

Dong-A Business Review

PDF EDITION

2008 OCT 1 Vol.18

저작권 공지

본 PDF 문서에 실린 글, 그림, 사진 등 저작권자가 표시되어 있지 않은 모든 자료는 발행사인 (주)동아일보사에 저작권이 있으며, 사전 동의 없이는 어떠한 경우에도 사용할 수 없습니다.

무단 전재 재배포 금지

본 PDF 문서는 동아비즈니스리뷰 독자 및 www.dongabiz.com 회원에게 (주)동아일보사가 제공하는 것으로 저작권법의 보호를 받습니다. (주)동아일보사의 허락 없이 PDF문서를 온라인 사이트 등에 무단 게재, 전재하거나 유포할 수 없습니다. 본 파일 중 일부 기능은 제한될 수 있습니다.

블로그 도입 전 자가진단부터

| 주니캡 | 블로거

비즈니스 블로그를 운영할 것인가, 말 것인가. 참여, 공유, 개방이라는 세 가지 키워드를 중심으로 한 웹 2.0 커뮤니케이션 환경이 비즈니스에 영향을 미치고 있다.

기업들은 비즈니스 전개에 블로그 도입을 고려하기 시작할 때 다음과 같은 의문을 갖게 된다. 우리 기업은 블로그를 개설해야 하는가. 어떤 블로그를 개설해야 하는가. 누가 블로그를 관리할 것인가. 무슨 목적으로 블로그를 해야 하는가. 블로그를 어떤 용도로 쓸 것인가.

자사, 타깃 오디언스, 경쟁사 현황 등 다양한 대내외적 환경 요소를 분석해 이러한 질문들에 대한 답을 찾을 수 있다. 기업들이 블로그 운영에 대한 자가진단을 할 수 있도록 2005년에 출간된 에델만의 첫 번째 블로그 백서가 제시한 질문리스트를 참고해 자가진단 항목을 나름대로 개발해 봤다. 이 테스트는 기업들이 비즈니스 블로그를 도입하는 데 도움을 주기 위한 것이다.

비즈니스 블로그 도입을 위한 자가진단 결과에 따라 점수대별로 추천하는 커뮤니케이션 전략은 다음과 같다.

0~10점 업계 트렌드 변화에 주목하라!

- 이 점수대의 기업은 B2B 제품을 생산하는 기업일 것으로 예상된다. B2B 산업은 아직 개인 블로거들의 주된 관심 주제가 아니기 때문에 온라인 영향력 행사자들과의 대화는 거의 필요 없을 것이다.
- 인터넷 영향력은 언젠가 자사 비즈니스와 연관될 수 있으니 웹과 타깃 소비자 또는 기업고객 변화에

주목한다.

- 자사 연관 업계의 변화를 파악하기 위해 구글 알리미 서비스를 통해 주요 기사나 블로그의 글을 구독한다.

11~20점 이슈를 모니터링하고 추적하라!

- 해당 기업은 자사 비즈니스 키워드와 관련된 영향력 있는 블로그를 찾아 모니터링하고, 관련 블로그 스피어의 이슈를 예측한다.
- 기업의 비즈니스 이슈를 관리하기 위한 온라인 대응 커뮤니케이션 전략을 개발한다.
- 자사 블로그나 영향력 있는 온라인 동호회 사이트에 올라오는 게시 글에 자사 입장을 전달할 수 있는 내부책임자를 선정한다.
- RSS 피드를 통해 자사의 웹 콘텐츠와 자료를 비즈니스와 관련된 블로그 커뮤니티 안에서 배포하는 방법을 고려한다.

21~30점 자사 브랜드와 연관된 온라인 커뮤니티를 구축하라!

- 자사의 비즈니스 키워드, 제품 및 서비스와 연관된 블로그를 하는 영향력 있는 10~20명의 블로거와 관계를 맺고, 그들을 자사의 온라인 커뮤니케이션 프로그램에 포함시킨다.
- 자사와 경쟁사에 대해 어떤 대화가 오가는지 매일 파악하고, 부정확한 글이나 의견에 대한 응답을 준비해 대응한다.
- 직원들의 블로그를 장려하기 위해 직원 블로그 가이드라인과 중요 포인트를 제공한다.

필자 주니캡(본명 이종대)은 PR 컨설팅 회사인 에델만코리아 이사로 재직 중이다. PR 2.0, 디지털 PR, 소셜 미디어, 인터랙티브 마케팅 등을 키워드로 한 블로그 'Interactive Dialogue & PR 2.0'을 운영하고 있다. www.junycap.com

