



(12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 106779878 A

(43)申请公布日 2017.05.31

(21)申请号 201710039893.4

(22)申请日 2017.01.19

(71)申请人 新一站保险代理股份有限公司
地址 210061 江苏省南京市高新区星火路
软件大厦A座2F

(72)发明人 张玖琳 王旻毅 邹苇 徐丽萍

(74)专利代理机构 南京瑞弘专利商标事务所
(普通合伙) 32249

代理人 陈建和

(51) Int. Cl.

G06Q 30/02(2012.01)

G06Q 40/08(2012.01)

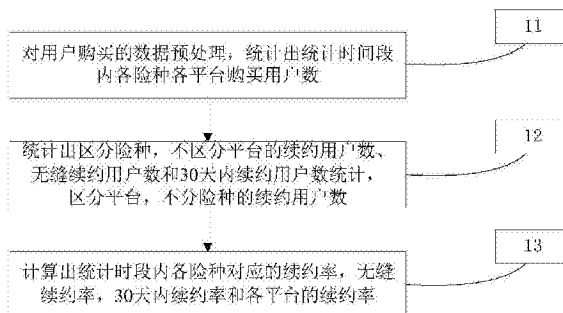
权利要求书1页 说明书4页 附图1页

(54)发明名称

一种基于电商平台的用户续约续保行为分析方法

(57)摘要

基于电商平台的用户续约续保行为分析方法,步骤1.统计时段内购买用户数统计;步骤2.区分险种,不区分平台的续约用户数、无缝续约用户数和30天内续约用户数统计和区分平台,不分险种的续约用户数统计;步骤3.计算出统计时段内各险种对应的续约率,无缝续约率,30天内续约率和各平台的续约率;步骤4.统计时段内被保人数统计;步骤5.区分险种,不区分平台的续保用户数、无缝续保用户数和30天内续保用户数统计和区分平台,不分险种的续保用户数,具体统计方法类似步骤2续约用户数的统计;步骤6.计算出统计时段内各险种对应的续保率,无缝续保率,30天内续保率和各平台的续保率。



1. 基于电商平台的用户续约续保行为分析方法,其特征是具体步骤如下:

步骤1. 统计时段内购买用户数统计;

提取各险种各投保用户购买记录,并进行数据清洗,过滤投保记录中的混合记录的退保记录和无效记录,过滤首次出单的用户记录;

对购买记录识别出同一购买用户后,分别统计出各险种各平台统计时段内的购买用户数;

步骤2. 区分险种,不区分平台的续约用户数、无缝续约用户数和30天内续约用户数统计和区分平台,不分险种的续约用户数统计;

区分险种,不区分平台的续约是针对一年期产品,续约用户数即统计出统计时段前一年1月1日到当前统计时段之间投保出单,且在当前统计时段范围内再次投保出单的用户数,其中续约前后用户购买的产品需是同一险种(对是否为同一产品不作要求),且用户购买的平台不要求一致;再分别统计出同一险种无缝续约和30天内续约两种情况的用户数;

区分平台,不分险种的续约是按照各平台来统计,用户前后两次在同一平台上购买,购买的险种和产品不要求一致,统计出平台续约用户数;

步骤3. 计算出统计时段内各险种对应的续约率,无缝续约率,30天内续约率和各平台的续约率;

步骤4. 统计时段内被保人数统计;

提取各险种各平台被保用户购买记录,并进行数据清洗,过滤被保记录中的混合记录的退保记录和无效记录,过滤首次被保记录;对被保记录识别出同一被保险人后,分别统计出各险种各平台统计时段内的被保用户数;

步骤5. 区分险种,不区分平台的续保用户数、无缝续保用户数和30天内续保用户数统计和区分平台,不分险种的续保用户数,具体统计方法类似步骤2续约用户数的统计;

步骤6. 计算出统计时段内各险种对应的续保率,无缝续保率,30天内续保率和各平台的续保率。

2. 根据权利要求1所述的基于电商平台的用户续约续保行为分析方法,其特征是续约率如下,续约用户数/购买成功的用户数,其中续约用户数定义为统计时段前一年1月1日到当前统计时段之间投保且有出单记录,且在当前统计时段范围内再次投保出单的用户数,购买用户数定义为当前统计时段范围内投保有出单记录的用户数,并且购买用户数中需排除退保和首次出单的用户数;如果第二次购买的产品保障期限的起始时间在第一次购买产品保障期限的终止时间的前后1天,则定义此类续约为无缝续约;如果第二次购买的产品保障期限的起始时间在第一次购买产品保障期限的终止时间前后30天,则定义此类续约为30天内续约;续保率如下,被保险人在第一次成功被保后,保障期限到期后再次成功被保的用户数/第二次成功被保对应时间段内总的被保险人数;如果第二次由本人或者非本人购买产品的保障期限的起始时间在第一次由本人或非本人购买的产品保障期限的终止时间前后1天,则定义此类续保为无缝续保;如果第二次由本人或者非本人购买产品的保障期限的起始时间在第一次由本人或非本人购买的产品保障期限的终止时间前后30天,则定义此类续保为30天内续保。

