

## 디지털 금융의 선두주자, 신한라이프

ShinhanLife<sup>7</sup>

# CONTENTS

**01** 문제 제기 및 목표 설정

**02** 타겟 설정

**03** 해결 방안

**04** 기대 효과

0 1

---

## 문제 제기 및 목표 설정

# 1. 문제 제기 및 목표 설정

## 문제 제기 배경

<보험산업 트렌드 파악>

2023 보험산업 키워드 → '미래 복합 불확실성 대응'<sup>1)</sup>



<보험회사의 대응 방법>

단기적: 경기 불확실성에 대응한 시장 리스크 관리

장기적: 소비자의 구성 변화와 디지털 전환을  
사업모형에 내재화

“디지털 경제 플랫폼으로 다양한 소비자의 니즈를  
세분화하고 확장성 있는 사업모형을 위한  
디지털 전환 필요”

**ShinhanLife**

‘신한라이프 스퀘어 - 신한라이프 스마트창구’

- 신한라이프의 전용 어플
- 계약조회, 대출, 보험금 청구 등의 업무를 이용하는 Life존과 운세보기, 마음기록이 가능한 Play존 구성  
→ 어플 이용성 개선을 통해 필요성을 충족하고자 함

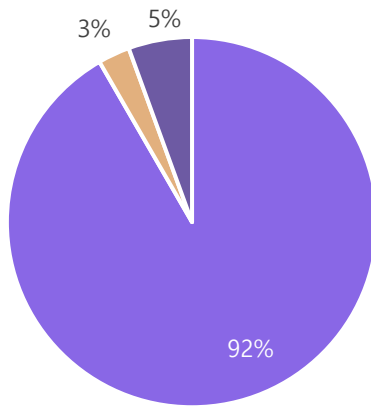
1) 보험연구원 동향분석실, 『2023년 보험산업 전망과 과제』, 연구보고서, 2022.

## 1. 문제 제기 및 목표 설정

### '신한라이프 스퀘어' 어플 개선 필요성 발견

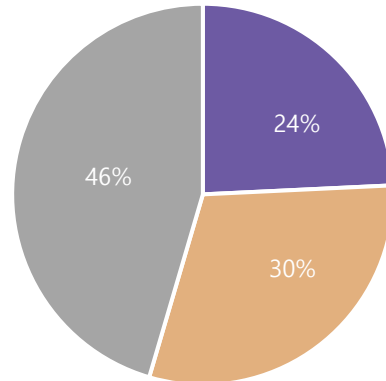
- 앱스토어 내 '신한라이프 스퀘어' 평점, 리뷰 확인

2023 신한라이프 스퀘어 평점



■ 1점 ■ 2점 ■ 3점 ■ 4점 ■ 5점

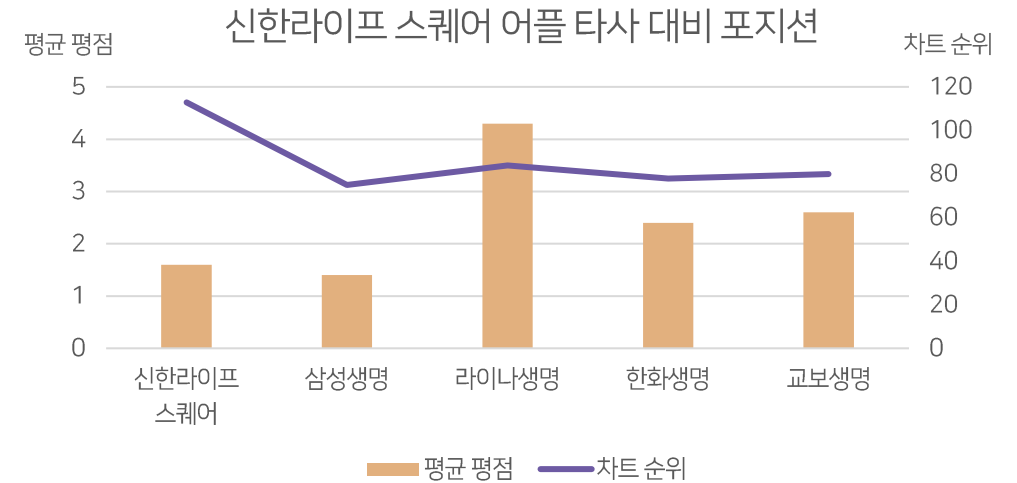
1점 대상 리뷰 분류



■ 인증 문제 ■ 접속 단계 문제 ■ 어플 사용 문제

- 2023년 기준 어플 평점 중 92%가 1점
- 리뷰 텍스트 크롤링 후 리뷰 내용 카테고리화 해 비율 분석  
→ 어플 사용 문제, 접속 문제, 인증 문제 순서대로 높은 비율 보임

- 앱스토어 내 '신한라이프 스퀘어' 타사 대비 포지션 확인



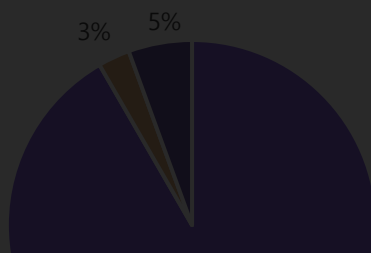
- 앱스토어 내 타사와 함께 평균 평점과 차트 순위 확인  
→ 평균 평점과 차트 순위 모두 하위권에 가까움
- 안드로이드 기반 인터페이스인 플레이스토어에서도 해당 앱은 유사한 평가와 포지션 갖고 있음

