



동영상 채팅을 통한 보험상품 판매 등장

왕양비 연구원

■ 중국의 온라인 보험영업이 빠르게 성장하고 있는 가운데, 동영상 채팅을 통해 소비자에게 보험상품을 판매하는 창의적 판매방식이 나타나 관심을 모으고 있음.

- 중국 온라인 보험영업은 1997년부터 시작되어 2009년에는 시장규모가 10배로 확대되었으며, 현재까지도 빠른 성장세를 유지하고 있음.
- 전체 보험회사 중 60%를 초과한 40여개의 보험회사가 현재 온라인 보험영업을 하고 있을 뿐만 아니라, 타오바오닷컴 등 대형인터넷 쇼핑몰과 보험전문 인터넷 쇼핑몰 등도 온라인을 통해 보험상품을 판매하고 있음.
- 온라인 보험영업 방식이 확대되고 있는 가운데, 보험회사 사이트를 통해 소비자와 보험모집인이 동영상 및 문자 채팅을 동시에 진행하면서 보험계약을 체결함.
- 동영상 채팅 보험판매는 보험모집인의 원활한 커뮤니케이션 제공으로 일반 온라인 판매나 전화 판매 시 발생하기 쉬운 불완전판매를 미연에 방지함과 동시에 소비자 신뢰를 제고하는데 우월함.

■ 인터넷 보안기술 발전과 고객들의 의식 변화에 따라 온라인 보험영업 규모가 크게 확대될 전망이나, 동영상 채팅 보험판매를 비롯한 온라인 판매채널의 경우 풀(pull) 마케팅 성격으로 인해 보험산업의 주요 판매채널은 되지 못할 것으로 분석됨.

- 현재 중국의 온라인 보험영업 규모가 전체 규모의 1%에도 미치지 못하는 수준이나, 일부 보험 전문가에 따르면 2020년에 동 판매규모가 1,000억 위안(약 17조 원)을 초과하여 총 시장규모의 20%를 차지할 것으로 전망되고 있음.
- 그러나 소비자가 먼저 관련 사이트에 접속하지 않을 경우 온라인 판매는 이루어질 수 없으므로 동영상 채팅을 비롯한 온라인 판매채널이 중국에서 주력 판매채널이 되기에는 어느 정도 한계가 있어 보임.

(인민망 8/22, 난방신문망 8/23 등)