Bigdata :

평판관리를 넘어
금융 비즈니스 전략도구로

2014년 12월 11일

LG CNS 이선조부장(sunclee@lgcns.com)

CONTENTS

Ⅰ. 금융 빅데이터 활용의 현 주소

Ⅱ. 사례 및 적용모델

Ⅲ. 금융산업의 변화

Ⅳ. 금융 빅데이터 활용의 전망

Ⅴ. LG CNS Service Offering

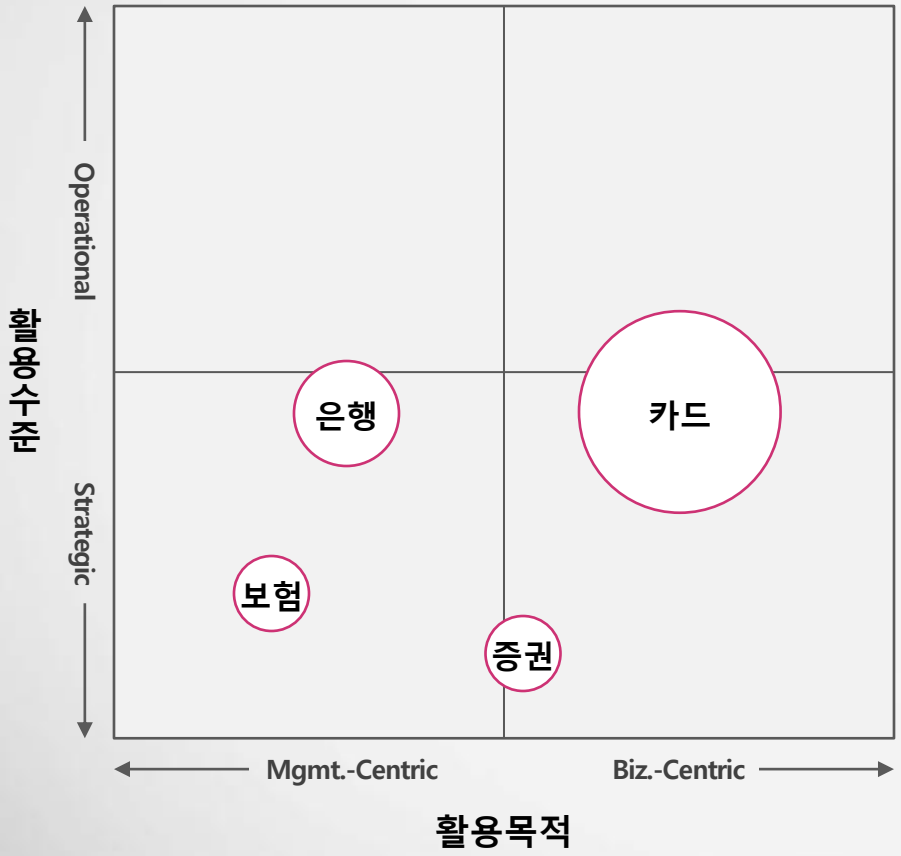
Ⅵ. Closing

LG CNS

Ⅰ. 금융 빅데이터 활용의 현주소

금융 빅데이터 활용에 있어서 각 업권별로 실질적 비즈니스 경쟁 도구화로의 초기적 시도는 있으나,
아직까지는 감성분석 또는 전략수립의 기초자료 수준에 머물고 있습니다.

- 금융 빅데이터 활용 현황 -



공통	▪ 감성분석, 평판/브랜드 관리 ▪ 상품 및 경쟁사 동향 파악
은행	▪ 통합로그 기반 금융사기적발 ▪ 상품개발/마케팅전략 기초자료
카드	▪ 이벤트/실시간 마케팅 ▪ Card-linked Offer(MFR)
보험	▪ 보험사기 적발
증권	▪ 정성적 주가/지수 예측

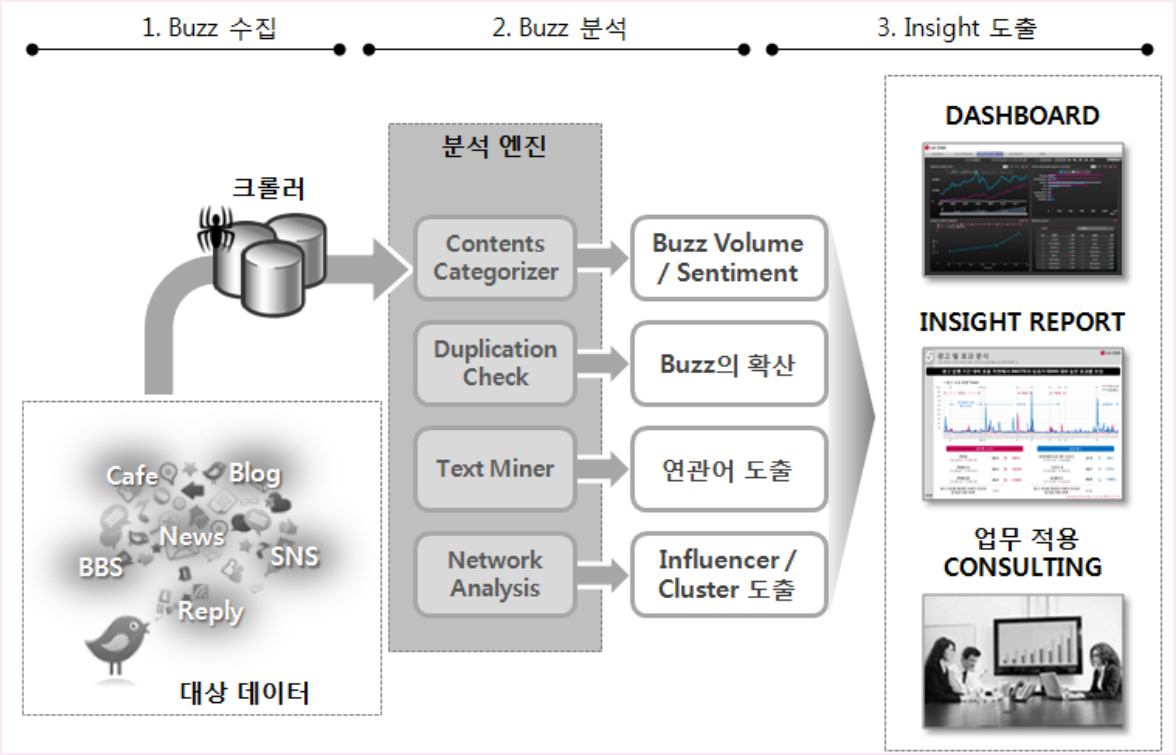
Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > Social Media Analysis

