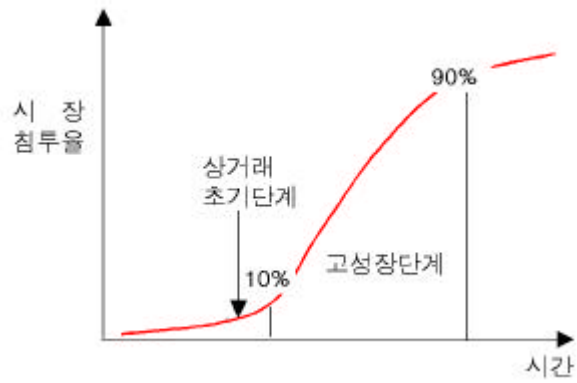
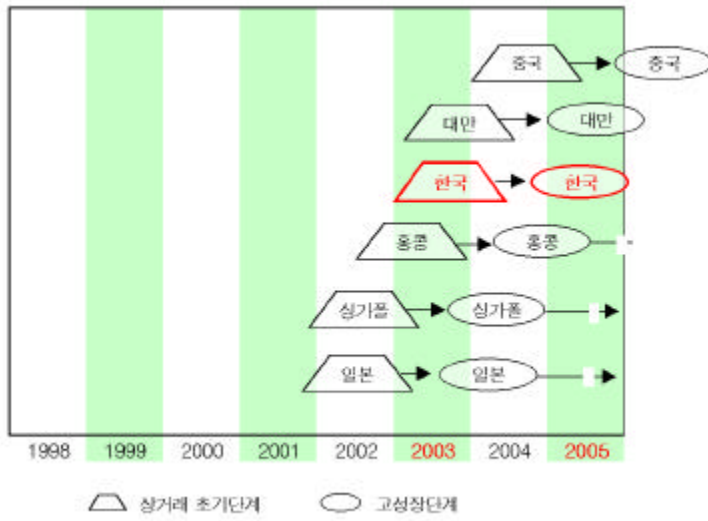


가

< 36 > 2



< 37> 가



3 5

( ) ( )

1.

가. (Company )

