

MetLife Customer Advocacy

메트라이프생명의 고객 옹호 문화

Culture



언제나 당신 곁에 더 든든한 미래를 위해



언제나 당신 곁에, 더 든든한 미래를 위해라는 우리의 목적을 실현하기 위해, 메트라이프생명에는 다음 세 가지 방식으로 실천해 나갑니다.

- ✓ 업계, 규제, 경제, 정치 환경에 대한 깊이 있는 이해를 바탕으로 기회를 포착하고,
- ✓ 가치 있는 일에 우선순위를 두며,
- ✓ 신속하고 체계적으로 실행합니다.

With All Kindness in the World

고객의 관점에서 가장 필요한 상품과 서비스를 제공하는 것,
메트라이프생명이 추구하는 고객 옹호 문화입니다.

고객의 의견을 신중히 경청하고, 고객의 관점에서 가장 필요한 상품과 서비스를 제공하며, 모든 임직원과 설계사가 생명보험이 고객의 삶에 미치는 영향과 송고한 가치를 생각하며 업무를 수행하는 것, 메트라이프생명이 추구하는 고객 옹호 문화입니다.

지난 36년의 긴 시간동안 메트라이프생명은 시장 환경과 라이프스타일 변화 등 시대의 흐름에 따라 진화하는 고객의 요구에 귀 기울이고, 생명보험의 소중한 가치를 전하며 고객의 건강과 자산을 보호해 왔습니다.

이처럼 고객의 관점에서 가장 필요한 상품과 서비스를 제공하기 위해, 메트라이프생명의 모든 임직원과 Agent는 생명보험이 고객의 삶에 미치는 영향과 가치를 생각하며 고객 옹호 문화를 실천해오고 있습니다.

대표이사 송영록




고객의 생각에서 시작합니다.

고객 옹호(Customer Advocacy)란
고객의 입장에서 생각하고, 고객의 이익을
최우선으로 고려하는 자세 또는 행동을 의미합니다.

단순히 고객을 만족시키는 것을 넘어서,
고객이 진정으로 원하는 바를 이해하고
이를 실현하기 위해 조직이 적극적으로 나서는 것입니다.

쉽게 말하면,
“우리가 고객의 편에 있다고 느끼게 하는 것”입니다.

고객 옹호, 이렇게 실천해요!

- ✓ 고객의 상황을 공감하고,
- ✓ 고객에게 진짜 도움이 되는 방향을 제안하며,
- ✓ 언제나 고객 편에서 신뢰를 우선합니다.

Customer Focus
고객 중심

그 이상의 **고객 옹호**
Customer Advocacy

메트라이프생명의 고객 서비스 약속

고객의 행복을 위한 여정의 시작입니다

Our Service Charter

Customer-centric 고객중심

고객의 입장에서 먼저 생각하고 행동하는 것,
그것이 우리의 최우선 가치입니다.



Diversification 채널, 상품 다각화

다양한 채널을 통해
언제 어디서나 고객과 소통하며,
혁신적인 상품으로
고객의 곁을 지키겠습니다.



Differentiation 차별화된 서비스

고객 한 분 한 분의 니즈를 깊이 이해하고,
맞춤형 보장과 세심한 서비스를 제공할 것입니다.



Community 지역사회 상생

지역 사회와 함께
지속 가능한 가치를 만들어 가겠습니다.



AI and Digital AI를 통한 혁신

AI와 디지털 혁신으로
더 똑똑한 맞춤 서비스를 제공하고,
고객의 일상을 더 쉽고 풍요롭게 만들겠습니다.



Customer Advocacy(고객 옹호)를 위한 메트라이프생명 임원의 약속과 다짐

고객을 행복하게 하는 것. 고객의 편이라고 느끼게 하는 것.

기본적이지만 가장 중요한 것에 다시 한번 집중하기 위한 메트라이프생명 주요 임원진의 서비스 약속을 지금 소개합니다.



고객이 납부하신 보험료, 보험금으로
또 환급금으로 필요하신 때에 차질
없이 돌려드릴 수 있도록 안정적으로
운용하고 잘 관리하겠습니다.

변액보험 고객님들께는 고객님들의
자산 증식을 위해 최선의 결과를 돌려
드릴 수 있도록 업계 최상위권인
메트라이프 변액보험 펀드의 운용
수익률을 유지할 수 있도록 항상 노력
하겠습니다.

고객이 만족감을 느끼면서 구입할 수
있는 상품을 제공하는 것이 저희의
업무이자 목표입니다.

