



핀테크 플랫폼 및 새로운 banking 서비스

2016.07.



핑거(Finger) 소개

2000년

2009년

2013년대

2016년대

국내 최초 개인자산관리 서비스

- 2000년 (주)핑거 설립
- 국내 최초 PFMS 서비스
- 스크래핑 엔진 개발
- 2013년 모회사인 (주)팍스넷 M&A에 따른 박민수 대표 체제 재 창업

국내 최초 스마트폰 banking 개발

- 국내 최초 스마트폰 banking 앱 개발(IBK기업은행, 2009.10월) 오픈
- 모바일 banking 플랫폼 (오케스트라) 런칭
- 신한, KB국민, 하나, 기업은행 스마트폰 banking 개발

디지털 banking 서비스 확산

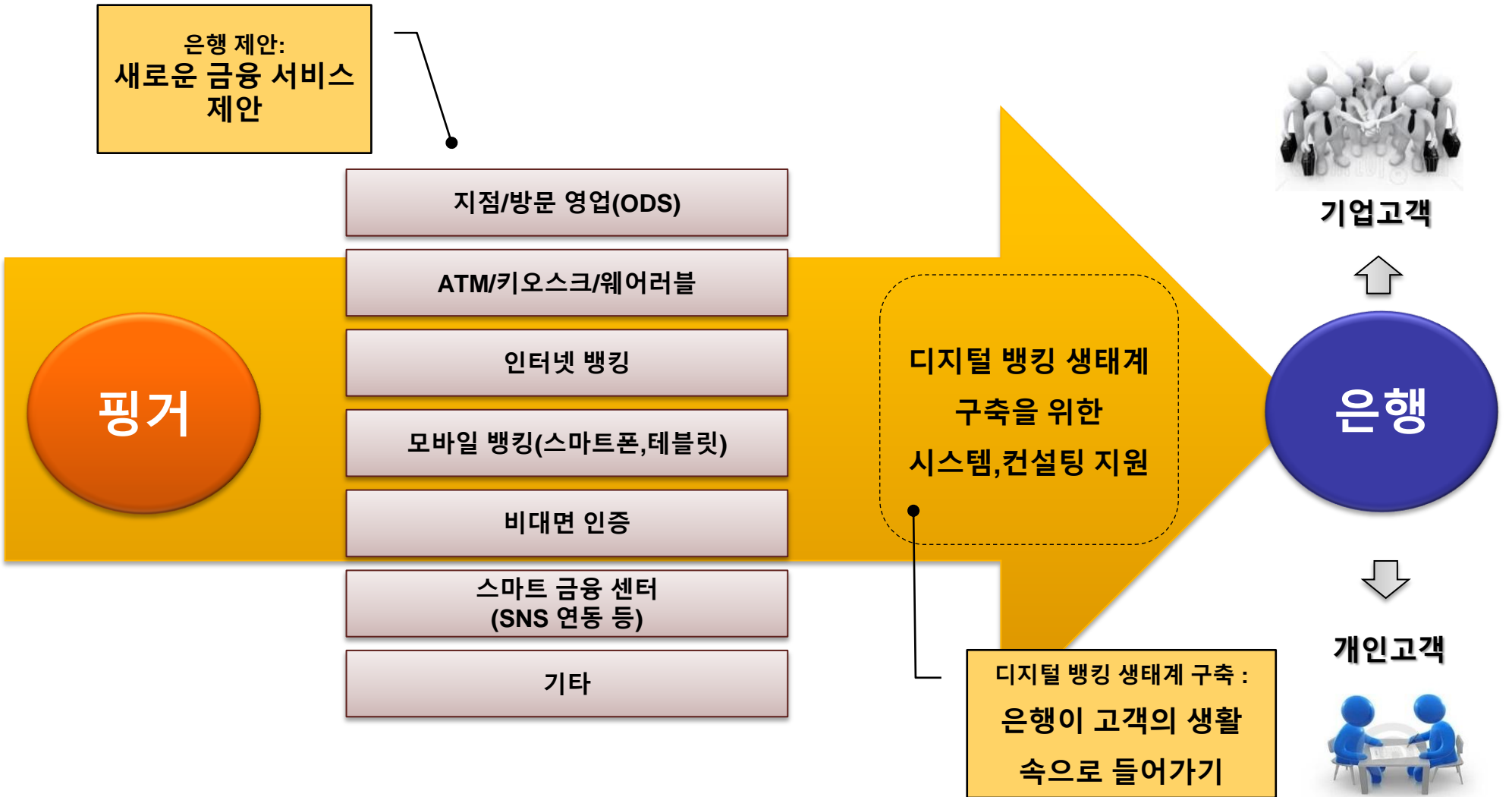
- 디지털banking 서비스 확산 – 신한, 하나(외환), 농협, 광주은행 등
- The Asian Banker – 최우수 혁신 금융 대상
- 핑거 내부 핀테크 전담 태스크포스팀 운영(2013년 11월 ~현재 진행 중)
- 핀테크 계열사 분사 - (주)핀테크(2014년 12월), (주)머니택(2015년 5월)

글로벌 및 개인화 banking 플랫폼 구축

- 투자 유치
- 베트남 은행과 MOU 체결
- 베트남 현지 개발자 20명 채용(2016년 5월) – 베트남 현지 프로젝트 개발 중
- 고객중심의 개인화 banking 서비스 플랫폼 개발 런칭
- 자체 금융서비스 - (주)렌딩사이언스 설립(2016년 6월)

핑거(Finger) 소개

2014년 이전까지 핑거는 금융 솔루션 및 서비스 전문 개발 회사



핑거(Finger) 소개

2015년 이후 (주)핑거는 독자적인 모바일 플랫폼과 스크래핑 등의 핵심 기술을 활용한 핀테크 전문 그룹으로 “핀테크 계열사의 **Finance Cloud**로 전환”