가 가 가

(John Hancock) 가

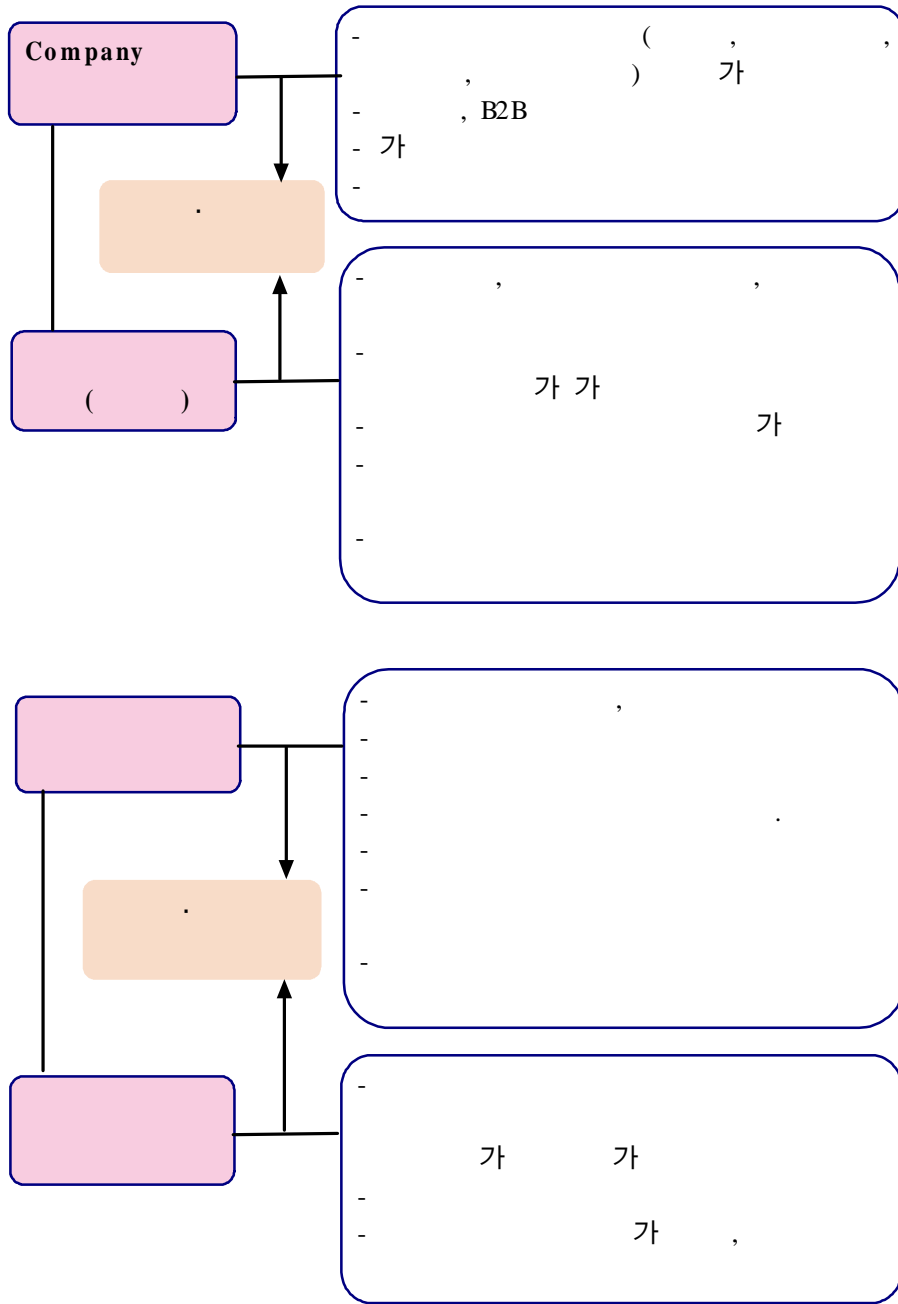
社  
 가  
 가  
 社  
 81)  
 社  
 「  
 」  
 82)  
 ( )  
 , 가  
 ,  
 「  
 」  
 ,  
 B2B ( )  
 )

---

81) 社

82) , , , , ,

< 38 >



( )

가 가

社(Generalife Insurance Company)

社 83)

GenAmerica

社

가 가 84)

가

가

( )

83) , , ,

84) 가 가

가 B2C

가

( : , )

85)

AnnuityNet,

社

. AnnuityNet

社

(Non-standard Auto Insurance)

「 」

가

가 가

가

(TM, CM )

가

85)

1998 9

(Lincoln National Life Insurance Company)가 eAnnuity

, 1999 AnnuityNet.com

(<http://www.annuitynet.com>)

. 1999

가

: 「

」,

86)

가

가

(Aggregato r) ( )

가

(Aggregator) ( 가 )

86)

가

(InsWeb) .

115

49

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가

가



가 , ( )

