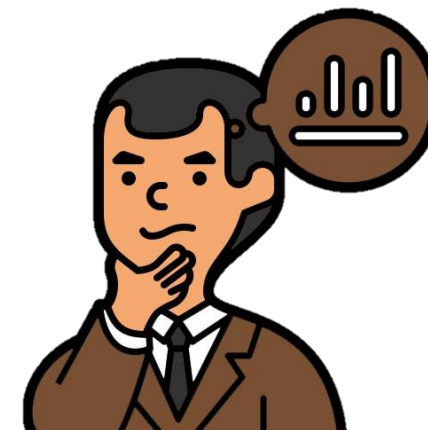
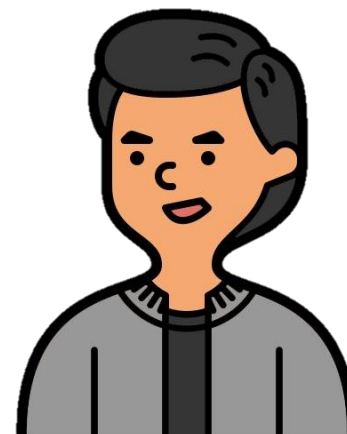


YZ세대라고 다 같은 YZ세대일까?!

세대 내 차별화 전략 제시



TEAM 광춘의 후예들 서경덕, 손지우, 정권상

목차

1

배경 설명 및 EDA

2

군집 분석 모델 설명

3

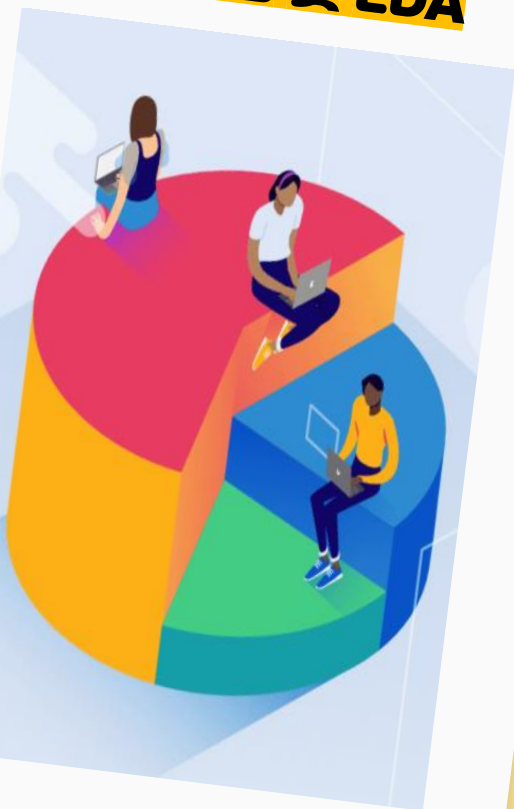
군집별 특징 비교

4

**군집별 네이밍
및
서비스 제안**

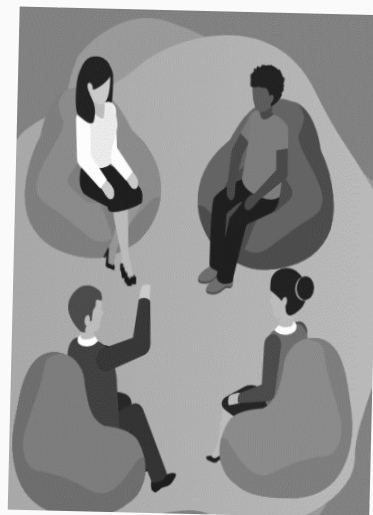
What's Next?

배경 설명 및 EDA



Chapter 01

군집 분석 모델 설명



Chapter 02

군집별 특징 비교

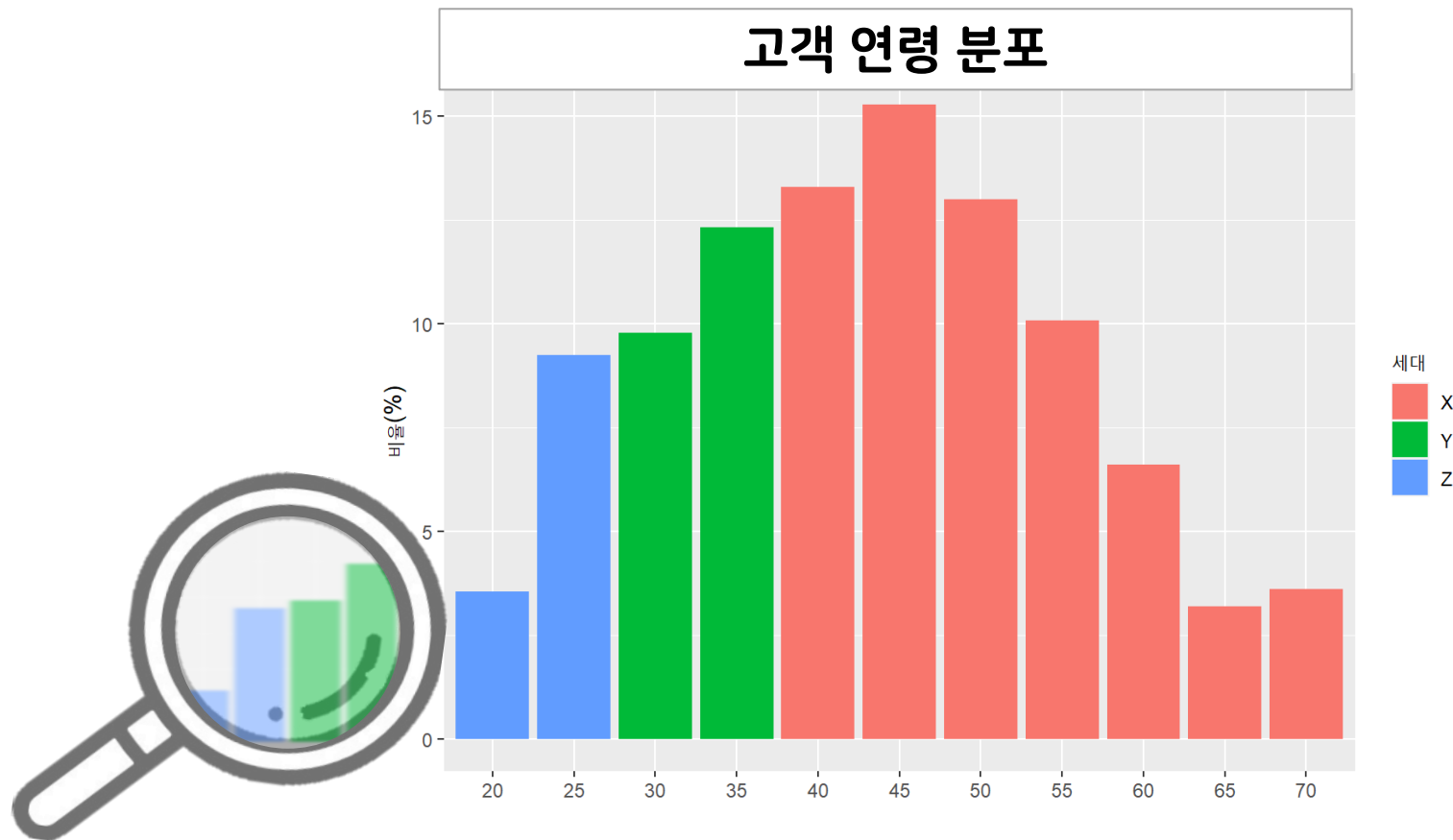


Chapter 03

군집별 네이밍 및 서비스 제안



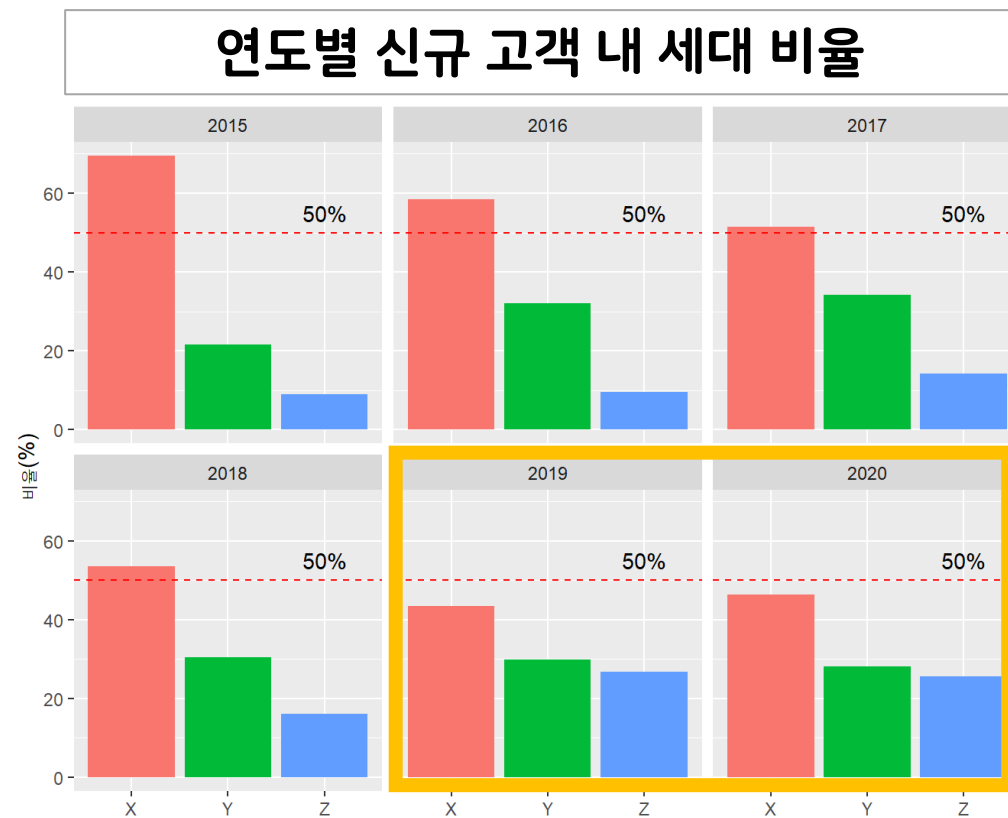
Chapter 04



X,Y,Z세대의 구분은 데이터 명세의 기준을 따랐습니다.
10대의 경우 세대 구분이 명확하지 않아 분석에서 제외하였습니다.

연령대별 분포를 살펴보면 연령대가 고른 종모양의 분포를 이루고 있음을 알 수 있습니다.
세대별로는 Y&Z 세대가 35%에 불과한데, **왜 Y&Z 세대에 주목해야 할까요?**

첫번째 이유



전체 세대 중에서 X세대가 차지하는 비율이 점점 줄어들다가, 19년을 기점으로 그 비율이 50% 미만으로 줄어들었습니다.

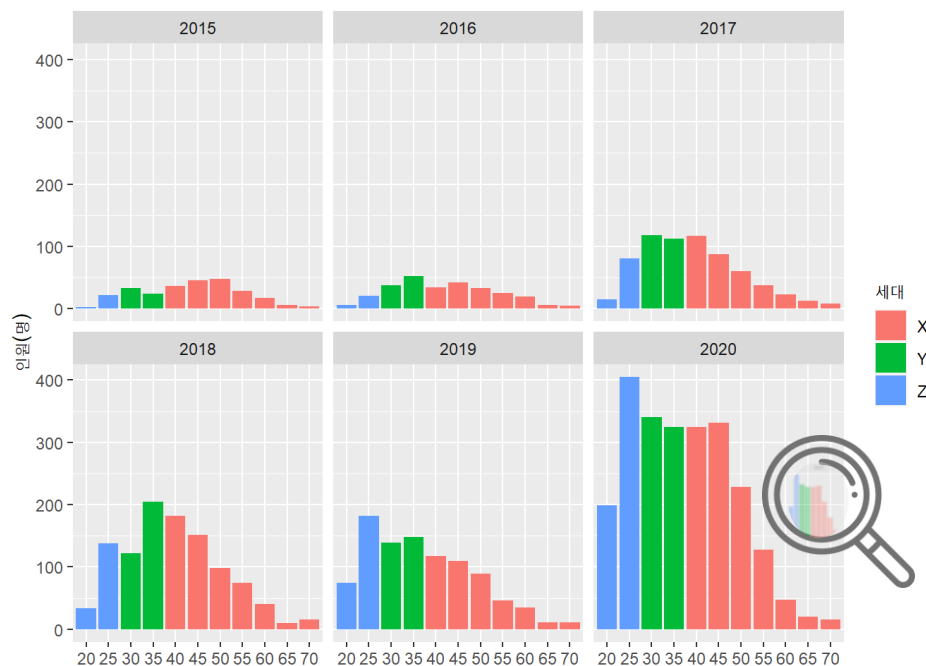
이는 Y,Z세대가 점점 증가하고 있다는 추세를 보여줍니다. 이러한 추세가 이어지면

Y&Z세대가 NH투자증권의 주요 고객층이 될 가능성이 높습니다.

