하나금융, 개방형 디지털 혁신… 고객중심 금융플랫폼 '잰걸음'

함영주 회장, 디지털 혁신 강조
일하는 방식 혁신 등 통해 구체화
임직원 교육 통해 인재 육성 나서
'하나원큐' '하나합' 개편도 적극
초협력 바탕 AI 신기술 개발도

하나금융그룹이 개방형 디지털 혁신을 통한 고객 중심의 금융플랫폼 회사로의 전환에 박차를 가하고 있다. 하나금융그룹 제공

하나금융그룹이 개방형 디지털 혁신을 통한 고객 중심의 금융플랫폼 금융사로의 전환에 박차를 가하고 있다.

구체적으로는 디지털 인재 육성 및 적극적 투자와 내재화로 기술 역량 강화 혁신 스타트업 투자와 개방형 API플랫폼을 통한 외부 디지털 역량을 적극적으로 활용하고 있다. 이와 함께 일하는 방식의 혁신을 통해 고객과 사용자 중심의 디지털 혁신을 추진하고 있다.

금융권에 따르면 함영주 회장은 취임 동시에 2022년 아시아 최고의 금융그룹으로 도약하기 위해 '강점극대화&비은행 사업 재편', '글로벌 리딩금융그룹 위상 강화'과 함께 '디지털 금융 혁신'을 3대 전략으로 꼽았다.

이를 위해 △일하는 방식의 혁신 △지급경제 중심의 금융 생태계 확보 △디지털 인재 육성 강화 등을 통해 디지털 전환을 구체화하고 있으며, 하나금융의 대표 앱인 '하나원큐'와 마이데이터 서비스인 '하나합'을 모두 고객 경험 중심으로 개편하고 있다.

우선 하나금융은 일하는 방식의 혁신을 위해 △대고객 업무의 디지털 전환(빅데이터를 바탕으로 휴먼터치 맞춤형 금융플랫폼 전환 및 고객 중심 금융서비스 제공) △업무 프로세스의 디지털 전환(후선, 관리, 정보 업무의 자동화(RPA)를 통한 업무 효율성을 제고) △영업 채널의 역할 변화(비대면 채널과 대면채널의 강점을 결합한 옴니채널 구현) 등을 추진하고 있다.

두 번째로 지급경제 중심의 금융 생태계를 확보하기 위해 모바일 금융 플랫폼과 생활금융 영역에 대한 전략적 투자 및 제휴를 통해 고객 중심의 디지털 금융 생태계를 구축, 생태계 변화의 리더십을 확보하고 있다.

구체적으론 국내 및 해외 통합 결제가 가능한 계좌·신용·체크카드·하나머니 기반의 플랫폼을 꾸준히 고도화 및 확대해 나가고 있다. 아울러 양방향 SSO(Single Sign On, 한 번의 로그인으로 여러 개의 서비스 이용)를 구축해 관계사 간, 개인/기업간, 외부 플랫폼과 획기적 확장을 통한 시너지 효과를 노리고 있다. 이와 더불어 모빌리티·부동산·건강 등 전 국민 생활 밀착 영역 중심의 제휴도 확대하고 있다.

세 번째로 디지털 인재 육성에 나서고 있다. 하나금융은 전 관계사 임직원을 대상으로 '양손잡이 디지털 인재' 육성을 위한 'DT University'를 운영 중이다. 디지털 교육과정은 총 80개로 디지털 마인드, 마이데이터, RPA, 디지털마테팅, 코딩 과정 등이다.

하나금융은 모바일 대표 앱인 '하나원큐'와 마이데이터 서비스인 '하나합'을 고객 중심으로 전환하는데 총력을 기울이고 있다.

하나원큐는 생활금융 플랫폼을 넘어 '종합금융플랫폼'이란 목표 아래 하나금융그룹사와 공공 기관은 물론 핀테크 업체 등과 연결할 수 있는 기반을 만들어 다양한 서비스 제공을 추진하고 있다.