소셜 미디어 분석의 기본 프로세스는 온라인 상의 여론을 수집하여 분석하고 Insight를 발굴하는 순서를 거치며 각 단계별로 기술력과 Manpower가 접목되어 서비스의 질을 차별화할 수 있습니다.

- 소셜 미디어 분석의 현재 -



핵심 Point

- **A사**
  - 평판/브랜드 관리
- **B사**
  - 경쟁사 온라인 동향
  - 광고효과 분석 등
- **C사**
  - 기업고객 정보 모니터링 통한 영업 기회 확보
- **LG CNS SMA 차별화 서비스**
  - LG CNS SMA 전문조직에 의한 정기적 Insight Report 제공

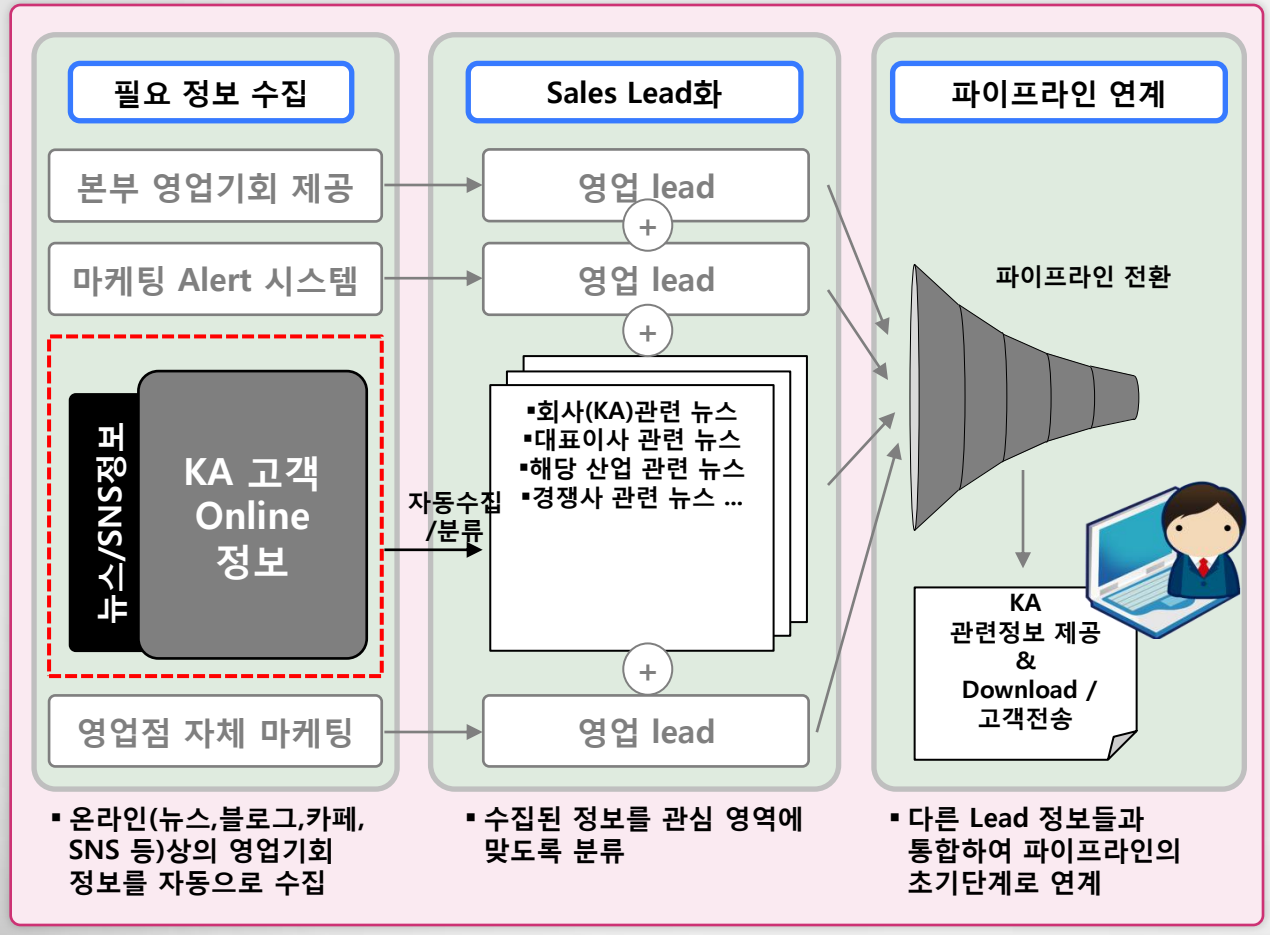
Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > 기업고객 영업 지원

S은행과 I은행은 온라인상의 영업기회 정보를 자동으로 수집/분류한 후 회사 내 다른 Lead 정보들과 통합하여 영업 파이프라인과 연계한 기업고객 영업지원 전용시스템을 활용하고 있습니다.

