

제공일자	2013. 11. 13(수)	담당자	황진태 연구위원
홍보담당	김세환 부장(02-3775-9051)	연락처	02-3775-9024 010-8007-1459
			총2매

제목 : 환경변화와 경영목표 등을 고려한 종합적 채널전략 필요

- 보험연구원(원장 강호)의 황진태·박선영 연구위원은 『글로벌 보험 판매채널의 믹스전략과 시사점』라는 보고서를 발간함(계간 보험동향 2013년 가을호 테마진단).
- 동 보고서는 저금리·저성장, 고령화, 디지털 시대로 접어든 사회·경제적 환경하에서 보험회사의 판매채널 전략에 대해 살펴봄.
 - 글로벌 시장환경의 경우 저성장 기조가 지속될 것으로 예상되면서 저가상품에 대한 수요와 함께 IT기술 발달에 따라 저비용채널에 대한 성장 모멘텀이 커지고 있음.
 - 국내적으로는 보험설계사의 근로자성 인정 여부, 판매수수료 분급 확대, 독립채널의 우월적 지위 남용, 규제당국의 민원감축 요구 등이 주요 이슈로 등장함.
 - 설계사의 근로자성 인정 시 전속채널 기반이 강한 보험회사의 채널구조에 큰 변화가 있을 수 있음.
 - 또한, 독립채널 의존도가 높은 보험회사의 경우 독립채널의 우월적 지위 남용으로 수익성이 좋지 않으며, 이러한 문제점을 개선하기 위해서는 대형 독립채널에 대해 불완전판매에 대한 판매자 책임 규제와 별도의 모범규준 마련에 대한 고려가 필요함.
- 보험회사의 채널경영전략은 현재의 상황과 장기적 목표를 충분히 고려해야 하며, 기존 채널의 강점을 살리면서도 중장기적 관점에서 약점이 될 수 있는 부분을 보완하는 것이 중요함.

- 전속채널 기반이 강한 보험회사들의 경우 기존 설계사 채널의 고능
률화를 통해 안정적 수익성을 최대한 활용하는 등 해당 채널의 장점
을 극대화할 필요가 있음.
- 전속기반이 약한 중소형사의 경우 대형 독립채널의 우월적 지위 남용
을 방지를 위하여 다변화된 채널구축을 통해 채널 간 경쟁을 촉진할
필요가 있음.
- 한편, 보험회사의 판매채널 믹스전략 원칙은 ① 통합 브랜드 이미
지 구축, ② 고객정보에 적합한 통합된 채널 구축, ③ 신규채널
조화 및 시너지 효과, ④ 상품-고객별 특화 전략으로 정리될 수
있음.
- 또한, 보험회사는 환경변화에 대비한 믹스전략 시 신규고객층 발굴,
기존고객 유지관리, 크로스셀링과 업셀링, 전통적 판매채널의 생산
성 향상, 채널 간 마찰 감소를 위해 노력할 필요가 있음.
- 결론적으로 보험회사의 채널전략 시 복잡한 환경변화, 보험회사의
경영목표, 위기 시 관리능력, 보험시장 내 경쟁구조 등을 복합적
으로 고려해야 함.

첨부 : 테마진단 “글로벌 보험판매채널의 믹스전략과 시사점”. 끝.