우선 하나금융그룹 관계사들과의 연계를 통해 주식 거래, 보험 진단, 카드 거래 등의 다양한 금융 거래를 별도의 앱 다운로드 없이 SSO로 이용할 수 있다. 즉, 한 번의 로그인으로 주식을 추천받고 해외주식 매입도 가능하며 가입한 보험을 분석하고 부족한 보장을 추천 받을 수 있으며 카드내역 조회와 카드 신청도 가능하다. 하나금융그룹 관계사의 모든 거래가 가능한 것이다.

아울러 하나은행은 은행권 최초로 금융상품·서비스를 라이브커머스 방송으로 판매하고 있다. 하나금융은 은행·금융투자·카드·핀크 등 그룹 내 모든 계열사의 역량을 총 집결해 마이데이터 서비스 강화에 힘을 쏟고 있다. 이에 지난해 11월에는 국내 금융사 최초로 그룹 통합 마이데이터 서비스 브랜드인 '하나 합'을 출시했다.

하나금융은 다른 금융그룹과 달리 계열사(하나은행·하나증권·하나카드·핀크 4개사)가 공동으로 마이데이터 사업을 추진하고 있다. 하나금융은 향후 그룹 차원의 특화 상품 개발과 마케팅에 힘을 모아 차별화된 개인 자산관리 및 생활금융 서비스를 선보일 계획이다.

아울러 최근에는 '하나 합'을 개별 고객에게 적합한 최적의 맞춤형 자산관리 정보 포털로 새롭게 개편했다. '플랜'과 '인포' 메뉴를 신설해 △자산 △진단 △플랜 △인포 등 4개의 탭으로 개편했다. 이를 통해 자산 진단부터 처방까지 자산관리 서비스 범위를 확대했고, '하나원큐' 내 자산관리 상품·서비스를 한곳에 모아 손님이 보다 쉽게 이용할 수 있도록 편의성을 높였다.

마지막으로 하나금융은 지난달 SK텔레콤과 금융·ICT 혁신에 기반한 초협력을 바탕으로 신(新)동반성장을 위한 파트너 십을 체결했다.

이를 통해 양사는 인공지능(AI)과 클라우드 등, ICT 신기술을 활용한 미래 금융으로의 디지털 전환을 추진한다. AI 챗봇을 활용한 투자 정보 제공, 인공지능 콘택트 센터(AICC, AI Contact Center) 도입을 통한 고객 응대 등 AI 솔루션 부문의 협업과 금융서비스 개발과 업데이트에 최적화된 클라우드 솔루션 부문 협업으로 디지털 기반 금융서비스 혁신에 나설 예정이다. 이성노 기자 sungro51@sportbiz.co.kr

2분기 실적 선방 카카오, 하반기 반등 시작하나

매출 34.5%·영업이익 5.2% 증가
주가도 두 달 만에 8만원대 회복
카카오톡 개편·오픈채팅 광고 기대

카카오가 지난 4일 2분기 실적 발표를 기점으로 하반기 반등을 시작했다. 카카오의 2분기 매출액은 지난해 같은 기간에 비해 34.8%가 증가한 1조 8223억원, 영업이익은 5.2%가 늘어난 1710억원을 기록했다. 이는 시장 컨센서스에 부합하는 실적이다.

이에 카카오 주가는 급등했다. 실적 기대감을 안은 지난 3일 5.85%가 상승한 후 실적 발표 당일에는 무려 7.50%가 올랐다. 4일 종가 기준으로 카카오는 8만1700원을 기록했으며 이는 지난 6월 10일(8만 100원) 이후 약 두 달 만에 8만원대로 올라선 것이다.

투자자들은 상반기에 비해 달라진 카카오의 모습에 기대감을 드러내고 있다. 상반기 카카오는 그야말로 암울한 그 자체였다. 카카오는 광고와 커머스 등, 주요 사업실적이 부진했다. 이에 시장에서는 카카오의 성장 둔화가 시작된 것 아니냐는 우려의 목소리까지 나왔다.

