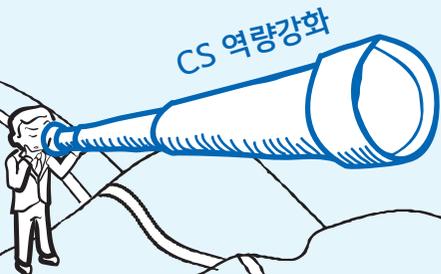




고객가치 제고를 위한 솔루션 제공

신한금융그룹은 최고의 고객만족을 위하여 서비스 역량을 강화하고 있으며, 디지털 혁신과 금융교육을 통해 새로운 고객 가치를 제공합니다.



CS 역량강화

CS 고객현장방문

연 **400** 회

디지털 금융 혁신



신한은행 비대면서비스 활성화

바이오 인증

신한금융그룹 모바일뱅킹 고객

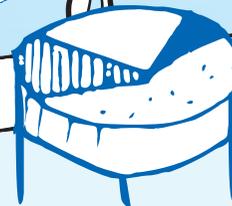
1,300 만 명



금융경제교육 누적 인원

638,000 명

금융교육



고객이 체감하는 따뜻한 금융

신한금융그룹은 '미래를 함께 하는 따뜻한 금융'이라는 미션을 바탕으로 언제나 고객에게 가장 힘이 되는 금융이 되기 위해 노력합니다. 고객이 체감하는 따뜻한 금융이 될 수 있도록 고객의 입장에서 상품과 서비스를 개선하고, 고객과 회사의 수익이 동반 성장하는 선순환을 위해 최선을 다하고 있습니다.



디지털 기반의 고객경험 혁신

고객경험의 영역에서는 모바일, 인공지능, 블록체인 등 디지털 신기술이 출현하면서, 디지털 기술을 활용한 변화가 가속화되고 있습니다. 금융과 기술을 합성한 'Fintech'(Finance + Technology)라는 단어가 일상화되었고, 핀테크 기업들은 기존에 없던 혁신적인 상품과 서비스로 금융의 영역에 빠르게 진입하고 있습니다. 신한금융그룹 또한 디지털을 활용한 새로운 혁신 기회를 모색하고 있습니다.

신한금융그룹의 디지털 혁신은 금융 고객에게 더욱 편리하고 유용한 서비스를 보다 빠르게 제공하는 것을 목적으로 합니다. 기존의 금융 서비스에서 발생하던 불편과 불만을 데이터의 힘으로 발굴하고, 자동화와 프로세스 개선 등으로 문제를 제거하는데 초점을 맞춥니다. 이를 통해 고객경험을 혁신적으로 변화시켜 새로운 만족을 제공하는 금융 서비스를 지향합니다.



고객과 함께하는 금융경제교육

한편 보다 많은 고객이 금융과 친숙해지고, 금융 서비스를 통해 더 나은 삶을 영위할 수 있도록 금융교육을 실시하고 있습니다. 어린이와 청소년, 고령자 등 대상에 따라 맞춤형 교육을 제공하여 금융에 대한 이해를 돕고 있습니다.



CASE STUDY

디지털 생태계 구축, 퓨처스랩

신한금융그룹은 스타트업 기업을 지원하고, 디지털 생태계를 구축하기 위해 '신한 퓨처스랩'을 운영하고 있습니다. 신한 퓨처스랩은 스타트업 기업이 금융과 협력하여 함께 성장하는 상생의 관계를 지향하며, 스타트업 기업이 초기에 필요로 하는 투자, ICT 인프라, 금융 노하우 등을 제공합니다. 스타트업 기업은 혁신적인 기술과 아이디어 개발에 집중하는 가운데 신한과 함께 고객이 필요로 하는 디지털 서비스를 통해 새로운 가치를 창출하고 이를 공유합니다. 2015년 출범한 신한 퓨처스랩은 61개 스타트업 기업과 협력하고 있으며, 21개 영역에서 협력 모델을 만들어왔습니다.

스타트업 기업의 실질적 지원을 위해 신한금융그룹은 63억 원을 직접 투자하였으며, 최근에는 이들 기업이 필요로 하는 비금융 지원을 위해 다양한 산업 영역의 육성 기관들과 협력을 확대하고 있습니다.

