

IDG Case Study

KDB대우증권 상품통합정보시스템, IBM 코그노스 10 구축

미래 성장 동력 확보를 위한 상품정보 즉각 활용, “Think you very much”

급변하는 경제 상황 속에서 시간은 무엇과도 바꿀 수 없는 가치다. 2012년 건설 불황의 여파로 Y사 문제가 터졌을 때, KDB대우증권은 자사가 보유하고 있는 해당 Y사 관련 상품과 규모를 파악해 취합하고, 각 지점별 규모 등을 분석하는데 짧지 않은 시간이 소요됐다. 2013년 말, 관리하는 모든 상품정보를 통합한 상품통합정보시스템을 구축한 KDB대우증권은 H사에 문제가 발생했을 때 관련 상품을 추출, 보고하는데 단 30분이면 충분했다. 특히 직원들이 상품정보를 즉시적으로 직접 추출, 분석함으로써 상품 개발에 소요되는 시간이 줄어든 것은 물론이고 상품 분석의 질이 달라졌다. 이처럼 KDB대우증권의 상품통합정보시스템은 구축하자마자 효과가 지대하다. KDB대우증권 IT센터 본사시스템개발부 임일헌 부장과 김종현 차장을 만나 이번 프로젝트 구축 과정을 살펴보면서 성공적인 BI 구축이란 어떤 것인지 파악해보자.

Sponsored by



무단 전재 재배포 금지

본 PDF 문서는 IDG Korea의 프리미엄 회원에게 제공하는 문서로, 저작권법의 보호를 받습니다.

IDG Korea의 허락 없이 PDF 문서를 온라인 사이트 등에 무단 게재, 전재하거나 유포할 수 없습니다.

미래 성장 동력 확보를 위한 상품정보 즉각 활용, “Think you very much”

KDB대우증권은 지난 11월 자사의 모든 상품정보를 통합하는 상품통합정보시스템을 구축, 완료했다. KDB대우증권 상품통합정보시스템은 상품통합 허브, 상품분석 데이터마트, 분석 시스템인 상품 BI와 PB업무지원 시스템인 상품PB 시스템 등으로 구성됐다. 이 시스템을 통해 KDB대우증권은 상품정보를 즉시 추출, 분석할 수 있게 됨에 따라 좀더 빠르고 깊이있는 상품 개발과, 기획 및 마케팅을 전개할 수 있게 됐다.

다양한 상품출시로 보다 신속한 자료수집 필요

최근 급변하는 경제 상황에 맞는 빠른 상품 기획과 개발은 차세대 경쟁요소가 되고 있다. 또한 금융상품 판매 실적은 해당 지역과 경제 상황, 조건과 맞물려 민감하게 돌아간다.

KDB대우증권은 그간 수많은 금융상품들이 출시되어 판매, 관리되면서 이 모든 상품들을 보다 체계적으로 분류하기 위한 관리 표준체계 확충의 필요성을 느껴왔었다.

상품 속에 상품 등 상품 구성의 복잡성으로 인해 전체 상품정보 파악이 어려웠다. 특히 ELS/DLS의 기초자산, WoW(Wrap of Wrap), 퇴직상품 및 각종 파생상품 등 상호 연관된 복잡한 금융상품에 대한 즉각적인 분석은 불가능에 가까웠다.

KDB대우증권 IT센터 본사시스템개발부 임일현 부장은 “기본적으로 각 상품마다 업무 시스템 담당자가 따로 있었다. 채권은 채권업무 담당자, 수익증권은 수익증권업무 담당자, 주식은 주식업



무 담당자 등으로 구분되어 관리하고 있었다. 그러다 보니 각 업무별 세부 정보를 보려면 각 업무 담당자에게 정보를 요청하면 담당자가 해당 자료를 찾아 제공하는 프로세스였다”고 설명했다.

그래서 현업 부서에서 요청한 자료를 확인하는데는 짧지 않은 시간이 필요했다. KDB대우증권에서 이를 아우를 수 있는 시스템이 있었는데, 실시간으로 조회할 때에는 상세 종목단위로 내려가 실적을 볼 수 있었지만, 과거 단위 실적은 주식, 채권, 수익증권 등과 같은 큰 단위로만 확인할 수 있었다.

이번 상품통합정보시스템 구축 프로젝트 PM을 맡았던 KDB대우증권 IT센터 본사시스템 개발부 김종현 차장은 “고객 요구와 시장 환경에 맞는 상품전략을 세우기 위해서는 우선, 판매되는 모든 금융상품들을 상품별로 한곳에서 비교하고, 가입 고객 정보, 판매조직 정보를 분석할 수 있는 통합 인프라가 필요했다”고 말했다.

