

금융 포커스 | 신·구 은행들의 엇갈린 생존전략

유스 마케팅 vs 시니어 마케팅

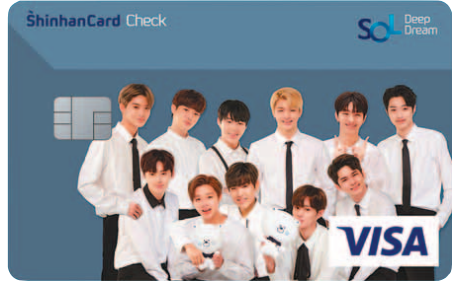
(시중은행)

(인터넷전문은행)

▶KB국민·KEB하나·신한은행 등 문화시설·특화혜택·아이돌모델 등 디지털 금융 익숙한 젊은고객 잡기

▶카카오뱅크·케이뱅크

전용 전화상담·고객 맞춤형 응대 등 고품질 여냥한 편의성 높이기 집중



신한 풀 타임 워너원 한정판 체크카드(왼쪽), 고품질 고객을 겨냥해 대기시간 없이 상담원 연결이 가능하도록 한 케이뱅크의 전화 상담 모습. 시중은행은 유스, 인터넷전문은행은 시니어를 공략하는 엇갈린 고객 확보 전략이 눈길을 끈다.



사진제공 | 신한은행·케이뱅크

시중은행은 유스(YOUTH·청년층), 인터넷전문은행은 시니어(SENIOR·노년층) 금융권의 엇갈린 고객 확보 마케팅 전략이 눈길을 끈다. 서로의 약점을 보완해 고객 분포를 넓히려는 전략으로 풀이된다.

우선 시중은행들은 젊은층을 잡기 위한 '유스 마케팅'에 한창이다. 디지털 금융 활용이 능숙한 젊은층을 미리 확보해 인터넷전문은행에 뺏기지 않으려는 의도다. KB국민은

행은 27일 서울 홍익대 인근에 복합문화시설 'KB라스타 청춘마루'를 오픈한다. 공연, 전시, 디자인 등의 콘텐츠를 제공하며 20대 고객을 위한 공간으로 활용할 예정이다. 올해 20세 성년이 된 걸그룹 위키미키의 멤버 김도연과 최유정을 CF 모델로 발탁해 공감대 형성을 노린다.

KEB하나은행은 20대를 위한 다양한 서비스와 혜택을 제공하는 플랫폼인 영하나 홈페이지를 대대적으로 개편했다. 비대면 학생

증 발급 서비스를 필두로 여행, 외식, 교통, 웹툰, 여학 등 제휴처를 확대해 다양한 할인 혜택을 제공한다.

이밖에도 신한은행의 '대학생 홍보대사'와 NH농협은행의 '대학생봉사단 N돌핀' 운영도 대표적인 유스 마케팅으로 꼽힌다. 여기에 KB국민은행이 모델로 발탁소년단을, 신한은행이 새 모바일 앱 '신한 쏠' 모델로 워너원을, 우리은행이 아이돌 그룹 출신의 배우 박형식을 모델로 발탁하는 등 아이

돌 마케팅에 박차를 가하는 것도 같은 맥락이다.

반면 모바일 환경에 친숙한 젊은층이 주 고객인 인터넷전문은행은 시니어 고객을 확보하기 위한 노력을 펼치고 있다. 카카오뱅크는 지난달 만 65세 이상 고객들의 상담 편의를 높이기 위해 '고령 고객 전용 전화 상담 서비스'를 시작했다. 상담 직원의 말하는 속도를 기존 고객보다 천천히 하고 어려운 금융 용어를 사용을 자제하는 등 시니어 고객에게 특화된 서비스를 제공한다. 케이뱅크도 고품질 고객을 겨냥해 별도의 대기시간 없이 곧바로 상담원 연결이 가능하도록 하고 고품질 고객 응대를 위한 특화 교육을 지속적으로 실시하고 있다.