가  
B2C, C2B,  
가

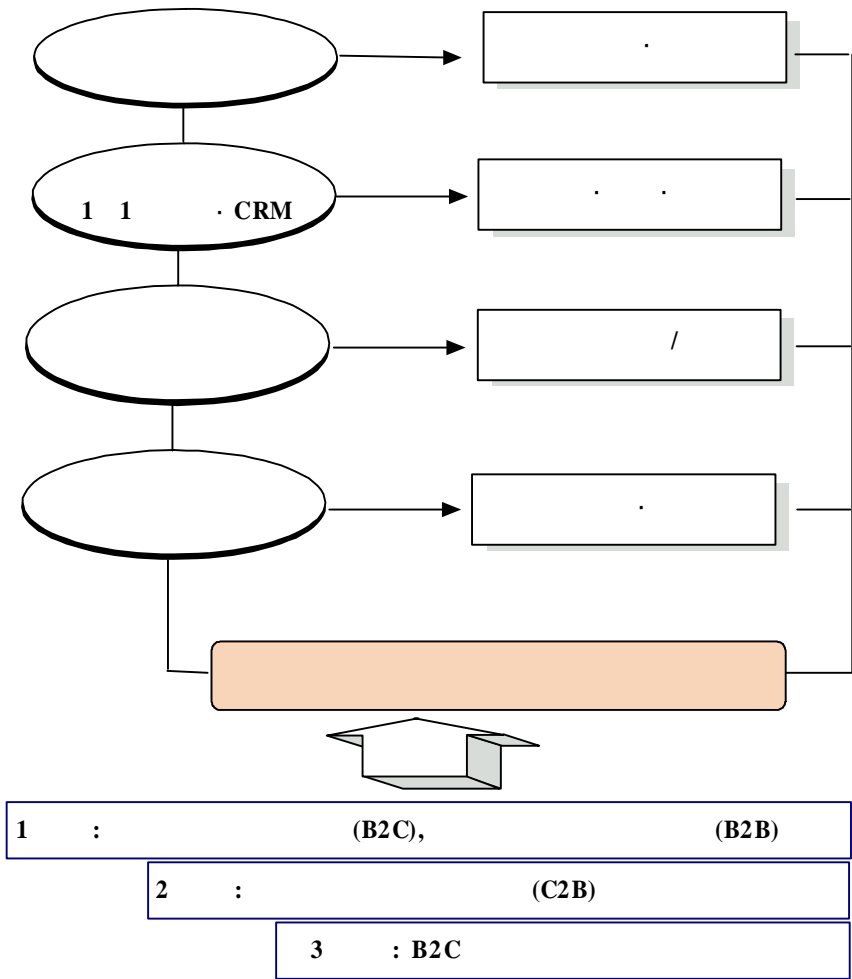
2.

가 ,  
가 .  
가 .  
( ) (B2B) (B2C),  
(C2B)<sup>87)</sup>  
B2C

---

87) Pull 가 가 가

< 39 >



(B2C)

(B2B)

가 가

(C2B) 가 .

B2C . B2C

, B2C ( )

(Personal Life Customization)

(main care) 가 .

,

가

( ) , , ( )

/

(Life Style)

(Market Share)

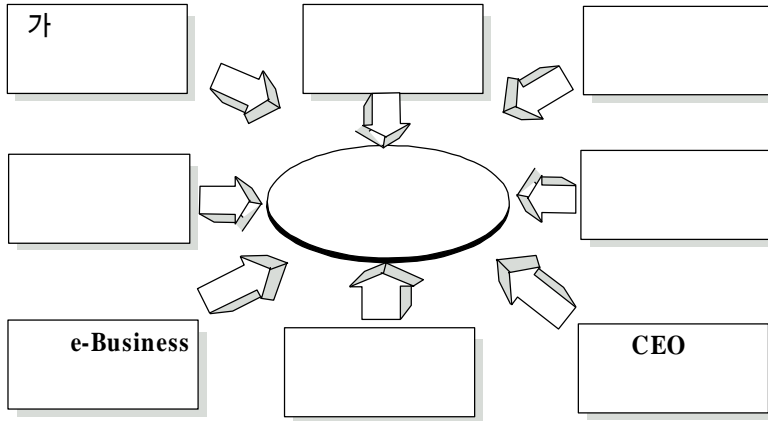
(Life Style Share) 가

---

88) 가

가 .

