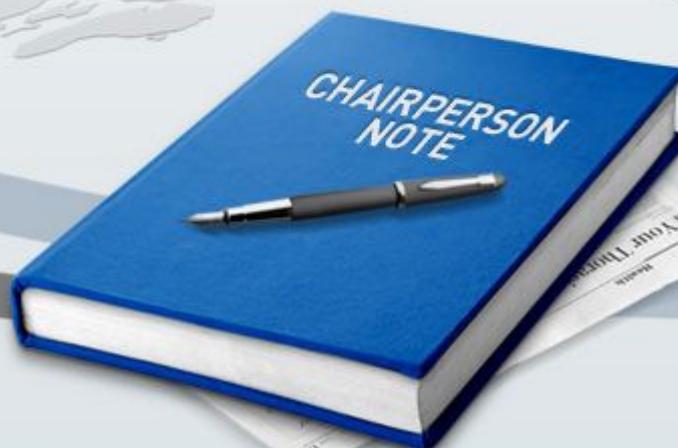


체어퍼슨노트

CHAIRPERSONNOTE

- 경제 이슈
 - 유로존 실업률 사상 최고치 기록
 - 12월 취업자 20만 명대 하락
- 경영 노트
 - 소셜미디어 마케팅을 위한 4단계 전략
- 사회 트렌드
 - 숫자로 본 자살
- 저널 브리프
 - 소셜미디어가 기업에 미친 6가지 영향
- 洗心錄
 - 어느 17세기 수녀의 기도



본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 <http://www.hri.co.kr>로 주시기 바랍니다.

□ 유로존 실업률 사상 최고치 경신

- 최근 2분기 연속 유로존 경제성장률이 하락하고 기업들의 고용이 위축되면서 실업률 증가세 심화
 - 실업률 추이 : 유로존 실업률이 10월 11.7%에서 11월 11.8%로 0.1%p 상승했고, 실업자 수도 1,882만 명으로 전달보다 11.3만 명 증가
 - 재정위기국 실업률 : 유로존 국가 중 경기 침체가 가장 심각한 스페인은 26.6%로 최고치를 경신. 특히, 청년실업률은 스페인과 그리스가 각각 56.5%, 57.6%로 심각
 - 주요국 실업률 추이 : 프랑스는 11월 10.5%로 10월 10.4%에서 0.1%p 상승하였고, 독일의 실업률은 전달에 이어 11월 5.4%로 유지

- 최근 ECB는 연말 경제회복 전망에 따라 금리를 동결했지만, 높은 실업률로 향후 경기회복이 지연될 경우 추가 부양책을 실시할 것으로 전망

□ 12월 취업자수 20만 명대 하락

- 통계청의 12월 고용동향에 따르면 신규취업자는 경기 부진의 영향으로 증가폭이 크게 둔화
 - 고용지표 동향 : 12월중 신규취업자는 전년동월대비 27.7만 명 증가하며 15개월 만에 최저치를 기록. 취업자 증가폭 둔화에 따라 고용률은 58.3%로 전년동월대비 0.2%p 하락
 - 산업별 : 제조업 취업자(11.2만 명)는 6개월 연속 높은 증가세를 유지하였으나, 농림어업(-1.2만 명), 건설업(-8.2만 명) 등 업종은 한파와 폭설 등 기상악화의 영향으로 감소세를 보임
 - 종사상 지위별 : 임시일용직은 감소세가 지속된 반면, 상용직은 높은 증가세를 유지. 자영업자는 꾸준한 증가세를 보이고 있으나, 최근 증가폭이 점차 둔화

- 2013년 일자리 증가 규모는 국내의 경기회복 지연과 지난해 큰 폭의 고용증가에 따른 기저효과 등으로 크게 축소될 전망

□ 소셜미디어 마케팅을 위한 4단계 전략¹⁾

- 소셜네트워크와 입소문을 통한 소비자 선호도 조사 및 구매 유도는 대부분 기업의 주요 마케팅 전략으로 부상
 - 페이스북 가입자의 숫자만 따져도 전 세계 인구의 7분의 1에 달하는 등 많은 기업들은 소셜미디어를 다수 소비자들과의 쌍방향 대화 채널로 활용 중
- 효과적인 소셜미디어 전략이란 마케팅 목표를 명확하게 정의하고 기회를 평가하여 의사소통에 적합한 소셜미디어 유형을 선택하는 것을 의미
 - 효과적인 소셜미디어 전략 개발은 재무성과 개선, 고객 참여 확대, 브랜드 인지도 상승의 효과로 파급
 - 긍정적인 입소문을 관찰·추적하고 이를 제품 및 브랜드 전략과 연계하여 보다 효과적인 소셜미디어 전략 개발이 가능