현업 20여 개 부서, 현실적인 요구 도출

KDB대우증권은 상품 비즈니스 전략 과제로 고객 신뢰를 바탕으로 한 저성장 시대에 맞는 상품 라인업 및 서비스를 구축하고 영업 현장에서 고객을 확보하는 데 도움이 되는 상품 마케팅을 수행하기로 했다. 이를 통해 미래 성장 동력을 확보하고자 했다.

KDB대우증권은 주식, 펀드, 채권 등 모든 금융 상품의 정보를 종합 비교, 분석할 수 있고, 상품별 고객정보와 조직정보를 보여주는 시스템을 개발하기로 하고 이를 위해 20여 개 부서가 참여한 전사적 TF(Task Force) 팀을 결성했다. 임일현 부장은 “증권사에서 일반적으로 프로젝트를 할 때 전사적인 사전 TF를 구성하는 경우는 드물다. 현업 20여 개 부서가 참여한 TF는 단위 프로젝트로서는 가장 큰 규모였으며, 준비 기간 또한 상당히 길었다”고 말했다.

KDB대우증권은 현업에서의 요구사항을 적극적으로 받아들여 고객 요구와 시장 환경 변화를 조직 관점과 상품관점에서 동시에 분석하는 통합 솔루션을 구축하기로 했다.

KDB대우증권은 철저한 사전 준비에 의해 도출된 요구 사항에 맞는 제품 선정에 들어갔다.

DW 어플라이언스 장비 선정에 있어 임일현 부장은 “우선 그간 경험을 토대로 분석을 위주한 목적성에 초점을 맞췄다”고 말했다. 분석 툴을 선정할 때 KDB대우증권은 사전에 도출한 필요 기능에 대해 시나리오를 만들어 BMT를 했다. BMT 과정에서 자사가 원하는 기능에 대해 얼마나 수행할 수 있느냐에 우선 선정 기준을 뒀다. 임일현 부장은 “BMT를 진행하는 과정에서 IBM코그노스가 우리가 원하는 기능 대부분을 수용할 수 있었다”고 설명했다.

프로젝트 전, 철저한 사전 작업

KDB대우증권 상품통합정보시스템 프로젝트는 총 1, 2, 3단계를 거쳐 진행됐다. 1단계 프로젝트에서 상품통합 허브, 상품분석 데이터마트를 구축했다.

프로젝트가 시작되기 전 TF팀은 3개월에 걸쳐 금융상품 전체에 대한 체계적인 분류작업을 진행했다. 전체 상품을 아우르는 공통 요소(Common Factor) 분류 체계와 각 상품별 필수 분류 체계인 고유성 요소(Sole Factor)를 정의해 모든 상품을 하나의 분류 체계에서 조망할 수 있는 표준 체계

를 만들었다.

특히 상품 관련한 8,000개의 전사 테이블을 전부 검토, 분석했다. 각 테이블 별 항목에서 상품별 핵심 정보를 도출하고, 코드값 조사 등을 통해 코드북 사전을 정리하는 등 전체 상품정보를 재구조화하고 통합하는 작업을 수행했다.

김중헌 차장은 “전사 DB에 있는 모든 메타 데이터를 TF에 참가한 인원들에게 모두 분배해 일일이 필요한 정보인지 아닌 지를 검토, 분석한 결과 관련 테이블은 400개 정도로 압축됐다”고 말했다.

고객, 조직, 상품을 중심으로 한 방사형 DB구조

1차 프로젝트가 진행되면서 상품에 대한 정보정리를 위해 사내 업무와 전산을 아우르는 최고 전문가인 업무개발부 파트장 2명이 프로젝트 팀원으로 참여했다. 풍부한 경험과 최고 수준의 기술력을 바탕으로 KDB대우증권은 단 3주만에 기본 DB 분석을 완료하고 4개월만에 모든 DB 시스템 기반을 구축했다.

이후 2, 3단계 프로젝트에서 분석 시스템인 상품 BI와 PB업무지원 시스템인 상품PB 시스템을 구축했다. 상품BI는 분석 속도와 분석 기능의 다양성에 초점을 맞췄으며, 상품 PB 화면은 PB가 통합 상품정보에 손쉽게 접근해 고객에 대한 윈스톱 컨설팅이 가능토록 중점을 뒀다.