< 40 >

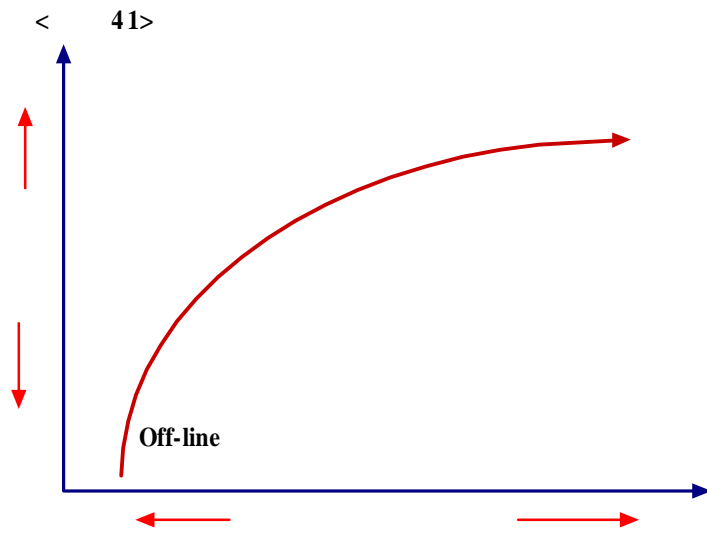


가.

89)

(Hannoversche Leben) ( 2 ( 1.4%, 3.8%), ( 1.3%, 5.3%), (1.5%, 4.9%) 가

. Mike Kwan, *E-business and life insurance*, Munich Re Market Seminar, 2000.8.22, p.10.



가 (Low  
 Cost) , 가  
 90)

76%가 가 가  
 55%가 ,  
 가  
 (TM )가  
 91)

McKinsey/ Yankelovich

90) (Swiss Re UK)가 1995 6

91) , ㅍ  
 , 1998.3, p.97.

가 20%

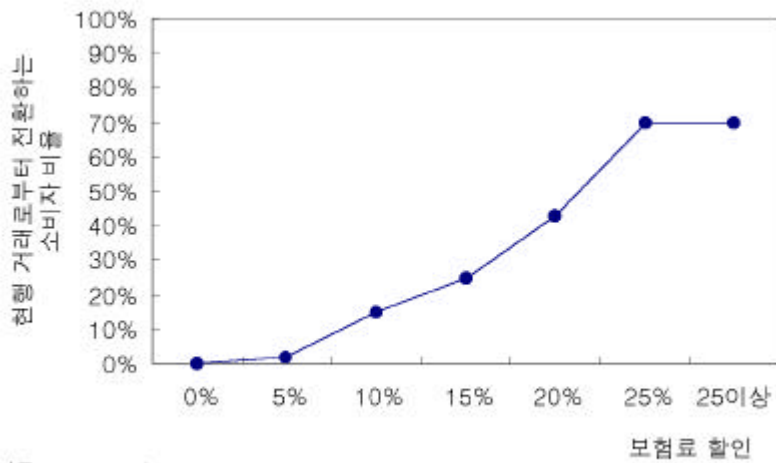
43%가

가

가

가

< 42 >

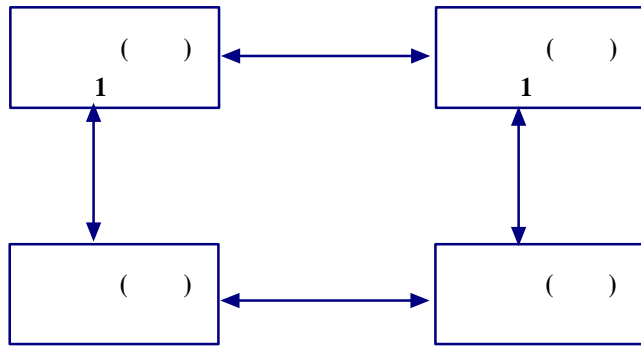


자료 : McKinsey/Yankelovich Partners consumer survey, 1998



가  
 가 (Dynamic Pricing)  
 , 가  
 , 가 가  
 ( ) ( ) 가 가 92)

< 43 >



가 (TM 15 )  
 (attractively packaged)  
 , (mass appeal)

가  
 가

( )

92)



< 43 >

( )	( )
50	" , 가
	" 1000 "
	" 10 ?
	" 가 "
	" ,
	" .

.

가

,

.

,

,

,

,

.

,

),

,

.

가

.

