

互联网保险消费者分析和营销创新

课程背景

互联网对任何行业都带来了前所未有的席卷式颠覆威胁，同样也给保险营销带来新课题，如何在互联网时代使用互联网思维、大数据模式方法延续保险营销新生命成为保险新方向，新优势的必然选择。

课程设计

1. 本课集主讲人 20 年实战之功力，结合典型案例，充分与学员分享，强调简单实用。
2. 本课运用理论讲授、角色扮演、小组讨论、场景模拟、游戏体验等多种培训策略。
3. 本课采用《品牌团队积分榜》这一先进的教学模式，让学员创意队名、设计队训、集体 PK。对获胜的团队实行即时奖励，创造良好的学习氛围。快乐中学习，精通时应用。

课程目标：结合案例、深入研讨、学习利用利用互联网大数据分析、营销构建保险业务优势策略和方法

课程时间：6 小时

课程形式：以讲授为主，结合案例分析、互动体验等形式。

二元根基：卓越思维，制胜模式

三维制胜：取势、明道、优术

六度提升：高度、广度、深度、精度、专度、速度

课程对象：适合渴望利用互联网大数据分析、营销优势构建保险业务优势所有相关从业人员

主训导师：马兆林（简介略）

课程大纲：

第一篇 互联网保险消费者分析

第1章 保险的大数据思维

1. 4V 特性
2. 大数据组成及发展趋势
3. 大数据时代的“互联网思维”营销模式
4. 保险大数据特性

第2章 保险大数据分析

1. 市场和营销部门应该具备哪些大数据的技能
2. 保险数据的收集和准备
3. 数据分析的八个极致模型
4. 数据挖掘算法

第3章 互联网保险消费者分析

1. 互联网保险消费者态度分析
2. 互联网保险人群特征行为分析
3. 互联网保险购买险种分析
4. 互联网保险消费人群标签总结

5. 互联网保险创新产品分析

第二篇 互联网保险营销策略

第4章 国内外互联网保险商业模式分析

1. 美国 ehealth 保险公司

2. 日本 lifenet 公司

3. 前海保险交易中心

4. 平安模式

第5章 人的四息大数据场景营销

1. 四息元素

2. 场景营销

3. 割裂与融合

第 6 章 大数据打造互联网保险营销优势

1. 场景一：大数据下的保险的销售策略
2. 场景二：大数据下的保险服务
3. 场景三：打造大数据下互联网保险生态圈

第 7 章 互联网保险数据化能力的打造

1. 建立与业务战略相结合的数据战略
2. 建立数据资产的运营管理体系
3. 大数据 IT 技术实施
4. 专业数据分析人员

案例呈现与标杆分析：BAT，平安、扬子江经纪，美国 insweb、ehealth，日本 lifenet 互联网保险公司等。

备注:以上大纲仅供参考,实际授课根据企业需求适当调整