

산업별 상세 시나리오



보험 | 복합 상품 판매

국내 손해 보험 회사 매출의 약 50%가 자동차 보험이지만 수익의 80%는 장기 보험에서 창출되고 있습니다. 보험사의 핵심 과제 중 하나는 어떻게 자동차 보험 가입률을 높이면서 장기 보험(건강보험 등)의 판매를 촉진할 것인가입니다. 예를 들어 고객이 웹을 통해 자동차 보험료 견적을 요청하고 나서 3일이 지나도록 구매에 대한 문의가 없을 경우 이를 타사에 비해 가격 경쟁력이 없는 상품이 제안되었다고 판단한 후 가격 경쟁력이 있는 자동차 보험과 장기 보험을 포함한 복합상품을 제안하는 것이 하나의 대안이 될 수 있습니다. 이를 통해 고객 상황에 맞는 적절한 상품을 제안하여 기업 수익을 극대화할 수 있습니다.

과제

- 어떻게 자동차 보험 가입률을 높이면서 장기 보험(건강보험 등)의 판매를 촉진할 것인가?



의미 있는 비즈니스 이벤트

- 고객이 웹을 통해 자동차 보험료에 대한 가격 비교 수행(고객이 직접 e-mail, 전화 번호 등 고객 정보 입력)했으나 정해진 일자(1일 ~2일) 동안 가입에 대한 추가 문의 없음
- 타사에 비해 경쟁력 없는 자동차 보험료가 산출된 것으로 판단 => 즉각적 조치 필요

조치 예시

- 1일 동안 가입 문의 없을 시 e-mail을 통한 복합 상품 안내 (할인된 자동차 보험료+장기보험)
- 3일 동안 가입 접수가 없을 경우 TM 센터의 영업 직원을 통해 고객에게 맞춤형 복합 상품 소개

기대 효과

- 고객 상황에 맞는 적절한 상품 제안을 통해, 수익이 높은 복합 상품 판매 가능

그림6. 복합 상품 판매의 비즈니스 과제와 기대 효과

자동차 보험료 견적요청을 했던 고객 중에 일정 기간 동안 더 이상의 가입 문의가 없거나, 보험 가입으로 이어지지 않은 고객을 대상으로 고객 상황에 맞는 경쟁력 있는 복합상품을 권유하여 수익률 높은 상품 가입을 유도합니다.

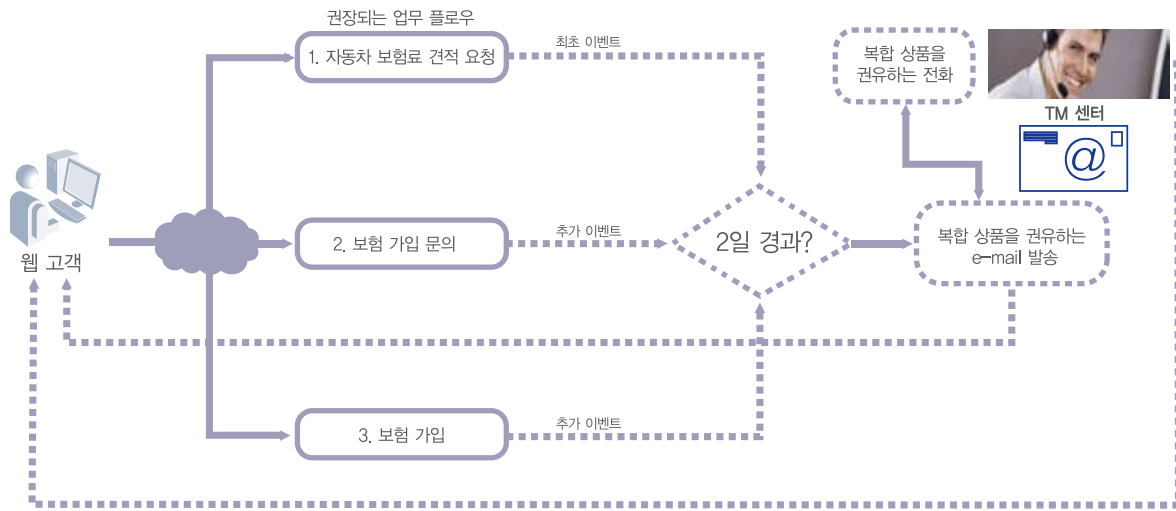


그림7. 복합 상품 판매 업무 시나리오

고객 접점과 관련된 시스템으로부터 자동차 보험 견적 요청 및 가입 관련 이벤트를 수집하여 상관관계 분석을 수행한 후, e-Mail 또는 콜 센터를 적절한 조치를 수행할 수 있도록 자동화된 조치를 수행합니다. 관련 시스템은 EAI와 같은 기존 통합 인프라를 활용하거나 WBE가 자체적으로 제공하는 Connectivity 기능을 통해 WBE와 연결됩니다.

