

一流(일류)만의 차별화된 고객 경험을 창출하는 신한카드



라이프파이낸스 플랫폼 기업으로서 시장주도권 확보

신한카드는 지난 5년간의 '딥(Deep) 전략' 성과를 바탕으로 2022년 전략방향을 '딥플레이(Deep-play)'로 설정하고 그동안 다져온 1등 사업자의 핵심 역량(Deep)과 플랫폼 기업을 향한 새로운 진화(pLay)를 더해, 라이프파이낸스 플랫폼 기업으로서 시장 주도권을 확보해 나가고 있다. 이를 위해 카드 본업의 영역인 지불결제 시장에서 1등 시장지배력과 일류(一流) 혁신으로 차별화된 우위를 지켜 신한카드만의 든든한 성장 토대를 강화하고 있다. 또한 마이카(MyCar)·마이샵(MySHOP)·신한카드 올댓 등 생활 플랫폼 영역을 확대하고 오픈뱅킹(OpenBanking)·마이데이터(MyData)·마이크레딧(MyCredit) 등 미래사업 고도화와 종합지급결제업의 새로운 접목을 통해 사업 포트폴리오를 지속 확장 중이다. 또한 업계 최고 역량의 데이터와 디지털 혁신을 통해 진정한 '딥테크(Deep-tech) 기업'으로 거듭나 고객 한 사람, 한 사람의 마음에 향하는 '더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융'의 경험을 선사하며 일·사람·환경 모든 것을 바꾸는 문화 리부트(RE;BOOT)로 지속 성장을 이끄는 신한카드만의 새로운 문화를 정착해 나가고 있다.

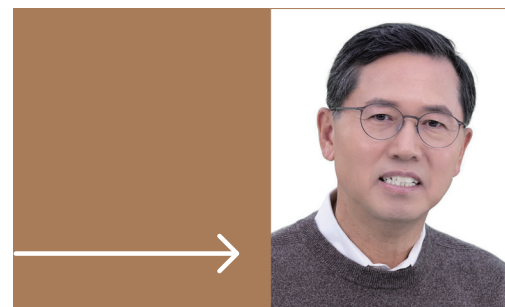
차별화된 고객 경험을 위한 ESG 경영과 맞춤형 문화콘텐츠 제공

신한카드는 기업의 사회적 책임을 다하고자 카드 브랜드와 ESG 역량을 바탕으로 지역 사회에 선한 영향력을 전달하고 있다. 신한카드 본사가 위치한 을지로의 거리 환경 개선을 위한 활동과 다양한 지역 공공디자인 사업을 진행해 차별화된 고객 경험을 제공하는 동시에 침체된 지역 경제 활성화에도 기여하고 있다.

또한 신한카드는 메세나 기업으로서 문화예술산업 발전에 앞장서고자 국내 대표 복합문화공간인 '블루스퀘어'와 스폰서십을 통해 대규모 공연 인프라와 양질의 고객 맞춤형 문화콘텐츠를 제공함으로써 2,800만 신한카드의 고객과 문화예술업계의 가교 역할을 충실히 이행 중이다. 최근에는 블루스퀘어 신한카드홀에 뮤지컬 라운지 컨셉의 휴게 공간을 새롭게 오픈해 공연장을 찾은 관람객에게 다채로운 경험을 제공하고 있다.

이처럼 신한카드는 신한금융그룹의 ESG 전략에 발맞춰 지역경제 활성화를 지원하고 문화예술계를 후원하는 등 상생의 가치를 전파하는 활동을 지속해서 펼쳐나갈 것이다.

신한카드는 업계 최다 2,800만 고객과 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신용카드 브랜드다. 끊임없는 연구와 혁신을 통해 차별화된 혜택을 제공함으로써 신용카드 시장을 선도하며 고객 만족을 위해 노력하고 있다. 그뿐만 아니라 명실상부한 국내 1위 카드사인 신한카드는 '카드業'을 넘어 진정한 '라이프파이낸스' 기업으로 '業의 프레임'을 전환하여 고객 일상의 '특별한 경험'을 창출하고자 힘차게 나아가고 있다.



신한카드(주) 대표이사 임영진

신한카드가 프리미엄브랜드지수 신용카드 부문에서 13년 연속 1위 브랜드로 선정됨과 동시에, 체크카드, 앱카드, 자동차할부 3개 부문에서 1위 브랜드로 선정되어 매우 영광스럽게 생각합니다. 신한카드는 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신용카드로 인정받고 있습니다. 변함없는 사랑과 성원을 보내주시는 고객 여러분께 전 임직원을 대표하여 깊은 감사의 말씀을 드립니다.