

# 2019 One Shinhan 상품 추천 모델 개발 계획

(2019.1.22)

## 1 배경 및 목적

- 현재 신한 내에서 고객 데이터를 이용하여 체계적으로 금융상품을 추천하는 모델이 부재
- '18.8월 신한플러스\* 오픈 이후 상품추천 페이지 운영중이나, 실제 활용도는 미비한 상황
  - 신한플러스는 별도의 앱 설치 없이 각 그룹사 앱에서 입장 가능하다는 장점이 있음
  - 그러나 통합리워드(마이신한포인트) 조회 이외에 개인화 수준이 높지 않아, 현재는 각 사별 개별상품을 display하는 수준임
  - 고객별 맞춤 상품을 제안하는 수준에 이르기 위해서는 추천상품의 적정성 파악과 성능 개선이 필수
- 개인별 추천 알고리즘의 신한플러스 탑재: myData 규제완화 대비 지주차원의 선제적 대응 목적 달성
  - (참고)뱅크샐러드, '18.12월 건강검진 결과 분석으로 발생 가능 질병과 예상의료비를 집계, 관련 실손보험 추천 시작

## 2 기대효과

- (단기) 現 신한플러스 유입 고객의 편의성 및 접근성 제고
  - 단순 조회성 방문 고객의 이탈을 방지하고 상품 가입으로 전환 유도
  - 직접적인 상품 구매로 이어지지 않더라도 점진적인 고객 금융관심도 유발 가능
- (중기) 고객 데이터 레이블 및 신한 內 금융상품 feature 표준화
  - 각 사 핵심상품의 표준화된 추천체계 확립
  - 그룹 공통 고객 표본 추출: 동일한 방식의 분석용 샘플 구축으로 향후 고도화·확장에 유리
- (중기) One Shinhan 관점 데이터 분석사례 구축
  - 활용예시 ①: 카드로 대출 고객 → 생명 약관담보 대출 제안으로 수익성 및 재정건전성 감안한 마케팅
  - 활용예시 ②: 은행 공모펀드 고객 → 금투 랩 어카운트 추천으로 lock-in, 추가자산 확보
- (장기) 통합 추천 마케팅 모델의 그룹사 활용도 제고
  - 내부 빅데이터 분석의 벤치마킹 사례로 활용, 알고리즘 개발 노하우 및 Best Practice 쏠그룹사로 확대

## 3 추진계획

- 수행인원: SDII 분석가 2명 + 현업 2명 TF 구성 필요 (플랫폼마케팅 협업, 그룹사 1개社 선정)
  - 기존 as-is를 빠르게 파악하고 그룹사 개별 니즈를 반영하기 위함
  - 내부 데이터 확보 시 예상되는 의사결정 및 프로세스 delay 최소화를 위함
- 추진방향
  - Target 상품 카테고리를 한정하여 추천 알고리즘 개발 예정
  - 신한플러스 플랫폼에 탑재할 수 있는 PoC 수준의 알고리즘 성능 달성 목표
- 향후 일정(案)

	'19.2	'19.3	'19.4	'19.5	'19.6	'19.7
Kick-off, 현황 파악, 세부과제 수립						
그룹사 데이터 요청, 데이터 이관						
추천 알고리즘 개발, 성능 개선						
신한플러스 연계 테스트						
알고리즘 이식 완료						