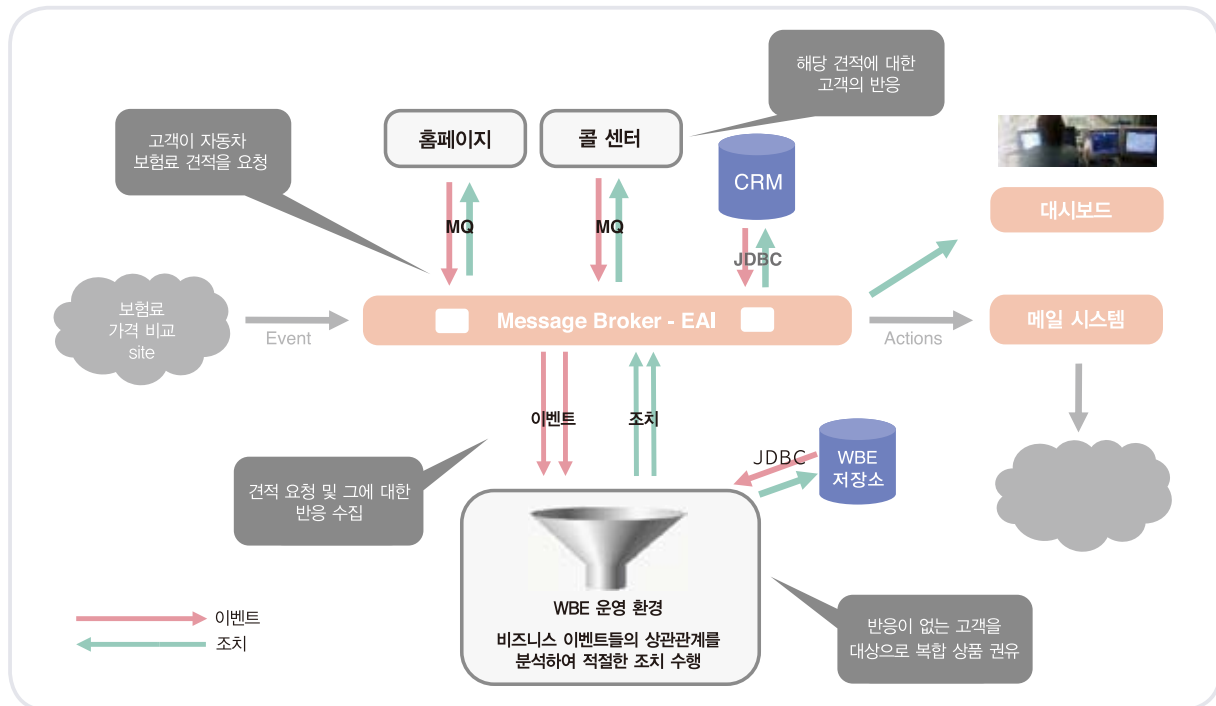


그림8. 복합 상품 판매 솔루션 아키텍처

산업별 상세 시나리오



보험 | 영업 지원 시스템

기존 회사 차원에서 바라보던 보험 라이프사이클을 고객의 경험을 중심으로 바라보는 관점의 변화가 요구되고 있습니다. 하여 고객 만족 증대와 고객 접점 기회 확대가 점점 더 기업의 중요 과제로 부각되고 있습니다. 영업점이나 컨설턴트 방문 등을 통한 직접 대면뿐만 아니라 웹 페이지, 콜 센터 등 간접 대면 채널을 통한 상품 및 만기 관련 문의가 증가하고 있기 때문에 이에 대한 빠른 즉각적인 대처를 통해 영업 기회를 증진시켜 기업의 수익성을 극대화할 수 있습니다.

과제

- 어떻게 고객 만족 증대와 고객 접점 기회 확대를 통한 신규 기회를 창출할 것인가

의미 있는 비즈니스 이벤트

- 홈페이지, 콜 센터 등 간접 대면 채널을 통한 상품 및 만기 관련 문의
- 영업점, 컨설턴트 등 직접 대면 채널을 통한 상품 및 만기 관련 문의

조치 예시

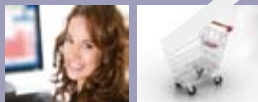
- 컨설턴트들에게 e-Mail, SMS, PDA 등으로 해당 고객의 이벤트 발생 정보 전송

기대 효과

- 동적이고 실시간적인 맞춤형 제공을 통한 매출 증대
- 고객과의 접점 관리 혁신을 통한 교차 판매 효과 증대

이벤트

고객과의 직간접 대면을 통한 상품 문의, 만기 문의, 변화 등의 영업 관련 이벤트 발생



콜 센터

홈페이지

조치

담당자에게 영업 관련 정보 전송을 통한 신규 영업 기회 창출

이벤트 처리 조건

이벤트 종류별, 우선 순위별 정보 분류 정리 및 저장

그림9. 영업 지원 시스템의 비즈니스 과제와 기대 효과

자동차 보험료 견적요청을 했던 고객 중에 일정 기간 동안 더 이상의 가입 문의가 없거나, 보험 가입으로 이어지지 않은 고객을 대상으로 고객 상황에 맞는 경쟁력 있는 복합상품을 권유하여 수익률 높은 상품 가입을 유도합니다.