## 1. 문제 제기 및 목표 설정

## '신한라이프 스퀘어' 어플 개선 필요성 발견

- 앱스토어 내 '신한라이프 스퀘어' 평점, 리뷰 확인

2023 신한라이프 스퀘어 평점



■ 1점 ■ 2점 ■ 3점 ■ 4점 ■ 5점

1점 대상 문제 분류

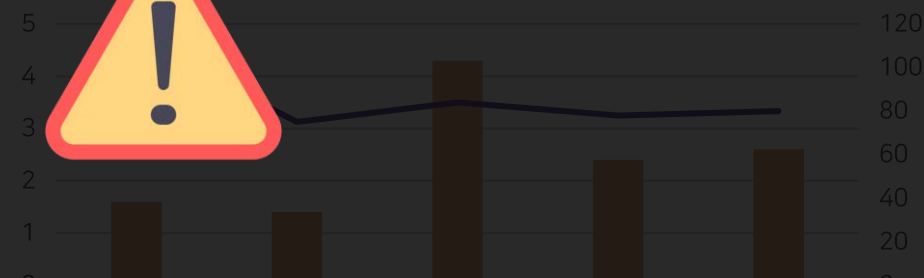


■ 인증 문제 ■ 접속 단계 문제 ■ 어플 사용 문제



- 앱스토어 내 '신한라이프 스퀘어' 타사 대비 포지션 확인

신한라이프 스퀘어 어플 타사 대비 포지션



이는 신한라이프의 비전인 '라이프에 새로운 가치를 더하다'와 충돌

- 2023년 기준 어플 평점 중 92%가 1점
- 리뷰 텍스트 크롤링 후 리뷰 내용 카테고리화 해 비율 분석  
→ 어플 사용 문제, 접속 문제, 인증 문제 순서대로 높은 비율 보임

- 앱스토어 내 타사와 함께 평균 평점과 차트 순위 확인  
→ 평균 평점과 차트 순위 모두 하위권에 가까움
- 안드로이드 기반 인터페이스인 플레이스토어에서도 해당 앱은 유사한 평가와 포지션 갖고 있음

## 1. 문제 제기 및 목표 설정

### 목표 설정

어플 이용 개선을 통해 궁극적으로 '디지털 금융의 선두주자'라는 신한라이프 브랜드 이미지 창출



타겟의 어플 접근성 향상



새로운 고객 확보 및  
고객 충성도 강화



유저에게 편리하고 다양한  
디지털 금융 서비스 제공

02

---

## 타겟 설정

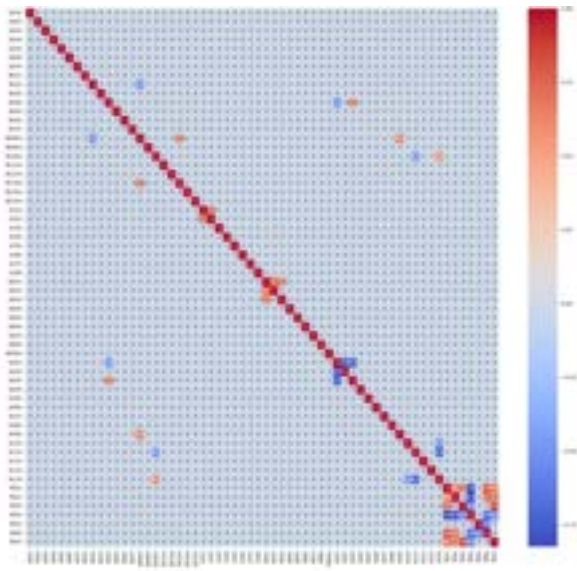


## 2. 타겟 설정

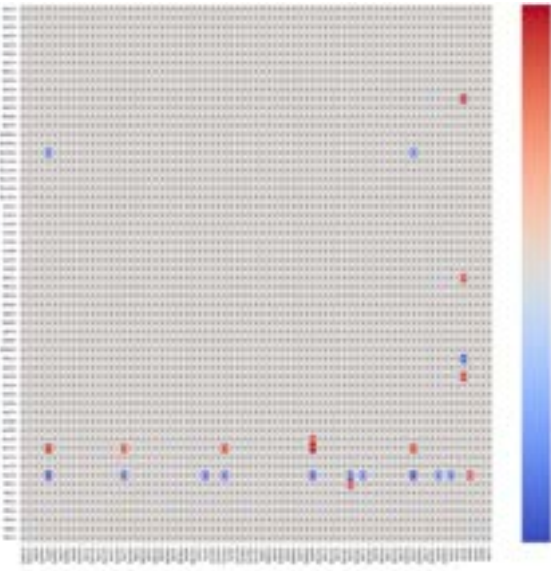
### EDA

- 어플 개선해 이용률을 높이기 위한 타겟을 설정하고자 EDA 진행함
- 히트맵을 통한 신한라이프 데이터 변수 간 상관관계 및 신한라이프와 타사(은행/카드/투자증권) 데이터 변수 간 상관관계 분석