- 뉴스/SNS 정보의 Sales Lead -



핵심 Point

- **필요 정보 수집**
  - 수작업 온라인 정보 검색이 아닌 자동으로 필요정보 수집
  - 전체 온라인 영역에 대한 Near real-time 영업기회 정보 추출
- **Sales Lead화**
  - 수집된 온라인 영업기회 정보에 대한 자동분류로 신속 검색 가능
  - 검색 Keyword setting을 통해 원하는 고객 대상 원하는 정보를 분류하여 Lead 수집 가능
- **파이프라인 연계**
  - 온라인 수집 Lead 정보와 내부 수집 Lead 정보를 통합하여 전체적인 Lead관리체계 수립

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > Merchant Funded Rewards

타 업종과의 콜라보레이션에 빅데이터 적용기회가 높아지고 있으며, 특히 MFR(CLO) 프로그램을 통해 카드사 중심의 본격적 빅데이터 적용이 시도되고 있습니다.

- 빅데이터에 의한 MFR 프로그램 대세 -

"일반카드보다 멤버십카드가 16% 수익성이 좋으며, MFR은 62%의 높은 수익성을 보인다"

- First Data(2012) -

내 카드에 링크하는 맞춤혜택 서비스 LINK

OK CASHBAG

Oh! POINT

TALK

배달의민족

핵심 Point

- **콜라보레이션에 활용**
  - Win-Win-Win 모델에 입각한 빅데이터 적용방안 고민
- **핀테크 업체와의 新 전장**
  - 고객기반 및 지역기반을 가진 IT업체의 침범 가능성 높음
  - 기존 멤버십 사업자와의 차별화
- **타 업종으로의 교훈**
  - 점포 중심의 영업기반을 가진 업종은 거점 중심의 콜라보레이션화 검토
  - 타 산업과의 공동 보험상품 개발

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

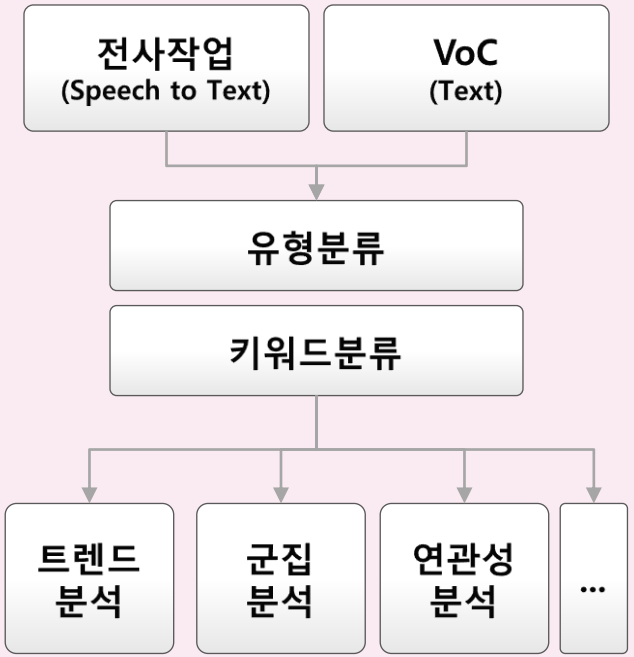
LG CNS

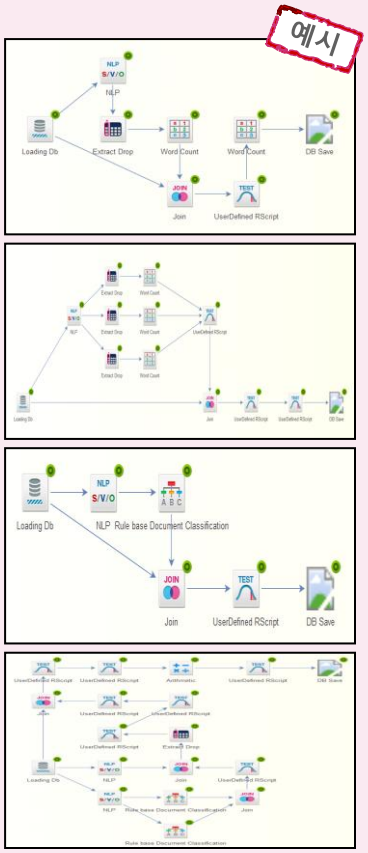
Ⅱ. 사례 및 적용모델 > STT & Bigdata Analysis

음성녹취파일의 텍스트 전환기술이 발달함에 따라 전사작업을 통한 빅데이터 분석이 가능하게 되었으며, 이를 통한 상담원 관리 최적화, 상품모니터링, 상품개발 및 새로운 마케팅이 가능합니다.