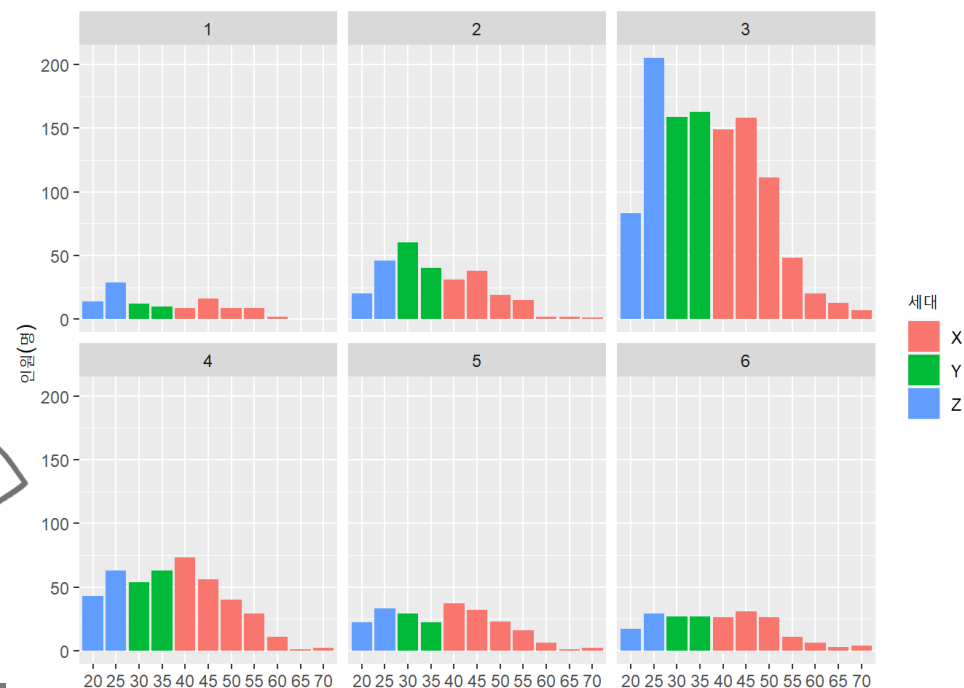


두번째 이유

연도별 신규 고객 연령 분포



20년 월별 신규 고객 연령 분포



종합

2020년은 예년과 달리 대규모의 신규 고객이 유입된 해입니다. 2020년 월별 신규 고객의 연령 분포를 확인해보면 코스피 지수가 바닥을 찍었던 2020년 3월에 신규 고객 수가 급증한 이후 다시 제자리를 찾아가고 있음을 확인할 수 있습니다. 따라서 NH투자증권은 한 순간에 유입된 대량의 고객들의 충성도를 확보하여 그들이 계속해서 NH투자증권의 서비스를 이용하게 만들어야 합니다. 여기서 주목해야할 점은 이러한 **신규 고객들 중 50% 이상이 Y&Z세대에 해당한다**는 것입니다.



체결횟수



관심

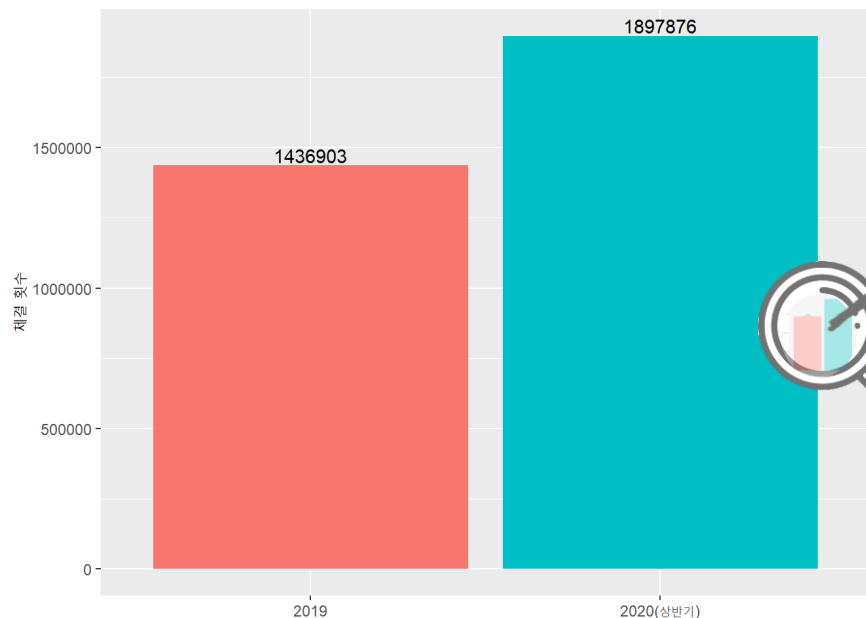
거래 체결 횟수로 **투자에 대한 관심도**를 측정했습니다.

거래 체결 횟수는 거래를 얼마나 하는지를 알려주기에, 투자의 관심도를 나타내기 적절합니다.

시간 단위를 기준으로 카운팅을 하여 동 시간대 중복거래를 1회로 처리했습니다.

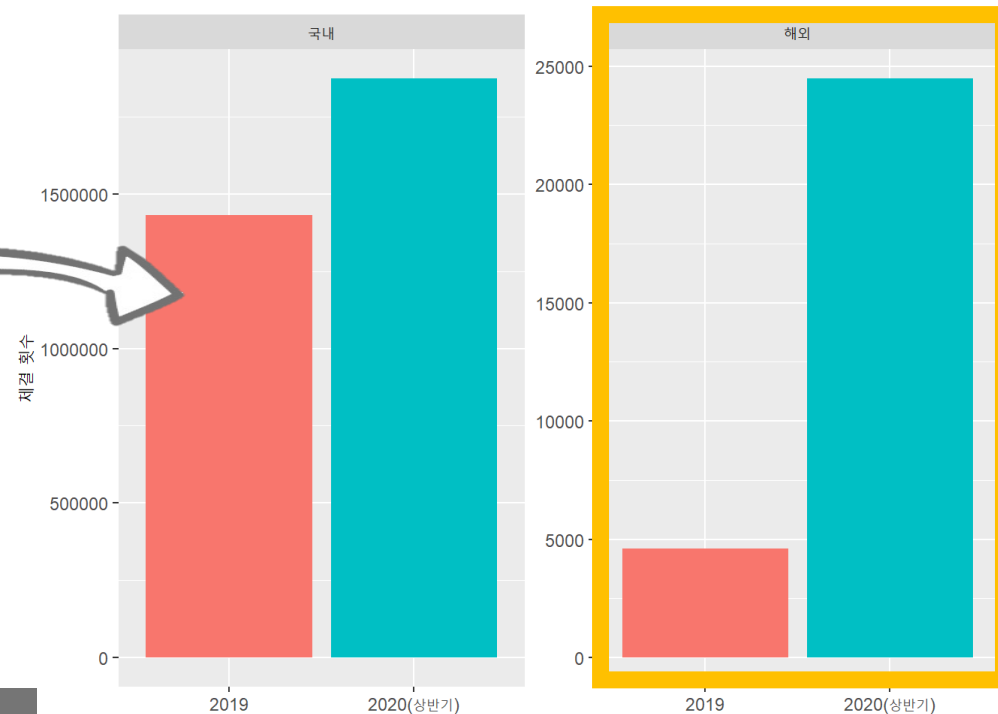


연도별 거래 체결 횟수



종합

연도별 국내외 거래 체결 횟수



2020년 상반기만으로 이미 전년도의 체결횟수를 뛰어넘었습니다.
즉, 어느 때보다도 2020년에 시장에 대한
관심도가 높음을 알 수 있습니다.

20년도에 이르러 매매수수료는 증권사에게
다시금 주요 관심사가 되었습니다.

해외의 경우 반 년의 기간동안
지난 해 체결 횟수의 다섯 배에 달하는 양을 기록했습니다.

국내 시장이 이미 포화되어 있다는 점, 높은 매매 수수료와
환전 서비스로 큰 수익을 기대할 수 있다는 점에서
해외 시장에 대한 별도의 분석이 필요해 보입니다.

What's next?

배경 설명 및 EDA



Chapter 01

군집 분석 모델 설명



Chapter 02

군집별 특징 비교



Chapter 03

군집별 네이밍 및 서비스 제안



Chapter 04



매매수수료

국내거래수수료: 총체결액의 0.01%

해외거래수수료: 총체결액의 0.25%

(1) 매매수수료는 증권사의 주요 수입원 중 하나입니다.
주식 시장에 대한 관심이 보다 뜨거워지고 있는 가운데,
매매수수료로 인한 기대수익은 보다 커질 것으로 기대됩니다.

(2) 수수료를 내는 양상에 따라서 투자 패턴이 다를 것입니다.
따라서 각 투자 패턴에 따른 차별화 전략이 필요합니다.

이에 따라 저희는 수수료로부터 얻은 인사이트를 바탕으로
모델링을 진행하였습니다.



< Modeling Flow >



Random Forest
"수수료에 영향을 미치는
주요변수 추출"



"Random Forest란?"
의사결정나무를 이용한 배경의 특수한 형태를 취하는 앙상블 기법으로,
변수 중요도를 확인할 수 있다는 장점이 있습니다.

Factor Analysis
"잠재변수 도출"



"Factor Analysis란?"
다수 변수들을 변수들 간의 상관관계를 분석하여
공통차원을 통해 축약하는 통계 기법입니다.
새로 만들어진 잠재 변수가 해석 가능하다는 장점이 있습니다.

K-Means Clustering
"고객 군집화"



"K-Means Clustering이란?"
주어진 데이터를 k개의 군집으로 묶는 알고리즘으로,
각 군집과 거리 차이의 분산을 최소화하는 방식으로 작동합니다.
데이터의 크기와 관계없이 사용할 수 있다는 장점이 있습니다.



