

一流(일류)만의 차별화된 고객 경험을 창출하는 신한카드

신한카드는 업계 최다 2,700만 고객과 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신용카드 브랜드다.

신한카드는 끊임없는 연구와 혁신을 통해 차별화된 혜택을 제공함으로써 신용카드 시장을 선도하고 있다.

명실상부한 국내 1위 카드사인 신한카드는 ‘카드業’을 넘어 진정한 ‘라이프&파이낸스’ 기업으로 ‘業의 프레임’을 전환하여 고객 일상의 ‘새로운 경험’을 창출하고자 힘차게 나아가고 있다.



라이프&파이낸스 플랫폼 기업, 신한카드

신한카드는 ‘카드業’을 넘어 ‘라이프&파이낸스 플랫폼’ 기업으로 도약하기 위해 지난 4년간의 ‘딥(DEEP) 전략’ 성과를 바탕으로 뉴노멀 시대에 맞는 ‘3대 신사업(DNA)’을 추진하고 있다.

신한카드가 추진하는 ‘3대 신사업(DNA)’은 먼저 ‘소비밀착형 생활금융 플랫폼(Daily-PEFM; Personal Expenditure and Financial Management)’으로 이는 결제부터 금융상품, 자산관리에 이르는 모든 금융서비스를 구현하는 것이다. 그리고 ‘라이프 플랫폼(New Discovery Platform)’으로 마이데이터를 기반으로 개인별 라이프 스타일에 맞는 새로운 맞춤 서비스와 비금융 혜택까지 제공하는 것이다. 마지막으로 ‘개인사업자 금융플랫폼(Amazing-BFM; Business Financial Management)’으로 개인사업자 대상 금융지원과 자금관리, 마케팅 등 가맹점 운영을 종합적으로 지원하는 것이다. 이를 통해 신한카드는 그룹의 중기전략인 ‘一流신한’만의 특별한 고객경험을 지속 창출해나갈 계획이다.

지속적이고 체계적인 ESG 경영 추진

신한카드는 신한카드만의 브랜드와 ESG 역량을 바탕으로 코로나19로 지친 고객들과 지역 사회에 선한 영향력을 전달하고자 ‘히어로(Hero) 프로젝트’를 진행 중이다. 현재 생활 속 환경보호 실천을 장려하는 ‘내가 그린(GREEN) 히어로’, 업계 최고를 자랑하는 빅데이터 역량을 활용해 이색 여행지를 소개하는 ‘여기뜯지도’, 을지로 지역 소상공인 가게를 홍보하는 ‘을구미’ 등의 다양한 캠페인을 전개 중이다.

신한카드는 2020년 ESG 전담조직을 신설하여 ‘친환경’, ‘상생’, ‘신뢰’ 경영 차원의 전사 ESG 전략과제를 실행하고 임직원 ESG 내재화 및 ESG 성과보고서의 발간 등 지속적이고 체계적인 ESG 경영을 추진하고 있다.

올해에는 서울숲 내 도심 속 녹색공간인 ‘신한카드 에코존(ECO-Zone)’을 조성, 환경부 주관의 K-EV100캠페인에 적극적으로 참여하는 등 신한금융그룹의 ‘Zero Carbon Drive’ 전략과 연계해 친환경 경영에도 앞장서고 있다.

신한카드는 신한금융그룹의 ESG 경영 실천을 통해 ‘친환경’, ‘상생’, ‘신뢰’의 세 가지 관점에서 다양한 활동을 전개해 사회적 기업의 책임을 다할 수 있도록 노력해나갈 것이다.



CEO INTERVIEW



신한카드(주)
대표이사

임영진

신한카드가 프리미엄브랜드지수 신용카드 부문에서 12년 연속 1위 브랜드로 선정됨과 동시에, 체크카드 부문에서 신규 1위 브랜드로 선정되어 매우 영광스럽게 생각합니다. 신한카드는 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신용카드로 인정받고 있으며, 책임 있는 기업시민으로서 사회적 역할과 소임을 다하고자 최선의 노력을 다하고 있습니다. 신한카드는 ‘고객의 만족’을 최우선으로 고객님의 소비 순간마다 따뜻하고 행복한 추억이 깃들도록 늘 고민하고 있습니다. 앞으로도 고객들이 체험하지 못한 새로운 가치를 제공하는 진정한 프리미엄브랜드로 자리매김할 것을 약속합니다. 변함없는 사랑과 성원을 보내주시는 고객 여러분께 전 임직원을 대표하여 깊은 감사의 말씀을 드립니다.