



지식 기반의 은행 업무 구현

First Tennessee 은행, IBM® SPSS® Modeler를 이용하여 명확한 마케팅 통찰력 확보



개요

비즈니스 과제

미국에서 가장 오래되고 가장 규모가 큰 First Tennessee 은행은 고객의 지식과 행동에 초점을 맞춘 것이 아니라, 은행 상품에 초점을 맞춘 다이렉트 마케팅 캠페인에 연간 수천 달러의 예산을 낭비하고 있는 것은 아닌지 의문을 갖게 되었습니다.

해결 방안

First Tennessee는 통계 분석 소프트웨어인 IBM SPSS Modeler를 구입하여 대응률을 향상시키고 비용을 축소하여 은행의 다이렉트 마케팅 대상을 보다 잘 겨냥할 수 있었습니다.

이 기업을 보다 똑똑하게 만든 요인

이 은행은 예측 모델링을 통해 새로운 상품을 구입할 의사가 있는 고객을 목표로 하여 수요를 유발할 수 있었습니다

결과

Modeler를 통해 이 은행은 고객을 이전보다 잘 이해하고, 고객에게 유익하면서 은행에도 이익이 되는 방향으로 대화를 활용할 수 있게 되었습니다.

대부분 기업에서 직접 마케팅 캠페인을 관리하는 것은 과학이라기 보다는 예술에 가까운 일입니다. 마케터들이 어떤 고객을 대상으로 마케팅을 할 것인지는 과거의 경험과 고객이 원하는 바가 무엇인가에 대한 추측을 토대로 결정됩니다. 그러나 예상대로 결과는 늘 고르지 못합니다. 성공적인 마케팅도 있지만, 대다수는 반응이 별로 없거나 판매에 거의 영향을 미치지 않습니다. 이러한 마케팅의 투자수익률은 기껏해야 평균 정도의 수준일 뿐입니다.

250억 달러 이상의 자산을 보유하고 있는 멤피스에 위치한 First Tennessee 은행 역시 고객이 아닌 상품에 초점을 둔 비효율적인 마케팅으로 예산을 낭비하는 것은 아닌지 의문을 갖게 되었습니다. "우리가 전달하려는 메시지를 휴지통에 던져버리고 있었다고 말할 수도 있습니다."라고 First Tennessee 은행의 다이렉트 마케팅 데이터 베이스 매니저인 테너 뮐러(Tanner Mueller)는 말합니다.

그러나 이것은 은행이 IBM의 SPSS 예측 분석 솔루션에 투자하기 전의 일입니다. 다이렉트 마케팅 전략에 하드 데이터와 데이터 마이닝 기법을 추가함으로써 금융 기관에서는 IBM SPSS 플랫폼을 이용해 정확하고 조치 가능한 비즈니스 인텔리전스를 실현하는 통계 모형을 만들고 적용할 수 있게 되었습니다.

이러한 결정은 First Tennessee에게 꼭 필요한 결정이었음이 증명된 것입니다. IBM SPSS Modeler가 제공하는 데이터를 이용하여 은행은 다이렉트 메일 발송 비용을 20%까지 절감할 수 있었고, 동시에 고객의 응답률이 3.1% 증가했습니다.

대량의 데이터 활용

다른 기업과 달리, First Tennessee 은행에게 데이터가 부족한 적은 없었습니다. 실제로 은행의 다이렉트 마케팅 담당자들은 4가지 핵심 소비자 상품 분야, 즉 당좌 예금, 보통 예금, 양도성 예금, 주택 담보 대출의 제공 및 서비스 내용을 홍보하기 위한 우편 및 이메일 홍보에 대해 200여 가지 이상의 데이터를 부지런히 수집하였습니다.

그러나 데이터가 이렇게 넘쳐나는 와중에도 First Tennessee의 전사적이고 조치 가능한 마케팅 통찰력은 부족했습니다. 그 결과 예산이 10만 달러에 이르기도 하는 마케팅 캠페인은 추측과 다양한 관리자들과의 상식, 기존 방법에 대한 의존도에 따라 성패가 결정되었습니다. "대부분의 마케팅 결정은 과거에 효과가 있었던 방법이나 상식을 바탕으로 이루어졌습니다."라고 뮐러는 말합니다.





