

SNS, 대중의 눈높이로 커뮤니케이션 하라

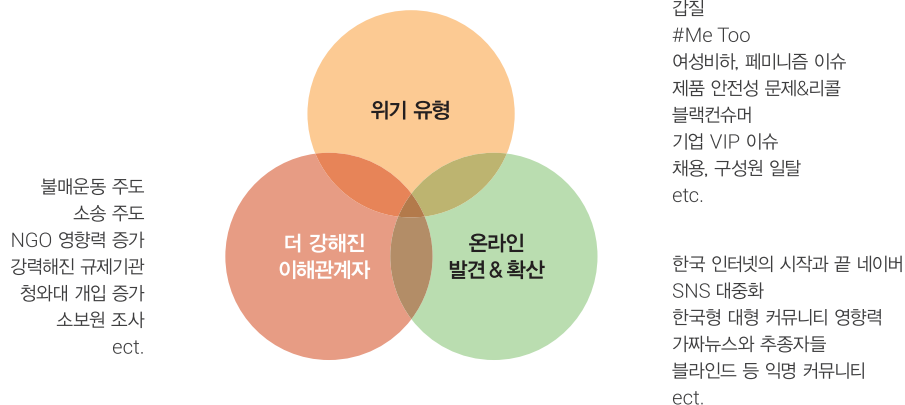
블라인드, '리스닝 툴'이지 '대응 툴' 아니다



최근 변화하는 온라인 여론에 대응하기 위해 기업은 대중의 눈높이와 대중의 생각으로 커뮤니케이션하는 것이 효과적이며 기업 스스로 온라인 상에서의 위기에 대한 재정의가 필요한 시점이라는 지적이 나왔다.

한국광고주협회는 지난 6월 20일 기업 광고홍보 담당자와 함께 '2018 위기관리전략 워크숍'을 개최해 'SNS 환경에서의 위기관리 대응'에 대해 방안을 모색하는 자리를 마련했다. 이날 주제발표를 맡은 송동현 밍글스푼 대표는

〈그림 1〉 국내 위기 트렌드 유형



※ 자료 : 밍글스푼(2018), 최근 국내 위기 트렌드

최근에도 논란이 된 ‘마카롱 10개 먹은 게 잘못인가요?’로 시작한 ‘마카롱 사태’를 예로 들며 이슈 관리에서는 그만큼 ‘원점’이 중요한 포인트라고 지적했다. 원점(原點)이란 의미는 ‘시작이 되는 출발점, 또는 근본이 되는 본래의 점’이라는 의미로 마카롱 사태에서 진정한 원점관리를 위해서는 문제의 발단이 된 상대가 서로 만나서 화해를 하면 되는 것이다. 그러나 원점관리에 실패하면 기본적으로 사소한 이슈였더라도 부정적인 이슈가 되어 기업 이미지에 심각한 악영향을 미치는 상황이 된다고 지적했다.

송 대표는 최근 국내 위기 트렌드 유형을 ①갑질 ②미투 ③여성비하 등 페미니즘 이슈 ④리콜 등 제품 안전성 문제 ⑤블랙컨슈머 ⑥기업 VIP 이슈 ⑦채용 등 구성원 일탈 등 7가지로 꼽았다. 특히 주목할 위기 유형으로 갑질, 미투, 구성원의 일탈을 꼽았는데, 이는 트렌드가 될 만큼 빈번하게 발생하고 있다고 밝혔다.

그 중에서도 특히 ‘갑질’은 주로 ‘기업 VIP 이슈’로 확대 재생산되어 홍보 담당자가 해결하기 쉬운 문제가 아니라고 언급했다. 실제로 ‘물벼락 갑질’로 시작돼 오키와로 확대된 사건도 익명의 커뮤니티인 블라인드에서 시작됐다. 커뮤니티에서 올라온 이슈가 확산되고 메인 스트림의 방송까지 확대되는 패턴이 어느 정도 자리잡은 것이다. 이런 상황에서 홍보 담당자는 블라인드같은 커뮤니티는 사전에 모니터링되었어야 하며, 개인 채널을 차단하고 공식적인 입장으로만 대응하는 것이 적절한 방법이라고 말했다. “블라인드는 리스닝 툴이며 대응할 수 있는 툴이 아니다”고 지적하며 “실제로 사전 모니터링을 통해 개입이 필요하다 판단이 될 때에 절대로 블라인드나 특정 앱에 대해서 언급하지 말고 최근 직원들 사이에서 이슈가 되고

있는 식의 말로 다른 채널을 통해서 대응해야한다”며 직접적으로 블라인드에 사과문을 올리는 행동은 적절한 대응이 아니라고 주의를 요한다고 지적했다.

또한 기업 홍보 담당자가 활용할 수 있는 일반 대중(소비자)와의 커뮤니케이션 과정에 대해서 ①모니터링 및 스크리닝 ②SNS채널 커뮤니케이션 중단 ③위기관리 커뮤니케이션 결정 및 진행 ④내부 커뮤니케이션 통제 및 관리 ⑤일상 마케팅 커뮤니케이션 재개 등 5가지 단계가 있다고 말했다.

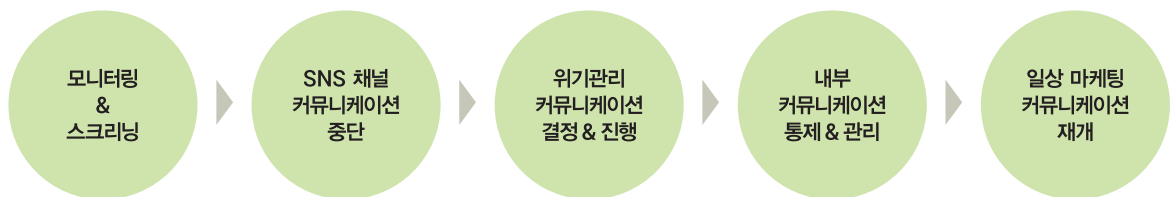
이 단계에 따르면 먼저 댓글이나 메시지 등을 정기적으로 확인하고 ‘징후’를 살펴 SNS나 커뮤니티로의 ‘확산’이 확인되면 즉각 상황을 ‘공유’해야 한다. 다음으로는 신규 이벤트나 마케팅 활동을 중단하고 과도한 톤앤매너 등을 지양해야 하며 무대응할 것인지 혹은 해명이나 사과 등의 커뮤니케이션을 할 것인지를 결정하고, 결정했다면 타이밍과 채널, 방식에 대해서 체계적으로 진행하라고 말했다.

특히 유사 이슈나 내부 구성원의 돌출된 커뮤니케이션은 없는지 채널이나 콘텐츠를 꼭 검수하고 마지막으로 어떤 시점에서 일상의 마케팅 커뮤니케이션을 시작할지 순차적으로 선택해야 한다고 말했다.

송 대표는 마지막으로 최근 오사카에 6.1의 강진에 이어 추가 여진으로 사람들의 피해가 속출하고 있는 상황에 빗대어 지금은 “어떤 위기가 ‘발생’하면 추가적으로 위기가 ‘발견’되는 상황이라며, 기업들은 온라인 공간을 더 이상 사적인 공간에 치부하지 말고 공적인 공간으로 생각하고 대응해야 한다”고 말했다. **K A A**

이순임 lee.soonim@gmail.com

〈그림 2〉 커뮤니케이션 과정



※ 자료 : 밍글스푼(2018), 커뮤니케이션 프로세스