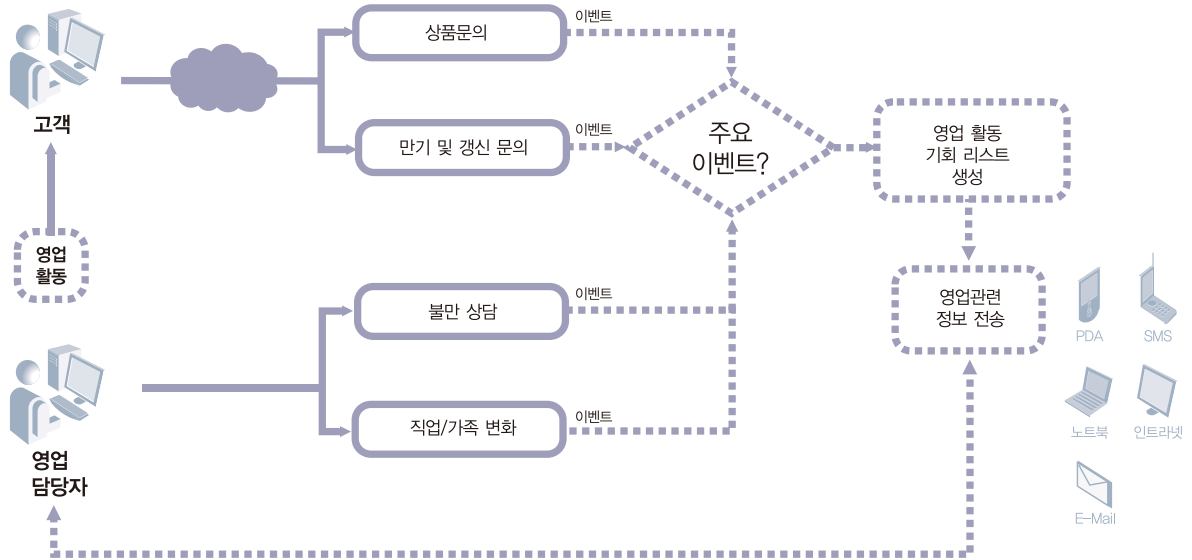


그림10. 영업 지원 시스템 업무 시나리오

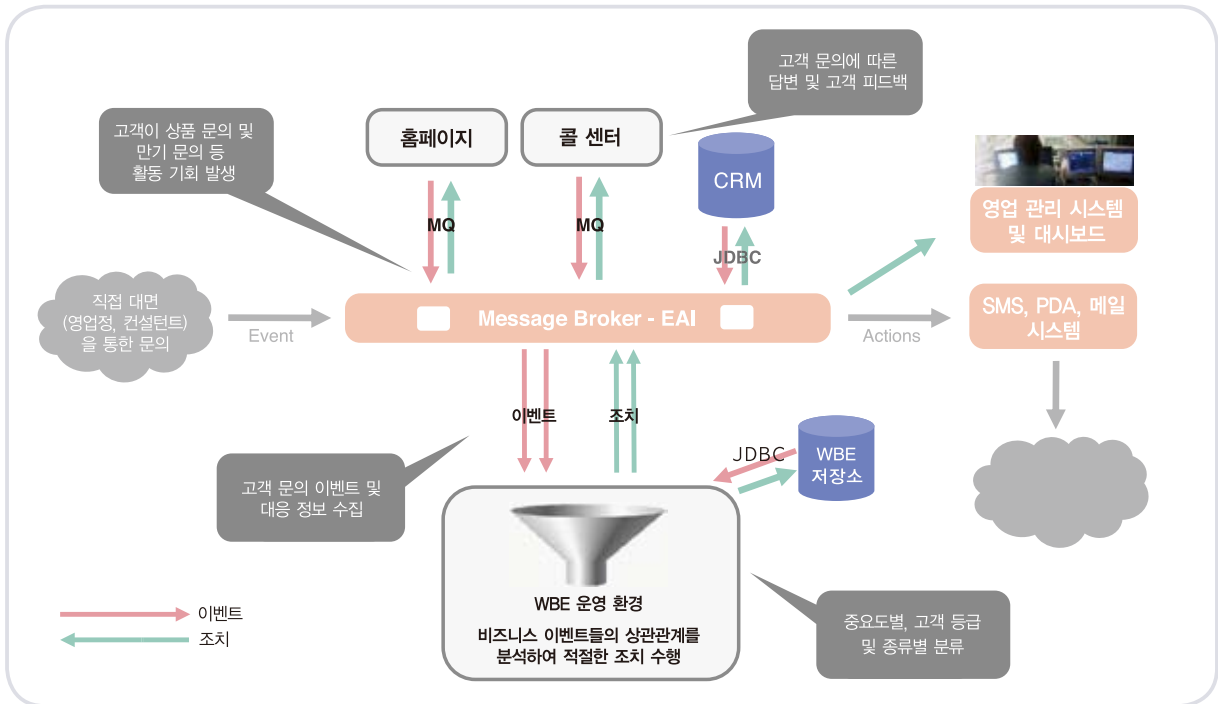


그림11. 영업 지원 시스템 솔루션 아키텍처

산업별 상세 시나리오



보험 | 보험 사기 방지

보험 사기 방지를 위한 기존 시스템 구성이 타 시스템 데이터를 EDW를 통해 데이터 마트에 반영하는 방식을 취하기 때문에 최소 1달 이전의 데이터로 보험 사기 여부를 판정하고 있어, 적시성이 부족한 문제점을 안고 있습니다. 또한 주로 청구 시스템 데이터만을 실시간으로 전달 받아 처리하기 때문에 보험 사기 판정 정확도가 저하되고 있습니다. 고객이 웹이나 전화를 통해 개인정보를 수시로 변경하거나 보험금 수령에 대한 수차례 문의가 있는 후 일정 기간 내에 유사한 사고가 발생하여 보험금 청구가 요청될 경우 미리 보험 사기 가능성이 높은 청구 건에 대한 즉각적인 정보 수집이 가능하기 때문에 사전에 보험 사기를 예방할 수 있어 궁극적으로 기업의 수익성을 향상시킬 수 있습니다.

과제

- 보험 사기 방지를 위해 어떻게 하면 다양한 시스템으로부터의 정보를 실시간으로 취득 및 활용이 가능할까?

의미 있는 비즈니스 이벤트

- 웹이나 전화를 통해 개인 정보(주소, 전화 번호, 계좌 정보, 비밀 번호 등)를 변경한 후 보험금 지급을 신청한 경
- 웹페이지나 콜 센터를 통해 다양한 유형의 사고에 대해 얼마의 보험금이 나올 수 있는지 문의한 이력 있음
- 보험금 문의 이후 일정 기간 이내에 유사한 사고 발생 및 보험금 청구 => 조치 필요

조치 예시

- 동일한 고객으로부터 일정한 기간 내에 잦은 보험료에 대한 문의 접수 시 주의 고객으로 등록
- 일정 기간 내에 보험금에 대한 문의 이후 유사한 사고 발생 시 즉시 보험 사기 여부 조사 시행

