



1 광주은행 캐릭터 런칭식 2 광주은행 캐릭터 런칭식에 송중욱 은행장이 참석했다.

## 광주은행 캐릭터 'KJBEARS' 응이·달이·단지를 소개합니다!

지난 6월 광주은행 본점에서는 새로운 가족 'KJBEARS' 응이와 달이, 단지의 탄생을 축하하는 캐릭터 런칭식이 열렸다. 런칭식에서는 오랜 기간 고심해 광주은행의 브랜드 가치를 담아낸 캐릭터에 대한 탄생 배경, 앞으로의 홍보 마케팅 전략 등이 공개됐다. 임직원들은 한자리에 모여 '응이·달이·단지'의 첫걸음을 축하했다.

'KJBEARS' 캐릭터 개발은 기존에 금융 브랜드가 가지고 있는 경직된 이미지를 탈피하고, 더 친근한 이미지로 고객에게 다가갈 수 있는 광주은행의 새로운 도전이다.

금융의 디지털화와 생활밀착형 금융 패턴이 대두하고, 갈수록 치열한 금융환경 속에 주거래은행의 개념이 점차 열려지고 있는 시대에 단순 금융서비스 제공은 더는 고객의 만족을 끌어낼 수 없다는 고민에 봉착한 광주은행이 한계를 뛰어넘는 새로운 변화와 시도를 시작했다.

KJBEARS는 다양한 연령층의 소비자에게 '광주은행' 브랜드에 대한 매력을 보일 수 있는 마케팅과 함께 고객과 소통의 통로를 더욱 넓혀 '광주·전남 대표은행'의 브랜드에 빛을 더하기 위해 탄생했다.

기존의 틀에 박힌 정보전달식의 마케팅이 아니라 캐릭터를 통해 고객의 감성을 자극하는 상품 정보 전달은 상당한 마케팅 효과를 끌어낼 것으로 기대된다. 특히 새로운 변화에 따른 영향을 크게 받는 유스(Youth)고객을 유인해 미래 고객을 확보하는데도 캐릭터 마케팅 활용은 유용할 것으로 내다보고 있다.



광주은행은 KJBEARS 캐릭터를 각종 금융상품과 인터넷·스마트·모바일웹뱅킹과 같은 디지털 금융 플랫폼에서 고객과 소통의 창구로 활용함으로써 브랜드 홍보 및 마케팅에 박차를 가할 계획이다.

가장 먼저 카드 및 통장 등 금융상품과 비대면 채널 금융 프로세스에 KJBEARS 캐릭터를 디자인으로 활용한다. 지금까지 상품의 디자인보다 할인율과 금리 혜택 등에 관심이 더 컸다면 이제는 자신의 개성이나 취향을 담은 상품의 디자인 또한 금융 소비 선택에 중요한 영향력을 미친다.

최근 반려동물 시장 규모가 확대됨에 따라 펫팸(Pet-Fam)족을 겨냥해 광주은행에서 출시한 '멍이냥이카드'는 반려동물 관련 업종에서 이용할 때 10% 캐시백을 제공한다. 이러한 금융 혜택에 고객의 반응이 뜨거웠지만, 그보다 가장 먼저 시선이 머문 곳은 자신의 반려동물 사진을 카드에 삽입해주는 서비스였다. 자신의 반려동물 사진이 담긴 나만의 카드를 가질 수 있다는 것만으로도 고객의 관심을 유도하는데 큰 성과를 거뒀기 때문이다. 또 메신저 이모티콘, 캐릭터 인형 등 고객을 위한 굿즈를 제작해 온·오프라인에서 광주은행에 대한 친숙한 이미지를 부각하며 브랜드 인지도를 높이는 데 활용할 예정이다.

광주은행은 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 매체로 광주은행의 각종 정보, 행사, 신상품 등을 소개하며, 적극적인 홍보와 공유 활성화에 힘쓰는 한편, 은행의 상품과 서비스 프로세스에 대한 고객의 의견을 반영하고, 개선하기 위한 소통 채널로 '톡톡(Talk-Talk) 자문단'을 운영하고 있다.



3 광주은행 전경 4 광주은행, 펫팸족 위한 '멍이냥이카드' 출시

송중욱 광주은행장은 런칭식에서 “고객 중심·지역 밀착경영으로 항상 고객의 가장 가까이에서 인생의 동반자, 금융 파트너가 되고자 여러 방면에서 힘을 기울이고 있다”며 “이번 광주은행 캐릭터

개발 또한 금융의 딱딱한 이미지를 벗고 고객에게 더욱 친근하게 다가갈 수 있는 행복한 금융을 선사하고자 하는 마음에서 시작됐다”고 말했다. 송 행장은 “상품 및 프로세스 개발을 비롯한 금융 서비스에서부터 고객님과 마음을 나누는 사회공헌활동까지 캐릭터를 활용한 홍보와 마케팅을 통해 광주·전남 대표은행을 넘어서는 브랜드로서 입지를 확고히 다지고, 고객에게 신뢰와 사랑을 받는 금융 브랜드로 거듭날 수 있도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다. ●