

김경민_이력서

인적사항

생년월일: 1989년 03월 28일

성별: 남자

주소: 서울시 영등포구 선유로11길 12

병역사항: 군필 (2010.11~2012.09)

휴대폰: 010-4816-7776

이메일: kayemkim23@gmail.com

학력사항

대학교 2008.08 ~ 2015.05 Indiana University - Bloomington

(Bachelor of Science in Informatics)

고등학교 2005.08 ~ 2008.05 Chaminade College Preparatory School

경력사항

Product Manager - 전북은행 (2025.09 - 현재)

- 외국인 플랫폼 제품 전략 및 로드맵 수립
- 사업 추진 > 상위 기획 > 상세 기획 > 제품 출시 및 운영까지 프로젝트 A to Z 리딩
- 외국인 대상 모바일 앱 서비스 구축, 기획 및 운영
- 외국인 관련 제휴 사업 및 서비스 총괄 기획
- 그룹 계열사 외국인 상품 광고 플랫폼 기획 및 운영 총괄
- 제휴 파트너 및 그룹 계열사 이해관계자 협업 커뮤니케이션
- 사용자 중심의 화면 설계 (와이어프레임, 상세설계서 작성)
- 데이터 분석을 통한 사용자 흐름 (로그, 행동 패턴, 이탈율 등) 및 인사이트 도출

Product Manager - JB금융지주 (2024.09 - 2025.09)

- 외국인 플랫폼 제품 전략 및 로드맵 수립
- 사업 추진 > 상위 기획 > 상세 기획 > 제품 출시 및 운영까지 프로젝트 A to Z 리딩
- 외국인 대상 모바일 앱 서비스 구축, 기획 및 운영
- 외국인 관련 제휴 사업 및 서비스 총괄 기획
- 그룹 계열사 외국인 상품 광고 플랫폼 기획 및 운영 총괄
- 제휴 파트너 및 그룹 계열사 이해관계자 협업 커뮤니케이션
- 사용자 중심의 화면 설계 (와이어프레임, 상세설계서 작성)
- 데이터 분석을 통한 사용자 흐름 (로그, 행동 패턴, 이탈율 등) 및 인사이트 도출

Product Owner - 뮤직카우 (2023.04 - 2024.09)

- 상위 기획(제품/서비스 비전, 목적, 목표 설정, 로드맵 제시, 시장 동향, 경쟁 분석, 고객 타겟팅)
- 상세 기획(Wireframe 작성, UI 설계, Flow Chart 작성, IA 작성, 사용자 플로우 기획, PRD 작성)
- 기획, 디자인, 개발, 배포에 대한 Ownership
- 유저 플로우 및 백엔드 설계
- 정성/정량적 분석 기반 서비스 지표 개선 전략 수립 및 액션 아이템 도출
- 성공 지표 설정 및 검증/성과 측정
- 서비스 운영 정책 수립 및 운영 프로세스 고도화
- 비즈니스 요구사항 분석, 규제 분석
- 외부 데이터 연계 및 인터페이스 설계
- 내/외부 이해관계자 협업 커뮤니케이션

육아 휴식기 (2022.02 - 2023.03)

- 자녀가 탄생하여 성장 과정을 함께하기 위해 재충전 겸 육아 휴식기를 가졌습니다.

Product Manager - LINE (2018.11 - 2022.02)

- 신규 모바일 뱅킹 앱 서비스 구축, 기획 및 운영
- 신용대출 플랫폼 기획, 개발 요구사항 정의
- 비즈니스/상품 요구사항 분석 및 대출 서비스 기획
- 현지 금융 규제 분석 및 상품 요구사항 정의
- 개발 프로젝트 관리 및 유관 부서(일본, 태국, 인도네시아) 이해관계자 커뮤니케이션

Software Engineer - 신한은행 (2016.02 - 2018.08)

- 글로벌 계정계 고객, 신용카드 개발 및 운영
- 글로벌 정보계 MIS 개발 및 운영

핵심강점

- 복잡한 문제의 핵심을 파악하고 구조화하여 문제를 해결합니다.
- 명확하고 논리적인 커뮤니케이션으로 다양한 이해관계자와 협업합니다.
- 불필요한 과정을 시스템화하고 자동화하는 효율성을 추구합니다.

