

运营者说



平安集团副总经理兼首席运营执行官兼首席信息执行官陈心颖：

关于汽车市场

在平安集团互联网金融战略体系中,汽车市场还有很大潜力,平安集团希望在车主生命周期的每一步与外部合作,共同打造车主生态圈,而平安产险始终是汽车交易市场的重要组成部分。一方面,我们要充分利用多年积累的线下、线上独特优势,立足于客户需求,不断完善线上平台,提升服务效率和体验,并将集团的综合金融产品嵌入用户的生活服务,逐步横向迁徙,最终实现“一个客户、一个账户、多项服务、多个产品”,推动集团的“综合金融+”落地;与此同时,我们会围绕用户的“购车、用车、养车、修车”等全生命周期的各类需求,进一步充分发挥平安在客户资源、大数据、互联网、IT系统等方面的技术和优势,将“互联网+”的发展模式向主机厂、经销商、修理厂等行业合作伙伴开放,共同打造更加强大、开放的车主生态服务平台。



平安产险总经理杨铮：

关于3.0战略

回顾28年的发展历程,平安产险历经三个时代:传统渠道、产品导向的1.0时代,渠道改革、科技驱动的2.0时代,以及即将开启的3.0时代。3.0时代的平安产险未来将不再局限于平安产险内部的资源整合,而是将“互联网+车生活”的发展模式向全行业开放,携手集团内外部合作伙伴,共同利用新科技,打造更加强大的、开放式互联网车生活平台。

借助大数据手段不断丰富风险因子体系,在行业定价因子、传统核保因子基础上,我们已将非传统核保因子(信用行为、违章行为、消费行为)率先应用于风险筛选。与此同时,我们也在积极研究用户的车联网因子(驾驶行为、习惯、常用路线等)和互联网因子(社交、微博、消费、游戏、搜索等互联网信息),即将投入使用,这能够帮助我们基于用户行为特征乃至用户性格满足每个人的个性化投保需求并实现精准定价。