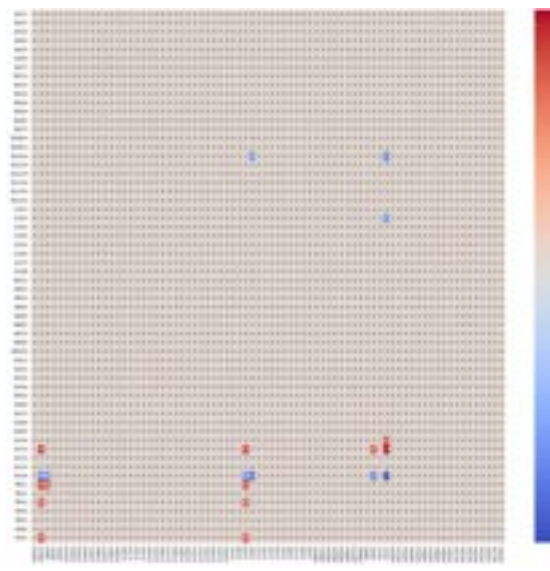
신한라이프



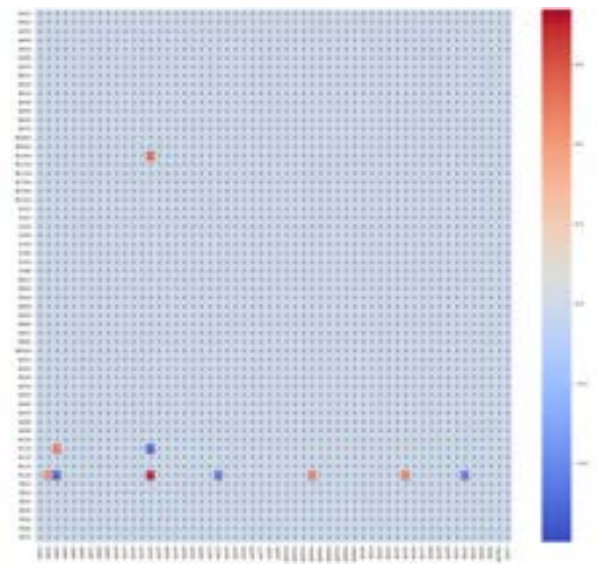
신한라이프 - 신한은행



신한라이프 - 신한카드



신한라이프 - 신한투자증권

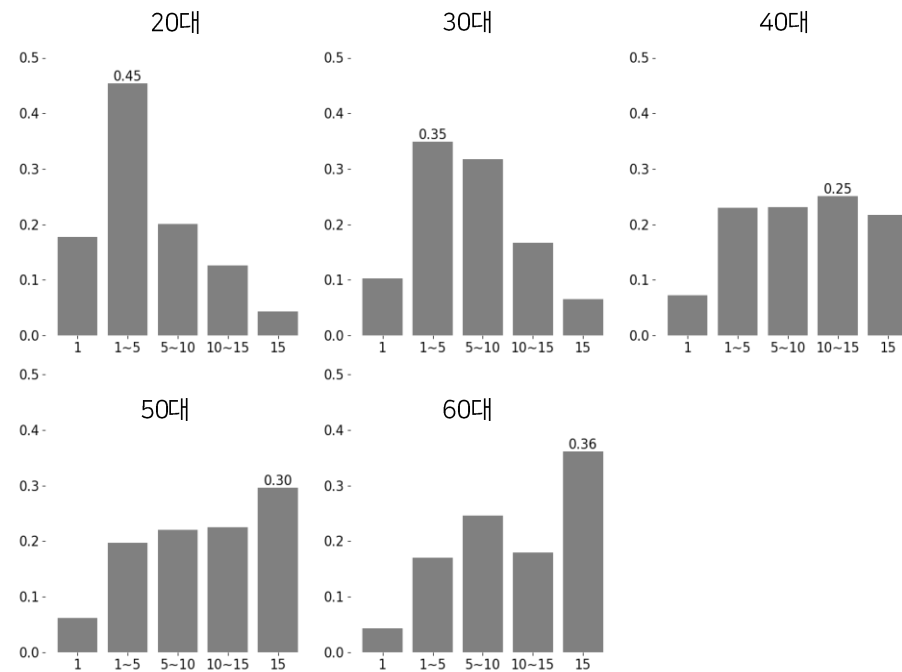


## 2. 타겟 설정

### EDA

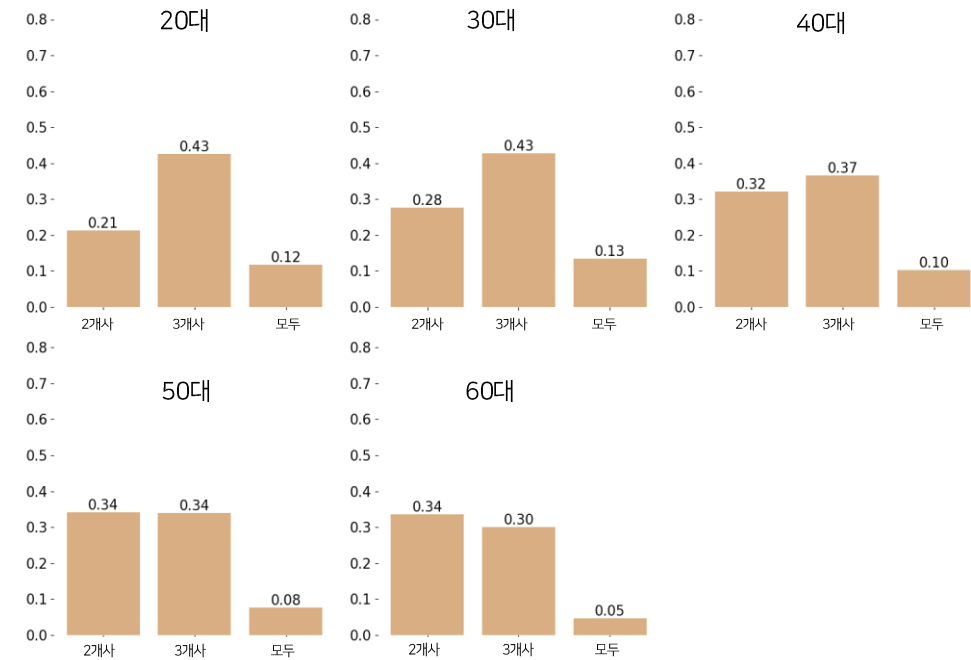
- 신한라이프 데이터 중분류를 기준으로 연령별 고객 특성 파악

연령별 계약기간별 평균고객 비율



신한라이프 'le10r-le14r' 최근계약고객비율

연령별 교차거래고객 비율

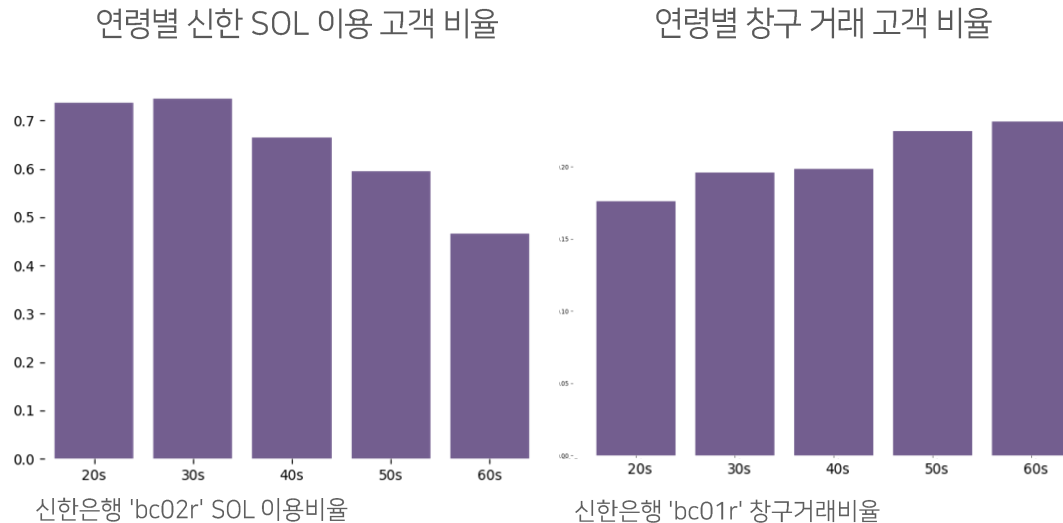


신한라이프 'lf01-lf07r' 교차거래고객비율

## 2. 타겟 설정

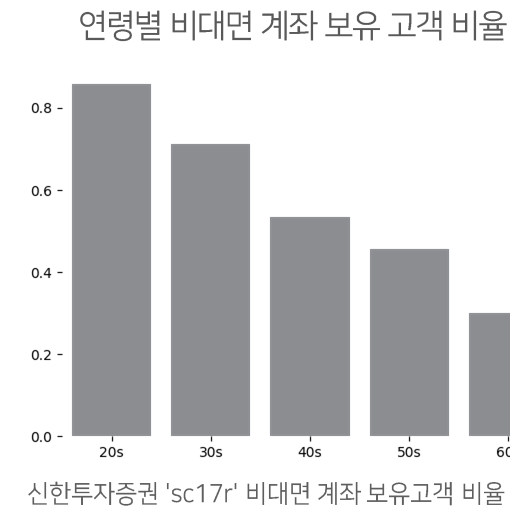
### EDA 통한 타겟 설정 : 50, 60대 금융 어플 이용 현황

- 연령별 금융 거래 형태 비교



- 50, 60대의 신한 SOL 이용 비율은 낮은 반면, 창구 거래 비율은 높음  
