

# 금융업의 CRM 사례



*Transforming Transactions  
Into Relationship*

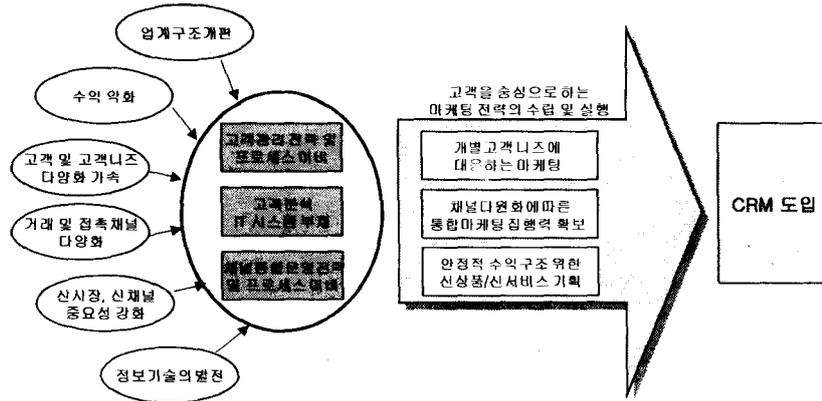
2001. 8

**Teradata**  
a division of EMCOR

## 추진 배경

금융업의 CRM 사례

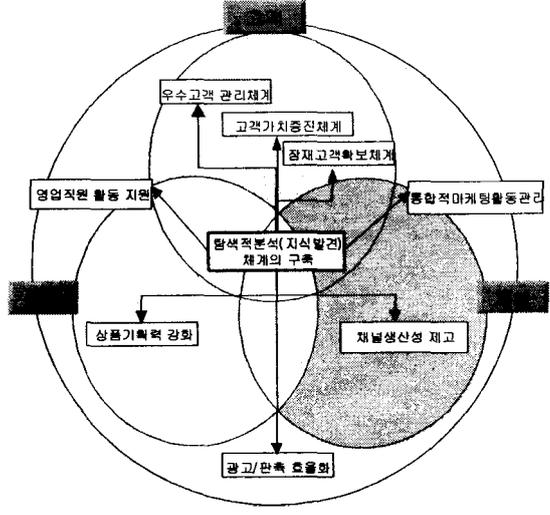
- 시장의 경쟁환경 변화와 고객니즈의 다양화 --> 현업사용자의 다양한 정보 가공 및 분석 요구
- 분석적이고 과학적인 고객 맞춤형 마케팅 필요



# CRM 활용의 기본 방향

금융업의 CRM 사례

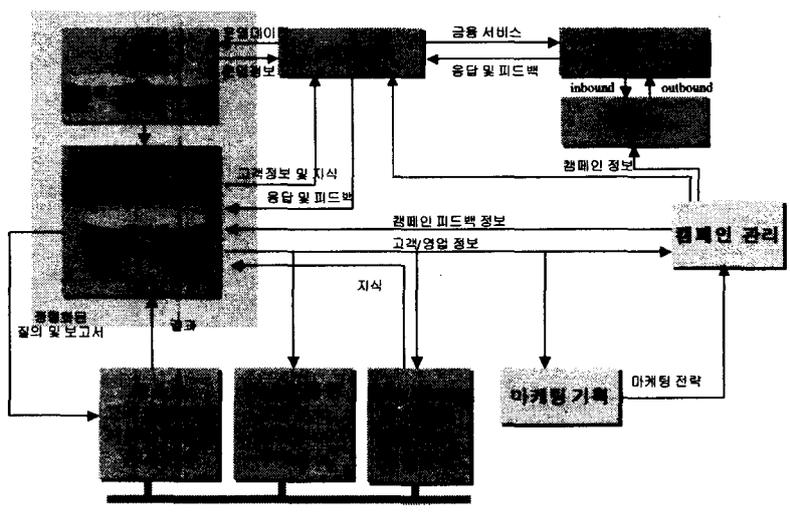
- 실제 활용 가능한 CRM 구축 방향**
- 활용 시스템별 활용목적, 활용체계 도출
  - 시스템별 단계별 추진과제 도출
- 조기에 가시적 성과 도출가능한 세부활용방안**
- 회사 전략방향과 시장상황에 맞춰 시기적절한 활용방안 강구
  - 가시적 성과를 조기에 얻음으로써 사내에 CRM 공감대 확산