김중헌 차장은 “현업에서 가장 많이 요구했던 사안은 바로 몇 가지 분석 기능으로 분석하는 차

상품통합정보시스템 구축 프로젝트

- **구축시기** : 2013년 1월 14일 ~ 11월 20일
- **프로젝트 목적** : 상품기본정보(데이터 허브), 분석/평가 정보(상품 데이터마트) 구축, 다차원 분석을 위한 상품 BI 구축, 상품 PB 전용화면 구축
- **적용 솔루션** : IBM 코그너스 10 BI
- **인프라 현황** : IBM 퓨어데이터 시스템 포 애널리틱스

원이 아니라 모든 상품정보와 자신이 다룰 수 있는 모든 분석 툴을 활용할 수 있도록 만들어 달라는 것이었다”고 말했다.

이를 위해 KDB대우증권은 고객, 조직, 상품이라는 세 개의 축을 중심으로 방사형 데이터 구조를 만들었다. 소규모 데이터마트 단위로 구축하는 일반적인 BI의 경우, 대부분 스타 스키마 형태의 DB 구조다. 이 구조는 분석 자체를 제한된 범위 내에서만 자율적으로 움직일 수 있는 데, 흔히들 외부로 다양한 데이터를 추출할 수 있다고 표현하지만 실상은 사전에 정의된 범위 안에서 자유로울 뿐이다.

김 차장은 “이런 데이터 구조를 탈피해 좀더 확장된 R-DB 구조로 구성하면서 분석 범위가 굉장히 넓어지게 됐다. 일반적으로 50~100개의 분석 디멘션(dimension)이 보통인데, 자사 시스템은 2,000여 개 분석 디멘션 대부분을 모든 요소 분석에 활용할 수 있도록 구조화했다”고 설명했다.

임일현 부장은 “너무 많은 데이터와 연결되다 보니, 속도 이슈가 발생할 것으로 염려됐는데, 이는 IBM 퓨어데이터 시스템 포 애널리틱스(IBM PureData System for Analytics)를 통해 완전히 해결됐다. 또한 이런 데이터 구조에서는 데이터 왜곡 현상이 발생할 수 있는데, 이를 위해 굉장히 많은 노력을 기울였다”고 덧붙였다.

예를 들어 데이터 왜곡 형태의 가장 일반적인 것은 다대다 구조가 되어버리는 상황이다. 데이터 연결 통로가 굉장히 많기 때문에 원하지 않는 연결 통로를 타고 들어가 정보를 추출할 때 데이터가 왜곡될 수 있다. 현업 사용자가 잘못된 연결 통로로 들어갈 때에는 내부적으로 분리시키거나 회피하는 방식으로 조정해야 한다. 그래서 IT부서 입장에서는 이런 구조를 피하는 경향이 있다.

그러나 KDB대우증권은 현업의 요구를 적극 수용하고 실질적으로 활용할 수 있는 BI 시스템을 구축한다는 기본 취지에 따라 방사형 구조를 선택한 것이다.

이렇게 실질적으로 현업 요구를 제대로 받아들

여지게 된 것은 현업에서의 적극적인 참여 덕분이었다. 이 프로젝트 자체를 처음 기획한 것이 바로 현업, 즉 상품개발실이었으며, TF에 참여한 20여 개 부서 대부분이 상품개발실을 비롯해 상품 전략 기획 및 마케팅 관련 지원팀이었다.

특히 TF팀이 현업에서의 요구사항에 대한 결과물을 도출해내는 것을 넘어 본 프로젝트까지 함께 참여했다는 점에서 의미가 깊다. 원래 TF는 공식적으로 본 프로젝트가 진행되면 해산되는 것이 일반적이지만, 이번 팀은 데이터 검증 단계까지 꾸준히 이어져 데이터 확인, 검증 작업까지 해냈다.

파워 유저의 뷰를 가져다 자신만의 뷰 만든다

이번 프로젝트에서 임 부장의 기대 가운데 하나는 파워 유저들이 만들어놓은 다양한 보고서들을 공유시켜서 일반 사용자에게까지 확대되는 것이었다.

과거의 모든 시스템들은 주관부서나 IT부서가 정형화된 형태로 화면을 만들어 놓은 것만 볼 수 있게 됐지만, BI는 사용자들이 자신이 원하는 화면을 가져와 자신만의 뷰를 만들 수 있다. 파워 유저의 경우 자신만의 BI 시스템을 구성해 제대로 활용할 수 있지만, 일반 사용자의 경우 처음부터 다 만들기에는 역부족이다.