금융업계 관계자는 "시중은행과 인터넷전문은행이 서로에게 약점으로 지목된 고객층 확보에 적극적"이라며 "편리성이 증대되는 만큼 고객들의 반응은 긍정적"이라고 분위기를 전했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

한 눈으로 보는 경제

4일

코스피지수	2408.06	↓	-34.37
코스닥지수	862.51	↓	-9.81
日 닛케이 지수	2만1319.55	↑	+27.26
中 상하이 종합	3131.11	↓	-5.52
국고채 금리 (3년물, 연%)	2.17	↓	-0.02
환율 (원·달러)	1060.50	↑	+4.50
국내금값 (원/그램)	4만5731.42	↑	+319.99



KT, 中오포와 손잡고 '공유자전거 사업' 진출

KT가 글로벌 1위 사업자 오포(ofo)와 손잡고 '공유자전거' 사업에 나선다. 양사는 4일 서울 광화문 KT스퀘어에서 '한국형 공유자전거 서비스 상용화를 위한 업무협약(사진)을 체결했다. 또 다른 파트너인 신한카드와 NHN KCP도 함께 했다.

오포는 중국에서 시작한 공유자전거 사업자로 세계 20개국 250여개 도시에서 1000만대 이상의 공유자전거를 운영하고 있다. 한국은 오포의 21번째 진출국으로 현재 부산에서 시범사업을 진행 중이다. 이번 제휴를 시작으로 오포는 한국 사업을 본격화할 예정이다. 양사는 KT 네브(IoT) 기반 스마트택시 장치 공동개발, 시장확대 위한 공동마케팅 등에 협력키로 했다.

한편 신한카드는 '신한FAN' 플랫폼 내에 공유자전거 서비스를 연계하고 공동 마케팅을 진행할 예정이다. NHN KCP는 신용카드로 결제, 휴대폰결제 등 일반결제 뿐 아니라 페이코 등 간편결제 서비스를 제공할 계획이다.

김명근 기자 dionys@donga.com

"모두의 더 나은 삶을 위해" 골든블루 사회공헌활동

주류산업 인재, 마스터블렌더 육성 비인기 종목 스포츠·소외계층 지원

국내 위스키 시장에서 매년 폭발적인 성장을 이어가는 골든블루가 사회공헌활동에도 앞장서고 있다. 골든블루는 '함께 성장하고 만들어가는 행복한 미래, Growing & Building for Tomorrow'라는 슬로건 아래 다양한 사회공헌활동(CSR)을 펼치고 있다.

●인재 발굴, 스코틀랜드 유학 장학 지원

우선 한국 주류업계의 질적 성장을 도모하기 위해 '마스터블렌더 육성 프로그램'을 운영하고 있다. 2016년부터 주류산업에 관심이 있는 인재들에게 세계적인 마스터 블렌더를 배출한 스코틀랜드 해리엇와트 대학교의 양조·증류학

과 석사 학위(Master of Science in Brewing and Distilling)를 취득할 수 있는 기회를 제공하고 한국 주류산업을 이끌어갈 차세대 리더를 키우기 위해 시작한 사회공헌활동이다.

올해는 남민식(35세)씨와 정성운(29세)씨 등 두 명이 선발돼 9월부터 1년 동안 스코틀랜드 해리엇와트 대학교 양조·증류학과 석사과정을 밟는다. 골든블루는 학비 전액과 체재비, 항공료를 지원한다.

●장애인복지 지원, 정구단 창단

골든블루는 소외계층과 비인기 스포츠를 지원하는 사회공헌활동에도 힘쓰고 있다. '전국 전통혼례어축구대회'를 지원하고 있고, 2월에는 장애인 운동선수 2명을 직원으로 채용하여 장애인 선수들이 안정적으로 운동에 전념할 수 있도록 돕고 있다.

2015년에는 비인기 스포츠 종목 발전을 위해 골든블루 정구단을 창단했다. 골든블루 정구단은 창단 2년이 되기 전에 전국대회 준우승을 했고 소속 남택호 선수는 국가대표 선수로 발탁됐다.