一种基于电商平台的用户续约续保行为分析方法

技术领域

[0001] 本发明涉及舆情分析领域,具体而言,涉及一种基于电商平台的用户续约续保行为分析方法。

背景技术

[0002] 随着现代电子商务平台的发展,保险公司开始与互联网企业以及第三方保险平台的合作日益密切,迎来了新的机遇与挑战。互联网保险消费打破了传统保险销售的拉客户、反复推销模式,将保险服务嵌入购买、支付、服务等环节,契合用户保险需求,越来越多用户逐渐意识到保险在生活中的重要性和必要性,进而使得互联网保险产品的购买率不断的提高。相应的,基于电商平台,用户的购买产生了大量数据,通过商业智能领域的处理,这些数据将会不断的给网销企业带来新的有效信息,为企业在运营过程中提供可靠的决策支持,比如众多保险在网销时的产品定价是基于客户信用、运营数据、历史行为等多方面大数据。与此同时,在电商平台上的积分、服务、产品满减等诸多营销活动也成为保险公司促销的利器,在当前社会信息繁杂的情况下,如何去评估公司的营销方案的成功性,如何衡量相关信息是否及时、准确到达目标客户尤为重要。事实上,当用户投保了产品之后,都会有一个保障期限,当产品保障期限到期时有的用户会选择续约或者续保,因此对用户续约或续保时选择的平台、险种等诸多用户行为分析将对公司业务发展带来很大的帮助。

发明内容

[0003] 本发明目的是,对新一站保险平台上用户续约和续保的行为提出一种分析预测方法,给出监测指标,希望通过该分析方法了解用户的粘性,以此评估出吸引用户续约续保的营销活动有效性,为企业运营带来帮助。

[0004] 本发明技术方案:

[0005] 基于电商平台的用户续约续保行为分析方法,具体步骤如下:

[0006] 步骤1.统计时段内购买用户数统计;

[0007] 提取各险种各投保用户购买记录,并进行数据清洗,过滤投保记录中的混合记录的退保记录和无效记录,过滤首次出单的用户记录。对购买记录识别出同一购买用户后,分别统计出各险种各平台统计时段内的购买用户数。

[0008] 步骤2.区分险种,不区分平台的续约用户数、无缝续约用户数和30天内续约用户数统计和区分平台,不分险种的续约用户数统计;

[0009] 区分险种,不区分平台的续约是针对一年期产品,续约用户数即统计出统计时段前一年1月1日到当前统计时段之间投保出单,且在当前统计时段范围内再次投保出单的用户数,其中续约前后用户购买的产品需是同一险种(对是否为同一产品不作要求),且用户购买的平台不要求一致。再分别统计出同一险种无缝续约和30天内续约两种情况的用户数。

[0010] 区分平台,不分险种的续约是按照各平台来统计,用户前后两次在同一平台上购

买,购买的险种和产品不要求一致,统计出平台续约用户数。

[0011] 步骤3计算出统计时段内各险种对应的续约率,无缝续约率,30天内续约率和各平台的续约率;

[0012] 步骤4.统计时段内被保人数统计;

[0013] 提取各险种各平台被保用户购买记录,并进行数据清洗,过滤被保记录中的混合记录的退保记录和无效记录,过滤首次被保记录。对被保记录识别出同一被保人后,分别统计出各险种各平台统计时段内的被保用户数。

[0014] 步骤5.区分险种,不区分平台的续保用户数、无缝续保用户数和30天内续保用户数统计和区分平台,不分险种的续保用户数,具体统计方法类似步骤2续约用户数的统计;

[0015] 步骤6.计算出统计时段内各险种对应的续保率,无缝续保率,30天内续保率和各平台的续保率。

[0016] 本发明将定义续约率如下,续约用户数/购买成功的用户数,其中续约用户数定义为统计时段前一年1月1日到当前统计时段之间投保且有出单记录,且在当前统计时段范围内再次投保出单的用户数,购买用户数定义为当前统计时段范围内投保有出单记录的用户数,并且购买用户数中需排除退保和首次出单的用户数。如果第二次购买的产品保障期限的起始时间在第一次购买产品保障期限的终止时间的前后1天,则定义此类续约为无缝续约。如果第二次购买的产品保障期限的起始时间在第一次购买产品保障期限的终止时间前后30天,则定义此类续约为30天内续约。