일반 사용자가 자신만의 뷰를 처음부터 만드는 것보다 파워유저들이 어느 정도 만들어 놓은 형태를 자기만의 뷰로, 개인화된 화면으로 조금 수정할 수만 있다면 모든 직원들이 자신만의 시스템을 갖게 되는 셈이다.

KDB대우증권은 현재 파워유저들이 보고서 형태를 만들어내고 있는 단계다. 5월말에 완료된 2차 프로젝트가 오픈된 시기에 비해서는 확산이 그리 빠르지 않은 편이다. 이는 2차에 이어 3차 프로젝트를 곧바로 진행하면서 인력들이 모두 프로젝트에 투입되어 지금까지 홍보나 교육을 거의 하지 못했기 때문이다.

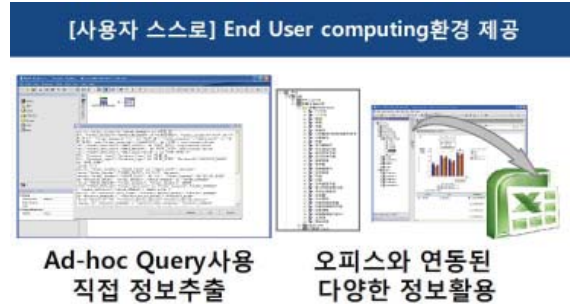
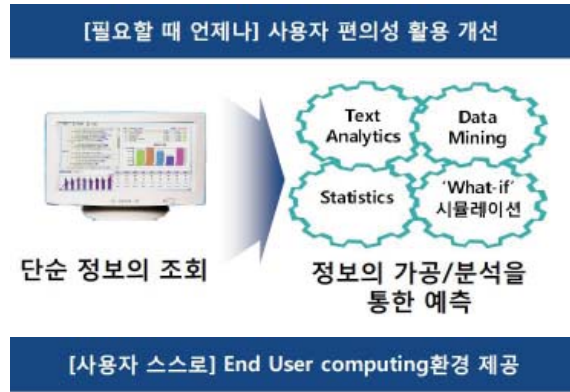


상품정보에 대한 신속한 피드백

현재 상품개발실과 마케팅, 상품 기획 지원팀은 통합상품정보시스템에서 즉시적으로 데이터를 직접 추출해 정보를 분석하거나 보고서, 상품 기획을 세우는 단계에 이르렀다. 자료 요청 이후, IT 지원부서가 데이터를 주기까지 하루이상 걸리던 시간들이 이제 사라진 것이다. 특히 자신이 바라보는 관점에서의 정보를, 즉시 추출해서 활용할 수 있다는 것이 바로 이번 프로젝트의 효과 가운데 하나다. 이로 인해 의사결정권자의 지시에 대해 보다 신속한 피드백과 지시, 보고가 이뤄질 수 있어 지속적인 상호 작용이 가능해졌다.

또한 자신들이 최근 출시한 상품이 호응이 있는지, 잘 팔리는 상품이 어떤 특성을 갖고 있는지, 어떤 기간에, 어떤 지역에서 어떤 상품들이 잘 판매되는 지 즉각적으로 한눈에 파악, 분석할 수 있어 상품전략 수정과 전략 상품 재설정에 활용할 수 있게 됐다.

특히 시급을 다투는 의사결정 상황에서 이 시스템은 엄청난 무기가 될 수 있다. 2011년과 2012년, 건설 불황의 여파로 특정 기업에 커다란 문제가 발생한 적이 있었는데, 이로 인해 의사결정권자로부터 해당 기업과 관련된 상품들을 다 모으라



는 지시가 있었다. 자료 요청을 받으면, IT팀은 단순히 데이터를 추출하는 것이 아니다. 우선 각 시스템 담당자들에게 자료 요청을 한다.

ELS/ DLS 각 상품에는 각 기초 상품들로 조합되어 있는데 이런 기초 상품에 해당 기업이 포함됐으면 관련 데이터를 추출하는 것이 상당히 복잡해진다. 이렇듯 단순히 특정 기업의 데이터를 단순히 뽑는 게 아니라 상품 속 상품까지 추출하다 보니, 관련 데이터를 취합하는 데에만 하루 정도 시간이 소요됐고, 그 다음날 총계와 조직별 분포도 등 분석 자료를 갖고 대응 회의를 하는 데까지 이틀정도 소요됐다.

