

문제 정의서 작성

Motivation

- 현상 : Covid-19 로 '사회적 거리두기' 가 확산되면서 우리의 일상을 변화시켰습니다.
- 동기 : 우리는 언택트사회라는 새로운 패러다임의 등장과 'With Covid-19' 로의 전환을 맞이하는 현 시점에서, 변화한 소비경향과 업종별 트렌드 분석을 통해 지속 가능한 성장을 위한 마케팅과 향후 팬데믹 발생시 마케팅 방향을 제시하고자 합니다.

Stakeholders

신용카드 부서

- 업종별 카드 매출 편차가 크고 감소하고 있으므로 분석 및 매출증대 필요

여수신 전략부서

- 여수신 증대를 위한 프로모션 기획
- 우량 거래처의 선제적 확보
- 위험 업종 사전 관리

리스크 여신관리부

- 부실 여신관리를 위한 선제적인 모니터링 전략 수립

Pain Point

카드

- √ 매출 증대
- √ 가맹점 수수료
- √ 인지도 확보

여수신

- √ 우량거래처 발굴
- √ 업종 모니터링

리스크

- √ 위험업종
- √ 손실방지

상품개발

- √ 상품 Renewal
- √ 신규 상품개발

Priority

1

신용카드 부서

보편적 소비수단으로 분석에 따른 증대 효과가 가장 큼

2

여수신 전략부서

카드 소비 패턴을 통한 고객 발굴 및 교차거래 시행

3

리스크 여신관리부

카드 및 여수신 거래 현황을 근거로 리스크 업종 선정 및 관리 시행

Problem

Covid19와 같은 팬데믹 상황에서도 위기가 아닌 기회로 만드는 마케팅 전략 수립 !!