[0017] 本发明将定义续保率如下,被保险人在第一次成功被保后,保障期限到期后再次成功被保的用户数/第二次成功被保对应时间段内总的被保险人数。如果第二次由本人或者非本人购买产品的保障期限的起始时间在第一次由本人或非本人购买的产品保障期限的终止时间前后1天,则定义此类续保为无缝续保。如果第二次由本人或者非本人购买产品的保障期限的起始时间在第一次由本人或非本人购买的产品保障期限的终止时间前后30天,则定义此类续保为30天内续保。

[0018] 有益结果:

[0019] 1.针对不同险种、不同的平台上投保用户的续约情况和被保用户的续保情况进行分析,为企业精准到产品险种推出吸引用户购买活动带来帮助,有目的地提高平台上的购买率;本发明是一种的商业分析方法,有助设计商业模型的定性说明现有商业活动的效果;

[0020] 2.通过新定义的无缝续约续保指标可以充分评估用户的续约续保情况,对于企业时间段内营销方案的有效性有一定的衡量作用,同时对客户的忠诚度有一定的层次划分,续约用户中,无缝续约用户比例越大,说明这类用户的忠诚度越高,其次是30天内续约用户。

附图说明

[0021] 图1为用户续约分析流程图;

[0022] 图2为用户续保分析流程图。

具体实施方式

[0023] 以下结合附图和具体实施例对本发明作进一步详细说明。

[0024] 参阅图1所示,本发明实施用户续约分析数据处理流程如下:

[0025] 步骤11.对用户购买的数据预处理,统计出统计时间段内各险种各平台购买用户数。

[0026] 首先,需去除退保记录和无效记录,去除首次出单的用户记录。当不同用户在前后两次购买产品使用的是同一证件号码(包括身份证、军官证、护照、驾驶证、港台通行证或其他),可直接识别为同一投保人,不同用户在前后两次购买产品时使用的是同一个手机号或者邮箱,亦识别为同一投保人,例如表1中的用户1,用户2和用户3应为同一购买用户。

[0027] 表1用户购买信息

[0028]

用户	手机	邮箱	证件号	平台	……
用户1	18911122233	12345@qq.com	Card1	web	
用户2	13444422277	test@126.com	Card1	app	
用户3	18911122233	test@126.com	xxx	web	

[0029] 步骤12.分别统计出区分险种,不区分平台的续约用户数、无缝续约用户数和30天内续约用户数统计和区分平台,不分险种的续约用户数。

[0030] 其中,区分险种,不区分平台的续约用户数即统计出统计时段前一年1月1日到当前统计时段之间投保出单,且在当前统计时段范围内再次投保出单的用户数,续约前后用户购买的产品需是同一险种(对是否为同一产品不作要求),且用户购买的平台不要求一致。再分别统计出同一险种无缝续约和30天内续约两种情况的用户数,例如表2中用户4在20160801日续约,并且是健康险无缝续约用户,用户5在20160801日续约,并且是意外险30天内续约用户。

[0031] 表2用户续约信息

[0032]

投保用户	保单号	购买日期	起始日期	终止日期	险种	平台
用户4	1111111111	20150801	20150901	20160831	健康险	web
用户5	1111111112	20150101	20150215	20160815	意外险	app
用户4	1111111113	20160801	20160901	20170831	健康险	web
用户5	1111111114	20160801	20160901	20170630	意外险	web

[0033] 区分平台,不分险种的续约是按照各平台来统计,用户前后两次在同一平台上购买,购买的险种和产品不要求一致,统计出平台续约用户数,例如表2中用户4是20160801日web平台上的续约用户。

[0034] 步骤13.根据续约率=续约用户数/购买成功的用户数,计算出统计时段内各险种对应的续约率,无缝续约率,30天内续约率和各平台的续约率。

[0035] 参阅图2所示,本发明实施用户续保分析数据处理流程如下:

[0036] 步骤21.对被保用户的数据预处理,统计出统计时间段内各险种各平台被保用户数。

[0037] 首先,需去除退保记录和无效记录,去除首次被保记录。类似上述投保用户,当被保用户在前后两次由本人或者非本人被保时使用的是同一证件号码(包括身份证、军官证、护照、驾驶证、港台通行证或其他),可直接识别为同一被保人,不同用户在前后两次由本人