→ 비대면보다 대면 거래를 선호

- 연령별 비대면 계좌 보유 현황 비교



- 다른 연령대에 비해 50, 60대의 비대면 계좌 보유 고객 비율이 낮음

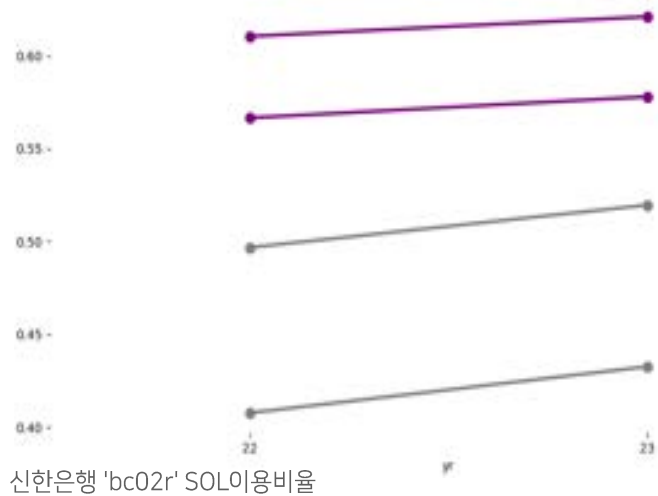
50, 60대의 신한라이프 스케어 이용률 역시 낮을 것으로 예상되므로 이들의 어플 이용률을 높여야 함

## 2. 타겟 설정

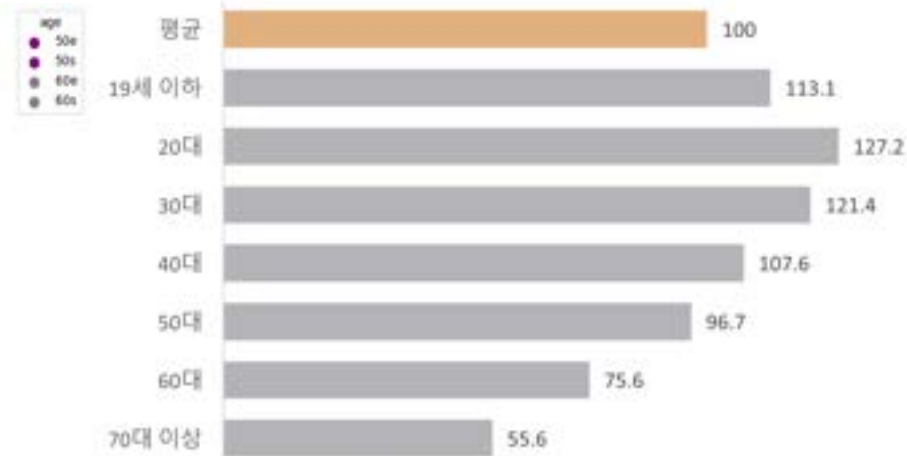
### 5060 고객의 어플 이용률을 제고해야 하는 이유

#### 1) 50, 60대의 어플 이용률 증가

2022-2023 연령별 신한 SOL 이용률



2022 연령별 디지털정보화 역량 수준 <sup>2)</sup>



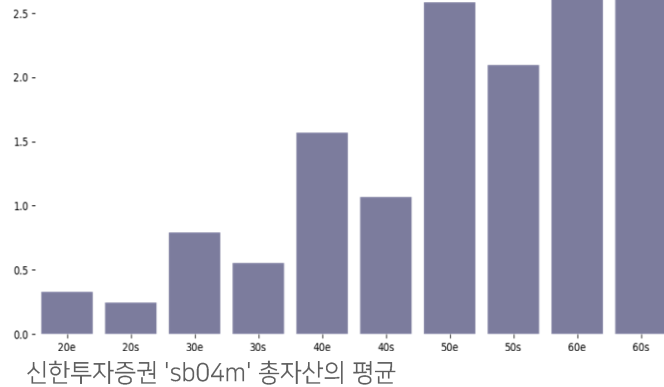
- 2022년 대비 2023년 50, 60대의 어플 이용률이 증가했으며 특히 60대의 변화율이 높음
- 그러나 50대 이상의 디지털정보화 역량은 평균보다 낮은 수준으로, 디지털 기기 이용에 어려움을 겪고 있음
- 이러한 추세에 맞춰 이들에게 더 친화적인 서비스를 제공할 필요가 있음