<소셜미디어 마케팅을 위한 4단계 전략>

내 용	
1단계	<ul style="list-style-type: none"> • 기업은 소셜미디어 플랫폼에서 발생하는 자사 브랜드 관련 대화를 관찰 • 소셜미디어 마케팅과 관련된 모든 인플루언서(influencer)를 찾아내고 영향력 있는 사람들이 공유하는 전형적인 특성 요인을 파악
2단계	<ul style="list-style-type: none"> • 기업은 메시지를 확산시킬 수 있을 정도의 영향력을 갖고 있는 사람(인플루언서)을 발견하기 위해 노력 • 단순히 영향력을 갖고 있는 인플루언서가 아닌 자사가 판매하는 재화나 서비스가 속한 카테고리에 특히 많은 관심을 갖고 있고 영향력을 갖고 있는 소셜미디어 사용자 발견
3단계	<ul style="list-style-type: none"> • 인플루언서들이 자사의 제품이나 서비스에 대해 자발적으로 이야기하도록 장려할 방법을 고안 • 자사의 소셜미디어 캠페인에 관심을 갖고 있는 인플루언서를 고용해 자사의 제품이나 서비스에 관한 이야기를 퍼뜨리는 일을 요청
4단계	<ul style="list-style-type: none"> • 인플루언서들이 자사의 제품이나 서비스에 대한 긍정적인 입소문을 확산시키도록 동기를 부여하여 기존 고객을 유지하고 잠재 고객을 유치 • 인플루언서에게는 유형의 인센티브(예: 할인, 공짜 제품)나 무형의 인센티브(예: 소셜네트워크 내에서의 인정)를 제공

1) 'Increasing the ROI of Social Media Marketing'(MIT Sloan Business Review, 2012 Fall)와 '과워 유저를 찾아라, 10억 명이 시장이다'(동아비즈니스리뷰, 2013.01.01)의 내용을 요약·정리함.

□ 숫자로 본 자살²⁾

■ 우리나라 자살률은 8년째 1위 항목임

- 2011년 한국의 하루 평균 자살로 인한 사망자 수는 43.6명
- 통계청에 따르면 1991년 3151명이던 한 해 자살자는 10년 만인 2001년 6991명으로 배 불어난 뒤 급증세를 보이고 있음
- 10년 만에 배로 불었던 자살자는 6년 만인 2007년 1만 2174명으로 다시 배 증가했고, 2008년 1만 2828명, 2009년 1만 5413명, 2010년 1만 5566명으로 증가 추세를 이어갔음
- 2011년 1만 5096명으로 전년 대비 소폭 감소했지만, 2012년 다시 증가세로 돌아설 것으로 추정됨
- 2001년 기준 10만 명당 14.4명이던 자살 사망률은 꾸준히 증가해 2010년 10만 명당 31.2명, 2011년 31.7명의 비율을 보임
- 2001년 사망 원인 순위에서 8위를 차지한 자살은 2011년 현재 암과 뇌혈관 질환, 심장질환에 이어 4위를 차지하고 있음

■ 다른 나라와 비교해 보면 대한민국의 자살률은 우려할 만한 상황

- OECD 헬스데이터에 따르면 2010년 기준 한국의 자살률은 10만 명당 33.5명으로 1위. OECD 회원국 평균 자살률 12.9명의 약 3배에 달하는 수치
- 그리스(3.2명), 이탈리아(5.9명)는 물론 OECD 자살률 2위인 일본(21.2명)에 비해서도 압도적으로 높음

■ 자살 시도 역시 심각한 상황

- 보건복지부의 2011년 전국정신질환실태 조사에 따르면 2011년 1년 동안 자살을 시도한 사람은 10만 8000여 명에 달함
- 또 성인 15.6%는 평생 한 번 이상 심각하게 자살을 생각한 적이 있는 것으로 알려짐
- 한편 전 국민의 3.2%가 평생 1번 이상의 자살 기도를 한 적이 있는 것으로 조사됨. 이는 아메리카, 유럽, 아시아 등 17개국 평균치인 2.7%를 훌쩍 상회
- 자살 생존자(suicide survivor, 자살로 인해 가까운 사람을 잃은 가족과 친구, 동료 등을 일컫는 용어)란 얘기가 있듯이 자살은 단순히 한 사람의 죽음으로 끝나지 않음

