

고객이 원하는 모든 것, 고객 경험: 금융산업을 중심으로

삼정KPMG의 Samjong INSIGHT 78호는 금융산업의 고객 경험을 중심으로 고객 경험 강화 필요성, 우수한 고객 경험을 제공하는 국내·외 비즈니스 사례, 고객 경험에 요구되는 핵심요소 등을 다각도로 분석했다. 또한 국내 금융회사의 고객 만족도 및 경쟁력 제고 방안을 제시했다. 급변하는 금융 환경에서 국내 금융회사가 고객 경험 강화를 통해 자사 서비스를 차별화하고 시장에서 경쟁우위를 확보하는데 도움이 되기를 기대한다.

고객 경험과 재무적 성과 관계

KPMG Global은 1,400개 금융·비금융 글로벌 기업 중 고객 경험 관련 우수한 평가를 받은 상위 50개 기업과 좋지 않은 평가를 받은 하위 50개 기업을 비교



상위 50개 기업이 하위 50개 기업에 비해
54% 더 높은 매출 기록



상위 50개 기업이 하위 50개 기업에 비해
202% 더 높은 세전영업이익 기록

고객 경험 강화가 필요한 이유

소비자 측면
소비자의 '높아진
기대치'와 '변화된
소비 행태'



시장 측면
'빅테크·핀테크 기업'과 같은
위협적인 경쟁자의 부상



정책·규제 측면
'금융혁신·고객
접점 확대'로
인한 경쟁 심화



고객 경험 핵심요소

간편하고 수월한
의사결정 지원

Convenience

- 고객 문제 해결을 위한 의사결정 과정 단순화
- 고객 문제에 대한 쉬운 해결책 제시

끊김없이 일관된
옴니채널 경험

Seamless Connection

- 모든 채널을 고객 중심으로 유기적으로 연계
- 매끄럽고 끊김없이 일관된 경험 제공

고객 감성을 흔드는
팬슈머 전략

Empathy

- 고객 감성에 어필할 수 있는 스토리텔링 등 감성적 요소 활용
- 팬덤 속성 연구 및 서비스에 응용 검토

맞춤형 초개인화 서비스

Hyper-Personalization

- 데이터 분석·활용 역량 고도화
- 데이터 기반의 고객 인사이트 도출

고객 문제를 신속히
지원하는 고객 케어

Customer Care

- 고객 문제에 대한 사전적 예측 및 신속한 대응
- 고객 피드백 실시간 수집

고객 경험 강화 방안

고객 경험 강화의
시작, 고객 목소리
활용

- 자사 서비스에 대한 객관적 시각 확보
- 고객 입장에서 고객 고종 이해
- 브랜딩 강화, 신사업 개발 등의 기회로 활용

금융서비스
합리성 및 체감
혜택 극대화

- 서비스 가치와 혜택에 대한 고객 체감도 극대화
- 서비스 합리성 및 가성비를 고객에게 효과적으로 전달

금융을 재미있게,
Fun 금융

- 고객이 지속적으로 즐길 수 있는 신선하고 다양한 상품 개발
- 금융서비스를 친근하고 재미있게 경험할 수 있도록 다양한 콘텐츠 제공

온라인은 속도,
오프라인은
피지털

- 온라인: UI를 수시로 신속하게 개선하는 애자일 업무체계 도입
- 오프라인: 온라인의 편리함을 오프라인 사업장에 결합 (Phygital)하여 고객 경험 확대

기술에 대한
지속적 모니터링

- 기술 동향 및 글로벌 선진 금융사 기술 도입 사례 모니터링
- 신기술이 고객 경험에 미칠 수 있는 잠재력·영향력을 지속적으로 파악

빠른 실행력과
속도를 갖춘
업무 체계

- 고객 요구에 빠르게 대응할 수 있는 신속하고 유연한 운영 체계 정립
- 현재의 정체된 조직 문화 및 업무 체계 개선

Source : 삼정KPMG 경제연구원