

報道資料



보험개발원

제공일자	2002년 11월 18일	
담당자	신문식 부연구위원	368-4164
홍보담당	박지선 책임	368-4304
※ 총 3 매		

생명보험회사의 고객유지전략

保險開發院은 『생명보험회사 고객유지전략』이라는 보고서를 발간하였다. 이 보고서는 생명보험계약자 300명을 대상으로 하여 「보험가입자 만족도조사」를 실시한 결과를 참고로 한 것으로, 고객의 서비스품질에 대한 속성평가를 토대로 가상적 만족공간을 작성하여 경영전략적 관점에서 고객유지를 고찰하였다는 점에서 생명보험회사뿐만 아니라 손해보험의 장기상품의 경우에도 준용이 가능할 것으로 사료된다. 보고서의 내용을 요약하면 다음과 같다.

<주요내용>

□ 시장의 성숙과 고객유지의 필요성

- 시장의 성숙에 따른 신규수요 유입의 제한으로 기존계약의 유지 및 관리가 보험회사의 수익구조에 미치는 영향이 증대하고 있으며, 이에 따라 과거와 같은 시장점유율 중심의 성장지향을 탈피하여 고객유지 중심의 수익성지향 전략이 필요함.
- 더 나아가 고객만족을 통하여 기존고객의 유지 및 관리는 물론 구전효과에 따른 신규고객획득을 기대할 수 있는 경영전략적인 측면의 접근이 중요함.

□ 현황과 문제점

- 최근의 유지율 개선에는 생명보험회사들의 일련의 경영노력도 크게 작용하였지만, 시장금리 하락과 종신보험상품의 판매에 따른 효과가 내재되어 있음.

- 대부분의 보험회사들이 고객유지를 위하여 고객만족 경영을 표방하고 있으나, 단순한 민원처리 내지는 보유계약의 유지를 유인하기 위한 모집인 수당 체계조정의 수준에서 이루어지고 있는 실정임

□ 고객유지를 위한 전략적 대응방안

○ 전사적인 고객만족의 증대를 통한 고객유지

— 고객중심의 경영이념의 확립

- 신계약중심의 조직체계에서 보유계약중심체계로의 전환

— 고객접점확대를 통한 유지율 개선

- 신계약수당과 유지계약수당을 연계하는 수당체계의 구축
- 완전판매를 위한 모집조직의 전문화

— 지원체계활동의 강화

- 보험모집인 이탈 고객에 대한 전사적인 관리
- 잠재수요 분석 등과 같은 모집인 지원체계의 구축

○ 고객의 서비스품질속성평가에 의한 고객만족도 증대 방안

- 상품, 판매채널 및 회사에 관한 고객의 서비스품질 속성평가를 토대로 경영 전략적 관점에서 고객유지전략을 수립, 시행하여야 할 것임.

— 상품의 속성평가를 고려한 대응방안

- 보장성상품의 경우

보장성속성에 대해 가장 높은 기대수준과 평가를 보이고 있어, 각 사는 자사의 부보능력을 고려한 고보장한도의 상품개발 및 잠재적인 리스크발굴 등을 통해 고객만족을 증대시켜야할 것으로 판단됨.

— 저촉성상품의 경우

- 수익성속성에 대한 기대수준은 높은 반면에 평가는 비교적 낮아 고객이 불만을 느끼는 상태라 할 수 있음.
- 수익에 대한 높은 기대를 줄 수 있는 금리연동형 상품 및 변액상품의 개발뿐만 아니라 투자자산운용의 선진화, 아웃소싱 등과 같은 본질적인 성능에 대한 개선이 중요할 것임.

2) 판매채널의 속성평가를 고려한 대응방안

- 전문성의 경우 잠재적인 불만상태에 위치하고 있어 재무설계서비스 제공 등과 같은 판매채널의 전문성향상이 필수적인 것으로 판단됨.
- 이는 선발, 교육 및 지원체계의 수립을 통한 컨설팅역량의 강화를 의미하며, 특히 다양한 투자상품의 개발능력과 함께 향후 강력한 경쟁우위요소가 될 것임.

3) 회사의 속성평가를 고려한 대응방안

- 기대가 높은 속성이 존재하지 않아 회사에 대한 고객의 평가는 잠재적인 상황에 있다고 판단됨. 따라서 이와 같은 잠재적인 속성에 대한 기대수준을 높임으로서 고객의 만족을 증대시켜야 할 것임.
- 예를 들면, 건전성이 높은 회사의 경우 건전성에 대한 중요성을 부각시킴으로서 차별화된 고객유지전략의 전개가 가능할 것임.

