

# 혁신 조직으로 거듭나는 오렌지라이프 업계 최초로 '애자일' 조직 전격 도입



스쿼드는 업무를 처음부터 끝까지 책임지는 '엔드 투 엔드'(End to End) 방식으로 처리한다.

상품과 서비스에 고객의 피드백을 최대한 빠르게 반영하기 위함이다.

동시에 '부사장-중간 관리자-직원'으로 구성된 기존의 수직적 위계질서를 없애 구성원의 업무 자율성을 증대시키고 임직원 간 자유로운 커뮤니케이션이 가능하도록 했다.

오렌지라이프는 이를 통해 고객을 위한 아래로부터의 혁신, 디지털 세대에

4차 산업혁명의 물결과 신기술의 진보는 전 산업 분야에 전례 없는 불확실성을 야기하고 있다. 기술 변화와 가장 밀접하게 맞닿아 있는 분야인 IT 업계의 조직 형태도 전통적 조직 대신 유연성이 극대화된 형태의 '애자일'(Agile) 조직으로 변화하는 추세다.

오렌지라이프(옛 ING생명)가 지난 4월 업계 최초로 애자일 조직을 전격 도입해 고객과 업계의 주목을 받고 있다.

모든 업무를 고객 관점에서 빠르고 유연하게 수행하는 '고객 중심 혁신조직'으로 거듭나겠다는 게 오렌지라이프의 목표다.

오렌지라이프는 애자일 조직 도입과 함께 '일하는 방식' 또한 과감하게 바꿨다.

이를 위해 본사 직원 500여 명 중 재무·리스크·채널 관리 등 사업의 근간이 되는 부서를 제외하고, 약 50%에 해당하는 200명의 직원을 애자일 조직 소그룹으로 배치했다.

고객의 행동 흐름에 따라 △ 신규 고객 유치를 위한 고객 인입 트라이브 △ 기존 고객의 만족도 제고를 위한 고객유지 트라이브 △ 고객자산가를 위한 HNW트라이브 등 총 3가지 대조직(Tribe)을 신설하고, 그 아래에 실무를 맡는 소그룹(스쿼드) 18개를 꾸렸다. 9명 규모 소그룹인 스쿼드(분대)는 영업, 마케팅, 상품기획, IT 등 각 부서 직원들을 한데 모아 부서 간 경계를 허물고 멀티기능(Cross-function)을 수행할 수 있는 형태로 구성했다.

의한 디지털 혁신이 활성화될 것으로 기대하고 있다.

애자일 조직 도입 초기이긴 하지만, 직원들은 "업무 스피드가 빨라졌다" "업무를 바라보는 시야가 넓어졌다" "전체 업무 흐름을 공유할 수 있다"는 등의 긍정적인 반응을 보인다.

정문국 오렌지라이프 사장은 "부서 간 장벽을 허물고 여러 기능의 조직원을 하나의 스쿼드로 구성해 업무에 관한 모든 권한을 부여함으로써 고객 니즈와 시장 변화에 민첩하게 대응할 수 있도록 했다"며 "앞으로도 수평적이고 유기적인 조직 문화로 고객을 위한 진정한 혁신을 실현하고 디지털 리더가 될 것"이라고 밝혔다.

한편 오렌지라이프는 올해 초 디지털 전략인 'The Life Connected'를 통해 고객이 직접 모바일로 간편하게 보험에 가입할 수 있는 '옴니(OMNI) 청약 서비스'를 구축한 데 이어 업무 프로세스에 'RPA'(로봇틱 프로세스 자동화)를 도입하는 등 고도화된 고객 중심 서비스를 제공하는 데 앞장서고 있다.

또 영업조직의 업무 문의에 실시간으로 답변을 제공하기 위해 고객상담용 '인공지능 챗봇 서비스' 개발을 진행 중이다. ▼