- 음성데이터(VoC)의 빅데이터 분석 적용 -

VoC 분석의 프로세스





핵심 Point

- **음성인식 성공율**
  - 현재 약 80% 수준
- **상담원의 상담유형 선정 적합도**
  - 일반적으로 70% 미만
- **활용 방식**
  - 상담 키워드 모니터링으로 신상품 집중관리 및 상담원 재배치
  - 상품별 주요 상담내역 분석을 통한 신상품 개발
  - Outbound MKTG 연계를 통한 마케팅 효과 극대화

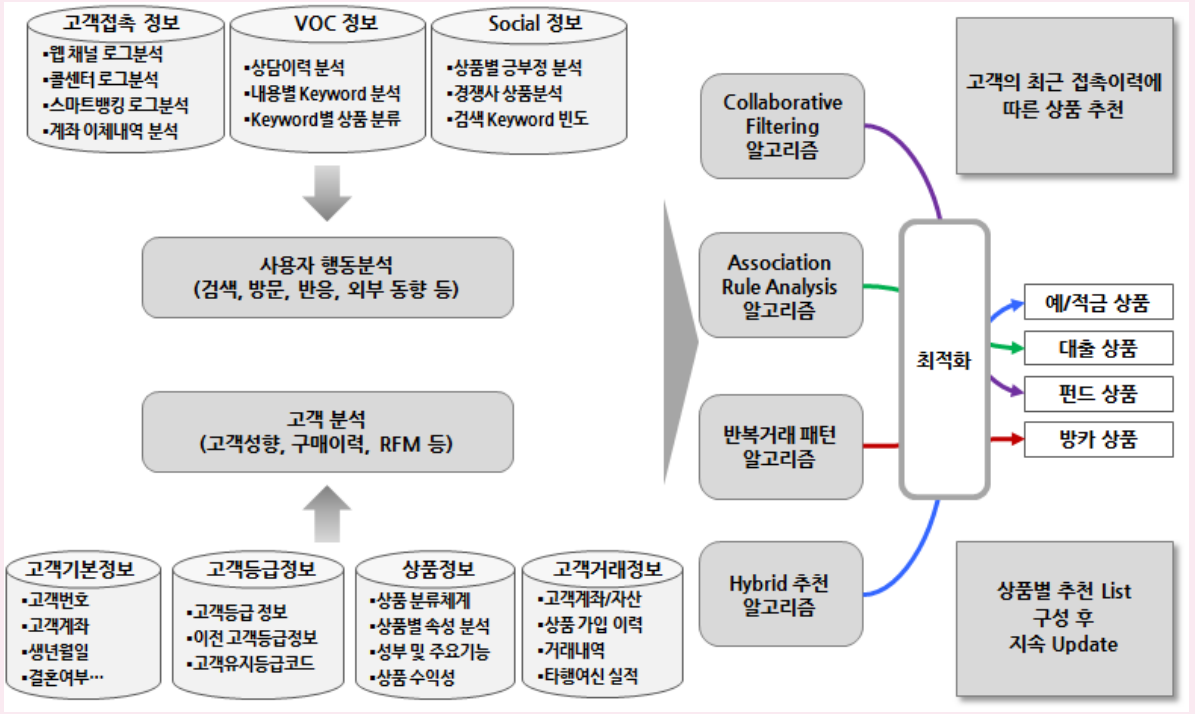
Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > 최적상품추천

과거 유사고객군에 대한 필요상품 추천이나 상품 속성화에 따른 맞춤형 상품판매가 아니라 고객과 상품의 동시 속성화 및 상품추천 알고리즘의 동시 병렬수행으로 실시간 마케팅 실행이 가능합니다.

- 빅데이터를 활용한 최적상품추천 Approach -



핵심 Point

- **과거 상품추천 방식**
  - 유사고객 구입 패턴
  - 설문방식 맞춤 상품 추천
  - 상품 속성화를 통한 정보 확대

- **빅데이터 활용 상품추천**
  - 비정형 정보로 고객 속성화
  - 로그정보 및 시계열 거래데이터의 직접 활용
  - 상품추천 알고리즘의 동시 병렬 수행 및 최적 선택
  - 스코어링 개념이 아닌 개별상품 직접 추천 등