3

# DW/CRM 비즈니스 모델

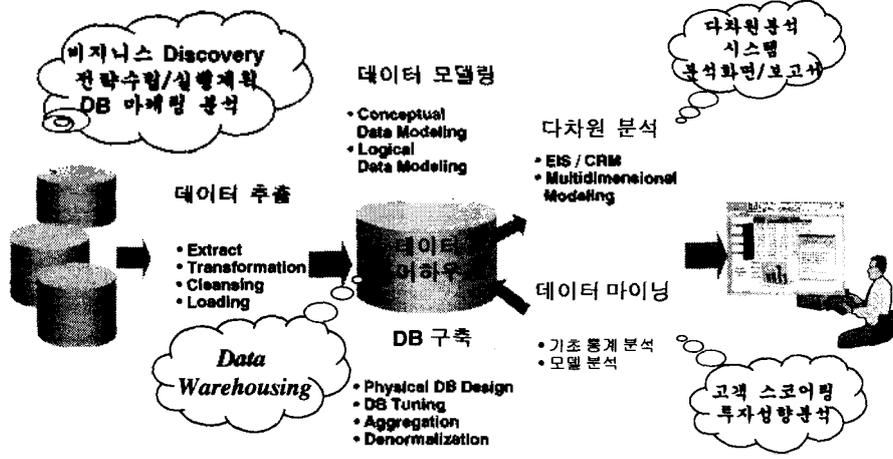
금융업의 CRM 사례



4

# 데이터 웨어하우징

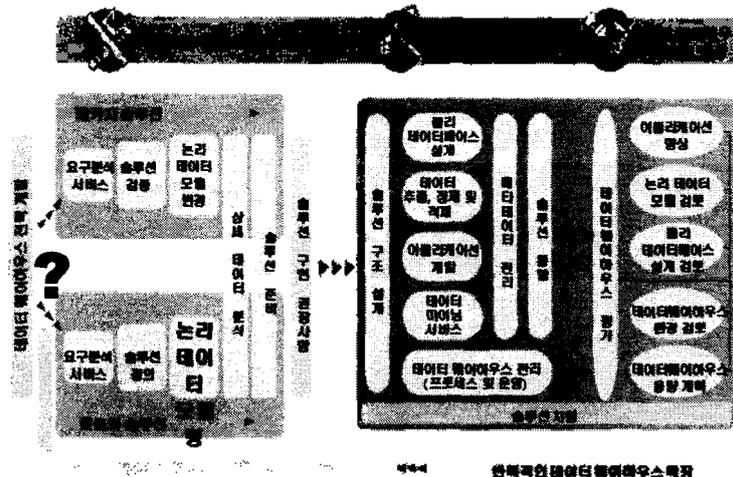
금융업의 CRM 사례



# DW/CRM 구축 방법론

금융업의 CRM 사례

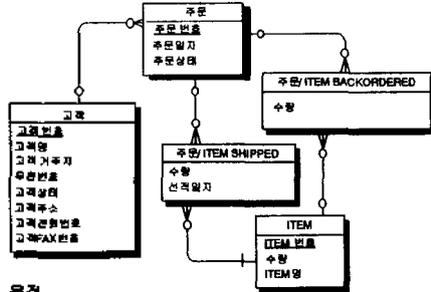
NCR의 방법론은 20년간의 데이터 웨어하우스 구축 경험과 이를 통한 Business Value 증대를 기초로 만들어진 "검증된 방법론"입니다.



# DW계획 논리 데이터 모델링

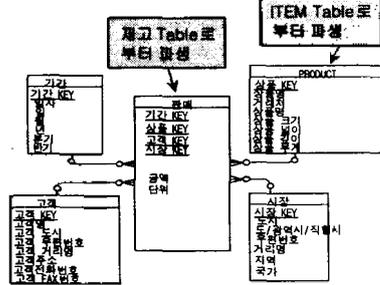
금융업의 CRM 사례

## 정규화된 모델(Entity Relationship Model)



- 목적**  
 기업 비즈니스 모델  
 데이터 중복을 최소화  
 기업 비즈니스 규칙 유효화 및 데이터 정확성 유지
- 이점**  
 개편사적 비즈니스 View를 표현  
 구조적 전반에 대한 포괄적 Data Navigation 및 분석을 가능케 함
- 문제점**  
 기사용자에게 visualization이 어려움  
 복잡성 데이터베이스에서 Query 성능이 감소  
 (not Teradata)

