

한국광고주협회는 방송광고환경의 변화에 따른 회원사들의 이해제고와 역량강화를 돕기 위해 매월KAA 강좌를 진행하고 있다. 최근 많은 기업들이 기업블로그 및 트위터를 운영하는 등 다양한 형식으로 소셜미디어를 마케팅 커뮤니케이션 수단으로 활용하고 있는 바, 지난 6월 24일 열린 6월 강좌에서는 LG전자의 강일선 차장을 초청해 성공적인 소셜미디어 활용방안에 대해 LG전자의 사례를 토대로 살펴보는 시간을 가졌다. 또 7월 22일 있었던 7월 강좌에서는 트위터 전도사로 알려진 드림위즈의 이찬진 대표와 함께 스마트폰의 확산이 예고하는 미래 비즈니스 환경의 변화에 따른 대응방안을 모색하는 자리를 가졌다.

소셜미디어 기업에게 약인가독인가



강일선 LG전자 차장은 우선 현재 기업들이 소셜미디어를 운영하는 데 어려움을 느끼는 이유로 소비자와의 직접 소통 경험 부족과 소셜미디어의 속성에 대한 이해 부족을 꼽았다. 소셜미디어를 성공적으로 운영하기 위한 필수조건으로 주제, 내용, 사람, 세 가지가 만족되어야 한다는 것이다. 즉, 소비자와 호흡하면서 지속적으로 흥미로운 이야기거리를 만들어낼 수 있는 환경이 마련되어 있다면 소셜미디어가 수백억 원의 광고효과만큼 공

정적인 기업의 이미지 제고에 그만큼 효과적이라는 것이다.

그렇다면 소셜미디어를 성공적으로 운영하기 위해서 주의할 점을 살펴보자. 먼저 현재 기업에 꼭 필요한 지를 파악해야 하며, 필요하다면 어떤 주제와 내용을 담을지, 신세계 정용진 부회장이나 두산의 박용만 회장처럼 최고 경영진의 관심과 의지 역시 매우 중요하다. 그리고 소셜미디어를 지원해 줄 자원과 운영자의 권한 확보가 중요한 데 이를 위해 강 차장은 최소한 차장급 이상이 운영을 담당함으로써 소비자의 요구에 대한 빠르고 정확한 리턴을 통해 상호교감을 높이는 것이 중요하다고 강조했다. 이상의 조건 중 하나라도 부합하지 않을 경우는 하지 않는 것이 더 낫다는 것이다.

또한 기업이 변화를 받아들일 준비 없이 단편적인 시각으로만 접근하는 것은 오히려 소셜미디어 활용이 기업 이미지에 독이 될 수 있다고 지적했다. 따라서 스마트하게 진화하는 소비자를 상대하기 위해 우선 기업이 스스로 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 체질 개선이 준비되어 있다면, 지금까지의 몇몇 사례대로 훌륭한 마케팅 커뮤니케이션 수단이 될 것이라고 강조했다. 마지막으로 아이폰을 비롯한 스마트폰이 만들어내는 시장 환경의 변화에도 지속적으로 관심을 가질 것을 당부했다.

스마트폰과 SNS시대의 온라인마케팅



이찬진 드림위즈 대표는 최근 트위터를 비롯한 소셜미디어의 열풍으로 실무자들의 피로운 심정을 이해한다는 말로 강의를 시작하면서, 흘러가는 강물을 거꾸로 거스를 수 없듯이 이왕이면 빠르게 시대의 변화에 적응하고 소비자들을 이해하려는 대처능력을 키우라고 말했다. 트위터가 소비자와 소통할 수 있는 매개로서 새로운 관계를 구축해가는 이상적인 스페이스라는 것이다. 그렇다면 성공적인 트위터 활용하기 위해서는 어떻게 해야 할까?

1 트위터로 세기된 팔란이나 의견은 트위터로 단번에 준다. 인간이 해결할 수 없는 범위를 제외한 모든 것은 통하게 마련이다. 꾸준히, 즉시, 진심으로, 다시 유쾌하고 유티 있게 풀어간다면, 고객도 자신의 이야기에 귀 기울여주고 존경 받는다는 느낌을 받고 마찬가지로 유쾌하게 소통할 수 있게 된다.

2 약속은 반드시 지킨다. 신속하게 응답하고 언급한 것은 모두 지켜야 한다. 트위터=말, 트위터를 통해 하는 것은 대화, 토론, 답답, 논의, 연애 등이다. 즉 트위터에 올린 글은 자신이 발은 말과 같으며, 그 사람과의 관계이기 때문에 더 책임감을 가져야 한다.

3 소비자에 대해 알고 싶다면 소비자의 트위터를 살펴본다. 140자의 짧은 글이기 때문에 사람들의 개인적인 성향이나 특징을 숨기기 어렵게 쉽고 간편하게 알리게 된다. 즉, 소비자의 트위터에 관심을 가지면 알아차릴 수 있다.

4 회사에서 딱 한 명만 트위터를 해야 한다면 최고경영자가 하는 것이 맞다. 즉 실제 최고경영자가 직접 확실한 트위터를 해주는 것이 가장 빠르고 가장 효과적이며, 이는 즉 의사결정권이 있는 사람이 트위터에 대응하는 것이 좋다는 뜻이다. 실제로 소프트뱅크의 손정의 사장, 두산의 박용만 회장, 신세계 정용진 부회장이 대표적인 인물이다.

5 실제 운영을 통해 노하우를 축적해야 한다. 여기서 중요한 것은 오픈 마인드와 고객의 입장을 100% 이해하려는 마음가짐이다.

마지막으로 이찬진 대표의 강의를 통해, 트위터 역시 우리네 인생과 같은 것이며, 사람들이 생각하는 보편 타당한 생각은 트위터에서도 통하는 진리라는 것을 깨닫게 해주었다. 새로운 기술이 도입됨에 따라 어떻게 접근해야 할지 두려워할 것이 아니었다. 진심은 시간이 걸리더라도 통하게 되어있기 때문이다. **3.3.3**

이순임 s0024@kaa.or.kr