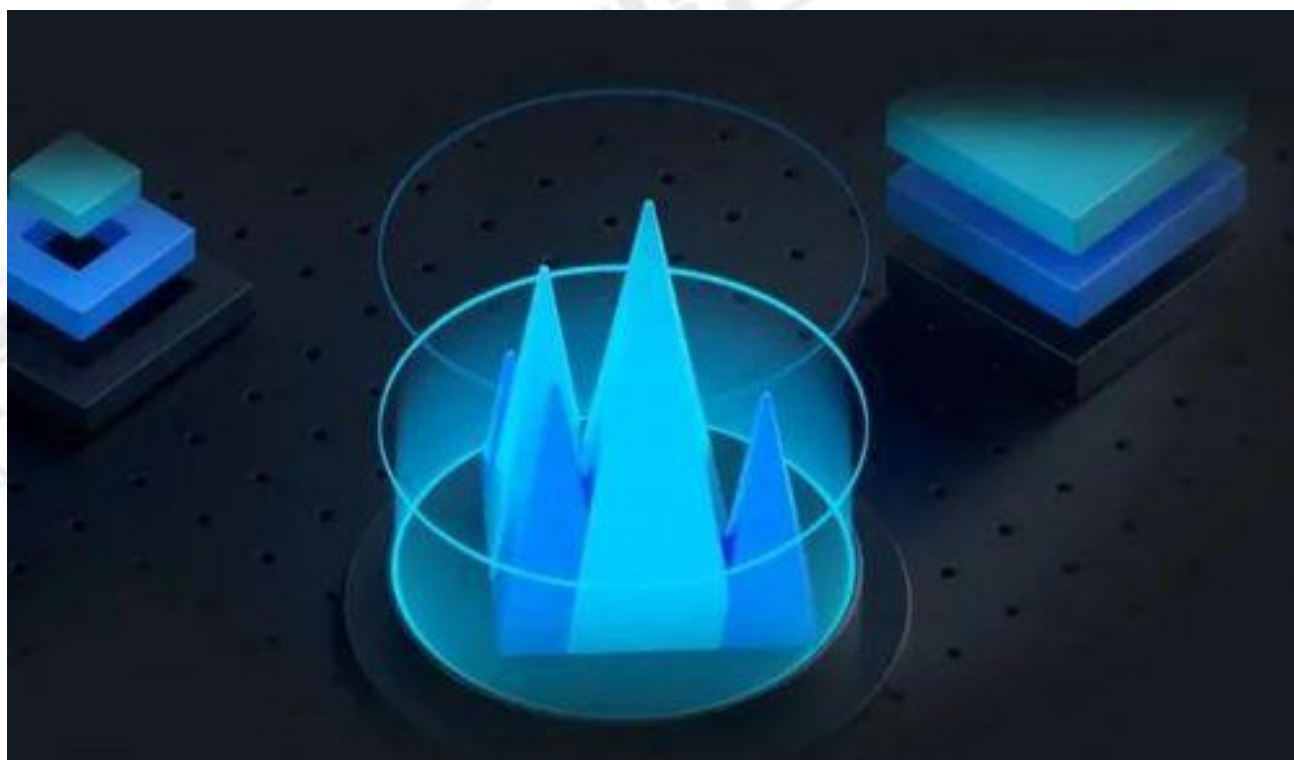




火山引擎，与保险行业探索 数字化的体验创新





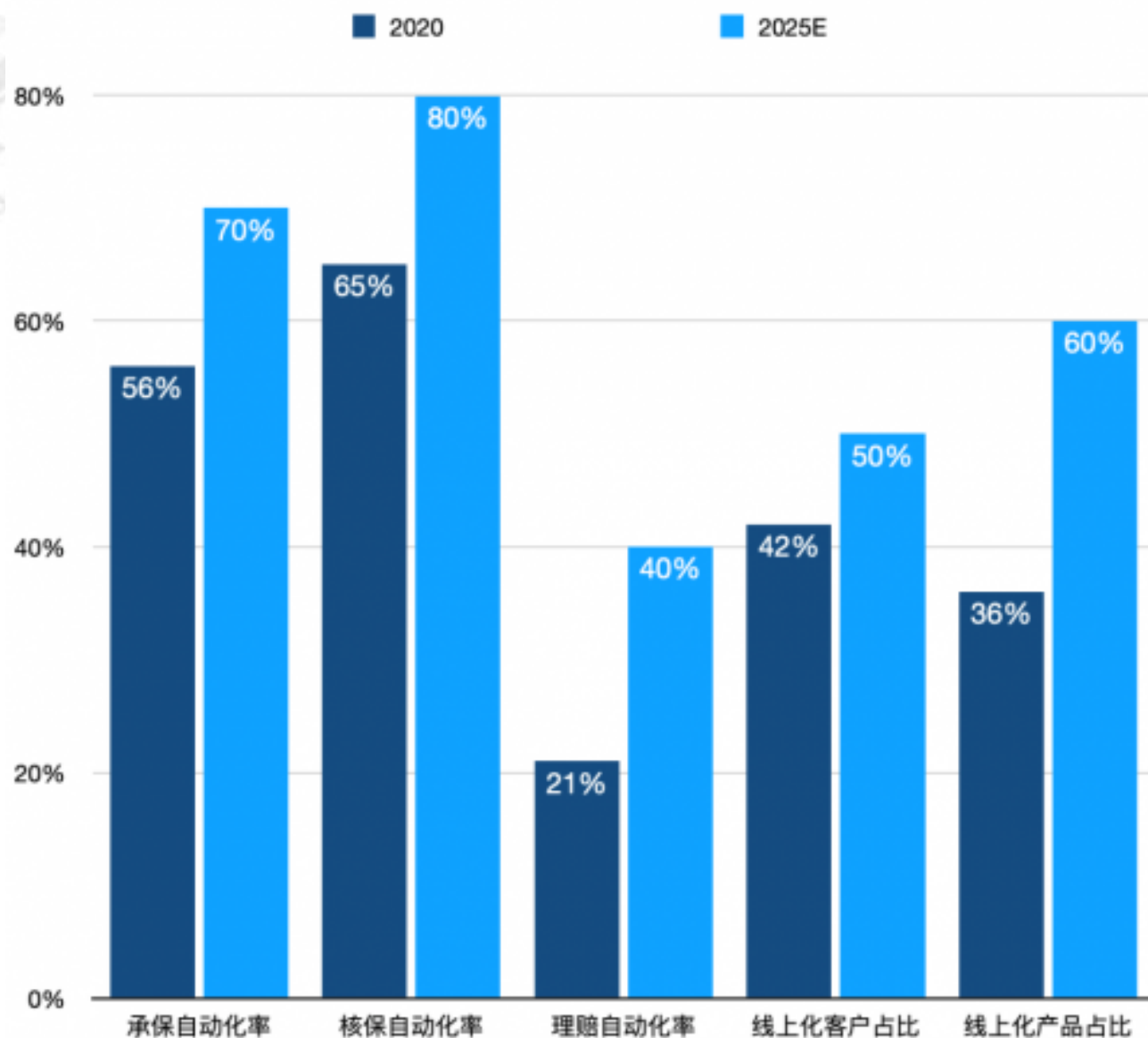
保险业是国内目前数字化转型最快的行业之一。金融是天然离数字化最近的行业。IT 基础好、IT 投入大是保险行业数字化的重要特点。银保监会数据显示，2020 年我国保险机构信息科技资金投入为 351 亿元，较上年同比增长 27%。

为实现线上转型，早在 2016 年开始，国内相关保险企业就在迁移上云。目前保险行业上云率较高，中国保险行业协会 2021 年 12 月发布的《保险科技“十四五”发展规划》数据显示，“十三五”规划期间，保险行业整体采用云计算的比例为 76.8%。

保险行业的客户、产品在线上占比还在持续上升。中国保险行业协会数据显示，2020 年保险行业平均线上化客户占比 41.9%，平均线上化产品占比 36.2%。2025 年保险行业平均线上化产品比例将超过 50%，线上化

客户比例将超过 60%。

保险行业数字化关键指标预测（2020-2025E）



资料来源：中国保险行业协会、《财经》记者整理

制表：吴俊宇

保险企业的数字化发展方向已经非常清晰。上云只是数字化转型的第一步，第二步是业务经营的变革。业务经营层面，前端的营销、销售，后端的承保、核保、理赔都将逐步数字化。

今年 1 月，银保监会发布了《银行业保险业数字化转型的指导意见》（以下简称“意见”）。“意见”称，银行业、保险业的数字化转型要以价值创造为导向，推动业务经营管理数字化，加强新产品、新业务、新模式研发。