< 랜덤포레스트(Random Forest) >

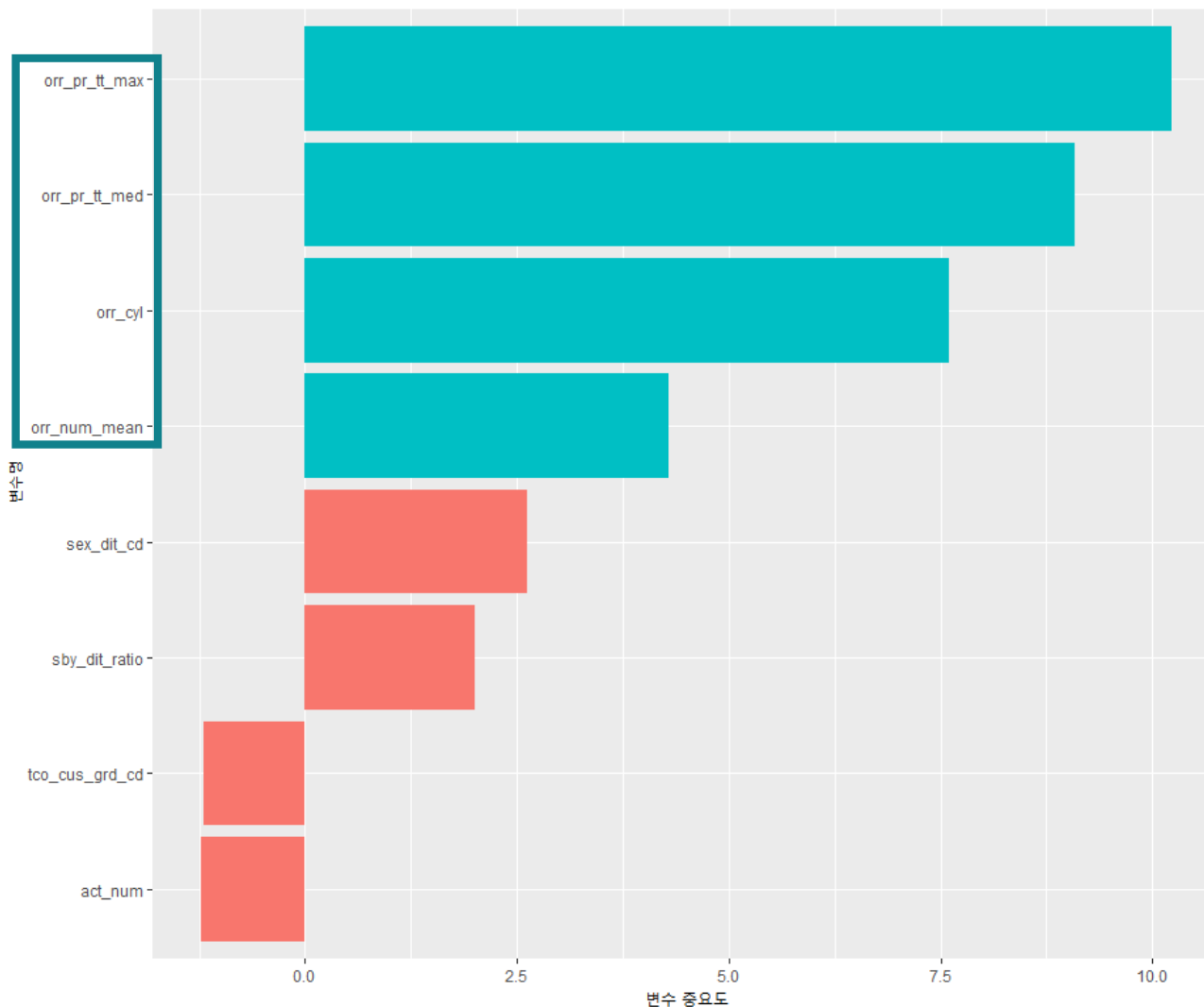
수수료를 타겟변수로 하여 랜덤포레스트 모델을 적합한 결과,
변수 중요도는 오른쪽과 같이 나왔습니다.

그리하여, 변수 중요도를 기준으로
요인분석에 활용할 변수들을 선택하였습니다.

1. 총체결액 최댓값(orr_pr_tt_max)
2. 총체결액 중앙값(orr_pr_tt_med)
3. 거래 주기(orr_cyl)
4. 월 평균 거래 횟수(orr_num_mean)

*해당 변수들에 대한 자세한 설명은 다음 슬라이드에서 살펴보도록 하겠습니다.

그 외 성별, 매도매수비율, 고객등급, 계좌 개수 변수는
상대적으로 중요도가 낮게 측정되었습니다.





< 변수 선택 >

1. 총체결액 최댓값(orr_pr_tt_max)

: 한 번에 거래한 최대금액

2. 총체결액 중앙값(orr_pr_tt_med)

: 한번에 거래한 금액 중앙값

총체결액 = 체결금액 * 거래량
해외의 경우, 원화 기준으로 체결금액을 통일해주었습니다.

3. 거래 주기(orr_cyl)

: 다음 거래까지 걸린 시간(시간 단위)

4. 월 평균 거래 횟수(orr_num_mean)

단순히 거래횟수를 측정하게 되는 경우,
계좌개설을 일찍 했을 수록 거래횟수가 많게 됩니다.
이를 방지하고자 '월 평균' 거래횟수를 측정하였습니다.

선택된 네 가지 변수들은 모두
수수료와 연관 지어 설명할 수 있습니다.

1~2. 총체결액 최댓값과 중앙값이 클 수록 그에 비례한 수수료가 커질 것입니다.

3. 거래 주기가 짧을 수록 납부하는 수수료가 많을 것입니다.

4. 월 평균 거래횟수가 많을 수록, 수수료 역시 많이 발생할 것입니다.

➔ 네 개의 변수로 요인분석 실시



< 요인분석 >

R code



요인분석에 의해
네 개의 변수가
두 개씩 묶였습니다.



```
> fa(x, nfactors=2, rotate='varimax')
Factor Analysis using method = minres
Call: fa(r = x, nfactors = 2, rotate = "varimax")
Standardized loadings (pattern matrix) based upon correlation matrix

      MR1   MR2   h2   u2 com
orr_pr_tt_max 0.22 0.85 0.77 0.233 1.1
orr_pr_tt_med -0.24 0.85 0.77 0.228 1.2
orr_cyl       -0.90 0.01 0.81 0.194 1.0
orr_num_mean  0.99 -0.01 0.98 0.016 1.0

SS loadings:      MR1   MR2
Proportion Var:   0.47 0.36
Cumulative Var:   0.47 0.83
Proportion Explained: 0.57 0.43
Cumulative Proportion: 0.57 1.00

Mean item complexity = 1.1
Test of the hypothesis that 2 factors are sufficient.

The degrees of freedom for the null model are 6 and the observed chi-square value is 75.
The degrees of freedom for the model are -1 and the observed chi-square value is NA.
The root mean square of the residuals (RMSR) is 0.
The df corrected root mean square of the residuals is NA.

The harmonic number of observations is 3418 with the empirical chi-square value of 75.
The total number of observations was 3418 with Likelihood chi-square of 75.

Tucker Lewis Index of factoring reliability = 1.001
Fit based upon off diagonal values = 1
Measures of factor score adequacy

      MR1   MR2
Correlation of (regression) scores with factors 0.99 0.93
Multiple R square of scores with factors        0.98 0.86
Minimum correlation of possible factor scores    0.97 0.72
```

이때 Cumulative Variance가 0.83으로,
해당 분석모델이 데이터를 설명하기에
충분히 유의한 모델임을 알 수 있습니다.

*Cumulative variance: 분산누적 합계



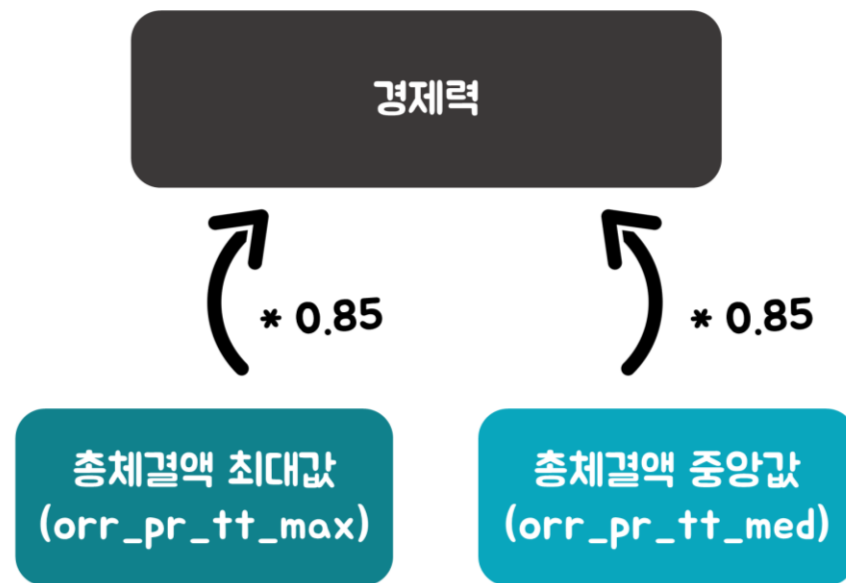
< 요인분석 해석 >



변수1은 월 평균 거래횟수와는 양의 상관관계를 갖지만,
거래주기와는 음의 상관관계를 갖습니다.

거래 횟수가 많다는 것은 거래 빈도가 잦다는 것이고,
거래주기가 짧다는 것 역시 거래 빈도가 잦다는 의미입니다.

∴ 변수 1은 '**거래빈도**'라는 용어로
대체하여 설명할 수 있습니다.



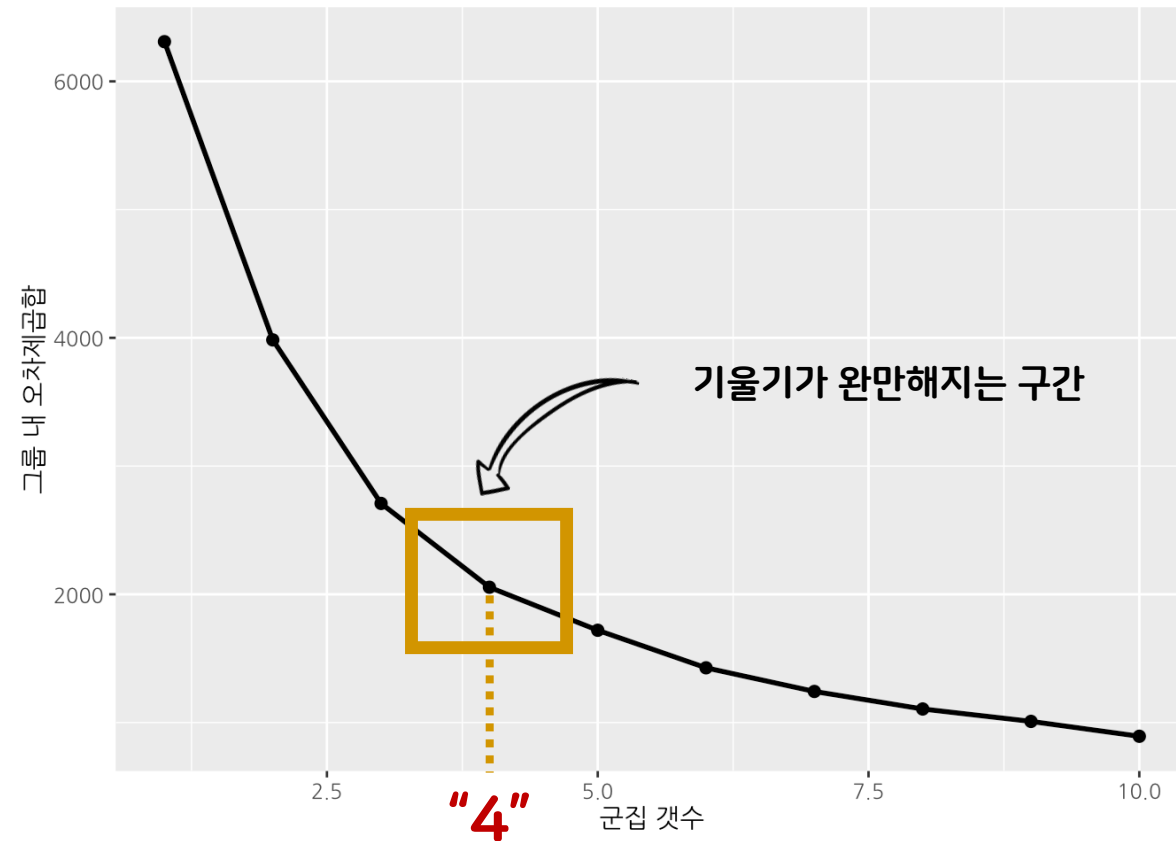
변수 2는 총체결액 최대값과 중앙값과
모두 양의 상관관계를 갖습니다.

총체결액 최대값과 중앙값이 크다는 것은
그만큼 한번에 거래할 수 있는 자금력이 있다는 것입니다.

∴ 변수 2는 '**경제력**'이라는 용어로
대체하여 설명할 수 있습니다.