핵심 기술 :
독자적인 특허와
다수의 은행 구축
경험

Scraping
Platform(Engine)

Mobile
Framework

Operation
Platform

Black chain
Platform

핑거

(주)핀테크(소셜신용평가)

(주)머니택(외환송금,환전)

(주)렌딩사이언스(P2P 대출)

금융신호등(이상감지+자산관리)

블록체인 기반 금융거래 서비스

프리마켓(모바일개인마켓+SNS)

기타(빛과 소금 등)

독자적인 별도
법인을 통한
핀테크 & 디지털
뱅킹 서비스

핵심 기술 기반 :
독립적인 핀테크
서비스 구축 및
서비스



기존 은행



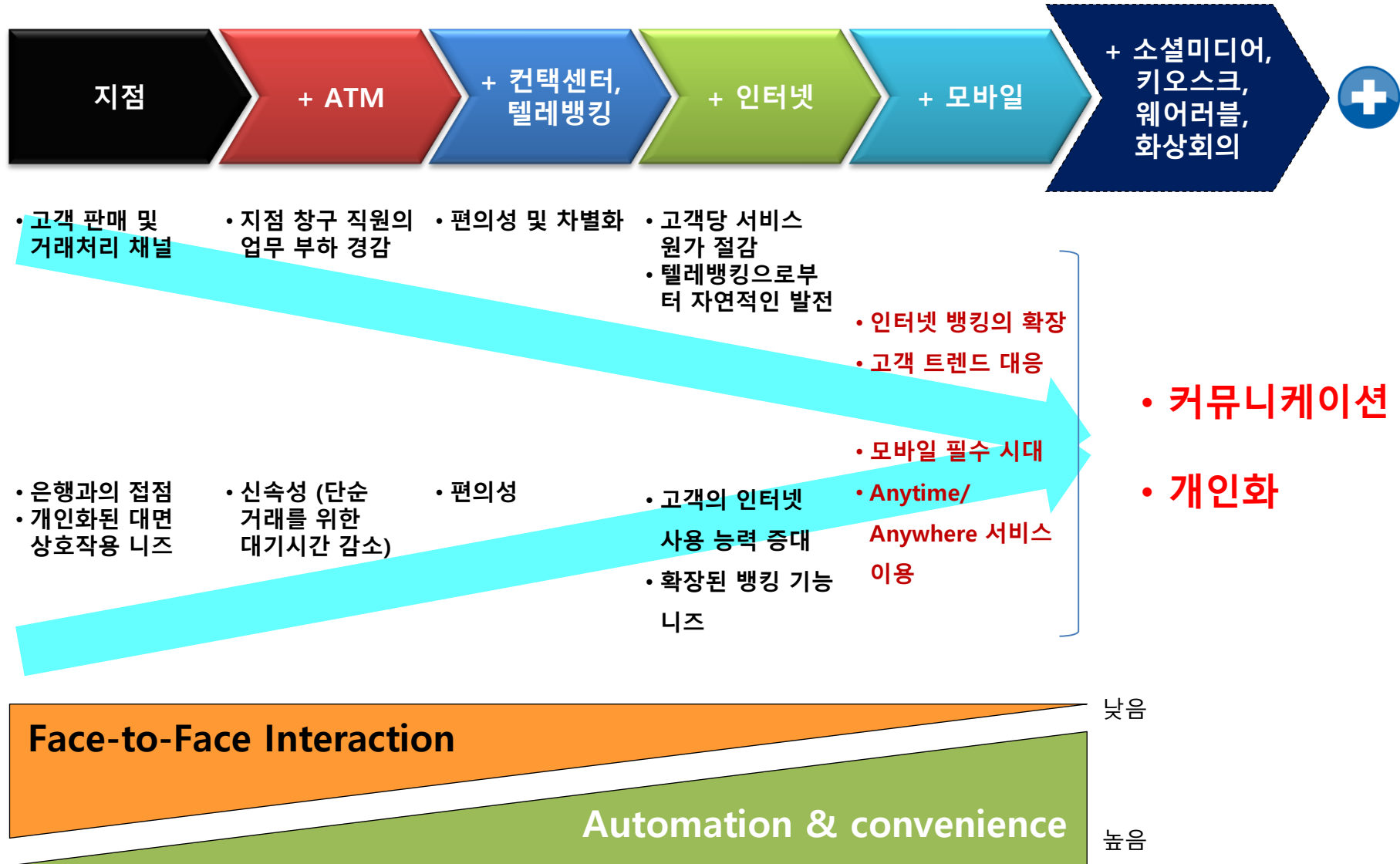
핑거



개인 고객



금융 시장의 변화



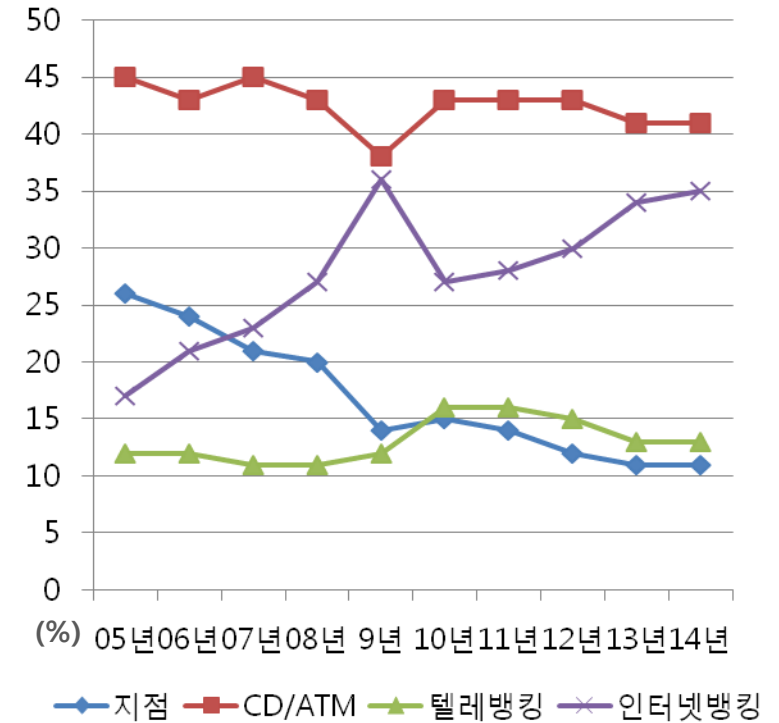
비대면거래 비중은 점차 증가될 것이다.