수십 년 기간의 미래에 발생할 수 있는
어려움에 대비하기 위해 가입하는
보험상품만큼, 고객이 실질적으로
원하는 가치를 제공하면서도 건전한
상품을 제공할 수 있어야 이 약속을
지킬 수 있다고 믿습니다.

이러한 과정을 통해 고객으로부터
신뢰와 선택을 받을 때, 비로소 저희
는 고객들께 자그마한 마음의 안정을
드릴 수 있고, 바로 이 선택의 순간이
고객과 저희가 연결되는 지점입니다.



장기적인 관점으로 바라보고 행동
하며, 고객과 사회, 금융시장 발전에
기여할 수 있도록 노력하겠습니다.



메트라이프의 Agent인 FSR은 보험
본연의 가치를 고객에게 직접 전달
하는 메트라이프의 얼굴이며, 고객의
재정적 안정을 지원하는 인생의
동반자입니다. 고객에게 차별화된
보험 서비스를 제공하는 Global
Sales Professional을 지속적으로
양성하는 것이 CA채널의 미션입니다.

CA 채널은 업계 최저 불완전 판매율
을 기록하고 있으며, 이는 CA 채널이
가장 고객 지향적인 보험영업 조직임
을 증명하는 지표라고 생각합니다.

앞으로도 고객에게 가장 신뢰받는
영업 조직을 만들겠습니다.

고객의 삶을 바꾸는 진심, 그 시작은
차별화된 혁신입니다. 보험은 숫자가
아니라, 사람의 이야기를 담는 약속
입니다. 저는 고객의 기대를 넘는
경험을 만들기 위해, 기술 그 이상의
'진심'을 품은 혁신을 추구합니다.

익숙함에 안주하지 않고, 고객의
니즈를 먼저 발견하고, 단 하나뿐인
차별화된 해법으로 보답하겠습니다.
변화의 파도 속에서도 흔들리지 않는
신뢰, 그 신뢰 위에 고객 중심 보험
서비스의 미래를 세워가겠습니다.
고객의 내일을 설계하는 동반자, 그
여정을 저는 오늘부터 다시 시작
합니다.



생명보험은 고객의 위험을 함께
나누는 평생의 동반자입니다.
메트라이프생명이 고객과의 약속을
지키며 든든한 동반자가 될 수 있도록,
회사의 위험을 평가 및 관리하며 재무
적으로나 비재무적으로 건전한 회사
가 되도록 하는 것이 저희의 역할
입니다.

메트라이프생명은 2023년 강화된
지급여력제도(K-ICS) 하에서 보험
업계 최상위의 지급여력비율을 보여
주고 있으며, 체계적인 위험관리
프로세스를 갖추어 미래에 예상치
못한 경제적, 사회적 위기 상황이
오더라도 안정된 재무건전성이 유지
되도록 늘 노력하겠습니다.

곽재일 이사
CPC (Customer/Product/Channels)

김민철 이사
Investment

김성환 부사장
CA Channel

김선희 이사
혁신경영

김성희 전무
Risk Management

Our Leadership Message

우리가 하는 모든 업무는 고객과 가장 가까운 곳에 맞닿아 있습니다. 보험 가입부터 계약 유지, 사고 발생 시 보험금 청구에 이르기까지 고객의 여정 전반에서 무엇이 필요한지를 깊이 이해하고, 빠르고 정확한 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.



고객 옹호의 실천이란, 단순히 고객을 응대하는 것을 넘어 고객의 입장에서 생각하고 행동하는 것이라 믿습니다. 고객이 불편을 겪지 않도록 먼저 고민하고, 기대 이상의 경험을 드릴 수 있도록 모든 판단의 중심에 고객을 두겠습니다. 고객과의 긴 약속, 언제나 고객의 곁에서 고객의 생각으로 지켜 나가겠습니다.

김수연 전무
Operations



오랜 기간 아들이 보험회사에 근무했지만, 아직까지도 저의 부모님은 보험 용어를 잘 이해하지 못하십니다. 종종 설명을 드려도 어려워하시고, 저에게 “니가 알아서 해줘”라고 부탁하십니다. 아직도 저의 아내는 보험이 왜 필요한지 막연히 이해하고는 있지만, 필수적인 것으로 이해하고 있지 않습니다.

훗날 언젠가 나의 어린 자녀들의 비슷한 질문에 보험이 왜 필요한지, 삶에서 어떤 의미인지를 설명할 날을 상상해 봅니다.

