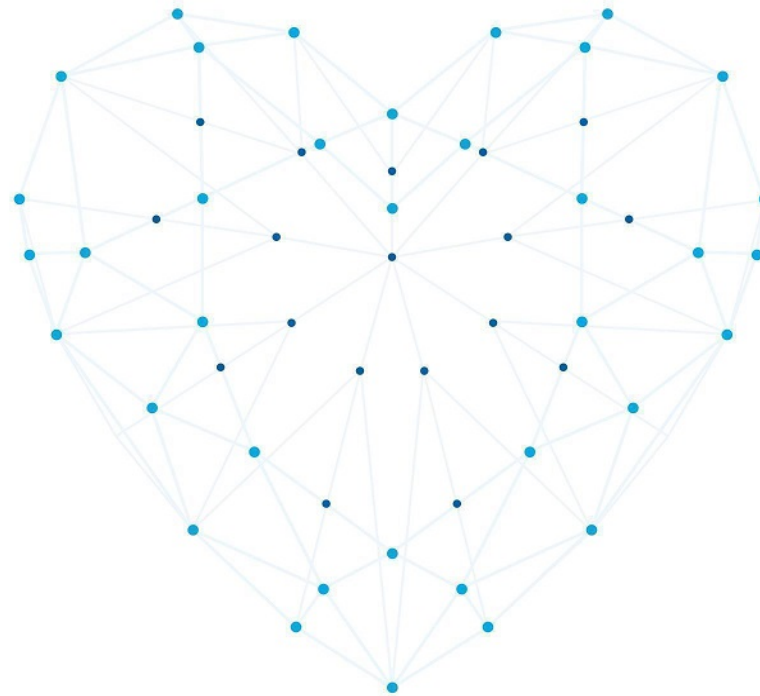


삼성생명

SAMSUNG LIFE INSURANCE



회사 소개

사랑을 더 큰 사랑으로 키워 주는 고객이익 중심의 글로벌 라이프 파트너

삼성생명은 1957년 창립 이후 고객과 사회에 보험의 숭고한 가치를 전달하며 국내 생명보험산업의 살아 있는 역사를 만들어 가고 있습니다. 앞으로도 고객과 사회에 보험의 숭고한 가치를 전달하며 생명보험산업의 성장과 발전을 위해 끊임없이 노력하겠습니다.

(2019년 말 기준)



사랑을 더 큰 사랑으로 키워 주는 사업

삼성생명이 하는 일은 고객의 소중한 사랑을 더 큰 사랑으로 키워 주는 것입니다. 삼성생명은 사랑에서 출발하고, 그 사랑을 더 크게 키워 주는 것이 바로 보험업이라는 신념으로 사랑과 행복의 숭고한 가치를 만들어 전달하겠습니다.

기업명	삼성생명보험주식회사
본사위치	서울특별시 서초구 서초대로 74길 11
대표이사	전영목
설립일	1957.5.5
주요사업	보험, 퇴직연금, 대출, 펀드, 신탁
주요사업 국가	대한민국, 미국, 베트남, 영국, 일본, 중국, 태국

(2019년 말 기준)