简单理解，过去几年银行业、保险业迁移上云侧重“做基建”。在第一阶段，企业大量采购云资源、数据库、数据中台，完善 IT 基础设施。

随着 IT 基础设施逐步完善，保险业接下来要“见成效”。在第二阶段，企业要采购数字化应用，创新用户体验，改进业务模式，进而提高效率、增收降本。

这是字节跳动旗下云服务品牌火山引擎与部分头部保险企业正在试图实现的目标。

保险企业想要什么？

随着 IT 基础设施初步建成，保险企业数字化转型也更多延展至业务经营层面。保险行业一个重要挑战是，如何与客户建立更紧密的联系。这是两方面因素造就的。

其一，保险行业有自身特点，保险公司与保险客户之间处于“低频交易、弱连接”的关系；

其二，由于政策严格，保险企业缺少合法合规使用过往积淀数据的能力；

因此，保险企业期望从不同渠道获取更优质的客户，精准匹配保险产品和服务，从而提升客户粘性。实现数字化、在线化的价值在于：优化营销成本、改善业务结构，降低运营风险。

保险产品，尤其是人寿保险产品特点是，用户购买的决策成本高、决策流程长，一旦购买后便会长期续费。这决定其销售需要极长的教育引导过程。为此，保险企业需要和用户之间要建立强黏性。

保险行业的线上流量转化路径通常分成了三个环节：公域获客、私域留存和私域转化。

公域获客，需要通过获客产品、内容投放影响充足的优质目标人群；私域留存，需要进行市场教育，轻量化沉淀客户人群；私域转化需要实现流畅、高效的成交。

内容产出一般有两个解决路径，自建内容团队或寻找外部内容合作伙伴。自建团队的优势是能够更好地把握内容调性，但成本高、产出效率低。内容推送可以自研推荐引擎再一步步调试校准，但同样存在成本高的问题。

综合考虑时间、人力成本，一家头部保险企业决定引入外部成熟的产

品。火山引擎金融解决方案团队为之量身定制了“内容定制+商品推广”全链路解决方案。

火山引擎能做什么？

保险企业搭建线上销售体系，策略分成了两环。第一环是放大前端的公域流量漏斗，第二环是提高私域漏斗的转化效率。

为此，火山引擎提供了一整套专注增长的 SaaS 工具，其中包括内容中台、视频直播、数字人、智能推荐。此外，A/B 测试等产品也被投入使用。火山引擎总裁谭待介绍，这些工具的增长能力分成三块：敏捷迭代、体验创新、数据驱动。

在这一系列工具的作用下，火山引擎与此头部保险企业主要做了三方面的合作。

其一，建设内容中台。此保险企业旗下 APP 引入了 400 余家一线官方金融媒体，100 余位百万级粉丝的个人创作者，覆盖财经、健康、视频、科技等多个频道，图文、视频的日更量增长 100 倍。用户浏览量月均增长 309%，内容月活增长 104%。

其二，利用增长工具构建符合此保险企业旗下 APP 调性的内容池。通过搭建“内容理解模型”，构建符合调性的内容池。借助 AI、NLP、ASR 等技术，“内容理解模型”可以解析符合调性的样本内容，再经过机器学

习模型不断锤炼,最终模型能够具备内容理解能力,自动选出符合的内容。

其三,优化业务过程中的实际体验。使用了火山引擎提供的视频直播、数字人、A/B 测试等增长工具快速迭代旗下 APP。通过内容管理提升用户黏性,通过视频强化用户交互,真正实现了企业业务地体验创新。其结果是,上述保险企业旗下 APP 误触率降低了 30%。直播平台转化率提升了 4 倍,整体转化提升了 1.5%。

对很多保险企业来说,采用这套解决方案,可以升级用户体验,形成了新销售闭环。

保险企业为打造线上销售通路,通常会把微信、抖音两个流量入口的用户沉淀至自有 APP,再通过精准内容与用户建立粘性,以此实现销售转化。

在过去,销售人员向用户上门销售产品容易造成打扰,成单率也低。在这个闭环中,保险经纪人可以在内容平台上创作图文、视频、直播等内容,用优质内容潜移默化地影响用户。火山引擎提供的算法把内容精准推

荐给用户,用户可以按照自己的需求,在线购买适合自己的保险产品

预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_45588

