



ING생명

다채널 보험 청약 시대, CMS로 미리 준비

1989년 국내에 첫 발을 내딛은 ING생명은 지속적 성장과 함께 많은 채널을 확보하고 국내 진출 외국계 보험사 중 1위에 올라섰다. 그러나 국내 보험 업계 전체로 보면 4위. 업계 3위를 목표로 하고 있는 ING생명은 보험 청약 채널의 다변화를 일찌감치 감지하고 인터넷 보험 청약 시스템을 구축했고 이에 따른 콘텐츠 관리 효율성을 확보하기 위해 아이온커뮤니케이션의 CMS를 도입해 큰 성과를 거뒀다.

■ 조규희 기자 dkh1304@bnimedia.com

ING 생명은 외국계 생명보험사 중 국내 시장 점유율 1위로 2005년 기준 2조 5100억원 이상의 수입보험료를 기록해 총 자산 규모가 7조 5000억원을 초과하는 기업으로 성장했다. 1989년 조지아생명보험

한국지사를 설립해 1999년에 ING생명이라는 현재 사명으로 변경하고, 2년 연속 수입보험료 신장율 1위를 기록했다. 2004년 4월, 업계 4위로 발돋움한 ING생명은 현재 업계 3위를 목표로 공격적 변화를 꾀하고 있다.

ING생명은 최상의 고객 만족을 위해 고객 요구에 맞는 최고의 재정 서비스 제공에 초점을 맞춰 종신, 연금, 변액보험 등 선진형 신상품 개발을 지속하고 있다. 또한 체계적 자산 포트폴리오 제공과 더불어 전화, 인터넷을 통한 다이렉트 채널과 방카슈랑스 등 다양한 영업채널을 통해 고객이 보다 쉽고 편리하게 보험에 가입할 수 있도록 지속적인 투자 개발에 노력을 기울이고 있다.

영업 규모의 성장과 더불어 상품과 서비스 제공을 위한 임직원 규모도 점점 늘어 현재 FC(파이낸스 컨설턴트)를 포함한 본사 직원은

사 | 례 | 연 | 구

ING LIFE

- 기관** ING생명
- 문제** 웹사이트의 개발과 관리가 비효율적으로 분리돼 업무 중복과 까다로운 수정 작업
- 해결** 아이온커뮤니케이션 콘텐츠 서버4를 도입, 구축해 콘텐츠 관리와 웹사이트 개발을 분리해 콘텐츠 운영 부서에서 콘텐츠 관리를 전담
- 계획** SOA 구현, 리스크 관리 시스템 구축, 신규 웹사이트에 CMS 추가 적용

1만명에 육박하고, 본사 지원 직원 수는 1200명, IT를 담당하는 인력도 6개 부서 100여명에 이른다.

그러나 영업 규모가 확대되고 다양해진 채널을 뒷받침하기엔 현재 인력으로는 역부족이었다. 기업의 급성장으로 발생된 역효과를 극복하기 위해 인력 충원에도 힘쓰고 있다. 2006년에 IT부문 인력을 30여 명 충원했고, 올해에도 30여명을 더 채용할 계획으로 있는 등 IT 부문 인력을 확장하는 데 특히 힘을 쏟고 있다.

ING생명은 인력 확장에 앞서 인력을 효율적으로 활용할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있다. 업무 프로세스가 효과적으로 구축돼야 효율적인 인력 활용을 할 수 있다는 것이 ING생명 관계자의 설명.

특히 ING생명의 경우 외국계 회사라 타 기업에 비해 직무가 더욱 세분화 돼 있으며, 각각의 메뉴별로 콘텐츠 운영자가 따로 있고 부서별 업무 영역과 권한 등이 복잡하게 얽혀있어 중앙 제어 관리가 이뤄지지 않았다. 특히 인터넷 비즈니스를 담당하는 부서가 따로 존재하지 않고 마케팅 부서에서 운영을, IT 부서에서 개발을 담당해 웹사이트 관리가 쉽지 않았다.

ING생명 마케팅부 김윤희 대리는 “웹사이트 관리의 가장 큰 문제점은 콘텐츠의 빈번한 업데이트다. 콘텐츠를 변경하기 위해서는 우선 마케팅부서에서 IT 부서에 개발을 요청하고, 변경된 콘텐츠에 대해 다시 마케팅부서에서 확인 작업을 거쳐야 했다. 업무 프로세스나 인력 등에서 비효율적이었다”고 밝혔다.