고객이익 중심의 글로벌 라이프 파트너

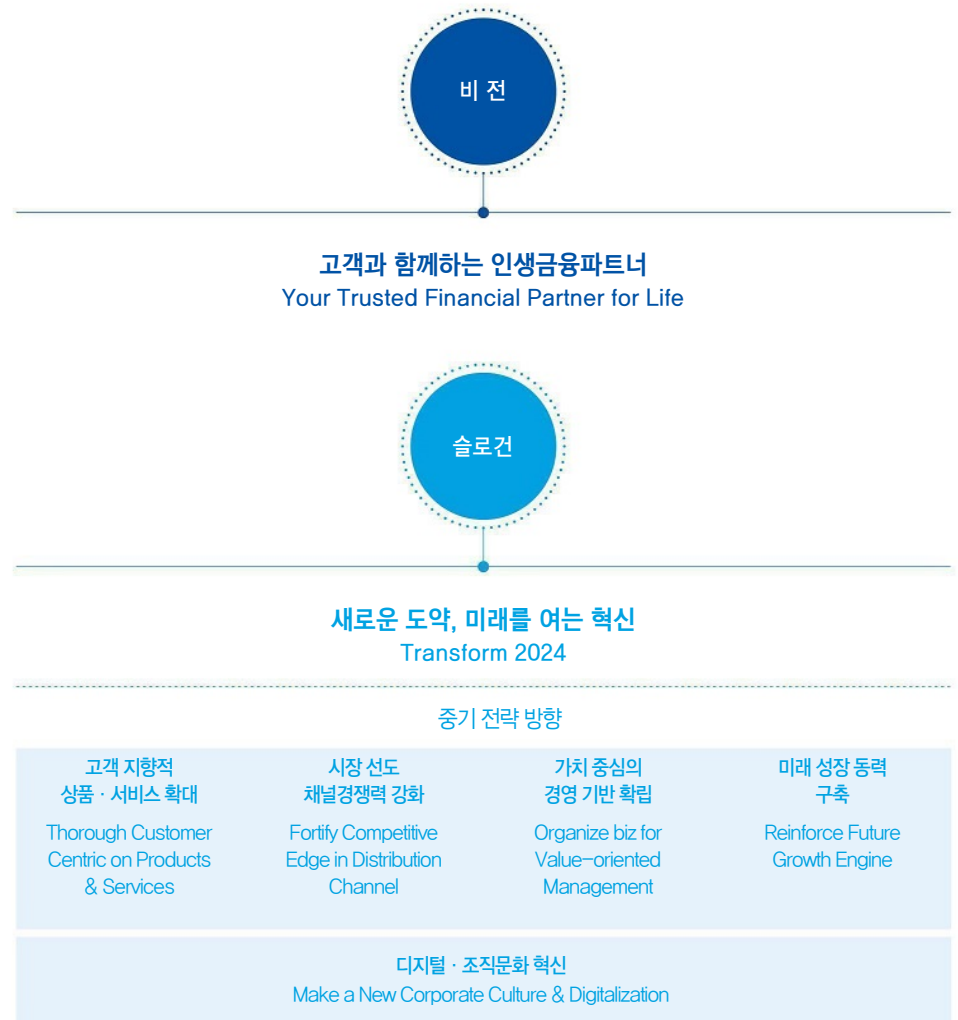
삼성생명은 언제나 고객이익을 먼저 실현하는 크고 튼튼한 글로벌 보험사로 성장하여 고객의 삶을 가장 든든하게 지원하는 라이프 파트너가 되겠습니다.



합작사(2개): 태국합작사, 중국합작사 / 투자법인(17개): 북경부동산법인 / 주재사무소(5개): 뉴욕 · 미주IRO · 런던 · 동경 · 하노이주재사무소

2024 비전

경영환경 변화와 시장 트렌드를 반영하고 전략 방향에 따른 과제의 실행력을 제고하기 위해 2024 비전과 5대 전략 방향을 수립하였습니다. 이에 기반한 변화와 혁신으로 보험본업인 상품 · 서비스, 채널, 가치중심 경영에서 압도적 시장 지위를 구축하고 해외 · 자산운용 · 신사업에서 미래 성장 기반을 확보하는 데 총력을 기울이고 있습니다.

