

“보장분석 AI, 디지털창구까지”... 고객중심 보험 혁신 가속



⑫ 신 창 재 대표이사

교보생명은 올해 영업·마케팅 혁신에 중점에 둔다. 고객가치 중심의 비즈니스 혁신 가운데 고객경험 개선이 최우선 과제라는 판단이다. 신창재 교보생명 대표이사 겸 이사회 의장은 경영전략회의에서 임직원들에게 “고객가치 중심의 비즈니스 혁신을 이뤄내자”며 “비즈니스 혁신 가운데 고객경험을 개선하기 위해 영업·마케팅 혁신이 가장 중요하다”고 강조했다.



교보생명 서울 광화문 사옥.



신창재 교보생명 대표이사 겸 이사회 의장.

◆ 생명보험 본연의 가치

교보생명은 2025년 가족보장과 건강보장을 중심으로 고객에게 균형 잡힌 보장을 제공한다. 저출생·초고령화로 생명보험 수요 감소에 따른 불황이 지속되는 가운데 돌파구로 생명보험 본연의 경쟁력을 강화한다는 포석이다.

신창재 의장은 “어려운 경영환경을 돌파할 출구를 찾기 위해서는 비즈니스 혁신을 통해 생명보험 본연의 경쟁력을 강화해야 한다”며 “가족보장·건강보장 중심으로 고객에게 균형 잡힌 보장을 제공하면서 차별화된 고객 가치를 전달해야 한다”고 말했다.

앞서 교보생명은 생명보험 본연의 가치에 집중한 종신보험인 ‘교보상속든든 종신보험’을 지난 11월 선보인 바 있다. 해당 상품은 고객의 사망보장이 가능하고 상속세 재원 마련을 돕는다. 무해약 환급금형에 최저해약환급금 미보충형 구조를 채택해 보험료 부담은 낮추고 더 큰 사망보장을 준비할 수 있다.

교보생명 관계자는 “상속세 재원 마련에 초점을 맞춰 생명보험 본연의 가치에 집중한 종신보험을 선보였다”며 “합리적인 보험료로 고객의 사망보장을 준비할 수 있고 상황에 맞게 보험금을 자유롭게 활용할 수 있어 고객의 든든한 동반자가 될 것으로 기대한다”고 말했다.

또한 해당 상품과 함께 보험금청구권 신탁 상품과의 연계를 통해 생명보험의 가치 실현에 나서고 있다. 교보생명은 보험금청구권신탁이 도입된 지난해 11월 우수고객 170여 명을 초청한 가운데 종합자산관리 세미나를 열고 종합자산 신탁의 취지와 활용방안에 대해 안내해 높은 호응을 얻은 바 있다.

교보생명은 “생명보험의 가치를 실현하기 위해 고객 맞춤형 사망보험금



서울 종로구 국립서울농학교에서 열린 ‘친환경 실천 기부 캠페인 숲이 있는 운동장 기부식’에서 이명길 교보생명 교보다솜지원센터장(뒷줄 오른쪽 세번째)과 임갑필 국립서울농학교장(뒷줄 왼쪽 여섯번째), 오바로로 국가환경교육센터장(뒷줄 오른쪽 첫번째) 등이 기념촬영을 하고 있다.

설계가 가능한 보험금청구권신탁 준비에 힘써 왔다”면서 “생명보험사로서 생애 전반에 걸친 고객 보장에 힘쓰는 한편 종합자산신탁을 활용한 고객 자산 맞춤형 일대일(1:1) 토털솔루션을 제공해 종합자산관리회사로서의 역량을 한층 강화해 나가겠다”고 밝혔다. 보험금청구권신탁은 사망보험금을 계약자가 원하는대로 신탁회사가 운용·관리해 신탁수익자에게 지급하는 제도다. 교보생명은 지난해 11월 제도가 도입된 이후 2주 만에 100호 계약을 돌파해 눈길을 끌었다

종신보험 출시, 차별화된 보장 제공 보험금 신탁 연계, 자산 관리 강화 AI 보장 분석 도입, 설계사 지원

디지털 창구 도입... 편의성 증대 고객 니즈 기반 맞춤 서비스 확대 차별화 전략... 경쟁력 확보 총력

◆ 시장 선도 상품·서비스

교보생명은 고객 수요 기반의 마케팅을 강화하고 시장을 선도하는 상품과 서비스를 제공할 방침이다. 차별화된 고객경험을 전달하는 비즈니스 혁신을 이어간다는 것.

교보생명은 차별화된 고객 경험 확대를 위한 혁신에 적극적이다. 지난 12월에는 교보생명이 개발한 ‘보장 분석 AI 서포터’가 금융위원회로부터 혁신금융서비스로 지정됐다.

해당 서비스는 인공지능(AI) 기반의

데이터 처리를 통해 방대한 양의 보장 분석을 쉽게 요약해 설계사에게 핵심 사항만을 제공한다. 교보생명은 금융규제샌드박스 제도 도입 이후 총 6건의 혁신금융서비스를 지정 받았는데 이는 보험업권 최다 건수다.

아울러 ‘디지털고객창구’도 도입해 고객 편의성을 제고했다. 디지털고객창구는 일부 혼잡한 고객플라자의 일반 상담창구를 대체할 수 있어 고객입장에서는 대기 시간을 줄이고 회사입장에서는 상담 창구 운영 효율성을 높이는 데 기여할 전망이다.

특히 신창재 의장이 올해 전사경영전략회의에서 고객가치 중심의 비즈니스 혁신을 이뤄내자고 강조한 만큼 한층 더 심화된 고객경험 개선에 나설 것으로 보인다.

신창재 의장은 2025년 경영전략회의에서 “고객의 숨은 니즈와 페인 포인트(pain point·고객이 불편을 느끼는 지점)를 파악하고 차별화된 상품·서비스를 개발해 고객에게 효과적으로 전달해야 한다”고 강조했다.

신 의장은 경쟁력 강화와 타 회사와 다른 고객 가치를 주문하고 있다.

그는 ‘2025 출발 조회사’에서 “어려운 경영환경을 돌파할 출구를 찾기 위해선 비즈니스 혁신을 통해 생명보험 본연의 경쟁력을 강화해야 한다”며 “우선 가족보장·건강보장 중심으로 고객에게 균형 잡힌 보장을 제공하면서 차별화된 고객 가치를 전달해야 한다”고 말했다.

이어 그는 “고객 니즈 기반의 마케팅을 강화하고, 시장을 선도하는 상품·서비스를 제공해야 한다”며 “퀄리티(Quality) 기반의 금융소비자보호 체계를 확립해야 한다”고 주문했다.

/김주형 기자 gh471@metroseoul.co.kr



신창재 교보생명 대표이사 겸 이사회 의장(왼쪽 일곱번째)이 충남 천안 교보생명 계성원(연수원)에서 ‘2025년 출발 전사경영전략회의’를 마치고 우수 지점장들과 오찬을 함께한 후 기념촬영을 하고 있다.

/교보생명