※ 금융서비스 전달 채널별 업무처리 비중 (입출금 및 자금이체 거래기준)

(단위: %)

조사 연월	대면 거래 (지점)	비대면거래			합계	
		CD/ATM	텔레뱅킹	인터넷뱅킹		
'05년 9월	26.4	73.6	44.7	12.0	16.9	100.0
'06년 9월	24.0	76.0	43.2	12.2	20.6	100.0
'07년 9월	20.6	79.4	45.2	11.3	22.9	100.0
'08년 9월	19.5	80.5	42.5	10.9	27.1	100.0
'09년 9월	13.6	86.4	38.0	12.2	36.2	100.0
'10년 9월	14.8	85.2	42.5	15.9	26.8	100.0
'11년 9월	13.5	86.5	42.5	15.8	28.2	100.0
'12년 9월	12.2	87.8	42.7	14.8	30.3	100.0
'13년 9월	11.6	88.4	41.2	13.3	33.9	100.0
'14년 9월	11.3	88.7	40.7	12.9	35.1	100.0
'15년 12월	11.3	88.7	37.7	11.7	39.4	100.0
'16년 3월	10.8	89.2	37.9	11.2	40.1	100.0

<거래별 비중 추이>



*자료 출처: 한국은행





인간 협업적 로봇 플랫폼

- 제조형(힘들고,더럽고,위험한) 로봇에서 인간협업적 로봇 등장
- 인공지능,빅데이터,사물인터넷, 클라우드 등이 로봇에 탑재되어 플랫폼으로 전환
- 소프트뱅크 '페퍼(Pepper)'에 IBM '왓슨' 탑재
- 일본 미즈호 은행 등 37개 은행과 신용금고에서 은행원으로 채용

인간처럼 읽고 답하는 챗봇 플랫폼

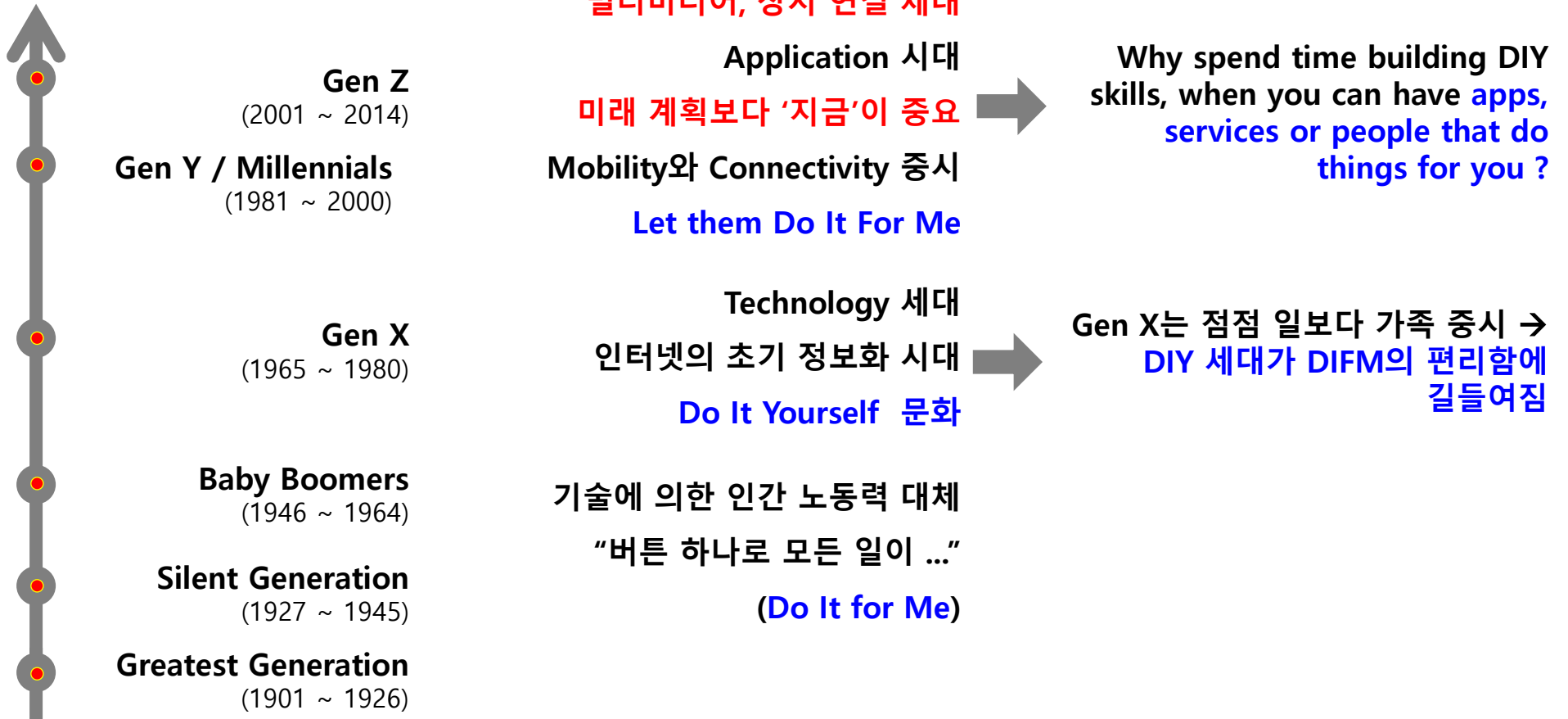
- 메신저가 개인 일상정보와 연계된 업무 중개 플랫폼으로 전환
- 애플 시리,구글 나우온탭, MS 테이, 페이스북 M, 위챗 샤오빙, 아마존 알렉사 등
- 개인비서 서비스, 자동 상담 서비스 등 활용