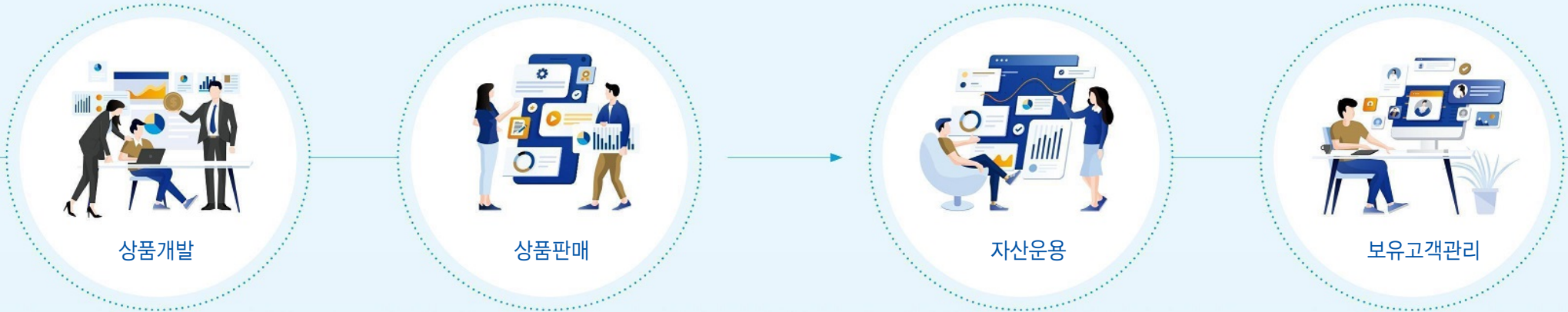


삼성생명 밸류 체인

삼성생명의 밸류 체인(Value Chain)은 상호협력으로 시너지를 창출하고 회사 성과를 극대화합니다.

또한 고객중심의 상품·서비스를 지향하며 지속가능한 성장을 실현합니다.

디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)은 밸류 체인을 혁신하고, 고객 경험에 새로운 가치를 창출·부여합니다.



상품개발

고객중심의 경영기조를 바탕으로 상품과 서비스를 개발하고 있습니다. 고객-상품-채널(CPC)에 대한 통합적 접근으로 고객의 니즈를 면밀하게 분석해 고객만족을 극대화해 나가겠습니다.

상품판매

고객이 보다 편리하게 상품·서비스에 접근할 수 있도록 다양한 판매 채널을 운영하고 있습니다. 이와 더불어 고객권익 향상을 위해 정도경영을 이행하고 있습니다.

자산운용

주식, 채권 및 부동산 등 자산별 전문 운용체계를 구축해 고객의 자산가치를 증진시키고 있습니다. 특히 자산운용의 글로벌화, 이익률 제고를 위한 노력으로 보험의 송고한 가치를 키워 가고 있습니다.

보유고객관리

고객과의 커뮤니케이션을 강화하고 거래 단계별 서비스, 편리하고 신속한 보험금 지급으로 더 나은 고객 경험을 제공하고 있습니다.

ALM¹⁾ 중심의 투자로 경쟁력 있는 재무 건전성을 확보하고 있습니다.

초저금리라는 전대미문의 열악한 금융시장에서 탄탄한 재무 건전성을 기반으로 수익 중심의 운용전략을 추진하고 있습니다.



고수익 자산을 확대하는 등
수익을 극대화할
중장기 포트폴리오 구성
(대출·PE·대체투자 확대)