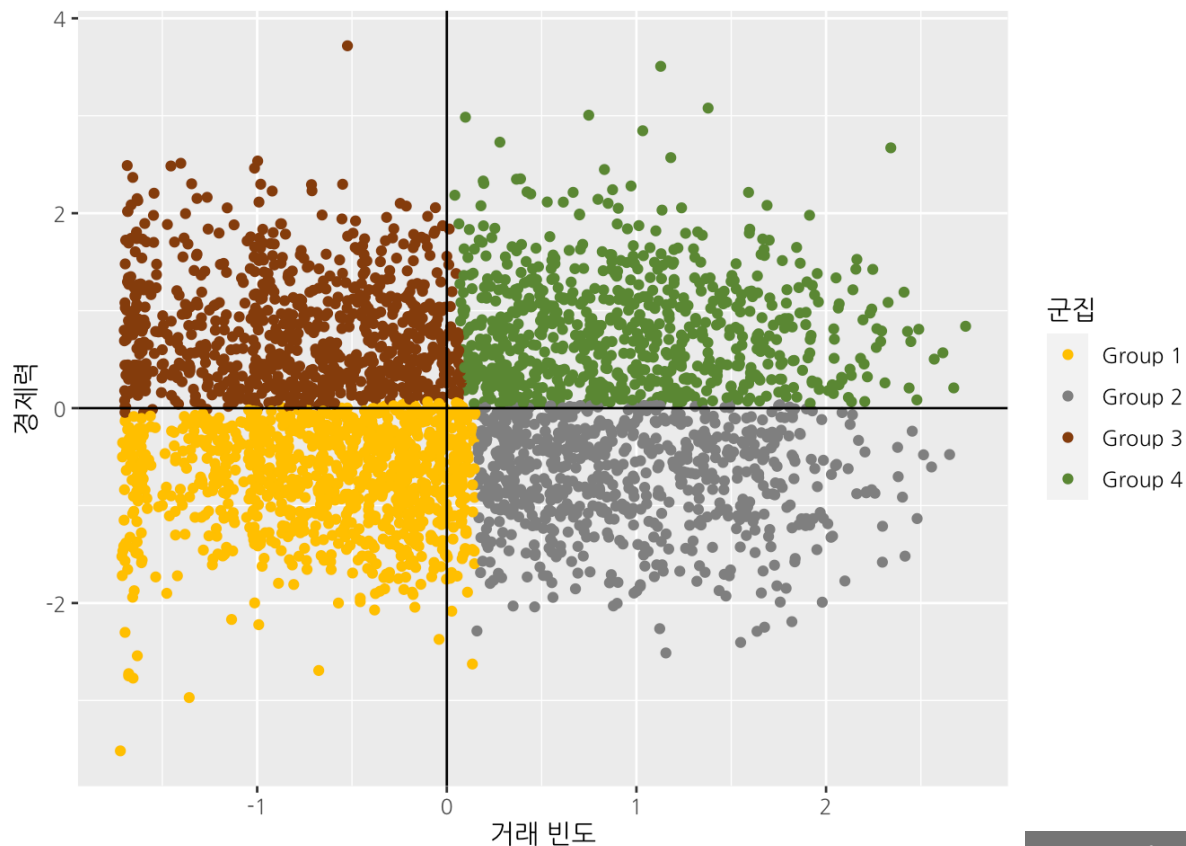
군집 분석 (K-means Clustering)

요인분석결과를 바탕으로, 군집분석을 실시하였습니다.
거리 기반 군집분석인 "K-means Clustering" 방법론을 채택하였으며,
아래 Scree plot의 elbow point를 참고하여
K=4로 설정하고 모델링을 진행하였습니다.



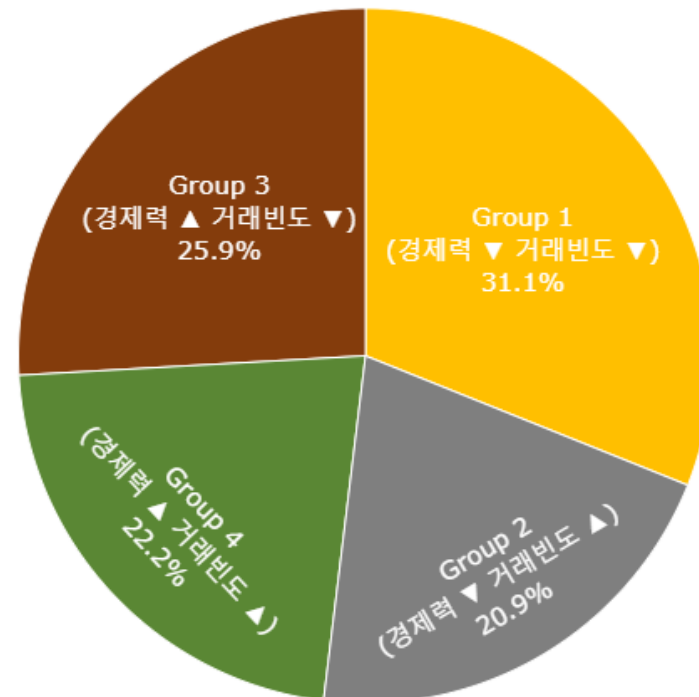


군집분석 결과



종합

군집별 비율



경제력과 거래 빈도라는 두 축을 기준으로 YZ세대 내에서 군집이 잘 나뉘었습니다.
또한, 특정 군집에 크게 치우치지 않고 나뉘었다는 것도 확인할 수 있습니다.

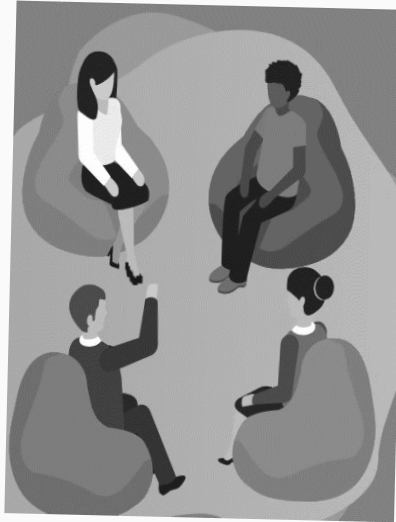
What's next?

배경 설명 및 EDA



Chapter 01

군집 분석 모델 설명



Chapter 02

군집별 특징 비교



Chapter 03

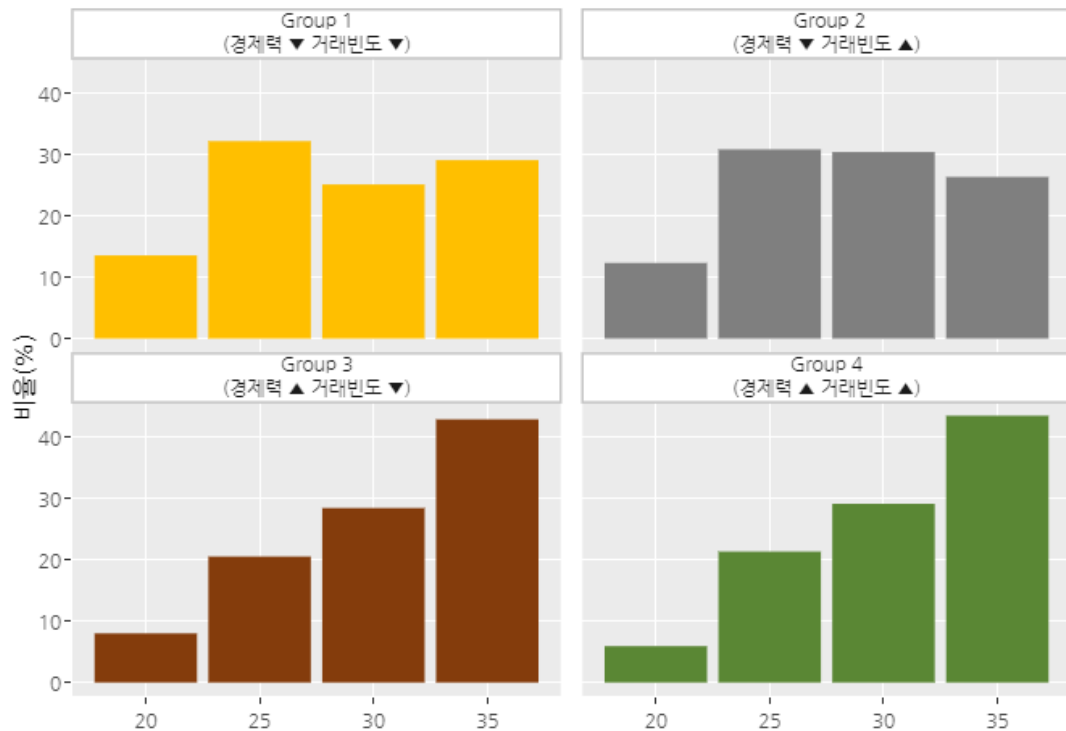
군집별 네이밍 및 서비스 제안



Chapter 04

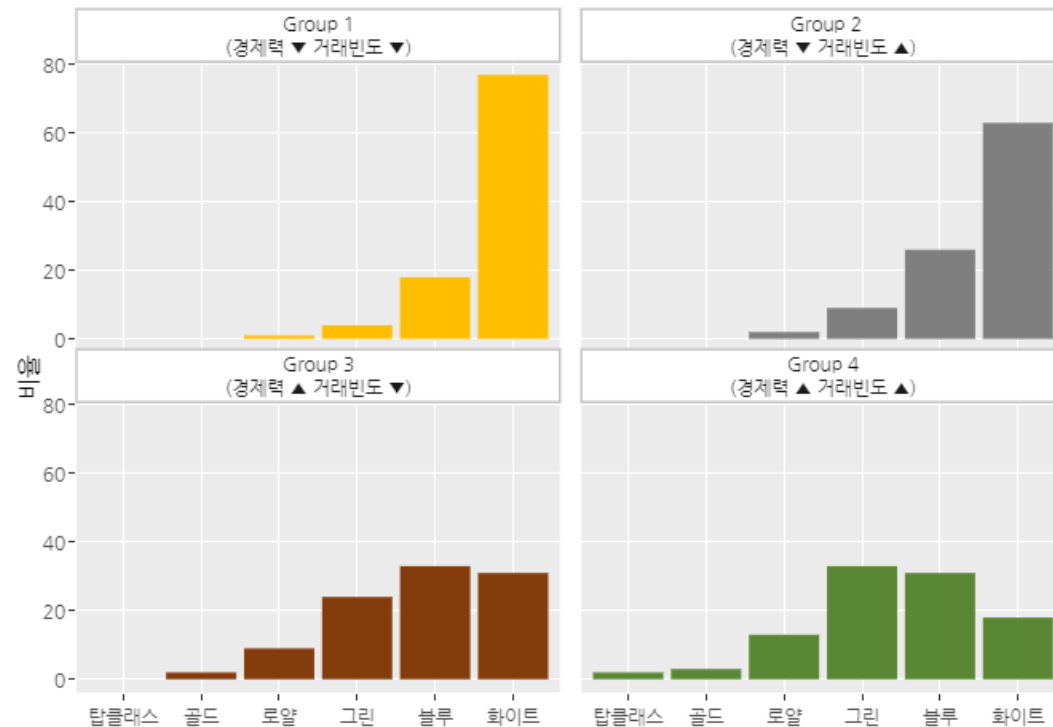


1. 연령 분포



Group1, Group2: 연령대별로 고른 분포
Group3, Group4: 30대가 높은 비율 차지

2. 고객 등급 분포



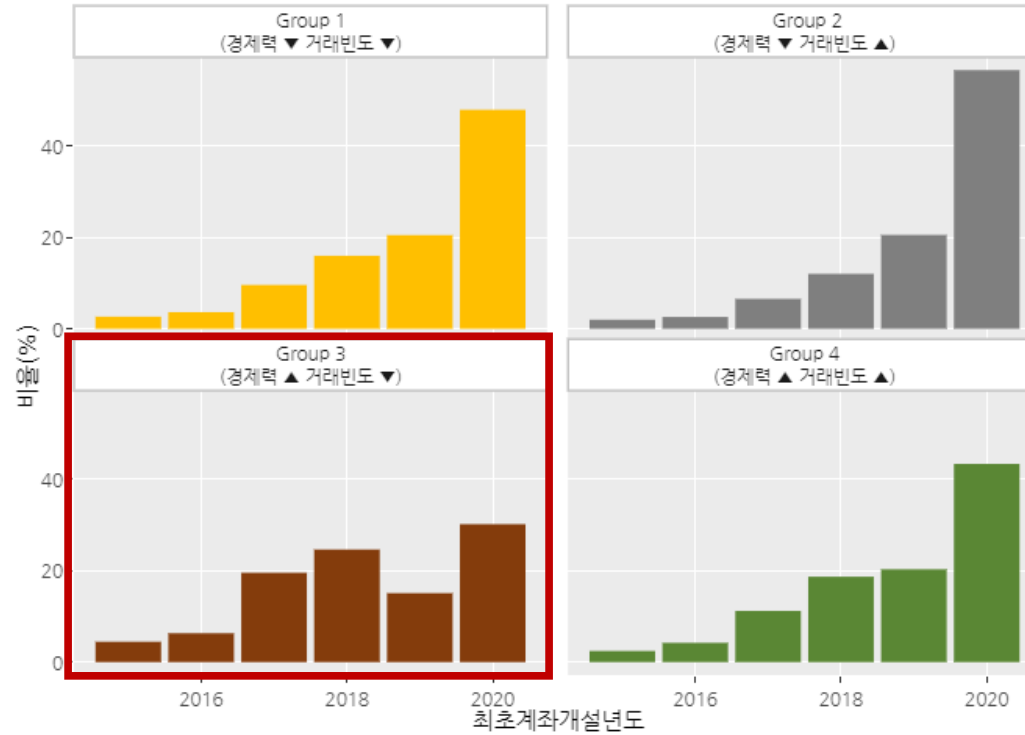
Group1, Group2: 하위 등급의 비율이 높게 나타남
Group3, Group4: 상대적으로 상위 등급 비율이 더 높음

종합

*화이트: 등급 없음(09) & 해당 사항 없음(_)

연령대가 높은 집단일 수록 집단 내 상위 등급의 비율이 높게 나타난다는 직관적인 결과를 얻을 수 있습니다.