경력 상세

OX퀴즈 리텐션 및 상품 가입 전환 엔진 기획 (전북은행) 2025.09 - 2025.10

배경: 포인트 월렛 출시 이후 플랫폼의 핵심 과제는 포인트를 중심으로 한 생태계를 확장해, 사용자의 일상적 재방문을 유도하고 금융 서비스로 자연스럽게 이어지는 리텐션 엔진을 구축하는 것이었습니다. 특히 외국인 사용자는 간단한 참여형 콘텐츠에 높은 반응을 보이며, 보상 구조가 결합될 때 금융 탐색으로 이어질 가능성이 크다는 정성 조사 결과가 확인되었습니다. 이에 포인트 생태계의 실질적 확장 포인트로 OX퀴즈 서비스를 신규 기획하게 되었습니다.

문제 정의: Bravo Korea 앱의 월 리텐션은 가입 익월부터 급격히 감소했고, 외국인 사용자가 반복 방문할 만한 콘텐츠가 부족해 장기 이용을 유지하기 어려웠다고 정의하였습니다. 또한 신규 계좌개설 고객을 확보하기 위해 평균 약 7만 원의 CAC이 소모되는 구조였으며, 자연스럽게 금융 탐색 → 상품 가입 전환으로 이어지는 상위 퍼널이 부재해 비용 효율성 확보도 어려운 상황이었습니다. 즉, 플랫폼 내 재방문 동인을 강화하고 금융 상품 가입 전환을 유도할 수 있는 구조적 장치가 필요했습니다.

역할: OX퀴즈를 단순 참여형 기능이 아니라, '퀴즈 참여-금융 콘텐츠-포인트획득-금융 상품 광고-계좌개설'까지 자연스럽게 이어지는 포인트 생태계의 핵심 허브로 설계했습니다. 퀴즈 풀이 중 제공되는 '힌트보기'를 외국인 대상 금융교육 콘텐츠와 연결해 학습 흐름 안에서 자연스럽게 탐색이 이루어지도록 구성하고, 정답 제출 후에는 문제 주제와 연관된 금융상품 페이지로 이동하도록 설계해 네이티브 광고 효과를 극대화했습니다. 금융콘텐츠 내부에도 금융상품 배너를 배치해 콘텐츠 소비 전체가 자연스러운 금융 전환 경험이 되도록 만들고, 퀴즈를 통해 처음 포인트를 획득한 사용자가 출금을 위해 계좌개설로 자발적으로 이어지도록 전환 퍼널을 설계했습니다. (협업: 개발 1, 디자인 1)

성과: OX퀴즈는 런칭 23일 만에 단 20만 원의 포인트 비용이 지급되었음에도, 기존에 계좌가 없던 사용자들이 OX퀴즈를 통해 최초 포인트를 획득한 뒤 출금을 위해 신규 계좌를 개설하는 직접적인 전환을 만든 성과를 내었습니다. 이는 기존 CAC(약 7만 원) 대비 약 97% 이상 절감

된 결과로, OX퀴즈가 리텐션뿐 아니라 금융 탐색과 계좌개설 전환까지 견인한 매우 높은 비용 효율의 퍼널임을 입증했습니다. 동시에 금융콘텐츠와 금융상품 페이지로의 유입 또한 증가해 플랫폼 내 자연스러운 광고 노출 구조를 정착시키는 데 기여했습니다.

계열사 광고 플랫폼 및 CPS 수익모델 구축 (JB금융지주) 2025.01 - 2025.04

배경: JB금융그룹 내 계열사들은 각자 외국인 금융상품을 개별적으로 마케팅하고 있어 시너지가 거의 없었고, Bravo Korea 플랫폼의 수익 구조도 대출을 중심으로 제한적이었습니다. 그룹 차원의 통합 마케팅 채널과 지속 가능한 비이자수익 모델이 필요한 상황이었습니다.

문제 정의: 계열사별 외국인 마케팅 운영이 분리되어 중복 비용이 발생했고, 성과를 측정하거나 정산하는 과정은 대부분 수기 기반으로 비효율적이었습니다. 또한 외국인 고객을 대상으로 계열사의 금융상품을 효과적으로 연결할 수 있는 타겟 광고 채널도 존재하지 않았습니다.