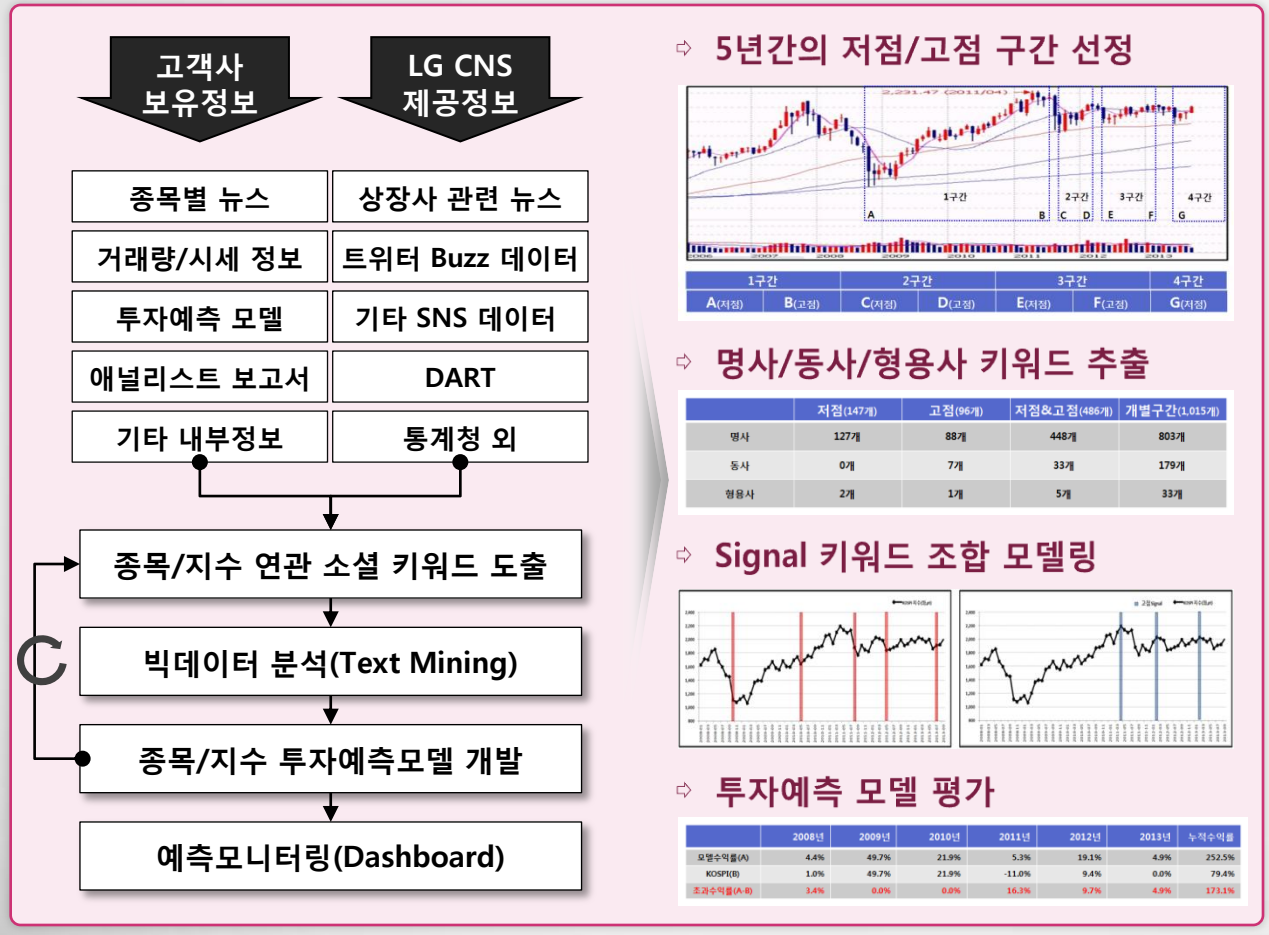
Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > 투자예측 모델

기존의 투자예측 모형에 정성적 빅데이터 분석을 결합하여 통합 투자예측모형을 개발할 수 있으며, 빅데이터에 의한 주가/지수 예측정보 제공이 아닌 투자운용 단계에 활용합니다.

- 정성적 빅데이터 투자예측 모델 -



핵심 Point

- **정성적 단어의 키워드 작업**
  - 명사적 키워드보다 동사적, 형용사적 키워드 중요
- **예측모델 개발**
  - 기존 예측모델과의 Ensemble Model 필요
  - 단순 키워드 사용이 아닌 정량화 및 복합 파생변수화 필요
- **모니터링 및 업그레이드**
  - KOSPI 수익율보다 173% 이상의 누적수익 예측 시현
  - 모델의 상시적 업그레이드 가능한 프로세스 구축 중요

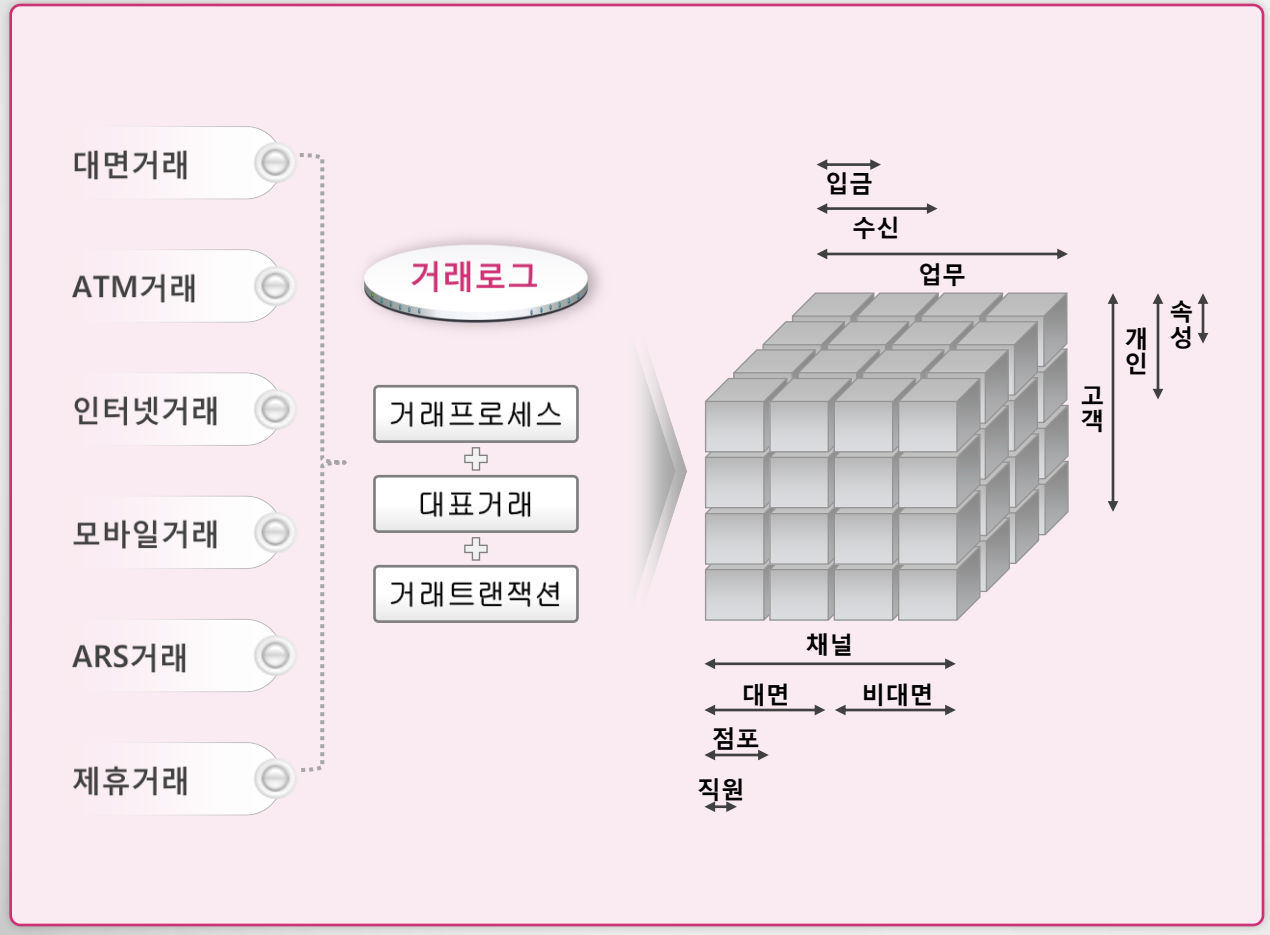
Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅱ. 사례 및 적용모델 > Omni 채널 전략 수립