나와 연결된 모든 고객님들도 나의 가족을 대하는 마음으로 가까이 가겠습니다.

김준호 상무
SA Channel

메트라이프의 상품과 서비스는 고객의 긴 인생 여정 동안 제공되는 고객과의 약속으로, 우리는 오랜 기간 고객의 신뢰를 유지할 수 있어야 합니다.



회사가 제반 법 규정을 준수하고, 고객의 정보를 보호하며, 임직원이 높은 윤리 의식을 바탕으로 업무를 수행하도록 함으로써 신뢰받는 회사가 되도록 노력 하고 있습니다.

김지은 전무
Compliance

고객 여러분께 최고의 가치를 전달하기 위해, 기술 전략을 수립하고 안정적이고 효율적인 서비스를 제공하는 데 최선을 다하겠습니다.

변화하는 디지털 환경 속에서도 항상 고객의 관점에서 생각하고, 기술을 통해 더 나은 경험과 신뢰를 드릴 수 있도록 끊임없이 노력할 것을 약속드립니다.



박흥철 전무
IT



보험상품은 고객과의 긴 약속입니다.

만약을 대비해 가입한 상품이기에, 고객이 보험금을 수령하는 시점은 가입 후 수년, 또는 수십 년이 지난 후가 될 수 있습니다.

이렇듯 오랜 시간을 두고 쌓아 온 믿음과 신뢰를 바탕으로, 고객과의 약속을 담은 약관을 해석할 때, 혹은 복잡한 법규 또는 판례를 적용할 때, 저희는 고객의 입장에서 고객을 늘 우선시하는 마음을 갖고자 합니다.

백채은 전무
Legal

Our Leadership Message

HR은 모든 임직원이 회사의 Purpose와 가치를 중심으로 일에 의미를 찾고, 존중과 인정 속에서 소속감을 느끼며, 미래에 대한 기대감을 가지고 최고의 역량을 발휘할 수 있도록 지원하는 문화를 조성하고 있습니다. 이를 위해 다양한 제도와 프로그램을 설계·운영하며, 임직원이 자발적으로 성장하고 몰입할 수 있는 환경을 만들어 가고 있습니다.

이러한 HR 전략과 실행은 임직원의 에너지와 열정을 상품과 서비스의 혁신으로 연결시키고 있으며, 궁극적으로 고객에게 제공하는 가치 향상과 차별화된 고객 경험으로 이어지고 있습니다. 앞으로도 HR은 임직원의 성장을 기반으로 고객의 신뢰와 만족을 높이고, 지속 가능한 성장을 지원하는 데 기여하겠습니다.



사정혜 상무
HR



메트라이프생명은 고객님들의 기나긴 인생 여정의 동반자로서, 금융소비자 보호 원칙이 금융상품 설계부터 판매, 사후관리까지 전 과정에 걸쳐 실효성 있게 적용되도록 최선을 다하고, 금융소비자의 신뢰 구축과 권익 강화를 위해 소비자보호를 중시하는 조직 문화를 확립하는데 부단한 노력을 기울이겠습니다.

또한 장애인, 노년층 등 취약계층의 소비자보호에 최선의 노력을 다함으로써 금융소비자 보호라는 커다란 목표를 달성하는데 최선의 노력을 다하겠습니다.

왕철호 상무
금융소비자보호

사람들은 미래에 발생할 수 있는 사고에 대비하기를 원합니다. 이를 위해 보험회사는 고객이 원하는 상품을 만들어 제공합니다.

보험사고는 미래에 발생하기 때문에 고객은 내가 가입한 보험료가 적정한지, 향후에 보험금은 받을 수 있는지 걱정을 합니다.



우리는 회사가 고객에게 제공한 상품이 문제가 없는지 보험료가 적절한지 확인합니다. 또한 고객이 가입한 상품이 미래에 필요한 보장을 받을 수 있도록 적절한 책임준비금을 쌓고, 이것이 정확한지 확인을 함으로써 회사의 재무 건전성을 높입니다.

윤지원 이사
선임계리



최고의 마케팅은 사랑하는 사람을 대하듯이 고객에게 관심을 가지고, 고객의 마음을 이해하고, 고객의 눈으로 나를 바라보는 것에서 시작합니다.

저희가 하는 모든 일들은 이처럼 하나도 빠짐없이 고객을 섬기기 위한 것입니다. 일상의 업무 속에서 이를 중심에 두고, 매일 반복되는 일 가운데 항상 기억한다면, 고객은 메트라이프 생명을 더 많이 알게 되고, 더 깊이 신뢰하고, 더 오래 사랑 하게 될 것입니다.