개인 일상의 대변혁 자율주행자동차

- 인공지능과 사물인터넷,센서 기술이 전기자동차를 만났고 무인 자율자동차가 되면서 플랫폼으로 전환
- 테슬라 모델3 첫 주 27만6,000건의 주문(대략 12조-3만5천달러)
- 택시기사, 자동차 딜러, 자동차 정비사, 주차장 관리인 등이 필요 없게 되고,현존 자동차 부품의 90%가 필요 없다.

고객은 자신에게 관심을 가져달라고 한다

DIFM approach의 핵심은 **개인화된 사용자 경험과 고품질의 고객 서비스**



은행은 고객을 모른다

은행 고객 70%는 주기적으로 이용하는 은행에 아는 사람이 단 한 명도 없고,
60~70%의 나를 알아주는 은행 직원이 있다면 직원에 따라 움직일 수 있다.



프라임뱅크 뱅킹 70%는
관계 주 고객층 60이정까진
관계 은행자에 따라 은행을 한터만 다.
도 없다.

금융 패러다임의 변화(1/2)

인터넷
사용자 급증

디지털 기술의
발전/활용,
핀테크 기반
비금융기업의
시장 진입

1990

2000

2016

공급자 중심의 금융 서비스

- 지점 중심의 채널 운영
- 표준화된 상품
- 고객 정보 미 활용
- IT 운영 및 비용 최소화 → 지점/인력 운영 중심 비용 지출
- 차별화 요인 : 브랜드/금리

소비자 중심의 금융 서비스

- 비대면 채널(인터넷, 텔레뱅킹)의 확대
- 채널 중심의 고객 분화
- 비용/효율 중심의 채널 전략
- 상품/서비스 확대
- 고객 커뮤니케이션 증가(일방향 : 고객 문의/불만 상담, 푸시 마케팅)
- 사일로형 고객 정보의 활용
- 비대면 채널 대응 IT 비용 증가

개인화 맞춤형 금융 서비스

- 온라인/모바일 중심의 채널 통합 (옴니채널)
- 개인화 맞춤형 상품/서비스를 통한 고객 경험 제고
- 고객의 일상생활 속에 연계된 금융 서비스(컨텍스츄얼 banking)
- 통합적 고객 분석 및 쌍방향 커뮤니케이션의 적극적 활용
- 차별화 요인 : 맞춤형 상품/서비스와 장기적 관계

금융 패러다임의 변화(2/2)

구분	기존 은행	인터넷전문은행
영업시간	평일 오전 9시~오후 4시	365일, 24시간
서비스 장점	- 대면 상담을 통해 업무 처리 - 장애인·고령자도 쉽게 이용	- 금리와 수수료가 유리 - 개인별로 특화된 서비스 제공 가능
단점	- 비용(구조, 금리)과 수수료가 고객에게 불리	- IT기에 익숙지 않으면 불편 - 보안 우려

구분	기존 은행	인터넷전문은행
계좌 개설	- 신분증을 가지고 은행 지점을 직접 방문 - 계좌 번호와 종이 통장 발급	- 지점 방문 없이 스마트폰이나 PC를 통해 신청을 인증, 전자서명 제출 - 별도의 통장 없음, 계좌번호만 존재
자금 이체	- 지점 방문 - 인터넷·모바일·폰 뱅킹, ATM 서비스 이용	인터넷·모바일 뱅킹 위주 (ATM과 폰 뱅킹 사용 가능할 수도)
결제	직접 출금하거나 계좌에 연결된 체크·신용카드 이용	계좌와 연결된 모바일 결제 기능이 기본
대출	재무 정보에 기반해 신용 평가	인터넷 소관, 각종 활동, 빌 소비 내역 등을 분석해 대출 심사 및 금리에 반영
금융상품 마케팅	지점 직원이 상담을 통해 추천	빅데이터 분석을 통해 고객에게 알맞은 상품을 추천

인터넷전문은행 등장으로 단순해지는 모바일 결제 서비스

구분	(기존)	(인터넷전문은행)
고객	계좌 승인 ↔ 출금 구매	계좌 승인 ↔ 출금 구매
	인터넷 소관용	인터넷 소관용
	계좌 승인 ↔ 결제 요청	계좌 승인 ↔ 결제 요청
	모바일 결제 서비스업체	인터넷 전문은행
	계좌 승인 ↔ 결제 요청	계좌 승인 ↔ 결제 요청
	신용카드사	인터넷 전문은행
	계좌 승인 ↔ 결제 요청	계좌 승인 ↔ 결제 요청
	은행	대금 이체
	대금 이체	대금 이체
	가맹점	가맹점