## 비 정규화된 모델(Star Join Schema)

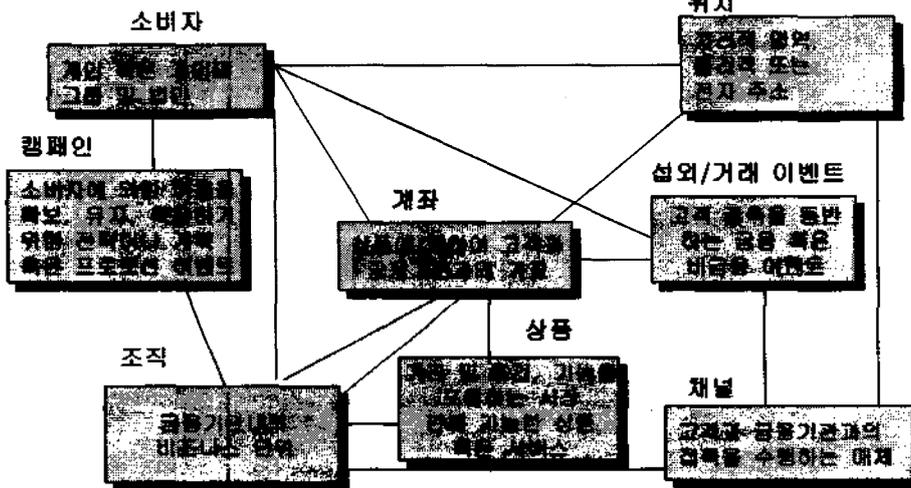


- 목적**  
 데이터베이스에서 "Join 및 Aggregation"에 대한 Query 성능 증가  
 가려나기의 기능 또는 영역을 모델
- 이점**  
 기사용자가 이해하기 용이  
 가설고 있는 Query에 대하여 Query 성능 증가
- 문제점**  
 Cross Functional Question에 대한 대안 불가능  
 가려나기 Application 조경  
 가려나기 중복된 Data

# DW계획 FS-LDM

금융업의 CRM 사례

## FS-LDM : Financial Solution - Logical Data Model



# 데이터 마트와 전사적 DW의 비교

금융업의 CRM 사례

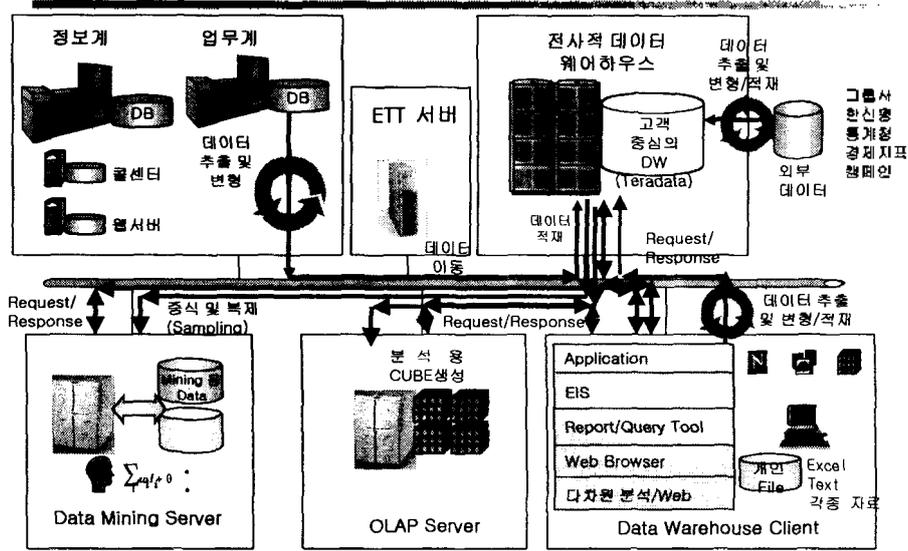
	데이터 마트	전사적 데이터 웨어하우스
목적	특정 업무 분석 지원	모든 문의에 대처
질의 유형	정형	비정형
응답 속도	일관적, 신속성	질의에 따라 가변적
시간성	과거, 현재 데이터	과거, 현재 및 미래 데이터
데이터 모델	Dimensional Modeling	Entity Relational Modeling
데이터 내용	요약 데이터	상세, 요약 데이터
사용 유형	읽기, 쓰기	읽기 전용

따라서, 전사적 데이터 웨어하우스는 모든 업무들에 관련된 모든 상세 데이터들과 요약 데이터들을 관계형 데이터 모델을 기반으로 관리하여 어떠한 유형의 질의들도 처리할 수 있습니다. 반면에, 데이터 마트는 전사적 데이터 웨어하우스에서 특정 업무에 관련된 요약 데이터들을 도출하고 이들을 다차원 데이터 모델을 기반으로 관리하여 해당 업무에 대한 정형화된 질의들을 신속하게 처리할 수 있습니다. 따라서, 어떠한 업무에 대해 데이터 마트를 구축하느냐에 따라 데이터 마트의 수가 결정됩니다. 일반적으로 다음과 같은 업무들이 데이터 마트들로 구축될 수 있습니다.