가

.

가

.

.

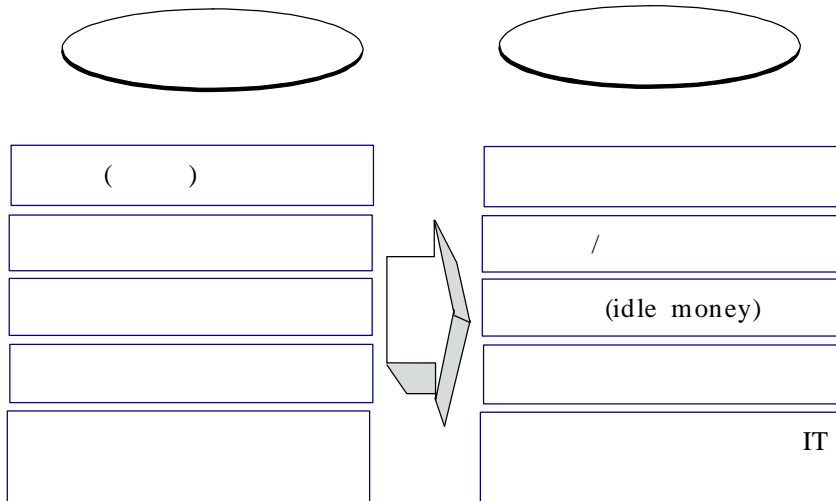
, (commitment) ,

가 .

가

.93)

< 44>



: . (CEO information, 2000.5.17)

93)

cost) (outsourcing cost) (insourcing cost)

가 ,

가

가 ,

가

가 가 가 가

가

가

가

가

가

가

가 “ ” “ ”

가

가

M&A

가

가

가 가

/

가

가

가

.  
 . . ,  
 .  
 가 (M/ S)  
 . 가  
 .  
 , 가 가 가  
 BM 94)  
 (Company Site)  
 ,  
 가 가  
 .  
 가  
 .  
 가  
 , ,  
 .  
 가  
 가 가

---

94) 1998 Priceline.com



( ) (critical mass)

,

.

가

가

「 9 5 」

,

- 가

.

,

.

3.

가.

1)

21

(CM)

가

(TM),

(DM),

가





( : Amazon.com) 가

95)

.96)

30%가

State Farm社

.97)

State Farm

가

State Farm

( )

(

)

State Farm

가

가

( )

가

95)

(Charles Schwab)

build-to-order approach

가

96) Conning & Company, p.15.

97) [http:// www.conning.com](http://www.conning.com)(Insurance on the Internet: under construction, May, 2000, the Conning Commentary)

TM · CM

가

가 . 가 TM · CM

가 .

가

. , 가

3) : (MCM)

가

,  
. 가

가 .

. ,

, 98) , , 가

.99)

---

98) 4

80/20 rule

99) [http://www.conning.com/researchnew/ConningCommentary\(Insurance on the Internet: under construction, May, 2000, the Conning Commentary\)](http://www.conning.com/researchnew/ConningCommentary(Insurance%20on%20the%20Internet%3A%20under%20construction,%20May,%202000,%20the%20Conning%20Commentary))

가

가

가

, CM · TM

가

( )

가

.100)

100)

, 2000.12

, ㉑

㉑,

가

가

(MCM : Multi-Channel Management)가

. MCM

가

가 가

가

가

(cross-selling), 가 (up-selling)

가

가

,

.

CM · TM

.

MCM

(

),

Princg , ( )  
가

< 44>

	<b>3</b>	6	<b>4</b>	<b>13</b>	3
(DB)	<b>3</b>	6	2	11	3
( )	2	4	3	9	3
( )	2	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>9</b>
( )	-	2	2	4	4
( ) ,	1	2	3	6	11

:

(1 , 가 ), ( ,  
) , , ,  
, , ( ), CEO

가  
가 ,  
, , ,  
가 .