3. 최초계좌개설년도 분포



Group1, Group2, Group4에서는 2020년 신규가입고객의 비율이 높았습니다.
이에 반해, Group3은 상대적으로 기존고객의 비율이 높았습니다.

4. 휴면 고객 비율



증권사의 입장에서는 신규 고객 유치 이외에도 기존 고객을 유지하는 것 역시 고객 관리에 있어 중요한 부분입니다.

이러한 관점에서 다음과 같은 세 가지 기준 하에 기존 고객의 **"휴면 여부"**를 확인할 수 있는 변수를 생성하였습니다.

- 기준1. **마지막 거래**가 2020년 5월 이전인 고객
- 기준2. 거래 주기에 비해 **거래 휴식 기간이 비정상적**으로 긴 고객
- 기준3. 기대 거래 횟수보다 **실제 거래 횟수가 적은** 고객

위 세 조건을 모두 만족하거나, 9개월 이상 아무런 거래가 없는 고객을 휴면 고객으로 판단하였습니다.

```
cus_info_merged = cus_info_merged %>%
  mutate(orr_exp_num=round(orr_prd/orr_cyl, 2)) %>%
  mutate(orr_idx_1=round(orr_brk_prd/orr_cyl, 2), orr_idx_2=round(orr_exp_num/orr_num, 2)) %>%
  mutate(run_away_cd=ifelse((orr_brk_prd >= 1464 & orr_idx_1>=100 & orr_idx_2>=2) |
    orr_brk_prd >= 6576, '휴면', '활동'))
```

변수 설명

거래 휴식 기간: 마지막 거래로부터 2020년 6월 30일까지의 기간
 거래 기간: 첫 거래로부터 마지막 거래까지의 기간
 기대 거래 횟수: 거래 기간 / 거래 주기

*거래 횟수: 동 시간대 발생한 거래는 1회로 취급

휴면 고객 예시

휴면 O

| 거래일 | 매수/매도 | 기업코드 | 총체결액 |
|-----------|-------|---------|--------|
| ... | ... | ... | ... |
| 2019.7.15 | 매수 | A114090 | 263120 |
| 2019.7.22 | 매도 | A080720 | 130500 |
| 2019.8.3 | 매수 | A065950 | 259850 |
| 2019.8.5 | 매수 | A065950 | 58390 |
| 2019.8.10 | 매도 | A065950 | 52940 |
| 2019.8.11 | 매수 | A114090 | 627090 |

해당 고객은 일주일 정도를 주기로 거래를 하는데,
2019년 8월 이후로는 거래기록이 없으므로
평소 **거래주기**에 비해 **거래휴식기**가 길다고 볼 수 있습니다.
이에 따라, 추후 거래를 기대하기 어려우므로
휴면고객으로 처리하는 것이 합리적입니다.

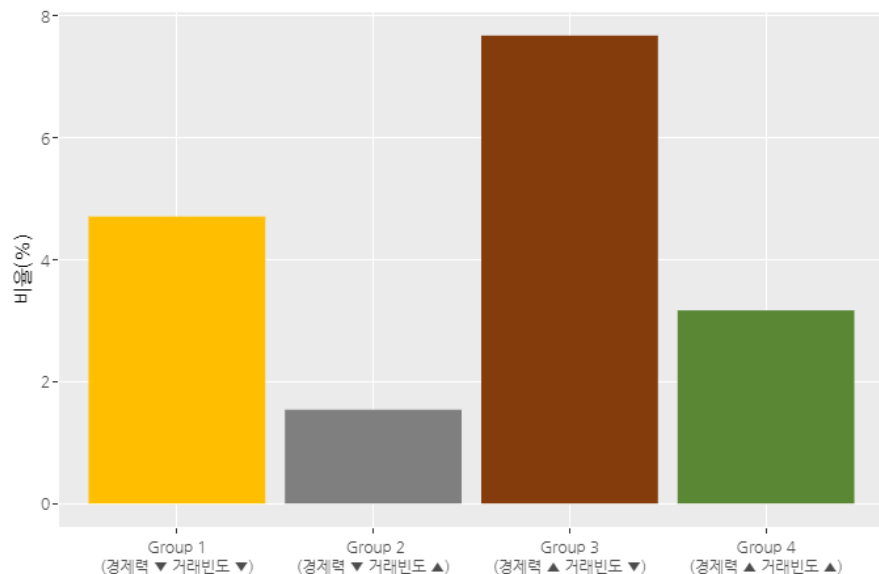
휴면 X

| 거래일 | 매수/매도 | 기업코드 | 총체결액 |
|------------|-------|---------|--------|
| ... | ... | ... | ... |
| 2019.7.15 | 매수 | A114090 | 263120 |
| 2019.9.5 | 매도 | A080720 | 130500 |
| 2019.11.10 | 매수 | A065950 | 259850 |
| 2020.1.08 | 매수 | A065950 | 58390 |
| 2020.3.20 | 매도 | A065950 | 52940 |
| 2020.5.18 | 매수 | A114090 | 627090 |

해당 고객은 두 달 정도를 주기로 거래를 하는데,
2020년 5월 까지 꾸준한 거래기록을 보이고 있습니다.
그러므로 추후 7월에도 거래를 기대해볼 수 있으므로
휴면고객으로 처리하기는 어렵습니다.



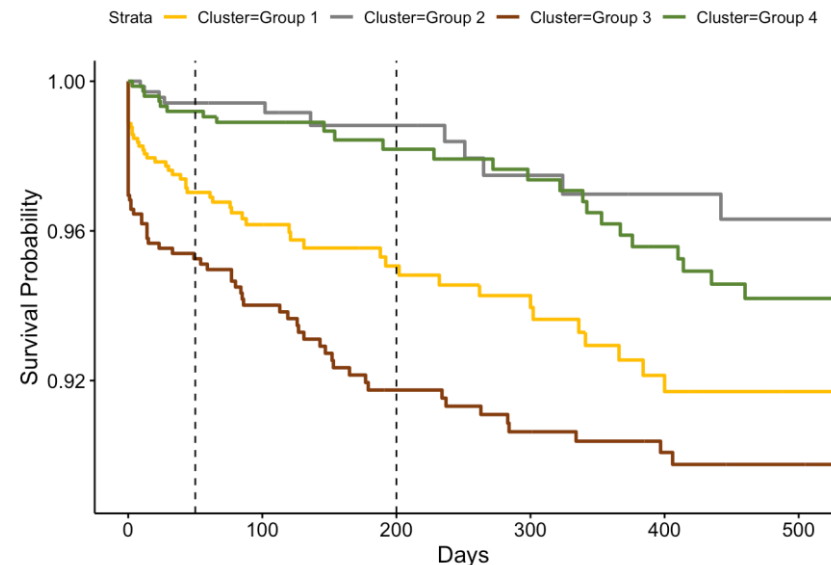
4. 휴면 고객 비율



Group1, Group3: 상대적으로 높은 휴면 고객 비율
Group2, Group4: 상대적으로 낮은 휴면 고객 비율

즉, 거래 빈도가 낮은 집단일 수록,
휴면고객비율이 높게 나타나는 경향이 있습니다.

5. 생존분석



휴면 전환 시점을 자세히 분석하기 위해 생존 분석 실시
생존 함수로는 **Kaplan-Meier 추정법**을 사용

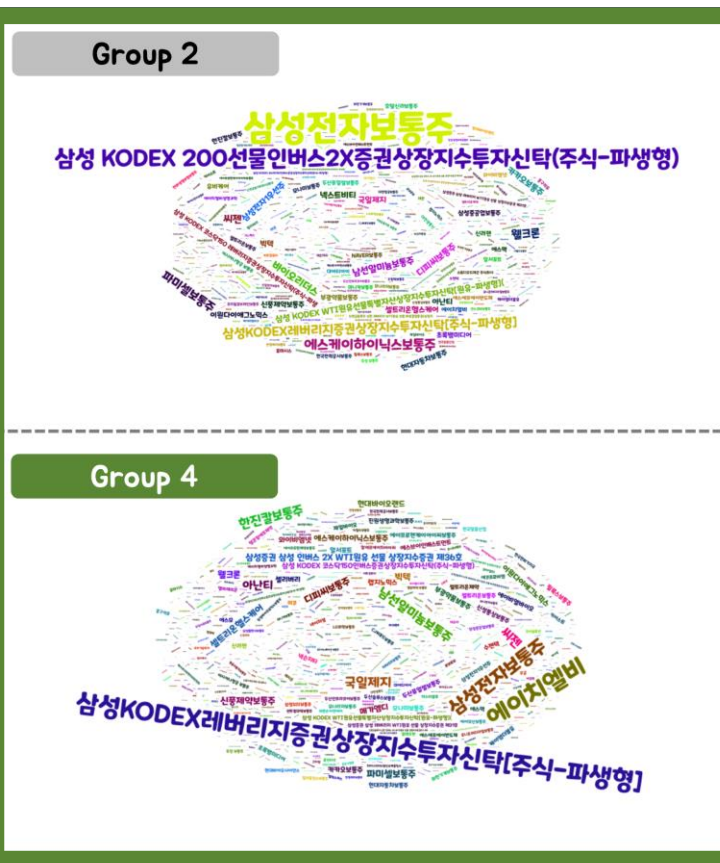
Group1: 거래 시작 후 50일 동안 휴면 전환 속도 급격히 증가
Group3: 거래 시작 후 200일 동안 휴면 전환 속도 급격히 증가

종합

생존분석 결과, 거래 기간에 따라 군집별 차별화 전략을 세우는 것이 요구됩니다.
특히, 휴면전환율이 높은 **Group1**과 **Group3**에 주목할 필요가 있습니다.