또 ING생명은 네덜란드계 회사이기 때문에 국내 기업이나 미국계보다 감사, 규정이 매우 철저하다고 전한다. 본사 그룹 차원에서 감사, 해킹 방지, ID/비밀번호 관리 정책을 중시했기에 운영과 개발 부서를 분리했다.

또한 회사의 정보 유출 방지를 위한 많은 틀들이 있어 오타와 같은 간단한 실수도 처리하기 위해서는 일일이 검수를 받고 개발해야만 했다는 설명이다. 예를 들어 웹사이트의 간단한 오타를 수정하려고 해도 운영자가 관리자에게 수정을 요청해 승인을 득한 후 개발자가 직접 수정하는 프로세스였기 때문에 신속한 대처가 어려웠고 업무 프로세스도 비효율적이었다.

이에 따라 웹사이트 작업에서 개발과 콘텐츠 관리를 분리해야 한다는 요구가 자연스럽게 발생했고 웹사이트 소스 코드에서 콘텐츠

관련 작업을 분리시켜 웹사이트의 이미지나 텍스트 등 콘텐츠에 대한 관리가 훨씬 손쉬워질 것으로 의견이 모아졌다. 이에 따라 콘텐츠 관리를 위해 CMS 도입은 당연한 요구였다.

CMS 도입해 웹사이트 개발과 콘텐츠 관리 분리

요즘은 인터넷 보험 청약 시스템이 일반화됐지만 ING생명은 2000년에 일찌감치 인터넷 청약 시스템을 구축한 바 있다. 그러나 사용이 저조해 거금을 들여 구축한 인터넷보험 청약 시스템은 ING생명을 홍보하는 차원의 홈페이지로 전략해 투자 회수 효과가 없었고 고민거리였다.

그렇다고 해도 홈쇼핑, 전화(다이렉트) 등으로 채널이 확장되고 인터넷 사용이 활발해지는 현 추세에서 홈페이지를 없앨 수도 없었다. 따라서 ING생명은 홈페이지를 유지하되 미래를 대비해 효율적으로 사용할 수 있도록 잠재적 문제를 제거해나가는 것이 중요하다는 판단 아래 CMS 시스템 구축을 진행했다고 전한다.

CMS 제품으로는 아이온커뮤니케이션의 콘텐츠 서버 4가 도입됐다. ING생명은 아이온의 이미징 서버를 이미 사용하고 있었는데, 아이온 이미징 서버는 종이 청약서를 인식하는 이미징 시스템이다. 즉 보험 가입자나 보험 설계사가 수기로 작성한 청약서를 인식해 승인하는 시스템으로, 청약서 서류의 텍스트를 인식해 바로 DB로 보낼 수 있다. 금융권뿐만 아니라 다양한 산업

군에서 아이온의 CMS를 많이 사용하고 있어 도입을 결정하게 됐다고 도입 배경을 설명했다.

아이온 콘텐츠 서버는 어드민 매니저, 사이트 매니저, 디스플레이 매니저, 콘텐츠 매니저 등 4개의 매니저로 구성된다. 각 매니저의 기능을 유기적으로 연계시켜 사이트를 구축, 운영하고 콘텐츠를 관리할 수 있다.

콘텐츠가 서비스될 사이트를 생성하고 콘텐츠를 배포할 호스트 정보를 관리하는 어드민 매니저에는 어드민 권한을 가진 작업자만 접근할 수 있으며 이를 통해 전체 작업자들의 정보를 관리하고 모니터링 한다.

사이트 매니저는 실제 서버에서 구성되는 디렉토리나 사이트 카테고리들을 관리한다. 콘텐츠매니저에 등록돼 승인된 콘텐츠를 해당



카테고리에 배치, 해당 콘텐츠들이 서비스될 템플릿을 등록, 수정, 승인할 수 있다.

디플로이 매니저에서는 최종 출판된 콘텐츠들의 배송 방법이나 주기 등을 결정하고 상황에 대한 모니터링과 이에 따른 작업 로그 관리가 가능하며, 콘텐츠 매니저를 통해 서비스될 콘텐츠의 생성, 수정, 삭제 등의 작업과 사전 정의된 승인 규칙에 의해 해당 콘텐츠의 생성에서 승인에 이르는 일련의 과정이 관리된다.

ING생명의 IT영업/서비스 시스템부 강춘희 과장은 아이온 콘텐츠 서버를 도입해 얻은 혜택으로 “사이트 구성에 필요한 DB 설계를 최대한 단순화해 사이트와 콘텐츠 카테고리 구성을 시스템적으로 손쉽게 처리하며, 개발자들의 불필요한 개발을 최소화해 개발 기간을 단축시켜 최소의 인원으로 최대의 개발 효과를 거둘 수 있었다”고 전한다.