2) '자살, 새로운 고통의 시작'(헤럴드경제, 2013.1.14)를 요약 정리함

□ 소셜미디어가 기업에 미친 6가지 영향³⁾

■ 소셜미디어의 확산이 기업의 비즈니스 방식을 변화시킨 6가지 내용에 대해 소개함

- ① **마케팅 및 홍보** : 소셜미디어를 이용한 마케팅이 가능해지면서 기존 매체인 인쇄물, TV, 라디오 광고, 온라인 배너에 비해 비용 감축 효과가 발생
 - 또한 소셜미디어를 통해 기업들은 타겟을 정확히 공략할 수 있고 마케팅 내용의 수정도 즉각적으로 가능해짐
- ② **연구 개발** : 소셜미디어를 통해 기업·브랜드에 충성도가 높은 고객 발굴이 용이해지면서 이들을 제품 개발, 디자인 결정 등 연구개발에 참여시키는 사례가 증가
 - 신제품 및 서비스에 대해 기존 연구 방법보다 훨씬 낮은 비용을 투자하여 우수한 피드백을 이끌어낼 수 있음
- ③ **직원 소통** : 사진, 콘텐츠 공유 등 직원들 간 소셜미디어 활동은 조직 내 소통을 활성화하고 공동체 의식을 향상시키는 효과 발생
 - 특히 서로 다른 지역에서 업무를 수행하여 상호교류가 적은 조직의 경우 소셜미디어의 도입이 협업에 도움이 될 수 있음
- ④ **고객 서비스 및 CRM** : 소셜미디어를 활용하여 고객과 실시간 의사소통이 가능해지면서 기존 콜센터의 기능이 축소되고 있음
 - 나아가 시장에서 자사의 제품 및 서비스가 어떻게 평가되는지 소셜CRM 플랫폼을 통해 실시간으로 모니터링 가능해짐
- ⑤ **인재 채용** : 이력서만으로는 확인하기 어려운 지원자의 세부 성향을 파악하기 위해 소셜미디어를 적극 활용하는 기업이 증가
 - 단, 소셜미디어에 기재된 지원자의 정보를 취득·활용하는 과정이 법적으로 문제될 수 있음을 고려해야 하며 의도적으로 자신의 장점을 부각시키고 단점을 숨기는 지원자들이 존재한다는 사실도 염두해야 함
- ⑥ **보안** : 직원들의 소셜미디어 사용이 기업의 내부자료 유출 및 해킹 가능성을 증가시킴
 - 기업들은 가이드라인을 정하고 직원들에 대해 보안 교육을 실시하는 등 공식적인 소셜미디어 정책을 수립해야 함

3) '2012년 소셜 미디어가 기업에 끼친 6가지 영향'(한국아이디지, 2012.12.26) 참조

□ 어느 17세기 수녀의 기도

소설가 최인호는 법정 스님과의 품격 높은 대담 중에 ‘나이가 들수록 말문은 닫고 지갑을 열어라’는 유태인 속담을 인용하면서 “주님, 제가 늙어 가고 있는 건 어쩔 수 없지만 제발 말 많은 늙은이가 되지는 않게 해 주십시오”라는 구절이 너무 마음에 와 닿는다고 했다. 아름답게 나이 드는 법을 설파한 ‘어느 17세기 수녀의 기도’의 구절인데, 그 전문을 보면 더 공감이 가는 내용들이다.

주님, 주님께서서는 제가 늙어가고 있고 언젠가는 정말로 늙어 버릴 것을 저보다도 잘 알고 계십니다.

저로 하여금 말 많은 늙은이가 되지 않게 하시고 특히 아무 때나 무엇에나 한마디 해야 한다고 나서는 치명적인 버릇에 걸리지 않게 하소서.

제가 가진 크나큰 지혜의 창고를 다 이용하지 못하는 건 참으로 애석한 일이지만 저도 결국엔 친구가 몇 명 남아 있어야 하겠지요.

끝없이 이 얘기 저 얘기 떠들지 않고 곧장 요점으로 날아가는 날개를 주소서.

모든 사람들의 삶을 바로 잡고자 하는 열망으로부터 벗어나게 하소서.

저를 사려 깊으나 시무룩한 사람이 되지 않게 하시고 남에게 도움을 주되 참견하기를 좋아하는 그런 사람이 되지 않게 하소서.

내 팔, 다리, 머리, 허리의 고통에 대해서는 아예 입을 막아 주소서.

내 신체의 고통은 해마다 늘어나고 그것들에 대해 위로받고 싶은 마음은 나날이 커지고 있습니다.

다른 사람들의 아픔에 대한 얘기를 기꺼이 들어줄 은혜야 어찌 바라겠습니까만 적어도 인내심을 갖고 참아줄 수 있도록 도와주소서.

제 기억력을 좋게 해주십시오고 감히 청할 순 없사오나, 제게 겸손한 마음을 주시어 제 기억이 다른 사람의 기억과 부딪칠 때 혹시나 하는 마음이 조금이나마 들게 하소서.

나도 가끔 틀릴 수 있다는 영광된 가르침을 주소서.

적당히 착하게 해주소서.

저는 성인까지 되고 싶지 않습니다만..... 어떤 성인들은 더불어 살기가 너무 어려우니까요..... 그렇더라도 심술궂은 늙은이는 그저 마귀의 자랑거리가 될 뿐입니다.

제가 눈이 점점 어두워지는 건 어쩔 수 없겠지만 저로 하여금 뜻하지 않은 곳에서 선한 것을 보고 뜻밖의 사람에게서 좋은 재능을 발견하는 능력을 주소서. 그리고 그들에게 그것을 선뜻 말해 줄 수 있는 아름다운 마음을 주소서.

아멘.....

(작자 미상의 글)

겸손한 자만이 다스릴 것이요, 애써 일하는 자만이 가질 것이다.

에머슨 (1803~1882) : 美 사상가, 시인