- ← 특정 부서의 다양한 분석과 예측이 필요한 업무
- ← 상세 데이터보다는 요약 데이터를 이용하는 업무
- ← 일별로 집계되는 업무보다는 월별로 집계되는 업무
- ← 사용자 유형별로 구분될 수 있는 업무

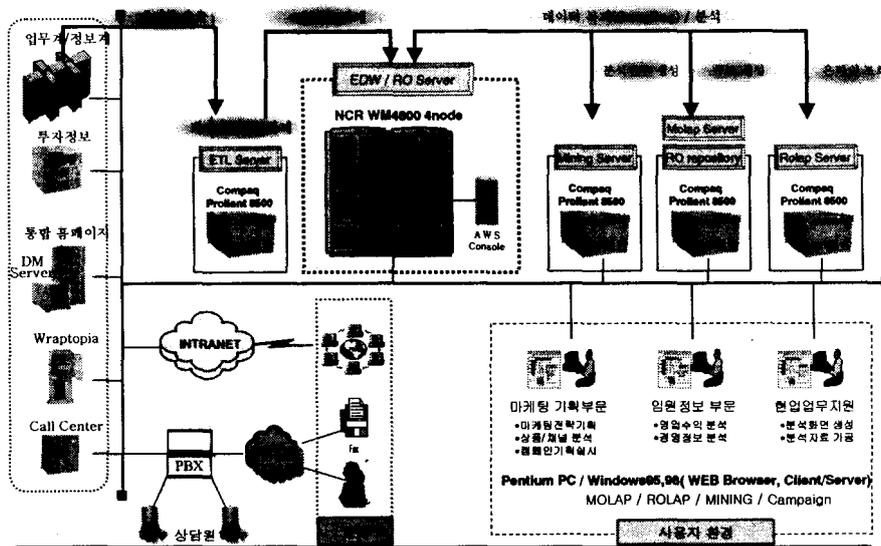
# DW/CRM 업무 흐름도

금융업의 CRM 사례



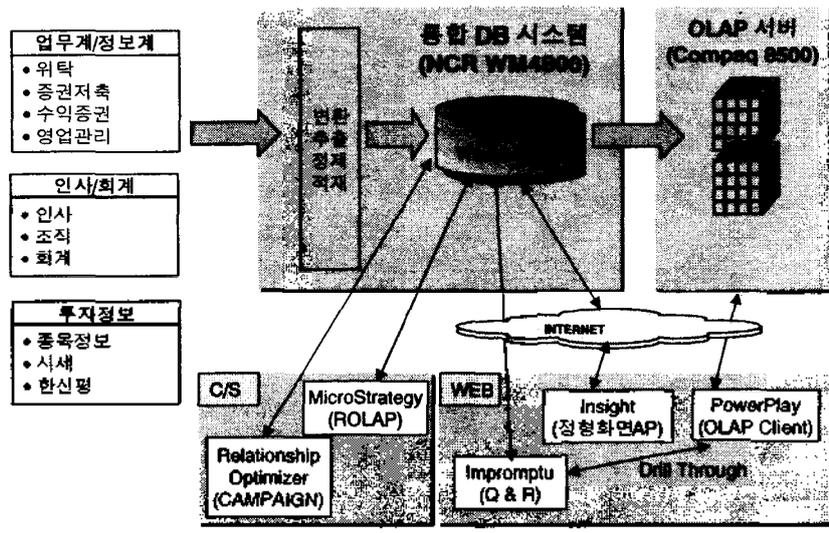
# 시스템 구성도

금융업의 CRM 사례



# 조회 시스템 구조

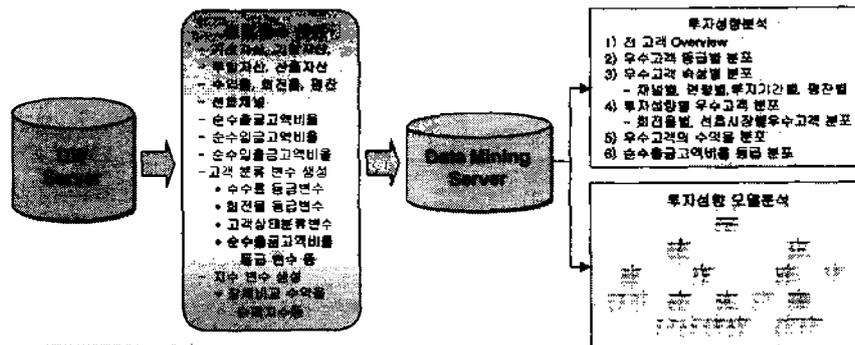
금융업의 CRM 사례



증권회사 Data Mining 분석주제 및 요약

- I. 우수고객 투자성향 분석
  - 우수고객을 정의하고, 속성 및 투자성향을 고객분포를 파악한다.
  - 우수고객과 일반고객의 특성을 나타내는 군집을 분류하여, 분기별 그 추이를 분석한다. 이를 통하여 우수고객과 일반고객의 특성과 그 변화를 파악할 수 있다.
- II. 우수고객 탈락 예측 분석
  - 우수고객에서 비우수고객으로 탈락되는 고객을 예측하여, 적절한 관리방안을 통한 고객 LTV 극대화
  - 주요 탈락 원인
    - 경제비감으로 인한 탈락 고객: 안정적인 상품으로의 전환을 유도하여 회사 외부로 자산이 유출 되는 것을 막고, 경제 전망 호전 시 주식투자 유도로 재 우수고객화 하여 고객 LTV를 극대화한다.
    - 수익을 저하로 인한 자산감소, 회전을 저해, 채널변경(지점->사이버) 등 기타 다양한 원인에 의한 탈락 고객: 지점/관리자를 통한 보다 집중적인 수익을 제고 노력을 통해 지속적인 우수고객화
- III. 시장점유율 하락사의 이탈고객 분석
  - 시장 점유율 하락시 이탈 고객들의 이탈전 투자성향을 분석한다.
- IV. 이탈고객의 기간별 Winback 고객분석
  - 사이버 수수료 인하기간 및 그 이전 기간의 Winback 고객률 분석한다.
- V. 이탈 방지를 위한 이탈 가능성 Scoring 분석
  - 이탈 방지를 위하여 보다 집중적으로 관리하여야 할 고객군을 찾는다.

