



Let's build a smarter planet



스마트란

고객을 이해하고 각 고객의 요구사항에 따라 개인화된 제품 오퍼를 제공할 수 있는 역량을 확보하는 것입니다

유럽에서 글로벌 banking 및 재무 서비스 분야를 주도하고 있는 BNP Paribas에서는 개인화가 고객의 충성도 제고 및 수익 증대의 관건입니다. 이를 위해 이 은행은 유례없는 유연성을 제공하고, 변화하는 시장 여건에 적응하는 시간을 단축하며, 각 고객에게 개인화된 오퍼를 제공하기 위한 새로운 마스터 데이터 관리 이니셔티브에 착수했습니다.

BNP Paribas

채널 전반에 걸쳐 개인화된 오퍼를 고객에게 제공합니다

오늘날의 고객들은 거래 은행으로부터 많은 것을 요구하고 있습니다. 개인화된 제품과 서비스를 원하며, 지점 방문이나 웹, 모바일, 전화 등을 통해 간편하고 일관성 있는 banking 서비스를 제공받기를 바랍니다. 또한 자신이 은행을 이용하는 만큼 보상을 받기를 원합니다.

다수의 은행들이 이러한 비전을 지향하고 있지만, 실제로 비전을 달성할 수 있는 경우는 극소수에 지나지 않습니다. 중요한 데이터가 부서 및 애플리케이션 간의 단절된 사일로에 고착된 상황에서는 각 부문의 비즈니스 관점이 제한될 수밖에 없습니다. 그러나 유럽에서 글로벌 banking 및 재무 서비스 분야를 주도하고 있는 BNP Paribas는 과감한 경쟁력 강화 조치의 일환으로, 신제품 오퍼링을 신속하게 확대하여 특화된 프로모션을 실행할 수 있는 민첩한 인프라를 구축하고 있습니다.

BNP Paribas의 프라임 계약 프로젝트 관리자인 Vladimir Milojkovic은 “서비스에 까다로운 고객은 항상 있기 마련입니다. 고객을 위한 온디맨드 오퍼를 개발하기 위해 우리는 데이터에 대한 제어권을 확보할 필요가 있었습니다.”라고 말합니다.





비즈니스 이점

- 인터넷, 모바일 전화, 지점 등의 채널 전반에 걸쳐, 각 고객의 프로파일 기반의 개인화된 오퍼를 제공할 수 있게 되었습니다
- 신제품의 출시 기간을 수 주에서 수 일로 단축하였습니다
- 시장 상황, 경쟁 활동, 새로운 규제 요구 사항에 기초하여 유연하고 신속하게 오퍼를 전개할 수 있게 되면서 경쟁력이 향상되었습니다

고객 중심의 접근

전략적인 비전을 달성하기 위해, BNP Paribas는 고객을 모든 거래의 중심에 두었습니다. 유연한 프레임워크를 구축함으로써 은행 직원들은 다음과 같은 조치를 취할 수 있게 되었습니다.

- 모기지와 함께 주택보험을 제시하는 등 고객 요구사항에 따라 그룹화된 오퍼를 신속하게 구성합니다.
- 일부 고객에게 할인을 제공하는 등, 고객의 프로파일 및 서비스 채널에 따라 수수료를 개인화합니다.
- 요구에 따라 전달할 수 있는 멀티 브랜드 고객 로열티 오퍼링을 개발합니다. 이러한 오퍼링을 통해 은행은 여러 BNP Paribas 제품을 이용하는 고객들에게 일정 기간 동안 월간 수수료를 면제하는 등의 특별 인센티브를 제공할 수 있습니다.

BNP Paribas의 소매 금융 부문 마스터 데이터 관리 수석인 Cyrille Oudard는 “여러 국가에서 우리 제품과 서비스를 판매할 수 있는 유연한 솔루션을 구축하고 있는 중입니다.”라고 전합니다.

똑똑한 बैं킹:

채널 전반에 걸쳐 서비스를 개인화



기능화

단일 저장소(Repository)에서 제품, 채널, 가격 책정과 기타 정보를 수집, 강화 및 유지합니다.



상호연결

고객이 모든 접점에서 일관된 서비스를 받을 수 있도록, 서비스 채널(인터넷, 전화, 지점)에 대한 의사결정과 신뢰할 수 있는 데이터 소스를 제공합니다.