6. 군집별 국내 관심 종목

거래빈도가
'낮은' 그룹

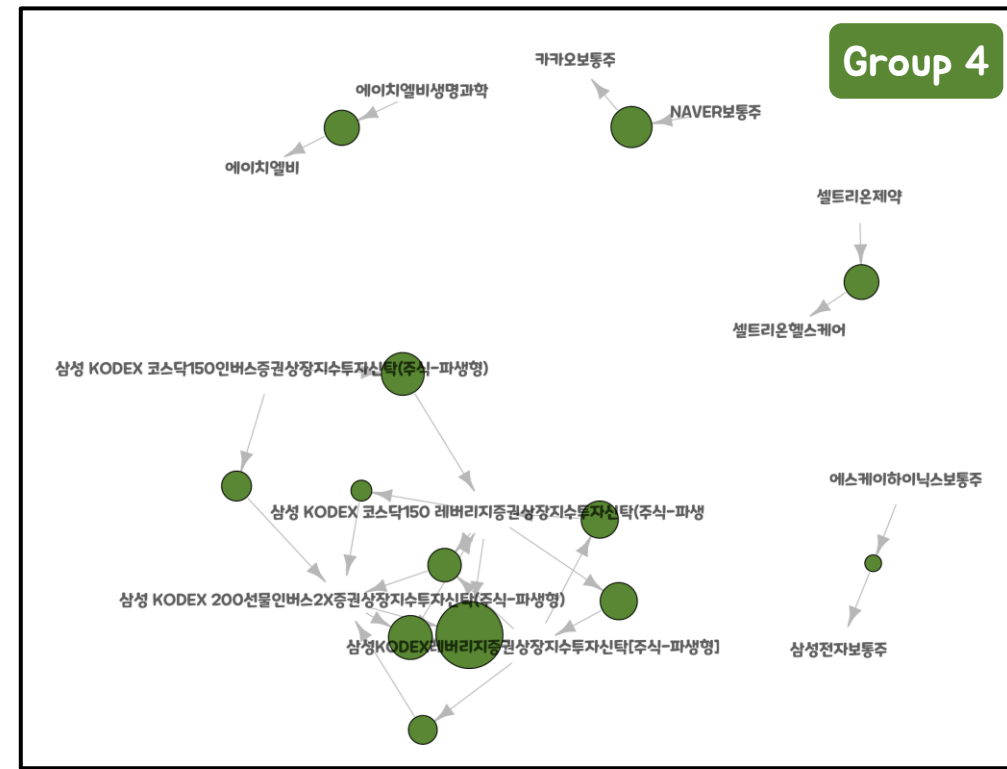
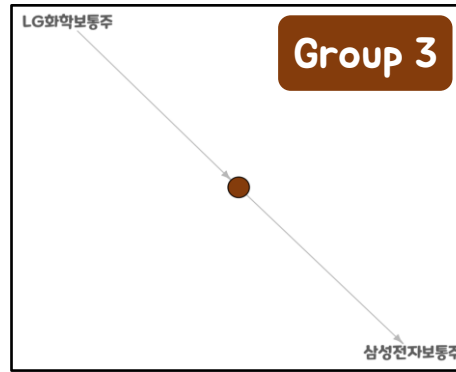
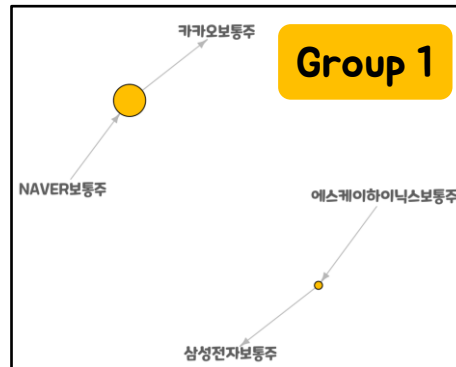
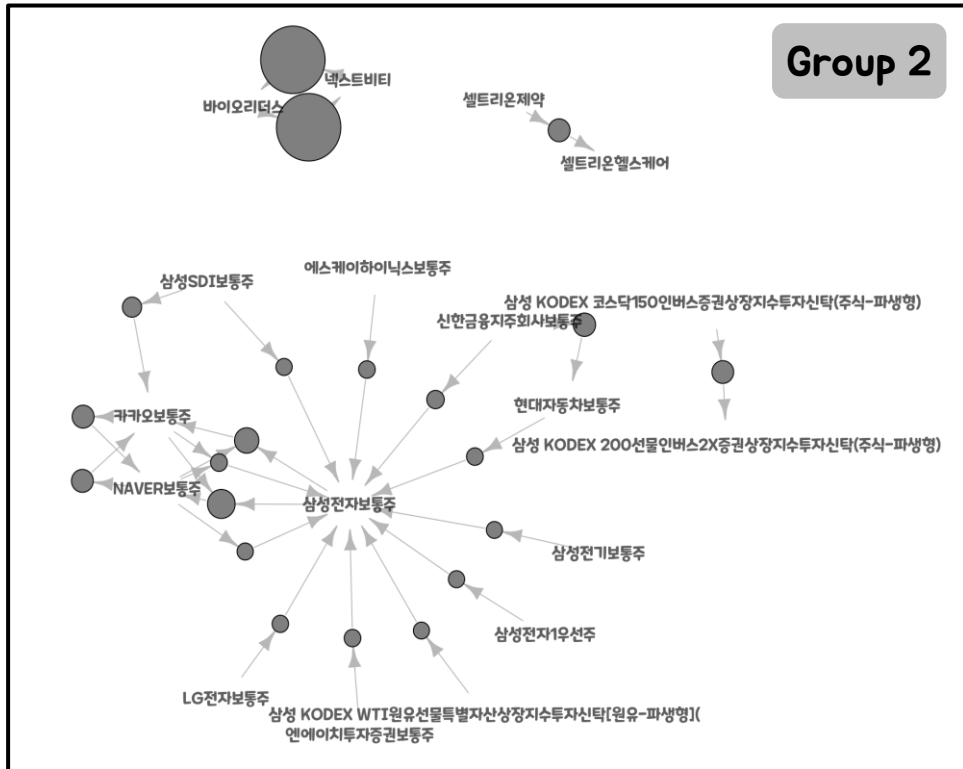


거래빈도가
'높은' 그룹

Group1과 Group3은 삼성전자, 하이닉스, 카카오 등 코스피 상위 종목 위주로 투자하는 경향이 있습니다. 반면, Group2와 Group4는 ETF를 포함한 다양한 종목에 투자하는 모습을 확인할 수 있습니다.

이를 통해, 거래빈도가 높을수록 다양한 종목에 투자하고 거래빈도가 낮을수록 상위 종목 위주의 투자성향을 보인다고 해석할 수 있습니다.

7. 군집별 국내 종목 장바구니 분석

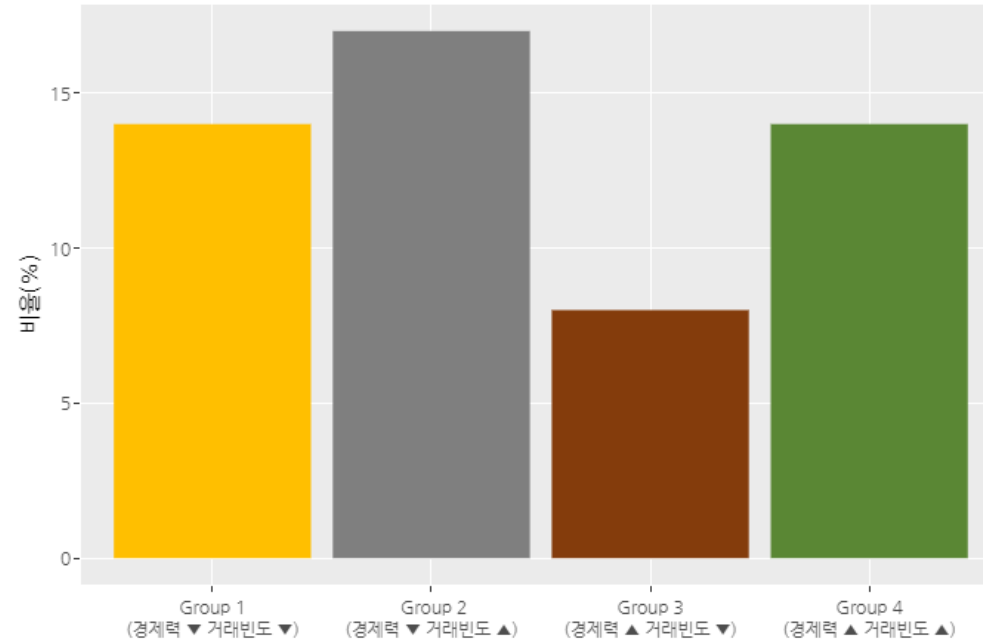


장바구니 분석 결과, Group2와 Group4에서는 여러 종목을 동시에 구매하는 패턴이 다수 발견되었습니다.

이에 반해, Group1과 Group3에서는 규칙성이 두드러지게 나타나지는 않았습니다.

종목 추천 서비스를 고안하는 데에 이러한 장바구니 분석 결과를 활용할 수 있을 것입니다.

8. 군집별 해외 거래 경험자 비율

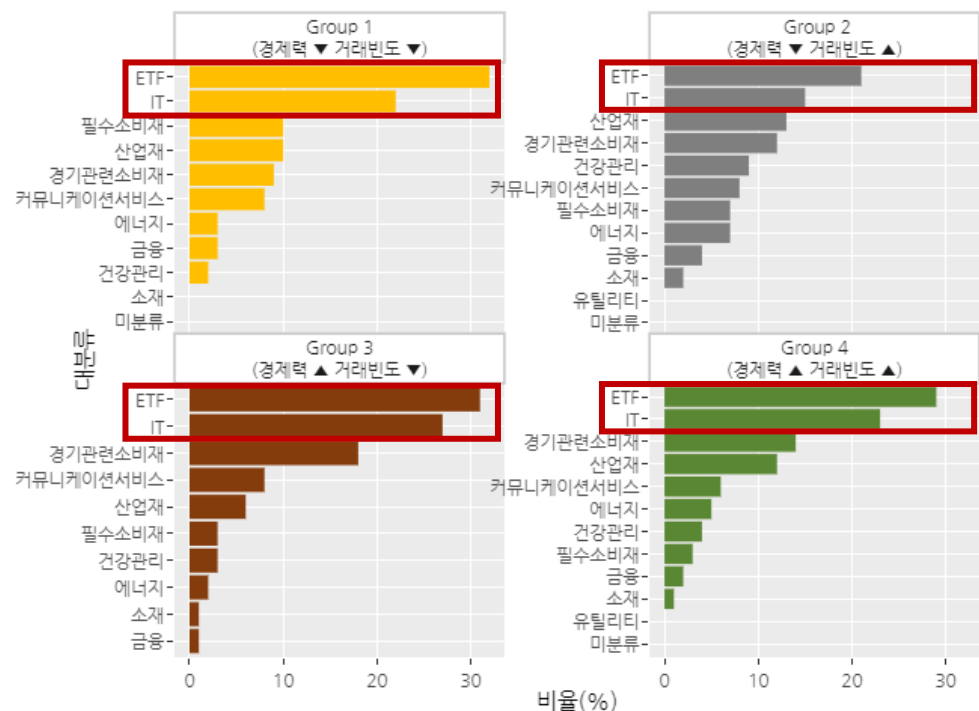


$$\text{해외 거래 경험자 비율} = \frac{\text{해외 거래 경험이 있는 고객 수}}{\text{군집 내 고객 수}}$$

Group2의 해외 거래 경험자 비율이 가장 높게 나타났고,
 Group3의 해외 거래 경험자 비율이 가장 낮게 나타났습니다.
 Group1과 Group4는 동일한 수치를 보였습니다.