미래 수익 기반 강화를 위한
자본성 자산 확대 운용,
계열사의 성장 동력을 강화



고객 관점의 운용 강화로
절대 수익률을 제고



리스크에 대한 철저한 준비로
글로벌 불확실성에 대응

1) ALM: Asset Liability Management
2) PE: Private Equity

고객과 함께하는 인생금융파트너

인생금융설계

100세 시대의 도래와 1인 가구 증가에 따른 라이프 스타일의 변화

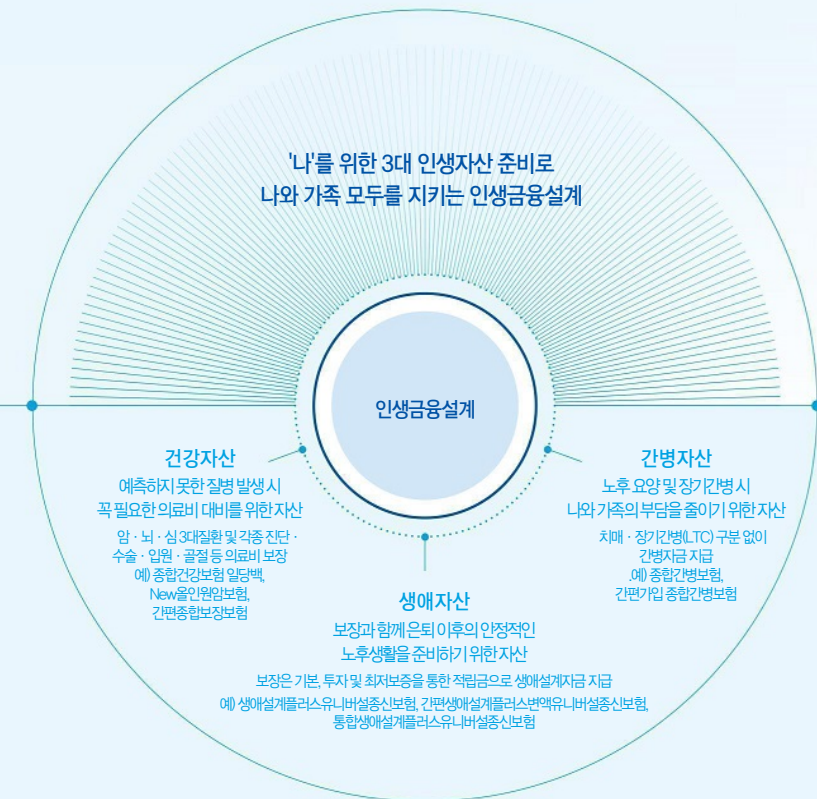
다양한 인생만큼이나 고객의 보험 니즈도 다양해지고 있습니다.

삼성생명은 고객이 인생 전반에서 맞게 될 불확실한 미래에 대비할 수 있도록 니즈별 자산마련 솔루션을 제안하고 있습니다.

'나'를 위한 준비이자 '가족'을 위한 준비.

모두가 당연하고 행복한 삶을 누릴 수 있는

삼성생명의 인생금융설계는 곧 고객의 미래입니다.



인생주기별 보험

고객의 생애주기를 반영한 삼성생명의 보험상품

생명보험은 출생부터 죽음에 이르기까지
고객의 삶의 가치를 높이고 보전한다는 점에서
그 어떤 금융보다

높은 이상과 가치를 가지고 있습니다.

삼성생명은 고객의 전 생애에 걸친 동반자로서
고객중심의 보험상품을 개발해
삶의 가치를 향상시키고 있습니다.

가족이 성장기에 있는 고객으로,
20세 미만 자녀로 구성되어 있는 가구
· 생애설계플러스변액유니버설종신보험
· GI(General Illness)플러스종신보험

가족을 형성하는 고객으로,
미취학 아동이 있는 가구 및 무자녀 가구
· 든든플러스종신보험(저해지환급형)
· 올비른성장보험

미혼, 이혼·사별,
부양가족이 없는 싱글 고객
· 종합건강보험
· 치아보험
· 스마트자족보험



60세 이상의 고객으로,
은퇴와 노후를 맞이하는 가구
· 간편가입 유니버설종신보험
· 에이스연금보험

자녀가 성인기에 있는 고객으로,
20세 이상 자녀로 구성되어 있는 가구
· 통합유니버설종신보험
· 빅보너스변액연금보험



인생금융파트너 삼성생명

고객과 함께하는 삼성생명

삼성생명은 고객과 신뢰관계를 강화하기 위해 소비자권익보호를 최우선시 하고 고객 니즈에 맞는 상품 및 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 이와 더불어 장애인, 고령 고객 등 금융 취약계층 대상의 서비스를 확대하고 보험가입-계약유지-보험금 지급 등 전 과정에서 차별화된 서비스를 제공하여 고객 편의성 제고를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