비즈니스 이점

- 중요한 고객 통찰력 확보로 직접 대응률 3.1% 증가
- 상품 및 고객 개인의 니즈의 일치 가능. 모든 고객에게 두루 적용 가능한 비효과적인 마케팅 탈피
- 메일 발송 비용, 20%까지 축소

“은행 업무에 있어 약 10개 또는 15개의 세그먼트가 시도되고 실재합니다. 예를 들어, 당좌 예금 계좌가 있는 약 40 %의 고객은 항상 저축 예금 계좌도 함께 보유하고 있습니다. 하지만 이것은 마케팅 인텔리전스가 아닙니다.”

뮐러는 은행이 모든 고객에게 두루 적용 가능하면서 기존의 전략을 뛰어넘는 방법을 채택하도록 밀어 붙였습니다. 또한 마케팅 전략을 선택하기 전에 개인 고객의 행동에 대해 연구하는 것을 지지했습니다. 그렇게 하는 것이 보다 똑똑한 마케팅 비용 지출 방법이자, 보다 높은 고객 대응률과 보다 나은 결정을 이끌어 내는 방법이라고 믿었습니다.

뮐러는 “많은 데이터를 입수했지만 기존의 일차원적인 양동이형 세분화 방식이었습니다.”라고 말합니다. “우리에게 필요한 것은 30에서 40개의 데이터를 채택해 우리가 사용할 수 있고 행동으로 옮길 수 있는 인텔리전스로 개발하는 것이었습니다.” 이러한 분석을 통해 은행은 고객의 선호도 및 새 상품의 구매 경향에 대해 보다 명확하게 이해할 수 있었습니다. 뮐러는 다음과 같이 말합니다. “우리가 목표 고객을 맞게 정했는지 어떻게 알겠는가?”

향후 시나리오에 대한 예측

First Tennessee의 마케터들은 솔루션에서 예측 모형을 자유롭게 만들고, 필요 시 수정 가능한 구체적인 기능을 원했습니다. 이를 실현하려면 은행의 다이렉트 마케팅 직원들이 쉽게 사용할 수 있는 솔루션이어야 했습니다. 이러한 조건에 꼭 맞는 솔루션이 쉽게 익힐 수 있는 인터페이스로 구성된 Modeler였습니다. 직원들은 이미 다른 IBM SPSS 예측 분석 솔루션을 사용해 본 경험이 있었습니다.

똑똑한 은행 업무:

예측 분석으로 고객 세분화 전략을 실현합니다.



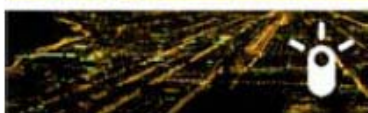
기능화

Modeler는 2년 간의 마케팅 ROI와 고객 대응 데이터를 이용하여 과거의 기록을 검토합니다.



상호 연결화

예측 분석으로 보다 연관된 대화를 할 수 있어 은행과 고객을 보다 가깝게 이어줍니다.



인텔리전트

First Tennessee 은행은 마케팅 제공과 더불어 보다 정확한 고객 설정으로 수익 증가와 비용 절감을 실현하였습니다.



솔루션

소프트웨어

- IBM SPSS Modeler
 - IBM® SPSS® Statistics
 - IBM Cognos 소프트웨어
-

“IBM SPSS 예측 분석을 통해 First Tennessee는 보유한 데이터를 이용해 전례 없는 수준의 통찰력을 얻을 수 있었습니다. 따라서 보다 효율적이고 유익한 마케팅을 할 수 있었습니다.”

- 태너 뮐러 (Tanner Mueller), First Tennessee
다이렉트 마케팅 데이터베이스 매니저

SPSS 도입을 결정한 이후 First Tennessee는 각 고객의 월간 거래 내역과 행동 데이터를 검토하는 모형을 만들었습니다. 과거 기록을 보기 위해 SPSS Modeler를 이용하여 2년 간의 마케팅 ROI와 고객 대응 데이터를 분석하였습니다. 이 분석으로 First Tennessee는 과거에 실적이 좋고 나쁜 세그먼트 및 무실적 세그먼트를 파악할 수 있었습니다. 그 결과 수익을 늘리고 비용을 축소하도록 설계된 새로운 마케팅 캠페인을 개발할 수 있었습니다.