或者非本人被保时使用的是同一个手机号或者邮箱,亦识别为同一被保人。

[0038] 步骤22.分别统计出区分险种,不区分平台的续保用户数、无缝续保用户数和30天内续保用户数统计和区分平台,不分险种的续保用户数。

[0039] 其中区分险种,不区分平台是针对一年期产品,续保前后给被保险人由本人或非本人购买的产品属于同一险种(对是否为同一产品不作要求),而完成续保的平台不要求一致,统计出前一年1月1日到当前统计时段之间,被保过,在当前统计时段再次被保的用户数即为各险种续保用户数,再依据无缝续保和30天内续保定义统计出无缝续保用户数和30天内续保用户数。区分平台,不分险种是指按照各平台来统计,前后两次在同一个平台给被保险人完成承保,前后承保的险种和产品不要求一致,可统计出各平台续保用户数。

[0040] 步骤23.根据续保率定义分别计算出统计时段内各险种对应的续保率,无缝续保率,30天内续保率和各平台的续保率。

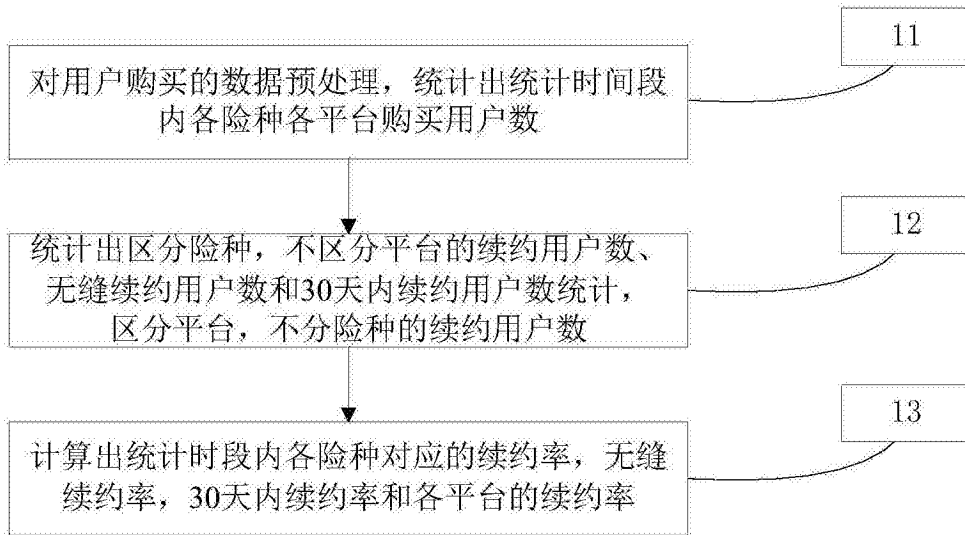


图1

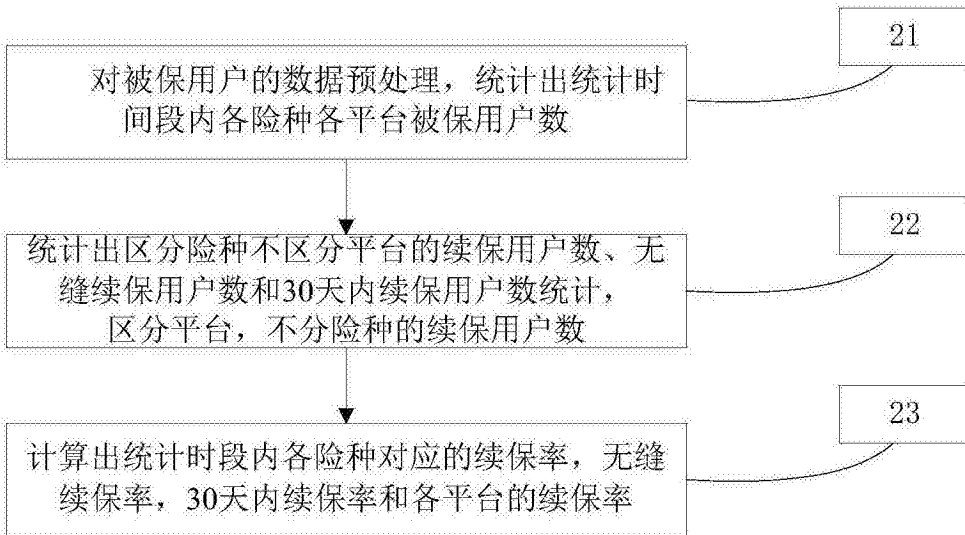


图2