온디맨드 बैं킹 (On-Demand Banking)
언제/어디서나 편리한 금융 거래

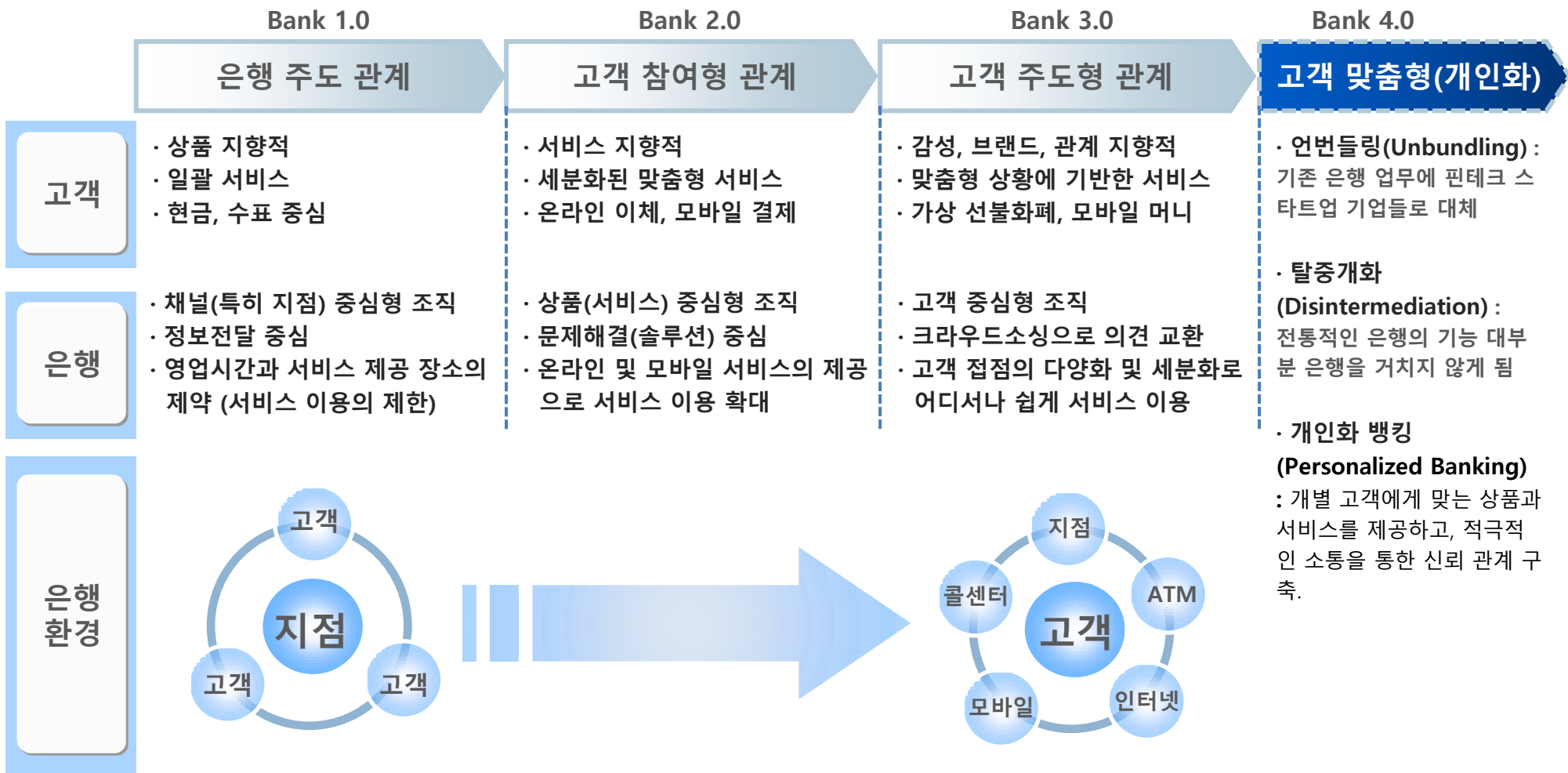
컨텍스트츄얼 (Contextual Banking)
일상생활 속에 융해된 금융

개인화 बैं킹 (Personalized Banking)
금융 의사 결정 지원 또는 가이드

현재

은행과 고객간의 관계 변화

※ 은행과 고객간의 관계 주도 추이



다가올 은행은 고객을 아는 것에서부터 시작된다

나를 알아달라

고객이 은행 채널에 연락하면 간단한 인증으로 고객이 누구인지 식별하고, 고객의 거래 현황과 이전 커뮤니케이션 이력을 알아야 한다

언제 어디서나

필요한 때 언제든지, 이동 중에도 그리고 고객이 편리한 어떤 채널로도 연락할 수 있어야 한다

복잡한 접속 절차는 사절

컨택센터의 담당자와 연결되기까지 복잡한 음성 안내나 내비게이션 메뉴를 거치지 않고, 간단한 음성 답변이나 키워드를 통해 관련 담당자에게 연결될 수 있도록 하여야 한다

나의 문제를 정확하게
알아달라

고객은 자신의 문제를 정확하게 표현하지 못할 수도 있다. 채널 담당자는 고객이 문제를 정확하게 발견하고 이야기할 수 있도록 가이드 해 줄 수 있어야 한다.