역할: 그룹 차원의 광고 플랫폼을 구축하기 위해 CPS 기반 비즈니스 모델을 설계했습니다. 광주은행과 JB우리캐피탈의 외국인 상품을 통합 연계할 수 있는 전환 퍼널을 설계하고, 언어코드 기반의 다국어 랜딩 아키텍처를 기획했습니다. 또한 성과 추적 이벤트 구조를 구축해 배너 클릭과 대출 실행까지의 전환 흐름을 정량적으로 측정하고, 계열사별 광고 성과 대시보드를 만들어 정산/보고 운영 리소스를 최소화했습니다. (협업: 개발 1, 디자인 1, 계열사 2곳)

성과: CPS 기반의 월 정기 광고 매출이 신규로 발생하며 플랫폼의 비이자수익 구조가 확립되었습니다. 4개의 계열사 대출 상품이 하나의 마케팅 채널에서 통합 운영되며 그룹 시너지가 강화되었고, 광고 성과 대시보드를 통해 주 4시간 소요되던 업무를 5분 이내로 단축하며 운영 효율성을 97.9% 개선했습니다. 또한 다국어(최대 11개국어) 기반의 타겟 랜딩 페이지 설계로 외국인 대상 광고 전환율이 크게 상승했습니다.

생활 제휴 신규 서비스/플랫폼 기획 (JB금융지주) 2024.10 - 2025.03

배경: 한국에 거주하는 외국인에게 필요한 통신, 주거, 비자, 구직 등 필수 생활 서비스는 모두 다른 사업자에 분산되어 있어 정보 접근성은 낮고, 인증·가입 절차도 복잡해 서비스 선택 자체가 어려웠습니다. 금융 플랫폼 내에서 생활 서비스를 통합 제공한다면 일상의 진입 장벽을 낮추고 금융 서비스로 연결되는 강력한 생태계를 구축할 수 있는 기회가 존재했습니다.

문제 정의: 각 제휴사는 서로 다른 인증 방식과 가입 정책을 보유하고 있어 연동 난이도가 매우 높았고, 이를 하나의 UX로 통합한 사례도 존재하지 않았습니다. 또한 제휴 서비스 이용 데이터를 추적하는 시스템이 없어 어떤 제휴사가 실제로 성과를 내는지, 유입이 금융 서비스로 이어지는지 파악할 수 없었습니다. 결국 통합 UX, 표준 연동 구조, 성과 측정 체계 모두가 부재한 상태였습니다.

역할: 저는 생활 제휴 플랫폼을 0→1로 구축하기 위해 사업 발굴, 협상, 계약 체결, 서비스 기획, 기술 연동까지 모든 단계를 단독으로 리딩했습니다. 5개 제휴사를 선정한 뒤 로그인 확인, 약관 동의, UID 전달, 웹뷰 진입으로 이어지는 표준 Integration Flow를 설계해 제휴 연동 방

식을 완전히 표준화했습니다. 또한 웹뷰와 네이티브 브릿지를 결합한 아키텍처를 설계해 서비스 간 연결성을 강화했고, 유입, 가입, 사용 데이터를 추적하는 대시보드를 구축해 제휴 가치와 전환 퍼널을 정량적으로 측정할 수 있게 만들었습니다. (협업: 개발 1, 디자인 1)

성과: 서비스 오픈 후 전체 사용자 중 22%가 제휴 서비스를 이용하며 생활 → 금융 서비스로 자연스럽게 이어지는 전환 구조가 형성되었습니다. 연동 구조의 표준화로 신규 제휴사 확장 시 필요한 리소스를 획기적으로 절감할 수 있는 기반을 마련했고, 이를 통해 외국인의 주요 생활 서비스를 금융 플랫폼 안에서 완결적으로 제공하는 생태계를 구축했습니다.

해외송금 비교 신규 서비스 기획 (JB금융지주) 2024.09 - 2025.01

배경: 국내 외국인 230만 명은 매월 약 1.5조 원 규모의 송금을 진행하지만 업체별 환율, 수수료가 달라 탐색 비용이 매우 높았습니다. 외국인들은 은행 송금의 복잡한 절차와 높은 수수료 때문에 소액 해외송금업체를 이용하지만, 쉽게 비교 가능한 서비스는 부재했으며, 정보 비대칭 문제가 지속되었습니다.

문제 정의: 송금업체마다 환율과 수수료 구조가 상이해 비교 난이도가 높았으며, 송금할 때마다 여러 앱을 확인해야 하는 탐색 비용과 외국인 사용자에 최적화된 비교 UX 부재했습니다.

