

V. 經營 政策 課題

1. 競爭力 強化를 위한 企業 이미지 管理 戰略

- (必要性 및 意義) 企業의 대내외적 競爭力 強化를 위하여 企業 이미지 管理(Corporate Image Management : 이하 'CI관리'라 칭함) 戰略의 효율적 활용이 필요함. CI관리 전략은 企業 커뮤니케이션 活動의 統一的·全社的 觀點에서 관리하는 經營 전략임
- (戰略의 遂行) CI관리 전략은 자기 표현 중심적 디자인 전략에서 벗어나, 향후 企業 關係 창조 전략·기업 文化 혁신 전략·未來 戰略 指向的 次元으로 한 차원 높게 수립되어야 할 것임
- (期待 效果) CI관리 전략의 기대 效果로서, 시장 점유율 확대·기업 文化 혁신·우수 人재 확보·협력 업체 關係 강화·대정부 關係의 개선등 다양한 效果를 기대할 수 있음

경영 文化적 패러다임의 變化 속에서, CI관리에 의한 企業間 차별화는 더욱 심화됨으로 CI관리의 재점검이 필요함

CI관리는 企業 커뮤니케이션 活動을 통합적·전사적 觀點에서 관리하는 經營 전략임

○ 企業 이미지 管理의 背景 및 必要性

- 최근 企業의 經營 環境은 세계화 물결 아래, 무한 경쟁·정보의 폭증·개인주의 가치관 대두 등 극심한 經營 文化적 패러다임의 變化가 加速化되고 있음
- 21세기의 企業 경쟁은 제품 의 品質만으로 경쟁하는 시대가 지나가고 있음. 글로벌화되고 있는 세계 단일 市場에서, 企業 이미지에 의한 企業間의 競爭 差別化가 날로 심화되는 실정임
- 이에 企業의 대내외적 경쟁력을 강화하기 위하여 CI 管理 전략의 지속적인 재점검 및 調整이 필요함

○ 企業 이미지 管理의 意義

- 企業 管理(Corporate Image Management)란 企業의 장기적 번영을 위하여 企業 이미지를 양호하게 형성, 지속적으로 유지시키는 經營 전략으로, 企業 커뮤니케이션 活動을 總體的·全社的 觀點에서 管理하는 것임

SONY사는 브랜드 개발·기술 개발·기업 목표 제시 등을 통하여 지속적으로 CI관리 함

기존 CI관리는 디자인 중심으로 총체적 관리를 못함

향후 CI관리 전략은 자기 표현 중심에서, 관계 창조, 자기 변혁, 더 나아가 미래 전략 지향 차원으로 역동적 전략을 수행해 나가야 함

○ 先進 기업 이미지 관리의 事例

- 세계적 기업 일본 SONY사는 친근한 이미지의 브랜드 개발로 부터 출발, 지속적인 기술 개발과 기업 이미지 관리를 통하여, 'SONY는 신기술 개발·전자 제품군·작은 사이즈·친절한 서비스' 등의 집합적이고 조직화된 이미지로 관리하고 있음
- 최근 SONY사는 21세기 '원스톱 하이테크 오락산업'의 企業 目標 提示를 통하여, 컴퓨터·통신·가전·오락 기기의 초일류화라는 제 2 도약을 위한 CI관리에 나섬

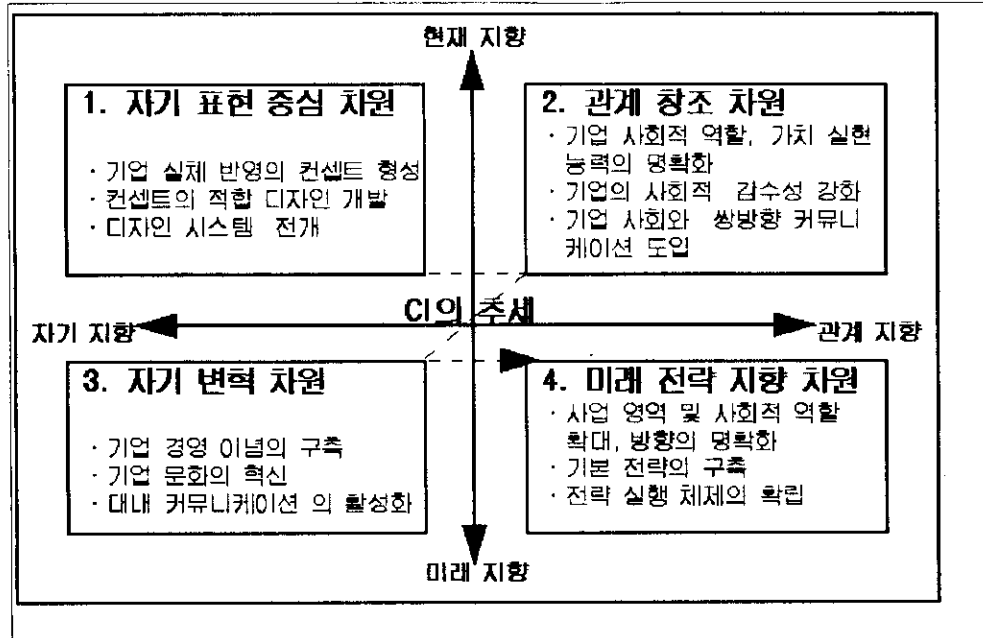
○ 既存 기업 이미지 관리의 問題點

- 既存의 CI관리는 주로 기업의 로고 변경·기업 표시 시스템의 통일 등 디자인 개발 중심의 단일한 차원을 벗어나지 못하였고, 총체적 CI관리가 되지 않았음