기대 효과

- 보험 사기 가능성이 높은 청구 건에 대한 즉각적인 정보 수집 가능
- 보험 사기 예방으로 수익성 향상

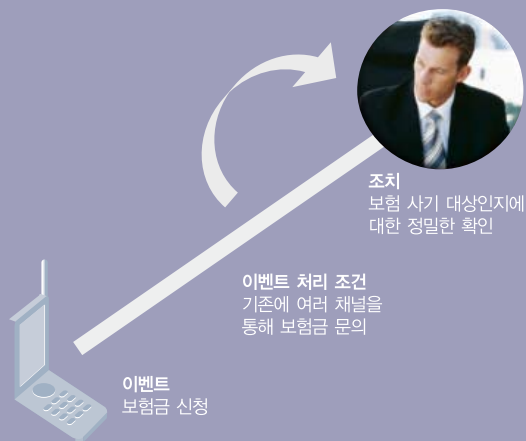


그림12. 보험 사기 방지의 비즈니스 과제와 기대 효과

웹이나 전화를 통해 주소, 계좌 정보, 비밀 번호를 변경한 후 보험금 지급을 신청한 경우, 여러 채널을 통해 해지 관련 상담이나 보험금 관련 상담을 수 차례 수행한 후 보험금 지급을 신청한 경우, 보험금 문의 이후 일정 기간 이내에 유사한 사고발생 및 보험금 청구가 이루어진 경우에 대해 정밀한 조사가 이루어질 수 있도록 즉각적으로 보험 사기 대상으로 분류합니다.

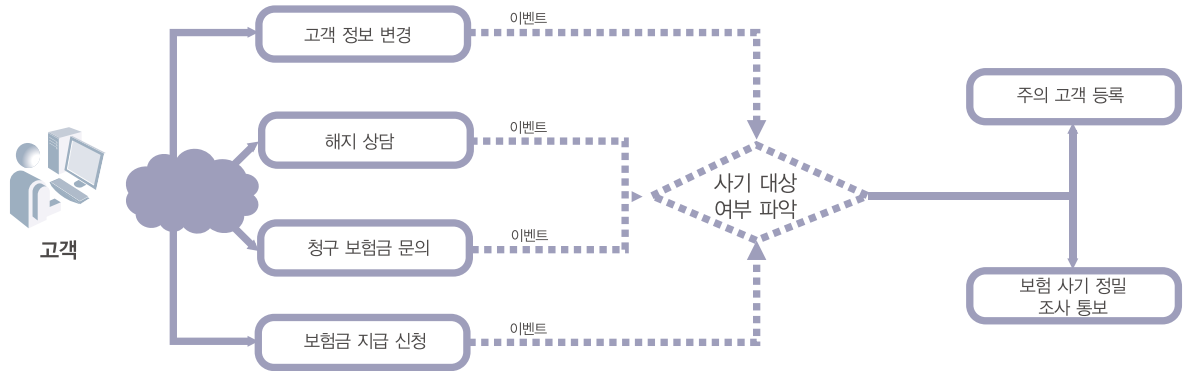


그림13. 보험 사기 방지 업무 시나리오

멀티 채널에서 발생하는 고객 접촉 내역, 고객 정보 변경, 보험금 신청 등과 같은 이벤트를 수집하여 실시간으로 보험 사기 대상을 여부를 판별하기 위해서는 채널 통합 시스템, 계정계 등과 같은 관련 시스템과의 연계가 필요합니다. 관련 시스템은 EAI와 같은 기존 통합 인프라를 활용하거나 WBE가 자체적으로 제공하는 Connectivity 기능을 통해 WBE와 연결됩니다.

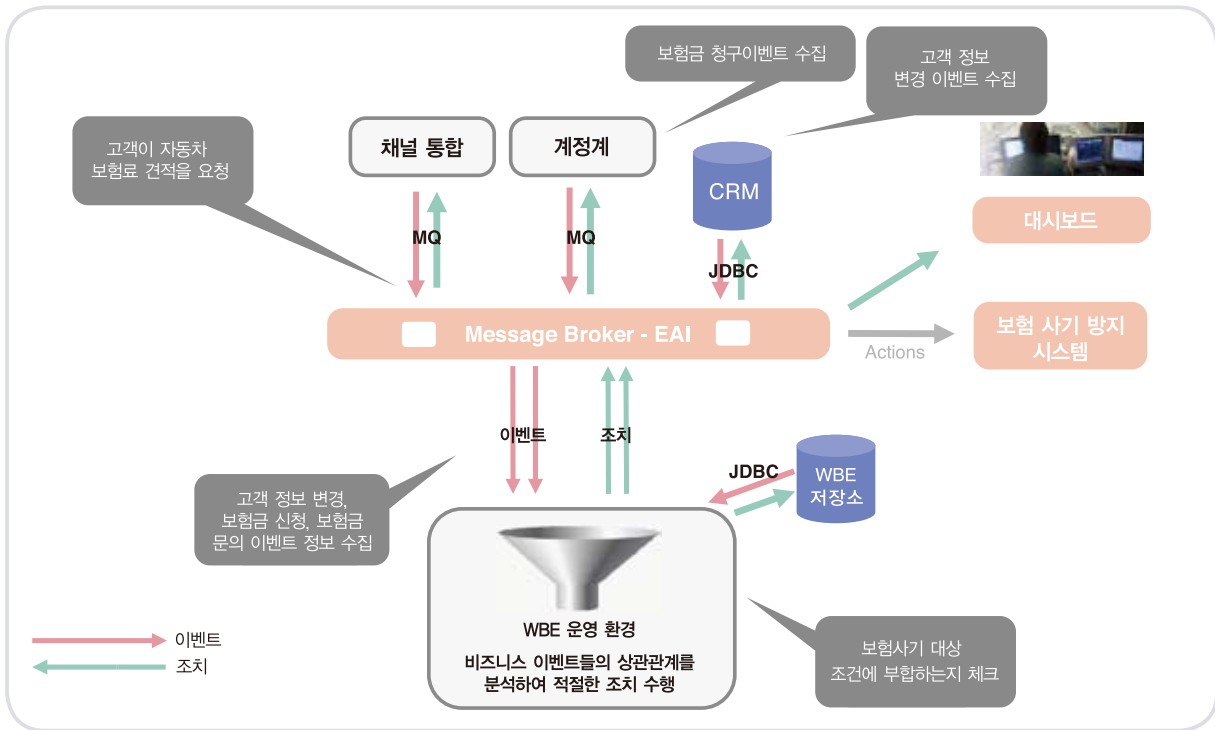


그림14. 보험 사기 방지 솔루션 아키텍처

산업별 상세 시나리오



보험 | 복합 상품 판매

보험 상품에 대한 가입 의지가 가장 활발한 시기는 사고나 질병으로 인해 보험금을 수령하는 시기입니다. 웹이나 지점을 통해 특정 고객의 보험금 청구 접수나 심사 업무가 시작될 경우 고객의 다양한 정보를 파악하여 가입할 확률이 높은 추가 보험 상품을 전달하게 되면 이를 통해 영업 효율성을 높일 수 있습니다.

