



광주은행 본점 전경

## 광주은행, '한국산업의 브랜드파워' 지방은행 부문 3년 연속 1위

지난 4월 광주은행 본점에서 현판식이 열렸다. 2020년도 '한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 지방은행 부문에서 3년 연속 1위를 차지한 광주은행이 지역민과 함께 이뤄낸 결실을 축하하는 자리였다. 올해로 22회째를 맞는 '한국산업의 브랜드파워'는 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 1998년 국내 최초로 개발한 브랜드관리 모델로, 대한민국 소비생활을 대표하는 각 산업의 제품과 서비스, 기업의 브랜드 경쟁력을 측정하는 브랜드 평가제도다.

이번 조사는 지난해 10월 중순부터 올해 1월 중순까지 서울과 6대 광역시에 거주하는 만 15세 이상 만 60세 미만의 남녀 1만천 800명을 대상으로 1대 1 면접 조사를 통해 이뤄졌다. 광주은행은 이미지와 선호도, 이용 가능성 등 로열티 항목에서 높은 평가를 받아 2018년부터 3년 연속 지방은행 부문 1위에 선정되는 쾌거를 이뤘다.

한국능률협회컨설팅은 “지역 내 탄탄한 영업력과 디지털뱅킹에서의 지속적인 혁신, 임직원들의 사회적 책임에 대한 헌신적인 노력의 결과로 좋은 결과를 얻을 수 있었다”며 광주은행의 수상을 축하했다.

송중욱 광주은행장은 “이번 선정은 한결같은 성원을 보내주시는 광주·전남 지역민과 고객이 있었기에 가능했다”며 “최근 소비자의 구매 의사결정 기준이 서비스의 질과 만족 중심의 효용으로 변화함에 따라 금융서비스, 브랜드 홍보에도 트렌드에 발맞춘 끊임없는 변화와 혁신이 필요하다”고 말했다.

송 은행장은 “금융의 디지털화로 급변하는 경영환경과 치열한 시장경쟁 속에서도 고객의 마음을 포용하는 상품과 서비스의 개발, 이익 이상의 가치를 추구하고자 하는 진심을 담은 고객과의 소통 등이 '광주·전남 대표은행'이라는 광주은행의 브랜드 강화

에 힘을 실은 것 같다”고 덧붙였다.

광주은행은 ‘희망이 꽃피는 공부방’과 ‘희망이 꽃피는 꿈나무’ 선정, ‘다문화가정 문화교실’ 등 다양한 사회공헌활동을 지속해서 펼치며, 기업의 사회적 책임에 최선을 다해 상생경영을 실천하고 있다. 특히 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 지역경제에 닥친 어려움을 지역민과 함께 이겨내고자 하는 광주은행의 노력은 지역사회 곳곳에 온정을 전파하고 있다.



1 한국산업의 브랜드파워 지방은행 부문 3년 연속 1위 현판 제막식 2 송중욱 은행장(왼쪽)이 코로나 긴급구호 성금 1억원을 전달한 뒤 김영록 전남지사(가운데)와 기념 촬영을 하고 있다. 3 광주은행 임직원들이 성금을 모아 취약계층과 의료진에 긴급구호 박스 700개를 전달했다.

지난 3월부터 지역 신용보증재단과의 업무 위탁 체결을 통해 보증 상담, 서류접수, 현장 방문, 보증약정 등의 업무를 직접 대행 처리 중이다. 광주신용보증재단 본점과 지점에 직원 40여명을 파견해 주야간으로 접수서류를 보완하고 보증서 조기 발급 업무를 지원하고 있다. 지역 소상공인과 자영업자에게 신속한 코로나19 피해자금 지원이 이뤄질 수 있도록 발 빠르게 움직이고, 종합 상황반 운영과 145개 전 영업점에 코로나19 피해상담 전담창구를 개설하는 등 노력을 이어가고 있다. 또 광주시청과 전남도청에 마스크 각 3만개와 긴급구호 성금 각 1억원, 목포·순천·여수·나주시에 후원금 각 1천만원을 전달해 코로나19 확산 방지와 지역경제 피해를 최소화하기 위한 나눔 활동에도 적극적으로 앞장섰다.

임직원의 자발적인 성금으로 마스크와 핸드워시, 식료품 등 19종으로 구성된 긴급구호 박스 700상자를 직접 제작해 광주 동·서·남·북·광산구청을 통해 도움이 필요한 지역의 취약계층에 전달하고, 전남대병원, 조선대병원, 빛고을전남대병원, 광주시립요양병원 진료소의 의료진에게 전달하기도 했다.

광주은행은 이번 수상이 한결같은 성원과 신뢰를 보내준 광주·전남 지역민과 고객이 함께했기 때문이라고 말했다. 고객을 향한 진심이 깊어지고, 고객을 공감하는 소통이 더해가며 광주은행은 급변하는 경영환경과 치열한 시장경쟁 속에서도 ‘광주·전남 대표은행’의 브랜드 힘을 발휘해 나갈 것이다. ⑦