대면 및 비대면 채널의 속성별 전략화와 Omni 채널 전략수립을 위하여 정확한 채널별 거래유형과 업무량 및 특성분석이 요구됩니다.

- 대면/비대면 채널 전략 수립 -



핵심 Point

- **대면채널의 거점 전략 수립**
  - Destination Branch
  - 복합점포 전략
  - Store Automation Machine
- **Omni 채널 전략 수립**
  - 채널 간 Transfer 전략
  - 채널 간 Support 전략
- **정확한 거래량 파악 중요**
  - 純 거래 파악 및 추출
  - 대표거래 정의

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

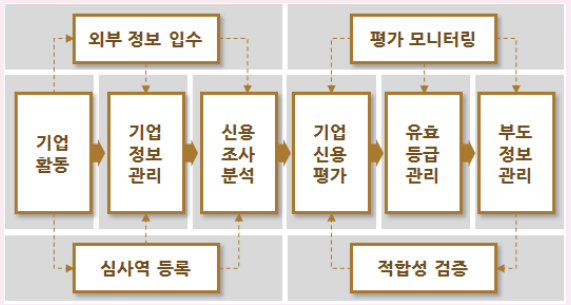
Ⅱ. 사례 및 적용모델 > 기술금융 및 관계형금융 적용

기술금융과 관계형금융을 위하여 기존의 정량적 신용평가모형이 아닌 정성적 평가모형의 개발이 필요하며, 또한 골목상권/지하상권 수준의 마케팅이 가능한 분석기반 구축이 요구됩니다.

- 정성적 신용평가모형 및 골목/지하 마케팅 기반 구축 -

기술금융 신용평가 모형

현재 기업신용평가 프로세스



추가 모델 반영

- 특허
- 시장성
- 도덕성
- 평판
- 신뢰도
- 노사
- 법률이슈 등

관계형 금융을 위한 Next Approach

금융지원 확대 → 골목상권 지하상권 지원 → IoT (Beacon) 연계분석

핵심 Point

- **기술금융/관계형 금융 활성화**
  - 기존 기업신용평가 모형에 정성적 정보의 추가 반영
  - 중장기적으로 지식재산금융 비즈니스로 확대
- **지역 비즈니스로의 확대**
  - 관계형 금융은 금융지원 확대로는 한시적
  - 지역경제 지원의 궁극적인 목적에 부합하는 금융활동 필요
  - 지역경제의 특수성을 고려한 빅데이터 적용전략 수립 필요

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅲ. 금융산업의 변화 > 新 제도 시행

'16년부터 시행되는 新 제도에 의해 장기고객화 및 우량고객 확보/유치를 위한 경쟁에 본격적으로 대응해야 하며, 저원가성 예금 변동성 확대로 유동성관리와 연계된 마케팅 전략전환이 필요합니다.

계좌이동제

- '16년부터 시행 예정
- 고객이 은행 주거래계좌를 다른 은행으로 옮기면 기존 계좌에 연결된 각종 공과금 및 급여이체 등도 별도 신청 없이 자동이전되는 시스템
- 은행 경쟁력 강화 및 소액결제 통합

개인종합 자산관리계좌

- '16년부터 시행 예정
- 하나의 계좌에 다양한 금융상품을 넣고 일정기간동안 보유하여 발생한 소득에 대해 비과세 혜택을 주는 상품
- 개인 자산형성 및 자본시장 활성화

- 대응방향 -

- 마케팅 방식의 변화 :

- 자산관리 혜택의 대중화 :

- 예금 변동성 확대로 유동성 연계 관리

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅲ. 금융산업의 변화 > 규제 개혁 및 정책

복합점포 활성화, 기술금융/관계형금융 육성 및 금융 규제의 Negative화 등에 따라 빅데이터의 비즈니스 전략활용 기회가 높아질 것으로 판단됩니다.