외부적으로는 미 연방준비제도(연준)의 금리 인상을 포함한 고강도 긴축 움직임에 타격을 받기도 했다. 금리 상승기에는 성장주가 힘을 내지 못하는 것이 일반적인데 국내에선 대표적인 성장주인 카카오가 그 여파를 정통으로 맞았다.

지난해 12월만 해도 12만원대에 거래되던 카카오 주식은 올해 들어 꾸준히 추락했고, 지난 7월에는 6만대까지 곤두박질쳤다. 이로 인해 카카오는 시가총액 순위 10위 밖으로 밀려나는 굴욕을 당해야 했다.

하지만 2분기 카카오가 실적 선방에 성공함에 따라 이것이 카카오의 '터닝 포인트'가 될 수 있다는 분석이 나오고 있다. 더불어 카카오 주가가 저점을 확인했다는 분석과 함께 앞으로 금리 인상 속도가 둔화될 것이란 예상도 카카오에 유리하게 작용할 전망이다. 4일 외국인 투자자들의 순매수 1위(717억원)와 기관의 순매수 1위(465억원)가 카카오라는 점도 이런 분석에 힘을 싣고 있다.

전문가들은 카카오가 하반기 상승할 수 있는 동력을 갖춰었다고 분석한다. 대표적인 것이 카카오의 '심장'이라 할 수 있는 카카오톡의 서비스 확장이다. 또한 이로 인한 수익 확대도 기대된다.

카카오톡은 하반기 카카오톡 '프로필'과 '친구' 탭 내에서 실시간 교감이 가능하도록 서비스를 개편할 예정이다. 또한 지인이 아닌 사람들 간의 관심사 기반 '오픈채팅'은 진입점 개선 및 기능 업그레이드 등을 통해 서비스를 확장할 방침이다. 특히 일간활성이용자(DAU) 900만명을 확보한 오픈채팅에 4분기부터 광고를 도입해 수익을 창출하겠다는 계획이다.

카카오는 "거시 경제의 불확실성과 글로벌 경기 둔화 등 녹록지 않은 경영 환경이 지속되는 상황에서 카카오는 카카오톡의 진화와 함께 광고, 커머스 등 비즈니스와의 결합을 추진하며 새로운 성장 동력을 마련하고 있다"고 강조했다.

특히 남궁훈 카카오 대표이사는 오픈채팅에 대해 "기존에는 카카오톡이 지인과의 연결을 통한 도구였다면, 오픈채팅은 비지인 간을 연결하는 것으로 오픈채팅은 별도의 프로모션을 진행하지 않아도 DAU 900만명을 보유하고 있다"며 "오픈채팅 서비스를 국내 최대 관심사 기반으로 발전시킬 것이다"고 밝혔다.

전문가들도 카카오의 이 같은 행보를 긍정적으로 바라보고 있다. 한화투자증권은 "우려를 반영한 주가에서 저점을 확인했다"며 "3분기 친구 탭 내 추가 노출 제시, 오픈채팅 서비스의 수익모델 적용 등 카카오톡을 기반으로 성장을 이끌 신규 전략을 공개했는데 이 같은 전략이 이익 반등을 이끌 요인이 될 것으로 예상한다"고 밝혔다.

그러면서 한화투자증권은 카카오의 영업이익률이 2분기 9.4%를 저점으로 3분기, 4분기 각각 9.9%, 10.5% 개선될 것으로 전망했다.

한국투자증권은 4분기 수익화가 시작될 예정인 오픈채팅의 잠재력에 주목했다. 오픈채팅의 DAU는 900만명으로 전체 카카오톡 이용자에 비하면 20% 수준에 그치고 있다. 그렇지만 이용자 1인당 채팅창이 여러 개인 점 등을 감안할 때 상당한 매출 증가를 기대할 수 있을 것으로 내다봤다. 최용재 기자 dragonj@sportbiz.co.kr