

**① 2030세대 대상 건강보험에 대한 고정관념을 전환하여 건강보험 친숙도를 높일 수 있는 마케팅 커뮤니케이션 전략**

- 당사 건강보험 가입고객 연령별 비중을 보면 20대와 30대의 비중이 현저히 낮은 상황으로, 2030세대 대상 인식 개선이 필요한 시점
  - 본 과제에서의 '건강보험'은 '보험회사가 질병이나 상해로 인해 발생하는 치료, 입원, 수술, 진단 등에 대해 약정 금액을 지급하는 보험상품'을 의미하며, 암보험, 치매보험, 어린이보험 등 다양한 건강보험 상품이 존재
    - \* '국민건강보험'과 실제 발생 의료비를 보장하는 '실손보험'은 본 과제 범위에서 제외
- 당사는 건강보험 상품 판매를 넘어 헬스케어를 연구하고, 건강관리 앱인 '애니핏플러스'를 운영하는 등 고객의 일상 속 건강관리 지원 체계를 구축해오고 있음
  - 다만 본 과제는 앱 서비스 기능 개선 혹은 신규 앱 제안이 아닌, 2030세대 대상 건강보험에 대한 고정관념을 전환하고, 건강보험이라는 개념, 필요성을 효과적으로 인지시킬 새로운 차원의 마케팅 커뮤니케이션 전략 제안을 목적으로 함

**② 2030세대 공략을 위한 삼성화재 '보험 선물하기' 마케팅 커뮤니케이션 전략**

- '보험 선물하기'는 보험상품을 선물처럼 간편하게 보낼 수 있는 서비스로, 가족, 친구 등에게 보험상품을 메시지 카드와 함께 결제해서 선물하고, 수신자가 정보를 입력하면 보험 가입이 완료되는 구조
  - 당사는 업계 최초로 '해외여행보험 선물하기'를 출시한 이후, '골프보험', '원팀골프보험', '원데이 자동차보험', '수도권 지하철 자연보험' 등 다양한 선물하기 상품을 확대해옴
  - 온라인 기반 선물 문화 확산에 맞춰 보험을 '관심과 배려를 표현하는 수단'으로 재해석하며 새로운 수요를 창출해 왔으며, 모바일 중심의 간편 가입 구조와 합리적인 가격대를 통해 2030세대의 라이프스타일과 접점을 형성하고 있음
- 본 과제는 2030세대의 '보험 선물하기' 이용 활성화를 통해 대표 서비스로 성장시킬 수 있는 차별화된 마케팅 커뮤니케이션 전략 제안을 기대