역할: 문제 해결을 위해 해외송금 비교 서비스를 0→1로 기획하고 전체 구조를 총괄하는 PM 역할을 했습니다. 시장 조사와 사용자 니즈 분석을 기반으로 BM을 설계하고, MVP 범위를 정의해 실행 가능성을 확보했습니다. 국내 라이선스를 보유한 6개 소액 해외송금업체를 직접 발굴해 협상하고, 환율과 수수료 정책을 통합 비교할 수 있는 정합 구조를 설계했습니다. 또한 업체별 실시간 가격을 안정적으로 수집하기 위해 비동기 스크래핑 기반 아키텍처를 설계하고, 사용자에게 가장 유리한 조건을 직관적으로 제시하는 비교 알고리즘, 정렬 규칙과 CPS 기반 수익모델을 위한 딥링크를 설계했습니다. (협업: 개발 1, 디자인 1, 제휴사 6곳, 기술업체 1곳)

성과: 출시 후 해당 서비스는 전체 DAU의 20%가 사용하는 핵심 기능으로 자리잡으며 PMF를 빠르게 입증했습니다. 송금업체 가입 전환율은 5%, 실제 송금 완료 전환율은 평균 2%를 기록하며 실질적인 행동 변화를 이끌어냈습니다. 더불어 국내 최초의 외국인 특화 송금 비교 서비스로 시장에 선제적으로 진입해 향후 송금 시장 내 확장 가능성과 플랫폼 경쟁력을 동시에 확보했습니다. 이를 기반으로 CPC/CPS 기반의 수익모델을 마련해 지속 가능한 비즈니스 구조를 완성했습니다.

포인트 월렛 신규 서비스 기획 (JB금융지주) 2024.09 - 2025.01

배경: 외국인 사용자가 신규 금융 플랫폼에 진입할 때 가장 큰 장벽은 계좌개설 과정의 복잡성과 이를 통해 얻을 수 있는 명확한 혜택의 부족이었습니다. 따라서 외국인 고객이 계좌를 개설해야 할 이유를 직접적으로 제공할 수 있는 구조가 필요했고, 포인트를 현금처럼 출금할 수 있는 형태의 리워드를 제공하는 것이 플랫폼 경쟁력 확보에 매우 중요한 요소였습니다. 이러한 맥락에서 포인트 월렛은 사용자 onboarding을 강화하고 장기적 리텐션을 만들어내기 위한 핵심 전략적 서비스로 정의되었습니다.

문제 정의: 외국인 사용자들은 계좌개설의 필요성을 명확히 느끼지 못하고 있었고, 선불카드 등록이나 본인인증 등 온보딩 과정에서도 높은 이탈률이 발생하고 있었습니다. 또한 플랫폼 내에서 지속적으로 방문을 유도할 수 있는 리워드 기반의 서비스 구조가 부재해 자연스러운 재방문 동기를 만들기 어려운 상황이었습니다. 결국 계좌개설 전환율을 체계적으로 높이고, 장기 사용을 유도할 수 있는 포인트 생태계를 신규로 구축해야 하는 것이 핵심 과제였습니다.

역할: 포인트 월렛 서비스를 처음부터 설계하며 전체 구조를 총괄했습니다. 먼저 포인트 생태계의 로드맵을 정의해 OX퀴즈, 출석체크, 쿠폰함 등 다양한 리워드 원천을 연결할 수 있는 구조를 마련했습니다. 이어 계좌개설 → 포인트 지급 → 전환 → 출금으로 이어지는 전환 퍼널을 세부적으로 기획하여 사용자 행동을 자연스럽게 계좌개설로 유도하도록 설계했습니다. 또한 전자금융거래법을 기반으로 서비스 정책과 약관을 만들고, 포인트 가상계좌, 출금 시스템, 선불카드 연동을 포함한 기술 아키텍처를 설계하여 서비스 안정성을 확보했습니다. 사용자 행동을 측정하기 위해 계좌개설 전환 KPI와 성과 대시보드도 구축해 서비스 개선 루프를 만들었습니다. (협업: 개발 2, 디자인 1)

성과: 구축된 구조를 통해 포인트 출금률은 19.6%를 기록하며, 사용자가 실제로 포인트를 가치 있는 혜택으로 인지하고 행동하는지 명확히 검증되었습니다. 특히 포인트 출금은 계좌개설 이후에만 가능하기 때문에, 계좌개설 → 즉시 출금으로 이어지는 자연스럽고 강력한 전환 퍼널이 만들어졌습니다. 결과적으로 신규 사용자 계좌개설 전환율을 실질적으로 높이는 데 성공했고, 향후 포인트 생태계 확장을 위한 정책·시스템 기반이 완전히 마련되면서 플랫폼 전체 리텐션 전략의 핵심 인프라가 구축되었습니다.