风景

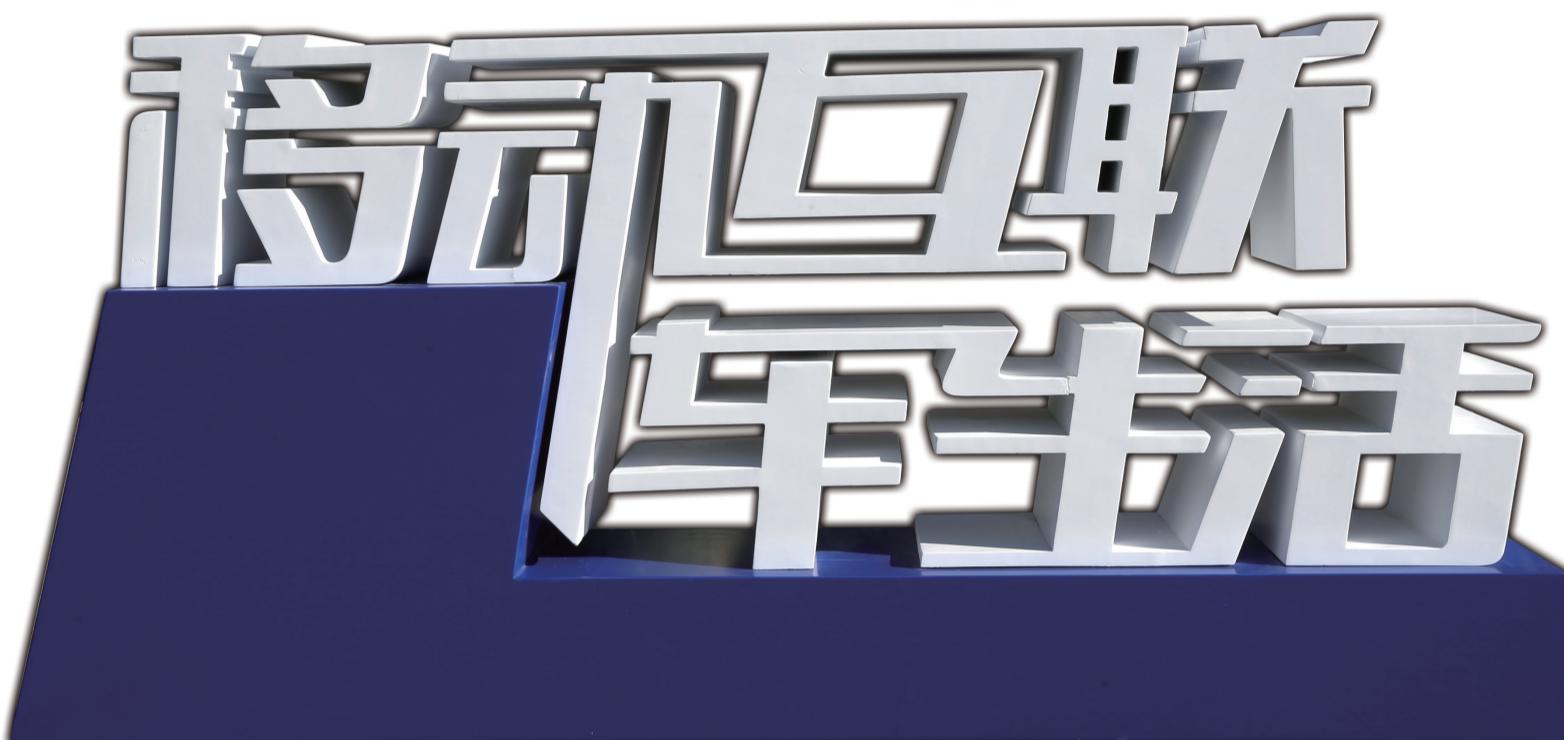
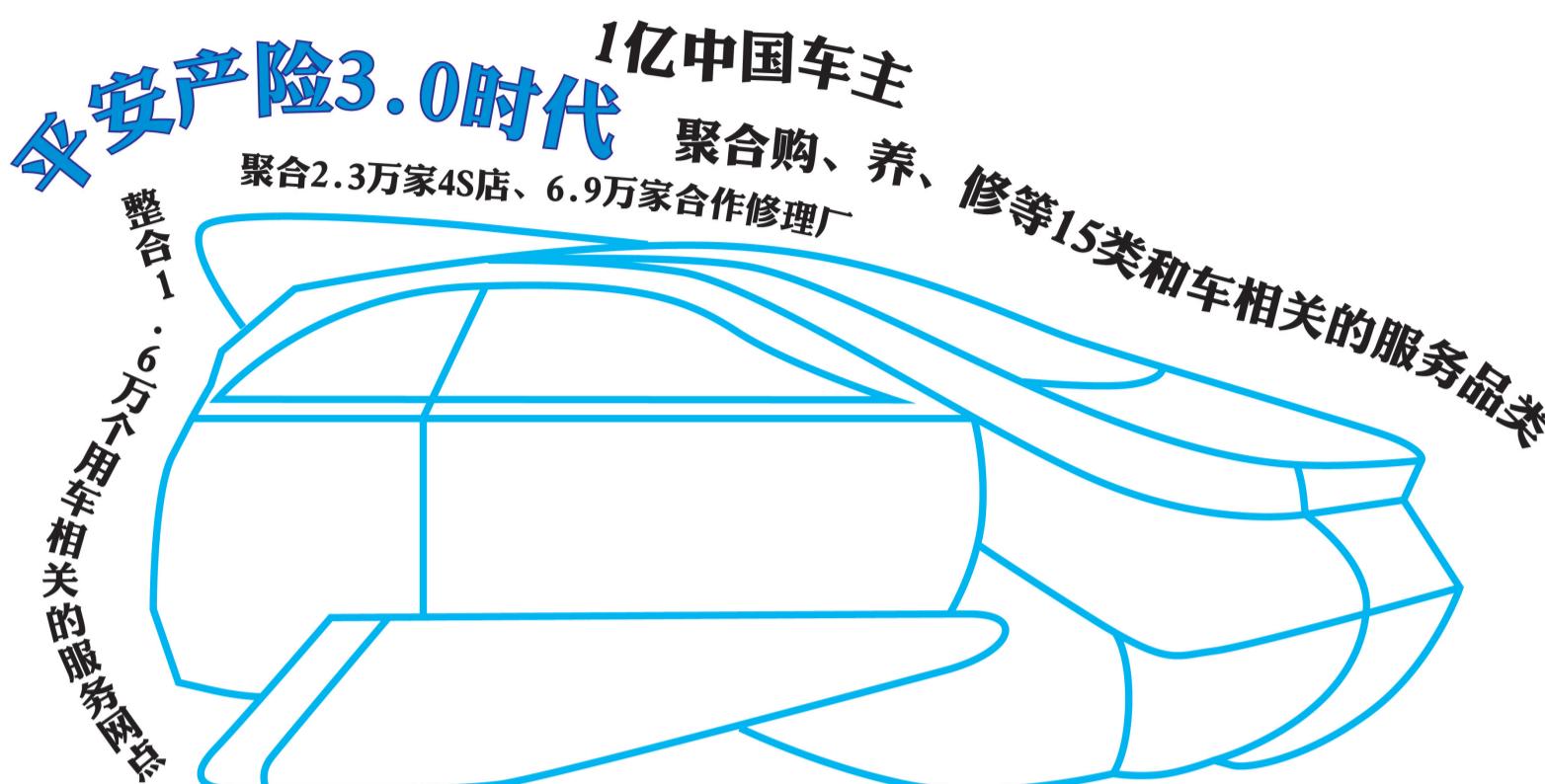