거액의 광고비보다 더 효과적이고, 오래가는 메트라이프 브랜드를 만들어 가겠습니다.

전원태 전무
Marketing

보험은 고객들에게 생애 주기에 맞는 적절한 보장과 재무적인 안정을 제공하는 사업으로 법규에 맞는 건전한 영업 원칙을 준수하여, 고객이 본인에게 적합한 보험상품을 선택할 수 있도록 도와야 합니다.



또한 고객의 신뢰가 변함없이 지속될 수 있도록 회사 내 좋은 소식, 혁신적인 상품과 서비스, 그리고 우리만의 강점을 지속적으로 전달하여, 고객 접점이 되는 곳이면 어느 곳에서도 메트라이프를 신뢰하고 선택할 수 있도록 지원하고 소통하겠습니다.

정은영 상무
CBS

Our Leadership Message

고객이 납입한 보험료를 관리하여 어떤 상황에서도 약속한 보험금이 지급될 수 있도록 준비합니다.

투명한 재무 관리를 통해 회사의 지속 가능성을 보장하고 이를 통해 고객이 약속된 혜택을 안정적으로 받을 수 있도록 중요한 역할을 수행합니다.



정익선 부사장
Finance



고객의 이익과 신뢰를 가장 중요하게 생각하는 파트너 GA의 Agent가 메트라이프생명의 상품과 서비스를 고객에게 제안할 수 있도록 하겠습니다.

제안한 메트라이프생명의 상품과 서비스가 제대로 관리되고, 중요한 순간에 제대로 역할을 할 수 있도록 파트너 GA의 Agent와 소통하도록 하도록 하겠습니다.

GA Agent가 오래도록 고객님의 파트너로 함께 할 수 있도록 Partner GA가 지속적으로 성장할 수 있도록 역할을 다하겠습니다. GA Agent를 통해 고객과 연결되는, 사람이 중심이 되는 비즈니스가 가장 중요한 것임을 놓치지 않겠습니다.

조기상 전무
GA Channel

보험업은 고객과의 건강한 파트너십을 바탕으로, 전문성과 신뢰도가 무엇 보다 중요합니다.



내부감사팀은 회사가 보험업의 복잡한 요구사항을 충족하고 업계 표준을 준수할 수 있도록, 업무 절차를 세심하게 점검하고 잠재적인 위험을 미리 파악하며, 내부 통제의 적정성을 독립적으로 평가합니다.

이를 통해 고객이 안심하고 선택할 수 있는, 신뢰받는 보험회사로 성장 하는데 기여하겠습니다.

하영운 이사
Internal Audit

이 회사가 우리 사회와 지역에 얼마나 기여하고 있을까? 우리 지역을 위한 의미 있는 일을 하고 싶은데 어디서 어떻게 알아봐야 하지? 우리의 고객들이 가지고 있는 생각입니다.

재단은 매년 7,000명 이상의 임직원, 재무설계사 뿐만 아니라 고객과 함께 다양한 사회 공헌활동을 실행하고 있으며, 이를 통해 개인이 삶의 보람을 느끼고 메트라이프에 대한 신뢰를 높이는데 노력하고 있습니다.



황애경 이사
Foundation



Customer Calendar

Week 1

고객의 소리에 귀 기울이기
고객을 이해하는
첫걸음은 경청입니다.

01 INSIGHT
“우리 고객이 진짜 원하는 건 무엇일까?”
오늘 하루 고객의 입장에서 시작해보세요.

02 FACT
고객은 우리 회사의 모든 접점에서 브랜드를 경험합니다.
고객의 사소한 경험이 전체를 결정합니다.

03 REFLECT
당신의 하루를 돌아보세요.
오늘 한 일 중 고객에게 직접적 또는 간접적으로 영향을 준 일은 무엇인가요?

04 ASK
고객 편의와 관련된 내 업무 요소는 무엇이 있을까요?
개선할 수 있는 작은 포인트를 찾아보세요.

05 ASK
당신은 직접적 또는 간접적으로 어떤 고객을 지원하고 있나요?
개인, 법인, 내부 고객 등 다양하게 생각해 보세요.

06 ACTION
팀과 함께 고객의 페르소나를 만들어보고, 고객 여정을 그려보세요.

07 CHECK-IN
일주일동안 고객 관점에서 얻은 가장 큰 인사이트는 무엇인가요?
짧게 생각하고 정리해봐요.

Week 2

내가 할 수 있는 것을
생각해보기
고객 옹호를 위한 작지만 강한 방법을 생각해볼까요?