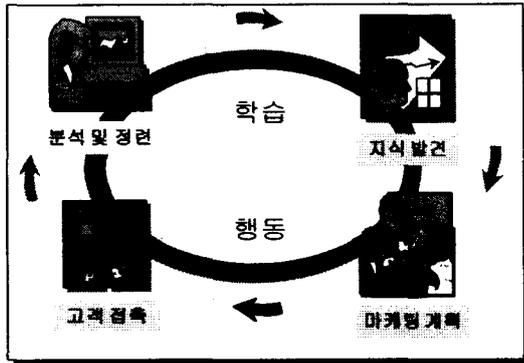
I. 우수고객 투자성향 분석



- 위탁/개인 고객 20 만명 중 1 만명의 상위 5% 고객이 전체 수수료 수입의 80% 정도를 기여함
- 우수고객 투자성향: 저점 거래를 많이하고, 1천만원 이상의 자산을 보유, 6회전 이상의 고회전율, 거래 세장 (코스닥/거래소)이 편중됨이 없으며, 수익률이 지조한 특성이 있음.

## CRM(고객 Relationship 관리)이란 ... 금융업의 CRM 사례

신규고객 획득, 기존고객유지 및 고객 수익성을 증대 시키기 위하여 지속적인 커뮤니케이션을 통하여 고객 행동을 이해하고 영향을 주기위한 광범위한 접근이다.