## 2. 타겟 설정

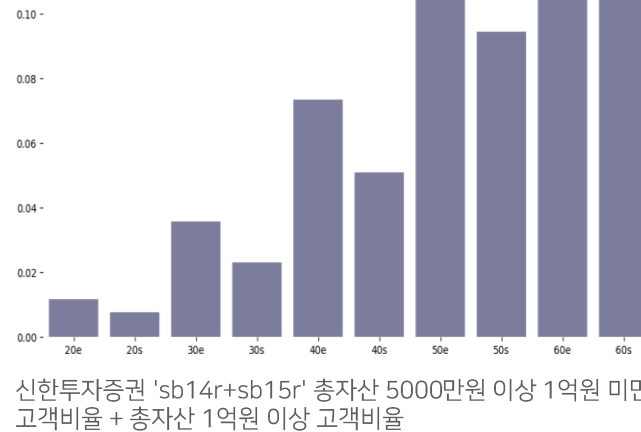
### 5060 고객의 어플 이용률을 제고해야 하는 이유

#### 2) 50, 60대의 높은 수익성 - 자산

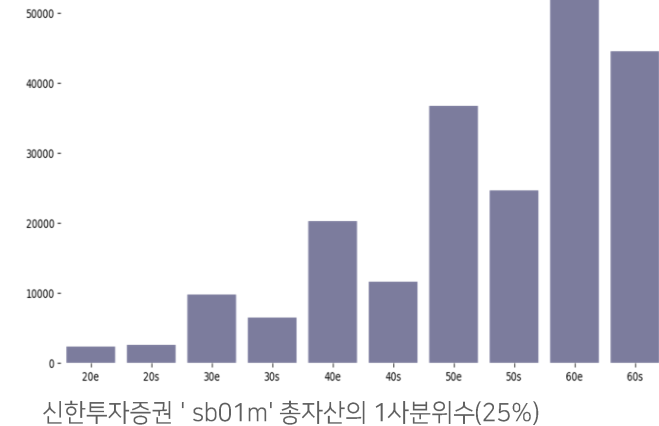
연령별 평균 총자산



연령별 총자산이 5,000만원 이상인 고객 비율



연령별 총자산의 1사분위수



- 50, 60대는 자산 규모가 커 수익적으로 매우 중요한 고객임
- 50, 60대의 평균 총자산, 총자산이 5,000만원 이상인 고객의 비율이 다른 연령대에 비해 높음
- 총자산의 1사분위수 역시 다른 연령대에 비해 높음

## 2. 타겟 설정

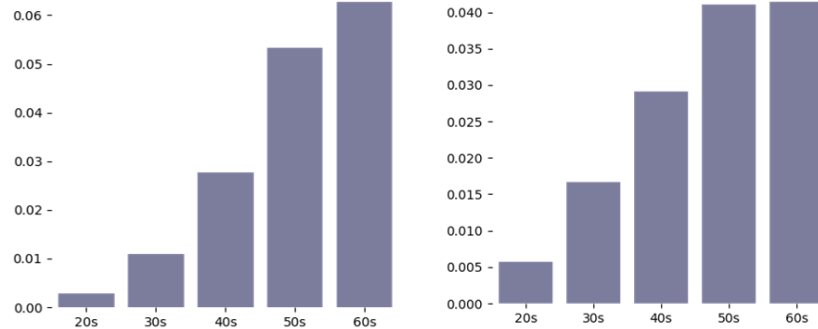
### 5060 고객의 어플 이용률을 제고해야 하는 이유

#### 2) 50, 60대의 높은 수익성 - 고객가치등급 및 보험료

연령별 고객가치등급 비율

연령별 고객가치등급 1등급인 고객 비율

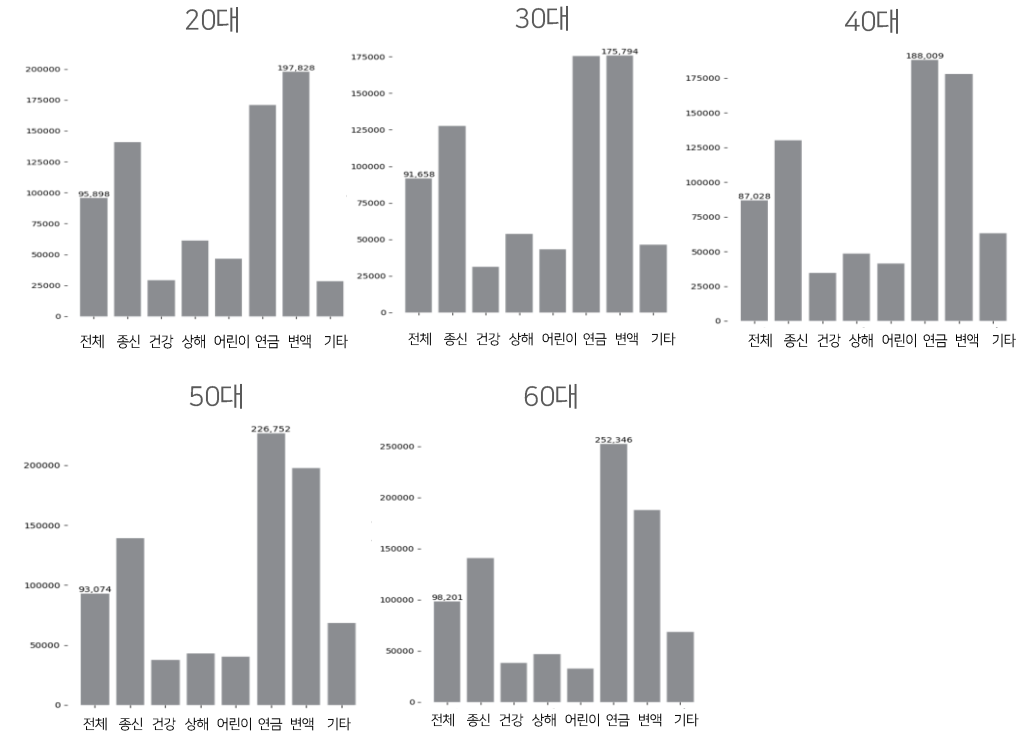
연령별 고객가치등급 2등급인 고객 비율



신한투자증권 'sc06r-sc10r' 고객가치등급 1~5등급 고객비율

- 50, 60대는 다른 연령대에 비해 고객가치등급이 1등급, 2등급인 고객 비율이 높음

연령별 보험계약별 평균 월납 보험료



신한라이프 'le04r-le09r' 월납보험료

- 50, 60대의 전체 보험 평균 월납 보험료는 각각 93,074원과 98,201원으로 다른 연령대보다 높음
- 특히 연금에서 모두 20만원이 넘는 높은 보험료를 납부하고 있음