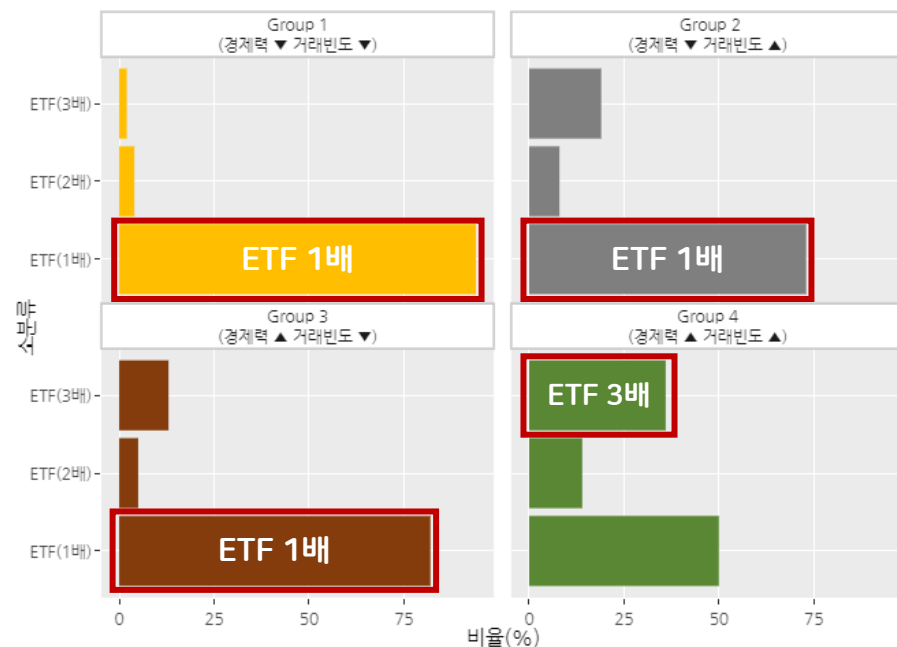


9. 군집별 해외 투자 분야 분포



모든 그룹이 ETF와 IT에 관심이 높음

10. 군집별 해외 ETF 종류 분포



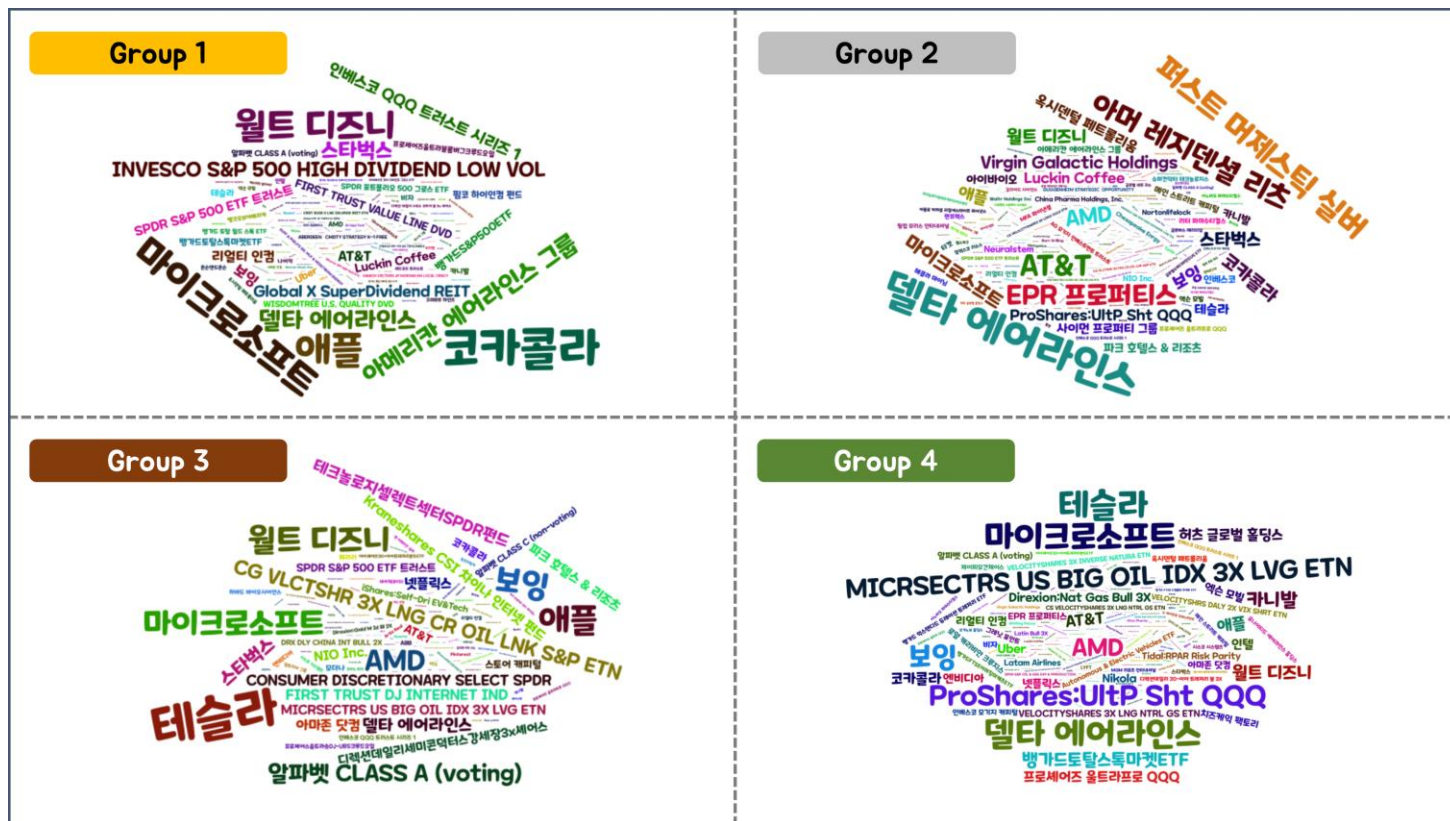
Group1,2,3: ETF 1배 위주
Group4: ETF 3배의 비율이 상대적으로 높음

종합

모든 군집의 해외투자는 ETF와 IT에 집중되어 있습니다.
그 중에서도 ETF에 주목해본다면 모든 그룹이 1배 ETF에 가장 많이 투자하고 있지만
경제력도 좋고 거래빈도도 많은 **Group4**가 상대적으로 3배 레버리지 상품에 관심이 있다는 것을 확인할 수 있습니다.



11. 군집별 해외 관심 종목



대표종목 증가(2020년 기준)

| 주식종목 | 1/2 증가 | 6/30 증가 | 비고 |
|----------|----------|------------|-----|
| 델타 에어라인스 | \$59.04 | \$28.05 | 저가 |
| 마이크로소프트 | \$160.62 | \$203.51 | 중고가 |
| 애플 | \$300.35 | \$364.80 | 중고가 |
| 테슬라 | \$430.26 | \$1,079.81 | 고가 |



Group1: 마이크로소프트, 애플, 월트 디즈니 등 **중고가** 종목 위주 투자

Group2: 델타 에어라인스, 퍼스트 머제스틱 실버, 아머 레지덴셜 리츠 등 **저가** 종목 위주 투자

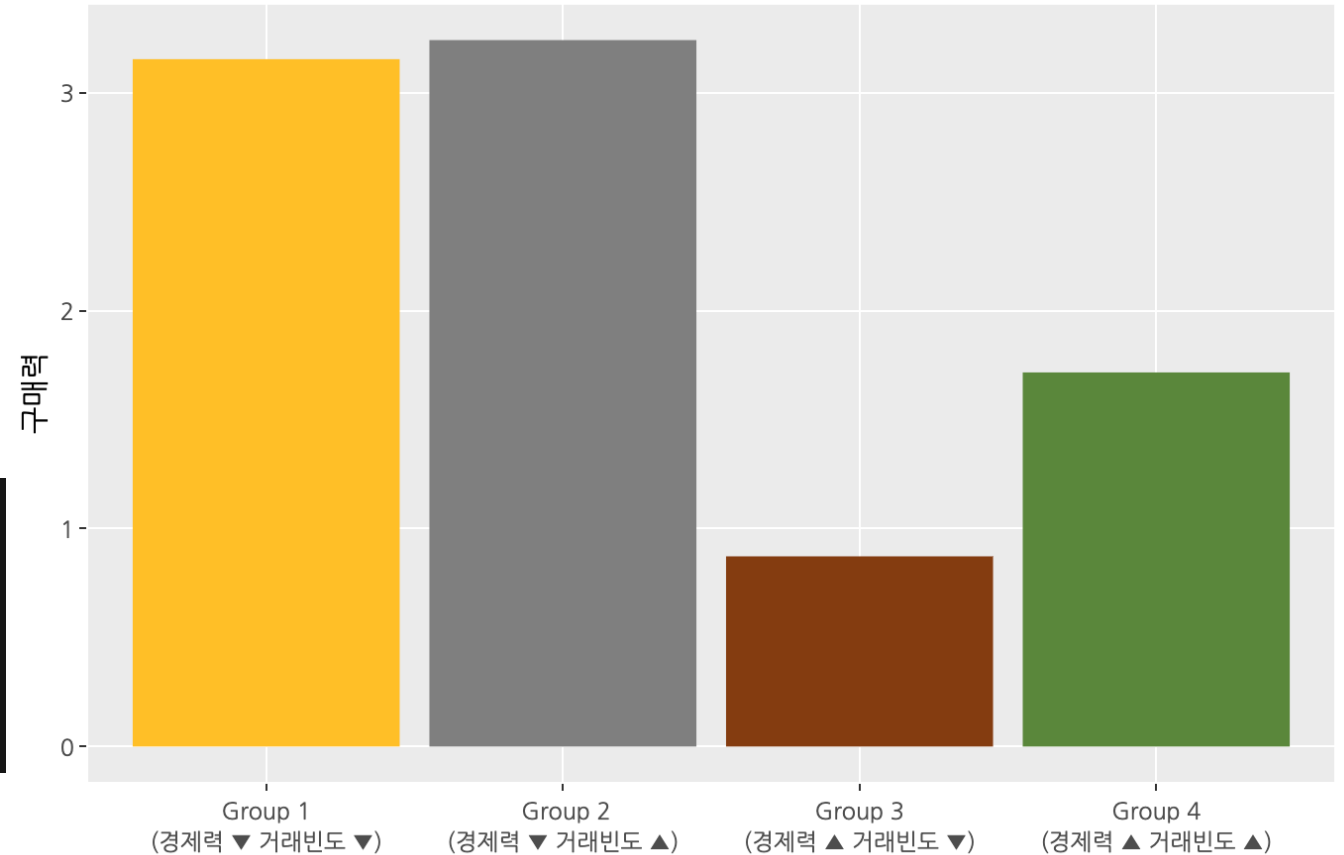
Group3: 테슬라, 마이크로소프트, 애플, 월트 디즈니, 보잉 등 **고가** 종목 위주 투자

Group4: 테슬라 포함, **다양한** 종목에 투자

12. 군집별 해외 고가 종목 구매력

$$\text{구매력} = \frac{\text{40만원 이상인 종목을 한 주만 구매한 횟수}}{\text{40만원 이상인 종목을 두 주 이상 구매한 횟수}}$$

```
merge(x=trd_oss_merged_yz %>%
  filter(sby_dit_cd=='매수', cns_qty==1, orr_pr >= 400000) %>%
  group_by(Cluster) %>%
  count(name='only_one'), y=trd_oss_merged_yz %>%
  filter(sby_dit_cd=='매수', cns_qty > 1, orr_pr >= 400000) %>%
  group_by(Cluster) %>%
  count(name='more_than_one'), by='Cluster') %>%
mutate(ratio=only_one/more_than_one)
```



Group1과 Group2은 40만원 이상의 고가 종목을 한 주만 거래하는 경향성이 Group3과 Group4에 비해 뚜렷하게 나타났습니다.
구매력이 낮은 그룹에 대해서 고가종목 구매를 활성화할 수 있는 서비스가 요구됩니다.

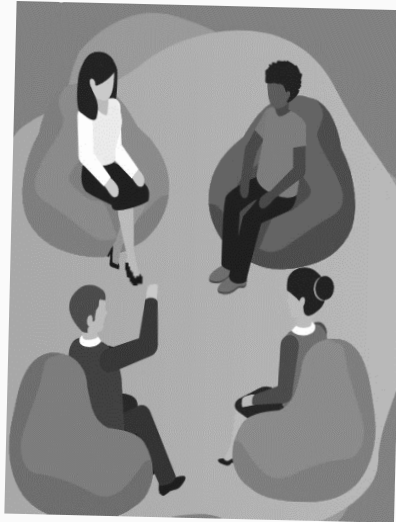
What's next?