지능화

각 고객의 프로파일과 요구사항에 의거하여 제품 오퍼 및 수수료를 개인화하는 고급 비즈니스 룰을 적용합니다.



솔루션 컴포넌트

소프트웨어

- IBM® InfoSphere™ Master Data Management Server for Product Information Management
 - IBM WebSphere® ILOG® JRules 비즈니스 룰 관리 시스템
-

적절한 파트너 선정

BNP Paribas는 평가 및 개념 증명(POC)에 착수하여, IBM을 포함한 여러 벤더를 비교하였습니다. IT, 비즈니스, 조달 팀원들이 이 과정에 참여하였으며, 솔루션은 제품 기능, 기술과 가격을 기준으로 평가되었습니다.

재정 규칙과 규제가 국가마다 다르다는 점을 고려할 때, 수익성과 유연성이 가장 중요한 요소였습니다. “국가나 제품 유형과 무관하게 재사용할 수 있는 플랫폼이 필요했습니다. 일례로 우크라이나에서 제공되는 제품은 이태리의 제품과 동일하지 않습니다.”라고 Vladimir Milojkovic은 말합니다.

종합적인 검토를 거친 결과 IBM 소프트웨어가 선정되었습니다. “IBM이 우리의 요구사항에 가장 적합한 솔루션을 제공했으며, 국가 간의 제품 구축 경험이 매우 풍부했습니다. 프로젝트의 구축은 2009년 7월에 시작되었고, 11월 중순에 사용자 수락 테스트를 위한 첫 번째 릴리스가 우크라이나에 제공되었으며, 2009년 말에 실제 운용을 위한 준비를 마쳤습니다.”라고 Cyrille Oudard는 말합니다.

신제품 및 프로모션의 신속한 확대

IBM 소프트웨어를 이용함으로써 이 은행은 시스템 및 제품 카탈로그 간에 공유되는 데이터인 마스터 데이터를 생성, 관리하고 액세스할 수 있게 되었습니다. 또한 제품 오퍼, 제품 자체, 제품이 판매되는 조건 사이의 복잡한 관계를 즉시 규정할 수 있게 되었습니다. 고객들은 자신의 프로파일에 따라 맞춤형 제품 오퍼를 받을 수 있게 되었습니다.



“개별 고객에게 가장 적합한 제품을 제공할 수 있다면, 고객 만족도와 충성도가 제고되어 수익성이 향상될 것입니다.”

- Vladimir Milojkovic, BNP Paribas의 프라임 계약 프로젝트 관리자

이 솔루션을 통해 IT 인력이 아닌 비즈니스 사용자들이 오퍼를 작성하여 변경하고 관리할 수 있게 되었으며, 이는 출시 기간 단축에 중요한 역할을 했습니다. “모든 업데이트를 IT 프로젝트로 진행할 여유는 없었습니다. 하지만 IBM 소프트웨어를 통해 아이디어에서 제품화까지의 시간을 단축할 수 있는 도구를 비즈니스 사용자들에게 제공할 수 있게 되었습니다.”라고 Cyrille Oudard는 말합니다.

IBM InfoSphere MDM Server for PIM(Product Information Management)은 제품 및 가격 정보에 대한 최신의 단일화된 저장소를 제공합니다. 비즈니스 프로세스를 통해 그룹화된 오퍼링의 적합성, 기준 수수료 적용과 조건부 적격성을 확인할 수 있습니다. 검증이 이루어지고 나면 신규 오퍼를 핵심 बैं킹 시스템에 배치하고 채널 및 운영 전반(온라인, 지점, 백오피스 등)에 걸쳐 비즈니스 애플리케이션에 활용할 수 있습니다. 다중 언어 및 다중 통화 기능은 은행이 사업을 운영하는 모든 국가 간에 핵심 बैं킹 시스템에 통합될 범용 자산을 전달할 수 있게 합니다.

“MDM Server for PIM은 비즈니스 사용자들이 제품 및 오퍼 카탈로그 내부의 작업 시간을 단축할 수 있는 프레임워크를 제공하므로, 그룹화된 오퍼를 작성할 때 어떤 방식으로 작업을 해야 할지 고민할 필요가 없습니다.”라고 Vladimir Milojkovic은 말합니다.