03

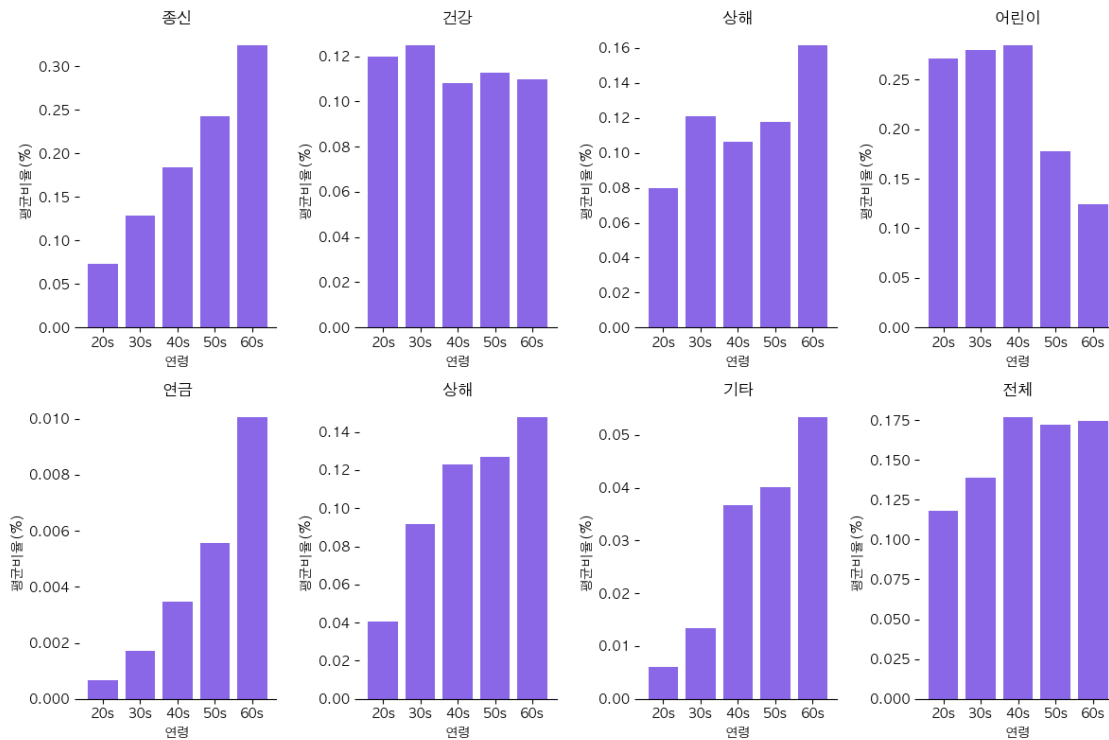
---

해결 방안

## 3. 해결 방안

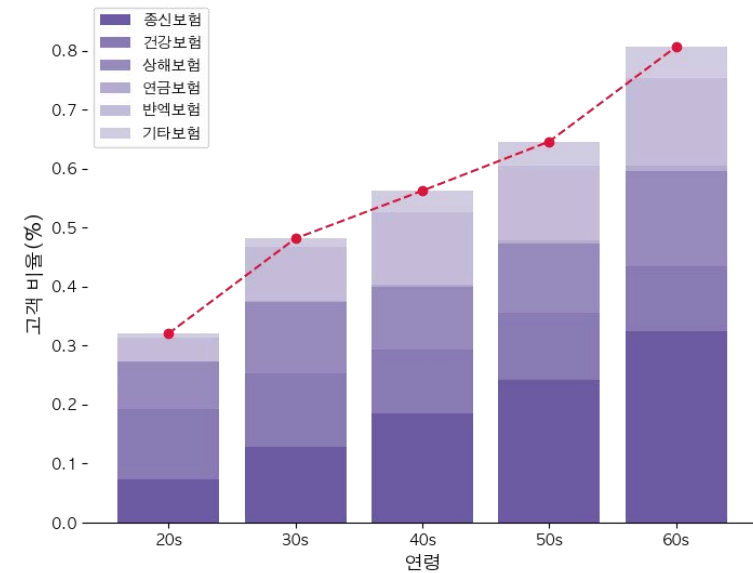
## 보험금 지급 간편 신청

연령별 보험금 지급 경험 고객 비율



신한라이프 'lc01r~lc08r' 보험금지급경험고객비율

어린이 보험 제외 보험금 지급 누적 평균 비율



신한라이프 'lc01r~lc08r' 보험금지급경험고객비율

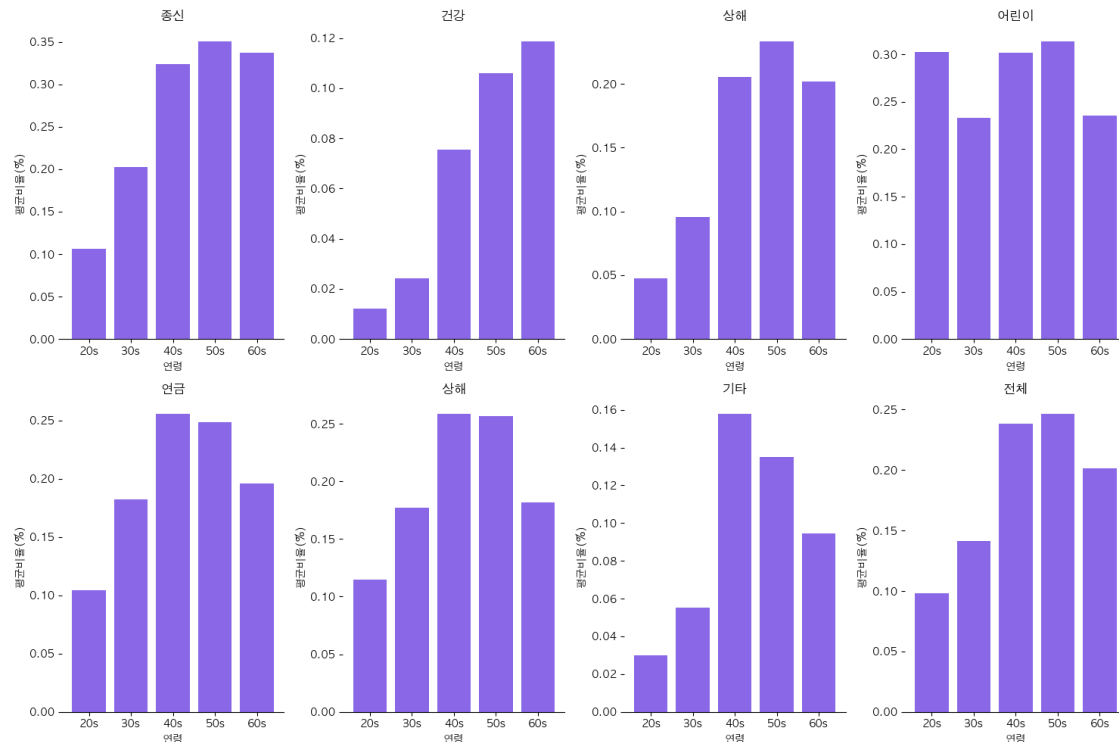
- 연령별 보험금 지급 경험이 있는 평균 고객 비율에서, 어린이 보험을 제외하면 50, 60대의 보험금 지급 신청 비중이 높다는 것을 확인
- 보험금 지급 신청을 간편하게 도울 수 있는 기능 도입



## 3. 해결 방안

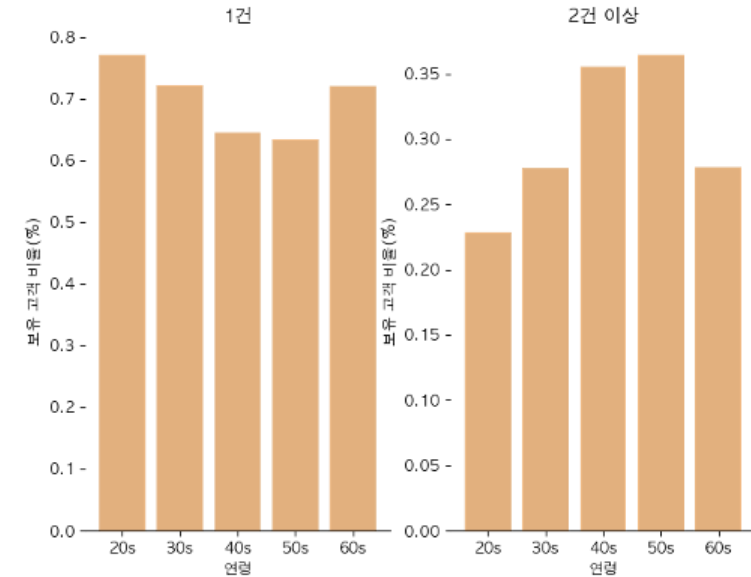
## 보험 항목별 대출 가능 금액 간편 확인

연령별 보험금 대출 경험에 있는 고객 비율