	- 주요내용 -	- 대응방향 -
복합점포 활성화	▪ One Stop 서비스를 위한 물리적 규제 개선 ▪ 종합금융자문서비스를 위한 정보공유 가능 ▪ 보험사 입점 단계적 추진	➪ 무력화된 시너지마케팅 경쟁의 돌파구 ➪ PB, WM, IB가 결합된 고객관리/영업지원 ➪ 점포 특성화를 위한 빅데이터 활용
기술금융/ 관계형금융	▪ TDB 구축 및 TCB 지정. 혁신성 평가제도 도입 ▪ 자체 기술신용등급 산출 유도 ▪ 연성(정성적)정보 활용 관계형 금융 활성화	➪ 정성적 정보의 신용평가 계량모형으로 연계 ➪ 특허, 시장성, 도덕성, 평판, 신뢰도, 노사, 법률이슈 등 대규모 비정형 정보의 가치화
Negative 규제	▪ 법률적 유권해석 변경 및 완화 ▪ 신규 Positive 규제 제시 ▪ Negative 규제방식으로 점진적 변화 예상	➪ 업권 내 경쟁사 분석이 아닌 업권/산업 간 경쟁관계 파악 및 전략 활용 ➪ 해외 진출을 위한 기초 전략 분석 등

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

Ⅲ. 금융산업의 변화 > 경쟁 환경 및 사회 현상

금융업은 그 어느 때 보다 변화의 대상과 폭이 큰 상황에 있으며, 기존의 폐쇄적인 비즈니스 방식을 벗어나 고객-경쟁사-타업권 간 공유가치를 창출할 수 있는 비즈니스 전략이 요구됩니다.

비이자수익확대

- 저금리기조 지속
- 1%대 NIM
- 대출건전성 약화

Fintech

- P2P Payment
- P2P 플랫폼 비즈니스

전업주의 완화

- 여신업권구분 폐지 (기업종합금융)
- 유니버설 뱅킹 (해외)

100세 시대

- 저축/자산관리형 상품전환(보험)
- Silver 비즈니스

금융소비자보호

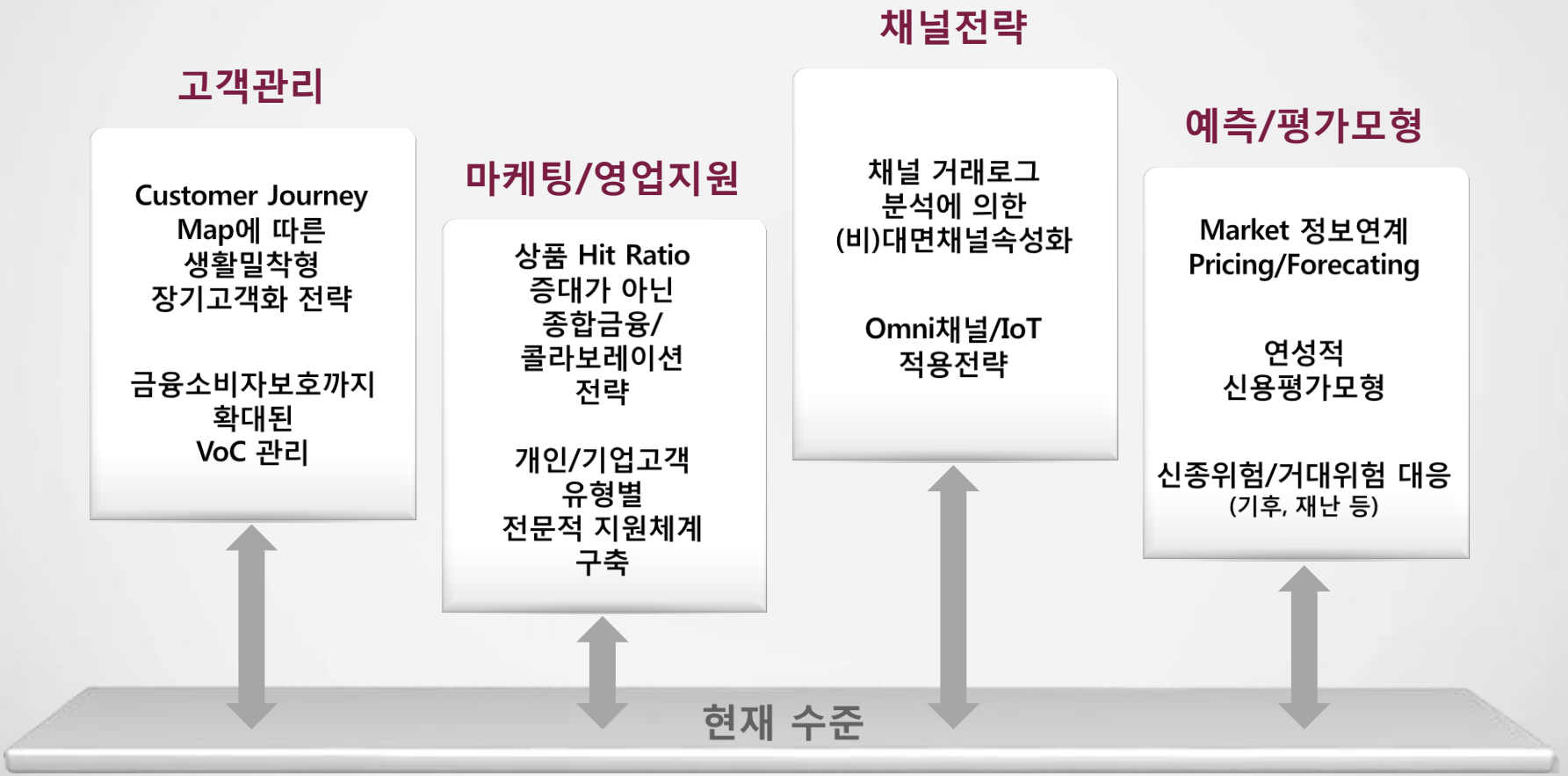
- 금융소비자보호법 계류 중
- 종합적 소비자보호 시스템 구비 필요

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

Ⅳ. 금융 빅데이터 활용의 전망

새롭게 시행되는 新 제도, 규제 개혁과 정부 시책, 경쟁관계 재편 및 사회현상 변화 등에 따라 빅데이터의 적용 전략이 구체화되고 있거나 방향성이 다시 설정되고 있습니다.



Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

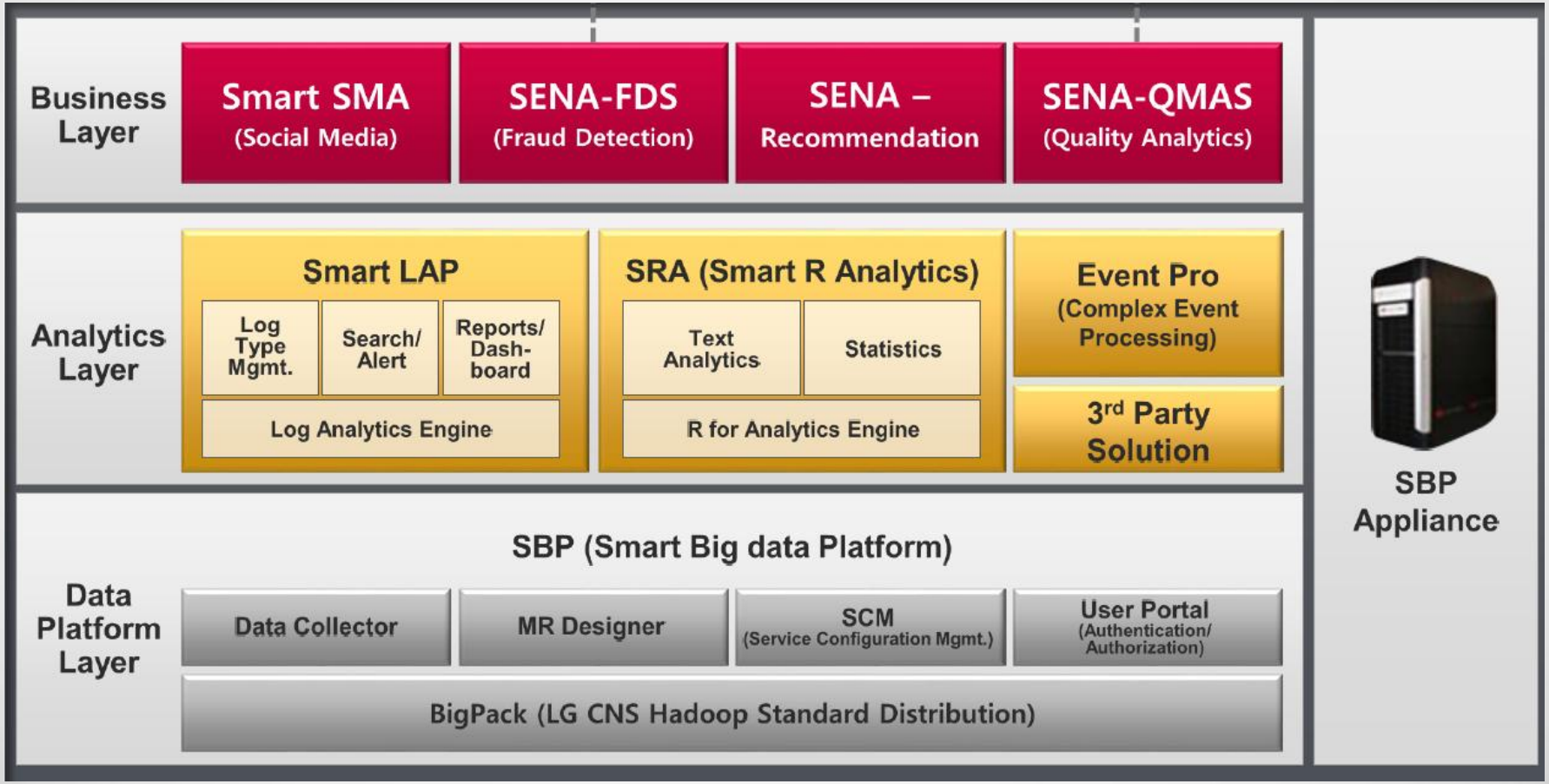
V. LG CNS Service Offering

LG CNS는 국내 최고/최대의 빅데이터 전문조직을 보유하고 있으며, 데이터 서비스, 컨설팅, 시스템 구축을 통합적으로 제공해 드리고 있습니다.

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

V. LG CNS Service Offering

LG CNS는 빅데이터 인프라, 분석도구, 업무시스템에 이르는 전 영역에 준비가 완료되어 있습니다.



Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

LG CNS

VI. Closing

당신은 빠른 추종자(fast follower)가 될 것이라고 생각한다면 다음을 생각해보라.

현재 새로 출현한 기술이 주류 기술의 대열에 합류하면서
고객의 행동을 바꿔놓는데 겨우 몇 달이 걸린다면,
그리고 당신의 개발 및 배치 사이클이 12~24개월이라면,
당신은 당신보다 앞서 행동에 나선 다른 업체보다 최소 3~4년은 뒤처지게 될 것이다.

3~4년은 페이스북이 무명 업체에서 가입자 5억 명이 될 때까지 걸린 시간이다.

- BANK 3.0 저자 브렛 킹 -

Copyright © LG CNS CO. Ltd. 2014, All Rights Reserved.

감사합니다