< 45 >

( , )	3	5	2	10	<b>8</b>
(1 , )	1	7	5	<b>13</b>	5
	2	1	1	4	7
( / )	3	4	3	10	6
( , )	2	6	4	<b>12</b>	<b>8</b>
( )	2	5	4	11	4
	1	2	-	3	-
	-	2	-	2	1
CEO	-	1	-	1	1
( / )	-	2	1	3	-

:

.

1)

가 .

( )

, ( . DB . Host ) , ID Password , ,

가

, ,

.

3

가 ,

가

가

2)

가

가

가

(negative-sum game)

가

가

, IT

가

e-

e-

가

가 .101)  
(user-friendly)

, 가

e-

가

3)

가

가

---

101)

가,

, limit



가

가

4)

가

가

DM ) Progressive 110% (TM,

2

가 (poor underwriting risks) 가

, 가

가

가 (cannibalization risk)

가

가

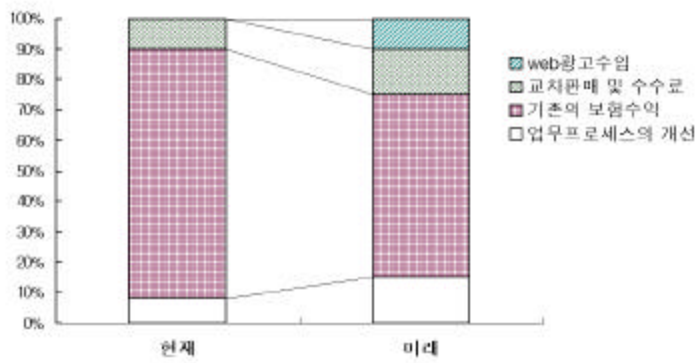
(first mover advantage)

가

가

가

< 45 >



5)

가

가

e-

가

가

가

가

e-

가

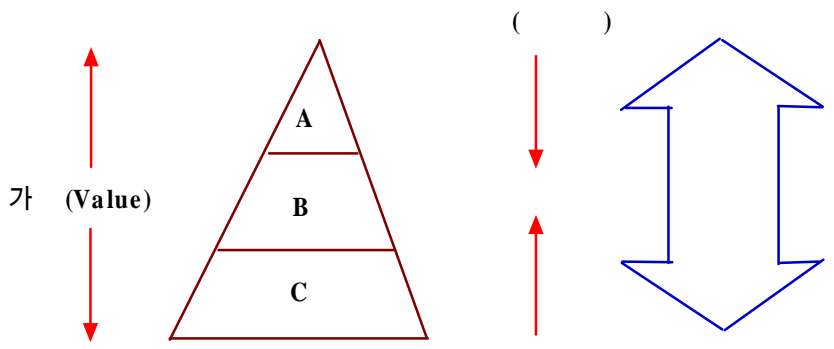
“

가

가

가”

가 . ,  
 가 가 e-  
 가 가 .  
 가 (A ,  
 20%),  
 (B )  
 (C ) .102)  
 C A  
 , e- 가  
 ( )  
 , 가 가  
 e- 가 A C  
 < 46> 가



102)

80%

20%

20:80

가 , e- 가  
 (Customization) .  
 ,  
 (Commoditization) .  
 가 , 가 가  
 . 가  
 .  
 e- 가 가  
 가 .103)  
 가 (share)  
 가  
 .  
 가 , 가  
 , ,  
 , 가 가  
 .  
 가  
 .  
 ,  
 ,  
 .104)

---

103) T. Mukhopadhyay 가 가  
 가 , ( )가  
 (Buyer's Transaction  
 Cost), , (Buyer Control Transaction),  
 , (Commoditization),  
 , 가 (Buyer Dictates Price) 가  
 . T. Mukhopadhyay, "Firms in the Digital Economy-Web  
 Value Creation and Realization", *The 10th KISDI International Conference*,  
 Nov.16,2000

가 ,

6)

가

30

n-

가

가

가

---

104)

, AOL Bank Center

Microsoft, IBM, AT&T

5