IBM WebSphere ILOG JRules 비즈니스 룰 관리 시스템은 적격성 및 가격 책정 룰과 같은 다양한 의사결정 로직을 은행이 정확하게 규정할 수 있게 합니다. 이를 통해 은행은 해당 고객에게 적합한 제품이나 오퍼를 제시하거나, 시장 경쟁 활동에 기초하여 서비스 수수료와 이율을 조정할 수 있습니다. 룰이 비즈니스 어휘로 작성 및 유지되고 웹 기반 인터페이스를 통해 액세스할 수 있으므로, 비즈니스 사용자는 여러 시스템 간에 사용할 룰을 간편하게 검토, 수정하여 배치할 수 있습니다. 또한 상호 연관되어 있으며 빈번히 바뀌는 여러 룰들을 효과적으로 관리하면서, 룰 관리에 연관된 기술 및 비기술 역할의 사용자와 협업할 수 있는 포괄적인 거버넌스 기능도 제공됩니다.



“시장 출시를 수 주에서
수 일로 단축할 수 있게
될 것입니다.”

- Vladimir Milojkovic

온 디맨드 서비스의 개인화

이 전략적 이니셔티브를 통해 BNP Paribas는 신제품 및 프로모션 출시 기간을 단축할 수 있으며, 직원들은 시장 상황에 따라 유연하고 신속하게 오퍼를 확대해 나갈 수 있을 것입니다. “제품 변경과 오퍼를 거의 실시간으로 개발하여 매우 신속하게 배치할 수 있으므로, 출시 기간을 수 주에서 수 일로 단축할 수 있을 것입니다.”라고 Vladimir Milojkovic은 말합니다.

하지만 무엇보다 큰 이점은 고객들이 요청 시에 모든 서비스 채널을 통해 개인화된 오퍼를 받을 수 있다는 점입니다. 일례로 은행이 고객의 신용카드를 갱신할 때, 시스템은 고객이 프리미엄 신용 서비스를 받을 자격이 있는지를 확인하여 업그레이드에 대한 특별 조건을 제시합니다. 또한 예금 계좌에 잔고가 많은 고객에게 투자 계정을 제안하는 등과 같이, 고객의 프로파일에 의거하여 신제품을 추천할 수도 있습니다. 이러한 점은 경쟁이 치열한 시장에서 BNP Paribas의 중요한 차별화 요인이 될 것입니다.

“모든 은행이 고객들에게 패키지를 제공하고 있지만, 우리는 고객에게 실질적으로 가장 적합한 제품을 제시할 수 있습니다. 각 고객의 요구사항에 가장 적합한 제품을 제시할 수 있다면, 고객의 만족도와 충성도가 제고되어 수익성이 향상될 것입니다.”라고 Vladimir Milojkovic은 말합니다.

추가 정보

IBM이 귀하의 비즈니스 혁신에 어떤 도움이 될 수 있는지 자세히 알아보려면 귀하의 IBM 영업 담당자나 IBM 비즈니스 파트너에게 문의하시기 바랍니다.

사이트 주소:

- ibm.com/software/data/infosphere/mdm_server_pim
- ibm.com/brms

BNP Paribas에 관한 추가 정보는 다음 사이트를 참조하시기 바랍니다.

www.bnpparibas.com



© Copyright IBM Corporation 2010

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589
U.S.A.

Produced in the United States of America

December 2010

All Rights Reserved

IBM, IBM 로고, ibm.com, Let's build a smarter planet, smarter planet, planet 아이콘, ILOG 및 InfoSphere는 미국 또는 기타 국가에서 International Business Machines Corporation의 상표입니다. 이와 함께 기타 IBM 상표가 기재된 용어가 상표 기호(® 또는 ™)와 함께 이 정보에 처음 표시된 경우, 이와 같은 기호는 이 정보를 발행할 때 미국에서 IBM이 소유한 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 또한 이러한 상표는 기타 국가에서 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

기타 회사, 제품 및 서비스 이름은 해당 회사의 상표 또는 서비스 표입니다.

본 문서에서 IBM의 제품, 프로그램 또는 서비스를 언급하는 것이 IBM이 영업하고 있는 모든 국가에서 이를 사용할 수 있다는 것을 의미하지는 않습니다. 이 사례 연구는 고객이 IBM 제품을 사용하는 방법을 보여주는 예입니다. 그러나 동등한 결과는 보증하지 않습니다.