이번 시스템 오픈 직전에 이와 유사한 사건이 발생했었다. 의사결정권자의 특정 기업에 대한 데이터 수집 지시에 상품개발실의 담당자가 신속히 모든 상품자료를 추출해 보고서를 제출할 수 있었다.

현업의 적극적 전사 교육, BI 시스템 성공 요소

김중현 차장은 “이 시스템은 현재 상품개발실이 제일 잘 쓰고 있다. 필요시 데이터를 즉각적으로 추출하고 이를 토대로 분석을 할 수 있게 됐다”며, “활용 측면에서 본다면 IT 팀보다 훨씬 능력이

높다”고 말했다.


BI와 관련해 KDB대우증권은 10여 년 전 OLAP 시스템을 도입한 적이 있었다. 그러나 당시 이를 제대로 활용할 수 있는 이른바 파워 유저들이 그리 많지 않았고, 교육 또한 그리 효과를 보지 못했다.

임일헌 부장은 “당시 OLAP을 도입했을 때 BI 기능 모듈을 전사 차원의 모든 직원들이 사용하고 자 함이 아니었다. 사내 파워 유저들을 육성해 데이터 분석 역량을 키우고자 했지만 사용자 확산에 실패했다”며, “시스템을 성공적으로 확산시키기까지는 파워유저를 얼마나 많이 확보하느냐에 달려 있다”고 말했다.

사실 이런 활용 교육 부문은 IT팀에서 나서서

하기는 쉽지 않다. 예를 들어 IT부서에서 파워포인트의 새로운 버전이 나왔다는 소식을 사용자에게 알리고 활용 교육을 한다고 해서 사용자들이 실제 사용하는 것은 아니다.

KDB대우증권 통합상품정보시스템의 경우 상품개발실에서 파워 유저 확산을 위해 자발적으로 전사 교육을 맡았다. 현업에서 스스로 활용 교육을 맡은 점은 이번 프로젝트 성공률을 한층 더 높여주고 있다.

임일헌 부장은 “최근 구축 프로젝트가 최종 마무리되면서 상품개발실에서는 적극적으로 교육에 나섰다. 지점을 방문해 교육도 하고 본사 대상으로 교육을 진행하면서 적극적인 활동을 하고 있다. 이제 시작된 것”이라고 말했다. 

“상품 데이터의 추출 시간 단축, 가치를 따질 수 없다”

임일헌 | KDB대우증권 IT센터 본사시스템 개발부 부장

이번 상품통합정보시스템 구축의 의미는 무엇인가?

그동안 상품을 출시해도 해당 상품에 대한 정확한 정의를 못하고 있는 상황에서 개별 상품으로만 관리되고 있었다. 또한 각 영업지점에서 PB들이 금융 상품을 팔아야 하는데, 각 상품들이 시스템마다 흩어져 있었기 때문에 PB들이 수많은 상품에 대한 정보를 찾기가 어려운 상황이었다.

이번 시스템을 구축하고 난 후 PB들은 자사에서 취급하는 모든 상품정보를 한번에 파악할 수 있어 상품을 판매할 때 훨씬 더 많은 상품정보를 소개할 수 있게 된 것이다.

이번 시스템의 효과에 대해 설명해달라.

요청받은 데이터를 주기까지 하루 정도 걸리던 것이 이제 사용자의 역량에 따라 다양한 형태의 정보를 즉시적으로 추출할 수 있게 된 것이다. 데이터 추출 시간이 단축됐다는 의미는 단순히 정량적인 효과가 얼마인지 따질 수 없다. 갑자기 발생하는 이벤트의 경중에 따라 시간의 가치는 달라지기 때문이다. 만약 전사 차원에서 대응해야 하는 이벤트가 발생했을 때를 생각해보면 답이 나온다.

추가로 현업에서 요구하고 있는 사항이나 향후 진행할 프로젝트는 무엇인가?

KDB대우증권은 현재 상품정보를 다 모아놓았다. 전사적인 DB나 관련 시스템과도 연동된다. 대부분의 금융상품정보들을 한눈에 다 볼 수 있도록 해냈다. 이제 이를 좀더 확대하고자 한다. 금융상품에 대한 리서치 정보, 보고서 정보와 연동할 수 있는, 비정형화된 정보까지도 연동될 수 있도록 할 계획이다. 사실 이번에 금융상품에 대한 빅데이터 프로젝트를 하려 했었다. 하지만 실제 효과에 대해 검증된 사례가 많지 않았다. 빅데이터를 통한 상품 개발은 앞으로의 과제로 검토 중에 있다.