특히 문제가 됐던 콘텐츠 변경 관리가 가능해져 각 개별 콘텐츠와 관련된 프로그램 소스, 디자인 요소들의 통합 관리가 가능해졌을 뿐만 아니라 버전 관리, 승인 룰에 의한 책임 소재 확인 등 사이트의 변경 사항에 대한 통합적인 이력 사항 관리도 가능해졌다.

강춘희 과장은 “콘텐츠, 디자인, 프로그램의 웹사이트 구성 요소를 분리, 관리함으로써 각 업무 담당자 간의 업무 병목을 해소할 수 있었다. 해당 카테고리 별로 담당자가 손쉽게 콘텐츠를 생성, 편집할 수 있어 다양하고 방대한 양의 콘텐츠와 사이트 관리를 효율적으로 수행할 수 있었다”고 아이온 CMS의 장점을 밝혔다.

IT에 큰 그림을 그리고 있는 ING생명

현재 ING생명은 장기적 IT 전략을 세우고 그에 따라 접근하고 있다. 장기 전략 속에는 기간제, 웹시스템, 새로운 세일즈 툴, 그룹웨어 등이 있으며, SOA 기반으로 각 컴포넌트들이 서로 연계되고 전 업무 시스템에 싱글사인온을 적용한다는 계획이 포함돼 있다. 리스크 관리 시스템에 대한 고민도 은행권보다 보험업계에 앞서 적용될 것으로 생각, 준비하고 있다.

여기에 3월 초 웹사이트를 리뉴얼하고 여러 웹사이트가 계속 신규 구축되고 있어 CMS의 도입 활용이 지속적으로 이뤄질 것으로 판단하고 있다. 영업 확장과 함께 끊임없이 혁신하는 ING생명의 업계 3위를 향한 전격음이 느껴진다. **e**

INTERVIEW ● ING생명 IT영업/서비스 시스템부 강춘희 과장

“효율적 콘텐츠 관리로 인력 증원 효과”

CMS를 도입, 구축할 만큼 웹사이트에서 콘텐츠 관리 이슈가 있었는가.

인터넷을 통한 보험 청약 시스템이 큰 성과 없이 끝난 후 기업 홍보 수단 정도로만 웹 사이트를 활용했으나, 현재 다익렉트 채널, 홈쇼핑 채널 등으로 꾸준한 채널 확장이 이뤄지는 점을 생각한다면 앞으로 인터넷을 통한 보험 상품이 활성화 될 것으로 판단하고 있다. 문제 발생 후 사후 대처는 소용이 없다고 판단해 미래를 대비한다는 관점에서 웹사이트에 대한 체계적인 관리가 필요하다고 봤다. 이에 따라 한 걸음 빨리 CMS를 구축하게 됐다.

현재 ING생명은 큰 성장을 거두고 있는데 그에 따라 IT조직에 변화가 있는가.

IT를 담당하는 인력은 현재 6개 부서 100여 명이다. 이 중 30여 명이 지난해 충원됐고, 올해도 비슷한 수준의 인력 충원이 있을 것으로 예상된다. 확대된 영업 규모의 ING생명을 뒷받침하기에는 인력 부족이 있는 건 사실이다. 그로



인해 인력 충원이 이뤄지고 있다. 그러나 CMS 등 효율적 시스템 구축으로 효율적인 인력 충원의 효과를 거둘 수 있다고 생각하고 있다. IT조직은 점차 확대될 전망이지만 그에 앞서 효과적 시스템 구축이 어느 정도 이를 뒷받침 할 수 있을 것이라 생각한다.

현재 문제가 발생하고 있거나 이슈가 되는 IT 시스템이 있다면 무엇인가.

현재 보안과 관련해서 금융 사이트의 공인 인증에서 윈도우 비스타가 지원하지 않는다. 윈도우 비스타 환경에서는 금융 거래에 필요한 보안 모드가 설치되지 않는데, MS가 패치 발표 계획을 세우고 있지만 금융감독원에서는 윈도우 비스타와 관련해 2월 말이나 3월까지지는 지원하지 않는다고 발표하고 입출금 화면에 공지할 것을 요청해 공지하고 있는 상태다. 이에 따른 금융 거래에 불편이 있을 것으로 예상된다. 이 외에도 ING생명이 올해 진행할 IT프로젝트는 20여개 정도 된다. <규>