신규 유저 리텐션, 구매 전환율 개선 (뮤직카우) 2024.04 - 2024.06

배경: 플랫폼 신규 유입 자체는 꾸준했지만, 30일 리텐션과 마켓에서의 재구매율, 옵션 참여율이 낮아 수익 기반이 제한적으로 유지되고 있었습니다. 특히 신규 유저는 자신에게 맞는 콘텐츠나 투자 정보를 찾기 어려워 첫 거래 이후 빠르게 이탈하는 패턴이 반복되었습니다.

문제 정의: 기존 추천 시스템은 범용적이어서 개인 관심사와 연결되지 않았고, 옵션의 가치 판단을 돋는 정보가 부족해 신규 사용자가 참여하기 어려웠습니다. 또한 거래 이후 사용자의 행동을 분석해 적절한 시점에 리마인드하거나 개인화된 정보를 제공하는 체계가 존재하지 않았습니다.

역할: 신규 유저의 행동 데이터를 기반으로 퍼널 전체를 재정의하고, 개인화 알고리즘과 추천 구조를 설계했습니다. 옵션의 실시간 정보 제공 체계를 구축해 참여 장벽을 낮추고, 신규 유저에게 맞춘 개인화 포트폴리오 리포트를 자동 발송하도록 시스템을 구성했습니다. 또한 A/B 테스트를 수립해 각 개선이 실제로 행동 변화를 이끌어내는지 검증했습니다. (협업: 개발 2, 디자인 1, 마케팅 1, QA 1)

성과: 개선 이후 신규 유저의 30일 리텐션은 23%에서 31%로 상승했고, 60일 리텐션은 12%에서 17%로 확장되었습니다. 재구매율은 18%에서 25%로 증가했으며, 옵션 참여율도

8%에서 14%로 향상되었습니다. 결과적으로 신규 유저 기반의 월 수수료 매출이 45% 증가하며 실질적 비즈니스 성과가 확인되었습니다.

음악저작권 수익증권 발행 및 유통 플랫폼 (뮤직카우) 2023.04 - 2023.09

배경: 음악저작권 투자 모델은 제도권 밖에 있어 법적 불확실성과 투자자 보호 이슈가 지속되어 왔습니다. 금융위원회의 혁신금융서비스 승인을 계기로 음악저작권을 수익증권화하는 프로젝트가 본격적으로 시작되었고, 이는 글로벌에서도 전례 없는 신자산 카테고리 구축이라는 도전적 목표를 갖고 있었습니다.

문제 정의: 증권사, 신탁사, 내부 시스템, 감독기관 등 복수의 이해관계자가 얹혀 있어 발행, 거래, 정산 전 과정이 고도의 규제 요건을 충족해야 했습니다. 기존 시스템은 이러한 복잡한 구조를 처리할 수 있도록 설계되어 있지 않았고, 사용자 관점에서도 새로운 금융 상품에 대한 정보 격차가 존재했습니다.

역할: 수익증권 발행, 유통 서비스 전반의 정책, 프로세스, 시스템 아키텍처를 처음부터 정의했습니다. 증권사 계좌개설, 입출금, 거래 연동 구조를 설계하고, 발행 데이터의 정합성을 보정하기 위한 검증 로직과 실시간 정보 노출 시스템을 구축했습니다. 내부 운영팀이 규제 기준에 따라 발행과 거래를 정확히 처리할 수 있도록 어드민 고도화 및 업무 자동화 체계도 직접 기획했습니다. (협업: 개발 3, 디자인 1, QA 2)

성과: 뮤직카우는 세계 최초로 음악저작권 수익증권 발행을 성공적으로 완료하며 제도권 편입을 이뤄냈습니다. 이후 MAU는 141%, 거래대금은 127% 증가하며 제도권 편입 효과를 입증했고, 옵션 매출은 실시간 정보 제공 구조 도입으로 300% 증가했습니다. 수기 발행에 50분 걸리던 작업은 자동화로 10분 이내로 단축되며 운영 효율성 또한 크게 향상되었습니다.

태국 LINE BK 모바일 뱅킹 플랫폼 (LINE) 2018.11 - 2020.10

배경: 태국은 금융 디지털화가 빠르게 진행되는 시장이었지만 기존 금융 앱은 접근성이 낮고 복잡했습니다. LINE Messenger를 기반으로 한 금융 서비스는 전례 없는 혁신 모델로, 메신저 환경에서 금융을 구현한다는 기술적, 비즈니스적 도전이 동시에 존재했습니다.

