이 글은 Advertising & Marketing Review 2002년 3월호에서 미쉘 보그스의 기사를 발췌, 정리한 것이다.

임시직 마케팅 전문가 활용하기

(Getting More Value from an interim Marketing Manager)

한정된 인적자원, 인사원칙, 내부전문가 발굴의 어려움과 하루가 다르게 변화하는 시장 상황 등으로 인해 마케팅인력 채용에 어려움을 겪는 경영진들은 '임시직 마케팅 관리자(Interim Marketing Manager, IMM)'를 통해 그 해결책을 찾고 있다.

아무런 기반 없이 공격적인 매출 증대 목표를 세워놓은 신생기업들 뿐만 아니라 재능 있는 인력 수급 부족에 시달리는 포춘지 선정 1,000대 기업들도 임시직 마케팅 관리자에 눈을 돌리고 있다. 또한 수익 없는 제한된 예산 아래서 임시직 마케팅 관리자는 단기간의 캠페인을 위해 비용효율적인 측면에서 해결책의 하나로 언급되고 있다. 임시직 마케팅 관리자들은 대부분 중간 간부급 이상의 독립적으로 활동하는 각 분야의 전문가들이다. 그들은 필요에 따라 2주, 두달 혹은 1년 이상 한가지 혹은 그 이상의 마케팅 관련업무를 수행한다.

기업의 입장에서 어떻게 하면 이와 같이 임시직 마케팅 관리자 채용 전략을 효율적으로 이용하고 그로부터 최대한의 성과를 거둘 수 있는가?

그들이 맡을 업무에 제한을 두지 말자

임시직 마케팅 관리자 고용의 주 목적과 기타 목적을 모두 염두에 두라.

알링턴에 있는 베이존 롱 디스턴스(Verizon Long Distance)사는 임시직 마케팅 전문가에게 마케팅 전략 수립에서부터 시장 조사, 카드 디자인 관리, 상품 개발, 고객 지원 및 텔레마케팅(Telemarketing)까지 모든 것을 맡겼다.

콜로라도에 있는 스프링스 유에스에이넷(Spring 's USA.NET Inc.)도 역시 상당히 넓은 범위의 업무를 임시직 마케팅 전문가에게 맡겼다. 이와 같은 다중 업무 부여는 매우 흔한 일이다.

해당 분야에 대한 전문 노하우

많은 기업들이 임시직 마케팅 전문가를 이용함으로써 얻는 혜택으로 각 분야별로 그들이 가진 경험과 기술을 실무적으로 잘 접목, 제공한다는 데서 찾고 있다.

셀레스티얼 시즈닝스(Celestial Seasonings)사는 트랜드 분석과 고차원적인 전략을 수립할 수 있는 경력을 가진 임시직 마케팅 전문가를 희망했다. 업무에 대한 교육이 전혀 필요치 않고 즉시 업무에 투입할 수 있기 때문이다.

사내 공백 메우기

에디슨 엔터프라이즈는 브랜딩에 경험이 있는 사람을

필요로 했지만 사내에서는 찾을 수가 없었다. 에디슨 인터내셔널의 남부 지사에서는 가정 보안장비의 리브랜딩을 위해 임시직 마케팅 전문가를 고용했다.

워싱턴에 있는 고무관련제조업협회(Rubber Manufacturers Association)는 회원관리 전반에 대한 기반 구축과 협회의 개별 이미지 재구축 및 모든 커뮤니케이션 채널의 활성화에 도움을 줄 수 있는 임시직 마케팅 전문가를 고용했다.

업무의 우선순위

사내 직원에게 동시에 두가지 이상의 업무를 맡기는 대신 임시직 마케팅 전문가를 고용하는 것이 도움이 될 수 있다.

셀레스티얼 시즈닝스는 마케팅 업무를 위해서 다른 프로젝트를 수행하고 있는 인력을 빼내는 것이 어렵다는 것을 알고는 임시직 마케팅 전문가를 고용했다.

기업들은 임시직 마케팅 전문가는 그 해당 업무를 언제든지 우선순위에 두고 처리할 수 있다고 말한다. 다른 업무를 수행하는 내부 직원의 경우는 아무래도 소홀해 질 수 밖에 없기 때문이다.

마케팅업무에서 오는 스트레스 해소

마케팅 인력 채용이 사실상 불가능할 때 임시직 마케팅 전문가를 이용하는 것은 하나의 대안이 될 수 있다.

신생기업인 싱글숍닷컴(Singleshop.com)은 적절한 마케팅 인프라도 없었고 새로 마케팅 인력을 채용할 시간도 없었다. 그래서 그들은 임시직 마케팅 전문가를 고용했다.

덴버에 있는 퀘스트 커뮤니케이션스 인터내셔널(Qwest Communications International) 또한 새로 설립되는 지사를 위한 마케팅 플랜을 개발하기 위해 임시직 마케팅 전문가를 이용했다.

숨돌리기의 수단

기업들은 적당한 인력을 채용할 시간은 없고 정해진 기한 내에는 처리해야 하는 업무 때문에 흔히 임시직 마케팅 전문가를 이용한다. 시간이 부족하다는 사실에 떠밀려 부적당한 사람을 뽑는 대신 업무는 일단 전문가에게 맡기고 적절한 인재를 찾는 시간을 충분히 가질 수 있다.

잉여 인력 운용을 피할 수 있다

기업들은 가장 중요하고 바쁠 때 필요한 인력을 충원하기 위해 임시직 마케팅 관리자를 쓴다. 한 협회는 평상시에 진행되는 업무 외에 수시로 발생하는 업무에 재빨리 대응하면서도 정규 직원 수를 늘이지 않는 방편으로 임시직 마케팅 관리자를 쓴다고 말한다. 또한 단순히 몇 십개월이면 끝날 업무를 위해 사람을 채용하는 일은 피하고 싶다고 말한다.

신선한 시각

편견이 없는 제3자의 외부 시각도 임시직 마케팅 관리자를 이용하는 하나의 장점으로 꼽힌다.

셀레스티얼 시즈닝스사는 임시직 마케팅 관리자는 흔히 언제나 업무에 도움이 된다고 말할 수는 없으나 애착이나 감정적인 접근 없이 프로젝트에 대한 객관적인 시각을 제공한다고 말한다. 임시직 마케팅 관리자는 프로젝트에 대해 현실적인 검토를 해줄 수 있다. 왜냐하면 내부 직원들은 자신들의 결정이 가져올 정치적인 영향을 염두에 둘 수 있는데 반해 임시직 마케팅 관리자들은 보다 실무적인 결정을 내릴 수 있기 때문이다. 정리 · 성윤호