

베스트로연금저축(주) 창립 20주년 기획기사

금융소비자 주권 찾기 위해 “고객과 함께 한 20년”

베스트로연금저축(주) "신(新)비즈니스 모델" 창안

- ▲ 법무법인, 세무회계법인, 부동산중개법인,
언론, 대학을 연결해 상생하는 융합 비즈니스
- ▲ (고객이 스스로 찾아오는)In- Bound 신(新)비즈니스 모델
- ▲ 고객 과정관리 전담 SM(Social network Marketer)팀 신설 및 신규채용
- ▲ 고객 코칭 전담 FMC(Financial Management Coach)팀 신설 및 신규채용

베스트로연금저축(주)가 지난 11월 15일 창립 20주년을 맞아 전주시 효자동에 위치한 본사에서 "신비즈니스모델"을 발표했다. 베스트로연금저축(주)는 전주에 본사를 두고 서울, 부산, 광주등 주요 도시에 지점을 둔 전북권 최고의 종합금융판매회사이다.

베스트로연금저축(주)는 지난 20년의 성과에 안주하지 않고 4차 산업혁명시대를 맞아 "신비즈니스모델"을 도입하기로 결정하였다. 이는 인공지능이 보험설계사들의 일자리를 점차 침범함에 따라 금융에 인문학적 내용을 더하고 다양한 기관들을 새롭게 융합하기 위한 포석이다.

베스트로연금저축(주) 강흥규 대표는 창립 당시인 20년 전부터 연고중심 마케팅을 거부하였다. 그는 상품의 제도적, 구조적, 기능적 가치를 바로 알고 고객이 가장 적합한 상품을 취사선택할 수 있도록 금융상품 "약관 바로 알기 운동" 실천으로 해마다 높은 매출성장율을 달성하였다.

특히 금융상품 "약관 바로 알기 운동"은 지금도 금융 무질서와 비대칭 구조를 바로잡기 위한 꼭 필요한 운동이라고 외친다.(계속)

베스트로연금저축(주) 창립 20주년 기획기사

기존 보험 상품판매는 연고중심 이었다. 보험 상품 약관의 실효성보다 인적 네트워크에 의한 판매 관행이 이루어져 왔다. 베스트로연금저축(주)는 그동안 업계의 대면영업이 가지는 통상적 한계점을 극복하는 행보를 펼쳐왔기에 이번 "신비즈니스모델" 도입 역시 금융소비자들의 설득력을 얻고 있다.

현재 보험시장은 인구 감소 추세와 인구 고령화에 따라 시장 축소가 불가피한 상황에 직면해있다.

베스트로연금저축(주)는 "인구 절벽"의 위기를 기회로 전환하고자 그동안 해외 사례를 연구·분석하여 꾸준히 대비해 왔다.

그 결과 고객 과정관리 전담 SM(Social network Marketer)팀과 고객 코칭 전담 FMC(Financial Management Coach)팀을 신설하고 신규직원을 채용한다.

“처음보다 끝을 더 소중히 여기겠다.” 는 창립정신과 20여 년 동안 함께해 온 충성고객을 기반으로 새로운 시장 확대를 위해 프론티어 정신으로 도전하고 있는 것이다.

베스트로연금저축(주)는 수개월 전부터 검증된 법무·회계·세무법인, 부동산중개소, 언론, 대학 등과 융합하여 신비즈니스모델 파트너십을 구축해 가고 있으며 파트너들의 관심이 매우 뜨겁다고 한다.

파트너의 고유 역량과 베스트로연금저축(주)의 독창적 아이템 "MeFiBS", 차별화된 금융서비스 "3SPA 10RT", 예약 코칭서비스 "In-Bound M5전략" 등 업계 최초로 적용하는 "신비즈니스모델"이 융합되어 상당한 시너지가 기대된다.

베스트로연금저축(주) 강흥규 대표는 “금융소비자가 배우고 싶어 하는 기업, 사람·지역·나라를 살리는, 먹고 살기 위한 기업이 아니라 먹여 살리는 기업을 지향한다.” 며 창립 20주년을 맞아 성숙단계에서 창안한 "신비즈니스모델"에 대한 힘찬 포부를 밝혔다.