2016년에는 베트남 퓨처스랩을 개설, 핀테크 육성 프로그램의 첫 해의 진출 사례를 만들었습니다. 신한 퓨처스랩 베트남은 현지 핀테크 전문가와 국내 글로벌 멘토 그룹의 멘토링으로 베트남의 핀테크 기업 지원 뿐만 아니라 국내 기업의 베트남 시장 진출을 지원 합니다.

신한데이터시스템은 퓨처스랩의 핀테크 벤처기업들과 협업하여 특화된 기술과 서비스를 상용화시키고 있습니다. 현재 개발된 기술로는 기업용 블록체인 플랫폼 개발 및 머신러닝 기반의 서버, 인프라 장애예측과 운영 자동화 서비스를 개발하여 신한은행의 서버,인프라 장애예측 서비스를 테스트 중입니다.

신한금융그룹은 퓨처스랩의 스타트업 지원 뿐만 아니라 스타트업과의 파트너십 구축 및 실질적인 협업을 통하여 핀테크 기술 발전을 통한 신한의 기술 경쟁력 강화에 앞서고 있습니다.



베트남 퓨처스랩

고객이 체감하는 따뜻한 금융

고객 중심의 상품과 서비스 제공

신한금융그룹은 고객 수익률 중심의 상품을 통해 고객 만족을 증진시키고, 고객 가치를 향상시키고 있습니다.

신한은행의 '신한BNPP유로커버드콜' 펀드는 출시 3개월 만에 1,000억 원의 판매잔액을 돌파하며 호평을 받고 있으며, 2016년 출시한 '신한BNPP커버드콜펀드' 또한 2017년 한 해 1.3조 원 이상 판매되며 우수한 성과를 보이고 있습니다. 고객 보유자산의 사후관리에 있어서는 비대면 채널을 이용하는 고객들에게 특화된 서비스를 제공하는 펀드전문상담팀을 운영하고 있습니다.

신한금융투자는 업계 최초로 고객수익률을 직원 평가에 반영하는 '고객수익률 평가제도'를 도입하여 6년간 지속적인 고객수익률 상승을 이끌어냈습니다. 특히, 최근 3년 PB가 관리하는 고객들의 1년 고객수익률은 2015년 5.66%, 2016년 5.76%, 2017년 10.22%의 우수한 수익률을 달성하였습니다. 또한, 상품 공급 부서까지 수익률 평가 범위를 넓혀 상품공급과 고객관리 전체를 아우르는 평가를 진행하고, 고객수익률 향상에 기여하고 있습니다.

다양한 고객 소통 프로그램을 통한 고객중심경영

신한금융그룹은 고객과의 소통을 통해 다양한 고객 의견을 반영한 상품을 출시하고, 서비스를 개선하고 있습니다.

소비자보호의 관점에서 제도와 업무를 개선하기 위한 목적으로 2002년부터 '고객패널제도'를 운영하고 있습니다. 2018년도 신한카드는 새로운 전략방향인 '초연결 경영을 위한 딥 체인지(Deep CHANGE)'를 바탕으로 'HC(Hyper Connect) 고객패널'을 구성하여, 20대부터 50대까지 폭넓은 연령의 고객과 함께 디지털 및 신금융, 할부사업 등 다양한 영역에서 고객을 위한 폭넓은 개선 활동을 진행할 것입니다.

이 외에도 소비자의 업무 개선 아이디어 중 우수 제안을 선정해 시상하는 '예스 리워드(Yes-Reward)', 소비자의 불편사항을 임원이 직접 방문 청취하는 '숨비소리' 프로그램, 온라인 소비자를 대상으로 한 설문조사 시스템인 '신한폴(Poll)'을 통해 고객의 의견을 반영하고 있습니다.



신한카드 고객 패널 발대식



신한카드·신한금융투자·신한생명, CCM 인증

고객중심경영 인증

다양한 고객중심경영 활동에 힘입어 신한카드는 카드업계에서 유일하게 공정거래위원회 주관의 ‘고객중심경영 (CCM)’ 인증을 2015년에 이어 두 번째로 획득하였습니다. 또한, 고객 대면서비스 품질의 우수성을 인정받아 ‘한국 서비스품질지수(KS-SQI)’와 ‘한국산업의서비스품질지수 (KSQI)’에서 1위를 수상하였습니다.

제품 및 서비스에 대한 고객만족도를 평가한 ‘국가고객만족도(NCSI)’, ‘한국산업의 고객만족도(KCSI)’, ‘글로벌고객만족도(GCSI)’에서도 1위를 기록하며 고객이 사랑하는 기업 1위의 기업의 위상을 이어갔습니다.