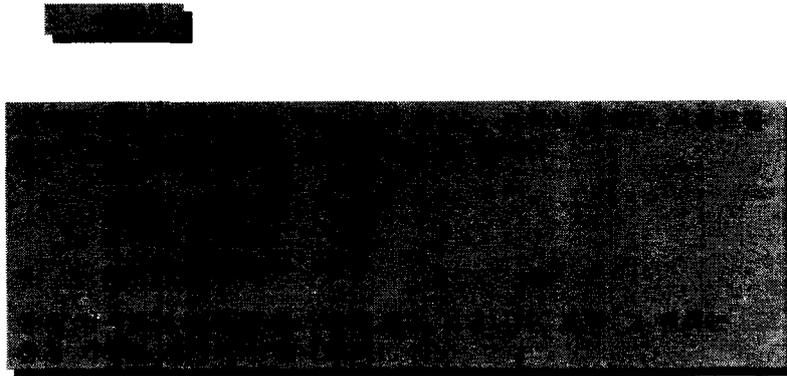


最適의 고객에게  
 最適의 상품을  
 最適의 타이밍에  
 最適의 채널로

15

## What is a Significant Event?

금융업의 CRM 사례



16

## What is a Significant Event?

금융업의 CRM 사례

**고객 접촉:**

- 채널-물류
- 상품문의

**거래의 변화:**

- 거래수단 변경
- 고객 등급
- 고객 등급

**고객의 행동 변화:**

- 채널의 사용 변화
- 채널 변경 변화
- 거래 상품 변경



## 샘플 이벤트 (증권)

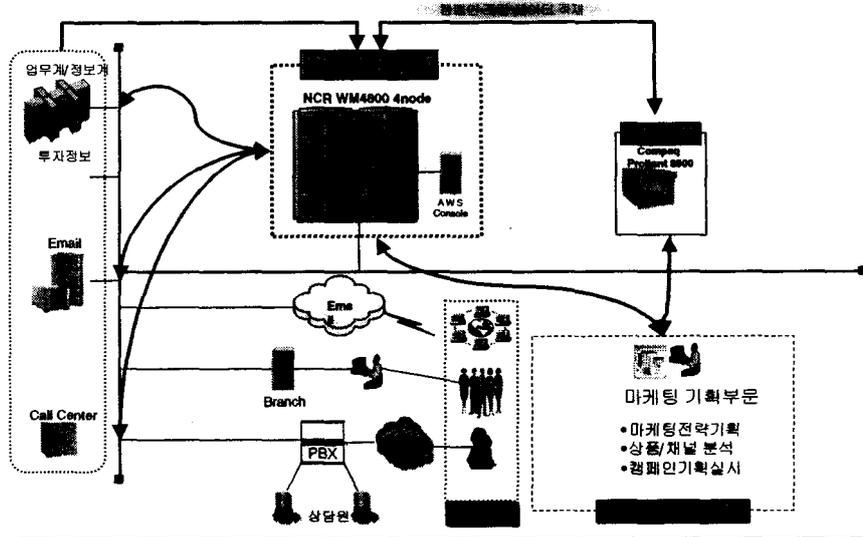
금융업의 CRM 사례

- |                  |                |
|------------------|----------------|
| • 거래 입금          | • 투자 패턴의 변화    |
| • 거래 출금          | • 현지한 잔고의 변화   |
| • 계좌 개설/해지       | • 거래 반도수 증가/감소 |
| • 거래 지역의 변화      | • 신용거래 담보 부족   |
| • 상담/콜리닉         | 미수금 반발         |
| • 기념일            | • 공모주 발행       |
| • 전산 장애          | • 유상 청약        |
| • 각종 문의/조회       | • 긴급 정보        |
| • 수익증권/펀드 만기도래   | • 불안 표시        |
| • 상품 보유 현황 변화    |                |
| • 거래 채널의 변화      |                |
| (사이버 트레이딩, 콜 센터) |                |



# 캠페인 관련 시스템 아키텍처

금융업의 CRM 사례



# 위탁수면고객 수익증권 권유 캠페인

금융업의 CRM 사례

## 캠페인

: 위탁수면고객 수익증권 권유 캠페인

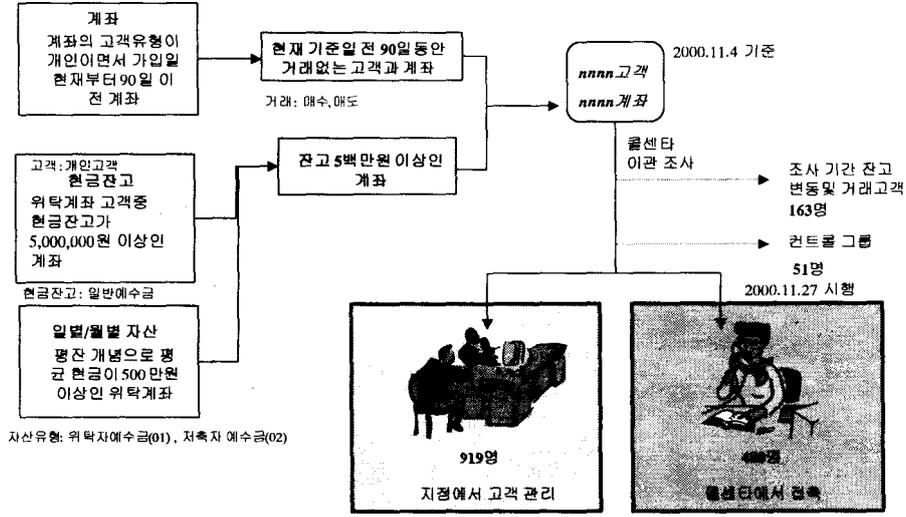
위탁계좌 중  
현재 현금 발잔과  
과거 현금 평잔이  
500만원 이상이고  
최근 90일 동안  
매수매도 거래가 없는  
유연성 계좌 보유 고객에게  
신탁상품 가입 유도