국가고객만족도(NCSI) 생명보험부문 16년 연속 1위
한국서비스품질지수(KS-SQ) 생명보험부문 17년 연속 1위
한국산업의 고객만족도(KCSI) 생명보험부문 15년 연속 1위

삼성생명은 창사 이래 지금까지 고객의 삶과 가치를 최우선으로 한 상품을 개발하고 서비스를 제공하고 있습니다. 2019년 각종 고객만족도 평가에서 보여주신 고객의 성원과 격려를 기억하며 시대와 세대를 넘는 삼성생명의 고객 사랑을 이어 가겠습니다.

채널 다양화로 고객과의 소통 강화

다양한 고객과의 소통 강화를 위해 트렌드를 반영해 채널을 새롭게 개설하였습니다. 2030 세대 고객의 감성과 관심을 반영한 소셜채널 '히릿(Hit it)', 생활체육인을 위한 YouTube '탁쳐'와 전국 탁구클럽 대축제 등으로 고객과 적극적으로 소통하겠습니다.

히릿 | Let's Hit it

업계 최초 '비대면 실명인증' 서비스 도입

삼성생명은 보험업계 최초로 '비대면 실명인증' 서비스를 출시하였습니다. 삼성생명의 '모바일 창구' 애플리케이션에서 비대면 실명인증을 통해 전자금융거래 신청 및 변경, 콜센터 거래한도 상향 등 보험거래가 가능해 고객 편의성이 크게 향상되었습니다.

사회적 가치를 실현하는 삼성생명

청소년 교육, 생명존중 등 보험업과 연계된 사회공헌 활동을 진행하고 있으며, 생활체육 저변 확대 및 국민건강 증진을 위한 다양한 프로그램도 기획 및 운영하고 있습니다.

'사람,사랑' 환아의료비 지원 사업

2019년 시작한 '사람,사랑 환아의료비 지원 사업'은 질병으로 힘든 하루를 보내는 환아와 가족들에게 희망을 전하고 있습니다. 전 임직원과 컨설턴트가 어린이의 건강한 내일을 응원하는 마음으로 기부한 '사람,사랑 펀드'는 환아의 의료비 지원에 사용되고 있습니다.

'사람,사랑' 생명사랑 캠페인

자살로 세상을 떠난 사람들과 유가족들에게 위로와 전하고자 생명사랑 캠페인을 운영하고 있습니다. 특히 매년 '세계 자살예방의 날'을 맞아 진행되는 '사람,사랑 생명사랑 밤길걷기'는 서울 기준 약 1만 명의 시민들이 참여하는 대표적인 자살예방 캠페인입니다. 2020년에는 다양한 온·오프라인 캠페인을 확대하여 우리 사회의 자살예방 문화가 확산될 수 있도록 노력할 계획입니다.

제 1회 전국탁구클럽 대축제 개최

생활체육 활성화 및 탁구의 저변 확대에 기여하고자 2019년 6월부터 7월까지 제 1회 전국탁구클럽 대축제를 개최하였습니다. 삼성생명은 대회 참가비 1만 원당 1만 원을 더하는 1+1 매칭그랜트 방식으로 마련한 6,600만 원을 탁구 꿈나무 육성을 위한 사회공헌기금으로 기부하였습니다. 향후에도 지속적인 생활체육 후원을 통해 궁극적으로 국민건강 증진에 기여할 수 있도록 지원할 예정입니다.

중장기 미래를 준비하는 삼성생명

급변하는 경영환경에 민첩하게 대응하고 지속 성장하기 위해 신사업 추진으로 미래 성장 기반을 구축하고 있습니다. 아울러 삼성생명은 디지털 혁신을 기반으로 경영 각 분야와 현장 영업에서 인슈어테크(Insurtech) 리더로 시장을 이끌어 나가겠습니다.