과제

- 보험금을 신청한 고객에게 적합한 다른 상품을 최대한 빠르게 가입 권유 필요



이벤트
고객으로부터 보험금 청구 접수



조치
고객에게 적합한 상품 권유

이벤트 처리 조건
보험금을 청구한
고객의 보험 가입 정보 조회

의미 있는 비즈니스 이벤트

- 웹이나 지점을 통해 특정 고객의 보험금 청구 접수 및 심사 업무 시작

조치 예시

- 보험금 청구한 고객의 타 보험 가입 정보 파악
- 나이, 성별, 직업 등을 고려하여 가입할 확률이 높은 보험 상품을 직접 대면 채널 또는 TM 센터를 통해 즉각적으로 가입 권유 실행

기대 효과

- 고객의 보험 가입 욕구가 강한 시기를 최대한 활용 가능
- 효과적인 영업 활동으로 다양한 채널의 영업 효율성 제고

그림15. 복합 상품 판매의 비즈니스 과제와 기대 효과



산업별 상세 시나리오



은행 | 자금 세탁 방지

특정 금융 거래 정보의 보고 및 이용 등에 관한 법률 시행에 따라 각 금융사에서는 신뢰성과 투명성 있는 자금 세탁 방지 시스템 구축이 필요합니다. 특정 기간 이내에 다수의 소액 입출금이 반복되는 계좌가 있다면 이를 자금 세탁 조사 대상으로 등록함으로써 실시간 혐의 거래를 파악하여 즉각적인 대처를 할 수 있는 자금 세탁 방지 시스템을 구축할 수 있습니다.

과제

- 실시간 혐의 거래를 파악하여 즉각적인 대처를 할 수 있는 자금 세탁 방지 시스템을 구축할 수 있을까?



의미 있는 비즈니스 이벤트

- 1주일 이내의 다수의 예금 입출금 반복

조치 예시

- 자금 세탁 조사 대상으로 등록

기대 효과

- 자금 세탁에 대한 실시간 위험 식별 및 통보 가능
- 혐의 거래 사전에 방지

그림16. 자금 세탁 방지의 비즈니스 과제와 기대 효과

1주일 이내에 다수의 소액 입출금이 반복되는 계좌를 감지하여 자금 세탁 조사 대상으로 등록함으로써 실시간 혐의 거래를 파악하여 즉각적인 대처를 할 수 있는 자금 세탁 방지 시스템 구축을 가능하게 합니다.

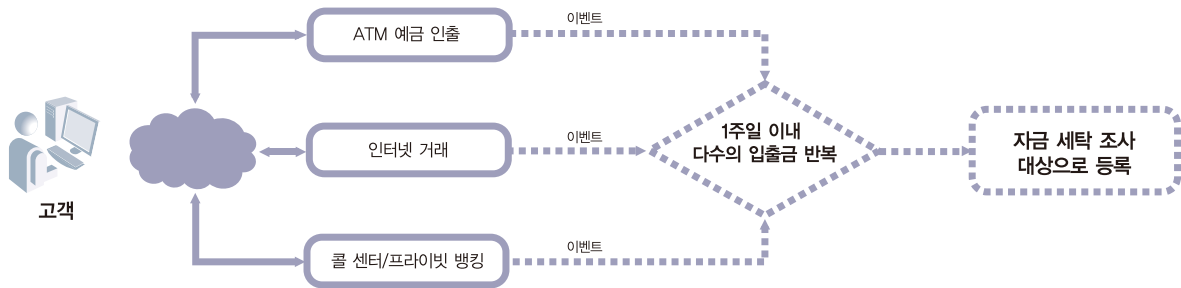


그림17. 자금 세탁 방지 업무 시나리오

입출금 거래 내역 이벤트를 수집하여 실시간으로 자금 세탁 조사 대상을 판별하기 위해서는 계정계 시스템 및 자금 세탁 방지 시스템 등과의 연계가 필요합니다. 관련 시스템은 EAI와 같은 기존 통합 인프라를 활용하거나 WBE가 자체적으로 제공하는 Connectivity 기능을 통해 WBE와 연결됩니다.

