



금융 산업의 디지털 트랜스포메이션

Digital Transformation

글_ 배경훈 한양대학교 교수

클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능, 기계학습, 가상현실, 블록체인, 스마트 팩토리. 새로운 디지털 기술들이 하루가 다르게 발전하고 있다.

디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation, 이하 DT)은 비즈니스 혁신을 만들기 위해 디지털 기술들을 적용하는 것을 의미한다.

스타벅스의 비즈니스 혁신

DT는 디지털 기술을 전략적으로 채택해서 업무 프로세스를 개선하여 생산성을 높이고 더 나은 서비스를 고객들에게 제공하는 것이다. 그리고 비즈니스 위험과 비용을 관리하는 데에도 DT를 적용할 수 있다. 최근 C-level (CEO, CIO, CFO 등)에서 가장 관심을 갖는 것이 DT이다.

DT를 통한 스타벅스의 비즈니스 혁신을 참고해보자. 스타벅스의 디지털 전략, 특히 혁신적인 데이터 분석은 회사의 지속적인 성장을 가져오고 있다. 예를 들면, 인구 밀도, 소득 수준, 교통의 움직임과 같은 방대한 데이터를 사용하여 스타벅스는 새로운 상점의 위치를 선정한다. 데이터 분석을 통해 시간, 날씨 및 계절에 따라 매출의 특성을 파악하고, 판매를 극대화하기 위해서 스타벅스

의 디지털 메뉴판은 자동으로 변경된다. 로열티 프로그램을 통해 고객들의 데이터를 확보하고, 이를 분석하여 고객 만족을 극대화할 수 있는 서비스를 끊임없이 개발하고 있다.

내 손 안의 금융

금융에서도 DT로 인해 기존 서비스를 파괴하는 혁신적인 서비스들이 나타나고 있다. 현금을 인출하기 위해 은행에 갈 필요도 없고, 통장 혹은 현금카드를 소지할 필요도 없다. 스마트폰만 있다면 근처 편의점에서 스마트 현금 인출을 이용해서 수수료도 없이 현금을 찾을 수 있다. 또한, 스마트폰 어플에서 나의 모든 은행 계좌, 신용카드 사용내역, 대출 현황, 보험 가입 현황, 신용점수를 조회할 수 있다. 여러 개의 신용카드를 소지할 필요도 없이 어플 내에서 내가 원하는 신용카드를 선택하고 결제를 할 수 있다. 이 모든 금융 서비스들이 하나의 스마트폰 어플에서 제공된다. DT를 통한 혁신이 전통적인 금융서비스의 개념을 바꾸고 있다.

고객중심 디지털 기술

성공적인 DT 프로젝트를 수행하기 위해서는 어떻게 해야 할까? DT의 시작점은 디지털 기술이 아니다. 실패한 DT의 프로젝트를 보면 새로운 디지털 기술이 중심인 경우가 많다. 새로운 혁신적인 디지털 기술을 적용하기 위



해 인프라에 막대한 투자를 하고 기술 중심으로 서비스를 개발하고 혁신을 하면 실패할 확률이 높다. 성공적인 DT를 위해서는 고객만족, 생산성 향상, 프로세스 최적화 등의 비즈니스 니즈에서부터 시작을 해서 거꾸로 기술에 접근해야 한다. “Start with the customer experience and work backward to the technology.” 스티브 잡스의 이 명언이 DT 성공의 열쇠이다. DT를 위해서는 오히려 더 극단적으로 비즈니스 니즈를 고민하고 이를 가장 효율적으로 해결할 수 있는 디지털 기술을 찾아야 한다.

대전환이 필요한 시기

“IT 분야의 사람들과 금융 분야의 사람들은 뇌구조가 틀리다”라는 말이 있다. 전통적인 금융업은 라이선스를 기반으로 안정적으로 수수료를 받는 산업이다. 금융업에서는 서비스를 출시할 때 수수료부터 먼저 생각하는 두뇌를 갖고 있다. 하지만, IT 업계의 사람들은 서비스의 사용빈도를 높이고 사용자들의 네트워크를 확장하는 데 관심이 있다. 당장에 수수료를 부과할 수 없지만 사용빈도가 높은 서비스와 많은 사용자들의 네트워크만 확보가 되면 충분히 다른 형태로 이익을 창출할 수 있다는 생각이다. IT기업과 금융기업의 무한 경쟁이 시작되는 시점에서 금융에서 성공적인 DT를 위해서는 IT의 두뇌를 이식하는 것과 같은 대전환이 필요할 것이다.