다변화된 고객 니즈를 고려한 상품 출시

신한은행은 다변화되는 고객의 니즈를 반영한 상품과 서비스를 개발하고 있습니다.

고용안정성으로 인해 대출 조건에서 어려움을 겪는 프리랜서들을 위하여 프리랜서 전용 대출창구를 마련하였습니다. 이를 통해 기존 제2금융권 대출보다 더 좋은 금리를 제공하고 있습니다. 프리랜서들의 플랫폼인 ‘이랜서’와 MOU를 체결하여 프리랜서들의 안정적인 금융 기반 확보에 기여하였습니다.

이 외에도 1인 가구 고객을 대상으로 2배의 이율을 제공하는 ‘신한 두 배 드림(DREAM) 적금’, 반려동물을 기르는 고객을 위한 상품 ‘위드펫(With Pet) 적금’ 등 고객의 다양한 니즈를 위한 상품을 출시하였습니다.

고객중심경영 관련 수상 내역

한국서비스품질지수(KS-SQI)



한국표준협회
1위(4년 연속)

글로벌 고객만족도(GCSI)



글로벌경영협회
1위(13년 연속)

국가 고객만족도(NCSI)



한국생산성본부
1위

한국산업의 고객만족도(KCSI)



한국능률협회컨설팅
1위(4년 연속)

한국산업의 서비스 품질지수(KSQI)



한국능률협회컨설팅
1위(7년 연속)

그룹 시너지를 통한 차별화된 고객만족

그룹사 협업 기반의 새로운 솔루션 제시

신한금융그룹은 고객에게 필요한 최적의 솔루션을 제공하기 위하여 그룹 차원에서 협업하고 있습니다. 그룹 공동 상품을 개발하고 있으며, 신용평가 등의 기반 시스템도 통합 운영하기 위해 노력하고 있습니다.

2018년에는 그룹형 중금리 대출을 대고객 서비스로 시행할 예정이며, 이를 위해 신한은행·신한카드·신한생명보험·신한저축은행은 그룹 통합 중금리대출 플랫폼을 구축하고 있습니다.

통합 플랫폼을 통해 각 그룹사가 고객별 최적 대출 상품을 추천하여, 대출 조건의 최적 조합에 따라 고객에게 제공할 계획입니다. 고객은 신한금융그룹의 총 대출 한도 내에서 각 그룹사의 최적 금리에 따라 분할하여 대출을 받을 수 있습니다. 이를 통해 중금리의 합리적인 대출 상품을 이용할 수 있게 되었습니다.

계열사 대출조건을 한 곳에 모아 영업채널을 구축하는 시도는 금융사들 중 최초이며, 고객들은 비대면 채널이나 지점 방문 등으로 신한금융의 계열사 대출 상품 종합안을 제시받을 수 있습니다.

이와 함께 신한금융은 카드·보험 등 계열사 정보를 집적하여 정확성을 높인 그룹 통합 신용평가모형을 개발하고 있습니다. '그룹형' 신용평가를 통해 신한금융은 계열사와의 연계 영업을 확대하고 관련 상품 개발도 추진할 계획입니다.

신한PWM은 고객이 원하는 맞춤형 제작형 투자상품을 만들어 제공하고 있습니다. 신한금융투자와 신한BNPP자산운용 등 계열사간 협력을 통해 리스크 등을 최소화한 공모·사모투자 상품을 출시해, 같은 투자대상이라도 기존 상품과 전혀 다른 구조의 다양한 투자 상품을 만들어내고 있습니다.

종합 자산관리 솔루션을 제공하는 IPS본부

신한은행과 신한금융투자 투자상품부 펀드팀은 협업을 통한 차별화된 금융 솔루션을 제공하여 고객만족을 견인해 나가고 있습니다.

신한금융그룹은 2012년, 고객중심의 종합 금융 서비스를 제공하고 그룹사 간 협업을 증대하고자 종합 자산관리 솔루션 제공 그룹인 'IPS(Investment Product & Service)본부'를 업계 최초로 신설하였으며, 신한은행에 고객이 원하는 금융 솔루션이 없을 경우 조건에 맞는 다양한 신한금융 투자의 상품을 제공하고 있습니다.