배경 설명 및 EDA



Chapter 01

군집 분석 모델 설명



Chapter 02

군집별 특징 비교



Chapter 03

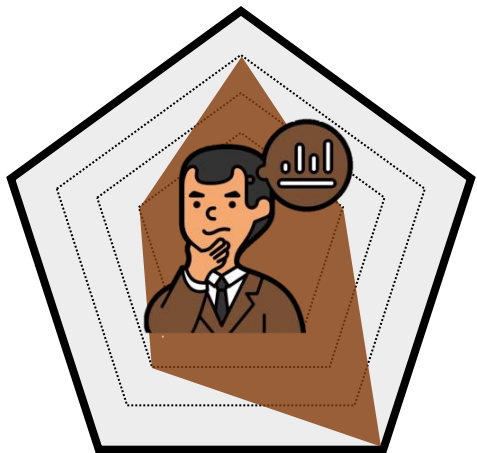
군집별 네이밍 및 서비스 제안



Chapter 04

30대 비율

해외주식
관심도



종목 다양성

휴먼 전환율

신규가입
비율

< 경험많은 신중이 >

1. 거래빈도는 낮지만, 경제력은 높음
2. 기존 고객의 비율이 가장 높음
3. 국내 상위 종목 위주의 안정적인 투자 행태

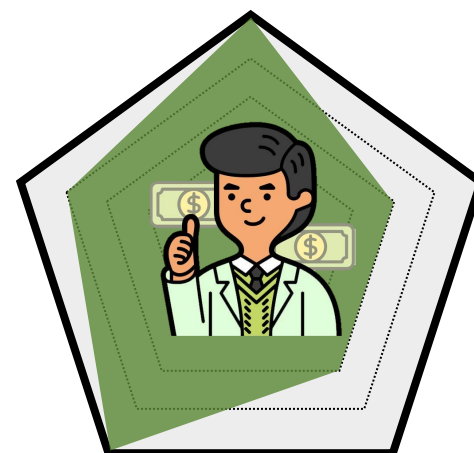
경제력

< 큰손 으뜸이 >

1. 거래빈도 높고, 경제력도 높음
2. 시장, 종목을 불문한 다양한 형태의 투자
3. 30대 비율이 가장 높음

30대 비율

해외주식
관심도



종목 다양성

휴먼 전환율

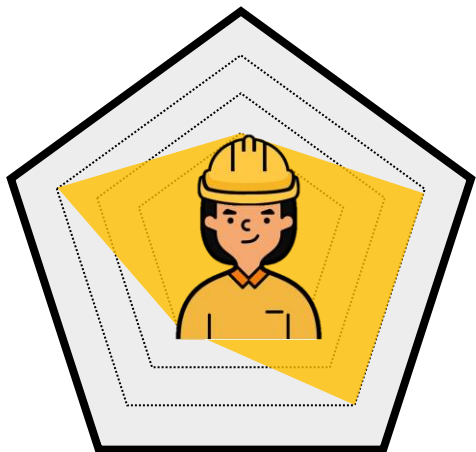
신규가입
비율

거래빈도

거래빈도

30대 비율

해외주식
관심도



종목 다양성

휴먼 전환율

신규가입
비율

< 안정추구 주린이 >

1. 거래빈도 낮고, 경제력도 낮음
2. 30대 비율이 제일 적음
3. 코스피 상위 종목
4. 신규가입 비율 2위

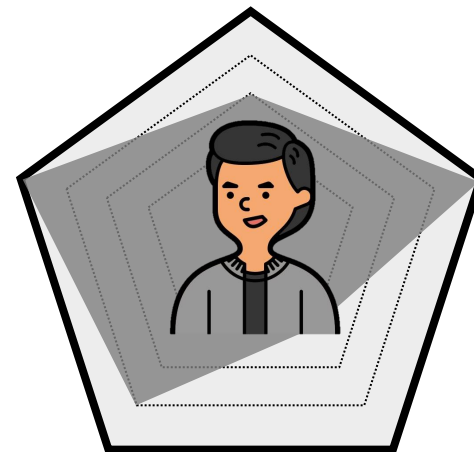
경제력

< 성실한 평범이 >

1. 거래빈도는 높지만, 경제력 낮음
2. 국내외 다양한 종목 투자
3. 전반적으로 평범한 투자 행태

30대 비율

해외주식
관심도



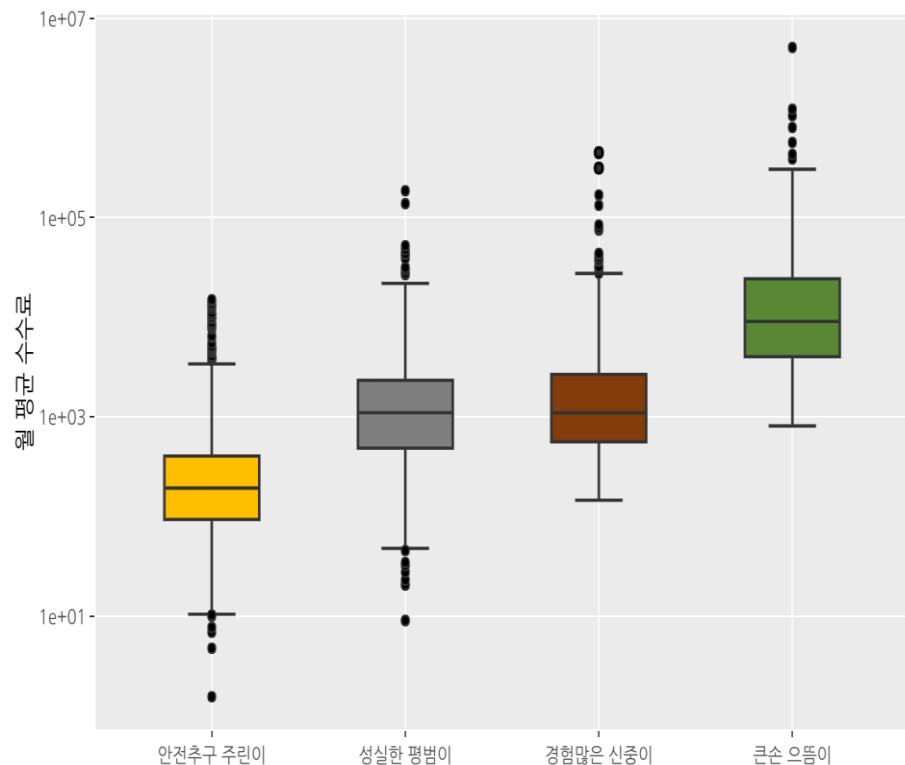
종목 다양성

휴먼 전환율

신규가입
비율

어떠한 서비스를 제공해야 할까?

군집별 월 평균 수수료



안전추구 주린이는 신규 고객 위주의 그룹으로, 다른 그룹에 비해 수수료 수익은 다소 낮은 집단입니다. 하지만 장기적인 관점에서 주요 고객으로 전환시킬 수 있는 가능성이 있는 집단으로 판단하여 모바일 앱을 통한 **출석체크 이벤트**를 제안합니다. 정기적인 앱 사용 시간을 확보함으로써 초반 휴면 전환율을 낮출 수 있으며, 더 나아가 주린이에서 주요 고객으로 성장하는 발판을 마련해줄 수 있습니다.

성실한 평범이는 가장 일반적인 투자 행태를 보이는 그룹입니다. 국내외의 다양한 종목에 모두 관심을 가지고 있는 집단이므로, **장바구니 분석 추천 서비스**를 제안합니다. 이를 통해 지금까지의 꾸준한 투자를 유지시킬 수 있습니다.

경험많은 신중이는 성실한 평범이와 함께 적지 않은 수수료 수익을 창출함에도 불구하고 휴면 전환율이 가장 높은 집단입니다. 첫 거래 이후 200일의 기간 동안 생존율이 급격히 낮아진다는 분석 결과를 고려하여, **분기별 펀드 추천 알림 서비스**를 제안합니다. 이 집단의 신중한 성향을 고려했을 때, 분산투자 형식으로 위험부담이 크지 않은 펀드 추천이 적합하다고 생각합니다. 휴면 전환율을 낮추고, 펀드 거래를 유도하여 투자 중개 수수료를 기대할 수 있습니다.

큰손 으뜸이는 가장 많은 수수료 수익을 가져다 주는 우수 고객 집단입니다. 이들은 이미 투자 행태에 있어 안정적인 모습을 보이는 그룹이기 때문에 양적인 마케팅보다는 **질적인 마케팅**이 효과적일 것으로 판단하였습니다. 따라서 농협 기프트카드 제공, 생일 기념 화분 증정, 유명 애널리스트 초청 투자 설명회 등의 서비스를 제안합니다. 그간의 증권사 이용에 대한 감사의 마음을 표함과 동시에 계속해서 주요 고객으로 머무르게 하는 효과를 가져다 줄 수 있습니다.

이 외에도 **해외주식 소수점 거래 서비스**를 제안합니다. 이는 경제력이 낮은 **안전추구 주린이**와 **성실한 평범이** 집단의 해외주식거래를 활성화시킬 것으로 기대됩니다.

IDEA 1. 출석체크 이벤트

대상

안정추구
주린이



제안
근거

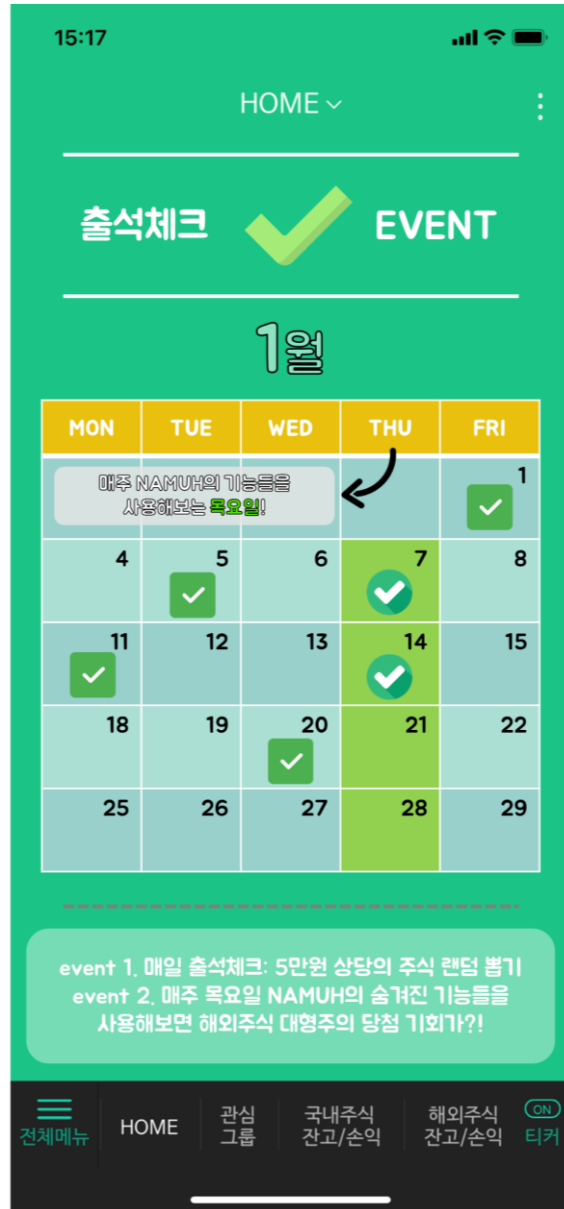
주식 입문자로서 부족한
관심도를 끌어올리기 위함

세부
사항

월 N회 이상 거래 시
혜택 제공

기대
효과

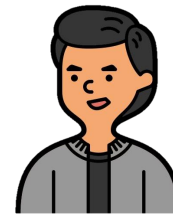
어플에 대한 관심 증가



IDEA 2. 장바구니 분석 추천

대상

성실한
평범이



제안
근거

여러 종목을 동시에
구매하는 패턴 존재

세부
사항

장바구니 분석 결과를
활용한 종목 추천
UI/UX 개선

기대
효과

관심도 유지



IDEA 3. 우량고객 서비스

대상

큰손
오피스



제안
근거

질적 마케팅을 통한
우수고객 관리

세부
사항

- 1) 농협기프트카드
- 2) 생일선물(화분) 증정
- 3) 유명 애널리스트 초청
투자설명회 초대

기대
효과

이탈 방지

새싹이던
시절에서
나무로
자라기까지

지켜봐준
고객님께
나무가
함께합니다

긴
세
월

함
께
한

나
무



집으로 직접
화분을 가져다 드립니다.

IDEA 4. 펀드 추천 알림

대상

경험많은
신중이



제안
근거

- 1) 휴면 전환율 1위 집단
- 2) 첫 거래 기준, 반년 내
많은 휴면고객이 발생

세부
사항

- 1) 자산운용사와 연계하여
펀드 추천 메일 전송
- 2) 홍보 시점은 분기 단위

기대
효과

투자중개수수료 이익
이탈 방지

NAMUH 펀드 추천 알림



전문가들의 추천을 한눈에!



이번 분기
는 어겨볼 펀드는?!

| 2021년 1분기 소식 |
이것만은 꼭 알자! OO펀드와 MM펀드
"여러분들 모두 알고 계신가요?"

국내 최고의 전문가와 함께하는!

매 분기마다 잊지 않고!

한 번 투자를 하더라도 신중하게!

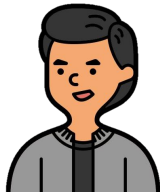
Copyright© All right reserved.

IDEA 5. 해외주식 소수점 거래

대상

안정추구
주린이

성실한
평범이



제안 근거

초고가 종목 거래를 하기에
부담되는 고객들에게
투자기회 보장

세부 사항

소수점 거래 서비스 제공

기대 효과

해외 주식 거래 활성화

해외주식 소수점 거래

한 주는 너무 부담스럽고
0.2주만 사고 싶은데...



한 주씩 사기에는
부담스러웠던 고가 해외주식들!
이제 0.01주 단위로 간편하게!

Copyright© All right reserved.

마무리

**"Y&Z세대"라고 해서
모두 같은 "Y&Z세대"가 아닙니다.**

코스피가 역대 최고 기록을 갱신하는 등
2021년에도 여전히 주식 시장에 대한
사람들의 관심이 유지되고 있습니다.

기존 고객 뿐만 아니라 앞으로 유입되어 들어올
Y&Z세대 고객들에 대해서도
군집별 차별화 전략을 적용하여 고객 특성에 맞는
다양한 서비스를 제공할 수 있을 것입니다.

THANK YOU!

TEAM 광춘의후예들

서경덕 statduck.github.io

손지우 jiwooblog.netlify.app

정권상 statkwon.github.io