



해외 금융기관들의 빅데이터 활용 사례와 유의점

최근 일본과 미국 등 해외 금융기관들에 있어서 빅데이터(Big Data)를 활용하는 사례가 증가하고 있으며, 이는 고객관계관리(CRM)와 이벤트기반마케팅(EBM) 등에 초점을 맞추고 있음. 금융기관들은 향후 빅데이터의 활용에 있어 목적의 명확화, 데이터 수집범위 결정, 업무부문과의 결합도, 시행착오과정 등에 유념할 필요가 있음.

- 최근 일본과 미국 등 해외 금융기관들은 ‘보석광산(寶石鑛山)’에 비유될 수 있는 ‘정보(=데이터)의 산(山)’에 본격적인 관심을 기울이기 시작하였는데 이는 빅데이터(Big Data)의 활용에 의해 가능해지고 있음.
 - 그러나 아직 비용 대비 효과를 명확히 산정하기 어렵거나 분석을 효과적으로 수행할 수 있는 인력의 부족 등으로 인해 대다수 금융기관들은 관망적인 자세를 견지하고 있음.
- 해외 금융기관들이 빅데이터를 가장 빈번히 활용하고 있는 분야는 고객과의 거래이력에 따라 시의적절하게 판촉활동을 전개하는 고객관계관리(CRM: Customer Relationship Management)와 이벤트기반마케팅(EBM: Event-Based Marketing) 등임.
 - 일본 A은행의 법인사업 담당부서는 금융전산망에 축적되어 있는 법인고객에 대한 이체 등 결제 데이터를 마케팅에 활용하고 있음.
 - 은행 내 각 시스템에 산재해 있는 입출금과 거래명세 데이터를 빅데이터 전용의 서버에 집약·분석하여 자금의 운용과 조달, 결제방법 개선 등을 제안할 수 있는 법인고객 대상을 추출하고 있음.
- 일본의 B은행은 고객이 자행의 인터넷뱅킹 투자신탁 판매화면에 접속한 이후 화면이동경로를 로그데이터(log data)로 축적·활용하고 있음.
 - 화면이동경로를 분석하여 특정 포털화면으로 진행할 경우 투자신탁계약의 성사율이 높아진 것을 확인함.
 - 이를 토대로 특정 포털화면 직전에서 중단한 상태이거나 포털화면으로 진행했다고 하더라도 아직 계약이 성사되지 못하고 있는 고객에 대해 상세한 상품설명 안내서나 판촉정보를 제공하는 등 적극적인 재접근 노력을 통해 투자신탁계약의 성사율을 높이고 있음.



- 미국의 Wells Fargo 은행은 고객의 ATM 조작이력을 토대로 화면에 표시되는 버튼을 고객별로 최적화(personalize)하고 있음.
 - 예컨대, 정기적인 일정금액 인출과 예금계좌 입금의 빈도가 높은 고객이라면 화면 상단에 이 두 가지 버튼이 표시되도록 함.
 - 이후 정기적으로 ATM 조작이력을 반영하여 가장 빈번히 사용되는 서비스 버튼이 상단에 자동적으로 교체·배치되도록 하고 있음.
 - 타행 계좌의 카드 이용자에 대해서도 자행의 ATM을 이용하면 조작이력이 기록되기 때문에 동일하게 거래화면 최적화가 이루어지고 있음.
 - Wells Fargo 은행은 속도(speed), 개인최적화(personalize), 이해 용이성(understandability) 등의 세 개념에 입각해 ATM을 단순한 현금인출기가 아니라 영업 전개 및 확장을 위한 채널로써 다양하게 활용하는 데 초점을 맞춰 지속적인 기능향상을 도모해 나가고 있음.

- 이외에도 해외 금융기관들이 영업전개에 빅데이터를 활용하고 있는 다양한 사례들을 정리하면 아래 <표>와 같음.

<표> 해외 금융기관들의 빅데이터 활용 사례

사 례	개 요
계좌해약 조짐의 패턴분석 (미국은행들)	계약해지 고객에 대해 인터넷거래와 콜센터, 메일내용, 영업점 설문조사 등으로 수집한 데이터를 토대로 계좌해약 조짐의 패턴을 시스템적으로 추출함. 동 패턴에 부합하는 고객에 대해서는 계좌해약 방지를 위해 특별한 관리를 도모함.
고객의 감정분석 (해외은행들)	콜센터와 웹사이트에 대한 고객의 문의 등 텍스트 데이터를 분석하여 수수료, 주택대출금리, 연회비 등에 대해 부정적인 고객이 증가하고 있는지를 판단하여 대응책을 강구함.
자동차운전 데이터에 기초한 자동차 보험료 산정 (일본 손보사들)	자동차 보험료에 있어 운전자의 운전방식(시간, 거리, 급제동 빈도수 등)에 따라 보험료를 변경함. 운전자의 데이터를 자동차에 탑재한 장치에 축적하여 사고위험을 산정하고, 이를 보험료 산정에 연계시킴.
거래이력에 기초한 쿠폰 배송 (해외은행들)	인터넷뱅킹에 접근하면 직불카드(debit card) 등의 이용이력에 근거해 빈번히 이용하는 점포의 쿠폰이 배송됨.
인구분포통계데이터 제공 서비스 (일본 통신사업자들)	휴대전화의 기지국이 취득한 위치데이터를 토대로 지역별, 연령층별, 요일별, 시간대별 인구의 지리적 분포를 추계한 데이터를 제공함. 출점계획과 점포담당자의 배치계획 등에 활용되고 있음.

자료 : 일본 금융정보시스템센터(FISC : Center for Financial Industry Information System)

- 향후 금융기관들은 빅데이터의 활용에 있어서 ①목적의 명확화, ②데이터의 수집범위 결정, ③ 업무부문과의 결합도, ④기획·실행·평가의 시행착오 등 네 가지 사항에 유념할 필요가 있음.
 - 첫째, 빅데이터 분석결과를 어디에 활용할 것인지 목적을 분명히 설정해야 함.
 - 둘째, 분석에 필요한 데이터의 범위를 어느 정도로 설정할 것인지에 대한 검토 역시 중요함.
 - 셋째, 고객과 직접 접촉하고 있는 영업현장과 분석대상 데이터 및 출력 이미지를 등을 세밀히 조율할 필요가 있으며, 이러한 노력이 제대로 이루어지지 못할 경우 공들인 분석결과가 현장감각 등과 부합되지 못해 활용되지 못할 가능성이 있음.
 - 넷째, 빅데이터의 활용에는 기획, 실행, 평가의 시행착오과정이 어느 정도 필요한 만큼 반드시 단기간에 성과를 거두려는 접근방식은 바람직하지 않을 수 있음. **KIF**