2017년에는 두 회사가 협업해 성공적으로 부동산 펀드 상품을 론칭하였습니다. 투자상품부 펀드팀(IPS)은 앞으로도 협업 체계를 굳건히 이어가며 부족한 점은 지속적으로 개선하고 협업 영역 또한 넓혀갈 계획입니다. 특히 향후 자본 시장의 허브 역할을 할 커뮤니티 기반의 리테일 복합점포가 확대될 예정인 만큼, 이에 따른 상품 공급 경쟁력을 더욱 강화해나감에 시장상황에 맞는 고객 맞춤형 상품 출시를 통해 고객만족을 이루어 나갈 것입니다.



종합 자산관리 솔루션 제공 그룹 IPS본부

디지털 기반의 고객경험 혁신

신한금융그룹의 Digital Transformation 전략- 2 Track & 10 Enabler

신한금융그룹은 빠르게 변화하는 디지털 기술과 경쟁 상황, 규제 등을 반영하여 전략 방향과 구체적 요소들을 공고히 하였습니다. 먼저 전략 방향으로서, 고객경험과 운용효율성을 높이는 track과 핀테크를 수용하고 혁신 비즈니스 모델을 구축하는 track을 합쳐 '2 Track'을 세웠습니다. 또한 이를 위해 필요한 기술과 역량, 거버넌스 등 조직의 준비도를 나타내는 10 Enabler를 설정하였습니다.

2 Track : 사업 모델 혁신



디지털 채널 및 서비스 혁신

신한금융그룹은 고객들이 보다 신속한 서비스를 이용할 수 있도록 디지털 채널을 지속적으로 개선하고 있습니다. 2017년 신한금융그룹의 모바일 채널을 이용하는 고객은 1,300만 명 규모입니다. 825만 명의 고객이 신한은행의 모바일 플랫폼인 썬(SOL)을 이용하고 있으며, 앱카드 서비스인 신한카드 FAN페이는 모바일 간편결제 시장을 주도하여 국내 카드업계 최대 규모인 약 943만 명의 고객을 확보하였습니다. 신한금융그룹은 은행, 카드, 금투, 생명 등 그룹사의 서비스를 한번에 이용할 수 있는 그룹 통합 플랫폼을 운영하고 있으며, 로열티 플랫폼인 FAN클럽은 781만 명, 통합서비스를 제공하는 신나는 한판은 220만 명의 고객이 이용하고 있습니다.

영업점에는 디지털 창구를 도입하여 새로운 고객가치를 창출하고 있습니다. 전 영업점 7,200개 창구에 적용된 디지털 창구는 15분 이상 걸리던 기존 은행 업무를 7분으로 단축시켜 고객 서비스 만족도를 높이고 있습니다.

10 Enabler : 조직의 준비도

AI, 블록체인 등 디지털기술	디지털 핵심 인력 육성	산학협동 및 전문가 보강
실패용인, 외부인재 포용문화	디지털 매트릭스 조직화	내부 플랫폼 구축 및 외부 연결
국내외 ICT, 유통업과의 제휴	디지털 신한외 지적재산권보호	전략적 지향점 명확화
규제 및 내규 개혁		

간편서식과 모아쓰기, 자동 정보기입 기능을 통해 고객의 서류 작성 과정을 단축하였고, 고령층 고객에게는 PC 화면 확대 서비스를 제공하여 호평을 받았습니다.

신한은행은 디지털 창구를 통해 은행권 최초로 '빅데이터 기반 상담 서비스'를 시작했습니다. 이는 고객 분석 자료들을 기반으로 창구의 태블릿 PC를 통해 진행되는 신개념 상담 서비스로, 성별, 연령대, 거주지 등 정보를 입력하면 같은 정보를 가지고 있는 고객들의 금융생활 관련 분석 자료가 제공됩니다. 고객들은 자료를 바탕으로 신뢰도 높은 상담 서비스를 받으며, 비슷한 조건의 사람들이 가입하는 금융상품이 무엇인지도 확인할 수 있습니다. 이를 통해 결혼, 교육비, 부동산 구입, 노후준비 등에 필요한 구체적인 재무계획을 수립할 수 있도록 지원할 계획이며, 그 일환으로 매년 '보통사람 금융생활 보고서'를 발간해 보통사람들의 다양한 금융생활 정보를 제공하고 있습니다.