First Tennessee의 마케터들은 Modeler를 통해 대상 고객을 명확히 설정함으로써 발송하는 메일의 빈도를 늘리는 동시에 메일의 양은 줄일 수 있었습니다. 또한 홍보 계획 주기를 확대하고, 매달 모든 상품을 대상으로 실시하는 정책을 수립하였습니다. “고객 중심으로 방향을 바꾸면, 적절한 채널을 선택할 수 있습니다.”라고 뮐러는 말합니다. “모델링을 이용하여 조정은 물론 필요 시 마케팅 전략을 변경할 수 있기 때문에 한 발 앞으로 전진할 수 있습니다.”

새로운 Modeler 기반 마케팅은 시작부터 긍정적인 결과를 보였습니다. 고객 대응률은 3.1% 증가했고, 메일 발송 비용은 20% 감소했습니다. 이는 600% ROI에 해당하는 결과입니다. 또한 보다 정확한 예측을 통해 마케팅 담당자들은 기획 회의를 거의 할 필요가 없게 되었습니다. “기존의 세분화 방법 대신 Modeler를 이용해 이러한 이점을 얻을 수 있다는 사실을 이제 모두가 알게 되었습니다.”

이 모델의 성공을 기반으로 하여 First Tennessee는 IBM의 Cognos 비즈니스 인텔리전스 소프트웨어의 구성요소를 IBM SPSS 모델에 통합시키려는 계획을 세웠습니다. “궁극적으로 SPSS와 Cognos를 통합시키려고 합니다.”라고 뮐러는 말합니다. “우리가 하는 것의 중심에 데이터 웨어하우스를 남겨 두고, 사용하는 모든 도구를 하나의 단일화된 통합 플랫폼에 연결하고자 합니다.”

First Tennessee는 은행이 고객에게 좀 더 다가가는데 예측 분석을 효과적인 방법으로 여기고 있습니다. 최고 마케팅 경영자인 댄 막스는 “First Tennessee는 고객을 위해 존재하며, 고객의 꿈에 힘을 실어줄 것을 고객에게 약속합니다.”라고 말합니다. “Modeler를 통해 내가 가장 열광하는 부분은 이전보다 더 고객을 이해할 수 있게 되었다는 점과 우리에게 이득이 되면서 고객에게도 유익한, 즉 모두에게 이득이 되는 방향으로 고객과의 대화를 잘 활용할 수 있게 되었다는 점입니다.”



보다 똑똑한 지구를 만듭시다

IBM Business Analytics

IBM Business Analytics 소프트웨어는 의사 결정자들이 비즈니스 성과를 향상시킬 수 있도록 신뢰할 수 있는 일관성 있고 정확하며 완전한 정보를 제공합니다. 비즈니스 인텔리전스, 예측 분석, 재무 실적, 전략 관리, 분석 애플리케이션의 포괄적인 포트폴리오는 현재 성과에 대한 명확하고 즉각적이며 조치 가능한 통찰력은 물론 향후 성과에 대한 예측 능력을 제공합니다.

규모에 관계 없이 모든 기업들은 풍부한 솔루션과 입증된 사례, 전문 서비스의 결합으로 최고의 IT 생산성을 촉진하고, 보다 나은 성과를 달성할 수 있습니다.

자세한 정보

보다 자세한 정보 또는 직원과 연결을 원하시면 다음 웹사이트를 방문해 주시기 바랍니다.

www.ibm.com/software/kr/analytics/spss

문의 전화

전화 상담이나 문의를 원하시면 다음 웹사이트를 방문해 주시기 바랍니다. www.ibm.com/software/kr/analytics/spss.

IBM 직원이 문의에 대해 답변을 드릴 것입니다.



© Copyright IBM Corporation 2010

IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589

US Government Users Restricted Rights - Use, duplication of disclosure restricted by GSA ADP Schedule Contract with IBM Corp.

Produced in the United States of America
May 2010
All Rights Reserved

IBM, IBM 로고, ibm.com, WebSphere, InfoSphere 및 Cognos는 미국 및/또는 기타 국가에서 사용되는 International Business Machines Corporation의 상표 또는 등록상표입니다. 이와 함께 기타 IBM 상표가 기재된 용어가 상표 기호(® 또는 ™)와 함께 이 정보에 처음 표시된 경우, 이와 같은 기호는 이 정보를 발행할 때 미국에서 IBM이 소유한 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 또한 이러한 상표는 기타 국가에서 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

SPSS는 전세계 여러 국가에서 등록된 IBM 회사인 SPSS Inc.의 상표입니다.

기타 회사, 상품 및 서비스 이름은 타사의 상표입니다.