车主刘涛

在车主节启动仪式上,《芈月传》中的“芈姝”刘涛现身,并被授予此次车主节首席体验官。让人熟知知识的是她还是一位赛车手。2006年她曾在“纪念柯受良慈善汽车赛”上夺得女子组冠军,是内地女明星第一人。

“贤妻车手”刘涛显然也很配合:“以前开车遇到问题,第一个想到的是老公,以后再遇到问题,不用麻烦老公了,平安车险都能帮我搞定。”她表示,作为一个车主,很激动能看到车主节聚合了大量的用车服务优惠活动,而且覆盖了平日最关心的汽车保养服务,很期待。

(本版图片由本报记者林瑞泉摄)



王利博制图

开启移动互联车生活： 平安变局“车险+汽车后市场”

启动首个车主节、好车主APP3.0版,平安产险将车险行业从单纯的保险理赔向“车服务”全产业链开放

本报记者 南农

在汽车生命周期中,聚集着汽车厂商、4S店、配件厂商、交通部门、加油站、导航、保险等环节,他们共同聚集起来形成一个生态系统,即车主生态圈。平安车险将“车主”概念突破了只关注车主与保险的局限,以产业链角度深入了解车主需求,颠覆了传统的客户分析方式。

首个车主节

1月8日,以“移动互联车生活”为主题的首个专为车主定制的节日平安车主节启动。同时,平安产险构建移动互联车生活的两大产品平安好车主APP3.0版和车险口袋理赔服务正式推出。平安车主节,是继财神节、女神节、拥抱节等品牌活动后,中国平安互联网金融打造的又一节日。

好车主APP是为车主提供开放车生活的重要平台,好车主APP3.0版上线,涵盖“车保险、车服务、车生活”,致力解决用户在投保、理赔、服务等方面多项痛点,为更多车主提供一站式用车生活消费服务;另外,在科技提升用户体验方面,利用科技和移动互联网颠覆客户的理赔体验,口袋理赔在业内首次实现在线自助理赔。

具体来讲,全国范围内平安车主出现单方小额事故后,不用再打电话报案,不用现场等查勘人员到场,不用向交警报案,不用填任何表格,不用跑门店排队交任何材料,只需通过好车主APP或平安产险官微移动平台点选“出险经过—拍照—选择修理厂”三个步骤就能轻松搞定复杂的车险理赔。

面对车险市场中的理赔材料繁琐、理赔难、急需优质服务等问题,平安产险不仅推出口袋理赔服务和好车主APP3.0版,更将从买卖到维修养护、出行的整条产业链全部打通。

平安产险互联网事业部总经理李林斐介绍:车服务方面,好车主平台已聚合2.5万家核心合作4S店及修理厂,覆盖所有一二线城市和80%以上的乡镇,未来可支持车主实时咨询各种用车问题并找到最优解决方案;违章查询模块则已支持280多个城市,最快可实现24小时内完成违章代办。

平安产险总经理杨铮表示,“在平安产险开启3.0时代的同时,平安好车主平台也迭代到了3.0版本。不断进化的背后,我们的出发点没有改变,希望能让更多车主从‘买到好保险、用到好服务’出发,进而‘享受好生活’”。

开放服务平台

车主节活动平台聚合了购车、养车、修车等15类服务,涵盖了东风本

田、易车网、滴滴等21家跨界合作伙伴,整合了线下全国超过1.6万个用车相关的服务网点,致力为全国车主开启一站式移动互联车生活。

杨铮表示,平安产险的3.0时代是让客户用最简单的方式,解决最迫切的需求,让客户用最少的精力完成投保—理赔—服务。这意味着我们不仅要改造自身的业务流程,更需要面向广大个人车主,建设更加开放的车生活平台,此次车主节正是我们实践这种思路的一次尝试和探索。

在谈及双方合作时,东风本田执行副总经理陈斌波表示,在移动互联时代,需要平安这样的合作伙伴一起共同建立开放式生态平台,为车主全生命周期提供全方位服务。

平安集团总经理任汇川认为,互联网金融3.0时代,互联网对险企的改变分为“改善客户服务、改变定价模型以及去中介化”三个阶段,险企未来具有较大的改变空间。聚焦到车险,目前我国互联网用户向移动端迁徙,且汽车应用越来越普及,但车险作为较标准化产品,网销、移动销售的占比仍然较低,网络车险、移动车险潜力巨大;同时,我国汽车行业较为分散,让客户用最少的精力完成投保—理赔—服务,就需要建立更加开放的个人车主生态体系。

与主机厂、经销商、修理厂等产业链的更多合作伙伴携手,为行业带来更多变革的可能,这不应该是互联网汽车平台应该干的事吗? (下转第六版)