비대면 서비스에서도 편의성을 제고하여 상담창구와 비대면 채널(스마트라운지)이 결합된 플랫폼인 스마트 브랜치를 운영하고 있습니다. 이를 통해 고객이 주말, 휴일 등 은행 업무시간 외에도 서비스를 이용할 수 있는 여건을 조성하며 디지털 금융을 선도하고 있습니다.

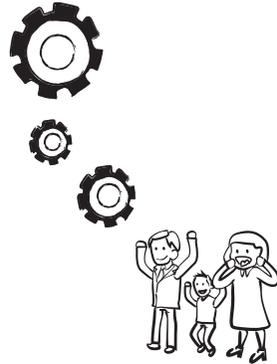
신한금융그룹은 더 나아가 고객이 체감할 수 있는 변화를 위해 디지털 혁신을 가속화하고 있습니다. AI 및 알고리즘 등 디지털 신기술을 적용한 상품과 서비스를 출시하고, 혁신적인 금융서비스를 위해 핀테크, 4차 산업혁명 등 신시장 및 신기술 기업과의 협력을 확대하고 있습니다. 또한 디지털 신기술 개발 투자와 클라우드, 블록체인, Open API, 빅데이터 등과 연계된 새로운 시도도 확대해나가고 있습니다.

신한카드는 지오펜싱 기술을 통해 고객의 현재 위치에 따라 할인 쿠폰을 제공하여 큰 호평을 받았으며, LG 유플러스, GS칼텍스 등과 공동으로 차량을 활용한 온라인 모바일 결제 플랫폼을 구축하였습니다. 신한생명은 혈당 관리 업체와 협업하여 당뇨로 고생하는 고객들을 위한 인터넷 전용 보험 상품을 출시하였습니다

한편 2017년부터는 글로벌 ICT 기업과 제휴를 확대하여, 신한금융그룹을 중심으로 한 디지털 생태계 확대를 추진하고 있습니다. 아마존, 페이스북 등 글로벌 ICT 기업과 새로운 금융의 방식을 논의하고 있으며, 그들의 채널에서도 신한금융서비스가 더욱 편리하게 이용될 수 있는 프로세스를 개발하고 있습니다.



美 아마존社 방문



인공지능을 활용한 서비스 확대

인공지능과 가상현실 기술은 금융을 비롯한 생활 전반에 적용되고 있으며, 신한금융그룹은 이러한 움직임에 선제적으로 대응하여 고객경험을 혁신적으로 개선할 기회를 발굴하고 있습니다. 인공지능을 기반으로 로보어드바이저를 지속적으로 발전시키고 있으며, 이를 통해 기존 서비스의 완성도를 높이고 IT기반의 금융 기업으로 도약하고자 합니다.

신한금융그룹은 보다 많은 고객들이 자산관리 서비스를 받을 수 있도록, 기술을 활용한 자산관리 서비스를 제공합니다. 이전에는 고액 자산을 보유한 일부 고객들만 자산관리 서비스를 이용할 수 있었지만, 알고리즘과 디지털 채널을 활용하여 일반고객에게도 양질의 서비스를 제공할 수 있게 되었습니다.

신한은행과 신한금융투자는 2016년 로보어드바이저 자산관리서비스 M-Folio를 출시하여, 3만 명의 고객에게 서비스를 제공하고 있습니다. 로보어드바이저는 핀테크 기업과 공동으로 개발한 대표적인 상생의 모델이기도 합니다.

신한금융그룹은 글로벌 시장에서 유망한 금융상품을 고객들에게 추천하기 위해 인공지능을 활용한 자산관리서비스를 개발 중입니다. IBM의 인공지능 ‘왓슨(Watson)’을 기반으로 전세계 금융시장과 다양한 상품의 성장성을 예측하여 자산관리 품질을 향상시킬 예정입니다.

이 밖에도 인공지능 기반의 챗봇 및 RPA(Robotic Process Automation) 등을 통해 365일 24시간 이용할 수 있는 금융서비스가 되도록 노력하고 있으며, 서비스 처리시간을 획기적으로 단축하기 위해 많은 투자를 하고 있습니다.