신한라이프 'ld01r~ld08r' 보험금대출경험고객비율

연령별 보험 계약 건수

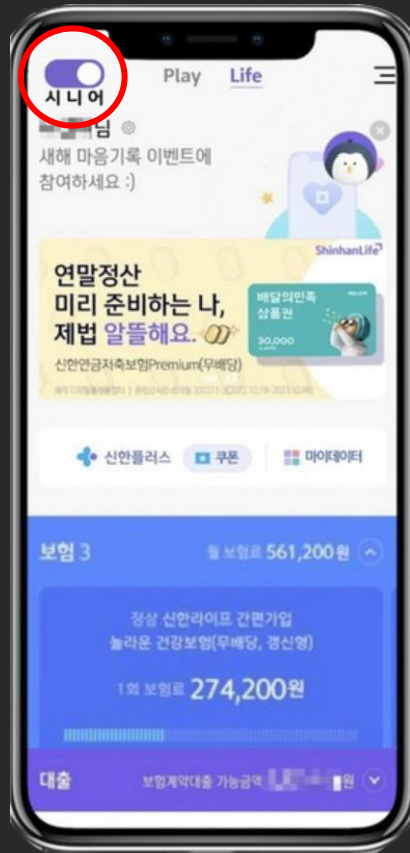


신한라이프 'le01r~le03r' 보험계약건수별 고객비율

- 연령대가 높아질수록 보험금 대출 경험 많음
  - 연령대가 높아질수록 2건 이상의 보험을 가지고 있는 경우가 많음
- 쉽고 간편한 대출을 위해 항목별로 대출 가능 금액을 한 번에 보여주는 서비스 제공

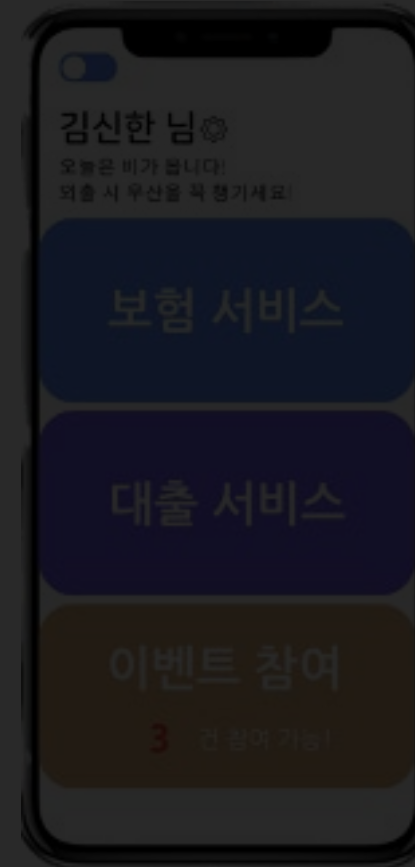
## 3. 해결 방안

## 시니어 모드 도입



## 신한라이프 어플 첫 화면

- 좌측 상단의 버튼을 통해서 일반 모드와 시니어 모드를 자유롭게 변환할 수 있는 버튼 생성



## 시니어 모드 화면

- 디지털 금융 서비스에 미숙한 사람들도 한 눈에 쉽고 빠르게 파악할 수 있는 화면 구성
- EDA를 통해 5060이 자주 사용하는 보험 서비스를 홈화면에 나타내어 활용성 향상

