

금융서비스의 게이미피케이션(Gamification)

KDB미래전략연구소 미래전략개발부
이재준 (june97@kdb.co.kr)

- ◆ 생활 전 범위로 확장되고 있는 게이미피케이션은 금융에 있어서 이용자의 금융 앱 방문을 늘리는 한편, 고객 확보 및 유지 등에 긍정적인 영향을 미침
- ◆ 향후 금융서비스의 게이미피케이션은 장기고객 확보를 위한 모바일 금융 플랫폼의 경쟁 속에서 더욱 촉진될 것으로 전망

□ 최근 디지털 전환 및 비대면이 일상화되면서 '게이미피케이션(Gamification)*이 고객마케팅뿐만 아니라 교육, 금융 등 생활 전 범위로 확장되고 있음

* '게임'(Game)과 '~식으로 만들다'(~fication)의 합성어로, 게임이 아닌 분야에 게임의 메커니즘과 사고방식 등을 접목해 행동과 관심 등을 유도하는 것을 의미('11년 The Gamification Summit에서 Gabe Zichemann가 언급한 이후 본격적으로 사용되기 시작)

○ 주로 마케팅전략*으로 활용되던 게이미피케이션이 코로나19에 따라 비대면으로 진행되는 교육이 늘어나면서 집중력과 흥미를 끌어내기 위한 콘텐츠로 등장

* 마케팅에 게임 요소를 접목한 스타벅스의 '리워드'는 이용 횟수에 따라 '별'을 적립해주고, 쌓이는 별의 개수에 따라 레벨이 상승하며 혜택이 추가

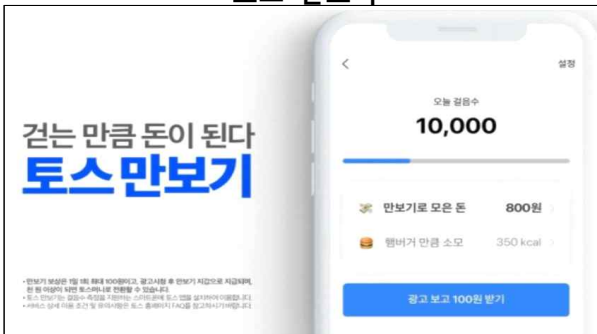
- 엔씨소프트 출신 게임 제작자들이 설립한 '에누마'는 게이미피케이션을 활용한 '토도영어' 출시, '에이러스'는 마인크래프트를 활용한 코딩 교육 프로그램 출간 등

○ 수익률과 더불어 재미 등을 선호하는 MZ세대가 주요 고객층으로 부상하면서 금융회사들은 게임 요소들을 접목한 금융상품 및 서비스를 강화

- 토스 만보기는 오천보 10원, 만보 30원, 편의점 등 주변에 가까운 미션 장소를 선택하여 목적지에 도달하면 20원씩(최대 100원) 토스 머니 지급

- 카카오뱅크 '26주 적금'은 매주 최초 가입금액만큼 적금을 납입하면 캐릭터가 '목표 달성 켈린더'의 빈칸을 채워주고, 목표 달성시 연 0.50% 우대금리 제공

토스 만보기



자료 : 토스

카카오뱅크 26주 적금



자료 : 카카오뱅크

□ 금융서비스에서의 게이미피케이션은 단순한 오락을 넘어 소비자들의 금융 앱 사용을 늘리고 고객 충성도를 강화함으로써 고객 확보·유지에 긍정적 영향을 미침

○ 금융서비스에서의 게이미피케이션은 상품이나 서비스에 도전, 성취, 그에 따른 보상 등 게임 요소를 가미하여 이용자의 금융 앱 방문을 늘리고 금융거래를 발생시키는 등 자발적인 참여를 유도

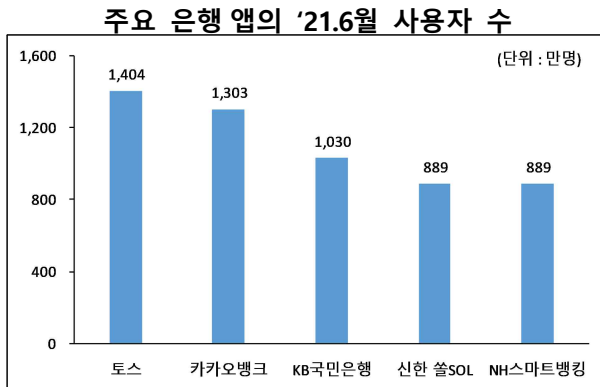
- 토스 만보기는 걸음만 표시하는 것이 아니라 토스로 연결(만보기의 송금 버튼 터치)되는 통로로 사용되고 있음

* 토스의 '21.6월 사용자 수는 약 1,404만명으로 은행 앱 가운데 최대 트래픽 확보

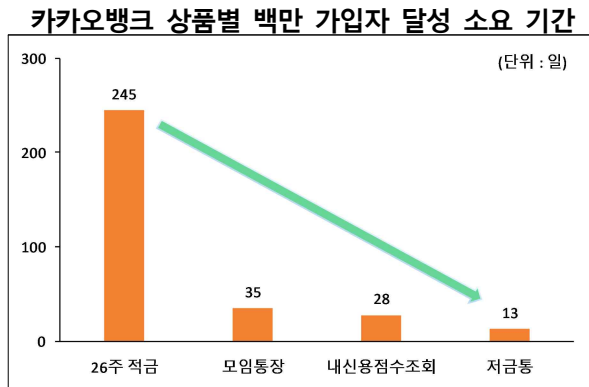
○ 또한, 의도된 게임 요소를 통해 고객들이 모바일뱅킹 사용과정에 자연스럽게 몰입하고 긍정적인 태도를 보이게 되면서 고객 충성도 강화에 효과적임

- 새롭게 출시된 카카오뱅크 상품의 가입자가 100만명에 도달하는 소요 기간이 대폭 단축*되고 있음

* '26주 적금'(18.6월 출시)이 245일 만에 가입자 100만명을 넘겼던 것과 비교하여 '저금통'(19.12월 출시)은 단 13일 소요('저금통'은 연결계좌에 천원 미만의 잔돈이 있는 경우 최대한도 10만원까지 자동 저축되는 상품)



자료 : 모바일인덱스



자료 : 카카오뱅크

□ 모바일 플랫폼이 금융권의 새로운 격전지가 된 상황에서 고객 유입 및 지속적인 서비스 이용을 위해 금융서비스의 게이미피케이션은 더욱 촉진될 것으로 예상

○ 플랫폼 헤게모니 소유 시 수익은 자연스럽게 극대화될 수 있다는 점에서 모바일 금융 플랫폼은 장기적인 고객 확보를 수익보다 최우선 과제로 인식

* 카카오뱅크 대표는 신년 기자간담회에서 이익 규모보다는 고객의 트래픽과 트랜잭션을 성과의 지표로 볼 것이며, 이익은 이를 통해 따라오는 결과물이라고 밝힌 바 있음('21.2월)

○ 단순히 상품 자체의 퀄리티를 넘어 흥미와 몰입경험을 통해 고객의 적극적이고 지속적인 참여를 끌어낼 수 있는 게이미피케이션은 고객 확보를 위한 금융권의 모바일 플랫폼 경쟁 속에서 더욱 증가할 것으로 전망