08 ACTION
최근 VOC를 보고, 개선 아이디어 1가지를 기록해 보세요.

09 INSIGHT
고객이 자주 반복하는 요구사항에는 그만큼 이유가 있습니다.
무엇을 말하고 있는걸까요?

10 FACT
고객 피드백은 개선의 출발점이자, 신뢰 회복의 기회입니다!

11 REFLECT
고객이 말하지 않아도 느낄 수 있는 불편은 무엇이 있나요?

12 ACTION
팀 내 VOC 공유시간을 정하고, 각자 1가지 개선 의견을 제안해 보세요.

13 ASK
고객의 소리를 내 업무에 실질적으로 반영한 적이 있나요?
어떤 방식이었나요?

14 CHECK-IN
이번 주 고객 피드백 중, 조직의 변화로 이어질 수 있는 인사이트는 무엇인가요?

Week 3

고객 옹호 실천에 옮기기
작은 행동 하나가 고객의 경험을 바꿉니다.

15 INSIGHT
고객을 감동시키는 건 거창한 것이 아니라 사소한 배려일 수 있습니다.

16 REFLECT
오늘 고객을 감동시키는 일이 있었다면, 그 순간은 무엇이이었을까요?

17 ASK
보다 혁신적이고 새롭게 고객에게 서비스를 제공하는 방법을 찾아보세요.

18 ACTION
고객을 위한 한 가지 ‘작은 실천’을 해보세요.

19 INSIGHT
고객 감동은 KPI보다 먼저, 동료와 함께 협업하는 태도에서 시작됩니다.

20 ACTION
나만의 ‘고객 감동 사례’를 작성해 공유해 보세요.
실천이 모이면 문화가 됩니다.

21 CHECK-IN
이번 주에 실천한 고객 감동 행동을 하나 이상 기록하고, 동료와 공유해 보세요.

Week 4

더 나은 방향을 위해
되돌아보기
한달 간의 고객 옹호 실천을 돌아보세요.

22 INSIGHT
고객 옹호 문화는 혼자 만드는 게 아닙니다.
내가 팀에 끼친 영향은 무엇인가요?

23 REFLECT
협업 과정에서 고객 옹호적인 관점이 잘 반영되고 있나요?
점검해 보아요

24 ACTION
고객 옹호 아이디어를 제안하고, 팀 회의 안건으로 올려주세요.

25 ASK
타 부서와 협업할 때 고객의 입장에서 설명하고 소통한 적이 있나요?

26 ACTION
고객 옹호 가치나 사례를 담은 이메일/메시지를 팀에 공유해 보세요.

27 INSIGHT
고객 옹호는 말보다 태도입니다.
일상의 언행이 고객을 향하고 있는지 돌아보세요.

28 ACTION
고객 옹호 문화 확산을 위한 메트라이프의 고객 서비스 약속을 되짚어 보세요.

29 FACT
고객에 대한 당신의 생각은 고객을 대하는 행동으로 나타납니다.

30 CHECK-IN
한달 간의 실천 중, 가장 의미 있었던 고객 옹호 행동은 무엇이 있었나요



365일 고객 생각하기

메트라이프생명 임직원 모두 고객 옹호 문화를 위해 매일 노력합니다.



1. 보험계약 체결 전 상품설명서 및 약관을 확인하시기 바랍니다.
2. 메트라이프생명보험 및 모집종사자는 해당 상품에 대해 충분히 설명할 의무가 있으며, 가입자는 가입에 앞서 이에 대한 충분한 설명을 받으시기 바랍니다.
3. 본 광고는 광고심의기준을 준수하였으며, 유효기간은 심의일로부터 1년입니다.
4. 보험 계약자가 기존 보험 계약을 해지하고 새로운 보험계약을 체결하는 과정에서 질병이력, 연령증가 등으로 가입이 거절되거나 보험료가 인상될 수 있습니다.
가입 상품에 따라 새로운 면책기간 적용 및 보장 제한 등 기타 불이익이 발생할 수 있습니다.

준법감시인확인필_1003_2506_001161 (2025/06/11 ~ 2026/06/10)

메트라이프생명보험(주)

서울특별시 강남구 테헤란로 316 메트라이프타워, 06211

콜센터 : 1588-9600

www.metlife.co.kr