# 위탁수면고객 수익증권 권유 캠페인

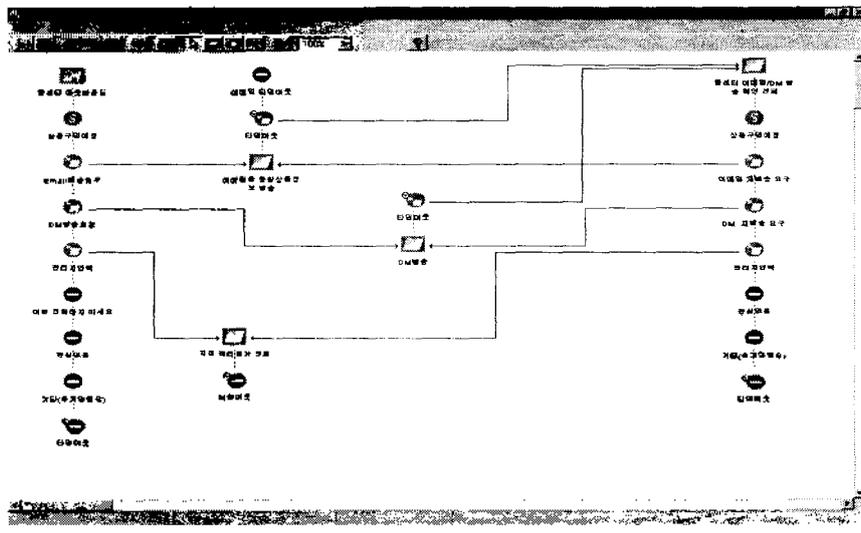
금융업의 CRM 사례

## 행렬인 고객 선발 절차



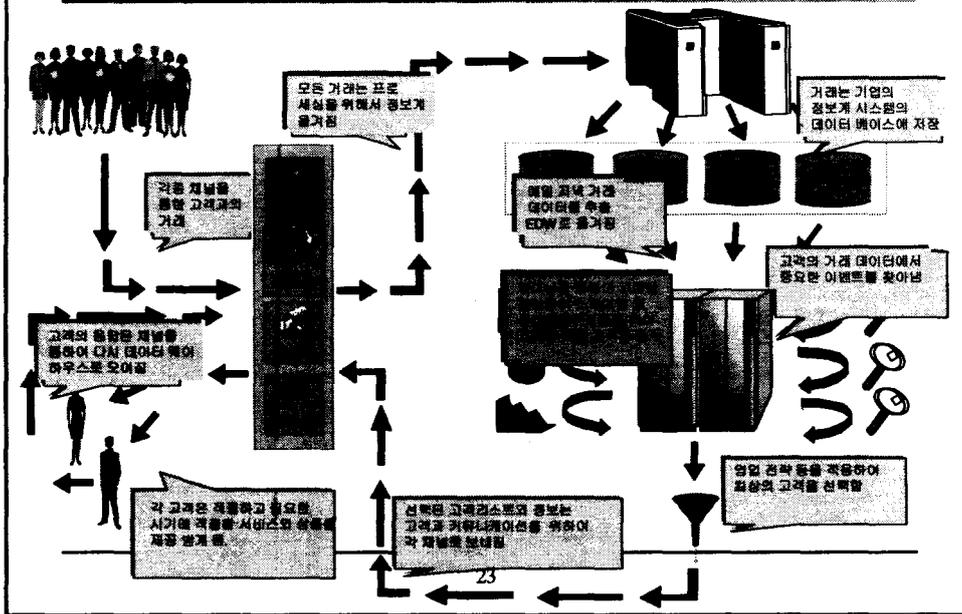
# 위탁수면고객 수익증권 권유 캠페인

금융업의 CRM 사례



# 캠페인 업무 흐름도

금융업의 CRM 사례



# ROLAP - 본부별 직급별 현황

금융업의 CRM 사례

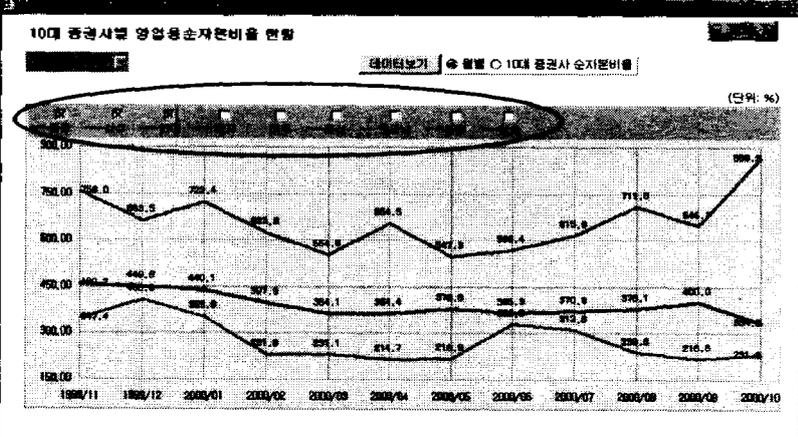
- 11월 관리부정발 고객수, 계좌수, 회전율, 예탁자산월말잔, 예탁자산평균 잔액

1	2	3	4	5
097	099	361.000%	11,915,426.599	2,258,789
4,744	4,878	104.259%	104,546,893.859	287,788,939,388
2,691	3,883	144.290%	163,541,896,649	132,736,882,238
5,786	5,999	103.680%	138,549,937,859	156,895,494,632
249	282	113.250%	3,881,916,724	3,888,596,583
1,461	1,528	104.586%	158,434,725,642	176,324,931,438
1,636	1,887	115.349%	62,237,896,746	58,147,937,912
18,118	18,548	102.382%	788,887,174,381	747,781,531,984
246	248	100.813%	18,183,316,419	16,276,994,664
7,548	7,788	103.193%	188,182,389,937	227,287,122,518
6,837	8,916	129.090%	128,387,448,912	138,281,287,788
3,281	3,377	102.926%	214,887,846,488	238,275,289,243
248	248	100.000%	18,758,218,884	18,816,186,187
1,228	1,284	104.561%	221,488,782,821	244,868,163,882
884	718	80.090%	48,288,888,878	24,888,128,878
25,247	25,437	100.761%	831,288,883,427	887,375,888,871
4	4	100.000%	88,284,287	78,885,746
88	88	100.000%	36,438,415,885	41,111,887,851
112	118	105.357%	1,418,818,888	1,884,471,432
73	76	104.109%	28,887,738,543	32,888,786,887
88	78	88.636%	8,134,888,418	8,378,488,888
12	12	100.000%	88,888,881,287	88,843,182,887
8	9	112.500%	871,482,888	218,286,774
188	183	97.340%	48,378,888,546	68,358,844,575
886	878	99.109%	172,888,878,538	288,878,881,811
18	18	100.000%	1,888,288,887	2,385,536,581
1	1	100.000%	48,827,388	47,182,788
8	8	100.000%	118,888,184	88,532,882
28	28	100.000%	8,818,887,461	2,813,281,881
4	4	100.000%	887,888,387	888,877,882
88	88	100.000%	8,888,181,783	7,887,181,778
327	328	100.306%	21,148,128,788	24,878,787,782