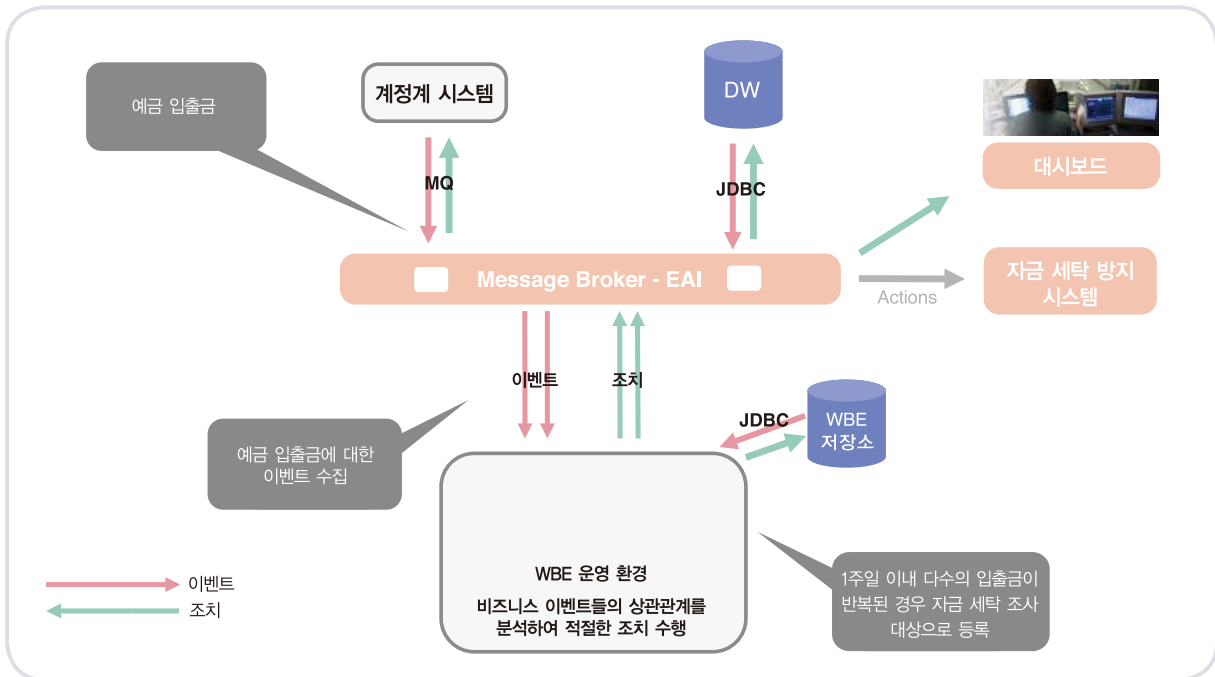


그림18. 자금 세탁 방지 솔루션 아키텍처

산업별 상세 시나리오

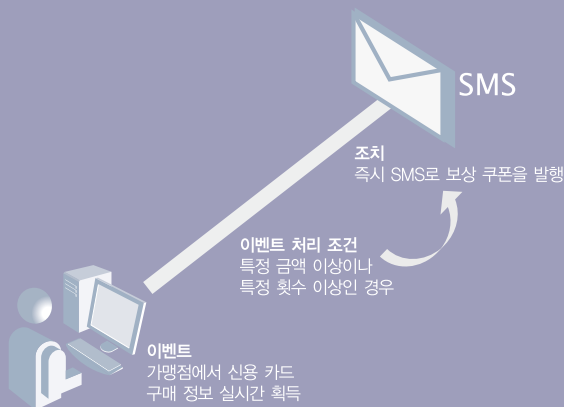


신용카드 | 복합마케팅

고객을 위한 실시간 프로모션이 필요하지만 현재 마케팅 시스템은 성능 요구와 구현 시점에 대한 요구를 맞추지 못하고 있습니다. 가맹점으로부터 신용 카드 구매 관련 정보 실시간으로 획득하여, SMS를 통한 할인 쿠폰 제공 및 한도 증액 통보와 같은 고객 상황에 맞는 복합 마케팅 제안을 즉각적으로 수행함으로써 추가적인 구매를 유도할 수 있습니다. 이를 위해서는 IT 시스템 IT 차원의 지원이 요구됩니다.

과제

- 어떻게 신용 카드 고객들에게 실시간 마케팅 프로모션을 진행할 수 있는가?



의미 있는 비즈니스 이벤트

- 특정 가맹점에서 일정 금액 이상 사용 고객
- 정해진 기준의 신용 카드 사용 고객 (예, 최근 1달간 커피를 10회 이상 결제)
- 한도 초과 고객

조치 예시

- 특정 가맹점에서 일정 금액 이상 사용 고객에게 가장 가까운 다른 가맹점의 할인 쿠폰을 실시간으로 송부하여 추가 구매 유도
- 정해진 기준의 신용 카드 사용 고객에게 보상을 하기 위한 쿠폰 등을 SMS를 통해 실시간 송부 (기한을 두어 추가적인 구매 유도)
- 실시간으로 한도 초과 고객의 성향을 분석하여 한도 증액 실시 및 SMS 통보

기대 효과

- 고객 상황에 맞는 복합 마케팅 제안을 실시간으로 수행하여 추가적인 구매 유도 및 실시간 마케팅 인프라 구축

그림19. 복합마케팅의 비즈니스 과제와 기대 효과

가맹점에서 신용 카드 구매 정보 실시간으로 획득하여, SMS를 통한 할인 쿠폰 제공 및 한도 증액 통보와 같은 고객 상황에 맞는 복합 마케팅 제안을 즉각적으로 수행함으로써 추가적인 구매를 유도합니다.