삼성생명 2024 비전 수립

삼성생명은 1957년 5월 창립 이후 60여 년간 고객의 신뢰와 사랑을 바탕으로 국내 최고 보험사의 위상을 지켜오고 있습니다. 2019년에는 경영환경 변화와 시장 트렌드를 반영하고 전략 방향에 따른 과제의 실행력을 제고하기 위해 2024 비전과 5대 전략 방향을 수립하였습니다.

AI · BDA센터 설립

인슈어테크의 핵심인 AI 기술 역량을 확보하기 위해 금융AI센터를 신설하였으며, 음성인식, 음성합성, 언어이해 등의 기술 개발 및 비즈니스 적용을 추진하고 있습니다. 아울러 BDA센터를 중심으로 데이터 분석 기반의 가치를 창출하고 경영 문제를 해결하겠습니다.

인슈어테크 추진

삼성생명 등 금융계열사는 디지털 혁신 가속화를 위해 500억 원 규모의 전략펀드(CVC)를 설립하여 유망 스타트업을 발굴하고 있으며, 공동으로 오픈 콜라보레이션(Open Collaboration)을 진행하였습니다. 스타트업과의 지속적인 협업 · 상생으로 디지털 경쟁력을 강화하겠습니다.

동남아 보험산업 투자진출

삼성생명은 성장 잠재력이 높은 해외자산운용사를 중심으로 자본 투자 추진을 통해 미래 성장 동력을 확보할 예정입니다. 베트남, 인도네시아 등 동남아 국가에서 우량 보험사에 대한 투자기회를 지속적으로 발굴해 나가겠습니다.

소통 · 성장 기반의 조직문화

주 52시간 근무시간제 시행 및 일과 삶의 균형에 대한 임직원의 인식 제고에 따라 조직문화를 지속적으로 변화시켜가고 있습니다. 업무 몰입을 돕는 근무환경 조성 및 가족친화 프로그램 확대를 통해 임직원의 일과 삶의 균형을 지원하고 있습니다. 또한 소통을 활성화하고 자기주도 학습문화를 확산하여 창의 · 혁신 경쟁력을 확보하고자 합니다.

온라인 소통채널 활성화

온라인 게시판 운영하며 사내 소통을 활성화하고 있습니다. 2020년부터는 'CEO Talk'를 론칭해 CEO가 직접 임직원과 활발하게 소통 · 공감하고 있습니다. 또한 기존의 열린 Talk와 발전 Talk를 통합한 익명의 'Life Talk'에서 업무 관련 고충 및 의견에 대해 담당 부서와 직접 소통할 수 있도록 하는 등 소통문화 확산을 위해 노력하고 있습니다.

디지털 금융 인재 양성

삼성생명은 보험의 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation)을 추진하고 있습니다. 디지털 보험 · 금융 전문인력의 체계적 양성을 목표로 지역전문가, 글로벌 직무연수, 글로벌 디지털 연수 프로그램을 운영하고 있습니다.

상호학습을 통한 '교학상장(敎學相長)' 실천

학습회는 개인과 조직의 성장뿐만 아니라 임직원 간 소통과 화합으로 건강한 조직문화를 조성하는 데 일조하고 있습니다. 또한 전사단위 중식 세미나 크런치(C-Lunch)는 사내 다양한 부서의 주요 업무 및 추진사항 공유로 임직원, 부서 간에 업무를 이해하고 상호 소통하는 기회로 활용되고 있습니다.

C-Lunch(Creative Lunch)

· 임직원을 강사로 초빙해 전략과 실무를 공유하며 부서 간 업무소통과 학습을 도모하는 장으로 매월 중식시간에 운영
(2019년 총 16회 1,452명 참석)

Knowledge Fair

질 · 가치중심 경영철학을 실천하는 개인 및 조직의 모범사례와 노하우를 공유하며 미래 성장을 위한 동기부여의 장으로 연 1회 운영
(2019년 335명, 2014~2019년 누적 4,800명 참석)