2016년에는 위스키 업체 최초로 골프단을 창설해 안시현 프로가 이해 한국여자오픈에서 우승했다. 지난해에는 김혜선2 프로가 SK핀크스·서울경제 레이디스 클래식에서 첫 우승을 차지하며 우승상금의 36.5%를 성공으로 소외 계층에 전달했다.

이외에도 골든블루는 한국청년회의소와 4년 연속 사회공헌 협약을 체결하며 소외 아동과 청소년들이 사회의 건강한 구성원으로 성장할 수 있도록 적극 지원하고 있다.

골든블루는 앞으로 한국JC와 손잡고 소외계층 청소년을 위한 'You & I 페스티벌', 재외동포 어린이 무료 심장병 수술사업 '사랑의 메신



골든블루는 올해 2월 장애인 운동선수 2명을 직원으로 채용해 경제활동에 대한 부담없이 운동에만 전념할 수 있도록 지원하고 있다. 사진제공 | 골든블루

저', 어린이 범죄 예방 뮤지컬 공연, 그리고 보이스피싱 예방을 위한 캠페인 등 다양한 사회공헌 활동을 펼칠 계획이다.

골든블루 마케팅본부장 박희준 전무는 "기업의 사회공헌활동이란 사회와 구성원이 더 나은 삶을 살 수 있는 기회를 기업이 찾아 투자하는 것이라 생각한다"며 "골든블루는 한국 사회와 구성원 및 주류업계가 함께 발전할 수 있는 다양한 프로그램을 개발하고 실현해나갈 것"이라고 말했다.

원성열 기자 sereno@donga.com

'도시어부' 늘었다...낚시용품 5년 새 5배 쉰중

'도시어부' 등 낚시를 소재로 한 예능 프로그램이 큰 인기를 끌면서 낚시가 인기 여가 활동으로 주목받고 있다.

G마켓이 최근 5년간(2013~2017년) 낚시

고객 대상 낚시용품 판매량을 분석한 결과, 매년 평균 42%씩 증가한 것으로 나타났다. 2017년 기준으로 보면 2013년과 비교해 5배 이상(420%) 늘었고, 2016년과 비교해서도

23% 증가했다. 올해 1분기 역시 지난해 같은 기간에 비해 14% 늘었다.

이러한 트렌드는 또 다른 인기 여가활동인 '캠핑'과 비교하면 더욱 뚜렷해진다. 연도별 두 여가활동 용품의 판매 비중을 살펴보면 2016년까지는 캠핑용품 판매량이 더 크게 나타났지만, 2017년에는 낚시용품 판매량이 캠핑용품

보다 11% 더 많이 팔리며 처음으로 역전했다. 올 1분기 역시 낚시용품 비중이 52%, 캠핑용품이 48%로 나타났다. 이진영 G마켓 리빙레저실장은 "낚시 예능 프로그램 영향으로 지난해부터 관련 용품 판매가 급증하기 시작했다"고 말했다.

김명근 기자

편집 | 신하리 기자

교육·퍼즐

에듀윌

주택관리사 합격률 높이는 TIP

강주현의 퍼즐월드

WWW.경품광고퀴즈.kr

WWW.매직스도쿠.kr

주택관리사 상대평가 전환 전, 마지막 기회를 잡기 위한 전략은?

주택관리사는 일반적으로 생소한 자격증일 수 있지만 공인중개사에 이어 상당수가 준비하고 있는 유망 자격증이다. 노후 대비 자격증, 퇴직 후 추천 자격증 등 정년 없이 일할 수 있는 자격증으로 각광받고 있기 때문이다.

그러나 2020년부터 상대평가로 전환됨에 따라 수험생들의 학습에 빨간 불이 켜지기도 했다. 2020년 이후에는 합격 인원에 제한이 생겨 그만큼 경쟁률 및 난이도가 상승할 전망이다. 그렇기에 2018년, 2019년 단 두 번의 기회를 잡는 것이 절대적으로 유리하다고 많은 전문가들은 입을 모아 이야기한다.