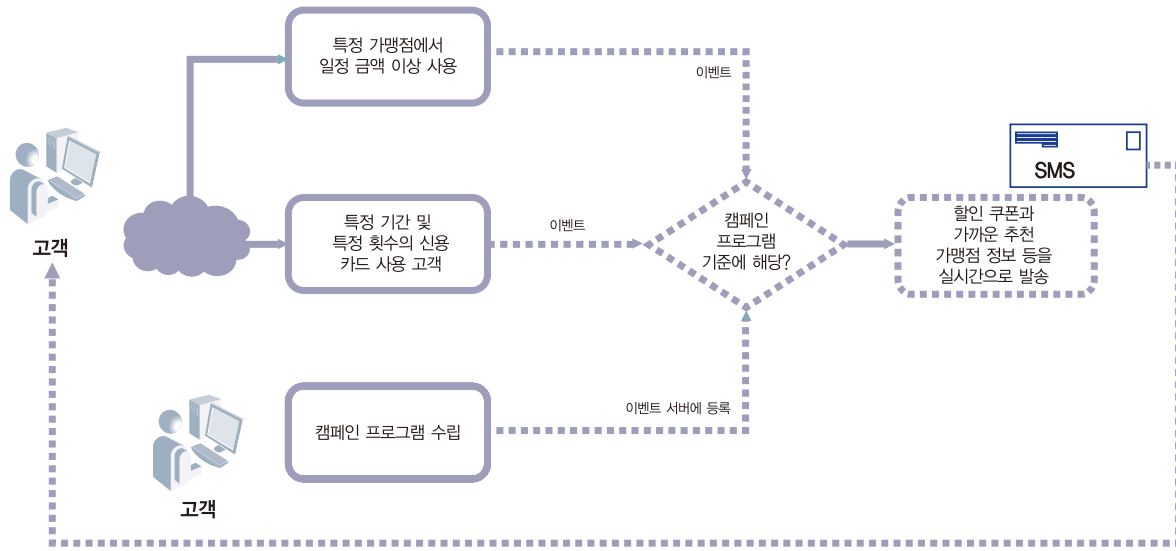


그림20. 복합마케팅 업무 시나리오

승인 시스템으로부터 카드 승인 내역 이벤트를 실시간으로 수집하고, 카드 시스템이나 DW 시스템으로부터 기존 구매 이력 정보를 참조하여 상관관계를 분석한 후 SMS를 통해 자동화된 복합 마케팅 캠페인을 실시할 수 있도록 EAI/ESB와 같은 기존 통합 인프라를 활용하거나 WBE가 자체적으로 제공하는 Connectivity 기능을 통해 WBE 시스템과 연결됩니다.

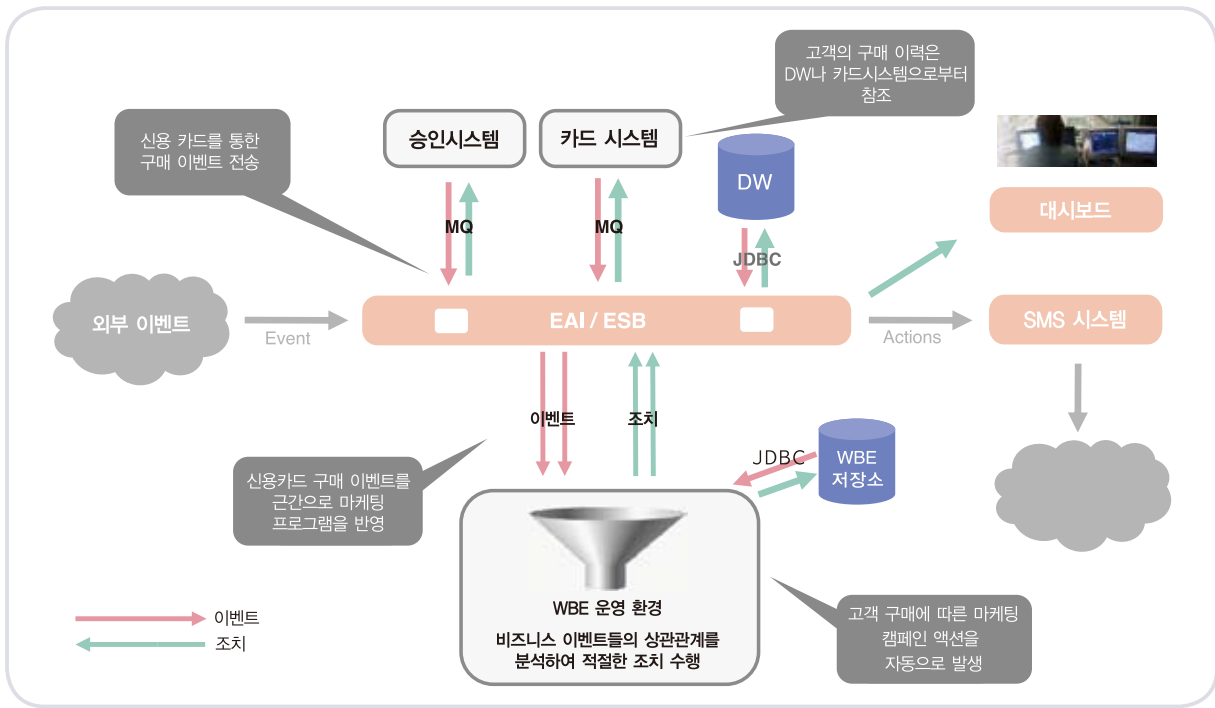


그림21. 복합마케팅 솔루션 아키텍처

산업별 상세 시나리오



증권 | 우량 고객 우대

1일 3회 이상 매수와 매도를 반복하는 우량 고객에 대해서 실시간 정보와 새로운 마케팅이 필요합니다. 매수 후 특정 시간 내에 매도하는 고객 중 매도와 매입을 반복적으로 수행하는 우량 고객을 선별하여, 당일 거래 안내 및 프로모션 정보를 발송할 수 있습니다. 이처럼 고객 상황에 맞는 실시간 마케팅 프로모션을 통해 고객 만족도 개선과 수익성 증대를 도모합니다.

과제

- 어떻게 우량 고객의 만족 증대와 수익을 개선할 것인가?

의미 있는 비즈니스 이벤트

- 1일 3회 이상 주식 매도와 매수를 반복

조치 예시

- 당일 거래에 대한 정보 전송
- 프로모션 안내

기대 효과

- 고객 상황에 맞는 적절한 상품 제안을 통해, 고객 만족 증대와 고객의 수익 증대

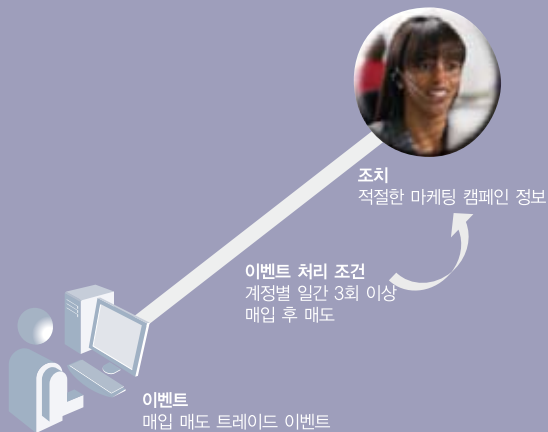


그림22. 우량 고객 우대의 비즈니스 과제와 기대 효과

매수 후 1시간 이내 매도하는 Day Trader 중 1일 3회 이상 매도와 매입을 반복하는 우량 고객을 선별하여 당일 거래 안내 및 프로모션 정보를 발송하는 것과 같이 고객 상황에 맞는 실시간 마케팅 프로모션을 통해 고객 만족도 개선과 수익성 증대를 도모합니다.