인공지능 소비관리 서비스, 신한카드 'FAN페이봇'

신한카드의 'FAN페이봇'은 고객들의 개인화된 소비를 분석하여 스마트한 소비생활을 지원하는 인공지능 기반의 비서 서비스입니다. 예를 들어 데이트에 소요된 총 비용을 분석하고자 할 때 기존에는 '영화관', '패밀리레스토랑', '놀이공원' 등으로 분류된 서로 다른 지출 비용을 고객 스스로 분류해야 했습니다. 반면 인공지능은 고객들의 지출 내역, 소비 항목 분류에 대한 분석과 학습을 통해 데이트 항목에 적합한 소비 내역을 파악하여 제공함으로써, 보다 쉽고 정확한 소비관리를 돕고 있습니다.

어디든 내가 있는 곳이 은행이 된다, 가상현실(VR) 웰스라운지

가상현실 기술은 비대면 채널 서비스의 판도를 완전히 변화시킬 것으로 기대되고 있습니다. 신한금융그룹은 아마존GO와 같이 디지털 기술을 통해 지금과는 전혀 다른 고객경험을 하기 위해 혁신적 수준의 편의성을 제공할 수 있는 차세대 브랜드를 준비하고 있습니다.

신한은행은 금융권 최초로 가상현실(VR)과 증강현실(AR)을 이용한 가상 영업점인 'VR 웰스라운지'를 선보였습니다. VR 웰스라운지는 핸드폰 화면에 만들어지는 가상의 은행 영업점으로, 3개의 대형 입체 스크린과 가상의 은행직원이 등장하여 시각화된 자료와 음성 안내를 제공하는 서비스입니다. VR 웰스라운지는 고객이 언제 어디서나 은행 영업점을 방문하는 것처럼 금융상담 및 거래를 할 수 있는 미래금융의 출발점이며, 향후 새로운 기술을 접목해 금융, 문화, 교육 등 여러 분야에서 고객에게 차별화된 경험을 지속적으로 제공할 계획입니다.



금융 이해력을 높이는 금융경제교육

미래세대를 위한 금융교육 제공

신한은행은 급격하게 변해가는 금융환경에 발맞춰 어린이들에게 모바일 플랫폼 솔(SOL)을 활용한 체험 교육을 실시하고 있습니다. 또한 태블릿PC를 통해 '누구나환전' 서비스 등을 직접 진행해 보는 프로그램을 도입하여 아이들에게 더욱 친숙하게 다가가고 있습니다.

2013년 국내 최초로 개관한 금융교육 전용공간인 '신한청소년금융교육센터'에서는 현재까지 약 3만500여 명의 학생들을 대상으로 맞춤형 금융체험 교육을 진행했습니다. 2017년에는 금융권 기업 중 유일하게 디지털 플랫폼을 활용하여 '원격영상 진로멘토링'을 제공하였습니다. 이를 위해 한국직업능력개발원과 업무협약을 체결하였고, 신한청소년금융교육센터에 교육 시스템을 구축하여 51개교를 대상으로 자유학기제 진로탐색을 위한 교육을 실시하였습니다.



신한BNPP자산운용은 '신한BNPP 엄마사랑 어린이 적립식증권 투자신탁 제1호 펀드' 고객을 대상으로 어린이 금융교육을 진행합니다. 매월 1회 어린이 고객 눈높이에 맞춘 펀드 운용 보고서와 교육 자료를 송부하며, 매주 1회 경제 공부를 위한 경제 레터를 발송해 어린이 고객이 금융 시장과 친숙해지는 기회를 제공하고 있습니다. 또한 어린이 교육 관련 전문기관과 업무제휴를 통해 어린이 경제교육 프로그램과 경제캠프도 운영 중입니다.



신한어린이 금융체험교실



신한저축은행 노년층 대상 금융교실

어르신 금융교육 확대

신한생명은 전국의 노인복지기관을 방문해 맞춤형 강연을 진행하며, 최신 금융정보부터 은퇴설계, 세무, 상속, 금융사기 피해예방 등 노후 생활에 꼭 필요한 내용을 선별해 맞춤 프로그램을 진행합니다.

신한저축은행 또한 지역 어르신 대상 보이스피싱 및 대포통장 예방 교육을 실시하고 있습니다.

신한은행 미래설계센터는 50대 퇴직 전후 고객을 대상으로 은퇴 후 현금흐름 및 자금운용에 대한 은퇴설계 교육을 운영합니다. 일반 고객 대상 '부부은퇴교실'과 기업 고객 대상 '미래설계캠프'를 진행하며, 금융 이론 및 실무 경험이 풍부한 신한은행 재무 강사진이 강의를 펼치고 있습니다.