종합교육기업 에듀윌이 2019년까지 주택관리사 시험에 합격할 수 있도록 '100% 합격 평생회원반'을 새로 론칭했다.

2019년까지 주택관리사 시험 최종 합격 시 수강료를 환급 해주며 불합격하더라도 합격할 때까지 수강 기간을 무제한 연장해주는 과정이다. 최소 3회의 반복 학습이 가능한 커리큘럼을 제시하며 학원의 생생함을 느낄 수 있는 라이브 강



의, 실전 모의고사 등의 혜택을 제공하고 있다.

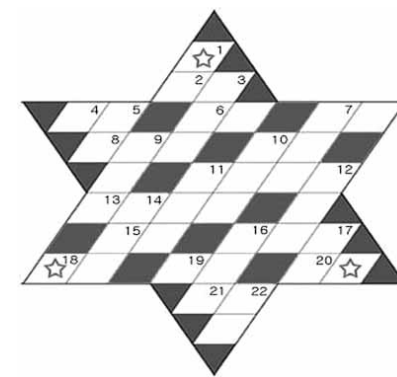
해당 과정을 수강해서 주택관리사 시험에 합격하게 되면 에듀윌의 취업지원센터도 이용할 수 있다. 취업지원센터는 현업 종사자들의 취업 정보 및 실습 등 주택관리사 취업을 위해 필요한 모든 것을 제공하는 에듀윌만의 특별한 서비스다.

에듀윌은 한국산업인력공단의 합격률보다 평균 4배가 높은 압도적인 합격률(최근 6년 직영학원 1차 합격생 데이터 기준)을 보유한 것으로 알려진 종합교육기업이다.

이수진 기자 sujini22@donga.com

다음 문제의 열쇠를 잘 읽고 빈칸에 알맞은 낱말을 써 넣어보세요.

■ 낱말문제



■ 가로 열쇠

02. 여러 갈래길이 모이는 곳에 만든 너른 마당. 04. 실속 없는 위험이나 호령으로 남을 으르는 짓. 06. 어떠한 일이

이루어지기를 바라고 기다림. 07. 도저히 살아 나올 수 없는 위험한 곳. 08. 바둑에서, 단독으로 살지 못하고 있는 고립한 돌끼리 사활(死活)을 걸고 싸움을 벌이게 된 상황. 10. 일정한 거처도 없으나 뜻대로 버려짐. 13. 뒷사람이나 반가운 사람이 올 때 마당으로 내려와서 맞을. 15. 회사의 우두머리. 16. 쌀 찌는 일을 전문적으로 하는 곳. 18. 참되어 거짓이 없는 사람. '진오' 19. 농사가 잘된 해. 20. 열게 붉은 빛깔. '오홍' 21. 정보를 제공함.

■ 세로 열쇠

01. 빛나는 영예. 03. 오랜 기간에 걸쳐 싸우는 전쟁. 05. 야구에서, 본루를 지켜 투수가 던지는 공을 받는 선수. 07. 사랑에 있는 방. 또는 사랑으로 쓰는

방. 09. 위와 가운데와 아래. 10. 홍수 때에 하천의 수량을 조절하는 천연 또는 인공의 저수지. 11. 수영하면서 놀거나 수영 경기 따위를 할 수 있는 시설을 갖춘 곳. 12. 성적인 쾌감을 자극하는 아름다운. 14. 국제간의 교섭 사건에서 그 사건에 관계가 있는 나라. 16. 일정한 나이에 달하면 퇴직하도록 정한 제도. 17. 처나 침을 박대함. 22. 나라의 은혜를 갚음. 나라를 위하여 충성을 다함.

■ 낱말정답

단어 이어가기: 낱말을 모두 풀 다음 이어놓으면 여러분이 잘 아시는 가수 이름이 됩니다.