문제 정의: 대출 신청부터 심사, 승인, 상환, 추심까지 금융 전 과정은 규제 기준을 충족해야 했고, 태국 카시콘은행(KBank), LINE 본사, JV 법인 등 다자간 협업 구조는 매우 복잡했습니다. 또한 메신저 기반 UX를 금융 서비스에 적용한 사례가 없어 효과적인 고객 여정 설계가 핵심 과제였습니다.

역할: 신용대출 전 라이프사이클을 기획하고 API 스펙을 정의했으며, 각 조직 간의 요구사항을 조율하는 커뮤니케이션 허브 역할을 수행했습니다. 400명 이상이 참여한 글로벌 프로젝트에서 일정과 리스크를 관리하며 금융 규제와 기술 요건을 모두 충족하는 시스템을 완성했습니다.

(대출 협업: 프론트 1, 백엔드 2, 디자인 1, QA 1, 인프라 1, 사업 2, Kasikorn Bank IT 8, JV 9, 코어패키지업체 6)

성과: LINE BK는 태국 최초의 메신저 기반 금융 서비스로 성공적으로 런칭되었으며, 출시 5개월 만에 200만 명의 신규 고객을 확보했습니다. 신용대출 서비스는 5개월간 약 50억 바트 (1,900억 원)의 대출 성과를 기록했고, 승인 고객의 30%가 Thin-filer로 금융 접근성이 크게 확대되었습니다.

참고자료: <https://www.metroseoul.co.kr/article/20210308500455>

ANZ 베트남 리테일 인수 통합 시스템 구축 (신한은행) 2017.01 - 2017.05

배경: 신한베트남은행은 ANZ 베트남 리테일 부문을 인수하며 90만 고객, 24만 신용카드, 33억 달러 자산을 단 한 번의 장애 없이 통합해야 했습니다. 이는 베트남 금융 시장에서 전례 없는 규모의 프로젝트였습니다.

문제 정의: ANZ 레거시 시스템과 신한은행 코어뱅킹 간의 구조적 차이를 해결해야 했고, 대규모 데이터 마이그레이션에서 데이터 정합성을 확보하는 것이 핵심 요구사항이었습니다. 또한 베트남 중앙은행의 규제 기준을 충족하는 것도 필수였습니다.

역할: ANZ 시스템 분석을 기반으로 인터페이스 구조를 설계했고, 90만 고객, 24만 카드 데이터를 신한은행 시스템으로 이관하는 ETL 및 마이그레이션 로직을 개발했습니다. 신용카드 심사, 승인, 배치 처리 등을 위한 전문 통신 구조를 설계하고 통합 테스트와 규제 검증도 수행했습니다. (협업: 개발 10, ANZ IT 및 보안 8)

성과: 해당 프로젝트의 데이터 마이그레이션 오류율은 0.5% 이하로 유지되며 성공적으로 베트남 중앙은행 승인을 획득했습니다. 이후 리테일 대출 잔액이 700만 달러에서 7억 달러로 100배 성장하는 기반을 마련해 외국계 1위 은행 도약에 핵심적으로 기여했습니다.

참고자료:

https://www.investchosun.com/site/data/html_dir/2017/12/18/2017121886016.html

베트남 최초 디지털 브랜치 신용카드 시스템 개발 (신한은행) 2017.02 - 2017.05

배경: 베트남의 기존 신용카드 신청은 종이 기반으로 처리되어 오류가 많고 처리 속도도 느렸습니다. 신한은행은 현지 최초로 디지털 브랜치 모델을 도입해 고객 경험을 혁신하려 했습니다.

문제 정의: 수기 입력으로 인한 데이터 오류가 빈번했고 영업 직원의 수작업 절차가 비효율적이었습니다. 또한 고객은 신청부터 승인까지 대기 시간이 길어 만족도가 낮았습니다.

역할: 태블릿 기반 신청 UI를 개발하고 전문 통신 기반 데이터 송수신 및 검증 로직을 구현했습니다. 승인과 배치 처리를 자동화된 프로세스로 연동해 전체 처리 속도를 개선했습니다.

성과: 결과적으로 베트남 최초의 디지털 브랜치 신용카드 신청 기능이 구축되었고, 데이터 입력 오류가 크게 줄어 품질이 향상되었습니다. 영업 직원 생산성이 높아지고 고객 대기시간이 단축되며 금융 서비스 접근성과 만족도가 크게 개선되었습니다.

참고자료: <https://www.mk.co.kr/news/economy/7830034830034>