

금융 - 신용카드

09

## 스마트한 캠페인 관리를 통한 마케팅 성과를 향상시킨 한국 카드회사

서울에 본사를 두고 있는 이 신용카드사는 한국에서 가장 빠르게 성장하는 카드 회사 중 하나입니다. 이 회사는 한국 프리미엄 카드 시장의 리더이자, 한국 최대 카드 발급사 중 하나로 7년간 8배의 시장 점유율 확대를 기록하고 있으며, 회원 수는 거의 8백만에 이릅니다.

“이제 신용카드사들은 제한된 마케팅 리소스로 고객 서비스를 더욱 강화할 수 있습니다.”

### 도전 과제

한국 카드회사의 주요 도전과제 중 하나는 카드 소유자의 사용률을 극대화하는 것입니다. 소비자 점유 경쟁에 대응하기 위해, 이 신용카드사는 기존 고객의 가치를 극대화하기 위해 고객의 행동 방식의 변화를 포착하고, 효과적인 마케팅을 전개할 필요가 있었습니다. 따라서 이러한 목표를 달성하기 위해, 새로운 마케팅 관리 계획을 도입하고, 연락처 기록을 통합해야 했으며, 모든 마케팅 접점을 모니터링하여 특정 고객에 대한 과잉 노출을 방지하는 관리 체제를 수립해야 했습니다.



## 솔루션

이 고객사는 캠페인 관리 시스템, 실시간 마케팅 시스템, 트랜잭션 관리 시스템을 구현했습니다. 캠페인 관리 시스템은 다양한 캠페인/이벤트의 결과를 신속히 공유 및 분석하여 복수의 상품 채널에 통합적인 오퍼를 제공하기 위해 수립되었습니다.

실시간 마케팅 시스템은 이벤트 기반 마케팅(EBM)을 정의하여 실제 구매 패턴을 기반으로 각 고객의 특성을 정확히 겨냥한 오퍼를 제공함으로써 응답률을 최적화하기 위해 수립되었습니다.

## 솔루션 구성요소

- IBM WebSphere Business Events



## 기대 효과

- 고객에게 발생한 다양한 이벤트를 실시간으로 감지하고, 이에 대응하는 최적의 행동을 체계화하여 고객 경험을 더욱 효과적으로 관리할 수 있습니다.
- 고객 이력을 실시간 분석하여 크로스 채널, 통합 마케팅 및 실시간 마케팅 캠페인에 활용할 수 있습니다.
- 통합 오퍼를 제공하고, 다각적 캠페인 및 실시간 마케팅 결과를 공유하여 마케팅 성공률을 높일 수 있습니다.