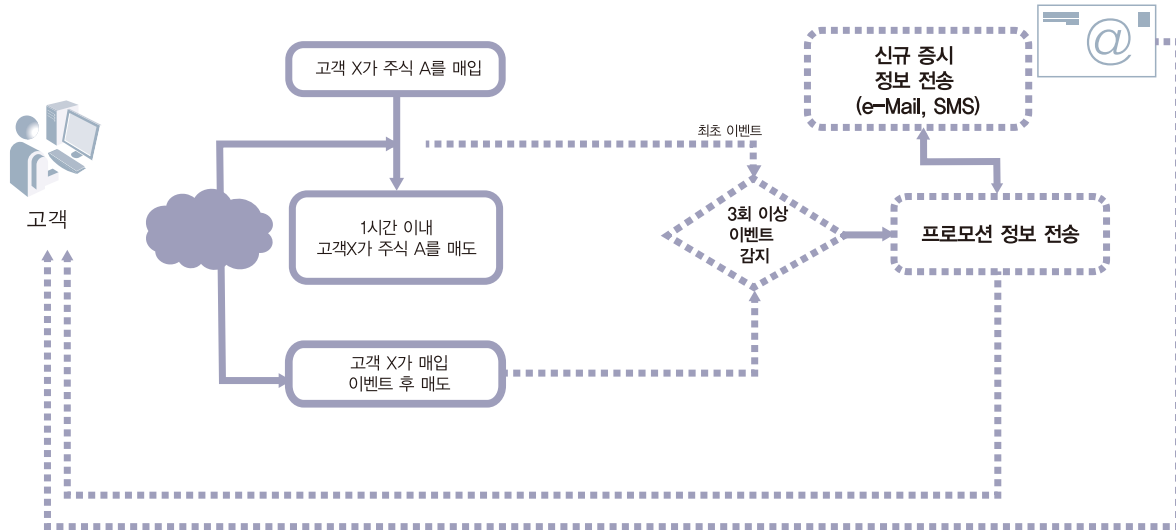


그림23. 우량 고객 우대 업무 시나리오

실시간으로 거래 내역 이벤트를 감지하여 자동화된 마케팅 프로모션을 수행하기 위해서는 주문 시스템 및 기타 내외부 시스템과의 연계가 필요합니다. 관련 시스템은 EAI와 같은 기존 통합 인프라를 활용하거나 WBE가 자체적으로 제공하는 Connectivity 기능을 통해 WBE와 연결됩니다.

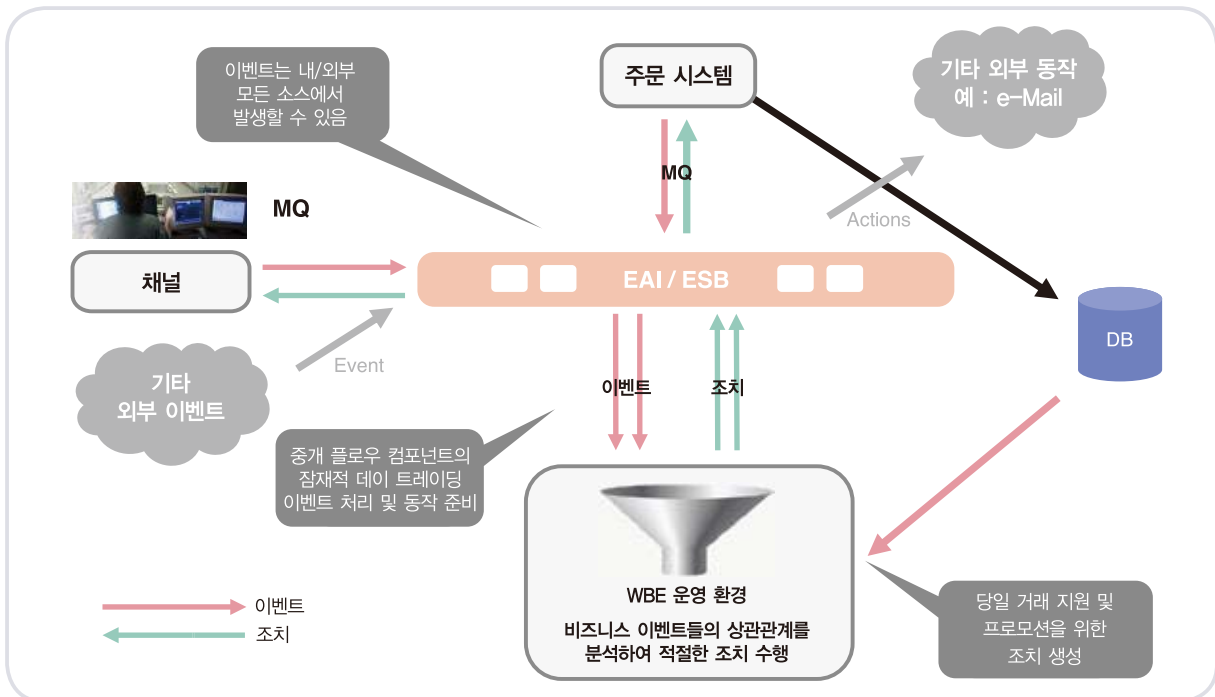


그림24. 우량 고객 우대 솔루션 아키텍처