○ 企業 競爭力 強化를 위한 總體的 CI管理 戰略

- 向後 CI관리는 기업 환경에 맞추어, 기업의 동일성과 개성 확보를 위한 기업 정체 표현은 물론,
 - 기업 외부와의 사회적 역할, 쌍방향 커뮤니케이션을 중시하는 企業 關係 創造 차원
 - 기업 내부의 새로운 경영 이념 구축을 통한 조직 구성원과의 일치화, 대내적 커뮤니케이션의 활성화 등의 企業 文化 革新 차원
- 더 나아가 사업 영역 수준의 비전이나 미래 전략을 바탕으로 한, 전략 실행 가능 체제로 재조명하는 디자인 전략·커뮤니케이션 전략·기업 문화 혁신 전략·未來 戰略 指向 차원에서 總體的으로 재점검하고, 力動的으로 전략을 遂行해 나가야 함
- 특히 경영 혁신·리엔지니어링·리스트럭처링을 추진함에 있어서도 단지 생산성 향상 차원에서 뿐만 아니라, 기업 문화 정착 차원에서도 CI관리가 동시에 考慮되어야 할 것임

< 總體的 企業 이미지 管理 戰略 >



CI관리 전략은 시장 점유율 확대 · 기업 문화 혁신 · 협력 업체 관계 강화 · 대정부 관계 개선 등의 다양한 효과가 있음

○ CI管理 戰略의 期待 效果

- CI관리 전략의 기대 효과는 對內的으로는 기업 이미지 향상 · 시장 점유율 확대 · 사원 의식의 일체화 · 기업 문화의 혁신 · 유통 경로 강화 · 우수한 인재 채용 등의 효과가 있으며,
- 對外的으로도 기업 그룹의 결속력 강화 · 협력 업체 관계 강화 · 대정부 관계의 개선 등 다양한 기대 효과를 얻을 수 있음
- 따라서 기업의 대내외적 경쟁력 강화를 위하여 CI관리 전략을 效率的이고 積極的으로 活用하여야 할 것임

(장 재 영)

< 企業 이미지 管理 戰略의 期待 效果 >

대 상	CI관리 목적	커뮤니케이션 방법	CI관리 효과
소비자	-이익의 확보 -소비자 불만의 最小化	-소비자 要求의 精確한 파악 -소비자 불만의 신속·효율적 처리 -고품질 제품과 서비스 제공 -신뢰성에 대한 名聲 確保 -회사명·로고 및 슬로건 認識	-제품·서비스에 대한 확신 확보 -수익성과 성장 확보 -危機時 企業이미지 손상 방지 -소비자의 企業 이미지 개선
(기업 내부) 종업원	-경영층과 종업원 커뮤니케이션 확보 -숙련 노동자의 확보 -高品質 제품과 서비스 생산 -종업원 건강과 안전 확보	-종업원 회합·勞使 회합 -종업원/감독자 회합 -기업目標·方針 變경의 教育 홍보 -社內報 및 종업원용 매체 발행 -봉급, 부가 급여, 상여금, 기타 보수의 성과 대응 差等 支給 -칭찬을 통한 적절한 자극	-종업원 근로 의욕 향상 -높은 근로 의욕에 따른 고객/지역 사회 관계 改善 -종업원 企業 이미지 개선 -유능한 人才의 誘致 확보 -고품질 제품과 서비스 제공 -생산성 향상 -산업 재해의 감소
(기업 외부) 지역 사회 /관련 기업	-地域 社會 지지 기반 확보 -관련 기업과 긴밀한 협조	-지역 사회 媒體와 제휴 -지역 사회 組織 참가 및 연계 -기업 견학, 시설 開放 -지역 사회 개발을 위한 적극 役割 遂行 -뉴스레터 발간 및 지방 신문 광고 -협력 업체 유대 관계 강화 -그룹 기업과의 긴밀한 협조 체계	-기업 目的에 대한 지역 사회 支持 -지역 사회 주거, 학교 및 여건 개선 -지역 사회에 대한 지식 증대로 적용도 및 지지도 향상 -협력 업체의 유리한 확보 -그룹 기업과의 긴밀한 협조
정부/공공 기관	-건전한 정부 / 공공 기관 關係 維持	-정부/공공기관 규제에의 對應 -로비스트 집단의 설치 -정부 기관 및 자치단체와의 협조 체계 구축	-정부 규제 方針의 수용 및 一致化 -기업/정부 관계의 개선