인간적인 대화

고객은 전화나 메일로 딱딱한 기계와 이야기하고 싶어하지 않는다. 가능하다면 사람과 대화를 하도록 한다

단절 없는 대화

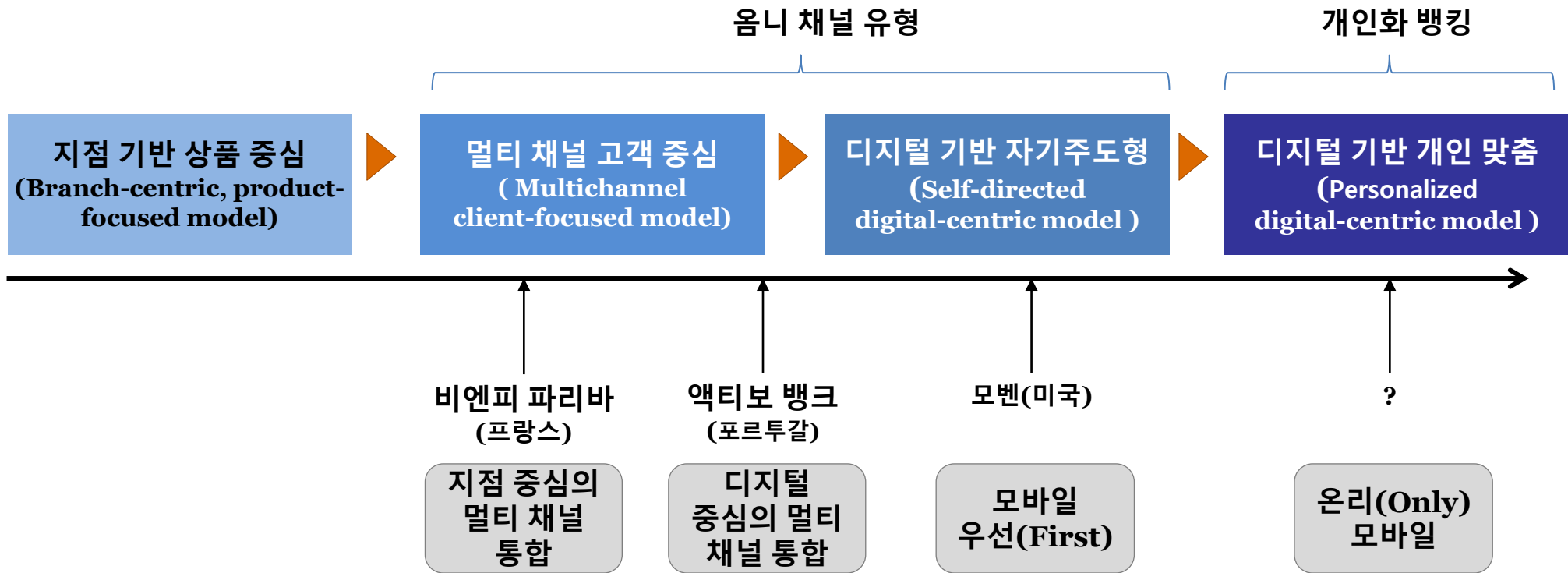
대화 중 담당자가 바뀌거나 또는 다른 채널로 다시 연락하더라도 이전에 한 이야기를 다시 하지 않도록 해야 한다.

신속한 반응과 피드백

고객이 제기한 불만이나 문의, 질문에 대해 적절한 담당자가 신속하게 해결하고 답변을 주어야 한다. 고객이 개선의견을 제시하는 경우, 그에 대해서도 검토 또는 처리 결과를 신속하게 알려주고 감사를 표해야 한다

뱅킹 서비스 추이

앞으로는 고객이 금융기관을 찾기 전에, 금융기관이 먼저 고객의 니즈와 상황을 파악하고 고객에게 알맞은 상품이나 서비스를 가지고 찾아가야 한다.



현재 은행

고객에 대한 이해

고객에 대한 제한적 정보
(인구통계적 분류에 의한 세그먼트)

- 고객 기본 정보
- 상품 또는 채널별 거래 상황



상품/서비스 및 커뮤니케이션

동일한 상품/일률적 서비스
(신용 등급에 따른 가격 차별화)

푸시 방식의 매스 마케팅
(개별 고객의 니즈나 상황과 무관한 세그먼트별 일괄 커뮤니케이션)

다가올 개인화 맞춤 은행

고객에 대한 360도 뷰
(개별 고객 : Segment of One)

- 고객 기본 정보+재무 상황, 재무적 선호
- 전 채널 거래 상황
- 소셜미디어, 컨택센터 등 다양한 커뮤니케이션 통합
- 모든 접점 채널에 대한 고객 행동 추적