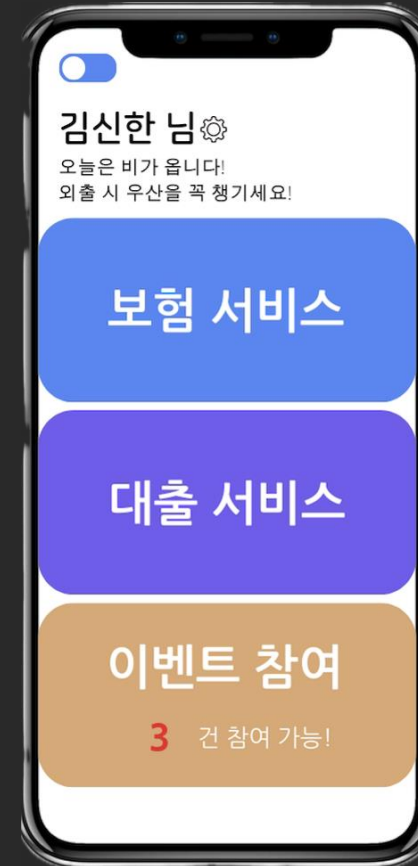
## 3. 해결 방안

## 시니어 모드 도입



## 신한 라이프 어플 첫 화면

- 좌측 상단에 버튼을 통해서 일반 모드와 시니어 모드를 자유롭게 변환할 수 있는 버튼 생성



## 시니어 모드 화면

- 디지털 금융 서비스에 미숙한 사람들도 한 눈에 쉽고 빠르게 파악할 수 있는 화면 구성
- 데이터 분석 통해 5060이 자주 사용하는 보험 서비스를 홈화면에 나타내 활용성 향상

### 3. 해결 방안

#### 간편 기능 도입



#### 자주 이용하는 서비스

- 어플 내에서 월 보험료를 확인하여 예산 관리 편의성을 증진
- 시니어 모드 진입 버튼과의 클릭 오류 방지 위해 좌측 상단에 있는 **뒤로 가기** 버튼을 하단으로 이동



#### 한 눈에 보는 대출 금액

- 총 보험 계약 대출 가능 금액을 한 눈에 볼 수 있어 금융 계획 수립에 도움
- 각 보험별 대출 금액을 확인함과 동시에 **신청도 한 번에 이루어질 수 있도록 바로가기 기능** 도입

04

---

기대 효과

## 4. 기대 효과

## 기대 효과



## 접근성 향상

50, 60대의 어플 접근성이  
향상되며 다양한 서비스 제공 가능



## 고객 경험 관리

신규 고객 확보 및  
고객 충성도 강화해  
발전된 고객 경험 제공



## 비용 절감

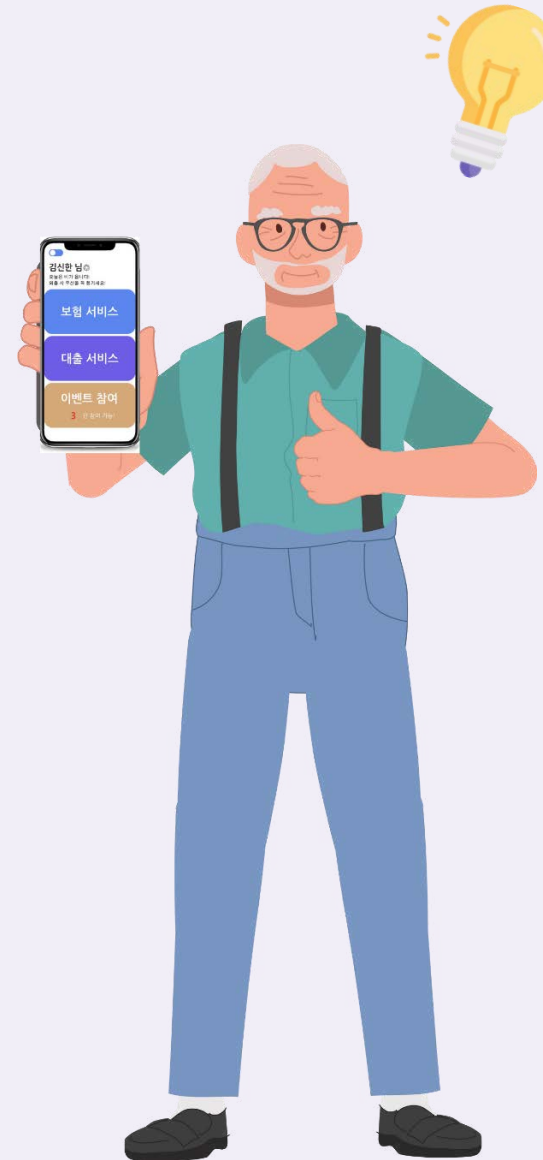
디지털화, 자동화로  
비용 최적화 해  
업무 효율성 상승



## 브랜드 이미지 창출

'디지털 금융 서비스의 선두주자'  
브랜드 이미지 창출

“ 모두에게 편리한 디지털 혁신으로  
모든 세대의 라이프에 가치를 더하는,  
신한라이프 ”



## APPENDIX

보험연구원 동향분석실, 『2023년 보험산업 전망과 과제』, 연구보고서, 2022.

과학기술정보통신부, 『2022 디지털정보격차 실태조사』, 2022