# REPORT — 10대 증권사별 영업용순자본비율현황(1)

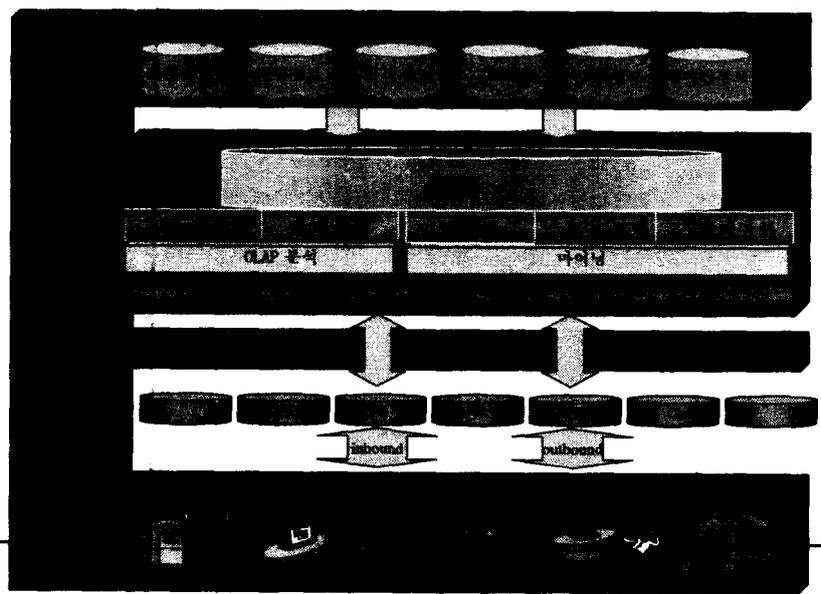
금융업의 CRM 사례



- 위 그림은 10대증권사 영업용순자본 비율을 추세선으로 보여드리고 있습니다.
- 격생표시 안을 클릭하시면 원하시는 증권사의 실적추이를 보실 수 있습니다.
- "10대 증권사 순자본비율" 레거티버튼을 누르시면 다음 페이지의 그림처럼 보여드립니다.

# DW/CRM 시스템 흐름도

금융업의 CRM 사례



## DW/CRM 주요 성공 요인

금융업의 CRM 사례

### ○ 프로젝트 관리

전사 데이터 웨어하우스 시스템 구축은 DW 컨설팅, 통합 DB 구축, OLAP 및 REPORT AP 개발 등으로 구성되는 SI 프로젝트로 수행되므로 체계적인 프로젝트 관리 방법을 적용

### ○ 명확한 비즈니스 요구사항의 분석

데이터 웨어하우스 시스템에 대한 비즈니스 목표와 현업 사용자의 비즈니스 요구사항 및 문제점을 명확하게 정의하는 것이 매우 중요

### ○ 데이터 웨어하우스 서버의 대용량 데이터 처리 성능

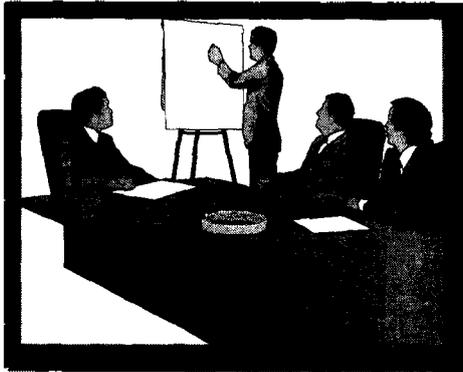
전사 DW 구축시 대용량 데이터베이스에 대한 복잡한 동적 질의를 수행하기 위해서는 데이터 웨어하우스 서버 플랫폼과 DBMS의 성능이 매우 중요  
이에 전사 DW 구축시 확장성있는 MPP DW 서버와 병렬 DBMS가 필요

### ○ 데이터 웨어하우스 구축 방법론

전사 데이터 웨어하우스의 구축은 주제 영역별로 점진적으로 확장성있게 그리고 반복적으로 구축되어야 함

### ○ DW/CRM is not a PRODUCT, is a PROCESS

29



## 질의 응답

한국 NCR senior consultant

박 찬 주 011)270-8151

cj.park@ncr.com