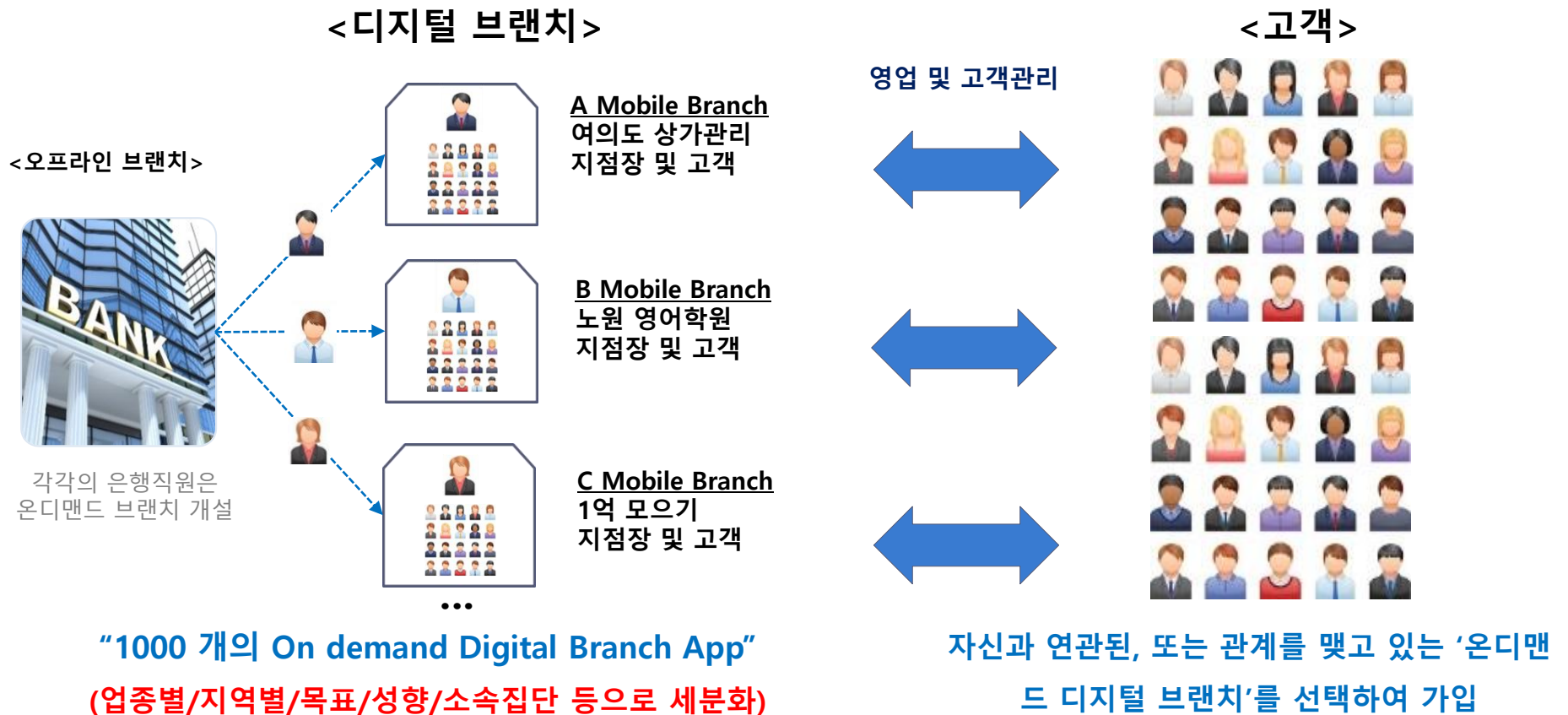
고객 니즈에 따른 개인 맞춤형 상품/서비스

On-Demand/실시간/상황 적합한 커뮤니케이션

개인화 banking 서비스 제공

“은행 직원 누구나 온디맨드 디지털 브랜치의 지점장”이 되어 고객관리.
고객만을 위한 맞춤형 상품/서비스 및 정보 제공하여 영업 직원의 영업 활로 확장

