

플로노이드
우리 회사
디지털 리셋
지침서

조직이 디지털 성공에 도움이 되기보다는 걸림돌이 될 때가 많다는 것을 자주 느낀다. 대다수 기업의 문화, 운영 절차, 경영 전략이 과거에 맞추어져 있어서 디지털 경제 적응에 실패하고 있다. 과거에만 통했던 방식에서 벗어나 기업은 새롭게 진화해야 한다.

기업이 웹의 잠재력을 모두 활용하려면 근본적인 변화가 필요하다.

디지털 팀 구축

디지털은 단순히 기존의 비즈니스 모델에 끼워 맞추거나, 제삼자에게 일을 맡기는 것이 아니다. 디지털은 고객과의 소통부터 직원들에게 권한을 부여하는 것까지 비즈니스 전반에 영향을 끼친다. 비즈니스 전반에 걸쳐 디지털 환경을 구축하려면 변화를 주도할 디지털 팀이 필요하다. 일시적이라도, 디지털 팀이 디지털의 잠재력을 찾아내고, 이를 십분 활용하도록 훈련시키고 그들에게 필요한 모든 것을 제공하라.

독립적 역할의 디지털 구축

디지털이 거의 모든 비즈니스 영역을 지원할 잠재력을 갖춘 만큼 어느 한 부서에 속해 있어서는 안 된다. 모든 비즈니스 영역을 지원하려면 하나의 독립적인 부서여야만 한다. 디지털 팀이 마케팅부서에 속하게 되면 디지털 팀은 오직 마케팅을 위한 도구로만 보이게 될 것이다.

디지털 팀의 권한 강화

전문 기술을 보유한 웹 전문가들이기에 종종 그들을 업무를 실행하는 기술자로만 취급하곤 한다. 정작 디지털에 관한 비전과 전략, 그리고 방향은 다른 부서에서 정한다. 비즈니스 역할을 돕는 일과 조직이 더 큰 목표를 달성할 수 있도록 어떻게 지원할지 정하는 것은 디지털 팀의 몫이다. 즉 디지털 팀 조직의 방향과 색깔을 정하는 권한이 그들에게 있어야 한다. 그들은 디지털 매체를 누구보다 잘 알고 있다. 실효성을 무시한 채 다른 부서의 아이디어를 무조건 이행해야 할 의무는 없다.



강력한 디지털 리더 세우기

디지털 팀이 비즈니스를 변화시킬 만한 중추적인 역할을 하려면, 사원급으로만 이루어져서는 안 된다. 조직이 디지털을 잘 활용하게 하려면 디지털 지식과 비즈니스 경험을 갖춘 강력한 리더십이 필요하다. 리더는 디지털 업무에 관한 전면적 권한과 디지털화를 방해하는 조직문화에 맞서 도전할 수 있는 강한 신념이 있어야 한다.

디지털에서 우선적으로 해결책 찾기

디지털은 신속하고 월등하며 더욱 적은 비용으로 업무를 처리하게 한다. 하지만 많은 기업이 이런 디지털의 잠재력을 활용하지 못하고, 늘상 해오던 방식만 반복하고 있다. 이처럼 디지털을 차선책쯤으로 여기는 것에서 기업은 '디지털 기본 원칙'으로 사고를 바꿔야 한다. 즉 다른 대안을 찾기 전에 먼저 디지털에서 해결책을 찾아야 한다. 그렇게 하면 조직 내부에서 디지털의 위상을 높이고 더 큰 잠재력이 있다는 것을 증명할 수 있다.

주요 자리를 디지털에 내주어라

디지털이란 도구를 제대로 활용하려면 결정권을 지닌 경영진에게 디지털에 대한 전문 경험이 있어야 한다. 하지만 대다수 경영진은 디지털이 경영의 핵심요소로 자리 잡기 전에 교육을 받았다. 그러니 외부에서 도움을 받든가 아니면 당신 회사의 디지털 팀 리더에게 경영 관리를 맡겨라.



디지털 관리 간소화하기

많은 기업이 웹 운영위원회를 통해 디지털을 관리하고 있는데, 이는 속도가 생명인 매체에서 결정 과정을 늦추는 결과를 초래한다. 물론 디지털 감독이 필요하다. 고려해야 할 많은 이해관계자가 있지만 ‘운영위원회’가 디지털을 가장 효율적으로 관리하는 방법은 아니다. 대신 다른 여러 이해관계자와 소통하면서 동시에 필요한 전문지식을 갖춘 사람들만이 결정 과정에 참여할 수 있는 책임 배정 매트릭스(RAM: Responsibility Assignment Matrix)를 고려해보라.

고객에 집중하기

디지털은 고객과 소통을 통해 배울 기회를 제공한다. 온라인 사용자는 그들과 소통하는 기업에 매우 높은 수준의 서비스를 기대한다. 기업이 디지털로 성공하려면 고객에게 집중하고 그들의 요구에 더욱 귀 기울여야 한다.

한정된 디지털 프로젝트 벗어나기

대부분 기업은 디지털을 건축 프로젝트처럼 생각한다. 정해진 비용으로 한번에 빌딩을 세운 후 유지 보수를 조금씩 해나가는 방식 말이다. 하지만 디지털은 ‘정원’과 같다고 생각해야 한다. 지속적인 개발과 관리를 통한 성장, 즉 지속적인 모델개선이 필요하다. 경영지표도 인풋(input)이 아닌 결과에 집중되어야 한다. 기술과 콘텐츠는 잊고 고객에 집중하라. 성공의 잣대를 고객이 원하는 목적 달성에 두어라.

분명한 전략 세우기

기업은 디지털을 어떻게 활용하기 원하는지 분명한 전략을 세워야 한다. 그때그때마다 필요에 따라 긴급하게 대응하기보다는 말이다. 디지털 팀은 서로 협의된 업무를 체계적으로 이행하기 위해 타 부서와 협력해야 한다. 이 전략은 혼자 동떨어져서는 안 되고, 기업의 목표와 고객의 요구에 밀접하게 연관되어야 한다. 변화하는 기업의 상황에 따라 디지털 운영방침을 세우고 적응해야 한다. 훌륭한 디지털 전략은 기업이 원하는 고객에 맞추기보다는, 고객이 원하는 것에 집중해야 한다.