



互联网渗透到我们生活的方方面面，保险服务和保险消费也在悄然生变。“80后”“90后”乃至更大年龄的保险客户群体逐渐由线下迁移到线上，来势汹汹的疫情，也让各家公司线上化展业进程提速。

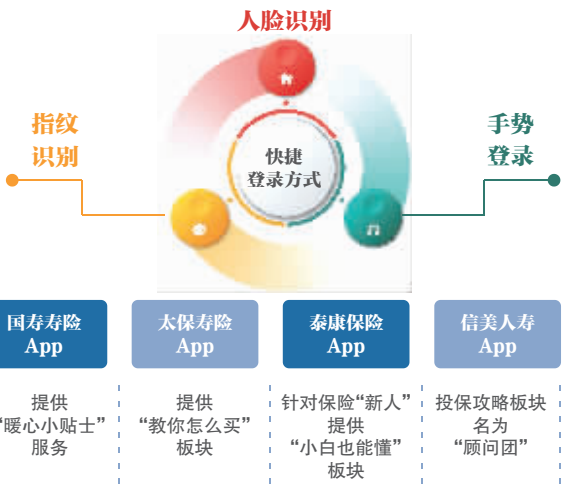
在保险业掀起数字化浪潮这一背景下，北京商报记者测评了行业内10家寿险公司、10家财险公司以App为主的线上获客渠道。试图从投保前、保障中、理赔时三个维度，展现出保险业数字化进程缩影并呈现了线上一站式保险服务流程的新趋势。

# 投保：精细化铺开

## 场景化服务



随着保险公司App升级迭代，加入了更加人性化的功能，越来越多的消费者开始通过App在线浏览、选购保险。



### ◎ 登录方式

投保前，精细化、便捷化、简单化的服务如同保险代理人与消费者的一次“握手”。在登录时，保险公司有App这一渠道的，均可实现一键登录，并且形式多样，涵盖验证码登录、账密登录以及微信、支付宝、苹果账户等第三方登录方式。

>>> 登录方式多样 >>> 科技含量多

### ◎ 攻略内容丰富

在社交平台被推荐的产品种草、看了短视频后开始有了想要购买一款产品的欲望……越来越多年轻群体在购买产品前对攻略变得依赖，而各家保险公司也在顺应这一需求。

>>> 保险攻略 >>> 健康课堂

### ◎ 智能客服够智能

在信息技术迅猛发展的今天，保险公司已经不止于单一电话服务渠道，已经逐渐向“电话客服+智能客服”的服务新模式拓展。各家保险公司App投保渠道中，均提供了响应速度快的智能客服，线上客服率达到了100%。

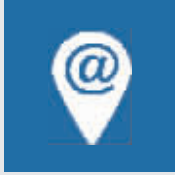
### ◎ 定制保障满足“高阶”需求

在保险公司App中，通过几道测试题，将消费者的回答结合大数据分析，可以更加精确地洞察到用户需求，这在一定意义上实现将选择权转移至消费者手中。

### ◎ 保险产品可对比

俗话说货比三家，买保险也是一样。以重疾险为例，要想了解一款产品，需要对比投保规则，保障内容、可选保障、保费、轻重症、保额等。

## 精细化服务



能够在投保前为用户提供多少“触点”，彰显着一家保险公司的专业能力和技术水平。



### 保障保险客户信息和隐私 ◎

《个人信息保护法》中“个人信息存储及传输的加密、去标识化、个人信息访问授权、个人信息处理日志保存、到期后的个人信息掩码处理”等要求，对险企的信息安全改造提出挑战。

国泰产险在系统应用层面



## 风控黑科技



投保前涉及获客营销、风险识别、个性推荐等环节，这背后，如何更有效保障客户隐私尤为重要。

### 安全漏洞分析 ◎

提升App小程序乃至H5的安全漏洞事件的研究水平和预警能力，提高威胁应对与风险管理能力，对促进线上投保安全可以提供强有力的支撑。