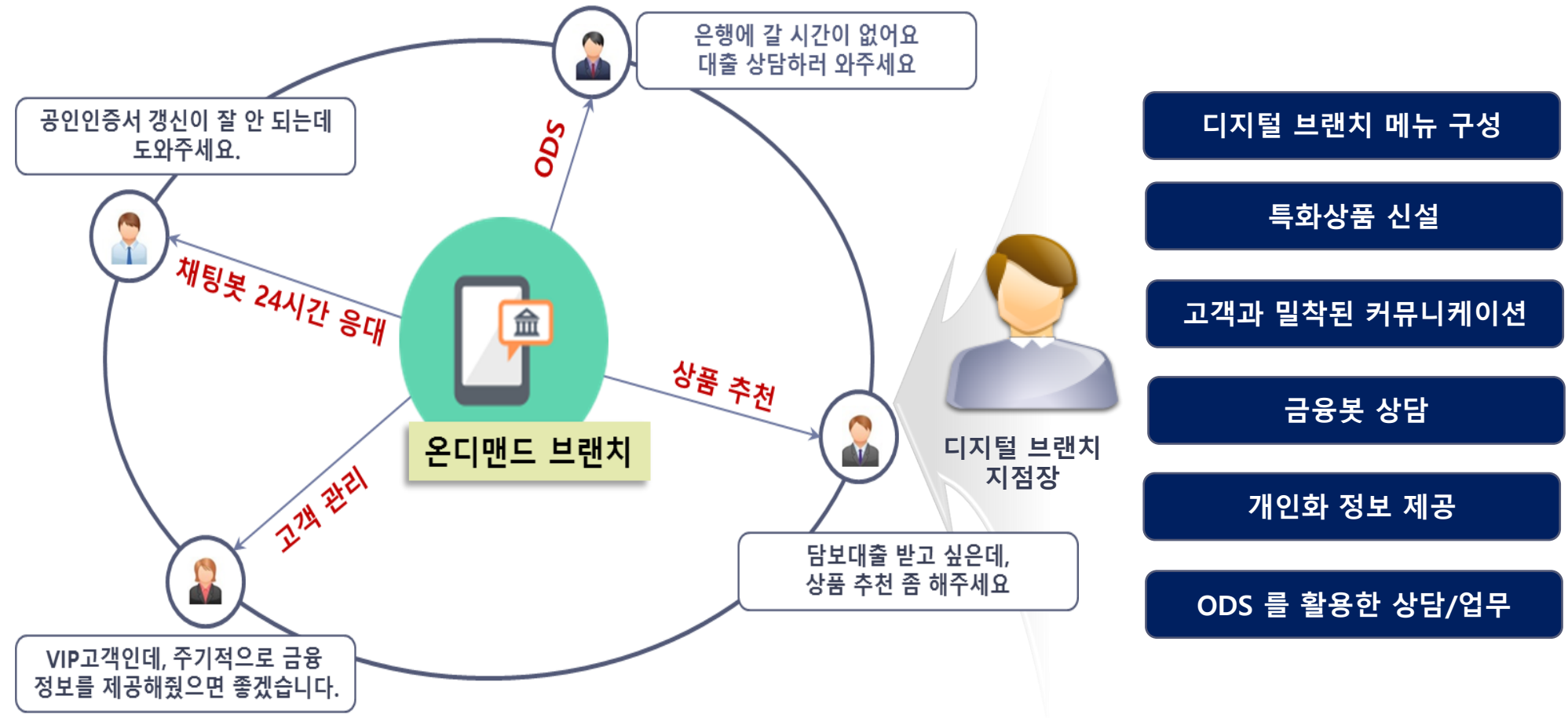
Personalized Banking



고객 개인화 맞춤형 banking - 프로세스

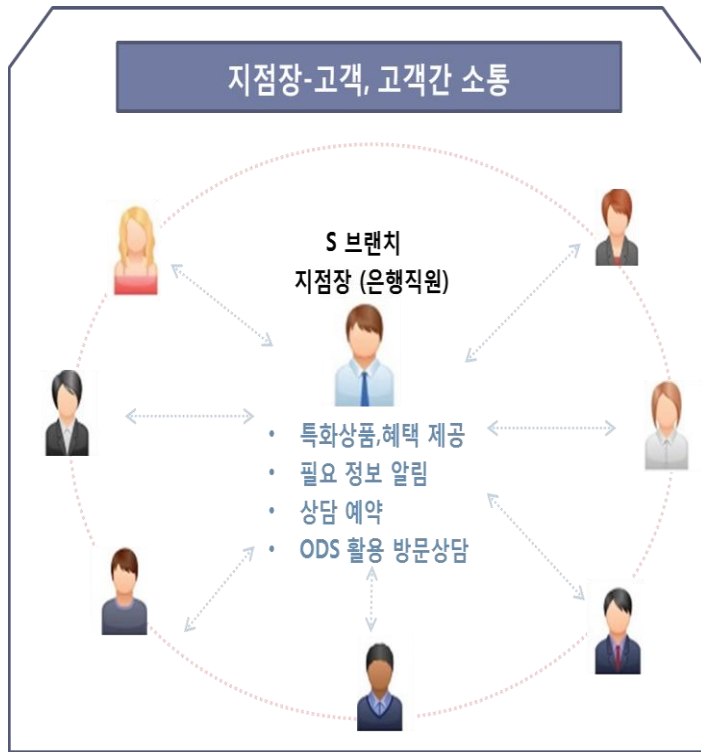
대면/비대면을 아우르는 영업 네트워크 커뮤니케이션 채널 구축

효율적 직원 활용을 위한 은행 상품의 상담 창구역할, 비대면 고객 관리 강화, 탄력적 근무 가능의 효과
지점, 직원의 역할 변화를 통해 영업점과 비대면 채널을 유기적으로 연계

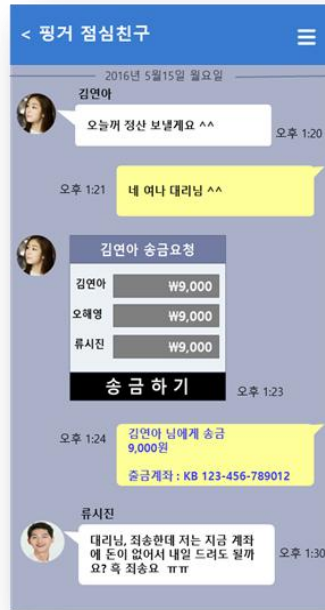


고객 개인화 맞춤형 banking - 구현 내용

고객은 가입한 '디지털 브랜치'의 다른 고객과 커뮤니티를 형성하여 소통,
또한 다른 고객을 초대하여 신규고객 창출 활로로 이용할 수 있음



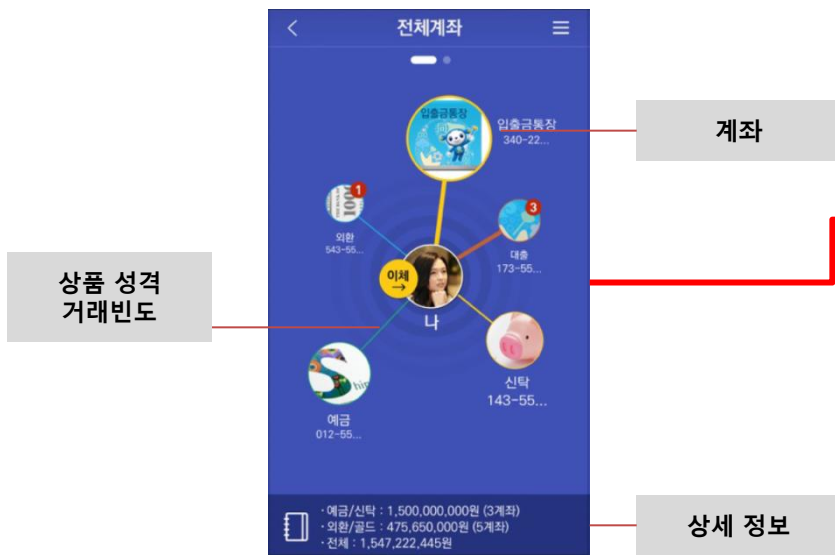
Sample Screen



고객 개인화 맞춤형 banking - 구현 방법

고객 개인을 중심으로 계좌, 상품 가입, 거래 내역 등을 확인할 수 있으며, 공과금, 통신비, 대출 상환일, 금액 등을 한 눈에 볼 수 있다.

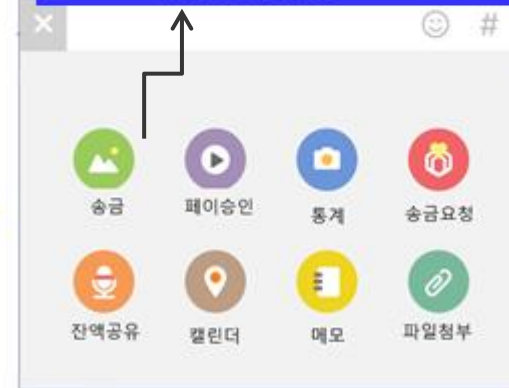
고객 개인을 중심으로 전 계좌 조회



■ 주요 기능

- 고객을 중심으로 방사형태로 계좌 목록 표시
- 원의 크기는 계좌의 금액을 표현
- 고객과 계좌의 선은 상품의 성격을 표현
- 고객과 계좌의 거리는 거래 빈도를 표현

'통계' 클릭하여 과거내역 통계 확인



인간 역사상 가장 큰 패러다임의 전환이 일어나려 한다.

'특이점'이 오고 있다.

인공지능은 지식뿐만 아니라 지성에서도 인간을 추월할 것이다.

이번 세기에 일어날 것이다. – Softbank 손정의 회장

감사합니다.