No.	자가진단을 위한 질문리스트(√자로 체크)	강한 부정	부정	보통	긍정	강한 긍정
1	우리 회사는 비즈니스 이해관계자 및 타깃 소비자와의 대화에 참여할 의지가 있다					
2	우리 회사는 고객을 지원하고 이해하기 위한 온라인 커뮤니케이션 전략을 갖고 있다					
3	우리 회사는 개인 블로그에 대한 회사 정책을 마련하는 등 직원들의 블로그에 관심을 갖고 장려하고 있다					
4	우리 회사는 영향력 있는 블로그나 커뮤니티에서 우리 회사에 관해 어떤 이야기가 나오고 있는지, 누가 코멘트하는지에 대해 관심이 있다					
5	우리 회사는 지난 분기나 지난 달 우리 브랜드 및 제품이 블로그스피어에서 얼마나 언급되었는지 파악하고 있다					
6	우리 회사는 우리 브랜드 및 제품에 대해 어떤 블로거가 이야기하는지, 긍정적 또는 부정적으로 다루는지 알기 위해 온라인 대화를 모니터링하고 있다					
7	우리 회사는 온라인에서 우리 브랜드 및 제품에 대해 부정적인 정보가 발견됐을 때 누가 어떻게 대응할 것인지 나름대로의 절차를 갖고 있다					
8	우리 회사는 고객이 온라인에서 얼마나 활발하게 활동하는지, 누가 영향력이 큰 블로거인지 알고 있다					
9	우리 회사는 신제품 론칭, 캠페인, 이벤트 등을 진행할 때 관련 소식을 블로거에게 전달하는 전략을 갖고 있다					
10	우리 회사는 정직성, 진실함, 유머감각을 갖고 블로그스피어에 참여할 진정한 의지가 있다					
	긍정/부정 항목별 체크 개수					
	긍정/부정 항목별 가산점	× 1	× 2	× 3	× 4	× 5
	긍정/부정 항목별 점수					
	총점(항목별 합산)					

주 예를 들어 강한 부정 5개, 보통 2개, 긍정 3개를 답했다면 전체 총점은 (5X1)+(2X3)+(3X5)=26점이 된다.

- 내부 직원 블로거들 사이에 커뮤니티 빌딩을 위한 그룹이벤트나 활동을 진행한다.

31~40점

내부 직원 블로거를 브랜드 전도사로 활용하라!

- 직원 블로거들을 자사 이벤트, 신제품 론칭, 아이디어 회의에 참여시킨다.
- 외부의 영향력 있는 블로거들과 인터뷰, 토론, 초청만찬 등을 진행한다. 블로깅 커뮤니티와는 팟캐스트, 인터뷰 블로깅을 통해 활발한 관계를 구축한다.
- 이벤트나 에피소드 블로그를 만들고 구체적인 이벤트, 론칭, 회의를 위한 디지털 뉴스룸과의 연계 를 고려한다.
- 핵심 오디언스에게 전달되는 영향력을 측정할 수 있는 블로그 측정 프로그램을 개발한다.

41~50점

임원을 활용해 블로그스피어 대화를 활발하게 전개하라!

- 기업 블로그 운영에 임원진이 활발히 참여하고 임원진이 직접 블로거가 되기도 한다.
- 팟캐스트에 임원 연설이나 인터뷰를 활용한다.
- 새로운 기술을 사용한다.
- 블로깅 이벤트 또는 블로깅 컨소시엄을 위한 자원봉사에서 광고나 스폰서십을 고려한다.

물론 모든 기업이 비즈니스 블로그를 도입해야 하는 것은 아니다. 기업은 블로그라는 뉴미디어가 자사 커뮤니케이션채널 차원에서 추가적으로 필요한지 판단을 내릴 때 필자가 제시한 체크리스트를 활용할 것을 권한다. ●

DBR은 기존 국내 매거진과 확실히 다릅니다.

高純度 경영 콘텐츠

기존 시사 경제지의 잡식성 콘텐츠를 지양합니다. 기업경영에 초점을 맞춰 심층적인 콘텐츠를 전달합니다.

현장형 콘텐츠

DBR은 단순히 정보만을 전달하지 않습니다. 현장의 생생한 케이스와 실질적인 솔루션을 드립니다.

MBA 출신의 제작진

고급 콘텐츠 제작을 위해 경영학 박사, MBA 기자들이 모였습니다. 차별적인 맵파워로 한발 앞선 정보를 제공합니다.

생생한 해외 콘텐츠

DBR은 국내에서 유일하게 하버드 비즈니스 리뷰(HBR) 맥킨지쿼터리와 전재 계약을 맺었습니다.

와튼스쿨 IMD INSEAD 등 14개 해외 기관의 콘텐츠도 DBR 지면에 소개됩니다.

국내 최초의 경영지식 통합 솔루션

매거진은 물론 프리미엄 온라인 사이트, e-mail 뉴스레터, 오프라인 강좌를 함께 이용할 수 있습니다.

DBR, 이렇게 신청하세요.

발행정보 | 월 2회 발행, 연 24회 발행

가격 | 날권 12,000원, 연 288,000원

1년 정기구독료 | 240,000원

인터넷 구독 신청 | www.dongaBiz.com

온라인 투고 | DBR@donga.com

● 개인 구독 문의 | 02-721-7800

은행계좌 | 우리은행 1005-801-091411 (주)동아PDS

● 단체 구독 문의 | 02-2020-0685

은행계좌 | 우리은행 217-221493-13-002 (주)동아일보사